

日本の世論調査における妥当性と信頼性に関する研究

関西学院大学大学院 大山康平

1. 研究背景と目的

一般市民の政治的意見・スタンスなどを調査しているのが「世論調査」である。日々世論調査の結果が報じられ、調査主体によって結果が異なることもある。なぜ、マスコミによって結果が異なるのか。社会調査としての世論調査は、世間一般の政治的意見を適切に調査・分析したものであるといえるのであろうか。世論調査に対しては、ワーディング・サンプリング等様々な観点から批判・疑問の声が上がっている。しかしながら、マスコミ各社によって実施された過去の世論調査を統計的に分析・比較検討した先行研究は殆どなされていない。本研究では、入手可能なマスコミ各社によって実施された過去の世論調査結果のデータに統計解析を施し、マスコミ各社発表の世論調査の結果間に①統計的有意差が見いだされるのか、②統計的差があった場合には、その背景を検討することとする。

2. 方法

大学図書館のデータベースや一般公開されている世論調査の集計データを利用した。調査対象は、NHK、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、読売新聞、日経新聞、JNNの7社とし、分析の対象期間は2014年1月から2018年6月までの4年半分とした。分析に当たっては統計ソフトSPSS 25を使い、独立したサンプルのt検定、一元配置の分散分析とその後の検定として多重比較などを行い、統計的仮説検定を行った。また各社ごとに少しずつ異なる調査設計を変数化し、設計が結果にもたらす影響を検証した。また「統計的な比較のできない項目」として「米軍普天間飛行場の名護市辺野古への移設問題」をケースとし、ワーディングによる世論調査を利用した世論誘導の考察も併せて行う。

3 結果

分散分析と多重比較の結果、帰無仮説である「世論調査の結果（数値）に統計的有意差はない」が棄却され、世論調査の結果が新聞社によって異なる可能性があることが判明した。また、世論調査に携帯電話を含むか否か、また、「よりお気持ちに近いのは」と尋ねるような重ね聞きをするか否かといった質問の基本設計の違いが世論調査の結果間に統計的有意差を生む可能性があることが判明した。

4 結論

結論として世論調査には統計的有意差があり、理由としてはワーディングやサンプリングの違い、重ね聞きなどマスコミ各社による設計の違いが差を生むことが明らかになった。本研究の結果から必要と考えられるのはマスコミ間統一ルールを作成であると考えられる。また誘導的・恣意的と捉えかねられないような質問文での調査を行わない、同じ質問を最低10回以上の調査で継続して行うなど社会調査として自然な形での調査を行うことが求められていると考える。

文献

岩本裕 (2015) 『世論調査とは何だろうか』 岩波新書

井田正道 (2013) 『世論調査を読む—Q&Aから見る日本人の“意識”』 明治大学出版会

鄭躍軍 . (2015). 『日本における世論調査の信頼性と妥当性の統計学的検証 (第3部 研究発表, <特集> 特別研究大会報告).』 日本世論調査協会報「よろん」, 115, 46-50.