

# ネット調査可能性探る

## 埼玉大主催 専門機関が討議

埼玉大学社会調査研究センター(松本正生センター長)が主催する第5回「世論・選挙調査研究大会」が18日、JR東京駅前の同大学東京ステーションカレッジで開かれた。新聞、通信、テレビ、民間調査会社関係者が出席し、インターネット調査の課題と今後の可能性をテーマに意見を交わした。

報道機関が内閣支持率などを調べる際に行う世論調査はRDD(固定電話)調査が中心。だが携帯電話やスマートフォンの普及に伴い、20〜30代を中心とする若者層の傾向が十分把握できないなどの課題が生じている。

一方、ネットを活用した世論調査は欧米で進んでおり、新たな調査方法として注目される。ただネット調査は無作為抽出とは異なる独特の偏りが発生する可能性が指摘され、日本では幅広い民意を表す「代表性」の観点で世論調査への活用には懸念があるとする意見が主流だ。

現状ではまたネットを使う割合が低い高齢者層の傾向が逆につかめないというデメリットもある。公開討議にはマーケティング調査を手掛けるマクロミル総合研究所の萩原雅之所長と市場調査会社インテージの長崎貴裕執行役員、報道機関から毎日新聞の平田崇浩世論調査室長と朝日新聞の堀江浩世論調査部長らがパネリストとして出席した。

報道関係者から「RDD調査には限界が来ると思ふ。ネット調査で新たに見えるもの」(東京都内)



「何か」「世論調査は(抽出法などの)手続きの正当性が問われる。ネット調査は抽出の仕方に偏りがあるのではないか」といった質問が出た。これに対し、ネットで内閣支持率を調べる同研究所の萩原所長は、調査結果が複数の

報道機関の内閣支持率と同じ傾向にあることを報告した上で「2〜3日かける電話調査にはノイズが入るが、ネット調査は即時性があり、ノイズが入らない。低価格の調査を多頻度で実施でき、データの鮮度と粒度を高めることができる」とメリットを指摘。一方で萩原所長は「日本の報道機関はサンプルの代表性へのこだわりが強く、ネット活用の世論調査には慎重だが、米国ではネット調査の方が正確に予測できるという現象も起きている。ネットで世論調査はできないという固定観念を取り払い、技術の進化を反映させた多様なアイデアを実践し、生み出されるデータの価値を検証していくことが重要ではないか」と問題提起した。

(沢田稔行)