

第40回経営業務実態調査

2015年7月16日

<調査概要>

- 調査目的: マーケティング・リサーチ会社の経営に関する業務実態を時系列調査し、マーケティング・リサーチ業界の動向の把握を行う。
また海外へ提供する日本のマーケティング・リサーチ業界のデータの基礎資料とする。
- 調査対象: 正会員社:126社
回答社 :102社 回収率:80.9%
- 調査日時: 2015年4月1日～6月10日
- 調査方法: メールおよび郵送調査法
- 実施管理: JMRA事務局
- 回答社の調査事業売上高:

	計	2億円 未満	2-5 億円台	6-10 億円台	11-20 億円台	21億円 以上
社数	102	41	30	8	5	18
%	100%	40%	29%	8%	5%	18%

< 第 40 回経營業務実態調査結果の概要 >

●日本の市場調査業界の市場規模の推計

◆次ページの表と表 0-1、表 0-2 は経營業務実態調査の回答社の「調査事業売上」をベースに、「JMRA 会員社合計（推計）」を算出後、「非会員社」の推計売上を加えて推定した「日本の市場調査業界全体の市場規模（推計）」となります。未回収企業と業界外の売上を加味した推定市場規模は、次表の通りです。

この結果は、ESOMAR に報告後、ESOMAR 側で、為替の効果も考慮したうえで、再調整され GLOBAL MARKET RESEARCH に掲載されます。

◆正会員社からの回答結果

表 1 から表 1 1 は、経營業務実態調査にて正会員社から得た情報を集計したものとなります。図 1 から図 5 は、一部の集計結果を図表として掲載させていただきました。

◆お礼

本調査結果は、近年の業界動向を把握できることから、経営方針を判断する要素の一つに用いる企業もでてきております。また、グローバル化の推進により、ここ数年は、本調査結果に対して、海外からの問い合わせも増えてきています。

JMRA が業界団体として、本調査を行い、業界動向を国内外に発信できるのも、多忙な中、ご対応いただいた会員社の皆様の協力があってこそです。ここに改めて御礼申し上げます。

<日本のMR 業界市場規模の推移> 単位：億円

	2014 年度	2013 年度	前年比 (%)
市場規模	1,885	1,835	102.7%
パネル調査	628	593	105.9%
アドホック調査	1,167	1,156	100.9%
* インター ネット調査	588	573	102.6%
* 既存手法 調査	579	583	99.3%
その他	90	86	104.9%

(* はアドホック調査の内訳)

<日本のMR 業界市場規模の推移>について

◆日本の市場調査業界の市場規模 前年比は 102.7%

市場規模は、前年と比べると 102.7%の微増となった。パネル調査、アドホック調査ともに微増であるが、その他の伸びが目立ちはじめた。調査環境の変化による調査手法の変化が推測される

◆インターネット調査の伸び率が例年に比べ変化した。

調査手法別にみると、パネル調査は前年比 105.9%。アドホック調査は 100.9%となった。これまで、アドホック調査の中で規模を拡大しつづけていたインターネット調査の伸び率が変化し、102.6%となった。既存手法は、前年比 99.3%となり、減少傾向ではある。

表0-1 日本の市場調査（MR）業界の市場規模（推計）

	単位	2015年調査		2014年調査		2013年調査		2012年調査		2011年調査	
		2014年度	2013年度	2013年度	2012年度	2012年度	2011年度	2011年度	2010年度	2010年度	2009年度
JMRA会員社数	社	126	126	131	131	135	135	144	144	150	150
回答社数	社	102	102	104	104	113	113	122	122	123	123
回答社調査事業売上高	億円	1,462	1,424	1,406	1,395	1,406	1,298	1,407	1,381	1,329	1,308
回答社調査事業売上伸び率	%	102.6%		100.8%		108.4%		101.9%		101.6%	
JMRA会員社推計	億円	1,799		1,753		1,739		1,655		1,624	
日本の市場調査業界推計	億円	1,885		1,835		1,819		1,731		1,699	
対前年比	%	102.7%		100.9%		105.1%		101.9%		101.6%	

表0-2 調査手法別市場規模（推計）

調査手法別		2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
パネル調査	売上高	628 億円	593 億円	584 億円	567 億円	556 億円
	対前年比(%)	105.9%	101.5%	103.0%	102.0%	101.1%
AD-HOC調査	売上高	1,167 億円	1,156 億円	1,149 億円	1,084 億円	1,063 億円
	対前年比(%)	100.9%	100.6%	106.0%	102.0%	102.1%
インターネット調査	売上高	588 億円	573 億円	523 億円	459 億円	430 億円
	対前年比(%)	102.6%	109.6%	113.9%	106.7%	109.1%
既存手法	売上高	579 億円	583 億円	626 億円	625 億円	633 億円
	対前年比(%)	99.3%	93.1%	100.2%	98.8%	97.8%
その他	売上高	90 億円	86 億円	86 億円	80 億円	80 億円
	対前年比(%)	104.9%	100.0%	107.5%	100.0%	98.8%

表1 売上高および従業者数の推移

	単位	2015年調査		2014年調査		2013年調査		2012年調査		2011年調査	
		2014年度	2013年度	2013年度	2012年度	2012年度	2011年度	2011年度	2010年度	2010年度	2009年度
回答社数	社	102社	102社	104社	104社	113社	113社	122社	122社	123社	123社
全売上高	百万円	166,516	156,589	154,868	152,269	152,558	141,359	154,924	151,004	143,872	143,254
調査事業売上高	百万円	146,175	142,446	140,582	139,466	140,617	129,768	140,679	138,052	132,881	130,847
総従業者数	人	6,438	6,033	6,291	6,011	6,133	5,868	6,189	5,989	6,066	5,646
調査業務従業者数	人	5,069	4,990	4,874	4,692	4,820	4,731	4,988	4,805	4,555	4,107

●1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	1,633	1,535	1,489	1,464	1,350	1,251	1,270	1,238	1,170	1,165
調査事業売上高	百万円	1,433	1,397	1,352	1,341	1,244	1,148	1,153	1,132	1,080	1,064

●1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	63.1	59.1	60.5	57.8	54.3	51.9	50.7	49.1	49.3	45.9
調査業務従業者数	人	49.7	48.9	46.9	45.1	42.7	41.9	40.9	39.4	37.0	33.4

●従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	25.9	26.0	24.6	25.3	24.9	24.1	25.0	25.2	23.7	25.4
調査事業売上高	百万円	28.8	28.5	28.8	29.7	29.2	27.4	28.2	28.7	29.2	31.9

●調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	87.8	91.0	90.8	91.6	92.2	91.8	90.8	91.4	92.4	91.3
従業者数	%	78.7	82.7	77.5	78.1	78.6	80.6	80.6	80.2	75.1	72.7

●対前年増加率

全売上高	%	6.3		1.7		7.9		2.6		0.4	
調査事業売上高	%	2.6		0.8		8.4		1.9		1.6	
調査業務従業者数	%	1.6		3.9		1.9		3.8		10.9	
従業者1人当たり調査事業売上高	%	1.0		-3.0		6.4		-1.8		-8.4	

表2-1 調査売上規模別社数、調査売上高及び調査従事者、平均年齢

2014年度 調査業務売上高	社数	調査事業売上高		* 調査従業者			1社当り 平均員数	1人当り 平均売上高
		合計	1社当り 平均	男性	女性	合計		
単 位	社	百万円	百万円	人	人	人	人	百万円
合 計	102	146175	1433	2951	2118	5069	49.7	28.8
2億円未満	41	3974	97	131	109	240	5.9	16.6
2億円台	11	2887	262	86	51	137	12.5	21.1
3億円台	6	2001	334	49	35	84	14.0	23.8
4～5億円台	13	6217	478	182	113	295	22.7	21.1
6～10億円台	8	6484	811	161	108	269	33.6	24.1
11～20億円台	5	7250	1450	188	207	395	79.0	18.4
21億円以上	18	117362	6520	2154	1495	3649	202.7	32.2
			平均年齢	39.4	36.4	38.1		

表2-2 調査売上規模別社数

調査売上規模別	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
2億円未満	41	41	48	54	57
2億円台	11	10	10	10	7
3億円台	6	7	7	10	9
4～5億円台	13	12	16	7	15
6～10億円台	8	9	10	16	10
11～20億円台	5	11	8	9	10
21億円以上	18	14	14	16	15
回答社数	102	104	113	122	123

表3-1 新卒採用社数と採用人数

	2015年新卒		2014年新卒		2013年新卒		2012年新卒		2011年新卒	
	全体		全体		全体		全体		全体	
	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数
回答社数	102社		104社		113社		122社		123社	
採用人数計・採用あり社数	210人	24社	204人	27社	170人	25社	130人	16社	114人	31社
採用率	23.5%		26.0%		22.1%		13.1%		25.2%	
1社当り採用人数	8.8人		7.6人		6.8人		8.1人		3.7人	

表3-2 中途採用数と採用人数

	2014年度		2013年度		2012年度		2011年度		2010年度	
	全体		全体		全体		全体		全体	
	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数	採用人数	採用社数
回答社数	102社		104社		113社		122社		123社	
採用人数計・採用あり社数	682人	59社	464人	59社	451人	54社	345人	44社	259人	59社
採用率	57.8%		56.7%		47.8%		36.1%		48.0%	
1社当り採用人数	11.6人		7.9人		8.4人		7.8人		4.4人	

表4 登録調査員数

	単位	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
回答社数*	社	54	51	61	64	77
総数	人	21,917	17,812	19,975	21,213	25,267
1社平均	人	406	349	327	331	328

(* 登録調査員数0の会社を除く。)

表5-1 調査事業売上高の受発注内容

	2014年度 調査事業の受発注				2013年度 調査事業の受発注				2012年度 調査事業の受発注				2011年度 調査事業の受発注				2010年度 調査事業の受発注			
	調査事業 売上高	国内より 受注	海外より 受注	海外へ 発注	調査事業 売上高	国内より 受注	海外より 受注	海外へ 発注	調査事業 売上高	国内より 受注	海外より 受注	海外へ 発注	調査事業 売上高	国内より 受注	海外より 受注	海外へ 発注	調査事業 売上高	国内より 受注	海外より 受注	海外へ 発注
回答社数	102社	100社	39社	24社	104社	100社	32社	23社	113社	107社	39社	23社	122社	116社	43社	25社	123社	118社	39社	26社
受発注割合(%)		98.0%	38.2%	23.5%		96.2%	30.8%	22.1%		94.7%	34.5%	20.4%		95.1%	35.2%	20.5%		95.9%	31.7%	21.1%
回答社の総額(百万円)	146,175	137,616	4,700	4,018	140,582	125,925	3,995	2,926	140,617	111,708	3,034	2,138	140,679	109,499	3,621	2,097	132,881	105,399	4,447	1,598
1社当りの平均額(百万円)	1,433	1,376	121	167	1,352	1,259	125	127	1,244	1,044	78	93	1,153	944	84	84	1,080	893	114	61

注) 受発注額: 0、無記入、拒否は除く

表5-2 国内調査会社との受発注割合と受発注額

	2014年度調査事業売上高 の受発注内訳			2013年度調査事業売上高 の受発注内訳			2012年度調査事業売上高 の受発注内訳			2011年度調査事業売上高 の受発注内訳			2010年度調査事業売上高 の受発注内訳		
	調査事業 売上高	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額
回答社数	102社	74社	74社	104社	66社	77社	113社	66社	69社	122社	71社	86社	123社	75社	84社
受発注割合(%)		72.5%	72.5%		63.5%	74.0%		58.4%	61.1%		58.2%	70.5%		61.0%	68.3%
回答社の総額(百万円)	146,175	17,698	15,774	140,582	15,301	18,588	140,617	11,390	13,328	140,679	11,108	15,247	132,881	10,125	15,800
1社当りの平均額(百万円)	1,433	239	213	1,352	232	241	1,244	173	193	1,153	156	177	1,080	135	188

注) 受発注額: 0、無記入、拒否は除く

表5-3 海外取引

●海外からの受注	単位	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
取引社数	社	39社	32社	39社	43社	39社
受注額	百万円	4,700	3,995	3,034	3,621	4,447
調査事業売上高に占める割合	%	3.2%	2.8%	2.2%	2.6%	3.3%
調査事業売上高	百万円	146,175	140,582	140,617	140,679	132,881

●海外への発注	単位	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
取引社数	社	24社	23社	23社	25社	26社
発注額	百万円	4,018	2,926	2,138	2,097	1,598
調査事業売上高に占める割合	%	2.7%	2.1%	1.5%	1.5%	1.2%

表6 調査事業売上高と諸経費(粗利率、人件費率、営業利益率、経常利益率)

	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
	調査事業売上高	調査事業売上高	調査事業売上高	調査事業売上高	調査事業売上高
回答社数	102社	104社	113社	122社	123社
回答社の総額(百万円)	146,175	140,582	140,617	140,679	132,881
1社当りの平均額(百万円)	1,433	1,352	1,244	1,153	1,080

●回答された%の単純平均	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率
調査事業売上高	102社	100%	104社	100%	113社	100%	122社	100%	123社	100%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	86社	45.3%	85社	44.2%	91社	46.9%	103社	44%	103社	44.3%
人件費率	84社	34.1%	86社	31.6%	91社	32.0%	99社	32.9%	101社	32.6%
営業利益率	79社	7.3%	78社	8.0%	86社	6.9%	98社	4.1%	102社	5.6%
経常利益率	77社	5.1%	75社	4.7%	86社	4.7%	95社	2.8%	99社	4.3%

*(粗利率、労務比率、営業利益率、経常利益率は回収された%の平均)

●金額ウェイトバック後の平均%	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率	回答社数	比率
調査事業売上高	102社	100%	104社	100%	113社	100%	122社	100%	123社	100%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	86社	46.0%	85社	46.1%	91社	46.5%	103社	50.5%	103社	32.1%
人件費率	84社	26.6%	86社	28.1%	91社	26.1%	99社	33.7%	101社	22.7%
営業利益率	79社	10.3%	78社	10.1%	86社	10.1%	98社	9.2%	102社	7.4%
経常利益率	77社	9.7%	75社	7.3%	86社	7.3%	95社	6.6%	99社	5.5%

*(粗利率、人権比率、営業利益率、経常利益の金額換算)

表7-1 取引先業種別売上構成比

取引先業種	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
官公庁・独立行政法人	7%	6%	9%	6%	7%
製造業(食品・清涼飲料等)	10%	10%	12%	10%	11%
製造業(アルコール飲料・タバコ)	4%	4%	4%	5%	4%
製造業(化学・繊維・医薬品・化粧品)	17%	17%	20%	17%	19%
製造業(電気製品・PC・携帯・ゲーム機・機械)	2%	2%	3%	2%	3%
製造業(自動車)	4%	3%	4%	3%	4%
その他製造業(ゲーム等のITソフト含む)	2%	2%	1%	1%	1%
流通業(卸・小売業・通販)	2%	3%	3%	2%	3%
エネルギー(電力、ガス、石油等)	1%	1%	1%	1%	1%
建設、不動産、住宅、住宅機器・設備	1%	1%	1%	1%	1%
金融、保険、証券	1%	2%	1%	1%	2%
マスコミ(新聞、放送、出版等)	11%	10%	3%	10%	5%
サービス(運輸、通信等)	4%	3%	5%	4%	4%
広告代理店(プロダクション含む)	17%	17%	13%	18%	11%
調査機関(含シンクタンク含む)	14%	14%	14%	10%	14%
その他の民間企業・団体・学校法人	4%	6%	8%	8%	9%
合計	100%	100%	100%	100%	100%
回答社数	(98社)	(96社)	(105社)	(111社)	(112社)

(2008年度より、取引先業種「製造業・科学、繊維、医薬品、化粧品」「製造業・アルコール飲料・タバコ」「その他製造業(ゲーム等のIT関連ソフト含む)」の変更を行った。

注1)パーセンテージは小数点以下四捨五入しております。

注2)*印は2007年度以前は未調査

表7-2 製品・サービス分野別売上構成比

製品・サービス分野	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
A.消費者向け製品サービス	78.8%	81%	78.7%	77.8%	76.6%
B.非消費者向け製品サービス	21.2%	19%	21.3%	22.2%	23.4%
合計	100.0%	100%	100.0%	100.0%	100.0%
回答社数	(97社)	(96社)	(103社)	(110社)	(112社)

表8-1 調査手法別 売上高構成比

調査手法	調査事業売上を100%とした場合					アドホック調査を100%とした場合				
	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
A. アドホック(除くオムニバス)	58.4%	57.7%	54.9%	58.8%	59.8%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
訪問調査小計	5.7%	5.7%	6.1%	7.7%	8.9%	9.7%	9.9%	11.1%	13.1%	14.9%
訪問面接	3.8%	3.9%	4.2%	5.1%	6.0%	6.5%	6.7%	7.6%	8.6%	10.0%
留置併用訪問調査	0.9%	1.1%	0.8%	0.8%	1.1%	1.6%	1.9%	1.4%	1.4%	1.9%
留置(留置+インターネット含む)	1.0%	0.8%	1.1%	1.9%	1.8%	1.6%	1.3%	2.1%	3.2%	3.1%
街頭	0.3%	0.7%	0.5%	0.7%	0.7%	0.6%	1.2%	0.9%	1.3%	1.3%
郵送(郵送+インターネット含む)	5.7%	5.8%	5.3%	5.7%	6.5%	9.7%	10.1%	9.7%	9.7%	10.9%
電話	0.3%	0.3%	0.4%	0.5%	0.7%	0.6%	0.6%	0.8%	0.8%	1.1%
CATI(電話)	0.1%	0.1%	0.7%	0.1%	0.8%	0.2%	0.1%	1.3%	0.2%	1.3%
観察	1.4%	1.3%	1.4%	2.5%	2.9%	2.3%	2.3%	2.6%	4.3%	4.8%
会場テスト・集合調査	5.4%	6.0%	5.7%	6.7%	5.1%	9.3%	10.4%	10.4%	11.4%	8.5%
CAPI(会場テスト)	1.0%	0.6%	0.4%	0.6%	0.8%	1.7%	1.0%	0.8%	1.0%	1.3%
インターネット量的調査	26.9%	26.4%	24.4%	23.7%	23.9%	46.2%	45.7%	44.5%	40.4%	39.9%
その他の量的調査	1.9%	2.5%	1.9%	1.4%	1.4%	3.3%	4.3%	3.5%	2.3%	2.4%
量的調査計	48.8%	49.4%	46.9%	49.7%	51.7%	83.6%	85.6%	85.5%	84.5%	86.5%
グループインタビュー	4.9%	4.8%	3.8%	5.1%	4.3%	8.3%	8.4%	6.9%	8.6%	7.2%
デプスインタビュー	2.9%	2.3%	2.4%	2.5%	2.7%	4.9%	3.9%	4.3%	4.3%	4.4%
コミュニティパネル、MROC(インターネット質的調査)	0.5%	0.5%	0.8%	0.6%	0.4%	0.8%	0.8%	1.4%	1.0%	0.6%
その他の質的調査	1.3%	0.8%	1.0%	0.9%	0.8%	2.3%	1.3%	1.8%	1.5%	1.3%
質的調査計	9.5%	8.3%	8.0%	9.1%	8.1%	16.4%	14.4%	14.5%	15.5%	13.5%
B. 継続調査	34.0%	32.1%	37.1%	34.2%	34.6%					
オムニバス調査	0.4%	0.3%	0.3%	0.5%	0.3%					
消費者パネル	3.5%	2.1%	5.1%	3.9%	5.7%					
事業所パネル	8.5%	7.7%	10.0%	9.8%	9.8%					
媒体調査	10.9%	10.8%	15.2%	14.5%	14.6%					
その他の継続調査	1.4%	1.6%	1.1%	0.8%	1.1%					
その他インターネット継続調査(目的不問)	9.4%	9.8%	5.3%	4.8%	3.0%					
C. その他	7.6%	10.2%	8.0%	6.9%	5.6%					
実査のみ(従来型、インターネット以外)	2.2%	2.2%	2.7%	1.3%	2.1%					
実査のみ(インターネット)	0.8%	2.0%	1.2%	1.3%	0.6%					
集計または集計・分析のみ	3.3%	3.4%	1.8%	0.7%	1.5%					
その他(デスクリサーチ、企画のみ、分析のみ)	1.3%	2.5%	2.4%	3.6%	1.4%					
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
回答社数	(96社)	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)	(96社)	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)

注1)パーセンテージは小数点第2以下四捨五入しております。

注2) *印は2007年度以前は未調査

表8-2 調査手法別・売上高構成比

調査手法	調査事業売上を100%とした場合				
	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
回答社数	96社	97社	103社	111社	112社
A. アドホック(オムニバスを除く)	58.4%	58%	55%	59%	60%
B. 継続調査	34.0%	32%	37%	34%	35%
C. その他	7.6%	10%	8%	7%	6%

注)パーセンテージは小数点以下を四捨五入しております。

表8-3 アドホック調査手法別売上高構成比

	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
合計	100%	100%	100%	100%	100%
訪問調査小計	10%	10%	11%	13%	15%
・面接	7%	7%	8%	9%	10%
・留置・面接併用	2%	2%	1%	1%	2%
・留置	2%	1%	2%	3%	3%
街頭	1%	1%	1%	1%	1%
郵送	10%	10%	10%	10%	11%
電話	1%	1%	1%	1%	1%
CATI	0%	0%	1%	0%	1%
観察	2%	2%	3%	4%	5%
会場テスト	9%	10%	10%	11%	8%
CAPI	2%	1%	1%	1%	1%
インターネット	47%	47%	46%	40%	40%
その他定量調査	3%	4%	3%	2%	2%
グルイン・デプス・定性調査	16%	14%	13%	15%	14%
回答社数	(96社)	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)

注)パーセンテージは小数点以下を四捨五入しております。

表9-1 インターネット/オンライン調査事業売上高の受発注内訳

	2014年度 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2013年度 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2012年度 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2011年度 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2010年度 インターネット/オンライン 調査受発注内容			
	調査事業 売上高	インターネット/ オンライン 調査総売上	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	インターネット/ オンライン 調査総売上	国内調査会社 への発注額	国内調査会社 からの受注額	調査事業 売上高	インターネット/ オンライン 調査総売上	国内調査 会社への 発注額	国内調査 会社からの 受注額	調査事業 売上高	インターネット/ オンライン 調査総売上	国内調査 会社への 発注額	国内調査 会社からの 受注額	調査事業 売上高	インターネット/ オンライン 調査総売上	国内調査 会社への 発注額	国内調査 会社からの 受注額
回答社数	102社	69社 (67.6%)	61社 (59.8%)	31社 (30.4%)	104社	64社 (61.5%)	56社 (53.8%)	31社 (29.8%)	113社	70社 (61.9%)	58社 (51.3%)	31社 (27.4%)	122社	72社 (59.0%)	61社 (50.0%)	31社 (25.4%)	123社	78社 (63.1%)	62社 (50.0%)	29社 (23.0%)
回答社の総額(百万円)	146,175	49,255	5,787	6,089	140,582	47,574	6,774	7,637	140,617	37,290	4,241	4,350	140,679	30,535	3,860	5,326	132,881	31,662	4,998	5,257
取引のある 1社当りの平均額(百万円)	1,433	714	95	196	1,352	743	121	246	1,244	533	73	140	1,153	424	63	172	1,080	406	81	181

注)受発注額:0、無記入、拒否は除く

表9-2 調査目的別の実施率

	2014年度 実施率	2013年度 実施率	2012年度 実施率	2011年度 実施率	2010年度 実施率
消費・購入実態、消費者の態度・意識	94%	93%	93%	91%	90%
既存製品の検討、評価	86%	90%	88%	89%	85%
新製品開発(コンセプト・テスト、製品テスト)	80%	82%	82%	82%	84%
市場実験、テスト・マーケティング、マーケット・モデル	37%	38%	38%	37%	36%
価格	62%	64%	64%	64%	62%
パッケージ、ネーミング	70%	73%	72%	69%	73%
広告の事前テスト(コピー、CMテスト)	63%	61%	60%	61%	62%
広告効果測定	72%	70%	70%	64%	68%
テレビ、ラジオ	24%	24%	26%	24%	21%
新聞、雑誌その他の媒体	44%	43%	37%	41%	46%
世論、社会調査	44%	38%	42%	39%	40%
企業イメージ、CI	71%	65%	61%	60%	65%
顧客満足度	75%	79%	78%	76%	76%
BtoB(ビジネス・ツー・ビジネス)	52%	50%	44%	47%	44%
産業財、生産財	29%	29%	24%	27%	24%
流通段階	33%	29%	28%	32%	32%
商圏	35%	33%	31%	32%	32%
その他	48%	50%	44%	47%	43%
回答社数	(100社)	(98社)	(108社)	(114社)	(117社)

表10 自社の業況

対前年実績(2014年度/2013年度比)

①調査事業売上高							
対前年実績(2014年度/2013年度比)							
回答社数	100社						
対前年比	99.9% * 対前年比(%)の合計を有効社数で割った単純平均						
②1件あたりの調査平均受注金額 n=102							
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数		
回答社数	14社	57社	28社	3社	-14社		
%	13.7%	55.9%	27.5%	2.9%	-14%		
③採算 n=102							
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数		
回答社数	22社	57社	20社	3社	2社		
%	21.6%	55.9%	19.6%	2.9%	2%		
④所定外労働時間 n=102							
	A. 増加	B. ほぼ不変	C. 減少	NA	A-C=指数		
回答社数	23社	56社	20社	3社	3社		
%	22.5%	54.9%	19.6%	2.9%	3%		
⑤調査の受注件数 n=102							
	A. 増加	B. ほぼ横這い	C. 減少	NA	A-C=指数		
回答社数	26社	44社	29社	3社	-3社		
%	25.5%	43.1%	28.4%	2.9%	-3%		
⑥資金繰り n=102							
	A. 改善	B. ほぼ適正	C. 悪化	NA	A-C=指数		
回答社数	11社	72社	16社	3社	-5社		
%	10.8%	70.6%	15.7%	2.9%	-5%		
⑦自社業況の総合判断 n=102							
	A. 非常に上昇	A. やや上昇	B. ほぼ横這い	C. やや下降	C. 非常に下降	NA	A-C=指数
回答社数	6社	31社	34社	17社	11社	3社	9社
%	5.9%	30.4%	33.3%	16.7%	10.8%	2.9%	8.8%
⑧現時点(4月時点)での業況 n=102							
	A. 非常に良い	A. 良い	B. どちらともいえない	C. あまり良くない	C. 非常に良くない	NA	A-C=指数
回答社数	1社	23社	52社	19社	4社	3社	1社
%	1.0%	22.5%	51.0%	18.6%	3.9%	2.9%	1.0%

今年度の見通し(2015年度/2014年度比)

①調査事業売上高							
対前年実績(2015年度/2014年度比)							
回答社数	98社						
対前年比	102.1% * 対前年比(%)の合計を有効社数で割った単純平均						
②1件あたりの調査平均受注金額 n=102							
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数		
回答社数	14社	70社	15社	3社	-1社		
%	13.7%	68.6%	14.7%	2.9%	-1%		
③採算 n=102							
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数		
回答社数	16社	73社	10社	3社	6社		
%	15.7%	71.6%	9.8%	2.9%	6%		
④所定外労働時間 n=102							
	A. 増加	B. ほぼ不変	C. 減少	NA	A-C=指数		
回答社数	14社	69社	16社	3社	-2社		
%	13.7%	67.6%	15.7%	2.9%	-2%		
⑤調査の受注件数 n=102							
	A. 増加	B. ほぼ横這い	C. 減少	NA	A-C=指数		
回答社数	24社	50社	25社	3社	-1社		
%	23.5%	49.0%	24.5%	2.9%	-1%		
⑥資金繰り n=102							
	A. 改善	B. ほぼ適正	C. 悪化	NA	A-C=指数		
回答社数	16社	74社	9社	3社	7社		
%	15.7%	72.5%	8.8%	2.9%	7%		
⑦自社業況の総合判断 n=102							
	A. 非常に上昇	A. やや上昇	B. ほぼ横這い	C. やや下降	C. 非常に下降	NA	A-C=指数
回答社数	2社	39社	43社	12社	3社	3社	26社
%	2.0%	38.2%	42.2%	11.8%	2.9%	2.9%	25.5%
⑧現時点(4月時点)での業況 n=102							
	A. 非常に良い	A. 良い	B. どちらともいえない	C. あまり良くない	C. 非常に良くない	NA	A-C=指数
回答社数	1社	23社	52社	19社	4社	3社	1社
%	1.0%	22.5%	51.0%	18.6%	3.9%	2.9%	1.0%

表11 当面の経営上の問題点

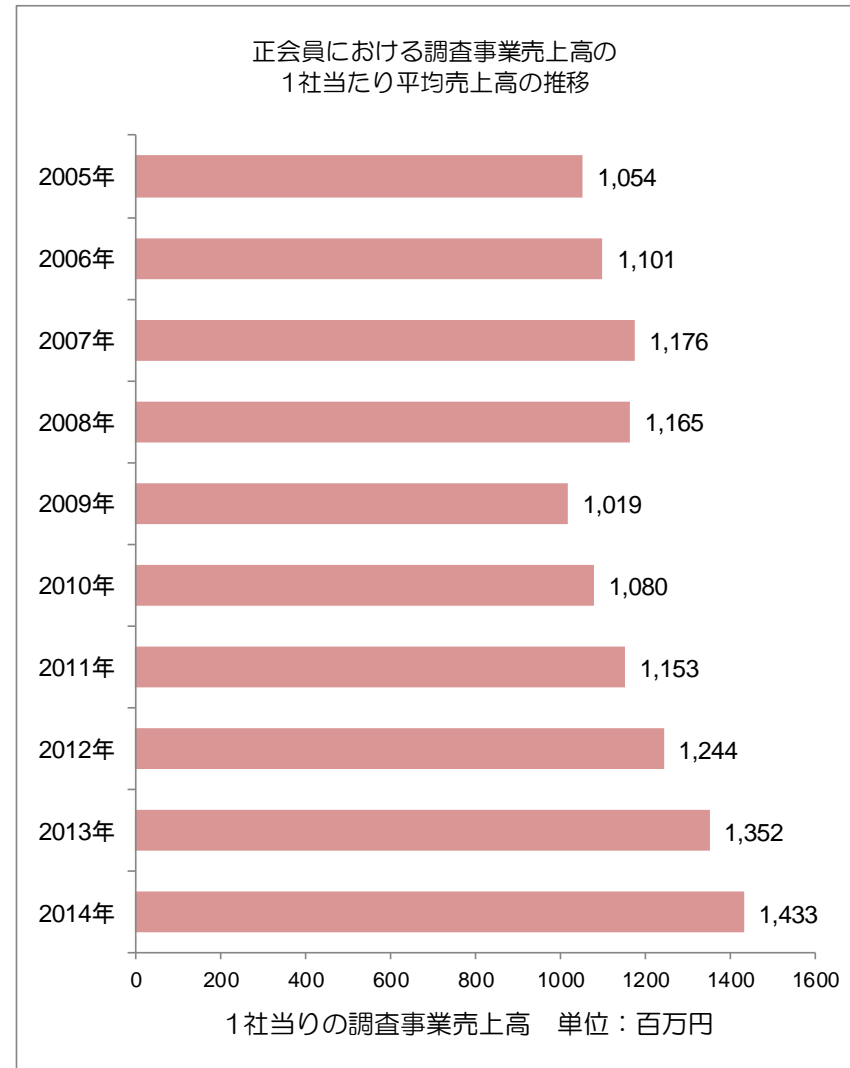
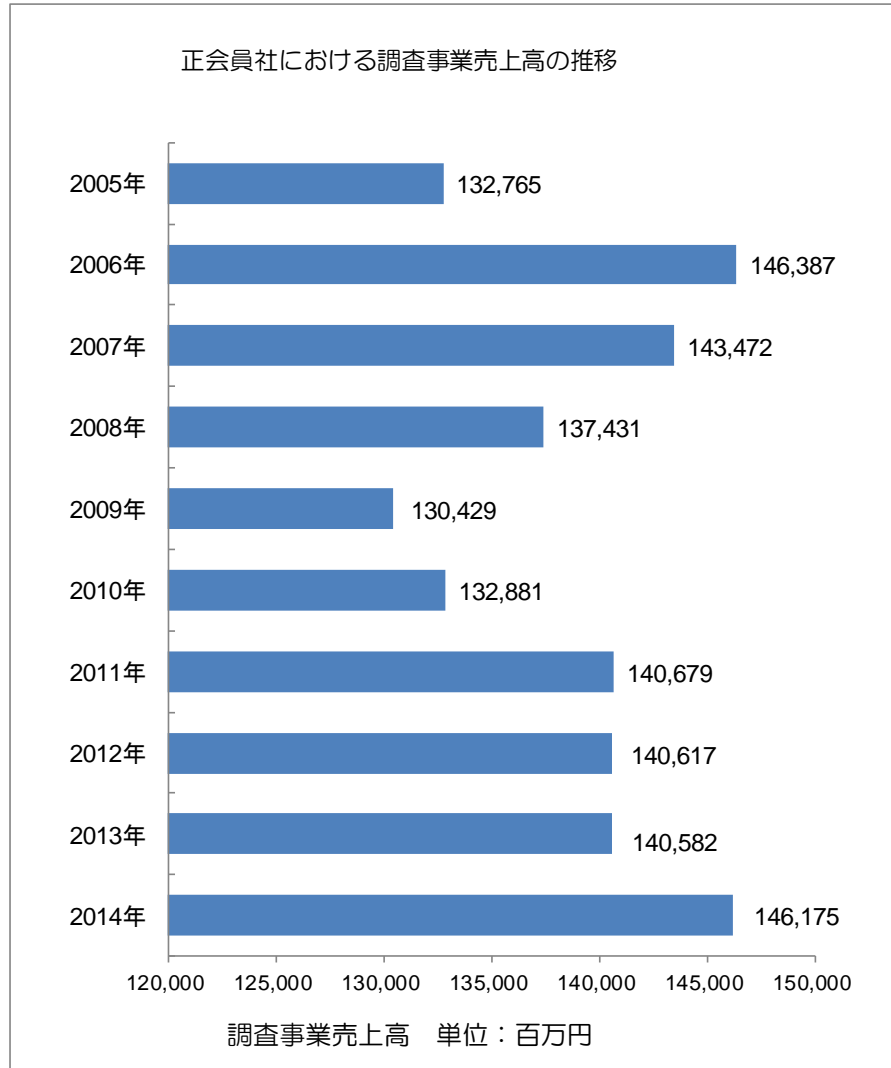
	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
売上不振	52%	48%	44%	45%	51%
海外受注の減少	8%	5%	7%	6%	8%
調査の価格安	63%	60%	64%	67%	56%
取引条件の問題	16%	11%	13%	17%	16%
過当競争	33%	34%	32%	41%	28%
求人難	25%	17%	9%	12%	2%
調査員不足	20%	20%	9%	9%	7%
人件費高騰	22%	15%	11%	14%	14%
中堅リサーチャー不足	60%	48%	42%	35%	31%
金利負担増大	2%	1%	2%	5%	4%
コンサルティング力不足	32%	29%	20%	25%	19%
語学(英語)力不足	28%	24%	17%	20%	9%
設備投資不足	11%	7%	10%	4%	5%
IT化に伴うスキル、人材不足	28%	20%	15%	22%	14%
社員の調査スキル不足	27%	27%	24%	22%	17%
東日本大震災の影響	3%	4%	7%	19%	61%
福島原発事故の影響	2%	3%	4%	9%	39%
その他(具体的に*)	5%	3%	2%	2%	5%
特になし	6%	6%	4%	8%	4%
回答社数	(102社)	(104社)	(113社)	(113社)	(123社)

* 印は2007年度以前は未調査

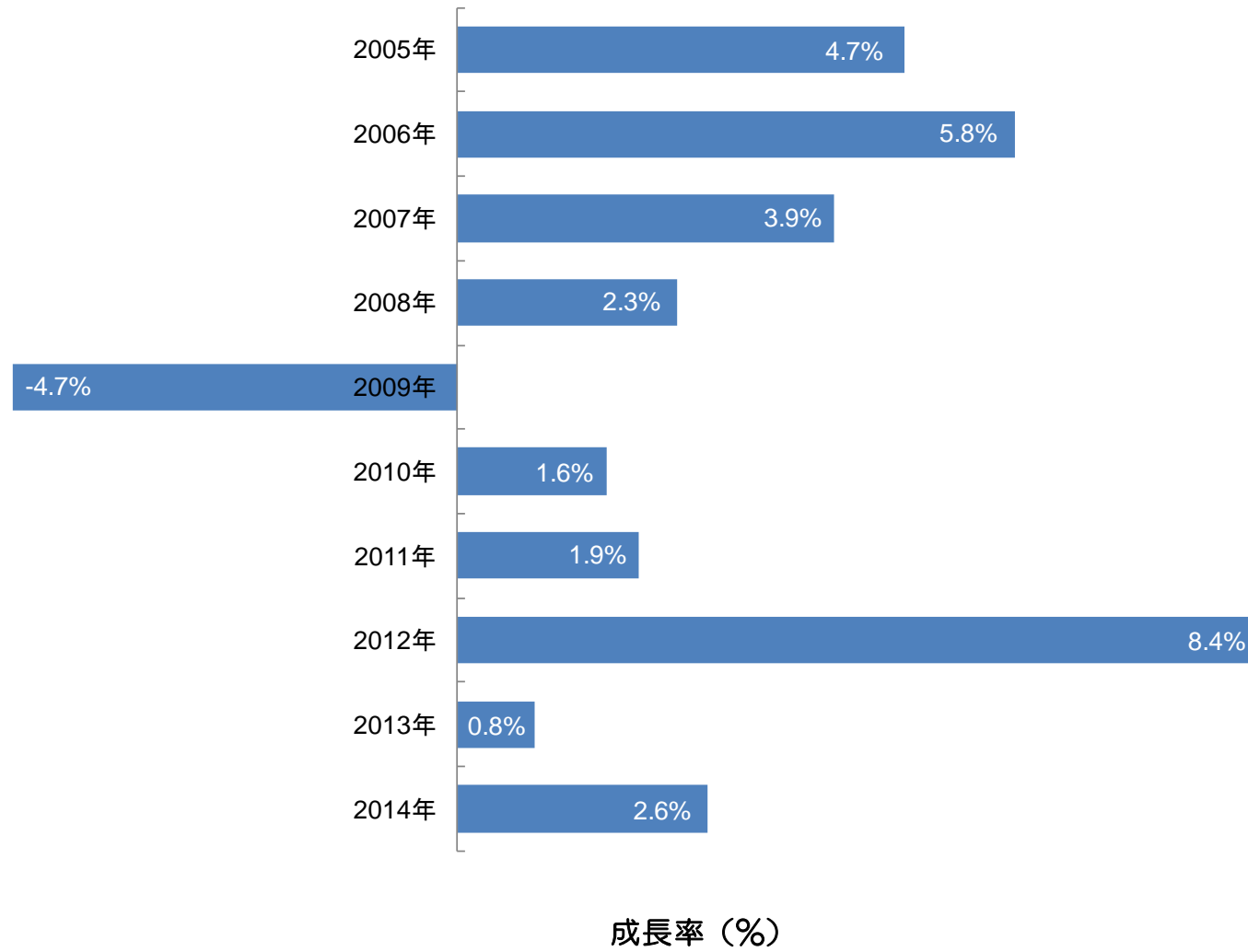
その他(具体的に)

- 大口顧客の個人情報漏洩問題に伴う発注の減少等。
- 消費税増税転嫁についての業界内の実態はどうか？
- 即戦力の中途採用の求人難
- 外注先の集中化
- 渋谷地域でのCLT実施環境の悪化

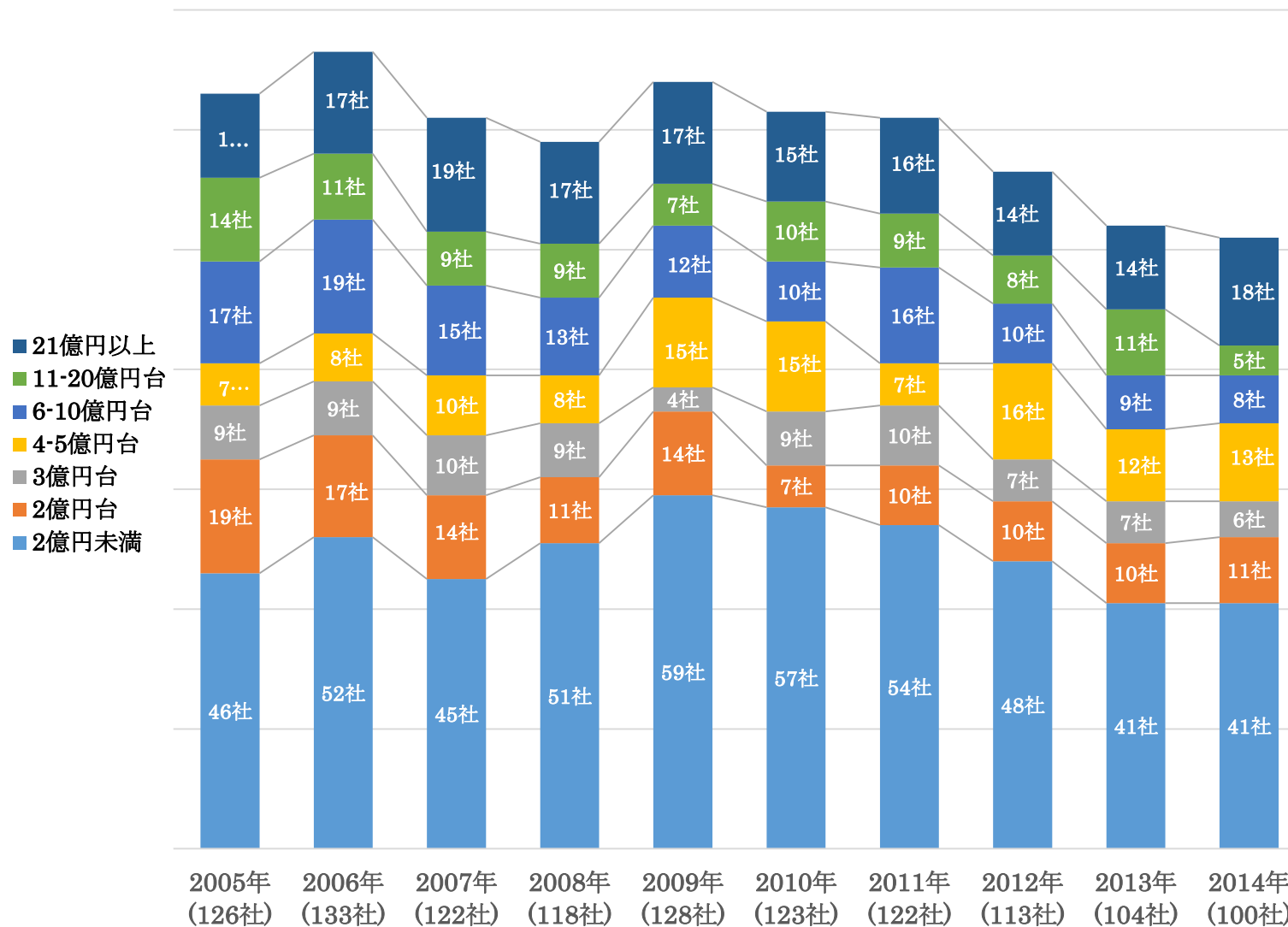
[図1] 正会員における調査事業売上高および1社当たり平均売上高(百万円)



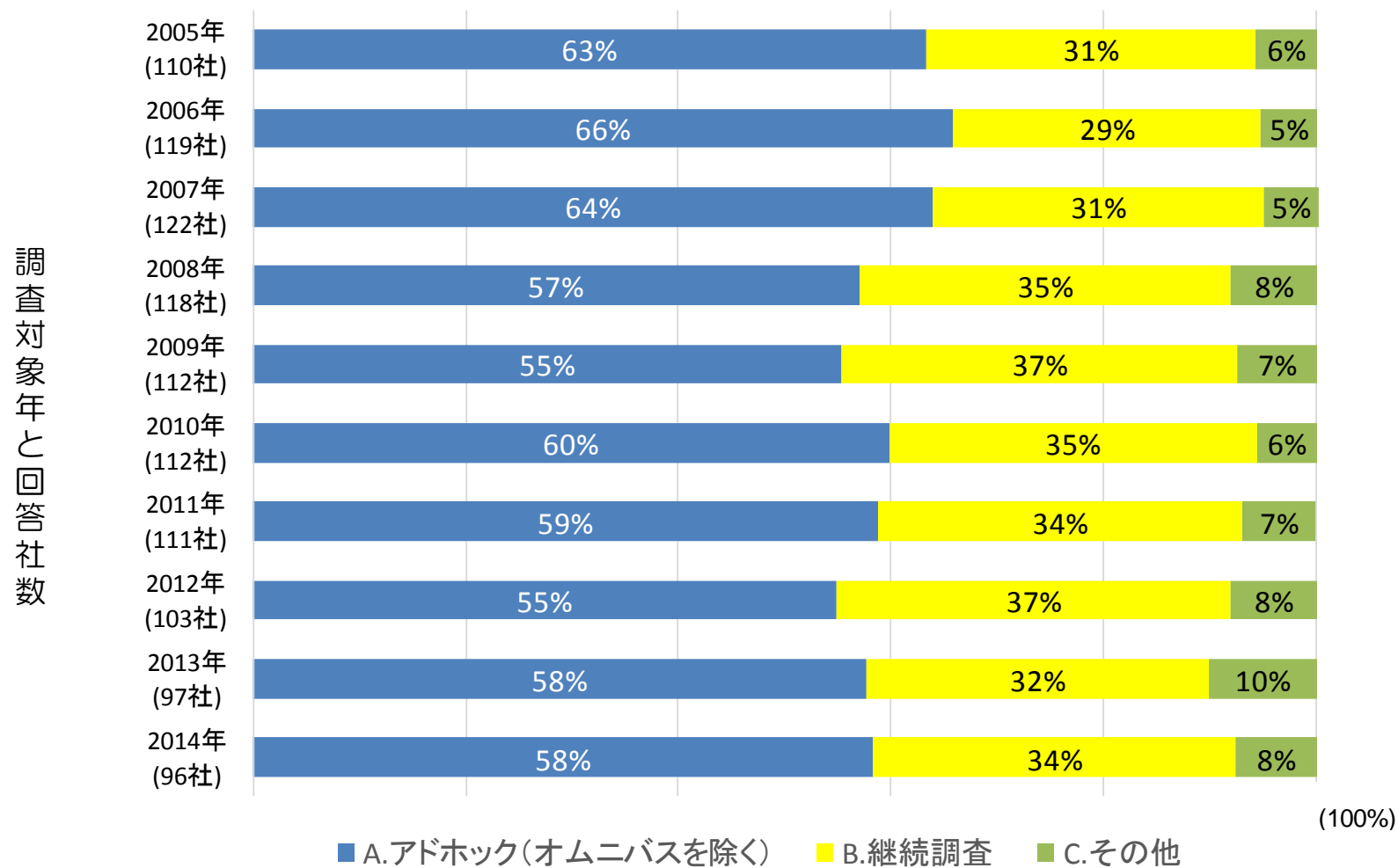
[図2]調査事業売上高の対前年増加率(各年度の調査協力会社ベース)



[図 3] 調査事業売上高規模別会員社数の推移



[図4] アドホック調査と継続調査の割合



[図5]海外取引状況

