

ESOMAR GLOBAL PRICES STUDY 2014

Japan Marketing Research Association

調査価格の比較 —全調査タイプ平均 世界平均=100—

| 世界高価格トップ10 | 2014 |
|---------------|------|
| 1. アメリカ合衆国 | 278 |
| 2. スイス | 267 |
| 3. フランス | 235 |
| 4. イギリス | 207 |
| 5. ドイツ | 199 |
| 6. オランダ | 197 |
| 7. ニュージーランド | 194 |
| 8. カナダ | 193 |
| 9. ノルウェー | 188 |
| 10. シンガポール | 179 |
| 11. スウェーデン | 175 |
| 12. 日本 | 167 |
| 12. 香港 | 158 |
| 14. オーストラリア | 156 |
| 15. アイルランド共和国 | 152 |

| アジア諸国インデックス | 2014 |
|-------------|------|
| 1. シンガポール | 179 |
| 2. 日本 | 167 |
| 3. 香港 | 158 |
| 4. オーストラリア | 156 |
| 5. 韓国 | 115 |
| 6. 中国 | 112 |
| 6. 台湾 | 100 |
| 8. マレーシア | 98 |
| 9. フィリピン | 82 |
| 10. タイ | 80 |
| 11. インドネシア | 64 |
| 12. ベトナム | 63 |

出所: ESOMAR, 2014年 インデックス:100

調査コストの国際比較 (ESOMAR PRICES STUDY 2014) -1

Case 1: チョコレート菓子の全国U&A調査

カテゴリーユーザー 500人完了。全国調査、クォータサンプリング、
調査時間 25分、統計表の納品まで

(注)1ドル=100円換算
単位: '000円

| 国名 | 訪問面接調査 | CLT (F2F) | CATI | オンライン |
|----------|--------|-----------|-------|-------|
| 世界各国、中央値 | 1,476 | 2,214 | 1,513 | 1,183 |
| 日本 | 6,996 | 7,359 | — | 1,128 |
| イギリス | 4,760 | 5,730 | 4,332 | 2,190 |
| フランス | 5,257 | 5,708 | 4,401 | 2,813 |
| ドイツ | 3,941 | 4,264 | 3,603 | 2,221 |
| イタリア | 3,940 | 3,438 | 2,201 | 1,650 |
| スペイン | 2,682 | 3,095 | 1,678 | 1,176 |
| ロシア | 1,324 | 1,616 | 963 | 705 |
| アメリカ合衆国 | — | 5,519 | 4,300 | 3,150 |
| ブラジル | 2,745 | 2,416 | 2,640 | 1,190 |
| メキシコ | 1,850 | 1,567 | 1,391 | 1,177 |
| オーストラリア | — | 10,083 | 4,584 | 1,353 |
| 中国 | 2,028 | 1,959 | 1,500 | 975 |
| インド | 542 | 992 | — | 676 |
| UAE | 2,691 | 4,982 | — | — |

調査コストの国際比較 (ESOMAR PRICES STUDY 2014) -2

Case 2: 洗濯用洗剤のトラッキングサーベイ

トータル 1,000完了(主婦)。50インタビュー/週×20週、クォータサンプリング、
調査時間 12-20分、統計表 4週ごと/最終報告書

(注) 1ドル=100円換算
単位: '000円

| 国名 | 訪問面接調査 | CATI | オンライン |
|----------|--------|-------|-------|
| 世界各国、中央値 | 3,269 | 2,901 | 2,407 |
| 日本 | — | — | 3,866 |
| イギリス | 7,010 | 3,457 | 3,710 |
| フランス | 8,817 | 7,255 | 6,437 |
| ドイツ | 6,175 | 6,354 | 4,047 |
| イタリア | 6,485 | 2,648 | 3,631 |
| スペイン | 5,072 | 2,751 | 2,902 |
| ロシア | 2,626 | 2,025 | 1,577 |
| アメリカ合衆国 | — | 6,500 | 5,130 |
| ブラジル | 6,167 | 4,906 | 3,070 |
| メキシコ | 3,909 | 2,703 | 2,060 |
| オーストラリア | — | 7,093 | 3,044 |
| 中国 | 3,591 | 3,017 | 2,144 |
| インド | 950 | — | 992 |
| UAE | 5,609 | — | — |

調査コストの国際比較 (ESOMAR PRICES STUDY 2012) -3

(注)1ドル=100円換算
単位: '000円

| 国名 | 金融サービスに関するFGI | デスクトップコンピュータに関するB2B調査 |
|----------|---|--|
| | 4グループ(2男性+2女性)、 ビデオレコーディング、 報告書とプレゼンテーション込み | デスクトップコンピュータのデモンストラター 200 人、10分間の電話調査、2,000人のリスト がクライアントから提供され、報告書まで |
| 世界各国、中央値 | 1,157 | 1,120 |
| 日本 | 2,757 | 2,453 |
| イギリス | 2,641 | 3,587 |
| フランス | 2,696 | 2,840 |
| ドイツ | 2,421 | 2,799 |
| イタリア | 1,891 | 2,042 |
| スペイン | 1,595 | 1,348 |
| ロシア | 1,011 | 1,128 |
| アメリカ合衆国 | 3,550 | 2,734 |
| ブラジル | 1,795 | 1,580 |
| メキシコ | 1,200 | 1,036 |
| オーストラリア | 2,276 | 3,134 |
| 中国 | 1,632 | 1,623 |
| インド | 411 | 437 |
| UAE | 1,314 | 1,811 |