ISSN 2186-411X

政策と調査

第 23 号

第12回　世論・選挙調査研究大会特集号

巻頭言　松本 正生

〔 論 文 〕

1. 参院選の報道各社の情勢調査比較　－多様化する調査手法－　大栗 正彦
2. 朝日新聞社の 2022 年参院選情勢調査について　江口 達也
3. ＳＳＲＣ「ｄサーベイ」の方法と精度－「配信設計モデル」の構築と進化－　平田 崇浩

〔 討 論 〕

選挙をめぐる調査と報道　今市　憲一郎・小山　優・堀江　浩・松本 正生

〔 資 料 〕

2022 参院選：世論調査が語る民意　（日本記者クラブ会見）　松本 正生

2022年（令和4年）12月

埼玉大学社会調査研究センター

政策と調査
第 23 号
第 12 回 世論・選挙調査研究大会特集号
2022 年（令和 4 年）12 月

目次

巻頭言　松本 正生 … 1

〔 論 文 〕

1. 参院選の報道各社の情勢調査比較
－多様化する調査手法－　大栗 正彦 … 5

2. 朝日新聞社の 2022 年参院選情勢調査について　江口 達也 … 23

3. ＳＳＲＣ「ｄサーベイ」の方法と精度
－「配信設計モデル」の構築と進化－　平田 崇浩 … 29

〔 討 論 〕

「選挙をめぐる調査と報道」　今市 憲一郎･小山 優･堀江 浩･松本 正生 … 41

〔 資 料 〕

2022 参院選:世論調査が語る民意（日本記者クラブ会見）　松本 正生 … 55

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)』も、第23号を刊行するに至った。

本号は、2022年9月30日（金）に開催した「第12回世論・選挙調査研究大会」を特集している。今年の研究大会は、「選挙をめぐる調査と報道」をテーマに、さる7月10日に投開票が行われた第26回参議院議員通常選挙における調査と報道の総括を行った。

研究大会は第一部の報告（3本）と第二部の討論から構成された。報告に関しては、本誌の掲載に際し、論文形式への書下ろしをお願いした。記して謝意に代えたい。第一論文は、大栗正彦氏（福井コンピュータスマート）による「参院選の報道各社による情勢調査比較 ―多様化する調査方法―」である。新聞・通信社の情勢調査とその精度について、克明かつ詳細にわたり解説がなされている。21年10月の衆院選以降、報道各社はオートコール方式やインターネット方式など、多様な手法を採用するようになったが、今回の参院選における予測は、各社ともほぼ的確であったとの評価がなされている。採用する調査方法が多様化する中で、手法や精度に関する情報の開示が十分になされているとは言い難い。大栗氏も、さぞかしまとめに苦労されたであろう。

第二論文は、江口達也氏（朝日新聞社世論調査部）による「朝日新聞社の2022年参院選情勢調査について」である。朝日新聞社では、21年の衆院選から情勢調査の方法を、インターネット調査と電話調査とを組み合わせる“ハイブリッド方式”に変更したという。インターネット調査は調査会社が持つアクセスパネル(登録モニター)を対象としており、電話調査には固定電話と携帯電話をミックスしたオペレーター方式のＲＤＤ調査が対応する。江口氏は、2回目に相当する自社の新方式について、「議席推計は全ての政党で予測の幅に収まり的中し、個別選挙区の当落判定でも好成績を収めたが、新たな課題も見えた」と総括している。課題とは何か。本文をご覧いただきたい。

第三論文は、平田崇浩氏（社会調査研究センター調査研究部）による「ＳＳＲＣ『ｄサーベイ』の方法と精度 ―「配信設計モデル」の構築と進化―」である。「ｄサーベイ」とは、ＮＴＴドコモの協力を得て社会調査研究センター（ＳＳＲＣ）が開発した個人所有のスマートフォンを対象とする新方式のインターネット調査で、ドコモ社のｄポイントクラブ会員を母集団としたランダムサンプリング(無作為抽出)調査に他ならない。ＳＳＲＣは、21年の衆院選時にも全国289選挙区における「ｄサーベイ」情勢調査を実装している。今回の参院選では、「配信設計モデル」を採用することにより回答者の属性構成の偏りが低減し、データの精度をさらに向上させることができたという。

第二部の討論は、テレビのキー局、地方紙、全国紙で、選挙の調査と報道に長年関わってこられたベテランのプロフェショナルに、パネリストをお願いした。今市憲一郎氏（ＴＢＳテレビ報道局編集主幹)、小山優氏（神戸新聞社編集局次長兼報道部長)、堀江浩氏（元朝日新聞社編集委員・世論調査部長）のお三方である。パネリスト各位には、先ず、自社の採用

する情勢調査や出口調査の方式や態勢の説明と、今回の参院選でのパフォーマンス評価を開陳いただいた。参院選においては、報道の中立と公正にかかわる新たな課題も現出した。社会のデジタル化の中で、選挙報道の現場も変容を迫られる事案が生じている。選挙の調査をめぐっては、実施体制の相乗り合同化、調査手法に関する「電話からネットへ」ないし「人からＷｅｂへ」の変更が必然化しつつある。討論は、選挙結果に基づく選挙報道の社会的意義へと進んだ。費用と効能のコスパを問われる担当責任者各位の労苦に、あらためて敬意を表したい。

本号の最後には、松本正生による日本記者クラブでの会見（「2022 参院選：世論調査が語る民意」2022.7.15）を収録している。国政選挙後の恒例になった松本の同クラブでの会見も、世論・選挙調査研究大会と同様に今回で 12 回目を数えたという。なお、会見の内容は、記者クラブの YouTube（https://www.youtube.com/watch?v=06UyB99PdEA）でもご覧いただける。

調査関係のみなさまのご利用に供すれば幸甚である。

2022 年 12 月

埼玉大学社会調査研究センター シニア・コーデイネーター
松本　正生

第12回 世論・選挙調査研究大会

2022年9月30日(金)

大会テーマ「選挙をめぐる調査と報道」

第一部：発 表

福井コンピュータスマート
大栗　正彦　氏

朝日新聞社
江口　達也　氏

社会調査研究センター
平田　崇浩　氏

第二部：討 論

埼玉大学
社会調査研究センター
松本　正生

元朝日新聞社
堀江　浩　氏

神戸新聞社
小山　優　氏

TBSテレビ
今市　憲一郎　氏

Saitama University

第 12 回 世論・選挙調査研究大会

日時：2022 年 9 月 30 日(金) 13:30～16:30
オンライン開催（Zoom ウェビナーによる生配信）
10 月 2 日(日)に再放送予定

大会テーマ
「選挙をめぐる調査と報道」

主催 ： 埼玉大学社会調査研究センター

はじめに 松本 正生（埼玉大学社会調査研究センター）

第一部 報 告

1. 参院選情勢調査:報道各社の方法比較 大栗 正彦（福井コンピュータスマート）
2. 朝日新聞社の参院選情勢調査について 江口 達也（朝日新聞社世論調査部）
3. SSRC「dサーベイ」の方法と精度 平田 崇浩（社会調査研究センター調査研究部）

第二部 討 論

「選挙をめぐる調査と報道」

討論者: 今市 憲一郎（TBSテレビ 報道局編集主幹）
小山 優（神戸新聞社 編集局次長兼報道部長）
堀江 浩（元朝日新聞社 編集委員）

司会者: 松本 正生（埼玉大学 名誉教授）

SOCIAL SURVEY RESEARCH CENTER

参院選の報道各社の情勢調査比較

－多様化する調査手法－

Comparison of Media Surveys on the House of Councilors' Election：Diversified Research Methods

大栗　正彦
Masahiko　Oguri

１．はじめに
２．各社の調査
　2-1. 手法の模索
　2-2. 予測の方法
３．議席予測
　3-1. 各社の見出しと予測値
　3-2. 選挙区の予測
　3-3. 比例の予測

〈要旨〉
参院選の各社情勢調査の精度を調べた。衆院選からの流れを受けて、新聞各社はオートコール調査やインターネット調査を行っている。各社の調査手法は異なっているが、議席予測の精度は高まり、各社ともほぼ予測を的中させている。これは調査で得られたデータを補正し、選挙結果を予測する計算式作成が成功したことが要因に挙げられる。当面は各社ともそれぞれが行っている手法を継続しながら精度を高めていくことになりそうだ。

In this study, we examined the accuracy of different surveys of the House of Councilors' election result. In response to the flow of the House of Representatives election, Newspaper companies conducted autocall and internet surveys. Although each company used different survey methods, the accuracy of seat predictions has improved and prediction of each company was almost correct. This is due to the successful development of a formula that corrects survey data and predicts election results. For the time being, each media will improve the accuracy of result by using their own survey methods continuously.

１．はじめに

第 26 回参議院議員選挙は 2022 年 6 月 22 日公示、7 月 10 日に投開票された。岸田政権下では 2021 年 10 月 31 日の第 49 回衆議院議員総選挙が発足直後の国政選挙だったので、参院選が事実上初の政権への審判になった。

本稿では新聞各社が行った情勢調査を実際の選挙結果と照らし合わせて検討し、各社の情勢報道を検証していく。対象は、（調査日と掲載日順に）共同通信（共同）、朝日新聞（朝日）、毎日新聞（毎日）、読売新聞（読売）、日本経済新聞（日経）で、紙面とウェブサイトに掲載されたデータや記事を参考にした。共同については掲載した地方紙を参考にした。基本的には第 49 回衆院選での検証と同じ手法をとった（大栗、2022）。衆院選時の各社情勢調査はそれ以前の固定電話への調査員（オペレーター）によるＲＤＤ調査から、自動音声（オートコール）調査やインターネット調査など多様な手法が取り入れられた。参院選でもその流れを受けての情勢調査が行われた。

共同と毎日は第 49 回衆院選では協力して序盤情勢調査を行ったが、今回は別々に実施している。共同は 6 月 22 日、23 日に序盤情勢調査を行い、7 月 2 日から 5 日まで加盟社が協力して終盤情勢調査を行った。朝日は 6 月 22 日、23 日に序盤情勢調査を行い、7 月 4 日、5 日に終盤情勢調査を行った。毎日は 6 月 25 日、26 日にＴＢＳと協力して序盤情勢調査を行い、7 月 2 日、3 日に中盤情勢調査を行った。読売と日経は引き続き共同で 7 月 1 日から 3 日に中盤情勢調査を実施した（図表 1）。

第 49 回衆院選時では読売、日経、毎日、共同の 4 社が公示日から情勢調査を実施したが、今回参院選で公示日からスタートしたのは共同、朝日の 2 社だけになった。両国政選挙で公示日から調査しているのは共同だけだ。かつては激しかった新聞社間の選挙情勢の速報競争は影を潜めた感じになった。調査回数も読売、日経は 1 回になり、さらに東京新聞が共同配信の個別選挙区の情勢を掲載しなかったので東京では共同記事が読めないということも起きた。選挙情勢が新聞の主要コンテンツではなくなってきたのかもしれない。

２．各社の調査

2-1. 手法の模索

国政選挙でオペレーター方式の固定電話ＲＤＤ調査を最初にやめたのは毎日で、2019 年 7 月 21 日の第 25 回参院選でオートコール方式に転換。さらに第 49 回衆院選では固定電話へのオートコール調査と携帯電話へのショートメッセージサービス（ＳＭＳ）を通じての調査の併用に移行した。そして参院選ではｄサーベイと呼ばれるインターネット調査を導入した（図表 2）。

朝日は衆院選に引き続き選挙区はインターネット調査、比例代表は電話調査を利用した。インターネット調査は調査会社 4 社の登録モニターを対象に実施し、電話調査は固定と携帯へオペレーター方式で調査した。

読売と日経の共同調査は固定と携帯への電話調査でオートコールとオペレーター方式を組み合わせて行っている。情勢報道が失敗したといわれている衆院選時と同じ手法だが、調査の特性を踏まえた設計や予測手法を開発し精度を改善するとしていた（福田、2022）。それが奏功したようだ。

共同は 2 回の情勢調査を衆院選の時と同様に別々の手法で行った。最初の序盤調査は固定と携帯を対象にして固定へはオートコール方式で実施し、携帯へはＳＭＳから回答画面を案内して回答を促す方法が取られた。2 回目の終盤情勢は加盟社

図表１．各社の情勢調査（日程・手法）

	調査日	調査協力	方法	対象デバイス
共同	6月22、23日		電話調査（自動音声）と携帯へのＳＭＳ	固定電話、スマホ
朝日	6月22、23日		インターネット調査・電話調査（調査員）	固定電話、スマホ、PC、タブレット
毎日	6月25、26日	TBS/JNN	インターネット調査・電話調査（自動音声）	固定電話、スマホ
読売	7月1~3日	日経	電話調査（調査員と自動音声）	固定電話、スマホ
日経	7月1~3日	読売	電話調査（調査員と自動音声）	固定電話、スマホ
毎日	7月２、3日	TBS/JNN	インターネット調査・電話調査（自動音声）	固定電話、スマホ
共同	7月２~5日	加盟社	電話調査（調査員）	固定電話
朝日	7月4、5日		インターネット調査・電話調査（調査員）	固定電話、スマホ、PC、タブレット

図表２．各社の情勢調査（手法の説明）

調査方法の説明文	
共同1	全国の有権者を対象に固定、携帯電話にコンピューターで無作為に発生させた番号をかけるRDD（ランダム・デジット・ダイヤリング）法で実施した。コンピューターで電話をかける自動音声応答通話（オートコール）方式を採用。携帯電話にも電話し、同意した人にショートメッセージサービス（SMS)を使い質問に答えてもらった
朝日	電話調査はコンピューターで無作為に電話番号を作成し、固定電話と携帯電話に調査員が電話をかけるRDD方式で、全国の有権者を対象に調査した
	インターネット調査はインターネット調査会社4社に委託して実施した。各社の登録モニターのうち、全国47都道府県の有権者を対象に調査した。委託したのは、株式会社インテージ、株式会社クロス・マーケティング、株式会社マクロミル、楽天インサイト株式会社の4社
毎日	社会調査研究センターがNTTドコモの協力を得て開発した新たなインターネット調査方式「ｄサーベイ」を使用し実施した。NTTドコモのｄポイントクラブ会員を対象とするアンケートサービス「プレミアパネル」（18歳以上の会員数約5800万人）から対象者を無作為に抽出。調査への協力を依頼するメールを配信し、回答を得た
	ｄサーベイのデータを検証・補完する目的で電話調査も並行して実施した。無作為に数字を組み合わせた固定電話番号に電話をかけるRDS法で対象者を抽出。自動音声応答（オートコール）の質問に答えてもらう方式で回答を得た
読売	コンピューターで無作為に作成した固定電話と携帯電話の番号を使い、調査員による調査と自動音声による調査を組み合わせて行った
日経	日経リサーチが乱数番号（RDD）方式で無作為に作成した固定電話と携帯電話の番号を使って実施した。調査員による調査と自動音声による調査を組み合わせた
共同２	全国の有権者を対象に、コンピューターで無作為に電話番号を発生させて電話をかけるRDD（ランダム・デジット・ダイヤリング）法で実施した

が協力してオペレーター方式の固定ＲＤＤ調査を行った。

各社とも携帯電話への調査が主流になりつつあるが、対象はスマホである。いかにスマホで答えてもらうかの手法が各社間の競争になっている。固定電話調査にしてもオートコール方式が多くなっている。

また、オートコール方式やインターネット調査がとられることでサンプル数も増えている。朝日は改選数１の選挙区の 1200 から改選数６の東京選挙区の 5200 まで目標を設定し、８万 549 サンプルを集めた。毎日も１人区で 1000 から東京選挙区の 3600 までを目標にして、６万 7472 人から回答を得ている。読売と日経は６万 809 人。共同は１回目が３万 8708 人、２回目が４万 3768 人から回答を得ている。

オペレーターによる固定電話へのＲＤＤ調査で意識されていた確率標本に従って調査設計を行うという考えはできなくなり、オートコール方式やインターネット調査では発信数が公表されていない。

調査日数はオペレーターによる調査より短くなっており、調査コストは大幅に少なくなっている。

2-2. 予測の方法

選挙予測は各社が培ってきた独自ノウハウで行っており（図表 3)、共同で調査をおこなっている読売と日経でも分析は別々に行っている。読売は紙面で「選挙区の予測は、過去の参院選の調査値と実際の得票率との関係から政党ごとに予測式を作成し、今回の調査で得た各候補者の数値を当てはめた」と説明し、日経も「政党別の獲得議席数に関しては日本経済新聞社が過去に実施した衆院選や参院選の情勢調査と選挙結果の関係から予測モデルを作成した。選挙区は各候補者の当選確率から政党別の議席数を算出した」としている。

両社とも過去データから予測式を作成して、今回調査のデータを当てはめて分析している。議席

図表３．各社の情勢調査（予測の説明）

	予測の方法
朝日	選挙区は、ネット調査データから当落を予測した。並行実施した電話調査データを基に、ネット調査データを補正した上で、過去の参院選で実施したネット調査と選挙結果から作成した当落の予測モデルに当てはめた。主に、支持模様の強弱や、候補者の属性などを踏まえて、候補者の強さを見極め、当選確率を算出した
	比例区は、電話調査データから予測した。過去の参院選データから予測式を作り、調査支持率から得票率を推計。誤差幅を見込んでドント式のシミュレーションを行い、獲得議席を求めた
読売	選挙区の予測は、過去の参院選の調査値と実際の得票率との関係から政党ごとに予測式を作成し、今回の調査で得た各候補者の数値を当てはめた
	比例選は、過去の参院選などの調査値と実際の選挙結果との関係から予測式を作成し、各政党の予測得票数を算出。その後、ドント方式で各政党の獲得予測議席を計算した
日経	政党別の獲得議席数に関しては日本経済新聞社が過去に実施した衆院選や参院選の情勢調査と選挙結果の関係から予測モデルを作成した。選挙区は各候補者の当選確率から政党別の議席数を算出した。比例代表は投票者数と政党得票率を推定しドント方式で議席数を計算した
毎日	ｄサーベイのデータを検証・補完する目的で電話調査を主に全国比例代表のデータ分析に活用した

数予測ではこの予測式の成否が、実際の選挙結果と当たっているのかどうかの分かれ道になる。

個別の選挙区情勢は、調査データだけではなく取材を加味して書かれている。記事に出てくる候補者の順番は通常その選挙区の有力順を表しているが、取材での判断を加えることで調査結果の順番であるとは限らない。

３．議席予測

3-1. 各社の見出しと予測値

衆院選では自民党と立憲民主党の予測で各社の見出しは割れたが、参院選では「自公（与党）改選過半数」でそろった。

「自公、改選過半数の勢い　野党、1 人区ふるわず」（朝日）

「与党 改選過半数の公算大　自民 60 台うかがう　立憲苦戦議席減か」（毎日）

「与党 改選過半数の勢い　立民 伸び悩み　維新 大幅増の公算」（読売）

序盤情勢から終盤情勢まで一貫して流れは変わらなかった。選挙結果も予測通りになり、参院選の各社の情勢調査はうまくいった。

議席予測を数字で表した社をみる（図表 4）。朝日、毎日、読売、共同ともに選挙結果は各社の予測幅にすべて入っている。序盤情勢から終盤情勢まで諸派に至るまで予測は当たっている。衆院選では立憲民主党を強く予測しすぎて判断を誤った読売も参院選では立て直した。調査ごとのサンプル属性の傾向をつかみ、固定と携帯のオートコールの割合を見直したこと、立憲民主党支持層の比率

図表４．各社の予測議席数

	選挙結果	朝日 6月24日	毎日 6月27日	読売 7月4日	毎日 7月4日	朝日 7月6日	共同 7月6日
自民	63	55～66	56～67	55～65	53～66	56～65	56～62～67
立民	17	13～22	13～23	13～24	11～24	12～20	12～17～23
公明	13	12～15	13～15	10～15	10～14	12～15	12～14～15
維新	12	9～15	10～15	11～19	11～17	10～16	9～13～17
国民	5	1～7	2～6	2～5	2～6	2～7	1～3～6
共産	4	4～8	4～7	3～8	4～7	3～8	4～6～8
れいわ	3	1～5	2～4	2～4	1～3	1～5	1～3
社民	1	0～2	0～1	0～1	0～1	0～1	0～1～2
N党	1	0～2	0～1	0～1	0～1	0～1	0～1
諸派	1	0～2	0～1	1～2	0～1	0～3	0～2
無所属	5	4～6	4～5	3～5	4～7	4～8	3～5～7

が高い高齢者層の補正などで、参院選情勢調査はうまくいったようだ。

3-2. 選挙区の予測

次に選挙区情勢原稿から各社の傾向をみてみる。個別の選挙区情勢で改選数以内に名前をあげた候補者が当選したかどうかの割合を比べる（図表5）。最も高かったのが共同序盤 98.7%。続いて毎日と共同終盤が同率で 96%、さらに朝日序盤と読売が 94.7%、日経 93.3%となっている。選挙区の改選数は75議席だったので、共同の序盤情勢は1議席しか読み間違っていないことになる。共同は衆院選の情勢調査でも最も高い割合を示していた。

調査手法が一変した衆院選では読売、日経が立憲民主党の候補者を 1 位にあげて結果を外すことが多かったが、参院選では各社とも安定した情勢調査結果だった。オートコールやインターネット調査の傾向がつかめて、補正の方法や計算式に練度が上がったのだろう。

各社が外した選挙区をみると激戦が伝えられた選挙区が多い。北海道、岩手、東京、神奈川、愛知、沖縄などで、選挙結果も数ポイント以内の得票率差で決着したところばかり。情勢調査でも接戦をそのまま反映しているともいえる。外した候補者の所属政党は自民党、立憲民主党、日本維新の会、共産党などとなっており、中でも日本維新の会候補者を外す傾向がある。衆院選の情勢調査でも日本維新の会の支持傾向を把握するのに各社とも苦労していた。

特に改選数 4 の愛知選挙区は朝日序盤と終盤、毎日、読売、共同終盤が外しており、いずれも日本維新の会候補者を上位に名前をあげている。従来型の固定ＲＤＤ調査では日本維新の会候補者は低めになり、インターネット調査では逆に高くなることが知られている。愛知選挙区の場合、朝日と毎日がインターネット調査、読売が固定と携帯への調査、共同終盤が従来型のＲＤＤ調査と、手法は各社異なっている。どの調査でも日本維新の会支持

図表５．改選数以内にあげた候補者で当選した人数と割合

	共同1	朝日1	毎日	読売	日経	共同2	朝日2*
改選数以内で名前を挙げて当選した人数	74	71	72	71	70	72	33/36
割合(%)	98.7	94.7	96.0	94.7	93.3	96.0	91.7

＊　注目17選挙区

図表６．外した選挙区の内容

	共同1	朝日1	毎日	読売	日経	共同2	朝日2*
外した選挙区	岩手	北海道、岩手、神奈川、愛知	岩手、愛知、沖縄	北海道、東京、神奈川、愛知	宮城、福島、東京、京都、奈良	神奈川、長野、愛知	北海道、愛知、沖縄
外した所属政党	立民	立民、立民、共産、維新	立民、維新、自民	立民、維新、共産、維新	立民、野党系無所属、維新、維新、維新	共産、自民、維新	立民、維新、自民
1社だけ当たる	なし	なし	なし	なし	なし	なし	
1社だけ外す	なし	なし	なし	なし	宮城、福島、京都、奈良	なし	
当選順も当たる・2人区	茨城、静岡、京都、広島	茨城、静岡、京都、広島	茨城、静岡、広島	茨城、静岡、京都、広島	茨城、静岡、広島	茨城、静岡、広島	
〃　3人区	兵庫、福岡	福岡	北海道、兵庫、福岡	兵庫、福岡	北海道、兵庫、福岡	北海道、福岡	
〃　4人区以上	なし	なし	なし	なし	なし	なし	

図表７．残差平方和での比較

	共同1	朝日1	毎日	読売	日経	共同2	朝日2*
残差平方和	16.00	19.50	17.06	3.86	802.60	37.31	2.94
度数平均	16.00	4.88	5.69	0.97	160.52	12.44	0.98

層の動向を生数字ではなく、補正する方法が難しいのかもしれない。公表されている何社かのウェブサイトから投票日の出口調査をみると、そこでも外れているようなので、愛知選挙区特有の事情があるのかもしれない。

また改選数 3 までの選挙区では当選順も当てられているが、4 人以上の選挙区になると順番まで当てることは困難になっている。

1 社だけ当選を当てた社はないが、日経は 1 社だけ外した選挙区が宮城、福島、京都、奈良の 4 選挙区あった。同じ調査データを使っている読売はこの 4 選挙区は当たっている。日経は宮城では立憲民主党候補者を、福島では野党統一の無所属候補者を 1 位にあげている。また当選圏内予測だったので外したわけではないが改選数 3 の千葉でも実際には 3 位当選だった立憲民主党候補者を 1 位にあげている。読売と日経の調査手法では衆院選時ほどではないが立憲民主党に強く出る傾向があるように推測される。

各社が当選圏内と予測して落選した候補者と実際に当選した候補者（2 人区以上は最下位当選者）のそれぞれの実際の得票率の差を残差と仮定して残差平方和からみてみる（図表 7）。落選した候補者と当選者の得票率の差を 2 乗した和で計算。当選圏内予測者の 90%以上が当選するという情勢報道だったので落選者は少ない中での試算だが、その中でも読売と朝日終盤情勢が高い精度を示した。読売は 3 人区以上で外しているので得票率差が小さい。共同序盤情勢は 1 人しか外していないが、1 人区で外しているための結果で、ほぼ問題のない幅に収まっている。

読売の方が調査手法の傾向を読み取り補正や計算式の作成に成功し、日経がうまくいかなかったということだろう。

朝日も「インターネット調査データを、電話調査データを基に補正することで予測を行った」としている。調査結果の生数字では選挙予測はできないと考えている（江口、2022）。従来型の固定ＲＤＤ調査ではいかに調査精度を高めるかの検討がなされていたが、オートコールやインターネット調査がとり入れられた結果、調査の歪みを前提にして選挙結果に近づける補正や計算式作成などの手法に焦点が移ってきているようだ。ただ同じ調査手法をとっても、いつも同じように歪みが出るわけでもないのが難しい点だ。

3-3. 比例の予測

比例代表の予測は序盤情勢でも終盤情勢でも、選挙結果は各社の予測幅に収まっている（図表 8）。ＹｏｕＴｕｂｅなどインターネットを使って支持を拡大していった参政党の議席もとらえており、比例代表の予測はうまくいった。

朝日は選挙区とは分析に使うデータを変えて電話調査を選択しているが、他社は選挙区分析と同じ手法をとっている。分析方法を紙面で紹介している社によると、過去データから予測式を作成、政党ごとの得票率（朝日、日経）または得票数（読売）を計算し、ドント方式で各政党の議席数を予測している。

同じデータを使っている読売と日経の予測幅が異なるのは予測式の作成法が違っているから。ま

図表８．各社の比例代表の予測議席数

	選挙結果	朝日1	毎日	読売	日経	共同2	朝日2*
自民	18	16～21	17～21	16～19	17～20	17～18～20	15～19
立民	7	5～9	6～9	6～8	6～8	6～8～10	5～8
公明	6	6～8	6～8	6～8	6～7	6～7～10	6～8
維新	8	5～8	6～9	7～9	7～9	6～7～8	6～9
共産	3	3～5	3～5	3～5	3～4	3～4～5	3～5
国民	3	1～4	1～3	2～3	1～3	1～2～4	2～4
れいわ	2	1～4	1～3	2～3	1～2	1～2	1～4
社民	1	0～2	0～1	0～1	0～1	0～1～2	0～1
N党	1	0～2	0～1	0～1	0～1	0～1	0～1
諸派	1	0～2	0～1	1～2	0～1	0～1	0～3

た、中心値を示しているのは共同だけだった。朝日は他社より予測幅をやや広めにとっているという印象だ。

４. 終わりに

第49回衆院選の流れがさらに加速して参院選の情勢調査は、オートコールでの調査やインターネット調査へのシフトが鮮明になった。代表性を意識して選挙区の縮図になるよう確率標本に従って世論調査と同様の調査設計をすることは、選挙の情勢調査ではとられなくなった。やりたくても調査環境の変化や費用などの面からできなくなってきたのだろう。

「当たることが重要」で、「当てるための競争」が鮮明になってきたようだ。そのための手法がオートコールであったりインターネットであったりする。各社とも、新たな手法での調査経験を増やしてきて、選択した調査手法の生数字と選挙結果の乖離から補正や計算式の作成が洗練されてきた。その結果、参院選情勢調査では満足できる結果が得られたのではないか。

以前のように、固定電話へのオペレーター方式のＲＤＤ調査に調査手法が集約されていったということは、起きることはなくて、当分は多様な手法の中で各社が補正や予測モデルを導く研究にしのぎを削ることになるのだろう。仮に一つの手法に集約されるとしたら、費用が安く簡便な分析手法が導き出せる調査が開発される時だろう。

（福井コンピュータスマート）

参考文献

大栗正彦（2022）. 2021 年衆院選の選挙予測のパフォーマンス比較ー激変した報道各社の情勢調査手法ー, *政策と調査* **22,** 6-7

福田昌史（2022）. 読売新聞社の衆院選情勢調査. *政策と調査* **22,** 42

江口達也（2022）. 2021 年衆院選情勢調査の設計についてーなぜネット調査を導入したかー. *政策と調査* **22,** 31

図表９．選挙区の結果と各社の情勢調査

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
北海道	3	長谷川岳	自民（公）	現	1	25.6	1	一歩リード	1	引き離す	1	やや優勢	1	先行	1	先行	1	やや先行	1	安定感
		徳永エリ	立民（社）	現	2	19.5	3	激しく競り合う	2	やや有利	2	激しく競り合う	2	残る2議席を小差で競る	2	残る2議席を激しく競る	2	横一線で追う	3	激戦
		船橋利実	自民（公）	新	3	19.1	2	激しく競り合う	4	最後の1議席めぐり激戦	3	激しく競り合う	4	残る2議席を小差で競る	3	残る2議席を激しく競る	3	横一線で追う	4	激戦
		石川知裕	立民（れ社）	新	4	18.1	4	激しく競り合う	3	最後の1議席めぐり激戦	4	激しく競り合う	3	残る2議席を小差で競る	4	割って入る	4	横一線で追う	2	抜け出しやや優位
		畠山和也	共産	新	5	7.0	6				5		5		5		5		5	
		臼木秀剛	国民	新	6	3.9	5				6						6		6	
		大村小太郎	諸派	新	7	3.2														
		斉藤忠行	N党	新	8	1.0	8													
		石井良恵	N党	新	9	0.8	9													
		浜田智	N党	新	10	0.8	7													
		沢田英一	諸派	新	11	0.7														
		森山佳則	諸派	新	12	0.5														
青森	1	田名部匡代	立民（社）	現	1	53.5	1	ややリード	1	互角の激しい戦い	1	安定した戦い	1	頭一つ抜け出す	1	手堅い戦い	1	先行保ち逃げ切り図る	1	わずかに抜け出し一歩リード
		斉藤直飛人	自民（公）	新	2	41.7	2	組織固めを急ぐ	2	互角の激しい戦い	2	追い上げに懸命	2		2	追う	2	懸命に追い上げる	2	激しく追い上げ
		中条栄太郎	諸派	新	3	2.6			3											
		佐々木晃	N党	新	4	2.2	3		4		3						3			
岩手	1	広瀬めぐみ	自民（公）	新	1	47.2	2	猛追する	2	互角の戦い	2	激しく追い上げ	1	激しく競り合う	1	競り合う	1	競り合う	1	一歩抜け出しやや優位
		木戸口英司	立民	現	2	43.2	1	わずかに先行	1	互角の戦い	1	先行	2	激しく競り合う	2	競り合う	2	競り合う	2	懸命に追う
		白鳥顕志	諸派	新	3	4.8			3										3	
		大越裕子	無所属	新	4	2.4			4										5	
		松田隆嗣	N党	新	5	2.4	3		5		3						3		4	
宮城	1	桜井充	自民（公）	現	1	51.9	1	リード	1	安定した支持	1	優勢	1	先行	2	互角の戦い	1	リード		
		小畑仁子	立民	新	2	29.8	2	追い上げを図る	2		2	追う	2	追う	1	互角の戦い	2	追い上げ図る		
		平井みどり	維新	新	3	10.1	3		3		3				3		3			
		ローレンス綾子	諸派	新	4	5.8			4											
		中江友哉	N党	新	5	2.3	4		5		4						4			
秋田	1	石井浩郎	自民（公）	現	1	42.7	1	優勢	1	引き離す	1	優位	1	横一線で激しく争う	1	やや有利	1			
		村岡敏英	無所属（国）	新	2	35.6	2	追う	2		2		2	横一線で激しく争う	2	巻き返しを狙う	2	猛追		
		佐々百合子	無所属（立）	新	3	13.7	3	追う	3		3									
		藤本友里	共産	新	4	4.4			5		4				3		3			
		伊東万美子	諸派	新	5	2.3			4											
		本田幸久	N党	新	6	1.4			6		5						4			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～3日	調査日	1日～3日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
山形	1	舟山康江	国民	現	1	49.0	1	競る	1	激戦	1	やや先行	1	互角の戦い	1	僅差でリード	1	やや優勢	1	抜け出し優位
		大内理加	自民（公）	新	2	44.0	2	競る	2	激戦	2	追い上げ	2	互角の戦い	2	猛追	2	急速に追い上げ	2	激しく追う
		石川渉	共産	新	3	3.6	3		3		3				3		3		3	
		黒木明	諸派	新	4	2.1			4											
		小泉明	N党	新	5	1.3	4		5		4						4		4	
福島	1	星北斗	自民（公）	新	1	51.6	1	一歩リード	1	有利	1		1	接戦	2	横一線	1	リード保つ	1	一歩リード
		小野寺彰子	無所属（立国社）	新	2	39.3	2	懸命に追う	2	激しく追う	2	追い上げる	2	接戦	1	横一線	2	追いかける	2	激しく追う
		佐藤早苗	無所属	新	3	3.8			3										3	
		窪山紗和子	諸派	新	4	2.8			4										4	
		皆川真紀子	N党	新	5	2.4	3		5		3						3		5	
茨城	2	加藤明良	自民（公）	新	1	49.9	1	盤石	1	優位	1	頭1つ抜け出す	1	優位	1	抜け出す	1	大差		
		堂込麻紀子	無所属（立国）	新	2	18.1	2	激しく争う	2	優位	2	追う	2	残り1議席激しく競る	2	2議席目で一歩先行	2	激しい競り合い		
		佐々木理加	維新	新	3	14.6	4	激しく争う	3	懸命に追う	4		3	残り1議席激しく競る	3	巻き返しを狙う	3	激しい競り合い		
		大内久美子	共産	新	4	9.7	3	激しく争う	4		3						4			
		菊池政也	諸派	新	5	4.5			5											
		村田大地	N党	新	6	1.6	6		6								6			
		丹羽茂之	N党	新	7	1.3	5										5			
		仲村渠哲勝	無所属	新	8	0.4														
栃木	1	上野通子	自民（公）	現	1	56.2	1	抜け出している	1	優位	1	優位	1	引き離す	1	安定した戦い	1	独走状態		
		板倉京	立民	新	2	17.3	2	伸び悩む	2		2		2		2	追い上げ	2			
		大久保裕美	維新	新	3	13.6	3		3		3		3		3		3			
		岡村恵子	共産	新	4	6.0	4		4				4		4		4			
		大隈広郷	諸派	新	5	4.2			5											
		高橋真佐子	N党	新	6	2.6			6								5			
群馬	1	中曽根弘文	自民（公）	現	1	63.8	1	独走状態	1	安定	1	安定	1	安定	1	安定した戦い	1	圧倒		
		白井桂子	無所属（立）	新	2	18.6	2	巻き返しを図る	2		2		2		2	追い上げ	2			
		高橋保	共産	新	3	9.3	3		3		3		3				3			
		新倉哲郎	諸派	新	4	5.3			4											
		小島糾史	N党	新	5	3.0	4		5		4						4			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
千葉	3	臼井正一	自民（公）	新	1	25.9	3	続く	2	安定	3	先行	3	残り1議席しのぎ削る	3	優位	1	大きく抜け出す		
		猪口邦子	自民（公）	現	2	23.1	1	先行	1	安定	1	先行	1	先行	2	優位	2	大きく抜け出す		
		小西洋之	立民	現	3	18.6	2	先行	3	安定	2	先行	2	先行	1	優位	3	リード		
		佐野正人	維新	新	4	9.9	4	猛追	4		4	追う	4	残り1議席しのぎ削る	4		5	懸命に追い上げ		
		斉藤和子	共産	新	5	7.7	5	猛追	5		5	追う	5		6		4	懸命に追い上げ		
		磯部祐和	国民	新	6	6.4	6		6		6		6		5		6	懸命に追い上げ		
		椎名亮太	諸派	新	7	3.4														
		中村典子	N党	新	8	1.1	8										8			
		七海ひろこ	諸派	新	9	0.9														
		宇田桜子	諸派	新	10	0.7														
		梓まり	諸派	新	11	0.7														
		渡辺晋宏	N党	新	12	0.7	7										7			
		須田良	N党	新	13	0.5	9										9			
		記内恵	諸派	新	14	0.4														
埼玉	4	関口昌一	自民	現	1	24.1	1	大きくリード	1	優勢	1	一歩リード	1	頭1つ抜け出す	1	頭1つリード	1	優位		
		上田清司	無所属（国）	現	2	16.6	3	無党派支持で先行	2	やや先行	2	浸透	4	残り3議席激しく競る	3	残る3議席を争う	2	先行		
		西田実仁	公明（自）	現	3	15.8	4	組織票を積み上げ	4	残る1議席をめぐり互角の戦い	4	追う	2	残り3議席激しく競る	4	残る3議席を争う	3			
		高木真理	立民	新	4	14.7	2	堅調	3	やや先行	3	追う	3	残り3議席激しく競る	2	残る3議席を争う	4	逃げ切り図る		
		加来武宜	維新	新	5	10.7	5	猛追	6	懸命に追う	6		5	残り3議席激しく競る	5	追う	5	激しく追い上げ		
		梅村早江子	共産	新	6	7.8	6	猛追	5	残る1議席をめぐり互角の戦い	5	追い上げ	6	残り3議席激しく競る	6	追う	6			
		西美友加	れいわ	新	7	4.0			7	懸命に追う	7						7			
		坂上仁志	諸派	新	8	3.0			8											
		高橋易資	無所属	新	9	0.7														
		河合悠佑	N党	新	10	0.6											9			
		湊侑子	諸派	新	11	0.5														
		小林宏	N党	新	12	0.5											10			
		宮川直輝	N党	新	13	0.4											8			
		堀切笹美	無所属	新	15	0.3														
		池高生	N党	新	16	0.2											11			
山梨	1	永井学	自民（公）	新	1	48.9	1	横一線の激戦	1	激戦	1	競り合う	1	大接戦	1	競り合う	1	激しい競り合い	1	抜け出し優位
		宮沢由香	立民（社）	現	2	43.8	2	横一線の激戦	2	激戦	2	競り合う	2	大接戦	2	競り合う	2	激しい競り合い	2	懸命に追う
		渡辺知彦	諸派	新	3	5.4			3										3	
		黒木一郎	N党	新	4	1.9	3		4		3						3		4	

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～3日	調査日	1日～3日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
東京	6	朝日健太郎	自民	現	1	14.7	1	先行	1	リード	1	優位	1	安定	1	盤石	1	一歩リード	1	引き離す
		竹谷とし子	公明	現	2	11.8	3	続く	5	やや優勢	4	抜け出す	3	続く	3	盤石	2	一歩リード	2	やや優勢
		山添拓	共産	現	3	10.9	5	続く	6	残る1議席めぐり激戦	6	競り合い	5	残り2議席デッドヒート	7	激しく追う	5	続く	5	混戦
		蓮舫	立民	現	4	10.6	2	先行	3	リード	3	優位	2	続く	2	盤石	3	一歩リード	3	やや優勢
		生稲晃子	自民	新	5	9.8	4	続く	2	リード	2	優位	4	続く	4	横一線	4	続く	4	やや優勢
		山本太郎	れいわ	元	6	9.0	6	6議席目を激しく競る	4	やや優勢	5	競り合い	7	残り2議席デッドヒート	5	横一線	6	最終議席を激しく競る	6	混戦
		海老沢由紀	維新	新	7	8.4	7	6議席目を激しく競る	7	残る1議席めぐり激戦	7	追う	6	残り2議席デッドヒート	6	横一線	7	最終議席を激しく競る	7	混戦
		松尾明弘	立民	新	8	5.9	10		8	懸命に追う	8		8	残り2議席デッドヒート	8		8	追う	8	混戦
		乙武洋匡	無所属	新	9	5.1	8	6議席目を激しく競る	9	懸命に追う	9						9	追う	9	
		荒木千陽	諸派（国）	新	10	4.5	9	6議席目を激しく競る	10	懸命に追う	10						10	追う	10	
		河西泉緒	諸派	新	11	2.2			11											
		服部良一	社民	新	12	0.9	11				11									
		松田美樹	N党	新	13	0.8	15													
		斎木陽平	諸派	新	14	0.8														
		沓沢亮治	諸派	新	15	0.7														
		田村真菜	諸派	新	16	0.4														
		及川幸久	諸派	新	17	0.4														
		河野憲二	諸派	新	18	0.4														
		安藤裕	諸派	新	19	0.3														
		田中健	N党	新	20	0.3	14													
		後藤輝樹	諸派	新	21	0.3														
		菅原深雪	諸派	新	22	0.3														
		青山雅幸	諸派	新	23	0.2														
		長谷川洋平	N党	新	24	0.2														
		猪野恵司	N党	新	25	0.2	13													
		説田健二	N党	新	26	0.2	12													
		中村高志	無所属	新	27	0.1														
		中川智晴	無所属	新	28	0.1														
		込山洋	諸派	新	29	0.1														
		内藤久遠	諸派	新	30	0.1														
		油井史正	無所属	新	31	0.1														
		小畑治彦	諸派	新	32	0.1														
		中村之菊	諸派	新	33	0.0														
		桑島康文	諸派	新	34	0.0														

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～3日	調査日	1日～3日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
神奈川	5	三原じゅん子	自民	現	1	19.7	1	優位	2	引き離す	1	一歩抜け出す	1	抜け出す	2	頭1つ抜け出す	1	優位ゆるがず	1	安定
		松沢成文	維新	元	2	14.8	2	続く	3	引き離す	4	競り合いながら追う	3	追いかける	1	頭1つ抜け出す	4	逃げ切り目指す	2	安定
		三浦信祐	公明（自）	現	3	13.4	4	続く	5	やや先行	3	競り合いながら追う	4	残り2議席激しく競る	4	競り合う	3	底堅い	3	やや優位
		浅尾慶一郎	自民	元	4	13.3	3	続く	1	引き離す	2	競り合いながら追う	2	追いかける	3	競り合う	2	安定	4	やや優位
		水野素子	立民	新	5	9.6	5	5議席目を激しく競る	6	懸命に追う	5	激しく争う	6	残り2議席激しく競る	5	競り合う	6	5番手を激しく競る	5	
		浅賀由香	共産	新	6	8.7	6	5議席目を激しく競る	4	やや先行	6	激しく争う	5	残り2議席激しく競る	6	猛追	5	5番手を激しく競る	6	残る1議席互角の激戦
		深作ヘスス	国民	新	7	6.2			10		8				7				8	
		寺崎雄介	立民	新	8	5.1	7	猛追	7	懸命に追う	7		7	残り2議席激しく競る	8		7	5番手を激しく競る	7	
		藤村晃子	諸派	新	9	2.9			8										8	
		内海洋一	社民	新	10	1.2			9		9								9	
		重黒木優平	N党	新	11	0.6														
		秋田惠	無所属	新	12	0.6														
		グリスタン・エスズ	諸派	新	13	0.5														
		橋本博幸	N党	新	14	0.5														
		針谷大輔	諸派	新	15	0.5														
		藤沢あゆみ	無所属	新	16	0.5														
		飯田富和子	N党	新	17	0.4														
		首藤信彦	諸派	新	18	0.3														
		小野塚清仁	N党	新	19	0.3														
		壱岐愛子	諸派	新	20	0.3														
		久保田京	諸派	新	21	0.3														
		萩山あゆみ	諸派	新	22	0.4														
新潟	1	小林一大	自民（公）	新	1	51.0	1	激しく競る	1	激しく競り合う	1	激しく競り合う	1	一歩も譲らぬ展開	1	やや優勢	1	拮抗する展開	1	抜け出し優位
		森裕子	立民（社）	現	2	44.2	2	激しく競る	2	激しく競り合う	2	激しく競り合う	2	一歩も譲らぬ展開	2	激しく追う	2	拮抗する展開	2	
		遠藤弘樹	諸派	新	3	3.2			4										3	
		越智寛之	N党	新	4	1.7			3		3						3		4	
富山	1	野上浩太朗	自民（公）	現	1	68.8	1	盤石	1	引き離す	1	優勢	1	有利	1	独走	1	圧倒し独走		
		京谷公友	維新	新	2	9.8	3		2				3		3		3			
		山登志浩	立民	新	3	9.2	2		3		3		2		2		2			
		坂本洋史	共産	新	4	6.0	4		4		4				4		5			
		海老克昌	諸派	新	5	4.8			5		2									
		小関真二	N党	新	6	1.4	5		6		5						6			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
石川	1	岡田直樹	自民（公）	現	1	64.5	1	安定した戦い	1	安定	1	優勢	1	頭1つ抜け出す	1	リード	1	優勢		
		小山田経子	立民	新	2	19.7	2	勢い弱い	2		2		2		2		2			
		西村祐士	共産	新	3	5.4	3		4		4				3		3			
		先沖仁志	諸派	新	4	5.1			5		3									
		山田信一	N党	新	5	2.9	4		6		5						4			
		針原崇志	諸派	新	6	2.4			3											
福井	1	山崎正昭	自民（公）	現	1	39.7	1	やや先行	1	引き離す	1	先行	1	先行	1	一歩先行	1	リード		
		斉木武志	無所属	新	2	35.8	2	懸命に追い上げ	2		2	追う	2	追う	2		2	猛追		
		笹岡一彦	無所属（維）	新	3	9.1	3		3		3				3		3			
		砂畑まみ恵	諸派	新	4	7.6			5		4									
		山田和雄	共産	新	5	5.0	4		4		5				4		4			
		ダニエル益資	N党	新	6	2.7	5		6		6						5			
長野	1	杉尾秀哉	立民（社）	現	1	44.6	1	やや先行	1	やや有利	1	激しく競る	1	予断許さぬ展開	1	僅差でリード	2		1	互角の激しい戦い
		松山三四六	自民（公）	新	2	38.7	2		2	激しく追う	2	激しく競る	2	予断許さぬ展開	2	追う	1	着実に伸ばす	2	互角の激しい戦い
		手塚大輔	維新	新	3	10.5	3		3		3				3		3		3	
		秋山良治	諸派	新	4	3.3			4										4	
		日高千穂	N党	新	5	1.7	4		5		4						4		5	
		サルサ岩渕	無所属	新	6	1.1													6	
静岡	2	若林洋平	自民（公）	新	1	39.5	1	先行	1	先行	1	リード	1	頭1つ抜け出す	1	優位	1	優位		
		平山佐知子	無所属	現	2	28.4	2	激しく競り合う	2	先行	2	リード	2	一歩リード	2	追う	2	優位		
		山崎真之輔	無所属（国）	現	3	15.9	3	激しく競り合う	3	やや苦しい	3	追う	3	追いかける	3		3	追いかける		
		鈴木千佳	共産	新	4	8.8	4		4		4		4	追いかける	4		4			
		山本貴史	諸派	新	5	4.6			5											
		堀川圭輔	N党	新	6	1.2	6		6								6			
		舟橋夢人	N党	新	7	0.9	5										5			
		船川淳志	無所属	新	8	0.7														
岐阜	1	渡辺猛之	自民（公）	現	1	52.8	1	大きく先行	1	優位	1	優位	1	先行	1	盤石	1	優位		
		丹野みどり	国民	新	2	30.1	2	追う	2		2	追う	2	追いかける	2	追い上げ	2			
		三尾圭司	共産	新	3	8.7	3		3		3		3		3		3			
		広江めぐみ	諸派	新	4	5.8	5													
		坂本雅彦	N党	新	5	2.6	4		4		4						4			
三重	1	山本佐知子	自民（公）	新	1	53.4	1	一歩リード	1	リード	1	リード	1	激しく競り合う	1	優勢	1	リード		
		芳野正英	無所属(立国社)	新	2	36.9	2		2		2	追う	2	激しく競り合う	2		2	追い上げ		
		堀江珠江	諸派	新	3	6.8			3											
		門田節代	N党	新	4	2.9	3		4		3						3			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
愛知	4	藤川政人	自民	現	1	28.4	1	リード	1	リード	1	頭1つ抜け出す	1	優位	1	リード	1	先行	1	優勢
		里見隆治	公明（自）	現	2	14.3	3	残り2議席を奪い合う混戦	3	リード	3	追う	3	追い上げる	4	やや有利	2	先行	2	優勢
		斎藤嘉隆	立民	現	3	13.0	2	リード	2	リード	2	追う	2	追い上げる	2	やや有利	3	先行	3	やや優勢
		伊藤孝恵	国民	現	4	12.7	4	残り2議席を奪い合う混戦	5	追う	5	激しく競り合う	5	追い上げる	3	やや有利	5	猛追	5	激戦
		広沢一郎	維新	新	5	11.4	5	残り2議席を奪い合う混戦	4	やや先行	4	激しく競り合う	4	追い上げる	5	激しく追う	4	猛追	4	激戦
		須山初美	共産	新	6	6.4	6	残り2議席を奪い合う混戦	6	追う	6		6	追い上げる			6		6	追う
		我喜屋宗司	れいわ	新	7	3.5	7		11		7						7		7	
		伊藤正哉	諸派	新	8	3.5			7										8	
		石川昭彦	諸派	新	9	1.3			8											
		塚崎海緒	社民	新	10	1.3	8		9		8						8		9	
		山下俊輔	無所属	新	11	1.2														
		末永友香梨	N党	新	12	0.9	11		10											
		山下健次	N党	新	13	0.7	10										10			
		平岡真奈美	N党	新	14	0.5											11		10	
		曽我周作	諸派	新	15	0.4														
		斎藤幸成	N党	新	16	0.3	9										9			
		伝三樹雄	諸派	新	17	0.3														
滋賀	1	小鑓隆史	自民（公）	現	1	51.6	1	先行	1	堅調	1	優位	1	優位	1	引き離す	1	リード		
		田島一成	無所属（立国）	新	2	31.2	2	追う	2	懸命に追う	2		2		2	追う	2	追う		
		石堂淳士	共産	新	3	8.5	3		3		3				3		3			
		片岡真	諸派	新	4	5.9			4		4									
		田野上勇人	N党	新	5	2.8	4		5		5						4			
京都	2	吉井章	自民（公）	新	1	28.2	1		1	抜け出す	2	激しく競る	1	横一線	2	激しく競り合う	2	互角の戦い	1	安定
		福山哲郎	立民	現	2	26.5	2		2	競り合う	1	やや先行	2	横一線	3	猛追	1	互角の戦い	2	激戦
		椿井祐子	維新(国)	新	3	24.8	3		3	競り合う	3	激しく競る	3	横一線	1	激しく競り合う	3	猛追	3	激戦
		武山彩子	共産	新	4	12.5	4		4		4				4		4		4	
		安達悠司	諸派	新	5	3.9			5										5	
		橋本久美	諸派	新	6	2.1			6											
		星野達也	N党	新	7	0.9	5										5		6	
		近江政彦	N党	新	8	0.7	6										6			
		平井基之	諸派	新	9	0.5														
奈良	1	佐藤啓	自民（公）	現	1	41.7	1	リード	1	安定	1	優位	1	激しく競り合う	2	激しく競り合う	1	優位		
		中川崇	維新	新	2	29.3	2	追う	2		2	追う	2	激しく競り合う	1	激しく競り合う	2			
		猪奥美里	立民	新	3	16.1	3	追う	3		3		3	激しく競り合う	3		3			
		北野伊津子	共産	新	4	6.9	4		4		4						4			
		中村麻美	諸派	新	5	4.7			5		5									
		冨田哲之	N党	新	6	1.3	5		6		6						6			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
大阪	4	高木佳保里	維新	現	1	23.1	3	当選圏に入る	4	優位	2	優位	3	肉薄	2	優位	1	優勢	2	安定
		松川るい	自民	現	2	19.4	2	当選圏に入る	1	安定	1	優位	2	優位	3	優位	2	優勢	1	安定
		浅田均	維新	現	3	16.0	1	当選圏に入る	2	優位	3	優位	1	優位	1	盤石	4	優勢	4	やや有利
		石川博崇	公明	現	4	15.7	4	4議席目をうかがう	3	優位	4	4位争いで一歩リード	4	追いかける	4	優位	3	優勢	3	優勢
		辰巳孝太郎	共産	元	5	9.0	5	追う	5	懸命に追う	5	追う	5	追いかける	5	追い上げ	5	追い上げに懸命	5	懸命に追う
		石田俊高	立民	新	6	5.3	6	続く	6		6		6	追いかける	6		6	追い上げに懸命	6	懸命に追う
		八幡愛	れいわ	新	7	3.0	7	続く	7		8				7		7		7	
		大谷由里子	国民	新	8	2.8	8		8		7				8		8		8	
		油谷聖一郎	諸派	新	9	2.6													9	
		西谷久美	諸派	新	10	1.0														
		吉田宏之	N党	新	11	0.6	10										10			
		西脇京子	N党	新	12	0.4	11		9								11			
		丸吉孝文	N党	新	13	0.3	12										12			
		本多香織	諸派	新	14	0.2														
		数森圭吾	諸派	新	15	0.2														
		高山純三朗	N党	新	16	0.2	9										9			
		後藤住弘	諸派	新	17	0.2														
		押越清悦	諸派	新	18	0.1														
兵庫	3	片山大介	維新	現	1	28.3	1	先行	2	引き離す	1	安定	1	優位	1	先行	2	優勢	1	堅調で優位
		末松信介	自民	現	2	24.5	2	先行	1	引き離す	2	安定	2	迫る	2	追う	1	優勢	2	堅調で優位
		伊藤孝江	公明（自）	現	3	19.8	3	激しい3位争い	3	互角の激しい戦い	3	堅調	3	一歩も譲らぬ展開	3		3	逃げ切り図る	3	ややリード
		相崎佐和子	立民（社）	新	4	11.3	4	激しい3位争い	4	互角の激しい戦い	4	追い上げる	4	一歩も譲らぬ展開	4	猛追	4	追う	4	激しく追う
		小村潤	共産	新	5	6.5	5		5		5				5		5		5	
		西村しのぶ	諸派	新	6	3.8													6	
		黒田秀高	諸派	新	7	1.5														
		山崎藍子	N党	新	8	1.2	7										7			
		木原功仁哉	無所属	新	9	1.1														
		中曽千鶴子	N党	新	10	0.7	8										8		7	
		速水肇	N党	新	11	0.6	6		6								6			
		稲垣秀哉	諸派	新	12	0.4														
		里村英一	諸派	新	13	0.3														

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
和歌山	1	鶴保庸介	自民（公）	現	1	72.1	1	優位揺るがない	1	安定	1	優勢	1	頭1つ抜ける	1	盤石	1	引き離す		
		前久	共産	新	2	14.6	2		2		2		2		2		2			
		加藤充也	諸派	新	3	5.8			3											
		遠西愛美	N党	新	4	3.9	3		4		3						3			
		谷口尚大	諸派	新	5	3.6			5											
鳥取・島根	1	青木一彦	自民（公）	現	1	62.5	1	優勢	1	優位	1	優位	1	優位	1	優位	1	盤石		
		村上泰二朗	立民	新	2	22.6	2		2		2		2		2	追い上げ	2			
		福住英行	共産	新	3	7.2	3		3		3		3				3			
		前田敬孝	諸派	新	4	5.1			4		4									
		黒瀬信明	N党	新	5	2.6	4		5		5						4			
岡山	1	小野由紀美	自民	現	1	54.7	1	先行	1	有利	1	優勢	1	引き離す	1	独走	1	優位		
		黒田晋	無所属（立国）	新	2	29.5	2		2		2	追う	2		2		2			
		住寄聡美	共産	新	3	8.3	3		3		3				3		3			
		高野由里子	諸派	新	4	5.2			4		4									
		山本貴平	N党	新	5	2.3	4		5		5						4			
広島	2	宮沢洋一	自民（公）	現	1	50.3	1	優勢	1	先行	1	先行	1	盤石の戦い	1	安定	1	盤石		
		三上絵里	無所属(立国社)	新	2	24.6	2	当選圏入りうかがう	2	堅調	2	続く	2	競り合う	2	激しく争う	2	先行		
		森川央	維新	新	3	10.9	3	追う	4		3		3	競り合う	3	激しく競り合う	3	懸命に追う		
		中村孝江	共産	新	4	5.5	4	追う	3		4						4			
		浅井千晴	諸派	新	5	5.0			5											
		渡辺敏光	N党	新	6	1.1	5										5			
		玉田憲勲	無所属	新	7	0.7														
		野村昌央	諸派	新	8	0.7														
		産原稔文	無所属	新	9	0.6														
		猪狩規之	N党	新	10	0.6	6										6			
山口	1	江島潔	自民（公）	現	1	63.0	1	安定した戦い	1	堅調	1	優勢	1	優勢	1	全世代から支持	1	独走		
		秋山賢治	立民	新	2	11.9	2		2		3		2		2		2			
		大内一也	国民	新	3	10.4	3		3		2						3			
		吉田達彦	共産	新	4	6.2	4		4		4						4			
		大石健一	諸派	新	5	3.9			6											
		佐々木信夫	諸派	新	6	3.0			5											
		二矢川珠紀	N党	新	7	1.6	5		7		5						5			
愛媛	1	山本順三	自民（公）	現	1	59.0	1	リード	1	引き離し安定	1	優勢	1	リード広げる	1	独走	1	優位		
		高見知佳	無所属（立）	新	2	32.1	2		2		2		2		2		2			
		八木邦靖	諸派	新	3	5.2			3											
		吉原弘訓	N党	新	4	2.4	3		4		3						3			
		松木崇	諸派	新	5	1.4														

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
香川	1	磯崎仁彦	自民（公）	現	1	51.5	1	引き離す	1	安定	1	優位	1	優位	1	安定	1	盤石		
		三谷祥子	国民	新	2	15.4	3		3		2		3		3		2			
		茂木邦夫	立民	新	3	13.7	2		2		3		2		2		3			
		町川順子	維新	新	4	8.6	4		4		4						5			
		石田真優	共産	新	5	4.7	5		5		5		4				4			
		小林直美	諸派	新	6	3.5			7											
		池田順一	N党	新	7	1.8	6		6		6						6			
		鹿島日出喜	諸派	新	8	0.7			8											
徳島・高知	1	中西祐介	自民（公）	現	1	52.8	1	優勢	1	優位	1	リード	1	大きく先行	1	安定	1	優勢		
		松本顕治	共産（社）	新	2	19.0	2		2		2	追う	2		2	追い上げ	2			
		藤本健一	維新	新	3	11.4	3		3		3				3		3			
		前田強	国民	新	4	9.1	4		4		4				4		4			
		荒牧国晴	諸派	新	5	5.2			5		5									
		中島康治	N党	新	6	2.6	5		6		6						5			
福岡	3	大家敏志	自民	現	1	29.2	1	抜け出す	1	優位	1	堅調	1	安定	1	優位	1	安定		
		古賀之士	立民	現	2	21.9	2	続く	2	優位	2	追う	2	ややリード	2		2	安定		
		秋野公造	公明（自）	現	3	17.4	3	3議席目を激しく競る	3	優位	3	追う	3	激しく競る	3		3	抜け出し優位		
		龍野真由美	維新	新	4	7.9	4	3議席目を激しく競る	4	追う	4		4	激しく競る	4	追う	4	追う		
		大田京子	国民	新	5	6.7	6		5		5						5			
		真島省三	共産	新	6	4.9	5		7		6									
		奥田芙美代	れいわ	新	7	4.1	7		6		7						8			
		野中しんすけ	諸派	新	8	3.6											6			
		福本貴紀	社民	新	9	1.5	8				8						7			
		真島加央理	N党	新	10	0.7	11										11			
		熊丸英治	N党	新	11	0.5	9										9			
		和田昌子	N党	新	12	0.4	10										10			
		江夏正敏	諸派	新	13	0.4														
		対馬一誠	無所属	新	14	0.4														
		先崎玲	諸派	新	15	0.2														
		組坂善昭	諸派	新	16	0.2														
佐賀	1	福岡資麿	自民（公）	現	1	65.2	1	優位	1	優勢	1	優位	1	先を走る	1	安定	1	盤石		
		小野司	立民	新	2	23.5	2		2		2		2		2		2			
		稲葉継男	諸派	新	3	5.4			4								3			
		上村泰稔	共産	新	4	4.0	3		3		3						4			
		真喜志雄一	N党	新	5	1.9	4		5		4						5			

					選挙結果		共同序盤		朝日序盤		毎日		読売		日経		共同終盤		朝日（注目17選挙区）	
							調査日	22、23日	調査日	22、23日	調査日	25、26日	調査日	1日～３日	調査日	1日～３日	調査日	2日～5日	調査日	4日、5日
都道府県	改選	候補者	所属(推薦)	新旧	順位	得票率	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現	名前順	表現
長崎	1	山本啓介	自民（公）	新	1	50.1	1	やや先行	1	先行	1	先行	1	安定	1	堅調	1	抜け出す		
		白川鮎美	立民（社）	新	2	29.2	2	猛追	2		2	追う	2		2	懸命に追う	2			
		山田真美	維新	新	3	10.3	3		3		3						3			
		安江綾子	共産	新	4	5.0	4		4		4						4			
		尾形綾子	諸派	新	5	4.1			5											
		大熊和人	N党	新	6	1.3	5		6		5						5			
熊本	1	松村祥史	自民（公）	現	1	62.2	1	独走態勢	1	優位	1	優位	1	危なげない戦い	1	独走	1	独走		
		出口慎太郎	立民（社）	新	2	21.8	2		2		2		2		2		2			
		高井千歳	諸派	新	3	11.4			3											
		本間明子	N党	新	4	4.6	3		4		3						3			
大分	1	古庄玄知	自民（公）	新	1	46.6	1	激しく争う	1	やや有利	1	横一線で激しく競り合う	1	伯仲した戦い	1	広く票を固める	1	やや先行	1	やや優勢
		足立信也	国民	現	2	37.4	2	激しく争う	2	懸命に追う	2	横一線で激しく競り合う	2	伯仲した戦い	2	懸命に追う	2	追い上げ	2	追う
		山下魁	共産	新	3	7.3	3		3		3						3		3	
		重松雄子	諸派	新	4	4.4			4										4	
		二宮大造	N党	新	5	2.2	4		5		4						4		6	
		小手川裕市	無所属	新	6	2.1			6										5	
宮崎	1	松下新平	自民（公）	現	1	48.0	1	やや先行	1	優勢	1	一歩リード	1	小差でしのぎを削る	1	ややリード	1			
		黒田奈々	立民（社）	新	2	36.1	2		2		2	追う	2	小差でしのぎを削る	2		2	猛追		
		黒木章光	国民	新	3	7.2	4		3		3						3			
		今村幸史	諸派	新	4	3.8			5											
		白江好友	共産	新	5	2.9	3		4		4						4			
		森大地	N党	新	6	2.0	5		6		5						5			
鹿児島	1	野村哲郎	自民（公）	現	1	46.0	1	先行	1	リード	1	優勢	1	抜け出す	1		1	独走状態		
		柳誠子	立民（社）	新	2	29.2	2	懸命に追う	2		2	追う	2		2		2			
		西郷歩美	無所属	新	3	14.8	3		3		3						3			
		昇拓真	諸派	新	4	7.5			4											
		草尾敦	N党	新	5	2.5	4		5		4						4			
沖縄	1	伊波洋一	無所属	現	1	46.9	1	ややリード	1	激戦	2	激しく競り合う	1	デッドヒート	1	激しく争う	1	やや先行	2	激しく競る
		古謝玄太	自民（公）	新	2	46.4	2	猛追	2	激戦	1	激しく競り合う	2	デッドヒート	2	激しく争う	2	激しく追う	1	激しく競る
		河野禎史	諸派	新	3	1.9			3											
		山本圭	N党	新	4	3.9	3		4		3						3			
		金城竜郎	諸派	新	5	1.0			5											

朝日新聞社の 2022 年参院選情勢調査について

Asahi Shimbun 2022 House of Councillors Election Survey

江口　達也
Tatsuya Eguchi

１．はじめに
２．調査設計の概要
３．ネット調査の利点
４．推計の方法
５．結果の評価①～議席推計
６．結果の評価②～個別選挙区の当落判定
７．結果の評価③～順位判定の精度
８．結果の評価④～生支持率の変化
９．今後の課題

〈要旨〉

朝日新聞社は 2022 年 7 月に行われた第 26 回参議院議員選挙において、調査会社が持つアクセスパネル（登録モニター）を対象にしたインターネット調査と、固定電話および携帯電話を対象にしたＲＤＤ方式電話調査を組み合わせる“ハイブリッド方式”で情勢調査を実施した。この方式の採用は、昨年衆院選情勢調査に続いて 2 回目。議席推計は全ての政党で予測の幅に収まり的中し、個別選挙区の当落判定でも好成績を収めたが、新たな課題も見えた。

For the 26th House of Councillors election held in July 2022, Asahi Shimbun conducted a survey that implemented a “hybrid method” that combined an online survey targeting access panels (registered monitors) owned by survey companies, and an RDD telephone survey targeting landlines and mobile phones. This is the second time that this method has been used, following last year’s House of Representatives election survey. The seat estimates for all political parties fell within the range of predictions and were on target, and good results were achieved in the determination of success and failure for individual constituencies, but new issues were also found.

１．はじめに

2022 年 7 月に行われた第 26 回参議院議員選挙において、朝日新聞社は 2 回の情勢調査を実施した。1 回目の調査（序盤調査）は公示日の 6 月 22～23 日の 2 日間、2 回目（終盤調査）は 7 月 4～5 日の 2 日間の日程で実施した。

今回の参院選では、21 年衆院選情勢調査で初めて導入した「インターネット調査」と「固定・携帯を対象にしたＲＤＤ方式電話調査」を組み合わせる“ハイブリッド方式”を採用した。前回 2019 年参院選では、固定電話のみ対象のＲＤＤ方式電話調査で情勢調査を実施しており、参院選についても調査方法を変更したことになる。昨年衆院選と同様に、選挙区についてはネット調査のデータから、比例区は電話調査のデータから予測を行った。本稿では朝日新聞社が今回実施した情勢調査の設計や、その結果の評価ついて述べる。

２．調査設計の概要

本稿で述べる「ネット調査」とは、調査会社が持つアクセスパネル（登録モニター）を対象とし、Web を通じて回答を収集する方法である。衆院選に引き続き、インテージ、クロスマーケティング、マクロミル、楽天インサイト（五十音順）の 4 社に委託し、各社の登録モニターを対象に調査した。

ネット調査では、各選挙区の改選数（当選者数）に応じて有効目標数を割り付けた。改選数 1 の選挙区は 1200s（合区は 1600s）、改選数 2 の選挙区 2000s、改選数 3 の選挙区 2800s、改選数 4 の選挙区 3600s、通常選挙と補欠選挙を同時に行う「合併選挙」となり当選者数が 5 になった神奈川選挙区は 4400s、改選数 6 の東京選挙区は 5200s を目標に設定した。序盤、終盤とも全ての選挙区で目標数を回収でき、全国で序盤 8 万 549 件、終盤 8 万 576 件の有効票を得た。

電話調査については、自動音声（オートコール）方式ではなく調査員が電話を架ける方式で実施した。固定、携帯合わせて全国で 1 万件の有効票を獲得することを目標に設定。序盤調査は、固定 5012 件（回答率 55%）、携帯 5274 件（回答率 44%）、計 1 万 286 件の有効回答を得た。終盤調査は、固定 5244 件（回答率 57%）、携帯 5147 件（回答率 45%）、計 1 万 391 件の有効回答を得た。

今回もネット調査単独での実施ではなく、電話調査も組み合わせることにしたのには三つの理由がある。まず一つはネット調査データの補正のため。二つ目は比例区の議席推計のためである。ネット調査の過去データが参院選については前回 2019 年の分しかなく予測式を作成するには不十分であるためだ。三つ目は世論調査部分の記事を作成するためである。ネット調査会社が持つアクセスパネルは、日本の有権者を完全に網羅できているわけではない。そのため、現状ではネット調査の結果が「世論調査」であるとは言うことができないと考えられるからである。

３．ネット調査の利点

今回、ネット調査を採用したことで調査費用をかなり削減することができた。前回 2019 年参院選では、予算の関係で終盤調査では 10 選挙区しか対象にすることができなかった。しかし、今回は前回よりも少ない予算ながら序盤、終盤とも全ての選挙区を対象に調査することができた。

また、ネット調査は自記式調査であるため、投票先を聞く質問がしやすいという利点もある。電話調査では音声で候補者名を読み上げなければならない関係上、東京選挙区のように多数の立候補者がいた場合、全員を読み上げる訳にはいかない。読み上げに時間がかかりすぎ、対象者への負担も相当なものになってしまい、回収率にも影響する。そのため、一部の候補者を省略して運用せざるをえないのだが、対象者が省略した候補に投票すると答えた場合に備えて「その他の候補」といった選択肢を用意しておく必要がある（CATI システムの仕様上の制約から全候補者の選択肢を用意することができないという理由もある）。すると、調査員がこの選択肢に落とし込むべきではないにもかかわらず間違えて選択してしまうケースが起こる。これが誤差を生んでしまうため、調査運用の担当者はこの間違いを防ぐことにかなり気を使う必要があった。ネット調査では候補者を省略せず全候補者を画面に表示することができるため、こうした問題は起こらない。ただ、選択肢が多くなりすぎると調査対象者への負荷は高くなり初頭効果が発生してしまう可能性がある。しかし、ネット調査であれば、選択肢の並び順をランダマイズすることができるため、この問題を回避することが可能である。

４．推計の方法

選挙区の推計にあたっては、昨年の衆院選情勢調査と同様、電話調査データを基にしてネット調

査データを補正した。その上で、過去データから作成した予測式にあてはめて各候補者の当選確率を求めた。各政党別の推計議席は、この当選確率を積み上げたものである。

比例区の推計では、過去の調査結果と選挙結果から作成した予測式に電話調査の結果をあてはめて、各党の推計得票率を算出。推計得票率の誤差を見込んでドント式のシミュレーションを行い、各党の獲得議席数を予測した。

5．結果の評価①～議席推計

今回の参院選投開票日前の 7 月 8 日、安倍晋三元首相が応援演説中に銃撃されて亡くなるという衝撃的な事件が発生した。この事件が有権者の投票行動に何かしらの影響を与えた可能性があるが、情勢調査終了後に起きた事件であり、データに基づく検証は不可能であるため、ここでは影響はなかったものとして選挙結果と予測結果を直接比較して分析することとする。

まず序盤調査の議席推計結果について評価する。選挙区と比例区を合わせた獲得議席の推計結果は図表 1 のとおりである。結果を伝える紙面の見出しは「自公、改選過半数の勢い／野党、1 人区ふるわず」とした（朝日新聞 2022 年 6 月 24 日付朝刊）。全体の議席推計結果と選挙結果を比較すると、全ての政党について予測の幅に収まり的中している。また、選挙区、比例区それぞれでみても、全て予測の範囲に収まっている。予測の中央値は示していないが、誤差は選挙区、比例区とも 0～2 と好成績だった。

次に終盤調査の議席推計結果について確認する。図表 2 が終盤調査の議席推計結果である。紙面の見出しは「自公、改選過半数の勢い維持／立憲、改選議席割る可能性／改憲 4 党、3 分の 2 超も」（朝日新聞 2022 年 7 月 6 日付朝刊）。終盤についても、全体、選挙区、比例区いずれも選挙結果が予測の幅に収まり的中している。予測の中央値の誤差も序盤と同様に最大で 2 と精度は高かった。選挙区については序盤から終盤にかけてあまり変化はなかったが、比例区は自民の議席がやや減少したほか、立憲と維新の「比例野党第一党」争いで維新が勝利しそうなことを示し、的中させることができた。

6．結果の評価②～個別選挙区の当落判定

個別選挙区の当落予測も今回は好成績だった。昨年衆院選では「優勢」と判定した候補者が落選するケースがあったが、今回はなかった。また、当落の的中率については、昨年衆院選は 87%だったが、今回は序盤調査 95%、終盤調査 96%と向上した。

ただ、参院選は衆院選と違って複数区があるため、順位が食い違っていても当選圏内であれば的中となる。衆院選に条件を近づけるために「1 位的中率」を比較すると、序盤調査は序盤 89%（40/45）、終盤調査については 93%（42/45）と衆院選をやや上回る成績だった。

序盤調査で当落判定が外れたのは、北海道、岩手、神奈川、愛知の 4 選挙区。終盤調査では北海道、愛知、沖縄の 3 選挙区だった。北海道選挙区（改選数 3）については、序盤調査で自民・長谷川、立憲・徳永が当選圏に入り、残る 1 議席を立憲・石川と自民・船橋が争う構図だった。しかし、終盤調査では自民・長谷川については 1 番手で変化がなかったが、立憲・石川が支持を伸ばし、立憲・徳永がわずかに落ち込んだ。そのため、残る 2 議席を 3 人が団子状態で争う構図となった。選挙結果を見ると、3 人の得票率は約 1%の範囲にひしめく状態になっており僅差だった。石川をやや強めに判定してしまった感がある。岩手選挙区（改選数 1）は自民・広瀬が当選した。序盤調査では立憲・木戸口と自民・広瀬が接戦と予測したが、終盤調査では広瀬が

図表 1．議席推計の結果（序盤調査）

	選挙結果			序盤調査（6/22～23）		
政党名	全体	選挙区	比例区	全体	選挙区	比例区
自民党	63	45	18	56 ～ 66	40 ～ 45	16 ～ 21
公明党	13	7	6	12 ～ 15	6 ～ 7	6 ～ 8
立憲民主党	17	10	7	13 ～ 22	8 ～ 13	5 ～ 9
日本維新の会	12	4	8	9 ～ 15	4 ～ 7	5 ～ 8
国民民主党	5	2	3	1 ～ 7	0 ～ 3	1 ～ 4
共産党	4	1	3	4 ～ 8	1 ～ 3	3 ～ 5
れいわ新選組	3	1	2	1 ～ 5	0 ～ 1	1 ～ 4
社民党	1	0	1	0 ～ 2	0 ～ 0	0 ～ 2
NHK党	1	0	1	0 ～ 2	0 ～ 0	0 ～ 2
諸派	1	0	1	0 ～ 2	0 ～ 0	0 ～ 2
無所属	5	5		4 ～ 6	4 ～ 6	

図表 2．議席推計の結果（終盤調査）

	選挙結果			終盤調査（7/4～5）		
政党名	全体	選挙区	比例区	全体	選挙区	比例区
自民党	63	45	18	56 ～ 65	41 ～ 46	15 ～ 19
公明党	13	7	6	12 ～ 15	6 ～ 7	6 ～ 8
立憲民主党	17	10	7	12 ～ 20	7 ～ 12	5 ～ 8
日本維新の会	12	4	8	10 ～ 16	4 ～ 7	6 ～ 9
国民民主党	5	2	3	2 ～ 7	0 ～ 3	2 ～ 4
共産党	4	1	3	3 ～ 8	0 ～ 3	3 ～ 5
れいわ新選組	3	1	2	1 ～ 5	0 ～ 1	1 ～ 4
社民党	1	0	1	0 ～ 1	0 ～ 0	0 ～ 1
NHK党	1	0	1	0 ～ 1	0 ～ 0	0 ～ 1
諸派	1	0	1	0 ～ 3	0 ～ 0	0 ～ 3
無所属	5	5		4 ～ 8	4 ～ 8	

支持を伸ばして木戸口が支持を落としたことから、広瀬がやや優勢と予測し、的中させることができた。神奈川選挙区（改選数 4＋補欠 1）も序盤では外したが、終盤で的中させたパターンである。序盤調査では落選した共産・浅賀をやや優勢とし、立憲が立てた水野、寺崎の 2 名は共倒れするという予測となった。こうした情勢報道を受け、立憲は水野に票を集める対応を取った。それを反映してか、終盤調査では水野が当選圏に入り、浅賀は当選圏外との予測となり的中した。愛知選挙区（改選数 4）については、当選した国民・伊藤は、序盤調査では当選圏外と振るわず維新・広沢がやや優勢と予測した。しかし、終盤調査では伊藤は支持を伸ばし、広沢と競り合う構図となったものの、順位では当選圏外との予測となった。沖縄選挙区は序盤、終盤ともに接戦判定であったが、序盤は無所属・伊波→自民・古謝の順、終盤は古謝→伊波の順の予測となった。結果は得票率 0.5 ポイントという僅差で伊波が当選し、終盤で外したパターンとなった。

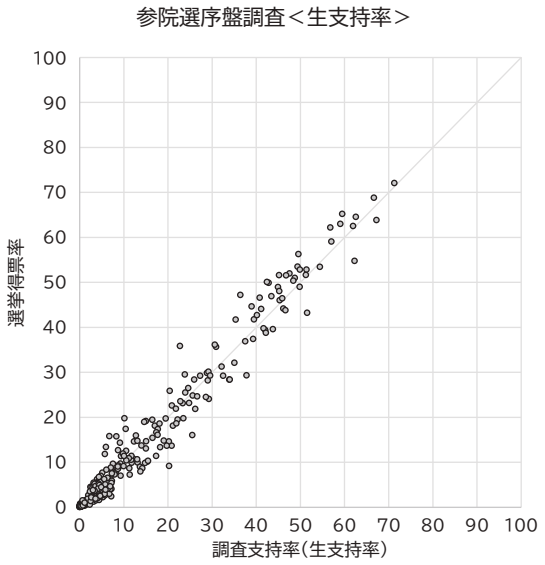
７．結果の評価③～順位判定の精度

前項では候補者の予測順位が当選圏内か否かで当落判定の精度を確認したが、本項では予測順位の精度を確認する。ここでは「当選者（75 人）＋次点（45 人）」までの範囲で、予測順位と結果順位との一致率をみた。序盤調査は73％（88 人/120 人）だったのに対し、終盤調査は 83％（100 人/120 人）とかなり改善している。

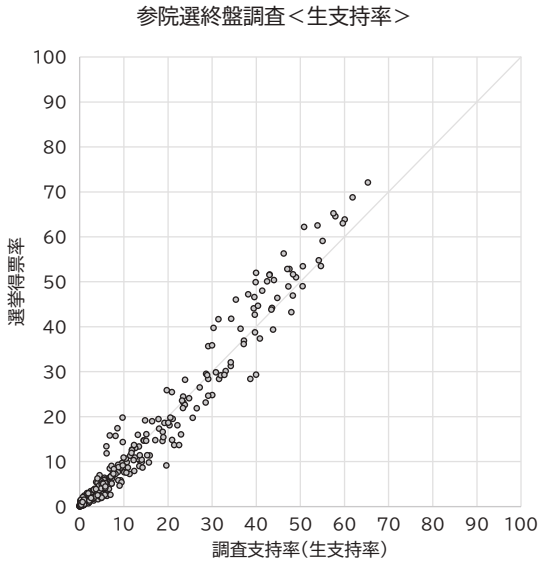
順位の食い違いが大きかったのは、序盤調査では東京選挙区で、自民・生稲を 2 位と予測したが結果は 5 位に。また公明・竹谷を 5 位と予測し結果は 2 位、共産・山添を 6 位と予測したが結果は 3 位だった。そのほか、神奈川選挙区では自民・浅尾を 1 位と予測したが結果は 4 位に、大阪選挙区の維新・高木は 4 位と予測したが 1 位で当選した。これに対して、終盤調査で食い違いが大きかったのは、北海道選挙区の立憲・石川（予測 2 位→結果 4 位）、東京選挙区の共産・山添（予測 5 位→結果 3 位）にとどまっている。

公示日から調査する序盤調査では、有権者の投票意向は固まっておらず、やや精度が低い予測になってしまう傾向があるが、終盤調査は投開票日に近い日程であるため、その分予測精度は向上する。予測式の改善で序盤調査の予測精度の問題に対処できるか、今後検討したい。

図表3. 生支持率と選挙得票率の散布図（序盤調査）



図表4. 生支持率と選挙得票率の散布図（終盤調査）



８．結果の評価④～生支持率の変化

ネット調査の生支持率を横軸に、選挙得票率を縦軸にとった散布図が図表 3 および図表 4 である。これを比較すると、序盤調査では 45 度線に沿った分布になっているが、終盤調査では調査支持率（生支持率）30～70％の範囲で 45 度線の上側に分布が移動していることがわかる。この部分はほとんどが自民候補だ。つまり、序盤調査から終盤調査にかけて、自民候補の調査支持率が低下したということである。この生支持率の変化は妥当なものなのか確認したい。

図表5. 生支持率順位による議席積み上げと選挙結果の比較

政党名	選挙結果	序盤調査	終盤調査
自民党	45	43	39
公明党	7	2	1
立憲民主党	10	11	13
日本維新の会	4	10	10
国民民主党	2	1	3
共産党	1	3	2
れいわ新選組	1	1	1
社民党	0	0	0
NHK党	0	0	0
諸派	0	0	0
無所属	5	4	6

図表6. 生支持率を補正し予測式で推計した順位による議席積み上げ

政党名	選挙結果	序盤調査	終盤調査
自民党	45	43	45
公明党	7	7	7
立憲民主党	10	11	11
日本維新の会	4	5	5
国民民主党	2	1	1
共産党	1	2	1
れいわ新選組	1	1	1
社民党	0	0	0
NHK党	0	0	0
諸派	0	0	0
無所属	5	5	4

ネット調査の生支持率の順位を基に各党の獲得議席を積み上げたのが図表 5 である。順位が改選数以内であれば「当選」として議席を積み上げた。ネット調査では維新候補の支持が高めに、公明候補の支持が低めに出る傾向がある。そのため、この生支持率順位での議席積み上げでは、序盤、終盤ともに維新の議席数は高めに、公明は低めに外れている。序盤から終盤にかけて、自民の議席数は 43 から 39 と 4 議席減少し、代わりに立憲や国民、無所属の議席が増加。選挙結果からは外れる方向に変化し、精度が悪化してしまっていることがわかる。

一方、生支持率を補正した上で予測式にかけて推計した順位を基に議席を積み上げたのが図表 6 である。生支持率でみられた自民の議席減はなく、序盤から終盤にかけての変化はほとんどない（ほぼ横ばい）という結果になった。選挙結果と比べてみても、補正後の方が妥当性は高い。つまり、生支持率でみられた変化は、候補者の強弱が変化によるものではないということだ。

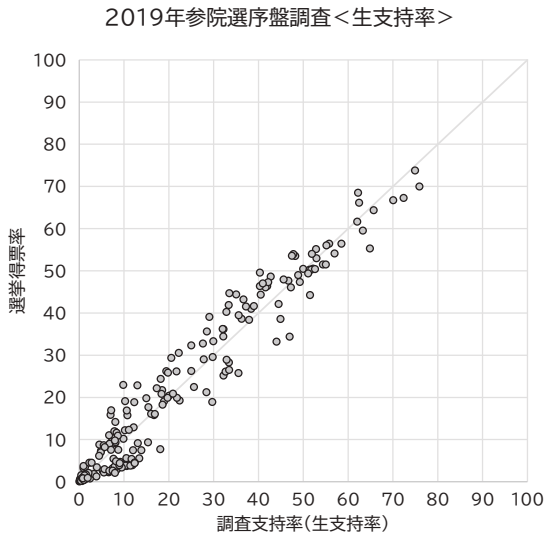
この序盤から終盤にかけての生支持率の変化は調査時期の違いによるもの、という可能性がある。ＲＤＤ方式電話調査では、投開票日から遠い序盤調査では、知名度が高い候補ほど名前が挙がりやすくなり、分布は 45 度線から離れて、やや歪みの強い三次曲線の形状で分布する。しかし、投開票日に近い終盤調査では、支持率は実際の選挙得票率に近付く（精度が高くなる）ため、45 度線上に分布が近付き、曲線の歪みは小さくなる傾向がある。ネット調査でも同様に、調査時期の違いによって調査支持率の傾向に違いが生まれるのか、前回 2019 年参院選ネット調査のデータで確認したい。

図表 7 と図表 8 は、前回 2019 年参院選で実施したネット調査の生支持率と選挙得票率の散布図である。このときは序盤と終盤を比べても、今回のように 45 度線から外れるような分布の移動はみられない。むしろ終盤の方が 45 度線に近付き、選挙得票率との誤差は縮小している。

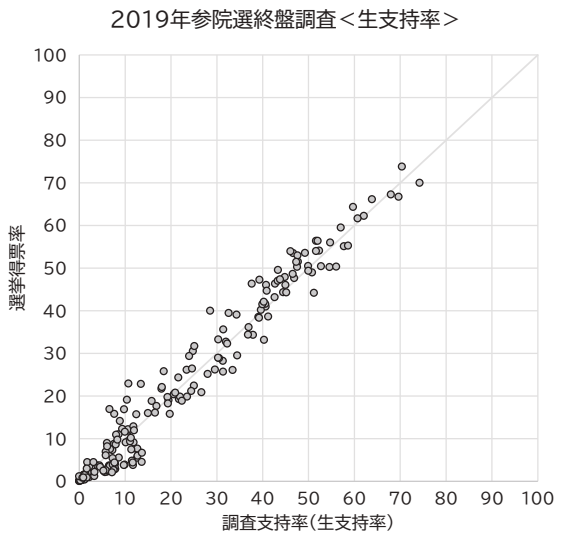
また、2019 年調査の生支持率順位で議席を積み上げた結果が図表 9 である。順位積み上げでも序盤から終盤にかけて自民の議席が外れる方向に動いてはおらず、ほぼ横ばいである。今回調査のような変化は見られない。

今回と前回の 2 回分の事例ではあるが、今回の序盤から終盤にかけて起きた生支持率の変化は、ネット調査特有の偏り（くせ）によるものである可能性が高いと考えられる。データに偏りがあっても、常に同じように偏ってくれていれば、補正することが可能であるが、調査する度に偏り方が異なっていれば補正は困難である。電話調査データのような「基準」を使わず、ネット調査の生支持率から直接当落を予測するのは、現状では危険かもしれない。

図表７．2019 年参院選ネット調査の生支持率と選挙得票率の散布図（序盤調査）



図表８．2019 年参院選ネット調査の生支持率と選挙得票率の散布図（終盤調査）



９．今後の課題

ネット調査を使った選挙予測は今回で二度目だったが、今回も成功裏に終えることができた。しかし、新たな課題も見えた。今回と昨年衆院選では、電話調査データを基準にしてネット調査データを補正した上で当落予測を行った。しかし、電話調査データが基準としていつまで機能するのかという問題がある。電話調査の回収率は低下傾向が続いているため、いずれ基準としての役割を果たせなくなる可能性は高い。代替策を検討する必要がある。また、そもそもこの予測手法は、二重に推定を重ねる形になるため、本来であれば生支持率からの直接予測を目指したいところである。しかし、19 年参院選と今回参院選で生支持率の偏り方が異なっていることから、現状のままでは難しい。ネット調査データの安定性を高めることができないか、調査法の面を含めて研究する余地があるだろう。

（朝日新聞社世論調査部）

図表９．2019 年参院選ネット調査の生支持率順位による議席積み上げと選挙結果

政党名	選挙結果	序盤調査	終盤調査
自民党	38	41	40
公明党	7	4	3
立憲民主党	9	9	11
国民民主党	3	3	3
共産党	3	4	3
日本維新の会	5	5	6
社民党	0	0	0
れいわ新選組	0	1	0
諸派	0	0	0
無所属	9	7	8

参考文献

朝日新聞（2022）．自公、改選過半数の勢い／野党、１人区ふるわず，朝日新聞，2022 年 6 月 24 日朝刊１面(東京本社版)．

朝日新聞（2022）．自公、改選過半数の勢い維持／立憲、改選議席割る可能性／改憲４党、３分の２超も，朝日新聞，2022 年 7 月 6 日朝刊１面(東京本社版)．

江口達也（2022）．2021 年衆院選情勢調査の設計について －なぜネット調査を導入したのか－，*政策と調査*，22，29-34.

江口達也（2019）．アクセスパネルを利用したインターネット調査で選挙予測は可能か－2018 年沖縄県知事選、19 年山梨県知事選の事例－，*政策と調査*，17，21-28.

江口達也（2015）．インターネット調査による選挙予測の可能性，*政策と調査*，9，27-34.

ＳＳＲＣ「ｄサーベイ」の方法と精度

－「配信設計モデル」の構築と進化－

SSRC “d-SURVEY” Methodology and Accuracy: Construction and Evolution of “Distribution Design”

平田　崇浩
Takahiro Hirata

１．はじめに
２．ｄサーベイの仕組みと特徴
　2-1.　１億総スマホ時代に対応
　2-2.　調査者本位から回答者本位へ
３．無作為抽出調査の新地平
　3-1.　「母集団」概念の革新
　3-2.　参院選で進化したｄサーベイ
　3-3.　「配信設計モデル」とは
４．選挙調査から世論調査へ
　4-1.　進化する配信設計モデル
　4-2.　「ｄサーベイ世論調査」開始
５．おわりに

〈要旨〉
株式会社社会調査研究センター（ＳＳＲＣ）は2021年衆院選に続き、2022年参院選でも「ｄサーベイ」による情勢調査と投票行動調査を実施した。ｄサーベイは、個人所有のスマートフォンを対象とした全く新しい方式のインターネット調査である。衆院選ｄサーベイでは、全国289の小選挙区で満遍なく回答サンプルを得られた一方、性別では女性より男性が多く、年代別では70代以上のサンプルが少なくなる傾向がみられた。参院選ｄサーベイでは、調査対象者に送付するメールの配信数を都道府県ごとの地域特性に合わせて性・年代別に細かく設計する「配信設計モデル」を採用し、サンプルの偏りを減らすことでデータの精度をさらに向上させることに成功した。

In succession to the 2021 House of Representatives election, the Social Survey Research Center (SSRC) also conducted a “d-SURVEY” of election predictions and voting behavior for the 2022 House of Councillors election. The d-SURVEY is a completely new type of Internet survey targeting smartphones owned by individuals. While a uniform sample of respondents was obtained in all 289 constituencies nationwide in the d-SURVEY on the House of Representatives election, there were more men than women respondents by gender, and by age, the sample tends to be fewer in the 70s and older. The House of Councillors election d-SURVEY employed a “Distribution Design,” in which the number of messages sent to survey respondents is carefully designed by sex and age according to the regional characteristics of each prefecture, thereby succeeding in further improving the accuracy of data by reducing sample bias.

１．はじめに

ｄサーベイは、ＮＴＴドコモの協力を得て株式会社社会調査研究センター（ＳＳＲＣ）が開発し、2021 年春から実査に導入した。インターネット調査と言えば、従来は限られた登録会員を対象としたパネル調査か、ＬＩＮＥ（ライン）などのＳＮＳ（ソーシャルネットワーキングサービス）上のアンケートが想定された。ｄサーベイは、ＮＴＴドコモのポイントサービス「ｄポイントクラブ」の利用者を対象とするパネル調査ではあるが、そのパネルの規模が約 6000 万人（18 歳以上、2022 年 10 月現在）と、従来のパネル調査とは比較にならないほど大きい。日本の有権者数は約 1 億 500 万人であるから、全国の有権者 2 人に 1 人以上を母集団としてランダムサンプリング（無作為抽出）調査が行える巨大パネル調査、それがｄサーベイである。

２．ｄサーベイの仕組みと特徴

2-1. １億総スマホ時代に対応

ｄサーベイが使用するインターネットパネルは、ＮＴＴドコモのｄポイントクラブ会員のうち、パーソナルデータの第三者提供を許諾した会員を対象としたアンケートサービス「プレミアパネル」である。買い物をするごとにポイントがたまる各種のポイントサービスはスマートフォンの普及とともに全国に浸透。携帯キャリア最大のＮＴＴドコモが提供するｄポイントクラブの会員数は約 8900 万人（2022 年 3 月現在）に達し、ＮＴＴドコモ以外の携帯ユーザーにも広がっている。

報道機関の実施する世論調査の方式は 2000 年代以降、固定電話を対象としたＲＤＤ（ランダムデジットダイヤリング）法が主流となった。コンピューターで無作為に数字を組み合わせた電話番号に架電することによって調査対象者を抽出する調査方法である。日本国内の全世帯が固定電話回線を保有していると仮定し、全国民を母集団としてランダムサンプリング調査が行えるＲＤＤ法は、「国民の縮図」を探る世論調査の画期的な方式として広く認知されてきた。

しかし、ＲＤＤ法に問題がないわけではなかった。一つは、法人保有の電話回線の存在である。調査機関側は、大手企業や官公庁などの電話番号リストを整備して調査対象から除外したり、電話口に出た人に一般世帯の電話であることを確認したり、世帯で保有する回線数を尋ねたりすることで、無作為性（誰もが等しく調査対象となり得る状態）の確保に腐心してきた。

そこにもう一つ、携帯電話の普及に伴う固定電話保有率の低下という問題が浮上した。報道各社は近年、固定電話と携帯電話を組み合わせたＲＤＤ法を導入することにより、抽出対象とする母集団の人口カバー率（カバレッジ）を維持する工夫をしてきた。だが、携帯電話についても法人保有回線の問題があり、会社から支給されたものを含む複数の携帯電話を持ち歩くサラリーマンは少なくない。無作為性の確保が課題となるうえに、そもそも知らない相手からかかってくる電話に多くの人は出てくれない。電話帳から対象者を無作為抽出していた 20 世紀から数えて長らく世論調査ツールの代表格だった「電話」の限界が見えてきたところに登場したのがｄサーベイである。

ｄサーベイは個人所有のスマートフォンで回答してもらう調査ではあるが、電話調査ではない。その仕組みを説明したい。

ｄサーベイが抽出対象とする母集団は全てｄポイントを利用している個人であり、複数のスマホを保有している人でもｄアカウント（ｄポイントクラブのアカウント）は基本的に一人一つ。純然たる個人約 6000 万人を母集団として、電話回線を介さずに無作為抽出調査が行える。

携帯ＲＤＤ調査では、携帯番号を地域分けできないため全国を対象とした無作為抽出となり、回収されたサンプルは東京を始めとする都市部に人口比率以上に集中してしまう。これは地方に携帯電話が普及していないからではなく、都市部の方が法人保有分を含め複数の携帯回線を利用している人が多いためと考えられる。

それに対し、ｄサーベイはｄポイント利用者一人に一つずつ割り当てられたｄアカウントを無作為に抽出するため、ｄポイント利用者の地域分布に沿ったサンプル数が得られる。そして、ｄサーベイが抽出対象とする 18 歳以上の約 6000 万人は、ほぼ人口分布に沿って全国津々浦々に分布している。ポイントサービスを使いこなす度合いに若干の地域差・年代差が生じるが、その点については改めて後述する。

繰り返すが、ｄサーベイは電話調査ではない。ＮＴＴドコモのプレミアパネルを利用するインターネット調査であり、パネルには会員の住所情報も登録されている。携帯ＲＤＤ法では、都道府県や市

図1. dサーベイのアンケート画面

区町村単位など地域を限定した調査ができないが、dサーベイなら可能だ。

報道機関が知事選や市区町村長選などの地方選挙で情勢調査を行う場合、局番によって地域を限定できる固定電話RDD法が長らく使用されてきたが、回答サンプルはどうしても固定電話の保有率と生活上の在宅率が高い高齢層に偏る。若年層の低投票率を考えればそれでも「当たる」とされてきたが、dサーベイなら各年代から満遍なくサンプルが得られる。

dサーベイは、スマホ限定のインターネット調査である（※1）。実査時は、無作為抽出した対象者にNTTドコモからアンケートへの協力を依頼するメール「メッセージR」が届く。メッセージRは企業のマーケティングやアンケートなどのメールを配信するNTTドコモ独自のメッセージ機能で、他の携帯キャリアのユーザーであっても、dポイントクラブの会員になっていれば利用できる。メッセージRを受け取った調査対象者は、回答ボタンをタップするとスマホのブラウザが図1のようなアンケート画面へ遷移するので、あとはスマホの画面上で質問に答えればよい。

総務省の情報通信白書2022年版によると、2021年のスマホの世帯保有率は88.6%に達している。この数字は固定電話時代の名残で世帯を対象とした保有率ではあるが、携帯電話・スマホは個人が持ち歩くものであり、個人の保有率もこれに近いレベルにあると思われる。こうしたモバイル端末をどのようなコミュニケーションツールとして用いるかは世代によって異なるだろう。来るべき「1億総スマホ時代」を見据え、社会調査を「電話」の縛りから解き放ち、無作為抽出調査の新たな地平を切り開くのがdサーベイである。

2-2. 調査者本位から回答者本位へ

dサーベイの特徴の一つが「回答者に優しい」ことである。

RDD調査では、いきなり知らない番号から電話がかかってくる。電話を使った特殊詐欺の被害が広がって久しく、調査対象者からすると、見知らぬ相手からの電話に応対するのは勇気の要ることだ。実際、固定電話にしろ携帯電話にしろRDD調査の電話接続率は悪化の一途をたどっている。「国民の縮図」を探るために国民全体から無作為抽出した形をとっても、多くの人は電話に出てくれない。結果として、知らない番号からの電話に出る人の縮図になるという指摘もある。

たまたま電話に出た人にはさらなる負担が待っている。固定電話の場合、家族に18歳以上の有権者が何人いるかを尋ねられ、その世帯の有権者から無作為に選んだ調査対象者が不在であれば何時に帰ってくるかなどを答えさせられる。見知らぬ調査員に家族の個人情報を教えなければならない不安や苦痛は小さくない。携帯電話の場合はそれが個人に直結する情報ツールであるため不安はなおさらだ。さらに調査の質問だけでなく、携帯電話を何台持っているか、自宅に固定電話があるかまで答えさせられたりするのである。調査する側にとっては調査の無作為性を担保するために必要な作業だが、個人情報まで踏み込んだ受け答えを迫られる回答者の負担は大きい。

調査者本位の論理で精度を追い求めてきた電話RDD調査は、負荷に耐え得る「良い人」調査になっていないか。調査員を使わないオートコール（自動音声応答）方式であれば、口八丁の詐欺弁舌に騙される恐れがない分、多少は回答者の負担が軽減されるが、上述したような電話接続後の調査ルールを徹底することによって確保されてきた無作為性が損なわれる。本来、固定電話保有世帯と携帯電話保有者という全く異なる母集団を対象とした調査をミックスして一つの「国民」母集団に比定する電話RDD調査の限界があらわになってきたと言えよう。

それに対し、dサーベイは電話回線に依存しないインターネット調査である。調査対象者へのアクセスはNTTドコモのメッセージRによる。携帯キャリアを発信元とするメールの信頼度は高い。SSRCはこの2年弱で50回を超えるdサーベイを実施してきたが、調査対象者から苦情や抗議を受けたことが一度もない。1問回答するごとに1

ポイントのｄポイントが付与されるインセンティブの仕組みがあることも大きいが、特殊詐欺や個人情報漏洩の被害に遭う不安を与えない点が電話調査と根本的に異なる。しかも、調査対象者の都合を考えずに架電する電話調査と違い、ｄサーベイの回答者は都合の良い時間を選んで回答できる。回答したくなければメールの案内を無視すればよいし、アンケート画面を見てから回答をやめても誰からとがめられることもない。回答する際は、一覧性のある画面で自分に合ったスピードで回答できる。

３．無作為抽出調査の新地平

3-1. 「母集団」概念の革新

統計学に基づく適正な方法で「国民の縮図」を探るのが世論調査である。適正な方法とは、国民（18歳以上の有権者）全体を母集団とし、母集団を構成する誰もが等しい確率で調査対象に選ばれることが担保された無作為抽出（ランダムサンプリング）調査でなければならない。この基準を十分に満たす調査としては、選挙人名簿もしくは住民基本台帳から対象者を無作為抽出し、調査票を郵送等で届けるか、調査員が対象者を訪ねて面接する方式が挙げられる。

だが、郵送調査も面接調査も多大な手間と時間と費用を要する。それを圧縮したのが電話調査だが、上述した通り、国民全体に対する母集団のカバレッジと、誰もが等しい確率で選ばれる無作為性の両面で問題が生じている。それに対しｄサーベイが提起したのが「母集団」概念の革新である。1人に 1 アカウントが割り振られた母集団からランダムサンプリングを行うｄサーベイの無作為性は完全だ。問題は、国民に対するカバレッジである。

有権者 2 人に１人を超えても、国民全体をカバーしていない以上、いくら完璧な無作為抽出ができたところで、その調査結果が国民を代表しているとは言えず、従来の定義に照らせばｄサーベイを世論調査と呼ぶことはできない。だが、郵送・面接調査に準ずる何らかの調査方法が必要であり、これまで主流であった電話ＲＤＤ調査のほころびが顕在化した今、次善の策としてＳＳＲＣがＮＴＴドコモと共同開発したのがｄサーベイである。

国民（有権者）全体に対するカバー率が５割を超える巨大パネルをどう評価するかがｄサーベイ開発に当たっての最大のポイントだった。そこでＳＳＲＣが力を入れてきたのが選挙調査である。選挙調査は、選挙結果との答え合わせが可能だ。パネル登録者の地域・属性等に偏りがあれば、選挙の当落予測が外れる。ＳＳＲＣは 2021 年以降、下記の選挙でｄサーベイの実績を重ねてきた。

＜2021 年＞
3 月　千葉県知事選
4 月　衆参 2 補選・1 再選挙　福岡県知事選
5～6 月　静岡県知事選
6～7 月　東京都議選
7 月　兵庫県知事選
8 月　横浜市長選
10 月　衆院選　参院静岡補選　岡山市長選
＜2022 年＞
2～3 月　石川県知事選
5 月　新潟県知事選
6～7 月　参院選
7～8 月　長野県知事選
8～9 月　沖縄県知事選

特に大きな試金石となったのが 2021 年 10 月の衆院選、2022 年 7 月の参院選という二つの国政選挙だった。衆院選では投票前の「情勢調査」を 3 回、投票当日、投票を済ませた人に投票先を尋ねる「投票行動調査」を 1 回、参院選では情勢調査を 5 回、投票行動調査を 1 回行い、選挙結果とほぼ相違ないデータが得られたことで、ｄサーベイの母集団に問題となる偏りがないことを実証した。

3-2. 参院選で進化したｄサーベイ

ここからは参院選ｄサーベイについて説明したい。

調査の方法は、目標とする回答者数を改選数１の 1 人区（32 選挙区）各 1,000 人▽2 人区（茨城、静岡、京都、広島の 4 選挙区）各 1,200 人▽3 人区（北海道、千葉、兵庫、福岡の 4 選挙区）各 1,800 人▽4 人区（埼玉、愛知、大阪の 3 選挙区）各 2,400 人▽改選数 4＋欠員 1 の神奈川選挙区 3,000 人▽6 人区（東京選挙区）3,600 人の計 57,800 人に設定。公示前情勢調査では計 68,363 人、公示後の序盤情勢調査では計 67,472 人、投票１週間前の中盤情勢調査では計 64,893 人、投票を済ませた人の回答を集計する投票当日の投票行動調査では 61,270 人から有効回答を得た。

表１．参院選ｄサーベイ　比例投票先の推移

公示前情勢調査 6/19-20		
自民党	18,427	45%
日本維新の会	5,750	14%
立憲民主党	6,198	15%
公明党	2,996	7%
共産党	2,220	5%
国民民主党	1,995	5%
れいわ新選組	1,309	3%
参政党	976	2%
社民党	612	1%
NHK党	534	1%
幸福実現党	97	0%
		0%
日本第一党	83	0%
新党くにもり	80	0%
維新政党・新風	182	0%

序盤情勢調査 6/25-26		
自民党	15,479	39%
日本維新の会	6,292	16%
立憲民主党	5,955	15%
公明党	3,371	8%
共産党	2,205	6%
国民民主党	2,294	6%
れいわ新選組	1,557	4%
参政党	1,088	3%
社民党	715	2%
NHK党	693	2%
幸福実現党	155	0%
ごぼうの党	121	0%
日本第一党	84	0%
新党くにもり	71	0%
維新政党・新風	226	1%

中盤情勢調査 7/2-3		
自民党	14,743	37%
日本維新の会	6,593	16%
立憲民主党	5,965	15%
公明党	3,359	8%
共産党	2,325	6%
国民民主党	2,285	6%
れいわ新選組	1,566	4%
参政党	1,303	3%
社民党	833	2%
NHK党	804	2%
ごぼうの党	123	0%
幸福実現党	111	0%
日本第一党	92	0%
新党くにもり	83	0%
維新政党・新風	250	1%

投票行動調査 7/10		
自民党	21,995	37%
日本維新の会	9,325	16%
立憲民主党	8,756	15%
公明党	5,195	9%
共産党	3,261	6%
国民民主党	3,553	6%
れいわ新選組	2,333	4%
参政党	1,725	3%
社民党	1,444	2%
NHK党	1,103	2%
ごぼうの党	166	0%
幸福実現党	136	0%
日本第一党	116	0%
新党くにもり	83	0%
維新政党・新風	299	1%

選挙結果		
自民党	18,256,245	34%
日本維新の会	7,845,995	15%
立憲民主党	6,771,945	13%
公明党	6,181,432	12%
共産党	3,618,343	7%
国民民主党	3,159,626	6%
れいわ新選組	2,319,156	4%
参政党	1,768,385	3%
社民党	1,258,502	2%
NHK党	1,253,872	2%
ごぼうの党	193,724	0%
幸福実現党	148,020	0%
日本第一党	109,046	0%
新党くにもり	77,861	0%
維新政党・新風	65,107	0%

表１は、参院選比例代表（全国区）でどの政党に投票するか、または投票したかを尋ねた集計データの推移と選挙結果を比較できるようにまとめたものである。まだ野党の候補者名や主張が浸透していない公示前の時点では知名度調査の色合いが濃くなり、調査結果は自民党に強めに出がちだ。選挙戦が進むにつれて自民党の数値が落ち着いていく一方、立憲民主党が伸び悩み、日本維新の会に比例代表で野党第１党の座を奪われる選挙情勢の流れを的確に追えたものと考えている。参政党が１議席を獲得する勢いだったことも公示前調査の時点から把握することができた。公明党に関しては、従来の電話調査と同様、潜在的な投票者層にアプローチし切れない課題が残った。

投票当日、メディア各社は全国の投票所に大量の調査員を派遣し、投票を済ませた有権者に投票先を尋ねる出口調査を行う。投票箱が閉じる午後８時以降、開票が進むまでの間に１秒でも早く当選確実な候補を予測し、選挙結果の大勢を速報するためである。ただし、近年は期日前投票を行う有権者が増え、期日前投票の傾向をいかに把握するかが課題となっている。

投票当日に実施するｄサーベイ投票行動調査は、投票を済ませた有権者に投票先を尋ねる点は投票所の出口調査と同じであるが、回答者には期日前投票をした人も含まれるため、きょう投票したのか、期日前投票をしたのかを質問することによって、投票当日と期日前投票とで傾向に違いがあるかを分析できる。参院選では、投票２日前に安倍晋三元首相が凶弾に倒れるという衝撃的な事件が発生し、選挙結果への影響が注目された。投票行動調査の比例投票先の集計結果を見ると、「きょう投票した」と答えた層の 38%、「期日前投票をした」と答えた層の 35%が自民党に投票したと回答した。安倍元首相の事件を受けて投票所に足を運んだ有権者が少なからずいたのではないか。それが３年前の参院選で５割を下回った投票率を 52.05 %（選挙区）まで押し上げたのかもしれない。

図２．参院選投票行動調査比例投票先（個人名）のアンケート画面

参院選ｄサーベイの特徴として挙げられるのが、比例代表の非拘束名簿方式に対応したことだ。参院選比例代表で有権者は投票用紙に政党名を書くか、政党が比例代表名簿に搭載した候補者の個人名を書くかを選んで投票する。電話調査で各党の比例名簿を読み上げるのは不可能だ。回答者に個人名を挙げてもらって調査員が聞き取ることならできなくもないが、名簿を見て投票先を選ぶ投票所の環境とは大きく異なるため、個人名投票の傾向把握につなげるのは難しい。ｄサーベイであれば、投票先の政党を尋ねたうえで、図２のような設問をスマホ画面に表示し、投票所と同様に一覧性のある名簿の中から投票先の個人名を選んでもらうことができる。

表２．参院選ｄサーベイ比例投票先（個人名）の推移　自民党

公示前情勢調査			序盤情勢調査			中盤情勢調査			投票行動調査			選挙結果			
	回答数	%		回答数	%		回答数	%		回答数	%			得票数	%
藤井一博	－	－	藤井一博	－	－	藤井一博	－	－	藤井一博	－	－	当	藤井一博	－	－
梶原大介	－	－	梶原大介	－	－	梶原大介	－	－	梶原大介	－	－	当	梶原大介	－	－
青山繁晴	1,024	24%	青山繁晴	675	17%	片山さつき	629	15%	青山繁晴	667	10%	当	赤松健	528,053	12%
片山さつき	669	16%	片山さつき	641	16%	青山繁晴	609	14%	片山さつき	655	10%	当	長谷川英晴	414,371	9%
今井絵理子	447	11%	今井絵理子	374	9%	今井絵理子	351	8%	赤松健	510	8%	当	青山繁晴	373,786	8%
赤松健	220	5%	赤松健	223	6%	赤松健	245	6%	長谷川英晴	449	7%	当	片山さつき	298,092	7%
山谷えり子	189	4%	長谷川英晴	188	5%	長谷川英晴	224	5%	今井絵理子	378	6%	当	足立敏之	247,755	5%
足立敏之	163	4%	足立敏之	184	5%	山谷えり子	208	5%	足立敏之	346	5%	当	自見英子	213,369	5%
長谷川英晴	153	4%	自見英子	162	4%	足立敏之	190	4%	山谷えり子	319	5%	当	藤木真也	187,740	4%
自見英子	131	3%	山谷えり子	157	4%	自見英子	186	4%	自見英子	289	4%	当	山田宏	175,872	4%
宇都隆史	119	3%	宇都隆史	128	3%	宇都隆史	158	4%	友納理緒	270	4%	当	友納理緒	174,335	4%
藤木真也	107	3%	藤木真也	117	3%	友納理緒	149	4%	山田宏	270	4%	当	山谷えり子	172,640	4%
山田宏	104	2%	進藤金日子	112	3%	山田宏	144	3%	藤木真也	244	4%	当	井上義行	165,062	4%
友納理緒	103	2%	山田宏	100	3%	藤木真也	142	3%	宇都隆史	230	4%	当	進藤金日子	150,759	3%
井上義行	82	2%	友納理緒	89	2%	進藤金日子	135	3%	進藤金日子	203	3%	当	今井絵理子	148,630	3%
阿達雅志	78	2%	井上義行	88	2%	阿達雅志	87	2%	神谷政幸	195	3%	当	阿達雅志	138,995	3%
進藤金日子	74	2%	岩城光英	80	2%	神谷政幸	84	2%	井上義行	148	2%	当	神谷政幸	127,188	3%
神谷政幸	69	2%	阿達雅志	75	2%	井上義行	83	2%	小川克巳	131	2%	当	越智俊之	118,710	3%
岩城光英	63	1%	越智俊之	72	2%	木村義雄	77	2%	園田修光	131	2%		小川克巳	118,223	3%
園田修光	62	1%	神谷政幸	64	2%	園田修光	75	2%	越智俊之	129	2%		木村義雄	113,874	3%
越智俊之	57	1%	河村建一	62	2%	越智俊之	70	2%	阿達雅志	122	2%		宇都隆史	101,841	2%
河村建一	48	1%	園田修光	60	2%	岩城光英	65	2%	木村義雄	115	2%		園田修光	93,380	2%
木村義雄	40	1%	木村義雄	58	1%	小川克巳	56	1%	岩城光英	100	2%		水落敏栄	82,920	2%
有里真穂	33	1%	小川克巳	48	1%	河村建一	56	1%	えりアルフィヤ	99	2%		藤末健三	74,972	2%
小川克巳	32	1%	えりアルフィヤ	44	1%	水落敏栄	54	1%	水落敏栄	81	1%		岩城光英	63,714	1%
えりアルフィヤ	30	1%	水落敏栄	37	1%	えりアルフィヤ	41	1%	河村建一	77	1%		河村建一	59,008	1%
水落敏栄	28	1%	吉岡伸太郎	27	1%	藤末健三	33	1%	吉岡伸太郎	73	1%		吉岡伸太郎	55,804	1%
吉岡伸太郎	24	1%	有里真穂	26	1%	吉岡伸太郎	26	1%	藤末健三	70	1%		えりアルフィヤ	54,646	1%
藤末健三	20	0%	藤末健三	20	1%	有里真穂	24	1%	有里真穂	33	1%		尾立源幸	24,576	1%
高原朗子	15	0%	高原朗子	12	0%	高原朗子	14	0%	高原朗子	27	0%		向山淳	20,638	0%
遠藤奈央子	11	0%	尾立源幸	11	0%	尾立源幸	10	0%	向山淳	27	0%		有里真穂	18,561	0%
向山淳	6	0%	遠藤奈央子	10	0%	遠藤奈央子	9	0%	尾立源幸	21	0%		高原朗子	17,543	0%
尾立源幸	5	0%	向山淳	6	0%	向山淳	7	0%	遠藤奈央子	15	0%		遠藤奈央子	7,762	0%

表３．参院選ｄサーベイ比例投票先（個人名）の推移　立憲民主党

公示前情勢調査			序盤情勢調査			中盤情勢調査			投票行動調査			選挙結果			
	回答数	%		回答数	%		回答数	%		回答数	%			得票数	%
辻元清美	991	44%	辻元清美	1,003	44%	辻元清美	978	42%	辻元清美	933	33%	当	辻元清美	428,860	27%
石橋通宏	260	12%	石橋通宏	323	14%	石橋通宏	359	15%	石橋通宏	494	17%	当	鬼木誠	171,620	11%
鬼木誠	234	10%	鬼木誠	222	10%	鬼木誠	216	9%	鬼木誠	329	12%	当	古賀千景	144,344	9%
有田芳生	213	10%	青木愛	147	6%	有田芳生	138	6%	古賀千景	246	9%	当	柴慎一	127,382	8%
青木愛	159	7%	有田芳生	137	6%	古賀千景	138	6%	柴慎一	215	8%	当	村田享子	125,341	8%
古賀千景	111	5%	柴慎一	128	6%	青木愛	136	6%	有田芳生	134	5%	当	青木愛	123,742	8%
柴慎一	88	4%	古賀千景	117	5%	柴慎一	134	6%	青木愛	129	5%	当	石橋通宏	111,703	7%
白真勲	43	2%	白真勲	48	2%	村田享子	60	3%	村田享子	106	4%		白真勲	84,242	5%
石川雅俊	36	2%	村田享子	46	2%	白真勲	54	2%	白真勲	71	2%		石川雅俊	48,703	3%
村田享子	28	1%	石川雅俊	22	1%	石川雅俊	38	2%	栗下善行	48	2%		有田芳生	46,715	3%
要友紀子	15	1%	要友紀子	16	1%	要友紀子	20	1%	石川雅俊	42	1%		堀越啓仁	39,631	3%
河野麻美	15	1%	河野麻美	14	1%	堀越啓仁	13	1%	堀越啓仁	26	1%		栗下善行	39,555	3%
堀越啓仁	11	0%	堀越啓仁	11	0%	はたともこ	9	0%	要友紀子	23	1%		はたともこ	18,209	1%
森永美樹	9	0%	森永美樹	9	0%	栗下善行	8	0%	はたともこ	15	1%		要友紀子	17,529	1%
木村正弘	6	0%	木村正弘	6	0%	森永美樹	8	0%	河野麻美	12	0%		森永美樹	10,055	1%
菅原美香	4	0%	はたともこ	6	0%	河野麻美	6	0%	木村正弘	11	0%		河野麻美	7,941	1%
田中勝一	3	0%	栗下善行	4	0%	菅原美香	4	0%	森永美樹	11	0%		沢邑啓子	7,602	0%
栗下善行	2	0%	菅原美香	2	0%	木村正弘	3	0%	菅原美香	5	0%		木村正弘	7,101	0%
沢邑啓子	2	0%	沢邑啓子	1	0%	田中勝一	3	0%	沢邑啓子	3	0%		田中勝一	4,503	0%
はたともこ	1	0%	田中勝一	1	0%	沢邑啓子	0	0%	田中勝一	3	0%		菅原美香	2,773	0%

表２は自民党、表３は立憲民主党の比例投票先（個人名）データの推移である。自民党の上位２人は、個人名投票の対象とならず、優先的に当選する特定枠の候補者だ。立憲民主党は特定枠の候補者を立てなかった。自民党では業界団体、立憲民主党では労働組合の組織的支援を受ける候補が上位に入るのが個人名投票の慣例ではあるが、組織票だけでは読み切れない全国的な支持傾向を公示前から追うことができたと考えている。

3-3.　「配信設計モデル」とは

参院選ｄサーベイの選挙区データの解説に入る前に触れておかなければならないのが「配信設計モデル」である。

2021 年衆院選やその他の地方選挙でｄサーベイの実績を重ねる中で、日本全国の都市部から農山漁村まで満遍なくサンプルが取得できる地域カバレッジの高さの一方、地域・性別・年代によってメール配信に対する回答率に微妙な差が生じること

もデータの蓄積によってつかめてきた。そこでこの参院選から新たに開発・導入したのが配信設計モデルである。

ｄポイントクラブの会員は、ほぼ人口に沿って全国に分布しているが、スマホの普及率やポイントサービスへの順応度合いなどの地域差が回答率の微妙な違いとなって表れるようだ。こうした地域差は、将来的にはスマホとポイントサービスのさらなる普及によって解消していくものと考えられるが、現時点の対応として、これまでの調査で蓄積したデータに基づき、地域別にメール配信数を設計することにより、回答サンプルの偏りを減らす方式を採用した。

性・年代別の推定投票者比率や人口比率に合わせて事後に補正する手法も考えられるが、少ないサンプルにひそむ歪みを事後補正によって広げる懸念は拭えない。それよりは、有権者の約6割をカバーし、なおかつ地域・性・年代別の対象者抽出が可能な巨大パネルの特性を最大限に生かした方がよい。ＳＳＲＣでは、ｄサーベイの最大の利点である無作為性を損なうことなく、回答サンプルの性・年代分布が選挙の投票者のそれに近づくようにメール配信数を細かく調整することに成功した。

配信設計モデルを導入する前の2021年衆院選ｄサーベイでは、以下の傾向が確認されていた。

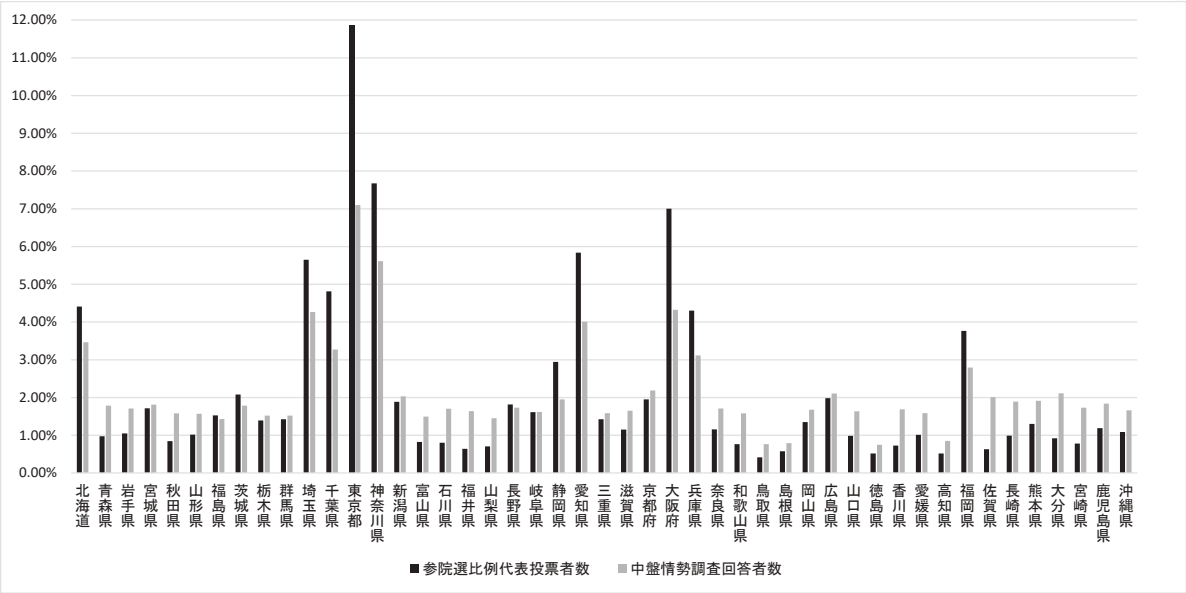
- 全国的に 40 代以上では男性のサンプルが女性を上回る傾向がある。政治や選挙といった硬いテーマに対する関心度の違いだろうか。
- 全国的に 70 歳以上の女性の回答率が低い傾向があり、特に四国と九州南部・沖縄でその傾向が強まる。
- 全国的に 30 代以下、特に 18〜29 歳の回答率が低くなる傾向がある。

こうした傾向を把握したうえで、2022 年参院選ｄサーベイで導入したのが配信設計モデルである。

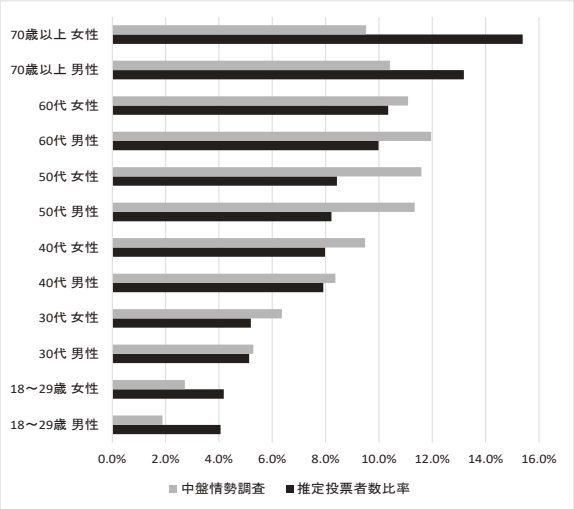
グラフ 1 は、参院選の投票者数とｄサーベイ中盤情勢調査の回答者数について、都道府県別の全国比率を比較したものである。前述した調査の方法にある通り、目標サンプル数を改選数１の１人区に厚めに設定したため、特に人口の少ない県では投票者数の全国比率を回答者数のそれが大きく上回っている。地方の１人区の方が比較的、投票率が高い傾向にあることを考慮した対応だったが、結果として改選数 3 以上の都道府県のサンプル比率が抑えられた形になった。それも想定通りではあったが、比例代表（全国区）の調査結果が選挙結果より自民党に若干強めに出る要因となったと考えられる。次の国政選挙では改善を図りたい。

次ページのグラフ 2 は、参院選ｄサーベイ中盤情勢調査回答者数の性・年代分布を推定投票者数の分布と比較したものである。日本の選挙では高齢層の投票率が高く、年齢が低くなるほど投票率が下がる。人口分布と比較したグラフ3を見れば、あくまで選挙調査であることを前提に、人口ではなく推定投票者数をターゲットに配信設計を行ったことが理解していただけよう。

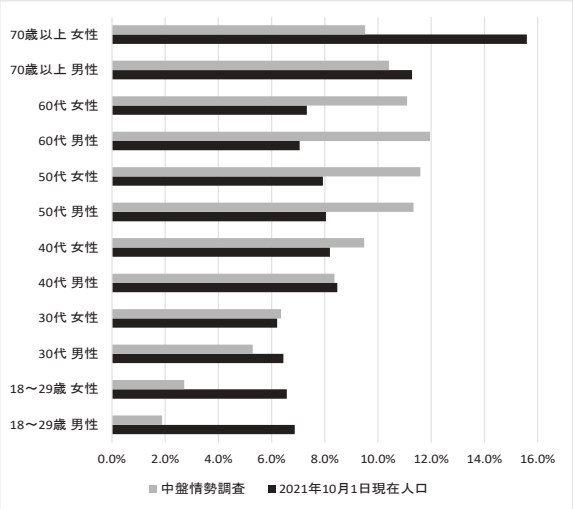
グラフ１．参院選投票者数とｄサーベイ回答者数の都道府県別比率



グラフ２．回答者と推定投票者の分布比較



グラフ３．回答者と人口の分布比較数の都



参院選ｄサーベイでは、配信設計モデルを適用した結果、高齢層と若年層のサンプル分布が大きく改善されたが、なおも 18～29 歳と 70 歳以上で課題を残した。18～29 歳については投票率が低いため選挙情勢の分析にさほどの影響はないが、高齢層は投票率が高いことから、年代間で投票傾向に大きな差が生じた選挙では調査結果に歪みを来しかねない。実際、野党系現職が自民党新人との接戦を制した沖縄県選挙区では、野党系現職を支持する傾向の強かった高齢層のサンプル不足が影響し、ｄサーベイでは自民党新人の優位を示す調査結果となった。このことがその後の沖縄県知事選ｄサーベイにおける配信設計モデルの進化につながったわけだが、その点については後述する。

表 4 では、参院選ｄサーベイで選挙区の投票先を尋ねた結果を選挙結果と比較した。従来のメディアの選挙調査では、投票前の情勢調査は電話、投票当日は投票所の出口調査と、異なる方式で行った調査結果を用いて情勢の推移を分析してきた。それに対しｄサーベイの強みは、同じ調査方式で情勢調査から投票行動調査まで一貫して行い、情勢の変化を統計的に分析できることである。参院選ｄサーベイにおいても公示前情勢調査(6 月 19、20 日)、序盤情勢調査（6 月 25、26 日）、中盤情勢調査（7 月 2、3 日）、投票行動調査（7 月 10 日）と 1 週間ごとの情勢を時系列で追うことができた。

この参院選では投票 2 日前に安倍元首相が銃殺される衝撃的な事件が発生した。全国的に与党が優位に選挙戦を進める中で事件の影響は限られていたとみられるが、与野党対決の接戦となってい

表４．参院選ｄサーベイ選挙区の推移

	候補者名	政党	選挙結果	7/10	7/2-3	6/25-26	6/19-20
北海道（3）	長谷川岳	自民	25%	23%	23%	24%	30%
	徳永エリ	立憲	19%	23%	21%	22%	20%
	船橋利実	自民	19%	20%	19%	19%	17%
	石川知裕	立憲	18%	19%	19%	20%	19%
	畠山和也	共産	7%	5%	7%	6%	7%
	臼木秀剛	国民	4%	5%	4%	3%	3%
青森県（1）	田名部匡代	立憲	53%	57%	59%	57%	53%
	斉藤直飛人	自民	42%	39%	35%	39%	44%
岩手県（1）	広瀬めぐみ	自民	47%	44%	40%	44%	42%
	木戸口英司	立憲	43%	46%	53%	51%	53%
宮城県（1）	桜井充	自民	52%	50%	53%	54%	53%
	小畑仁子	立憲	30%	33%	34%	32%	34%
	平井みどり	維新	10%	10%	7%	9%	8%
秋田県（1）	石井浩郎	自民	43%	44%	42%	46%	48%
	村岡敏英	無属	36%	34%	37%	31%	32%
	佐々百合子	無属	14%	15%	15%	14%	15%
	藤本友里	共産	4%	4%	4%	4%	2%
山形県（1）	舟山康江	国民	49%	52%	54%	55%	51%
	大内理加	自民	44%	44%	39%	41%	43%
	石川渉	共産	4%	2%	4%	2%	4%
福島県（1）	星北斗	自民	52%	50%	48%	48%	54%
	小野寺彰子	無属	39%	42%	46%	47%	43%
茨城県（2）	加藤明良	自民	50%	51%	50%	50%	58%
	堂込麻紀子	無属	18%	22%	25%	22%	16%
	佐々木里加	維新	15%	14%	11%	9%	14%
	大内久美子	共産	10%	8%	7%	11%	7%
栃木県（1）	上野通子	自民	56%	55%	53%	60%	64%
	板倉京	立憲	17%	19%	24%	20%	16%
	大久保裕美	維新	14%	16%	10%	10%	11%
	岡村恵子	共産	6%	5%	6%	4%	5%
群馬県（1）	中曽根弘文	自民	64%	66%	71%	76%	82%
	白井桂子	無属	19%	19%	15%	15%	9%
	高橋保	共産	9%	7%	7%	5%	6%
埼玉県（4）	関口昌一	自民	24%	26%	25%	27%	31%
	上田清司	無属	17%	22%	19%	19%	16%
	高木真理	立憲	16%	15%	14%	16%	17%
	西田実仁	公明	15%	12%	13%	13%	15%
	加来武宜	維新	11%	11%	11%	7%	7%
	梅村早江子	共産	8%	7%	9%	8%	8%
	西美友加	れ新	4%	3%	4%	5%	3%
千葉県（3）	猪口邦子	自民	26%	27%	30%	29%	32%
	臼井正一	自民	23%	23%	21%	22%	22%
	小西洋之	立憲	19%	22%	22%	22%	20%
	佐野正人	維新	10%	9%	6%	7%	7%
	斉藤和子	共産	8%	7%	7%	7%	7%
	礒部裕和	国民	6%	5%	6%	5%	6%

表4．の続き

	候補者名	政党	選挙結果	7/10	7/2-3	6/25-26	6/19-20
東京都（6）	朝日健太郎	自民	15%	16%	14%	15%	20%
	竹谷とし子	公明	12%	10%	13%	11%	11%
	山添拓	共産	11%	10%	11%	11%	11%
	蓮舫	立憲	11%	13%	13%	13%	14%
	生稲晃子	自民	10%	12%	12%	14%	14%
	山本太郎	れ新	9%	9%	10%	12%	8%
	海老沢由紀	維新	8%	9%	6%	6%	5%
	松尾明弘	立憲	6%	6%	5%	5%	5%
	乙武洋匡	無属	5%	4%	4%	3%	4%
	荒木千陽	諸派	5%	5%	3%	3%	2%
神奈川県（5）	三原じゅん子	自民	20%	22%	25%	27%	29%
	松沢成文	維新	15%	18%	17%	13%	11%
	三浦信祐	公明	13%	10%	10%	12%	12%
	浅尾慶一郎	自民	13%	14%	15%	16%	19%
	水野素子	立憲	10%	11%	10%	10%	8%
	浅賀由香	共産	9%	8%	7%	8%	8%
	深作ヘスス	国民	6%	6%	4%	3%	4%
	寺崎雄介	立憲	5%	5%	6%	6%	6%
新潟県（1）	小林一大	自民	51%	50%	48%	50%	52%
	森裕子	立憲	44%	46%	47%	46%	45%
富山県（1）	野上浩太郎	自民	69%	73%	71%	77%	79%
	京谷公友	維新	10%	12%	9%	9%	7%
	山登志浩	立憲	9%	8%	9%	6%	8%
	坂本洋史	共産	6%	4%	4%	3%	4%
石川県（1）	岡田直樹	自民	65%	68%	67%	71%	73%
	小山田経子	立憲	20%	21%	23%	21%	21%
	西村祐士	共産	5%	3%	4%	3%	2%
	先沖仁志	諸派	5%	4%	3%	3%	1%
福井県（1）	山崎正昭	自民	40%	40%	36%	41%	53%
	斉木武志	無属	36%	37%	41%	38%	27%
	笹岡一彦	無属	9%	11%	12%	9%	11%
	砂畑まみ恵	諸派	8%	7%	7%	6%	3%
	山田和雄	共産	5%	3%	3%	4%	4%
山梨県（1）	永井学	自民	49%	49%	46%	46%	48%
	宮沢由佳	立憲	44%	45%	48%	47%	46%
長野県（1）	杉尾秀哉	立憲	45%	47%	42%	45%	41%
	松山三四六	自民	39%	38%	45%	45%	52%
	手塚大輔	維新	11%	10%	8%	6%	5%
岐阜県（1）	渡辺猛之	自民	53%	53%	52%	54%	65%
	丹野みどり	国民	30%	35%	35%	34%	25%
	三尾圭司	共産	9%	7%	8%	7%	6%
静岡県（2）	若林洋平	自民	40%	39%	43%	42%	44%
	平山佐知子	無属	28%	33%	30%	28%	29%
	山崎真之輔	無属	16%	16%	15%	18%	14%
	鈴木千佳	共産	9%	9%	8%	8%	8%
愛知県（4）	藤川政人	自民	28%	27%	26%	30%	38%
	里見隆治	公明	14%	12%	13%	14%	14%
	斎藤嘉隆	立憲	13%	16%	15%	15%	18%
	伊藤孝恵	国民	13%	14%	13%	12%	9%
	広沢一郎	維新	11%	14%	14%	12%	7%
	須山初美	共産	6%	8%	9%	8%	6%
	我喜屋宗司	れ新	4%	2%	2%	2%	3%
三重県（1）	山本佐知子	自民	53%	52%	52%	56%	59%
	芳野正英	無属	37%	41%	41%	38%	34%
滋賀県（1）	小鑓隆史	自民	52%	54%	52%	55%	62%
	田島一成	無属	31%	33%	35%	31%	24%
	石堂淳士	共産	8%	7%	7%	8%	8%
京都府（2）	吉井章	自民	28%	28%	25%	26%	33%
	福山哲郎	立憲	26%	27%	28%	34%	27%
	楠井祐子	維新	25%	28%	27%	23%	23%
	武山彩子	共産	13%	12%	12%	13%	12%
大阪府（4）	高木佳保里	維新	23%	25%	26%	26%	21%
	松川るい	自民	19%	24%	20%	20%	24%
	浅田均	維新	16%	19%	18%	17%	23%
	石川博崇	公明	16%	10%	12%	13%	11%
	辰巳孝太郎	共産	9%	8%	9%	9%	9%
	石田敏高	立憲	5%	5%	5%	5%	5%
	八幡愛	れ新	3%	2%	3%	3%	2%
	大谷由里子	国民	3%	3%	2%	3%	2%

	候補者名	政党	選挙結果	7/10	7/2-3	6/25-26	6/19-20
兵庫県（3）	片山大介	維新	28%	35%	36%	33%	27%
	末松信介	自民	24%	25%	23%	26%	34%
	伊藤孝江	公明	20%	15%	16%	16%	15%
	相崎佐和子	立憲	11%	12%	14%	13%	15%
	小村潤	共産	7%	5%	6%	7%	5%
奈良県（1）	佐藤啓	自民	42%	41%	36%	41%	44%
	中川崇	維新	29%	30%	31%	28%	29%
	猪奥美里	立憲	16%	19%	19%	19%	16%
	北野伊津子	共産	7%	6%	7%	6%	8%
和歌山県（1）	鶴保庸介	自民	72%	72%	77%	81%	83%
	前久	共産	15%	14%	12%	10%	9%
鳥取県・島根県（1）	青木一彦	自民	63%	63%	68%	65%	69%
	村上泰二朗	立憲	23%	22%	20%	23%	20%
	福住英行	共産	7%	7%	6%	6%	4%
岡山県（1）	小野田紀美	自民	55%	57%	60%	63%	66%
	黒田晋	無属	29%	31%	27%	26%	21%
	住寄聡美	共産	8%	7%	6%	5%	9%
広島県（2）	宮沢洋一	自民	50%	52%	55%	59%	61%
	三上絵里	無属	25%	27%	26%	25%	19%
	森川央	維新	11%	10%	6%	6%	8%
	中村孝江	共産	6%	4%	5%	5%	4%
	浅井千晴	諸派	5%	4%	5%	4%	1%
山口県（1）	江島潔	自民	63%	67%	67%	67%	73%
	秋山賢治	立憲	12%	11%	11%	10%	8%
	大内一也	国民	10%	11%	10%	11%	10%
	吉田達彦	共産	6%	4%	6%	7%	4%
	大石健一	諸派	4%	4%	4%	4%	1%
徳島県・高知県（1）	中西祐介	自民	53%	54%	52%	56%	62%
	松本顕治	共産	19%	19%	19%	18%	16%
	藤本健一	維新	11%	12%	10%	12%	10%
	前田強	国民	9%	9%	11%	9%	7%
香川県（1）	磯崎仁彦	自民	52%	54%	50%	56%	54%
	三谷祥子	国民	15%	14%	14%	15%	18%
	茂木邦夫	立憲	14%	16%	16%	14%	15%
	町川順子	維新	9%	9%	11%	7%	7%
	石田真優	共産	5%	4%	3%	5%	4%
愛媛県（1）	山本順三	自民	59%	61%	63%	63%	64%
	高見知佳	無属	32%	32%	31%	31%	32%
福岡県（3）	大家敏志	自民	29%	31%	30%	32%	36%
	古賀之士	立憲	22%	29%	31%	31%	28%
	秋野公造	公明	17%	12%	15%	13%	15%
	龍野真由美	維新	8%	9%	7%	7%	5%
	大田京子	国民	7%	8%	5%	4%	4%
	真島省三	共産	5%	4%	3%	4%	5%
	奥田芙美代	れ新	4%	3%	3%	3%	2%
佐賀県（1）	福岡資麿	自民	65%	61%	63%	65%	69%
	小野司	立憲	24%	29%	27%	27%	24%
	稲葉継男	諸派	5%	5%	4%	3%	2%
	上村泰稔	共産	4%	3%	4%	3%	4%
長崎県（1）	山本啓介	自民	50%	48%	45%	51%	51%
	白川鮎美	立憲	29%	31%	34%	33%	31%
	山田真美	維新	10%	12%	11%	9%	11%
	安江綾子	共産	5%	3%	3%	3%	3%
	尾方綾子	諸派	4%	4%	5%	4%	3%
熊本県（1）	松村祥史	自民	62%	57%	63%	61%	72%
	出口慎太郎	立憲	22%	28%	23%	24%	20%
	高井千歳	諸派	11%	11%	10%	10%	5%
大分県（1）	古庄玄知	自民	47%	46%	44%	45%	43%
	足立信也	国民	37%	42%	44%	45%	44%
	山下魁	共産	7%	6%	5%	5%	8%
宮崎県（1）	松下新平	自民	48%	42%	44%	48%	50%
	黒田奈々	立憲	36%	41%	40%	37%	32%
	黒木章光	国民	7%	9%	7%	7%	8%
	今村幸史	諸派	4%	4%	4%	4%	4%
	白江好友	共産	3%	3%	3%	2%	4%
鹿児島県（1）	野村哲郎	自民	46%	43%	46%	51%	55%
	柳誠子	立憲	29%	33%	34%	34%	34%
	西郷歩美	無属	15%	15%	12%	10%	7%
沖縄県（1）	伊波洋一	無属	47%	45%	47%	47%	44%
	古謝玄太	自民	46%	50%	50%	50%	51%

た岩手、福島、福井、山梨、京都、大分の各選挙区では最後に自民党候補を押し上げる一因になった可能性が中盤情勢調査までのデータと投票行動調査の比較から推測される。長野選挙区では逆に自民党候補が終盤に失速しており、週刊誌の報じた醜聞の影響がデータで可視化された形である。

これまでのｄサーベイにおいて、日本維新の会の影響力が強まっている関西、東海地方で維新候補の数値が若干高めになる傾向が確認されている。性・年代別でみると、維新を支持する傾向は40代から50代の男性に強く表れる。参院選ｄサーベイでは配信設計モデルの導入によって性・年代別のサンプル分布が改善されたものの、グラフ 2 の通り40代、50代が推定投票者分布より高くなっており、それが愛知、兵庫選挙区の調査結果で維新候補の数値を若干押し上げたと考えられる。電話調査と比べて 30 代～50 代から十分なサンプルが得られるｄサーベイの特徴を抑えすぎないように配信設計を行った結果ではあるが、この点も今後、改善を図っていきたい。

４．選挙調査から世論調査へ

4-1. 進化する配信設計モデル

参院選に続く沖縄県知事選でも公示前情勢調査（8 月 21 日）、序盤情勢調査（8 月 28 日）、中盤情勢調査（9 月 4 日）、投票行動調査（9 月 11 日）と4回のｄサーベイを実施した。表５からは、選挙戦を通じて情勢の変化がほとんどなかったことがわかる。

沖縄県知事選ｄサーベイで的確な調査結果が得られたのは、参院選ｄサーベイのデータをもとに配信設計モデルを進化させた成果と言える。沖縄県は全国的に見るとスマホ普及率が低く、スマホを利用するポイントサービスがほかの都道府県ほど高齢層に浸透していないことがこれまでのｄサーベイの回答率からうかがえる。ｄサーベイの抽出対象となる18歳以上の母数は有権者数の約半分が確保されているものの、70 歳以上の特に女性については過去の回答率に基づくとサンプル不足が予想される。その一方で、60代と70歳以上で投票傾向にそれほど違いはないと仮定し、70 歳以上の女性で見込まれるサンプル不足をできるだけ60代の女性で補う配信設計を試みた。

属性ごとにあらかじめ設定したサンプル数を集める割当法と異なり、配信設計モデルは性・年代別に母集団からの抽出率を調整するもので、回収サンプルと推定投票者の分布が完全に合わせられるわけではない。明確な個人を対象とした無作為抽出が可能なｄサーベイの特徴を最大限に生かし、確率標本として分析できる形でサンプル分布を推定投票者に近づけることに成功したのが配信設計モデルである。沖縄県知事選ｄサーベイの結果は、それが精度の向上に繋がることを示している。

4-2. 「ｄサーベイ世論調査」開始

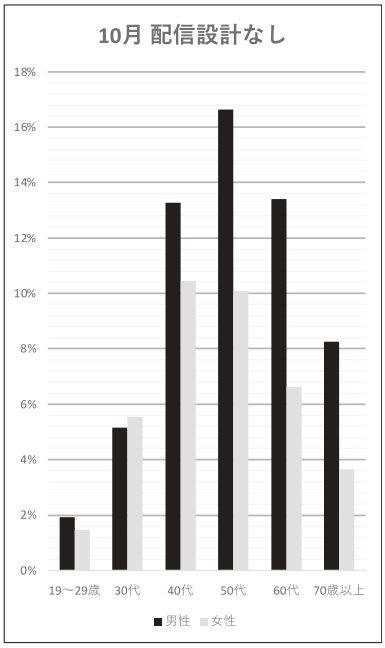
選挙調査は選挙結果という正解と答え合わせができるが、世論調査に正解はない。世論調査の精度を担保するのは、得られたサンプルが調査対象の母集団＝国民（有権者）を代表していると言えるかどうか、その代表性の評価である。ｄサーベイは母集団に対するカバレッジが約 6 割にとどまる点のみにフォーカスすれば、代表性に欠けると言わざるを得ない。他方で、従来の電話調査では困難だった、個人を対象とした完全なランダムサンプリング（無作為抽出）が可能という秀でた特徴を有する。これまでの選挙調査実績において、少なくとも投票者による投票行動と調査結果が重なることは実証できた。次は、国民の縮図を探る世論調査として活用できるかどうかを検証する段階に入ったと考え、ＳＳＲＣは 2022 年 10 月から毎月定例で「ｄサーベイ世論調査」を開始した。

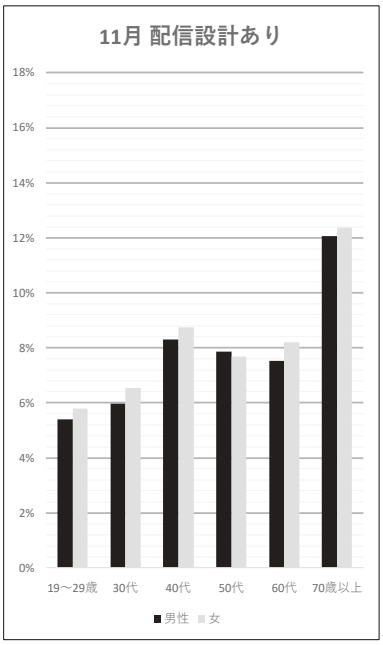
10 月 22、23 日に実施した初回の世論調査では、全国約6000万人の母集団から無作為抽出した対象者にメールを配信し、3,072 人から有効回答を得た。初回はあえて配信設計モデルを適用せず、単純な無作為抽出で調査した場合のサンプル分布を確認した。そのうえで 11 月 19、20 日に実施した 2 回目の世論調査では、2020 年国勢調査の性・年代別

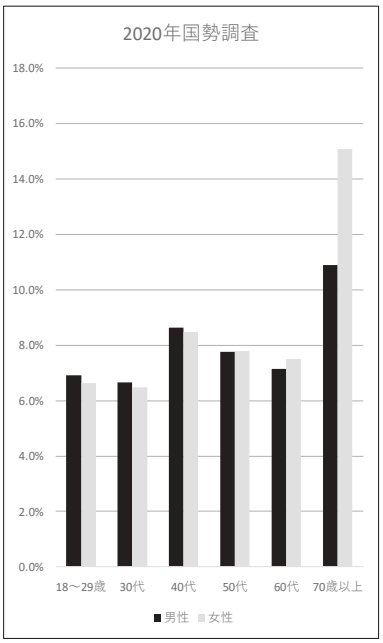
表５．沖縄県知事選　8 月 25 日告示、9 月 11 日投票

			選挙結果		投票行動調査		中盤情勢調査		序盤情勢調査		告示前情勢調査	
			投票率57.92%		9月11日		9月4日		8月28日		8月21日	
玉城デニー	無所属	現	339,767	51%	1,284	51%	1,275	51%	1,237	52%	1,284	51%
佐喜真淳	無所属	新	274,844	41%	1,058	42%	1,066	42%	954	40%	1,020	41%
下地幹郎	無所属	新	53,677	8%	189	7%	177	7%	193	8%	191	8%

グラフ４．ｄサーベイ定例世論調査（10・11 月）と国勢調査の性・年代分布







人口分布にサンプル分布が近づくように配信設計を行った。

グラフ 4 は 10 月調査と 11 月調査のサンプル分布と国勢調査の人口分布を比較できるように棒グラフを並べたものである。10 月調査では、スマホでのポイントサービス利用に順応し、かつ、政治や選挙の話題に関心の高い 40 代～60 代、その中でも特に男性をボリュームゾーンとするｄサーベイのサンプル傾向がくっきりと表れた。同時に、70 歳以上の特に女性のサンプルが不足する傾向も改めて確認された。こうしたサンプル分布の偏りは 11 月調査では解消され、国勢調査の人口分布とほぼ重なるグラフ形状となっている。11 月調査のサンプル全体の性別比も男性 47%、女性 49%、答えない・無回答 4%と妥当な線に落ち着き、配信設計モデルの進化を裏付けた。

世論調査の質問内容は、ＳＳＲＣが毎日新聞社から受託している全国世論調査に合わせた。毎日新聞の世論調査では、ＳＳＲＣが独自に開発したインターネットと電話のミックスモード方式「ノン・スポークン調査」を 2020 年 4 月から採用している。携帯・固定電話ＲＤＤ法＝毎日新聞ではＲＤＳ（ランダムデジットサンプリング）法と呼ぶ＝で対象者を抽出し、オートコールで架電。携帯電話では、調査への協力を承諾した対象者にショートメッセージサービス（ＳＭＳ）でアンケート画面へのリンク情報を送り、対象者はスマホのブラウザでアンケートに回答する。固定電話の対象者はオートコールの質問にプッシュ番号で回答する。

次ページの表 6 は 11 月調査の質問と回答である。回答傾向はｄサーベイとノン・スポークン調査で概ね一致する一方、ｄサーベイでは「わからない」「どちらとも言えない」等の中間回答が多くなる傾向が見られた。内閣支持率の設問では「答えない」が多くなる分、支持率も不支持率もｄサーベイの方が低めに出る。見知らぬ相手からの電話に出て世論調査に回答してくれる方々には、政治的な話題に明確な意見を持つ「意識高い系」が多いのに対し、1 問 1 ポイントのインセンティブが付くｄサーベイの回答者にはそれほどの政治意識を持たない「ノンポリ系」も少なくないことが推量される。

意見を明示しない中間回答が多くなる傾向は、これまでのｄサーベイ選挙調査にも見られた。選挙調査では、投票先の候補者名や政党名を挙げた回答者が投票に行く人と重なると仮定すれば、投票先を挙げない回答者は投票に行かない可能性が高いため、調査結果が選挙結果と一致してきたものと考えられる。このことから言えるのは、政治意識の高くない（投票に行かない）人も含む国民（有権者）全体の世論を探るのにｄサーベイは向いているのではないか、ということである。

ＳＳＲＣとしては、今後も配信設計モデルをブラッシュアップしながらｄサーベイ世論調査を継続し、メディア各社や行政機関等による電話・郵

表６.

	dサーベイ 2022年11月定例世論調査				毎日新聞11月調査		
		全体	男性	女性	全体	男性	女性
問１	あなたは、岸田内閣を支持しますか。						
	支持する	27%	26%	30%	31%	31%	30%
	支持しない	59%	66%	53%	62%	64%	60%
	答えない	14%	8%	18%	7%	5%	10%
問２	あなたは、岸田政権の新型コロナウイルス対策を評価						
	評価する	18%	20%	18%	24%	24%	23%
	評価しない	47%	53%	40%	53%	55%	51%
	どちらとも言えない	34%	26%	40%	23%	21%	26%
問３	新型コロナウイルス感染の「第８波」に入ったとみられます。あなたは、この冬の感染拡大に不安を感じま						
	強い不安を感じる	25%	24%	26%	23%	23%	24%
	ある程度の不安は感じる	57%	54%	61%	48%	45%	55%
	あまり不安は感じない	14%	16%	11%	20%	23%	16%
	全く不安は感じない	4%	6%	2%	8%	9%	5%
問４	あなたは、オミクロン株対応のワクチン接種を受けま						
	受けた	31%	33%	31%	36%	37%	35%
	受けたいと思う	42%	44%	41%	38%	38%	38%
	受けるつもりはない	18%	17%	18%	20%	20%	21%
	わからない	8%	5%	9%	6%	5%	6%
問５	政府内では新型コロナワクチンの無料接種を見直す検討が行われています。あなたは、どう思いますか。						
	無料接種を続けるべきだ	63%	64%	62%	60%	61%	57%
	有料にしてもよい	22%	24%	20%	26%	28%	25%
	どちらとも言えない	15%	12%	18%	13%	11%	18%
問６	新型コロナ対策のマスク着用について、あなたは、ど						
	これからも着用を続けたい	62%	53%	71%	53%	49%	60%
	そろそろ外す機会を増やしたい	34%	43%	26%	43%	47%	37%
	マスクはしていない	1%	2%	1%	3%	3%	1%
	わからない	2%	2%	1%	1%	0%	1%
問７	旧統一教会（世界平和統一家庭連合）と政治の関係についてお尋ねします。あなたは、旧統一教会の問題を						
	評価する	12%	14%	11%	15%	18%	11%
	評価しない	59%	67%	53%	63%	63%	63%
	どちらとも言えない	27%	19%	34%	21%	18%	25%
問８	旧統一教会の被害者救済へ向けた法律について、あなたは、今の国会で成立させるべきだと思いますか。						
	今の国会で成立させるべきだ	65%	72%	62%	71%	73%	68%
	来年の国会で成立させればよい	9%	10%	8%	10%	11%	10%
	法律は必要ない	9%	10%	9%	11%	11%	11%
	わからない	16%	8%	21%	7%	4%	11%
問９	葉梨康弘・前法務大臣が死刑をめぐる失言で辞任しました。あなたは、どう思いましたか。						
	辞任は当然だ	69%	72%	68%	70%	69%	74%
	辞任する必要はなかった	13%	16%	10%	19%	23%	12%
	わからない	17%	11%	21%	10%	8%	13%
問10	政治資金をめぐる問題で寺田稔総務大臣の辞任を求める意見も出ています。あなたは、どう思いますか。						
	辞任すべきだ	65%	71%	61%	70%	72%	67%
	辞任する必要はない	8%	11%	6%	12%	13%	9%
	わからない	26%	17%	32%	18%	15%	24%
問11	あなたは、岸田首相にいつまで首相を続けてほしいと						
	できるだけ長く続けてほしい	13%	12%	16%	14%	14%	15%
	再来年９月の自民党総裁任期まで	29%	31%	29%	31%	29%	35%
	早く辞めてほしい	37%	45%	29%	43%	46%	35%
	わからない	19%	12%	25%	12%	10%	15%
問12	あなたは、どの政党を支持しますか。						
	自民党	25%	30%	22%	29%	32%	25%
	立憲民主党	9%	10%	7%	12%	13%	12%
	日本維新の会	9%	11%	7%	12%	12%	11%
	公明党	3%	2%	3%	3%	3%	3%
	共産党	3%	2%	3%	3%	3%	4%
	国民民主党	3%	4%	2%	4%	4%	4%
	れいわ新選組	2%	3%	2%	4%	5%	3%
	社民党	1%	1%	1%	1%	1%	1%
	ＮＨＫ党	1%	2%	1%	1%	2%	1%
	参政党	1%	1%	1%	3%	3%	2%
	その他の政治団体	0%	1%	0%	1%	0%	1%
	支持政党はない	42%	33%	50%	26%	23%	32%

（注）小数点以下を四捨五入。0%は0.5%未満。無回答は省略。

送・面接方式の世論調査と結果を比較することでデータを検証していきたいと考えている。

５．おわりに

世論調査の歴史を振り返れば、面接方式から電話や郵送方式へ、電話調査の中でも電話帳からＲＤＤ法へ、ＲＤＤ法の中でも固定番号による世帯抽出から携帯番号による個人抽出とのミックスへ、と時代状況に合わせた革新が行われるたびに「こんなものは世論調査とは言えない」「これでは代表性が確保できない」「国民の縮図と言えるのか」という批判が浴びせられ、そうした議論を通じて新しい調査方式が鍛えられ、確立されてきた。

ＳＳＲＣの松本正生社長（埼玉大学名誉教授）は「世論調査は社会の公共財である」との見解を示し、電話調査に依存してきたメディア主導の世論調査が社会の変化に対応できず国民の信頼を失う危険性に警鐘を鳴らしてきた。電話ＲＤＤ調査の限界が来る前に選挙・世論調査の新時代を切り拓こうと設立されたのがＳＳＲＣである。その新たな試みとして実用化に漕ぎ着けたのがｄサーベイであり、厳しい批判や指摘に応えながら、国民各層の信頼を得られる調査方式に育てていきたい。

（株式会社社会調査研究センター）

注釈

※1　一部のタブレットからも回答可能。

第二部　討　論　「選挙をめぐる調査と報道」

Discussion: Surveys and Press Reports on Elections

〇松本（司会）　それでは、第二部の「討論」に移りたいと思います。「選挙をめぐる調査と報道」というテーマで話し合いをしていきたいと思います。

まずは、21 年衆院選、参院選の調査中心のお話から入って、今回の参院選においては、調査だけではなくて選挙の報道に関して幾つか新たな課題が出てきたと思いますので、そういう話題に移って、最終的には調査を含めて選挙の報道というのが今後どうなっていくのだろうということを少し話し合いたいと思います。

討論のパネリストの方をご紹介したいと思います。

私の一番遠いところからいきますと、ＴＢＳテレビ報道局編集主幹の今市憲一郎さんです。

それから、神戸新聞社編集局次長兼報道部長の小山優さんです。

それから、元とつけたほうがいいのでしょうけれども、朝日新聞社の編集委員の堀江浩さんです。堀江さんは 6 月まで朝日新聞社の編集委員をされていて、世論調査部長なども経験されていらっしゃいます。

ベテランのプロの方たちと話し合いをしていきたいと思います。

１．調査と報道のパフォーマンスは？

〇松本（司会）　先ほども言いましたように、まずは直近の参院選ですけれども、それだけではなくて 9 か月前の衆院選も含めて調査と報道、そのパフォーマンスはどうだったのかということを取り上げていきたいと思います。

松本　正生

パネリストのみなさんは、テレビのキー局、それから地方紙、そして全国紙という形でそれぞれ担っていらっしゃったわけで、いわゆる調査というと、今日の報告は情勢調査が中心だったわけですけれども、それだけではなくて当日予測に関わる出口調査というのもあります。去年の衆院選では出口調査の問題というのが大きくクローズアップされたわけで、衆院選、参院選を含めて情勢調査、出口調査というものを、各社ではどういうふうにお使いになっているのか、その辺からお話をお聞きしたいと思います。

今市さんから話をしていただけますか。よろしくお願いします。

〇今市　私どもＴＢＳは系列のＪＮＮと言いますけれども、ＪＮＮ系列として従来から選挙の情勢調査は毎日新聞さんと合同、共同で実施するという形を随分前から、従来型の固定電話の調査時代からやっております。

それを踏まえて申しますと、実は今回の参議院選挙では、事前の情勢調査は投開票日の 2 週間前の土日、それから 1 週間前の土日に、先ほど平田さんから説明がありました「ｄサーベイ」調査を使って行いました。これは昨年の衆議院選挙とは異なっておりまして、前回の衆議院選挙のときには、情勢調査に関しましてはまだ固定と携帯の調査を、（序盤で）1 回、毎日新聞さんとＪＮＮの共同調査でやっておりましたので、今回実は衆議院と参議院で異なったところでございます。

それから、当日に関しましては出口調査を 6 社の合同で実施しております。もともと民放のほうは共同通信さんと一緒に出口調査に取り組んできましたけれども、これは去年の衆議院選挙と同じで、去年の衆議院選挙のときから、さらに朝日新聞さん、テレビ朝日さん、朝日グループさんとも一緒になる形で 6 社合同の出口調査を使い、臨んだという形を取っております。

〇松本（司会）　ありがとうございます。

引き続いて神戸新聞、小山さん、お願いします。

〇小山　神戸新聞の主に今年の参院選ですけれども、まず事前予測でいきますと、情勢調査は 2 回やっておりまして、我々は共同通信さんに加盟しておりますので、序盤の6月22日～23日だったと

思いますが、そこは共同さんの実施。こちらは固定電話と携帯電話のショートメールの組合せになります。終盤のほうは７月２日から５日にかけて加盟社が担当することになっておりまして、こちらはオペレーターさんによる固定電話のみで終盤の情勢を実施しております。

それから、当日の予測につきましては、今回は出口調査、主には記者が調査員となりまして弊社は実施しております。プラス、今回はＪＸ通信社さんによる固定電話の当日調査、先ほどご報告ありました「ｄサーベイ」による調査、この辺りを組み合わせて当日の当落判定に主に使っております。

○松本（司会）　ありがとうございます。

堀江さんは多少微妙なんですけれども、朝日新聞社ということでお答えいただければ。

○堀江　情勢調査に関して言えば朝日新聞主体で行って、一部テレビ朝日系の系列局、地方局などにデータを売ったりしています。基本は朝日新聞社として実施し、それを朝日新聞の紙面、デジタルでもって報じる。選挙報道の中での一つの大きな柱ですし、非常に注目度の高いデータでもありますので、基本２回やったり、あるいは１回やったり、それを衆議院、参議院で行ってきたという状況です。

それから、当日の出口調査は、期日前も含めて出口調査はやっておりますけれども、これまでは朝日新聞とテレビ朝日と共同でやってきたわけですが、今回は共同通信さんやテレビ局の皆さんと一緒になって合同で調査を行いました。これは前回の衆議院からやっています。これは当日の速報に使うのと、それから分析のために実施しているという状況です。

○松本（司会）　ありがとうございます。

衆院選も踏まえて調査に基づく予測ないし当日の判定等々のパフォーマンスということになるのですけれども、先ほど大栗さんのほうから衆院選に比べて参院選は基本的に的確であった、こういうご報告がありました。衆院選、参院選に関しての調査及び予測、それから結果の速報等々、これらのパフォーマンスに関してはどう評価されているのかというのをやはりお一人ずつ、今市さんからお願いします。

○今市　まず、事前の情勢調査でよろしいですか。

○松本（司会）　はい。

○今市　事前の情勢調査に関しましては、今回は大体ほかの他社さんの調査とも同じ傾向になったのですけれども、順調にできたと思っております。調査方法を「ｄサーベイ」に切り替えたのですけれども、想定していた形で、先ほど平田さんから説明があったような形で成果は順調にできたかなと思っております。特徴としましては、２週間前と１週間前を同じ調査方式でやれたことで、今回は通して大きな変化というまではそうなかったのですけれども、いろいろ状況が変わる選挙においては、連続調査を同じ方式でやるということによって今後いろいろ活用できる部分が結構出てくるのかなというのは思いました。

実はこれまでの選挙でも、毎日新聞さんとＴＢＳ／ＪＮＮとの共同調査をやった後に、もう一回今度はＴＢＳ／ＪＮＮのみでの電話調査を別の調査会社を使ってやったこともありましたけれども、調査方法が違うので厳密な意味での比較はできなかったんですね。そこのところが解消されたのは今回よかったかなと思いました。

○松本（司会）　出口のほうも併せて。

今市　憲一郎　氏

○今市　当日の出口調査につきましては、どちらかといえば我々テレビ局は事前の情勢報道よりも選挙当日の番組が午後８時の大体３分前に始まりまして、投票終了と同時にテレビ各社、ＮＨＫも含めて議席予測というものを出します。実はそこに最も力を入れているといいますか、ここが我々テレビ局の間の一種の最初の見せ場ということになりまして、そういう点でいいますと、前回の衆議院選挙では、私の立場でほぼ全ての局でと言うとちょっとおこがましいかもしれませんが、でもなかなか結果と合うような形にはならなかったことでご批判も浴びましたが、今回の参議院選挙につきましては非常に精度の高いものが出せたと。手前みそになって恐縮ですけれども、我々ＪＮＮとしては、実は自民党と国民民主党で１議席ずつ違ったのみで、ほかは全部結果と合ったということです。特に自民党の議席が幾らかというのは一番注目されるのですけれども、そこで結果の 63 に対し我々は 64 ということで、これまで議席予測というのは外れるときもあって非常に苦労するのですけれども、今回はうまくいったというふうに総括しております。

○松本（司会）　ありがとうございました。

引き続いて神戸新聞社の小山さん、情勢調査、それから出口調査もいろいろな調査を複数お使いになっているので、それぞれについて、その調査に関しての評価というのでしょうか、総括をできる範囲でお願いしたいのですけれども。

○小山　先ほど言いましたようにいろいろな調査を組み合わせるようになったのは、3 年前の反省がありまして、我々共同さんの加盟紙というのは、全国情勢は共同さんにお任せです。我々地方紙というのは、参院選ですと地元県内、兵庫選挙区の当落の判定に責任を持ってやるというふうになっています。これも先ほど言いましたけれども、今は共同さんのほうは固定と携帯のショートメールを組み合わせているのですけれども、今回もまだ加盟社の分は固定電話のみで調査しております。

小山　優　氏

これの固定電話によるＲＤＤ方式がかなり限界に近づいているというふうにいよいよ思ったのが 3 年前の参院選でして、改選の定数は 3 なのですけれども、結果的に 3 番目に通った方を 1 番手として終盤情勢で報じてしまったという反省があります。今回は、固定電話ではやっぱり限界があるというのは分かっておりましたので、先ほど少し漏れていたのですけれども、自社でやる終盤情勢のときにＪＸさんのオートコールによる固定電話の調査をもう一枚かませて、それを見ながら報じました。それと重ねて、合わせて見ることで、結果合格点だったのかなというふうには思っております。

出口調査のほうですけれども、先ほども申し上げましたが、これは我々は記者で主に調査させておりまして、今のこのご時世ですので、働き方改革も視野に入れて、衆院選では半分ぐらいでしたか、当日のみのアルバイト調査員で実施しました。その結果、衆院選の出口調査に多少ぶれが目立ったので、参院選ではもう一度ほぼほぼ記者で実施する方法に切り替えました。その記者による出口調査と「ｄサーベイ」、それからＪＸ、この３つの調査で見て当確判定も十分胸を張れる結果だったのかなと思っております。

○松本（司会）　ありがとうございます。

堀江さんは、情勢調査に関しては先ほど江口さんが報告してくださったので、主に出口調査のほうに関してですけれども、昨年の衆院選から共同通信社と一緒にやられるようになったわけで、そういう形で合同の出口調査というようになってからの何か変化、特徴というのがあるのかということと、出口調査のパフォーマンスに関しての総括ということでお願いしたいのですけれども。

○堀江　合同になったことによって何か変化があるかということですと、朝日新聞サイドはそんなにないんです。ただ、共同通信さんですとかＴＢＳさん、フジテレビさん、テレビ東京さんが参加されたのですけれども、そちらに関して言うと、調査方法とかデータ形式等々かなり変わりましたので、そこのところで過去データも含めて精査しつつ、どうやって推計していくのかという難しさが発生したとは思っています。

ただ、この協力の枠組みというのはもう戻ることはあまりないのかなと思います。単独で同様に調査をしていくと、どうしても経費的になかなか苦しい状況が来ます。ばらばらにやっていくと調査がどんどん縮小していき、スペックも落ち、質も落ちということが起きてきます。一緒にやることによってそうしたものを最低限食い止めることができるというメリットが発生しているとは思います。

ただ、いろいろな調査がこれまで存在していて、多様な見方ができたというふうな視点が徐々になくなっていくといったマイナス面があることは事実です。とはいえ、各社ばらばらにやっていくと、さっき言ったように先細りになっていきますので、そこは痛しかゆしなんですけれども、調査をしっかり守り、質を守り、それから大切な情報をいち早く読者にお届けしていくためにはということで、こうした合同化の試みは避けられなかったのかなという気はしています。出口調査に関してはそういうことです。

○松本（司会）調査の仕様とか方法とか、それぞれ予測のための質問、クエスチョネアは各社のノウハウがあると思うのですけれども、その辺のすり合わせというのはそれほど問題がないのですか？

○堀江　そうした点も結構準備を重ねながらやってきたのですが、おおむね理解していただいたといいますか、各社のほうからこういうふうに大きく変えていこうよというものがあったわけではな

く、ベースとしてはこれまで朝日新聞、テレビ朝日がやってきた調査をそのまま活用してくださるという形に収まったというのが今回の経緯でした。
○松本（司会）　ありがとうございました。

２．選挙報道の新たな課題

○松本（司会）　今回の参院選に焦点を移していきたいのですけれども、今回は調査に関してはそれほど大きく外れたということはない、むしろ的確だったということではあるのですが、選挙の報道というものに関して新たな在り方がちょっと問題になるような、こういうことが持ち上がったと思います。

課題は 2 つあると思っていまして、1 つは、客観報道というか公平報道というものの在り方に関わってくると思うのですけれども、端的に言うと、いわゆる参政党に象徴されるように、これまではどちらかというと実績がない政党で、言い方は悪いですけれども、泡沫扱いというような、こういう政党がそれなりに存在感を出して、なおかつ事前の段階から議席獲得が予測されていたわけで、こういう存在に関してどういうふうに扱うか、報道するかというような課題が 1 つあったと思います。

もう一つはやはり、最終盤で、つい 3 日前に国葬がありましたあの事件ですけれども、金曜日の段階で安倍元首相が襲撃されて亡くなられるという、この問題というのがもう一つ大きなトピックとしてあったわけです。まずはそれぞれの政党をどう扱うかという中立とか公正さの客観報道というんですかね、こういうものに関してはどういう姿勢で取り組まれて、どういうふうに扱われたのかという、それに対してのご自分の評価も含めてですけれども、その辺を、今度は順番を変えたいと思うので、堀江さんからお願いします。
○堀江　客観報道、中立・公正というあたりですけれども、朝日新聞がどうだったのかということはちょっと、私も直接関わっていなかったので、横で見ていたくらいだったのですが、私個人の考えを申し上げるとすると、つまりこれまでの候補者の扱い、政党の扱い等について非常に神経質に私たちは報じてきました。テレビでいえば秒数をそろえるとか新聞でいえば行数をそろえるとか、内容についても起きたことをそのまま淡々と報じるというふうなことがあったと思います。それは紙の新聞の発想だったとは思うんですよね。紙面が限られている中で全ての候補者を収容し切れないというとき、どうしても扱いに差が生じるといったときに、議席を持っている政党を優先するといったことが起きてきたというのが実態だと思います。

堀江　浩　氏

ただ、時代は大きく変わって、我々ネット空間にも、あるいはテレビとの連携ということも増えてきているわけですので、少なくともネットに関して言えば、そういう紙面の制約、スペースの制約というのはなくなったわけですから、むしろ平等化がそこで実現するので、私はもっと積極的にネットの世界ではどんどん平等に扱っていくべきだという考えでいます。ましてや紙の新聞を読んでいる読者の方がどんどん減ってきている状況の中で、ネットの中でしっかり存在感を発揮している政党がいっぱいある中で、そうした政党を何で小さく扱うのかといったことは、はっきり言って新聞を読まない人には全く理解できないと思うんですよね。そういう実態がもう生じているのに、なぜか昔からの因習でもって差をつけるということを金科玉条のように守っているというのは、むしろ新聞がどんどん世の中から離れていっていく証拠じゃないのかなと逆に思っています。

結果的にそうした小政党、これまでもスポーツ平和党とかいろいろ議席を取った政党があるのですけれども、今新しい現象がやっぱり生まれているわけで、つまり比較的極端な主張をするとか、中央に寄るのではなくて、右に寄る、左に寄るというミニ政党が増えてくる。それから、非常に偏った、あるいは非常に個性的な主張をする政党があったとき、なおかつ政党と有権者が直につながるＳＮＳというものが既にある中で、そうした情報をスマートフォンで入手している有権者がもう大多数になっている中で、紙の新聞のつくり方というのはもう全然通用しないと思っているところです。

それから、安倍事件に関して言うと、選挙への……
○松本（司会）　それはちょっと後にしましょう。ごめんなさい。ポイントが違うので。

では、小山さん、今、堀江さんから因習だという評価がありましたけれども、ここからはご自分のお考えも含めてで結構なので、いかがですか、

この話に関して。
○小山　そうなんですよね。線引きをメディアが勝手にしちゃっていた反省というのはやっぱりあるなとは思っています。今回、兵庫の選挙区で言いますと、13 人という候補者、過去最多の数がなったのですけれども、さて、じゃあ公平性どうしようかと。従来であれば、やっぱり政党要件で切っていました。それは読者に対してミスリードさせない、主に選挙で有力候補者を読み違いさせないというふうな狙いがあったのかなと思っています。今回は少し報道の仕方を変えまして、いわゆる候補者の横顔取材とか候補者アンケートは13人全て掲載しました。どこで線引きをしたかといいますと、いわゆる硬派連載とかワッペン報道といいまして、どういうふうな戦いをしているのか、そういうふうなものをニュース仕立てで報じるところについては、主要政党とその他諸派の方々と行数を極端に変えました。

もう一方で、公平性についてもう少し配慮したほうがいいだろうということで、ウェブの神戸新聞 NEXT では、全 13 人の候補者の 1 分間動画を撮影して、そこにずっとアップし続けていました。それから、Voicy で音声番組をやっているのですけれども、そこで13人の方々の第一声を冒頭2分間集録してご紹介するようなことになりました。

兵庫の選挙区で見ていますと、深刻だなと思ったのですけれども、参政党の候補者の方が、メディアが全く取材してくれないという趣旨のことを主張しておられました。結果、当選にはならなかったのですけれども、8 万票以上を集めました。全国の比例で言うと 177 万くらい集めたかと思うのですけれども、結果我々の県内で見ると 8 万人以上の有権者の方々のニーズに応え切れていなかった可能性がある。そこの反省点はありますし、既存のメディア、既存政党をいわゆる敵視といいますか、攻撃の対象と位置づけることによって、かえって票を集めるという事態にもなったのかなと、これは仮説です。その辺りの反省はありますね。
○松本（司会）　ウェブで 1 分間報道みたいなもので公平に扱った。そうすると多分ウェブへのアクセス数というのが出てきますよね。やはり既存政党よりもむしろ参政党とか新しい政党のほうが注目度が高かったとか、そういうことはあったのですか。
○小山　そこまでは顕著に現れなかった。やっぱり主要政党の方々のほうが多かった。過去の選挙の場合では、そういう効果は一定見られているときがありまして、当日飛び込みで入ってこられる方々の 1 分間動画はすごく視聴数を集めます。その方がどういうふうな存在なのかということがすごく気になるのだと思うのですけれども。過去にはそういう傾向はありましたが、今回の参院選は事前に皆さんが出馬表明をされていましたので、そこまでの傾向は見られませんでした。
○松本（司会）　ハプニング性はなかったということですね。
○小山　はい。
○松本（司会）　ありがとうございました。

今市さん、お待たせしました。テレビとしてのスタンスを。
○今市　恐らくこれまで言われているのは、テレビのほうが新聞よりも放送法等々の関係がありまして、より厳密に中立・公正を求められている部分というのはあります。その中において、政党要件というのは一ついろいろ線引きする基準として、それを基に中立・公正を図る中で我々はずっと報道してきたと思います。ここ数回の国政選挙で、れいわもそうですし、ＮＨＫ党もそうでしたし、今度の参政党もそうですが、新規の政党で当選の可能性が選挙期間中に高くなってきた政党をどう扱うかというのは今後の課題として出てくるのかなというふうに思っている部分はあります。

というのは、テレビニュースでいうと、まず新しい政党は基本比例のほうで議席獲得ですけれども、テレビニュースおいては、選挙期間中の報道は、例えばいわゆる激戦選挙区の状況を伝える、もしくは政策ベースで、政策をテーマに切って伝えるということが主になりますけれども、今後、今のお話にもあったように、選挙区でも新規の政党の候補者が有力になってきたとき、その選挙区報道を従来の政党要件だけで区切っていいのかどうかというのは、今後そういったケースが出てきたときにどう対応するかは課題として出てきているのかと思っております。
○松本（司会）　ありがとうございます。この問題というのももう少し話したいのですけれども。

もう 1 点、先ほど安倍事件のインパクトという話で、ちょっと堀江さんを制してしまったのですけれども、投開票日直前の金曜日という 2 日前の段階でああいう事件が起こったので、その時点からどういうふうに報道したのか、すべきだったの

かという、過去を振り返ってということになりますけれども、その点と、あと、解釈が分かれるところなのですけれども、あの事件の影響というのは一定程度投票行動にあったのではないかという見方と、それほどでもなかったという見方と両方あると思うのですけれども、それも含めてコメントをもらえますか。堀江さん。

〇堀江　どう報道すべきだったかというのは非常に難しいところなのですけれども、つまり、あれは事件として発生してしまい、しかも情報としてもたらされるものが捜査筋からの情報あるいはそれ以外の政治関係者からの情報ということがあったのですけれども、核心である旧統一教会系の反社会的な行動みたいなものというのは、あの段階では、投票日までの段階では「特定の宗教団体」としか報じられなかったわけですよね。その間、その要素というのは全然伝わっていなかったのだろうと思います。知っている人は知っていたのかもしれないけれども、報道機関としてどこもそこを突っ込まなかったといったところがありますよね。これを選挙報道としてどうなのかという観点から論じることもできるとは思うのですけれども、そこは容疑者、片方の証言でもありますし、あるいは捜査関係者が言っているかもしれないのだけれども、裏づけが取れない段階でどこまで私たちが書くのかという事件報道の側面としての難しさもあったと思います。

あと、容疑者が勝手にそう言っているだけだというふうに捉える方もいたかもしれないですよね。そこに政治性を持ち込むなという主張も起きてくるかもしれなくて、非常に扱いの難しい、報じ方の難しい事件が投票日直前に起きてしまったというのが実態で、ベースは、そういうことが起きているけれども、そこのところを深く掘るという状況になかったし、そういう手間もかけられなかった状況で投票日を迎えてしまったんだろうなという気はしています。どう報道すべきだったのか、事件の構図、全体像がだんだん見えてきた後からであれば、あそこのところをもっと報ずべきだったという点はあるとは思うのですけれども、投開票日 2 日前の段階でそこまで全体像が分かったかというとなかなか、取材としては難しかったという気がしています。

投票行動への影響等に関して言うと、印象ですけれども、やっぱり自民党には多少有利にはなったのかなという感じではいました。ただ、比例の投票先が思ったよりも当日そんなに増えなかった傾向があったので、比例はまた違ったのかなという印象はあるのですけれども、個々の選挙区等ではちょっと数字が下がった人が最終的には入ってくるというふうな動きには若干つながったのかなという感じはしています。

〇松本（司会）　ありがとうございます。

これは確認なのですけれども、確かに投票日までにはこの旧統一教会が関わっているというところはオープンには出てこなかったけれども、一部ではもうそこは確認されていて、その名前は一部漏れてきたようなところがあったと思うのですけれども、それぞれの社の対応として、その名前を出す、出さないというような議論というのは事実としてあったのですか。その辺はどうだったのですかね。後で皆さんにお聞きしますけれども。

〇堀江　事件関係の取材の詳細を知っているわけではないです。ただ、情報をつかんだとしても、ある程度そこが確かである、確からしいというものがつかめないと、つまり容疑者サイドの家族に接触して確認する、あるいは周辺の人に確認する、それから当該の団体に確認するといったプロセスを踏まないと、なかなか簡単にその団体の名前を出すのは難しかったのではないかと思います。

〇松本（司会）　ありがとうございます。

小山さん、この辺のことも含めてお願いします。

〇小山　むしろ別の観点から意見を申し上げたいのですけれども、現状に照らし合わせて、我々の参院選報道について、さて読者の皆さんが納得いただいているのかなと。少し今回のテーマとはずれるかもしれませんけれども、容疑者の絶対許してはならない殺害という行動によって、旧統一教会と政治との接点を浮かび上がらせてしまった、浮かび上がらせている実態になっていますよね。1 つは、そこの問題点を非常に強く感じています。第二、第三のああいう行為が起こってしまうのではないかという危惧ですね。

そこが 1 点ありますのと、今回、旧統一教会の関係者が会見したのが、たしか11 日でした。投開

票日の翌日だったんですね。我々はあの事件報道は主には共同・時事さんの配信記事を使っているのですけれども、さてどこで実名に切り替えるか、旧統一教会の名前を出していくのかというのはずっと懸念として持っておりまして、11 日に会見したことで旧統一教会が出てきたので、そこで実名に切り替える、旧統一教会の名前を出すことになったのですけれども、さてこれが仮に 3 日、5 日前に倒れていたら我々はどう報じたんだろう。我々、選挙報道をするときに、投票行動というのか、特定の政党を利するようなことはやっぱりやってはならないと、中立・公正を報道の軸としておりますので、仮の状態ですね、3 日、5 日前であったら、私は報道部長という立場でどういう号令を出していたのかなと、非常に悩ましい事態になっていたと思います。

今、岸田政権の支持率がかなり厳しい状態になってきていますよね。参院選挙のときに、その後明らかになる原発の新増設の話だとか、本来争点となるべきことを報道がきちんと投開票前に指摘できなかった。この点についてはやはり反省というか、課題というのは残したのかなと思います。

今、我々の社でLINEの会員についてアンケートしているのですけれども、夏の参院選挙、仮に今投票するとしたらというふうに質問を投げてみると、途中の集計なのですが、20ポイント弱、10数ポイント、自民党に投票された方が違うところに投票しているはずだというふうな。これは世論調査と違い、サンプリングはモニターに近いので客観数字とは言えないかもしれませんけれども、そういうふうな、今ある政権の立ち位置を投開票日までにきちんと提示できなかったという反省は、私、個人的には残っています。ただ、結果的には 8 日発生、10 日投開票ではやっぱり現実的には相当厳しい状態だったのかなと思っています。

○松本（司会）　ありがとうございました。今市さん。

○今市　テレビの立場から言いますと、実は安倍元総理の銃撃事件を受けて、今日のテーマの調査とは視点が異なるのですが、いわゆる選挙番組のつくりそのものを当初の構成から大幅に変えなければならなかったので、それについては相当弊社だけではなくどの局も、伝え方のトーンですとか当初想定していた構成を変えることで、もう本当にこんなことは二度とないだろうと思うくらい大変な作業だったなというのがありました。結局我々としては、やっぱり選挙特番としては、当初選挙特番で我々が伝えたかった有権者に伝えるべきテーマというのは、中身を、いろいろな表現とか構成の仕方を変えても、当初の有権者に伝えるべきことは伝えようということで落ち着いたということがあります。

それと、銃撃事件の選挙への影響ですけれども、正直ちょっと分からない部分が多いのですけれども、先ほど各社さんの報道を全体で分析してくださった大栗さんの分析の中に出ていましたけれども、やや各社さんの事前情勢予測の上限下限の中には入っているのですが、やや上限に近いほうに自民党の結果は行っていたと思うので、予測どおりであればやや中央値に近いほうだと思うのですが、やや自民党に関しては上限に寄っていたところに影響、最後もしかしたらぎりぎりの選挙区のところで自民党候補に票が寄ったというのはあったかもしれないという推測はできるのですけれども、明確な差まで言えるかどうかまでは分からないですね。ただ、途中の情勢調査で割とスキャンダルを持っていたような自民党の候補者がかなり野党候補に追い上げられたところで、結果はまた開いてきた選挙区が幾つかあったのも若干そうした影響を受けたのではないかと思いました。

もう一つは、今、小山さんがおっしゃったように、今回は投票 2 日前だったので、実は投票終了までのニュースの間ではまだ明確に旧統一教会の名前を出して報道するまでのいわゆるファクトなり裏づけみたいなものはどの社もなかったんだと思います。ですので、逆にこれが 1 週間前に起きていたらどうするのかというのは非常に悩むといいますか、悩むという言い方も変なのですが、事件報道の原則に沿って、ファクトとして出てきたものはやはりその原則にのっとって報道するということになると思います。ただ、神経は相当使っただろうなというのは思いました。

○松本（司会）　ありがとうございました。

事件後、選挙の報道というものの変更というか、それを余儀なくされたというのは確かにそうだと思うのです。今、今市さん、選挙の特番もかなり変えざるを得なかったというお話だったと思うので、その辺はもうちょっと具体的にお話しできますか。

○今市　かなり変えたと受け取られるとちょっと違って、最終的には当初想定していたように、我々が有権者に伝えるべきテーマでは、我々は

「この選挙を通じてあしたを考える」といったような趣旨のテーマでずっとつくっていたのですけれども、それは通しました。ただ、例えば番組開始時の出演者が述べる内容ですとか、そこについてはかなり慎重に検討したということはありましたね。

〇松本（司会）　ありがとうございました。

結局、先ほど言った報道の中立性、公平性という、新しい政党が出てきて、それをどう扱うかということと、この安倍事件の報道のインパクトというのと、両方に共通することは、実はこちらのほうがむしろ投票行動というものが与える影響ということから言うとすごく大きくて、今日の趣旨にはちょっと反してしまうのですけれども、選挙報道というと、情勢調査に基づく報道の在り方、予測報道の在り方に関するアナウンスメント効果というのがいつも議論になってきました。ここのところは、例えば事前の報道で大体流れが決まっちゃうとか、いろいろな批判をされていたのですけれども、今回の場合は、それはむしろ後景に退いて、事件の報道のほうが、今言ったような、新しい政党をどう扱うか、これをどう扱って、どう報道するかということのほうが多分社会の皆さんに与える影響は大きいだろうし、それから、まさにこういう事件があったときに、1 週間前だったらどうなったかというのはもっと大きくなるわけで、何となく選挙の情勢調査報道の影響力、アナウンスメント効果というのが少し変わってくるのかなと、社会の人たちの注目度も少し変わってくるのかなというような。我々の仕事からするとちょっと大きい声で言うべき話ではないのですけれども、そんな印象もちょっと持っているのですけれども、これは堀江さん、どう思われますか。

〇堀江　情勢調査報道の注目のされ方というのはどんどん下がってきているなというのは何となく感覚的にはありました。一刻も早くそれを読みたいといってコンビニに新聞を買いに行く人が今どれだけいるのか、それからネットでガガガッと検索して見たいと思う人がどれだけいるのか。たまに入ってくれば見るけれども、くらいの人が大多数ではないかという気もしますし、そのために新聞を買いに行く人はあまりいないのではないかというのが実態だと思います。もちろん、古くからしっかり新聞を読んで、それを見て投票先を考えようという方もいらっしゃるとは思うのですが、割合でいったらそれが一体どのくらいなのかと考えたときに、徐々に減ってきているのではないかという感じはしていました。

一方、参政党とか安倍さんの事件というのは、安倍さんの事件はまさに事件としてのインパクトで非常に大きい山ができた。参政党はメディアとかこの社会の変容ぶりを映していると思うんですよね。政党の主張としての新しさがありますし、政治と有権者の接点のつくり方というところでネットを使ったり、あるいはリアル行動も含めて非常にうまい政党が出てきた。そうしたところがオールドメディア、新聞やテレビがリーチできていないところでしっかりと根を張ってきている政党だったのではないかという気はしていて、そうしたものの存在感に比べたときに、では情勢調査報道がどれだけ有権者全体から見てすごく求められたかというと、やっぱり相対的には、それはもう過去の話でしょうとか、まあメディアがやっている調査でしょうとか、そんなことは違うんじゃないのというふうな空気感は過去に比べたらかなり広がってしまったのではないかという感じはします。

３．調査はどうなる？速報はどうなる？

〇松本（司会）　これは最後に、調査に基づく選挙の報道の社会的意義って何なのというところで触れなければならない話なので、そちらのほうに持っていきたいと思いますけれども、これに関しては今の時点で小山さん、今市さん、何かありますか。

〇小山　これは私個人の意見ですけれども、調査報道の注目度が下がっている一つの要因は、ある意味政治が安定している。安倍さんが政権に返り咲いてから、受け皿となる野党がまだ見えてこないという状況も一つはあるのかなと。

調査報道は調査報道単体として成り立つものではないと思っていまして、やはり日々の報道の信頼性があった上で調査報道が初めて読者、世の中に響くものなのかなと思っています。納税者視点で見ると、政権がもし変わるということであれば、もしくは政権・与党が勝つにしても、勝ち方、負け方というのは、今日明日からのいわゆるコスト、税金とかですね、一旦預けた税金がどういうふうに使われるのかというコストにも関わってきますので、その辺りはやっぱり知る権利の中に入ってくるのかなと。もし勝ち方、負け方によって政策が変わるということであれば、やっぱりリスクは

早く提示しなくちゃならないし、そういうことをすることでより社会が安定するようになってくれればうれしいですし、もう一つの視点としては、調査が信頼されているという前提に立てば、今個々人の方々がどういう立ち位置に立っているのかというのを再認識していただけるものであってほしいなと。今世の中の考え方がこういうベクトルに向かっていますよと、対して今自分が思っていることはこういうふうな位置づけになっていますよというのを、常に考え方の地図といいますか、そういう一助として機能してほしいというふうには思っています。

○松本（司会）　ありがとうございました。

もう最後の社会的意義の話になってきたので、これをあえて止めるのはやめようと思います。今市さん、どうですか。

○今市　先ほど堀江さんがおっしゃった、情勢報道への注目度がもしかしたら下がっているのではないかといったようなお話があったのですが、実はちょっと別な観点というか、私の今回の経験からちょっと違った見方もしております。

これはテレビ局の特性なのですが、先ほど私は、テレビ局は事前の情勢報道よりも当日投開票日の選挙特番の冒頭の議席予測、その基にある出口調査をどちらかというと重視していたといった話をしましたが、実は今回の情勢調査としては、これはキー局と我々系列のそれぞれ地方局でちょっと状況が違う面はあるのですが、ＴＢＳで言いますと、途中の情勢調査を基にした全国の情勢というのはこれまでも伝えてきました。

ただ、ＴＢＳが持っているエリアの関東１都６県それぞれの、例えば東京選挙区ですとか神奈川選挙区ですとか、個別の選挙区の情勢報道というのは実は、恐らくＴＢＳだけでなく、民放はたしかやっていないと思います。これは実は関東だけに向けたいわゆる純粋なローカルニュース枠というのが今なかなかないというのと、情勢を全部伝える分量とか視聴者の関心というのもあったと思うのですけれども、実は今回我々はＴＢＳ／ＪＮＮでこの４月からNEWS DIGという系列として新しいニュースサイトを立ち上げました。先ほど堀江さんのほうからデジタルの面ではもう無制限でいろいろな記事を掲載できるという話があって、それとちょっと似ているのですが、そういうものを立ち上げたこともあり、実は今回、ＴＢＳとしては関東１都６県、個別の情勢記事をNEWS DIGに載せ、そこで出た反応というのが意外に掲載した直後、結構ヤフーを通してでも見られていたというのがありました。それは新しい発見でしたので、個別選挙区の情勢記事に関しましては、正直新聞の皆さん方のほうがずっと積み重ねられて先輩であられるのですが、我々もこの分野のほうに、つまりテキスト記事の分野でもテレビ局としてNEWS DIGというニュースサイトを通じてやっていかなきゃいけないのではないかということをちょっと思いました。

ただ、今回参議院選挙だったので選挙区数が少ないのでいいのですが、これがまた衆議院選挙になると、我々ＴＢＳが持つエリアは全国の選挙区の３分の１くらいになりますので、どう伝えるかというのはまたやり方を考えなきゃいけないのですけれども、これは新しい発見ということでご報告しておきます。

○松本（司会）　ありがとうございます。DIGって、「掘る」のDIGですね。

○今市　はい。ニュースを掘るということで。

○松本（司会）　分かりました。ありがとうございます。

ちょうど新たな調査報道という取組を紹介いただいたので、そちらの話に戻したいと思うのですけれども、調査というのは今後どうなっていくか、それから、それに基づく予測報道や結果の速報の在り方に結びつけていきたいと思います。例えば今市さんの場合は、テレビの場合、情勢報道に基づく事前予測よりも今までは出口調査に基づく当日予測ないしは選挙速報というのに比重があったけれども、その比重が変わるというわけではないとして、個別情勢報道のNEWS DIGというのは情勢調査に基づく事前情報みたいな、こういう位置づけでいいんですよね。

○今市　そうですね。

○松本（司会）　そうですよね。分かりました。

というような新たな流れがあるということなので、少しその展望ということを考えてみたいと思います。１つは調査の方法という問題が、これはコストとの絡みがすごく大きいので何とも言えな

いのでしょうし、それからそれに基づく報道の問題とちょっと分けたいのですけれども、方法のほうの問題でいくと、どうも出口調査もそうだし、情勢調査も、それぞれの社が単体でやっていたものがやっぱり合同化していくという、この流れというのは必然的なのかなということが 1 つ。それから、情勢報道、方法のことで言うと、例えば出口調査であれば、今まで人を使ってやっていたやり方からネットにというような一つの新たな試みが出てきている。それから、電話調査に関しても情勢調査に関しても、電話からネットへという流れが出てきていると。

この 2 つの問題、合同化、それから、人からネットないし電話からネットへという、こういう形の流れというのは必然的なのか、それとも、それぞれ社で、うちはやっぱり独自のやり方を続けていきますというようなスタンスもお持ちなのか、その辺を小山さんからお願いします。

〇小山　今、新聞社が置かれている環境を考えると、合同化というのは恐らく避けられないのかなと思っています。ただ、やっぱり危惧を持っておりまして、先ほど堀江さんが少しおっしゃった多様性ですよね。メディアによって違う調査結果が出てくることによる調査の多様性とか健全性というんですかね、それがどうなってしまうのか。極めて内向きな発想なのですけれども、例えば神戸新聞であれば、朝日新聞さんが常にリードされているような面があったので、やっぱり追いつきたいということで、各種調査の設計だとか調査ポイントなんかの精査を重ねてきて、そういうことでスキルを上げてきた面があります。そういったところは、積み重ねていっておかないとやっぱり分からないんですよね。そういう技術の伝承が合同化することによってどうなっていくのか、調査の健全性をどういうふうに今後見ていくのか辺りは気にはなっています。

〇松本（司会）　調査の方法に関してはどうですか。

〇小山　方法は、とはいいつつも、恐らく現実的に記者がこれから増えることがないんですよね。先ほど言いましたように、我々は記者に調査のかなりの負担をかけていることでこれまで実績を確立させてきた、高い精度を保ってきたと胸を張っているのですけれども、記者頼みだけではなかなかもう難しいので、やはり「ｄサーベイ」なりＪＸさんの調査なりグリーン・シップさんなり、いろいろな調査を組み合わせていくことで、よりこれからの時代に合った判定の仕方、情勢調査の仕方は考えざるを得ないでしょうね。

〇松本（司会）　今市さん、今の 2 点、合同化という話と、それから方法に関して人からネットへ、場合によって電話からネットへという、これは必然的なことかという、その話ですが。

〇今市　まず、合同化に関して言いますと、情勢調査と出口調査で分けて考えたほうがいいのかなというのがありまして、情勢調査に関しては、何となく枠組みが、協力関係にあるそれぞれの新聞社とテレビ局でやるというような大きな、全国一斉にやる調査に関してはできていて、しかも固定電話に対するオペレーターを使った調査から一回オートコールも入り、それから今報告にもありましたように、インターネットを使った調査ということでコストが逆に低くでできるようになってくる状況の中で考えると、この情勢調査の枠組み自体は今、コスト的な面から早急にさらに広い組合せになるとかということにはなっていかないのではないかなと思っています。

一方で出口調査は、もともと我々民放は共同通信さんと組む形で、合同調査で始めました。その初期の頃から私も関わっているのですけれども、恐らくきっちり全選挙区を合同調査でやったのは 2001 年の参議院選挙からだったと思います。衆議院選挙はそれよりもちょっと遅れてでしたか、もともと合同で入ったんですよね。そのときから思っていたのですが、きっちりした調査の方法、それから地点抽出ができていれば、出口調査はどちらかというと、もともとデータ分析のほうに力を置いたほうがいいのではないかという考え方でした。今は 6 社まで広がりましたけれども、この流れは、逆に言うと、でも、ここから先さらに広がっていくかどうかということに関しては、もともと私の考えですと、共同・民放グループというのが 1 つ、それから朝日新聞さんのグループが 1 つ、それから日本テレビさん、読売新聞さんグループ、それにNHKという、そういう意味で 4 つの流れが今回、前回の衆院選は 3 つになった。3 つというような観点で言うと、多様性も保たれている、このままで行けばこれで維持するのかなというのはあります。

ただ、先生がおっしゃったように、では人による出口調査がこのままずっと続くかというと、今はそこは過渡期に来ている部分があって、これほ

どデジタルトランスフォーメーションが広がる中で、人によらないで当日の出口調査と同じ意味合いを持つやり方というのが可能性としては今後探っていく価値はあると。それが、先ほど平田さんからあったような「ｄサーベイ」も、それを探るといったような一つのやり方なのかなというふうには感じております。

○松本（司会）　ありがとうございます。

今、今市さんから出口調査の使い方というので、もう一つ、結果の分析、データ解析みたいな、そういうのも一つの在り方だとあったのですけれども、さはさりながら、やっぱり当日の当打ち競争というのも結果の速報としてあるわけで、今後、当打ち競争というのはどう続いていくのか、逆に言えば、変わるとすればどう変わっていくのかというところなのですけれども、堀江さん、どうですかね。デジタル化していくのですかね。デジタルベースに変わっていくのですかね、当打ち競争というのは。

○堀江　やっぱり速報は必要なんだと思います。その主戦場がデジタルになっていくということなんだと思います。デジタル上で、誰が当選したのか、あるいは何党が何議席なのかというのは非常に注目されるニュースとして今消費されているといいますか、受け入れられているという状況が確かに進んでいます。若干気になる点があって、スマホに今ほとんど届くので、スマホで自分の注目している候補者の速報しか見ないという現象が逆に起きていることは心配で、もっと全体像を見てほしいなという気もしないではないですけれども。

一方で、これをやるのも隠れたコストがあって、とても人手をかけて集票しないといけないということで、調査にもお金がかかるのですけれども、このリアル当打ちをやるためにもとてもお金がかかっていて、それを各社が一緒に同じようなことをやっているという現象がずっと続いているものですから、最近はそれも大変になってきているので、各社で協力して集票しませんかというお話が持ち上がっています。これはやっぱりやらざるを得ないと思っていますし、やっていかないと当打ち競争みたいなものはだんだんできなくなってくる可能性もある。そうすると、結局なかなか結果が分からない、速報が届かないということが起きてしまいます。

話がちょっと変になっちゃうのですけれども、ウクライナのロシア支配地域で行われた住民投票の結果を国営タス通信はやっぱり速報するわけですよね。賛成が 80～90%あった、ということを知りたい、世界は知りたい。そうしたものに応えていくというのはやっぱり報道機関の役目だと思っています。ですので、全く下りちゃうということはなかなかできないと思うのですけれども、どこまでエネルギーをかけられるかというところの天秤の中で、どこまで自分たちの報道の中でそうしたものを売りにしていくのかといったところで、おのずとバランスを取ってやっていくしかないのかなという気はしています。

○松本（司会）　小山さん、当然地方紙としては自分のエリアに関しては負けられないというか、ここは一つの宿命なので、当打ち競争というものに関しての今後の構え方というのはどういうふうに考えていますか。

○小山　1 点ちょっと遡らせていただきたいのですけれども、共同さんと朝日さんの出口調査がありますよね。加盟紙の一担当者として私が見ていたのは、過渡期ということもあって、これまでと違う調査を共同さんがされている。そうすると、その誤差の範囲とか方向が見えなくて少し不安に感じていました。ということと、朝日新聞さんが入るという安心感。安心と不安とが両方ありました。合同調査になっていくとそういうふうに、当面そういうふうなことが続くのかなという懸念が 1 点です。

その上で当打ちの競争ですけれども、結構調査はお金がかかるんですよね。それの賞味期限が極めて短い。見られるのは本当、午後 8 時にいわゆるゼロ当を打った。どうでしょう、1 時間ないんじゃないですかね。いわゆる消費時間が早過ぎて、到底コストに合わなくなってきています。調査に基づいた分析とか、取材に基づいたインサイド、その辺りとひもづけることによって、単に当打ちだけにとどまらず、より深い記事を地元紙として提供できるかどうか辺りが肝になってくるのかなと思っています。

○松本（司会）　ありがとうございます。当然、いわゆる開票所での集票というか、ああいうところも、お金との絡み、人との絡みもあるけれども、これもやっぱり不可欠だということですよね。

○小山　既に弊社では、ＮＨＫさん、読売新聞さんはじめ他社との集票は始めております。若干心配もあったのですけれども、今のところ問題なく移行できていますので、この辺りは多分他社の皆

さんにも枠を広げて実施していくことになるのかなと思っています。
〇松本（司会）　ありがとうございます。
今市さん、いわゆる出口に基づく 8 時と同時の当日予測、その精度もそうなのですけれども、いわゆる個別の選挙区の当打ち競争というのももう一つあるんでしょう。それを番組の中でどう使うかというのも変わってくるのかもしれませんけれども、これに関しての展望はいかがですか。
〇今市　いわゆるニュースサイトを舞台にしたデジタルの当打ち競争は既にそういう状況に各テレビ局、新聞等もなっています。もともと当確競争は、ちょっと前までは、インターネットのニュースサイトが出るまでは、新聞さんのほうは締切り時間ごとへの一つの区切りごとで恐らく対応していらっしゃったと思うのですけれども、もうここ 10 年以上ですかね、それぞれのニュースサイトでの当確打ち、そういう意味ではテレビと新聞は同じ土俵になっていると思います。
その中で私が感じるのは、出口調査の精度が上がっていった、先ほど言いました全選挙区調査を共同・民放でやったのは、2001 年からですから、そのときから比べても、冒頭で打てる選挙区の量、それから比例に関しても相当増えて、8 時ちょうどに当確を打った後、実は次の山というのがほぼ、接戦選挙区だけに限られると、恐らく 22 時半を回る 23 時前後に今度は集中するという状況になっているんですよね。
1998 年の橋本総理のときの選挙で自民党が負けたときには、冒頭の議席予測からさらに自民党が、時間が進むごとに落としていくというのがリアルタイムで生番組で見られたんですよ。それはまだ途中の開票状況を見つつ、野党が増やしていったんですが、その中間がだんだん少なくなっているんですよね。そうなってきますと、やはり冒頭で選挙の全体の方向性をより正確に出す。それを前提に番組を進めるというのと、今度は終盤の非常に接戦になって脂っこいところの選挙区の当確競争がより激しくなってくる、こういうふうに 2 つに分かれてくるのかなと感じております。そういう意味では、調査の重要性というのはなかなか減

らないだろうなと。
〇松本（司会）　ありがとうございます。

４．調査報道の社会的意義

〇松本（司会）　そろそろまとめに入らなければいけないので、一番の論点である、調査に基づく報道、こういうものの社会的意義とは何かという、これなんですけれども、堀江さんが 6 月に「選挙調査の功罪」という論文を書いていらっしゃって、「転機の情勢調査、出口調査　私たちは何のために報じるか」という、まさに社会的意義についてまとめられています。一言で言うと、情勢調査も出口調査も両方とも客観情報の提供という、ここに尽きるのではないかと。情勢報道は特にそうですけれども、出口調査に関してもやっぱり客観情報の提供だと。今、小山さんや今市さんからあったように、すぐ結果が出るような出口調査でも、それに基づく報道というものに関して言うと、客観情報の提供という、こういうことが一つの意義ではないかとおっしゃっているのですけれども、まずその辺の説明というか、意図をお願いします。
〇堀江　情勢調査と出口調査で若干性格が違うと思うのですけれども、情勢調査に関して言えば、これはまだ投票日前の報道でして、いろいろなうわさが流れている中で、どれが本当なのか分からないときに、調査したらこうでしたよ、というのを見せる。それが有権者にとって、じゃあ誰に入れようかなというのを考える材料になっていく。あるいは、こういう情勢だったら私この人に入れようと思ったけど、こっちに入れようかなというふうに考え方を変える。変えたり変えなかったり、そうしたもののまず基礎情報であるということです。これは投票先をじっくり考えるという意味でとても大事な情報だと思うので、これをうまく使ってほしいなというのが私たちのメッセージです。決して、どちらかを勝たせたくてこんな調査をしているんだろうとか、あるいは調査が間違っているぞ、なんて言われないように客観的な情報をお伝えしていきたいと思っています。
出口調査に関して言うと、よく言われるのは、結果がすぐ分かるのにそんなのやる必要があるのかということですね。日本の場合は結果がすぐ分かるからそういう議論が成り立つのですけれども、結果がなかなか分からない選挙もたまにあったりする。それから、政治家が、この選挙は偽物だ、うそだ、不正だと言う選挙も世界ではあります。

それから、選挙そのものが全くゆがんだ、非常に投票の秘密が守られないようなずさんなものもあったりする。それらも含めて選挙結果はこうでしたよということを示す、選挙結果だけではない第三者が報告するような客観的なデータというのはむしろあったほうがいいのではないかと私は思っていて、それが結果的に正しい選挙であればあるほど選挙の正当性を補強する材料になってくると思いますし、ゆがんだ選挙だったとしても、この選挙がゆがんでいましたよということを証明するようなデータになってくるとは思うんですよね。

選挙結果一本だけずっと待っているのではなくて、それ以外の、第三者が調べた結果でもって、なおかつ、なぜこういうことが起きたのかという分析も含めて提示して、民主主義とか我々の投票の決断、行動というのを明らかにし、民主主義を深め、その投票行動をしっかり分析する材料を提供しているのが出口調査なのではないかと思っています。

○松本（司会）　分かりました。ちょっと踏み込んだ言い方をすると、僕がこういうことを言ったら、開票を一生懸命やっている選管の方たちが怒るのかもしれないけれども、その失礼を顧みずに言えば、今のお話というのは、日本でもトランプ現象というか、あの事件みたいなことが起こる可能性だってあるよという意味合いで取っていいのですかね。

○堀江　そうですね。

○松本（司会）　ありがとうございました。

どうですかね。調査に基づく報道の社会的意義に関して、小山さん。

○小山　大局的のところは今、堀江さんがおっしゃっていただいたので、少し細かいかもしれませんが、1 点は、必ず報道機関として日々の報道が信頼に耐え得るものでなければ意味がないと思っています。

もう一つは、今、各政党もいろいろな調査をしていますよね。堀江さんも 6 月の論文の中で少し触れていらっしゃるのですけれども、メディアのデータの取扱いが若干雑になってきているのが気になっていまして、調査の仕方によって上振れも下振れもするのですけれども、それを今の現場の記者の皆さんは若干雑になっていないかなという懸念があります。現実的に考えると、例えば自民党の調査が何回かありますよね。担当記者だとその数字をどうしても見たくなりますよね。そのときに、じゃあ神戸新聞も調査をやっているんだろうと言われたときに、さて自社の調査結果を見せずに踏ん張れるのか。なぜ自民党の調査をあなたたちは見ているのに見せてくれないのだと、多分現場の葛藤があるのかなと。やはり報道機関として襟を正して出せる情報、調査、分析がセットじゃないと意味がないと思っています。

○松本（司会）　ありがとうございました。今市さん。

○今市　今おっしゃったこととかぶるのですが、やはり我々は調査の信頼性。今、現場のほうでデータの取扱い方が若干おろそかになっているんじゃないかという指摘がありましたが、逆に選挙を統括する立場としてはそういうような話も耳にしないわけではない。現場の記者にはこういうふうなことを言っていました。つまり、我々は取材ですから、例えば自民党が調査をしていれば、その結果を取材として入手するのは、これは取材行為としてある話です。ただ、そのバーターとして自分らの調査結果を求められたときに、それがないとくれないという人だったら付き合うなと明確に言いました。最終的には自社の調査だけで十分信用できるから、そこだけでも構わないと。

もちろん正当な取材方法で何らかの形で例えば各党が行っている調査結果、これは純粋な取材ですので、それは一生懸命現場の記者としては個別の選挙区を取材するのは当たり前ですけれども、逆に言うと、今、小山さんおっしゃったような懸念というのは、社のほうでしっかり幹部が厳重にそこを迷わないように徹底することで防げるのではないかなと思っていまして、それを貫くことで我々の調査に対する信頼性をちゃんと担保することになると思います。一部どこかの調査が漏れたとかというのを、取材すればもちろん聞きますけれども、それがこの後よりルーズにならないようにすることは、メディア全体としてもちゃんと引き締めていったほうがいいかなと思います。

○松本（司会）　ありがとうございました。

○小山　1 点だけ。合同調査をすることによってよりルーズになっているようなことが耳に入ってきていまして、複数の社でやることでいわゆる守り損みたいな状態になっているのも悩ましいなと思っていまして、今市さんがおっしゃられたとおり、自社の記者には、出どころが分からない数字なので、調査の性格が分からないものの数字なんて見てもしようがないんだから、余計迷うだけだ

からそんなもの要らないよと言っているのですけれども、若干そんなことも最近合同化によって出てきているようです。少し心配点です。

〇松本（司会）　ありがとうございます。

もう一つちょっと触れられなかったのは、情勢調査及びそれに基づく報道の意義といったときに、客観情報を社会に提供するという、それはもちろんなのですけれども、それ以上に通常の世論調査というものの社会的意義というか、役割、責任というのがあるんだろうな、大きいんだろうなと。特に選挙の場合は、結果が出るという、そのタイミングがどのくらいラグがあるかというのは別にして、残念ながら結果が出てしまうと結果が全てみたいな形になって、それでもって調査の精度を図るということでメディアが持っている調査に対しての社会的信頼みたいなものを担保している大事な役割はあると思うのですけれども、僕は「メディアの世論調査というのは公共財です」とずっと言い続けてきている立場からすると、選挙調査以上に結果の出ない通常の世論調査というものの意味、責任というのは大きいと思います。その公共財を担うメディアがしっかり世論調査をやり続けるということが、例えば岸田内閣の支持率がどうだこうだというところに象徴されるように、非常に重要だと思います。これも調査の方法と調査のタイミングという問題をいろいろ考えると、純粋に公共財なのかという議論が出てきてしまうのですけれども、やっぱり世の中の人たちは、それが一つの社会の指標だという、そういう信頼を今勝ち得てきているので、やっぱり選挙の調査と世論調査というのはメディアの担う調査の両輪なのだろうなと思います。選挙調査、それから世論調査というこの二本立てで研究大会をやっているという、そこになってくるわけです。

時間が随分超過したので。大変私自身が今日は勉強になりました。教えていただきました。本当にありがとうございました。ご視聴の皆様、長時間にわたって平日の午後にもかかわらずお付き合いくださった方、ありがとうございます。

この模様に関しては、あさって、10 月 2 日の日曜日にも再放送をいたします。参加申込みされた方にはご案内を差し上げますので、どうぞもう一度ご覧いただければと思います。

報告者の皆様、それから討論のパネリストの皆様、今日は本当にご苦労さまでした。ありがとうございました。今後ともよろしくお願いします。

〔日本記者クラブ会見　2022.7.15〕
Conference at the Japan Press Club, July 15, 2022

「2022参院選：世論調査が語る民意」

Responses to a Public Opinion Research in the 2022 House of Councillors Election

松本正生
埼玉大学名誉教授

○川戸　時間になりましたので、これから始めます。司会は私、日本記者クラブ企画委員、TBSテレビの川戸でございます。よろしくお願いいたします。

いろいろありました参議院選挙ですけれども、今日は「2022参院選：世論調査が語る民意」というタイトルで、埼玉大学名誉教授の松本正生さんにお越しいただきました。

選挙後の恒例となっておりますけれども、世論調査、選挙分析の第一人者である松本さんに、今回の参議院選挙の結果について分析していただきたいと思います。

松本先生は日本記者クラブでご登壇いただくのは今回が12回目になります。去年は7月の都議選後、それから11月の衆院選後、合わせて2回登壇していただきました。

まず、この後、松本さんに60分間ほどお話しいただきまして、続いて質疑応答に移ります。質問は会場とオンラインの双方からお受けいたします。

それでは、松本先生、よろしくお願いいたします。

○松本　こんにちは。松本でございます。よろしくお願いします。

今回も、選挙後のお話ということでお声をかけていただきましたこと、大変うれしく思います。どうもありがとうございます。いつも通り、世論調査のデータに基づいてお話して行きたいと思います。

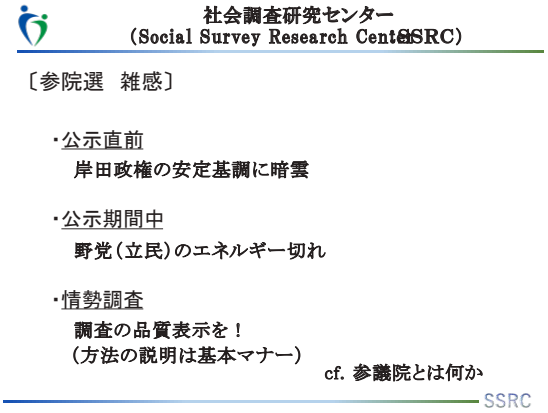
お手元にパワーポイントのスライドが配付されていると思います。ちょっと量が多くて全部で24枚。あと1つ、追加で別立てのデータ。これはパワポのスライドをお送りした後に、川戸さんから新たなご下問がありまして、慌ててそれに関連したデータを付け加えてあります。よろしくお付き合いください。

1. 参議院選挙の意義

最初に、今日のお話のストーリーというか、まとめをしておきたいと思います。

1番目は公示直前ぐらいまでの状況としては、3、4、5月と岸田政権の内閣支持率は非常に安定していて、いわゆる旧来の自民党内閣の支持構造といいましょうか、いわゆる「若低ー老高」という、ご年配の方で支持率が高いという形に回帰しておりましたので、非常に安定していたのですが、6月の半ばぐらいから、スライドには「暗雲」と書きましたけれども、支持率に陰りが見られて、コロナだけではなくて物価の問題が重なって少し逆風が吹き始めたという形で選挙戦に入りました。選挙戦の序盤、中盤ぐらいまでは、それがもう少し強くなって、かなり逆風が強くなるのかなと思っていたら、投開票日の1週間前ぐらいでしょうか、中盤というのでしょうか終盤というのでしょうか、その辺のタイミングで逆風が止まった感じになりました。というよりも、対する野

党、特に立民のほうが息切れしてしまったという感じになりまして、結局のところ、大体そのままの感じで投開票日に入ったなという見立てをしてります。



あの銃撃事件からちょうど今日で1週間です。「安倍元首相のアクシデントの影響は」と当然聞かれるわけですが、それほど影響というのはなかった、投票率が若干上がり、自民党に対しての票が（後でデータもお見せしますけれども)、少し上乗せされたというところはあるのでしょうけれども、ほとんどなかったという見立てをしております。

もう1つ、私の専門である調査の話としては、昨年の10月末の衆院選が終わった後にもここでお話ししたのですけれども、衆院選時と同様にメディア各社の方法が今回も分かれました。多様な方法で調査が行われるという状況が見られたのですが、一番申し上げたいことは、その比較をしようにも、どういう方法でどのようにやられたのかという情報が開示されておりませんので、ちょっと確かめようがない。開示された情報や紙面等々で当然確認をしておるのですけれども、残念ながらその辺を確認する術がないということで、そこが一番、私としては問題ではないかなと思います。「調査の品質表示を！」と書いたのは、そういうことです。

あえて余計なことを付け加えると、これからご覧に入れるいわゆるドコモさんのプレミアパネルの方たちへの「ｄサーベイ」を、私どもはオリジナルの調査方法として商標登録しておりますけれども、今回はこの調査方法一本で全部完結させました。それ以外の方法で情勢調査を行っておりません。前回衆院選のときは、私どものもう1つオリジナルで商標登録している方法、いわゆる「ノン・スポークン」と私どもが呼んで商標登録しているこの方法でも情勢調査を行いました。今回、私どもはこの調査方法では調査を実施しておりませんが、（固有名詞を挙げるのはフェアではないからちょっと丸めますが）K社さんに関して言うと、この私どものオリジナルの調査方法で序盤の調査を行われているようです。いわゆるオートコールで携帯に関してはショートメッセージを経由して回答してもらうという、まさに私どもの「ノン・スポークン」調査です。ただ、これはどんな配分なのかというのが開示されていないので確かめようがないのですが、私どものオリジナルの調査手法でおやりになったということで、ああ、こういうこともあるんだなと思っています。終盤に関しては電話世論調査でということだけしか分かりませんので、この辺は固定と携帯がどうなのか、それからオペレーターさんを使った従来の方法なのか、オートコールなのかも分からないので確かめようがありません。

さらに余計にことを付け加えると、例えばずっと以前から合同という形で調査をおやりになっているY社さんとN社さんの調査方法に関しても、『固定電話と携帯電話番号を対象にして調査員による調査と自動音声による調査を組み合わせた』と紙面では書かれておりますけれども、その辺もどういう手法で調合されたのかということが分かりませんので、何とも比較やコメントのしようがないなと思います。実は、このY社さん、N社さんの調査に関しては、私が対象者として選ばれてお答えしました。私のところには、スマホにオートコールで来てショートメッセージ経由でインターネットに切り替わって、そのネットの画面を見ながらタップする。我々のやっているのと同じだなと思ってお答えしたのですけれども、ただ、この紙面で書かれている方法とは直結しないので、何だったのかなというふうに思っています。ちょっと確かめようがないのですけれども。

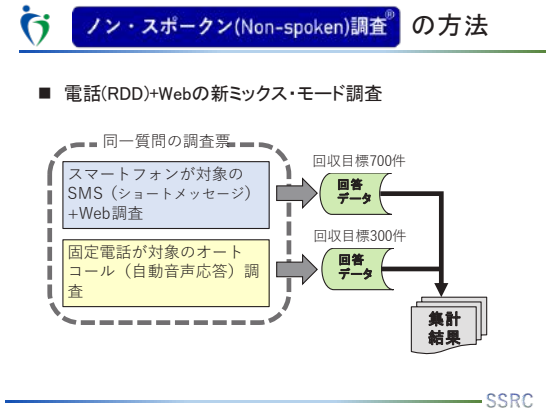
何が言いたいかというと、私どものｄサーベイも含めてたくさんの架電ないし配信をして、皆様にお答えいただいているわけですよね。私どものｄサーベイに関しても、ランダムで選んでいるわけですが、私の家族も対象になりましたし、友人も対象になって、「プレミアパネルのｄサーベイ

が来たよ。答えたよ」と私のところに連絡があって「どうでした？」というお話をしました。特に今回は、中盤でしょうか、7月の頭のところで、例の輻輳事件が起こって、大変なトラブルの中で各社ともあの時期におやりになって、その混乱の中で有権者の皆さんが対応してくれているわけですから、やはり「あの調査って、どこどこの調査が来たけれども本当かな」とか、「どういう方法だったのだろうかな」ということを確認されたいと思うのですね。しかしながら、そこが開示されていないので、「ああ、やはりこれだったんだ」とか、「私のところに来たのはここの調査だったのね」ということが確認できないわけで、その辺をきちんと開示しておくことが基本マナーではないだろうかと思って、こう書きました。

この話はここまでにしますが、もう1つだけ前置きをしておくと、これから調査結果に基づく世論ということで、現象的な事柄に関しての解釈をしていくわけですけれども、私の話というのがどういうキャンパスの上に乗っているかということは、常に引っかかりながら話をしていかなければならないわけです。「参議院とは何か」と書きましたけれども、日本の二院制ということで言うと、これは言うまでもないことですけれども、議院内閣制にもかかわらず直接公選の二院制というのが組み合わさっているわけですよね。なおかつ第二院のほうに立法権が留保されて、それだけではなくて大統領拒否権を第二院が持っているという非常に特異な二院制になっているわけです。直接公選の二院制ということであれば、当然その上院というのは何の院なのかという代表の理念というものが明確になっていないとならない。もっと言うと、下院と上院は何の代表なのだというところの組み合わせが制度設計されていないと二院制をつくりようがないし、それがあって初めて選挙制度というものは理念を基準にして検討されるということなのだと思います。ところが、それがない中で選出方法だけつくられるということになると、当然選挙制度というのは、選ばれる側の都合で決まっていく、変わっていく。こういうことにならざるを得ないので、要するにそういう前提の上で行われている選挙というもの、それにどう世論が対応したということをこれから解釈していくわけです。私が、スライドのトップに、あえて「雑感」と書いたのはそういう意味合いで、自分の使っているデータや話というものに関して、冷めているところを持たないといけないと、自分自身に言い聞かせながらながらお話をするということです。

2.「ノン・スポークン」調査の結果

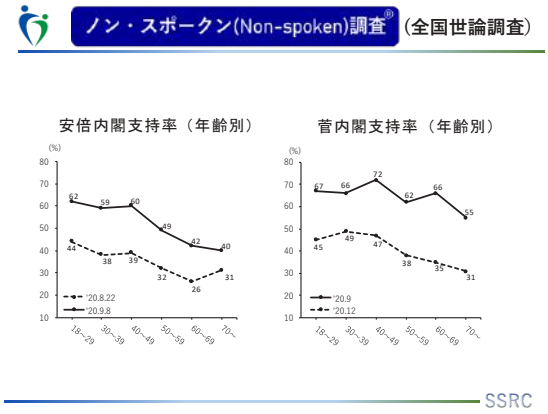
前置きが長くなったので、先に進みます。この図をお見せするのは、今回で3回目だと思います。



昨年の東京都議選、それから衆院選の後も、こういう方法で実施しましたということで、我々の「ノン・スポークン」調査のお話をしました。今回は公示直前までの状況ということで、「ノン・スポークン」に関しては定例調査の手法です。固定電話を対象にした、いわゆるＩＶＲ と言っている自動音声、それから同じＲＤＤでも携帯電話（イコール、スマートフォンですけれども）に対してはショートメッセージを経由して、そこからWebに転換し、Web調査として画面を見ながらタップしていただく、あるいはクリックしていただく。こういう組合せでミックスさせて実施しています。

この調査結果に基づいて、直前ぐらいまでどういう状況だったか、どういう状況で選挙に突入したかということをお話すると、まずはやはり安倍内閣から行きたいと思います。

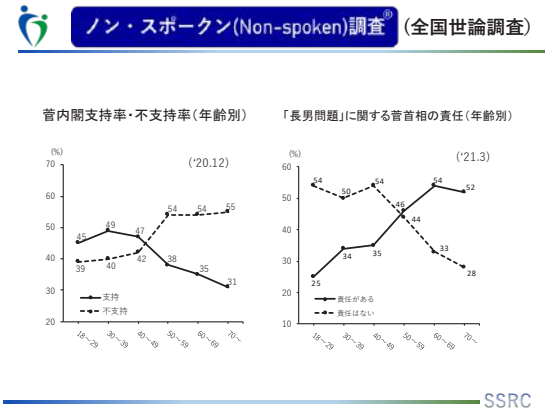
左の図は安倍内閣の最後のほうで20年8月、コロナ禍の影響で支持率が非常に低くなったときの形状です。支持率が低下しても、若い人で高くて年齢が上がると下がっていくという、従来の自民党政権とは逆の「若高－老低」型が維持されている。これが最後の20年9月のデータで、（お辞めになると言われてから）ぐっと上がるのですけれども、同じ形状で上がる。これが安倍内閣の特徴で



した。

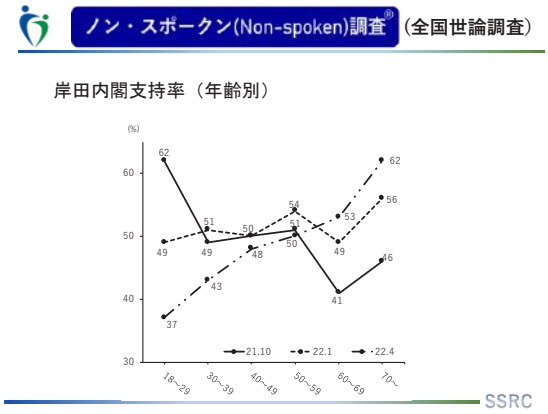
右の図の菅内閣も全く同じで、発足当初は安倍内閣の支持率よりもずっと高くて、なおかつ若い人で高いという傾向を維持して発足し、その年の暮れぐらいからコロナの感染爆発ということがありましたので支持率が下がる。支持率が下がった状況でも同じ形状で下がるので、若年層が支えている右肩下がりのこういう構造が継続していったわけです。

菅内閣は、こういう形状のまま推移していくのですけれども、支持と不支持の構造という形で見てみると、これが20年12月、先ほどお見せしたものと同じ形状です。



不支持はどうかというと、こうなっています。40代ぐらいまでは支持のほうが高くて、ぐっと右肩下がりで支持率が下がっていく。逆に言うと、ご年配の方たちのところが不支持が高い。年齢の高い人たちが批判派のコアであるという安倍・菅政権の特性があって、前にお見せしたかもしれませんけれども、これと同じ形状のデータは何かないかというと、右の図が全く同じです。例の菅さんの長男問題に関して責任をどう思うか聞いたときに、「責任がある」とお答えになるのは、年配の方が非常に批判的でこういう問題に敏感である。お若い人はどうかというと、「責任はない」が圧倒的に高いという構成が特徴で、支持率と重なり合うという特徴があったわけです。これは菅さんの長男問題に関する結果ですけれども、これと全く同じ形状になったのは、安倍さんの頃の桜を見る会です。「桜を見る会の問題に関する安倍首相の責任をどう思いますか」とお聞きすると、やはりこれと同じ形状が見られました。こういう問題に対して、年配の方は非常に敏感だということだったのだろうと思います。

さあ、それで岸田内閣ですけれども、設立当初はこの「若高－老低」形状を引き継ぎます。これが21年10月ですから、岸田内閣の設立当初で、安倍・菅政権の形状を引き継いで発足しました。

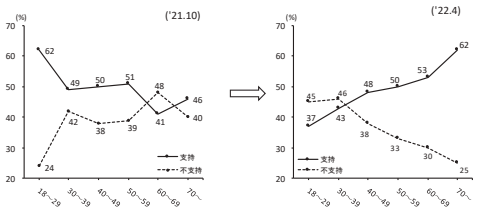


ところが、衆院選が終わってしばらくすると形状がこう変わります。これが22年1月で、非常にフラットな形状に変わって、この半年の間にきれいに反転します。22年3月ぐらいからこういう形状になったのですけれども、半年の間に、過渡期を挟んでこういう形にきれいに反転していきます。若い人で低くて、年齢が上がると高くなっていくという、いわゆる旧来の自民党政権の特徴である「若低－老高」型支持構造、あえて言えば55年体制モデルと言っていいかもしれませんけれども、この半年の間に反転するということが起きて、3月、4月、5月ぐらいはこういう形状が見られました。だからこそ安定していたわけです。

したがって、先ほどの支持と不支持のクロスと対照させると、設立当初の21年10月のグラフはこういう形状で引き継いだわけですね（左図）。

ノン・スポークン(Non-spoken)調査® (全国世論調査)

岸田内閣支持率・不支持率（年齢別）



SSRC

どちらかというと若い人の支持は高くてということになるので、年配層がまだ批判派。それが半年の間にどうなったかというと、きれいに反転して、若い人ほうがむしろ不支持が高くて、年齢が上がるにつれてぐっと支持率が上がる、逆に言うと不支持率は下がる（右図）。

半年できれいにここまで反転するという、ある意味でドラスチックな変化が見られました。「若低ー老高」型は、60歳以上の方たちのボリュームが多いわけですから、当然支持率としては安定基調になる。ここまで大きく不支持が下がるということで、年配の方の中でこの半年の間に何があったのだろうかということが、実は非常にポイントだろうなと思います。

統計データになぜを求めるのはご法度ですので、そこのところはなかなか見て取れないのですけれども、新聞紙上では「世の中的には岸田さんのハト派的なスタンスというものが、いわば安心感を持たれたのではないの？」というコメントを見ました。先ほどの菅さんのときの問題のところでお見せしたように、岸田さんの場合は、1つはご本人まつわるスキャンダルがないというところは多分大きいのだろうなと。当然ご年配の方はこういうことに非常に敏感なので、言ってみればクリーン岸田、昔「クリーン三木」という言葉がありましたけれども、クリーン・イメージが1つあるのだろうなというふうに推測しています。

「若低ー老高」形状が3月、4月、5月と見られたので、これはもう安定基調に入ったなと思っていたのですが、6月に入ってからちょっと変わります。5月までの内閣支持の上がり下がりというのは、コロナに対する評価と完全に連動していました。評価が下がると支持率が下がる、上がると上がるという感じでした。

ノン・スポークン(Non-spoken)調査® (全国世論調査)

岸田内閣支持・不支持とコロナ対策評価

		'22.1	'22.2	'22.3	'22.4	'22.5	'22.6
岸田内閣	支持する	52	45	48	50	53	48
	支持しない	36	46	38	34	37	44
コロナ対策	評価する	31	27	30	35	41	41
	評価しない	39	51	38	34	31	31

(%)

SSRC

ところが、たしか6月18日の調査だったと思うのですけれども、コロナの評価というのは変わらないにもかかわらず、内閣支持率だけが下がります。連動関係が見られなくなって、ならば支持が下がったのはなぜかなということで要因らしきものを探ってみると、ああ、こっちかということが一応分かったわけです。それは何かというと、物価対策に関してです。

ノン・スポークン(Non-spoken)調査® (全国世論調査)

岸田政権の対策・政策評価（年齢別）

(22.6)

		18～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～	全体
物価対策	評価する	20	5	11	13	15	24	14
	評価しない	56	76	68	63	60	46	62
資産倍増プラン	評価する	25	22	23	22	26	20	23
	評価しない	51	59	50	63	54	51	55

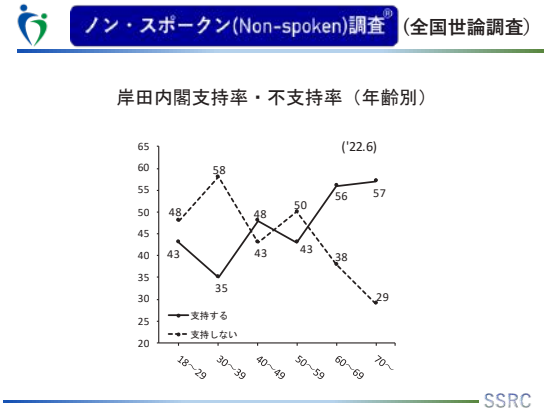
(%)

SSRC

この「評価しない」が、30代から50代くらいの実年世代で圧倒的に高い。年配の方はそうでもないのですけれども、例の資産倍増プランもあまり評価は芳しくないということで、「コロナの次は物価かよ」という形で、離反や反発というのがか

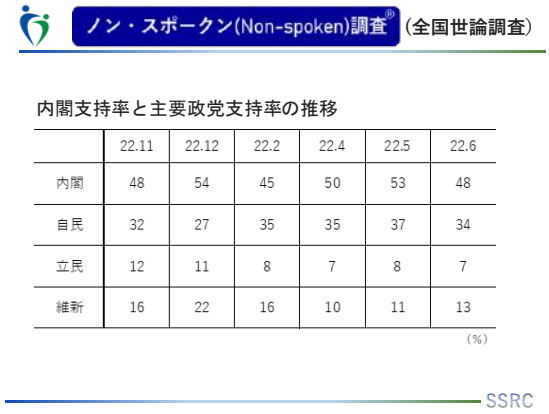
なり増えてきたなと思っていました。

内閣支持率で見てみると、6月のグラフがこうなりましたから、ご年配の方は高いというところは安定要因なのですけれども、真ん中のところがこういう感じで拮抗して、そんな状況のまま選挙に突入したということで、さあどうかなという感じで見ていました。



ただ、岸田内閣の支持率に関しては6月半ばぐらいに陰りが見られたのですが、これがすぐ政党支持に直結したかというと、そうでもない感じがしていて、ちょっとその辺が読みづらい中で参院選挙が公示されることになりました。もともと岸田内閣の支持率は、安定するまでは特異な動き方をしていて、例えば衆院選直後で見ると、内閣支持率は上がっているのに自民党支持率が下がって、内閣支持率と連動しているのは維新のほうで、内閣支持率が下がると自民の支持率が上がって逆に維新が下がるみたいな、こういう非常に理解しがたいような傾向があったのですけれども、12月から2月というのは、まさに「若高－老低」からフラットになり、さらには「若低－老高」へと変化する過渡期の現象だったのだろうなと思うのです。

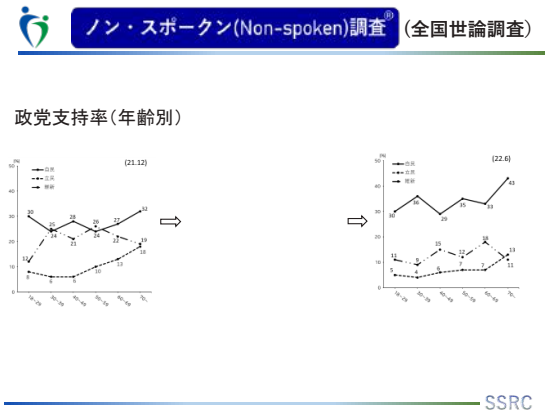
4月ぐらいからは完全に内閣支持と自民党支持が連動する感じになってきて安定基調に入ったのだなというところが読み取れるのですが、内閣支持に比べて自民党支持はそれほど下がっていない。もう1つ、立民に関しては、衆院選挙後に一桁まで落ち込んだのが回復せずに選挙戦に入る。維新も、22年12月が最高値で、そこから下がってきたのが、それほど大きな変わり目はないところで選挙戦が始まった。



	22.11	22.12	22.2	22.4	22.5	22.6
内閣	48	54	45	50	53	48
自民	32	27	35	35	37	34
立民	12	11	8	7	8	7
維新	16	22	16	10	11	13

（%）

こういうグラフをつくると一目瞭然で、維新が最高値の22%あったときの実線が自民、二点鎖線が維新、鎖線が立民の支持率の年齢別です。



維新の場合、30代～50代ぐらいまでが自民党支持率と拮抗しているという状況があり、これが4月、5月ぐらいになると自民党がこういう形で、岸田内閣の支持率と似たような感じで年配の方の支持率が高い形に変わってくるのです（中図）。結局、自民党がいわゆるキャッチオールで一強という感じが4月、5月ぐらいに見られて、6月に支持率が落ちたときにどうかというと、あまり変わりがないという感じで、内閣支持ほどは政党支持の動きがない中で選挙に突入したというプロセスです。

３．「ｄサーベイ」の結果

それで選挙戦の本番に入ります。選挙の調査は「ｄサーベイ」が一番頼りになるので、こちらの「ｄサーベイ」の結果でお話しようと思います。

dサーベイ の方法

＜調査方法＞

NTTドコモのスマホユーザーを中心とする
「プレミアパネル」(dポイントクラブ、全国約800万人)の
会員から対象者を無作為に抽出。
「メッセージR」(メール)で調査への協力を依頼しWebアン
ケートに答えてもらうスマートフォン調査。個人所有のス
マートフォンを対象とする。

⇓

耳で聞く調査から「目で見る調査」へ

SSRC

これも何度もお話していますけれども、きちんと調査方法を説明しなければいけないので、「dサーベイ」は私ども社会調査研究センターとNTTドコモさんで共同開発した調査方法で、ドコモさんのプレミアパネル、全国で今5，800万人ぐらい――有権者のほぼ半分ですけれども――の方を対象にして、いわゆるメッセージR で協力を依頼してWebで答えてもらう。個人所有のスマートフォンだけを対象にした、いわゆるインターネット調査です。電話調査ではありません。電話番号が関係するものではなくてインターネット調査です。

電話調査との違いは、耳で聞く調査から「目で見る調査」へという形に質的に変わっています。

これを図示すると、こんな感じでメッセージRが皆さんのところへ届いて、画面を見ながらお答えをお願いする。これで回答していただくと集計に至るという調査方法です。

dサーベイ の方法

「dサーベイ」はスマホ限定調査

「d－サーベイ」の実査プロセス

SSRC

品質表示をしなければいけないわけですけれども、去年の衆院選もかなりの精度で情勢をつかめて一定の評価を受けたのですが、衆院選の段階は、回答者の属性構成に多少の偏りがありました。既存のＲＤＤ携帯電話調査と同じ特性があって、女性がなかなか取れないという限界があったし、スマートフォンによるインターネット調査だということで年配の方の回答が少ないという限界がありました。私どもその辺を検討しまして、今回の参院選調査に関しては、従来の限界をかなり克服して、（これからお見せするのは4回の調査結果の加重平均ですけれども）まず男女比はイーブンになりました。もう1つ大きく変わったのは、ご年配の方の回答がたくさん取れるようになって、70以上の方が20%、60以上の方が42%ですから、ほぼ投票者の構成に近づくような形の回答が得られるようになってバランスが取れるようになったということです。特にこれは全国平均ですから、地域によっては70以上が30%近くを占めるという形に変えることができました。

dサーベイ ：参院選（全国調査）

回答者の属性構成

	2021衆院選調査 ⇒	2022参院選調査
男性	57%	49%
女性	41%	48%
18～29	5%	5%
30～39	13%	12%
40～49	27%	18%
50～59	29%	23%
60～69	19%	22%
70以上	8%	20%

2021衆院選調査は3回分の平均値
2022参院選調査は4回分の平均値

SSRC

普通、こういう調査は、特に情勢調査の場合は事後補正、データを年齢や属性構成に合わせる形で補正するということが必要になってきます。私どもも補正をいろいろ試みてみたのですけれども、「ｄサーベイ」のプレミアパネルの特性から言って、事後補正ではなくて事前の設計をきちんとやることが重要なポイントだと。何を言いたいかというと、せっかくのランダム性を壊さないように、ランダム性を維持した回答が得られるような形にするということで、事前の設計が大事だなということが分かってきたので、そういう方式を採用すると首尾よくいったということです。

ちょっと表のサイズが小さすぎるのですけれど

も、こんな感じですよという話です。これが実は今回のトピックで特性なのですけれども、比例の個人候補者名で調査ができるわけです。

ネットで一覧性があるので候補者をそれぞれの政党ごとに列挙して、「候補者で選ぶ」と回答した人に関して、「候補者を選ぶとすれば誰にしますか」という。今回の比例選は候補者名で回答した人の比率がさらに下がって22%しかいなかったわけですよね。この候補者名で回答した人って、考えてみれば政党と人を両方選べるので、お一人で2票持っているという感じなのですけれども、この22%にすぎない人たちに関して、投票先の候補者の順位づけを各情勢調査で行って「これだけの回答を得ました」ということで、クライアントさんの玄人筋からはすばらしいとすごく評価を受けているのです。自民党に関して言うと、この上に特定枠がいますから、全部で18ですけれども16人。これが当選順位ですけれども、それが各調査でどうだったかというと、この16人はきれいに当選した16番までに大体入っている。下の立民に関しては、7人当選しているので、お一人だけ9番で7人の中に入っていないのですけれども、このような感じで個人名に関しても捕捉できますということで、ちょっと自信を持っているわけです。

品質表示は大概にして結果の解説に移ります。

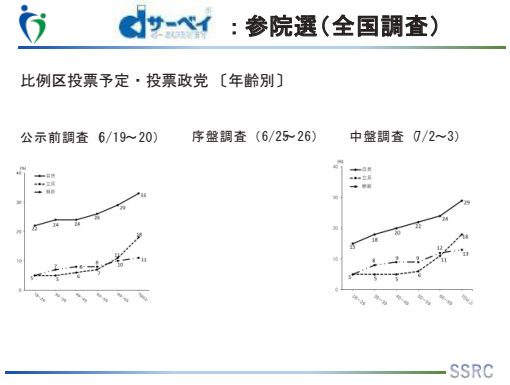
今回、私どもの「ｄサーベイ」に関して言うと、全国規模の調査を実は6回行っています。今日お見せするのは公示前（6.19～20）、序盤（6.25~26）、中盤（7.2～3）、投票日当日（7.10）――これは出口調査に当たるわけですけれども、4回のデータをここに持ってきました。

まず比例のほうです。先ほど言ったように公示

前から序盤にかけて、政党名とか候補者名を答えた人の中の比率で見てみると、自民党の数値が下がって結構逆風が吹いているなという感じがして、特に序盤の25、26日ぐらいのデータを見て、次はどうなるのかな、このまま逆風がさらに強くなるのかなと思っていたら、1週間前（7.2~3）ぐらいにはほぼ止まって、そのままの投票結果になる。それはなぜかというと、野党の側に風が吹かないので、詰め切れなくて止まってしまっている。18日間の選挙戦の途中で残念ながら息切れしちゃっているのかなという感じです。こんな状況が見て取れました。

下の表が選挙区で、候補者の数がそれぞれの選挙区で違うので注意しなければいけないのですけれども、選挙区も同じで、自民党に関して言うと、公示前から序盤にかけて下がって、さらに下げ幅が大きくなるかと思ったら中盤で持ちこたえてそのままと。こちらの立民に関しては、なかなか詰め切れないままで息切れしたなという感じですね。維新は、選挙区なので候補者の数が少ないですけれども、こんな感じだったということです。

年齢別にまとめたのが、この図です。



公示前調査の段階は自民党が相変わらず強くてキャッチオールで、このグラフは立民、これが維新という状況で突入し、ちょっと逆風が吹き始めたときは、自民党が全体としてかなり押し下げて、自民党が下がったということでこの差が詰まった。

それがどこまで詰まるのかなと見ていたら、ここで止まったという感じでしょうか。ほぼ数値も同じですし、野党（立民）が詰め切れない。大体結果もこういう感じで出ていますので、先ほどのような見立てをしたということです。

くどくど言ってもしようがないのですけれども、後で衆院選との比較をするために紹介しておきますが、これが比例区のほうで、支持政党別に、自民党支持者がどの党の候補者に投票するか、立民の支持者がどの党に、ないしはどの党の候補者に投票するか。言ってみれば、自民や立民にとってみれば歩留まりという言葉になるのでしょうか。

：参院選（全国調査）

比例区　投票予定・投票政党〔支持政党別〕

投票＼支持	公示前（6/19～20）			序盤（6/25～26）			中盤（7/2～3）			投票行動（7/10）		
	自民（32）	立民（9）	支持なし（35）	自民（32）	立民（8）	支持なし（34）	自民（31）	立民（8）	支持なし（34）	自民（39）	立民（10）	支持なし（28）
自民	73	1	7	63	1	6	63	2	6	71	3	23
立民	1	75	5	2	73	5	2	73	6	3	75	17
維新	5	3	5	6	3	6	7	4	7	9	5	18
決めていない	13	13	69	17	12	67	15	9	61			

（%）

SSRC

あとは支持なしの人たちがどうか。表中の自民、立民、支持なしの下に表示した〔　〕に入っている数値は、それぞれの支持率です。自民党支持率、立民支持率ということです。

支持者別にどうだったかということなのですけれども、今回はキャスティングボードを握る支持なし層がなかなか決まらない。どこにも風が吹かない形で割れたまま推移して行ったという状況が1つの特徴かなと思います。

実際の投票行動で見てみると（後で比較しますけれども）、立民の歩留まりが悪いだけではなくて、支持なしの票が割れている。さらに、支持なしの票が割れた上に自民がわずかとはいえ一番多い。去年の衆院選で言うと、割れてはいるけれども立民が一番多くて、支持なしの票を取っているということで、ある程度接戦になったわけです。

もう1つ特徴的なことは、去年、衆院選の1週間前に参議院の静岡補選があって野党系立民系の方がお勝ちになりましたよね（今回落選されましたけれども、たしか静岡選挙区で）。あのときのデータをここでお見せしたと思いますけれども、支持なし票の約7割が立民系の野党の人に入れている。だから、勝ちパターンとしては支持なしの票が集中することが必要だったわけだけれども、割れましたねというお話を去年ここでしたと思いますが、それ以上に今回は立民にとっては厳しいという傾向でした。

これは選挙区です。

：参院選（全国調査）

選挙区　投票予定・投票候補者〔支持政党別〕

投票＼支持	公示前（6/19～20）			序盤（6/25～26）			中盤（7/2～3）			投票行動（7/10）		
	自民（32）	立民（9）	支持なし（35）	自民（32）	立民（8）	支持なし（34）	自民（31）	立民（8）	支持なし（34）	自民（39）	立民（10）	支持なし（28）
自民	48	3	6	51	3	7	54	3	7	77	5	29
立民	2	43	4	3	49	6	3	51	8	5	64	23
維新	2	1	1	2	1	1	3	2	2	4	2	9
決めていない	40	34	74	34	24	69	28	19	62			

（%）

SSRC

選挙区もこういう感じで、自民党は最後はこういう形で一応上がるのですけれども、立民は歩留まりが上がらないままだった。選挙区に関しても、支持なしの票で言うと自民のほうがたくさん取る。こういう形で推移したということでした。

次の比較表を見ていただいたほうが分かりやすいと思うので用意したのですけれども、支持政党別の比例区投票政党です。

右側が参議院の今回の結果、左側が去年の衆院選です。これは投票行動調査結果ですから、投票日当日に「どなたに、どの党に入れましたか」とお聞きした結果を支持政党別にまとめています。衆院選では、自民は74%で立民に比べてほかの党にも流れています、立民に関しては歩留まりの比率が84%と高かった。支持なしに関しては、集中はせずに割れていて、自民も維新もそれ相応に取っているのですが、一応、立民が28%と一番取っ

てはいるという結果でした。これが去年の10月31日の衆院選です。

：参院選（全国調査）

比例区投票政党〔支持政党別〕

衆院選（21.10.31）
投票行動調査（175,152人）

	自民（37）	立民（11）	支持なし（33）
自民	74	2	23
立民	6	84	28
維新	9	3	18

（%）

参院選（22.7.10）
投票行動調査（61,270人）

	自民（39）	立民（10）	支持なし（28）
自民	71	3	23
立民	3	75	17
維新	9	5	18

（%）

SSRC

右側が今回です。衆院選と比較すると、まずは立民がはっきりしていて、自党の支持者も固め切れていない上に、支持なし票が去年以上に落ち込んでいる。よくよくみれば、支持政党なし層については、自民と維新への比率は去年とほぼ同じなわけですよね。ほぼというより、そっくり同じです。ということは、残念ながら、立民の一人負けという様相が見て取れると思います。

さて、安倍元首相の事件があって、これのインパクトがどうだったかということを検証するデータを我々は持ち合わせていないのですけれども、傍証としてはこの結果をお示しできるかなと思って持ってきました。

これは投票日当日の調査結果です。私どもの調査は、調査員が投票所の出口で行うものと違って、対象者の方たちにインターネットで「どの党に投票しましたか」、「誰に投票しましたか」をお聞きするので、当日に投票した方だけではなくて期日前に投票した方の動向も捕捉できるという特性があります。今回の調査では「当日投票されましたか。それとも期日前に投票されましたか」という質問を設定して、自己申告ですけれども、当日投票した人の選挙区や比例の投票政党、期日前で投票した方の投票政党を区分して集計してみました。

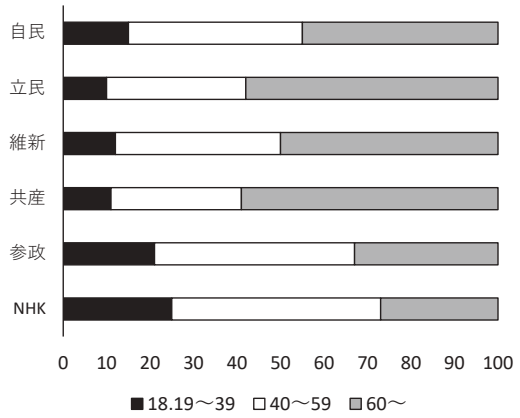
そうすると、自民党の比例区が期日前の方より当日投票した人のほうが若干高いかなという感じはするのですけれども、それほど大きくは違わない。立民はむしろ下がっているなというところがあります。期日前よりも当日のほうで比率が高くなったのは、選挙区・比例とも維新かなと。公明党についても、期日前のほうが当日よりも圧倒的に高いというのも、ちゃんと捕捉できているなと思います。こんな感じで集計結果が出てきたので、先ほど言いましたように、自民に多少プラスになり、全体の投票率を少し押し上げるということはあったのかもしれませんけれども、安倍元首相の銃撃事件のインパクトは、それほどでもなかったということが見て取れるのではないかということの傍証です。ここまでがプロセス的な話です。

次は、昨日パワポのスライドをお送りした後に、川戸さんから今回の参政党とかNHK党はどうだったのかということをちゃんと話せというご下問を頂いたので、夜に追加で作ってお送りしたデータです。

比例区投票者の年齢構成比

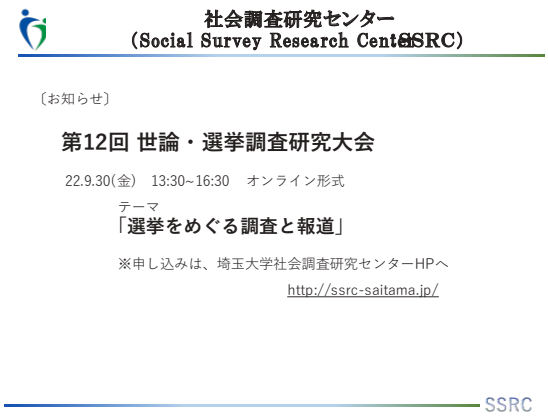
	18.19～39	40～59	60～
自民	15	40	45
立民	10	32	58
維新	12	38	50
共産	11	30	59
参政	21	46	33
NHK	25	48	27

（%）



ＳＮＳを使った選挙運動がどれだけ効果を持ったかというのは私の守備範囲ではないので、世論調査データの限りで安易な外挿をしてはいけないので、どんなデータが示せるかなと思ったのですが。例えば、参政党とかNHK党に投票した人の年齢別比率を見ると、確かに若い人のほうが比率が高いのですけれども、あとはほとんどフラットで、年配の方の支持も結構得ているなというとこ

ろがあったので、あえて年齢別支持率ではなくて、それぞれの政党の投票者の年齢構成比、言ってみれば、支持者の平均年齢みたいなものを出したのが、この図・表です。年配の方に偏っている政党もありますけれども、参政党とかＮＨＫ党に投票した人の中では、60以上の方が占める比率が3割ぐらいいらっしゃるのですよね。意外と満遍なく支持を得ているのだなと思います。確かにお若い人の比率は、ほかの政党に比べたら高いですけれども。褒めるわけではないのですけれども、ＮＨＫ党の支持者の年齢構成を見ていると、すごくバランスが取れているというのですかね、統計で言う正規分布しているのですよね。ここに支持政党なしを重ねると、支持政党なし層の年齢構成比と重なるのはＮＨＫ党です。ここのところが1つの特徴なので、あえて言えば、参政党とかＮＨＫ党というのは、このデータを見る限りで言えば、中高年層にも認知されたのだなというか、少なくとも違和感というのは解消されたというか、持たれないで受け止められているのだなと見て取れると思います。あとは皆さんがどういうふうにこのデータを解釈されるかですけれども、そんな傾向が分かりました。これが追加のデータです。



何かご質問があればということなのですけれども、最後にちょっと宣伝になってしまいますが、これは埼玉大学の社会調査研究センターが毎年開催している世論・選挙調査研究大会を9月30日にオンライン形式で行いますので、今回の情勢調査等々のお話をしていただこうと。もう1つは、情勢調査や出口調査の話だけではなくて、選挙をめぐるこういう調査と、それに基づく報道という形にちょっと広げてお話をしていこうかと。事例報告だけではなくて。そんなことを今考えております。

頂いている時間が1時間ということなので、この辺で私が一方的にお話しすることはやめにして、皆さんからいろいろご叱責を頂ければと思います。取りあえずご清聴ありがとうございました。以上です。（拍手）

○川戸　松本さん、どうもありがとうございました。

（以下、質疑応答は省略）

■投　稿　規　定■

1．（ジャンルと枚数）投稿をお願いするのは、次のものです。

・論文
・研究ノート、判例研究、ケース
・資料、翻訳
・海外事情
・書評
・その他

以上の投稿原稿の枚数は、論文より翻訳までは 400 字詰原稿用紙 80 枚を、海外事情よりその他までは同 50 枚を限度とします。投稿原稿には、投稿者名を記入せず、「拙稿」「拙著」など投稿者を特定出来るような表現は使用しないでください。

投稿の際はコピーと要約を各一部付けて下さい。

2．（投稿回数）原稿受付は年 1 回、原則として 12 月末日とします。

3．（レフリー制）投稿原稿は、編集委員会の審査を経て採用を決定します。

4．（投稿資格）投稿は原則として自由です。

5．（不正行為の防止）投稿原稿は未発表のものに限り、和文・他言語にかかわらず、他の学術誌等に投稿済のものを投稿した場合は二重投稿とみなし、掲載を認めません。また投稿者は、執筆あるいは研究において重要な貢献をしたものに限り、不適切なオーサーシップの疑義があると編集委員会が認めた場合は掲載を認めません。

6．（著作権）掲載された論文等の著作権（著作権法第 21 条–第 28 条）は埼玉大学社会調査研究センターに帰属し、投稿者はその電子化による学内外への公開を許諾するものとします。

編集委員会

◎黒川　秀樹（埼玉大学社会調査研究センター長）
堀江　浩　（元朝日新聞社編集委員）
松本　正生（埼玉大学社会調査研究センター　シニア・コーディネーター）
三宅　雄彦（駒沢大学法学部教授）
（◎は委員長）

2022 年 12 月 19 日　印刷
2022 年 12 月 23 日　発行
政策と調査　第 23 号
編集発行者　埼玉大学社会調査研究センター
〒338–8570
埼玉県さいたま市桜区下大久保 255
Tel：048-858-3120
Mail: ssrc@gr.saitama-u.ac.jp
URL: http://ssrc-saitama.jp/

Policy & Research (No.23)
December 2022

Contents

Foreword Masao Matsumoto ... 1

The 12th Annual Conference of Public Opinion & Election Survey Research

Articles

1. Comparison of Media Surveys on the House of Councilors' Election : Diversified Research Methods Masahiko Oguri ... 5

2. Asahi Shimbun 2022 House of Councillors Election Survey Tatsuya Eguchi ... 23

3. SSRC "d-SURVEY" Methodology and Accuracy: Construction and Evolution of "Distribution Design" Takahiro Hirata ... 29

Discussion

Surveys and Press Reports on Elections
Kenichiro Imaichi, Masaru Koyama, Hiroshi Horie, Masao Matsumoto ... 41

Materials

"Responses to a Public Opinion Research in the 2022 House of Councillors Election"
Conference at the Japan Press Club, July 15, 2022 Masao Matsumoto ... 55

SEISAKU-TO-CHOSA
(Policy & Research)

No.23 December 2022

Contents

Foreword Masao Matsumoto

The 12th Annual Conference of Public Opinion & Election Survey Research

Articles

1. Comparison of Media Surveys on the House of Councilors' Election : Diversified Research Methods Masahiko Oguri
2. Asahi Shimbun 2022 House of Councillors Election Survey Tatsuya Eguchi
3. SSRC "d-SURVEY" Methodology and Accuracy: Construction and Evolution of "Distribution Design" Takahiro Hirata

Discussion

Surveys and Press Reports on Elections

Kenichiro Imaichi, Masaru Koyama, Hiroshi Horie, Masao Matsumoto

Materials

"Responses to a Public Opinion Research in the 2022 House of Councillors Election"

Conference at the Japan Press Club, July 15, 2022 Masao Matsumoto

Published
by
Social Survey Research Center of Saitama University
255 Shimo-Okubo, Saitama City, Japan