

2018. 7

(主な内容)

- マス・メディア激変の時代の世論を縦横に映し出す—メディアに関する全国世論調査の意義と展望 (前編) ... 1
- 告知板..... 8

# 中央調査報

## マス・メディア激変の時代の世論を縦横に映し出す — メディアに関する全国世論調査の意義と展望 (前編)

政治学者 菅原 琢

本稿は新聞通信調査会発行『メディアに関する全国世論調査 第1回—第10回』所収の同タイトルの原稿を分割し、一部加筆修正したものです。後編は本誌8月号掲載予定です。

公益財団法人・新聞通信調査会が2008年から開始した「メディアに関する全国世論調査」は、2017年調査で10回を数えることとなった。本書(新聞通信調査会『メディアに関する全国世論調査 第1回—第10回』)は、これを記念して同調査のこれまでのプレスリリース、記事等をまとめたものである。

最初の節目となる数字であるため、この10という数字が特に大きいものと認識されることは少ないかもしれない。しかし、この10回の調査の結果得られたデータ、分析結果が膨大なものであることは、本書を紙の現物で手に取った方ならばすでに身をもって実感されたことだろう。

一方で膨大な情報は、ときに物事の理解を妨げる。そこで、この広大な資料の海を渡るための羅針盤となるべく、「メディアに関する全国世

論調査」がいかなるものか整理し、特にどのような意義を有するのかが考察する目的で本稿を置くこととした。

本調査が開始された目的について、前田耕一新聞通信調査会理事長(第1回調査当時)は会報に掲載された記事「新聞への不満多く守勢に——第1回「メディアに関する全国世論調査」(上)」(『メディア展望』2009年4月号)で次のように述べている。

情報社会は今、インターネットの登場とその後急速な普及により、大きな地殻変動を起こしている。とりわけ新聞はここ数年、年間約三十万部の発行部数(平均的な県紙一社の部数)減少が続き、新聞離れが激しい。この状態になったのは、突き詰めればメディアに対する国民の意識が変

わり、それが地殻変動を後押ししたものと言える。そこで、現在進行中のメディアビッグバンの実相に迫るべく、国民にメディアの問題点や評価、信頼度などを聞いてみることにした。

つまり、新聞離れを中心とするメディア離れは単にインターネットの普及が原因ではなく、メディアの側に問題があり信頼が落ちているためではという自省的な問題関心が、本調査の出発点とされているのである。

ただし、未知の事実を明らかにするというその性質のために、研究のために行われる調査はその狙いや意義が途中で変化することが起こり得る。特に本調査は継続して10年行われてきたことから、調査の内容や目的が途中で変異することは避け難い。つまり本調査の意義は、実施者の当初の目的や意向だけでなく、経過を見て判断すべきものと言える。本調査の意義を明らかにするためには、これまでの変遷を振り返ることが必須となる。

そこで本稿では、「メディアに関する全国世論調査」のこれまでを振り返り、本調査が結果的に獲得した意義について論じていくこととする。具体的には、調査の方法や質問の内容、調査結果とその反響を順次確認していく。こうした作業を通じて、本調査が何を伝え、どのように役立つのかを考えていき、その存在理由を明らかにしていきたい。

## 調査の経緯と概要

本調査の実施団体である新聞通信調査会は、同盟通信社の解散(1947年)を受けて設立された財団法人・通信社史刊行会が後に改称し、今に至った組織である。本調査が開始された経緯は、聞くところによると、財団法人であった新

聞通信調査会が2009年12月に公益財団法人に移行したことと関係している。移行を前に、公益法人の目的に合った新たな事業を行おうという機運が生まれ、その結果として本調査が行われることとなったのである。

ここでの「目的」とは、調査会の定款の第3条に規定された「新聞通信事業に関する調査研究等を行い、わが国の新聞通信事業の発展に寄与すること」に他ならない。本調査が最初に行われたのは2008年12月のことであり、翌3月にはその調査結果がメディア向けに報告されている。4月には、ちょうどこの月に『新聞通信調査会報』から改称された『メディア展望』に、冒頭で引用した前田耕一理事長による報告記事が掲載されている。この後、同年12月に公益財団法人に移行した調査会の手により本調査は第10回まで実施されている。

図表1には調査手法や日程、回答状況など、本調査の概要を示している。調査日程が年により多少異なることと、第1回調査の対象者数が以降に比べて少ないことを除けば、各回とも同じ方法で調査を繰り返していることが分かる。

本調査の優れた特色のひとつが、このように調査方法が安定していることである。同じ調査方法により継続して調査することは、長期的で緩やかな世論の変化を捉えることと、短期的・即時的に世論を捉えることの両面で利点となる。本書所収の第10回のプレスリリースを読めば、その利点が存分に生かされているのを目にすることができるだろう。

## 調査手法の特色

また、調査法自体も、本調査の優れた特色のひとつである。本調査で採用されている、住基台帳から対象者を抽出する層化二段階無作為抽出法や、調査票を直接配布し回収する留置法

図表1 「メディアに関する全国世論調査」の調査概要

調査概要（各回共通）

対象者：全国の18歳以上の個人  
 抽出方法：層化二段無作為抽出法により住民基本台帳から抽出  
 聴取方法：専門調査員が対象世帯を訪問し、調査票を配布する留置法  
 調査実施機関：中央調査社

調査日程と回答状況

調査回	調査日程			対象者数	有効回答者数	有効回答率	
	開始日	終了日	日数				
第1回	2008年	12月11日	12月23日	13	3000	1906	63.5%
第2回	2009年	9月11日	9月30日	20	5000	3490	69.8%
第3回	2010年	10月29日	11月17日	20	5000	3459	69.2%
第4回	2011年	8月26日	9月13日	19	5000	3461	69.2%
第5回	2012年	8月24日	9月11日	19	5000	3404	68.1%
第6回	2013年	8月23日	9月10日	19	5000	3297	65.9%
第7回	2014年	8月22日	9月9日	19	5000	3270	65.4%
第8回	2015年	8月21日	9月8日	19	5000	3183	63.7%
第9回	2016年	8月19日	9月6日	19	5000	3308	66.2%
第10回	2017年	11月2日	11月21日	20	5000	3169	63.4%

は、多くのメディアの世論調査で採用されているRDD法(Random Digit Dialing)による電話調査に比較して費用や労力がかかり、調査期間も長くなるといった短所もある。しかし、回答者の母集団からの歪みは小さく、また詳細な調査を行うことができるという点では、極めて大きな利点を生んでいる。

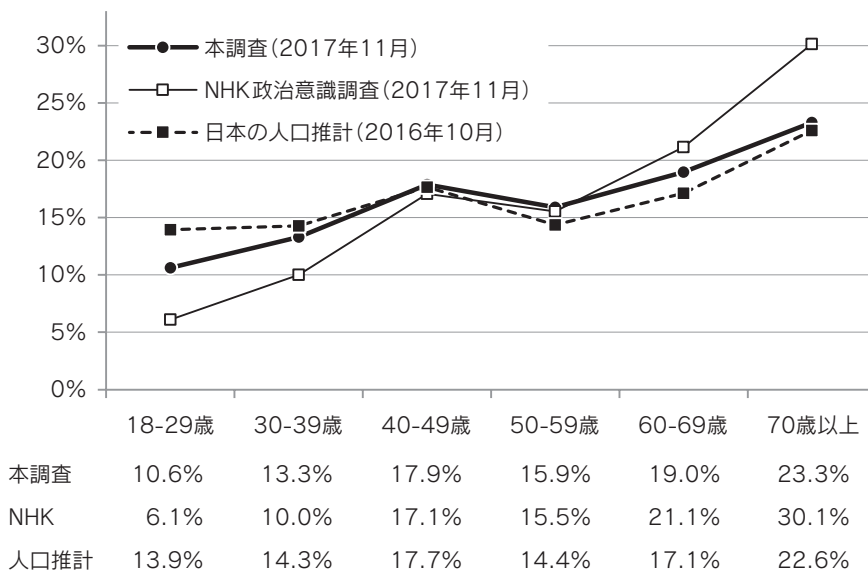
実際のデータからこの点を確認しておきたい。図表2では、本調査とRDD法で行われているNHK政治意識調査の回答者、および日本全体の年代別の人口分布を比較している<sup>1</sup>。これを見ると、RDD法によるNHKの調査の回答者は日本全体の人口分布に比較して若年層ほど少なく、高齢層ほど多いという傾向が顕著である。これに対して、本調査は日本の人口分布に近く歪みが小さいことが明らかである。

また図表1の調査日程に示すように、第2回以降の本調査は20日弱をかけて調査が行われている。後に見るように、近年では50問を超える質問が設定されている。質問の形式も、中間的な選択肢を含めて賛否を4択で聞いたり、多数の選択肢から複数を選択したり、多メディア間で比較したりと複雑で多岐にわたる。特に“目玉”である情報信頼度は数字を回答者に記入してもらう形式である(後編参照)。これらは、通常1-3日程度で10数問が聞かれ、賛成・反対など単純な2択が多くなりがちなRDD法の電話調査とは一線を画すものである<sup>2</sup>。

また、RDD法は21世紀に入り急速に普及した調査手法であるが、やはり21世紀に入り携帯電話が急速に普及したために、抽出した回答者の構成に徐々に歪みが生じていた。近年に入り

1 NHKの調査をここで採用したのは、これ以外の主要なメディアの世論調査は年代別の回答者数や割合の詳細な数字を公開していないためである。  
 2 RDD法の調査による質問の単純化、選択肢の二項化に関しては筆者の次の論文も参照されたい。菅原琢「政治と社会を繋がないマス・メディアの世論調査」『放送メディア研究』13、2016年。

図表2 世論調査回答者と日本全体の年代別割合比較



※NHKについては年齢が無回答であった場合を除いた、年齢回答者内での割合を計算して示している。  
 データ出典：『放送研究と調査』2017年12月号、NHK出版。  
 総務省統計局「人口推計 平成28年10月1日現在」  
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2016np/index.htm>

携帯電話にも調査を行うようになってはいるものの、この点は長期にわたる比較を行う際の障害とならざるを得ない。インターネット調査の類はそもそも日本国民の縮図を構成するのには向いていない上に、ネット利用人口の増大、携帯電話によるインターネットの普及、さらにスマートフォンの普及の影響を受けたために長期の世論比較の根拠とはなり得ない。本調査で行っている住基台帳からの無作為抽出は、伝統的で古典的な手法ではあるが、世論の変化を長期的に追うには最も適したものと言える。

以上から、調査手法の面からみれば本調査では質の高い調査が行われていると述べる事ができる。

**増加する質問数**

次に、本調査ではこういった質問がなされて

いるのか紹介しておきたい。ただし、質問数は全10回で438問を数えるため、ここで全てを紹介することはできない。詳細は各回の調査票を参照していただくとし、ここでは基礎的な統計から確認していきたい。

本調査は、訪問留置法の特徴を生かして一般の世論調査に比べて質問の数が多い。図表3には各年の調査における質問数をまとめている。第1回の31問でも十分な質問数と言えるが、第10回にはこれが52問にも達している。

ここでは質問を大きく3つに分けてその数を示している。「本編」はメディアに関する質問、「回答者属性」は性別、年齢など分析に用いる回答者各人の個人情報、「メディアへの意見」は調査票の最後に置かれている自由にメディアに対する要望、意見等を記入する質問である。これを見ると、本編の質問数が大きく増え、当初の倍以

図表3 「メディアに関する全国世論調査」の質問数

調査回	調査年	質問数	内訳		
			本編	回答者属性	メディアへの意見
第1回	2008年	31	21	9	1
第2回	2009年	41	33	7	1
第3回	2010年	40	32	7	1
第4回	2011年	42	37	4	1
第5回	2012年	38	34	3	1
第6回	2013年	46	42	3	1
第7回	2014年	48	44	3	1
第8回	2015年	50	46	3	1
第9回	2016年	50	46	3	1
第10回	2017年	52	48	3	1

※質問数は上位の問番号が振られている質問の数を数えている。すなわち、複数の枝問に分かれている場合も1問としている。また、選択により質問が分岐している場合も、それぞれの問を1問として数えている。

上となっていることが分かる。一方、回答者属性の質問数は減少し、近年は性別、年齢、職業の3点に絞られている。これは、個人情報が必要以上に聞かないようにする調査業界の近年の流れに応じてのことのようである。

なお、質問数の増加にもかかわらず、質問票のページ数は第2回以降、12ページで変化がない(第1回は10ページ)。かつては1問の中に多項目を設定する質問が多く1問の占める面積が広がったが、近年は1問の面積が狭くなっている。年によるバラツキはあるが、質問票に含まれる文字数も1割程度の増加傾向にあるようだ。質問票作成者の苦勞がしのばれるが、一方でそれだけ回答者の負担も増えていることを意味する。

### 固定質問の変化と固定化

図表4は、「本編」の質問内容の推移や順番を示している。ここでは質問の内容に応じて多数の質問を14のグループに分けた上で、質問の継続性に応じてさらに大きな2つの群に整理している。上の表に示した「新聞閲読・購読」から「購読紙分類・評価」の7グループが10回の調査で

おおむね毎回聞かれている継続的な質問群、下の表に示した7グループが継続的でない質問群である。ここでは前者を固定質問群、後者を変動質問群と呼ぶこととする。固定質問群は長期的で緩やかな世論の変化、変動質問群は短期的・即時的な世論の状況を捉えることを目指した質問群と言えよう。

まず固定質問群の内訳を見ると、新聞に関する質問が多数を占めていることがうかがえる。冒頭述べたように本調査は「メディアの問題点や評価、信頼度」について聞くことが目的とされていたが、特に初期のころは新聞に関する調査という印象が強い。これは後に述べるように日本新聞協会の調査の影響を受けていたためと考えられる。

固定質問群は、このように名付けたものの、質問数、順番ともに当初は流動的だった様子が見えうかがえる。固定質問群は、多少の試行錯誤の末、徐々に固定化が進んだものだと言える。特に大きく変わったのは信頼度を中心とする各メディア比較の質問の位置が、変動質問群よりも前に移動したことである。これはかつて筆者が変動質

図表4 「メディアに関する全国世論調査」の質問内容

・固定質問群

調査回	調査年	固定 質問数	新聞閲読 ・購読		新聞の 印象等		各メディア 比較 (信頼・印象等)		通信社 認知		ネットニュース 閲読		新聞 電子版		購読紙 新聞評価	
			数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号
第1回	2008年	20	7	1-3,5,9-11	4	12-15	4	6,7,19,20	2	17,18	1	15			2	4,21
第2回	2009年	24	7	1-3,5,7-9	6	10,13,14, 19,20,30	3	6,27,28	2	25,26	2	23,24	2	31,32	2	4,33
第3回	2010年	31	9	1-6,8-10	4	11-13,26	7	7,14-19	2	23,24	3	20-22	2	27,28	4	29-32
第4回	2011年	26	9	1-9	4	10-12,31	2	22,23	2	28,29	3	25-27	2	32,33	4	34-37
第5回	2012年	26	9	1-9	4	10-12,34	2	21,22	2	23,24	3	25-27	2	28,29	4	30-33
第6回	2013年	31	10	1-10	4	11-13,31	6	14-19	2	20,21	3	22-24	2	25,26	4	27-30
第7回	2014年	31	10	1-10	4	11-13,31	6	14-19	2	20,21	3	22-24	2	25,26	4	27-30
第8回	2015年	32	10	1-10	4	11-13,32	6	14-19	2	20,21	3	22-24	3	25-27	4	28-31
第9回	2016年	33	10	1-10	4	11-13,33	6	14-19	2	20,21	4	22-25	3	26-28	4	29-32
第10回	2017年	34	10	1-10	4	11-13,34	6	14-19	2	20,21	5	22-26	3	27-29	4	30-33

・変動質問群

調査回	変動 質問数	新聞広告		組織団体 信頼感		選挙報道 ・投票行動		大震災 ・原発		憲法改正 問題		報道の 自由		その他	
		数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	問番号	数	テーマと問番号
第1回	1	1	8												
第2回	9	2	21,22	1	29	4	15-18							2	犯罪報道11,12
第3回	1			1	25										
第4回	11			1	30			10	13-21, 24						
第5回	8							8	13-20						
第6回	11					4	32,33, 41,42			4	37-40			3	ネット選挙34-36
第7回	13							5	32-36	6	37-42			2	STAP細胞43-44
第8回	14									6	33-38	1	39	7	戦後70年40-46
第9回	13					5	42-46			5	37-41	3	34-36		
第10回	14					4	45-48			5	40-44	1	35	4	世論調査36、 フィクニース37-39

問群の信頼度への影響を指摘したためである<sup>3</sup>。また、新聞の各面に対する満足度は、当初は新聞閲読に関連して問4で聞かれていたが、第3回以降は回答者の購読紙を聞いた後に位置が変更となっていることも大きな変化だろう。そのほか、質問の整理統合や選択肢の変更もまれに行われているが、基本的にはあまり変化しないことを念頭に固定質問群は置かれている。

ただし、インターネットでのニュースの閲読頻度や新聞電子版に関する質問など、ネット関連の質問は近年でも質問内容や選択肢がしばしば変わっている。例えば、ニュースを見るウェブサイトについて、第2回までは新聞社のウェブサイトについてのみ見るかどうか聞いていたのが、第3回以降はポータルサイトなどと並べ、閲覧するサイトを複数選択で選ぶようになり、第

3 菅原琢「特集質問の『原発』が信頼得点引き下げか：再稼働めぐる両極層に強い反応も 第5回「メディアに関する全国世論調査」(下)」『メディア展望』2013年1月号。

10回ではそこにSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が加わっている。

このように質問や選択肢がしばしば変化すると、時点間比較が可能という継続調査の利点が損なわれることになる。しかし、スマートフォンやタブレットが広く普及しているのに、選択肢にPCと携帯電話しかなければ、回答者は的確に回答できない。刻々と変化している現実には質問を対応させていかなければ、調査結果自体の価値が損なわれることになる。従って、質問文や選択肢の変化は社会の変化を捉えた結果として受け入れなければならない。

### 特集テーマの意義と限界

一方、変動質問群は文字通り時事的な話題に応じて入れ替わりが激しい。本稿の分類では、第1回と第3回を除けば何かしらの時事的な話題が10問前後取り上げられている。

変動質問群をさらに細かく分類してみると、10回の調査のうち①途中まで聞いていた質問（新聞広告、組織団体信頼感）、②途中から加わって継続している質問（憲法改正問題、報道の自由）、③出来事に応じた時事的な質問（選挙報道・投票行動、大震災・原発、および「その他」に含まれる質問）の3つに分けることができる。

このうち②と③は、その時々メディアをめぐる話題、問題に対応したものと言える。このような時事的な問題は、特集的にテーマが設定されて複数問にわたって聞かれることが多い。一方、①はもともと固定質問の一部のように扱われていたが、質問自体取りやめになったものと思われる。この点については、次項（後編）でもう少し掘り下げておきたい。

この10年を振り返ると、報道やメディアをめぐる問題や疑義は数多くあり、取り上げられた

特集テーマだけでは足りないと言主張することは可能である。特に東日本大震災と東京電力福島第一原発事故は、メディアに無数の教訓を残しただけでなく現在でもしばしば報道上の課題を生み出している。震災と原発事故の報道がメディアの評価や印象に与えた影響は、たった3回の調査では捉えきれず、継続して調査すべきだと考えることは特におかしくはない。

しかし、10数問という限られた枠を時事的な多様なテーマで分けあい、調査結果を有意義なものとしていくためには、毎年少数のテーマに絞る現行の特集テーマ方式が適当と思われる。メディアに対する世論を多角的に分析していくためには、同一テーマで一度になるべく複数の質問を設定する必要がある。この場合、回ごとにテーマを変更していかなければ、多様な時事的な問題を取り上げることができなくなる。固定質問を減らして時事的なテーマに割り当てる方策もあるが、継続性の利点が損なわれるだけでなく、時事テーマを分析する際の基礎データが欠如することにもつながることから、そのあんばいは簡単ではない。

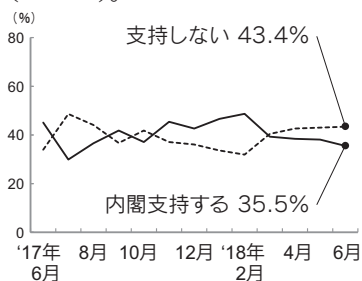
一方、取り上げられているテーマの種類を見ると、憲法改正問題をはじめとして国政に関するテーマに偏っているという印象を持つ。主要メディアが月例で実施している世論調査ほどではないものの、世論＝政治意識という固定観念は本調査でも見られる。人々が生きるため、あるいは働くためにメディアを通じて情報を集めていると考えれば、社会や経済等に関するテーマをもう少し取り上げてもらいたいのではないか。

### ◇ 告 知 板

#### 6月の時事世論調査

6月の時事世論調査によると、安倍内閣の支持率は前月比2.6ポイント減の35.5%、不支持率は0.4ポイント増の43.4%だった。支持率は4カ月連続で減少し、不支持率が上回っている。

調査は全国の18歳以上の男女2,000人を対象に、個別面接聴取法で6月8日から11日に実施。有効回収(率)は1,265(63.3%)。



#### この時期の国内の動きは、

加計問題で愛媛県文書：学校法人・加計学園の獣医学部新設問題で、安倍首相が2015年2月の段階で同学園の加計理事長から新設計画の説明を受けていたとする愛媛県の文書が国会に提出された。計画を知ったのは2017年1月だとする首相の従来の説明と矛盾する内容(5月21日)。

森友交渉記録を国会中に廃棄：財務省は、学校法人・森友学園への国有地売却問題に絡む交渉記録を、問題が発覚した昨年2月以降、理財局職員が意図的に廃棄していたと明らかにした。当時の佐川理財局長の国会答弁と整合性を取るためだったとしている(5月23日)。

日本の対外純資産、世界1位：2017年末の対外純資産から負債を差し引いた対外純資産は前年比2.3%減の328兆4470億円だったが、日本は27年連続で世界最大の債権国を維持(5月25日)。

日露首脳会談：安倍首相とロシアのプーチン大統領がモスクワで会談し、北方四島での共同経済活動や北朝鮮非核化で連携することを確認(5月26日)。

司法取引の運用開始：容疑者

や被告が他人の犯罪に関わる情報を検察官に提供すれば、不起訴や軽い求刑などの見返りを得られる「司法取引」が開始。経済事件や薬物銃器事件などが対象(6月1日)。

金井さん帰還：国際宇宙ステーションに約半年間滞在していた宇宙飛行士の金井宣茂さんと米露の飛行士2人を乗せたロシアのソユーズ宇宙船が、カザフスタンの草原地帯に着陸し、3人は無事帰還した(6月3日)。

森友問題、財務省調査：学校法人・森友学園への国有地売却に関する文書改ざん・廃棄問題で、財務省が内部調査結果の報告書を公表。一連の不祥事は、当時理財局長だった佐川前国税庁長官を中心とする理財局主導で実施されたと強調、麻生財務相ら政治家の関与はなかったと結論付けた(6月4日)。

日米首脳会談：6月12日の米朝首脳会談の前に、安倍首相とトランプ米大統領がホワイトハウスで会談。北朝鮮の非核化の具体的な行動を引き出すまで制裁を解除しない考えで一致、日本人拉致問題を提起することも確認した(6月8日)。

#### 国外では、

キラウエアが爆発的噴火：5月3日から噴火活動が続いていた米ハワイ州ハワイ島のキラウエア火山で、爆発的な噴火が発生し、山頂の噴煙は高さ約9100mに達した(5月17日)。

キューバ旅客機が墜落：キューバの首都ハバナ発の国内線旅客機が離陸直後に墜落。3人の生存が確認されたが、乗員乗客114人中100人以上が死亡した(5月18日)。

米高校で銃乱射事件：米テキサス州サンタフェの高校で、同校の17歳男子生徒が教室で銃を発砲。生徒ら10人が死亡した(5月18日)。

北朝鮮、核実験場を爆破：北朝鮮は北東部・豊溪里の核実験場の坑道や観測施設を爆破し、廃棄作業を実施した(5月24日)。

米朝首脳会談、予定通り開催：トランプ米大統領は、一度は中止すると表明した北朝鮮の金正恩朝鮮労働党委員長との首脳会談を、予定通り6月12日にシンガポールで行うと明言した(6月1日)。

グアテマラで噴火：中米グアテマラの首都グアテマラ市の南西約40キロの活火山フエゴ山で噴火。死者は100人超(6月3日)。

G7サミット：カナダで開催された先進7カ国首脳会議では、貿易問題やロシアのサミット復帰などで、米国と日欧加6カ国の対立が浮き彫りに(6月9日)。

政党支持率 自民党は前月比1.0ポイント減の25.8%だった。立憲民主党は0.2ポイント増の5.2%、公明党は0.6ポイント減の3.8%、共産党は0.3ポイント増の2.0%、日本維新の会は0.4ポイント増の1.1%。支持政党なしは58.9%で前月より1.2ポイント増えた。

#### 政党支持率 (上段：6月、下段：5月)

自	立	憲	民	公	明	共	産	日	本	維	新	の	希	望	の	民	の	支	持
民	主	党	党	党	党	党	党	維	新	の	の	の	の	の	の	の	の	の	の
25.8	5.2	0.6	3.8	2.0	1.1	0.1	0.1	0.4	0.1	58.9									
26.8	5.0	0.6	4.4	1.7	0.7	0.2	0.2	0.4	-	57.7									

国民の景気感 「良くなった」は前月より0.6ポイント減の8.6%、「悪くなった」は3.4ポイント増の19.4%。時事世論景気指数は前月比7ポイント減の132となった。

#### 時事世論景気指数

2010年	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年
96.8	84.1	97.2	143.8	129.1	126.0	120.0	131.9
17年 (5月)	(6月)	(7月)	(8月)	(9月)	(10月)	(11月)	
130	128	128	132	124	136	138	
(12月)	18年 (1月)	(2月)	(3月)	(4月)	(5月)	(6月)	
136	134	133	129	131	139	132	

暮らし向き 昨年の今頃と比べて「楽になった」は前月と変わらず5.6%、「苦しくなった」は2.1ポイント増の20.8%だった。