

# 世論調査雑感

静岡県生活環境部広報課

高橋 徹

## 1. 昭和53年度県政世論調査のとりくみ

世論調査は、住民の世論を把握する方法としてかなり評価が高いとみえ多くの地方自治体が実施している。本県でも、今年で第17回目の県政世論調査を行った。もっとも、世論調査事業も石油ショック後の財政危機からは逃れるすべもなく、2年ほど中断したので、本年は昨年からの新シリーズの第2打席目といった方が当たっているかもしれない。

中断するまでの世論調査のテーマは、本県では各部持回りで、去年は教育、今年は福祉といった方式をとっていた。新シリーズでは、県政全般をふまえた目玉となるべきテーマと重要事業の個別テーマの2本立てとなった。

本年度の世論調査の取り組みは、まずこの目玉となるべきテーマの選択から始まった。広報課内部で検討を加え、最終的には「新しい県づくりについての県民意識」を取りあげることになった。

静岡県の県政目標は「安全で活力ある福祉社会の建設」であり、この目標となる“新しい県づくり”は、県民みんなの連帯と参加から盛りあがる“まちづくりむらづくり”が基本となっている。テーマとなった「新しい県づくりについての県民意識」へのアプローチは、「新しい県づくり」が「地方主義」に基づいた「地域づくり」が中心であることを考えれば、県民の「地方主義」の意識と「地域づくり」への熱意を探り両者の関係を総合的に把握することにより可能である。

しかし、「地方主義」の概念は、あまりに広範囲にわたるので、ここではその中核にあると思われる「地方自治意識」を探るため次のような設問を取りあげた。

- (1) 県政への関心がどの程度か
- (2) 地方自治体の役割をどのように受け取っているか
- (3) 地方自治体として、県がその役割をはたしていると評価するか
- (4) 納税者として自治体への権利義務の意識を持っているか

又、「地域づくり」への熱意を探るためには次のような設問を取りあげた。

- (1) 地域への愛着がどの程度強いのか
- (2) 地域の問題についてどの程度意識しているか
- (3) 地域づくりについて自分の問題として意識しているか

(4) 地域づくりの実行力(意欲)はどの程度あるのか

これらの設問を整理すれば「地方自治意識」と「地域づくりの熱意」の強弱により4つのタイプに分類することができる。

理想的タイプとしては、「地方自治意識」も強く、「地域づくり」も熱心なタイプが考えられ、これを「県づくり参加タイプ」と名づけた。

次に、「地方自治意識」は強いが、「地域づくり」にはあまり熱意のないタイプが考えられ、これを「頭でっかちタイプ」と名づけた。

三番目に、「地方自治意識」は弱いけれど「地域づくり」には熱心なタイプが考えられ、これを「おらがまちタイプ」と名づけた。

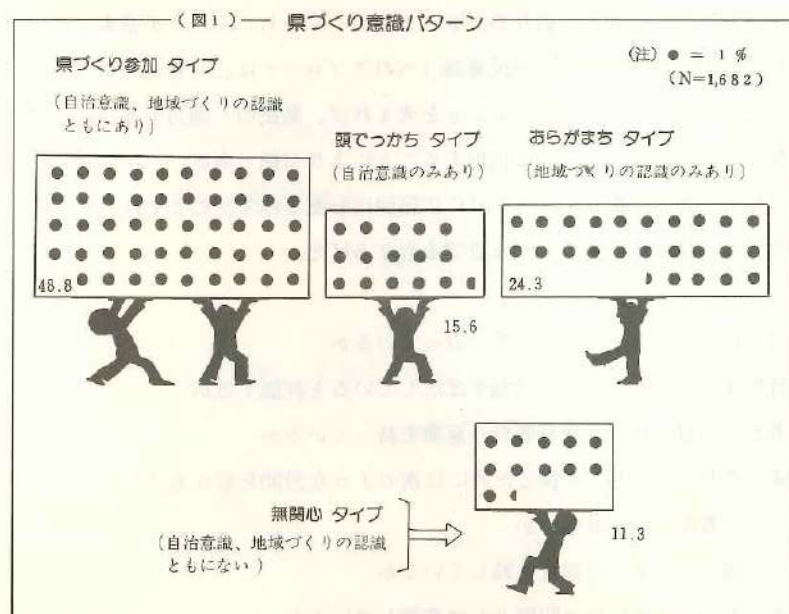
最後に、「地方自治意識」も弱く、「地域づくり」にも熱意のないものを「無関心タイプ」と名づけた。

目玉となった「新しい県づくりについての県民意識」の外に、県政重要施策の中から、「生涯教育」、「地震対策」、「消費者保護」等、7つのテーマを取りあげた。

## 2. 調査結果

フィールドワークは、新情報センターの協力の下に満20歳以上の県民2,000人を対象として8月下旬に行われ、回収率は84.1%であった。

その結果、「新しい県づくりについての県民意識」の4つのタイプは、それぞれ次のような割合となった。(図1)

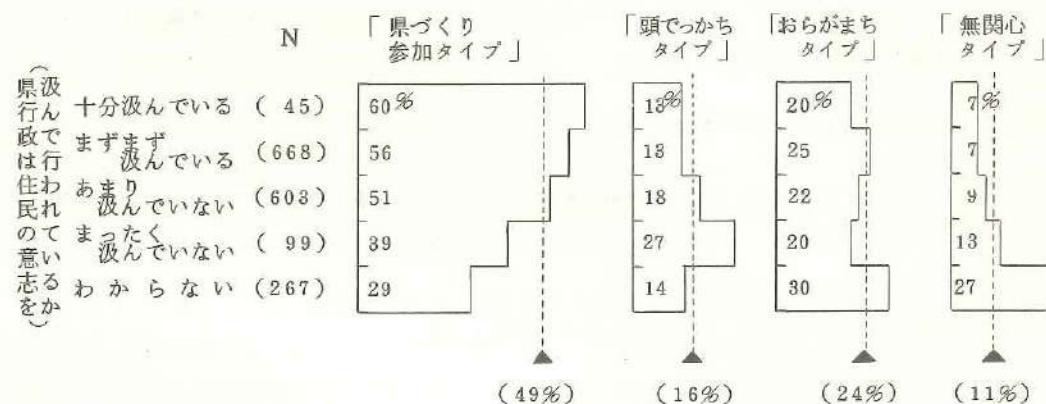


この数字から、県民の間に自らの手で地域づくりをしようとする意識がかなり盛りあがっていると思われる。

「県づくり参加タイプ」は、40代50代の男性と世帯収入が400万円以上の層に多く、一方「無関心タイプ」は、70才以上の女性と世帯収入100万円以下の層に多く見られた。

又、この「県づくり参加タイプ」の人は、県の行政が住民の意思を汲んでいることを認めており、県政が地方自治の機能を果たしていることをとくに評価しているのが注目される。(図2)

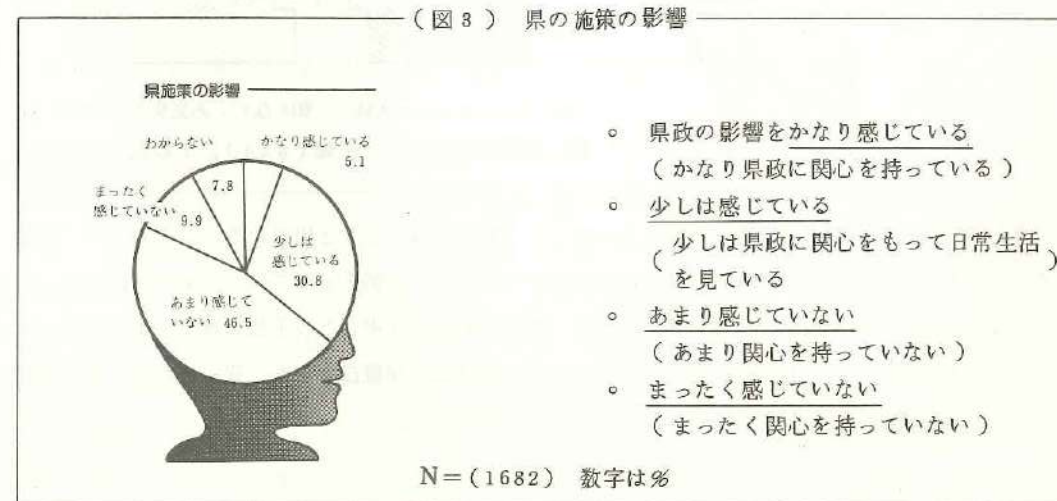
(図2) 県づくり意識パターン(地方自治機能評価別)



「新しい県づくり」意識以外で興味のある結果の出たものを2例ほどあげてみよう。

### (1) 県政への関心と広報

県政への関心は、県の施策の影響をどの程度感じているかという形で問うてみた。その結果は、他機関の調査とあまり変りばえのしない数字であるが、次のようなものである。(図3)





これを県広報紙の評価とクロスさせてみた。その結果、県広報を評価している人ほど県政への関心を示し、県広報を見たことがない、役立っていないとする人は、県政に関心を示していないという数字となった。

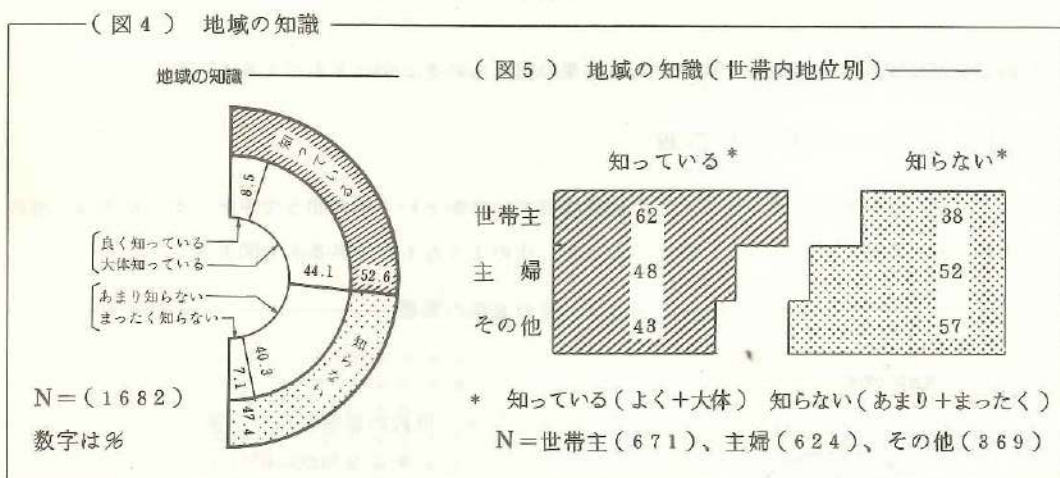
これはある程度納得できる結果であるが、県広報を担当している我々としては放置できない問題をはらんでいる。つまり、県政への関心のうすさは、ある程度広報努力に責任があるということである。

昭和54年度の広報事業は大巾に充実されたが、この世論調査の結果が広報事業の見直しの際、大きな役割をはたしている。もちろん、それは地方自治への関心を育てることが「新しい県づくり」への第一歩であるという認識によるものである。その意味で広報課ばかりでなく、54年度から新設された地域振興センターの活動を通じて「県民の日常生活は県政と結びついている」という意識を育てていくことが今後の重要な課題として残されている。

### (2) 地域の問題は世帯主まかせ

「地域づくり」ということは、地域の問題を解決していくという事である。地域づくりは、地域の問題を認識することから始まるといってもいいだろう。さて、地域の問題を知っているかという設問については図4のような結果となった。

これを世帯内地位別にみると、(図5)のような結果となる。



すなわち、地域の問題については世帯主まかせという傾向がはっきりと出ている。このことは、世論調査をする場合、調査方法によっては大きな誤差が出やすいという例を示している。個別面接法は、正確な世論の把握ができる反面、大変費用がかかる。世論調査を行う場合どの手法を採用するかはテーマによっても左右されるが、世帯主の意見を反映しやすい郵送法や留置法よりも、費用の許すかぎり個別面接法で行う必要性が十分に大きい事を示した例といえるだろう。

## 3. 世論調査を終えて

昭和53年度県政世論調査の報告書は12月初旬に完成し、知事、議員をはじめ県庁各機関に報告した。ここで世論調査を担当している間に感じた問題について少し述べてみたい。

### (1) 「世論」のない世論調査

世論調査というからには県民の間に形成されている「世論」を探るものでなければ体をなさない。しかし、我々の行う世論調査では「世論」を形成しているテーマはほとんどないのが現状である。「地方自治団体レベルの世論調査は意識調査というべきである。」と言う先生もいらっしゃるようだ。確かにそのとおりであり、各方面の調査の中には心理テストまがいのものまで散見される。しかし、世論調査と言った方が県職員の間では通りが良く協力が得やすい。各部から提出されるテーマの中にはとても世論調査として取りあげられぬものもでてくる。そのたびごとに世論調査でできること、できないこと、利用のしかたなどを説明しなければならない。担当者としては少しでもわかりやすい表現を使い、多少の概念のずれには目をつぶることとしている。

ところで、各部からの強い要請があれば、県民になじみのうすいテーマでも取りあげざるを得ない。この場合、誘導質問にならぬように、又具体例でイメージを定めようと設問にいろいろ工夫をこらすのだが、どうしても説明過多になりがちである。こうした「世論」のないテーマについては練りに練ったつもりでも結果は良いものがでない。

52年度の例をあげると、中小企業育成のため県の融資は必要か、という質問がある。この質問に答えるためには、県の制度融資の実態、中小企業の経営実態、その他県の施策の方向などを理解する必要がある。結果も「わからない」が28%と高率なものになってしまい、回答としての信頼を失わせてしまった。なじみのないテーマについての設問の工夫の重要性を痛感したしだいである。

### (2) 仮定の問題

本県では東海地震説が発表されて以来、地震に関する世論調査をかなりとりあげてきたが、ここで問題となるのは仮定の問題である。

「仮定の質問には答えられません。」というとなにやら言い逃れのようなうさん臭さを感じさせられるが、責任を負うべき人がこうした発言をする場合将来の責任を避けたいという意味があるのだろう。しかし、世論調査は、回答者に何の責任も追究すべきものではないのでその時の気分で回答をもらっている。「もし……だとしたらどうするか」という質問は、質問をする側としても具体的にイメージを定めるににくい。回答者にとってはなおさらである。従って設問は、なるべく具体的にいろいろな場合を想定して決定するのだが、やはり人間の想像力には限界がある。

52年度の例であるが、「もし地震予報が出されたらどうするか」という質問でいくつかの回答肢を用意しておいた。結果は優等生的回答が多く、これなら地震予報を出しても大きな混乱はあるまいと感ぜさせるものであった。しかし、その直後の伊豆大島近海地震の際、余震情報により大きな混乱を生じ



たことはご承知のとおりである。これは、この問題についての想像力の不足、又設問技術の未熟さを露呈したものである。同時に仮定の設問には、どんなに多くの想像力を結集しても追いつかない部分があり、調査結果を過信してはならぬという事を示すものでもあった。「仮定の質問には答えられない」という言葉にも一定の重みのあることを感じた次第である。

### (3) ジレンマを持たせる問題

人間は欲望によって生きている、という「何をベカナ」とおっしゃるむきもいると思う。しかし、できることなら快適な生活を家族と分かちあいたい、というのが日本人大部分の考えではないだろうか。

行政の場でも財政事情などから全ての要望を満たすわけにはいかず二者択一の政策決定をせまられる場合も多い。そこで世論調査で民意を問う、ということになるのだが、「大砲かバターか」とせまられると大砲もバターも欲しいというのが人間であるのでここでジレンマの極みとなってしまう。

結論からいうと、こうした質問は避けるべきであろう。政治家や役人としては、県民がジレンマに陥ることがわかっているならば、その間に妥協できる現実案を提起していくべきである。こうした問題について世論調査を行ったとしても、その数字は参考資料に止めるべきで「県民投票」として多数決の材料にしてはなるまい。

## 4. お わ り に

世論調査の解析は、経験のある方ならばおわかりになると思うが、解析者の主観に大きく左右される。いわば我田引水で、本年度の調査の解析も自分に都合のよいようにねじまげている、とご批判をいただくかもしれない。確かにそのような部分もないわけではないが、自分としては、この調査も今後の世論調査技術発展のひとつの埋草くらいにはなるだろうと自らをなぐさめている。

世論調査を担当してまだ2年の軽輩であるが、生来一言多い性格をおさえることができず、口はばったい事を長々と書いてしまった。文中のひとりよがりやいたらぬ点をご叱正いただければ幸いである。