

2004 年度修士論文

インターネットリサーチにおける
ボランティア・パネルの特性に関する研究

指導教授	岡太彬訓
研究科	社会学研究科
専攻	応用社会学専攻
課程	博士前期課程
学籍番号	03MA002W
氏名	出口慎二

目次

SUMMARY.....	1
序.....	8
1. 背景.....	11
2. 本稿で扱う範囲.....	12
3. 論点の整理.....	14
4. 調査の方法.....	15
5. 調査の結果.....	17
5-1. 結果の概観.....	17
5-2. 一般的性格の尺度に関する確認.....	17
5-3. インターネットの利用程度およびパネル登録意向の定義.....	20
5-4. インターネットの利用程度およびパネル登録意向による群間の回答傾向の比較.....	22
5-5. インターネットの利用程度およびパネル登録意向による群の一般的性格の比較.....	29
5-6. 「全体」「ネット」「パネル」間における一般的性格の比較.....	33
6. 考察.....	38
6-1. 今回考慮されなかった事項.....	38
6-2. ボランティア・パネルか、プレ・リクルーテッド・パネルか.....	39
6-3. 「全体」より「パネル」群のほうが多く「人情課長」を選択.....	39
6-4. 一般的性格に関する特性.....	41
6-5. カタヨリの有無よりその把握を重視.....	42
7. 結論.....	42
8. 補遺.....	43
8-1. プロペンシティスコアを利用した調整.....	43
8-2. 方法.....	44
8-3. 共変量に使用する変数とモデル.....	46
8-4. 結果.....	47
8-5. 考察.....	58
注.....	61
引用文献.....	71
9. 付録.....	74
9-1. 調査票.....	74
9-2. 単純集計.....	78
9-3. 既存調査との比較.....	87
9-4. 尺度得点の分布.....	92
9-5. 尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低別）.....	97
9-6. 尺度得点の比較（アドレス記入の有無別）.....	102
9-7. 尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低×アドレス記入の有無別）.....	107
9-8. 加重集計結果（モデル5）.....	118

Summary

An investigation into personality traits of volunteer panels for web surveys

Shinji Deguchi

(Rikkyo University Graduate School of Social Relations)

The purpose of this study is to describe personality traits of volunteer panels for web surveys comparing with those of the whole target population by an approach like perspective study and a personality inventory. I conducted self-administrated paper questionnaire surveys to first and second year students at an University located in Tokyo, Japan. Then, the respondents who answered they used the Internet 20 days or more in last one month, and registered own E-mail addresses to participate future possible web surveys — these respondents defined as "volunteer panel group" in this paper — showed higher score on self-display and enterprise related sub scales of a new personality inventory (Yanai, Kashiwagi & Kokusho, 1987) against whole respondents.

As Couper(2000) indicated, statistical inference to the population of interest is not possible from web surveys of non-probability methods such as volunteer panels, and probability-based methods such as pre-recruited panels are important for a survey in the scientific sense of the word. So researchers who deal with sampling surveys are mainly concerned with web surveys of probability-based approach (A study on new survey methods for the changes in survey environments research group, 2004). But many of web surveys performed by web survey industry in Japan are those of volunteer panels because of, for examples, its relatively modest cost to create panels of large size which are sufficient to target survey samples with their several characteristic.

As to pre-recruited panels, Couper(2000) indicated, because in this approach panels are created through interviewing and recruiting to probability samples who selected from defined target population, the information about both those who did agree with the recruiting and those who did not can be obtained, so this approach is very useful for exploring the nonresponse bias associated with web surveys. Correspondingly as to volunteer panels, there is no clearly defined target population and no procedure to ask each person directly to participate in volunteer panels, so findings about sample selection from studies about pre-recruited panels are not necessarily suitable for volunteer panels.

Consequently, studies on volunteer panels are required for users of web surveys of such panels to know who are the respondents of such type of web surveys. Nonetheless because volunteer panels is created by non-probability approach, it is impossible to know the relations between resultant panels and pre-defined target population. So the way available to know who the respondents of web survey of volunteer panels are is not theoretical but empirical one. Then accumulation of data under the design controlled similarly and the same measure of its nature should be needed to get reliable findings with web survey of volunteer panels.

In this paper I restricted the concern about web survey of volunteer panels to the nature of the panels themselves, and restricted this nature not to of panels who have been members of some volunteer panels now but to of those who are intended to register for volunteer panels because those who have been are possibly changed in

response by answering prior surveys (Kalton, Kasprzyk and McMillen, 1989).

For the seek of discrimination "volunteer panel group" who are intended to register for volunteer panels from whole population I used the approach resemble to recruiting on creating pre-recruited panels. At first I fixed the target population so that each member of the population is similar to each other in various aspects. Then I prepared a space for respondents who are willing to participate future possible web surveys voluntarily to fill in their E-mail address on the end of the questionnaire sheet. At the same time I contained a question about the Internet use, because real members of volunteer panels register on the Web, for example, through Internet portals or well-traveled sites with banner ads inviting visitors to registration pages. As mentioned later I defined those who use the Internet frequently and filled in E-mail address as volunteer panel group. In this procedure what is questioned about intention to register for volunteer panels is not a status both past and current but a status ahead, so can be said to be an approach like perspective study.

For the sake of measuring the nature of volunteer panel group by means to make effective accumulation of data possible I used the personality inventory named "a new personality inventory (NPI)" constructed by Yanai, Kashiwagi & Kokusho (1987). This inventory is constructing by metrical approach and the procedures and results are reported clearly. Additionally it is reported that NPI measures a wide area of personality traits which covers the Big Five (Wada, 1996).

Finally the purpose of this study is to describe personality traits of volunteer panels for web surveys comparing with those of the whole target population by an approach like perspective study and a personality inventory.

Method

I conducted self-administrated paper questionnaire surveys. I fixed the target population for first and second year students at Rikkyo University College of social Relations which located in Tokyo, Japan. And I conducted the surveys to whole of the target population using required course of auto-registration to cover whole of the target population without overlapping. These surveys were conducted from May 13, 2003 to July 1, 2003 and the number of students in the target population as at May 1, 2003 was 1,112.

To discriminate volunteer panel group from whole respondents I contained two questions into questionnaire. One is the question about the Internet use. The question is "How often did you use the Internet to browse web pages or to get any data in last one month?" and response categories are "almost every day", "about 20 days", "about 10 days", "a few times" and "did not use". By this question I defined respondents who answered "almost every day" or "about 20 days" as "use Internet high group", and those who answered other categories as "use Internet low group". The other is the question about intention to register for volunteer panels (see figure 1). By this question I defined respondents who filled in E-mail addresses here as "filled in address group", and those who didn't fill in as "didn't fill in address group". Then I defined respondents who are both use Internet high group and filled in address group as "volunteer panel group".

In addition the important point when I conduct surveys is not to mention something to urge entry on the space to write E-mail addresses. If urge then respondents who filled in comes to who correspond to not volunteer panels but pre-recruited panels.

I'll conduct questionnaire surveys like this on the Internet later. Although there is no rewards on this time, there will be some rewards by the lottery in later surveys on the Internet.

If you don't mind to participate in such questionnaire surveys, please fill in your E-mail address below. I use the information you filled in only to invite you to our survey research and never use for any other purpose.

@

figure 1. the questionnaire to measure the intention to participate in web surveys. This questionnaire was on the end of the questionnaire sheet. Respondents who filled in are defined as "filled in address group", and respondents who didn't fill in are defined as "didn't fill in address group". The respondents who are in both filled in address group and "use Internet high group" (if they responded to the question "How often did you use the Internet to browse web pages or to get any data in last one month ?" with either "almost every day" or "about 20 days", then they are defined as use Internet high group), then they are defined as "volunteer panel group".

To measure personality traits of volunteer panel group comparing with those of the whole target population I contained 39 items from 130 items of NPI into questionnaire. NPI consists of 13 subscales and each subscale consists of 10 items. In the process of constructing NPI, 12 subscales of 120 items are fixed by factor analysis, and other 1 subscale of 10 items are added later. So regarding 12 subscales which fixed by factor analysis, I selected 3 items per each 1 subscale in descending order based on the values of factor pattern coefficients of 120 items showed in Yanai, et al. (1987). And according result 1 subscale related imaginarieness, I selected 3 items in descending order based on the first principal component coefficients of 10 items of the subscale showed in Yanai, Kokusho (1987).

And I also contained some other question which are used in many past surveys to enable to compare the result of the surveys I conducted with those of other recent surveys at grand total tabulation level and cross tabulation level. At grand total tabulation level I compared to some results of surveys which conducted by reliable organization such as governmental related organizations or newspaper publisher of national paper, etc using face-to-face surveys of probability sample. At cross tabulation level I compared to the results reported in Yokohara, Takeda and Hosoi (2003). In this study many comparisons between whole respondents of face-to-face survey of probability sample, Internet users of the survey, web survey respondents of pre-recruited panels and those of volunteer panels were reported.

Regarding analysis of data, I did roughly three procedures. One is confirmation whether the surveys I conducted have shown the same tendency of past surveys. This is done by comparing each results of common questions between my surveys and other recent surveys. Two is confirmation about items from NPI. I performed factor analysis with promax rotation similar to the way reported in Yanai, et al. (1987) to the data of 39 items which obtained from my surveys, and I used for succeeding analysis only subscales of which each 3 items showed higher loading on the same factors. The last is comparing scores of personality traits calculated from 3 items per subscale among some groups. Concretely I drew comparisons by three steps — one is comparisons between

use Internet high group and use Internet low group, two is those between filled in address group of use Internet high group and didn't fill in address group of that and three is those between whole respondents, use Internet high group and volunteer panel group (volunteer panel group is the group of respondents who are both use Internet high group and filled in address group). Because use Internet high group is a part of whole respondents, and volunteer panel group is a part of both use Internet high group and whole respondents, so I cannot perform some statistical tests which assume independence between groups. Therefore I did above two comparisons before comparing scores between whole respondents, use Internet high group and volunteer panel group.

Results

Number of valid responses are 882, so valid response rate against whole of the target population(N=1,112) is 79.3%.

At first I compared some results of my surveys to other recent surveys at the grand total tabulation level. My survey is conducted to first and second year university students (they are often about 18 to 20 years old) and many of other surveys are conducted to voter (they are 20 or more years old). So on comparing I used the results of students or twenties as possible regarding other surveys to compare. Then there were nothing particular as to questions about university life (whether your university life is fruitful, whether you like your university, whether you are better off on money), the degree of life satisfactory, consciousness and attitude (which do you think more important, society or individual life; which do you prefer as your boss, a person who respects work rules but don't look after you except work or a person who sometimes demands extra work but looks after you outside of work) and cabinet's approval rating.

Then I compared the results to Yokohara, et al. (2003). Here I compared about the questions such as use of information equipment (mobile phones, Personal Digital Assistant, laptop computers, desktop computers, printers, faxes, digital cameras), the degree of life satisfactory and personal attitude (the same as above questions about boss). And I conformed here whole of respondents, use Internet high group and volunteer panel group in my study to whole respondents of face-to-face survey of probability sample, Internet users of the survey, web survey respondents of volunteer panels in a Yokohara, et al.'s study. Then I looked at whether similarities with results of my surveys and those of Yokohara, et al.'s were shown in the pattern of difference between each group. In the result some degree of similarities were found except personal attitude question. But it is easy to imagine that the answer to this question is effected by work experience.

Trough these comparison I judged my surveys are not so particular, and are valid to further investigations.

Next I checked the results of items from NPI using data of 867 cases which have no missing data over 39 items in whole valid 882 cases. In this procedure I performed factor analysis with maximum likelihood method to extract initial solution and promax rotation to obtain oblique solution, using FACTOR command with subcommand EXTRACT=ML, ROTATION=PROMAX(3) of SPSS (Base) 10.0J. At first I did factor analysis of 39 items then obtained factor pattern coefficients did not show simple structure with 2 subscales about depression and activity. And I did of 36 items except 3 items of either subscale, then did not show simple structure with the other subscale. So I did of 33 items except 6 items of these 2 subscales, then obtained factor pattern coefficients showed nearly simple structure. Then the results of goodness-of-fit test was

χ^2 (220, N=867)=250.034, p=0.080. And I tried the analysis by principal factor method with iterative estimation instead of maximum likelihood method then obtained results were almost same as that of maximum likelihood method.

Therefore as to items from NPI I decided to use 33 items of 11 subscales. And I calculated the scores of these 11 subscales from answers to these items. Each item have three response categories "yes", "undecided" and "no". And scores are calculated by giving "yes" to 2 points, "undecided" to 1 point and "no" to 0 point, so scores of each subscale range from 0 to 6.

Finally I compared the scores between groups. In comparisons between use Internet high group and use Internet low group, there were barely difference in distribution of the scores of subscale about enterprise (see figure 2). The result of chi-square test was χ^2 (6, N=859)=9.799, p=0.133, and the result of Mann-Whitney test was U=77198, Z=-3.076, p=0.002(two-tailed). In comparisons between filled in address group of use Internet high group and didn't fill in address group of that. There were one remarkable differences in distribution of the score of subscale about self-display (see figure 3). The result of chi-square test was χ^2 (6, N=859)=25.191, p=0.000, and the result of Mann-Whitney test was U=30862.5, Z=-3.956, p=0.000(two-tailed). And as to other subscales there were a little differences in those of some scores but not so remarkable ones.

Based on the above, I looked at the two subscales about enterprise and self-display and the results of comparing scores of these 2 subscales between whole respondents, use Internet high group and volunteer panel group are shown in figure 4. As to the subscale about enterprise, the dispersion of the score was smaller and the central value of that was a little higher in volunteer panel group. As to the subscale about self-display, the dispersion of the score was a little larger and the central value of that was higher in volunteer panel group.

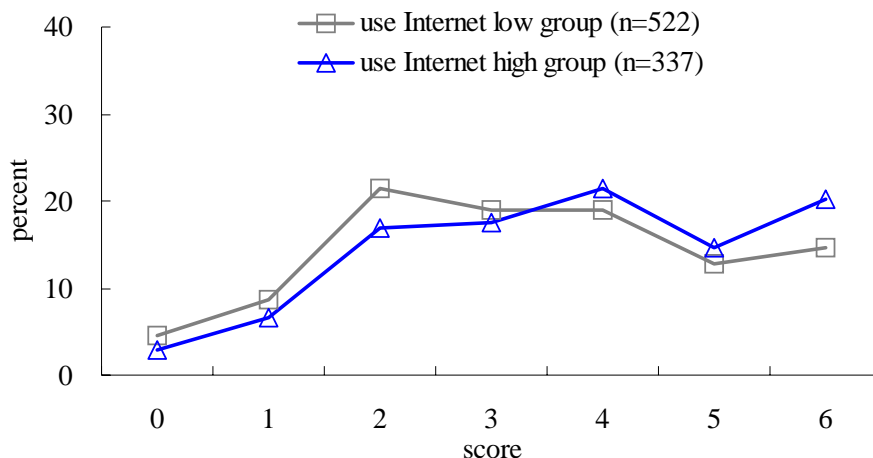


figure 2. the distribution of score of the subscale about enterprise by frequency of the Internet use.

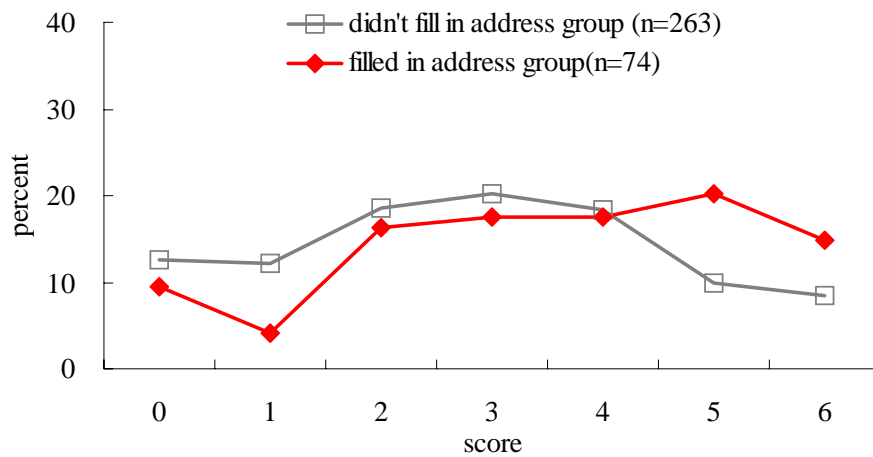


figure 3. the distribution of score of the subscale about self-display by the intention to register with volunteer panels for web surveys of use Internet high group.

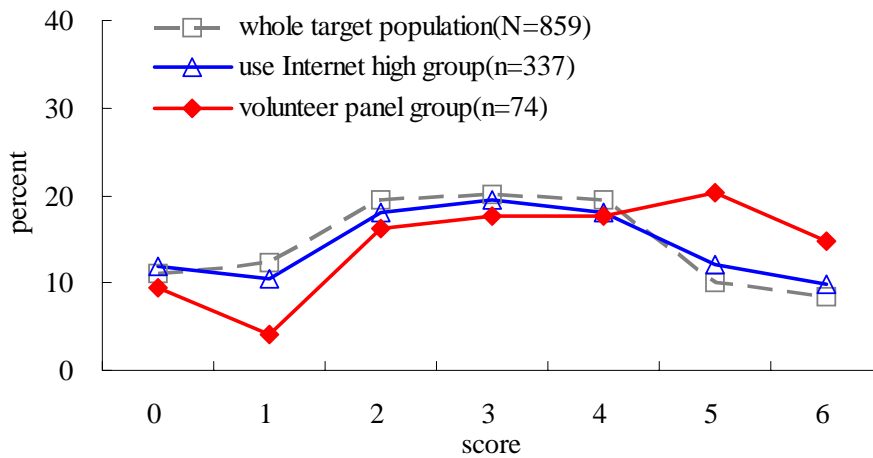
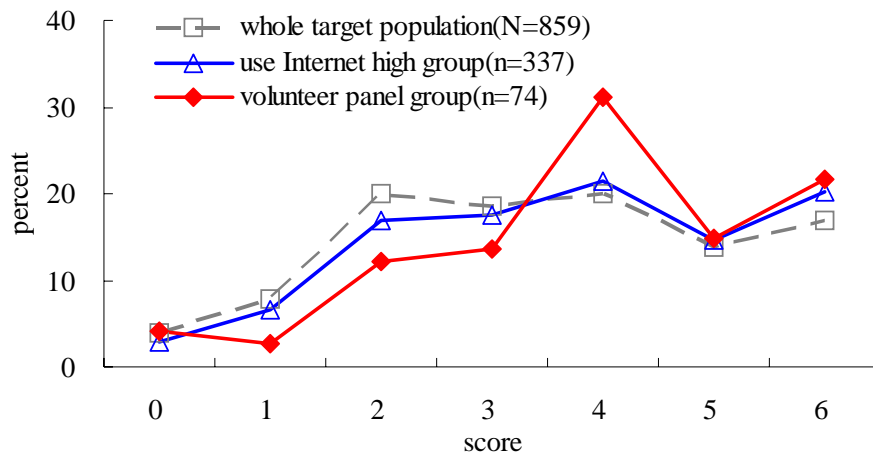


figure 4. the distribution of score of the subscale. The upper figure is about enterprise, the lower figure is about self-display.

Discussion

I conducted self-administrated paper questionnaire surveys with questions for measuring the intention to register with volunteer panels for web surveys and personality traits to first and second year students at an University located in Tokyo, Japan. Consequently, it was indicated for the personality traits of volunteer panels for web surveys that the natures of enterprise and self display are stronger than the whole of the target population. Concretely the persons whose nature of enterprise are strong are those who want to do something out of the ordinary instead of ordinary life, want to invent various things, and prefer to use their heads for new ideas. And the persons whose nature of self-display are strong are those who want to be in the spotlight, want to be outstanding anyway, and want to win prizes.

This conclusion is drawn from the responses of specific university students defined as a target population here, but according to some above comparisons with other surveys this finding may be applicable to further population hopefully. At least these finding can be drawn, so these approach would be valid for study about web surveys of volunteer panels.

Reference

- A study on new survey methods for the changes in survey environments research group (2004). Internet chosa no shinraisei to shitu no kakuho ni mukete no taiketeiki kenkyu (A systematized study for ensuring of reliability and quality over web surveys). Retrieved June 24, 2004, from <http://www.jmra-net.or.jp/book/internet.pdf> (in Japanese).
- Couper, M. (2000). Web surveys : A review of issues and approaches, *Public Opinion Quarterly* **64**(4), 464-494.
- Kalton, G., Kasprzyk, D., and McMillen, D. B. (1989). Nonsampling errors in panel surveys. In D. Kasprzyk, G. Duncan, G. Kalton, and M. P. Singh (Ed.), *Panel Surveys* (pp.249-270). New York: Wiley.
- Vehovar, V. and Lozar Manfreda, K. (2003). Meta-analysis of web surveys. Book of abstract, ISM symposium "Examination of the current status of Internet surveys: Evaluating the quality, standards and usefulness", March 25, 2003, Tokyo, Japan, 1-14.
- Yanai, H., Kashiwagi, S. and Kokusho, R. (1987). Construction of a new personality inventory by means of factor analysis based on Promax rotation. *The Japanese Journal of Psychology*, **58**(3), 158-165.
- Yanai, H. and Kokusho, R. (1987). Shin seikakukensa no sakusei ni tuite (As to construction of a new personality inventory). *Examination research*, **124**, 2-11 (in Japanese).
- Yokohara, H., Takeda, M. and Hosoi, T. (2003). DENTSU_R-net ni motodoku Internet chosa no kensyou (Examination of the web surveys based on DENTSU_R-net). Book of abstract, ISM symposium "Examination of the current status of Internet surveys: Evaluating the quality, standards and usefulness", March 25, 2003, Tokyo, Japan, 55-74 (in Japanese).

序

インターネットの普及にともない、インターネットを介して回答を収集するタイプのアンケートが日常的に行なわれるようになってきている。そうしたインターネットリサーチは、市場調査におけるコストや時間の削減のほか、様々な利点を持っている。たとえば効率よくターゲットを絞り込んで意見を聞ける、調査員が介在すると聞きにくいセンシティブな問題を聞きやすい、電話や訪問では補足しにくい人々の協力を得やすい、回答がデジタルデータとして得られデータ作成の手間が大幅に削減される、様々な関連技術を取り込んでよりニーズにあった調査をカスタマイズしやすい、などといった点があげられるだろう。

他方で、現在行なわれているインターネットリサーチは、多くの場合、インターネット上での募集の告知に気付いて自らアンケートモニターに登録する人々から構成されるボランティア・パネルを対象として行なわれている。このため、質問した範囲での回答者プロフィールは分かるものの、その人たちが、そうしたプロフィールを有する集団全体を代表しているのかどうかは知るすべが無い。

このように、問題を抱えながらも広く利用されるようになったインターネットリサーチだが、国内におけるインターネットリサーチに関する体系的な研究となると、「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループが1997年以降行なってきた一連の研究のほかは、これといった成果が公表されていない。そして、数年にわたって研究調査を重ねていくなかで、この研究グループの関心は、あらかじめ定めた目標母集団から無作為抽出した対象者にパネル登録を依頼して構築する、プレ・リクルーテッド・パネルを用いたインターネット調査に絞り込まれていき、ボランティア・パネルを用いたインターネットリサーチは研究対象の外に位置づけられることとなった。つまり、実態と研究の間に乖離が生じてしまっているのである。

もちろんこのほかにも、インターネットリサーチと従来型調査を比較したレポートはいくつも公表されているが、比較のための条件の統制が十分行なわれ、そうした調査設計が十分に説明されたものとなると、なかなか該当するものが見当たらない。また、仮にそうした良く設計された調査の結果が報告されているとしても、それぞれがそれぞれの設問に基づいて結果を解釈するばかりであるならば、個々の報告を関連付けて解釈することができず、なかなか信頼できる知見が蓄積されない。

本稿で報告する研究は、こうした問題意識のもとに、主に以下の2点についてデータに基づいた具体的知見を得ることを目的とした。

1. ボランティア・パネルの特性を一般的性格という点について把握する。目標母集団全体と、そのなかのボランティア・パネルへの登録意向を示した群との間で、一般的性格を比較し差異を把握する。
2. そのために採用した本稿のアプローチが、実際にボランティア・パネルの特性把握に対して、なんらかの具体的知見をもたらすかどうか確認する。

こうした目的のもと、次のような設計思想に基づいた調査を行なった。まず、考察対象は現状主流であるボランティア・パネルを用いたインターネットリサーチとし、関心を調査モニター、すなわちボランティア・パネルそのものに絞らんだ。このため、ボランティア・パネルに登録する人かどうかという点だけに着目できるよう、調査対象の集団は1つに定め、この集団に同一の調査を行い、ただしこの調査の末尾にインターネットリサーチの対象者になっても良いという人はメールアドレスを記入してもらう欄を設け、この欄へのメールアドレスの記入有無によって、前向きにパネルへの登録意向を測定するようにした。また、個別の調査結果であっても、より信頼性のある他の調

査結果と関連付けて見ることができるよう、できるだけ既存の設問を用いた。さらに、結果の解釈基準に一般的性格を測る既存の心理測定尺度を使用することで、今後同様の調査を行った場合に、互いの結果を比較しやすくなるような調査票設計を行なった。

ところで、こうした調査設計を含め、本稿は、非常に多くの部分を先行研究に拠っている。Couper(2000)は、Groves(1989)がLeslie Kishの研究(たとえばKish, 1987)を踏まえて行なった標本調査における誤差の分類整理に沿ってWeb surveyを分類し、その質を議論した。また、プレ・リクルーテッド・パネルにおける質の議論のためには、パネル構築時に、パネル登録に承諾する人にもしない人にも基本的な項目を調査しておくことが有効であることを指摘した。Vehovar & Lozar Manfreda(2003)は、調査手法(survey mode)と対象者(sample)などの効果は分離して評価できるような調査設計が必要であることを指摘した。また「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループの研究統括代表者である大隅は、1997年に行なった実験調査の時点から、参考ないし比較検証のために、他の調査で既に使われてきた設問を用いるようにしたことを報告している(大隅, 2000)。上述の本調査における設計思想は、まさにこうした研究成果を参考にしている。

また、やはり同研究グループのメンバーである横原ほかは、サンプリング系リストから構築したパネルに対するインターネットリサーチの回答、インターネット公募系リストから構築したパネルに対するインターネットリサーチの回答、住民基本台帳から無作為抽出した対象者に対する訪問面接調査の回答、またその訪問面接調査の回答者のうちのインターネットユーザの回答を比較し、インターネットの利用やパネル構築方法、調査手法の回答傾向に与える影響を考察している(横原・武田・細井, 2003)。本調査の設問を決めるにあたっては、こうした報告を参考にした。

ボランティア・パネルの特性を記述するにあたっては、柳井・柏木・国生(1987)の新性格検査を用いた。柳井ほか(1987)では、この性格検査の質問紙を計量的アプローチにより作成したその手続き自体が報告されている。このため、本稿においても、筆者が収集したデータに対して同じようなアプローチでデータを分析し、新性格検査で想定されているような形で下位尺度が得られるか確認することができた。また、そうした作成手続き面に限らず、他の同種の尺度間での並存的妥当性が確認されている点も、新性格検査を参考とする動機付けになった。国生・柳井・柏木(1990)は、この新性格検査とYG検査(矢田部ギルフォード検査)との関連を分析し、新性格検査のほうがYG検査よりも尺度間の重複が少なく、より広い性格特性を測定できているのではないかと報告した。また和田(1996)は、新性格検査とBig Five尺度間では、互いに関連する下位尺度同士が対応が確認できたと報告している。

本稿では、その他も多くの先行研究を参考にしつつ、上述の目的のため、上述の設計思想に基づいて行なった調査の報告を、次のような構成にて報告した。

まず「1. 背景」では、なぜインターネットリサーチの特性把握という問題関心が扱われる必要があるのかに触れた。しかし、ただインターネットリサーチの特性といっても、インターネットリサーチの何に関する特性なのかを限定しないと議論が深まらない。そこで本稿ではインターネットリサーチのどういった特性を検討対象とするのかを「2. 本稿で扱う範囲」に記した。続く「3. 論点の整理」では、そうした問題関心を、質問紙調査の設計というレベルにおとし込んでより限定化した。そうして実際に行なった調査の概要について「4. 調査の方法」で説明した。「5. 調査の結果」では、まず調査の結果を概観し(「5-1」)、次いで、特性の測定尺度として使用する新性格検査(柳井ほか, 1987)の項目に関する結果の確認(「5-2」)、特性を測定したいところのボランティア・パネルに相当する回答者群の定義(「5-3」)、本調査が先行研究に比較しておかした結果になっていないかどうかの確認(「5-4」)をそれぞれ行った。こうした事前の検討を経て、今度は、ここで「特性」として着目する一般的性格に関する回答傾向を、インターネット利用程度の高低、ボランティア・パネルへの登録意向の有無、

その両者の組み合わせ（インターネットリサーチ利用程度別の、ボランティア・パネルへの登録意向）間で比較した（「5-5」）。そして最後に、これら一連の結果を踏まえて、ボランティア・パネルの特性という点について結果を報告した（「5-6」）。「6. 考察」では、こうした結果を受け、少しデータから離れた議論を行なった。最後に、「7. 結論」に、あらためて結果を手短に記載した。

なお、最後に「8. 補遺」として、インターネットリサーチにおけるプロペンシティブスコア（Rosenbaum and Rubin, 1983）を用いた回答調整（Rosenbaum, 1987）に関連する方法も扱った。この方法は、無作為ではない方法で選ばれた対象者（ボランティア・パネル）に対するインターネットリサーチの回答を、無作為抽出された対象者に行なう調査の結果に近づけるように調整するものであるが、米国ハリス・インタラクティブ社が2000年の米大統領選の選挙前予測に利用したことをきっかけに（Taylor, Bremer, Overmeyer, Siegel & Terhanian, 2001; Terhanian, Smith, Bremer and Thomas, 2001）インターネットリサーチの分野でも注目されるようになった。日本国内でもいくつかの実例報告が行なわれている（星野・鈴木, 2003; 吉村・松田・大隅・横原・武田, 2003）。本稿では、こうした方法を使って、簡単ないくつかの計算例を提示し、それらの結果を比較することで、こうした応用分野からみても、まずはインターネットリサーチに関する基礎的な研究が求められることを示した。

1. 背景

調査においては調査したい集団がある(目標母集団)。しかし、目標母集団全体を調査できないとき、できるだけ目標母集団と乖離のないサンプリングフレームを用意し(枠母集団)、ここから調査対象者(サンプル)を抽出、このサンプルに対して調査を行う。そして最終的に、サンプルのうち、調査に回答した人々(回答者)から回答データを得る。この過程で、目標母集団から枠母集団、枠母集団からサンプル、サンプルから回答者という段階ごとに、得られる結果が本来調査したい目標母集団からズレてしまう危険が生じる。これを図示すると、図1のように示すことができる。¹

調査とは、目標母集団についての情報を得るために行なう以上、必然的に、最終的に得られた回答者集団のデータから、目標母集団への推論を行なうことができることを要求される。² このため、調査においては、この様々なズレを生じる危険に対して、それぞれ対策が講じられていなくてはならない。目標母集団から枠母集団のズレに対しては、例えば、日本の有権者を目標母集団とする場合はサンプリングフレームに有権者名簿を使用するというように、できるだけ目標母集団全体をカバーする枠母集団を用意する。枠母集団からサンプルのズレに関しては、ランダム・サンプリングにより、ズレを確率的に推論可能なようにサンプル抽出を行う。サンプルから回答者のズレに対しては、できるだけ高回収率となるよう努力し、また、余計なズレを生じないように、たとえば誰でも理解できるような分かりやすい調査票作成を心がけたりする。

これに対し、インターネットリサーチにおいては、生来的に、目標母集団と回答者の間に、上述のような関係性が存在しない。まず、インターネットリサーチの対象者はふつつインターネットユーザに限定されるが、インターネットユーザという集団のサンプリングフレームは存在しない。また、現在主流のインターネットリサーチにおいて「パネル³」と称される調査モニターは、自発的に自らモニター登録を買って出た、いわゆる「ボランティア・パネル⁴」であり、何らかの把握可能な集団への推論が可能なように構築されたものではない。これらはいずれも、現状のインターネットリサーチにおいては本来的に付随する特徴であるが、これこそが、回答者と目標母集団の関係性を断絶させている最大のものである。

上述のように目標母集団への推論に関して根本的な問題があり、およそ目標母集団に対して根拠ある推論を行えるものではないにも拘わらず、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチは、その費用面を含めた手軽さゆえに着実に普及してきている。そして、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチの結果がメディアなどを通じて世の中に出回ることもしばしば。こうして現在、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチの存在は、調査というものの自体の信用性を失わせかねないものとして問題になっている。

本来、インターネットリサーチは手段の名称でしかなく、これに対する評価は、目的ごとに異なる。たとえばマーケティングリサーチでは、ダーティーサンプリング(非無作為な抽出)による調査結果でも、調査以外の様々な情報も加味しつつ、投下した費用に見合うだけの総合的な知見を産み出す上で、大いに役立てられている。また、レア・ターゲットを対象とする調査や結果を手にするまでのスピードが極めて重要になる場面など、従来からある方法が適さない応用場面もある。こうした分野ではすでにインターネットリサーチは大いに活用され続けている。他方、世論調査のように、結果の目標母集団に対する代表性が求められる目的においては、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチが不適なのは明らかである。

しかし現在、インターネットリサーチによる回答データの集計結果の数値自体がそのまま、メディアなどの場で、リサーチャーなどではない一般の人々の目に登場するようになってきた。場合によっては、あたかも、ある特定の属性を有する人々一般に当ては

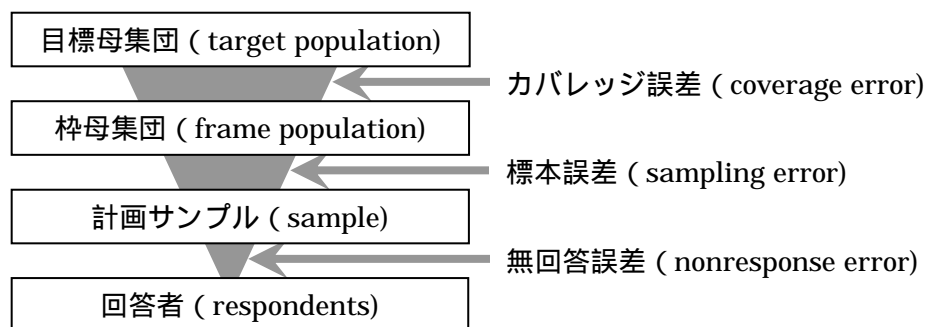


図1. 母集団から調査回答者に至るまでの過程と誤差の源泉についての概略 (Groves (1989)より作成)

まる結果であるような誤解を招きかねない使い方も散見される。こうなるともはや、使い方次第であると言っているだけでは済まなくなってくる。この調査法の特徴を把握し、それに基づいて、無根拠に可能性を疎外しない範囲で、適切な使い方というものを考えていかなければならないだろう。それには、まず、この方法の特徴を把握しなければならない。

とはいえ、くりかえしになるが、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチは、その回答者が何者であるかを理屈では把握できない。したがって、この特性把握のために出来ることは、まずは経験的な諸データの蓄積ということになる。これまでのところ、実験調査として計画的に設計され、長期にわたり継続して実施されてきたインターネットリサーチに関する研究としては、統計数理研究所(当時)の大隅ほかによる産学協同での一連の実験調査⁵がある。しかし、そうした継続的で計画された、かつ結果の公表されている研究は、国内ではほかに見当たらないのが現状である。

2. 本稿で扱う範囲

インターネットリサーチの特性というとき、大きく2つ、その結果がだれの回答であるかという「人」(対象者/回答者集団)の特性と、どうやって集めた回答であるかというデータ収集の「方法」(調査モード)の特性とに分けて考えることができよう。しかし、この両者の特性は、互いに他を固定した実験環境を作らなければ把握することができない。⁶本稿では、この「人」と「方法」のうちの、「人」の特性のほうを扱うこととする。なお、本稿では、「回答者」集団の特性ではなく、「対象者」集団のほうに近い、現状の一般的なインターネットリサーチにおけるパネル(ボランティア・パネル)の特性を扱う。

あらためて、目標母集団から回答者集団までの流れを図示した図1を参照されたい。非常に大雑把ではあるが、「目標母集団」を一般消費者、「枠母集団」をパネル、「計画サンプル」をパネルのうち調査対象として選び出し回答依頼のメールを送信する対象者、「回答者」を有効回答した個人と想定する。なお、ここでは簡単のため、計画サンプルは、枠母集団全体から無作為抽出されるものとして考える。

回答者に近いほうから誤差を見ていくと、まず、計画サンプルと回答者間の誤差として、無回答誤差がある。この部分は、インターネットリサーチに特有の事由として、ネットワークを使う、あるいはパソコンなどの特定の装置を使うといった環境面や、⁷回収数による回答回収の打ち切り⁸といった運用面について注意する必要がある。しかし、一定の方法にしたがって行なうインターネットリサーチにおいては、一般の調査における無回答の問題と共通する部分も少なくないであろう。枠母集団と計画サンプル間に生じる標本誤差に関しても同様で、回収数による回答回収の打ち切りなど注意を要する点

はあるが、やはり、一定の方法にしたがって行なうインターネットリサーチでは、おおむね標本調査の枠組みの中で考えることも可能であろう。

しかし、目標母集団と枠母集団間のカバレッジ誤差の部分が、大きな問題となってくる。一般的なインターネットリサーチにおいては、その性質として生来的に、目標母集団と枠母集団を隔絶させる2段階の障壁がある。そのひとつは、インターネットリサーチの回答者は、本来的にはインターネットユーザに限定されることである。もうひとつは、インターネットユーザというサンプリングフレームがないことである。したがって、調査の対象者となり得るパネルとは、不特定多数へ行なわれる募集告知を見て、自らインターネットを通じてパネル登録してくれた人だけから構築されるのである。

このカバレッジ誤差に対する対処として、まず考えられるべき方策は、枠母集団の構築手続きの中に、目標母集団との確率的な関係性を持ち込むことである。従来どおり、目標母集団を決め、これにできる限り一致するサンプリングフレームを用意し、ここからどの人が選ばれる確率も等しくなるようにして選び出した(ランダムサンプリングした)人々に対してパネル登録を依頼するのである。⁹ このアプローチが定着し、主流になっていくなれば、インターネットリサーチの特性把握とは、プレ・リクルーテッド・パネルによるインターネットリサーチだけに注目していけばよいことになる。

しかし、そのようにして構築される「プレ・リクルーテッド・パネル」は、構築のためのコストのみならず、その維持にも、ボランティア・パネルのそれに比べたら極めて大きなコストが必要となるであろうことは想像に難くない。¹⁰ また、現実にはパネルへの応諾率はあまり高くないであろうことも予想される。¹¹ 応諾率が低くても、その手続きと、登録依頼時に収集する諸データの存在有無は、科学的な調査の枠組みにおいて、極めて重要で意味があり、それゆえにボランティア・パネルとは質的に全く異なるのではあるが、そうしたパネルは、ボランティアパネルよりもカバレッジが広いことは期待できつつも、¹² 目標母集団との間の確率的関係性がコストに見合うだけのものとなるのかは、いささか心もとないのではなからうか。少なくとも、ただプレ・リクルーテッドであるだけで、自動的に品質が保証されるようなものではないことは異論のないところであろう。

ボランティア・パネルによるインターネットリサーチは、その特徴の主要な部分のひとつに、低い発注コスト(小さな調査なら担当者個人の裁量で決済できるほどに)という費用面の手軽さがある。プレ・リクルーテッド・パネルを構築し運用するための投資を行なえば、当然ながらそれは発注コストに跳ね返り、その費用面の強みは失われてゆく。また先述のように、目的によっては、目標母集団に対する代表性ということを考えてなくても、費用に照らして十分有用な情報が得られる場合もある。また、レア・ターゲットの調査においては、一般消費者という集団の中では極めてまれな特性を持つ人をたくさん抱えるパネルこそが調査目的に沿うものとなる。こうしたことを考えれば、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチというものは、そうそうなくなるとは思われない。つまり、カバレッジ誤差に対して、唯一、確率的要素を込みこみ得るプレ・リクルーテッド・パネルを構築するという選択を採らないインターネットリサーチが、今後も存在し続けることは十分に予想できる。

現在、インターネットリサーチに関する研究は、基本的にプレ・リクルーテッド・パネルによるものに関心が絞られつつある。¹³ しかし上述のとおり、近々にボランティア・パネルによるインターネットリサーチが姿を消すとも思えず、ならばボランティア・パネルによるインターネットリサーチについてもその特性把握が行なわれるべきである。¹⁴ たとえば、もし、パネル構築・運営ならびに実査手順を同じように管理したとき、回収される回答に安定した傾向が見られるのであれば、目標母集団と枠母集団の関係を経験的に把握しようとするアプローチにより、解釈上役立つであろうボランティア・パネルによるインターネットリサーチの特性について、様々な知見が得られることも期待できよう。

こうした目的のためには、本来、現実に商用に供されているボランティア・パネルによるインターネットリサーチのサービスを使用して、継続したデータを取り続けることが不可欠であるが、残念ながら、そもそもインターネットリサーチに関する体型的な研究自体、大隅ほかの産学協同研究に続くものが見られない。しかし、少なくとも大隅ほかの一連の実験調査の報告においては、インターネット上での公募により構築されたパネル（ボランティア・パネル）間には回答パタンの類似がみられ、「（公募系の）Web調査における回答者像」のようなものがあるのではないかとといった報告もある。¹⁵ ボランティア・パネルによるインターネットリサーチについても、研究してそれが役に立つ期待を十分に持てよう。

こうした考えのもと、本稿では、単発の調査の範囲ではあるが、しかし既存の研究成果と関連付け、また類似の試みの妨げとならないような単純な集合調査によることで、単なるいち事例に終らないよう配慮しつつ、ボランティア・パネルにおけるカバレッジ誤差のいち側面を考察対象とした。¹⁶ ボランティア・パネルにおけるカバレッジ誤差のいち側面とは、具体的には、パネルへの登録意向が高い人、自らパネルに登録をする人とは、いったいどういう人なのか、である。¹⁷

3. 論点の整理

ここで、あらためて本稿で論じようとしている点を確認つつ、次章以降にて報告する調査の設計思想を整理したい。

まず、本稿において筆者が念頭においているインターネットリサーチとは、ボランティア・パネルによるものである。通常使用される分類に従えば、いわゆるクローズ型ないしクローズド型と呼ばれ、あらかじめ調査モニターとして登録している人々（パネル）を対象として行なわれる調査のいち類型であるが、ここでは特に、それが「ボランティア」パネルである点が重要である。

ボランティア・パネルは、通常、オプトインメール（あらかじめ受け取る側の了解を取り付けた上で配信される電子メール版ダイレクトメール）やポータルサイト（インターネットの事実上の「入口」として多くの人からアクセスされるサイト）上のバナー広告などで募集を行い、この募集に応じて自ら進んでパネル登録した人により構築される。本稿では、このようなボランティア・パネルに自ら進んでパネル登録するような人に注目し、こうした人は、そうでない人と比べて、どのような特徴を有しているかという「人」の特性に注目する。

他方、本稿では実査管理や調査モードといった「方法」について、また、パネルであること自体によって引き起こされる回答傾向の変化（panel conditioning）などについても論じられない。そうした点に触れる必要がないよう、前向きの調査設計とした。具体的には、その末尾に、今後行うインターネット調査に協力してもよいという人にはメールアドレスを記入してもらった欄を設けた調査票を作成し、これをある特定の集団全体に配布、特にアドレス記入を促さない環境下にて回答をお願いした。こうして回収された個票に、結果としてメールアドレスを記入した人をパネルへの登録意向が強い人、記入しなかった人をそうではない人（パネルへの登録意向が強い人）として、この両者の回答特性を比較した。

また、自らパネル登録する意向を示す人の特性としては、属性的特性ではなく、性格的特性に注目した。このため、まず、比較的属性面の等質性を期待できる集団を目標母集団に設定した。具体的には、同一大学の同一学部にも所属する学生の、そのうちでも専攻の違いによる分化が相対的に低いであろう1年生および2年生全体を母集団に設定した。そして、一般的性格を比較できるように、調査票に心理学的な性格検査の質問項目を含めた。

さらに、1 回だけの調査であるため、既存の調査結果に照らしての比較が行なえるよう、これまで繰り返し種々の世論調査で使われてきており、その性格もよく分かっているような設問も調査票に盛り込んだ。

このような調査設計のもと、パネルへの登録意向が高い人とそうでない人の一般的性格の比較を行い、その結果から、ボランティア・パネルのような名指しのリクルーティングが行われるのではない環境下で自ら進んでパネル登録する人の性格的特性について論じたい。

4. 調査の方法

本調査で設定した目標母集団は、2003 年度前期時点における立教大学社会学部（東京都豊島区）の 1 年生および 2 年生であり、2003 年 5 月 1 日時点在籍者総数で 1,112 人になる（表 1）。基本的に学科・学年単位で自動的に履修登録される必修科目の授業を利用し、2003 年 5 月 13 日から 2003 年 7 月 1 日の間の 7 回の調査にて、履修者名簿上でこの目標母集団を漏れなく重複なくカバーするように調査を行なった（表 2）。なお、再履修者によるオーバーカバレッジ¹⁸については、調査票の属性設問にて 1 年生ないし 2 年生と回答されなかった票を除外することで対応している。他学部と回答された票は無かった。

実査は、質問紙を配布し、その場で回答を終えてもらい回収する、自記式の集合調査にて行なった。調査時間は、いずれの回も、概ね 10 分強を要した。また、この 7 回のいずれの調査とも全てに筆者本人が立会い、冒頭に簡単な協力依頼を行うほかは、個別の質問に対する回答を含め、回によって異なる説明が行なわれないよう管理した。この際、調査票末尾には、後日のインターネット調査への参加意向のある人に、メールアドレスの記入をお願いする欄が設けてあったが、この存在についても、いずれの調査でも説明は行なわず、また、記入を促す発言も行なわなかった。

本調査にて用いた質問項目は、表 3 のとおり。なお、多くの設問で、既存の設問を引用あるいは参考にした。この典拠も表 3 に併せて記載した。設問の選択にあたっては、まず、大隅ほかによる一連の Web 実験調査に関する報告¹⁹などを参考として、インターネットの利用有無、あるいはインターネット調査の回答かどうかにより回答傾向が異なるとして報告されている設問を候補として選択した。そのうえで、さらに従来から繰り返し用いられており、その結果から、設問として安定していると思われるものを選び出した。ただし、今回は大学生のみを対象とする調査のため、そうして選び出した設問のうち、全国大学生生活協同組合連合会が 1963 年以降毎年行なってきた「学生の消費生活に関する実態調査」に類似の設問があるものについては、「学生の消費生活に関する実態調査」にある設問で置き換えた。

またこれとは別に、自らパネル登録する意向の有無により、設問に対する回答傾向が異なった場合の解釈の助となるよう、柳井晴夫・柏木繁男・国生理枝子（1987）による「新性格検査」の設問も含めた。ただし、これは本来 13 の尺度ごとに 10 の質問項目が対応する計 130 項目からなるテストであるが、本調査では、このうちそれぞれ 1 尺度につき 3 項目ずつ、計 39 の質問項目だけを抜き出して使用した。まず、虚構性尺度を除く 12 の尺度については、柳井ほか（1987）における 120 項目 12 因子の因子分析の結果から、各尺度ごとに負荷量（因子パタン）の高い 3 項目ずつを選び出した。また、虚構性尺度については、柳井・国生（1987）における、13 尺度ごとの尺度別主成分分析の結果から、虚構性尺度項目による主成分分析の結果、第一主成分に対する負荷量の高い 3 項目を選び出した。これらあわせて 39 項目のみを、本調査の調査票に含めた。²⁰

表1. 立教大学社会学部在籍者数.

	全体	1・2年全体		1年		2年	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性
全体	1112	563	549	263	260	300	289
社会学科	301	154	147	73	73	81	74
産業関係学科	547	309	238	152	124	157	114
現代文化学科	264	100	164	38	63	62	101

2003年5月1日時点の1年生および2年生についてのみ記載.

表2. 各調査の実施概要.

実施日	講義名称	対象学科・学年	配布票数	回収票数	有効回収票数	対配布有効回収率(%)
5/13	社会科学の基礎	産業関係学科2年	236	221	215	91.1
5/24	情報処理概論1	産業関係学科1年	247	246	244	98.8
5/30	社会調査法	社会学科1年	40	40	40	100.0
6/02	社会学原論	社会学科2年	99	99	98	99.0
6/13	社会調査法	社会学科1年	73	73	73	100.0
6/16	社会調査・実習	現代文化学科2年	138	130	130	94.2
7/01	文化の社会理論	現代文化学科1年	98	98	96	98.0

社会学科1年生の「社会調査法」については、全員が重複および漏れなく2つの講義に振り分けられている。なお、回収票のうち、年齢、学年などの属性項目に全く回答がない場合は無効として、有効票数に数えていない。

表3. 使用した設問と典拠.

質問項目	典拠
問1. 大学の印象	-
問2. 大学生活は充実しているか	全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」
問3. 自分の大学を好きか	全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」
問4. 情報機器の所有状況	-
問5. インターネットの利用状況	(参考:総務省統計局「社会生活基本調査」)
問6. 暮らし向き	全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」
問7. 生活満足度	内閣府「国民生活に関する世論調査」
問8. 社会志向か個人志向か	内閣府「社会意識に関する世論調査」
問9. スジを通すか、まるくおさめるか	統計数理研究所「国民性調査」
問10. 暮らし方	統計数理研究所「国民性調査」
問11. 2人の課長	統計数理研究所「国民性調査」
問12. 一般的性格	柳井晴夫・柏木繁男・国生理枝子「新性格検査」
問13. 政治意識	松本正生「政治的メンタリティ」設問
問14. 内閣支持	朝日新聞社「全国世論調査」
問15. 協力しやすい調査法	-
問16. フェイスシート	-

典拠にハイフン「-」の記載がある質問項目は、特に参照した特定の調査がないことを示す。典拠が「参考」とカッコ書きになっている問5を除き、典拠の記載があるものは、原則として、質問文、選択肢とも、オリジナルのものをそのまま使用している。ただし、オリジナルが面接調査で行われている質問項目については、本調査は自記式であるため「その他」「わからない」などの選択肢の扱いに、一部異なるところがある。

このほか、適宜別の設問も加え、本調査の調査票を作成した。実際に使用した調査票は付録(9-1. 調査票)を参照されたい。

表4. 学科×学年ごとの対母集団有効回収率.

		母集団 人数	有効回収 票数	対母集団有効 回収率(%)
全体	全体	1112	882	79.3
全体	1年	523	444	84.9
	2年	589	438	74.4
社会学科	1年	146	113	77.4
	2年	155	98	63.2
産業関係学科	1年	276	240	87.0
	2年	271	206	76.0
現代文化学科	1年	101	91	90.1
	2年	163	134	82.2

ここでの学年は、調査票中の属性質問への回答に依っている。なお、回答者の中には再履修者もいるため、2年生が1年生の授業で回答する、3年生以上の学生が回答するというケースもあり、表4にある学科・学年ごとの有効回収票数と表2にある授業ごとの有効回収票数は一致しない場合がある。3年生以上の学生の回答は有効票から除外されている。

なお、筆者の最終的な関心は「一般消費者」において自らパネルに登録するような人々の特性に関心にあるものの、これは極めて抽象的で、本調査の目標母集団とは大きな隔絶がある。²¹本調査の目標母集団は、あくまで「2003年度前期時点における立教大学社会学部の1年生および2年生」であり、これを越えた解釈は、データから離れた推測であることを明示しておく。しかし、以降に示す結果が、この限られた目標母集団の中においては、自らパネルに登録するような人々の特性であろうと判断されるならば、その結果がそうした限定された母集団におけるいち実例として有用なだけでなく、こうしたアプローチ自体が、ボランティア・パネルの特性把握において有効であることを示すことができるものとする。

5. 調査の結果

5-1. 結果の概観

こうして調査を行なった結果、最終的な対母集団回収率は79.3%(882人)であった(表4)。各設問の単純集計については、付録(9-2.単純集計)を参照されたい。また、母集団や調査方法は異なるものの、参考まで、いくつかの設問について、本調査の結果を既存の調査結果と比較してみた。具体的な数値は付録(9-3.既存調査との比較)を参照されたいが、いずれの設問とも、概ね既存調査の結果と同様の傾向を示しており、本調査が特におかしな結果となっているということはないようである。

5-2. 一般的性格の尺度に関する確認

検討を先に進める前に、まず、柳井ほか(1987)の「新性格検査」から引用した質問項目について確認をしておく。新性格検査には13の尺度があるが、本来各尺度はそれぞれ10の質問項目によって測定される。これに対し本調査では、13の尺度いずれも、それぞれ3項目だけしか用いていない。このため、3項目だけの結果から各尺度の得点を計算し解釈してもよいものかどうかという点について、実際に回収されたデータを検

討しておく。なお、この確認においては、有効回収された 882 名分のデータのうち、こうした尺度の計算に使う「問 12-1」から「問 12-39」までの 39 の設問すべてに欠測の無い 867 名分のデータを使用した。

さて、こうした目的のためには、想定される 3 項目ずつが、それぞれ 1 つの因子より影響を受けるようなモデルの適合度を検討すれば良さそうである。しかし、「新性格検査」の 13 尺度は互いに相関のあることが分かっており、さらにここでは 1 尺度につき 3 項目しか使っていないため、1 因子に対したかだか 3 項目ずつを想定するのでは、因子の数が多すぎるのが容易に想像される。²² また本稿においては、データに沿って新たな尺度を作ることは目的ではなく、本調査で用いた限られた項目が、既にある「新性格検査」において想定される尺度を測定していると考えて良さそうかどうかを判断することが目的であり、したがって、適合度があまり優れないとしても、そう深刻に考える必要はないであろう。こうした考えから、いささか主観的な判断を交えた方法ではあるが、以下のように尺度としての使用の適否を判断した。

まず、全 39 項目間の相関係数行列を求め、同じ尺度から選ばれた 3 つの項目間の 3 つの相関係数のなかに、ひとつでもその絶対値が 0.2 を下回るものがある場合、その尺度、したがってその尺度に対応する 3 つの項目すべてを以降の検討には使用しないこととした。²³ この結果、規律性尺度（問 12-15, 問 12-25, 問 12-31）および抑うつ性尺度（問 12-5, 問 12-18, 問 12-39）を分析から除外することとした。

次いで、残った 33 項目を使用して、因子数に 11 を指定した探索的因子分析を行った。この際、初期解の抽出には最尤法を使用し、因子の回転には目標パタン行列算出の累乗数を 3 とする（斜交）プロマックス回転を使用した。²⁴ この結果、それぞれ同じ尺度から選ばれた 3 項目が、同じ因子に対して高い負荷を示すような構造と大きく異なった結果を示した活動性尺度（問 12-12, 問 12-19, 問 12-29）についても、分析から除外することとした。²⁵

こうして規律性尺度、抑うつ性尺度、活動性尺度の 3 つの尺度に対応する計 9 の項目を削除し、残った 30 項目にて因子数 10 を指定した因子分析（先の 33 項目 11 因子の場合と同じオプション）を行なった。この結果は、因子パタン行列が表 5、因子間相関行列が表 6 のとおり。このときの適合度検定（ χ^2 検定）の結果は $p=0.088$ ($\chi^2=206.159$, $df=180$) であり、データ件数は 867 と決して少なくないことも併せて考えると、このデータに 10 因子を仮定することを受容しても良さそうである。

なお、この因子分析の際、最終的な共通性は 1 を下回るものの、共通性の推定のための反復過程において共通性が 1 を超えるケースが生じた。しかし、初期解の抽出を最尤法ではなく反復主因子法として計算すると、そうしたことは起こらず、また、そうして求めた因子パタン行列および因子間相関行列は、表 5 や表 6 と大きく変わらない、ほぼ同様な結果であった。²⁶

また、表 5 において、進取性尺度から選ばれた項目のうちのひとつ（問 12-2）は、進取性尺度の他の項目（問 12-10, 問 12-36）が高い負荷を示す因子 5 ではなく、自己顕示性尺度の 3 項目（問 12-4, 問 12-21, 問 12-23）が高い負荷を示す因子 4 に最も高い負荷を示している（0.271）。しかし、因子 5 に対しても大きくは変わらない負荷を示している（0.252）、以降の分析においては、この項目（問 12-2）を、本来想定されるとおりに進取性尺度を測定する項目として扱うこととする。

以上より、以降の分析にあたっては、表 7 に示す 30 項目を使い、10 の尺度得点を計算し、この 10 尺度について見ていくこととする。残りの 3 尺度 9 項目については、これを形式的に解釈することは適切でないと判断し、以降の分析では使用しないこととする。

表 5 . 30 項目 10 因子の場合の因子パタン行列 .

尺度名	項目番号 . 項目名	因子番号									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
持久性	問12-20 . 一生懸命	0.744	0.002	-0.039	-0.014	-0.052	-0.004	-0.030	-0.019	0.028	-0.014
持久性	問12-30 . 粘り強く	0.722	-0.021	0.061	0.010	0.014	0.005	0.001	-0.009	-0.056	-0.063
持久性	問12-14 . 投げ出さず	0.699	0.059	-0.030	-0.037	-0.014	0.005	0.036	0.040	0.003	0.063
神経質	問12-28 . すぐ忘れる	-0.021	-0.744	0.071	0.044	-0.025	0.043	0.039	0.108	0.003	-0.003
神経質	問12-38 . くよくよ	-0.015	0.683	0.054	-0.006	0.015	0.054	0.118	0.116	-0.063	0.006
神経質	問12-8 . 気になる	0.052	0.554	-0.015	0.105	-0.026	-0.026	0.027	0.023	0.069	-0.039
社会的外向性	問12-34 . 気さくに	0.014	-0.053	0.852	-0.116	0.022	0.030	0.003	-0.009	0.021	0.004
社会的外向性	問12-6 . 広く付き合う	-0.018	-0.021	0.634	0.110	-0.005	-0.029	-0.063	0.096	-0.011	0.042
社会的外向性	問12-1 . 話し好き	-0.015	0.070	0.389	0.142	-0.065	-0.037	-0.171	-0.073	0.182	-0.006
自己顕示性	問12-4 . 注目	-0.014	0.055	-0.008	0.803	-0.017	0.016	0.017	-0.052	-0.052	-0.021
自己顕示性	問12-21 . 目立ちたい	-0.029	-0.016	0.041	0.732	0.017	-0.010	0.085	0.022	0.009	0.047
自己顕示性	問12-23 . コンクール	0.013	0.000	0.016	0.293	0.264	0.052	-0.023	0.071	-0.079	-0.074
進取性	問12-2 . 変わった	0.003	-0.054	-0.038	0.271	0.252	-0.012	-0.184	0.033	0.161	-0.014
進取性	問12-10 . 発明	-0.007	0.004	-0.006	-0.030	0.806	-0.025	0.100	-0.001	-0.064	0.000
進取性	問12-36 . アイデア	-0.047	0.018	-0.004	0.024	0.603	0.000	-0.030	-0.045	0.082	0.013
共感性	問12-35 . 同情	-0.028	-0.045	-0.034	-0.012	-0.043	1.035	0.035	-0.027	-0.016	-0.029
共感性	問12-9 . 助ける	0.108	0.037	0.107	0.085	0.123	0.284	-0.261	0.054	0.022	0.122
共感性	問12-13 . 苦しみ	0.113	0.090	0.019	0.048	0.068	0.231	-0.126	-0.046	0.068	0.086
非協調性	問12-11 . 自分さえ	-0.067	0.001	0.010	0.069	-0.041	-0.047	0.618	-0.033	0.029	0.048
非協調性	問12-16 . 信用できない	0.016	0.079	-0.096	-0.030	0.073	0.027	0.363	0.045	0.017	0.053
非協調性	問12-37 . 世の中の人	0.068	0.006	-0.077	0.005	-0.002	-0.023	0.362	0.102	0.082	0.127
劣等感	問12-27 . つまらない	0.041	-0.079	-0.066	0.032	-0.005	-0.023	0.067	0.866	0.059	0.020
劣等感	問12-33 . 間違っ	0.001	0.069	0.165	-0.004	0.023	-0.025	0.084	0.424	-0.160	-0.091
劣等感	問12-17 . 自信	0.160	-0.216	0.060	0.170	0.090	-0.028	0.175	-0.331	-0.001	0.000
攻撃性	問12-7 . 言い返す	-0.043	0.048	0.086	-0.065	-0.013	-0.002	0.095	-0.018	0.648	0.027
攻撃性	問12-26 . 失礼な	0.036	-0.059	0.030	0.000	0.002	-0.018	0.001	-0.060	0.461	-0.031
攻撃性	問12-24 . 相手を批判	-0.014	0.008	-0.039	0.024	0.060	0.059	0.298	0.028	0.408	-0.116
虚構性	問12-3 . 軽蔑	-0.048	0.055	0.085	0.046	-0.021	0.028	0.099	-0.010	-0.042	0.657
虚構性	問12-22 . 嘘をつかない	0.072	-0.045	0.028	-0.039	-0.007	0.009	0.200	-0.024	0.046	0.507
虚構性	問12-32 . 悪口	0.030	0.093	0.099	0.036	-0.014	0.031	0.182	0.033	0.105	-0.463

全 39 項目に関するケースワイズ削除後の 867 件のデータに対する斜交因子分析の結果 . SPSS (Base) 10.0J の FACTOR を使用 . 適合度検定 (カイ二乗検定) の結果は $p=0.088$ (カイ二乗=206.159 , $df=180$) . 各種オプションは , 初期解に最尤法 , 回転法にプロマックス , 目標パタン算出の累乗数に 3 を指定 . 表中の網のかかったセルは , 各項目ごとにもっとも因子負荷量の絶対値が大きい値のセル . このときの因子間相関行列は表 6 を参照 .

表 6 . 30 項目 10 因子の場合の因子間相関行列 .

	持久性	神経質	社会的 外向性	自己顕 示性	進取性	共感性	非協調 性	劣等感	攻撃性	虚構性
持久性	1.000									
神経質	-0.116	1.000								
社会的外向性	0.195	-0.231	1.000							
自己顕示性	0.166	-0.021	0.409	1.000						
進取性	0.224	-0.044	0.045	0.339	1.000					
共感性	0.142	0.094	0.243	0.137	0.136	1.000				
非協調性	-0.277	0.123	-0.118	0.088	-0.003	-0.223	1.000			
劣等感	-0.235	0.362	-0.308	-0.195	-0.101	0.096	0.199	1.000		
攻撃性	0.149	-0.029	0.299	0.449	0.164	0.042	0.212	-0.187	1.000	
虚構性	0.229	-0.186	0.177	0.137	0.153	0.173	-0.183	-0.092	-0.181	1.000

全 39 項目に関するケースワイズ削除語の 857 件のデータに対する斜交因子分析の結果 . SPSS (Base) 10.0J の FACTOR を使用 . 各種オプションは , 初期解に最尤法 , 回転法にプロマックス , 目標パタン算出の累乗数に 3 を指定 . このときの因子パタン行列は表 5 を参照 .

表7. 分析に使う10の尺度と30の項目.

項目番号. 項目名	逆転項目	対応する尺度	項目番号. 項目名	逆転項目	対応する尺度
q12_1. 話し好き		社会的外向性	q12_7. 言い返す		攻撃性
q12_6. 広く付き合う		社会的外向性	q12_24. 相手を批判		攻撃性
q12_34. 気さくに		社会的外向性	q12_26. 失礼な		攻撃性
q12_9. 助ける		共感性	q12_11. 自分さえ		非協調性
q12_13. 苦しみ		共感性	q12_16. 信用できない		非協調性
q12_35. 同情		共感性	q12_37. 世の中の人		非協調性
q12_2. 変わった		進取性	q12_17. 自信		劣等感
q12_10. 発明		進取性	q12_27. つまらない		劣等感
q12_36. アイデア		進取性	q12_33. 間違っ		劣等感
q12_14. 投げ出さず		持久性	q12_8. 気になる		神経質
q12_20. 一生懸命		持久性	q12_28. すく忘れる		神経質
q12_30. 粘り強く		持久性	q12_38. くよくよ		神経質
q12_4. 注目		自己顕示性	q12_3. 軽蔑		虚構性
q12_21. 目立ちたい		自己顕示性	q12_22. 嘘をつかない		虚構性
q12_23. コンクール		自己顕示性	q12_32. 悪口		虚構性

「新性格検査」(柳井ほか, 1987)の13尺度130項目より一部抜粋. 表中の「逆転項目」の列に「」のある項目については, 尺度得点の計算にあたって得点の与え方が他の項目と逆になる.

この一般的性格の尺度の測定のための項目群(問12-1から問12-39)は, いずれも「はい」, 「どちらともいえない」, 「いいえ」の3つの選択肢からひとつ選ぶ形で回答を得ている. 尺度得点の計算にあたっては, 柳井・国生(1987)の標準化における尺度得点の計算方法にならい, 各項目ともそれぞれ, 「はい」のとき2点, 「どちらともいえない」のとき1点, 「いいえ」のとき0点として各尺度に含まれる項目の総和を計算, これを各尺度の得点とした. この際, 表7において「逆転項目」の列に「」が記載されている項目については, 得点の与え方を逆(「はい」を0点, 「どちらともいえない」を1点, 「いいえ」を2点)にして計算した. したがって, ここでは, ひとつの尺度あたり3つの項目が対応しているので, 各尺度の得点は, 最低で0点, 最大で6点となる. こうして使用する10の尺度得点をそれぞれ計算したところ, その分布形は, 多くの尺度において, あまり正規分布をしていなかった. それぞれの分布形については, 付録(9-4. 尺度得点の分布)を参照されたい.

5-3. インターネットの利用程度およびパネル登録意向の定義

次に, インターネットの利用程度およびパネル登録意向の定義を確認しておく.

まず, インターネットの利用程度だが, これは図2に示す「問5-3」の設問, 「ホームページ閲覧やデータ入手など情報収集」のためにこの1ヶ月の間にインターネットをどの程度利用したかを尋ねる設問を使用した. この間に「1. ほぼ毎日利用した」「2. 20日くらい利用した」と答えた人を「ネット利用高」群, 「3. 10日くらい利用した」「4. 数回だけ利用した」「5. 利用しなかった」と答えた人を「ネット利用低」群とした. 本来は, インターネットユーザと非インターネットユーザ間で特性比較を行ないたいところだが, 本調査の対象者は, 大学のパソコンルームなどによりだれもがパソコンにてインターネットに接続できる環境ある. したがって, パソコンに限ったとしても, 厳密な意味での非インターネットユーザはいないと考えて差し支えない. こうした事情のため, 本調査では, インターネットユーザと非インターネットユーザ間の比較に対応するような位置づけのものとして, インターネットの利用程度による群分けを考えることとする.

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか、下記の5-1~5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

	1	2	3	4	5
	利用した ほぼ毎日	利用した 20日くらい	利用した 10日くらい	利用した 数回だけ	利用 しなかった
5-3. ホームページ閲覧やデータ入手など情報収集	1	2	3	4	5

図2. インターネットの利用程度の測定に使用する設問. ここで「1」・「2」を選んだ群と、「3」・「4」・「5」を選んだ群の2群に分け、前者を「ネット利用高」群、後者を「ネット利用低」群とした。

今後、このような研究のためのアンケートを、インターネット上でも行う予定です。今回の調査に謝礼はありませんが、インターネット上で行う調査では、抽選ではありますが、謝礼も用意する予定です。

こうしたアンケートに協力しても良いとお考えの方は、下記にあなたのメールアドレスをご記入ください。なお、ご記入いただいたメールアドレスは、研究調査へのご協力をお願いする以外の目的で使用することはありません。

@

図3. インターネット調査に対する協力意向の測定に使用する設問. ここでメールアドレスを記入した群と、記入しない群の2群に分け、前者を「アドレス記入」群、後者を「アドレス未記入」群とした。

また、インターネットの利用といったとき、パソコンでの利用か、携帯電話のインターネット接続機能での利用かという点も考慮が必要である。ここでは、携帯電話での利用がより定着していると思われる「メール」ではなく、「ホームページの閲覧やデータ入手など情報収集」のためのインターネットの利用に限定して着目することで、「携帯メール」のみのインターネットユーザを除いたインターネットの利用を考えたい。

次にパネル登録意向については、図3に示す、調査票末尾の欄を使用した。ここへ有効と思われる(明らかに有効なメールアドレスではない内容の記入は未記入として扱った)メールアドレスを記入した人を「アドレス記入」群、記入のない人を「アドレス未記入」群とした。なお、このアドレス記入の欄については、アドレス記入によって「登録意向がある」ことは意思表示できるが、「登録意向がない」という回答選択肢があるわけではなく、記入のないことが、無回答なのか「登録意向がない」という回答なのかの区別は行なえない。したがって、この部分については、有効なアドレスの記入がない場合はすべて「未記入」として一括で扱い、特に欠測は定義されない。

以降の分析では、こうしたインターネットの利用程度やアドレスの記入有無によって定義される群間において、一般的性格の尺度得点を中心に特性比較を行なっていきたい。したがって、こうした群分けに必要な情報が得られていない人のデータは、他の設問に回答があっても分析対象から除いた。こうして、尺度得点を計算するための問12の全39項目に欠測の無い867人のうち、さらに、インターネットの利用程度を聞く「問5-3」の設問にも欠測の無い859名分のデータを以降の分析対象とした。なお、アドレスの記入については、上述のとおり、欠測が定義されないため、分析用データの取捨選択には影響しない。

表 8. 「パネル群」の定義.

	全体	アドレス 未記入	アドレス 記入
全体	859 (100.0) [100.0]	752 (87.5) [87.5]	107 (12.5) [12.5]
「ネット利用低」群	522 (100.0) [60.8]	489 (93.7) [56.9]	33 (6.3) [3.8]
「ネット利用高」群	337 (100.0) [39.2]	263 (78.0) [30.6]	74 (22.0) [8.6]

表中の枠で囲まれた「ネット利用高」かつ「アドレス記入」の 74 名を「パネル群」, それ以外を「非パネル群」とする. 表中の数値は, カッコに囲まれていない数値が度数, ()内の数値が行%, []内の数値が全体%.

また, 今後の分析にあたり, 「ネット利用高」群かつ「アドレス記入」群である人を「パネル」群, そうでない人(「ネット利用低」群か「アドレス未記入」群のいずれかに該当する人)を「非パネル」群とする, あらたな別の群分けも定義しておく(表 8).

5-4. インターネットの利用程度およびパネル登録意向による群間の回答傾向の比較

こうした群ごとに集計を行った場合について, 横原・武田・細井(2003)に報告されている結果と見比べてみたい.

横原ほか(2003)では, 東京 30Km 圏 15~59 歳男女個人を母集団とする住民基本台帳ベースの訪問面接調査における全体集計結果(「訪問面接全体」)や, そのうちのインターネット利用者だけの集計結果(「インターネット利用者」), 首都圏ないし全国を対象地域として住民基本台帳や電話帳ベースの各種調査を通じて構築された調査モニターのうちからの応諾者から成るパネルに対する web 調査の集計結果(「サンプリング系」), あるいはインターネット上での公募によるパネルの集計結果(「インターネット公募系」)などの比較が報告されている.²⁷ なお, これら調査はいずれも 2002 年 3 月から同年 6 月にかけて実施されたものである.

ここでは, 本調査で使用した設問のうち, 横原ほか(2003)においても, 「サンプリング系」「インターネット公募系」間の比較ないし「訪問面接全体」「インターネット利用者」「サンプリング系[首都圏]」間の比較の双方において類似の設問の数値の記載がある, 「問 4. 情報機器の所有状況」「問 7. 生活満足度」「問 11. 2 人の課長」の結果を見てみたい.²⁸ この際, 横原ほか(2003)の「訪問面接全体」を本調査の全体の回答, 「インターネット利用者」を本調査の「ネット利用高」群, 「インターネット公募系」を本調査の「パネル」群に対応させて考える. そのうえで, 横原ほか(2003)の「訪問面接全体」「インターネット利用者」「インターネット公募系」間にみられる回答傾向の特徴と, 本調査の全体の回答および「ネット利用高」群, 「パネル」群間にみられる回答傾向の特徴を比較したい. なお, 必要に応じ, 「訪問面接全体」と本調査の全体の回答をともに「全体」, 「インターネット利用者」と「ネット利用高」群をともに「ネット」, 「インターネット公募系」と「パネル」群をともに「パネル」と記載する.

なお, 横原ほか(2003)に報告のある数値は, 本調査とは, 調査時期や調査方法のみならず, そもそもの対象者集団からして, 全く異なっている. 以下いずれも, こうした

点は念頭におきつつみる必要があり，基本的には，本調査の回答が，既存の研究に比べて，特におかしなことになっていないかどうかを確認するに止めたい。

まず，「問 4．情報機器の所有状況」を見てみたい．横原ほか（2003）の結果は表 9 および図 4，本調査の結果は表 10 および図 5 のとおり．ただし，本調査では世帯所有に近い聞き方をしているのに対し，横原ほか（2003）ではそうした機器の使用の有無を聞いている点は留意が必要である．²⁹ さらに，本調査では携帯電話と PHS を分けていない点や，プリンタについてもレーザープリンタを分けて聞いていないなど，個別の比較は難しい．しかし，横原ほか（2003）の「レーザー以外のプリンタ」「デジカメ」に「全体<ネット<パネル」という関係が見られるのに対し，本調査でも「デジカメ」について同様の傾向が確認でき，「プリンタ」もほぼ同様の傾向が見られた．また，本調査の結果では「デスクトップ型のパソコン」に「全体<ネット パネル」という関係がみられるのに対し，横原ほか（2003）の「デスクトップ型パソコン」でもほぼ同様の傾向が見られた．一般的にパソコンと関係する機器については，「全体」「ネット」「パネル」間に使用率ないし普及率に開きが見られ，特に「デジカメ」については，「全体」より「ネット」，「ネット」より「パネル」で高いという関係が見られる点が共通している．

「問 7．生活満足度」については，横原ほか（2003）の結果は表 11 および図 6，本調査の結果は表 12 および図 7 のとおり．本調査は傾向が顕著でないが，いずれとも「全体」と「ネット」に比べ「パネル」において回答が不満側（「やや不満」ないし「やや不満だ」と「不満」ないし「不満だ」）に傾いている点が共通している．³⁰

最後に「問 11．2 人の課長」を見てみたい．横原ほか（2003）の結果は表 13 および図 8，本調査の結果は表 14 および図 9 のとおり．これについては，いずれとも，「全体 ネット パネル」という点では一致するものの，「ネット パネル」の部分の違いの方が正反対となった．本調査の結果は，10%を下回る程度の違いでしかないものの「パネル」のほうが「ネット」に比べて「人情課長」（選択肢「2」）を選ぶ割合が高かったのに対し，横原ほか（2003）では「パネル」のほうが「ネット」に比べて「人情課長」を選ぶ割合が 20%程度低くなっている．この「2 人の課長」設問は，統計数理研究所が 1953 年以降 5 年おきに行なっている「国民性調査」の設問であり，「国民性調査」開始以来，回答傾向が安定していて変わりにくい意見の代表とされてきている身近な人間関係観のひとつである．³¹ 他方，そうした設問にも拘わらず，「全体」「ネット」「パネル」という比較ではないものの，Web 調査を行うと，「人情課長」の選ばれる割合は「国民性調査」に比べ大幅に低く出るという傾向は，横原ほか（2003）の他にも，これまでも複数報告されているものである．³² もちろん，この設問は職場における人間関係であるのに，本調査の対象者である大学生の就業経験は極めて限定的であろう点の影響も少なくないかもしれない．しかし，こうした良く性格が把握されている設問であるだけに，この設問への回答傾向が，本調査において先行研究と異なった点は注目すべき点であろう．

なお，そのほか，国民性調査の結果に比べた Web 調査の傾向として，「人のくらし方」設問（本調査の「問 10」）の「趣味にあったくらし」の選ばれる割合がより高く，「のんきにクヨクヨしないでくらす」はより低い傾向も，複数の調査結果において観察されているが，³³ そうした傾向は本調査でも見られた（表 15，図 10）．

以上より，職場における人間関係観（「2 人の課長」設問）については注意が必要なものの，情報機器の所有や生活満足度など，本調査の結果は，インターネットの利用程度やパネル登録意向でクロス集計した場合でも，おおむね既存の報告と大きく異なるものではないことが確かめられた．なお，この「2 人の課長」設問については，後の節にて検討する（6-3．「全体」より「パネル」群のほうが多く「人情課長」を選択）．

表9. 普段使っている電気機器や通信機器(比較データ).

次にあげる電気機器や通信機器の中から、あなたが普段お使いになっているものをお知らせください。(あてはまるものをいくつでも)

	データ件数	携帯電話	PHS	携帯情報端末(PDA), モバイル	ノート型パソコン	デスクトップ型パソコン	レーザープリンタ	レーザー以外のプリンタ	ファクシミリ	デジタルカメラ
訪問面接全体	630	72.7	7.5	6.0	34.3	41.1	22.4	24.0	54.0	27.5
インターネット利用者	320	84.4	11.9	11.3	56.3	71.6	39.7	43.8	65.9	43.1
サンプリング系[首都圏]	309	78.6	15.2	6.1	56.0	70.9	28.2	54.7	63.4	54.4
サンプリング系[全国]	403	77.4	12.7	9.7	47.1	79.7	26.8	59.6	65.3	53.8
インターネット公募系	536	77.8	19.6	17.0	63.4	82.6	32.1	66.6	66.8	65.7

横原ほか(2003)より作成. 表中の数値は、「データ件数」の列が度数, そのほかは行%。「訪問面接全体」は東京30Km圏15歳以上60歳未満の個人を対象とした住民基本台帳からの無作為抽出による訪問面接調査の全データ, 「インターネット利用者」はそのうちのインターネット利用者だけについてのデータ, 「サンプリング系[首都圏]」および「サンプリング系[全国]」は住民基本台帳ないし電話帳から無作為抽出された対象者のうちの応諾者から成るパネルに対するWeb調査データ, 「インターネット公募系」は公募系パネルに対するWeb調査. いずれの調査もそれぞれ2002年3月から6月の間に実施.

表10. 情報機器の所有状況.

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか. あなた自身が所有するものでなくても, ご家族と一緒に使っているなど, あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません. 以下のそれぞれについて, お持ちの機器はすべて, あてはまる選択肢の番号にをつけてください.

	データ件数	1+2. 携帯電話・PHS	5. 携帯情報端末(PDA)	4. ノート型のパソコン	3. デスクトップ型のパソコン	8+10. プリンタ	7. FAX (電話機に付属のもの含む)	11. デジタルカメラ
全体	859	97.8	3.0	53.6	57.6	75.8	62.5	42.3
「ネット利用高」群	337	97.6	4.5	56.7	69.7	87.5	65.6	53.7
「パネル」群	74	100.0	6.8	59.5	73.0	91.9	70.3	63.5

表中の数値は, 「データ件数」の列が度数, そのほかは行%。「1+2. 携帯電話・PHS」は「1. カメラ機能つき携帯電話・PHS」と「2. カメラ機能のない携帯電話・PHS」のいずれかを選択した人, 「8+10. プリンタ」は「8. プリンタ(複合機を除く)」と「10. 複合機(プリンタ, スキャナ, コピーなど)」のいずれかを選択した人を表す.

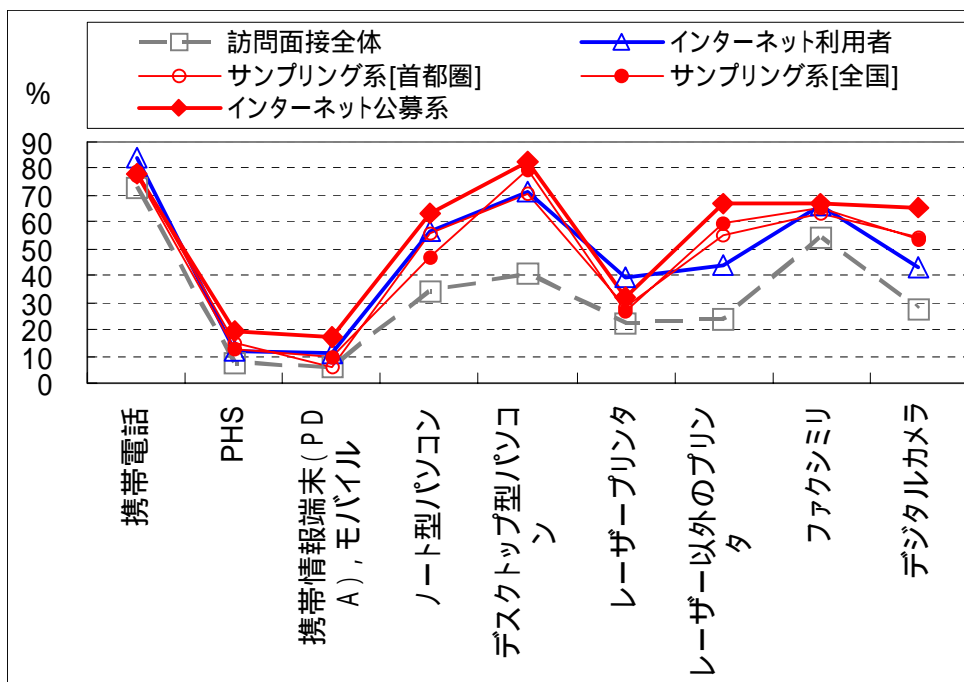


図4. 普段使っている電気機器や通信機器(比較データ). 横原ほか(2003)より作成. 数値などについては表9を参照.

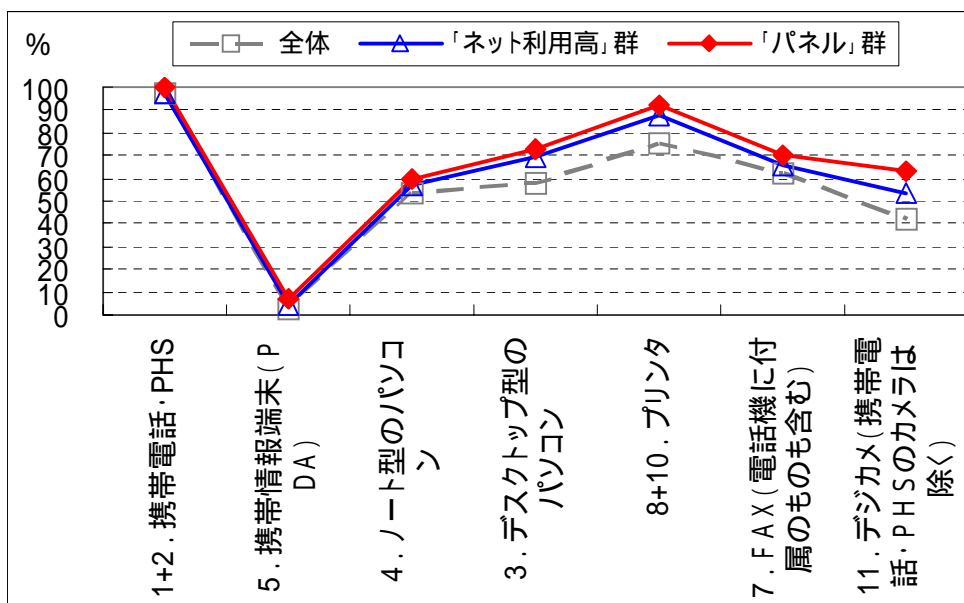


図5. 情報機器の所有状況. 数値などについては表10を参照.

表 11．生活満足度（比較データ）．

あなたは、全体として、現在の生活についてどの程度満足していますか。（あてはまるものを1つ）

	データ件数	満足	やや満足	やや不満	不満
訪問面接全体	630	17.3	52.9	24.1	5.7
インターネット利用者	376	17.0	57.4	21.8	3.7
サンプリング系[首都圏]	298	10.1	45.6	34.2	9.1
サンプリング系[全国]	403	8.9	45.7	35.5	8.7
インターネット公募系	536	6.5	38.4	41.4	13.4

横原ほか(2003)より作成．表中の数値は、「データ件数」の列が度数，そのほかは行％．「訪問面接全体」「インターネット利用者」などの説明は表9を参照．なお，表に示した他に「その他：具体的に（ ）」という選択肢あり．

表 12．生活満足度．

問7．あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか．この中から1つだけ選んで，あてはまる選択肢の番号に をつけてください．

	データ件数	1. 満足している	2. まあ満足している	3. やや不満だ	4. 不満だ
全体	859	15.8	55.3	24.4	4.3
「ネット利用高」群	337	16.6	56.4	22.8	4.2
「パネル」群	74	14.9	51.4	25.7	8.1

表中の数値は、「データ件数」の列が度数，そのほかは行％．無回答サンプルは「データ件数」には含まれているが，集計項目としては掲載されていない．

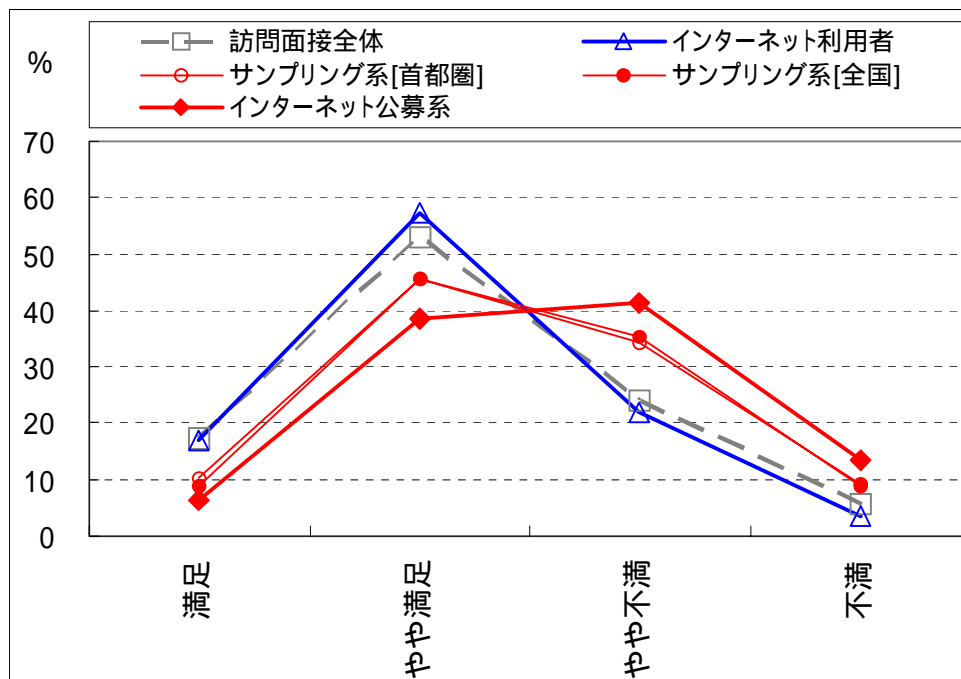


図 6．生活満足度（比較データ）．横原ほか（2003）より作成．数値などについては表 11 を参照．

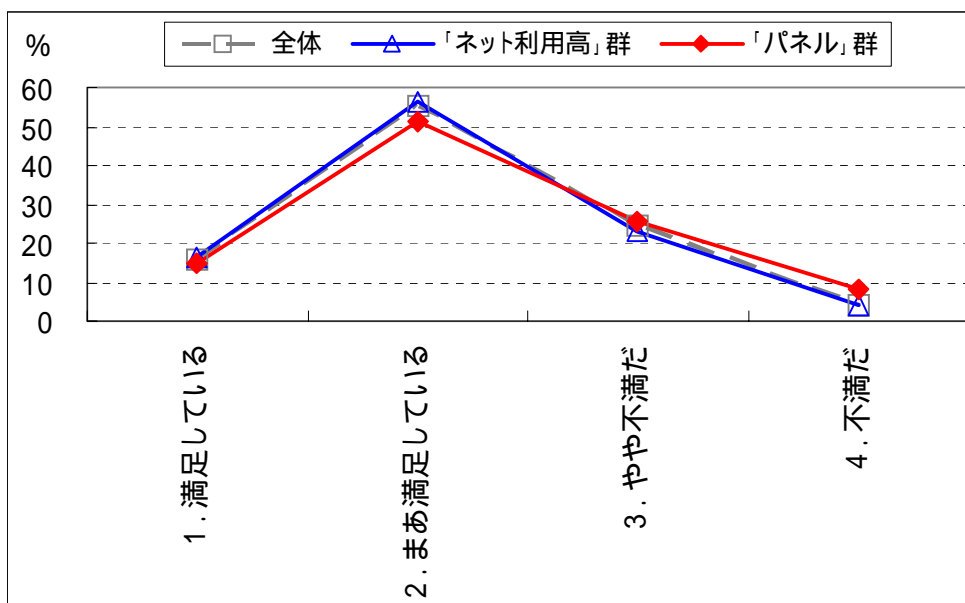


図7. 生活満足度. 数値などについては表12を参照.

表13. 「2人の課長」設問(比較データ).

ある会社につきのような2人の課長がいます. もしあなたが使われるとしたら, どちらの課長に使われる方がよいと思いますか. (あてはまるものを1つ)

データ件数	1. 規則をまげてまで, 無理な仕事をさせることはありませんが, 仕事以外のことで人のめんどうを見ません.	2. 時には規則をまげて, 無理な仕事をさせることもありますが, 仕事のことでも人のめんどうをよく見ます.
訪問面接全体	630	21.3
インターネット利用者	376	23.1
サンプリング系[首都圏]	298	35.2
サンプリング系[全国]	403	32.3
インターネット公募系	536	42.9

横原ほか(2003)より作成. 表中の数値は, 「データ件数」の列が度数, そのほかは行%. 「訪問面接全体」「インターネット利用者」などの説明は表9を参照. なお, 表に示した他に「その他: 具体的に()」という選択肢あり.

表14. 「2人の課長」設問.

問11. ある会社につきのような2人の課長がいます. もしあなたが使われるとしたら, どちらの課長に使われる方がよいと思いますか. どちらか1つだけ選んで, あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

データ件数	1. 規則をまげてまで, 無理な仕事をさせることはありませんが, 仕事以外のことで人のめんどうを見ません.	2. 時には規則をまげて, 無理な仕事をさせることもありますが, 仕事のことでも人のめんどうをよく見ます.
全体	859	26.2
「ネット利用高」群	337	27.9
「パネル」群	74	18.9

表中の数値は, 「データ件数」の列が度数, そのほかは行%. 無回答サンプルは「データ件数」には含まれているが, 集計項目としては掲載されていない.

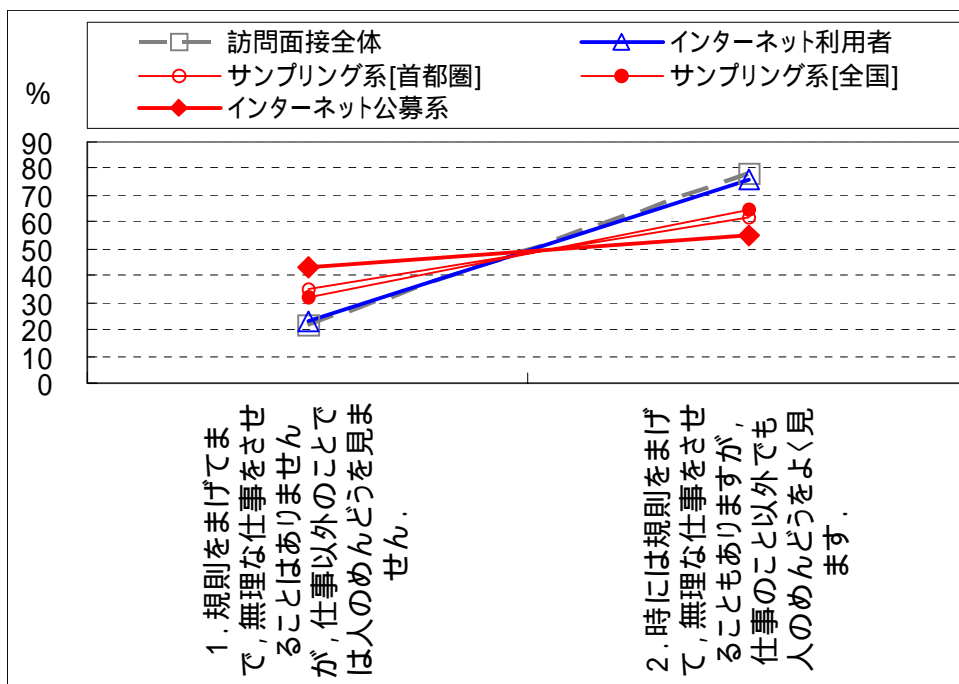


図 8. 「2 人の課長」設問（比較データ）. 横原ほか（2003）より作成. 数値などについては表 13 を参照.

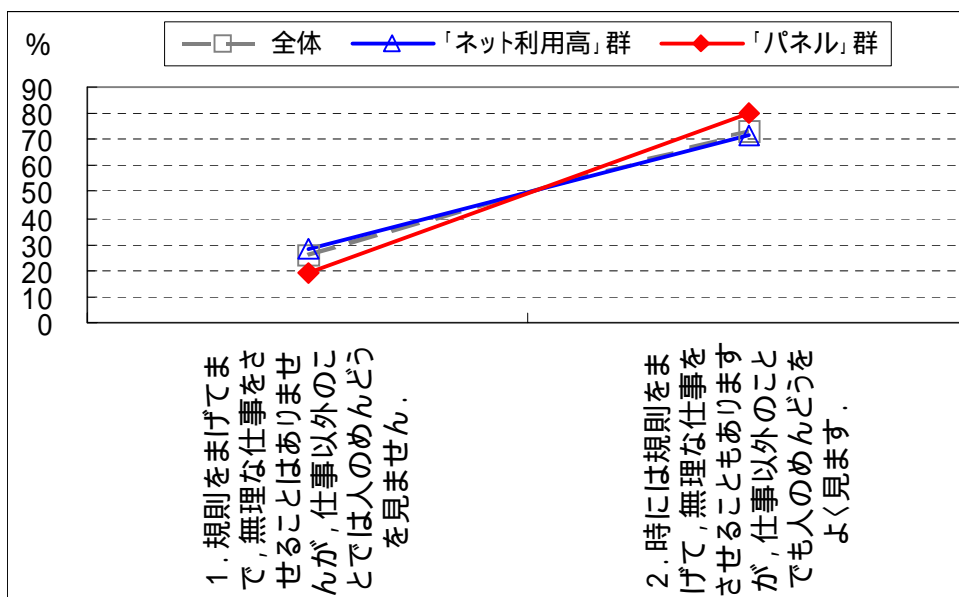


図 9. 「2 人の課長」設問. 数値などについては表 14 を参照.

表 15. 「人のくらし方」設問.

問10. 人のくらし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるものの中で、どれが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

データ件数	1. 一生けんめい働き、金持ちになること	2. まじめに勉強して、名をあげること	3. 金や名誉を考えずに、自分の趣味にあったくらし方をする	4. その日その日を、のんきにクヨクヨしないですること	5. 世の中の正しいことを押しつけて、どこまでも清く正しくらすこと	6. 自分の身のことを考えずに、社会のためにすべてを捧げてくらすこと	
全体	859	19.6	6.6	43.7	25.1	3.3	1.4
「ネット利用高」群	337	17.2	6.8	46.0	22.8	5.0	1.5
「パネル」群	74	10.8	6.8	51.4	17.6	6.8	4.1

表中の数値は、「データ件数」の列が度数、そのほかは行%。

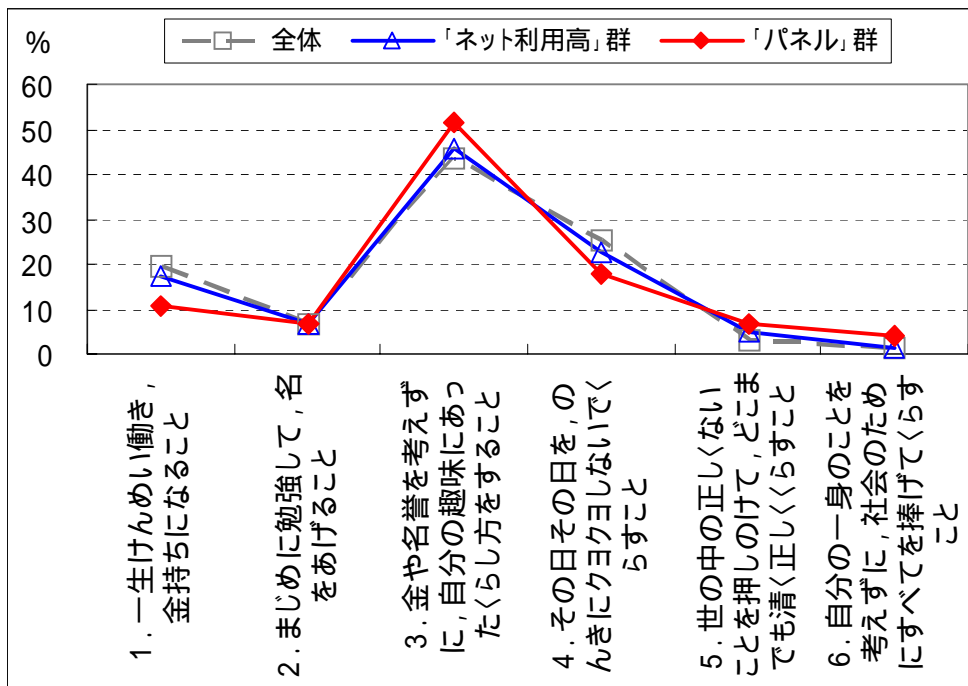


図 10. 「人のくらし方」設問. 数値などについては表 15 を参照.

5-5. インターネットの利用程度およびパネル登録意向による群の一般的性格の比較

以上のように、本調査のデータは、極めて限定的な対象者に対する一度限りの調査ながら、単純集計だけでなく、注目するクロス集計においてもおおむね既存の報告と変わらない回答傾向が見られており、さらなる検討を行うに値するデータであると考えられよう。そこで今度は、インターネットの利用程度およびパネル登録意向による群ごとの回答傾向の違いを、一般的性格という観点から解釈してみたい。

群間での一般的性格の比較にあたっては、先の検討（「5-2. 一般的性格の尺度に関する確認」）を経て使用を決定した 10 の各尺度について、群ごとに尺度得点の分布を比較しつつ行う。この際、どの程度の違いをもって差があると判断するかの参考とするために、測定の繰り返しという無限母集団を想定し、独立性の χ^2 検定 (H_0 : 群と得点は独立) やマン・ホイットニーの U 検定 (H_0 : 群間で得点の母代表値に差はない) も行なった。しかし、こうした検定は、事後的かつ探索的に行うものでしかなく、参考として参照するに止める。

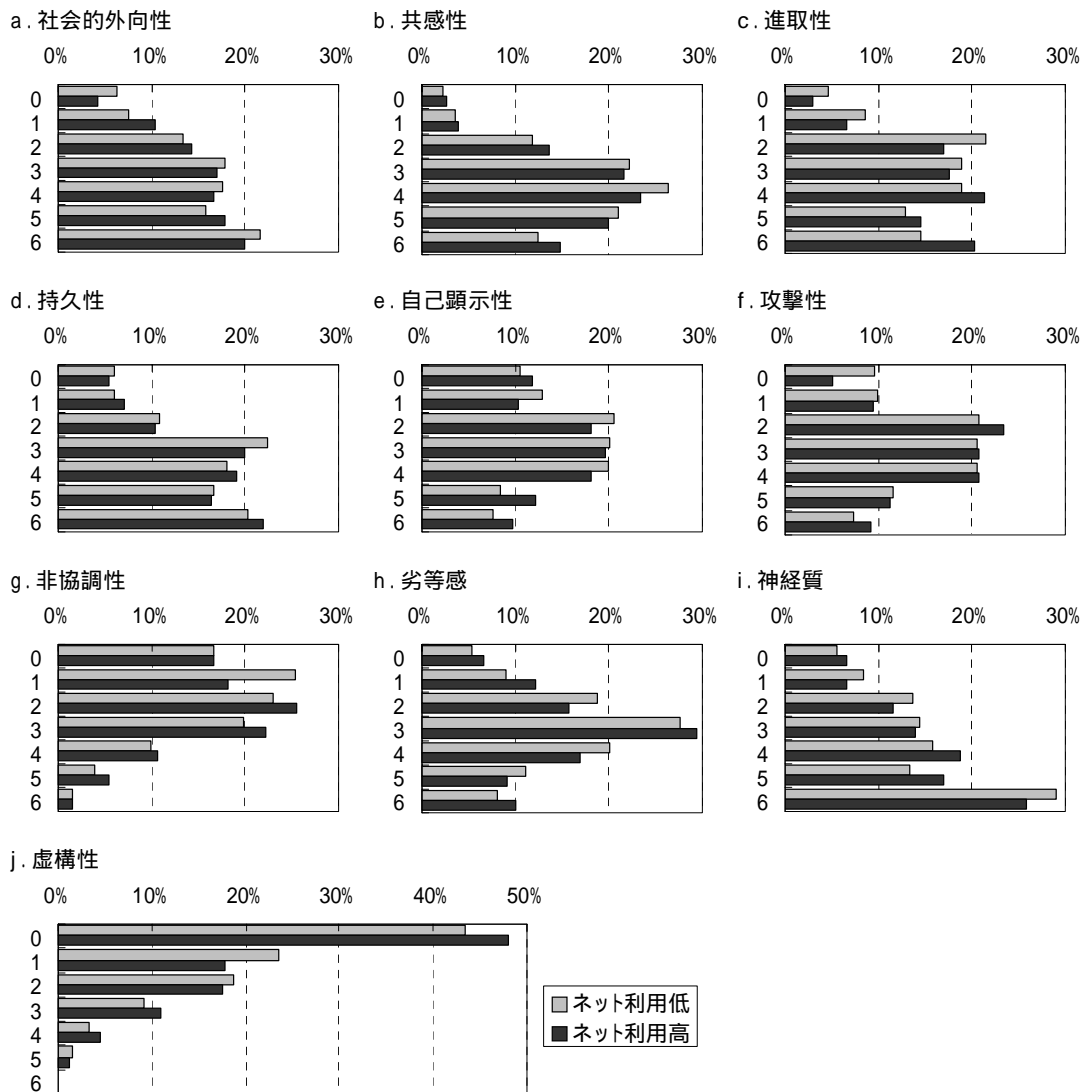


図 11．インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較．それぞれ縦軸が尺度得点，横軸がそれぞれの得点であったサンプルの群内における相対頻度．群のサイズは「ネット利用低」群が n=522，「ネット利用高」群が n=337．なお度数表などは付録（9-5）参照．

なお，使用するデータは，先述（「5-3．インターネットの利用程度およびパネル登録意向の定義」）のとおり 859 名分のデータとする．そのうえで本節では，以下順に，インターネットの利用程度（「ネット利用」）の高低別，パネル登録意向（「アドレス」記入）の有無，双方の組み合わせ（「ネット利用」×「アドレス」）別にそれぞれ各尺度得点の分布を群間比較する．

まず，「ネット利用」による 10 の尺度得点の分布を比べると，図 11 のとおり．多少違いが目立つのは「ネット利用低」群（n=522）に比べて「ネット利用高」群（n=337）の進取性がやや高い（ χ^2 (df=6, N=859)=9.799, p=0.133; U=77198, Z=-3.076, p=0.002）ことくらいであり，他は特に目立った傾向は見られなかった．なお，より詳しくは付録（「9-5．尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低別）」）を参照されたい．

次に，「アドレス」による 10 の尺度得点の分布を比べると，図 12 のとおり．まず，「アドレス未記入」群（n=752）に比べ，「アドレス記入」群（n=107），したがってよ

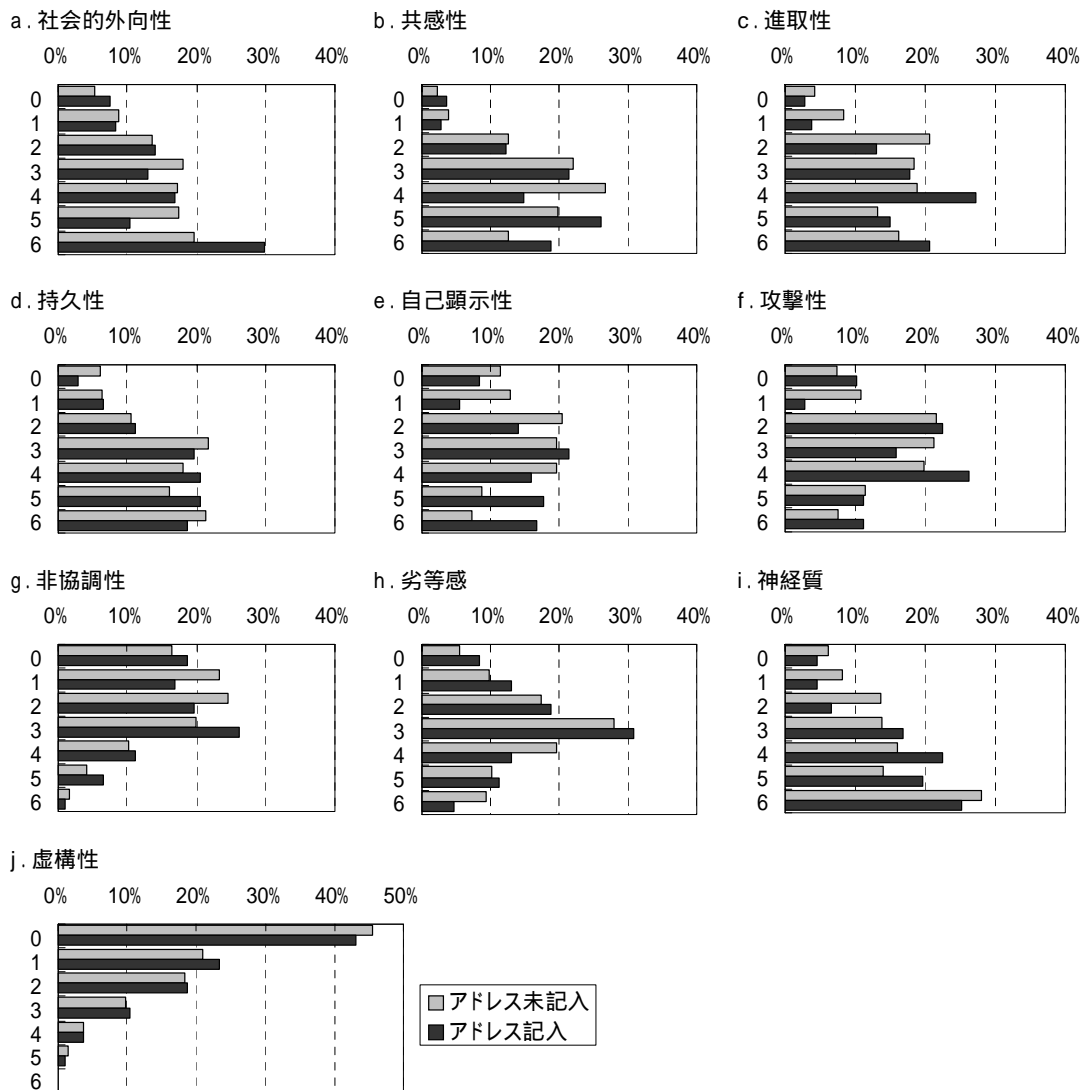


図 12. パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較. それぞれ縦軸が尺度得点, 横軸がそれぞれの得点であったサンプルの群内における相対頻度. 群のサイズは「アドレス未記入」群が n=752, 「アドレス記入」群が n=107. なお度数表などは付録 (9-6) 参照.

リインターネット調査に対して協力意向が高いであろう群においては,特に自己顕示性尺度の高さが目だった (χ^2 (df=6, N=859)=25.191, p=0.000; U=30862.5, Z=-3.956, p=0.000). そのほか, 共感性, 進取性, 攻撃性, 劣等性の各尺度においても, 若干ながら得点の分布が群間でなっている様子が見られた. なお, より詳しくは付録 (「9-6. 尺度得点の比較 (アドレス記入の有無別)」) を参照されたい.

さらに, 「ネット利用」の高低によって, 「アドレス未記入」「アドレス記入」群間の尺度得点の分布の差異のパターンに異なった傾向があるかどうか (交互作用) を確認したい. 「アドレス」による 10 の尺度得点の分布を, 「ネット利用低」群だけについて比べた結果が図 13, 「ネット利用高」群だけについて比べた結果が図 14 のとおり. なお, より詳しくは付録 (「9-7. 尺度得点の比較 (インターネット利用程度の高低 × アドレス記入の有無別)」) を参照されたい.

図 13 および図 14 に示した一連の結果を見て目立つ傾向としては, 「ネット利用低」

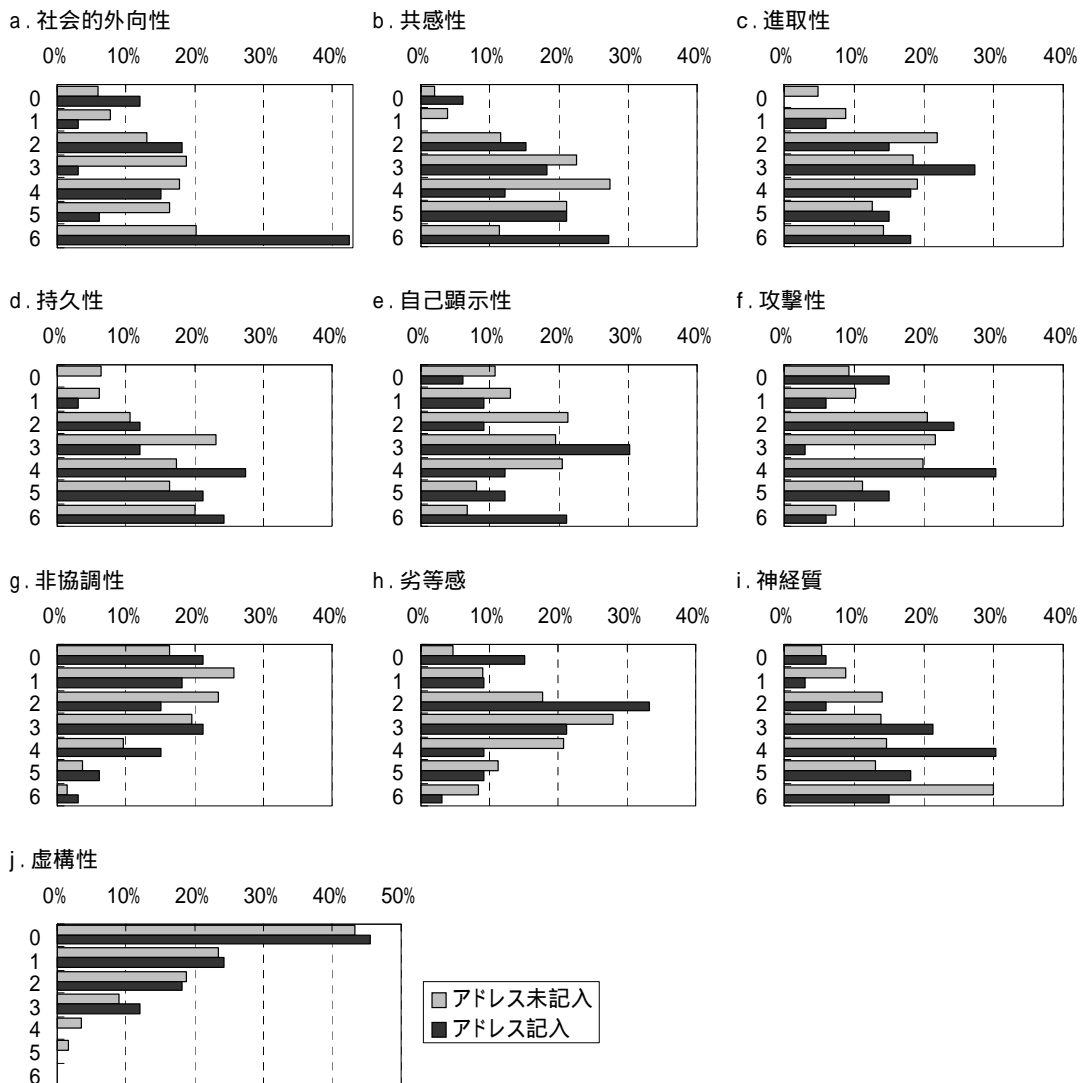


図 13 . インターネットリサーチへの心的関与の異なる 2 群間での尺度得点の比較【「ネット利用低」群】. それぞれ縦軸が尺度得点, 横軸がそれぞれの得点であったサンプルの群内における相対頻度. 群のサイズは「アドレス未記入」群が n=489, 「アドレス記入」群が n=33. なお度数表などは付録 (9-7) 参照 .

群におけるほうが, 全般的に, アドレスを記入する人となしな人の尺度得点の分布の違いが大きいことがある. しかし, 「ネット利用低」かつ「アドレス記入」に該当するサンプルは 33 名しかいない. したがって, 「アドレス記入」群に比べ「アドレス未記入」群のほうが尺度得点の分布の違いが大きい傾向は, ただ該当サンプル数が少ないために分布がばらついてそのように見えるだけかも知れない. また, いずれの尺度も, 得点の分布の差異の方向 (どちらの群の尺度得点が, よりどちらに傾いているか) は, 「ネット利用」の高低によらず同じであるか, あるいは, そうした分布の違いは「ネット利用低」群においてのみ見られるかである .

こうした点から, 「アドレス未記入」「アドレス記入」群間の尺度得点の分布の差異のパターンは, インターネットの利用程度の高低によって, その強さは異なるかも知れないが, 方向自体が変わってくるものではなさそうだ (効果の方向が逆転するような交互作用はなさそうだ), と考えられよう .

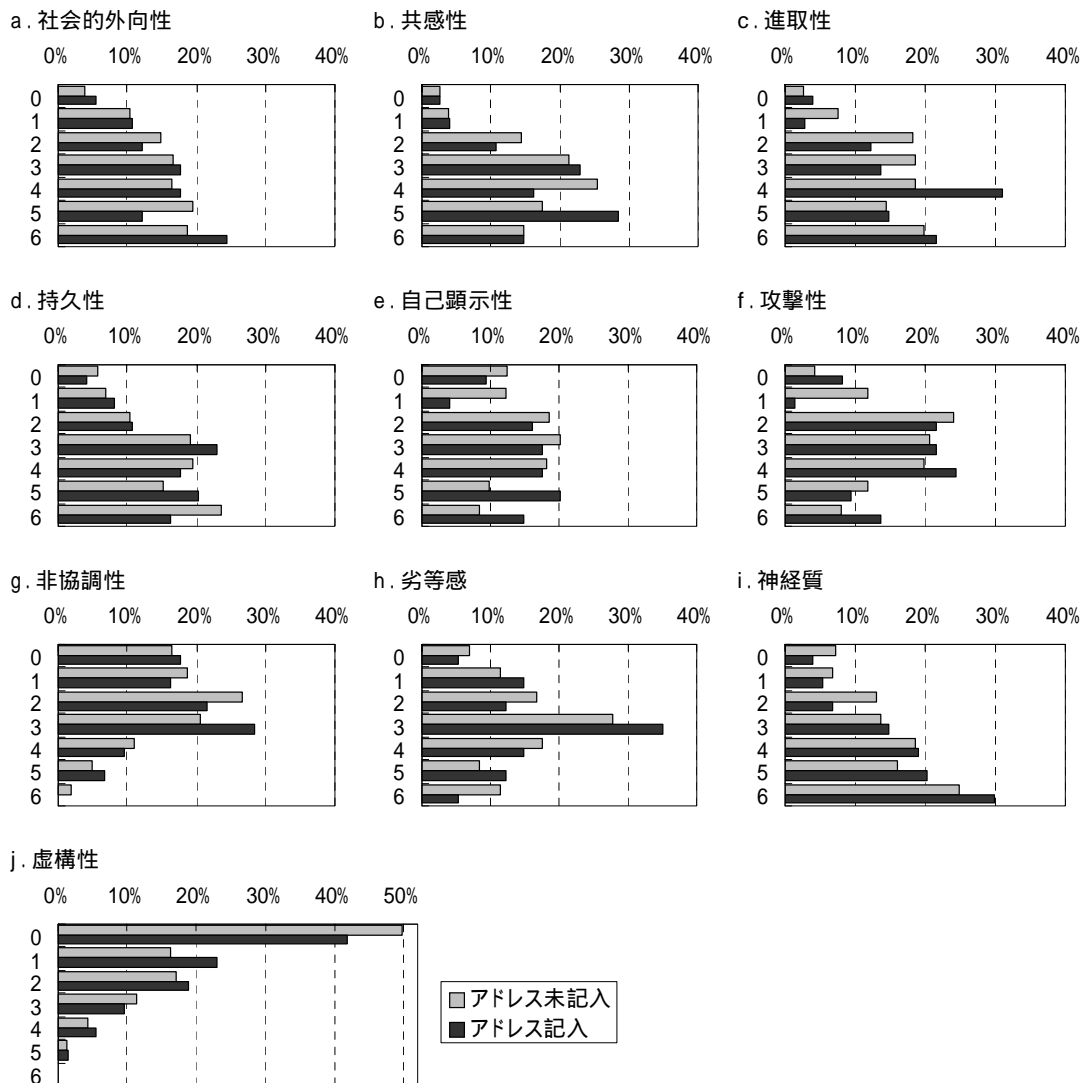


図 14. インターネットリサーチへの心的関与の異なる 2 群間での尺度得点の比較【「ネット利用高」群】. それぞれ縦軸が尺度得点, 横軸がそれぞれの得点であったサンプルの群内における相対頻度. 群のサイズは「アドレス未記入」群が n=263, 「アドレス記入」群が n=74. なお度数表などは付録 (9-7) 参照.

なお, 先にこうしたネット利用による群分け行なわずアドレス記入有無のみで比較した際に尺度得点の分布に差異の見られた各尺度のうち, 「ネット利用高」群に限って見た場合でも同様にアドレス記入有無で得点の分布に目立った違いが見られたものには, 自己顕示性尺度 (χ^2 (df=6, N=337)=12.132, p=0.059; U=7624, Z=-2.882, p=0.004), あるいは若干ではあるが攻撃性尺度 (χ^2 (df=6, N=337)=11.327, p=0.079; U=8674, Z=-1.453, p=0.146) があった.

5-6. 「全体」「ネット」「パネル」間における一般的性格の比較

先に「ネット利用高」群かつ「アドレス記入」群である 74 名の人々を「パネル」群と定義したが (「5-3. 「インターネットの利用程度」および「パネル登録意向」の定義), 本節では, この「パネル」群における尺度得点の分布を確認したい. 本稿では

ボランティア・パネルの特性に関する知見を得ることに目的があり、本調査末尾に設けた欄に自らメールアドレスを記入した人をもって、ボランティア・パネルへの登録意向が高い人とみなすこととしている。しかし実際には、ボランティア・パネルへの登録を呼びかける告知はインターネット上で成されるのが普通であるため、そもそもインターネットの利用程度が低い人は、ボランティア・パネルに登録する機会にあまり出会わないはずである。そこで、メールアドレスを記入した人の中でもインターネットの利用程度が高い人、すなわち「パネル」群のほうが、よりボランティア・パネルに近いだろうという考えである。

ところで「パネル」群とは、ちょうど図 14 のうちの「アドレス記入」群と同じである。ただし、ここでは「パネル」群をネット利用程度が高いがメールアドレスを記入しなかった人と比較するのではなく、「パネル」群を、先の「5-4. 「ネット利用」および「アドレス」による群間の回答傾向の比較」のように、「全体」（本調査の全回答、859 サンプル）および「ネット」（「全体」のうちの「ネット利用高」群、337 サンプル）と比較する。あらためてこうした比較のために図を作成しなおすと、図 15 から図 24 のとおり。

これを見ると、特に自己顕示性尺度（図 19）において、全体的に「パネル」の得点分布が他に比べて高いほうに偏っている様子が見られる。また、進取性尺度（図 17）、攻撃性尺度（図 20）、非協調性尺度（図 21）、あるいは神経質尺度（図 23）といった各尺度も「パネル」においてやや得点が高い方向に分布しているような印象を受ける。しかしこれらの各尺度については、付録（「9-7. 尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低×アドレス記入の有無別）」）にて「ネット利用高」（＝「ネット」）群内における「アドレス記入」（＝「パネル」）群と「アドレス未記入」間での検定結果を参照すると、自己顕示性に比較して分布の違いは小さなものであると考えられるので、ここではこれらは差異があるとは判断しないこととする。³⁴ また、特に進取性尺度（図 17）では、「全体」や「ネット」に比べ「パネル」の得点分布は最頻値（4 点）に集中している、すなわちばらつきが小さい様子も見られる。

ところで、いずれの尺度を見ても、「パネル」が他と異なる分布をしている様子は目に付いても、「全体」と「ネット」の間にはそれほど目だった違いは見られない。先にネット利用別の尺度得点を見た際に、「ネット利用低」群と「ネット利用高」群の比較を行なった。そしてその際も、比較すれば進取性尺度において違いが見られるものの、全体的にあまり両群に目立った違いはなかった（図 11）。そして、ここにおける「全体」と「ネット」の比較は、先の比較でいえば「ネット利用低＋ネット利用高」全体と、そのうちの一方である「ネット利用高」群との比較に相当するため、さらに差異が見立たなくなっている。

さらに、そもそも本調査の対象者は、環境面においてその全員が同様にインターネットを利用可能である。これに加え、対象者の年齢や社会経験といった点も併せて考えると、いわゆる一般消費者のような集団に比べれば、本調査の対象者集団内においては、明らかにインターネット利用程度のばらつきは小さいと考えられる。本調査は、自らパネル登録する意向を示すかどうかについての前向き調査であり、その目的のため、インターネットの利用程度も含めて多くの部分において比較的等質な集団を対象とした。このため、インターネットの利用程度の違いによる一般的特性上の差異は、あまり補足できていないのであろう。

しかしながら、そうした中でもなお、インターネットの利用程度が異なる群間において、進取性については若干の違いが見られた。また、この進取性尺度は、（他の尺度も同様だが）3 つの設問によって測定されている点で、1 つの設問によって測った場合よりは、妥当な測定が成されていることを期待できる。

こうしたことから、「ネット」における進取性の高さは、傾向は弱いながらも積極的に評価したい。

以上より，一般的性格についての本調査の結果は，インターネットの利用頻度の高い人において進取性尺度が高く（平凡に暮らすより何か変わったことがしたい，いろいろなものを発明してみたい，新しいアイデアを考えるのが好きだ），さらに，アドレスを記入する人においては自己顕示性尺度が高い（注目の的になりたい，何につけても人より目立ちたい，コンクールで入賞したい）様子が見られた，ということになる．

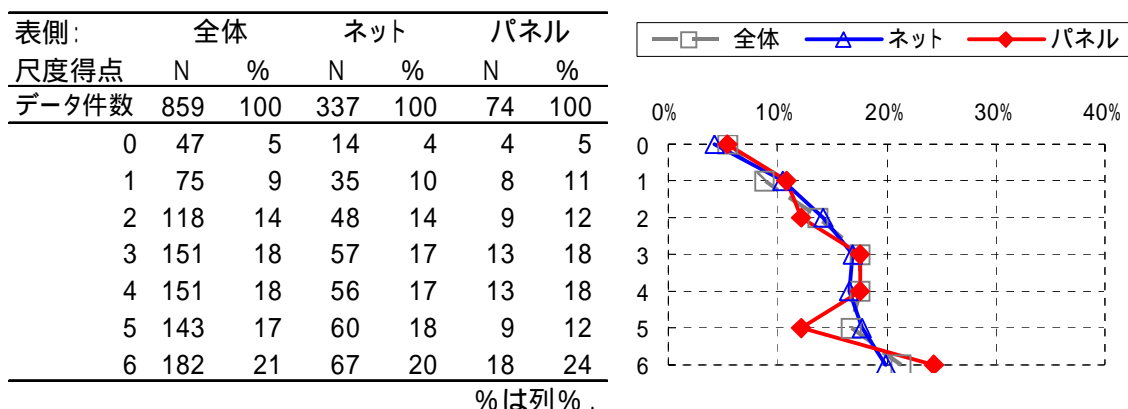


図 15．全有効回答者（「全体」），全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人（「ネット」），およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者（「パネル」）間での尺度得点の比較（社会的外向性）．

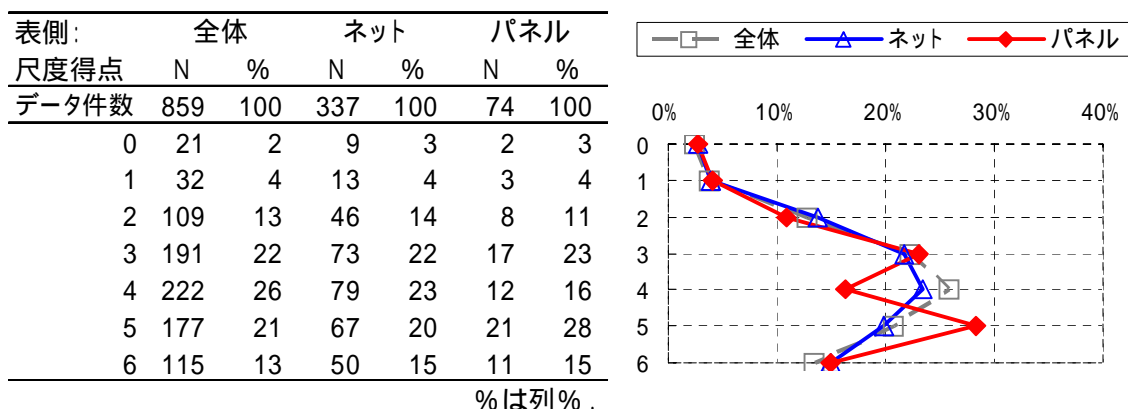


図 16．全有効回答者（「全体」），全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人（「ネット」），およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者（「パネル」）間での尺度得点の比較（共感性）．

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	34	4	10	3	3	4
1	67	8	22	7	2	3
2	171	20	57	17	9	12
3	160	19	59	18	10	14
4	171	20	72	21	23	31
5	119	14	49	15	11	15
6	145	17	68	20	16	22

%は列% .

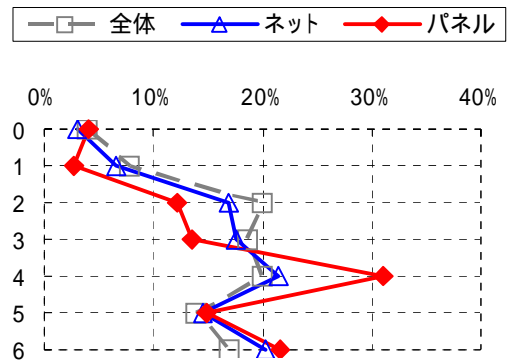


図 17 . 全有効回答者(「全体」), 全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人(「ネット」), およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者(「パネル」)間での尺度得点の比較(進取性) .

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	49	6	18	5	3	4
1	55	6	24	7	6	8
2	92	11	35	10	8	11
3	188	22	67	20	17	23
4	160	19	64	19	13	18
5	143	17	55	16	15	20
6	180	21	74	22	12	16

%は列% .

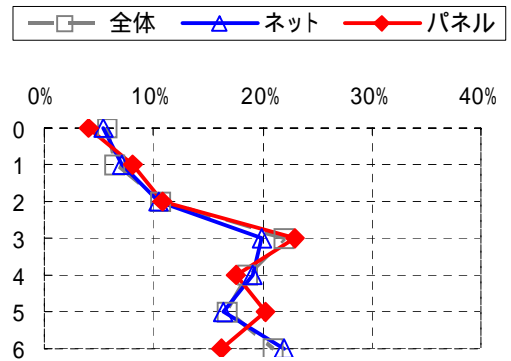


図 18 . 全有効回答者(「全体」), 全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人(「ネット」), およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者(「パネル」)間での尺度得点の比較(持久性) .

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	96	11	40	12	7	9
1	105	12	35	10	3	4
2	168	20	61	18	12	16
3	172	20	66	20	13	18
4	167	19	61	18	13	18
5	86	10	41	12	15	20
6	73	8	33	10	11	15

%は列% .

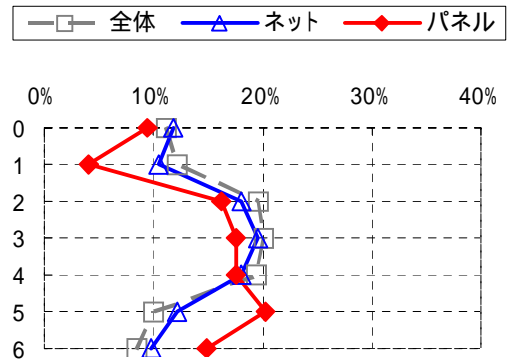


図 19 . 全有効回答者(「全体」), 全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人(「ネット」), およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者(「パネル」)間での尺度得点の比較(自己顕示性) .

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	67	8	17	5	6	8
1	86	10	32	9	1	1
2	190	22	79	23	16	22
3	178	21	70	21	16	22
4	178	21	70	21	18	24
5	99	12	38	11	7	9
6	69	8	31	9	10	14

%は列% .

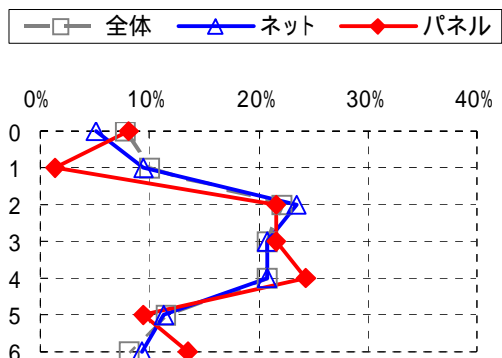


図 20 . 全有効回答者（「全体」），全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人（「ネット」），およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者（「パネル」）間での尺度得点の比較（攻撃性） .

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	145	17	56	17	13	18
1	194	23	61	18	12	16
2	211	25	86	26	16	22
3	178	21	75	22	21	28
4	88	10	36	11	7	9
5	38	4	18	5	5	7
6	13	2	5	1	-	-

%は列% .

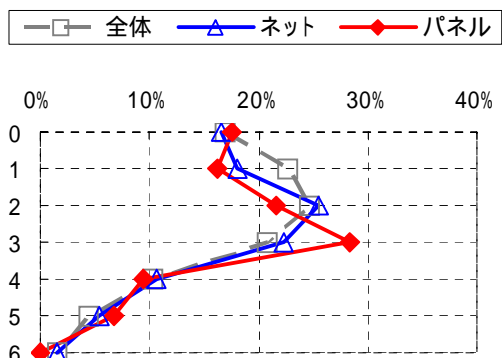


図 21 . 全有効回答者（「全体」），全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人（「ネット」），およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者（「パネル」）間での尺度得点の比較（非協調性） .

尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	50	6	22	7	4	5
1	89	10	41	12	11	15
2	153	18	53	16	9	12
3	243	28	99	29	26	35
4	164	19	57	17	11	15
5	92	11	31	9	9	12
6	76	9	34	10	4	5

%は列% .

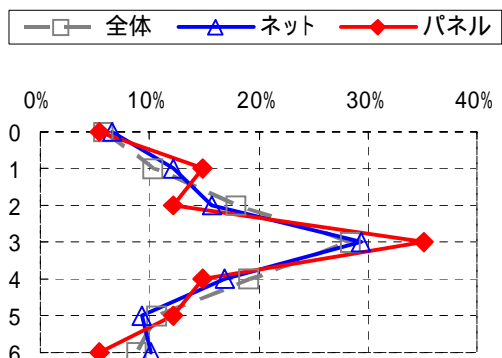


図 22 . 全有効回答者（「全体」），全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人（「ネット」），およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者（「パネル」）間での尺度得点の比較（劣等感） .

表側: 尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	51	6	22	7	3	4
1	66	8	22	7	4	5
2	110	13	39	12	5	7
3	124	14	47	14	11	15
4	145	17	63	19	14	19
5	129	15	57	17	15	20
6	242	28	87	26	22	30

%は列% .

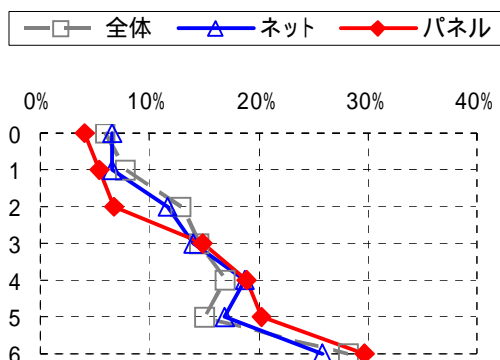


図 23 . 全有効回答者(「全体」), 全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人(「ネット」), およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者(「パネル」)間での尺度得点の比較(神経質) .

表側: 尺度得点	全体		ネット		パネル	
	N	%	N	%	N	%
データ件数	859	100	337	100	74	100
0	394	46	162	48	31	42
1	184	21	60	18	17	23
2	157	18	59	18	14	19
3	85	10	37	11	7	9
4	34	4	15	4	4	5
5	12	1	4	1	1	1
6	1	0	-	-	-	-

%は列% .

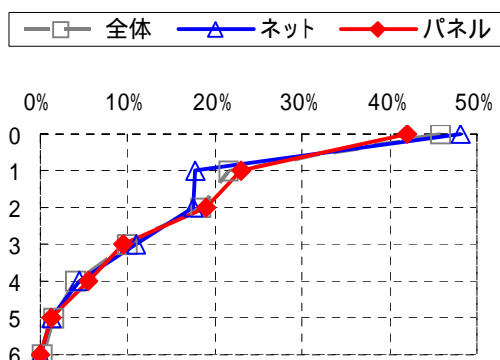


図 24 . 全有効回答者(「全体」), 全有効回答者のうちインターネット利用程度が高い人(「ネット」), およびインターネット利用が高い人のうちのアドレス記入者(「パネル」)間での尺度得点の比較(虚構性) .

6 . 考察

6-1 . 今回考慮されなかった事項

本稿では, 特にボランティア・パネルへの登録意向を示す人の特性に着目した。すなわち, 回答者でも調査対象者でもなく, パネルに登録している人, である。しかし, パネルそのものに注目するにしても, 検討されるべき事項は, これに登録する人しない人という観点だけではない。

たとえば, パネルのメンバーの中でも, 依頼が来れば高い頻度で回答する人もいれば, 依頼は来ても, 気が向かないと答えない人もいるであろう。当然, 回答しない人の意見は, 回収データのなかに現れてこないのので, 回収データにおいては, より回答性向の高い人の意見が強く現れる。また, 長い期間, いくつもの会社のパネルに登録し, 数多くのアンケートに答える経験をした人は, そもそも, そうしたアンケートへの回答経験があまりない人に比べれば, 何がしか回答性向に独特な偏向が現れても不思議はない。こうした人々のパネルに占める割合が変われば, 一口にパネルといっても, 中身が全く変わってくる。ここではボランティア・パネルのみに注目しているわけだが, たとえば主にオプトイン・メールによって構築されたボランティア・パネルと, ポータルサイトの

ユーザから構築したボランティア・パネルとでは、同じボランティア・パネルでも、その特性には大きな傾向差がある可能性も考えられるだろう。

本稿は、こうした数々の観点の中の、ごく一部を扱っているものであり、本稿で示した結果が、インターネットリサーチにおけるボランティア・パネルの特性を広く捉えたものではない点には注意されたい。

6-2. ボランティア・パネルか、プレ・リクルーテッド・パネルか

ところで、本調査ではボランティア・パネルへの登録意向を示す者として、調査票末尾に記載された事後のインターネット調査のためのメールアドレス記載の依頼に応じて（有効と思われる）メールアドレスを記入した者に対応させた。しかし、本調査は、目標母集団全体を対象とする悉皆調査であり、実際に目標母集団のほぼ8割から回答を回収している。そうすると、目標母集団の大部分に対して、調査票を渡すということによりリクルーティングを行なっているとも考えられる。ならば、ここでメールアドレスを記入した人は、ボランティア・パネルではなく、本調査において設定した目標母集団に対するプレ・リクルーテッド・パネルと考えることも可能かもしれない。

しかし、実際に（有効と思われる）メールアドレスを記入したのは、全回答者のうちのおよそ1割程度と少なく、また、実査においても、このメールアドレスを記入する欄については一切言及せず、調査票上の文面としても、「抽選だが謝礼も用意」というインセンティブの示唆こそあるものの、積極的な勧誘文句は記載していない。また、調査方法は集合調査であり、必ずしも調査対象者を個人レベルで把握している環境下で名指しで調査票を配布したわけでもない。こうしたことから、本調査でメールアドレスを記入した人々は、パネル登録の呼びかけに接触した人がほぼ目標母集団全体をカバーするという点でプレ・リクルーテッド・パネルの要素があるものの、メールアドレスの記入が自発意思によるか積極的な勧誘によるかという点では、前者、すなわちボランティアによりパネル登録した人々と考えられよう。

調査法研究上は、パネル登録の呼びかけに自覚的に（ただ接触するだけでなくそれに気付く形で）接触した人が、目標母集団を代表するように選ばれており（全数ないし無作為標本という意味で）、かつ、応諾者のみならず非応諾者についても情報収集ができていた場合は、プレ・リクルーテッド・パネルと扱うことも可能かもしれない。しかし、実質上は、誘いかけがなければわざわざ自分からパネル登録したりしないような人を十分に取り込んでこそ、プレ・リクルーテッド・パネルと考えるのが自然であろう。

そうしたことを考えると、本調査でメールアドレスを記入した人は、およそ積極的な勧誘を受けてはおらず、したがって、自ら自発的にパネル登録したボランティア・パネルと考えることができよう。

6-3. 「全体」より「パネル」群のほうが多く「人情課長」を選択

では、ボランティア・パネルへの登録意向を示したと考えられる人々について、目標母集団全体と比較したとき、どのような特性が見られたであろうか。これに際し、本稿ではさらに、「パネル」群なる人々に注目した。すなわち、メールアドレスを記入した人、すなわちボランティア・パネルへの登録意向を示した人のうちでも、インターネットの利用程度が一定以上である人だけを「パネル」群とし、特にこの人々の特性に注目してきた。

本調査は集合調査であり、インターネット経由で回答を得ているのではない。また、メールアドレスとしては、大学から与えられるメールアドレスは全員が所有しており、また、携帯電話のメールアドレスなども考えると、実際にはあまりメール以外ではインターネットを使うことがない人も、アドレスの記入が可能である。しかし、ボランティ

表 16. 「全体」「ネット」「パネル」別に見た、問 1-5 および問 1-6 の集計結果。

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	データ件数	1+2.「そう思う」合計		3.どちらともいえない	4+5.「そう思わない」合計		無回答		
		1. 1. そう思う	2. 2. どちらかといえばそう思う		4. 4. どちらかといえばそう思わない	5. 5. そう思わない			
1-5. 学生同士 全体	859	56.1	18.5	37.6	34.7	8.6	6.9	1.7	0.6
の仲がよい 「ネット利用高」群	337	51.3	14.2	37.1	36.8	11.6	8.9	2.7	0.3
「パネル」群	74	58.1	6.8	51.4	29.7	12.2	10.8	1.4	0.0
1-6. 先生に気 全体	859	17.3	3.1	14.2	38.8	43.4	28.3	15.1	0.5
軽に質問でき 「ネット利用高」群	337	21.1	2.1	19.0	38.9	40.1	27.3	12.8	0.0
「パネル」群	74	27.0	2.7	24.3	35.1	37.8	24.3	13.5	0.0

表中の数値は、「データ件数」の列が度数、そのほかは行%。なお、選択肢の「1. 1. そう思う」「2. 2. どちらかといえばそう思う」の合計値を「1+2. 「そう思う」合計」の列に、「4. 4. どちらかといえばそう思わない」「5. 5. そう思わない」の合計値を「4+5. 「そう思わない」合計」の列にそれぞれ示してある。

ア・パネルは、ポータルサイトのバナー広告への接触にしても、オプトイン・メールの受け取りを承諾するにしても、ある程度インターネットの利用程度が高くないと、パネル登録の告知に接触する機会があまりないはずだからである。

こうして本稿では、「パネル」群の特性を、「全体」(目標母集団全体)との比較の中で把握することを目指した。

その結果、まず、先行研究との比較を通じて、1 点、予想に反した結果が見られた。タイプの異なる 2 人の課長のうちどちらに使われたいかという「2 人の課長」の設問である。

この設問は、1953 年以来、統計数理研究所により 5 年ごとに継続して調査され続けている設問で、近年、若年層において若干変化は何えるものの、1953 年の第 1 次調査から一貫して「人情課長」を選択する人が多数派となっている。そして Web 調査で聞くと、国民性調査の結果に比べ「めんどろを見ない課長」の選択割合が多く出る(「人情課長」の選択割合が小さく出る)という傾向も、大隅らの一連の実験調査で一貫して報告されている。つまり、Web 調査の回答のほうが(仕事上では)あっさりした人間関係を好む傾向が強くと考えられている。しかし、本調査では、「全体」に比べ「パネル」群において、「人情課長」がより多く選択されるという逆の結果となった。

ところで、本調査票における他の設問で人間関係に関する設問を探すと、自身の通う大学に関する印象を尋ねる「問 1」の設問のうちの「問 1-5. 学生同士の仲がよい」「問 1-6. 先生に気軽に質問できる」がある(表 16)。これらの結果を「全体」「ネット(ネット利用高)」「パネル」の各群ごとに見てみると、「学生同士の仲」のほうは何ともいえないが、「気軽に質問」のほうは若干ながら「パネル」群のほう肯定方向(「1. 1. そう思う」「2. 2. どちらかといえばそう思う」)、したがってより親しみのある人間関係をうかがわせる方向の回答比率が高い。したがってこの両設問からも、特に「パネル」のほうがあっさりした人間関係を好むという傾向はうかがえない。

この結果をどう解釈するか、この結果からこういった示唆を読み取るのだが、ひとつには次のような可能性が考えられよう。今回の調査で「パネル」群とした集団が、インターネットリサーチの回答者集団とは比較できないほど異なる特性を持つ集団であった、という解釈である。

つまり、本調査の「パネル」群は、いわばインターネットリサーチの対象者集団の抽出元に対応するのであって、インターネットリサーチの回答者集団には対応せず、こうした違いこそが、この、本調査と既存の報告の間の食い違いの原因となっている、という解釈である。言い換えると、実際の回答者集団は元のパネルを代表していない、とい

うことを示唆する結果であったという解釈である。もちろん、本設問は職場における人間関係に関するものであるのに、本調査の対象者は就業経験が極めて限定的であろう大学生である点も忘れてはならない。しかし、もしこうした解釈が妥当であるなら、インターネットリサーチにおける無回答者の特性に関して、これは意味のある情報となるかもしれない。すなわち、「2人の課長」のうち「めんどろを見ない課長」を選択する特性は、インターネットユーザやパネル登録者の特性ではなく、インターネットリサーチにおいて回答する人の特性である、といった仮説に結びつくかもしれないからである。またそもそも、パネルへの登録意向と、個々の調査への回答意向は、異なった筋道を持っているかも知れないということ自体、今後の研究において意識する必要があるということになる。

6-4. 一般的性格に関する特性

本調査では、そうした先行研究との比較の他に、一般的性格の尺度を利用した検討も行った。その結果、まず、「ネット」すなわちインターネットの利用程度が高い人において、(「全体」よりも)進取性の得点がやや高いほうに分布するという結果が得られた。なお、進取性が高いとは、「問 12-2. 平凡に暮らすよりも何か変わったことがしたい」「問 12-10. いろいろなものを発明してみたい」「問 12-36. 新しいアイデアを考えるのが好きだ」という3つの質問項目いずれにも「はい」と回答する方向の回答傾向である。この点に関しては、すでに「5-6」節で触れたとおり、差としては小さいものの、さしたる利用程度の違いにもかかわらず見られた差であり、結果を積極的に読み取ることとしたい。

そして、最終的な関心事である「パネル」においては、「ネット」に比べ、特に自己顕示性が高いという結果が得られた。自己顕示性は、「問 12-4. 注目の的になりたい」「問 12-21. 何につけても人より目立ちたい」「問 12-23. コンクールで入賞したい」という3つの質問項目いずれにも「はい」と回答するとき最も高い得点を取る値である。なるほどこうして見ると、これらいずれにも「はい」と答える人は、そうでない人よりも、確かに自分の意見を述べたいという性向を持っていそうである。自らパネルへの登録意向を示す人は、そうでない人を含む全体の中で、自己顕示性尺度の得点が相対的に高い様子が見られたという結果は納得できるものである。

ところで、日本においては、パネルへの登録をお願いする際の動機付けとして、多くの場合、回答に対して謝礼が支払われることに言及がある。他方、たとえば米国の大手市場調査会社であるハリス・インタラクティブ社の「Harris Poll Online」では、パネル登録を呼びかけるトップページに謝礼に関する記載はない(<http://www.harrispollonline.com/>)。そこには「Harris Poll は政策立案者や財界首脳、メディアから信頼できる情報源として頼りにされています」「メンバーになれば、こちら側が欲するときではなく、あなたが欲するタイミングであなたの見解を表明できることでしょう」といった文句が掲載されている。つまり、意見を、より影響力のある場で述べられますよ、ということ自体が登録の勧誘文句となっているのである(パネルの募集は日本語でも行なわれているが、同様の文言である;<http://www.harrispollonline.com/japan/>)。もし本調査において見られた上述の特性が広く妥当するなら、このハリス・インタラクティブ社の勧誘文句は、潜在的にパネル登録意向を有する人に対し効果的な文句と考えられそうである。^{35, 36}

ところで、こうして考えてみると、「パネル」群の人物像としては、少なくとも人付き合いに関して消極的というイメージは浮かばないのではないだろうか。先に5-4節や6-4節にて、本調査では「全体」より「パネル」群においてより「人情課長」が多く選択される様子が見られた点に注目したが、これは、ここで確認した本調査の「パネル」群の性格的特性から見てもうなずけることではないだろうか。やはり、このあっさりし

た人間関係を好む特性は、パネルへの登録意向とはまた別のこととの関係から生じていると考えるほうが良さそうである。

6-5. カタヨリの有無よりその把握を重視

本調査は、極めて限定された目標母集団に対する調査であり、これを超えたより広い人々に対しても同様のことが当てはまるということにはならない。しかし、インターネットリサーチのパネルへの登録意向に関係しそうな要因によらずに選ばれた集団を対象に、前向き調査によって自らメールアドレスを記入した人とそうでない人を選び分けている点、また、アドレスを記入するという行為より時間的に先に存在しているであろう一般的性格に注目している点では、比較的測りたいものを測れているのではないかとと思われる。つまり、外的な妥当性については、それが当てはまる範囲は極めて狭い一方で、内的な妥当性は、少なくとも事後的な後ろ向き調査よりもあると考えて良いであろう。そして本稿では、「ネット」では進取性、「パネル」ではさらに自己顕示性が高いという特性が観察された。

しかし重要なのは、そういった独特な特性、いわばカタヨリがあるかどうかではなく、そうした特性を把握できているかどうかなのではないだろうか。

たとえば、調査への依頼メールを送信した直後に回答してくる人々と、しばらくしてから遅れて調査票ページへアクセスし、回答する人々では、属性が大きく異なるため、数日間は調査を締め切らず回答を回収すべきだといった指摘がある（Web調査品質研究会、2004）。しかし、おそらくインターネットリサーチが最も良く利用される領域であろうマーケティング・リサーチについて考えるならば、多くの場合、属性が偏ること自体はさしたる問題ではない。それが分かっているならば、属性ごとに回収数を設定し、属性ごとに結果を見れば良いだけだからである。つまり問題なのは、そのように属性が偏ることではなくて、そうした偏りがあるにもかかわらず、そのことが把握されていない、あるいは把握されているにもかかわらず顧慮されないといった場合のほうである。

インターネットリサーチは、それ自体はツールでしかなく、目的によって使い方も異なってくる。したがって、何か一見困ったクセがあっても、別の使い方にとってそのクセは少しも困った問題ではないといった場合も出てくる。たとえば、何か大きな回答のカタヨリがあっても、そのカタヨリはどの方向にどのくらいの量なのかといった性格が把握できていて、かつ、そうしたカタヨリが安定しているならば、言い換えれば、カタヨリはあってもバラツキは小さいならば、それは世論調査のような目的には使えなくても、予測のためでなら良いデータとなるだろう。

こうした観点から、ボランティア・パネルのような目標母集団との間に理論的な結びつきを持たない対象から得られる回答を用いた予測に関する検討結果を「8. 補遺」として記載したので参照されたい。

7. 結論

基本属性が比較的等質である1つの目標母集団に対して、調査モードを固定のうえ、既存のいわば定番設問のほか、一般的性格の測定尺度として認知のある「新性格検査」（柳井ほか、1987）の一部を含む設問に答えてもらうとともに、今後行なうインターネットリサーチへの参加意向がある者には自身のメールアドレスを記入してもらうような調査を行った。

結果、目標母集団全体に比べ、インターネットの利用程度の高い人は若干ながら進取性尺度の得点が高く、またインターネットの利用程度が高くかつメールアドレスを記入した人は、進取性尺度の得点が高くかつ自己顕示性尺度の得点が高いという様子が見ら

れた。

以上より、本稿の範囲から導かれる結論としては、インターネットの利用程度が高くかつ自らインターネットリサーチのモニターへの登録する意向が強いボランティア・パネルの特性は、進取性が強く（平凡に暮らすより何か変わったことがしたい、いろいろなものを発明してみたい、新しいアイデアを考えるのが好きだ）、かつ自己顕示性も強い（注目の的になりたい、何につけても人より目立ちたい、コンクールで入賞したい）と記述できよう。

こうした調査結果は、都内のいち私立大学（立教大学）社会学部1年生および2年生という極めて限定的な集団を対象としたものであるが、調査票に含めておいた定番設問の回答傾向を既存の調査結果比較することにより得られた結果を見る限りでは、本調査でも既存の報告と大きくは違わない傾向を示しており、この知見は本調査の対象者だけに限定されないものであることも期待できよう。

さらに、基本属性が比較的等質である1つの目標母集団に対する、調査モードを固定のうえ行なわれた前向きの調査の結果である点から、本調査の結果は、自らすすんでパネル登録するような人であるか否かという点に関する特性差を、比較的純粋に測定できていることが期待される。

また、調査対象者の経験的な特性比較に一般的性格検査の設問を用いたことは、こうした群間の回答傾向の違いについて、単なる集計結果の報告にとどまらない、より客観的な解釈に役立った。さらに、このように特性の測定に一般的性格のテストを用いることは、異なる調査結果が蓄積されていった場合も、互いを比較しやすくするであろうことが期待できるため、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチのように、経験的なデータの蓄積とキャッチアップに頼らざるを得ない研究領域においては、大きな意義があると考えられる。

このように、本稿で行なったアプローチ（既存調査との比較可能性の担保・前向きの調査・一般的性格検査項目の利用）についても、ボランティア・パネルの特性把握において有効に働くものであろうことを確認できた。

8. 補遺

8-1. プロペンシティスコアを利用した調整

もし、インターネットリサーチの回答者に典型的な性格的特性が安定的にあると仮定するならば、インターネットリサーチの回答から、目標母集団全体の回答を予測する試みもあながち的外れではなからう。

インターネットによる調査の結果を使って、その非無作為抽出であることによる偏りを最小化しようという試みとしては、米ハリスインタラクティブ社のプロペンシティ・スコア調整（propensity score adjustment）が有名であり、³⁷ 近年、国内でも、プロペンシティスコアを使用してインターネットによる調査の結果を調整する試みが報告されている。³⁸

こうした方法の基礎となる考え方は次のとおりである。まず、互いに共通設問を持つ、インターネットによる調査と、本来知りたい目標母集団に対して代表性のある調査を、時期を揃えて併行して行う。得られた双方のデータを合併し、各共通設問の回答パターンから、どれがインターネットによる調査のデータであるかを予測するモデルを作る。このモデルに基づき計算されるインターネットによる調査のデータであろう確率を、インターネットによる調査のデータであろう傾向性の得点、プロペンシティスコアとする。仮にこのプロペンシティスコアが、インターネットによる調査の対象者（回答者）と比較対照の目標母集団に対して代表性のある調査の対象者（回答者）の選ばれ方の偏りを

完全に補足しているなら、このプロペンシティスコアが等しいもの同士にとっては、インターネットによる調査の対象となったか(回答者であったか)目標母集団に対して代表性のある調査の対象となったか(回答者であったか)の違いに特に系統的な差異は無く、どちらの対象となったか(どちらの回答者であったか)は偶然であり、したがって、無作為に割り付けられたと考えられよう、というものである。(Rosenbaum and Rubin, 1983)

ところで、こうしたプロペンシティスコアを用いてインターネットによる調査結果の調整を試みる諸事例は、基本的にはプロペンシティスコアを、個々のサンプルが属する層の抽出確率とみなしたうえで、その抽出確率を調整する方法(Rosenbaum, 1987)に基づいている。しかし、この方法である限り、サンプルの抽出という「人」についての調整はできても、調査モードという調査の「方法」そのものに起因する違いは調整できない(星野, 2003)。本稿で報告した調査データは、「全体」の回答も、「アドレス記入」群ないし「パネル」群の回答も、同じ目標母集団ないし同じ目標母集団のうちのアクティブなインターネットユーザである集団から得られたものと考えられ、またいずれも同じ調査モードでデータ収集されている。したがって本調査のデータは、そうしたプロペンシティスコアによる抽出確率の調整を行い得るデータである。

しかし本章では、手続きは似ているが、異なった考えに基づいて、「パネル」群の回答から「全体」の回答を予測することを考えたい。

プレ・リクルーテッド・パネルの場合、パネル構築過程で行う調査に、パネル登録者である傾向性(プロペンシティ)を測定する設問を設けておくことにより、パネル登録者である傾向性を求める計算式を作ることになる。この場合、パネルへの登録依頼時の調査は、結果として登録した人もしなかった人も、同じ調査モードで行われ、抽出確率だけの調整を行う根拠がある。これに対し、ボランティア・パネルの場合、そうした基礎データは得られず、ボランティア・パネルの回答である傾向性の計算式は、モデル構築のために併行して行う、目標母集団からの無作為標本に対する調査データを利用して作ることになる。この場合、当然ながら「目標母集団からの無作為標本に対する調査」はインターネットではない調査モードで行われ、抽出確率だけの調整には根拠がないことになる。したがって、プロペンシティスコアを抽出確率として考える調整は、そうしたパネルからのデータには適用されるべきではない。

しかし、ボランティア・パネルの回答データであっても、ただ単に、そのデータを使い、目標母集団からの無作為標本に対する調査の結果を予測しようとする試みは否定されるものではないだろう。プロペンシティスコアを、その人が属する層からの抽出確率と考えるのではなく、ただ単に、その計算式で計算した場合の、そのデータが「ボランティア・パネルに対するインターネットリサーチの回答データ」であろう計算された確率としてしか考えない。そのうえで、比較対照の調査(目標母集団からの無作為標本に対する調査)データについても同じ式でプロペンシティスコアを計算、インターネットリサーチの回答データにおけるプロペンシティスコアの分布が、その比較対照調査の回答データにおける分布に近くなるように調整する。ただしこの場合、理屈に基づくものではなく、単なる経験則なので、その調整の良し悪しは、これも経験則によって評価される。つまり過去の予測精度である。

こうした考えの下、いち事例として、本調査のデータを用いた予測結果を報告したい。ただし、本調査のデータは、極めて限定された対象に対する1度限りのデータであり、より広い対象者に対して本稿のモデルが当てはまるというものではなく、いち事例としての可能性の提示を超えるものではないことに留意されたい。

8-2. 方法

まず、「全体」のデータセットを、目標母集団を代表するように行なわれた調査結果

のデータセットとみなした。また、「パネル」(「ネット利用高」かつ「アドレス記入」)のデータセットを、同じ目標母集団を想定したもつで行なわれる、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチのデータセットとみなした。

そのうえで、「全体」データと「パネル」データを合併したデータを考えた。なお、「全体」データには「パネル」データも含まれているので、「パネル」データは、「全体」データの一部と完全に重複することになる。こうしたデータの扱いはいささか不自然ではあるが、プレ・リクルーテッド・パネル構築時の基礎調査のような場合を除き、「パネル」に該当するデータだけ除かれた「全体」データなどというものは通常手に入らないので、こうした現状に合わせてデータを使用することとした。

なお、ここでは、尺度得点の計算に使用する「問 12」の全 39 設問にいずれも欠測がなく、また、性別を聞く「問 16-1」、さらに、情報機器の所有について聞く「問 4」においても欠測がない 856 名分のデータを使用する。この 856 名分すべてのデータが「全体」データセットであり、また、このうちの「パネル」に該当する 74 サンプルだけから成るデータセットを、全く別のデータとみなして「パネル」データセットとする。以降、「全体」データと「パネル」データは、まったく別のデータセットとして扱う。

この合併データにおいて、「全体」のデータは $Y=0$ 、「パネル」のデータは $Y=1$ をとる変数 Y を導入した(「全体」データの中にも含まれる「パネル」データと同一部分は、「全体」データの一部なので $Y=0$)。このうえで、合併データ全体の中から、 $Y=1$ であるサンプルを予測するようなモデルを、ロジスティック回帰により計算した。このモデルによって個々のサンプルについて計算される、そのサンプルが $Y=1$ であろう推定確率をプロペンシティブスコアとした。ただし、このモデルを作成するロジスティック回帰において、「全体」データセットのデータ件数と「パネル」データセットのデータ件数が等しくなるように、データに重みをつけた計算を行なった。³⁹

こうして求めたプロペンシティブスコアは、インターネットリサーチに典型的な回答ほど大きく、そうでないほど小さい。そして当然ながら、このプロペンシティブスコアは、インターネットリサーチ ($Y=1$ 群) の回答において得点の高いほうに分布し、予測したい調査、すなわち目標母集団からの無作為標本に対する調査 ($Y=0$ 群) の回答において得点の低いほうに分布する。インターネットリサーチの回答データから、予測したい調査の回答を予測するのだから、インターネットリサーチ ($Y=1$ 群) の回答データにおけるプロペンシティブスコアの分布を、予測したい調査 ($Y=0$ 群) の回答データにおけるプロペンシティブスコアの分布に揃うように調整すれば良いことになる。いまここで、 i 番目のサンプルのプロペンシティブスコアを e_i とすると、そのために、 $(1-e_i)/e_i$ という重みを用いてインターネットリサーチ ($Y=1$ 群) の回答を加重集計することが考えられる(星野・繁樹, 2004; 54)。

そこで本稿では、まず、 $Y=0$ 群と $Y=1$ 群のサンプル数が 1 対 1 となるような重みを付けてプロペンシティブスコア e_i を計算し、次いで、その求めた e_i を使い、 $Y=1$ 群のデータだけについて、 $(1-e_i)/e_i$ を重みとする加重集計することを行なった。これにより、加重集計後の $Y=1$ 群データにおけるプロペンシティブスコアの分布は、 $Y=0$ 群におけるそれに近づき、結果、 $Y=0$ 群と $Y=1$ 群間における回答傾向の差異は、そのプロペンシティブスコアの算出に使用した変数に関して調整されることが期待されることとなる。

なお、本稿では、調整具合の指標とするため、次のような値を計算し、これを「残差平方和」として使用した。これは、ある設問について、「全体」における集計値と「パネル」($Y=1$ 群) だけの集計値の間のズレを、各カテゴリごとの % の偏差の二乗を全カテゴリ分足し合わせた値によって表すものとした。これを、「全体」と調整前の「パネル」間、「全体」と調整後の「パネル」間双方で計算し、両者を比較して、調整後のほうが調整前よりも残差平方和が小さくなるかどうかにより、調整結果を評価した。⁴⁰

8-3. 共変量に使用する変数とモデル

ところで、プロペンシティスコアの利点の一つとして、たくさんの調整すべき共変量があったときでも、それをたったひとつのプロペンシティスコアにまとめられることがある。⁴¹つまり、もとのたくさんの共変量の全ての組み合わせについての調整を考えずとも、プロペンシティスコアひとつだけについての調整を行えば、それだけで、プロペンシティスコアの算出に使った共変量全ての影響の除去が期待できるということである。

しかし、共変量として使用する設問はプロペンシティスコアを計算するために必要な設問ということであり、その設問群は、インターネットリサーチの回答を使って、目標母集団からの無作為標本を調査した場合の結果を当てようとする場合、毎回のインターネットリサーチの度に、必ず調査票に含めておく必要がある。そのことを考えると、共変量は少ないに越したことはない。

そこで本稿では、プロペンシティスコアを計算するロジスティック回帰式の説明変数に、利用可能な変数を片っ端から使って少しでも成績の良い予測を試みるようなことはせずに、解釈上も納得のいく数少ない変数のみを使うこととした。また、実際の「一般消費者」を目標母集団⁴²とする調査においては、本調査のように限られた大学生を対象とする場合に比べ、より多くの共変量を考慮すべきかもしれない、そうした点からも、特にここでは設問数を控えめにした。

具体的には、デジカメ所有の有無と、「新性格検査」(柳井ほか, 1987)の設問を利用して求めた尺度得点のうちの進取性と自己顕示性の2つの尺度得点、そして性別、およびそれらの2次までの交互作用項を使用した。したがって、設問数としては、デジカメの所有、性別の2つの設問と、進取性および自己顕示性を聞くための6つの設問、あわせて8つということになる。ただし、進取性と自己顕示性については、すべて選択肢を同じくする3択のマトリクス形式(表形式)の設問で、6つの各項目の質問文も短く、6つの設問とはいっても、単独のSA設問6つに比べて、回答者の負担はずいぶん軽いものであろう。また、性別は、わざわざ追加せずとも普段から調査票に含まれている設問であろうし、デジカメ所有も、基礎情報として、他の消費財とあわせて所有有無を聞くMA設問として調査票に含めれば、多くの場合、プロペンシティスコアの計算に拘わらず有用な設問であろう。したがって、この程度の設問数であれば、多少他の共変量を加える余裕を考えても、十分実用的な範囲の少なさと考えられる。

以下、デジカメ所有の場合に「1」、そうでない場合に「0」をとる2値変数を「デジカメ」変数、「0」から「6」の間の整数値を取る進取性尺度の得点を「進取性」変数、同じく自己顕示性尺度の得点を「自己顕示性」変数、男性の場合に「1」、そうでない場合に「0」をとる2値変数を「性別」変数とする。

そのうえで、まず「デジカメ」と「性別」だけを使ったモデルについて調整を行なった(モデル1)。次いでこれに「進取性」を加えた場合(モデル2)、あるいは(「進取性」ではなく)「自己顕示性」を加えた場合(モデル3)について調整を行なった。また、「デジカメ」を使用せずに、「性別」「進取性」「自己顕示性」だけを使ったモデル(モデル4)についても調整を行なった。最後に「デジカメ」「性別」「進取性」「自己顕示性」すべてを使ったモデル(モデル5)にて調整を行なった。これら5つのモデルについて、用いた変数を一覧すると表17のとおりである。なお、いずれも交互作用項に関しては2次の交互作用項までしか用いず、また、変数選択は行わずに、交互作用項を含む全ての変数を強制投入して計算を行なった。

表 17. 各モデルごとの利用した変数 .

変数	モデル1	モデル2	モデル3	モデル4	モデル5
デジカメ					
性別					
進取性					
自己顕示性					

各モデルごと列方向に見て「 」のついている変数と、それらの2次の交互作用項すべてを説明変数に使用。なお、従属変数は、「ネット利用高」かつ「アドレス記入」の場合「1」、そうでなければ「0」の2値変数。

「デジカメ」変数は、問4の選択肢「11. デジカメ」を選択の場合「1」そうでなければ「0」の2値変数。「性別」変数は、問16-1で「1. 男性」を選択の場合「1」、「2. 女性」を選択の場合「0」とする2値変数。「進取性」および「自己顕示性」変数は、一般的性格検査の設問の一部(問12)を使用して計算した各0~6点の尺度得点を値とする量的変数。

8-4. 結果

まず、これら5つのモデルそれぞれについて、プロペンシティスコアを求め、求めたプロペンシティスコア e_i を使って $(1-e_i)/e_i$ なる重み付けをして、 $Y=1$ 群のデータを加重集計した。結果、こうした調整(加重集計)後のプロペンシティスコアの分布は図25から図29のとおりであり、「全体」のそれにかかなり良く似たものとなった。⁴³

estimated propensity score	全体		パネル (調整前)		パネル (調整後)	
	N	%	N	%	N	%
全体	856	100.0%	74	100.0%	74	100.0%
~0.1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~0.2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~0.3	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~0.4	494	57.7%	27	36.5%	43	57.7%
~0.5	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~0.6	190	22.2%	18	24.3%	16	22.2%
~0.7	172	20.1%	29	39.2%	15	20.1%
~0.8	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~0.9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~1.0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

実測値	全体	予測値 (0.5で分割)		群ごとの正判別率 (行方向)
		0	1	
0	856	494	362	57.7%
1	74	27	47	63.5%

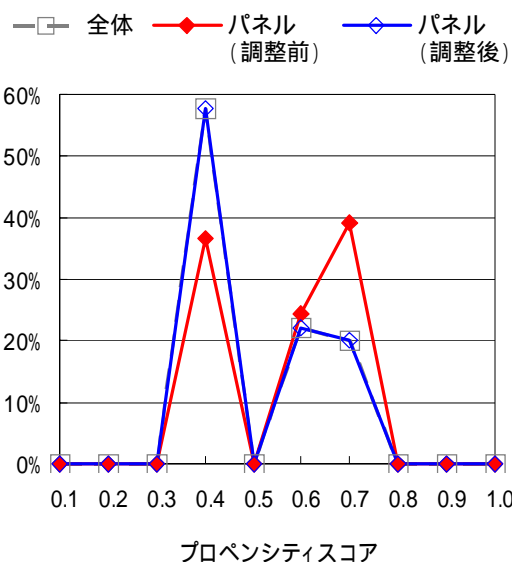


図 25. 「全体」および「パネル」における推定されたプロペンシティスコアの分布と、調整後の「パネル」におけるプロペンシティスコアの分布(モデル1)。

estimated propensity score	全体		パネル (調整前)		パネル (調整後)	
	N	%	N	%	N	%
全体	856	100.0%	74	100.0%	74	100.0%
~ 0.1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.2	14	1.6%	1	1.4%	4	5.5%
~ 0.3	145	16.9%	4	5.4%	10	13.9%
~ 0.4	152	17.8%	8	10.8%	14	18.4%
~ 0.5	220	25.7%	14	18.9%	16	22.0%
~ 0.6	153	17.9%	18	24.3%	15	20.3%
~ 0.7	172	20.1%	29	39.2%	15	19.9%
~ 0.8	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 1.0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

	全体	予測値 (0.5で分割)		群ごとの正判別率 (行方向)
		0	1	
全体	930	558	372	
実測値	0	856	531	62.0%
	1	74	27	63.5%

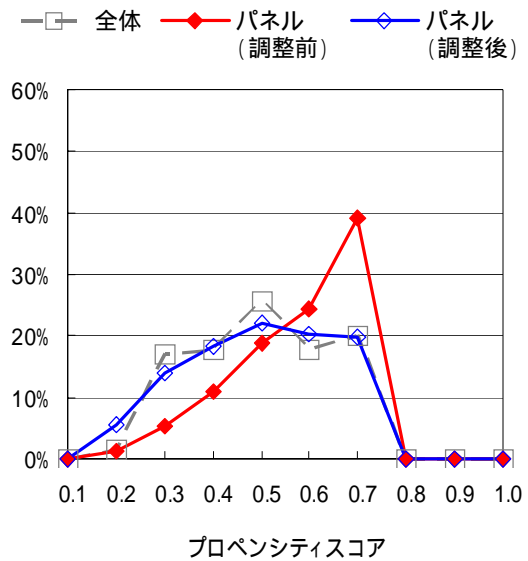


図 26. 「全体」および「パネル」における推定されたプロペンシテスコアの分布と、調整後の「パネル」におけるプロペンシテスコアの分布（モデル 2）。

estimated propensity score	全体		パネル (調整前)		パネル (調整後)	
	N	%	N	%	N	%
全体	856	100.0%	74	100.0%	75	100.0%
~ 0.1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.2	35	4.1%	2	2.7%	8	10.7%
~ 0.3	86	10.0%	1	1.4%	3	3.6%
~ 0.4	210	24.5%	12	16.2%	22	29.9%
~ 0.5	195	22.8%	10	13.5%	12	15.7%
~ 0.6	123	14.4%	12	16.2%	10	13.6%
~ 0.7	190	22.2%	34	45.9%	19	24.9%
~ 0.8	17	2.0%	3	4.1%	1	1.6%
~ 0.9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 1.0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

	全体	予測値 (0.5で分割)		群ごとの正判別率 (行方向)
		0	1	
全体	930	551	379	
実測値	0	856	526	61.4%
	1	74	25	66.2%

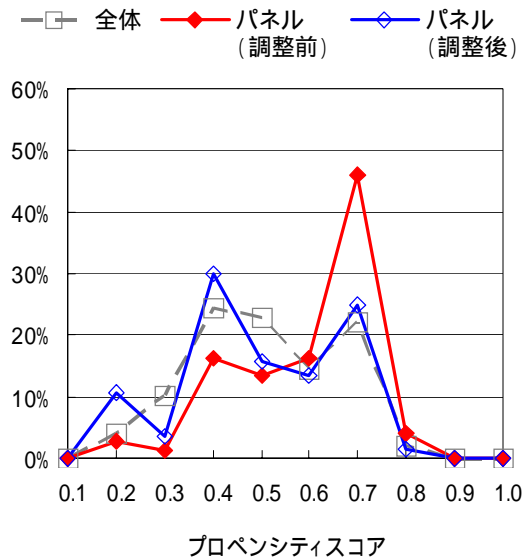


図 27. 「全体」および「パネル」における推定されたプロペンシテスコアの分布と、調整後の「パネル」におけるプロペンシテスコアの分布（モデル 3）。

estimated propensity score	全体		パネル (調整前)		パネル (調整後)	
	N	%	N	%	N	%
全体	856	100.0%	74	100.0%	73	100.0%
~ 0.1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.3	21	2.5%	1	1.4%	2	3.3%
~ 0.4	242	28.3%	10	13.5%	17	23.8%
~ 0.5	299	34.9%	20	27.0%	25	33.5%
~ 0.6	180	21.0%	22	29.7%	18	24.7%
~ 0.7	90	10.5%	17	23.0%	10	13.1%
~ 0.8	24	2.8%	4	5.4%	1	1.7%
~ 0.9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 1.0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

	全体	予測値 (0.5で分割)		群ごとの正判別率 (行方向)
		0	1	
全体	930	593	337	
実測値	0	856	562	65.7%
	1	74	31	58.1%

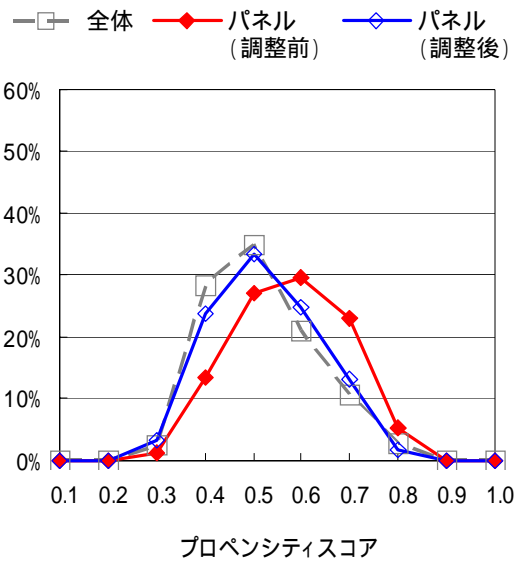


図 28. 「全体」および「パネル」における推定されたプロペンシテスコアの分布と、調整後の「パネル」におけるプロペンシテスコアの分布 (モデル 4) .

estimated propensity score	全体		パネル (調整前)		パネル (調整後)	
	N	%	N	%	N	%
全体	856	100.0%	74	100.0%	74	100.0%
~ 0.1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.2	5	0.6%	0	0.0%	0	0.0%
~ 0.3	180	21.0%	5	6.8%	14	19.4%
~ 0.4	168	19.6%	9	12.2%	18	24.0%
~ 0.5	197	23.0%	13	17.6%	16	21.3%
~ 0.6	112	13.1%	10	13.5%	7	10.1%
~ 0.7	148	17.3%	29	39.2%	16	21.4%
~ 0.8	46	5.4%	8	10.8%	3	3.8%
~ 0.9	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
~ 1.0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

	全体	予測値 (0.5で分割)		群ごとの正判別率 (行方向)
		0	1	
全体	930	577	353	
実測値	0	856	550	64.3%
	1	74	27	63.5%

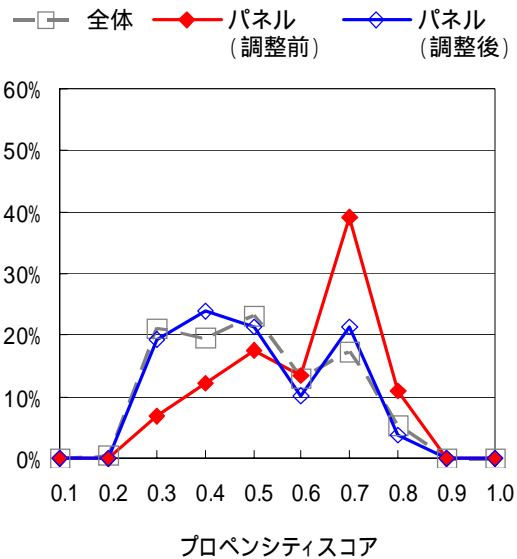


図 29. 「全体」および「パネル」における推定されたプロペンシテスコアの分布と、調整後の「パネル」におけるプロペンシテスコアの分布 (モデル 5) .

これら 5 つのモデルについて、モデルに用いた変数ごとに、調整によるバランスの改善具合を確認すると図 30 から図 44 のとおり。2 値変数については、上手く調整される一方で、尺度得点については、これを量的変数として扱ったためか、全体としての分布は近づきつつも、ひとつひとつのカテゴリには残差が残った。⁴⁴ しかしいずれも、それなりのバランスの改善は見られている。

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族と一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。[MA]

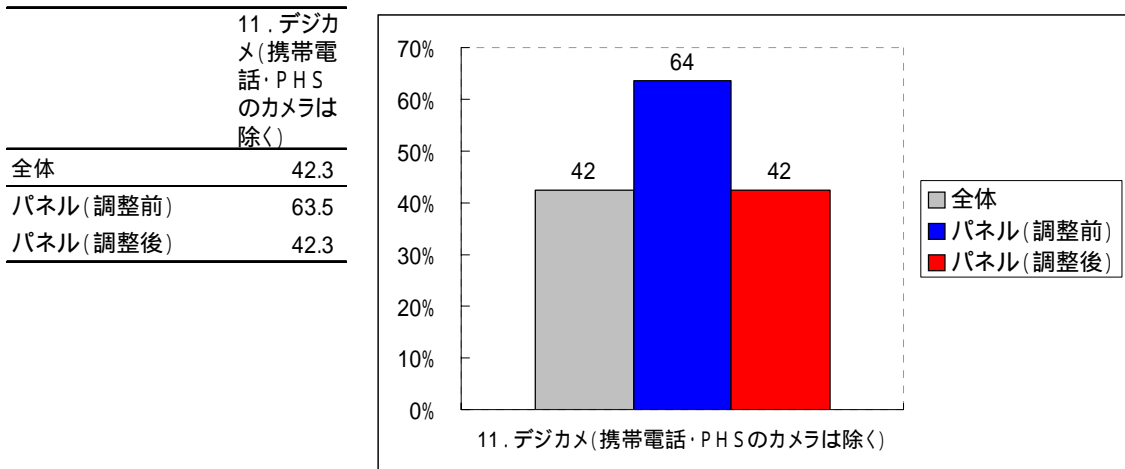


図 30 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(デジカメ保有率)【モデル1】. 残差平方和は, 調整前が 450.4, 調整後が 0.0 .

問16. 最後に, あなた自身についてお伺いします.

16-1. あなたは男性ですか, 女性ですか. あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

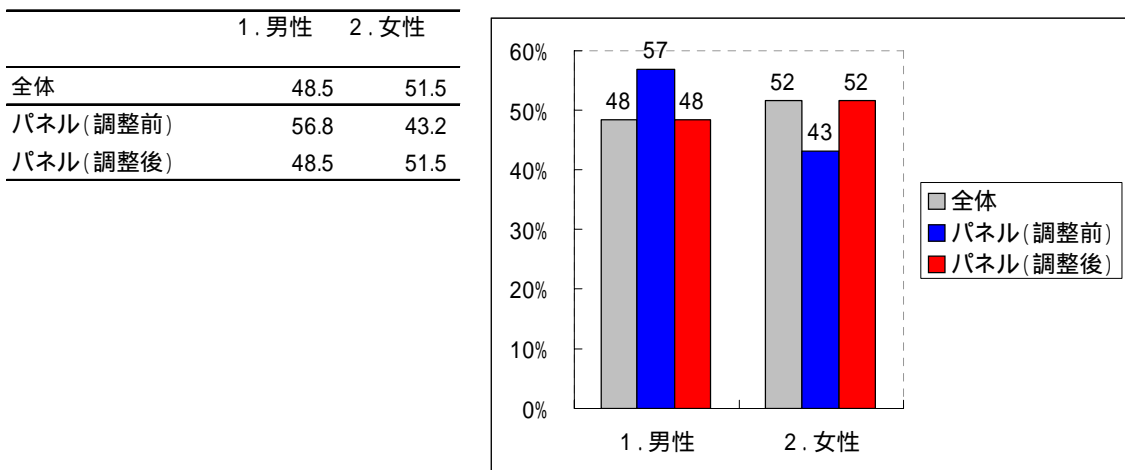


図 31 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(性別)【モデル1】. 残差平方和は, 調整前が 137.0, 調整後が 0.0 .

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族と一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。[MA]

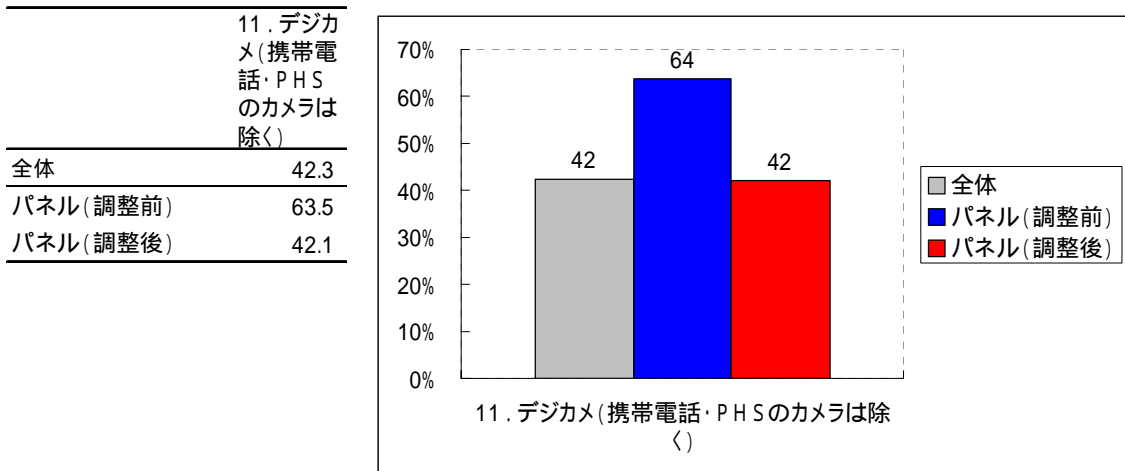


図 32 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(デジカメ保有率)【モデル 2】. 残差平方和は, 調整前が 450.4, 調整後が 0.0 .

問16. 最後に, あなた自身についてお伺いします.

16-1. あなたは男性ですか, 女性ですか. あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

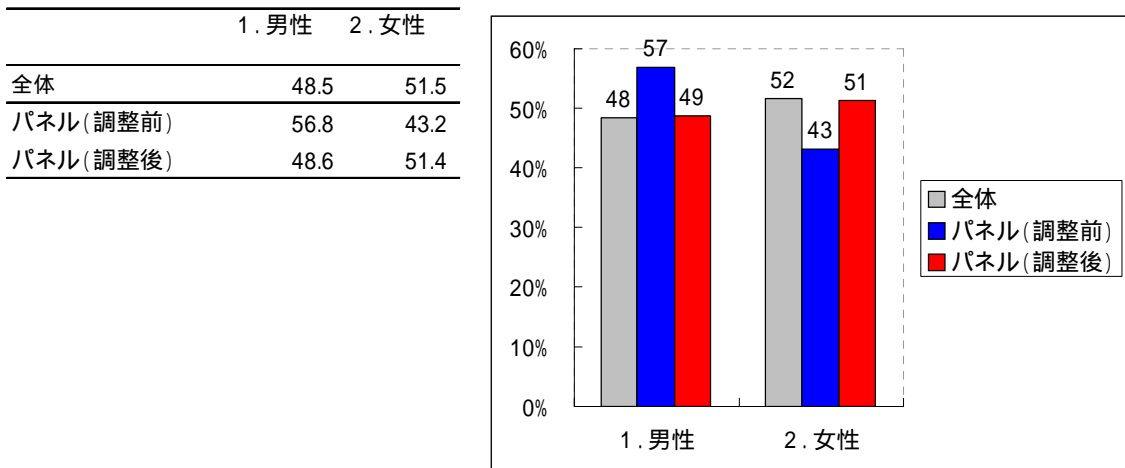


図 33 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(性別)【モデル 2】. 残差平方和は, 調整前が 137.0, 調整後が 0.0 .

進取性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	4.0	7.8	19.6	18.5	19.9	13.6	16.7
パネル(調整前)	4.1	2.7	12.2	13.5	31.1	14.9	21.6
パネル(調整後)	8.2	5.8	15.8	14.4	29.2	12.0	14.7

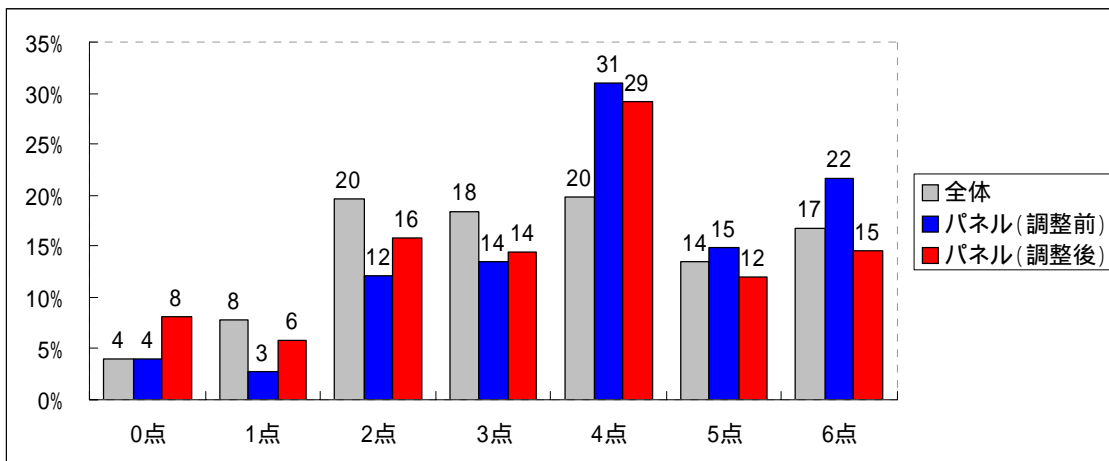


図34. プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(進取性)【モデル2】. 残差平方和は, 調整前が 258.2, 調整後が 148.2.

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか. あなた自身が所有するものでなくても, ご家族と一緒に使っているなど, あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません. 以下のそれぞれについて, お持ちの機器はすべて, あてはまる選択肢の番号に をつけてください. [MA]

	11. デジカメ(携帯電話・PHSのカメラは除く)
全体	42.3
パネル(調整前)	63.5
パネル(調整後)	41.8

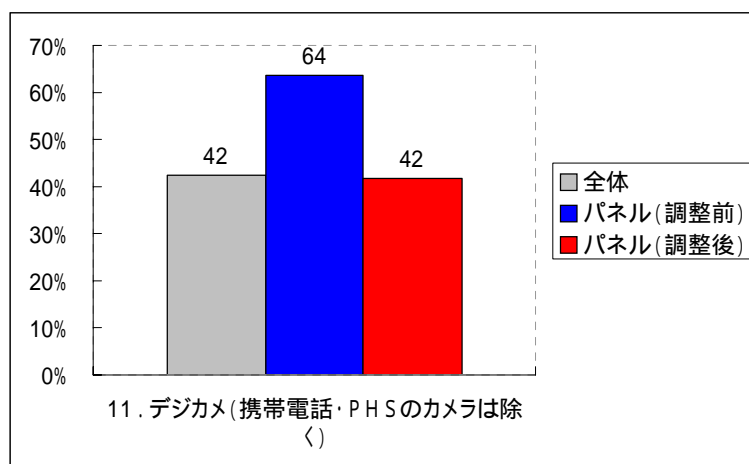


図35. プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(デジカメ保有率)【モデル3】. 残差平方和は, 調整前が 450.4, 調整後が 0.3.

問16.最後に,あなた自身についてお伺いします.

16-1.あなたは男性ですか,女性ですか.あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

	1.男性	2.女性
全体	48.5	51.5
パネル(調整前)	56.8	43.2
パネル(調整後)	47.1	52.9

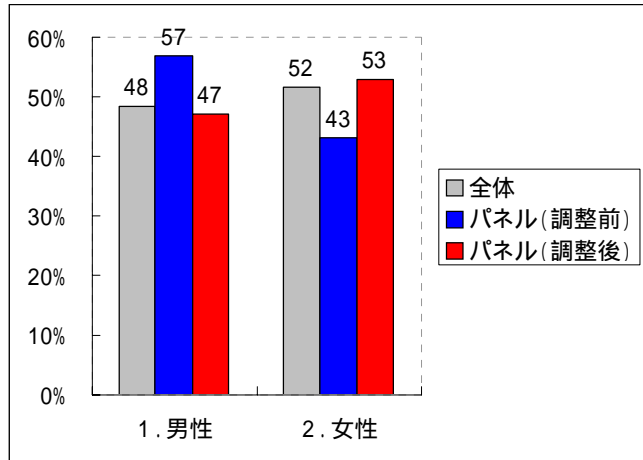


図 36 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較 (性別) 【モデル 3】 . 残差平方和は,調整前が 137.0,調整後が 3.6 .

自己顕示性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	11.1	11.9	19.6	19.9	19.2	9.8	8.5
パネル(調整前)	9.5	4.1	16.2	17.6	17.6	20.3	14.9
パネル(調整後)	17.6	5.3	22.8	19.0	12.3	14.5	8.6

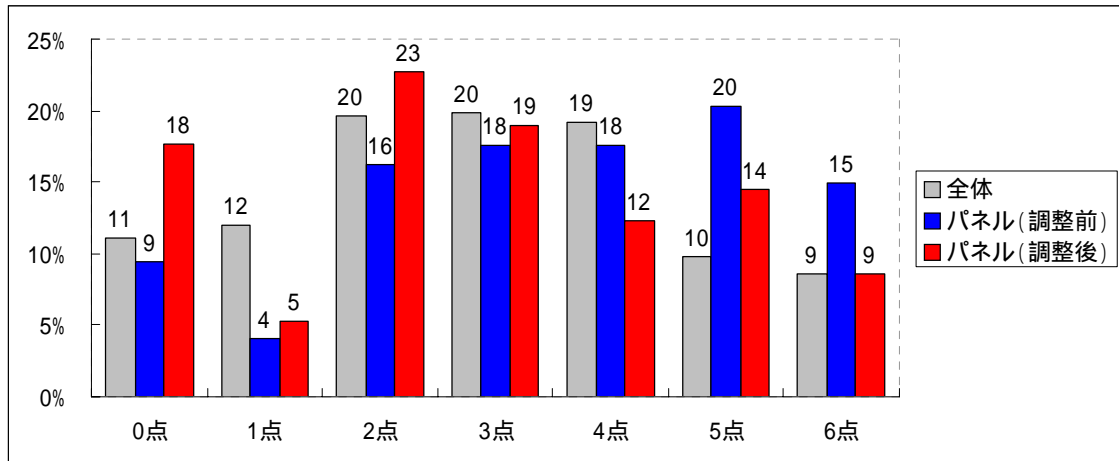


図 37 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較 (自己顕示性) 【モデル 3】 . 残差平方和は,調整前が 233.4,調整後が 165.3 .

問16.最後に,あなた自身についてお伺いします.

16-1.あなたは男性ですか,女性ですか.あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

	1.男性	2.女性
全体	48.5	51.5
パネル(調整前)	56.8	43.2
パネル(調整後)	49.0	51.0

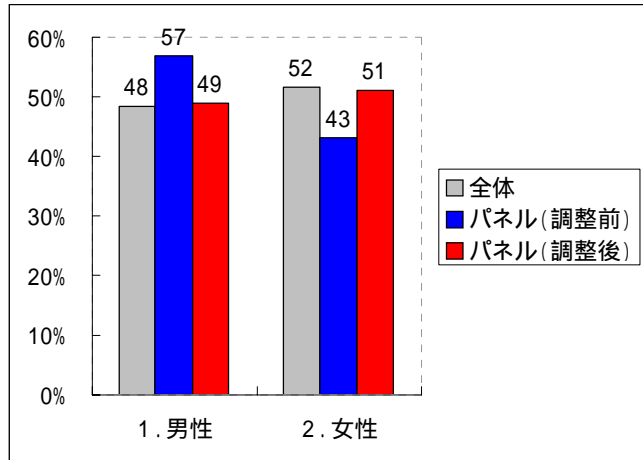


図 38 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(性別)【モデル4】. 残差平方和は,調整前が137.0,調整後が0.5.

進取性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	4.0	7.8	19.6	18.5	19.9	13.6	16.7
パネル(調整前)	4.1	2.7	12.2	13.5	31.1	14.9	21.6
パネル(調整後)	5.4	4.3	17.2	18.7	28.9	12.2	13.3

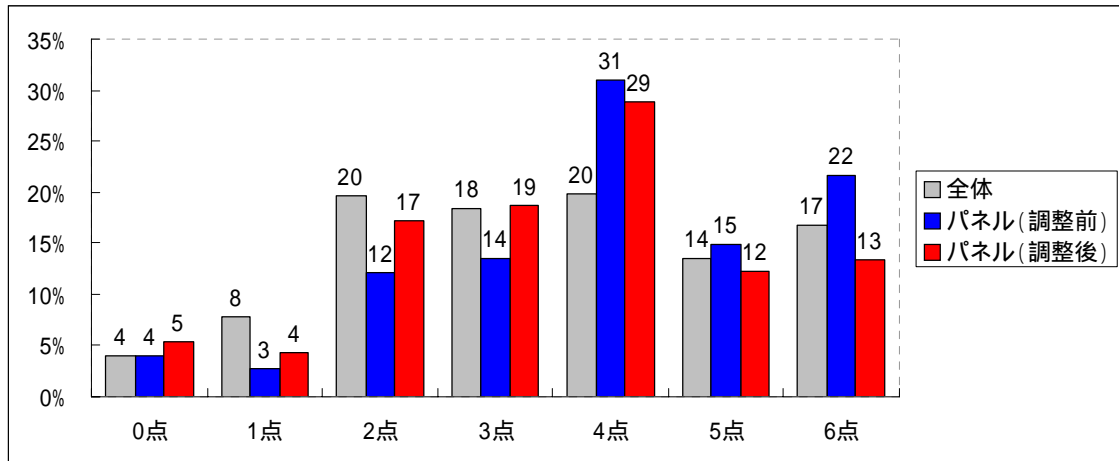


図 39 . プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(進取性)【モデル4】. 残差平方和は,調整前が258.2,調整後が115.6.

自己顕示性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	11.1	11.9	19.6	19.9	19.2	9.8	8.5
パネル(調整前)	9.5	4.1	16.2	17.6	17.6	20.3	14.9
パネル(調整後)	14.7	4.6	23.9	21.3	13.9	13.7	7.8

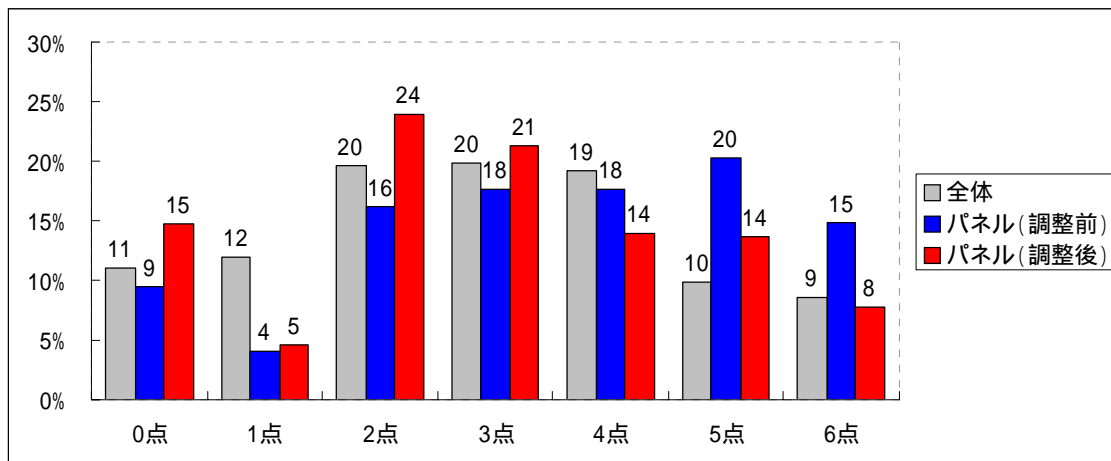


図 40 . プロペンシティスコア調整前および調整後と全体の比較 (自己顕示性) 【モデル 4】 . 残差平方和は , 調整前が 233.4 , 調整後が 130.3 .

問4 . あなたは次のような機器をお持ちですか . あなた自身が所有するものでなくても , ご家族と一緒に使っているなど , あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません . 以下のそれぞれについて , お持ちの機器はすべて , あてはまる選択肢の番号に をつけてください . [MA]

	11 . デジカメ (携帯電話・PHS のカメラは除く)
全体	42.3
パネル (調整前)	63.5
パネル (調整後)	41.9

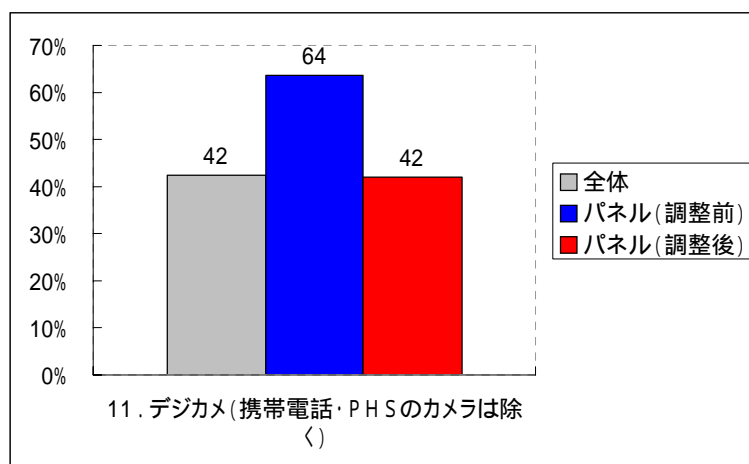


図 41 . プロペンシティスコア調整前および調整後と全体の比較 (デジカメ保有率) 【モデル 5】 . 残差平方和は , 調整前が 450.4 , 調整後が 0.2 .

問16.最後に,あなた自身についてお伺いします.

16-1.あなたは男性ですか,女性ですか.あてはまる選択肢の番号に をつけてください.

	1.男性	2.女性
全体	48.5	51.5
パネル(調整前)	56.8	43.2
パネル(調整後)	49.2	50.8

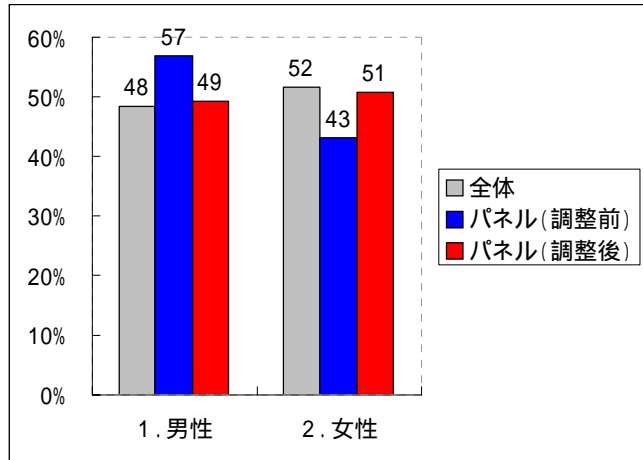


図 42. プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(性別)【モデル5】. 残差平方和は,調整前が137.0,調整後が1.1.

進取性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	4.0	7.8	19.6	18.5	19.9	13.6	16.7
パネル(調整前)	4.1	2.7	12.2	13.5	31.1	14.9	21.6
パネル(調整後)	5.9	5.3	17.4	16.1	29.0	12.7	13.6

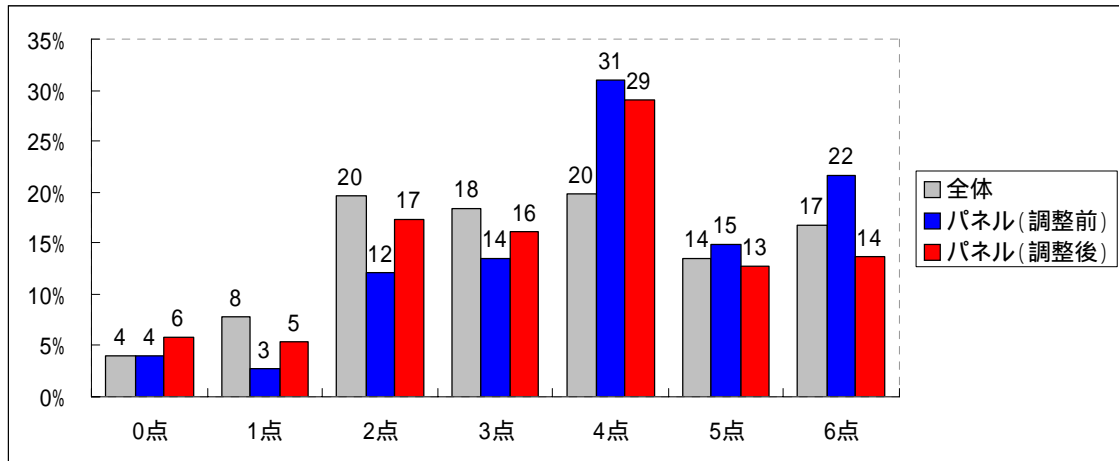


図 43. プロペンシティブスコア調整前および調整後と全体の比較(進取性)【モデル5】. 残差平方和は,調整前が258.2,調整後が114.4.

自己顕示性

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点
全体	11.1	11.9	19.6	19.9	19.2	9.8	8.5
パネル(調整前)	9.5	4.1	16.2	17.6	17.6	20.3	14.9
パネル(調整後)	14.3	5.1	23.8	20.7	13.8	14.4	7.9

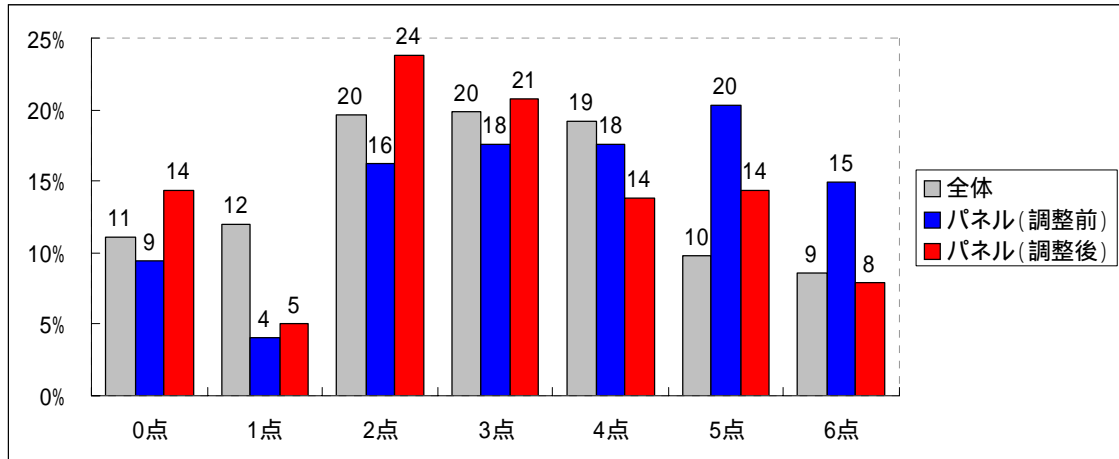


図 44 . プロペンシスコア調整前および調整後と全体の比較 (自己顕示性) 【モデル 5】 . 残差平方和は , 調整前が 233.4 , 調整後が 124.5 .

次に , 調整の結果 , モデルに組み込まなかった他の設問について , それぞれの値が「全体」に近づいたかどうかを確認したい . ここでは , 全体を概観するため , いささか乱暴ではあるが , 調査した設問を便宜的にいくつかのグループに分け , 各グループに属する設問の残差平方和を使用して , さらに「1 問あたり改善量」なる値を定義し , これを各モデル間で比較しながら見ていきたい . なお , 「1 問あたり改善量」とは , 調整前の集計における残差平方和にくらべ , 調整後の加重集計値における残差平方和がどれだけ減少したかを表すものとして , 各設問グループごとに , 調整前の残差平方和の合計と調整後の残差平方和の合計の差を取り , 設問数で除した値によって算出される値とした . したがって , 正の値であれば調整が有効であり , 負の値であれば , かえって残差 , すなわち「全体」における集計値からの乖離が増えた , ということになる . なお , こうしたやり方は便宜的に過ぎ , いささか妥当性を欠くものであるため , モデル 5 についてだけではあるが , 全ての設問について , ひとつひとつの調整後の集計値を付録 (9-8 . 加重集計結果) に掲載したので参照されたい .

各設問グループにおける 5 つのモデル間の改善量を比較すると , 表 18 のとおり . ここではごく少ない設問による調整しか行なっていないにもかかわらず , いずれも , 何かしらの設問については , 調整が有効な方向に働いている .

たとえば , 「インターネットの利用状況」は , 「デジカメ」「性別」「進取性」を使ったモデル 3 , あるいはモデル 5 において , 他のモデルより改善が良い . 他方 , 「社会に対する意識」は , 「デジカメ」「性別」「自己顕示性」を含むモデル 3 とモデル 5 において他より改善が良い . このように , 共変量に使用した変数によって , 調整効果が現れる設問 (ないし設問グループ) は変わってくる . これはまた , ある共変量に使用した変数と , それによって改善される設問の間に関連のあることの示唆とも取れよう .

また , 類似のことであるが , 逆に , ある設問における改善を妨げる共変量というものの存在もうかがえる . たとえば , 5 つのモデルのうち , 唯一「デジカメ」変数を調整に

表 18. 設問グループごとの 1 問あたり改善量のモデル間比較.

設問・設問グループ	1問あたり改善量				
	モデル1	モデル2	モデル3	モデル4	モデル5
学生生活[問1-1~6,問2,問3]	-1.4	4.9	0.8	-2.7	0.9
情報機器[問4(MA12カテゴリ)]	56.0	59.7	57.8	13.0	63.0
インターネットの利用状況[問5-1~7]	47.5	159.3	115.8	61.6	139.3
暮らし向き[問6]	-98.9	-135.7	-162.2	-8.9	-114.3
生活満足度[問7]	-31.2	-7.7	-41.1	20.9	-0.8
社会に対する意識[問8]	54.9	88.1	125.4	91.8	131.8
個人的態度・身近な社会[問9,10,11]	52.3	81.4	65.9	40.4	77.7
一般的性格[問12-1~39]	4.7	11.9	22.8	23.5	13.9
政治的メンタリティ[問13-1~2]	12.2	-3.1	13.6	60.4	25.6
内閣支持率[問14]	-13.0	-57.8	-123.4	-44.9	-61.5
調査への協力意向[問15]	-44.7	-146.8	-90.8	-67.3	-102.3
尺度得点[問12より算出の10尺度分]	-34.7	-29.2	-25.0	17.2	-13.5
上記設問・設問グループ全体	10.2	23.5	24.2	21.9	26.6

「1問あたり改善量」は、各設問グループごとに、調整前の残差平方和の合計と調整後の残差平方和の合計の差を取り、設問数で除したもので、各設問のカテゴリ数は考慮されていない。なお、設問グループの「情報機器」においては、多重回答(MA)であるため、1カテゴリを1設問(選択肢1つだけの)とみなした。

使用していないモデル4の改善量を他の4モデルと比較してみると、他のモデルではいずれもかえって調整するほうがおかしな結果になってしまっている「暮らし向き」や「生活満足度」、あるいは「尺度得点」において、モデル4では、少なくとも、他のモデルのように結果をおかしくしてしまっていることはない。「政治的メンタリティ」についても、若干ながら他のモデルよりも改善量が多い。これらの設問ジャンルの予測では、「デジカメ」は改善を妨げているように見受けられる。

8-5. 考察

ここに示した結果は、先にも触れたとおり、極めて限定された対象に対する1度限りのデータによるいち事例でしかない。しかし、常識的な感覚どおり、インターネットリサーチに特有の回答傾向が分かっているなら、それを弱めるようなデータの加工をすれば、インターネットリサーチの結果が、ある設問に関しては予測したい調査結果に近く可能性が示された。

ただし、調整が上手くいったように見えるのは、「ある設問に関して」であること、そして、特定の設問に注目する場合、必ずしも多くの変数を使って調整すれば良いというものではないという点には注意すべきであろう。たとえば、モデル4を他のモデルと比べる中で、「暮らし向き」や「生活満足度」あるいは「政治的メンタリティ」について予測したい場合、「デジカメ」はモデル構築に使わないほうが良さそうと思われる結果が見られた。

したがって、本稿の結果を見る限り、こうした方法による調整は、調査票全般についての調整を期待するより、特定の項目に絞った予測を考え、その項目に関連する項目だ

けを使った予測のモデルを作るという使い方が適していると思われる。こうした点は、たとえば、すでにプロペンシティスコアを利用した調整を実用化している米ハリスインタラクティブ社においては、調査内容によって違ったモデルを使うとされていることから（住本，2002），妥当な考えではないかと思われる。そうすると，こうした応用分野を研究し実践していくためには，たとえば RDD で行なった場合の回答傾向とボランティア・パネルによるインターネットリサーチの回答傾向が，具体的にどういった設問でどのような差異を示すのかということ，様々な設問分野について先に研究している必要があるといえよう。

ところで，いざこの方法を実用しようとなると，いくつか障壁がある。まず，調整のモデルを作成したり，確認・調整するための併行調査の実施が，高頻度で継続的に必要になる点がある。たとえば，米ハリスインタラクティブ社では，毎月の頻度で，モデルの検証および修正のための併行調査を実施しているとされる（Terhanian et al.，2001）。こうした経験則による方法の場合，頻繁なモデルのチェックがなければ，きちんと信頼に値する予測が行なわれているのかどうかを評価できないため，これは実用にあたっては極めて重要な事である。これはインターネットリサーチ専門の会社が単独で行なおうとすると，あまりに大きな負荷である。しかし，インターネットリサーチ専門の会社と，定期的に世論調査を行なっている会社とが協力して行うような事業協力が可能であれば，あながち非現実的とも言えないであろう。そうなれば，ボランティア・パネルによるインターネットリサーチを専門とする会社にとっては，費用面の手軽さを維持しつつ，より応用範囲を広げられる可能性があり，他方，世論調査を行なっている会社にとっても，少ない追加コストで，たとえば，選挙予測のための訪問面接や RDD による調査の無回答層の回答傾向を，インターネットリサーチで効果的に補うような可能性が期待できるかも知れない。⁴⁵ こう考えると，ボランティア・パネルによるインターネットリサーチであっても，その特性を把握して上手に使えば，十分信頼して使える領域がありそうである。

その他の障壁として，従来型調査における調査環境の悪化があげられる。調整の目標値とするうえで，信頼に値する調査結果が存在しなければ，インターネットリサーチの回答を，何に近づけるような調整を行なえばよいのか分からなくなってしまう。この点では，選挙結果の事前予測のように，最終的に結果が分かる数値を予測することは可能であるが，既に見たように，プロペンシティスコア調整においては，設問ジャンルによって調整の良し悪しが変わってくるため，選挙予測を良く行なえたからとて，そのモデルで消費行動を上手く予想できるとは限らない。この点に関しては，事後層化法のようなアプローチとプロペンシティスコア調整の併用が考えられる。既存の各種統計など，自前の標本調査を行うよりも信頼に値する集計値が公表されている場合は，それについてはプロペンシティスコア調整の共変量に入れずに，別途重み付けて集計値を調整するような方法である。詳細な手順は分からないものの，実際に，米ハリスインタラクティブ社のリリースを見ていると，人口統計的な部分の調整にはプロペンシティスコア調整とは別の調整を行なっていることが記載されている。⁴⁶ ただしこれも，どういった併用パターンが望ましいのかは，選挙予測のように何か正解が分かる数値を目標に研究を重ねていく必要があり，そうした併用パターンが，他の分野にも適応可能かどうかをどう評価するかなど，課題は多い。

こうしたデータの加工は，世論調査のように，その公表される数値に責任を持つことが求められる用途には不適切であろう。しかし，そうした偏りがあって加工が必要とされるデータであっても，予測のためのデータとして考える場合は，バラツキさえ小さければ，それなりに（万能ではないが）役に立つデータとなる。予測に役立つデータであれば，数式で計算するような予測に限らず，それは解釈的な状況判断などにとっても十分有用なものとなり得よう。反対に，ある程度安定した測定を行うためのパネル構築や実査管理のノウハウがなく，また偏りも十分に把握されていないような方法で集められ

るデータは、予測に役に立たないだけでなく、そのデータを信頼して使えるのかどうかさえ危うい。

したがって、こうした予測はもちろん、そもそものボランティア・パネルによるインターネットリサーチの有用性それ自体にとっても、まず行なわれるべきことは、その特性把握だと言えよう。

注

- 1 本稿では、必要に応じ、調査したい対象者の厳密に定義された集団を「目標母集団 (target population)」, 標本抽出枠という意味での調査対象集団は「枠母集団 (frame population)」という用語を用いることとする (Kish, 1987) .
- 2 なお、実際には、目標母集団も超えた推論が成されることも多く、そうした推論の対象となるあいまいな母集団については「推論母集団 (inferential population)」として目標母集団と区別される (Kish, 1987) . ただし本稿では、基本的に両者を区別せず目標母集団と記述している .
- 3 パネルという呼称は、通常の調査における用語では、継続して調査される対象者集団のことを指す . これに対し、インターネットリサーチにおけるパネルという呼称は、調査モニターとしてあらかじめ登録された集団という以上の意味を持たず、必ずしもその全数が継続的に調査対象となるわけではない . 調査のたびに、そのパネルのうちの特定の属性を有するものだけが調査対象者に選ばれたり、また、目標回収数に応じて見積もられた必要数だけがサンプリングされて調査対象者に選ばれたりするようなものである . こうした性質のため、大隅らはこれに「リソース」という語を用いている (吉村, 2001) が、本稿では、より一般的に流通していると思われるパネルという語をそのまま使用することとする . 本稿でパネルという場合は、特に断りのない限りは、このインターネットリサーチにおける用語として用いている .
- 4 「ボランティア・パネル (volunteer panels あるいは volunteer opt-in panels)」という用語は、Couper (2000) において用いられている . Couper (2000) において、Web Survey は 8 つに分類されているが、ここでパネルを使用する調査は、確率に基づかないボランティア・パネルによる調査と、確率に基づく 2 種類の「プレ・リクルーテッド・パネル (pre-recruited panels of Internet users と pre-recruited panels of full population)」による調査とに明確に分けられている . 同じパネルでも、ボランティア・パネルとプレ・リクルーテッド・パネルの違いは極めて重要なものであり、本稿が検討の対象としているのは、このうちのボランティア・パネルである . 本稿ではこの両者を分けて考えるべき部分においては、明示的にボランティア・パネルという用語を用いている .
- 5 大隅らの実験調査については、実に多くの成果が公表されている . 本稿においても、様々な面で、そうした成果を参考としている . 一連の実験調査に基づく報告のうち、代表的なものをいくつかあげると、第一次および第二次調査については、大隅 (2000) , 第三次調査については、大隅 (2001) , 吉村 (2001) , 横原 (2001) (いずれも 1999 年 11 月の統計数理研究所公開講演会) , 第 4 次調査については、2003 年 3 月の統計数理研究所シンポジウムにおける各一般講演 (Vehovar and Lozar Manfreda, 2003 ; 吉村・大隅, 2003 ; 横原・武田・細井, 2003 ; 中谷・上嶋・渡會・瀧中・蓑原, 2003 ; 鈴木・笹田, 2003, など) といったものがあげられる . また、第 4 次調査を中心により総括的なものとしては、「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループによる CD-ROM があり、これが JMRA を窓口に掲布されている (<http://www.jmra-net.or.jp/book/internet.html>) . 書籍としては「社会調査ハンドブック」における「インターネット調査」の項 (pp.200-240) がある (大隅, 2002b) .

- 6 たとえば Vehovar and Lozar Manfreda (2003) では、調査モード間の比較には、スプリットサンプル実験デザイン(1つの抽出サンプルのなかの個々の対象者を、ランダムに調査モードに割り付ける)が必要であるとして、Web サーベイの回答率が他の調査モードより低くなるかどうかのメタ分析の検討対象から、母集団(枠母集団)を揃えずに行なわれた調査を除外している。
- また、Oosterveld and Willems (2003) では、同じサンプルを無作為に調査モードに割り付けたとしても、各調査モード間で回答率が違うのであれば、得られる結果も、調査モードごとに異なったセルフ-セレクション効果(回答群と無回答群が質的に異なるという前提における無回答誤差に相当すると思われる)の影響を受けるとして、調査モード間の比較には、調査モード間で無回答の発生の仕方も同等となる調査設計が必要だと指摘、そうした点も配慮したクロスオーバー・デザインを提案している。
- 7 たとえば大隅(2002b)では、「c.調査不能あるいは無回答の扱い」という項において、いくつかの具体例を列記している(p.219)。
- 8 インターネットリサーチの場合、あらかじめ決めた調査期間の全回答を回収するのではなく、調査期間が終了しなくても、回収数があらかじめ決めた目標回収数に達した時点で、回答の回収を打ち切る(調査票ページへアクセスできなくし、回答を行なえないようにする)場合がある。こうした回答打ち切り方式の場合は、回答が打ち切られていたために、調査票へアクセスして答えようとしても答える機会を得られなかった人は、結果として調査対象者となっていないとも考えられる。したがって、仮に事前に計画サンプルが決定されても、回答打ち切り方式の場合は、計画サンプルが事実上の「調査対象者」と一致しないことが起こる。
- 無回答誤差も、標本誤差も、計画標本が定まっており、かつ、それが真に計画標本として意味を成していないと、そもそも議論できない。したがって、これらの議論を可能にするためには、まずは回答打ち切り方式によらない実査方法が採用される必要がある(予想される回収率を見積もった上で、あらかじめ調査を依頼する対象の数を設定する)。また、標本誤差を論じるためには、さらに、計画標本が、パネル(ないしその枠の明確な一部)から無作為に抽出される必要がある。
- 9 Couper(2000)では、この際に非インターネットユーザに対しても必要な環境(接続環境や回答端末)の供与を行うことによりパネルへの登録をお願いする場合、こうして構築されるパネルは目標母集団全体との間に確率的な関係を有し得るものであるとして、こうして構築されるパネルを「pre-recruited panels of full population」と称している。なお、回答に必要な環境の供与を、リクルーティング時に非インターネットユーザであった者に対してだけでなく、インターネットユーザであった者に対しても同様に行なうことで、回答環境の条件統制も行ない得るとしている。
- 他方、依頼時点で非インターネットユーザと分かった場合はその人に対してはパネルへの登録をお願いせず、インターネットユーザであった人だけに登録を依頼する場合、こうして構築されるパネルは目標母集団のうちのインターネットユーザである集団に対してだけ確率的な関係を有し得るものであるとして、こちらは「pre-recruited panels of Internet users」と称している。
- そして、こうした方法では、仮に応諾率が低くても、どの程度の応諾率かは実際にデータが得られ、また、依頼の際、応諾の可否に関わらず、基礎的な情報を収集しておくことで、応諾者と非応諾者間の特性の違いについても部分的ではあれ情報

が得られる点にも大きな意味があるとされている。

- 10 たとえば、パネル構築時には、できる限り、非応諾者についても多くの情報を収集できることが望まれる。住民基本台帳の記載事項、あるいは訪問して家屋を観察することから分かる情報にとどまらず、一般的な価値観や消費意識などを問う基礎調査を依頼時に併せて行い、これへの回答が（高い回収率で）得られるならば、目標母集団と、応諾者から成るパネル（枠母集団）の乖離、すなわちカバレッジ誤差について、より多くのことが分かる。このためには、パネル構築（ないし入れ替え）時に、ランダムサンプリングによる調査を行う場合と同等のコストが見込まれる。
また、パネルの維持としては、一般的なマーケティング・リサーチ会社の消費者パネルの場合と同様のことはあるが、パネルとして回答を重ねて調査へ慣れるなかで生じる回答傾向の変化（panel conditioning）によって、目標母集団とパネルの間に確率的でない関係が入り込まないように、パネルに耐用年数ないし回答回数上限を決め、一定サイクルで入れ替えを行う必要がある。その都度、構築時と同様のコストが見込まれる。
- 11 たとえば、中谷ほか（2002）に示されている「e-HABIT」のケースでは、戸別訪問（サンプリングは、地点抽出後、地点内で属性による割付）して設定される郵送調査用モニターの、モニター期間（1年）終了者のうち、引き続き Web アンケート用のパネル「e-HABIT」へ登録する数は、本人確認等を経た最終登録者数で、郵送調査用モニター終了者のうちの4%程度と報告されている。
1年間の郵送調査モニター終了直後の応諾率であるので、初めからパネル登録を依頼する場合とは異なるが、ランダムサンプリングによる調査の回収率低下が言われる昨今である。ましてや単発の調査への協力依頼ではなく一定期間の調査モニターへの登録依頼である。また、インターネットユーザ対象とする場合、まだインターネットを使わない人々も決して少なくなく、仮にそうした非ネットユーザに回答環境を付与する場合でも、新たな機器の扱いを覚えることを疎んじる人もいよう。そうしたことも併せて考えると、プレ・リクルーテッドによるパネル構築における応諾率は、あまり高くないことが予想される。
- 12 たとえば吉村（2003）では、リソースの構築方法を大きく「公募系（Web 公募系）」と「サンプリング系（非 Web 公募型）」の2つに分けた上で、サンプリング系リソースの「e-HABIT」と、公募系リソースの「Hot Panel」および「Cyberpanel」を比べて、（考慮されるべき諸問題はあるものの）「e-HABIT の回答者の代表母集団というものを考えた場合、それは、Hot Panel や Cyberpanel 全体よりも大きなものであることが想像できる」としている（p.20）。
- 13 「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループ（2004）を見ると、大隅ら（「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループの研究総括代表者は、大隅、吉村両氏である）の「インターネット調査」には、公募型のリソース、すなわちボランティア・パネルを用いるインターネットリサーチは、その中に含まれないと理解される。
- 14 吉村・大隅（2003）には、インターネット調査の質の評価について、簡潔なまとめが記してある。まず、従来型のサーベイにおける質の評価は「母集団に関する推論を精度よく行う」という目標の実現度合いにおいて成されるとしたうえで、インターネット調査をこれと同じ観点で評価しようとするならば、「母集団は何か」の時点で「不可」となるだけで話が進まないとする。そして、インターネット調査の

質の評価に必要な具体的な観点を、4つに絞り込んで簡潔に示している。ここに項目のみ引用すると、「リソース構築の具体的な手続きが明確であるか」「リソースが適切に維持・管理されているか」「各調査ごとの調査概要の詳細を示すことができるか」「調査法の特徴を把握するための種々の実験調査が継続的に行なわれているか」の4点である。そしてこれらは、ひと言で言えば、「いかにその手法の限界が把握され示されているか」ということであるとしている。

注の13に記載の理由により、大隅らの記述をボランティア・パネルによるインターネットリサーチに援用することは当人達の意図に反するかもしれないが、これらの観点は、ボランティア・パネルによるインターネットリサーチにおいても同様と思われる。

- 15 たえば、大隅(2000)のうちの第2次調査の結果を受けての報告には、「今回の実験調査を通じて見られた諸事象及び問題点」という節にて、「まず、3つのサイトにおけるWeb調査の結果については、個別的には若干の違いはあるものの、全体としてはきわめて類似した傾向を示すことが分かった。」とある(p.193)。また、主に第2次および第3次実験調査の結果を受けての報告である吉村(2001)においても、「実験調査にみられた回答者像、その特性」という節において、「まず大きな特徴として、今回の一連のWeb実験調査では、全設問を通じて回答パターンが全ての調査実施サイト間で類似していた。これは回答者の特徴、性質が似通っていること、すなわちWeb調査における回答者像のようなものがあることを示唆している」とある(p.225)。

ただし、後の第4次実験調査の結果を受けてからの報告において、こうした第3次調査までの報告におけるWeb調査の特性というのは、どうやら公募型パネル(ボランティア・パネル)の特性と限定して考えたほうが良さそうである旨が述べられている(吉村・大隅, 2003)。

なお、第1次調査は1社のみによる調査のため、こうした複数のパネル間の比較は行なわれていない。

- 16 なお、カバレッジ誤差は、目標母集団と枠母集団間のズレと、ズレた対象とズレていない対象間の回答特性の差異の、双方の要素から成るものとされている(Groves, 1989)。ズレた対象とズレていない対象間の回答特性に差異がないのであれば、ズレ自体は、目標母集団に対する推論において問題とはならないというわけである。

しかし、インターネットリサーチのボランティア・パネルに自ら登録を行なった人と、そこに登録していない(そもそもインターネットを利用していない人も含まれる)人との間には、多くの設問において、その設問に対する回答特性に差異があることは容易に想像でき、また実際に、インターネットリサーチの回答特性と、従来どおりの手続きによるサーベイの回答特性に差があると思われる報告は枚挙にいとまがないところであろう。

なお、本稿で後に見るように、本稿で報告する調査においても、パネルへの登録意向を示す人とそうでない人の間には、個々の設問に対する回答特性に違いが見られ、また、個々の設問の組み合わせからなる一般的性格の尺度得点の分布にも違いが見られた(「5. 調査の結果」)。さらに、複数の設問に対する回答特性の差異を調整すると、パネルへの登録意向の高い群の回答特性が、そうでない人も含む集団全体の回答特性に似る場合があることも観察された(「8. 補遺」)。

- 17 本稿で「パネル登録意向が高い」として扱っている集団は、筆者はこれをボランティア・パネルへの登録意向が高い群として扱ったが、目標母集団全体のうち実査

の場で補足できた全対象者個々人に、後日の調査への協力依頼が記載された調査票を配布しているという点では、こちらからプレ・リクルーテッド・パネルを構築しているような要素が無いとは言えないかもしれない。注の 30 でも同様の注記をしたが、この点については、後に考察する（「6-2. ボランティア・パネルか、プレ・リクルーテッド・パネルか」）。

- 18 枠母集団のうち目標母集団に含まれない者。overcoverage あるいは ineligible units (Groves, Fowler, Couper, Lepkowski, Singer, Tourangeau, 2004 : pp54-55)。
- 19 おもに大隅 (2000, 2002a), 吉村 (2001), 横原東 (2001), 横原・武田正樹・細井勉 (2003), 中谷吉孝・上嶋幸則・渡會隆・瀧中勢子・蓑原勝史 (2003), 鈴木文雄・笹田幸典 (2003) を参考にした。
- 20 柳井ほか (1987) の「新性格検査」は、因子分析によって作成された部分は 12 尺度 120 項目分であり、これに虚構性尺度の 10 項目を加えることで 13 尺度 130 項目から成る質問紙が作成されている。このため、本調査にて各尺度から 3 項目ずつを選択する際、虚構性尺度だけが、因子パターン行列ではなく尺度別主成分分析の結果から選択されている。
- 21 本稿においてとりたてて議論することはないものの、本稿では、結局そうした「一般消費者」におけるパネル登録意向の高い人々を「推論母集団 (inferential population)」としていることになる。推論母集団については注の 2 も参照。
- 22 たとえば、使用した全 39 項目の観測変数を使用し、3 項目ずつがそれぞれ 1 つの共通因子から影響を受けるような、互いに相関を持つ 13 の共通因子から成るモデル (単純構造した 13 の斜交因子から成るモデル) で共分散構造分析を行った場合、適合度は、GFI=0.862, AGFI=0.843, RMSEA=0.055, CFI=0.729 であった。
またこれとは別に、この 39 項目を使用し、因子数を 13 に指定した最尤法による探索的因子分析で因子の抽出を行うと、最終的な共通性はいずれも 1 を下回るものの、反復の過程で共通性が 1 を超えるケースが生じた。
- 23 この相関係数の絶対値が「0.2」という基準は、特に理論的な基準によるものではない。実際に得られた相関係数行列を見たうえで、いくつかのきりの良い値で、いくつかの尺度がこの基準を満たさないかを観察したところ、「0.2」が良かろうと判断したというものである。
なお、この値が「0.15」では基準を満たさない尺度はなく (全ての尺度が採用され)、
「0.2」では 2 つの尺度が基準を満たさなかった。これを「0.25」とすると、7 つの尺度が基準を下回った (同じ尺度から選ばれた 3 つの項目間の 3 つの相関係数のなかに、ひとつでもその絶対値が 0.25 を下回るものが含まれる尺度が 7 つとなった)。
なお、このように相関行列の時点での項目の取捨選択を行わずに、すべての項目を使って因子分析を行った場合、抑うつ性尺度および活動性尺度が想定される因子パターンを示さなかった (同じ尺度から選ばれた 3 つの項目が同じ因子に対して大きな負荷とならなかった) 一方で、規律性尺度は想定される因子パターンを示し (ただし回転前の初期因子において、抽出した 11 の因子のうちもっとも小さな寄与であった)、結果、本稿にて最終的に採択した 10 尺度より規律性尺度の 1 つが多い 11 尺度が残ることとなった。しかし、規律性尺度については、たとえば群間での中央値の差異をマン・ホイットニーの U 検定で見ると、ネット利用の高低間

($U=86519.5$, $Z=-0.411$, $p=0.681$), アドレス記入の有無間 ($U=38414$, $Z=-1.072$, $p=0.284$), ネット利用高群内でのアドレス記入の有無間 ($U=8882.5$, $Z=-1.163$, $P=0.245$) いずれでも目立った差異は見られなかった。

- 24 柳井ほか(1987)では、「新性格検査」の作成にあたり、SASの斜交プロマックス回転(予備回転:エカマックスあるいはパーシマックス・目標パタン行列算出の累乗数:3)により項目の絞込みを行なったと報告されている。初期解についての記述はない。

筆者は、SPSS(Base)10.0JのFACTORを使用、CRITERIAサブコマンドにFACTORS(11)、EXTRACTIONサブコマンドにML、ROTATIONサブコマンドにPROMAX(3)を指定して実行した。

- 25 この11尺度33項目から得られた因子パタン行列をみたところ、9尺度27項目については、同じ尺度から選ばれた3つの項目が、それぞれ同じ因子に対して他の項目より高い負荷量を示す構造を示した。しかし2つの尺度(進取性尺度と活動性尺度)においては、それぞれその尺度から選ばれた3つの項目のうちの1項目だけが、他の2項目とは異なる因子に対して最も高い負荷を示した。

この2尺度のうち的一方の尺度は進取性尺度であり、この尺度から選ばれた3つの項目のうちの一つの項目(問12-2)は、他の項目(問12-10,問12-36)とは異なり、自己顕示性尺度から選ばれた3つの項目が揃って高い負荷を示す因子に対し、最も高い負荷を示した(0.269)。しかし、進取性の他の2つの項目(問12-10,問12-36)が最も高い負荷を示した因子に対しても、ほぼ変わらない負荷(0.253)を示した。

他方、やはり想定と異なる結果であった活動性尺度においては、一つの項目(問12-12)が、社会的外向性尺度に対して最も高い負荷を示し(0.281)、活動性尺度の他の2項目が最も高い負荷を示した因子に対しては、それよりだいぶ低い負荷(0.155)を示した。社会的外向性尺度の3項目が高い負荷を示す因子と活動性尺度のうちの2項目が高い負荷を示す因子間の因子間相関係数は0.505とやや高いものの、この項目(問12-12)が、いずれの因子に対しても同等の負荷を示しているとは判断しにくい。

以上より、進取性尺度については、この尺度から選ばれた3項目いずれも、同じ因子に対して高い負荷を示していると判断し、他方、活動性尺度の3項目(問12-12,問12-19,問12-29)は、そろって同じ因子に高い負荷を示さなかったと判断、この尺度(したがってこの尺度から選ばれた3項目)を、以降の分析に使用する対象から削除することとした。

- 26 初期解を最尤法で求める場合と、反復主因子法で求める場合とで、得られるプロマックス回転後の因子パタン行列および因子間相関行列を比較したところ、両者における値の差の絶対値が0.1を越えるケースは、因子パタンにおいて全300セル(30項目×10因子)のうち1セルのみが該当し、因子間相関行列においては全45セル(10因子×10因子の下側三角部分)のうち1つも該当するセルはなかった。

なお、最尤法の場合と反復主因子法の場合とで、抽出される因子の順番は一部入れ替わっていたので、因子パタン行列を見て、互いに同じ項目からの負荷が高い因子が同じ順番に並ぶように因子の並び順を変えた上で比較した。

- 27 このうち「インターネット公募系」として使用されている「DCP('98-'99)」と称されるパネルは、1998年から1999年に構築後、新規パネルの補充は行なわれていないようである。パネルの運用や調査方法を「サンプリング系」と揃えて比較する

必要上からこのパネルが使用されているものと思われるが、当時のより限定的なインターネットユーザの属性的偏りなどが保存されている可能性のある点に注意が必要かと思われる。なお、パネル構築時期が古いだけで、報告されている調査データ自体は、他と同じ2002年に行なわれているものである。

また、「サンプリング系」については、「インターネット公募系」との比較時は、首都圏に限らず全国から構築したモニターも対象に含まれているが（「サンプリング系[全国]」）、「訪問面接全体」やその一部である「インターネット利用者」との比較時は、これらの調査対象者が首都圏だけであるため、首都圏対象のモニターから構築した部分だけが使用されている（「サンプリング系[首都圏]」）。

また、横原ほか（2003）では、インターネットを使用した調査を、「Web調査」と称しているので、本稿でも、この報告に関する部分は、基本的にその表記に従った。

- 28 横原ほか（2003）では、訪問面接調査は「生活意識編」と「暮らし向き編」、本節で比較している部分で使用しているWeb調査は「生活意識編」と「インターネット編」など、方法が同じものでも、テーマや調査票のボリュームなどを変えつつ、複数の調査が行なわれている。横原ほか（2003）を見る限りでは、どの数値がいずれの結果であるかを確定し兼ねる部分もあるが、本節においても、そこは明らかにしないまま参照した。

なお、「普段使用している電気機器や通信機器」についての「サンプリング系[全国]」と「インターネット公募系」の数値は、横原ほか（2003）に記載のある「生活意識編」「インターネット編」双方の数値のうち、「生活意識編」を参照した。

- 29 2003年6月に行なわれた日本マーケティング・リサーチ協会主催JMRA研修セミナー「インターネット調査を検証する：質の評価と標準化に向けて」配布資料中、第4次実験調査のWeb調査で用いた調査票（DRNTSU_R-net用）のうちの「生活意識編」によれば、当該設問の質問文は、「問7.あなたの情報との接し方についてお伺いします。」「1.次にあげる電気機器や通信機器の中から、あなたが普段お使いになっているものをお知らせください。（あてはまるものをいくつでも）」、選択肢は、「携帯電話」「PHS」「携帯情報端末（PDA）」「モバイル」「ノート型パソコン」「デスクトップ型パソコン」「レーザープリンタ」「レーザー以外のプリンタ」「ハイビジョンテレビ」「ファクシミリ」「家庭用ゲーム機器」「カーナビゲーションシステム」「デジタルビデオカメラ」「デジタルカメラ」「パソコン通信」「ひとつもない」となっている。

本調査での情報機器の所有に関する設問（問4）の質問文及び選択肢は、付録9-1.調査票）を参照されたい。

- 30 なお、図6と図7を見比べる限りでは、本調査の「パネル」群は、「インターネット公募系」よりも「サンプリング系」に近づいている。この点は注の16でも触れたが、母集団のほぼ全体に対して登録依頼の文面が暴露されるという点で、本稿の「パネル」群には、プレ・リクルーテッド・パネルの要素がある可能性に留意が必要なのかも知れない。この点については、後に考察する（「6-2.ボランティア・パネルか、プレ・リクルーテッド・パネルか」）。

- 31 1953年の初回国民性調査以来、多いとき（1980年代頃）には90%近く、ほかは概ね80%程度が「人情課長」を選択するという傾向が、1998年の第10次調査まで一貫して続いている。なお、直近の第11次調査では、全体（全国の20歳以上80歳未満の男女個人）の77%の人が「人情課長」を選択したと報告されている（統

計数理研究所第 11 次日本人の国民性調査委員会，2004）。

なお、「最近，“無理な仕事をさせることはないが，仕事以外のことで人のめんどろを見ない”課長の人気状況が味で，しかも」「若い世代ほどじりじり上がっている」（坂本慶行，2000），「従来，国民性調査では，身近な人間関係に関する考え方は変わりにくい意見の代表格とされてきました。しかし，少なくとも職場の人間関係観には，近年変化が見られ，総じて濃厚な人間関係は敬遠気味のように。」（統計数理研究所国民性調査委員会，2004）というように，職場での人間関係観は変わりつつあるとの指摘がある。

32 いずれも大隅ほかの一連の実験調査におけるものであるが，1997 年の第一次調査（大隅，2000），1999 年の第二次調査（大隅，同），2000 年の第三次調査（横原，2001），そして第四次調査（横原ほか，2003）と，この傾向（Web 調査において「人情課長」の選択割合が低くなる）は一貫して報告されている。

33 大隅ほかの第一次調査（大隅，2000），第二次調査（大隅，同），第三次調査（吉村，2001），第四次調査（鈴木・笹田，2003）など。必ずしも「趣味にあっただらし」が高く「のんきにクヨクヨしないでくらす」が低い，といった記述は成されていないが，記載された集計結果の数値を見ると，そうした傾向が一貫して見られている。

なお，鈴木・笹田（2003）をみると，「人のくらし方」設問におけるこれら 2 つの選択肢に対する回答は，おおよそ「全体 ネット パネル」となっており，したがって，こうした差異の現れ方は，公募系の「パネル」の特性というより，ネットユーザに見られる特性かも知れない。この点は，本調査では，そうした差異は「全体」と「ネット」間には見られず，「パネル」であるか否かによるものとなっており異なる。

34 「パネル」「ネット」「全体」の各群は，順に「パネル」は「ネット」の，「ネット」は「全体」の一部という関係があり，各群の独立は満たされない。こうした関係のため，「パネル」と「ネット」間，あるいは「パネル」と「全体」間で独立性の χ^2 検定やマン・ホイットニーの U 検定を行うのは適切ではない。このためここでは，「ネット」群内での「パネル」群対非「パネル」群間の検定に相当する，付録「9-7」での「ネット利用高」群内での「アドレス記入」対「アドレス未記入」群間における検定結果を参照した。

35 協力意向のある人ばかりを囲い込むのでは，目標とする母集団に対するカバレッジを狭め好ましくない面もあるかも知れないが，そもそもこうしたインターネット上の登録ページ上での誘いかけは，基本的にユーザのボランティアに頼るものであり（それ故にこうした方法で構築されるパネルは「ボランティア・パネル」なわけであるが），必ずしも意向の低いものを無理やり取り込むことが志向される必要はないだろう。

36 日本でも，「生活者（個人）の声を社会や企業活動（組織）に反映」（スコープネット，<https://www.scope-net.ne.jp/s-net/content.asp>，検索日：2004 年 11 月 13 日），「ここでは，あなたがメディアを視聴したり，読んだりするだけではなく，自ら情報発信者として参加することができます。」（mp@ck，<http://www.mpack.ne.jp/pc/index.html>，検索日：2004 年 11 月 13 日）というように，「あなたの声が活かされます」といったタイプの勧誘文句は多くのサイトで

見られる。ただしいずれも、謝礼についても言及があるのが普通である。

- 37 たとえば、ブッシュ対ゴア両氏の接戦となった 2000 年の米大統領選の選挙前予測において、同社は、プロペンシティ・スコア調整のモデルに、属性として地域・年齢・性・教育水準、オンラインの回答者であることに影響しそうな測度として、疎外・リーダーシップ・参加・投資に関連する要因を使用したとされる(Terhanian, Smith, Bremer and Thomas, 2001)。結果、調整しないインターネットによる調査結果ではブッシュ寄りとなったデータを調整し、両氏のタイを予測、結局、この予測は的中した。
- なお、プロペンシティ・スコア (Rosenbaum and Rubin, 1983) ないしプロペンシティ・スコア調整 (Rosenbaum, 1987) 自体はすでに 1980 年代からあり、国外においては、疫学研究などの分野で、早くから応用されてきている (佐藤, 2002)。
- 38 たとえば、星野崇宏 (2003)、吉村 (2003)、吉村・松田浩幸・大隅・横原・武田 (2003)、星野・鈴木督久 (2003)、豊田秀樹 (2004) など。なお、プロペンシティ・スコアに関する広範なレビューに、星野・繁樹算男 (2004) がある。
- 39 ロジスティック回帰における各係数の推定には最尤法を用いたが、最尤法においては、個々のサンプルの対数尤度の総和が最大となる様に係数が決定される。このとき、各サンプルの対数尤度は、もちろん正しく予測できているときにより大きくなるのだが、 $Y=1$ 群の $Y=1$ であろう予測確率を 1 に近く当てるだけでなく、 $Y=0$ 群の $Y=1$ であろう予測確率を 0 に近く当てる場合も、同じように大きくなる。したがって、仮に $Y=1$ 群のサイズが $Y=0$ 群に比べて非常に少ない場合、あまり上手く $Y=1$ を予測できないのであれば、ほとんどを $Y=0$ と予測するほうが全体としての対数尤度の和が大きくなるようなことが起こる。
- 手元のデータで試したところ、そのような極端なことは起こらなかったが、 $Y=1$ の群が全体の 1 割程度しかないせいも、両群のサイズをそろえる重み付けを行わずに推定された係数では、最終的な調整結果は、何も調整しないより悪いものとなった。他方、 $Y=1$ の群と $Y=0$ の群のサイズが等しくなるように重み付けて求めた係数を使用すると、「8-3」節以降に示すように、それぞれに意味のある調整を行うことができた。
- 40 なお、この「残差平方和」として定義した指標値は、各変数のカテゴリ数、あるいは基準となる「全体」における比率の違い (分散の違い) といった点について、何ら考慮されていない値である。したがって、たとえば、残差を計算するカテゴリ数が異なる変数間で、この残差平方和の値の大小を比較するようなことは適切ではない。本稿では、設問間での比較ではなく、同じ設問に対する「パネル」の集計値の調整前後間で比較を行なった。
- 41 たとえば、Rosenbaum and Rubin (1984) においては、74 の共変量を使った例が示されている。
- 42 正確には推論母集団というべきであろう。注の 2, 21 も参照のこと。
- 43 なお、図 25 から図 29 の表中にある「パネル」(調整後)の度数の値(「N」の列の値)は、加重集計後の値であり、実際にはいずれも小数部分のある値となっている。また、総度数(全体の行)について、「パネル」(調整後)の値は、重み付けの結果、調整前の度数である 74 に一致しない場合がある。

- 44 尺度得点を、それぞれの得点ごとに2値変数に直した場合についても計算したが、この場合、推定されたプロペンシティブ・スコアの分布は、Y=1群とY=0群でより大きく分かれる（予測としては、より精度が良くなる）一方で、各説明変数のオッズ比を見ると、いくつかの極めて大きな値や極めて小さな値と、残りはほぼ1といった状況となっていた。これは、特定の回答パターンについてだけ極端に加工し、ほかの回答パターンを無視するようなモデルと考えられ、実際に所与のデータでは良い予測を成し得ているとしても、他のデータが与えられたときにはまるで見当違いな予測結果となる可能性、いわゆる過学習のような状況が懸念された。
- 本稿では1組のデータしかなく、またデータを折半したりするほどにはY=1群のデータ件数が多くなく検討できないが、こうした過学習に対する懸念から、尺度得点を量的変数として扱うことにした。
- 45 たとえば、Terhanian et al. (2001) や住本 (2002) は、インターネットリサーチにより収集されるデータには RDD では無回答となる人たちの回答が含まれたり、より正直に正確に答えやすい環境での回答が含まれる場合があり、こうしたデータを使って調整することにより、調整の際の目標とする RDD のデータ以上に「正確」な予測を成し得ることもあろうと主張している。
- 46 そうした人口統計に関する調整とプロペンシティブスコア調整という異なった調整の併用は、たとえば Taylor, Bremer, Overmeyer, Siegel, Terhanian (2001), Terhanian et al. (2001) や住本 (2002) からもうかがえる。また、米ハリスインタラクティブ社のニュースリリースのページを見てみると (<http://www.harrisinteractive.com/news/>)、リリース中の「Methodology」の項に、しばしば人口統計などに関する加重処理とプロペンシティブスコア調整の双方が行なわれている旨の記述が見られる。
- なお、こうした記述のなかには、どの変数を通常の加重処理（事後層化法？）に使用し、どの変数をプロペンシティブスコア調整に用いたかについての記載がある。しかし、通常の加重処理を行うパターンは、調整前の段階で RDD だけ、調整前の段階で RDD とインターネットリサーチ両方、調整前の段階でインターネットリサーチだけ、調整後のインターネットリサーチ、というようにいくつか考えられる。こうした、通常の加重処理をどの段階で行なっているのか、という点については記載が見られない。

引用文献

- Couper, M. (2000). Web surveys : A review of issues and approaches, *Public Opinion Quarterly* 64(4), 464-494.
- 「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」研究グループ(2004). インターネット調査の信頼性と質の確保に向けての体系的研究:国内で初めての産学協同による大規模実験調査の成果公開. <http://www.jmra-net.or.jp/book/internet.pdf>. 2004年6月24日(検索日)
- Groves, R. (1989). *Survey errors and survey costs*. New York: Wiley.
- Groves, R., Fowler, F., Couper, M., Lepkowski, J., Singer, E. and Tourangeau, R. (2004). *Survey Methodology*, Wiley.
- 星野崇宏(2003). 調査データに対する傾向スコアの適用. *品質*, 33(3), 44-51.
- 星野崇宏・鈴木督久(2003). 傾向スコアを用いたWeb調査の無作為抽出への近似. *日本行動計量学会第31回大会抄録集*, 184-185.
- 星野崇宏・繁榊算男(2004). 傾向スコア解析法による因果効果の推定と調査データの調整について. *行動計量学*, 第31巻, 第1号, 43-61.
- Kish, L. (1987). *Statistical design for research*. New York: Wiley.
- 松本正生(1997). 「政党支持」と政治的メンタリティ(続):大学生-有権者間の位相. *社会科学論集*, 第92号, 27-86. 埼玉大学経済学会.*
- 内閣府大臣官房政府広報室編(2003). *社会意識, 月間世論調査:平成15年5月号*. 国立印刷局.*
- 内閣府大臣官房政府広報室(2003). *国民生活に関する世論調査:世論調査報告書平成15年6月調査*. 内閣府大臣官房政府広報室, <http://www8.cao.go.jp/survey/h15/h15-life/>, 2003年9月17日(検索日).*
- 中谷吉孝・渡會隆・瀧中勢子・蓑原勝史(2002). e-HABITによるWeb調査システムと実験調査でみられたこと, *日本行動計量学会第30回大会発表論文抄録集*, 142-145.
- 中谷吉孝・上嶋幸則・渡會隆・瀧中勢子・蓑原勝史(2003). E-HABITの特徴と今後のインターネット調査パネル構築:各実験サイトのデータ比較から. ISMシンポジウム「インターネット調査の現状を検証する:調査法としての評価方法と標準化をどう考えるか」予稿集, 75-93.
- Oosterveld, P. and Willems, P. (2003). Two modalities, one answer? : Combining internet and CATI surveys effectively in market research. *Worldwide Technology and Innovation Marketing Research Conference & Exhibition*, ESOMAR Publication Series vol.262, 141-149.
- 大隅昇(2000). 「調査環境の変化に対応した新たな調査法の研究」報告書. 文部省科学研究費, 特定領域研究「統計情報活用へのフロンティアの拡大」(通称:ミクロ統計データ), 研究計画A02班(公募研究)「ミクロデータ利用の社会的制度の問題点」(課題番号:09206117).
- 大隅昇(2001). 電子調査, その周辺の話題:電子的データ取得法の現状と問題点. *統計数理*, 第49巻, 第1号, 201-213.
- 大隅昇(2002a). インターネットリサーチの適用可能性と限界:データ科学の視点か

- らの考察．行動計量学，第29巻，第1号，20-44．
- 大隅昇（2002b）．インターネット調査．林知己夫（編），社会調査ハンドブック（pp.200-240）．朝倉書店．
- Rosenbaum, P. R. and Rubin, D. B. (1983). The Central Role of the Propensity Score in Observational Studies for Causal Effects. *Biomatrika*, 70, 41-55.
- Rosenbaum, P. R. and Rubin, D. B. (1984). Reducing Bias in Observational Studies Using Subclassification on the Propensity Score. *Journal of the American Statistical Association*, 79, 516-524.
- Rosenbaum, P. R. (1987). Model-based direct adjustment. *Journal of American Statistical Association*, 82, 387-394.
- 坂本慶行(2000)．日本人の考えはどう変わったか：「日本人の国民性調査」の半世紀．統計数理，第48巻，第1号，3-32．
- 佐藤俊哉（2002）．傾向スコアを用いた因果効果の推定．柳井晴夫・岡太彬訓・繁榊算男・高木廣文・岩崎学（編），多変量解析実例ハンドブック（pp.240-250），朝倉書店．
- 住本隆（2002）．インターネット調査に要求されるもの：ハリスインタラクティブのデータ・ウェイトング方法．ESTRELA，2002年2月（No.95），11-19．
- 鈴木文雄・笹田幸典（2003）．インターネットサーベイと従来型調査の比較検証：CyberPanelとNOS（オムニバス調査）を用いた比較実験調査から．ISMシンポジウム「インターネット調査の現状を検証する：調査法としての評価方法と標準化をどう考えるか」予稿集，95-110．
- Taylor, H., Bremer, J., Overmeyer, C., Siegel, J. W. & Terhanian, G. (2001). The record of internet-based opinion polls in predicting the result of 72 races in the November 2000 U.S. elections. *International Journal of Market Research*, 43(1), 127-136.
- Terhanian, G., Smith, R., Bremer, J. and Thomas, R. K. (2001). Exploring analytical advances : Minimizing the biases associated with Internet-based surveys of non-random samples. *Worldwide Online Measurement Conference & Exhibition, ESOMAR Publication Series vol.248, 247-272.*
- 統計数理研究所第11次日本人の国民性調査委員会（2004）．国民性の研究 第11次全国調査 2003年全国調査．統計数理研究所研究リポート92．
- 統計数理研究所国民性調査委員会(2004)．「第11次日本人の国民性調査」結果の概要．http://www.ism.ac.jp/~maeda/KSJapan/LatestResults.files/summary11_0.htm，2004年9月26日（検索日）．
- 豊田秀樹(2004)．インターネット調査の偏りを正す最新手法．プレジデント 2004.8.2，106-108．
- Vehovar, V. and Lozar Manfreda, K. (2003). Meta-analysis of web surveys. ISMシンポジウム「インターネット調査の現状を検証する：調査法としての評価方法と標準化をどう考えるか」予稿集，1-14．
- 和田さゆり(1996)．性格特性用語を用いたBig Five 尺度の作成．心理学研究，67(1)，61-67．

- Web調査品質研究会(2004).事例:インターネット調査(Web調査)におけるデータ検証:初期回答者に見られる回答者属性の偏りについて:「一定期間実査方式」と「回答者先着順方式」の差異. Web調査品質研究会資料. http://www.dentsuresearch.co.jp/topics/pdf/2004-09_web_quality.pdf, 2004年9月16日(検索日).
- 柳井晴夫・柏木繁男・国生理枝子(1987).プロマックス回転法による新性格検査の作成について(). 心理学研究, 第58巻第3号, 158-165.
- 柳井晴夫・国生理枝子(1987).新性格検査の作成について, 人事試験研究, 124, 2-11.
- 横原東(2001).マーケティングにおけるインターネットリサーチの実状と課題. 統計数理, 第49巻, 第1号, 215-222.
- 横原東・武田正樹・細井勉(2003).DENTSU_R-netに基づくインターネット調査の検証:とくに第4次実験調査結果を中心として. ISMシンポジウム「インターネット調査の現状を検証する:調査法としての評価方法と標準化をどう考えるか」予稿集, 55-74.
- 吉村宰(2001).インターネットリサーチにみられる回答者像, その特性. 統計数理, 第49巻, 第1号, 223-229.
- 吉村宰(2003).インターネット調査を検証する:質の評価と標準化に向けて. 日本マーケティング・リサーチ協会主催JMRA研修セミナー, 28-32.
- 吉村宰, 大隅昇(2003).インターネット調査の質の評価を考える. ISMシンポジウム「インターネット調査の現状を検証する:調査法としての評価方法と標準化をどう考えるか」予稿集, 15-32.
- 吉村宰, 松田浩幸, 大隅昇, 横原東, 武田正樹(2003).インターネット調査における加重修正法に関する一考察. 日本行動計量学会第31回大会抄録集, 120-123.
- 全国大学生生活協同組合連合会(2003).第38回学生の消費生活に関する実態調査報告書: Campus Life Data 2002~2003. 全国大学生生活協同組合連合会. *

(末尾にアスタリスクを付した文献は「9. 付録」のみで引用.)

9 . 付録

9-1 . 調査票

学生の生活や意識に関するアンケート

この夏、「学生の生活や意識に関するアンケート」と題しまして、日頃の皆様のものごとに対する考え方や、各種情報機器などの使用状況、インターネットに関するサービスの利用状況などについてのアンケートを行っております。皆様のご協力をお願いいたします。
なお、お答えいただいた回答は全て厳格的に処理し、あなた個人のお答えを公表することは一切ございません。
質問は、問1から問16まであります。回答に要する標準的な時間は15分程度です。あまり考え過ぎずに回答してください。
この調査は、立教大学社会学部史料、岡本雅典准教授の指導のもと、同社応用社会学専攻博士岡本雅典1氏、出口真二（denochi@ia.tkyo.ac.jp）が、研究活動の一環として行っております。

問1. あなたは、あなたが通っている大学（立教大学）について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

	1	2	3	4	5
1-1. 便利な場所にある	とても悪い	やや悪い	どちらでもない	やや良い	とても良い
1-2. にぎやかな場所にある	1	2	3	4	5
1-3. 落ち着いた雰囲気である	1	2	3	4	5
1-4. 開放感がある	1	2	3	4	5
1-5. 学生同士の仲が良い	1	2	3	4	5
1-6. 先生に気軽に質問できる	1	2	3	4	5

問2. 大学生活は充実していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 充実している
2. まあ充実している
3. あまり充実していない
4. 充実していない

問3. あなたはあなたの大学が好きですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 好き
2. まあ好き
3. あまり好きではない
4. 嫌い

- 1 -

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族で一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器にすべて、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. カメラ機能つき携帯電話・PHS	7. FAX（電話機に付属のものも含む）
2. カメラ機能のない携帯電話・PHS	8. プリンタ（複合機を除く）
3. PDA（デジタル型）のパソコン	9. スキャナ（複合機を除く）
4. ネット型のパソコン	10. 複合機（プリンタ、スキャナ、コピーなど）
5. 携帯情報端末（PDA）	11. デジカメ（携帯電話・PHSのカメラは除く）
6. インターネットに接続できるゲーム機器	12. このなかのものは1つもない

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1~5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

	1	2	3	4	5
5-1. E-mailなど知人との情報交換	利用した回数	利用した回数	利用した回数	利用した回数	利用した回数
5-2. 自分のホームページ作成・更新など情報発信	1	2	3	4	5
5-3. ホームページ閲覧やデータ入手など情報収集	1	2	3	4	5
5-4. 他人が開設する掲示板などへの書き込み	1	2	3	4	5
5-5. 勉強の応答	1	2	3	4	5
5-6. 調査やアンケートの回答	1	2	3	4	5
5-7. 商品やサービスの予約・購入・支払	1	2	3	4	5

問6. 現在のあなたのくらしは、金銭的に見て楽なほうだと思いますか、苦しいほうだと思いますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 大変楽なほう
2. 楽なほう
3. ふつう
4. 苦しいほう
5. 大変苦しいほう

問7. あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 満足している
2. まあ満足している
3. やや不満だ
4. 不満だ

- 2 -

問 8. 国民は、「国や社会のことにもっと目を向けるべきだ」という意見と、「個人生活の充実をもっと重視すべきだ」という意見がありますか、あなたのお考えは、このうちどちらの意見に近いですか、この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 国や社会のことにもっと目を向けるべきだ
2. 個人生活の充実をもっと重視すべきだ
3. 一概に言えない
4. わからない

問 9. ものごとの「スジを通すこと」に重点をおく人と、ものごとを「まろくおさめること」に重点をおく人では、どちらがあなたの好きなひととがらですか、どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 「スジを通すこと」に重点をおく人
2. 「まろくおさめること」に重点をおく人
3. 一概に言えない

問 10. 人のくらし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるものうちで、それが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか、この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 一生けんめい働き、金持ちになること
2. まじめに勉強して、名をおげること
3. 金や名声を考えずに、自分の理想にあつたくらし方をする
4. その日その日を、のんきに夕ヨクしないくらし方
5. 世の中の正しくないことを押しつけて、どこまでも強く正しくくらし方
6. 自分一人のことを考えずに、社会のためにすべてを犠牲にくらし方

問 11. ある会社につぎのような2人の部長がいます。もしあなたが使われるとしたら、どちらの部長に使われる方がよいと思えますか、どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 規則をまげてまで、無理な仕事をさせることはありませんが、仕事以外のことでは人のめんどうを見ません。
2. 時には規則をまげて、無理な仕事をさせることもありますが、仕事のこと以外でも人のめんどうをよく見ます。

問 12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

	1	2	3
12-1. 話し好きである	はい	いど えら いも	いい え
12-2. 平凡に暮らすより何か変わったことがしたい	1	2	3
12-3. どんな人にも健康の気持ちを持つことがない	1	2	3

	1	2	3
12-4. 住むの的になりたくない	はい	いど えら いも	いい え
12-5. じつと静かにしているのが好きだ	1	2	3
12-6. 人と広く付き合うほうだ	1	2	3
12-7. 人にとやかく言われると、必ず言い返す	1	2	3
12-8. ちよつとしたことが気になる	1	2	3
12-9. 困っている人を見ると、すぐに助けてあげたくなる	1	2	3
12-10. いろいろなるものを説明してみたい	1	2	3
12-11. 自分さえよければいいと思う	1	2	3
12-12. 得意にも謙遜的に取り組む	1	2	3
12-13. 他人の言ひがよくわかる	1	2	3
12-14. 面白い作業でも黙って出さずにやれる	1	2	3
12-15. 生活を規則正しくするよういつも心がけている	1	2	3
12-16. 職責でも本心に信用することはできない	1	2	3
12-17. 自信を持っている	1	2	3
12-18. 会場の集りにふと思い込めくせがある	1	2	3
12-19. 動物はきびきびしている	1	2	3
12-20. やりがけた仕事は一生懸命最後までやる	1	2	3
12-21. 何に付けてでも人より自立したい	1	2	3
12-22. どんな時でも嘘をついたことがない	1	2	3
12-23. コングラチュレーションで人賞したい	1	2	3
12-24. 意見が合わない時、相手の誤解したくなる	1	2	3
12-25. 手紙はきちんと書簡する	1	2	3
12-26. 失礼なことをされると黙っていない	1	2	3
12-27. 自分をつまらぬ人だ	1	2	3
12-28. いやなことはずるに忘れるほうだ	1	2	3
12-29. 何かと先頭に立って働くほうだ	1	2	3
12-30. おぼろしくあきらめないほうだ	1	2	3

	1	2	3
12-31. 書籍の本はいくらも読まれた位置に置かれている	はい	どちらとも	いいえ
12-32. 人の悪口を言いたくなることがある	1	2	3
12-33. 自分の考えは何かまわがっている気がする	1	2	3
12-34. 誰とも気さくに話せる	1	2	3
12-35. 気の毒な人を見ると、すぐに同情するほうだ	1	2	3
12-36. 新しいアイデアを考えるのが好きだ	1	2	3
12-37. 世の中の人は人のことなどかまわなげと思う	1	2	3
12-38. 失敗するといつまでもくよくよく考える	1	2	3
12-39. 空想にふけることが多い	1	2	3

問13. さて、政治についてあなたの意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますが、それは思いませんが、それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

	1	2	3
13-1. 政治にはある程度知識がつかさねられて、すべてをガラス玉裏にすることはむづかしい。	そう思う	男 おな は	お か ら な い
13-2. 政治家には風俗な人柄よりも実行力が重要とされる。	1	2	3

問14. あなたは、小泉内閣を支持しますか、支持しませんか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 支持する
2. 支持しない
3. その他【具体的に：】

問15. あなたは、今回のようなインターネットに協力する機会、電話調査とインターネット調査とでは、どちらのほうが協力しやすいと感じますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 電話調査のほうが協力しやすい
2. インターネット調査のほうが協力しやすい
3. どちらでも協力しやすい
4. どちらにも協力したくない
5. わからない

問16. 最後に、あなた自身についてお聞かせください。

- 16-1. あなたは男性ですか、女性ですか。あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。
1. 男性
 2. 女性

16-2. 年齢はおいくつですか。年齢を数字でお答えてください。

歳	
---	--

16-3. あなたは現在、自宅から選挙していますか、自宅外から選挙していますか。あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 自宅から選挙している
2. 自宅外から選挙している

16-4. 所属学部はどちらですか。あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 文学部
2. 経済学部
3. 理学部
4. 社会学部
5. 法学部
6. 観光学部
7. コミュニティ福祉学部
8. その他

16-5. あなたは何年生ですか。あてはまる選択肢の番号に○をつけてください。

1. 1年
2. 2年
3. 3年
4. 4年
5. その他

今後、このような研究のためのアンケートを、インターネット上でも行う予定です。今回の調査に御礼はありますが、インターネット上で行う調査では、抽選ではありませんが、御礼も用意する予定です。こうしたアンケートに協力していただくとお考えの方は、下記にあなたのメールアドレスをご記入ください。なお、ご記入いただいたメールアドレスは、研究調査へのご協力をお願いする以外の目的で使用することはありません。

⑩

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

9-2 . 単純集計

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-1. 便利な場所にある

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	613 (69.5)	207 (23.5)	27 (3.1)	20 (2.3)	13 (1.5)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-2. にぎやかな場所にある

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	523 (59.3)	272 (30.8)	54 (6.1)	23 (2.6)	4 (0.5)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-3. 落ち着いた雰囲気である

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	146 (16.6)	235 (26.6)	215 (24.4)	174 (19.7)	107 (12.1)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-4. 開放感がある

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	162 (18.4)	212 (24.0)	239 (27.1)	178 (20.2)	87 (9.9)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-5. 学生同士の仲がよい

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	166 (18.8)	332 (37.6)	304 (34.5)	59 (6.7)	16 (1.8)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-6. 先生に気軽に質問できる

全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらともいえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体	882 (100.0)	28 (3.2)	129 (14.6)	340 (38.5)	246 (27.9)	135 (15.3)

問2. 大学生活は充実していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 充実している	2. まあ充実している	3. あまり充実していない	4. 充実していない	無回答
全体	882 (100.0)	218 (24.7)	498 (56.5)	134 (15.2)	32 (3.6)

問3. あなたはあなたの大学が好きですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 好き	2. まあ好き	3. あまり好きではない	4. 嫌い	無回答
全体	882 (100.0)	363 (41.2)	435 (49.3)	66 (7.5)	17 (1.9)

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族で一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。[MAI][1/2]

全体	1. カメラ機能つき携帯電話・PHS	2. カメラ機能のない携帯電話・PHS	3. デスクトップ型のパソコン	4. ノート型のパソコン	5. 携帯情報端末(PDA)	6. インターネットに接続できるゲーム機	7. FAX (電話機に付属のものを含む)	8. プリンタ (複合機を除く)	9. スキャナ (複合機を除く)	10. 複合機 (プリンタ、スキャナ、コピーなど)	11. デジカメ (携帯電話・PHSのカメラは除く)
全体	882 (100.0)	529 (60.0)	397 (45.0)	508 (57.6)	474 (53.7)	26 (2.9)	102 (11.6)	553 (62.7)	622 (70.5)	155 (17.6)	105 (11.9)

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族と一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。[MA][2/2]

全体	12. このな かのもの は1つもな い。	無回答	
全体	882 (100.0)	2 (0.2)	1 (0.1)

問4. 情報機器の所有状況 [MA][1/2]

全体	1+2. 携帯 電話・PHS	1. カメラ機 能つき携 帯電話・P HS	2. カメラ機 能のない 携帯電話・ PHS	3+4. パソ コン	3. デスク トップ型の パソコン	4. ノート型 のパソコン	5. 携帯情 報端末(P DA)	6. インター ネットに接 続できる ゲーム機 器	7. FAX (電話機に 付属のも も含む)	8+10. プリ ンタ (複合機を 除く)	9. プリンタ (複合機を 除く)	
全体	882 (100.0)	863 (97.8)	529 (60.0)	397 (45.0)	786 (89.1)	508 (57.6)	474 (53.7)	26 (2.9)	102 (11.6)	553 (62.7)	672 (76.2)	622 (70.5)

問4. 情報機器の所有状況 [MA][2/2]

全体	9+10. ス キャ ナ	9. スキャ ナ(複合機 を除く)	10. 複合 機(プリン タ、スキャ ナ、コピー など)	11. デジカ メ(携帯電 話・PHS を除く)	12. このな かのもの は1つもな い。	無回答	
全体	882 (100.0)	233 (26.4)	155 (17.6)	105 (11.9)	375 (42.5)	2 (0.2)	1 (0.1)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-1. E-mailなど知人との情報交換

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	339 (38.4)	31 (3.5)	54 (6.1)	175 (19.8)	277 (31.4)	6 (0.7)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-2. 自分のホームページ作成・更新など情報発信

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	15 (1.7)	18 (2.0)	20 (2.3)	32 (3.6)	782 (88.7)	15 (1.7)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-3. ホームページ閲覧やデータ入手など情報収集

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	201 (22.8)	140 (15.9)	193 (21.9)	265 (30.0)	75 (8.5)	8 (0.9)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-4. 他人が開設する掲示板などへの書き込み

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	44 (5.0)	43 (4.9)	69 (7.8)	176 (20.0)	539 (61.1)	11 (1.2)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-5. 懸賞の応募

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	5 (0.6)	10 (1.1)	22 (2.5)	77 (8.7)	753 (85.4)	15 (1.7)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-6. 調査やアンケートの回答

全体	1. ほぼ毎 日利用し た	2. 20日 くらい利用 した	3. 10日 くらい利用 した	4. 数回 だけ利用 した	5. 利用 しなかつ た	無回答	
全体	882 (100.0)	4 (0.5)	6 (0.7)	18 (2.0)	85 (9.6)	755 (85.6)	14 (1.6)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-7. 商品やサービスの予約・購入・支払

全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体	882	3	9	15	108	733
	(100.0)	(0.3)	(1.0)	(1.7)	(12.2)	(83.1)
						14
						(1.6)

問6. 現在のあなたのくらしむきは、金銭的に見て楽なほうだと思いますか、苦しいほうだと思いますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 大変楽なほう	2. 楽なほう	3. ふうふう	4. 苦しいほう	5. 大変苦しいほう	無回答
全体	882	44	224	363	188	62
	(100.0)	(5.0)	(25.4)	(41.2)	(21.3)	(7.0)
						1
						(0.1)

問7. あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 満足している	2. まあ満足している	3. やや不満だ	4. 不満だ	無回答
全体	882	139	490	213	39
	(100.0)	(15.8)	(55.6)	(24.1)	(4.4)
					1
					(0.1)

問8. 国民は、「国や社会のことにもっと目を向けるべきだ」という意見と、「個人生活の充実をもっと重視すべきだ」という意見がありますが、あなたのお考えは、このうちどちらの意見に近いですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 国や社会のことにもっと目を向けるべきだ	2. 個人生活の充実をもっと重視すべきだ	3. 一概に言えない	4. わからない	無回答
全体	882	275	160	403	42
	(100.0)	(31.2)	(18.1)	(45.7)	(4.8)
					2
					(0.2)

問9. ものごとの「スジを通すこと」に重点をおく人と、ものごとを「まるくおさめること」に重点をおく人では、どちらがあなたの好きな「ひとがら」ですか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 「スジを通すこと」に重点をおく人	2. 「まるくおさめること」に重点をおく人	3. 一概に言えない	無回答
全体	882	359	268	254
	(100.0)	(40.7)	(30.4)	(28.8)
				1
				(0.1)

問10. 人のくらし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるものの中で、どれが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 一生けんめい働いて、金持ちになること	2. まじめに勉強して、名をあげる	3. 金や名誉に興味があつたらし方をすること	4. その日を、その日に、ヨクヨク過ごすこと	5. 世の中を、の正しく、いことを、清く正しくくらすこと	6. 自分の一身のことを考えず、に、社会のためにすべてを捧げてくらすこと	無回答
全体	882	176	58	381	222	29	12
	(100.0)	(20.0)	(6.6)	(43.2)	(25.2)	(3.3)	(1.4)
							4
							(0.5)

問11. ある会社につきのような2人の課長がいます。もしあなたが使われるとしたら、どちらの課長に使われる方がよいと思いますか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 規則をまげてまで、無理な仕事をさせることはありませんが、仕事以外のことは人のめんどうを見ません。	2. 時には規則をまげて、無理な仕事をさせることもありますが、仕事以外のことは人のめんどうをよく見ます。	無回答	
全体	882	236	644	2
	(100.0)	(26.8)	(73.0)	(0.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-1. 話し好きである

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882	536	260	86
	(100.0)	(60.8)	(29.5)	(9.8)
				-
				(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-2. 平凡に暮らすより何か変わったことがしたい

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882	551	243	88
	(100.0)	(62.5)	(27.6)	(10.0)
				-
				(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-3. どんな人にも軽蔑の気持ちを持ったことがない

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	47 (5.3)	234 (26.5)	601 (68.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-4. 注目的になりたい

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	240 (27.2)	435 (49.3)	206 (23.4)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-5. じっと静かにしているのが好きだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	241 (27.3)	317 (35.9)	324 (36.7)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-6. 人と広く付き合うほうだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	334 (37.9)	306 (34.7)	241 (27.3)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-7. 人とよく言われると、必ず言い返す

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	241 (27.3)	409 (46.4)	230 (26.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-8. ちょっとしたことが気になる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	550 (62.4)	207 (23.5)	123 (13.9)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-9. 困っている人を見ると、すぐに助けてあげたくなる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	304 (34.5)	484 (54.9)	94 (10.7)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-10. いろいろなものを発明してみたい

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	211 (23.9)	227 (25.7)	444 (50.3)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-11. 自分さえよければいいと思う

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	88 (10.0)	377 (42.7)	416 (47.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-12. 何事にも積極的に取り組む

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	244 (27.7)	452 (51.2)	185 (21.0)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-13. 他人の苦しみがよくわかる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	306 (34.7)	498 (56.5)	78 (8.8)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-14. 面倒な作業でも投げ出さずにやれる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	271 (30.7)	408 (46.3)	202 (22.9)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-15. 生活を規則正しくするよういつも心がけている

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	250 (28.3)	287 (32.5)	345 (39.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-16. 親友でも本当に信用することはできない

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	101 (11.5)	255 (28.9)	526 (59.6)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-17. 自信を持っている

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	163 (18.5)	387 (43.9)	332 (37.6)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-18. 会話の最中にふと思いつくことがある

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	415 (47.1)	235 (26.6)	232 (26.3)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-19. 動作はきびきびしている

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	186 (21.1)	355 (40.2)	341 (38.7)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-20. やりかけた仕事は一生懸命最後までやる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	453 (51.4)	323 (36.6)	106 (12.0)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-21. 何につけても人より目立ちたい

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	141 (16.0)	366 (41.5)	374 (42.4)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-22. どんな時でも嘘をついたことがない

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	22 (2.5)	131 (14.9)	728 (82.5)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-23. コンクールで入賞したい

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	380 (43.1)	221 (25.1)	281 (31.9)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-24. 意見が合わない時、相手を批判したくなる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	209 (23.7)	311 (35.3)	361 (40.9)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-25. 手紙はきちんと整理する

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	251 (28.5)	224 (25.4)	407 (46.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-26. 失礼なことをされると黙っていない

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	335 (38.0)	381 (43.2)	166 (18.8)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-27. 自分はつまらない人間だ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	193 (21.9)	431 (48.9)	257 (29.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-28. いやなことはすぐに忘れるほうだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	235 (26.6)	237 (26.9)	410 (46.5)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-29. 何かと先頭に立って働くほうだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	175 (19.8)	342 (38.8)	365 (41.4)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-30. ねばり強くあきらめないほうだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	373 (42.3)	369 (41.8)	139 (15.8)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-31. 書棚の本はいつも決まった位置に置かれている

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	229 (26.0)	167 (18.9)	485 (55.0)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-32. 人の悪口を言いたくることがある

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体	882 (100.0)	528 (59.9)	234 (26.5)	118 (13.4)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-33. 自分の考えは何かまちがっている気がする

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	212 (24.0)	448 (50.8)	220 (24.9)	2 (0.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-34. 誰とでも気軽に話せる

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	308 (34.9)	295 (33.4)	277 (31.4)	2 (0.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-35. 気の毒な人を見ると、すぐに同情するほうだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	403 (45.7)	334 (37.9)	144 (16.3)	1 (0.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-36. 新しいアイデアを考えるのが好きだ

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	397 (45.0)	305 (34.6)	178 (20.2)	2 (0.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-37. 世の中の人々は人のことなどかまわないと思う

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	195 (22.1)	401 (45.5)	284 (32.2)	2 (0.2)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-38. 失敗するといつまでもよくよ考える

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	372 (42.2)	277 (31.4)	232 (26.3)	1 (0.1)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-39. 空想にふけることが多い

全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答	
全体	882 (100.0)	507 (57.5)	228 (25.9)	146 (16.6)	1 (0.1)

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-1. 政治にはある程度秘密がつきもので、すべてをガラス張りにするのはむづかしい。

全体	1. そう思う	2. そうは思わない	3. わからない	無回答	
全体	882 (100.0)	535 (60.7)	222 (25.2)	122 (13.8)	3 (0.3)

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-2. 政治家には高潔な人格よりも実行力が必要とされる。

全体	1. そう思う	2. そうは思わない	3. わからない	無回答	
全体	882 (100.0)	567 (64.3)	158 (17.9)	151 (17.1)	6 (0.7)

問14. あなたは、小泉内閣を支持しますか。支持しませんか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 支持する	2. 支持しない	3. その他	無回答	
全体	882 (100.0)	374 (42.4)	401 (45.5)	101 (11.5)	6 (0.7)

問15. あなたは、今回のようなアンケートに協力する場合、郵送調査とインターネット調査とでは、どちらのほうが協力しやすいと感じますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 郵送調査のほう が協力し やすい	2. インター ネット調査 のほうが 協力しや すい	3. どちら でも協力し てもよい	4. どちら にも協力し たくない	5. わから ない	無回答
全体	882 (100.0)	171 (19.4)	372 (42.2)	163 (18.5)	103 (11.7)	72 (8.2)
						1 (0.1)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-1. あなたは男性ですか、女性ですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 男性	2. 女性	無回答
全体	882 (100.0)	426 (48.3)	454 (51.5)
			2 (0.2)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-2. 年齢はおいくつですか。年齢を数値でお答えください。

全体	18歳	19歳	20歳以上	無回答
全体	882 (100.0)	257 (29.1)	390 (44.2)	231 (26.2)
				4 (0.5)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-1 × 16-2. 性別 × 年齢。

全体	男性18歳	男性19歳	男性20歳 以上	男性・年齢 無回答	女性18歳	女性19歳	女性20歳 以上	女性・年齢 無回答	性別無回 答19歳	性別無回 答・年齢無 回答
全体	882 (100.0)	107 (12.1)	178 (20.2)	138 (15.6)	3 (0.3)	150 (17.0)	211 (23.9)	93 (10.5)	- (-)	1 (0.1)
										1 (0.1)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-3. あなたは現在、自宅から通学していますか、自宅外から通学していますか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 自宅か ら通学して いる	2. 自宅外 から通学し ている	無回答
全体	882 (100.0)	708 (80.3)	171 (19.4)
			3 (0.3)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-4. 所属学部はどちらですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 文学部	2. 経済学 部	3. 理学部	4. 社会学 部	5. 法学部	6. 観光学 部	7. コミュニ ティ福祉学 部	8. その他	無回答
全体	882 (100.0)	- (-)	- (-)	- (-)	882 (100.0)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
									- (-)

問16. 最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-5. あなたは何年生ですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

全体	1. 1年	2. 2年	3. 3年	4. 4年	5. その他	無回答
全体	882 (100.0)	444 (50.3)	438 (49.7)	- (-)	- (-)	- (-)
						- (-)

今後、このような研究のためのアンケートを、インターネット上でも行う予定です。今回の調査に謝礼はありませんが、インターネット上で行う調査では、抽選ではありますが、謝礼も用意する予定です。こうしたアンケートに協力しても良いとお考えの方は、下記にあなたのメールアドレスをご記入ください。なお、ご記入いただいたメールアドレスは、研究調査へのご協力をお願いする以外の目的で使用することはありません。

全体	記入あり	記入なし
全体	882 (100.0)	109 (12.4)
		773 (87.6)

9-3 . 既存調査との比較

本調査の調査票においては、その多くが、既存の調査で繰り返し使用されている設問である。いずれも、調査の方法や母集団など、本調査とは異なるが、参考のため、いくつかの設問について、既存の調査結果を参照しておく。なお、以下いずれの集計表とも、()内は%を示す。

全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」との比較

まず、全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」の設問部分についてみると以下のとおり。全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」は、1963年以降現時点まで38回にわたり行われている調査で、ここではその第38回調査の結果を使用する(全国大学生生活協同組合連合会、2003)。

第38回調査は、2002年10月に、全国66大学の大学生協が参加のうえ、37,845サンプルを対象に行なった調査である(回収数12,715、回収率33.6%)。

ここでは、この結果のうち、学年別に集計された集計表から、1年および2年の回答を記載する。なお、出典にあげた資料には、以下の表中の「全体」に対応する数値の記載がないが、回収サンプルの学年構成は、1年29.2%、2年26.9%となっており、それぞれ3,713人、3,420人ほどと予想される。

問2. 大学生生活は充実していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 充実している	2. まあ充実している	3. あまり充実していない	4. 充実していない	無回答
本調査						
1年全体	444	(27.3)	(55.0)	(14.2)	(3.6)	(-)
2年全体	438	(22.1)	(58.0)	(16.2)	(3.7)	(-)
生協調査						
1年全体		(21.4)	(55.8)	(18.4)	(3.7)	(0.8)
2年全体		(17.8)	(57.9)	(18.8)	(4.4)	(1.1)

問3. あなたはあなたの大学が好きですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 好き	2. まあ好き	3. あまり好きではない	4. 嫌い	無回答
本調査						
1年全体	444	(44.4)	(45.0)	(8.1)	(2.5)	(-)
2年全体	438	(37.9)	(53.7)	(6.8)	(1.4)	(0.2)
生協調査						
1年全体		(25.2)	(56.5)	(14.2)	(3.5)	(0.6)
2年全体		(21.2)	(57.7)	(16.3)	(3.9)	(0.9)

問6. 現在のあなたのくらしむきは、金銭的に見て楽なほうだと思いますか、苦しいほうだと思いますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 大変楽なほう	2. 楽なほう	3. ふつう	4. 苦しいほう	5. 大変苦しいほう	無回答
本調査							
1年全体	444	(5.9)	(20.7)	(38.5)	(24.5)	(10.1)	(0.2)
2年全体	438	(4.1)	(30.1)	(43.8)	(18.0)	(3.9)	(-)
生協調査							
1年全体		(8.3)	(25.7)	(47.7)	(15.3)	(2.8)	(0.3)
2年全体		(8.8)	(26.4)	(47.9)	(14.3)	(2.3)	(0.2)

内閣府「国民生活に関する世論調査」および「社会意識に関する世論調査」との比較

今度は、内閣府「国民生活に関する世論調査」および「社会意識に関する世論調査」の設問部分についてみると以下のとおり。

内閣府「国民生活に関する世論調査」は、1958年以降現在まで47回にわたり行われている。ここでは、本調査の調査期間に近い、2003年6月19日から同年6月29日に行なわれた調査結果を比較対照として記載する(内閣府大臣官房政府広報室、2003)。

この調査は、全国 20 歳以上の者を母集団として、層化 2 段無作為抽出法により抽出された 10,000 人を対象者として、訪問面接法により行なわれた。有効回収数は 7,030 人、有効回収率は 70.3%であった。ここでは、生活満足度の設問について（本調査の「問 7」）、このうちの学生（88 サンプル）の回答と比較したい。ただし、参考のため、20 代男性および 20 代女性の集計結果も併せて記載する。

他方、内閣府「社会意識に関する世論調査」は、1969 年以降現在まで 31 回にわたり行なわれている。ここでは、やはり本調査の調査期間に比較的近い時期に行なわれた、2002 年 12 月 5 日から同年 12 月 15 日に行なわれた調査結果を比較対照として記載する（内閣府大臣官房政府広報室編、2003）。

この調査は、全国 20 歳以上の者を母集団として、層化 2 段無作為抽出法により抽出された 10,000 人を対象として、訪問面接法により行なわれた。有効回収は 6,798 人、有効回収率は 68.0%であった。ここでは、社会志向か個人志向かを聞く設問（本調査の「問 8」）について、このうちの学生（95 サンプル）の回答と比較したい。ただし、参考のため、20 代男性および 20 代女性の集計結果も併せて記載する。

問7. あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号をつけてください。

		全体	1. 満足している	2. まあ満足している	3. やや不満だ	4. 不満だ	どちらともいえない	わからない	無回答
本調査	1年全体	444	(16.9)	(52.0)	(25.0)	(5.9)			(0.2)
	2年全体	438	(14.6)	(59.1)	(23.3)	(3.0)			(-)
内閣府調査	学生	88	(17.0)	(59.1)	(20.5)	(1.1)	(2.3)		
	20～29歳男性	327	(11.3)	(51.7)	(27.5)	(8.0)	(1.5)		
	20～29歳女性	399	(12.0)	(57.1)	(23.3)	(5.3)	(2.0)	(0.3)	

問8. 国民は、「国や社会のことにもっと目を向けるべきだ」という意見と、「個人生活の充実をもっと重視すべきだ」という意見がありますが、あなたのお考えは、このうちどちらの意見に近いですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号をつけてください。

		全体	1. 国や社会のことに もっと目を向けるべきだ	2. 個人生活の充実をもっと重視すべきだ	3. 一概に 言えない	4. わから ない	無回答
本調査	1年全体	444	(29.7)	(18.7)	(46.4)	(4.7)	(0.5)
	2年全体	438	(32.6)	(17.6)	(45.0)	(4.8)	(-)
内閣府調査	学生	95	(45.3)	(29.5)	(22.1)	(3.2)	
	20～29歳男性	369	(38.5)	(40.4)	(17.9)	(3.3)	
	20～29歳女性	407	(37.1)	(39.3)	(18.2)	(5.4)	

統計数理研究所「国民性調査」との比較

次に、統計数理研究所「国民性調査」の設問部分についてみてみると以下のとおり。統計数理研究所「国民性調査」は、1953 年以降 5 年おきに、現在まで 11 回にわたり行なわれている。ここでは、このうち 2003 年 10 月に行なわれた、第 11 次全国調査の結果を比較対照として記載する（統計数理研究所第 11 次日本人の国民性調査委員会、2004）。

この調査は、全国の 20 歳以上の有権者を母集団として、層化無作為 3 段抽出法により抽出された 4,200 人を対象として、訪問面接法により行なわれた。ただしこの調査では 2 種類の調査票が用いられており、この 4,200 の計画サンプルは 2 分され、それぞれが 1 種類の調査票について回答している。本調査で用いた設問はいずれも、この 2 種類の調査票のうちの「K 型調査票」に含まれる設問であり、こちらに割り当てられた有効計画サンプルは 2,088、回収サンプルは 1,192 人、回収率は 57.1%であった（2 つの調査票を合わせると、有効計画サンプル 4,193、回収サンプル 2,350 人、回収率 56.0%）。

ここでは、このK型質問票における全体の回答を記載する。

問9. ものごとの「スジを通すこと」に重点をおく人と、ものごとを「まるくおさめること」に重点をおく人では、どちらがあなたの好きな「ひとがら」ですか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に、つけてください。

	全体	1. 「スジを通すこと」に重点をおく人	2. 「まるくおさめること」に重点をおく人	3. 一概に言えない	その他	わからない	無回答
本調査	1年全体	444	(43.0)	(27.9)	(28.8)	/	(0.2)
	2年全体	438	(38.4)	(32.9)	(28.8)	/	(-)
統数研調査	全体	1192	(42)	(52)	/	(2)	(4)

問10. 人のくらし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるものの中で、どれが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に、つけてください。

	全体	1. 一生けんめい働	2. まじめに勉強して、名をあげる	3. 金や名誉を、自分の趣味にあつたらし方をする	4. その日のんきにヨクヨク	5. 世の中の正しいことを押しつけて、どこでも清く正しくくらすこと	6. 自分の一身のことを考えず、社会のためにすべてを捧げてくらすこと	その他	わからない	無回答
本調査	1年全体	444	(19.6)	(6.1)	(41.9)	(27.5)	(3.2)	(1.6)	/	(0.2)
	2年全体	438	(20.3)	(7.1)	(44.5)	(22.8)	(3.4)	(1.1)	/	(0.7)
統数研調査	全体	1192	(17)	(4)	(39)	(23)	(7)	(4)	(4)	(4)

問11. ある会社につきのような2人の課長がいます。もしあなたが使われるとしたら、どちらの課長に使われる方がよいと思いますか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に、つけてください。

	全体	1. 規則をまげてまで、無理な仕事をさせることはありませんが、仕事以外のことで人のめんどろを見ません。	2. 時には規則をまげて、無理な仕事をさせることもありますが、仕事以外のことで人のめんどろをよく見ます。	その他	わからない	無回答
本調査	1年全体	444	(26.1)	(73.6)	/	(0.2)
	2年全体	438	(27.4)	(72.4)	/	(0.2)
統数研調査	全体	1192	(18)	(77)	(0)	(5)

松本正生「政治的メンタリティ」設問との比較

次に、松本正生「政治的メンタリティ」設問部分についてみると以下のとおり。松本の「政治的メンタリティ」設問は、1994年の大学生調査以降、1996年有権者調査、1996年大学生調査、1997年中学生～有権者調査にて用いられている設問で、本調査にて採用した2問を含む数問からなる設問項目である。ここではこのうち、「'96法政調査」および「'96有権者調査」の結果を記載する（松本正生、1997）。

なお、「'96法政調査」は、1996年8月に法政大学通信教育部1996年度夏期スクーリング「政治学概論」受講学生を対象に、集合調査（調査票を配布、自記式）にて実施（有効回収数248）された調査。ただし、この回答者の年齢構成は、20歳未満は全体（248人）の3%ほどで、20～25歳が全体のほぼ50%、残りは26歳以上で、40歳以上も14%ほどいる。男女比は、男性57.3%、女性42.7%であった。また「'96有権者調査」のほうは、1996年3月16～17日、埼玉県浦和市の有権者を母集団として、有権者名簿から2段無作為法により抽出された500人を対象者として、訪問面接法により行われた調査（有効回収264、回収率52.8%）。回答者の年齢構成は、20代16.7%、30代20.1%、40代17.8%、50代20.5%、60代16.3%、70歳以上8.3%。男女比は、男性50.0%、女性50.0%であった。

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-1. 政治にはある程度秘密がつきもので、すべてをガラス張りにすることはむづかしい。

		全体	1. そう思う	2. そうは 思わない	3. わから ない	無回答
本調査	1年全体	444	(57.4)	(26.6)	(15.5)	(0.5)
	2年全体	438	(63.9)	(23.7)	(12.1)	(0.2)
'96法政調査	全体	248	(51.2)	(40.3)	(8.5)	(-)
'96有権者調査	全体	264	(64.0)	(25.0)	(11.0)	(-)

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-2. 政治家には高潔な人格よりも実行力が必要とされる。

		全体	1. そう思う	2. そうは 思わない	3. わから ない	無回答
本調査	1年全体	444	(64.0)	(17.6)	(17.6)	(0.9)
	2年全体	438	(64.6)	(18.3)	(16.7)	(0.5)
'96法政調査	全体	248	(58.1)	(29.8)	(12.1)	(-)
'96有権者調査	全体	264	(65.9)	(19.3)	(14.8)	(-)

9-4 . 尺度得点の分布

本調査において得られたデータに基づき計算された、各尺度得点の分布は以下のとおり。なお、計算にあたっては、本調査の間 12 の全 39 項目にいずれも欠測のなかった 867 人分のデータを使用した。また、検討の結果、形式的に解釈することは適切でないと判断した活動性尺度、規律性尺度、抑うつ性尺度については尺度得点を計算しておらず、それらの分布形は以下に示されない。

各尺度について見てみると、虚構性に関しては、ポアソン分布のような形状となっている。また、非協調性についても、同様に得点の低いほうに偏った分布となっている。この点は、柳井・国生(1987)の報告と一致している。他方、(ここでは取り扱っていない抑うつ性尺度ものぞいた)他の尺度については、柳井・国生(1987)ではいずれもほぼ正規分布と報告されているが、本調査の結果では、全般的にやや得点の高いほうに偏った分布型が多く見られる。いずれの尺度とも負荷の大きい項目しか使っていないためと思われる。

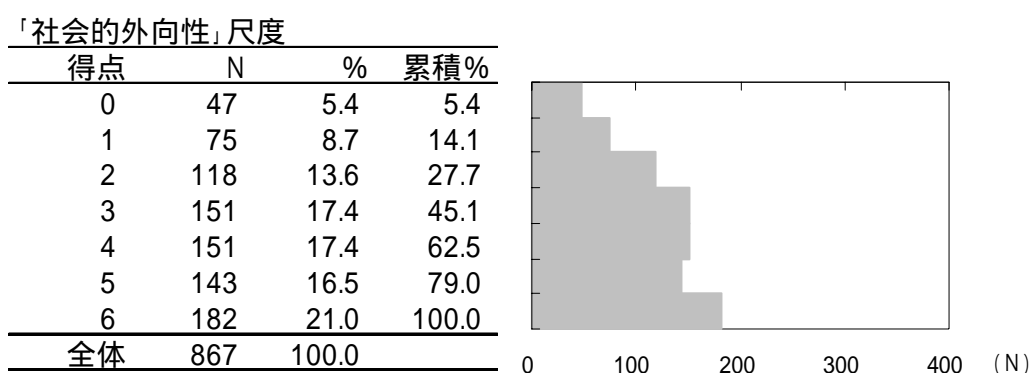


図 9-4-1. 「社会的外向性」尺度の得点分布

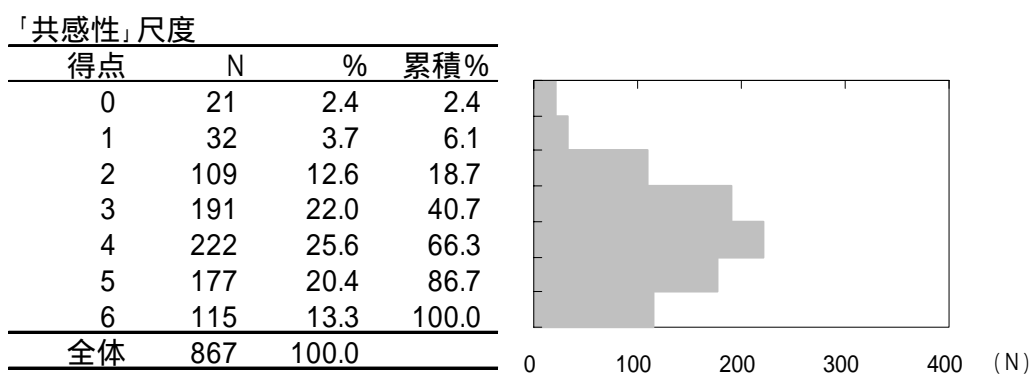


図 9-4-2. 「共感性」尺度の得点分布

「進取性」尺度

得点	N	%	累積%
0	34	3.9	3.9
1	67	7.7	11.6
2	171	19.7	31.4
3	160	18.5	49.8
4	171	19.7	69.6
5	119	13.7	83.3
6	145	16.7	100.0
全体	867	100.0	

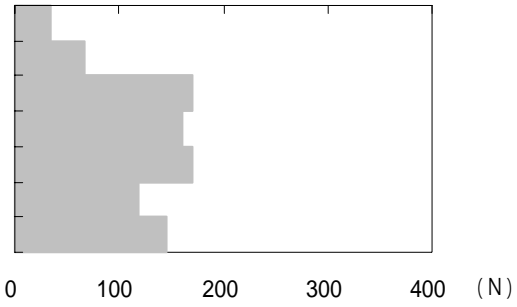


図 9-4-3 . 「進取性」尺度の得点分布

「持久性」尺度

得点	N	%	累積%
0	49	5.7	5.7
1	55	6.3	12.0
2	92	10.6	22.6
3	188	21.7	44.3
4	160	18.5	62.7
5	143	16.5	79.2
6	180	20.8	100.0
全体	867	100.0	

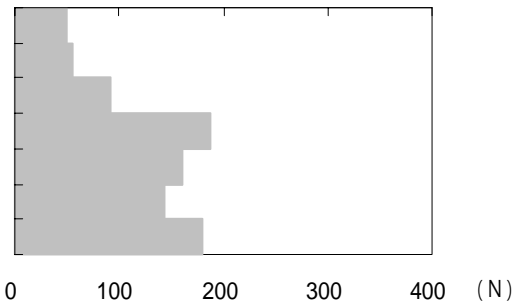


図 9-4-4 . 「持久性」尺度の得点分布

「自己顕示性」尺度

得点	N	%	累積%
0	96	11.1	11.1
1	105	12.1	23.2
2	168	19.4	42.6
3	172	19.8	62.4
4	167	19.3	81.7
5	86	9.9	91.6
6	73	8.4	100.0
全体	867	100.0	

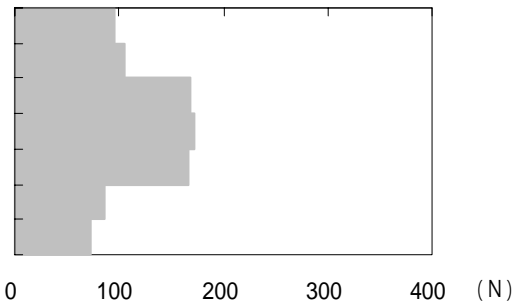


図 9-4-5 . 「自己顕示性」尺度の得点分布

「攻撃性」尺度

得点	N	%	累積%
0	67	7.7	7.7
1	86	9.9	17.6
2	190	21.9	39.6
3	178	20.5	60.1
4	178	20.5	80.6
5	99	11.4	92.0
6	69	8.0	100.0
全体	867	100.0	

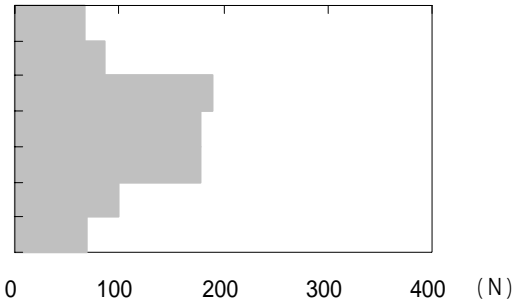


図 9-4-6 . 「攻撃性」尺度の得点分布

「非協調性」尺度

得点	N	%	累積%
0	145	16.7	16.7
1	194	22.4	39.1
2	211	24.3	63.4
3	178	20.5	84.0
4	88	10.1	94.1
5	38	4.4	98.5
6	13	1.5	100.0
全体	867	100.0	

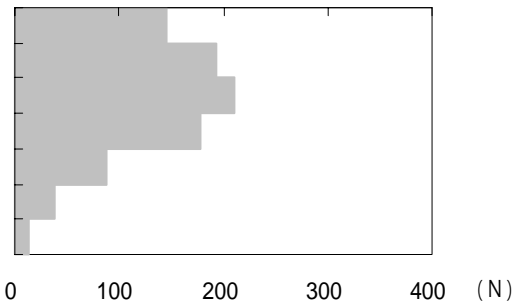


図 9-4-7 . 「非協調性」尺度の得点分布

「劣等感」尺度

得点	N	%	累積%
0	50	5.8	5.8
1	89	10.3	16.0
2	153	17.6	33.7
3	243	28.0	61.7
4	164	18.9	80.6
5	92	10.6	91.2
6	76	8.8	100.0
全体	867	100.0	

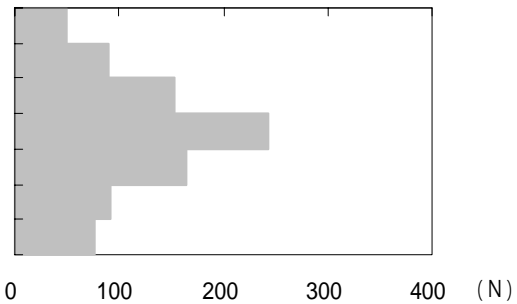


図 9-4-8 . 「劣等感」尺度の得点分布

「神経質」尺度

得点	N	%	累積%
0	51	5.9	5.9
1	66	7.6	13.5
2	110	12.7	26.2
3	124	14.3	40.5
4	145	16.7	57.2
5	129	14.9	72.1
6	242	27.9	100.0
全体	867	100.0	

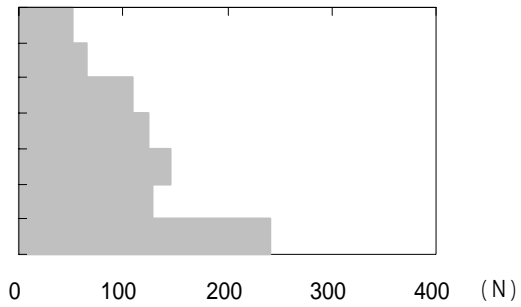


図 9-4-9 . 「神経質」尺度の得点分布

「虚構性」尺度

得点	N	%	累積%
0	394	45.4	45.4
1	184	21.2	66.7
2	157	18.1	84.8
3	85	9.8	94.6
4	34	3.9	98.5
5	12	1.4	99.9
6	1	0.1	100.0
全体	867	100.0	

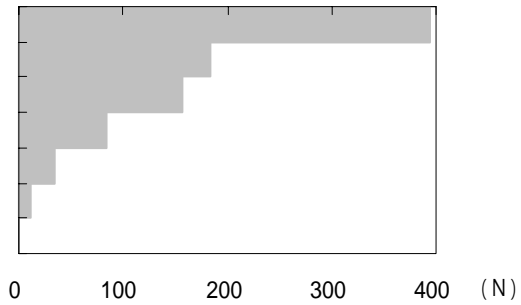


図 9-4-10 . 「虚構性」尺度の得点分布

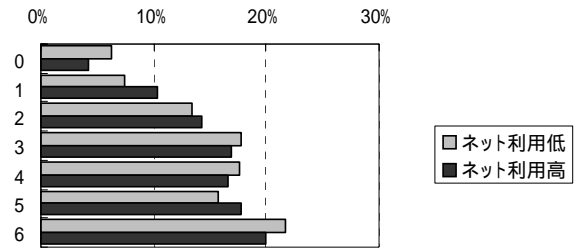
9-5 . 尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低別）

グラフ部分については本文中の図 11 と重複している .

図中の独立性の χ^2 検定は , ネット利用程度 \times 尺度得点の , 2×7 の度数表部分に対して計算した . マン・ホイットニーの U 検定は , 「ネット利用低」群と「ネット利用高」群間について計算した .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	47	5	33	6	14	4
1	75	9	39	7	35	10
2	118	14	70	13	48	14
3	151	18	93	18	57	17
4	151	18	92	18	56	17
5	143	17	82	16	60	18
6	182	21	113	22	67	20

%は列%.



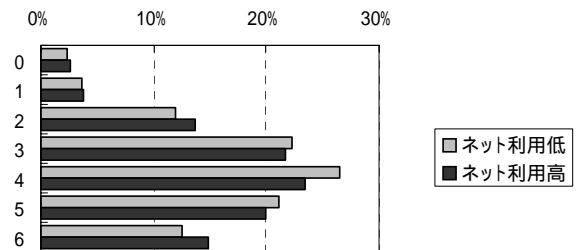
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 4.946
df= 6
p= 0.551
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和: ネット利用低 225463.5 (n=522)
順位和: ネット利用高 143906.5 (n=337)
U= 86953.5
p= 0.774

図 9-5-1 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (社会的外向性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	21	2	12	2	9	3
1	32	4	19	4	13	4
2	109	13	62	12	46	14
3	191	22	116	22	73	22
4	222	26	138	26	79	23
5	177	21	110	21	67	20
6	115	13	65	12	50	15

%は列%.



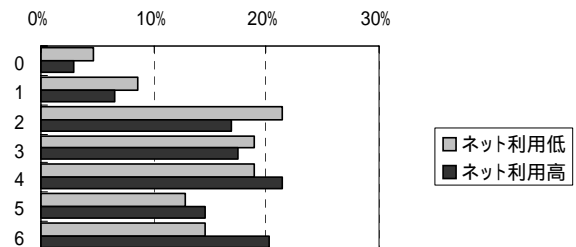
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 2.421
df= 6
p= 0.877
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和: ネット利用低 224837.5 (n=522)
順位和: ネット利用高 144532.5 (n=337)
U= 87579.5
p= 0.914

図 9-5-2 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (共感性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	34	4	24	5	10	3
1	67	8	45	9	22	7
2	171	20	112	21	57	17
3	160	19	99	19	59	18
4	171	20	99	19	72	21
5	119	14	67	13	49	15
6	145	17	76	15	68	20

%は列%.



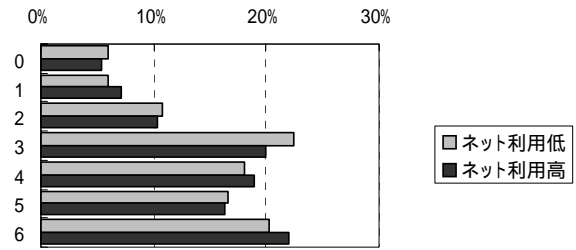
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 9.799
df= 6
p= 0.133
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和: ネット利用低 213701.0 (n=522)
順位和: ネット利用高 155669.0 (n=337)
U= 77198.0
p= 0.002

図 9-5-3 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (進取性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	49	6	31	6	18	5
1	55	6	31	6	24	7
2	92	11	56	11	35	10
3	188	22	117	22	67	20
4	160	19	94	18	64	19
5	143	17	87	17	55	16
6	180	21	106	20	74	22

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 1.601

df= 6

p= 0.953

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:ネット利用低 222805.0 (n=522)

順位和:ネット利用高 146565.0 (n=337)

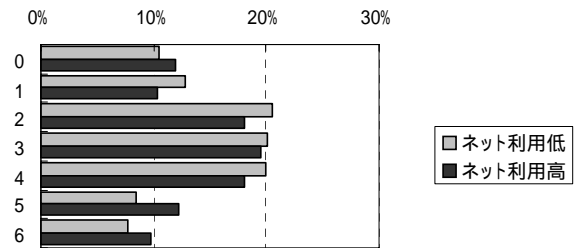
U= 86302.0

p= 0.636

図 9-5-4 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (持久性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	96	11	55	11	40	12
1	105	12	67	13	35	10
2	168	20	107	20	61	18
3	172	20	105	20	66	20
4	167	19	104	20	61	18
5	86	10	44	8	41	12
6	73	8	40	8	33	10

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 6.332

df= 6

p= 0.387

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:ネット利用低 219963.0 (n=522)

順位和:ネット利用高 149407.0 (n=337)

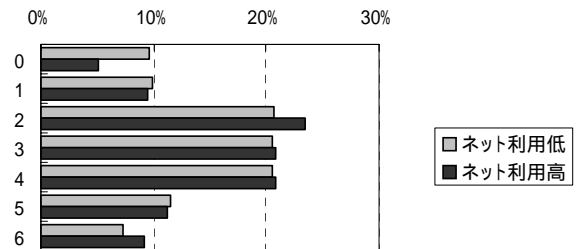
U= 83460.0

p= 0.199

図 9-5-5 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (自己顕示性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	67	8	50	10	17	5
1	86	10	52	10	32	9
2	190	22	108	21	79	23
3	178	21	107	20	70	21
4	178	21	107	20	70	21
5	99	12	60	11	38	11
6	69	8	38	7	31	9

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 7.118

df= 6

p= 0.310

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:ネット利用低 220011.0 (n=522)

順位和:ネット利用高 149359.0 (n=337)

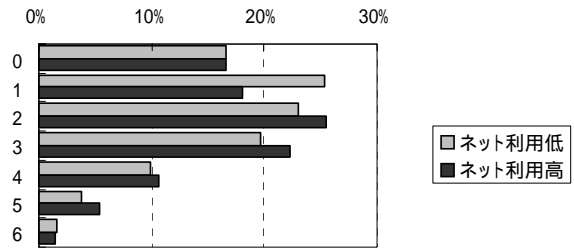
U= 83508.0

p= 0.203

図 9-5-6 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (攻撃性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	145	17	87	17	56	17
1	194	23	132	25	61	18
2	211	25	120	23	86	26
3	178	21	103	20	75	22
4	88	10	52	10	36	11
5	38	4	20	4	18	5
6	13	2	8	2	5	1

%は列%.



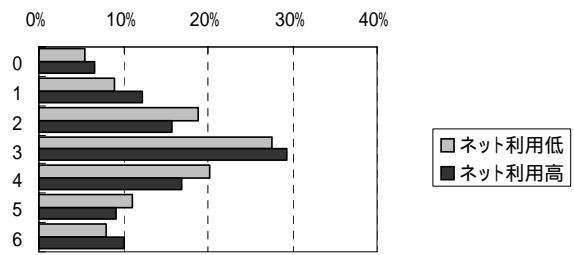
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 7.046
df= 6
p= 0.317
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和:ネット利用低 218856.5 (n=522)
順位和:ネット利用高 150513.5 (n=337)
U= 82353.5
p= 0.107

図 9-5-7 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (非協調性) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	50	6	28	5	22	7
1	89	10	47	9	41	12
2	153	18	98	19	53	16
3	243	28	144	28	99	29
4	164	19	105	20	57	17
5	92	11	58	11	31	9
6	76	9	42	8	34	10

%は列%.



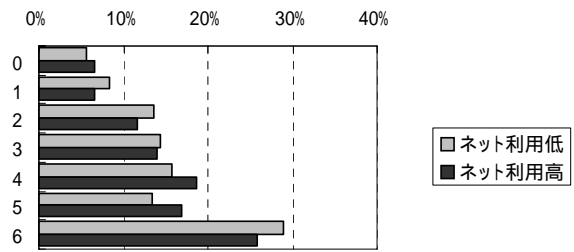
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 6.591
df= 6
p= 0.360
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和:ネット利用低 227094.0 (n=522)
順位和:ネット利用高 142276.0 (n=337)
U= 85323.0
p= 0.449

図 9-5-8 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (劣等感) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	51	6	29	6	22	7
1	66	8	44	8	22	7
2	110	13	71	14	39	12
3	124	14	75	14	47	14
4	145	17	82	16	63	19
5	129	15	70	13	57	17
6	242	28	151	29	87	26

%は列%.



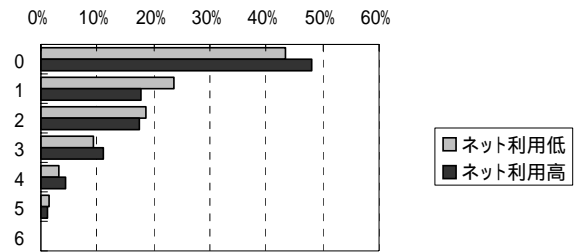
独立性の χ^2 検定
 $\chi^2=$ 5.471
df= 6
p= 0.485
E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定
順位和:ネット利用低 223836.5 (n=522)
順位和:ネット利用高 145533.5 (n=337)
U= 87333.5
p= 0.858

図 9-5-9 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (神経質) .

表側:	全体		ネット利用低		ネット利用高	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	522	100	337	100
0	394	46	227	43	162	48
1	184	21	123	24	60	18
2	157	18	98	19	59	18
3	85	10	48	9	37	11
4	34	4	17	3	15	4
5	12	1	8	2	4	1
6	1	0	1	0	-	-

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 6.582$

df= 6

p= 0.361

E<5のセル 3(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和: ネット利用低 226079.5 (n=522)

順位和: ネット利用高 143290.5 (n=337)

U= 86337.5

p= 0.629

図 9-5-10 . インターネットの利用程度の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (虚構性) .

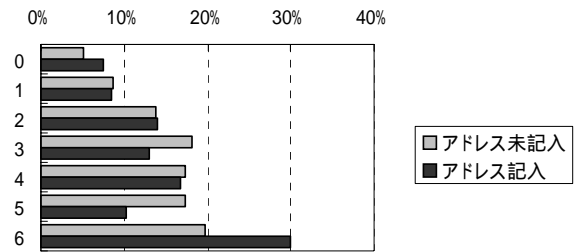
9-6 . 尺度得点の比較（アドレス記入の有無別）

グラフ部分については本文中の図 12 と重複している .

図中の独立性の χ^2 検定は , アドレス記入有無 \times 尺度得点の , 2×7 の度数表部分に対して計算した . マン・ホイットニーの U 検定は , 「アドレス未記入」群と「アドレス記入」群間について計算した .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	47	5	39	5	8	7
1	74	9	65	9	9	8
2	118	14	103	14	15	14
3	150	17	136	18	14	13
4	148	17	130	17	18	17
5	142	17	131	17	11	10
6	180	21	148	20	32	30

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 9.827$

df= 6

p= 0.132

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 321646.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 47723.5 (n=107)

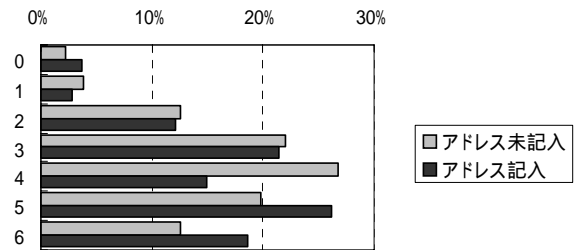
U= 38518.5

p= 0.469

図 9-6-1 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (社会的外向性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	21	2	17	2	4	4
1	32	4	29	4	3	3
2	108	13	95	13	13	12
3	189	22	166	22	23	21
4	217	25	201	27	16	15
5	177	21	149	20	28	26
6	115	13	95	13	20	19

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 10.692$

df= 6

p= 0.098

E<5のセル 2(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 320176.0 (n=752)

順位和:アドレス記入 49194.0 (n=107)

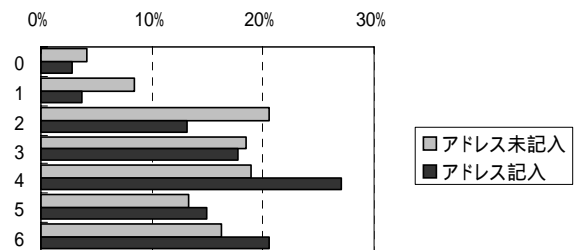
U= 37048.0

p= 0.176

図 9-6-2 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (共感性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	34	4	31	4	3	3
1	67	8	63	8	4	4
2	169	20	155	21	14	13
3	158	18	139	18	19	18
4	171	20	142	19	29	27
5	116	14	100	13	16	15
6	144	17	122	16	22	21

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 10.142$

df= 6

p= 0.119

E<5のセル 1(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 317050.0 (n=752)

順位和:アドレス記入 52320.0 (n=107)

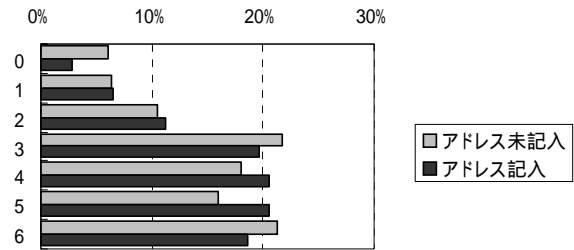
U= 33922.0

p= 0.008

図 9-6-3 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (進取性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	49	6	46	6	3	3
1	55	6	48	6	7	7
2	91	11	79	11	12	11
3	184	21	163	22	21	20
4	158	18	136	18	22	21
5	142	17	120	16	22	21
6	180	21	160	21	20	19

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 3.846

df= 6

p= 0.697

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 322054.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 47315.5 (n=107)

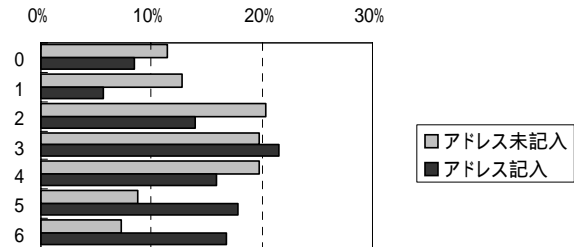
U= 38926.5

p= 0.581

図 9-6-4 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (持久性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	95	11	86	11	9	8
1	102	12	96	13	6	6
2	168	20	153	20	15	14
3	171	20	148	20	23	21
4	165	19	148	20	17	16
5	85	10	66	9	19	18
6	73	8	55	7	18	17

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 25.191

df= 6

p= 0.000

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 313990.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 55379.5 (n=107)

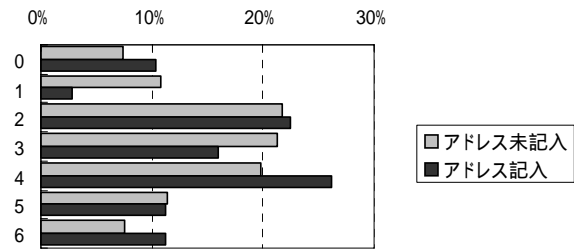
U= 30862.5

p= 0.000

図 9-6-5 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (自己顕示性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	67	8	56	7	11	10
1	84	10	81	11	3	3
2	187	22	163	22	24	22
3	177	21	160	21	17	16
4	177	21	149	20	28	26
5	98	11	86	11	12	11
6	69	8	57	8	12	11

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 11.770

df= 6

p= 0.067

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 319818.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 49551.5 (n=107)

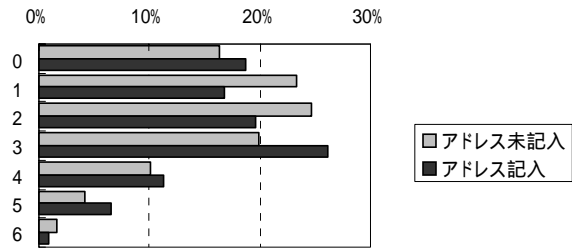
U= 36690.5

p= 0.134

図 9-6-6 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (攻撃性) .

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	143	17	123	16	20	19
1	193	22	175	23	18	17
2	206	24	185	25	21	20
3	178	21	150	20	28	26
4	88	10	76	10	12	11
5	38	4	31	4	7	7
6	13	2	12	2	1	1

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 6.380

df= 6

p= 0.382

E<5のセル 2(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 320879.0 (n=752)

順位和:アドレス記入 48491.0 (n=107)

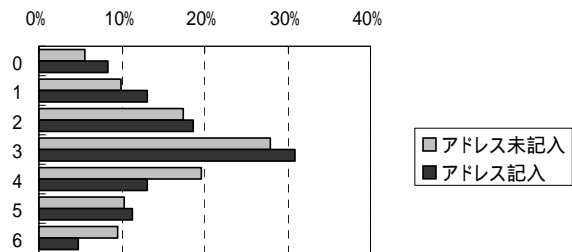
U= 37751.0

p= 0.292

図 9-6-7 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較(非協調性).

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	50	6	41	5	9	8
1	88	10	74	10	14	13
2	151	18	131	17	20	19
3	243	28	210	28	33	31
4	162	19	148	20	14	13
5	89	10	77	10	12	11
6	76	9	71	9	5	5

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 7.394

df= 6

p= 0.286

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 328410.0 (n=752)

順位和:アドレス記入 40960.0 (n=107)

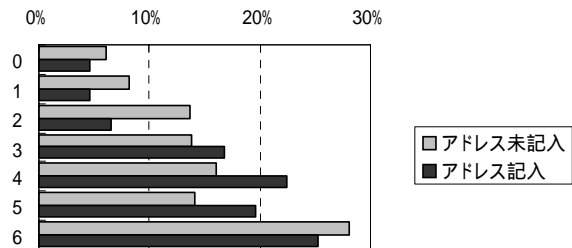
U= 35182.0

p= 0.032

図 9-6-8 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較(劣等感).

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	51	6	46	6	5	5
1	66	8	61	8	5	5
2	110	13	103	14	7	7
3	122	14	104	14	18	17
4	145	17	121	16	24	22
5	127	15	106	14	21	20
6	238	28	211	28	27	25

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 10.544

df= 6

p= 0.104

E<5のセル 0(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 320577.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 48792.5 (n=107)

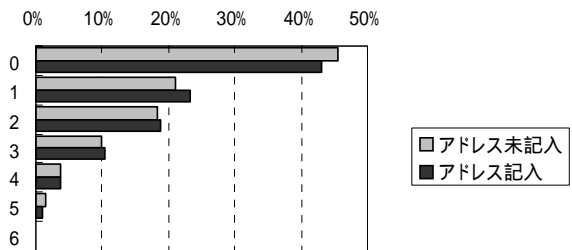
U= 37449.5

p= 0.238

図 9-6-9 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較(神経質).

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	859	100	752	100	107	100
0	389	45	343	46	46	43
1	183	21	158	21	25	23
2	157	18	137	18	20	19
3	85	10	74	10	11	10
4	32	4	28	4	4	4
5	12	1	11	1	1	1
6	1	-	1	-	-	-

%は列%.



独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 0.745

df= 6

p= 0.993

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 322688.5 (n=752)

順位和:アドレス記入 46681.5 (n=107)

U= 39560.5

p= 0.767

図 9-6-10 . パネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (虚構性) .

9-7．尺度得点の比較（インターネット利用程度の高低×アドレス記入の有無別）

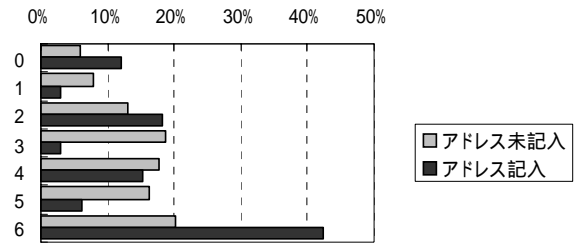
グラフ部分については本文中の図 13 および図 14 と重複している．

図中の独立性の χ^2 検定は、「ネット利用低」群「ネット利用高」群それぞれごとに、アドレス記入有無×尺度得点の、 2×7 の度数表部分に対して計算した（虚構性尺度の「ネット利用高」群のみ尺度得点が「6」点のサンプルがないため、 2×6 の度数表部分に対して計算した）．マン・ホイットニーのU検定は、「ネット利用低」群「ネット利用高」群それぞれごとに、「アドレス未記入」群と「アドレス記入」群間について計算した．

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	33	6	29	6	4	12
1	39	7	38	8	1	3
2	70	13	64	13	6	18
3	93	18	92	19	1	3
4	92	18	87	18	5	15
5	82	16	80	16	2	6
6	113	22	99	20	14	42

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 16.959

df= 6

p= 0.009

E<5のセル 3(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 126879.5 (n=489)

順位和:アドレス記入 9623.5 (n= 33)

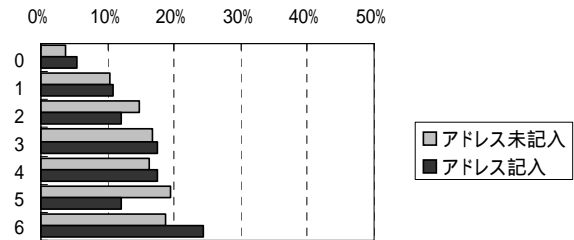
U= 7074.5

p= 0.229

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	14	4	10	4	4	5
1	35	10	27	10	8	11
2	48	14	39	15	9	12
3	57	17	44	17	13	18
4	56	17	43	16	13	18
5	60	18	51	19	9	12
6	67	20	49	19	18	24

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 3.374

df= 6

p= 0.761

E<5のセル 1(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 44358.5 (n=263)

順位和:アドレス記入 12594.5 (n= 74)

U= 9642.5

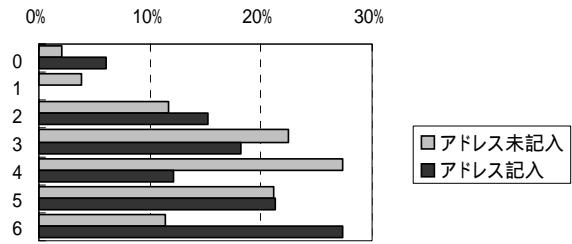
p= 0.904

図 9-7-1 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (社会的外向性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	12	2	10	2	2	6
1	19	4	19	4	-	-
2	62	12	57	12	5	15
3	116	22	110	22	6	18
4	138	26	134	27	4	12
5	110	21	103	21	7	21
6	65	12	56	11	9	27

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 12.972

df= 6

p= 0.043

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 126927.0 (n=489)

順位和:アドレス記入 9576.0 (n= 33)

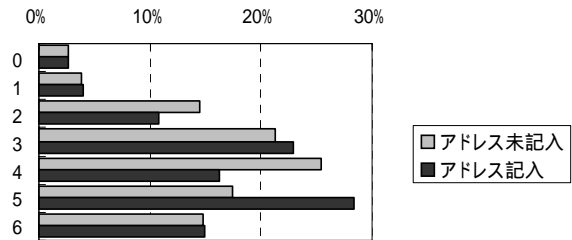
U= 7122.0

p= 0.249

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	9	3	7	3	2	3
1	13	4	10	4	3	4
2	46	14	38	14	8	11
3	73	22	56	21	17	23
4	79	23	67	25	12	16
5	67	20	46	17	21	28
6	50	15	39	15	11	15

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 6.201

df= 6

p= 0.401

E<5のセル 2 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 43802.5 (n=263)

順位和:アドレス記入 13150.5 (n= 74)

U= 9086.5

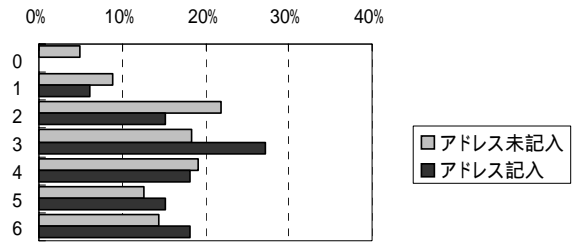
p= 0.375

図 9-7-2 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (共感性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	24	5	24	5	-	-
1	45	9	43	9	2	6
2	112	21	107	22	5	15
3	99	19	90	18	9	27
4	99	19	93	19	6	18
5	67	13	62	13	5	15
6	76	15	70	14	6	18

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 4.298

df= 6

p= 0.636

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 126750.5 (n=489)

順位和:アドレス記入 9752.5 (n= 33)

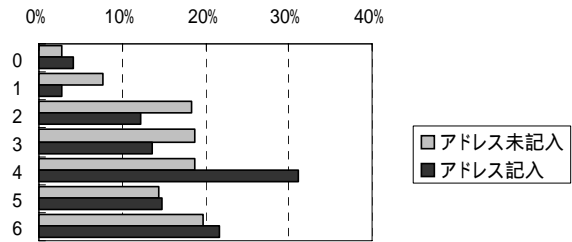
U= 6945.5

p= 0.174

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	10	3	7	3	3	4
1	22	7	20	8	2	3
2	57	17	48	18	9	12
3	59	18	49	19	10	14
4	72	21	49	19	23	31
5	49	15	38	14	11	15
6	68	20	52	20	16	22

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 8.927

df= 6

p= 0.178

E<5のセル 2 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 43360.0 (n=263)

順位和:アドレス記入 13593.0 (n= 74)

U= 8644.0

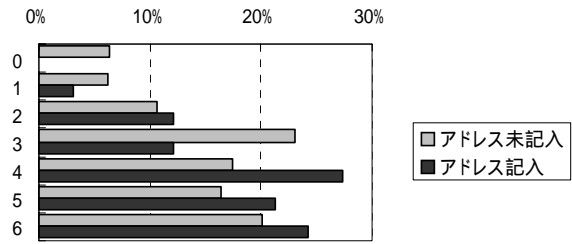
p= 0.136

図 9-7-3 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (進取性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	31	6	31	6	-	-
1	31	6	30	6	1	3
2	56	11	52	11	4	12
3	117	22	113	23	4	12
4	94	18	85	17	9	27
5	87	17	80	16	7	21
6	106	20	98	20	8	24

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 6.707$

df= 6

p= 0.349

E<5のセル 3(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 126476.5 (n=489)

順位和:アドレス記入 10026.5 (n= 33)

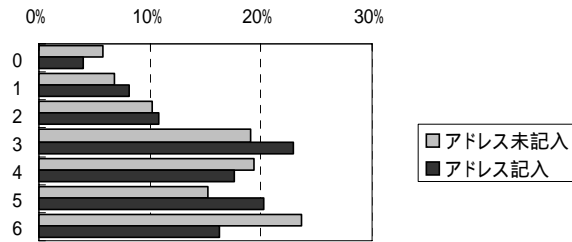
U= 6671.5

p= 0.090

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	18	5	15	6	3	4
1	24	7	18	7	6	8
2	35	10	27	10	8	11
3	67	20	50	19	17	23
4	64	19	51	19	13	18
5	55	16	40	15	15	20
6	74	22	62	24	12	16

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 3.328$

df= 6

p= 0.767

E<5のセル 1(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 44934.0 (n=263)

順位和:アドレス記入 12019.0 (n= 74)

U= 9244.0

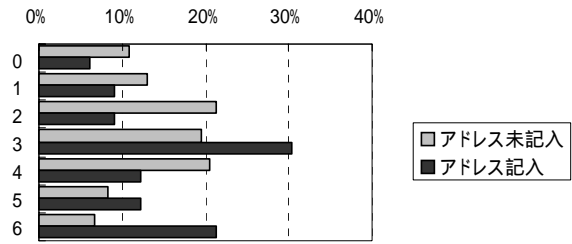
p= 0.504

図 9-7-4 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (持久性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	55	11	53	11	2	6
1	67	13	64	13	3	9
2	107	20	104	21	3	9
3	105	20	95	19	10	30
4	104	20	100	20	4	12
5	44	8	40	8	4	12
6	40	8	33	7	7	21

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 15.194

df= 6

p= 0.019

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 125926.5 (n=489)

順位和:アドレス記入 10576.5 (n= 33)

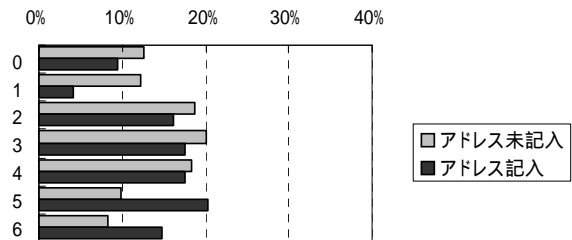
U= 6121.5

p= 0.018

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	40	12	33	13	7	9
1	35	10	32	12	3	4
2	61	18	49	19	12	16
3	66	20	53	20	13	18
4	61	18	48	18	13	18
5	41	12	26	10	15	20
6	33	10	22	8	11	15

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 12.132

df= 6

p= 0.059

E<5のセル 0 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 42340.0 (n=263)

順位和:アドレス記入 14613.0 (n= 74)

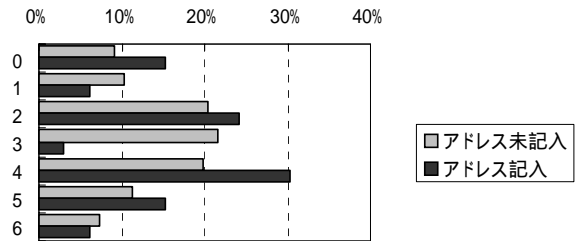
U= 7624.0

p= 0.004

図 9-7-5 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (自己顕示性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	50	10	45	9	5	15
1	52	10	50	10	2	6
2	108	21	100	20	8	24
3	107	20	106	22	1	3
4	107	20	97	20	10	30
5	60	11	55	11	5	15
6	38	7	36	7	2	6



%は列%.

「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 9.273

df= 6

p= 0.159

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 127717.0 (n=489)

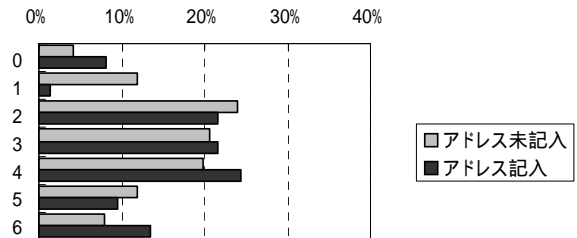
順位和:アドレス記入 8786.0 (n= 33)

U= 7912.0

p= 0.850

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	17	5	11	4	6	8
1	32	9	31	12	1	1
2	79	23	63	24	16	22
3	70	21	54	21	16	22
4	70	21	52	20	18	24
5	38	11	31	12	7	9
6	31	9	21	8	10	14



%は列%.

「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 11.327

df= 6

p= 0.079

E<5のセル 1 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 43390.0 (n=263)

順位和:アドレス記入 13563.0 (n= 74)

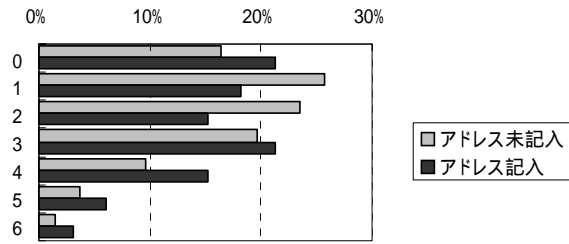
U= 8674.0

p= 0.146

図 9-7-6 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (攻撃性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	87	17	80	16	7	21
1	132	25	126	26	6	18
2	120	23	115	24	5	15
3	103	20	96	20	7	21
4	52	10	47	10	5	15
5	20	4	18	4	2	6
6	8	2	7	1	1	3



%は列%.

「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 4.045

df= 6

p= 0.671

E<5のセル 3(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 127269.5 (n=489)

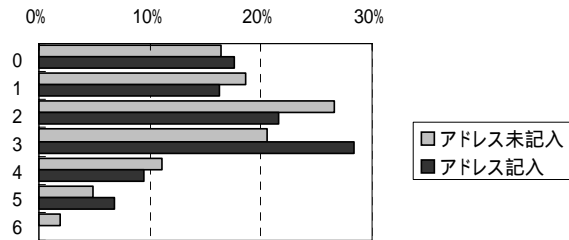
順位和:アドレス記入 9233.5 (n= 33)

U= 7464.5

p= 0.462

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	56	17	43	16	13	18
1	61	18	49	19	12	16
2	86	26	70	27	16	22
3	75	22	54	21	21	28
4	36	11	29	11	7	9
5	18	5	13	5	5	7
6	5	1	5	2	-	-



%は列%.

「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 4.295

df= 6

p= 0.637

E<5のセル 3(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 44216.5 (n=263)

順位和:アドレス記入 12736.5 (n= 74)

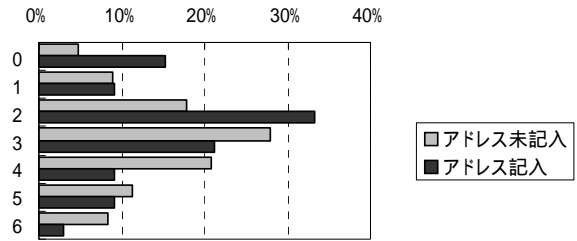
U= 9500.5

p= 0.751

図 9-7-7 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (非協調性) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	28	5	23	5	5	15
1	47	9	44	9	3	9
2	98	19	87	18	11	33
3	144	28	137	28	7	21
4	105	20	102	21	3	9
5	58	11	55	11	3	9
6	42	8	41	8	1	3



%は列%.

「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 14.147$

df= 6

p= 0.028

E<5のセル 4 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 130220.5 (n=489)

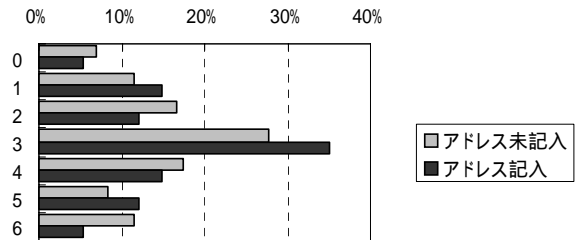
順位和:アドレス記入 6282.5 (n= 33)

U= 5721.5

p= 0.004

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	22	7	18	7	4	5
1	41	12	30	11	11	15
2	53	16	44	17	9	12
3	99	29	73	28	26	35
4	57	17	46	17	11	15
5	31	9	22	8	9	12
6	34	10	30	11	4	5



%は列%.

「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2= 5.789$

df= 6

p= 0.447

E<5のセル 1 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 44750.0 (n=263)

順位和:アドレス記入 12203.0 (n= 74)

U= 9428.0

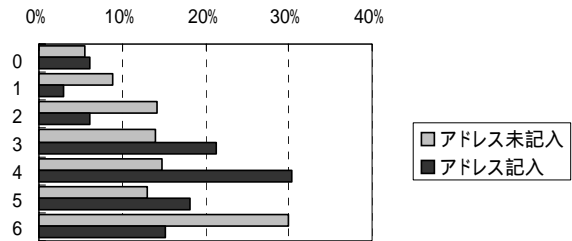
p= 0.677

図 9-7-8 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (劣等感) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	29	6	27	6	2	6
1	44	8	43	9	1	3
2	71	14	69	14	2	6
3	75	14	68	14	7	21
4	82	16	72	15	10	30
5	70	13	64	13	6	18
6	151	29	146	30	5	15

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 11.541

df= 6

p= 0.073

E<5のセル 5(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 128070.5 (n=489)

順位和:アドレス記入 8432.5 (n= 33)

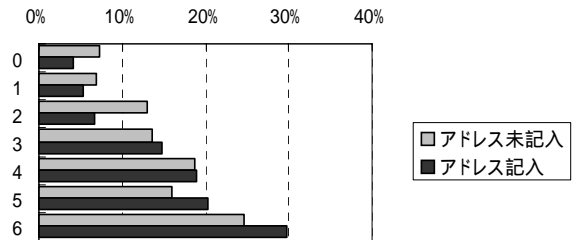
U= 7871.5

p= 0.811

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	22	7	19	7	3	4
1	22	7	18	7	4	5
2	39	12	34	13	5	7
3	47	14	36	14	11	15
4	63	19	49	19	14	19
5	57	17	42	16	15	20
6	87	26	65	25	22	30

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2=$ 4.227

df= 6

p= 0.646

E<5のセル 2(全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和:アドレス未記入 43221.5 (n=263)

順位和:アドレス記入 13731.5 (n= 74)

U= 8505.5

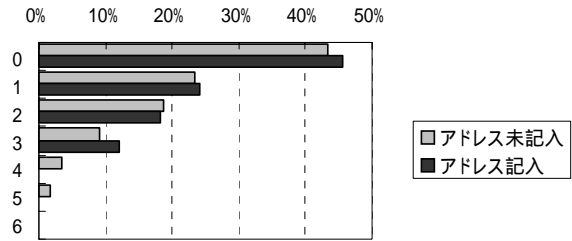
p= 0.092

図 9-7-9 . インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (神経質) .

「ネット利用低」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	522	100	489	100	33	100
0	227	43	212	43	15	45
1	123	24	115	24	8	24
2	98	19	92	19	6	18
3	48	9	44	9	4	12
4	17	3	17	3	-	-
5	8	2	8	2	-	-
6	1	0	1	0	-	-

%は列%.



「ネット利用低」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2 = 2.127$

df = 6

p = 0.908

E < 5のセル 5 (全14セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和: アドレス未記入 128194.0 (n=489)

順位和: アドレス記入 8309.0 (n= 33)

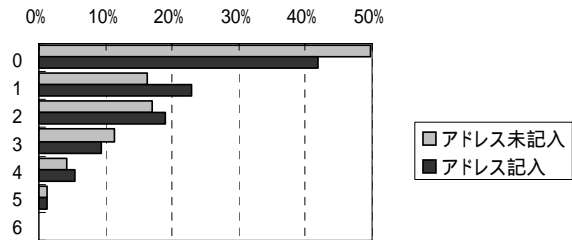
U = 7748.0

p = 0.687

「ネット利用高」群

表側:	全体		アドレス未記入		アドレス記入	
尺度得点	N	%	N	%	N	%
全体	337	100	263	100	74	100
0	162	48	131	50	31	42
1	60	18	43	16	17	23
2	59	18	45	17	14	19
3	37	11	30	11	7	9
4	15	4	11	4	4	5
5	4	1	3	1	1	1
6	-	-	-	-	-	-

%は列%.



「ネット利用高」群

独立性の χ^2 検定

$\chi^2 = 2.699$

df = 5

p = 0.746

E < 5のセル 3 (全12セル中)

マン・ホイットニーのU検定

順位和: アドレス未記入 43886.5 (n=263)

順位和: アドレス記入 13066.5 (n= 74)

U = 9170.5

p = 0.419

図 9-7-10. インターネット利用程度別にみたパネルへの登録意向の異なる 2 群間での尺度得点の分布の比較 (虚構性). ただし「ネット利用高」群では, 「アドレス未記入」および「アドレス記入」両群とも, 尺度得点が「6」であるセルの値は「0」であるため, 虚構性についての独立性の χ^2 検定は, 尺度得点が「0」~「5」である部分のみの 2×6 の分割表について検定を行なった.

9-8 . 加重集計結果（モデル5）

表中の数値のうち、「全体」の列の値はデータ件数をあらわす．なお，データ件数については小数点以下がまるめられている．それ以外の列の値は行％．

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-1. 便利な場所にある

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(69.5)	(23.5)	(2.9)	(2.3)	(1.5)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(70.3)	(28.4)	(-)	(1.4)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(69.9)	(27.7)	(-)	(2.4)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(66.0)	(23.9)	(4.8)	(3.1)	(1.7)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(69.0)	(28.6)	(-)	(2.4)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(73.2)	(21.9)	(-)	(4.9)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(72.8)	(23.1)	(1.1)	(1.6)	(1.4)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(71.9)	(28.1)	(-)	(0.0)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(66.7)	(33.3)	(-)	(0.0)	(-)	(-)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-2. にぎやかな場所にある

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(58.4)	(31.5)	(6.2)	(2.7)	(0.5)	(0.7)
全体・「パネル」調整前	74	(68.9)	(24.3)	(5.4)	(1.4)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(65.0)	(27.1)	(7.1)	(0.8)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(59.5)	(29.4)	(6.7)	(2.9)	(0.5)	(1.0)
男性・「パネル」調整前	42	(83.3)	(11.9)	(2.4)	(2.4)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(85.6)	(11.2)	(1.5)	(1.7)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(57.4)	(33.6)	(5.7)	(2.5)	(0.5)	(0.5)
女性・「パネル」調整前	32	(50.0)	(40.6)	(9.4)	(0.0)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(45.0)	(42.5)	(12.6)	(0.0)	(-)	(-)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-3. 落ち着いた雰囲気である

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(15.9)	(26.6)	(24.8)	(19.9)	(12.3)	(0.6)
全体・「パネル」調整前	74	(12.2)	(29.7)	(28.4)	(17.6)	(12.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(15.7)	(28.8)	(29.8)	(16.7)	(9.0)	(-)
男性・「全体」	415	(13.3)	(24.6)	(23.1)	(21.2)	(16.6)	(1.2)
男性・「パネル」調整前	42	(11.9)	(19.0)	(35.7)	(16.7)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(16.1)	(12.8)	(36.2)	(20.5)	(14.3)	(-)
女性・「全体」	441	(18.4)	(28.6)	(26.3)	(18.6)	(8.2)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(12.5)	(43.8)	(18.8)	(18.8)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(15.3)	(44.3)	(23.5)	(13.1)	(3.8)	(-)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-4. 開放感がある

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(17.9)	(24.2)	(27.2)	(20.4)	(9.8)	(0.5)
全体・「パネル」調整前	74	(13.5)	(25.7)	(31.1)	(23.0)	(6.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(9.8)	(31.4)	(29.8)	(21.1)	(8.0)	(-)
男性・「全体」	415	(19.8)	(23.6)	(26.0)	(17.3)	(12.3)	(1.0)
男性・「パネル」調整前	42	(21.4)	(26.2)	(19.0)	(23.8)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(18.6)	(29.3)	(12.5)	(26.7)	(12.8)	(-)
女性・「全体」	441	(16.1)	(24.7)	(28.3)	(23.4)	(7.5)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(25.0)	(46.9)	(21.9)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(1.2)	(33.3)	(46.6)	(15.6)	(3.3)	(-)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-5. 学生同士の仲がよい

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(18.5)	(37.6)	(34.8)	(6.9)	(1.6)	(0.6)
全体・「パネル」調整前	74	(6.8)	(51.4)	(29.7)	(10.8)	(1.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(4.5)	(50.0)	(32.6)	(12.2)	(0.7)	(-)
男性・「全体」	415	(14.9)	(33.7)	(37.1)	(10.4)	(2.9)	(1.0)
男性・「パネル」調整前	42	(9.5)	(50.0)	(23.8)	(14.3)	(2.4)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(5.9)	(46.4)	(24.4)	(21.9)	(1.5)	(-)
女性・「全体」	441	(21.8)	(41.3)	(32.7)	(3.6)	(0.5)	(0.2)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(53.1)	(37.5)	(6.3)	(0.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(3.2)	(53.4)	(40.5)	(2.9)	(0.0)	(-)

問1. あなたは、あなたが通っている大学(立教大学)について、どのような印象をお持ちですか。以下のそれぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

1-6. 先生に気軽に質問できる

	全体	1. そう思う	2. どちらかといえ ばそう思う	3. どちらとも いえない	4. どちらかといえ ばそう思 わない	5. そう思 わない	無回答
全体・「全体」	856	(3.2)	(14.3)	(38.8)	(28.3)	(15.1)	(0.5)
全体・「パネル」調整前	74	(2.7)	(24.3)	(35.1)	(24.3)	(13.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(1.2)	(20.8)	(35.1)	(24.9)	(18.0)	(-)
男性・「全体」	415	(3.9)	(15.2)	(36.6)	(24.6)	(18.8)	(1.0)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(31.0)	(26.2)	(21.4)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(2.4)	(27.8)	(20.9)	(26.5)	(22.5)	(-)
女性・「全体」	441	(2.5)	(13.4)	(40.8)	(31.7)	(11.6)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(0.0)	(15.6)	(46.9)	(28.1)	(9.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(0.0)	(14.1)	(48.9)	(23.3)	(13.7)	(-)

問2. 大学生活は充実していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 充実し ている	2. まあ充 実している	3. あまり 充実して いない	4. 充実し ていない	無回答
全体・「全体」	856	(24.3)	(56.7)	(15.4)	(3.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(23.0)	(54.1)	(20.3)	(2.7)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(22.6)	(54.7)	(21.7)	(1.1)	(-)
男性・「全体」	415	(21.9)	(54.9)	(18.3)	(4.8)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(16.7)	(57.1)	(23.8)	(2.4)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(13.9)	(55.4)	(30.0)	(0.7)	(-)
女性・「全体」	441	(26.5)	(58.3)	(12.7)	(2.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(31.3)	(50.0)	(15.6)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(31.0)	(53.9)	(13.6)	(1.5)	(-)

問3. あなたはあなたの大学が好きですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 好き き	2. まあ好 き	3. あまり 好きでは ない	4. 嫌い	無回答
全体・「全体」	856	(40.5)	(49.6)	(7.7)	(2.0)	(0.1)
全体・「パネル」調整前	74	(39.2)	(47.3)	(12.2)	(1.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(38.0)	(46.8)	(14.3)	(0.9)	(-)
男性・「全体」	415	(36.1)	(51.8)	(8.7)	(3.4)	(0.0)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(52.4)	(14.3)	(0.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(24.7)	(58.3)	(17.0)	(0.0)	(-)
女性・「全体」	441	(44.7)	(47.6)	(6.8)	(0.7)	(0.2)
女性・「パネル」調整前	32	(46.9)	(40.6)	(9.4)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(51.0)	(35.6)	(11.7)	(1.8)	(-)

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族と一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。[MA][1/2]

	全体	1. カメラ機能つき携帯電話・P H S	2. カメラ機能のない携帯電話・P H S	3. デスクトップ型のパソコン	4. ノート型のパソコン	5. 携帯情報端末(P D A)	6. インターネットに接続できるゲーム機	7. FAX (電話機に付属のものを含む)	8. プリンタ (複合機を除く)	9. スキャナ (複合機を除く)
全体・「全体」	856	(60.4)	(44.6)	(57.7)	(53.7)	(3.0)	(11.7)	(62.6)	(70.4)	(17.1)
全体・「パネル」調整前	74	(64.9)	(44.6)	(73.0)	(59.5)	(6.8)	(13.5)	(70.3)	(82.4)	(17.6)
全体・「パネル」調整後	74	(64.0)	(43.0)	(65.1)	(51.8)	(3.8)	(13.2)	(68.0)	(76.1)	(8.9)
男性・「全体」	415	(56.6)	(45.3)	(57.3)	(51.8)	(3.6)	(13.7)	(56.9)	(69.4)	(17.1)
男性・「パネル」調整前	42	(66.7)	(40.5)	(76.2)	(66.7)	(11.9)	(14.3)	(71.4)	(83.3)	(23.8)
男性・「パネル」調整後	36	(60.8)	(44.6)	(72.9)	(54.4)	(7.7)	(16.7)	(67.8)	(74.4)	(12.7)
女性・「全体」	441	(63.9)	(44.0)	(58.0)	(55.6)	(2.5)	(9.8)	(68.0)	(71.4)	(17.0)
女性・「パネル」調整前	32	(62.5)	(50.0)	(68.8)	(50.0)	(0.0)	(12.5)	(68.8)	(81.3)	(9.4)
女性・「パネル」調整後	38	(67.1)	(41.5)	(57.5)	(49.3)	(0.0)	(9.9)	(68.1)	(77.8)	(5.3)

問4. あなたは次のような機器をお持ちですか。あなた自身が所有するものでなくても、ご家族と一緒に使っているなど、あなたが使いたいときに使えるものであれば構いません。以下のそれぞれについて、お持ちの機器はすべて、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。[MA][2/2]

	全体	10. 複合機(プリンタ、スキャナ、コピーなど)	11. デジカメ(携帯電話・P H S のカメラは除く)	12. このほかのもの	無回答
全体・「全体」	856	(11.7)	(42.3)	(0.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(17.6)	(63.5)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(17.2)	(41.9)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(9.2)	(41.4)	(0.2)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(14.3)	(69.0)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(18.4)	(40.6)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(14.1)	(43.1)	(0.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(21.9)	(56.3)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(16.0)	(43.1)	(-)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1-5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-1. E-mailなど知人との情報交換

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(38.3)	(3.6)	(6.2)	(19.7)	(31.5)	(0.6)
全体・「パネル」調整前	74	(51.4)	(8.1)	(9.5)	(25.7)	(5.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(53.1)	(7.0)	(5.4)	(24.7)	(9.7)	(-)
男性・「全体」	415	(35.4)	(4.8)	(5.5)	(18.6)	(35.4)	(0.2)
男性・「パネル」調整前	42	(45.2)	(11.9)	(11.9)	(26.2)	(4.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(46.8)	(11.2)	(6.2)	(27.2)	(8.6)	(-)
女性・「全体」	441	(41.0)	(2.5)	(6.8)	(20.9)	(27.9)	(0.9)
女性・「パネル」調整前	32	(59.4)	(3.1)	(6.3)	(25.0)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(59.3)	(3.0)	(4.6)	(22.2)	(10.9)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1-5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。

5-2. 自分のホームページ作成・更新など情報発信

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(1.8)	(2.1)	(2.3)	(3.5)	(88.9)	(1.4)
全体・「パネル」調整前	74	(6.8)	(5.4)	(2.7)	(5.4)	(78.4)	(1.4)
全体・「パネル」調整後	74	(3.6)	(4.6)	(1.4)	(2.8)	(85.2)	(2.4)
男性・「全体」	415	(2.7)	(3.1)	(1.7)	(3.4)	(88.0)	(1.2)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(7.1)	(2.4)	(4.8)	(78.6)	(2.4)
男性・「パネル」調整後	36	(2.2)	(6.0)	(1.1)	(3.1)	(82.7)	(4.9)
女性・「全体」	441	(0.9)	(1.1)	(2.9)	(3.6)	(89.8)	(1.6)
女性・「パネル」調整前	32	(9.4)	(3.1)	(3.1)	(6.3)	(78.1)	(0.0)
女性・「パネル」調整後	38	(5.0)	(3.3)	(1.7)	(2.4)	(87.6)	(0.0)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-3. ホームページ閲覧やデータ入手など情報収集

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(23.0)	(16.2)	(21.8)	(30.5)	(8.4)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(59.5)	(40.5)	(-)	(-)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(56.0)	(44.0)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(27.5)	(14.7)	(22.4)	(27.5)	(8.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(66.7)	(33.3)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(69.0)	(31.0)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(18.8)	(17.7)	(21.3)	(33.3)	(8.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(50.0)	(50.0)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(43.4)	(56.6)	(-)	(-)	(-)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-4. 他人が開設する掲示板などへの書き込み

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(5.0)	(5.0)	(7.8)	(20.0)	(61.2)	(0.9)
全体・「パネル」調整前	74	(5.4)	(12.2)	(8.1)	(27.0)	(47.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(7.0)	(10.6)	(6.5)	(23.1)	(52.8)	(-)
男性・「全体」	415	(6.5)	(6.0)	(6.7)	(18.3)	(61.9)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(7.1)	(16.7)	(11.9)	(16.7)	(47.6)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(12.8)	(16.3)	(11.6)	(10.2)	(49.2)	(-)
女性・「全体」	441	(3.6)	(4.1)	(8.8)	(21.5)	(60.5)	(1.4)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(6.3)	(3.1)	(40.6)	(46.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(1.5)	(5.1)	(1.5)	(35.7)	(56.3)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-5. 懸賞の応募

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(0.6)	(1.2)	(2.6)	(8.8)	(85.6)	(1.3)
全体・「パネル」調整前	74	(1.4)	(1.4)	(4.1)	(20.3)	(73.0)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(1.6)	(0.6)	(4.9)	(19.8)	(73.1)	(-)
男性・「全体」	415	(1.0)	(1.9)	(3.4)	(6.0)	(87.0)	(0.7)
男性・「パネル」調整前	42	(0.0)	(2.4)	(4.8)	(9.5)	(83.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(0.0)	(1.2)	(4.6)	(6.2)	(88.0)	(-)
女性・「全体」	441	(0.2)	(0.5)	(1.8)	(11.3)	(84.4)	(1.8)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(0.0)	(3.1)	(34.4)	(59.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(3.2)	(0.0)	(5.2)	(33.0)	(58.6)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-6. 調査やアンケートの回答

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(0.5)	(0.7)	(2.1)	(9.7)	(85.9)	(1.2)
全体・「パネル」調整前	74	(-)	(2.7)	(2.7)	(23.0)	(71.6)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(-)	(2.2)	(2.4)	(17.7)	(77.7)	(-)
男性・「全体」	415	(0.7)	(1.2)	(3.4)	(7.5)	(86.7)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(-)	(2.4)	(4.8)	(16.7)	(76.2)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(-)	(1.2)	(4.9)	(9.7)	(84.2)	(-)
女性・「全体」	441	(0.2)	(0.2)	(0.9)	(11.8)	(85.0)	(1.8)
女性・「パネル」調整前	32	(-)	(3.1)	(0.0)	(31.3)	(65.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(-)	(3.2)	(0.0)	(25.4)	(71.4)	(-)

問5. あなたは、この1ヶ月の間に、インターネットをどの程度利用しましたか。下記の5-1～5-7の各用途について、それぞれ1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

5-7. 商品やサービスの予約・購入・支払

	全体	1. ほぼ毎日利用した	2. 20日くらい利用した	3. 10日くらい利用した	4. 数回だけ利用した	5. 利用しなかった	無回答
全体・「全体」	856	(0.4)	(1.1)	(1.8)	(12.4)	(83.3)	(1.2)
全体・「パネル」調整前	74	(-)	(2.7)	(-)	(28.4)	(68.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(-)	(1.4)	(-)	(26.0)	(72.6)	(-)
男性・「全体」	415	(0.7)	(1.9)	(2.4)	(14.5)	(80.0)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(-)	(4.8)	(-)	(33.3)	(61.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(-)	(2.8)	(-)	(28.5)	(68.8)	(-)
女性・「全体」	441	(0.0)	(0.2)	(1.1)	(10.4)	(86.4)	(1.8)
女性・「パネル」調整前	32	(-)	(0.0)	(-)	(21.9)	(78.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(-)	(0.0)	(-)	(23.6)	(76.4)	(-)

問6. 現在のあなたのくらしむきは、金銭的に見て楽なほうだと思いますか、苦しいほうだと思いますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 大変楽なほう	2. 楽なほう	3. ふうふう	4. 苦しいほう	5. 大変苦しいほう	無回答
全体・「全体」	856	(4.9)	(25.5)	(41.0)	(21.5)	(7.0)	(0.1)
全体・「パネル」調整前	74	(6.8)	(31.1)	(36.5)	(16.2)	(9.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(6.1)	(32.4)	(37.7)	(11.0)	(12.8)	(-)
男性・「全体」	415	(5.5)	(23.6)	(35.9)	(26.0)	(8.9)	(0.0)
男性・「パネル」調整前	42	(9.5)	(31.0)	(28.6)	(19.0)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(10.3)	(33.4)	(27.8)	(10.4)	(18.1)	(-)
女性・「全体」	441	(4.3)	(27.2)	(45.8)	(17.2)	(5.2)	(0.2)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(31.3)	(46.9)	(12.5)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(2.0)	(31.4)	(47.4)	(11.6)	(7.7)	(-)

問7. あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 満足している	2. まあ満足している	3. やや不満だ	4. 不満だ	無回答
全体・「全体」	856	(15.9)	(55.1)	(24.5)	(4.3)	(0.1)
全体・「パネル」調整前	74	(14.9)	(51.4)	(25.7)	(8.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(13.8)	(54.1)	(22.9)	(9.2)	(-)
男性・「全体」	415	(15.7)	(50.4)	(26.3)	(7.7)	(0.0)
男性・「パネル」調整前	42	(19.0)	(47.6)	(23.8)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(21.5)	(42.0)	(20.4)	(16.2)	(-)
女性・「全体」	441	(16.1)	(59.6)	(22.9)	(1.1)	(0.2)
女性・「パネル」調整前	32	(9.4)	(56.3)	(28.1)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(6.4)	(65.9)	(25.3)	(2.4)	(-)

問8. 国民は、「国や社会のことにもっと目を向けるべきだ」という意見と、「個人生活の充実をもっと重視すべきだ」という意見がありますが、あなたのお考えは、このうちどちらの意見に近いですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 国や社会のことにもっと目を向けるべきだ	2. 個人生活の充実をもっと重視すべきだ	3. 一概に言えない	4. わからない	無回答
全体・「全体」	856	(31.4)	(17.8)	(45.8)	(4.8)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(36.5)	(25.7)	(36.5)	(1.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(33.6)	(22.8)	(42.0)	(1.6)	(-)
男性・「全体」	415	(33.3)	(22.2)	(40.2)	(3.9)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(38.1)	(28.6)	(33.3)	(0.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(37.4)	(27.1)	(35.5)	(0.0)	(-)
女性・「全体」	441	(29.7)	(13.6)	(51.0)	(5.7)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(34.4)	(21.9)	(40.6)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(30.0)	(18.6)	(48.3)	(3.1)	(-)

問9. ものごとの「スジを通すこと」に重点をおく人と、ものごとを「まるくおさめること」に重点をおく人では、どちらがあなたの好きな"ひとがら"ですか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 「スジを通すこと」に重点をおく人	2. 「まるくおさめること」に重点をおく人	3. 一概に言えない	無回答
全体・「全体」	856	(40.4)	(30.4)	(29.1)	(0.1)
全体・「パネル」調整前	74	(41.9)	(37.8)	(20.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(40.6)	(33.4)	(26.0)	(-)
男性・「全体」	415	(43.4)	(29.4)	(27.0)	(0.2)
男性・「パネル」調整前	42	(42.9)	(42.9)	(14.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(43.7)	(41.1)	(15.2)	(-)
女性・「全体」	441	(37.6)	(31.3)	(31.1)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(40.6)	(31.3)	(28.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(37.7)	(25.8)	(36.5)	(-)

問10. 人のくらし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるものの中で、どれが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 一生けんめい働	2. まじめに勉強し、お金を貯めること	3. 金や名譽を気にせず、自分の趣味にあつたらし方をすること	4. その日その日の楽しみにヨクヨクあつたらし方をすること	5. 世の中をのりよく押しすすめること	6. 自分の身のことに、社会のためにすべてを捧げてくらすこと	無回答
全体・「全体」	856	(19.5)	(6.7)	(43.6)	(25.2)	(3.3)	(1.4)	(0.4)
全体・「パネル」調整前	74	(10.8)	(6.8)	(51.4)	(17.6)	(6.8)	(4.1)	(2.7)
全体・「パネル」調整後	74	(10.6)	(4.5)	(51.9)	(25.6)	(3.7)	(2.4)	(1.2)
男性・「全体」	415	(19.0)	(8.0)	(46.7)	(19.3)	(4.3)	(1.9)	(0.7)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(4.8)	(57.1)	(19.0)	(4.8)	(4.8)	(4.8)
男性・「パネル」調整後	36	(3.3)	(4.8)	(54.1)	(29.7)	(2.8)	(2.9)	(2.5)
女性・「全体」	441	(20.0)	(5.4)	(40.6)	(30.8)	(2.3)	(0.9)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(18.8)	(9.4)	(43.8)	(15.6)	(9.4)	(3.1)	(0.0)
女性・「パネル」調整後	38	(17.7)	(4.3)	(49.7)	(21.6)	(4.6)	(2.0)	(0.0)

問11. ある会社につきのような2人の課長がいます。もしあなたが使われるとしたら、どちらの課長に使われる方がよいと思いますか。どちらか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 規則をまげても、無理な仕事をさせることはありませんが、仕事以外のことは人のめんどうを見ません。	2. 時には規則をまげても、無理な仕事をさせることもありますが、仕事以外のことでも人のめんどうをよく見ます。	無回答
全体・「全体」	856	(26.2)	(73.6)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(18.9)	(79.7)	(1.4)
全体・「パネル」調整後	74	(21.4)	(77.8)	(0.8)
男性・「全体」	415	(25.1)	(74.7)	(0.2)
男性・「パネル」調整前	42	(23.8)	(76.2)	(0.0)
男性・「パネル」調整後	36	(27.6)	(72.4)	(0.0)
女性・「全体」	441	(27.2)	(72.6)	(0.2)
女性・「パネル」調整前	32	(12.5)	(84.4)	(3.1)
女性・「パネル」調整後	38	(15.4)	(83.1)	(1.5)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-1. 話し好きである

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(61.0)	(29.4)	(9.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(60.8)	(28.4)	(10.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(59.1)	(28.4)	(12.5)	(-)
男性・「全体」	415	(54.9)	(33.0)	(12.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(64.3)	(21.4)	(14.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(64.7)	(21.0)	(14.3)	(-)
女性・「全体」	441	(66.7)	(26.1)	(7.3)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(56.3)	(37.5)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(53.5)	(35.7)	(10.8)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-2. 平凡に暮らすより何か変わったことがしたい

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(62.7)	(27.2)	(10.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(67.6)	(25.7)	(6.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(58.8)	(30.8)	(10.4)	(-)
男性・「全体」	415	(64.1)	(26.3)	(9.6)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(64.3)	(28.6)	(7.1)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(55.7)	(33.5)	(10.7)	(-)
女性・「全体」	441	(61.5)	(28.1)	(10.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(71.9)	(21.9)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(61.8)	(28.1)	(10.1)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-3. どんな人にも軽蔑の気持ちを持ったことがない

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(5.3)	(26.5)	(68.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(8.1)	(27.0)	(64.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(4.0)	(24.4)	(71.6)	(-)
男性・「全体」	415	(7.5)	(24.8)	(67.7)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(9.5)	(21.4)	(69.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(4.6)	(18.9)	(76.4)	(-)
女性・「全体」	441	(3.2)	(28.1)	(68.7)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(6.3)	(34.4)	(59.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(3.5)	(29.7)	(66.8)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-4. 注目の的になりたい

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(27.5)	(48.9)	(23.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(44.6)	(35.1)	(20.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(28.3)	(46.0)	(25.6)	(-)
男性・「全体」	415	(34.0)	(46.7)	(19.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(45.2)	(35.7)	(19.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(34.3)	(47.2)	(18.5)	(-)
女性・「全体」	441	(21.3)	(51.0)	(27.7)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(43.8)	(34.4)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(22.5)	(45.0)	(32.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-5. じっと静かにしているのが好きだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(27.3)	(36.0)	(36.7)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(27.0)	(35.1)	(37.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(30.9)	(32.2)	(36.9)	(-)
男性・「全体」	415	(30.4)	(38.3)	(31.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(45.2)	(21.4)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(36.1)	(47.3)	(16.6)	(-)
女性・「全体」	441	(24.5)	(33.8)	(41.7)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(18.8)	(21.9)	(59.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(25.8)	(17.6)	(56.6)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-6. 人と広く付き合うほうだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(37.7)	(35.0)	(27.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(35.1)	(37.8)	(27.0)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(30.5)	(39.2)	(30.2)	(-)
男性・「全体」	415	(39.0)	(33.3)	(27.7)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(35.7)	(33.3)	(31.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(29.4)	(34.2)	(36.4)	(-)
女性・「全体」	441	(36.5)	(36.7)	(26.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(34.4)	(43.8)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(31.7)	(44.1)	(24.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-7. 人とやかく言われると、必ず言い返す

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(27.3)	(46.3)	(26.4)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(28.4)	(55.4)	(16.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(21.3)	(57.9)	(20.8)	(-)
男性・「全体」	415	(26.5)	(47.5)	(26.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(54.8)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(27.8)	(57.2)	(15.0)	(-)
女性・「全体」	441	(28.1)	(45.1)	(26.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(21.9)	(56.3)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(15.1)	(58.5)	(26.4)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-8. ちょっとしたことが気になる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(62.5)	(23.5)	(14.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(68.9)	(23.0)	(8.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(68.9)	(24.7)	(6.4)	(-)
男性・「全体」	415	(65.1)	(22.2)	(12.8)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(69.0)	(19.0)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(70.2)	(20.0)	(9.8)	(-)
女性・「全体」	441	(60.1)	(24.7)	(15.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(68.8)	(28.1)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(67.5)	(29.3)	(3.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-9. 困っている人を見ると、すぐに助けてあげたくなる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(34.3)	(54.8)	(10.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(36.5)	(55.4)	(8.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(29.5)	(58.7)	(11.8)	(-)
男性・「全体」	415	(36.1)	(50.4)	(13.5)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(40.5)	(50.0)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(36.2)	(51.1)	(12.7)	(-)
女性・「全体」	441	(32.7)	(59.0)	(8.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(31.3)	(62.5)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(22.9)	(66.1)	(11.0)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-10. いろいろなものを探明してみたい

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(23.6)	(25.8)	(50.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(31.1)	(29.7)	(39.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(22.0)	(29.4)	(48.7)	(-)
男性・「全体」	415	(29.2)	(30.8)	(40.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(33.3)	(33.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(27.9)	(32.9)	(39.2)	(-)
女性・「全体」	441	(18.4)	(21.1)	(60.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(28.1)	(25.0)	(46.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(16.3)	(25.9)	(57.8)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-11. 自分さえよければいいと思う

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(10.2)	(43.0)	(46.8)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(13.5)	(37.8)	(48.6)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(12.4)	(34.5)	(53.1)	(-)
男性・「全体」	415	(12.8)	(41.9)	(45.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(19.0)	(40.5)	(40.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(20.4)	(42.4)	(37.2)	(-)
女性・「全体」	441	(7.7)	(44.0)	(48.3)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(6.3)	(34.4)	(59.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(4.6)	(26.9)	(68.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-12. 何事にも積極的に取り組む

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(27.7)	(51.2)	(21.1)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(36.5)	(48.6)	(14.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(26.4)	(54.5)	(19.1)	(-)
男性・「全体」	415	(27.0)	(49.6)	(23.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(31.0)	(50.0)	(19.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(20.1)	(55.6)	(24.3)	(-)
女性・「全体」	441	(28.3)	(52.6)	(19.0)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(43.8)	(46.9)	(9.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(32.5)	(53.5)	(14.0)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-13. 他人の苦しみがよくわかる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(35.2)	(55.8)	(9.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(43.2)	(43.2)	(13.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(36.1)	(53.2)	(10.7)	(-)
男性・「全体」	415	(36.4)	(54.2)	(9.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(47.6)	(40.5)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(32.8)	(60.1)	(7.1)	(-)
女性・「全体」	441	(34.0)	(57.4)	(8.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(37.5)	(46.9)	(15.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(39.2)	(46.6)	(14.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-14. 面倒な作業でも投げ出さずにやれる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(31.1)	(46.4)	(22.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(31.1)	(41.9)	(27.0)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(25.1)	(48.3)	(26.7)	(-)
男性・「全体」	415	(33.0)	(45.8)	(21.2)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(35.7)	(35.7)	(28.6)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(29.4)	(44.5)	(26.1)	(-)
女性・「全体」	441	(29.3)	(46.9)	(23.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(25.0)	(50.0)	(25.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(21.0)	(51.9)	(27.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-15. 生活を規則正しくするよういつも心がけている

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(27.9)	(32.4)	(39.7)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(29.7)	(21.6)	(48.6)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(25.8)	(22.5)	(51.6)	(-)
男性・「全体」	415	(27.5)	(31.8)	(40.7)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(28.6)	(16.7)	(54.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(24.7)	(14.0)	(61.3)	(-)
女性・「全体」	441	(28.3)	(32.9)	(38.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(31.3)	(28.1)	(40.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(26.9)	(30.8)	(42.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-16. 親友でも本当に信用することはできない

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(11.4)	(28.6)	(59.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(10.8)	(35.1)	(54.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(8.4)	(33.4)	(58.2)	(-)
男性・「全体」	415	(14.7)	(28.0)	(57.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(14.3)	(31.0)	(54.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(12.9)	(28.2)	(58.9)	(-)
女性・「全体」	441	(8.4)	(29.3)	(62.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(6.3)	(40.6)	(53.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(4.0)	(38.5)	(57.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-17. 自信を持っている

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(18.6)	(43.9)	(37.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(20.3)	(44.6)	(35.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(12.2)	(51.3)	(36.5)	(-)
男性・「全体」	415	(23.4)	(44.3)	(32.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(21.4)	(42.9)	(35.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(11.3)	(55.4)	(33.2)	(-)
女性・「全体」	441	(14.1)	(43.5)	(42.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(18.8)	(46.9)	(34.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(13.1)	(47.2)	(39.6)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-18. 会話の最中にふと思いつくことがある

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(47.0)	(26.2)	(26.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(45.9)	(17.6)	(36.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(43.3)	(18.2)	(38.5)	(-)
男性・「全体」	415	(41.9)	(30.1)	(28.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(45.2)	(19.0)	(35.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(40.0)	(14.9)	(45.0)	(-)
女性・「全体」	441	(51.7)	(22.4)	(25.9)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(46.9)	(15.6)	(37.5)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(46.5)	(21.3)	(32.2)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-19. 動作はきびきびしている

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(20.7)	(40.5)	(38.8)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(17.6)	(48.6)	(33.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(11.4)	(53.8)	(34.9)	(-)
男性・「全体」	415	(21.0)	(45.8)	(33.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(16.7)	(52.4)	(31.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(8.7)	(56.0)	(35.4)	(-)
女性・「全体」	441	(20.4)	(35.6)	(44.0)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(18.8)	(43.8)	(37.5)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(14.0)	(51.6)	(34.4)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-20. やりかたの仕事は一生懸命最後までやる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(51.5)	(36.4)	(12.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(51.4)	(37.8)	(10.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(43.5)	(47.2)	(9.3)	(-)
男性・「全体」	415	(48.9)	(38.8)	(12.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(50.0)	(33.3)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(42.0)	(40.7)	(17.3)	(-)
女性・「全体」	441	(54.0)	(34.2)	(11.8)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(53.1)	(43.8)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(44.9)	(53.6)	(1.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-21. 何につけても人より目立ちたい

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(16.2)	(41.1)	(42.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(24.3)	(43.2)	(32.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(13.9)	(44.4)	(41.7)	(-)
男性・「全体」	415	(19.5)	(43.1)	(37.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(21.4)	(47.6)	(31.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(13.5)	(48.7)	(37.9)	(-)
女性・「全体」	441	(13.2)	(39.2)	(47.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(28.1)	(37.5)	(34.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(14.3)	(40.3)	(45.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-22. どんな時でも嘘をついたことがない

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(2.6)	(14.5)	(82.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(-)	(16.2)	(83.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(-)	(12.0)	(88.0)	(-)
男性・「全体」	415	(4.1)	(14.0)	(81.9)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(-)	(14.3)	(85.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(-)	(11.3)	(88.7)	(-)
女性・「全体」	441	(1.1)	(15.0)	(83.9)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(-)	(18.8)	(81.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(-)	(12.7)	(87.3)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-23. コンクールで入賞したい

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(42.5)	(25.1)	(32.4)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(54.1)	(25.7)	(20.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(43.8)	(26.9)	(29.3)	(-)
男性・「全体」	415	(41.0)	(25.8)	(33.3)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(50.0)	(31.0)	(19.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(47.5)	(35.5)	(16.9)	(-)
女性・「全体」	441	(44.0)	(24.5)	(31.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(59.4)	(18.8)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(40.2)	(18.5)	(41.3)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-24. 意見が合わないと、相手を批判したくなる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(23.5)	(35.3)	(41.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(29.7)	(37.8)	(32.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(27.9)	(28.7)	(43.4)	(-)
男性・「全体」	415	(28.4)	(34.7)	(36.9)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(42.9)	(23.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(40.6)	(30.7)	(28.7)	(-)
女性・「全体」	441	(18.8)	(35.8)	(45.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(25.0)	(31.3)	(43.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(15.6)	(26.7)	(57.7)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-25. 手紙はきちんと整理する

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(28.9)	(24.6)	(46.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(27.0)	(24.3)	(48.6)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(26.8)	(22.2)	(51.0)	(-)
男性・「全体」	415	(22.4)	(27.0)	(50.6)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(28.6)	(23.8)	(47.6)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(21.7)	(22.0)	(56.3)	(-)
女性・「全体」	441	(34.9)	(22.4)	(42.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(25.0)	(25.0)	(50.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(31.8)	(22.3)	(45.9)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-26. 失礼なことをされると黙っていない

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(38.1)	(43.3)	(18.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(40.5)	(44.6)	(14.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(32.5)	(50.1)	(17.4)	(-)
男性・「全体」	415	(39.5)	(43.9)	(16.6)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(42.9)	(47.6)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(41.3)	(49.1)	(9.6)	(-)
女性・「全体」	441	(36.7)	(42.9)	(20.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(37.5)	(40.6)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(24.0)	(51.0)	(25.0)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-27. 自分はずまらない人間だ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(22.0)	(49.1)	(29.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(23.0)	(41.9)	(35.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(17.7)	(50.2)	(32.1)	(-)
男性・「全体」	415	(25.5)	(45.1)	(29.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(26.2)	(42.9)	(31.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(23.9)	(42.9)	(33.2)	(-)
女性・「全体」	441	(18.6)	(52.8)	(28.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(18.8)	(40.6)	(40.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(11.7)	(57.2)	(31.1)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-28. いやなことはすぐに忘れるほうだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(26.9)	(26.9)	(46.3)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(20.3)	(28.4)	(51.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(16.9)	(29.4)	(53.8)	(-)
男性・「全体」	415	(26.5)	(26.5)	(47.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(19.0)	(23.8)	(57.1)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(18.9)	(24.7)	(56.4)	(-)
女性・「全体」	441	(27.2)	(27.2)	(45.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(21.9)	(34.4)	(43.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(14.8)	(33.9)	(51.3)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-29. 何かと先頭立って働くほうだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(19.7)	(38.2)	(42.1)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(29.7)	(31.1)	(39.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(23.2)	(30.5)	(46.3)	(-)
男性・「全体」	415	(21.4)	(38.6)	(40.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(33.3)	(35.7)	(31.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(29.6)	(37.5)	(32.9)	(-)
女性・「全体」	441	(18.1)	(37.9)	(44.0)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(25.0)	(25.0)	(50.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(17.0)	(23.7)	(59.4)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-30. ねばり強くあきらめないほうだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(42.1)	(41.9)	(16.0)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(35.1)	(52.7)	(12.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(33.0)	(52.7)	(14.3)	(-)
男性・「全体」	415	(40.7)	(43.4)	(15.9)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(26.2)	(57.1)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(23.0)	(57.6)	(19.4)	(-)
女性・「全体」	441	(43.3)	(40.6)	(16.1)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(46.9)	(46.9)	(6.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(42.7)	(48.0)	(9.3)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-31. 書棚の本はいつも決まった位置に置かれている

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(25.9)	(18.8)	(55.3)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(23.0)	(18.9)	(58.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(18.2)	(19.4)	(62.4)	(-)
男性・「全体」	415	(28.9)	(20.0)	(51.1)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(28.6)	(11.9)	(59.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(23.8)	(10.0)	(66.2)	(-)
女性・「全体」	441	(23.1)	(17.7)	(59.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(15.6)	(28.1)	(56.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(12.8)	(28.5)	(58.7)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-32. 人の悪口を言いたくなることもある

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(59.8)	(26.6)	(13.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(55.4)	(31.1)	(13.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(55.8)	(29.7)	(14.5)	(-)
男性・「全体」	415	(57.6)	(27.7)	(14.7)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(52.4)	(35.7)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(61.9)	(25.6)	(12.5)	(-)
女性・「全体」	441	(61.9)	(25.6)	(12.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(59.4)	(25.0)	(15.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(49.8)	(33.7)	(16.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-33. 自分の考えは何かまちがっている気がする

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(24.1)	(50.7)	(25.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(18.9)	(56.8)	(24.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(17.8)	(56.1)	(26.1)	(-)
男性・「全体」	415	(26.3)	(46.3)	(27.5)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(21.4)	(61.9)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(19.0)	(60.5)	(20.5)	(-)
女性・「全体」	441	(22.0)	(54.9)	(23.1)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(15.6)	(50.0)	(34.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(16.6)	(51.9)	(31.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に つつけてください。

12-34. 誰とでも気さくに話せる

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(34.8)	(33.9)	(31.3)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(33.8)	(39.2)	(27.0)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(31.5)	(38.2)	(30.4)	(-)
男性・「全体」	415	(29.4)	(36.1)	(34.5)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(31.0)	(45.2)	(23.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(26.4)	(48.5)	(25.1)	(-)
女性・「全体」	441	(39.9)	(31.7)	(28.3)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(37.5)	(31.3)	(31.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(36.4)	(28.1)	(35.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-35. 気の毒な人を見ると、すぐに同情するほうだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(45.8)	(37.7)	(16.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(43.2)	(45.9)	(10.8)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(43.1)	(43.5)	(13.4)	(-)
男性・「全体」	415	(46.0)	(36.4)	(17.6)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(40.5)	(42.9)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(38.3)	(42.6)	(19.2)	(-)
女性・「全体」	441	(45.6)	(39.0)	(15.4)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(46.9)	(50.0)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(47.7)	(44.5)	(7.8)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-36. 新しいアイデアを考えるのが好きだ

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(44.7)	(34.7)	(20.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(55.4)	(32.4)	(12.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(44.5)	(39.1)	(16.5)	(-)
男性・「全体」	415	(51.8)	(32.3)	(15.9)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(59.5)	(35.7)	(4.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(48.7)	(48.4)	(2.9)	(-)
女性・「全体」	441	(38.1)	(37.0)	(24.9)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(50.0)	(28.1)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(40.4)	(30.0)	(29.6)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-37. 世の中の人は人のことなどかまわないと思う

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(22.0)	(45.7)	(32.4)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(23.0)	(48.6)	(28.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(22.4)	(45.0)	(32.6)	(-)
男性・「全体」	415	(25.1)	(46.5)	(28.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(23.8)	(50.0)	(26.2)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(26.6)	(44.9)	(28.5)	(-)
女性・「全体」	441	(19.0)	(44.9)	(36.1)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(21.9)	(46.9)	(31.3)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(18.3)	(45.1)	(36.6)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-38. 失敗するといつまでもよく考える

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(41.9)	(31.5)	(26.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(45.9)	(35.1)	(18.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(46.3)	(36.5)	(17.3)	(-)
男性・「全体」	415	(43.6)	(33.0)	(23.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(47.6)	(33.3)	(19.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(41.8)	(40.2)	(18.1)	(-)
女性・「全体」	441	(40.4)	(30.2)	(29.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(43.8)	(37.5)	(18.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(50.6)	(32.9)	(16.5)	(-)

問12. 以下のそれぞれの項目について、あなた自身にあてはまる場合は「はい」、あてはまらない場合は「いいえ」、どちらともいえない場合は「どちらともいえない」のいずれか1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

12-39. 空想にふけることが多い

	全体	1. はい	2. どちらともいえない	3. いいえ	無回答
全体・「全体」	856	(57.4)	(26.1)	(16.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(62.2)	(29.7)	(8.1)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(55.6)	(39.9)	(4.5)	(-)
男性・「全体」	415	(54.9)	(26.3)	(18.8)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(59.5)	(28.6)	(11.9)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(55.3)	(37.5)	(7.2)	(-)
女性・「全体」	441	(59.6)	(25.9)	(14.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(65.6)	(31.3)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(55.9)	(42.2)	(2.0)	(-)

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-1. 政治にはある程度秘密がつきもので、すべてをガラス張りにするのはむづかしい。

	全体	1. そう思う	2. そうは思わない	3. わからない	無回答
全体・「全体」	856	(61.0)	(24.9)	(13.9)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(70.3)	(16.2)	(13.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(64.3)	(15.7)	(20.0)	(-)
男性・「全体」	415	(62.2)	(26.0)	(11.3)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(83.3)	(7.1)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(81.3)	(4.0)	(14.7)	(-)
女性・「全体」	441	(59.9)	(23.8)	(16.3)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(53.1)	(28.1)	(18.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(47.8)	(27.0)	(25.2)	(-)

問13. さて、政治について次のような意見があります。それぞれの意見について、あなたはそう思いますか、そうは思いませんか。それぞれについて1つずつ、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

13-2. 政治家には高潔な人格よりも実力が必要とされる。

	全体	1. そう思う	2. そうは思わない	3. わからない	無回答
全体・「全体」	856	(64.3)	(18.1)	(17.1)	(0.6)
全体・「パネル」調整前	74	(67.6)	(17.6)	(13.5)	(1.4)
全体・「パネル」調整後	74	(63.3)	(18.2)	(16.9)	(1.6)
男性・「全体」	415	(64.3)	(18.3)	(16.1)	(1.2)
男性・「パネル」調整前	42	(71.4)	(19.0)	(7.1)	(2.4)
男性・「パネル」調整後	36	(66.3)	(19.7)	(10.7)	(3.3)
女性・「全体」	441	(64.2)	(17.9)	(17.9)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(62.5)	(15.6)	(21.9)	(0.0)
女性・「パネル」調整後	38	(60.4)	(16.7)	(22.9)	(0.0)

問14. あなたは、小泉内閣を支持しますか、支持しませんか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 支持する	2. 支持しない	3. その他	無回答
全体・「全体」	856	(42.5)	(45.4)	(11.4)	(0.6)
全体・「パネル」調整前	74	(37.8)	(43.2)	(18.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(32.9)	(50.7)	(16.4)	(-)
男性・「全体」	415	(44.6)	(44.3)	(10.4)	(0.7)
男性・「パネル」調整前	42	(45.2)	(35.7)	(19.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(41.5)	(38.5)	(20.0)	(-)
女性・「全体」	441	(40.6)	(46.5)	(12.5)	(0.5)
女性・「パネル」調整前	32	(28.1)	(53.1)	(18.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(24.6)	(62.5)	(12.9)	(-)

問15. あなたは、今回のようなアンケートに協力する場合、郵送調査とインターネット調査とでは、どちらのほうが協力しやすいと感じますか。この中から1つだけ選んで、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1. 郵送調査のほうが やすい	2. インターネット調査 のほうが 協力し やすい	3. どちら でも よい	4. どちら にも 協力し たくない	5. わから ない	無回答
全体・「全体」	856	(19.2)	(42.4)	(18.5)	(11.8)	(8.2)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(8.1)	(66.2)	(20.3)	(2.7)	(2.7)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(7.7)	(68.7)	(16.3)	(6.2)	(1.1)	(-)
男性・「全体」	415	(16.9)	(40.5)	(18.1)	(16.4)	(8.2)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(7.1)	(71.4)	(14.3)	(4.8)	(2.4)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(6.2)	(71.5)	(8.3)	(12.7)	(1.3)	(-)
女性・「全体」	441	(21.3)	(44.2)	(18.8)	(7.5)	(8.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(9.4)	(59.4)	(28.1)	(0.0)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(9.1)	(65.9)	(24.1)	(0.0)	(0.9)	(-)

問16.最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-1.あなたは男性ですか、女性ですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1.男性	2.女性	無回答
全体・「全体」	856	(48.5)	(51.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(56.8)	(43.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(49.2)	(50.8)	(-)
男性・「全体」	415	(100.0)	(0.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(100.0)	(0.0)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(100.0)	(0.0)	(-)
女性・「全体」	441	(0.0)	(100.0)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(0.0)	(100.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(0.0)	(100.0)	(-)

問16.最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-2.年齢はおいくつですか。年齢を数値でお答えください。

	全体	18歳	19歳	20歳以上	無回答
全体・「全体」	856	(29.2)	(44.0)	(26.5)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(27.0)	(40.5)	(32.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(24.6)	(44.7)	(30.7)	(-)
男性・「全体」	415	(24.8)	(41.7)	(33.0)	(0.5)
男性・「パネル」調整前	42	(21.4)	(33.3)	(45.2)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(14.1)	(32.3)	(53.6)	(-)
女性・「全体」	441	(33.3)	(46.3)	(20.4)	(0.0)
女性・「パネル」調整前	32	(34.4)	(50.0)	(15.6)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(34.7)	(56.7)	(8.5)	(-)

問16.最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-3.あなたは現在、自宅から通学していますか、自宅外から通学していますか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1.自宅か ら通学して いる	2.自宅外 から通学し ている	無回答
全体・「全体」	856	(80.5)	(19.3)	(0.2)
全体・「パネル」調整前	74	(87.8)	(12.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(86.8)	(13.2)	(-)
男性・「全体」	415	(78.3)	(21.7)	(0.0)
男性・「パネル」調整前	42	(85.7)	(14.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(83.7)	(16.3)	(-)
女性・「全体」	441	(82.5)	(17.0)	(0.5)
女性・「パネル」調整前	32	(90.6)	(9.4)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(89.9)	(10.1)	(-)

問16.最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-4.所属学部はどちらですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1.文学部	2.経済学 部	3.理学部	4.社会学 部	5.法学部	6.観光学 部	7.コミュニ ティ福祉学 部	8.その他	無回答
全体・「全体」	856	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(-)	(-)	(-)	(100.0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

問16.最後に、あなた自身についてお伺いします。

16-5.あなたは何年生ですか。あてはまる選択肢の番号に をつけてください。

	全体	1.1年	2.2年	3.3年	4.4年	5.その他	無回答
全体・「全体」	856	(50.0)	(50.0)	(-)	(-)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(43.2)	(56.8)	(-)	(-)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(39.3)	(60.7)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(49.6)	(50.4)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(40.5)	(59.5)	(-)	(-)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(34.6)	(65.4)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(50.3)	(49.7)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(46.9)	(53.1)	(-)	(-)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(43.8)	(56.2)	(-)	(-)	(-)	(-)

今後、このような研究のためのアンケートを、インターネット上でも行う予定です。今回の調査に謝礼はありませんが、インターネット上で行う調査では、抽選ではありますが、謝礼も用意する予定です。こうしたアンケートに協力しても良いとお考えの方は、下記にあなたのメールアドレスをご記入ください。なお、ご記入いただいたメールアドレスは、研究調査へのご協力をお願いする以外の目的で使用することはありません。

	全体	記入なし	記入あり
全体・「全体」	856	(87.5)	(12.5)
全体・「パネル」調整前	74	(-)	(100.0)
全体・「パネル」調整後	74	(-)	(100.0)
男性・「全体」	415	(85.8)	(14.2)
男性・「パネル」調整前	42	(-)	(100.0)
男性・「パネル」調整後	36	(-)	(100.0)
女性・「全体」	441	(89.1)	(10.9)
女性・「パネル」調整前	32	(-)	(100.0)
女性・「パネル」調整後	38	(-)	(100.0)

社会的外向性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(5.5)	(8.6)	(13.7)	(17.5)	(17.3)	(16.6)	(20.8)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(5.4)	(10.8)	(12.2)	(17.6)	(17.6)	(12.2)	(24.3)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(7.9)	(11.7)	(11.1)	(18.3)	(17.0)	(12.8)	(21.2)	(-)
男性・「全体」	415	(7.0)	(10.6)	(13.5)	(16.6)	(17.6)	(16.9)	(17.8)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(7.1)	(11.9)	(7.1)	(16.7)	(21.4)	(14.3)	(21.4)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(8.0)	(14.0)	(7.4)	(17.5)	(21.6)	(12.2)	(19.4)	(-)
女性・「全体」	441	(4.1)	(6.8)	(13.8)	(18.4)	(17.0)	(16.3)	(23.6)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(9.4)	(18.8)	(18.8)	(12.5)	(9.4)	(28.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(7.8)	(9.5)	(14.7)	(19.0)	(12.5)	(13.3)	(23.0)	(-)

共感性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(2.5)	(3.7)	(12.6)	(22.1)	(25.2)	(20.4)	(13.4)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(2.7)	(4.1)	(10.8)	(23.0)	(16.2)	(28.4)	(14.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(0.9)	(5.6)	(13.8)	(22.3)	(24.1)	(23.5)	(9.8)	(-)
男性・「全体」	415	(2.9)	(3.9)	(14.0)	(21.2)	(22.2)	(21.4)	(14.5)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(4.8)	(9.5)	(19.0)	(16.7)	(28.6)	(16.7)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(1.9)	(3.3)	(19.2)	(20.6)	(20.2)	(25.0)	(9.9)	(-)
女性・「全体」	441	(2.0)	(3.6)	(11.3)	(22.9)	(28.1)	(19.5)	(12.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(0.0)	(3.1)	(12.5)	(28.1)	(15.6)	(28.1)	(12.5)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(0.0)	(7.8)	(8.7)	(23.9)	(27.9)	(22.1)	(9.6)	(-)

進取性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(4.0)	(7.8)	(19.6)	(18.5)	(19.9)	(13.6)	(16.7)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(4.1)	(2.7)	(12.2)	(13.5)	(31.1)	(14.9)	(21.6)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(5.9)	(5.3)	(17.4)	(16.1)	(29.0)	(12.7)	(13.6)	(-)
男性・「全体」	415	(3.1)	(6.0)	(14.7)	(18.1)	(21.7)	(15.2)	(21.2)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(2.4)	(2.4)	(11.9)	(11.9)	(31.0)	(16.7)	(23.8)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(1.5)	(7.6)	(12.2)	(14.0)	(34.3)	(14.4)	(16.0)	(-)
女性・「全体」	441	(4.8)	(9.5)	(24.3)	(18.8)	(18.1)	(12.0)	(12.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(6.3)	(3.1)	(12.5)	(15.6)	(31.3)	(12.5)	(18.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(10.1)	(3.1)	(22.3)	(18.2)	(23.9)	(11.0)	(11.4)	(-)

持久性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(5.7)	(6.3)	(10.5)	(21.5)	(18.5)	(16.6)	(20.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(4.1)	(8.1)	(10.8)	(23.0)	(17.6)	(20.3)	(16.2)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(2.0)	(10.6)	(12.0)	(29.0)	(16.3)	(16.0)	(14.1)	(-)
男性・「全体」	415	(5.3)	(6.0)	(11.8)	(21.2)	(17.8)	(18.3)	(19.5)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(14.3)	(7.1)	(21.4)	(19.0)	(19.0)	(14.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(2.5)	(21.6)	(4.6)	(29.3)	(11.2)	(17.1)	(13.8)	(-)
女性・「全体」	441	(6.1)	(6.6)	(9.3)	(21.8)	(19.0)	(15.0)	(22.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(0.0)	(15.6)	(25.0)	(15.6)	(21.9)	(18.8)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(1.5)	(0.0)	(19.2)	(28.7)	(21.2)	(15.0)	(14.4)	(-)

自己顕示性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(11.1)	(11.9)	(19.6)	(19.9)	(19.2)	(9.8)	(8.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(9.5)	(4.1)	(16.2)	(17.6)	(17.6)	(20.3)	(14.9)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(14.3)	(5.1)	(23.8)	(20.7)	(13.8)	(14.4)	(7.9)	(-)
男性・「全体」	415	(10.4)	(8.7)	(19.3)	(20.2)	(20.0)	(12.0)	(9.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(7.1)	(7.1)	(11.9)	(16.7)	(28.6)	(19.0)	(9.5)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(5.1)	(10.3)	(16.5)	(19.9)	(26.3)	(17.3)	(4.5)	(-)
女性・「全体」	441	(11.8)	(15.0)	(20.0)	(19.5)	(18.4)	(7.7)	(7.7)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(12.5)	(0.0)	(21.9)	(18.8)	(3.1)	(21.9)	(21.9)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(23.3)	(0.0)	(30.7)	(21.5)	(1.7)	(11.6)	(11.2)	(-)

攻撃性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(7.7)	(9.8)	(21.8)	(20.7)	(20.6)	(11.4)	(7.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(8.1)	(1.4)	(21.6)	(21.6)	(24.3)	(9.5)	(13.5)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(11.3)	(2.3)	(29.7)	(16.6)	(21.6)	(8.7)	(9.8)	(-)
男性・「全体」	415	(6.7)	(8.9)	(22.2)	(18.1)	(21.4)	(14.2)	(8.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(7.1)	(0.0)	(14.3)	(23.8)	(23.8)	(16.7)	(14.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(8.3)	(0.0)	(19.3)	(14.5)	(27.6)	(17.6)	(12.6)	(-)
女性・「全体」	441	(8.6)	(10.7)	(21.5)	(23.1)	(19.7)	(8.8)	(7.5)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(9.4)	(3.1)	(31.3)	(18.8)	(25.0)	(0.0)	(12.5)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(14.2)	(4.6)	(39.7)	(18.6)	(15.8)	(0.0)	(7.1)	(-)

非協調性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(16.7)	(22.5)	(23.9)	(20.7)	(10.2)	(4.4)	(1.5)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(17.6)	(16.2)	(21.6)	(28.4)	(9.5)	(6.8)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(22.1)	(17.4)	(21.4)	(24.0)	(8.5)	(6.6)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(14.7)	(21.4)	(21.9)	(21.9)	(12.0)	(5.5)	(2.4)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(14.3)	(21.4)	(9.5)	(33.3)	(11.9)	(9.5)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(16.2)	(21.5)	(8.3)	(29.1)	(14.9)	(10.1)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(18.6)	(23.6)	(25.9)	(19.5)	(8.4)	(3.4)	(0.7)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(21.9)	(9.4)	(37.5)	(21.9)	(6.3)	(3.1)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(27.8)	(13.3)	(34.1)	(19.2)	(2.4)	(3.1)	(-)	(-)

劣等性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(5.8)	(10.2)	(17.6)	(28.3)	(18.8)	(10.4)	(8.9)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(5.4)	(14.9)	(12.2)	(35.1)	(14.9)	(12.2)	(5.4)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(4.3)	(13.2)	(8.5)	(44.6)	(13.4)	(12.2)	(3.8)	(-)
男性・「全体」	415	(7.5)	(9.9)	(19.5)	(26.7)	(17.1)	(9.4)	(9.9)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(9.5)	(11.9)	(38.1)	(19.0)	(9.5)	(7.1)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(3.1)	(11.0)	(6.9)	(50.0)	(15.1)	(8.1)	(5.9)	(-)
女性・「全体」	441	(4.3)	(10.4)	(15.9)	(29.7)	(20.4)	(11.3)	(7.9)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(6.3)	(21.9)	(12.5)	(31.3)	(9.4)	(15.6)	(3.1)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(5.5)	(15.3)	(10.1)	(39.3)	(11.7)	(16.2)	(1.8)	(-)

神経質

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(6.0)	(7.7)	(12.7)	(14.3)	(16.9)	(14.8)	(27.6)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(4.1)	(5.4)	(6.8)	(14.9)	(18.9)	(20.3)	(29.7)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(4.6)	(3.6)	(5.9)	(14.8)	(16.6)	(25.0)	(29.5)	(-)
男性・「全体」	415	(4.8)	(7.0)	(10.4)	(15.4)	(20.0)	(15.4)	(27.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(4.8)	(2.4)	(9.5)	(14.3)	(19.0)	(16.7)	(33.3)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(6.1)	(1.5)	(8.6)	(15.2)	(16.1)	(21.7)	(30.7)	(-)
女性・「全体」	441	(7.0)	(8.4)	(15.0)	(13.2)	(14.1)	(14.3)	(28.1)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(3.1)	(9.4)	(3.1)	(15.6)	(18.8)	(25.0)	(25.0)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(3.2)	(5.5)	(3.3)	(14.5)	(17.0)	(28.2)	(28.4)	(-)

虚構性

	全体	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	無回答
全体・「全体」	856	(45.2)	(21.3)	(18.3)	(9.9)	(3.7)	(1.4)	(0.1)	(-)
全体・「パネル」調整前	74	(41.9)	(23.0)	(18.9)	(9.5)	(5.4)	(1.4)	(-)	(-)
全体・「パネル」調整後	74	(47.9)	(23.1)	(12.9)	(10.6)	(4.7)	(0.8)	(-)	(-)
男性・「全体」	415	(43.9)	(19.0)	(19.5)	(11.1)	(4.8)	(1.7)	(0.0)	(-)
男性・「パネル」調整前	42	(40.5)	(23.8)	(21.4)	(9.5)	(4.8)	(0.0)	(-)	(-)
男性・「パネル」調整後	36	(52.7)	(21.2)	(12.1)	(11.2)	(2.8)	(0.0)	(-)	(-)
女性・「全体」	441	(46.5)	(23.4)	(17.2)	(8.8)	(2.7)	(1.1)	(0.2)	(-)
女性・「パネル」調整前	32	(43.8)	(21.9)	(15.6)	(9.4)	(6.3)	(3.1)	(-)	(-)
女性・「パネル」調整後	38	(43.3)	(25.0)	(13.7)	(10.0)	(6.6)	(1.5)	(-)	(-)