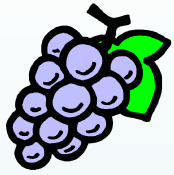


インターネット調査の現状と課題

辻慶太

筑波大学大学院 図書館情報メディア研究科

keita@slis.tsukuba.ac.jp



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

最近、辻がやったインターネット調査:

(1) 司書資格はどのような効果を取得者にもたらしたか？

- 図書館員にならなかった人はどのような進路に進んだのか？
- 幸せになれたのか？

(※「日本図書館情報学会誌」で査読中)

(2) 図書館の派遣・委託職員や、かつて図書館員だった人は図書館の仕事についてどう感じているか？

- やはり不満が多いのか？
- 二度と異動したくない所と感じたりしているのか？

(※根本彰先生，三浦太郎さんと分析中)

調査には Yahoo! リサーチを利用した。

Yahoo! リサーチでは次の2段階を踏んで調査を行う:

① **スクリーニング**: 全国 130 万人の登録者(モニター)にいくつか質問し, 調査対象を選抜・抽出する。

例. 「司書資格を持っていますか？」
「現在の職業は何ですか？」

② **本調査**: 抽出されたモニターに対して, ききたい質問を行う。

例. <司書資格を持ち図書館員でない人> 706 人
に対して, 「現在幸せですか？」など。

(1) の司書資格研究におけるスクリーニング調査結果

	TOTAL	短大卒／文系	四大卒／文系	短大卒／理系	四大卒／理系	学生／文系	学生／理系	不明
TOTAL	116253	18420	36365	1910	14677	4653	2431	37797
	100	15.8	31.3	1.6	12.6	4	2.1	32.5
司書資格あり、図書館で働いたことがない人	1406	486	839	3	18	0	0	60
司書資格あり、現在図書館で働いている人	157	32	113	0	1	0	0	11
司書資格なし、図書館で働いたことがない人	75882	17278	34341	1858	14379	0	0	8026
司書資格なし、現在図書館で働いている人	501	104	193	14	115	0	0	75
短大・大学1年生で、司書資格を取得希望あり	69	0	0	0	0	60	9	0
短大・大学1年生で、司書資格を取得希望なし	645	0	0	0	0	410	235	0
短大・大学2年生で、司書資格を取得希望あり	78	0	0	0	0	68	10	0
短大・大学2年生で、司書資格を取得希望なし	1141	0	0	0	0	736	405	0
不明	36374	520	879	35	164	3379	1772	29625



ここから本調査対象者を以下のように無作為抽出した:

- | | |
|---|-------|
| (a) 大学を卒業し、司書資格を持ち、かつ図書館に勤務したことがない者
人 | … 706 |
| (b) 大学を卒業し、司書資格を持ち、かつ図書館に現在勤務している者
人 | … 140 |
| (c) 大学を卒業し、司書資格を持たず、かつ図書館に勤務したことがない者
人 | … 343 |
| (d) 大学を卒業し、司書資格を持たず、かつ図書館に現在勤務している者
人 | … 265 |
| (e) 大学1・2年生で、司書資格の取得を目指している者 | … |

(2) の派遣職員等研究のスクリーニング調査結果

	TOTAL	a派遣職員として 現在勤務	b正規職員として 現在勤務	c嘱託・臨時・パート・アルバイトその他 現在勤務	d派遣職員として 以前勤務	e正規職員として 以前勤務	f嘱託・臨時・パート・アルバイトその他 以前勤務	gこれまで一度も勤務したことがないが、勤務したい
TOTAL	16856	38	141	165	74	240	816	15382
司書資格有り	750	9	39	46	11	57	122	466
司書資格無し	16106	29	102	119	63	183	694	14916



ここから本調査対象者を以下のように無作為抽出した:

割付数	TOTAL	a派遣職員として 現在勤務	b正規職員として 現在勤務	c嘱託・臨時・パート・アルバイトその他 現在勤務	d派遣職員として 以前勤務	e正規職員として 以前勤務	f嘱託・臨時・パート・アルバイトその他 以前勤務	gこれまで一度も勤務したことがないが、勤務したい
TOTAL	470	29	79	79	55	76	76	76
司書資格有り	193	7	29	35	8	38	38	38
司書資格無し	277	22	50	44	47	38	38	38

(1) の司書資格研究の本調査画面例

Q47 司書資格取得に向けたあなたの意欲は次のどれに近いですか。

(回答は1つ)

- 他の科目の履修を犠牲にしても資格に関する科目を履修し資格を取得するつもりである。
- 時間割の都合で資格に関する科目の履修が困難な場合には、資格取得をあきらめるだろう。
- いくつかの授業に出て、課題などが多ければ、資格取得をやめるかもしれない。
- 授業がおもしろくなければ、資格取得をやめるかもしれない。

Q48 司書資格を取ろうと考えた最も大きな理由は何ですか。

(回答は1つ)

- 親や高校時代の先生に勧められたから
- 大学(短大)で勉強する以上、何でもいから資格の一つくらいは取ろうと思ったから
- 図書館で働きたいから
- カッコいい図書館員をみて憧れているから
- 司書資格を持っていると就職に有利だから
- 司書資格に限らず何か資格を持っていると就職に有利だから
- 情報を扱うための技術が身に付くと思ったから
- 図書館が好きだから
- その他

Q49 司書資格をいつ頃から取得しようと考えていましたか。

(回答は1つ)

- 大学(短大)入学後
- 高校生の頃から
- 中学生の頃から
- 小学生の頃から
- その他

ちなみに (1) の司書資格研究の結果は:

- 司書資格を取得しながら図書館員にならなかった者には:
 - 年収は司書資格を持たない一般人よりも低い。
結婚した人の場合、配偶者の年収も一般より低い。
 - 現在の職業に満足していない者が多い。
 - アルバイトやパートが多い。
- 司書資格を持つ図書館員は持たない図書館員よりも:
 - レファレンスサービスや選書といった専門的業務に従事する機会が多い。
 - 年収は低いものの現在の生活に非常に満足している。
- 司書資格を持つ一般人の方が、司書資格を持たない図書館員よりも:
 - 図書館用語やサービスに対する理解が高い。
 - 図書館を利用する者が多い。

[トップ](#)

[高品質の理由](#)

[サービス一覧](#)

[料金表](#)

[調査データ一覧](#)

[ネットリサーチの基礎](#)

[Yahoo!リサーチ > 料金表](#)

料金表

2006年11月13日、スクリーニングの設問数を拡大しました。詳細は[こちら](#)。

表にない設問数・サンプル数についてはお気軽にお問い合わせください。
お問い合わせは[こちら](#)から。

[Yahoo!リサーチスタンダード](#)

[サービス概要を見る](#)

◆HTML画面作成+実査+リアルタイム集計

(単位:円/税別)

設問数 サンプル数	30問	35問	40問	45問	50問	55問
100	342,000	361,000	380,000	399,000	418,000	436,000
300	447,000	476,000	505,000	534,000	563,000	589,000
500	552,000	591,000	630,000	669,000	707,000	741,000
1,000	813,000	877,000	941,000	1,005,000	1,069,000	1,123,000

※調査票はフィックス原稿で入稿をお願いしています。画面作成後の内容変更は有料となります。

●納品物:リアルタイム集計、ローデータ(CSV形式)


●●● お気軽にご相談ください ●●●

[お問い合わせ・資料請求](#)

[お見積もり](#)

登録モニター総数(延べ)
2007年1月末日現在
1,380,628人

[モニター属性 | 管理方法](#)

 [はじめての方へ](#)

- ◇ [ネットリサーチとは?](#)
- ◇ [Yahoo!リサーチの特長は?](#)
- ◇ [どんなモニターがいるの?](#)
- ◇ [調査のサポート体制は?](#)
- ◇ [どんな利用シーンがあるの?](#)

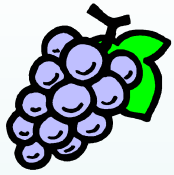
[おすすめ情報](#)

スクリーニング

(単位:円/税別)

設問数 サンプル数	3問	4問	5問	6問
～10,000	70,000	85,000	100,000	140,000
～20,000	100,000	115,000	130,000	170,000
～30,000	130,000	145,000	160,000	200,000
～40,000	160,000	175,000	190,000	240,000
～50,000	190,000	205,000	220,000	280,000
～60,000	220,000	235,000	250,000	320,000
以降10,000ごと	+ 30,000	+ 30,000	+ 30,000	+ 40,000

※ 司書資格調査… 198 万円
派遣等図書館員調査… 99 万円



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

近年、マーケティング・リサーチや社会調査において、インターネット調査が注目を集めている。

→ インターネット調査が注目を集めるようになった背景とは？

- (1) かつての調査環境
- (2) その悪化
- (3) 調査課題の高度化

(1) かつての調査環境

諸外国に比べると:

- 人口が過密である。
- 治安が保たれていた。
- 比較的調査に協力的な国民性があった。
- **住民基本台帳**が、訪問調査や郵送調査で調査対象の抽出枠として適した設計になっており、とりわけ訪問調査の実査で調査員を派遣しやすかった。

→ これら好条件のおかげで欧米などに比べて比較的長い間、最も正統的な調査手法と言われる**訪問面接調査**が**実施しやすかった。**

- 日本のマーケティング・リサーチ業界は巨大な投資を伴うような設備産業に発展することなく、業界のほとんどがいわゆる中小企業によって占められてきた。
- 調査法研究を継続的に遂行する体力を欠くこととなった。

(2) 調査環境の悪化

- **ドアホンの普及**は訪問調査において調査員が調査対象者に面会することを困難にした。
- 生活者のライフスタイルの多様化は**在宅率の低下**を招き、訪問調査や電話調査の実施を困難にした。
- **住民基本台帳**を見せない自治体が増えた。人々のプライバシー意識も高まり、一般世帯の電話帳掲載率が低下した。これらは調査対象者の抽出を困難にした。
- 「アンケート」を名乗る販売促進活動やキャッチセールスが横行し、「アンケート」に**不信感**を募らせた。
- その一方でいわゆるインセンティブ**(謝礼)目当て**の「調査慣れ」した生活者が登場した。

(3) 調査課題の高度化

- 商品・サービスのライフサイクルが短くなり企業の意思決定にかけられる時間が短くなった。調査もその分短期間で終わるものが求められるようになった。
- 商品・サービスのターゲットが細分化された。
 - ターゲットの属性, 意識, 商品の受容性などを解明するのに複雑な設問を用意する必要に迫られた。
 - 当然一度に盛り込む調査項目は増え, このことが調査対象者への負担を招いた(紙に手で記入するのは大変になってきた)。

そんな折にインターネット調査が登場してきた。

→ 1996年が日本におけるインターネット調査元年。
この頃、Yahoo! JAPANをはじめとするインターネット
広告メディアが成立する。

→ インターネット広告メディアは、オーディエンス(視
聴者)がどのようなプロフィールをしているのかを
把握する必要があった(営業取引上必要だった)。

→ こうした動機のもと、インターネット広告メディア
によるインターネット調査がまず開始され
た。

初期に用いられた手法は、インターネット広告メディア内で調査協力を呼びかける「オープン型」と呼ばれるものが主流
(雑誌の読者アンケートのようなもの)。

- その後、調査協力者(回答者)は、購買力があり情報波及力にも優れたイノベーターな生活者であることが判明。
- こうした結果はインターネット広告メディアにとって、自らの媒体力をアピールする有効な営業資料となった。

「インターネットで調査を行うと、市場の先行指標となりうる未来の生活者の意見を得ることができる」

- 商品・サービスを販売する企業が、インターネット調査に注目し出した。

この頃、より多様な調査テーマに対応できるために、それまでの「オープン型」から、**数万人の調査対象を囲い込む「クローズド型」**へと発展するようになる。

→ 「出現率が極めて低い調査対象でも、十分なサンプルを確保できます」。

→ インターネット調査は設備産業的な色彩を強めていく。

- ・ アンケート調査システムを構築するだけであれば、調査員の訓練などは必要ない。
- ・ 他社も調査ノウハウをそれほど蓄積していない。

→ 従来からのマーケティング・リサーチ会社よりは、プロバイダーやシンクタンク、ベンチャー企業など**異業種参入組**が業界の中心となった。

マーケティング・リサーチと社会調査・学術調査

- **マーケティング・リサーチ(市場調査)**は、専ら企業が調査結果の受け取り手であり、企業的意思決定に用いられる。

ある商品・サービスの好感度は「72.1%か69.3%なのか？」などよりも「競合他社との差はどの程度か?」「前回調査時よりスコアは上がったか?下がったのか?」などの方が重要。

- それに対して**社会調査**は、不特定多数が結果の受け取り手となる。受け取り手によって結果の利用法は様々である。調査結果には、公的機関が公表するにふさわしい代表性・汎用性があることが期待される。

→ インターネット調査は、市場調査には良いとしても、社会調査や学術調査に用いて良いものか?

→ 後述のように色々な問題が指摘されている。**だが:**

海外では既に、シンガポール、韓国、アメリカでインターネットを使った国勢調査（人口センサス）が実施されている。

- ・ シンガポールでは、国民を管理するデータベースが整備されている。2000年、このデータベースを基に20%の世帯を抽出し、インターネットで回答してもらった。
- ・ アメリカでは6万5千件（全世帯の約0.06%）から回答を得た。
- ・ 韓国でも2005年11月、インターネット調査が導入された。

日本でも計画は進んでいる。

2003年7月17日に各府省情報化統括責任者(CIO)連絡会議で決定された「電子政府構築計画」では、「業務・システムの最適化」を政府全体で取り組むこととされた。

→ 「業務処理過程の重複等の徹底した排除、各府省共通業務・類似業務における共通システムの利用や業務・システムの一元化・集中化」が目指され、各府省が行う「統計調査等業務」もその対象に。

→ そのため、2005年4月8日、「統計調査等業務の

業

務・システムの見直し方針」が定められ、本年度末までに計画を策定することになっている。

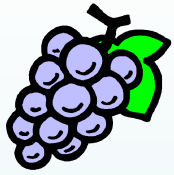
(参考) その統計調査システムの方針

- 調査対象者が持つパソコンで回答できるようにする。
- 電子調査票のフォーマットは PDF を標準とする。
- 電子調査票の送受信では SSL を用い、認証には政府認証基盤(GPKI)を用いる。
- 回答者には郵送で ID とパスワードを配布し、本人確認を行う。
- オフラインでも回答・提出できるようにする。
- 市町村, 都道府県等の調査組織から, 霞が関 WAN, 総合行政ネットワーク(LGWAN)を通じたサーバへのアクセスを可能とする。
- サーバは中央に一元設置する。

学術分野でのインターネット調査利用例

- ・ 秋山一男, 大田健 (2006)「喘息コントロールテストの有用性:喘息患者を
対象としたインターネット調査による」医薬ジャーナル, vol.42, no.8,
p.136-145.
- ・ 菊池啓 (2004)「膝の痛みについての受診行動に関する生活者インター
ネット調査」新薬と臨床, vol.53, no.4, p.468-475.
- ・ 大野重昭, 高村悦子ら (2004)「 Web アンケートを用いた「眼のかゆみ」
に関する実態調査」アレルギー・免疫, vol.11, no.12, p.1636-1646.
- ・ 森田一三, 外山敦史ら (2003)「インターネット調査による歯科に関する
語の認知と個人属性の関係」口腔衛生学会雑誌, vol.53, no.3, p.211-
220.

→ 医学分野で利用されつつある。



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

インターネット調査の利点①（以下は本質的でないものも含む）

a) 調査に必要な作業が少ない。

- 郵送調査や訪問調査の場合、まず調査対象者名簿を入手する必要がある（「司書資格を持ち図書館員にならなかった者」などは連絡先を特定するのが困難。ほとんど不可能）。
- 郵送調査の場合、調査票の印刷・封入などの手間がかかる。
- また同じく、回答をコンピュータに入力する手間もかかる。

b) そのため迅速に結果が得られる。

- 司書資格調査も派遣職員調査も調査票提出から2週間程度で結果が得られた。

インターネット調査の利点②（以下は本質的でないものも含む）

c) **低コスト**である。

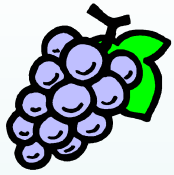
→ 冒頭で挙げた金額は高いように感じるかもしれないが、同じサンプル数を訪問調査で確保しようとしたら 2,000 万円近くかかる。

d) マルチメディア対応の調査票が作れる。

→ 音楽を聴いて評価してもらうなど。

e) 回答行動の電子的追跡(トラッキング)が可能。

→ 回答に何分かかったかなど。



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

インターネット調査の欠点

大隅昇

1940年11月生まれ

1972年 日本大学工学研究科修士課程卒業

1972年 統計数理研究所研究員

1985年 同助教授

1991年 同教授

2004年 同名誉教授

<主な著書>

- 統計的データ解析とソフトウェア（日本放送出版協会，1989）
- データ解析と管理技法（朝倉書店，1979）
- 記述的多変量解析法（日科技連出版社，1994）

インターネット調査の欠点

a) 登録者(モニター)の代表性に疑問がある。

→ モニターは一体誰を代表しているのか？

b) 一般に回答率が低い？

c) 虚偽, 代理など不正回答が混入しやすい？

インターネット調査の欠点

調査の結果と母集団との差である「誤差」は、以下の5種類の原因で発生すると言われる:

- ① **カヴァレッジ誤差**: 対象母集団（調査の対象となる全体。例: 国民全体）と枠母集団（標本抽出枠。例: 住民基本台帳）のずれから生ずる誤差。調査対象者の抽出に利用する対象者リストが不完全なために生じる。
- ② **標本誤差**: 枠母集団全数ではなく計画標本（枠母集団から抽出した実際の調査対象）を調査することによる誤差。

→ インターネット調査で問題になる「誤差」は主にこの2つ。

インターネット調査の欠点

調査の結果と母集団との差である「誤差」は、以下の5種類の原因で発生するとされる:

- ③ **無回答誤差**: 計画標本の一部から情報(回答)が得られなかったことに起因する誤差。
- ④ **測定誤差**: 回答者の真の特性と回答された測定値とのずれから生ずる誤差。回答者による質問の誤解, 虚偽回答などが原因で生じる。
- ⑤ **集計誤差**: 回答のウエイト付けその他の集計方法に起因する誤差。

→ これらはインターネット調査に限らず従来手法でも起こる。

インターネット調査の欠点

調査対象者を選ぶ場合は、住民基本台帳から単純

無作為抽出で選ぶ、選挙人名簿から層化2段確率比例抽出により選ぶ、などが必要。

→ 調査対象をそのように抽出することで、母集団の傾向を確率的に推定することが可能になる

。

→ インターネット調査のモニターは、このようなサンプリングを経ていないので、得られた結果から母集団の傾向を確率的に推定することができない。

インターネット調査の欠点

実際、インターネット調査回答者には次のような偏り(特徴)があった(本多 (2005), 山形 (2006))。

a) 属性について:

- **高学歴**である(中卒, 高卒が少なく, 大学卒が多い)
- **専門・技術職**が多く, 技能・労務職が少ない
- 大企業勤務者が多い
- 内職, 自営業, 派遣社員が多い
- 正社員が少なく, 非正規従業員が多い
- 勤続年数が短い, 労働時間が短い者が多い
- 「家事のかたわら仕事」をしている者が多い

インターネット調査の欠点

実際、インターネット調査回答者には次のような偏り(特徴)があった(本多 (2005), 山形 (2006))。

b) 意識について:

- 終身雇用, 年功賃金などの日本型雇用慣行への評価が低い。
- 平等社会よりも競争社会への志向が強い。
- **生活についての満足度が低い。**
→ ただし吉村 (2001) は逆の傾向を見出している。
- 社会に不公平感を感じている人が多い。
- **物質・金銭志向**がある。
- 健康, 収入, 老後生活などに対する不安感が強い。
- 生活に充実感を感じている人が少ない。

インターネット調査の欠点

調査に回答すると、謝金又は謝金に相当するポイントがもらえることから、「**小遣い稼ぎ**」のためモニターに登録する人がいる。

- 本多 (2005) : 週に1度以上インターネット調査に回答していた回答者が全体の7割以上を占める調査会社もあった。
- 吉村 (2001) : 週に1度以上インターネット調査に回答していた回答者は、調査会社によって異なるものの、およそ男性で10～20%、女性で15～30%であった。

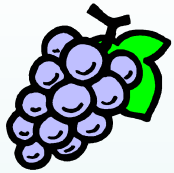
→ このようなモニターの態様は、インターネット調査の回答内容にみられた「物質・金銭志向」と整合的。

インターネット調査の欠点

インターネット調査の回答者には、このように金銭指向があり、また定義上インターネット利用者でもある。

→ これらが偏りを生んでいると見られている。

→ 年齢や居住都道府県などで補正しても効果は少ない。



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

改善の方向①

朝日新聞社の調査システム

朝日新聞社は 1992 年から電話回線を使ったテレジェニック専用端末によるオンライン調査システムを稼働し、広告接触率などを調査してきた。この調査の流れは以下の通り:

- 1) 住民基本台帳から世帯を無作為抽出する。
- 2) 抽出した世帯に調査協力を依頼し応諾を得る。
- 3) 応諾した世帯に専用端末(テレジェニック・タッチパネル方式)を貸与し、操作方法他を説明する。
- 4) こうして得られた登録者集団に対して、オンラインで調査を行う。

改善の方向①

朝日新聞社の調査システム

住民基本台帳から標本を無作為抽出している点が、(一般的な)インターネット調査と異なる。

朝日新聞社は2004年からテレジェニック端末をパソコンに変えた。調査の流れは先ほどと同じ。

→ パソコンを持たない人には貸与し、インターネットの使い方も教えた上で回答してもらう。

→ インターネットの使い方を覚えるということが、その人の人生観
その他に影響を及ぼし、回答傾向を変えたりしないのだろうか??

改善の方向②

ハリスインタラクティブのプロペンシティ・スコア (住本 (2002))

※ハリスインタラクティブは米国のニューヨーク州ロチェスター市に本社を置く市場調査会社。

RDD (Random Digit Dialing) サンプリングによる電話調査とインターネット調査を毎月行っている。

→ 両者の異同に基づいて、調査対象層の回答率 p をロジスティック回帰分析によって推定し、重み付けを行う。

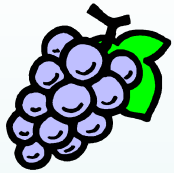
$$\text{Logit}(p) = b + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots$$

ここで説明変量 x_1, x_2, \dots は回答者の各種行動や態度。

改善の方向②

ハリスインタラクティブのプロペンシティ・スコア (住本 (2002))

- 電話調査とインターネット調査を併用することで、それぞれ単独よりも正確な予測ができるとしている。
- 2000年の大統領選挙では、ブッシュとゴアの支持率を全米で最も正確に予測していた。



本発表の構成

1. はじめに
2. これまでの経緯・背景
3. インターネット調査の利点
4. インターネット調査の欠点
5. 改善の方向
6. おわりに

おわりに

- いくつかの手法を組み合わせるのが有効。
- 住民基本台帳などを使って対象母集団の推定が可能なモニターを作るのが重要。
- 産官学の協力が有効。

関連文献①

- 1) 朝日新聞社東京本社広告局営業推進部 (2005) 「DATA&ANALYSIS インター
ネット調査の可能性を探る:ウェブ方式の紙面調査導入」広告月報, vol.538,
no.1, p.40-45.
- 2) 朝日新聞社東京本社広告局営業推進部 (2004) 「DATA&ANALYSIS インター
ネット調査の可能性を探る:既存モニターパネルを利用した広告接触率調査比較」
広告月報, vol.526, no.1, p.40-47.
- 3) 内田哲郎 (2004) 「日本のリサーチ業界事情 第28回経營業務実態調査結果
報告 調査事業売上高の増加維持:インターネット調査が急増, 環境変化に拍車」
マーケティング・リサーチャー, vol.97, p.63-81.
- 4) 大隅昇 (2006) 「インターネット調査の抱える課題と今後の展開」エストレーラ,
vol.143, p.2-11.
- 5) 大隅昇 (2002) 「インターネット調査の適用可能性と限界:データ科学の視点から
の考察」行動計量学, vol.29, no.1, p.20-44.
- 6) 萩原雅之 (2001) 「インターネット調査の現状と課題」社会情報, vol.11, no.1,
p.129-137.
- 7) 小林和夫 (2006) 「インターネット調査および出口調査で配慮すべき点:
ESOMAR/WAPOR の新世論調査ガイド」日本世論調査協会報, vol.97,
p.62-67.
- 8) 住本隆 (2002) 「インターネット調査に要求されるもの:ハリスインタラクティブの

関連文献②

- 9) 猫田泰敏 (2005)「インターネット調査の実際と課題」看護研究, vol.38, no.2, p.153-163.
- 10) 平石郁生 (2005)「インターネット調査の現状と将来:いかに調査精度を高め
て
いくか」朝日総研レポート, vol.179, no.4, p.117-126.
- 11) 細井勉 (2002)「マーケティング・リサーチ領域におけるインターネット調査概
論:
現状と展望」エストレーラ, vol.95, p.2-10.
- 12) 本多則恵 (2006)「インターネット調査・モニター調査の特質:モニター型イン
ター
ネット調査を活用するための課題」日本労働研究雑誌, vol.48, no.6, p.32-41.
- 13) 本多則恵 (2005)「社会調査へのインターネット調査の導入をめぐる論点:比
較
実験調査の結果から」労働統計調査月報, vol.57, no.2, p.12-20.
- 14) 前田忠彦, 大隅昇 (2006)「自記式調査における実査方式間の比較研究:ウェブ
調査の特徴を調べるための実験的検討」エストレーラ, vol.143, p.12-19.
- 15) 山形成彦 (2006)「安易なインターネット調査の危険性」ESP Economy
Society
Policy, vol.492, p.71-73.
- 16) 吉村宰 (2001)「インターネット調査にみられる回答者像, その特性」統計数
理,
vol.49, no.1, p.223-229.
- 17) 労働政策研究・研修機構研究調整部研究調整課編集 (2005)「インターネット
調査は社会調査に利用できるか:実験調査による検証結果(労働政策研究報