

I 調査の概要

	インターネットによる 国民生活に関する意識調査 (インターネット調査)	<参考> 国民生活に関する世論調査 (訪問面接調査)
1 調査目的	インターネットによる意識調査を実施することにより、今後の世論調査の参考とする。	現在の生活や今後の生活についての意識、家族・家庭についての意識など、国民の生活に関する意識や要望を種々の観点でとらえ、広く行政一般の基礎資料とする。
2 調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在の生活について(生活の向上感, 満足度等) ・ 今後の生活について(生活の見通し, 力点等) ・ 生き方, 考え方について ・ 政府に対する要望について 	
3 調査対象	全国 20 歳以上 69 歳以下の調査会社の登録者(モニタ) ^{注1)} 3,600 人 ^{注2)}	全国 20 歳以上の国民 10,000 人
4 抽出方法	無作為抽出法(モニタから) ・ 性・年齢別の人口構成に応じて調査対象(依頼)者数を決定	層化 2 段無作為抽出法 調査地点(地区・都市規模別) 対象者(住民基本台帳)
5 調査時期	平成 19 年 7 月 20 日～7 月 23 日 (4 日間)	平成 19 年 7 月 5 日～7 月 22 日 (18 日間)
6 調査方法	Web 画面上での個別記入法 ^{注3)}	調査員による個別面接聴取法
7 調査実施機関	株式会社 マクロミル	社団法人 中央調査社
8 有効回収数 (率)	1,648 人(45.8%) ^{注2)}	6,086 人(60.9%)

注 1) 調査会社では、インターネット利用者を代表するよう属性構成バランスに配慮して、主にインターネットと新聞・雑誌でモニタ募集を行っている。

注 2) 回収数として 1,500 人を設定しており、調査会社において、設定以上の回収数が得られるように調査対象者数を決定している。

注 3) インターネット調査では、調査対象者に実施主体名(内閣府)を示していない。