

「ノン・スポークン (Non-spoken) 調査」の方法と品質

Methods and Qualities of the Non-spoken Surveys

大隈 慎吾
Shingo Ohkuma

1. はじめに
2. 調査の概要
3. 調査の結果
 - 3-1. 回収状況
 - 3-2. 回答者の属性
 - 3-3. 回答者の政治意識
4. ノン・スポークン調査は世論調査か
5. 終わりに

〈要旨〉

株式会社社会調査研究センターは毎日新聞社と共同で、2020年4月から、「ノン・スポークン (Non-spoken) 調査」と名付けた独自方式の世論調査を実施している。原則的に月1回実施される本調査は、スマートフォンを対象としたショートメール調査と固定電話を対象としたオートコール（自動音声応答）調査の混合モード調査である。回答者の属性に関して、性別には男性への偏りが見られるが、年代は国勢調査の分布に近い。固定電話調査部分の世帯内対象者抽出に関して標本の代表性に問題があるものの、内閣支持率等、政治意識に関する回答で従来型の世論調査法であるRDD調査との間に大きな違いは見られなかった。

Since April 2020, The Social Survey Research Center Co., Ltd. and The Mainichi Newspapers Co. Ltd have conducted a opinion survey using an original method referred to as “non-spoken survey”. It is a mixed-mode survey consists of short message service (SMS) survey via smartphones and interactive voice response (IVR) survey via landline, and is conducted once a month. The sample of survey respondents was biased toward men, but the distribution of age group was closer to the census data. The landline mode's within-household respondent selection method lacks representativeness. However, the respondent' attitudes toward politics (cabinet support rate, etc.) was closer to the conventional random digit dialing (RDD) telephone surveys.

1. はじめに

株式会社社会調査研究センターは、毎日新聞社と共同で「ノン・スポークン (Non-spoken) 調査」と名付けた独自方式の調査を2020年4月から実施している。基本的に月1回の調査であるが、政治的に大きな動きがあった時など、必要に応じて緊急調査としても実施している。

この調査は、従来型のRDD (random digit dialing) 方式をベースとしながらも、スマートフォンを対象とするショートメール調査と、固定電話を対象とするオートコール調査 (自動音声応答で質疑応答する調査) とを複合させた新しいタイプのミックス・モードである点がユニークな特徴である。

社会調査研究センターがノン・スポークン調査を導入した主な理由は以下の3つである。

- 社会調査や世論調査をはじめとするサーベイ・リサーチが、個人情報保護の機運の高まり、アポ電強盗や特殊詐欺の増加に起因する実査環境の悪化に直面していること
- 一方で、政府がEBP (evidence-based policy making) を提唱し、企業がデータドリブン経営 (data driven management) などを標榜する中で、社会のあらゆる局面で客観性の高いエビデンス・データが求められていること
- 人々のコミュニケーション・スタイルが、対面や電話による voice to voice (会話) から、メールやソーシャルメディア (SNS 等) による type to type (記述) へと大きく変容しつつあること

特に「ノン・スポークン調査」という名称は、3つ目の理由に対応するため、会話を必要としないショートメールとオートコールを調査モードに採用したことに由来する。

ノン・スポークン調査に関する、さらに詳しい意義や効用については松本 (2020) を参照されたい。

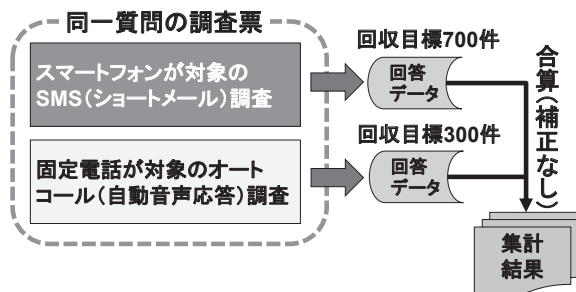
本稿では、これまで社会調査研究センターが実施してきたノン・スポークン調査の方法と調査結果について説明するとともに、この新方式の導入に対し加えられるであろう批判を自ら予想し、批判の妥当性について議論を試みる。

2. 調査の概要

ノン・スポークン調査がスマホを対象とするショートメール (SMS) 調査と、固定電話を対象とするオートコール調査の組み合わせであることはす

で述べた。実査における具体的な枠組みは図表1の通りである。

図表1. Non-spoken 調査の全体スキーム

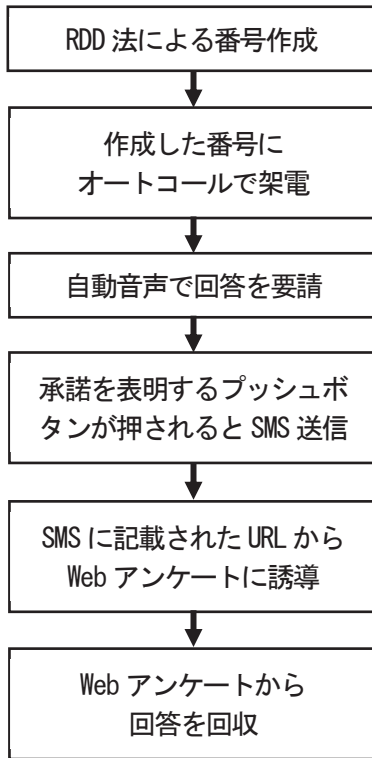


スマホ調査と固定電話調査の回収目標が7:3に設定されているのは、松本 (2020) でも述べられている通り、埼玉大学社会調査研究センターと毎日新聞社が実施した直近 (2019年) の郵送調査で、携帯端末を主に使う回答者と固定電話を主に使う回答者の比率が概ね7:3であったことと、当初1:1で設定していたノン・スポークン調査の回答データを使って事後分析したところ6:4ないし7:3で按分すると年齢構成が国勢調査の実態に近づくのがわかったことによる。以上をふまえて回収目標を7:3に変更したのは、2020年6月調査からである。

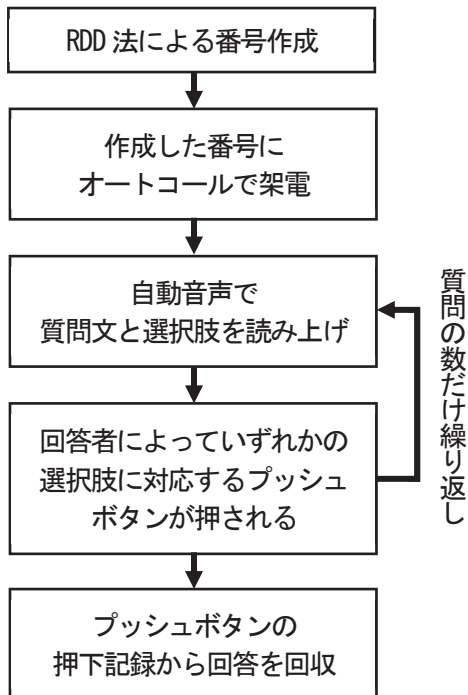
ノン・スポークン調査では、スマホ調査でも固定電話調査でも全く同じ質問をし、それぞれ回答を回収した後に一切の補正をかけず単純に合算して集計結果としている。これは、SMSを使用したスマホ調査と、オートコールを使用した固定電話調査という、これほどモードが異なる調査を合算する場合の補正方法について学問的知見が未だないことから、集計結果にモードの違いからくるバイアスが含まれるリスクを一定程度許容した上で、将来知見が得られた時のために調査の手順や結果を全て隠さず開示するという方針を採用したことによる。この方針の是非については後ほど議論する。

次に、スマホ調査と固定電話調査のそれぞれの手順について概説する。まず、スマホ調査の手順は図表2に示した通りであるが、「承諾を表明するプッシュボタンが押されるとSMS送信」とある部分については、プッシュボタンの押下がAPI (application programming interface) によってオートコール・システムを管理するサーバからSMS送信サービス業者のサーバに伝達されることでSMS送信が実行されるという機構を意味している。

図表 2. スマートフォン調査の実査プロセス



図表 3. 固定電話調査の実査プロセス



スマホ調査のより詳細な仕様については、前納・松本 (2019)、前納・松本・大隈 (2020) に譲る。

固定電話調査の手順についても、図表 3 で示した通りである。こちらについての詳細は、大隈・佐藤 (2020) を参照されたい。

その他に、従来型の RDD 調査とノン・スポークン調査の同異点を下表にまとめる。なお、ノン・スポークンだけでなく、従来型 RDD 調査も今は固定電話と携帯電話のミックス・モードなので表を2つに分ける。また、比較対象として掲示した従来型 RDD 調査の仕様は、全て、毎日新聞がノン・スポークン調査導入以前に実施していた調査（毎日新聞の呼称は RDS 調査）についてのものであることを断っておく。

図表 4. 固定電話調査部分の比較

	従来型RDD調査	ノン・スポークン調査
同時通話	オペレータの数だけ	複数回線、複数チャンネルにより大量に可能
世帯内抽出	確率法（年齢法）	任意法
再架電	あり（追跡法）	なし（掛け捨て）
調査期間	土曜9:00～21:00 日曜9:00～12:00	土曜10:00～14:00
集計時の補正	あり（世帯内有権者数、回線数、固定/携帯の媒体）	なし

図表 5. 携帯/スマホ調査部分の比較

	従来型RDD調査	ノン・スポークン調査
同時通話	オペレータの数だけ	複数回線、複数チャンネルにより大量に可能
世帯内抽出	任意法	任意法
再架電	あり（追跡法）	なし（掛け捨て）
調査期間	土曜9:00～21:00 日曜9:00～12:00	土曜10:00～14:00
集計時の補正	あり（端末数、固定/携帯の媒体）	なし

※ノン・スポークン調査はスマホのみを対象とする

表中で「確率法（年齢法）」とあるのは、電話に出た相手に世帯内の有権者数を尋ね、その中からランダムに選んだ「年齢が上から○番目の方」に回答を依頼する方式である。それに対して「任意法」は電話に出た人にそのまま依頼する。また、「追跡法」というのは、回答を依頼した相手が不在（別の家人が出た等）であったり、強く拒否されなかった時はくり返し電話をかけ直す方式を指す。これらの定義はいずれも土屋 (2007) に準ずる。最後に、「掛け捨て」は不在（電話に出ない）や途中で切られた

場合であってもかけ直しをしない方式を指す。

「調査期間」は、従来型の RDD 調査についてはノン・スポークン調査を導入する直前の実績を、ノン・スポークン調査は、4月以降、数回の実施を経て固定化した調査日と時間のパターンを記載した。

3. 調査の結果

3-1. 回収状況

4～9月のノン・スポークン調査で使用した電話番号数、発信数（電話をかけた数）、接続数（対象者が電話に出た数）、回収数（有効回答が得られた数）を図表6に示す。スマートフォンの調査部分に関しては、ショートメールの送信数も記載する。また、参考用のデータとして、ノン・スポークン調査導入の前後まで実施していた従来型 RDD 調査での番号数、発信数、接続数、回収数を図表7に示す。

図表7に関して、番号数と発信数が異なっているのは、従来型 RDD 調査で採用していたのが再架電を前提とする追跡法だからである。回答が得られるまで何度もかけ直すため、その分発信数が多くなる。表中の数値から、平均で約2.6回かけ直したことがわかる。対して、ノン・スポークン調査（図表6）は再架電をしない掛け捨てなので、番号数と発信数が一致する。

従来型 RDD 調査で1つの電話番号に何度もかけた場合、図表7の接続数は、一番最後に架電した時に電話に出たかどうかだけでなく、途中の架電で多忙や留守電等により回答が得られなかった場合も接続は出来たものとしてカウントした延べ数である。そのため、接続数は番号数よりも通常大きな

値となる。ノン・スポークン調査は掛け捨てなので、1回のみ架電で電話に出た数を集計したのが接続数となる。番号数＝発信数なので、当然ながら図表6の接続数は番号数より小さな値となる。

図表6から、ノン・スポークン調査のスマートフォン調査部分に関して、回収数を発信数で割った比率は直近3回で1%前後となっている。対して、従来型 RDD 調査の比率は図表7から5～7%である。固定電話調査部分に関しては、ノン・スポークン調査3～4%、従来型 RDD 調査も3～4%と変わらなかった。回収数を接続数で割った比率を見てみると、スマホ／携帯はノン・スポークン調査が3～5%、従来型 RDD 調査が10～15%となる。固定電話はノン・スポークン調査6～7%、従来型 RDD 調査が7～9%となる。

ただし、ノン・スポークン調査と従来型 RDD 調査では、世帯内抽出法や再架電有無以外の様々な面でもモードに違いがありすぎるため、通常の回収率の議論のように、どちらかの比率が高い／低いといったような直接比較する議論はできない。にもかかわらず、あえて比率を示したのは、これまで従来型 RDD 調査の報道で公表されてきた「回収率」が上で示した比率とは全く異なるものだからである。これまで報道されてきたのは、接続後に有権者がいる世帯と確認できた数や、複数回架電したうちの最後の接続結果を分母とする比率なので、ここでの比率よりもずっと高い値になる。それと比較して「ノン・スポークン調査の回収率は極めて低い」とする批判があれば明らかに間違いであることを指摘しておく。付言しておく、従来型 RDD 調

図表6. ノン・スポークン調査の回収効率指標

調査日	スマートフォン					固定			
	番号数	発信	接続	SMS送信	回収	番号数	発信	接続	回収
4月8日	62,675件	62,675件	19,309件	1,855件	1,144件	22,737件	22,737件	12,939件	1,046件
5月6日	33,883件	33,883件	10,764件	1,024件	575件	10,936件	10,936件	6,865件	575件
5月23日	28,998件	28,998件	9,185件	781件	505件	10,450件	10,450件	6,077件	514件
6月20日	71,451件	71,451件	20,638件	1,281件	777件	7,843件	7,843件	4,452件	307件
7月18日	56,073件	56,073件	16,697件	1,162件	735件	8,784件	8,784件	5,097件	318件
8月22日	79,144件	79,144件	22,586件	1,204件	735件	8,021件	8,021件	4,622件	307件
9月8日	74,621件	74,621件	22,900件	1,490件	730件	7,111件	7,111件	4,350件	301件

図表7. 従来型の RDD 調査の回収効率指標

調査開始	調査終了	携帯／スマホ				回収	固定			
		番号数	発信	接続	回収		番号数	発信	接続	回収
1月18日	1月19日	4,000件	10,798件	5,075件	557件	5,000件	17,356件	9,497件	530件	
3月14日	3月15日	4,000件	10,361件	4,939件	605件	5,000件	14,381件	8,147件	572件	
4月18日	4月19日	4,000件	10,348件	4,906件	727件	5,000件	14,185件	7,916件	676件	

査で公表されてきた「回収率」も AAPOR(アメリカ世論調査協会)の基準に則った回収効率指標であるので誤っているわけではない。

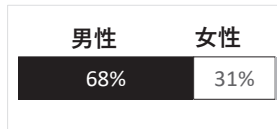
それよりも、ここで示した比率から読み取るべきは、ノン・スポークン調査にせよ従来型 RDD 調査にせよ、発信もしくは接続のほとんどが実際には回答を回収できていない、という事実であろう。

3-2. 回答者の属性

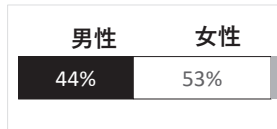
ここでは、ノン・スポークン調査の回答者属性について分析する。図表8では、回答者の性別構成比を、スマートフォン調査部分、固定電話調査部分、両調査を合算したものについて示している。また、比較のために、国勢調査の結果も一緒に掲示している。

図表8. 性別構成比

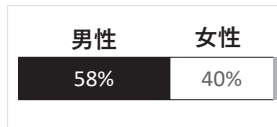
スマートフォン



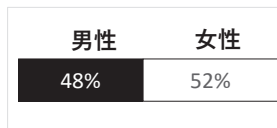
固定電話



スマホ&固定の合算



2015 年国勢調査



※いずれも4~9月調査のサンプルサイズによる加重平均

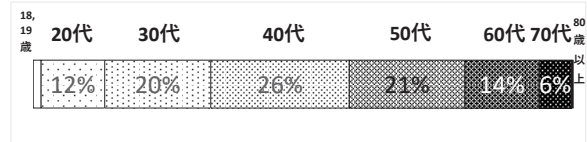
図表8から、スマホは男性の方が多く、固定電話は女性の方が多くことがわかる。固定電話の比率の

方が国勢調査に近いが、サンプル構成比がスマホ7に対して固定3なので、合算した結果は男性過大なスマホのバイアスをより反映している。

次に、年代構成比を図表9に示す。

図表9. 性別構成比

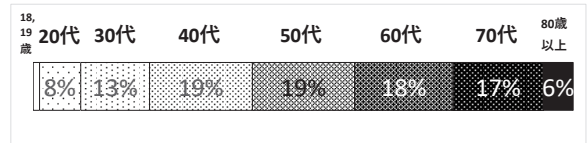
スマートフォン



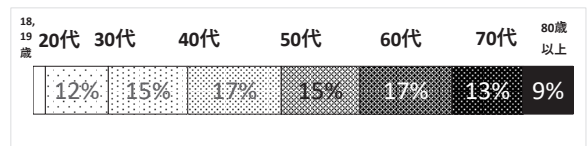
固定電話



スマホ&固定の合算



2015 年国勢調査



※いずれも4~9月調査のサンプルサイズによる加重平均

年代に関して、スマホは高齢層が過少なのにに対し固定は若年層が過少だが、合算すると国勢調査に近い分布となっている。こちらの方は性別とは対照的に、スマホ7対固定3のサンプル構成比が奏功したようだ。

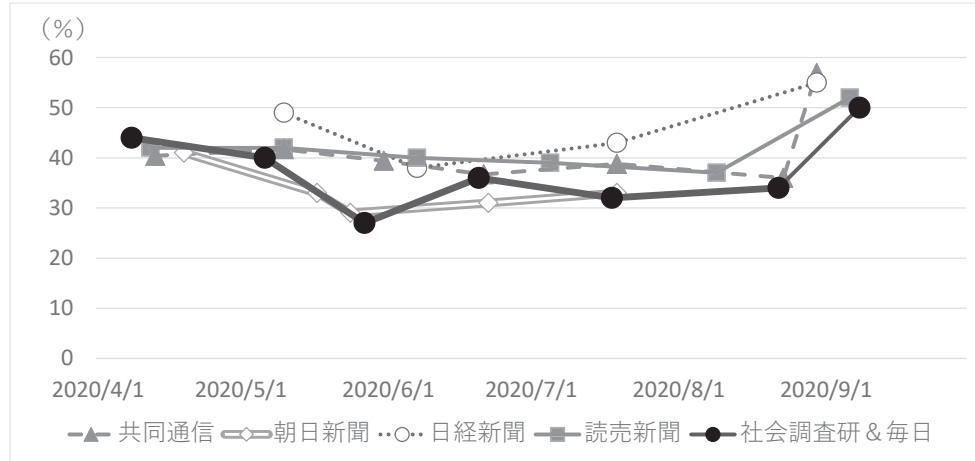
ノン・スポークン調査全体の属性を見る場合は合算結果のみを対象とすべきだが、その観点では、回答者の性別が明らかに男性へ偏っており、一方で、年代構成には特に偏りが見られない、という結論になる。

3-3. 回答者の政治意識

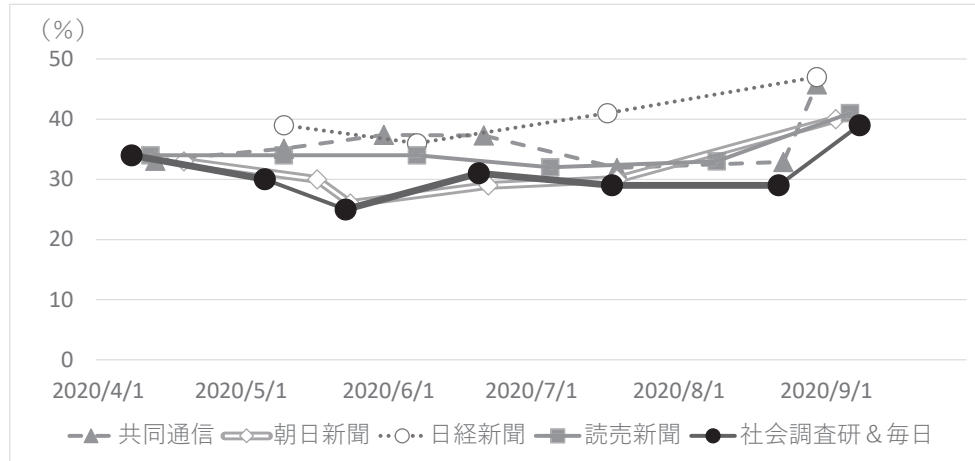
ノン・スポークン調査の回答者の政治意識を表す変数として、内閣支持率、自民党支持率、無党派層率を採用する。図表 10、11、12 に、それらの推

移を示す。比較対象として、同時期に従来型 RDD 調査で実施された他の新聞・通信各社の調査結果も一緒にプロットする。

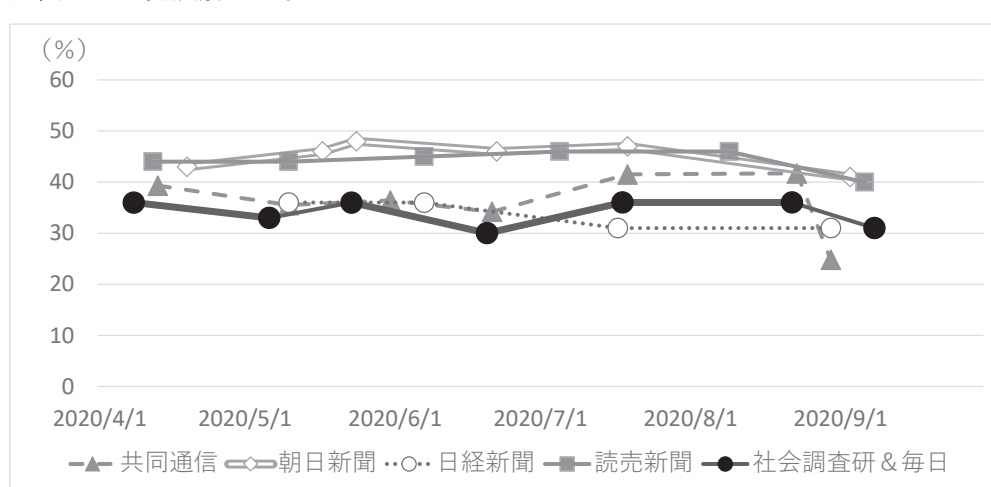
図表 10. 安倍内閣の支持率



図表 11. 自民党の支持率



図表 12. 無党派層の比率



本稿 2 章および 3-1 節での説明は、結果的に、ノン・スポークン調査と従来型 RDD 調査の違いを際立たせるものとなった。ならば、次に生じる疑問は、そのように異なる調査法から得られた回答者の政治意識もまた異なっているのか、ということになる。

図表 10 では、おおむね内閣支持率の水準が日経新聞 > 読売新聞 ≒ 共同通信 > 朝日新聞のような関係を維持したまま推移している。その中で、社会調査研究センターと毎日新聞の共同調査（ノン・スポークン調査）は、ある時は朝日新聞の水準に近くなり、ある時は共同通信に近づきながら推移している。従来型 RDD 調査のグループと内閣支持率の水準を比較した結果としては、このグラフで見る限り特に明確な差は認められない。

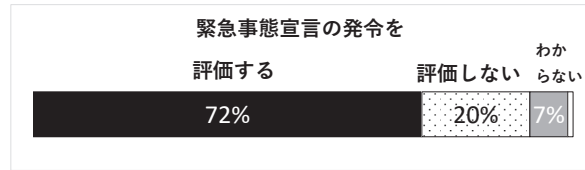
図表 11 の自民党支持率グラフも、従来型 RDD 調査の各社支持率が分布する範囲の下限辺りの領域を、各社グラフと絡まるようにして社会調査研&毎日のノン・スポークン調査グラフが推移しており、大きな差は見られない。

図表 12 の無党派層の比率（「支持政党はない」を選択した回答者が回答者全体に占める比率）も、各社グラフの分布領域下限近くで推移しており、やはり大きな違いはない。

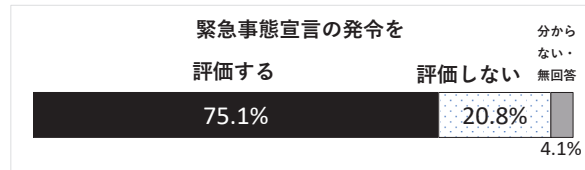
では、内閣支持率や政党支持率のように毎回調査に含まれる継続的質問ではなく、その時々時事トピックに関する質問の回答ではどうだろうか。しかし、それに答えるには、できるだけ調査時期が近く、質問文と選択肢の形式や文言が近い質問同士を比較する必要がある。なぜなら、そうでなければ仮に差異が認められたとしても、ノン・スポークン調査と従来型 RDD 調査という調査方式に由来するものではなく、調査時期や形式、文言の違いが原因であった可能性が否めないからである。とはいえ、トピックに関する質問は各社が自由に発想して作成するものなので似たようなものを探すのは非常に難しく、4～9 月に実施された各社調査でかろうじて似ていたのは、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、安倍晋三首相が東京など 7 都府県を対象として 4 月 7 日に発令した「緊急事態宣言」に対する評価について共同通信と読売新聞が行った質問だけであった。これらとノン・スポークン調査を比較した結果を図表 13 に示す。これを見ても、やはり、ノン・スポークン調査と従来型 RDD 調査の結果に明確な違いは見られない。

図表 13. 緊急事態宣言発令の評価

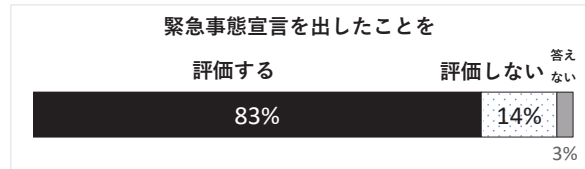
社会調査研&毎日（4/8 実施）



共同通信（4/13 実施）



読売新聞（4/12 実施）



4. ノン・スポークン調査は世論調査か

社会調査研究センターと毎日新聞社は、ノン・スポークン調査を世論調査として公表している。

図表 4 で示したように、固定電話調査部分の世帯内抽出の方法として、従来型 RDD 調査は確率法を、ノン・スポークン調査は任意法を用いている。Gaziano (2005) は確率法と任意法の調査を比較して、任意法では標本の代表性が失われると述べている。このことから、「任意法を使った調査には標本の代表性がない、ひいては世論調査ではない」という批判が考えられる。しかし Gaziano (2005) の言う「代表性が失われた (lack)」が、任意法を使った調査に代表性がないことが実証されたという意味なのか、代表性を保証するには不十分という意味なのかは判然としない。ただ、任意法を使った複数の調査結果について「常にはないが女性への偏りがみられる」などとサーベイしている、すなわちバイアスが観測されない調査もあると述べていることから、おそらく前者の意味ではあるまいと考えられる。後者の意味であるなら、代表性がないと確定的に言うことには問題がありそうだ。

土屋 (2007) は、確率法と任意法を使った RDD 調査による対照実験を行って実証を試みている¹。実験の結果、回答者の属性も意識を問う質問への回答も、世帯人数を問う質問を除き、確率法と任意法の間に実質的な違いは認められなかったと結論した。

仮に回答に差がなかったとしても (実際、図表 10～13 で差はなかったが)、任意法を採用したノン・スポークン調査が標本の代表性という面において劣っていることについては我々も異論はない。にもかかわらず任意法を採用したのは、それを補うだけの利点があると考えたからである。第 1 章でノン・スポークン調査導入の理由に、個人情報保護の機運の高まりによる実査環境の悪化を挙げたが、毎日新聞社でもかつて実施していた従来型 RDD 調査で対象者の多くが最も不安に思い拒否する姿勢を示したのが、(確率法にしたがい) 世帯内有権者数を尋ねる場面であった。「なぜそんな家庭内のことを話さなければいけないのか」「(電話に出た) 自分が回答しては駄目なのか」と声を荒げた対象者に電話を切られてしまうこともしばしばで、アポ電強盗などが盛んに報道されるようになった 2019 年以降はそのようなケースが急増した。特に、追跡法で何度も再架電した上で有権者数を尋ねた時の拒絶反応は強く、恐怖を感じた対象者から警察に通報されたこともあった。

毎日新聞社では、対象となった電話番号 1 件につき架電する回数を 5 回までとする、という上限を課していた。実際に上限まで架電することはあまりなかったが、それでも半数を超える番号に 3 回以上架電していたため (図表 14 参照)、対象者が「何度もしつこくかけてくる」と思ったとしてもやむを得ない状況であった。

図表 14. 従来型 RDD 調査の架電回数 (番号当たり)

	1回	2回	3回	4回	5回	計
携帯/スマホ	31%	11%	28%	31%	0%	100%
固定電話	24%	16%	16%	37%	6%	100%

※2020 年 4 月 19 日実施の調査より

我々は、対象者に過度の負担を強いるこのような調査方法はもはや実施困難に、そして、そう遠くない未来に実施不可能となるのではないかと考えている。それを見すえた上で、確率法と追跡法を採用しないという選択をした。これは一種の妥協と言えるが、確率法と任意法の比較実験を行った土屋 (2007) は、このような妥協を決して否定していない。該当する部分を以下に引用する。「個人情報に対する意識が高い昨今の状況では、過度に詳細な情報の要求は多くの調査拒否を招き、かえって非標本誤差や調査コストを増大させるおそれがある。コスト制約の下では、厳密な無作為性のある程度犠牲にしても、それが結果に実質的な影響を及ぼさないのであれば、現実的な手法として許容される場合もあり得よう。」この意見に対して、我々も同感である。

ここで改めて注意喚起しておきたいのは、確率法と任意法の違いに関する議論に係わるのはノン・スポークン調査の固定電話調査部分だけだということである。携帯/スマホ調査部分に関しては、従来型 RDD 調査もノン・スポークン調査も任意法なので、世帯内抽出法の違いから生じる問題はそもそも起きない。携帯/スマホ調査が任意法でも良いのは、固定電話が世帯を対象としているのに対して、携帯/スマホは個人を対象としているから、というのが理由とされている。ならば、ノン・スポークン調査の固定電話調査部分がなくなれば標本の代表性に関する問題は解消するし、将来は実際にそうなる我々は予想している。第 1 章、第 2 章では、コミュニケーション・スタイルが type to type (記述) へと変遷するのに合わせて、現況の媒体利用状況を反映した 7:3 の混合割合でスマホと固定電話の調査を実施しているのがノン・スポークン調査だと述べた。基にした郵送調査の経年変化から将来は type to type への遷移がより進むと考えられるので、7:3 は 8:2 へ、さらに 9:1 へと固定電話調査部分が縮小しいずれなくなるだろう。つまり、これはあくまで過渡期における問題だということである。

他にも、確率法と追跡法の組み合わせに関して、過度な負担、ストレス下で得られた回答は質的に変化しないのかという疑問がある。前述したよう

¹ ただし、土屋 (2007) における実験は確率法も任意法も本稿でいうところの従来型 RDD 調査であり、また、どちらも再架電をする追跡法を採用している。したがって、確率法と任意法の違いによる影響を純粋に測定した優れた研究ではあるが、その結果をノン・スポークン調査にそのまま適用できないことには注意されたい。

な、声を荒げたり恐怖を感じるような対象者がいる中、それでも回答してくれるような人の心理とはどのようなものでしょうか。おそらく、「いっそ早く回答してストレスから逃れたい」「またかけてこられるのが嫌だから答えてしまおう」あるいは「負担には思うが回答することに意義を感じている」といったあたりであろうか。筆者はこれまで幾度となく従来型 RDD 調査に立ち会ったが、2 日間実施する調査の最終日後半あたりになると、このような心理状態の回答者が多かったように見受けられた。そのような状態の受け答えは、苛立った口調やオペレータを急かすなど、明らかに調査 1 日目開始時の回答者とは異なっていた。これが回答内容に影響しないと本当に言えるだろうか。代表性を担保するために確率法と追跡法を採用するのは統計学に基づく理論としては正しいが、人間心理が受ける影響に対しては考慮が欠けているようにも思う。

今の従来型 RDD 調査の精度（誤差）は本当に基準を満たしているのか、という問題もある。図表 10～13 ではノン・スポークンと従来型の結果にほとんど差はなかった。今後もずっと差が生じないなら、考えられる結論は「双方とも精度が高い」か「双方とも精度が低い」しかない。そして、後者の結論が妥当であろうと筆者は考えている。ノン・スポークン調査の回答者が男性に偏っているのは 3-2 節で見た通りであるし、3-1 節でも見たように、従来型 RDD 調査もノン・スポークン調査と同様に、発信と接続のほとんどが回収できないまま調査終了している。そもそも標本の代表性が保証されるのが望ましいのは、統計学的に誤差が計算できるとされているが、松本（2020）が指摘するように、このような「誤差」の概念は、現実的に考えるなら回答結果の次元に適用することはできない。世論調査の測定値として実際に観測されるのは計量的な「誤差」ではなく、もっぱら計算の困難な非標本誤差（測定誤差、処理誤差など）による「偏り」や「ゆがみ」だからである。計算できない誤差を事前に予測するのは難しいので、我々にとりうる有効な対策は事後の「正直さ」ぐらいしかない。それが理論家ではなくプラグマティストとしての我々の立場である。だからこそ、ノン・スポークン調査では、実査時の手順で「行わなかった」ことを正直に申告し、「行ったこと」についてはブラックボックスにせず詳細を公開するという「プロセスの開示」と、任意法や掛け捨ての採用、回答者の性別バイア

スといった精度低下の要因も集計結果と一緒に公表する「結果の品質表示」が欠かせないと考えている。

「プロセスの開示」と「結果の品質表示」の指針の実践として、第 1 章で述べたように、ノン・スポークン調査のスマホ調査部分と固定電話調査部分の回答を単純合算し集計結果をそのまま公表する方針を採用した。この指針は、もし今後補正方法が見つかった場合でも変わりなく実践される。すなわち、具体的な補正計算の方法だけでなく、補正に使用した変数の値、計算結果のウエイトの値まで全て公開することになる。また、可能ならば過去の調査結果に新たな補正法を適用した結果も再集計して公表する。これによって、すでに公表済みの単純合算と補正後の集計をオープンに比較分析することが可能となり、他の調査実施主体も自社がもつ回答データで追試することが可能となるだろう。これは「プロセスの開示」と「結果の品質表示」という指針の効用である言えよう。

ノン・スポークン調査に対しては、従来型 RDD 調査の結果と差がないことに疑義を唱える立場もある。つまり、差がないのは調査実績がまだ少ないからで、たまたま差が出ていないだけで今後大きな乖離が生じうるという批判である。その可能性は確かに否定できない。しかし、ならばその時改めて議論してみてもはどうだろうか。もしそこでノン・スポークン調査に明らかな欠陥が見つければ、「プロセスの開示」と「結果の品質表示」の指針にしたがいオープンな手続きで手法の改善を行うことになるし、もし改善が不能なほど致命的な欠陥が見つかったのなら今否定せずともおのずと淘汰されよう。

最後に総括として、ノン・スポークン調査が世論調査であるかを今一度考えてみることにしよう。ここでの「世論」とは日本国民の代表的な意見であると冒頭では解釈した。代表的な意見を何で測るのかといえば、政治に関する意見なら時の内閣支持率であり、各政党の支持率であり、個々の政策課題に関する賛否の比率である。それらに関して「正確な測定結果が知りたい」というのが、我々に対する社会（世間）の偽らざる要求であろう。社会（世間）は、標本の代表性が保証されることも、回収率を上げることも直接は求めている。「求めている」という反対意見もあるだろうが、正確には「代表性？回収率？それで本当に正しい支持率がわかるようになるの？」であろう。あくまで主眼は後半部分であ

る。つまり我々は自らが正しいと思う数値を社会（世間）に対して示さねばならない。それが社会契約的な意味での「世論調査」である（好むと好まざるとにかかわらず）。その時に、先行する調査法として一定程度「正しい」という評価が確立している従来型 RDD 調査による集計値があり、一方で、新しい調査法であるノン・スポークン調査による集計値がある。そして両者の数値がほぼ同じ水準であるなら、ノン・スポークン調査を社会契約的な意味における「世論調査」だとして実用上何か支障があるだろうか。それでもなお、やはり厳密に統計学なランダムサンプリングとしての手続きを経なければ世論調査として認められない、というなら、もはや「方法が正しいから結果によらず正しい」「方法が正しくないから結果によらず誤り」と言っているに等しく、それではあまりに教条的に過ぎないだろうか。それはおそらく、猟犬の価値を判断するのに血統のみ気にするようなものである。

5. 終わりに

本稿では、社会調査研究センターと毎日新聞社が2020年4月から導入した、スマートフォンを対象としたショートメール調査と固定電話を対象としたオートコール（自動音声応答）調査の混合モード調査である「ノン・スポークン（Non-spoken）調査」について概説した。その上で調査結果に関し、対象者が不在や多忙の場合に再架電する従来型 RDD 調査とは異なり、再架電しない掛け捨てなので大量の発信となること、その結果、発信数や接続数に対する回収数の比率が小さくなることを報告した。回答者の性別はスマホ調査部分の影響で男性に偏ったが、年齢については、若年層過多のスマホ調査と高齢層過多の固定調査を合算した結果、国勢調査に近い年代分布となった。内閣支持率や政党支持率など、回答者の政治意識は、従来型 RDD 調査で実施された報道各社の世論調査とトレンドでも水準でもあまり違いが見られなかった。その上で、ノン・スポークン調査が世論調査と言えるかを自己批判的に分析したが、電話に出た人に答えてもらう任意法を固定電話調査部分で採用しているため、標本の代表性の点で従来型 RDD 調査に劣るものの、肝心の内閣支持率や政党支持率、個別政策課題の賛否の比率では違いが見られなかったため、先行して確立した世論調査手法である従来型 RDD 調査と同様に「世論調査」と呼んで差し支えないのではないかと結論した。ただし、従来型 RDD 調査と

今後も乖離が生じないかどうかについて継続的にモニターしていく必要があり、その結果は「プロセスの開示」と「結果の品質表示」の原則にしがって随時開示していく予定である。

（株式会社社会調査研究センター 調査研究部）

参考文献

- Gaziano, C (2005). Comparative analysis of within-household respondent selection techniques, *Public Opinion Quarterly*, **69**, 124-157.
- 前納玲・松本正生 (2019). IVR と SMS を利用したスマートフォン調査, *政策と調査*, **16**, 61-72.
- 前納玲・松本正生・大隈慎吾 (2020). IVR と SMS を利用したスマートフォン調査の効用, *政策と調査*, **18**, 3-16.
- 松本正生 (2020). 社会調査研究センターの「新ミックス・モード調査」—ノン・スポークン (Non-spoken) 調査の手法と品質—, <https://ssrc.jp/materials/159175689910301.pdf> (2020年10月23日閲覧)
- 大隈慎吾・佐藤航 (2020). オートコール (IVR) 方式による参院選情勢調査, *日本世論調査協会よろん*, **125**, 38-45.
- 土屋隆裕 (2007). RDD 調査における世帯内抽出法の比較実験, *統計数理*, **55**, 143-157.