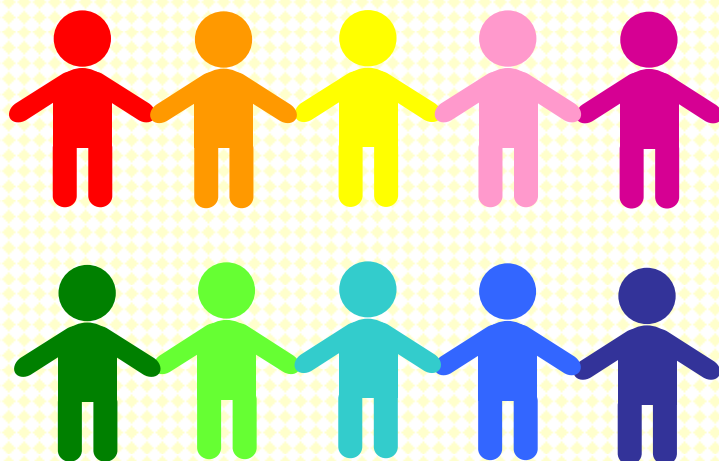


県民協働型評価 ハンドブック

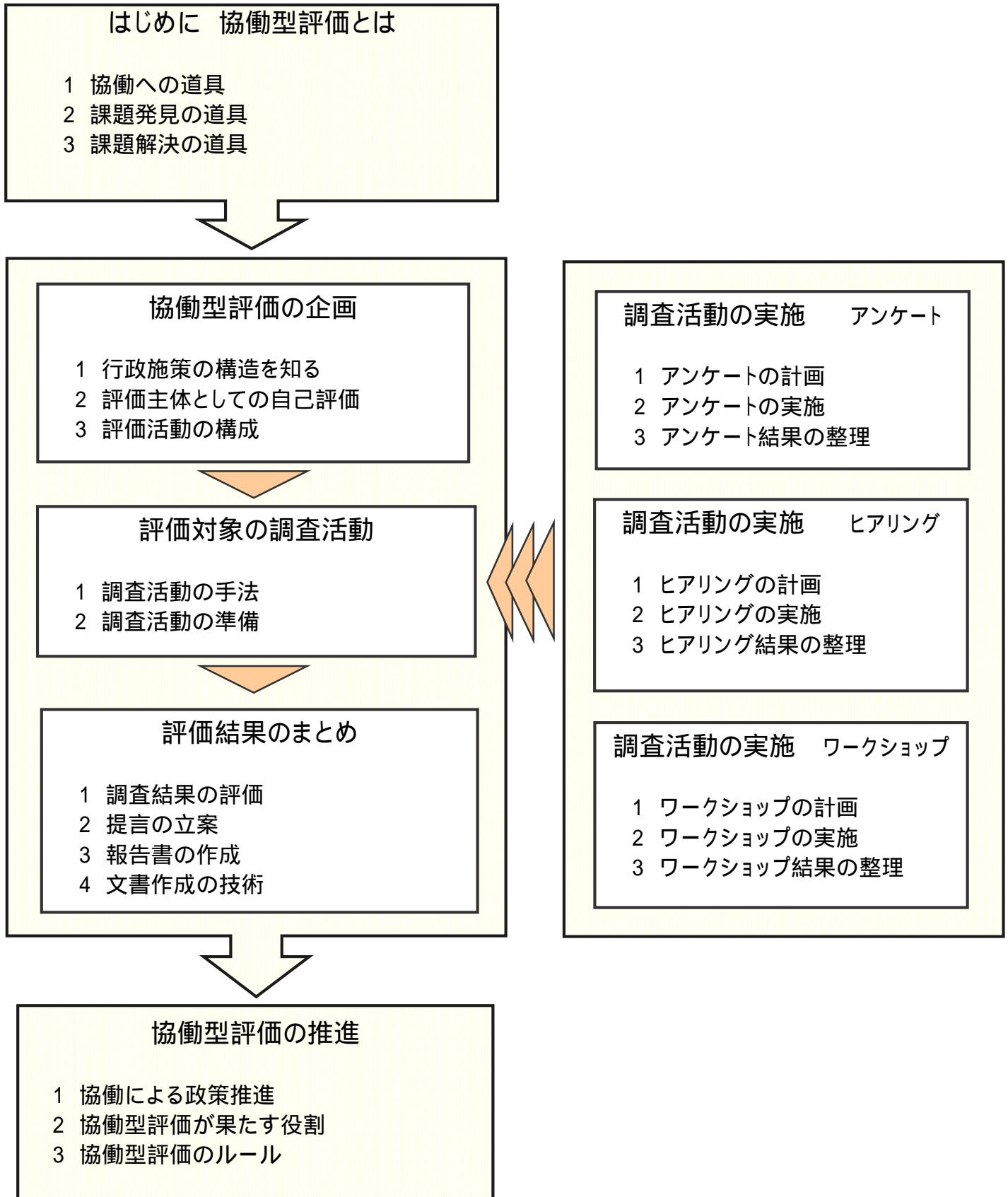


本ハンドブックは、岩手県が推進する県民協働型評価の知識やノウハウの習得を目的に開催した「県民協働型評価スキルアップ研修会(計5回)」の内容を取りまとめたものです。

本ハンドブックは、岩手県が推進する協働型評価を実践する上で留意すべきポイントを中心に取りまとめたものであり、社会調査手法や統計学の定義と厳密には一致しない箇所があります。

名 称	「県民協働型評価ハンドブック」
発 行	平成20年 3 月 第 1 版発行 平成23年 2 月 改訂
発行者	岩手県
編集者	特定非営利活動法人政策21
連絡先	岩手県政策地域部政策推進室
電話	019-629-5181
E - mail	AA0001@pref.iwate.jp

～ハンドブックの全体構成～



目次

フェーズ0 はじめに 協働型評価とは

1 協働への道具	1
2 課題発見の道具	2
3 課題解決の道	4

フェーズ1 協働型評価の企画

1 行政施策の構造を知る	9
2 評価主体としての自己評価	12
3 評価活動の構成	13

フェーズ2 評価対象の調査活動

1 調査活動の手法	17
2 調査活動の準備	19

フェーズ3 調査活動の実施 アンケート

1 アンケートの計画	23
2 アンケートの実施	31
3 アンケート結果の整理	36

フェーズ4 調査活動の実施 ヒアリング

1 ヒアリングの計画	43
2 ヒアリングの実施	45
3 ヒアリング結果の整理	47

フェーズ5 調査活動の実施 ワークショップ

1 ワークショップの計画	51
2 ワークショップの実施	53
3 ワークショップ結果の整理	58

フェーズ6 調査結果のまとめ

1 調査結果の評価	61
2 提言の立案	63
3 報告書の作成	64
4 文書作成の技術	65

フェーズ7 協働型評価の推進

1 協働による政策推進	69
2 協働型評価が果たす役割	70
3 協働型評価のルール	71

【コラム】

* 行政の発想と仕組みを知る (11)

* 調査方法の基礎知識 (18)

* 調査対象抽出の方法 (33)

* 分析・比較の手法 (62)

* 行政担当者が明かす提案書作成のポイント (14)

* 標本数の決定方法 (25)

* 話合いの技術 (57)

* 体験的報告書作成のコツ (66)

フェーズ 0

はじめに

協働型評価とは

1 協働への道具

市民活動の思いを行政につなぐ道具(ツール)

協働型評価は、NPO等の市民組織が、自分たちの活動に関連する行政政策を知り、政策の推進や立案に参画していくための道具(ツール)となるものです。

NPOの使命は？

NPO等の市民団体は、「社会的に望ましい姿を実現したい」とか、「自分たちの経験を生かしたい」といった使命感を持って活動しています。そして、活動の中で持つ「特別な思い」や「行政はこうするべきだ」といった意識を様々な手段で実現したいと考えています。議会・行政などへの提言はその一つの手段といえます。

ちょっと待って、その思いは本当に妥当ですか？

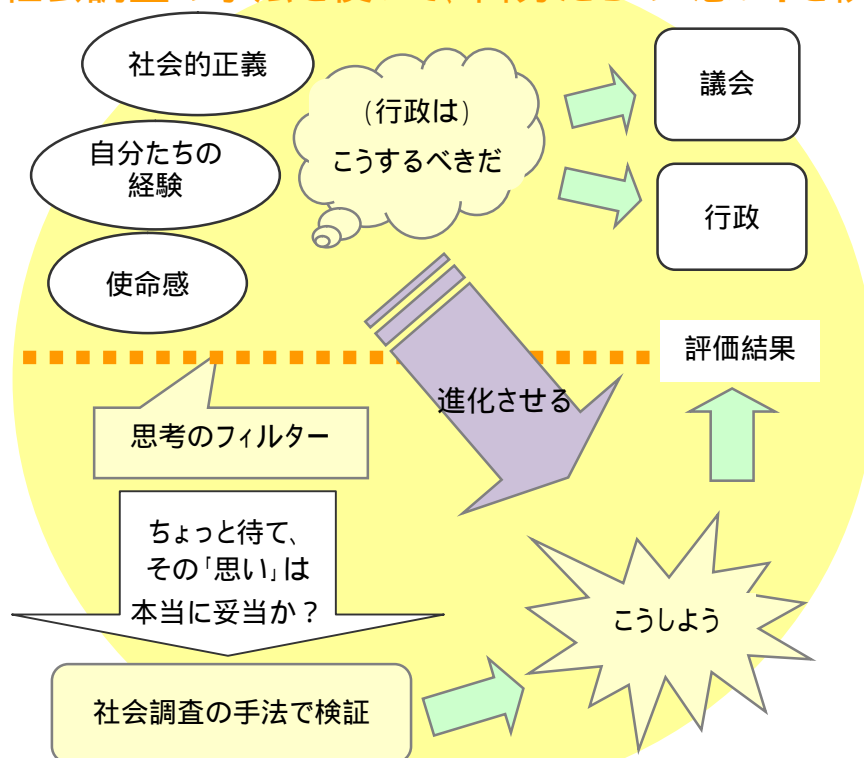
でも、ちょっと立ち止まって考えてみてください。自分たちの「思い」をストレートに議会や行政にぶつけるだけでは、まだ政策として実現させる力が強いとはいえません。「思考のフィルター」を通して、「思い」を進化させることで、もっと大きな力を持つことができます。

「もう一手間」が料理をおいしくする

「裏付けを持った」「具体的な」提言を、議会・行政などへ。そして、「こうすればできる！」「一緒に、こうしよう！」へ進化させましょう。

社会調査の手法を使って自分たちの「思い」を検証する、それが「思考のフィルター」です。そのための調査分析 提案の流れを習得してもらうことがこのハンドブックのねらいです。

社会調査の手法を使って、自分たちの「思い」を検証



いわく、「もう一手間」が料理をおいしくする

2 課題発見の道具

評価を通じて課題を発見する

行政の考え方は政策の立案や実施の過程に最もよく現れます。ですから、政策を評価することは、行政の動きを知る非常に有効な機会になると同時に、行政が解決を目指している、生活に係わる様々な問題に対する認識を共有することにもなります。

課題発見

日々の生活の中で行政の政策によって解決が求められる問題はたくさんあります。「毎日がきっかけ」、「動機をつかむチャンス」です。

日々の活動を通じて行政や市民と接したり、今の地域社会の状態を考えたりして、「おかしいなあ」とか「どうしてだろう?」と思うことをみつけることが大切です。

例えば...

- ・A市から受託した健康ワンランクアップ講座開催事業・・・どうも集まりが悪いなあ??
- ・受講対象の年齢層はもっと若いほうがいいのに・・・
- ・子供が一緒に来て、日常生活のチェックや歯の健康チェックが同時にできるようにすればもっといいかも・・・

これが、「課題をつかんだ状態」

課題をみつけるヒント 「複眼的思考 = 分身の術」

課題をみつけるためのテクニックを紹介します。

一つ目は「複眼的思考 = 分身の術」。同じものを他の人の目から見たらどうみえるか、複数の人の目線を持って考えてみます。

例えば...

- ・ある制度の適用について、一見同じ条件でありながら、AさんとBさんで扱いが異なる、ということはないか。
- ・全く別の場所で同じ話を聞くことがないか。
- ・同じことを違った場所で別々のやり方をしている例はないか。
- ・このお金(自分の受託した事業などの予算)が、全くの自分の個人マネーだったとしたらどうするか(どう使いたい、使いたくないか)。

課題を見つけるヒント 「転換的思考 = 変わり身の術」

課題を見つけるテクニックの二つ目は「転換的思考 = 変わり身の術」。自分が行政の事業や事務の担当者なら
どういう具合に進めるか、あるいは自分が相手の立場ならどう考えるかを考えてみます。

例えば...

- ・法律や条例などで決まっているようなことでありながら、おかしいと思ったことがないか。
- ・行政に関わる相談、不満や苦情などの中に自分も「そうだよなあ」と感じるものがないか。
- ・行政事務や手続きでよく間違えるものはないか。

2つの思考法で課題を発見

「複眼的思考」

- ・時間、場所、この場合とあの場合...
- ・行政はなぜそのような事務や事業を行うのか、あるいはその進め方が自分たちの目線から見て妥当かどうかを考え、まず今の状況を調べてみる。

OR

「転換的思考」

- ・自分がその立場(行政・住民)ならどうする？
- ・自分たちならどうするか？ もし何らかの関与をすれば事態が好転したり、プラス効果が生まれる可能性があるか考えてみる。



課題を大事に貯めておき、
それについての情報収集や勉強を進める。

3 課題解決の道具

評価によって課題の解決策を得る

協働型評価は、行政の施策を知り課題を発見するだけでなく、発見した課題を協働によって解決していくための道具となるものです。評価の過程を経ることによって、より実効性の高い解決策がみえてきます。

仮説思考のススメ

課題の解決策を得ようとするときに有効な手法を紹介します。「仮説検証型思考」です。

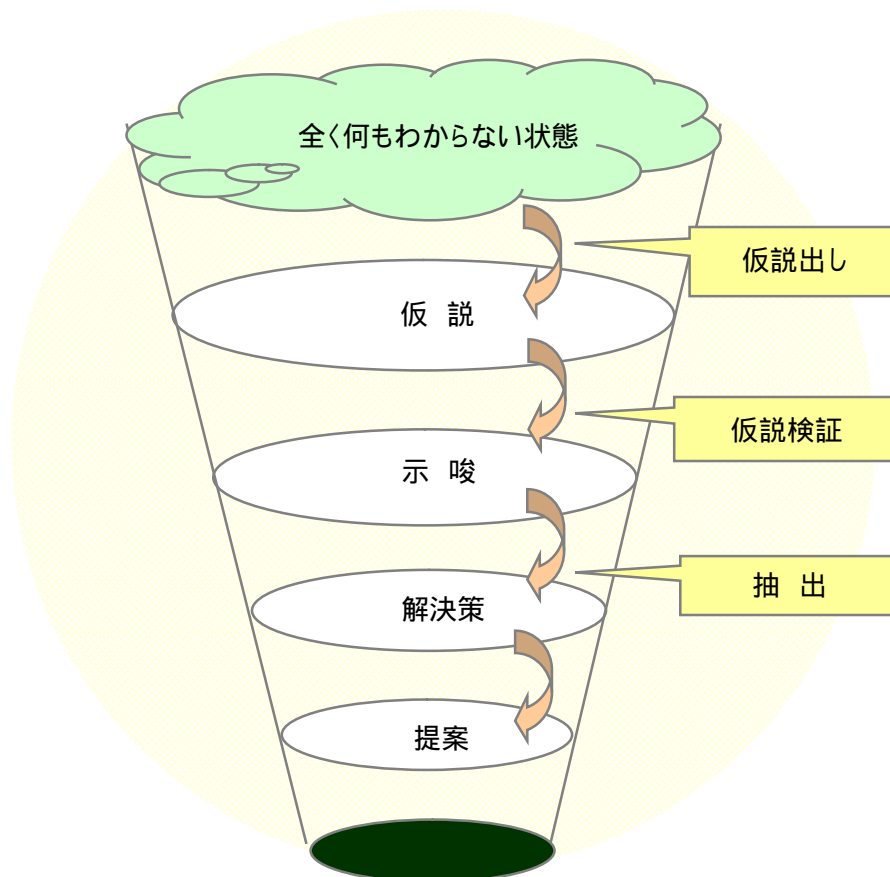
ある問題に直面したとき、問題の根本的な原因は何か、自分たちとしての仮説出しを行います。そして、その仮説の中からいくつかを選び評価活動によって検証して、仮説が立証されるか反証されるかをみます。

検証の結果、もし自分たちの仮説が反証された場合には、初めの仮説に戻って再検討します。この過程を必要に応じて繰り返すことによって、より良い解決に近づくことができます。

仮説を立てずに調査すると...

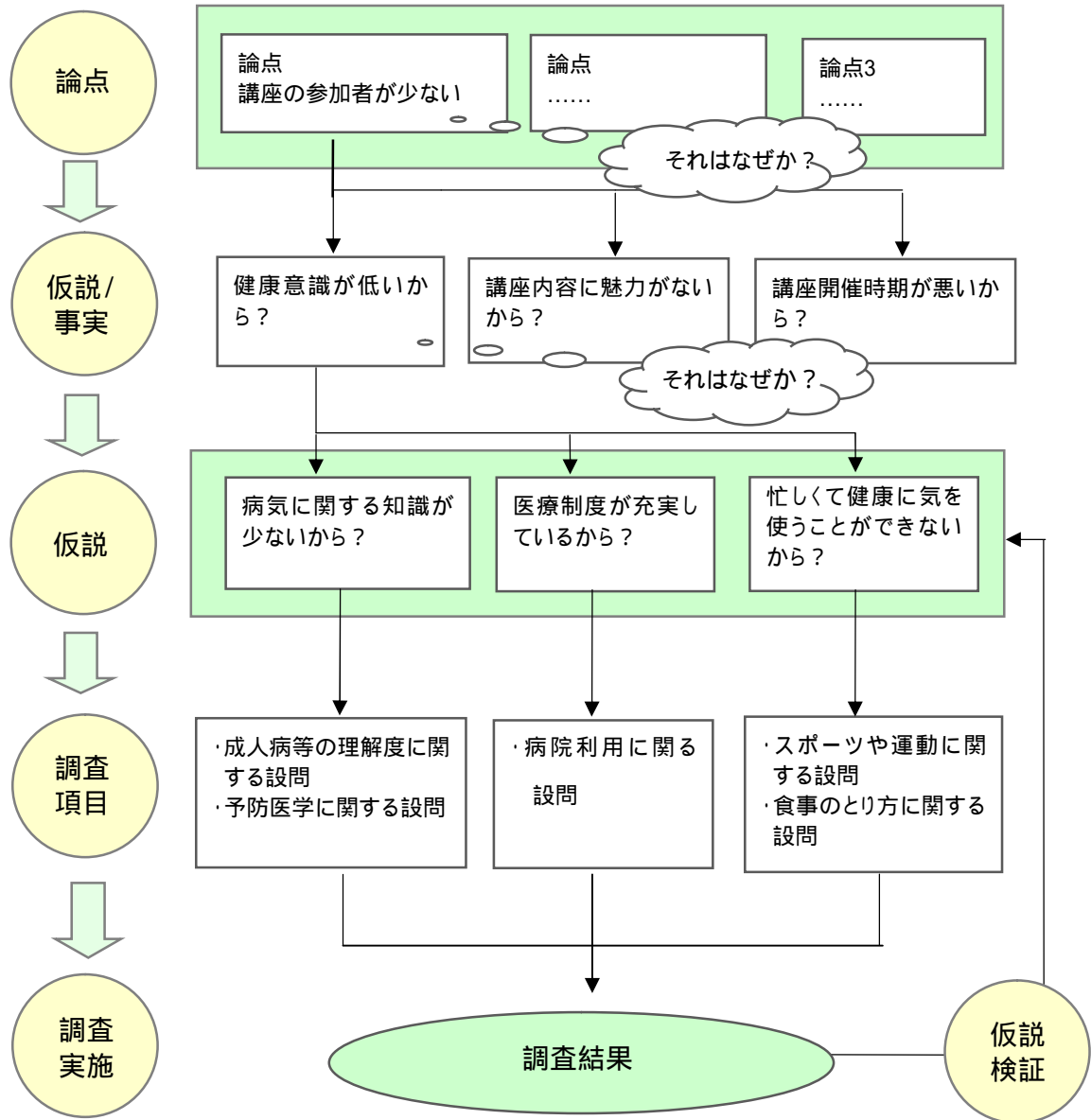
- ・網羅的に全てを調べようとしてデータの渦に巻き込まれる。
- ・何をターゲットにし、何を調べようとしていたのかわからなくなる。
- ・調査や議論が積み上がらない。
- ・結果として疲れだけ残る。

仮説検証型思考によって 課題の解決に近づくことができる



仮説思考のススメ！

「健康ワンランクアップ講座開催事業」にみる 仮説検証アプローチの例



「協働型評価とは」 まとめ

協働への道具

- ・自分たちの「思い」を社会調査の手法で検証し、裏付けを持った具体的な提案にするための道具(ツール)
活動の中から生まれた思いを、行政との協働によって達成していくことができます。

問題発見の道具

- ・より本質的な問題発見を可能にするための道具(ツール)
「複眼的思考」と「転換的思考」で課題を見つけることができます。

課題解決への道具

- ・より実効性の高い解決策を見つけるための道具(ツール)
そのための武器になるのが「仮説検証型思考」。自分なりの仮説を立て、それを調査によって検証することで、より適確な解決策を見つけ出すことができます。

フェーズ1

協働型評価の企画

1 行政施策の構造を知る

評価の対象を正しく知るのが、よい企画への近道

より良い協働型評価を計画し実施するためには、評価の対象となる行政等が実施する施策の組立てを知るのが大切です。行政の課題をどう捉えたらいいのか？ そもそも、行政施策を実施している担当者の発想方法はどのようなものか？ という視点から考えてみましょう。

行政課題の捉え方

行政(担当者)は、「目指すべき目標」と「現状」との間のギャップを「課題」とみます。その上で、「なぜそうなのか？」「どうすればいいのか？」「何をすべきか？」という過程を経て、課題の解決に近づいていきます。

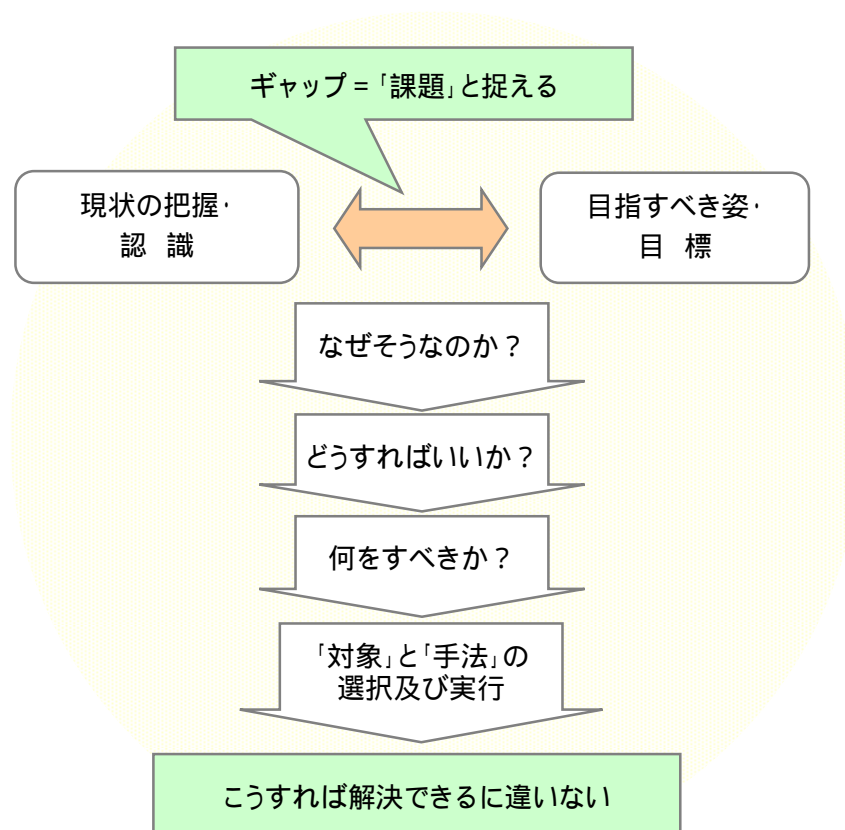
この行政機関内部の思考の過程は外から見えません。しかし、評価活動を行うことによって行政と同じ認識が得られれば、そこに自分たちなりの課題を見だし、働きかける必要性や、そのための方法が見えてきます。

行政の思考をたどる

行政(担当者)の課題の捉え方の基本構造は意外と簡単だともいえます。適切な現状把握を行い問題認識を共有しながら、自分たちなりに行政の思考をたどってみることが大切です(前出の「変わり身の術」)。

そして、自分たちなりの仮説をみつけましょう。

行政の思考をたどって問題認識を共有してみよう



この一連の流れはうまくいっていますか？

下向きの矢印に沿って検証

まずは、行政施策の構造に沿って検証

自分たちがつかんだ現状の認識が適確かどうか、行政(担当者)が目指している姿・目標を正しく理解しているかどうかを、行政施策の構造に沿ってまず検証してみます。

行政施策の構造を正しくつかんでいないと、評価を実施する際の土俵が違っていることになり、評価の組立て方を根本から考え直す必要が出てきます。

公正かつ妥当な手法で行政施策を検証して、これと自分たちの「思い」を照合して、自分たちなりの仮説を描くことが重要です。

そして、もし評価活動を通じて得られた結果が、最初の仮説と異なっていたら、仮説を立て直すことが求められます。

【行政施策を検証する際のポイント】

- ・ギャップ = 課題の捉え方(切り口・視点)について、行政の考え方との違いはありませんか？
- ・検証のプロセスに飛躍や抜けはありませんか？
- ・施策の対象や方法の選択は適切ですか？

掘り下げの甘さが評価の混乱を招く

【コラム】 行政の発想と仕組みを知る

行政(担当者)の発想や仕組みを知ることが、良い評価を実施するためのポイント！

どんな考え、ねらいで その施策や事業を実施？

たとえば何かの補助金であれば、補助対象や求められる成果、事業内容などの事実だけでなく、どうしてそのような事業をやっているのか？ なぜそのようなやり方をしているのかを考える。

周辺まで情報を集める！

その事業の過去の実績や、その担当部課が実施している同様な事業にはどのようなものがあるか、可能なら市町村がその分野でどんなことをやっているかなど、周辺の情報を集めてみる。

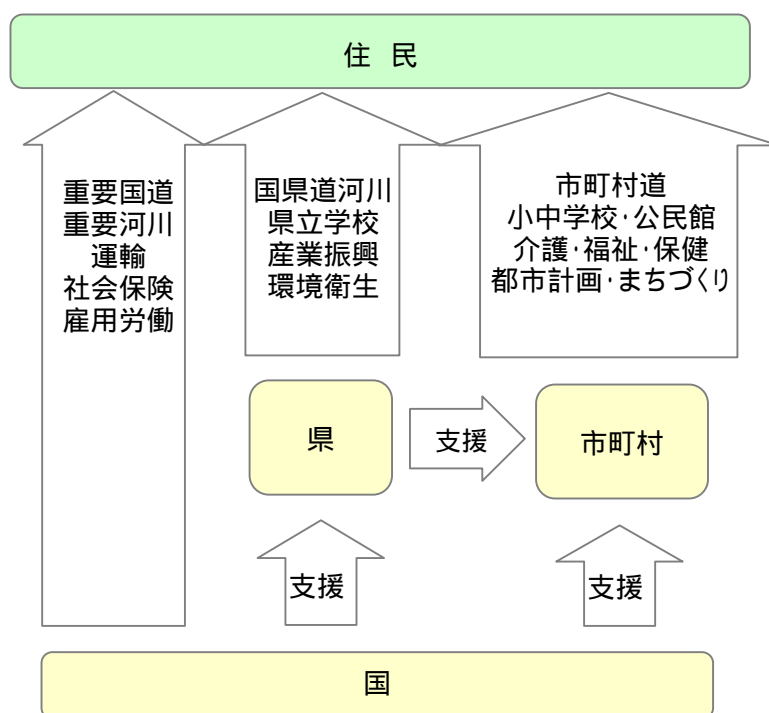
県のホームページ等で公表している資料では十分な検討ができないときには、県に資料の提供を求める、直接聞いてみるなどして情報収集することも有効です。

自分たちの問題意識(評価の視点につながるもの)がどの程度考慮されているかがわかれば、評価を試みるべきかどうかの判断にもつながります。

行政の仕組みと住民の関係

行政は国・県・市町村の3つの主体で成り立っています。

県の施策を評価して、市町村に課題を提起しても問題解決を図ることは難しいのです。行政施策の評価に当たって、どこがその施策の実施主体なのかを考慮する必要があります。



道路についてみると、路線番号2桁以下の国道(4号・45号など)は国管理、その他の国道(106号など)と県道は県管理となります。例えば、生活者の視点から道路整備や維持管理の状況进行评估する場合、情報収集する相手や、結果を伝える相手を間違えないことが大事です。

2 評価主体としての自己評価

評価主体である自分たちの強みと弱みを知る

協働型評価を実施する前に、評価主体となる自分たちの活動分野や組織体制を自己評価することが大切です。評価自体を目的にするのではなく、自分たちの活動にとってプラスになる形で協働型評価に取り組むことが求められます。

活動フィールド

取り組もうとしているテーマが、自分たちの活動分野の中のテーマかどうかを考えてみます。これまでに取り組んだ経験があり得意としている分野であるかや将来活動してみたい分野であるかどうかを検討します。

このとき、評価活動を通じて行政との関係をどのようにしたいのかを念頭に入れることがより望ましいでしょう。

人的資源

協働型評価を実施するための活動基盤を検討してみます。

「人的資源」とは、自分たちが持っているスキルと人数ということですが、これに加えて人的なネットワークが特に重要です。これが不足していると感じたときは、団体として持っているネットワークを活用して、専門家や利害関係者を評価に巻き込むのも一つの手です。

例えば...

- ・専門家をアドバイザーに
- ・専門家・利害関係者による評価委員会の設置
- ・専門家グループとの共同プロジェクトなど

財政的資源

評価活動にはお金がかかります。調査に要する資金を確保できるかどうかの事前検討は大変重要です。たとえ行政等からの委託事業を実施する場合でも、経費がすぐに支払われるとは限りません。

一方、活動費が不足していることを理由に、取り組もうとしているテーマにとって不可欠な調査項目を落としてしまったり、十分な調査対象数が確保されない状態で結果を導いている例もみられます。

組織として基礎的な活動費を備えていること、又は当面の活動費を調達する力があることが、協働型評価を実施する際の重要な条件となります。

【評価体制づくりのポイント】

- 責任者 + 2人以上の評価担当者の確保(兼任可)
- 評価活動に必要なスキルを身に付けておくこと(研修やテキスト類を活用)
- 外部の協力者や機関などに了解を取り付けておく
- 経費の見積りとその調達の目どを立てる
- 評価活動を行う期間中の活動時間の確保

活動フィールドや活動目的
にマッチしているか
担当者と外部ネットワーク
の確保

3 評価活動の構成

評価活動を実施することが決まったら、活動のための企画を作ります。特に協働型評価の場合、行政(担当者)との間で評価項目や手法についての合意を得る必要があるので、企画内容が重要になります。

評価活動の大まかな構成

まず、評価活動全体の大まかな構成を作ります。その中で、評価活動によってどんなことを明らかにするのか、問題意識に関係する調査対象や調査目的を固めます。

評価の流れの設定

次に、評価対象としたい行政の活動、評価の視点、課題の設定などについて団体内で共通のイメージをつくります。このとき、まず素案を一人の担当者が最後まで書いてみるのがいいでしょう。書き切れないところがあってもかまいません。

この素案をもとに、関係者で議論して「ここはこれでいいか？」を検討し、意見を踏まえて素案を練り直します(2回くらい繰り返すとカタチになる)。さらに、予算や時間などの条件を考慮しながら、ふさわしい調査手法についても検討(P23～28参照)し、企画書を完成させます。

テーマの設定

評価のテーマは最後に決めます(キャッチフレーズ先行は避けたいもの)。企画書で書きたいことを適確に含み、ねらいや視点に当たる部分も表現されていればベストです。

【コラム】行政担当者が明かす提案書作成のポイント

行政を始め多くの公益団体などが助成制度を設けており、これに採択されれば評価活動も本格的なものになります。では、行政担当者が採択したくなる提案書(プロポーザル)とは？そのポイントはこれ！

得点ポイント

「私はこれだけのことを考えていて、こういうことを実現できる！」で攻める。

安心させる 「この人はよく問題を知っているな、勉強しているな、経験があるな。」

納得させる 「なるほどな、オレもそう思う。この人のような見方もあるな。」

うならせる 「うむ。何かいいことをやってくれそうだ、期待できる。予算も生きるな。」

評価企画書の一般的な要求項目と記入内容

テーマ	(体言止め。ポイントは前頁のとおり)
ねらい 提案者の問題意識	現在行政が進めている施策を踏まえ、「現状の把握」と「課題の認識」についてどう考えているか。
評価内容	課題解決のために、何を、どのような視点で評価するのか。
評価の方法	(自分たちで考えた活動計画)

減点ポイント ~ 審査では何をみられているのか ~

- ・実現可能性が危うい(予算や人員体制と実施計画とのバランスが悪い。)
- ・内容が抽象的で具体的に何をやりたいのかわからない(仮説思考が甘い。)
- ・言いたいことや考え方の一貫性がない(論理の「つながり」をチェックしよう。)
- ・憶測情報に頼っている(自分が持っている情報と、他から仕入れた情報の区別をしよう。)
- ・主張のみの内容になっている(やってみて確かめてみなければわからないことに対する謙虚さを持つ。)
- ・主語述語関係の不明確(文書の構成をチェックしよう。)
- ・誤字脱字(ワープロの誤変換に注意。)
- ・提出期限超過(やる気があるのか、大丈夫か等の憶測につながる。)

「協働型評価の企画」 まとめ

行政施策の構造を知る

- ・「目指すべき目標」と「現状」のギャップを「課題」と捉える。
- ・施策の構造を正しくつかみ、評価の土俵に乗る。
- ・公正かつ妥当な手法で施策を検証し、自分たちなりの「仮説」を描く。

評価主体としての自己評価

- ・評価主体となる自分たちの活動フィールドと、取り組もうとするテーマとの照合
- ・評価活動を行う際の人的基盤を検討。担当者の確保、他団体とのネットワーク、専門家等との連携をチェック
- ・組織の財政的基盤を検討。当面の調査経費を確保できるか。資金調達力と併せてチェック

評価活動の構成

- ・取り組もうとする評価活動の構成(調査対象・調査目的)を検討。
- ・企画素案(調査対象となる行政活動、評価視点、課題の設定)を作成して、関係者で最低2回は検討。
対象・目的・予算・時間を考慮して調査手法も検討し、企画書完成
- ・テーマは最後に決定

フェーズ2

評価対象の調査活動

1 調査活動の手法

評価活動のための調査手法を考える場合、いくつかの切り口があります。このハンドブックでは、調査手法を「アンケート」「ヒアリング」「ワークショップ」の3つとして、協働型評価の実施に役立てるという観点から、使い方を概観します。

協働型評価の調査手法 アンケート・ヒアリング・ワークショップ

協働型評価活動のための調査手法を以下の3つに分類します。

アンケート

調査対象(者)に対して事前に用意した調査項目(調査票)を用いて同一の質問を行う方法です。一般的には調査票を配布(郵送等)して質問への回答を記入してもらった後に回収(返送)します。

もっともよく使われる調査方法で、多くの調査対象(者)の意見を集約し、統計的な分析を行うことができます。

ヒアリング

調査対象(者)と面接して、相手に質問して回答を聞き取る方法です。

アンケートの補足調査として有効です。特にアンケート実施が制約されがちな協働型評価では重要な調査方法です。

ワークショップ

ある社会集団の意見の方向を見つける(合意形成)ための方法の一つです。協働型評価では、テーマの利害関係者の意見を集約する手法として活用されます。

調査目的に合った方法の選択

調査を組み立てるときには、調査目的に合ったやり方を、「アンケート」「ヒアリング」「ワークショップ」の中から選びます。集めたい情報は一つとは限りませんので、調査テーマや様々な条件を考慮して、最も適切な手段の組合せを考えることが必要です。

実態や意識を考える際の出発点となる基礎的な資料を収集したい

このような場合には、質・量ともに多くの情報が必要となるため、記述式の調査が好都合です。「アンケート」になじみます。

特定の問題の解決策を明らかにしたい

このような場合には、問題点があらかじめわかっている、選択肢を提示できるかどうか調査手法を選ぶポイントとなります。「アンケート」「ヒアリング」「ワークショップ」のどれにもなじみます。

一般的な理論又は仮説を得たい

このような場合は、論点が未知で選択肢を示すことができないため、調査対象(者)に対して設問の意図を説明しやすいかが調査手法を選ぶポイントとなります。調査対象者の意識や議論の経過を分析できる「ヒアリング」や「ワークショップ」になじみます。

【コラム】 調査方法の基礎知識

社会調査の「アンケート」や「ヒアリング」にもいろいろな方法があります。代表的な調査方法を紹介します。

郵送調査法(アンケート)

調査対象者に調査票を郵送し、調査票に記入してもらい、また返送してもらう方法

留め置き法(アンケート)

調査票を対象者の自宅や勤務先に置いてきて、記入してもらい、2～3日後に回収に行く方法

電話法(ヒアリング、アンケート)

質問を電話で尋ね、電話で回答してもらう方法

集合調査法(アンケート、ヒアリング)

調査対象者に一堂に集まってもらい、一斉に調査票に回答を自分で記入してもらう方法

訪問面接調査法(訪問ヒアリング)

a)調査員が調査票を持って調査対象者の自宅や勤務先を訪問し、b)対象者本人に会い、c)調査員が口頭で質問して回答を耳で聞き調査票に記入する方法

集団面接法(グループヒアリング、ワークショップ)

司会者がいて、調査対象者グループに座談会形式で自由に話し合ってもらい、その討論の過程に現れた意見や態度、またその変化の状況を分析していく方法

2 調査活動の準備

テーマと目的に応じた手段の選択と構成

企画書に基づいて協働評価のための調査活動を実施する段階の注意点をみます。協働型評価においては、行政施策の対象について、より新しく詳しい情報をつかむことが重要です。自分たちの組織の特色を生かして複数の調査方法を組み合わせ、効果的な調査を目指します。

調査実施のポイント

調査を実施するに当たっては、調査の目的・項目・分析方法・対象といった項目を整理し、漏れがないかチェックします。また、必要な人員や経費を準備します。

【調査実施のポイント】

調査目的	何のために調査するのか？ 結果をどう生かすのか？
調査項目	何を知りたいのか？ 何を調べるのか？
分析方法	どのように集計し分析するのか？
調査対象	誰に質問するのか？
調査規模	何人に質問するのか？
調査時期	いつ実施するのか？
調査方法	どのように実施するのか？
報告方法	どのように整理し、誰に報告するのか？
予算	いくらかかるのか？ 予算はいくらあるのか？
日程	いつまでに終了させるか？

調査の組立て

評価を実施することでどんなことを明らかにしていくかを再度明確したうえで、自分たちの問題意識を、「アンケート」「ヒアリング」「ワークショップ」といった手法を使った調査テーマに分解し、調査を行います。

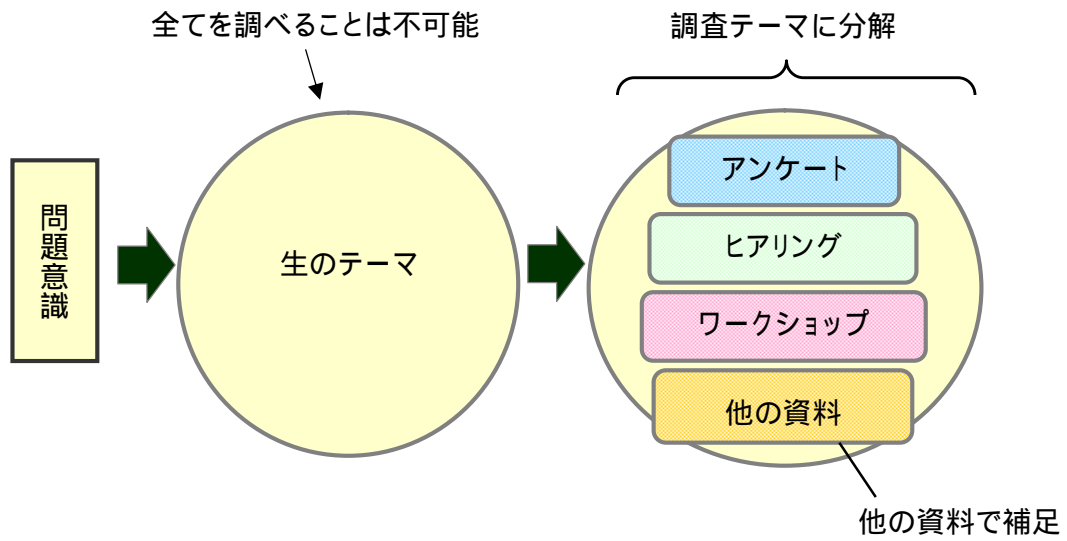
【アンケート・ヒアリング・ワークショップの組合せの考え方】

- ・調査の組合せに定説はないので、調査をどう構成するかが調査実施者のノウハウとなる。
- ・協働型評価でよくみられる組合せは以下のようなものである。

協働型評価でよくみられる調査の組合せ

調査対象者	調査目的	調査手法
行政施策の対象者	施策に対するニーズや意向の把握	アンケート
施策の実施者(行政機関など)	施策の現状把握	ヒアリング
施策の関係者(民間団体など)	施策に対するニーズや意向の把握	アンケート ヒアリング
施策の対象者・実施者を含む 害関係者	施策の意向把握・課題抽出、策立案	ワークショップ
施策に関するテーマの研究者	施策や調査結果に対する意見、 アドバイス	専門家会議

自分たちの問題意識を調査テーマに変換する



・調査する前は、問題意識の対象となっている「生のテーマ」だけがある。これをいくつかの調査テーマに分解し、適切な調査手法を振り当てて調査を実施することで、実態を解明していく。

・調査だけではわからない部分は、統計資料や類似調査などの他の資料で補足する。

「評価対象の調査活動」 まとめ

調査活動の手法

アンケート

- ・調査項目(調査票)を配布(郵送等)して、質問への回答を記入した後に回収(返送)。最もよく使われる調査方法です。

ヒアリング

- ・調査対象(者)と面接して、相手に質問する形で回答を聞き取ります。アンケートの補足として有効。協働型評価では重要な調査方法です。

ワークショップ

- ・社会集団の意見の方向をみつける(合意形成)ための調査。協働型評価では、利害関係者の意見集約の手法として活用されます。

調査活動の準備

- ・調査実施のポイント 「目的」「項目」「分析方法」「対象」「規模」「時期」「方法」「報告」「予算」「日程」
- ・調査テーマと条件を考慮してより良い調査の組立てを目指します。
- ・調査対象によって「アンケート」「ヒアリング」「ワークショップ」を使い分けます。

フェーズ3

調査活動の実施

アンケート

1 アンケートの計画

アンケートを設計する際の手法と手順

協働型評価において重要な調査手法であるアンケートの一般的な実施手順を概観します。

(1) 標本の設定

標本の抽出方法

調査票を用いてまとめた数のアンケートを実施する場合の調査対象を「標本」といいます。その主な抽出法として以下のようなものがあります。

単純無作為抽出法(ランダム抽出法)

調査対象全員が標本として抽出される可能性(抽出確率)を等しく有する方法。乱数などを用いて必要な数を抽出

集落抽出法(クラスター抽出法)

母集団を、全体の縮図となっているようないくつかのグループ(集落)に分け、ランダムに抽出された集落の要素全てを標本とする。

多段階抽出法

母集団をエリアによって第1次抽出単位(例: 県北、沿岸...)第2次抽出単位(例: 市町村...)と分け、それぞれの抽出単位から段階的に標本を抽出

層別抽出法

母集団を予備知識(性別・職業別など)に基づいていくつかの等質なグループ(層)に分け、各層からランダムに標本を抽出

標本数の決定(標本誤差)

調査票を用いてまとめた数のアンケートを実施する場合、標本数をいくつにするかについての統計学的な決まりがあります。これを逸脱すると、調査結果の信頼性が損なわれることになります。

標本数をいくつにすればよいかを決める場合は、標本数と標本誤差の関係を理解し、目的に応じた抽出数を算出します。

この場合、以下の2点のバランスを考慮する必要があります。

誤差をどれくらい許容できるか。(何に使うか)

作業の手間をどれくらいかけられるか。(経費をどれくらい投入できるか)

標本誤差・信頼度とは

- ・標本誤差とは、標本から母集団全体の結果を推定する際に生じる誤差のこと。その大きさは、標本抽出の方法、標本数、結果のパーセンテージなどによって異なる。
- ・調査の信頼度とは、標本による結果から、母集団による結果を推測する際の確からしさの程度のこと。
- ・社会調査では、信頼度を95%(誤差5%)とするのが一般的である。これは、100回調査すると95回までは同じ範囲内の結果が出るが、5回ははみ出る可能性があるということ。

標本調査には常に誤差がある
調査結果の判断の際には誤差を考慮

～ 標本誤差の違いが結果の分析に影響を与える例 ～

岩手県民を対象にある政策についてアンケートを実施

- ・アンケート結果 賛成と答えた人の割合 X%
- ・標本誤差 Y%



岩手県民のうち賛成している人の割合
 $(X - Y)\% \sim (X + Y)\%$ となる。

- ・アンケートの結果55%の人が賛成という結果がある場合、過半数の人が賛成しているといえるのか？

標本誤差が4%の場合
 $(55 - 4)\% \sim (55 + 4)\%$

- ・県民の51%～59%の人が賛成していると考えられ、過半数の人が賛成しているといえる。

標本誤差が8%の場合
 $(55 - 8)\% \sim (55 + 8)\%$

- ・県民の47%～63%の人が賛成していると考えられ、過半数の人が賛成しているとはいえない。

標本数の決定(計算方法)

母集団の大きさと標本誤差との関係をあらかじめ設定して必要標本数を算出すると下表のようになります。必要標本数を簡易に決定する場合の参考にして下さい。なお、一般には標本誤差を5%と設定します。

母集団の大きさと標本誤差の関係からみた必要標本数

母集団の大きさ \ 誤差の大きさ	誤差率5% (E=0.05)	
	必要標本数	抽出率
1,000	278	27.8
2,000	322	16.1
5,000	357	7.1
10,000	370	3.7
20,000	377	1.9
50,000	381	0.8
100,000	383	0.4
200,000	383	0.2
500,000	384	0.1

母集団の大きさからみた必要標本数と調査票配布数

- ・ある施策の対象者(母集団)が1万人で、誤差率を5%に設定するとすれば、370人から調査票を回収する必要がある。
- ・実際の調査では回収率を考慮しなければならない。想定される回収率が50%であれば、370人の倍の740人に調査票を配布することになる。

【コラム】 標本数の決定方法

必要標本数は正規には次の式で算出します。

- n : 標本の大きさ (回収数)
K(a) : 信頼区間 (95%とすることが多い)
E : 誤差率
p : 比率の推計値 (賛成が何%か? など、不明の場合は 0.5)

$$n = \left(\frac{K(a)}{E} \right)^2 p (1-p) \quad \dots \text{数式 1}$$

- n' : 標本の大きさ (回収数)
n : 1 の数式で求めた標本の大きさ
N : 母集団の大きさ

$$n' = n \frac{N}{N+n-1} \quad \dots \text{数式 2}$$

【実例】

会員2,000名の団体で、「会費を1,000円上げることに賛成か」について、以下の条件でアンケートを実施するとき、全会員の賛成の比率を把握するには何人の会員を対象に調査すればよいか。

ただし回収率を50%と推定する。

- 目標精度 5% (E=0.05)
推定の信頼率 95% (K(a)=1.96)
母集団の比率 50% (p=0.5) 固定
回収率 50% (0.5)

$$\begin{aligned} n &= (1.96/0.05)^2 \times 0.5(1-0.5) \\ &= 384.2 \quad (\quad 384) \\ n' &= 384 \times 2000 / (2000 + 384 - 1) \\ &= 322.3 \quad (\quad 322) \end{aligned}$$

$$\text{必要調査数} = 322 / 0.5 = 644$$

よって、644人に調査を実施すればよい。

(2) 調査票の作成

質問文作成の注意点

アンケートでは調査票の構成や質問文の書き方、選択肢の立て方が調査結果に大きく影響します。調査票を作成する際に注意すべきよくある落とし穴と、それへの対処方法を例示します。

質問についての項目

曖昧な質問

「兄弟の数は何人ですか？」

「自分を含むか」「亡くなった人は含むか」不明確

(例えば) 「自分を含めて教えてください」と注釈

難しい表現の質問

専門用語・法律用語・業界用語は対象を考慮して使う。

(例えば) 専門家調査に限定して使用

反抗や反発を引き起こす質問

「こうした因習的な方法を続けるべきだと思いますか？」

中立的な判断を妨げる言葉は避ける。

(例えば) 「昔からの方法」と言い換える。

文章についての項目

長すぎる質問

一読して意味が理解できない文書は避ける。

(例えば) 質問文は2行以内に納める。

意味が取りにくい質問

「若者の職場定着には職業意識の啓発が重要だと思いますか？」

他の要因の方がもっと重要だと思う人は「いいえ」?

(例えば) 「職場定着には次のどれが最も重要だと思いますか？」 - 「意識啓発」「適職マッチング」...
に組み替える。

否定文・疑問文を含む質問

「若者の初職への職場定着策は進めるべきではないという考えをどう思いますか？」

否定文・疑問文を含む質問は避ける。

(例えば) 「初職からの離職はやむを得ないという考え...」と言い換える。

論点が2つある質問

「あなたはAやBに賛成ですか？」

Aには反対なら「いいえ」?

(例えば) 「Aに賛成ですか?」「Bに賛成ですか?」、又は「賛成のものを選んでください」 - 「A」「B」
...に組み替える。

過去の記憶をもとにした質問

「昭和 年の年間所得は？」

回答者によって数字の信頼性にバラつきが出やすい。

(例えば)「昭和 年と現在の所得を比べた場合の動向は？」 - 「 上がっている」「 下がっている」...
に組み替える。

誘導的な質問

「一般には といわれていますが、あなたはどう思いますか？」

「 に賛成ですか？」

一定の回答を引き出す意図がみられる。

(例えば)「 といわれています。これに対するあなたの考えを教えてください」「 に賛成ですか？
反対ですか？」と言い換える。

あまりにも突飛な質問

「宝くじで1億円当たったら何をしたいですか？」

回答しにくく、回答があっても調査としてあまり意味がない。

質問のタイプについての注意点

質問にはいくつかのタイプがあるので、それぞれの特性を考慮して使い分けるようにします。

個人的質問と一般的質問

自分自身のことと一般論とで回答が異なることがあります。一般的質問は誰に対してもすることができますが、個人的質問はそれに該当する人しか答えることができません。

「あなたの世帯の、10年後の家族構成はどうなっていると思いますか？」(個人的質問)

「日本の世帯の、10年後の家族構成はどのようなものが多くなっていると思いますか？」(一般的質問)

意識を聞く質問と実態を聞く質問

意識(希望・意見)を聞くのか、実態(現状・事実)を聞くのか。一つの質問の中に両方が混ざらないようにします。

「老後は誰と同居するのが望ましいと思いますか？」(意識)

「現在誰と同居していますか？」(実態)

平常のことを聞く質問と特別のことを聞く質問

いつもの平均的な行動などを聞くのか、条件を限定して特別のことを聞くのか。後者では条件を明示しなければなりません。

「あなたは通常何時ごろ帰宅しますか？」(平常のこと)

「 月 日には何時ごろ帰宅しましたか？」(特別のこと)

単一の質問と質問群

単一の質問で聞くのか、関連する複数の質問で傾向を聞くのか。一般に、後者の方が実態をより正確に把握できます。

「あなたは今、幸福ですか？」（単一）

「あなたの今の気持ちを次の中から選んでください」 - 「うれしい」「悲しい」「うきうきしている」「沈んでいる」「希望がある」「悲観的である」...（質問群）

選択肢のタイプについての注意点

選択肢には以下のようなタイプがあります。質問の性格による使い分けが必要です。

賛否を聞く選択肢

択一的に賛否を問う場合や、賛否の程度を聞く場合がある。

「あなたは次のような意見に賛成ですか。反対ですか。」

- 「賛成」「反対」
- 「大いに賛成」「どちらかという賛成」「どちらともいえない」「どちらかという反対」「全く反対」

多肢択一

多くの選択肢から「一つだけ」選んでもらう。この場合選択肢が網羅的で、重複がない(排他的である)ことが重要

「あなたの年収は？」 - 「300万円未満」「300万円以上500万円未満」「500万円以上1000万円未満」「1000万円以上」

順位決定と複数選択

多くの選択肢から優先的に複数を選んでもらう。「三つまで」など数を限定するのが普通。「いくつでも」とすると、選択数によって回答の重みが異なってしまう。

不明・無回答・非該当の扱い

ある質問に回答がない場合、質問がわからなかったからなのか、答えたくなかったのか、該当しなかったのか区別する必要がある。選択肢に「わからない」を加えたり、該当しない場合「-」を入れてもらうなど注意をする必要がある。

質問の流れとレイアウト

答えやすく、回収率が上がる質問の流れとレイアウトを作る注意点をあげます。

質問の順番

- ・答えやすい質問を前に、個人的な質問は後に。属性は最後に。
- ・集計の都合より回答者の利便性優先。関連質問はまとめて聞く。

タイトル・実施主体・連絡先

- ・調査票には内容がわかるタイトルを。正式調査名と違ってOK。
- 挨拶・主旨説明
- ・実施者挨拶や調査主旨の説明を入れる。調査票と別紙も可。

記入上の注意

- ・「選択肢に『 』を付ける」「記入欄に番号を記入する」など。

処理記録欄

- ・集計等の処理のための整理欄やコード番号を入れることもある。

小見出し・説明

- ・質問のまとまりのはじめに小見出しや短い説明を付けることもある。

回答上の指示

- ・「同封の封筒に入れて返送してください」「調査員が訪問したときに渡してください」など。

お礼

- ・調査票の最後に協力のお礼を入れる。

レイアウト ページ数

- ・質問と選択肢がページをまたがないように。裏表の調査票で裏が未記入になることが多いので、ページの下に「裏へ」などと注記。

【調査票の表紙の例】

に関する調査について

NPO法人

拝啓、時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

この調査は、 について普段どのように考えておられるのかをお聞きするものです。この調査の結果を…の改善に活用してきたいと考えておりますので、お忙しいところ恐れ入りますが、調査にご協力いただきますようお願いいたします。

このアンケートは、NPO法人 が、 地域の方の中から無作為に抽出した方々を対象に実施するものです。

回答はすべて統計的に処理され、個人のプライバシーが他にもれることは決してありません。ありのままをお答えください。

質問にお答えいただきましたら、この調査票を同封の返信用封筒に入れ、平成**年**月**日(**)までに、ご返送くださるようお願いいたします。

この調査についてのお問い合わせは下記までお願いいたします。

【お問い合わせ先】

NPO 法人 (担当:*****)

住所 盛岡市*****

電話(****)*** - **** ファックス(****)*** - ****

E-mail ****@****.ne.jp

2 アンケートの実施

アンケートを実施する場合の手順を、「準備作業」「標本抽出作業」「調査票回収・点検作業」「集計作業」の順にみます。

(1) アンケート実施の準備

試験調査(プリテスト)の実施

調査票ができれば、それでうまくいくかどうかテストしてみます。実際の調査対象者の一部に対して実施するのが望ましいですが、難しければ関係者を対象に実施しても構いません。これによって、調査票の不備や、回答時間などをチェックして、必要があれば修正します。

調査票・返信用封筒の準備

調査票が確定したら必要部数を印刷します。

この場合、ワープロで版下が出来ていれば、調査票の枚数によっては印刷業者に頼むより自分たちで印刷の方が早い場合があります。コピーではなく、プリンタから直接出力することも可能です。

郵便でアンケート調査票を回収する場合、郵便局で「料金受取人払」の手続をすれば、実際に戻ってきた調査票の分だけ郵便代を支払えばよいので経費を節減できます。ただし、あらかじめ郵便局の承認を受け、所定の表示をした封筒を準備する必要があります。

調査票の発送

郵送で調査票を配付する場合は、以下のものを準備します。

- ・調査票
- ・発送用封筒(調査主体の名称と連絡先が入ったもの)
- ・返信用封筒(宛名入り)
- ・調査依頼文(調査主旨・実施主体・プライバシーポリシーを盛り込む)

なお、調査対象者の宛名を表計算ソフトなどに入力して、シールのついたラベルに印刷すると便利です。

調査員による調査について

調査テーマや実施方法によっては、調査票を郵送せず、調査員が配付・回収の作業に当たることもあります。(郵便受けに入れておき、後で訪問回収するなど)

この場合、適切な数の調査員を確保するとともに、調査員に対して事前研修を行って、調査主旨、不正防止などのための調査モラル、調査対象との接触に当たっての注意などを徹底する必要があります。このとき、注意事項を記載した「調査の手引」などを用意しておき、渡すのが理想です。

「調査の手引」は、ヒアリングのポイントなど(P63～66)を参考にして作成しましょう。

なお、調査員に対しては、事後の謝金の確実な支払いはもちろん、交通費・名簿閲覧費などの実費は事前に支払うのが原則となります。

(2) 調査対象の抽出

標本抽出の手順

個人を対象としたアンケートを実施する場合の標本抽出は、これまで「住民基本台帳」や「選挙人名簿」で行うのが普通でした。

しかし、個人を対象とした調査のためにこれらの名簿を利用することは、平成17年(2005年)4月の個人情報保護法施行以降、非常に厳しく制限されるようになりました。協働型評価で個人を対象とした調査を実施する場合には、名簿の利用条件を考慮して調査設計をすることが求められます。

個人調査対象の検討

これから協働型評価を実施するに当たっては、標本抽出の対象の再検討が求められます。各種名簿や電話帳の活用、「集落抽出法(クラスター抽出法)」の利用などを、母集団の特性を把握しながら検討する必要があります。

各種名簿の利用とエリアでの調査対象抽出

個人情報の利用が難しくなっていることから、協働型評価では新たな情報源を確保することが求められる。

「会員名簿」の管理者に了解を得て、「調査協力をお願い」を事前配付して、了承を得た後に調査を実施する「二段階方式」や、店舗・公共施設等の利用者への調査票の直接配付などを検討するとよい。

また、特定のエリアを調査対象全体のモデルと位置付け、ポスティング方式で調査票を配付し、郵送又は訪問回収する方法も効果的。(「集落抽出法(クラスター抽出法)」の一種)

【コラム】 調査対象抽出の方法

標本数の多い社会調査で、「住民基本台帳」や「選挙人名簿」を利用して標本を抽出する場合の手順を紹介します。

「住民基本台帳」や「選挙人名簿」を利用する場合は、管理者である市町村・市町村選挙管理委員会に事前に申請して閲覧の許諾を得ます。

手続は市町村によって異なるので、対象市町村ごとに手続を確認します。なお、通常は申し込みから許諾決定まで1か月程度待つことになります。

標本抽出作業は、市町村等が指定する閲覧場所で、手で書き写すのが原則です。なお、住民基本台帳の閲覧には、原則として市町村が定める手数料が発生します。(1件100円など)

「住民基本台帳」

・調査に関して閲覧できるのは、「統計調査・世論調査・学術研究その他の調査研究のうち、総務大臣が定める基準に照らして公益性が高いと認められるもの」。閲覧は、大学等研究機関・行政機関が実施する調査に原則として限られる。

「選挙人名簿」

・調査に関して閲覧できるのは、「統計調査・世論調査・学術研究その他の調査研究で公益性が高いと認められるもののうち、政治・選挙に関するもの」に限られる。

(3) 調査票の回収と点検

回収票の点検

アンケートの調査票を回収した後は、すぐに調査票の記入状況をチェックして、調査票の記述や構成に間違いがないかを事後確認します。

また、全く未記入の調査票は無効として処理します。

なお、記入状況を概観して、回答の傾向や回答者の属性をチェックしておくことで後々の集計・まとめ作業が円滑に進みます。

特に、フリーアンサーは要チェック。緊急の連絡やクレームがないか確認し、必要があれば即対応します。

連番整理(ナンバリング)と保管

調査票(有効票)に連番を振って整理します。

必要がある場合は、回収地区・回収日などによって束にしておきます。紛失や部外者の閲読を防ぐため、段ボールなどに入れて管理者の目の届くところに保管します。個人名が入っているなど個人情報を含む調査票は施錠などの管理を行います。

回収率向上

アンケートの回収率を確保することは調査者にとって重大な関心事です。回収率を上げる手立てとして以下のようなものがあります。

- ・協力依頼 督促状の送付、電話での再依頼
- ・調査員が介在する場合 調査員のミスマッチ対策、別の調査員に変えてみる。
- ・調査自体のPR不足 チラシや広報で調査の趣旨と協力をPR

(4) 集計作業のポイント

集計の手法

アンケートの集計に当たっては、回答(選択された項目)を通常は数字に置き換えて処理します。この置き換え作業を「コーディング」といいます。(「賛成 反対 どちらともいえない」の回答をそれぞれ「1」「2」「3」に置き換えるなど)

普通は選択肢の番号をそのまま使いますが、調査目的や集計分析の必要から、選択肢を統合したり、新しい区分をするなど、複雑なコーディングを行うこともあります。

データ入力とデータ処理

数字に置き換えた回答(コーディング数値)を、各種集計ソフトや表計算ソフトに入力します。

表計算ソフト(「マイクロソフト エクセル」など)を使う場合、通常は縦のセルに票番号を、横のセルに設問を入れて、回答を数字で入力します。

データ入力を始める前や入力中に、極端な外れ値や常識的にみてあり得ない回答、論理的に矛盾した回答などがないかチェックします。

こうしたデータについては、除外や無回答処理などケースに応じた処理を行います。

【データ処理の例】

- 例えば、一つの調査票の中で、「配偶者がいない」と「配偶者の職業 = 会社員」を選んでいる場合
総合的に判断して、いずれか一方を矛盾しない値に変更
いずれか一方を「無効」に
双方を「無効」に

表計算ソフトを使ったデータ入力の例 (選んだ場合「1」を入力)

設問 調査票 NO	質問 1			質問 2
	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	...
1 票		1		
2 票			1	
3 票	1			
....		1		
合計				

=SUM(C3:C110)など
選んだ数を合計

表計算ソフトを使ったデータ入力の例 (選択肢の番号を直接入力)

設問 調査票 NO	質問 1	質問 2		質問 2...
	1 票	2	3	4
2 票	5	1	2	
3 票	0	2	5	
....	1	3	4	
合計				

=COUNTIF(C3:C110,3)など
選択肢「3」の回答数を表示

回答した選択肢の番号

3 アンケート結果の整理

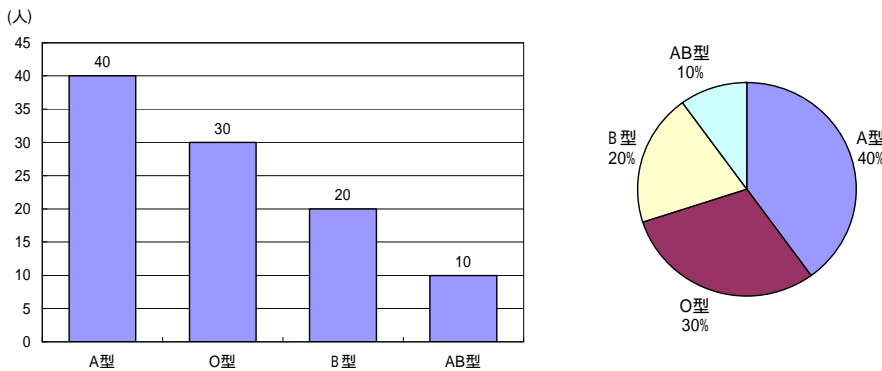
調査活動の集計結果が出たら、これを分析して評価のための資料として整える必要があります。ここでは、アンケート結果を分析するための主な手法を概観します。なお、より詳しい分析手法は書籍やインターネットを参照してください(インターネットでは「エクセル グラフ作成」などと検索)。

単純集計

アンケート結果集計のもっとも基本的な形です。設問の性格に応じて、度数(回答数)や比率などを算出し、グラフを作成して集団の特色や傾向を把握します。

選択肢の順番に意味がない場合(名義尺度)

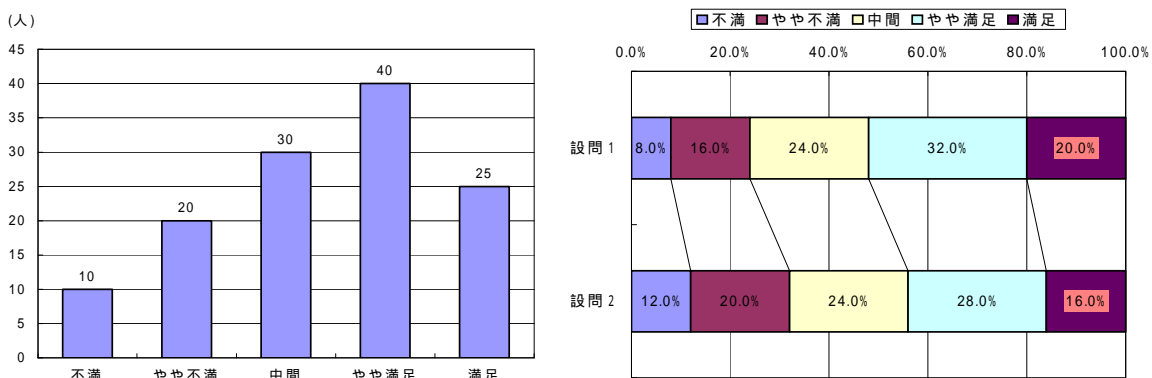
必要であれば、回答数が多い順番に並べ替えることが可能です。



- ・度数(頻度)の集計、比率の計算が基本
- ・回答順は重要ではないので、並べ替えることも可
- ・度数は棒グラフ、比率は円グラフ・帯グラフなど

選択肢の順番に意味がある場合(順序尺度)

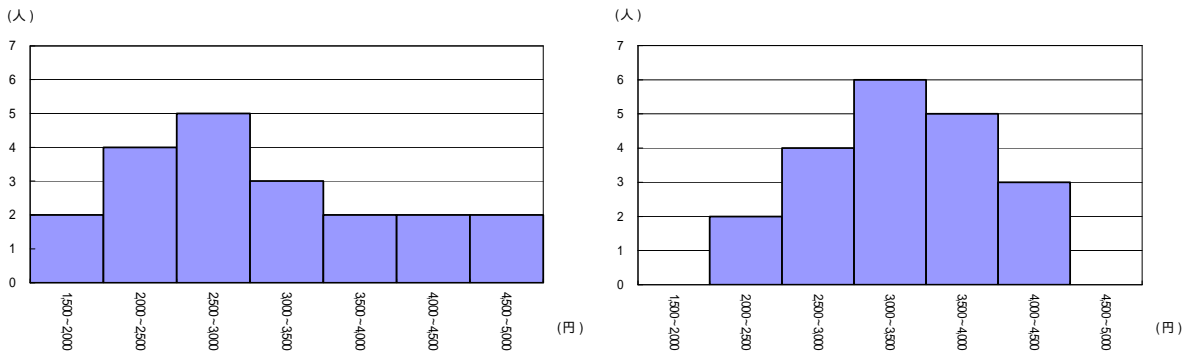
項目順は変えずに集計します。



- ・度数(頻度)の集計、比率の計算が基本
- ・回答順も重要なので、設問順にしておくことが多い
- ・度数は棒グラフ、比率は棒グラフ・帯グラフなど

回答を数量で聞いた場合(数量データ)

縦棒グラフでヒストグラムをつかって分析を行います。



- ・区間分けによる各区間の度数の集計が基本
- ・平均値・中央値・ばらつき(分散・標準偏差)など

クロス集計

2つの設問の組合せで集計する方法です。普通は回答者の属性(性別・年齢・住所・職業など)による回答傾向の違いをみるのに使います。また、データのチェックにも役立ちます。

クロス集計で比率を示すときは、必ず説明変数(変化をみようとする側、下の例では「男性」「女性」の方)が足して100%になるようにします。

* 性別による、ある事業への賛否の状況 (単位:度数)

性別	事業への賛否		全体
	賛成	反対	
男性	15	5	20
女性	25	55	80
計	40	60	100

* 比率でみる場合の**良い**集計例 性別による違いが明確

性別	事業への賛否		全体
	賛成	反対	
男性	75.0	25.0	100.0
女性	31.3	68.8	100.0

* 比率でみる場合の**悪い**集計例 性別による違い不明

性別	事業への賛否		全体
	男性	女性	
賛成	75.0	31.3	100.0
反対	25.0	68.8	100.0

まとまった標本数のアンケートでは属性別クロス集計は必須です。

他に主要設問間のクロス集計を行い、回答の傾向をチェックして論点をみつけます。なお、集計結果は、表と構成比の横棒グラフで表すのが一般的です。

もっとも基本的な分析手法
属性によるクロス集計は必須

トリプルクロス

2つの項目間のクロス集計に、更に第3の項目を付加して、最初の2項目間の関係を掘り下げるもので、2項目間の相関の有無を明確にしたいときに使います。

下の例では、クロス集計では「男性」の「35歳未満」が番組を見ているようですが、「性別」「年齢」「見ているかないか」のトリプルクロスをかけると、「男性35歳以上」と「女性35歳未満」が見ていることがわかります。

* 性別によるある番組の視聴の状況（単位:度数）

性別	番組を		全体
	見ている	見ていない	
男性	66.3	33.7	49.8
女性	46.3	53.7	50.3
計	56.3	46.8	100.0

* 年代によるある番組の視聴の状況（単位:度数）

性別	番組を		全体
	見ている	見ていない	
35未満	66.2	33.8	49.5
35以上	46.5	53.5	50.5
計	56.3	46.8	100.0

* 性別・年代をトリプルクロスした場合（単位:度数）

性別	番組を		全体
	見ている	見ていない	
男性35未満	41.4	58.6	24.8
35以上	91.0	9.0	25.0
女性35未満	90.9	9.1	24.8
35以上	2.9	97.1	25.5
計	56.3	46.8	100.0

トリプルクロスは、設問を横断することが多いので、項目間の相互連関を見つけ出す能力が求められます。

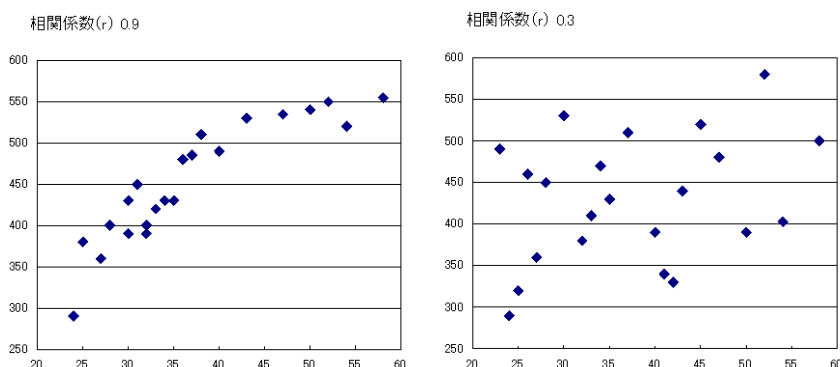
相関分析

2つのデータの間の関係を数値で表現する手法です。例えば「子供の睡眠時間と成績の関係」など、相互関係がありそうだと推定される項目間について、相関分析を試してみます。

相関関係は+1から-1までの相関係数で判断します。0のときは無相関でデータの間には関連がないことになります。

一方の値が上昇すると他方の値も上昇する関係ならば正の相関があることを示します。一方の値が上昇すると他方の値が低下する関係ならば負の相関があることを示します。

【相関関係と散布図の関係】



左図は「正の相関があり、相関が高い」、右図は「相関がない」。

どれだけの係数の値があれば二つのデータ間に相関があるかということについての基準はありません。

目安として、0.7以上は「相関が高い」と判断することが多く、0.5~0.7未満を「弱い相関がある」と判断する場合があります。

回帰分析

回帰分析は、相関分析で関係があると認められた2つのデータ間の関係の度合いを調べる分析手法です。

データ間の因果関係を特定したり、相関関係があると初めからわかっているものについて一方のデータに対する他方のデータの値を推計したりすることができます。「人口推計」や「入込予測」といった将来予測によく使われる手法です。

回帰分析を使った将来推計の例

(例)売上額と宣伝費の関係が既知

目標とする売上額を得るために必要な宣伝費の額を決定できる。

(例)集客施設の施設・設備と集客数の関係が既知

どのような施設・設備を整備すればどの程度来客があるか予測できる。

相関分析と回帰分析は表裏の関係 相関が認められれば、将来動向を予測できる

パターン=スケール分析

一つひとつの設問の結果だけを分析するのではなく、いくつかの関連する設問の結果を複合して分析する手法です。

パターンは「型」、スケールは「数値」のこと。回答内容を点数化して、**3点**は**A型**、**2点**は**B型**、**1点**は**C型**、といった使い方をします。

【パターン=スケール分析の例:政治参加に関するパターン】

区分		全国レベルの政治に参加		
		3 よくする	2 たまにする	1 あまりしない
政治に 参加 の 地方 レベル	3 よくする	A両方型 (6点)	(5点)	C地方型 (4点)
	2 たまにする	(5点)	E中間型 (4点)	(3点)
	1 あまりしない	B全国型 (4点)	(3点)	D非参加型 (2点)

(注)点数は全国レベル・地方レベルの点数の合計

単独のデータだけでは、その回答を選んだ背景がみえないことがありますが、他のデータを組み合わせることによって結果をより正確に把握できます。

複数の指標で数値(スケール)評価した後に 総合評価で型(パターン)に区分するのが効果的

カイ二乗検定(独立性の検定)

調査結果から「差がある」とか「差がない」という判断を下すには、厳密には統計的な裏付けを得ることが必要です。

例えば、ある施策に関する住民アンケートの結果が東地区と西地区で下表のようになった場合、どのように判断すればよいでしょうか？

「東地区の方が西地区より評価が高いような気がする」

(単位:人)

区分	評価する	評価しない	合計
東地区	128	116	244
西地区	107	124	231
計	235	240	475

「そんなに大きな差じゃない。両方とも大体同じでしょ」

このように、居住地区(A要因)によって施策に対する評価(B要因)に差が生じているかどうか、言い換えれば、A要因とB要因が独立であるかどうかを確かめるのが、「カイ二乗検定(独立性の検定)」です。

ちなみに、この例を検定してみると、「施策に対する住民の評価は居住地域によって差がない」という結論が導かれます。

作業は専門家に頼むなどするにしても、言葉とその意味は理解しておきましょう。

「評価活動の実施 アンケート」まとめ

アンケートの計画

標本の設定

- ・「単純無作為抽出法(ランダム抽出法)」「集落抽出法(クラスター抽出法)」「多段階抽出法」「層別抽出法」など。

標本数の決定

- ・社会調査では5%の誤差があるとみることが多い。
- ・母集団の大きさ・作業時間と予算のバランスで標本数を決定。
- ・調査結果の分析は誤差を考慮して行います。

質問文作成の注意点

- ・「あいまいな質問」「反抗や反発を引き起こす質問」「論点が2つある質問」「誘導的な質問」「個人的質問と一般的質問」「意識を聞く質問と実態を聞く質問」に特に注意。

選択肢のタイプについての注意点

- ・「賛否を聞く選択肢」「多肢択一」「順位決定と複数選択」「不明・無回答・非該当の扱い」に注意。

質問の流れとレイアウト

- ・「質問の順番」「タイトル・実施主体・連絡先」「記入上の注意」などを忘れずに。

アンケートの実施

- ・試験調査(プリテスト)の実施 調査票の準備(発送手続・発送作業) 調査票の発送
- ・調査員による調査について
調査の性格によっては調査員の確保と研修が必要。
- ・標本抽出の手順
各種名簿の利用とエリアでの調査対象抽出(団体名簿・電話帳・地区の世帯への配付など)
- ・調査票の回収点検 連番整理と保管
回収率向上策
- ・集計作業のポイント
数値の置き換え(コーディング) 入力とデータ処理

アンケート結果の整理

- ・単純集計・クロス集計・トリプルクロスが一般的。
- ・相関分析・回帰分析・パターンスケール分析も有効。
- ・カイ二乗検定(独立性の検定)の意味を覚えておこう！

フェーズ4

調査活動の実施

ヒアリング

1 ヒアリングの計画

ヒアリングとは、調査対象者と直接面談して情報収集する調査活動のことです。協働型評価では、調査主体・実施テーマ・費用などの面からアンケート実施に制約が多いため、ヒアリングが重要な調査手法となります。

ここでは、ヒアリングの準備にあたって必要な事項を概観します。

事前調査

ヒアリングで有効な情報を収集するためには、調査テーマや調査対象についての広範な知識が必要です。ヒアリングは調査主体の力量が試される調査でもあります。

ヒアリング対象を選定するときや、対象を選定した後調査を実施する前に、既存資料で調査対象者の概要を把握しておく必要があります。

主な情報源として以下のようなものがよく使われます。

ヒアリング対象者に対する事前調査の際によく使う情報源

- ・団体・事業所等が運営するHP
- ・年鑑類
 - 「会社年鑑」(岩手産業統計所) 「岩手年鑑」(岩手日報社)
 - 「岩手建設年鑑」(日刊岩手建設工業新聞社)など
- ・調査テーマに関する既存調査・類似調査
 - シンクタンクのHP・官報販売所・一般書籍など
- ・統計資料(各市町村・県HP)・白書・業界紙誌など
 - 国の機関のHP・官報販売所・日経テレコムなど

ヒアリング対象者との連絡調整

ヒアリング対象者を選定したら、調査依頼を出して面接のための約束を取ります。

調査依頼に当たっての手順と注意点

委託者への「ヒアリング実施要領」の提出

- ・行政などからの委託事業でヒアリングを行う場合、委託者に対して調査の目的・対象・方法・実施日時・担当者を記載した文書を提出。実施内容について合意を得る。

行政などの委託者から調査対象者へ、「ヒアリング調査実施要領」「ヒアリング調査依頼文」「ヒアリング調査書」を送付

- ・委託者から出す場合と調査実施者から出す場合の両方があるが、委託者が公的機関である場合は委託者から出す方が理解を得られやすい。

対象者との調査実施日時の調整

- ・調査対象者に文書が届いた頃に相手方に電話して、調査日時・場所などを調整する。
- ・委託者が直接連絡して調整する場合もある。

一般的な調査依頼書の記載項目

「調査テーマ」 調査実施主体

調査主旨 / 背景・目的・ヒアリングしたい相手の氏名・所属

調査実施要領 / 実施日時・訪問者所属氏名・面接時間

調査内容 / 主な質問項目・用意してもらう資料(必要な場合)

連絡先

2 ヒアリングの実施

面接ヒアリングを実施する際のポイント、実施形態と手順・内容、実務上の注意点を概観します。

ヒアリングのポイント

事前に用意した調査項目についての回答を得ることが最低条件です。一方、ヒアリング相手は調査テーマについて多くの情報を持っているので、条件や必要に応じて、より突っ込んだ情報収集に努める必要があります。

効果的なヒアリングを実施するためのポイント

事前に送付した調書や調査項目に対する回答を最低限得る。

調査にかかる時間は当日の相手の都合に合わせる。応じてもらえる時間を聞いて、質問時間を調整する。

相手は質問項目以外にも多くの情報を持っている。それを聞き出せるか否かは調査員の力量。事前調査をきちんとし、ポイントをついた質問をすれば、相手も「わかっているな」とみて、話をしてくれる。

相手の都合が合えば、調査項目に沿って突っ込んだやりとりになるのはOK。相手との会話の中から課題解決に資する情報を得ることができる。

必要に応じて調査項目の順番を変えるのは可。要は必要な情報が得られればいいので、質問の順番や表現が変わっても差し支えない。

ヒアリングの実施形態

事前に準備してもらふ資料は、原則として既存の資料に限定し(会社であればPRパンフなど)、ヒアリングのために新たに資料を作成してもらふことは原則として避けます。

また、事前に知らせている調査員が訪問するようにします。調査員を変更する場合は、その旨をできる限り事前に知らせて了承を得るようにします。

ヒアリングの手順

ヒアリングを始めるときは、調査依頼の内容を簡単に説明し、調査実施について了承を得ます。また、業務上の秘密等を聞くものではないことを断り、質問に対して差し支えない範囲で回答してもらうように要請します。

～インタビューを始めるときの手順～

挨拶

調査実施者(団体)の概要説明(団体案内の提示)

調査を実施(受託)するに至った経緯の説明

(必要な場合は調査員証・調査受託契約書などを提示)

調査の趣旨説明(目的・調査の構成・用途)

調査結果の取扱いを説明(目的外使用はしない、報告書・HPなどで外部に明らかにするなど)

質問に対して差し支えない範囲で回答してもらうように伝える

(プライバシー・業務上の秘密の保護など)。

ヒアリングの内容

ヒアリングは調査依頼書で事前通知した項目に沿い、詳細は調書に従って1項目ごとに質問する形で行います。調査時間は最大でも1時間以内とし、調書で準備した設問についての質問をメイン(40分程度)とします。質問のおおよその流れは以下のとおり。(事業所・団体の場合)

ヒアリング内容の例

業務の概要(10分)	
調査項目への回答(40分)	
調査対象者の見解(5分)	
調査主体・調査そのもの・調査員に対する要望・質問・意見(5分)	(全体60分)

なお、話の流れによって情報収集に対する協力を得られる場合は、上記の「 」の部分の時間を増やして、相手の反応をみながら調査テーマの掘り下げに有意義な情報を得るための突っ込んだ話を聞きます。

また、場合によっては「 」に遡って、既に聞いた調査項目についての私見を聞くのも可です。

調書の設問に対する回答を得るのが最低条件 協力が得られれば、テーマに関する情報収集を

ヒアリング実施時の注意

音声録音や写真撮影が必要となる場合は、必ずその場で相手の了解を得るとともに、データを使用していい範囲を確認します。

ヒアリングの際に記録のための音声録音を行うことは原則として避けます。その場で、できれば相手に見えるようにして簡易なメモを取りながら話を聞くことが望ましいでしょう。

事業所を対象としたヒアリングの場合は、その場で了承を得たうえで、できるだけ内部を見学させてもらうようにします。事業現場を見ておくことは、調査テーマについて生きた情報を得るのに有効であるばかりでなく、その後の類似調査にあたっての財産になります。

【写真撮影・音声録音・事業所見学の注意事項】

写真撮影・音声録音をする場合は必ずその場で確認し承諾を得る。なお、インタビュー中の音声録音は回答を抑制するので、極力避ける。記録のための録音は不要。

事業所内見学を希望する場合は、調査要領で事前に要請する。了承を得ている場合のみ、その場で再度要請したうえで実施(10分～20分ぐらい)。

事業所対象調査ではできるだけ現場見学を

3 ヒアリング結果の整理

実施後の手順、レコードの作成と文書化

ヒアリングを終えたら、メモに基づいて記録(レコード)を作成し、分類を加えながら傾向分析を行います。

ヒアリング後の手順

ヒアリング中に作成したメモを基に、後日記録(レコード)を作成します。調査対象者によっては、報告書掲載前に記録の内容を確認したい旨を求める場合がありますが、実務的に対応できないことが多いので、公表される文書は固有名詞を伏せるなどの加工を行うことで納得してもらいたいのが望ましいでしょう。

もちろん、なお内容を確認したい旨を求められた場合は、記録を送付するなどの対応をします。報告書の送付を求められた場合も同様です。

記録の加工・報告書の送付

記録を報告書等に掲載する場合は、その旨を断り、対象が特定されないように加工することを伝える。調査対象者からできあがった報告書の送付を求められた場合は事後に必ず送付する。

記録(レコード)の作成

記録の作成にあたっては、話し言葉やメモの内容をそのまま書き写すのではなく、文書の長さを整えて箇条書きにします。

記録は調査項目に対する答えが明確となるような順番と形式に再整理します。実際の話の順番や形式にとらわれる必要はありません。

いくつかの調査対象者にヒアリングした場合は、話の内容を項目ごとに再構成して整理すると、評価の資料として使いやすくなります。(ただし、再整理する場合は、事実を書くのが大前提)

記録作成の注意事項

記録は文書の長さを整え、短く、箇条書きにする。
実際の話の流れに関わらず、当初の調書や質問項目に沿って再整理する。

記録に基づく評価

必要に応じて記録を再分類したり、文書化して評価を行います。特に最終報告書用に文書化する場合、報告書の性格や資料としての用途を念頭において、使いやすい形に構成します。

記録を文書化する際の注意事項

調査結果の最終用途を念頭においてまとめを行う。最終報告書に掲載するか、内部資料に留めるか、後者の場合でも担当者レベルがわかっているのか、委員会などの会議資料とするのかによって、まとめ方が異なる。

報告書資料とする場合、性格に応じた使い分けを行う。固有名詞は一貫して伏せた方がいい。担当者会議などで現状が正確にわかった方がいい場合のみ加工していないデータを出す。

文書を整理する場合は、設問ごとに表題を付け、一文書に一つの論点を区分けするようにする。

「調査活動の実施 ヒアリング」まとめ

ヒアリングの計画

事前調査

- ・統計資料や類似調査報告書で調査対象の状況を把握します。

ヒアリング対象者との連絡調整

- ・調査依頼書で事前に通知します。

ヒアリングの実施

ヒアリングのポイント

- ・調査に必要なのは基礎情報を得ること。

ヒアリングの実施形態

- ・既存資料を使うのが原則。新たな資料作成を求めない。

ヒアリングの手順

- ・調査主体・調査目的・取得情報の扱いを説明します。

ヒアリングの内容

- ・概要10分 質問40分 意見5分 要望5分が基本

ヒアリング実施時の注意

- ・写真撮影は承諾を得て。音声録音は原則不要。事業所対象の調査ではできるだけ現場見学を。

時間は10～20分

ヒアリング結果の整理

ヒアリング後の手順

- ・記録・報告書の扱いについて同意を得ます。

レコードの作成

- ・箇条書きで簡潔に。設問の順番に再整理します。

レコードに基づく評価

- ・最終用途を念頭に作成。固有名詞は避けます。

フェーズ5

調査活動の実施

ワークショップ

1 ワークショップの計画

目的・構成・心得・準備

協働型評価におけるワークショップは、その目的により大きく2つに分けられます。目的に応じて、効果的なワークショップを実施するための手法を概観します。

ワークショップの目的

協働型評価におけるワークショップは、グループヒアリングのひとつとして専門家や関係者の意向を把握するために活用する場合と、アンケート・ヒアリングの結果を基に調査テーマについての課題抽出や施策立案を行うために活用場合があります。

これらのワークショップを開催する際、通常のワークショップ以上に調査テーマの利害関係者の参加を促すことが重要となります。これにより、アンケートやヒアリングの結果を補足し、より幅広い観点から掘り下げた検討を行うことが可能になるからです。

利害関係者の意向把握型ワークショップ

利害関係者のワークショップへの参加を得るためには、関係者の関心を呼び、意見が反映されやすい事前のプログラムづくりと、参加者対象の的確な選定、参加を呼びかける周知活動の実施が重要です。

～ワークショップを準備する際のポイント～

参加者 / 地域又は分野に配慮し、利害関係団体から複数参加を願う。スタッフの人数によって1回の定員を決定する。1グループ5～8名に対して進行役(ファシリテーター)1名が目安。

案内 / 主旨を伝え、意見をあらかじめ用意してもらえるような案内。

プログラム / あらかじめ検討した分析方法に沿って、3～5つのテーマに分けて進める。

司会進行(ファシリテーション) / 複数のグループがある場合は、議論の進め方や出された意見の編集方法を各進行役(ファシリテーター)の間で話し合っておくと分析しやすい結果が得られる。

課題抽出・施策検討型ワークショップ

このワークショップでは、評価対象の施策分野に精通する専門家の見識を活かすことができるようなプログラムづくりが重要なポイントとなります。

～ワークショップを準備する際のポイント～

参加者 / 各分野の利害関係代表者、分野の専門家、評価の専門家、行政担当者など10～20名。

案内 / あらかじめ調査結果の資料を全て送付しておく。

プログラム / 分析結果から得られる課題を確認する(時間的に余裕がなければあらかじめ課題となる事柄の候補を挙げておく)。

課題から施策としての望ましい形(方法)を導き出す。

司会進行(ファシリテーション) / 参加者の発言を可能な限り可視化し、編集への合意を得やすい環境をつくる。3～6名程度スタッフが進行役を分担して進行する。役割は、メインの進行係、発言の書き出し係、張り出し編集係など。

進行役(ファシリテーター)の役割

グループ討議の進行で最も大事なことは、参加者の議論を仕切ったり、自分の考えの方向に誘導したりしないことです。ワークショップの核心は、ルールに従って議論を行い、参加者の合意をその場で得ることです。

そのため、進行役(ファシリテーター)はグループの全員が議論に参加するように促し、出された意見の交通整理を行い、積極的な話し合いの場をつくることを心掛けます。

進行役(ファシリテーター)の心得

仕切るのではなく、参加を促進する。

明るく前向きな発言と行動で積極的な場の雰囲気づくりをする。

自由で多様な価値観を尊重し、対等な発言を保証する。

参加者が情報を共有することに力を注ぐ。

最終的な成果をいつまでに完成させるかを意識する。

ワークショップの事前準備

始める前に、目的・スケジュール・参加者・備品をチェックします。

ワークショップ前に準備すること

- ・ワークショップの開催目的を明確にする。
- ・全体及び当日のスケジュールと、達成すべき成果を設定する。
- ・必要となる備品の一覧をつくり、調達しておく。
- ・役割分担を決め、当日参加できるスタッフを確認する。
- ・参加者の把握(どんな人が、どんな目的で参加するか)
- ・会場の設定(机・イス・ホワイトボード・マイクなどの備品の確認)

2 ワークショップの実施

いよいよワークショップの開始です。ワークショップ実施の手順を事例に沿って確認します。また、ワークショップ成功の鍵になるグループ討議の司会進行(ファシリテーション)の技術を紹介します。

(1) ワークショップの進行

ワークショップの進行(その1)

時間を区切って作業内容を参加者に明示します(「セッション」などの名称を付けます)。これによって参加者に自分が行う作業の見通しをつけてもらうようにします。

1つの「セッション」は30分から1時間以内にまとめ、2～3つのセッションで1回のワークショップを構成するようにします。

【作業シートやカードを使ったグループ討議の様式】



平成19年度景観からのまちづくり事業(NPO-NETサポート・北上市)

～設定指標なしワークショッププログラムの例～

時間	内容
9:00 9:30	<ul style="list-style-type: none"> ・スタッフ集合、ミーティング、会場設営 ・受付開始 / 資料配布
10:00	<p>セッション 1:「景観実験」グループ作業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・進行: ・趣旨説明、スタッフ紹介 ・グループごとに企画した景観実験を進める。 ・実験の様子を撮影する。 ・会場に戻り、昼食をとり、次のセッションの準備をする。
13:30	<p>セッション 2:「実験結果の点検」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3グループの実験結果を点検し合う。 ・(C班) (B班) (A班)の順にまわる。 ・担当した班は他の班に説明をする。
15:00	<p>セッション 3:「実験結果の共有と評価」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グループ作業 ・景観実験評価表の作成とグループ討議 ・発表者を決定する(発表者は地区から選任)。
* コーヒーブレイク(各自)	
15:30	<p>セッション 4:「評価の共有」発表と質疑</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各グループの発表に対する意見交換を行う。
15:50	<p>セッション 5:「まとめ」コーディネーターによる総括</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今日の作業内容を振り返り、結果を共有する。 ・ワークショップ全体を振り返り、成果の活かし方と今後の動きについてまとめる。
15:55 16:00 16:30	<ul style="list-style-type: none"> ふりかえり / ふりかえりカード記入・発表 ・閉会 ・片付け終了(参加者にも手伝ってもらう)

資料:平成19年度景観からのまちづくり事業(NPO-NETサポート・北上市)

ワークショップの種類

ワークショップでは、調査テーマ・参加者数・参加者の習熟度などによって様々な討議の手法を使います。

目的別にみたワークショップの種類

「現況把握」「課題抽出」「要望(ニーズ探し)」「施策立案」「フィールドワーク」など

手法別にみたワークショップの種類

「ロールプレイゲーム」「KJ法とファシリテーショングラフィックス」「旗揚げゲーム」「グランドワーク」など

ワークショップの備品

ワークショップの目的や採用する手法に応じて、適切な備品を用意します。室内でのワークショップで一般的に使用する備品には以下のようなものがあります。

ワークショップでよく使用するもの(5~6人の編成の場合)

- ・B6カード 1人当たり 2~3枚
- ・ポストイット(75mm×75mm) 各色50枚入り グループ数
- ・A4版コピー用紙 1人 4~5枚
- ・A3版コピー用紙 1人 2枚程度
- ・模造紙(白) 全紙版 グループに2~3枚
- ・黒サインペン(水性) 人数分

(2) 司会進行(ファシリテーション)の技術

会議の導入部

進行役(ファシリテーター)が頭に入れておくべき基本的な注意点を紹介します。

会議の導入部は、ワークショップ全体の印象を決める重要な段階です。参加者が安心して議論に入っていける準備を行い、場の雰囲気づくりに努めます。

会議への導入にあたっての注意点

時間通りにスタートする

・時間通りに出席した人を大事にする。議事録等記録に残り、会議は時間通りに始まるという意識付けになる。

前回欠席者への議事録の配布や開催前説明などの事前対応

・効率的に作業を進めることができる。話が後戻りしないようにする。

遅れてくる人、早く帰る人への配慮

・安心して会議に出席できる雰囲気づくりと、会議に入る前の集中を増す効果がある。

・大事な決定事項に不可欠な人の参加を確保することで、話し合いを成果あるものにする。

自己紹介(アイスブレイキング)

・参加者の関心事をファシリテーターが理解し、話の流れをつくることことができる。

・参加者同士の理解が深まる。

会議中

会議中は、参加者の注意を引きつけることに注力します。特に、参加者の理解をとりながら議論を進めることが重要です。

会議中の注意点

- 事前に付箋紙を配り、はじめに質問を書く
- ・頭を使うことで話に集中。特に眠い午後のセッション前が有効
 - ホワイトボードなどを使って、書きながら話を進める
- ・視覚と聴覚のステレオ効果で、頭に入りやすく話に集中できる。
 - 会話型で話す。参加者が気にしている話題
- ・話がわかりやすく、身近なものとして理解できる。
 - 理解を取りながら進める(ファシリテーションの極意)
- ・ファシリテーターには権限や権威はないので、合意をとりながら進めないと「やらされた」という感覚が残る。

会議終了時

会議終了後は、成果の確認と情報のフィードバックを行います。また、次回のスケジュールを作っておいて、最後にPRすることが大切です。

会議終了後の注意点

- 必ず振り返りを行う
- ・主催者側が情報をもらう。ねらいが達成できたかの確認。みんなの前で質問できない人も質問しやすい。
 - 振り返りを参加者全員に配る
- ・情報をフィードバックして、参加者同士の違いを知る。
 - 次回の日程の確認、課題の確認
- ・日程や目標を確認、それまでに準備する課題を確認

【コラム】話し合いの技術

ワークショップでよく使われる話し合いのための手法を紹介します。

ブレインストーミング

- ・「頭(ブレイン)で問題に突撃(ストーム)すること」。既成概念にとらわれず、いろいろな意見を自由に出し合う会議の形式。多様な意見を引き出すのに役立つ。

KJ法

- ・ブレインストーミング等で出されたたくさんのアイデアや意見をまとめ、合意形成をしやすい方法。
- ・同種の意見をまとめるグルーピング、意見のまとまりに表題をつけるラベリング、意見のまとまり同士の関連や違いを図で表すグラフィックなどを使うことで、参加者がお互いの意見の異同や関係を理解しやすくする。



ロールプレイ

- ・話し合いのテーマについての利害関係者(ステイクホルダー)の役割を演じ、その人の立場に立って話をする手法。
- ・これによって、一面的なものを見方を抜け出して、多面的でより当事者の立場に則した解決方法が見つかる可能性がある。

3 ワークショップ結果の整理

ワークショップが終わったら、そのままにしないで、使った書式やカードを整理したり、ファシリテーショングラフィックス(発言を記録・図式化した模造紙など)を加筆したり、参加者名簿を整理して次回に備えます。

ツールの整理

話し合いに使用したカード・地図・ファシリテーショングラフィックスなどを整理します。仮留めしたカード類を固定したり、文字や図を加筆したり、漏れている情報の補足を行います。(日付・参加者名・施設名称など)

参加者情報の整理

参加者名簿を整理して、出欠を確認するとともに結果を知らせ、次回以降のワークショップへの参加を促します。また、参加者からの振り返りカードや参加者アンケートを回収・集計・分析して、次回までに結果を知らせるようにします。

こうした情報を進行役(ファシリテーター)などの関係者に知らせ、情報交換を行うのが理想的です。(反省会・情報交換会など)

情報のフィードバック

ワークショップの関係者に結果を知らせる「かわら版」などを作成して配布することは、参加者の意欲を維持向上させるうえで効果的です。

「かわら版」の内容は参加者数・協議内容・参加者の声・次回会議のお知らせなどとし、会議の写真などを入れて雰囲気伝えます。

「調査活動の実施 ワークショップ」まとめ

ワークショップの計画

ワークショップの目的

- ・利害関係者の意向把握、調査の補足
- ・課題抽出、提言の立案

ワークショップの準備のポイント

- ・参加者確保 / 事前案内 / 目的にあったプログラム
/ スタッフ・ファシリテーターの確保
- ファシリテーションの心得

- ・「自由で多様な価値観を尊重」「参加者の情報共有を意識」

ワークショップの事前準備

- ・目的の明確化 / スケジュールと達成目標の確認 / 備品調達 / 役割分担とスタッフへの徹底 / 参加者の把握

ワークショップの実施

ワークショップの進行(例)

- ・集合・受付 セッション1(作業) セッション2(点検) セッション3(評価) セッション4(発表)
表) セッション5(まとめ) 振り返り

ワークショップ結果の整理

- ・使用したカード・地図などのツールの整理。加筆や補足
- ・参加者の振り返りカードやアンケートの集計分析
- ・「かわら版」などによる参加者への情報のフィードバック

フェーズ6

評価結果のまとめ

1 調査結果の評価

調査活動によってテーマについての情報が出そろったら、これを評価する作業に入ります。具体的には調査結果を解釈し、テーマについての課題を抽出する作業を行います。

調査結果の評価の構造

調査活動の結果として出てくるのは「事実」に当たるものです。これをいろいろな分析手法を使って「判断」していきます。さらに、判断した事項をどのように捉えたらいいかを検討するのが「解釈」です。

事実やそれに基づく判断と調査者の解釈とが不分明のまま混在すると、調査結果の価値が損なわれるだけでなく、解釈の妥当性も疑われてしまいます。

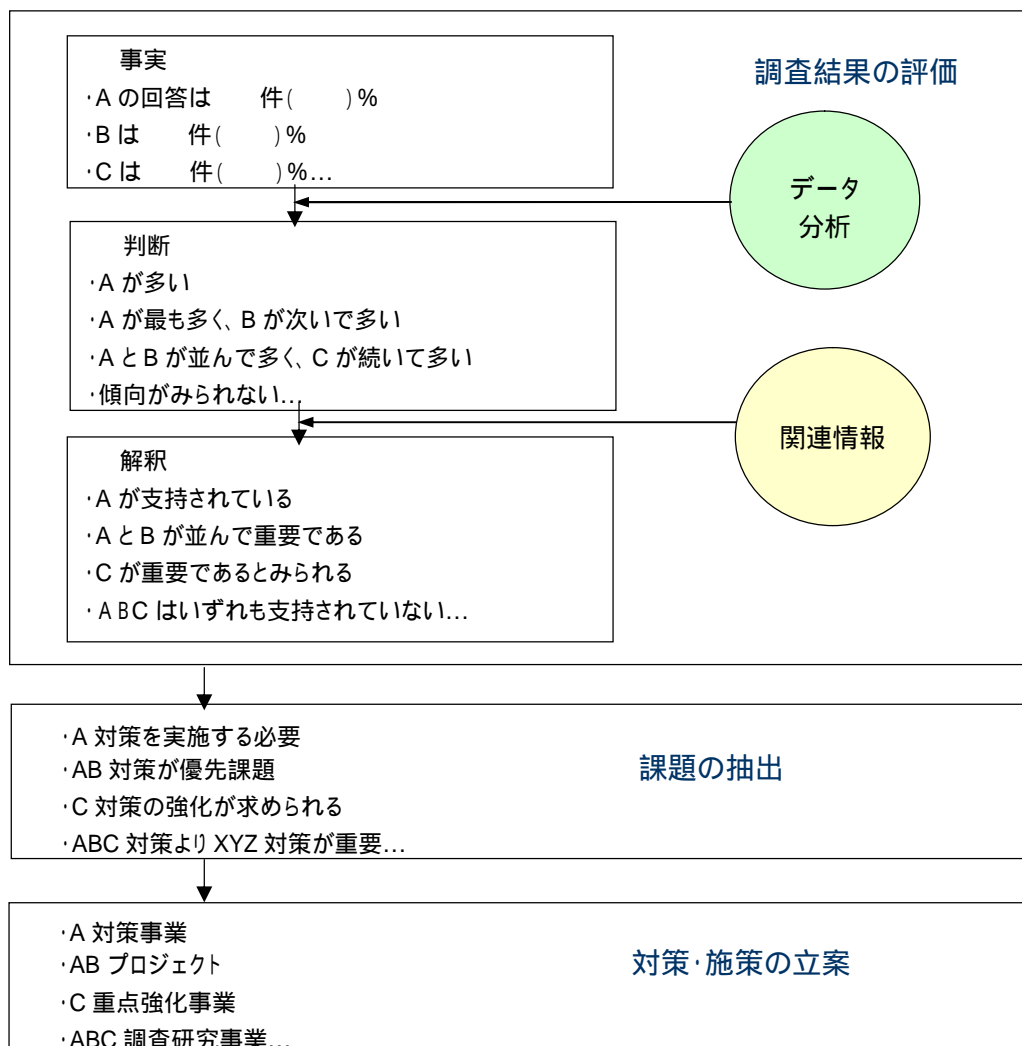
調査結果の評価では、「事実」「判断」「解釈」の違いを考慮しながら、3つを一連の段階として行うのが理想です。

「調査結果の評価」「課題の抽出」「対策・施策の立案」

協働型評価においては、調査結果の評価に留まらず、結果に基づいてテーマに関する課題を抽出し、更に課題に対する対策や施策を立案し、行政などに提案していくことが必要です。

「調査結果の評価」「課題の抽出」「対策・施策の立案」の構造をつかんで、裏付けを持った説得力のある提案をすることが期待されます。

【協働型評価の構造】



結果の解釈

調査結果の解釈は、一義的・自動的に行うことができる訳ではありません。アンケートで数字(事実)が出て、適切な手法で分析して判断を加えたとしても、それをどう解釈するかには評価者の主観が含まれます。

公正で説得力のある解釈を行うためには、調査テーマに関連する様々な情報を集め、複数の観点からの検証を加えることが不可欠です。

適正な「解釈」のために利用すべき関連情報の例

- ・複数の調査結果の突合(アンケート+ヒアリング+ワークショップ)
- ・関連調査結果・統計・関連施策・関連研究成果の参照
- ・複数の視点からの解釈の導入(検討会・専門家のアドバイスなど)

考察の進め方(基本パターン)

把握された現象の原因を深く掘り下げることによって考察に深みが出てきます。考察の基本は「分類」と「比較」です。

考察の基本パターン

- ・多数から出された意見や専門性の高い意見、印象に残った意見などはないか？ その意見が出された背景は何か。
- ・評価者が持っていた仮説(認識)や社会的な常識とのギャップはないか？ その理由は何か。
- ・データ処理や記録を作成していたときに生じた疑問や「ひらめき」を深く掘り下げてみます。(ひらめきの活用)

【コラム】 分類・比較の手法

調査活動の結果をいきなり解釈しようとせず、情報を分類したり、他と比べてみるのが大切です。解釈に役立つ分類・比較の手法を紹介します。

セグメント比較

回答者を、年齢・職業・性別などでグループ化して比較すること。これによって把握される事柄はないか、なぜそのような結果が生じたかを分析する。

時系列比較

過去と現在のように時系列で比較すること。これによって特徴的な傾向や事柄が把握されないか、その理由は何かを分析する。

地域比較

岩手県と関東圏、岩手県と全国など、地域的な比較によって把握される事柄はないかを分析する。

ベンチマーキング

ベンチマーキングとは「ベストに学ぶ」ということ。最もうまくいっている事例と比較して把握される事柄はないかを分析する。

2 提言の立案

調査活動の結果を活用した説得力ある提言を立案するための方法を考えます。

課題の抽出

課題抽出は、「調査結果の評価(事実+判断+解釈)」と「対策・施策の立案」を結び付ける重要な作業です。これによって、調査から対策・施策への道筋が明確になり、提案の説得力が増します。

翻って協働型評価の全体構成を俯瞰した場合、この課題に当たるのが調査前に設定する「仮説」に当たるともいえます。

仮説を設定して評価活動を実施することが重要であることを強調しましたが、調査結果の評価によって抽出された課題が、調査前に設定した仮説と無理なくつなげれば、適正な評価活動だったといえるでしょう。

評価のプロセスや結果(活動)の正確な記録に依拠

提言の基礎は一に記録、二に記録、三に記録です。記憶があっても記録に基づかなければ公に活動結果を認知させることができません。

基本情報(いつ・どこで・誰が・何を・なぜ・どのように)を、きちんと記録することが大切です。また、事実と主張の区分を意識し、事実についてはデータを、主張については論拠を明らかにする必要があります。

評価のプロセスや結果を公表し、読み手から理解と共感を得る

理解と共感を得る提言とするためには、見通しのよさ 論理的組立て 分かりやすい文章表現が必要です。提言をまとめる作業は、自分の言いたいことを客観的事柄やデータに語らせることです。往々にして「踏み込みすぎ」の主張をしがちなので、時間をおいて見直す、パートナーなどと率直に意見交換をするなど、第三者的視点で冷静に見直す仕組みを取り入れるといいでしょう。

提言の読み手の心理に沿う

最初に全体像を示して、各論の説明に入るなど、読み手が迷子にならないように提言の流れが読み手を誘導するように構成を考えます。

人は、初めての情報にふれたとき、反射的に拒否的な態度を取ってしまうことがあるので、丁寧に説明していく感覚が大切です。提言の序論あるいは本論の最初の部分で、その後の核心部分に関してある程度の予備知識を提供することも有益です。

事実と主張の区分を意識しよう
事実はデータを、主張は論拠を明らかに

3 報告書の作成

評価活動の成果を適切に表現し、外部に伝えることができる報告書作成の手順を紹介します。

報告書の構成

報告書の構成は一般的に受け入れられている形式がよいでしょう。

表紙 要約・序論 本論 結論 参考資料・参考文献

構成がしっかりできていれば、読み手は評価結果を理解してくれます。理解は共感の基礎です。

また、わかりやすい文章は、読み手の「読む負担」を大幅に減らし、理解を促進します。評価するために費やした苦労は、読み手に伝わったときに初めて報われます。読み手第一主義で書くことが大切です。

論理的組立て

論拠が明確に示され、それが妥当であると感じたとき、読み手は「主張」「評価結果」「提言(アクションプラン)」に共感することができます。

論理的組立て(報告書のストーリー)ができれば、それを紙に書いてみます(図解すればより効果的)。こうすることで、自分の考えていた流れを客観視することができます。紙をベースにして、パートナーと議論をするのも有効です。

報告書の構成の例

表紙 / 評価者、評価時期、テーマを明確にする。

要約 / 読み手に「読む価値がある」ことを理解してもらい、報告書のアウトラインを把握してもらうことが目的。

序論 / 読み手の関心を引きつけ、評価の必要性や評価プロセスなどを理解してもらう部分。評価者と読み手との間で問題認識や評価プロセスの妥当性を共有することが目的。
/ 現状と課題、評価プロセス、評価手法の選定理由、評価者の経験を通じて得た問題意識など。

本論 / 序論で提起された課題等を結果を踏まえて、様々な視点から調査・考察を進める報告書の中核部分。読み手から、評価結果等に対して十分な理解と納得を得ることが目的。
/ 現状分析、調査結果、先行研究等の紹介、評価者の知見など。

結論 / 考察の整理と総括(評価)、課題解決の方策検討、提言(アクションプラン)などの客観的検討と提示を行う部分。評価全体や提言などに対する理解と共感を得ることが目的
/ 評価結果を解釈・統合して、何が明らかになったかを明確に示す。データ不足や論拠が弱い部分も指摘しておく。将来、他の評価者が補ってくれるかもしれない。

4 文書作成の技術

見通しのきいた、読まれる、いつまでも使われる報告書を作成するためのテクニックを紹介します。

わかりやすい文書の作成

わかりやすい文書を作成するために守るべき注意点をあげます。

* パラグラフ

- ・1つの話題はパラグラフ(150～200字程度)にまとめる。パラグラフを積み重ねて「節」に、「節」を積み重ねて「章」に。
- ・「節」や「章」には見出しを必ず付ける。「節」や「章」の冒頭には、これから何を述べるか(全体像)を書く。

* 文章

- ・長すぎる文は分割(1文40～80字位)。1つの文には1つのポイントのみ盛り込む。
- ・主語と述語を離さない。誤字・脱字・誤変換を修正
- ・「である」体と「です・ます」体の統一(「である」体が望ましい)。
- ・表現の重複を避ける。論理的に意味のない修飾は極力避ける。
- ・曖昧な表現「…と思われる」「…かも知れない」は避ける。
- ・重複する部分の発見と修正(ある程度の重複は説明を理解しやすくするためには必要)
- ・用語や表記を統一する。専門用語や言い回しなどを平易にする。

* 図表

- ・図表には、タイトルと図表番号を必ず書く。
- ・図表を多用した場合、見通しが悪くなる場合が多い。重要なデータや文章では説明が難しい複雑なデータなどに限定する(それ以外の図表は参考資料とする)。
- ・図表に対する説明を必ず本文に記載し、データから得られる解釈を明示する。
- ・図表には必ず出典などを記載する。(例:「総務省資料により著者作成」など)

* 脚注と引用

- ・報告書の流れには直接関係しないが、読み手の理解を深めるために必要な説明は「脚注」を使う。
- ・他の文献などを参考にした記述をする際には、脚注で出典を明らかにする。どの部分が引用なのか分かるようにする

理解と共感を得る報告書の詳しさのレベルは？

- ・報告書作成に当たっては、想定される読み手の持っている知識や関心に応じて、どのような事柄を、どの程度の詳しさで書くかを決定する。
- ・一般に、「岩手県に住む高校生が理解できる」ことを目指せば問題ない。

情報源の明示

PDCA(計画(plan) 実行(do) 評価(check) 改善(action))サイクルは永遠に続きます。従って評価も永遠に続きます。

ちょっとした気遣いで、将来行われるであろう評価を、よりレベルアップしたり、評価の労力を少なくしたりすることができます。

- ・出典を極力明示する。(盗作問題に発展する可能性あり)
- ・読み手が参考文献や参考情報などの情報源に容易にアクセスできるように報告書中で整理する。

情報源の記載例

- ・書籍 著者名『書籍名』、出版社名、発行年、ページ
- ・論文 著者名「論文名」『書籍・雑誌名』、出版社名、発行年、号数、ページ
- ・ホームページ 「情報名」、ホームページ管理者名、ホームページのURL

【コラム】 体験的報告書作成のコツ

読み手に受け入れられる報告書をまとめるコツを伝授します。

報告書の分量にルールは特にないが、読み手の理解と共感を得るためには、ある程度の分量は必要である。報告書の厚さが説得力を持つことがある。

調査記録の整理後、調査から把握できたこと(客観的事柄)とひらめき・アイデア(主観的事柄)を区別しながら、報告書の素材を作成する。文章形式にした方が後々の作業が楽。

素材がある程度集まったら、内容に沿って分類・グループ化し、さらに、報告書全体のストーリー(論理的展開)を考える。この段階で、論理の飛躍や欠落しているデータなどがわかる。

評価テーマに関する全体像を把握するには、研究機関などの報告書が便利。ホームページで公開していることが多い。議会図書室や県庁の行政資料センターも利用の価値あり。

できれば仕上げの段階には他人の目を入れる(クロスチェック、傍目八目(おかめはちもく))。

客観的な視点を取り戻すには、何日かの空白期間を置く。最後のチェック(誤字脱字などの形式チェック、論理的展開の確認)は客観的な目で行う。

「調査結果のまとめ」 まとめ

調査結果の評価

- ・調査結果の評価の構造 「事実」「判断」「解釈」
- ・「調査結果の評価」「課題の抽出」「対策・施策の立案」
- ・結果の解釈 様々な情報と複数の視点による適正な「解釈」を。
- ・考察の進め方(基本パターン) 「比較」と「分類」が効果的

提言の立案

- ・課題の抽出は、調査と提言を結ぶポイント
- ・評価プロセスや結果(活用)の正確な記録に依拠
- ・評価のプロセスや結果を公表し、読み手から理解と共感を得ます。
- ・読み手の心理に沿った展開を。

報告書の作成

報告書の構成

- ・一般的な構成がわかりやすい。
表紙 要約・序論 本論 結論 参考資料・参考文献
- ・論理的組立てを重視します。

文書作成の技術

- ・わかりやすい文書の作成を心掛けます。
「パラグラフ」「文書」「図表」「脚注と引用」で構成
- ・報告書のレベルは、一般に、「高校生が理解できること」。
パラグラフのまとめ、1文1論点の短い文章
- ・情報源を明示します。

フェーズ7

協働型評価の推進

1 協働による政策推進

「新たな公(おおやけ)」における公益活動領域の拡大

ここではまず、どうして最近行政とNPOなど多様な主体との協働の話題が増えているのか考えてみましょう。

社会環境の変化に伴う公共サービスの変化

少子高齢化、人口減少の進展、経済のグローバル化など社会環境が大きく変化して、住民の価値観は多様化・個別化しており、それに伴い公共サービスもニーズに応じたきめ細かな対応が求められています。

「新たな公(おおやけ)」

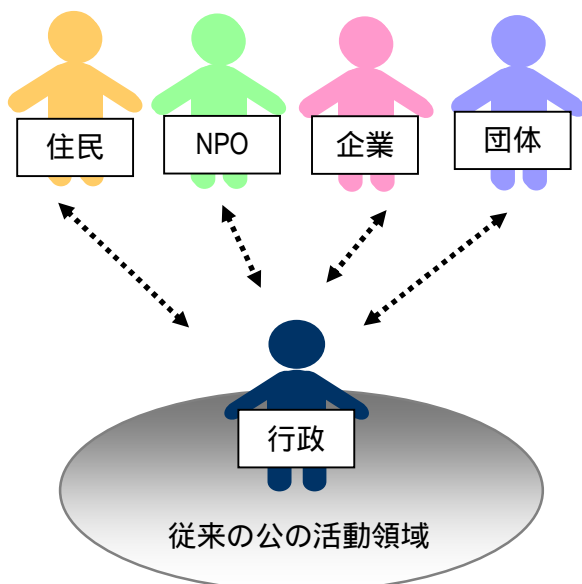
地方分権の流れが加速するなか、従来、地域において主として行政が担ってきた公共サービスについて、多様な主体が地域づくりの担い手となり、行政との協働によって、従来の公共的な領域に加え公と私の間域的な領域に活動を広げることできめ細かなサービスを提供する、という「新たな公」の概念が広がりつつあります。自治会やNPOなどの民間主体の活動領域が拡大することにより、地域経営や地域課題解決のうえで次のような効果が報告されています。

地域経営・地域課題解決のための活動例

- 地域住民や企業などが、道路や公園などの里親になって清掃・草刈等の美化活動などを行うアドプト制度の普及
- 生活交通バスの運行による過疎地域の交通手段の確保
- 市民参加型イベントや環境美化キャンペーンの実施などによる商店街の活性化

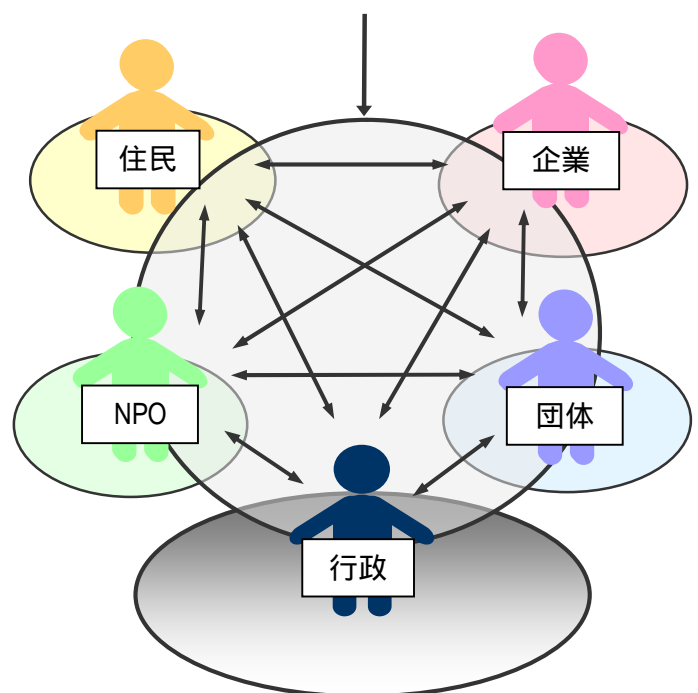
*これまで

行政機関が、多様な主体の意見を聞き、各方面の調整を行い、最終的に行政機関が実行する。



*これから

「新たな公」の活動領域



2 協働型評価が果たす役割

評価をきっかけとした協働の推進

これまでの協働の現状を検証し、協働を進化させていく必要があります。そのための道具(ツール)のひとつが協働型評価です。

協働における課題

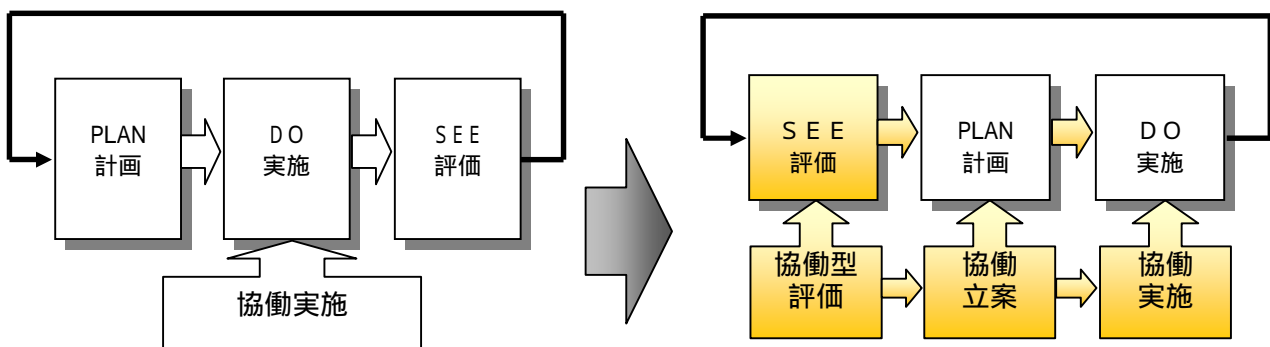
NPOなどの民間団体と行政とが協働する機会は増えていますが、NPOが受身の協働スタイルであることが多いため、行政主導の企画立案で自分たちのアイデアが十分活かせなかったり、協働といってもやらされ感や負担感が強い、といった課題が明らかになってきました。

協働型評価のねらい

このような課題を解決するために、NPOや地域の各種団体が行政と協働で評価することを通じて、施策の課題を洗い出して問題を発見したり、協働で企画を考えるという流れをつくるのが、協働型評価のねらいです。

* これまで

* これから



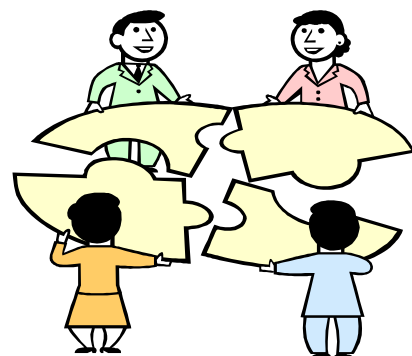
協働型評価に取り組むメリット

協働型評価のメリットは、行政への意見の反映や参画ばかりではありません。

本ハンドブックに紹介されている企画提案書や報告書の作成方法は、行政や民間の財団法人などの公募型事業などにも応用可能なものです。提案書の作成ポイントを踏まえて応募書類を作成することで、事業採択の可能性は高くなるでしょう。



また、正しい調査手法を身につけることによって、団体の信用力を向上させることができますし、調査活動を通じて団体のネットワークが広がり、企業や自治会などとの新たな協働が生まれ、さらには、企業や地域からの事業委託の可能性も高まります。



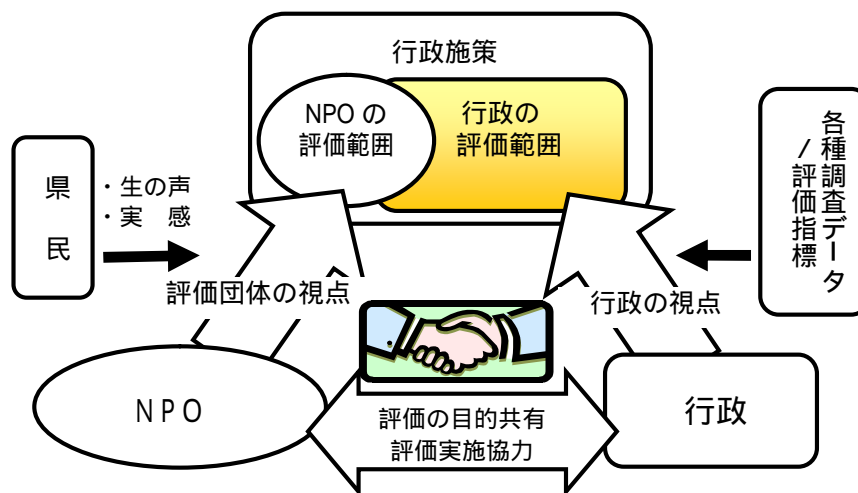
3 協働型評価のルール

協働型評価を成功させるためには、お互いの立場の尊重や、あるべき態度などについて、双方が納得したうえで評価を進めていくことが重要です。

協働型評価の心構え

単なる要望に留まらず、評価によって明らかとなった社会的ニーズ(必要性)に応える施策を実施することでよりよい地域社会を築く、という大きな目的を忘れてしまうと、せっかくの評価活動がムダになってしまいます。

評価する際には、自分たちと行政の評価結果を比較して意見をぶつけ合うというスタンスではなく、様々な角度から施策を評価し、その効果を高めていこうというスタンスが求められます。



評価実施団体が守るべきルール

以下に、評価実施団体が守るべきルールを紹介します。

情報の正確性、信頼性

評価実施団体は、各種情報の正確性、信頼性を確保するために、公的機関など信頼性が高いルートからの情報収集に努め、情報収集先が偏らないための配慮を心がけます。

情報の分析、判断

評価実施団体は、評価結果の信頼性を高めるため、できるだけ客観的な視点を維持し、統計学的な観点からの分析に努めます。

個人情報の保護、コンプライアンス

評価実施団体は、個人情報を取得する際には個人情報の利用方法を本人に明確に伝えるとともに、プライバシーの保護に努め、その情報を目的外に使用してはいけません。

また、評価実施団体は、個人情報の保護のみならず、コンプライアンス(法令、社会通念および倫理の遵守)に努めます。

評価手法の公開

評価実施団体は、情報源、情報収集方法、自らが用いる評価手法とアプローチ、評価結果から提言に至るプロセスを正確かつ詳細に説明し、評価活動の透明性の確保に努めます。

行政が守るべきルール

行政側も以下のようなルールを守っていくことが求められます。

評価実施団体の独立性・主体性の尊重

行政は、評価活動のあらゆる場面において、評価実施団体の主体性を確保し、評価実施団体が自らの専門性や技能、見識を生かせるようにします。

評価対象となった施策に関する情報提供

行政は、評価実施団体が評価の対象とする施策に関する情報を十分に提供することにより、評価実施団体の理解を深め、その判断力の向上に努めます。

評価活動の場への参画

行政は、評価活動が円滑に行えるよう、評価実施団体の求めに応じて、積極的にその場に出向くように努めます。

評価の質の向上のための支援

行政は、評価に必要とされる能力やスキルを習得する研修会などの機会や情報を評価実施団体に対して提供するように努めます。

評価結果を活かすためのルール

評価結果を、問題解決のためのアクションにつなげていくためには、以下のようなルールを評価実施団体と行政の双方が守っていくことが求められます。

合意形成に向けた努力

行政と評価実施団体は、評価結果に基づく提案内容について、現状を踏まえて十分な議論を尽くすことが求められます。また、その実現のためには、行政だけではなく、評価実施団体も取り組んでいく必要があります。実施段階におけるお互いの役割分担についても協議する必要があります。

協働立案に関する情報の公表

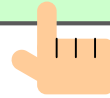
県と評価実施団体は、協議の結果合意に至った内容や政策への反映状況を公表することが求められます。合意形成に至らない部分についても、その経緯がわかるよう双方の了解のもとに公表することで、今後の課題が明らかになるとともに双方の誤解を防ぐことができます。

協働型評価協定

岩手県では、これらの基本ルールを取りまとめた協定書を作成しています。協定書の内容は、県のホームページ(<http://www.pref.iwate.jp/>)に掲載してあります。

協働型評価協定

サイト内検索



更に詳しくお知りになりたい方は、下記連絡先にお問い合わせください。

【問合せ先】

岩手県政策地域部政策推進室 評価担当

電話 019-629-5181 E-mail AA0001@pref.iwate.jp

「協働型評価の推進」 まとめ

「新たな公(おおやけ)」の創造

- ・民間主体の公共的な活動領域が拡大することにより、協働による地域経営や地域課題解決が広がります。

協働型評価が果たす役割

- ・協働評価を通じて、協働の進化が図られます。
- ・評価実施団体の信用力の向上や新たなネットワークの形成が期待されます。

協働型評価のルール

- ・協働型評価を成功させるためには、お互いの立場の尊重や、あるべき態度などについて、双方が納得したうえで評価を進めていくことが重要です。
- ・岩手県では、協働型評価のルールを取りまとめ、協働評価協定書を作成しています。

參考資料

参考文献

- ・内田治 『EXCELによるアンケートの調査・集計・解析』 (東京図書)
- ・大谷信介 『これでいいのか市民意識調査』 (ミネルヴァ書房)
- ・阿部晃二 (岩手県立大学) 「平成15年度第3回雫石町政策評価研修」
- ・飽戸弘 『社会調査ハンドブック』 (日本経済新聞社)
- ・森岡清志編 『ガイドブック社会調査第2版』 (日本評論社)
- ・「エクセルを用いた統計解析」
<http://www.geisya.or.jp/~mwm48961/koukou/index_m.htm>
- ・特定非営利活動法人いわてNPO-NETサポート
「地域づくり会議運営マニュアル ~まちづくりインストラクターのための手引書~」
(「まちづくりインストラクター養成講座」)
- ・岩手県立大学総合政策学部 「文献・資料の探し方ガイドブック」
- ・大前研一 『考える技術』 (講談社)
- ・倉島保美 『書く技術・伝える技術』 (あさ出版)
- ・酒井聡樹 『これから論文を書く若者のために』 (共立出版)
- ・永田恒一 『図解・企業論文の書き方』 (工業調査会)
- ・野口悠紀雄 『「超」文章法』 (中央公論新書)
- ・山田治徳 『政策評価の技法』 (日本評論社)
- ・高田貴久 『ロジカル・プレゼンテーション 自分の考えを効果的に伝える戦略コンサルタントの「提案の技術」』
(英知出版)
- ・国土交通省国土審議会計画部会自立地域社会専門委員会
『「新たな公」の考え方を機軸とする地域経営システムへの転換について』