

第 1 部

調査の概要

第1部 調査の概要

1 調査の目的

本調査は、我が国と諸外国の若者の意識を把握し、我が国の若者の意識の特徴などを分析する。これにより、子ども・若者育成支援推進法第8条に基づく大綱の推進やその見直しの際の参考資料とする。

2 調査領域

- (1) 人生観関係 (2) 国家・社会関係 (3) 地域社会・ボランティア関係
- (4) 職業関係 (5) 学校関係 (6) 家庭関係

3 調査対象国

日本、韓国、アメリカ、英国、ドイツ、フランス、スウェーデン（計7か国）

4 調査対象者

各国満13歳から満29歳までの男女とする。

5 調査時期

いずれの国も、平成25年11月から12月までの間に実施した。

6 調査の方法

(1) 調査方法

各国とも1,000サンプル回収を原則として、WEB調査を実施した。

(2) 標本割当数

各国の統計データに基づく人口構成比より、性別、年齢区分別に標本数を割当てた。

併せて、各国とも地域区分を設けて、地域別の人口構成比に応じた割当数も設定している。

回収にあたっては、性別・年齢区分別、または地域別で割当てたそれぞれの標本数が確保できるよう努めた。

性別，年齢区分別標本数の割当表

		日本	韓国	アメリカ	英国	ドイツ	フランス	スウェーデン
合計		1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
男性	13～15歳	58	57	58	54	51	59	53
	16～19歳	145	159	155	146	140	150	162
	20～24歳	143	141	151	158	159	149	153
	25～29歳	163	156	146	154	160	145	145
女性	13～15歳	54	53	55	51	49	57	51
	16～19歳	138	124	147	138	133	144	153
	20～24歳	140	151	145	150	153	147	146
	25～29歳	159	159	143	149	155	149	137

(参考) 地域区分

日本	韓国	アメリカ	英国	ドイツ	フランス	スウェーデン
北海道・東北 関東 東海・北陸 近畿 中国・四国・九州	Seoul & Kyung-gi Gangwon-do Chungcheung-do Jeonra-do Kyungsang-do Jeju-do	Northeast Midwest South West	North East North West Yorkshire and the Humber East Midlands West Midlands East of England London South East South West Wales Scotland Northern Ireland	North East Central South	Paris Area Parisian Area North-east West South-west South-east Others	Götaland Svealand Norrland

※各国，上記地域区分の人口構成比に沿って標本数を割当てた。

(3) 標本回収数等

各国における回収数，調査票での使用言語は次のとおりである。

国名	回収数	使用言語
日本	1,175	日本語
韓国	1,026	韓国語
アメリカ	1,036	英語
英国	1,078	英語
ドイツ	1,034	ドイツ語
フランス	1,006	フランス語
スウェーデン	1,076	スウェーデン語

7 回収標本比率

性別、年齢区分別の回収標本比率は、次のとおりである。

(%)

		日本	韓国	アメリカ	英国	ドイツ	フランス	スウェーデン
男性	13～15歳	9.9	5.0	12.7	11.7	8.6	10.9	7.2
	16～19歳	13.4	13.7	7.4	6.8	8.9	7.5	13.2
	20～24歳	13.4	15.5	15.4	15.7	16.6	15.2	15.3
	25～29歳	15.6	16.5	15.4	16.1	16.6	15.8	14.7
女性	13～15歳	7.8	4.0	9.9	9.1	9.0	8.5	7.1
	16～19歳	12.1	11.5	8.8	8.7	8.0	9.7	13.3
	20～24歳	13.3	16.8	15.4	15.9	15.9	16.0	15.1
	25～29歳	14.6	17.1	14.8	16.0	16.3	16.3	14.2

なお、13～15歳については、保護者に調査協力の可否を確認後、協力可能と回答した子どもを調査対象とした。

8 調査実施機関

本調査の実査及び集計は、次の調査機関によって実施した。

日本	株式会社インテージリサーチ
韓国	GMI (Global Market Insight, Inc.)
アメリカ	GMI (Global Market Insight, Inc.)
英国	GMI (Global Market Insight, Inc.)
ドイツ	GMI (Global Market Insight, Inc.)
フランス	GMI (Global Market Insight, Inc.)
スウェーデン	GMI (Global Market Insight, Inc.)

9 本報告書を読む際の留意点

- (1) 本報告書の「第2部 調査の結果」は、日本の調査結果を中心に、各国比較等について記述したものである。
- (2) 本文及び図表において調査票の質問文や選択肢を引用する場合、これらを簡略化して表記している場合がある。詳細については、第4部資料編を参照されたい。
- (3) 翻訳の手順としては、まず日本語の調査票を英語に翻訳し、その後、韓国語、ドイツ語、フランス語、スウェーデン語に翻訳している。
- (4) 回答率（各回答の百分比）は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、回答率の合計が100.0%にならない場合がある。

10 引用・ローデータの提供

- ・調査結果を引用する場合には、その掲載部分の写しを内閣府にご提供ください。
- ・大学その他の研究機関・団体に所属する研究者が、学術・研究に利用したい場合には、ローデータを提供します。詳しくは内閣府にお問い合わせください。

【お問い合わせ先】

内閣府青少年企画担当

我が国と諸外国の若者の意識に関する調査（平成 25 年度）担当

電話：03-5253-2111（大代表）