

ネット調査はRDD調査を補完できるか

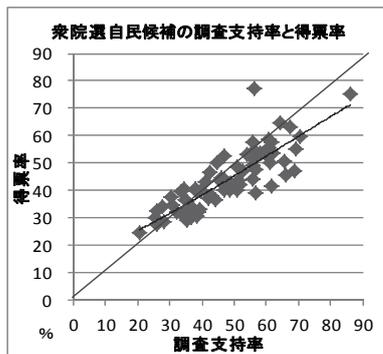
大栗 正彦（中日新聞社）



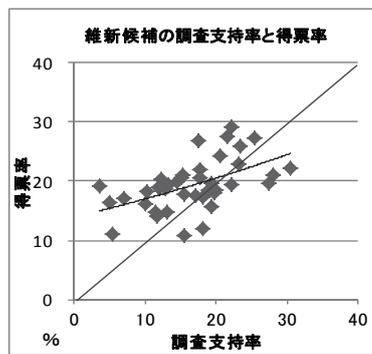
1. はじめに

現在、報道機関で最も多く用いられるRDD法（Random Digit Dialing）の電話世論調査は、選挙情勢を探るときにも使用される手法だ。2012年12月の衆院選でも、13年7月の参院選でも、マスコミ各社がRDD法で調査を行い、早い段階で自民圧勝予想を伝えた。そんなRDD調査だが気になる傾向も見てとれる。衆院選時の候補者ごとの調査支持率と選挙得票率の関係について、自民党や日本維新の会など政党ごとに観察すると、自民候補者は得票率に比べ調査支持率が高く、維新の候補者は逆に調査支持率に比べて得票率が高くなる傾向にある（グラフ1、2）。

（グラフ1）



（グラフ2）



衆院選直後には、維新が衆院選時の勢いのまま参院選になった場合、自民が強めにとらえられ維新が弱めにとらえられて、情勢分析が偏る恐れを持った。

さらに2013年2月には参院選からインターネットを使った選挙運動が解禁されることが確実になり、これまで投票に行っていなかった若者たちがネット選挙の影響で選挙に行き、結果として投票率が上がり、RDD調査だけで情勢調査を行ったら、外れる可能性があるのではないかとの懸念も出てきた。

こうした懸念からRDD調査を補完するための調査を模索し、7月の参院選ではRDD調査とともにネット調査も並行で行った。

2. RDD調査とネット調査

RDD調査は、固定電話がある一般世帯の有権者が対象で、コンピュータで無作為に選んだ番号に電話をかける方法。調査員が質問を読み上げて、対象者は突然電話をかけられて準備がないまま回答を求められる。在宅率の高い高齢者や主婦の回答割合が高くなるので、若年層の回答を高めるため夜間、再依頼しているが、20代の回答は低い。携帯電話の普及により固定電話を持たない世帯が増えつつあり、RDD調査のカバー率が減少している。

ネット調査は調査会社の登録モニターを対象に行う。パソコン画面の質問を見ながら自発的に都合のいい時間に回答する。その会社の調査に協力してもいいという登録モニターの属性に依存することになる。年代は40代、50代が多くなる。

今回の参院選では固定電話で捕捉できない層を調べるため、モバイル調査も行った。モバイル調査は、一種のネット調査だが、使用するのはパソコンではなく携帯電話やスマートフォン。ネットへの接続もパソコンでなく

スマホを使う人が増えており、特に20代や30代に調査するためにはモバイル調査が有効になる。ネット調査と同様に調査会社のモニターが対象で、方法も同じだ。登録モニターは10代、20代の割合が高い。ネット調査もモバイル調査も、登録モニターが母集団(有権者)の構成比を反映しているとはいえない(表1)。

3. 調査の方法と結果

参院選の終盤情勢調査にあわせて、RDD調査は7月14、15日。富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀の9県で、1県600~1000サンプルを目標に行い合計7045人から回答を得た。

ネット調査とモバイル調査は12日から15日に実施し、9県の登録モニターのうちそれぞれ1099人と1000人から回答を得た。ネット調査とモバイル調査では事前にスクリーニング(SC)を行い、自宅での通信手段として固定電話を使わず主に携帯電話・スマホのみを使用しているか、携帯・スマホを主に使用している人を対象者にした。

SC段階でネット調査は50代以上が36%いるが、モバイル調査は10%と、両調査のモニター構成は異なっている(表2)。本調査にかけて、ネット調査では20代、30代が、モバイル調査では20代の割合が高くなった。これはSCで携帯優先層に調査対象を絞ったためだ。インターネット利用度や職業では、SCと本調査で構成に大きな差は見られなかった。モバイル調査の方が携帯優先度は高い。ネット調査のみのSCだが、SNS(ソー

(表1) 各調査の特性

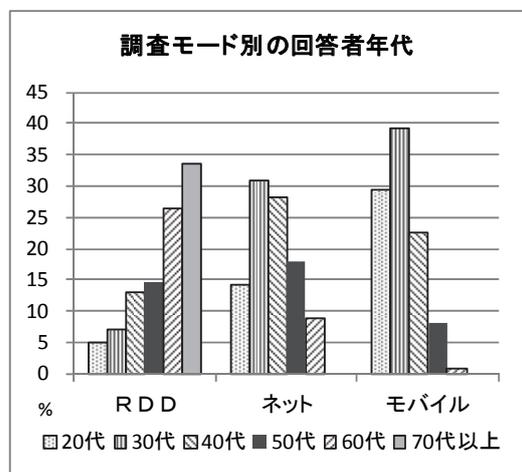
	媒体	対象	有権者 代表性	回答	調査員	調査票	回答 時間
RDD	固定電話	固定電話ある 有権者	一応有	非自発的	接触	音声	制約有
ネット	パソコン	登録モニター	無	自発的	非接触	画面	随時
モバイル	スマホ・携帯	登録モニター	無	自発的	非接触	画面	随時

(表2)

Q 年代	ネット		モバイル	
	SC	本調査	SC	本調査
20代	9.3	14.1	22.4	29.3
30代	23.8	30.8	43.4	39.3
40代	30.6	28.3	23.9	22.6
50代	22.6	17.9	9.1	8.1
60-99才	13.7	8.9	1.2	0.7
Q 自宅で電話を掛けるときは				
固定電話だけ	6.2	0.0	1.4	0.0
携帯電話だけ	21.2	34.9	40.7	48.2
両方使うが主に固定電話	26.0	0.0	11.0	0.0
両方使うが主に携帯電話	37.5	65.1	42.0	51.8
両方とも同じ程度	8.4	0.0	4.2	0.0
両方使わない	0.6	0.0	0.8	0.0
Q 調べ物をするときインターネットを利用するか				
大いに利用する	57.7	59.2	61.4	64.7
ある程度利用する	34.7	33.5	32.2	30.4
あまり利用しない	4.0	3.1	4.4	3.6
まったく利用しない	3.6	4.2	1.9	1.3
Q 職業				
会社員(管理職以外の正社員)	25.7	30.7		
会社員(管理職)	6.4	5.9		
会社役員・経営者	2.6	3.1		
派遣・契約社員	4.3	4.8		
公務員・非営利団体職員	3.9	3.4		
教職員講師	2.5	2.0		
医療専門職(医師・看護師など)	2.7	3.8		
その他専門職(弁護士、会計士など)	0.6	0.4		
農林漁業	0.5	0.1		
自営業(農林漁業を除く)	6.9	5.0		
SOHO	0.6	0.4		
パート・アルバイト・フリーター	13.2	12.7		
内職	0.5	0.1		
専業主婦/主夫	17.8	17.2		
大学生、大学院生、専門学校生など	1.5	2.3		
無職、定年退職	8.8	6.7		
その他の職業	1.4	1.5		
民間企業			34.6	37.8
公務員・団体職員			3.9	4.0
自営業・自由業			6.2	6.6
契約社員・派遣社員・アルバイト			21.7	19.0
農林漁業			0.6	0.8
主婦			19.2	18.2
無職			7.1	6.8
その他(学生など)			6.7	6.8

シャルネットワーキングサービス) 利用度を見ると本調査の回答者の方が高い傾向にある。携帯優先層に絞り込んだため、SNSを利用する割合が高くなった。

(グラフ3)



(表3)

	RDD	ネット	モバイル	有権者
性別				
男性	44	52	50	49
女性	56	48	50	51
年代				
20代	5	14	29	14
30代	7	31	39	18
40代	13	28	23	15
50代	15	18	8	17
60代	26			16
70代以上	34	9	1	19
地域				
富山	9	4	5	5
石川	9	5	6	5
福井	9	4	3	4
長野	13	8	11	10
岐阜	13	9	10	10
静岡	12	16	15	18
愛知	15	40	37	34
三重	12	8	9	9
滋賀	9	6	6	7

(注) 有権者は9県計が母数

RDD調査を含め3つの調査の回答者の構成はグラフ3と表3の通り。RDD調査(WBなし、以下同じ)では60代以上で約6割、ネット調査は30代、40代で過半数。モバイル調査では20代、30代で3分の2になり調査方法により大きく異なっている。職業もネット調査とモバイル調査の回答者は、RDD調査の回答者に比べ、会社員や派遣・契約社員、アルバイトの比率が高く、無職(年金生活)の割合が低いという特徴がある。

共通質問を行い参院選に対する意識差を調べた(表4)。参院選への関心度では、「大いに」に「ある程度」を含め、RDD調査では「関心がある」は73%だったが、ネット調査54%、

(表4)

	RDD	ネット	モバイル
大に関心がある	25	14	12
ある程度関心がある	48	40	34
あまり関心がない	22	31	33
まったく関心がない	5	14	21

	RDD	ネット	モバイル
決めている	44	21	17
だいたい決めている	20	24	20
まだ決めていない	34	55	63

	RDD	ネット	モバイル
決めている	47	23	20
だいたい決めている	17	24	21
まだ決めていない	32	52	59

	RDD	ネット	モバイル
期日前投票を済ませた	7		6
必ず行く	71	53	30
できれば行く	17	29	39
たぶん行かない	4	18	25

モバイル調査46%と低くなった。選挙区で投票する人を決めているかという質問には、64%、55%、37%の順になり、やはりRDD調査が一番高かった。また、投票に行くかどうか聞いたところ、「期日前投票を済ませた」「必ず行く」を足すと、RDD調査は78%が投票に行くことと答え、モバイル調査の36%の2倍以上になった。

選挙に対する意識は、このようにRDD調査>ネット調査>モバイル調査の順に低くなっている。RDD調査への回答者は選挙関心度が高く、投票先も決めており、さらに投票する意欲も高い。これがRDD調査で選挙予測をすることができる根拠にもなっている。

4. 年代の差

しかし、この差が生まれるのは、調査方法に

よるものか、回答者の属性によるものか。参院選に関心があるかという質問から検討してみる。「大いに関心がある」と答えたのはRDD調査 25%、ネット調査 14%、モバイル調査 12%となっている。これを「大いに関心がある」と答えた割合を年代別にグラフにするとほぼ重なり調査による差がなくなる（グラフ4）。差があると見えていたのは調査モードによるものではなく世代間の差だといえる。

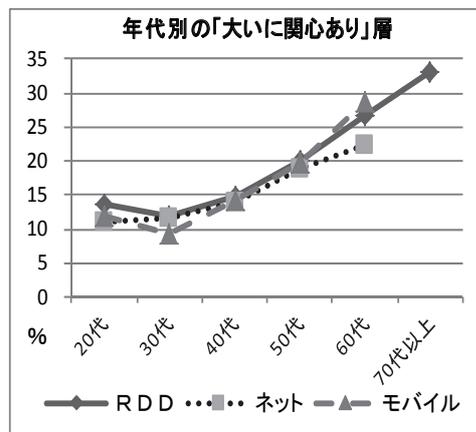
福田が面接調査で固定電話層と携帯限定層を分析して年代構成による差と発表した通りだ（2010年11月26日、毎日）。大栗も郵送調査で確認し第1回世論・選挙調査研究大会で報告している。

このままならRDD調査で若年層を捕捉できるようにすれば問題はないはず。しかし、一般的な政治意識ではなく投票行動では調査モードによる差が見られる。「比例代表で投票する政党を決めていますか」という質問で、決めていると答えた割合を年代別に見ると、ネット調査とモバイル調査は20代から50代までは一致している（グラフ5）。60代でずれるのはモバイル調査のサンプルが60代で極端に少なくなるからで、ある程度サンプル数がある50代まではネット系調査は同一の線を示している。RDD調査では「決めている」人の割合が高い。また、「投票に行きますか」という質問で「期日前投票を済ませた」と「必ず行く」を足した割合は、各年代でRDD調査が最も高く、ネット調査、モバイル調査の順になっている（グラフ6）。

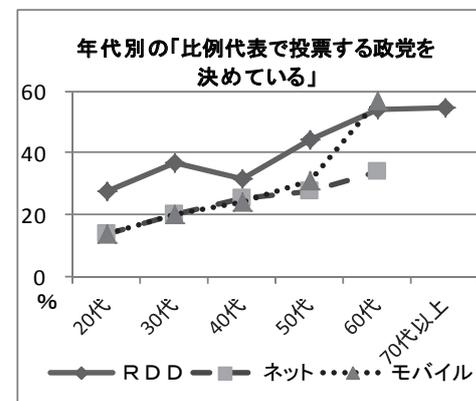
投票行動に差が出るということは、投票先にも影響している。

グラフ7は比例代表で「自民党に投票する」と答えた割合を年代別にみたもの。RDD調査では年代ごとの差は小さいが、ネット調査とモバイル調査では差が大きい（モバイル調査の60代以上はサンプル数が少ないので考慮しない）。

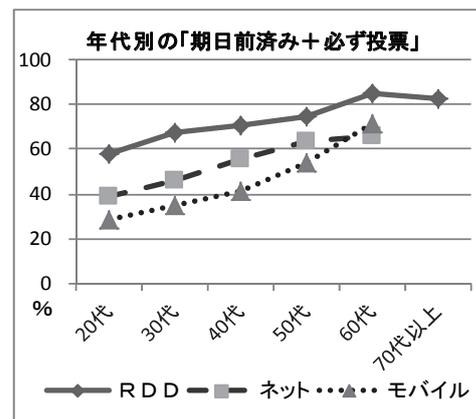
(グラフ4)



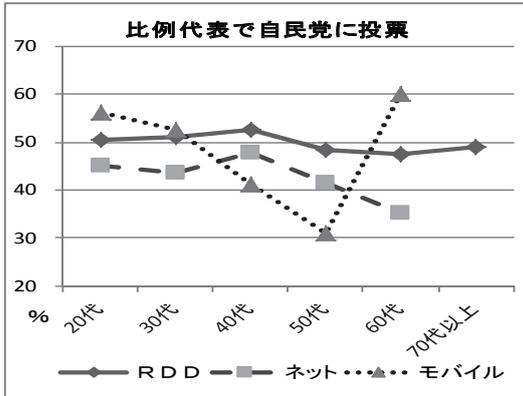
(グラフ5)



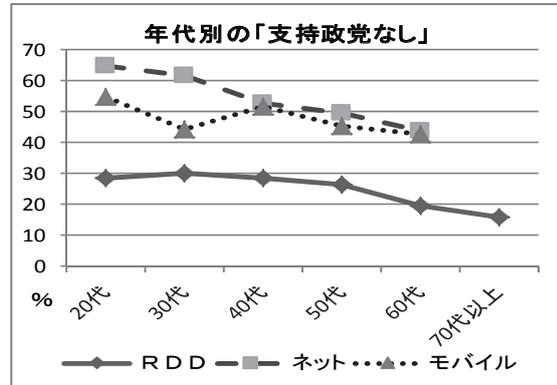
(グラフ6)



(グラフ7)



(グラフ8)



支持政党でみると、自民支持がRDD調査 37%、ネット調査 22%、モバイル調査 28%。民主支持はそれぞれ 12%、4%、4%。支持政党なしは 22%、56%、49%でネット調査とモバイル調査では半数が支持政党なしと答えている。選挙結果に影響する支持政党なし層を年代別にみると、ネット調査とモバイル調査では40代以上の割合が同じになっている(グラフ8)。ネット系調査の回答者に支持政党なし層が多い。

5. 差の原因

同年代でもこうした差はどこから来るのだろうか。調査モードごとの回答者属性の違いが大きいことに要因があるのではないかと。回答者の職業をみると、RDD調査では無職(年金生活)が多く、ネット調査とモバイル調査では民間企業(会社員)と契約・派遣社員・アルバイトが多いという傾向がある(表5)。

(表5)

	RDD	ネット	モバイル
民間企業	22	37	38
公務員団体職員	4	3	4
契約派遣バイト	9	18	19
主婦	21	17	18
無職	32	7	7

(注) ネット調査の職業分類は細分化されているので似た項目を足している

(表6) 職業別の比例投票政党

		比例投票政党 (%)			
		自民	民主	維新	まだ決めてない
企業間	RDD	37	12	5	30
	ネット	28	6	8	40
	モバイル	34	6	7	35
派契約	RDD	31	9	4	34
	ネット	17	4	6	58
	モバイル	26	3	7	44

RDD調査では無職=高齢者が多かったり、ネット調査とモバイル調査では契約派遣バイト=若年層が多かったりと、調査によって世代間の意識差が出やすいことが想像される。

次に、同じ職業で調査モードにより投票先に差が見られるかどうかを調べるために、比例代表で投票する政党を職業ごとに見た。各調査でサンプル数が多い民間企業と契約・派遣・アルバイトで比較すると、ネット調査とモバイル調査では「まだ決めていない」割合が高くなっている(表6)。比例代表で自民党に投票すると答えた人だけを年代ごとに見ても、民間企業に勤務している人も、契約・派遣・アルバイトの人も、調査モードによってばらつきが出ている(表7)。このように同一年代で同じ職業形態であっても、調査モードにより投票行動に差が出ている。

また、選挙後に行ったモバイル調査で「投票する際に参考にしたのは何か」（複数回答）

(表7)

比例で自民に投票 (%)

		RDD	ネット	モバイル
		民間企業	20代	43
	30代	33	23	40
	40代	36	33	26
	50代	35	25	24
	60代	41	44	50
	70代	41		
		RDD	ネット	モバイル
		契約・派遣	20代	19
	30代	31	17	29
	40代	29	19	21
	50代	32	13	19
	60代	34	18	
	70代	36		

を聞いたところ、テレビ 44%、新聞 37%、インターネット 24%だった。これを参考にしたメディア別に比例代表で投票した政党を見てみると、自民党がすべてでトップだが、新聞を参考にした人では自民党の割合が低く、民主党の割合がやや高くなっている（表8）。インターネットを参考にした人では自民党の割合が高く民主党が低くなっている。これは終盤情勢調査時点のRDD調査とネット調査・モバイル調査での比例投票政党の割合と似ている。

(表8) 参考にしたメディアと比例投票政党 (%)

	参考にしたメディア	比例で投票した政党					
		自民	民主	維新	公明	みんな	共産
イモ ルバ	新聞	36	12	11	5	13	11
	TV	42	8	17	4	12	6
	インターネット	49	5	11	4	11	8
RDD調査		34	13	4	7	4	5

(注) モバイル調査は選挙後。RDD調査は終盤情勢

(表9) 比例代表で投票した政党 (%)

		自民	民主	維新	公明	みんな	共産
		新聞購読	している	36	10	8	11
	していない	34	5	6	13	7	6

(注) 北海道新聞参院選後モバイル調査

か。投票行動を分けているのは、どこから主に情報を得ているかによると考えられる。この差をとらえるにはRDD調査だけでは困難である。

6. 固定か携帯か

さらにRDD調査を考えると、カバー率が問われている。固定電話を持たない世帯が増えているからで、佐藤が2006年日経リサーチモニターへの調査で、固定電話普及率を男性 94.7%、女性 96.7%としている（「電話RDD調査の課題」、佐藤寧）。2011年9月の第1回世論・選挙調査研究大会で新聞各社の調査から固定電話保有層を読売新聞 90.2%、朝日新聞 90%、毎日新聞 93%、中日新聞（静岡県）85.6%と分析がなされ、固定電話離れが進んでいることが分かる（2011年9月22日、世論・選挙調査研究大会抄録集、p38）。さらに20代や30代に限れば携帯層の割合が大幅に高くなり、RDD調査のカバー率が下

がる。

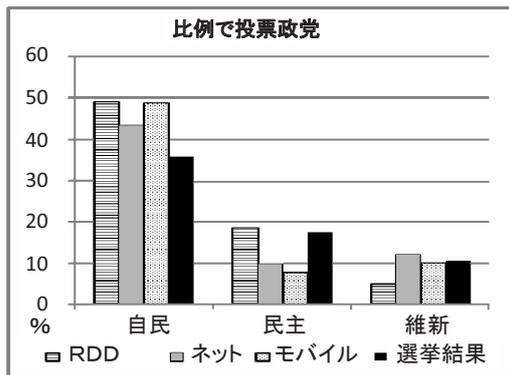
これまでの調査研究で固定電話層と携帯電話限定（優先）層で一般的に意識差はないとされてきた。しかし、参院選の調査で投票行動に関してはRDD調査とネット調査、モバイル調査では同年代でも差が見られた。RDD調査で20代や30代の捕捉率を高めることは重要だが、それだけではとらえきれない層がいるように思われる。この層の投票率が低いので今のところ影響は見られないだけだ。

情報を主にインターネットから取得している人は携帯優先層に重なると考えられ、この層を対象に調査できるのはRDD調査よりも、ネット調査・モバイル調査になる。

7. 何らかの補正は可能か

RDD調査だけで有権者の全体を反映していないからと言って、RDD調査とネット調査・モバイル調査の結果を単純に合算することはできない。

比例代表で投票する政党を固定電話対象のRDD調査とスマホ・携帯電話対象のモバイル調査で比較してみると(グラフ9)、RDD調査は自民49%、民主19%、維新5%で、モバイル調査は自民49%、民主8%、維新10%。選挙結果は自民の得票率36%、民主18%、維新11%となった。



民主についてはRDD調査とモバイル調査の数字から選挙結果も納得できるが、自民はRDD調査もモバイル調査も選挙得票率より10ポイント以上高く、どちらの調査も選挙結果をうまく予測できたとは言い難い。

自民圧勝との情勢報道が出て、自民に投票するつもりだった人が棄権したり、維新に投票先を変えたりしたものかもしれない。「1強選挙」

ではRDD調査だけでなくネット調査でも、強いところにより強く支持が集まるようだ。

単純に足すことはできないまでも、何とかRDD調査とモバイル調査の結果を使って、自民党の選挙結果の数字に近づける方法はないか考えてみる。

参院選に「大いに関心がある」と答えた人だけでみることにする(表10)。「大いに関心がある」ということは、実際に投票に行く割合が高いため、その層でRDD調査とモバイル調査の数字を検証する。

(表10) 「大いに関心」層の比例投票 (%)

	RDD		モバイル	
	自民	維新	自民	維新
20代	63	5	54	4
30代	63	8	50	12
40代	50	6	29	11
50代	41	5	20	27
60代	46	5	50	0
70代	49	3	—	—

(モバイルの60代はサンプル数わずか)

RDD調査では自民に投票すると答えた割合が実際の得票率より全年代で高いが、このうち50代では比較的低くなっている。一方、モバイル調査では20代が最も高く50代にかけて低くなっている。維新への投票割合も50代が高くなっている。RDD調査とモバイル調査の数値をうまくミックスすると選挙得票率に近づけるこ

とが可能かもしれない。

ここで考えなくてはいけないのは、投票者の年代構成、および固定電話層と携帯電話優先層の構成だ。年代別の固定層と携帯限定層の推測値については各社調査を元にできる（表11、12）。しかし、固定電話があっても固定電話を使わず、携帯のみを使う人がいる。

(表11)

固定電話保有率							%
	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	計
読売	69	83	94	94	96	96	90
朝日	70	82	94	94	95	94	90
毎日	81	86	97	95	97	97	93
中日	79	86	94	96	95	96	92

(注)「政策と調査」世論・選挙調査研究大会記念号より。中日は12年3月の郵送調査

(表12)

携帯限定率(中日調査)							%
	20代	30代	40代	50代	60代	70代	計
携帯限定	42	25	14	5	5	2	13

(固定電話ありでも携帯しか使わない人がいる)

SNSを利用する割合が高く、40代以上はニュースメディアの割合が高い。これはネットモニターの特性を反映していると思われる。ただスマホの急速な普及により、ネット調査の回答もパソコンではなくスマホやタブレット端末から行う人が増えていて、今後ネットモニターの構成が変わるかもしれない。

8. まとめ

RDD調査を元にした参院選予測は、維新の会をとらえきれなかった。紙面に数値が示された新聞社の比例議席予想は選挙結果より「自民が2議席多く、維新は2議席少ない」終盤情勢だった。

参院選では調査に当たって、対象者が重ならないように、ネット調査とモバイル調査では固定電話を使わない携帯優先層を対象にした。それでもネット調査やモバイル調査は有権者に対する代表性が担保されていないこともあり、何らかの係数を掛けて補正值を出すことは困難だった。

固定電話を持たない人が増えているという現実があり、投票行動では異なった考えを示す傾向にあることははっきりしてきた。今後もRDD調査が柱になることは間違いないが、ネット調査かモバイル調査を組み合わせ、RDD調査でフォローできない人たちに調査していく方法を研究する必要があると思われる。

《参考文献》

- 福田昌史(2010) 記者の目『携帯限定層』も数字に影響なし, 毎日新聞, 2010年11月26日付朝刊
 大栗正彦(2012) 携帯層と世論調査信頼度からみたRDD調査への影響, 政策と調査, 世論・選挙調査研究大会記念号, 66~73
 佐藤寧(2006) 電話(RDD)調査の課題, 日本行動計量学会第87回シンポジウム
 松田映二(2012) RDD調査の今後について一増加する「携帯限定層」の影響を見積もる一, 政策と調査, 世論・選挙調査研究大会記念号, 3~30