

行動計量学会シンポジウム 「いま求められる調査とは」

松本 正生 (埼玉大学)

サーベイ・メソドロジー研究会の主催による第 87 回行動計量学会シンポジウム「いま求められる調査とは」が、2006 年 11 月 11 日(土)、東京大学駒場校舎で開催された。当日は生憎の荒天にもかかわらず、130 名を超える参加者に恵まれ、研究会のメンバーである松田映二(朝日新聞社)、佐藤寧(日経リサーチ)、福田昌史(毎日新聞社)各氏らが、面接、電話(RDD)、郵送、インターネットなど異なる調査モードにかんする比較検証報告を行ない、コメンテーターの谷口哲一郎氏(輿論科学協会)や参加された諸先輩方からは、有意義なご意見・ご指摘を数多く頂戴した。

われわれ「サーベイ・メソドロジー研究会(<http://www.dataexploring.com/smw/>)」は、2006 年 4 月に行動計量学会の研究部会として発足した。メンバーは 9 名と小所帯だが、構成は研究者、新聞社の世論調査プロパー、調査会社の調査プロパー、それも電話系、ネット系双方と多岐にわたる。しかも、お互いがライバル社や商売敵とあって、なかなか微妙な関係だ。この緊張感のあるメンバー構成こそが、研究会の目的に直結している。すなわち、ミックス・モード調査の可能性を模索することに他ならない。

どんなミックス・モードかの前に、われ

われの現状認識を紹介しておきたい。第 1 に、回収(回答)率の激減状況ひとつをとっても、単一のモードによる世論調査の限界は明らかだということ。当該モードではカバーできない部分や階層を他のモードで補って回収率を上げることが喫緊の課題である。調査手法の混合は御法度とはいえ、もはや手続きの正しさと結果の正確さは一致するとは限らない。それどころか背反的でさえありうるのではないか。第 2 に、調査員が介在する従来型の他記式手法、わけでも科学的調査の代名詞であった面接(個別訪問)調査への信頼が大きく揺らいでいること。調査主体側の都合が優先される「押しかけ型」は、もはや社会から許容されない。かえって、郵送調査のように相手(答える側)の都合を優先する方が協力率は上がるし、調査員が介在しないぶん、本音に近い回答が数多く得られるのではないか。インターネットの利用も含め、自記式調査は、今後の社会によりフィットした方法である。

さて、ミックス・モード。何をどうミックスするのだが、この課題についてわれわれは、理論や理念ベースではなく、あくまで現実の要請に即して考えたいと思う。現在必要とされているミックスモード調査と

は、おそらく次の二つに集約されるのではないか。

a. 「基準調査」。時宜に応じて実施される各回の世論調査は、今後さらなる回収率の低下に直面する。したがって、回答結果のバイアスの補正・調整が不可欠とならざるを得ない。その際、センサスによる性別や年代別などの限られた変数のみで補正することは危険だ。別途に、時間と費用をじっくりかけた高回収率の調査を実施することで補正や調整の基準値を確保しなければならない。それには、面接調査の運用改善が不可欠。「郵送+インターネット」の〈自記式ミックス〉が妥当だろう。自記式同士であれば、データ・コンバインの問題は少ない。

b. 「スピード調査」。マスコミの実施する選挙予測調査も含めたいいわゆる世論調査の手法としてすっかり定着したRDD方式だが、固定電話のカバレッジの低下や若年層における回収率の低下など課題は多い。インターネット調査との組み合わせによりカバレッジを高める試みがすでに始められている。「RDD+ネット」の〈スピード系ミックス〉と呼んでおこう。ただし、この方法は、サンプリング、さらに、データ・コンバインの問題にどう対処するかという大きな課題を抱えている。われわれ研究会としても、何らかの結果を出さなければならないのだが、たいへん難しい。

これら二つのうちでは、とりわけ「a」の基準調査の現実的要請度が高い。残念ながら、このような基礎調査の実施をマスコミに期待するのは詮無いことだし、われわれ研究会ができることにも限度がある。せいぜい小規模調査に過ぎない。やはり、ここは政府に期待がかかるが、日本では、マスコミの世論調査よりも政府の調査の方が精度が低いという逆転現象が存在する。しかし、金と時間をかける大規模調査は政府以外に担うべき主体は想定され得ない。実現へ向けてどこへどう働きかければ良いのか。日本世論調査協会の諸先輩方に是非ご教示願いたい。

「世論調査といえば面接」、「面接調査は世論調査の標準」は、今でも調査理論の常識だ。しかしながら、「面接は今や伝統工芸」になりつつある。こんな過激な表現を用いると、われわれは新人類扱いされるのかもしれないが、マーケティング・リサーチをはじめとして、調査業界の関心はすでに、プロペンシティ・スコアなど、データの調整手法や技術に移りつつある。ということは、世論調査を世論調査としてまっとうに立て直そうとするわれわれサーベイ・メソドロジ研究会自体、伝統芸の担い手の部類に属していると言わざるを得ない。世論調査を世論調査と認識しない人たちが調査を担う時代も近い。だからこそ、今のうちに基準調査を定式化することが肝要だ。