

# 調査員の視点からみた訪問調査 — 2021年、2014年調査員アンケートから

企画調査部 中野 道明

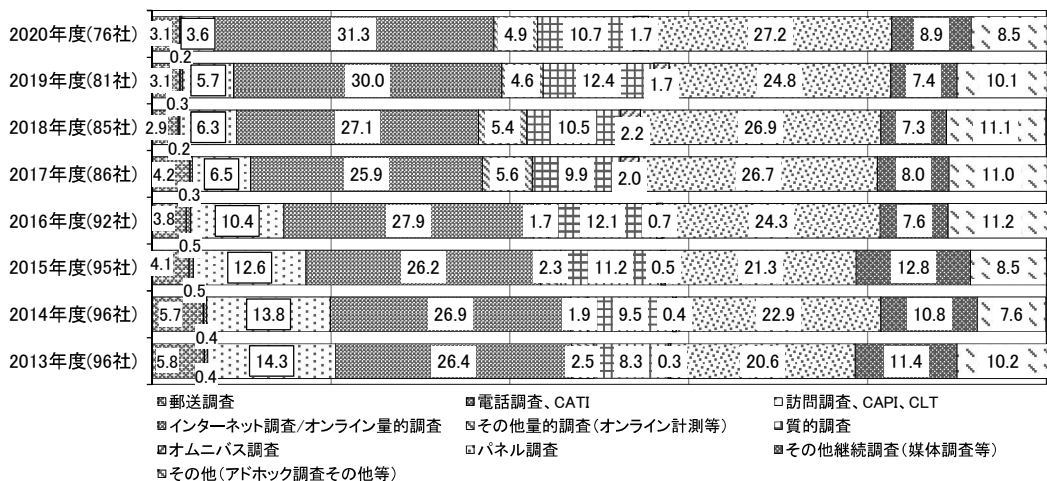
統計調査、社会調査、市場調査の実施にも大きな影響をもたらした新型コロナウイルス感染症の発生から約1年経った2021年4月、訪問調査に携わる全国の調査員に対して、調査活動についてのアンケート調査を実施した。2014年に行った調査員アンケートの結果と比較しながら、コロナ禍における調査環境の変化と今後の訪問調査等、調査員の視点でみた訪問調査の現状と意見などについて、報告する。

## ◎調査会社の売上に占める訪問調査

調査員による訪問調査の調査業界における現状の位置づけとして、各種調査の実施状況を、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会が正会員社に対して行っている「経營業務実態調査」<sup>1)</sup>から、2013年度以降の調査手法別の売上高構成比についてみる(図1)。

「訪問調査(グラフの左から3番目)」の売上高構成比は、2013年度の14.3%から2020年度は3.6%と約11ポイントの減少となっている。訪問調査は、コロナ禍以前から減少傾向が続き、調査業界内での売上規模では小さい。調査手法別で最も高い構成比の「インターネット調査」(グラフの左から4番目)は、2013年度の26.4%から2020年度は31.3%と約5ポイントの増加となっているが、7年間の伸び率は大幅な増加ではない。「パネル調査(グラフの右から3番目)」が、2013年度の20.6%から2020年度27.2%と約7ポイントの増加となっている。

図1 調査手法別売上高構成比(「経營業務実態調査」日本マーケティング・リサーチ協会)

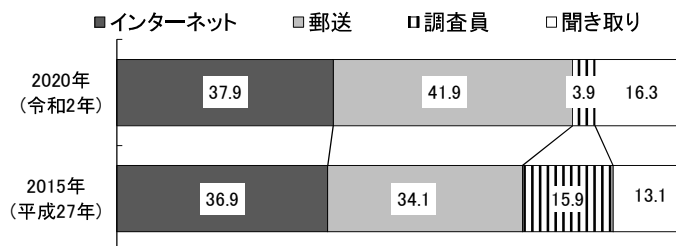




### ◎国勢調査における調査員による回収

最大規模の調査員調査である国勢調査での、調査票の回収方法別の割合<sup>2)</sup>を2020年（令和2年）と2015年（平成27年）でみると、調査員による回収は、2015年国勢調査で15.9%、不在等で調査票の回収ができなかった世帯に対する聞き取りとあわせると29%を占める（図2）。2020年国勢調査では、インターネット回答が積極的に推進され、必達目標が40%とされたものの、インターネット回答は2015年から1ポイント増加の37.9%にとどまった。2020年国勢調査は、調査員による回収は3.9%、聞き取り16.3%とあわせて20.2%と、インターネット回収の伸び悩みの分、依然としてかなりの部分を占めている。2020年はコロナ禍での実施であったため、感染拡大を防止する観点から調査員による調査票の配布・回収は、インターホン越しの対応やポストイングといった非接触の方法が導入された。聞き取り調査にしても、コロナ禍で近隣世帯との接触も困難を伴ったことが想像される。国勢調査をはじめとする、高い精度が求められる調査においては、調査員の果たす役割は依然として大きい。

図2 国勢調査の回答方法別割合



### ◎調査活動に関するアンケート

#### ー調査員のプロフィール

今回2021年、および前回2014年に登録調査員約500名を対象に、調査活動の現状や調査環境への認識などをテーマに、郵送法で実施したアンケートの概要は、以下のとおりとなっている。

	2021年調査	2014年調査
実施時期	2021年4月27日～5月18日	2014年9月12日～10月10日
調査方式	郵送法	郵送法
発送数	503名（5月時点、稼働調査員全数：全国）	478名（9月時点、稼働調査員全数：全国）
回収数	339名（回収率67.4%）	315名（回収率65.9%）

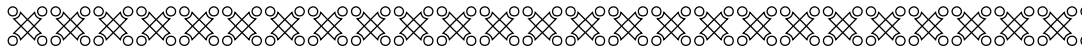


図3 性別

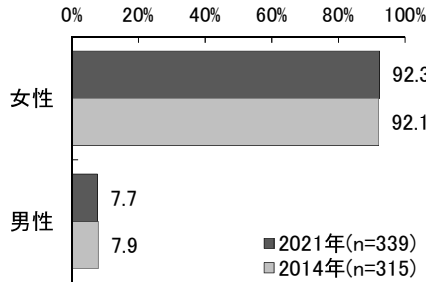
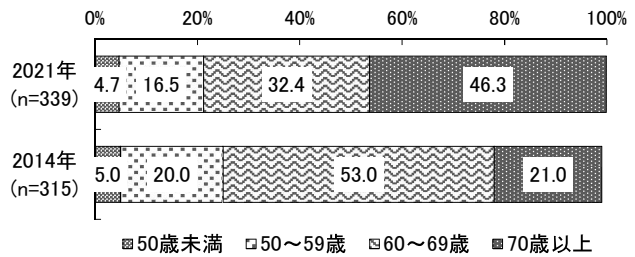


図4 年代



調査員の性別は、2021年調査で「女性」が92.3%、「男性」は7.7%となっている（図3）。2014年調査と比べて、男女比に大きな差はない。

年齢は、2021年調査で「70歳以上」が46.3%、「60～69歳」が32.4%、「50～59歳」が16.5%となっている（図4）。「60歳以上」が78.7%で、「70歳以上」の割合は、2014年調査より約25ポイントの増加である。前回2014年からの7年間で調査員の高齢化が一層進んだ。

調査員の居住地域は、2021年調査で「関東」が21.5%、「東海」が15.0%、「東京都」が13.6%などとなっている（図5）。2014年調査と比べて、「関東」で約4ポイント、「東京」と「近畿」で約3ポイントの減少で、「九州」と「東北」では約4ポイントの増加となっている。

経験年数は、2021年調査で「20～24年」が16.2%で最も多く、次いで「15～19年」と「25～29年」が15.0%、「30～34年」が12.7%となっている（図6）。経験年数が「30年以上」の割合は、2014年調査より10ポイント以上増加している。

図5 居住地域

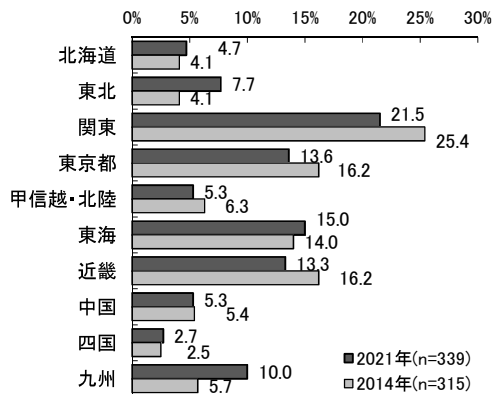
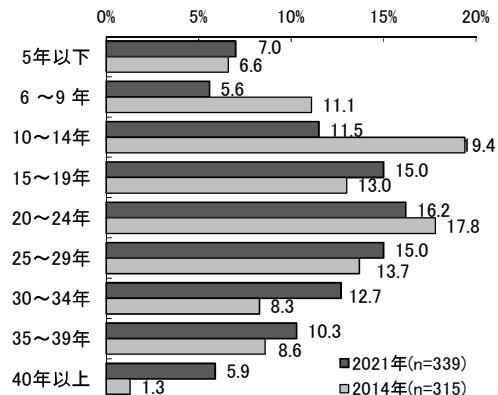


図6 調査員経験年数



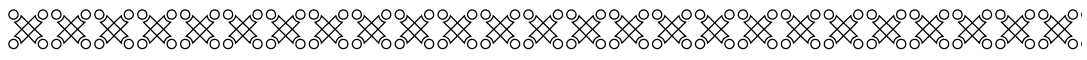


図7 登録会社数

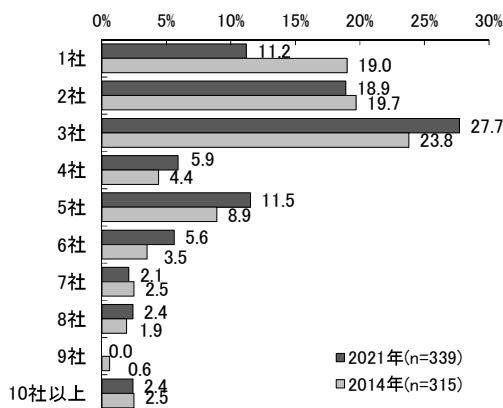
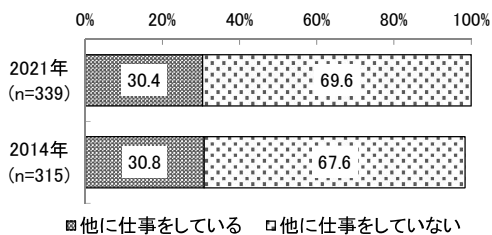


図8 他に仕事をしているか



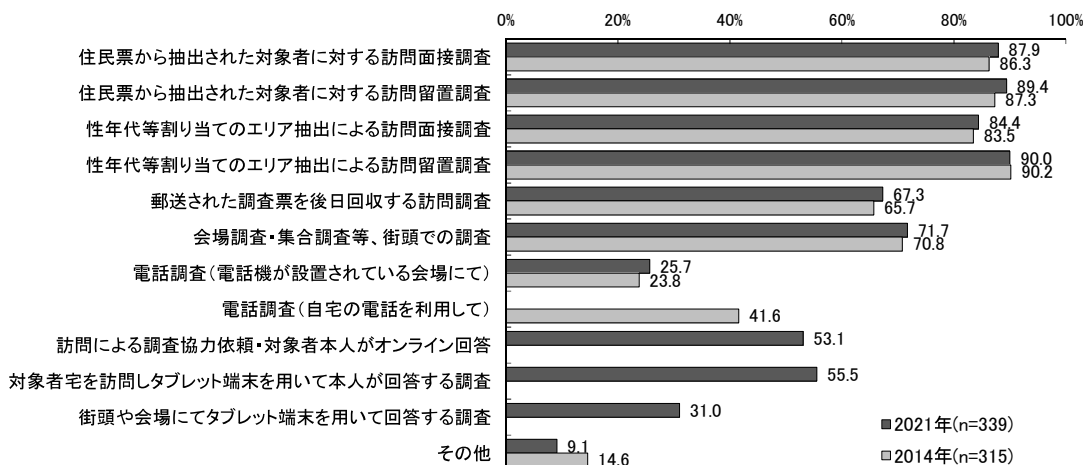
調査員の登録会社数は、2021年調査で「3社」が27.7%と最も多く、次いで「2社」が18.9%、「5社」が11.5%、「1社」のみが11.2%となっている（図7）。「4社以上」に登録している調査員は、29.9%で、2014年調査より約6ポイント増加している。

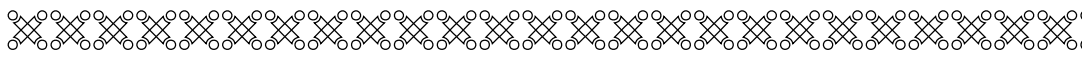
調査員以外の仕事の有無は、2021年調査で「他に仕事をしていない」が69.6%、「他に仕事をしている」が30.4%となっている（図8）。

◎これまでに経験した調査、コロナ禍（2020年4月）以降に担当した調査

今までに担当したことがある調査は、2021年調査で「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問留置調査」が90.0%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問留置調査」が89.4%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が87.9%、「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問面接調査」が84.4%となっている（図9）。

図9 これまでに経験した調査



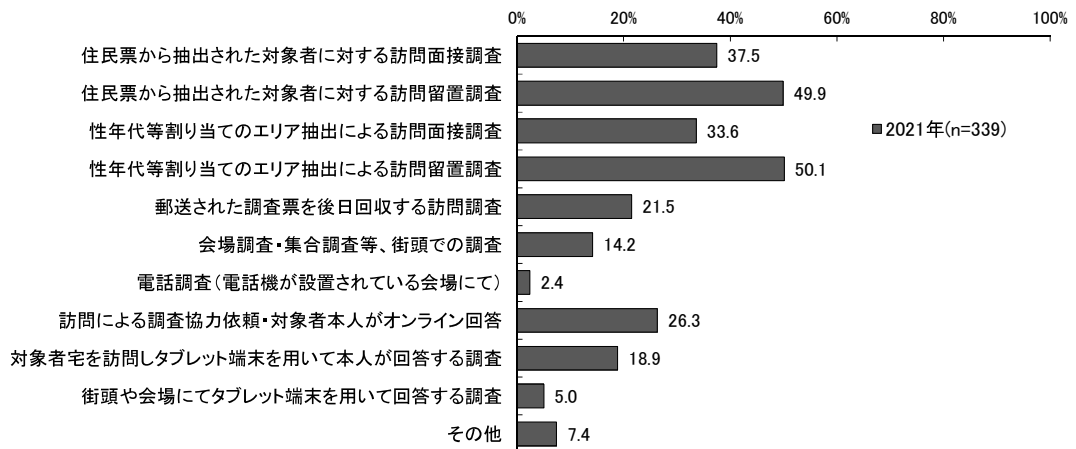


これまでに経験した調査は、2014年と大きな違いはない。その他の内容としては、「ホームユーステスト（HUT）」や「製品テスト・製品モニター」などである。

2021年調査で新たに加えた「対象者宅を訪問しタブレット端末を用いて本人が回答する調査」は55.5%、「訪問による調査協力依頼・対象者本人がオンライン回答」が53.1%となっている。

2020年4月以降に担当した調査は、「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問留置調査」が50.1%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問留置調査」が49.9%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が37.5%、「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問面接調査」が33.6%となっている（図10）。

図10 2020年4月以降に担当した調査

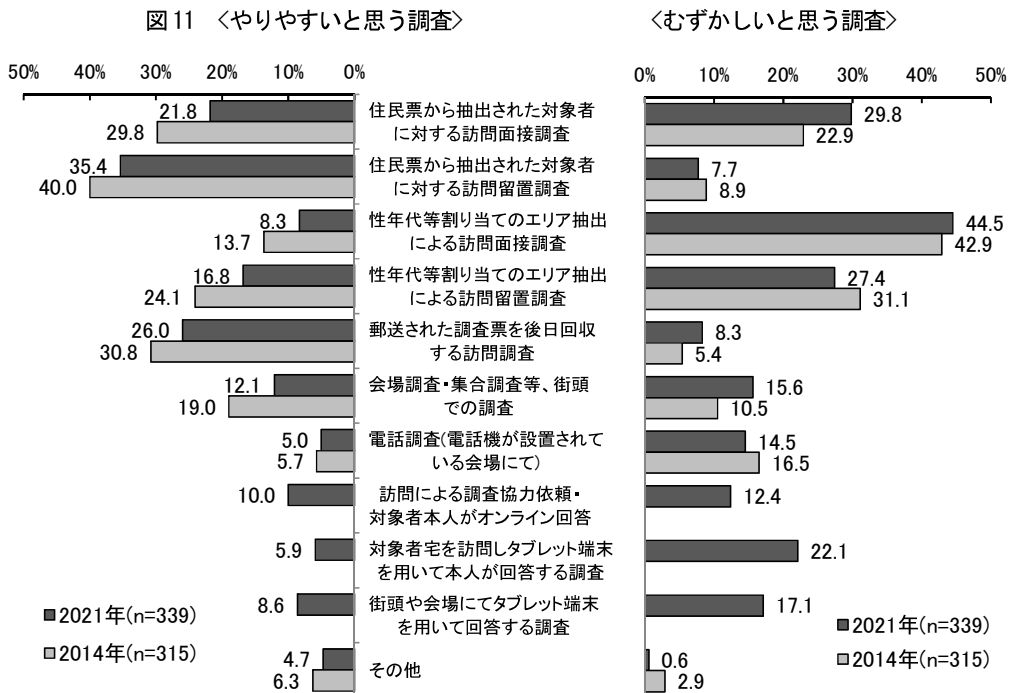


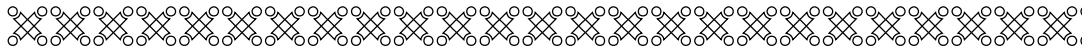


### ◎ やりやすい調査、むずかしい調査

調査の実施が容易だと思う調査は、2021年調査で「住民票から抽出された対象者に対する訪問留置調査」が35.4%、「郵送された調査票を後日回収する訪問調査」が26.0%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が21.8%となっている（図11）。

調査の実施が困難だと思う調査は、2021年調査で「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問面接調査」が44.5%、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が29.8%、「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問留置調査」が27.4%となっている（図11）。2014年調査と比べて、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が約7ポイント増加している。「住民票から抽出された名簿のある」訪問調査（留置、面接）が、やりやすい調査と考えられており、「性年代等割り当ての名簿のない」訪問調査（面接、留置）は、むずかしい調査と考えられている。

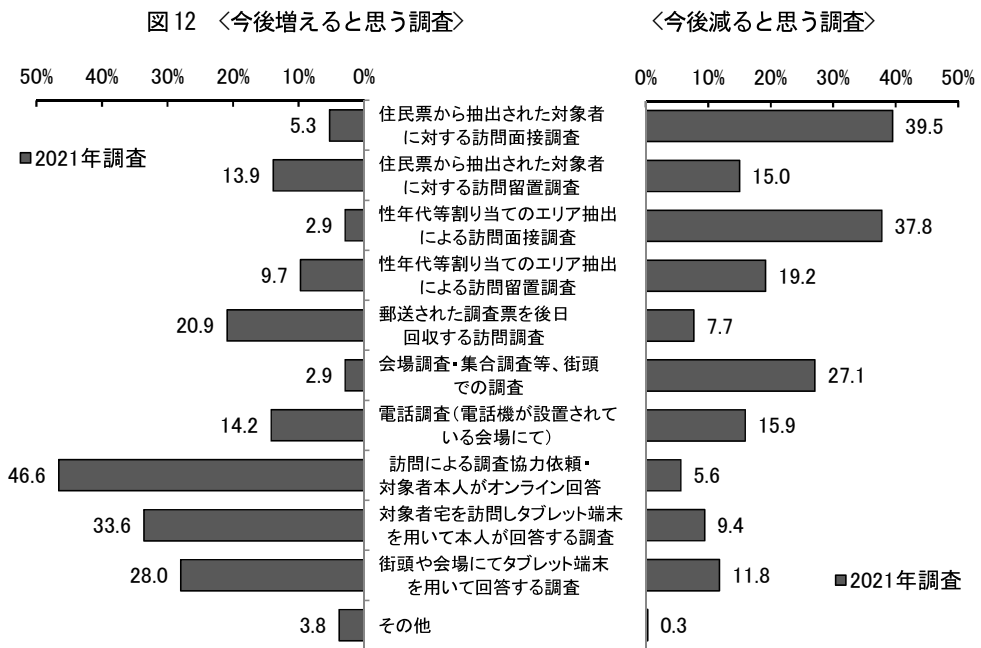




### ◎今後増えると思う調査、減ると思う調査

2021年調査で新たに加えた、今後増えると思う調査は、「訪問による調査協力依頼・対象者本人がオンライン回答」が46.6%、「対象者宅を訪問しタブレット端末を用いて本人が回答する調査」が33.6%、「街頭や会場にてタブレット端末を用いて回答する調査」が28.0%、「郵送された調査票を後日回収する訪問調査」が20.9%となっている（図12）。

今後減ると思う調査は、「住民票から抽出された対象者に対する訪問面接調査」が39.5%、「性年代等割り当てのエリア抽出による訪問面接調査」が37.8%、「会場調査・集合調査等、街頭での調査」が27.1%となっている（図12）。

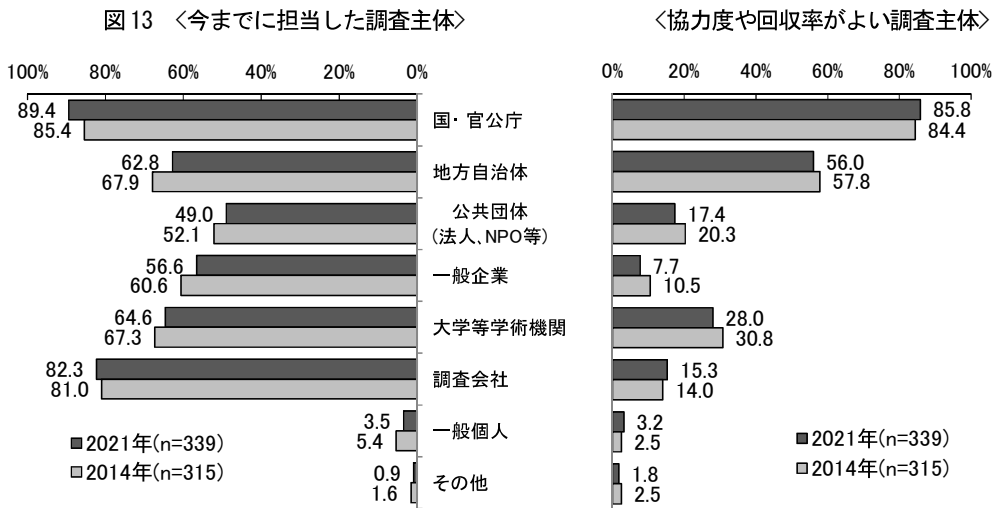




### ◎協力度や回収率がよい調査主体

今までに担当した調査主体は、2021年調査で「国・官公庁」が89.4%、次いで「調査会社」が82.3%となっている（図13）。

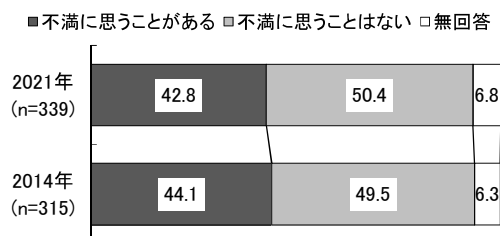
実際に担当した調査主体の中で協力度や回収率がよいと感じるものは、2021年調査で「国・官公庁」が85.8%、次いで「地方自治体」が56.0%となっている。いずれも、2014年調査と同様の結果であった。



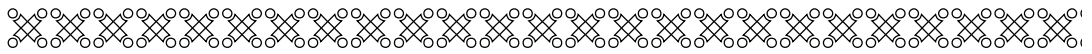
### ◎調査員の不満と喜び

調査を担当していて「現在」不満に思うことがある者は、2021年調査で42.8%、「現在」不満に思うことはない者が50.4%となっている（図14）。「現在」不満に思うことの内容としては、「コロナ禍で仕事が減っている」21件、「調査手当への不満」20件、「対面（面接）調査が難しい」15件、「個人情報で協力度が低い」15件、「説明前に拒否される」12件、「コロナが不安」12件などとなっている。

図14 現在不満に思うこと







調査を担当して「今までに」不満に思ったことがある者は、2021年調査で54.6%、「今までに」不満に思ったことはない者が38.1%となっている(図15)。不満に思ったことがある内容としては、「手当が安い」38件、「割付が大変」16件、「拒否される」15件、「謝礼が少ない」7件などとなっており、ほかに「在宅率が低い」、「セールスや詐欺と思われて会えない」、「オートロックで会えない」などがあげられている。

「現在不満思うこと」、「今までに不満に思ったこと」は、コロナに関すること以外は、2014年調査との違いはなかった。

調査を担当して今までに嬉しく思ったことがある者は、2021年調査で81.7%、嬉しく思ったことはない者が12.1%となっている(図16)。嬉しく思ったことの内容としては、「調査対象者とのやり取り(ねぎらいの言葉・感謝、心遣い)」122件、「調査対象者の協力」59件、「調査が完了したとき」24件、「人との出会い」14件などとなっている。「大変ですね。頑張ってくださいと言われたとき」、「こころよく回答してくれたとき」、「協力的な対象者に会ったとき」という回答が多く、調査対象者との関わりで嬉しく思うことが多くある。「嬉しく思ったこと」の内容は、2014年調査との違いはなかった。

図15 今までに不満に思ったこと

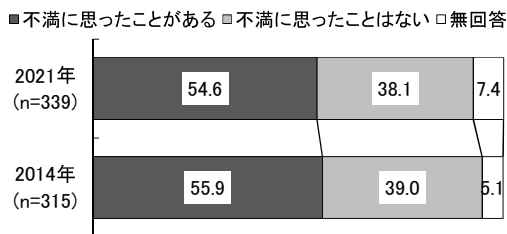
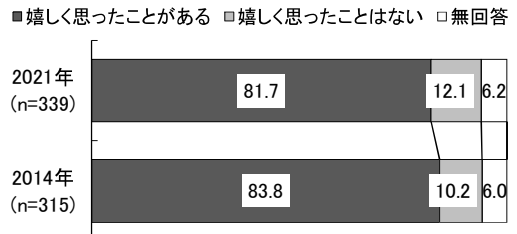


図16 今までに嬉しく思ったこと



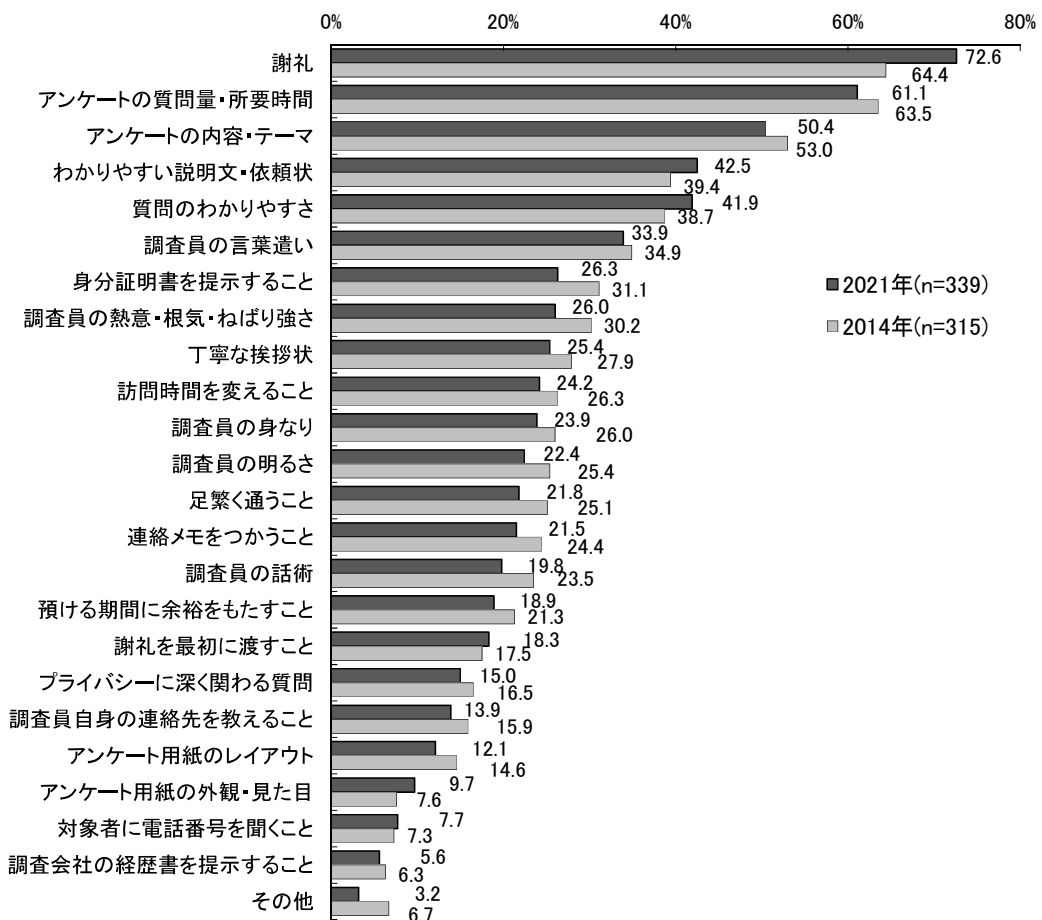


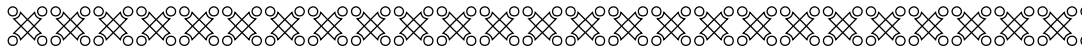
### ◎何が回収率を上げるか

調査員が「回収率が向上するのに大いに関係すると思うもの」は、2021年調査で「謝礼」が72.6%、「アンケートの質問量・所要時間」61.1%、「アンケートの内容・テーマ」が50.4%となっている(図17)。「謝礼」は、2014年調査の64.4%から約8ポイント増加している。

2014年調査と同様に、調査員には「謝礼」の金額や「アンケートの質問量・所要時間」、「アンケートの内容・テーマ」などが、依頼のしやすさと協力度・回収率に最も関係すると考えられている。

図17 回収率の向上に大いに関係すると思うもの

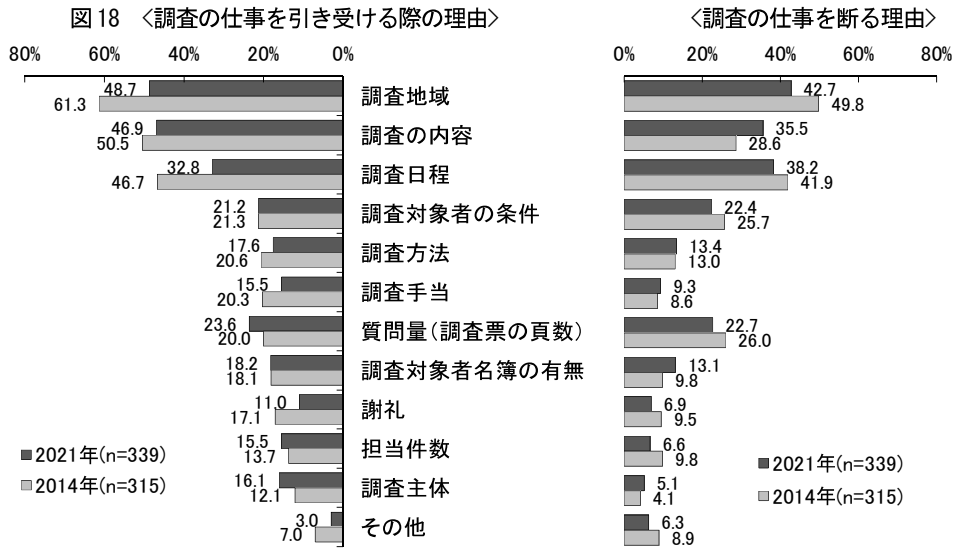




### ◎仕事の取捨選択理由

調査の仕事を引き受ける際の理由は、2021年調査で「調査地域」が48.7%、「調査の内容」46.9%、「調査日程」が32.8%となっているが、2014年調査より割合は減っている（図18）。

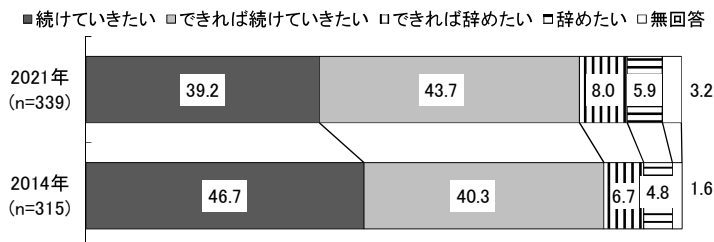
調査の仕事を断る際の理由は、2021年調査で「調査地域」が42.7%、「調査日程」が38.2%となっている。「調査の内容」は、2021年調査が35.5%で、2014年調査の28.6%より約7ポイント増加した。仕事を引き受けるか断るかの判断理由としては、「調査地域」、「調査日程」、「調査の内容」が主なものとなっている。



### ◎調査員を続ける理由

今後も調査員を続けていきたいかたずねると、2021年調査で「続けていきたい」が39.2%、「できれば続けていきたい」が43.7%、あわせて82.9%が「今後も続けていきたい」と考えている（図19）。「できれば辞めたい」、「辞めたい」は、あわせて13.9%であった。2014年調査に比べて、「続けていきたい+できれば続けていきたい」の割合が87.0%から82.9%と約4ポイント減少した。

図19 調査員継続意向



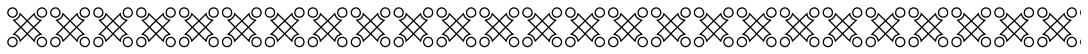


図20 調査員を続けていきたいと思う理由

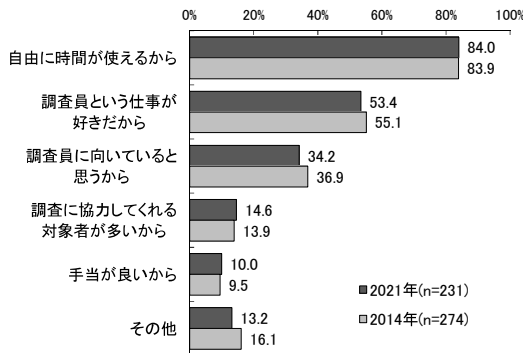
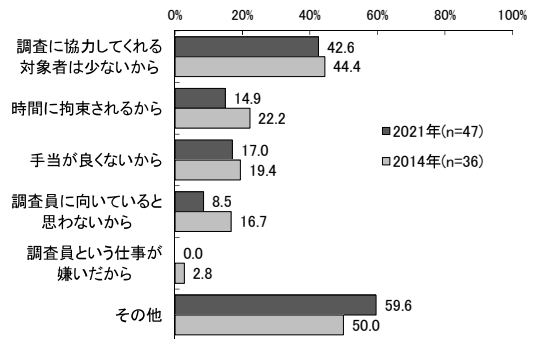


図21 調査員を続けたくないと思う理由



調査員を続けていきたい理由は、2021年調査では「自由に時間が使えるから」が84.0%と最も多く、次いで「調査員という仕事が好きだから」が53.4%となっている（図20）。その割合は、2014年調査と大きな違いはない。その他の理由としては、「社会と接することができる」、「いろいろな人と話ができる」、「年齢、職業、その他色々な立場の人の思考を知るということは見識が広がる気がする」などとなっている。

調査員を続けたくない理由は、2021年調査では、「調査に協力してくれる対象者が少ないから」が42.6%と最も多い（図21）。その他の理由としては、「体力的、年齢的に限界、無理」となっている。

### ◎最も変化したのは「個人情報」に関すること

「調査員を始めた頃と現在で、最も変化したと思うこと」について自由記述を求めると、「個人情報やプライバシー」に関する事柄 123 件、その他では、「オートロックで入れない」、「インターホンで断られる」などで、2014年調査と同様となっている。

環境面の変化のほかには、「断られてもめげなくなった」、「拒否されても切り替えて次に向かうことができるようになった」、「調査対象者に嫌な事を言われても気にしなくなった」という調査員としての自身の変化についての回答もみられた。

### ◎印象に残っていること

「今まで調査をしてきたなかで、一番思い出に残っていること」について自由記述を求めると、「調査対象者とのやり取り」に関する事柄 133 件、「調査完了による達成感」16 件、「社会に貢献している実感」14 件で、具体的には「昼食やお土産を頂いたこと」、「快く応対していただき、お茶やコーヒー、ケーキまで出して頂けたこと」、「調査が思うように進まない時に優しく言葉をかけられ、親切にしてもらえたこと」、「説明を理解して協力してくれたこと」などとなっている。調査対象者とよい関係性を築いて、調査協力を結び付けている。「住民の問題意識の高いテーマを盛り込んだ調査で非常に高い回収率を達成したこと」、「調査の重要性をきちんと理解し自分が選ばれたことをとて



も喜んでくれた人がいたこと」という思い出もあった。

一方、「断られ続け、拳句の果てに頭ごなしに怒鳴られたこと」、「変なおじさんに追いかけられたこと」、「ナイフを持って出てきた」など怖い目に遭っていることもある。2014年調査でも思い出に残っていることは、「調査対象者とのやり取り」に関するものが最も多かった。

### ◎接触がむずかしい世帯へのアプローチ

「接触が難しい世帯へのアプローチとして、行っていることや考えていること」について自由記述を求めると、「連絡メモを残す」109件、「時間帯や曜日を変えて訪問」45件で、具体的には「調査内容の説明文を付ける」、「訪問形跡を残す、不在メモを残す」、「自分の携帯電話番号を記入する（連絡をもらえることもある）」など、連絡メモを有効に活用している。ほかには、「オートロックマンションなどは管理人にうかがって（挨拶をして）から訪問ボタンを押す」、「集合住宅に出入りする住人へ事情を説明し中に入れて頂いたことがある」、「オートロック式の方がやり易い（抵抗感はない）」、「アプローチの際、インターホン越しで相手の協力度を判断しやすい、調査時間を短縮できる」などとなっている。

### ◎コロナ禍で変化したこと

「コロナ禍による調査環境の変化等、今後の状況について感じること」について自由記述を求めると、「コロナの影響で調査困難」117件、「郵送・Web調査が多くなる」45件、「訪問・面接調査は難しい」32件で、具体的には「コロナが終息するまで訪問調査は難しい」、「訪問調査はできなくなり、ズームやインターネット調査が主流になる」、「今後の調査活動は不安だらけ。マスク、除菌と感染対策を徹底していても、いつどうなるか分からない現状。特に対面調査はリスクが大きく、自分が感染すると家族など関わった人にも迷惑をかけてしまう」などとなっている。一方、「地方では以前とあまり変化はない」、「調査内容、謝礼などにより協力する人はいるはず」、「コロナは大敵ですが、世の中を良くしたい、役に立ちたいという思いがある限り、良い調査は存続していくと思う」という回答もみられた。ほかには、「インターネット回答も若い人は希望するが、高齢者は無理、難しい。年代別のアンケートなど、インターネット回答だと偏りが出てくるので、両方選択できる回答方法がベストになってくると思う」、「今後も調査員の役割は大きいと感じている」、「調査方法もオンラインが増えてくると思いますが、まだまだ環境の無い方が多いので、面接・郵送調査も必要」、「個人情報非常に気にされる方が多いので、調査内容の重複質問、特性等、簡潔にして欲しい」、「オンラインでの調査、タブレットを使用した調査など、人との接触が少ない調査が多くなり、調査員は経験豊富で礼儀、品のよさも求められる」、「接触をいやがる調査対象者が多いので、飛び込みは大変になったが、名簿の留置調査は比較的お願ひしやすい」という回答もみられた。



## ◎まとめ

調査業界の「経営業務実態調査」の結果では、手法としての調査員調査は費用対効果の面で調査市場においては小さなものとなっている。しかし国勢調査が実施面で調査員の役割が依然として大きい状況を見ても、すべてがインターネットによる調査に代わることはなく、質の高い結果（データ）を得るために調査員による調査は今後も必要である。

調査員は、自分の仕事にプライドを持ち、調査対象者とのやり取りや、調査に協力頂くための工夫や対応を考えながら調査を担当している。調査員調査が減っていく中で、コロナの影響もあり、調査環境は一層厳しさを増している。「経営業務実態調査」では、調査会社の当面の経営上の問題点は何かを聞いており、2020年度調査での最も大きい問題点は「新型コロナウイルス感染症による影響（65.5%）」であるが、「調査員不足」という回答も20.0%あった。今後も工夫を重ね時代の変化に対応しつつ、調査員調査を維持していく必要がある。

(なかの・みちあき)

## < 注 >

- 1) 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会「経営業務実態調査」：マーケティング・リサーチ会社の経営に関する業務実態を時系列調査し、業界の動向を把握することを目的に、正会員社を対象に実施されている。[<http://www.jmra-net.or.jp/activities/trend/investigation/>]
- 2) 令和7年国勢調査有識者会議（第1回）令和3年12月22日資料