

統計調査の民間開放・市場化テストに関する研究会（第4回）議事録

- 1 日時 平成18年6月22日（木）14時30分から16時35分
- 2 場所 総務省統計局 6階特別会議室
- 3 出席者
構成員：竹内啓座長、大橋豊彦委員、小川直宏委員、土屋隆裕委員、新村保子委員、舟岡史雄委員
ヒアリング：財団法人日本世論調査協会及び社団法人日本マーケティング・リサーチ協会
総務省：衛藤英達統計局長、高橋正樹統計調査部長、田口和也総務課長、飯島信也調査企画課長、千野雅人経済統計課長

4 議題

- (1) 個人企業に関する経済調査の入札結果について
- (2) 民間調査業界の現状について（業界団体からのヒアリング）
- (3) 世帯を対象とする意識調査について
- (4) その他

5 配布資料

- (1) 個人企業に関する経済調査の入札結果について
 - (2) 民間調査業界の現状について
 - (3) 世帯を対象とする意識調査について
 - (4) 統計調査の民間開放・市場化テストに関する研究会（第3回）意見の整理参考
- (1) 業界団体の概要
 - (2) 科学技術研究調査の調査対象に対する意識調査について
 - (3) 個人企業に関する経済調査を補完する意識調査について

6 議事の概要

竹内座長 それでは、統計調査の民間開放・市場化テストに関する第4回の研究会を開催させていただきます。

本日の議題は、第1は個人企業に関する経済調査の入札結果について、第2は民間調査業界の現状についてのヒアリングです。まず、資料1、2について事務局から一括してご説明をいただいて、それからご意見を伺い、その後ヒアリングということにしたいと思います。

本日は2つのヒアリングを予定していますが、最初は財団法人日本世論調査協会、次は社団法人日本マーケティング・リサーチ協会ということです。

それから議題の第3は世帯を対象とする意識調査ということで、前回の議論を踏まえて、意識調査の具体的内容について事務局の方で案を作成しましたので、それについてご意見を伺います。

早速議題に入らせていただきます。議題の第1、第2について、資料に基づいて事務局からご説明をお願いします。

○飯島課長 資料1と資料2をあわせて説明させていただきます。

まず、資料1ですけれども、これは個人企業に関する経済調査の入札結果につきまして、前回の研究会の時には、落札会社が決まった直後ということで、調査会社の名称などについて簡単にご報告申し上げたところでしたけれども、その際に落札価格あるいは入札に参加した会社がどのくらいあったかというようなご質問をいただきましたので、改めてこのような形で取りまとめたものでございます。

全国一括で行います調査Aと、都道府県別に行います調査Bにつきまして、それぞれ説明会に何社来たか、あるいは入札に何社参加したか、それから落札した金額が幾らになっているか、こういったものをまとめたものでございますので、ご参考にしていただければと思います。

続いて、資料2の方を説明させていただきたいと思います。座長からもお話がありましたが、この後、業界団体の方からヒアリングを予定しておりますが、その前に参考として、資料2として幾つか個別の調査会社の状況を取りまとめたものをご用意いたしました。これは事務局で個別に会社にヒアリングを行ったものですけれども、対象とした会社は、今回の試験調査の入札に際しまして説明会に参加した会社のうち、落札した業者以外のところを対象としております。

調査Bにつきましては、主に地方の会社が多かったのですけれども、ある程度全国をカバーしている会社ということで、このペーパーでは1社だけヒアリングをしております。

なお、実際に落札した会社につきましては、今ちょうど試験調査の準備にかかっているという状況でございますので、調査が終わった段階で、調査の実施状況も踏まえまして、改めてヒアリングをするということにしたいと思います。

それで、資料の2ですが、3のヒアリングの内容のところをかいつまんでご説明させていただきます。

まず、調査の履行能力を見る上で客観的な判断基準が何かあるかというのをお聞きしたところ、そこにあるとおりの回答をいただいています。ここでA社、B社というふうに、どの会社がどの回答をしているかというのがある程度わかるような形で、追加で情報をつけさせていただきました。また、2ページのところにもございますが、小さい文字で回収率など、補足的な情報を追加したところもございます。こういったところは、先日先生方に資料をお送りした後、つけ足した情報でございます。先生方からもこういった付加情報があった方がいいというご指摘がありまして、こういうA社、B社という記述等を追加させていただいております。

それで、この(1)の客観的な判断基準ですけれども、多くの業者で過去の実績あるいは実施体制の確認といったこと、それから関連団体への加盟、それからPマーク(プライバシーマーク)の有無、それからISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)という資格の有無、あるいはISOの取得の有無、こういったものが基準の1つになるというふうに挙げられております。

また調査員の能力とかトラブル処理能力といったものについて何か客観的な判断基準があるかどうかということにつきましてもお聞きしたのですが、これは現状そういったものを示す指標は

ないのではないかとというのが回答でございました。

それから、2ページの(2)のところですけども、これまでで規模が最も大きい調査のサンプル数、これは各社それぞれ特別な体制を組んで調査を行ったものも多いと聞いておりますが、そういった特別な体制を組んだものも含めて、過去経験した最大の調査ということでお聞きしました。

調査員による訪問留置の場合ですと、そこにあるような数、7万事業所というのは少し特殊なケース、特定の地域に対して長期間かけて行ったもののようです。

それから郵送で行ったものは、そこにあるとおり、33万から10万という範囲であります。補足的に調査を実施した地域の範囲、それからこういった調査を行うためにどういう名簿を使ったか、実際の回収率がどのくらいであったか、あるいは回収期間がどのくらいかかったかといったようなものを補足的につけております。

過去の調査実績で最大のものは、世帯対象の調査員調査ですと2万世帯、郵送調査ですと33万事業所といった状況です。

それから(3)が、現在の実施体制で、実施可能な調査のサンプル数ですが、それぞれそこにあるとおりでございます。ここで、E社につきましては全国で5万世帯とありますが、これは他の業務を中断した場合にはこのくらいまで可能ではないかということで、かなり条件付での回答となっております。

3ページに移りますけれども、通常の実施体制ですと1万5,000世帯というのが大体最大であります。郵送ですと20万の世帯、事業所が可能ということですが、ただこれもその前の(2)のところの注意書きのところをご覧いただくとおわかりのとおり、回収率自体はかなりばらつきがあるというのが実態であろうかと思えます。

それから(4)ですけども、現在の実施体制で、確保可能な調査員数ということですが、ここにあるとおり最大で1,000人程度というところですよ。

それから(5)、今回の「個人企業に関する経済調査」の入札仕様書で、もう少し裁量の余地があった方がいいと感じた点ですけども、調査員による事前の確認方法、実地にすべて確認する必要性が本当にあるかどうかという話、それから調査員の配置数、これは1調査地域1名ということで仕様書には書いてございますけれども、1地域2人体制を組むような形も認めてもらいたかったというようなお話だと思えます。

それから調査対象への謝礼の渡し方、これは現金振込みという形を想定しておったわけですが、この場合ですと振込口座を聞くということで、その扱い方や管理が大変だということもありまして、例えば現金にかわる形で金券を手渡しするというような形も認めてもらいたかったというような趣旨です。

その他、調査員の個人情報の提示が必要かどうか。あるいは最後にありますが、対象事業所のリスト、抽出方法、こういったもう少し具体的な情報も参考として必要ではないかという意見もございました。

それから(6)ですが、説明会に参加されたけれども入札には参加しなかった業者に対しまして、入札に参加しなかった理由を聞いております。具体的には4ページになりますけれども、同じ会社で別な大規模な業務の立ち上げと重なって輻輳するために参加できなかった、あるいは十

分な準備期間が確保できないので参加しなかったといったような理由が挙げられております。

(7)で、過去の調査実績あるいは現在の登録調査員数を超える規模の調査を受託する場合にはどういう条件が必要になるかということで、十分な準備期間あるいは十分な受託期間が必要である、さらには、中には実査の再委託を可能とする仕組み、あるいは地方公共団体の登録調査員の活用、こういったものを希望するところもありました。

(8)ですが、これは全国単位でなく、都道府県単位で発注する場合に、どういう条件が考えられるかということで、その当該都道府県である程度継続的な業務の見通しがつくかどうかといったようなことが挙げられ、あとは(7)と同様の条件が挙げられております。

それから最後の(9)ですけれども、その他統計調査の民間開放・市場化テストに対する意見、提案についてお聞きしましたけれども、国の名前で実施した方が協力を得やすい状況で、民間に委託する利点、理由を十分に国民に説明してほしい。あるいは調査客体からの照会については、都道府県・市町村でも対応してほしい。それから3番目にありますのは、昨今の官公庁の入札は、事業者の能力を無視した価格競争重視の風潮が感じられる。市場化テストでは、能力のある事業者が最適な価格で落札を行えるような基準をぜひつくってほしい。それから最後のコメントとしては、大規模な継続調査のためには、体制の整備のための初期投資が必要であって、また、ノウハウの蓄積で安定した統計を得ていくためにも、ある程度、5年程度の長期にわたる受託期間が必要だ、こういうような意見をいただいております。

以上がヒアリングの内容をまとめた資料2でございます。

竹内座長 どうもありがとうございました。

ご質問ございますか。入札結果ですけれども、調査Bの方で、5つとも規模は同じですね。

飯島課長 調査Bは、すべて規模は同じでございます。

竹内座長 そうすると、最後の広島県だけがほかと比べて安いんですね。予定価格は幾らだったのですか。

飯島課長 そこは、入札のいろいろな関係で、金額自体は具体的には申し上げられません。

竹内座長 事後的にも言えないですか。

飯島課長 一応それぞれの地域でほとんど同じ価格、要は交通費の部分で少し実費上違ってくる所以外は、基本的には客体の数など同じですから、その辺は基本的には大きな差はないとお考えいただければと思います。

竹内座長 つまりこの広島の分は、ほかから比べれば実質的に安かったのですね。安いことは結構なんでしょうけれども、何かその理由はあるのですかね。特にないのですか。

飯島課長 その積算の中身までは、我々の方も精査できておりません。

竹内座長 つまり、今ここでこれらの名前を見ていれば、今のところは別にその業者の質ということについて心配はなさそうですねけれども、さっきの業者のヒアリングにもあったように、ただ安いところはやたらに安ければいいということで入札されると困ることがあると業者の方からも言われているので、そのとおりだと思うのです。だから、例えばこのくらい差があると、今は問題ないけれども、と思うのだけれども、今後やはり気になりますよね。本当に質が確保できるかどうか。その辺は検討していただいた方がいいのではないのでしょうか。

飯島課長 また調査が進んだところで各業者からのヒアリングも要求したいと思っておりますが、

調査員がベテランの方中心で選任したところと、必ずしもそうでないところと、そういうのが少し反映されている可能性はあると思います。

竹内座長 安いといっても、あまり素人に近い、例えば学生アルバイトなんかを勝手に使われると質が落ちる可能性がありますから、その辺は何かコントロールの仕方を考えておいていただく方がいいですね。調査員について然るべき人を確保することということにしておかないと、学生アルバイトを、掲示して日当幾らというので集めてやれば経費的に幾らでも安くできますけれども、それは危ないですから。値段がかなり違い過ぎるのが気になったので、今は結構ですけれども、後でこういうことが起こることをどうするかということを考えておいた方がいいのではないのでしょうか。

大橋委員 今の竹内先生の話に関連して、今回はなかったのですが、いわゆる1円入札みたいなものが仮にあった場合にはどう対応しようという方針だったのですか。

田口課長 あまり低金額の場合には調査をするような、そういう入札の仕組みがございますので、例えば1円の場合ですと、どうやってその1円で可能なかということヒアリングして、納得のいく説明が得られなければ落札しないというようなことは、入札の方ではそういうやり方がございます。

大橋委員 これまでの1円入札の経験を見ると、結構体制は整って、十分要求に応え得る調査なり事業ができるのだけれども、何かある意味でシンボリックな事業だからぜひ会社として取りたいとかいうことでやるのが多いですね。

竹内座長 それで自分の名前をPRしたいのですね。

大橋委員 だからそういう場合に、やはり1円でも落札を認めるかどうかというのは、難しい、悩ましい問題がありますね。

衛藤局長 もう1つ、先ほど先生がおっしゃったような、シンボリックなというお話があったのですが、長期的に今回の応札の意図を見たいという気がします。

竹内座長 シンボリックな、自分の会社の宣伝に使おうというのはまだいいですが、この場合はある意味で言うと、このことを通じて自分自身がその特定の情報を得たいからということで落札されるのは注意した方がいいですね。それは他に漏らしてはいけないといっても、別に個人情報として漏らさなくても、その会社自体がこの辺のその業界の情報を具体的に知りたいというようなことがあったときには、その得た結果を見るなというわけにいかなくて、見ずに処理しろと言えないから、やはり難しいですから、そういう意味で言うと、やはり信用できる業者というのがおのずから決まってくるという形でやらないと難しいのではないかと思います。

新村委員 質問ですが、ヒアリングの(1)のところにはわからないものがたくさんあるのですが、今回でなくて結構ですから、ここに挙げられている1つの資格というのでしょうか、基準を簡単に1枚紙にしたものをこの次にお教えいただけたらいいかなと。I SMSなんというのは全く知らないで、それからTC225というのはまだ決まっていないと承知しておりますが、とりあえず現行のものをお話いただいて、お調べいただいて提供していただくと幸いです。例えば我々が使えるのかどうかということですね。次回お願いできたら。

飯島課長 わかりました。Pマークというのはプライバシーマークということで、これは日本情報処理開発協会の方で、事業所単位で付与する資格でございます。

新村委員 民間の資格ですよ。

飯島課長 そうです。

それで、I S M S というのも日本情報処理開発協会の方で実施している情報に関するセキュリティをきちんと管理するための仕組みについての認証というふうに聞いております。

ご指摘のTC225というのはこれからということで、マーケット・リサーチ実施組織に対して最低限クリアしなければいけない事項を規格化するというので、今動きがあるというふうに聞いております。

その辺を簡単にまとめまして、次回資料としてご用意したいと思います。

新村委員 お願いします。

竹内座長 それでは、今日ヒアリングをお願いすることになっておりまして、もうおいでいただいておりますので、業界団体からのヒアリングに入りたいと思います。

飯島課長 参考までに、参考1という資料をお手元にお配りしてございますが、こちらに今日ヒアリングを予定しています世論調査協会とマーケティング・リサーチ協会の概要をつけさせていただきます。

それから、それぞれの団体からの資料を今日は提出いただいております。

竹内座長 それでは、業界団体のヒアリングをお願いいたします。本日は2つのヒアリングを予定しておりますが、最初は財団法人日本世論調査協会であります。世論調査協会からは3人の方においでいただきました。会長の柳井先生、事務局長の吉川常務理事、そして広報委員長の有藤常務理事、3人の方がおいでいただいております。どうもありがとうございます。

それでは、10分程度ご報告いただきまして、その後各委員からご質問いただきますので、どうぞよろしく。ご報告をお願いいたします。

柳井会長 皆さんに資料をお配りしてあると思いますが、お配りしてあるものの一番後ろに私ども3名の名簿が出ておりますのでごらんいただけたらと思います。

私からは、本協会の極めて概括的なことを少しお話して、実務的なことは有藤を中心に説明させていただこうと思っております。

お配りした資料の1、財団法人日本世論調査協会の機能というところがございますように、本協会は昭和25年に設立されまして、会員の構成は、これも後ろから2枚目をご覧くださいと、そこにありますように、団体会員としては新聞社、放送局、通信社等の報道機関、それから大学、研究所、調査機関、世論調査実施をする調査機関を含んでおります。それと個人会員である研究者、これはその名簿からは省いてございますが、そういうメンバーによって構成されている協会でございます。

活動は、詳細は省略させていただきますが、調査の権威と信頼の向上に向けた活動、調査及び調査方法についての研究、海外との連携、研究会、講演会の開催、会報の発行、世論調査実施に影響を与える問題への対応等々をやっております。

あと、ご質問にお答えさせていただく形で進めさせていただこうと思っております。

有藤常務理事 では、いただきましたヒアリングの内容につきまして、各論ですが、ペーパーにまとめておりますので読み上げる形になるかと思っておりますが、私の方から説明させていただきます。

す。

まず、前提ですけれども、会長の方からありましたように、世論調査を主として行っている、それを主体として行っている、実際に調査を行っている、あるいは結果を利用、活用する、そういう方をメンバーとしており、業界を代表するとか、あるいは調査の全体像・市場の全体像を把握するというような、そういった構造は持っておりません。多分、この後ヒアリングされると思いますJ M R A（マーケティング・リサーチ協会）の方が調査にかかわる業種、会社をある程度網羅していると思います。これから述べさせていただくのは、業界というよりも個人もしくは実際の世論調査協会で活動しているメンバーの中での共通項的な意見というふうにご理解いただければと思います。

まず、いただきましたペーパーの中の全国規模の調査を実施できる業者はどれくらいあるかということですが、当協会の加盟社では、約7社程度と考えております。ただ、網羅性は今言ったようにはございませんので、日本マーケティング・リサーチ協会加盟という形で考えると10社かそれ以上あるかとは思いますが。

調査対象による違い、要はできるかどうかについては、調査員を稼働させる調査部分においては考え方的には余り違いはない。ただ対象抽出を行う場合に住民台帳からの抽出を行うとか、あるいは企業の場合企業リストが用意できるもしくはその辺に対するノウハウを持っているかということで若干変わってくるかとは思いますが、あまりその辺を区別しなくてもよいのではないかと考えます。

調査内容による違いですが、質問紙を用いる場合には、今の対象の違いと同様に実際に調査票を持ち込んで回答いただいて回収をするという行為に関しては大きな違いはなく、ただ、調査期間が、世論調査をやる場合ですと1週間程度とか、そういった期間の中で配布、回収のスケジュールを組んでいます、こちらで行われている調査のように長期にわたったり、あるいはかなり短期間であったりした場合には、難易度というのですか、できる、できないについて若干違う次元での判断が必要になり、場合によっては実施可能な機関が少なくなるのではないかと思います。

それから、調査回答を検査するということが要求事項の中に入っている場合には、調査員がどの程度のスキルを持っているか、あるいはその内容に対して理解があるか、そういうことも当然実施可能かどうかの判断基準に入ってくると考えられます。

後でも回答しますが、教育とか育成とかということについては、業界での共通教育とかは今のところ行われてなくて、各調査会社等が独自に必要なに応じて行うという構造だと思しますので、やはり難しい部分があるかと思えます。

調査機関は全国にくまなくあるかですが、当協会の会員でいえば、全国規模の調査が行える会員のほとんどが東京にあり、大阪とか名古屋といった大都市に地方拠点を持つ、そういう形で営業しております。地方各都市に調査機関があるかどうかについては正直、あるかとは思いますが、当協会団体にはありません。くまなくあるかについても、地方都市で県庁所在地以外のところに例えば拠点があるかという話になると、かなり難しいであろうと思われれます。

それから、実施可能な調査の規模は最大でどれくらいかについては、調査対象、内容による違いで先ほど言いましたように難易度が上がる可能性はありますが、方法だけで考えますと、調査で調査員を用いるということであれば、調査員のキャパシティの問題になるかと思えます。全

国調査で稼働可能な調査員として、うちの加盟団体に若干ヒアリングした結果では、1社500名から1,000名くらいまでが全国規模での調査員を確保あるいは同時期に稼働させられる範囲と規模です。したがって、その担当時期と期間にもよりますが、最大1万から5万くらいまでが限度ではないか、というのが1つの目安だと思います。これも、正直、先ほどのように調査内容でのスキルの問題を要求するとか、あるいは時期等の問題等で、必ずしも5万できますという感じではない。一覧でいただきましたかなり大規模な対象となっている調査等については、今業界的にはすぐにできますというくらいの規模にはない。そういうキャパシティーは今のところないのではないかと考えております。

事業者の要件ということでのご質問ですが、調査の履行能力を見る上での客観的なメルクマールとして何が有効かについては、業界としてというか、特に世論調査協会では能力を判断する基準を持ってはおりません。ただ、加盟の際には紹介を前提にしているということを含めて、「科学的、合理的な調査が可能である会社である」ことを条件に理事会で資格審査は行っております。その判断基準自体は会社概要とか業務実績、個人で会員になられる場合には経歴とか業績、そういったものを我々携わっている者が判断して加盟を認めるという形になっており、客観的なというか第三者的に判断できるような条件としては、今のところはない。ただ、加盟後、倫理綱領の遵守とかを含めてある程度行動規制みたいなことはありますので、加盟されている会社については基本的に科学的、合理的な調査が実施可能であるというふうに考えていただいてもよろしいのではないかとと思います。

なお、昨年、調査に関わる部分での不祥事というか、不適切なデータの取扱いの話が幾つかあったかと思えます。当協会の中でもその辺が問題になりました。それに対して協会としては内部での審査あるいはその後の監査を行いました。今後、そういった形で加盟社の質が保証されていくのではないかと考えております。

それから過去の事例、これは私が説明するよりも皆さんの方が詳しいかと思えますけれども、今までも官公庁、自治体関連機関等が入札という制度でいわゆる履行能力を資格審査という形で行っています。そのときには具体的には会社概要、登記とか財務内容あるいは過去の類似調査の実施履歴もしくはその調査に要求される能力とかキャパシティーに関するようなものを自己申告させるようなペーパー、そういったものを使われています。かなり共通項だと思いますので、その辺が客観的な情報としては有効に活用されているのではないかとと思います。

業者の資格認定制度のようなもの、Pマークのようなものがあるかということですが、認定制度は特にございません。あと、非公認ですが、いわゆる建築事務所に一級建築士が必要とか、そういったような意味合いでは、まだ業界標準にはなっておりませんが、社会調査士制度というのが今できています。その社会調査士の認定者が始まる、社会に出ています。例えば、その雇用を義務づけるとか、そういう方がいるところ、というような条件は、将来的にはあり得るかとは思いますが、ただ、現実的にはまだそれは標準ではありませんし、この先どうなるかよくわかりません。

それから、調査員の資質をはかる尺度や資格のようなもので既存のものが何かあるか、あるいは育成研修面での充実度をはかるものがあるか等、この辺3つまとめますが、これも業界公認などの調査員の資格制度はございません。

ただ、調査員に要求される内容については、多分これはJ M R Aの方でご説明があるかと思いますが、加齢会社の調査員である以上こういうことをやらなければいけないといったルールが決められていると思います。

調査員の育成研修ですが、実際の雇用契約の形態は、どちらかというところ臨時雇用、いわゆる調査がある段階で雇用を行うという、そういう形式の方が実態に近く、したがって、育成、採用基準について、あるいはスキルについて、その場で必要なものを提示して採用するという方法が大多数だと思います。また、調査に関わる内容、スキル等は雇用時のインストラクション、いわゆる調査を行うときの必要な教育という形で補完しているのが現状だと思います。また別に、1社500名とか1,000名とかを調査員として常に使えるような状況を確保するために、それなりのリレーションをとる、あるいは少しスキルアップを図るために、調査以外のときに研修制度を設けている調査機関もあるかと思っています。

ただ、これは業界のルールということではなくて、各調査機関の必要に応じて、各調査機関の考え方で行われている。したがって、この辺の話については客観的に見るような共通指標というよりも、各社がどのように調査員の雇用とかを行っているかということを経営案内等で判断する、あるいはその業務に応じて各会社の状況をヒアリングしながら判断するという形にしかならないのかなと思います。

次に、対象者からの照会対応の能力を客観的にはかる手法があるか、もしくはトラブルシューティングの能力ですが、資格制度と同様に特に定まったものはありません。やはりこれも各社のやり方という形で、個々に経営案内等でどうしているかということを経営案内等ではないかということ、及びその場合にヒアリング等でご判断いただくという形になるかと思っています。

ただ、今現在マーケティング・リサーチにおける品質保証のための標準規定という形でT C 225というのがI S O化される動きがあることをご存じかと思っています。この中には、調査機関の資質判断になるような、いわゆるこういうことをやらなければいけないと書かれています。もしこれを取得する調査会社が出てくれば、今までの話を含め、いわゆる調査会社の履行能力もしくは品質保証、そういったものの基準ですから、これの取得が客観的判断基準になり得るということは考えられるかと思っています。多分ここ1~2年後の話だろうと思います。

それから、調査結果の他業への利用を阻むための措置として何か考えられるものはないかということですが、これは、法令や契約の延長線上で同じかと思いますが、世論調査協会では倫理綱領を決めて、それを遵守しなければいけないとしています。例えば物理的にそのデータを消去させるとか、そういうようなところまでは特に考えられておりません。

ほかに業界団体的にどういうものがあるかというのは、これは私も若干不勉強だし、実際の加盟社の方にもいろいろ聞いてみたのですが、世論調査協会と日本マーケティング・リサーチ協会が、こういう一般の調査に関わる業界団体です。観察調査の一種ですが、ミステリーショッパーというのがありまして、その協会が最近できましたので、それは一応調査の枠には入るだろうと思います。調査会社を含めて横のつながり的なものあるいは情報交換的な点では、行動計量学会とか統計学会などの学会への加盟が結構あると思われます。

調査ではないが似ていると思われるものとしては、テレマーケティング協会、J M R Aの上み

たいになりますけれども、マーケティング協会とか、そういう市場調査系というのか、マーケティング系の話があるかと思います。

以上が基本のご質問に対する回答です。

最後に、統計調査の民間開放・市場化テストに対する意見・要望等と書かれていましたので、若干コメントさせていただきます。

民間開放については、民間のビジネス手法での合理化は多分期待できるであろうと思います。これはいい悪いの話ではなくて、官と民とでは業務処理のシステムあるいは業務処理プロセス、それに対する評価基準等がやはり違うということで、官で今やられている手法そのままの形で移行できるかということについては、多分難しい部分がかかなり多くあります。合理化というのは必ずしも効率化だけの問題ではありません。民とのやり方を最適な形に組み合わせる、つまり、今現状のやり方を若干変更することで効果が出るのではないかなという感じがしております。

それから大量の調査となるため、これはキャパシティーの問題ですけれども、協会加盟団体あるいはJ M R Aの団体も含めて、今の官の規模等をそのままの形でやれる業者は、多分少ないだろうと思います。したがって、先ほどのどういう方法でやるかも含めてなんですが、ある程度それをやるためのキャパシティーの拡大あるいはやり方、あるいは別の独立団体でもいいのですけれども、そういったものを新たに設置しながら考えていくというようなステップが必要なのではないかと考えています。したがって一定の初期投資というか、最初の段階の部分での設計が必要ではないかと思えます。

調査を委託するということですが、部分的に見ると調査票を持って行って回収をすればいいということだけであれば、郵便もしくは宅配便、それから代引きといった類似のサービスを行っている会社があると思えます。部分的に見れば、確かにそこでコスト効果あるいは基盤を持っていることにはなりますが、調査の統計とかに対するものの考え方、あるいはデータの信頼性みたいなところで何が必要かと考える、そういった部分に関しては必ずしも優れているとはいえず、要求と違った形を生む場合があり得ると思えます。

ですから、調査データの信頼性という部分での担保をどこかで持たないと、方法論だけで選ぶというのは問題があるのではないかと思えます。既存の入札を振り返ってみますと、資格審査等がありますが、最終的にはおおむね価格で決まるということで、価格で決まるというのは必ずしも悪いとは言いませんが、データの信頼性とかを担保する場合にはどういう手順を踏むかというところで、やり方によってどうとでもなる部分が結構あります。価格を優先することによって確かに方法的には同等のことをやっているように見えるのだけれども、実際の結果の信頼性の担保みたいなところに問題が生じる場合があり得るかと思えます。その辺を今後の民間開放で受託期間を選ぶ際の視点として入れていただければと思います。

それから、規模などによって、先ほどの初期投資と重複になりますけれども、業界育成というか、今の市場調査会社あるいは調査会社といったものとは違った形での受託が必要になるかとも思えます。何らかの新しい市場ができるという言い方もあるかもしれませんが。だから、現在の統計の専門家からのノウハウの伝授とかを考えあわせ、官民で中間系の管理機能を持った機構を作り、実際の業務の細かい部分を民間委託していくとか、そのような考え方も検討いただければと思います。

民間委託するという事で、これは必ずそうなるというわけではないのですが、委託することによって実施する主体というか内容等について、民間側の方にノウハウがたまりますけれども、委託し監督する方には、事務処理の管理はできるけれども、実際の内容についての情報がなかなかたまたまなくなるという構造があるかもしれません。したがって、民間委託される場合でも、調査専門担当官みたいな形で、中身をちゃんとコントロールされる専門家の方を持って委託するという事を考えていただいた方がよろしいかと思います。

それから、市場化テストですが、これは現在の方法をそのまま移管することができるかどうかというテストの意味合いもあるかと思いますが、もう1つの視点として、現状の業界の構造を踏まえて、今後民間委託する場合、新しい委託の形としてどのようなモデルが考えられるかという感じのテストをしていただければ、民間サイドとしても知恵が絞れるのではないかと感じております。

最後に、リソースという観点でみますと、今官の側には統計調査員制度がある。でも、それを民間側が利用できるという構造ではないと思います。その制度が民間開放のときにどう扱われるか、そういったところで場合によっては中間的な管理組織のようなもの、もしくは制度変更、そういうものも視野に入れていただければ知恵が出せるかなと感じております。

長くなりましたが、以上で終わります。

柳井会長 つけ加えさせていただきますと、今お答えしたことは、常務理事会の中で一応検討をいたしました結果をまとめてもらったものですので、個人的な意見が入っている部分もありましたけれども、ほぼ世論調査協会としてまとめたものというふうにお考えいただいて構いません。

最後の方で言及した部分に関してですが、少し私は立場が違って、民間委託をした場合でもぜひ調査実施の面のよくわかった方に担当をしていただきたい。そうでないと、意外に変なところに落ちがありますよ、変なことが起こってきますよということで、調査業界だけではないと思いますが、競争入札の中で手抜きがいろいろな形で起こっていて、そこから問題が生じてきている場合がありますので、調査実施のこともおわかりになる方にぜひ担当していただきたいということを1つ申し上げておしまいにしたいと思います。

竹内座長 どうもありがとうございました。

大変熱心にご回答いただいてどうもありがとうございました。何かご質問ございませんか。要するに民間開放の際の委託方法の検討を重視してほしいということが書いてあって、単なる委託ではなくて、丸投げでやってくださいというのではなくて、民間との連携で新しい調査技法の構築という視点でご検討いただければというようなことがここに書いてあるのですが、これに関してもう少し具体的なお考えは何かございますか。

有藤常務理事 今いわゆる入札で行われている調査というのは、仕様が決まっています、それを民間で、これでできますかという形で来ています。規模の問題、時間的な問題、内容的な問題。多分できるという前提で来られているわけで、それはそれでいいかとは思いますが。ただ、今回資料をいただいた中の、民間開放の対象になっている、国勢調査はともかくとして、そういったものはすごく大きい規模で、その仕様のとおりに出されると、それを受けられる会社が多分ほとんどないだろうと思います。では、ないから民間には出せないという結論も1つですが、なぜ調査会社がそういうキャパを持ってないかということも考えていただきたいです。年に1回とか数年に1

回とかという、そのためにものすごく大きいキャパを抱えるというのは、多分コスト効率が悪くてできないのですね。

ということですので、継続的に行う、もしくはある一定の部分に対しての初期投資みたいなものが数年の単位で回収ができるとか、そういうことを前提に委託を考えていただけたらなということを書かせていただきました。

竹内座長 例えば調査ごとの契約ではなくて、少し長期的な契約とか。

有藤常務理事 長期的契約です。場合によって1社の入札というわけではなくて、企業グループ的な言い方でもあり得るかと思うし、また、場合によって調査業以外、宅配便事業者とか、調査の各部分に有用なノウハウは、必ずしも1つの会社にあるわけでもないので、企業合同体みたいな形も、うまくだれかが管理することができればあり得ると思います。そういったことを考えたり何かするというのは金もかかるし時間もかかるし、そこに何か前提がないとそういうことも考えられないところもあるかなという感じです。

竹内座長 ご趣旨は多分わかったと思うのですが、私の方としても、こういうことはいわば官と民と協力してある意味では民間のその機関を長い目をかけて育成していくということが一方がないと、ただ民間の競争でもってやらせればいいという考え方ではだめだろうと当然思っています。業界の方でもそういうふうにご覧いただきありがとうございます。

有藤常務理事 そういふふうにご覧いただきありがとうございます。

大橋委員 非常に詳しい説明をありがとうございました。

先ほど竹内先生がおっしゃった6ページの最後の市場化テストの最初の現在の方法を移管するテスト云々という話に関連して、市場化テストにおける民間委託というのは、何も現在官がやっている方法をそっくり民間でやってもらうということ、これに限られているということではございませんで、当然のことながら、市場化テストの趣旨というのは、より民間の創意工夫を發揮していただいて、その知恵に基づいてより質の高いサービスを得ようということでございますから、当然のことながら現在の方法を踏襲した形での民間委託でなくても、現在の方法よりはこういう方法がいいのだというものがあれば、それは民間の方から積極的に提案していただいて、それが発注者の要求する質の確保につながっているのであれば採用されるというのが市場化テストにおける民間委託の意味でございますから、ご希望の意味はちょっと違うというような感じをいたしておりますので、一言申し上げます。

舟岡委員 どうもありがとうございました。

調査の規模を拡大する、あるいは数多くの調査を受託することを妨げるのは調査員の確保と考えてよろしいのでしょうか。その際、どこの調査会社でも調査員確保に苦労されているとすれば、調査員が複数の調査会社に登録して、活動しているケースが多いと思います。そうしますと、調査会社間で調査員確保のための競争が激しくなって、調査員の手当等が高い方に引き上げられることが現実には起きているのかどうかということと、調査員の質の面で多少問題があったとしても、ある程度の規模をこなすためにはそういう調査員でも活用せざるを得ない状況が出ているのかどうか、これまでのご経験等を踏まえて教えていただけたらと思います。

有藤常務理事 1点目の競合といいますが、調査員の複数の会社へ登録は多分現実にはかなり、特に地方に行けば行くほどそういう構造があるかと思えます。ただ、金額で高い安いに流れると

いうよりも、その辺はリレーションの問題だと思います。その調査の内容によって金額が決まるとか、そういったところでそれなりの納得をしていただきながらやっているの、単にお金だけの問題ではないと思っております。

それから、2点目の調査員の質の問題ですけれども、調査員をずっと使っていると経験とか変な慣れとかを含めて、いろいろな問題が起きてきます。問題があった場合には極力排除しながら、あるいは再教育しながら使っていくという姿勢でやっているつもりです。本当に調査員のない地域に当たらない限り、今のところ民間的には、私の所属する会社で言うと、それなりに今の規模はカバーできる、つまり、だめだと言われたら代わりが当てられるぐらいの規模、もっと言えばそういった規模でしか受注していないと思います。

竹内座長 その場合、調査員は実際には調査の度ごとに臨時雇用の形になるわけです。一応計画的に関係は持っているのですね。

有藤常務理事 そうですね。守秘義務契約であるとか調査員雇用契約とか、そういったものを結ぶときに、それなりの条件提示をしている。当然その後、調査があった場合にアナウンスをするためのリレーションは保っているという、一応ネットワークみたいな形で持っています。

竹内座長 事実上やはり、そういう関係で、臨時雇用の調査員はかなりおられるのですか。

有藤常務理事 それを含めて、多くの会社は調査員数をアナウンスしているのではないかと思います。

小川委員 さっき500から1,000名ぐらいとおっしゃった。大手10社が実施したとすれば、5,000と10,000の真ん中で7,500名。だけど実際にはいないですね。だからそこら辺が単純に掛け算していくと、ものすごく大きな落とし穴が出てくるような感じがするのですけれども。

有藤常務理事 正直、紙にするのをためられるものに、調査員の重複の問題があり、業界内でもそんなに明確にできている話ではない。例えばA社が500名、B社が500名、延べで1,000名いるのだと考えるのは全く非現実的で、実は500名のうちの200名ぐらいは重複しているかもしれない。また別のところが700名と言えば、その重複が当然あって、実質で考えても、そんな大きい数にはならない。ですから、もしかすると1社のマックスの3倍とか4倍ぐらいまでぐらいが、日本で調査員として稼働している人の絶対数ではないかという感じはしております。

小川委員 プライバシー意識の高まりが、世論調査、マスコミにも影響を与えています。1990年ごろには各社70%ぐらいの回収率でした。ところが、今は50%そこそこぐらいになってきて、このままいってしまったらどうなるかと心配です。民間のこういう調査の場合に、ノンレスポンスに関する対応策を協会として何かお考えになっているのですか。

有藤常務理事 昔はこの辺の研究が協会内でもテーマとしてあったりしたのですが、最近あまりそういうことをやっていませんので、今それについての結論はないかと思います。ただ個人情報のお話が出てきてからは、訪問した場合、最初の段階での拒否的なものが確かに増えてきています。それに対しては、今のところ少なくとも調査会社的に言うと、いわゆる「個人情報を守ります」みたいなアナウンスの依頼状とか、今まで以上に情報発信をして協力率を高めようという努力が中心で、まだ別の調査方法に移行できる段階とは思っていないという状況です。調査員調査はどんどん回収率が悪くなっています。世論調査だけでなくマーケティング調査のようなものを全部ひっくるめて、例えば電話調査、郵送調査、インターネットの調査などへの移行が考えら

れます。また、いわゆる住民基本台帳ベースの調査も70%程度あれば代表性は確保できるのですが、それができなければ、モニター制度的なもの、どちらかという定性に近いようなものですが、これにシフトするという動きも想定されています。

新村委員 1ついいですか。大量の調査となるため一定の初期投資というふうに書かれておりますが、初期投資の中身というのは一体どういうものを考えておられて、それに対して例えば今総務省統計局が、どれだけサポートできるのかというようなところを。今調査員のお話が出ましたが、それ以外にも何かございますか。

有藤常務理事 あるかと思うのですけれども、今は具体的ではなく、結構アバウトに「初期投資」というふうに書いています。

新村委員 非常に大きくなりますよね、恐らく総務省の今やっている統計調査ですと。そうすると例えば、全体設計、デザイナーみたいな人とかが、そういう人的な話なのでしょうか。

有藤常務理事 人的な話と、多分、人的に含めるかもしれませんが、地理的な拠点の話と、それから実際にデータをハンドリングする意味合いでのシステム的な話があるかと思えます。

人を集める点では、今の統計調査員制度をそのまま移管できて、全国何万人かわかりませんが、使えるということが保証されても、ではそれを管理する人をどこに置いてということが考えられなければならない。民間の拠点について言うと、大都市には拠点があっても地方都市にはないとすると、そこで例えば50人を使わなければならない、ではその管理をどうするのだということと拠点をつくらなければいけないということです。

あるいは拠点をつくるのもそうですが、今までせいぜい11,000人ぐらいしかやり取りしない管理体制しか組んでいないのに、今度は10万人を例えば連絡をとって管理する、そうすると紙と郵送ベースという世界を多分超えていて、いわゆるデータベース的な管理で調査員管理をするとかという意味でのシステム的な管理が多分必要になってくる。

場所の問題、情報管理の問題に加え、実際に回収した後のデータ整理にしても、今通常民間でやられている世論調査はせいぜい12,000ぐらいのデータの量、それが10万などとなったら、単純な集計プログラム1つとってみても、データハンドリングにしても、ちょっと級数的に時間がかかったり手間がかかったりする。ではそこをうまく合理化してやれる体制を組んでおかないと、やったはいいいけれどもデータがどうしようもないとか、個々にいろんな面で、今のやり方とは全く違ったやり方で物を考えなければいけないという部分があると思えます。これらを初期投資と考えれば、いろんなものがあるかと思えます。

土屋委員 先ほど大規模な調査を自らは受けられないので、例えば企業グループみたいな形で受けるとしたら、そのときに問題になると思われる点というのは、先ほど調査員が重複しているということを1つ挙げられていましたけれども、他にどういったものが考えられますか。

それからもう1つは、今までにそのような経験はありますか。

有藤常務理事 1つは、調査員の管理にしてもデータのハンドリングとかにしても、先ほどTC225と言いましたけれども、それはあくまでも業界標準としてできる予定ではあるのだけれども、現状、調査会社はずっとそれなりの独自のやり方みたいなものを持ってきていますので、調査員管理あるいは回収管理、あるいは調査のいわゆるフローみたいなものが微妙に違うと思われれます。したがって、調査会社間での共同作業となると、調整事項がかなり多いであろうというのが1つ。

それから先ほどの調査員の重複の問題がありますから、単に足せばいいという問題でもないということが1つ。

それからもう1つ、共同体と言った場合に、これは私の個人的な意見かもしれませんが、考慮しているのは調査のいろいろなレベルです。1つの会社で全部カバーするというのはこの規模だと難しいであろう、したがって部分で切り分けて、それに見合ったマンパワーが提供できるもの、あるいはシステムが提供できるもの、そういった意味合いでの企業体のグループ化みたいなものというのでしょうか、共同プロジェクト風に考えることです。この場合、極端な言い方をすれば、管理をきちっとしないというか、共通認識をちゃんと持たないと、一部が勝手に動いて、結果的にトータルとして調査精度が落ちているとかという話になる可能性が考えられるということです。

これが、さきほど中間組織と書かせていただいたイメージです。

柳井会長 先ほどの初期投資に対する答えと今のとかなり一緒になる部分があると思いますが、どのようにシステムを構築するかという部分で、それぞれ別個にやってきた会社が一緒にやるには、相当システム構築に難しい部分があるという感じがいたします。

それから、さきほどご質問のあった回収率が落ちている部分に関して言いますと、内閣府でやっていらっしゃる「国民生活に関する世論調査」の時系列でこれを見てまいりますと、思ったほど不在や何かが増えているのではなくて、拒否が急速に増えているということです。このあたりが平成17～18年から個人情報保護法の問題との関係で急速に拒否が増えているということだと思いますので、これへの対応というのは極めて難しいのだろうと思っております。

舟岡委員 調査員の教育研修に関してですが、どこかの調査会社がコストを負担して研修したとしても、その調査員をずっと縛りつけることはできないわけで、それこそ協会のようなところが会員各社の利害を代弁するような形で、共同で調査員の育成・研修に取り組むことをお考えにならないのでしょうか。その場合でもフリーライダーが協会に加盟していない調査会社に発生することは確かですが、例えば協会加盟の調査会社がある種の入札をするときの資格要件として非常に重要であるということになりますと、協会主導で調査員の質の向上を図れるだろうと思うのですが、そのようなことをお考えになっていらっしゃいますか。

有藤常務理事 世論調査協会としては考えていません。この後マーケティング・リサーチ協会のヒアリングをされるそうですが、そちらの方はいわゆる業界の体制づくりとか品質的なもの、例のプライバシーマークの業界認定機関という役割を担っていますし、今のTC225なんかも認定機関になる予定だとおもいます。そういう意味で、JMRAでは調査法の研究等を含めて、今後どのようにやっていくか、周辺環境整備とかを考えられると思います。

ただ、先ほどのフリーライダーの話も微妙にあるのですけれども、調査員に要求するスキルというのが調査の内容によって結構違ってきています。例えば、面接調査で選挙の世論調査をやるという場合、過去の事例で、いわゆる学生等で少なくとも行ってその場で物が読めて、余分なことをやらなくて、頭で理解できて、つまり過去のスキルは別になくても、そこでマンパワーとして最低限のペースでコントロールができる人であれば、それでオーケーであるという意味合いでの調査員の使い方というのも部分的にはあります。

ですから調査員に対する要求スキルのレベルというものも、調査が難しくなれば調査員に要求されるものは大きくなるが、場合によってそこをなるべく軽くしていくような方法での調査のや

り方、調査票の構造を変えていくとかで対応している部分も若干あるということです。調査員の全体教育で調査員のキャパを増やしましょうということに業界全体として賛同するかどうかなんかは微妙だとは思っております。

竹内座長 まだお伺いしたいこともあるのですが、次の方もいらっしゃいまして、大変長い間、いろいろ方向付けをいただいてありがとうございました。こちら辺で1件目は終わりにしたいと思っております。どうもお3人、ありがとうございました。

木戸専務理事 日本マーケティング・リサーチ協会専務理事を務めております木戸と申します。よろしくお願ひいたします。

竹内座長 どうもお待たせしまして、よろしくお願ひします。

始めに10分程度ご報告いただいて、それからご質問等にお答えいただくということになっておりますが、よろしくお願ひいたします。ではどうぞ。

木戸専務理事 私は専務理事ではございますけれども、当協会専属ではございません。今日は会長の都合が悪くて、私がかわりに参りました。調査業界に40年近くおりますので、ご質問の趣旨についてはお答えできるように考えております。また、私自身のある種資格としましては、法政大学の大学院でマーケティング・リサーチ論を講じておりますので、逆にマーケティング・リサーチを利用される側を教育している立場もありますので、そういう観点からもお答えができるのではないかと思います。

全般的には、統計調査の民間開放とか市場化とかというようなことはいいことだと思いますけれども、ただご存じのように過去にいろいろとトラブルのあった調査機関もありますので、その根本の原因がどこにあるのかというようなこともぜひ議論された上で民間開放されるべきであると思っております。

端的にいいますと、コストとクォリティーはほぼ比例しているのではないかと考えておりますので、コストをうんと下げて、うんと高いクォリティーのものを出せというのはやはりどこか限界があるのではないかと。その辺が過去の問題の1つの原因ではないかと、我々一種の商業ベースで調査をしている者からは言えると思っております。

ですからぜひ、民間開放は進めていただきたいのですが、ただ幾つかそういうクォリティーを担保する必要があるのではないかと私自身は考えております。

当協会でもやはり、自治体等から受注している調査会社がたくさんございますけれども、どちらかというところ2分化してございまして、クォリティーを担保できないからもう行政機関の入札に参加しないというところもあれば、逆の立場を示していらっしゃるところもあるとご理解いただければと思っております。

事前にいただいた質問に対する答えを用意してまいりました。まず、最初に全国規模の調査ができる業者がどの程度あるのかにつきましては、やはり標本数と地点数に依存すると思っております。多分トップ10の会社はできると思っております。私の所属する会社では、基本的に行政の調査というのは最近あまり受けておりませんので、すぐやれと言われてもできないかもしれませんが、これはやはり標本数と地点数に依存しますということと、都市をどの程度層化して抽出するかによっても調査員の動員数が変わりますので、これはちょっと一概にはお答えできません。数といえば多

分10社程度はこなせるのではないかと思います。

内容的には特に問題はないと思いますが、これもやはり時間をどの程度かけられるかということだと思います。能力は皆さんあると考えております。ただし大都市中心という限定がつく可能性はあります。先ほどの層化の話と若干関連するかと思います。

それから、くまなくあるのかと言われますと、ありません。大都市中心です。

それから3番目です。可能な規模、これも時間の問題ですが、きのうもたまたま業界の集まりがありまして、各社の社長に少し聞いてみたのですけれども、自信があるのは1万サンプルぐらい。私の所属する会社でも5万サンプルぐらいの調査は月ベースでできますけれども、これは相当構えて合理化が進んだ形でやりますので、内容等によります。10万となるとやはり構えないと調査は難しいかなと思います。ちなみに、視聴率調査は全国で6,000サンプルを毎分単位でデータ収集しておりますので、これは相当コストもかかり、それなりに構えて、全国に支社を持って初めてできる規模でございます。

それから、事業者の要件というところで、このメルクマールというのが非常に難しいのですが、何が有効かと言われると、客観的なものは今のところ1つの尺度としてはないだろうと思います。

5番目の業者の資格認定制度のようなものとしては、Pマーク。当協会では全加盟社にここ1~2年のうちに取らせる予定です。取れなければ脱退させるというぐらいのつもりで、昨年からかなり力を入れてPマーク取得に取り組んでおります。

あとはISOの取得機関、これはまだ少数でございますが、当協会138社ぐらい入っておりますけれども、そのうちの10%弱ぐらいしかまだISOは取れていないと思います。これはご存じのように非常にコストと人が必要なものです。ただ、これに関しまして国際規格が近々統合される予定ですので、もう少し取得が楽になるのではないかと期待しております。

それから、調査員の資格というようなことが書いてありますが、これについての答えはノーです。既存のものはございません。かつて一種の運転免許証的なものを協会が発行しようというような動きはございましたけれども、“原付も特殊車両も1つの免許でいいのか”という話になりまして、この辺をどういうふうに制度化するかということで頓挫した経緯がございます。

それから、調査員の研修ということで、客観的と言われると困るのですけれども、何を客観的とするかによるのですが、各社所属の調査員に関して研修は行っております。特にPマークに関しましては、全員に一種の研修を実施することが義務づけられておりますので、そういう面でのPマーク及び個人情報保護に関して、これは各社特に昨年来かなり力を入れたと思います。

私の所属する会社に限って申しますと、年に何回か調査員を集めて慰労や表彰をしたり、そういう意味での研修と一種の育成を行っていますけれども、客観的にと言われるとないと思います。根本的な精神がやはり調査会社として調査員をいかに大事にするか、使い捨てにしないかということところがやはり調査のクォリティーを担保する一番のポイントだろうと我々は思っております。客観的に何分間で調査を終えられるかとか、何件説得できたか、この説得の能力というのは結構客観資料にはなるとは思いますが、きちんと書いていただいているかどうかというのはまた別問題ですので、その辺が難しいかなと考えております。

それから、連絡体制や照会、それからトラブルシューティング、これは似たようなシステムだと思うのですけれども、調査員との連絡のシステム、これは各社それぞれシステムを持っていて、

それなりの工夫がされていると思います。これも客観的にということになると、どういうふうにお答えしたらいいのか迷います。逆にどう答えるとおっしゃるのであれば、そういう形でお答えできると思います。

あとは照会、対象者からの問い合わせ、これはPマークでもまた個人情報保護法でも指導があるように、リストからの削除にすぐ対応できるように取り組んでおります。それで、対象者名簿のデータベース化ができていくかどうか、それがどの程度セキュアなデータベースになっているかということだと思います。

ここで抜け落ちがちなのが本人確認をどうするかということです。これについてかなりいろいろ手立てを考えた上で本人確認をして削除させていただくというような形で、これは主要な調査会社のホームページを見ていただくと、対象者からの照会タグというのがついていて、それに入力するといろいろな答えが出てくるというような形にほぼなっていると思います。全部調べたわけではありませんが、そのような形で一昨年来整備されております。

あと、対象者のトラブルシューティングというのは、これはもう誠意を持って対応するしかないというように考えていますので、例えば私の所属する会社の場合ですと、担当の部長が、九州であろうが北海道であろうが、できるだけ早く現地に赴き、トラブルシューティングするというのを制度としておりますので、そういうことは他の調査会社でもされていると思います。トラブルは時間が長引けば長引くほど悪い状況になります。そういう意味で、何時間以内に対応しているというなら客観的な手法かもしれませんが、これも正確にはイエスとは言いかねるかと思います。

最後の調査結果の他業務への利用、これは要するに結果を知った上でそれを別の目的に利用するという意味でしょうか。これは、もしそれが公になった場合に調査会社としては致命的ですので、法律やそういう問題ではなくて、一種の倫理として、また社の存続として、もともとあまりそれは考えられないと思います。あえてこういうご質問があるとすると、どういうふうにもっと別の角度で申しますと、その調査結果がどの程度漏えいしないように守られているかという観点であれば、最近では暗号化の技術も発達しましたし、データの受け渡しについて、暗号化しておりますので、そういうことで他の部門の人間がそのファイルにアクセスできないというような、アクセス権限の設定ですとか、そういう形ではやっておりますけれども、担当者本人が何か悪いことを考えれば何でもできてしまうということは否めないと思います。ですから、先ほど調査員は大事と言いましたけれども、社員も大事で、「仲間を裏切らないぞ」という気持ちにさせるのが我々経営者としての必要な指導ではないかなと考えております。この点は特に漏えい問題に関しては非常に悩ましいところではございます。

それから、ご存じのようにPマークの付与を我々がやっておりますので、逆にこのPマークの付与のために当協会に加入される方がこのところ一気に増えております。小さな調査会社も結局Pマークがないとクライアントに出入りしづらくなっています。そういう意味で、追い風と言えば追い風にはなるかと考えております。

あとは、先ほども少し申し上げましたが、民間開放はぜひおやりになるのがいいと思います。ここで一番のポイントは、先ほど申し上げましたクォリティーをどう担保するかということです。コストについては非常に管理しやすいと思います。予算は幾らしかないとはいえそれで済みます。

しかし、クォリティーについては、お手元にあるかもしれませんが、我々のクォリティースタンダードをどの程度遵守しているかということが1つの業者選定に関するチェックポイントだと思います。

当協会でも一種の品質表示のような制度を設けるべきじゃないかという話があります。特に今回住民基本台帳が閲覧できなくなりましたので、ほかの手段を幾つか考えなければいけないのですけれども、どういう手段でサンプリングをしたのか、その無作為性はどの程度高いのかというようなこと、それから回答拒否がどの程度あったのかなど、そういう一種のフィールドワークのクォリティーを示すような指標をクライアントに提示して、今回はこの金額でこういうところまでやりましたというような、一種のコストとクォリティーとを判断できるような、そういう品質管理といえますか、品質表示のようなものをやるべきではないかというような議論を業界内ではしております。特にアクセスパネルと申しますか、いわゆる無作為にその場限りで抽出するだけではなくて、一応パネル化されている対象者に調査をかける場合に必要です。これはネットリサーチが一番イメージしやすいと思うのですけれども、そのときに回答内容のクォリティーを、ネットリサーチですとかなり電子的にいろんな尺度が取れます。例えば、途中で逃げたとか、同じ答えをずっと機械的に5秒間に10個も入力しているとか、これはクォリティーがおかしいというようなことはすべて計測できますので、そんなことを一種検査・監査という形でやれるようなシステムを業界で共通で使うかというような話も含めて考えております。そういう意味で、もし民間に開放される場合はそういうことを要求されるのがいいのではないかと思います。

官庁から受注する調査の場合は住民基本台帳の閲覧ができるのだらうと思うのですけれども、できない場合の処置ということで、当協会では住宅地図を使った無作為抽出の方法論の確立を急いでおりまして、昨日もその研究会の発表をしました。これも幾つか問題点がございしますが、そちらの方向に行かざるを得ないと思っています。

あとは有効回収率をどう向上させていくかが、世論調査の世界も一緒だと思いますが、大きな問題です。調査員の質や住宅環境の大きな違い、一番端的なのはオートロックマンションの存在だと思います。これらにどのように取り組むかと言うことも重要ですが、推計にどのように生かすかということも重要になるかと考えています。オートロックマンションの世帯を外してもいいような推計の仕方があり得ると思いますので、そのようなことも含めて検討しなければいけないなというふうに考えております。

竹内座長 どうもありがとうございました。何かご質問もあると思うので、どうぞ。

大橋委員 ありがとうございます。冒頭におっしゃったクォリティーとコストとの関係で安いとクォリティーは悪いというのはよくわかります。今回の市場化テストにおける民間委託には、目的が2つあって、質の向上・確保という点と、より少ない費用でやるという点。ある意味では矛盾するような2つの要請があるのですが、その2つの要請を何とか矛盾ないように解決して、より質の高いサービスを提供してもらおうということで、1つの方法としては、総合評価方式がありますね。

総合評価方式といってもいろいろな手法がありますけれども、簡単に言えば、その提供される質を数量化して、それをかかる費用で割ったもの、だから仮に質が悪くてコストが悪いものも出てくるかもしれません。しかし、質がよくてコストが高くて、その2つを割りますから、費用

がかかるのだけでも提供するサービスがいいというものも、その入札においては上位に入る可能性もあるわけです。

だから、そういう総合評価方式によって何とかクォリティーというのを確保しようという方策を講じようとしているのですけれども、こういう総合評価方式というやり方について何かご意見、ご見解をお持ちでしょうか。

木戸専務理事 1つは尺度の問題だと思います。この手の複数の尺度をどういうふうに一本化するかという問題は、統計学というか、尺度構成法的にも非常に大きな問題ですし、今後何を評価項目として立てるかによって結果が変わってくるということです。ポイントはそのコンセンサスをどう得るのかということだと思います。

もしそれが業界なり発注側、受注側でコンセンサスが得られれば、おっしゃるように理想だと思いますけれども、もう1つコストの中に人件費をどの程度見ているのかというところがやはり課題です。この前のトラブルを起こした調査会社は人件費の計算部分が我々いわゆる民間の調査会社と全然違う構造を持っていて、人件費を入れても入れなくてもいいみたいな処理が可能なのです。そうすると、そこで計算の根拠になるコストが違ってきます。同じように人件費をかけなければいけないとすると、その尺度では通常の商業ベースの調査会社ではその調査はきっとできないだろうと思います。

ですからその辺をフェアにしていだかないと競争にもならない。だからいわゆる官庁の外部機関として育てた調査会社と、いわゆる株式会社で資本の論理でやっているところとは競争にならないと思います。我々は1つのジョブに対して人件費まできちっと見て、それこそ分単位で、だれが何時何分までこの仕事をやったというところでコスト計算をして、原価の管理をしながら仕事をやっておりますので、その辺をどんぶり勘定する会社と競合になると、我々としてはなかなか受注しづらいと思います。だからそういう意味ではおっしゃっている民間開放の趣旨はちょっと難しいと考えます。

2点、尺度の問題とコストをどういうふうに正確にとらえるかということだと思います。

大橋委員 今木戸さんがおっしゃった2番目のコストの計算について、入札に当たってその発注者の側から、こうこう、こういう形でコストを計算してきてくださいというスペックというか、そういうものが示されるのだけでも、この前生じたあまり適当でなかった会社の場合には、発注者側のコスト計算についての方法の提示の仕方が適切でなかった、つまり民間の実情にあったような形でのコスト計算の提示が発注者側からなかったということをおっしゃりたいのですか。

木戸専務理事 それはちょっと違います。少し誤解を招いたかもしれませんが、別の表現をさせていただきますと、例えば目標回収率があって、一定のコスト内で目標に近づけるためには何か無理をしなければいけない。それは無理しなくてもできるじゃないかという議論はありますけれども、何か無理をしなければいけない。そこで無理をすれば、やはり人件費だと思います。短期間にたくさんの調査員を投入するなり、社員が徹夜の残業をするなりして、その時間内でおかつ有効な票を集めるとすると、目に見えないコスト、当初想定していないようなコストをかけなければ目標に達しなかったということが原因なのではないかと推測しているのです。これはあくまで推測の域を出ませんので、もともと人件費をそういうところに認めるかどうかという、スペックの問題はそういうところにあるかだと思います。あまりフィールドワークというのにコス

トを割けないというようなところがあれば、やはり無理が生じるのではないかと考えております。

竹内座長 何かご質問ございますか。

舟岡委員 ちょっと関連するので、よろしいですか。

委託先から他の調査に比べて高額で受託できるケースのような場合にはどの部分の品質を高く維持してほしいというリクエストが多いですか。

木戸専務理事 2つございます。1つは無作為性を重視する、要するに推定精度をできるだけ標本理論にのっとった形にしたい。ですから回収率を非常に高くしてほしいという要求です。だからエリート調査員を投入して、多少時間がかかってもいいからやってほしいというケースです。これは非常にまれです。特に新製品の成功、不成功をきちっと推定しなければいけないというようなケースです。クライアントといいますか、そのメーカーの希望があってそういうことをやるケースがあります。

あとは、そこから得られた結果に関して、それなりに解釈をして内容を実りあるものといえますか、要するに意思決定に使えるものにしたいというケースです。分析とか解析部分に重きを置いたレポートを非常に重視される場合は、非常に利益率のいいケースです。でも実は先ほど申しましたように、人がそこで徹夜を何晩もしている可能性も実はあるのですが、それにしても十分にペイをします。

小川委員 先ほど金をかければクォリティーとコストのこと、プロポーショナルだという話があったのですが、何かちょっと恐ろしいような気がします。2倍お金をかけたといっても、私はそれで回収率が2倍よくなるかということ、そうではないのではないかと感じます。絶対的に拒否、断る人もいるわけですね。だからマージナルコストというのは途中からはものすごく上がっていくわけですよ。

木戸専務理事 ラスト・ワンミニッツといいますか、ラスト・ワンマイルというところで調査コストが、すごくかかるということがありますね。

小川委員 それだから、質をどうはかるかにもよるのですけれども、難しいところだなという感じがしました。

竹内座長 つまり、統計のデータ、質というものはよければいいに越したことはないのですが、マージナルコストみたいなものを考えると、調査目標というのがあって、それを達成すればいいじゃないかという、そういう考え方ももちろんあると思うのです。

木戸専務理事 今まで回収率はおよそ6、7割だったのですが、それが維持しづらい状況が我々としてもやはり一番つらいところです。5割を切ってしまうと本当に無作為なのかという話にどうしてもなりますから。

新村委員 2つ質問があります。1つはこのような民間開放という大きな動きに対して、加盟各社のお受けになる意欲はどういうものかということと、その場合の条件ですね。何をしたらぜひやりたいとおっしゃるのかということが第1点。

もう1つは、先ほど御所属の会社はあまり行政からののはやらないとおっしゃったわけですが、その理由。その理由は、やはりさっきの件費のお話なのか、それ以外にもあるのかを教えてくださいたいと思います。

木戸専務理事 まず1点目。意欲はあると思います。ただ、今までも行政から受注している調

査会社と、そうでない調査会社が存在している。その流れの中であるのだらうと思います。そのときに、やはり先ほどご指摘ありましたように、有効回収率を7割だと言われると、これはちょっと引けるなと思います。ただ、調査会社としては本当にそういう目標でやりたいという意欲は皆さんもお持ちだと思うのですけれども、数的にできない。それから先ほどのコストの話があるのですが、どこまでかけても7割を超えられないとすれば、まあ6割ぐらいで勘弁してもらって、そこそこのところで引いてコストを低減した上で、あとは推計のところを何かいい方法論を見つけてやるというところで可能なのではないかと。おっしゃるようにちょっと決定打はないというように思います。

2番目は、昔は私も営業マンでございまして、官庁を出入りしましていろいろ入札とかやりましたけれども、はっきり申し上げてほとんど儲からないですね。儲かるときは、先ほど言いましたようにコンサルティング部分が入るときですね。その辺があって、まあ人員をかける割には我々の利益にならない。十分な適正な利益が獲得できない。見かけ上は赤字で受注するわけにいかないですから、黒字でちゃんと処理しますけれども、それは実は人件費を過少評価していることになります。最近、社員をこき使うわけにはいかない状況になりつつあります。昔、我々が若いころは、別にこき使われても文句は出なかったのですけれども、最近はちょっと難しくなりましたので、そういう意味で企業的には非常に受注が厳しいというのが客観的な情勢です。

舟岡委員 先ほど調査会社がPマークのようなものを取得する動きが活発になってきたということをおっしゃっていましたが、協会に加盟するときの認定資格なるものを設けることに調査会社の方で何らかの抵抗、反対があるのかどうかと、もし民間開放したときにそういう資格要件を徹底することで批判が出るのかどうか。

木戸専務理事 その辺は逆に利害は一緒だと思うのですね。Pマーク取得ということは一定の水準を超えたオペレーションをやっているということを保証できますので、ぜひそれは要求していただきたいと思います。ですから、幾ら安くてもPマークの取れないような調査会社に発注されるのでは、協会としては品質保証しかねます。

舟岡委員 協会はそうなのでしょうが、協会に加盟してないもろもろの調査会社からの批判なり反論というのは起こり得ますか。

木戸専務理事 起こり得るかもしれませんが、当協会としては、加入をしているところに対してはPマークをここ1~2年の間に取ってくださいということをお願いしていて、取れないければ脱退していただくということですので、Pマーク、イコール、マーケティング・リサーチ協会という指導をしております。そのためにそういう指導員といいますが、コーチも派遣して取れるように支援をするという形にしておりますので。

舟岡委員 加盟会社から目立ってそれに対して反対するとか抵抗することはないのですね。

木戸専務理事 その心情、真のところはわかりませんが、取っていただいています。2人、3人の小さな調査会社でも取っていただいております。

土屋委員 Pマークを認定するための具体的な基準というのはどういうものなのかということと、あと、一度取ればもうそれはそれでおしまい、ずっと。何年ごとにもう一回審査するということはあるのですか。

木戸専務理事 内部監査をしなければいけないというようなルールもありますし、これはもと

もとISOの上位概念だというふうに考えていただいていたと思います。ですからPマークというのは実はやさしいものではなくて、ISOよりも上位のものですね。さらに当協会ではクォリティスタンダードという形でかなり倫理的なものを含めて要求しております。Pマークは一回取ってしまえばおしまいではなく2年に1回更新審査がございますし、審査状況によっては取り消しの可能性もございますが、悪いことをしたとしても、よほどでないで資格を剥奪できないのですよね。だから一回くらい違反しても運転免許証は取り消しにならないのと一緒で、点数制でも用いなければいけないかなというようには思っています。

竹内座長 いろいろ質問に答えていただきまして、ありがとうございました。ぜひ最後にもう1問という方がいらっしゃったらどうぞ。

大橋委員 Pマークの話で、そのPマークの取得を民間開放の資格審査の条件にするということは、競争制限的になると考えるのか、それとも、いやそれは当然だということなのか、どう評価したらいいですか。

木戸専務理事 その立場によると思います。調査会社はどこかの調査会社を使ったりするのですけれども、確かに、例えば我々が、今Pマークを持っていないとお仕事をあげませんよというのは、これはよくないと思うのです。けど実態はそうなっているという形です。端的には、要求していいと思います。Pマーク取得のプロセスを会社として経たかどうかというのは非常に重要なことです。Pマークはただ守らなければいけないとか、遵守事項を社員が読んだという意味ではないですから、企業として重要なプロセスを踏んでいるというふうに思いますので、ぜひそれはご利用になるべきだと思います。今は逆にそれしかないと思いますね。

竹内座長 いろいろ、たくさん伺いまして、どうもありがとうございました。

次の議題に入る前に、前のご議論いただいた科学技術研究調査の調査対象に関する意識調査及び個人企業に関する経済調査を補完する意識調査について、簡単にご説明いただけますか。

飯島課長 前回までご議論いただきました科学技術研究調査、個人企業経済調査、それぞれに関する意識調査につきましては、前回の研究会の後、また幾つかご意見もいただきましたけれども、最終的に本日お配りしました参考2と3の中身で決めさせていただきまして、これで準備を現在進めているという状況でございます。

竹内座長 時間がこの場ではなかったのですが、皆さんにもう一度ご意見を伺ったので、大体皆さんのご意見に沿って行われたと思いますが、ちょっとくどいようですが念を押しておくことは、この中で官と民のいずれがよいかというような項目があっても、そのアンケートの結果でそれがいいか悪いかを判断しようということではない、そういう趣旨ではないということをご改めお断りしておきたいと思っております。それは、そういうのをどう感じているかということの意識を聞いているだけで、それがいいか悪いかの基準にしようというわけではないということをご注意ください。

それで、今日は16時30分までということなのですが、あまり時間がなくなりましたが、最後に、世帯を対象とする意識調査についてという議題があるのですが、それをどういうふうにするかということについての案が出ていますので、それをまずご説明いただいて、場合によったらご議論を次回に延期しようかと思っておりますが、ちょっとご説明だけいただきたいと思っております。

飯島課長 資料3に付けてございます世帯を対象とする意識調査についてということをご簡単に説明させていただきます。

前回の研究会におきまして、この世帯を対象とする意識調査につきましては、労働力調査の対象となった世帯に対して実施する方向で内容をさらに詰めるようにということで終わっていたかと思えます。

それを踏まえまして、調査の対象といたしましては、2番のところでございますが、労働力調査の調査対象のうち、今年の4月に調査が終了した世帯の中から5,000世帯を選定して実施するというので、調査は7月中～下旬に実施をいたしまして、8月中に結果を取りまとめるようなスケジュールでできないかということで考えております。

そういうことで、調査の内容は2ページ以降にございますけれども、お時間が大分なくなって恐縮ですけれども、ご意見などをいただきまして、次回の研究会の場でもう一度ご議論いただくようなスケジュールだとちょっと間に合わなくなってまいりますので、この場でご意見をいただき、追加のご意見をまた頂戴して進めさせていただければと思っております。

意識調査の内容ですが、2ページのところに全体像がございます。個人企業経済調査あるいは科学技術研究調査でご議論いただきました調査の内容をほぼ踏襲する形です。第1部といたしましては、調査票を受け取ったかどうか、実際に提出したかどうか、それから調査員の対応がどうであったか、調査で困った点があったか、こういう調査の状況について具体的に質問をかけまして、問5で調査員の身分が公務員であったかどうか、公務員であったことを知っていたかどうか、こういう質問で終わっております。

第2部で、民間委託検討に関する質問を入れておりまして、最初に5ページのところになりますが、四角囲みで説明を入れまして、その後、2つの事務について都道府県がいいか民間がいいかという質問をかけた、それぞれサブクエスチョンでその理由を聞く、そういう構成にしております。

2つの事務と申しますのは、その図のところでございますが、調査票を提出する提出先がどこであるか、それから疑問があった場合の質問・問合せ先がどこになるか、その2つでございます。

最後に、意見があれば自由に記入してもらって、このような設計で現在考えてございます。

以上です。

竹内座長 どうもありがとうございました。

基本的には個人企業経済調査のときと同じような質問になっていると思いますが、それで、ワーディングなんかについてはいろいろご意見がありましたら、またあとでお寄せいただいても結構ですが、とりあえずこの場で何かご意見としてありますか。

舟岡委員 この世帯を対象とする意識調査について、その意味がわからないところがあります。個人企業経済調査ですと、民間委託で試験調査を行ったケースと通常の調査の、2つの比較する対象があって、それぞれで回答にどのような違いが出たかについて検討できますが、世帯を対象とする意識調査については、既に労働力調査が依頼された対象であるに過ぎず、意識調査から何が明らかになるのか。むしろ、調査票を提出していない非協力の世帯についても意識調査を今回行うということであるなら、非協力である世帯と協力してくれた世帯の間で意識の違いが明らかになるような設問にした方が適当だろうという気はします。個人企業経済調査や科学技術研究

調査と同じ内容で意識調査を行って、そこから何が得られるかよく理解できない。全体的にもうちょっと工夫の余地があるかなという気はしています。

竹内座長 その工夫の余地というのはいいですけども、どういうふうに工夫したらよろしいですか。

舟岡委員 非協力と協力の違いが何によるかが浮かび上がるように設問を設定して、そのことが民間開放と絡むようなことがあるのかどうかを検討するということです。

竹内座長 一応この質問書の中に、提出しなかった調査票がある、それでその場合にはというのがありますね。もう少しそこは拡充したほうがいいということですか。

舟岡委員 私もまだ十分詰めて考えていないのですが。

竹内座長 一応、なぜ提出しなかったかというのはあるのですね。

舟岡委員 非協力世帯はどれくらいあるのですか。

新村委員 調査対象は4万世帯ですね。

竹内座長 その場合に、私は質問票も問題あるけれども、5,000はどういうふうを選ぶのですか。

飯島課長 5,000といいますのは、今年の4月に調査が終了した世帯というのは、厳密に言うと約1万あるわけですけども、その1万のうち半分は同じ調査区でまた、別な世帯があと2か月調査を継続しまして、場合によっては調査区があまり小さいと1つの世帯でまた継続してその次の2か月間も調査がかかる可能性もありますので、完全にその調査地域の調査が終了するという観点でいきますと5,000になります。

竹内座長 そうすると、問題はこの5,000の中にどのくらい非協力世帯が入るかということですよ。逆に言えば非協力世帯についてはもう少し重点的にほかのところを取ってもいいのではないかとということも考えられる。

舟岡委員 非協力の背景として、例えば官に対して協力できるかというような意識があるのかもしれないですね。

竹内座長 その場合に、もちろん非協力世帯がこの調査に協力してくれないというのがもう一遍あり得るかもしれませんがね。意識調査そのものにもね。だから、非協力の事情みたいなのがあるかもしれないけれども、逆に言えばある程度、もし5,000世帯のうち非協力世帯に当たるのが50世帯しかなくて、そのうちさらに半分は非協力の非協力で25世帯しか出てこないというようなことになると、ちょっとまずい気もするのですがね。どうでしょうかね、その辺。

飯島課長 今正確な数字まで手元にありませんけれども、大ざっぱに申し上げまして、未回収率が大体1割強ぐらい。ですから5,000あれば結構出てきます。労働力調査は代替標本を取ってありませんので、生の数字としてそのくらい、5,000のうちの1割強は未回収という状況でございます。

竹内座長 それから、そのほかに不完全記入みたいなものがあるのですか。

飯島課長 中にはあるかと思いますが。

竹内座長 そうすると、未回収がそのくらいあるとしたらそれでいいのですけれども、その500に対して、そこは積極的に働きかけをしていただいて、そもそもこんなものに協力しなかったじゃないかと、放っておかれたら困りますから、そこのところはちょっと考えていただいて。

飯島課長 意識調査自体は郵送で調査をかけますので、回収率がどのくらいになるかというの

はまだ見込めませんが、できるだけ督促をしようと思います。

竹内座長 督促を重点的にやるということを考えていただかないといけないと思います。何かご意見ありますか。ワーディングについては後でご意見を直接お寄せいただければいいと思うのですが、何かありませんか。

今日はヒアリングを大分熱心に伺ったものですから、時間がオーバーしてしまいましたけれども、これについてはもしご意見がありましたら事務局の方にお寄せいただくということにさせていただいて、やっていただくことはやっていただくようにしたいと思います。それで、来週中に直接事務局の方にお寄せくださいということでございます。何か実施までの期日が迫っているようで、そういうふうをお願いしたいと思います。

本日の議題はこれで終わりたいと思いますが、次回の研究会は実査の現場に関わっていただいている地方公共団体の方からヒアリングを行う予定であります。またその場合に、ヒアリングだけでなく、座長が必要と認めるときは関係者に研究会に出席を認めることができますとありますので、次回研究会では地方公共団体の統計関係の方にもご出席をいただいて会議にご参加いただく。ご参加ということになるのかな、オブザーバとしてかどうかわかりませんが、おいでいただくということになるかと思っておりますので、その点もご了解いただきたいと思います。

今日はちょっと時間が延びまして、いろいろご意見をいただき、どうもありがとうございました。

第4回の研究会はこれで終わらせていただきます。