

Web 調査モニター登録者の特徴を探る —2016～21年の調査結果より(その2) 政治・経済・社会意識について

企画部 小野 功雄

本誌 310 号に続き、ネットリサーチ会社のモニター登録者にどのような特徴があるのか、2016～21年の6回の調査からの分析結果を述べる。前号では生活意識・メディア接触・消費行動に係る内容を扱ったが、今号では政治・経済・社会意識に関する調査項目について取り上げる。

なお、「1. 当分析に用いた調査データについて」「2. Web 調査モニター登録率と回答頻度・回答理由」は当分析に係る基本事項のため、前号から主な内容を再掲する。

1. 当分析に用いた調査データについて

今回の分析にあたり、当協会にて毎年秋に実施している時系列調査の調査結果より一部データを使用した。この調査は訪問留置回収法で1971年から行っており、近年は「ネットリサーチ会社の回答者モニターに登録しているか?」という質問を設けている。その回答からモニター登録者・非登録者を分析軸として、様々な質問の回答結果を比較した。

【調査概要】

- (1) 調査内容 人々のメディア接触、商品購入と所有、生活意識・行動をとらえる
- (2) 調査対象 13～69歳の男女※主要5地区(札幌、首都圏、名古屋、関西、福岡)は13～74歳の男女
- (3) 調査地域 全国(全国の都市部、一部郡部を含む)
- (4) 回収数 7,401件(全国13～69歳計・2021年)
- (5) 調査方法 訪問留置回収法
- (6) 抽出方法 三段抽出(一段:都道府県または市部抽出 二段:町丁抽出 三段:対象者抽出)
- (7) 調査時期 毎年11月

- ・当分析では、主に2016～21年首都圏調査・男女20～69歳のデータを使用。
各年の回答者数は下表の通り。※各調査回で回答者は異なる

調査実施年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
全体(無回答を含む)	1,505	1,493	1,482	1,486	1,490	1,495
モニター	147	135	168	136	139	143
非モニター	1,334	1,336	1,292	1,328	1,332	1,332

- ・本文及び図表中の回答選択肢は、調査票の表記から短縮している場合がある。



2. Web 調査モニター登録率と回答頻度・回答理由

この調査では、前述の通りネットリサーチ会社のモニター登録有無のほか、回答頻度、回答理由もたずねている。

これらの2021年の回答結果をみると、ネットリサーチ会社・回答者モニターへの登録率は、全国調査で6.1%、首都圏調査で8.8%と全体からみれば低い割合であった。また、モニター登録者の最近半年間のWeb調査回答回数は「18回以上」が22.7%と、最も頻度の高いカテゴリーが2割を超えている。こうしたことから、一般的なWeb回答方式のモニター調査¹⁾は、一部の同じ人が数多くの調査に回答しているという一端がうかがえる。

また、Web調査に回答する主な理由を単数回答で聞いた質問では、「ポイント・景品をもらえるから」が8割を超え多くを占めている。

図1 Web調査モニター登録率 [2021年調査]

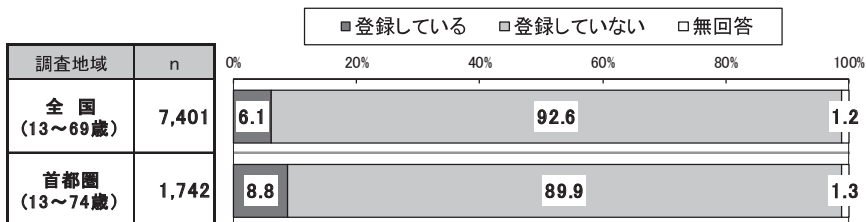


図2 Web調査の回答頻度 (半年間) [2021年調査]

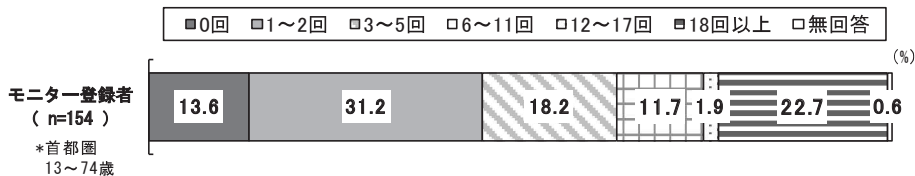
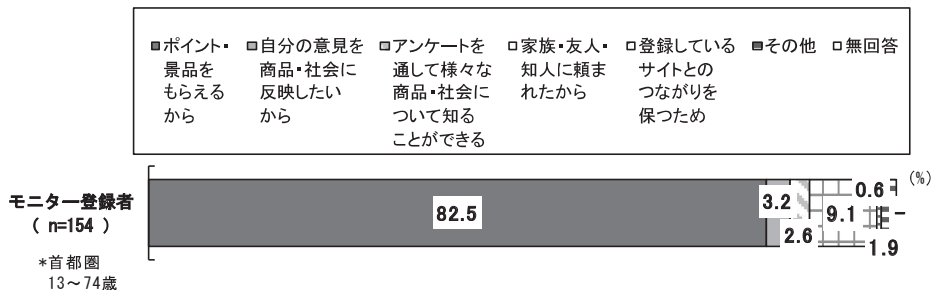


図3 Web調査の回答理由 [2021年調査]





3. モニター登録者と非登録者の比較

モニター登録有無の質問回答から得られた、モニター登録者・非登録者を分析軸として2016～21年の回答結果の比較を行った。(※以降、モニター登録者を「モニター」、非登録者を「非モニター」と称す)

本項の分析では首都圏調査・男女20～69歳のデータを用いている²⁾。また、モニターは女性比率が高いなど性年代構成に偏りがあり非モニターと単純に比較できないため、モニター・非モニターそれぞれ調査回収標本全体の性年代構成比、すなわち国勢調査結果に準じた性年代構成比へウェイト補正を行っている。

なお、前号の分析からみえたモニターの主な特徴は以下の通りである。

①基本属性

- ・学歴：4年制大学卒の割合が高く、高校卒の割合が低い
- ・収入：高収入層の割合がやや高く、低収入層の割合が低い
- ・職業：労務系従事者の割合が非モニターに比べ低い
- ・家族構成：単身世帯の割合が非モニターに比べ低い

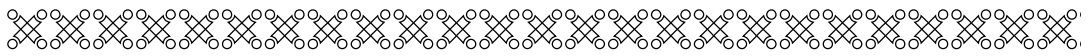
②メディア接触関連

- ・インターネット利用率が高い
- ・Twitterをよく利用している人、ネット・SNSで情報発信する人の割合が高い
- ・本・書籍を読む人の割合がやや高い
- ・電車やバス車内の過ごし方について、車内広告を見ている人、音楽を聴いている人の割合が高い。一方、ネット動画視聴は非モニターに比べ低い

③消費行動

- ・ポイントサービスやバーゲンセール利用の割合が高い
- ・節約への意識がやや高い傾向がみられ、広告への関心の強さを含め、自分により有益な情報や特典を得ようとしていることがうかがえる

今号で扱う内容のうち、特に政治意識関連は年により回答傾向にばらつきがみられる項目がやや多い。今後の政治・社会情勢によりモニターの回答傾向も変わってくると思われるが、当分析が対象とした2016～21年の調査結果から把握できることを述べていく。



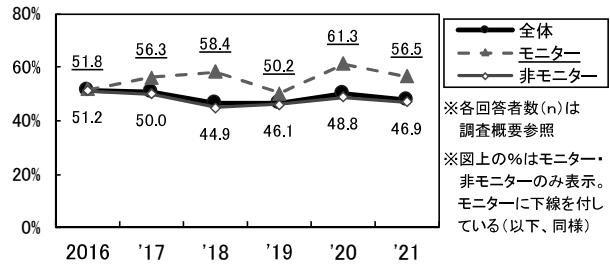
(1) 政治に関する意見

まず、政治に関する意見の回答結果を示す。これは40余りの選択肢から自分の意見に近いものを複数回答で選択する設問³⁾である。この中からいくつかの項目を取り上げる。

①政治問題への関心度

「政治問題に関心があるほう」は、モニターのほうが非モニターより割合が高い傾向がみえる。

図4-1 政治問題に関心があるほう



②政治への満足度

政治への満足度については、年によりばらつきがみられる。モニターは2017年、21年などで「満足」が高くなっている一方、2018～19年など「不満」の割合が非モニターを上回る年がある。

図4-2 今の政治に満足している

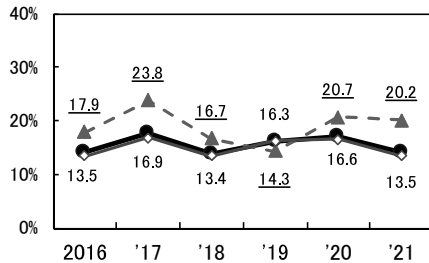
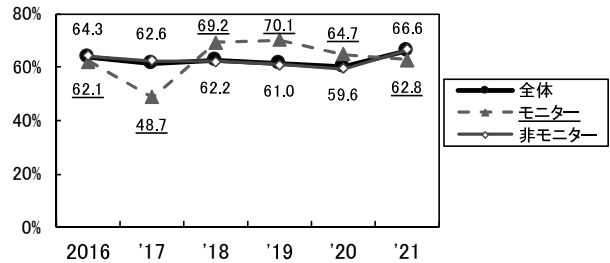


図4-3 今の政治に不満である



③内閣支持

内閣支持については、モニターは非モニターに比べ2017年、21年で「支持」が特に高くなっている一方、2018年は「不支持」の割合の高さが目立つ。前述の政治への満足度の変化とおおよそ連動していることがみてとれる。なお、2016～19年は安倍内閣、2020年は菅内閣、2021年は岸田内閣についてたずねている。

図4-4 内閣を支持しているほう

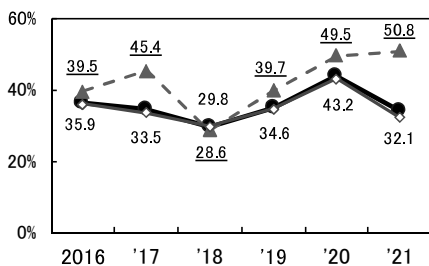
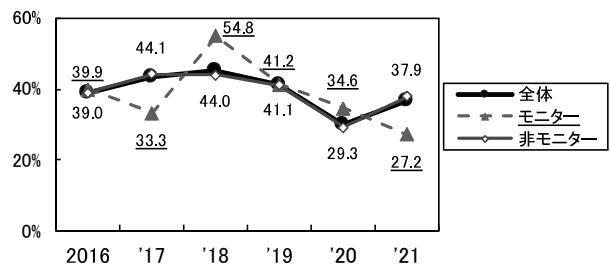
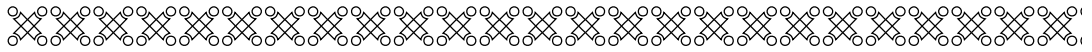


図4-5 内閣を支持しないほう





④憲法改正、靖国参拝、領土問題

「現行憲法を改めることに賛成」は、2018年を除きモニターが非モニターを上回っている。特に、直近2年の2020～21年は50%を超え割合が高くなっている。

「首相が靖国神社に参拝することに賛成」は、モニターのほうが高い傾向がみられる。特に、2020～21年は60%を超え高くなっている。

「政府は領土問題に対しもっと強硬な姿勢で臨むべき」もモニターのほうが高く、また2020～21年は50%を超えている。

これら3項目（憲法改正賛成、首相靖国参拝賛成、領土問題強硬姿勢）は、当分析が対象とした2016～21年においてはモニターが非モニターより賛成意見が多いといえそうだ。

図4-6 現行憲法を改めることに賛成

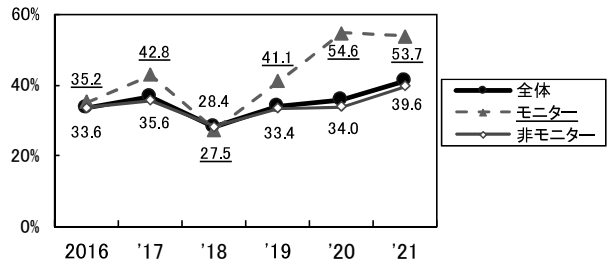


図4-7 首相の靖国参拝賛成

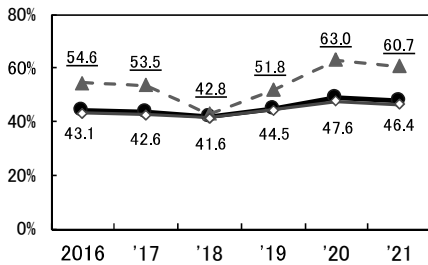
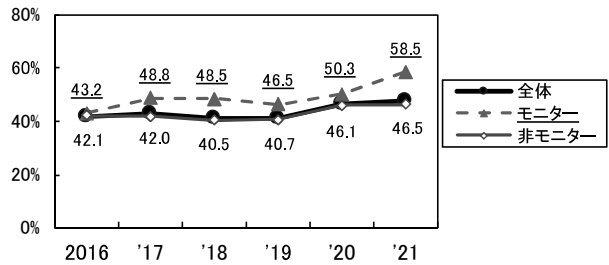


図4-8 領土問題に強硬姿勢で臨むべき



⑤原子力発電に関する意見

原子力発電所の再稼働に関する意見について、モニターは2017年、20～21年は「再稼働容認」、2018～19年は「廃止すべき」が非モニターより特に高くなっている。この項目は年により傾向が変わり、一概にモニターの意見がどちらかに偏っているとはいえない。

図4-9 原子力発電所の再稼働容認

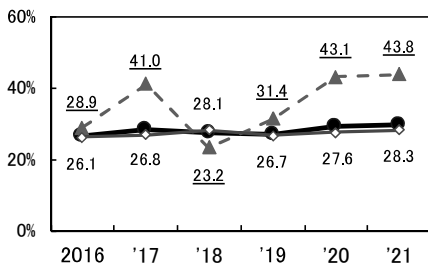
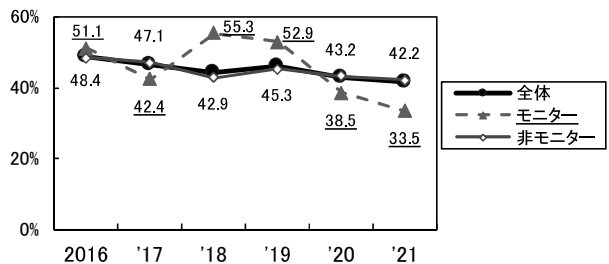
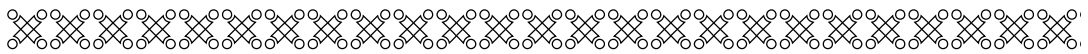


図4-10 原子力発電所は廃止すべき



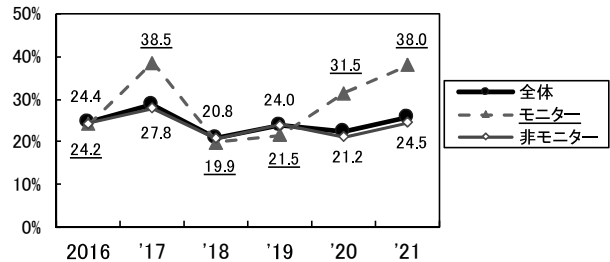


(2) 好きな政党

次に、「好きな政党」を複数回答で選択する設問の回答結果を示す。

「自民党」は、2016年、18～19年は非モニターと大きな差異はみられないが、2017年、20～21年はモニターのほうが高くなっている。

図 5-1 好きな政党「自民党」



「立憲民主党」は、2018年のみモニターのほうが高い。2017年、21年は非モニターを下回っている。

「公明党」は、各年とも大きな差異はないものの、モニターのほうが非モニターより若干低くなっている。

図 5-2 好きな政党「立憲民主党」

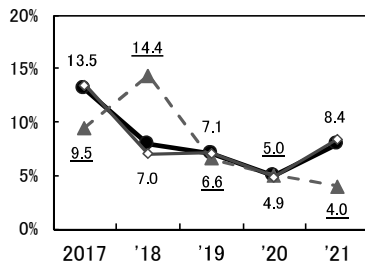
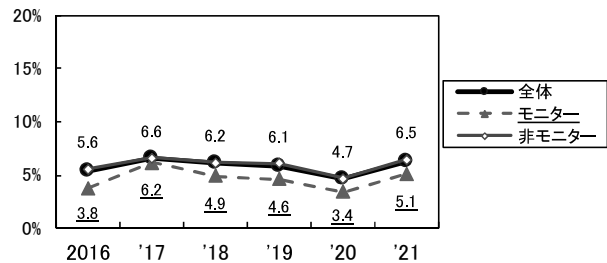


図 5-3 好きな政党「公明党」



「日本維新の会」は、2017年、20年などモニターのほうが高い年が多い。非モニターを下回る年はない。

「共産党」は、2016年はモニターのほうが高かったが、2017年以降は非モニターと大きな差異はみられない。

図 5-4 好きな政党「日本維新の会」

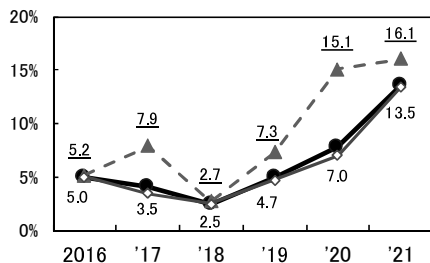
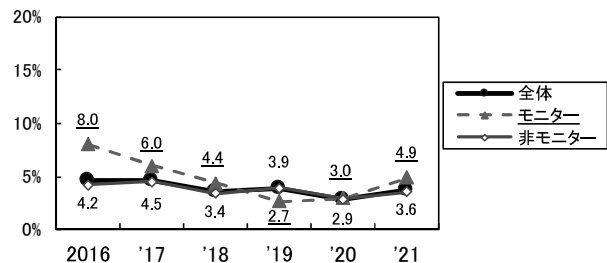
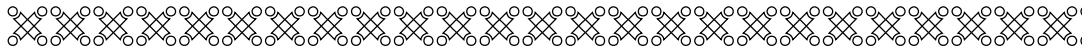


図 5-5 好きな政党「共産党」





「国民民主党」は、2021年はモニターのほうが高くなっている。

「社民党」は、2016年、19年でモニターのほうがやや高くなっている。

「れいわ新選組」は、2019～20年はモニターのほうがやや高かったが、2021年は大きな差異はみられない。

図5-6 好きな政党「国民民主党」

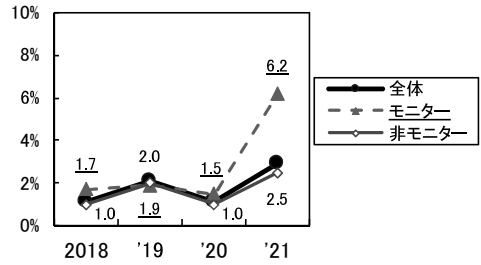


図5-7 好きな政党「社民党」

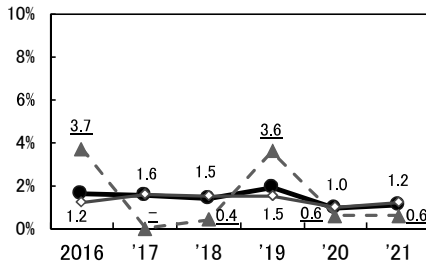
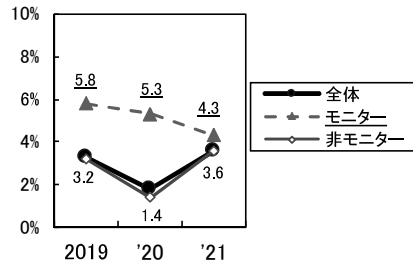
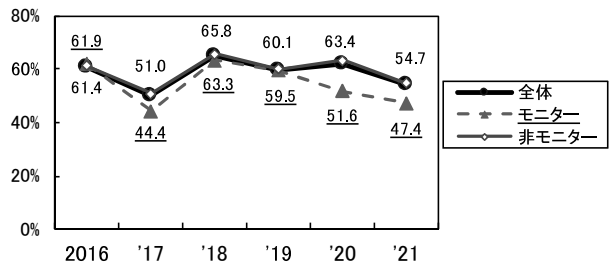


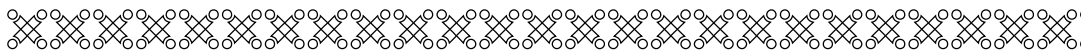
図5-8 好きな政党「れいわ新選組」



「好きな政党はない」については、2017年、20～21年などモニターのほうが低い年が多くなっている。

図5-9 好きな政党「好きな政党はない」





(3) 社会全般の関心事

続いて、社会全般の関心事についての回答結果を示す。これは40余りの選択肢から関心のあるものを複数回答で選択する設問である。この中からいくつかの項目を取り上げる。

① 国の外交・防衛

「国の外交」は、2017年、19年、21年でモニターの関心の高さが目立ち、経年的に非モニターより高い傾向がうかがえる。

「国の防衛」は、2016～19年はモニター・非モニターで大きな差異はみられなかったが、直近2年の2020～21年はモニターのほうが高くなっている。

図 6-1 社会全般の関心事「国の外交」

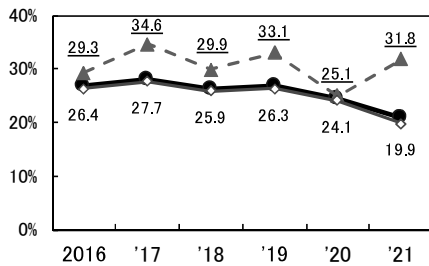
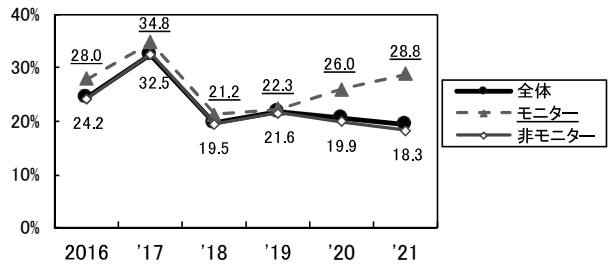


図 6-2 社会全般の関心事「国の防衛」



② 国の経済

「国の経済」及び「円レート・株価動向」は、経年的にモニターのほうが関心が高い傾向がみえる。

図 6-3 社会全般の関心事「国の経済」

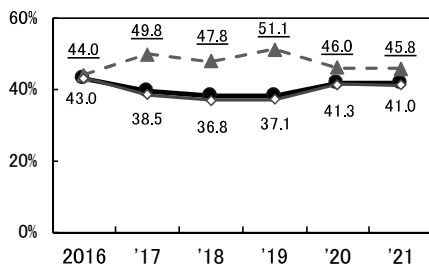
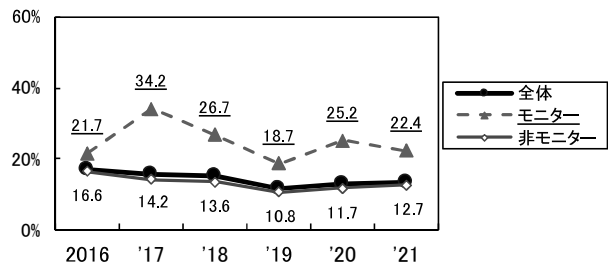


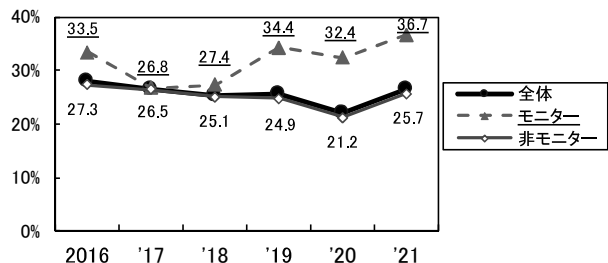
図 6-4 社会全般の関心事「円レート・株価動向」

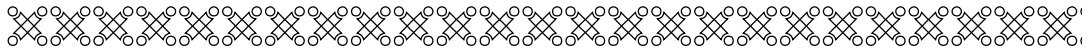


③ 税負担・税制問題

「税負担・税制問題」は、2019～21年でモニターの関心の高さが目立つ。2019年は消費増税の影響が推察できるものの、2020年以降も非モニターより高い割合を示している。

図 6-5 社会全般の関心事「税負担・税制問題」





④世論の動き、選挙

「世論の動き」は、2016年、20年でモニターの高さが目立つ。

「選挙」は、直近2年の2020～21年はモニターのほうが高くなっている。

図6-6 社会全般の関心事「世論の動き」

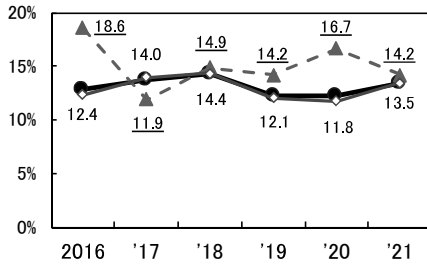
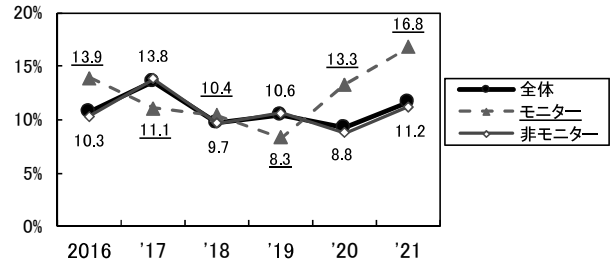


図6-7 社会全般の関心事「選挙」



⑤流行・風俗、モラル・公衆道徳

「流行・風俗」は、経年的にモニターのほうが関心が高い傾向がうかがえる。

「モラル・公衆道徳」は、2018年を除く各年でモニターが非モニターを大きく上回っている。

図6-8 社会全般の関心事「流行・風俗」

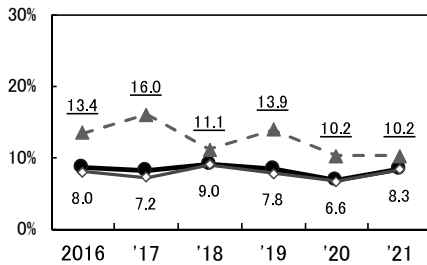
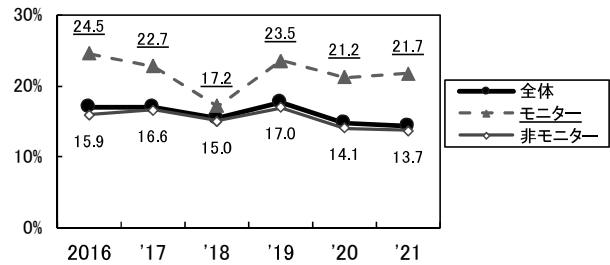
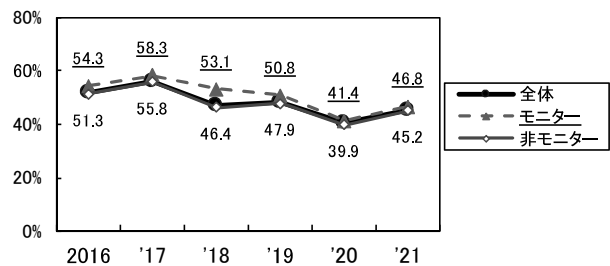


図6-9 社会全般の関心事「モラル・公衆道徳」



全選択肢の中で最も選択率の高い「犯罪・事件・非行」については、モニターのほうが若干高いものの大きな差異はみられなかった。

図6-10 社会全般の関心事「犯罪・事件・非行」





4. まとめ

(1) モニター登録者の特徴(政治・経済・社会意識)

2016～21年の調査結果からみえる、政治・経済・社会意識に関するモニターの特徴を記す。なお、あくまでもこの6年の調査結果からの分析であり、今後もこの傾向が続くとは限らないということは留意頂きたい。

①政治に関する意見

- ・政治に関心が高い傾向がみられる。
- ・内閣支持は、年により非モニターと差異がみられる。
- ・「憲法改正賛成」「首相靖国参拝賛成」「領土問題に強硬姿勢で臨むべき」という意見については、モニターは非モニターに比べ割合が高い傾向がみられる。
- ・原子力発電所の再稼働容認、原子力発電所の廃止については、年により回答傾向が変わり、一概にどちらに偏っているとはいえない。

②好きな政党

- ・自 民 党：2017年、20～21年でモニターのほうが高くなっている。割合の上下はあるものの、非モニターに比べ特に低い年はなく、傾向としては高めといえそうだ。
- ・立憲民主党：2018年は非モニターより高く、2017年、21年は低い。経年的な傾向はみられない。
- ・公 明 党：各年とも大きな差異はないものの、モニターのほうが非モニターより若干低くなっている。
- ・日本維新の会：おおむねモニターのほうが高い傾向がうかがえる。
- ・共 産 党：2016年はモニターのほうが高かったが、2017年以降は非モニターと大きな差異はみられない。
- ・国民民主党：2018～20年は差異がみられなかったが、2021年はモニターのほうが高くなっている。
- ・社 民 党：モニターのほうがやや高い年があるものの、差異のみられない年が多い。
- ・れいわ新選組：2019～20年は非モニターを上回っていたが、2021年は大きな差異はみられなかった。
- ・好きな政党なし：モニターのほうが低い年が多い。

③社会全般の関心事

- ・「国の外交」は、モニターのほうが関心が高い傾向がうかがえる。
- ・「国の防衛」は、直近2年の2020～21年はモニターのほうが高くなっている。
- ・「世論の動き」は、2016年、20年でモニターの関心の高さが目立つ。
- ・「選挙」は、直近2年の2020～21年はモニターのほうが高くなっている。
- ・「国の経済」「円レート・株価動向」「税負担・税制問題」といった経済関連の項目は、モニターのほうが関心が高い傾向がみえる。
- ・「流行・風俗」「モラル・公衆道徳」は、モニターのほうが関心が高い傾向がうかがえる。



(2) 考察

政治に関する意見、好きな政党のモニターの回答は、いわゆる“右寄り”の傾向が直近2年の2020～21年でやや高まっているように見える。

社会全般の関心事については、モニターは経済関連の項目や流行に関心が高い傾向がみられた。これは前号310号の分析でとらえたモニターの消費行動に係る特徴や情報感度の強さと重なる。

近年では、報道機関の選挙情勢調査において、ネットリサーチ会社の登録モニターを対象としたインターネット調査が一部で採用されている。朝日新聞社では、2021年衆議院議員選挙の情勢調査で実用を開始し⁴⁾、翌2022年参議院議員選挙の情勢調査でも利用している⁵⁾。なお、いずれもRDD方式の電話調査と組み合わせる方法であったが、今後こうした選挙情勢調査でWeb調査モニターを対象とした調査方式の利用が拡大する可能性がある。前号310号で扱った分野とともに、政治意識関連の項目も引き続きモニターの特徴を分析していきたい。

(おの・いさお)

<注>

- 1) 調査モニターには公募型と非公募型があるが、当分析に用いた調査ではこの区別までたずねていない。大部分は公募型が占めると思われ、本稿ではこの区別に関して言及していない。
- 2) 首都圏地区のモニター登録率が全国に比べ高く、全国地区の標本と比較しモニターの特徴をみた場合、それが首都圏在住者の多いことに起因する調査項目があった。そのため、首都圏地区の標本での比較とした。
- 3) 複数回答式の設問であるが、対となる内容の2つの選択肢をいくつか並べる聞き方で、通常はどちらかを選択するものである。ただ、択一式の設問ではなく、どちらも選択しない回答(=態度非表明者:強い意見をもっていないと考えられる)が生ずる。そのため、対となる内容の回答の合計は100%に満たない。
- 4) 「自民 過半数確保の勢い 公示前は下回る可能性」朝日新聞,2021年10月26日朝刊1面(東京本社版)
- 5) 「自公、改選過半数の勢い 野党、1人区ふるわず」朝日新聞,2022年6月24日朝刊1面(東京本社版)
「自公、改選過半数の勢い維持 立憲、改選議席割る可能性」朝日新聞,2022年7月6日朝刊1面(東京本社版)



<参考文献>

江口達也（2022）「2021年衆院選情勢調査の設計について —なぜネット調査を導入したのか—」
政策と調査 22号 ,p29-34

江口達也（2022）「朝日新聞社の2022年参院選情勢調査について」政策と調査 23号 ,p23-28

前田直人(2023)「2022年参院選調査のまとめと選挙調査の展望」日本世論調査協会報 131号 ,p36-45