

電話調査とインターネット調査の回答比較

このレポートは、アダムスコミュニケーションが自主調査として実施した RDD 電話調査とインターネットモニター調査の結果を、同じ質問群で比較するものです。調査時期の違い、RDD 電話調査は割付法でサンプル回収していること、インターネット調査は特定のモニターがサンプルであったこと、調査方法の違いに起因するものかサンプルの違いに起因するものが不明などの理由から、電話調査とインターネット調査の違いを一般化するものではありませんが、一つの事例として、インターネット調査に参加する人たちの回答と電話調査に参加する人たちの回答の違いを傾向としてとらえることはできます。

<各自主調査の概要>

電話調査

調査対象者： 20 歳以上 65 歳未満の一般男女
サンプル方法： 性別・年代・地域で割付、RDD サンプル
有効回答数： 956 票
調査時期： 2010 年 8 月 21 日～8 月 29 日

インターネット調査

調査対象者： 男女 20 歳以上のモニター登録者
サンプル方法： 性別・年代で割付、モニターサンプル
有効回答数： 1,238 票
調査時期： 2010 年 10 月 25 日～11 月 8 日

<比較対象の質問群>

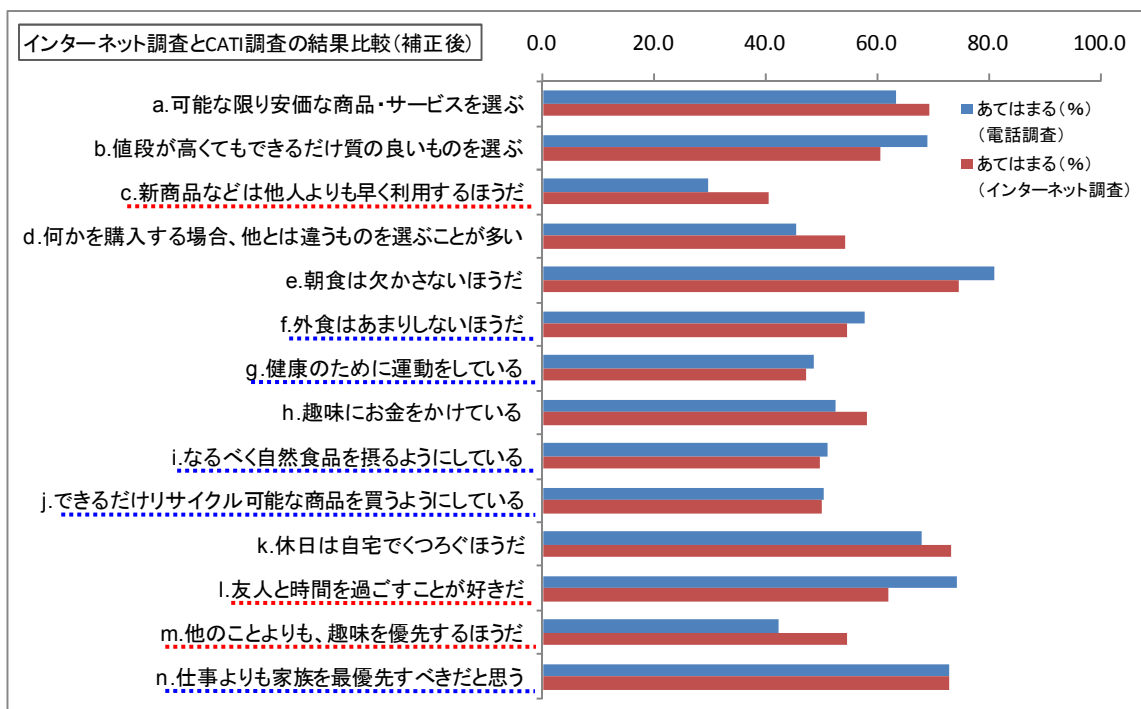
電話調査もインターネット調査も、下記の各項目をランダムな順序で提示（電話調査は読み上げ）して、回答者にどれくらいあてはまるのかを「よくあてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「全くあてはまらない」の 4 段階で回答を得た。

a	可能な限り安価な商品・サービスを選ぶ
b	値段が高くてもできるだけ質の良いものを選ぶ
c	新商品などは他人よりも早く利用するほうだ
d	何かを購入する場合、他とは違うものを選ぶことが多い
e	朝食は欠かさないほうだ
f	外食はあまりしないほうだ
g	健康のために運動をしている
h	趣味にお金をかけている
i	なるべく自然食品を摂るようにしている
j	できるだけリサイクル可能な商品を買うようにしている
k	休日は自宅でくつろぐほうだ
l	友人と時間を過ごすのが好きだ
m	他のことよりも、趣味を優先するほうだ
n	仕事よりも家族を最優先すべきだと思う

<各調査方法の回答結果>

電話調査の回収票とインターネット調査の回収票で対象者の年代構成に違いがあるが、どちらの方法でもほぼ同じ性・年代の構成となるようにインターネット調査のデータに補正をかけて比較している。

質問項目	「よくあてはまる」と「ややあてはまる」の合計%	
	あてはまる(%) (電話調査)	あてはまる(%) (インターネット調査)
a.可能な限り安価な商品・サービスを選ぶ	63.2	69.3
b.値段が高くてでもできるだけ質の良いものを選ぶ	69.1	60.7
c.新商品などは他人よりも早く利用するほうだ	29.5	40.4
d.何かを購入する場合、他とは違うものを選ぶことが多い	45.3	54.2
e.朝食は欠かさないほうだ	81.0	74.6
f.外食はあまりしないほうだ	57.6	54.7
g.健康のために運動をしている	48.6	47.2
h.趣味にお金をかけている	52.6	58.1
i.なるべく自然食品を摂るようにしている	51.1	49.6
j.できるだけリサイクル可能な商品を買うようにしている	50.3	50.1
k.休日は自宅でくつろぐほうだ	67.8	73.2
l.友人と時間を過ごすことが好きだ	74.3	61.9
m.他のことよりも、趣味を優先するほうだ	42.3	54.8
n.仕事よりも家族を最優先すべきだと思う	72.7	72.8



- 単純に回答結果の割合を比較すると、「c. 新商品などは他人よりも早く利用するほうだ」「l. 友人と時間を過ごすことが好きだ」「m. 他のことよりも、趣味を優先するほうだ」の3つの項目でその開きが大きい(差が10ポイント以上)。つまり、インターネット調査の回答の方が、新しいものを試したり、趣味を優先したりするという回答が多い傾向が出ている。また、社交的な態度の回答は少ない傾向が出ている。
- 今回の比較であまり差が出なかった(差が3ポイント以内)項目は、「f. 外食はあまりしないほうだ」「g. 健康のために運動をしている」「i. なるべく自然食品を摂るようにしている」「j. できるだけリサイクル可能な商品を買うようにしている」「n. 仕事よりも家族を最優先すべきだと思う」であった。

このレポートに関しましてはアダムスコミュニケーション調査開発部へお問い合わせください。