

# 進み始めた出口調査の議論

僧都儀尚

(北海道新聞情報研究所)

## 出口調査の役割

選挙報道は、マスコミにとって全社を挙げての一大イベントである。他社よりも正確でスピーディーに政党や候補の情勢を伝えるため、予測調査を行っている。選挙報道の中でも各社が総力戦と位置付けるのは出口調査である。マスコミが出口調査を実施する目的は、当選確実をいち早く伝えることと、選挙戦の結末をデータで客観的に解析することである。前者は主にテレビ局が、後者は新聞社がその役割を担っている。

出口調査は精度と速報の両面が求められるが、投開票日は1日限りで、失敗は許されない。そのため、ほかの調査以上に念密な設計が必要になる。また、当日は調査員を指示通りに動かさなければならず、衆院選など全国クラスの調査だとその数は数千人にも上る。そのため、調査員がマニュアル通りに調査を行うための実査管理体制の確立も重要である。

## 出口調査の議論が進まなかった背景

出口調査のあり方をめぐる議論は、公に行われたことはほとんどなかった。理由としては、電話調査に比べサンプリングが非統計学的で議論の対象になりづらいという見方があったと考えられる。だが、出口調査も結果が投票者全体の縮図になるように、地点抽出などで一定の手続きを経て実施していることを記しておきたい。最大の理由は、調査主体者が情報を秘匿してきたことである。出口調査は各社間の競争である以上、設計や実査はノウハウの固まりで、その漏えいを防ぐために情報開示はできない側面がある。

そうはいつでも建前を抜きにすると、迅速で高精度が求められる厳しい環境で行う出口調査こそ、議論の対象にして質を向上させたい、というのが本音であろう。

## 日本行動計量学会で初の出口セッション

こうした各社の深層心理を具現化したのが2010年9月、日本行動計量学会第38回大会(埼玉大)でのセッション、「選挙出口調査の方法と精度」である。同学会で出口調査が対象になったのは初めてで、そのセッションには毎日新聞、中日新聞と弊社が参加した。毎日新聞は調査目的や手法など概要を紹介し、精度検証の結果にも言及した。中日新聞は誤差の要因として調査拒否者に着目。各種選挙を通じて投票者の3割程度が拒否していること明らかにし、その中でも男性の拒否者が調査結果に影響を及ぼしていると示唆した。出口調査の誤差は地点や対象者抽出など設計・実査面が主要因とされてきたが、拒否者という新たな論点は今後の研究対象になると考えられる。

このセッションの副産物が翌年2月に誕生した「選挙調査研究会」である。同会は埼玉

大、中日新聞、東京新聞、神奈川新聞、福井コンピュータと弊社の6団体で構成され、出口調査や電話調査など選挙調査全般の精度向上を目指すことを目的にしている。新聞社が垣根を越えて、自社のデータを持ち寄り話し合える組織はおそらく全国初である。

「世論・選挙調査研究大会」で議論はより実務ベースへ

出口調査を議論する場は広がり始めている。その好例が11年9月に埼玉大社会調査研究センターが主催した「世論・選挙調査研究大会」である。マスコミ関係者が多数参加した背景には行動計量学会と違って、より実務ベースで議論が展開されたことにある。

出口調査のセッションには、福井コンピュータ、中日新聞と弊社が参加した。福井コンピュータは建築用ソフト、CADを制作するメーカーで、そこで培ったIT技術で出口調査に携わっている。その豊富な実査経験から、調査員管理にはITによる可視化が必要とし、調査地点の抽出方法も紹介した。中日新聞は11年2月に行われた愛知知事選、名古屋市長選と住民投票の「トリプル選挙」で実施した期日前、投開票日の両出口調査の結果と実際の差を公開し、調査の妥当性を示した。また、拒否率の増加は70代以上に起因していることから、高齢者にやさしい環境づくりの重要性も指摘した。

出口調査を揺るがす期日前投票 問題解決のために

各社が出口調査のあり方を根本的に見直す必要に迫られたのは、期日前投票の定着化にある。期日前投票者が全投票者の2割を占めるようになった今、投開票日だけの調査では立ち行かなくなった。筆者は2回のセッションなどを通じて期日前出口調査について触れてきたが、各社の危機感は07年参院選以降、急速に高まっていると感じる。

期日前出口調査は、投開票日出口調査の補完的存在でしか成り得ない。予算や労力は、投票者の8割を占める投開票日出口調査に割く必要がある。期日前出口調査の精度は調査日（回数）と地点数で左右されるが、コストの問題から規模には制約を受けるし、選挙のたびに行うこともできない。設計面については、少ない経験値で見極めていくしかない。

実査面でも課題はある。投票場所は市役所など公的機関が大半で、平日調査だと対象者を判別することが難しい。また、投票所の数は投開票日に比べ圧倒的に少なく、各社の調査員が集結して調査を行うので、それが投票者の迷惑になるのではないか、という懸念が指摘されている。少なくとも道内ではそうした実例は確認されていないが、トラブルになるのを回避するには、まず各社の責任において調査員への教育・指導を改めて徹底していくことが重要である。

課題は多いが、調査結果は当落判定の補完データとして有効であることが実証されている。限られた資源の中で高い効果が要求されるのが、期日前出口調査の特徴であり、難しさである。課題克服のためには、経験を積みデータを蓄積すること以外に方法はない。コストなどの制約が伴う中で手法確立を目指すには、問題意識を共有できる他社と情報交換を図り、知恵を借りながら改善していくことが最も近道ではないだろうか。