

# 特別あて所配達郵便を用いた郵送ネット調査

—朝日新聞社の新しい試み—

Searching for Alternatives: Experimental ABS survey using "Special Addressed Delivery Mail"

齋藤 恭之

Yasuyuki Saito

1. 経緯
2. 特別あて所郵便とは
3. サンプルング方法
4. 調査方法と質問内容
5. スケジュールと各郵送物の内容
6. 発送と郵便の到達率、回収率
7. 回答属性の有権者との比較
8. 回答結果
9. 戸建てと共同住宅の違い
10. コスト
11. 課題
12. おわりに

〈要旨〉

アメリカでは宛名はなくても住所だけで郵便物を送ることができるため、住所でのサンプルングで郵送調査を行うことができる。このサンプルング方法はAddress Based Sampling (ABS)と呼ばれている。日本では、いままで、住所だけで郵便物を送ることができなかつたが、日本郵便は2022年から住所だけで郵便物を送ることのできる「特別あて所配達郵便」制度を開始した。朝日新聞社では2023年にこの「特別あて所配達郵便」制度を利用したABS方式によりネットで回答してもらう実験調査を行った。住所情報データを利用して、無作為に1,000件の住所を抽出し、それらの住所に①予告はがき②調査方法の書かれた手紙(封筒)③督促はがきを送った。世帯内の抽出方法は「誕生日法」を使って、対象者を抽出してもらい、QRコードや調査画面のURLから調査の画面にアクセスして、質問に回答してもらった。有効回答は183件で、回答者は男性、高齢者が多かった。同時期に実施した朝日新聞社のRDD方式による世論調査と回答を比較したところ、比較的似ている傾向だった。

In the United States, it is possible to send mail using only the address, even without a recipient name, enabling mail surveys to be conducted through address-based sampling (ABS). In Japan, until recently, it was not possible to send mail using only an address. However, Japan Post initiated the "Special Addressed Delivery Mail" in 2022, enabling the sending of mail with just an address. In 2023, Asahi Shimbun conducted an experimental survey utilizing the ABS method using this "Special Addressed Delivery Mail" system. Using address data, 1,000 addresses were randomly sampled, and to these addresses, 1) notification postcards, 2) letters detailing the survey method (in envelopes), 3) reminder postcards were sent. Household sampling was conducted using the "birthday method" to select participants, who were prompted to access the survey website via QR codes or the survey URL and answer the questions. There were 183 valid responses, with a predominance of male and elderly respondents. A comparison of responses obtained through the ABS method with a public opinion survey conducted during the same period by Asahi Shimbun using the RDD method showed relatively similar trends.

## 1. 経緯

朝日新聞社の郵送調査は回収率も高く、精度も高い調査だとみなされている。しかし、対象者のサンプリングは、全国の対象市区町村の役場に調査員が行って、有権者名簿から手書きで写すという方法で行っており、コストが非常にかかっている。

アメリカでは、住所だけで郵便を送ることができ、住所ベースのサンプリング (Address-Based Sampling: ABS) による調査が盛んにおこなわれている。日本では、住所のみでの郵送はできなかったため、ABSでの郵送調査は不可能であった。しかし、日本郵便は2022年から、住所だけで配達可能なサービス「特別あて所配達郵便」を開始した。この制度を利用すれば、住所データから住所を無作為にサンプリングして、調査票などを郵送することができるようになるため、サンプリングのコストを非常に低くすることができる。そこで、朝日新聞社では、この制度を利用して、Push To Web方式の郵送ネット世論調査を試行した。ここでは、調査の名称をABS調査と呼ぶことにする。

## 2. 特別あて所郵便とは

日本郵便が2022年6月から本格開始した、受取人の宛名がなくても住所だけで郵便物を配達するサービスである。

利用条件として、受取人の氏名が記載されていないこと、定形郵便物、通常はがきまたは往復はがきとすること、外装に「転送不要」、受取人の住所などを表す所定のバーコード、「特別あて所配達」等、所定の表示をすること、年間1,000通以上差し出す旨などを申し出ること、などがあげられる。

特別あて所配達郵便は、150円が料金に加算される。25g以内の定型郵便物(手紙)であれば、 $84+150=234$ 円、はがきは $63+150=213$ 円となる。

## 3. サンプリング方法

### 3-1. 住所のサンプリング

まず、コストの関係から対象住所数は1,000とした。地域によって、意識の違いがあるのではないかと想定し、市区町村で層別して、各市区町村からその市区町村の対象住所数を有権者数に応じて決定し、その市区町村の住所データから必要な数の住所数をランダムに選ぶ方法をとった。

住所つまり世帯から対象者を指定する方法は、誕生日法を用いて、手紙の発送日(2023年2月20

日)に誕生日が最も近い有権者とした。

抽出は、例えば、日本全国の有権者約1億人が北海道から沖縄まで並んでいると仮想的に考え、 $1\text{億}\div 1,000=100,000$ なので、約10万人に一人の抽出間隔で有権者を系統抽出する。各市区町村に、その市区町村に住居している有権者数に応じて1,000の住所を配分するので、有権者数が多い区や市では、複数の住所が選ばれるが、有権者数が少ない町村などでは、選ばれない可能性がある。例えば、東京都世田谷区では7住所を選ぶが、東京都荏原村は0である。

そして、住所情報を扱う会社から購入した全国住所データを用いて、各市区町村の割り当て数に比例させ、コンピューターを用いて住所を無作為に抽出した。住所データで、同じ住所が複数ある場合、つまり一つの住所で複数の建物がある場合は、特別あて所配達郵便は配送されないので、1住所が一つしかない近隣の住所に代替した。

抽出された1,000件の住所はGoogleマップ等で目視確認を行い、住宅以外の物件であった場合には、近隣の1住所1軒の戸建てに代替した。また、集合住宅であることが疑われる場合は、不動産情報のウェブサイトなどで物件名を確認し、部屋番号を201号室に固定した。

### 3-2. 世帯内サンプリング

各住所の世帯内の対象者の抽出は「誕生日法」を利用した。つまり、世帯内で誕生日が手紙の発送日の2月20日に最も近い人を調査対象者とした。

手紙での誕生日法の説明は以下の様にした。

「調査の対象者ですが、年齢や性別が偏らないよう、お宅に住んでいらっしゃる18歳以上の有権者のなかから、2月20日以降で最も誕生日の近い方をお願いします。

たとえば、お宅様で、誕生日が3月1日の方と4月1日の方がいらっしゃる場合、3月1日の方が調査の対象者となります。また、たとえば、誕生日が4月1日の方と2月1日の方の場合は、4月1日の方が対象者となります。」

## 4. 調査方法と質問内容

調査はPush To Web方式とした。汎用のセルフアンケートサイトで調査画面を作成し、1,000個のURLを調査画面に結び付け、そのURLからQRコードの画像を作成し、手紙や督促はがきに印字した。回答は、QRコードやURLを使い、スマ

ホやパソコンで調査画面にアクセスし回答する。

手紙やはがきには問い合わせ先のフリーダイヤルの番号を記した。フリーダイヤルに電話をかけてきた人で、ネット環境がなく、調査に回答したいという人には、電話での口頭での調査の回答も可能とした。

質問は性別や年代など属性質問を含め19問。朝日新聞の2月定例調査の結果と比較するため、大半を同じ質問とした。質問は以下の通り。

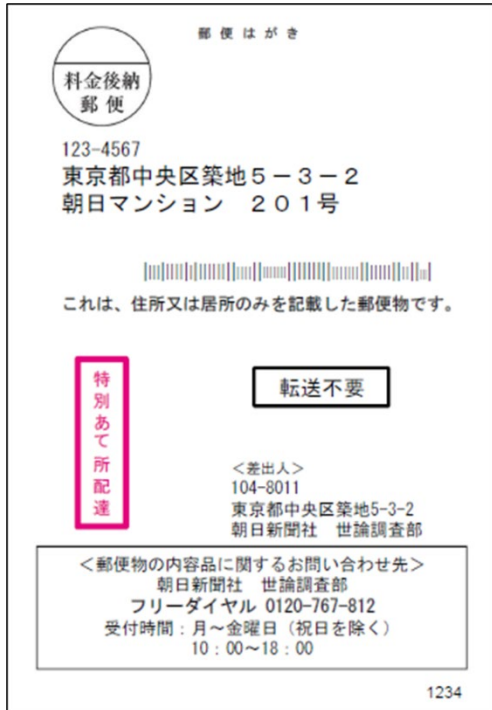
- ① あなたは、岸田内閣を支持しますか。支持しませんか。
- ② あなたは、いま、どの政党を支持していますか。
- ③ あなたは、今年の参議院選挙の比例区で、どの政党またはどの政党の候補者に投票しましたか。
- ④ あなたは、男性どうし、女性どうしの結婚を、法律で認めるべきだと思いますか。認めるべきではないと思いますか。
- ⑤ あなたは、岸田首相の少子化対策への取り組みを、どの程度評価しますか。
- ⑥ 政府は、防衛費を増やすために、およそ1兆円を増税する方針です。あなたは、この方針に賛成ですか。反対ですか。
- ⑦ 新型コロナ対策で国は、マスクをつけるかどうかは、3月13日から個人の判断にまかせることを決めました。これを受けて、あなた自身は、マスクをつけることが減ると思いますか。減らないと思いますか。
- ⑧ あなたは、いま停止している原子力発電所の運転を再開することに、賛成ですか。反対ですか。
- ⑨ あなたは、食料品や光熱費、ガソリン代などの値段が上がったことで、生活への負担を感じますか。それほどでもありませんか。
- ⑩ あなたは、ふだん、衆院選や参院選などの国政選挙でどの程度投票に行っていますか。
- ⑪ 「仕事は男性が中心、家事・育児は女性が中心であるべきだ」という考え方があります。あなたは、この考え方に賛成ですか。反対ですか。
- ⑫ あなたは、自転車に乗る人は、子供に限らず、ヘルメットをかぶるべきだと思いますか。そうは思いませんか。
- ⑬ あなたは、ふだん、通勤、通学、買い物などでどのように移動していますか。主なものをいくつか選んでください。(ランダマイズ)
  - 徒歩

- 電車、バス
  - 自転車
  - 自動車、オートバイ
  - その他
- ⑭ あなたが、政治や社会の出来事についての情報を得るとき、参考にするメディアは何ですか。いくつでも選べます。(ランダマイズ)
    - 新聞
    - テレビ
    - ラジオ
    - 雑誌
    - インターネットのニュースサイト
    - ツイッターやフェイスブックなどのSNS
    - その他
  - ⑮ 性別
  - ⑯ 年代
  - ⑰ 職業
  - ⑱ 回答機器
    - スマートフォン (iphone)
    - スマートフォン (アンドロイド)
    - パソコン
    - タブレット
    - その他
  - ⑲ この調査のはがきは届いたか。
  - ⑳ この調査について意見 (自由回答)

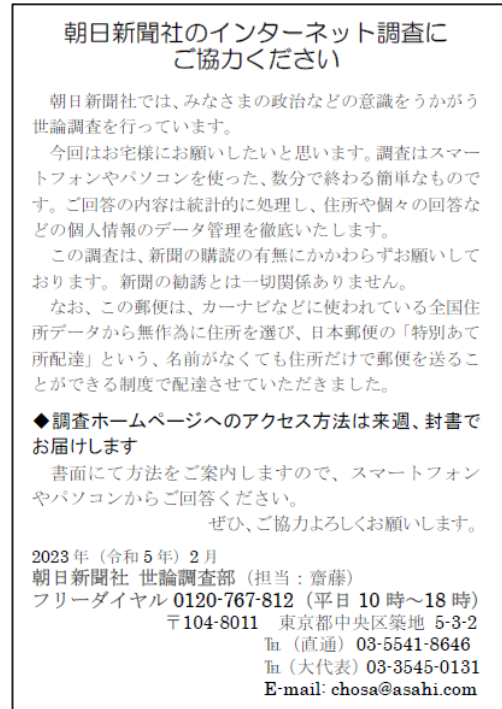
## 5. スケジュールと各郵送物の内容

2月15日(水)に「予告」はがきを発送し、2月20日(月)に調査の手紙(封筒)を発送した。そして、2月28日(火)には回答済みの人や電話などで拒否の連絡があった人の分を除いて「督促」はがきを発送した。予告はがきには、調査のお知らせなどを記した。3月20日(月)を調査終了の日とした。

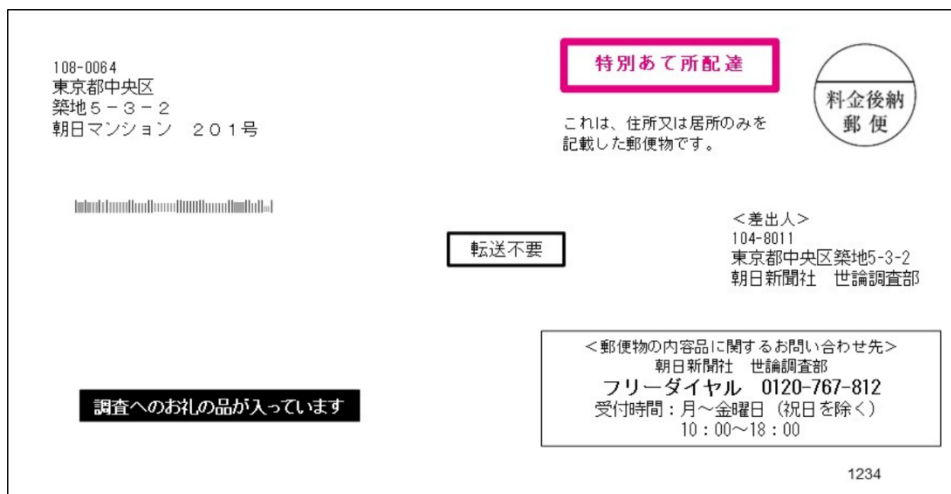
予告はがきにはQRコードやURLは印字していない。封筒には調査対象者ごとの調査画面のQRコードやURLを記し、世帯内抽出の方法を説明した手紙を封入した。また、事前インセンティブとして、300円のQUOカードも同封した。督促はがきにもQRコードやURLを記したが、それらには目隠しシールを張り、世帯以外の人から調査の回答をできないようにした。(図表1~6)



図表 1. 予告はがきの表面（宛名面）

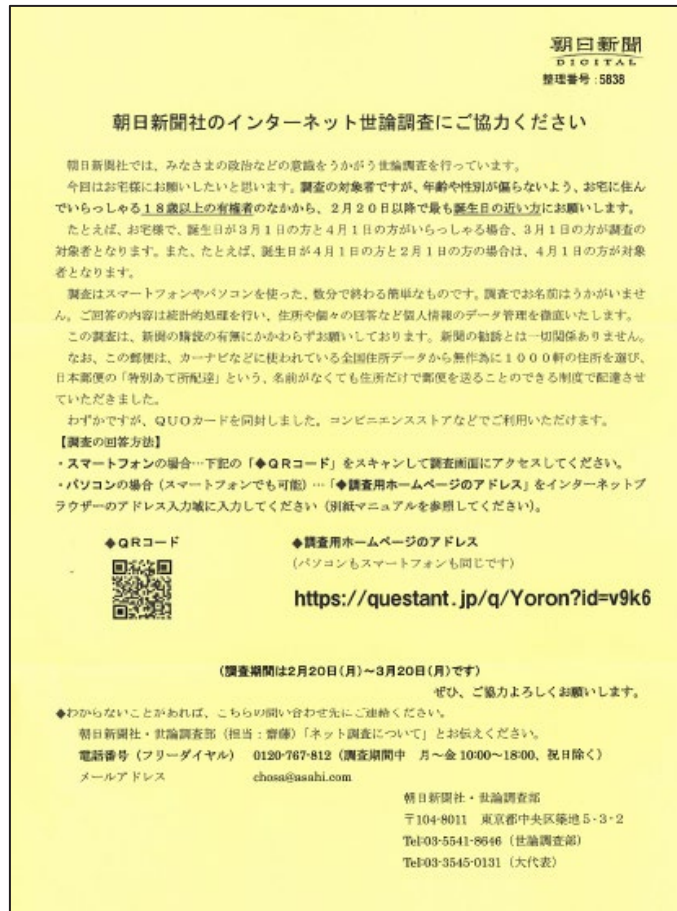


図表 2. 予告はがきの裏面

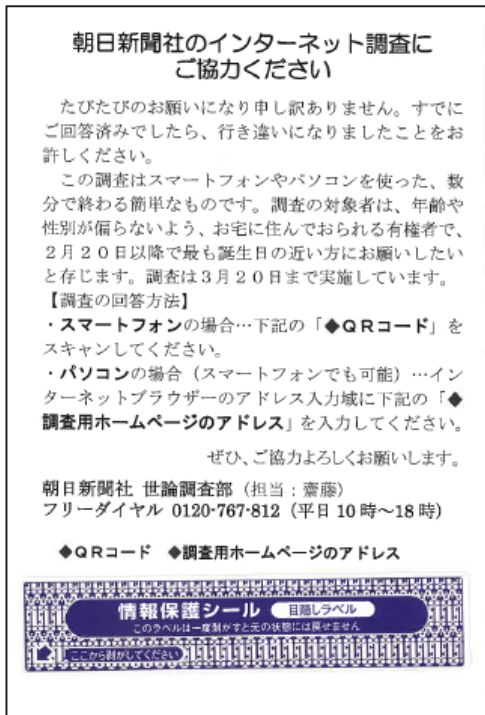


図表 3. 調査の封筒（宛名面）

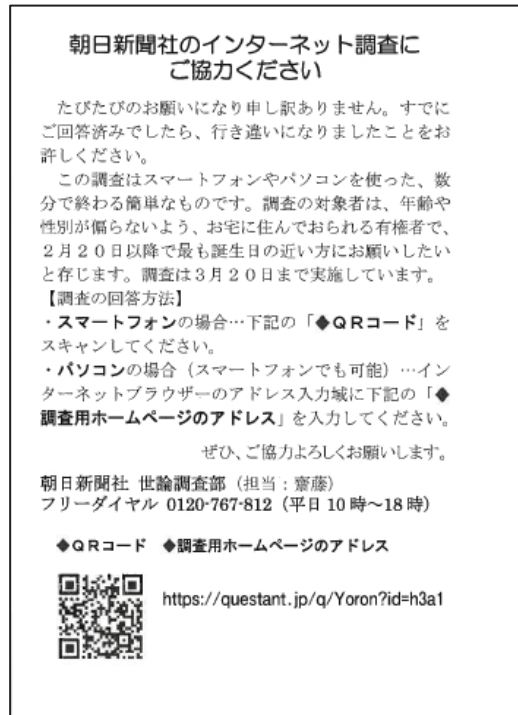




図表 4. 調査の案内の手紙



図表 5. 督促はがきの裏面



図表 6. 督促はがきの裏面(シールを剥がしたもの)

## 6. 発送と郵便の到達率、回収率

調査では、1,000人の調査対象者を、3つのグループA、B、Cに、ランダムに割り当てた。グループAは予告状（はがき）と調査の封筒を送付するグループ（N=300）。グループBは予告状、封筒、督促状（はがき）を送付するグループ（N=400）。グループCは封筒と督促状を送付するグループ（N=300）。

予告状700通、調査の封筒999通、督促状618通を発送した。調査依頼は、送付予定の1,000通から予告状発送後に調査拒否の連絡があった1件を除いた999件の発送とした。督促状の発送は700通を予定していたが、発送前に回答が完了したケースや拒否の連絡があったケースからなる82通を除いた618件とした。（図表7）

グループ	発送数		
	予告状	調査封筒	督促状
A	300	299	
B	400	400	346
C		300	272
計	700	999	618

図表7. 発送数

郵送物の一部は「あて所なし」等で返送されてきた。返送されてきた郵送物は、予告状が135通、調査の封筒が202通、督促状が132通である。発送数から返送されてきた数を引いたものを「到達数」としている。到達数を発送数で割った「到達率」は、いずれの郵送物でも8割程度であった。（図表8、9）

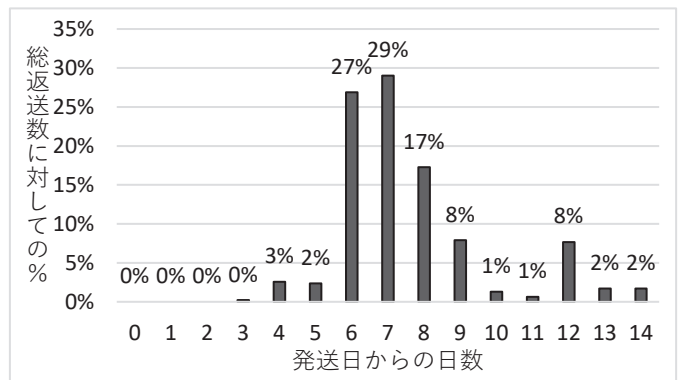
	返送数		
	予告状	調査封筒	督促状
計	135	202	132
グループ	到達数=発送数-返送数		
	予告状	調査封筒	督促状
A	239	233	
B	326	325	277
C		239	209
計	565	797	486

図表8. 返送数と到達数

グループ	到達率（到達数/発送数）		
	予告状	調査封筒	督促状
A	79.7%	77.9%	
B	81.5%	81.3%	80.1%
C		79.7%	76.8%
計	80.7%	79.8%	78.6%

図表9. 到達率

予告状、調査の封筒、督促状の日別の返送の割合を見てみたい。図表10は、予告状（135）、封筒（202）、督促状（132）を合わせた469通に関して、それぞれの発送日からの返送数をパーセントで示したものだ。最も多かったのが発送日から7日目まで29%だった。発送日からおおよそ10日間で返送された郵便物の9割程度占めていることがわかる。



図表10. 日別の返送数の総返送数に対する%

有効回答は、Web回答が175件、電話回答が8件、計183件であった。封筒の発送数に対する回収率は18.3%で、到達数に対する回収率は23.0%であった。（図表11）到達回収率は、条件によって異なっており、予告状のみのグループAは

グループ	回収数	回収率	
		対封筒 発送数	対封筒 到達数
A	48	16.1%	20.6%
B	88	22.0%	27.1%
C	47	15.7%	19.7%
計	183	18.3%	23.0%

図表11. 回収率

20.6%、予告状と督促状のグループBは27.1%、督促状のみのグループCは19.7%であった。

予告状と督促状の両方の送付が回収率の向上に最も効果があった。予告状のみのAグループと督促状のみのCグループでは、回収率に大きな違いはなかった。

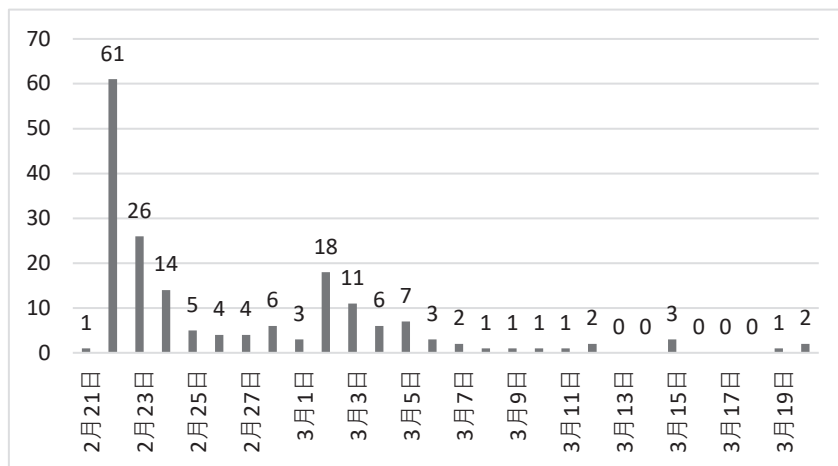
しかし、Aグループでは予告状を300通、Cグループでは督促状を272通発送しておりCグループの方が発送数が少ないので、コストの関係から予告状か督促状しか送付できない場合は、督促状だけにするのがよいだろう。

この調査ではQRコードやURLがないと回答できない。予告状にはQRコード、URLがないので、回答はそれらが記載されている封筒が到着してからとなり、最初の回答は封筒の発送日(2月20日)の翌日(2月21日)だった。日別の回答数を

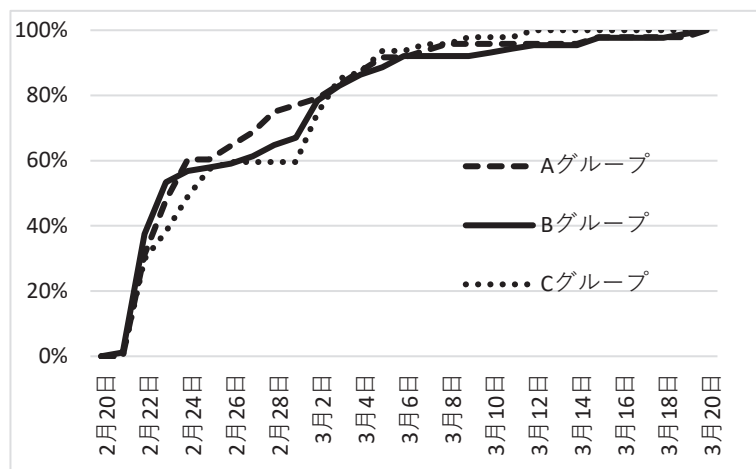
図表12に示す。封筒の発送の2日後の2月22日が最も多く、回答数は61で、そのあとは徐々に回答数は減るが、督促状発送の2日後の3月2日に回答数18と若干持ち直し、そのあとはまた減っていく。3月6日以降は、回答数は1や0などほとんどなくなった。

封筒の発送日の2月20日から約1週間で累計の9割の回答が来ている。朝日新聞社の2日間のRDD調査に比べれば日数はかかっているが、朝日新聞社の郵送調査の1カ月半ほどの期間に比べれば、相対的にはスピーディーな調査といえよう。

図表13は、A、B、Cグループそれぞれの日別の回収数を、それぞれの最大の回収で割った「日別回収割合」を累計で表したものである。Cグループは、封筒発送から5日程度でCグループのトータルの6割程度で頭うちしているが、督促状を送る



図表 12. 日別回収数



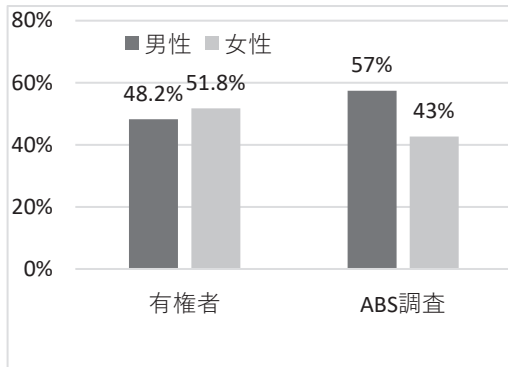
図表 13. 累計日別回収割合

ことで、残り4割をリカバリーしているのので、督促状の意味があることがわかる。

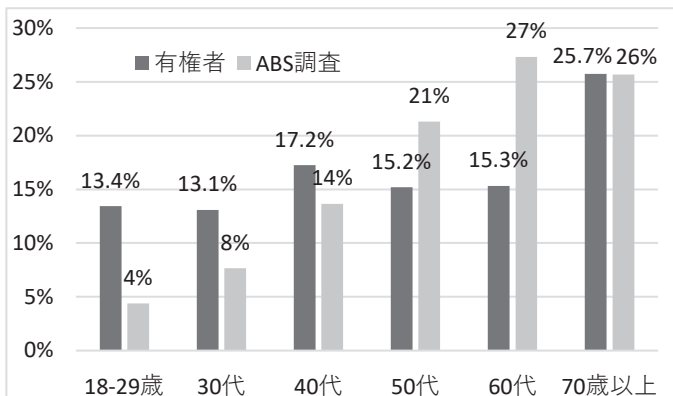
### 7. 回答属性の有権者との比較

図表14は、全国の有権者の男女比と調査の回答での男女比を比較したものである。回答の数字は有効回答数も少ないため、標本誤差を考慮し整数表現としている。男性の割合(57%)は、全国の有権者中の48.2%に比べて多い。

図表15は、有権者との年代比較のグラフだが、年代構成は最も多いのが60代で、次が70歳以上であった。当初は、回答方法がネットなので、回答は若年層が多いと想定していたが、有権者の年代構成と比較すると、高齢者に偏った調査であるといえる。



図表14. 性別構成



図表15. 年代構成

### 8. 回答結果

#### 8-1. RDD調査との比較

ABS調査と2023年2月の朝日新聞のRDD調査の共通項目を比較した(図表16)。ABS調査の結果は重みづけは行っていないが、RDD調査

		ABS郵送調査		RDD調査
質問	選択肢	N	%	%
①内閣支持	支持する	62	34%	35%
	支持しない	109	60%	53%
	その他	12	7%	13%
②政党支持	自民党	50	27%	31%
	自民党以外の党(まとめ)	64	35%	22%
	無党派層	69	38%	47%
④同性婚	認めるべきだ	129	70%	72%
	認めるべきではない	38	21%	18%
	その他	16	9%	10%
⑤岸田首相の少子化対策	大いに評価する	3	2%	3%
	ある程度評価する	50	27%	33%
	あまり評価しない	77	42%	45%
	まったく評価しない	48	26%	15%
	その他	5	3%	4%
⑥防衛費1兆円増税	賛成	57	31%	40%
	反対	115	63%	51%
	その他	11	6%	9%
⑦マスク着用減るか	減る	96	52%	49%
	減らない	82	45%	49%
	その他	5	3%	2%
⑧停止中の原発運転再開	賛成	99	54%	51%
	反対	76	42%	42%
	その他	8	4%	7%
⑨物価上昇と生活負担	負担を感じる	166	91%	81%
	それほどでもない	16	9%	18%
	その他	1	1%	0%
計		183	100%	100%

図表16. RDD調査との回答結果の比較

調査は抽出ウェイト、固定電話と携帯電話の重なりウェイト、性別、年代、地域ウェイトの重みづけを行っている。

両調査の回答は一部で近似する一方、ABS調査の回答は岸田政権に対してやや批判的であった。例えば、内閣支持では、ABS調査の「支持する」の割合(34%)は、RDD調査(35%)と同程度だが、「支持しない」の割合(60%)は、RDD調査(53%)よりも高く、「その他」の割合は低い。政党支持でも同様に、ABS調査の自民党支持率(27%)と無党派層の割合(38%)はRDD調査よりも低い一方で、自民党以外の党の支持率(35%)は高い。そして、同性婚やマスク着用、原発再稼働等、実査中の岸田政権下では大きな争点ではなかったと考えられる項目よりも、少子化対策や防衛費、物価高など、政権運営項目において乖離が大きい。



## 8-2. 他の回答

そのほかの結果を図表 17 に示す。

		ABS郵送調査		
質問	選択肢	N	%	
③参院選投票先	投票に行かなかった	28	15%	
	自民党	54	29%	
	自民党以外の党（まとめ）	86	46%	
	忘れた・その他	17	9%	
⑩国政選挙	ほとんど行っている	133	73%	
	行くことの方が多い	23	13%	
	行かないことの方が多い	18	10%	
	ほとんど行かない	9	5%	
	その他	0	0%	
⑪仕事は男性、家事・育児は女性	賛成	26	14%	
	反対	145	79%	
	その他	12	7%	
⑫ヘルメットかぶるべきか	かぶるべきだ	95	52%	
	そうは思わない	84	46%	
	その他	4	2%	
⑬普段の移動（マルチ）	徒歩	61	33%	
	電車、バス	45	25%	
	自転車	42	23%	
	自動車、オートバイ	126	69%	
	その他	4	2%	
⑭政治や社会の情報メディア（マルチ）	新聞	98	54%	
	テレビ	140	77%	
	ラジオ	27	15%	
	雑誌	10	5%	
	ニュースサイト	129	70%	
	SNS	31	17%	
⑰職業	事務職	34	19%	
	専門・技術	18	10%	
	管理職	14	8%	
	製造	9	5%	
	販売	4	2%	
	サービス	10	5%	
	自営	17	9%	
	農林漁業	0	0%	
	主婦	25	14%	
	学生	4	2%	
	無職	43	23%	
	その他	5	3%	
	⑱回答機器	スマホ（iphone）	93	51%
		スマホ（アンドロイド）	59	32%
パソコン		19	10%	
タブレット		4	2%	
その他		8	4%	
⑲はがき	届いた	161	88%	
	届いていない	21	11%	
	その他	1	1%	
	計	183	100%	

図表 17. 回答結果

## 8-3. 回答者のコメント

調査の質問の最後に「この調査についてご意見をよろしくお願ひします。」と自由回答で、意見を求めた。回答の一部を下記に示す。回答から、宛名がないのが、調査のハードルになっていることが見受けられる。

- ・電話調査より回答しやすいです。
- ・簡単に質問も少なく良かった。
- ・QUOカードが同封されていると回答しないとイケない気持ちになった。
- ・突然送られてきてこわいです。
- ・宛名がなく少し驚きました。
- ・ハガキでの丁寧なお知らせ、解答のしかたが簡単など、とても良いと思います。
- ・封筒が届いた時、本当に朝日新聞の調査なのかどうか分からなかったので無視していました。
- ・いきなり手紙が届いたので、怪しくないかと躊躇はしましたがネットで少し調べてから答えました。

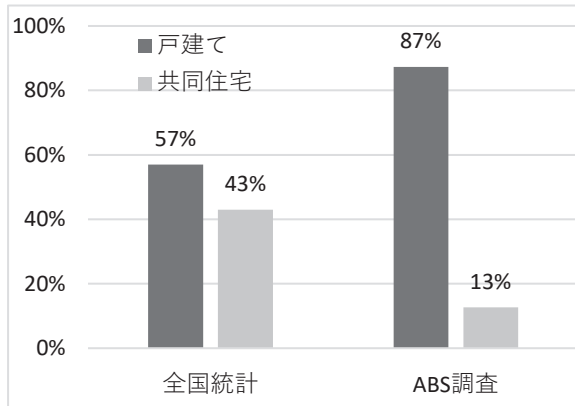
## 9. 戸建てと共同住宅の違い

図表 18 は、戸建てとマンションやアパートなどの共同住宅の比率を全国の統計と今回の調査で比較したものである。全国統計では戸建ては 57% で、ABS 調査では 87% と調査における割合が顕著に高い。これは、抽出する際に、住所だけの抽出になっているからだと思われる。今回の住所データに部屋数がなかったが、会社によってはその住所の建物の「部屋数」が付加されている住所データも販売されている。もし、共同住宅の部屋数も考慮し、抽出ができれば、共同住宅の割合は増えたであろう。

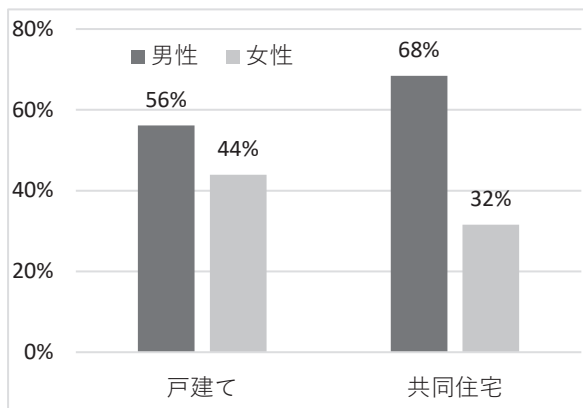
共同住宅の部屋番号を 201 号室と固定したので、共同住宅の郵便の到達が低くなるのではないかと予想したが、やはり、戸建ての到達率は 79% で、共同住宅は 70% と戸建てのほうが到達率が高かった。また、到達した封筒に対する回収率も戸建ては 24% で、共同住宅は 21% と戸建てのほうが若干高い。

性別をみると、男性は戸建てでは 56% だが、共同住宅だと 68% で共同住宅のほうが比率が高くなっている。年齢別では、戸建てでは最も多いのは 60 代、70 歳以上の 29% だが、共同住宅では 40 代で 32% と、戸建ては高齢層、共同住宅は若年層の回答が多い傾向があった。（図表 19、20）

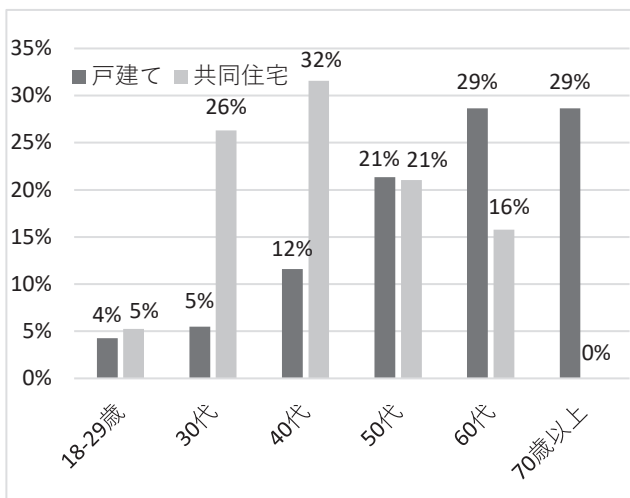
調査全体では男性、高齢者が多かった。共同住宅の住所の比率が増えれば、男性、若年層の回答が増える。性別はより男性が増えてしまうが、年代構成は有権者に近づけることができると思われる。



図表 18. 戸建てと共同住宅の割合



図表 19. 戸建てと共同住宅での男女比

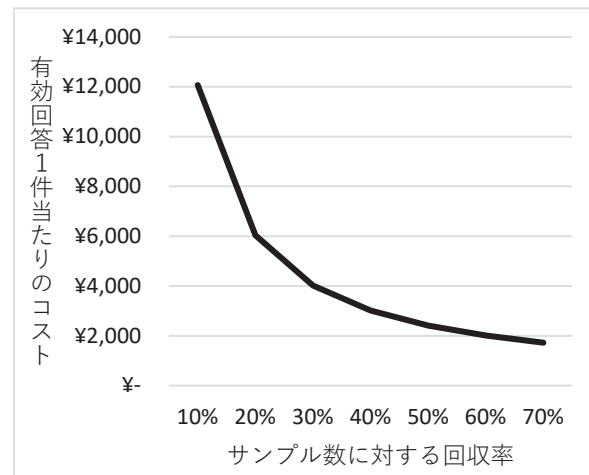


図表 20. 戸建てと共同住宅での年代比

## 10. コスト

サンプル数は 1,000 で有効回答は 183 だったので、対サンプル数の回収率は 18.3%となる。図表 21 は調査コストでの有効回答 1 件当たりのコストを、横軸を対サンプル数 (1,000) での回収率で計算したものだ。実際の回収率は 18.3%だが、回収率が上がれば、1 件当たりのコストが下がることがわかる。実際の回収率のコストは約 6,600 円だった。調査のコストは非常に高額で、実際に運用にのせようと思えば、回収率を上げて、回答 1 件当たりのコストを下げる必要がある。

今回は実験調査という位置づけもあり、全国の住所データを非常に低い金額で提供していただいたことや、電話対応の学生アルバイト費用は入っていないことなどを考えると、実際の運用ベースを想定すると、グラフはもっと上振れすると考えられる。



図表 21. 回収率とコスト

## 11. 課題

### 11-1. 到達率と低回収率

はがき、封筒ともに宛先に到着しているのは 8 割程度と 2 割は返送されてきている。また、回収率も封筒発送数に対して 18.3%、封筒到着数に対しては 23.0%と低い。推測にはなるが、そもそも、相当数が開封されていないのではないかと想像できる。ダイレクトメールなどは開封せずに捨てられる場合があるが、それと同様に、宛名もないので、怪しげなダイレクトメールと思われる捨てられているのではないかと想像される。これに関しては、はがきや封筒の宛先面に調査主体 (朝日新聞社) などをもっと大きく表示したり、「調査の依頼」であること

を明確に表記したりすることが考えられる。また、宛名がないので「ご家族様へ」や「世帯主様へ」という表記をつけてみる。「お礼の品」に関する表記を大きくかつQ U Oカードが入っているなど具体的に表現してみるのも手だろう。

今回はコストの制約もあり、ネットのウェブサイトからの回答としたが、通常の郵送調査と同様に紙の調査表に回答してもらい、返送してもらうという方法も検討の余地はある。しかし、返送用封筒が必要など、コストが上昇してしまう。また、督促状で回答が増えることはわかったので、督促の回数を増やすことも考えられるが、これもコストの上昇につながる。

## 11-2. 戸建てが多い問題

共同住宅より戸建てのほうが多いことで、年代構成に影響が出ており、結果として調査の回答に影響が出る。この問題を解決するには、共同住宅の部屋数の情報が必要である。部屋数分共同住宅を増やすことで、世帯抽出に近づけることができる。部屋数もデータに付加されている住所データを販売している業者もある。コストは上昇するが部屋数が付加されているデータを購入することで解決できると考えられる。

## 11-3. 世帯内サンプリングの問題

世帯内での対象者の抽出は「誕生日法」を使った。男女比が半々になっていないことから、世帯内抽出がうまくいっていない可能性がある。手紙に記載した「誕生日法」の説明がわかりづらかったかもしれない。

## 12. おわりに

現在、新聞社やテレビ局などマスメディアの月ごとの調査方法は調査員による電話調査、もしくは携帯電話へのオートコールからの SMS 調査などがある。また、郵送調査も行われている。

携帯電話の電話番号は地域属性を持っていないため、県や市区町村単位の地域調査を行うことができない。確率標本で、地域調査を行おうとすると、有権者名簿や住宅基本台帳などから対象者抽出を行い、郵送調査や面接調査を行うしかない。名簿からの対象者抽出は、調査員が実際に対象の市区町村の役場に行って、名簿を閲覧させてもらい抽出するので、期間がかかり、人件費のコストが膨大になる。その上、郵送調査であれば、1カ月半程度の

期間が必要で、面接調査であれば、調査員を雇う人件費がかかる。

個人的にはABS調査の強みは、「地域調査」にあると思う。今回は、ABSで「全国調査」を行ったが、県や市区町村などの地域の住所データを手すれば、確率標本でのサンプリングが可能となる。住所データは、地域の規模で価格が変わり、全国データでは高額だとしても、市区町村レベルであれば、それほど高くはならない。調査票も必要ないので、郵送調査に比べて運用費用のコストも抑えられる。調査期間も1週間程度で可能だろう。

何らかの工夫を凝らし回収率をあげることができれば、実用化は可能である。機会があれば、選挙の調査などの実験的な地域調査を行ってみたい。

(埼玉大学 非常勤講師・朝日新聞世論調査部)

## 参考文献・リンク

AAPOR Address-based Sampling

<https://www-archive.aapor.org/Education-Resources/Reports/Address-based-Sampling.aspx>

日本郵便 特別あて所配達郵便

[https://www.post.japanpost.jp/service/fuka\\_service/to\\_kubetsuatesyo/index.html](https://www.post.japanpost.jp/service/fuka_service/to_kubetsuatesyo/index.html)

鄭 躍軍, 2007 「抽出の枠がない場合の個人標本抽出の新しい試み」

*統計数理*(2007)第 55 卷 第 2 号 311-326

朝日新聞 2023年2月21日朝刊

朝日新聞社 世論調査 質問と回答

総務省統計局 平成30年住宅・土地統計調査住宅数概数集計 結果の概要

[https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2018/pdf/g\\_gaiyou.pdf](https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2018/pdf/g_gaiyou.pdf)