

「全国世論調査の現況」をみて

新情報センター 会長 浅野 忠 允

内閣総理大臣官房広報室で毎年編集発行されている「全国世論調査の現況」49年版をみると、48年度中に全国で行なわれた世論調査は671件にのぼっている。終戦直後、昭和20年11月に、情報局に世論調査課が出来て奉職した当時を考えると、夢のような盛況ぶりである。昭和20年後半であろうか、地方でも世論調査が次第にとりあげられ、講習会もしばしば開かれた。面接法と郵送法、記入法の違い、質問のつくり方、調査対象の抽出、集計結果のまとめ方など、一応話し終った後、質問となると、「輿論と世論とは、どちらが正しいのか」とか、「ヨロンとセロンと、読み方はどちらがよいのか」「イチバ調査というのは、どういう調査なのか」といったものが多かった。細かい方法などを述べたつもり講師としては、いささかがっかりしたものである。当初は輿論の字を使い、当用漢字が行われて世論とするようになったのであり、「イチバ調査」とは、今日ではまず間違いのない「市場調査」のことであるが、当時の世論調査に対する関心、知識程度とくらべると、現在は隔世の観があるであろう。調査実施面でも、総理府という役所の関係もあったであろうが、しばしば警察官とか税務署員の取調べと間違われて閉口したものである。売春が論議されていた頃、千葉のある町に面接調査に出かけた。1～2軒の調査を終えて、次の対象者の若い女性を訪ねあて、調査の主旨を話したとたん、もじもじしはじめたと思うと、それまで襖越しに気をもんでいたであろう、母親が飛び出してきて、

「悪い悪いと思いながら、生活に困ってつい…」と娘ともども平伏叩頭された時には、こちらもとまどった思い出がある。なんといっても、対象者となる一般の人々が自分の意思をはっきり云うという習慣が当時は全くなかったといってもいいのではなかろうか。調査に乗ってもらうにも苦労があったし、乗ってもらってからも本心をいってもらうのに時間がかかった。現在では、その面も全く変わって来ている。いまではむしろ意思はあるが、意見を述べる義務はないと、とかくプライバシー侵害から拒否されるのを、どう断わられずに調査に乗ってもらうかに重点が移ってきたようで、「世論調査」といえば、漠然とではあってもまずその主旨はわかってもらえるようになって来ている。当初と比べると、世論調査に対する関心・理解度は、調査を企画実施する側にも調査対象となる一般の人々にも、格段の進歩があることは間違いない。

よすぎる回収率への疑問

こうした感慨をもとに、前述の「全国世論調査の現況」49年版、48年版をみると、なお気にかかる点が若干目につく。差障りのある点もあろうが、世論調査をよくするという老婆心からのものと御寛恕願いたい。第1点は、回収率があまりによすぎる調査があることである。A県の調査は20歳以上の一般を対象とする2,500人で、抽出法は無作為、個別面接法で、回収率が96%、

B県の60歳以上の老人を対象とする調査では、同じく無作為抽出法、個別面接法で、回収率が97%、C県のある地域の農家世帯主を対象とした3,000を若干越す調査で、記入法であるが回収率が100%など、その他、100%に近い回収率の調査がある。もっとも、小学生や中学生の父兄を対象とする調査で、学校を通じて配布・回収する調査では、100%に近い回収率のものがある。それはそれで、先生方の管理のよさ、学童生徒への指示の徹底などを示すものとして結構なことである。しかし無作為抽出法で個別面接法が厳格に守られたとすれば、回収率100%近いという数字は、調査常識から信じられない数字である。せいぜいよくても90%を若干越す程度が最高であろう。憶測をたくましくすると、個別面接か無作為抽出のいずれかか両者が、実は守られていないためではなかろうか。個別面接といっても、実は抽出された対象者個人でなくともたまたま在宅していたものでもよかったり抽出の際、1地点10名抽出すべきところ、2~3名の予備対象を抽出しておき、正規対象が調査出来なかったときの代替とするなどの方法がとられたのではないかなどとかんぐられる。調査機関としては、1票でも多くの調査票の回収に苦心する。1票でも回収が多くなれば、それだけ調査の精度は高まる。しかし、それはあくまで定められた方法を厳しく守っての上のことではなければならない。100%に近い回収率の調査は、逆にそのためにサンプルが崩れているという危険性が秘められている。こうしたことが全くの憶測であれば幸であるが、もし多少とも事実であるとすれば、調査の厳密性から困ったことである。調査全体の精度自体がそれだけ落ちる結果になるからである。無作為に抽出された個人に面接する調査員の労苦は大きい。余暇利用の盛んになった昨今では、特

にそうである。調査対象者の在宅時間を考慮した上での面接で、1回目の面接で調査出来るのは、せいぜい60%、6割5分いけばよい方であろう。あとは数回足を運ばねばならない。調査員の苦勞に対しては、それに応じた報酬は支払われねばならず、それに伴う交通費なども当然かさむ。そうした手順をふんだ上での回収率でなければならない。安易に、無作為抽出法とか、面接法とか表示していいという傾向があっては、大変である。表示した以上、それに正しく従ったものでなければいけないのは、近頃やかましい商品の品質表示にとどまらない。調査にあっても全く同じである。

記入型式の調査を 面接法としている疑い

第2に気がかりな点は、面接法とありながら、質問をみると、そうはとれないものがあることである。個別面接法としてある調査の質問に、「……に、いくつでも○印をつけて下さい」とか、「そのうち一番……のものに◎をつけて下さい」というのが出てくる。調査員への指示事項とは思えず、質問形式からは明らかに記入法である。このような質問が1~2問ある調査は、面接法とありながらも、果して調査全体が面接法なのかどうか疑問である。この憶測が正しければ、第1の点と同じく表示の詐称といえようか。記入法と面接法の得失は、あらためてここで述べるスペースもないが、調査方法としては、別の方法であり、一般的にいえば、記入法より面接法がよいことは申すまでもない。従って、誤まりではなく、詐称ということになる。

明示されぬ「回答票」の使用

第3に、「回答票」の使用が明示されていない

質問が少なくないことである。回答票の使用が最近増えている傾向があるのではないかについては別に述べた(月刊世論調査)ので略すが、「現況」49年版をみると、次の通りである。49年版は135の世論調査の結果が収録されている。調査の全質問をのせているのではなく、一部が抄録されているものも多いが、それはともかくとして、135のうち、29は記入法あるいは面接法記入法併用などでここでは問題外である。面接調査であって始めて回答票の問題が出てくる。106の面接調査では、72の調査には、回答票を対象者にみせた質問には〔回答票〕として提示したことが明記されているが、34の調査には、その記載がない。106のうち、34であるから、丁度3分の1の調査に回答票使用の有無が明示されておらず、意外に多い。さきに触れたように、面接法とあるが実は記入法ではなかったかと思われるものがあり、記入法ならば回答票とは関係ないから寧ろその明示がないのが当然というものもある。回答票を使った場合と使わない場合の結果の違いについては、現在適当な資料が手許にないが、違いがある可能性が大きいことは明白といえよう。調査を実施した当事者には、回答票を使ったか否かはあえて説明を要しない明白なことであっても第3者からは意外に判定が付き難い。実は、回答票を使った場合、そこに示された事項の排列の順序は結果に影響がある。従って、影響があると予想される場合には、排列の順序を変えた回答票を何種類かつくり、ある対象者にはAの回答票を、次の対象者には、排列を変えたBの回答票を示すといった配慮が必要な場合もある。一方、結果を表示する場合には、結果をみる人の便を考慮して比率の高い順に並べかえる場合は当然少なくないし結果をみる人からいえば、その措置は正しい。しかし、回答票を使ったかどうかは明示されず、ま

たその排列も実施の際には違ふとなると、問題である。仮りにそうした調査結果と同種の他の結果と比較して相違があった場合、その相違が調査のやり方——この場合、回答票を使ったかどうか回答票を使った場合、その排列は違っていないかどうかなど——によるのか否かの検討が出来ず、結果そのものの比較が不可能な場合も出て来よう。回答票使用の際の表示は、調査結果表示の際の必要最少限度の条件の1つという考え方がまだゆきわたっていないようにみえる。一面、そのことは、回答票をいくらつかってもいいという考えにも通じているかにおもえる。15枚、20枚を越す回答票の使用は、調査員の負担を著しく重くし、殊にその調査自体への心理的負担から回収率そのものを低くする心配もあり、調査に協力願う対象者にも負担を強いることになりかねない。回答票は、それ自体よい面をもっている。回答票を使うなどいうのではなく、必要な面に有効に付き、つかった場合はその使用を結果に明示し、要すれば回答票自体を結果報告に添付することがのぞましい。

MT計を100%とする問題

第4は、さきの3点とやや異なり、結果表示の問題のうち、特に百分比の出し方である。通常、M.A.として、2つ以上の回答を認める質問の結果表示である。例をあげてみよう。D市とE市のもので、ともに対象は20歳以上の一般男女であるが、D市のは個別面接法、E市のは面接・記入法併用で、対象数はともに1,000より若干少ない。

(D市) (回答票)もし生活問題や環境問題
が起こった場合、あなたはまずどこに相談しま
すか。2つ以内でお答えください。(M.A.)

隣近所の人	18.7% (281%)
町内会・自治会の役員	2.8 (35.6)
団体やサークルの人	1.9 (2.8)
議員	6.0 (9.0)
市役所	36.2 (54.4)
都庁	2.8 (4.2)
よほどのことがないか ぎり黙っている	8.6 (12.9)
その他	2.8 (3.4)
計 (N=.....)	100.0 (150.4)

〔E市〕 今回の選挙では、市の選挙管理委員会によって、いろいろな方法で投票参加の呼びかけが行なわれましたが、次のなかで、あなたが見聞きされたものを2つおっしゃってください。(M.A.)

市の広報紙	24.2% (45.4%)
新聞広告	10.9 (20.4)
ビラ・チラシ・ポスター	25.3 (47.5)
アドバルーン	0.2 (0.4)
立看板・たれ幕・のぼり	9.1 (17.1)
テレビ・ラジオ	7.1 (13.4)
広報車(宣伝カー)	1.9 (3.6)
宣伝飛行	0.7 (1.4)
マッチ・風船・ティッシュ シュペーパーの配布	0.8 (0.5)
見聞きしなかった	2.9 (5.4)
計 (N=.....)	100.0 (188.0)

通常、M.T.と略称しているが、複数回答のべ計を100として、百分比が出されている。例としてあげさせていただいたのは、回答者数もM.T.の実数も明示されているからで、決してこれにとどまらない。回答者数とM.T.の実数があれば、回答者100人中何人が該当する項目を答えているかを計算出来るので、その数値を右側にカッコで入れた。回答が1つの他の結果は、すべて

回答者数を100としている点からみると、これらの結果だけはその基準が違うということになる。M.T.を100とすれば、グラフなどに作る場合は容易であろうし、また市に対する要望などの場合、市の予算配分の一つの資料とするための目安とするときなど、好都合かもしれない。しかし、他の調査結果と比較する場合——時系列を含めて——少なくとも計算しなおす必要が出てこよう。また、例えば性別で男と女の比較をする場合、上記の質問で女が男に比べて「見聞きしなかった」ものが著しく多く、女は回答しても1つだけで男は2つ回答したものが多かったという傾向があったとすれば、M.T.の実数の計は女は少なくて女の回答者数そのものに近く、男は多くて男の回答者数の2倍に近くなるということになる。そのM.T.を100として男女の百分比を出すと、ある項目を見聞きしたものは、実際には男が女より著しく多いにも拘らず、M.T.を100とする百分比はその逆になりかねない。厳重な比較は不可能となる。通常の場合は、M.A.の質問結果も回答者数を100とした百分比がのぞましい。もっともあらゆる場合にそうだとはいえない。国民生活センター実施の「国民生活動向調査」で、「ここ1年間にお家で購入した商品によって経済的または身体的な被害を受けたことがありますか」の質問の「不満をもったり、被害を受けたことがある」と回答した人に次の補助質問をしている。「それはどのような商品ですか(M.A.)」である。「電気器具」など12項目の回答について、そのべ計を100として結果が出ている。更につづけて、品目それぞれにつき、「その苦情はどこに持ち込みましたか」「その苦情はあなたの納得のいくように処理されましたか」の補助質問がつづく。この場合、どちらかといえば、商品の品目に重点があり、どういう品目に不満や被害を受けた

ことがあるものが多いかが問題であるので、その表示は妥当であろう。だが、この場合も、品目のみでなく回答者からの比率が併記されている方が理解しやすい。

プライバシーと調査員

最後に、面接調査の調査員の問題に若干触れた。県や市自体で調査を行なわれる場合、調査員にどのような人を使うかの問題である。調査地点内あるいは近隣の狭い地域社会内の調査員は次第に使えなくなってくるのではない。地理的にくわしく、対象者の家や個人を探すには適している。次第にプライバシーの問題がやかましくなるとともに、適当ではなくなっているようであ

る。これは、世論調査に限ることではないが、個人の意見、それに伴う個人的な事項を含めざるを得ない世論調査では、一層その虞が強いといえそうである。顔を知った人には、個人的な意見や事項はいいにくいし、また一面機密も守りにくい点もある。調査で知り得た事項を調査結果以外に一切使わないという原則を守り得る調査員を使わねばならない。

以上、「全国世論調査の現況」をみる機会を得て、思いつくままに筆を運んだが、世論調査の当初から考えると夢のような盛況のなかにも、一層正しい世論調査、そして正しい結果を有効な利用を希念して若干を述べた次第で、筆の及ばぬ点があれば御寛恕願いたいことを再度申し添えたい。