調査とアンケート

調査にはさまざまな方法がある。それを大きく分ければ、理論を実際にあてはめることにより事実を統一的に説明するタイプと、事実を積み上げてその中から統一的な説明つまり理論を組み立てるタイプ、との二つがあるといわれている。

第一次産業の協同組合の組織・事業や組合金融の分野を中心に担当している当部では、主につぎのような方法をとっている。まず、あるテーマについてこれまでにどのようにいわれているかを確認し、それが今どのようなものであるかを知るための実態を把握し、新たな動きやその背景を明らかにするためのさまざまな分析を行う。

このうち、実態を把握するために行っている調査手法のひとつにアンケートがある。アンケート調査は、各種の世論調査をはじめ、実にさまざまな分野・目的で利用されている。その実施手順は、テーマの設定とそれについての仮説づくり、調査票の設計、配布・回収、集計・分析、そして報告書の作成が通常である。

このような誰でも知っている方法であるが、実際に行ってみるとかなり難しい手法である。意図的に結果を誘導することをねらうのであれば、それなりの設計が可能である。しかし、事実を明らかにすることを目的とする場合には、こうではないかという仮説の設定がまず難しい。というのは、ある程度の蓄積がなければ仮説の想定すらできないからである。また、集計・分析、そして結果の読み取りにはある程度の統計知識が必要であり、結果を表やグラフの形に取りまとめることについても一定のルールがある。

ところで、アンケートの実施で予測がつきにくいのは、どの程度回収できるか、つまりどの程度協力を得られるかである。一般に、不特定多数を対象にするアンケート調査の場合には配布数の20%回収でよしとされ、現に当総研が行っている地域住民アンケートの回収率は20~40%である。その一方で、農協、漁協そして森林組合にお願いして実施している調査では、ほぼ100%である。このような回収率の高さは組織に支えられていることによって初めて可能になる。その意味でこれは一つの組織力効果の現れと考えることもできる。このように回収が確保されているアンケート調査であるだけに、その設計や集計・分析にエネルギーを注ぎ込むことができる。

アンケートは、とかく一方的なもの、つまり実施する側が情報を得るだけとみられがちである。しかし、必ずしもそうではない。というのは、アンケートに回答する際には必ず設問を読むのであり、それを通じて設問の背後にある問題意識がある程度は伝わるはずである。その意味でアンケートは双方向であるともいえ、当総研と組合の方々との接点としての役割をも担っている。

本号では、ご協力いただいている組合の方々に感謝しつつ、これまで分散して掲載、報告していた三つの定例アンケート調査、「農協信用事業動向調査」「漁協信用事業アンケート調査」「森林組合アンケート」を特集した。系統内の方々はもちろんのこと、系統に関心をもつ方々にも、少しでも正確な姿がお伝えできれば幸いである。