



DMA105: WEBアンケート入門

アンケート作成時のポイント (Introduction to Survey Design)

山形大学 学術研究院 教授

藤原 宏司

アンケート (Survey) 調査とは？

- 対象とする人達に、同じ質問を聞いて、その回答 (データ) を収集すること

質問方法

- ・ 対面 (インタビュー)
 - ・ 電話
 - ・ 質問紙
 - ・ **オンライン (web)**
- } データ化が面倒 (多数の場合)

- オンラインアンケートシステムが登場したことによって、**手軽**にアンケートが実施できるようになった

→ **多数からの効率的なデータ収集が可能に**

アンケートを使う機会

■ ニーズや傾向を知りたい時

→ 授業アンケート、満足度調査、実態調査

■ 他のデータの裏付けをしたい時

例：大学のWi-Fiが遅いというクレームが複数の学生からあった。
大学全体の問題として捉えるべきか？

→ アンケート調査を実施して裏付けをとる

→ 『みんな言っているよ』の正体分かる

アンケートデザインの重要性

■ アンケートデザイン = Survey Design

一般的な構成

- ・ 趣旨説明 (Introduction)
- ・ 質問セット → 回答の送信
- ・ 完了画面の表示 → お礼

■ アンケートの「質」が、**収集したデータの「有用性」**に影響する

趣旨説明 (Introduction)

- アンケートの回答「候補者」は、
趣旨説明と最初のページの質問群を見て、
アンケートに回答するか決めることが多い
 - 回答候補者に**信頼してもらう**必要がある
 - **回答者の視点から趣旨説明を書く**

趣旨説明に含む項目

■ アンケートの目的

- a. なぜこの**アンケート**が必要なのか
- b. **記名式**か**匿名**か → **別セクション**に書く場合も
- c. 回答者の**回答**は、集計の他、**どのように使われる**のか

■ 回答時間の目安

- a. **正直に書く**

例：このアンケートは5分程度で回答できます
→ 実際の質問数 = 30問（含：自由回答）
→ 1問/10秒

- b. 可能であれば**質問数**も記載

趣旨説明に含む項目

■ データの取り扱いについて

a. 誰が（どの部署が）分析をするのか

→ 回答者の**利害関係者**がデータを見る可能性はあるのか

b. データはどのように管理されるのか

→ 個人情報保護規定等へのリンクがあると親切
（趣旨説明が長くなりすぎないように！）

趣旨説明の例：IR大学 学生満足度調査

シナリオ：WEBで実施、学生番号は自動収集 → 匿名ではない

趣旨説明の例

IR大学では、毎年、満足度調査をオンラインで実施しています。現在、みなさんが利用されている〇〇〇は、このアンケートの結果から創設されたサービスです。IR大学における学生サービスを、さらに向上させるため、みなさんの意見をお聞かせください。

このアンケートの設問数は15問、平均回答時間は8分程度となっています。みなさんの回答データは、本学の個人情報保護規定 [<リンク>](#) に従って、管理されます。また、本学のデータ分析部署であるIRオフィス以外が、回答データにアクセスすることはありません。

※メモ※

回答が成績、卒業、就職等に影響を及ぼさないことも書く？

質問セット：代表的な質問の種類

■ 単一選択型

1. あなたの好きな色は何色ですか？

赤

青

黄

緑

その他

- 用意した選択肢の中から、回答者に「**一つ**」だけ選んでもらう
- **メリット：分析が楽**
- 「**その他**」が重要、ただし、入力ボックスについては、時と場合による
 - 「該当なし」でもOK

質問セット：代表的な質問の種類

■ 複数選択型

2. 以下のリストに示されている色の中で、あなたの好きな色は何色ですか？

- 赤
- 青
- 黄
- 緑
- なし

- 用意した選択肢の中から合致するものを「**全て**」回答者に選んでもらう
- 分析するには**データマネジメントのスキルが必要**（後述）

質問セット：代表的な質問の種類

■ 自由記述型（自由入力型）

3. 問2で回答した理由を教えてください。

回答を入力してください

文章

5. あなたが「高い」と感じる絵具の値段を教えてください。（数字でお願いします。）

回答を入力してください

数字

- 回答者が**自由に回答**できる
- 回答の質が「バラバラ」になる可能性（特に、自由記述）
- **分析が大変**（特に、自由記述）

質問セット：代表的な質問の種類

■ リッカート尺度型（Likert scale）

4. 以下のステートメントについて、どう思われますか？

	完全に同意する	同意する	どちらでもない	同意できない	完全に同意できない
朝食は食べるべきだ	<input type="radio"/>				
夜食は控えた方が良い	<input type="radio"/>				

- アンケート作成者が用意したステートメントに対して、回答者の**同意できる程度**を選択してもらう
- 分析方法 → **DSBC**が有用

参考資料

[藤原宏司\(2017\)「実践的IRにおけるアンケート結果の分析方法について」](#),
IR実務担当者連絡会(大学評価コンソーシアム・立命館大学)

バッドデザインの例

1. 趣旨説明が不親切（もしくは、趣旨説明が無い）

2. 質問数が多い

- 聞きたいことだけを聞く
- **5分以内**に終わる分量が目安

3. 質問の選択肢が多い

- 回答者を混乱させる
- 「**その他**」を選択肢として活用する

バッドデザインの例

4. 自由記述型の質問が多い

- **分析が大変**になる
- 回答者が、その質問をスキップする可能性がある
→ データが取れない

5. 注意不足

- 誤字や脱字
- 選択肢が曖昧（回答者が選べない）

※重要※

■ 事前にテストする（**最低5回**）

コラム：属性情報はどこで聞く？

- 典型的なアンケートでは、**最初に、回答者の名前や属性情報**を聞きます
- どっちが良いのでしょうか？
 - A) 趣旨説明 → 属性情報を聞く → メインの質問へ
 - B) 趣旨説明 → メインの質問 → 属性情報を聞く

アンケートデータの例 (MS Forms)

ID	開始時刻	完了時刻	メール	名前
1	7/14/20 5:42:41	7/14/20 5:43:06	kfujiwara@ircert.onmicros	藤原 宏司
2	7/14/20 5:43:08	7/14/20 5:43:30	kfujiwara@ircert.onmicros	藤原 宏司
3	7/14/20 5:43:32	7/14/20 5:43:49	kfujiwara@ircert.onmicros	藤原 宏司

あなたの好きな色は何	あなたの好きな色は何	1番で回答した理由を	朝食は食べるべきだ	夜食は控えた方が良い
赤	赤;黄;		どちらでもない	どちらでもない
どちらかという、赤	赤;青;黄;緑;	特になし	同意する	同意する
緑	緑;	答えたくありません。	同意できない	どちらでもない

単一選択+その他

複数選択

自由記述

リッカート

リッカート



データマネジメントの問題

どのように、**分析可能なデータ**を作成しますか？

アンケートの問題点

■ 適当に答える回答者の存在

対応策

- ・ 回答時間のチェック
- ・ 同じ質問を別々の視点から聞く

赤色が好きだ (Yes) = 赤色が嫌いだ (No)

- ・ アンケート (例：趣旨説明や質問数) を見直す

アンケートの問題点

- **本心を答えていない可能性がある**
→ アンケートの**回答**と**実際の行動**が**一致しない**

実例：禁煙に関する研究でのケース

質問：過去一週間、禁煙していましたか？

結果：「はい」と答えた人の一定数が、喫煙していた

なぜ分かったか？

→ アンケートの他に、
血液中のコチニン（ニコチンの代謝物質）と、
吸気一酸化炭素を検査していた

- **他の例：2016年アメリカ合衆国大統領選挙**

直接評価と間接評価

- **直接評価**：客観的に測定可能な指標（**直接指標**）を用いて評価を行うこと
- **間接評価**：回答者の「自己申告」等の、**回答者の主観**に基づく指標（**間接指標**）を用いて評価を行うこと

前のページの例

- **アンケート**（禁煙していましたか）？ → **間接指標**
- **コチニン、吸気一酸化炭素** → **直接指標**

まとめ

- アンケートは、多数の回答者から**効率的にデータを収集**することができます
- しかし、「**アンケート疲れ**」という言葉が示すように、アンケートに拒否反応を示す人達も一定数います
- アンケートの作成者は、以下の点に注意しましょう
 1. 回答者に**過度の負担**をかけない
 2. **分析**することを考えて、アンケートを作成する
 3. **アンケートだけに頼らない**（過度に信用しない）

→ **直接指標との併用が重要！**