

世論調査の直面する課題

内閣総理大臣官房参事官
坂 東 真理子

新情報センターが発足して15年、全国的な面接調査を実施できる数少ない調査機関の1つとして、着実に実績をあげておられることに心からお祝い申し上げます。

ここまで貴センターが成長されたのは現職員各位の御努力の賜物であることはいうまでもありませんが、同時に、故長谷川才次氏 浅野忠允氏等の関係者の方々の御尽力も大きかったことと察し、心から敬意を払うものです。

私達総理府広報室では、年間約20本実施する世論調査の過半を新情報センターに委託しております。その意味から、新情報センターが調査実施機関として、実績をあげ広く社会的な信頼を得ていかれることはとりも直さずわが広報室の実施する調査に対する信頼性が向上することで、私達としても喜びにたえません。

相携えてよい調査を実施していくパートナーとして、より信頼される調査を実施していくためにいかなる問題があるか考えてみたいと思います。まず①調査実施上の問題、そして②調査結果の分析・活用についての2つに分けて検討してみたいと思います。とりわけ調査実施上の各課題は貴センターの業務そのものと深く関わりがあります。私の拙い問題提起が何らかの参考になれば幸いです。

1. 調査実施上の諸問題

(1) 標本抽出上の問題

世論調査は数千の人々を調査して1億2千万人の国民の意見を知らうとするものです。このような標本調査を正確に行うには、その第1歩として標本抽出を正確に行なわねばならないのはいうまでもありません。そのために統計理論に基づいた様々な手法が開発されています。総理府世論調査の層化2段無作為抽出法(国勢調査区を選びそこから個人を抽出する方法)も統計的には十分認知された手法です。ところがそれを実施する上で近年いくつかの問題が生じています。1つは5年毎に行なわれる国勢調査と調査実施時の調査区や住民登録にズレを生じることです。工場跡地が再開発されてマンションにかわったり、地番、区割りの変更されたりする調査区の変化もありますが、それ以上に問題なのは個人レベルの食い違いです。学生や単身赴任者など住民票を動かさず、本人は別の所に住んでいることがあり、人口分布そのものが国勢調査の人口分布とずれることがあります。これは数からいえばもちろん僅少ですが、将来は何らかの補正値を研究しなければならないと思います。

もう1つは抽出作業上の問題です。これは、新情報センターの方々が痛感しておられることでしょうが、個人情報・プライバシーの保護の観点から、市町村の窓口での住民基本台帳の閲覧が制限される方向にあります。本来世論調査は閲覧が認

められている使用目的であり、総理府からの文書が各市町村あてに出されているにもかかわらず、窓口の担当者によっては調査票を確定した後でなければ閲覧させないとか、個々に上司まで決裁をとらなければならないということもあります。

今後、個人情報保護のため、地方公共団体では訪問販売業者等の閲覧禁止等更に強力な規制が行なわれるだろうと予想されますが、これに対応するには各市町村の理解を求める努力を行うとともに、調査実施にあたって時間的余裕をみる必要があります。

抽出上のもう1つの問題はコンピュータ化です。住民票の管理が広域化しアイウエオ順に整理されている市町村では、国勢調査区に基づく抽出そのものが困難となっています。現在広域化はまだ一部にとどまっていますが、将来どう対応すべきか、今から心にとめて検討しなければならない重要課題です。

もう一段とコンピュータ化が進めば全国の市町村からオンラインで直接抽出することも可能になるかもしれませんが、それはまだまだ先のことでしょうから、その間調査員の方達の負担は大きいと思われる。

(2) 回収率

次は回収率の問題です。

残念ながら現在総理府の行っている世論調査にも8割を下回る回収率のものが多くなっています。これは総理府調査だけの問題ではなく、表1のとおり他の調査でも更に深刻となっています。

この背景には社会環境の変化があります。雇用者が就業者の3分の2以上を占め、都市部で人口移動が高く、単身者が増加し、女性も家庭外で働らき、あるいは生涯学習に励むようになると在宅率が低下し、平日の日に対象者とあえる率はほとんど減少していることが大きな理由です。その

ため新情報センターの調査員の方達も日曜や夜間の訪問、電話での予約を行ってからの訪問などの工夫をしておられることと思いますが、それでもなかなか面接できないのが実情です。

面接調査は調査方法として一番優れたものだとされていますが、今後とも調査環境の悪化が続くとみられます。いつまでも面接調査を唯一絶対のものと思わず、郵送法、留置法、電話調査法等他の手法の開発や精度アップのための研究を続ける必要があります。

また性・年齢別にみると男性20代、職業別では管理・専門技術職など殆どどの調査でも回収率の低いグループがあります。それによって全体の結果が影響を受けるので、はじめから標本数を多く割り当てるとか、ウェイトをかけて補正を行うということも考えなければならないかもしれません。

回収率を下げているのは、住民票の未移動、一時不在だけではありません。調査拒否も無視できません。

アンケートに姿を借りた訪問販売や、類似の調査が多いことによる拒否反応、職業、趣味、家事などで予定がまっている人が多いことなど、拒否の理由も多様化し増加しています。それと同時に今後検討すべきは、調査主体名を従来どおり秘匿し続けていくかどうかという点です。総理府が委託している調査は総て新情報センターの名で行なわれています。政府が実施している調査ということが明らかになると、回答にバイアスがかかるという理由で名前を出さないでやってきているわけですが、これだけ民間で数多くの調査が行なわれていると、総理府が行っていると明らかにした方がかえって協力を得やすいという点もあります。もちろん、調査の主体を明らかにすることが回答の内容と回答率にどれだけ影響するか事前に研究することが必要ですし、とりわけ時系列調査の場

合は慎重に行なわねばなりません。しかし私は個人的には1人1人の市民の意見をきく際には、主体を明らかにする方がフェアではないかと感じて

います。また総理府の調査と表明しても、非政治的テーマならそれほど回答の内容はゆがまないのではないかと予想しています。

表1. 回収率

対象者の抽出方法別・調査方法別に集計したもの

対象者の抽出方法	調査方法	回収率										不明	計
		0~19%	20~29%	30~39%	40~49%	50~59%	60~69%	70~79%	80~89%	90~99%	100%		
無作為抽出	(小計)	(6)	(14)	(28)	(62)	(65)	(88)	(188)	(162)	(73)	(11)	(29)	(726)
	個別面接聴取	1	—	—	—	3	7	122	72	13	1	9	228
	郵送	4	13	24	56	59	62	37	10	6	—	—	271
	個別記入	1	1	4	3	3	19	26	70	49	10	13	199
	電話	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	6
	集団記入	—	—	—	—	—	—	1	1	2	—	—	4
2つ(以上)併用したもの	—	—	—	3	—	—	2	9	3	—	1	18	
全数	(小計)	(4)	(3)	(1)	(8)	(4)	(6)	(12)	(14)	(16)	(5)	(3)	(76)
	個別面接聴取	—	—	—	—	—	1	—	2	1	—	—	4
	郵送	2	2	—	4	1	3	1	2	—	1	—	16
	個別記入	2	1	1	4	2	2	11	9	13	3	3	51
	集団記入	—	—	—	—	—	—	—	1	1	1	—	3
	2つ(以上)併用したもの	—	—	—	—	1	—	—	—	1	—	—	2

全国世論調査の現状(昭和60年)

(3) 調査員との関係

抽出と回収率が実施上の最大の課題ですが、このほか、調査員の確保・資質の向上も重要です。

新情報センターでもこの点ではいろいろな工夫をしていらっしゃることでしょうが、調査の質を現実に左右するのは調査員です。いかに優秀な調査員を確保するか大いに知恵を絞って頂きたいと思います。

従来調査員の供給源だった学生と主婦は、ほかに多くのアルバイトやパートの就業機会が増加してきており、環境は悪化しているようにみえます。しかし、これは同時に適性のない人は参入してこないという効果もありますから、一概に悪いとはいえません。更に高齢化社会を反映して、高齢者

も調査員として参入してきているので供給面での不安は少いでしょう。それより調査員となった人が気持ちよく仕事ができるような環境整備が必要です。たとえば、事前抽出あるいは対象者とのトラブルの際のサポートをしっかりと行う、新情報センター職員と調査員の信頼関係を増す、8割以上の回収者や長期勤続者に何らかの報酬・記念品を贈る、調査結果の報道記事・引用記事を調査員にもゆきわたるようにして達成感を味わえるようにするなどのきめ細かい対応が望まれます。

私達も調査員の方々が調査しやすいように、昭和61年から調査回答者に対する謝礼品を出すこととしましたが、何より大事なのは、よい調査、有意義な調査を企画し、調査員の方々が「社会的

に意味のある仕事をしている」と誇りの持てるようにしていくことだと考えています。

また、センターが各方面から信頼され、数多くの調査を委託されるようになることが、調査員の確保と資質向上の両面から重要なのではないかと思われます。

(4) その他

世論調査は現在非常に隆盛を誇っています。新聞・雑誌にはしばしば調査結果が紹介されます。調査の主体は、政府機関、地方公共団体、新聞社、銀行など様々であり、わが方でまとめている全国世論調査の現況(世論調査年鑑)によれば表2のとおりとなっています。このほかにも調査対象者が500人以下のもの、不特定多数の者に無秩序に調査票を配布しているもの、視聴率調査やマー

ケティング調査まで含めれば、おそらくこの数倍の調査が実施されていることでしょう。

社会全体が国民の世論に関心を持ち、その結果多くの調査が行なわれること自体は決して悪いことではありませんが、私達の立場からいえば市場の独占性が低下したということです。政府しか世論調査がやれなかった時期と異なり、なぜ政府が、総理府が調査しなければならないかとの問いに対する答えを考えておかねばなりません。また数多い調査は調査全般に対する警戒心を生じたり、興味の低下等も招いています。今でも地方の山村等では、調査に訪れた調査員を歓待してくれることもあるようですが、都会地ではまずそのようなことはないのも、稀少性が薄れつつあるからでしょう。また調査結果に対する信頼と興味も低下して

表2. 世論調査実施状況

照会対象機関	世論調査実施数							累計	自主企画調査		他から委託を受けた調査
	1回	2回	3~5回	6~10回	11回以上	その他	実施も自分の所で		実施は他へ委託		
政府機関・政府関係機関	14	5	1	—	1	2	232	47	14	33	—
都道府県・同教委・同選管等	10	4	19	7	3	—	43	185	92	93	—
市・同教委・同選管等	215	43	22	2	—	—	282	394	229	165	—
大学	10	6	2	—	—	—	18	31	29	1	1
新聞・通・信・社	5	2	3	3	3	—	16	99	49	50	—
放送局	4	5	—	—	1	—	10	32	11	21	—
一般企業	6	5	3	2	1	2	19	56	19	35	2
各種団体	12	3	2	1	—	3	21	34	19	14	1
専門調査機関・広告業	12	1	1	—	—	6	20	20	14	3	3
計	288	74	53	15	9	13	452	898	476	415	7

- (注) (ア) 同一調査が企画した機関(調査主体)と委託を受けた機関(調査実施機関)と両方から重複して報告された場合は、前者に含めた。
 (イ) 「世論調査実施数」の「その他」は、調査主体から委託を受けた機関(調査実施機関)から報告のみのも、報告書未完のもの。なお、警察庁から報告のあった県警本部の調査は該当県に含めた。
 (ウ) 集計・分析など一部を他へ委託したものが23あるが、「実施も自分の所で」に含めた。
 (エ) 「他から委託を受けた調査」は企画した機関(調査主体)からの報告がなく、委託を受けた機関(調査実施機関)からのみ報告があったもの。

います。数多くの調査が実施発表されるので、たとえ厳密な手法で行われた問題意識の鋭い画期的な調査でも、目利きがいなければ活用されずに終わってしまいます。

この協力度の低下は実施上の2大課題、標本抽出の困難さと、回収率の低下にも影響していますが、この数多い調査の中でいかに有意義な調査を行っていくか改めて考えなければなりません。

2. 調査の分析・活用について

調査実施上の問題だけでなく、結果の活用についてもいくつかの問題があります。

集計は近年コンピュータ化がすすみ、スムーズに速く行なわれるようになってきました。パソコンのハード、ソフトとも進歩が著しいので、そのうち内部でも集計が可能になるのではないかと予想しています。その際には現行のように単なるクロス集計だけでなく多変量分析の様々な手法も応用できることを期待しています。

学者や民間の研究所の調査では、予算上の制約からか調査対象数は少なく、それをいろいろ加工し、分析して活用しています。総理府の場合、対象数は最低3,000人、テーマによっては5,000人、10,000人を対象として調査を実施しているにもかかわらず、十分な分析が行なわれているとはいえません。

とりわけ近年のように人々を単なる年齢・職業別のグループで色わけできない個性化・多様化の時代においては、よりきめ細かな分析を行うことが求められています。これは新情報センターだけの課題というより、総理府あるいは関係省庁の課題ですが、センターの方もそうした問題意識をもってもらいたいと思います。

結果の分析発表についても問題があります。

調査担当者は各々調査を実施するまでには、そ

の問題に関するエキスパートにならねばならないと努力しています。ところが調査結果の分析にはそれまでの蓄積が十分生かされているとはいえません。問題の背景についての情報収集、問題点の把握について研究した成果をもち込んだ調査分析、報告をわかりやすく表現できないと、せっかくの調査も一般の人、研究者、実務者に利用してもらうことができなくなります。そうはいっても、報告書の発表までにはある程度のスピードが必要であり、深い分析をするだけの時間が不足しがちです。報告書は現在のスタイルでやむを得ないかもしれませんが、できれば第一次の報告書だけで終らず、その数字から何がよみとれるか、今後の動向はどうかといった二次的な分析をすると面白いと思います。単一の調査についてだけ行うのではなく、何本もの調査結果を総合し分析すれば更に興味深い結果がでてくるでしょう。私は、過去の各ポストで、調査のユーザーとしていろいろな調査結果を加工し、分析する仕事に携ってきた経験から考えて、結果の活用に対するビジョンがなければ、よい調査の企画、設計はできないのではないかと考えています。その意味から、新情報センターも単なる調査機関にとどまらず、シンクタンクとしての能力をもつことも将来の夢として考えられてはどうでしょうか。分析にあたっては外部の人材の協力を得る方法もあり得ると思います。調査実施機関としての足腰はあるのですから、それに頭脳がプラスされればすばらしいと思います。

結 び

思い浮かぶままに多くの事柄についてコメントしてしまいましたが、これもひとえに新情報センターの一層の御発展を期待するからです。

よりよい調査を行っていくために今後とも皆様方と相携えて努力して参りたいと思っております。