調査方法の変化と改善のための検討

1 はじめに
2 実態調査
3 意識調査
4 選挙世論調査
5 おわりに

荒牧 央

1 はじめに

本稿では1996年からの25年間を中心として，NHK放送文化研究所（以下，文研）が実施してきた世論調査の調査方法[1)]について述べる。世論調査では，意見や行動の変化をみる場合には調査方法を変えないことが原則である。文研の世論調査も例外ではなく，長期間にわたって同じ方法で継続している調査もある。しかし，全体を通してみると，社会の変化や新たな調査手法の発展などに応じて調査方法も変わってきている。その中でもこの四半世紀は，それ以前と比べて調査方法が大きく変化し，かつ多様化した時代だった[2)]。

表1は，実態調査も含めた文研の世論調査の主な調査方式が，どのように移り変わってきたかを概略的に示したものである。戦後にランダム・サンプリングによる調査が始まってから1960年代までは，どの調査機関もそうであったように，ほとんどの調査が個人面接法によって行われていた。1970年代に入ると，実態調査である全国個人視聴率調査や国民生活時間調査は個人面接法から配付回収法に方式を変更した。これ以降は，意識調査は個人面接法，実態調査は配付回収法という使い分けが長らく続くことになった[3)]。また，1970年代にはサンプリング方法や職業質問，調査不能分類なども現在とほぼ同じ形となり，今の文研の世論調査のスタイルが確立された時期だったといえる。

表1　主な調査方式の変遷

	実態調査	意識調査				政治意識調査
～1960年代	面　接	面　接				面　接
1970～90年代	配付回収	面　接				面　接
1990年代末	配付回収	面　接				電話（名簿法）
2000年代前半	配付回収	配付回収		（面接）	電話（固定）	電話（固定）
2010年頃	配付回収	配付回収		（面接）	電話（固定）	電話（固定）
2010年代後半	配付回収	配付回収	郵送	（面接）	電話（固定・携帯）	電話（固定・携帯）

電話は，名簿法以外はすべてRDD法

その後も，実態調査については現在に至るまで配付回収法のままで変わっていない。一方，意識調査では2000年代になると個人面接法に代わって配付回収法が使われるようになり，機動的な調査ではRDD（Random Digit Dialing）法による電話法も使われるようになった。2010年頃からは郵送法の調査も少し増加している。今日では実態調査，意識調査ともに配付回収法が主流となっており，意識調査では電話法（固定・携帯併用のRDD法）や郵送法も使われているという状況である。

2 実態調査

(1) 全国個人視聴率調査

テレビ・ラジオの視聴率調査は，当初，個人面接法で行われており，放送翌日に調査員が訪問して番組ごとの視聴を尋ねる「助力想起法（翌日面接法）」という手法が用いられていた。しかし，1971年からは配付回収法に変更し，5分ごとの時刻目盛りが入った日記式調査票に記入（マーク）をしてもらう形式となり，調査の対象期間も1週間と長くなった。その後，調査の対象年齢や視聴率の定義の変更を経て，1974年にはほぼ現行の方式となった。1974年以降は細かい点の変更はあるものの，基本的には同じ方法で今日まで継続している。

この間，新しい技術を視聴率調査に導入しようという試みもなされている。2000年代の半ばには，当時普及が進んだ携帯電話の端末を，視聴率調査の調査機として利用する方式が検討されたことがあった。携帯電話にはテレビリモコンとしても使える機能を持つものがあり，その端末に専用のソフトを組み込むことによって，リモコンのボタン操作と時刻を記録し，データを送信するというものである。しかし，テストの段階になると携帯電話リモコンの使い勝手などの問題が明らかになったほか，何よりも協力率の低さがネックとなって実用化には至らなかった（上村 2009）。

また，視聴率調査の時刻目盛り日記式調査票をウェブ画面上に再現する

「Eダイアリー」の開発を2008年度から行った。もともとは有効率の低下が顕著であった若年層への対応策として考えられたもので，「インターネットに馴染んだ若年層から順次新方式に切り替え，新方式と現行方式（以降，マークシート方式と表記）のミックスモードで調査を継続しながら将来的には新方式に完全に転換する」（小島 2012:49）ことを想定していた。予備調査の段階では，操作性については問題がなかったものの，記録の正確さの点では懸念が残る結果となった。2009年に実施した実験調査の結果，Eダイアリーは従来のマークシート方式とはデータの同質性が確認できず，Eダイアリーを現行方式とのミックスモードで利用することは妥当ではないと結論づけた。ただし，調査方式の受容性が確認できたことから，Eダイアリーはインターネットユーザーなど特定層のメディア利用を機動的に測定する調査方式として，開発・利用されることになった。

（2）幼児視聴率調査

幼児視聴率調査は1990年からほぼ毎年，東京駅30キロ圏の２～６歳（1996年までは４～６歳）の未就学児を対象として行っている調査で，15分ごとの時刻目盛り日記式の調査票を用いている。

調査方式は調査開始以降，配付回収法ではなく郵送法で実施していたが，全国個人視聴率調査などと同様に，有効率が漸減傾向にあった。そこで，調査相手に郵送で回答を依頼し，ウェブサイトで回答してもらう「郵送依頼WEB回答方式」を導入することで，有効率の改善が図れないかを検討することにした。調査票の記入は「保護者」に依頼しているが，実際の記入者は主に母親で，20～40代の女性が中心であり，インターネットとの親和性が高いと考えられたためである（星・渡辺 2018）。

2016年から2018年まで3回の実験調査を行い，調査日の１週間前に協力依頼状，調査日直前に入力方法とID，パスワード等を郵送し，WEB調査画面または調査アプリを通して回答してもらった（星 2019）。検証を重ねた結果，「有効率が郵送法を上回ること，回答者のサンプル構成（保護

者の職業）が郵送法より実態に近いこと，調査を継続するうえで質問項目の追加や変更が容易であること，ウェブやアプリを用いることで回答者（特にこの調査の対象者である20～40代の保護者世代）の利便性が向上すると予想されること」（山本 2019:3）などから，2019年の調査で正式に「郵送依頼WEB回答方式」に変更した。

（3）国民生活時間調査

1960年から5年ごとに実施している国民生活時間調査は，1960年と1965年の2回を個人面接法で行っている。調査員が調査対象日の翌日に面接し，前日の生活行動を聞き取るという方法だった。1970年の調査からは配付回収法に変更し，調査相手自身が15分単位の時刻目盛りに生活行動を記入する方法になった。配付回収法に切り替えた第1の理由はプライバシーへの配慮で，対面では回答しにくいことも，本人が記入して調査員に渡すのであれば抵抗が少ないと考えたためである。第2の理由は，翌日ではなくその日のうちに本人が記入したほうが実態に近い把握ができると考えたためである（中西ほか 1985）。

1995年には，調査相手が具体的に記入した生活行動を事後にコーディングするアフターコード方式から，あらかじめ分類された生活行動の欄に線を引いてもらうプリコード方式に変更した。事前に実施した実験調査からは，アフターコード方式とプリコード方式では結果がやや異なり，直接の比較ができないことが明らかになっていた。そのため，1995年はプリコード方式の調査と並行して，従来のアフターコード方式による調査も実施している。その後は，2005年にインターネットの行動分類を設けるなど調査票の一部の見直しを行っているが，大きな変更は行っていない。

3 意識調査

(1) 個人面接法から配付回収法へ

文研が実施する放送意向調査や国民世論調査などの意識調査では，原則として個人面接法が用いられてきた。個人面接法では調査員が調査相手本人を確認できること，量の多い質問や込み入った質問ができること，有効率が高いことなどが利点とされている。しかし，個人面接法の有効率は1980年代から下がり始め，2000年頃から大きく低下した。

その背景には，人々の生活の変化やプライバシー意識の高まりがあると考えられる。住民基本台帳についても，ダイレクトメールの発送を目的とする利用が多くを占めることや，閲覧制度を悪用した事件が発生するなどしたことから，閲覧制度に対する批判が高まっていた。2005年には個人情報保護法，2006年には改正住民基本台帳法が施行されている。NHKでは2004年に起きた番組制作費不正支出問題の影響も大きかった。

こうした有効率低下への対策の1つとしてとられたのが，個人面接法から配付回収法への転換である。1990年代に入ってからは，意識調査でも調査テーマによっては配付回収法が徐々に使われるようになっていたが，2004年頃からは，調査の内容や時系列比較などの理由から個人面接法で実施することが望ましい調査を除き，個人面接法よりも高い有効率が期待できる配付回収法でできるだけ実施することにした。個人面接法による調査はしだいに少なくなり，最近10年間に実施したものをあげると，2012年の「安全保障意識・復帰40年の沖縄」「中学生・高校生の生活と意識」「デジタル時代の新しいテレビ視聴（テレビ60年）」，2013年と2018年の「日本人の意識」，2017年の「日本人と憲法」で，いずれも時系列比較を目的とした調査である。

また，NHK以外でも郵送法や配付回収法などの自記式調査を再評価する動きが目立ってきた。海野（2008）は自記式調査を見直すべき理由として，面接調査で高回収率が必ずしも確保されなくなったこと，調査員の

質を一定水準に保つことが困難になったこと，ほとんどの回答者は調査票を自分で読んで回答を記入する能力を有していること，面接者と顔を合わせる必要がなく自分で時間を選んで回答できることの4点をあげている。NHKが配付回収法を採用したのは，視聴率調査や生活時間調査を長年実施してきたことで，配付回収法のノウハウの蓄積や手順の標準化がなされており，それを意識調査に応用できたということが大きい。一方で，配付回収法は個人面接法に比べて有効率が高いとはいえ，長期的には有効率が低下する傾向にあり，個人面接法と同様の問題を抱えているといえる。

(2) 有効率低下対策

これまで，有効率低下への対策としては，調査不能や調査員の訪問記録の分析などを随時行ってきた。増加してきた調査不能の内訳をみると，拒否と短期不在によるものが増えており，特に拒否の増加が顕著である。配付回収法では調査不能の中で短期不在の割合が小さいが，拒否が大きく増えている点は個人面接法と変わらない。したがって，調査の有効率を維持していくには，拒否をどう減らすかが最大の課題になってくる。

2002年の「日本人と憲法」調査（個人面接法）では，調査相手に対して郵送による追跡調査を実施した。そのうち調査不能者を対象とした追跡調査において，世論調査に協力するうえで必要だと思うことを尋ねたところ，多かったのは「個人的な情報が外部に漏れないこと」「調査をする団体が信頼できること」「趣旨や目的がくわしく説明されること」などであった（山内・米倉 2002）。このことは個人情報の扱いや調査主体への信頼だけでなく，調査の趣旨を理解してもらうことの重要性を示している。

また，2007年には「ネットワーク社会の中のテレビに関する世論調査」（配付回収法）の調査相手に同様の追跡調査を行った。その中で，調査に関して不快だ・いやだと感じたこととして多くあげられたのは，有効の調査相手では「調査結果がどう役立つのかわからない」「住所や名前が知られている」「質問が多い」の順だったが，不能の調査相手では「調査員が自

宅に来る」が最も多く，次いで「住所や名前が知られている」「調査結果がどう役立つのかわからない」の順だった（関根 2007）。調査に回答しない人にとってはプライバシーや調査の意義の問題以前に，調査員が自宅を訪ねて来ること自体が忌避されている状況がうかがえる結果である。

2006 年には調査相手の不信感や不安感を減らすため，事前に送るあいさつ状を郵政はがきから圧着はがきに変更し，調査の方法や個人情報の取り扱い，調査相手の選び方などについて詳しい説明を記載するようにした。このことで直接有効率を向上させる効果はなかったものの，調査相手からの問い合わせを大きく減らすことができた（小野寺 2007）。あいさつ状のほかにも，調査員証明書を写真入りのものにしたり，訪問メモを改善したりするなどの対策を行った。

（3）調査方式の比較

配付回収法の調査が増加してくると，従来の個人面接法と回答にどのような違いがあるのか，比較はできないのか，あるいは有効率向上のため個人面接法に配付回収法などを組み合わせる「ミックスモード」が可能なのかという議論もなされるようになった。また，当時は調査の外部委託化がかなり進んでおり，今後，時系列調査を外部の調査会社に委託した場合，データの連続性が保たれるのかということにも関心が向けられた。

そこで，2008年の「第8回日本人の意識・2008」調査に合わせて，調査方式間の違い，およびNHK実施と外部委託との違いを検証するための実験調査を実施した。その結果，個人面接法と，自記式調査である配付回収法および郵送法とでは結果の違いが大きく，2割から4割近くの選択肢で標準誤差を超える回答差があった。一方，配付回収法と郵送法の回答はかなり一致しており，回答差はほぼ標準誤差の範囲内だった。ただし，一部の選択肢では違いがあったほか，配付回収法に比べて郵送法の無回答率が高い，代理記入がやや多いなどの傾向もみられた。こうしたことから，調査方式が異なる場合は質問項目によって結果が異なるため，結果の比較

やミックスモードの可能性を見出すことができなかったとしている（調査方式比較プロジェクト2010）。1976年の調査方式比較研究でも「回答の出方が調査方式によって違うと推定されるので，同一調査の中で，調査相手によって異なる方式を使い分けること（例えば，老人には個人面接法を用い，若者に配付回収法を用いるなど）は，避けた方がよい」（NHK放送世論調査所1977：5）と結論づけており，ほぼ同様の結果となった。ただし配付回収法と郵送法については結果がかなり近く，回答の違いをさらに小さくできる可能性もある。ミックスモード調査に向けては，今後も研究を積み重ねる必要があるとされた。

また，同じ個人面接法で，NHKが実施した調査と外部に委託した調査を比較すると，両者の回答はほぼ一致しているが，一部の質問ではかなり異なっており，調査機関の違いによる影響があると考えられる。その後，2013年にも同じ内容の調査をNHKと外部機関で実施し，結果を比較した。このときは両者の違いが小さくなるよう，調査材料や調査員への指示をさらに工夫するなどして対策を講じたが，それでも2008年と同様の回答の違いがみられた（星 2014）。

（4）郵送法の拡大

郵送法による調査は以前から行われてきたが，調査期間が長いことや込み入った質問ができないこと，本人確認ができないことから調査の数は少なく，地域調査や特定年齢層の調査など，比較的規模の小さい調査で使われるケースが多かった。そのため，郵送法に関する経験も十分とはいえなかった。しかし2000年代になると，前述のように個人面接法の有効率が低下したことや，従来有効率が低いとされてきた郵送法が新聞社などで評価されるようになったこともあり，文研でも郵送法に関する検討に力を入れるようになった。

2008年には前項のように調査方式の比較を行い，郵送法についても実施方法の標準化に向けた手がかりを得たが，2010年にはさらに郵送法に

絞って詳細な検討を実施した。2010年の実験調査では回答分布の比較だけでなく，郵送法における代理回答や有効の定義，返送締切や督促などの調査日程，調査票やその他の調査材料，中間的選択肢など，多角的な検討を行った（小野寺 2011など）。同様の比較調査は2013年にも実施している。

こうした検討を通じて郵送調査の標準的なスタイルがある程度固まっていき，成果は部内報告書としてまとめられた。その後も随時比較調査を実施したり，調査日程や調査材料を改善したりするなどして検討を続けており，知見を部内向けのガイドブックに反映させている。

（5）WEB式調査の開発

郵送法は，個人面接法や配付回収法で調査員が接触できない調査相手にも調査票が届けられる（調査相手の側からみれば，調査員に会わなくても調査票を受け取れる）ことがメリットである。しかし，郵送法でも若年層の有効率は低い傾向にあり，ほかの調査方式の課題が克服されたわけではなかった。次いで検討されたのが，回答にWEBを利用する方式である。

WEB調査やインターネット調査というと，一般的にはアクセスパネルと呼ばれる調査会社の登録モニターを対象にした調査を指すことが多いが，そうした調査はサンプルに代表性がないため，世論調査に用いることはできない。ここで検討したのは調査会社のモニターを使った調査ではなく，住民基本台帳から無作為抽出した調査相手にWEB上の調査票に回答してもらうWEB世論調査（以下，WEB式）である（ミックスモード研究プロジェクト 2018a）。

その成果の1つが，意識調査ではなく実態調査の例であるが，先に紹介した幼児視聴率調査の調査方式の変更である。幼児視聴率調査は東京駅30キロ圏の幼児を対象として郵送法で実施していたが，有効率の低下が課題となっていた。そこでインターネット経由で回答してもらうことで有効率の改善を図ろうとWEB式の導入を検討し，3回の実験調査を重ねて，

2019年には調査方式を正式に郵送法からWEB式へ切り替えた。

もう1つの試みは，意識調査におけるWEB式の導入の検討で，2016年と2017年の2回，WEB式の実験調査を行った。調査の流れは幼児視聴率調査とほぼ同じで，事前に協力依頼のはがきを郵送し，その後ログインの手順や回答入力に関するFAQとともに回答を依頼した。ただし回答方法はWEBに限定せず，WEBで回答のない調査相手には紙の調査票を送付する，WEB式と郵送法のミックスモード（WEB先行型）を採用した。

実験調査の結果，有効率やサンプル構成は比較用の郵送調査と比べても遜色のない水準だった。回答も，マトリックス形式の質問で両端の選択肢が選ばれにくい傾向があるものの，全体的にみればほぼ違いがなかった。これらの結果から，適切な調査設計と調査材料があればWEB式の世論調査は可能だとしている。ただし，若年層の有効率向上という点では期待したような効果はみられなかった。また，一部の質問では方式による回答差が大きく，継続した検証が必要と考えられる（ミックスモード研究プロジェクト 2018a, 2018b）。回答デバイスの違いによる調査結果への影響なども，さらに精査する必要があるだろう。

(6) 電話法の変遷

電話調査は文研でも1980年代から研究が行われ，1990年代には少しずつ使われるようになった。電話調査はアメリカなど海外での導入が先行していたため，国際比較調査などに使われることもあったが，当初は選挙調査や政治意識調査での利用が中心であった。一般的な意識調査で電話調査がよく使われるようになったのは2004年頃からで，RDD法が導入されて以降のことである。

RDD法以前は，住民基本台帳や選挙人名簿から調査相手を抽出し，電話帳などで電話番号を調べて調査をする方法（名簿法）が主に使われていた。しかし，電話帳の電話番号掲載率が都市部を中心に低下し，電話番号が判明しないために調査不能となるケースが多くなった。そのため，非掲

載者も含めて電話番号をランダムに抽出するRDD法の検討を進め，2002年に3回の比較実験調査を行った。比較実験調査からは，電話帳に電話番号を掲載している人と掲載していない人では，属性や回答傾向に大きな違いがあることが明らかとなった。そして名簿法では電話帳非掲載者がサンプルから欠落することで，属性や調査結果に歪みが生じる可能性が高いと考えられたことから，電話調査にRDD法を導入することとした（加藤2003）。それ以降，番組と連動した調査や地域調査など，機動的な調査でRDD法による電話調査が使われるようになっていく。

当時のRDD法は固定電話のみを対象とするものであったが，携帯電話の普及に伴って，家に固定電話がなく，携帯電話のみを所有する「携帯限定層」が若い人を中心に増えてきた。ただし，固定電話のみを対象とした調査でも，調査結果全体には大きな影響はないとする見方が多かった。しかし，電話調査における若年層のサンプル構成比は徐々に低下しており，固定電話のみでは今後，調査結果の偏りが無視できなくなることも予想された。また，携帯電話を調査対象に含めることで，世論調査への信頼を高める効果もあると考えられた。2014年には，日本世論調査協会と，NHKを含む6社が共同でRDD携帯電話調査の実験調査を行っている。文研でも2015年に独自に携帯電話の実験調査を行い，実用化に向けた課題も明らかになった（小野寺 2016）。その後も検討を続け，2016年12月の「社会と生活に関する意識・価値観」調査では，固定電話と携帯電話による電話法を導入した（萩原 2017）。

一方で，携帯電話の番号は地域の判別ができないため，地域を限定した調査には使うことができない。そのため，地域調査では固定電話のみを対象とする調査を継続していたが，サンプル構成比が高年層に大きく偏ることが問題だった。そこで，郵送法の実査期間を可能な限り短縮し，機動性を高めて固定RDD調査の代替手段とする方法も試みている（萩原 2019）。固定電話のみを対象とする電話調査は，2018年の前半までは実施していたが，それ以降は実施していない。

(7) 定例の政治意識調査

定期的な政治意識調査については，1990年代には編成局に担当が移っていたが，電話調査との関連で簡単に触れておきたい。もともと政治に関する世論調査は，個別のテーマを設定して調査を行っていたが，1976年からは「くらしと政治」調査として定期的に実施するようになった[4)]。調査方式は個人面接法で，回数は年に2回程度である。1998年4月からは「くらしと政治」に代わって電話法（名簿法）による「政治意識月例調査」が始まり，毎月調査を実施するようになった。そして2004年7月には，参院選のタイミングで調査方式をRDD法に切り替えている。その後，選挙権年齢の引き下げに伴い，2016年6月に調査対象を20歳以上から18歳以上に変更した。また，2017年4月からは固定電話に加えて携帯電話にも電話をかけて調査を行っている。担当部署は当初文研であったが，1990年からは編成局，2019年からは報道局が実施している。

4 選挙世論調査

文研では国政選挙に際して，2009年の第45回衆院選まで，全選挙区調査を実施した。すべての選挙区で調査を行うようになったのは，参議院では1968年の第8回参院選から，衆議院では1969年の第32回衆院選からで，1995年の第17回参院選までは衆議院，参議院とも個人面接法で調査が行われた。1995年以降の調査方式は**表2**に示した通りである。

1996年の第41回衆院選では小選挙区比例代表並立制が採用され，選挙区の数が300になったため，すべての選挙区で面接調査を実施することが困難になった。そこで半数の150選挙区についてはこれまで通り個人面接法で行い，あとの150選挙区は外部機関に委託して電話法（電話帳からの抽出）で実施することとした。また，電話法を採用した150選挙区においても，比例代表の分析のために小規模（1選挙区30～120人）で個人面接法の調査を実施した。

表2　国政選挙調査（全選挙区調査）の調査方式

	衆院選	参院選
1995年		⑰ **個人面接法**
1996年	㊶ **個人面接法** ／電話法（電話帳）	
1997年		
1998年		⑱ **電話法（名簿法）**
1999年		
2000年	㊷ **電話法（名簿法）** ＊一部外部委託	
2001年		⑲ **個人面接法**
2002年		
2003年	㊸ 電話法（RDD追跡法）	
2004年		⑳ **個人面接法**
2005年	㊹ 電話法（RDD割当法）	
2006年		
2007年		㉑ **個人面接法**
2008年		
2009年	㊺ 電話法（RDD割当法）	

○の数字は選挙の回数，太字はNHK各局で実施（他は外部委託）を表す。

1998年の第18回参院選では，全面的に電話法（名簿法：選挙人名簿からの抽出）を採用した。調査会場は各放送局の会議室やスタジオなどを利用し，臨時電話を設置して調査を行う体制をとった。2000年の第42回衆院選も同様に電話法（名簿法）で実施したが，衆議院は選挙区数が多いため，205選挙区をNHKの各放送局が受け持ち，95選挙区を外部に委託して実施した。

2001年の第19回参院選からは参議院の選挙制度が変わり，比例区に非拘束名簿式が採用されて，政党名だけでなく候補者個人の名前でも投票できるようになった。この個人名での投票予定まで電話調査で調べようとした場合，200人を超えると思われる比例候補者の名前を読み上げることは不可能であるが，かといって，自由回答形式で尋ねては名前があまりあがらないことが予想された。そこで，選挙区調査については電話法の調査が難しいと判断し，紙の候補者名リストが使用可能な個人面接法を再び採用することにした。これ以降，2007年の第21回参院選まで，参院選の選挙区調査は個人面接法で実施した。

一方，衆院選については引き続き電話法で調査を行った。ただし，同じ電話法でも調査方法を2回変更している。まず，2003年の第43回衆院選は名簿法からRDD追跡法に変更し，調査の実施はすべて外部に委託した。2005年の第44回と2009年の第45回は，RDD割当法で実施した。それ

までのRDD追跡法は若年層を中心に回答率が低下傾向にあったことから割当法へ変更したが，若年層の回答を得にくいという点は割当法でも同様だった。

このほか国政選挙では，投票日1週前の全選挙区調査に加えて，投票日3週前頃から毎週全国調査を行っており，投票日の直前にも全国調査や一部選挙区での調査を行うことがあった。このうち全国調査は，トレンド調査の名称で現在も継続している[5)]。全国調査の調査方式については，1995年の第17回参院選から1998年の第18回参院選では，個人面接法と電話法（名簿法）の両方の調査を実施した。それ以降の全国調査はすべて電話調査で，2000年の第42回衆院選と2001年の第19回参院選は電話法（名簿法），2003年の第43回衆院選からは電話法（RDD追跡法）である。その後は政治意識月例調査と同様に，2016年の第24回参院選からは調査対象が18歳以上となり，2017年の第48回衆院選以降は固定電話と携帯電話による電話法（RDD追跡法）となっている。

また，衆参の補欠選挙，都道府県知事選挙や政令指定都市の市長選挙などの地方選挙でも随時調査を実施し，調査方法検討の資料としても使われていたが，全選挙区調査の終了に伴い2010年度以降は実施していない。

5 おわりに

本稿では文研の世論調査について，1996年以降，2019年までの調査方式をふりかえってきた。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で，全国個人視聴率調査などいくつかの調査は中止を余儀なくされ，そのほかの調査は，電話調査を除いてすべて郵送法で実施することになった。従来，配付回収法で実施してきた国民生活時間調査も，2020年調査は郵送法に変更している。2021年も同様の状況が続いているが，こうした状況がこれからも続くのか，例外的な対応として以前の調査方式に戻るのか，あるいはまた別の方式になるのか，現時点ではまだはっきりとわからない。

一方で，25年間で調査方式が変わり，また2015年度からは調査の実査が全面的に外部委託化されても，調査の基礎であるサンプリングの方法はほとんど変わっていない。サンプリングについては，電話調査でRDD法が導入されたことを除けば，小規模な変更にとどまっており，調査地点の抽出は現在もNHKで実施している。ランダム・サンプリングという基本的な考え方は，これからもおそらく変わらないと考えられる。その原則を守りながら，時代や目的に合った調査方法を研究・開発し運用していくことが求められている。

注

1）調査方法という言葉は非常に多義的であるが，本稿では主として個人面接法，配付回収法などの調査方式（調査モード，データ収集方法ともいう）について述べる。
2）最近の25年だけでなく，世論調査の開始から近年までを通した調査方法については小野寺（2017，2018）が詳しい。本稿の執筆にあたってもこれらを全般的に参照した。
3）もちろん例外はあり，調査の目的などによって配付回収法や郵送法が使われることもあった。
4）「くらしと政治」調査については12章3を参照。
5）2010年までは文研，2011年からは編成局，2019年からは報道局が実施している。

参考文献

●小野寺典子（2017）「NHK世論調査における調査方法論研究の系譜」『NHK放送文化研究所年報』61集51-112頁

●小野寺典子（2018）「NHKにおける調査方式の変遷」『社会と調査』20号28-34頁

引用文献

●調査方式比較プロジェクト（2010）「世論調査における調査方式の比較研究――個人面接法, 配付回収法, 郵送法の2008年比較実験調査から」『NHK放送文化研究所年報』54集105-175頁

●萩原潤治（2017）「電話世論調査　固定電話に加え携帯電話も対象に――『社会と生活に関する意識・価値観』調査の結果から」『放送研究と調査』2017年5月号28-41頁

●萩原潤治（2019）「固定電話調査の代替としての郵送調査の可能性を探る」『放送研究と調査』2019年5月号88-95頁

●星暁子（2014）「調査実施機関による結果の違いを解消する試み――個人面接法の実験調査から」『放送研究と調査』2014年9月号40-57頁

●星暁子（2019）「ワークショップ『WEB式世論調査の可能性』――幼児視聴率調査の実例をもとに」『放送研究と調査』2019年7月号22-35頁

●星暁子・渡辺洋子（2018）「幼児視聴率調査における調査方式改善の検討――住民基本台帳からの無作為抽出によるインターネット調査の試み」『放送研究と調査』2018年2月号38-52頁

●上村修一（2009）「機械調査の誘惑――新方式調査の夢と現実　第4回　携帯電話式視聴率調査機」『市場調査』283号11-15頁

●加藤元宣（2003）「電話調査法における調査精度の改善策について――名簿法とRDD法による比較実験調査の分析」『NHK放送文化研究所年報』47集173-219頁

●小島博（2012）「デジタル時代のメディア利用を機動的に捉える――Eダイアリー開発の中間報告」『放送研究と調査』2012年11月号48-61頁

●ミックスモード研究プロジェクト（2018a）「住民基本台帳からの無作為抽出によるWEB世論調査の検証(1)」『放送研究と調査』2018年6月号24-47頁

●ミックスモード研究プロジェクト（2018b）「住民基本台帳からの無作為抽出によるWEB世論調査の検証(2)――郵送調査との回答分布の比較」『放送研究と調査』2018年9月号48-79頁

●中西尚道・新井久爾夫・吉田潤・杉山明子・秋山登代子（1985）「世論調査の20年」『NHK放送文化調査研究年報』30集218-276頁

●NHK放送世論調査所（1977）『調査方式の比較研究－個人面接法など4方式の実験調査－報告書』

●小野寺典子（2007）「世論調査における調査協力依頼状の改善――調査不能対策の一環として」『放送研究と調査』2007年2月号68-71頁

●小野寺典子（2011）「郵送調査の実施方法の検討（1）――実験調査の概要と郵送調査における有効の定義」『放送研究と調査』2011年8月号48-61頁

●小野寺典子（2016）「現場から　世論調査最前線　携帯電話調査の実用化を探る――NHKにおける携帯電話実験調査から」『放送メディア研究』13号92-102頁

●関根智江（2007）「世論調査の有効率を向上させるために――『世論調査に関する調査』から」『放送研究と調査』2007年11月号90-101頁

●海野道郎（2008）「調査票の設計とその技法」新睦人・盛山和夫編『社会調査ゼミナール』有斐閣79-91頁

●山本佳則（2019）「幼児のテレビ視聴, 録画番組・DVD, インターネット動画の利用状況――2019年6月『幼児視聴率調査』から」『放送研究と調査』2019年12月号2-19頁

●山内利香・米倉律（2002）「調査不能の現状と課題――『あなたから見た世論調査（2）』から」『放送研究と調査』2002年8月号110-125頁