

資料 Data

大学博物館のイメージに関する調査結果

浅野敏久¹・小出美由紀²

An Internet Survey on the Perception of University Museum

Toshihisa ASANO¹ and Miyuki KOIDE²

要旨：大学博物館（特に地方大学の博物館）に対するイメージについて、インターネットを介したアンケートによって調査した。全国の約1,000人からの回答をもとに、集計結果をまとめ、その特徴を記述する。大学博物館には近寄りにくく、そこは専門的な知識が得られる学びの場というイメージが相対的に強い。ただし、博物館は知識を得るだけでなく、市民が教育・研究や地域活動に参加する窓口になることも期待されている。なお、これらの意識は性別、年齢、居住地属性によって差が認められる。

キーワード：大学博物館、イメージ、市民、インターネット調査

I. はじめに

大学博物館は、大学が設置している博物館のことで、大学が有する知的資産を保全し、その多面的な活用を図ることが期待されている。2006年に学術審議会は、ユニバーシティ・ミュージアム（大学博物館）について、次のように示した。

「ミュージアムとは、大学において収集・生成された有形の学術標本を整理、保存し、公開・展示し、その情報を提供するとともに、これらの学術標本を対象に組織的に独自の研究・教育を行い、学術研究と高等教育に資することを目的とした施設である。加えて、「社会に開かれた大学」の窓口として展示や講演会等を通じ、人々の多様な学習ニーズにこたえることができる施設でもある」（学術審議会「ユニバーシティ・ミュージアムの設置について（報告）」）。

そのために、大学博物館は、単なる学術標本保存施設として、収集した学術標本を展示することを主目的とするのではなく、①収集・整理・保存、②情報提供、③公開・展示、④研究、⑤教育、の機能を持つ必要があるとされた。大学の施設なので、学術研究に資する、あるいは学生の教育に資する施設・機関であるのは当然として、「社会に開かれた大学」を体現することも求められた。②の情報提供では、地域住民等からの学術標本に関する相談への対応と情報提供を含むとさ

れ、③の公開・展示においても、大学の研究成果を地域社会に積極的に発信すること、多くの創造的、革新的な新知見等を地域住民に公開・周知するべきことが記されている。

同じく2006年に出された生涯学習審議会の答申「地域における生涯学習機会の充実方策について」では、大学博物館に対して、学芸員の現職研修への協力や研究活動への援助などを通じた、博物館全体の振興への貢献を期待する旨が記されている。

学術審議会の報告に沿って、東京大学、京都大学、東北大学、北海道大学、九州大学、名古屋大学、鹿児島大学、大阪大学に大学博物館が設置された。しかし、国立大学において、国からの特別の予算措置をされた大学博物館の設置はここまでとなり、以後は各大学の学内措置として博物館が設置されることになった。広島大学では、この段階での博物館設置となり、これを「第二世代大学博物館」と称している¹⁾。

なお、当然のことながら、大学博物館は国立大学以外にも多く設置されており、歴史の古い博物館もある。日本の大学博物館について、伊能ほか（2003）は、リストを作成し、そこには172校260館の大学博物館の情報が集められている。ただし、これは2003年時点のリストなので、その後の学術審議会の報告等を受けて作られた新しい博物館は含まれていない。また、

1 広島大学大学院総合科学研究科：Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University

2 広島大学大学院総合科学研究科大学院生：Graduate Student, Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University

国立大学の博物館が主な構成メンバーとして大学博物館等協議会が設けられているが、この協議会には2013年5月時点で41の博物館が加盟している。

これらの博物館では、大学の施設・機関として研究・教育活動に関わるとともに、「社会に開かれた大学」を実現するために、工夫を重ねた活動が行われている。こうした活動に対して、大学内施設として制度化された外部評価、大学博物館等協議会のような博物館等のネットワークを通じた自己評価・相互評価、あるいは大学博物館ランキング²⁾のような評価がなされている。これらは施設の現状や活動実績をふまえた評価であり、大学博物館について知っている人あるいはそれについて調べた人の評価である。これが重要なのはいうまでもないが、「社会に開かれた」博物館を意識するのであれば、大学博物館に対する一般的なイメージについても知ることは必要なのではなかろうか。もちろん、大学博物館を知らない、利用したことのない人の評価は、適切な評価ではない。しかし、大学博物館がより多くの人に知ってもらい、利用されるようになり、社会教育や生涯学習における役割を拡充していくためには、そのようなイメージも参考にすべきであろう。例えば、後述するように、大学博物館は、一般的印象として大学内の学部・研究科よりも敷居が高いと感じられている。一般により開かれているはずの博物館が、学部・研究科よりも敷居が高いと思われることをどう考えるべきなのか。このようなことは、大学博物館をよく知っている人のみを対象にした調査からだに出てきにくいように思われる。

本稿では、限られた質問数のために、要因や背景の分析など詳しいことは調べていないが、インターネットを介した一般市民向けの意識調査（以下、インターネット調査）を行い、大学博物館に対して持たれている一般的なイメージを知ること、それを回答者属性と照らし合わせて理解することを試みた。その際に、博物館の一般的なイメージに加えて、市民と博物館の関係にも焦点をあてた。

II. 調査方法

本調査では、インターネット調査によって情報を集めた。この方法は、市場調査などで使われており、個人情報保護の扱いが厳しくなる中、学術研究でも採用する例がみられる。回答者がインターネット利用者に限られるため、サンプルの代表性に問題があるが、選挙人名簿や住民基本台帳に容易にアクセスできない状況で、かつ低予算で行える手段として評価できる。

調査の方法として、社会調査会社の抱えるモニター

を母集団として、その中から性別や年齢、居住地などに配慮して、回答を依頼する。モニターが母集団なので、サンプルの偏りは否めない。従来型の社会調査で回収率低下が問題になり、実施上の困難が拡大する一方、インターネット利用が国民に普及した現状において、社会調査におけるインターネット調査への関心は高まっている³⁾。実際に世論調査等での代替可能性を検証する研究も行われている（内閣府大臣官房政府広報室2009、片山2008、氏家2009）。現状では回答に偏りの出る場合があるので、内閣府大臣官房政府広報室（2009）は、ただちに世論調査の代替方法にすることは難しいとする。しかし、政府の世論調査のように、政策判断の根拠とするためにデータの精度が問われる場合はともかく、世論調査ほどの精緻なデータではなく、大まかな傾向を把握したい場合とか、さらなる研究（検証）に向けての着眼点を見出したい場合、あるいは国民全体に一般化せずに回答者内での設問相互の回答の関係を分析したい場合などであれば、インターネット調査は有効である。何も情報がないよりは、サンプルの母集団に多少の問題を抱えたとしても、可能な方法で情報を収集することは大事だと判断し、本研究ではこの方法による調査を行った。

国内に約100万人のネットモニター（2014年2月末時点）をもつ株式会社インテージ⁴⁾に調査を委託し、20歳以上70歳未満の男女を対象に、1,000件以上回収するという条件で調査を実施した。調査期間は2014年3月20日から24日までの5日間で、3,603人のモニターに回答を依頼し、1,080件の有効回答を得た。回収率次第で回答者層が偏る郵送法とは違って、男女比や年齢比は想定したとおりの構成比で回収される。性別は男性49.8%、女性50.2%、年齢は20代が19.7%、30代が19.8%、40代が20.1%、50代が20.4%、60代が20.0%となった。地方別⁵⁾では、大都市圏が48.5%、地方圏が51.5%となった。

なお、このアンケート調査では、博物館と市民活動との連携可能性を探るという主旨で、大学博物館についてだけではなく地域博物館についても質問した。本稿では、一連の質問の中で、大学博物館のイメージに関する部分のみを取り出して、その結果を資料として提示するものである。そのため、言及する質問数が少なく、属性（性別、年齢、家族構成、職業、居住地）のほか、大学博物館の認知度と利用経験、大学博物館の敷居の高さ、「学びの場」と「憩いの場」のように対置したキーワードからみた大学博物館のイメージ、市民と大学博物館の関係についての質問のみの報告になる。

なお、回答を求める際に、大学博物館について、利用経験に関するもの以外は、大都市圏ではなく地方都市の大学博物館に対するイメージを答えるように、回答者に指示を出した。居住地別の集計をしているが、大都市圏回答者としてのイメージは、大都市の大学博物館に対するものではなく、地方の大学博物館に対するイメージになっている。

Ⅲ. 大学博物館に対して抱くイメージ

1. 大学博物館の認知度と利用経験

まず、大学博物館を回答者の7割以上が知らなかったと答えている(図1)。逆に、利用したことがある人は1割に満たない。残りの約2割は、知っているが利用したことはない人である。全般的にみて、まだまだ大学博物館の認知度や利用度は低いといわざるをえない。

回答者の属性別内訳(表1)をみると、女性は、利用している割合が高いが、知らない割合も高いことがわかる。年代別には、大学生を含む20代で、利用度・認知度ともに高くなる。60代は、利用度は高くない

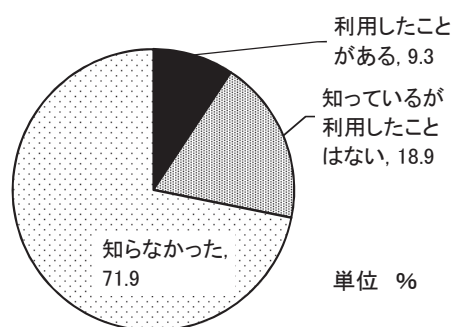


図1 大学博物館の認知度・利用経験 (n=1,080)

表1 あなたは大学博物館をご存知ですか
n=1,080, 割合%

	知っており利用したことがある	知っているが利用したことはない	知らなかった
全体	9.3	18.9	71.9
男	8.9	22.5	68.6
女	9.6	15.3	75.1
20代	13.6	23.5	62.9
30代	7.5	12.6	79.9
40代	9.2	16.6	74.2
50代	8.6	16.8	74.5
60代	7.4	25.0	67.6
大都市圏	10.7	19.8	69.5
地方圏	7.9	18.0	74.1
中国地方	3.1	18.5	78.5
広島県	0.0	29.2	70.8

ものの、世代的な学びへの関心の高まりを反映するのかわ、知っている人の割合は高くなった。居住地別に見ると、大都市圏での利用度・認知度が高く、地方圏では利用度・認知度も低くなる。中でも、中国5県の利用度・認知度は低く、広島県では今回の回答者の中に大学博物館に行ったことがある人はいなかった。

2. 大学博物館の敷居の高さ

このような認知度・利用度の低さは、大学や大学博物館に対する一種の敷居の高さ、近寄りがたさがあると考え、大学博物館に敷居の高さを感じるかどうかを尋ねた。

結果として、大学博物館に対して、一般の博物館より敷居を高く感じる人が、約5割に達し、大学内の他施設と比べても4割近くの人が近寄りにくさを感じている(図2)。前者はある程度仕方がないとしても、学内他施設よりも敷居の高さを感じるというのは、学外に開かれていることを是とする博物館としては問題だと思われる。なお、この傾向は、後述するように、大学博物館を利用したことがある人、知っている人に尋ねても認められる。

回答の属性別内訳をみるために、ここでは回答者の割合そのものではなく、スペースの都合で回答の傾向をポイントに換算した結果を示す(表2)。近寄りにくさを感じるかという問いに対して、「とても感じる」を5点、「やや感じる」を4点、「どちらともいえない」を3点、「あまり感じない」を2点、「全く感じない」を1点とし、回答者全体の平均点を求めた。表2にはその結果を示してある。

クロス集計した属性は、前節にあげた性別、年代、居住地域に加えて、大学博物館の認知度・利用度(利用したことがある、知っているが利用したことはない、知らなかった)である。

また、表2では、回答の傾向をポイントに換算して示しているが、その前提としてクロス集計を行っている(この表は未掲載であるが構成割合に直したものを本稿末尾に「参考」としてつけておく)。ここではこのクロス集計の結果について、独立性の検定を行い、5%の有意水準で変数間に有意な差が認められたものについて網掛を施してある。なお、このことは以下の表3、表4でも同様である。

回答の属性別傾向として、男性より女性の方が敷居の高さを感じていること、大都市圏より地方圏で一般の博物館に比した大学博物館の敷居の高さが感じられていることがわかる。ただし、広島県は、(利用経験のない回答者ながら)近寄りにくいイメージは低い。

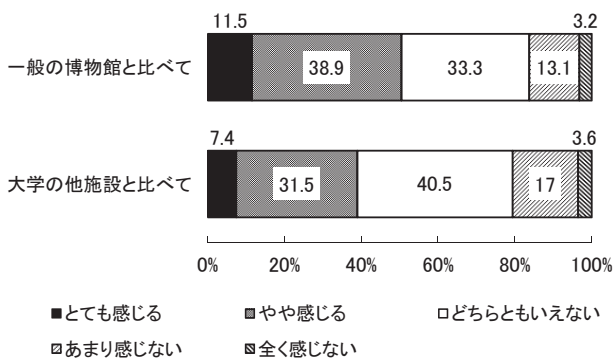


図2 大学博物館の敷居の高さ (n=1,080)

表2 大学博物館に近寄りにくさを感じますか
n=1,080, ポイント

	一般の博物館と比べて	大学内の他の施設と比べて
全体	3.42	3.22
男	3.29	3.15
女	3.56	3.29
20代	3.31	3.12
30代	3.47	3.26
40代	3.48	3.27
50代	3.44	3.22
60代	3.42	3.24
大都市圏	3.35	3.17
地方圏	3.49	3.27
中国地方	3.48	3.25
広島県	3.17	3.17
Q1-1 (利用有)	3.33	3.08
Q1-2 (既知利用無)	3.52	3.28
Q1-3 (未知)	3.41	3.22

注)
1. 「とても感じる」を5, 「全く感じない」を1とする5段階評価に換算し、その平均点を示した。
2. Q1-1は大学博物館を「利用したことがある」、Q1-2は「知っているが利用したことはない」、Q1-3は「知らなかった」
3. 網掛部分は、ポイントを計算する前のクロス集計表において独立性の検定を行い、そこで5%の有意水準で差が認められたものを示す。

大学博物館に対するイメージは、それを利用したことがあるか否か、あるいは知っているか否かによって異なると予想される。そこで、大学博物館の利用度・認知度別の回答の違いを確認した。すると、利用したことがある、知っているが利用したことはない、知らなかったという3つの層の回答に有意な差が認められた。ただし、いずれの場合も、ポイントは3より大きな値となっており、大学博物館の敷居の高さを選んだ人の方が多い。3者のなかでは、利用したことがある回答者のポイントが相対的に低く、大学博物館への近寄りにくさを感じる人が他の2者よりは少なく

なる。逆に、敷居の高さをもっとも感じるのは、知らなかった人よりも、知っているが利用したことがない人であった。

3. 対置したキーワードからみた大学博物館のイメージ

大学博物館に対するイメージを探るために、「学びの場」と「憩いの場」のようにキーワードを対置し、いずれのキーワードに自分の印象は近いのかを質問した。その結果(図3)、大学博物館は、「憩いの場」というよりは「学びの場」, 「一般教養」よりは「専門知識」のイメージが強いことがわかった。想定される利用者として「だれでも利用できる」より「学生や教職員が利用する」施設という印象が強かった。これは前問の敷居の高さにもつながると思われる。また、普段の生活と離れた「非日常の体験」をする場というイメージが、「見慣れたものの価値を再発見」する場よりも強い。展示資料については、「国内外の珍しい資料」があるイメージと、大学ならではの「最先端の研究成果」が紹介されているイメージが拮抗する。

回答の属性別内訳をここでも前問同様にポイントでみると次の傾向が認められる(表3)。男性は、大学博物館を「学生や教職員が利用する」施設ととらえ、「学びの場」や「専門知識」のイメージをもち、逆に女性は「だれでも利用できる」施設ととらえ、「憩いの場」や「一般教養」のイメージをもつ。日常性や珍奇性のような展示内容についてのイメージについて、男女の差はあまりない。

世代別にみると、20代では「学生や教職員が利用する」施設のイメージが強い。地域別には、大都市圏と地方圏とであまり差はみられなかったが、広島県に関しては、「憩いの場」, 「一般教養」, 「学生・教職員が利用する施設」, 「見慣れたものの価値再発見」, 「国内外の珍しい資料」の割合が高くなった。

回答者の利用度・認知度別にみると、主な利用者や日常性についてのイメージに差はないが、学びの場か憩いの場か、専門知識か一般教養か、珍しい資料か最先端の研究成果かでは、有意な差が認められた。大学博物館を利用したことがある層は、「学びの場」ととらえる傾向が強く、展示に「国内外の珍しい資料」を意識する傾向が強かった。大学博物館を知っているが利用したことのない層は、大学博物館を「専門知識」が提供される場、「最先端の研究成果」が示される場ととらえる傾向が強い。このことは前問において、この層がもっとも大学博物館に近寄りにくさを感じている結果になったことと結びつく。大学博物館を知らなかった層は、大学博物館を「学びの場」ととらえる傾

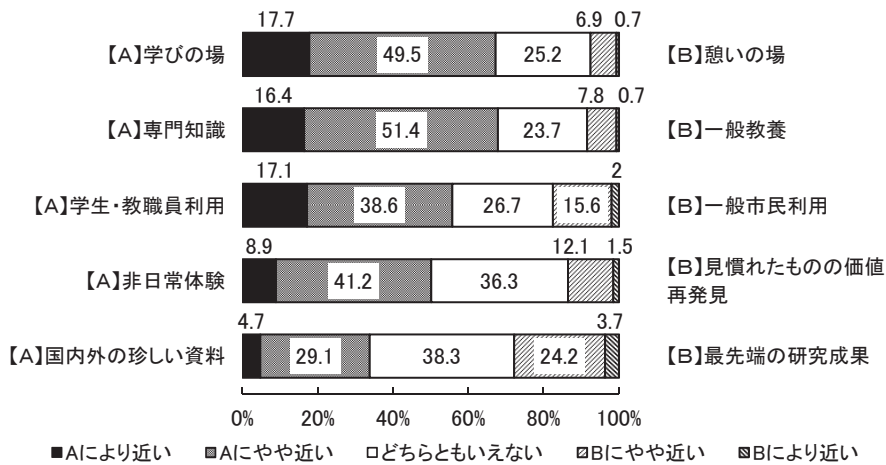


図3 大学博物館のイメージ

表3 地方大学博物館に対して、あなたのイメージに近いものを選んでください

n=1,080, ポイント

	【A】 学びの場 【B】 憩いの場	【A】 専門知識 【B】 一般教養	【A】 学生や教職員が利用 する 【B】 だれでも利用できる	【A】 非日常の体験 【B】 見慣れた物の価値を再発見	【A】 国内外の珍しい資料 【B】 最先端の研究成果
全体	2.23	2.25	2.47	2.56	2.93
男	2.28	2.30	2.53	2.58	2.93
女	2.19	2.21	2.41	2.55	2.92
20代	2.15	2.22	2.51	2.61	3.00
30代	2.29	2.19	2.42	2.56	2.96
40代	2.27	2.28	2.45	2.54	2.94
50代	2.23	2.35	2.49	2.59	2.96
60代	2.23	2.23	2.48	2.51	2.79
大都市圏	2.22	2.25	2.49	2.56	2.96
地方圏	2.25	2.25	2.44	2.56	2.91
中国地方	2.23	2.29	2.32	2.60	2.86
広島県	2.46	2.33	2.29	2.75	2.71
Q1-1	2.09	2.25	2.55	2.43	2.75
Q1-2	2.14	2.21	2.52	2.56	2.99
Q1-3	2.28	2.26	2.44	2.58	2.94

注)

1. 「Aにより近い」を1, 「Bにより近い」を5とする5段階評価に換算し、その平均点を示した。

2. Q1-1,2,3, および網掛の意味については表2の脚注と同じ。

向が、他2者より相対的に弱い。

4. 市民と大学博物館の関係

最後に、市民と大学博物館の関係についての考えを尋ねた結果を示す(図4)。まず、大学博物館は、市民が知識や情報を得る場であるということ、約65%の回答者が支持している。当然、これを否定的にとらえる人は少ない。博物館を介して、市民と研究者が知り合える場になるか、という点に関しては、肯定する人が約3割、否定する人が同じく約3割と意見が割れる。博物館に対して、そこに展示されているモノや情報までの期待が主で、その背後にいる研究者との関

係については、特に興味関心を抱かない人が多いということであろう。それよりは、教育・研究に参加できる場であるというイメージの方がやや高くなった。市民が地域活動に参加するための窓口になるか、については、それを肯定する人は少なく、否定する人の方が倍近く存在する。

回答の属性別内訳をここでもこれまで同様にポイントでみていくと次のような傾向が認められる(表4)。性別と居住地域では有意な差は認められず、年代別にみた場合に、「知識や情報を得る場」「研究者と知り合える場」「地域活動に参加するための窓口」の3項目で有意な差が認められた。そこでは、20代と60代が

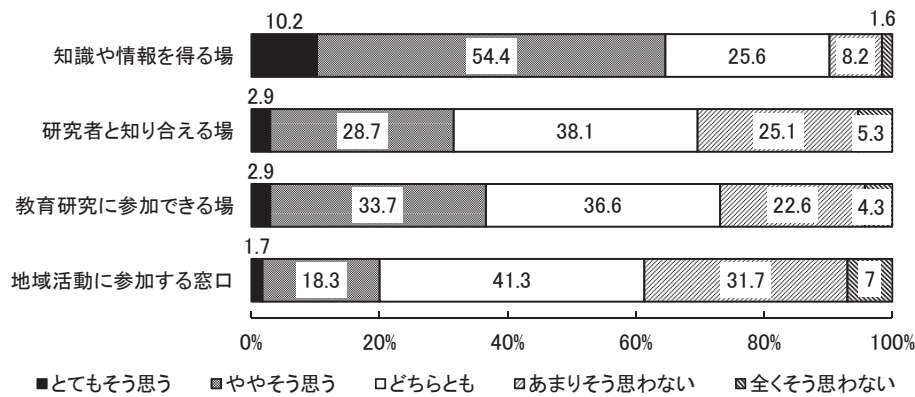


図4 市民と大学博物館の関係

表4 大学博物館と市民の関係について、あなたのイメージに近いものを選んでください

n=1,080, ポイント

	知識や情報を得る場	研究者と知り合える場	教育・研究に参加できる場	地域活動に参加するための窓口
全体	3.63	2.99	3.09	2.76
男	3.59	2.95	3.01	2.73
女	3.69	3.02	3.16	2.79
20代	3.70	3.04	3.14	2.82
30代	3.61	2.97	3.04	2.70
40代	3.53	2.85	2.90	2.69
50代	3.61	2.98	3.14	2.79
60代	3.73	3.11	3.19	2.81
大都市圏	3.62	2.97	3.09	2.78
地方圏	3.64	3.00	3.08	2.74
中国地方	3.69	3.03	3.11	2.62
広島県	3.92	3.21	2.96	2.67
Q1-1	3.85	2.92	3.10	2.77
Q1-2	3.75	3.03	3.21	2.82
Q1-3	3.58	2.99	3.05	2.74

注)

1. 「とても感じる」を5, 「全く感じない」を1とする5段階評価に換算し, その平均点を示した。
2. Q1-1,2,3, および網掛の意味については表2の脚注と同じ。

似た傾向を示し, 30・40・50代と対照的になる。20代・60代では, 市民が「知識や情報を得る場」と「地域活動に参加するための窓口」としての評価が高く, 「研究者と知り合える場」の評価が低くなる。大学との関わりが, 若い層か高齢者で強く, 壮年層で弱くなることとも関係があるように思える。

大学博物館の利用度・認知度別にみると, 「知識や情報を得る場」「研究者と知り合える場」「教育・研究に参加できる場」の3項目で有意な差がみられた。「知識や情報を得る場」としては, 利用したことがある層, 知っているが利用したことがない層, 知らなかった層の順で評価の高さに差がついた。「研究者と知り合える場」では, 利用したことがある層において高評価の回答者の割合が他2者より高くなるが, 否定的な回答

の割合も高く, ポイントに換算すると, 他2者よりも「研究者と知り合える場」としての評価が低くなってしまふ。市民が「研究者と知り合える場」としての大学博物館については, 利用したことのある層の中で意見が割れていて, 一部強く支持する人がいるものの, 否定的に評価する人の方が多いという結果になっている。「教育・研究に参加できる場」では, 知らなかった層の評価が低かった。

IV. おわりに

大学博物館は一般にはあまり知られておらず, 利用したことのある層も限られている。そして敷居の高い, 近寄りにくい施設というイメージも強い。一般的な博物館との比較ではいうまでもなく, 学内の他の施設よ

りも敷居の高さを感じる回答者が多かった。基本的なイメージとして、「学生や教職員が利用する」「学びの場」であり、「専門知識」を得る場とされている。市民との関係については、市民が「知識や情報を得る場」として期待されており、研究者との接点になることや地域活動参加への窓口になることへの期待は低い。とはいえ、市民の社会参加に関わることを肯定する意見が一定割合存在することをもっと積極的に評価すべきかもしれない。

回答者属性別にみると、回答の男女差が顕著であった。女性は、男性より利用経験は多いものの、大学博物館を知らない人や近寄りにくく感じる人も男性より多い。参加意欲の高い人とそれほどでもない人に分かれる。また、女性は、博物館を「だれでも利用できる」施設と考え、「一般教養」と結びつける傾向がある。逆に男性は、「学生や教職員が利用する」施設と考え、「専門知識」を得る場とイメージする。世代的には、20代・60代とそれ以外の世代とで回答に差がみられた。前者は利用度・認知度が、後者よりも高くなるとともに、市民が「知識や情報を得る場」のイメージを抱く。地域別には、利用度・認知度において、大都市で値が大きくなるものの、その他のイメージに関するものでは、性別や年代によるほどにははっきりしない。

以上の傾向は、回答者の利用度・認知度に関わらず、認められる。ただし、その程度は、利用したことがある、知っているが利用したことがない、知らなかった、の3者によって違いがある。利用したことがある層は、他2者より大学博物館に対する敷居の高さを感じるものが少ない。また、博物館について、「学びの場」や「国内外の珍しい資料」が展示される場というイメージを相対的に強くもつ。市民と博物館の関係について「知識や情報を得る場」、市民が「教育・研究に参加できる場」という評価をする。一方、大学博物館を知っているが利用したことがない層は、大学博物館に敷居の高さを強く感じており、大学博物館を「専門知識」や「最先端の研究成果」と結びつける傾向が認められる。

総じていうと、大学博物館はよく知られていない上に、イメージが固い。それでよいのか、大学博物館に求められる社会的責任を果たせるのか、という課題が突きつけられているように思える。ひとつの方向として、対象とするターゲットを意識することと、その場合に対象層に訴求する展示内容や仕掛けを企画するこ

とが考えられる。

また、現時点では一般的な期待はあまり高くないけれども、地方の大学博物館は、地域博物館としての役割も担うべきであることを考えると、市民との関係をどのように築いていくのかを課題として検討すべきであろう。その際には、そのような志向の強い、女性の参加がひとつの鍵になるのかもしれない。

【注】

- 1) 広島大学総合博物館のウェブサイトによる (<http://home.hiroshima-u.ac.jp/museum/gaiyou.html>, 最終閲覧 2014年8月25日)。
- 2) 例えば、朝日新聞出版の『大学ランキング』には、大学博物館ランキングが掲載されたことがある。2010年度版。
- 3) 国立情報学研究所論文情報ナビゲーター (CiNii) で「インターネット調査」をキーワード検索すると200以上の文献がヒットする。
- 4) インテージ社は、ウェブサイト上で414万人のマイティモニター (自社で確保したキューモニター100万人と調査協力に合意しているNTTドコモのプレミアクラブ会員314万人をモニターとしていると広報している (<http://www.intage.co.jp/net/reason/monitor-number> 2014年5月26日閲覧)。本調査ではキューモニターを対象としたが、ただし、公称ではなく実際のところは、この1/3程度のモニターが実働モニターになっているとのことである (2014年5月26日担当者への確認による)。
- 5) ここでは、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県を大都市圏とし、その他を地方圏とした。

【文献】

- 伊能秀明・織田潤・伊藤麻里 (2003): 日本のユニバーシティ・ミュージアム. 明治大学博物館研究報告 8, 33-54.
- 氏家 豊 (2009): 調査方法の変更について. 社会と調査, 3, 20-29.
- 片山 朗 (2008): インターネット調査と訪問面接調査の比較分析 (1・2) -内閣府の世論調査への活用可能性. 統計, 59(7), 59-65, 59(8), 56-62.
- 内閣府大臣官房政府広報室 (2009): 世論調査におけるインターネット調査の活用可能性. (<http://www8.cao.go.jp/survey/sonota/h20-internet1/index.html>, 2013年11月15日閲覧)
- (2014年8月29日受付)
- (2014年12月20日受理)

