

## 誤解の連鎖を断ち切ろう 歴史的物語は善意の混同だった？

統計の威力を示す有名なエピソードがある。1936年の米国大統領選挙における予測調査である。調査・統計の関係者なら聞いたことがあるだろう。選挙予測の名門誌「リテラリー・ダイジェスト」が200万人もの大規模調査で、ルーズベルト落選を予測したのに対し、新興調査会社の「ギャラップ」が、わずか3千人の調査でルーズベルト再選を的中させたという。

なぜ200万人もの大規模調査が、わずか3千人の調査に敗北したのか。ダイジェストの200万人は、自動車や電話の所有者、有権者登録名簿などから集めた1千万人に郵送調査を実施して回答を得た人々であり、富裕層に偏っていた。一方、ギャラップは貧困層を含め、性別・人種・学歴・居住地域などの特性が、投票者集団の分布と合致するように調査対象者を割り当てた。未回収の調査対象者（貧困層からの返送は少なかった）には訪問して面接調査も実施した。たった3千人であっても、母集団をよく代表する標本の方が良質であり、小さな誤差で母集団を的確に知ることができる。200万もの大規模データであっても、偏っていれば大きな間違いを犯す。

「標本の代表性」が大切だと教える見事な教訓であった。統計的方法の重要性が、大統領選挙という実践場面で示された。量より質という最強の方法論が現実的な迫力で人々に刻まれた。

200万より3千が強い！——この衝撃は深い。統計学者も腹落ちする教育的物語であった。そのため数十年間にわたり数十冊の教科書でこの伝説が紹介された。

しかし、以上の物語は大いなる誤解によって

描かれた伝説だった。ギャラップの標本規模は3千人ではなく数十万人であった。ルーズベルトの当選を的中させた予測機関はギャラップの他に何社もあった。

ある時、日本の誰かが、誤解して本を書いた。3千が200万に勝つという「よくできた教訓」は衝撃的だから、多くの教科書に孫引きされ続けて、伝説となった。

同時代の朝日新聞は1936年10月の紙面で、ギャラップの調査が27.5万人であると報道していたし、1950年代までに出版された世論調査の教科書にも30万人以下という数字が出ている。ところが1970年代以降に出版された本から、突如として「3千人」という標本規模が出現した。物語の幕開けである。よくできた教訓物語は別の著者にも孫引きされ、ますます有名になり、伝説の再生産が現在まで続いている。

米国の状況はどうかというと、「3千人」という誤解が書かれている本は、今のところ見ることがない。もちろん、ギャラップ自身が刊行した本や資料などの原典にも書かれていない。いったい、どういう事態なのであろうか？

ところで、1936年の大統領選挙は米国においても「模擬投票から統計調査へ」の画期的事件であった。その主演者はギャラップであった。米国の研究者による解説本にも必ずといってよいほど、1936年大統領選挙の予測調査が言及されている。何かが違う。

米国の大統領選挙は8月から予測報道が本格化し、11月の選挙まで断続的に続く。ギャラップは選挙戦の開始を控えた7月の段階で全米各紙にコラムを送った。それは多くの新聞で記事になった。コラムの核心は「ダイジェストの調査による選挙予測はルーズベルト44%、ランドン56%程度になるだろう」という〈預言〉だっ

た。ダイジェストは「まだ調査さえ始まっていないのに」とギャラップをあしらった。そして10月になった。ダイジェストは9月～10月にわたり9回の調査結果を発表した。積み上げた回答総数は2,376,523。ルーズベルト43%、ランドン57%であった。ギャラップはわずか1%ポイントの誤差で、ダイジェストの未来を奇跡のように当てたのである。3か月も前、ダイジェストが調査すら始めていない7月に預言した通りに！

旧約聖書の〈預言の実現〉のような演出をしたギャラップに、全米が驚いた。新興のギャラップは老舗と争うパフォーマンスで名を上げた。それが狙いだった。全米が信頼を寄せてきたダイジェストの「予測数値を預言する」ことは、起業したばかりのギャラップにとって、自社がいかに優れているかを示すよい機会である。全米が注目する大統領選挙は会社の宣伝の場として最高の神話演出の舞台であった。

ここで強調しなければならないのは、ギャラップは大統領を予測したのではなく、ダイジェストの予測値を予測した、ということである。7月の時点では、ギャラップ自身の大統領選予測は「接戦」であった。支持率ではルーズベルトが上回るが、獲得選挙人はランドンが上回る（つまり当選）と表明していた。どちらが勝っても後で言い訳の立つ「安全な予測」をしていたともいえる。

ギャラップはどのようにダイジェストを予測したのか。もう一方で、どのように大統領を予測したのか。

まず、ダイジェストの「予測値を予測」した方法について。これはギャラップが1972年に出版した本の中でも、40年近い昔を自慢げに書いている。ダイジェストの名簿から、3千人を抽出して郵送調査を実施した。ダイジェストと同

じ質問をしたという。3千人は単純無作為抽出でよいだろう。ただし、この記述には矛盾がある。7月時点では、10月に最終確定する回答者200万人の母集団は未定なので、抽出は不可能である。おそらく筆が滑ったのだろうが、調査対象者である1千万人と同様の名簿から、回収率も見込んで抽出したのなら理解できる。

次に、大統領の予測調査の方法について。ギャラップが出版した本や報告書がある。選挙期間中に9回以上の調査結果を公表した。1回の調査では2.5万～4万人の回答を得た。郵送調査が基本で回収率は25%～40%程度だったが、未回収者には面接調査も実施していた。全体の回答者数は明示されていないが、約3万人×約10回と見積もると、およそ30万人程度になる。同時代の報道や出版とも整合するが、回答者数は12.5万人という報告もある。ギャラップは母集団の特性分布に合わせて標本を割り当てるためか、調査ごとの正確な回答者数を報告しない。計画標本や回収率という概念が希薄で概要報告が曖昧だが、少なくとも桁違いの3千人ではない。

日本の1970年代以降、ギャラップが3千人の調査でルーズベルト当選を的中させたという伝説は、状況証拠を総合すると、ダイジェストの予測のために実施した3千人調査を、大統領選の予測調査の標本規模だと誤解したことが原因だと思われる。そして、その後の著者たちが原典を確認せずに孫引きしたことが拡大因となり、伝説を構成したのであろう。

これ以上の誤解を続けないために、全ての教科書の記述は修正され、教育上の混乱を終わらせる事が望ましい。

鈴木 督久 (すずき とくひさ)  
日本世論調査協会会長