

巻 頭 言

埼玉大学社会調査研究センターが主催する「第6回世論・選挙調査研究大会」は、「課題への挑戦 ―郵送・電話・ネット調査での取り組み―」をテーマに、2016年9月16日（金）、JRサピアタワーにおいて開催された。参加者数は、約150名と盛況を得ることができた。会場に関しては、今回も、関西大学東京センターのご協力を頂戴した。記して謝意に代えたい。

われわれの研究大会では、例年、新しい企画や試みを紹介してきた。第1部（発表の部）では、毎日新聞（大隈慎吾氏）や中日新聞（弓削雅人氏）など新聞社の世論調査担当者に加えて、インテージ（齊藤ひとみ氏）、マクロミル（村上智章氏）などインターネット・リサーチャーの方々から、ネット調査に関する新規の事例報告をしていただいた。さらに、今回は、いわゆるビッグデータ解析による選挙予測に注目し、ヤフー株式会社の安宅和人氏に「Yahoo! Japan ビッグデータレポート」をお願いした。

第2部のハネルディスカッションでは、「RDD調査の現状と今後 ―携帯電話番号を対象とする場合の課題―」と題して、福田昌史（読売新聞社）、江口達也（朝日新聞社）、大隈慎吾（毎日新聞社）、佐藤寧（日経リサーチ）各氏をパネラーに、新聞各社およびリサーチ会社の実務者による議論を行った。

周知の通り、本年、読売新聞社、日本経済新聞社、朝日新聞社は、相次いで携帯電話をも対象とする全国世論調査を開始した。ディスカッションでは、本研究センターの松田映二准教授の話題提供を受けて、1. 携帯電話調査に着手した経緯、2. カバレッジに関する調査フレームの問題、3. 回答者のレスポンス状況、4. 回答の精度や信頼度の判定基準、そして、5. 調査のコストなど、多岐にわたる論点に関して議論が展開された。時間的な制約が口惜しい質的密度だった。

本誌には、第1部の5本の報告の加筆修正版と、第2部のディスカッションでの議論とを掲載している。本誌の構成上、掲載の順序が、研究大会のプログラムとは逆になっている点は、ご寛恕願いたい。自社の貴重なデータを快く開示いただいた各社のみなさまに深謝する次第である。AAPOR（アメリカ世論調査学会）においては、トランスピアレンシー（transparency：透明性）をキーワードに、関係機関がデータを公開し、それによって調査の精度を高めていくという相乗効果が存在しているように思われる。

そんなことを考えている矢先に「トランプショック」が起こった。世論調査に関する信頼性を損なう事態だ。報道によれば、大きな要因として、シャイ・トーリーならぬ「隠れトランプ」の存在が指摘されている。そうなのだろうか。Likely Voter(s)を正確に見積もれなかったということだとすれば、予測のノウ

ハウもさることながら、世論調査の方法、すなわち、カバレッジやノンレスポンス、今回はとりわけノンレスポンス・バイアスの問題に起因するだろう。アメリカの世論調査結果には、「誤差」が表示されてきたが、今後いつまで続けることができるのだろうか。

翻って日本では、世論調査の品質表示は回収率(ないし回答率)というのが通り相場だ。対象者の代表性にかかわる(サンプリング)誤差ではなく、回答者の代表性が重視されてきたのだろう。確かに、世論調査の回答結果のような真の値が分からないものには、「誤差」のいう概念は馴染まない。

しかしながら、レスポンスの比率が品質表示として通用するのは、対象者の代表性は所与として確保されているという、面接調査時代の、いわば前世紀の遺物にすぎているに過ぎない。世論調査の限界が白日のもとに晒された今、「回収率とは何か」を社会に明示する説明責任は、極めて重い。

本誌巻末には、埼玉大学社会調査研究センターが定例（アニュアル）で実施する「さいたま市民政治意識調査（16.8～9）」の結果を掲載している。自記式の郵送調査による同調査も、今回で6回を数えることとなった。回答を寄せてくださった、さいたま市民のみなさまに感謝申し上げるとともに、今後の継続を許容していただければ幸甚である。

最後になってしまったが、『政策と調査』の編集委員会の副委員長を務めていただいていた同志社大学大学院総合政策科学研究科教授の今川晃氏が、本年9月24日に逝去された。心からお悔やみを申し上げるとともに、ご冥福をお祈りしたい。

2016年11月

埼玉大学社会調査研究センター長
松本 正生