

WEB調査回答の心理学

三浦麻子

(大阪大学大学院人間科学研究科)

自己紹介

- 社会心理学者
 - 行動経済学はもちろん知っているが、あまり詳しくはない。ただし、特に反感は持っていない
 - 人間の社会的行動のメカニズムの解明には関心があるが、世の中に介入したいという気持ちはあまり強くない(自分が介入されたくないからかもしれない)
- 対面大会であれば他のコンテンツにも参加できただろうにと思うと残念です(オンラインでも参加させていただけたのですが、つい他の仕事をしてしまう...)



いただいた「お題」

- コロナ禍でどの先生も安易にオンライン・アンケートを実施している現状に危うさを感じていたことから、**一度冷静にオンライン・アンケートの利点と欠点を考えてみる必要がある**と思いました。
- 不思議なことに、普段実験室実験をしている時には「顕示選好じゃないとだめだ」「説明文が誤解を与える」「学生を被験者にすると偏りが生じる」などといっている先生方が、コロナについて調べるオンライン・アンケートになると「たくさん回答数が得られるから後でサンプルを分ければいい」と急に杜撰になります。
- **その結果、膨大な質問数の、曖昧な質問文を、何千人にもやらせて、満足しているという状況がみられました。**これらの先生方は実験室実験の時はマトモなので、理論についてはよくご理解されているものと思います。しかし、普段の数十人の実験に比べて、数千人の回答が一気に得られる**オンライン・アンケートはパワフルなので、その魔法に目くらましされて、冷静に考えることができなくなっている**と思います。また、目の前に被験者がいる状況でないのも、無神経な質問をする原因になっていると思います。
- ですから、「こういう聞き方をすると、こういう風に間違えて捉えられるかもしれないので、こういう聞き方に変えました」とか「先にこの質問をしてしまうと、後で出てくるこの質問に影響するから、順番を入れ替えました」といったような**具体的な事例をご紹介いただきながら、より信頼できるデータが取れる工夫などを教えていただければ**と思います。
- また、一応コロナ特集でもありますので、もし三浦先生の現在行われているパネル調査での知見などもありましたら、ご紹介いただければ幸いです。



いただいた「お題」

めっちゃお気持ちわかります!!

- その結果、膨大な質問数の、曖昧な質問文を、何千人にもやらせて、満足しているという状況がみられました。これらの先生方は実験室実験の時はマトモなので、理論についてはよくご理解されているものと思います。しかし、普段の数十人の実験に比べて、数千人の回答が一気に得られるオンライン・アンケートはパワフルなので、その魔法に目くらましされて、冷静に考えることができなくなっていると思います。また、目の前に被験者がいる状況でないのも、無神経な質問をする原因になっていると思います。
- ですから、「こういう聞き方をすると、こういう風に間違えて捉えられるかもしれないので、こういう聞き方に変えました」とか「先にこの質問をしてしまうと、後で出てくるこの質問に影響するから、順番を入れ替えました」といったような具体的な事例をご紹介いただきながら、より信頼できるデータが取れる工夫などを教えていただければと思います。
- また、一応コロナ特集でもありますので、もし三浦先生の現在行われているパネル調査での知見などもありましたら、ご紹介いただければ幸いです。



私も回答者に期待しすぎていました



いやはや、オンラインモニタ調査の不良回答率2割は衝撃的だな。特に心理尺度で多用される「数十項目並ぶリッカート法」が途端に反応をおかしくさせることがよくわかった。

10:45 - 2014年6月6日

21件のリツイート 10件のいいね



その尺度以外の他の項目はそこまで不良でもなさそうなので、ぱっと見て「あ、これめんどくせ」とそこだけ飛ばしてる感覚なんじゃないかなと想定してる。

10:50 - 2014年6月6日



その会社の営業担当に「ありの～まの～(ぐ)」事実を伝えたら苦笑い的なリアクションでした。その会社を責めたいという意図もございません。ただ、いろんな会社でいろんな方法で比較してもおもしろいとは思いました。まる。

10:56 - 2014年6月6日



Tetsuro Kobayashi @tkobyashi · 2014年6月6日

返信先: @asarinさん

@asarin ぜひ社会心理学研究の資料論文にしてください！調査会社に対してもいい意味でプレッシャーになるかと。

1 1



miura asako @asarin · 2014年6月6日

@tkobyashi おう、その手があるね。心研でもいいけど、ちょっと面白いよね。

1



Tetsuro Kobayashi @tkobyashi · 2014年6月6日

@asarin 公開されているものがあると苦笑い以上のリアクションを求めやすくなると思うんですよね。

1



miura asako @asarin · 2014年6月6日

@tkobyashi そやねー。ちょっと頑張ってみる～。

1



Tetsuro Kobayashi @tkobyashi · 2014年6月6日

@asarin ぜひぜひお願いします。

1

subjectからparticipantへ

心理学研究を student psychology から脱却させうる手段としてのWeb調査(特に、一般市民が自由意志で登録する調査会社モニターやクラウドソーシングサービスのワーカーを対象としたもの)が普及することで、心理学研究は楽園から追放され、こうした問題に真剣に取り組まざるを得なくなった。

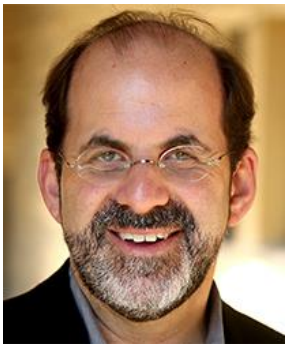
Satisficing (努力の最小限化) satisfy + suffice

意思決定において、完全情報、無限の計算能力を備えた全知全能的合理性下であれば、最適な代替案の選択が可能であるが、それらの条件が満たされない限定合理性の下では、要求水準を越えた選択は不可能であるため、限られた代替案の中から選択する行動



Herbert Simon

調査回答に際して、回答者が調査に際して応分の注意資源を割かずに、最善の選択肢ではなく満足できる選択肢を求める行動



John Krosnick

- ウェブ調査で特に問題となる理由
 - 調査者が回答行動を直接監督することができないので、どういう環境で、どのように回答しているかが分からない
 - 特に調査会社やクラウドソーシングサービスの登録者の場合は、まとまった額の報酬を得るために多くの調査・実験に参加することのインセンティブが大きい

その1: 教示文を読まない

You are lying on the beach on a hot day. All you have to drink is ice water. For the last hour you have been thinking about how much you would enjoy a nice cold bottle of your favorite brand of beer. A companion gets up to go make a phone call and offers to bring back a beer from the only nearby place where beer is sold a **fancy resort hotel**. He says that the beer might be expensive and so asks how much you are willing to pay for the beer. He says that he will buy the beer if it costs as much or less than the price you state. But if it costs more than the price you state he will not buy it. You trust your friend, and there is no possibility of bargaining with **the bar-tender**. What price do you tell him?

You are lying on the beach on a hot day. All you have to drink is ice water. For the last hour you have been thinking about how much you would enjoy a nice cold bottle of your favorite brand of beer. A companion gets up to go make a phone call and offers to bring back a beer from the only nearby place where beer is sold a **small, run-down grocery store**. He says that the beer might be expensive and so asks how much you are willing to pay for the beer. He says that he will buy the beer if it costs as much or less than the price you state. But if it costs more than the price you state he will not buy it. You trust your friend, and there is no possibility of bargaining with **store owner**. What price do you tell him?

Thaler(1985) beer pricing task

- 研究者としては**ビールをどこで買うか**という状況の効果を見たいので、隅々までちゃんと読んでくれないと話にならないのだが、果たしてあらゆる参加者にそんなことを期待してもいいのだろうか?(なおThaler(1985)は、ビジネススクールの研修プログラム参加者を対象とした研究で、中央値が \$2.65 vs \$1.50 という dramaticな結果を得ている)

その2: 質問項目を読まない

	非常に よくある	かなり ある	時々 ある	あまり ない	まった く
1. 手に持っていたものをなげなくそこに置き、後になつてどこに置いたか思い出せなくなる。.....	4	3	2	1	0
2. 何か用事があってその部屋に行ったのに、何をすためだったのか思い出せない。.....	4	3	2	1	0
3. 何かを思い出そうとしていて、喉まで出かかっているのに、どうしても出てこない。.....	4	3	2	1	0
4. 何を買いにその店に来たかが、とっさに思い出せない。.....	4	3	2	1	0
5. 人の名前を思い出せない。.....	4	3	2	1	0
6. 物をなくしてしまう。.....	4	3	2	1	0
7. スーパーマーケットに行つて、ほしい品物が目の前にあるのにしばらく見つけれない。.....	4	3	2	1	0
8. 何かを聞いていなければならない時にぼんやり他のことを空想してしまう。.....	4	3	2	1	0
9. 本や新聞を読みながらぼんやりしてしまい、内容を理解するためにもう一度読み直す。.....	4	3	2	1	0
10. 何か1つのことをしている時に、つい他のことがしたくなってしまう。.....	4	3	2	1	0
11. 早く決めるように急がされると、よく考えずに決めてしまい後で後悔する。.....	4	3	2	1	0
12. 早く決めるように急がされると、かえって迷って決められなくなってしまう。.....	4	3	2	1	0
13. 責任の重い仕事を任されると、緊張してふだんの力が出せない。.....	4	3	2	1	0
14. 細かいことにこだわりすぎて、物事の全体的な局面を見過ごしてしまう。.....	4	3	2	1	0
15. ささいなことが気になって、かんじんなことを考えるのに集中できない。.....	4	3	2	1	0
16. 決心するまでに、あれこれ迷ってしまう。.....	4	3	2	1	0
17. テストや面接の時にあがってしまい、落ち着いていたらもっとうまくできたのと思う。.....	4	3	2	1	0
18. 状況が変わっているのに、自分の考えや態度を柔軟に変えられない。.....	4	3	2	1	0

- ・参加者には「あまり考え込まずに思ったとおりを答えて下さい」と教示する一方で、研究者は何らかの特徴的な傾性を取り出したいと思っている
- ・ゆえに、質問文はちゃんと読んでくれないと話にならないのだが、果たしてあらゆる参加者にそんなことを期待してもいいのだろうか？

Satisficingの積極的な検出

あなたの日常的な行動についておたずねします。

意思決定に関する近年の研究で、人間の決定は「真空」状態でおこなわれるわけではないことがわかってきました。人が何かを決めるとき、その人の好みや知識、または、そのときどんな状況におかれているかなどのさまざまな特徴が、大きな影響を及ぼすのです。この調査では、こうした「人間の決め方」を研究するために、あなたの「意思決定者」としてのある特徴を知りたいと考えています。つまり、あなたがこの指示を時間をかけてよく読んでいるかどうかを知りたいのです。もし誰もこの問題文をお読みにになっていなければ、問題文の内容を変えることが「人間の決め方」に与える影響を見たい、というわれわれの試みは意味を持たないからです。ここからお願いします。この指示をお読みにになったことの証明として、実際のあなたがどうであろうが、以下の質問には「はい」と回答して、次のページに進んで下さい。よろしくお願いします。

私は電子メールを使ったことがない

はい

いいえ

わからない

教示文を読まない:IMC

	まったくあてはまらない	あまりあてはまらない	どちらともいえない	ややあてはまる	よくあてはまる
じっくり考えるという作業は楽しくない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
思考力が要求されることより、あまり色々考えなくてすむことをやりたい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
長期的な計画よりも、小さな日常的な計画について考える方が好きだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
この項目では「まったくあてはまらない」を選んで下さい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

質問項目を読まない:DQS

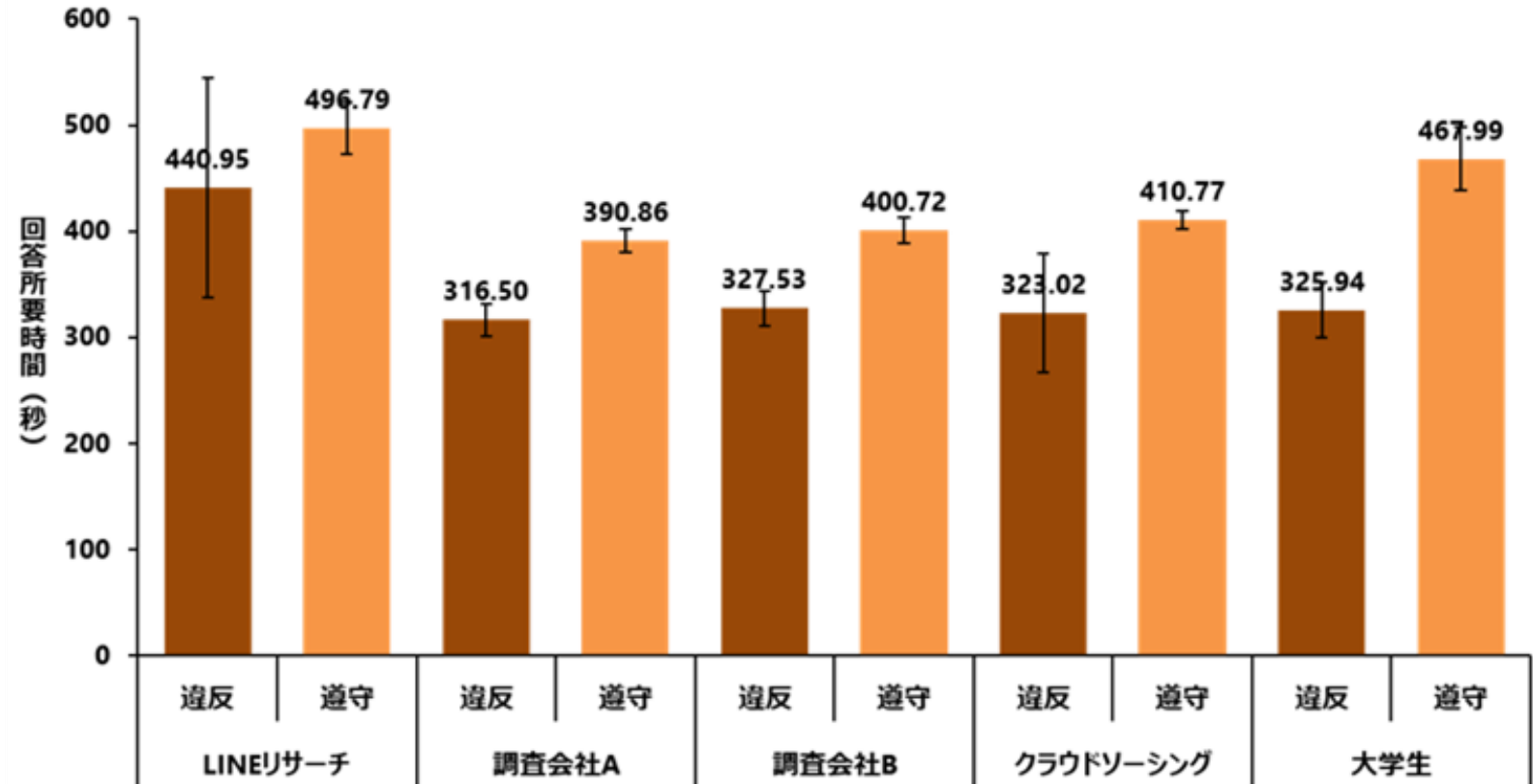
教示を読まない(IMC)違反状況と違反有無による回答所要時間

違反率

①調査会社A	33.1%
②調査会社B	35.8%
③LINEリサーチ	23.7%
④クラウドソーシング	4.9%
⑤大学生	10.0%

※ ①～④ $n=1200$, ⑤ $n=317$

※ まったく同じ調査票で実施(2020/7)



教示を読まない回答者の所要時間は一貫して短い
(ただし、LINEリサーチでは有意差はない)

クラウドワーカー vs 調査会社モニタ

- クラウド回答者のうち54.1%はアンケートモニターに登録しており, うち52.3%はほとんど毎日, 91.3%は週1日以上回答している
- しかし, 登録有無によるIMC違反率の違いはない(5.0% vs 4.7%)

「調査依頼とそれへの応諾を一種の社会的交換過程と考えれば, クラウドソーシングサービスの登録者は, その過程で利用される自らの評判情報の管理に強く動機づけられているのではないだろうか. (略) 一方で, ネット調査会社における調査依頼者と協力者の関係は, ネット調査会社によって仲介されているがゆえに, こうした社会的交換における評判情報の機能が発揮されることがなく, それが例えば努力の最小限化傾向の高さのような形で, 交換される財, つまりデータに表出しているのかもしれない。」(三浦・小林, 2016)

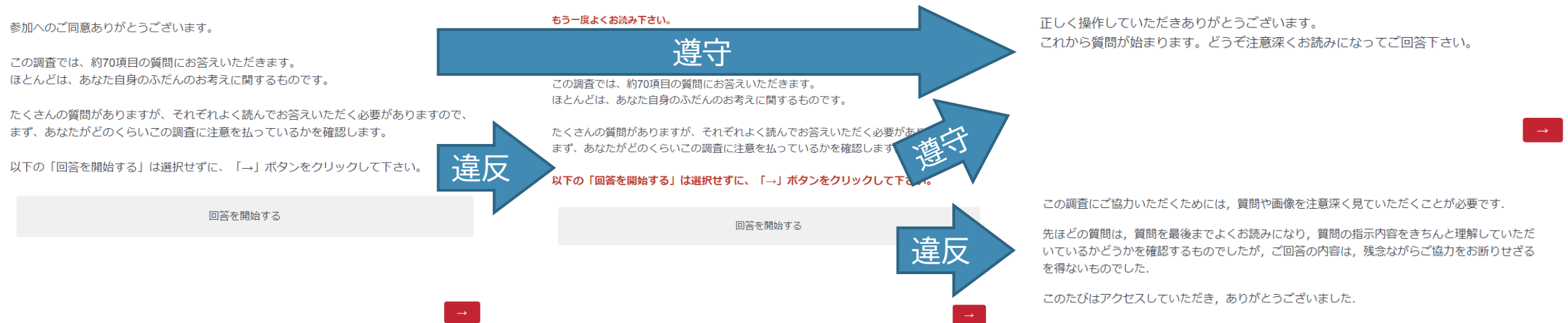
これまでのデータに基づく一般的傾向

- Satisfice傾向はクラウドソーシングより調査会社で実施する調査において顕著
 - しかし、両者の登録者はかなり重複している
- クラウドソーシングは、調査会社とは異なり、
 - 調査者自身が直接依頼し、謝礼の支払をコントロールする
 - 回答者の評判が将来的なタスクの請負に影響する(ことが明らかである)
- 回答者は、こうした状況に応じて「どの程度Satisficeするか」を調整している可能性がある
- つまり、回答者が「**Satisficeすべきでない**」と見なすような状況作りがSatisfice抑止につながる可能性がある



回答者の注意を向けさせる工夫

- 調査冒頭にIMC→フィードバックと意図の説明
- DQSも違反の都度フィードバックとお願い
- それでも違反が繰り返される場合は強制離脱(倫理的問題にも対処)



過剰に検出・排除する必要はない

- 長い文章刺激を読ませる場合などは適宜「ちゃんと」読んだかどうかの確認も併用したいが、例えば...(熊野, 2020三浦ゼミ卒論)

次のような検診条件の乳がん検診があると仮定してください。あなたはその検診を受診したいと思いますか。

検診の自己負担費用	1000円
検診にかかる所要時間（移動時間含む）	1時間
検診時の痛みの程度	中程度
誤って「陰性」と診断される確率	30%
医師・スタッフの性別	異性
検診日時の決め方	受診者が希望日時を指定

この質問では「絶対受診したくない」を選んでください。

検診の自己負担費用	5000円
検診にかかる所要時間（移動時間含む）	5時間
検診時の痛みの程度	弱い
誤って「陰性」と診断される確率	5%
医師・スタッフの性別	同性
検診日時の決め方	市や医療機関が日時を指定

絶対受診し
たくない

あまり受診
したくない

どちらとも
いえない

やや受診し
たい

必ず受診し
たい

絶対受診し
たくない

あまり受診
したくない

どちらとも
いえない

やや受診し
たい

必ず受診し
たい

同様の選択課題を16回(回数未知)実施すると、DQSの違反率は68.7%に達したが、分析結果に違いなし

配置の工夫



常識的なルールは「物の本」がたくさん出ているので把握しておくことが前提



なるべく項目は少なく、所要時間も短く

聞きたいことをなんでも聞いていいものではない

相手はあなたが聞きたいテーマに別に関心を持ってない

金/ポイント目当てで回答してくれている

「私の研究を手伝ってくれてありがとう」という気持ちを常に持つ



「お気持ち吸収用」自由記述を最後に入れる



マトリクス型はなるべくやめる

Web調査のメリットを活かす

- 調査会社
 - ある程度代表性のあるデータが確保できる + 属性によるサンプリングができる
 - リサーチャーが優秀であることが重要
- クラウドソーシングサービス
 - (自前で調査票を構築できる環境があれば)より迅速に調査実施ができる
 - 登録者個人が評判情報を気にしているので比較的「真面目」
 - 調査会社に比べれば小規模だが自前で「パネル」を構築することもできる(日本のサービスは研究用便利機能がpoorだが, 自前で半自動化環境を構築している)

参考
現在クラウドで実施
中のコロナ禍に関
するパネル調査の
脱落状況

	第1波	第2波	第3波	第4波	第5波	第6波	第7波	第8波	第9波	第10波
調査時期	1/31-2/1	2/18-20	3/4-6	3/24-26	4/9-11	5/7-9	5/28-30	7/27-29	9/27-29	11/26-28
有効回答者	1248	1076	1004	941	888	840	799	742	671	627

研究倫理の問題



真摯に回答しようとする参加者を騙すような、あるいは本来の調査目的とは相違する回答を求めるような行為は倫理的に問題があるのではないか。

- Satisfice検出項目の不用意な実施は倫理的な問題を生じさせる可能性がある
- 話題提供者が実施する(Satisfice検出を主目的とするわけではない)Web調査では、何らかの形で努力の最小限化を検出する項目を含めているが、IMCであればどのような回答であれ事後に実施した理由(回答の際は相応の注意を払う必要があることを自覚してほしいこと)を説明する画面を呈示し、DQSであれば指示に従わない回答にはその内容と今後は留意して欲しい旨をフィードバックするようにしている
- 仄聞するに、行動経済学研究においては、心理学より倫理的な問題(特に参加者保護)が云々されていないようだが、それは今後の研究の発展に際して些か問題だと思う

典型例

- 新型コロナウイルス禍に関する意識調査
(2020.3実施)

