

第354回産業事情検討会（10月26日開催）

揺れ動く世界を読み解く －世論の力と経営への影響要因－

日本放送協会ラジオセンター チーフ・プロデューサー 岩本裕氏

ランダムサンプリング

だれがどう選んだのか。この問題についてきちんと考えている人がいたのです。「200万人調査に勝った3000人調査」というもので、1936年のアメリカ大統領選挙で、ある雑誌社が200万人に聞いて「ルーズベルトが負ける」という結果を出した。しかし、ギャラップは3000人に聞いて「間違いなくルーズベルトが勝つ」と発表した。結果は、ルーズベルトが勝ちました。

その雑誌社は自分のところの購読者や自動車の購買者名簿をもとに電話調査をした。ギャラップは、科学的に属性ごとにこれだけの人に聞くということをやった。後に、それでも歪むということはわかったけれども、目標を定めて聞くことによって数千人の調査で大丈夫だということが初めて証明された。その科学的な調査が「ランダムサンプリング＝無作為抽出」というやり方で、「中心極限定理」という数学の定理です。それに「対数の定理」を組み合わせたものです。

ここで重要なことは、どのぐらいの誤差が出るかということが計算できて示せる。これがもう1つの科学的根拠で、1億人の日本人の意識を調べるのに1000人の調査で十分だということがわかる。

リアル・ポリティックスのデータで「MoE＝Margin of Error＝誤差」と書いてあるように、アメリカの調査は「誤差」を全部出してくれます。（中略）

日本の世論調査とその特徴、メディアとの関わり

「集団的自衛権」を巡って

読売新聞の2014年5月12日の朝刊一面トップ、「集団的自衛権71%が容認」という見出しにびっくりしました。しかし、読んでみると「全面的に使えるようにすべきだ－8%」、「必要最小限の範囲で使えるようにすべきだ－63%」で、合計で71%ということです。対して「使えるようにする必要はない－25%」です。

その1か月前、朝日新聞（2014.4.7 朝刊一面）は、「行使容認 反対63%」と出しています。読売新聞とはまったく反対です。「行使できない立場を維持する－63%」で、「行使できるようにする（ほうがよい）－29%」です。

「中間的選択肢」を使うということ

たった1ヶ月で日本国民はそんなに大きく世論を変えたのか。そうではありません。非常に有名な「中間的選択肢」が使われた結果がここに表れています。回答の中身のグラフを見てみると中間的選択肢が大きく占めている。

実は、日本人は中間的選択肢が好きなのではないかということが、国際比較の調査研究があります。（林知己夫・林文 1995年 「国民性の国際比較」）アメリカ、フランス、イギリス、ドイツは、基本、右か左か、どちらかに偏っている。しかし、日本は特に中間が非常に多い。日本人

は中間選択肢が好きだということが、地域性と国民性の2つからみて言えるという。中間的選択肢を使うことによって、読売新聞の回答のように賛成が7割を超えるというようなことになってしまう。

「場合によっては」、「慎重に検討すれば」、「必要最小限の」、「～しても仕方がない」、「事情があれば」などは、質問で使うことはできるだけ避けたい言い回しで、基本、使うなということにしている。(中略)

危機を迎えている世論調査

今、アメリカでは電話調査の回収率が9%に落ちてしまっている。(日本は50~60%の間) 2012年の大統領選挙の予測精度をみると、その誤差が平均0.9~7.2となっていて、7.2ではもう全く外れている。ギャラップの電話調査はダメだということになってしまった。

2014年のアメリカの中間選挙ではニューヨークタイムズとCBSがYouGovのネット調査を採用してしまった。YouGovは「ネットにアクセスしない人を含めた結果を出せる調査」だと言っていて、ギャラップは2016年大統領選の予測から撤退です。それで、YouGovの調査は非常に重要なものになっています。(中略)

最後に

調査する立場から、どういうことが大切かということについて少しお話したい。

1. 科学的な調査かーランダムサンプリングか。調査人数や回収率は。本当に信じられるかどうかをチェックする。
2. 質問に余計な文や誘導はないか。質問が長くなっていないか、等、気をつけて。
3. 選択肢に変なものはないか。「中間選択肢」も含めて意図的なものはないか。
4. 誤差・DK・NA・メイキング・・・DK=Don't Know NA=No Answer が多いのは、どこか変な操作が加えられていないか。メイキングは「捏造」です。

以上はすべて「バイアス」ですが、そういうバイアスがないかどうか、しっかりチェックしてみていただきたい。(「世論調査とは何だろうか」岩本裕著 岩波叢書 参考)

リテラシーを養おう

最後に、「やっぱり数字は疑った方が良い」ということです。数字は信じやすいけれども危険なものでもある。メディアに携わる立場からは、基本的に「見出し」がつかないものはニュースではないということです。

見出しをつけるためには数字を「フレームアップする」ということをやるわけです。たとえば、憲法に関するNHK世論調査2014で、「改正する必要がある」が28%、「改正する必要はない」が26%だった。どう見出しをつけるか。普通では「2ポイント高い」と言います。でも、それは間違いで「同程度」とするのが正しい。「誤差」を含むと同程度でしかないからです。

でも、実は「同程度」と書くのは本当に難しいことです。実際、「同程度」と発表した途端に猛烈な抗議の電話が来る。「2%も差があるではないか」、「間違っている」、「NHKは操作している」という抗議です。「NHKは〇〇政権に反対しているのではないか」というものも多い。是非、リテラシーを養っていただきたいと思っている。