

# 携帯電話RDD実験調査

## 結果のまとめ

2015年3月

携帯RDD研究会

(日本世論調査協会会員有志)

### [参加社]

朝日新聞社

NHK

共同通信社

日経リサーチ

毎日新聞社

読売新聞社

(五十音順)

### [協賛]

公益財団法人日本世論調査協会

## 《目次》

1 はじめに ……………3	固定RDDの現状／携帯RDD実験調査の実施の経緯／実施結果と今後の課題
2 調査の概要 ……………5	
3 サンプルング設計 ……………6	日本における携帯電話局番の特徴／バンクについて／携帯RDDのサンプルング(電話番号の作成) ／実在電話番号の特定(ACC・オートコールチェック)
4 実査運用 ……………7	調査依頼／想定問答／架電方法／発信結果定義／インバウンド／実験調査における留意事項
5 調査の状況 ……………10	接触率、回収率、協力率／時間帯別接触率、協力率／受発信結果／受発信結果回数(回数別、3回 目まで)／対話者属性別受発信結果(接触・対象者のみ)／インバウンドについて／拒否コードの分 析／コメントの種類と数／「運転中」について
6 回答の分析 ……………16	属性項目／政治意識／電話の保有・対象者の回答環境／電話の保有・対象者の回答環境と政治意 識
7 今後の課題 ……………24	

## 付属資料

携帯RDD実験調査 単純集計表(第1回・第2回)

# 1 はじめに

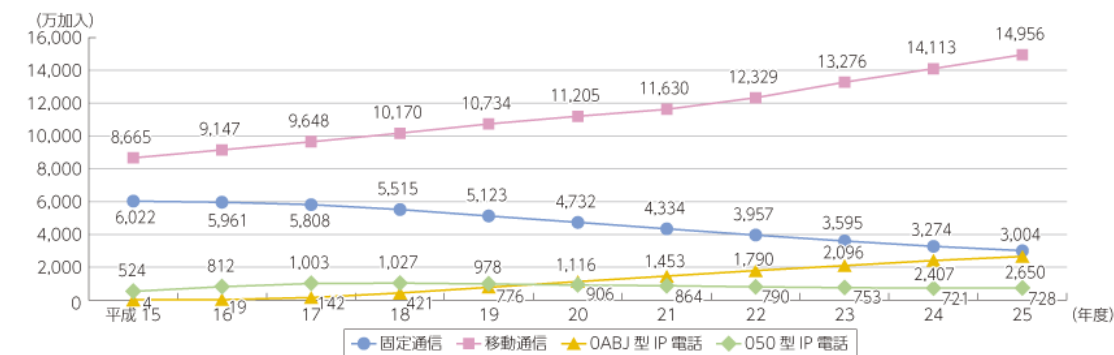
2014 年、マスコミ6社(朝日新聞社、NHK、共同通信社、日経リサーチ、毎日新聞社、読売新聞社)と日本世論調査協会が共同で、携帯RDD実験調査を2回実施した。その結果をまとめたのが本報告書である。

## 1-1 固定RDDの現状

2000 年前後から、マスコミ各社では、内閣支持率や政党支持率、時事的問題に対する世論調査や選挙の情勢調査などを、固定電話へのRDD法で実施してきた。

近年、日本では携帯電話の所有者が増え、固定電話の所有者が減少している。

図 1-① 電気通信サービスの加入契約数の推移



※固定通信はNTT東西加入電話（ISDNを含む）、直収電話及びCATV電話の合計。  
※移動通信は携帯電話及びPHSの合計。  
※OABJ型IP電話及びOSO型IP電話の15年度については、事業者アンケートに基づく数値であり、16年度以降は電気通信事業報告規則に基づき事業者から報告された数値を用いている。  
※過去の数値については、データを精査した結果を踏まえ修正している。

※平成 26 年版情報通信白書(図表5-5-2-1 電気通信サービスの加入契約数の推移)。

個人用電話と法人用電話をあわせた数字。

埼玉大学社会調査研究センターが主催した 2014 年世論・選挙調査研究大会第4回大会で、朝日・毎日・読売が各々の郵送調査結果を分析した報告に、固定RDDの現状と課題があらわれている。朝日の 20 代郵送調査では、「(固定電話がない)」という携帯限定層が 36%にもなっている。「25～29 歳、正規雇用の労働者、既婚者、一人暮らし、世帯年収が低い層に多い」(石本、2014)。毎日の調査からは、「携帯限定層の代表的人物像は、20～30 代で独身、賃貸住宅に住む正社員の給与所得者である」という特徴がみられている(大隈、2014)。また、読売の調査では、若者は固定電話を持っていても不在率が高く、自宅に固定電話を持っていない人と、固定電話を持っていても「常に外出している」人を併せた固定電話での接触不可能層の割合が 20 代、30 代で高いという結果だった(藤木、2014)。

20～30 代の若者では、固定電話を持たない携帯限定層が相当増えてきていることがわかる。これらの報告では、「携帯限定層を含めても除いても政治や社会に関する意識にはほぼ違いが見られず、それが原因で RDDの調査結果が偏るとは考えにくい」(大隈)、「接触可能層と不可能層の間には、結果に差がある調査項目も見られたものの、RDDの結果全体に影響するようなものではなかった」(藤木)、というように、今のところは、RDD調査の結果に大きな影響を与えるほどのものではないと結論付けている。しかしながら、今後も携帯限定層は増加し続け、より高い年齢層に上がっていくと考えられる。こういったRDD法の問題は、発表を行った社のみではなく、RDD法による世論調査を実施する他のマスコミ各社についても共通する問題である。

このように、現在のところ影響は小さいとされているが、近い将来には、携帯限定層による固定RDDの偏り

は無視できなくなることが予想される。また、速報性やコストの面を考えると、時事的な世論調査の調査方式を個人面接法や郵送法には変えられないだろう。なお、携帯RDD調査については、欧米の国々や韓国など、すでに導入している国があるが、日本では、唯一、(財)輿論科学協会が実験的に 1999 年～2005 年にかけて実施した実例があるのみである。

## 1-2 携帯RDD実験調査の実施の経緯

そのような状況の中、世論調査協会調査研究会の分科会として、協会の団体会員であるマスコミ等6社が集まり、固定電話RDDの現状の問題点を検討する研究会を始めた。第1回研究会は2014年4月25日に意見交換会として開かれた。

最終的に、携帯RDDの実験調査を参加6社共同で行ってみたいかどうかという提案となった。各社持ちかえって実験調査への参加を検討した。また、世論調査協会の研究会であることから、世論調査協会の意向も確かめた。結果としては、6社揃って参加することになった。また、実験調査の実施は、世論調査協会主催ではなく、団体会員有志によるジョイントベンチャーとして行うこととし、協会は協賛メンバーとして参加することで、費用の一部を負担することになった。世論調査協会には、携帯RDD実施ガイドライン策定のための調査報告書を提出し、さらに、世論調査協会主催の研究会で結果を公表することになった。

マスコミ6社と世論調査協会との共同調査になることから、覚書を取り交わした。また、6社の中で唯一の調査機関である日経リサーチが調査を請け負うという形で、9月と10月の2回、実施することになった。

## 1-3 実施結果と今後の課題

9月に実施された第1回実験調査では、調査の実施自体については大きな問題が無かったため、10月の第2回では、より実際の調査に近い質問で行い、軽い拒否の場合には、説得やかけ直しを行った。また、調査対象番号に対する架電回数も全対象番号に3回になるように増やした。一方で、事故対応を完全にするために、フロントトークについて最初に運転中かどうかを聞くようにするなど、改良も行った。

実験調査ができたことで、日本の携帯RDDの実現可能性に向けて、一歩進んだと言える。ただ、接触率や協力率など、得られた結果の品質が必ずしも高いとはいえ、今後も改善を重ねる必要がある。また、固定電話調査とのミックスやウェートのかけ方など課題も多い。

### <参考文献>

- ・『平成 26 年版情報通信白書』総務省編。
- ・石本登志男「携帯限定層の動向－2013 年全国 20 代郵送調査の分析結果から－」、『2014 年世論・選挙調査研究大会第 4 回大会抄録集』、埼玉大学社会調査研究センター。
- ・大隈慎吾「携帯限定層の特徴について－2013 年時事問題調査(郵送)－」、以下同上。
- ・藤木康裕「週末外出する若者は調査を偏らせるか－RDD調査接触不可能層の分析－」、以下同上。

## 2 調査の概要

マスコミ関係6社と日本世論調査協会が共同で実施した携帯RDD実験調査の概要は次の通りである。

表 2-① 携帯RDD実験調査の概要

	第1回調査	第2回調査
1. 調査日程・時間	9月19日(金) 15:00～21:00 9月20日(土) 9:00～21:00 9月21日(日) 9:00～21:00	10月17日(金) 15:00～21:00 10月18日(土) 9:00～21:00 10月19日(日) 9:00～21:00
2. 調査目的	携帯RDDで架電した時の対象者の反応を観察し、携帯RDD調査が実施可能かどうかを確認するための足掛かりとする。また、得られた回答者の属性や回答状況ならびに回答結果から、携帯RDD調査における傾向を探る。	第1回調査の目的に加え、より具体的な世論調査設問に対してどのような回答傾向が得られるかを確認する。
3. 調査の名称(調査対象者へのフロントトーク)	「世論に関する研究調査」として実施	「世論調査」として実施
4. 調査方法	携帯RDD追跡法	
5. 調査地域	日本国内	
6. 調査対象	日本国内で携帯電話を使用する成人男女(海外滞在者は調査対象外とした)	
7. 標本抽出法	乱数番号法(詳細は後述)	
8. 総架電リスト数	4566	4100
9. 座席数	10席(全時間帯) 金曜日には1時間 土・日には2時間の休憩あり (のべ250時間稼働)	10席(全時間帯) 金曜日には1時間 土・日には2時間の休憩あり (のべ250時間稼働)
10. 調査設問数	5問+属性5問 計10問	6問+属性7問 計13問
11. 回収数	522	610
12. 調査実施機関	株式会社日経リサーチ	
13. 調査主体	株式会社朝日新聞社、読売新聞東京本社、毎日新聞社、一般社団法人共同通信社、NHK(日本放送協会)、株式会社日経リサーチ、公益財団法人日本世論調査協会	

## 3 サンプリング設計

### 3-1 日本における携帯電話局番の特徴

日本において、固定電話の電話番号体系と、携帯電話・PHSの電話番号体系は区別をされている。その詳細については、総務省の「電話番号指定状況」([http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/top/joho\\_tsusin/tel\\_number/number\\_shitei.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/top/joho_tsusin/tel_number/number_shitei.html))で公表されている。尚、2014年(平成26年)10月より、携帯電話と PHS 間の番号ポータビリティ開始に伴い、電話番号だけでは携帯電話と PHS を区別できない。

携帯電話の番号については、「070」、「080」または「090」で始まる、11桁の数値にて電話番号が構成される。その番号を0(ゼロ)で始まる0AB-CDE-FGHJKと表現したとき、CからEまでにあたる3桁の数値には、通信事業者ごとに電話番号が割り振られている。例えば、090-100\*-\*\*\*\*にあたる電話番号については、「NTTドコモ」へ割り振られている。上記総務省の電話番号指定状況に、この割り振りが公表されている。

ただし、電話番号が上記通信事業者に割り振られていても、「番号ポータビリティ」によって、異なる電気通信事業者に電話番号が移ることもあるため、実際に使われている電気通信事業者と、上記電話番号が割り振られた電気通信事業者は必ずしも一致しない。

### 3-2 バンクについて

携帯RDDでは、0AB-CDEにあたる、この上6桁の番号を「バンク」と定義する。第1回調査のサンプリングを行うために確認をした2014年8月の段階でのバンク数は2167、2回目調査を行うために確認をした10月の時点でのバンク数は2221であった。

### 3-3 携帯RDDのサンプリング(電話番号の作成)

総務省より公表されている電話番号の上6桁(0AB-CDE)に対して、5桁の数値(FGHJK)を乱数で発生させ、これを繋げたものを調査対象の電話番号とする。

例) バンク「090-011」に対して、乱数で生成した5桁の数値「12345」を繋げて、電話番号「090-011-12345」を生成

尚、携帯電話における電話番号は、その番号がどの地域で用いられているかといった情報は一切ない。このため、携帯電話RDD調査において、事前に調査の対象となる地域を特定することは不可能である。

### 3-4 実在電話番号の特定(ACC・オートコールチェック)

固定電話におけるRDD調査では一般的に、実査の効率を向上させるために、作成した電話番号のうち実際に使われている番号(実在)を、装置を用いて事前判定している。

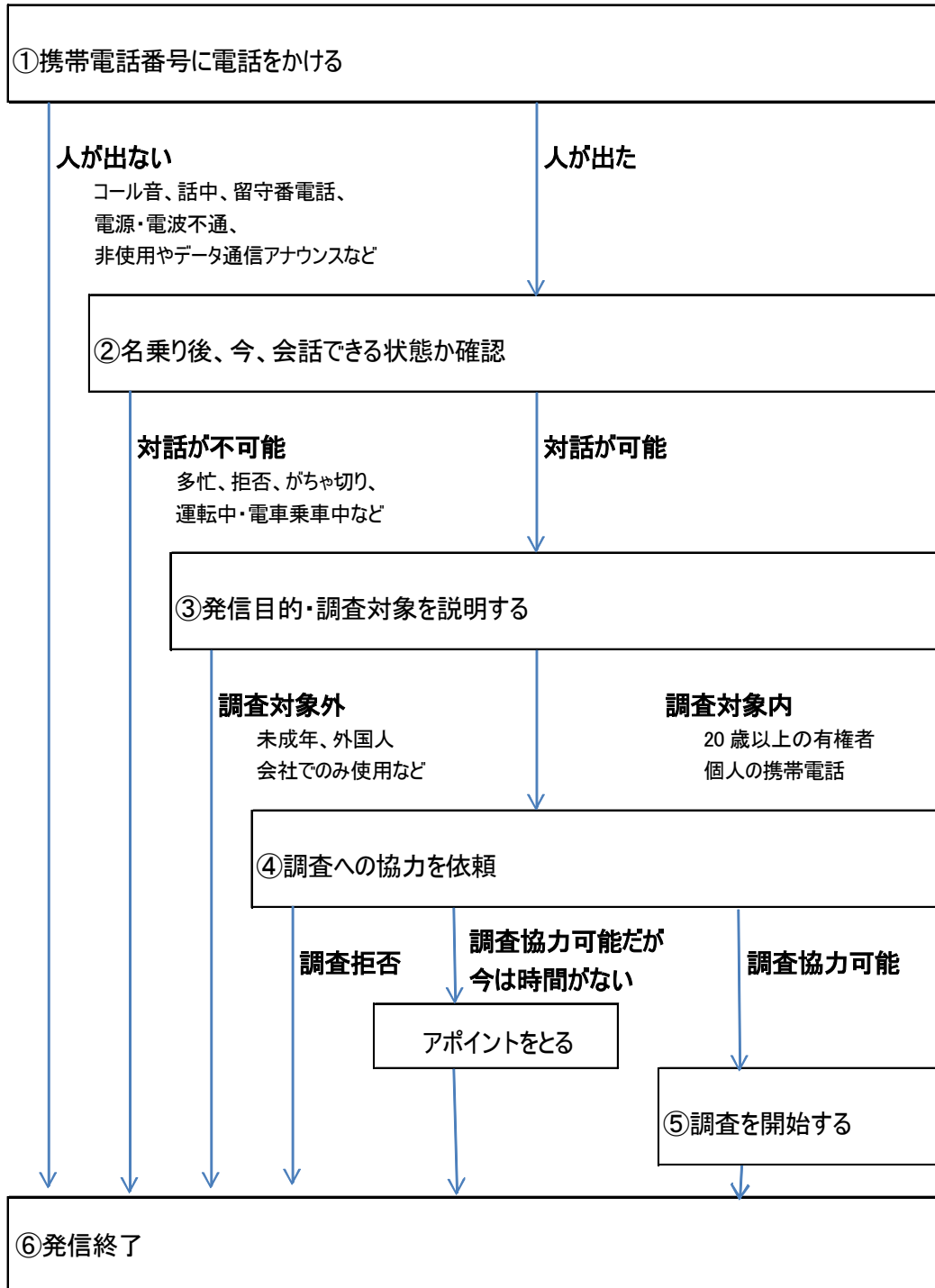
1回目調査において実在した電話番号の数は、生成した17336の電話番号のうち、11941(68.9%の実在率)、2回目調査において実在した電話番号の数は、生成した17768の電話番号のうち、11895(66.9%の実在率)となった。

今回の実験調査は、この実在した電話番号の一部を無作為に再抽出したうえで使用している。1回目調査で調査対象とした電話番号数は4566件、2回目調査で調査対象とした電話番号数は4100件とした。

## 4 実査運用

本節では、携帯RDD実験調査の運用にあたり、固定RDDとの相違点を中心に説明したい。今回の携帯RDDの実査フローは以下の通りである。

表 4-①



携帯RDDが固定RDDと相違する点としては、①架電先は世帯ではなく、個人となること、②携帯電話では、仕事や運転中など長時間の対話が困難な状態ににあっても通話状態になる可能性があること、③対象者が自宅にいても通話できる状況にあること、がある。これらの背景を理解した上で、できる限りトラブルにならないよう、対象者の状況に配慮したルールを設定する必要がある。

#### 4-1 調査依頼

携帯電話での調査依頼については、トークスクリプトとして以下の点を反映した。

- ・名乗り直後に、通話をして問題ないかの確認を取り、難しい状況にある場合には、アポイントをとらずに速やかに架電を終了する。
- ・車の運転中であっても対象者本人が「問題ない」と回答する場合がありますので、運転中ではないかの確認を実施する。(第2回調査)
- ・これらの確認をした後に、調査趣旨の説明をし、調査協力を依頼する。調査協力をする際には、所要時間の目安を提示し、その場での時間確保が難しい場合はアポイントをとるようにする。
- ・未成年者や外国人にかかる可能性もあるので、調査趣旨説明の際には、どのような属性が調査対象となるのかを明示する必要がある。
- ・留守番電話に繋がった場合には、最低1リストにつき1回はメッセージの吹き込みを行う。

#### 4-2 想定問答

想定問答として、固定RDDにおけるFAQに、以下のようなものを加えた。

- ・固定RDDと同様に、「なぜ、この電話番号がわかったのか」という問い合わせが多いが、これらへの回答と併せて、なぜ携帯電話にかけるのか、についても回答を用意する。
- ・「この携帯は会社から支給されたものなので答えられない」「契約者は配偶者であり、自分の携帯電話ではない」等、携帯電話の保有者、もしくは利用者別に調査対象に加えるかどうかの定義をした上で、問い合わせに答えられるようにする。

#### 4-3 架電方法

携帯RDDでは携帯保有者・利用者が対象者本人となるため、本人を特定するための作業がいらず、携帯保有者・利用者とは対話さえできれば、調査への協力か拒否かは明確に判別できる。

また、固定RDDの場合は、対象者が在宅していない限りコンタクトできないため、複数回にわたる追跡架電をせざるをえないが、携帯電話の場合、持ち歩いていることを前提にしているため、固定電話と同レベルでの追跡をするべきか検討が必要である。

#### 4-4 発信結果定義

今回の調査では、発信結果を主に以下のように分類した。

- 調査OK
- 接触—拒否
- 接触—かけ直し・折り返し希望
- 接触—対象外(未成年)
- 接触—対象外(外国人・事業所)



接触—その他

非接触—コール音のみ、話中、留守電等

非接触—非使用番号・データ通信専用

非接触—その他、海外ローミング等

携帯電話RDDにあたり、「電波が届かないアナウンス」や「データ通信専用」「海外ローミング」など携帯電話ならではの発信結果があった。尚、これらのアナウンスについては、通信事業者によって分かれる内容もあるため、アナウンスの種類を事業者ごとに把握しておく必要がある。

#### 4-4 インバウンド

今回の実験調査では、フリーダイヤルを通知発信した上で、インバウンドブースを設置したが、携帯電話ではインバウンドで調査協力に至ったものも多かった。インバウンドでの入電が多かったのは、フリーダイヤルを通知したことにより、調査対象者の通話料負担がなかったことが影響した可能性がある。一方でフリーダイヤルが通知されると、セールスなどを目的とした電話だと警戒しインバウンドにまで至らない対象者も多かったのではないかと考えられるので、どちらが有効であるかは検討課題となるであろう。

#### 4-5 実験調査における留意事項

運用上の留意事項として、第1回調査と第2回調査での相違点は以下の通りである。

##### ・追跡方法と追跡回数について

第1回の調査では以下のように実施した。

- ① 初日：終日未架電のリストに発信
- ② 2日目：初日に架電したリストに2回目の発信および未架電リストへ発信
- ③ 3日目：初日架電リストに3回目の発信、2日目に初回架電のリストに2回目の発信、未架電リストへの発信

2回目の調査では、1回目調査の実績をもとに標本サイズを決めて、調査期間内で3回追跡をするようにした。

- ① 初日：終日未架電のリストに架電
- ② 2日目：朝から未架電リストに発信し、19時から2回目リストに発信
- ③ 3日目：朝から2回目リストに発信し、15時50分から3回目リストに発信

##### ・自動車の運転中への注意喚起

運転中に携帯電話に架電する可能性があるため、事故防止のために運用上の配慮を実施した。

第1回調査では、名乗り後に「今、お時間よろしいですか」との確認のトークを入れていたが、「問題ない」と回答した対象者の中でも運転中であることが判明するケースがあった。そのため、2回目の調査では、トークスクリプト上に自動車を運転していないかを確認するトークを、時間確認の直後に入れるようにした。

##### ・軽い拒否に対しての再依頼について

第1回調査では、対象者が「関心がない」「忙しい」などの軽めの拒否意向を示した場合には、調査依頼をしないことを原則としたが、2回目の調査では、このような理由で拒否された場合には、簡単な内容であることや短い時間で終わることなどを説明して再度依頼し直した。但し、何度もしつこく依頼することはせず、原則1回までとした。

## 5 調査の状況

### 5-1 接触率、回収率、協力率

電話番号ベース(受発信計)の接触率、回収率、協力率は表 5-①のとおりである。

まず、この接触率、回収率、協力率の分母、分子については、表 5-③のとおりであるが、それぞれの定義(\*)は次のとおりである。

まず、接触率、回収率、協力率は、電話番号単位で、最終回の結果ではなく、最終で接触(通話)の無かった場合でも、それ以前に接触した場合には、接触を優先して計算する。

接触率(Contact Rates)は、「未成年・外国人・会社・事業所」などの対象外も含めて、全コール数を分母として、電話に出た人と接触したものを分子として計算する。AAPOR の Standard Definitions(\*)の結果の比率の定義による Con1 に対応すると考えられる。ただし、AAPOR の定義では、分母・分子ともに対象外と判明した人が除かれている。

回収率(Response Rates)は、分子を「調査OK」、分母については、接触・非接触の両方から明らかに対象外の番号(「非使用番号」「データ通信専用」「対象外(未成年)」「対象外(外国人)」「会社・事業所)」を除いて計算する。AAPOR の定義によれば、RR1 に対応すると考えられる。

協力率(Cooperation Rates)は、分子を「調査OK」、分母は接触者から「対象外(未成年)」「対象外(外国人)」「会社・事業所」の対象外を除いて計算する。AAPOR の定義では、COOP1にあたる。

接触率は、第2回で46%、協力率は34%で、対象外を除く全電話番号を分母とした回収率は17%である。

接触率が半数に満たないことに対しては、再コールの工夫、協力率が3割程度しかないことについては、調査に対する理解を図り、拒否を減らす工夫が必要と思われる。

表 5-① 接触率、回収率、協力率 (%)

	第1回調査	第2回調査
接触率	39.4	46.3
回収率	12.8	17.0
協力率	30.0	33.8

\*AAPORのStandard Definitionsでは固定RDDの回収率等の定義がある。ここでは、携帯電話調査に AAPOR の固定RDDの回収率コード RR1 などの定義を援用した。

### 5-2 時間帯別接触率、協力率

時間帯別の接触率と協力率は、表 5-②のとおりである。

表 5-② 日別・時間帯別接触率、協力率

第1回調査、第2回調査とも、金、土、日の3日間で行われたが、接触率をみると、1日目の金曜日、2日目の土曜日に比べて3日目の日曜日が総じて低い。この特徴は、第

日	時間帯	接触率 (%)		回収率 (%)		協力率 (%)	
		第1回	第2回	第1回	第2回	第1回	第2回
1日目	15~17時台	28.1	27.0	7.1	6.1	23.7	21.2
	18時~	30.7	32.2	9.8	8.9	28.8	26.1
2日目	9~13時台	26.1	28.7	7.6	8.3	28.4	26.5
	14~17時台	27.2	32.5	7.2	9.3	24.5	27.3
	18時~	25.9	26.9	8.8	7.7	32.8	28.4
3日目	9~13時台	19.3	19.4	5.7	6.3	30.0	33.7
	14~17時台	22.3	16.3	6.5	5.8	27.3	34.6
	18時~	22.7	13.9	6.2	5.6	27.0	41.6
全合計		24.5	23.5	7.2	7.1	28.1	29.5

2 回調査で特に顕著である。一方で協力率は、第 1 回では 3 日もほとんど変わらないのに、第 2 回では、日を迫うごとに高く、3 日目の 18 時以降では4割の人が電話に出ると調査をOKしている。

固定RDDでは、午後など留守が多い時間帯では、電話がかかりにくいなどの特徴があるのに対して、携帯RDDでは、時間帯別の違いはほとんど見られない。

### 5-3 受発信結果

電話番号ベースの受発信結果は表 5-③のとおりである。第2回調査では、受発信合計は第1回調査よりも減ったのにもかかわらず、「調査OK」は増えている。また、「非接触—コール音のみ、話中、留守電等」が減っている。第2回では、すべての電話番号に対して最低3回は発信することにした効果が出たと考えられる。

なお、第1回調査よりも第2回調査で「対象外・未成年」が増えている。これは、第1回調査では、少しでも拒否の態度が示されると調査終了としていたところ、第2回調査では、軽い拒否の場合、1回は再説得を行うようにしたため、そこで「対象外・未成年」が判明したのではないかと推測される。なお、このように未成年は1%程度いたが、深刻なトラブルには至らなかった。

表 5-③ 受発信結果一覧と接触率、回収率、協力率の定義(電話番号ベース)

調査回	第1回		第2回		接触率		回収率		協力率	
	受発信数	%	受発信数	%	分母電話番号発生数	接触	分母除対象外	回収	分母接触かつ対象者	回収
調査OK	522	11.4	610	14.9	○	○	○	○	○	○
接触—拒否	888	19.4	899	21.9	○	○	○		○	
接触—かけ直し・折り返し希望	327	7.2	296	7.2	○	○	○		○	
接触—対象外(未成年)	28	0.6	47	1.1	○	○				
接触—対象外(外国人・事業所)	33	0.7	47	1.1	○	○				
接触—その他	2	0.0	0	0.0	○	○	○		○	
非接触—コール音のみ、話中、留守電等	2315	50.7	1783	43.5	○		○			
非接触—対象外(非使用番号・データ通信専用)	432	9.5	408	10.0	○					
非接触—その他、海外ローミング等	19	0.4	10	0.2	○		○			
	4566	100.0	4100	100.0	AAPOR定義(固定電話の回収率等の定義の援用)					
					CON1*		RR1		COOP1	

### 5-4 受発信結果回数(回数別、3回目まで)

表 5-④ 受発信結果(回数別、3回目まで)

調査回	1回目		2回目		3回目		全体	
	第1回	第2回	第1回	第2回	第1回	第2回	第1回	第2回
調査OK	7.0	6.5	6.7	6.8	6.6	5.7	6.9	6.6
接触—拒否	13.2	10.6	9.9	10.2	7.8	7.1	11.9	10.0
接触—かけ直し・折り返し希望	7.0	9.1	4.3	4.2	2.4	1.8	5.7	5.8
接触—対象外(未成年)	0.4	0.4	0.3	0.6	0.5	0.5	0.4	0.5
接触—対象外(外国人・事業所)	0.6	0.7	0.3	0.4	0.0	0.5	0.4	0.5
接触—その他	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
非接触—コール音のみ、話中、留守電等	62.2	62.8	75.7	74.2	82.7	84.3	67.9	70.9
非接触—対象外(非使用番号・データ通信専用)	9.3	9.7	2.7	3.5	0.0	0.0	6.5	5.5
非接触—その他、海外ローミング等	0.4	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1
受発信数計	4566	4100	2304	3049	666	2014	7562	9215

\*2 回目、3 回目は受信も含む。  
発信は最大 3 回、全4回以上ある場合は受信も含まれる。なお、第 1 回調査では受発信 4 回目 23 件、5 回目 3 件。第 2 回調査では、受発信 4 回目 48 件、5 回目 4 件。

第2回調査のほうが、第1回調査よりも接触率・回収率・協力率が高まったのは、第2回では、拒否になりそうなものがかかけ直しに回っているためと考えられる。

また、2回目、3回目の受発信数は、第1回調査(2304件、666件)に比べ第2回調査(3049件、2014件)と相当多いにもかかわらず、調査OKの率はそれほど変わらない。

### 5-5 対話者属性別受発信結果(接触・対象者のみ)

接触できた対象者について、対話者属性別(調査員が対象者の話し方で推測して分類したもの)に発信結果(表5-③と同じ定義)をみると、表5-⑤のとおりで、調査OK(協力率)は、男性で高く、女性で低い。女性の中でも中年女性や年配女性で低く、特に年配女性では、「拒否」が第1回調査で7割、第2回調査で6割と多い。中年女性では、「拒否」は第1回調査、第2回調査とも5割強で年配女性よりは少なく、「かけ直し希望・折り返し希望」が、年配女性がそれぞれ10%前後であるのに対し、20%前後と多くなっている。

また、第2回調査の実数合計(接触者)をみると、若い女性や中年女性は男性よりも少ない。若い女性については知らない番号の電話に出ない、中年女性については、知らない番号の電話に出ない、同世代の男性よりも携帯所持率が低い等の可能性が考えられる。また、年配女性は同世代の男性よりも実際の人口ではかなり構成比は高いにもかかわらず、同数しか接触できておらず、実態よりも少ないと考えられる。中年女性と同様の理由が考えられる。

表5-⑤ 対話者属性別受発信結果(接触・対象者のみ)

調査回	第1回									第2回								
	若い男性	若い女性	中年男性	中年女性	年配男性	年配女性	未成年・子供	不明	合計	若い男性	若い女性	中年男性	中年女性	年配男性	年配女性	未成年・子供	不明	合計
調査OK	43.8	34.2	36.1	19.3	34.6	19.1	0.0	0.0	29.9	48.5	34.9	35.1	26.9	41.8	28.5	0.0	4.2	33.5
接触—拒否	35.0	40.6	44.7	54.9	52.2	70.8	100.0	94.6	51.2	37.0	45.8	44.7	53.3	49.0	60.9	50.0	84.2	50.0
接触—かけ直し・折り返し希望	21.2	24.7	19.2	25.8	13.2	9.6	0.0	5.4	18.8	14.5	19.3	20.2	19.8	9.1	10.6	50.0	11.6	16.5
接触—その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	226	219	452	326	228	209	2	74	1736	235	192	490	368	208	207	2	95	1797

\*この対話者属性は、調査員判断で振り分けられたもの。

なお、この表の数値の定義は表5-③と同じように最終受発信の結果では無く接触した場合を優先した数値であるが、表5-③では接触・対象者は第1回調査では1739件、第2回調査では1805件で、この表の数字は若干少ない。また、第1回調査・第2回調査ともに2名の未成年・子供と判断されたものが含まれていた。

### 5-6 通話時間

調査OKの場合の通話時間は表5-⑥のとおりである。第2回調査のほうが、第1回調査よりも質問文を多くした効果で時間が長くなっている。

表5-⑥ 調査OKの場合の通話時間

	実数		パーセント	
	第1回	第2回	第1回	第2回
2分以上3分未満	242	109	46.4	17.9
3分以上4分未満	246	397	47.1	65.1
4分以上5分未満	22	83	4.2	13.6
5分以上	12	21	2.3	3.4
合計	522	610	100.0	100.0

## 5-7 インバウンドについて

発信数と受信数については、表 5-⑦のとおりである。

なお、この受発信数計に対する受信率は、第1回調査、第2回調査とも 3.3%である。

内訳は表 5-⑦のようになるが、対象外を除いた協力率を計算すると、第1回調査では 32.6%、第2回調査では 31.1%で、受発信を合わせた場合とほとんど変わらない。

表 5-⑦ 発信数と受信数

	実数		パーセント	
	第1回	第2回	第1回	第2回
発信数	7303	8906	96.7	96.7
受信数	252	304	3.3	3.3
合計受発信数	7555	9210	100.0	100.0

\*この種のデータには、受発信履歴データと通話ログデータがあり、これは、受発信履歴データに基づいた数値。このほかに、受発信履歴データには、不明データが第1回調査で7件、第2回調査で5件ある。

なお、通話ログデータによると、第1回調査の受発信数計 7,872 件、第2回調査 9,210 件。

表 5-⑧ 受信結果一覧

調査回	第1回		第2回	
	件数	%	件数	%
調査OK	79	32.0	89	29.3
接触—拒否	137	55.5	160	52.6
接触—かけ直し・折り返し希望	26	10.5	37	12.2
接触—対象外(未成年)	4	1.6	12	3.9
接触—対象外(外国人・事業所)	1	0.4	6	2.0
	247	100.0	304	100.0

\*第1回の調査データのうち、明らかに発信データであった5件を除いたため、表 5-⑦の受信数と一致していない。

## 5-7 拒否コードの分析

拒否の場合、拒否コードをつけている。第1回調査では、▽移動中(運転中)、▽移動中(電車、バス、車など)▽仕事・授業中▽対応できない(在宅・外出先)▽その他・不明といった分け方が出来るように設定した。第1回の拒否理由では「その他・不明」が7割以上を占め、またオペレーターの報告からその中身を見ると「多忙」が多かったとのこともあり、第2回調査では新たに「詳細は分からないが多忙」という項目を追加した。

拒否の中では、第1回は「その他・不明」が73%。第2回は「その他・不明」46%、追加した「詳細はわからないが多忙」が23%だった。

調査日別のコール数比での拒否割合は、第1回が1日目22%、2日目19%、3日目15%、第2回が1日目22%、2日目20%、3日目10%と日を追うごとに減っている。

次はコール数別に集計してみる(表 5-⑩)。

何回かけたかによるコール数比の拒否割合は、第1回では1コール20%、2コール14%、3コール以上13%で、第2回では1コール20%、2コール14%、3コール以上10%とコール数が増えるにつれ減る傾向にある。もっとも発信結果からはコール数が増えるほど留守電、話し中が増える傾向があり、それらは隠れた拒否かも知れない。

表 5-⑩ コール数別拒否内容

第1回

	移動中 (運転中)	移動中 (電車、 バス、車 など)	工作中・ 授業中	対応で きない (在宅・ 外出先)	その他・ 不明	総計	コール 数	コール数 における拒 否結果数 の割合	コール数 における 「運転中」 の割合
1コール	44	14	101	114	647	920	4559	20%	0.97%
2コール	8	3	34	34	247	326	2304	14%	0.35%
3コール以上	2	1	7	2	77	89	692	13%	0.29%

第2回

	移動中 (運転中)	移動中 (電車、 バス、車 など)	工作中・ 授業中	対応で きない (在宅・ 外出先)	その他・ 不明	詳細は 分からな いが多忙	総計	コール数	コール数 における 拒否結果 数の割合	コール数 における 「運転中」 の割合
1コール	83	19	108	77	296	226	809	4100	20%	2.02%
2コール	31	5	49	41	245	70	441	3047	14%	1.02%
3コール以上	8	2	12	12	131	45	210	2063	10%	0.39%

### 5-8 コメントの種類と数

OPのコメントを分類し、件数を数えてみた。正確に当該の言葉を発していなくても、意味から当該の言葉に分類しているものもある。①は第1回調査の数、②は第2回の数。数が書いていないものは数件。第2回の方がより細かく分類していたようだ。基本的には、固定電話のコメント、クレームと同様である。

なぜ、この電話番号が分かったんだ。	①176	②163
なぜ、何度もかけるのか。	①10	②27
年寄りなので分からない。	①13	②7
別の人にしてほしい。	①5	②7
・夜に電話するな。日経リサーチって何の会社？体調悪い。		
外出などの状況		
工作中	①175	②232
来客中	①29	②21
子供の世話(寝かしつけ)	①26	②21
電車(バス)に乗っている(来る)	①16	②15
寝ている(寝ていた)	①9	②14
会議中	①8	②11
病院にいる	①5	②9
法事、通夜、結婚式	①4	②5
買い物中	①3	②7
風呂に入っている(入る)	①0	②7
・学校にいる。飲んでる。歩いている。料理中。自転車に乗っている。		
未成年、外国人		
未成年	①1	②34
外国人	①1	②14
子供の電話に親が出る	①1	②5
会社の電話	①0	②37

## 5-9 「運転中」について

調査対象者が「運転中」とみられるものを、コメント欄の記載を含めて精査すると、第1回調査では、受発信数7562件のうち73件(1.0%)、第2回調査では受発信数9215件のうち152件(1.6%)である。一度でも運転中であった対象者の中で、最終的に「調査 OK」となったものは、第1回調査は11件、第2回調査は28件である。

第1回調査では、運転中かどうかをあえて尋ねなかったためか、実際は運転中だったのに確認できなかった通話があると思われる。一方で、第2回調査では、トークスクリプトで「運転中か」と尋ねるようにしたため、「運転中」の件数が多くなったと考えられる。

## 6 回答の分析

本節では、性別、年代などの人口統計学的項目(属性項目)や、内閣支持、政党支持などの政治意識など、実験調査で実際に聞き取った項目を中心に分析する。なお、調査サンプルには20歳未満や、年齢不明の回答者が数名含まれていたが、将来的に携帯RDDを世論調査に導入する可能性を探る検討材料とするため、分析対象のデータを20歳以上(第1回511人、第2回606人)とした。また、本節に示した調査結果は、抽出確率に関わる「携帯電話保有数」によるウェイト付けをせずに集計したものである。

さらに、今回実施した実験調査は2回にすぎず、以下の分析結果が、携帯電話を対象とする世論調査全般にあてはまるとは必ずしもいえないことに注意が必要である。

### 6-1 属性項目

表6-①に、2回の実験調査で獲得したサンプルの男女比、年代構成を示した。男女比は、第1回、第2回とも男性が多めで、それぞれ66%、63%だった。これは、女性への接触率が男性より低く、協力率も低いことが影響しているとみられる(6-5参照)。

年代構成を見ると、固定RDDで捕捉しにくいとされる20~30歳代の若者が一定数含まれていることが分かる。ただし、第2回のサンプルは、第1回より、やや高齢層が多めだった。これは、「忙しい」「分からない」などの軽い拒否への対応の違いが影響していると考えられる。第1回は、軽い拒否の場合、それ以上協力を求めなかったが、第2回はさらに協力を依頼したことから、「押し」に弱いであろう高齢層がやや多めになった可能性がある。

表6-① 性別、年代構成(数字は%)

	第1回 n=511	第2回 n=606
男性	66	63
女性	34	37
20歳代	19	14
30歳代	20	21
40歳代	22	22
50歳代	16	17
60歳代	15	17
70歳以上	9	10

表6-②には、同時期に日経リサーチ社が実施した固定RDDの性別、年代構成(日経リサーチ, 2014a, 2014b)と、2010年に実施された国勢調査の結果を示した。

年代構成は、携帯RDD、固定RDDとも、国勢調査の数字と合致していない。固定RDDの場合、一般的に60歳以上が全体の5割近くを占め、高齢者に偏っているのに対し、携帯RDDは、高齢者が少なく、その分、若者を捕捉できていることが分かる。

表6-② 固定RDDの性別、年代構成と実際の人口構成(数字は%)

	9月	10月	国勢調査
男性	42	44	48
女性	58	56	52



20 歳代	4	4	13
30 歳代	10	10	17
40 歳代	20	18	16
50 歳代	17	18	16
60 歳代	24	23	18
70 歳以上	23	25	20

※国勢調査は 2010 年実施

## 6-2 政治意識

### (1)内閣支持、政党支持

内閣支持と政党支持の質問は、第 1 回、第 2 回の両方で聞いた。内閣支持については、はっきりと答えない相手に対して、「お気持ちに近いのは、どちらですか」と、重ね聞きをした。以下、重ね聞きを含まない、最初の質問だけの回答としての内閣支持率を「内閣支持率①」、重ね聞きで聞いた回答を含む内閣支持率を「内閣支持率②」とする。同様に、不支持率①、②を定義する。

表 6-③に、第 1 回、第 2 回調査の、内閣支持率①と②を示した。内閣支持率①は第 1 回が 51%、第 2 回は 44%だった。不支持率①は第 1 回が 23%で、第 2 回は 28%だった。

表 6-③ 内閣支持率（数字は%）

	第 1 回	第 2 回
内閣支持率①	51	44
内閣支持率②	60	55

グラフ①は、実験調査の結果と、それらの調査の前後に固定RDDで行われた、各社の調査結果をプロットしたものである。内閣支持率①は、重ね聞きを行っていない社の調査結果に、内閣支持率②は、重ね聞きを行っている社の結果に概ね近かった。

政党支持は、政党名を読み上げずに聞いた。2 回の調査とも自民党の支持率が他党の支持率を大きく上回るという、固定RDDの結果と同様の傾向が見られた。

### グラフ① 内閣支持率

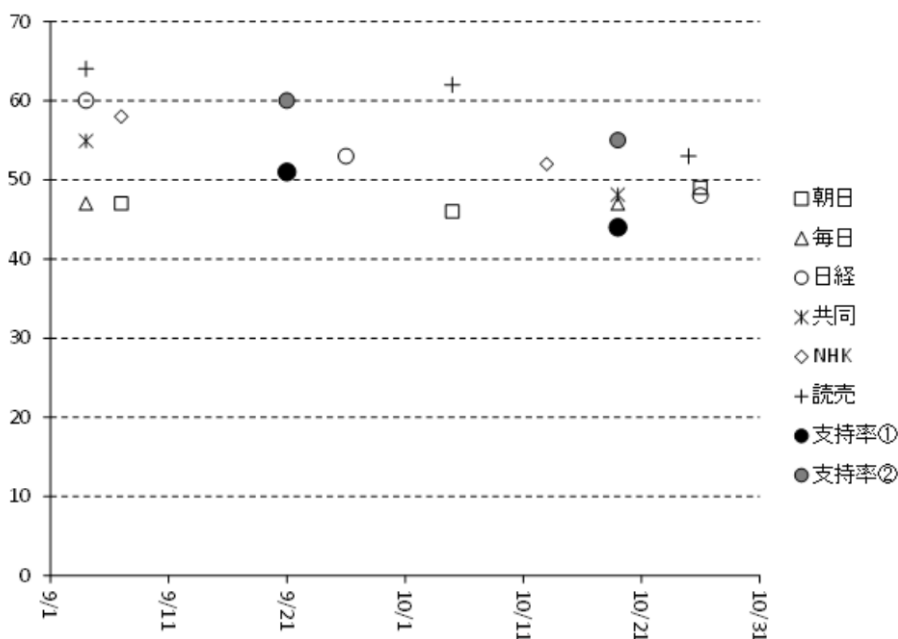


表 6-④は、第 1 回、第 2 回と、その前後の各社の固定RDDにおける政党支持率を示している。前述の傾向のほか、携帯RDDでは共産支持層の割合が低めであることが分かる。

表 6-④ 実験調査と固定RDDの政党支持率（数字は%）

調査	自民	民主	維新	公明	次世代	みんな	共産	生活	社民	太陽	改革	支持なし	結い
毎日 9/3-4	35	6	3	4	0	1	4	1	1		0	38	1
日経 9/3-4	44	5	2	3	0	1	4	0	1		0	38	0
共同 9/3-4	42.0	4.7	3.1	2.3	0.2	1.3	2.6	0.3	1.0		0.0	40.5	0.7
読売 9/3-4	46	7	1	3	—	1	3	0	0		—	38	0
NHK 9/5-7	40.4	5.4	0.7	4.3	0.1	0.0	3.3	0.2	0.5		—	36.9	0.1
朝日 9/6-7	37	4	1	3	0	0	2	0	0		0	46	0
携帯①9/19-21	<b>40</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>—</b>	<b>0</b>		<b>—</b>	<b>37</b>	
日経 9/26-28	37	6	3	4	0	0	3	0	1		0	45	
読売 10/3-5	45	4	2	2	0	0	3	0	1	—	—	40	
朝日 10/4-5	34	5	1	3	0	0	2	0	1	0	0	46	
NHK10/11-13	40.2	5.6	1.4	4.1	0.1	0.5	3.3	0.1	0.9	—	—	35.0	
毎日 10/18-19	35	7	5	5	0	1	4	1	1	0	—	37	
共同 10/18-19	36.9	8.1	3.7	3.3	0.3	1.1	4.2	0.7	1.5	0.2	—	39.2	
携帯②10/17-19	<b>43</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>—</b>	<b>0</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>38</b>	
読売 10/24-25	42	9	2	4	0	0	3	0	1	0	0	36	
朝日 10/25-26	37	6	1	3	0	0	2	0	1	0	0	43	
日経 10/24-26	37	6	2	4	0	0	4	0	1	0	0	45	

※読み上げの有無や重ね聞きの有無など、各社それぞれ手法が異なるため、単純比較はできない。

## (2)消費税率の引き上げ

第 2 回調査で、2016 年 10 月から消費税率を 10%に引き上げることへの賛否を尋ねた。(実験調査は、11 月 18 日の安倍首相の引き上げ先送り表明前に実施した)

結果は、賛成が 25%で、反対が 66%だった。男女別に見ると、女性の反対が高めで、固定RDDで普段みられる傾向と同じだった(表 6-⑤)。

表 6-⑤ 消費税率 10%への引き上げ（数字は%）

	賛成	反対	どちらとも いえない	DK.NA
全 体 (n=606)	25	66	3	5
男 性 (381)	30	61	4	4
女 性 (215)	18	75	1	7
20 歳代 (85)	35	60	4	1
30 歳代 (125)	26	63	5	6
40 歳代 (131)	24	67	2	6
50 歳代 (103)	18	76	3	3
60 歳代 (103)	25	66	1	8
70 歳以上 (59)	22	64	5	8

## (3)年金制度への信頼

第 2 回調査で、国の年金制度への信頼を全体として信頼しているかどうかを聞いた。「信頼している」は 18%で、「信頼していない」は 75%だった。男女差はないが、年齢が低いほど信頼が低いという、他の調査と同様の傾向がみられた(表 6-⑥)。

表 6-⑥ 年金制度への信頼（数字は%）

	信頼して いる	信頼して いない	どちらとも いえない	DK.NA
全 体 (n=606)	18	75	2	4
男 性 (381)	18	75	2	5
女 性 (215)	19	74	4	4
20 歳代 (85)	13	84	1	2
30 歳代 (125)	13	84	1	2
40 歳代 (131)	10	84	3	3
50 歳代 (103)	17	74	3	6
60 歳代 (103)	27	65	3	5
70 歳以上 (59)	42	41	5	12

#### (4) 原発の再稼働

第 2 回調査で、原子力発電所の再稼働の是非について尋ねた。結果は賛成が 36%で、反対が 50%だった。男女別にみると、女性の反対が 56%で、男性の反対 46%を上回り、固定RDDと同様の傾向がみられた(表 6-⑦)。

表 6-⑦ 原発の再稼働（数字は%）

	賛成	反対	どちらとも いえない	DK.NA
全 体 (n=606)	36	50	7	7
男 性 (381)	41	46	6	7
女 性 (215)	28	56	8	8
20 歳代 (85)	52	36	7	5
30 歳代 (125)	45	44	2	9
40 歳代 (131)	37	42	11	9
50 歳代 (103)	26	63	7	4
60 歳代 (103)	29	58	7	6
70 歳以上 (59)	25	58	5	12

#### (5) 政治への関心

第 2 回調査で、政治への関心を 4 段階で、選択肢を読み上げて聞いた。「非常にある」との回答は 17%、「ある程度ある」は 55%、「あまりない」は 23%、「全くない」は 6%だった。他の調査でみられる、年齢が低いほど政治への関心が低いという傾向が、この調査でも現れた(表 6-⑧)。

表 6-⑧ 政治への関心（数字は%）

	非常に ある	ある程度 ある	あまり ない	まったく ない	その他	DK.NA
全 体 (n=606)	17	55	23	6	0	0
男 性 (381)	21	52	22	5	0	0
女 性 (215)	9	59	25	8	0	0
20 歳代 (85)	6	46	38	11	0	0
30 歳代 (125)	14	50	29	8	0	0
40 歳代 (131)	15	53	27	5	0	1

50歳代 (103)	16	64	18	2	0	0
60歳代 (103)	26	57	11	6	0	0
70歳以上 (59)	27	61	10	2	0	0

### 6-3 電話の保有・対象者の回答環境

#### (1) 携帯電話保有台数

1台のみ保有の人が7割以上を占める。95%以上の人が2台以下だった(表6-9)。

表6-9 携帯電話保有台数(数字は%。小数1位まで表記)

	1台	2台	3台	4台	5台	6台	7台	8台	9台	10台~	DK.NA
第1回	70.1	25.2	3.1	1.2	0.2	0.2	—	—	—	—	—
第2回	76.6	20.1	1.8	0.7	0.3	0.2	—	—	—	—	0.3

男女別にみると、複数台保有者は女性より男性に多いことが分かる。年代別では、30歳代、40歳代の複数台保有者が多めだった(表6-10)。

表6-10 男女別、年代別携帯電話保有数(第2回調査。数字は%)

	1台	2台	3台	4台	5台	6台	DK.NA
男性	71	24	2	1	1	0	0
女性	85	13	1	—	—	—	0
20歳代	80	19	1	—	—	—	—
30歳代	70	26	4	—	—	—	1
40歳代	68	27	2	2	—	—	1
50歳代	76	21	1	—	2	—	—
60歳代	84	13	1	1	0	1	—
70歳以上	93	5	—	2	—	—	—

#### (2) 固定電話の有無

固定電話を持たない人は、4人に1人の割合だった(表6-11)。20歳代と30歳代でこの割合が突出して高く、第2回調査では、それぞれ56%、43%だった(表6-12)。男女差はみられなかった。

表6-11 固定電話はあるか(数字は%)

	ある	ない	DK.NA
第1回	73	27	—
第2回	75	25	0

表6-12 男女別、年代別 固定電話はあるか(第2回調査。数字は%)

	ある	ない	DK.NA
男性	75	24	0
女性	75	25	—
20歳代	44	56	—
30歳代	57	43	—
40歳代	83	16	1
50歳代	88	12	—
60歳代	89	11	—
70歳以上	95	5	—

### (3) 仕事用の携帯電話か

つながった携帯電話が仕事用だったのは、男性 10%、女性 1%と、男性が多めだった。全体では、個人用が 57%、仕事用が 7%、「個人でも仕事でも使う」は 33%だった。「家族との共用」との回答も 3%あった(表 6-13)。

表 6-13 携帯電話は個人用か仕事用か (第 1 回調査。数字は%)

	個人用	仕事用	個人・仕事 兼用	家族と 共用	DK.NA
全 体	57	7	33	3	0
男 性	50	10	37	3	0
女 性	70	1	26	3	0

### (4) 自宅かどうか

調査協力者の 4 割前後が外出中の回答で、その割合は、男性、20 歳代、50 歳代で高めだった(表 6-14、表 6-15)。

表 6-14 今、自宅にいるか (数字は%)

	自宅	外出	DK.NA
第 1 回	58	42	0
第 2 回	64	36	1

表 6-15 今、自宅にいるか (第 2 回調査。数字は%)

	自宅	外出	DK.NA
男 性	59	41	1
女 性	72	27	0
20 歳代	54	46	—
30 歳代	66	34	1
40 歳代	60	39	2
50 歳代	54	46	—
60 歳代	74	26	—
70 歳以上	81	19	—

### (5) 通話音質

通話音質は、調査員の判断で記録した。協力を得られた接続での通話音質は、「はっきり聞こえる」が 7 割を占め、「周囲の音はあるが問題ない」と合わせて 9 割の接続で通話音質に問題がないレベルだった。外出中の回答をみると、「はっきり聞こえる」は 5 割に下がるが、「周囲の音はあるが問題ない」を含めると、8 割の通話の音質に問題はなかった。

## 6-4 電話の保有・対象者の回答環境と政治意識

ここでは、第 2 回調査のデータを使い、固定電話の有無や、対象者が自宅にいるかどうか、発信・受信別、コール回数、通話音質で、政治意識に関する回答に差があるかどうかをみる。

### (1) 固定電話の有無

固定電話があるかどうかによる意識の差をみた。回答に大きな違いは見られなかったが、原発再稼働と政治への関心で有意な差が現れた(表 6-16)。それぞれのグループの年代構成が影響しているとみられる。

## (2) 自宅か外出中か

外出中だと、周囲への気遣いや落ち着いて答えられないことによる無回答が増える懸念があったが、そのような結果は見られなかった。統計的に有意な差はみられなかった。

## (3) 発信・受信別

「発信」に分類されている回答は、調査センターからかけた電話で得た回答で、「受信」は、携帯電話に表示されたフリーダイヤルの番号（0120-で始まる番号）に、自発的に電話をかけて調査に協力した人の回答である。「受信」での回答には、内閣支持や自民支持がやや高いなどの傾向が見られるが、統計的に有意な差ではなかった。

## (4) コール回数別

発信電話で協力を得られたデータについて、その回答が何回目の発信によるものかで分類し、回答内容を比較した。3回以上の人の内閣支持①が1回、2回の人より低めで、統計的に有意な差があった。その他は、有意な差はみられなかった。

表 6-⑯ 固定電話の有無と政治意識（数字は%）

		F5 固定電話はあるか		
		(計)	ある n=456	ない n=149
Q1 内閣支持①	支持する	44	44	44
	支持しない	28	29	24
	DK.NA	28	27	32
Q1 内閣支持②	支持する	55	55	56
	支持しない	34	36	31
	DK.NA	10	9	13
Q2 政党支持	自民党	43	42	44
	民主党	5	5	3
	維新の党	1	2	1
	公明党	4	5	3
	次世代の党	0	0	—
	みんなの党	1	1	—
	共産党	1	2	—
	生活の党	—	—	—
	社民党	0	0	—
	新党改革	—	—	—
	太陽の党	—	—	—
	その他	—	—	—
	支持政党なし	38	37	42
DK.NA	7	6	8	
Q3 消費税 率10%への 引き上げ	賛成	25	25	27
	反対	66	67	65
	どちらともいえない	3	3	5
	DK.NA	5	6	3
Q4 年金制 度への信頼	信頼している	18	20	14
	信頼していない	75	73	82
	どちらともいえない	2	3	2
	DK.NA	4	5	2
Q5 原発の 再稼働 *	賛成	36	34	45
	反対	50	53	38
	どちらともいえない	7	6	9
	DK.NA	7	7	8

Q6 政治への関心 **	非常にある	17	19	9
	ある程度ある	55	56	49
	あまりない	23	20	31
	まったくない	6	4	11
	その他	—	—	—
	DK.NA	0	0	—

\* :  $p < 0.05$ , \*\* :  $p < 0.01$

#### (5)通話音質

相手の顔が見えず、音だけに頼る電話調査にとって、通話音質は、調査の品質に大きく影響する可能性がある。調査員の主観として記録した通話音質 4 分類「はっきり聞こえる」「周囲の音はあるが問題ない」「周囲の騒音で聞きづらい」「音が途切れて聞きづらい」を、2 分類ずつ「問題ない」と「聞きづらい」の 2 つに分けて、回答の差を比較した。音質の悪さによる無回答の増加も懸念されたが、そのような傾向は見られず、統計的に有意な差はなかった。

#### 参考

日経リサーチ(2014a). 「日経定例電話世論調査 2014 年 9 月実施調査」<http://www.nikkei-r.co.jp/phone/results/2014-09-02.html>

日経リサーチ(2014b). 日経定例電話世論調査 2014 年 10 月実施調査, <http://www.nikkei-r.co.jp/phone/results/2014-10.html>.

## 7 今後の課題

2014年9月、10月の2回にわたる携帯RDD実験調査を終え、今後、携帯電話によるRDD調査の実用化に向け検討すべき課題を以下に記す。

### (1)リテラシーの向上

現在多くの報道機関が実施しているRDD調査は、20代(場合によっては30代も含む)の若年層については国勢調査の人口比率よりも低い割合でしか回答を得られず、有効性に疑問が持たれている。その理由の一つとして、携帯電話やスマートフォンしか持たない「携帯限定層」が増加していることが指摘されている。

実用化に当たっては、改めてなぜ携帯によるRDD調査が必要なのかについて説得力ある説明をし、社会の理解を深めることが重要だ。固定RDDの導入時と同様に、サンプリングの適切さや調査の正確性に関する理論的裏付けが必要だ。

ただ郵送調査に基づく複数の調査研究結果によると、日本では今現在「携帯限定層」は世論調査の調査結果全体に影響を及ぼすほど増大していないとみられる。また、実用化の過渡期においては、固定RDDが「世論調査に値しない」「信用性が薄い」との誤解を生まないように注意すべきだ。

### (2)倫理的な問題、法的な問題

日本には、アメリカのように特定の電話をかけてはいけない時間帯などを定めた法律はなく、時差を考慮する必要もない。しかし、携帯RDDの場合、オペレーターは、固定電話にかける時には遭遇しない状況にある調査対象者に電話がかかることがある。最も注意を払うべきは「自動車の運転中」。自動車を運転中に携帯電話で話すことは交通事故につながりかねず、道路交通法に違反する。今回の実験調査でも途中で自動車運転に関する質問文を変更したほど注意を払った。自動車運転中の人に電話がかかるケースは最も注意を払い、調査を設計すべきだろう。自動車運転中以外でも、公共の場や会話の保秘が十分でない場所にいる可能性を考慮しなければならない。

固定電話による調査の場合は、個人宅に電話をかける「常識的な時間帯」を想定しているが、携帯RDDの場合も全くそれを無視していいものではないだろう。

### (3)質問

携帯RDDは、固定RDDより短い時間で調査を終わらせることが必要だろう。今回の実験調査ではオペレーターは「5分ぐらいの調査」と冒頭に言いつつ3分ぐらいで終わっていた。モニタリングしていて、オペレーターがテンポよく質問をたたみかけるほうが、オペレーターと調査対象者双方にとって聞きやすく答えやすかったように感じられた。調査対象が屋外にいたり作業中であったりする時には難しい問題には答えにくい、会話内容が他人に聞かれる恐れのある場所では、本音を答えにくい。調査票については質問量、質問の順序を含め携帯電話にかけることを意識して作成することが課題だ。

### (4)サンプルの属性偏り

2回の実験調査では、回答者の性別が男性に偏っていた(6章参照)。接触数ではこれほど偏っていないので(5章参照)、女性に拒否や中断が多く有効回答数が減ったことが原因と考えられる。いずれにせよ男性に偏ったままでは携帯ユーザーの有権者の縮図とはいえないので今後の課題となる。回答を男女比で補正するという方法だけでなく、女性の回答がもっと増えるようなオペレーションの改善策を考えるなど総合的な対策が必要となる。

### (5)オペレーションの継続的な改善



携帯による電話調査のオペレーションに関して、今回は初めての試みであったため、採用した細かい手続きや技法が必ずしも最善のものではなかった可能性がある。例えば、発信回数が多くなると内閣支持の傾向が変わる現象が今回調査では見られたが(6章参照)、このことは、発信回数制限のようなオペレーション時の条件を変更すると回答傾向や属性が変わるかもしれないことを示唆している。だとすれば、今後も実験調査を継続し、試行錯誤によって最適(回収率が最も高くなる、属性偏りが最小になる等)な条件を模索する必要がある。その他のオペレーション時の条件についても同様である。

## (6)回収率の計算方法

実験調査では「回収率」は、分母は「電話番号発生数から対象外を除いた数」、分子は「有効回答を回収できた数」としている。この場合、分母では電話番号発生数から何を除外するか、分子ではどこまでを有効回答とみなすかで変わってくる。

固定RDDでは、AAPORの基準に則ったRR1～RR6の回収率の体系が厳密に定義されている。携帯RDDが統計的に妥当な社会調査方法として認められるためには、RR1～RR6のように体系化された回収率の定義が必要となるだろう。そのためには、まず、固定RDDのRR1～RR6に準じた回収率の定義が可能かどうかを検証する必要がある、もしそれが難しければ、携帯RDD独自で明確に定義された体系を構築しなくてはならない。

## (7)回答のMIX、回収率のMIX

ここで取りあげる「MIX」は、一つの調査を同じ調査票で使い、固定電話と携帯電話という異なる方式で実施し、結果を一つとして集計することとする。

その場合、固定電話で接触しても携帯電話で接触しても有権者の回答内容が本質的に変わることはないという前提を置いている。仮に多少の変化があったとしても、適当なウェイトで補正することで影響を吸収できるという立場だ。もしこの前提が間違っているなら、同じ質問に対する回答傾向が固定電話と携帯電話では大きく異なることになるだろう。しかし6章でも触れたように、今のところそのような現象は観察されていない。ただ、固定電話は世帯みんなで使うもの、携帯電話は世帯で使うのではなく個人の装置という利用者側の認識が今後どのように影響していくか等については未知数のところがあり、今後も注意深く監視していく必要がある。もし上の前提が成り立たないような現象が多く観察されるようになれば、MIXしないで、固定電話と携帯電話の調査結果を併記して提示する方法も考慮する必要があるだろう。

上の前提が成り立つとしても、MIXの調査と集計を行う上で次のような技術的課題がある。

- ・固定電話と携帯電話のサンプル数をどのように決定すればいいのか。
- ・回収率の基準を統一せずにMIXは可能なのか。
- ・どちらかの集計結果にウェイトをかけてMIXする場合、どちらを基準としてウェイトを算出すればいいのか。
- ・ウェイトをどのように計算するのか。

2つ目の「回収率の基準を統一せずにMIXは可能なのか」について、特に統計上の理由がない限りは、両者の調査結果をMIXするのであれば、回収率の基準を同一にすることは必須だろう。固定RDDの回収率は通常、「有効回答数」を「有権者が住んでいる世帯数」で割ったものであるが、実際にはどのように使われているかわからない電話番号があるため「有権者が住んでいる世帯数」は確定できない。従って、電話をかけて有権者がいる世帯と判明した世帯を分母にして「回収率」として提示することが多い。回収率の分母を「有権者がいる世帯と判明した数」にそろえ、携帯調査でも世帯の有権者数を確認するかどうか、それとも「世帯である可能性がある数」にゆるめるか。選択肢としては、固定RDDの回収率を携帯電話の「回収率」に合わせる方策もある。

4つ目の「ウェートをどのように計算するのか」については、携帯電話に関する公式統計から固定電話と携帯電話の保有比率を出してウェートとする方法、国勢調査の性年代比率等で固定電話と携帯電話の回答を補正する方法などが考えられるが、どの方法が適しているかについては、今のところ判断するための拠り所はない。

#### (8) 携帯電話に関する公式統計がない

携帯限定層および携帯電話の普及に関する公式統計(性別年代別保有人数など)がないと、国民世論の中で携帯電話による調査がどのような位置付けになるのか、説得力を持たない。具体的には、適当なサンプルサイズの計算やMIXする際のウェートの算出が困難になるという影響が出てくる。

もっとも、政府は近年情報公開の流れで個票の公開や独自の集計オーダーに応じる例が増えてきているので、今後については、総務省の通信利用動向調査などに対して業界から要望を出すことで公式統計が得られる可能性もある。

#### (9) 選挙の情勢調査への適用

全国を対象とした世論調査への適用は実験調査の結果、事前の想定より可能性が大きいことが分かったと言っているだろう。しかし、日本の携帯電話体系は固定電話の番号体系と異なり、地域と連動していない。従って、都道府県や選挙区を固定し当落予測をにらんだ調査をすることは難しい。膨大なコストをかけて例えば1小選挙区200サンプルと決め、全選挙区から決められたサンプル数を取るまで電話をかけ続ければ可能だが、コスト面に加え、相手が電話に出たはいいが住所を聞くと回答を拒否するケースや、電話をかけた側が住所を聞いて調査を打ち切るケースが多発すると思われ、非現実的だと考える。

#### (10) その他

一般に、携帯RDDは固定RDDよりも大きなサイズの番号リストが必要となる一方、回収率は固定RDDよりも低くなるため、回答1件当たりのコストがかさむ。

(以上)

※この資料は、一般公開向けに、2015年2月28日付報告書から各社ノウハウに関わる部分を一部省略して編集したものです。

報告書集約＝朝日新聞社・川本俊三、NHK 放送文化研究所・小野寺典子