

I 調査の概要

	インターネットによる 社会意識に関する意識調査 (ネット調査)	社会意識に関する世論調査
1 調査目的	世論調査と同時期に同一内容の調査をインターネットでも実施し、調査方法による回答結果の違い等を比較し、ネット調査の導入可能性についての参考資料とする。	社会や国に対する国民の基本的意識の動向を調査するとともに少子高齢化等の社会の在り方に関する国民の意識を調査し、広く行政一般のための基礎資料とする。
2 調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会に対する意識について ・ 国に対する意識について ・ 社会の在り方等に関する意識について 	
3 調査対象	全国20歳以上の調査会社の登録者 (モニタ) ^{注1)} 4,288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・地域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 ① 調査地点(地区・都市規模別) ② 対象者(住民基本台帳)
5 調査時期	平成21年2月4日(水) ～2月8日(日)〔5日間〕	平成21年1月22日(木) ～2月8日(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	エヌ・ティ・ティ・ナビスペース株式会社	社団法人 新情報センター
8 有効回収数(率)	1,500人(―) ^{注2)}	5,890人(58.9%)

注1) 調査会社では、多様な広告媒体を通じてのモニター募集を行い、偏りのないモニターデータベース構築に努めている。

注2) 回収数として1,500人を設定しており、調査実施機関がこ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) 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。