

DESIGNING EFFECTIVE WEB SURVEYS

by Mick Couper (University of Michigan), Cambridge University Press, 2008

詳細目次と主な内容の要約

<章, 節, 項など>

<掲載内容の要約>

Chapter 1 The Importance of Design for Web Surveys	ウェブ調査に合ったデザインの重要性
1.1. Internet and Web Surveys	・ インターネット調査の分類, インターネット調査とウェブ調査の定義
1.1.1. Different Types of Internet Surveys	・ ウェブ調査の動作環境の紹介, とくにクライアント側 (回答者) とサーバ側 (実施者) との調査システム上の諸要素の役割分担
1.1.2. How Web Surveys Work	・ スクリーン, ページ, フォーム, HTML フォームなど用語の定義
1.2. Scrolling versus Paging Designs	・ スクロール形式とページ分割形式の動作
1.2.1. Scrolling Survey Design	・ スクロール形式とページ分割形式に関する調査研究の事例紹介 (完答率, 脱落率, 完答時間, 欠測数 (率) などを指標として評価すること)
1.2.2. Paging Survey Design	・ スクロール形式, ページ分割形式のそれぞれに適した適用場面
1.2.3. Research on Scrolling versus Paging Designs	・ ウェブ調査のデザインとウェブサイトのデザインの違い
1.2.4. When to Use Scrolling or Paging Designs?	・ なぜデザインが重要であるのか?
1.2.5. Client-Side Scripts	・ ウェブ調査に特有の特徴 (要約)
1.2.6. Other Types of Designs	① 自記式であること
1.3. Web Site Design versus Web Survey Design	➢ ウェブ調査は多くの点で自記式とくに郵送調査に似ている
1.4. Why is Design Important	➢ 調査員を介するコンピュータ支援の類似方式 (CATI, CAPI など) より廉価, また面接員 (調査員) の影響が低減できること
1.4.1. Unique Aspects of Web Surveys	② コンピュータ支援を受けること
1.4.1.1. Web Surveys are Self-administered	➢ 制御の可能性が高い, クライアント側とサーバ側ともに
1.4.1.2. Web Surveys Are Computerized	➢ さまざまな質問の種類に対応可能 (単一回答, 複数回答, 数値, テキスト, 「その他記入」が可能, 等々), ワーディングの自由度が高い
1.4.1.3. Web Surveys Are Interactive	➢ 従来より豊富なカスタマイゼーションが可能. スキップ, 分岐・回答経路設定 (ルーティング), エディット・チェック (範囲, 整合性, 完答有無, 論理など) と高いレイアウト設計機能など
1.4.1.4. Web Surveys Are Distributed	➢ 回答文脈, 質問文・回答順序などの抑制可能性: 無作為化の自由度, 初頭効果, 新近性効果の抑制効果
1.4.1.5. Web Surveys Are Rich Visual Tools	③ インタラクティブ (双方向的, 対話的) であること
1.4.1.6. Summary	➢ ウェブの多様なインタラクティブ性が活かせること.
1.5. The Importance of Design	
1.6. Focus of This Book	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 回答者の入力に応答するという点で、自記式特性だけでなく（間接的な）会話・対話機能も可能で、面接員の代替機能をもはたす。（後述） ➤ アクティブ・コンテンツ、アクティブ・スクリプトの適用（後述） <p>④分散型であること</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 従来の WYSIWYG 思想で標準化された質問紙調査票やコンピュータ支援の調査方式（CATI, CAPI, CASI, ACASI など）は、調査実施者側の管理下で標準化された回答環境を提供できるが、ウェブ上ではこれとは同じとにならないこと。 ➤ 異なる点は調査装置にアクセスし閲覧する媒体（インターネット）とツール（コンピュータ、ブラウザ）が制御下にはないこと。クライアント側（回答者側）とサーバ側（実施者側の意識的区分が必要であり、種々の要素（以下）が直接、間接に関連する。 <ul style="list-style-type: none"> ・ コンピュータの OS ・ スクリーン解像度 ・ ブラウザー・ウィンドウの大きさ ・ ブラウザー・セキュリティの設定状態 ・ 接続回線の種類と回線速度 ・ ブラウザーに利用可能なフォント ・ ブラウザー上で設定のフォントサイズ ・ 背景色の設定 ・ 用いる入力機器／キーボード、マウス、スタイラス、補助器具、… ➤ これら要素のカスタマイズ可能な特性が多様でニーズに柔軟対応できることは「よい（利点）」だが、回答者の回答行動にどう影響するかが見えにくいという点では「わるい（欠点）」となる。この均衡を図る設計者の技能が問われること。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 用いるブラウザの種類、バージョン、可読なスクリプト（HTML, JavaScript, など） <p>⑤変化に富んだ視覚化ツールであること</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 豊富な視覚要素が使えること ➤ レイアウトとデザインで色やパターンが使えること ➤ 調査装置の中で、イメージ（図や写真）、動画ビデオを利用できること ➤ 調査装置が言語と視覚の両者の利用へと急速に移行する、これがウェブ調査のデザインをダイナミックに変えること <ul style="list-style-type: none"> ・ ウェブ調査の特性と他の調査方式、とくに郵送や質問紙方式との特性比較 ・ ウェブ調査が従来調査方式に比べ動的であること ・ デザインの重要性、とくにウェブ調査とウェブ調査とウェブサイトのデザインの目標の違い
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本書の焦点, 狙い (目標), 本書で扱うことと扱わないこと 本書で扱うこと : <ul style="list-style-type: none"> ① 効果的なウェブ調査を設計 (デザイン) すること ② 設計に適した HTML や関連ツールの適切な利用法, デザインに適した関連ツール ③ データの品質を最大化し調査誤差を最小化する適切な実践的戦略を選ぶこと 本書が扱わないこと : <ul style="list-style-type: none"> ① 調査質問文の書き方 ② 電子メール調査, ダウンロード実行型, ウェブ調査以外のインターネット調査の設計 ③ ウェブ調査のプログラミング ④ ウェブ調査開発のためのハードウェアやシステムの構築
Chapter 2 The Basic Building Blocks	調査質問のための基本的な構成要素
2.1. Using the Appropriate Tool	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調査票設計に必要な構成要素 (部品) の紹介, その役割 ・ 標準的な HTML フォーム作成の要素 (ウィジェット) の説明 ・ ラジオ・ボタン, チェック・ボックス, ドロップ・ボックス (選択リスト), テキスト・フィールド ・ 各要素の機能の特徴, 使い方の留意点, 利点と欠点などが紹介 ・ テキスト・フィールド (テキスト・ボックスとテキスト・エリア) の使い方と特徴 ・ 自由回答質問におけるテキスト・フィールドの使い方注意点, 特徴 ・ デザインとテキスト・フィールド (入力欄の設計の留意点) ・ 各要素の回答への影響を調べた多数の実験調査の紹介 (良い例, 悪い例) ・ 初頭効果, 無作為化の効果, パラデータの利用法とその影響 ・ 混合方式における他の調査方式 (郵送, 電話) との関係, 留意点
2.2. Radio Buttons	
2.2.1. Radio Buttons Come in a Group or Set	
2.2.2. A Selection Cannot Easily be Canceled	
2.2.3. Radio Buttons Cannot be Resized	
2.3. Check Boxes	
2.4. Drop Boxes	
2.4.1. The Items on the List are Fixed	
2.4.2. There is More Than One Way to Find and Select Items	
2.4.3. The Data Field is Blank Until a Selection is Made	
2.4.4. One Can Choose How Many Items to Display Initially	
2.4.5. Drop Boxes Permit Single or Multiple Selections	
2.4.6. When to Drop Boxes	
2.4.7. Summary on Drop Boxes	
2.5. Text Fields	
2.5.1. Text Boxes	
2.5.2. Text Areas	
2.5.3. Design and Use of Text Fields	
2.5.4. Summary on Text Fields	
2.6. Empirical Research on Alternatives	
2.7. Summary	
Chapter 3 Going Beyond the Basics: Visual and Interactive Enhancements to Web Survey Instruments	ウェブ調査装置への視覚的かつインタラクティブ性の機能強化・充実

3.1. Images in Web Surveys	<ul style="list-style-type: none"> ・ ウェブ調査におけるイメージの利用法の解説 ・ とくに「言語要素」と「視覚要素」の連続性つまり融合的利用の重要性（両者の一体化した相互利用が調和につながること） ・ 「視覚要素」は、従来調査方式（例：CATI, ACASI, 面接他）では補助機能であり利用範囲が限定されていたこと ・ 文字情報（テキスト）から視覚情報（イメージ）への転換と複合利用の効用 ・ ウェブではイメージが主役となって、主機能（質問と回答）として寄与すること ・ ウェブ調査のデザイン（設計）に適したウェブ視覚特性の3要素の紹介（①質問紙型自記式より自由度の高い豊富で強力な部品が利用可能, ②文字情報だけでなく視覚要素を言語文脈の補助と利用可能, ③利用に際してリテラシーが関わること）. ・ ウェブ調査におけるイメージの役割検証に必要な3要素の説明（①イメージの目的, ②言語要素とイメージの関連性, ③イメージのフォームとコンテンツ） ・ ウェブ調査におけるイメージの機能（目的）に関して3つの可能性があること（①イメージは質問文である, ②イメージは調査質問を補助し不足を補う, ③イメージは質問に付随し従属的である）, ここらは多数の例で示される（ここもよい例, 悪い例）. ・ ウェブ調査におけるイメージの利用法（効用, 留意点）に関する研究紹介 ・ イメージの質問文への影響, 回答者の反応などが無数の例で示される. ・ イメージ利用のテクニカルな問題（視力と視認, リハビリテーション法 508 条遵守との関連, フォント, ダウンロード能力など）. ・ マルチメディアの利用（動画, ビデオ, 音声など）, それに必要な環境要件 ・ マルチメディア環境を用いたインタラクティブな動的イメージの利用 ・ 調査票設計にクライアント側のインタラクティブ性達成のためのアクティブ・コンテンツの利用 ・ アクティブ・スクリプトの実現のための諸要素（JavaScript, Java, Flash, JavaApplets など）の機能調査票設計における注意点 ・ 新しいフォームあるいは要素の作成（質問紙ではできなかったこと）, 動的かつグラフィカル利用 ・ スライダー・バーまたはアナログ・スケール, カードソート・タスク, ランキング・ツール, インタラクティブ・マップ, ダイナミック・シェイディング, ランニング・トータルなどの利用法と例示 ・ ユーザの計測技術またはクライアント側のパラデータを取得すること（回答者の回答行動を追跡し行動事象の数値記録を行うこと, いわゆるトラッキング） ・ アクティブ・コンテンツあるいはアクティブ・スクリプトの利用上の配慮 ・ とくに, アクセスビリティ, セキュリティへの配慮, そしてリハビリテーション法 508 条に
3.2. Visual Information	
3.3. Functions of Images in Web Surveys	
3.3.1. Images as the Question	
3.3.2. Supplemental Images	
3.3.3. Incidental Images	
3.4. Effect of Images on Survey Responses	
3.5. Research on Images in Web Surveys	
3.6. Summary on Images	
3.7. Multimedia	
3.8. Interactive Elements	
3.8.1. Adding Client-Side Interactivity to HTML Form Elements	
3.8.2. Creating New Form or Survey Elements	
3.8.3. Capturing User Metrics or Client-Side Paradata	
3.8.4. Design Considerations for Interactive Elements	
3.9. Summary	

	<p>よるアクティブ・コンテンツの利用制限について（とくに官庁統計における情報取得制限）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 設計者（デザイナー）として何をなすべきか ・ それは「回答者にとってより満足しつろいで体験できるようなウェブのインタラクティブ特性を開発すること」にあること ・ その2つの条件がある：①強化する特性はデータ品質を改善しユーザ体験を高めるためだけに使えるツールであること，②利用可能なアクティブ・コンテンツをもたない人のための代替案が存在すること。 ・ テキストベースの情報媒体から，マルチメディア，インタラクティブ性への移行は必至であるが使う場面はデータ品質に利点があるとき，回答者に不具合がないときにのみ使うこと。 ・ インターネットの急速な進化で，本章の内容は数年で大きく変わることを予想。
<p>Chapter 4 General Layout and Design ウェブ調査の一般的なレイアウトとデザイン</p>	
4.1. The Elements of a Web Questionnaire	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前章まではウェブ調査装置を構成する諸要素の紹介，この章からは（調査票の）レイアウトとデザインについて記述。 ・ ここでも「言語要素」と「視覚要素」を分けて考える。とくに視覚情報の概念を拡張する。 ・ 調査票のデザイン構成要素をタスク要素とスタイル要素に分けること。以下のように分類し，各要素の調査票内での「空間配置」を決める。本章のキーの1つ。 <ul style="list-style-type: none"> ① 「言語要素」質問のワーディング，回答選択肢，指示など）と「視覚要素」（レイアウト，色，イメージなど）。 ② 「タスク要素」（調査タスクに関連する装置の部品）と「スタイル要素」（調査を進めるタスクを補助など）。 ③ 「主要タスク」（調査質問を読み，理解し，回答し，さらに次の質問に進むという調査本来のタスクに関連したこと；）と「補助的タスク」（主要タスクを補助し必要なときにだけ使われる機能；ナビゲーション，補助情報，調査進行の表示など）。 ・ 上の分類に従って各要素を代表する部品の機能特徴と利用上の注意点。 ・ テキスト（文字情報）と活字，書体・字体，フォントサイズ，強調など。 ・ 背景色とパターン利用（色の対比，色の意味，図柄や模様），色覚異常への対応，視覚ノイズの回避。 ・ 各要素の空間配置・レイアウトの設計，「ゲシュタルトの知覚原理」「視覚認知過程の簡素化の原理」の重視。 ・ 配置整列（左右上下，中央そろえ），段組などとラジオ・ボタン，チェック・ボックスなどの配置の関係。 ・ HTML 表形式，グリッド（あるいはマトリクス）形式の利用，留意点；表罫線，網かけ，グリッドと質問項目・回答選択肢の向き，大きさ，サイズが可変か固定か，…；使い方のレコメンデーション。
4.2. Text and Typography	
4.2.1. Typeface	
4.2.2. Font Size	
4.2.3. Other Aspects of Typography	
4.2.4. Selective Emphasis	
4.2.5. Summary on Typography	
4.3. Background Colors and Patterns	
4.3.1. Color	
4.3.1.1. Color Blindness	
4.3.1.2. Color Contrast	
4.3.1.3. The Meaning of Color	
4.3.2. Patterns	
4.4. Layout or Spatial Arrangement of Elements	
4.4.1. Alignment	
4.4.1.1. Alignment of input Fields and Labels	
4.4.1.2. Horizontal Versus Vertical Orientation	
4.4.1.3. Columnar Format or Banking	
4.4.2. Use of HTML Tables	
4.4.3. Grids or Matrixes	
4.4.3.1. Research on Grids	
4.4.3.2. The Design of Grids	
4.4.3.3. Summary on Grids	
4.4.4. Summary on Layout	
4.5. Screen Size and Complexity	

4.6. Summary Remarks	<ul style="list-style-type: none"> ・以上の諸部品を組み合わせてレイアウトを作る上での問題点，留意事項，利点・欠点，良い例・悪い例を多数の例で説明. ・レイアウトの留意点の要約 <ul style="list-style-type: none"> ①首尾一貫したレイアウトを使うこと；回答者は質問と回答選択肢の位置の認識方法を習得する. ②タスク内の変更を伝達するときだけレイアウトを変える；例：数値入力 vs チェック・ボックス，あるいはグリッドの利用. ③各入力欄とそれの適切な標識をはっきりと関連づけて付ける. ④回答者の視線を質問を順に視覚的に区別しながら質問文から回答選択肢にまでしっかり誘導する ⑤質問文・選択肢の尺度連続性（順序や段階）を伝えるデザインを用いること ⑥ブラウザやフォントが変わってもレイアウトが確実，正確に動作すること ⑦直線・罫線，網かけ，色，その他の視覚的混乱を招く要素の過度の利用は避けること ・スクリーン・サイズ，解像度，ブラウザ・サイズなどの影響や煩雑性回避の要領 ・煩雑性を低減する戦略の要約. <ul style="list-style-type: none"> ①不必要なコンテンツは削除する，あるいはリンクの後ろにおく，主コンテンツ領域から除き，回答進行タスクの妨げにならないような視覚・空間デザインとする. ②多くの色は使わない，書体の種類を限定する；視覚を単純化し不要な直線は使わない. ③調査装置全体を通じて，回答者が期待する情報がどこにあるかすぐ分かるよう首尾一貫したデザインを使う. ④1 ページ内にあまりに沢山の情報を詰め込まない，空白を有効に使う. ⑤長くかつ複雑なタスクは，管理しやすい大きさに分割する. ・調査票設計の基本であるレイアウトは「回答者が抵抗なく快適かつ簡単に誤りなく回答できるような簡潔で分かりやすい設計」「回答者の経験や知識を補強し回答のタスクを助けること，回答の満足感，達成感を満たすこと」という当たり前のことに尽きること. ・調査方法論の観点からは，レイアウト・デザインの適否は測定誤差，無回答誤差などの低減につながる.
Chapter 5 Putting the Questions Together to Make an Instrument	調査項目を調査装置として組み立てること
5.1. Skips or Routing	<ul style="list-style-type: none"> ・ここで取り上げる話題の要約（非常に細かいことが多数の例を使って説明）
5.1.1. User-Controlled Skips in Scrolling Designs	<ul style="list-style-type: none"> ① スキップまたは経路設定（ルーティング），分岐，無作為化，埋め込み・パイピングなどのカスタマイゼーション（回答者の回答行動に合わせて調査票内の設定・表示を変える，制御する）.
5.1.2. System-Controlled Skips in Scrolling Designs	
5.1.3. Skips in Paging Designs	
5.1.4. Research on Skips Errors	
5.1.5. Summary on Skips and Branching	<ul style="list-style-type: none"> ② 誘導，質問の数値化，アクションを起こすボタンを含む処理のフローとナビゲーション

5.2. Randomization	<p>③ ヘルプ機能と指示・インストラクション機能。 ④ プログレス・インジケータと調査の長さ（ボリューム）。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ここはインタラクティブ要素に密接に関わることで、つまりアクティブ・コンテンツの活用。 ・質問紙調査票では回答者はすべて視覚可能である、一方ウェブ調査では「見える要素と隠された見えない要素があること」「回答者が見て行うことは何か」に焦点がある。 ・目標は、(調査)装置の適切な経路にそって回答者を誘導すること、タスクを問題なく進めるための諸ツールを使う環境を回答者に提供すること。 ・従来の CATI, CAPI などのコンピュータ支援の効果（ミスや測定誤差の低減）の学習経験を活かすことが可能。 ・調査票設計における「制御」の様々な方法と利用上の留意点、とくに利用者側（クライアント側）と実施者側（サーバ側）の制御内容；ページ分割形式のスキップ、ルーティングのスキップなど。 ・とくにスキップエラーの種類と特徴、ヒューマンエラーの考え方。 ・無作為化の効用、質問紙型ではせいぜいスプリット-バロット程度であった利用可能性をはるかに自由にしたこと。 ・無作為化を行う理由とそれを行う時点について。 ・無作為化を行う主な理由：① 文脈効果の制御あるいは測定、② 方法論としての研究、③ マトリクス・サンプリング、④ コンジョイント分析（市場調査で多用）。 ・無作為化を用いる場合の注意点が具体的に細かく述べられる。 ・埋め込みあるいはパイピング処理：調査票を回答者の回答に合わせてカスタマイゼーションするウェブ調査特有のサーバ側処理の典型。 ・カスタマイゼーションのトレードオフ：種々の機能の設定に経費がかかる、調査票設計者（ウェブのデザインでもある）と回答者の思惑の違い、回答者負担を軽減するような設計は支出を伴うこと（調査票改善やデータ品質改善には投資が必要） ・調査進行（フロー）とナビゲーション（遷移、誘導）；回答者の回答行動に合わせた柔軟な対応（「標準的な遷移」と「非標準的な遷移」を考慮すること）。 ・設計に必要な部品の説明、特徴、使い方と注意点：質問文番号付与、動作ボタン（サブミットボタン、リセットボタン）、バックボタン（戻り指定）、タブ類。 ・各部品を調査票設計で用いるときの実験調査次例による比較例、回答にどう影響するか ・「デザインの首尾一貫性」と回答者の「回答労力最小化」の原則に合ったレイアウトとする。 ・その他のナビゲーション・ツール（複数の回答者、複数の回答セッションなどがあるときの対応）、官庁統計のウェブ調査サイトの例が多い。 ・エラー・メッセージの発生、警告、対応策など：項目欠測、エディット・チェック（数値、論理チェックなど）、システム・エラー（ウェブ調査の特徴）、エラー回避のためのエラー・
5.2.1. Reasons for Randomization	
5.2.2. Randomization Design	
5.3. Fills	
5.4. Summary on Customization	
5.5. Flow and Navigation	
5.5.1. Numbering Questions	
5.5.2. Action Buttons	
5.5.2.1 The Back Button	
5.5.2.2. The Reset Button	
5.5.2.3. Placement of Action Buttons	
5.5.3. Other Navigation Tools	
5.6. Error Messages	
5.6.1. Item Missing data	
5.6.2. Edit Checks	
5.6.3. System Errors	
5.6.4. Research on Error Messages and Prompts	
5.6.5. The Design of Error Messages	
5.7. Help and Assistance	
5.7.1. Procedural Assistance	
5.7.2. Help With Question Meaning	
5.7.3. General Information	
5.8. Progress Indicators and Survey Length	
5.8.1. The Design of Progress Indicators	
5.8.2. Research on Progress Indicators	
5.8.3. Survey Length	
5.8.4. Summary on Progress Indicators and Length	
5.9. Review or Summary Screens	
5.10. Summary	

	<p>メッセージやプロンプトメッセージなど。</p> <ul style="list-style-type: none"> さまざまな部品の組み合わせによる多数の実験調査例で、「べき・べからず」が示される。 とくに、回答行動の「制約がきついハード・プロンプト」と「制約がゆるいソフト・プロンプト」の比較，つまりサーバ側の制御可能性の影響比較例。 エラー・メッセージのデザイン：エラー・メッセージの書き方，インターフェース設計，ヒューマンエラーの研究など。 ヘルプとアシスタンス：ウェブ特性を活かした補助・支援機能の方法。回答手順・指示，質問の説明や定義の補助，一般情報（スポンサー，守秘事項，質問の長さなど）。 プログレス・インジケータと調査の長さ：検証が十分でない分野であること プログレス・インジケータの関連研究：インジケータのデザインや速度などを変えて実験下例が示される，中断率「プログレス・インジケータを使う利点はあまりない，むしろ不要，実証ができない」との結果。 調査の長さ：無数の議論と実験研究があること（完答率，中断率，回収率，項目無回答などで比較）。 調査の長さは「短い方がよい」が原則，「10 分以下で中断が少ない」「15 分以上は無回答や中断が増える」「10～12 分が適切なようだ」「メタアナリシスから調査の長さが中断に関連」といった評価がある。 閲覧あるいは要約スクリーン（summary screen）の利用：主として官庁統計調査（景気動向，センサスなど）の内容が複雑，対象者が複数となるような場合の要約スクリーンの効用。 調査票デザインは，回答者の受け入れやすい調和と一貫性の確保が重要，回答を円滑に進めるといった目標に向かって回答者のタスクを助けるためであること。
Chapter 6 Implementing the Design	
6.1. Prenotification	<p>デザインの実装化</p> <ul style="list-style-type: none"> ウェブ調査というデータ収集方式を具体的に実装するための留意点。 ウェブ調査実施で生じる典型的な事象についての総括的な議論（調査参加の勧誘，インセンティブ，フォローアップ，パラデータの利用，予備テストの重要性，混合方式調査といったトピックスなど）。 測定誤差の低減に加えて無回答を減らし，結果として完了回答数を増やすような設計の指針 ここで対象とする回答者は，ボランティア・パネル（ポップアップ，バナー広告，匿名での勧誘）を用いたウェブ調査は焦点をあてないこと。 しっかりしたリストのある標本を対象とした調査を考えていること。 事前告知・事前通知：事前依頼状の書き方，他の調査方式とくに郵送との違い，葉書事前通知との併用効果の検証，携帯電話のテキストメッセージ，コスト評価などを多数の例で比較 調査依頼状：ウェブ調査の場合の書き方の要領・必要事項と留意点，本文の注意事項，ウェブ
6.2. The Invitation	
6.2.1. The E-Mail Header	
6.2.1.1. The Sender	
6.2.1.2. The Addressee	
6.2.1.3. The Subject Line	
6.2.1.4. Summary on the E-Mail Header	
6.2.2. The E-Mail Body	
6.2.2.1. The Salutation	
6.2.2.2. The Signature	
6.2.2.3. Contact Information	
6.2.2.4. The URL	
6.2.2.5. Content of the E-Mail Invitation	

6.2.3. Combining Mail and E-Mail	<p>ブ特有の URL, メールアドレスなどの注意.</p> <ul style="list-style-type: none"> 電子メール依頼状のまとまった研究は少ないこと, 長さ, 情報の提示順, 「ようこそ」画面の有無, 署名の書き方, などの検討が必要. 郵送調査で有効とされてきた多数のツールが有効かどうかの検証が必要なこと. 郵送と電子メールの併用が効果的であると考えられること. 認証方式の重要性: 自動人超と手動認証の比較, URL 発行, ID とパスワードや PIN などの問題点と留意事項. ログインと認証の方式のさまざまな条件設定の影響を調べた実験調査例の記述 (回収率他で比較). 守秘やセキュリティ, スパムロボット, スパイダーの影響. 「ようこそ」ページあるいはスプラッシュ・ページの設計の重要性. 「ようこそ」ページの研究はほとんどない. フォローアップ: 調査を完了できずに中断や放棄となることを回避するための操作としてフォローアップが重要, (回答の) 一次保留や再開, 物理的障害の有無, リマインダー (督促) の有無とタイミング, とウェブ特有の事象に対する対処策. 実験調査例の紹介: フォローアップの位置, リマインダーの時期や回数などで評価. フォローアップに別の調査方式を使うこと: 無回答誤差を減らし回収率を上げるには調査方式 (郵送, 電話) に切り替えることが効果的, そのいくつかの例の報告. フォローアップ, リマインダーの要約: <ul style="list-style-type: none"> ①無回答者への電子メールによるフォローアップ有効; 廉価で簡単. ②リマインダーは, 全員でなく回答を得ていない人, 回答に未着手者だけを対象に行うべき. ③多数回のリマインダーはよくない (1 回, ないしはたかだか 2 回で十分), 回数の増加は返信・回収を減少させ回答者のやる気をなくす. ④リマインダーの最適なタイミングは十分には分かっていない, 諸研究が郵送によるリマインダーよりも早く送るべきであると示唆 (7 日~10 日より, 3 日~4 日あたりがよさそう). ⑤調査方式の切り替え (とくに郵送) は調査の完答数を向上させる効果的方法. ウェブ調査におけるインセンティブの効果: 他の調査研究で得た知見をウェブ調査に適用できるかという問題がある. インセンティブは, 調査対象標本の抽出過程と標本抽出枠に依存する, つまりボランティア・パネルか確率的標本かによりインセンティブ適用の意味と効果が異なる. 実験調査とメタアナリシスの紹介: 金額, 種類 (内容), ポイント制, パネル設定条件などの組み合わせで回収率他で調べた複数の例示. オプトインパネル/ボランティア・パネルの場合は「プロの回答者」を生む恐れがある. 真面目に回答せずに, いいかげんに回答する, 回答を助けるソフトを使うなど.
6.2.4. Summary on Invitations	
6.3. Login and Authentication	
6.4. The Welcome or Splash Page	
6.5. Follow-Up	
6.5.1. Suspending and Resuming	
6.5.2. Reminders	
6.5.3. Switching Modes for Follow-Up	
6.5.5. Summary on Follow-Up	
6.6. Incentives	
6.7. Other Topics	
6.7.1. Security and Confidentiality Issues	
6.7.2. Paradata	
6.7.3. Pretesting	
6.7.4. Web Surveys in a Mixed-Mode Environment	
6.7.5. Web Design for Establishment Surveys	
6.7.6. Research on Web Survey Design	
6.8. Summary Remarks	

	<ul style="list-style-type: none"> • セキュリティと守秘問題：セキュリティを強化することと回答の使いやすさとのトレードオフがあること（アクセス、認証と ID やパスワード、暗号化、送受信支障など）。 • パラデータの利用：データ収集過程の副産物であるが重要な情報があること。回答者側（クライアント）と実施者側（サーバ）側のパラデータがある。 • パラデータの内容：ページ認識、回答所要時間、回答待ち時間、脱落・中断確認、回答変更履歴、スキップやジャンプの経路探査、など方墳アーク情報が取得可能 • 回答行動に影響を与えず、回答者行動が追跡できる、とくに「回答者が行っていること」「何について行ったか」がはっきり分かる。 • プリテストの重要性：ウェブ調査の標準化とガイドラインが必要なこと。 • 混合方式環境におけるウェブ調査：勧誘、リマインダー、フォローアップ時点だけでなく本調査そのものを混合方式で行うこともある。 • 混合方式導入の理由は「費用、ノンカバレッジ、無回答の低減」にあること、廉価なウェブ調査で回答者数を増すことは有効、ウェブ調査の適時性（いつ、どの時点で、どう）が重要 • 注意すること：測定誤差低減が主目的ではない（無回答誤差、カバレッジ誤差低減）、異なる調査方式で得たデータの比較可能性があること。 • 混合方式検討にスクロール形式とページ分割形式の選択が関係すること（スクロール形式は郵送方式に、ページ分割形式は電話面接方式にある類似性があること）。 • 回答順序、文脈効果の影響の調査方式間の差違：初頭効果、新近性効果がウェブ調査でどう起こるか、これを回避する1つの手段としての無作為化。 • 質問紙型とウェブ調査の類似性（自記式、視覚的）、電話方式との類似性（音声、調査員効果）よりも、動的でインタラクティブなツールが使えることがデザインの同等性、共通化に影響すること。 • 混合方式とすることは、各モードのデザインの同等性を図るか、モード間差異を前提にそのモードデザインの最適化を図るか、相互の補正をどう考えるかなど。 • 事業所調査のウェブ調査：個人（人）対象の調査と事業所調査は異なること、この特徴に合わせたデザインの問題を整理。 • ウェブ調査デザインの研究：多くの問題は十分研究されていない、ほんの一部である。 • ウェブ調査の利点の1つは実験が比較的簡単であること。一般のウェブ調査に実験を組み入れることも可能な機会が多いこと、それを活かすこと。 • デザイン（設計）こそがすべて、デザインはウェブ調査を開発し適切に用いるという調査工程の不可欠部品である。「よいデザイン」とは、回答者が調査に参加してくれて、品質のよいデータを提供し易い環境を提供すること。
--	---