

インターネットによるモニターアンケートについて

【インターネットモニターアンケート（Qネット）の概要】

- ・府民ニーズとギャップを生まない意思決定及び政策の実現を目的とした、府民ニーズを的確に捉える「政策マーケティング・リサーチ」の手段として活用。
- ・モニターは毎年度、公募により募集。平成 25 年度の登録者数は **2,628** 名。  
府内に居住する **15** 歳以上で、インターネットを使用できる方（公務員は対象外）。  
府内人口とは、性別、年代、地域の構成比は一致しない。  
**30～40** 代女性、**60～70** 代男性の比率が比較的高い。前年度からの継続登録者が 6 割。
- ・アンケート調査は月に 2～3 件程度実施。

【Qネット調査により把握している指標】

指標	関係する主な施策事業	24 年度の結果 (参考)
リサイクル製品を購入している府民の割合	再生品普及促進事業	<b>53.8%</b>
資源物を分別している府民の割合	循環型社会推進計画の推進、 容器包装リサイクルの推進	<b>95.8%</b>
生物多様性の府民認知度	イタセンパラを活用した普及啓発、 レッドデータブック活用推進	<b>32.8%</b>
大阪府域にみどりがある と感じる府民の割合	みどりの風促進区域、生駒山系花屏 風構想、公立小学校芝生化推進事 業、共生の森づくり	<b>50.0%</b> (府域全体)
最近 (年数回程度以上) み どりに触れた府民の割合		<b>41.4%</b>

【Qネット調査結果の適用にあたっての考え方】

- ・Qネット調査は、簡易、迅速に府民意識を捉える手段として活用しています。
- ・モニターの特徴を踏まえて、目的とする情報に近いデータが得られる方法（前提を置いてより正確な回答を得られる集団を抽出するなど）により、質問を構成するよう検討しています。

(例1) リサイクル製品を購入している府民の割合

リサイクル製品の購入意向を見るために、自分自身で必要な日用品を「日常的に買っている」人を対象として、『リサイクル製品』と『リサイクルでない製品』が同じ場所に陳列されていた場合のリサイクル製品の購入意向を質問しています。

(例2) 生物多様性の府民認知度

「生物多様性」という言葉を、新聞やテレビなどを通じて、見たり聞いたりしたことが「ある」層を回答適格者として、「生物多様性」の内容に関する質問に対し

「他人にある程度説明できるぐらい内容も知っている」

「他人に説明はできるほどではないが、内容は知っている」

と回答した人の割合を把握しています。（複数年登録しているモニターも、意図的に学習しなければ、認知層としてカウントされないようにしています。）