

旅客モニター調査の実施ノウハウ

藤浪 浩平(人間科学研究部 人間工学 主任研究員)

はじめに

商品、製品、サービスなどの開発過程で、それらの課題を抽出したり、開発したものを評価したりしたいと思うことがあります。このようなときには、それらの利用者を対象に実験や調査を実施することがあります。実験や調査の方法はさまざまですが、利用者の意見を直接聞くために、インタビューやアンケートを行う方法があります。このような調査方法をモニター調査と呼んでいます。

私達の研究グループでも、「旅客のマナー」、「運行情報の提示方法」、「駅の音環境や空気環境」など、さまざまな事象について利用者(旅客)を対象としたモニター調査を実施してきました。この種の調査は簡単に実施できると思われることが多いようですが、調査を円滑に実施して適切な意見を収集するためには、十分な準備と慎重な実施が求められます。特に、不特定多数のさまざまな「人」にご協力をいただくことに対する配慮が求められます。

旅客モニター調査の様子

モニター調査のイメージがわからない人もいますので、私達が実施した調査の様子をご紹介します。

図1は、15人前後のモニターで駅の音環境や空気環境を評価している状況です。振動、音、臭いなど、現場の状況を言葉や写真などで説明しただけでは適切な評価が得られない場合、つまり、現場を体感することが必要な場合にこの形式を用います。

図2は、ある路線の利用者を対象に、運行情報に対するニーズなどを調べたときの様子です。沿線の公共施設の会議室を借りて実施しました。想定してもらう状況、条件、評価対象などを、モニターにより深く、より正しく理解してもらう必要がある場合に用いる方法で、調査の実施者が詳細な説明をしながら進めていきます。臨場感を持った評価になるように、例えば、案内放送の例を聞いてもらったり、想定する状況を図や写真などで説明したりします。

図3は、視覚障害者の鉄道利用実態を把握するための調査の様子です。口頭の説明だけでは説明しきれないこともあるので、それらについては体感していただく方法で説明します。写真の手前に視覚障害者誘導用タイルと段ボール箱で作った柱があります。

図4は、ある装置の使いやすさに関する意見を求めている様子です。開発の初期段階だったので、紙製の模造品を使いながら意見を求めました。

ここでは、旅客を対象とした例を示しましたが、調査の対象物に応じて鉄道会社の社員がモニターになることもあります。また、いわゆる紙のアンケート調査もモニター調査に含まれま



図1 現場体感形式のモニター調査



図2 集合形式のモニター調査



図3 対面単独形式のモニター調査



図4 対面単独形式のモニター調査

す。このようにモニター調査といってもさまざまな形態があります。

モニターの募集

モニターがいなければ調査は成り立ちません。最近はいんターネット調査会社に依頼して、登録会員の中から条件に合う人を抽出してもらうこともあります。研究員が駅頭で募集活動をすることもあります。特定の時間帯に特定の駅を利用する人を選びたい場合など、その時間帯にその駅で募集することが効率的な場合もあります。限られた時間の中で、より多くの募集要項を受け取っていただく努力をする一方で、旅客流動を妨げないことに気を使います。

駅頭で募集する場合は、募集要項を配布し、後日応募してもらう方法を採用します。募集数に対して応募者が多すぎればお断りしなければならぬ数が増えるので、募集要項の配布数を適切に設定する必要があります。調査内容、実施場所、拘束時間、謝金の額などの条件で異なると思いますが、私達の経験では、募集要項を受け取った人の10%程度が応募してくださっています。

応募前の事前の説明

募集の段階で、調査の実施概要などをモニターに適切に説明して同意を得ておくことが重要です。インフォームドコンセントを得るといことです。これについては苦い経験があります。

モニター調査を実施する場合は、万が一の事故に備えて参加者に傷害保険を掛けています。この保険に関する説明を募集要項に記載せず、調査の当日に会場ですべて説明したところ、年配の男性が「そんなことは聞いていない」と怒って帰ってしまったことがあります。あの瞬間の会場の緊迫感は今でもはっきり覚えています。

調査内容に関する事前説明が、調査結果に影響を及ぼすケースもあります。その場合は、内容に関する事前説明をしますが、それ以外のことをきちんと説明しておくことは、調査の実施者に対する一定の信頼につながります。最近、個人情報取り扱いなどを含め、事前に説明して同意してもらうべき事項が増えてきています。募集要項の説明量が多くなると読んでいただけないし、不足してもいけないということで、募集要項の作成には気を使っています。

調査当日のキャンセル

事前に連絡がある場合もありますが、調査当日の開始時

間になっても現れない人がいます。調査当日にキャンセルになってしまう人の発生率は概ね10%です。不思議なことに、私達の経験では、調査内容、拘束時間、謝金の額などの影響はほとんどありません。しかし、モニターの募集駅と調査会場の最寄り駅が電車で30分程度離れていたケースでは、前日までにご連絡をいただいた人を含めて、キャンセル率が約30%になってしまいました。過去の調査と同じキャンセル率を見込んでいたので、このときは十分な人数を確保することができませんでした。

気持ちよく協力していただく

大勢のモニターに会場に集合してもらって実施する図2のような調査を実施したときのことで。あるモニターの回答用紙の自由記述欄に、モニター調査の実施者として常に心に留めておくべき大切なことが書かれていました。

「皆さんにはおもてなしの心が足りないように思います。最初に席に着くときに、資料がきれいに揃えて置かれていたら気持ちがよいと思います。」

概ねこのような内容でした。資料は揃えて置かれていましたが、「きれいに揃えられている」という状況ではありませんでした。「調査に協力していただく」という意識はありましたが、「気持ちよく協力していただく」というレベルで考えていなかったことを思い知らされる出来事でした。

モニター調査で大切なことは、モニターの本音を引き出すことです。モニターと調査の実施者の間に一定の信頼感がなければ、なかなか素直に本音を出していただけないでしょう。調査内容とは直接関係していない小さな心配りで、得られるデータの質が向上する可能性もあるのです。

おわりに

冒頭に示した写真にもあるように、モニター調査の形態は多様です。駅で実施するものと会議室で実施するものとは、その実施に関するノウハウは違うものになり、ひとつひとつを列挙したら紙面が足りません。ここでは、その中から共通するものをご紹介します。特に、モニターに対するおもてなしの気持ちは、調査の対象、場所、方法などによって変わるものではありません。モニターの皆さんに気持ちよく調査に参加していただき、調査の実施者である私達に対して素直に本音を発していただき、調査に協力したことに満足して帰っていただけるようなモニター調査を実施していきたいと考えています。