

第10章

東南アジアの自治体首長選挙に関する世論調査とその方法

籠谷 和弘

要約：本章では、地方自治体の首長選挙における世論調査の利用状況とその調査方法について、東南アジア諸国(フィリピン、インドネシア、タイ)の状況をまとめ、その問題点を考察している。フィリピンやインドネシアでは、政党や候補者自身が、自らの業績や有利さをアピールする材料として世論調査の結果が用いられるなど、世論調査の特殊な用法が見られる。一方で、「世論＝世論調査結果」という同一視が進行しており、このことにかんする批判的な議論が必要である。また調査の実施方法についても、調査対象者の層別抽出の基準に疑問の残る部分があり、妥当性の検証が必要である。

キーワード：世論 世論調査 調査法

はじめに

本章は、東南アジア諸国における世論調査について、その実施状況や調査法を中心としてまとめることを課題とする。

民主主義社会において、世論が重要視されることは当然のことといえる。世論は、政治制度的には選挙結果という形で現実化する。しかし現在多くの国では、マスメディアや調査会社によって定期的に世論調査が実施され、一定の影響力を持っている。たとえば日本では、主にマスメディアが定期的に内閣支持や政党支持に関する世論調査を実施している。そして内閣支持率が特定の数値(30%という値がよく出される)を切ると「危険水域」とされ、進退が取りざたされるようになる。

世論調査は全数調査ではなく、標本調査の形で実施される。当然ながら、全数調査を行うには時間の面からも、調査費用の面からも無理があるためである。しかし標本調査である以上、標本の抽出法や調査の実施方法に配慮をしないと、調査結果と実際の世論との間に大きな差異が発生する可能性がある。

本章では、まず東南アジア諸国(フィリピン、インドネシア、タイ)で実施されている世論調査の、特に地方自治体に関するものについて現状を簡単に紹介したい。そして調査会社で実施されている調査の実施方法について確認をし、その妥当性について考察を行う。

第1節 政治における世論調査の利用

先進国における政治的なテーマにかんする世論調査は、20世紀前半に盛んになり、現在もその流れは続いている。アメリカにおいて選挙予測に定量的な世論調査を用いた記録は19世紀にさかのぼれるようだが、世論調査が本格的になったのは20世紀になってからである(西平[2009, 62-64])。この時期に世論調査機関として有名になったのが、大規模な郵便調査を実施する『リテラリー・ダイジェスト』という雑誌である。大統領選挙については全米の電話加入者と自動車所有者の中から調査対象者を選出し、1924年と1932年の選挙において精度の高い予測を行った(西平[2009, 65])。しかし1936年の大統領選挙予測において、リテラリー・ダイジェストは当選者予測に失敗するという出来事があった。ルーズヴェルトが大統領に選出されたが、対立候補のランドンの当選を予測していたのである。一方、ギャラップらはルーズヴェルトの当選を予測していた。電話加入者や自動車所有者は、この当時はまだ豊かな階級に偏っていた。しかもこの選挙ではルーズヴェルトがニューディール政策を掲げ、豊かでない層に訴えかけていた(西平[2009, 67])。それに対しギャラップは、割当法を用いた調査を実施した。調査対象者について居住地域、性、年齢、職業、収入、人種の分布が、国勢調査などのデータと一致するように選出したのである(西平[2009, 67-68])。この出来事は、社会調査法のテキストで必ずといってよいほど出てくるトピックである。

現在、アメリカの世論調査は、マスメディアや世論調査会社、大学の調査センターなど、さまざまな主体によって実施されている。そしてそれらの調査機関の多くが党派性を持ち、支持する政治的な立場が明確になっている(相田[2009, 55])。世論調査は、情勢の把握を行い、有権者への訴求力が強い選挙戦術を練るために利用されている(相田[2009, 55])。ただし、調査機関が党派性を持つといっても、調査データに偏りがあるとは限らない。妥当な選挙戦術を構築するためには、逆に偏りのないデータを利用する必要があるためである(相田[2009, 55-56])。調査機関の党派性は、アメリカに限らず欧米諸国全般に見られる傾向のようである(西平[2009, 77-78])。

日本での世論調査は、戦前にも実施はされていたが、本格的な世論調査の実施は第二次世界大戦後になる。1946年3月、朝日新聞社が「支持政党調査」を実施した(西平[2009, 88])。1950年には財団法人日本世論調査協会が設立され、この頃には調査方法も確立された(西平[2009, 92-93])。

東南アジア諸国での世論調査は民主化の進行、政治的世論が重視されるようになった時期に実施されるようになった。

フィリピンでは、代表的な社会調査機関である Social Weather Stations(SWS)が1985年に設立された。1986年のピープル・パワー革命によるマルコス政権打倒とほぼ同時期である。

SWS では、Social Weather Survey という世論調査を定期的(1986 年～1992 年までは半年に一回、1992 年からは年 4 回)に実施している。これは飢えや貧困、生活の質や経済状態の向上/悪化、大統領への評価などにかんする認知をたずねる調査である⁽¹⁾。国政選挙にかんしても、1992 年大統領選挙から、事前予測と投票行動の調査を行っている⁽²⁾。事前予測は大統領と副大統領について、対象となった 3 回の選挙で当選者を的中させるなど、精度の高いデータを得ている。また投票行動調査においても、公式発表との誤差が少ない結果を得ている⁽³⁾。

インドネシアでは、スハルト体制揺籃期の 1967 年、PT. Suburi という調査会社が設立された。この会社が行った調査に政治的な意見をたずねる項目があり、この会社は 1972 年に閉鎖させられてしまった⁽⁴⁾。スハルト体制崩壊後、2003 年に、本格的世論調査機関である Lembaga Survei Indonesia(LSI)が設立された。そして LSI により、2004 年総選挙後に世論調査が実施された(川村[2007, 129])。

タイでは、比較的早くから、民間の調査会社がマーケティング調査を行ってきた。DEEMAR 社(現在は Nielsen Thailand 社に統合)は、Media Index Survey という、情報行動にかんする調査を年 1 回、少なくとも 1972 年から実施している⁽⁵⁾。1970 年代初めはタイで民主化や社会的公正を求める運動が活発化した時期であり(船津・籠谷[2002, 208])、世論調査への注目は、やはりその影響を受けているようである。政治にかかわる世論調査については、調査会社も実施しているが、タイの場合、ABAC ポール、Suan Dusit ポール、Thammasat ポールに代表される、国立・私立の大学が実施する世論調査がより重視されているようである。

第 2 節 地方首長選挙における世論調査の利用

次に、東南アジア諸国での地方首長選挙における、世論調査の利用実態について説明をしたい。

日本では、内閣支持率や選挙結果予測などの世論調査は、新聞社やテレビ局など、マスメディアが自ら実施するものが多い。日本の大新聞社や中央のテレビ局は全国に支局や通信部を配置し、地方のニュースも自ら取材し、通信社の資料はチェックのために使う。全国的なネットワークがあるため、自前で調査を実施することが可能なのである(西平[2009, 187])。調査会社もあり、独自の世論調査を実施しているところもあるが、マスメディアは自らが調査を行っていることもあり、それらの成果はあまり目立たない。

国レベルの選挙だけでなく地方選挙においても、主に地元のマスメディアによって世論調査が実施されることがある。都道府県知事や地方議会議員の選挙だけでなく、主要都市や全国的な注目を集めているところの場合は、市町村レベルの選挙でも世論調査が行われ、報じられる。たとえば 2010 年 1 月に実施された沖縄県名護市の市長選挙では、名護市が米

軍基地の移転先候補として取りざたされていたことで、全国的な注目を集めた。選挙前にそれぞれ琉球新報社と沖縄テレビ放送⁽⁶⁾、そして沖縄タイムス社と朝日新聞社⁽⁷⁾が合同で世論調査を実施している。

一方東南アジア諸国では、調査会社が独自に世論調査を実施するケースが多く、影響力も大きい。調査会社自身が実施するケースもあるが、マスメディアからの委託を受けてのものもある。さらに、フィリピンやインドネシアでは、政治家やその後援者が世論調査を調査会社に委託することもある。この結果は選挙の際、自陣営の有利さや、現職の場合は実績をアピールする材料となっている。

たとえばフィリピン SWS のニュースリリースでは、ケソン市で 2009 年 12 月に実施された調査の結果が報告されている⁽⁸⁾。市長と副市長候補に対する支持をたずねたものだが、この調査は「Mr. Giovanni V. Estrada に依頼された」ものであることが明記されている⁽⁹⁾。この Estrada 氏は、現副市長(次の市長選挙に立候補する予定)に近い人物である⁽¹⁰⁾。現副市長への支持が高く、そしてこの調査結果が公表されていることは⁽¹¹⁾、現副市長が来る市長選において有利であることを、有権者や他候補者に向けてアピールするものになっている。

またインドネシアでも、政党や立候補者自身が世論調査を委託するようになっている。政党は候補者を選定する場合や政策オプションを決める際、また立候補者は自分の当選確率を知る、あるいは自らの価値をアピールする材料として世論調査を利用している⁽¹²⁾。

タイの場合、ABAC ポールも Suan Dusit ポールもバンコク都知事の選挙予測調査は実施しているが、そのほかには地方首長選挙にかかわる世論調査は実施していないようである⁽¹³⁾。フィリピンやインドネシアのように、政治家や後援者などが世論調査を依頼している可能性はあるが、その場合でも公表する意図がないということになる。この点については、今後地方政治家への聞き取り調査などを実施し、確認をしたい。

さて、世論調査は世論を把握するために行われる。数値で表される世論調査の結果は、客観性を持つように見え、まさに「量」として社会に影響を及ぼす。そして世論＝世論調査の結果という等号関係は、われわれの中で、ある程度自然なつながりとして認識されている。しかし、その等号関係は本当に自明視できるものだろうか。日経リサーチ世論調査室長の鈴木督久は、日本の政治家が世論調査の結果に直接的に反応するようになった時期について、竹下内閣末期にその萌芽がある、としている(峰久ほか[2009, 5])。日本経済新聞の世論調査で 13%という低い内閣支持率が出て、これが辞任につながった、といわれたことによる。そしてこの傾向は小泉内閣以降、さらに強まったとする。世論＝世論調査結果という等号関係が、日本でもより強く認識されるようになったのである。

杉山光信は、第二次世界大戦後日本において、世論のとらえ方が変化していることを指摘する(杉山[1999])。杉山は、1958 年の「勤務評定・警察官職務執行法改正」と 1997 年の「郵政 3 事業民営化」という 2 つの政治イシューにおいて、世論がどのように扱われてい

たかを比較した。1958 年のときには、新聞での寄稿・投書など、マスメディアの上で多様な意見が表明され、その間での論争を通じて世論が形成される、ということが想定されていた。しかし 1997 年のケースでは、マスメディアによる世論調査結果がそのまま世論である、というとらえ方がなされていた。1958 年のケースでも世論調査は実施されていたが、その結果が即世論である、という考え方はなされていなかった。世論のとらえ方において、議論という要素のもつ価値がさらに減じられるようになったのである。

しかし世論調査結果すなわち世論という考え方は成立しないし、そのような考え方には問題がある。ピエール・ブルデューは、世論調査が暗黙のうちに三つの公準を前提にしている、と指摘した(Bourdieu[1973, 訳 287-288])。第一の公準は、世論調査は、調査項目について、誰もが何らかの意見を持ちうることを前提にしている、ということである。第二の公準は、その意見は、どれも優劣がない等価なものであることが前提になっている、ということである。そして第三の公準は、世論調査で取り上げられる問題は、質問されて当然のものであるという同意が存在している、ということである。ブルデューは、技術的に厳密な方法でデータ収集や分析がなされたとしても、これら三つの公準が存在するため、世論調査にはさまざまな歪みが生じている、としている。これらの公準から導かれることとして、まず「無回答」という選択肢が排除されることがある(Bourdieu[1973, 訳 290])。質問の内容がわからない、回答が面倒くさい、選挙における棄権のように「あえて応えない」、それらさまざまな背景を持つ回答をしないという行動が、「無回答」という形で一括して扱われ、そして無視されてしまうのである。ブルデューは、「問題構制の押しつけ」(Bourdieu[1973, 訳 296])という問題も指摘する。調査のテーマや調査項目、また選択肢の構成について、人びとの階級的な差異による関心度合いの違いや解釈の違いが無視される形で、世論調査が実施され、利用されているのである。そして問題構制の基準として、「現に権力を保持しており、自分たちの政治行動を組織化する手段についての情報を欲しがっている人びとに何よりも関心をそそる」(Bourdieu[1973, 訳 296])ことがイメージされていると指摘する。

しかしブルデューの批判は、問題構制の押しつけについては、選挙予測の世論調査には該当しないように見える。第一の公準は前提となっているが、国家元首や国会議員の選挙は重要なものであるし、候補者が選択肢になるが、その選択肢は等価である。しかしフィリピンやインドネシアで見たような選挙予測調査の公表は、それ自体が有権者などに影響を与えようとする作業である。つまり「世論調査を実施する」ということ自体に、問題構制の押しつけが存在しているのである。

ブルデューの世論調査への批判は、1970 年代前半になされたものである。彼は、当時フランスで実施されていた世論調査の状況から、議論を展開したのである。パトリック・シャンパーニュは、1960 年代から 70 年代におけるフランスでの選挙予測調査の公表とその影響について、次のように述べている(Champagne[2005, 訳 180-181])。世論調査が政治家や

ジャーナリストによって政治目的で実施され、有権者や政治団体幹部の思考や意思決定に影響を与えようと試みられた。そして新聞や政党により、内容の偏った質問項目による世論調査を実施し、さらには世論調査の捏造まで行われるようになった。偏った質問項目、あるいは信頼性の低い方法で実施される世論調査の利用は、インドネシアでも見られるようである⁽¹⁴⁾。先進国において世論調査が「利用」されてきた道を、東南アジア各国でもまたたどろうとしているのである。

ブルデューの世論調査への批判は、「じゃあどうすればよいのか」という答えを出すことが難しいものである。しかし世論の客観性や正確性を追求する作業の限界について、自覚になることは必要なことであろう。杉山がかつての世論について指摘をしたように、「世論形成」に力点を移すという考え方もあるかもしれない。他の分野と同様、東南アジア各国は民主化の流れの中で世論調査を急速に発展させ、また旺盛に利用している。そして、先進国と同じような課題を抱えつつある。課題にたいする認知を深め、批判的な議論を行っていく必要があるだろう。

第3節 世論調査の標本抽出

以上、世論調査の利用とそれにかかわる問題について述べてきた。次に、世論調査の実施にかかわる問題を、調査技術の面から見てみたい。

世論調査を実施するにはいくつかの課題があるが、最も重要と思われるのが、実際に調査に答えてもらう者をどう選ぶかである。標本調査では、無作為抽出(ランダム・サンプリング)によって調査対象者を選ぶことが要求される。無作為抽出を行わないと、調査結果から母集団における世論の状態を、合理的に推論することができなくなるためである。ここでいう「合理的」とは、統計学に基づいた検定・推定が可能である、という意味である。

無作為抽出とは、「母集団の中のすべての個体にとって、標本として抽出される確率が等しいものになっているような抽出法」(盛山[2004, 117])である。単純に考えれば、母集団の成員に番号を振り、その中から一つの番号をランダムに選ぶ、という手続きを必要な標本数分繰り返せばよい。このような抽出法を単純無作為抽出という。しかし、世論調査で単純無作為抽出が行われることはないといってよい。まず、単純無作為抽出を行うには、母集団の成員について「名簿」が完備されている必要がある。名簿がなければ、成員に番号を振る、といった作業ができないためである。そして、名簿があるにしても、全国レベルの調査の場合、その分量は膨大なものになる。紙媒体にしる、電子データにしる、そのまま扱うことは事実上不可能である。さらに、その名簿から特定の番号をランダムに選ぶ、という手続きを何千回も繰り返すこともまた困難である。

日本では、地方自治体のレベルでは選挙人名簿や住民基本台帳といった名簿が存在している。全国規模の社会調査を行う場合、これらの名簿が利用されることがある。またマス

メディアによる世論調査では、電話番号を利用した無作為抽出が主流となっている。RDD(Random Digit Dialing)方式といい、コンピュータによる無作為の組み合わせで電話番号を作り、その電話番号に電話をかけて調査を行う。従来は面接法や、電話調査でも選挙人名簿などによるサンプリングが行われていた。しかし回収率(回答率)の低さなどの問題があり(谷口[2009, 32])、次第に RDD 方式による電話調査が主流になっていった⁽¹⁵⁾。

しかし東南アジアを含め多くの国では、信頼性が高く、調査者が利用可能な住民の名簿が存在しない。また東南アジア諸国では、固定電話の普及率が低い。このような場合、単純無作為抽出はそもそも不可能である。

実際に大規模な世論調査を実施する際は、多段抽出法とよばれる標本抽出が行われる。これは、標本抽出を何段階かに分けて実施する標本抽出法である。全国から複数の地点を抽出し、抽出した地点から調査対象となる個人を選ぶ、といったやり方がとられる。この場合は二段の標本抽出であるが、最初に抽出される地点を第一次抽出単位(Primary Sampling Unit: PSU)、PSU から選ばれる個人を第二次抽出単位(Secondary Sampling Unit: SSU)という。以下、抽出の段階に応じて第三次抽出単位、第四次抽出単位...と続く。

多段抽出法は、どの地点にいる人でも抽出される確率を等しくしない限り、無作為抽出にはならない。たとえば二段抽出法の場合、これを保証するには二つの方法がある(杉野[2008, 105-106])。一つは、PSU の抽出確率は等しくして、選ばれた PSU の人口規模に応じて SSU の数を決める方法である。これを等確率抽出という。しかし、等確率抽出は選ばれる PSU が異なるときには標本の数を変えなければならぬ。そのため、この方法はあまり採用されない。もう一つは、PSU が抽出される確率を、その PSU の人口規模に比例させる方法である。これを確率比例抽出法という。この場合、抽出された PSU 内で選ばれる SSU の数を PSU の規模にかかわらず一定にする。そうすれば、標本数は一定になる。

ただし多段抽出法は、特に PSU の数が少ない場合、標本に偏りが生じてしまう可能性が高い。そのため一般に全国規模の調査では、確率比例抽出法による多段抽出に、層別抽出法とよばれる抽出法が組み合わせて用いられる(盛山[2004, 126])。層別抽出法とは、あらかじめいくつかの特徴に基づいて全国の地点をいくつかの層に区分し、それぞれの層から必ずいくつかの地点を PSU として選ぶ、という方法である。それぞれの層から選ぶ地点や調査対象者の数は、層の規模に比例して割り当てる、比例割当法とよばれる方法がとられる。これにより、等確率性が保証されることになる。層別抽出法で問題になるのは、層を区分する「特徴」を何にするか、ということである。たとえば都市部－農村部といった区分や、地域による区分が考えられるが、各国の事情に応じた基準を考えなければならないのはもちろんである。

第4節 東南アジア諸国における世論調査の実施法

以下、フィリピン、インドネシア、タイについて世論調査の実施方法を紹介するが、その前にマレーシアの世論調査について述べておきたい。

マレーシアの代表的な社会調査会社である **Merdeka Center** では、政治的なテーマにかかわる世論調査が頻繁に実施されている。しかしその調査は、電話を用いたインタビュー調査である。たとえば 2010 年 1 月～2 月にペラ州住民(21 歳以上の有権者登録をしている者)に実施された世論調査は、次のような方法で実施されている⁽¹⁶⁾。調査は、電話によるインタビュー調査で行われた。調査対象者は、居住地、民族、性、年齢による層化無作為抽出によって選ばれている。2007 年に実施された調査報告によると、この調査会社独自に持つ世帯単位の電話データベースから抽出が行われている⁽¹⁷⁾。その他の世論調査も、このデータベースを利用していると思われる。電話調査を用いていることについて **Merdeka Center** は、マレーシアでは固定電話加入世帯が 400 万以上あり、高い加入率であることを理由にしている⁽¹⁸⁾。また、面接調査では答えづらい内容でも電話であれば回答しやすくなること、調査を迅速に実施できること、コストを低く抑えられることをメリットとして提示している。しかし、やはり固定電話加入者が標本抽出の対象である以上、貧困層が排除されるなど、標本の代表性には疑問を抱かざるを得ない。

フィリピン、インドネシア、タイでの世論調査は、特にデータの信頼性をアピールするには、面接調査の採用が重要視されているようである。以下、これらの国々の世論調査の実施方法を紹介しよう。

(1) フィリピン

全国規模の調査を実施する際の方法について、インタビューをした結果をまとめたものである⁽¹⁹⁾。

SWS 社で全国調査を行う場合、標本数は 1,200 としている。

(a) 層の区分

地域による区分をする。4 地域(マニラ、マニラ以外のルソン島、ビサヤ、ミンダナオ)でそれぞれ標本数 300 とする。

(b) PSU の抽出

各地域で 60 のバランガイを、無作為抽出する。

(c) 調査対象者の選出

PSU のバランガイから、5 人の調査対象者を抽出する。

調査員が PSU のバランガイを訪問するが、(i)訪問区域の目印(ホール、保健所、教会など)、(ii)開始地点(「目印から何軒目」)、(iii)訪問する家の間隔は、ランダムに決められ、本社から調査員に指示される。調査員は、(i)～(iii)に従って歩いて世帯を決める。

各世帯の構成員を確認し、やはりランダムな選出法により、その世帯で年齢などの

条件に合う人を回答者とする。

(d) 調査の方法

面接調査を用いる。郵送調査は回収率が低いため実施しない。5 世帯の対象世帯を 3 回訪問し、面接できないことが判明したら次の 5 世帯に移る。1 バランガイにつき、20 世帯のプールを設けている。

調査員は SWS 社で雇用し、トレーニングを行っている。

(2) インドネシア

The International Republican Institute(IRI)という NPO が、2009 年 1 月に LSI に委託して全国規模の世論調査を実施している。この調査の実施方法を紹介する⁽²⁰⁾。標本数は 2,189 である。

(a) 層の区分

州による区分を用いている。全国 33 州の人口規模に比例して、各州の調査対象者数を割り振る。

また、都市－農村という区分も用い、両者の人口比(都市 39%、農村 61%)に応じて標本数を配分する。

さらに、男女比が 1 対 1 になるようにする。

(b) PSU の抽出

“rural”(農村部)と”kelurahan”(都市部)を PSU とする。人口比率に比例して、各県から合計 220 の PSU を無作為に選ぶ。

(c) 調査対象者の選出

各 PSU から、それぞれ 10 名の調査対象者を選ぶ。それぞれの PSU から、5 つの Rukun Tetangga(RT)を無作為に選ぶ。各 RT の世帯をリストアップし、そこから 2 世帯を無作為に選ぶ。

選出した世帯から選挙権を持つ 1 名を、Kish Grid 4 によって選ぶ。

(3) タイ

以下は、標本数 2,000 の全国規模の調査を実施する場合の手続きについて、インタビューの結果をまとめたものである⁽²¹⁾。

層別二段階抽出法によって、調査対象者が選ばれている。

(a) 層の区分

まず、地域による区分がある。4 地域(北部、東北部、中部、南部)でそれぞれ標本数を 500 としておく。さらに、各地域を分割する。北部、東北部、南部はそれぞれ上下に分ける。中部は東西に分けるが、さらに代表的な 3 県は別にして必ず対象とする。分けた地域内で、県を選ぶ。

また、都市－農村による区分も行う。テーサバーンはすべて都市部に分類し、タムボン は農村部とする。

(b) PSU の抽出

(a)の基準に基づき、合計 100 の PSU を割当てて選出する。PSU の選出は、無作為になされる。

(c) 調査対象者の選出

PSU から調査対象者を選ぶが、年齢と所得の分布が全国のそれに近くなるように、あらかじめ割当てを決める。PSU の各村・ブロックを調査員が訪問し、村長に住民の年齢・所得を確認し、調査対象候補を特定する。村・ブロックにある候補者の家々を等間隔で訪問し、調査を実施する。

(d) 調査の方法

面接調査を用いる。郵送調査は回収率が非常に低くなること、調査の注意事項を理解できない可能性があること、そして self identification の食い違いなどが起こりうるため、採用していない。

面接調査の場合、回答率は 100%になる。調査員は全国におり、彼らが実際を行っている。

以上、フィリピン、インドネシア、タイにおける世論調査の実施方法を紹介した。特定の調査機関での調査法であるが、それぞれの国で代表的な世論調査機関であり、他の調査機関も似たやり方を採用していると思われる。特徴的なのは、3 カ国とも標本抽出において独自の「偏り」を設定していることである。フィリピンやタイでは、各地域での標本数を等しくしており、地域間の人口差を考慮していない。またインドネシアでは、性別比を 1 対 1 にする、という操作を行っている。インドネシアについては、インドネシアの世論調査機関について研究をしている Agus Trihartono 氏に確認をしたが、なぜ男女比を 1 対 1 にしているかはわからない、ということであった。第 2 節で論じた世論調査の影響を考慮すると、このような偏りが実際の世論に影響を及ぼす可能性も指摘しなければならない。標本数の地域差をなくすという対応は、あるいは特定地域の意見を強調する、という意図が存在するのかもしれない。

これらの操作がどのような経緯で行われるようになったのか、またこの操作が調査結果に与える影響については、今後さらに調査を行いたい。

おわりに

本章では、東南アジア諸国(フィリピン、インドネシア、タイ)における世論調査について、その利用のされ方や実施方法にかんする現状をまとめ、課題について論じた。まず政治にかかわる世論調査の歴史について振り返り、東南アジア諸国における世論調査の歴史

を紹介した。そして世論調査の利用のされ方について、調査結果をまとめた。結果として、特にフィリピンやインドネシアでは政治家やその後援者自身が世論調査を委託し、その結果を自らのアピールに利用している実態を見た。先進国同様、世論＝世論調査結果という同一視が急速に進行しているのである。しかしブルデューがフランスの世論調査について指摘した「問題構制の押しつけ」という問題が世論調査に内包されていることを踏まえ、この同一視にたいして批判的な議論を進めていく必要がある。また世論調査の実施方法については、現地調査の結果などから、標本抽出過程の中に「偏り」が存在することを見た。今後、この「偏り」が定着した過程について調査を進めるとともに、調査結果に与える影響についても確認をする必要がある。

【注】

- (1) 以下の、SWS ウェブサイト掲載の論文による。Mahar Mangahas 2009. “THE CHALLENGE OF ELECTION SURVEYS: SWS EXPERIENCE IN THE PHILIPPINES” [cited 10 February 2010].
[http://www.sws.org.ph/Mangahas-Challenge % 20of % 20election % 20surveys % 20in % 20RP-Cairo%20REVISED.pdf](http://www.sws.org.ph/Mangahas-Challenge%20of%20election%20surveys%20in%20RP-Cairo%20REVISED.pdf); INTERNET.
- (2) *ibid.* なお投票行動の調査はいわゆる出口調査ではなく、無作為抽出による戸別訪問の面接調査によって実施されている。
- (3) *ibid.*
- (4) Agus Trihartono 氏(立命館大学大学院国際関係研究科博士候補者)のご教示に基づく。
- (5) 文献 (Lent, John A.[1979] “Historical and Problem Analysis of Southeast Asian Mass Communication Research、” *Journal of Southeast Asian Studies*, 17(1): 131-156.など) からさかのぼることができた調査年が1972年であり、最初に調査が実施された年は現在不明である。
- (6) 以下の琉球新報ウェブサイトの記載による。琉球新報 2010. 「稲嶺氏やや先行 島袋氏猛追 琉球新報・OTV 世論調査」(2010年2月13日閲覧)。
<http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-155866-storytopic-123.html>; INTERNET.
- (7) 以下の沖縄タイムスウェブサイトの記載による。沖縄タイムス 2010. 「稲嶺・島袋氏 激しく競る 名護市長選／普天間移設反対 65%： 北部振興は評価二分 沖縄タイムス・朝日新聞調査」(2010年2月13日閲覧)。
http://www.okinawatimes.co.jp/article/2010-01-19_1804/; INTERNET.
- (8) 以下の SWS 社ウェブサイトの記載による。Social Weather Stations 2010. “14 January 2010 SWS Confirms Quezon City Survey for Mr. Giovanni V. Estrada” [cited 10 February 2010] <http://www.sws.org.ph/pr20100114b.htm>;INTERNET.
- (9) 同上。

- (10) 西村謙一氏(大阪大学留学生センター准教授)が SWS 社に問い合わせた結果をご教示いただいたものである。
- (11) 調査結果の公表は、SWS 社と依頼者の合意による。
- (12) Agus Trihartono 氏のご教示に基づく。
- (13) ABAC ポール、Suan Dusit ポールのウェブサイトに掲載されている世論調査のリストを閲覧し、まとめた結果による。以下のウェブサイトを参照した。ABAC Poll Research Center[cited 15 February 2010] <http://www.abacpoll.au.edu/index.html>, Suan Dusit Poll [cited 1 February 2010] <http://dusitpoll.dusit.ac.th>; INTERNET。
- (14) Agus Trihartono 氏のご教示に基づく。
- (15) ただし日本の RDD 方式については、携帯電話を対象とせずサンプリングを行うケースが多いため、特に若者が調査対象から外れやすい、といった問題が指摘されている。アメリカでは固定電話番号と携帯電話番号の体系が同じだが、やはり携帯電話の普及に伴い、地理情報が明確である固定電話番号と、そうでない携帯電話番号との混在などが問題視されている(松田[2009, 45])。
- (16) 以下の、Merdeka Center ウェブサイト掲載の資料による。Merdeka Center 2010. ”Direction, economic indicators and views of the political situation: Perak Voter Opinion Poll 26 January –3 February 2010” [cited 15 February 2010] http://www.merdeka.org/v2/index.php?option=com_jotloader§ion=files&task=download&cid=66_f1e55d3e12d8f3fbfb37f39c8795d05a&Itemid=68; INTERNET。
- (17) 以下の、Merdeka Center ウェブサイト掲載の資料による。Merdeka Center 2007. ”MALAYSIAN TRANSPARENCY PERCEPTION SURVEY 2007” [cited 15 February 2010] http://www.merdeka.org/v2/index.php?option=com_jotloader§ion=files&task=download&cid=8_61e23914cb5d84152209a015c5c421ef&Itemid=68; INTERNET。この調査では、州ごとに無作為抽出を実施している。
- (18) 以下の Merdeka Center ウェブサイトの記載による。Merdeka Center ”Methodology” [cited 15 February 2010] http://www.merdeka.org/pages/03_methodology.html; INTERNET。ITU のデータによると、2007 年のマレーシアにおける固定電話回線は 435 万である。普及率は 16.4%で、フィリピン(4.5%)、インドネシア(7.7%)、タイ(11.0%)よりも高い。しかし日本(40.0%)よりは低い。データは、以下の ITU ウェブサイト掲載の報告書による。ITU 2009. “Information Society Statistical Profiles – Asia and the Pacific 2009” [cited 15 February 2010] <http://www.itu.int/publ/D-IND-RPM.AP-2009/en>; INTERNET。
- (19) 2009 年 8 月、SWS 事務所(マニラ)にて、Linda Luz B. Guerrero 氏(Vice President), Vladymir Joseph V. Licudine 氏(Social Weather Survey Program Manager)に対して行った、全国規模の調査を実施する際の方法についての筆者の聞き取り結果による。
- (20) 以下の IRI ウェブサイトに掲載された報告書に基づく。The International Republican

Institute 2009. “Survey of Indonesian Public Opinion”[cited 10 February 2010]
[http://www.iri.org/pdfs/2009 February 19 Survey of Indonesian Public Opinion, January 12-22, 2009.pdf](http://www.iri.org/pdfs/2009_February_19_Survey_of_Indonesian_Public_Opinion_January_12-22_2009.pdf); INTERNET。

- (21) 2009 年 8 月、Nielsen Thailand 社(バンコク)にて Sureerat Wongtrangen 氏 (Executive Director, Consumer Reserach)と Weerin Simaviboon 氏(Executive, Client Solutions)に行った、全国規模の調査を実施する際の方法についての筆者の聞き取り結果による。

【参考文献】

<日本語文献>

- 相田真彦[2009]「米国大統領選における世論調査の精度とデータ利用」(『Journalism』第 231 号, 2009 年 8 月) pp.55-63。
- 川村晃一[2007]「インドネシアと選挙・投票行動研究」(近藤則夫編『アジア開発途上諸国における選挙と民主主義』アジア経済研究所調査研究報告書) pp.101-136。
- 杉野勇[2008]「第 5 章 統計的調査のためのサンプリング」(新睦人・盛山和夫編『社会調査ゼミナール』有斐閣) pp.93-123。
- 杉山光信[1999]「世論」(東京大学社会情報研究所編『社会情報学Ⅱ メディア』東京大学出版会) pp. 3-23。
- 盛山和夫[2004]『社会調査法入門』有斐閣。
- 谷口哲一郎[2009]「マスコミの電話世論調査」(『社会と調査』第 3 号, 2009 年 9 月) pp.30-36。
- 西平重喜[2009]『世論をさがし求めて』ミネルヴァ書房。
- 船津鶴代・籠谷和弘[2002]「タイの中間層—都市学歴エリートの生成と社会意識」(服部民夫・船津鶴代・鳥居高編『アジア中間層の生成と特質』アジア経済研究所) pp.201-234。
- 松田映二[2009]「アメリカの最新調査動向 グッバイ RDD、ウェルカム ABS」(『Journalism』第 231 号, 2009 年 8 月) pp.44-54。
- 峰久和哲・鈴木督久・谷口哲一郎[2009]「座談会 朝日、日経、輿論科学協会プロが語る世論調査の到達点」(『Journalism』第 231 号, 2009 年 8 月) pp.4-15。

<外国語文献>

- P. Bourdieu[1973] “Cette opinion-la n’existe pas,” *Les Temps modernes*, 318, pp.1292-1309.(小松田儀貞訳「世論なんてない」田原音和監訳『社会学の社会学』藤原書店、1991 年 pp.287-302)。
- P. Champagne[2005] ““Making the People Speak”: On the Social Uses of and Reactions to Public Opinion Polls,” in Loïc Wacquant ed., Pierre Bourdieu and Democratic Politics: The Mystery of Ministry, Polity Press. (水島和則訳『国民に語らせる』—世論調査の社会

的用法と、調査へのさまざまな反応について」『国家の神秘：ブルデューと民主主義の政治』藤原書店、2009年 pp.163-192).

調査研究報告書
[新領域研究センター]2009－[IV-33]
[東南アジアにおける自治体ガバナンスの比較研究]

2010 年 3 月 30 日発行

発行所 独立行政法人日本貿易振興機構

アジア経済研究所

〒261-8545 千葉県千葉市美浜区若葉 3-2-2

電話 043-299-9500

無断複写・複製・転載などを禁じます。
