



日本記シリーズ研究会「世論調査」③

# 世論調査は勝負審判ではない

西平重喜

統計数理研究所名誉所員

2009年7月17日

戦後日本の世論調査の草分けだった西平重喜（にしひら・しげき）さんの話は、日本人論や調査の限界にも広がった。「だれもが同じ意見と思われることは質問しない。賛否の差がどの程度開いているか知りたいことを質問する。だから賛否が五分五分か、七対三かに割れているかが分かればいいのではないか。世論調査は勝負審判ではない」。世論調査を知りつくした先達の経験に学びたい。西平さんが用意したレジュメもご覧ください。

©社団法人 日本記者クラブ

**西平重喜** 西平と申します。世論調査が始まつたころという話なのですが、統計畠のほうの世論調査では、水野坦という人が、東大の数学を出た人ですが、一番初めに世論調査に興味を持ったのです。林知己夫という人がその下にいたわけですが、「世論調査なんかできるものか、と思っていたのに、水野さんにくわしかけられて、やったんだ」と。林さんがその次で、彼らは年は1つしか違いませんから、ほとんど同世代です。私はそれより6～7歳下でして、初め林さん、それから一時水野さんの下で、いろんな世論調査とか、社会調査をやりました。

きょう私は、日本の世論調査というのは少し独特なところがある、ということを強調してお話ししたいと思うのであります。

大体、お配りしたプリントを補足しながらお話ししようと思いますが、世論調査という以上は、外国でも日本でも同じはずでありますけれども、やはり各国で特有の問題もあるわけです。きょうは、日本の世論調査と、欧米の世論調査と、どういう点が違うかというようなところを、普通、話題にならないものですから、その点を中心にお話をしたいと思います。

世論調査と日本でいうと、大変広い意味で使われていて、社会調査と呼ばなければならぬようなものまで世論調査といっておりますし、一々、社会調査や世論調査というのは面倒ですから、世論調査という言葉でも、そういう文言を一応含んだものというぐあいにご了解いただきたいと思います。

### 新聞社が自前で調査できる利点

日本では、世論調査といえば、まず普通の日本人はマスメディアの世論調査を思い浮かべる、連想すると思います。ご存じのとおり、日本の大新聞、中央紙は、あるいはNHKのようなキー局というんでしょうか、そういうところは、外国の、特に欧米のそういう大新聞、中央の放送局と随分違うところがあります。欧米では、中央紙というようなものは通信社の取材によるニュースをもとにして記事を書く、論説を

書く、いろいろなことをするわけです。もちろんそれを確認するために支局もあり、特派員も派遣するわけですが、外国の場合は、日本に比べればごく少ないです。日本では各中央の新聞、大新聞、それからNHKのようなところが支局を日本じゅうにばらまいて持っている。あるいは通信部というようなものを持っていて、要するにネットができる。ですから、そういうようなネットの出先で調査員を集めて調査をするということができるわけです。

日本では、新聞社が自分自身で取材して、通信社の記事は参考にする、逆に通信社の記事でそれを確かめるというような方法をとっている。そのおかげで、世論調査が日本の場合には、各新聞社、NHKというものが、そのネットを使って、支局を使って調査員に調査させるということができる。それで、自前で世論調査をやるということができるわけであります。これが非常に特徴であります。

そういうように、いわば新聞社やNHKなどが自前で調査ができるということには、次のような利点があるわけであります。①突発事件が起きたときに臨機応変に調査ができる。それから、②本社には世論調査の専門の部署があつて、そして、そこに専門の人や、あるいは世論調査に経験あるいは理解の深い人たちが配置されている。

③世論調査の費用のことですが、実施するときの連絡費だとか、コンピュータの費用などというのは、社内の一般的の費用で負担しておりますから、まあコストが安くできる。コストが安くできるから、たくさんやることができるというわけであります。

④日本では、中央の新聞やNHKがいろいろ競争しておりますから、各社が同じテーマについてもそれぞれの視点から調査できて、それを比較することができる、というような利点がある。⑤その結果を紙面に公表するし、NHKでも、放送局でも放送いたしますから、世論調査というものを一般の人が親しみやすいものにしているというわけであります。

さらに、もう一つ、⑥選挙の予測調査が大規

模に行われている、これも日本の特徴であります、それはちょっと、きょうの話とはあまり関係ございません。そういうようなことがあるわけです。

## 世論調査が大好きな日本人

それはマスメディアのほうの特徴であります、では、日本人はどうかというと、日本人はどうやら世論調査が大好きな人たちのようであります。その理由は、日本人はお互いにほかの人の気持ちを察し合って、お察ししてつき合っていこうとする。また、「みんな」と同じようにしようとする。そういうときに世論調査というものは、ほかの人、あるいは「みんな」のことがわかるのですから、世論調査のデータというものは大変親しみやすいものであるわけです。

また日本の世論調査で、国際比較調査もほかの国に比べて大変多いのですが、それはやっぱり外国のことが気になってしようがない国民であるからであります。

さらに日本では政治家やエリートというものが、自分の意見を述べて民衆をリードすることは少ないし、そういうような人はあまり国民から好まれません。日本の政治家やエリートというのは民衆の意向を知りたがる。それから評判を気にしますから、日本では世論調査が大変受け入れやすい状況にあるわけであります。

しかし、逆に日本人は、世論調査に向かない面があります。いま申しましたように、データを利用するというような点では、大変日本人は世論調査に向いているのですが、逆に向かない面があります。まずは1つには、自分の意見を相手にはっきりいうのは失礼なことであり、生意気なことであったから、あまり自分の意見というようなものをいわないことが伝統になっている。

それから、しばしばいわれますが、日本語には問題がありまして、西欧の言葉のように、疑問文で問い合わせた場合に、「イエス」とか「ノ

ー」で答えるような文章の構造ではないわけでありまして、「ノー」というのに当たる日本語は「いいえ」でありますけれども、「いいえ」なんていったことだれもない——だれもないというと大げさですが、ほとんどないわけです。「いいえ」というような否定の意見の場合には、まあ婉曲なしぐさ、顔つきでそれをあらわすというわけです。

(ですから、電話調査は、そういうときどうなさっているんでしょうか。まあ、そういうような点がある。)

それから、これも日本語の問題ですが、日本語では主語をいわないと、よくいわれていますが、それだけではなくて、自分の意見でも、「みんなこう考えているんじゃないですか」と、自分の意見でないということをしきりに主張しようとする。まあ、ドイツ語の場合でも、「Ich(イッヒ)」というかわりに「man(マン)」という人称代名詞を使う。フランス語でも、「je(ジュ)」というかわりに「on(オン)」という人称代名詞を使って意見をぼかすということはあるのですが、世論調査やなんかのときまでそういうことをいう人はないと思います。

## 「輿論」の出典は「梁書」だった

ところで、「輿論」という難しい漢字と「世論」と2つの言葉がありまして、それがしばしば問題になります。小山栄三という方が、最後は立教大学の先生でしたけれども、この方が戦争直後から世論調査に造詣が深くて、小山さんがいろんな世論調査のことについておっしゃっているのです。

小山さんが、難しい字のほうの「輿論」という字は、漢書の「武帝記」にあるよ、と朝日新聞の随分古いのに書いていらっしゃいます。私もそれを、小山さんのおっしゃることだからと思って、国内でも、外国に行っても受け売りをしてきましたが、数年前になって、暇になったので、漢書の「武帝記」をみますと、白文のもの、返り点、送り仮名のついているもの、あるいは読み下し文になっているものと、3種類み

たのですが、漢書の「武帝記」にはないですね。で、待てよと思って、「武帝」というのは中国にいっぱいいるからと思って、次に『梁書』の武帝の記をみると、そこに書きましたが、公務員の任用については選挙するか——選挙って、これ、推薦の意味ですね。投票ではありません——「或素定懷抱或得之輿論」あるいはもとより懷抱に定め、あるいはこれを輿論による。「懷抱」というのは、知識の深さ、学識の深さのようなものです。学識の高い者か、輿論でもって公務員を決めるというのがあります。

で、気がついてみたら、諸橋の「広漢和辞典」でも、これが出典になっております。

小山さんは「日本では、室鳩巣の『駿臺雜話』に出てくるよ」とおっしゃるのです。これは私たちは、旧制の高等学校の入学試験のときの、江戸時代の文学の例として室鳩巣がよく出てきまして、懐かしいのですが、これもみますと、なるほど「輿論」というのがあります。でもこれは、武将では楠正成がすぐれているとかなんとか、これが輿論だといっている。で、武帝の場合も、室鳩巣の場合も、どっちも「輿論」と難しい字で書いているのは、うわさとか、あるいは評判というような意味で、世論調査といま我々がいうときの世論とは少し違っているのあります。

「輿論」の「輿」という字は、「御神輿」の「輿」ですね。こし、くるま、のせる、かつぐ、多くの万物をのせあげる、など16の意味があるのですが、「輿論」はこのうちの、「多くの」とか、「万物をのせあげる」ということから来ているのだろうと思います。

同じような意味で出てくる単語としましては、「輿望」、「輿臣」、「輿議」、「輿地」というのが出ております。それは皆、諸橋の「広漢和辞典」に出ておりますが、私が小学校に通っていたのは1930年代ですが、教室には「大日本帝国輿地図」というのが掲げてあります、日本が赤く塗っていたわけあります。

「輿地図」というのは、輿地の図でありまして、日本を全部のせあげた地図、全地図というような意味だろうと思います。そして、小学校

のころ「のらくろ」に夢中になったわけありますが、その猛犬連隊の歌の中には、「輿望を担って」という一節もあります。

ある有名な政治学者が、「輿論」というのは御神輿の「輿」で、担ぎ回されるのにちょうどいいと、冗談半分に彼はいったのだろうと思いますが、それが大変好まれまして、「輿論」というのは、そういう軽薄なものでちょうどいいとかいうような議論があるのですが、もともとはそうではないわけであります。

## 「世論」はセイロンと読む

そして、世界の「世」を書いた「世論」というのは、これは「セイロン」と読まれていました。私が中学生のとき、1940年代ぐらいに使った「広辞林」には、「セロン」という仮名であって、世界の「世」が書いてある。それを引くと、「セイロンのこと」と書いて逃げているわけです。「セイロン」というのを字引きを引くと、「世情一般の議論」と、何だかわかったような、わからないようなことですが、とにかく「セロン」とは読まないで、「セイロン」と読まなければならなかったわけであります。

ところが、「セイロン（世論）」というのは、江戸時代の仏教学者とか、朱子学者が、心学だとか、道話だとか、あるいは陽明学などの議論を世説、あるいは俗論というような、まあ軽蔑の意味でもって「セイロン」と読んでいたのであります。だから、「世論」のほうも、今日の我々が考えている世論（よろん）とはニュアンスが違うのであります。

ですから、今日我々が世論調査などというときの世論というのは、これは、『梁書』の武帝のところに出てくるとか、『駿臺雜話』の輿論というようなことの「評判」というものではないし、それから俗論とかなんとかというような軽蔑のニュアンスもないものであります。結局、これは英語の *public opinion* を訳した言葉だよと、まあ、そうはっきりはもちろん申しませんが、そういうようなぐあいに *public opinion* と関係づけて使っているといってよい

だろうと思います。

## 英語の public opinion

この英語の *public opinion* というのは、フランス語の *opinion publique* というのから来たのでありますが、それを意識的に、まあ前からそういうあれはあるんですけども、意識的に初めて使ったのは、ジャン・ジャック・ルソーだといわれています。これはフランスあたりの政治学では定説になっているようあります。

ルソーは『民約論』が有名ですが、『民約論』の中には、*opinion publique* という言葉はほとんど出てこなくて、*volonté générale* (ボロンテジエネラール) といいまして、「一般意思」と普通、訳しておりますが、そういう言葉が頻々と出てくる。*opinion publique* も出てはまいります。その違いをまた研究した論文があるのですが、それはもう私はとても手が及びません。

そしてまた、フランスでも、*opinion publique* というのが、例えばバルザックなんかの時代には、平気で「評判」という意味に使われていました。あるいは「俗論」と世の中の人が世間でいっている雑音みたいなものだというぐあいにいっていることもありました。

ところで、英和辞典とか、仏和辞典をみると、*opinion* というのは、第一の訳が「意見」でありますが、第二の訳には「世論」というのが出ています。ですから、*opinion* だけで「世論」という意味を持っています。現在でも、例えば英語で *opinion* と書いてあるとき「世論」と訳さなければならない場合と、「意見」と訳さなければならない場合があります。

したがって、*opinion publique* はルソーが初めて使ったといいますが、それより以前から世論という概念はあった。例えばマキャヴェリやなんかはそういうような意味で、これに関する別の言葉でそれをあらわしているといわれます。

もっと古くギリシア語の「ドクサ」とか、ロ

ーマ時代は *opinion* の語源に当たる言葉もありますし、「ファーマ」というような言葉がある、そういうような語源、言葉の問題と、漢字の「輿論」ですね、それから「世論」とはある程度類似性もあるし、違いもありますが、きょうもそれはお話しするわけにはいきません。

日本語では、意見といえば、個人個人の持っているものですね。多くの人々、各個人の意見の集合は、数学的にいう寄せ集めは、世論というわけであります。もっとも「日本人の意見」ということもありますが、これは「日本の世論」と同じですね。日本全部の人が同じ意見を持っているわけではありませんから、そういうのをひとまとめにして「日本人の意見」といってはいますけれども、まあ世論の意味である。それから、個々の意見を全部問題にするのは、大変だから、普通は多数意見、代表的な意見を「日本人の意見」とか、「日本の世論」といっているわけであります。

## 意見の調査か意識の調査か

したがって、世論調査というのは、人々の意見を調べるものであって、意見調査のはずであります。そうすれば英語では、*public opinion research*、*opinion survey*、フランス語では *sondage d'opinion publique*、世論を *sond* というのは測ることですね。要するに、意見を測ることである、というぐあいにいっている。

ところが日本ではそうではないんですね。というのは、内閣の広報室、名前はいろいろ変わりましたが、『世論調査年鑑』というのを毎年出しておまりまして、それは世論調査をやりそうな機関に調査をして、世論調査の統計をとっています。そのときに、世論調査の定義、サンプリングの問題とか、いろいろほかにも必要なことがあります、内容としては、「意識に関する調査、そして意見、要望、不満、知識、関心、判断、評価、態度などに関する調査」こうしているのであります。

これは大体普通の人が考える世論調査、まあ私自身も世論調査って何だといえば、こういう

ものを調べているよ、というぐらいに、まあ妥当な定義だと思います。

『世論調査年鑑』をみると、日本の世論調査の3分の2は、何とかに関する意識調査、何とかについての意向調査、何とかに対する態度調査、そういう題目でやられております。何とかについての世論調査、何とかについての意見の調査というようなのは、3分の1しかございません。ですから、世論調査というものは、意識に関する調査と総理府のあれでは一応定義していて、普通もそうであると私もいったのですが、そうみられている。要するに、意見に関する調査ではなくて、意識に対する調査であるのであります。

日本では、意見というのは確固たる根拠や信念に基づく判断とか、主張であります。ところが日本人は、はつきりした意見を持つとか、前にも申しましたが、そういうことを話す習慣がなかったし、そういう教育はどうも欧米に比べて少ないようあります。意見を述べるときも、「意見というほどのことではないんですが」というような前置きをつけたりするわけあります。

日常生活では、意見よりもう少し弱いといいますか、あいまいな「感じ」、あるいは「感想」といってもいのかもしれないんですが、そういうことで過ごしている。そして、日本語の意識とか、態度というのは、英語や心理学や、社会学でいっている consciousness とか、attitude というもののような、基本的な方針だとか、あるいは心の中にある核のようなものであるという強固なものではないのです。それを意識、態度と、英語でも、それから心理学やなんかでもいっているわけです。

ところが、日本ではあべこべで、意識というのは「薄っぺらな意識」だとか、「あいまいな態度」というような、意見よりもっとあいまいなもの意味にしている。だから、consciousness と意識、attitude と態度というのはどうも違うわけであります。日本では英語の opinion のような意見まではとてもみんな持てない、持たないから、「感じ」、「感想」ぐ

らいのところでいいよ、というので世論調査を、「感じ」を調べる調査、意識調査と考えているのだろうと思うのであります。

少し極端過ぎるかもしれません、次の欧米のほうと比べるためにちょっとそんな感じが強いということをいっておきます。

## 欧米は二者択一で調査する

それでは、欧米の世論調査はどうかと申しますと、ほとんどが政治問題や、あるいは具体的な社会政策についての意見を、国民投票のように、賛成か反対か、イエス、ノー、二者選択 (dichotomous) というような形で調査する。あるいは対立する項目、単語、熟語というような短い、日本ではたくさんの文章を並べて、このうちどれがいいかというようなことをいいますが、むしろ簡単な単語を羅列して、そして、その中から1つ選ばせる、こういうのが欧米の世論調査の大勢であります。もちろん、そうでないものもありますが、大部分がそうであります。

だから、欧米の世論調査というのは、Yes-No タイプの調査、国民投票のようなものですから、意見投票で、opinion poll あるいは疑似国民投票、国民投票の代用、そんなぐあいにいえるのであります。

アメリカでも初め世論調査のことを public opinion research とか opinion survey。要するに opinion の研究、opinion の survey といっていましたが、1970年ごろから、いつの間にか気がついてみたら、opinion poll, polling というようになりました。

Poll というのは何かドイツ語が語源のようですが、英語に入って、poll tax、人頭税ですか、それを払わないと投票権がもらえないというようなことが、イギリスではある時代ありました。それから、投票のことになって、数を数える。そういうような意味で、もはや欧米の世論調査は、opinion research なんていうものじゃなくて、opinion 投票だというような形態をとっているというわけであります。

ところが日本の世論調査は、国民投票のような、賛否の比率が出るだけでは満足しません、その理由やその意見が形成される根底にある consciousness とか attitude、これ日本語の意味の「意識・態度」といっては誤解を招くので、英語にそのまましておいたほうがいいと思います。それを追求することが日本の世論調査であります。

### consciousness 調査を追求する日本

この consciousness 調査とか、attitude 調査というのは、意見の構造を研究する、そういう構造分析を目指すもので、opinion poll などいえない、社会学的な調査、sociological survey —— 実は社会調査でもいいかもしないのですが、まあ social survey っていろいろ使われておりますから、ちょっと別にしてみました。そんなような別のものと考えてはどうだろうかと思います。

念のため申しますが、外国の文献で、consciousness survey などというのはみたことありません。日本では意識調査と平氣でいうわけですね。attitude survey というのではないわけではありませんが、ちょっとニュアンスが違います。後ほどそれにも触れます。

要するに、社会学的調査、日本でやられているような、そういうような因果関係まで調べる、そういうものを世論調査形式の大量観察でやれるだろうかという疑問がわくわけあります。そんな世論調査形式という、普通のやられているような形式で、大量観察できるのは、欧米型の世論調査、Yes-No タイプ、意見投票、opinion poll、国民投票の代用で、要するに賛成が何%、反対が何%という程度のものではないだろうか。日本で、目指されている社会学的調査というようなものは、とてもそれでは無理である。第一、調査員にはそのテーマの専門知識が必要であるし、少なくともその専門知識についての訓練が必要であります。

ですから、そういう意味で、日本でやられるような社会学的調査、sociological

survey というものは、欧米でやられている国民投票の代用としての世論調査、opinion poll と同じではないと考えたほうがいいと思うのであります。これもちょっと極端であります。両者の違いはどうかといわれても、それはあいまいであります。そういうように、一応違うというぐあいに考えたほうがいいと思うのであります。

### 統計数理研究所の国民性調査

ここで一つおわびをしなきゃいけない。おわびをするのは、少しうねぼれていておわびをするわけでありますが、日本の世論調査が意識調査というニュアンスを非常に多く持ち込んだ責任は私たちに、実はあると思うであります。私たち統計数理研究所では、1953年に日本人の国民性調査を始めました。ちょうどきょうの朝刊に、その十何回目の調査が出ておりました。これは、後輩の人たちによって、5年ごとに継続されております。これは、もちろん世論というものを調べているのではなくて、いわゆる意識を調べているものであります。

私たちが昭和28年にこの調査をやろうといい出したときに、林知己夫さんにしろ、私たちにしろ、あと、一緒にやった人たちにしろ、みんな数学出でありますし、意識と態度と意見の相違とか、opinion poll なんてことは考えたこともない。質問して答えたものを集計するというような単純な数学出がつくった質問であります。しかし、こういうような意識調査というものは、どこでもなかつたものですから、注目を浴びました。

ジャン・ステゼルというフランスの社会学者、世界世論調査協会の第一代の会長になった日本びいきの人でしたが、彼は、実は我々の調査を知っていました、それをもとにしてもどにというか、それに刺激をされてヨーロッパ価値観調査というのを、EUの中で始めました。『静かなる革命』で有名なイングルハートも、ドイツでばったり会ったときに、「あれ、やっていたのは君たちか」といわれてびっくりした

のでありますが、要するに、彼らにとっても珍しいものであったのです。

## アメリカにはなかった意識調査

ということは、私は、1953年に国民性の調査を始めるときに、当然、アメリカ人の意識とか、アメリカ人の態度というような調査は、アメリカではやっているだろうと思って、そうすれば、それと比較すれば日本人の性格がはつきりするというので探したのですが調べたのですが、ない。心理学の先輩とか、それから社会学の友達やなどにも聞いたのですが、ちょうどそれに当たるのはなくて、ただ、彼らが教えてくれたのは、サーストンの「宗教的態度の調査」、アドルノの「権威主義的態度の調査」、authoritarian personality と、アドルノは去年あたりからも、何だかまた有名になったようです。難しくて何のことか私にはわかりませんが、その2つは、大変参考になったのであります。

しかし、彼らの目的が違うので、宗教的態度の尺度をつくる、宗教的な態度の点数をつくるのにどういう質問をすればいいかという、点数化、いわば数量化の初めのようなものであります。そういうことに夢中でありますと、アドルノのほうも権威主義のそういうようなまとめたものをつくろうという研究であります。

ですから、都合のいいように、自分たちの教え子の学生だとか、あるいは特殊なクラブやなんかだけの調査で、アメリカ人全体の調査はやってない。だから、比較するデータは我々はみつけることができなかつたのです。しかし、彼らの質問のつくり方、あるいは質問の例というのは大変参考になりますと、私はそれをみなければあの調査はできなかつたと思っております。

そして、まず、サーストンにインスピレートされて、日本人は気が短いからなど、そういうようなことを書いてあることを同僚の人たち6～7人と一緒に手分けして、本とか新聞とか雑誌を読みまして、そして、そういうものを書きあげると、3,000枚、カードができまし

た。それを片つ端から質問文にしてみた。もちろん質問にできないものもたくさんありました。そして、そういうものをもとにして、またさらにそれを、普通の人ならだれでもがわかるような場面にそれを移しかえる、だれにでもそういうことがあり得るような、起こり得るような場面にして質問をつくる、ということに努力をしたのであります。

そういうような準備をしたということ。それから、調査員は、全国の大学にいる教授などの、我々の友人とか、そういう人のゼミ生のような者を使いました。そして、私たち5～6人が、日本じゅうのいくつかの大学を回り歩きました、そして彼らに説明をして、質問文の趣旨を説明する。そして、そういう予算はないよ、と会計課に怒られたのですが、カレーライスと一緒に食べて、仲よく学生たちとして、しっかりやってくれよ、というようなことをやりました。

さらに、私は物好きなものですから、交通公社の時刻表か何かを調べまして、例えば、岩手大学の学生に頼むときに、盛岡市を、朝、何時の汽車に乗っていって、そこから何 km 歩く、恐らくバスがあるだろうと、それは郵便里程表というのを官庁では使っておりました。それをみて、全部いわば調査のためのモデルの時間表をつくって、一晩泊まって、次の日やれ、二晩泊まる。そういうぐあいに交通費を計算しましたから、交通費もたくさんかかりました。おつりは要らないよ、足りなかつたら請求しない、というぐあいで、請求がいくつありました。そういうぐあいに、金も十分かけたのであります。

さらに、本調査のほかに、我々はこういう意図でねらって質問をつくったんだけれども、聞いているほうのサンプルはそのとおり受け取るだろうかどうだろうか、という調査もする。それから、質問文を変えれば、どんなに違いがあるか、パネル調査というので、同じ人を、時間を、間を置いて何度もやっても、意見は変わらないか、変わるか。あるいは全然違うんですが、知識人といわれている人たちに、「普通の人にこういう調査をしたらどの答えが一番多いと思いますか」というような、いろんな調査

をしたのであります。

当時は、本調査は全予算の半分以下で、残りの半分以上を各種のそういうような準備調査、吟味調査に使おうというぐあいにいっていたのであります。

そういうようなちょっとと言い訳をして、意識調査というのもいいかげんにやったのではないという言い訳をしておきたいのであります。

### 準備と吟味に時間をかけた

さらに先に進みますが、その前に、1953年に国民性の調査が始まったわけですが、ですから、そのときに、あちらでは意識調査というのではなくぞ、アメリカなんかの世論調査と日本の世論調査と違うぞ、という感じがしたのですが、どうもはっきりとまではいかない、違うぞ、違うぞと思っていたのであります。

それと、また当時、1950年の終わりぐらいから、日本では世論調査が本格化するわけであります。ちょうど社会学の方たちの調査をお手伝いしました。社会学の先生たち、40歳、50歳ぐらい、私はまだ30前ぐらいでしたが、その方たちが、むしろ新しい調査に興味を持たれた先生たちが、「そうやたらに質問しても、みんなが十分、知識も関心もないのに、どういう意味がありますか?」と、穏やかに聞かれました。私は、「特別の人だけ調べるより、全部の人を調べて比較したほうがはっきりするでしょう」と、答えたのですが、何か抜けないトゲが刺さっていたような気がしたのであります。

そういう質問をされた先生たちは、割合に好意的で、新しい調査を理解しようという方だったのですが、そういう人ばかりではありませんで、「世論調査なんてものはブルジョワ統計学だ、何だ」というぐあいに、そういう方は議論もしてくださいませんでした。

まあ、しかし世論調査は順調に普及して、そういうような疑問を投げかける方はいなくな

りまして、私もそういうトゲを忘れていたのであります。

### ブルデューがあげた3つの前提

ところが、1972年にピエール・ブルデューという人が本を出しました。ピエール・ブルデューというのは、フランスの社会学者で有名な人で、フランスの本屋に行くと、彼の著書がこのぐらい(1メートル位)並んでいるのでびっくりしちゃうのですが、いろんな斬新な意見を述べる人であります。世論調査についても彼が出したのが、新しく世論調査を考え直す一つのもとになりました。

彼はその中で、3つの postulat、数学では「公準」と訳しますが、「前提」といったほうがいいと思いますが、それを挙げまして、普通の世論調査はそういう前提に立って、調査をしているが、現実にはこれらの前提を満たしてないから、「*Cette opinion-là n'existe pas.* (そんな世論なんて存在しない)」そういう本を書いております。翻訳が出ております(田原音和訳、『社会学の社会学』藤原書店、1991年)。

私は、その3つの前提を、彼のとおりではないのですが、自分の経験から、大変ヒントを得まして、3つをやはり挙げております。

1つは、彼には前提の3にしているのですが、調査のテーマが社会的、あるいは政治的、学問上、どんな重要なものであっても、だれもがそれについて意見を持っているわけではないということである。それなのに、あたかもだれもが意見を持っているように世論調査をやっている。そんなもので調べた世論なんてものは *n'existe pas* 「ないよ」というわけです。

つぎに前提の1というのは、聞かれたから答えただけだよ、というのを、その人の意見といってよいか、というのであります。

それから、前提2は直接テーマと関係がある当事者の賛成というのと、それとは全然関心もなければ興味もない人の第三者としての賛成を同じ賛成意見と数えてよいか。賛成何%とか。

子供がいて、いま大変な学校の問題で悩んでいる親の何とかに対する賛成と、私のような孫もいない者の賛成とを一緒に賛成と数えていいのか、こういうわけです。

この前提2は、その前に、ではこの問題について関心がありますか、というので、あるかないか聞いておいて、クロス集計をすればいいではないかといいますが、まあそれだけで済む問題ではない、もう少し慎重に考えたほうがいいと思うのであります。

ですから、また1950年代、60年代を思い出しますと、内閣の支持というのを聞きますと、「そういうことは隣のだれだれさんが詳しいから、そっちへ行って聞いてください」といわれたのですね。だから、これは前提の3、一番上に書いてある、要するに、関心もない、全然意見も持っていないところで聞いたって意味がないから、ブルデューにいわせれば、そんな調査はナンセンスであるわけです。

### 政党を「支持する」という意味は

それから、ある政党を支持するという言葉もおかしいのです。支持というと、「支援、助ける、援助をする」という意味と近い意味でありまして、英語の「サポート」というのは全くそういうだろうと思うのですが、だから、日本でやっている世論調査の支持政党の、あのデータをサポートする率と翻訳したら、ちょっとおかしくなるのではないかと思うのです。

それは初めの、1950年、60年ぐらいからわかったのですが、我が先輩の水野さんとか林さんという人は、もちろん頭がよくていろんなことのできる人ですが、世論調査で人と面接するなんてことはとても向かない人でして、私はそれを一生懸命やったのですから、「ダメですよ、あれは」といっても、もうみんなそれで通っているからいいじゃないか、というので、そのまま今日に及んでいるわけです。

ですから、私がフィールドでそれを聞けば、「この間選挙では何々党に投票したけれども、支持というほどではありません」というのが世

論調査の支持政党の答えであります。

ところが、今日では、世論調査でマスコミやなんかがさんざん教育した、世論調査用の「支持」という言葉があまねく国民に行き渡っています。ですから、それと同じで、内閣支持、政党支持だけではなくて、よくみかけるタイプの、ステレオタイプの、紋切り型の質問では、人々はとっさに答える準備ができている。前提の3なんていう心配をする必要はない。ブルデューさん、いまの日本では心配ございませんよといいたくなるわけであります。

ここで、もう少し日本の調査を考えるのに、教育ということに触れておきたいのです。英語で、educationと、いまいいますが、これはラテン語の *educo* ということから来ているそうですが、ラテン語英語辞典をみると、*educo* というのは、*draw out* 「引っ張り出す」という訳語がついております。20世紀の初めのころ、教育学者たちが、それまでは教育を *instruction* とか、ほかの言葉もあるようですが、そういうことをいっていたけれども、教育はそういうものではいけない *education* でみんなの持っているものを引っ張り出さなければいけないというので、*education* になったということでございます。

ところが日本では、いつまでたっても教育は教育であること、教育、これは社会的規範、社会的ノルムを教え込むこと、詰め込むことだというぐあいに、いまでもそういう気配が強いと思うのです。戦前は、そのノルムが何といったらいいのかわかりませんが、皇国史観だか、儒教道德だか、そういうようなものであったのが、戦後は、社会的ノルムが民主主義に変わっただけであります。要するに、自分で意見をつくって考えるということではなくて、世の中はそういうものではないよ、ということを教え込む、あまりそういうことは怒られるかもしれませんのが、そういう傾向が強い。そのうえ毎日のようにマスメディアが世論調査との接触をさせて教育をする。さらに日本人は、入試対策教育で、正解探し教育をさせ続けられているわけですね。

だから、日本の世論調査というのは、ブルデューのいう、前提の3、だれもがそんな問題考えているかと、ブルデューは心配するのですが、いやあ、その答えることのできる準備ができていますよ、と。というのはそういうぐあいな教育をされていますから。ブルデューのいっている真意はそうではないかもしませんが、形のうえでは、「大丈夫です、ご心配なく」というわけですが、前提の1にひっかかるわけですね。そういうように聞かれたから答えた、この質問にはこう答えるのが正解だよ、というのを皆さんお答えになる。そういうものを「意見を集めた」といっていいのかという疑問が残るわけであります。

### 意見を強化せず、弱化する日本人

何度も申しますように、日本では、賛否を調べるだけでは満足しないで、「どうしてそう思いますか？」と聞かないと満足しない。それを聞かない世論調査は「なんだ」、といわれてしまうわけであります。これも実際フィールドに立っておやりになった方はわかるように、「どうしてそうですか」というと、「いま、賛成といいましたけれども、反対論にも傾聴すべき点がたくさんあります」。自分の意見を強化するのではないのですね。外国人の日本語のうまい人は、「賛成です、そうです。なぜならば……」といって、becauseといって、あと、どんどん並べる。

ところが、日本では、自分の意見を強化するのではなくて、弱化するのですね。「いやあ、反対論ももっともなんですよ」とかいい出す。だから、私は、しばしば理由を聞いて相手を困らせるなというわけであります。こうすると、また前提の1も心配になってくるわけであります。

で、この辺でいわば結論のようなものに入りますが、なかなかうまくまとまらないで苦労しているのであります。

まず、だれにでもわかるテーマについて、Yes-No タイプ、欧米型のそういうような世論

調査、4つか5つの簡単な単語を並べて、その中から選択させる、というような答えを選ぶステレオタイプの質問なら、もう日本人はとにかく答えるのは簡単で、はっと答えてくれます。その結果は、前に申しましたように、選挙や国民投票のイミテーション、要するに賛成が何%、反対が何%しかわからないのであります。

この種のデータは、トレンドを追ったり、ほかの項目についての同じ形の質問と比較することができますから、情報としての意味は持つだろうと思います。だから、opinion poll、欧米型の世論調査は本当の世論を調べているかどうかはわかりませんが、本当の世論に、あるいはそのフィクションですね。フィクションというのは荒唐無稽という意味ではありませんで、ラテン語が本来持っている意味で、例えば物価だとか、景気なんてものは、これはそういう経済現象のフィクションであるといわれております。財団法人、社団法人なんていうときの法人というのも、フィクションであるといわれております。

そういうものを使っていろいろ考えていくのが社会科学やなんかの進歩に貢献しているわけで、要するに本当の世論かどうかという議論は、それは心理学や社会学の方にお任せいたしまして、本当の世論のフィクション、「世論もどき」とでもいうもの、そういうものに手がかりを与えることは確かだらうと思うのであります。

選挙や国民投票の場合も、どうしてそういう投票をしたかということも忖度して、想像して、そして本来その理由に沿った政治をすべきであります。日本の世論調査はそれを求めている。しかし、複雑な、高度に発達した社会で、その理由をいくつかのものにまとめるというのは、大変困難だと思います。20世紀の初めごろといいますか、文化人類学というようなものがタブーか何かみつけまして、そのタブーで全部その社会の生活を説明した。まあ未開社会というような言葉で昔はいわれておりましたが、そういうようなことを、いま、我々の社会ではできるわけではないですから、そういうような理由やなんかを調べるのは大変な労力、

いろんなことが必要だろうと思います。

そのためには仮説をはっきり立てて検証するというのが効果的だと思います。あるいは仮説に矛盾するデータも探して、そしてそれに解釈をつけ加えるべきだろうと思います。残念ながら今日の学者先生たちがやっているのは、自分の説によって質問をつくって、そのデータだけでほかのものとの比較ということはほとんど日本ではなさらない。その辺は大変困ったことだと思っております。

そうはいいましても、社会学的調査だから、随分、もっと検討してからやるべきものだと思いますが、しかし、考古学というんでしょうか、そういうところでたまたま発見された土器だとか、柱の穴だとか、木簡というようなものを持ってその時代を一般化していろいろ発表するということは、ちょっと問題があると思うのです。社会学的調査の場合は、いまいわれているものの場合は、大体今日ではランダムサンプリングでやっている。そうすれば、代表性を持っているというので、解釈ができるだろう。その点は、やっぱり利用できるのではないかと思って、実は、いろいろ悪口をいいながら、私もいろんな世論調査を集めて、この調査ではこういっている、この調査ではこういっているというようなものを、まとめて結論を出そうというような仕事もやってまいりました。

こういうように、私はそういう点に大変神経質になるのは、私自身が初めに日本人の読み書き能力調査という調査から、そのときの関係者がやがて国立国語研究所に移ったので、言語の生活調査、それからその後社会学の方たちとコネができまして、社会的成層とか移動の調査、それからそれに参加されていた尾高邦雄先生が、労働者のモラール調査というものを熱心にやっておられまして、それを手伝えといわれて、「成層、移動なんてことは、まあまだわかつても、労働者のモラールなんて先生、わかりませんよ」といったのですが、手伝えというので、1年以上もかかって、その準備をする。先生方、その専門の方や会社の方や労働組合の方といろいろ話し合って、「ああ、そういうことですか。じゃ、こんな質問でどうですか」と、「そ

れ、ちょっと……」というので、またそれを変える。というような協力の仕方をしてきたわけであります。

さらにまた、その調査の結果のデータから、「例えばA事業所ではこうだけれども、B事業所ではこうですよ。AとBでこういうことが起こる理由がありますか」というようなことを逆に質問すると、それはこうだろうとか、それはおかしいね、というような説明がされる、というようなことをしてきました。

そういうような社会学的な調査を初めからやっておりまして、新聞社の——毎日新聞に大分長い間お手伝いしたのですが、そういうような調査に参加したのは、ずっと後になってからであります。そこで、多少こだわりを述べました。

世論調査の現状ということもあるのであります、世論調査は、重要性を増してきたわけですね。ところが、多くの問題が派生している。皆さん、それについてお聞きになりたいというのかもしれません、もう私は、それを説明する、実は解決策をお示しすることができないのです。で、昔話ばかりしたわけですが、調査の方法の側に問題があること、そうでない、調査を利用するほうに問題があることがあると思うであります。調査をする方法論のほうからしますと、そのサンプリング理論だとか、それでなくとも面接調査、いろんな調査の実験的なそれを積み上げた調査の理論というようなことは、私は一応、まあ問題なくできていると思います。しかし、現状が、そのとおりやられているかどうかというのは、大変心配なであります。

## 調査の現状は心配だ

第一、いま、皆さん当事者もいらっしゃると思うんですが、面接調査の費用、調査員に対する謝礼なんというのは、実に嘆かわしいものだと思います。お金だけで解決する問題ではないと思いますが……。それからまた、調査員の訓練は、十分にされているのか、そういうことが

大変心配であります、理論そのものは、もうできていると思うのであります。

もっと心配なのは、調査の実情を知らない人の要求、例えば世論調査でこれやってくれとか、というようなものですね。あるいは、学者やなんかでも、世論調査でこれははかれないだらうかと、やつたことがない人がそういうことをいって、研究費をもらって調査会社にやらせる、というようなときの要求、それからサンプリングは電話の場合でも、サンプリングの理論はできております。きちんとしたものがあります。そのとおりやればいいんです。だけれども、実際の場面ではどうも心配で心配でしようがないのであります。

しかし、電話調査や、きょうは出口調査の話はいたしましたが、出口調査といわれているようなものは、世論調査で結構当たっているのですね。だから、うまくいっている。これはもう貴重な実験データとして蓄積するものだろうと思います。しかし、ただ、結果が当たっている、というのではリテラリー・ダイジェストがずっと当たっていて、十数年、20年近く成功していて、見事に失敗をして、ギャラップにとってかわったというようなことがあるので、数学なんかやつた者にとっては、理論の裏づけがないのは、大変心配なのであります。

世論調査の社会的な利用面のほうも問題があります。それはもう、マスメディアの問題と同じだといつてもいいと思うのであります。マスメディアも多過ぎるとか、くだらないというものがあると、しょっちゅういわれるわけあります、その規制とか制限というのは、それはやってはならない、避けて、なるべく、極力とにかく避けるべきであります。そのかわりに、活発なマスメディアの批判というものは、もっと活発になったほうがいいと思いますが、批判がされるようになりました。

### **法律の規制は避けるべきだ**

世論調査も同様であります、法律や認証機関が規制するということは、極力避けるべきだ

と思います。中には、そういうようなことを考える方があるようですが、それはマスメディアの場合とほとんど同じだと思いまして、避けなければいけないと思います。

そのためには、少なくとも世論調査の評論が活発に行われなければならない。世論調査はみんなに信じられ過ぎまして、世論調査がいっているんだから、といわれますが、もっと活発な個々の調査についての評論、方法論とかなんとかより、そういう世論調査評論家というものが生まれてくれなければ困ると思うのであります。

とにかく、世間の世論調査に対する期待は強過ぎるのですね。サンプリング理論で、誤差やなんかいっぱいある、実際フィールドでは、いんちきもあれば、サンプリングにもいろんなことがある。ところが、もう世の中の人は、簡単にそれを信じてしまっている。したがって、世論調査にいろんな期待を要求する。世論調査はそれにとても応じ切れるものではありません。

### **審判ではなく議論の資料を提供する**

世論調査というものは、そもそもみんなが同じ意見の質問はしないです。「人を殺していいか」なんて、そんな世論調査はありません。賛否のどちらが多いか少ないかわからないようなときに、あるいは賛否の差がどのくらい開いているかということを知りたいときに世論調査をする。したがって、調査の結果、五分五分というのが出ても仕方がない。あるいは四分六、七・三、八・二、九・一その程度のことがわからればいいというのが世論調査のそもそものスタートだと思うであります。その程度ならば、世論調査は十分役立つだろうと思います。

世論調査は、勝負審判を務めようとしているわけではありません。結論を与えるものではありません。議論をスタートさせるための資料提供をしようとしているものである。初めに紹介あった、世論調査のスタートのときからやつてきたとおっしゃっていただける人間としては、それぐらいに考えているのであります。

ここで、大変ずうずうしい話になりますが、宣伝を一つさせていただきたいのであります。

きょうお話しできなかつたことがいっぱいあるのですが、それは「世論を探し求めて一陶片追放から選挙予測まで」と。陶片追放、すなわちギリシャのアテネのころから、選挙予測までの世論の問題についての本のノート、あるいは自分の書いたメモをまとめまして、ミネルヴァ書房が9月ごろに出版してくれることになりました。ここに書いたような内容でありますので、出ましたら、お買い求め、さらに書評をお願いできればなおさらいいと……。

勝手なことばかり申しました。(拍手)

### 質疑応答

#### 選挙の世論調査はやるべきだ

**司会（泉宏企画委員）** それでは、これから質疑に入ります。司会のほうからお聞きしたい点があります。21日に衆議院が解散されて、40日間という最長の選挙期間になるわけですね。もし、いま、全く世論調査を選挙に関してやらなかつたら、どういうことになるんだろうと、そういうことについてはどうお考えになつておられますか。

**西平** 世論予想の発表の禁止ということが、フランスの法律で、1975年ぐらいですが、決まりました。ところが、2002年にそれを解消しました。それはヨーロッパ連合で、発表の自由、言論の自由にかかわることで、それに抵触するからです。フランスのその法律は無効であるというので、ほかの国でもそうですが、日曜日に投票の場合、金曜日の夜中まではいい、そういうぐあいに変わりました。

実はブルデューや何かの議論が起こったのも、一つはそういうことから始まったわけあります。私は、世論調査をやらなきゃいけないと思っているんです。

というのは、読者に影響を与える——新聞と

かマスメディアというのは、読者に影響を与えるために書いているんじゃないですか。それを、そういう議論にへこむジャーナリストがだらしないと——失礼な言い方ですが——思うんですね。

例えば、新聞で選挙予想は有権者に影響を与えるかもしれません。でも、それを禁じて、総理大臣が、党の首脳が、「今度自民党がまた勝つよ」とか、今度は「自民党が負ける」よという談話を発表して、それは影響を与えないんですか。

そのほかに、もちろん学者先生、評論家や何かがいろんなことを言う。だから、新聞に選挙について一言も書いてはいけないことになるわけですね。だから、当然、世論調査をきちんとやれば、今までの実績をみると、むしろよく当たっていますから、そういうような意味で、世論調査を禁じるというのはおかしいんじゃないいか、というのが私の意見であります。

それにフランスでこの法律が破られたというのは、ジュネーブから、スイスからフランスの電話調査をやって、それを新聞に出てしまつたりしたわけですね。そんなことがあります。

ただ、世論調査というのは、日本の場合でもそうですが、各社の生のデータそのままじゃなくて、今まで各社の持っているノウハウによって、それを直して、数値を加工して議席数や何かは発表する。それは各国とも同様でありますが、彼らの場合は、いろんなことでウエイティングという、数値を掛けたり何かして発表するのです。

むしろ私が考えておりましたのは、多くのヨーロッパの国では二大政党制を標榜している。だけど、もちろん二大政党制の国なんて、イギリスだって成立していないし、世論調査をすれば、比例代表制にすべきだという世論のほうが、小選挙区制より多いぐらいなんですが、多党化してきてている。それは、やっぱり社会が複雑化してますから、多党化してきてている。日本の場合も多党化してきてている、そういうときには、世論調査の予想もこれから苦しいだろうと思われます。ただ、サンプリング誤差や何か考え

れば、当然のことを書いています、と思います。

例えばイギリスで、ちょっとあるデータで失敗したときに、イギリスの新聞は、これはちょうど日本で「山が動いた」というあのころですが、彼らは「波頭が高くなった」というような表現ですが、そういうようなことを新聞の見出しにした。だから、労働党も保守党も、どっちが勝つといえないよ、という表題だったけれども、日本の新聞は、「イギリスの新聞は大間違い」と書いたのです。表題にさえそう書いてあるのに、日本の新聞はそういうぐあいに取り上げているというような、ちょっと残念……。余計なことまで申しました。

**司会** 皆さんからの質問、どうぞ。

**質問** 実は、私どもが張本人でもあるんですけれども、何か政治的に出来事があると、直ちに緊急世論調査を行う。何かあったら、翌々日の朝刊には結果が出ている、そういうことがいま日常化しております。世間ではそれを好んで読んでくださる方もたくさんいる一方で、いさか世論調査過剰ではないか、そして政治家も世論調査の数字に右往左往し過ぎて、世論調査政治になっているのではないか、ということもよくいわれます。

いわば、世論調査は非常に関心を持たれると同時に、大変批判にさらされているわけなんですけれども、こういった現状について、先生はどうのようにお考えでしょうか。

### 事件が起こってもじっくり構える

**西平** 一つには、いま何か問題が起こるとすぐ世論調査をやるというお話ですが、産経新聞が、もう30年ぐらい前でしょうか、電話調査というのをやりました。そのころは、電話がまだ普及していませんから、電話のない人は、電話代は別に払うということで、それは首都圏というのと近畿圏というところだけですが、毎日毎日同じサンプルに電話で世論調査をすると

いうのを産経新聞がやりまして、それは本にもなって出ております。

彼らがやめた理由は、いろんな理由があります。一つは、種切れになった。それから一つは、金がかかる。一つは、これが大事なんですが、やめた理由の一つとして、何か事件が起こったというので、すぐ電話で聞ける。しかし、それを世論といつていいかどうかということで。

むしろ世論というのは、例えばマスコミや何かがいろいろ書く。おやじさんが何とかいう、先生が何とかいう、いろんなことを聞いて、そして、その後に、ああ、これはこうだと決めなければいけない。それをすぐ聞くと、感情的な反応が返ってくる。やめる理由の中に一つそれを挙げていますが、それは忘れてはいけない新聞の経験だと思います。

だから、そういう意味では、事件が起こっても、じっくり構えて——その間に議会が解散になってしまふかもしれません——やっていくのが、右往左往するジャーナリズムじゃなくて、一つのジャーナリズムのあり方ではないかと思います。

もう一つは、多過ぎるというんですが、それは、さっき申しましたマスメディアと同じでありますし、多いからどうやって規制するか、法律をつくってどうするか、新聞協会はどうするか、そういう問題じゃないと思いますね。これは多過ぎて困るんですけども、世論調査も確かに多いと思うんですが、やっぱり規制をするわけにはいかない。調査をする人たち、あるいは調査を利用する人たちのほうがそれに気づいていくということよりしようがないだろうと思うんですね。これは、私は知恵がございません。

一つは、世論調査というものは、もういまや民主主義体制の中に組み込まれてしまった一つの方法——何といつていいかわかりませんが、ものだと思います。ですから、世論調査だけを取りあげてどうこうといえないようになってきていて、民主主義の中での働きというようなことを全体的に考えなければならない。そうすると、数学屋の我々なんか全然歯が立ちま

せんので、社会学や政治学の人たちにはよくそれを議論していただきたいと思うのです。

### 勝ち馬に乗る人も、判官びいきの人も

**質問** 世論調査と、選挙の結果とが非常に密接だったら、それは世論調査がよかつたということなのか、あるいは、それはよく当たったということで評価されるべきか、それとも、それに導かれてしまったということの結果なのか。私なんかはへそ曲がりだから、世論調査が出ると、いつもそれとは違う者に投票しているところがあるんですが、そういうものについてはどう評価されるでしょうか。

**西平** そのことについては、世論調査によって世論調査を評価している、そういう調査があります。読売新聞やNHKが大分やっています。朝日も毎日もやっています。そのほかに、東大の新聞研究所なんかでやった例もあります。

ところが、世論調査で世論調査のことを調査すると、困ったことには、例えば「新聞に書いてあるとおりにしますか」と聞くと、「します」と答える人はいませんよね。「参考にします」、これはまさに正解ですね。そういわなきやいけないですね。実は、新聞を読んでいない人でも、そう答えられちゃうと、正解ですね。

だけど、少なくとも今までのデータをみる限りでは、おもしろいと思うのは、「新聞のこの党が優勢だという記事を読めば、その党にしますか、別の党にしますか」と質問すると、半々ぐらいに分かれるんですね。それじゃ、おれ、勝ち馬に乗るよという人と、おれは判官びいきで、こっちへ入れるよという人と両方ある。記事によってどっちに動く人が多いということはない。いまおっしゃったように、反対に動く人もかなりいる、というのが世論調査の予想を世論調査でみた結果であります。そういう結果が出ていて、新聞のいうとおりになるというのは、当然ながら、出てこないですね。これはほかの方法で調べるよりほかないと思います。

それから、ドイツのマスコミュニケーションの科学ということをやっているドンスバッハというのは日本にも何回か来ていますが、彼が書いているのでは、そういう世論調査で、選挙のときの予測の影響を10種類挙げています。いま、ちょっと覚えておりませんが、例えばいまのような「勝ち馬に乗る」という式の人もいれば、「判官びいき」の人もいる。彼は10種類挙げただけで、それを計測はしていない。これが多いいよ、これは少ないよ、ということはいっていませんですね。

だから、そういう意味では、お答えにならないんですが、わからないですね。申しわけございません。

**質問** 京都大学の佐藤卓己さんという方が「輿論と世論」という本を書かれて、パブリックオピニオンとセンチメンタルということを区分けして、むしろセンチメンタルなものが世論としてとられるという主張だったと思います。いまの先生のお話だと、両方とも、大差ないようですが、佐藤さんと違うお考えなのか、その辺はいかがでしょうか。

### 輿論対世論 佐藤卓己説との違い

**西平** いや、そうではないんですね。佐藤君とは共著の本もありますし、割合に親しくしているんですが、ただ、輿論というところの解釈は少し違う。彼は、特に明治以後ぐらいのいろいろな文献を調べて……。ところが、明治になると関係文献がいっぱいあるから、もう私はとてもだめだとすっ飛ばして、古いのは少ないから、かつ外国のことはあまり知られていないから、もっと古いところのほうと。

彼は、明治維新ぐらいから後のことでのうすると、多少意見が違う。

難しい字のほうは、体制、国のほうの意見、正しい意見とか何とか、世界の「世」のほうはそうじゃないものだというようなことを彼はいっているんですが、まあ、それはそうかもし

れません。だけど、私の経験からいいますと、私は中学生になって（1940年以降）、自分で本を買うようになったんですが、そのころ買った本をみると、世界の「世」の字を書いた「世論」という字はほとんどない。全然ないとは申しませんよ。だけど、ほとんどないですね。みんな昔の字で、「輿論」という字あります。世論は「セイロン」と読まなきやいけなかつた時代ですから、ちょっと佐藤君とは、そういう点では多少意見が違うんです。

だけれども、彼のいっていることとある意味では同じだというのは、世界の「世」のほうは、世説だとか俗論というのを江戸時代の日本人たちが使ったというのは文献に出ておりまますから、そういう意味では、本物じゃないよ、偽物だよとか、二流のものだよという意味で、世界の「世」のほうを使っている。だけれども、昔の「輿」という字は、梁の国までたどれば、それは評判ということに使っているわけです。ですから、それは彼のいうようじゃないよ、と思うんですが。

あともう一つは、世論というあの字が出てくる前に、日本の幕末に出てきたのは、コミュニケーションの問題ですね。言路洞開だとか、言路閉塞とかというような言葉が出てきて、まずコミュニケーションということは、江戸幕府の人たちは随分考えているんじゃないかな。私は2～3文献を読みましたけれども、あれは研究に値することだろうと思っている。だけれども、世論というところまではなかなかいっていないと思いますが、それは専門家に任せるよりしようがないと思います。

**質問** 1923年ぐらいにジェームズ・プライスが『近代民主政治』という本を書いて、民主政治の中で、やっぱり世論というのは非常に大切だよというのを非常に強調しているわけですけれども、その当時の、1920年代の想定している世論と、現在の世論というのは、例えば調査の方法とか、その中身とか、それから政府との関係でみた場合に、どんな違いがあるでしょうか。

**西平** ブライスの本は、この9月に発売される本の中でも引用いたしました。ブライスは、たしか世論は選挙で形が出るべきものであるけれども、いまだかつて選挙でもってみんなが納得したことはない、というような、そんなふうに書いております。世論というものは選挙でしかつかめない、だけれども、それでは満足できない、世論をもっと重視しろというようなことです。あのころの測定ということは、どれをもって測定というかわからないんですが、それはもっと昔のエジプト時代から人口調査をしたり何かしているというような、これは経済的というか、実態の調査ですけれども、税金や何か、兵隊をとるためや何か、そういう人口調査なんてやっている。

幕府も、江戸期時代に、6年置きに人口調査と米の石高を調査しています。6年置きというのはなぜかというと、子、丑、寅で12年が周期ですから、6年置きなんですね。勝海舟が大変それに興味を持っていますが。そういうように、経済指標としては使ってきた、そういうものはだんだんある。

ちょっと年代ははつきりしませんが、イギリスでは『政治算術』なんていう本も出ているし、それからベルギーでは「平均的人間」というので、何でもかんでも平均をとるというケトレという人がいますが、そういうようなことがされていたと思います。

ブライスの1920年代のというのは、世論調査というのは、一応は模擬投票が始まったのが1924年といわれております。1924年に模擬投票をアメリカで初めてやったと。

それまでも、いろんな人の意見を数量であらわすということを新聞が試みていた。どういうことかというと、何とか候補に杯が何回献杯された、こっちの候補には何回された、よってこっちのほうが多いから、こっちのほうが人気があるだろう、そういう数字まで引用しているという話であります。ブライスの時代にどれかというのは、ちょっと私もわかりません。

## 世論調査は「代表性」をもつ

**質問** いま、ほとんど電話調査、R D Dといふのに移行していますけれども、いろいろ問題があると聞きました。これからはどういうふうな方式に、世論調査はなっていくんでしょうか。

**西平** その知恵があればいいんですけれども。実際上、本当にどうすればいいか。日本では、幸いなことに、サンプリングや何かがきちんとしていないのはアンケートといいますね。そういうつて逃げる。これはアンケートにすぎませんとかという。フランス語のもの意味では、世論調査だってアンケートなんですが、日本では、アンケートと世論調査を区別してくれているので、それはずうっとそのまま続けてもらいたいと思うんですが。

世論調査といわれた場合は、代表性を持っている。少なくともサンプリングはきちんとやっているというものでないと、おやりになった方が「世論調査」といわないという大変いい習慣がある。世論調査は、いま調査不能が多くなってきても、その点、一番代表性を持っている。だから、さっきも最後に申しました土器だとか木簡というのは、たまたまそれは金持ちの家のが出てきたのか、貧乏人のがあがってきたのかもわからないわけです。

世論調査といわれている場合は、代表性を持っているというところが、いまや大変なことなんです。電話調査がスタートしたときも、面接ではだめだ、電話のほうが回収率が高いよ、というようなことがいわれていたんですが、このごろはほとんど同じですね。まかり間違えば、郵便調査のほうが回収率が高いとか、そういうふうないです。電話調査は、電話機をランダムにサンプリングする、それを、しかも無駄なく、効率よく、安くやるという方法は、アメリカで大変研究されています。その先、電話機を当た中で、今度は、その中のだれを調査するかということも、理論的にはできている。だけど、電話で調査する調査員たちがどれだけ正直に

それをやっているか、それから、いまおっしゃったような、事務所の電話か、世帯の電話かですね。

それに、うちの娘なんか、うちにいたときは、自分でも一つ電話を持っている、だけど、私たちの親の電話も使うと、彼女は2台持っているわけですね。そういうようなことについて、私がいくら質問しても、満足できる回答を得られない。

ただ、確かによく当たっていますね、知事選挙なんかの場合は。だけど、それは理論的な裏付けがない。それにちょっと違いますが、電話の場合は、回収率みたいなものがどんどん下がってきてている。

それから、出口調査も関連していると思うんですが、出口調査は、アメリカでは初めは回答率が非常に高かったけれども、このごろはみんなそっぽを向いてしまった、というようなデータもありますね。

例えば知能検査というのは、おれは頭がいいかどうかというのを調べるんだから、真剣に受けるけれども、世論調査とか統計調査というのは、国勢調査にしても、自分の利害と直接関係ありませんから、そういうような意味では、みんなが統計調査の重要性を考えてくれるようしようがない。

インターネットなんかは、これは投書と同じだと思うんですね。ある意味で投書と同じで、投書というものは、世論を調べるために重要な資料ですね。深刻な問題を抱えている人が投書するから、それを世論調査みたいな、いいかげんな、全然関係ない人のものと違って……。インターネットも割合にそういう利点があると思います。

だけど、世論調査にかわる代表性のあるデータをどうやってとるかですね。一生懸命お願ひして、サンプルに賛成してもらうよりしようがないと思う。

私の経験からすると、これはちょっと違うんですが、小学校の校長が調査を受けてくれない、このヤロウと思って13回通ったら、やっと受けてくれました。それがつまらない話で、「お

まあ、どこの大学を出たんだ、「北大です」といったら、「ああ、おれも北大だ」って、くだらないことで……。それはちょっと違いますが、やっぱりどうしても要るんだと説得するということしかない。初めのころは、そうだったわけですね。「世論調査なんて、思想調査じゃないか」「そんな難しいことは隣に行って聞いてくれ」というので、説得しなきやならなかつた。いまは、「それは世論調査は間に合っています」になつちやつたわけですが、まあ、どうしようもない……。

### 調査のサンプル数は

**司会** 最後に、もう一回司会のほうから。先ほど出た電話の世論調査ということで、300小選挙区を、衆議院の場合はやります。現実問題として、1,000以下のサンプル数でやっているわけですが、妥当性がどうかということが一点。それから、開票が始まる時点で、すべての議席数が予測で出ることについては、どうお思いになるか。

**西平** サンプル数の問題は、毎日新聞がまだ有楽町のころですね、そのころから、朝日新聞がいち早く選挙区ごとに試みの調査をやりまして、毎日もやらなきやならんということで、どうだと私が意見を求められた。

「まず第一に、金がかかってしまうがないよ」というと「そんなことをあなたに聞いているんじゃない」といわれたんですが、サンプル数を、それまでの選挙の結果をみて計算してみると、「この選挙区は、今度は、自民党と民主党の争いだ」「ここは公明党と民主党の争いだ」というようなことは、大体新聞社の政治部で推測がつくと思いますが、そこがどのくらい競り合うかというのは、統計屋はわからないんです。編集局政治部でそれをちゃんとやってくれなきや困るよ、と。こっちとしては、一覧表みたいなので、「例えば1%差で、もし決まるのなら、どのくらいのサンプルがいる」「5%、10%で決まるならどのくらい」そういう計算

はできます。それはそこの選挙区の情勢によって違う。「だから、おやめなさい」といったんですが、もう予算が通っていて、朝日がやつたんだから、やらざるを得ないというので始まつてしまつたわけですね。そうしたら、よく当たるというわけで、続けたんですけれども。

ただ、朝日は林知己夫という先輩がやっていまして、彼は完全な統計の人ですから、その調査をやつた。彼、仲はいいけど、内容はお互いに話をするのはよそう、切磋琢磨しようということだったんですが、とにかく朝日のほうは、原則として計算で出てきた数字を……。ところが、毎日のほうは、私はそんなの全然、そういういろんな状況がわからないから、例えば「山が動いた」だとか、「時の勢い」とか、そんなことは統計屋は、数学屋は何もわからない。そっちで考えてくれと。だから、そのためのことをしよう。

で、私は、統計的に、どういう傾向か、この選挙区では着々と公明党が票をふやしているとか、そういうことを一つ一つの選挙区で、選挙区別に過去のデータを全部並べて、こういう傾向があるというので、世論調査のデータをみて、つかんで、ここではこうなるんじやありませんか、ということをいっていた。ですから、サンプル数をいくつにというようなことは、選挙区によって違うというよりほかしようがないですね。

朝日では、試行のときに書かれているんですが、候補者の名前をみせないで調査をするというやり方をしています。そうすると、わずか200人ぐらいしか候補の名前が挙がらないという選挙区がたくさん出てくる。毎日の場合は後発ですから、そういうことになっては大変だと。こちらのへ理屈としては、選挙が始まるまでに選挙運動をして、スピーカーでどなる、だから、候補者の名前を知るじゃないか。投票するときは、ちゃんと前に候補者の名前が張ってあるじゃないか。だから、リストをみせて、「この人が立っています、このうちで……」といって、なるべく答えが出るようにしてやろうとか、そういう悪知恵をいろいろ考えたことがありました。サンプル数はいくつということは

一概にはいえないけれども、もしそれをいえどうしてもというのは、きちんとやって、1, 000は要りますよね。きちんとやりやしないんですから。だから、当たるほうが不思議な気がするぐらいですね。

ただ、もう一つは、日本の場合は社会が非常に流動的で、まざり合っていますから、欧米だと、お屋敷町、労働者の町と、こう分かれているというような、向こうの社会学はそんなことばっかり書いていたわけですが、日本ではそういうことはごく少ない。だから、どこでやっても、新宿駅の前でやっても、東京駅の前でやっても同じような数字が出る、というぐらいに日本では人間が流動している。人間がランダムに歩いてくれていますから、それなら、そこで調査すれば、それでもいいと思うんですね。だけど、そこまで研究はしていませんから、やっぱりわかりませんけれども、何百というんじや無理でしょうね。

それからもう一つ、そういうことに関係してですが、毎日新聞のデータは、ずっともらっていましたけれども、あるとき、2つの選挙のとき、偶然、方々の新聞社、放送局、通信社を含めた生データが手に入りました。そうすると、随分ひどいデータのところと、よく合っているところがやっぱりありますね。

だから、きちんとやるかやらないかということは、随分大きな問題になるだろうと思います。

出口調査も、サンプリング屋としては、こういうぐあいにしなさいということはいえるけれども、ちっとも守られていないようです。お金がかかるから。すべてお金ですからね。だから、お金がかかってできないことは、やめたほうがいいと学者はいうんですけれども、新聞社の方は、そうはいっていられないかもしませんが、要するに出口調査の場合は、いまおっしゃったような実状だから、そういうことを研究して、今回の調査で、例えば——本当の投票は7時まででしたっけ。

**司会** 8時まで。

**西平** 8時ですか。だから、例えば6時までの出口調査のデータではこうだったけれども、その後も続けてやって、それを足してみたらこういう結果になる、だから6時で打ち切っていい。あるいは6時で打ち切ったときには、保守派の票は何%カットして、左派のほうは何%ふやせとか、そういう経験則をつくる。ヨーロッパとかアメリカの会社はそういうことをしきりにやっているようですね。

日本では、ただ5時で締め切らないと間に合わないよ、それだけで、それで当たらなくとも不思議はないと思いますけれども、おそらく日本では、5時過ぎに来る人も、前の人も、あまり変わりないんだろうと思いますね。そう思わざるを得ないです。

**司会** きょうは本当にありがとうございました。（拍手）

**（文責・編集部）**

# 日本の世論調査

日本記者クラブにて

西平重喜

統計数理研究所名誉所員

世論調査という以上、どこの国でも同じはずだが、それぞれの国に特有の問題もある。今日は日本の世論調査が欧米の世論調査と違う点をお話したい。なお「世論調査や社会調査」と一々繰り返すのはわずらわしいから、特に断らない限り「世論調査」といっても、それは「世論調査や社会調査」と読み替えていただきたい。

1° (マス・メディアの世論調査) 日本では世論調査といえば、まずマス・メディアの世論調査を思い浮かべる。日本の中央紙や NHK などのキー局は諸外国と違い、みずからニュースを取材するため、全国的な支局網があるから各地で調査員を雇うことができる。

- ① 突発事件が起きたとき、臨機応変に調査ができる。
- ② 本社に世論調査専門の部門があり、専門職や経験、理解の深い者がいる。
- ③ 調査の実施の連絡費、コンピュータの費用などは、社内の一般的な経費、コストが安い。
- ④ 各社が同じテーマについても、それぞれの視点から調査するので、比較や多面的な分析
- ⑤ 調査の結果が紙上に公表され、世論調査を一般国民に親しみ深いものとしている。
- ⑥ 選挙予測調査が大規模に行なわれる。

2° (日本人と世論調査) 日本では人々はお互いに、他の人の気持ちを考えてつきあおうとする。また「みんな」と同じようにしたいと考える傾向がある。世論調査のデータはそのために大変参考になる。国際比較調査が多いのも、外国のことが気になるからである。

政治家やエリートも民衆をリードするより、民衆の意向を知りたがり、評判を気にする。

逆に日本人は世論調査に向かない：自分の意見を相手にはっきりいうことは失礼、生意気  
日本語は西欧の言語のように、疑問文に Yes, No で答える構造ではない。

また日本人は主語もあいまいにし、自分の意見でも「皆こう考えているのではないか！」

3° (輿論と世論) (誤り：漢書の武帝記) .『梁書』の武帝 (464-549) に、「公務員の任用について選挙するか、或素定懷抱或得之輿論」。室鳩巣 (1658-1734) の『駿臺雑話』評判。

輿はこし、くるま、のせる、…… 多くの、万物をのせあげる、など 16 の意味、「輿望」、「輿臣」、「輿議」、「輿地」 大日本帝國輿地圖、「のらくろ」猛犬連隊の歌に「輿望を担って」

「世論：はセイロンと読まれ、仏教学者や朱子学者が、心学、陽明学などを世説、俗論というような意味で使っていた。「セイロン世論」は今日の世論とはニュアンスが違う。

4° (世論と opinion) 英和辞典でも仏和辞典でも、opinion の第 1 の訳語は「意見」で

あるが、第2に「世論」が出て来る。したがって public opinion, opinion publique という言葉が使われる以前から、世論という概念があったのだろう。

日本語では意見は各個人、多くの人びとの意見の集合は世論という。もっとも「日本人の意見」ということもあるが、それは「日本の世論」と同じ。しかし全部の意見を扱うのは大変だから、多数意見、代表的な意見を日本人の意見といったり、日本の世論ということが多い。

5° (世論調査) 世論調査=人々の意見を調べる=意見調査 のはずである。

(public) opinion research=opinion survey=sonndage d'opinion (publique) =意見調査

ところが内閣府政府広報室の『世論調査年鑑—世論調査の現況—』では、世論調査の定義

**意識に関する調査：意見、要望、不満、知識、関心、判断、評価、態度等に関する調査**

日本の世論調査の2/3の表題は「意識調査」、「意向調査」、「態度調査」

世論調査=意識に関する調査≠意見に関する調査

日本では「意見」は確固たる根拠や信念にもとづく判断や主張である。ところが日本人ははつきりした意見を持ち、話す習慣がなかったし、教育もあまり受けていない。意見を述べるときでも「意見というほどのものではありませんが...」という。日常生活では「意見」より弱い、あいまいな「感じ」で過ごしている。そして日本語の「意識」とか「態度」は consciousness や attitude のような基本方針とか核というような強固なものではない。日本語の「意識」とか「態度」は「意見」よりあいまいな、「感じ」に近いものであり、その「感じ」が分かればよいという立場で、世論調査=「感じ」の調査=意識調査 と考えているのだろう。

6° (欧米と日本の世論調査の違い) 欧米の世論調査は殆どが政治問題や社会政策などについての意見を、国民投票のように賛否 (Yes-No, dichotomous), あるいは対立するいくつかの項目、選択肢から選ぶ形をとっている(alternative)。すなわち

欧米の世論調査=Yes-No タイプの調査=意見投票=opinion poll=疑似（代用）国民投票

アメリカでもはじめは世論調査を public opinion research とか opinion survey と呼んでいたが、1970年頃(?)から opinion poll, polling というようになった。

日本の世論調査は国民投票のように賛否の比率に止まらず、その理由やその意見が形成される根底にある consciousness や attitude まで追求する。このような consciousness 調査や attitude 調査は構造分析を目指す「社会学的調査=sociological survey」。

「社会学的調査」を世論調査形式の大量観察では無理。世論調査形式で出来ることは、

欧米の世論調査=Yes-No タイプの調査=意見投票=opinion poll=疑似（代用）国民投票

社会学的調査=sociological survey では調査員にそのテーマの専門的知識が必要である。

社会学的調査=sociological survey≠opinion poll=国民投票の代用としての世論調査

7° (日本人の国民性調査) 私達の1953年以来5年ごとの「日本人の国民性調査」の影

響？準備段階で、アメリカなどでその国民の意識調査や態度調査があるだろうと思った。

サーストンの「宗教的態度調査」、アドルノの「権威主義的態度調査」が質問作成の参考になったが、それらは態度尺度構成が主な目的で、特殊な人達の調査で、比較できるデータはない。

私たちは質問のタネを探して3000枚のカードを作ったし、全調査員に直接説明をし、交通・宿泊費も十分に払った。本調査の他に、例えば質問がわれわれの意図通りサンプルに伝わっているかどうか、質問文による影響、パネル調査、知識人の予想なども行っている。当時、本調査に予算の半分を使い、残りの半分は各種の準備調査や吟味調査に当てた。

8°（ブルデューの前提）日本で世論調査が始まった1950年頃、社会学の先生方に「そうやたらに質問しても、皆が十分な知識も関心も持っているわけではないだろう。そんなデータにどんな意義があるのか」といわれた。私は「特別の人だけを調べるだけより、全部の人々と比較したほうがはっきりするでしょう」と答えたが、抜けないトゲのような気がしていたが、世論調査の普及について、そういう質問もされなくなり、そのイタミも忘れていた。

そのトゲを思いださせたのはブルデュー（Pierre Bourdieu）である。彼は1972年に世論調査のための3つのpostulat（公準、前提）をあげた。普通の世論調査はそれらの前提が満たされていないから、「Cette opinion-là n'existe pas. そんな世論なんて存在しない」というのである（田原音和訳『社会学の社会学』藤原書店、1991年参照）。私にとっては、こんなふうに思われる。

調査のテーマが政治的、社会的、学問上どんなに重要でも、誰もがそれについて、意見を持っているわけではない（前提3）。「聞かれたから答えた」という答えを、その人の意見といってよいのか（前提1）。直接そのテーマと関係がある当事者の賛成と、それに関心がない人の第3者としての賛成を、同じ賛成意見として数えてよいのか（前提2）。この前提2は「関心があるか否か」という質問とのクロス集計ですむとは限らない。

1950年代から60年代には、内閣支持の質問をすると、「そういうことは隣の誰々さんがくわしいから、そちらに行って聞いて下さい」といわれた。前提3によってナンセンス。

それに「ある政党を支持する」という日本語は、本来「その政党に漠然とした好意を持つ」というだけではなく、例えば入党する、カンパする、ポスターを貼りなどを実行するか、少なくともその気になることである。当時この質問をすると、「この間の選挙でxx党に投票したけれど、支持する党というほどではありません」という人が多かった。

ところが今では世論調査用の「支持」という言葉があまねく国民にゆきわったっている。内閣支持や政党支持だけではなく、よく見かけるステレオタイプの質問に、人々はとっさに答えることが出来ている。そうするとブルデューの心配の一部は解決していることになる。

9°（教育）educationというのはラテン語のeducoからきた言葉で、英語ではdraw out.

20世紀のはじめ頃、それまでの instruction ではいけない、ということで education になった。

日本ではいつまでも教育は教え、育てること。教育=社会的規範（ノルム）を教え込むこと。戦前のノルムは皇国史觀や儒教道徳など。戦後はその社会的規範が民主主義に替わっただけ。

毎日のようなマス・メディアによる世論調査との接触を通じた訓練だけでなく、成年に達するまで入試対策教育、「正解探し教育」をされ続けているのだから、日本の世論調査はブルデューの前提 3 は満たしているように見えるが、前提 1 の疑問が残る。

しかも日本の世論調査は、あることに賛否を尋ねただけでは満足しない。「どうしてそう思いますか？」と追い打ちをかけなければ、意味がないといわれる。現場ではそんなことを聞こうものなら、あわてて「賛成といいましたが、反対論にも傾聴すべき点がたくさんあります」と、自分の意見を、「弱化」するように努める人が多い。前提 1 の心配。

**10°（世論調査の限界）** 結局私はこう考える。誰にでも分かるテーマについての Yes-No タイプか、4つか 5つ程度の簡潔な選択肢から、答えを選ぶようなステレオタイプの質問なら答えやすいだろう。その結果は選挙や国民投票のイミテーションともいえる。この種のデータはトレンドを追ったり、他の質問と比較することが出来るから、情報としての意味をもつだろう。すなわち opinion poll=意見投票の結果は、「本当の世論」であるかどうかは別として、「本当の世論」あるいはそのフィクション（荒唐無稽ではなく、ラテン語の本来の意味で）の手がかりを与えるものであろう。

選挙や国民投票では「どうしてそういう投票をしたか」は分からないが、本来はその理由にそった政治をすべきだろう。日本の世論調査はそれを求めようとする。しかし複雑な高度に発達した社会では、その理由は多くの次元にわたり、解明することは困難である。

社会学的調査の方は、それぞれの分野での慎重な考慮が必要であり、はっきりした仮説のもとで検証するということが必要である。さらに仮説に矛盾する他の調査データもさがして、その解釈を付け加えるべきであろう。

またいいわけをすれば、私は始めて調査に関係したのは「日本人の読み書き能力調査」で、引き続き言語生活の調査、その後、社会的成層と移動の調査、労働者のモラール調査などを手伝った。そんな言葉を聞いたこともなかった。私は先生方や関係者との会合を繰り返し。「それではこんな質問ではどうですか？」と、何度も質問を作りかえ、データからはこんなことがいえそうですが、という「社会学的調査」屋としてスタートした。

**11°（世論調査の現状）** 世論調査は重要性を増してきたが、多くの問題を抱えている。調査の方法からの問題もある。その方法論は一応、問題はない。しかし実施の現状はどうであろうか。面接調査の費用、調査員の訓練、調査の実情を知らない人の要求、電話調査のサンプリングの理論はあるが、実施面ではどうか。電話調査や出口調査は選挙予想で当たって

いるが、サンプリングの理論通りに行われていないようだ—リテラリー・ダイジェストの轍。

世論調査の社会的な利用面の問題もある。それはマス・メディアに似ている。マス・メディアも多すぎ、しかも下らないものがあふれているが、その規制や制限は避けている。そのかわり活発な批判にさらされている。世論調査も同様に法律や認証機関による規制は、避けるべきであろう。そのためには個々の世論調査の評論が活発にされなければならない。

そして世間の世論調査に対する期待は強すぎて、とてもそれに応じきれない。世論調査では誰もが同じ意見と思われることは質問しない。賛否のどちらが多いか分からないうなこと、あるいは賛否の差がどの程度開いているか知りたいことを調査する。従って調査の結果、賛否が五分五分か、四分六か、七対三、八・二、九：一に割れているかが分かればよいのではないだろうか。その程度なら世論調査は十分役に立つことだろう。

世論調査は勝負審判を務めようとしているわけではないし、結論を与えるものでもない。議論をスタートさせるための資料を提供しようとするものである。

### 世論をさがし求めて—陶片追放から選挙予測まで—

ミネルヴァ書房、2009年秋刊行予定

『赤と黒』は世論に始まり、世論で終わっている。小説だけではと思い、プルタルコス、マキャヴェリ、パスカル等等にも手をだして、第1章「世論はどう考えられてきたか」とした。その前の序章「世論という言葉」で世論、輿論それからopinion, public opinionの語源を調べた。

以下は「世論をさがし求める」一つの方法としての世論調査の問題である。第2章「世論調査はどのような経過をたどったのか」で、まず欧米での経過、続けて日本の世論調査の立ち上がりをたどる。

第3章は「世論調査はどのように行われているか」。世間では世論調査は科学的だというが、その根拠となる方法を説明する。

日本のマス・メディアの世論調査関係者にとって、選挙予測が重要な位置を占めている。世論調査はそのためにあるのではないが、第4章は「選挙予測はあたっているか」、諸外国と日本の「選挙予測」の成果について見ておく。それは第5章 フランスの「選挙予測の公表禁止」の伏線にもなるから。この禁止が研究者に世論調査について考え直させるきっかけになった。その内容は第6章「世論調査の現状と問題点」でとりあげるが、まず日本の世論調査の特徴と現状について述べ、つぎに欧米の世論調査批判を説明し、日本の世論調査を見直し、最後に私の世論調査についての考えを総括する。

世論調査は日本でも各国でも、重要性を認められるようになってきたが、多くの問題が派生している。私は解決策を述べられず、これまでの経過を書いただけである。直接の改善策ではないが、一つの世論調査の活用として第8章「世論公聴制の提案」する。これは国民投票と世論調査の中間的なものなので、その前に第7章で「国民投票」の各国の実状と日本での問題点を概観しておく。