

ネット調査による若年層捕捉の可能性

江口 達也（朝日新聞社）



1 はじめに

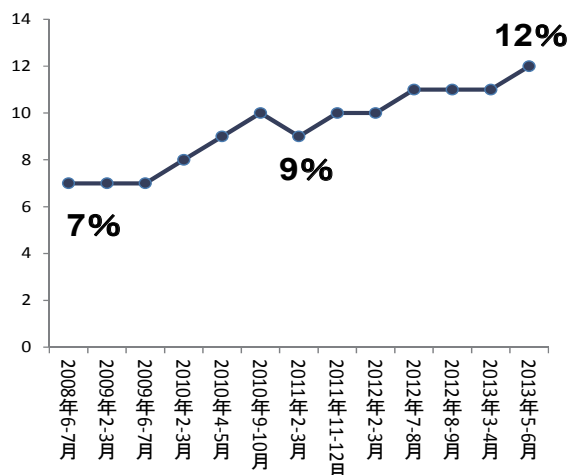
現在マスコミ各社で最も多く利用されている RDD (Random Digit Dialing) 方式による電話調査では、20代をはじめとした若者の回収が難しくなっている。全国調査において有効票に占める20代の構成比は3~4%程度しかないのが現状だ。さらに、RDD調査ではそもそも捕捉不可能な固定電話を持たない「携帯限定層」も増加傾向にある。

2年前の第1回研究大会で示した携帯限定層の比率は9%（朝日新聞社が2011年2~3月に実施した郵送調査による）だった。

直近の2013年5~6月に実施した郵送調査では12%に増加しており、調査を開始した2008年以降、微増傾向が続いている（図表1）。また、携帯限定層に「ほとんど携帯電話を利用し、たまに固定電話を利用」する人を加えた「携帯中心層」は、2年前46%だったが、現在では53%と半数を超えた。携帯中心層も急激ではないものの着実に増えている。さらにいえば、携帯限定層、携帯中心層ともに若者ほど多い傾向があり、20代では携帯限定層は3割、携帯中心層は9割に上る（2年前の調査と直近の調査を属性別に比較できる表を資料1として添付した）。

こうした状況を鑑み、朝日新聞社では若者の投票行動を捕捉する試みとして、昨年の衆院選と今年の参院選でネット調査を実施した。本稿は参院選時に実施したネット調査を中心に分析・報告する。

図表1 携帯限定層の推移



2 ネット調査の設計

今回の参院選では、携帯電話やスマートフォンを通じて回答する「モバイルモニター」のうち全国の20~39歳の人を対象にした「モバイル調査」と、パソコンを通じて回答する「PCモニター」のうち全国の20歳以上の人を対象にした「PC調査」の2種類の調査を実施した。

PCモニターの年代構成比（20歳以上の登録モニターの中での比率）をみると、30代が

37%，40代が25%と構成の中心となっており，20代は22%とやや少なく，若者の捕捉手段としては心許ない。しかし，モバイルモニターの年代構成比は20代が51%，30代も32%となっており，今回の調査の目的である若者の捕捉手段としてより可能性があると考え，PCモニターを使った調査と並行実施して比較した。

モバイル調査は事前に図表2のように性別・年齢を割り付けて「スクリーニング調査」を実施し16000人を回収した。この回答者を性別，年齢，居住地，内閣支持，政党支持の回答内容でソートした上で系統抽出し，似通った各2000人の6グループを作成。毎週そのうちの1グループに対して調査を依頼する方式で実施した。

PC調査については，モバイル調査と同様にスクリーニング調査で図表2のように性別・年齢を割り付けて10000人を回収した。その中から無作為に2000人を選び，全4回の調査を同じ対象者に依頼するモニター調査方式で実施した。

調査日程および有効回答数は図表3にまとめた。モバイル調査は選挙前に6回実施し，選挙後の調査は1～6回の回答者の中から無作為に選んだ2000人を対象に実施した。PC調査は選挙前に3回，選挙後に1回実施した。

両調査はそもそも対象とした年代が異なるため，PC調査の回答者のうち20，30代だけを取り出してモバイル調査と比較する。

3 回答者属性の違い

モバイル調査とPC調査の回答者属性を調査日が同じモバイル調査3回目とPC調査第1回目で比較する。まず，大きく異なっているのは職業構成だ(図表4)。PC調査は事務技術職層，いわゆるホワイトカラーが多いのが特徴だ。対してモバイル調査では事務技術職層と製造・サービス従事者層(いわゆるブルーカラー)が同程度の比率となっている。この傾向は昨年衆院選で実施した並行ネット調査でも同様だった。さらに，PC調査では正規雇用者が多く，モバイル調査の方がアルバイトや契約社員など非

図表2 サンプル割り付け

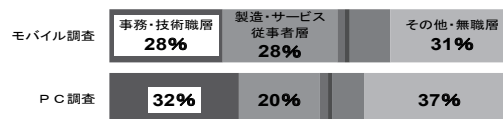
◆モバイル調査の割り付け			◆PC調査の割り付け		
	男性	女性		男性	女性
20～24	11%	10%	20～24	3%	3%
25～29	12%	11%	25～29	3%	3%
30～34	13%	13%	30～34	4%	4%
35～39	16%	15%	35～39	5%	4%
			40～44	5%	4%
			45～49	4%	4%
			50～54	4%	4%
			55～59	4%	4%
			60～	17%	22%

図表3 調査日程と有効回答数

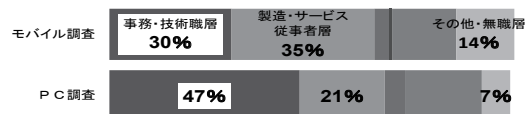
◆モバイル調査			◆PC調査		
調査回	日程	有効数	調査回	日程	有効数
スクリーニング	6月7、8日	16000	スクリーニング	6月21、22日	10000
第1回	6月14、15日	1604	第1回	6月28、29日	1732
第2回	6月21、22日	1612	第2回	7月5、6日	1708
第3回	6月28、29日	1558	第3回	7月12、13日	1583
第4回	7月5、6日	1571	選挙後	7月26、27日	1580
第5回	7月12、13日	1515			
第6回	7月19、20日	1513			
選挙後	7月26、27日	1675			

図表4 職業構成の比較

【20代】



【30代】



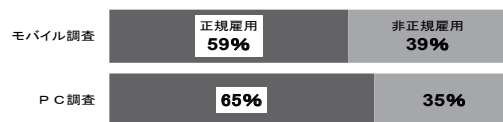
正規雇用者が多い傾向がある（図表 5）。

婚姻状況については（図表 6），20 代ではあまり大きな違いはないが，30 代では PC 調査の方がモバイル調査に比べ既婚者が多い。

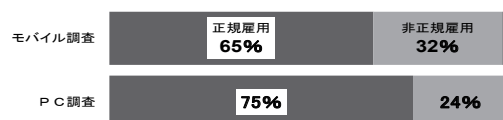
国政選挙に限らず選挙の投票にどの程度行っているか聞いた質問では（図表 7），20 代，30 代ともに PC 調査の方が「ほぼ毎回投票に行っている」という人が多くなっている。

図表 5 正規・非正規

【20代】

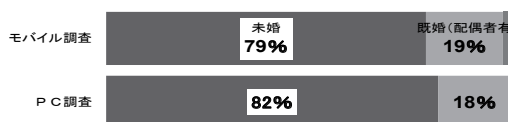


【30代】

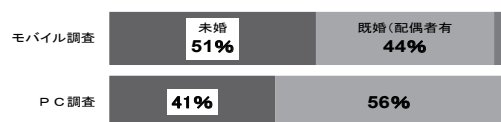


図表 6 婚姻状況

【20代】

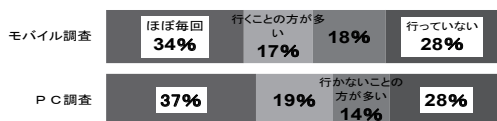


【30代】

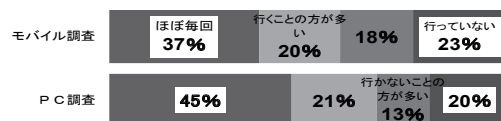


図表 7 どの程度投票行っているか

【20代】



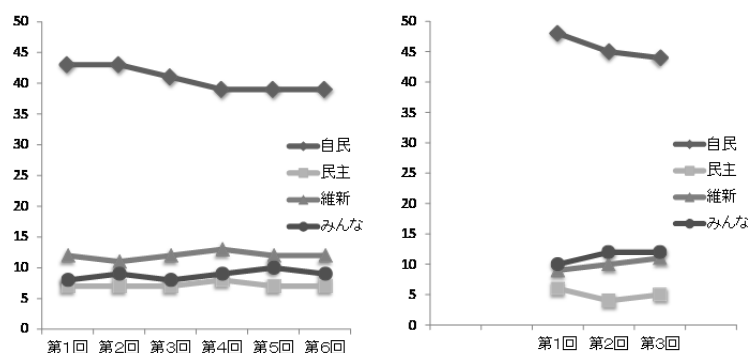
【30代】



4 比例区投票先

モバイル調査および PC 調査の比例区投票先の数字の推移を図表 8 にまとめた。両者を比較すると，自民党が最多という点は一致しているが，日本維新の会とみんなの党の数字に

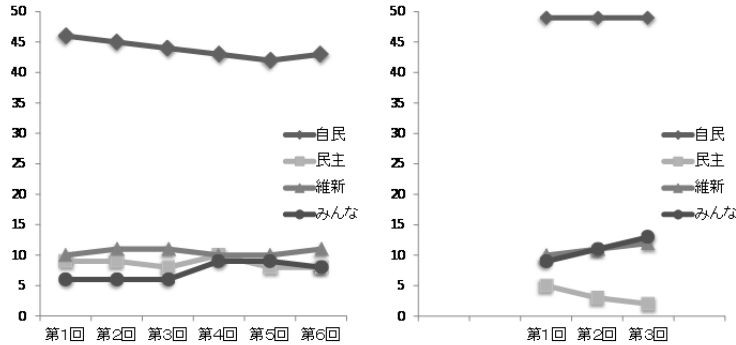
図表 8 比例区投票先（左：モバイル、右：PC）



違いがある。モバイル調査では維新が 2 番目に多くなっているが，PC 調査ではみんなが 2 番目に多い。

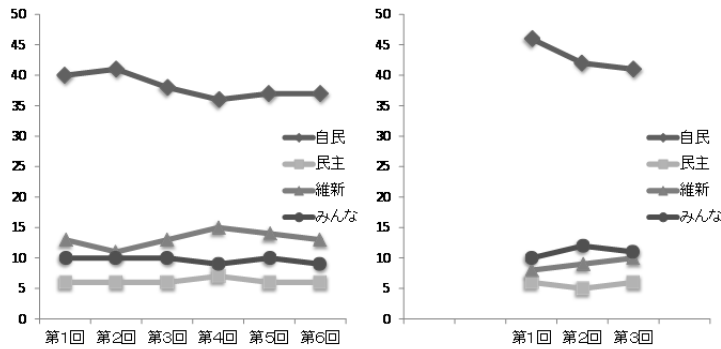
さらに，20 代と 30 代に分けて比較してみよう。まず 20 代についてみると（図表 9），モバイル調査では自

図表 9 20代の比例区投票先（左：モバイル、右：PC）



民は 45%前後で最多。2 番目に多いのは維新だが、民主、みんなとの差は小さくなく 3 党が拮抗している。これに対し PC 調査では、自民の最多は変わらないが 50%近くとモバイル調査よりも多めになっており、維新とみんなが拮抗して民主は 5%以下と少なくなっている。

図表 10 30代の比例区投票先（左：モバイル、右：PC）



30代についてみると（図表 10）、モバイル調査では自民は 40%弱程度と 20代に比べると少なめで、維新とみんながその分多くなっているが、維新が 2 番手という点は 20代と変わらない。しかし PC 調査では、僅差ではあるが、みんなが 2 番手になっている。このように、モバイル調査と PC 調査とでは、

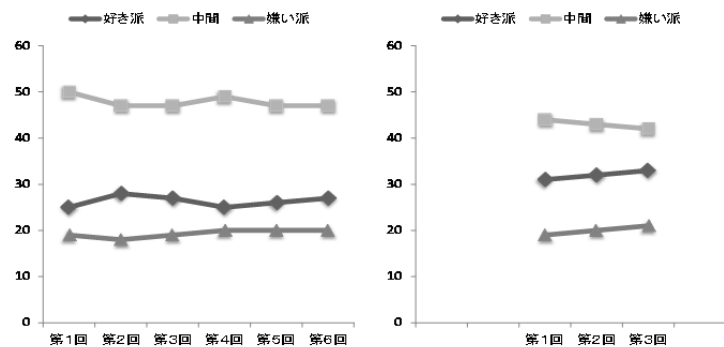
同じ年代でも比例区投票先の数字に違いがある。

数字のトレンド（動き）についても確認しておく、モバイル調査、PC 調査とも自民はやや下降傾向を示していて、トレンドは一致している。民主、維新、みんなについても同様に、ほぼ横ばいで一致している。

5 政党好感度

自民党、民主党、日本維新の会、みんなの党の 4 党について、1 を「とても好き」、4 を「中間」、7 を「とても嫌い」として 1～7 の 7 段階で好感度を聞いた。1～3 を「好き派」、4 を「中間」、5～7 を「嫌い派」として集計した結果を図表 11～14 にまとめた。

図表 11 政党好感度－自民（左：モバイル、右：PC）

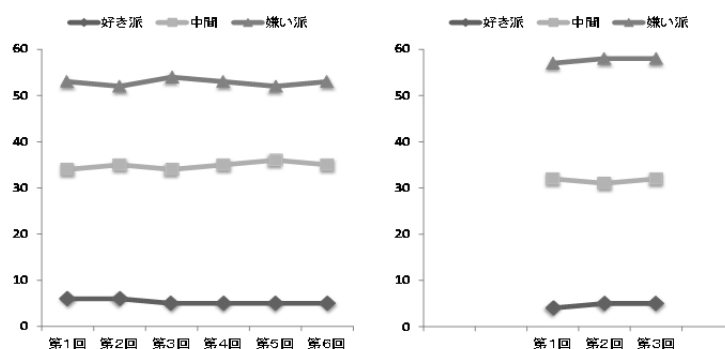


自民党はモバイル調査、PC調査ともに4党の中で最も好き派が多かった。モバイル調査に比べてPC調査の方が自民党の好感度は高くなっている。嫌い派も4党中最も少なくなっており、参院選で大勝した自民党の勢いが表れている。ただ、モバイル調査では「中間」が半数ほどを占めておりPC調査よりも多めだ。

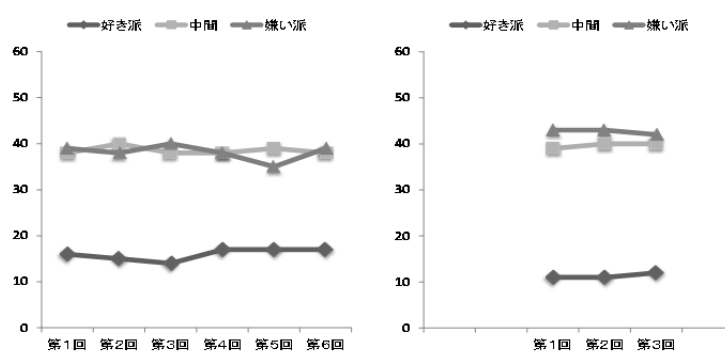
民主党はモバイル調査、PC調査ともに嫌い派が半数以上を占めており4党の中で最も嫌われているという点は一致している。好き派に至ってはともに5%ほどしかなく、両者でありあまり差はない。民主党でもモバイル調査で「中間」がやや多めになっている。

日本維新の会については、モバイル調査では自民に次いで好き派が多くなっているが、PC調査ではやや少なめとなっており、みんなの党と拮抗している。比例区投票先と同様にモバイル調査の方が維新の数字がやや強めに出ている。

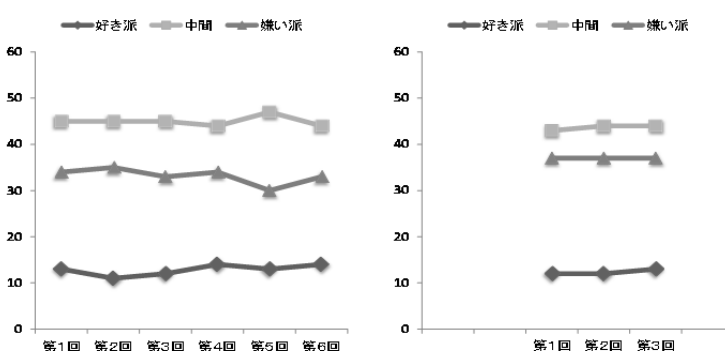
図表 12 政党好感度—民主 (左: モバイル、右: PC)



図表 13 政党好感度—維新 (左: モバイル、右: PC)

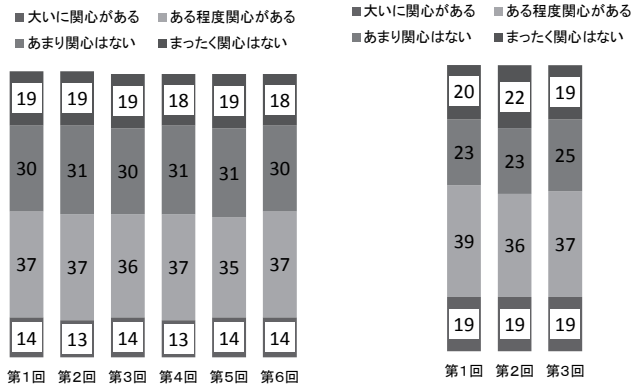


図表 14 政党好感度—みんな (左: モバイル、右: PC)



6 選挙関心度

図表 15 選挙関心度（左：モバイル、右：PC）

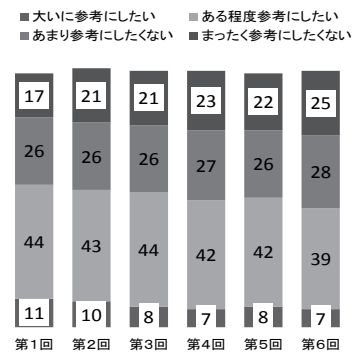


参院選への関心度の推移を図表 15 にまとめた。モバイル調査では「大いに興味がある」という人は 14%程度で推移し、選挙終盤まで変化はなかった。PC 調査は、「大いに興味」は 19%とモバイル調査よりも関心度はやや高くなっている。しかし、選挙終盤まで変化がなかった点は一致している。

7 ネット情報参考にしたいか

モバイル調査では、今回の参院選で候補者の HP や SNS などのネット情報をどの程度参考にしたいか継続して聞いた（PC 調査では質問していない）。「参考にしたい」という人は第 1 回調査では 55%いたが、徐々に減少し投票日直前の第 6 回調査では 46%にまで減少した。RDD による連続調査でも同様の趣旨の質問をしたが、ネット情報を「参考にする」という人は 42%→34%→29%と減少しており、モバイル調査で得られた傾向と一致している。

図表 16 ネット参考にしたいか

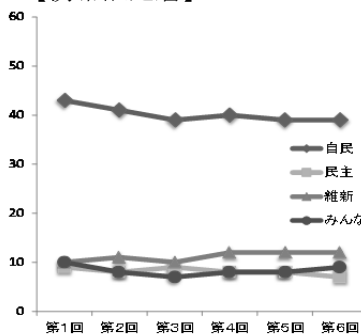


8 携帯限定層、携帯中心層について

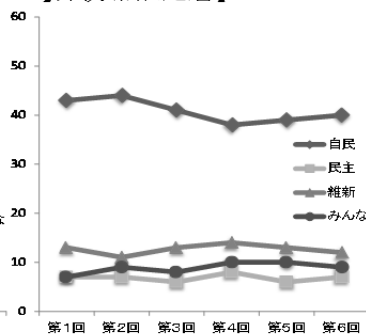
比例区投票先について携帯限定層および携帯中心層で特徴があったのか見ておきたい。

図表 17 携帯限定層の比例区投票先（モバイル調査）

【携帯限定層】

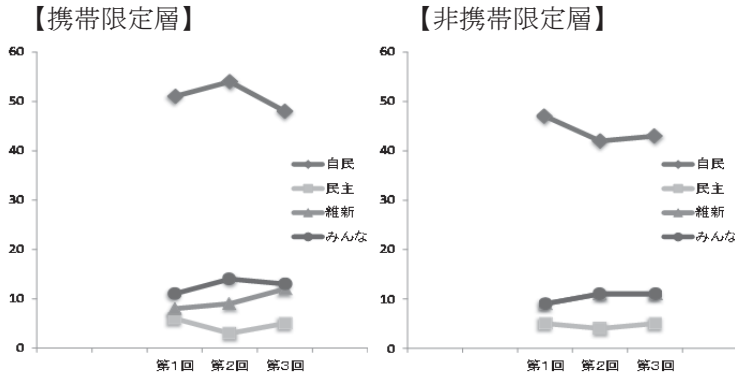


【非携帯限定層】

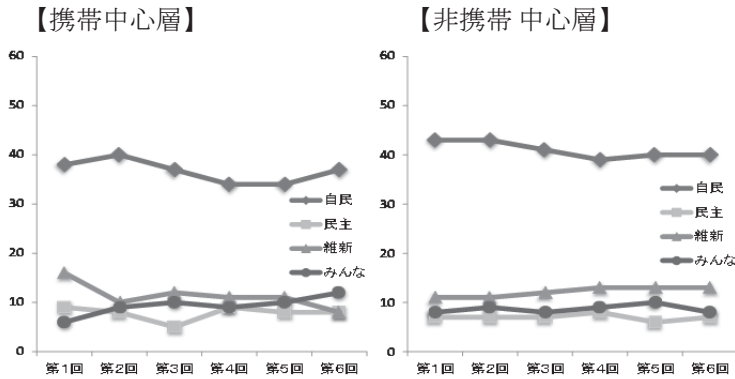


ここでは、電話の利用状況を聞いた質問で「携帯のみ利用(固定電話は自宅にない)」と答えた人を「携帯限定層」、携帯限定層に「携帯のみ利用(固定電話は自宅にある)」および「ほとんど携帯を利用し、たまに固定電話を利用」と答えた人を合わせて「携帯中心層」と定義し

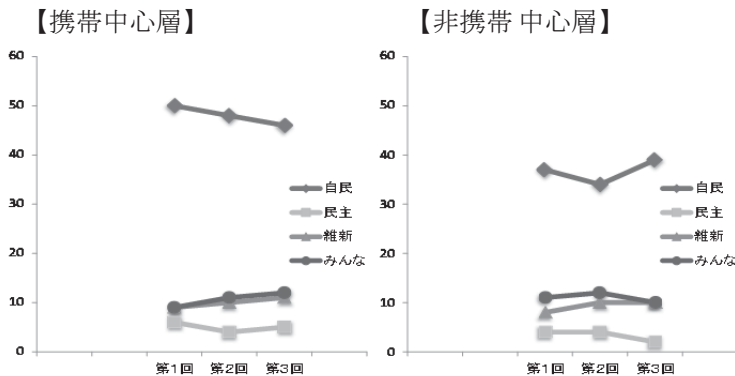
図表 18 携帯限定層の比例区投票先 (PC 調査)



図表 19 携帯中心層の比例区投票先 (モバイル調査)



図表 20 携帯中心層の比例区投票先 (PC 調査)



携帯限定層，携帯中心層ともにやや数字に違いがあるものの，今回は各党の大小関係が大きく入れ替わるほどの違いはみられなかった。

9 RDDによる参院選情勢調査結果について

今回の参院選で実施された RDD による情勢調査の推計結果を見ると，各社とも比例区で日本維新の会の議席数を少なく予測してはざしている。昨年の衆院選でも，比例区で維新の議席数を各社はざした。推計式の善し悪しという問題はあるかもしれないが，RDD 調査

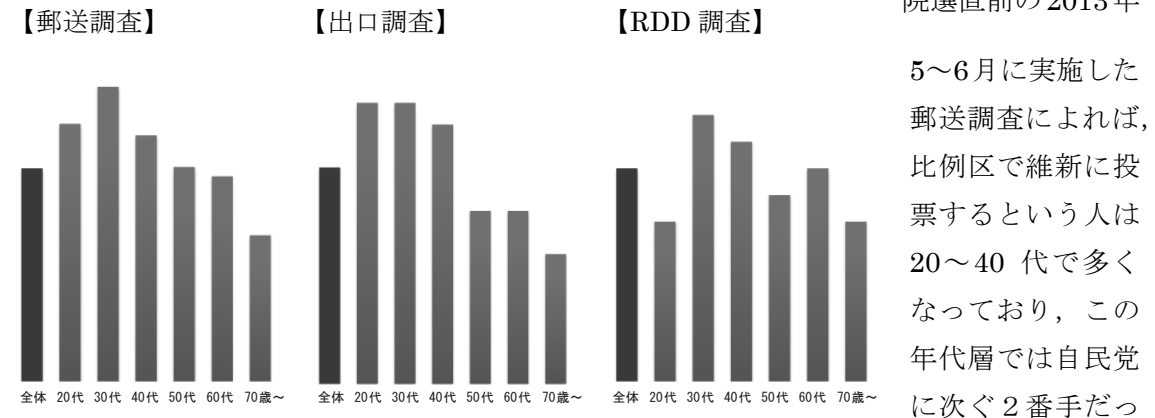
て分析する。ちなみに，モバイル調査における携帯限定層の割合は 28～31%，携帯中心層は 86～87%となっている。PC 調査では，携帯限定層が 26～27%，携帯中心層は 79%とモバイル調査よりも少なくなっている。

携帯限定層についてまとめたのが図表 17, 18 だ。非携帯限定層と比較すると，モバイル調査については，両者にそれほど大きな違いはない。しかし PC 調査では，非携帯限定層に比べて携帯限定層で自民とみんながやや多めとなっている。

次に携帯中心層の比例区投票先を見ると (図表 19, 20)，モバイル調査では非携帯中心層のサンプル数が少ないため数字にブレがあるが，携帯中心層で自民がやや多めの傾向がみられる。PC 調査ではこの傾向がさらに顕著に表れており，携帯中心層では自民は 50%前後を占めるが，非携帯中心層は 3 割台後半となっている。

で維新に投票する人の動向が十分把握できていなかった可能性があるのではないかと。

図表 21 年代別にみる比例区で「維新に投票」



た。実際の投票結果ではどうだったのか。朝日新聞社が実施した出口調査の結果をみると、比例区で維新に投票したという人は、やはり20～40代で特に多く自民党に続く「第2党」となっており、郵送調査の傾向と一致している。では、RDDによる情勢調査ではその特徴を捉えられていたのか。朝日新聞社が実施した終盤情勢調査では、比例区で維新に投票するという人は20代では全体平均よりも少なくなっており、30代では若干多めとなったが、全体平均とあまり大きな差ではなかった。他党との比較でも20代では自民、民主、公明、みんなに次ぐ5番手。30代ではかろうじて2番手だが、民主など3党と拮抗している。若年層が中心である維新の会の支持層を、RDD調査では捕らえきれていないといえる。

10 まとめ

今回の参院選で、自民党のように全年代から幅広く支持を受けている政党については、RDDによる情勢調査で予測に問題は生じていないが、日本維新の会のように若年層に支持の偏りがある政党についてはその勢いを十分捕らえきれていない。しかし、今回実施したモバイル調査では、維新の会は自民に次ぐ2番手となっており、RDD調査に比べて維新の勢いを捕らえることに成功している。若者の投票行動を補完する手段として可能性はあるといえる。問題は、このデータをどういう方法で活用するかだ。ネット調査は登録モニターを対象にした調査であり「有権者の縮図」にはなり得ない。そのため、単純にRDD調査のデータとネット調査のデータを足し合わせて補正するというのは難しいだろう。しかし、選挙情勢調査のスキームであれば、推計式の一部にネット調査のデータを組み入れるなど活用の可能性が考えられる。

では、モバイル調査とPC調査ではどちらがより有効だろうか。PC調査は職業構成で事務・技術職層が多くなっており回答者属性に偏りがみられるが、モバイル調査では製造・サービス従事者層も十分獲得できている。また、既に述べたようにPCモニターの構成の中

心は30～40代となっている上、現在スマートフォンが急激に普及している状況を考えると、今後PCモニターに若年層が増えていくという状況は想像し難い。そのためモバイル調査の方が若年層の捕捉という面では、より有効性があると考えられる。引き続き試行を重ねてRDD調査で補足できない層の補完方法を検討していきたい。

〈参考資料〉

松田映二（2012）. RDD 調査の今後について—増加する「携帯限定層」の影響を見積もる

— 政策と調査, 世論・選挙調査研究大会記念号, 3-30

江口達也（2013）. 衆院選ネット調査について. サーベイ・メソドロジー研究会報告,

2013.3.25

		2011年2-3月調査				2013年5-6月調査			
		構成比	固定保有層	携帯限定層	携帯中心層	構成比	固定保有層	携帯限定層	携帯中心層
全体		100	90	9	46	100	87	12	53
支持 内閣	支持する	18	92	7	37	71	87	11	52
	支持しない	74	89	10	49	18	86	13	53
政党 支持	民主	22	89	9	36	6	89	11	48
	自民	17	92	7	39	48	88	10	50
	無党派	47	89	10	53	28	84	14	59
性別	男性	47	90	9	51	47	88	11	57
	女性	52	90	8	42	52	87	12	52
年代	20代	11	70	29	93	10	69	29	91
	30代	16	82	17	75	15	72	27	81
	40代	15	94	5	54	17	88	11	67
	50代	18	94	4	44	16	93	6	51
	60代	20	95	3	31	20	93	5	43
	70歳以上	20	94	3	10	22	94	4	19
都市 規模	大都市	27	90	8	46	27	86	14	55
	中都市	36	89	10	46	37	87	12	53
	小都市	27	90	8	46	27	88	10	51
	町村部	10	92	5	44	9	85	12	55
職業	事務・技術職層	25	89	10	65	26	82	17	69
	製造・サービス従事者層	19	85	14	63	21	84	16	72
	自営業者層	6	95	2	39	7	94	6	55
	農林漁業者層	4	95	4	31	4	91	9	45
	主婦層	17	93	6	33	15	89	10	46
	無職・その他	27	91	7	30	26	91	6	30
学歴	小・中学校	16	91	8	26	16	88	11	34
	高校	40	91	7	45	40	89	9	53
	専門学校	12	89	10	61	11	86	13	64
	短大・高専	9	89	11	46	9	86	14	59
	大学	21	89	10	56	22	86	13	61
	大学院	1	90	6	55	2	68	32	75
生活 レベル	上の上	0	100	-	50	0	83	-	83
	上の下	1	100	-	53	1	100	-	45
	中の上	14	91	7	46	14	91	9	59
	中の中	39	93	6	43	38	89	11	53
	中の下	27	91	9	47	26	87	11	56
	下の上	12	82	17	52	14	84	16	49
下の下	4	83	17	54	5	77	20	48	
住居 形態	持ち家(一戸建て)	70	97	2	40	66	95	4	48
	持ち家(集合住宅)	8	90	9	49	11	91	9	55
	賃貸(一戸建て)	4	83	17	56	3	73	27	73
	賃貸(集合住宅)	15	64	36	71	18	60	39	75