

47 都道府県庁が実施する 社会調査の実態把握

—「県民意識調査」の実施状況と問題点—

2018 年 3 月

関西学院大学社会学部 大谷研究室

は じ め に

この報告書は、2016-7 年度 関西学院大学社会学部授業科目 研究演習(大谷)・社会調査実習(大谷)の研究成果をまとめたものである。

まず、関西学院大学大谷ゼミ 18 期生のゼミ活動について簡単に整理しておこう。これまで大谷研究室では、都市住民の生活行動を社会調査によって実態把握する方法を研究課題としてきた。2016 年度からは文科省から科研費基盤研究(A)「政策形成に貢献し調査困難状況に対応可能な社会調査方法の研究」を受給することになり、ゼミ活動でも政策形成に貢献する社会調査の開発を研究テーマとして設定した。18 期生が注目したのは、47 都道府県が実施している「県民意識調査」の実態を把握し、その問題点を考察することによって新しい「県民生活実態調査」を構築することであった。まずゼミの先輩(4・5 期生)たちが出版した『これでいいのか市民意識調査』(ミネルヴァ書房 2002 年)の既存研究をベースとして、都道府県庁の社会調査の抱える問題点を、電話調査によって明らかにしていった。その研究成果をもとに次年度には、3 年生ゼミ生と共同で「愛媛県・長崎県民生活実態調査」を各県 2000 名の郵送調査として実施した。2017 年の秋学期からは(新カリキュラム導入によって)2 年生ゼミ生も集計分析過程に加わることとなった。この調査研究に参加したのは、大谷ゼミ 18 期生 24 名、19 期生 26 名、20 期生 24 名、総勢 74 名の学年の異なる学部学生であり、その中心的役割を担ったのが 18 期生のゼミ生であった。調査作業は大学から支給された研究ラボを中心に実施し、調査経費は科研費の研究費によって出費された。

この報告書に掲載されている原稿は、各人の卒業論文をベースとして、報告書原稿として再構成したものである。調査の詳細な概要に関しては『科研費基盤研究中間報告書』、詳細なデータについては DVD にデータ集として別に編集している。この報告書全体の編集作業は、卒論提出後、小嶋遼太が編集長として、章別構成、補足する原稿を執筆するとともに、各人が担当部分を修正するという作業を繰り返すことで完成させたものである。また、基盤研究(A)のリサーチアシスタント(RA)でありゼミの先輩でもある関学研究員松川尚子も、ゼミでのコメントを含め調査作業全般にわたって協力してくれた。このようにこの報告書は、学部学生が共同してデータ作成・分析・執筆・編集して完成させたものである。内容的には稚拙で不備な点も多々あると思われるが、彼等がひたむきに研究に取り組んできたことは確かな事実である。彼らのこの調査研究への貢献は多大なものであった。今回の調査作業およびこの報告書にかけた情熱が、彼等の将来の人生の中で何らかの役に立つであろうことを期待してやまない。

この報告書をまとめるにあたっては、多くの方々にお世話になった。電話調査で対応してくださった 47 都道府県庁の職員の皆様、基盤研究の研究分担者・連携研究者の先生方、長崎調査を支援してくださった長崎大学片山朗先生、調査票作成過程を含め調査実施全般に参加してくださった愛媛県・長崎県庁の職員の皆様、「県民生活実態調査」に回答してくださった愛媛県民・長崎県民の皆様全てに対して、この場を借りてお礼を申し述べたいと思う。

2018 年 3 月 2 日

関西学院大学社会学部 教授

大 谷 信 介

目次

はじめに

序章	4
第1章 都道府県を代表する「県民意識調査」一覧表の作成	
1-1 都道府県の社会調査を把握する難しさ	6
1-2 「全国世論調査の概況」から分かること	7
1-3 都道府県ホームページを使った情報収集	11
1-4 電話調査による一覧表の確定	17
1-5 都道府県ホームページ検索の試み	20
第2章 「県民意識調査」の実施状況	
2-1 「県民意識調査」実施状況一覧表の概要	26
2-2 「県民意識調査」にみられる特徴	31
第3章 「モニターアンケート調査」の実施状況	
3-1 「モニター制度・モニターアンケート調査」実施状況一覧表の作成	33
3-2 「モニターアンケート調査」実施状況一覧表の概要	35
3-3 長野県・大阪府・三重県の事例調査	35
3-4 都道府県庁によるパネルモニター調査の可能性	40

第4章 都道府県庁が作る調査票の実態と問題点

4-1 愛媛県の2つの調査の概要	44
4-2 意識と事実についての質問文	45
4-3 「県民意識調査」質問文にみられた新たな特徴	45
4-4 政策提示型質問の問題点	47

第5章 調査に関する職員研修の実態

5-1 「職員研修」実施状況一覧表の作成作業	52
5-2 統計に関する職員研修の実態	56
5-3 社会調査に関する職員研修の実態	57

第6章 「県民生活実態調査」の実施

6-1 調査実施の概要	60
6-2 調査の運営	62
6-3 調査実施における工夫	64
6-4 質問文における工夫	66
6-5 調査の分析	70

巻末資料集	71
-------------	----

活動記録	94
------------	----

編集後記	100
------------	-----

序章 47 都道府県における社会調査の実態把握に向けて

小嶋遼太

現在、日本国の長期債務残高は 1000 兆円を超えている。また、少子高齢化によって今後も社会保障費は増大し財政はさらに逼迫することが予想される。このような状況の中で政府や地方自治体は限られた予算内で有効な政策を立案しなければならない。このことは都道府県においても当てはまるが、生活実態や抱える問題点は同じ都道府県内でも都市部、住宅街、農村部、漁村部というように地域によって様々であると考えられる。したがって、有効な政策を立案するために都道府県民全体に調査を実施して各地域の実態や問題点を正確に捉えることは、市町村を超えた都道府県庁の重要な役割である。

そこで、本共同研究では都道府県庁が実施する社会調査の実態と抱える課題を整理し、新たな調査を開発することを目指した。大谷研究室では 2002 年に大阪府下 44 市町村で実施されている「市民意識調査」について実態と問題点を整理し『これでいいのか市民意識調査』（ミネルヴァ書房 2002 年）を出版している。本研究は『これでいいのか市民意識調査』のいわば都道府県庁版であり、先行研究にならって全国 47 都道府県における「県民意識調査」の実施状況一覧表を作成して実態を把握することにした。

しかし、都道府県庁の社会調査を把握することは困難な調査作業であった。市町村では、総合計画が地方自治法により基本構想が義務付けられているため、総合計画策定のための市民意識調査を必ず実施しており自治体間の比較が比較的容易であった。それに対して、都道府県庁は、法律で総合計画策定が義務付けられていないため、都道府県庁を代表する調査を確定する作業から開始しなければならなかった。

第 1 章では、内閣府政府広報室が毎年発刊している「全国世論調査の現況」を最初の手がかりとして、47 都道府県庁のホームページ分析・電話調査を実施して、「県民意識調査」実施状況一覧表を完成させた一連の流れをまとめている。また、章の最後には新たな試みとして都道府県庁のホームページのランキングを作成した過程を記している。

第 2 章では、「県民意識調査」実施状況一覧表の概要を整理し特徴をまとめている。「県民意識調査」の多くは県政に対する公聴を目的に行われており、総合計画のために実施されていた「市民意識調査」に比べて少ないサンプル数、予算であるといった特徴がみられた。

第 3 章では、都道府県庁が実施する「モニターアンケート調査」の実態をまとめている。「県民意識調査」実施状況一覧表と同様に、ホームページ検索・電話調査を実施して「モニターアンケート調査」実施状況一覧表を作成して概要を整理した。また、「県民意識調査」を廃止しその代替として「モニターアンケート調査」を導入した長野県、民間業者に調査を委託している大阪府、無作為抽出した対象者の中からモニターを募集している三重県については事例調査を実施して実態と問題点を明らかにした。その上で、都道府県庁による新たな「パネルモニター調査」の可能性についても述べている。

第 4 章では、「県民意識調査」の質問文について分析した結果をまとめている。愛媛県の 2 つの調査票を詳細に分析したところ意識を問う質問文が多いという「市民意識調査」の質問文にみられた問題点が

同様にみられたことに加えて、「政策提示型質問」と名付けた新たな特徴を発見した。「政策提示型質問」の実態は全国の都道府県においても同様であり、回答や分析における問題点を整理した。

第5章では、社会調査に関する47都道府県庁の職員研修の実態についてまとめている。総務省自治大学校が都道府県庁の職員研修についてまとめた資料には「社会調査」の項目すらないのが現状であった。電話調査によって職員研修の実態を調査し、全国47都道府県の職員研修実施状況一覧表を作成した。その中で統計や社会調査に関する研修を行っていた都道府県についてはさらに聞き取り調査を実施し、研修内容の実態についてまとめた。

第6章では、2017年に愛媛県と長崎県の2県で実施した「県民生活実態調査」についてまとめている。愛媛県・長崎県でのサンプリング作業、データ入力・分析作業、ゼミにおける調査票作成の議論といったゼミ生が携わった調査実施過程について述べている。

最後に、巻末資料およびゼミの活動記録を掲載している。本研究では文中にある「県民意識調査」「モニターアンケート調査」「職員研修」の実施状況一覧表をはじめ、多くの一覧表や資料を作成した。本年度の社会調査実習記録については可能な限り掲載しているが、一部別途DVDに収録している資料もある。また、第6章の「県民生活実態調査」に関する資料については別冊の『科研費基盤研究中間報告書』（本文中では中間報告書と表記）に掲載しているのでそちらを参照されたい。

各章担当者一覧

序章	小嶋遼太
第1章	小嶋遼太・松尾駿也・重松由香里・千葉麻美子・坂本佳穂
第2章	横田健人・今井義人・仲野愛加
第3章	観音堂麻友・徳山晴基・宮久智子
第4章	菅篤生・犬伏賢二郎・家舗駿平・稲富潤・田中綾美・工藤遥・谷有理菜・堤千紘
第5章	奥野佳行・山邊公輝・大工みなみ・木嶋凜太郎・松本龍樹
第6章	小嶋遼太

下線は各章の編集リーダー 編集担当：小嶋遼太

第1章 都道府県を代表する「県民意識調査」一覧表の作成

1-1 都道府県の社会調査を把握する難しさ

小嶋遼太

本稿の目的は全国 47 都道府県の社会調査の実態について調査し、都道府県庁の社会調査がどのような問題を抱えているかを明らかにすることである。先行研究は、大谷研究室の既存研究である『これでいいのか市民意識調査』（ミネルヴァ書房 2002 年）である。

『これでいいのか市民意識調査』とは、大阪府下全 44 市町村で実施されていた「市民意識調査」について調査実施状況を一覧表に整理し、詳細な分析を行うことで市町村の調査が抱える問題点を明らかにしたものである。つまり、本研究は『これでいいのか市民意識調査』の都道府県版を作成しようという試みである。本研究では、既存研究との比較分析をすることで都道府県庁が実施する調査の特徴を効率よく整理できると考えたことから、2015 年度までに実施された調査のうち最新の各都道府県を代表する社会調査（以下「県民意識調査」と表記）を確定したのち、既存研究と同様の調査項目（*1）が収録されている全国 47 都道府県「県民意識調査」実施状況一覧表の作成を目指した。

しかし、大阪府内の各市町村を代表する「市民意識調査」を確定することが容易であったことに対して、「県民意識調査」を確定することは大変困難であった。その理由は、自治体総合計画策定義務の有無である。全国の市町村は地方自治法によって長期総合計画の策定が義務付けられており（*2）、計画策定の際には、「市民意識調査の実施」が住民参加手段の一つとされていた。したがって、大阪府内の全市町村において「直近の総合計画のための市民意識調査」が実施されており、各市を代表する「市民意識調査」を確定することは容易であった。しかし、都道府県において総合計画策定は義務付けられておらず、同様の方法で「県民意識調査」を確定することはできないため、新たな方法を模索する必要があった。

そこで考えた新たな方法が、インターネットを使った検索である。2000 年に実施された『これでいいのか市民意識調査』の情報収集方法は市役所職員への聞き取り調査であった。しかし、先行研究から 15 年以上が経過した現在、Yahoo! や Google 等インターネットの検索エンジンが大きく発達したことから、ホームページによる情報収集が可能であると考えた。ところが、これらの検索エンジンによる情報はあまりに莫大であるため、情報を整理することは困難であった。例えば Google 検索で「県民意識調査」と検索すると約 400,000 件の結果が表示され、1 ページ目に表示された調査を抜粋したところ以下表 1-1 のような結果となった。

表 1-1 キーワード「県民意識調査」Google 検索結果 1 ページ目（2018 年 2 月 10 日時点）

都道府県名	調査名	担当課
兵庫県	県民意識調査	企画県民部知事室広報室
兵庫県	人権に関する県民意識調査	健康福祉部社会福祉局人権推進課
兵庫県	「兵庫のゆたかさ指標」県民意識調査	企画県民部ビジョン局ビジョン課
三重県	みえ県民意識調査	戦略企画部企画課
岩手県	県の施策に関する県民意識調査	政策地域部調査統計課
鳥取県	鳥取県の施策に関する県民意識調査	元気づくり総本部県民課
岡山県	県民意識調査	保健福祉部子ども未来課
埼玉県	少子化に関する県民意識調査	福祉部少子政策課

表 1-1 をみると都道府県が実施する「県民意識調査」は調査名や担当課がバラバラである。また、検索した場所が大学の所在する兵庫県であったため検索結果の上位に兵庫県の調査が出てきた可能性がある。このように、一切の基準がない中で検索エンジンを使用して闇雲に情報収集を行うことは非常に労力が

かるため、インターネット検索を行う前に「どのような調査名称が多いのか?」「調査を担当している担当課はどの課なのか?」といった検索の手がかりを掴む必要があると判断した。当然のことではあるが、手がかりとするには信頼できる資料である必要がある。そのため、「国民生活に関する世論調査」や「社会意識に関する世論調査」など政府の主な社会調査を実施している内閣府の資料が最も妥当であると考えた。その中で、手がかりとして最も有用であった資料は「全国世論調査の現況」であった。

1-2 「全国世論調査の現況」から分かること

①「全国世論調査の現況」とは

「全国世論調査の現況」は内閣府大臣官房政府広報室が全国で行われている主要世論調査の実施状況を一覧表にして年に1度発刊している資料である。2016（平成 28）年度「全国世論調査の現況」の概要を整理したものが以下の表 1-2 である。

表 1-2 「全国世論調査の現況」の概要

2016(平成28)年度「全国世論調査の現況」概要	
調査目的	平成27年度における我が国の世論調査の現況を把握し、一般の利用に供する
委託機関	株式会社サベイリサーチセンター
調査方法	郵送で質問票を送付
調査対象(*3)	・政府関係機関 122 ・都道府県 47 ・市町村 813 ・大学 175 ・新聞社 126 ・一般企業・団体 124 合計 1,407機関
対象となる調査の範囲	・調査主体として企画、実施したもの ・個人を対象とする調査であること ・調査対象者(母集団)の範囲が明確に定義されていること ・意識に関する調査であること ・対象者数(標本数)が500人以上であること ・調査事項数(質問数)が10問以上であること ・調査票を用いた調査であること ・平成27年4月1日から平成28年3月31日までに行われた調査であること
収録されている調査	質問票の回答があった機関の調査のうち、原則として標本数1,000人以上、回収率50%以上の調査
掲載項目	調査番号、調査主題、(調査の概要)調査年月、調査対象[母集団]者、調査対象者[標本]数、有効回収数、有効回収率、調査対象者抽出方法、調査方法、調査主体、調査実施機関、調査結果の公表媒体WEB(URL)、報告書等、調査結果の問合せ先、部署、電話、URL、調査項目

また、上記の条件をみたす調査のうち主要調査一覧表に収録されているのは表 1-3 のとおりである。

表 1-3 「全国世論調査の現況」主要調査一覧表に収録されている調査

分類	調査機関	掲載調査	調査の例
政府関係機関	10	28	消費者基本調査(消費者庁)、裁判員制度運用に関する意識調査(最高裁判所)
都道府県	35	93	道民意識調査(北海道)、デートDVに関する大学生意識等調査(千葉県)
市・特別区	215	333	八尾市民意識調査(八尾市)、大学獣医学部(科)の誘致に関する意識調査(今治市)
大学	32	61	大学新入生アンケート(横浜国立大学)、春学期授業評価アンケート(千葉商科大学)
新聞社・通信社・放送局	8	92	毎日新聞全国世論調査(毎日新聞社)、時事世論調査(時事通信社)
一般企業・団体	11	14	北陸電力に関する意識調査(北陸電力)、消費生活に関するパネル調査(一般社団法人中央調査社)

この資料では全ての都道府県を調査対象としており、明確な定義のもとでそれを満たす調査名称と担当部署のホームページの URL が掲載されていることから、インターネット検索を行うための信頼できる手がかりを得ることができるものであると考えた。しかし、主要世論調査一覧に調査が掲載されている都道府県は 35 都道府県であり、全ての「都道府県が実施する社会調査」の実施状況を網羅的に把握できるものとはいえなかった。その理由として次の 2 点があげられる。

1 点目は全都道府県が調査に回答していない点である。平成 28 年度版において調査に回答し収録されていた都道府県は 35 府県（収録されていなかった都道府県：青森、宮城、神奈川、山梨、長野、京都、大阪、徳島、福岡、佐賀、宮崎、鹿児島）であった。この調査に回答していない都道府県の調査の実施状況は不明である。

2 点目は収録されている世論調査の範囲が限定されている点である。回答のあった調査のうち資料に収録されている調査は「原則として、標本数が 1,000 人以上で回収率が 50%以上の調査」である。したがって、標本数が 800 の調査や回収率が 40%台の調査など原則を満たさない調査の実施状況についてはこの資料からは分らない。

また、この資料には全県民を対象とした「県民意識調査」だけではなく特定の行政課題に関する調査など様々な調査が含まれていることから検索の手がかりを得るためには一覧表の整理を行う必要があった。その整理方法を次節で述べる。

② 都道府県が実施している世論調査の整理方法

主要世論調査一覧に掲載されている 35 都道府県 93 調査の一覧表は別途 DVD に収録している。この一覧の 35 都道府県のうち 20 都道府県で複数の調査が収録されており、最も多くの調査が収録されていた東京都では 10 調査が収録されていた。したがって、都道府県を代表する 1 つの社会調査を確定するためには客観的に判断できる定義を作成する必要があると考えた。例えば、東京都の 10 調査の中で最も「市民意識調査」と比較可能な都を代表する調査であると判断した調査は「都民の生活に関する世論調査」である。判断した根拠は「調査対象者が都内全域の都民であること」「無作為抽出を行っていること」「調査項目が特定の行政課題ではないこと」の 3 点であった。そこで、様々な調査の中から「県民意識調査」を判断するための以下の 4 点を定義として定めた。

都道府県を代表する「県民意識調査」の定義

定義 1 「調査対象者が県内全域の県民全体であること」

定義 2 「無作為抽出を行っていること」

定義 3 「調査項目が特定の行政課題ではないこと」

定義 4 「2012 年度から 2015 年度までに実施された調査のうち最新の調査」

1 点目の定義は「調査対象者が県内全域の県民全体であること」である。東京都の 10 調査の「調査対象者」の項目をみると「都全域（島しょ部除く）に住む満 20 歳以上の女性及び満 40 歳以上の男性（東京都：平成 27 年度健康増進法に基づくがん検診の対象人口率等調査）」や「農業経営面積 10 アール以上の農家の経営主（東京都：平成 27 年度都市農業実態調査）」のように調査対象者の住んでいる場所や条件を設定している調査がみられた。このような調査は都道府県を代表する調査とはいえないと判断した。そこで、年齢以外での調査対象者の特定がない、「県内全域の県民全体を対象としている調査」を「県民意識調査」の定義とした。

2点目の定義は「無作為抽出を行っていること」である。35都道府県93調査の「調査対象者抽出方法」をみると、有意抽出法による調査が11調査みられた。無作為ではない有意の抽出方法による社会調査は都道府県民全体の意見を反映したものにはならない。したがって「無作為抽出である調査」を「県民意識調査」の定義とした。

3点目の定義は「調査項目が特定の行政課題ではないこと」である。主要世論調査一覧表の「調査名」をみると「男女平等に関する世論調査（東京都）」のように男女平等など特定の行政課題に関する調査がみられた。また、「在宅における医療・介護に関する県民意識調査（岩手県）」のように調査名に「県民意識調査」とあるものの医療・介護の行政課題に関する調査もみられた。そこで、特定の行政課題に関する調査がどれほどあるかを調べるために主要世論調査一覧に収録されている調査のうち都道府県が実施主体の調査名と調査項目を分類してみたところ以下の表1-4のようになった。

表 1-4 主要世論調査一覧表に収録されている調査名の整理

分類	調査数	調査名
県政全般	31	県政世論(15)県民意識(2) 県政に関する世論(2) 県民アンケート(2) 県民世論 道民意識「夢おこし」政策プラン推進のための県民意識 県の施策 県政アンケート 県政県民意識 県民の意識 県民生活に関する世論 世論 都民生活
子ども・若者	14	ICT社会における子ども・若者の人間関係 高校生 高校生の就職・進学 高校生活 子ども 子ども・子育て 子どもと家族の食生活等実態 子どもの規範意識 子育てや家庭教育 青少年の意識 富山県への定着に関する大学生意識 若者の意識と行動 出会いから結婚・子育てまでの切れ目ない支援のための県民意識
医療・健康	7	健康づくり(2) 医療機関のかかり方 健康増進法に基づくがん検診の対象人口率 県民健康 高齢者保健福祉 在宅における医療・介護
教育	6	学力向上(2) 新通学区域実施(2) 家庭教育啓発資料に対する意見 県の教育施策に関する意識
人権	5	男女共同参画(3) 人権問題 男女平等
産業	4	産業振興ビジョン 産業人材育成中期計画にかかる基礎 丹波地域の農政振興 都市農業実態
防災	4	防災(3) 地震・津波に対する県民意識
選挙	3	18歳選挙権 選挙 知事選挙における啓発活動
消費	3	広域消費動向(2) 食品の購買意識
警察・犯罪	2	「犯罪から県民を守るアクションプログラム(仮称)」に係る県民意識 警察県民意識
福祉	2	障害者 福祉職場への就業
環境	1	環境問題に関する県民意識
その他	10	インターネットの利用 お客様ニーズ把握 下水道広報広聴 デートDV ひきこもり 県民の安心感 受動喫煙 少子化社会対策 消防 富山駅賑わい創出基本 中山間地域活性化

(注) 調査名称の右側の数字は同じ調査名の調査数。
調査名に含まれる年度、都道府県名、「～に関する」というワードは省略した

表 1-4 は主要世論調査一覧に収録されている都道府県が実施主体の調査名および調査項目から調査の分類を行ったものである。この方法で分類が行政全般以外であるものは「子ども・若者」や「医療・健康」など特定の行政課題に関する調査であり、都道府県を代表する調査とはいえないと判断することにした。

4点目の定義は「2012年度から2015年度までに実施された調査のうち最新の調査」である。1節で述べたように本研究では「2015年度までに実施された調査のうち最新の各都道府県を代表する社会調査」についての一覧表を作成することを試みた。しかし、主要調査一覧表に「調査頻度」の項目はなかったことから「県民意識調査」がどのような頻度で実施されているのかは不明である。そこで、2012年度から2015年度までの4年間のうちに実施された定義を満たす調査について一覧表を作成することとした。

③ 「全国世論調査の現況」から分かったこと

以上の定義を満たす調査を主要世論調査一覧表より抜粋すると27都道府県の「県民意識調査」を決定することができた。この27都道府県の「県民意識調査」について整理したものが以下の表1-5である。

表 1-5 「全国世論調査の現況」から決定できた「県民意識調査」

調査主体	調査主題
北海道	平成27年度「道民意識調査」
岩手県	平成27年度県の施策に関する県民意識調査
山形県	平成27年度県政アンケート調査
福島県	平成27年度福島県政世論調査
茨城県	平成27年度県政世論調査
栃木県	栃木県政世論調査
群馬県	県政県民意識アンケート
埼玉県	平成27年度埼玉県政世論調査
千葉県	第50回県政に関する世論調査
東京都	都民生活に関する世論調査
新潟県	新潟県「夢おこし」政策プラン推進のための県民意識調査
富山県	平成27年度県政世論調査
岐阜県	岐阜県第38回県政世論調査
静岡県	平成27年度県政世論調査
愛知県	平成27年度第3回県政世論調査
三重県	第5回みえ県民意識調査
滋賀県	滋賀県政世論調査
兵庫県	県民意識調査「県民の健康づくりと食育」
奈良県	県民アンケート調査
島根県	島根県世論調査
山口県	県政世論調査
香川県	香川県県政世論調査
愛媛県	県民生活に関する世論調査
高知県	平成27年度高知県県民世論調査
長崎県	長崎県県政世論調査
熊本県	県民アンケート調査(県民生活や県の取組に関する意識調査)
沖縄県	沖縄県民の意識調査(暮らしについてのアンケート「県民意識調査」)

この「全国世論調査の現況」から得られた 27 都道府県の情報を手がかりとして、残り 20 都道府県の「県民意識調査」を決定し報告書および調査票を入手するためにインターネットを使った検索を行った。その方法を次節で述べる。

(注)

*1 「市民意識調査」実施状況一覧表の調査項目

市町村名・担当課・委託業者名・委託業者選定方式（総合計画及び調査作業）・業者委託額・学識経験者の関与・調査対象者・サンプリング台帳・サンプリング方法・サンプル数・回収数・回収率・調査方法・督促有無・結果公開の有無

*2 「地方自治体における基本的政策形成手続きの動向（1）」『自治研究』第 66 巻 1990 年 7 頁

*3 内閣府ホームページ <https://survey.gov-online.go.jp/genkyou/h28/h27-genkyou/1-1.html>

(2018 年 2 月 21 日 時点)

照会対象機関について

〔政府関係機関〕独立行政法人及び特殊法人等

〔大学〕原則、国立大学はすべて、公立大学は、各学部合計の入学定員が 300 人以上、私立大学は同様に 1,000 人以上のもの

〔新聞社〕原則、政府広報媒体として利用しているもの

〔放送局〕原則、日本放送協会及び日本民間放送連盟会員社のうち資本金 5 億円以上のもの

〔一般企業〕原則、従業員数 5,000 人以上のもの

〔専門・広告業〕原則、日本世論調査協会及び日本マーケティングリサーチ協会会員社

1-3 都道府県ホームページを使った情報収集

松尾駿也・重松由香里・千葉麻美子

① 調査結果公開ページからの情報収集

前節で作成した定義によって 2016 年度「全国世論調査の現況」から 27 都道府県の「県民意識調査」が確定した。その結果を手がかりに、全 47 都道府県の「県民意識調査」を確定し、調査概要が掲載された報告書および調査票を入手するために県庁ホームページを利用することにした。

27 都道府県のうち、東京都を除く 26 都道府県においては調査結果が公開されているホームページへの URL が記載されていたため、そこから調査概要および調査票が入手できると考えた。その結果、20 都道府県分の報告書と調査票が見つかった。次の表 1-6 は「全国世論調査の現況」に記載されていた URL から、どのページにリンクされているかをまとめたものである。

表 1-6 「全国世論調査の現況」記載 URL のクリック先（2017 年 11 月 21 日時点）

クリック先	都道府県
①調査概要	北海道、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、静岡県、愛知県、兵庫県、奈良県、香川県、愛媛県、高知県、熊本県
②調査結果リンク一覧ページ	富山県、岐阜県、山口県
③報告書PDF	長崎県
④統計課ページ	岩手県
⑤県庁ホームページのトップページ	山形県、滋賀県、沖縄県
⑥見つからない(リンク切れ)	新潟県、三重県、島根県

①調査概要とは、図 1 の北海道の例のように、PDF 化されずにホームページ上に調査概要をまとめているページにリンクした場合である。

②調査結果リンク一覧ページとは、図 2 の富山県の例のように、各調査結果へのリンクが並べられたページにリンクした場合である。

図 1 調査概要ページの例（北海道）

最終更新日：2017年11月21日（火）	
平成28年度道民意識調査	
道民のみなさまの意向を道政に反映させるため、道政上の重要な課題や主要施策について世論調査を実施しました。	
調査の方法等	
- 調査地点：北海道全域 - 調査対象：道内に居住する満20歳以上の個人 - 標本数：1500サンプル - 地点数：150地点 - 抽出方法：層化二段抽作無抽出法 - 調査方法：郵送配布、郵送回収 - 調査期間：平成28年8月 - 有効回収数（率）：754（50.3%）	
調査報告書	
- 表紙（PDF） - 目次（PDF） - 調査の概要（PDF）	
調査結果（項目別）	
- 電力会社選択意向等について（PDF） 概要版 報告書 - 自給中の利用実況等について（PDF） 概要版 報告書	

図 2 調査結果リンク一覧ページの例（富山県）

最終更新日：2017年11月25日	
県政世論調査	
県政世論調査の概要	
県政世論調査 29年度調査結果（概要）	
県政世論調査 28年度調査結果	
県政世論調査 27年度調査結果	
県政世論調査 26年度調査結果	
県政世論調査 25年度調査結果	
県政世論調査 24年度調査結果	
県政世論調査 23年度調査結果	
県政世論調査 22年度調査結果	
県政世論調査 21年度調査結果	
県政世論調査 20年度調査結果	
県政世論調査 19年度調査結果	

③報告書 PDF とは図 3 の長崎県のように、PDF 化された報告書にリンクした場合である。

④統計課ページは、図 4 の岩手県「いわての統計情報」の例のように統計課のページにリンクした場合である。

図 3 報告書 PDF (長崎県)

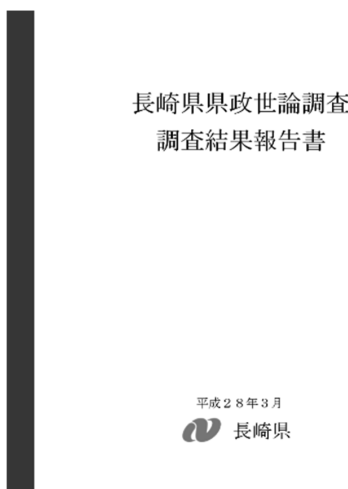


図 4 統計課ページ (岩手県)



⑤県庁ホームページのトップページに飛んだ 3 県、⑥ページが見つからなかった 3 県の合計 6 県においては情報が見つからなかった。県庁トップページの場合は自ら検索し調査にたどり着く必要があるため情報が見つからなかったとみなした。この結果、以下の 20 都道府県分が「全国世論調査の現況」に記載された URL より情報を得ることができた。報告書および調査票は全 20 都道府県で PDF 化されていた。都道府県名の右の数字は何年分の調査票 PDF が公開されていたかを表している。

北海道(2)、岩手県(5)、福島県(7)、茨城県(6)、栃木県(10)、群馬県(6)、埼玉県(3)、千葉県(11)、富山県(13)、岐阜県(3)、静岡県(5)、愛知県(11)、兵庫県(16)、奈良県(9)、山口県(5)、香川県(9)、愛媛県(7)、高知県(12)、長崎県(3)、熊本県(4)

次に、全都道府県の報告書と調査票を入手するために県庁ホームページを利用して追加調査を試みた。この調査の目的は「全国世論調査の現況」からは調査概要ページの見つからなかった残り 20 県において、「県民意識調査」が実施されているか確認すること、また、調査票および調査概要が書かれた報告書を入手することである。

② 都道府県庁ホームページからの検索方法

ホームページを使って情報を探すにあたって、次の方法で、各 47 都道府県庁ホームページのトップページから調査概要ページまでの道順を記録した。別途 DVD には全都道府県の道順を記録している。

北海道	道民意識調査	広報広聴課
トップ>検索>	道民意識調査	
トップ>サイトマップ>	広報・広聴>意識調査結果>	道民意識調査
トップ>行政・政策・税>	広報・広聴>意識調査結果>	道民意識調査
青森県	青森県民の意識に関する調査	企画課
トップ>検索>	青森県民の意識に関する調査(PDF)	
岩手県	県の施策に関する県民意識調査	政策地域部
トップ>検索>	県の施策に関する県民意識調査(PDF)	

その結果、以下の4つの主な検索方法が見つかった。

- ① トップバー（メニューバー）にある項目からの検索
 - ② 組織（各部、県民センター、行政委員会等）からの検索
 - ③ サイトマップからの検索
 - ④ キーワード入力からの検索

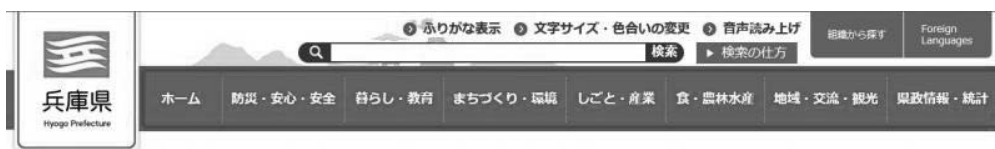
結果的に、④キーワード検索をすることが一番効率のいい方法であった。この方法で40都道府県分の「県民意識調査」を見つけた。以下は①～④のどの方法でホームページを検索するのが適しているかを調査した過程をまとめたものである。次の表1-8は4つの検索方法で何都道府県において目的の調査にたどり着けたのかをまとめた表である。

表 1-8 検索方法別の調査ページにたどり着いた都道府県数

①トップバー	24 都道府県	(複数の方法で見つかった県あり)
②組織	13 都道府県	
③サイトマップ	22 都道府県	
④検索	40 都道府県	

① トップバー（メニューバー）にある項目からの検索

トップバー（メニューバー）とは、以下の兵庫県の例のようにホームページのトップページにある、求めている情報を見つけるために、情報分野を大まかに分類しているものである。



トップバーからの検索では24都道府県でしか目的とした情報を見つけることができなかった。この検索方法では、担当課をきっかけにすることが多かった。

② 組織（各部、県民センター、行政委員会等）からの検索

の検索では新着情報や業務内容、住所、電話番号、関連情報についてのみを載せていることが多く、調査結果は見つからないことが多かった。右の写真は兵庫県広報室の組織ページの例である。

<https://web.pref.hyogo.lg.jp/org/koho/index.html>
(2018年2月28日閲覧)

企画県民部 知事室 広報課

★ 新着情報

1/12日	金部県民部広報課「県民がよりいっしょ」体験リポーターを募集！！
12/12日	「県民がよりいっしょ」読書会を募集！！
11/22日	兵庫県立総合教育センター「月読会 西海正興」(神戸市)

業務内容

県民広報の企画・実施・運営を行うとともに、広報誌（紙）やテレビ、ラジオ、インターネットなど各種広報媒体を通じて、県の広報活動や県民の生活・経済の発展に貢献しています。

問い合わせ先

住所
〒650-8567
兵庫県神戸市中央区下山手通5-10-1（2号館4階）

用名	分掌事務	電話番号	FAX・E-mail
企画課	1. 学芸・学芸・経理 2. 広報・デザイン室の運営 3. 広報・学芸・学芸・学芸 4. 県民ホームページの企画・運営・制作 5. ツイッター、フェイスブック、メールマガジン 6. ひょうごイメージアップ有償 7. 県民広報	078-362-3018	FAX : 078-362-3903 E-Mail : kouhou@web.pref.hyogo.lg.jp
総務課	1. 広報誌への寄稿依頼 2. 新着情報・県民生活・社会生活の調査	078-362-3020	

③ サイトマップからの検索

サイトマップからの検索は、トップバーと内容がほぼ同じであった。兵庫県を例にあげてみると、以下の7つの項目が同じであった。

「防災・安心・安全」 「暮らし・教育」 「まちづくり・環境」 「しごと・産業」
「食・農林水産」 「地域・交流・観光」 「県政情報・統計」

異なっていたのは、サイトマップには「総合」という項目があったこと、また、「県政情報・統計」の項目がそれぞれ分かれていたことの2点だけであった。

このことから、トップページから調べる際、サイトマップを利用するよりも、トップバーから直接進む方が手間なくページにたどりつけることが分かった。

④ キーワード入力からの検索

キーワード入力からの検索は、情報にたどり着くまでのリンク回数も少なく、また40都道府県の調査票と報告書にたどり着くことができた最も確実な方法であった。しかし検索ワードによってはうまく見つからないことがあった。以下では「④キーワード入力からの検索」についての具体的な方法を述べていく。

まず、Google 検索と県庁サイト内検索の2つの検索方法を試し、検索サイトによる違いを比較した。検索ワードを「県民意識調査 平成27年度」とし、近畿2府4県を対象として、Google 検索と県庁サイト内検索をおこなった。表1-9は、Google 検索と県庁サイト内検索の検索結果をまとめたものである。

表1-9 Google 検索と県庁サイト内検索の比較（2017年12月20日の検索結果）

	Google 検索				県庁サイト内検索			
	検索順位	ヒット件数	調査票	報告書	検索順位	ヒット件数	調査票	報告書
三重県	1	約 68,100	○	○	1	約 3,050	○	○
滋賀県	2	約 743,000	○	○	4 ページ目	約 1,750	○	○
京都府	1	約 553,000	×	○	該当なし	約 74	×	×
大阪府	該当なし	約 562,000	×	×	該当なし	約 55	×	×
兵庫県	1	約 838,000	×	○	1	約 2,200	○	○
奈良県	1	約 635,000	×	○	1	約 1,450	○	○

表1-9からわかるように、これらの検索方法の結果と問題点を挙げると、

Google 検索での結果と問題点

大阪府以外すべての県がヒットした。また、1番目や2番目など上の方に出てくるものが多かった。しかし検索ヒット数がかかなり多くなるため、どれが求めている情報なのか一目でわからないことが大きな問題である。

県庁サイト内検索での結果と問題点

Google 検索と比較して検索ヒット数はかなり減ったため見つけやすい。また、こちらも1番目に出てくるものが多かった。しかし、京都府のようにGoogle 検索ではヒットしたものの県庁サイト内検索ではヒットしない県もあった。

これらの結果からどちらも問題点は挙げられるものの、サイト内検索の方がヒット件数が少ないので、検索ワードを変えて検索していけば、効率的に情報を見つけることができるのではないかと考えた。よって、県庁サイト内検索が有効であるとし、以下の検索方法はすべてサイト内検索を用いて行った。

検索ワードは、内閣府「全国世論調査の現況」から調査名を類推した。また平成での表記が多いため、平成で調査年を入れ、以下の4つの検索ワードに絞った。

- | |
|-------------------------|
| ① 「県政 世論調査 調査票 平成 27 年」 |
| ② 「県政 世論調査 報告書 平成 27 年」 |
| ③ 「県民 意識調査 調査票 平成 27 年」 |
| ④ 「県民 意識調査 報告書 平成 27 年」 |

47 都道府県のホームページで、4 つの検索ワードすべてで検索を試み、どの検索ワードが調査票や報告書に最も効率よく辿り着くことができるかを調べた。各検索ワードで検索した際の調査票、報告書の有無と、その横にヒットした際の検索ヒット数を表したのが、次ページの表 1-10 である。

この結果、調査票、報告書共に検索ワード④「県民 意識調査 報告書 平成 27 年」で検索することで、最も多くヒットすることができた。また、検索ワード④ではヒットしなかった県に関しては、検索ワード③「県民 意識調査 調査票 平成 27 年」で検索すること、また、山口県と東京都のみ検索ワード①「県政 世論調査 調査票 平成 27 年」を使うことが必要であった。

この方法によって全 47 都道府県について検索した結果は以下の通りである。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ 40 都道府県において定義に当てはまる、「県民意識調査」を見つけた。
(そのすべての「県民意識調査」の PDF 化された報告書を入手することができた。)・ 福井県、長野県、大阪府、和歌山県、鳥取県、徳島県、鹿児島県の 7 県では、「県民意識調査」が見つからなかった。・ 北海道では、報告書は 2015 年度分のみ、調査票は最新版(2016 年度、2017 年度)が見つかった。・ 石川県、広島県、佐賀県は 2014 年度、青森県は 2013 年度、山梨県は 2012 年度の情報は見つかったが、2015 年度のものは見つけることができなかった。・ 青森県、茨城県、京都府、岡山県、愛媛県は、報告書のみで調査票は見つけることができなかった。 |
|---|

これらの詳細な情報や調査票のデータについても全て PDF で保存し、DVD に収録している。

しかし、各都道府県の報告書に掲載されている項目はバラバラであり、全ての都道府県において調査項目を統一する必要がある。また、調査の実施自体が不明である 7 都道府県についても確認をする必要がある。そこで、全 47 都道府県庁すべてに電話調査を実施し、「県民意識調査」実施状況の確認を行うことにした。

表 1-10 都道府県庁ホームページのキーワード検索結果（検索日：2017 年 12 月 22 日）

	①「県政 世論調査 調査票 平成			②「県政 世論調査 報告書 平成27			③「県民 意識調査 調査票 平成			④「県民 意識調査 報告書 平成27		
	ヒット件数	調査票	報告書	ヒット件数	調査票	報告書	ヒット件数	調査票	報告書	ヒット件数	調査票	報告書
北海道	699	×	○	427	×	○	1700	×	○	329	×	○
青森県	30	×	×	70	×	×	357	×	×	276	×	○
岩手県	64	×	×	52	×	×	1920	○	○	393	○	○
宮城県	4980	○	○	22	○	○	487	○	○	217	○	○
秋田県	1400	○	○	5	○	○	235	○	○	824	○	○
山形県	1190	○	○	17	○	○	1330	○	○	827	○	○
福島県	187	○	○	71	○	○	145	○	○	410	○	○
茨城県	103	×	○	145	×	×	1200	×	○	568	×	×
栃木県	73	○	○	75	○	○	121	○	○	238	○	○
群馬県	25	○	○	29	○	○	121	○	○	240	○	○
埼玉県	18	○	○	64	○	○	21	○	○	68	○	○
千葉県	6	○	○	9	○	○	1	○	○	1	○	○
東京都	1390	○	○	2	×	×	57	×	×	153	×	×
神奈川県	3	○	○	4	○	○	11	○	○	32	○	○
新潟県	0	×	×	1	×	×	13	○	○	20	○	○
富山県	208	○	○	39	○	○	1030	○	○	505	○	○
石川県	607	○	○	3	×	×	266	○	○	342	○	○
福井県	20	×	×	15	×	×	702	×	×	403	×	×
山梨県	1	×	×	9	×	×	22	○	○	85	○	○
長野県	149	×	×	146	×	×	1790	×	×	234	×	×
岐阜県	144000	○	○	55110	○	○	264000	×	×	15000	○	○
静岡県	67	×	×	113	○	○	1290	×	×	728	○	○
愛知県	171	○	○	146	○	○	1850	○	○	220	○	○
三重県	103	○	○	44	○	○	482	○	○	1560	○	○
滋賀県	135	×	×	130	○	○	365	○	○	249	○	○
京都府	16	×	×	27	×	×	809	×	○	49	×	×
大阪府	79	×	×	86	×	×	1480	×	×	119	×	×
兵庫県	36	○	○	29	○	○	1550	×	×	270	○	○
奈良県	20	○	○	70	○	○	734	○	○	1180	○	○
和歌山県	35	×	×	55	×	×	921	×	×	596	×	×
鳥取県	72	×	×	81	×	×	2940	×	×	1280	×	×
島根県	111	○	○	126	○	○	1360	○	○	622	○	○
岡山県	910	×	○	38	×	○	1320	×	○	688	×	○
広島県	987	○	○	85	○	○	1340	○	○	608	×	×
山口県	1	○	○	1	○	○	2	×	×	1	×	×
徳島県	0	×	×	0	×	×	14	×	×	2	×	×
香川県	118	○	○	100	○	○	819	○	○	360	○	○
愛媛県	84	×	○	58	×	○	836	×	○	380	×	○
高知県	243	○	○	201	○	○	1710	○	○	969	○	○
福岡県	940	○	○	55	○	○	1100	○	○	668	○	○
佐賀県	24	×	×	28	○	○	694	×	×	523	○	○
長崎県	53	○	○	56	○	○	1080	○	○	588	○	○
熊本県	14400	○	○	16700	○	○	927000	○	○	167000	○	○
宮崎県	892	○	○	29	×	×	1070	○	○	515	×	×
大分県	38	×	×	34	×	×	1040	○	○	631	○	○
鹿児島県	24	×	×	10	×	×	973	×	×	362	×	×
沖縄県	10	×	×	100	×	×	1780	○	○	1220	○	○
平均/○の数	3717	26	30	1590	26	29	26172	28	33	4310	30	34

検索のルール

- ・平成 27 年でヒットしない県は年を変えて順次(平成 27 年、26 年、25 年、24 年…)検索するものとする。
- ・北海道、東京都、京都府、大阪府に関しては「県民」でヒットしなければ、「道民」、「都民」、「府民」で検索するものとする。
- ・検索ヒット数が多い場合は、最初の 5 ページを見るものとする。

※調査票、報告書共に閲覧できた場合は、どちらもヒット件数は同じであるため、調査票の横にのみ数を記載した

1-4 電話調査による一覧表の確定

坂本佳穂

「全国世論調査の現況」および都道府県庁ホームページを利用した情報収集により 40 都道府県の「県民意識調査」が確定し、報告書および調査票を入手することができた。その後、全 47 都道府県庁への電話調査を行った。電話調査は各都道府県 2 度実施した。以下ではそれぞれの電話調査の概要を述べていく。それぞれ各都道府県への調査日時、担当課、調査者といった詳細な電話記録は 16 ページの表 1-11 のとおりである。

①1 度目の電話調査

表 1-12 電話調査（1 回目）概要

調査対象	47都道府県庁「県民意識調査」担当課（実施状況が不明の都道府県は広報課またはそれに準じる課）
調査時期	2016年7月～11月
調査方法	聞き取り調査
調査目的	「県民意識調査」実施状況の確認
調査項目	調査実施の有無、調査名称、調査年度、調査実施月、担当部局、対象年齢、サンプリング台帳、サンプリング方法、サンプル数、回収数、調査方法、調査委託機関、委託機関選定方式、調査事業費、調査委託費、調査頻度、報告書の有無、調査票公開の有無、督促の有無・回数、謝礼の有無・内容、社会調査士資格保有者の有無、学識者関与の有無・詳細、外部委託業者の作業関与内容

表 1-12 は 1 回目に行った電話調査の概要である。1 度目は 2016 年 7 月～11 月に実施した。報告書から担当課が分かった都道府県はその担当課に電話をかけた。担当課が不明であった都道府県および実施自体が不明である都道府県は最も多い担当課であった広報課（広報課が無い場合は業務内容が準じる課）に電話をかけ、担当者に繋いでもらった。

巻末資料にある電話マニュアルを基に電話を行ったが「調査結果は何に使われるのか」「調査結果はどのように公表されるのか」といった質問を受けることが多かった。質問に対しては丁寧に回答するように心がけ、全都道府県に協力していただくことができた。聞き取りが終わった後に、苦労話や「報告書が完成したら是非送ってください」との声もあった。

この電話調査の結果、これまでの情報収集で「県民意識調査」が判明しなかった 7 都道府県は全て「県民意識調査」が実施されていないことが分かった。そのうち長野県・大阪府・徳島県・鹿児島県の 4 府県では代替するものとして「モニターアンケート調査」、福井県と鳥取県の 2 県は特定課題に関する調査のみの実施、和歌山県は代替するものとしてパブリックコメントを実施しているとの回答を得た。「モニターアンケート調査」については第 3 章で詳しく述べる。

②2 度目の電話調査

表 1-13 電話調査（2 回目）概要

調査対象	「県民意識調査」実施都道府県庁の担当課
調査時期	2017年12月
調査方法	電話とメールによる依頼の後、メールによる回答
調査目的	「県民意識調査」実施状況の最終確認
調査項目	1度目と同様（調査実施の有無は除く）

表 1-13 は 2 度目に行った電話調査の概要である。この調査は最終確認として 2017 年 12 月に実施した。担当課に対して電話による依頼の後、記入済みの確認調査票をメールで送付し、担当職員からこれまで入手した情報に間違いがないか回答を頂き、間違いがみられた場合は修正を記入していただく形で最終確認を行った。回答頂いた確認調査票のデータはすべて DVD に収録している。その結果、1 度目の調査では聞き取り間違いや入力ミスなどがいくつかみられたことから最終確認の調査を行う必要はあったといえるだろう。

③電話調査に使用した資料

こうした電話調査を円滑に進め、確実に記録するために使用したものが「資料集め電話マニュアル」・「コンタクトファイル」・「調査依頼書」・「確認調査票」の 4 点である。この 4 点の資料は全て巻末および DVD に掲載している。以下はこの 4 点の資料の説明である。

「資料集め電話マニュアル」

このマニュアルは全 47 都道府県に対して電話をかけるときに使用した。『これでいいのか市民意識調査』を踏まえ、都道府県庁側とのさまざまな対応のケースを想定した内容となっている。

「コンタクトファイル」

この資料を使用して調査概要の確実な記録を行った。このファイルは 47 都道府県分すべてファイルングし研究室に保管している。

「調査依頼書」

2 度目の確認調査の際はメールによる回答を依頼したため調査目的を理解していただけるようメールを送付する際に添付した。

「確認調査票」

調査結果の記録のために使用した。1 度目の電話調査では電話で聞き取りした内容を確認調査票に書き取った。2 度目の確認調査の際には聞き取り結果を入力した確認調査票をメールで送付した。

④結果

電話調査の結果、「県民意識調査」は 40 都道府県で実施されていたことが分かった。

以上のように、第 1 章で述べてきた「全国世論調査の現況」による情報収集、都道府県庁ホームページによる情報収集に加えて 2 度にわたる電話調査という一連の流れを経て結果完成したものが 19 ページから 22 ページの「県民意識調査」実施状況一覧表である。この一覧表作成作業は非常に労力を要する仕事であった。3 回生のゼミが始まり、「県民意識調査」を調べることが決まったものの始めの頃は何をして良いか分からず闇雲にインターネット検索を行った。そこからゼミでの議論を経て手がかりを掴み、都道府県庁ホームページを整理し、最後は電話調査によって 1 年以上の時間を要して出来たものがこの「県民意識調査」実施状況一覧表である。無駄な検索や作業をすることも多々あったが、その度にゼミ生や先生から真摯なコメントを受けることで学びながら完成することができたこの「県民意識調査」実施状況一覧表はこのゼミの財産と言えるだろう。

表 1-11 電話調査記録一覧表

県名	対応課	1回目調査日時	調査者	2回目調査日時	調査者
北海道	総合政策部知事室広報広聴課	2016年10月19日	松川	2017年12月20日	小嶋
青森	企画政策部企画調整課	2016年7月22日	工藤	2018年1月23日	小嶋
岩手	政策地域部調査課	2016年10月19日	小嶋	2017年12月20日	小嶋
宮城	震災復興政策課	2016年10月21日	小嶋	2017年12月21日	小嶋
秋田	総合政策課	2016年11月2日	今井	2017年12月20日	小嶋
山形	企画振興部企画調整課	2016年10月21日	横田	2018年1月29日	小嶋
福島	県民公聴室	2016年10月26日	横田	2017年12月20日	小嶋
茨城	広報広聴課	2016年10月26日	横田	2018年1月23日	小嶋
栃木	広報課	2016年10月28日	横田	2017年12月27日	千葉
群馬	総務部広報課	2016年10月28日	横田	2017年12月22日	千葉
埼玉	県民生活部広報広聴課	2016年11月17日	今井	2017年12月21日	千葉
千葉	総合企画部報道広報広聴室	2016年10月28日	今井	2017年12月21日	千葉
東京	生活文化局広報広聴部都民の声課	2016年11月17日	今井	2017年12月25日	千葉
神奈川	県民局くらし県民部情報公開広聴課	2016年11月18日	今井	2017年12月21日	千葉
新潟	知事政策局政策評価室	2016年10月28日	千葉	2017年12月28日	千葉
富山	経営管理部広報課	2016年10月28日	坂本	2018年1月23日	千葉
石川	企画振興部企画課	2016年11月14日	小嶋	2017年12月28日	仲野
山梨	知事政策局総合政策部政策企画課	2016年11月1日	横田	2017年12月26日	仲野
岐阜	広報広聴課	2016年11月1日	仲野	2018年1月23日	仲野
静岡	公聴課	2016年11月15日	小嶋	2018年1月23日	仲野
愛知	政策企画局広報広聴課	2016年11月16日	小嶋	2017年12月25日	仲野
三重	戦略企画部企画課	2016年11月18日	千葉	2018年1月23日	仲野
滋賀	総合政策部広報課	2016年11月18日	今井	2017年12月25日	今井
京都	府計画推進課	2016年8月1日	大工	2017年12月21日	今井
兵庫	企画県民部広聴室	2016年6月8日	大谷先生	2017年12月25日	今井
奈良	総務部知事公室統計課	2016年11月1日	仲野	2017年12月26日	今井
島根	政策企画局広報広聴課	2016年11月18日	坂本	2017年12月26日	今井
岡山	総合政策局政策推進室	2016年11月18日	坂本	2018年1月23日	坂本
広島	総務局広報課	2016年11月10日	横田	2017年12月22日	坂本
山口	広報広聴課	2016年11月10日	横田	2017年12月26日	坂本
香川	総務部知事公室広報広聴課	2016年11月10日	横田	2017年12月22日	坂本
愛媛	広報広聴課	2016年6月4日	大谷先生	2017年12月27日	坂本
高知	総務部広報広聴課	2016年11月18日	千葉	2017年12月21日	坂本
福岡	企画・地域振興部総合政策課	2016年11月18日	千葉	2017年12月28日	坂本
佐賀	統括本部政策監グループ	2016年11月18日	千葉	2017年12月28日	横田
長崎	総務部県民センター	2016年11月18日	千葉	2017年12月21日	横田
熊本	企画振興部企画課	2016年11月11日	横田	2017年12月22日	横田
大分	企画振興部政策企画課	2016年11月15日	横田	2017年12月21日	横田
宮崎	総合政策部総合政策課	2016年10月31日	今井	2017年12月21日	横田
沖縄	企画部	2016年10月31日	今井	2017年12月21日	横田

「県民意識調査」未実施都道府県			
県名	対応課	1回目調査日時	調査者
福井	政策推進課	2016年7月20日	松川
長野	企画振興部広報県民課	2016年7月22日	松川
大阪	政策企画部企画室企画課	2016年7月21日	谷
和歌山	広報課	2016年7月20日	奥野
鳥取	県民課	2016年7月21日	堤
鹿児島	広報課県民の声係	2016年7月21日	松川
徳島	広報観察課	2016年7月20日	横田

1-5 都道府県ホームページ検索の試み

3 節の手順によって全 47 都道府県のホームページを使って「県民意識調査」について調べる中で、「使いやすい」「分かりやすさ」「デザイン」などにそれぞれ善し悪しがあることに気が付いた。そこで、様々な尺度から都道府県ホームページを評価することを試みた。

はじめに、各都道府県によるホームページから得られる情報をデータとして比較してみることにした。データとして評価を行うには客観的な基準のもと誰が行っても同じ結果が得られるようにする必要があるが、ホームページは随時更新されてしまうためデータとすることは難しい。そのため、全都道府県のトップページ、スマホ版トップページ、サイトマップを同じ日にスクリーンショットで保存し、それを基に評価を行うことにした。DVD には 2017 年 10 月 4 日時点の全都道府県のホームページのスクリーンショットを PDF 化して収録している。その中からデータとして使えると考えたものは以下の項目の有無である。巻末には近畿地方におけるこれらのデータの一覧表を収録している。

スマホ版、サイト内検索、トップバーのブルダウン、トップバーの項目数、サブメニュー表示、他言語対応、ふりがな表示、文字サイズの変更、色の変更、読み上げ機能、イベントカレンダー、県庁への地図、お問い合わせ、住所、電話番号、電話番号一覧（機関別）、Email、法人番号、よく検索されるキーワード、分類からさがす、組織からさがす、テーマからさがす、部署からさがす、PC 版へ切り替え、携帯電話（モバイル）への切り替え、営業時間の知らせ、サイトマップ、館内案内（フロアマップ）、知事のページ、知事の顔、知事の日程、観光サイトへ、SNS へ、新着情報、災害防災情報、議会へ、警察本部、職員募集、更新履歴、教育委員会へ、ホームページの考え方・目的、個人情報について、著作権について、免責事項、バナー広告、天気情報、よくある質問、先頭（TOP に）戻る、メニュー、医療情報、納税について、ふるさと納税について、入札情報、融資情報、ヘルプ（使い方）、リンク集、キッズページ、アクセシビリティ、地域別情報、パスポート、メルマガ、インターネット放送局、新着情報、注目情報、広報広聴へ、RSS について、パブリックコメント、県政への参加、組織図

しかし、一覧表を作成して比較可能なデータは得られたものの、どのように評価すればよいのかという疑問が出てきた。そこで、客観的なデータを比較するだけでなく、ホームページを主観的に評価して点数化しランキングをつけると面白い結果が得られるのではないかと考えた。主観的評価の方法はトライベック・ストラテジー株式会社が行っていた都道府県庁ホームページランキング（*）を参考にした。

こうして、47 都道府県のホームページを、ゼミ生各自が主観的な点数（100 点満点）をつけてコメントによる評価を行うことにした。この主観的評価は、2016 年 11 月 4 日～15 日にかけて 5 人のゼミ生（観音堂・松尾・宮久・徳山・重松）によって実施した。5 人それぞれが、全 47 都道府県のホームページを閲覧し、各都道府県に対して 100 点満点で評価し、さらに評価コメントを残した。5 人がつけた点数の平均点によってランキング化した。その結果が次ページの表 1-14 である。

表 1-14 都道府県ホームページランキング表

順	県名	平均点	順	県名	平均点	順	県名	平均点
1	茨城県	92	16	石川県	74	33	山口県	60
1	沖縄県	92	18	宮城県	73	33	高知県	60
3	栃木県	87	19	秋田県	72	35	富山県	58
4	青森県	86	20	奈良県	71.8	36	長野県	56
5	香川県	82	21	滋賀県	71.4	36	静岡県	56
6	三重県	81.4	22	大分県	71	39	京都府	55
7	岐阜県	80	23	愛媛県	70	38	和歌山	55.8
8	岩手県	79	24	神奈川	69	40	徳島県	54
9	埼玉県	78	25	千葉県	66	41	群馬県	53
9	東京都	78	26	山梨県	65	41	福井県	53
9	佐賀県	78	27	山形県	64	41	広島県	53
12	宮崎県	77	28	愛知県	62	44	大阪府	52
13	島根県	76	28	福岡県	62	45	鳥取県	50
14	兵庫県	75	28	長崎県	62	46	新潟県	48
14	熊本県	75	28	鹿児島	62	47	北海道	44
16	福島県	74	32	岡山県	61.4			

この主観的評価の詳細な内容とコメントは巻末に収録している。コメントを整理すると高評価のホームページの特徴として以下の要素が多くみられた。無作法なコメントではあるが、学生の素直なコメントとして参考にしていただければ幸いである。

- ・その県らしさ（特産物、写真、著名人等）
- ・文字の見やすさ
- ・開いたときのインパクト（写真の大きさやデザインの美しさ等）
- ・最新情報の日付があること、更新率の高さ
- ・ページに動きがあること
- ・その都道府県について新しいことを知れること
- ・イベントカレンダー
- ・最新のその都道府県に関連する出来事（カープの優勝等）
- ・県内の地域別情報
- ・SNS へのリンク（Facebook, Twitter 等）
- ・知りたい情報までのリンクする回数が少ないこと
- ・同じ情報やリンクが同じページ内に無いこと

（注）トライベック社の調査概要

(<https://www.tribeck.jp/newsrelease/2014/20140603.html> : 2018 年 2 月 22 日閲覧)

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	全国
調査対象者	出身地、居住地(過去含む)以外の都道府県サイト評価
調査日時	2014年4月18日～19日
有効回収数	4492
本調査対象者	1548
対象者条件	20～69歳、男女
評価方法	「あなたはこのWebサイトを同僚や友人に薦める可能性はどれくらいありますか」という質問に対する11段階評価

「県民意識調査」実施状況一覧表（実施数 40 都道府県）

県名	調査名称	調査年度	調査実施月	担当部局	対象年齢	サンプリング台帳	サンプリング方法
北海道	道民意識調査	平成27年度	8月	総合政策部知事室広報広聴課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
青森県	青森県民の意識に関する調査	平成25年度	4月	企画政策部企画課	16歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
岩手県	県の施策に関する県民意識調査	平成27年度	1～2月	政策地域部	20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
宮城県	県民意識調査	平成27年度	12月	震災復興政策課	20歳以上	選挙人名簿等	層化二段無作為抽出法
秋田県	県民意識調査	平成27年度	6～7月	企画振興部総合政策課	満18歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
山形県	県政アンケート調査	平成27年度	5～6月	企画振興部企画調整課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
福島県	福島県政世論調査	平成27年度	7月	県民広聴室	満15歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
茨城県	県政世論調査	平成27年度	7～8月	広報広聴課	満20歳以上	住民基本台帳および選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
栃木県	県政世論調査	平成27年度	5～6月	広報課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
群馬県	県政県民意識アンケート	平成27年度	5～6月	総務部広報課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
埼玉県	県政に関する意識調査	平成27年度	7月	県民生活部広報広聴課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
千葉県	県政に関する意識調査	平成27年度	11～12月	総合企画部報道広報課広報広聴室	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
東京都	都民生活に関する世論調査	平成27年度	8月	生活文化局広報広聴部都民の声課	20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
神奈川県	県民ニーズ調査(基本調査)	平成27年度	8～9月	県民局くらし県民情報公開広聴課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
新潟県	新潟県「夢おこし」政策プラン推進のための県民意識調査	平成27年度	10月	知事政策局政策評価室	20～75歳	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
富山県	県政世論調査	平成27年度	9月	経営管理部長広報課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
石川県	石川県民意識調査	平成26年度	9～10月	企画振興部企画課	20歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
山梨県	県民意識調査	平成24年度	8月	知事政策局	20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
岐阜県	県政世論調査	平成27年度	7月	広報広聴係	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
静岡県	県政世論調査	平成27年度	6月	企画広報部知事公室広報課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
愛知県	平成27年度第3回県政世論調査	平成27年度	11月	政策企画部広報広聴課	20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
三重県	みえ県民意識調査	平成27年度	11～12月	戦略企画部企画課	20歳以上	選挙人名簿	等間隔無作為抽出法
滋賀県	滋賀県政世論調査	平成27年度	6月	総合政策部広報課	満20歳以上	選挙人名簿および住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
京都府	京都府民の意識調査	平成27年度	6月	府計画推進課	満20歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
兵庫県	県民意識調査	平成27年度	8～9月	企画県民部広報課	満20歳以上	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法
奈良県	県民アンケート調査	平成27年度	8～9月	総務部知事公室総務課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
鳥取県	鳥取県政世論調査	平成27年度	8月	政策企画部広報広聴課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
岡山県	県民満足度調査	平成27年度	6月	総合政策局政策推進室	20歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
広島県	県政世論調査	平成26年度	10～12月	総務局広報課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
山口県	県政世論調査	平成27年度	6月	広報広聴課	20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
香川県	県政世論調査	平成27年度	6～7月	総務部知事公室広報広聴課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
愛媛県	県民生活に関する世論調査	平成27年度	11月	企画振興部広報広聴課	満20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
高知県	県民意識調査	平成27年度	8月	総務部広報広聴課	20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
福岡県	県民意識調査	平成27年度	6～7月	企画・地域振興部総合政策課	20歳以上	選挙人名簿	層化二段無作為抽出法
佐賀県	くらしの実感調査	平成26年度	7月	統計本部政策基グループ	20歳以上	選挙人名簿	無作為抽出法
長崎県	県政世論調査	平成27年度	11～12月	総務部県民センター	18歳以上	住民基本台帳	等間隔無作為抽出法
熊本県	県民アンケート調査(県民生活や県の取組みに関する意識調査)	平成27年度	6月	企画振興部企画課	満20歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
大分県	大分県の政情に関するアンケート調査	平成25年度	11～12月	企画振興部政策企画課	満20歳以上	選挙人名簿	無作為抽出法
宮崎県	県民意識調査	平成27年度	2月	総合政策部総合政策課	18歳以上	住民基本台帳	無作為抽出法
沖縄県	県民意識調査	平成27年度	8～9月	企画部	満15歳以上75歳未満	住民基本台帳	層化二段無作為抽出法

県名	サンプル数	有効回収数	有効回収率	調査方法	調査委託機関	選定方式	調査事業費全体	業者支払額	調査頻度	催促状	謝礼	調査士資格の有無	学識者の関与
北海道	1,500	753	50.2%	郵送法	昇昇チャート株式会社	一般入札	1,868,400円	1年1回	1回	無	無	無	無
青森県	10,000	4,667	46.7%	郵送法	株式会社シシク	指名入札	266,700,000円	5年に1回	1回	無	無	無	無
岩手県	5,000	3,576	71.5%	郵送法	株式会社EST Corporation	一般入札	260,000,000円	1年に1回	2回	無	無	無	無
宮城県	4,000	1,911	47.8%	郵送法	株式会社ビデオリサーチ	指名入札	178,858,800円	1年に1回	1回	無	無	無	無
秋田県	4,100	2,049	50.0%	郵送法	株式会社フィデア情報システムズ	指名入札	2,970,000円	1年に1回	1回	有	無	無	無
山形県	3,000	1,794	59.8%	郵送法	株式会社ITスクエア	一般入札	1,500,000,000円	1年に1回	1回	有	有(ハガキ)	無	無
福島県	1,300	713	54.8%	郵送法	株式会社ITスクエア	随意契約	1,010,000円	1年に1回	1回	無	無	無	無
茨城県	1,500	1,105	73.7%	個別面接聴取法	株式会社サーベリサーチセンター	一般入札	5,184,000円	1年に1回	無	有(ポールペン)	無	無	無
栃木県	2,000	1,316	65.8%	郵送法	株式会社エスピー・研	指名入札	2,589,000円	1年に1回	1回	有(ポールペン)	無	無	無
群馬県	3,000	1,607	53.6%	郵送法	株式会社新潟共同計算センター	指名入札	2,052,000円	1年に1回	1回	無	無	無	無
埼玉県	3,000	2,157	71.9%	個別面接聴取法	株式会社サーベリサーチセンター	一般入札	5,659,200円	1年に1回	1回	有(ポールペン)	無	無	無
千葉県	3,000	1,504	50.1%	郵送法	株式会社マーケティングリサーチサービス	指名入札	4,352,400円	1年に2回	1回	無	無	無	無
東京都	3,000	1,900	63.3%	個別訪問面接聴取法	株式会社サーベリサーチセンター	指名入札	7,000,000円	1年に1回	無	有(ポールペン)	無	無	無
神奈川県	3,000	1,386	46.2%	郵送法	株式会社エスピー・研	一般入札	4,861,000円	1年に2回	1回	無	無	無	無
新潟県	2,000	1,123	56.2%	郵送法	株式会社ITスクエア	随意契約	918,000円	1年に3回	1回	無	無	無	無
富山県	1,200	1,045	87.1%	留置法	株式会社ラックス	指名入札	2,399,760円	1年に1回	1回	無	無	無	無
石川県	5,000	2,732	54.6%	郵送法	一般財団法人北國総合研究所	プロポーザル	24,000,000円	総合計画策定毎	1回	有(ポールペン)	無	無	無
山梨県	2,000	1,714	85.7%	留置法	公益財団法人山梨総合研究所	随意契約	10,000,000円	3～5年に1回	無	有(ドリンクボトル)	無	無	無
岐阜県	3,000	1,507	50.2%	郵送法	株式会社 中部タイム・エージェン	一般入札	2,235,600円	1年に1回	1回	無	無	無	無
静岡県	4,000	2,370	59.3%	郵送法	アイティ・インテリナショナル株式会社	一般入札	2,210,760円	1年に1回	1回	無	無	無	無
愛知県	3,000	1,624	54.1%	郵送法	データファーム株式会社	一般入札	303,480,000円	1年に3回	1回	無	無	無	無
三重県	10,000	5,246	52.5%	郵送法	株式会社スクウェア三重事業所	一般入札	3,445,200円	1年に1回	1回	無	無	無	1名
滋賀県	3,000	1,561	52.0%	郵送法	株式会社地域社会研究所	一般入札	2,405,000円	1年に1回	1回	有(抽選で県立施設の招待券)	無	無	無
京都府	4,100	1,639	40.6%	郵送法	一般社団法人システム科学研究所	一般入札	237,600,000円	1年に1回	無	無	無	無	無
兵庫県	5,000	3,083	61.7%	郵送法	無	無	1,646,000円	無1年に1回	1回	無	無	無	4名
奈良県	5,000	2,873	57.5%	郵送法	株式会社地域未来研究所	一般入札	270,000,000円	1年に1回	1回	無	無	無	無
鳥取県	2,000	1,375	68.8%	郵送法	株式会社東京商工リサーチ 松江支店	一般入札	242,535,200円	1年に1回	2回	有(クレーンクロス)	無	無	無
岡山県	2,500	1,266	50.6%	郵送法	株式会社 サーベリサーチセンター	プロポーザル	2,500,000円	1年に1回	無	有(礼状)	無	無	無
広島県	2,000	1,200	60.0%	郵送法	株式会社ミイ・オフィス	一般入札	2,084,400円	3年に1回	2回	無	無	無	無
山口県	3,000	1,658	55.3%	郵送法	株式会社東京商工リサーチ	指名入札	1,504,644円	1年に1回	1回	無	無	無	無
香川県	3,000	1,576	52.5%	郵送法	株式会社サーベリサーチセンター	一般入札	1,490,400円	1年に1回	1回	無	無	無	無
愛媛県	2,000	1,151	57.6%	郵送法	株式会社東京商工リサーチ 松山支店	随意契約	1209,000円	2年に1回	1回	無	無	無	無
高知県	3,000	1,733	57.8%	郵送法	株式会社ミニコーポレーション	プロポーザル	3,038,909円	1年に1回	1回	有(クリアファイル)	無	無	3名
福岡県	4,000	1,899	47.5%	郵送法	(株)西日本リサーチ・センター	指名入札	211,680,000円	1年に1回	1回	有(ポールペン)	無	無	無
佐賀県	3,000	1,497	49.9%	郵送法	株式会社佐賀電算センター	一般入札	236,600,000円	4年に1回	1回	有(ポールペン)	無	無	無
長崎県	3,000	1,698	56.6%	郵送法	公益財団法人ながさき地域政策研究所	一般入札	3,280,000円	3年に1回	1回	有(ポールペン)	無	無	無
熊本県	1,500	775	51.7%	郵送法	株式会社モリシマ	一般入札	1,036,800円	1年に1回	1回	無	無	無	無
大分県	5,000	2,938	58.8%	郵送法	株式会社九州みらい研究所	一般入札	403,210,000円	未回答	1回	有(ポールペン)	無	無	無
宮崎県	3,500	1,494	42.7%	郵送法	(株)地域経済研究所	一般入札	921,240円	1年に1回	無	無	無	無	無
沖縄県	2,000	1,394	69.7%	留置法	一般社団法人中央調査社	随意契約	11,610,000円	3年に1回	無	有(クオカード500円分)	無	無	無

「県民意識調査」実施状況一覧表

県名	ヒアリング	質問文作成	サンプリング 設計	サンブル抽出 作業	調査票印刷	郵送作業	回収作業	データ入力・ク リーニング	集計・分析	報告書作成	結果の公開年月	報告書の公開年月
北海道	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年12月	平成27年12月
青森県	A	A	A	C	B	B	B	B	C	A	平成25年6月	平成25年6月
岩手県	A	A	A	B	B	B	A	B	B	A	平成28年4月	平成28年4月
宮城県	A	A	A	A	C	A	A	B	B	B	平成28年3月	平成28年3月
秋田県	A	A	A	B	B	B	B	B	B	C	平成27年10月	平成27年10月
山形県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年11月	平成27年11月
福島県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年10月	平成27年10月
茨城県	A	C	B	B	B	—	B	B	B	B	平成27年12月	平成27年12月
栃木県	A	A	B	B	B	B	A	B	B	B	平成27年7月	平成27年10月
群馬県	A	A	B	B	B	B	A	B	B	C	平成27年11月	平成27年11月
埼玉県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年11月	平成27年11月
千葉県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	A	平成28年5月	平成28年5月
東京都	A	A	A	B	B	A	A	B	B	C	平成27年11月	平成27年11月
神奈川県	A	A	B	B	C	A	A	B	B	C	平成27年11月	平成28年3月
新潟県	A	A	B	B	B	A	A	B	B	B	平成27年12月	平成27年12月
富山県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年11月	平成27年12月
石川県	A	B	B	B	B	B	B	B	B	B	平成28年3月	平成28年3月
山梨県	A	B	B	B	B	B	B	B	B	B	平成25年3月	平成25年3月
岐阜県	B	A	A	B	B	B	A	B	B	B	平成27年11月	平成27年11月
静岡県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年11月	平成27年12月
愛知県	A	C	A	B	B	B	B	B	B	B	平成27年12月	平成27年12月
三重県	A	A	A	B	B	B	B	B	A	A	平成28年3月	平成28年3月
滋賀県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年7月	平成27年10月
京都府	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年10月	平成27年10月
兵庫県	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	平成28年2月	平成28年2月
奈良県	A	A	A	B	B	B	B	B	B	C	平成27年11月	平成27年12月
鳥取県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成28年1月	平成28年1月
岡山県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成28年1月	平成28年1月
広島県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年2月	平成27年2月
山口県	A	A	B	B	B	B	A	B	B	B	平成27年8月	平成27年8月
香川県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年11月	平成27年11月
愛媛県	A	A	A	A	B	B	B	B	C	A	平成28年3月	平成28年3月
高知県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成27年12月	平成27年12月
福岡県	A	A	C	B	B	B	B	B	C	B	平成27年9月	平成27年9月
佐賀県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成26年11月	平成26年11月
長崎県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成28年4月	平成28年4月
熊本県	A	A	A	C	B	B	C	B	B	B	平成27年10月	平成27年10月
大分県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成26年3月	平成26年3月
宮崎県	A	A	A	A	A	B	B	B	B	A	平成28年6月	平成28年6月
沖縄県	A	A	B	B	B	B	B	B	B	B	平成28年6月	平成28年6月

[項目説明]

サンプリング台帳：使用したサンプリング台帳

サンプリング方法：

層化無作為抽出法：男女比・地域別人口などを考慮してランダムサンプリングを実施した場合

等間隔無作為抽出法：人口を標本数で割って標本間隔を定め、乱数表に従って等間隔で標本を抽出する場合

単純無作為抽出法：台帳からランダムにサンプリングする場合

サンプル数：調査対象サンプル数

回収数：有効回収数

回収率：有効回収率

調査方法：調査票の配布・回収方法

調査委託機関：調査作業の委託先業者名称

業者選定方式：

随意契約：任意に一人のものから見積もりを取り、地方公共団体の決めた条件に適合する有利なものを示したものと契約を締結する方法

指名競争入札：能力・信用のある数人のものを指名して競争させ、最も有利な条件を提供したものと、契約を締結する方法

一般競争入札：地方公共団体が契約を締結する相手方を選ぶための原則的手続きであって、最も有利な条件を提供するものとの間に契約を締結する方法

プロポーザル契約：地方公共団体の契約手続きの一種で、当該業務の内容が技術的に高度なもの又は専門的な技術が要求されるものについて、技術提案書（プロポーザル）の提出を求め、技術的に最適な者を特定する手続き

調査事業費全体：調査事業全体にかかった費用

業者支払額：調査作業の実施にあたり委託した業者に支払った金額

調査頻度：調査を定期的に実施する間隔

督促状：督促状の送付回数

謝礼：調査票送付時に添付する謝礼物

調査士資格の有無：担当部局において専門社会調査士の資格を有する職員の有無

ヒアリング作業：県庁内の部局から調査に盛り込む内容を集約する作業

作業担当者分類：A 県庁職員 B 委託業者 C その他

第2章 「県民意識調査」の実施状況

今井義人・仲野愛加・横田健人

本章では、40 都道府県の「県民意識調査」実施状況一覧表をもとに、各項目の概要を述べる。各図表では「市民意識調査」の結果も可能な限り併せて掲載し、2つの調査を比較できるようにした。このように概要を整理した上で「県民意識調査」にみられた特徴について述べていく。

2-1 「県民意識調査」実施状況一覧表の概要

① 担当課

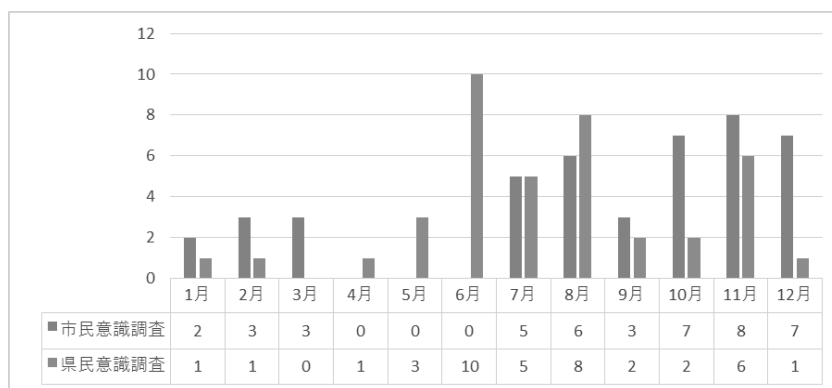
表 2-1 調査実施担当課分類

担当課名	市民意識調査	県民意識調査
「企画」「計画」が含まれる課	31(70.4%)	7(15.7%)
「広報」「公聴(広聴)」が含まれる課	1(2.3%)	20(50.0%)
その他の課	12(27.2%)	13(32.5%)

「市民意識調査」では担当課名に「企画」「計画」と名の付く担当課が多いのに対し、「県民意識調査」では「広報」「公聴(広聴)」と名の付く担当課が多かった。これは、「市民意識調査」が総合計画のために行われていることから担当課が総合計画を策定する企画課や計画課であることに対して、「県民意識調査」は都道府県民の意見を広く聞くものとして広報課や公聴(広聴)課によって実施されている調査が多いのではないかと考えられる。

② 調査実施月・調査結果公開月

図 2-2 調査実施月（数ヶ月にわたって実施されている場合は、調査開始月に算定）



「県民意識調査」は6月から8月にかけて実施している都道府県が半数以上の23都道府県であった。人事異動や予算編成の忙しい時期に調査を行うことは難しいのでこの時期に実施されることが多いのではないかと考えられる。都道府県の予算編成は11月～3月に行われることが多いが、この時期に調査を行うということは調査結果の公開が秋～冬頃になってしまう。以下の図2-3は調査結果の公開月である。

図 2-3 調査結果の公開月（県民意識調査のみ）

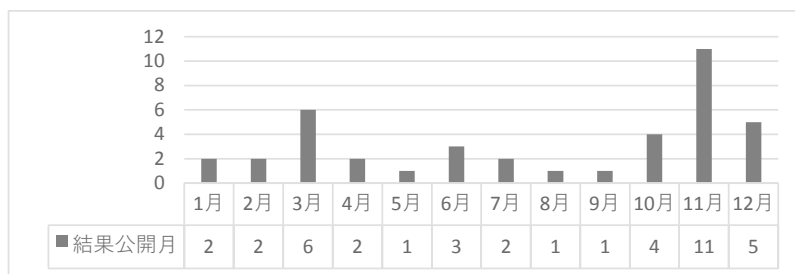


図 2-3 のように、結果公開月は 11 月が 11 都道府県と最も多いがその他は様々である。また、あくまでも結果公開「月」であるため沖縄県（実施：平成 27 年 8 月 結果公開：平成 28 年 6 月）のように年度をまたいでいる場合もある。分析を行う時間を考えると、予算編成にデータを活かすためには 6 月頃に調査を実施し、遅くとも 9 月上旬頃には結果を公開する必要があるだろう。

③ 対象年齢

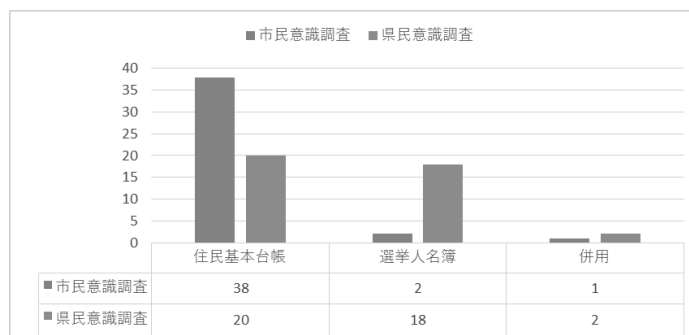
表 2-4 対象年齢分布

	15歳以上	16歳以上	18歳以上	20歳以上	全世帯
市民意識調査	2(4.5%)	14(31.8%)	6(13.6%)	20(45.5%)	2(4.5%)
県民意識調査	2(5%)	1(2.5%)	3(7.5%)	34(85%)	—

調査対象年齢は 20 歳以上が最も多く、全体の 85%を占めている。「市民意識調査」では 15 歳または 16 歳以上を対象にして高校生の意見を聞いている市町村が 16 市町村（36.3%）あったのに対して「県民意識調査」ではわずか 3 都道府県（7.5%）であった。その理由は、「市民意識調査」では長期の総合計画のための調査であることから未来を担う若者に意見を聞こうという自治体の考えがあったためである。また、一覧表の県民意識調査はすべて 2015 年以前の調査であるが、2016 年に公職選挙法が改正され選挙権が 18 歳以上に引き下げられたため選挙人名簿を使用している都道府県は前述の調査対象年齢が 18 歳以上に変わっていくだろう。

④ サンプルング台帳

表 2-5 サンプルング台帳



「市民意識調査」では 90%以上の 38 市町村が住民基本台帳を用いていたが、「県民意識調査」では選挙人名簿を用いている都道府県が 18（45%）みられた。住民基本台帳が各市町村で管理されていること

に対して、選挙人名簿は都道府県全体の有権者数が各月時点で確定していることから都道府県全体で調査を実施する際には選挙人名簿を使用することが便利であるためこのような結果であると考えられる。

⑤ サンプルング方法

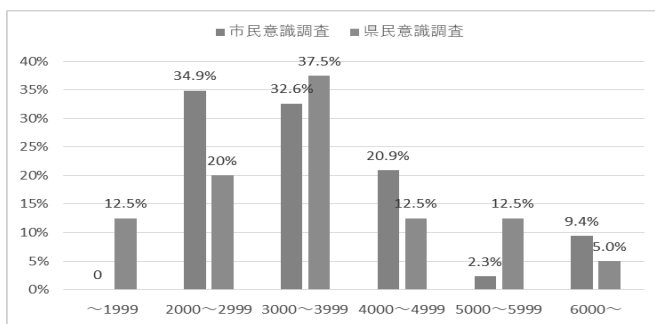
表 2-6 サンプルング方法分類

	層化無作為抽出法	単純無作為抽出法	等間隔抽出法	層化等間隔抽出法	その他
市民意識調査	20(45.5%)	14(31.8%)	5(11.4%)	2(4.5%)	3(6.8%)
県民意識調査	30(75%)	8(20%)	2(5%)	0	0

表 2-6 より、サンプルング方法は「市民意識調査」、「県民意識調査」とともに層化無作為抽出法を採用している県が最も多かったが割合に差がみられた。より正確な標本調査を行うためには性別・年齢構成・地域構成などを割り当てる必要があるが、市町村に比べて都道府県はより地域構成を考える必要があることから層化無作為抽出を行っている割合が高いのではないかと考えられる。

⑥ サンプル数

図表 2-7 サンプル数分布



サンプル数	～1999	2000～2999	3000～3999	4000～4999	5000～5999	6000～
市民意識調査	0	34.9%	32.6%	20.9%	2.3%	9.4%
県民意識調査	12.5%	20%	37.5%	12.5%	12.5%	5.0%

「市民意識調査」、「県民意識調査」とともにサンプル数は2000～4999の間であることが多かった。『これでいいのか市民意識調査』45～50 頁にはサンプル数の設定に関する記述があるので参照されたい。社会調査論ではサンプル数は「誤差の幅をどれくらいに設定するか」によって決まる。そのため、人口が2倍になったから単純にサンプル数を2倍にしても同じ精度になるわけではない。 (*)

『これでいいのか市民意識調査』50 頁では、『自治体は「できるだけ多くの住民の意見を取り入れたい」という思いを持ってサンプル数を設定するのではなく、標本誤差とサンプル数の関係を十分考慮した上でサンプル数を設定していく必要があるだろう。』と述べられているが「県民意識調査」においても同じことが言えるのではないだろうか。

(*)2013『新・社会調査へのアプローチ』大谷 信介 後藤 範章 小松 洋 木下 栄二

⑦ 調査方法と回収率

表 2-8 調査法と平均回収率

回収法	郵送法	留置法	個別面接法
市民意識調査	40 (90.9%)	4 (9.1%)	0
県民意識調査	34 (85%)	3 (7.5%)	3 (7.5%)

回収法	郵送法	留置法	個別面接法	全体平均
市民意識調査	53.8%	71.7%	—	54.5%
県民意識調査	54.3%	80.8%	69.6%	57.4%

表 2-8 は、「市民意識調査」と「県民意識調査」の回収方法と、用いられている回収法ごとに回収率を整理したものである。山梨県・富山県・沖縄県は留置法を、茨城県・埼玉県・東京都は個別面接法を採用している。これ以外の 34 道府県はすべて郵送法を採用している。この結果より、郵送法では両調査ともに平均回収率を下回ることがわかる。

⑧ 督促状の有無

表 2-9 督促状の有無の比率と平均回収率

督促回数	あり	なし		督促無し	督促1回	督促2回
市民意識調査	30(73.2%)	11(26.8%)	市民意識調査	46.3%	51.9%	なし
県民意識調査	31(77.5%)	9(22.5%)	県民意識調査	44.6%	54%	66.8%

表 2-9 より、両調査ともに督促状の有無の比率はほぼ同じである。督促状を送付する市町村および都道府県は、全て郵送法である。また、「市民意識調査」と「県民意識調査」とともに督促の有無によって回収率に 5%以上の差がみられ、「県民意識調査」の督促なしと督促 2 回では回収率に 20%以上の差があった。

⑨ 謝礼

表 2-11 謝礼と回収率

謝礼の有無	都道府県数	平均回収率
有	17	60.7%
無	23	55.0%

謝礼のある都道府県は、無い都道府県に比べ 5%以上回収率が高かった。謝礼の内容は、ボールペンが最も多く 8 都道府県、督促状兼メッセージカードが 3 都道府県、札状、クリーンクロス、クオカード 500 円分、抽選制の県内施設利用券がそれぞれ 1 都道府県であった。中でも謝礼がクオカード 500 円分であった沖縄県は 69.7%と高い回収率であった。

⑩ 社会調査専門者の関与

表 2-12 社会調査士と学識者の関与比率

	学識者関与	社会調査士	専門社会調査士
市民意識調査	4(9.1%)	制度なし	制度なし
県民意識調査	3(7.5%)	0	0

表 2-12 は、担当部局における社会調査士資格を有する職員の有無、作業過程における学識者の関与の有無をまとめたものである。社会調査士制度は 2003 年に発足したため「市民意識調査」実施当時は制度そのものが存在していない。「県民意識調査」担当部局の職員に社会調査士資格を有する都道府県は無かった。また、学識者が携わる都道府県は、三重県、兵庫県、高知県の 3 県で、合計 7 名が調査に関与しており、いずれも質問文の作成段階で携わっている。市民意識調査は 9.1%にあたる 4 市町村 14 名の学識者が関与していた。

⑪ 外部業者委託費用

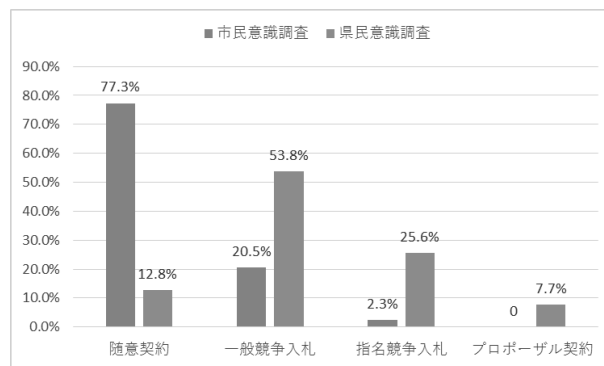
表 2-13 外部業者委託費用

委託業者支払費	委託自治体数	最大	最小	平均
市民意識調査	44	1699万5000円	100万円	430万286円
県民意識調査	39	2400万円	83万9000円	346万3円

表 2-13 は調査の外部委託を行っている自治体と、委託業者への支払費用を整理したものである。「市民意識調査」では 44 自治体全て、「県民意識調査」では兵庫県を除く 39 都道府県で委託が行われている。表 2-13 からは、「県民意識調査」は「市民意識調査」に比べて、委託費用が少ないことがわかる。最も金額が高かったのは、石川県の 2400 万円であり、2 番目の沖縄県（1161 万円）と比べても非常に高い金額であった。最も金額が低かったのは、調査作業を主に職員が担当している愛媛県の 83 万 9 千円である。

⑫ 選定方式

表 2-14 委託業者選定方式



	随意契約	一般競争入札	指名競争入札	プロポーザル契約
市民意識調査	77.3%(34)	20.5%(9)	2.3%(2)	—
県民意識調査	12.8%(5)	53.8%(21)	25.6%(10)	7.7%(3)

「市民意識調査」と「県民意識調査」を比べると用いられる選定方式に大きく違いがあることがみられた。「市民意識調査」の外部委託は総合計画とセットで委託している市町村が多くあり、調査事業のみの費用は算出不可である市町村もみられた。したがって総合計画の委託が随意契約によって行われていると考えられる。それに対して、県政の一事業である「県民意識調査」は一般競争入札や指名競争入札を多く採用しているのではないかと考えられる。

⑬ 委託業者の作業内容

表 12-16 委託業者が各作業を実施する比率

(「市民意識調査」は質問文作成、集計・分析、報告書作成の3項目にまとめて記)

作業内容	ヒアリング	質問文作成	サンプリング設計	サンプリング抽出	調査票印刷
市民意識調査	—	56.8%	—	61.4%	—
県民意識調査	2.6%	5.1%	64.1%	87.2%	92.3%
作業内容	郵送	回収	データ入力	集計・分析	報告書作成
市民意識調査	—	—	—	61.4%	88.6%
県民意識調査	87.2%	74.4%	100.0%	89.7%	71.8%

表 2-16 は調査の各作業において外部委託業者が作業を行っている自治体の割合を表したものである。「県民意識調査」ではサンプリング抽出や、分析作業を業者に委託している都道府県が多い。特に、調査票回収後のデータ入力や集計・分析作業を委託する都道府県は、約 90%に及び最も多い。一方で、質問票作成を外部業者に委託する都道府県は 5.1%と少なかった。

2-2 「県民意識調査」にみられる特徴

本節では前節の「県民意識調査」実施状況一覧表の概要をもとに、「県民意識調査」にみられた特徴について述べていく。

市町村に総合計画策定義務があったことに対して、都道府県では総合計画策定の義務はないものの独自に総合計画を策定している都道府県は存在し、「県民意識調査」報告書の調査目的に「石川県民の意識や現状を把握し、新たな長期構想策定のための基礎資料を得る」のように記載されている都道府県も存在した。そこで、PDF で保存している調査報告書に新潟県（調査名称に総合計画名が明記）以外の全都道府県の調査目的が記載されていたことから、「総合計画のために実施している」と調査目的に明記している調査とそうでない調査に分類して「県民意識調査」の特徴を整理することにした。分類は以下の表のように行い、全ての「県民意識調査」の調査目的および分類結果を整理した一覧表は DVD に収録している。

・**総合計画目的**：調査目的に「総合計画」「長期構想」という言葉または計画名が記載されているもの。
 ・**その他の目的**：調査目的に「総合計画」「長期構想」という言葉または計画名が記載されていないもの。
 例：「暮らし向き」と県の「広報広聴活動」等に関する県民の意識や要望などを把握し、今後の行政推進の参考とする（愛媛県）

分類の結果、総合計画または計画名が明記されていた「県民意識調査」は以下の 9 調査、そうでない調査は 31 調査であった。総合計画が明記されていない調査の目的をみると愛媛県の例のように、県民の声を聴き県政推進の参考資料とするといった内容のものが多かった。総合計画目的の 9 調査を整理したも

のが以下の表である。

県名	調査名称	担当部局	総合計画名
青森県	青森県民の意識に関する調査	企画政策部企画課	青森県基本計画未来を変える挑戦
岩手県	県の施策に関する県民意識調査	政策地域部	いわて県民計画
秋田県	県民意識調査	企画振興部総合政策課	第2期ふるさと秋田元気創造プラン
群馬県	県政県民意識アンケート	総務部広報課	第15次群馬県総合計画
新潟県	新潟県「夢おこし」政策プラン推進のための県民意識調査	知事政策局政策評価室	「夢おこし」政策プラン
石川県	石川県民意識調査	企画振興部企画課	石川県長期構想
山梨県	県民意識調査	知事政策局	第二期チャレンジ山梨行動計画
三重県	みえ県民意識調査	戦略企画部企画課	みえ県民カビジョン
京都府	京都府民の意識調査	府計画推進課	明日の京都

このように分類し、「市民意識調査」と総合計画のための「県民意識調査」とそれ以外の「県民意識調査」を比較したところ担当課・予算およびサンプル数の2点において特徴がみられた。

① 担当課

担当課名	総合計画目的	その他目的
「企画」「計画」が含まれる課	5(55.6%)	7(22.6%)
「広報」「公聴(広聴)」が含まれる課	1(11.1%)	20(64.5%)
その他の課	3(33.3%)	4(12.9%)

分類別に担当課を比較すると総合計画目的の調査は9都道府県中5都道府県が担当課名に「企画」「計画」のいずれかの言葉が含まれており、「政策」という言葉も含めると8都道府県となった。その他の目的の調査は31都道府県中20都道府県が「広報」または「公聴(広聴)」という言葉が含まれていたことから、総合計画目的ではない「県民意識調査」の多くは県民の声を聞く公聴を目的にしているという特徴がみられた。

② 予算およびサンプル数

表 2-15 目的別に見られる調査規模の特徴

	調査数	サンプル数(平均)	調査事業費(平均)
県民意識調査	40	3355	357万5256円
総合計画目的	9	4567	533万9800円
その他の目的	31	3003	306万2969円
市民意識調査	44	3582	430万3285円

その他の目的の調査は、「市民意識調査」や総合計画目的の調査に比べて予算とサンプルが少ない。一方、総合計画目的の調査になると、サンプル数や予算も大きくなることから、大きな規模で実施されていることが特徴としてあらわれた。

第3章 「モニターアンケート調査」の実施状況

観音堂万友・徳山晴基・宮久智子

都道府県庁が都道府県民におこなう広聴活動は、その方法においても非常に多様である。その中の1つにモニター制度がある。モニター制度とは都道府県民にモニターを一定の期間(または無期限に)委嘱し、モニターから県政への意見を聞くという昔から存在する制度である。モニターの活動内容は、県民会議への参加や、モニターアンケート調査への回答などである。最近では、その手軽さから、県民意識調査からモニターアンケート調査に乗り換えている都道府県も存在しており、県民のニーズを把握するという重要な役割を与えられている。この章では、各都道府県でおこなわれているモニター制度や、モニターアンケートについての概要をまとめると共に、例として3つの都道府県を挙げモニターアンケートの実態について述べていく。

3-1 「モニター制度・モニターアンケート調査」実施状況一覧表の作成

「モニター制度・モニターアンケート調査」実施状況一覧表を作成するために、ホームページを用いた調査と、電話での聞き取り調査をおこなった。ホームページを用いた調査は、主に都道府県庁ホームページから広報広聴課のページにアクセスしモニター制度やモニターアンケートのページを探す方法を用いた。その方法で見つからない場合は、「(検索対象の都道府県名)」というキーワードと共に、「モニターアンケート」「モニター調査」「モニター」「モニターアンケート調査」というキーワードを打ち込み、検索にかける方法を取っていた。その後、ホームページからの情報に相違が無いのか、モニター制度の概要の確認や、県民モニターアンケートが見つからなかった都道府県に有無の確認のために電話での聞き取り調査をおこなった。電話マニュアル及び確認調査票は巻末に掲載している。47都道府県庁全てに電話をかけていくのだが、対応は様々。丁寧で、協力的な姿勢で対応をしてくださる担当者の方もいれば、明らかに煙たがられ、こちらが平謝りをしてしぶしぶ協力、まだこちらが話そうとしているのにも係わらず電話を切られることも少なくなかった。代表番号に電話をかけた際に、課がお互いの業務を把握していないためにたらいまわしに遭い、課の入れ替わりの末に、結局モニター調査は存在していなかったといったこともあった。

このような電話調査の結果、「モニター制度・モニターアンケート調査」を実施している都道府県は26であることがわかった。26都道府県における「モニター制度・モニターアンケート調査」の実施状況を整理したものが、次ページの表3-1「モニター制度・モニターアンケート調査」実施状況一覧表である。

表 3-1 モニター制度・モニターアンケート実施状況一覧表（全 26 都道府県）

県名	モニター調査名	アンケート以外の制度	調査方法	回数/年	選定方法	登録人数	任期	謝礼	委託機関の有無	調査予算	県民意識調査の有無
岩手県	希望値いわてモニターアンケート		WEB 郵送	5	公募	295人	2年	有(1000円分謝礼)	無	30万円	有
茨城県	いばらきネットモニターアンケート		WEB	17	公募	907人	無し	有(記念品)	無	非公開	有
栃木県	栃木ネットアンケート		WEB	10	公募	325人	無し	有(抽選で粗品)	無	非公開	無
埼玉県	サポーターアンケート	提言		4	公募	3369人	無し	有(図書カード)	無	157万円	有
千葉県	インターネットアンケート調査			4	公募	1628人	無し	無	無	非公開	無
東京都	インターネット都政モニターアンケート		WEB	6	公募	500人	平成28年9月31日まで	有(図書カード)	有	非公開	有
富山県	県政モニターアンケート	提言 施設見学参加		2	公募	200人	2年	有(県産品)	無	非公開	有
石川県	モニターアンケート調査	モニター会議出席 意見交換会出席	WEB 郵送	10	公募	105人	2年	有(図書カード)	無	非公開	有
山梨県	県政モニターアンケート		WEB 郵送	7	抽出	400人	1年	有(QUIOカード)	無	200万円	有
長野県	県政モニターアンケート調査	提言	WEB 郵送	4	公募	1204人	2年	無	有(株式会社こうそく)	297万円	有
岐阜県	県政モニターアンケート		WEB 郵送	35	公募	485人	1年	有(県政モニター証明書)	無	世論調査との合算	有
静岡県	県政インターネットモニターアンケート		WEB	16	公募	507人	1年	有(図書カード)	無	謝礼の費用のみ	有
三重県	e-モニター(電子アンケート)			14	公募		3年	有(ギフト券)	無	457万4000円	無
滋賀県	県政モニターアンケート		WEB	22	公募	400人	1年	有(図書カード・美術館博物館の招待券)	無	38万8100円	有
京都府	広報モニターアンケート		WEB	12	公募	400人	1年	有(QUIOカード)	無	謝礼金と、広報誌金	有
大阪府	平成27年度アンケート		委託 委託	20	委託 委託	委託	委託	委託	有(楽天)サーチ	450万9000円	無
兵庫県	県民モニターアンケート		WEB	4	公募	2440人	1年	有(県立施設無料招待券・抽選5名に県特産品)	無	非公開	有
鳥取県	しまねwebモニター調査		WEB	10	公募	343人(年回書)	無し	有(県産品)	無	約50万円	有
山口県	平成〇年度e-アンケートモニターアンケート		WEB	3	公募	非公開	平成28年9月31日まで	有(図書カード)	無	非公開	有
徳島県	オープンとくまe-モニターアンケート		WEB	17	公募	200人	1年	有(図書カード)	無	算出不可	無
香川県	県政モニターアンケート		WEB 郵送	9	公募	248人	1年	非公開	無	30万円	有
愛媛県	県政モニターアンケート調査	課題について意見提出 県政に関する広報活動 県の広報事業への参加	郵送 メール	8	公募	118人	平成29年5月まで	無	無	55万1000円	有
福岡県	モニターアンケート	意見提案の提出	郵送 メール	3	公募	300人	1年	有(図書カードまたはQUIOカード)	無	約90万円	有
長崎県	ながさきWEB県政アンケート		WEB	8	公募	390人	2年	有(図書カードまたはQUIOカード)	無	55万9000円	有
大分県	テーマ通信	提言	郵送 メール	6	公募	212人	1年	有(記念品)	無	非公開	有
鹿児島県 SS	27年度アンケート		郵送 メール	15	公募	200人	2年	無	無	46万1000円	無

3-2 「モニターアンケート調査」実施状況一覧表の概要

表 3-1 は、モニターアンケートを実施している 26 都道府県をまとめている。モニター制度がある都道府県は、47 都道府県中 22 都道府県、モニター制度は無いが、アンケートのみをおこなっているのは 4 都道府県（栃木県、千葉県、三重県、大阪府）である。アンケート以外のモニター制度を取り入れているのは 7 都道府県である。石川県ではモニター会議出席と意見交換会への出席、長野県では提言、富山県では提言と施設見学会への参加、愛媛県では課題について意見提出と県政に関する広報活動と県の広聴事業への参加、福岡県では意見提案の提出、大分県では提言、埼玉県では提言が、モニター制度に取り入れられている。

モニターアンケートの調査回数や登録人数、調査予算にはかなりのばらつきが見られる。調査回数が最も多いのは岐阜県の 35 回、最も少ないのは富山県の 2 回、平均は 10 回であった。登録人数については最も多いのは埼玉県の 3369 人、最も少ないのは石川県の 105 人、平均は 684 人（三重県は 1250 人で計算）であった。調査予算については三重県の 457 万 4000 円が最も高額であった。また、多くの都道府県がモニターの活動実績に応じて謝礼を支払っており、謝礼がないのは千葉県、長野県、愛媛県、鹿児島県の 4 県のみであった。調査方法は WEB、郵送、メールの 3 つである。WEB を採用している都道府県が 10 都道府県と最も多く、次に郵送、次にメールの順であった。調査法を 2 つ採用している都道府県は、WEB と郵送が最も多く、次に郵送とメール、次にメールと WEB の順であった。任期は主に 1～3 年もしくは無期限であった。随時募集し、モニターとしての最終日が決められている都道府県も存在している。謝礼は主に図書カードや QUO カードやギフト券などで、香川県のみ現金であった。謝礼は、モニター制度への協力に応じて支払われる場合がほとんどだった。委託は、長野県、東京都、大阪府の 3 都府県が行っている。

また、「県民意識調査」の実施状況については、モニター制度と「県民意識調査」の両方を実施している都道府県が 21、「県民意識調査」を実施しておらずモニター制度のみをおこなっている都道府県は 2、モニターアンケートのみを単独でおこなっている 4 都道府県は「県民意識調査」を実施していなかった。モニター制度やモニターアンケート調査はモニターを公募し、応募してきた都道府県民に対して調査をおこなっているが、例外として、山梨県、長野県、三重県の 3 県は無作為抽出法を採用している。

※平均値は小数第一位を四捨五入

3-3 長野県・大阪府・三重県の事例調査

モニターアンケート調査の実態および問題点を把握するため、「県民意識調査」を廃止しその代替として「モニターアンケート調査」を導入した長野県、民間業者に調査を委託している大阪府、無作為抽出した対象者の中からモニターを募集している三重県の 3 都道府県を事例として調査を行った。

①長野県の事例

長野県は、県政世論調査からモニターアンケート調査に完全移行したことを電話調査で明言していた県である。

「以前は県政世論調査を行っていたが、2012（平成 24）年に県政モニターアンケート調査に移行しました。」
（長野県 企画振興部広報県民課）

長野県のホームページには、県政世論調査とモニターアンケート調査の双方の調査結果が掲載されていたため、両調査の比較を行うことにした。表 3-2 は、最後に実施された 2011（平成 23）年度県政世論調査と、最初に実施された 2012（平成 24）年度モニターアンケート調査を比較した表である。

表 3-2 県政世論調査とモニターアンケート調査の概要

	平成23年度県民意識調査	平成24年度県政モニターアンケート
回収数(回収率)	1206人(60.3%)	944人(76.6)
調査対象者	長野県内在住の満20歳以上の者2000人	県政モニター1232人
調査方法	郵送法	郵送又はインターネット
質問数	16項目24問	3項目22問

表 3-2 をみると回収率は 15%以上向上している。調査方法に新たにインターネット法を用いている。質問数は少ない項目に多い設問になっている。また、県政世論調査は年 1 回の実施に対し、県政モニターアンケート調査は年に 3 回実施している。

モニターアンケート調査に移行した理由について聞き取りを行ったところ以下の回答を得た。

「全てのアンケート時に無作為抽出をせず、モニターを委嘱すると、予算削減に繋がると同時に、県政世論調査に比べ、手軽に調査をおこなうことができる。そのため若年層からの意見をよく聞くことができる。また、年に何回も調査をおこなうことにより、県民の意識やニーズを細かく把握することができる。」
(長野県 企画振興部広報県民課)

このようにモニター調査担当課が口を揃えるメリットに若年層からの意見をよく聞くことができるというものがある。実際に若年層から回収できているのだろうか。ここでは、先ほどと同じように最後におこなわれた県政世論調査と最初におこなわれたモニターアンケート調査を用いて、回収標本の年齢別構成の比較を行った。

表 3-3 長野県調査 回収標本の年齢別構成

2011（平成 23）年度県政世論調査

	総数	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	無回答
総数	100.00%	5.10%	11.10%	17.40%	21.60%	27.10%	16.60%	0.90%
男性	56.30%	2.20%	5.50%	9.20%	12.40%	16%	10.90%	0.20%
女性	43.00%	2.80%	5.70%	8.20%	9.20%	11.60%	5.80%	0.20%
無回答	0.70%	0.10%				0.10%		0.50%

2012（平成 24）年度第 1 回県政モニターアンケート

	総数	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不明
総数	100.00%	2.80%	8.50%	16.70%	21.90%	29.40%	18.20%	2.40%
男性	61.0%	1.70%	4.30%	10.10%	12.90%	19.50%	12.50%	—
女性	36.50%	1.10%	4.10%	6.70%	9.00%	10.00%	5.70%	—
不明	2.40%	—	—	—	—	—	—	—

表 3-3 が示す通り、モニターアンケート調査は、県政世論調査よりも 20 代から 30 代の若年層の割合が低下しており、必ずしも若年層の意見をよく聞くことができるとは言えないのではないだろうか。

③ 大阪府の事例

「県民意識調査」に並行してモニターアンケート調査を実施している都道府県が多いが、大阪府は「県民意識調査」を実施していない。2016年7月21日に行った電話調査では、以下の回答を得た。

「意識調査に近いものとしては政策マーケティングリサーチ（大阪Qネット）というインターネットモニターを行っている」（大阪府 政策企画部企画室計画課計画グループ）

この回答を受けて、2016年7月22日、大阪Qネットの担当課である政策企画部企画室計画課に確認の電話を行ったところ以下の回答を得た。

「府民意識調査といった定期的におこなっている調査はない。それよりも行政はいろんな課題を抱えているので、子どもや高齢者などの課題にピンポイントで抽出・テーマで調査をしている」（大阪府 政策企画部企画室計画課計画グループ）

過去に「県民意識調査」が行われていたかどうかを確認するため、大阪府庁5階にある「府政情報センター」を訪問して行政資料を調べた。すると、「県民意識調査」の定義に当てはまる調査として、2010（平成22）年度に「大阪府民の意識と行動に関する調査」が行われていたことが分かった。担当課においては2003、2005、2007、2009、2010年度の報告書および調査票が現存することが確認された。以下の表3-4は2010（平成22）年度報告書1頁より抜粋した「平成22年度大阪府民の意識と行動に関する実態調査」の概要である。

表3-4 「平成22年度大阪府民の意識と行動に関する実態調査」の概要

調査目的	本世論調査は、府民の意識と行動を調査し、その現状を把握し、今後の府政の参考にすることを目的とした。
調査地域	府内全域
調査対象	満20歳以上の男女府民
標本数	2,000
抽出台帳	選挙人名簿および外国人登録原票
抽出方法	層化二段無作為抽出法および等間隔抽出法
調査方法	郵送法（再協力依頼1回）
調査時期	平成22年6月25日～7月20日
調査機関	株式会社エーエヌ土地利用研究所
調査項目	(1)「大阪」「大阪人」の一般的イメージについて
	(2)10年前と比べた大阪の変化について
	(3)あなた自身について
	(4)過去のあなたの体験について
	(5)現在のあなたご自身について
	(6)就労について
	(7)子育てについて
	(8)「大阪」のイメージについて
	(9)大阪の現状の姿について

この調査は2010年度を最後に廃止となっているが、その経緯について担当職員に聞き取りを行ったところ、以下のような回答であった。（*1）

「大阪府民の意識と行動に関する調査」は予算削減のために廃止されたのではなく、もともと、総合計画の進捗管理のためになされていた調査で、総合計画がなくなったことに伴い、調査も廃止した経過です。2009年度に就任した橋下知事のもと総合計画の更新はしないことの方針。それを受け、「大阪府民の意識と行動に関する調査」は2010年度までで終了となりました。」（大阪府 企画室計画課）

つまり、「大阪府民の意識と行動に関する調査」は太田房江知事時代の2000年に策定された総合計画「大阪の再生・元気倍増プラン～大阪21世紀の総合計画」のための調査であったことから、橋下徹知事

就任に伴って総合計画廃止とともに調査も廃止されたという経緯である。(※2) その一方で入れ替わりのように2009(平成21)年度より始まった「おおさかQネット」については次のような回答であった。

「おおさかQネット」は、大阪府の個別施策の効果検証や政策立案等の意思決定に必要な府民ニーズの調査として実施している。」(大阪府 企画室計画課)

したがって、「おおさかQネット」は予算削減などによる「県民意識調査」の代替ではなく、自治体の方針としてモニターアンケート調査に移行している。「おおさかQネット」の調査概要は以下の表3-5の通りである。

表3-5 「おおさかQネット」の調査概要

実施部局	政策企画部 企画室 計画グループ
調査頻度	20～34回(平成21年度～27年度の間)
調査方法	WEB
サンプル数	各回1000人
モニター選定方法	民間インターネット調査会社の登録モニター
謝礼	協力企業からの協賛品
調査費用	450万9000円(委託金額のみ)

また、ホームページに掲載している政策マーケティング・リサーチ・ガイドラインには、以下のように記されていた。(http://www.pref.osaka.lg.jp/kikaku/mr/ 2018年3月1日)

図3-6 大阪府政策マーケティング・リサーチ・ガイドライン

第1 政策マーケティング・リサーチのねらい

① 攻めのリサーチによる、声なき声を聴く意思決定

待っているだけで行政に届く府民ニーズや顕在化している府民ニーズだけでは、見落とされる府民ニーズ、捉えきれない府民ニーズがあり、偏った意思決定につながります。

行政から積極的に府民ニーズをリサーチすることで、府民の声なき声を聴き取り、姿なき願いに形を与え、真の府民ニーズを捉えることをめざします。

② 絶えざるリサーチによる、いまの切実な声に応える意思決定

前例踏襲やあらかじめ施策の実施を決めた上での時間をかけた調査は、政策の形骸化や行政対応のスピードを遅らせる原因になります。

日々の仕事に溶け込んだリサーチにより、常に最新の府民ニーズを追求することで、限られた行政資源をいま最も切実な府民ニーズに効果的に配分することをめざします。

③ 現場主義のリサーチによる、生きた声を感じ取る意思決定

現場の声を踏まえない机上の空論による意思決定では、きめ細かな血の通った行政対応は行えません。

職員一人ひとりがリサーチャーとなって府民ニーズを的確にキャッチし、日常業務に生かしていきます。

第2 庁内の取組体制

① 各部局での取組み

各部局は、施策・事業の立案や検証を実施する際には、このガイドラインにしたがって政策マーケティング・リサーチを積極的に活用しながら、手法の妥当性等を

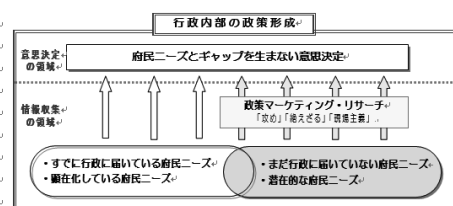
点検するようにします。

ただし、事業によっては、政策マーケティング・リサーチ・チームが当該施策・事業を担当する部局に代わってリサーチを実施する場合もあります。なお、その場合のリサーチに要する費用については、担当部局とあらかじめ協議することとします。

② 政策マーケティング・リサーチ・チームの取組み

政策マーケティング・リサーチ・チームは、庁内での政策マーケティング・リサーチの活用を促進するとともに、リサーチ実施部局に対しては、助言などの支援を行います。

第3 政策マーケティング・リサーチの基本的な考え方



① 意思決定と情報収集の関係

府民ニーズは互いに対立するものもあり、また、限られた財源の中で府民ニーズの間に優先順位をつけることも必要です。その調整のための意思決定は、公共性の理念を踏まえて、最終的には府議会の審議を通じた民主主義のルールに従って行うべきものです。

政策マーケティング・リサーチは、こうした一連のプロセスの中で、行政内部の政策形成の段階において、府民ニーズとギャップを生まない意思決定を実現するための情報収集をめざします。

2015年度以降は「楽天リサーチ」というマーケティングリサーチ協会に属する会社に調査を委託しているこの調査であるが、問題点が2点あげられる。1点目は「モニターが府民を代表していない点」であ

る。楽天リサーチは、商品やサービスの企画・開発を考えている企業や団体から依頼を受け、モニターの意見を届け、質問に答えたら楽天ポイントが貯まる。楽天リサーチで貯まったポイントは、1ポイント＝1円として、楽天グループの各サービス（楽天市場、楽天トラベル、楽天ブックスなど）で利用することができるという仕組みで成り立っている。楽天リサーチのモニターは、以下の写真のような求人広告サイトに掲載されており、アルバイト感覚でポイントを貯めているモニターが存在していることもある。

図 3-7 楽天リサーチ広告求人サイト（2018 年 3 月 1 日閲覧）

(<https://www.baitoru.com/kansai/jlist/osaka/osakashi/osakashichuoku/job23576589/>)

実際にゼミ生が楽天リサーチのモニター登録をすると、連日アンケートが届き、スマートフォンで安易に回答することができた。ポイントは貯まるが、アルバイトとして見るのであれば、雑に回答をしても楽天ポイントが獲得できる。また、最大の問題点は大阪府民でなくても回答できてしまう点にある。この調査は会社の所在地などを大阪府の住所とすることで大阪府民のように振る舞ってポイントを稼ぐことも可能である。分析結果概要には以下のように結果を出来るだけ「府民全体の縮図」とするために性別・年齢・地域を大阪府民の構成比に合わせていると記載しているが、インターネットに入力されている情報が正確なものとは限らないためモニターが府民を代表しているとは言えないであろう。

2. 「おおさかQネット」の回答者は、民間調査会社のインターネットユーザーであり、回答者の構成は無作為抽出サンプルのように「府民全体の縮図」ではない。そのため、アンケート調査の「単純集計（参考）」は、無作為抽出による世論調査のように「調査時点での府民全体の状況」を示すものではなく、あくまで本アンケートの回答者の回答状況にとどまる。⁴⁾
ただし、性別、年齢、地域に関しては、直近の国勢調査結果の大阪府の構成比に合わせている。⁴⁾

（2015（平成 27）年度「大阪の文化に関するアンケート」に関するアンケート分析結果概要より）

2 点目の問題点は「公的機関である大阪府庁が、民間企業に個人情報を提供している点」である。公的機関が取り扱う個人情報を民間企業に任せるといふこと、つまり、元は公的機関が扱う個人情報を民間企業が扱える代物となってしまうということである。その個人情報は流出のリスクが増すと共に、民間企業がその個人情報を利用できるようになってしまうことは大きな問題であろう。

③三重県の事例

三重県では無作為抽出した対象者の中からモニターを募集している。概要を以下に整理した。

図表 3-8 2013 年度三重県 e-モニターアンケート概要

実施部局	広報広聴課
調査頻度	14回(平成25年度)
調査方法	WEB
サンプル数	1100～1400
モニター選定方法	無作為抽出をした9000人に募集を行う
謝礼	アマゾンギフト券
調査費用	457万4000円

三重県IT広聴事業

e-モニター(電子アンケート)

※モニターとは、三重県が、各種の行政課題について、あらかじめ登録した県民の方を対象に行う、電子アンケートシステムです。

アンケートの対象者は、三重県が、各市町の選挙人名簿から無作為抽出した候補者に対して事業を行い、これにご応募いただいた県民の方々です。

このアンケートによって、県民の皆さんの意識傾向を把握し、課題ごとに事業のあり方などを考える際の強みとして活用します。

アンケート結果活用事例

これまでのアンケートがどのような形で活用されたかを紹介しています。

e-モニターの皆さんへお知らせ

メールマガジンやお知らせを掲載しています。

メール送信テストページ

三重県からのメールが正常に受信できるかの確認ができます。

2013 年におこなわれた三重県のモニターアンケートの担当課は広報広聴課で、年間調査回数は 14 回と平均より多い。WEB で回答を得る調査方法で、スマートフォンでの回答も可能である。モニターの選定方法は、県が独自に無作為抽出をした 9000 人弱にはがきを送り、その中から公募をおこなっている。

「地域、年齢、性別、バランスのいい抽出をおこなっています。」 (三重県 IT 広聴事業課)

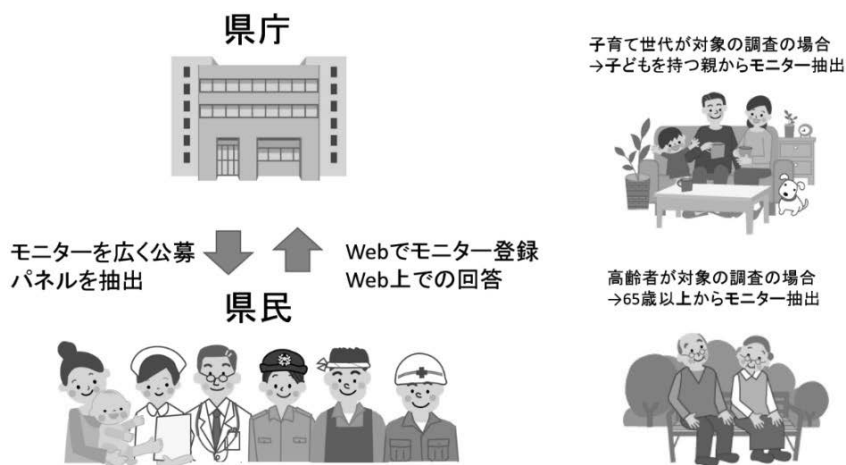
しかし、たとえ無作為抽出をした 9000 人のバランスは良くても、公募をすることによりそのバランスは崩れてしまう。モニターの数は、1100 人から 1400 人で、その中でも回収率は約 6 割なので、無作為抽出をした 9000 人の 10 分の 1 以下の回答しか得ることができない。経費は 457 万 4000 円と、モニターアンケートをしている都道府県の中で一番高額である。この他にも、調査費用が各部署において精算されている。しかしながら、三重県は無作為抽出や調査票作成を全て県庁職員が行っており、この点は高く評価できる。現状ではモニター数の少なさからモニターが県民を代表する意見とは言えないが、今後モニターの数を増やし、その中からパネル抽出を行うことが出来れば県民を代表するモニター調査が実施できるだろう。

3-4 都道府県庁によるパネルモニター調査の可能性

ここまで「県民意識調査」の代替として「モニターアンケート調査」を実施するようになった長野県、楽天リサーチにインターネットモニター調査を委託している大阪府、県庁が県民を無作為抽出した対象者からモニターの公募を行う三重県を例に「モニターアンケート調査」の実態を整理してきた。その結果、現在都道府県で実施されているモニターアンケート調査やインターネットモニター調査は「モニターが県民を代表していない」といった問題があるものの、回答が手軽にできるという利点もみられた。特に、インターネット環境は急速に進展していることから、今後は時代に合わせた新しい社会調査手法を開発することが必要とされてくるだろう。

そこで、回答の手軽さというだけでなく、モニターアンケート調査にどのような可能性があるのかについて、ゼミで議論を重ねた。ゼミでの議論によって考えられた方法は、「都道府県によるパネルモニター調査」である。パネルモニター調査とは、県民に調査モニターとして登録してもらい、調査ごとにその調査目的に合ったパネルを作成して調査に応じてもらうという方法である。図 3-9 は、この仕組みを図式化したものである。

図 3-9 パネルモニター調査 （画像はフリー素材を使用）



調査モニターとは、都道府県から調査の回答依頼があった場合に回答してもよいという人々である。都道府県は広報紙などでこの制度を案内し、調査に応じてよいという県民は、調査モニターとして登録する。都道府県がモニター調査用のサーバーを管理し、モニターが Web で登録できるようにすれば手軽である。こうして登録されたモニターの中から都道府県は調査ごとにパネルを作成する。パネルとは調査対象者の分類のことである。例えば子育てに関する調査であれば子どもがいるモニターを抽出してパネルを作成、高齢者に関する調査であれば 65 歳以上のモニターを抽出してパネルを作成するといったようになる。また、年齢構成やライフステージを考慮した層化無作為抽出法によるサンプリングを実施することも可能である。それは「モニター調査が県民を代表していない」といった問題点を改善することにもなるだろう。

この制度を運用するには、非常に多くの県民に調査モニターとして登録してもらう必要がある。何万人単位のモニターが集まれば、さまざまな政策課題や調査テーマに応じたパネルを作成したり、無作為抽出をしたりすることが可能になる。そのためには、老若男女、県内のさまざまな地域の県民にモニターになってもらわなければならない。広報紙や SNS を使った宣伝が必要となってくるだろう。

運用にあたっては、都道府県は個人情報情報を厳重に管理する必要があるが、マイナンバーを利用すれば個人照会が効率化できる可能性もある。さらに「県民意識調査」では平均 360 万円かかっていた調査費用の削減も可能であろう。ただし、このパネルモニター調査を可能にするには「県民意識調査」と同様に都道府県の職員にサンプリングや質問文作成といった正しい社会調査の知識が必要である。

(※1) 大阪府よりいただいた資料（メール調査の返信）

○ 「総合計画」および「大阪府民の意識と行動に関する調査」は予算削減のため 2010 年度において廃止されたとお聞きいたしましたが、何年度よりどのような頻度で行われていたのでしょうか。

- ⇒ ・ 「大阪府民の意識と行動に関する調査」は、「大阪の再生・元氣倍增プラン～大阪 21 世紀の総合計画」と「将来ビジョン・大阪」の進行管理を行うため、府民や全国の方々を対象にした意識調査や既存の統計調査から必要な指標を設定し、データを収集。また、これらの指標が他のこういった指標との間に相関関係があるのか整理するとともに、社会情勢の動きなどを踏まえ、どのようなことに影響を受けているのか、その要因を分析するもの（2009（平成 21）年度報告書より抜粋）。
- ・ 当時、橋下知事のもと総合計画の更新はしないことの方針。それを受け、「大阪府民の意識と行動に関する調査」は 2010（平成 22）年度までで終了となる。
 - ・ 調査は、2000（平成 12）・2002（14）・2003（15）・2005（17）・2007（19）・2009（21）・2010（22）年度に実施。

- 大阪の再生・元氣倍增プラン～大阪 21 世紀の総合計画
 - ・ 2000（平成 12）年 9 月策定、計画期間は 2010（平成 22）年度
- 将来ビジョン・大阪
 - ・ 2008（平成 20）年 12 月策定、2025 年（平成 37 年）の大阪の将来像を描いている

○ 何年度から何年度までの調査の報告書が現存しているか

- ⇒ ・ 2003（平成 15）・2005（17）・2007（19）・2009（21）・2010（22）年度は、手元にございますので、すぐにご提示することが可能です。

○ 最新 3 回分の調査の予算および決算額

- ⇒ ・ 入札時設計金額および支払額（入札額）は以下のとおり。

	入札時設計金額	支払額（入札額）
2007（平成 19）年度	4,498,200 円	2,511,600 円
2009（平成 21）年度	3,395,700 円	2,723,201 円
2010（平成 22）年度	3,596,250 円	2,625,000 円

○ 2009 年度より行われている「おおさかQネット」への移行の経緯、どのような関わりがあるか

- ⇒ ・ 「大阪府民の意識と行動に関する調査」は、「大阪の再生・元氣倍增プラン～大阪 21 世紀の総合計画」の進行管理を行うための調査として実施。
- ・ 一方で、「おおさかQネット」は、大阪府の個別施策の効果検証や政策立案等の意思決定に必要な府民ニーズの調査として実施。
 - ・ したがい、「おおさかQネット」は「大阪府民の意識と行動に関する調査」の代替として実施しているものではないが、現在は「将来ビジョン・大阪」で掲げている「知る項目」等の進捗状況も測っている。

【参考】「おおさかQネット」のリサーチ手法

平成 26 年度までは、主に府が公募した府政モニターを対象にアンケートを実施。平成 27 年度以降はモニター制度を廃止し、民間調査会社に登録するモニターを活用し、府の人口構成比や対象者を限定（年齢や地域など）したサンプル収集（毎回 1000 サンプル）を行っている。

◆（かけはし信勝君）

この総合計画そのものは、実は平成二十二年度で一応終わるんですよ。ということは、当然これは従来の終わり方であれば、この後継計画というものが一年前ぐらいから策定に向けて取り組まないかんわけですよ。それは、一年前というのは、実は来年の四月ごろになるわけです。そういった観点で見たときに、既にこれの後継計画はもうつくらずに、あくまでもこれでいくんだと、こういうお答えでいいんでしょうか。

◎知事（橋下徹） 総合計画をつくるに当たっての莫大な労力を考えれば、そういうようなところにエネルギーを注ぐのではなくて、もっと違うところにエネルギーを注いでもらいたいというのが僕のトップとしての考え方がでありまして、ですから、数値とか、推計とか、統計とか、そういう話と、要は府がどういう状況を数字でどういうふうに変遷してるのかというその統計的な話と計画とかそういうのはちょっと切り離して、計画というかビジョンということになれば、これはやっぱりそのときのトップがある程度示した中でマネジメントしていくと。

ですから、その総合計画というのは、これは必ず法定で義務なんですか。（発言する者あり）……であれば、そこにエネルギーを注ぐということは、余り僕はよろしくないと。もっと違うところにエネルギーを注いでもらいたいというふうに思っています。

◆（かけはし信勝議員） 総合計画は、実は市町村が義務づけられてるんですね。都道府県は、全くこれは任意でやってるわけで、ただ一つの行政が大阪府であれば府民生活の向上、福祉の充実と、こういったことを目指していく、あるいは産業の活性化も含めて目指していくと。（中略）私はやっぱりこれは必要なんじゃないかなと。要するに、労力をかけても必要なんじゃないかなというふうに思うんですけど、それはもう全く必要でないというお考えでいいんですね。

◎知事（橋下徹） 僕がつく前の知事のもとか、そこでつくられた計画ですよ。行政的につくられた計画、これがトップにあることがおかしいと思うんですよ。そうすると、行政が決めた範囲の中で僕がビジョンをつくるということになりますんで、やっぱり頂点は選挙で選ばれたトップのビジョンがまずトップにあって、その下に必要なデータとかそういうもの、過去の大阪府政の状況とかそういうものを踏まえた、それが総合計画というのかどうなのかわかりませんが、頂点はまずは将来ビジョン・大阪、政治的なメッセージとしてこれが一番頂点に来て、あとはそれを具体化するようなそれぞれの計画とか、過去のものからの連続性とか、そういうものはその下に置いて考えていくべきものだと思っています。それと、総合計画というものもいろいろ議論、昨年もしたんですけども、じゃそこから具体的な施策、何が出てくるのかといったら、そういうものでもないんですよ。ですから、そうなってくれば、もう余りそのためにする仕事というものは、ある程度どんどんそれは省力化していったら、本当にやらなければいけないところにエネルギーを集中させるというのが、これからの自治体経営のかなめなのかなというふうに思ってます。

第4章 都道府県庁が作る調査票の実態と問題点

菅篤生・犬伏賢二郎・家鋪駿平・稲富潤・田中綾美・工藤遙・谷有理菜・堤千紘

2016年8月に行ったゼミ合宿では、「県民意識調査」の問題点を回答者目線で把握するためにゼミ生同士で40都道府県の調査票を実際に回答した。回答するにあたって負担を感じた質問文などをピックアップし、それらの質問文にどのような特徴や共通点がみられるのか議論を展開した。その結果、ゼミ生の意見として「選択肢が多い」、「曖昧な表現が多い」などの意見が多く出された。そこでこのゼミ合宿の結果を踏まえ、県民意識調査の調査票をより詳しく分析することを試みた。しかし全都道府県の調査票を詳細まで分析すると膨大な量であり効率が悪いので、まずは2017年度に「県民生活実態調査」を実施することになった愛媛県において隔年で実施されている2つの調査「県民生活に関する世論調査(2015年度)」「愛媛県政に関する世論調査(2016年度)」(以下それぞれ「県民世論調査」、「県政世論調査」と表記)の調査票を例に分析を行うこととした。また、1つの県で2種類の調査票分析が可能であり、県庁のホームページ上にそれぞれ過去8回分(「県民生活に関する世論調査」は過去7回分)の調査票や報告書が記載されていたので例として分析するには適切であると判断した。

4-1 愛媛県の2つの調査の概要

はじめに愛媛県の2つの調査について目的や調査内容、さらに質問文の内容をホームページ上の情報を基に把握しようと試みた。しかし、2種類の調査票の質問文を全て記載すると膨大な量になるため『これでいいのか市民意識調査』157～158頁で用いたKJ法にならって、表4-1のように簡潔にまとめた。表4-1をみると2つの調査の概要から詳細な調査項目までが一目瞭然である。

表4-1 愛媛県の2つの調査の概要

調査名		県民生活に関する世論調査	愛媛県政に関する世論調査
目的		「暮らし向き、県の広報広聴活動や県政等に対する県民の意識や要望などを把握し、政策推進の参考とするため」	「県政に対する関心、定住意識県への施策要望などに関する県民の意識を把握し、県政推進の参考とするため」
調査内容		主に暮らし向き・県の広報広聴活動・県のイメージ・県政の要望・特定課題に関するもの	県政に対する関心・定住意識・県への施策要望・特定課題に関するもの
質問内容	住民	居住	-
		暮らし向き(2)、暮らし向きの変化、暮らし向きの程度、生活のゆとり感、暮らしに対する満足度、日常生活での悩みや不安、普段の生活で不足しているもの、自由時間と収入についての考え方、日常生活で充実感を感じるとき、暮らしの先行き感、改善したい暮らし向き、今後の暮らしに対する考え方、	定住意向、定住のための要件
		生活行動	-
	行政	集団への加入	-
		都市整備	県政への参加意識
		まちづくり	公共交通機関対策、道路交通対策、「自転車新文化」への関心度
		教育・文化	-
		行政体制	学校教育対策、家庭教育対策、社会教育対策、生涯学習対策、青少年対策、文化振興対策、スポーツ振興対策、文化財の見学状況
		環境	行政課題の認識、地域情報化推進対策、状況がよくなった施策、状況が悪くなった施策、県政に対する関心(2)
		産業	行政課題の認識、地域情報化推進対策、状況がよくなった施策、状況が悪くなった施策、県政に対する関心(2)
		人権・平和	物価消費者保護対策、農業対策、林業対策、森林対策、水産業対策、商業対策、中小企業対策、若年者雇用対策、観光対策、国際化対策、エコ愛媛農産物の認知度、エコ愛媛農産物を購入したことがない理由
		その他	男女共同参画社会づくり対策
		環境	えひめ国体・えひめ大会について(2)
		その他	えひめ国体・えひめ大会について(2)

4-2 意識と事実についての質問文

市民意識調査の問題点としてあげられていたのは「意識」について問う質問の多さである。実際に市民意識調査では意識について問うている質問が全体（フェイスシート、自由回答を除く）の 77.5%、事実について問うている質問が全体の 22.5%を占めているという結果であった。

この結果を基に、愛媛県の 2 つの調査ではどうなのかを調べるために、『これでいいのか市民意識調査』163 頁から 169 頁にならって質問文を意識と事実についてそれぞれ分類した。

その結果、県民世論調査では意識について問うている質問が全体の 68.9%、事実について問うている質問が全体の 31.1%を占めており、市民意識調査とほぼ同様の結果が得られた。県政世論調査では意識についての質問が全体の 92.9%、事実についての質問が全体の 7.1%を占めており、県政世論調査では意識について問うている質問が極めて多い結果が得られた。このことから愛媛県の 2 つの調査においても意識について問う質問が多いことが明らかになった。

意識について問う質問では回答者の気分や思い付きによって回答が変わってしまう可能性があるため、正確に県民の行動や実態をデータとして測定することが出来ない。つまり漠然と意識を問う質問では、表 4-1 の目的に記載された、県政推進の参考にするという目的が達成されないのである。さらにゼミ生が調査票を回答した際に多く得られた意見として「漠然とした質問が多いため、回答しづらい」とあったが、これは意識について問う質問に多く当てはまる問題点であった。

4-3 「県民意識調査」質問文にみられた新たな特徴

愛媛県の 2 つの調査の質問文を意識と事実に分類する過程で、県政世論調査の意識について問う質問には選択肢数が多く、その中で回答者に複数選択させる形式の質問が多いことに気が付いた。さらにこれらの選択肢には県の政策や課題が並べられており、回答者に重要だと思うものを選択させるものであった。これらの点を踏まえ、再度県政世論調査の調査票を見返してみると、意識について問う質問のほとんどがこのタイプに当てはまるものであることが判明した。

このように意識について問う質問文の中で、選択肢として政策を提示し、その中から複数選択させる質問文を「政策提示型質問」と名付け、以下のように定義した。

「選択肢に課題となる政策項目を例示して並べ、県民に重要なものは何かを問う質問」

さらに政策提示型質問について具体例を挙げて説明していく。以下の質問文は「愛媛県政に関する世論調査（2016 年度）」の問 3 でみられた政策提示型質問の典型的な例である。

問3 行政課題の認識

あなたは、これからの県政を進めるにあたって、何が特に重要だと思いますか。次の中から三つまで選んで番号を○で囲んでください。

	(複数回答)	(%)
1 保健医療対策	3	2.8
2 高齢者・障がい者などに対する社会福祉の充実	4	5.2
3 子育て支援対策	3	2.7
4 食の安全・安心対策	1	0.5
5 ボランティア活動など公益的活動の促進	2	4
6 環境保全・自然保護対策	7	5
7 住宅対策	2	9
8 上下水道整備、廃棄物処理などの生活衛生対策	6	5
9 消費者行政の推進	3	5
10 交通事故の防止対策	7	2
11 犯罪の防止対策	5	9
12 地震、台風などの防災対策	3	4.6
13 学校教育の充実	9	9
14 生涯学習・社会教育の推進	3	6
15 コミュニティ活動の推進	1	6
16 青少年の健全育成	6	0
17 芸術・文化の振興	2	8
18 スポーツ・レクリエーションの振興	2	7
19 人権尊重の社会づくり	3	4
20 男女共同参画社会づくり	1	3
21 農林水産業の振興	1	1.5
22 商工業・観光の振興	7	4
23 雇用安定・労働福祉対策	2	3.0
24 資源・エネルギー対策	4	0
25 治山治水や海岸保全対策	1	1
26 水資源確保対策や節水型社会づくり	2	2
27 県外との交流促進	1	7
28 海外との交流促進	0	8
29 陸・海・空の公共交通機関の整備	5	3
30 日常生活に資する道路ネットワークの整備	6	0
31 情報通信対策	1	5
32 その他	2	0
33 わからない	2	1

(今回調査から「9 物産・消費者保護対策」を「9 消費者行政の推進」へ変更)

政策提示型質問では、例の選択肢「1. 保健医療対策」、「2. 高齢者・障がい者などに対する社会福祉の充実」などように、政策や課題を選択肢として数多く提示して、その中から重要だと思うものを回答させている。

愛媛県の県政世論調査では意識について問う質問の中で、76.9%もの割合を政策提示型質問が占めていた。そこで愛媛県の県政世論調査で多く見られた政策提示型質問が他の都道府県においても見られるか調べるために、47 都道府県の調査票の政策提示型質問の数をカウントした。表 4-2 は 47 都道府県の調査票の質問文を意識と事実に分類し、さらに意識について問う質問文の中で政策提示型質問の数を記したものである。

47 都道府県の全質問の中で意識を問う質問の割合は 73.4%、事実を問う質問の割合は 26.6%であり、47 都道府県においても市民意識調査とほぼ同様の結果が得られた。さらに意識を問う質問の中で政策提示型質問の割合は 28.1%であり、愛媛県の県政世論調査で多く見られた政策提示型質問は県民世論調査や、他の都道府県の調査票でも見られた。このことから、都道府県庁が作成する調査票には政策提示型質問が含まれる傾向にあることが明らかになった。

表 4-2 47 都道府県意識事実分類表

都道府県	全質問 (評価対象数)	意識		意識総数	事実総数
		政策提示型	意識その他		
北海道	42	13	20	33	9
岩手県	15	2	5	7	8
宮城県	120	8	77	85	35
秋田県	36	11	11	22	14
山形県	55	10	27	37	18
福島県	30	11	15	26	4
栃木県	49	12	27	39	10
群馬県	12	1	3	4	8
埼玉県	46	6	26	32	14
千葉県	41	7	16	23	18
東京都	34	10	21	31	3
神奈川県	37	10	21	31	6
新潟県	25	0	18	18	7
富山県	32	8	15	23	9
石川県	45	26	15	41	4
山梨県	24	16	8	24	0
岐阜県	30	4	19	23	7
静岡県	50	4	34	38	12
愛知県	31	4	17	21	10
三重県	27	3	18	21	6
滋賀県	44	5	26	31	13
京都府	43	0	21	21	22
兵庫県	28	2	11	13	15
奈良県	46	2	32	34	12
鳥根県	38	3	19	22	16
広島県	54	7	32	39	15
山口県	53	6	26	32	21
香川県	47	9	24	33	14
愛媛県1	61	8	34	42	19
愛媛県2	42	30	12	39	3
高知県	58	23	18	41	17
福岡県	24	18	6	24	0
佐賀県	49	1	46	47	2
長崎県	25	10	10	20	5
熊本県	33	7	12	20	12
大分県	19	14	5	19	0
宮崎県	60	1	31	32	28
沖縄県	38	3	34	37	1
計	1585	346	821	1164	421
%	-	-	-	73.4%	26.6%
政策提示型/意識(%)	-	28.1%	-	-	-
生活実態調査	73	0	7	7	66
%	-	-	-	9.6%	90.4%
政策提示型/意識(%)	-	0%	-	-	-

(注 1) 愛媛県 1：「県民生活に関する世論調査」 愛媛県 2：「愛媛県政に関する世論調査」

(注 2) 愛媛県のみ 2 つの調査を含み計算している。

(注 3) 生活実態調査：2017 年に大谷研究室が愛媛県と長崎県で実施した、県民の生活実態を測定するための調査（本章で記載しているものは愛媛県的生活実態調査のみ）この調査における「意識」の質問は内閣府が実施する「社会生活基本調査」との比較を行うためのものである。それ以外の調査は都道府県民の生活実態を捉えるための事実を問う質問文となっている。

4-4 政策提示型質問の問題点

① M. A. 形式の質問が多い

1 つ目は回答者に選択肢から複数選択させる、M. A. (Multiple Answer の略) 形式が多いことである。

M. A. 形式の質問はクロス集計が出来ない、また選ばれた選択肢の中で重要度が分からないといった問題点がある。つまり、社会調査には向かない形式である。M. A. の質問文の割合がどれほどあるかを測定するために『これでいいのか市民意識調査』141 頁～154 頁にならって、調査票の数量化を行った。

社会調査の調査票には「選択肢 1 を選んだ方のみお答えください」など条件付きの質問文がみられるため、質問の数を的確に把握することは難しい。そこで、『これでいいのか市民意識調査』では質問の数を「問いの数」に近づけた A 分類と「実質回答数」に近づけた B 分類という 2 つの分類法を開発して調査票の計量を可能にしたのである。詳細な分類方法は「コーディングマニュアル」として巻末に収録して

いる。このA分類・B分類に基づき「県民意識調査」におけるM.A.の質問文の割合を数量化したものが表4-3の形式別質問カウント表である。また、カウント表を整理したものが表4-4の調査ごとの比率比較である。

表 4-3 形式別質問カウント表

調査名	調査対象	F S	全質問数	(評価対象外)		評価対象数	S A		S A	M A ①			M A ①	すべて選択	A 総数(①+すべて選択)	記述
				F S数	自由回答数		一般形式	縦列形式		M A ①						
										2つ・2つまで	3つ・3つまで	4つ・4つまで以上				
県民意識調査	愛媛県1	-	61	0	0	61	41	2	43	3	4	0	7	11	18	0
	愛媛県2	-	42	0	0	42	10	0	10	28	4	2	31	1	32	0
	北海道	前	48	6	0	42	18	1	19	2	4	0	6	17	23	0
	岩手県	後	24	9	0	15	7	6	13	0	1	0	0	1	2	0
	宮城県	前	142	19	3	120	106	0	106	3	0	0	3	10	13	1
	秋田県	後	42	5	1	36	19	8	27	0	1	2	3	6	7	0
	山形県	前	64	9	0	55	18	4	22	3	15	0	18	15	33	0
	福島県	後	36	4	2	30	6	4	10	0	11	0	11	9	20	0
	栃木県	後	61	12	0	49	27	0	27	3	6	0	9	13	22	0
	群馬県	後	21	8	1	12	3	2	5	0	3	0	3	4	7	0
	埼玉県	後	60	14	0	46	28	4	32	2	2	0	4	10	14	0
	千葉県	後	63	13	9	41	27	1	28	2	0	0	2	11	13	0
	東京都	後	50	16	0	34	19	0	19	0	4	1	5	10	15	0
	神奈川県	後	46	8	1	37	16	3	19	0	3	1	4	14	18	0
	新潟県	後	34	8	1	25	11	7	18	0	1	0	1	6	7	0
	富山県	後	37	5	0	32	15	1	16	2	6	3	11	5	16	0
	石川県	後	54	8	1	45	9	6	15	5	25	0	30	0	30	0
	山梨県	後	29	5	0	24	1	1	2	0	21	0	21	1	22	0
	岐阜県	後	42	12	0	30	17	0	17	0	6	1	7	6	13	0
	静岡県	前	61	11	0	50	38	0	38	0	2	0	2	10	12	0
	愛知県	後	35	4	0	31	17	0	17	0	0	0	0	14	14	0
	三重県	後	34	6	1	27	16	1	17	6	0	0	6	4	10	0
	滋賀県	前	51	7	0	44	22	3	25	0	8	0	8	8	16	3
	京都府	無し	43	0	0	43	43	0	43	0	0	0	0	0	0	0
	兵庫県	後	34	6	0	28	10	7	17	2	0	0	2	9	11	0
	奈良県	後	54	8	0	46	22	1	23	2	7	5	14	9	23	0
	鳥取県	後	48	10	0	38	27	0	27	0	2	0	2	9	11	0
	広島県	前	58	4	0	54	19	8	27	0	8	0	8	18	26	1
	山口県	後	60	6	1	53	28	8	36	3	4	0	7	10	17	0
	香川県	後	53	5	1	47	18	7	25	1	14	0	15	7	22	0
	高知県	後	67	8	1	58	23	0	23	22	5	0	27	8	35	0
	福岡県	後	37	11	2	24	4	0	4	1	19	0	20	0	20	0
	佐賀県	後	83	7	27	49	44	2	46	0	1	0	1	2	3	0
	長崎県	前	36	11	0	25	9	1	10	11	0	1	12	3	15	0
	熊本県	後	38	4	1	33	18	0	18	2	6	0	8	7	15	0
	大分県	前	27	8	0	19	2	1	3	0	14	2	16	0	16	0
	宮崎県	前	69	8	1	60	42	1	43	1	1	0	2	14	16	1
	沖縄県	前	48	10	0	38	25	6	31	1	6	0	7	7	7	0
	市民意識調査	計	1892	295	54	1543	825	96	920	105	211	18	333	282	614	6
44自治体計	-	1490	246	38	1206	555	138	693	145	200	25	370	117	487	26	
生活実態調査	愛媛県	無し	75	0	2	73	67	0	67	0	0	0	6	6	0	

表 4-4 調査ごとの比率比較

			全質問数	評価対象数	S.A		M.A	記述
					一般形式	縦列形式		
調査名	県民意識調査	37都道府県計	1892	1541	825	96	614	6
		比率	-	100%	53.5%	6.2%	39.8%	0.4%
	市民意識調査	44自治体計	1490	1206	555	138	487	26
		比率	-	100%	46.0%	11.4%	40.4%	2.2%
	生活実態調査	計	75	73	67	0	6	0
		比率	-	100%	91.8%	0%	8.2%	0%

政策提示型質問の割合が多い愛媛県政に関する世論調査では、M.A.形式の質問が、42問中、32問と極めて多く見られた。また、県民意識調査全県のM.A.の比率は39.8%と、市民意識調査の40.4%とほぼ同様の結果が得られた。一方、生活実態調査では、M.A.の比率が8.2%である。調査票を見ればわかるようにこのM.A.は「政策提示型質問」ではなく、家族構成や生活課題を問う質問文になっており、コーディングを行うことで分析が可能である。

②選択肢数が多い

2つ目は、選択肢数が多いという点である。

この要因は都道府県庁が部局ごとに取り組んでいる政策を全て並べて提示することで、必然的に選択肢数が多くなると考えられる。選択肢が多いと、回答者は回答に時間がかかるため、負担が大きくなるという問題がある。そのため例に挙げた問3の質問では、回答比率が上位に固まってしまっているのである。このことからゼミ生の意見として最も多かった「選択肢が多いため、回答者の負担が大きい」という問題点は、政策提示型質問が原因の一つであることが分かる。

以下の表は、愛媛県の2つの調査及び、全国の県民意識調査の政策提示型質問の選択肢数を表にまとめたものである。

表 4-5 政策提示型質問の選択肢数

都道府県名	質問数	平均選択肢数	最大選択肢数	都道府県名	質問数	平均選択肢数	最大選択肢数
愛媛県1	8	10.3	15	静岡県	4	9.8	11
愛媛県2	30	15.8	54	愛知県	4	9.5	13
北海道	13	8.5	16	三重県	3	9.3	11
岩手県	2	8.5	11	滋賀県	5	16.0	28
宮城県	8	11.3	18	兵庫県	2	12.5	18
秋田県	11	9.8	40	奈良県	2	7.5	8
山形県	10	11.0	15	島根県	3	7.0	9
福島県	11	11.3	20	広島県	7	18.1	31
栃木県	12	9.9	37	山口県	6	9.0	13
群馬県	1	5.0	5	香川県	9	9.9	13
埼玉県	6	14.3	38	高知県	23	8.5	13
千葉県	7	11.1	18	福岡県	18	11.8	16
東京都	10	11.5	29	佐賀県	1	7.0	7
神奈川県	10	10.8	30	長崎県	10	10.5	22
新潟県	0	0.0	0	熊本県	9	9.2	11
富山県	8	18.5	68	大分県	14	13.4	37
石川県	26	12.5	13	宮崎県	1	8.0	8
山梨県	16	12.6	20	沖縄県	3	16.3	23
岐阜県	4	14.8	32	全都道府県	193	10.9	68

愛媛県の県政世論調査では、問 33 の 54 個、県民世論調査では、問 27 の 15 個が最も多い選択肢数であり、全都道府県の中で最大の選択肢数は富山県の 68 個であった。

全都道府県の政策提示型質問の平均選択肢数は 10.8 個であり、全都道府県においても、政策提示型の選択肢数は多くなる傾向が見られた。

③ 調査結果において年次変化にばかり着目している

3 つ目は、調査結果において年次変化に着目しているという点である。

調査結果を比較することは重要であるが、年次変化では昨年度との割合の増減にばかり着目してしまうため、実態を把握するためのクロス集計が行われないのである。

以下は、年次変化に着目している典型的な例である東京都が実施した調査と、年次比較を利用した調査結果の例である。

東京都 「都民生活に関する世論調査」(2015 年度) 問 4-2

※4-2 都政への要望

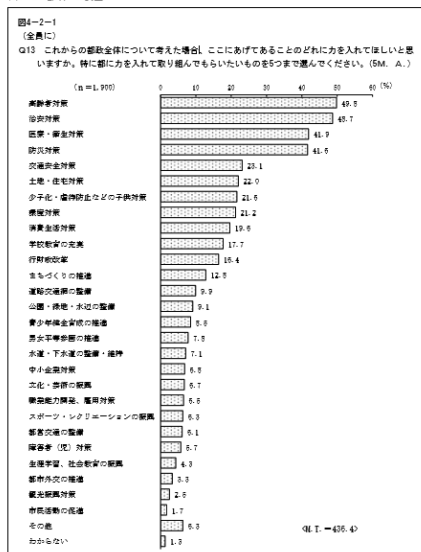
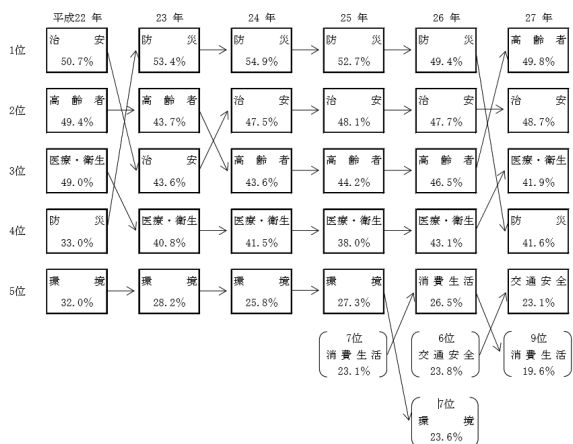


図4-2-2 都政への要望一上位5位の推移



この質問は、都政全体で考えた時に、どの対策に力を入れるべきかを都民に問うている質問である。2015 年度の調査結果には、2010 年度から 2015 年度までの計 6 回の調査の年次比較が記載されていた。また、HP 記載の付属資料には、1975 年からの時系列変化も記載されており、一部表現を変化、追加も年度によってはされているが、似たような調査が何十年もの間続けられていた。

さらに調査結果の報告書では、「都政への要望の経年変化をみると、昨年第 3 位だった「高齢者対策」は 3 ポイント増加し、第 1 位となっている。平成 23 年以降 4 年連続して第 1 位だった「防災対策」は昨年よりも 8 ポイント減少し、第 4 位となっている。昨年第 5 位の「消費生活対策」は 7 ポイント減少して第 9 位となっている。」と記載されており、報告書の文を見ても年次変化に着目していることが明らかになった。

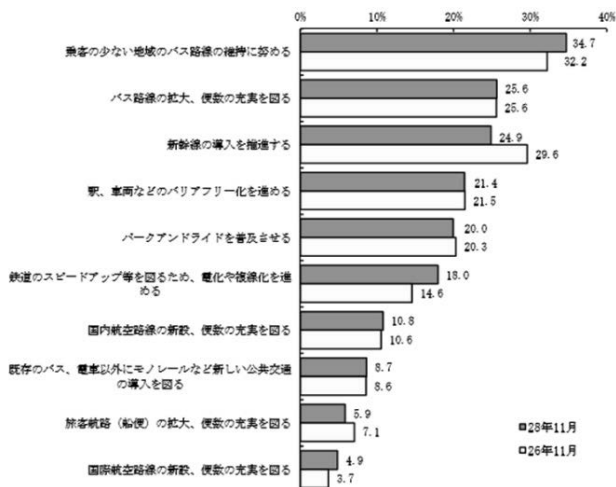
また愛媛県政に関する世論調査においても、時系列比較が用いられている。以下は、愛媛県の県政世論調査の年次比較を利用した調査結果の例である。

問30 公共交通機関対策

あなたは、公共交通機関の整備促進のために、県はどのようなことに特に力を入れたらよいと思いますか。次の中から二つまで選んで番号を○で囲んでください。
(複数回答) (%)

- | | |
|-----------------------------------|------|
| 1 鉄道のスピードアップ等を図るため、電化や複線化を進める | 18.0 |
| 2 新幹線の導入を推進する | 24.9 |
| 3 バス路線の拡大、便数の充実を図る | 25.6 |
| 4 乗客の少ない地域 of バス路線の維持に努める | 34.7 |
| 5 旅客航路(船便)の拡大、便数の充実を図る | 5.9 |
| 6 国内航空路線の新設、便数の充実を図る | 10.8 |
| 7 国際航空路線の新設、便数の充実を図る | 4.9 |
| 8 既存のバス、電車以外にモノレールなど新しい公共交通の導入を図る | 8.7 |
| 9 駅、車両などのバリアフリー化を進める | 21.4 |
| 10 パークアンドライド(注)を普及させる | 20.0 |
| 11 その他 | 2.1 |
| 12 わからない | 6.6 |

(注) 郊外の鉄道駅・バス停留所の駐車場にマイカーを止め、そこから公共交通機関に乗り換えるシステム。渋滞緩和に効果がある。



この質問は県民に公共交通機関の整備において県庁は何に力を入れていくべきかを県民に問うている質問である。調査結果には、前回分との比較のみ記載されているが、HP 記載分の 2003 年度～2016 年度までの 8 回分の調査では同様の調査が用いられていた。

この 2 つの例のように、政策提示型質問ではこのような分析方法が一般的に用いられており、その方法に着目してしまうことで調査も毎回同様のものになり、調査票が変わらない原因になっていると考えられる。

第5章 調査に関する職員研修の実態

奥野佳行・山邊公輝・大工みなみ・木嶋凜太郎・松本龍樹

5-1 「職員研修」実施状況一覧表の作成作業

多くの都道府県で「県民意識調査」の質問文を県庁職員が作成しているが、どの都道府県にも社会調査士、専門社会調査士の資格を持つ質問文作成担当者はおらず、電話調査においては都道府県庁職員から「アンケートの作成が難しい」といった声が調査の課題としてあげられていた。そこで、各都道府県では社会調査に関する研修をどのように実施しているのかを明らかにするため、47 都道府県の職員研修実態一覧表を作成することを試みた。

47 都道府県の職員研修実態一覧表を作成するにあたって、はじめに自治大学校の『地方公務員研修の実態に関する調査』（2015 年）を参照した。自治大学校とは、地方公務員に対する研修事業及び地方自治に関する調査研究を実施している総務省管轄の施設等機関である。『地方公務員研修の実態に関する調査』の概要は以下のとおりである。

表 5-1 『地方公務員研修の実態に関する調査』の概要

調査目的	地方公共団体における効果的・効率的な研修方法の検討の参考とするため
調査方法	「地方公務員研修の実態に関する調査票」を電子メールにて照会
調査対象	都道府県研修担当部局（研修所または人事担当部局）「47」
	指定都市研修担当部局（研修所または人事担当部局）「20」
	中核市研修担当部局（研修所または人事担当部局）「45」
	施行時特別市研修担当部局（研修所または人事担当部局）「39」
	県庁所在市研修担当部局（研修所または人事担当部局） ※指定都市、中核市及び施行時特別市を除く。以下同じ。「4」
	特別区「23」
	財団法人「1」
調査項目	研修体制及び講師の状況
	研修計画の策定状況
	研修ニーズの把握方法とニーズの充足状況
	市町村職員研修の実施状況
	特別区の実施状況
	政策能力向上研修の実施状況
	法務能力向上研修の実施状況
	女性の活躍推進に向けた研修の実施状況
	eラーニングを用いた研修の実施状況
	研修効果の測定
	研修と任用との関係
	研修の実施内容に関する評価
	研修事業の見直しと今後の展開

調査対象は 47 都道府県すべてであった。「研修体制及び講師の状況」から、北海道・青森県・岩手県・栃木県・香川県・熊本県・鹿児島県の 7 都道府県以外の県では、職員研修所が設置されていることが明らかになった。

「本調査における研修種別一覧表」では、研修内容について階層別研修と特別研修の大きく 2 つに分類されていた。階層別研修とは、対象となる階層・職種の職員が原則として全員受験することを義務付けた研修である。特別研修とは専門的な知識・技術の修得や能力の開発・向上を目的として実施する研修で

あって、階層別研修を除くものである。政策能力や法務能力の向上を目的としたものや特定課題に関する研修などがある。しかし、一覧表のなかに社会調査に関する項目は見られなかった。そのため、政策能力向上研修の実施状況の「調査手法、分析スキルにかかるもの」を参照した。政策能力向上研修の内容区分は以下のとおりである。

表 5-2 政策能力向上研修（都道府県の実施状況）

内容	実施団体	課程数
①政策立案を行うもの	28	29
②課題解決能力向上にかかるもの	17	23
③先進事例の調査等にかかるもの	1	1
④調査手法、分析スキル向上にかかるもの	18	19
⑤官民共同にかかるもの	9	8
⑥その他	7	3

表 5-2 より、④の項目は、18 都道府県、19 課程が実施されていた。（千葉県は 2 課程）そのなかには千葉県の「アンケート調査技法」や「統計データの分析と活用」といった社会調査や統計に関する研修があった。

④の項目は単なる内容区分であったため、社会調査と統計に関する定義を定めた。社会調査に関する研修については以下のように定義を定めた。

- ・県民意識調査などのアンケート調査で用いる質問文の作り方に関する研修
- ・2016 年、2015 年度に実施されているもの

この定義に該当した研修は、19 課程のうち愛媛県の「社会調査実践講座」、千葉県の「アンケート調査技法」の 2 つのみであった。

また、統計に関する研修においても以下のように定義を定めた。

- ・既存のデータを用いて平均値や中央値、分散や標準偏差、相関分析といった統計分析を学ぶ研修
- ・2016 年、2015 年度に実施されているもの

この定義に該当したのは千葉県の「統計データの分析と活用」のみであった。統計だけの研修はあまりなく、別の研修の中に統計学的内容が少し含まれるというものが多かった。

このように自治大学校の資料では定義づけが不十分であったため、こちらで定義を決め、社会調査及び統計に関する研修の有無を調べた。その後各県の研修所及び人事担当部局のホームページ検索、電話調査を実施した。

ホームページ検索では、以下の調査項目についてどの程度情報が得られるかを調べた。

- ・研修所の設置状況 ・講師数 ・研修所の宿泊設備の有無
- ・研修の基本方針(策定年度) ・社会調査に関する研修の有無
- ・統計に関する研修の有無 ・外部委託の有無

Google 検索で研修所及び人事担当部局について検索するという方法で行った。また、この方法でページが見つからない場合は県庁ホームページのサイト内検索で「人事課」もしくは「職員研修」と検索した。

検索した結果、研修内容等の PDF ファイルがまとめられている県と PDF ファイルがなく、簡単な紹介程度の情報量しかない県、そして研修ページが見つからない県もあった。表 5-5 は、その内訳である。

表5-4 全国47都道府県「職員研修」実施状況一覧表

	研修機関の名称	電話番号	研修施設の名称	宿泊設備	専任職員数	非常勤職員数	市内講師数	市外講師数	5年大学間 修得数	講師計
北海道	総務部人事局人事課	011-204-5078	無	無	★10	★10	78	3	47	8 125
青森県	総務部人事課	017-736-2011	無	無	★4	★4	115	0	28	3 143
岩手県	総務部人事課	019-629-5071	無	無	★21	★21	32	0	27	3 59
宮城県	宮城県公務研修所	022-351-5661	宮城県公務研修所	有	7	7	69	0	25	0 94
秋田県	秋田県公務研修所	018-873-7100	秋田県公務研修所	有	10	10	48	0	51	3 99
山形県	山形県職員育成センター	023-622-2743	山形県職員育成センター	無	12	12	29	0	59	12 88
福島県	公益財団法人ふくしま自治研修センター	024-593-5711	公益財団法人ふくしま自治研修センター	有	19	18	13	1	219	14 232
茨城県	茨城県自治研修所	029-303-1326	茨城県自治研修所	無	13	13	53	7	87	8 140
栃木県	人事課	028-623-3868	無	無	★4	★4	33	0	39	2 72
群馬県	群馬県自治研修センター	027-255-7000	群馬県自治研修センター	無	8	8	55	0	51	7 108
埼玉県	彩の国さいたま市づくり広域連合	048-664-6681	彩の国さいたま市づくり広域連合	無	30	29	53	0	133	23 186
千葉県	千葉県職員能力開発センター	043-231-8711	千葉県職員能力開発センター	無	9	9	100	0	53	3 159
東京都	一般財団法人 東京都人材支援事業団	03-5500-1200	一般財団法人 東京都人材支援	無	35	35	65	11	105	— 170
神奈川県	人事課本部台駐在事務所(職員キャリア開発支援センター)	045-896-2525	人事課本部台駐在事務所(職員キャリア開発支援センター)	無	6	6	10	0	7	7 17
新潟県	自治研修所	025-261-1331	自治研修所	有	13	13	64	0	42	4 108
富山県	富山県職員研修所	076-432-4974	富山県職員研修所	無	11	11	54	7	60	1 114
石川県	石川県自治研修センター	076-231-6372	石川県自治研修センター	無	6	6	79	2	48	11 127
福井県	福井県自治研修所	0776-53-7522	福井県自治研修所	有(H29から無し)	9	3	59	0	72	8 131
山梨県	山梨県職員研修所	055-233-0626	山梨県職員研修所	無	6	1	26	0	37	1 63
長野県	職員キャリア開発センター	026-235-7290	職員キャリア開発センター	無	★8	★8	0	0	0	0 0
岐阜県	岐阜県職員研修所	058-277-1145	岐阜県職員研修所	無	3	5	53	—	44	44 97
静岡県	静岡県自治研修所	054-245-1595	静岡県自治研修所	有	8	7	34	0	49	7 83
愛知県	愛知県自治研修所	052-223-3901	愛知県自治研修所	無	10	10	80	0	47	12 127
三重県	三重県職員研修センター	059-224-2790	三重県職員研修センター	無	6	6	41	—	44	— 85
滋賀県	滋賀県行政研修センター	077-527-5247	滋賀県行政研修センター	無	10	9	86	—	56	4 142
京都府	京都府職員研修・研究支援センター	075-781-0888	京都府職員研修・研究支援センター	無	10	8	34	0	60	5 94
大阪府	大阪府職員研修センター	(06-6944-6850)	大阪府職員研修センター	無	7	7	54	0	38	1 92
兵庫県	兵庫県自治研修所	078-752-1321	兵庫県自治研修所	有	11	11	41	0	105	22 146
奈良県	奈良県自治研修所	0742-63-5551	奈良県自治研修所	無	8	8	44	0	51	3 95
和歌山県	和歌山県職員研修所	073-432-4111	和歌山県職員研修所	無	8	7	66	0	29	5 95
鳥取県	鳥取県職員人材開発センター	0857-23-3291	鳥取県職員人材開発センター	無	11	9	77	0	62	13 139
島根県	島根県自治研修所	0852-22-5856	島根県自治研修所	無	9	9	36	5	88	8 104
岡山県	岡山県自治研修センター	086-226-7861	岡山県自治研修センター	無	0	0	32	0	27	1 59
広島県	広島県自治総合研修センター	082-247-8221	広島県自治総合研修センター	無	14	10	3	0	95	15 98
山口県	公益財団法人山口県ひとづくり財団自治研修所	083-987-1400	公益財団法人山口県ひとづくり財団	有	8	8	34	0	79	17 113
徳島県	自治研修センター	088-631-8813	自治研修センター	無	7	6	70	2	115	26 185
香川県	総務部人事・行支課	087-832-3037	無	無	★4	★4	78	0	77	5 155
愛媛県	愛媛県研修所	089-977-2122	愛媛県研修所	有	8	8	57	0	51	11 108
高知県	高知県人事課	088-823-9163	高知県職員能力開発センター	無	★4	★4	39	0	39	— 78
福岡県	福岡県職員研修所	092-504-0551	福岡県職員研修所	有	6	6	20	0	47	3 67
佐賀県	佐賀県自治研修所「レナセル」	0952-62-5074	佐賀県自治研修所「レナセル」	有	7	7	87	0	70	0 157
長崎県	総務部新行経推進課	095-895-2155	無	無	★3	★3	56	—	44	5 100
熊本県	総務部人事課人材育成班	096-333-2126	無	無	★3	★3	63	0	33	2 96
大分県	公益財団法人自治人材育成センター	097-547-8855	公益財団法人自治人材育成センター	無	14	13	48	0	53	5 101
宮崎県	宮崎県自治学院	0985-26-7259	宮崎県自治学院	無	8	8	70	7	39	3 109
鹿児島県	鹿児島県総務部人事課行政管理室	099-286-2057	無	無	★1	★1	72	0	65	6 137
沖縄県	沖縄県自治研修所	098-863-9311	沖縄県自治研修所	無	6	6	60	2	53	7 113

基本方針	名称	策定年度	HP掲載	社会調査に関する研修(27-29)			専門社会調査士資格者数	統計に関する研修(27-28)	外部委託
				有無と名称	期間	講師			
北海道 青森県	「新・北海道職員等人材育成基本方針」 「職員育成ビジョン」	2016年3月	④	無	—	—	—	無	無
宮城県	「みやぎ人材育成基本方針」	2013年3月改定 2016年9月改定	①	「情報収集分析・活用講座」 (H28)	1泊2日	民間研修業者	無	「情報収集分析・活用講座」(H28)	有
秋田県	「研修基本計画」	2016年4月改定	①	無	—	—	—	無	有(一部)
山形県	「平成28年度市町村職員研修事業実施計画」	2016年	①	無	—	—	—	無	有(全部)
福島県	「公益財団法人ふくしま自治研修センター研修基本要綱」	2015年	①	無	—	—	—	無	有(一部)
茨城県	「茨城県職員研修基本計画」	2001年3月	①	無	—	—	—	「統計に関する基礎的な研修」(H28・統計課)	有(一部)
栃木県	「栃木県職員研修基本方針」	2016年	④(非公表)	無	—	—	—	有(事業全体、全部)	有(一部)：一般社団法人 日本経営協会
群馬県	「群馬県における人材育成の方針」	2012年		無	—	—	—	無	有(一部)：株式会社インソース
埼玉県	「H28年度県職員研修基本方針」	2015年2月改定	①	「アンケート調査技法～効果的なアンケートの進め方～」	1日	外部講師	無	「統計データの分析と活用～業務に活かす統計情報分析～」	有(全部)：一般社団法人日本統計協会
千葉県	「千葉県人材開発基本方針」	2016年4月策定	②	無	—	—	—	「総務省統計研修所の研修」	有(一部)
東京都	「東京都人材育成基本方針」	2015年3月	③	無	—	—	—	無	有(一部)
神奈川県	「組織人事改革戦略及び神奈川県職員キャリア開発支援計画」	2016年3月		無	—	—	—	無	有(一部)：株式会社インソース
新潟県	「新潟県職員研修基本方針」	2000年	④	無	—	—	—	無	無(講師は有)
富山県	「職員研修実施計画」	—	④	無	—	—	—	無	有(一部)：(株)石川県IT総合人材育成センター
石川県	「基本目標」	1985年	③	無	—	—	—	「政策提案に生かす統計学とビッグデータの活用研修」	有(全部)：一般社団法人日本統計協会
福井県	「福井県職員の人材育成に関する基本方針」	2011年3月	②	無	—	—	—	「基礎から学ぶ統計学」	有(一部)：一般社団法人日本統計協会
山梨県	「人材育成と人事管理に関する基本方針」	2015年11月	②	無	—	—	—	「統計分析講座」(二日間)	有(一部)
長野県	「人材育成基本方針」	2012年10月	①	無	—	—	—	無	無(講師は有)
岐阜県	「岐阜県人材育成方針」	2001年	②	無	—	—	—	無	無
静岡県	「静岡県人材育成方針」	2001年	④	無	—	—	—	無	無
愛知県	「三重県職員人づくり基本方針」	2012年	④	無	—	—	—	無	有(一部)
三重県	無	—	②	無	—	—	—	無	無
滋賀県	「京都府職員研修・研究支援計画」	2016年	無	無	—	—	—	無	無(講師は有)
京都府	「大阪府職員研修基本方針」	2007年	④	無	—	—	—	無	有(全部)
大阪府	無	—	④	無	—	—	—	無	無
兵庫県	「奈良県人材育成基本方針」	1999年	①	「実践！アンケート調査」	1日	外部講師	無	「基礎から学ぶ統計学」	有(一部)：一般社団法人日本統計協会
奈良県	「和歌山県職員研修基本方針」	1999年	④	無	—	—	—	「統計分析講座」(二日間)	有(一部)
和歌山県	「鳥取県職員の人材育成・能力開発に向けた基本方針」	2009年	①	「アンケート時間設計・収集方法手法研修」(県民課)	2日	民間講師	無	無	有(一部)：民間会社
鳥取県	「平成28年度研修実施計画基本方針」	2016年	③	無	—	—	—	無	無(講師は有)
島根県	「人材基本方針」	2014年1月改定	④	無	—	—	—	無	有(全体)
山口県	「山口県人材育成基本方針」	2008年3月	③	無	—	—	—	「情報活用力研修」	無
広島県	「山口県人材育成基本方針」	2015年	④	無	—	—	—	無	無
山口県	「新未来「創造」とくま行革プラン」	2013年2月改定	④	無	—	—	—	有：一部(日本経営協会、インソース等)	有：一部(日本経営協会、インソース等)
徳島県	「徳島県人材育成基本方針」	2012年改定	①	「社会調査実践講座」	2泊3日	大学教授	有	無(重責・外務課は有)	無
香川県	「香川県職員研修基本方針」	2016年	無	無	—	—	—	無	無
愛媛県	「愛媛県職員研修基本方針」	2016年	①	無	—	—	—	無	有(一部)：(株)インソース
高知県	「高知県職員研修基本方針」	2005年	①	無	—	—	—	無	無
福岡県	「佐賀県職員研修基本方針」	2014年	①	無	—	—	—	無	無
佐賀県	「長崎県職員研修基本方針」	2015年3月改定	①	「政策立案のためのマーケティング研修」	2日	委託会社	無	無	無(講師派遣の一部は有)
熊本県	「熊本県人材育成基本方針」	2013年	④	無	—	—	—	無	無(講師派遣の一部は有)
大分県	「大分県人材育成方針」	—	④	無	—	—	—	無	有(全部)：(公財)鹿児島県市町村総務協会
宮崎県	「人材育成基本方針」	2015年	①	無	—	—	—	無	無(講師派遣の一部は有)
鹿児島県	「鹿児島県職員研修基本方針」	2015年	①	無	—	—	—	無	無

表 5-5 都道府県の研修内容 PDF の有無

研修内容等のPDFあり	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、埼玉県、石川県、福井県、山梨県、滋賀県、奈良県、鳥取県、島根県、広島県、山口県、愛媛県、高知県、大分県、長崎県、沖縄県
研修内容等のPDFなし	北海道、栃木県、群馬県、千葉県、新潟県、富山県、長野県、岐阜県、愛知県、三重県、京都府、兵庫県、和歌山県、岡山県、徳島県、香川県、福岡県、佐賀県、熊本県、宮崎県、
研修ページが見つからない、不明	神奈川県、静岡県、大阪府、鹿児島県

このように、各都道府県庁のホームページから得られる情報量には差があり、データを確定できないため各都道府県庁への電話調査を実施することにした。電話調査マニュアルを作成し、47 都道府県全ての研修所及び人事担当部局に電話調査を行った。電話マニュアルは巻末に掲載している。

以上の手順によって完成したものが表 5-4、全国 47 都道府県「職員研修」実施状況一覧表である。

各都道府県に設置されている研修施設内において、宿泊設備が設けられているのは、宮城県・秋田県・福島県・新潟県・静岡県・兵庫県・山口県・愛媛県・福岡県・佐賀県の 10 県であった。福井県も宿泊設備を保有していたが、2017 年から廃止されている。研修の基本方針に関しては、策定している県は 40 都道府県であった。一方で、青森県・愛知県・滋賀県・兵庫県・鹿児島県の 7 県では策定されていなかった。

社会調査に関する研修の有無では、定めた定義を用いて電話での聞き取りを行った。自治大学校の資料では、社会調査に関する研修の定義にあてはまる研修は愛媛県と千葉県の 2 県だったが、電話調査の結果、6 県が定義に該当した。その 6 県は、宮城県・千葉県・奈良県・鳥取県・愛媛県・大分県であった。研修の期間は 1 日や 2 泊 3 日など様々であった。また、社会調査に関する研修が行われている県は全て、外部講師や民間講師または大学教授を講師に招いている。しかし、専門社会調査士の資格を持っている講師は愛媛県のみであった。

また、統計に関する研修の有無においても、定義を用いて調査を行った。その結果、統計に関する研修を行っている都道府県は、宮城県・栃木県・埼玉県・千葉県・東京都・福井県・奈良県・和歌山県・広島県の 1 都 8 県であった（宮城県は社会調査に関する研修と同一のものであった）。

多くの都道府県では研修業務を全部または一部を外部委託している。全く外部委託を行わずに研修を実施している都道府県は、北海道・青森県・岩手県・埼玉県・長野県・岐阜県・静岡県・愛知県・滋賀県・兵庫県・広島県・山口県・佐賀県・熊本県の 1 道 13 県である。外部委託を行っている都道府県では、職員研修の全部を委託するというよりも、一部を委託または講師のみを委託しているところが多かった。

5-2 統計に関する職員研修の実態

統計に関する研修について聞き取り調査を行った。調査概要は以下のとおりである。

調査対象：宮城県、栃木県、埼玉県、千葉県、東京都、福井県、奈良県、和歌山県、広島県

調査時期：2017 年 12 月 13 日、14 日

調査方法：電話、メールでの聞き取り調査

調査項目：受講対象者、研修の受講者数、研修日数、統計に関する研修の内容、時間数、予定講師、実施場所

※東京都の研修は、委託先の総務省統計研究研修所に電話調査をおこなったが回答がなかった。

次ページの表 5-6 は、統計に関する研修を実施していた 8 都道府県の研修の詳細について整理したものである。栃木、埼玉①、福井県、広島県では県職員と市町職員が合同で研修を行っていた。また、上記の研修はほぼすべての県で選択制の研修となっている。そして、多くの県で統計学的な分野を中心に研修が行われていた。東京都では、自前の研修プログラムがあるわけではなく、総務省統計研究所に職員を派遣し、統計の研修を受講している。福井県、和歌山県、広島県の 3 県では分析方法だけでなく、情報収集の方法に関する研修も行われていた。奈良県では研修所ではなく、大学で研修が行われていた。そして、和歌山県では唯一、社会調査に関する項目も含まれていた。

5-3 社会調査に関する職員研修の実態

社会調査に関する研修を行っている 6 県についても聞き取り調査を実施した。以下は調査概要である。

調査対象：宮城県、千葉県、奈良県、鳥取県、愛媛県、大分県

調査時期：2017 年 12 月 13 日、14 日

調査方法：電話、メールでの聞き取り調査

調査項目：受講対象者 研修の受講者数 研修期間 社会調査に関する研修の内容、時間数、予定講師、実施場所

56 ページの表 5-7 は、社会調査に関する研修を実施していた 6 県の研修の詳細について整理したものである。このように、社会調査という名称がつく研修を行っているのは愛媛県のみであった。そして、愛媛県では期間、時間数ともに 1 番多く、また講師に社会調査に精通している大学教授を招くなど、他の 5 県と比べてより重点を置いた研修を行っていることがわかった。奈良県、鳥取県、大分県では社会調査ではなく、マーケティングを用いた研修が行われていた。またどの県でも、アンケート調査の設計については行われていた。なお千葉県、大分県では現在、上記の研修は実施されていない。

愛媛県が実施する『社会調査実践講座』については、詳細な日程表が得られた。56 ページの表 5-8 に整理している。

このように愛媛県では、専門社会調査士の資格を持つ講師を招き、3 日間泊まりこみで研修が行われる。またこの研修は、講義よりも演習に多く時間を取り、実践形式の研修となっている。さらに、演習のなかでも調査票の作成についての項目に最も多くの時間が使われており、より重点を置いて取り組まれていることがわかる。

表 5-6 統計に関する研修実態 (宮城県は、社会調査に関する研修と同一であるため、表 5-7 に掲載)

都道府県名	研修名	対象者	受講者数	期間	課目・時間数		講師	実施場所
					時間数	課目		
栃木県	統計に関する基礎的な研修(2016)	希望する県職員、市町職員(統計関係職員)	23名(県職員5名、市町職員18名)	1日	4.8	・統計の役割 ・統計行政の推進 ・統計組織・統計法規 ・地方公共団体における統計の整備 ・標準統計分類・統計基準 ・統計情報のまとめ方 ・統計データの表し方・使い方 ・加工統計の作+F3.F10成	県統計課 職員	県庁北別館201会議室
埼玉県①	経済の動きを読む(2016)	希望する県、市町村職員	94名(予定人員:県80人、市町村20人)	2日	13	・経済学を楽しく学ぶ ・経済新聞の読み方・活用の仕方 ・演習 ・経済新聞の読み方・活用の仕方 ・統計情報を読み解く ・地域経済分析システム(RESAS)について ・総合演習	学校法人産業能率大学総合研究所 高橋 香	自治人材開発センター
埼玉県②	ビッグデータ活用入門(2016)	希望する県職員	名(予定人員:県40人)	2日	13	・ビッグデータ・オープンデータとは ・ビッグデータ・オープンデータを利用した政策形成とは ・ビッグデータ・オープンデータを利用した実践的利活用術 ・課題ツリー・仮説ツリー及び調査プランの策定 ・中間課題の説明 ・政策立案に向けての留意点 ・グループ全体での政策立案 ・まとめ・質疑応答	一般社団法人日本経営協会 細川 基考	自治人材開発センター
千葉県	統計データの分析と活用(2016)	希望する県職員	24名	1日	7	・スタートアップ ・統計データベースの活用 ・統計分析の基礎 ・データを代表する値とは? ・データの分析やばらつきのとらえ方 ・母集団と標本 ・2つの変数の関連性を読み解く	日本経営協会 河野 貴史	千葉県職員能力開発センター
福井県	政策形成に活かす統計学とビッグデータの活用研修(2016)	希望する県、市町職員	13名(県4名、市町9名)	2日	13	・データ分析の時代 ・データの見方と情報収集の方法とコツ ・政策分析の基礎 ・分析手法の基本 ・課題についての解説 ・意識・行動の分析 ・班別演習	一般社団法人日本経営協会 村 健	福井県自治研修所
奈良県	基礎から学ぶ統計学(2016)	県職員	17名	2日	14	・定量分析と定性分析 ・基礎的な統計量の正しい理解(最大値・最小値、平均値・中央値・最頻値、ヒストグラム、分散・標準偏差、正規分布) ・信頼度・信頼区間、確率と期待値、回帰分析	(株)メンター・クラフト 河野 貴史	奈良県立大学
和歌山県	統計分析講座(2016)	希望する職員(主として係長級昇任前の職員)	54人(第1回31人、第2回23人)	2日	13.75	・講義(統計の役割、和歌山県の現況等) ・講義・演習(経済波及効果の測定) ・講義・演習(データ分析の入門) ・講義・演習(社会調査の方法) ・効果測定テスト	県職員(統計課) (一財)和歌山県社会経済研究所常務理事兼事務局長 木下 雅夫	和歌山県職員研修所
広島県	情報活用力(2016)	希望する職員(県・市町)	36名(県18人、市町18人)	2日	12	・情報の収集・活用法 ・定量情報と定性情報 ・論理思考の基礎 ・エクセル統計分析 ・代表値、ばらつき ・正規分布と確率 ・母集団と標本、母集団の推定 ・相関、回帰分析 ・定量・定性情報の論理分析 ・問題解決ケーススタディ	(株)メンター・クラフト 河野 貴史	自治総合研修センター

表 5-7 社会調査に関する研修（6 県の詳細）

都道府県名	研修名	対象者	受講者数	期間	課目・時間数		講師	実施場所
					時間数	課目		
愛媛県	社会調査実践講座 (2016)	希望する県及び市町職 員	22名(県17名、市町5 名)	3日	19	・社会調査概論 ・演習(調査票の作成) ・調査概論(分析手法・まとめ方) ・演習(調査票の回答結果の分析・まとめ) ・成果発表・講評、データ分析の紹介	松山大学人文学部 教授 小松 洋 教授 永野 武	愛媛県研修所
宮城県	情報収集分析・活用 講座(2016)	希望する県職員	32名	1泊2日	13.5	・情報収集分析の基本知識 ・情報収集分析にはなぜ仮説が必要か ・【演習】アクティブラーニング(総合演習)の 概要説明 ・アンケート設計方法 ・【演習】アンケートを設計する ・データ集計のポイント ・【演習】アンケート回答・集計演習 ・統計情報の収集 ・情報(データ)分析による課題発見の視点 ・【演習】アクティブラーニング(総合演習)「行 政統計データによる課題発見と解決策の立 案」(グループ発表、講評)	民間研修事業者講師	宮城県公衆研修所
千葉県	アンケート調査技法 (2015)	希望する県職員	27名	1日	7	・アンケート調査の意義 ・アンケート調査の基本理解 ・調査票の作成方法 ・母集団と標本の考え方 ・調査の実施(実査) ・集計・分析 ・知っておくと便利なエクセルの機能	日本経営協会 鴨志田 栄子	千葉県職員能力開発センター
奈良県	実践！アンケート調 査(2016)	県職員	県職員	1日	7	・公共マーケティングリサーチとリサーチの基 礎知識 ・仮説を立てるための顧客プロファイリングの 手法 ・仮説の検証のための質問作成 ・アンケート集計手法 ・統計の基礎知識	日本経営協会 仲谷 康	奈良県自治研修所
鳥取県	アンケート設問設計・ 情報収集分析手法研 修(2016)	県民課、統計課または 希望する県職員、市町 村職員	18名(県 15名、 市町村 3名)	2日	12	・【マーケティング基礎、統計学知識】 1) 仮説思考と2次データの収集 2) 仮説の設定(PC演習) 3) 仮説検証のためのアンケート調査設計 4) 統計の基礎とデータ収集 ・【Excelを使ったデータ分析手法】 5) 政策立案に生かす3つの分析法 6) グラフ作成の基本 7) グラフ作成の演習 8) レポート作成のポイント	株式会社 マーケティング研究協会 蛭川 速	鳥取県庁 第12会議室
大分県	政策立案のための マーケティング研修 (2016)	県の一般職員	32名(年に2回実施)	2日	13.5	・公共政策に必要なマーケティング思考 ・公共マーケティング主体の政策形成 ・公共マーケティングの基礎 ・政策形成のためのマーケティングリサーチ ・エクササイズ(アンケート調査) ・エクササイズ(企画立案)	日本経営協会 仲谷 康	公益財団法人自治人材育成 センター

表 5-8 愛媛県『社会調査実践講座』日程表

月日	9:00		9:30																
(曜)	8:30	9:10			10:10		11:10		12:00	13:00		14:00		15:00		16:00		16:50	
8月		受付 (9:00～ 9:20)	開講式	社会調査概論				昼食・ 休憩	社会調査 概論	演習 (調査票の作成)							清	宿	
8日	オリエン テー ション		永野教授						小松教授	小松教授・永野教授							掃	泊	
(月)																			
8月	全員 集会	(火)	演習 (調査票の作成)				中間発表	昼食・ 休憩	演習 (調査票の作成)			調査概論 (分析手法・ まとめ方)		演習 (調査票 回答)	演習 (調査票 回答結果 分析)	清	宿		
9日																掃	泊		
			小松教授・永野教授						小松教授・永野教授										
8月	全員 集会	(水)	演習 (調査票回答結果の分析)					昼食 休憩	演習 (調査票回答 結果の分析)		成果発表・講評			清	修了式				
10日														掃					
			小松教授・永野教授					退所準備	小松教授・永野教授										

第6章 「県民生活実態調査」の実施

小嶋 遼太

6-1 調査実施の概要

本章では、日本学術振興会より研究費が助成されている研究[2016～2020 年度科学研究費基盤研究(A)「政策形成に貢献し調査困難状況に対応可能な社会調査方法の研究」]の一環として実施した「県民生活実態調査」について詳しく述べる。

都道府県が実施する「県民意識調査」の調査票を詳細に分析してみた結果、多くの調査で「政策提示型質問が多く回答しにくい」「政策に役立てる分析を行うことができない」といった問題が判明した。「県民生活実態調査」はそうした現状の調査の問題点を克服し、全国 47 都道府県で実施可能で政策立案に活用できる生活実態を明らかにすることを目指したものである。基本的な調査設計は以下の表 6-1 のように行った。

表 6-1 「県民生活実態調査」の調査設計

研究代表者	大谷信介(関西学院大学社会学部)
研究分担者	稲葉昭英(慶応義塾大学文学部)、後藤範章(日本大学文理学部)、木下栄二(桃山学院大学社会学部)、小松洋(松山大学人文学部)
調査対象地	愛媛県・長崎県
調査対象者	18～80歳の住民 各県2,000人
サンプル抽出方法	[愛媛]選挙人名簿による層化無作為抽出法 [長崎]住民基本台帳による確率比例抽出法
調査方法	郵送法による質問紙調査
調査期間	2017年7月～9月
調査目的	県民の「住む」「働く」「家族」といった生活基本構造の実態をおさえるとともに、県民が持つ生活課題が明らかとなり自治体の政策形成に役立つ調査を開発する。

この調査は、研究分担者である小松洋教授(松山大学)、また研究協力者である片山朗教授(長崎大学)、大谷ゼミ卒業生である愛媛県庁職員の協力により愛媛県と長崎県の2県で調査を実施した。また、「県民意識調査」でみられた「意識を問う質問」や「政策提示型質問」ではなく県民の生活実態や生活行動を把握できる「事実を問う質問」を活用し、「住む」「働く」「生活する」「家族生活」「生活課題」「生活時間」といった生活基本構造の実態をクロス分析できる調査として改善していくことを目指した。

調査対象者を抽出するサンプリング作業は2017年6月に実施した。正確なデータを得るために県内の市町村の人口比に応じてサンプル数を設定し、愛媛・長崎両県の全市町村にゼミ生(4回生は就職活動の時期と重なったため主に3回生)が足を運んで抽出作業を行った。サンプリング日程と担当者一覧は研究報告書に記載している。ここではサンプリング設計と4回生のサンプリング体験記について述べる。

① 愛媛県のサンプリング

表 6-3 愛媛県のサンプリング設計

調査対象者:2017年6月1日時点で愛媛県内居住の18-80歳(1936年6月2日-1999年6月1日生まれ)の男女
計画標本数:2,000
抽出台帳:選挙人名簿
サンプリング方法:層化無作為抽出法

各市町の 2017 年 6 月 1 日時点の選挙人名簿登録者数（1,182,930 人）をもとに、計画標本数 2000 を各市町の有権者数人口比に基づいて比例配分させ、計画抽出標本を確定した。各市町の有権者数を計画抽出標本数で割った抽出間隔はすべて同じ 591 になる。これは、原理的には愛媛県の有権者全体から抽出間隔 591 の等間隔抽出を行ったことと同じになる。各市町内では、投票区別の有権者の累積人口を求め、抽出間隔 591 以内の乱数を発生させ、該当者をスタート番号とし、以降は抽出間隔 591 で該当標本を求めた。なお、選挙人名簿は 81 歳以上の対象者も抽出される可能性があるため、その場合には投票区からランダムに別の対象者を抽出し、該当する年齢要件を満たしている場合に抽出標本とした（該当しない場合には、さらにその作業を繰り返した）。詳細は中間報告書に掲載している。

写真 6-1 サンプルング作業風景（愛媛県上島町）



サンプルング感想（犬伏賢二朗）

作業量はかなり少なく 10 分もかからないと思っていたが、実際にサンプルング番号の記載が無く、1 から自分たちで数えて記録したので、1 時間以上の時間を要した。上島町総合庁舎の外観はとても綺麗で、職員の方々も、帰りに寄った『しまで café』という有名な上島町の café の店員さんも、とにかくみんなが温かかった。

② 長崎県のサンプルング

表 6-4 長崎県のサンプルング設計

調査対象者：2017 年 6 月 1 日時点で長崎県内在住の 18-80 歳（1936 年 6 月 2 日－1999 年 6 月 1 日生まれ）の男女 計画標本数：2,000 抽出台帳：住民基本台帳 サンプルング方法：確率比例抽出法
--

長崎県の場合、愛媛県のような正確な有権者数がわからず、またいくつかの市町については地区別の有権者数もわからなかったため、愛媛県とは異なったサンプルングの方法をとった。まず 2016 年 10 月 1 日時点の長崎県市町別推計人口を用いて、すべての市町の 18-80 歳の人口を求めた（総数 1,014,481 人）。計画抽出標本 2,000 を各市町の人口比に基づいて比例配分させ、各市町からの計画抽出標本を確定した。長崎県のいくつかの市町では、市町側からの要望で、自治体内の当該の総人口からコンピュータにて単純無作為法によって必要な標本数分の対象者を抽出するという方法（作業はすべて自治体側の担当者が担当）をとった。それ以外の地域では、自治体側から抽出地点を限定してほしいという要望があったため、確率比例抽出法による抽出を基本とした。具体的にはまず各市町の計画抽出標本数を 1 地点あたりの抽出標本数（5 を基本とするが、人口規模の小さな自治体ではそれ以下の場合もある）で割って抽出地区数を求めた。次に、各市町内の地区別人口数（年齢別人口がわかる場合には 18-80 歳の地区別人口数）の累積人口を求め、抽出地区数で割り、地区の抽出間隔を求めた。この後、抽出間隔内の乱数を発生させ、以下等間隔抽出（抽出間隔は地区の抽出間隔）によって、該当する番号が含まれる地区を抽出地区とした。抽出された地区からは、同数の（複数地点分の地区はその倍数分）標本を抽出するが、抽出間隔は地

区の人口を抽出標本数でわって求め、抽出間隔内の乱数をスタート番号として地区内の該当者を対象者として抽出した。詳細は愛媛県と同様に中間報告書に掲載している。

写真2 サンプルング作業風景（長崎県諫早市）



サンプルング感想（山邊公輝）

諫早市役所は最近できたばかりなのか非常に綺麗で清潔感があった。職員の方も非常に丁寧に対応してくださった。作業量は非常に多く、3人で200人分のサンプルを午前中3時間で終わらせる予定でしたが、予定通り終わらず大変でした。また対象の数字が調査対象外の場合が多く、その対応が苦労しました。

6-2 調査の運営

① 郵送・回収作業

表 6-5 郵送・回収作業スケジュール

月日	作業内容
6/30(金)	全サンプルング終了
7/3(月)	サンプルングデータの打ち込み終了
7/4(火)	データを印刷業者に発送
7/6(木)	依頼はがき発送
7/11(火)	調査票一式封入作業
7/12(水)	調査票発送(7/28締切)
7/27(木)	催促はがき発送
8/8(火)	催促調査票一式封入作業
8/9(水)	催促調査票発送
9/21(木)	最終回収締切

表 6-5 は郵送・回収作業のスケジュールである。6 月 30 日でサンプルング作業が終了し、7 月 1 日、2 日には学校に集まってサンプルングデータ（調査対象者氏名、住所、生年月日）を Excel 上に打ち込む作業を行った。封筒の宛名印刷および封入物（調査票・依頼ハガキ・お願い文）は印刷業者に発注した。発注についてもゼミで議論を行った。その結果、印刷会社のロゴが入ると信頼性に欠けると判断し、予算は高くなるが大学のロゴを入れて発注を行った。印刷業者からの完成品が到着後、ゼミ生で封入作業を行って送付した。最速調査票についても同様にゼミ生で封入作業を行って発送した。

写真3 発送作業の様子



調査票送付後の回収期間中（7月13日～8月11日）の平日10時～15時にはゼミ生がラボで問い合わせ電話の受付を担当し調査対象者からの問い合わせに対応した。以下の表6-6、6-7は問い合わせ記録の概要である。

表 6-6 問い合わせ件数

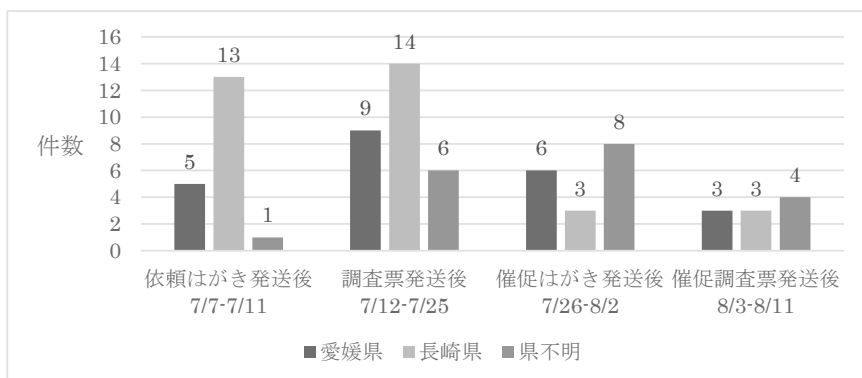
	電話	大谷研究室へのメール
愛媛県 問い合わせ件数23件 (男性4件 女性19件 不明0件)	20件	3件
長崎県 問い合わせ件数33件 (男性13件 女性14件 不明6件)	30件	3件
県不明 問い合わせ件数19件 (男性3件 女性13件 不明3件)	16件	1件

表 6-7 問い合わせ内訳

	苦情	調査への質問	質問文への質問	真偽確認	辞退・拒否	郵便行き違い	住所・宛名間違い
愛媛県	0件	3件	2件	4件	12件	0件	2件
長崎県	1件	6件	2件	15件	9件	0件	0件
県不明	0件	1件	2件	2件	11件	3件	0件

問い合わせの内容としては、調査自体が本物であるのか、信頼できるものであるのかというものが最も多く、次いで本人不在による回答不可や拒否が多かった。調査対象者は各県2000人ずつ無作為抽出によって選定されたが、調査自体がプライバシーに関わるということから、架空請求や詐欺だと疑われることがあった。そのような問い合わせの対応として、調査概要を詳しく説明するとともに個人情報情報を厳重に管理していることを丁寧に伝え、調査への協力依頼を行った。長崎県の問い合わせ件数の約半数にあたる17件は、長崎県庁への電話問い合わせであった。一方、愛媛県庁への問い合わせはなく、この点で両県の大きな違いがみられた。これは愛媛県において記者会見をおこなったことにより、調査対象者の本調査への理解と信頼が深まったことが1つの理由として考えられる。

表 6-8 問い合わせ時期



愛媛県は調査票発送後の問い合わせが最も多く、次いで催促はがき発送後が多かったのに対して、長崎県は調査票発送後と依頼はがき発送後が並ぶ形となった。

回収作業について愛媛県分は松山大学、長崎県分は大谷研究室で受付を行った。回収記録の概要は以下の表6-9である。

表 6-9 「県民生活実態調査」回収記録

	発送数	依頼ハギ	調査票	調査票	その他	調査票	返送うち	回収率	有効
		宛先不明	宛先不明	受取拒否		返送数	有効数		回収率
愛媛	2000	29	39	4	3	1248	1210	62.40%	60.50%
長崎	2000	19	22	7	2	1240	1226	62.00%	61.30%

両県 2000 サンプルのうち有効回収数は愛媛県 1210(有効回収率 60.5%)、長崎県は 1226(回収率 61.3%)であり両県とも回収率が 6 割を超え、有用なデータを得ることができた。2015(平成 27)年度愛媛県政世論調査の回収率は 57.6%、2014(平成 26)年度県民生活に関する世論調査の回収率 58.7%であった。回収率を上げるために行った工夫については次節で詳しく述べる。

② データ入力作業

表 6-10 データ入力作業スケジュール

日時	作業内容
8/1(火)～	回収状況・問い合わせ状況の整理
	データ入力・チェック作業
	自由記述入力
10/21(土)・10/22(日)	データクリーニング作業
10/24(火)	単純集計表作成

本回収の終了した 8 月からデータ入力作業を開始した。入力のミスを修正するため別のゼミ生によるチェック作業も行った。データ入力とチェック作業をそれぞれ 2 回生は 1 人 40 枚、3 回生と 4 回生は 1 人 80 枚ずつ夏休みの課題として行った。また、データ入力と並行して受付状況の整理および自由記述の入力を行った。自由記述の概要は中間報告書に掲載および DVD に収録している。また、コーディングを統一するため、Excel 用コーディングシートおよびデータ入力・チェックマニュアルを作成した。マニュアルは巻末資料に掲載している。個人情報保護のため、調査票の持ち出しは禁止し、作業は貸し切りのパソコン教室またはラボで行った。1 枚の入力あたりおよそ 30 分がかかるため、全員で協力してなんとか終わられた作業であった。データ入力とチェック終了後は有志数名でデータを統計ソフトである SPSS に移しデータクリーニング作業を経て単純集計表を作成した。単純集計表は中間報告書に収録している。

6-3 調査実施における工夫

「県民生活実態調査」は 47 都道府県で実施される画期的な調査にするため調査実施において様々な工夫を行った。工夫した内容を整理して紹介する。

①調査目的の周知

社会調査において回収率を上げることは、より正確なデータを得ることにつながる。「県民生活実態調査」では回収率を上げるため調査目的の周知を行った。調査実施の告知段階では愛媛県での記者会見を実施した。この会見内容は地元紙や全国紙への掲載、地元 TV 局での報道によって多くの愛媛県民に伝えられた。また、ゼミのホームページの更新を実施し、ホームページ上に詳細な研究内容や問い合わせ先を

掲載した。さらに、調査対象者の不安を取り除くため、なぜ・どのように対象者として選ばれたのかを丁寧に説明している調査協力のお願ひ文（中間報告書に収録）を調査票と同封した。

写真4 記者会見の様子



写真5 ゼミホームページ



②回収率を上げる調査設計

「県民生活実態調査」では回収率を上げるため、調査目的の周知に加え、これまでの郵送調査に関する研究蓄積（松田映二 2017「新たな時代への地域づくり-標本調査を用いて人口減少への対応を考察」『政策と調査』12(3) 埼玉大学社会調査センター）を詳細に検討し、様々な工夫を議論した。今回実施した工夫は以下のものである。

依頼ハガキの送付（宛名を直接印字、依頼文を簡潔に記載、調査票発送の1週間前に送付）

大学ロゴの入った料金別納郵便

県との共同調査であることを依頼文と調査票に記入

週末に回答できるよう水曜日に発送

返信用封筒に切手を貼付

謝礼（ボールペン）を先渡し

締切日前に催促状を送付

③調査票レイアウトにおける工夫

「県民生活実態調査」では調査者が回答しやすいように調査票のレイアウトを工夫した。回答のしやすさは回収率の向上につながるのではないかとゼミの議論でもあげられた。以下、レイアウトにおける工夫である。

ページを4の倍数にする（冊子にするため）

黒と青の2色刷りにして見やすくする

見やすいフォントの検討（モリサワフォントの使用）

重要な文字を太字にする

同様の質問は表形式にする

調査者の負担を考えると調査票は 8 ページにすることが理想であったが、余白を減らして 8 ページにするよりも 12 ページでゆとりのあるレイアウトにすることにした。しかし、途中で回答をやめた人の割合は少なく回収率が大きく下がることもなかった。

また、回収作業、データ入力作業の効率化のため調査票のナンバリングを行った。調査票の左上に通し番号を記載したことで、サンプリングデータとナンバリング番号を照らし合わせることが可能となり回収状況が非常に整理しやすくなった。

6-4 質問文における工夫

大谷ゼミではこれまで生活実態を測定できる調査の開発を目指し、毎年実習報告書を作成することで研究結果を蓄積してきた。近年の研究結果としては 16 期生報告書に収録されている「大学生の生活行動に関する調査」や 17 期生報告書に収録されている「学生生活実態調査」「学生家族実態調査」がある。これらの研究蓄積にゼミで議論を加えることで都道府県民に対する調査においても有用な質問文の作成を目指した。ゼミにおける「県民生活実態調査」質問文作成は 2017 年 2 月に本格的にスタートした。春休みには項目ごとの既存調査（「住む」であれば「住宅・土地統計」、「働く」であれば「労働力調査」など）からワーディングや選択肢を検討した。3 月に実施したゼミ合宿では主に買い物行動の質問文に関する議論を行った。5 月には都市社会学の受講生を対象にプレ調査を実施し懸念点を議論し、6 月末に質問文が完成した。以下では、18 期生のゼミで議論を実施した結果、「県民生活実態調査」で新たに導入した質問文について述べていく。

①郵便番号を使った質問文

「調査対象者の場所情報をどのように測定したらよいか？」

これまでの調査では、調査対象者が都市部の住民であったため、居住地や職場、親の居住地といった場所を市町村名や最寄り駅を問うことで把握してきた。

Q48. その住居はどちらにありますか。近畿圏内の場合は鉄道の最寄駅（鉄道会社名・駅名）を、近畿圏外の場合は都道府県名・市町村名を、外国の場合は「外国」とお答えください。✎

（例 1）近畿圏内の場合： 阪急夙川駅、JR 草津駅 など✎

（例 2）近畿圏外の場合： 岡山県岡山市、北海道釧路市 など （ ）✎

✎
しかし、都道府県全体での調査ということになると鉄道が走っていない地域も多いためこの質問文は使うことが出来ない。今回の調査では「郵便番号」を質問文に取り入れて、より正確な測定方法を試みた。また、分析においては Google マイマップを利用することで Excel のデータを Google map 上に表示することを試みた。郵便番号を Google map に表示する方法のマニュアルは DVD に収録している。

⑤(1) 職場はどちらにありますか。1. を選択した方は、①都道府県・市区町村と、②郵便番号を
ご記入ください。なお、職場が自宅の場合は、2.に○をつけてください。

あなた	配偶者（あなたの夫や妻）
1. ①（ ）都道府県（ ）市区町村 ②（〒 — ）	1. ①（ ）都道府県（ ）市区町村 ②（〒 — ）
2. 職場は自宅である ⇒⑤(3)	2. 職場は自宅である ⇒⑤(3)



このように、「郵便番号」を把握することで位置関係を地図上に表示し視覚的に結果を捉えることが出来た。また、色づけによって地図上でのクロス集計が可能である。郵便番号を使った質問文は場所が詳細に特定されてしまうため回答率の低さが懸念されたが、回答率は高く回答者の職場の郵便番号を問う質問では両県合わせて 988（回答率 70.5% 長崎県 502、愛媛県 486）の有効な回答が得られた。（無職・専業主婦は回答対象外）

① 「車で行く」と仮定した所要時間

「場所と場所の関係についてどのように空間的距離を測定したら良いか？」

Q69. 母親の主な通勤手段をひとつだけお答えください。

1. 電車 14.3%(48) 2. 徒歩・自転車 38.7%(130) 3. 原付・バイク 2.1%(7) 4. バス 2.4%(8)
5. 自動車 42.6%(143) NA(160)

Q70. 母親の通勤（家から職場まで）にかかる総所要時間を片道でお答えください。（単位は分で、半角数字のみでお答えください。） 平均値24.4分 最小値3分 最大値120分 標準偏差18.02（有効ケース数305）

これまで以上の質問文のように「日頃よく使う交通手段」「その交通手段でかかる時間」によって空間的距離を測定してきた。しかし、この方法では個人の交通手段によって時間と距離が大きく異なるという問題点があった。そこで、交通手段を最もよく使われている「車」に限定することで客観的なデータが得

⑥(2) お子さんと別居している方にうかがいます。あなたの1番近くに住んでいるお子さんのお宅からあなたが現在お住まいの住居まで、車で行くと仮定した場合、何分かかりますか。ふだん車を使わない方も、タクシーで行ったり車に乗せてもらったりした場合の所要時間をお答えください。

1. 片道（ ）時間（ ）分
2. 車でいけない距離である・わからない

られると考えた。この質問文はコーディングを行うことで、クロス集計を行うことが可能であり、近居子や近居親など家族社会学の分野においても応用できる質問文でもある。この質問文は両県合わせて 1019（回答率 91.2% 長崎県 476、愛媛県 543）の有効な回答が得られた。（別居の子供がいない場合は回答対象外）

② 生活行動を捉える質問文

生活実態として買物行動を捉えることは都市社会学者である鈴木栄太郎の調査研究(*)から行われている。大谷ゼミ 16 期生の「大学生の生活行動に関する調査」では、美容院、トップス、映画鑑賞、旅行行動といった生活行動について様々な分析を行うことで、大学生の生活行動を明らかにしている。以下は質問文と結果の一例である、

- Q53 全員にうかがいます。あなたは、4月1日から9月30日の間に「トップス」を購入しましたか？なお、ここでの「トップス」とは「上半身に着る洋服のうち、コート・スーツ・インナー（下着）を除いたもの」とします。
（以下同様です。「いいえ」の方は Q56 へお進みください。）
はい 73.4%(193) いいえ 26.6%(70) NA(5)
- Q54 その4月1日から9月30日の間に購入した「トップス」のなかで直近（一番最近）購入したものの金額をお答えください。（半角数字のみ・「万」「千」など不可）
最小値 580 円 最大値 97200 円 平均値 6070 円
- Q55 その「トップス」はどちらで購入されましたか？最寄駅の鉄道会社名と駅名をお答えください。なお、アウトレットモールなど郊外のショッピング施設は駅名の欄に施設名をお書きください。
※駅のある繁華街で示しています
大阪キタ 32.4%(61) 大阪ミナミ 5.9%(11) 神戸市中心部 10.1%(19) 京都市中心部 0.5%(1)
西宮北口 17.6%(33) その他 33.5%(63)

これまでの議論や分析を基に「県民生活実態調査」では、消費行動に関する質問文によって都道府県民の生活圏を明らかにすることを目指した。今回の質問文では普遍的に誰もが行う消費行動である必要があったので、購入する頻度が最も高い生活必需品であると考えられる「食料品」の消費行動および病院への通院を尋ねることにした。また、家族の中で誰が買い物を行っているかを聞くことで、生活行動の実態がより捉えられると考えた。*鈴木栄太郎 1957『都市社会学原理』

- ① 日ごろ、お宅ではどなたが食料品（朝食や夕食の食べ物）を購入していますか。【1つだけ○】
1. あなたが主として買い物をしている
 2. 配偶者が主として買い物をしている
 3. あなたと配偶者が分担して買い物をしている
 4. 配偶者以外の同居家族が主として買い物をしている
 5. 同居以外の家族に頼んで買い物をしている
 6. 同居以外の人（近所の人、介護ヘルパー等）に頼んで買い物している
 7. その他
- ② 食料品（夕食や朝食に食べるもの）を購入するにあたり、あなたの世帯でこの1年間（2016年7月～2017年6月）で、あなたの世帯で最もよく利用した店舗名と支店名をお書きください。
支店名が分からない場合は、町名など場所を示すことをお書きください。
（例）「フジ○○店」「高島屋」「ローソン○○店」「道の駅○○」「○○駅前の○○商店」
1. 店舗名（ ）
 2. 店舗はまったく利用していない ⇒③

これまでの調査においても消費行動を行う「場所」については「場所名」を問うていた。ゼミの議論においても「買い物をどこですか？」と聞かれた場合に、店舗名であれば全員が答えることができたため

食料品を買う店舗名を尋ねた。データ入力の際に店舗の郵便番号を調べて入力することで先述のとおり結果を Google map 上に表示でき、地図上でのクロス分析によって買い物行動の実態を測定することが可能になる。調査の結果、両県合わせて店舗名の記入数が 2079（全体有効回答数の 85.3%）、病院の記入数が 1997（全体有効回答数の 82.0%）と回答率は非常に高く、分析を行うための十分なデータが得られた。

結果の分析は 2 回生が中心となって現在行っている。巻末資料のマニュアルにしたがって郵便番号から店舗名や病院名を判断する作業を行ったところ、店舗名では記入数のうち 1939（93.2%）、病院では記入数のうち 1997（99.2%）が判断することが可能であったことから、この調査方法は今後も使えるものになると思われる。

近年、自治体における「買い物難民」が問題になっている。生活実態として買い物行動を捉えることで、誰が買い物に困っているかを把握することが可能になり、政策立案に活かせるのではないだろうか。

③ 家計に関する質問文

- ㊸ 現在のあなたの世帯の家計（収入）はどのように構成されていますか。家計全体を 10 とし、それぞれの割合を整数でお答えください。すべて足し合わせて 10 になるようにご記入ください。

（例）あなたの勤労所得 6 割、配偶者の年金所得 2 割、子どもからの援助 2 割の場合

	（例）		あなたの世帯
1. あなたの勤労所得	6		（ ）
2. 配偶者の勤労所得	0		（ ）
3. その他家族の勤労所得	0		（ ）
4. あなたの年金所得	0		（ ）
5. 配偶者の年金所得	2		（ ）
6. あなた及び配偶者の両親からの援助	0		（ ）
7. 子どもからの援助	2		（ ）
8. 財産所得（不動産収入や投資など）、保険など	0		（ ）
9. 行政からの支援（生活保護など）	0		（ ）
10. その他	0		（ ）
11. 答えたくない			

「県民意識調査」には「政策提示型質問」と名付けたどの政策にどの程度力を入れてほしいかという質問文が多くあった。その改善案として、より優先順位をつけられる調査方法を考えた。そこで重要視したキーワードは「限界」だった。希望だけを聞くと、限界値が無いと、無限大に希望することができる。そこで、100 という限界値を作って、100 という単位の中のどれだけをその政策に充てるかを回答者に問う質問文を考えた。そうして 1 人 1 人の円グラフを作ることにより、それぞれの立場での優先順位を明確にすることができるのではないかと考えたからである。この質問文を家計構造を把握する質問文に応用し、どの項目にどれほどの割合を費やしているのかを問う質問文の作成を試みた。ゼミの議論において限界値が 100 では回答が難しいだろうということから限界値を 10 にすることにした。「県民生活実態調査」と同様の質問文をプレ調査でも使用したが、この調査はインターネットによるものであり質問文に「0 の場合は 0 と入力してください」と記入していなかったため未回答と 0 の区別がつかず分析することが出来なかった。そこで記入例を用意することで改善したものを本調査では使用し、コーディングによって分析することが出来た。コーディングによる分析結果の一例を研究報告書に収録している。

6-5 調査の分析

10月に調査の単純集計表が完成した後、ゼミの2～4回生でそれぞれ結果の分析を行っている。また、愛媛県庁からの分析依頼にも取り組んでおり詳細は中間報告書に記載している。ここでは、分析方法の一例として「広報誌を読んだ経験」についての問いと調査結果を例に挙げて説明していく。

27 あなたは、「この1年間」で、次のものを読んだことがありますか。

- | | | |
|-------------------|-------------|-------------|
| (1) 県の広報紙「愛顔のえひめ」 | 1. 読んだことがある | 2. 読んだことがない |
| (2) お住まいの市町の広報紙 | 1. 読んだことがある | 2. 読んだことがない |

この問いは愛媛県の県広報紙、また市広報紙を読んだ経験があるかどうかを県民に問う質問である。そしてこの問いに対して、性別、年代、学歴、地域別に、また、地域活動との関わりや時間的ゆとりがあるかどうかで、有意な差が見られるのかを分析した。

その結果、県広報紙を読んだことがない人には「男性、若い年齢層、高学歴（大卒）」などの属性的特徴、「松山市外の中予（特に久万高原町・磯部町）、東予地域」などの地域の特徴、「地域活動へ参加していない」などの特徴を把握することが出来た。

そしてこのような特徴を把握することで、次のような課題が見えてくる。

- ・中高年の男性／大卒者のニーズにあった紙面づくり
- ・愛媛県においては、松山市以外の住民が興味をもつ紙面づくり
- ・長崎県においては、県中心部で読まれていないことの原因
- ・地域・市町ごとの配布方法／どの程度の県民に届いているのかを把握する必要がある
（「読みたいのに読めない」という県民がいる可能性。配布方法の検討が必要かもしれない）

このように、クロス集計によりの属性や居住地と比較することで、データの推移だけではなく、どのような人や地域かなどの実態を把握することができ、課題を浮き彫りにすることが出来るのである。

巻末資料集

本研究を進めていく上で作成した詳細な一覧表および使用したマニュアルを巻末資料にまとめている。
以下は巻末資料の目次である。

第1章

1. 「県民意識調査」実施状況把握のための電話調査マニュアル
2. 確認調査コンタクトファイル
3. 確認調査の依頼書
4. 確認調査票
5. 都道府県庁ホームページ項目有無一覧表（近畿地方）
6. ホームページ評価表

第3章

7. 「モニター制度・モニターアンケート調査」電話調査マニュアル
8. 「モニター制度・モニターアンケート調査」確認調査票

第4章

9. 調査票カウントマニュアル

第5章

10. 「職員研修」電話マニュアル

第6章

11. 病院・店舗情報入力マニュアル

1. 「県民意識調査」実施状況把握のための電話調査マニュアル

・事前準備

都道府県名・調査名を再確認

- ・その都道府県の調査状況について再確認
- ・電話をする時間を確認（昼時や業務終了間際につけない）
- ・すぐに必要事項を書きとめられるように筆記具・調査記録を用意
- ・あらかじめ伝える内容を頭に入れておく

調査目的の説明・実施状況の把握

…はっきりと、わかりやすい口調で言いましょう

学生 「お忙しいところ申し訳ございません。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇というものです。」「現在、私どもの研究室では、政策形成に貢献する社会調査を作成するために全国 47 都道府県を対象といたしまして、各県の『県民意識調査』や『県政世論調査』について調べております。」「〇〇調査」を担当している部署は、〇〇課で間違いございませんでしょうか。」

担当課 （担当者につなぐ）

学生 「「お忙しいところ申し訳ございません。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇というものです。」「現在、私どもの研究室では全国 47 都道府県を対象といたしまして、各県の『県民意識調査』や『県政世論調査』について調べております。」「今日は〇〇調査について質問させていただきたいことがありお電話させていただきました。」「突然の電話で申し訳ありませんがホームページで調べた情報に誤りがないか及び掲載されていない情報についてもお伺いしたいのですが 10 分少々お時間よろしいでしょうか。」

聞き取ることをすべて聞き終わったら・・・

学生 「お忙しいところありがとうございました。またお聞きしたいことが出てくるかと思うのですが、担当者様のお名前とご連絡先を教えてくださいてもよろしいでしょうか。」「お忙しいところありがとうございました。それでは、失礼いたします。」

（相手の方が電話を切ってから切る）

考えられる Q&A

県庁 「どういったことを研究しているのですか」
「何のために調べるのですか」

学生 「現在、私どもの研究室では、平成 28 年度文部科学省科学科研究費基盤研究 A『政策形成に貢献する新しい社会調査方法の開発』の一環として、全国 47 都道府県で実施されている『県民世論調査』や『県政世論調査』の実施状況を調べています。」

県庁 「具体的に何を調べるのですか。」

学生 「まず、そういった調査がどのくらい実施されているのか、実施状況を調べています。それから、調査方法やサブリング方法など、どのように実施されているのか、こういった内容のことが聞かれているのか、といったことを調べていく予定です。そのために、現在、実施状況を調べるとともに、ホームページで公開されている調査報告書や調査票といった資料を集めているところです。」

県庁 「研究責任者は誰ですか」

学生 「関西学院大学社会学部教授 大谷信介です」

県庁 「調べたことは何に使われるのですか」

「結果は公表されるのですか」

学生 「47 都道府県の実施状況を整理し、その分析結果は報告書にまとめたり学会発表をしたりする予定です。」

電話調査が終わったら

- ・メモの内容をまとめ、管理する
- ・資料を送っていただいた場合、お礼状を送る

こちらの連絡先

662-8501 兵庫県西宮市上ヶ原一番 1-155 第 1 教授研究館（本館）1 階 レンタルラボ 2

電話 0798-54-6069 メールアドレス otani-lab@kwansei.ac.jp

2.確認調査コンタクトファイル

調査日	
調査者名	
都道府県名	
調査名	
担当課名	
担当者名	
連絡先	

メモ欄

3.確認調査の依頼書

2017 年 12 月〇日
〇〇県〇〇課 御中

関西学院大学社会学部
大谷研究室

調査結果のご確認のお願い

拝啓

時下、ますますご壮健のこととお喜び申し上げます。

先ほども電話にてご連絡させていただきましたが、このたび私どもの研究室におきまして、2016 年度文部科学省科学研究費（基盤研究 A）「政策形成に貢献し調査困難状況に対応可能な社会調査方法の研究」（研究代表者：関西学院大学社会学部 大谷信介）の一環として、全国 47 都道府県が実施されている「県民意識調査」について調査を実施しております。

これまで各都道府県からお聞きした内容を記録・整理してまいりましたが、その内容に誤りがないかご確認いただきたく、「確認調査票」をお送りさせていただくことになりました。

確認調査票とともにお送りいたしました一覧表は、これまでに明らかになった 47 都道府県の県民意識調査の実施状況をまとめたものでございます。表に見づらい点があろうかと存じますが、ご査収のほどよろしくお願いいたします。

ご多忙中のところ誠に恐縮ではございますが、ご協力いただけますようよろしくお願い申し上げます。

敬具

送付物

- ・ 調査の依頼書（本紙）
- ・ 研究概要
- ・ 確認調査票
- ・ 「県民意識調査」実施状況一覧表

なお、今回の調査に関するご質問、ご要望等ございましたら下記までご連絡ください。

関西学院大学社会学部 大谷研究室 担当：

電話 0798-54-6069

メールアドレス otani-lab@kwansei.ac.jp

4.確認調査票
(県)

調査名称	
調査年度	平成（ ）年度
調査実施年月	平成（ ）年（ ）月
調査頻度	Ⅰ 1年に1回 Ⅱ 2年に1回 Ⅲ 3年に1回 Ⅳ その他（ ）
担当部局	
調査対象年齢	（ ）歳以上
サンプリング台帳	Ⅰ 住民基本台帳 Ⅱ 選挙人名簿 Ⅲ 外国人登録原票 Ⅳ その他（ ）
サンプリング方法	
サンプル数	
回収数	有効回収数（ ）
回収率	有効回収率（ ）%
調査方法	Ⅰ 郵送法 Ⅱ 面接法 Ⅲ その他（ ）
催促状の配布	Ⅰ 有（ ）回 Ⅱ 無
謝礼	Ⅰ 有（詳細： ） Ⅱ 無
報告書のHP掲載	Ⅰ 有 Ⅱ 無
調査票のHP掲載	Ⅰ 有 Ⅱ 無
調査結果の庁内公開年月	平成（ ）年（ ）月
報告書公開年月	平成（ ）年（ ）月
担当課職員の資格の有無	Ⅰ 社会調査士有 Ⅱ 専門社会調査士有 Ⅲ 無
学識経験者の関与	Ⅰ 関与有り Ⅱ 関与無し
学識経験者	Ⅰ 氏名（ Ⅱ 所属研究機関名（ Ⅲ 専門分野（

	IV 専門社会調査士資格の有無 I 有 II 無
学識経験者	I 氏名 (II 所属研究機関名 (III 専門分野 (IV 専門社会調査士資格の有無 I 有 II 無
学識経験者	I 氏名 (II 所属研究機関名 (III 専門分野 (IV 専門社会調査士資格の有無 I 有 II 無
外部委託の有無	I 有 II 無
委託業者名	()
委託業者選定方式	I 一般競争入札 II 指名競争入札 III 随意契約 IV その他 ()
調査事業費	総計 (円) うち委託業者支払額 (円)

各作業担当者	
ヒアリング作業	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
ヒアリング作業：県庁内の部局から調査に盛り込む内容を集約する作業	
質問文作成	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
サンプリング設計	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
サンプル抽出作業	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
調査票の印刷	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
調査票の郵送作業	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
調査票の回収作業	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
データ入力・クリーニング	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
集計・分析	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()
報告書作成	I 担当課職員 II 担当課以外の職員 III 委託業者 IV その他 ()

5.都道府県庁ホームページ項目有無一覧表（近畿地方）

	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
スマホ版	○	○	○	○	○	○	○
サイト内検索	○	○	○	○	○	○	○
トップバー	×	○	×	×	×	○	○
トップバーの項目数	0	7	0	0	0	8	12
メニュー	○	×	○	○	○	×	×
サブメニュー	×	×	×	×	×	○	×
他言語対応	○	○	×	○(英語、韓国語、中国2つ)	×	○	×
ふりがな表示	×	×	×	×	×	×	×
文字サイズの変更	×	×	×	×	×	×	×
色の変更	×	×	×	×	×	×	×
読み上げ機能	×	×	×	×	×	×	×
イベントカレンダー	×	×	×	×	×	×	○
県庁への地図・行き方	○	○	○	×	○	○	○
お問い合わせ	○	○(県庁各課へ)	○(お問い合わせ一覧)	○	×	×	○
住所	○	○	○	×	○	○	○
郵便番号	○	○	○	×	○	○	○
電話番号	○	×	○	×	○	○	○
機関別電話番号一覧	×	×	×	×	×	○	×
Email アドレス	×	×	×	×	×	×	×
法人番号	○	×	×	×	○	×	×
よく検索されるキーワード	×	×	×	×	×	×	○
分類からさがす	×	×	×	×	×	×	×
組織・部署からさがす	×	×	×	×	×	×	○
テーマからさがす	×	×	×	×	×	×	×
PC版への切り替え	×	○	○	○	○	○	○
携帯電話(モバイル)への切り替え	×	×	×	×	×	×	×
営業時間・曜日の知らせ	×	×	×	×	×	○(時間)	×
サイトマップ	×	○	○	×	○	○	○
館内案内(フロアマップ)	×	×	×	×	○	×	○
知事のページ	○	○	○	×	○	○	○
知事の顔の写真	○	○	×	×	○	○	×
知事の日程	○(1週間分)	×	×	×	○	×	×
観光サイトへ	○	○	○	×	○	○	○
SNSへ	○(Facebook、ツイッター、LINE)	○(Facebook、ツイッター)	○(Facebook、ツイッター)	○(Facebook、ツイッター)	○(SNS)	○(SNS)	×

	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
新着情報	○	○(最新情報)	○	×	○	○	○
注目情報	○	×	○	×	×	○	○
災害・防災情報	×	○	○	○(危機管理情報)	○	○	○
議会へ	○	○	○	×	○	○	○
教育委員会へ	○	○	×	×	○	○	○
警察本部へ	○	○	×	×	○	○	○
職員募集	○	×	○	○	×	○	×
更新履歴	×	×	×	×	×	×	×
ホームページの考え方・目的	×	○	○	×	×	×	×
個人情報について	○	×	○	○	○	○	×
著作権について	○	×	○	×	○	○	○
免責事項	○	×	×	×	○	○	×
バナー広告	○	×	×	×	○	○	○
天気情報	×	×	×	×	×	×	×
よくある質問	×	×	×	×	×	×	×
先頭(TOP)に戻る	○	×	○	×	○	○	×
医療情報	×	○	×	×	×	○	○
納税について	×	×	×	×	×	○	×
ふるさと納税について	○	×	×	×	○	○	×
入札情報	○(電子)	×	×	×	×	○	○
融資情報	×	×	×	×	×	○	×
ヘルプ・使い方	×	×	×	×	×	○(ホームページの使い方)	×
リンク集	○	×	○	○	○	○	○
キッズページ	○	○	×	×	○(こどものひろば)	○(キッズならけん)	×
アクセシビリティ	○	×	×	×	○	○	×
県内地域別情報	○(市町紹介)	×	×	×	○	×	○(県内市町村)
パスポートについて	○	×	×	○	×	×	○(よく検索されるキーワード)
メルマガ	○	×	×	○	○	○	×
インターネット放送局	○	×	○(ネットTV京都)	×	○(ひょうごチャンネル)	○	×
広報・広聴へ	×	×	×	×	×	○(県の広報広聴)	×
RSSについて	×	×	○	×	×	×	×
パブリックコメント	○	×	×	×	×	×	○(県政へのコメント)
組織図	×	×	×	×	×	○(県の組織)	×

6. ホームページ評価表

[illegible]

順位	氏名	平均年齢	性別	所属	コメント	特徴	評価	備考
12	佐藤 誠	77点	80点	75点	75点	75点	75点	(良)「ほんのりした」ってなんだろうって興味を持った。全体的にきれいな
13	佐藤 誠	76点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
14	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
15	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
16	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
17	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
18	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
19	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
20	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
21	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。
22	佐藤 誠	75点	70点	80点	80点	80点	80点	(良)書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。また、書き手が「ほんのり」と出てきて印象が深かった。

[illegible]

順位	作品名	平均点	登場人物数	登場人物名	コメント	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
36	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
37	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
38	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
39	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
40	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
41	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
42	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
43	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
44	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
45	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
46	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名
47	神田喜久	36点	95点	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名	登場人物数	登場人物名

7. 「モニター制度・モニターアンケート調査」電話調査マニュアル

事前準備（担当する都道府県に連絡する前に）

- ・電話をする都道府県・担当課の名称を再確認
- ・電話をする時間を確認（昼時 11:50～13:00 や業務終了間際 16:45 以降にかけないこと）
- ・伝える内容・質問する内容を再確認
- ・電話をする都道府県の資料を手元に用意
- ・すぐに必要事項を書き留められるように筆記具を用意

大代表にかける場合（担当課がわからない場合）

大代表 「こんにちは。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇と申します。お忙しいところ恐れ入りますが、〇〇県で「
」（県民モニターアンケート調査）を担当している課はどちらでしょうか。」
「そちらにつないでいただけますでしょうか。」

担当課にかける場合（担当課がわかっている場合はここから始める）

学生 「こんにちは。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇と申します。お忙しいところ恐れ入りますが、〇〇県で「
」（県民モニターアンケート調査）を担当している部署は、〇〇課で間違いありませんでしょうか。」

担当課 「はい。」

挨拶と調査のお願いをする

学生 「お忙しいところ申し訳ありません。少々お時間よろしいでしょうか。今回、私どもの研究室では、全国 47 都道府県を対象に、都道府県のモニター制度とモニターアンケート調査について調べております。モニター制度の概要と、モニターアンケート調査実施の有無や内容について、都道府県のホームページに掲載されている内容を調べて整理しています。」

「今日は、ホームページでわからなかった点について質問させていただきたいことがあり、お電話致しました。また、私どもが調べた内容についても確認させていただけたらと思います。突然の電話で申し訳ございませんが、いくつか質問させていただいてもよろしいでしょうか。」

電話調査の了解が得られた場合

〔モニター制度・モニターアンケート調査 確認調査票〕にしたがって質問する。

調査は基本的に調査票にそって質問すればよいので、特別に緊張する必要はないが、聞き漏らすことがないように集中してメモをとること。聞き取りにくかった場合は聞き直すこと。あやふやな場合は質問すること。

質問が一通り終了したらお礼を言う。また、今後また調査する場合に備えて必ず相手の連絡先・担当者名

を確認しておく。

【モニター制度名】

学生	「平成 27 年度のモニター制度についてお聞きます。」 「まずはモニター制度の名称ですが、〇〇〇で間違いございませんでしょうか。」 （「まずはモニター制度の名称を教えてください。」）
----	---

【応募資格】

学生	「モニターへの応募資格についてお聞きます。」 「モニター応募資格は、〇〇・〇〇で間違いございませんでしょうか。」 （「モニター応募資格がございましたら、教えてください。」）
----	--

【応募方法】

学生	「モニター応募方法は、〇〇・〇〇で間違いございませんでしょうか。」 （「モニター応募方法ですが、どのような方法でしょうか」）
----	---

【応募時期】

学生	「モニター募集期間は、平成〇年〇〇～〇〇で間違いございませんでしょうか。」 （「モニター募集期間は、いつからいつまででしょうか」）
----	--

【募集数・登録数】

学生	「次は募集数と登録数なのですが、平成 27 年度のモニター募集数は〇〇人で間違いございませんでしょうか。」 「登録数は〇〇人で間違いございませんでしょうか。」 （「次は募集数と登録数なのですが、平成 27 年度のモニター募集数と登録数はそれぞれ何人でしょうか。」）
----	--

【モニター委嘱期間】

学生	「ではモニター活動の委嘱期間ですが、〇〇～〇〇で間違いございませんでしょうか。」 （「ではモニター活動の委嘱期間はどれくらいでしょうか。」）
----	---

【モニターアンケート調査実施の有無】

学生	「平成 27 年度のモニター活動ですが、アンケート調査は実施したということで間違いございませんでしょうか。」 （「モニターの活動内容についてですが、アンケート調査は実施していらっしゃいますか。」）
----	---

以降、モニターアンケート調査を実施していた場合

【モニターアンケート調査名】

学生	「そのアンケート調査の名称は〇〇で間違いございませんでしょうか。」 (「そのアンケート調査の名称を教えてくださいませんか。」)
----	--

【調査方法】

学生	「調査方法ですが、〇〇で間違いございませんでしょうか。」 (「では、調査方法はどのような方法でしょうか。」) このときに、【調査システムの有無】を確認 「それは独特の調査システムがあるということでしょうか。」 「県庁にそのシステムがあるのですか。それとも民間のシステムでしょうか。」
----	---

【調査頻度】

学生	「平成 27 年度の調査実施回数は、〇〇回で間違いございませんでしょうか。」 (「調査頻度なのですが、平成 27 年度の調査実施回数は何回でしょうか。」)
----	--

【調査委託の有無】

学生	「外部機関への業務委託ですが、〇〇に委託していたということで間違いございませんでしょうか。」 (「アンケート調査を実施するにあたり、外部機関への業務委託はありましたでしょうか。」) (→あった場合：「外部機関の名称を教えてくださいませんか。」)
----	---

【委託機関の選定方法】

学生	「委託機関の選定方法はどのような方法でしょうか。」
----	---------------------------

【委託金額】

学生	「モニターアンケート調査の業務委託金額について教えてくださいませんか。」
----	--------------------------------------

以下は「県民意識調査」電話マニュアルと同様のため省略

8.「モニター制度・モニターアンケート調査」確認調査票

平成 27 年度の実施状況

都道府県名	
担当課	
モニター制度名称	
応募資格	
応募方法	I 郵送 II FAX III 県庁 HP IV メール V 電話 VI 持参 VII その他（具体的に ）
公募時期	
募集数	
登録数（H27 年 3 月時点）	
モニター委嘱期間	
謝礼	I 有（具体的に ） II 無
モニター制度開始時期	
モニターアンケート調査 実施の有無	I 有 II 無
調査方法	I インターネット II 電子メール III 郵送 IV その他（具体的に ）
調査システム	I 有 II 無
調査頻度	（年 ）回
調査業務の委託	I 委託有り II 委託無し
調査委託機関名	
調査委託機関選定方式	I 随意契約（詳細： ） II 指名入札（詳細： ） III 一般入札（詳細： ） IV その他（詳細： ）
調査委託金額	（ ）円

【メモ】

電話調査実施日：2016 年（ ）月（ ）日 調査者名（ ）

調査票カウントマニュアル

・A分類、B分類について『これでもいいのか市民意識調査』参照

A分類

「コーディングカラム数」を実質回答数に近づけたもの

B分類

「コーディングカラム数」を問いの数に近づけたもの

・縦列形式の質問（横向きの表形式の質問でも縦列形式として扱う）

問3 あなたは、普段生活する上で、いま住んでいる地域（市町）に満足していますか。
それぞれの項目について1つだけ選り、番号に○をつけてください。

【記入例】	1	2	3	4	5
1. 交通の便	1	2	3	4	5
2. 買い物	1	2	3	4	5
3. 周辺の自然環境	1	2	3	4	5
4. 食料の量かさ、食べ物のおいしさ	1	2	3	4	5
5. 地域の治安のよさ	1	2	3	4	5
6. 暮らしの環境	1	2	3	4	5
7. 商店やサービス	1	2	3	4	5
8. 病院、診療所などの医療施設	1	2	3	4	5
9. 保育所や幼稚園、児童クラブなどの子育て支援施設	1	2	3	4	5
10. デパート・センターなどの娯楽施設	1	2	3	4	5

→A分類なら19（画像が切れているが19まで質問が続く）、B分類なら1とカウント

・M.A.の質問

3つ選択、3つまで選択、当てはまるものすべて選択など

→A、B分類共に1とカウント

問2-1 あなたがいま住んでいる地域（市町）にこれから住みたいと思いませんか。
次の項目から1つだけ選り、番号に○をつけてください。

1. ずっと住み続けたい
2. 住み続けたいが、将来はわからない
3. どちらともいえない
4. 住みたいところがあるが移りたい
5. ぜんぜん移りたくない



問2-2 問2-1で4または5を選んだ方にお聞きします。
どんな地域（市町）に移りたいと思いませんか。以下の地域から
1つだけ選り、番号に○をつけてください。

	現在お住まいの市町の		県外	
	内	外		
園地など自然環境の良い地域	1	2	3	
都市部なり生活に便利な地域	1	2	3	
その他（具体的に）	1	2	3	

→A、B分類共に2とカウント

(例2)

問4-1 現在、鉄道、バス、路面電車などの公共交通を利用されていますか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んでください。

1. ほぼ毎日利用している
2. 週に2～3日程度利用している
3. 週に1日程度利用している
4. あまり利用していない
5. 全く利用していない

問4-2 問4-1で「1. ほぼ毎日利用している」、「2. 週に2～3日程度利用している」、「3. 週に1日程度利用している」、「4. あまり利用していない」と答えた方にお聞きします。あなたが主に利用する県内地域交通は何ですか。次の中から2つ以内で選んでください。

1. あいの風とやま鉄道
2. 富山地方鉄道（本線、立山線、二ノ越・上尾線）
3. JR越前線・米見線
4. JR高山本線
5. 富山市内電車（市電、セントラム）
6. 富山ライトレール
7. 万葉線
8. 民間路線バス
9. 市町村等のコミュニティバス

問4-3 問4-1で「4. あまり利用していない」「5. 全く利用していない」と答えた方にお聞きします。利用されない主な理由は向ですか。次の中から3つ以内で選んでください。

1. 最寄りの駅・停留所・バス停までの距離が遠い
2. 最寄りの駅・停留所・バス停に駐車場や駐輪場がない
3. 降車の駅・停留所・バス停から目的地までの距離が遠い
4. 降車の駅・停留所・バス停から移動手段がない
5. 交通機関の乗継ぎが難しい、乗り継ぎが不安
6. 自動車のほうが便利
7. 運行本数が少ない
8. 運賃が高い
9. 路線、設備が古いなど乗り心地が悪い
10. 駅の階段や乗降口の段差などがあり、都合が悪い
11. あまり外出する機会がない
12. その他

→A、B分類共に2とカウント

(例3)

問16 次の設問について、あなたが普段どのようなように感じられたり、どのように思ったりされているかを答えてください。

(1) あなたは、富山県は住みよい県だと思いますか。次の中から1つ選んでください。

1. 非常に住みよい
2. まあまあ住みよい
3. やや住みにくい
4. 住みにくい

(2) これからも富山県に住みたいと思われませんか。次の中から1つ選んでください。(選挙、転勤等により県外に転出される予定がある方についても、ご自身の意思としてお答えください。)

1. これからも富山県に住みたいと思う
2. 県外に転出したいと思う
3. わからない

(3) 仕事をなさっている方にお聞きします。あなたは、仕事に充実感(満足感)を感じていますか。次の中から1つ選んでください。

1. 非常に充実している
2. まあまあ充実している
3. どちらともいえない

→A、B分類共に3とカウント

・1つの問いの中に複数の対象に対して回答が求められる場合

(例)

あなたがお住まいの地域で、不足していると思う「高齢者」「障がい者」に対する福祉サービス等は向ですか。次の中からそれぞれ1つずつ選び、番号を記入してください。

1. 施設に入所するサービス
2. 自宅で生活しながら施設に通所するサービス
3. 自宅で生活しながら訪問してもらうサービス
4. その他のサービス ()
5. 不足しているサービスはない
6. わからない

高齢者 _____ 障がい者 _____

→A、B分類共に2とカウント

・問○で1～3と答えた方にお聞きします。というように質問が1つの問いにまとめられている場合

(例)

あなたは、今後ボランティアやNPO活動をしたいと思いますか。次の中から1つだけ選んでください。また、この間で「ぜひしたい」または「2機会があればしたい」と答えた方は、今後してみたいボランティアやNPO活動を1～20までの活動分野から2つまで選んで、番号を記入してください。

1. ぜひしたい (今後したいボランティアやNPO活動：番号 _____ と _____)
2. 機会があればしたい (今後したいボランティアやNPO活動：番号 _____ と _____)
3. したいとは思わない

→A、B分類共に2とカウント

10.「職員研修」電話調査マニュアル

【事前準備】

- ・都道府県名を再確認
- ・その都道府県の調査状況について再確認
- ・電話をする時間を確認（昼時や業務終了間際にかけない）
- ・すぐに必要事項を書きとめられるように筆記具・調査記録を用意
- ・あらかじめ伝える内容を頭に入れておく
- ・今回調査する県は

社会調査：宮城県、千葉県、奈良県、鳥取県、愛媛県、大分県の 6 県

統計：宮城県、栃木県、埼玉県、千葉県、東京都、福井県、奈良県、和歌山県、広島県の 9 県

※宮城県は同一研修

【調査目的の説明・実施状況の把握】 …はっきりと、わかりやすい口調で言いましょう

学生

「お忙しいところ申し訳ございません。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇というものです。」
「現在、私どもの研究室では、政策形成に貢献する社会調査を作成するために全国 47 都道府県を対象といたしまして、各県の社会調査及び統計に関する職員研修について調べております。」「〇〇研修を担当している部署は、そちらでお間違いございませんでしょうか。」

担当課

（担当者につなぐ）

学生

「「お忙しいところ申し訳ございません。私、関西学院大学社会学部大谷研究室の〇〇というものです。」
「現在、私どもの研究室では、政策形成に貢献する社会調査を作成するために全国 47 都道府県を対象といたしまして、各県の社会調査及び統計に関する研修の具体的な内容について調べております。」
「何度も私たちの質問に答えて頂き申し訳ないのですが、改めて社会調査（統計）の研修についてお伺いしたいのですが、よろしいでしょうか。」
「現在、研修についてまとめているサンプルの表があり、そちらの表に沿ってご回答いただきたいのですが、よろしいでしょうか。」
「（回答の期限聞かれたら）よろしければ来週の水曜日までにご回答お願いいたします。」

聞き取ることをすべて聞き終わったら・・・

学生

「お忙しいところありがとうございました。またお聞きしたいことが出てくるかと思うのですが、担当者様のお名前とご連絡先を教えてくださいてもよろしいでしょうか。」「お忙しいところありがとうございました。それでは、失礼いたします。」

（相手の方が電話を切ってから切る）

以下は「県民意識調査」電話マニュアルと同様のため省略

11. 病院・店舗情報入力マニュアル

1. Googledrive にあるフォルダ「県民生活実態調査 店舗・病院情報追加 ver」から、「最新コーディングシート.xlsx」というファイルをダウンロードする
2. ダウンロードしたファイルに、自分が担当する学生が入力したデータをコピーする
3. Google で q22 のところに書かれた店舗名を検索する
4. このようなページが出てくる。右の情報を使う。時間の右側に▼がある、それをクリックしたら、全ての曜日の時間が表示できる



5. q22Decision : Google で表示された店舗名が調査票の店舗名と異なっており、自分で情報判断した場合は **1** と入力する。Google と調査票の店舗名が合致している場合は **0** で入力する



この場合、調査票に書かれた店舗名を検索しているが、Google に表示された店舗名が異なっているので、自分が判断したことになるので **1** と入力する。

6. q22WN : 調査票に書かれた店舗名をそのまま入力する。
7. q22RN : Google に表示された店舗名をそのまま入力する。

8. q22ADD：店舗の所在地住所(番地まで)を入力する。
9. q22.MonOH：月曜日営業開始時刻(イオン明石店の場合:7)
10. q22.MonOM：月曜日営業開始分(イオン明石店の場合:0)
11. q22.MonEH：月曜日営業終了時刻(イオン明石店の場合:22)
12. q22.MonEM：月曜日営業終了分(イオン明石店の場合:0)
13. 火曜、水曜、木曜、金曜、土曜、日曜は 8 から 11 と同様に入力する。
14. q22R は定休日を入力する(例：毎週月曜、第 3 月曜)
15. q22scale：【下の店舗・病院の分類表を参照】
16. Google で q23 のところに書かれた病院名を検索する
17. q23Decision：Google で表示された病院名が調査票の店舗名と異なっており、自分で情報判断した場合は **1** と入力する。
Google と調査票の病院名が合致している場合は **0** で入力する
18. q23WN：調査票に書かれた病院名をそのまま入力する。
19. q23RN：Google に表示された病院名をそのまま入力する。
20. q23ADD：病院の所在地住所(番地まで)を入力する。
21. q23scale：【下の店舗・病院の分類表を参照】
22. 全て記入が終わったら、「県民生活実態調査 店舗・病院情報追加 ver」にファイルを名前付きで追加する。判断できなかったケースのメモも同様に名前つきで追加する。

店舗・病院の分類表

【店舗】

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1 百貨店 | 2 総合スーパー |
| 3 食料品スーパー | 4 コンビニエンスストア |
| 4 ドラッグストア | 6 個人商店 |
| 7 直売所（産直市） | 8 その他 |
| 9 判断できない・判断しかねる | |

また判断できなかったケースを今回以降の調査に活用できるよう、メモに記録しておく。

メモはすべての作業終了後、**googledrive**「県民生活実態調査 店舗・病院情報追加 ver」に名前つきで追加しておく。

- 3 食料品スーパー⇒（小型食品スーパー、食品ディスカウンター、業務用食品スーパー、ショップイン、ディスカウンターは全て「食品スーパー」として分類する）
- 4 コンビニエンスストア⇒（スーパーマーケット情報では、店舗内産直市店舗がコンビニとして分類されているので、店舗内産直市店舗については『7 直売所（産直市）』に分類する）
- 7 直売所（産直市）⇒スーパーマーケット情報で「コンビニ」に分類されたもののうち、

店舗内産直市はこちらに分類する。

《参考》総合スーパー及び食料品スーパーの定義は次のとおり。

○総合スーパー：

衣・食・住にわたる各種商品を小売りし、そのいずれも小売販売額の 10%以上
70%未満の範囲にある事業所で、従業員が 50 人以上のもの

○食料品スーパー：

食料品を小売りし、その販売額が全体の 70%以上である事業所で、
売場面積が 250 m²以上のもの

【病院】

- 1 病院Ⅰ（独立行政法人や国立大学法人等 国が設置しているもの）
- 2 病院Ⅱ（都道府県・市町村立、日赤、済生会）
- 3 病院Ⅲ（私立学校法人、医療生協）
- 4 一般診療所（医院、クリニック）
- 5 へき地診療所
- 6 判断できない・判断しかねる

また判断できなかったケースを今回以降の調査に活用できるよう、メモに記録しておく。

メモはすべての作業終了後、**googledrive**「県民生活実態調査 店舗・病院情報追加 ver」に名前つきで追加しておく。

※「医療施設調査（厚労省）」をベースに、種類と開設者を勘案して独自に分類し、
「へき地診療所」を追加しました。

○病 院＝20 人以上の入院施設を持つもの

○診療所＝0～19 人以下の入院施設を持つもの

活動記録

大谷ゼミ 18 期生の 2 年間

2016 年

4/7 初ゼミ

8/9・10 ゼミ合宿@淡路島

9/27・30 ゼミ説明会

11/11 4 回生ゼミで大谷ゼミ卒業生・東大阪市職員の井口さんの講演 夜飲み会@鳥居

11/29 学会発表に向けた中間報告会

12/2 4 回生ゼミで片山朗先生の講演 夜飲み会@ワタミ

12/20 3 回生最終ゼミ・タテコン・大谷先生誕生日@とりのすけ

2017 年

1/26・28 原稿チェック会

2/8 「県民生活実態調査」作成本格始動

3/2 新 3 回生初ゼミ

3/21・22 ゼミ合宿@関学スポーツセンター

4/14 4 回生初ゼミ

6/30～7/2 調査対象者住所入力作業

7/7 封筒切手貼付け作業

7/11 調査票封入作業

7/12～7/31 問い合わせ電話対応

7/31～8/3 一斉データ入力作業@PC 教室

8/3 タテコン@ふじや

12/1 卒業アルバム写真撮影

2018 年

1/10 最終ゼミ・飲み会@阿留酎

3/2 報告書原稿提出

3/14～16 卒業旅行@香港

3/19 卒業式

大谷先生語録

ゼミの2年間で先生からは沢山の為になるお話を聞きました。アメリカ大統領選挙についてや豊洲問題などタイムリーな面白いお話もありましたが、ここでは特に卒業後にも肝に銘じておきたい役に立つお話についてまとめてみました。

・目的意識、問題意識を持つことが重要

今の日本社会は制度疲労を起こしている

今の県庁の調査はいい加減、しかし県庁には様々な調査の可能性がある

だから、『県庁の調査はこうあるべきだ』を作る

・データにするとはい

誰がやっても全く同じ結果がでるようなものがデータベース

何がいいのか、悪いのかを客観的に示すために手順、基準を明確にする必要がある

・大事なのにやられていないことを見つける能力（センス）が重要

・自分の将来について常によく考えておくこと

・批判を言うのは簡単、変えていくのが難しい

「私だったらこう考える」を聞いて各自レベルアップし、問題点を自分達で直せるようになってほしい。

仮説を立てて物事を考えることで世の中の見方、コメントが鋭くなる

・ノウハウは習うより慣れろ

・無駄をしないように

全体像を分かっていない、論点がわかっていないと無駄な仕事をするようになる

無駄な仕事をしているという自覚を持つことが改善への第1歩

社会人になったら誰も言ってくれない、仕事が出来ないと誰でも出来る仕事に回される

今のうちに“訓練”して磨いておくことが大事

夏休みゼミ合宿記 2016年8月9日～10日@淡路島

朝10時に三ノ宮で集合し、そこからバスで淡路島へ。お昼はせっかく淡路島まで来たということでちょっとお高い回転寿司屋さん金太郎へ行きました。お高いだけあって新鮮で美味しかったです。



お昼からはゼミで調査票解いた感想を議論、みんないつものゼミよりも頑張っていました！



その後はホテルアテナ海月に移動してみんなでBBQ



ホテルの方々が親切に何から何まで用意してくださって、皆でお肉を食べて、食べた後は先生方も交えて大いに語り合いました。みんなワイワイ楽しんで、お互いのことを知れて仲が深まったんじゃないかなと思います。



それから花火をして、写真をとって、流れ星をみてホテルに戻って、夜はまだまだ長く続きました。笑

2日目は遊ぶぞー！！ってことで海に行ってきました！それにしても暑い暑い！

てことでこの日もバスで移動です！！ 30分くらいバスに揺られてやっと着きました！！



ドーン！！！！！！！！

めっちゃ綺麗！！というわけではないのですが、テンション、バイブス共にMAXです！

とりあえずみんなで集合写真



先生もいい感じで写ってます(￣▽￣)これぞ夏！！って感じですね

泳ぎが苦手な子もいましたがみんなで浮き輪にしがみついて楽しめました！！

海ではしゃぎすぎて帰りのバスはみんなお疲れモードでしたねzzzzzz

1泊2日という短い期間でしたが夏の思い出やゼミ内の仲の良さなど時間以上の収穫を得ることができたゼミ合宿でした！

大谷ゼミ 18期生メンバー紹介

個性豊かな大谷ゼミ 18期生のメンバー（男子 12 人 女子 12 人 計 24 人）を紹介する。（ゼミ長副ゼミ長以下 50 音順）

① 氏名 ② 出身地 ③ アルバイト ④ サークル・部活 ⑤ 趣味・好きなもの

ゼミ長

①	小嶋 遼太
②	兵庫県宝塚市
③	塾のチューター 試験監督
④	ボランティア 草野球
⑤	野球 読書 アニメ鑑賞 Mr.Children

副ゼミ長

①	観音堂 万友
②	兵庫県神戸市
③	なし
④	体育会庭球部
⑤	探し中

副ゼミ長

①	横田 健人
②	兵庫県芦屋市
③	レストランのホール
④	野球サークル 留学支援インターン
⑤	野球 ランニング ラーメン 旅行

①	犬伏 賢二郎
②	兵庫県西宮市
③	飲食店
④	なし
⑤	旅行 映画鑑賞

①	今井 義人
②	滋賀県近江八幡市
③	宅配ピザ 競馬場
④	野球サークル お笑いサークル ボランティア
⑤	野球

①	奥野 佳行
②	大阪府富田林市
③	棚卸
④	サイクリングサークル
⑤	スポーツ観戦

①	木嶋 凜太郎
②	兵庫県明石市
③	居酒屋
④	テニス部
⑤	飲食店めぐり

①	工藤 遥
②	青森県弘前市
③	甲子園球場の売り子
④	なし
⑤	アボガド

①	坂本 佳穂
②	大阪府東大阪市
③	飲食
④	スポーツサークル
⑤	食べる寝るあそぶ

①	重松 由香里
②	愛媛県今治市
③	甲子園でグッズ販売
④	バスケットボールサークル
⑤	カラオケ 料理

①	菅 篤生
②	兵庫県加古川市
③	スイミングのインストラクター
④	バスケットボールサークル
⑤	ウインドウショッピング

①	大工 みなみ
②	大阪府池田市
③	スポーツジムの受付
④	陸上競技部
⑤	音楽

①	田中 綾美
②	兵庫県明石市
③	飲食店ホール
④	なし
⑤	お出かけ

①	谷 有理菜
②	大阪府河内長野市
③	カフェ
④	フリーペーパー制作団体
⑤	映画鑑賞 買い物

①	千葉 麻美子
②	兵庫県宝塚市
③	キッズニア甲子園
④	なし
⑤	おいしいもの食べること

①	堤 千紘
②	兵庫県神戸市
③	温泉の受付 ファミレス
④	なし
⑤	食べること(特に辛いもの)

①	徳山 晴基
②	兵庫県神戸市
③	カフェ
④	フットサルサークル
⑤	コーヒー

①	仲野 愛加
②	大分県別府市
③	アパレル
④	バスケットボールサークル
⑤	ファッション

①	松尾 駿也
②	兵庫県芦屋市
③	塾講 ベーカリー
④	バスケットボールサークル
⑤	友達 車 バス

①	松本 龍樹
②	大阪府大阪市
③	飲食店
④	硬式野球部
⑤	音楽鑑賞

①	宮久 智子
②	大分県大分市
③	飲食店接客
④	なし
⑤	映画

①	家舗 駿平
②	千葉県八千代市
③	寿司屋
④	フットサルサークル
⑤	海外旅行

①	山辺 公輝
②	兵庫県神戸市
③	コンビニ ステーキ屋
④	なし
⑤	野球 旅行

編集後記

2016年4月、たどたどしい自己紹介とともに私たちのゼミは始まりました。そして、この2年間「県民意識調査」や「県民生活実態調査」といった大規模な社会調査研究に取り組んできました。

先生の求めるレベルは非常に高いものでしたが、私たち大谷ゼミ18期生は要領が悪く、ゼミでは稚拙なレジュメや“バカ表”の嵐でした。それでも最後まで諦めず、一生懸命議論して努力した結果、このように報告書として2年間の研究成果を残すことができました。

報告書をまとめるまでには、研究員としてご多忙の中毎回のゼミに参加して助言を下された松川さん、私たちの唐突な質問や依頼に応えてくださった各都道府県庁の担当者の皆様、SPSSの使い方や研究について教えて下さった先輩方、データ入力や分析と一緒にやってきた後輩達、沢山の方々の協力がありました。18期生を代表してこの場を借りて御礼申し上げます。

最後になりましたが、大谷先生には本当にお世話になりました。未熟者の私たちでしたが決して見放すことなく、いつも真摯に叱咤激励をしていただきました。18期生一同、このゼミで得たものを胸に、自信を持ってそれぞれの道を歩んでいきたいと思います。2年間ありがとうございました。

大谷ゼミ 18期生一同



発行 2018年 3月 19日
発 行 関西学院大学社会学部 大谷研究室
〒662-8501 西宮市上ヶ原一番町1-155
TEL 0798 (54) 6378