

統計調査業務における民間事業者の活用等に関する調査研究
第4回品質分科会 議事要旨

I. 日時

平成19年11月28日（金） 15時00分～17時00分

II. 場所

経済産業省 別館10階 1020会議室

III. 出席者

【委員】

- ◎鈴木 督久 （株）日経リサーチ取締役
一ノ瀬 茂 （株）インテージ取締役
氏家 豊 電気通信大学・東京電機大学非常勤講師
清水 憲吾 （株）三菱総合研究所地域経営研究センター主席研究員
谷口 哲一郎 （社）輿論科学協会代表常務理事
吉野 諒三 統計数理研究所教授
（◎＝分科会長）

【専門委員】

- 真栄城 守隆 （株）インテージカスタムリサーチ3部プロジェクトマネージャー
坂井 茂生 （株）日経リサーチ社会経済調査グループ統括部長

【経済産業省（オブザーバー）】

- 久武 昌人 経済解析室長
平野 豊 産業統計室参事官補佐
須田 美津子 企業統計室参事官補佐
中野 貴比呂 総合調整室総括係長

【事務局（インテージ）】

- 木原 剛 （株）インテージ
西 哲生 （株）インテージ

IV. 議事

1. 事業所や企業を対象とした調査の実態について
2. 事業者に求められる能力について

V. 議事概要

【議事 1. 事業所や企業を対象とした調査の実態について】

(事務局より資料5について説明)

(真栄城専門委員より説明)

(坂井専門委員より説明)

(主な意見、やり取り等)

- 以前と比べて調査環境が悪化の一途をたどっている。事業所調査に関しては、以前は公共財とでもいうような面があり、回答する自分たちにも大いに役に立つという思いがあって、調査に対する協力があつた。現在は、調査に協力して何のメリットがあるのかという感じが非常に蔓延しているのではないかと思う。調査の本数が多くてうっとうしい、細かいことまで聞かれる、会社の内部情報を提供するのにハードルがあって、なかなか容易に協力できないなどの状況がある。そういった企業の要望には極力応えていくべきだろう。協力している側に身になるような、例えば参考資料を提供する術を考えるといい。調査に協力すると、確実なフィードバックを期待できるという思いを持てるといい。
- 回収率について驚いたのは、回答時間に膨大な時間がかかっているということ。我々はせいぜい30分くらいで回答できることを想定していた。こんなことであれば、全然違う話になる。
- 例えば、工業統計は目的が多岐にわたっているのだから、こういう数字が出てくる。商業統計も個人の場合は少ないが、大きな会社だと時間がかかる。それは政策に直結することなので、記入時間を要する。調査事項はなかなか削減できないという事情がある。
- 調査が企業の誰のもとに行くのかということがまずポイントである。全部を把握している人はなかなかいない。質問ごとに計数を再加工しなければならないケースがたくさんある。ひとりで全部答えられるケースが少なく、社内をたらい回しになるのが実態だと思う。
- 最近、管理職の人たちは戦後世代に変わってしまった。私より上の世代の人は協力してくれるけれど、ガクンと世代が変わっている感じがする。下の世代の人は、間違っただけの数字を出してしまうと起こられてしまうため、出しているのかと躊躇してしまう。
- 説明によると、大企業は回収率が多いけれど個人企業は半分以上が応えてくれないという偏りが目立つ。一般に給料や報酬は他人よりも多少高いだけでは必ずしも満足には繋がらないが、僅かでも低いと不満に繋がる「不満要因」になる。逆に公的な表彰は、されなくても必ずしも不満にはならないが、されると満足度が高い「満足要因」になる。企業調査において企業からクレームが来ているのを分析すると、調査強力へのメリットがないという不満は、協力の伴うコスト負担に対する「不満要因」となっているようである。その意味では、報酬としてではなく、少なくとも零細企業の調査協力の伴う負担を調査側が補償したり、調査協力に対して公的に表彰したりするなどといったことも考える必要があるのかもしれない。
- サンプルにしたら負担軽減が図れるのではないかという話があつたが、上場企業を対象とした調査は、民間でも通常サンプル調査にはせず全数調査にする。トヨタやNTTをはずすわけには行かない。
- 中小企業といっても、かなり大きな企業までが中小企業である。99%が中小企業になっている。中小企業間でも格差が大きい。5人以下の企業では、調査に応えなければいけない、でも人手が足りずゆとりがないという問題があるので、調査票を回収するのはなかなか難しい。実際に企業から来るのは、調査内容の問い合わせかクレームになる。
- 最初の頃の対象は10万弱で、今は10万強を対象にしている。クレームは7400~7500あった。クレームに対しては、職員が対応する。ひどいクレームの数はかなり少ない。調査の工夫としては、同じ対象が続かないよう重複是正をするなどかなり工夫している。
- 民間委託になった時に、事務局はどこかなど、実施主体と委託先の名前の出し方に関係するクレームに対してどういう風に対処できるかという方法を教えていただきたい。
- FAQを作り、職員ではないが委託された事務局のメンバーであるということで対応させていた

だいている。住所が霞ヶ関であることは重要だと認識している。そうでないと、なぜそこに送るのかという疑問を持たれてしまう。

- 民間委託した時に、委託実施者は誰かということになる。委託社名を出さないのかどうかということで対応がまた違う。
- 私どもは企業名を前面には出していないけれど、民間企業の名前を出している場合もある。
- 委託企業の名前を出すか出さないかということについては、政府の統計調査の民間委託に係るガイドラインにおいて定められている。報告者と直接に接するようなものは、ホームページなどで民間委託をしているという旨をしっかりと公表する形でやって下さいということが決まっている。
- 世論調査と市場調査をやっているけれど、世論調査は100%の回収を目標としているが、実際はそうは行かない。回収率が次第に下がってきたら、それが実態だと思う。回収率の目標があることは不正調査にも影響する。
- 方法を変える時はどういうことが起きるか分からないから、小規模でかまわないから、比較調査をして継続できるのかを考えるべきである。調査データの連続、不連続の度合いをつかむために、小規模でも良いから従来の方法と新たな方法の下での調査結果を比較して、それらの間の関係を明らかにすることが必要である。十分な予算があるのならば、本格的にある程度の年月は並行調査で統計データ間やそれらに基づく統計指標間の関係を明確にするべきではないか。
- 総務省でも同時併行調査をしている事例がある。日本銀行のアンケートを訪問から郵送に変える時も併行して、どの項目では差が出るけれど、どの項目では差が出ないということをした。調査方法を変えることは刺激になる。
- 100%というのは最初からあり得ない。どれだけフォローするかという判断をする。目標値を超えてもまだ追いかけますかという話になる。
- 調査の回収率というのは、調査の入札に参加するかという大きな要因になる。見積もりを出す時に我々が参考にするのは、前年度の回収がいくつあったかである。ギリギリのラインで見積もりを作るけれど、その他にもっとこうすれば回収率が5%上がるかもしれないという提案はこちらからできるけれど、その費用がかかってしまう。
- 回収率が上がるなら、色々工夫するということだ。でもそれはどこかで品質と関係している気がする。ある一定の期間の中で達成しうる回収率、情報回収率とでも言うべきものは確かに存在する。ある予算のもとである期間果たしうる最大の努力をした結果回収率が出る。回収率は上がったりがったりしていいと思わなければならない。NHKが昔、調査期間を過ぎてもずっと追いかけたら、100%に近い90何点何%の回収率になった。でもそういう調査は現実にはあり得ない。
- 回収率を上げようと思うと、ある回収率の水準以上は回収率が上がるに従って指数関数的にコストがかかるようになる。同じ時期に2つの民間の調査会社が同じ調査をしたら、片方の会社の方は回収率が高かったけれど、曖昧な回答がそちらには多かった。回収率と、明確にイエスノーを答えてくれた明確回答率の掛け算をして、いわゆる情報回収率なるものを見ると、両方とも同じような結果だった。従って、信頼できる調査期間の調査であることを前提として、同じ調査条件、調査環境の下では、回収率を見かけ上無理に上げたとしても実質の情報量が増えるわけではないのではないかと考える。アメリカはドライで、場合によっては回収率を上げるために、回答を拒否した人 (hard refuser) にもお願いして、「あなたの時間を100ドルで買うから協力して下さい」と言い、協力を求める場合もありうる。日本の意識調査ではこのような方法はバイアスがかかるため困難であると考えられるが、企業の実態調査としては、回答社の調査費用を一部負担する可能性は考えられるのではないか。
- それは実態調査ならあり得る。しかし、報酬を設定した場合意識調査では予期しえないバイアスがかかる可能性がある。拒否については何段階かのレベルが設定されている。レベルによって拒否に対してどのようなアプローチするかどうかを決めている。
- 回収率とコストの関係だが、廃業や死亡ということになった場合は、別の企業にお送りする。コストは追加的に加算される場合もある。限界もある。日程の関係でこれ以上無理ということもある。
- コストと品質の議論は難しい。指定統計を民間に出す時、回収率を下げるわけに行かないし、で

きれば上がって欲しい。官がやっていたことと同じことをしてくれないと、回収率が上がるはずがない。

- 事業所の協力者の負担感が増大している。負担感を少しでも除去することが、調査の質の確保につながる。回答する側のモチベーションがちゃんとしてないと、調査の質が確保できない。国の場合は調査の重複をしないようにとっている。もっと決定的に、調査の件数そのものもそうだし、調査項目についても、国が徹底してよけいなところをそぎ落とす。民間でも同じ対象に調査するのだから、国と民間の調整が必要になる気がする。上場企業は全数調査が毎回必要だというお話があった。そこで、重厚な調査になってしまっても、基本的な調査だけに絞って全数調査として、あとはサンプリング調査にするなど工夫することはできないか。
- 民間の場合は、統計量が欲しいのではなく、ランキングが欲しいことがある。この場合サンプリング調査ではどうにもならない。回答する企業は取捨選択して、これは答える、これは答えないというふうにしている。例えば、特定のテーマであったり、国だから応えるなどであったりということである。回答者の立場が発表されるものに対しては、時間をかけて答える。一部署で回答できない調査は、あそこの部署で聞いてここの部署で聞いてという風にして回答するものもある。即ゴミ箱行きというものもある。

【議事 2. 統計調査実施者に求められる履行能力と認証・資格に関する課題について】

(事務局より資料 6 について説明)

(主な意見、やり取り等)

- 認証資格制度に注目するのはいいと思うけれど、反面資格にお金がかかると、仕事をしながら資格を取るのは大変である。仕事をするのは資格がないとできないということではない。そうはいても任せる側としては、そこで能力を測る目安はそのくらいしかない。それに代わる枠をどうしたら得られるのか、どういう形で企業を選別しなければならないのかという問題がある。調査員調査に関しては、調査員のサンプル数に見合うだけの数、調査の内容の正確さを把握する能力を何らかの形で評価した上で委託しなければならない。入札をする際に、かなり細かな提出書類が要求されている。その中で抜けているものがないかを見る必要がある。調査員調査の肝心な点は、調査員の質である。その質を確保するための教育をどのようにするかという問題がある。
- ISO9001 という資格はかなり有効だと思う。個人の方の、社会調査士などはあまり現実的ではない。契約の履行に対する訓練は、ISO を取っている企業はそれなりにそういうことを理解している。それは発注する規模にもよる。
- 調査会社にとって、郵送調査と調査員調査にはかなり差がある。どのような調査員教育をしているかを仕様書に要求されることはあまりない。それは入札の時にリクエストされるべきかもしれない。
- うちの、登録調査員を何人持っているということを発表している企業もある。登録調査員は企業から考えると個人事業主になっている。それを教育する義務があるのかという問題がある。登録調査員は、みんな A 社にも B 社に登録しているので、それを誰が統括するのかという問題がある。
- 総合評価をする側からいうと、履行できる基本的な能力を見る。しかし、それだけでは不十分で、その能力をコンスタントに品質につなげる能力を見ていく必要がある。マネジメント能力も見る。それは保証させなければならない。業務を実際に履行できるかどうか能力の評価は難しいけれど、難しいものほど評価の対象になる。能力を発揮する能力もある。当社が調査をする時は、能力を品質につなげる能力をアピールする。
- プロジェクト全体を分けて考えると、事前、事中、事後の部分がある。事前の部分ではどういうチェックをするかという問題がある。事中はプロジェクトマネジメントの問題である。事後は、うまく行った時に国の制度ではおまけをつけてあげにくいけれど、当初一定の回収率を目標にしようということで、それを達成できたら一定の儲けがあつてしかるべきである。達成されなかったら事業者側にも問題があつたのではないかと思う。プロセス全体の PDCA がどう回っていくのかワークフロー図を考えなければならない。官と民の調整の話は非常に重要で、統計全体でどのデータをどう整理できるかという棚卸しの部分はやっと議論が始まったばかりである。せっか

くここまで議論したので、問題提起して掲げることがあってもいいのかなと思う。

(以上)