

巻 頭 言

埼玉大学社会調査研究センターの研究機関誌『政策と調査(Policy & Research)』は、第20号を刊行するに至った。この間、『政策と調査』がどれほどの面々の目に留まり、認知していただけたのか。いささか心もとない。

今号では、4篇の論文を掲載した。第一論文の「世論調査でみる安倍政権 —2001年以降、歴代内閣との比較を通して—」(堀江浩)は、小泉純一郎内閣にまでさかのぼり、歴代内閣の支持理由や年代別支持率、さらに政党支持率などを比較検討している。使用したデータは、2001年4月の小泉内閣発足時から朝日新聞社が始めたRDD定例電話世論調査結果に相当する。内閣支持率調査が297件、政党支持率調査は336件におよぶ。

内閣の支持理由・不支持理由という、通常はあまり注目されることのない変数の推移を詳細に観察すると、「政権交代の前後で内閣支持 / 不支持の理由に政権政党を意識した回答が増えることや、第2次以降の安倍晋三内閣を支持する理由で『他よりよさそう』が最多になる」ことから、「2度の政権交代を経験した有権者が、政権を比べて評価できる視点を身に付けた」のではないかと堀江氏は解釈している。「他よりよさそう」も、消極的な意味合いとは限らない。非常に興味深い指摘であろう。

政党支持にかんしては、第2次安倍内閣は民主支持と無党派から離れた層を取り込むことにより自民党支持層を大きく回復させ、これが政権の安定と長期化を支えた分厚い基層となったという。堀江氏はさらに、RDD調査では2016年から従来の固定電話に携帯電話を加えたことにより、各回の調査における若年層、とりわけ20代の数値のばらつきが収束し、安定的な結果を得られるようになったことを明示している。

第二論文の「ライフ・スタイルの変容と政治意識の軌跡 —『さいたま市民：政治に関する意識調査』(2013~2020)—」(松本正生)は、埼玉大学社会調査研究センターが、2013年からアニュアルで実施してきた8回の調査結果のまとめである。郵送法を採用する同調査は一貫して6割台の有効回収率を確保しており、継続質問結果の時系列推移の客観性が担保される。経年の推移では、「スマートフォンの保有率」に激変とも言うべき増加傾向が存在する。デバイスの変化は、単なるツールのレベルにとどまらず、コミュニケーション・スタイルの変容、情報源の転換、延いてはライフ・スタイルの変質も引き起こしている。

定例調査の8年間は、くしくも第2次安倍内閣の在任期間と重なる。安倍内閣支持率については、報道機関の調査結果と同様、ゆるやかな「若高—老低」型の支持構造を確認できる。ただ、年齢階層間での比率の相違は、支持率よりも不支持率の方が大きく、18~29歳や30代の若年層には、『支持しない』とは答えない」という特性が存在している。

政治意識については、政治不満や政治家不信の高さが目立った。しかしながら、18~29歳の最若年層だけは、政治に対する不満が低いにもかかわらず政治家不信は高いという、他の年代とは異なる傾向が見受けられる。若年層にとって、一般的な政治に関するリアリティが希薄な一方で、メディアを通じた政治家のマイナス・イメージが政治を認知する契機となっていることを示唆している。

第三論文の「景気判断と家計行動 ―世論調査からの接近―」（福地幸文）は、世論調査結果と統計データを用いて、国民の景気判断と家計行動の関係を分析している。景気判断における最も重要な指標は実質 GDP の成長率(増減率)であるが、国民が日々の生活の中で、実質 GDP を判断材料として景気判断を行い、家計行動を選択しているとは考え難い。「国民がどのような景気判断材料に基づき、如何なる家計行動を(消費行動や金融行動)を選択している」のか。福地氏は、年度会計と暦年統計を用いた回帰分析を行い、「国民は賃金水準とその前提となる雇用環境を主な景気判断材料の一つとしている」と推測している。

他方、国民生活に関する世論調査と労働力調査の分析では、完全失業率が低下して雇用が安定すると、国民は貯蓄や投資など将来に備えようとする事が明らかとなる。とすれば、賃金が増加しても消費は増えないことになるだろう。ところが、勤労者世帯に注目し詳細に分析すると、勤労者世帯は可処分所得を上回る旺盛な支出をしていることが判明する。家計の購買意欲に対する可処分所得の不足を補っているのが、クレジット購入にほかならない。したがって、「一人当たりの賃金の引き上げに向けた取り組みが、健全な経済成長に資する重要な課題である」と福地氏は結論づけている。手堅い解析と言えよう。

第四論文の「『ノン・スポークン(Non-spoken)調査』の理念と課題」（平田崇浩・大隈慎吾）は、(株)社会調査研究センターが実装する新方式の調査方法に関する解説である。ノン・スポークン調査とは、電話(RDD)調査と Web 調査とをミックスさせた自記式の世論調査に相当する。オートコール・システムを用いて調査への協力依頼をし、承諾が得られたら SMS でリンク情報を送信する。回答者がスマートフォンの画面をタップすれば Web 上の回答画面に転じ、質問のテキストを読んで回答してもらうという手順である。Web 調査なので、文章で回答を書いてもらう自由記述形式の設問も可能である。

ノン・スポークン調査は、実査環境の悪化やコミュニケーション・スタイルの変容に対応すべく設計された手法であるが、調査に対する社会の信頼を取り戻すために、調査する側の論理から回答する側の都合の優先へと、世論調査をめぐる主客間のルール・チェンジも提起している。平田・大隈論文では、ノン・スポークン調査の理念の開陳に加えて、同調査のパフォーマンスに関するデータもあまねく開示することにより、当該調査手法の課題が明らかとなる。さらなる精度向上への模索を怠ることなく、きちんと育て上げたい手法である。

本号の巻末には、第 1 号から第 19 号までの総目次を掲載している。これらの論文については、すべて、われわれ埼玉大学社会調査研究センターのウェブサイト上で閲覧が可能である(<http://ssrc-saitama.jp>)。ご利用に供すれば幸甚である。

2021 年 2 月

埼玉大学社会調査研究センター長
松本 正生