

## 世論調査部 世論観測レポート解説コメント

日経リサーチは6月5日、自動音声応答通話（オートコール）を使った「世論観測」サービスの開始を発表したが、同時にこの調査手法を使って作成した「2020年緊急事態宣言下の世論観測レポート」を公表した。

レポートは緊急事態宣言下の世論の変動を分析しているが、オートコール調査の特性や世論観測という手法を理解していただくための情報も盛り込んでいる。ここではこのレポートのポイントを簡単に解説する。詳細は今後連載コラムの中で順次触れていきたい。

### ・調査概要（P2）

今回結果を公表した10回の調査はオートコール調査の特性を掴むために試行的に実施したもので、公表したのはその一部であるが、偶然、緊急事態宣言下で毎週、ほぼ同一のスペックで実施することとなった。固定電話と携帯電話は同じ比率で実施したが、これは試行調査だからで、集計結果は調査概要の記載通り、固定電話3対携帯電話7となるよう調整した。この比率の重要性については、今後、コラムで詳しく説明したい。

### ・各回の回答率（P3）

オートコール調査の実施例は珍しくないが、具体的な回答率を公表することはあまりない。今回は本調査の品質を示すために掲載した。発信番号はACC（オートコールチェック）と呼ばれる方法で事前にスクリーニングを行い、実在する番号にのみ架電している。実際に電話に出ていただいたうち、回答率は10%程度であるが、基準が異なるため、世論調査の回収率（40%台）とは比較できない。世論調査で用いるRDD法は回答率が複雑に定義されている。このことも含め今後、解説していきたい。

### ・回答者の属性（P4）

携帯と固定の比率の調整後の世論観測の回答者を、日本全国の有権者の人口分布と比較すると、男性・年配層が多めという若干偏ったサンプルとなっていることがわかる。ならばこれを、有権者の人口構成比にあわせて再調整（ウエイトバック集計）すればよいのではと思われるかもしれないが、そうしないのは、第1回のコラムにも書いたように、属性の調整がむしろ歪みを拡大させる危険性があるから、というのがその理由の1つである。\*

\*ウエイトバック集計については、した場合もしない場合もそれぞれ優劣点があり、賛否両論に分かれる。どちらが明確に優れているという結論は出てない。

#### ・調査結果を分析する場合の注意点 (P5)

「世論観測」調査の読み方や設計の仕方は、オートコール調査でなくても、例えば Web 調査で行った世論観測であっても、必要な手続きは変わらない。その中で最も重要で、なおかつわかりにくいのが、調査結果の数値の読み方だ。世論観測では世論調査とは全く異なった読み方をする必要があるのである。P5 には世論の分析ができる例とできない例を解説したので、理解の助けにしていきたい。大事なことなので、レポートでは調査結果を掲載したページの下部に注意書きで同様の説明を入れた。詳しくは改めてコラムで取り上げたい。

#### ・調査の仕組み (フレーム) について (P6)

世論観測は同一の基準で設計された設問同士 (時系列も含む) でしか比較できないことはすでに示したが、そうすると、そのような比較をできるようにするために、設問設計時に基準を揃える必要がある。基準は複数種類あってもよいが、できるだけ少数に揃えたほうが比較できる情報が増えるので、調査結果の有用性が高まる。今回の調査では、大きく 4 つのフレームに全ての設問を当てはめて調査を実施した。

#### ・調査結果 (P7~13)

調査結果の一部を紹介したが、比較できない値同士を同一のグラフ上に掲載すべきかどうか悩ましい判断だった。結局、グラフは見やすさを最優先して、すべてのページに比較できる数値とできない数値を注意書きで明示した。緊急事態宣言下で世論がどのように変動したのか、その解釈は皆さんに委ねるとして、その際には、P5 で示したデータの正しい見方を必ず念頭に置いていただきたい。このレポートを公表したとき、一部のデータについて、SNS 上で「内閣支持率が 20% 台に落ち込んでいる」といった話題があったようだが、この数値の大きさには意味がないことに注意していただきたい。

#### ・調査項目一覧 (P14~17)

調査結果を解釈するための、実は一番重要な情報がここにあるとあっていい。調査の回答は、どのような設問文で聞いて、どのような選択肢をあげた結果なのか、ということはもちろん、設問がどのような順序で聞かれたのかということにも影響を受ける。調査結果を見る際には、全ての調査項目を必ず確認していただきたい。

詳しい内容は今後、連載コラムで順次解説させていただく。