

■（１０５）選挙報道に欠かせぬ情勢調査も進化

「過半数の勢い」。総選挙の公示直後、各新聞・テレビが選挙情勢を調べ、結果が一斉に報道された。電話による「RDD方式」での調査が主流だ。コンピューターがランダムに数字を並べて作り出した「電話番号」にかける方法で対象を選んでいる。

かつては人海戦術だった。選挙管理委員会で有権者名簿を閲覧し、決められたルールで対象を抽出する。多数のアルバイトを雇って、対象者宅の呼び鈴を鳴らす。持参した調査票に回答を鉛筆で書き入れる。留守ならば時間を置いて再度訪問する。バスも通らない遠隔地もあり、いつも作業は深夜に及んでいた。そんなアナログな調査から浮かび上がる「世論」に重みも感じていた。その手間を一気に軽減したのが、米国生まれのRDD方式だ。

電話帳から選ぶわけではないので、電話番号を掲載していない家庭も対象にできる。ただ、基本は固定電話で、携帯電話しか持たない若者らの「論」をどう集めるかが、課題とされている。

東日本大震災の被災地は、全国の自治体から応援職員を得て、知事選などを乗り切ってきた。震災から２１カ月。候補者の舌戦からも被災地の影が薄れていないか。気になる。

（山）