

○ 調査方法

調査は、競争入札により業務を落札したインターネット調査会社の登録モニターから無作為抽出により選ばれた調査対象者に調査依頼のメールを送信して、その依頼に応じたモニターが、インターネット調査会社のWebサイトに開設している調査画面にアクセスして行うようにしています。回答回収の目標サンプル数は、10代（15歳以上）から60代までの各年代・男女別に各層60名以上、各月の調査で毎回720名に設定し、各層で設定した目標数以上の有効回答を集めるように行っています。

2009年11月から2011年12月までの26ヶ月間にわたり実施した調査（2010年10月の調査のみ月に2回実施しているため計27回の調査）の実施期間及び有効回答回収数は以下のとおりです。

[実施期間及び有効回答回収数]

調査回数	実施期間	有効回答回収数
第1回	2009年11月27日（金）～11月30日（月）	734人（男368、女366）
第2回	2009年12月25日（金）～12月29日（火）	726人（男363、女363）
第3回	2010年1月22日（金）～1月25日（月）	740人（男368、女372）
第4回	2010年2月19日（金）～2月23日（火）	741人（男371、女370）
第5回	2010年3月19日（金）～3月24日（水）	741人（男374、女367）
第6回	2010年4月27日（火）～4月30日（金）	768人（男385、女383）
第7回	2010年5月28日（金）～5月31日（月）	777人（男387、女390）
第8回	2010年6月25日（金）～6月31日（月）	786人（男393、女393）
第9回	2010年7月23日（金）～7月27日（火）	772人（男382、女390）
第10回	2010年8月27日（金）～8月31日（火）	764人（男378、女386）
第11回	2010年9月24日（金）～9月27日（月）	768人（男382、女386）
第12回	2010年10月8日（金）～10月13日（水）	779人（男391、女388）
第13回	2010年10月22日（金）～10月26日（火）	790人（男391、女399）
第14回	2010年11月26日（金）～11月30日（火）	785人（男393、女392）
第15回	2010年12月22日（水）～12月25日（土）	795人（男401、女394）
第16回	2011年1月28日（金）～1月31日（月）	797人（男400、女397）
第17回	2011年2月25日（金）～2月28日（月）	777人（男384、女393）
第18回	2011年3月25日（金）～3月29日（火）	805人（男401、女404）
第19回	2011年4月26日（火）～4月29日（金）	756人（男377、女379）
第20回	2011年5月27日（金）～5月31日（火）	744人（男370、女374）
第21回	2011年6月27日（月）～6月29日（水）	770人（男388、女382）
第22回	2011年7月22日（金）～7月25日（月）	761人（男376、女385）
第23回	2011年8月26日（金）～8月29日（月）	768人（男380、女388）
第24回	2011年9月22日（木）～9月27日（火）	772人（男386、女386）
第25回	2011年10月21日（金）～10月24日（月）	790人（男395、女395）
第26回	2011年11月25日（金）～11月28日（月）	775人（男383、女392）
第27回	2011年12月22日（木）～12月26日（月）	768人（男386、女382）

[調査依頼メール発信数及び有効回答回収率]

調査回数	調査依頼メール発信数	有効回答回収率
第1回	3067	23.9%
第2回	3387	21.4%
第3回	3589	20.6%
第4回	3299	22.5%
第5回	3316	22.3%
第6回	4074	18.9%
第7回	4370	17.8%
第8回	4034	19.5%
第9回	3921	19.7%

第10回	4018	19.0%
第11回	4118	18.6%
第12回	4118	18.9%
第13回	4118	19.2%
第14回	5501	14.3%
第15回	5611	14.2%
第16回	5769	13.8%
第17回	5552	14.0%
第18回	5688	14.2%
第19回	4076	18.5%
第20回	3998	18.6%
第21回	3103	24.8%
第22回	2605	29.2%
第23回	2757	27.9%
第24回	2637	29.3%
第25回	2658	29.7%
第26回	2676	29.0%
第27回	2696	28.5%

〔調査実施会社〕

第1回～第5回 マイボイスコム株式会社 (第1回調査実施時点の保有モニター数 約31万人)

第6回～第18回 NTTレゾナント株式会社 (第6回 // 約62万人)

第19回～第20回 マイボイスコム株式会社 (第19回 // 約36万人)

第21回以降 株式会社インテージ (第21回 // 約54万人)

注：NTTレゾナント株式会社が有するモニターの総数は400万人を超えているが、今回の調査では、一世帯一票などの厳しいモニター管理をクリアした「消費者モニター」を使用している。