

## 巻 頭 言

埼玉大学社会調査研究センターが主催する「世論・選挙調査研究大会」も、数を重ね 5 回をほこるに至った。第 5 回世論・選挙調査研究大会は、関西大学東京センターのご協力を頂戴し、2015 年 9 月 18 日（金）、JRサピアタワーにおいて開催された。奇しくも安保法制（安全保障関連法案）の最終決着日に重なってしまうというあわただしさにもかかわらず、報道各社をはじめ多くの調査関係者のみなさまの参加を得ることができた。記して謝意に代えたい。

今年の研究大会は、例年とはやや趣向を変え、「調査の新しい試み 一時代への対応と課題克服のために一」と題して、インターネット調査に焦点を当てる内容となった。

第 1・2 部（報告の部）では、先ず、報道機関各社（読売新聞社、朝日新聞社、毎日新聞社）から、通常の RDD 方式による世論調査ではなく、携帯電話調査や自社が実施したインターネット調査ないし解析の結果に関する報告をいただいた。続いて、インターネットのリサーチ会社（マクロミル、インテージ）から、モニター・ベースのインターネット調査の効用と特性についての報告が行われた。

第 3 部（パネルディスカッション：「マーケティング・リサーチャーに問う！インターネット調査の課題と可能性」）では、内閣府の太田哲生氏、インテージの長崎貴裕氏、マクロミルの萩原雅之氏、毎日新聞社の平田崇浩氏、朝日新聞社の堀江浩氏の 5 氏をパネラーに招き、相互の議論およびフロアとのやり取りが展開された。本研究センターの松田映二准教授の話題提供（本誌掲載「インターネット調査の新しい可能性」）を受けて行われたディスカッションでは、先ず、報道機関側からマーケティング・リサーチャーに対して、インターネット調査の代表性への質問が寄せられた。これに対し、ネットリサーチャーからは、「世論観測」という視点とともに、世論（民意）をダイナミクスとして捉えるのか、スタティックなものとして捉えるのか、ネットリサーチのクイックさは同時性ないし共時性という利点につながるという反論が提示された。議論は、調査結果のウェイト調整の是非にまで発展した。

一方、マーケティング・リサーチャー側から報道機関に対しては、多様な調査結果の扱い方、すなわち報道の仕方 について疑問が出された。考えてみれば、日々、諸々の調査結果の公表記事の中で、世論調査結果記事のみが厳格な扱い方をされることには、大きな矛盾が付随する。「多勢に無勢の逆機能」とでも表現すべきだろうか。世論調査に関する基準や要件を、外部の調査結果を引用する一般記事にまで適用することは不可能に近い。ところが、「調査

結果」という冠が付けば、一般記事中の数値も世論調査結果と同等の客観性が担保される…。いずれにせよ、たいへん勉強になる楽しいディスカッションであった。

本誌には、第1部および第2部の5本の報告の加筆修正版と、ディスカッションでの議論とを掲載している。自社の貴重なデータを快く開示いただいた各社のみなさまに深く感謝するとともに、原稿のリライトや速記録の校正の労まで押しつけてしまったことを、ひたすらお詫び申し上げる次第である。

なお、本誌巻末には、埼玉大学社会調査研究センターが定例（アニュアル）で実施する「さいたま市民政治意識調査」の結果も掲載されている。自記式の郵送調査による同調査も、やはり、今回で5回を数えることとなった。回答を寄せてくださった、さいたま市民のみなさまに感謝申し上げるとともに、今後の継続を許容していただければ幸甚である。

2015年11月

埼玉大学社会調査研究センター長  
松本 正生