

第34回経営業務実態調査

<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:145社
回答社 :118社 回収率:81%

- 調査日時: 2009年4月27日～6月27日

- 調査方法: メールおよび郵送調査法

- 実施管理: JMRA事務局

<第34回経営業務実態調査結果の概要>

<今回の結果のまとめについて>

◆いままで、JMRAでは、「経営業務実態調査」を年1回、「経営動向調査」を年2回実施していたが、回答の負担を軽減し、また、業界データをスピーディに有効に活用できるようにするために、今年度より、「経営業務実態調査」と「経営動向調査」を統合し、春に実施することにした。

◆具体的には、調査実施～結果報告までのスピードアップを図り、5月末総会時に速報を提出（暫定）
（今年度は6月時の正会員社の株主総会を持って最終締切りとした）

◆過去は、「経営業務実態調査」の回答社売上合計数値を表示しており、毎年、回答社数により伸び率が上下した。また、ESOMARからの日本の市場調査業界全体の売上数値は別途推計し連絡していたが、JMRAとしてオーソライズされたものではなかった。ここを改めて、「回答社調査事業売上」に加え、「JMRA会員社合計（推計）」および「日本の市場調査業界（推計）」を算出し、オープンにする。

●日本の市場調査業界の市場規模の推計

◆経営業務実態調査の結果をベースに未回収企業、業界外の売上を加味した推定市場規模は、次表の通りである。

◆市場規模は前年比100.9%で1,766億円

◆経済危機の影響で下期は減速したものの、年間では微増

◆自動車、メディア関連など、金融危機の直接的な影響を受けた特定業界においては「暴風」。公的統計の民間開放も下支えか。

◆インターネット調査は2桁の伸びを維持。アドホック調査分野での構成比は35.9%

◆経営業務実態調査の結果によると、2009年度についてはさらに厳しい見通しを持っている企業が多く、業界全体がマイナス成長に入る可能性がある。

＜日本のMR業界市場規模の推移＞ 単位：億円

	2007年	2008年	前年比(%)
市場規模	1,750	1,766	100.9
パネル調査	543	553	101.8
アドホック調査	1,120	1,124	100.4
*インターネット調査	360	404	112.2
*既存手法調査	760	720	94.7
その他	87	89	102.2

(* はアドホック調査の内訳)

表1 売上高および従業者数の推移

- ◆全売上高：2008年度は0.9%の伸び、
全売上高は2～5%増で期間推移している
- ◆調査事業売上高：調査事業売上高/全売上高は90%前後で推移しており、2005年度から横ばい
- ◆なお、調査事業売上高の伸びは全売上高に比べ若干高い
(2008年度2.3%)
- ◆調査業務従業者数の伸びは3%増
- ◆従業者数一人当たりの売上高は微減

表2 調査売上規模別社数、調査売上高
および調査従業者

- ◆調査事業売上高別に回答社をL, M, H, 3層に層別する
 - ・2億円未満 (L)：51社：43%
 - ・2億円～10億円 (M)：41社：35%
 - ・11億円～ (H)：26社：22%
- 売上高10億円以下の会員社が92社/118社=78%を占める
- ◆調査事業売上高と1社当りの売上高、1人当り売上高は比例し相関は高い
- ◆尚、従業者の平均年齢は40歳
(男性42歳、女性38歳)

表 3 新卒採用状況と中途採用

◆最近5年間の新卒採用率と平均採用人数

2009年(17%、7人) 2008年(34%、4人)

2007年(45%、3人) 2006年(25%、6人)

2005年(27%、4人)

採用率は2009年度は17%とここ5年間では最低、
平均採用者は7人と多いが、採用人数は1人~38人と
幅広い

一方、中途採用率は60%、71社、

平均採用人数7人と大幅に拡大浸透

表 4 登録調査員人数

◆登録調査員保有回答社は70/118社=59%

全回答社のうち59%：6割が登録調査員を保有、

1社平均は365人保有、2008年度は昨年比微減。

但し、登録調査員は複数社に登録されているので、真
の調査員総数は目安となる。

表 5 調査事業売上高の受発注

◆表 5-1 調査事業売上高の国内・海外受発注

・国内企業からの受注額は回答社108社その総額は977
億円、1社当たりの平均受注額は9億500万円

・海外よりの受注額は回答社31社その総額は40億円、1
社当たりの平均受注額は1億2,900万円

・海外への発注額は回答社19社その総額は17.6億円、1
社当たりの平均発注額は9,300万円

◆表 5-2 国内調査会社との受発注

・国内調査会社間の受発注総額は調査事業売上の2割弱

・回答社60社の国内調査会社への発注額は135億円、1
社当たりの平均発注額は2億2500万円

・国内調査会社からの受注額は回答社74社、その総額は
106億円、1社当たりの平均受注額は1億4300万円

◆表 5-3 海外取引

・海外からの受注の調査事業売上高に占める割合は3%と
減少。

・海外受注取引社数は31/118社=26%と減少

・一方、海外への発注は、2008年度1.3%と激減

・海外発注取引社数は19/118社=16%と減少

(注：今年度は外資系企業の回答拒否が多く見られた)

表 6 調査事業売上高と諸経費

- ◆回答社はそれぞれの費目で異なるが、調査事業売上高を100%とした場合の諸経費比率は次の通り（単純平均）
- ◆粗利率：44.2%（粗利＝売上一直接費）
- ◆人件費率：31.7%
- ◆営業利益率：2.9%
- ◆経常利益率：0.9%
- ◆他業界と比較して営業利益率、経常利益率が低い

表 7-1 取引先業種別売上高構成比

- ◆2008年度の取引先業種別売上高を見ていくと「広告代理店」（19%）「化学、繊維、医薬品、化粧品」（18%）「食品・清涼飲料飲料等」（12%）などが上位を占める。
なお、「官公庁・独立行政法人」（5%）、「その他の民間企業・団体・学校法人」（8%）もそれぞれ安定している。

表 7-2 製品・サービス分野別売上高構成比

- ◆大分類の『消費者向けサービス』（BtoC）は79%と多くを占める。
- ◆一方『法人向けサービス』（BtoB）は21%であるが、時系列で見えていくと徐々に増加傾向にある。

表 8-1 調査手法別売上高構成比

◆A. アドホック調査

- ・調査事業売上を100%とした場合のA.アドホック調査の占める割合は漸減傾向にある。
- ・「訪問調査小計」は漸減傾向にあり、2008年度は7.6%と前年度を下回る。
- ・また「郵送調査」（5.7%）も同様の傾向にある。
- ・「会場テスト・集合調査」（7.5%）は横ばい。
- ・「GI・DI等」の質的調査計（8.2%）は安定している。
- ・一方、「インターネット」は2008年度19.9%と、2005年以降トップの座にある。

◆B. 継続調査

- ・継続調査の占める割合は増加傾向にある。
- ・「媒体調査」（16.3%）、「消費者パネル」（6.9%）、「事業所パネル」（9.1%）が上位を占める。

**表 9-1 インターネット/オンライン調査事業
売上高の受発注内容**

- ◆インターネット/オンライン調査総売上
会員社 73 社（実施カバー率 73/118 社=62%） の
売上総額は 240 億円、1 社当たりの平均売上高は
3 億 3000 万円
- ◆会員社 57 社から国内（インターネット）調査会社
（会員外も含む）への発注額は 50 億円、1 社当たりの平
均発注額は 8,800 万円
- ◆国内調査会社から会員社 26 社への受注額は 16.5 億円、
1 社当たりの平均受注額は 6,400 万円

表 9-2 調査目的別実施率

- ◆調査目的別の実施率では
「消費・購入実態・意識」（96%）をはじめ、
「製品評価」（87%）「新製品開発」（83%）
「顧客満足度」（77%）「パッケージ・ネーミング」（77%）
調査の実施が上位を占める。

表 10 自社の業況と経営上の問題点

- ◆毎年、年 2 回実施していた「経営動向調査」も、「経営
業務実態調査」に合わせて実施し、調査負荷を軽くし、調
査項目を増やし、活用しやすいように改善した。
- ◆昨年度、下半期の世界同時不況を受けて、5 月時点での
正会員社の業況は次のとおりである。
- ◆調査売上高の「対前年比」は 104%と意識上も実績
（102%）も前年を上回る。
- ◆但し「今年度の見通し」は 97%と相当厳しいとの見方を
している。（表 10）

**表 10 2008年度の対前年実績、
及び2009年度の見通し（今年度の見通し）**

(n=118社)	対前年実績 2008年/2007年比	今年度の見通し 2009年/2008年比
①調査売上高 (対前年比)	(104.3%)	(97.3%)
②1件当たりの 調査平均受注金額	上昇11% ほぼ不変45% 下降44%	上昇4% ほぼ不変52% 下降44%
③採算	好転14% ほぼ不変46% 悪化41%	好転7% ほぼ不変53% 悪化41%
④所定外労働時間	増加16% ほぼ不変65% 減少19%	増加8% ほぼ不変66% 減少26%
⑤調査の受注件数	増加19% ほぼ横這い39% 減少42%	増加14% ほぼ横這い35% 減少52%
⑥資金繰り	改善11% ほぼ適正61% 悪化28%	改善3% ほぼ適正66% 悪化31%
⑦自社業況の 総合判断※	非常に上昇7% やや上昇16% ほぼ横這い34% やや下降29% 非常に下降14%	非常に上昇1% やや上昇15% ほぼ横這い31% やや下降34% 非常に下降19%

表 10 現時点（4月時点）での業況感（n=118社）

自社業況の 現時点の判断	非常に良い - . 良い12%. あまり良くない35%.	どちらともいえない31%. 非常に良くない22%.
-----------------	----------------------------------	------------------------------

表 11 経営上の問題点

◆経営上の問題点としては例年同様、「売上不振」（67%）、「調査の価格安」（60%）、「中堅リサーチャー不足」（39%）、「過当競争」（35%）、「コンサルティング力不足」（20%）が上位にあげられている。（表11）

当面の経営上の問題点（n=118社）

売上不振 67%	海外受注の減少 11%
調査の価格安 60%	取引条件の問題点 13%
過当競争 35%	求人難 3%
調査員不足 11%	人件費高騰 13%
中堅リサーチャー不足 39%	金利負担増大 7%
コンサルティング力不足 20%	
語学（英語）力不足 11%	設備投資不足 8%
IT化に伴うスキル、人材不足 5%	
社員の調査スキル不足 16%	その他 5%

●第34回正会員社経営業務実態

表0 日本の市場調査（MR）業界の市場規模（推計）

	単位	2009年度調査		2008年度調査	
		2008年	2007年	2007年	2007年
JMRA会員社数	社	145社	145社	140社	140社
回答社数	社	118社	118社	122社	122社
回答社調査事業売上高	億円	1,374億円	1,343億円	1,434億円	1,380億円
回答社調査事業売上伸び率	%	101.9%		103.9%	
JMRA会員社推計(145社)	億円	1,688億円		1,646億円	
日本の市場調査業界推計	億円	1,766億円		1,750億円	
伸び率	%	100.9%		-	

●第34回正会員社経営業務実態

表1 売上高および従業員数の推移

	単位	2009年度調査		2008年度調査		2007年度調査		2006年度調査		2005年度調査	
		2008年	2007年	2007年	2006年	2006年	2005年	2005年	2004年	2004年	2003年
回答社数	社	118	118	122	122	133	133	126	126	120	120
全売上高	百万円	149,830	148,431	158,620	152,997	160,003	155,221	149,844	144,790	146,778	138,665
調査事業売上高	百万円	137,431	134,335	143,472	138,037	146,387	138,340	132,765	126,843	126,849	120,326
総従業者数	人	5,667	5,586	5,649	5,322	5,529	5,377	5,069	4,727	4,636	4,466
調査業務従業者数	人	4,167	4,033	4,120	3,889	4,087	3,859	3,672	3,728	3,401	3,326

●1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	1,270	1,258	1,300	1,254	1,203	1,167	1,189	1,149	1,223	1,156
調査事業売上高	百万円	1,165	1,138	1,176	1,131	1,101	1,040	1,054	1,007	1,057	1,003

●1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	48.0	45.4	46.3	43.6	41.6	40.4	40.2	37.5	38.6	37.2
調査業務従業者数	人	35.3	34.5	33.8	31.9	30.7	29.0	29.1	29.6	28.3	27.7

●従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	26.4	26.6	28.1	28.7	28.9	28.9	29.6	30.6	31.7	31.0
調査事業売上高	百万円	33.0	33.3	34.8	35.5	35.8	35.8	36.2	34.0	37.3	36.2

●調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	91.7	90.5	90.5	90.2	91.5	89.1	88.6	87.6	86.4	86.8
従業者数	%	73.5	72.2	72.9	73.1	73.9	71.8	72.4	78.9	73.4	74.5

●対前年増加率

全売上高	%	0.9		3.7		3.1		3.5		5.9	
調査事業売上高	%	2.3		3.9		5.8		4.7		5.4	
調査業務従業者数	%	3.3		5.9		5.9		-1.5		2.3	
従業者1人当たり調査事業売上高	%	-1.0		-1.9		-0.1		6.3		3.1	

表2-1 調査売上規模別社数、調査売上高および調査従業者、平均年齢

2008年 調査業務売上高	社数	調査売上高		※調査従業者			1社当たり 平均人数	1人当たり 平均売上 高
		合計	1社当たり平均	男性	女性	合計		
単 位	社	百万円	百万円	人	人	人	人	百万円
合 計	118	137,431	1,165	2,513	1,654	4,167	35	33.0
2億円未満	51	5,609	110	153	144	297	6	18.9
2億円台	11	2,602	237	77	50	127	12	20.5
3億円台	9	3,126	347	88	51	139	15	22.5
4-5億円台	8	3,872	484	105	94	199	25	19.5
6-10億円台	13	9,538	734	185	151	336	26	28.4
11-20億円台	9	14,343	1,594	289	208	497	55	28.9
21億円以上	17	98,341	5,785	1,616	956	2,572	151	38.2
		平均年齢（歳）		41.9	37.6	39.8		

表2-2 調査売上規模別社数

調査売上規模	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
2億円未満	51	45	52	46	36
2億円台	11	14	17	19	14
3億円台	9	10	9	9	10
4-5億円台	8	10	8	7	7
6-10億円台	13	15	19	17	14
11-20億円台	9	9	11	14	12
21億円以上	17	19	17	14	15
回答社数	118	122	133	126	108

表3-1 新卒採用社数と採用人数

	2009年新卒		2008年新卒		2007年新卒		2006年新卒		2005年新卒	
	全体		全体		全体		全体		全体	
	採用人数	採用社数								
回答社数	118		122		124		130		120	
採用人数計・採用あり社数	148	20	186	42	189	56	194	32	131	32
採用率	16.9%		34.4%		45.2%		24.6%		26.7%	
1社当たり採用人数	7.4		4.4		3.4		6.1		4.1	

表3-2 中途採用数と採用人数（今年度調査）

	2008年	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	118	
採用人数計・採用あり社数	463	71
採用率	60.2%	
1社当たり採用人数	6.5	

表4 登録調査員数

	単位	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
回答社数※	社	70	70	73	88	68
総数	人	25,584	26,539	26,180	28,278	23,749
1社平均	人	365	379	359	321	349

※登録調査員0の会社を除く。

表5-1 調査事業売上高の受発注内容

2008年 調査事業売上高の受発注内訳（今年度より調査）				
	調査事業売上高	国内よりの受注額	海外よりの受注額	海外への発注額
回答社数	118社	108社	31社	19社
回答社の総額(百万円)	137,431	97,708	3,997	1,764
1社当たりの平均額(百万円)	1,165	905	129	93

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額

2008年 国内調査会社との受発注額（今年度より調査）			
	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	118社	60社	74社
回答社の総額(百万円)	137,431	13,488	10,577
1社当たりの平均額(百万円)	1,165	225	143

注) 受発注額: 0、無記入、拒否は除く

表5-3 対海外取引

●海外からの受注	単位	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
取引社数	社	31	34	32	36	36
受注額	百万円	3,997	5,089	6,676	5,068	4,864
調査事業売上高に占める割合	%	2.9%	3.5%	4.6%	3.8%	3.8%
調査事業売上高	百万円	137,431	143,472	146,387	132,765	126,849

●海外への発注						
取引社数	社	19	27	20	27	23
発注額	百万円	1,764	7,368	5,298	2,119	3,045
調査事業売上高に占める割合	%	1.3%	5.1%	3.6%	1.6%	2.4%

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）

2008年 調査事業売上高と諸経費（今年度より調査）	
	調査事業売上高
回答社数	118社
回答社の総額(百万円)	137,431
1社当たりの平均額(百万円)	1,165

	回答社数	比率	備考
調査事業売上高	118社	100.0%	
粗利率	97社	44.2%	(粗利=売上一直接費)
人件費率	94社	31.7%	
営業利益率	95社	2.9%	
経常利益率	92社	0.9%	

(粗利率、人件費率、営業利益率、経常利益率は回答された%の平均)

	回答社数	比率	備考
調査事業売上高	118社	100.0%	
粗利率	97社	44.6%	(粗利=売上一直接費)
人件費率	94社	26.2%	
営業利益率	95社	7.9%	
経常利益率	92社	7.0%	

(粗利率、人件費率、営業利益率、経常利益率は金額換算)

表7-1 取引先業種別売上高構成比

取引先業種	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
国際機関、中央官庁、地方公共団体、外郭団体、独立行政法人	5%	4%	5%	5%	6%
製造業・食品・清涼飲料等	12%	12%	13%	14%	13%
製造業・アルコール飲料・タバコ	3%	*	*	*	*
製造業・化学、繊維、医薬品、化粧品	18%	9%	11%	11%	11%
製造業・電気製品、PC、携帯、ゲーム機、機械	2%	2%	2%	2%	2%
製造業・自動車	6%	7%	8%	7%	7%
その他製造業(ゲーム等のIT関連ソフト含む)	2%	14%	5%	6%	6%
流通業(卸・小売業・通販)	2%	2%	2%	2%	2%
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%	2%	2%	2%
金融、保険、証券	1%	1%	2%	1%	1%
マスコミ(TV、新聞、放送、出版等)	9%	9%	10%	9%	10%
サービス(交通運輸、通信等)	4%	6%	5%	6%	7%
広告代理店(プロダクション含む)	19%	18%	17%	18%	19%
調査機関(シンクタンク含む)	8%	9%	9%	8%	8%
その他の民間企業・団体・学校法人	8%	7%	6%	7%	7%
合計	100%	100%	100%	100%	100%
回答社数	(107社)	(108社)	(119社)	(112社)	(102社)

(今年度より、取引先業種「製造業・化学、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)

*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高構成比

製品・サービス分野	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
A.消費者向け製品サービス	79.2%	81.6%	83.4%	84.4%	84.8%
B.非消費者向け製品サービス	20.8%	18.4%	16.6%	15.6%	14.4%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	99.2%
回答社数	107	104	114	104	95

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				
	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
A.アドホック（除オムニバス）	56.7%	63.9%	65.8%	63.3%	58.5%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
訪問調査小計	7.6%	9.2%	11.8%	12.1%	13.6%	13.4%	14.4%	18.0%	19.0%	23.2%
訪問面接	4.3%	5.2%	5.5%	6.4%	6.4%	7.6%	8.2%	8.3%	10.0%	11.0%
留置併用訪問面接	1.4%	2.1%	3.2%	2.2%	3.7%	2.5%	3.3%	4.8%	3.4%	6.3%
留置（留置＋ネット含む）	1.9%	1.8%	3.2%	3.5%	3.5%	3.3%	2.9%	4.8%	5.6%	5.9%
街頭	0.9%	0.7%	0.9%	0.8%	0.9%	1.6%	1.2%	1.3%	1.3%	1.5%
郵送（郵送＋ネット含む）	5.7%	8.5%	9.1%	8.4%	8.3%	10.1%	13.4%	13.8%	13.3%	14.2%
電話	0.6%	1.1%	1.6%	1.2%	1.3%	1.0%	1.8%	2.5%	1.9%	2.3%
CATI（電話）	0.5%	0.6%	0.8%	1.1%	1.2%	0.9%	0.9%	1.2%	1.7%	2.0%
観察	0.5%	0.9%	1.2%	0.8%	0.8%	0.8%	1.5%	1.9%	1.3%	1.3%
会場でのテスト・集合調査	7.5%	7.7%	6.3%	8.2%	7.2%	13.2%	12.0%	9.6%	13.0%	12.4%
CAPI（会場テスト）	0.2%	0.4%	1.3%	0.6%	1.6%	0.4%	0.7%	2.0%	0.9%	2.7%
インターネット/オンライン量的調査	19.9%	20.5%	19.1%	17.4%	12.0%	35.1%	32.1%	29.1%	27.5%	20.4%
その他の量的調査	5.2%	4.6%	3.8%	3.6%	2.9%	9.2%	7.2%	5.8%	5.6%	4.9%
・量的調査計	48.6%	54.4%	56.1%	54.2%	49.6%	85.5%	85.1%	85.1%	85.6%	84.8%
グループ・インタビュー	5.0%	5.1%	6.2%	5.5%	5.7%	8.8%	7.9%	9.4%	8.7%	9.7%
デプス・インタビュー	2.0%	2.2%	1.6%	1.6%	1.9%	3.5%	3.5%	2.5%	2.5%	3.2%
インターネット/オンライン質的調査	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%	0.9%	0.9%	0.8%	0.9%	1.1%
その他の質的調査	0.7%	1.6%	1.4%	1.5%	0.7%	1.2%	2.5%	2.1%	2.3%	1.2%
・質的調査計	8.2%	9.5%	9.8%	9.1%	8.9%	14.5%	14.9%	14.9%	14.4%	15.2%
B.継続調査	35.6%	31.0%	29.0%	31.0%	33.5%					
オムニバス調査	0.4%	0.3%	0.3%	0.7%	3.0%					
消費者パネル	6.9%	5.8%	6.5%	6.7%	6.2%					
事業所パネル	9.1%	0.8%	7.0%	7.4%	7.1%					
媒体調査	16.3%	16.2%	13.1%	14.5%	15.0%					
その他の継続調査	1.6%	7.8%	2.0%	1.6%	2.3%					
インターネット/オンライン継続調査（目的不問）	1.3%	*	*	*	*					
C.その他	7.7%	5.1%	5.2%	5.7%	8.0%					
実査のみ（従来型）	2.5%	2.3%	2.7%	3.0%	3.4%					
実査のみ（インターネット/オンライン）	0.7%	*	*	*	*					
集計・分析のみ	2.3%	1.6%	1.4%	1.6%	1.7%					
その他	2.1%	1.2%	1.1%	1.1%	2.9%					
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	107	108	119	110	93	107	108	119	110	93

*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				
	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
回答社数	107	108	119	110	93
A.アドホック（オムニバスを除く）	57%	64%	66%	63%	59%
B.継続調査	36%	31%	29%	31%	33%
C.その他	7%	5%	5%	6%	8%

表8-3 アドホック調査手法別売上高構成比（単位：％）

	2008年	2007年	2006年	2005年	2004年
合計	100%	100%	100%	100%	100%
訪問調査小計	13%	14%	18%	19%	23%
・面接	8%	8%	8%	10%	11%
・留置・面接併用	2%	3%	5%	3%	6%
・留置	3%	3%	5%	6%	6%
郵送	10%	13%	14%	13%	14%
会場テスト	13%	12%	10%	13%	12%
CAPI	0%	1%	2%	1%	3%
電話	1%	2%	3%	2%	2%
CATI	1%	1%	1%	2%	2%
インターネット	35%	32%	29%	28%	20%
街頭	2%	1%	1%	1%	1%
観察	1%	1%	2%	1%	1%
その他定量調査	9%	7%	6%	6%	5%
グルイン・デプス・定性調査	14%	14%	15%	14%	15%
回答社数	(107社)	(108社)	(119社)	(110社)	(93社)

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

2008年 インターネット/オンライン 調査受発注内容 (今年度より調査)				
	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	118社	73社	57社	26社
回答社の総額(百万円)	137,431	24,006	4,995	1,653
1社当たりの平均額(百万円)	1,165	329	88	64

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

	2008年	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
	実施率	実施率	実施率	実施率	実施率
消費・購入実態、消費者の態度・意識	96%	91%	100%	95%	96%
既存製品の検討、評価	87%	90%	98%	89%	94%
新製品開発(コンセプト・テスト、製品テスト)	83%	87%	93%	86%	90%
市場実験、テスト・マーケティング、マーケット・モデル	32%	38%	39%	43%	46%
価格	68%	59%	60%	66%	65%
パッケージ、ネーミング	77%	74%	77%	72%	73%
広告の事前テスト(コピー、CMテスト)	63%	66%	71%	68%	74%
広告効果測定	69%	72%	77%	77%	78%
テレビ/ラジオ/ネット視聴率	19%	40%	40%	41%	38%
新聞/雑誌/その他の媒体	40%	53%	52%	54%	55%
世論/社会調査/官公庁などの公的調査	41%	43%	38%	33%	39%
企業イメージ/CI/ブランドエクイティ	68%	66%	74%	70%	74%
顧客満足度	77%	72%	79%	78%	79%
B to B (ビジネス・ツー・ビジネス)	46%	*	*	*	*
産業財、生産財	21%	28%	29%	34%	37%
流通段階	32%	40%	36%	41%	45%
商圈	37%	35%	39%	34%	41%
その他	38%	51%	47%	46%	50%
回答社数	(117社)	(116社)	(121社)	(122社)	(108社)

*印は2007年度以前は未調査

表10-1 自社の業況（動向調査）

対前年実績（2008年度/2007年度比）

①調査事業売上高	
対前年実績（2008年度/2007年度比）	
回答社数	118社
対前年比	104.3%（単純平均）

N=118

②1件当たりの調査平均受注金額				
	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数
回答社数	13	53	52	-39
%	11%	45%	44%	-33%

③採算				
	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	A-C=指数
回答社数	16	54	48	-32
%	14%	46%	41%	-27%

今年度の見通し（2009年度/2008年度比）

①調査事業売上高	
今年度の見通し（2009年度/2008年度比）	
118社	
97.3%	（単純平均）

N=118

②1件当たりの調査平均受注金額				
A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数	
5	61	52	-47	
4%	52%	44%	-40%	

③採算				
A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	A-C=指数	
8	62	48	-40	
7%	53%	41%	-34%	

表10-2 自社の業況

N=118

対前年実績（2008年度/2007年度比）

④所定外労働時間				
	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数
回答社数	19	77	22	-3
%	16%	65%	19%	-3%

⑤調査の受注件数				
	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数
回答社数	23	46	49	-26
%	19%	39%	42%	-22%

⑥資金繰り				
	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	A-C=指数
回答社数	13	72	33	-20
%	11%	61%	28%	-17%

N=118

今年度の見通し（2009年度/2008年度比）

④所定外労働時間				
	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数
回答社数	10	78	30	-20
%	8%	66%	25%	-17%

⑤調査の受注件数				
	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	A-C=指数
回答社数	16	41	61	-45
%	14%	35%	52%	-38%

⑥資金繰り				
	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	A-C=指数
回答社数	4	78	36	-32
%	3%	66%	31%	-27%

表10-3 自社の業況

対前年実績（2008年度/2007年度比）

N=118

⑦自社業況の総合判断						
	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	A-C=指 数
回答社数	8	19	40	34	17	-24
%	7%	16%	34%	29%	14%	-20%

今年度の見通し（2009年度/2008年度比）

N=118

⑦自社業況の総合判断					
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	A-C=指 数
1	18	36	40	23	-44
1%	15%	31%	34%	19%	-37%

⑧現時点(4月時点)での業況感

	A.非常に 良い	A.やや良 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	A-C=指 数
回答社数	0	14	37	41	26	-53
%	0%	12%	31%	35%	22%	-45%

表 1 1 当面の経営上の問題点(動向調査)

	2008年	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
	肯定率	肯定率	肯定率	肯定率	肯定率
売上不振	67%	36%	35%	23%	27%
海外受注の減少	11%	2%	2%	3%	5%
調査の価格安	60%	57%	56%	56%	54%
取引条件の問題点	13%	11%	16%	11%	14%
過当競争	35%	22%	32%	25%	30%
求人難	3%	20%	22%	19%	20%
調査員不足	11%	12%	20%	24%	19%
人件費高騰	13%	13%	18%	15%	11%
中堅リサーチャー不足	39%	42%	48%	49%	43%
金利負担増大	7%	5%	7%	4%	3%
コンサルティング力不足	20%	22%	21%	15%	18%
語学(英語)力不足	11%	11%	11%	12%	10%
設備投資不足	8%	8%	5%	6%	6%
IT化に伴うスキル、人材不足	5%	*	*	*	*
社員の調査スキル不足	16%	*	*	*	*
その他(具体的に *)	5%	11%	7%	13%	10%
特になし	7%	5%	4%	6%	8%
回答社数	(118社)	(132社)	(122社)	(119社)	(125社)

*印は2007年度以前は未調査

・その他(具体的に*)

- ・粗利低下への歯止め
- ・世界的不況
- ・為替の変動
- ・先が読めない
- ・新商品開発(2)