

ウェブ法回答における使用機器の影響

—アメリカ3州ウェブ調査データより—

お茶の水女子大学

杉野 勇

1 目的:ウェブ回答における使用機器と視覚的提示の影響の分析

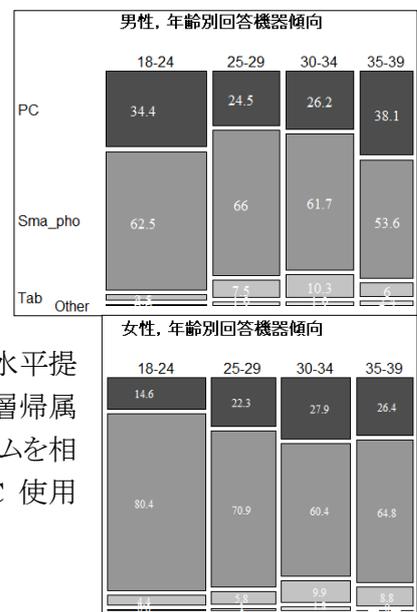
2015年国勢調査でも本格導入された社会調査におけるウェブ回答(ウェブ法)においては、回答者によって使用する機材が画面サイズなどの点で様々であり、調査票画面の視覚提示がコントロール出来ない事が知られている。単に文字のみからなる質問文と選択肢であってもそうした機材固有の効果が生じない保証は無いが、10ないし11段階からの選択やスライダーなどを使用した回答形式においてはより一層そうした使用機材の効果が懸念される。本報告では、2017年3月にUSAの3州(California, Georgia, Michigan)で行った、登録モニターに対するウェブ法調査のデータを用いて、どのような人々がどのような機器を使用する傾向があるか、そして使用機器が階層帰属意識などの回答に影響するか、回答選択肢の提示方法と使用機器との組合せによる効果があるか、を検討する。更に、2015年12月に日本首都圏で行った30~59歳男女の無作為標本に対するウェブ法調査(無作為ウェブ調査)の結果とも比較したい。

2 方法:合衆国3州における登録モニターウェブ法調査

2017年3月にCalifornia, Georgia, Michiganの3州で、登録モニターを使用してウェブ法で実施したSurvey on Ethics and Social Issues(アメリカ3州ウェブ調査)のデータを用いる($n=934$, 18歳~39歳)。使用する主な情報は、回答に使用した機器がPCかsmartphone(「スマホ」)かtabletかの区別、そして10段階階層帰属意識への回答内容である。10段階階層帰属意識の質問は、1から10の数字が振られたラジオボタンが垂直に並んでいるバージョン(上=高階層)と水平に並んでいるバージョン(左=高階層)が回答者毎にランダムに割り当てられる。使用機器と階層帰属意識に対して、性別、年齢、教育年数、人種、エスニシティ、収入などの基本的な人口学的或は社会経済的属性がどの様に関連しているかを、重回帰モデルやロジットモデルで検討する。

3 結果:スマホ優勢、機器や提示法の交互作用効果

無作為ウェブ調査でも、全年齢階級の女性と30歳代男性でスマホによる回答が47~67%程度と多数であったが、アメリカ3州ウェブ調査では男女の全年齢階級でスマホによる回答が54~80%を占めた。少数派となったPC回答派の傾向は、男性(特に個人年収の高い)、高学歴、非ヒスパニック系であった。階層帰属意識の回答では、垂直提示に比べて水平提示の方が帰属意識平均が明らかに低い。詳しく見ると、男性であると階層帰属意識は高まるが、水平提示は男性でのみ帰属意識を低め、男性プレミアムを相殺する程であった。使用機器の影響も、男性でのみタブレット使用が(PC使用に対して)帰属意識を大きく低める結果となった。



4 結論:実査の注意点と、男女による効果の差の複雑さ

今や、ウェブ回答画面はスマホをデフォルトに想定すべきかも知れない。垂直提示か水平提示かの無作為割当は性別との交互作用効果としてのみ検出された。空間認知や視覚情報処理の性差の様な議論に結び付く可能性も否定出来ないが、この単純な分析では慎重に解釈すべきであろう。使用機器と性別についても交互作用が示された点については、使用機器は無作為割当ではないので、機器固有の効果なのか、その機器を選択する層が有する何らかの傾向性の効果なのかを精密に検討する必要がある。

(本研究はJSPS 科研費 JP25285147, JP16H03689 の助成を受けたものです。)