

第二部 討論 「選挙をめぐる調査と報道」

Discussion: Surveys and Press Reports on Elections

○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えます。

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えます。

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、神戸新聞社編集局長次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かけれども、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えます。

1. 調査と報道のパフォーマンスは？

○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えます。

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るわけで、いわゆる調査というと、今日の報告は情勢調



松本 正生

査が中心だったわけですが、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があります。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、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。

今市さんから話をさせていただきますか。よろしくをお願いします。

○今市 私どもTBSは系列のJNNと言いますが、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。これは去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。

○松本（司会） ありがとうございます。

引き続き神戸新聞、小山さん、お願いします。○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

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を実施しております。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ったことで、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 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



今市 憲一郎 氏

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えますか、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を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が、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勞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す。

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た、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。

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年前の参院選です。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、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。



小山 優 氏

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、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が、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いら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る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っています。

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ると、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、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思いますか、各社のほうからこういうふう大きく変えていこうよというものがあつたわけではな

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す。

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が、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が、端的に言うと、いわゆる参政党に象徴されるように、これまでではどちらかという実績がない政党で、言い方は悪いのですが、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とはちょっと、私も直接関わっていませんでしたが、横で見たいくらいだったのですが、私個人の考えを申し上げますと、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とか新聞でいえば行数をそろえとか、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いますが、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。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、左に寄るといった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、紙の新聞の作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どは思っています。今回、兵庫の選挙区で言いますと、13人という候補者、過去最多の数に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ひまして、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。

兵庫の選挙区で見えますと、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す。

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、テレビニュースにおいては、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る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。

○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。その
間、その要素というのは全然伝わっていな
かったのだらうと思います。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のかもしれない
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
というふうに捉える方もいたのかもしれない
ですよ。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い。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、そこを深く掘るという状況にな
らなかったし、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
そこをちょっと報ずべきだっ



たという点はあるとは思いますが、投票
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
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。

○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、その名前が一部漏
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。

○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
まないで、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。

○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。○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ど。
少し今回のテーマとはずれるかも
しれませんが、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。投票

票日の翌日だったんですね。我々はそ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增設の話だとか、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してみると、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が、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す。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作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もので、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りません。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す。

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かというのは非常に悩むといえますか、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す。

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せん。

○松本（司会） ありがとうございます。

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なかなか大きくて、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、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に。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。

○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、くらいの人が多い数ではないかという気がしますし、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。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く政党が出てきた。そうしたところがオールメディア、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ます、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こと、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？

○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えますけれども、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。

○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、受け皿となる野党は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ことであれば、やっぱりリスクは



早く提示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きますよと、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す。

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県選挙区ですとか、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ものもあったと思うのですが、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この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が、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えます。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ですよ。

○今市 そうですね。

○松本（司会） そうですよ。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

いのでしょうか、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。

○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から、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。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。

○松本（司会） 調査の方法に関してはどうですか。

○小山 方法は、とはいっても、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。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ることで、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。

○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。

○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いのがあります。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。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、もともとデータ分析のほうに力を置いたほうがいいのかという考え方でした。今は6社まで広がりましてけれども、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があります。

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こと、今はそこは過渡期に来ている部分があって、これは

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、それを各社と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。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いか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が、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は、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。そ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。

○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。

○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が、これについての展望はいかがですか。

○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やっと思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、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。

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ち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。そうなりますと、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、こういうふうには 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



らないだろうなど。

○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

○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やっや、「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なんですけれども、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やっや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。

○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変え方を変える。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らうとか、あるいは調査が間違っているぞ、なんて言われぬ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になさなももあったりする。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す。

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が、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ありますが、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になりますよね。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す。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。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、それがなくれないという人だったら付き合うなど明確に言いました。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す。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す。

○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状態になっているのも悩ましいなと思っています。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ょうがないんだから、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。

○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。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ひします。