



## <特集>

# 2020年度の調査市場は前年比96.1% 「第46回経営業務実態調査」の結果を公表

### TOPICS

- ・第2回ESOMAR Client Survey結果(速報)
- ・JMRAオンライン・ミニ・カンファレンス2021開催報告
- ・With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第16回)
- ・マーケティング・リサーチ活用事例セミナーを開催



配信日: 2021.7.20

7月に入り、長雨による災害が発生しました。被災された皆様、そのご家族の方々に、心よりお見舞い申し上げます。

少し前になりますが、5月26日にスーパームーンの皆既月食がありました。足早に帰宅して多摩川河川敷へと向かいましたが、雲が多くてまったく見ることができず、とてもがっかりしました。緊急事態宣言下ということもあり、外出先は職場とスーパーばかりでしたので、河川敷なら絶対に密にはならないだろうと、気晴らしがてら久々に出歩きましたが、無駄足になってしまいました。しかしながら、予想に反して平日なのに結構な人出があって驚きました。きっと皆さんも、壮大な天体ショーを見たかったのでしょう。7月の下旬にみずがめ座デルタ南流星群の活動が極大となるので、流れ星に願掛けをし、自然の景色に癒されようと考えています。

<JMRA 広報・宣伝委員会>

[>メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

## <特集>2020年度の調査市場は前年比96.1%に踏みとどまる 「第46回経営業務実態調査」の結果を公表しました

JMRAでは6月24日、「第46回経営業務実態調査」の結果を公表しました。お忙しい中をご協力いただいた正会員社の皆さまには、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

[>第46回経営業務実態調査はこちら\(PDF:540KB\)](#)

コロナ禍を受け、大幅な業績の落ち込みが懸念された2020年度(2021年3月決算期)でしたが、オンラインへの移行や最終盤の追い込みが功を奏し、業界全体としては前年比3.9%減(96.1%)に踏みとどまりました。内閣府が5月18日に発表した同年度のGDP成長率がマイナス4.6%であったことからみて、苦しいながらも日本経済の中では比較的健闘した産業に入ると考えてよいのではないのでしょうか。

ただし、売上高規模別にみると、大手企業の成長率は横ばい(100%前後)で推移しているのに対し、中小企業では前年比-20%(80%)と低迷しており、業界の二極化がますます進行していることが懸念されます。

また、調査手法別にみると、パネル(継続)調査は102.1%と堅調であったものの、既存手法によるAD-HOC調査が78.9%と大きく落ち込み、インターネット調査の伸び(105.9%)では補い切れず、合わせても93.1%にとどまりました。

一方で、2021年度の売上高見通しは当該設問回答社ベース(75社)で114.6%と、強気の見通しが示されています。詳細は、リンク先の報告書をご参照ください。

なお、今回の調査結果はESOMARにも提供され、グローバルな業界統計に組み込まれます。ESOMARに提出した日本市場のレポート(日本語訳)を別ページにてご紹介していますので、ご興味のある方はご参照ください。

[>日本市場のレポート\(日本語訳\)のご紹介はこちら](#)

### 日本の市場調査業界の市場規模推計

		2020年度
全体	売上高	2,202億円
	対前年比	96.1%
(調査手法別)		
パネル(継続)調査	売上高	735億円
	対前年比	102.1%
AD-HOC調査	売上高	1,350億円
	対前年比	93.1%
インターネット調査	売上高	807億円
	対前年比	105.9%
既存手法	売上高	543億円
	対前年比	78.9%
その他	売上高	118億円
	対前年比	97.6%

## <TOPICS> 半数の調査プロジェクトが内製化され、今後も増加していく!? 第2回 ESOMAR Client Survey 結果(速報)

7月7日、昨年続く2回目のESOMAR Client Survey(顧客調査)の結果がWebinarで公表されました。実査時期があいにく4~5月のゴールデンウィークと重なってしまいましたが、日本からは34名のクライアント様からご協力を得ることができました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。今回はその主要メッセージについて速報させていただきます。後日、報告書の日本語訳とともに詳細をお知らせしていく予定です。

(英文レポートも以下のリンクからご案内しております)

[>詳しくはこちら](#)



## <TOPICS> JMRA オンライン・ミニ・カンファレンス 2021 開催報告 第2回(全3回)

5月24日にオンラインにて開催しましたJMRA オンライン・ミニ・カンファレンス 2021の模様を、宮寺ウェブ・メルマガ分科会委員長に全3回シリーズでレポートいただきます。

第2回は、委員会発表(1)「JMRA イノベーション・キャスト~新時代の調査への提言」(リサーチ・イノベーション委員会)について、先端技術の潮流や海外の先進事例をご紹介します。

[>開催報告 第2回はこちら](#)

[>委員会発表\(1\)の動画はこちら\(外部サイト:YouTube\)](#)



## <TOPICS>With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第16回) 「AI・オートメーションのインサイト・リサーチ業界へのインパクト」

今回は、リサーチ・インサイト業界の人へのコンテンツを情報発信しているサイト NewMR(レイ・ポインターさんの運営)で、2021年6月「AI・オートメーションのインサイト・リサーチ業界へのインパクト」というタイトルで発表された ESOMAR の新しいプレジデント、クリスティン・ラック(Kristin Luck)さんのインタビューから内容を一部抜粋し、情報を補足してご紹介します。

[>詳しくはこちら](#)



## ヒューマンリソース部署必見！ <TOPICS>セミナーのお知らせ

第2回マーケティング・リサーチ 活用事例セミナー

データを元にしたターゲットの

Zoom  
ウェビナー  
を使用



大道 あゆみ氏

株式会社ディー・エヌ・エー  
ライブストリーミング事業本部 リサーチ責任者

“こころ”  
のつかみと活用

DeNA FamilyMart



根岸 文枝氏

株式会社ファミリーマート  
マーケティング本部 販促・業務改革グループ チームリーダー

2021年7月27日(火) 14:30~17:00

参加料: 会員 5,500円(税込)  
一般 8,800円(税込)

主催: 主催 一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会

### ●マーケティング・リサーチ活用事例セミナー(オンライン講座)

読みにくい今の市場を相手にしたマーケティング活動では、リサーチデータの必要性がますます高くなっています。

このような中で、今、メーカーサイドがリサーチデータをどのように活用しているのか？ ホットな実例を紹介していただく「第2回マーケティング活用事例セミナー」を開催します。

今回は、事業会社でリサーチを運営しながらマーケティングの実務に携わっているお二人の方をお招きして、リサーチの実例と共にマーケティングに繋げるための実例、工夫、苦労も交えてお話しさせていただきます。

リサーチデータの活用、リサーチ業界の課題でもありますので、これからの活動に生かしていただければと思っています。

最後に登壇者のフリートーク、受講者とのディスカッションも予定しております。

ご参加をお待ちしております。

- ・日程: 2021年7月27日(火) 14:30~17:00
- ・講師: 大道 あゆみ氏(株式会社ディー・エヌ・エー)  
根岸 文枝氏(株式会社ファミリーマート)

[>詳しくはこちら](#)

## <連載>ズームアップ！わが社のリサーチャー

毎回、各社の中堅リサーチャーが「実名？」で登場。

「リサーチャーとして成長した時」「今だから言える失敗談」を語ります。

「リサーチャーとしての悩み」は、若いリサーチャーの皆さんの参考になると思います。

第35回目は、株式会社 社会情報サービスの K.T.さんです。

[>詳しくはこちら](#)

### 35 Researcher

お名前	K.T.
性別	女
星座	乙女座
会社	株式会社 社会情報サービス
経験年数	9年
好きな食べ物	果物・塩辛いもの全般
座右の銘	特にありません
もし生まれ変わるならなりたいもの	大金持ちのイケメン御曹司になってイージーな人生を送りたい



#### 質問 1 あなたがリサーチャーとして成長を実感したのはどんな時？

自己認識ではまだ未熟者で、自分で自分の成長を感じることはありませんが、他者からの見られ方が変わったと感じるときには多少成長を実感します。

具体的には、昔は私の上司に相談していたお客様が私に直接相談をしてきたときや、自分が若手の頃に先輩や上司に相談していたようなことを後輩から相談されたときなどです。また、私は3年目から7年間ずっと同じ上司の下にいたのですが、長年ずっと教えを乞う/指導を受けるばかりだったのが、1~2年前あたりから、たまたま調査に関して意見を聞かれるようになり、その度に、少しは成長したのかも!と嬉しくなりました。

## <What's happened?> おすすめ記事をピックアップしてご紹介

広告・マーケティングの最新動向がわかるマーケター向け専門メディア「MarkeZine」から、おすすめ記事をピックアップしてご紹介いたします。

- 「ググる」「タグる」の次は、○○る!?  
若年女性の SNS 検索スタイルとは

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

- 【超・実践編】Salesforce 坂内本部長に聞く  
ユーザーコミュニティの立ち上げから継承まで

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

- マーケターは「概算力」と「応用力」を養え  
日立・田岡氏 × コラーニング・西井氏対談

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)



JMRA メルマガ 45 号をお届けしました。

「45」といえば、右斜め 45 度。

左右 45 度は昔からバスケ、サッカー、ハンドボール等の「エースポジション」でした。

手なり足なりで微妙な回転がかけられるし、シュートレンジも広がるので、45 度は絶妙な角度です。昔取った何とかで「俺のごつつあんコースです。」「私の定位置でした。」という人も多いのではないのでしょうか。

もはや、スポーツはテレビだけとなった筆者は、NBA ファイナルを見ながら、ブツブツ呟くのでした。「左手は添えるだけ・・・」。

---

◆このメールはメルマガをご登録された方に配信しています。

◆配信停止を希望される方は下記よりお願いいたします。

<http://www.jmra-net.or.jp/mailnews/>

◆このメールは送信用アドレスから配信しているため、  
ご返信いただいてもお答えできませんのでご了承ください。

◆プライバシーポリシー

<http://www.jmra-net.or.jp/privercypolicy/>

◆配信元:

……………あなたの中に未来がある。……………

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

〒101-0044

東京都千代田区鍛冶町 1-9-9 石川LKビル 2 階

<http://www.jmra-net.or.jp/>

[office@jmra-net.or.jp](mailto:office@jmra-net.or.jp)