

インターネット利用の不安感と社会調査への回答

吉村 治正*・正司 哲朗*・島本 太香子*

A Fear of the Internet and Survey Participation

Harumasa YOSHIMURA, Tetsuo SHOJI and Takako SHIMAMOTO

要 旨

近年急増しているウェブ調査だが、回答率という点でいえばウェブ調査はきわめて効率が悪い。さらには、旧来的な社会調査（郵送法）でウェブによる回答をオプションとして与えると、最終的な回答率は向上せずむしろ低下するという奇妙な現象が報告されている。本稿では、インターネット利用の不安感がこうした現象を引き起こすという仮説を立て、これを検証した。その結果、ウェブによる回答を選択した人と郵送による回答を選択した人とは、インターネット利用の不安感に有意な差が見られることが明らかになった。だが「インターネットでの回答」という文言を提示したことで調査対象者の猜疑心を招き回答率が低下するという現象はみられなかった。

キーワード：ウェブ回答、社会的交換理論、インターネット利用の不安、意欲喪失理論

I 問題の所在

近年、学術研究でもインターネットによる社会調査、いわゆるウェブ調査の利用が急速に進んでいる。2010年には全米世論調査協会（AAPOR）が旧来型の電話調査（RDD）からウェブ調査への移行を提唱し（Baker et al. 2010）、20年には日本学術会議社会学委員会もウェブ調査を学術研究に活用することを推奨している（日本学術会議社会学委員会 2020）。旧来的な社会調査法が、歯止めのかからない回答率の低下、標本抽出台帳の利用制限と網羅率の低下など、そのデータの正確さの根本を揺るがす事態に直面している現状では、ウェブ調査への移行は不可避である。このような状況で社会調査を研究する者につきつけられている喫緊の課題は、ウェブ調査でいかにデータの「質」を確保するか、より正確で精度の高い情報をいかに取得するかといったことである。だが、社会調査法としてのウェブ調査については、まだまだ分かっていないことが多い。

ウェブ調査の基本的特性として、旧来の調査法に比べて回答率（回収率）が低いという問題がある（Kaplowitz et al. 2004; Shih & Fan 2007; Manfreda et al. 2008; 石田他 2009; 小久保他 2014; 萩原

他 2018a,b)¹⁾。つまり基本的にウェブ調査は効率の悪い調査法である。しかも、ここには奇妙な現象が見られる。すなわち、旧来的な方法、特に郵送法で社会調査を行う時にウェブでの回答をオプションとして与えると、回答率はほとんど向上せず、むしろ低下する傾向がある (Best & Krueger 2004; Tourangeau et al. 2013)。これはかなり早期から指摘されており、たとえばグリフィンらは、郵送調査の対象者を二つに分け、一つのグループには郵送での回答を、もう一つのグループには郵送とウェブのどちらかでの回答を求める実験的調査を 2001 年に行っている (Griffin et al. 2001)。その結果、郵送だけで回答を求めたグループの回答率は 43.6%、ところが郵送にウェブでの回答をオプションで加えたグループの回答率は 37.8%にしかならなかった。この、一般的な予想に反する結果については、その後も何度か検証が行われている (Brogger et al. 2007; Miller & Dillman 2011) が、そのいずれにおいても、ウェブでの回答をオプションとして与えると回答率は低下するという結果が出ている。近年、日本でもこうした「郵便でもウェブでも好きな方法で回答してください」という方法を採用している例が、特に自治体などの行う意識調査で見られるが、この一見回答者の便宜を図ったように見える方法は、これらの既存研究の示唆するところによれば、回答率向上という点ではほとんど効果が期待できないということになる。

II ウェブ回答という選択肢の影響

回答の選択肢を多く与えることで逆に回答率が低下するという、この奇妙な現象がなぜ起こるのか、はっきりとした理由はわかっていない (Tourangeau et al. 2013; Couper 2017)。今の時点で可能性として指摘されているのが、アイエンガーの提唱する「意欲喪失 (demotivation) 理論」である (Iyengar & Lepper 2000)。アイエンガーによれば、人間は与えられた選択肢の数が多くなり合理的な予測が難しくなると、単純なヒューリスティックに依存して意思決定する傾向があるという。わかりやすいえば、複数の選択肢を与えられると、その選択肢のどれを選ぶかで迷ってしまい、選択することへの動機づけを低下させ、その結果、選択しないという行動をとりがちになる。この考え方に従えば、社会調査に郵送で回答する場合にとりえる選択肢は 1 つしかないが、ウェブか郵送かという選択肢を与えられると、この 2 つの選択肢のどちらを選ぶかで悩む。そして悩み疲れた結果、選択肢を選ばない (回答しない) という行動をとる、ということになる。

一般論としてみれば、選択肢が多すぎて考えるのが面倒になるというのは、十分に納得し得る話である。だが、これが社会調査への回答という場面で適用されるかということ、疑問が生じる。つまり、ウェブでの回答という選択肢が加わることで、人はそれほど迷い悩むものだろうか。アイエンガーがとりあげている事例を見ると、ほぼ同じ内容の選択肢がとにかく多く設定されている (6 種類のジャムから選ばせる場合と 24 種類のジャムから選ばせる場合の比較、大学生に 6 種類のトピックからレポート課題を選ばせる場合と 30 種類のトピックから選ばせる場合の比較など)。ところが社会調査への回答の場合は、選択肢は 2 つしかない。ウェブで答えても郵送で答えても回答に要する労力がさほど変わるわけでもないし、ウェブで答えると郵送で答えるよりもいいことが起こるといってもいい。ウェブで回答するか郵送で回答するかで、それほど悩むものだろうか。意欲喪失理論の意義は認めるが、それを社会調査の回答という場面に適用する

ことが有効とは思えない。

筆者らは、意欲喪失理論に代わり社会的交換理論によってこの現象を説明できるのではないかと考える。人は、社会調査への協力を依頼されたときに回答するか拒否するかを決める。この意思決定がどのように行われているか、つまり非回答の理論については、吉村が①機会費用理論②社会的交換理論③社会的孤立理論④パーソナリティ理論⑤天秤理論の5つに分けてまとめている(吉村 2017)。このうち社会的孤立理論とパーソナリティ理論は、個々人が回答する確率(回答傾向; response propensity)を固定的とみなすため、同じ母集団であっても調査の方法を変えると回答率が変動するという現象を説明できない。天秤理論は調査員と回答者の対面コミュニケーションにより回答・非回答が決まるとするため、調査員を介さない郵送法やウェブ調査には適用できない。

残る2つのうち機会費用理論は、回答に要するコストと回答することで得られるベネフィットのバランスによって回答・非回答が決まると考える。回答することで得られるベネフィットが回答に要するコストを上回れば回答し、コストの方が大きいと判断すれば非回答となる。ウェブ回答をオプションで加えることで回答率が向上すると期待するのは、この機会費用理論に基づいている。つまり、郵送で回答する場合、記入した調査票を封筒に入れ封をして郵便ポストに投函しなければならない。ところが、ウェブで回答するのであれば、手元にパソコンさえあれば、わざわざ郵便ポストを探しに出かけなくても自宅から回答を送信すればよい。深夜でも週末でも回答できる。つまり回答に要するコストが低くなり、そのために回答率が上がる、というわけである。ところが、上述のとおり、実際にはウェブでの回答をオプションで与えても回答率は上がらない。つまり機会費用理論では適切に理解できない。

最後の、非回答に関する社会的交換理論は、アメリカの社会学者デイルマンが提唱した(Dillman 1978)。郵送法の回答率について、調査対象者に謝礼を提供することで回答率は上がるが、では謝礼の額を増やしていけば回答率はさらに上がっていくかということ、必ずしもそうはならない。これは古くから知られていた現象であり、デイルマンはここで機会費用理論への疑問を抱いた。そして、社会調査の回答は、経済的なコスト・ベネフィットのバランスというよりも、もっと抽象的で社会的な要因、たとえば社会的評価や承認、信頼感などといった要因によって決まるのではないかと考えた。デイルマンによれば、調査対象に選ばれた個人にとって、社会調査への協力などは迷惑なことではしかない。それでも回答しようと思うのは、回答することで社会的な期待に応えたという充足感が得られる、協力することで社会がよくなるという道徳的な期待を抱いている、そして調査を依頼してきた調査者が示した敬意への反応、などといった理由によるという。したがって回答率を高めるために必要なのは、ビジネスライクな損得の関係ではなく、社会的に承認された信頼関係として協力が求められているという印象を調査対象者に認識させることであるという。

筆者らは、ここに上述の問題、つまり郵送調査でウェブ回答のオプションを与えることで回答率が逆に下がるという現象を読み解く鍵があると考え。すなわち、ウェブでの回答をオプションとして提示することで、調査対象者に多少とも調査者に対する疑問を抱かせるような印象を与えることになり、それが回答率の低下をもたらすのではないかということである。

III 仮説

インターネットの普及は急速に進み、今や高齢者を含めても成人人口のインターネット普及率は80%に達している（総務省 2019）。だが同時に、インターネットに対して不安を抱く人の割合も増加を続けている。内閣府の「インターネット上の安全・安心に関する世論調査」によれば、インターネット利用に不安を感じる人（「不安がある」・「どちらかといえば不安がある」の合計）の割合は2007年では45.4%だが、2015年の時点では56.4%となっている（内閣府 2007; 2015）。しかも、これはインターネットを利用する人も利用しない人も含んだ数値である。つまりインターネットに不安を感じながら利用している人は多い。これはなんら不思議なことではない。今や、私たちの生活は少なからぬ部分でインターネットに依存している。と同時に、インターネット上での不合法もしくは逸脱的な活動、例えばハッキング、クレジットカード情報漏洩、架空請求、ネット詐欺、炎上、不法画像の流通、誹謗中傷などは、ごく日常的に目に入る。有名な企業や銀行、公的機関を装った巧妙な詐欺メールが、セキュリティシステムやスパムフィルターを簡単にすり抜けて毎日何十通と送りつけられるのが普通となってしまった。こうした状況では、社会調査の調査者からの依頼状に「インターネットからでも回答できます」という文言を見つけて、そこにネット詐欺の存在を想起するというのは、起こりうる事態であろう。

社会調査の対象となる個々人は、インターネット利用に不安を感じている人も感じない人もいる。これが今、図1のように分布していると仮定する²⁾。郵送による回答の場合、インターネット利用の不安と社会調査への回答傾向の間に直接的な相関がないと仮定すれば、回答者の分布も同じような曲線を描くと予想される。だが、ここで「ウェブによる回答」と「郵送による回答」という二つの選択肢が与えられた時、インターネット利用の不安が低い人はウェブによる回答を、不安が高い人はたとえインターネットを利用していても郵送による回答を選択すると考えられる。したがって、選択肢が与えられた場合は、ウェブ回答者と郵送回答者とで不安度の分布が異なる、つまり両極化すると予想される（図2）。さらに、不安度の高い人の中には「インターネットでの回答」という文言を見ることで、これが社会調査を装った新手のネット詐欺ではないかと疑いをもつ人が出てくる。すると、この疑いをもった時点で、ウェブ回答・郵送回答を問わず回答そのものをやめ調査票を廃棄するかもしれない。その結果、不安度のもっとも高い人たちから

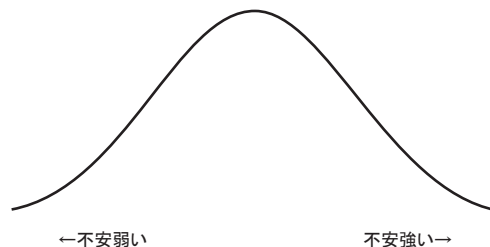


図1 インターネット利用の不安と調査対象者の分布（モデル）

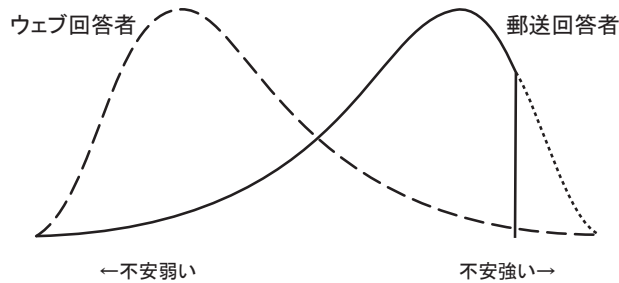


図2 ウェブ回答選択肢を与えた時の回答者の分布（モデル）

の回答が減少する。これらの人たちはウェブ回答という選択肢が与えられていなければ回答してきただけであり（繰り返すが、インターネット利用の不安度と郵送調査への回答傾向とは無相関と仮定する）、選択肢を与えることでこれらの人々が回答者から抜け落ち、その結果として全体の回答率が低下することになる。これが本稿で検証する仮説である。

IV データおよび検証結果

筆者らは、2020年10月に奈良市で地域調査を行った。この調査は、ひとつには内閣府の行っている世論調査の検証を、もう一つにはコロナ禍の日常生活への影響の測定を目的としたもので、調査対象者を18歳以上75歳以下の日本人として、同市の住民基本台帳より無作為に標本抽出を行った。抽出件数は1022件、これを年齢と性別という点でできるだけ均等になるように、なおかつできる限り無作為に、2つのサブサンプルに分けた。そして第一のサブサンプル（509件：以下、「選択肢なし」と表記する）には郵送での回答を、第二のサブサンプル（513件：「選択肢あり」）には郵送もしくはウェブでの回答を依頼した。なお、両サブサンプルともに、調査対象者への協力の依頼は郵送で行っている。これは住民基本台帳から調査対象者を抽出しているため、電子メールによる接触が不可能だからである。依頼状には拒否連絡用のハガキを同封し、この拒否連絡の到着を見計らって郵送用調査票を送付した。この時に、選択肢ありにはウェブ回答用のURLとそのQRコード、そして不正アクセス防止用のパスワードを記載した用紙を同封した。なお、調査票を送付した封筒には、謝礼として500円相当のクオカードを同封してある。つまり謝礼は「前渡し」である。

依頼状および調査票があて先不明として返送されたのが19件、拒否の連絡が131件、その他白紙回答が1件となった。回答件数は、総合計で603件となった。（ただし、このうち1件は回答者の年齢上限超過のため無効回答とした）。つまり対象者に調査票が届いたと予想されるのが1003件、このうち拒否も含め対象者からの何らかのコンタクトがあったのが735件（73.3%）となった。そして最終的な有効回答率は58.9%となった。

この調査で得られた結果は、筆者らにとって意外なものであった。まず、有効回答率を選択肢

表1 選択肢ありの回答者のうちウェブ回答の割合

年齢	%
-25	26.9
26-35	48.6
36-45	44.4
46-55	27.9
56-65	22.2
66-75	12.3

なしと選択肢ありで比較すると、選択肢なしが58.7% (299/509)、選択肢ありが59.1% (303/513) となった。つまり回答の選択肢を与えた場合と与えない場合とで、回答率が全く同じになった。海外の先行研究のようにウェブ回答をオプションとして与えると回答率が低下するという現象は観察されなかったが、一般的に予想されているようなウェブ回答を認めることで回答率が上がるということも見られない。

次に驚かされたのが、ウェブ回答の少なさである。選択肢ありの回答総数302件のうち、ウェブ回答は87件。わずか28.8%に過ぎない。つまりこれだけインターネット利用が普及しても、回答者は旧来的な郵送による回答を好んでいるのである。しかも、これを単純に回答者の年齢に帰することもできない。高齢になるとウェブ回答の割合は確かに低下する(表1)。だが、若年者(18歳から25歳)でもウェブ回答は26.9%に過ぎない。この調査ではウェブ回答がパソコンよりもスマートフォンからなされると予想し、回答画面もスマートフォンを想定して設計してある。今の20歳代でスマートフォンを使わない人は、きわめて稀だろう。にもかかわらず、この世代の回答者は3/4が郵送回答なのである。これは、デジタル・リテラシーが高い低いという問題とは別の理由でウェブ回答という選択がなされていることを意味している。

インターネット利用の不安感については、「インターネットを利用してトラブルにあうのではと不安になりますか」という質問項目への回答を「不安がある」「どちらかという不安がある」「どちらかという不安はない」「不安はない」という4つから選択するように求めた。この回答分布が図3になる。ウェブ回答者、郵送回答者ともに、分布の形状は非常に似通っており、「どちらかといえば不安がある」(ウェブ回答者で51.8%、郵送回答者で45.1%)がもっとも多い。ただし、「不安はない」(ウェブ回答者の8.2%、郵送回答者の3.3%)「どちらかという不安はない」(ウェブ回答者の24.7%、郵送回答者の21.4%)というカテゴリーを選択した割合は、わずかではあるがウェブ回答者が郵送回答者を上回っており、反対に「不安がある」とした割合はウェブ回答者の15.3%に対して郵送回答者の30.2%と、はっきりと郵送回答者の方が不安感が強い結果が出ている。(「不安がある」を選択した割合についての比率の差の検定結果は、 $z = 2.61$ 、 $p < 0.01$)。なお、これをもう1つのサブサンプル、つまり郵送回答のみをオファーしたサブサンプルの分布と重ねてみると、どのカテゴリーについてもウェブ回答者と郵送回答者の中間に選択肢なしが位置している。すなわち、仮説のとおり分極化がみてとれる。

さらにウェブ回答をオプションとして与えることでインターネット利用への不安感の高い調

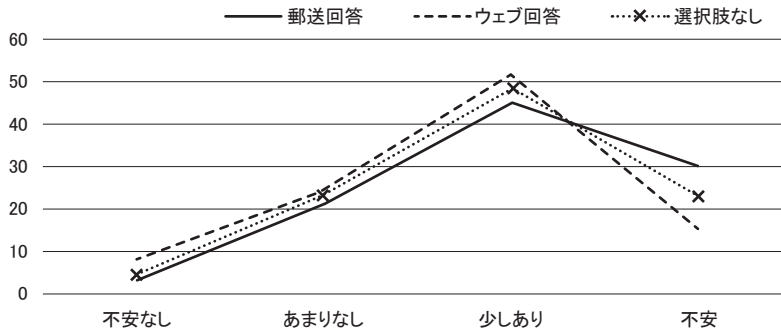


図3 回答方法ごとのインターネット利用の不安感の分布 (%)

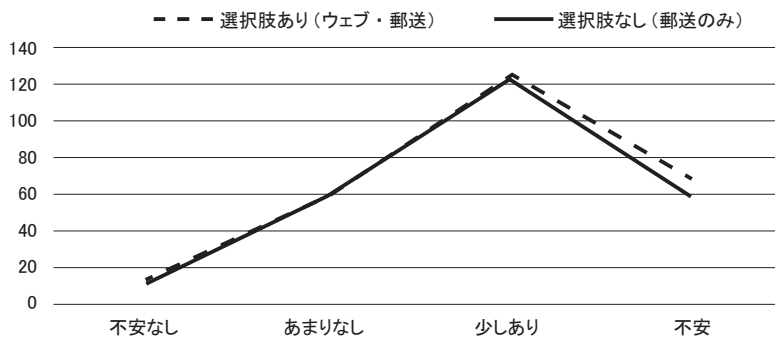


図4 回答に選択肢を与えた場合と与えない場合の回答件数の分布

査対象者が猜疑心を抱くという仮説について、2つのサブサンプルを比較してみると、いずれの回答カテゴリについても驚くほど合致した回答件数を示しており、ウェブ回答という選択肢を与えても与えなくても全く差が現れていない(図4)。わずかに選択肢ありのサブサンプルの方が「不安がある」というカテゴリの件数が多いが、これは標本誤差の範囲に収まる($z = -0.60$, $p > 0.1$)。つまり、この仮説は支持されない結果となった。

V 考察

社会調査への回答をウェブで受け付ければ、答える側にとっては便利なのだから協力してくれる人が増えるだろうと予想している人は多い。だが実際には、ウェブ回答をオプションとして与えることの効用はほとんどない。むしろ予想とは逆の結果、つまり最終的な回答率の低下という現象が発生することが多数報告されている。これは、社会調査への回答が「不便・手間がかかる」といった他にも様々な要因によって規定されていることを意味している。

本稿では、この要因の1つとしてインターネット利用の不安感があると考えた。検証の結果、

表2 ネット上のリスク認知*、回答形式ごと (%)

	郵送回答者	ウェブ回答者
個人情報の流出	82.5	80.0
ネット詐欺にあう	50.5	57.1
子供や家族が危険な目に遭う	43.3	42.9
SNS やブログでの誹謗中傷	25.8	22.9
自分が加害者に	16.5	11.4
何となく不安 [†]	29.9	5.7

* 個別の項目にたいして「不安に思う」と回答した人の割合。

[†] $\alpha = 0.05$ で有意、なお Bonferroni correction を施したため、個別には $0.05/6 = 0.008$ で判定してある。

その仮説の一部は支持され、一部は支持されなかった。支持されたのは、郵送回答かウェブ回答かという選択肢を与えられると、インターネットへの不安の高い人は郵送回答に、不安の低い人はウェブ回答にと、回答者が分極化するという部分である。だが、たしかに分極化の様子は観察できるものの、実際には2つの分布曲線はかなり近接している。つまり分極化はあるが、非常に弱い。他方、支持されなかったのは、インターネット利用への不安度の高い人は、「インターネットでの回答」という文言を見た時点で調査者への警戒を抱き回答を拒否するという部分である。ウェブか郵送かという選択肢を与えても与えなくても、不安度の高い人からの回答件数は変わらなかった。

この支持されなかった仮説の部分については、不安度を測定する項目の精度不足が指摘できる。この調査では、インターネット利用への不安度は4点法の質問1つで測定している。不安と答えた人の中にも不安の強弱の差があるはずで、そのうちの強い不安をきちんと測定できていない。調査を設計した自身として、この方法はあまりにも大雑把だったと反省しており、今後改善を早急に図りたい。

他方、支持された部分についても、検討すべき課題は少なくない。インターネットへの不安が回答者の分極化をもたらすのであれば、具体的にどのような脅威あるいは問題に対して不安を感じるかが次の論点となる。この調査では、内閣府世論調査に準じて、具体的な不安の内容を問う項目が設定されている。「個人情報が流出する」「詐欺などにあつて金品をとられる」「子供や家族が危険な目に遭う」「SNS やブログで誹謗中傷を受ける」「自分が加害者になる可能性がある」「なんとなく不安」という6項目について、該当する項目を選択させる、いわゆる複数回答 (M.A.) なのだが、この各項目の選択率をウェブ回答者と郵送回答者で比較すると (表2)、奇妙なことに6項目中5項目で有意な差が存在しない。唯一の差が見られるのが「なんとなく不安」という項目である。つまり郵送回答者はインターネット利用に不安を感じているが、具体的な脅威あるいは特定の問題に脅威を感じているわけではなく、ただ「なんとなく不安」だからウェブ回答を回避しているということになる。これは、今後の研究に大きな課題を突きつける結果である。つまり具体的な不安の内容が分かれば調査の実施の仕方を改善することもできるし、得られたデー

タの補正の方向も見えてくる。だが、不安に対する原因を回答者自身が認知できていないとなると、その回答行動を予測するのは著しく困難になる。

今日の社会情勢において、もはや旧来の社会調査法に依拠することができないこと、そしてそれ故にウェブ調査への移行が不可避であることは、誰の目にも明らかである。だが、ウェブ調査への移行に否定的な意見を表す研究者も多い。それはなによりも、ウェブ調査のデータの質が理論的あるいは経験的にいかに担保されているかが全くわからないという理由による。したがって、こうした問題点や課題を丹念に探し出し、それを解析し理論づけ、そしてその修正あるいは解決を一つ一つ進めていきながら、ウェブ調査へ移行していく必要がある。これを怠るとデータの質の低下に直面する、正確にはデータの質が下がっていることに気づかないという危機的状況に遭遇することになる。反対に、こうした地道な作業を通じてデータの質の向上が、たとえわずかでももたらされるとすれば、そこに社会科学のさらなる発展が期待できる。そのわずかな期待を糧に、さらなる研究へと進んでいきたい。

謝辞

本研究は JSPS 科研費 18H00940 の助成を受けて行われた。

注

- 1) 一般的なウェブ調査は専門の調査事業者に委託して行う。ウェブ調査事業者は、事前に「登録モニター」として自社でプールした個人々人を対象に回答を依頼する。これは英語圏で *opt-in panel survey* と呼ばれる方法で、世界的にもウェブ調査の主流となっているが、この方法は標本抽出を行わない。それ故、回答率という概念が成立せず、当然ながらそれを公表することもない（標本の代表性を示す指標が存在しないため、そのうちどれぐらいの割合が回答したかを計算することに意味がない）。ウェブ調査の回答率に言及されることがほとんどないのは、この理由による。だが、なかには学術的・科学的関心から確率標本抽出にしたがったウェブ調査を行うこともあり、本文中で引用した先行研究は全てこの確率抽出した標本からの回答率を算出している。
- 2) 実際にインターネットへの不安度の分布が図のような正規分布になるという理論的根拠は存在しない。評定法では「どちらかというと」・「やや」・「少し」といった、中間に近いニュアンスのある選択肢を選ぶ人が多くなる一般的傾向はあるとはいえ、項目によっては両極に分化することも珍しくない。ここではあくまでもイメージをつかむことを目的としており、想定している分布の形状によって分析結果に影響が現れるということになれば、それは今後の検討課題となる。

文献一覧

- Baker, Reg, Stephen J. Blumberg, J. Michael Brick, Mick P. Couper, Melanie Courtright, J. Michael Dennis, Don Dillman, Martin R. Frankel, Philip Garland, Robert M Groves, Courtney Kennedy, Jon Krosnick & Paul J. Lavrakas. (2010) AAPOR Report on Online Panels. *Public Opinion Quarterly*, 74 (4) : 711-781.
- Best, Samuel J. & Brian S. Krueger. (2004) *Internet Data Collection*. SAGE.
- Brogger, Jan, Wenche Nystad, Inger Cappelen & Per Bakke. (2007) No Increase in Response Rate by Adding a Web

- Response Option to a Postal Population Survey: A Randomized Trial. *Journal of Medical Internet Research*, 9 (5) : e40.
- Couper, Mick P. (2017) New Developments in Survey Data Collection. *Annual Review of Sociology*, 43:121-45.
- Dillman, D. (1978) *Mail and Telephone Surveys: The Total Design Method*. John-Wiley & Sons.
- Griffin, Deborah H., Donald Fischer & Michael T. Morgan. (2001) Testing an Internet Response Option for the American Community Survey. Paper presented at the American Association for Public Opinion Research, Montreal, Canada.
- Iyengar, Sheena S. & Mark R. Lepper. (2000) When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of Good Thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (6) : 995-1006.
- Kaplowitz, Michael D., Timothy D. Hadlock & Ralph Levine. (2004) A Comparison of Web and Mail Survey Response Rates. *Public Opinion Quarterly*, 68 (1) : 94-101.
- Manfreda, Katja Lozar., Michael Bosnjak, Jernej Berzelak, Iris Haas & Vasja Vehovar. (2008) Web Surveys Versus Other Survey Modes: A Meta-Analysis Comparing Response Rates. *International Journal of Market Research*, 50 (1) :79-104.
- Miller, Morgan, M. & Don A. Dillman. (2011) Improving Response to Web and Mixed-mode Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 75 (2) : 249-269.
- Shih, Tse-Hua & Xitao Fan. (2007) Response Rates and Mode Preferences in Web-Mail Mixed-Mode Surveys: A Meta-Analysis. *International Journal of Internet Science*, 2 (1) : 59-82.
- Tourangeau, Roger, Fredrick G. Conrad & Mick Couper. (2013) *The Science of Web Surveys*. Oxford University Press.
- 石田浩・佐藤香・佐藤博樹・豊田義博・萩原牧子・萩原雅之・本田則恵・前田幸男・三輪哲 (2009) 『信頼できるインターネット調査法の確立に向けて』, SSJDA-42, 東京大学社会科学研究所
- 小久保温・澁谷泰秀・吉村治正・渡部諭 (2014) 社会調査における郵送とマルチ・デバイス Web アプリケーションの比較, 『青森大学付属総合研究所紀要』, 15 (1) : 6-10.
- 総務省 (2019) 『令和元年版情報通信白書』,
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/index.html>
- 内閣府大臣官房政府広報室 (2007) 『インターネット上の安全・安心に関する世論調査』,
<https://survey.gov-online.go.jp/h19/h19-inter/index.html>
- 内閣府大臣官房政府広報室 (2015) 『インターネット上の安全・安心に関する世論調査』,
<https://survey.gov-online.go.jp/h27/h27-net/index.html>
- 日本学術会議社会科学委員会 Web 調査の課題に関する検討分科会 (2020) 『提言 Web 調査の有効な学術的活用を目指して』.
- 萩原潤治・村田ひろこ・吉藤昌代・広川裕 (2018a) 住民基本台帳からの無作為抽出による WEB 世論調査の検証①, 『放送研究と調査』, June 2018: 24-47.
- 萩原潤治・村田ひろこ・吉藤昌代・広川裕 (2018b) 住民基本台帳からの無作為抽出による WEB 世論調査の検証②, 『放送研究と調査』, September 2018: 48-79.
- 吉村治正 (2017) 『社会調査における非標本誤差』, 東信堂

Abstract

Adding an option to respond via the web lowers mail survey response rate, which is a fact known among surveyors. This paper examines this seemingly bizarre phenomenon, anticipating that the web response option may make those who feel insecure of the internet suspicious toward researchers. Our first hypothesis is that the fear of the internet will polarize survey subjects; those who feel less fear of the internet will respond via the web, whereas persons having more fear would prefer mail return. Furthermore, our second hypothesis, people with strong fear may cease response, getting nervous when they find the expression “You can respond through the internet.” A community survey result supports our first hypothesis; mail returners have more fear of the internet, whether they use the internet or not, than web respondents. However, the withdrawal from response among highly anxious subjects when they are given an option to respond via the web is not observed. That is, the fear of the internet affects the response behavior of survey subjects, but its influence is relatively small.

Keywords: web response, social exchange theory, a fear of the internet, demotivation