

調査の現場から

郵送調査の回収率の決め手とその優位性

僧 都 儀 尚 (北海道新聞情報研究所企画調査センター次長)

北海道新聞社（以下、道新）は、政権交代後の2009年10月に初めて郵送調査を行った。この調査は衆院選前後の政治や社会のあり方に対する道民意識を調べることを目的に、北海道大学大学院法学研究科（山口二郎教授・宮本太郎教授）と合同で実施し、結果は年末に見開き2ページで掲載された（掲載日：2009年12月23日）。

調査は道内の有権者男女2,000人を対象に行い、1,346人から回答を得て有効回収率は67%（返却率：68%）だった。対象者は選挙人名簿から層化二段無作為抽出法で抽出し、10月29日に質問票を発送。回答は郵送とインターネットで受け付け、12月10日までに届いたものを有効とした。質問数は74問（属性含む）で、回答者には500円の図書カードを送った。

ここでは郵送調査の運用面での取り組み方を検証し、高回収率の要因を探る。また、性別や年代別、職業層の回収率から、同調査の優位性についても考えてみる。

1 他紙も追随

新聞社の中で郵送調査の先駆けは、朝日新聞社（以下、朝日）である。同社が低いと目されていた郵送調査の回収率を8割近くに飛躍的に高めたことで、最近では他紙も追随する動きをみせている。把握しているだけでも、ここ数年の間に神奈川新聞社は神奈川大学と、読売新聞社（以下、読売）は関西大学と、中日新聞社（以下、中日）は静岡大学と連携して郵送調査を実施している。特に中日は初回ながら、77%（返却率：78%）と高回収率をマークしている（表1）。

道新が郵送調査に着手した背景には、①質問を多くできる、②難解な質問も設定できる、③選挙人名簿から対象者を抽出することである層から回答が得られる、というメリットがあるからで、他社も似たような理由だと思われる。

表1 新聞社の主な郵送調査実施例

実施年	新聞社名	対象・サンプル数	有効回収率 (%)	連携先	紙面掲載日
2009年	北海道新聞社	北海道内 2,000人	67	北海道大学	2009年12月23日
2010年	神奈川新聞社	横浜市内 1,000人	39	神奈川大学	2010年6月21日
2010年	読売新聞社	大阪府内 2,000人	64	関西大学	2010年12月4日
2011年	中日新聞社	静岡県内 2,000人	77	静岡大学	2011年4月28日

注) 朝日新聞は対象外。

2 面接、電話調査の問題点

1980年代までは、調査員が選挙人名簿から抽出した対象者宅を訪ねて回答を得る面接調査が主流だった。マスコミの中では現在でも、読売や共同通信社（以下、共同）などが定期的に行っている。しかし、この手法は準備期間に数カ月を要するうえ、多くの調査員を必要とすることから費用が割高になってしまう。それに追い打ちをかけているのが社会情勢と住環境の変化。プライバシーを盾に調査員の訪問を拒否する対象者が多くなり、集合住宅のオートロック化で調査員が立ち入ることさえできなくなっている。最近では回収率が5～6割と低迷し、1978年から30年以上に渡り6割以上を維持してきた読売でも2006年に6割を切った（崔田，2008）。こうした理由から、面接調査に対するマスコミの見方は、費用対効果が低いというのが一般的である。

面接調査に代わって1990年代から登場したのが電話調査である。この手法だと、対象者は電話で気軽に答えることができるし、実査がスピーディーでローコストという利点からマスコミで急速に広まり、今では主流になっている（谷口，2006）。

とりわけ準備期間の大幅な短縮化で、突発性の事件や出来事にも対応できるようになり、調査報道のスタイルは大きく変わった。今では、内閣発足日からわずか2日後の朝刊には内閣支持率が掲載されるようになっている。

しかし、RDD（Random Digit Dialing）法の電話調査は若年層、とりわけ20代の回収率が極めて低い。調査結果は地域の縮図になるように性・年代別でウェイト処理を施すが、道新では20代の意見を約4倍に膨らませて

いるのが実態である。また、携帯電話しか持っていない人は対象外という構造的な欠陥がある。質問数は10数問程度に限られ、難しい質問はできない、という制約も伴う。

3 なぜ郵送調査か

そこで、注目され始めているのが「第3の選択肢」の郵送調査である（林，2010）。この手法は面接調査並みに手間と時間を要する。市町村数が179と全国一の北海道の場合、選挙人名簿閲覧に関する選挙管理委員会への諸手続きや抽出作業、対象者のデータベース化などで約2カ月を費やし、回収・集計期間を含めると全行程で4カ月近くを要する。だが、ほかの調査にはない利点としては、対象者は回答時に調査員やオペレーターなど第三者を介す必要がなく煩わしさが少ないことや、郵送なので対象者への到達率も高いことが指摘できる。

郵送調査は面接調査より質問を増やせ、しかも割安で、適切な手段を踏めば高回収率が望める。社会調査法のテキストの中には、郵送調査は「質問数が限られる」と指摘しているものもあるが（林，2006：13，表3）、決してそうではない。道新が最後に実施した面接調査は1995年4月の政治世論調査（道内1,000人対象）だが、質問数は25問（属性含む）で、回収率は70%だった。今回の質問数はその3倍近くもあるが、回収率は67%と遜色がない。さらに、中日の質問数は102問（属性を含む）と道新よりはるかに多いものの、高回収率である。

また、郵送調査は電話調査に比べ割高だが、質問を格段に増やすことができるので、大学などほかの機関との連携がしやすく、それは厚みのある紙面づくりにつながる。郵送調査

の運用方法を確立することは、新聞社にとって、調査テーマや内容に応じて最適な手法を使い分けるための新たな選択肢を増やすことになり、最終的にはより良い紙面に結び付くのである。

4 回収率の決め手

郵送調査の詳細な運用方法については、元朝日新聞社世論調査センターの松田映二氏が各種学会、論文を通じて広く周知されている。筆者も「郵送調査の効用と可能性」(松田, 2008)で方法論を学び、同氏に直接取材して実施にこぎ着けた。

道新の回収率は67%だが、朝日は77~79%とコンスタントに8割近くを維持している。中日も調査期間中に東日本大震災があり、静岡東部地震に見舞われたものの77%と高い。こうした回収率の差はどこに起因しているのか。ここでは両紙と比較し、問題点を整理しながら、郵送調査の運用面で何が重要なのかを示す。

まず、調査のテーマは誰にでも分かりやすく、柔らかい印象を与えるように「あなたが考える今の政治と社会」とした。依頼はがきの文面も堅苦しい文言は避け、文章も短くして「読んでもらえる」ように配慮した。また、

印象度と信頼度を高めるため、はがきの表紙には調査主体者の名称とともに、道新のキャラクターマスコット「ぶんちゃん」と北大の校章を印刷した。この後に送る往信用封筒や督促はがきにも同様な印刷を施した(論文末の資料参照)。

宛名は費用がかかるが印刷にした。これは筆者の個人的見解でもあるが、年賀はがきに代表されるように住所、氏名がきちんと印刷されているものと、タックシールが貼られたものとは受け手の印象が異なり、後者だと読まずに捨てられる可能性が高くなると考えたからである。

返信用封筒は長3封筒にしたが、その理由はポストへ投函する際に、ポケットサイズの方が持ち運びに便利だと考えたからである。一方、朝日は対象者に質問票を折り畳ませずに、しかも開封後の入力をはかどるように往信用封筒と同サイズの角2サイズにしている。

このように備品についてはおおむね朝日 방식을踏襲したが、決定的な違いが2つあった。それは「先渡し謝礼」と「督促(2回目)」である(表2)。いずれも予算面で断念したが、回収率を決定付ける極めて重要な要素である。

表2 運用面の比較(道新・中日・朝日)

備品関連	北海道新聞	中日新聞	朝日新聞
1. 依頼はがき	官製はがき、宛名は印刷	同 左	同 左
先渡し謝礼品 往信用封筒	なし 角2茶封筒、宛先は印刷	社名入りボールペン 同 左	社名入りボールペン 同 左
2. 質問票	A3中折り4ページ、2段構成、色はビュアピンク	同左(色は桃色)	同左(色はビュアピンク)
3. 返信用封筒	長3茶封筒、料金受取人払	角2茶封筒、切手付き	角2茶封筒、切手付き
4. 督促 ①1回目 ②2回目	官製はがきを送付 なし	同 左 質問票を送付	同 左 質問票を送付
5. 謝礼品	図書カード500円	図書カード500円	図書カード1000円

表3 日程面の比較（道新・中日・朝日）

	依頼はがき 投函	質問票投函	第1回督促 (はがき投函)	第1回 締め切り日	第2回 締め切り日	第2回督促 (質問票投函)	第3回 締め切り日	最終締め切り
北海道新聞	7日前(水)	1日目(水)	14日目(火)	17日目(金)	22日目(水)	なし	なし	28日目(火)
中日新聞	7日前(水)	1日目(水)	15日目(水)	17日目(金)	23日目(木)	22日目(水)	29日目(水)	34日目(月)
朝日新聞	7日前(水)	1日目(水)	15日目(水)	17日目(金)	22日目(水)	23日目(木)	36日目(水)	38日目(金)

注) 上記の○日目は質問票投函日を起点にしている。第1回締め切り日は質問票に記した日付で、第2回締め切り日は第1回督促ではがきに記した日付。第3回締め切り日は、第2回督促で質問票に記した日付である。

❖ 先渡し謝礼の効果

朝日は先渡し謝礼品をボールペンにしている。これは封筒に何かが入っていることを対象者に認識させることが、開封の動機付けになるという考え方によるもので、さらに質問票の記入に活用してもらえるのも理由の1つである。先渡し謝礼は、謝礼を受け取ったことで対象者に回答を促す心理的作用を働かせるのに大きな効力を発揮する。同じ効力が返信用封筒に切手を貼ることで生じる。

限られた期間内で高回率を目指すには、最初の1週間の回収数が決め手になる。「先渡

し謝礼の最大の効果は回収速度がアップし、最終的には回収率増につながることである」と松田氏は指摘するが、では、実際にどの程度効果があるのか。朝日は全国調査であるため、道新と同様に地元の静岡を調査し、大学と連携した中日の事例と比較してみる。なお、調査の日程は3紙ともにほぼ同じである(表3)。

中日は先渡し謝礼品として「ちびまる子ちゃん」が描かれたオリジナルボールペンを同封した。質問票(往信用封筒)投函後の7日目で、返却率は38%と道新の20%を18ポイントリードし、督促はがき投函日(質問票

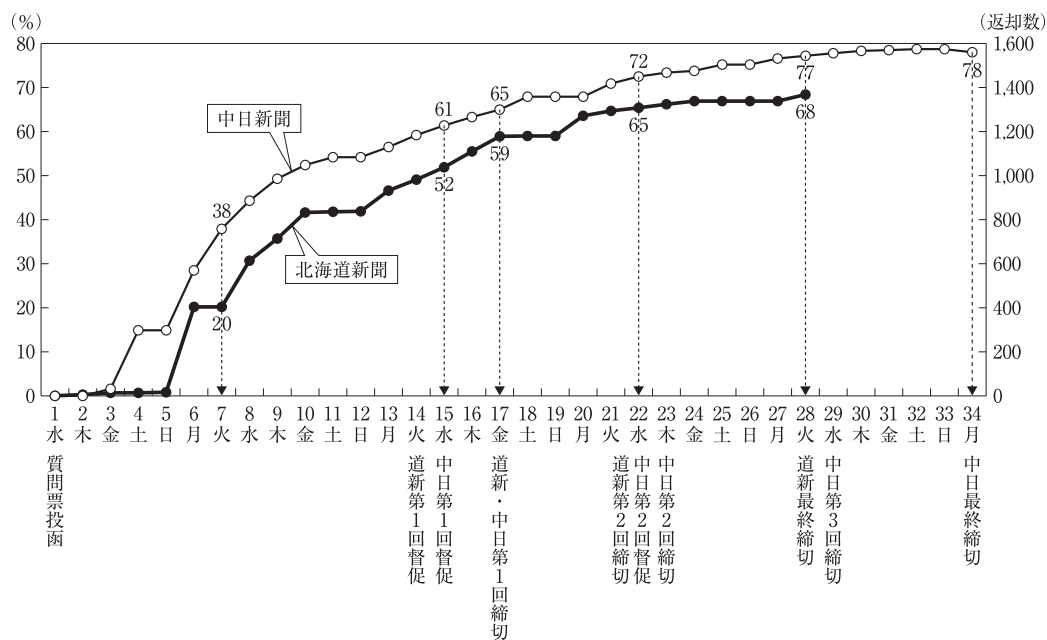


図1 日別における返却率の推移比較（道新・中日）

投函後15日目)では61%と道新の52%を9ポイント上回る。質問票に記した第1回締め切り日(同17日目)では65%対59%と差が縮まるものの、それでも調査開始2週間後で中日は道新の第1回締め切り日時点と同程度の回収数を得ていたことになる(図1)。

🔗 督促の効果

郵送調査の場合、督促は極めて重要で、複数回行うことが適正とされている。ここでも返却率で中日と比較し、その効力を検証する。

第1回の督促は、はがきによる督促で、協力を促す文面の中で締め切り日を延長する旨を伝えた。それを第2回締め切り日とすると、道新の場合、はがき投函時点(質問票投函後14日目)で49%だった返却率は、第2回締め切り日(22日目)までに65%へと16ポイントも伸びた。一方、中日でもはがき投函時点(15日目)の61%から第2回締め切り日(23日目)の73%へと12ポイント上昇した。

中日はその後、質問票を再投函する2回目の督促を行ったことで、さらに5ポイントアップし、最終的に78%に至った。合計すると、督促で17ポイントも増えたことになる。

表4 対象者の不安を和らげる事例(実際の質問票の巻末に掲載)

よくある5つの疑問にお答えします

Q どうして、私が選ばれたの?

選挙人名簿から統計学的に無作為に選ばれた結果で、他意はありません。くじ引きと同じ方法で選ばれたとお考えください。

Q 選挙人名簿をどうして見ることができたの?

選挙人名簿は各自治体が管理し、個人情報保護法で閲覧は厳しく制限されています。今回は、あなた様がお住まいの自治体に調査の趣旨や内容を説明したところ、公共性の高い調査と認められ、閲覧許可をいただきました。

Q 回答や質問票はどう取り扱うの?

ご回答いただいた内容は統計的に処理して、「賛成は〇〇%」という形で使わせていただき、お名前や具体的な回答が外部に出ることはありません。この質問票は焼却処分し、情報管理を徹底いたします。

Q 整理番号にはどんな意味があるの?

今回は2,000人の方に調査を依頼しています。ご回答いただいた方に謝礼品をお送りするために、回答者を特定する必要があります。質問票にお名前を書かずに、それを知る手段として整理番号を用いています。

Q 何かの勧誘に使われるのでは?

選挙人名簿の閲覧は、その使用目的が厳しく限定され、各自治体の審査を受けて初めて可能になります。目的外使用の場合、法律で罰せられます。どうかご安心ください。

仮に道新も2回目の督促を行っていただければ返却率、回収率ともに7割を超えていたと考えられる。

このように、先渡し謝礼は回収速度を高めるのに有効で一方、督促は返送数を再増加させ、それを持続させる効果がある。神奈川新聞社の回収率が39%にとどまった背景には先渡し謝礼や回答謝礼がなく、しかも督促を一度も行わなかったと聞いている。郵送調査の場合、公共性が高くネームバリューがあっても適正な手順を踏まなければ、高回収率は望めない。

🔗 結果の公表と不安解消

このほかに高回収率につながる要素としては、回答者への謝礼品がある。回答の対価として、対象者は謝礼を求めるであろうし、その有無が調査協力を大きく左右するのも事実である。もちろん、金額が高い方が効果は高くなると思われるが、予算との兼ね合いで、むやみにそうすることはできない。

謝礼品以外には、電話調査と同様に調査結果の公開方法と時期をあらかじめ告知することで協力率が高まる。

また、対象者に安心・信用してもらえ環境づくりも欠かせない。どの調査も対象者からの問い合わせで最も多いのは、「どうして私なのか」という選ばれたことに対する疑問と不安である。そこで、質問票の巻末に「よくある5つの疑問にお答えします」と題し、Q&A方式で対象者の不安を取り除く文章を掲載したところ、類似の問い合わせや苦情は皆無だった（表4）。質問票には本人確認のために管理上、整理番号を印刷するが、それを消し去る人もいなかった。

こうした取り組みがどの程度効力を発揮したのか計り知れないが、不安解消の一助になったと思われる。

5 ネットとの複合調査

今回、返信は郵送と同時に、パソコンからインターネットを通じても受け付けた。パソコンの普及率を考え、対象者がポストへ投函する煩雑さや負担を解消し回収率を高めるのが目的だった。さらに集計の効率化、集計費削減の意味合いもあった。

当初の予定では、全回答者に占めるネット回答者を1~2割と見込んでいたが、結果はわずか3%の40人ととどまった。その内訳は男性が75%（30人）で、女性は25%（10人）と男性が大半を占めた。年代別では20代が35%（14人）と最多で、以下は40代の

25%（10人）、30代の23%（9人）と続き、40代以下が全体の約8割を占めた。

督促との関係についてみると、ネットでの総回収数のうち質問票投函後14日目時点の回収数が占める割合は75%（30人）と、郵送の73%と同じ傾向を示す。つまり、督促効果はネット回答者にも同程度に働くことが分かる。

たしかにネットとの複合調査は結果をみるかぎり、可能性として若年層対策に有効で集計が迅速化するメリットがある。しかし、費用が限られている場合は、HP作成費などネット返信に付随する費用を謝礼や督促へ充当するのが現実的な選択であろう。

6 郵送調査の優位性

性別・年代別からのアプローチ

年代別の回収率は、郵送調査の方が電話調査に比べ実態に即したサンプル構成が期待できる。郵送調査の結果と2011年4月に実施した電話調査のウエート処理前の結果を道内の年代構成比に照らし合わせてみると、電話調査の方が構成比に近いのは唯一40代で、それ以外は郵送調査が実態に近い（表5）。中でも20代は郵送調査が11%と実態の14%に近づくが、電話調査は3%とほど遠い。

サンプル数が少なければウエート処理で補

表5 年代別構成比における郵送調査と電話調査との比較

	年代別構成比 (%)	郵送調査 (%)	構成比との差	電話調査 (%)	構成比との差
20代	14	11	-3	3	-11
30代	16	14	-2	10	-6
40代	15	18	3	15	0
50代	20	21	1	17	-3
60代	16	21	5	29	13
70歳以上	19	15	-4	26	7

注) 電話調査はウエート処理前の数値。この調査は2011年4月2-3日に知事選をテーマにRDD法で実施し、812人から回答を得た。

表6 性・年代別構成比との比較

	性・年代別構成比 (%)		郵送調査 (%)		構成比との差	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全体	47	53	47	53	0	0
20代	50	50	43	57	-7	7
30代	49	51	50	50	1	-1
40代	48	52	44	56	-4	4
50代	48	52	53	47	5	-5
60代	46	54	49	51	3	-3
70歳以上	41	59	38	62	-3	3

えると思われがちだが、そうではない。20代のように実数が少ないと、少数意見がウエート処理で拡大集計されてしまう。道内では同層の内閣支持や政党支持動向が毎回のようになり、基本的に20代を分析対象外にしているのが現状である。

性別の全体値をみると、郵送調査の結果と構成比は合致する(表6)。電話調査だと一般的に、主婦など在宅率の高い女性の割合がどうしても高くなってしまふ。実際、過去7つの調査(表7参照)の平均値は男性40%、女性60%となり構成比と異なる。郵送調査は男性の声を拾い上げ、性別でも実態に即したサンプル構成が望める。

次に性・年代別構成比と比較する。30代、60代以上の高年齢層の男女比はほぼ構成比と同じだが、20代と50代では5ポイント以上の差が生じている。特に20代男性の回答率が低く、同層への対策が今後の検討課題の

1つであろう。

❖ 職業層からのアプローチ

職業層については、性・年代のように基準値がなく比較分析はできないが、契約派遣社員・アルバイト、いわゆる非正規労働者の割合から郵送調査の優位性がうかがえる。

総務省の2010年労働力調査によると、非正規労働者は前年比34万人増の1,755万人で、役員を除く雇用者(5,111万人)に占める割合は約34%、有権者人口全体(2010年参院選時)で換算すると約17%になる。郵送調査と電話調査における職業層の割合は表7のとおりで、非正規労働者の割合は郵送調査で8%だが、電話調査では半減する。8%という数字は十分とはいえないが、郵送調査の方が同層の声を全体の結果に反映させることができる。

この違いは20代の回答率に起因する。非

表7 職業層における郵送調査と電話調査との比較

(%)

	郵送調査	電話調査 (カッコ内はサンプル数)							平均
		10年3月 (500)	10年6月 (800)	10年7月 (1000)	10年7月 (500)	10年12月 (500)	11年2月 (500)	11年2月 (500)	
1. 民間企業従事者	24	27	22	19	27	27	26	29	25
2. 公務員・団体職員	6	5	9	6	8	8	11	8	8
3. 自営業(個人事業主)	10	6	6	8	7	8	4	7	7
4. 契約派遣社員・アルバイト	8	7	7	2	3	4	3	3	4
5. 農林漁業	2	4	3	2	4	4	4	3	3
6. 主婦(パート含む)	21	27	29	29	28	25	27	24	27
7. 無職	23	22	23	34	23	22	24	23	24
8. その他(学生など)	3	2	3	1	0	3	2	3	2

正規労働者の中で最も割合が高いのは20代の24%で、同層の回収率が低い電話調査だと、自ずと非正規労働の割合が低くなってしまふ。

7 職業分類の見直しに活用

郵送調査実施の裏側には別な狙いがあった。それは職業分類の見直しである。最後に郵送調査の「副産物」として紹介する。

共同の加盟社である道新は、同社と同じ職業分類を採用していた。しかし、職業別の分析記事が掲載されるケースは、各紙共通してほとんどない。それは選択肢の名称や分類の仕方が書き手、読み手にとって分かりづらいからである。たとえ顕著な傾向があっても、その分かりづらさから、背景説明がしにくいというのも紙面化されない理由である。また、雇用形態など労働環境の多様化が進む中、現状の選択肢ではそれに対応できず、分類の仕方にそもそも無理があるものが多数存在していた。

実査面では対象者に具体的な職種を聞いてオペレーターが選択肢に振り分けており、「自己申告」という調査の原則から逸脱していることも問題だった。

そこで、対象者を含め「誰にとっても分かりやすい」を柱に変更に踏み切った(表8)。

その実験を郵送調査で試みたのは、回答が実際の年代構成比に近づくことで(表5)、職業層もより実態に即すると考えたからである。その結果は前述したとおり、非正規労働者の割合から見ても、郵送調査の結果は電話調査の場合よりも道内の現状に近いことを示している。

職業層は性・年代別のように明確な基準値はないが、郵送調査の結果は今後も有効な指標の1つになる。電話調査の結果と比較すれば、携帯電話の普及が及ぼす回収サンプルの偏り具合が分かり、信憑性の検証や分析の判断材料として役立つからだ。

8 おわりに

本稿では郵送調査の運用面での重要事項を道新、朝日、中日の3紙の事例を交えて具体的に示した。謝礼の有無と督促の回数は高回収率の決め手である。これから取り組まれる方は、道新の事例を反面教師にして臨んでもらいたい。

各属性の回収率から、郵送調査の特性と優位性について言及した。郵送調査は性別、年代別ともに実際の構成比に近いサンプルを確保できる。さらに、電話調査では到達が難しい20代にもしっかりアプローチできる。その結果、非正規労働者の意見も汲み取ること

表8 新旧職業分類

旧分類	新分類
1. 農林漁業	1. 民間企業従事者
2. 商工自営業	2. 公務員・団体職員
3. 自由業	3. 自営業(個人事業主)
4. 管理職	4. 契約派遣社員・アルバイト
5. 事務・技術職	5. 農林漁業
6. 現業職	6. 主婦(パート含む)
7. 専業主婦	7. 無職
8. 学生	8. その他(学生など)
9. その他・無職	

が可能になる。

長引く不況に加えて、終身雇用や年功序列といった日本の伝統的な雇用環境が崩れつつあることを考えると、職種間でなく雇用形態で意見の相違が生まれる可能性が高い。実際、北海道では雇用形態が対照的な公務員・団体職員と非正規労働者との間に政治的・社会的対立軸が新たにみつきり、それが継続している。これは北大と合同で行った全国電話世論調査（2011年2月実施・1,000サンプル）でも同じ傾向を示しており、もはや北海道特有の現象ではなくなっていると考えられる。

郵送調査は手間と時間を要するが、その労力に値するだけの成果を得られる。調査手法の選択肢が増えたことは一番の収穫であり、

さらに筆者にとっては、職業分類の変更後、職業層の分析記事が調査結果報告の紙面で掲載されていることもその1つである。

〔謝辞〕 データ提供を快諾していただいた中日新聞東海本社編集局次長の大栗正彦氏に謝辞を申し上げる。

文献

林英夫，2006，『郵送調査法』増補版，関西大学出版部。

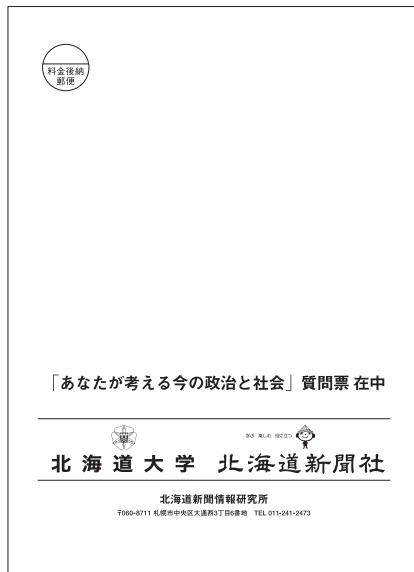
———，2010，「郵送調査法の再評価と今後の課題」『行動計量学』37(2)：127-45。

松田映二，2008，「郵送調査の効用と可能性」『行動計量学』35(1)：17-45。

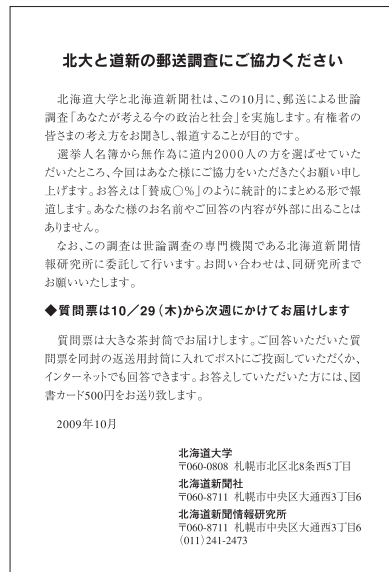
谷口哲一郎，2006，「電話調査の台頭」『よろん』98：17-23。

窪田知久，2008，「面接調査の現状と課題」『行動計量学』35(1)：5-16。

【資料・郵送調査グッズの例】



往信用封筒



依頼はがき（裏面）

「あなたが考える今の政治と社会」

北海道大学と北海道新聞社は、有権者のみなさまの政治や社会への意識を調べ、これからの日本と北海道の将来を考える指針にしたいと思ひます。そのため、道内の選挙人名簿から無作為に2000人の方を選ばせていただいたところ、今回はあなた様にご協力をいただきたくお願ひ申し上げます。ぜひ、あなた様のご意見をお聞かせください。

結果は年末年始の北海道新聞紙面などで紹介します。なお、調査は世論調査の専門機関、北海道新聞情報研究所に委託して行ひます。

ご回答いただいた方には、年内に図書カード(500円)をお送りします。

この質問票と返信用の封筒には、お名前を書いていただく必要はありません。

お忙しいところ恐縮ですが、11月13日(金)までに同封の封筒に切手を貼らずにご返送くださいますようお願いいたします。

また、パソコンからインターネットを通じて、ご回答もできます。アドレスは<http://secure.hokkaido-np.co.jp/dii/200910/>で、パスワードはopinion2009、IDはpublicです。整理番号の入力も必要になります。携帯電話からのアクセスはできません。

<お問い合わせ先> 北海道新聞情報研究所・合同世論調査係
Tel:011-241-2473 Fax:011-241-2474 (平日9:30~17:30)

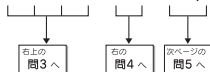
すべての質問は、1つだけ回答を選ぶ形式です。あなたの考えやイメージに、最も近いものを選んでください。

問1 あなたは、どの政党を支持していますか。

- | | | | | | | | |
|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|----------------------------|---------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 民主
党 | 自
民
党 | 公
明
党 | 共
産
党 | 社
民
党 | 新
党
大
地 | そ
の
他
の
政
党 | 支
持
政
党
は
な
い |

問2 8月に衆院選がありました。比例代表ではどの政党に投票しましたか。

- | | | | | | | | |
|---------|-------------|-------------|------------------|-------------|-------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 民主
党 | 共
産
党 | 社
民
党 | 新
党
大
地 | 自
民
党 | 公
明
党 | そ
の
他
の
政
党 | 投
白
票
し
な
か
つ
た |



問3 当時の野党に投票した理由は何ですか。

1. 投票した政党の政策がよかったから
2. 民主党の鳩山代表を首相にしたかったから
3. 政権交代を実現させたかったから
4. 自民党にお灸をすえたかったから
5. その他(記入欄→)

*ほかの意見があれば記入してください

次ページの 問5へ
進んでください

問4 当時の与党に投票した理由は何ですか。

1. 投票した政党の政策がよかったから
2. 麻生内閣が嫌いでしかなかったから
3. 政権交代はまだ早いと思ったから
4. 民主党が嫌いだから
5. その他(記入欄→)

次ページの 問5へ
進んでください

次ページの 問5へ進んでください

質問票

0 6 0 8 7 8 8

札幌市中央区大通西3丁目6番地

北海道新聞情報研究所
合同世論調査係 行

〒060-0808 札幌市中央区大通西3丁目6番地

1248

2009年11月

返信用封筒

北大と道新の郵送調査にご協力ください

先日、あなた様に郵送で「道民世論調査」へのご協力をお願い申し上げました。もし、まだお手元にピンク色の調査票がありましたら、お忙しいところを恐れ入りますが、ご回答いただけませんか。どうか、答えない質問や答えにくい質問は空欄のままでも構いませんので、ご協力をよろしくお願い致します。すでに、ご返送済みでしたら、ご協力に深く感謝いたしますとともに、このハガキと行き違いになりましたことをお許しください。

◆11/18(水)あたりまでにご投函いただければ…
誠に勝手ながら、11/13(金)締切でお願いしておりましたが、まだ間に合います。11/18(水)あたりまでにご投函いただければ幸いです。

◆いまの政治や社会への思いを、道新紙面で報道します。
あなた様や多くの方のご回答があれば正確な世論調査になり、信頼される報道ができます。ぜひご協力ください。お答えは「賛成○%」のように統計的にまとめる形で年末年始に北海道新聞にて報道する予定です。

なお、この調査は、新聞の勧誘等とは一切関係ありません。ご購入紙にかかわらず、ご協力をお願いしております。

2009年11月

北海道大学
〒060-0808 札幌市中央区北8条西5丁目
北海道新聞社
〒060-8711 札幌市中央区大通西3丁目6
北海道新聞情報研究所
〒060-8711 札幌市中央区大通西3丁目6
(011)241-2473

督促はがき(裏面)