



世論調査

民主主義社会においては「世論調査」の価値はかなり高い。

「社会大衆に共通な意見」(広辞苑)を表す「世論」は、常に政治の在り様を左右し、政治もまた、「内閣・政党の支持率」に神経を遣い、「消費税率アップなどの税制」や「年金、医療、介護などの社会保証制度」などの政策の展開に当たっては何よりも「世論」の動向を窺う。

こうした「世論」を調査することは、国民に対して社会について考えるための重要な教材を提示するものでもある。この場合の「世論調査」が国民の考え方、世間一般の共通の意見を的確に把握して正しい結果を示しているかどうかは、どのような調査対象をどのような方法で選び、どのような質問をしたかが明らかにされているか否かにかかっている。

ところで、実際に行われている新聞、テレビなどの世論調査ではそうした調査の基礎的条件が整えられているものが少なく、せいぜい駅前でサラリーマンに訊いたアンケートの結果に過ぎない類のものが多い。

もともと1億人以上いる国民(成人)全員に対し、直接に調査、質問したとすれば100%間違いのない世論調査であって、その結果は疑いもなく「世論」そのものとして受け入れられるであろう。

しかし、実際問題としては、時間と費用の効率を考えなければならないから、統計学上の一定の精度の保証の下に、「ある程度信頼性の高い」調査を行うことになる。

この場合、国民のすべての人が例外なく同じ確率で調査対象者となり得る「ランダムサンプリングによる調査」の方法を採用することによって初めてその調査結果を「世論」として定着させることができよう。

例えば、内閣府政府広報室の調査についてみると、「20歳以上の日本国民」に対し、「層化二段無作為抽出法」により概ね3千の標本を抽出している。

その調査対象者の選び方は、地域別や都市規模別に偏りのないように標本数を分配し、住民基本台帳を用いて対象者個人を選ぶ。実際の調査では全国に約90万ある国勢調査区(平均50世帯)を利用し、その中から公平に必要な数の調査地点を抽出し、更に対象となる個人を性別、年齢別に等しい確率で選ばれるように抽出する。

その結果、3千の標本は、「全国民の縮図」として「性別」「年齢別」に見ても正しい分布となって選ばれることとなる。こうして厳正に選ばれた調査対象者に対して調査員による直接訪問調査が行われている。

このように周到な準備の下に選ばれた調査対象者に対する面接聴取による世論調査であれば、「世論」の正確な把握が可能となる。

しかし現在、新聞やテレビなどで数多く行われている世論調査では一刻を争う状況の中で時間と経費の効率化を図るために「電話調査」が圧倒的に多くなっている。

「電話調査」では、RDD(ランダム・ディジット・ダイアリング)という方法で行われることが多い。それはランダムに発生させた電話番号により調査対象者を選ぼうとするものである。しかし現在では若年層を中心に携帯電話の普及が急速に高まり、携帯電話しか所持していないという層が増加しているのであって、固定電話を対象とした「電話調査」では、世論を正確に捉えることはできなくなってきた。

また、調査をかたって悪徳商法が行われたり、振り込め詐欺などの刑事事件が起きていることもあって、調査に容易に協力してもらえない環境などではなくなってきたし、更に「個人情報保護法」の施行(2005年4月)が拍車をかけ、電話調査の社会性などいっぺん

に吹き飛ばされてしまっている。

その結果、電話調査に対する拒否率が年々増加し（平成 19 年 15%）、更に調査の回収率も低下の一途を辿り（平成 19 年 60%）、「国民全体の縮図」であるべき標本に大きな歪みが生じつつある。

したがって、現在行われている多くの「世論調査」なるものは、正しい世論を表しているとは考えられず、むしろ氾濫する情報の一つに過ぎないものとなっている。

もともと「世論調査」は国民にとっては「社会を知る上での羅針盤」でなければならぬが、そのためには、正確な調査を行うためのサンプリング理論を磨き、回収率を高めるなど調査の質の向上を図っていかねばなるまい。更に、民主主義社会からいい加減な世論調査を排除していくことを徹底していかねばならない。

こうした観点から、ただいまの世論調査の実情を見るならば、調査する資格のない者が調査しているに等しい。

日常、眼に映じ、耳に聴く、数々の世論調査の背景を洞察して、誤った情報に惑わされることのないように留意すべきである。

他方、「社会の羅針盤」としての世論調査の質の向上のため、統計の専門家のより一層の貢献を期待したい。