



調査の現場から

内閣府政府広報室世論調査の 概要と課題

佐藤 寧 (株式会社日経リサーチ世論調査部 / (元) 内閣府大臣官房
政府広報室世論調査専門職)

1 はじめに——本稿の位置づけ

私は、2013年4月から1年間、任期付職員として内閣府大臣官房政府広報室の世論調査専門職として勤務した。本稿では、この1年間で得た知見をもとに、ここで行われている世論調査（以下、内閣府の世論調査）について解説するものである。内閣府の世論調査は、国民の意見や意識を把握して政府の政策に活かされるほか、調査結果はマスコミや内閣府のホームページを通じて幅広く活用されている。なかには重要な判断を行う際に、国民の合意形成が図られている根拠として参考にされる場合もある。

このような場面で十分に役立つためには、品質の高い世論調査を実践して「信頼性」を担保することに加えて、「信憑性」を確保することが重要である。ここでいう信憑性のある調査とは、その調査が「信頼性のあるものだ」と理解できる調査」であることを指す。どんなに信頼性のある調査を行ったとしても、仮に調査の手法がいっさい公開されなかったならば、その調査結果には全く信憑性がないことになる。たとえば、内閣府の世論調査結果の評判を Twitter やブログなどネットでみると、「政府に都合のよい意見を言う人だけに調査をしているのだろう」といった偏

見によって調査結果を信頼しないケースが見受けられるが、このような発言をする人にとって政府の世論調査には信憑性がないということになり、世論調査の結果を合意形成の根拠として受け止められないのである。

調査の信憑性を高めるためには、調査に関する情報を幅広く公開し、認知の徹底を図ることが必要である。このような観点でいえば、内閣府の世論調査は、これまで社会調査の専門家との接点が少なく、その内情について十分に理解されているとは言い難い状況にある。本稿では、内閣府の世論調査の運営方法など、特有の課題を中心に紹介している。これらの課題が多くの社会調査専門家の方々目に触れ、議論され、内閣府の世論調査がより一層活用されるきっかけになることを期待したい。本稿が、世論調査の「信頼性」を高めるにとどまらず、内閣府の世論調査の「信憑性」が高まるきっかけとなれば幸いである。そして、内閣府の世論調査が、より一層、多くの人に活用されることを期待したい。

なお、内閣府の世論調査については、岡田(2013)が国民意識の的確な把握という観点から解説しているのので、そちらも併せて参照されたい。

2 内閣府の世論調査の概要

❖ 政府広報室での世論調査の位置づけ

内閣府大臣官房政府広報室は、政府の広報活動および広聴活動を行っている組織である。内閣府のホームページによれば、広報活動は、「政府の重要施策について、その背景、必要性、内容などを広く国民に知っていただき、これらの施策に対する国民の理解と協力を得ることを目的としています」と紹介されており、メディアを使った広告活動のほか、政府広報オンライン (<http://www.gov-online.go.jp/>) を通じて広報活動を行っている。広聴活動は「国民の意識や政府施策に関する御意見、御要望を的確に把握し、政府施策に反映させるためのものです」と紹介されており、この一環として取り組まれているのが内閣府の世論調査である。

なお、政府が実施している調査は、統計調査も含めると非常に多様な組織で、様々な手法を用いて行われており、内閣府のなかで実施されている世論調査に限っても、政府広報室のものがすべてではない。そのなかにおいて、政府広報室が主体となって実施されている世論調査は、非常に歴史も古く継続性もあることから、広く「政府の世論調査」として認知されているものである。以下、ここで取り扱うのはすべてこの内閣府の政府広報室が主体となって行う世論調査に関することであり、政府広報室以外で実施されている各種調査については必ずしもここに記述された限りではない。

❖ 調査の手法

内閣府の世論調査手法の詳細については、

佐藤（2013）で詳しく解説しているのので、ここでは簡単に紹介する。

調査は、原則としてサンプリングを「層化二段無作為抽出」、実査を「訪問面接法」で実施しており、これは、内閣府（当初は内閣審議室世論調査班）の世論調査が開始された1947年から一貫している。サンプリングで抽出されるPSU（primary sampling unit：多段抽出における、第一次の抽出単位）として「国勢調査における調査区」を使っており、層化の基準としては「地域」「都市規模」のほか、「調査区の特性」を用いているのが特徴的である。選ばれた国勢調査区内に居住する個人を、住民基本台帳から系統抽出によって選び出す。標本サイズは通常では3,000または5,000、「国民生活に関する世論調査」「社会意識に関する世論調査」では標本サイズを10,000としている。調査の期間は2～3週間で設定しており、事前の依頼状を送付したうえで、調査員が調査対象者宅を訪問する。調査対象者が不在な場合には、日時を変えて3回程度は訪問することとしており、調査対象者から了承が得られれば、調査を実施する。1回の調査にかかる時間は20分程度である。調査員は設問を調査票に基づいて読み上げ、調査回答者は「回答票」に書かれた選択肢のなかから回答を選択する。集められた回答は、チェック、監査などを経て有効票として認められたものを対象として集計を実施、結果が公表される。

上記が通常の内閣府の世論調査手法だが、研究目的でそのほかの手法で実施される場合もある。近年では、2014年2月に郵送法で調査を行っている。

❖ 歴史的背景

内閣府の世論調査が上記のような手法で実

施されているのは、それが開始された歴史的背景が強く影響している。政府の世論調査は1947年に開始されているが、その当時の世論調査班を管理監督していたのは、GHQのCIE（民間情報教育局）であった。その調査セクションの中心人物は、パッシン（H. Passin）をはじめとして、ペルゼル（J. Pelzel）、ベネット（M. J. Bennett）といった文化人類学者であった。パッシンらは、文化人類学者の視点から、世論をよく理解するためには、単に意見を聴取するだけでなく、対象者をよく観察して本音を聞き出すことが必要だと指導した。このために、開始当時の世論調査では、調査設問は現在のような選択肢方式ではなく自由回答方式であり、調査員が調査対象者を観察した結果も一部記録して分析に活用していた。自由回答はコーディングをして集計していた（自由回答形式は1950年代半ばまで、調査員による観察は1970年代前半まで行われていた）。このようなことを実現するためには、訪問面接法で調査を実施することが必要だった。また当時は、地方では識字率が必ずしも高くなく、郵送法では地域によって回収率に開きが出てしまうという事情もあった。

サンプリングに関しては、1948年に国立教育研究所が主体となり統計数理研究所がサンプリングを担当して実施された「日本人の読み書き能力調査」で構築された層化二段無作為抽出法の影響がみられる。政府の世論調査では、1947年当初の調査から層化二段無作為抽出法を用いていたものの、地域や都市規模など、きわめてシンプルな層化基準しか用いられていなかった。しかし、日本人の読み書き能力調査以降、政府の世論調査でも「地域の特性」を層化基準として用いるようになった。このことについては、佐藤（2014）で詳しく解説しているので、そちら

を参照されたい。このように、1940年代のうちに、現在の世論調査手法の基礎が固められ、それ以降、60年以上の長きにわたって、一貫してこの手法が用いられてきたのである。

政府の世論調査は、1949年に「国立世論調査所」が設立されたことにより、一度は政府から独立して運用されることとなった。国立世論調査所は調査の企画から実査運用まですべてを司る組織であったが、1954年に国立世論調査所が廃止された際に、その調査企画部門だけが総理府審議室に移管された。これ以降、調査の企画は政府で、実査については民間調査会社で実施する体制となり、今日まで引き継がれている。その後、世論調査部門は1961年に内閣総理大臣官房広報室に移管され、現在の体制となった（内閣総理大臣官房広報室、1990）。なお、国立世論調査所廃止以降、近年まで政府の世論調査であることは伏せて、調査会社を主体として調査が実施された。しかし、回収率の低下傾向への対策として運用を一部改編している。1970年代には80%以上の回収率があったが、個人情報保護法が全面施行された2005年には回収率が60%を割るようなこともあり、この対策として、調査主体として内閣府の名前を提示することや、調査の回答者に謝礼を手渡すことなどが開始された。

このように、一貫した手法を用いながらも、組織の改編や調査環境の変化に合わせて変化をしつつ、世論調査は実施されてきた。

現在実施されている調査

たとえば2013年度に実施された内閣府の世論調査は、表1の17本であった。ただし、「特別世論調査」は、世論調査に付帯して実施されている調査であり、実際の調査実施数としては11本である。それ以前の調査につ

表 1 2013 年度の実施世論調査一覧

番号	世論調査 (公表日)	特別世論調査 (公表日)		実施 機関	実施 時期	対象数	回収率 (%)		
		関係省庁	関係省庁						
1	国民生活 (2013. 8. 10)	内閣府 (政府広報室)	—	—	中央調 査社	6 月	10,000	60.8	
2	NPO 法人 (2013. 8. 24)	内閣府 政策統括官 (経済社会システム担 当)	竹 島 (2013. 8. 1)	内閣官房 (領土・主権対策企画 調整室)	新情報 センタ ー	6 月	3,000	59.5	
3	子どもの安全 (2013. 9. 7)	警察庁	尖閣諸島 (2013. 8. 29)	内閣官房 (領土・主権対策企画 調整室)		7 月	3,000	60.0	
4	国立公園 (2013. 9. 28)	環境省	介護ロボット (2013. 9. 12)	経済産業省		8 月	3,000	61.4	
5	臓器移植 (2013. 10. 19)	厚生労働省	再犯防止対策 (2013. 10. 3)	法務省		8 月	3,000	61.8	
6	外 交 (2013. 11. 23)	外務省	北方領土問題 (2013. 11. 7)	内閣府 (北方対策本部)		10 月	3,000	61.6	
7	民法の成年年齢 (2013. 12. 14)	法務省	—	—		中央調 査社	10 月	5,000	62.4
8	アイヌ政策 (2013. 12. 21)	内閣官房 (アイヌ総合政策室)	—	—		10 月	3,000	58.2	
9	防 災 (2014. 2. 8)	内閣府政策統括官 (防災担当)	—	—		11 月	5,000	62.2	
10	消費者行政の推進 (2014. 3. 8)	消費者庁	食料の供給 (2014. 2. 20)	農林水産省		1 月	3,000	59.4	
11	社会意識 (2014. 3. 22)	内閣府 (政府広報室)	—	—		1 月	10,000	61.9	

いても、内閣府のホームページで公表されて
いる。「関係省庁」は、世論調査の実施を依
頼した省庁である。なお、この表に記載され
た情報は、内閣府のホームページや報告書
を通じて公表されている。これらの調査を実
施するための年間の予算や会計については、
すべて内閣府のホームページで公開されてい
る。

3 内閣府の世論調査の実施手順

課題や取り組みの話に入る前に、世論調査
が企画されてから公表されるまでの手順をこ
こで紹介しておく。なお、サンプリングや実
査における「手法」については佐藤 (2013)
で紹介しているので、そちらを参照されたい。

調査の募集、応募

世論調査のテーマは、各省庁に募集をかけ
て集まったテーマのなかから選定している。
政策の立案などを行う際に、これに関連する
世論を把握しておくことは重要であるが、こ
の手段として内閣府の世論調査が活用されて
いる。表 1 における「関係省庁」が、調査を
依頼した省庁となっている。この仕組みは
1947 年に政府の世論調査が始まった頃から
みられる。たとえば、1947 年 8 月に実施さ
れた「経済実相報告書に関する輿論動向調
査」は「経済安定本部」の依頼により、48
年 1 月に実施された「祝祭日に関する世論調
査」は「国会両院文化委員会」の依頼により

実施されている（内閣府大臣官房政府広報室、2003）。調査のテーマは、各省庁におけるその時々の課題によって立案されている。ただし、結果的に、「外交に関する世論調査」のように毎年実施されるものや、数年おきに実施されて時系列的な傾向把握を目的とした調査もある。また、「国民生活に関する世論調査」「社会意識に関する世論調査」については、内閣府政府広報室が主体となって近年は毎年実施されている。

❖ 調査票の設計

調査の実施が決まると、次のステップとして調査票の設計を行う。調査票の設計は依頼省庁と内閣府が連携をして行っている。世論調査の品質の根幹をなす非常に重要な位置づけにあるが、ここでの課題については後述する。

❖ 調査会社の決定

実査を担当する調査会社は、一般競争入札によって選定している。入札の状況などについては、内閣府のホームページや、電子入札・開札システムで公開されている。入札の前提条件となっている調査の仕様については、内閣府大臣官房会計課で入手することができる。

❖ 調査の実施

実査を担当する調査会社は、抽出地点の選定、住民基本台帳からのサンプリング、調査員による調査の実施およびそれに関連する教育や管理、調査票の回収およびチェック、調査が正しく実施されたかどうかの監査、データ化および集計を担当する。調査を受託した調査会社にその調査の品質の大部分が委ねられているといえる。内閣府は、適切に調査を

行っている調査会社に指示を出し、管理監督する立場である。

❖ 結果の公表

調査の結果は、特別世論調査については実査が終了してから約1ヵ月後、世論調査についてはさらにその数週間後に公表される。特別世論調査については、分量も少なくできるだけ早い段階で公表したいという配慮から、単純集計表だけが取りまとめられた段階で公表され、クロス集計表については、後日公表される世論調査の報告書とともに公表される。

調査の結果はホームページでの公表のほか、新聞やテレビ等メディアで報道される。このために記者に対して、事前にレクを行っている。また、報告書を作成しており、全国の図書館などに送付している。送付先の図書館は、内閣府のホームページで公表している。なお、2005年度以降については、集計表も含めて報告書に記載されているすべての内容をホームページで公表しているので、近年の調査についてはそちらを参照されたい。

❖ 調査結果の活用

内閣府の世論調査の結果は、その用途を問わず自由に活用することができる（ただし、引用状況を確認するために、できるだけ引用された原稿などを政府広報室へ送付いただくようご協力をお願いしている）。政府のなかでは、調査を依頼した省庁において、政策の立案などを行うための貴重な情報となっているほか、白書などでも幅広く引用されている。また民間においても、メディアにおける記事や番組、学術研究における論文、各種試験問題、個人のブログへの引用など、幅広く活用されている。このように、幅広い場面で活用されていることも、内閣府の世論調査の特徴である。

4 内閣府の世論調査における課題

内閣府の世論調査における課題について、以下「調査票の設計」「一般競争入札の功罪」「回収率の低下への対応」「調査結果の補正」「個票データの取り扱いについて」の5つについて報告する。

❖ 調査票の設計

世論調査の設問設計は、依頼省庁からの調査原案をベースに内閣府と協議のうえ作成する。内閣府は、調査を実施する立場から、調査対象者に伝わりづらかったり、誤解されたりする危険性のある文言について修正を行うなど、調査票修正の提案を依頼省庁に対して行う。依頼省庁は、世論調査の実施に応募した時点で何らかの検討したい仮説をもっており、それに基づいて原案を作成しているが、時には、国民にあまり知られていない事象であったり、専門的な課題であったりといった、一般の国民を対象とした世論調査には不向きな設問案が提示される場合もある。このようなものに対しては、資料で説明をするようにしたり、より一般的なやさしい言葉で設問を言い換えたりするなどの対応を行っている。最終的には、依頼省庁と内閣府の合意のもとで調査票が確定する。

ただし、設問の設計においてはいくつか制約があり、以下にそれを紹介する。

1. 意識調査に限られる

一般的に世論調査といえば、実態把握のために行っているものも多くあるが、内閣府の世論調査では意識調査に限って実施をしており、実態を把握することを目的とした「統計調査」とは異なる。統計調査とは、統計法の定義によれば「行政機関等が統計の作成を目

的として個人又は法人その他の団体に対し事実の報告を求めることにより行う調査」であるが、世論調査はこれに該当しないように配慮している。

ただし、調査の主題ではないところで、調査設計や分析上必要な場合（たとえば、性・年代などのフェイス設問）は例外的に取り扱っている。ただし、かつては意識調査と実態調査の境目はあいまいであり、過去にさかのぼると実態調査といえる内容のものを内閣府の世論調査として実施しているものが存在している。

現在では、意識調査に限られるという制約のもとで、十分な情報が引き出せるよう、調査設問を工夫している。

2. 時系列設問の取り扱い

前述したように、内閣府の世論調査には時系列で実施をしているものも多数ある。このような調査を引き続き実施する場合、設問文や選択肢において、より適切な表現に変更したほうがよいと思われることがあった場合でも、これらを変更することによる数値変動が危惧されることから、容易にこれを変更することができない。仮に政府内で時系列での比較を前提としないことにしたとしても、調査結果を受け止めるマスコミや国民が、調査結果に対する解釈をミスリードする危険はなくなるのではない。これらの危険性なども鑑みたくえで、時系列設問を取り扱わなくてはならない。

3. 政府内のみで設問検討を行う

かつては、調査票を設計するにあたって、調査票原案に基づいたプリテストを調査会社に依頼して、小さな規模で実際に調査を行い、そのときの状況を基に設問を修正するといった慎重なステップを踏んだ設問設計がなされていた。しかし現在では、プリテストのステップはなく、あくまで政府のなかだけで設問

設計の検討を行っている状況である。また、調査の実施については、その調査テーマも含めて、調査結果が公表されるまではいっさい非公表となっているため（調査妨害などを防ぐためである）、事前に外部の第三者からの意見を聞くといったことができない。内閣府の世論調査班の職員も含めて、世論調査の経験が浅い担当者に対応しなければならないことが多いことから、できれば設問設計に専門家の意見もできるだけ取り入れたいところである。この点については、私が民間から世論調査専門職として勤務したほか、調査の専門家による有識者会議を開催（内閣府大臣官房政府広報室、2014a）するなど、外部有識者の意見を取り入れる試みが現在進められているところである。

❖ 一般競争入札の功罪

世論調査の実査委託先については、一般競争入札によって決められている。一般競争入札のメリットは、幅広い企業からの参入を促せることと、競争を促すことで業務委託費用をより安く抑えられることである。実際に、世論調査の予算については、年々低下傾向にある（内閣府ホームページの行政事業レビューなどにより確認できる）。1つ当たりの調査を実施するための費用が低下すれば、残りの予算を別に有意義に使うことができるのだから、これは大きなメリットであるといえる。

しかし反面、調査会社の視点からみると、競争に勝つために調査が実施できるぎりぎりの金額で応札をしていることになる。次項に示したように、回収率の低下が世論調査の現状課題となっているが、調査会社の立場からすれば回収率を高めるための努力をするほど謝礼の費用など調査実施コストが増大する。それが入札金額に跳ね返ってしまうと、落札

できる可能性を減らすことになる。このように、調査会社の立場からすれば、回収率を高めるといった調査品質を高める努力をすると、むしろ業務を受注しにくくなるデメリットがあるという矛盾をはらんでいる。

このため、世論調査の品質を保つために必要なことは、入札する各社に公平となるようすべて仕様書に盛り込まれていなくてはならない。このように、一般競争入札によって調査を実施する調査会社を決める場合、調査の仕様書の位置づけが非常に重要なものとなる。厳しい仕様にするほどコストが増大することになるので、コストと効果のバランスに配慮した仕様を定める必要がある。調査会社にノウハウがあるのだから、あいまいな仕様書でも対応してもらえると考えるのは誤りである。

❖ 回収率の低下への対応 （とくに若年層）

訪問面接調査の回収率が低下傾向にあることは周知のとおりだが、内閣府の世論調査においても回収率は、1970年代には80%あったものが90年代には70%となり、現在では60%前後となっている。なかでも、20歳代男性の回収率は40%前後にとどまっており、回収率が比較的高い40~60歳代女性（回収率70%前後）と差がついている。なお、年代別の回収率については、ホームページに掲載している各調査の報告書に記載されているので参考にされたい。内閣府の世論調査では、調査結果を補正することは行っていないため、回収サンプルの年齢構成比の歪みが調査結果にそのまま反映されることになる。世代間で意見の格差が大きいテーマを世論調査で取り扱うこともあることから、次項の「調査結果の補正」で紹介した国会質問のように、世代による回収率の違いが問題視されることも少

なくない。この点については、次の補正に関する議論で改めて説明する。

なお、訪問面接調査において若年層の回収率を高めるためには、深夜など、より遅い時間に訪問すべきだという指摘もあるが、これは調査対象者へ悪印象を与え、さらには調査員が犯罪に巻き込まれる危険性があるといった判断から、近年ではとくに慎重な対応が求められる。

❖ 調査結果の補正

近年の政策課題は、社会保障など世代間の調整が重要となっているものが少なくないことから、とくに性・年代別の意見の偏りについて注目されることが増えている。たとえば、2014年3月13日の参議院法務委員会では、平成24年の「家族の法制に関する世論調査」において、夫婦別姓に関する調査結果について、実際の人口に沿った性・年齢で補正計算したらどのような結果になるのかという質問がなされた（国会会議録検索システム〔<http://kokkai.ndl.go.jp/>〕参議院法務委員会3号、平成26年03月13日）。これは、調査の結果が年齢によって大きく傾向が異なり、かつ、年代による回収の偏りがあることから、調査の集計

結果に疑問をもたれたためにあがった質問である。実際に性・年代の人口構成にあわせた補正は表2のとおりで、サンプル誤差の範囲内にとどまっており統計的な意味では数値解釈に違いは生じないが、多数決の原理でいえば賛否が逆転している。メディアの報道はサンプル誤差の大きさまで考慮しない場合も多く（たとえば『読売新聞』2013年2月17日「夫婦別姓、反対派が容認派上回る——内閣府調査」）、調査結果を読む国民も、それは同様である。補正による数値への影響が小さいから補正をしない、という論理では、必ずしも国民が納得するとは限らず、補正を行うことが、調査結果の「信憑性」を高める側面もあるといえる。偏りのない調査が実現できるよう調査手法を追求することはもちろん必要だが、それだけでは埋まらない偏りをどのように扱うべきか、さらなる検討が必要である。

ただし、上記のような単純に人口に沿った性・年代での補正（ウエイトバック集計）では、回収率の低い性・年代で回答者と非回答者での意識差が大きい場合、回答者のみのデータで補正することはかえって誤差を拡大する危険性がある。信頼性を担保した補正技術の開発と、国民にとってわかりやすい公表のあり

表2 「家族の法制に関する世論調査」夫婦別姓に関する設問（Q11）の結果と、性・年齢別の回答結果に総務省人口推計による性・年齢別の人口構成比率を掛けて補正した結果（単位：％）

	夫婦が婚姻前の名字を名のることを希望している場合には、夫婦がそれぞれ婚姻前の名字を名のることができるように法律を改めて構わない	婚姻をする以上、夫婦は必ず同じ名字を名のるべきであり、現在の法律を改める必要はない	夫婦が婚姻前の名字を名のることを希望していても夫婦は必ず同じ名字を名のるべきだが、婚姻によって名字を改めた人が婚姻前の名字を通称としてどこでも使えるように法律を改めることについては構わない
調査の結果	35.5	36.4	24.0
補正した結果	36.6	34.6	25.0

注）表2は、2014年3月13日の参議院法務委員会の答弁からの引用。この答弁を受けて、質問者は「選択的夫婦別氏制度のように、世代によって大きく意見が分かれる、このような案件については、やはり内閣府としても制度設計をきちんと行っていただきたい」と述べている。

方を検討しなければならない。

❖ 個票データの取り扱いについて

世論調査の結果については、集計表など詳細をホームページや報告書で公表している。ただし、マイクロデータ（個票データ）の公表は行っていないが、これを公表すべきという意見が根強くある。たとえば、2014年3月14日ならびに3月25日の衆議院法務委員会において、国民への情報公開や研究のためにマイクロデータをしっかり公表すべきではないかという質問がなされている（国会会議録検索システム〔<http://kokkai.ndl.go.jp/>〕衆議院法務委員会4号、平成26年03月14日／国会会議録検索システム〔<http://kokkai.ndl.go.jp/>〕衆議院法務委員会6号、平成26年03月25日）。個人情報明らかにならないようデータの匿名化を行ったうえでマイクロデータ公表をすべきだという意見だが、実務上の観点からは注意深く行わなければならない。

世論調査とは直接的に関係はない事例だが、2013年7月に、JR東日本が、IC乗車券「Suica」の利用履歴を販売しているとして問題になった。匿名化しているデータであるから個人情報ではないというのが当時のJR東日本の主張であったが、非常に大きな反発が起こったためデータ提供を見合わせたうえで、有識者会議によって問題点を議論している。その中間報告が公表されているが（JR東日本2014年3月プレスリリース〔<https://www.jreast.co.jp/press/2013.html>〕「Suicaに関するデータの社外への提供についての有識者会議『中間とりまとめ』受領について」2014年3月20日）、個人情報の定義における特定の個人の識別性の論点については、現在でもなお専門家の間でも解釈に幅があることを指摘したうえで、慎重な運用を求めるものとなっている。これを受

けて、JR東日本では引き続き、履歴情報の販売を見送っている。

将来仮に世論調査のマイクロデータを公表することがあったとき、もし同様にこれを問題視する報道がなされれば、批判にさらされる可能性が高く、そうなれば調査への協力が得られにくくなるなど、世論調査の実施運営に甚大な影響を及ぼすことになる。世論調査はあくまで、世論を正確に把握することを第一の目的として行っているもので、この目的が損なわれてはならない。マイクロデータの公表を検討する際には、個人情報特定可能かどうかという理論面だけでなく、公表した場合に調査対象者や国民にどのように受け止められるかといった心理面まで含めて十分に検討すべきである。

反面、私たちのような調査の専門家にとって、マイクロデータがより深く世論を分析するために有益なものであることは事実である。これらの問題をクリアしたマイクロデータ公開に向けた方法論が確立されることを期待したい。

5 おわりに

本稿ではここまで、内閣府の世論調査に関する課題を紹介した。内閣府の世論調査がさらに活用され、より信頼性・信憑性の高い調査を実現するために、様々なご意見をいただくきっかけになれば幸いである。また、本稿では、スペースの都合上、訪問面接調査における一般的な課題に対する取り組み（調査会社側での課題）など、記載できなかった事項もあるため、内閣府の世論調査についてより詳細な関心がある方はぜひ私へお問い合わせをいただければ幸いである。

最後に、2013年度に行われた取り組みを2

点紹介する。

有識者検討会の開催

2013年7月より、年間4回の委員会、ならびに2回の小委員会を開催した。有識者の8名は、調査の実務者、社会調査の専門家、統計調査の専門家で構成され、活発な意見の交換がなされた。検討会での提言については、報告書ならびに内閣府のホームページで紹介されている（内閣府大臣官房政府広報室、2014a）。

郵送調査への取り組み

2014年1月に実施された「社会意識に関する世論調査」とほぼ同内容の調査を、郵送法で実施している。本調査は、上記有識者検討会監修のもとで実施された。特筆すべきはその有効回答率で、75.3%と面接調査を大幅に上回る結果となった。様々な工夫を施したことによる結果である。ただし、調査設問の回答傾向を面接調査と比較すると、大幅にスコアが異なるところもあり、郵送調査が直ちに面接調査に代替されるものとはならない。郵送調査の活用法については、今後さらなる検討が必要である。調査結果の詳細については、報告書ならびに内閣府のホームページで紹介されている（内閣府大臣官房政府広報室、2014b）。

[付記] なお、本稿に示された内容や意見は、筆者個人に属するものであり、筆者の所属する組織、過去に所属した組織の見解を示すものではない。

文献

- 内閣府大臣官房政府広報室、2003、「世論調査一覧（昭和22年～平成14年3月）」。
- 内閣府大臣官房政府広報室、2014a、「内閣府の世論調査に関する有識者検討会 提言」（<http://survey.gov-online.go.jp/h25kentoukai/index.html>）。

内閣府大臣官房政府広報室、2014b、「社会調査に関する世論調査（郵送調査）報告書」平成25年度調査研究（<http://survey.gov-online.go.jp/sonota/h25-mail/index.html>）。

内閣総理大臣官房広報室、1990、「政府広報30年の歩み」。

岡田恵子、2013、「国民の意識の変化の的確な把握に向けて——内閣府の世論調査から」『社会と調査』10：87-96。

佐藤寧、2013、「内閣府政府広報室の世論調査」『中央調査報』671。

———、2014、「日本人の読み書き能力調査・世論調査への貢献」『ことばと文字』1号、くろしお出版、95-101。

