

<資料編>

資料 1:「調査インフラ等に関する実態調査」 報告書（2016年11月実施）

調査インフラ等に関する実態調査 報告書

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

公的統計基盤整備委員会

市場動向分析小委員会

2017年5月

1. 調査概要	(6)
2. 調査結果のまとめ	(9)
3. 調査員について	(11)
1. 調査員の保有有無	(11)
2. 調査員の募集時期	(12)
3. 手法別・エリア別調査員人数／統計調査員の兼務割合	(13)
4. 調査員や調査員調査を取り巻く環境について	(14)
5. 調査員のなり手不足に対する方策	(15)
6. 「調査員」の確保や育成のために最も注力していること (FA)	(16)
7. 「社員」の確保や育成のために最も注力していること (FA)	(18)
4. 社員の資格について	(20)
1. 資格の保有人数	(20)
2. 資格試験の受験者数	(21)
3. 専門統計調査士および統計調査士取得への支援状況	(22)
4. 統計調査士・専門統計調査士受験対策講座の認知／参加状況	(23)
5. 統計調査士・専門統計調査士受験対策講座非参加理由 (FA)	(24)
6. 統計調査士および専門統計調査士に関する意見 (FA)	(25)
5. 各調査手法の実施状況について	(27)
1. 調査員調査(訪問調査)	(27)
2. 郵送調査	(28)
3. インターネット調査	(29)
4. 調査可能なパネルの規模	(30)
5. エリア別・年代別パネル構成	(31)
6. 官公庁業務とのかかわりについて	(32)
1. 官公庁と民間の直接経費割合	(32)
2. 府省からの委託業務への参入意向	(33)
3. 府省からの委託業務への参入を考える条件 (FA)	(34)
4. ジョイント・ベンチャー形態での参入意向	(35)
5. ジョイント・ベンチャー形態での参入意向について (FA)	(36)
6. 分離調達での参入意向	(37)
7. 分離調達での参入意向について (FA)	(38)
8. 官民人事交流について (FA)	(40)
9. 府省からの委託業務への参入希望手法	(42)
10. 府省からの委託業務で自社が対応可能な最大サンプル数	(43)
11. 府省からの委託業務参入に向けた対応策	(44)

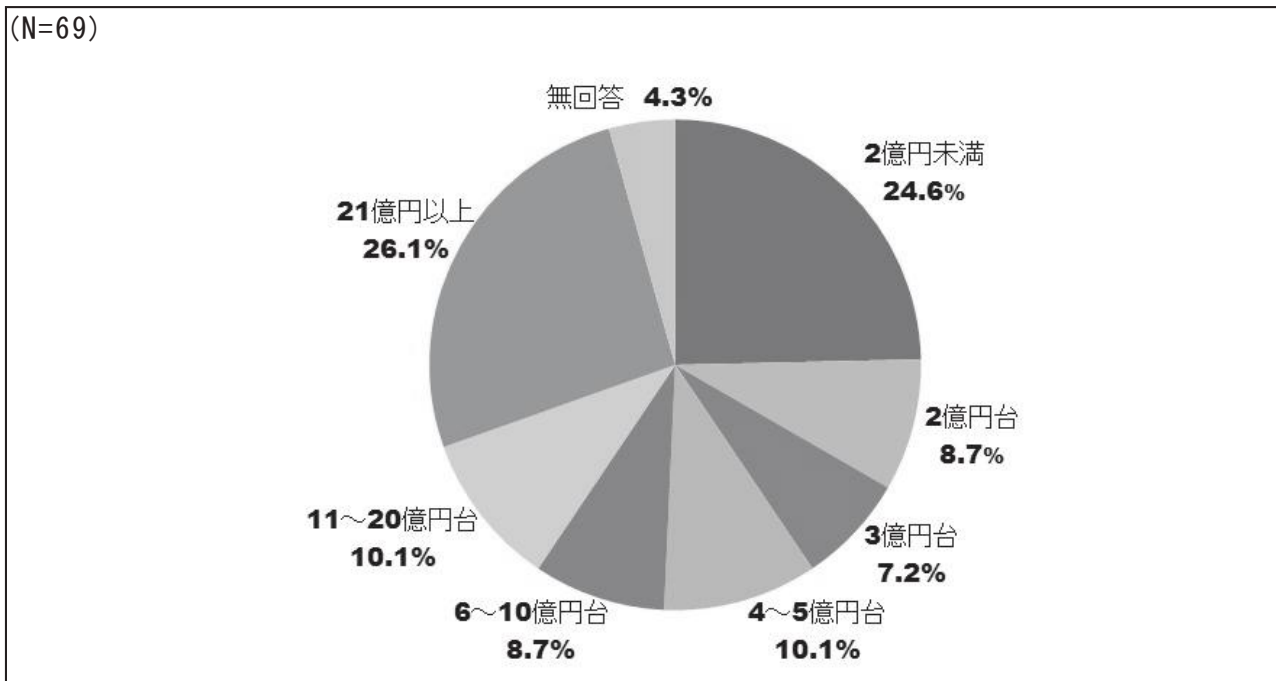
7. 官公庁業務の受託状況について	(45)
1. 2015年度の官公庁案件の受託状況 -----	(45)
2. 2015年度の官公庁案件の受託先別受託本数/金額 -----	(46)
3. 2015年度の官公庁案件の調査手法別受託本数/金額 -----	(47)
4. 府省案件の入札断念理由 -----	(48)
5. 府省からの委託業務に関する意見 (FA)-----	(49)
添付資料	(51)
調査票 -----	(51)

■ 調査手法	<ul style="list-style-type: none"> ・ e-mail 調査 会員社窓口担当者へ e-mail の添付ファイル形式で送付。 回収は主に e-mail の添付ファイル形式で行った。 																																																						
■ 調査対象	J M R A 正会員社 (126 社)																																																						
■ 主要調査項目	<input type="checkbox"/> 会員社プロフィール <input type="checkbox"/> 調査員について <input type="checkbox"/> 社員の資格について <input type="checkbox"/> 各調査手法の実施状況について <input type="checkbox"/> 官公庁業務とのかかわりについて <input type="checkbox"/> 官公庁業務の受託状況について																																																						
■ 実査期間	2016 年 11 月 13 日～25 日 ※2016 年 12 月 20 日、2017 年 1 月 10 日メールにて督促を実施。 前年度調査の回答会員社には合わせて電話督促も実施した。																																																						
回収数／発送	69 社 / 126 社 回収率 54.8%																																																						
※過去調査の概要	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>実査期間</th> <th>発送数</th> <th>回収数</th> <th>回収率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008 年</td> <td>11/5-28</td> <td>142 社</td> <td>73 社</td> <td>51.4%</td> </tr> <tr> <td>2009 年</td> <td>11/2-30</td> <td>148 社</td> <td>73 社</td> <td>49.3%</td> </tr> <tr> <td>2010 年</td> <td>11/1-15</td> <td>150 社</td> <td>66 社</td> <td>44.0%</td> </tr> <tr> <td>2011 年</td> <td>11/1-15</td> <td>147 社</td> <td>66 社</td> <td>44.9%</td> </tr> <tr> <td>2012 年</td> <td>11/1-15</td> <td>141 社</td> <td>65 社</td> <td>46.1%</td> </tr> <tr> <td>2013 年</td> <td>11/1-15</td> <td>134 社</td> <td>63 社</td> <td>47.0%</td> </tr> <tr> <td>2014 年</td> <td>11/4-21</td> <td>130 社</td> <td>63 社</td> <td>48.5%</td> </tr> <tr> <td>2015 年</td> <td>11/13-27</td> <td>124 社</td> <td>63 社</td> <td>50.8%</td> </tr> <tr> <td>2016 年</td> <td>11/13-25</td> <td>126 社</td> <td>69 社</td> <td>54.8%</td> </tr> </tbody> </table>						実査期間	発送数	回収数	回収率	2008 年	11/5-28	142 社	73 社	51.4%	2009 年	11/2-30	148 社	73 社	49.3%	2010 年	11/1-15	150 社	66 社	44.0%	2011 年	11/1-15	147 社	66 社	44.9%	2012 年	11/1-15	141 社	65 社	46.1%	2013 年	11/1-15	134 社	63 社	47.0%	2014 年	11/4-21	130 社	63 社	48.5%	2015 年	11/13-27	124 社	63 社	50.8%	2016 年	11/13-25	126 社	69 社	54.8%
	実査期間	発送数	回収数	回収率																																																			
2008 年	11/5-28	142 社	73 社	51.4%																																																			
2009 年	11/2-30	148 社	73 社	49.3%																																																			
2010 年	11/1-15	150 社	66 社	44.0%																																																			
2011 年	11/1-15	147 社	66 社	44.9%																																																			
2012 年	11/1-15	141 社	65 社	46.1%																																																			
2013 年	11/1-15	134 社	63 社	47.0%																																																			
2014 年	11/4-21	130 社	63 社	48.5%																																																			
2015 年	11/13-27	124 社	63 社	50.8%																																																			
2016 年	11/13-25	126 社	69 社	54.8%																																																			

■ 企業属性

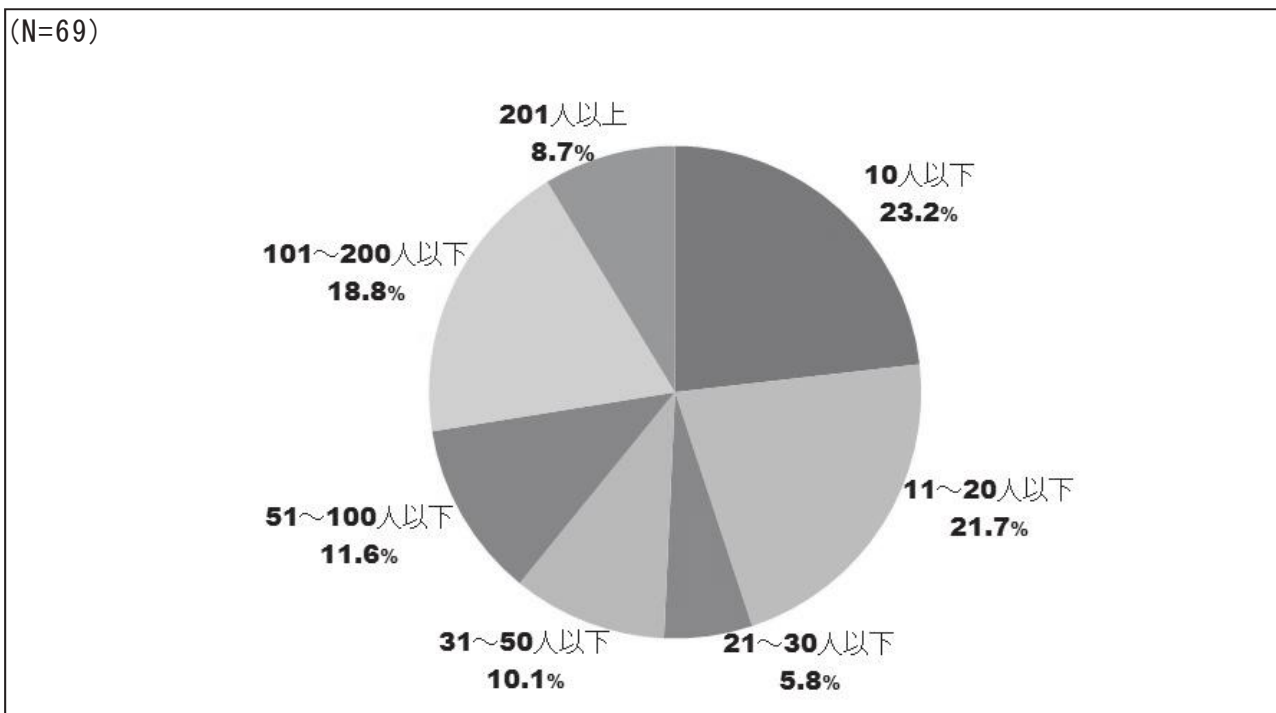
【売上高】

F1. 昨年度(2015年度)の売上高をお知らせください。(SA)



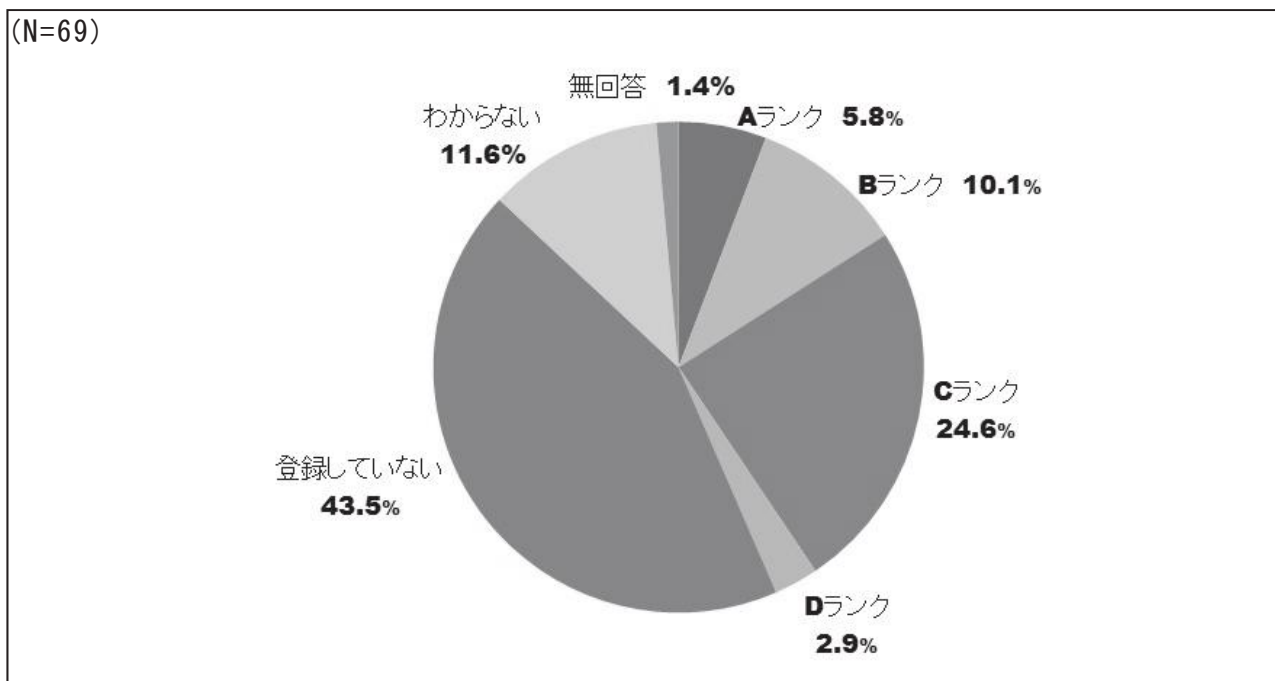
【従業員数】

F2. 総従業員数(常勤役員を含む社員:年金、健康保険を会社負担している)をお知らせください。(SA)



【全省統一資格におけるランク】

F3. 全省庁統一資格における貴社のランクは次のどれに該当しますか。(SA)



●府省統一資格ランクとは……

府省庁における入札参加に必要な資格で、付与される資格等級には、A、B、C、Dの4ランクがある。資格等級は、事業者の年間売上高、自己資本額、営業年数等によって与えられた点数により決定される。なお、府省庁の入札案件には予定価格が設定されており、資格等級ごとに入札可能案件が異なる。

出典：『競争参加者の資格に関する公示』

<全体総括>

- ・当小委員会における会員社に対する調査は今年度で9回目、調査タイトルを「調査インフラ等に関する実態調査」と改称してからは5回目の調査となった。
 - ・今回の調査内容は、調査員の現況、社員の資格、各調査手法の実施状況、官公庁業務とのかかわり、官公庁業務の受託状況を尋ねる内容となっている。
 - ・今回は新たに「ジョイント・ベンチャー」や「分離調達」などの民間業者の公的統計への参入意向の質問を加えている。なお、回答に大きな変化がない認証資格質問や社員や調査員の研修の質問を減らし、昨年休止質問とした「エリア別調査員人数」「統計調査員の兼務割合」や「官公庁案件の受託状況」の質問を復活させた。
- 回収率は過去最高の55%であった。

<各章の概況>

■調査員について

- ・調査員を保有しているJMR A会員社は約5割(36社/69社)である。
- ・このうち調査員を通年で募集しているのは36社のうち9社となっている。
- ・27社が平均約410人の訪問調査の調査員を保有している。
- ・調査員や調査員調査を取り巻く環境について、調査員の高齢化を会員社の約9割、調査員のなり手の減少を8割が課題と感じている。
- ・調査員のなり手不足に対する方策として、約5割の会員社が調査員に複数地点をかけもちで担当してもらうことで対応している。
- ・「調査員」の確保や育成のために最も注力をしていることの見解では、優秀な調査員の確保のために調査員からの紹介もあがっている。

■社員の資格について

- ・JMR A会員社全体での保有者数は、統計調査士が23社、240人、専門統計調査士が24社、238人である。
- ・JMR A会員社における受験者数は前年に比べ、専門統計調査士・統計調査士ともに増加したものの、総受験者数に占める割合について専門統計調査士が減少、統計調査士は増加した。
- ・JMR A会員社における専門統計調査士の支援状況についてみると、「専門統計調査士」及び「統計調査士」の推奨は選択的推奨を合わせても4割に届いていない。会社が全部または一部費用負担をする社と受験者が全額個人負担をする社数が同数となった。
- ・統計調査士・専門統計調査士受験対策講座の認知が約6割であった。このうち約1割が参加している。非参加理由としては、日程の問題や必要性がないといった意見があがっている。
- ・統計調査士および専門統計調査士に関する意見としては、推奨をする回答がある一方で、必要性や活用場面、業務領域との関連性がネックとなり、足踏みをしている意見が見受けられている。

■各調査手法の実施状況について

- ・各調査手法別の実施案件本数について、訪問調査は672本、郵送調査は774本、インターネット調査は3万3,186本となっている。

- ・インターネット調査の自社パネル保有率は約 3 割(19 社)であった。エリア別の最大パネル数は大きい順に、首都圏ブロックが約 33 万サンプル、近畿ブロックが約 14 万サンプル、東海ブロックが約 8 万サンプルである。

■官公庁業務とのかかわりについて

- ・官公庁案件の変動費は、3 割超の会員社が 70%以上となっている。
- ・府省からの業務委託への参入意向は「参入したい」が 4 割となっている。
- ・参入条件として利益や調査仕様のほか、強みを生かせるかどうかについてもあがった。
- ・府省からの業務委託に、ジョイント・ベンチャー形態での参入意向は 1 割となった。
- ・ジョイント・ベンチャー形態での参入意向の理由として、「参入後の継続的な効果(有益性)を最重要視しているため」との意見があがった。一方、参入したくない理由として、利益確保や社内の体制の意見があがっている。
- ・府省からの業務委託に、分離調達での参入意向は 2 割であった、
- ・分離調達での参入意向の理由として、自社の得意分野で受託できることがあがった。一方、参入したくない意見として利益が小さくなることなどがあがっている。
- ・官民人事交流については、官民の互いの状況を理解することについてのメリットがあがる一方、人材が足りない状況にあって実施できる企業が限られることなどの意見もあがっている。
- ・参入を希望する調査手法は訪問調査と郵送調査が上位。事業所・企業対象の訪問調査と郵送調査、一般世帯・個人対象の郵送調査を希望する会社が 5 割を超える。
- ・府省からの委託業務で自社対応が可能な最大サンプル数は、訪問調査は 3 万サンプル、郵送調査は 200 万サンプルであった。
- ・官公庁業務への参入に向けた主要な対応策は、「人材の育成」が最も高く、「調査員の教育」「調査員の確保」「業務委託先の拡充」と続いている。

■官公庁業務の受託状況について

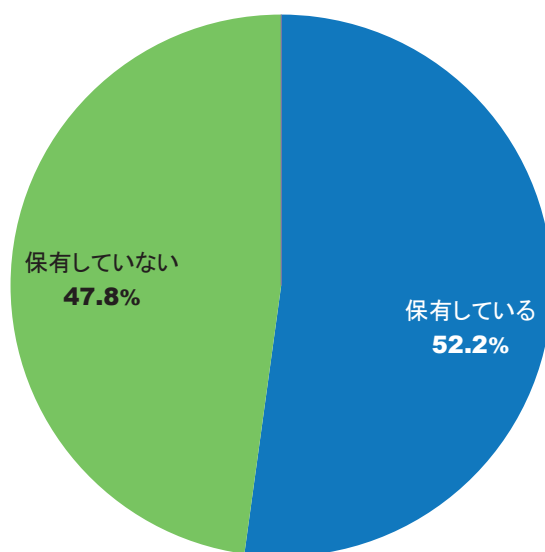
- ・2015 年度に官公庁案件を直接受託していた会員社は約 3 割である。
- ・地方自治体などを含む官公庁からの J M R A 会員社の受託本数は、726 本、受託金額は 53 億 2,855 万円である。
- ・府省からの受託本数は 138 本、受託金額は 37 億 1,135 万円であった。府省別に本数をみると、経済産業省(12 本)、内閣府(7 本)、総務省(7 本)、厚生労働省(6 本)が多い。
- ・調査手法別に受託金額をみると、郵送調査が最も多く 16 億 3,285 万円である。
- ・府省案件の入札断念理由について、受注してもうまみがない、少ない(約 5 割)が最も多かった。2 番目に意見が多い入札資格は約 2 割であった。
- ・府省からの委託業務に関する意見についてみると、積極姿勢にある回答がある一方、費用や仕様に関する意見もあがっている。

1. 調査員の保有有無

調査員を保有している会員社は約5割となっている。

問1. 貴社は「訪問調査、ミステリーショッパー、CLT等の各種調査に対応できる調査員」を保有していますか。(SA)

(N=69)



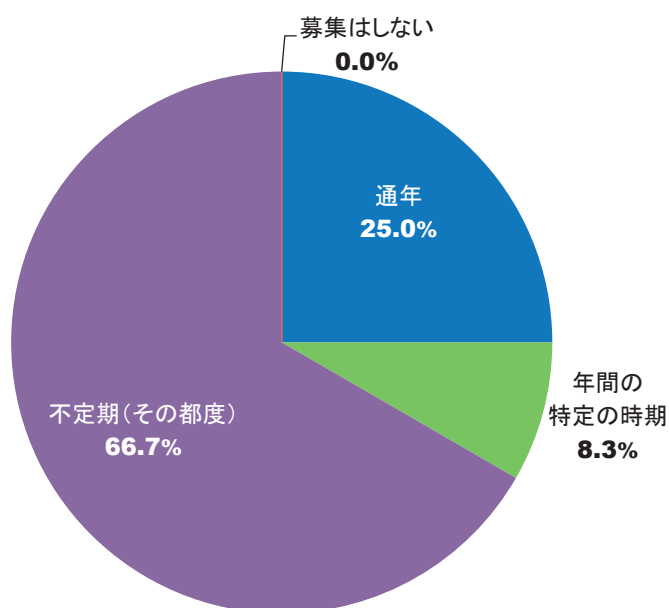
● J M R A加盟社 126 社のうち、今回の調査に回答したのは 69 社である。このうち、調査員を「保有している」と回答したのは 36 社(52.2%)である。

2. 調査員の募集時期

調査員を通年で募集しているのは36社のうち9社となっている。

問 2SQ1. 貴社における調査員募集の時期をお知らせください。(SA)

(n=36) 調査員保有社ベース



●調査員の募集を不定期で行っている会員社が約7割。募集をしていない会員社は0%である。

3. 手法別・エリア別調査員人数／統計調査員の兼務割合

訪問調査の調査員は 27 社が平均約 410 人を保有している。

問 2SQ2. 貴社で保有している調査員のうち、実際に『稼働可能な調査員(専属、登録調査員を含む)』の人数を調査手法ごとにお知らせください。(手法間での重複可 FA)

問 2SQ3. では貴社で『稼働可能な訪問調査員(専属、登録調査員を含む)』の人数をブロック別にお知らせください。(エリアの重複可 FA)

問 2SQ4. 貴社の訪問調査員のうち、官公庁の統計調査員の仕事をしていると思われる調査員はおおよそどのくらいの割合を占めますか。(FA)

手法別調査員人数		
	回答社数	平均人数
訪問調査	27	406.6
ミステリーショッパー	18	132.7
来店客・来街者	19	134.6
電話調査	15	30.9
CLT	21	85.7
その他	9	81.1
合計	33	547.7

統計調査員の兼務割合		
	回答社数	%
訪問調査員	22	38.4%

エリア別訪問調査員人数		
	回答社数	平均人数
北海道	16	32.1
東北	16	62.6
北関東	16	24.9
首都圏	23	123.5
北陸信越	17	45.2
東海	19	60.5
近畿	20	83.9
中国	17	41.3
四国	16	26.2
九州	18	84.2

※調査手法間の重複カウント、エリア間の重複カウントを許容しているため、各項目の合計値と合計欄の値は一致しない。

※平均人数は、0 人の回答を含まない。

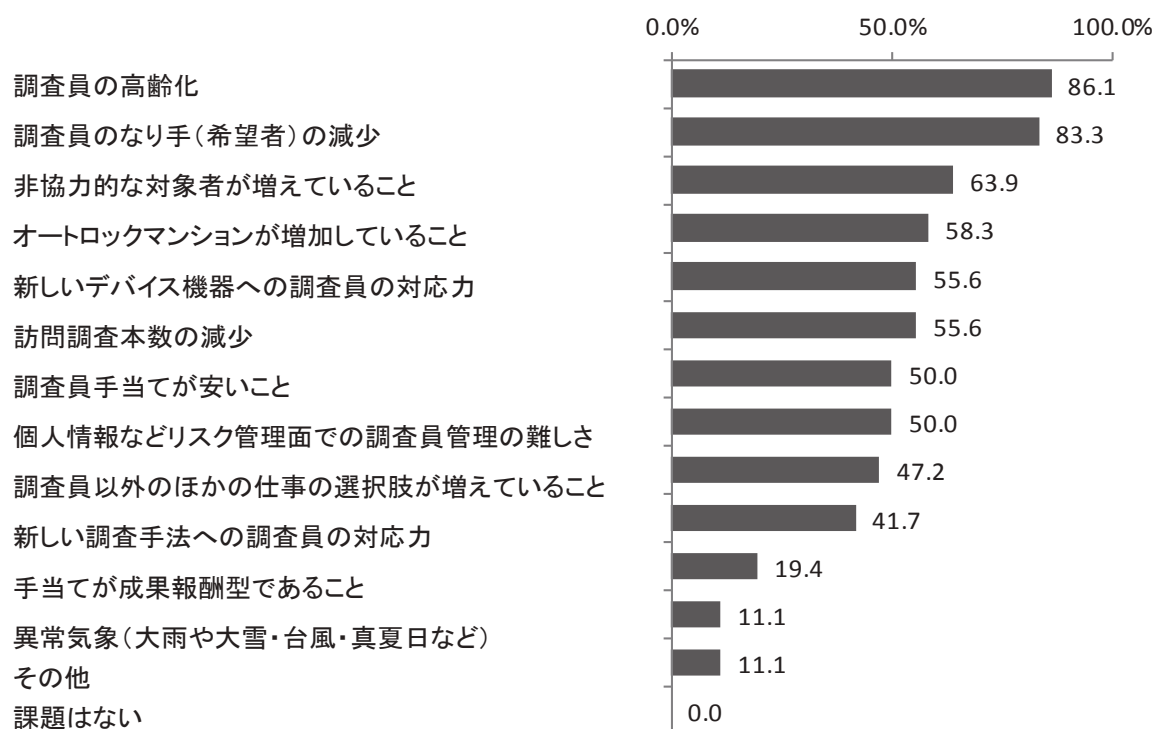
- 稼働可能な調査員数は、全ての調査手法で合計した人数で 1 社あたり約 550 人となっている。
- 手法別で平均人数が最も多いのは「訪問調査」27 社 407 人であり、以下、「来店客・来街者」19 社 135 人、「ミステリーショッパー」18 社 133 人、「CLT」21 社 86 人と続く。

4. 調査員や調査員調査を取り巻く環境について

約9割が調査員の高齢化を課題と感じている。

問3. 昨今の調査員および調査員調査を取り巻く環境について貴社が課題と感じていることはありますか。(MA)

(n=36) 調査員保有社ベース



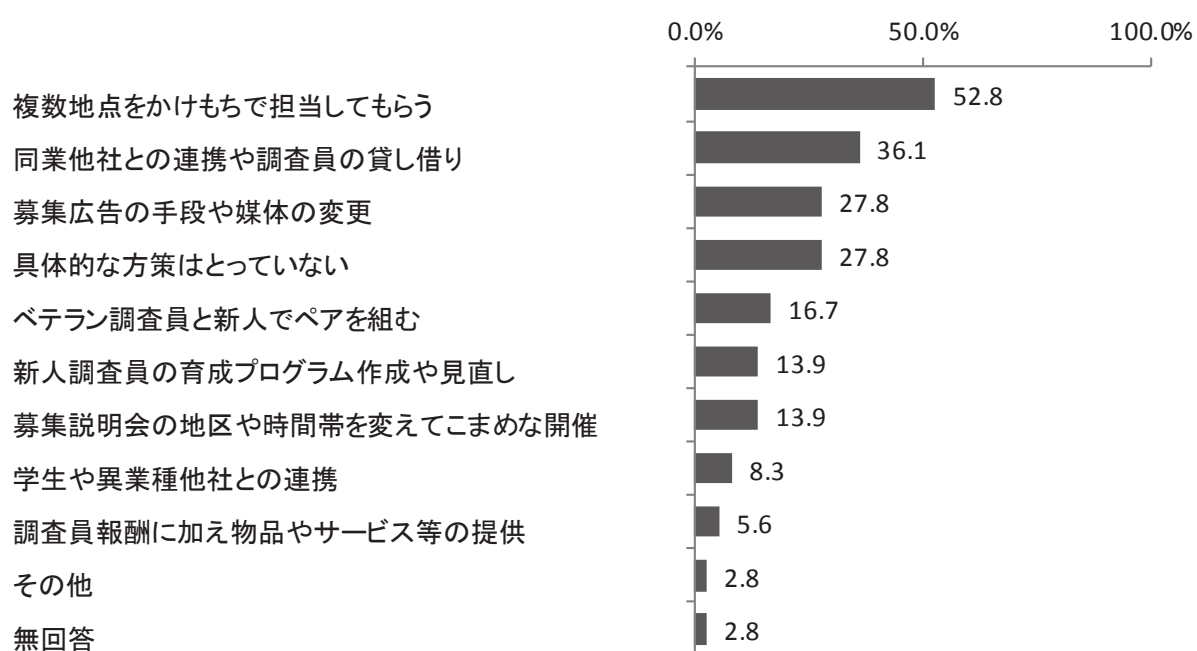
●課題と感じていることは、回答が多い順に「調査員の高齢化」、「調査員のなり手(希望者)の減少」、「非協力的な対象者が増えていること」等があがっている。

5. 調査員のなり手不足に対する方策

約5割が複数地点をかけもちで担当してもらうことで対応している。

問4. では、調査員のなり手(希望者)の減少に対して、貴社がとられている具体的な方策はありますか。貴社が検討中、もしくは既に取り組んでいる策に近いものがあればいくつでも選んでください。(MA)

(n=36) 調査員保有社ベース



●方策としていることは、回答が多い順に「複数地点をかけもちで担当してもらう」、「同業他社との連携や調査員の貸し借り」、「募集広告の手段や媒体の変更」、「具体的な方策はとっていない」等があがっている。

6. 「調査員」の確保や育成のために最も注力をしていること (FA)

優秀な調査員の確保のために調査員からの紹介もあがっている。

問 5SQ2. では、「調査員」の確保や育成のために最も注力していることは何ですか。(FA)

「調査員」の確保や育成のために最も注力していること
■ こまめな募集。採用後も脱落しないように、細かいフォローを実施。
■ (自社ではなく)グループ会社内での機能分担や、グループ外のパートナー会社を利用。
■ 日頃から調査員、外注先と良好な関係を築き、維持する。
■ 外注先と実査環境をとりまく状況等を共有し、場合によってはヨコ連携で対応するなど、協力関係にある会社を増やす。
■ 「学生アルバイト」を確保するために、社員とコミュニケーションを活発にしている。
■ 採用者には速やか、かつ継続的に業務を担当してもらう。
■ 調査員ネットワーク維持のため、毎年発生の継続業務を受注する。
■ 広告媒体を使用する際の文言(特殊な仕事ではないことのアピール)にて応募者を増やす。
■ 優秀な調査員からの紹介を推奨することで調査員としての確かな人材を確保する機会が増える。
■ 既存調査員からの紹介。
■ 信頼できる人材を求めているので既登録者からの紹介を主としている。
■ 調査員による新人調査員紹介の強化(紹介料の支払いなど)。
■ 調査員に紹介手当を支給し、紹介を推奨。紹介してくれた人の初回調査に同行する等のフォローもしてもらっている。
■ 関係性を深くし、当社のやり方(考え方)を理解してもらう。
■ 自身で行う業務に対する理解や満足度を高めてもらえる様に、十分に説明を行い、理解をいただいています。
■ 就業の機会と報酬の確保。
■ 調査員の仕事をよく理解してもらったうえで、調査員になってもらうこと。辛いことの方が多くもあり、それに耐えられる人材の確保や教育を念頭に置いている。
■ 調査員の能力を適正に評価し、ランクを付ける。
■ 適切な指示伝達、正当な評価、対価。
■ 内勤業務との併用。
■ 調査員登録のための調査教育指導会を実施。ふるいをかけて、残った調査員候補を確保する。
■ 来店客調査などでは、巡回社員がきめ細やかに指導し、育成に努めている。
■ 類似業務における好事例があれば、業務説明会などの場ですべての調査員と共有する。
■ 調査期間中は調査員とこまめに連絡を取り合い、対象の属性に応じた指示を出す。

「調査員」の確保や育成のために最も注力していること(続き)
■ 教育研修の充実(調査員としての基礎教育ならびに担当いただく業務の机上および現地研修必須)。
■ 現地指導層調査員の実査同行およびサポート体制の充実。
■ 育成については社内、外の研修プログラムを実施。
■ バイザーの確保。
■ ベテラン調査員と新人でペアを組み同行することで、ベテランがもつノウハウを継承させている。
■ 研修体系の整備によるキャリアアップの支援、会社とのつながりを強めるべくコミュニケーションの強化 継続的かつ安定的な業務の供給。
■ 指示～回収まで社員との一体感を持っていただく。
■ 定期的な研修。OJT。
■ 社内ディスカッションや社外研修の機会を増やしてスキルアップを図る。
■ 専門性を持たせ、高度なインタビューに対応できるように。
■ 簡単な仕事から覚えてもらい、徐々に難易度を上げて育成。
■ 調査票の回答抜けの確認→FA の補足→ヒアリングという段階を経て仕事に慣れていってもらう。
■ クライアントファーストの精神(=業務目的の理解力の把握および促進)。
■ 個人情報保護教育。
■ 個人情報保護を理解させた上での対象者への説得技術向上に注力しています。

7. 「社員」の確保や育成のために最も注力していること (FA)

問 5SQ1. 貴社が人材の確保や育成のために最も注力していることは何ですか。社員と調査員に分けて教えてください。(FA)

「社員」の確保や育成のために最も注力していること
■ リサーチスキルだけでなく、ITスキルなどの新たな業務に求められるスキルを持った人材を、確保・育成すること。
■ 応募者と社員との面談機会を積極的に設け、仕事や事業の価値、当社での働き甲斐について考え話してもらったり、そこで生まれた課題感や成長意欲に応えるための教育機会(研修、講演、書籍など)を様々な観点から設ける。
■ 採用時は、自ら学ぶ姿勢をもっているか、過去の知識を活用できる応用力があるかをみるようにしている。育成については、集計という一工程だけではなく、調査全体を理解できるよう、ITを活用できるようにOJT、集合研修などでスキルアップに努めている。
■ 採用にあたってはモデレータ適性の有無を最重視。育成にあたっては定性調査の企画～実査～分析までをワンストップで出来るよう、総合力での育成に注力している。
■ チャレンジングな人材を確保し、手厚い教育を実行する。
■ 【確保】中小企業、サービス業であることと、自社文化をしっかりと説明し、ミスマッチを防ぐ。【育成】コミュニケーションをしっかりととりながら、仕事を任せていく。
■ Groupの掲げる価値基準を理解し共感した上で、個人の成長と、会社の成長を目指すことを目標として共有できる人材であること。
■ 調査に少しでも興味をもっている人の人材確保、役立っていることを意識できるような育成。
■ 本人志向とポジションの方向性のミスマッチを防ぐ。
■ 若手のリサーチャー経験者及び第二新卒(ポテンシャル層)の採用ができるよう、各方面に網を張っている。
■ 実務経験を積む中から体得するためのOJTに注力している。
■ 採用面では複数の採用手段を使って新卒及び即戦力となる人材の確保。育成面では資格取得や技術習得等、専門性を高める取り組み。
■ 異業種からの獲得。
■ メディカル領域の経験 語学力(英語)。
■ MRへの熱意。
■ グループ関連会社に人材紹介会社を有し、そこを使う。隔週でシニア社員による若手社員の社内トレーニングを行う。
■ 会社のブランドイメージのアップ、労働時間の削減、研修体系の整備によるキャリアアップの支援

「社員」の確保や育成のために注力していること(続き)
■ 個人ごとのキャリアプランを作成し、面談での振り返り等、個人の目標に合わせた教育プランの作成。
■ 若年層採用による、組織の若返りと成長余力確保・人材育成施策(研修等)への投資拡充による、能力開発と市場価値の向上。
■ 社内ディスカッションや社外研修の機会を増やして個々のスキルアップを図る。
■ 給与面での改善。
■ 社員と会社にとってともにWin-Winの関係であること。
■ 定期的・計画的な新卒の採用と入社後の継続的な教育研修プランの実践。
■ スキルレベルの現状把握、スキルアップの促進。
■ 案件を総合的に担当することにより、調査の目的や内容の理解を深めてもらう。
■ チャレンジする機会の提供、成長促進支援。
■ ○基礎統計(基礎テクニカルスキル) ○折衝力(営業力:コミュニケーションスキル) ○プロジェクト遂行能力 ○計数管理能力(管理会計能力を含む) ○データ解析力(分析力:アドバンステクニカルスキル) ○企画力・提案力(コンセプチュアルスキル) ○ISO, 個人情報保護を含むコンプライアンス ※中でも「企画力・提案力(コンセプチュアルスキル)」。
■ 基本を重視、徹底させる。
■ ミス/トラブルの再発防止のための情報共有、OJT、英語等の外国語学習支援。
■ 社員各自が興味を持つ分野(あくまでも調査領域に限定)について研修を受けてもらう取組を行っている。
■ 個人情報保護法を理解させる事。
■ イベント、社内横断企画などによる社内コミュニケーション。
■ 仕事における精神面でのケア。
■ フィールドワークの調査環境が変わっていく中、前年踏襲のみとすることなく、若手社員には新たな視点による改善提案をするよう指導している。
■ 会社の透明性(利益額に応じて、社員に分配している)を保ち、お客様と直接取引することで、仕事へのモチベーションを維持・向上させる。
■ キャリアマネジメントの確立。
■ 若い世代を一から教育して、リサーチャーとして育成。
■ 早期にリサーチャーとして独立できるように、スキル研修を体系化して実施。
■ 知識だけでなく経験知を得られるような研修を実施。
■ 一般ビジネス系の研修。
■ 母集団からの地点抽出計算⇒調査員招集⇒調査員向けインスト実施⇒FW管理⇒回収⇒審査⇒インスペクションの実施⇒完了までの流れを繰り返し徹底的に教育。

1. 資格の保有人数

専門統計調査士は 23 社、240 人が保有している。

問 6. 貴社が把握している下記資格の保有人数(社員)をお知らせください。(FA)

(N=69)

資格保有人数

	回答社数	人数
専門統計調査士	23	240
統計調査士	24	238
専門社会調査士	7	36
社会調査士	10	47

※専門統計調査士と統計調査士の保有人数については下記のような点に留意されたい。専門統計調査士の合格条件は、統計調査士と専門統計調査士の両方の試験を合格することである。すなわち、両方の試験を合格している者は統計調査士と専門統計調査士の有資格者となる。それゆえ、専門統計調査士の試験のみを合格し、統計調査士の試験を合格できていない者は専門統計調査士の有資格者とはならない。一方、統計調査士の試験のみを合格できている者は統計調査士の有資格者となる。

●専門統計調査士は 23 社 240 人、統計調査士は 24 社 238 人であった。

2. 資格試験の受験者数

専門統計調査士の総受験者数に占める J M R A 会員社の受験者数割合が減少。

問 7. 貴社が把握している下記資格の受験者数(社員)をお知らせください。(FA)

2015年度受験者数

2015年度	回答社数	人数	総受験者に占める割合
専門統計調査士	11	61	29.2%
統計調査士	12	76	18.8%

2016年度受験者数

2016年度	回答社数	人数	総受験者に占める割合
専門統計調査士	11	66	25.7%
統計調査士	15	90	19.9%

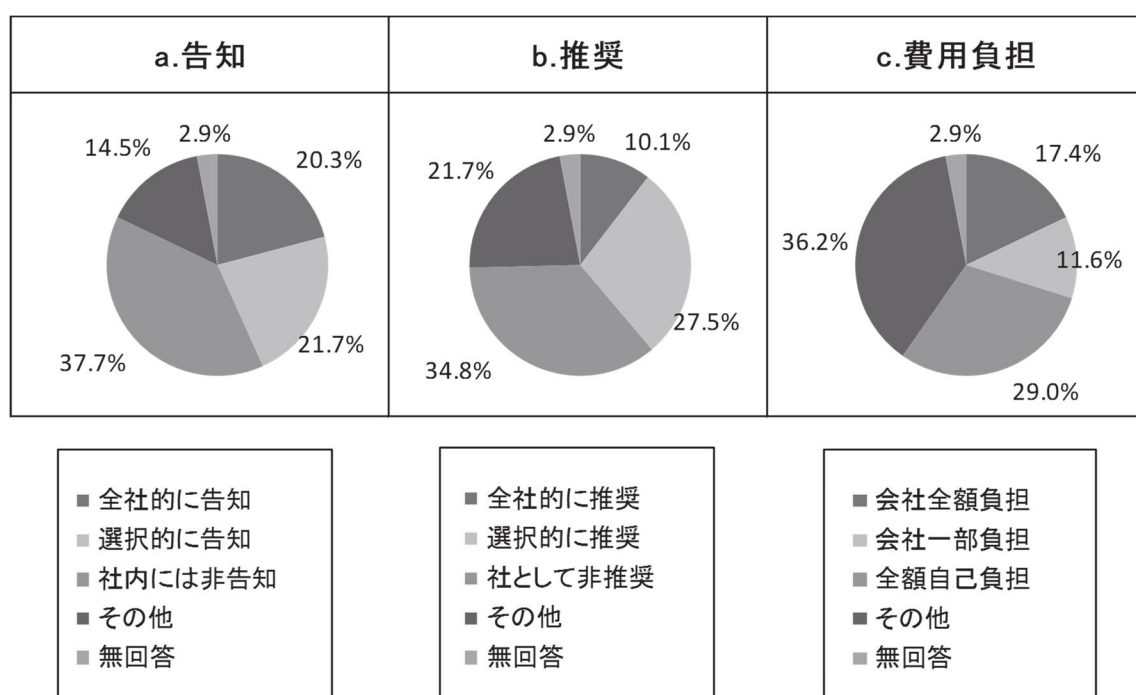
●2016年度は2015年度に比べ、専門統計調査士の総受験者数に占める J M R A 会員社の受験者数の割合が減少している。統計調査士については増加した。

3. 専門統計調査士および統計調査士取得への支援状況

「専門統計調査士」および「統計調査士」は1/3以上の会員社で非告知。

問8. 社員の「専門統計調査士」及び「統計調査士」の資格取得に関する貴社の取り組みについて、お知らせください。(各 SA)

(N=69)



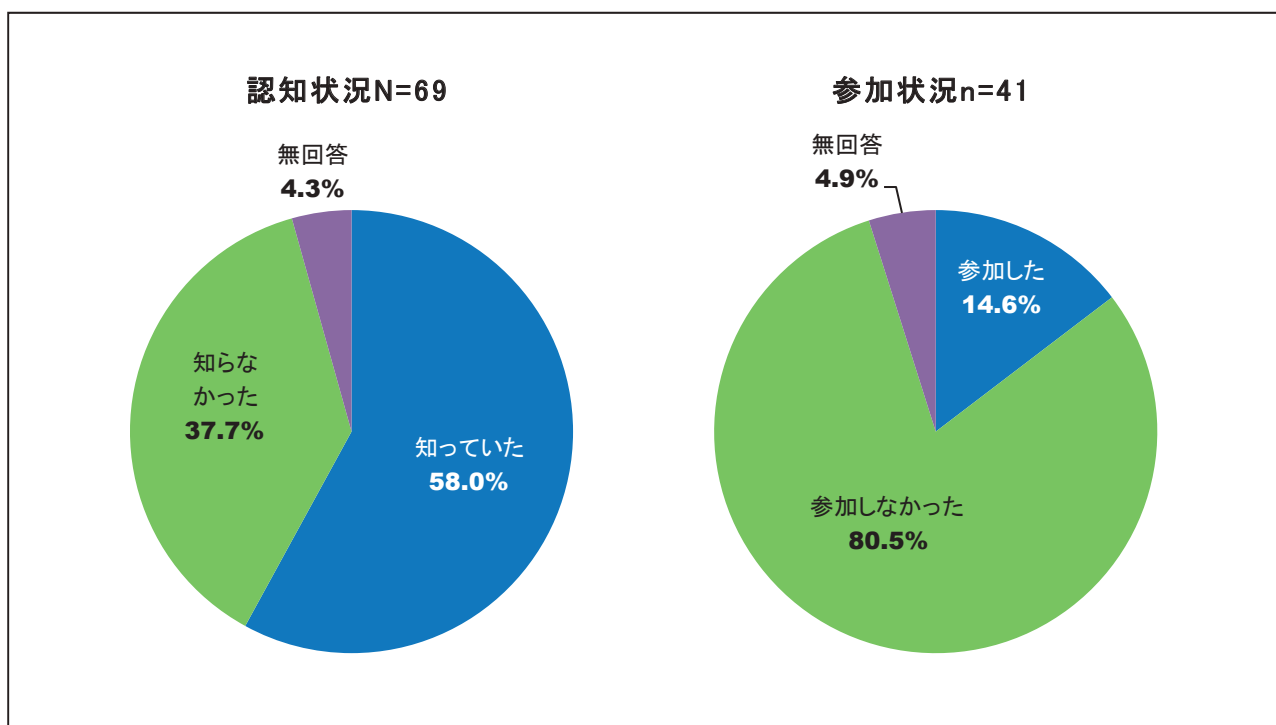
●「専門統計調査士」および「統計調査士」の推奨は選択的推奨を合わせても5割に届いていない。何らかの費用負担をする会社数と受験者に全額自己負担をさせる会社数が一致した。

4. 統計調査士・専門統計調査士受験対策講座の認知／参加状況

会員社の認知は約 6 割、うち参加は 1 割。

問 9. J M R A では昨年度と今年度に「統計調査士・専門統計調査士受験対策講座」を開催しました。貴社ではこの受験対策講座の開催をご存知でしたか。(SA)

問 9SQ1. 貴社における今年度(2016 年度)の受験対策講座への参加状況についてお知らせください。



● 統計調査士・専門統計調査士受験対策講座の認知が約 6 割であった。このうち約 1 割が参加している。

5. 統計調査士・専門統計調査士受験対策講座非参加理由 (FA)

問 9SQ2. 非参加理由をお聞かせください。(FA)

統計調査士・専門統計調査士受験対策講座非参加理由
■ これら資格取得に関心が低いため。
■ 興味・関心がない。
■ 受験の必要性を感じないため。
■ 当該資格保有者を緊急に要する状況ではなかったため。
■ 該当者がいないため。
■ 現在推奨している資格ではなく、資格保有が受注に好影響を与えるとは考えていないので。
■ 個人にまかせている。
■ 自己学習で十分だと思う。自己学習の意欲がない人を支援してまで取得すべき資格とは思わない。
■ 社として推奨していないため。
■ 社員の自主学習による受験とした為。
■ 社内告知はせずに自己判断とした。
■ 当社として特に奨励しているわけではないため。
■ 特に取得が必須とは考えていない。
■ 特に必要性を感じないから。
■ 業務がありタイミングを合わせるのが難しい。
■ 業務繁忙で日程の都合がつかないこと。
■ 日程都合が合わなかった。
■ 定性調査が主たる業務のため。
■ 他の研修の優先度を重視したため。
■ 知らなかったから。

6. 統計調査士および専門統計調査士に関する意見(FA)

問 10. 「専門統計調査士」や「統計調査士」の資格及び対策講座について、貴社のお考えやご意見があればお聞かせください。(FA)

「統計調査士」や「専門統計調査士」の資格についての考え
■ 興味はあるが、現状では取得の奨励までは検討していない。
■ 「専門統計調査士」は、試験の難易度が年々高くなり、実務家に取得してもらおうという当初の目的から少しズレてきた。
■ 「統計調査士」は、調査員が取得するには難しすぎる。調査員は高齢化しており、知識のみを問う試験はあまり勧められない。
■ 調査の実務に近い設問を望む。
■ 業界全体が繁忙となる11月末に受験日が設定されていることが、受験者にとっての最大のネック。
■ 資格取得のモチベーションを高める施策が各企業・業界の双方で必要。
■ 業界としては、資格自体の社会的な地位(価値や認知)の向上や、入札等の案件獲得時のメリット(有資格者割合が多いと加点等)を拡大させるような施策や活動があると良いと思います。
■ どんな職種で効果のある資格であるかを一般向けに広報。どんな学習効果があるのか受検者層に広報。
■ 業界としてより積極的に支援していくべき。
■ マーケティング・リサーチ業界全体の信頼向上、資格化することによる透明性などの向上に有益だと思えます。
■ 会社として推奨する。合格時の受験料を会社負担としている。
■ 空いている時間を利用して少しずつ学習させていきたいと思えます。
■ 資格を取得した本人は、仕事に対して自信が持つことができる。
■ 名刺に取得資格を記載すれば、取引先に対しての信用評価に繋がると思えます。
■ 民間向。
■ 一部、興味を持つメンバーが増えてきており、徐々に、推奨の度合いを強めてはいきたいと考えております。
■ 今年はじめて、特定個人を指名して受験させる。
■ 調査士資格所有者が管理等の条件が見受けられるので、資格所有者を作っていきたいとは思っている。

「統計調査士」や「専門統計調査士」の資格についての考え(続き)

- マーケティング調査に必要な統計学の知識は「なぜランダムサンプリングが必要かの理解、3種類の本検定ができること」の2点につきます。マーケティングリサーチャーは統計学の専門家ではありません。マーケティング上の課題解決を提案できるスペシャリストなのです。ですから、ビジネス課題の捉え方、解決方法の提案ができること、その結果を伝えるコミュニケーション力を強化する対策の方が急務です。
- この資格取得が、調査の専門家の証となり、(調査担当の社員、調査員ともに)取得者の優位性、収入増に繋がる仕組み作りを望む。
- 当該資格の弊社業務における有益性を検証し、今後の方針を決定したいと考えます。
- 統計調査士の試験に合格しないと専門統計調査士の資格を得られないが、専門統計調査士の試験に合格すれば資格を取得できるようになるとよいと思う。

1. 調査員調査(訪問調査)

訪問調査の実施本数はJMRA合計で672本。

問 11. 2015 年度に貴社で実施した主たる調査手法が調査員による訪問調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA)

■実施有無 (N=69)

	社数	%
実施している	33	47.8
実施していない	29	42.0
無回答	7	10.1

■実施本数 (n=33)

	社数	%
1 ~ 4 本	6	18.2
5 ~ 9 本	7	21.2
10 ~ 19 本	9	27.3
20 ~ 49 本	6	18.2
50 ~ 99 本	5	15.2
100 ~ 249 本	-	-
250 ~ 499 本	-	-
500 本以上	-	-

■JMRA合計実施本数推計 (n=33)

	本
訪問調査実施本数	672本

■サンプルサイズ別割合 (n=33)

	%
500s未満	54.5
500~1,000s未満	12.6
1,000~3,000s未満	19.7
3,000~5,000s未満	8.2
5,000~10,000s未満	2.8
10,000s以上	2.1

●訪問調査を実施している会員社は約5割である。実施本数は1~19本が約7割を占め、サンプルサイズは500サンプル未満が約5割を占めた。

2. 郵送調査

郵送調査の実施本数はJMRA合計で774本。

問12. 2015年度に貴社で実施した主たる調査手法が郵送調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA)

■実施有無 (N=69)

	社数	%
実施している	39	56.5
実施していない	24	34.8
無回答	6	8.7

■実施本数 (n=39)

	社数	%
1 ~ 4本	13	33.3
5 ~ 9本	11	28.2
10 ~ 19本	3	7.7
20 ~ 49本	8	20.5
50 ~ 99本	3	7.7
100 ~ 249本	1	2.6
250 ~ 499本	-	-
500本以上	-	-

■JMRA合計実施本数推計 (n=39)

	本
郵送調査実施本数	774本

■サンプルサイズ別割合 (n=39)

	%
500s未満	25.7
500~1,000s未満	13.7
1,000~3,000s未満	29.4
3,000~5,000s未満	12.9
5,000~7,500s未満	7.2
7,500~10,000s未満	2.9
10,000~30,000s未満	5.8
30,000s以上	2.4

●郵送調査を実施している会員社は約6割である。実施本数は4本以下が約3割を占め、サンプルサイズは5,000サンプル未満が約8割であった。

3. インターネット調査

インターネット調査本数はJMRA全体で3万3,186本。1週間程度で回収が見込める最大サンプル数の最大値は50万サンプル。

問 16. 2015年度に貴社で実施した主たる調査手法がインターネット調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA)

問 17. 1週間程度で回収が見込める最大サンプル数をお知らせください。(FA)

■実施有無 (N=69)

	社数	%
実施している	37	53.6
実施していない	19	27.5
無回答	13	18.8

■実施本数 (n=37)

	社数	%
1 ~ 24 本	12	32.4
25 ~ 49 本	4	10.8
50 ~ 99 本	4	10.8
100 ~ 199 本	3	8.1
200 ~ 499 本	5	13.5
500 ~ 749 本	2	5.4
750 ~ 999 本	2	5.4
1,000 ~ 2,499 本	1	2.7
2,500 ~ 4,999 本	2	5.4
5,000 ~ 9,999 本	1	2.7
10,000 ~ 19,999 本	1	2.7
20,000 本以上	-	-

■1週間で回収が見込める

最大サンプルサイズ(n=23)

	社数	%
~ 5万 s	11	47.8
~ 10万 s	2	8.7
~ 20万 s	3	13.0
~ 30万 s	5	21.7
~ 50万 s	2	8.7
~ 100万 s	-	-
100万 s以上	-	-

■JMRA合計実施本数推計 (n=37)

	本
インターネット調査実施本数	33,186本

■サンプルサイズ別割合 (n=37)

	%
1,000s未満	67.4
1,000~5,000s未満	20.7
5,000~10,000s未満	5.5
10,000s以上	6.4

■1週間で回収が見込める

最大サンプル数の平均値(n=23)

14万739s

■1週間で回収が見込める

最大サンプル数の最大値(n=23)

50万s

■1週間で回収が見込める

最大サンプル数の中央値(n=23)

10万s

●インターネット調査を実施する(提携他社のパネル利用を含む)会員社は約5割である。サンプルサイズは1,000サンプル未満が約7割、1,000~5,000サンプル未満が約2割であった。

●1週間で回収が見込める最大サンプル数の最大値は50万サンプルであった。

4. 調査可能なパネルの規模

会員社の約3割が自社パネルを保有。

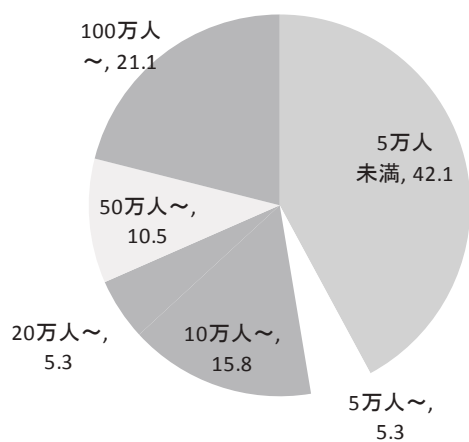
問 13. 貴社は調査可能なパネルをお持ちですか。お持ちであれば人数をお知らせください。(SA)

問 14. 貴社は他社の提携パネルを使うことができますか。使えるのであれば人数をお知らせください。(SA)

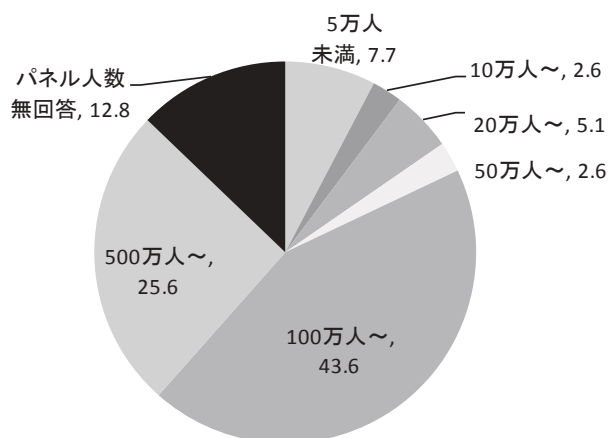
■ パネル保有人数

		5万人未満	5万人～	10万人～	20万人～	50万人～	100万人～	500万人～	パネル人数無回答
自社パネル保有人数 (n=19)	社数	8	1	3	1	2	4	0	0
	%	42.1	5.3	15.8	5.3	10.5	21.1	0.0	0.0
利用できる他社提携 パネル人数(n=39)	社数	3	0	1	2	1	17	10	5
	%	7.7	0.0	2.6	5.1	2.6	43.6	25.6	12.8

自社パネル保有人数



利用できる他社提携パネル人数



■ 自社パネル保有人数平均(利用できるパネル人数の1社平均)

約56.1万人

- 自社パネルを保有している会員社は約3割である。自社パネルと利用できる他社提携パネルをもつ会員社は合わせて約6割である。
- 利用できる他社提携パネルをもつ会員社のうち、100万人～500万人未満規模が最も多く約4割である。

5. エリア別・年代別パネル構成

自社パネルをもつ会員社(13社)のエリア別最大パネル数は首都圏ブロックの33万サンプル。

問15. 問13で自社パネルを持っていると回答された方にお伺いします。貴社の調査可能なパネルのエリア別年齢構成をお知らせください。(FA)

エリア別・年代別パネル人数(人)								
n=13	エリア別 最大値	年代別パネル人数最大値						
		20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
北海道	35,418	1,892	6,617	10,424	9,989	5,415	2,171	552
東北	39,249	2,706	8,020	12,395	9,940	6,520	2,289	500
北関東	30,339	1,879	5,926	9,298	8,251	5,008	2,272	625
首都圏	330,817	13,083	62,788	115,591	84,448	43,791	17,917	6,468
北陸信越	38,229	2,547	7,857	11,663	9,724	5,741	2,174	518
東海	83,041	5,625	15,364	25,082	23,561	15,783	5,502	1,413
近畿	136,922	7,732	25,367	42,742	35,816	22,255	9,158	2,832
中国	35,277	2,278	7,118	10,662	9,268	5,836	2,241	643
四国	17,369	985	3,259	5,517	4,555	2,713	1,128	500
九州	65,851	4,425	13,474	21,534	16,916	10,198	3,793	1,000

●自社パネルをもつ会員社(13社)のエリア別の最大パネル数は大きい順に、首都圏ブロックが約33万サンプル、近畿ブロックが約14万サンプル、東海ブロックが約8万サンプルである。

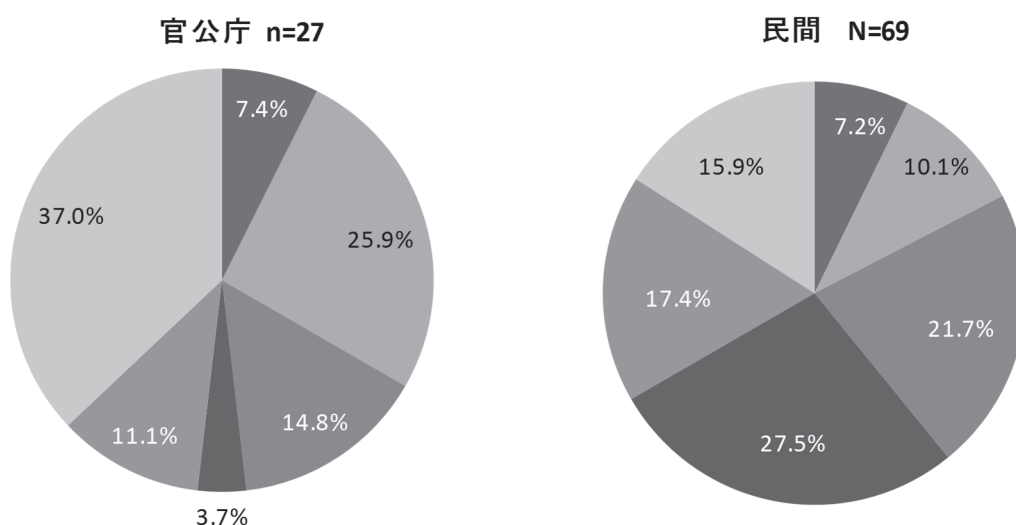
●首都圏のうち、年代別では30代の約11.6万サンプルが最も多く、次いで、40代の8.4万人、20代の6.3万サンプルの順である。

1. 官公庁と民間の直接経費割合

官公庁案件の変動費は3割の会員社が70%以上となっている。

問 18. 貴社の昨年度(2015年度)全受託金額における「変動費(直接経費)=実査・集計・分析・その他業務のための諸支出」の割合は平均するとどのくらいですか。府省と民間に分けてお知らせください。
※固定費(社員人件費等)は除く。(各 SA)

■ 80%以上 ■ 70~80%未満 ■ 60~70%未満 ■ 50~60%未満 ■ 50%未満 ■ 無回答



※官公庁(n=27)は本問において2015年度の官公庁業務を受託していると回答をした会員社を対象とした集計を行っている。
民間(N=69)は本調査の回答社全てを対象としている。したがって、官公庁の回答社は民間の回答社に含まれている。

<参考>変動費割合の推移(加重平均値)

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
官公庁	64.2	68.3	66.4	68.2	67.4
民間	62.9	61.9	63.2	61.3	60.5

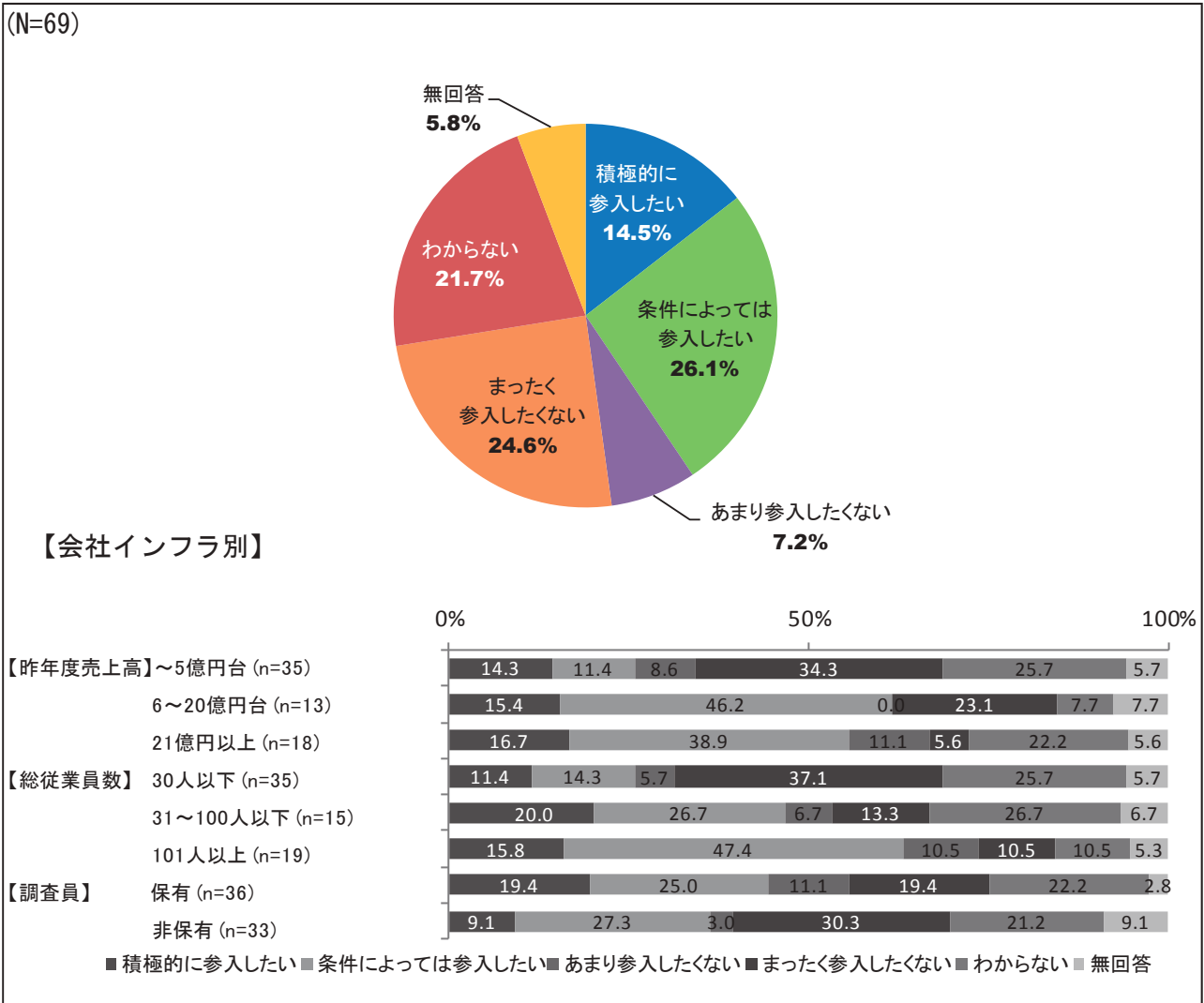
※「加重平均値」は選択肢形式の回答内容を下記のように数値化したものの平均値を算出したものである。
(80%以上:85、70~80%:75、60~70%:65、50~60%:55、50%未満:45)

●官公庁からの受注業務では、民間からの受注業務と比較して変動費の占める割合が高く、「80%以上」と「70~80%未満」で3割を占めている。一方民間からの受注業務では、約2割程度となっている。

2. 府省からの委託業務への参入意向

参入意向は、「参入したい」が約4割。

問 19. 貴社は今後(も)、府省の調査業務に参入していこうと考えていますか。(SA)



● 府省からの委託業務への参入意向(「積極的に参入したい」+「条件によっては参入したい」の計)は、約4割である。

3. 府省からの委託業務への参入を考える条件(FA)

問 19SQ1. 問 19. で「2. 条件によっては参入したい」と回答された会員社の方にお伺いします。「条件によって」の条件とは具体的に何ですか。教えてください。(FA)

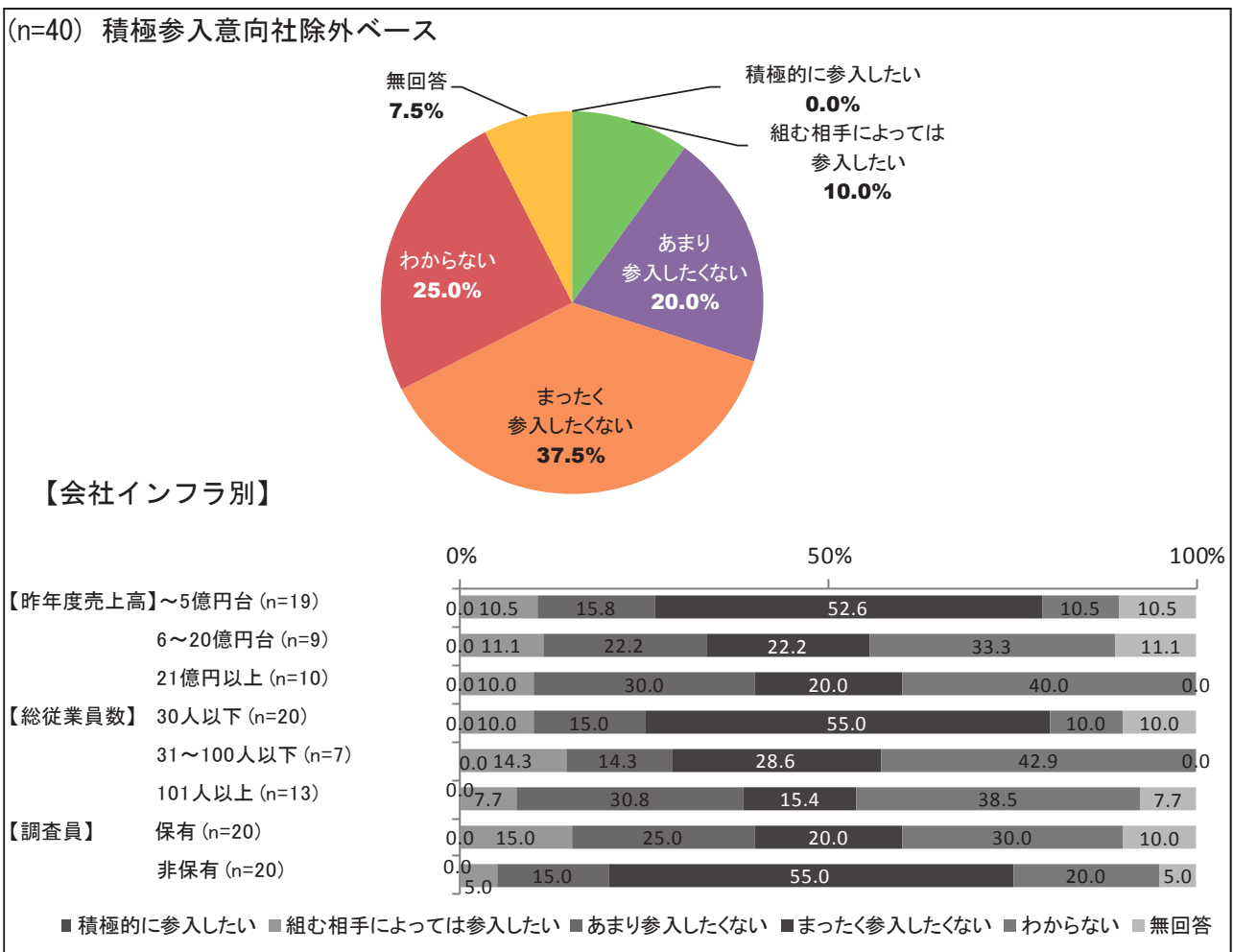
■ 一定の利益の確保が見込めること。
■ 適切な利益確保が見込める。
■ 収支のバランス(利益率)。
■ 実施規模/実施期間/予算。
■ 発注決定の際の評価ポイントが予め明示されている(例:価格のみで選定、企画内容を優先、等)。
■ 入札上限金額が明示されている。
■ 不採用の際、提案内容が落札者に転用されることのないよう、保護されること。
■ 案件の内容。
■ 調査仕様。
■ インターネット調査による案件。
■ 機械式調査によるインターネット利用実態調査であれば参入したい。
■ 実査から集計、報告書までの一貫性作業であれば参加したい、工程の一部分であれば参加はしたくない。
■ 委員会の運営業務など、調査業務以外の業務範囲が含まれる場合は、条件によって参加の可否を判断させて頂く予定。
■ 会社のファシリティの拡大とノウハウを持った人材を採用できれば。
■ 主たる発注元の調査繁忙時期との調整。
■ 弊社がカバーできるサービス範囲であるかどうか。
■ 知見活用ができる案件。
■ 弊社の強みが生かせる分野であれば、参入を検討します。
■ 当社にとって戦略上メリットのある案件であること。

4. ジョイント・ベンチャー形態での参入意向

参入意向は、「参入したい」が1割。

問 19SQ2. 問 19. で「2. 条件によっては参入したい 3. あまり参入したくない 4. まったく参入したくない」と回答された会員社の方にお伺いします。次の施策が行われる調査業務案件だとしたら、貴社は参入していこうと考えますか。(SA)

1. ジョイント・ベンチャー形態(複数の民間企業体が構成員の事業分担と責任が明確化される共同事業体)



●ジョイント・ベンチャー形態での参入意向(「積極的に参入したい」+「組む相手によっては参入したい」の計)は、1割である。

5. ジョイント・ベンチャー形態での参入意向について (FA)

問 19SQ3. その理由を教えてください。(FA)

「組む相手によって参入したい」と回答した理由
■ リーダーシップを誰がとるのかによります。
■ 当社の特徴が生かされる組み方であること、当社のノウハウが保護されるような組み方であること、等、確認できれば、参加したいと考える。
■ 参入後の継続的な効果(有益性)を最重視しているため。

「あまり参入したくない」「まったく参入したくない」と回答した理由
■ メリットを感じない。
■ 価格的に厳しい。
■ 「民間」と同等レベルの収益が見込めるとは思えない。
■ 共同事業体の手続きが面倒そう。
■ 自社が主導権を持ってプロジェクトを推進したいので。
■ 他の会社と組むような風土がないため、ストレスになると思うから。
■ 工程間の業務引き渡し時のトラブル。責任範囲の切り分けなどに不安があるため。
■ 社内体制がまだ整っていないため。
■ 手間がかかりそう。
■ 受託した場合、次回入札の際に仕様が公開されることで、当社独自ノウハウが流出することにある。JVはその懸念を解消するものではなく、府省の調査業務への積極的な参入理由にならない。
■ クライアント対応優先順位が低いため。
■ 興味が無い。
■ 府省からの受託に興味がない。
■ 完全子会社で営業権を持たないため。
■ 入札参加を親会社が認めていない。
■ 当社の事業ミッションに公的統計調査は含まれないため。

「わからない」と回答した理由
■ ケースによっては参入したい。
■ 具体的な内容がわからないと判断できない。
■ 分担形式等が想像つかないため。
■ JV受託の企業間の調整や、所轄官庁への手続き方法についての経験がないため。

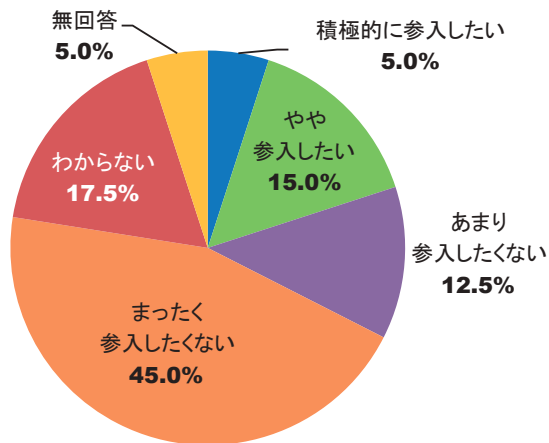
6. 分離調達での参入意向

参入意向は、「参入したい」が約2割。

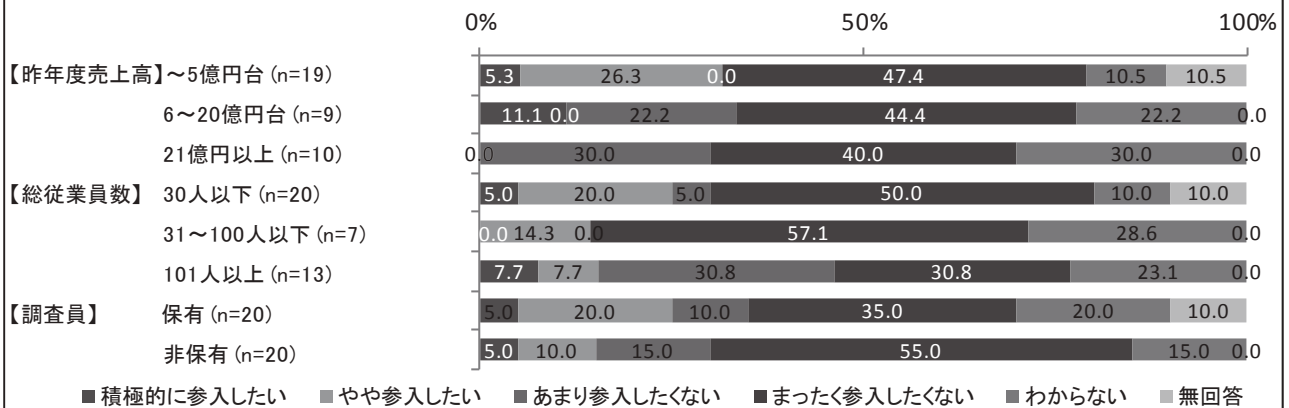
問 19SQ2. 問 19. で「2. 条件によっては参入したい 3. あまり参入したくない 4. まったく参入したくない」と回答された会員社の方にお伺いします。次の施策が行われる調査業務案件だとしたら、貴社は参入していこうと考えますか。(SA)

2. 分離調達(調査業務を実査から集計までの 一貫型ではなく複数の工程に分けて業務委託する形態)の促進

(n=40) 積極参入意向社除外ベース



【会社インフラ別】



●分離調達での参入意向(「積極的に参入したい」+「やや参入したい」の計)は、約2割である。

7. 分離調達での参入意向について (FA)

問 19SQ5. その理由を教えてください。(FA)

「積極的に参入したい」「やや参入したい」と回答した理由
■ 自社の強みを活かせる考えるから。
■ 当社の専門であるCLTであれば！
■ 得意な業務だけで受託できるのであればメリットがありそうだから。
■ 得意分野であればお役に立ちたいと思います。
■ 得意領域を活かせる可能性があるから。
■ 既に、実査部分を伴わないプロジェクトにも参画しており、「各社の得意分野を持ち寄る」方式の有効性を認識しています。
■ 参入後に継続的な効果(有益性)が期待出来るため。
■ その部分がこれまでのネックだったから。
■ 受注内容として終始一貫で依頼されるケースは増えているが、調査スケジュールの重複等で、普段やっていないエントリや集計の人員を確保し、教育する余裕がないため。

「あまり参入したくない」「まったく参入したくない」と回答した理由
■ メリットを感じない。
■ 利益が薄そう。
■ 「民間」と同等レベルの収益が見込めるとは思えない。
■ 業務分担が分かれることにより、利益額も分散し小さくなるため、分離発注は府省の調査業務への積極的な参入理由にならない。
■ 部分委託だと利益が見込みにくい。
■ 得意分野に注力できる反面、価格スケールが減少するため、利益構造はむしろ悪化するという
■ 一貫して担当することの方が当社のよさが出せると思うから。
■ 弊社は、調査設計～報告書作成までの全てをやることにモットーにしているので。
■ 単工程毎の業務受託の際、前工程で発生する可能性のあるリスクが予見できないなど、発生事故に対する責任を明確にすることが、特に事故が発生した際に困難ではないかと考えるため。
■ 府省に限らず当社は調査業務をはじめから終わりまでを行う総合調査会社でありたいと考えるため。
■ 全体像がみえないと他の分離作業との関連からくる品質保持が難しい。
■ 工程間の業務引き渡し時のトラブル。責任範囲の切り分けなどに不安があるため。

「あまり参入したくない」「まったく参入したくない」と回答した理由(続き)
■ クライアント対応優先順位が低いから。
■ 興味が無い。
■ 府省からの受託に興味が無い。
■ 完全子会社で営業権を持たないから。
■ 入札参加を親会社が認めていない。
■ シンジケートトラッカーのみしか行わない方針だから。
■ 当社の事業ミッションに公的統計調査は含まれないから。

「わからない」と回答した理由
■ 条件による。
■ 具体的な内容がわからないと判断できない。
■ すでにこのような形態での受注を行っているが、あくまでも自社の特徴を理解いただいているクライアントの場合のみ。
■ 他業種からの参入が多く、競争が激しいから。
■ 調査手法によっては一貫型が望ましいが、複数の調査手法のものや調査業務+付帯業務(委員会運営や調査結果からの広報物の作成業務など)の形であれば、分離調達のほうが参入しやすいから。

8. 官民人事交流について (FA)

問 20. 次の施策について「公的統計調査業務の民間開放を進めるため」という観点から、貴社はどうお考えになりますか。(FA)

1. 官民人事交流(府省と民間企業が互いの組織に人を出向させあう人事交流)

官民人事交流についての考え
■ たいへん興味深く、検討に値する。
■ 良いと思います。
■ 一般論としては、多様な交流が行われることはよいことだろうと思います。
■ 人事交流の形ではなくとも、府省において前例にとらわれることなく、かつ、官民を問わない斬新なアイデアを取り入れていくことが有効だろうと思います。
■ 互いの状況を理解する事は大変良い事だと思います。その後に良い調査を作れると思います。
■ 交流が即民間開放に直結するとは思えないが、お互いを知ることには意味があると思う。
■ 実情を知ってもらえる機会なので、良いと思う。
■ 人事交流自体は、良いことだと考えます。
■ 適任者が居れば、有用な施策だと思う。
■ 積極的に推進すべきと考えるが、待遇等制度面の整備が必要と感じる。
■ 出向者が賃金・福利厚生等について出向元と同様水準の待遇を維持できること、企業側の求める人材を出向者とすることができること、一年更新での契約が可能であること等、出向者及び受け入れ先のメリットを担保する制度設計となれば人事交流が進むと考えられる。
■ 民間での公的統計調査業務の拡大につながる施策の一つであると評価する。
■ 府省のノウハウ等には興味がある。
■ 民間の発想を導入して業務を進めることは良いことだと思うが、人事交流が効果的かはやや疑問を感じる。
■ よくわからない。
■ 交流という意味では関心がない。
■ 府省からの受託に興味がない。
■ 弊社業務における有益性の十分な検討が必要と考えます。
■ 間接的な形で関わっていくことが考えられるが、積極的に推進することはない。
■ 出向による知見共有が効果をあげるためには、当社の主流業務に対する理解の醸成が必須と考えるが、受け入れた人材に、民間発注の業務をどの程度任せられるのか、疑問がある。
■ 相互の理解促進という点ではよいかもしれませんが、現実的には「出向者派遣できる企業が限られる」「特定の民間企業への発注偏りに繋がらないか？」等々、運用上の課題は多いのではないのでしょうか。

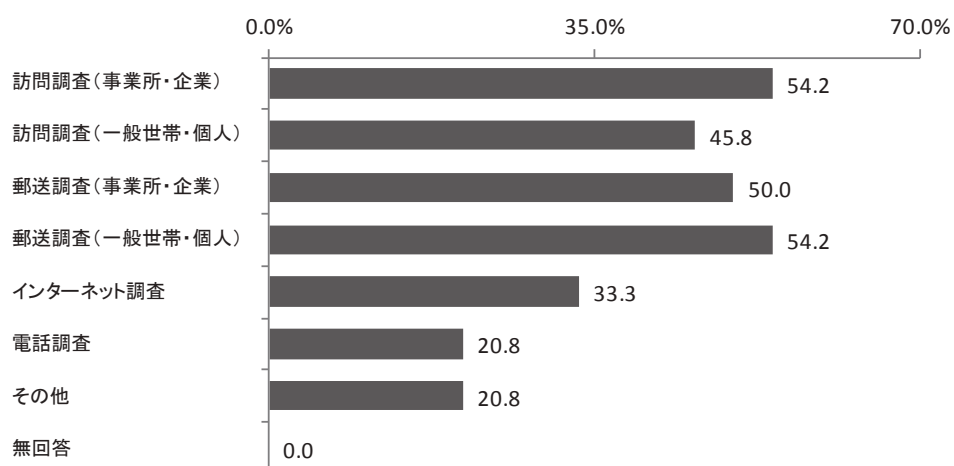
官民人事交流についての考え(続き)
■ 中小企業は、人材を出せる余裕が少ないと思います。
■ まったく興味がない。
■ あまり興味はありません。
■ 参加意思はありません。
■ 人事交流は必要なし。
■ 当社としては現実味を感じない。
■ 当社とは遠い話のイメージ。
■ 不可能。
■ 人員リソースが足りない状況のため、難しい。
■ 我々は小規模の会社なので、箸にも棒にもかからないと思います。
■ 官民ともに人事交流によって業務メリットを生む可能性は低いと考えております。
■ 一般的な官民人事交流のメリットは認めるものの、府省の調査業務受託に強くは期待しない当社にとってメリットはないことから、官民人事交流は当社の積極的な府省の調査業務の参入を進める政策とはならない。
■ 立場が違うのでむずかしいのではないかと思う。

9. 府省からの委託業務への参入希望手法

参入希望手法は、「訪問調査(事業所・企業)」と「郵送調査(一般世帯・個人)」が約5割。

問 21. 貴社では府省の調査業務について、どのような調査手法で参入したいと考えますか。(MA)

(n=24) 参入意向ありベース



●府省からの業務委託への参入希望手法は、回答が多い順に「訪問調査(事業所・企業)」と「郵送調査(一般世帯・個人)」が 54.2%、「郵送調査(事業所・企業)」が 50.0%、「訪問調査(一般世帯・個人)」が 45.8%である。

10. 府省からの委託業務で自社が対応可能な最大サンプル数

訪問調査の最大値は約3万サンプル、郵送調査は200万サンプル。

問 21SQ. 自社で対応可能な最大の調査サンプル数を業務(プロジェクト)単位でお知らせください。
(FA)

■自社で対応可能な最大サンプル数

	訪問調査				郵送調査			
	(事業所・企業)n=10		(一般世帯・個人)n=11		(事業所・企業)n=12		(一般世帯・個人)n=13	
	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%
～ 1,000 s	5	50.0	–	–	–	–	–	–
～ 3,000 s	–	–	4	36.4	2	16.7	1	7.7
～ 5,000 s	1	10.0	2	18.2	1	8.3	1	7.7
～ 10,000 s	2	20.0	1	9.1	–	–	2	15.4
～ 20,000 s	–	–	2	18.2	–	–	–	–
～ 30,000 s	2	20.0	2	18.2	1	8.3	1	7.7
～ 40,000 s	–	–	–	–	–	–	–	–
～ 50,000 s	–	–	–	–	3	25.0	4	30.8
50,000sより大きい	–	–	–	–	5	41.7	4	30.8

■自社で対応可能な最大サンプル数

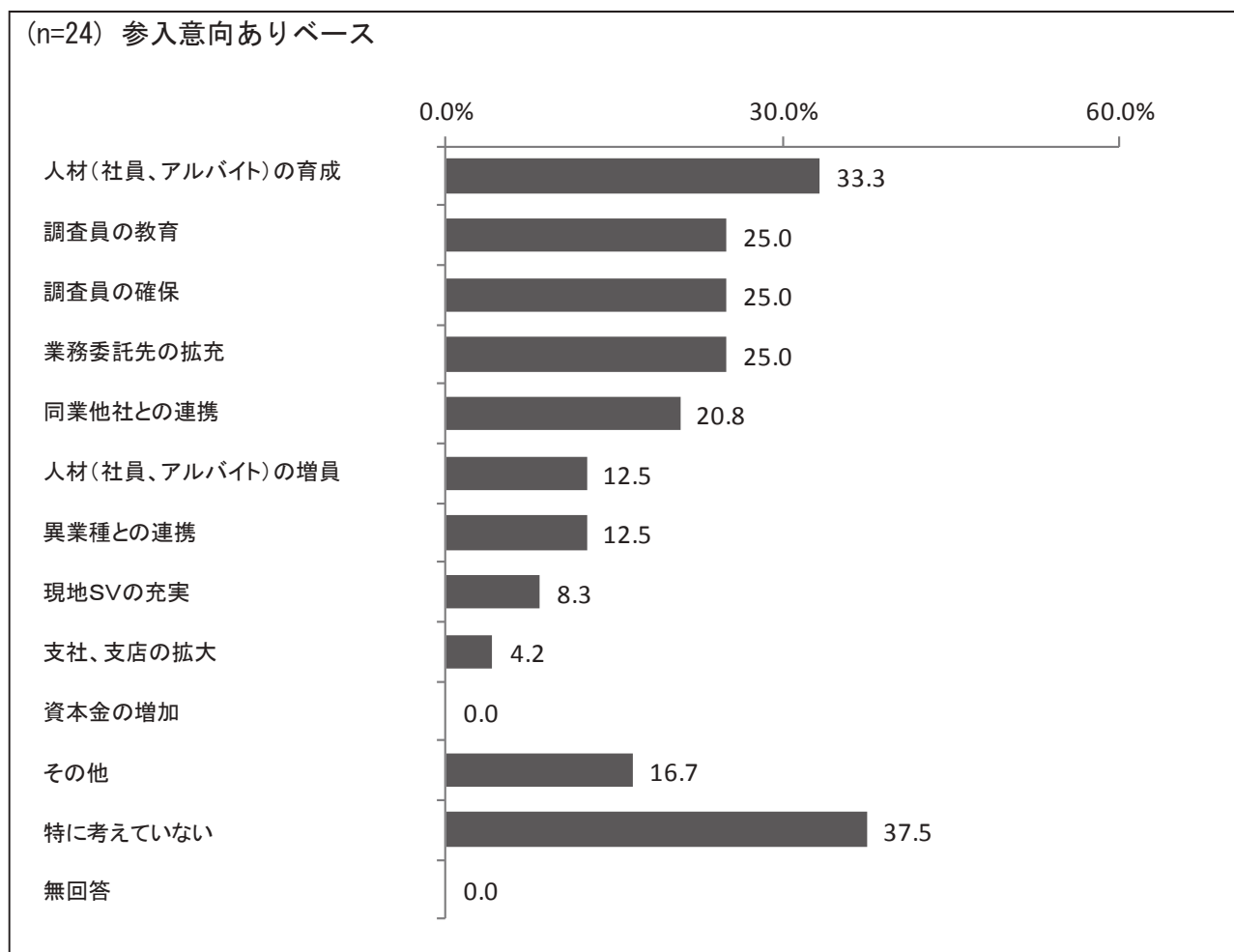
	社数	平均値	最大値	中央値
訪問調査 (事業所・企業)	10	8,780	30,000	3,000
(一般世帯・個人)	11	11,745	30,000	5,000
郵送調査 (事業所・企業)	12	324,000	2,000,000	50,000
(一般世帯・個人)	13	150,615	1,000,000	50,000

●プロジェクト単位の自社での対応可能な最大サンプル数は、訪問調査で事業所・企業、一般世帯・個人ともに3万サンプルである。郵送調査では、事業所・企業が200万サンプル、一般世帯・個人が100万サンプルである。

11. 府省からの委託業務参入に向けた対応策

参入に向けた対応策は「人材(社員、アルバイト)の育成」が最も高い。

問 22. 貴社では府省の調査業務への参入に向けて、どのような対応策を考えていますか。(MA)

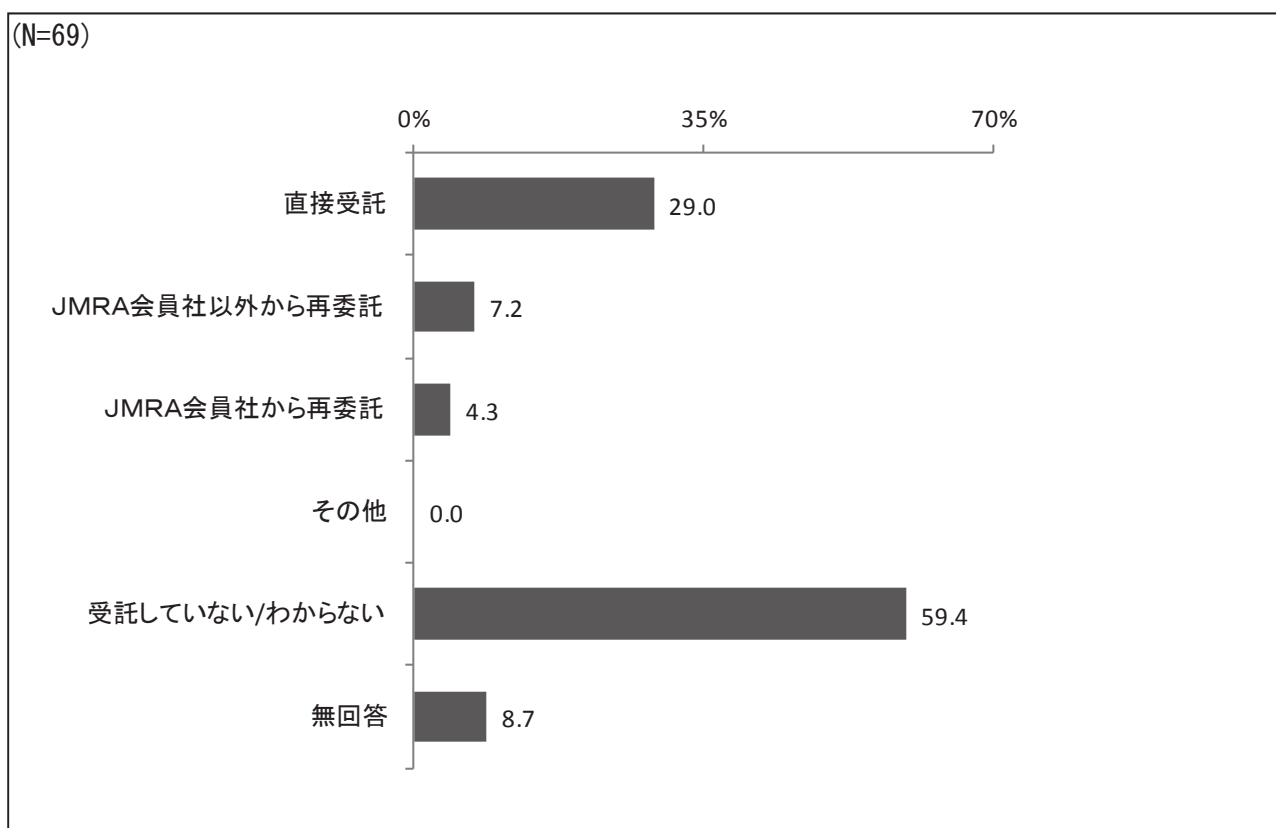


● 参入に向けた対応策として、「人材(社員、アルバイト)の育成」が 33.3%で最も高く、次いで「調査員の教育」と「調査員の確保」、「業務委託先の拡充」が 25.0%である。

1. 2015 年度の官公庁案件の受託状況

2015 年度に官公庁案件を直接受託していた会員社は約 3 割。

問 23. 2015 年度に官公庁(府省、地方自治体、外郭団体・独立行政法人(大学は除く)等)からの業務をどのような形で受託しましたか。あてはまるものを全て選んでください。(MA)



●再委託として受託する場合は、「JMRA会員社以外から」が 7.2%、「JMRA会員社から」が 4.3%である。

2. 2015年度の官公庁案件の受託先別受託本数／金額

2015年度の府省からの受託本数は138本。

問 24. 2015年度の官公庁からの受託状況を受託先別に本数と金額をお知らせください。(FA)

	受託本数	受託金額
総合計		
	726本	53億2,855万円
府省		
合計	138本	37億1,135万円
基幹統計、一般統計合計	48本	30億9,905万円
内閣府	7本	1億9,364万円
総務省	7本	9億9,080万円
文部科学省	2本	2,640万円
厚生労働省	6本	2億6,820万円
農林水産省	5本	1億5,983万円
経済産業省	12本	10億2,488万円
国土交通省	4本	2億2,160万円
環境省	3本	1億1,410万円
その他省庁	2本	9,960万円
統計調査以外	90本	6億1,230万円
地方自治体／外郭団体／独立行政法人		
合計	588本	16億1,720万円

- 官公庁からの受託本数は合計で726本。このうち府省からの受託が138本である。
- 自治体・外郭・独法からの受託が588本と全体の大半を占めている。

3. 2015年度の官公庁案件の調査手法別受託本数／金額

調査手法別の受託金額は郵送調査が最も多く16億3,285万円。

問 24. 2015年度の官公庁からの受託状況を調査手法別に本数と金額をお知らせください。(FA)

	合計		府省		自治体・外郭・独法	
	本数	金額	本数	金額	本数	金額
合計	726本	53億2,855万円	138本	37億1,135万円	588本	16億1,720万円
調査員調査	67本	13億4,381万円	30本	10億7,380万円	37本	2億7,001万円
郵送調査	265本	16億3,285万円	27本	6億2,973万円	238本	10億312万円
インターネット調査	278本	2億9,204万円	45本	1億4,016万円	233本	1億5,188万円
その他調査	95本	7億6,204万円	15本	5億6,985万円	80本	1億9,219万円
調査手法不明	21本	12億9,781万円	21本	12億9,781万円	-	-

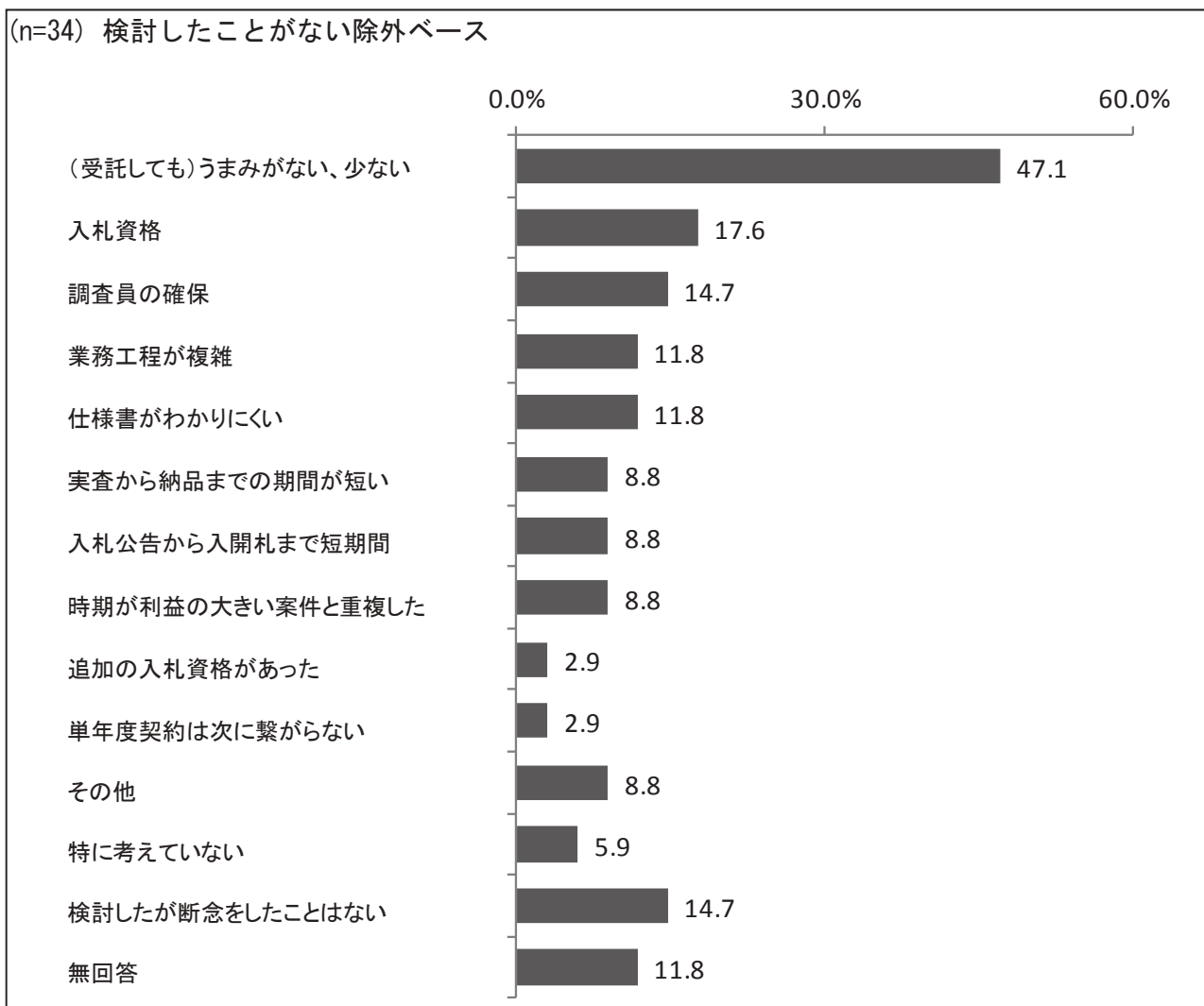
●「インターネット調査(278本)」が全体(726本)の38.3%を占め、「郵送調査(265本)」が36.5%である。

●受託先別調査手法別の受託金額は、府省からの「調査員調査」が10億7,380万円で最も多く、次いで、自治体・外郭・独法からの「郵送調査」が10億312万円である。

4. 府省案件の入札断念理由

入札断念理由は「(受託しても)うまみがない、少ない」が約5割。

問 25. 貴社において、府省からの委託業務への入札を「検討をしたが、断念をした」ことはありますか。その理由を教えてください。(MA)



●入札断念理由は多い順に、「(受託しても)うまみがない、少ない」が47.1%、「入札資格」が17.6%、「調査員の確保」が14.7%である。

5. 府省からの委託業務に関する意見(FA)

問 26. 貴社では府省からの委託業務についてどのようなお考えをお持ちですか。評価できる点・今後改善を要望したい点など、ご自由に意見をお知らせください。(FA)

府省からの委託業務についての考え
■ 適正な利益を確保できるような競争環境が継続できるよう、発注方法を工夫してほしい。
■ 公示にすべての資格を明記してほしい。特に手渡しの説明書で、公示以外のところに記入してある資格が合わなくて入札参加できないような案件は、わざわざ時間をかけて取りに行きたくない。
■ 入札に関しては、短期的には利益が見込めず、中期的な実績作りの投資が必要となるので、資金負担が厳しい。
■ 利益の確保。
■ 現状は選定基準が「金額」である場合が多く、当社のもつ強みが活かない場合が多い、と感じている。金額のみの判定の場合には、当社が参加する意味を感じない。
■ 入札で、とにかく安い所で入札されて決まってしまうため、参加する意志を全く持てない。
■ ギリギリまで費用を削減して落札しても、返送が多すぎる等の原価オーバーで割を食ってしまう。基本的に利益は望めないなので、閑散期に受注できれば作業費だけでも出るのでラッキーではあるが、弊社への発注元が繁忙期に落札した場合、担当者が倒れる程の業務的リスクを受ける必要があるにもかかわらず、何も残らない、赤も覚悟という状況。入札業務を再委託されるのは、相当に厳しい。
■ 総合評価落札方式が一般的になっているが、基本的には低価格競争の解消にはなっていないし、調査の品質や遂行能力を考慮しているとも思えないことがある。
■ 実施規模／実施期間／予算を十分に確認し、弊社業務における有益性の十分な検証を経て判断することが肝要と考えます。
■ 以前に民間の得意先からの依頼で府省の仕事を受けたことがあったが、仕事内容以上に手続作業が繁雑で疲弊してしまい、以降、官公庁関係は基本的に手を出さない方針になった。

府省からの委託業務についての考え(続き)

- 府省業務の利益水準が民間取引と同等の利益水準となれば、参入業者が増えるはずで、府省には以下の取り組みを進めて頂きたい。技術(企画)評価と価格評価の評価配分を現行の1:1(または1:1)から3:1以上への見直し(技術評価を重視へ)。企業の実情に合わせた一般管理費率(諸経費率)の容認(10%上限の廃止)。回収率向上策は本契約から切り離し付帯契約(実績精算)への移行へ。
- 当社は府省の調査業務の受託に積極的ではない。これは、受託すると次回の入札の際に独自ノウハウを含む仕様の詳細までが公開される場所にある。このノウハウは調査を効率的に(正しく早く安く)調査を行うためのいわゆる当社の知恵で、長い時間を経て構築したものである。競合他社との優位点であり当社の利益の源である。このノウハウが1件の公的統計の受託で公開される可能性があるのであれば、必然応札に慎重にならざるを得ない。調査の継続性のために、前回調査仕様詳細公開の必要性は認めるものの、前回受託社のノウハウの尊重との両立を望む。
- 府省において「マーケティング・リサーチ」についての認知・理解を深めていただくことにより、マーケティング・リサーチ協会への加盟が入札参加資格の要件の一つ一つとなってくればよいと思います。
- 入札資格の緩和。
- 弊社の調査業務になかなかヒットするものが無い。
- 会社の規模が小さいので、大がかりな調査は、普段の仕事のルーティーンに合わないと考えております。
- 経験がないので評価・改善要望は述べられないが、会社規模に見合った案件であれば興味を持っている。
- 当社ができる事は限定されているので、あまり期待していない。
- 当社としての参入意向はないが、行政の期待に応えていくことは重要と思われる。

2016年11月

～ 調査インフラ等に関する実態調査 ～

～ご挨拶～

日頃より当協会の活動にご理解と、ご支援をいただき誠にありがとうございます。

2015年度の公的統計基盤整備委員会は、「市場動向分析」「ガイドライン推進」「資格制度検討」の3つの小委員会において活動を行ってまいりました。その検討結果を取り纏めた『公的統計市場に関する年次レポート』は2016年5月に発刊し、学識者並びに関係府省庁・諸団体にも配布を行い、各方面より高い評価をいただいております。なかでも、本委員会の立ち上がり（2008年）より毎年継続している会員社を対象とした調査は、調査業界の市場動向や調査インフラの整備状況等に関する貴重なデータとして内外に提供しております。

本年度も最新の調査業界の現状を把握したく、正会員社の皆様方に標記の調査を実施することとなりました。

本年度は、昨年度に引き続き（1）回答の負担を軽くするため質問項目を減らす一方で、（2）公的統計調査の民間受託を増やすための施策についての質問を増やしています。

正会員社の皆様におかれましては大変ご多用の時期とは存じますが、上記主旨をご理解いただき、何卒ご協力のほどよろしくお願いいたします。

なお、本調査の結果は集計データとして利用します。業界全体の状況を把握するためのものですので、個々の正会員社の内容を公表することは一切ございません。また、この調査は任意のご協力の上に行われているもので、決して回答を強制するものでもございません。

データ集計の過程において、専門業者へ作業を委託する際も、当協会において厳正に管理いたします。

本調査に関するお問い合わせは日本マーケティング・リサーチ協会（担当者：上杉）までお問い合わせください。

また、これまでの調査結果は以下協会HPに掲載されていますので、ご覧下さい。

<https://www.jmra-net.or.jp/committee/statistics.html>

●お手数をおかけしますが、□や○は塗りつぶし(■や●)または○で囲むかして印をつけてください。

●返送についてのお願い:メールおよびFAX、郵送にて返送下さい。

1. 返送期日:2016年11月25日(金)までにご返送ください。

2. 返送宛先:事務局 上杉宛 e-mail:office@jmra-net.or.jp

FAX: 03(3256)3105

郵 送: 〒101-0044 千代田区鍛冶町1-9-9石川LKビル2F

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会
公的統計基盤整備委員会

〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町1-9-9

電話 03(3256)3101 FAX 03(3256)3105

e-mail:office@jmra-net.or.jp

担当:上杉

調査票

貴社について

(会員NO)

貴社名/部署名	ご記入者	ご連絡先
		電話番号またはe-mail

F1. 昨年度(2015年度)の売上高をお知らせください。(SA)

<input type="radio"/> 1. 2億円未満	<input type="radio"/> 4. 4~5億円台	<input type="radio"/> 7. 21億円以上
<input type="radio"/> 2. 2億円台	<input type="radio"/> 5. 6~10億円台	
<input type="radio"/> 3. 3億円台	<input type="radio"/> 6. 11~20億円台	

F2. 総従業員数(常勤役員を含む社員:年金、健康保険を会社負担している)をお知らせください。(SA)

<input type="radio"/> 1. 10人以下	<input type="radio"/> 4. 31~50人以下	<input type="radio"/> 7. 201人以上
<input type="radio"/> 2. 11~20人以下	<input type="radio"/> 5. 51~100人以下	
<input type="radio"/> 3. 21~30人以下	<input type="radio"/> 6. 101~200人以下	

F3. 全省庁統一資格における貴社のランクは次のどれに該当しますか。(SA)

<input type="radio"/> 1. Aランク	<input type="radio"/> 3. Cランク	<input type="radio"/> 5. 登録していない
<input type="radio"/> 2. Bランク	<input type="radio"/> 4. Dランク	<input type="radio"/> 6. わからない

●全省庁統一資格とは……………

府省庁における入札参加に必要な資格で、付与される資格等級には、A、B、C、Dの4ランクがある。資格等級は、事業者の年間売上高、自己資本額、営業年数などによって与えられた点数により決定される。なお、府省庁の入札案件には予定価格が設定されており、資格等級ごとに入札可能案件が異なる。

調査票

調査員について

問1. 調査員についてお伺いします。

貴社は「訪問調査、ミステリーショッパー、CLT等の各種調査に対応できる調査員」を保有していますか。(SA)

○1. 調査員を保有している ⇒問2へ ○2. 調査員を保有していない ⇒問5へ

問2. 調査員を保有している正会員社にお伺いします。

SQ1. 貴社における調査員募集の時期をお知らせください。(SA)

○1. 通年 ○2. 年間の特定の時期 ○3. 不定期(その都度) ○4. 募集はしない

SQ2. 貴社で保有している調査員のうち、実際に『稼働可能な調査員(専属、登録調査員を含む)』の人数を調査手法ごとにお知らせください。(手法間での重複可 FA)

SQ3. では貴社で『稼働可能な訪問調査員(専属、登録調査員を含む)』の人数をブロック別にお知らせください。(エリアの重複可 FA)

SQ2		SQ3	
調査手法	稼働調査員数	ブロック	訪問調査稼働調査員数
訪問調査	人	北海道ブロック	人
ミステリーショッパー	人	東北ブロック	人
来店客・来街者	人	北関東ブロック	人
電話調査	人	首都圏ブロック	人
CLT	人	北陸信越ブロック	人
その他	人	東海ブロック	人
合計	人	近畿ブロック	人
		中国ブロック	人
		四国ブロック	人
		九州ブロック	人

SQ4. 貴社の訪問調査員のうち、官公庁の統計調査員の仕事をされていると思われる調査員はおおよそどのくらいの割合を占めますか。(FA)

おおよそ %

調査票

問3. 昨今の調査員および調査員調査を取り巻く環境について貴社が課題と感じていることはありますか。次の中から、貴社が課題としてお考えのものをいくつでも選んでください。(MA)

<input type="checkbox"/> 1. 調査員の高齢化	<input type="checkbox"/> 8. 手当てが成果報酬型であること
<input type="checkbox"/> 2. 調査員のなり手(希望者)の減少	<input type="checkbox"/> 9. 個人情報などリスク管理面での調査員管理の難しさ
<input type="checkbox"/> 3. 新しい調査手法への調査員の対応力	<input type="checkbox"/> 10. オートロックマンションが増加していること
<input type="checkbox"/> 4. 新しいデバイス機器への調査員の対応力	<input type="checkbox"/> 11. 非協力的な対象者が増えていること
<input type="checkbox"/> 5. 訪問調査本数の減少	<input type="checkbox"/> 12. 異常気象(大雨や大雪・台風・真夏日など)
<input type="checkbox"/> 6. 調査員以外のほかの仕事の選択肢が増えていること	<input type="checkbox"/> 13. その他()
<input type="checkbox"/> 7. 調査員手当てが安いこと	<input type="checkbox"/> 14. 課題はない

問4. では、調査員のなり手(希望者)の減少に対して、貴社がとられている具体的な方策はありますか。貴社が検討中、もしくは既に取り組んでいる策に近いものがあればいくつでも選んでください。(MA)

<input type="checkbox"/> 1. 複数地点をかけもちで担当してもらう	<input type="checkbox"/> 6. 学生や異業種他社との連携
<input type="checkbox"/> 2. 新人調査員の育成プログラム作成や見直し	<input type="checkbox"/> 7. 調査員報酬に加え物品やサービス等の提供
<input type="checkbox"/> 3. 募集広告の手段や媒体の変更	<input type="checkbox"/> 8. ベテラン調査員と新人でペアを組む
<input type="checkbox"/> 4. 募集説明会の地区や時間帯を変えてこまめな開催	<input type="checkbox"/> 9. その他()
<input type="checkbox"/> 5. 同業他社との連携や調査員の貸し借り	<input type="checkbox"/> 10. 具体的な方策はとっていない

社員や調査員の人材確保や育成について

問5. 貴社が人材の確保や育成のために最も注力していることは何ですか。社員と調査員に分けて教えてください。

SQ1. 貴社が「社員」の確保や育成のために最も注力していることを教えてください。(FA)

SQ2. では、「調査員」の確保や育成のために最も注力していることは何ですか。(FA)

調査票

社員の資格保有状況や対応について

- 専門統計調査士とは・・・・・・・・・・
2011年に日本統計学会が創設した資格であり、取得には統計調査士と専門統計調査士の両検定試験に合格する必要がある。専門統計調査士は調査全般に関わる高度な専門知識と利活用手法を問う検定試験の内容となっている。
- 統計調査士とは・・・・・・・・・・
2011年に日本統計学会が創設した資格であり、取得には検定試験に合格する必要がある。統計調査士は公的統計に関する基本的知識と利活用を問う検定試験の内容となっている。
- 専門社会調査士、社会調査士とは・・・・・・・・・・
社会調査協会によって認定されている資格であり、取得にはカリキュラム認定を受けている大学もしくは大学院で所定の単位を取得しなければならない等の要件がある。社会調査士は「社会調査の基礎能力を有する専門家」、専門社会調査士は「高度な調査能力を身につけたプロの社会調査士」と定義されている。

問6. 貴社が把握している下記資格の保有人数(社員)をお知らせください。(FA)

専門統計調査士	統計調査士	専門社会調査士	社会調査士
人	人	人	人

問7. 貴社が把握している下記資格の受験者数(社員)をお知らせください。(FA)

	専門統計調査士	統計調査士
2015年度受験者数	人	人
2016年度受験者数	人	人

問8. 社員の「専門統計調査士」及び「統計調査士」の資格取得に関する貴社の取り組みについて、お知らせください。(各SA)

a.告知	<input type="radio"/> 1. 全社的に告知 <input type="radio"/> 2. 選択的に告知 <input type="radio"/> 3. 社内には非告知 <input type="radio"/> 4. その他
b.推奨	<input type="radio"/> 1. 全社的に推奨 <input type="radio"/> 2. 選択的に推奨 <input type="radio"/> 3. 社として非推奨 <input type="radio"/> 4. その他
c.受験費用負担	..	<input type="radio"/> 1. 会社全額負担 <input type="radio"/> 2. 会社一部負担 <input type="radio"/> 3. 全額自己負担 <input type="radio"/> 4. その他

調査票

社員の資格保有状況や対応について(続き)

問9. JMRAでは昨年度と今年度に「統計調査士・専門統計調査士受験対策講座」を開催しました。貴社ではこの受験対策講座の開催をご存知でしたか。(SA)

- 1. 受験対策講座が開催されたことを知っていた →SQ1.へ
- 2. 受験対策講座が開催されたことを知らなかった →問10.へ

SQ1. 貴社における今年度(2016年度)の受験対策講座への参加状況についてお知らせください。(SA)

- 1. 受験対策講座に参加した →問10.へ
- 2. 受験対策講座に参加しなかった →SQ2.へ

SQ2. 非参加理由をお聞かせください。(FA)

問10. 「専門統計調査士」や「統計調査士」の資格及び対策講座について、貴社のお考えやご意見があればお聞かせください。(FA)

調査票

各種調査手法について

問11. 調査員による訪問調査についてお伺いします。

2015年度に貴社で実施した主たる調査手法が調査員による訪問調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA) ※実施の実績がない場合は「0」本と記入ください。

1. 500サンプル未満	本
2. 500 ～ 1,000サンプル未満	本
3. 1,000 ～ 3,000サンプル未満	本
4. 3,000 ～ 5,000サンプル未満	本
5. 5,000 ～ 10,000サンプル未満	本
6. 10,000サンプル以上	本
7. 2015年度実施総本数 (※1～6の合計)	本

問12. 郵送調査についてお伺いします。

2015年度に貴社で実施した主たる調査手法が郵送調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA) ※実施の実績がない場合は「0」本と記入ください。

(郵送調査: 調査票の留置または回収を郵送により行う調査。事前・事後などの挨拶状の郵送は含まないものとします。)

1. 500サンプル未満	本
2. 500 ～ 1,000サンプル未満	本
3. 1,000 ～ 3,000サンプル未満	本
4. 3,000 ～ 5,000サンプル未満	本
5. 5,000 ～ 7,500サンプル未満	本
6. 7,500 ～ 10,000サンプル未満	本
7. 10,000 ～ 30,000サンプル未満	本
8. 30,000 サンプル以上	本
9. 2015年度実施総本数 (※1～8の合計)	本

調査票

各種調査手法について(続き)

インターネット調査を行う際のパネルについてお伺いします。

問13. 貴社は調査可能なパネルをお持ちですか。お持ちであれば人数をお知らせください。(SA)

自社のパネルを	○1. 持っていない	○ 2. 持っている →	万人
---------	------------	--------------	----

問14. 貴社は他社の提携パネルを使うことができますか。使えるのであれば人数をお知らせください。(SA)

他社の提携パネルを	○1. 使うことができない	○2. 使える →	万人
-----------	---------------	-----------	----

問15. 問13で自社パネルを持っていると回答された方にお伺いします。貴社の調査可能なパネルのエリア別年齢構成をお知らせください。(FA)

エリア別自社パネル人数(FA)		年代別パネル人数						
ブロック	合計	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
北海道ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
東北ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
北関東ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
首都圏ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
北陸信越ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
東海ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
近畿ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
中国ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
四国ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人
九州ブロック	人	人	人	人	人	人	人	人

問16. 2015年度に貴社で実施した主たる調査手法がインターネット調査の実施本数をサンプルサイズごとにお知らせください。(FA) ※実施の実績がない場合は「0」本と記入ください。

1. 1,000サンプル未満	本
2. 1,000 ~ 5,000サンプル未満	本
3. 5,000 ~ 10,000サンプル未満	本
4. 10,000サンプル以上	本
5. 2015年度実施総本数 (※1~4の合計)	本

問17. 1週間程度で回収が見込める最大サンプル数をお知らせください。(FA)

1週間程度で回収が見込める 最大サンプル数	サンプル
--------------------------	------

調査票

府省から発注される調査業務について

問18. 貴社の昨年度(2015年度)全受託金額における「変動費(直接経費)＝実査・集計・分析・その他業務のための諸支出」の割合は平均するとのくらいですか。府省と民間に分けてお知らせください。
 ※固定費(社員人件費等)は除きます。(各SA)

<p>●「府省」からの受託調査における変動費比率</p> <p>○1. 80%以上</p> <p>○2. 70～80%未満</p> <p>○3. 60～70%未満</p> <p>○4. 50～60%未満</p> <p>○5. 50%未満</p> <p>○6. 受託実績なし</p>	<p>●「民間」からの受託調査における変動費比率</p> <p>○1. 80%以上</p> <p>○2. 70～80%未満</p> <p>○3. 60～70%未満</p> <p>○4. 50～60%未満</p> <p>○5. 50%未満</p>
--	--

問19. 貴社は今後(も)、府省の調査業務に参入していこうと考えていますか。(SA)

○1. 積極的に参入したい →問20.へ	○3. <u>あまり参入したくない</u> →SQ2.へ	○5. わからない
○2. <u>条件によっては参入したい</u> →SQ1.へ	○4. <u>まったく参入したくない</u> →問20.へ	

SQ1. 問19.で2. 条件によっては参入したいと回答された会員社の方にお伺いします。
 「条件によって」の条件とは具体的に何ですか。教えてください。(FA)

SQ2. 問19.で2. 条件によっては参入したい 3. あまり参加したくない 4. まったく参加したくないと回答された会員社の方にお伺いします。
 次の施策が行われる調査業務案件だとしたら、貴社は参入していこうと考えますか。(SA)

1. ジョイント・ベンチャー形態(複数の民間企業体が構成員の事業分担と責任が明確化される共同事業体)
 (一般的に、ジョイント・ベンチャーは自社の人員・設備・資金等の対応能力を越える業務を受託できるメリットがあると
 いわれています。)

○1. 積極的に参入したい	○3. あまり参入したくない	○5. わからない
○2. 組む相手によって参入したい	○4. まったく参入したくない	

SQ3. その理由を教えてください。(FA)

SQ4. では、次の施策はいかがですか。(SA)

2. 分離調達(調査業務を実査から集計までの一貫型ではなく複数の工程に分けて業務委託する形態)の促進
 (一般的に、分離調達は自社が得意な業務だけを受託できるメリットがあるといわれています。)

○1. 積極的に参入したい	○3. あまり参入したくない	○5. わからない
○2. やや参入したい	○4. まったく参入したくない	

SQ5. その理由を教えてください。(FA)

問20. 次の施策について「公的統計調査業務の民間開放を進めるため」という観点から、貴社はどうお考えになりますか。(FA)

1. 官民人事交流(府省と民間企業が互いの組織に人を出向させあう人事交流)

調査票

問21. 貴社では府省の調査業務について、どのような調査手法で参入したいと考えますか。(MA)

SQ. 自社で対応可能な最大の調査サンプル数を業務(プロジェクト)単位でお知らせください。(FA)

(自社での対応とは、部分的な再委託を含み、同業他社とのJV(ジョイント・ベンチャー)を除くものとします。)

- | | | |
|---|----------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> 1. 訪問調査(事業所・企業) | →SQ.自社で対応可能な最大サンプル数(| サンプル) |
| <input type="checkbox"/> 2. 訪問調査(一般世帯・個人) | →SQ.自社で対応可能な最大サンプル数(| サンプル) |
| <input type="checkbox"/> 3. 郵送調査(事業所・企業) | →SQ.自社で対応可能な最大サンプル数(| サンプル) |
| <input type="checkbox"/> 4. 郵送調査(一般世帯・個人) | →SQ.自社で対応可能な最大サンプル数(| サンプル) |
| <input type="checkbox"/> 5. インターネット調査 | | |
| <input type="checkbox"/> 6. 電話調査 | | |
| <input type="checkbox"/> 7. 参入を考えていない | | |
| <input type="checkbox"/> 8. その他 | | |

問22. 貴社では府省の調査業務への参入に向けて、どのような対応策を考えていますか。(MA)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 人材(社員、アルバイト)の育成 | <input type="checkbox"/> 6. 業務委託先の拡充 | <input type="checkbox"/> 11. その他 |
| <input type="checkbox"/> 2. 人材(社員、アルバイト)の増員 | <input type="checkbox"/> 7. 現地SV(スーパー・バイザー)の充実 | <input type="checkbox"/> 12. 特に考えていない |
| <input type="checkbox"/> 3. 調査員の教育 | <input type="checkbox"/> 8. 資本金の増加 | <input type="checkbox"/> 13. 参入を考えていない |
| <input type="checkbox"/> 4. 調査員の確保 | <input type="checkbox"/> 9. 同業他社との連携 | |
| <input type="checkbox"/> 5. 支社、支店の拡大 | <input type="checkbox"/> 10. 異業種との連携 | |

調査票

2015年度の官公庁業務の受託状況について

問23. 2015年度に官公庁(府省、地方自治体、外郭団体・独立行政法人(大学は除く)等)からの業務をどのような形で受託しましたか。あてはまるものを全て選んでください。(MA)

1. 直接受託した 2. JMRA会員社以外から再委託として受託した 3. JMRA会員社から再委託として受託した 4. その他(受託形式不明) 5. 受託していない / わからない	1もしくは2に○がつかなかった場合は 問25.へ
---	-----------------------------

問24. 【2015年度に直接委託ないしはJMRA会員社以外から再委託として官公庁からの業務を受託した会員社にお伺いします】
 2015年度の官公庁からの受託状況を受託先別に本数と金額をお知らせください。(FA)
 「A.府省」と「B. 地方自治体/外郭団体・独立行政法人(但し大学は除く)」とに分けてお知らせください。
 なお、A.府省からの受託本数については府省別に回答をお願いします。

＜業務タイプ別＞受託本数		1. 基幹統計、一般統計		2. その他調査(意識調査、世論調査、アンケート調査、研究調査、計画策定業務など)	
		本	万円	本	万円
A.府省	a. 内閣府	本	万円	本	万円
	b. 総務省	本	万円	本	万円
	c. 文部科学省	本	万円	本	万円
	d. 厚生労働省	本	万円	本	万円
	e. 農林水産省	本	万円	本	万円
	f. 経済産業省	本	万円	本	万円
	g. 国土交通省	本	万円	本	万円
	h. 環境省	本	万円	本	万円
	i. その他の省庁	本	万円	本	万円

※「2.その他」は統計調査以外の意識調査等の調査や、計画策定等の業務をさします。

＜調査手法別＞受託本数・金額	1. 調査員調査	2. 郵送調査	3. インターネット調査	4. その他の調査手法
A.府省	本	本	本	本
	万円	万円	万円	万円

＜業務タイプ別＞受託本数	一般統計・その他
B. 地方自治体/外郭団体・独立行政法人(但し大学は除く)	本

＜調査手法別＞受託本数・金額	1. 調査員調査	2. 郵送調査	3. インターネット調査	4. その他の調査手法
B. 地方自治体/外郭団体・独立行政法人(但し大学は除く)	本	本	本	本
	万円	万円	万円	万円

調査票

府省からの業務委託について

問25. 貴社において、府省からの委託業務への入札を「検討をしたが、断念をした」ことはありますか。その理由を教えてください。(MA)

<input type="checkbox"/> 1. 調査員の確保	<input type="checkbox"/> 7. 仕様書がわかりにくい	<input type="checkbox"/> 12. 特に考えていない
<input type="checkbox"/> 2. 入札資格	<input type="checkbox"/> 8. (受託しても)うまみがない、少ない	<input type="checkbox"/> 13. 検討したが
<input type="checkbox"/> 3. 追加の入札資格があった	<input type="checkbox"/> 9. 時期が利益の大きい案件と重複した	断念をしたことはない
<input type="checkbox"/> 4. 実査から納品までの期間が短い	<input type="checkbox"/> 10. 単年度契約は次に繋がらない	<input type="checkbox"/> 14. 検討をしたことがない
<input type="checkbox"/> 5. 業務工程が複雑	<input type="checkbox"/> 11. その他)
<input type="checkbox"/> 6. 入札公告から入開札まで短期間		

問26. 貴社では府省からの委託業務についてどのようなお考えをお持ちですか。評価できる点・今後改善を要望したい点など、ご自由に意見をお知らせください。(FA)

ご多用のところご協力ありがとうございました。