

年代・エリアを限定したネット調査の課題

－ 18・19歳×中部エリアの事例－

Issues with Online Polls for Young People in the Local Area: A Study of Young People Aged Eighteen to Nineteen Years in Central Japan

弓削 雅人

Masahito Yuge

1. はじめに
2. 調査設計
3. 準備段階
4. 実査段階
5. 課題点

〈要旨〉

第24回参議院通常選挙の投票では、選挙権年齢が20歳から18歳にまで引き下げられた。メディアが利用するRDD調査では若い対象者からの回収が極めて悪いため、選挙情勢を見極める補足手段として、インターネット・パネルの若者（18～19歳）の選挙意識を調べた。早期回答よりは後期回答で、夜間回答よりも昼間回答で「投票に行った」割合が高いことなどが明らかになった。ただし、地方では18～19歳の若者を調査するのに十分な数のパネルが確保されていない。今後の利用のためには、若年層のパネル構築が必要とされる。

The minimum voting age was revised from twenty to eighteen years for the 24th Upper House election. However, sample response rates for young persons through the Random Digit Dialing polls were very low; hence, we have used online panels for eighteen- to nineteen year-olds to predict and analyze election results. This article reports that the rate answered “I voted.” was higher in late respondents than early respondents, and similarly more people responded in the day voted than in the after-dark. However, we could not achieve a large-enough sample of eighteen- to nineteen-year-olds for analysis owing to the difficulty of reaching young respondents. We need to find ways to improve access to young people on databases in the online research industry.

1. はじめに

第24回参議院通常選挙（2016年6月22日公示，7月10日投開票）では，選挙権年齢の満18歳以上への引き下げが大きな話題となった．新たに対象となる有権者をメディアとしてどう取材し，政治参加への意思いわば「18・19歳世論」をどう調査するかを模索する中で，インターネット調査に注目した．従来の電話調査（固定・携帯，RDD方式）では，この年齢層に意見を聴くどころか接触することさえ困難であり，1,000人規模を対象にした世論調査でさえ，18・19歳の回答者が10人未満という有様．若年層を対象にした電話調査の有効性に危惧を抱いていたからである．

ただ，あくまでメディアの取材手法の一つとして，対象者への直接・個別の意見聴取と組み合わせる中での俯瞰性ある要素として実施したということを付記する．こうした経緯で実施した中日新聞（名古屋，浜松，金沢本社）発行地域を対象にした「18歳選挙権ネット調査」の実例と今後進めていこうとしている分析を報告し，年代・エリアを限定したネット調査について考える問題提起としたい．

2. 調査設計

調査対象は参院選の投票日と想定した7月10日を基準にして，この日に18・19歳で新有権者となる調査会社登録モニターの17～19歳．地域は全国に広げず，発行エリアの中部9県（愛知，三重，岐阜，長野，福井，滋賀，石川，富山，静岡）に限定した．また，若年層有権者の選挙に向けた（投票日後までの）意識変化を探るため，複数回の調査を設定．2016年2月，6月（改正公選法施行時），7月（選挙後）に行った（図表1）．

図表1. 18歳選挙権ネット調査

	期間	回答総数	男性	女性
第1回	2/25～29	504	133 (26%)	371 (74%)
第2回	6/13～17	500	147 (29%)	353 (71%)
第3回	7/12～19	516	119 (23%)	397 (77%)

最重要と考えたのは回答数で，調査報道としての信用度を高められる最低ラインとして500サンプルの確保を前提とした．ただ，調査会社の選定時に，全

国を対象にすれば確保は可能とする社が多数で、中部エリアに限定した若年層 500 サンプルの取得はハードルが高いことが分かった。結局、可能と回答したのは 1 社だけだった。実査段階での問題点でも指摘するが、実際、目標回答数の達成までに予想外の時間を費やすことになった。

3. 準備段階

インターネット調査でよく用いられるマトリクス表示型の質問票を採用した（図表 2）。電話調査では質問数を増やすことに限界があるが、ネット調査では効率的に実現した。大まかな設問数は 10 問としつつ、マトリクス表示による質問設定で 1 設問ごとに回答者にストレスがないと思われる 10 問程度まで問うことができた。また、第 2 回調査では選択肢を選んだ理由を自由記述してもらう設問も用意した（図表 3）。

質問内容は、対象年齢層（選挙時 18・19 歳）の選挙に向けた意識変化を探るという点から、政治課題への関心度とその項目などに関するものはできる限り継続・共通化させた。同時に、公示日前週の第 2 回調査では、より投票行動や政治選択が読み取れるように、投票日に実施する出口調査の質問に近い内容を盛り込んだ。さらに、事後検証とも言える第 3 回調査は、実際に投票に行ったかどうかで質問の分岐を設定するなどして政治参加への意識変化を対比させられるような工夫をした。

実施までの過程で課題となったのが、電話世論調査では当然だった政治的な質問（支持政党など）ができるかどうか。実査を委託するネット調査会社と回答者になる登録モニター間の規約等に絡むことで、当初は一部制約を受けた。

「安倍内閣を支持するか」「どの政党に関心があるか」との設問について交渉した結果、第 1 回調査では質問全体の冒頭に内閣の支持に関する質問があるとの「お断り」を示し、実際の質問にも「答えたくない」の選択肢を掲げた。ただし、第 2 回調査では「答えたくない」の選択肢付けたが、回答者の投票行動をより深く探るため、「政党への関心」から「支持」に踏み込んだ質問も設けた。これは実施時期が公示日前週の 6 月中旬で、すでに多くのメディアなどがこの種の質問を新有権者に対して行っており、この調査が現実社会に照らし突出して政治志向を問う内容ではないとの判断、初回調査時よりも、対象者の政治的な意思が具体化しているであろうとの認識が、中日側、調査会社側双方に共有されたためだと推察している。

また、3 回を通じて新聞紙面に掲載する際には、調査会社名を明記せず「民間のインターネット調査会社」とするよう条件提示があった。

図表 2. マトリックス表示型質問（第 1 回調査）

Q3 選挙権年齢が満18歳以上に引き下げられることについてどう思いますか。
【必須入力】

	1 大いにそう思う	2 ある程度そう思う	3 あまりそう思わない	4 全くそう思わない
1. 選挙権が満18歳以上に引き下げられてよかった	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 投票することは国民の義務だと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 世界のほとんどの国と同じ18歳選挙権になってよかった	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. まだ政治や社会のことが理解できていないから投票は難しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 自分が投票することで政治に影響を与えることができる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 政治や選挙の情報に関心がわいてきた	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 政治活動や選挙運動をしたいと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 面白半分に投票する若い人が増える	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 若い人の意見を反映させることができる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 政治家が若い人向けの政策を考えるようになる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

図表 3. 自由記述質問（第 2 回調査）

Q7 投票する時に重視しようと思う政策や問題はどれですか。
(複数選択可項目1、その中でもっとも重視するものは項目2)
※投票に行く予定がない方も、行くことを想定してお答えください。
※この設問は縦方向にお答えください。
【必須入力】

	1 重視する政策や問題 (いくつでも)	2 最も重視する政策や問題 (ひとつだけ)
	↓	↓
1. アベノミクスによる経済成長	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
2. 憲法改正問題	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
3. 集団的自衛権など安保政策	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
4. 原発政策	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
5. 政治家とお金、倫理の問題	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
6. 奨学金拡充など教育政策	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
7. 就職・雇用政策の充実	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
8. 子育てがしやすい社会づくり	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
9. 将来の年金や介護など福祉政策	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
10. あてはまるものはない	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

Q8 前問で「最も重視する政策や問題」として、【【Q7S2の選択内容】】を選択された理由をご自由にご記入ください。
※前問で「あてはまるものはない」とお答えの方も、選択された理由を教えてください。
【必須入力】

※500文字以内でご記入ください。

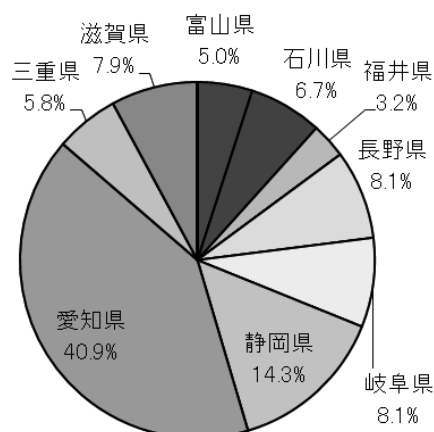
4. 実査段階

実査では、設定した有効目標の 500 サンプル到達に思いの外、時間を要することを実感させられた。メディア他社の全国対象ネット調査では 2 日程度で約 1,000 サンプルを集めているようだったが、第 1 回、第 2 回とも実質 4 日間、延べ 5 日間、第 3 回は実査立ち上がりこそ回収が多かったものの、最終的には延べ 7 日間かかった。前提として調査対象はエリアの 18・19 歳全員というわけではなく、あくまで

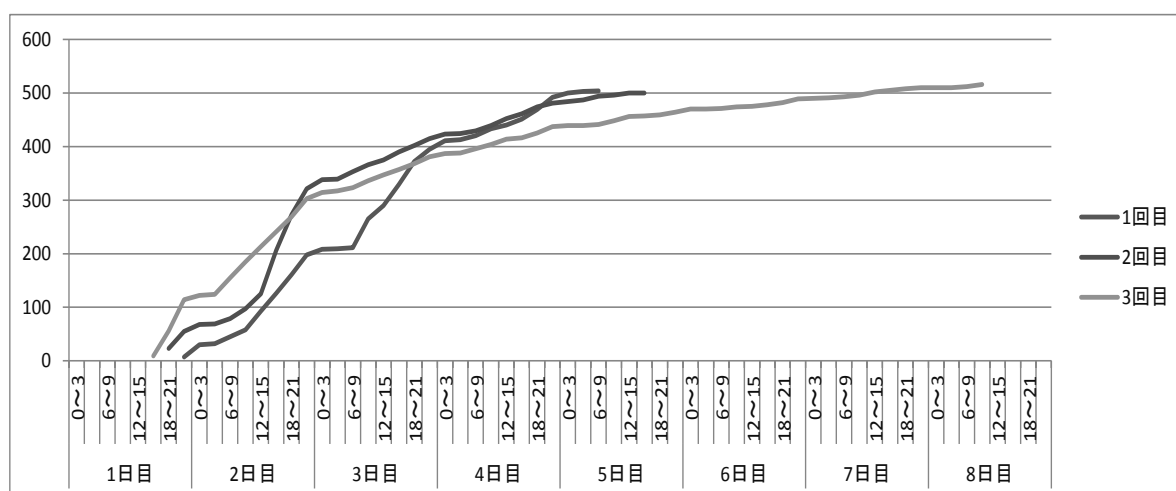
調査会社の登録モニターということがある。委託会社の場合、このエリアのうち愛知、三重、岐阜 3 県の該当モニター数は約 4000 人で、3 県の回答者数は 3 回調査の平均で約 270 人だから「回収率」は 1 桁台。通常のネットを利用したマーケティング調査などでの 10 代の回答率は 1～2 割程度との見方がある中、さらに対象年齢を絞って 500 サンプルを集めることの厳しさを痛感した。

登録モニター属性の面から見ると、回答者の県別構成比は同年齢の人口比とほぼ一致した。一方、男女比はモニター母数（愛知、三重、岐阜 3 県）の属性では女性がおおよそ 3 分の 2 で、計 3 回の調査では女性の占める比率がさらに高くなった。実施時期も結果に反映したとみられる。第 1 回は 2 月下旬で受験時期だった影響か 17 歳高校生の比率が多く、2 回目以降は大学生中心の構成となった。

図表 4. 回答者の地域別内訳（第 1 回調査）



図表 5. 実査日数と回答数の推移



図表 6. 早期回答者と後期回答者の差

(第3回調査、早期回答者＝1日目～2日目 20時13分 上段は実数、下段%)

*投票に行ったか				*18歳投票権になりよかった					
	行った	行かなかった	計		大いに	ある程度	あまり	全く	計
早期回答者	162	96	258	早期回答者	71	79	83	25	258
	62.8	37.2	100		27.5	30.6	32.2	9.7	100
後期回答者	180	78	258	後期回答者	64	108	57	29	258
	69.8	30.2	100		24.8	41.9	22.1	11.2	100
計	342	174	516	計	135	187	140	54	516
	66.3	33.7	100		26.2	36.2	27.1	10.5	100

図表 7. 昼型と夜型の差

(第3回調査、夜型＝18時～翌6時に回答した人、昼型＝6時～18時に回答した人) 上段は実数、下段は%

*投票に行ったか				*18歳投票権になって良かった					
	行った	行かなかった	計		大いに	ある程度	あまり	全く	計
夜型	169	107	276	夜型	69	102	72	33	276
	61.2	38.8	100		25.0	37.0	26.1	12.0	100
昼型	173	67	240	昼型	66	85	68	21	240
	72.1	27.9	100		27.5	35.4	28.3	8.8	100
計	342	174	516	計	135	187	140	54	516
	66.3	33.7	100		26.2	36.2	27.1	10.5	100

回答の仕方と結果との関係についていくつかの側面から分析してみる。まず実査期間中の回答のタイミングが早いか遅いかで回答者に意識差があるかどうかについて確認する。松田（2010）は郵送調査の事例を示し「政治調査では、遅めに回答する層ほど政治への関心がない」としている。今回のネット調査では、参院選の投票へ行った割合は早めに回答した層 62.8%，遅めに回答した層 69.8%で、遅めに回答した層が高くなっている。選挙権が18歳まで下げられたことについては、「大いによかった」「ある程度よかった」と答えたのは早めに回答した層では 58.1%で遅めに回答した層では 66.7%となっており、遅めの層の方が選挙への関心度・参加度の意識が高いことがうかがえる。

次に、回答したタイミングを昼型（6 時～18 時）と夜型（18 時～6 時）として比べると、投票に行った割合は昼型が 72.1%で夜型が 61.2%となり、昼型の方が投票した割合が高かった。投票権が 18 歳まで引き下げられたことについては、意識差が見られなかった。

先述したが、第 2 回調査では回答に自由記述を設けた。具体的には、投票時に重視する政策課題について、経済、憲法、原発などの選択肢から複数可で選び、そのうち最も重視する項目を 1 つだけ選択してもらい、さらにその選択理由を 500 字以内で答えてもらった（図表 3）。前段階の設問で「投票に行くつもりがない」と答えた人にも、行くと想定して回答してもらった。自由記述の欄に記入なしでは次の質問へ進めない設定としたということはあるが、「戦争は嫌い」など端的な回答は少なく、10 字以上の回答が全体の 8 割を超え、50 字以上は 13%に達した。

ネット調査に応じるこの世代が自由記述質問にどのくらい回答してくれるか。そうした事前の悩みは杞憂で、予想外の記述量を手に入れた。

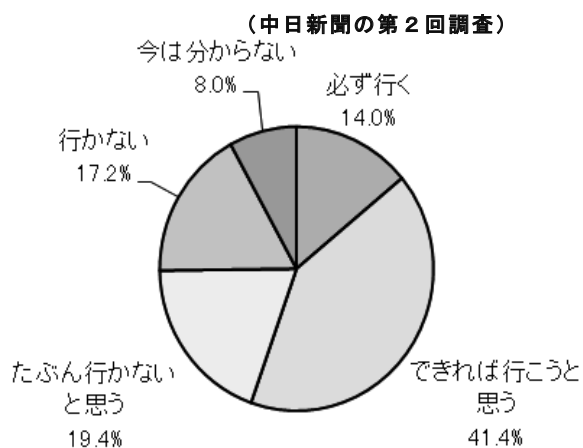
ネット調査でのパネル構成の限界と同時に、多様な情報収集手段という可能性にも気づかされた。弱点の克服と利点の有効活用に向けて、提供者も利用者もインターネット調査の運用と活用を再考してみる必要があることを指摘しておきたい。

5. 課題点

今回調査は、中部＝中日新聞発行エリアの新有権者の意識を測る視点で実施したものである。結果は回答者母体の地域的な特性を反映したものか、あるいは全国対象で同様の調査を実施した場合は違いがあるのかを検証しなければならない。

共同通信が中日新聞と公示前 6 月中旬の同時期に実施した 18・19 歳対象のネット調査と比較してみると、「投票に行くか」との質問に対して「必ず行く」「できれば行こうと思う」（共同通信の選択肢は「行くつもりだ」）を合わせた「投票へ前向きな回答」をした人は中日が 55.4%、共同通信が 59.8%で約 4 ポイントの差。中日新聞の「投票したい候補者や政党がある」に対応する「投票先を決めている」「だいたい決めている」の合計値を比べると、

図表 8. 参院選で投票に行くか



中日 24.4%，共同通信は 29.3%で約 5 ポイントの差。回答傾向に大きな隔たりはなく，年齢層に共通した政治に対する意識があると読み取れる。

他方，全国調査では東京など人口の多い大都市圏の声が回答結果に色濃く映る。中日新聞エリアで報道するという視点では，全国調査では中部地域ならではの意見を十分に捉えられないのではないかという懸念もある。地域調査と全国調査をどう組み合わせしていくかが課題となりそうだ。

複数回にわたって意識の変化を追う調査は，報道する立場では，よく用いている。例えば，単一の高校での複数回の意識調査などを実施している。今回のネット調査では，中部エリア限定で選挙時に 18・19 歳という条件で対象者を選定したが，3 回連続で回答した人は 106 人で約 2 割程度だった。ネット調査はパネルの構築方法により，無作為抽出による世論調査のような代表性は担保されないことが多いが，上述した高校生調査のようなものと比べると回答者属性の画一化を回避しているという点で，一定の意義があると考えられる。

選挙権年齢引き下げは今回だけの注目点となるが，「投票に行った」と回答した 18・19 歳で「次回も投票に行く」と答えた人はこの調査で 84%に上っている。彼らが次回，そして次回選挙で 18 歳が政治参加をどう感じるか。対象年齢を限定させたネット調査がそれを探る手法の 1 つとして活用できるか，さらに事例を積み上げていく必要がある。

（中日新聞名古屋本社 選挙調査室）

＜参考文献＞

松田映二（2010）．郵送調査の回答特性—謝礼・調査テーマ・調査主体が調査に及ぼす影響—．行動計量学, 37(2), 159-188.