

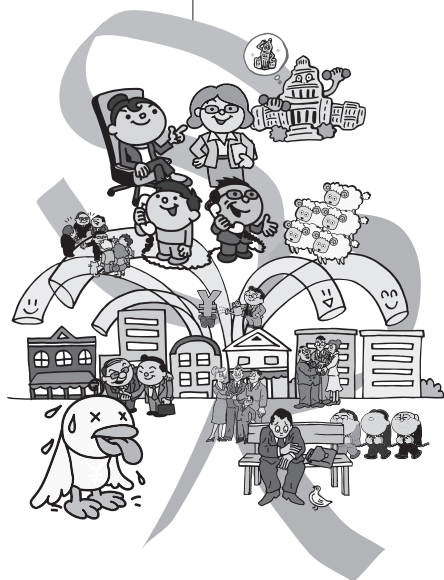
世論調査の 現場から

いまは世論調査・社会調査花盛りの時代といわれる。マスコミは政局・政変のたびごとに、内閣や政党支持率の変化をいち早く告げ、その速報ぶりには驚くばかりである。どうしてそれが可能なのか、またその数字は信用に足るものなのか。調査の舞台裏を考えれば、誰もその実態を知りたいと思うに違いない。

この小特集では、長年そうした調査の実際に携わり、経験豊富な方々に、面接調査から電話調査、さらには現在のRDD法に至る変遷やそれら調査法の問題点、あるいは新聞・テレビ・通信各社のデータ比較など、興味ある話題を提供いただいた。そこには社会調査に関わる人にとって貴重な情報が数多く含まれている。

また特別論文として、戦後日本の世論調査の創生期から今日まで、その発展と歩みを共にしてこられた、統計数理研究所名誉所員の西平重喜先生に「日本の世論調査」の特徴を寄稿していただいた。そこには調査の原点に立ち返った深い洞察とわれわれ後輩に対する示唆が含まれ教えられるところが多い。

(池田 央・林 文)





日本の世論調査の特殊性



世論調査という以上、どこの国でも趣旨は同じでも、それぞれの国に特有の問題がある。ここでは日本の世論調査が欧米の世論調査と違う点をお話したい。

なお「世論調査や社会調査」といちいち繰り返すのはわずらわしいから、特に断らない限り「世論調査」とあっても、それは世論調査や社会調査と読み替えていただきたい。

✿ マス・メディアの世論調査

日本では世論調査といえば、まずマス・メディア（新聞社、放送局、通信社など）の世論調査を思い浮かべる。日本の中央紙やNHKなどのキー局は諸外国と違い、全国各地でも地元紙と競争している。そのためにみずからニュースを取材するので、全国的な支局網をもっている。だから各地で調査員を雇うことが容易で、自前の世論調査ができる。このことは以下のような利点をもたらす。

① 突発事件が起きたとき、臨機応変に調査ができる。

② 本社に世論調査専門の部門があり、専門職や経験、理解の深い者がいる。

③ 調査実施に関連する連絡費や、コンピュータの費用などは、社内の一般経費でまかなわれ、コストにとらわれない調査ができる。

④ 同じテーマについても、各社がそれぞれの視点から調査するので、比較や多面的な

分析ができる。

⑤ 調査の結果が紙上に公表され、世論調査を一般国民に親しみ深いものとしている。

✿ 継続調査、国際比較調査

日本では多くの継続調査が行われている。欧米ではコマーシャル・ベースの政治、社会問題についてのジャーナリストティックなテーマに関する継続調査はあるが、日本のように社会的変化をさぐる長期的な調査はあまりない。

国際比較調査も盛んに行われている。マス・メディアによる国際比較調査は主として2国間の相互関係や、時事問題に関するものであるが、それに限られているわけではない。政府や各種団体によるものは、人々の基本的な考え方の比較に関するものが多い。

✿ 日本人と世論調査

日本では人々はお互いに、他の人の気持ちを考えてつきあおうとする。また「みんな」と同じようにしたいと考える傾向がある。世論調査のデータはそのために大変参考になる。国際比較調査が多いのも、外国のことが気になるからである。

そして政治家やエリートも、みずからの考えたことを提案し民衆をリードしようとする者は少なく、そのような人は一般に非難され

る。彼らの多くは民衆の意向を知りたがり、評判を気にする。世論調査はこのためにも歓迎される。

逆に日本人は世論調査に向かない面もある。以前、日本では自分の意見は、相手にほめかすべきもので、はっきりいうことは失礼、生意気なことであった。したがって質問に率直に答えようとしないう傾向が残っている。

日本語は西欧の言語のように、疑問文に Yes, No で答える構造ではない。特に否定の意志は婉曲な「しぐさ」で示されてきた。

また日本人は主語をあまいにし、たとえば自分の意見でも「みんなこう考えているのではないですか！」などという。

❧ 輿論と世論

小山栄三先生によれば、「輿論」という言葉は、『漢書の武帝記』にあるということで、国内でも国外でもそれを受け売りにしてきたが、数年前に『漢書の武帝記』の白文や読み下し文を調べたが、見あたらない。しかし『梁書』の梁の武帝の項に「輿論」という言葉があった。そこでは世間の評判のような意味で使われている。日本では小山先生のご指摘どおり、室鳩巢の『駿臺雑話』にあるが。これも評判のことである。

「輿」という字は戦後の漢字制限で使えなくなり、「世論」という漢字を使うことになった。しかし世論という言葉も以前からあったが、これは「セイロン」と読まれていた。私が中学生の時に使った、金澤庄三郎編纂の『廣辭林』、1936年版には「セイロン 世論：セイロンのこと」、「セイロン 世論：世上一般の議論」となっていた。

この「世論 セイロン」は、江戸時代には仏教学者や朱子学者が、心学、陽明学などを世説、俗論というような意味で使っていた。

したがって「世論 セイロン」は今日の世論とはニュアンスが違うものであった。

❧ 西洋の世論

アテネの「陶片追放」が世論反映の手段のようにいわれることがあるが、プルタルコスはいわゆる『英雄伝』の2カ所で、「陶片追放は嫉妬心の軽減である。嫉妬心というものは頭角を現す者の頭を押さえつけることに快哉を叫び、そのむしゃくしゃを、このような公民権剥奪というかたちにして、発散させるのである」と書いている。

だいぶ下って15世紀から16世紀にかけてマキャヴェリが、初めて現代に直接関係をもつ意味で、世論を重視したといわれている。『君主論』には世論という語は見あたらないが、人民の力、人々の傾向などについて述べている。一方『政略論』では明らかに、世論を重視している。

フランスでは17世紀のフロンドの乱の頃、レス枢機卿が「俗人達の魂をおびえさせるために、opinion publique というファントマが形成された」と述べている。パスカルは40年にみない生涯の10年をこの乱のさなかに過ごし、父はそのために一時身を隠した。そのせいか、神や人生についての本『パンセ』の中で、しきりに世論を問題にしている。

意識的に opinion publique という言葉を初めて使ったのは、1744年のジャン・ジャック・ルソーの手紙であるとされている。

実はフランスでは小説の中でも、しきりに世論が取り上げられる。まず1782年出版のラクロの『危険な関係』で、男女関係のゴシップについて opinion publique があらわれる。スタンダールの『赤と黒』は世論にはじまり、世論で終わっている。というのは第1章にも、あとがきにも、そして途中でも世論が出てく

るのである。彼は他の小説でもしばしば世論を取り上げ、世論を軽薄なものとしながらも、気にしないではいらなかった。

バルザック、フローベールにも世論が出てくるが世間の評判のような意味が多い。しかしアナトール・フランスやマルタン・デュ・ガールなどは世論の役割、批判を扱っている。

私は楽しみにフランスの小説を読んでいるので、アマチュアの植物採集のように、組織的な研究ではない。おそらくイギリスのディケンズなどは、世論について多くの示唆を与えてくれるだろう。そしてそれに先立つホーガースの社会風刺のシリーズの大きな絵も。

❧ 世論と opinion

英和辞典でも仏和辞典でも、opinion の第1の訳語は「意見」であるが、第2に「世論」が出てくる。実は public opinion, opinion publique という言葉が使われる以前から、世論という概念があったのである。

日本語では意見は各個人のもので、多くの人の意見の（数学でいう）集合は世論という。もっとも「日本人の意見」ということもあるが、日本人全部が同じ意見をもつことはないから、それは「日本の世論」と同じことである。しかし全部の意見を扱うのは大変だから、多数意見、代表的な意見を日本人の意見といたり、日本の世論ということが多い。

❧ 世論調査

したがって世論調査というのは、人々の意見を調べるもので、意見調査のはずである。意見調査は (public) opinion research = opinion survey であり、sondage d'opinion (publique) である。

ところが内閣府政府広報室（名前はしばしば変わった）の『世論調査年鑑——世論調査

の現況』では、世論調査を：

意識に関する調査であること

意見、要望、不満、知識、関心、判断、評価、態度等に関して調査したもの。

としている。世間でも世論調査は意識の調査といっても違和感をもたれることはない。現に日本で行われている世論調査の3分の2の表題は「意識調査」「意向調査」「態度調査」などであり、「世論調査」「意見調査」という名前のものは3分の1にすぎない。

ではなぜ世論調査を「意見を調査するもの」としないのだろうか。日本では「意見」は確固たる根拠や信念にもとづく判断や主張である。ところが日本人ははっきりした意見をもち、話す習慣がなかったし、教育もあまり受けていない。意見を述べるときでも「意見というほどのものではありませんが……」と言う。日常生活では「意見」よりあいまいな「感じ」で過ごしている。そして日本語の「意識」とか「態度」は consciousness や attitude のような基本方針とか核というような強固なものではない。日本語の「意識」とか「態度」は「意見」よりあいまいな、「感じ」に近いものであり、その「感じ」がわかればよいという立場で、世論調査＝「感じ」の調査＝意識調査と考えているのだろう。

❧ 日本人の国民性調査

このように世論調査を意識の調査と同一視することの、1つの原因は私たちが1953年に始めた「日本人の国民性調査」の影響があるといっては、言い過ぎであろうか。調査の準備段階で、当然アメリカなどにはその国民の意識調査や態度調査があるだろうと思い、いろいろ探してみたが、そのような調査は見つからなかった。

池内一さんにサーストンの「宗教的態度調査」、木戸浩太郎君にアドルノの「権威主義的態度調査」を教えてもらったが、それらは態度尺度構成が目的で、学生や特殊な人たちを対象とし、比較できるデータはなかった。しかしこの2人の紹介によって、質問の作り方のヒントを与えられた。

ただし数学出身の私たちは、世論調査と意識調査や態度調査の限界を考えずに、質問の形式をどんどん拡張してしまった。しかし私たちは質問のタネを探して3000枚のカードを作ったし、全調査員に直接説明をし、交通・宿泊費も十分に払った。本調査の他に、たとえば質問が私たちの意図どおりサンプルに伝わっているかどうかの調査なども行っている。当時、本調査に予算の半分を使い、残りの半分は各種の準備調査や吟味調査に当てたことを、付け加えておきたい。

❖ 欧米と日本の世論調査の違い

欧米の世論調査はほとんどが政治問題や社会政策などについての意見を、国民投票のように賛否(Yes-No)、あるいは対立するいくつかの項目、選択肢から選ぶ形をとっている(alternative)。すなわち：

欧米の世論調査 = Yes - No タイプの調査 = 意見投票 = opinion poll = 疑似(模擬)国民投票 = 国民投票の代用である。

アメリカでもはじめは世論調査を public opinion research とか opinion survey と呼んでいたが、気がついてみたら(1970年頃?)、opinion poll というようになっていた。

日本の世論調査は国民投票のような賛否の比率に止まらず、その理由やその意見形成の根底にある consciousness や attitude まで追求する。このような意識調査や態度調査は構

造分析を目指す「社会学的調査 = sociological survey」とでもいうべきものであろう(social survey はいろんな意味で使われているから sociological survey とする)。そのような調査を世論調査形式の大量観察でできるものだろうか。大量観察でわかることは、欧米の世論調査 = Yes - No タイプの調査 = 意見投票 = opinion poll = 疑似(模擬)国民投票 = 国民投票の代用

が限度ではないだろうか。

社会学的調査 = sociological survey では、調査員にそのテーマについての専門的知識が必要で、人選や訓練が重要である。

市場調査と世論調査のフィールド・ワークは似ているが、別なものと考えられている。それと同様に社会学的調査 = sociological survey と opinion poll = 国民投票の代用としての世論調査とは別のものであるべきであろう。しかしその境界はあいまいであり、私も普段も、この原稿でも広義で両者を含めて世論調査といっている。

❖ ブルデューの前提

日本で世論調査が始まった1950年頃、社会学の先生方に「そうやたらに質問しても、皆が十分な知識も関心ももっているわけではない。そんなデータにどんな意義があるのか」といわれた。若かった私は「特別の人だけを調べるだけより、全部の人々と比較したほうがはっきりするでしょう」と答えたが、なにかトゲが抜けないような気がしていた。しかし世論調査の普及につれて、そういう質問もされなくなり、そのイタミも忘れていた。

そのトゲを思いださせたのはブルデューである。彼は1972年に世論調査のための3つの前提(公準)をあげた。普通の世論調査はそれらの前提を満たしていないから、「Cette

opinion—là n'existe pas. そんな世論なんて存在しない」というのである（田原音和訳『社会学の社会学』藤原書店、1991年）。

私にとっては、こんなふうに思われる：

調査のテーマが政治的、社会的、学問上どんなに重要なことであっても、誰もがそれについて、意見をもっているわけではない（前提3）。「聞かれたから答えた」という答えを、その人の意見とってよいのか（前提1）。直接そのテーマと関係がある当事者の賛成と、それに関心がない人の第三者としての賛成を、同じ賛成意見として数えてよいのか（前提2）。

1950年代から60年代には、内閣支持の質問をすると、「そういうことは隣の誰々さんがくわしいから、そちらに行って聞いて下さい」といわれた。したがってブルデューによれば、内閣支持や支持政党の世論調査などナンセンスであった。

それに「ある政党を支持する」という日本語は、本来「その政党に漠然とした好意をもつ」というだけではなく、たとえば入党する、カンパする、ポスター貼りなどを実行するか、少なくともその気になることである。この質問も1950年代からされていた。異議をとないがフィールド・ワークをしたことがない先輩たちに相手にされなかった。当時この質問をすると、「この間の選挙で××党に投票したけれど、支持するというほどではありません」という人が多かった。ところが今では世論調査用の「支持」という言葉があまねく国民にゆきわたっている。

現在、内閣支持や政党支持だけではなく、よく見かけるステレオタイプの質問に、人々はとっさに答えることができる。そうするとブルデューの心配は解決していることになる。

✿ 教 育

education というのはラテン語の educare からきた言葉で、羅英辞典には draw out という訳語がある。20世紀のはじめ頃、それまでの instruction（秩序立てて教え込む）というような教育ではいけない、ということで education（潜在能力を引き出す）に変わったそうである。

日本ではいつになっても教育、すなわち（上の者が）教え、育てることである。それは社会的規範（ノルム）を教え込むことである。

戦前、戦中に聞かされた教育勅語に「知能を啓発」という言葉もあるが、それは「天壤無窮の皇運を扶翼」し、皇国史観や儒教道徳などの社会的規範を受け入れさせるためであった。戦後はその社会的規範が民主主義に替わっただけで、今でも「教育」は自分で考えると、それを助長することではない。

しかも今の学校での教育は入試対策のため、提示された選択肢の中からの「正解」探しに明け暮れている。

したがって毎日のようなマス・メディアによる世論調査との接触を通じた訓練だけでなく、成年に達するまで「正解探し教育」をされ続けているのだから、日本の世論調査はブルデューの前提を満たしている面もある。

しかし日本の世論調査は、あることに賛否を尋ねただけでは満足しない。「どうしてそう思いますか？」と追い打ちをかけなければ、意味がないといわれる。現場ではそんなことを聞こうものなら、あわてて「賛成といいましたが、反対論にも傾聴すべき点がたくさんあります」と、自分の意見を強化するのではなくて、「弱化」するように努める人が多い。その調査結果を世論とっていいのだろうか、とまたブルデューの疑問にもどることになる。

❖ 世論調査の限界

結局私はこう考える。誰にでもわかるテーマについての Yes - No タイプか、4つか5つ程度の簡潔な選択肢から、答えを選ぶようなステレオタイプの質問なら答えやすいだろう。その結果は選挙や国民投票のイミテーションともいえる。この種のデータはトレンドを追ったり、他の質問と比較することができるから、情報としての意味をもつだろう。すなわち opinion poll = 意見投票の結果は、「本当の世論」であるかどうかは別として、「本当の世論」あるいはそのフィクション（荒唐無稽ではなく、ラテン語の本来の意味で）の手がかりを与えるものであろう。

選挙や国民投票では「どうしてそういう投票をしたか」はわからないが、本来はその理由にそった政治をすべきである。日本の世論調査はそれを求めようとする。しかし複雑な高度に発達した社会では、その理由は多くの次元にわたり、解明することは困難であろう。

したがって社会学的調査のほうは、それぞれの分野での慎重な考慮が必要であり、はっきりした仮説のもとで検証しなければならない。さらに仮説と矛盾する他の調査データも探し、その解釈を付け加えるべきであろう。

❖ 世論調査の現状

世論調査は重要性を増してきたが、多くの問題を抱えている。それはマス・メディアに似ている。マス・メディアも多すぎ、しかも下らないものがあふれているが、その規制や制限は避けている。そのかわり活発な批判にさらされている。世論調査も同様に法律や認証機関による規制は、避けるべきであろう。そのために個々の世論調査の評論が活発にされなければならない。

そして世間の世論調査に対する期待は強すぎて、とてもそれに応じきれない。世論調査では誰もが同じ意見と思われることは質問しない。賛否のどちらが多いかわからないようなこと、あるいは賛否の差がどの程度開いているか知りたいことを調査する。したがって調査の結果、賛否が五分五分か、四分六か、七対三、八・二、九：一に割れているかがわかればよいのではないだろうか。その程度なら世論調査は十分役に立つことだろう。

世論調査は勝負審判を務めようとしているわけではないし、結論を与えるものでもない。議論をスタートさせるための資料を提供するものであることを忘れないでいただきたい。

❖ 社会調査士に対する私の意見

私は講演を、そしてこの原稿をお引き受けするにあたって、社会調査士の認定に対する意見を付け加えるお許しをお願いしました。実は社会調査士の問題については、以下のようなことがあったのです。

もう5年以上前のことと思いますが、関西のほうから財団法人日本世論調査協会に連絡があり、社会調査士のことについて説明にられました。調査をキチンとしようという趣旨は誰もが賛成です。しかし説明された方は新聞社、放送局や調査会社で多数の「社会調査士」の需要があると考えておられました。現実問題としてマス・メディアや調査会社での調査関係者の採用人員を合計しても年に10人前後でしょう。そのほかのどこにその需要があるのでしょうか。しかもほとんどのマス・メディアでは社会調査の専門職という枠で募集することはありません。こういうことを伝えたのですが、残念ながら実状を理解されなかったようでした。

私は上記の席で、次のような経験から学生

に就職に有利になるというイリュージョンをもたせる心配があると申しました。私は統計数理研究所で附属統計技術員養成所長を勤めてきました。これはいわゆる社会教育、成人教育ですが、そのコースの中の入門講座、社会調査法などのコースの修了者（出席者）は「統計法」という法律の統計官（国家公務員）、統計主事（地方公務員）になる資格を与えられるという指定がされていました。「統計法」では官公庁の統計調査は統計官、統計主事が担当することになっています。しかし官公庁が統計官、統計主事を任用するときは、公務員のうちから資格がある者（見なしを含む）をその任につけるのが普通で、資格をもつ人を新たに公務員として募集するわけではありません。たとえば東京都では毎年、都の職員に統計調査の講習会を開き、私も数回講師を頼まれました。

しかも法律で決まっていますが、統計局には数十人の統計官がいますが、あとは当時の厚生省、農水省などにいるだけでした。

そんなわけで養成所のコースの統計官、統計主事の認定資格を取り消すように申し入れましたが、「資格があってもジャマにはならないでしょう。そのうちに統計法の見直しもあるでしょう」ということで、そのままになっていました。しかし受講者に誤解を与えないため、募集要項にはそれを書かず、開講初日に「統計官、統計主事になるための1つの資格条件になっているが、現実には統計官、統計主事は公務員の中から選ばれているので、この養成所のコースを修了しても、それを期待しないで下さい。統計学や社会調査の習得を期待して下さい」と伝えていました。

社会調査や世論調査を実施する者の教育、訓練の重要性は人一倍承知しているつもりですが、このような理由から、学生に誤解を与

える制度には反対するとはっきり申しました。

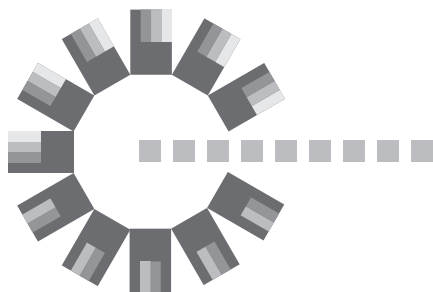
なお大学で一定の単位をとった者は教員、司書、学芸員になる資格が与えられます。しかしそのために料金を払う必要はありません。その資格はその仕事をするための必要条件ともいえます。そしてまたそのチャンスがあります。

世論調査がどんなに重要性をまし、盛んに行われるようになって、この社会調査士の資格が就職に有利になるほどの需要が生まれるものでしょうか。

50年以上も前に、安田三郎君たちと本読み会をしていましたが、ある時社会調査、世論調査などの認定、評価などの公式機関を作り審査してはどうかという話がでました。そうすると社会調査、世論調査に対する規制や干渉が伴い、言論の（調査する）自由の問題がおこるから、ないほうがよい、ということになったことも忘れられません。

また統計委員会の職業分類委員会で、資格制度と職業選択の自由が問題になり、慎重に考えるべきだということもありました。

なおこの小論は2008年秋に、当機構の設立総会でお話したことですが、同じようなことを他でも話し、そのブログや速記録なども出るはずですが、どれも今秋ミネルヴァ書房から刊行される『世論を探し求めて——陶片追放から選挙予測まで』の原稿の抜き書きであることを、お断りしておきます。





2

世論調査の最近の動向



1 はじめに

私たちは本来、世論調査の結果の解釈に専念したい。有権者意識の反映として疑念を持つことなく世論を議論したい。しかし数値生産の現場にいと、無邪気にそうはできない。標本誤差だけをまとった美しい考察で社会が語られる時、本当は非標本誤差に覆われているのだ、と意地悪い気分になる。

本稿では小泉内閣（2001年4月26日発足）以降のマスコミ世論調査に関する動向の一部を報告する。この時期は世論調査がRDD（Random Digit Dialing）電話調査に転換した時期である。分析対象は朝日新聞社、読売新聞社、毎日新聞社、日本経済新聞社、共同通信社、時事通信社、日本放送協会とした。

2 内閣支持率の相違の理由

マスコミによる世論調査の信頼性を疑う議論に、各社が同時に実施した世論調査の結果が大きく異なる現象を指摘する発言がある。特に内閣の発足・改造直後、閣僚辞任など政局の節目に「緊急」世論調査として各社が一斉に実施・報道した場合に目立つ。緊急調査には特殊要因が入り込む余地が多い。

表1は小泉・安倍・福田・麻生の4内閣の

鈴木 督久（日経リサーチ取締役）

表1 発足・改造直後に各社が同時実施した世論調査の内閣支持率（％）

内閣	時期	日経	朝日	毎日	読売	共同
小泉	2001年 発足	80	78	85	87.1	86.3
	2002年 改造	61	×	×	59.6	65.0
	2003年 改造	65	59	65	63.4	66.8
	2004年 改造	44	45	×	41.9	48.6
	2005年 改造	56	55	56	62.5	60.1
安倍	2006年 発足	71	63	67	70.3	65.0
	2007年 改造	41	33	33	44.2	40.5
福田	2007年 発足	59	53	57	57.5	57.8
	2008年 改造	38	24	25	41.3	31.5
麻生	2008年 発足	53	48	45	49.5	48.6

注）×のセルは調査が実施されなかった。

発足・改造後の世論調査結果である。²朝日・毎日の内閣支持率は低く、読売・日経は高い傾向があり、安倍・福田内閣で顕著である。

各社の内閣支持率のレンジは小泉内閣当時から8ポイント前後はあったが、安倍改造内閣では11ポイント、福田改造内閣では17ポイントと拡大して注目された。各社とも同時期にRDDで実施したのに、標準誤差の10倍以上の差が生じた理由は明確ではない。一部には「調査主体名の影響」との解説がある。そこに「朝日・毎日が内閣に批判的論調を展開し、読売・日経は好意的だからである」という説明までつくことがある。しかし「調査主体名刺激」説はおそらく間違っている。

「調査主体名刺激」仮説は統制実験が実現すれば検証できるが、現段階では観察による状況証拠からの帰納的推理にとどまる。世論

表2 福田内閣改造直後の各社調査における内閣支持率、前回調査との差異、質問文（すべて電話調査）

2008年8月 改造	支持率	不支持	他	前回差 ポイント	質問文
朝日	24	55	21	0	福田内閣を支持しますか。支持しませんか。
毎日	25	52	23	3	福田内閣を支持しますか（3つの選択肢を読み上げる）。
読売	41.3	47.0	11.7	15	福田首相は、内閣を改造しました。あなたは、この福田改造内閣を、支持しますか、支持しませんか。
共同	31.5	48.1	20.4	5	福田康夫首相は内閣を改造しました。あなたは、この福田内閣を支持しますか、支持しませんか。
日経	38	49	13	12	あなたは改造後の福田内閣を支持しますか、しませんか。

注1) 読売の前回比較（+15ポイント）の対象は面接調査である。

注2) 回答者数を省略してあるが各社とも1000人前後である。

調査の現場で考えられている要因は質問文、質問方法、実査運営方法などである。

突然の緊急調査では定例調査と同じ実査体制を準備できない場合があるほか、質問文が変わるという異質性もある。表2は福田改造内閣発足後（2008年8月）に5社が実施した内閣支持の質問文である。朝日・毎日は定例調査と同じだが、読売・日経・共同は内閣改造を回答者に伝えており、測定刺激が異なっている。前者の内閣支持率は低く、後者は高かった。それは各社間の相対比較だけでなく、各社内での前回比較でも、朝日・毎日は横ばいで改造効果なし、読売・日経は上昇し改造効果ありと解釈され、紙面に反映された。

組閣直後の調査は閣僚名簿の発表と同時に開始される。その時点で閣僚の顔ぶれも、改造した事実さえ知らない人々も存在するだろう。福田首相の支持を聞かれた回答者は、朝日・毎日では改造前と同じ気分で回答するが、読売・日経・共同では、改造したことを知らされたうえで回答する。それは定例調査と同じ意味での支持測定ではなく、改造したことの評価測定になっている可能性がある。調査の信頼性が低いというよりも、異なる構成概念を各社が一貫した調査管理方法で測定した必然的結果かも知れない。

第二の要因は質問方法の相違である。質問

文よりもこの影響のほうが大きい印象がある。有権者は日ごろ内閣について考えながら生活しているわけではない。支持・不支持の二項ではない心的状態で分布している。そこに突然の電話がかかる。内閣支持を聞かれても明確に回答しない人々が存在するのである。

日経では内閣支持の質問に明確な反応をしない場合、一度だけ「お気持ちに近いのはどちらですか」と再質問する。読売も同様である。しかし朝日・毎日・共同では「分からない」と回答を記録して次の質問に進む。この運用の相違が読売・日経の内閣支持率を高める（または低める）と考えられる。

再質問を返すことは自然な対話だとも考えられるが、調査員は質問票にないことを述べてはいけないという原則もある。両者の是非は議論しないが、重要なことは、一貫した管理で測定装置を安定させ、測定の信頼性を確

表3 麻生内閣発足直後の内閣支持率（％）

2008年9月	支持率
日経	53
読売	49.5
共同	48.6
朝日	48
毎日	45
日経*	45

注) 日経*は1段目の支持率。

表4 発足・改造直後に各社が同時実施した世論調査の
自民支持率 (%)

内閣	時期	日経	日経*	朝日	毎日	読売	共同
小泉	2001年 発足	41	31	32	33	37.8	36.2
	2002年 改造	45	35	×	×	32.7	41.3
	2003年 改造	50	39	37	38	38.5	39.2
	2004年 改造	39	34	29	×	32.1	34.6
	2005年 改造	48	43	40	35	45.4	47.8
安倍	2006年 発足	55	48	39	42	49.4	49.2
	2007年 改造	35	30	25	26	31.8	38.8
福田	2007年 発足	43	36	33	32	37.6	38.4
	2008年 改造	37	32	23	24	35.1	28.7
麻生	2008年 発足	41	34	34	28	37.4	37.0

注1) ×のセルは調査が実施されなかった。

注2) 日経*は「好意政党」を質問する前の、1段目の支持率。

保する実査運営を継続することである。

麻生内閣以降、日経は2段階の内閣支持率をWEBサイトで公表した。³表3が麻生内閣発足直後の内閣支持率である。⁴日経が53%で最高、毎日の45%が最低だが、日経の1段目は45%で、毎日と同じである。最近では鳩山総務相辞任直後の緊急調査がある。日経は最高の25%（読売は23%）だったが、1段目は20%で、朝日・毎日の19%と近似する。これが調査主体名刺激仮説を反証する経験的証拠の1つである。ただし福田改造内閣の17ポイント差の説明には、まだ足りない。

類似例として政党支持率がある。日経の政党支持質問は「支持政党なし」の回答者には第2段で「しいていえば、どの政党に好意を持っていますか」と聞き、合計を政党支持率としている。表4は5社の自民党支持率である。内閣支持率ほど明確な関係は観察できないが、政党支持の場合も日経の好意率を除く1段目の支持率は朝日・毎日と同水準である。

もしも読売と共同の政党支持質問の運用が、朝日や毎日と同じであれば、政党支持率においては調査主体名刺激仮説が成立しているのかも知れないが、これは未確認である。

3 支持率トレンドの安定性

各社の内閣支持率や政党支持率は絶対値が違ってもトレンドは一致している。各社が一貫した調査管理をしている実態の反映である。

表5は小泉内閣支持率の各社間の相関係数、表6は支持率（百分率）の差の平均平方の平方根（RMS）である。相関係数は極めて高い。

✎ 分析データ

本節で分析した調査データは各社が小泉、安倍、福田の3内閣（2001年4月～2008年8月）で実施し、内閣支持と政党支持の両方を測定していることを条件とした。定例世論調査が中心だが、「緊急」調査も含む。

表5 小泉内閣支持率の各社間の積率相関係数

	日経	朝日	毎日	読売	時事	NHK	共同
日経		0.97	0.96	0.93	0.94	0.92	0.98
朝日	0.99		0.96	0.96	0.95	0.94	0.95
毎日	0.98	0.98		0.97	0.94	0.92	0.96
読売	0.94	0.98	0.98		0.95	0.93	0.95
時事	0.98	0.97	0.98	0.91		0.95	0.93
NHK	0.97	0.92	0.80	0.91	0.96		0.92
共同	0.99	0.94	0.98	0.85	0.99	0.97	

注) 下三角は同日調査、上三角は同月調査データ。
ペアワイズ件数は表6参照。

表6 小泉内閣支持率の差異の RMS (平均平方の平方根)

	日経	朝日	読売	毎日	時事	NHK	共同
日経		4.0 〈35〉	4.9 〈34〉	3.6 〈30〉	6.7 〈35〉	4.4 〈35〉	2.6 〈31〉
朝日	2.8 〈10〉		7.3 〈59〉	5.0 〈51〉	4.6 〈62〉	6.2 〈62〉	5.1 〈51〉
読売	3.6 〈8〉	5.8 〈11〉		5.4 〈49〉	9.6 〈62〉	4.3 〈62〉	3.4 〈49〉
毎日	3.4 〈15〉	4.3 〈20〉	5.2 〈20〉		7.4 〈51〉	5.5 〈51〉	3.8 〈42〉
時事	6.0 〈9〉	3.6 〈6〉	9.1 〈27〉	5.3 〈10〉		8.0 〈65〉	7.2 〈52〉
NHK	2.9 〈9〉	5.4 〈3〉	3.7 〈24〉	5.0 〈12〉	7.8 〈53〉		3.7 〈52〉
共同	2.7 〈18〉	5.7 〈19〉	4.3 〈10〉	3.9 〈18〉	6.4 〈12〉	3.3 〈14〉	

注) 下三角は同日調査, 上三角は同月調査データで算出。〈 〉 内はペアワイズの件数。

読売は面接法の定例調査だけを対象とし、電話法による緊急調査は全体分析からは除外した。したがって、読売と時事がすべて面接調査、他5社はすべて電話調査となる。ただし RDD に変更した時期は、日経が2002年8月、NHKが2004年7月以降であり、小泉内閣の途中で変更された。毎日・朝日・共同は対象期間のすべてが RDD である。このような条件を満たす調査の実施数を表7に示す。

各社の調査結果を比較する際の「同日実施」の定義は調査終了日に対応させた。ただし1日違いの場合は便宜的に同日とみなした。月次で一致させた「同月実施」の対応に関しては、月始と月末に実施されると月2回となるので、平均値を求めた。最大1月の期間があき支持率が10ポイント以上変わる例が5回あった。相関係数や RMS はこの定義によるペアワイズ・データで計算した。

✿ 相関と平均

トレンドの一致性は相関係数でよく表現されているが、各社を横並びでみた時の違いは RMS が実感的である。

表7 マスコミ7社の世論調査実施回数

内閣	在職日数	朝日	時事	NHK	読売	共同	毎日	日経
小泉	1,980	75	65	65	62	61	56	38
安倍	366	22	12	12	10	13	13	12
福田	365	16	12	12	12	13	10	13

注) 読売には緊急電話調査は含まず、面接調査のみ。

面接法と電話法とでは結果が異なるという解説をみることがあるが、正確ではない。読売と時事はともに面接法だが、RMS は最も大きくて9.1もある。読売と時事の内閣支持率はしばしば10ポイント以上の差となり、小泉内閣以降、時事の内閣支持率が読売を超えたことは一度もない。構造的な偏りが明確に存在している。これほどの違いは他にはない。同じ面接法なのに、である。

しかし平均(比率)は違うのに、相関は高く0.9以上もある。読売と時事のトレンドはよく一致している。偏りは相関にではなく、切片に生じる。

✿ 内閣支持率と政党支持率

政党支持は内閣支持とは異なった振る舞いをする。与党支持者も内閣不支持を表明することがある。政党支持率は内閣支持率のような激しい動きをしない。政党支持は頑健で、内閣支持は敏感である。

表8 内閣と自民の支持率の積率相関係数

社名	小泉	安倍	福田
日経	0.69	0.96	0.75
朝日	0.53	0.95	0.89
読売	0.61	0.97	0.92
毎日	0.59	0.95	0.92
時事	0.65	0.91	0.79
NHK	0.16	0.97	0.47
共同	0.48	0.83	0.68

内閣支持率の相関は各社間で極めて高いにもかかわらず、自民党支持率の相関はやや低い。政党支持と内閣支持は「何か」が違う。内閣支持は意見の表明だが、政党支持は立場の表明なのか。内閣支持は表層の現象で、政党支持は基層の本質なのか。内閣支持が低下しても首相交代ですむが、政党支持が逆転すれば政権交代の予兆である。

表8は小泉、安倍、福田の3内閣における自民支持率と内閣支持率の相関係数である。各社とも小泉内閣では相関が低い。安倍内閣と福田内閣では高い。安倍、福田の両内閣が短命であった影響もあるが、首相と自民党との関係の影響も示唆される。小泉首相は異色の「変人」であり、自民党内にしながら「自民党をぶっ壊してでも改革をやり遂げる」と訴えて国民の支持を得ていた。

4 回収率の問題

すでに多くの指摘があるように回収率の低下は深刻である。1950年代には90%以上も可能だったのに、2008年では50%台である。「社会階層と社会移動全国調査」(SSM調査)の2005年の回収率は44.06%で、ついに回収が半数以下という象徴的な時代に突入した。

一方で、回収率の向上例もある。日本版General Social Surveys(JGSS)は2005年調査の回収率50.5%から、2006年では59.7%(A票、B票とも)に向上した。調査期間や内

容の影響もあるが、朝日の郵送世論調査は2008年に77.9%の高回収率を得ている。

❁ 回収率の定義

林知己夫はRDDを「ユニヴァースは電話所有の有権者と明確に言われても母集団(抽出対象となるべき母集団—等確率抽出の母体となるもの、およびその大きさ)が明確でない。従って明確な調査不能率あるいは回収率がつかめない」(林, 2002)と批判した。RDDは電話世帯を等確率で抽出できる。回収率が明確でないという議論は別問題だと思われる。回収率定義は明確にできる。

RDDの回収率は各社とも「回答者数/有権者判明世帯」と定義している。問題は分母の曖昧さである。表9は日経が2008年に実施した調査である。回収率の分母となる「有権者のいる世帯」には、「世帯のようだが有権者がいるのか確認できない」「事業所か世帯かも確認できない」番号は含まれていないが有権者世帯の可能性が残っている。したがって回収率は過大になっている。しかも有権者世帯であるかを熱心に確認しないほうが回収率を高める(分母が小さくなる)問題もあり、その意味では回収率は曖昧である。全番号がどのように終了したかを公表すべきである。

回収率定義が複数あるのはRDDだけではない。住民基本台帳(選挙人名簿)からの無作為抽出標本に対する訪問調査でも複数ある。JGSSとSSMの回収率は計画標本(分母)か

表9 日経電話世論調査(RDD)の結果内訳(2008年の13回分の合計)

計画標本		回収標本		有権者の いる世帯 (回答率 の分母)	非回収の内訳				
					世帯拒否		不明		非該当
抽出総数	使用番号	回答数	回答率		有権者 を確認	有権者 未確認	世帯か 不明	不对話	
160,000	47,172	11,330	59.3	19,107	7,777	6,498	264	10,741	10,562

注)「不对話」は呼出、話中、留守電など。「非該当」は事業所、公衆電話、FAX、外国人世帯、非使用など。

ら抽出ミス，住所不明，転出（転居），死亡を除外する。JGSS はさらに長期不在，病氣，入院も除外するが，SSM では除外しない。SSM では年齢不適格を予備票で代替するが，JGSS では代替しない。三隅一人らが指摘するように「回収率の算定に至る前の欠票や不完全票の分析，およびその結果の情報開示が重要」⁶（三隅・三輪，2008）である。

❖ 若者の非協力傾向

回収率の低下は若者に著しい。20 歳代の構成比そのものが低下（社会が高齢化）しているが，図 1 のように 1993 年以降に国勢調査との乖離が広がった。2008 年で国勢調査の 14% に対して，標本は 10% 以下になった。図 2 は 2008 年における各種の回収標本の年代別構成比である。2008 年の平均値で日経，朝日，NHK の 20 歳代は 5% に過ぎない。

ちなみに，この分布形は選挙における投票者の年代分布に似ている。選挙予測の目標母集団は投票者なので，若者の低回収率は予測の観点からは大きな問題ではない。しかし世論・社会調査では問題である。調査結果から「若者が保守化した」という解釈をしたい時，

本当は「保守的な若者からしか回答を得られなくなった」変化に過ぎないかも知れない，という意味で問題なのである。

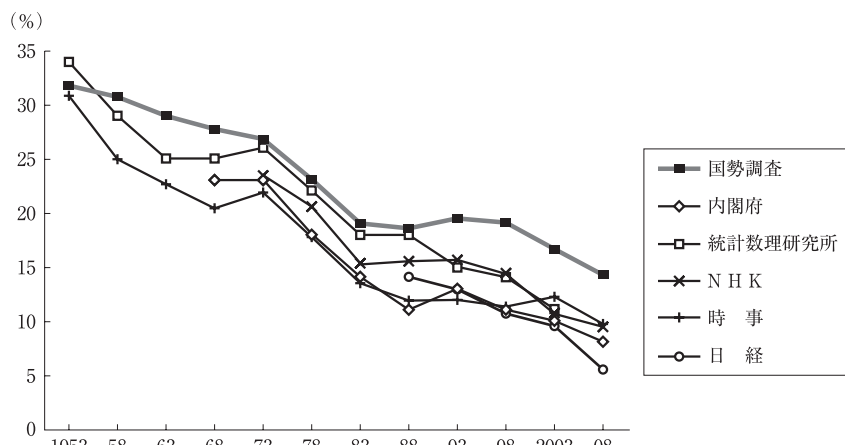
5 調査手法と速報競争

日本で最初の電話世論調査は産経新聞社が始めた。1969 年から 1977 年まで首都圏と近畿圏の 1000 人のパネル標本で連日（！）実施した。

全国規模で毎回独立の無作為抽出標本に対して電話世論調査を始めたのは日経であり，中曽根内閣末期の 1987 年であった。電話調査は世論調査の高頻度化と速報競争をもたらした。この事情は日経の岡崎守恭が政治記者の立場から振り返っている（岡崎，2009）。

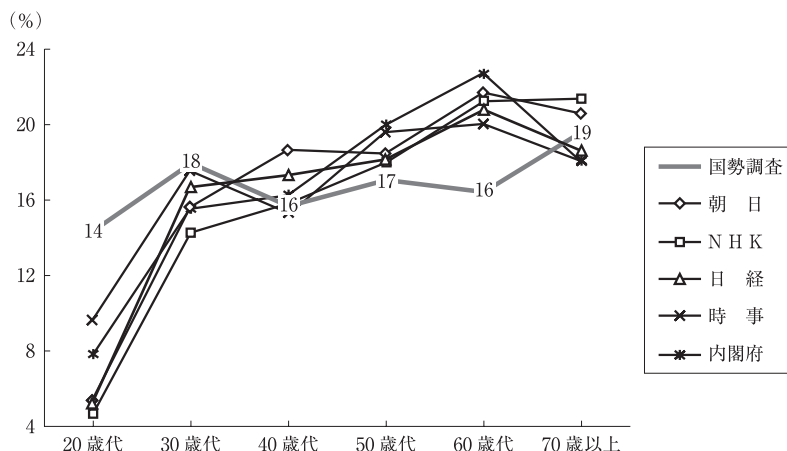
電話調査は試行錯誤で始まった。日経は電話帳を抽出枠としたが，他社は従来と同様に選挙人名簿から無作為抽出し，電話帳で番号を調べた。いずれも電話帳掲載率に依存するため RDD の研究が水面下で進んでいた。

最初に RDD に全面転換したのは毎日で 1997 年。次に朝日と共同が 2001 年から開始。日経は翌 2002 年である。NHK も 2004 年に



注) 内閣府は「国民生活に関する世論調査」。統計数理研究所は「日本人の国民性調査」。日経，時事は年間平均値。ただし，時事の 1963 年は 1962 年 7～12 月，1964 年 1～6 月の平均値で代替した。NHK は「日本人の意識調査」。

図 1 20 歳代の構成比の時系列推移



注) 内閣府は「国民生活に関する世論調査」。朝日、日経、時事、NHKは2008年に実施した世論調査の年間平均値。NHKと日経には年齢無回答のカテゴリがあるが、図の横軸からは除外してある。

図2 主要調査における2008年調査の年代構成比

RDDに変更した。読売は定例調査では面接法を堅持し、RDDは緊急調査と使い分けていたが、ついに2008年に定例調査をRDDにした。これにより現在、定例世論調査を面接法で実施する報道機関は時事だけとなった。

RDDの課題として、携帯電話の普及を指摘する議論があるが、普及は問題ではなく固定電話を世帯契約しない社会が到来するか否かが問題である。RDDの枠母集団は固定電話世帯なので、ノンカバレジ・エラーの大きさは常に注意すべきである。IP電話の普及状況も注意しなければならない。局番から地理的概念がなくなることは選挙区を識別する必要のある選挙調査では大問題である。今後の国勢調査においては世帯の電話使用実態の質問項目を入れることを要望したい。

最後に小さな提案がある。各社の世論調査は3000人以下の標本サイズで実施されている。標準誤差の大きさを考慮すると支持率(百分率)の小数点以下は意味がないので、各社とも整数にまるめて集計・報道してはどうか。

注

- 1 各社を本文中で以下のように略記する。朝日、読売、毎日、日経、共同、時事、NHK。
- 2 時事とNHKは緊急調査を実施しないので比較しない。読売の定例調査は面接法だが、ここではRDDによる緊急調査を対象とした。
- 3 <http://www.nikkei-r.co.jp/phone/>
- 4 朝日の質問文には「今度できた麻生太郎内閣について、うかがいます」という説明が付加されている。他社は定例調査と同じ。
- 5 部分的に2日違いでも同日とみなした例があるが、3日連続の場合である。
- 6 JGSSの回収率定義について、筆者は2005年の日本行動計量学会シンポジウムの講演後、JGSS研究プロジェクトから公開質問を出され、これに回答した。内容は以下参照。http://mo161.soci.ous.ac.jp/bsj_okayama/85/teisei.html

文献

- 林知己夫, 2002, 「いま調査者が心掛けること」『新情報』86: 32-38。
- 三隅一人・三輪哲, 2008, 「2005年SSM日本調査の欠票・回収状況の分析」三輪哲・小林大祐編『2005年SSM日本調査の基礎分析——構造・趨勢・方法』(2005年SSM調査シリーズ1) 2005年SSM調査研究会, 17-29。
- 岡崎守恭, 2009, 「電話調査が『市民権』を得るまで——日経世論調査の歩み」『よろん』103: 26-29。
- 大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所, 2008, 『日本版 General Social Surveys 基礎集計表・コードブック JGSS-2006』大阪商業大学比較地域研究所。



調査方法の変更について



1 はじめに

“世論調査の現場”というとき、3つの現場を想定することができる。1つ目は調査員と調査対象者が接触し、質問と回答がなされるフィールド・ワークの現場である。2つ目は調査を実施するにあたり、調査実施機関と委託元が互いに、あるいはそれぞれの内部で執り行う折衝や議論の場である。3つ目は世論調査に関係する学会や協会などを中心に、調査の現状や海外の調査事情、あるいは調査方法論などを議論する場である。本稿では、3つ目の現場での話を中心に進めることにする。

今日よく取り上げられる問題は、調査環境の悪化による調査の質の低下、とりわけ回収率の低下と、それを打開するための調査実施上の問題に関することである。調査実施上の問題とは、調査票の設計や調査経費の問題も

氏 家 豊 (埼玉大学社会調査研究センター特命教授)

当然含むが、ここでは調査対象者との接触を中心とした調査方法の問題に絞り、論を進めていくことにしたい。

ところで、それぞれの調査方法にはどのような特質があるかを確認しておきたい。以下に、1つの見方として、調査方法の区分について概略を示す。

調査方法は、大別すると「耳で聴いて回答する」か「目で見えて回答する」という違いがある。いわゆる「他記式」といわれているものと「自記式」といわれているものである。「他記式」には面接法のように、調査員と対面するものと電話法のように対面しないものがある。「自記式」の中には調査票が紙ベース（質問紙）のものとインターネット調査のように画面によって質問と回答が行われるものとに分けられる。さらに紙ベースの調査票を用いた調査は調査員が介在する留置法と調査員が介在しない郵送法に分かれ、PC画面での回答による調査は調査員が介在するCASI（Computer-assisted self interviews）などのPC援用調査と調査員が介在しないインターネット調査に分かれる。これらの調査方法による違いにより回答の差異が生じることは、日本でもいくつかの先行研究により報告されている。この区分を表にまとめると表1のようになる。

国やマスコミなどで従来から行われている

表1 調査方法の区分

他記式	調査員と対面する（面接法）	
	調査員と対面しない（電話法）	
自記式	質問紙への回答記入	調査員と接触あり（留置法）
		調査員と接触なし（郵送法）
	PC画面での回答	調査員と接触あり（CASI）
		調査員と接触なし（インターネット調査）

注）（ ）内は調査方法の例。

調査方法は面接法が主である。マスコミの場合は、緊急性を優先して電話調査の割合が多くなってきているが、まだまだ面接法による調査は廃れない。面接法による調査は、顔を見ないで声だけで行う電話調査や調査対象者に委ねる度合いの多い郵送調査などに比べ、比較的質の高い調査結果が得られるという理由で重宝されてきた。しかし、最近では、「調査員に対応するのが面倒」という対象者の声や、以前のように調査の仕事に対する興味が薄れ調査員の確保が難しくなっているという事情、あるいは社会不安が高まり警戒されることが多くなってきたことなどから、面接調査を見限り他の調査方法に切り替えようとする傾向がみられる。加えて郵送法による調査で高い回収率を得ているといったことや、インターネットの普及率の高まり、そして何よりも調査費の削減という状況により、その傾向がいっそう助長されている。

社会調査は、その関わる学問分野が広く、統計学、社会学、経済学、政治学、心理学、社会心理学、都市工学、等々さまざまである。そのために、1つの事柄についても使われる用語が異なることがある。したがって、世論調査における用語の意味が了解されているものとして論を進めると、無用の誤解を生じかねない。ここでは用語（文中のキーワード）について確認しておきたい。

無作為抽出法： 母集団の1人ひとりが等確率で抽出される意味をもつ。たとえば、層化二段無作為抽出法であれば、第一次抽出単位である調査地点は全国の国勢調査区や投票区から等確率で選ばれ、第二次抽出単位である個人も調査地点の中の調査対象となる全員が等確率で抽出されることになる。無作為抽出による調査結果から母集団推計を行うことができる。

標本構成： 母集団から得た計画標本についても、その計画標本によって実査を通し回収された回収標本についても用いる。いわゆる人口統計学的要因を指す。本文中では、標本について計画標本と回収標本という表現をとる。

調査方法： 面接法や郵送法のように、回答を収集する際の方式をいう。²

2 調査方法をめぐる議論

調査の質を評価する際に、最もわかりやすいものは回収率である。世論調査のような標本調査においては、より正確な母集団推計をするためにより高い回収率が求められる。回収率が低くなれば回収標本に偏りが生じる。全国調査の場合でも、2000や3000といった標本数をとれば、ほぼ母集団を反映した計画標本を得ることが可能である。しかし、これが50%の回収率であれば、得られた回収標本は母集団を反映したものとはいにくい結果となる。

表2は、内閣府が最近行った世論調査の性・年齢別回収状況である。

どの年齢層でも7割の回収率を割り込み、20代の男性では3割台の回収率である。地域別や都市規模別の回収率にも当然偏りがみられる。これでは正確な世論を探ろうというのが難しくなる。

この著しい回収率の低下は、押しなべて世論調査というものに対する協力の低下によるものなのであろうか、面接法という調査方法に問題はないか、この点がまず問題となる。

NHKが行った「世論調査に関する調査」では、世論調査に協力してくれた対象者（ここでは「有効者」という）と協力してもらえなかった対象者（「不能者」という）にそれぞれ

調査に対する評価や感想を求めた事後調査を実施している（関根，2007）。それによると，調査協力の際に何が不快だと思いかを聞いたところ，「調査結果がどう役立つかわからない」（42%），「住所や名前が知られている」（33%），「質問が多い」（28%）といった回答に次いで「調査員が自宅に来る」（24%）があげられている。有効者の場合は4位にあげられているが，不能者の場合は45%と半数近くで1位にランクされている。配布回収法で行われたこの調査で，調査に協力しなかった人の半数近くは調査員の訪問に不快感をもっているのである。では，答えやすくて協力してもよいと思う調査方法は何かを聞いたところ，最も多いのは「郵送法」（49%）であり，以下「配布回収法」（38%），「インターネット」（22%），「面接法」（9%），「電話法」（7%）の順となっている。この結果を年齢層別にみると，若い年齢層では「郵送法」と「インターネット」をあげる者が多く，1位と2位の上位2つは男性の10代・20代で「インターネット」「郵送法」，男性の30代，40代と女性の10代・20代，30代で「郵送法」「インターネット」があげられている。これが今日の調査対象者の率直な気持ちであり，これらの調査結果はもはや無視できない数字となっている。

このような状況の中で，調査方法をめぐり

活発な議論が行われているが，その1つに郵送法に対する評価の見直しがある。郵送法は，従来，調査対象者任せになることから，「回収率が低い」「対象者本人の回答がされないことがある」「調査票の設計如何で無記入や記入ミスなどが多くなる恐れがある」といったマイナスの評価をされてきた。ところが，林英夫の『郵送調査法』（林，2004）が世に出て，また朝日新聞が8割近くの回収率をマークするという現象が起きてから，「対象者に受け入れられる」調査方法として一躍脚光を浴びるようになった（松田，2006a）。朝日新聞の世論調査を実施してきた松田によれば，「丁寧に行えば高回収率が期待できる」し「調査員バイアスがなく，本音の回答が得られる」とされる。郵送調査の回収率の主なものは以下のとおり。

- ・ 防災意識調査（2004年10月） 78%
- ・ 信用意識調査（2008年2月） 78%
- ・ 健康意識調査（2008年6月） 77%
- ・ 政治意識調査（2009年2月） 79%

* 調査はいずれも全国20歳以上の男女個人3000人，有権者名簿を利用した層化無作為二段抽出法による。

また，内閣府では面接法による調査の危機的な状況の中，インターネットによる世論調査の可能性を探るべく実験調査を行っている。調査結果の概要については内閣府のホームペ

表2 性・年齢別回収状況

性・年齢	標本数	回収数	回収率	性・年齢	標本数	回収数	回収率		
			%				%		
男	20～29 歳	638	243	38.1	女	20～29 歳	634	265	41.8
	30～39 歳	851	401	47.1		30～39 歳	899	559	62.2
	40～49 歳	815	456	56.0		40～49 歳	853	552	64.7
性	50～59 歳	947	576	60.8	性	50～59 歳	931	610	65.5
	60～69 歳	913	610	66.8		60～69 歳	971	650	66.9
	70 歳以上	724	460	63.5		70 歳以上	824	508	61.7
計	4,888	2,746	56.2	計	5,112	3,144	61.5		

注）「社会意識に関する世論調査」（2009年，内閣府）。

ージで紹介されている（内閣府大臣官房政府広報室，2009）。その中で，インターネット調査の目的については，「世論調査と同時期に同一内容の調査をインターネットでも実施し，調査方法による回答結果の違い等を比較し，インターネット調査の導入可能性についての参考資料とする」とされ，インターネット調査専門の調査会社のモニターから 1500 人を回収している。

ここでは，インターネットの利用頻度による違いと調査手法による違いにより回答傾向を分類している。その結果，どのような要因により回答の差異が生じるかということまでは推測することができたが，インターネットによる調査は「今のところ世論調査には適さない」と判断された。仮に回答の傾向が似たようなものになっても，母集団を反映した無作為抽出による標本でなければ世論調査の方法として採用できないことはいうまでもない。

以上のように，面接法における調査対象者の協力が得にくくなると，他の調査方法への

切り替えを考えることになるが，直ちに調査方法を変更することに問題はないか。

3 調査方法変更の事例

ここで，面接法から他の調査方法へと変更した東京都八王子市の世論調査の事例をみてみよう。

八王子市では，1969 年から毎年 20 歳以上の市民を対象に世論調査を実施してきた。1996 年までは面接法により実施されてきた調査も，97 年から郵送訪問回収法に切り替わり，さらに 2001 年からは郵送法へと切り替わっていった。本項では，郵送訪問回収の 4 年間と，その前後それぞれ 4 年間の面接法ならびに郵送法によって実施された調査結果について紹介する。

表 3 は調査方法と回収状況を示したものである。

回収率をみると，面接法では 72～78%（平均 75%）であったが，郵送訪問回収法に

表 3 調査方法と回収状況

		標本数 (N)	回収数 (N)	回収率 (%)	不能内訳 (%)					
					転居	長不	不在	住所	拒否	その他
面接法	1993 年	1300	1010	77.7	2.5	2.2	10.7	0.4	4.8	1.7
	1994 年	1300	1002	77.1	2.3	2.4	10.9	0.4	5.1	1.8
	1995 年	1300	969	74.5	2.2	2.0	15.5	0.3	4.7	0.8
	1996 年	1300	938	72.2	2.9	2.2	15.0	0.7	5.9	1.1
	平均			75.4						
郵送訪問回収法	1997 年	1300	1037	79.8	2.5	1.4	8.7	0.8	5.5	1.3
	1998 年	1300	1068	82.2	1.8	0.8	9.3	0.2	4.8	0.9
	1999 年	1300	1085	83.5	2.0	1.5	7.4	0.4	4.4	0.8
	2000 年	1500	1081	72.1	2.7	2.1	11.2	—	8.8	3.1
	平均			79.4						
郵送法	2001 年	3000	1805	60.2						
	2002 年	3000	1742	58.1						
	2003 年	3000	1717	57.2						
	2004 年	3000	1459	48.6						
	平均			56.0						

注) 不能内訳は，調査員が訪問する調査におけるもので，「長不」は長期の不在，「不在」は何度訪問しても会えない不在，「住所」は住所不明を意味する。

なると 2000 年を除いて 8 割前後（平均 79%）となっている。郵送訪問回収法により、面接法で調査員に会うよりも調査票が対象者本人の目に届くことが多くなり、さらに家族からも回収ができることから回収率を上げたものと思われる。これが郵送法になると、6 割台→5 割台→4 割台と低下していくことになる。2004 年の 49% は前年に「個人情報保護に関する法律」が公布された影響と思われる。

調査不能の内訳をみると、面接法と郵送訪問回収法の比較では 2000 年に「拒否」が郵送訪問回収法でやや多いものの、ほぼ同じ割合となっている。一方、「不在」は郵送訪問回収法の方が少ない。この「不在」の少なさが回収率の上昇につながっている。

2001 年からは郵送法に切り替えられた。郵送法に替えることにより標本数を増やし一

定の回収数を確保しようとしたが、その狙いは達成され一挙に 7 割近くの回収数の増加となった。しかし、回収率（平均）は 56% と、郵送訪問回収法と比べて 2 割以上低下している。回収率が低下したということは、回収標本の偏りも大きくなったということである。表 4 は面接法の 1993 年と郵送訪問回収法に切り替えた 97 年、ならびに郵送法に切り替えた 2001 年の性・年齢別の回収標本の構成比である。これをみると、2001 年では 97 年と比べ男性の 20 代、30 代および女性の 20 代の割合が減少し、男性の 60 歳以上の割合が大幅に増加している。郵送法における回収標本の構成は、このように若年層の減少と高齢層の増加という偏りとなって表れている。

次に、質問に関する調査結果についてみてみよう。市政世論調査においては、この 12

表 4 性・年齢別標本構成（調査方法別） (%)

	男					女				
	20 代	30 代	40 代	50 代	60 歳以上	20 代	30 代	40 代	50 代	60 歳以上
1993 年（面接法）	11.6	7.5	11.3	8.4	9.8	9.5	8.9	12.9	10.3	9.8
1997 年（郵送訪問回収法）	10.6	9.5	8.4	11.3	9.5	10.7	7.3	11.0	10.2	11.5
2001 年（郵送法）	7.0	6.8	7.9	11.3	14.0	8.7	10.1	10.1	11.1	13.1

表 5 定住意向（調査方法別） (%)

	年次	ずっと住み続けたい	当分は住みたい	移りたい	わからない
面接法	1993 年	68	13	12	7
	1994 年	58	33	7	2
	1995 年	61	30	5	4
	1996 年	62	29	6	4
	平均	60.3	30.7	6.0	3.3
郵送訪問回収法	1997 年	39	46	14	1
	1998 年	43	42	15	0
	1999 年	44	43	13	0
	2000 年	41	44	13	2
	平均	41.8	43.8	13.8	0.8
郵送法	2001 年	41	44	15	1
	2002 年	46	41	11	2
	2003 年	45	42	12	1
	2004 年	46	42	11	1
	平均	44.5	42.3	12.3	1.3

注）回答比率は、平均以外は小数点第一位を四捨五入した（以下同様）。

表6 生活環境評価「良い」の回答率（調査方法別）

（％）

	年次	日当たり	大気汚染	騒音	災害安全	下水	し尿	ごみ	防犯	病院	集会施設	公園	道路	緑の豊さ	交通の便	交通安全	全体
面接法	1993年																
	1994年	56	24	22	22	31	34	21	17	11	16	21	18	46	24	11	21
	1995年	65	36	31	21	41	45	34	25	13	23	28	24	54	29	17	24
	1996年	58	33	26	21	36	39	31	20	12	19	24	24	47	29	15	22
	平均	59.7	31.0	26.3	21.3	36.0	39.3	28.7	20.7	12.0	19.3	24.3	22.0	49.0	27.3	14.3	22.3
郵送訪問回収法	1997年	52	20	19	14	27	31	21	9	5	7	11	12	32	15	6	10
	1998年	51	17	19	12	26	27	18	9	6	9	14	12	38	17	7	14
	1999年	47	16	17	13	23	28	16	7	5	8	11	11	31	16	5	11
	2000年	51	14	15	13	25	28	19	8	6	8	14	12	34	15	7	12
	平均	50.3	16.8	17.5	13.0	25.3	28.5	18.5	8.3	5.5	8.0	12.5	11.8	33.8	15.8	6.3	11.8
郵送法	2001年	53	16	19	13	30	33	22	8	5	9	16	15	35	16	8	11
	2002年	53	19	20	16	31	35	24	9	8	12	16	16	36	19	8	12
	2003年	53	19	20	14	32	36	25	8	8	11	14	14	35	18	10	12
	2004年	52	22	21	14	30	33	23	*	13	11	13	14	33	18	8	13
	平均	52.8	19.0	20.0	14.3	30.8	34.3	23.5	6.3	8.5	10.8	14.8	14.8	34.8	17.8	8.5	12.0

注）項目は略してある。2004年では「防犯：防犯や風紀」の項目が除かれている。

年にわたって聞き続けている質問は限られている。継続して質問しているのは「定住意向」と「生活環境評価」である。

まず、定住意向（表5）については、「ずっと住み続けたい」という回答が、面接法のときは1994年から96年まで約6割で安定している（93年は質問文が違っており、そのためか68%とやや高くなっている）。ところが、面接法と比べ郵送訪問回収法では「ずっと住み続けたい」が各年とも4割前後（4年間の平均が42%）と激減する。郵送法になると「ずっと住み続けたい」が、2002年以降では数ポイントアップする（平均45%）が、依然4割台のままである。

次に、生活環境評価についてみる。1993年は質問していないが、94年以降毎年、15項目の生活環境に対する評価と、全体としての「住みやすさ」について同じ質問をしている（調査方法に応じて回答の仕方に関するワーディングは違うが、質問の意味は変わらない。回答項目は「良い」「やや良い」「普通」「やや悪い」「悪い」の5項目）。その結果（「良い」の回

答率）については表6に示したとおりである。これをみると、面接法の場合の「良い」の評価（平均：単純平均回答率）が、郵送訪問回収法になると全項目において減少する。この平均値を比較した場合、特に減少の幅が大きいものは「緑の豊さ」（平均値で15ポイント減少）と「大気汚染」（同14ポイント減少）である。

この回答比率の動きがなぜ起こったのかわからなければ、新たに得た調査結果の意味を解釈することができない。以下では、このような調査方法の変更に伴う調査結果の動きについて考察することにより、調査方法を変更する際には何が必要かを論じる。

八王子市の事例からは、明らかに面接法、郵送訪問回収法、郵送法のそれぞれの調査方法に特有の回答傾向がみられた。ここでは、それらの3方法による回答傾向の違いを比較することよりも、他記式である面接法から自記式である郵送訪問回収法に変更した部分に注目し、この2つの調査方法の間の回答傾向の変化とその要因について分析する。そのね

らいは、面接法から自記式調査に変更する際に、変更した調査方法によってもたらされた調査結果（面接法と比較した回答の差異）をどう解釈すべきかという点を示すことにある。

1996年（面接法）から97年（郵送訪問回収法）にかけては、定住意向も生活環境評価も一挙に低下しており、特に定住意向の低下は大きい。定住意向が一挙に2割以上も低下するというのは、それなりの理由があると考えられるべきであろう。その理由がわかれば、それがこの調査結果を解釈するうえでの重要な情報となる。そこで、その変化が引き起こされる要因について考えられる事情を探ってみよう。

まず、回答者にとって身近に何らかの状況の変化があり、その状況の変化に基づいて意識が変化した可能性が考えられる。たとえば、市内に生活環境を損ねるような状況が出現したというようなケースである。そこで、定住意向について地域別にみると、一地域（B地区）で30ポイント以上のマイナスとなっ

わたり定住意向を低下させるような状況の変化が起こったということは考えられない（表7）。

次に、この定住意向の低下は、回収標本の構成の変化によってもたらされたという可能性が考えられる。そこでまず回収標本の構成の変化そのものについて性・年齢別でみると、1996年に比べて97年では、男性の20代、30代および女性の20代で2ポイント以上の増加となり、女性の60歳以上で4ポイント以上の減少がみられる（表8）。

では、それらの標本構成（人口統計学的要因）に基づく意識の変化はどうであろうか。性・年齢別の定住意向についてみると、1996年から97年にかけては男性30代におけるマイナス幅が比較的少なくなっているものの、全体にわたってはほぼ平均的な減少傾向となっている。つまり、回収標本の構成では96年から97年にかけて若年層と高齢者にある程度の増減がみられたにもかかわらず、特定の層の大幅な落ち込みがあり、それが全体の定住意向の低下をもたらしただけということではなく、各層で2割もの定住意向の低下を示したのである（表9）。

以上より、定住意向の大幅な減少は状況の変化や回収標本の構成の変化によってもたら

表7 地域別にみた「ずっと住み続けたい」（調査方法別）（％）

調査方法	面接法	郵送訪問回収法
年 次	1996 年	1997 年
A 地区	63	43
B 地区	68	35
C 地区	75	57
D 地区	54	34
E 地区	59	34
F 地区	63	42
G 地区	60	41

注) 地区名については具体的な名称ではなく、A～G地区とした。

表8 回収標本の構成「性・年齢別」の割合（調査方法別）（％）

	面接法	郵送訪問回収法
年 次	1996 年	1997 年
男	20 代	8.5
	30 代	6.6
	40 代	11.1
	50 代	10.2
	60 以上	10.2
女	20 代	8.1
	30 代	9.2
	40 代	10.1
	50 代	10.1
	60 以上	15.8

表9 性・年齢別にみた「ずっと住み続けたい」(調査方法別) (%)

調査方法	面接法	郵送訪問回収法
年 次	1996 年	1997 年
男	20 代	34
	30 代	39
	40 代	62
	50 代	67
	60 以上	88
女	20 代	38
	30 代	45
	40 代	57
	50 代	71
	60 以上	85

されたものであるとはいいい難い結果となった。

では、郵送訪問回収法において面接法と比べてとき「回収率が上がり、定住意向や生活環境評価が下がる」という現象をどう解釈すればよいのか。一般的には、回収率が上がったのだからそれだけ市民の声がより反映され、その結果評価が厳しくなった(市民の本意に近づいた)と考えられるであろう。つまり、「正直な気持ちが調査結果につながった」という見方である。しかし、郵送訪問回収法により「市民の声がより反映されて、本音が調査結果に表れた」とみるのは、面接法では「本音ではなかった」とみることにつながる。そのような仮説をとるならば、定住意向や生活環境評価に関して調査員との直接の問答により、回答に変化が生じるか否かを検証する必要がある。では、対象者の生活実感が、調査員の存在の有無により回答に変化が起こるということがありうるのだろうか。定住意向や生活環境評価のような日常生活における実感、調査員に答えようと質問紙に答えようと変わりがないと思われるが、むしろ対象者は調査員の前では「良い評価」をするのかも知れない。たとえば、定住意向に関しては、調査員の前では「調査員が安心する回答」をするという心理が働くのかも知れないのであ

表10 「投票した」回答率と実際の投票率 (%)

	「投票した」 回答率	実際の投票率
1979 (昭和 54) 年 10 月	82.9	68.0
1980 (昭和 55) 年 6 月	87.0	74.6
1983 (昭和 58) 年 12 月	83.8	67.9
1986 (昭和 61) 年 7 月	85.8	71.4
1990 (平成 2) 年 2 月	89.5	73.3
1993 (平成 5) 年 7 月	84.5	67.3
1996 (平成 8) 年 10 月	79.5	59.7
2000 (平成 12) 年 6 月	80.0	62.5
2003 (平成 15) 年 11 月	82.1	59.9
2005 (平成 17) 年 9 月	83.2	67.5

注) 衆議院議員総選挙について、世論調査は「衆議院議員総選挙の実態—調査結果の概要」(財団法人明るい選挙推進協会)による。「投票した」は「小選挙区・比例代表選挙とも投票した」「小選挙区選挙だけ投票した」「比例代表選挙だけ投票した」の合計である。

る。つまり、対象者は調査員が同じ八王子市民だと思っていれば、「移りたい」という回答が「ここはいいところではない」という響きになり、そのようなマイナスの評価を表明することを避ける傾向が生まれる、ということである。生活環境評価についても同様のことがいえる。

面接法におけるこのような「好評価」の現象(八王子市の調査でそれがあるとは断定はできないが)は、類似の「社会的望ましさ」(Social desirability)として以前から指摘されている。「社会的望ましさ」の例として挙げられるものに投票行動(「今回の選挙で投票をしたか」という質問に対する回答)がある。以下に示した表10は、「投票をした」という世論調査の結果と、実際のその選挙の投票率を示したものである。実際に投票に行かなくても、調査で「投票をしたか」と聞かれると「投票した」と回答する。このような傾向が世論調査では、まみ見受けられるが、それに似た心理的な作用が八王子市の場合、面接法における「好評価」となって表れたのではないかとと思われる。

4 調査方法変更のための検証調査

八王子市の世論調査において、面接法から自記式調査である郵送訪問回収法に変更する際、どのような検証調査が必要であったかを考えてみたい。

まず、時間的経過により同一の質問の回答が変わることが考えられるが、異なる調査方法のそれぞれの時系列の変化をみることによって、各々の調査方法の時系列変化の特徴がわかる。また、調査方法の違いによる回答の差異が認められるのであれば、(1)それぞれの調査方法の特質のどのような点が回答の差異をもたらすのか。(2)あるいは調査方法が異なるために生じた回収標本の構成の変化が、調査結果に差異をもたらしてはいないか。以上の点を検証することにより、新たに採用する調査方法による調査結果をより正確に解釈することができる。

そのような検証を行う調査として、均質な2つのサンプルにより同一の質問をする調査が考えられる。すなわち、スプリット法⁴により得た2組のサンプルにより、異なる調査方法による調査結果を数年の時系列比較により分析することになる。八王子市の場合は、その検証プロセスを経ることなしに調査方法を変更したために「定住意向がなぜ2割も急に低下したのか」「生活環境評価がなぜすべての項目で低下したのか」がわからぬまま、「定住意向と生活環境評価が前年に比べて低下した」という調査結果しか得られなかったのである。

上記のような検証調査の設計は、同じ母集団で調査方法が変更される場合を想定したもので、したがって抽出方法は同じく無作為抽出を前提にしている。八王子市と同じように、

面接法から郵送訪問回収法に替わる場合は層化二段無作為抽出法による抽出になるであろうし、郵送法に替わる場合は単純無作為抽出法による抽出になるかもしれない。いずれにしても無作為抽出が前提になる。

調査方法を変更するときには、調査方法の変更に伴い、どのような質問がどのような回答の違いを生むのかを確認し、それにより調査結果の差異や変化、変動に関してデータに裏打ちされた理解が必要となる。そのためには、他記式調査による回答と自記式調査による回答を比較分析する検証型の実験調査は必須である。性急な調査方法の変更は、それまでの調査との継続性を否定するばかりでなく、調査結果の解釈ができない状況をも作り出す。慎重な対応が求められる所以である。

5 終わりに

世論調査は誤差を伴う。YESが55%というのは、母集団ではそのプラス・マイナス3%の範囲であると考えて95%信頼できる、という場合の標本誤差があり、さらに100%の回収率が望めないことによる無回答誤差、あるいは質問の誤解による測定誤差などさまざまな誤差がある。このような“曖昧”さは、標本調査であることと、人間の行為としての調査であるという以上、宿命的なものである。それゆえに、その中でより正確な母集団推計を行うための方策を練る。これに対して、“いい加減”というのがある。安直に数を集めて「これだけの人に聞いた」という。世論調査は、この“いい加減”を排除し、“曖昧”の中から少しでも真の世論に迫ろうとするものである。

世論調査の方法としてインターネット調査の可能性を考えたとき、現在盛んに行われて

いるインターネット調査そのものを単独の調査方法として採用することはできないが、郵送法のような自記式調査の回答機会を広げる手段としては十分に検討することができよう。その際、この郵送法が無作為抽出で選ばれた標本による調査であることを前提とすれば、そこにおけるインターネット調査は無作為で抽出された標本の中で、インターネットを利用できる人がもう1つの回答手段とするだけのことである。

世論調査を行うのにいくつかの異なる調査方法がある以上、調査方法の違いによる回答の差異という問題を避けて通ることはできない。そして、その回答の差異がどのように生じるのかを知ることが、それぞれの調査方法を使い分けるうえで必要となる。調査方法の変更においては、単独の方法による調査誤差以外に、異なった回答傾向が加わり“曖昧”さが増幅されることになるが、そこではことさらに“いい加減”な妥協を退けるべきである。

当初、本稿においては面接法から自記式の調査方法に変更する際の検証型実験調査の設計案を示すつもりであったが、そこに行き着く前に紙数を使い果たしてしまった。同一の梓母集団から無作為抽出した均等な2つのサンプルにより、他記式と自記式の2つの調査方法の差異を比較するという話は、また稿を改めて述べることにしたい。

【謝辞】 論文の作成にあたり、貴重なご助言をいただきました統計数理研究所名誉教授大隅昇先生に感謝申し上げます。

注

- ・1 NHKでは、面接法、面前提入法、訪問配布回収法、郵送訪問回収法の4調査方法の比較を行っている（児島ほか、1977）。また、面接法と郵送法の比較（前田、2005）や郵送法とインターネット調査

の比較（松田、2006b）などがある。

- ・2 なお、欧米では回答を収集する面接法や郵送法などは調査モード（調査方式）と呼ばれている。
- ・3 八王子市発行の市政世論調査結果報告書による。
- ・4 同一の梓母集団から無作為抽出した2つのサンプルを得る手法で、調査員の稼働を伴う調査では効率を考え、各調査地点において調査対象者番号の奇数と偶数とに分ける。質問の形式を変えた、2通りの聞き方による回答の差異をみるときに用いられることがある。

文献

- Groves, R.M. et al., 2004, *Survey Methodology*, John Wiley & Sons.
- 林英夫, 2004, 『郵送調査法』関西大学出版部。
- 児島和人・斉藤賢治・脇谷道弘・杉山明子, 1977, 『個人面接法など4方式の実験調査, 調査方式の比較研究』NHK放送世論調査所。
- 前田忠彦, 2005, 「郵送調査法の特徴に関する一研究——面接調査法との比較を中心として」『統計数理』53(1): 57-81。
- 松田映二, 2006a, 「高い回収率, 個人の事情や本音を聞く質問で威力発揮 (最新郵送調査事情)」『朝日総研レポート』190: 166-81。
- , 2006b, 「全国世論調査報告 長野県知事選挙——郵送・インターネット比較調査で世論調査の可能性を探る」『朝日総研レポート』198: 190-219。
- 松本正生, 2001, 『政治意識図説』中央公論新社。
- 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」概要——国民生活に関する意識について——, <http://www8.cao.go.jp/survey/sonota/h20-internet1/index.html>
- 大隅昇・前田忠彦, 2007, 「インターネット調査の抱える課題——実験調査から見えてきたこと (その1) (その2)」『よろん』100: 58-70, 101: 79-94。
- 関根智江, 2007, 「世論調査の有効率を向上させるために——『世論調査に関する調査』から」『放送研究と調査』57(11): 90-101。
- 杉山明子, 1984, 『社会調査の基本』(現代人の統計3) 朝倉書店。
- 鈴木達三, 2004, 「調査実施上のいくつかの問題と調査設計の違いによる調査結果の差異 (その1) (その2)」『新情報』90: 27-31, 91: 28-33。



マスコミの電話世論調査 ——調査手法の変遷とその成果——



谷口 哲一郎（輿論科学協会理事）

1 はじめに

最近では毎週のように内閣支持率などマスコミの世論調査を見聞きするだろう。政局が動けばマスコミはこぞって世論調査の結果を発表する。内閣支持率や政党支持率、次期総選挙での投票政党、党首力比較などはお馴染みの指標になっている。前月からの増減が問題とされ、時系列データの推移が新聞やテレビで紹介される。テレビワイドショーでも盛んに取り上げられ、世論調査結果がコメンテーターによって議論されるのは日常的な光景だ。同時期の各社の世論調査結果が比較して紹介されるのも定例だし、世論調査の報道は新聞でもテレビでも欠かせないものになっているようだ。

いつ頃からこのような現象が起きてきたのだろうか。世論調査に関係して30年以上になるが、かつては想像だにできなかった現象が今起きている。この稿ではどのような変遷をたどって現在のような状況が生まれてきたのか、主に調査手法の変化、とりわけ面接調査から電話調査へ、そしてRDD法に至る過程について詳細な説明をしてみよう。また、マスコミ世論調査の抱える課題についていくつかの指摘をしておこう。

2 マスコミ電話世論調査の現況

現在ではいったいどのくらいの世論調査が公表されているのだろうか。内閣支持率など国政にまつわる全国世論調査の結果を毎月のように公表しているのは、新聞では朝日、毎日、読売、日経、通信社では共同通信、時事通信、テレビではNHK、NNN（日本テレビ系列）、JNN（TBS系列）、FNN（フジテレビ系列）、ANN（テレビ朝日系列）である（注——産経新聞も行うがFNNと共同調査である場合が多い）。これだけで11社、毎月11回の内閣支持率が公表されていることになる。実際にはもっと多く、2009年の3月ではこの11社で計16回の世論調査が発表された。3月は民主党の小沢代表の秘書が逮捕から起訴されるという政局を揺るがす大事件があり、小沢代表の辞任問題が浮上した。このような場合には逮捕後、起訴後というように政局が動くたびに世論調査をやる社もあるから、このような回数になる。5月でも今度は小沢代表辞任、新代表選出などあったから、やはり同月に2回の世論調査を実施した社があった。

これらの世論調査はどのように行われているのだろうか。先の11社のうちの10社は電話調査である（1社は面接調査）。しかもほとんどがRDD法である。電話調査の最近の調

査事例を紹介しておこう。政局のたびにというくらいだから、世論調査は緊急にしかも猛烈なスピードで行われている。先の小沢代表辞任情報をマスコミが知ったのは5月11日（月曜日）の午後3時頃である。突然の辞任にもかかわらず、世論調査の第一報は2社から、代表辞任の評価、新代表には誰がよいかなどの調査結果が5月13日（水曜日）の朝刊で発表された。調査票を作り、調査を実施し、集計をして記事を書く、この工程が月曜日の夕方から翌日の夜までわずか1.5日しか経っていない。加えて、その週末には新代表が決まったから、週明けには全社から世論調査が発表された。これは決して特異な例ではない。現在のマスコミ世論調査はこのような状況で行われているのである。

3

電話調査はどのように行われているか

なぜこのような日程で調査が可能なのか。電話調査の主要な工程は次のようなものだ。標本抽出→調査票作成（印刷）→調査員説明会→調査実施→回収、点検→データ作成→集計→記事化で他の調査方法の場合と変わらない。電話調査の標本はほとんどの社がRDD標本であらかじめ用意されている。調査票作成にも時間はかからない。面接調査だと質問数が30問や40問が普通であるが、電話調査は10問程度、そのうち半分は内閣支持や政党支持など定例的な質問が占めるから、新たに考えなければならない質問は5問程度である。調査票はB4判1枚程度に収まる。最も重要なことは電話調査員と電話設備のある会場の確保である。そのような準備は早急にはできないから、電話調査の専門機関に委託をする。調査員は電話調査の訓練を受けているから、説明にも手間はかからない。ここまで

が調査準備の工程で、極端に言えば1日あれば可能である。調査は2日間、ほぼ毎回同一手順を踏むから、その日のうちに点検、集計が出て、記事になる。以上が最も緊急な場合の調査例である。通常は毎月1回の定期的調査でおおよその日程は決められていて、調査員も電話設備の会場も確保されている。土日の2日間が調査にあてられ、月曜日には発表される。調査相手へ事前の告知も必要ない。何より、これらの工程や関連する準備作業が1ヵ所で集中的に出来ることが大きい。電話調査が機動的と言われるゆえんである。

比べて、面接調査はどうか。新聞社や通信社は現在でも面接調査を実施していて、その工程は以前から基本的には変わっていない。標準的には、標本抽出→調査票等作成、印刷→調査員説明会→調査実施→回収、点検→データ作成→集計→記事化まで、電話調査の場合と変わらない。これより前に調査企画やテーマ選定などがあるが、これは調査実施日を逆算してやればよい。標本は年に1～2回、あらかじめ全国の有権者名簿から数回分が抽出されており、それを使う。面接調査はだいぶ前から日程が決まっていて、調査日が近づく、と、調査員の確保、調査票等調査用具の印刷、実際に調査を行う全国支局網への連絡や資料送付を行う。直近になると調査相手への依頼葉書の投函や調査員へのインストラクションがある。調査員が調査相手の家を訪問するのは通常土日の2日間、月曜日に全国から調査票を回収する。点検をしてから、火曜日にデータ作成から集計をする。水曜日には集計表が完成している。これだけの工程をスタートから5日間程度で終わるから、これももの凄いスピードであることに違いはない。難点は日程の変更ができないことである。したがって、電話調査の緊急事例としてあげたよ

うな突然の政局の動きに対応はできない。一刻も早く報道したい、しかも政治が流動化している現状では電話調査が最も有効な調査方法なのである。

4 調査方法の変遷

少し過去に遡り、面接調査が電話調査にRDD法に変遷してきた過程を辿ってみることにする。

❧ 世論調査は面接調査から始まった

マスコミが世論調査を始めたのは戦後(1945年)、すぐに主要新聞社、通信社に世論調査のセクションが設けられた。試行錯誤の後、47(昭和22)年頃からはすでに無作為抽出法による世論調査が行われている。以降、無作為標本に対する調査員による面接聴取法が確立し世論調査は以降急速に発展してきた。

世論調査の結果が公表されることが民主主義の一翼を担うというこの時期が第1期の発展期であろう。しかし、古い資料をみると当時から内閣支持率や争点に関する世論調査が行われているが、各社せいぜい年間1~2回のことである。時代からして、今ほど、社会の要請がなかったのか、調査に時間や費用がかかっていたせいか、現在のような状況は垣間見られない。その後のテレビの普及からマスメディアは急速に発展を遂げるが、世論調査が現在のような使われ方になるのはまだまだ先のことである。

事始めより40年を経て、世論調査の代表的調査方法であった面接調査は昭和の終わるころには回収率の低下などの理由から減少し、これにとって代わり電話調査が台頭してくる。現在では内閣支持率調査や選挙予測調査は電話番号からランダムに標本を作るRDD法が

主流になってきた。

面接法にどのような利点があり、課題を抱えていたのかは、ここでは詳細な説明は省くが、最大の問題は回収率の低下を防げなかったことである。面接法での回収率がどのような変化を辿ってきたのか。この60年間でみれば実はゆるやかな下降線を辿っている。いくつかの資料から推察すると、初期から1960年代くらいまでは80%以上、70年代では8割を切り75%くらい、80年代で70%くらいである。このレベルの回収率ならまだ問題はない。ちなみに、当時の調査不能の最大の理由は「一時的不在」で3~4割はある。「調査拒否」は1割強くらいであった。

総理府(現内閣府)の「国民生活に関する世論調査」でみると、1970年調査の回収率は83.7%でかなり高いレベルにある。平成に入ってはじめて8割を切り(平成2年:1990年,76.3%),2005(平成17)年調査で7割を切る(69.2%)ことになる。不能の理由は1970年では「一時不在」が40%、「拒否」は15%であるのに対し、2005年では「一時不在」が36%、「拒否」は45%と大幅に増えた。

回収率の低下が面接法の問題として取り上げられてきたのは1970年代である。8割を確保することが難しくなった要因として、生活時間の変化により多忙な層が増加したこと、マンションなどの増加により対象者へのアプローチが困難になってきたことがあげられている。回収率の状況を整理してみると、70年代で8割を切り危機感が生まれ、以降7割確保が焦点になるが、現在では6割水準が目安になっている。

❧ 面接法から電話調査へ

面接法の回収率改善に展望がみいだせない

まま、電話調査が登場してくる。時代が平成に変わるところからであるが、当初は名簿法である。住民台帳あるいは選挙人名簿から無作為に抽出した標本に電話をかけてインタビューする方法や電話帳自体から世帯を抽出し、個人標本に到達する方法もあった。前者の方法は個人がランダム抽出されておりサンプリングはまったく問題はないが、抽出時に電話番号はわかっていないから、電話帳からの逆引き、あるいは対象者に葉書などを出して電話番号を確認したり教えてもらうという手順があった。8割くらいの人の電話番号はわかるが2割くらいの人の電話番号は不明のまま、あらかじめ2割の欠損があるというハンディがあった。この頃、家庭用電話の回線数と世帯数を比較すると世帯における電話の普及率は95%前後と推計できたが、電話帳に掲載されている世帯数と回線数とはずいぶん違っていた。1994年に掲載率の推計をしたが、全国では70%程度、都市部はさらに低く東京区部では50%程度と推計された。少し前から、電話帳に掲載しない世帯が増えてくる社会現象が生まれていた。新規に電話を設置するとき、NTTでは電話帳に掲載するか否かを選択できたし、プライバシーの観点からこれを拒否する人も増えていた。全国的平均では8割の人の電話番号が判明したとしても、未判明者は都市部や若者に多いから最初からいびつな標本にアプローチしていたことになる。このような標本は面接調査でも未回収になる標本だから想定された歪みとも言えるが、都市部とそれ以外との差は想像以上に大きかった。仮に電話番号の判明した8割に電話をかけたとして、その回収率は75%前後だったから、母集団からみれば6割の回収率にすぎない。

それでも、電話調査への依存はますます高

まっていく。それは面接法よりも明らかに機動的であったことだ。事前に抽出した標本の電話番号を調べておけば、その日からでも調査はできる。面接法でももちろん可能な方法だが、インタビューアーは電話調査の特性から集中的に管理できるうえに第一集めやすい。面接調査員は全国に散らばって配置しなくてはいけなし、対象者の家に訪問しなければならないから、この工程には雲泥の差がある。工程が簡素化されている分、コストも安い。回収率による偏りが懸念されるものの、スピードアップされたデータとして急速にマスコミで活用されていく。

まずはその特性を活かし緊急的な世論調査に、さらにこれを定例的調査にと活用してきた。面接調査はコストを考えれば毎月は難しいが、電話法ならコストは3分の1から4分の1で済むから毎月調査が成立した。内閣支持率調査などが毎月発表されるようになったのはこの方法に準拠したことが大きい。

また、選挙予測調査では衆院選挙が300選挙区になったことから、これを面接調査でこなすことは調査員の動員の面からもコストを考えると電話法に移行せざるをえない事情があった。当初は懸念された面接法と電話法での回答傾向の違いは大きなものではないことも一気に加速させた。

❖ 名簿法から RDD 法へ

しかし名簿法も長くは続かなかった。やはり回収率の低いこと、母集団の6割の回収率としても都市部や若い人の標本がとれないことの歪みの是正は困難で、しかも電話帳掲載率は年々低下する傾向にあったから、回収率を上げることは不可能であった。

名簿法が毎月の内閣支持率調査のほかに、選挙予測調査にも使われ出したのは1996年

くらいからであるが、衆院は小選挙区制に移行したため、都市部の選挙区では対母集団では3割程度の回収率にしかならないから歪みはさらに大きい。

当時問題とされたのは、名簿法のもつ歪みと選挙予測の結果であった。小選挙区になって民主党は政党再編を経て順調に議席を伸ばしてきた。当時の民主党の地盤は都市部の無党派層が中心だったから、名簿法で欠損する層と合致している。政党が急速に議席を伸ばすときその勢いを予測で当てることは難しいのだが、民主党の場合も同様ですべてのマスコミは民主党の勢いを当てることはできなかった。選挙予測受難の時が続いたが、これらの遠因に名簿法があったことは否めない。

名簿法の欠陥を埋めるために考えられたのがRDD法である。RDD法は電話帳に掲載していない世帯にもアプローチできるのが最大の特徴である。これで都市部、若者にも調査することが可能になった。ここらあたりの経緯は電話調査の先兵であるアメリカでも同様である。当初は電話帳を台帳にスタートするものの、掲載率が低下するにしたがってRDD法が登場してくる。

RDD法はインタビューを電話ですることは名簿法と同じだが、標本抽出の方法はまったく違う。この意味では面接法とはまったく異なる方法になった。電話番号から個人の標本を作る工程は電話局番や局番中の世帯数や事業所数、空き番号率また、電話番号の所在地などがわかってはじめて可能となるが、この頃には全国の電話帳をデータベースにして、そのような細かい分類もでき世帯の無作為抽出が可能になった。

もっとも世帯から個人標本を作る段階ではまだいろんな問題がある。また、世帯と思われる番号標本でも電話に出て世帯と確認でき

ない標本も少なからず存在する。このような「グレーゾーン」の問題は現在でも解消されていない。

さらに、RDD法は現在の日本では標本番号の作り方に標準型があるわけではない。下桁に乱数を発生させることにより非掲載世帯にもアプローチ可能なのであるが、乱数は下2桁もあれば4桁を採用している社もあり、つまり番号データベースは同じでも番号の作り方、運用の仕方はまったく違うから共通に比較はできない。

かつて「RDD法は魔法の杖」と書いたことがあるが、標本の作り方およびその運用に独自性が発揮できていることを言いたいためである。面接法と名簿式電話法は誰がやっても同じ方式で、標準化されているから回収率などで調査の出来不出来を表すことができる。これに比べてRDD法は番号作成の方法や考え方が違うから善し悪しの比較が不可能である。また、番号作成段階などは各社のノウハウになっているから、公表されない。社会科学の一手法と言いながらも教科書もないから誰もまねることはできない。

標本を作る過程はデータベースがあれば名簿から抽出するよりははるかに楽で、日程も人力も短縮できる。面接調査の回収率は調査員の熱心さ（つまりは訪問回数）に左右されるが、電話調査ではインタビューアーが熟練者と初心者でもそれほどの差は生じない。出来高払いではないから挫折して調査を辞退するものも少ない。管理する側からみれば集中管理ができるから、調査中に指示やインタビューアーの誤りを正したり、人員の入れ替えも容易だから一定の水準を保つことが出来る。「メイキング」を心配する必要もない。

一方では、従来のような調査員ネットワークも必要としないから、電話設備が最大の財

産になる。調査の実施が調査専門機関からテレマーケティング会社が変わってきたことはこの方法の副産物であろうか。

5 調査方法の変化が何をもたらしたか

電話法の登場からマスコミの世論調査は飛躍的に回数を増やしてくる。民放などのテレビメディアが内閣支持率調査や選挙情勢調査に参入してくるのもこの頃からである。

✿ 選挙情勢調査にみる調査方法の変化

電話調査に至る過程で選挙情勢調査との関連にふれたが、マスコミが国政選挙のたびに行う情勢調査はこれも莫大な調査量である。1社あたり、参議院選挙では5万標本程度、衆議院選挙では3倍の15万標本にもなる。

表1は1995年から直近までの4社の国政選挙での調査方法の推移を整理したものである。それ以前は全社面接法であるが、95年の参院選から電話（名簿法）が登場してくる。翌年96年衆院選から小選挙区制が採択され

300選挙区を面接法で調査するのは不可能と考えられたからだ。この頃から名簿法の時代が続くが、順次RDD法に移行していく。このあたりは前出の理由によるものだ。

✿ 選挙情勢調査の公表日の変化

電話調査に移行したことで、マスコミ報道がいかに変化してきたかを見てみよう。

表2は同じく情勢調査の公表日（朝刊での各党獲得議席数予測）の推移である。

公表日がどんどん前倒しになっているのがわかりだろう。水曜日が定着していたものの、98年参院選あたりから火曜日が主流になり、03年衆院選では月曜日まで早まった。ここでは幸い各社の足並みは揃ったが、04年参院選で日曜派と月曜派に分かれ、05年衆院選では全社が日曜朝刊で公表した。この段階で10年前からみれば3日間の前倒しになった。日曜朝刊が定着したと思われたが07年参院選では再び混沌、仁義なき速報戦の様相だ。

公表日を早めることは調査実施日を早める

表1 情勢調査、調査方法の変化

	95 参院	96 衆院	98 参院	00 衆院	01 参院	03 衆院	04 参院	05 衆院	07 参院
朝日	名簿	名簿	名簿	名・RDD	RDD	RDD	RDD	RDD	RDD
毎日	面接	名簿	名簿	名簿	RDS・名	RDS	RDS	RDS	RDS
読売	面接	名簿	名簿	名簿	名簿	名簿	RDD	RDD	RDD
共同	名簿	名簿	名簿	名簿	名簿	名簿	RDD	RDD	RDD

注1) 「面接」は調査員による面接聴取法。

注2) 「名簿」は有権者名簿から抽出した個人で電話番号判明者に電話で調査する方法。

注3) 「RDD」はランダムデジットダイアリング法。電話番号の乱数から世帯→個人を抽出。電話で調査をする。「RDS」も同じ。

表2 情勢調査、公表日の変化

	95 参院	96 衆院	98 参院	00 衆院	01 参院	03 衆院	04 参院	05 衆院	07 参院
朝日	水	水	火	火	火	月	日	日	(金)金
毎日	水	水	火	火	火	月	月	日	日
読売	水	水	水	水	火	月	月	日	(木)
共同	水	水	水	水	火	月	日	日	日

注1) 各曜日は投票日の前の週のこと。()内はその前週。

注2) 1996年衆院選から小選挙区制。

ことである。水曜日時代が長く続いたのは調査は土日に実施し、調査票の回収・点検、集計の工程を経て記事化するまでに必要な日数だった。それが日曜日が公表日になることにより、世論調査が長年伝統としてきた在宅率の高い土日に調査するという原則は崩れた。集計などの工程が進化したこともあるが、調査方法が電話法に、そして RDD 法に変わったことが拍車をかけている。

前倒しにはもう 1 つ問題がある。情勢調査は各党議席数の予測が主目的だから、有権者の投票意志が決定していなければ意味はない。予測を当てるためにはできるだけ投票日に近づけて調査したいのに、現実には投票日からますます遠ざかった日程でデータが収集されている。従来の水曜日公表ならば投票日まであと 4 日であったが、日曜公表ならあと 7 日間もあり、流動的要因を増幅させることになった。

07 年参院選で行われた朝日新聞の 2 回の予測はこの矛盾を解消するものとなったが、投票日直前の金曜日という公表日に関しては別な議論がある。

6 マスコミ電話世論調査の課題

順風満帆にみえるマスコミ世論調査だが、課題は山積している。紙数が尽きたので、そのいくつかを指摘してこの稿を終えることにする。

まず、各社の速報戦はどうだろうか。政局が動けばマスコミは競って世論調査の結果を発表するが、これが世論と言えるものか。世論形成には熟成期間が必要と考えられてきたため、従来ならば一定の間隔をもって民意を測ってきたものだ。それが、即座にわずか 2 日間程度の調査でよいのかどうか、世論では

なく単なる反応を測定しているに過ぎないのではないか、という問題だ。

もう 1 つは、調査手法、とりわけ現在では主流である RDD 法が人々の意見や要望を鏡のように映し出し、かつ民意の縮図になっているかどうかである。

さらには、何事も世論次第という、政治や政治家が世論調査結果に翻弄されている現状だ。これはマスコミも同様であり、世論調査頼みの報道姿勢をどう考えるのか、等々。

世論調査にはそもそも、民意を政治システムに反映していくという民主主義的な機能がある。それには民意を科学的な手法で正しく測定しているという大原則が不可欠だ。現状はどうだろうか。時代の変化に余儀なくされている面もあるが、世論調査の意味や役割が序々に変化してきている。ここらあたり大いに議論が必要だ。

資料

・谷口哲一郎、2004、「激変する選挙情勢調査」『市場調査』260: 13-17。

——、2007、「電話調査の台頭」『よろん』101: 17-23。

