

4 回答日と回答時間

< 郵送調査調査票_記入日時の質問 >

この調査票を記入した日時をお答えください

10月 日

1. 0時 ~ 8時頃	4. 13時 ~ 17時頃
2. 8時 ~ 12時頃	5. 17時 ~ 20時頃
3. 12時 ~ 13時頃	6. 20時 ~ 24時頃

(1) 回答時間帯

10月～1月調査の、2群の回答時間帯を比較した。オンライン調査は自動的に取得した回答時間、郵送調査は自記式の回答時間である。

回答時間帯は、2群間で大きな差は見られなかった。このことから、郵送調査回答者が正確に回答時間を記入していると考えられる。

オンライン調査は毎月9:30頃に配信しているため、その時間帯のポイントが最も高くなっている。

10月調査

表側	回答者数	0時～8時頃	8時～12時頃	12時～13時頃	13時～17時頃	17時～20時頃	20時～24時頃	無回答
全体	1893	11.3	26.8	5.4	17.0	15.8	22.9	0.7
MODE.割り当てられた調査手法								
web	946	9.6	27.7	5.5	19.6	13.8	23.8	0.0
郵送	947	13.0	26.0	5.3	14.5	17.8	22.1	1.4
web-郵送		-3.4	1.7	0.2	5.1	-4.0	1.7	

11月調査

表側	回答者数	0時～8時頃	8時～12時頃	12時～13時頃	13時～17時頃	17時～20時頃	20時～24時頃	無回答
全体	1869	11.0	25.8	6.0	17.3	15.8	23.6	0.4
MODE.割り当てられた調査手法								
web	926	7.5	27.9	5.7	18.9	15.2	24.8	0.0
郵送	943	14.4	23.9	6.3	15.8	16.4	22.5	0.7
web-郵送		-6.9	4.0	-0.6	3.1	-1.2	2.3	

12月調査

表側	回答者数	0時～8時頃	8時～12時頃	12時～13時頃	13時～17時頃	17時～20時頃	20時～24時頃	無回答
全体	1849	11.8	27.3	6.2	15.7	14.9	23.5	0.5
MODE.割り当てられた調査手法								
web	916	7.6	28.9	6.9	18.6	14.3	23.7	0.0
郵送	933	16.0	25.7	5.6	13.0	15.5	23.3	1.0
web-郵送		-8.4	3.2	1.3	5.6	-1.2	0.4	

1月調査

表側	回答者数	0時～8時頃	8時～12時頃	12時～13時頃	13時～17時頃	17時～20時頃	20時～24時頃	無回答
全体	1820	11.0	28.3	6.6	17.7	15.1	20.6	0.7
MODE.割り当てられた調査手法								
web	894	8.3	30.2	6.5	19.7	13.8	21.6	0.0
郵送	926	13.7	26.5	6.7	15.8	16.3	19.7	1.4
web-郵送		-5.4	3.7	-0.2	3.9	-2.5	1.9	

(2) 回答日

消費動向調査は15日が調査期日であり、その点をすべての対象者に毎月伝えているが、実際に15日に回答しているかを調べた。

郵送調査は、調査票が対象者の手元に着くまで、また、対象者が送り返すまで一定の時間が必要である。郵送調査群が回答できるのは、最速で調査票投函翌日からであるため、オンライン調査群へは郵送調査群への調査票投函翌日にメールを配信している。

15日に不在の場合は15日を想定しての回答を依頼しており、パーミッションとしては、2群とも同じ情報を与えているが、郵送群の方が期日当日まで待つて回答する比率が若干高くなるということが毎月の結果からわかる。

10月調査

表側	回答者数	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日	21日
全体	1893	0	31.4	17.8	10.2	7.3	7.1	21.2	2.4	0.4	0.3	0.4	0.3	0.1
MODE.割り当てられた調査手法														
web	946	0.0	52.2	12.7	6.2	4.8	4.3	13	3.1	0.6	0.2	0.4	0.2	0.0
郵送	947	0.0	10.7	22.9	14.3	9.8	9.8	29.5	1.7	0.1	0.3	0.4	0.3	0.1

10月調査…つづき

表側	回答者数	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	無回答
全体	1893	0.1	0	0.4	0.4	0.2	0.1	0	0	0	0.1
MODE.割り当てられた調査手法											
web	946	0.1	0.0	0.7	0.8	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
郵送	947	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1

11月調査

表側	回答者数	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
全体	1869	4.2	4.0	39.8	12.5	5.7	3.4	4.5	20.8	3.2	0.5	0.4	0.2	0.0
MODE.割り当てられた調査手法														
web	926	0.0	0	60.5	10.6	4.5	3	2.5	12.4	3.8	0.5	0.4	0	0.0
郵送	943	8.3	7.8	19.4	14.4	6.9	3.7	6.5	29	2.7	0.4	0.4	0.3	0.0

11月調査…つづき

表側	回答者数	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	無回答
全体	1869	0.2	0.4	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
MODE.割り当てられた調査手法												
web	926	0.3	0.9	0.2	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
郵送	943	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2

12月調査

表側	回答者数	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
全体	1849	0.0	0.0	35.4	16.0	9.7	7.8	6.4	19.6	2.7	0.5	0.2	0.3	0.9
MODE.割り当てられた調査手法														
web	916	0.0	0.0	60.0	12.3	3.5	3.9	2.4	11.0	2.8	0.7	0.3	0.1	1.6
郵送	933	0.0	0.0	11.3	19.6	15.8	11.6	10.3	28.0	2.6	0.3	0.1	0.4	0.1

12月調査・・・つづき

表側	回答者数	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	無回答
全体	1849	0.5	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MODE.割り当てられた調査手法												
web	916	1.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
郵送	933	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

1月調査

表側	回答者数	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
全体	1820	0.0	32.0	18.6	10.0	5.9	5.5	4.5	19.1	2.6	0.3	0.4	0.2	0.2
MODE.割り当てられた調査手法														
web	894	0.0	58.8	13.3	5.8	2.6	1.7	1.9	10.1	3.5	0.3	0.6	0.2	0.1
郵送	926	0.0	6.2	23.7	14.0	9.2	9.2	6.9	27.9	1.8	0.3	0.2	0.1	0.3

1月調査・・・つづき

表側	回答者数	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	無回答
全体	1820	0.1	0.0	0.2	0.3	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
MODE.割り当てられた調査手法												
web	894	0.1	0.0	0.2	0.6	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
郵送	926	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(3) 投函日（配信日）から回答日までの日数

10月～1月調査の、オンライン調査群へのメール送信日及び郵送調査群へ調査票投函日からの日数別の回答傾向を見る。オンライン調査は自動的に取得した回答日、郵送調査は自記式の回答日である。各月調査とも、15日（調査期日当日）の回答が郵送調査群では3割程度だが、オンライン調査群では11～13%。郵送の場合は紙媒体であるため、予定表で調査票をいつ記入する、というコントロールがしやすいためと考えられる。

一方、オンライン調査群では、半数以上がメール送信日当日に回答している。郵送調査群で投函翌営業日に回答する割合が低いのは、自宅に配達されるのが翌日とは限らないこと、また世帯内で回答者の手元に届くまでにタイムラグがあるということが考えられる。

11月郵送調査は投函が金曜日だったため、土日回答も「翌営業日」に含む。

10月調査

表側	回答者数	投函翌営業日（メール送信日）	2日目～14日（期日前）	15日調査期日	調査期日より後	無回答
全体	1893	31.4	42.4	21.2	4.9	0.1
MODE.割り当てられた調査手法						
web	946	52.2	28.0	13.0	6.8	0.0
郵送	947	10.7	56.8	29.5	3.0	0.1

11月調査

表側	回答者数	投函翌営業日（メール送信日）	2日目～14日（期日前）	15日調査期日	調査期日より後	無回答
全体	1869	47.9	26.1	20.8	5.1	0.1
MODE.割り当てられた調査手法						
web	926	60.5	20.6	12.4	6.5	0.0
郵送	943	35.5	31.5	29.0	3.8	0.2

12月調査

表側	回答者数	投函翌営業日（メール送信日）	2日目～14日（期日前）	15日調査期日	調査期日より後	無回答
全体	1849	35.4	39.9	19.6	5.1	0.0
MODE.割り当てられた調査手法						
web	916	60.0	22.2	11.0	6.8	0.0
郵送	933	11.3	57.2	28.0	3.5	0.0

1月調査

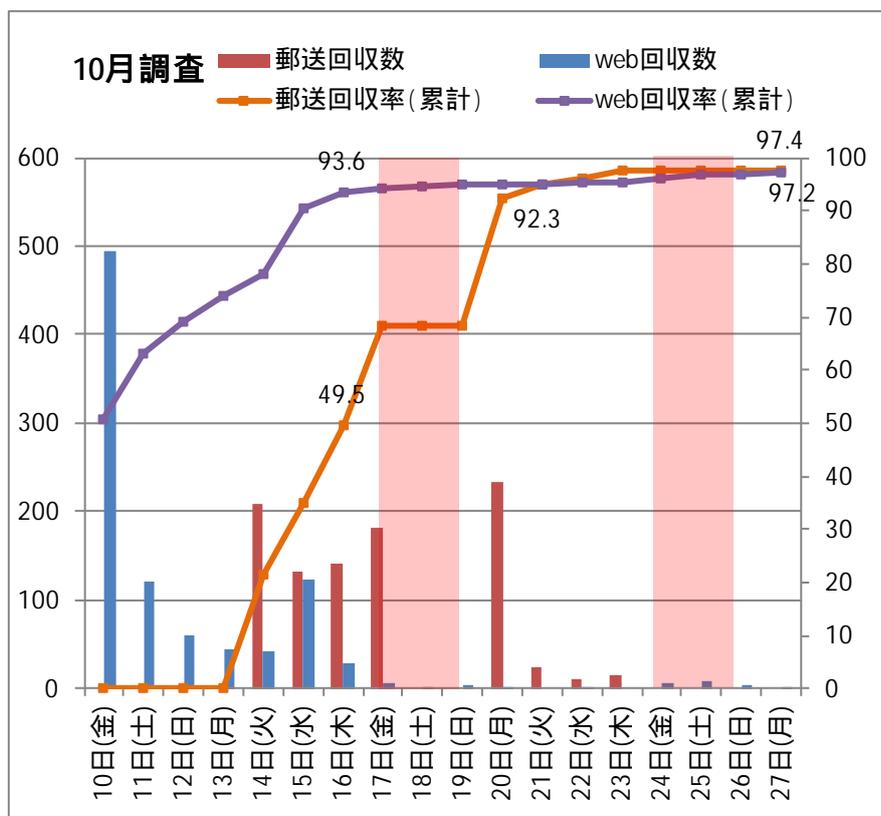
表側	回答者数	投函翌営業日（メール送信日）	2日目～14日（期日前）	15日調査期日	調査期日より後	無回答
全体	1820	32.0	44.5	19.1	4.4	0.0
MODE.割り当てられた調査手法						
web	894	58.8	25.3	10.1	5.8	0.0
郵送	926	6.2	63.0	27.9	3.0	0.0

(4) 回収数と回収率の推移

オンライン調査群の日別回収数と、郵送調査群の日別回収日（実際に日経リサーチに到達した日）及びオンライン調査群の回収率と郵送調査群の回収率を比較した。

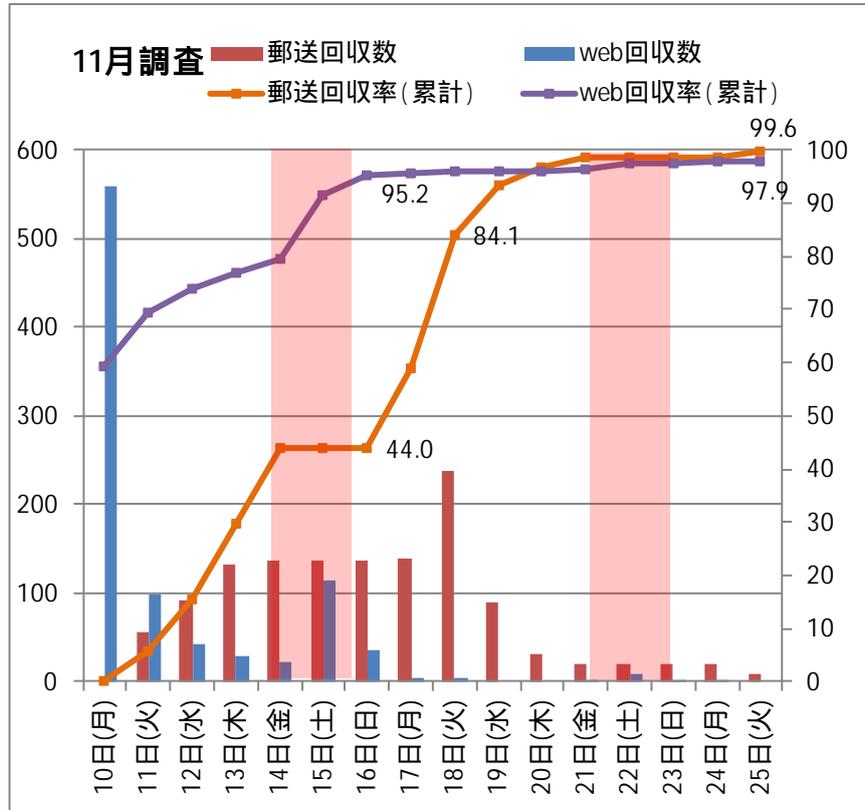
オンライン調査群ではメール送信日に 50%を超え、15 日（調査期日当日）には 90%を超えている。郵送調査群は 15 日（調査期日当日）以降、17 日～20 日頃に回収が集中する傾向にある。

赤い網掛けは土日で郵送調査回収不可日



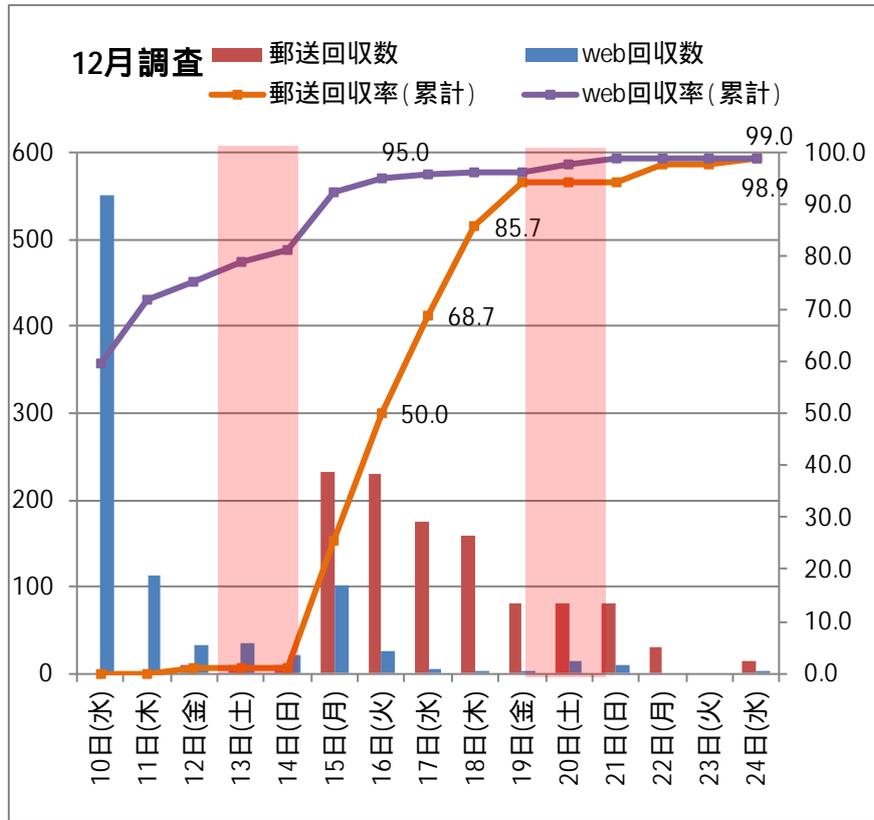
	オンライン調査	郵送調査
調査票送信/ 投函日	10月10日(金)	10月9日(木)

赤い網掛けは土日で郵送調査回収不可日



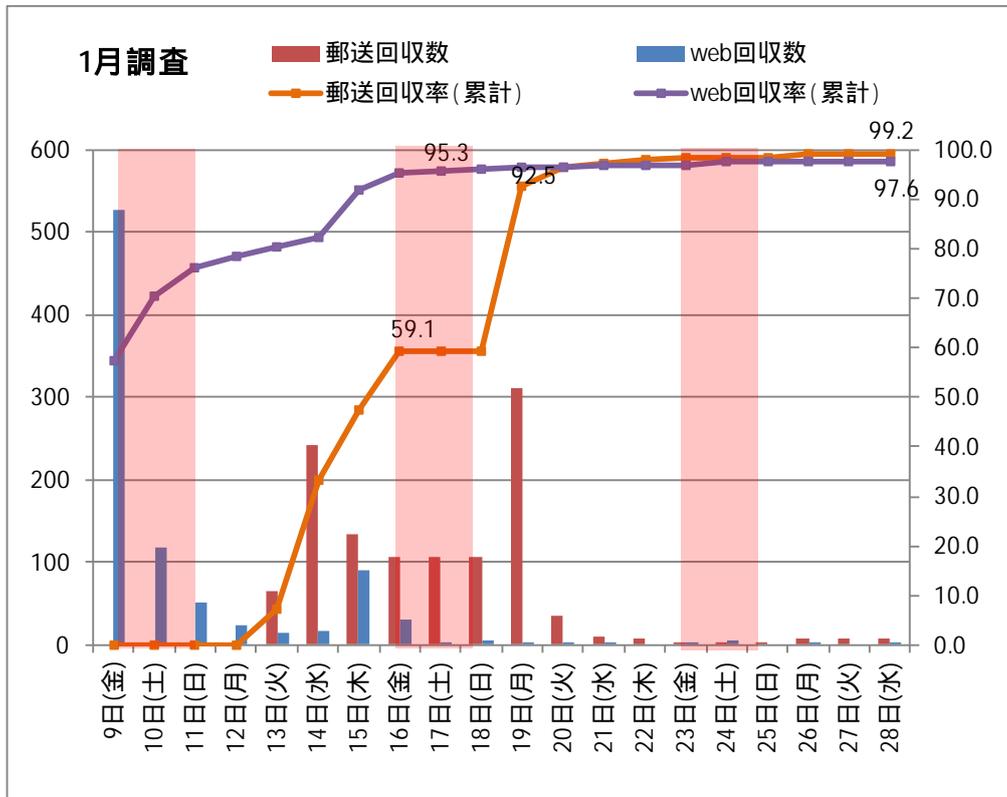
	オンライン調査	郵送調査
調査票送信/ 投函日	11月10日(月)	11月7日(金)

赤い網掛けは土日で郵送調査回収不可日



	オンライン調査	郵送調査
調査票送信/ 投函日	12月10日(水)	12月9日(火)

赤い網掛けは土日で郵送調査回収不可日



	オンライン調査	郵送調査
調査票送信/ 投函日	1月9日(金)	1月8日(木)

5 脱落者アンケート結果

今回の調査の対象は、日経リサーチ保有のアクセスパネルモニターから抽出した者である。よって、脱落者であっても同モニターであり、脱落后も（モニターからの退会者でなければ）容易に捕捉可能であることから、第2回研究会での村上委員からの提案で、脱落者に対して脱落理由を聞くアンケートを行った。

脱落者アンケートは2月調査に並行して別途実施し、10月～1月調査の脱落者合計125sのうち、46sから回答を得た。

ほとんどの回答者は6回の調査に継続して回答する意思があったとしながらも、脱落理由として、郵送調査群では「体調不良や長期不在で回答できなかった」、オンライン調査群では「調査案内のメールを見逃した」との理由が半数以上となった。今回の調査では郵送調査とオンライン調査との同等性を重視したが、オンライン調査の回答率を高めるためには、メールを見逃さない工夫が必要ではないかと考えられる。

DQ01.あなたは、9月から2月まで、6回継続して調査に回答する意思がありましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	はい	いいえ	無回答
全体	46	95.7	4.3	0.0
MODE.割り当てられた調査手法 (ひとつだけ)				
web	22	90.9	9.1	0.0
郵送	24	100.0	0.0	0.0

DQ02Y.最後まで調査にご回答いただけなかった理由について、あてはまるものをお選びください。(いくつでも)
(郵送調査群)

表側	回答者数	調査内容が難しく、回答できなかった	体調不良や長期不在で期限内に回答できなかった	調査期日である15日に回答しようと思った結果、忘れた	たまたま忘れた	継続して回答することが面倒だった	調査票の内容が気に入らなかった	無回答
全体	24	0.0	54.2	25.0	29.2	0.0	0.0	0.0
MODE.割り当てられた調査手法 (ひとつだけ)								
web	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
郵送	24	0.0	54.2	25.0	29.2	0.0	0.0	0.0

DQ02W.最後まで調査にご回答いただけなかった理由について、あてはまるものをお選びください。(いくつでも)

表側	回答者数	調査内容が難しく、回答できなかった	体調不良や長期不在で期限内に回答できなかった	調査期日である15日に回答しようと思った結果、忘れた	たまたま忘れた	継続して回答することが面倒だった	調査票の内容が気に入らなかった	調査案内のメールを見逃した	無回答
全体	22	4.5	40.9	18.2	13.6	9.1	0.0	54.5	0.0
MODE.割り当てられた調査手法 (ひとつだけ)									
web	22	4.5	40.9	18.2	13.6	9.1	0.0	54.5	0.0
郵送	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

DQ03Y.調査票発送後、「ご協力のお願い」のはがきをお送りしました。あなたはそのはがきをご覧になりましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	確かに見た	見たような気がする	見ていない	覚えていない	無回答
全体	23	52.2	17.4	17.4	13.0	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)						
web	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
郵送	23	52.2	17.4	17.4	13.0	0.0

DQ03W.調査のご案内メール送付後、15日頃に「調査期日のご連絡」のメールをお送りしました。あなたはそのメールをご覧になりましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	確かに見た	見たような気がする	見ていない	覚えていない	無回答
全体	22	13.6	18.2	50.0	18.2	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)						
web	22	13.6	18.2	50.0	18.2	0.0
郵送	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

DQ04W.15日頃に「調査期日のご連絡」のメール送付後、20日以降に「回答期限延長のご連絡」のメールをお送りしました。あなたはそのメールをご覧になりましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	確かに見た	見たような気がする	見ていない	覚えていない	無回答
全体	22	4.5	18.2	50.0	27.3	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)						
web	22	4.5	18.2	50.0	27.3	0.0
郵送	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

DQ05.もし今後、あなたが再度消費動向調査へご回答いただくとしたら、インターネット調査か郵送調査、どちらで回答したいですか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	インターネット調査	郵送調査	無回答
全体	46	71.7	28.3	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)				
web	22	59.1	40.9	0.0
郵送	24	83.3	16.7	0.0

DQ06.あなたが月曜日から金曜日の間、主にご自宅にいらっしゃる時間帯を以下よりすべてお選びください。(いくつでも)

表側	回答者数	0時～6時	6時～8時	8時～12時	12時～13時	13時～17時	17時～20時	20時～22時	22時～24時	無回答
全体	46	60.9	41.3	21.7	15.2	8.7	41.3	71.7	73.9	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)										
web	22	59.1	36.4	22.7	13.6	9.1	36.4	72.7	72.7	0.0
郵送	24	62.5	45.8	20.8	16.7	8.3	45.8	70.8	75.0	0.0

6 調査回答時の天候による影響分析

第2回研究会で、消費者意識指標は回答時の天候にも左右されるのではないかという指摘があったため、気象庁で公表されている過去の気象データを用いて分析を行った。

気象庁で公表されている過去の気象データは、測定地点別に天気概況（06時～18時、18時～06時）がある。モニターの都道府県情報及び回答日時情報を元に、都道府県庁所在地の天気情報を付与し、集計した。天気情報は、「晴後一時薄曇、雷を伴う」「雨一時みぞれ、あられを伴う」等細分化され246パターンあった。そのため天気情報の文言に「晴」「曇」「雨」「雪」それぞれの文字がある天候毎に集計を行った。

オンライン調査群においては、晴>曇>雨という弱い傾向が見られたが郵送調査群では見られなかった。

全体(10～1月)

天気(複数)	消費者意識指標					
	延べ回答者数	暮らし向き	収入の増え方	雇用環境	耐久財の買い時判断	資産価値
晴	6,445	41.9	43.5	46.4	40.5	48.2
曇	6,783	41.8	43.2	46.2	40.5	48.1
雨	2,355	41.5	42.5	45.9	40.2	48.1
雪	563	38.2	41.1	43.3	36.5	44.9

web(10～1月)

天気(複数)	消費者意識指標					
	延べ回答者数	暮らし向き	収入の増え方	雇用環境	耐久財の買い時判断	資産価値
晴	1,990	42.5	43.9	45.5	40.1	48.0
曇	2,284	42.2	43.5	45.6	40.2	47.8
雨	769	41.6	42.4	45.9	40.1	47.7
雪	195	38.2	41.3	42.4	35.1	44.9

郵送(10～1月)

天気(複数)	消費者意識指標					
	延べ回答者数	暮らし向き	収入の増え方	雇用環境	耐久財の買い時判断	資産価値
晴	2,019	40.7	42.7	45.6	39.4	47.6
曇	2,303	41.0	42.6	45.8	39.6	47.6
雨	987	40.7	42.1	45.3	39.7	47.8
雪	198	35.6	40.5	41.2	35.2	43.6

7 最終アンケート結果

2月調査と同時に、調査票の見やすさ、答えやすさや、調査回答時にイメージしたものなどを聞くアンケートを実施した。

2つの調査手法のうち、「インターネット調査（オンライン調査）の方が答えやすい」とした回答者は、オンライン調査群では92.8%に対し、郵送調査群では77.4%となっている。

検定（有意水準5%）

- オンライン調査群と郵送調査群：全体より高い
- 30秒未満と30秒以上：オンライン調査群全体より高い
- オンライン調査群と郵送調査群：全体より低い
- 30秒未満と30秒以上：オンライン調査群全体より低い

Q7W.あなたには、9月は郵送調査、10月～2月はインターネット調査でご回答いただきましたが、どちらが回答しやすかったですか。（ひとつだけ）

表側	回答者数	インターネット調査	郵送調査	無回答
web	871	92.8	7.2	0.0
郵送	0	0.0	0.0	0.0
web - 郵送				
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	91.5	8.5	0.0
30秒以上	553	93.5	6.5	0.0
30秒未満-30秒以上		-2.0	2.0	0.0

Q7Y.あなたには、9月～1月は郵送調査、2月はインターネット調査でご回答いただきましたが、どちらが回答しやすかったですか。（ひとつだけ）

表側	回答者数	インターネット調査	郵送調査	無回答
web	0	0.0	0.0	0.0
郵送	878	77.4	22.6	0.0
web - 郵送				
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	0	0.0	0.0	0.0
30秒以上	0	0.0	0.0	0.0

「インターネット調査（オンライン調査）の方が答えやすい」理由としては、「メールを確認したときに、すぐに回答できる」がオンライン調査群で 90.2%、郵送調査群で 87.1%と、いずれでも最も高かった。

郵送調査群であるにもかかわらずインターネットを選択した方は「封書を投函する手間がない」がオンライン調査群よりも 17.6 ポイント高く、82.6%で 2 番目に高い理由となっている。

【Q7SQ1.インターネット調査の方が回答しやすい理由について、あてはまるものをお選びください。（いくつでも）

表側	回答者数	メールを確認したときに、すぐに回答できる	スマートフォンなどの端末が、どこでも回答できる	封書を投函する手間がない	世帯状況の前回調査の回答を確認できる	記入の仕方を画面で確認できる	その他	無回答
web	808	90.2	21.3	65.0	23.1	14.5	0.5	0.0
郵送	680	87.1	21.2	82.6	24.4	12.6	2.1	0.1
web-郵送		3.1	0.1	-17.6	-1.3	1.9	-1.6	-0.1
Q1～Q6の回答所要時間								
30秒未満	291	90.7	24.7	57.4	18.2	11.0	0.0	0.0
30秒以上	517	89.9	19.3	69.2	25.9	16.4	0.8	0.0
30秒未満-30秒以上		0.8	5.4	-11.8	-7.7	-5.4	-0.8	0.0

「郵送調査の方が回答しやすい」理由としては、「調査票や督促状が物理的に手元に届くので、回答し忘れがない」が、オンライン調査群で最も高く 66.7%、郵送調査群で 69.2%と、いずれでも最も高かった。郵送調査群では「メールだと見逃してしまうことがある」も同スコアとなっている。

【Q7SQ2.郵送調査の方が回答しやすい理由について、あてはまるものをお選びください。（いくつでも）

表側	回答者数	調査票や督促状（はがき）が物理的に手元に届くので、回答し忘れがない	一度最後まで回答した後も、投函前なら回答を修正できる	メールだと見逃してしまうことがある	PCなどを使用しなくても回答できる	その他	無回答
web	63	66.7	36.5	61.9	33.3	6.3	0.0
郵送	198	69.2	28.3	69.2	31.3	4.0	0.0
web-郵送		-2.5	8.2	-7.3	2.0	2.3	0.0
Q1～Q6の回答所要時間							
30秒未満	27	70.4	22.2	77.8	44.4	3.7	0.0
30秒以上	36	63.9	47.2	50.0	25.0	8.3	0.0
30秒未満-30秒以上		6.5	-25.0	27.8	19.4	-4.6	0.0

オンライン調査画面については、95%以上が「見やすかった」との回答だった。

Q7. 電子調査票(インターネット調査画面上の調査票)は見やすかった(回答しやすかった)ですか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	見やすかった (回答しやすかった)	見にくかった (回答しにくかった)	無回答
web	871	96.2	3.6	0.2
郵送	876	95.7	4.2	0.1
web-郵送		0.5	-0.6	0.1
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	96.2	3.5	0.3
30秒以上	553	96.2	3.6	0.2
30秒未満-30秒以上		0.0	-0.1	0.1

Q8. 電子調査票が見にくい(回答しにくい)と感じた項目があれば、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

表側	回答者数	字が小さい	調査票全体が画面上で見えない	質問文や選択肢が横に長すぎる	郵送調査の調査票の方が見やすかった(回答しやすかった)	その他	見にくいと感じた項目はない	無回答
web	871	5.4	3.4	3.8	2.8	1.3	81.5	4.8
郵送	876	5.6	3.5	2.3	5.6	0.6	80.6	5.7
web-郵送		-0.2	-0.1	1.5	-2.8	0.7	0.9	-0.9
Q1～Q6の回答所要時間								
30秒未満	318	6.9	4.7	2.8	3.1	1.6	80.8	4.1
30秒以上	553	4.5	2.7	4.3	2.5	1.1	81.9	5.2
30秒未満-30秒以上		2.4	2.0	-1.5	0.6	0.5	-1.1	-1.1

Q1暮らし向きについて回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつでも選択する質問では、多くのカテゴリでオンライン調査群より郵送調査群、30秒未満より30秒以上の選択率が高い。「物価の動向」は30秒未満より30秒以上が12.4ポイント高い。

Q9. 「あなたの世帯の暮らし向きは、今後半年間に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。」という設問に対して「Q1回答」とお答えいただきましたが、回答するときあなたは何をイメージしましたか。(いくつでも)

表側	回答者数	世帯の収入と支出のバランス	物価の動向	家族の状況(進学、就職、結婚、介護など)	自分の雇用状況、勤め先の経営状況など	家族の雇用状況、勤め先の経営状況など	借入金(ローンの)状況	商店・スーパー・デパートなどの価格動向や混み具合など	景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)	新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見	なんとなく漠然と	その他	無回答
web	871	69.6	43.1	23.9	26.4	17.1	7.0	16.1	10.2	15.5	6.8	2.0	0.1
郵送	876	70.6	44.3	31.0	28.8	21.1	7.5	18.0	13.4	15.6	6.0	2.1	0.2
web-郵送		-1.0	-1.2	-7.1	-2.4	-4.0	-0.5	-1.9	-3.2	-0.1	0.8	-0.1	-0.1
Q1～Q6の回答所要時間													
30秒未満	318	68.2	35.2	19.5	24.5	11.0	7.2	11.3	7.9	10.1	7.5	0.0	0.3
30秒以上	553	70.3	47.6	26.4	27.5	20.6	6.9	18.8	11.6	18.6	6.3	3.1	0.0
30秒未満-30秒以上		-2.1	-12.4	-6.9	-3.0	-9.6	0.3	-7.5	-3.7	-8.5	1.2	-3.1	0.3

Q2 収入の増え方について回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつでも選択する質問では、オンライン調査群と郵送調査群では大きな差は見られなかった。30秒未満と30秒以上で比較すると、「なんとなく漠然と」以外すべてのカテゴリで30秒未満より30秒以上が高い。

Q10.「あなたの世帯の収入の増え方は、今後半年間に今よりも大きくなると思いますか、小さくなると思いますか。」という設問に対して「Q2回答」とお答えいただきましたが、回答するときにあなたは何をイメージしましたか(いくつでも)

表側	回答者数	自分の収入の金額が今後半年間に増えるか、減るか	家族の収入の金額が今後半年間に増えるか、減るか	自分の収入の増え方が今後半年間に大きくなるかどうか	家族の収入の増え方が今後半年間に大きくなるかどうか	自分や家族の雇用状況、勤め先の経営状況など	利息収入の状況	株式などの配当や資産の運用益	景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)	新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見	なんとなく漠然と	その他	無回答
web	871	53.3	40.9	13.8	13.0	24.7	3.9	7.9	6.8	8.0	6.0	2.5	0.7
郵送	878	52.4	43.4	14.1	12.3	25.9	3.4	9.0	8.8	8.5	5.8	1.9	0.5
web-郵送		0.9	-2.5	-0.3	0.7	-1.2	0.5	-1.1	-2.0	-0.5	0.2	0.6	0.2
Q1～Q6の回答所要時間													
30秒未満	318	51.6	35.5	13.2	10.4	21.7	2.5	3.8	4.1	5.0	9.1	0.3	0.9
30秒以上	553	54.2	43.9	14.1	14.5	26.4	4.7	10.3	8.3	9.8	4.2	3.8	0.5
30秒未満-30秒以上		-2.6	-8.4	-0.9	-4.1	-4.7	-2.2	-6.5	-4.2	-4.8	4.9	-3.5	0.4

Q3 雇用環境について回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつでも選択する質問では、「家族の雇用の安定性、職のみつやすさ」「自分の勤め先の経営状況」「なんとなく漠然と」が、郵送調査群よりオンライン調査群が高い。

30秒未満と30秒以上で比較すると、「近隣地域や近隣企業の経営状況や雇用状況」「景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)」新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見」が、30秒未満より30秒以上が9～13ポイント程度高く、それ以外のカテゴリでは0.5～6.6ポイント低い。

Q11.「職の安定性、みつやすさなどの雇用環境は、今後半年間に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。」という設問に対して「Q3回答」とお答えいただきましたが、回答するときにあなたは何をイメージしましたか。(いくつでも)

表側	回答者数	自分の雇用の安定性、職のみつやすさ	家族の雇用の安定性、職のみつやすさ	自分の勤め先の経営状況	家族の勤め先の経営状況	人のとりやすさ等の状況(個人営業及び企業経営の場合)	近隣地域や近隣企業の経営状況や雇用状況	景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)	新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見	なんとなく漠然と	その他	無回答
web	871	24.7	12.6	15.4	8.2	5.6	22.5	25.3	28.6	14.7	2.4	0.5
郵送	878	26.5	11.5	14.6	9.7	6.4	27.4	28.2	31.3	13.4	2.8	1.3
web-郵送		-1.8	1.1	0.8	-1.5	-0.8	-4.9	-2.9	-2.7	1.3	-0.4	-0.8
Q1～Q6の回答所要時間												
30秒未満	318	27.4	14.2	15.7	8.8	6.0	14.5	19.2	20.1	18.9	0.3	0.9
30秒以上	553	23.1	11.8	15.2	7.8	5.4	27.1	28.8	33.5	12.3	3.6	0.2
30秒未満-30秒以上		4.3	2.4	0.5	1.0	0.6	-12.6	-9.6	-13.4	6.6	-3.3	0.7

Q4 耐久消費財の買い時について回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつかでも選択する質問では、多くのカテゴリでオンライン調査群よりも郵送調査群がやや高い(0.8~2.6ポイント程度)。

30秒未満では「自分の収入」が37.7%で最も高く、次いで「家具類、電気製品の購入予定」23.9%、「家族の収入」22.3%でその他の項目は20%未満であった。30秒以上では順位が変わり「家具類、電気製品の購入予定」31.1%がトップ、「自分の収入」25.5%、「景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)」23.7%、「テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見」21.7%、「家族の収入」20.4%と、30秒以上で比較すると様々な項目をイメージして回答している。

Q12.「耐久消費財の買い時としては、今後半年間に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか、」という設問に対して「Q4回答」とお答えいただきましたが、回答するときあなたは何をイメージしましたか。(いくつかでも)

表側	回答者数	自分の収入	家族の収入	自動車の購入状況・予定	家具類、テレビ・冷蔵庫などの電気製品の購入状況・予定	上記以外の耐久消費財の購入状況・予定	耐久消費財以外の品物・サービスの購入状況・予定	バーゲン・セール時期	新製品・新モデル発売動向	エコポイントやプレミアム付商品券等の政策の状況	景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)	テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見	なんとなく漠然と	その他
web	871	30.0	21.1	10.6	28.5	12.9	11.0	5.9	3.2	4.2	20.2	18.6	12.7	2.6
郵送	878	31.3	22.4	12.0	30.3	14.1	10.5	5.7	5.5	5.0	21.2	18.5	15.3	2.8
web-郵送		-1.3	-1.3	-1.4	-1.8	-1.2	0.5	0.2	-2.3	-0.8	-1.0	0.1	-2.6	-0.2
Q1~Q6の回答所要時間														
30秒未満	318	37.7	22.3	8.5	23.9	9.4	10.1	6.3	3.8	1.9	14.2	13.2	15.7	0.6
30秒以上	553	25.5	20.4	11.8	31.1	14.8	11.6	5.6	2.9	5.6	23.7	21.7	11.0	3.8
30秒未満-30秒以上		12.2	1.9	-3.3	-7.2	-5.4	-1.5	0.7	0.9	-3.7	-9.5	-8.5	4.7	-3.2

Q12.「耐久消費財の買い時としては、今後半年間に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか、」という設問に対して「Q4回答」とお答えいただきましたが、回答するときあなたは何をイメージしましたか。(いくつかでも)・・・つづき

表側	回答者数	無回答
web	871	1.0
郵送	878	1.1
web-郵送		-0.1
Q1~Q6の回答所要時間		
30秒未満	318	1.9
30秒以上	553	0.5
30秒未満-30秒以上		1.4

Q5 資産価値について回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつでも選択する質問では、「新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見」「なんとなく漠然と」が郵送調査群よりオンライン調査群が高く、それ以外のカテゴリはすべて郵送調査群が高い。

30 秒未満と 30 秒以上では「なんとなく漠然と」のみ 16 ポイントの差で 30 秒未満が高く、それ以外のカテゴリはすべて 30 秒以上が高い。

Q13.「あなたの世帯で所有している株式・土地などの資産価値は、今後半年間に今よりも増えると思いますが、減ると思いますか。」という設問に対して「Q5回答」とお答えいただきましたが、回答するときにあなたは何をイメージしましたか。(いくつでも)

表側	回答者数	所有している株式の動向	所有している土地の地価の動向	所有している絵画・骨董等の価値の変化	景気関連指標や経済統計の結果(報道を含む)	新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における解説や意見	なんとなく漠然と	その他	無回答
web	727	33.3	32.6	1.0	21.7	25.2	21.7	1.4	0.4
郵送	720	37.1	38.9	2.5	21.8	23.9	19.7	2.8	0.0
web-郵送		-3.8	-6.3	-1.5	-0.1	1.3	2.0	-1.4	0.4
Q1～Q6の回答所要時間									
30秒未満	263	26.2	22.8	0.4	15.6	23.2	31.9	0.4	0.4
30秒以上	464	37.3	38.1	1.3	25.2	26.3	15.9	1.9	0.4
30秒未満-30秒以上		-11.1	-15.3	-0.9	-9.6	-3.1	16.0	-1.5	0.0

Q6 物価の見通しについて回答する際にイメージした事柄などについてイメージ項目をいくつでも選択する質問では、「その他」以外すべてのカテゴリでオンライン調査群より郵送調査群がやや高い。30 秒未満と 30 秒以上を比較すると 30 秒以上が「消費税率の変化など政策の動向」が 17.1 ポイント高い。

Q14_1.「あなたの世帯で日ごろよく購入する品物の価格について、1年後どの程度になるとお考えですか。」という設問に対して「Q6回答」とお答えいただきましたが、回答するときにあなたは何をイメージしましたか。(いくつでも)

表側	回答者数	日ごろよく行く買い物に行く商店・スーパーでの生鮮食品や日用品の価格動向	商店・スーパー・デパート等のセール時期	新聞、テレビ、インターネット、雑誌等における情報	新商品・新モデル発売の動向	消費税率の変化など政策の動向	その他	無回答
web	871	70.5	11.4	38.8	4.0	37.0	2.9	0.8
郵送	878	74.6	14.1	40.9	4.4	41.1	2.7	0.2
web-郵送		-4.1	-2.7	-2.1	-0.4	-4.1	0.2	0.6
Q1～Q6の回答所要時間								
30秒未満	318	67.6	13.5	32.7	5.3	26.1	0.9	0.6
30秒以上	553	72.2	10.1	42.3	3.3	43.2	4.0	0.9
30秒未満-30秒以上		-4.6	3.4	-9.6	2.0	-17.1	-3.1	-0.3

Q6 物価の見通しについて回答する際にイメージした商品・サービスについてイメージ項目をいくつかでも選択する質問では、すべてのカテゴリでオンライン調査群より郵送調査群が、30秒未満より30秒以上が高い。特に30秒以上は「日用品の価格」で12.7ポイント、「公共料金」で13.2ポイント30秒未満より高い。

Q14.2.「あなたの世帯で日ごろよく購入する品物の価格」について回答するときに、あなたはどのような商品・サービスの価格をイメージしましたか。(いくつかでも)

表側	回答者数	食料品の価格	日用品の価格	衣料品、靴、雑貨(靴など)等の価格	電気製品など耐久財の価格	交通機関の運賃	電気、ガス、水道料金等の公共料金	ガソリン・灯油の価格	住宅の修繕費や家賃	旅行やレジャー施設の価格	病院の診察費や薬の価格	学校や教育サービスの価格	その他	無回答
web	871	92.1	67.2	28.6	16.3	9.0	37.3	28.9	5.2	8.7	7.6	2.8	0.1	0.6
郵送	878	93.7	76.1	35.2	18.2	10.3	42.8	32.9	5.4	13.0	10.6	3.5	0.1	0.3
web-郵送		-1.6	-8.9	-6.6	-1.9	-1.3	-5.5	-4.0	-0.2	-4.3	-3.0	-0.7	0.0	0.3
Q1～Q6の回答所要時間														
30秒未満	318	89.0	59.1	23.9	14.8	6.3	29.9	23.0	4.7	6.6	3.5	2.2	0.0	0.6
30秒以上	553	93.9	71.8	31.3	17.2	10.5	42.1	32.4	5.4	9.9	9.9	3.1	0.2	0.5
30秒未満-30秒以上		-4.9	-12.7	-7.4	-2.4	-4.2	-13.2	-9.4	-0.7	-3.3	-6.4	-0.9	-0.2	0.1

F1で回答した「世帯主」について、「世帯主」にあてはまるものをいくつかでも選択する質問では、記入の手引きに記載している「世帯の主たる収入を得ている」はオンライン調査群、郵送調査群ともに71%程度で変わらなかった。

30秒未満と30秒以上では、「世帯の中で最も年齢が高い」以外はすべて30秒以上が高い。

Q15.あなたの世帯の「世帯主」についてお伺いする設問で、あなたご自身は「\$Asetai」とお答えいただきました。「世帯主」について、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつかでも)

表側	回答者数	世帯の中で最も年齢が高い	住民票上で「世帯主」としている	世帯の主たる収入を得ている	家長である	その他	無回答
web	871	52.6	76.8	71.4	44.9	0.2	0.1
郵送	878	52.2	79.4	71.2	47.6	0.5	0.2
web-郵送		0.4	-2.6	0.2	-2.7	-0.3	-0.1
Q1～Q6の回答所要時間							
30秒未満	318	53.1	71.4	66.7	39.6	0.0	0.3
30秒以上	553	52.3	79.9	74.1	47.9	0.4	0.0
30秒未満-30秒以上		0.8	-8.5	-7.4	-8.3	-0.4	0.3

再度消費動向調査へ回答する場合の希望調査手法について聞いたところ、オンライン調査群が 90%以上「インターネット調査」と回答したのに対し、郵送調査群では 76.3%にとどまった。

Q16.もし今後、あなたが再度消費動向調査へ回答するとしたら、インターネット調査か郵送調査、どちらで回答したいですか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	インターネット調査	郵送調査	無回答
web	871	92.2	7.7	0.1
郵送	878	76.3	23.3	0.3
web-郵送		15.9	-15.6	-0.2
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	90.9	9.1	0.0
30秒以上	553	92.9	6.9	0.2
30秒未満-30秒以上		-2.0	2.2	-0.2

回答期日 15 日に回答することを意識したかという質問に「意識した」と回答したのは、郵送調査群の 66.3%に対し、オンライン調査群では 44.3%と 22 ポイントの差がついた。30 秒未満と 30 秒以上で比較すると差はなかった。

「意識しなかった」理由について、オンライン調査群、郵送調査群ともに「すぐに回答しないと 15 日に回答するのを忘れてしまうと思った」が 70%弱で最も高かった。オンライン調査群は「15 日基準で回答することを知らなかった」が郵送調査群より 10 ポイント程度高い。

Q17.10日頃に調査のご案内をお届けし、15日を基準にご回答いただく調査でしたが、あなたは15日当日に回答することを意識しましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	意識した	意識しなかった	無回答
web	871	44.3	55.7	0.0
郵送	878	66.3	33.5	0.2
web-郵送		-22.0	22.2	-0.2
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	45.6	54.4	0.0
30秒以上	553	43.6	56.4	0.0
30秒未満-30秒以上		2.0	-2.0	0.0

Q17SQ1.15日に回答することを意識しなかった理由について、もっともあてはまるものをお選びください。(ひとつだけ)

表側	回答者数	すぐに回答しない と、15日 に回答する のを忘れてしま うと思った	15日基準 で回答する ことを知らな かった	15日当日 に回答する 必要はないと 思った	その他	無回答
web	485	68.2	15.7	13.4	2.5	0.2
郵送	294	69.4	5.8	18.4	6.5	0.0
web-郵送		-1.2	9.9	-5.0	-4.0	0.2
Q1～Q6の回答所要時間						
30秒未満	179	71.7	16.8	10.4	1.2	0.0
30秒以上	312	66.3	15.1	15.1	3.2	0.3
30秒未満-30秒以上		5.4	1.7	-4.7	-2.0	-0.3

「記入の仕方」(調査票の記入方法を記載した資料)は、郵送調査群の84.7%が「確かに見た」と回答したのに対し、オンライン調査群では76.9%にとどまった。30秒未満と30秒以上で比較すると差はなかった。

「記入の仕方」は「分かりやすかった」と答えたのはどの群でも95%を超えた。

Q18.9月の調査開始時に、調査票と一緒に「記入の仕方」を郵送しましたが、あなたはご覧になりましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	確かに見た	見たような気がする	見ていない	覚えていない	無回答
web	871	76.9	20.0	0.9	2.1	0.1
郵送	878	84.7	13.9	0.8	0.3	0.2
web-郵送		-7.8	6.1	0.1	1.8	-0.1
Q1～Q6の回答所要時間						
30秒未満	318	76.7	21.1	0.9	1.3	0.0
30秒以上	553	77.0	19.3	0.9	2.5	0.2
30秒未満-30秒以上		-0.3	1.8	0.0	-1.2	-0.2

Q18SQ1.見なかった理由について、あてはまるものをお選びください。(いくつでも)

表側	回答者数	質問内容が簡単であり、「記入の仕方」を見る必要がなかった	感覚的に答えれば良く、回答内容を細かく吟味する必要がないと思った	回答する際に「記入の仕方」を参考にしようとした	紛失した	その他	無回答
web	8	75.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0
郵送	7	85.7	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0
web-郵送		-10.7	-16.1	-14.3	12.5	0.0	0.0
Q1～Q6の回答所要時間							
30秒未満	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30秒以上	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
30秒未満-30秒以上		40.0	-20.0	0.0	-20.0	0.0	0.0

Q19.9月の調査開始時に、調査票と一緒に「記入の仕方」を郵送しましたが、ここに書かれている説明はあなたにとって分かりやすかったですか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	分かりやすかった	分かりにくかった	無回答
web	871	95.8	3.7	0.6
郵送	878	97.5	2.4	0.1
web-郵送		-1.7	1.3	0.5
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	95.3	4.1	0.6
30秒以上	553	96.0	3.4	0.5
30秒未満-30秒以上		-0.7	0.7	0.1

Q19SQ1.特に分かりにくかった部分はどこですか。(いくつでも)

表側	回答者数	消費者の意識(「暮らし向き」)	消費者の意識(「収入の増え方」)	消費者の意識(「雇用環境」)	消費者の意識(「耐久消費財の買い時判断」)	消費者の意識(「資産価値」)	物価の見通し	世帯の状況	その他	無回答
web	32	25.0	15.6	28.1	34.4	21.9	31.3	3.1	3.1	0.0
郵送	21	0.0	19.0	19.0	9.5	14.3	23.8	33.3	14.3	0.0
web-郵送		25.0	-3.4	9.1	24.9	7.6	7.5	-30.2	-11.2	0.0
Q1～Q6の回答所要時間										
30秒未満	13	23.1	23.1	23.1	23.1	15.4	30.8	7.7	0.0	0.0
30秒以上	19	26.3	10.5	31.6	42.1	26.3	31.6	0.0	5.3	0.0
30秒未満-30秒以上		-3.2	12.6	-8.5	-19.0	-10.9	-0.8	7.7	-5.3	0.0

Q20.「記入の仕方」は、現在も保管してありますか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	はい	いいえ	無回答
web	871	54.6	45.2	0.1
郵送	878	53.9	46.1	0.0
web-郵送		0.7	-0.9	0.1
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	53.1	46.9	0.0
30秒以上	553	55.5	44.3	0.2
30秒未満-30秒以上		-2.4	2.6	-0.2

11月調査に回答する際、消費増税の時期が先送りされる報道を考慮したかという質問では、郵送調査群の60.5%が「考慮した」と回答し、オンライン調査群の55.6%より4.9ポイント高かった。

30秒未満と30秒以上を比較すると、30秒未満の「考慮した」が30秒以上に比べ3.9ポイント低く、「考慮しなかった」が、30秒以上に比べ10.6ポイント高い。

Q21.平成26年11月に消費増税の時期が先送りされる報道がありました。あなたは11月調査に回答する際に、この報道を考慮しましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	考慮した	考慮しなかった	回答時点では報道を知らなかった/覚えていない	無回答
全体	1749	58.0	25.8	16.1	0.1
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)					
web	871	55.6	26.3	18.0	0.1
郵送	878	60.5	25.3	14.2	0.0
web-郵送		-4.9	1.0	3.8	0.1
Q1～Q6の回答所要時間					
30秒未満	318	53.1	33.0	13.8	0.0
30秒以上	553	57.0	22.4	20.4	0.2
30秒未満-30秒以上		-3.9	10.6	-6.6	-0.2

12月調査に回答する際、消費増税の時期が先送りされる報道を考慮したかという質問では、郵送調査群の69.7%が「考慮した」と回答し、オンライン調査群の64.2%より5.5ポイント高かった。

30秒未満と30秒以上を比較すると、30秒未満の「考慮した」が30秒以上に比べ9ポイント低く、「考慮しなかった」が、30秒以上に比べ9.7ポイント高い。

Q22.平成26年11月に消費増税の時期が先送りされる報道がありました。あなたは12月調査に回答する際に、この報道を考慮しましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	考慮した	考慮しなかった	回答時点では報道を知らなかった/覚えていない	無回答
全体	1749	67.0	24.8	8.0	0.2
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)					
web	871	64.2	25.9	9.8	0.1
郵送	878	69.7	23.7	6.3	0.3
web-郵送		-5.5	2.2	3.5	-0.2
Q1～Q6の回答所要時間					
30秒未満	318	58.5	32.1	9.1	0.3
30秒以上	553	67.5	22.4	10.1	0.0
30秒未満-30秒以上		-9.0	9.7	-1.0	0.3

12月調査に回答する際に、衆議院解散総選挙が実施されたこと考慮したかという質問では、「考慮した」ではオンライン調査群と郵送調査群で大きな差はなかった。「考慮しなかった」では、オンライン調査群が45.9%、郵送調査群は49.2%で、3.3ポイント差となった。30秒未満と30秒以上を比較すると、30秒未満の「考慮した」が30秒以上に比べ7.7ポイント高く、「考慮しなかった」が、30秒以上に比べ7ポイント低い。

Q23.平成26年12月に衆議院解散総選挙が実施されました。あなたは12月調査に回答する際に、この事柄を考慮しましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	考慮した	考慮しなかった	回答時点では知らなかった/覚えていない	無回答
全体	1749	45.5	47.6	6.9	0.1
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)					
web	871	46.0	45.9	7.9	0.1
郵送	878	44.9	49.2	5.9	0.0
web-郵送		1.1	-3.3	2.0	0.1
Q1～Q6の回答所要時間					
30秒未満	318	50.9	41.5	7.5	0.0
30秒以上	553	43.2	48.5	8.1	0.2
30秒未満-30秒以上		7.7	-7.0	-0.6	-0.2

内閣府が実施している「消費動向調査」の調査結果の報道を目にしたことがあるかという質問では、約4割が「はい」と回答し、オンライン調査と郵送調査、30秒未満と30秒以上で大きな差はなかった。

Q24.今回ご協力いただいた試験調査は、内閣府が昭和57年(1982年)より実施している「消費動向調査」と同じ内容です。消費動向調査の調査結果は、消費者マインドを示す消費者態度指数として毎月中旬に公表されています。(例：http://www.nikkei.com/article/DGXLASFL19HOZ_Z10C15A100000/)あなたは、この調査結果に関する新聞報道やニュースをご覧になったことがありますか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	はい	いいえ	無回答
全体	1749	41.7	58.3	0.0
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)				
web	871	42.1	57.9	0.0
郵送	878	41.2	58.8	0.0
web-郵送		0.9	-0.9	0.0
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	41.2	58.8	0.0
30秒以上	553	42.7	57.3	0.0
30秒未満-30秒以上		-1.5	1.5	0.0

一般的な5件法で、生活の程度は世間一般から見てどうかという質問では、「中の中」で30秒未満が46.9%に対し、30秒以上が38%と、8.9ポイントの差がでた。

Q25.あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	満足している	まあ満足している	どちらともいえない	やや不満だ	不満だ	わからない	無回答
全体	1749	3.8	47.7	18.5	20.5	9.0	0.2	0.3
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)								
web	871	4.0	45.9	18.4	22.3	9.0	0.1	0.3
郵送	878	3.6	49.4	18.7	18.8	9.0	0.2	0.2
web-郵送		0.4	-3.5	-0.3	3.5	0.0	-0.1	0.1
Q1～Q6の回答所要時間								
30秒未満	318	3.5	47.5	20.8	20.1	7.5	0.3	0.3
30秒以上	553	4.3	45.0	17.0	23.5	9.8	0.0	0.4
30秒未満-30秒以上		-0.8	2.5	3.8	-3.4	-2.3	0.3	-0.1

<画面イメージ>

Q25

あなたは、全体として、現在の生活にどの程度満足していますか。(ひとつだけ)

満足している まあ満足している どちらともいえない やや不満だ 不満だ わからない

Q26.お宅の生活の程度は、世間一般からみて、どうですか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	上	中の上	中の中	中の下	下	わからない	無回答
全体	1749	0.6	19.6	41.1	28.9	8.8	1.0	0.1
MODE.割り当てられた調査手法(ひとつだけ)								
web	871	0.5	20.0	41.2	27.9	9.3	1.0	0.1
郵送	878	0.7	19.2	40.9	30.0	8.3	0.9	0.0
web-郵送		-0.2	0.8	0.3	-2.1	1.0	0.1	0.1
Q1～Q6の回答所要時間								
30秒未満	318	1.3	21.7	46.9	21.7	8.2	0.3	0.0
30秒以上	553	0.0	19.0	38.0	31.5	9.9	1.4	0.2
30秒未満-30秒以上		1.3	2.7	8.9	-9.8	-1.7	-1.1	-0.2

<画面イメージ>

Q26

お宅の生活の程度は、世間一般からみて、どうですか。(ひとつだけ)

上 中の上 中の中 中の下 下 わからない

回答端末の画面サイズについては「11インチ以上16インチ未満(通常のノートPCサイズ)」でオンライン調査群が、「16インチ以上(大き目のノートPCサイズ、デスクトップPCサイズ)」で郵送調査群がそれぞれ2.5ポイント程度高い。30秒未満と30秒以上では、「11インチ以上16インチ未満(通常のノートPCサイズ)」において30秒以上が8ポイント程度高い。「4インチ未満(小さめのスマートフォンサイズ)」～「6インチ以上9インチ未満(小さめのタブレット iPad mini、Nexus7、Kindle Fire HD等)」の比較的小さい画面サイズでは、いずれも30秒未満が高い。

Q27.現在あなたがこのアンケートに回答している端末の画面サイズがわかればお知らせください。(ひとつだけ)

表側	回答者数	4インチ未満(小さめのスマートフォンサイズ)	4インチ以上5インチ未満(通常のスマートフォンサイズ iPhone等)	5インチ以上6インチ未満(大きめのスマートフォンサイズ Nexus5、GALAXY Noteシリーズ、Xperia Z Ultra等)	6インチ以上9インチ未満(小さめのタブレット iPad mini、Nexus7、Kindle Fire HD等)	9インチ以上11インチ未満(タブレット iPad等、小さいノートPCサイズ)	11インチ以上16インチ未満(通常のノートPCサイズ)	16インチ以上(大き目のノートPCサイズ、デスクトップPCサイズ)	不明	無回答
web	871	1.5	8.8	2.8	2.9	3.9	43.4	35.9	0.8	0.0
郵送	878	1.4	7.5	3.4	2.8	4.7	40.9	38.2	0.9	0.2
web-郵送		0.1	1.3	-0.6	0.1	-0.8	2.5	-2.3	-0.1	-0.2
Q1～Q6の回答所要時間										
30秒未満	318	2.2	9.7	4.1	4.4	3.5	38.4	36.5	1.3	0.0
30秒以上	553	1.1	8.3	2.0	2.0	4.2	46.3	35.6	0.5	0.0
30秒未満-30秒以上		1.1	1.4	2.1	2.4	-0.7	-7.9	0.9	0.8	0.0

本調査は調査依頼されたモニター本人が必ず回答する調査として実施した。ほとんどが「すべて自分自身が回答した」と回答した。

Q28.9月調査から今回の2月調査までの間、一度でもあなた以外の方が調査に回答したことはありましたか。(ひとつだけ)

表側	回答者数	すべて自分自身が回答した	家族など、自分以外が回答したことがある	無回答
web	871	99.8	0.2	0.0
郵送	878	99.3	0.5	0.2
web-郵送		0.5	-0.3	-0.2
Q1～Q6の回答所要時間				
30秒未満	318	99.7	0.3	0.0
30秒以上	553	99.8	0.2	0.0
30秒未満-30秒以上		-0.1	0.1	0.0