

フジ・産経世論調査で不正

再発防止策まとめ再開へ

FNN（フジテレビ系28局によるニュースネットワーク）と産経新聞社による合同世論調査で昨年発覚した不正をめくり、フジテレビと産経新聞が再発防止策をまとめ、調査を再開すると発表した。調査の根幹を揺るがす不正への対策だけでなく、報道機関は調査自体の難しさにも直面している。

フジと産経が世論調査の「不正を明らかにした」として、昨6月のことだった。発表によると、調査を委託した

アダムスコミュニケーション（東京都品川区）が、業務の約半分を日本テレビネット（京都市）に再委託。同社の管理職社員が、実際には電話していない架空の回答を作成する不正を主導した。この社員は調査に「派遣スタッフの電話オペレーター確保が難しかった」「利益向上のため」などと説明したとされる。

フジによると、アダムスコミュニケーションとの契約では、「業務を再委託する場合はフジ・産経の両社



Media Times

メディアタイムズ

結果をまとめた意見書を公表する見通しだ。

今月15日、フジと産経は世論調査の再開を発表した。アダムス社とは別の調査会社に業務を委託し、「再委託は認めない」という契

調査方法工夫必要に

「言語道断の事案だったにもかかわらず、報道された調査結果は不正なデータ

によってどれぐらいずれたのかもわからない」。世論調査に詳しい関西学院大の大谷信介教授は、フジ・産経の姿勢をこう批判する。

報道機関が担う世論調査は、有権者の考えを正確に把握するため、調査対象者

を「有権者の縮図」となるように抽出することをめざしてきた。近年、主流の

「RDD（ランダム・デジタル・ダイヤリング）方式」は、コンピューターで無作為に数字を組み合わせて作った番号に電話をかけ

る。電話を持つ人なら誰でも対象となりうるため、偏りが出にくかった。

携帯電話の普及を受け、

約を結ぶという。また、調査にはフジと産経の担当者

が立ち会うことや、調査会社は調査結果とひも付いた通話記録を両社に提出し、一定期間保管するといった対策を実施する。（大野拓生）

報道各社は2010年代後半から携帯電話も対象に加えるようになり、今では

「固定＋携帯」の併用型が主流だ。ただ、電話をかけたも出てもらえなかったり

協力を拒まれたりすること、は多く、調査の実務を担うコールセンターの現場は苦

労が多いという。

埼玉大社会調査研究センター長の松本正生教授は

「スマートフォンは会話よりテキストの交換に使われることが多くなり、突然の

電話で調査対象者の時間を奪う従来のやり方は受け入れられなくなってきた。一方で、報道機関はコスト削減を強いられる。現場は二重苦だ」と話す。

新しい取り組みも始まっている。松本教授は毎日新

聞社とともに世論調査会社を設立。昨年4月から電話での会話が不要な「ノン・スポーケン調査」を導入した。携帯電話のショートメッセージ機能で回答ページに誘導し、対象者が自ら答えを

選び、自由記述欄に記入する。固定電話にかけて自動音声の質問に答えてもらう方式と併用している。「答える側の負担を減らし、若年層にもリーチしやすくなった。コストも削減できる」

と毎日新聞社の平田崇浩・世論調査室長は言う。ただ、発信件数に対し回収できる割合がオペレーターを介する方式より低く、協力的な人に回答者が偏りがちになるという課題もある。

世論調査ではないが、LINEなどのIT企業が大規模なアンケートを実施する事例も出てきた。ただ、

松本教授は「多様な民意を把握して報道することで民主主義を支える役割がある」として「世論調査は報道機関が担うべきだ」と指摘。

その上で「フジ・産経の不正を受けて、調査全体への信頼が下がらないよう各社は努める必要がある」と話

す。大谷教授も「内閣世論調査の結果は実際に政治を動かすこともある。どのような世論調査を実施しているのかを、報道機関は丁寧に説明していくべきだ」と求めた。（赤田康和、杉浦幹治）

◇

朝日新聞社が実施している電話世論調査では、調査会社任せにはせず、原則として朝日新聞の社員が調査

会場に向いて、調査会社の業務を管理・監督しています。調査会社の社員と一緒に調査の進み具合を点検したり、オペレーターと対

象者との電話のやりとりを確認したりするなどして、不適切な運用がないよう細心の注意を払っています。