

# 第36回経営業務実態調査

2011年6月30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ESOMARを含む海外へ提供する日本のマーケティング・リサーチ業界としてのデータの基礎資料とする。
- 調査対象: 正会員社:150社  
回答社 :123社 回収率:82.0%
- 調査日時: 2011年4月14日～6月3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	123	57	31	10	10	15
%	100%	46%	25%	8%	8%	12%

## < 第 36 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 >

- ◆「日本の市場調査業界全体の市場規模」は、経営業務実態調査に回答社の「調査事業売上」をベースに、「JMRA 会員社合計（推計）」を算出し、さらに「JMRA 非会員社」の売上を加え、推定したもので、JMRA としてオーソライズし、公表するものです。この結果は、ESOMARにも報告し、GLOBAL MARKET RESEARCH に採用されているものです。
- ◆時系列データは直近5年間の推移を表示しています。

### ●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。
- ◆2010年度の日本の市場調査業界の市場規模は、1,699億円、対前年比101.6%と、経済危機の影響から回復の兆しが見えていたところに、3月11日の東日本大震災、それに続く福島原発事故が発生したことを受け、3月の年度未受注に影響を受けて、前年比1.6%の伸びにとどまり、依然として、厳しい状況である。
- ◆このような状況の中で調査手法別にみると、パネル調査は、101.1%で横ばい、既存手法は97.8%、インターネット調査は109.1%と、既存手法からインターネット調査にシフトが進んでいる。
- ◆自社の業況の結果によると、2009年度に対し2010年度は総合的に判断して、「上昇+やや上昇」が41%、「下降+やや下降」が38%であったが、2010年度に対し2011年度は、「上昇+やや上昇」が24%、「下降+やや下降」が41%とさらに厳しい状況であるとみている。
- ◆当面の経営上の問題点について質問しているが、今回は「東日本大震災の影響」「福島原発事故の影響」の回答肢を追加した。「調査の価格安」56%、「売上不振」51%、「中堅リサーチャー不足」31%は例年と変わらないが、「東日本大震災の影響」が61%と大きく問題点としてとらえられており、また「福島原発事故の影響」も39%と問題点として高い数値を示している。

＜日本のMR業界市場規模の推移＞ 単位：億円

	2010年度	2009年度	前年比 (%)
市場規模	1,699	1,672	101.6
パネル調査	556	550	101.1
アドホック調査	1,063	1,041	102.1
*インターネット調査	430	394	109.1
*既存手法調査	633	647	97.8
その他	80	81	98.8

( \* 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

◆調査事業売上高：2010年度の対前年増加率は1.6%。

前年は経済不況の影響でマイナスであったが、今年度はプラスになった。しかし、一昨年のレベルにまでは戻るまでには至っていない。

◆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、2010年度は92.4%と若干高くなった。

◆調査業務従業者数の対前年増加率は10.9%と増加している。

表2 調査売上規模別社数および調査従業者

◆調査事業売上高別に回答社をL, M, H, 3層に層別すると

- ・2億円未満 (L) : 57社 : 46%
- ・2億円～10億円 (M) : 41社 : 33%
- ・11億円～ (H) : 25社 : 20%

売上高10億円以下の会員社が98社/123社=80%を占める

◆従業者の平均年齢は38.0歳

(男性39.9歳、女性34.8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

2011年(25%、4人) 2010年(19%、4人)

2009年(17%、7人) 2008年(34%、4人)

2007年(45%、3人)

新卒の採用率は、2011年度25%と一昨年、昨年に比して、やや高いが、引き続いて低水準。1社当りの採用人数も3.7人と少ない。

中途採用率は59社で48%、1社当りの採用人数4.4人と一昨年、昨年に比べ、減少している。

### 表4 登録調査員人数

◆登録調査員保有と答えたのは、77社/123社=63%、総数は、25,267人、1社平均登録調査員数は328人。

登録調査員は複数社に登録されていると思われるので、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118社、その総額は1,054億円、1社当たりの平均受注額は8億9千万円

・海外よりの受注額は回答社39社、その総額は44億円、1社当たりの平均受注額は1億1千万円

・海外への発注額は回答社26社、その総額は16億円、1社当たりの平均発注額は6千万円

#### ◆表5-2 国内調査会社間での受発注

・国内調査会社間において、受発注は次のとおり。

・国内調査会社へ発注しているのは75社61%、発注総額は101億円、1社当たりの平均発注額は1億4千万円

・国内調査会社から受注しているのは84社68%、受注総額は158億円、1社当たりの平均受注額は1億9千万円

#### ◆表5-3 海外取引

・海外からの受注額は44億円であり、調査事業売上高に占める割合は3%と横ばいの傾向である。

・海外から受注している社数は39社/123社=32%

・海外への発注額は、売上高の1.2%の16億円。

・海外発注取引社数は26社/123社=21%。

### 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（金額ウェイトバック後の平均%）
- ◆粗利率：32.1%（粗利＝売上一直接費）
- ◆人件費率：22.7%
- ◆営業利益率：7.4%
- ◆経常利益率：5.5%

### 表 7-1 取引先業種別売上高構成比

- ◆2010年度の取引先業種別売上高を見ていくと

「製造業（化学、繊維、医薬品、化粧品）」（19%）「調査機関（含シンクタンク）」（14%）「製造業（食品・清涼飲料等）」（11%）、「広告代理店（プロダクション含む）」（11%）が上位を占めている。「製造業（化学、繊維、医薬品、化粧品）」「調査機関（含シンクタンク）」は増加傾向にあり、「製造業（自動車）」「マスコミ（新聞・放送・出版等）」「広告代理店（プロダクション）」からの売り上げは減少傾向にある。

### 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77%と多くを占める。
- ◆一方『法人向けサービス』（BtoB）は23%となっている。

### 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59.8%である。

・「インターネット」は2010年度23.9%と、もっとも多い調査手法であり、増加傾向を示している。

・「訪問調査小計」は漸減傾向にあったが、2010年度は8.9%とやや持ち直している。

・「郵送調査」は6.5%、「会場テスト・集合調査」は5.1%となっている。

・「GI・DI等」の質的調査計（8.1%）は安定している。

#### ◆B. 継続調査

・「媒体調査」（14.6%）、「事業所パネル」（9.8%）、「消費者パネル」（5.7%）となっている。

**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/オンラインの調査受注総売上  
会員社 78 社が受注 (78 社/123 社=63%)  
売上総額は 317 億円、1 社当たりの平均売上高は  
4 億 1 千万円
- ◆会員社 62 社から国内調査会社 (会員外も含む) へのイ  
ンターネット/オンラインの調査を発注した額は 50 億円、  
1 社当たりの平均発注額は 8,100 万円
- ◆国内調査会社から会員社が受注したインターネット/オ  
ンラインの調査については、29 社が受注しており、額は  
53 億円、1 社当たりの平均受注額は 1 億 8 千万円

**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」(90%)をはじめ、  
「既存製品の検討、評価」(85%)「新製品開発」(84%)  
「顧客満足度」(76%)「パッケージ・ネーミング」(73%)  
調査の実施が上位を占める。

**表 10 2010 年度の対前年実績、  
及び 2011 年度の見通し (今年度の見通し)**

(n=123 社)	対前年実績 2010 年/2009 年比	今年度の見通し 2011 年/2010 年比
①調査売上高 (対前年比)	(99.7%)	(99.1%)
②1 件当たりの 調査平均受注金額	上昇 13% ほぼ不変 44% 下降 41%	上昇 7% ほぼ不変 62% 下降 28%
③採 算	好転 16% ほぼ不変 44% 悪化 37%	好転 11% ほぼ不変 54% 悪化 32%
④所定外労働時間	増加 18% ほぼ不変 54% 減少 25%	増加 11% ほぼ不変 62% 減少 25%
⑤調査の受注件数	増加 24% ほぼ横這い 36% 減少 38%	増加 19% ほぼ横這い 42% 減少 37%
⑥資金繰り	改善 7% ほぼ適正 68% 悪化 23%	改善 9% ほぼ適正 60% 悪化 28%
⑦自社業況の 総合判断※	非常に上昇 6% やや上昇 35% ほぼ横這い 19% やや下降 22% 非常に下降 16%	非常に上昇 1% やや上昇 23% ほぼ横這い 33% やや下降 30% 非常に下降 11%

**表 10 現時点 (4 月時点) での業況感 (n=123 社)**

自社業況の 現時点の判断	非常に良い 2%. 良い 11%. どちらともいえない 33%. あまり良くない 37%. 非常に良くない 16%.
-----------------	--

**表 11 当面の経営上の問題点**

◆当面の経営上の問題点について質問しているが、今回は「東日本大震災の影響」「福島原発事故の影響」の回答肢を追加した。

例年のように経営上の課題としては、「調査の価格安」が56%、「売上不振」が51%、「中堅リサーチャー不足」が31%と上位に挙がっている。

しかし、今回は、「東日本大震災の影響」が61%ともっとも大きな問題点として捉えられている。また「福島原発事故の影響」は、「東日本大震災の影響」に比べて高くはないが、39%が問題点として挙げており、今後の影響が心配される。

当面の経営上の問題点 (n=123 社)

<b>東日本大震災の影響</b>	<b>61%</b>
調査の価格安	56%
売上不振	51%
<b>福島原発事故の影響</b>	<b>39%</b>
中堅リサーチャー不足	31%
過当競争	28%
コンサルティング力不足	19%
社員の調査スキル不足	17%
取引条件の問題	16%
I T化に伴うスキル、人材不足	14%
人件費高等	14%
語学(英語)力不足	9%
海外受注の減少	8%
調査員不足	7%
設備投資不足	5%
金利負担増大	4%
求人難	2%
その他 (具体的に* )	5%
特になし	4%

**表0-1 日本の市場調査（MR）業界の市場規模（推計）**

	単位	2011年度調査		2010年度調査		2009年度調査	
		2010年度	2009年度	2009年度	2008年度	2008年度	2007年度
JMRA会員社数	社	150社	150社	149社	149社	145社	145社
回答社数	社	123社	123社	128社	128社	118社	118社
回答社調査事業売上高	億円	1,329億円	1,308億円	1,304億円	1,369億円	1,374億円	1343億円
回答社調査事業売上伸び率	%	101.6%		95.3%		102.3%	
JMRA会員社推計(150社)	億円	1,624億円		1,598億円		1,688億円	
日本の市場調査業界推計	億円	1,699億円		1,672億円		1,766億円	
対前年比	%	101.6%		94.7%		100.9%	

**表0-2 調査手法別市場規模（推計）**

調査手法別		2010年度	2009年度	2008年度
パネル調査	売上高	556 億円	550 億円	553 億円
	対前年比(%)	101.1%	99.4%	101.8%
AD-HOC調査	売上高	1,063 億円	1041 億円	1124 億円
	対前年比(%)	102.1%	92.6%	100.4%
インターネット調査	売上高	430 億円	394 億円	404 億円
	対前年比(%)	109.1%	97.6%	112.2%
既存手法	売上高	633 億円	647 億円	720 億円
	対前年比(%)	97.8%	89.9%	94.7%
その他	売上高	80 億円	81 億円	89 億円
	対前年比(%)	98.8%	91.0%	102.2%



**表1 売上高および従業員数の推移**

	単位	2011年度調査		2010年度調査		2009年度調査		2008年度調査		2007年度調査	
		2010年	2009年	2009年	2008年	2008年	2007年	2007年	2006年	2006年	2005年
回答社数	社	123社	123社	128社	128社	118社	118社	122社	122社	133社	133社
全売上高	百万円	143,872	143,254	144,663	151,638	149,830	148,431	158,620	152,997	160,003	155,221
調査事業売上高	百万円	132,881	130,847	130,429	136,798	137,431	134,335	143,472	138,037	146,387	138,340
総従業者数	人	6,066	5,646	5,914	6,060	5,667	5,586	5,649	5,322	5,529	5,377
調査業務従業者数	人	4,555	4,107	4,505	4,446	4,167	4,033	4,120	3,889	4,087	3,859

● 1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	1,170	1,165	1,130	1,194	1,270	1,258	1,300	1,254	1,203	1,167
調査事業売上高	百万円	1,080	1,064	1,019	1,077	1,165	1,138	1,176	1,131	1,101	1,040

● 1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	49.3	45.9	46.2	47.3	48.4	45.4	46.3	43.6	41.6	40.4
調査業務従業者数	人	37.0	33.4	35.2	34.7	37.5	34.5	33.8	31.9	30.7	29.0

● 従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	23.7	25.4	24.5	25.0	26.4	26.6	28.1	28.7	28.9	28.9
調査事業売上高	百万円	29.2	31.9	29.0	30.8	33.0	33.3	34.8	35.5	35.8	35.8

● 調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	92.4%	91.3%	90.2	90.2	91.7	90.5	90.5	90.2	91.5	89.1
従業者数	%	75.1%	72.7%	73.4	76.2	73.5	72.2	72.9	73.1	73.9	71.8

● 対前年増加率

全売上高	%	0.4		-4.6		0.9		3.7		3.1	
調査事業売上高	%	1.6		-4.7		2.3		3.9		5.8	
調査業務従業者数	%	10.9		-1.3		3.3		5.9		5.9	
従業者1人当たり調査事業売上高	%	-8.4		-5.9		-1.0		-1.9		-0.1	

**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**

2010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	123	132,881	1,080	2,817	1,738	4,555	37.0	29.2
2億円未満	57	6,115	107	208	126	334	5.9	18.3
2億円台	7	1,626	232	33	29	62	8.9	26.2
3億円台	9	3,010	334	88	48	136	15.1	22.1
4~5億円	15	7,100	473	234	130	364	24.3	19.5
6~10億円	10	7,632	763	178	150	328	32.8	23.3
11~20億円	10	14,647	1,465	294	213	507	50.7	28.9
21億円以上	15	92,751	6,183	1,782	1,042	2,824	188.3	32.8
		平均年齢		39.9	34.8	38.0		

**表2-2 調査売上規模別社数**

調査売上規模別	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
2億円未満	57	59	51	45	52
2億円台	7	14	11	14	17
3億円台	9	4	9	10	9
4~5億円	15	15	8	10	8
6~10億円	10	12	13	15	19
11~20億円	10	7	9	9	11
21億円以上	15	17	17	19	17
回答社数	123	128	118	122	133

**表3-1 新卒採用社数と採用人数**

	2011年		2010年		2009年新卒		2008年新卒		2007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	123		128		118		122		124	
採用人数計・採用あり社数	114	31	96	24	148	20	186	42	189	56
採用率	/	25.2%	/	18.8%	/	16.9%	/	34.4%	/	45.2%
1社当り採用人数		3.7		4		7.4		4.4		3.4

**表3-2 中途採用数と採用人数**

	2010年		2009年		2008年	
	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
回答社数	123		128		118	
採用人数計・採用あり社数	259	59	290	52	463	71
採用率	/	48.0%	/	40.6%	/	60.6%
1社当り採用人数		4.4		5.6		6.5

**表4 登録調査員数**

	単位	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
回答社数*	社	77	71	70	70	73
総数	人	25,267	23,735	25,584	26,539	26,180
1社平均	人	328	334	365	379	359

(\* 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**

	2010年 調査事業の受発注				2009年 調査事業の受発注				2008年 調査事業の受発注			
	調査事業 売上高	国内よりの 受注	海外よりの 受注	海外への 発注	調査事業 売上高	国内よりの 受注	海外よりの 受注	海外への 発注	調査事業 売上高	国内よりの 受注	海外よりの 受注	海外への 発注
回答社数	123社	118社	39社	26社	128社	117社	32社	22社	118社	108社	31社	19社
受発注割合(%)		95.9%	31.7%	21.1%		91.4%	25.0%	17.2%		91.5%	26.3%	16.1%
回答社の総額(百万円)	132,881	105,399	4,447	1,598	130,429	91,671	3,316	1,317	137,431	97,708	3,997	1,764
1社当りの平均額(百万円)	1,080	893	114	61	1,019	784	104	60	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割合と受発注額**

	2010年 調査事業売上高の受発注内訳			2009年 調査事業売上高の受発注内訳			2008年 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
回答社数	123社	75社	84社	128社	69社	78社	118社	60社	74社
受発注割合(%)		61.0%	68.3%		53.9%	60.9%		50.8%	62.7%
回答社の総額(百万円)	132,881	10,125	15,800	130,429	12,630	15,936	137,431	13,488	10,577
1社当りの平均額(百万円)	1,080	135	188	1,019	183	204	1,165	225	143

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	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
取引社数	社	39社	32社	31社	34社	32社
受注額	百万円	4,447	3,316	3,997	5,089	6,676
調査事業売上高に占める割合	%	3.3%	2.5%	2.9%	3.5%	4.6%
調査事業売上高	百万円	132,881	130,429	137,431	143,472	146,387

●海外への発注

取引社数	社	26社	22社	19社	27社	20社
発注額	百万円	1,598	1,317	1,764	7,368	5,298
調査事業売上高に占める割合	%	1.2%	1.0%	1.3%	5.1%	3.6%

**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)**

	2010年	2009年	2008年
	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	123社	128社	118社
回答社の総額(百万円)	132,881	130,429	137,431
1社当りの平均額(百万円)	1,080	1,019	1,165

2008年より調査項目追加のため  
2007年以前のデータなし

●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
調査事業売上高	123社	100%	128社	100.0%	118社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	103社	44.3%	104社	44.3%	97社	44.2%
人件費率	101社	32.6%	99社	32.4%	94社	31.7%
営業利益率	102社	5.6%	102社	3.8%	95社	2.9%
経常利益率	99社	4.3%	99社	2.7%	92社	0.9%

\*(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
調査事業売上高	123社	100%	128社	100.0%	118社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	103社	32.1%	104社	32.7%	97社	44.6%
人件費率	101社	22.7%	99社	21.0%	94社	26.2%
営業利益率	102社	7.4%	102社	6.6%	95社	7.9%
経常利益率	99社	5.5%	99社	4.8%	92社	7.0%

\*(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	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
官公庁・独立行政法人	7%	5%	5%	4%	5%
製造業・食品・清涼飲料等	11%	11%	12%	12%	13%
製造業・アルコール飲料・タバコ	4%	3%	3%	*	*
製造業・化学、繊維、医薬品、化粧品	19%	17%	18%	9%	11%
製造業・電気製品、PC、携帯、ゲーム機、機械	3%	2%	2%	2%	2%
製造業・自動車	4%	4%	6%	7%	8%
その他製造業(ゲーム等のITソフト含む)	1%	1%	2%	14%	5%
流通業(卸・小売業・通販)	3%	3%	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%	1%	1%	2%
金融、保険、証券	2%	1%	1%	1%	2%
マスコミ(新聞、放送、出版等)	5%	10%	9%	9%	10%
サービス(運輸、通信等)	4%	3%	4%	6%	5%
広告代理店(プロダクション含む)	11%	17%	19%	18%	17%
調査機関(含シンクタンク含む)	14%	13%	8%	9%	9%
その他の民間企業・団体・学校法人	9%	8%	8%	7%	6%
合計	100%	100%	100%	100%	100%
回答社数	(112社)	(113社)	(107社)	(108社)	(119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	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
A.消費者向け製品サービス	76.6%	73.4%	79.2%	81.6%	83.4%
B.非消費者向け製品サービス	23.4%	26.6%	20.8%	18.4%	16.6%
合計	100.0%	100.0%	100%	100%	100%
回答社数	(112社)	(111社)	(107社)	(104社)	(114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				
	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
A.アドホック（除オムニバス）	59.8%	55.4%	56.8%	63.9%	65.8%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
訪問調査小計	8.9%	6.7%	7.6%	9.2%	11.8%	14.9%	12.1%	13.4%	14.4%	18.0%
訪問面接	6.0%	3.8%	4.3%	5.2%	5.5%	10.0%	6.9%	7.6%	8.2%	8.3%
留置併用訪問調査	1.1%	1.3%	1.4%	2.1%	3.2%	1.9%	2.4%	2.5%	3.3%	4.8%
留置(留置+インターネット含む)	1.8%	1.6%	1.9%	1.8%	3.2%	3.1%	2.8%	3.3%	2.9%	4.8%
街頭	0.7%	1.2%	0.9%	0.7%	0.9%	1.3%	2.1%	1.6%	1.2%	1.3%
郵送(郵送+インターネット含む)	6.5%	5.9%	5.7%	8.5%	9.1%	10.9%	10.6%	10.1%	13.4%	13.8%
電話	0.7%	0.6%	0.6%	1.1%	1.6%	1.1%	1.1%	1.0%	1.8%	2.5%
CATI（電話）	0.8%	1.0%	0.5%	0.6%	0.8%	1.3%	1.7%	0.9%	0.9%	1.2%
観察	2.9%	2.8%	0.5%	0.9%	1.2%	4.8%	5.1%	0.8%	1.5%	1.9%
会場テスト・集合調査	5.1%	6.1%	7.5%	7.7%	6.3%	8.5%	11.0%	13.2%	12.0%	9.6%
CAPI（会場テスト）	0.8%	0.5%	0.2%	0.4%	1.3%	1.3%	0.9%	0.4%	0.7%	2.0%
インターネット/オンライン量的調査	23.9%	19.9%	19.9%	20.5%	19.1%	39.9%	35.9%	35.1%	32.1%	29.1%
その他の量的調査	1.4%	2.5%	5.2%	4.6%	3.8%	2.4%	4.6%	9.2%	7.2%	5.8%
・量的調査計	51.7%	47.2%	48.6%	54.4%	56.1%	86.5%	85.1%	85.5%	85.1%	85.1%
グループ・インタビュー	4.3%	4.3%	5.0%	5.1%	6.2%	7.2%	7.7%	8.8%	7.9%	9.4%
デプス・インタビュー	2.7%	2.5%	2.0%	2.2%	1.6%	4.4%	4.5%	3.5%	3.5%	2.5%
インターネット/オンライン質的調査	0.4%	0.8%	0.5%	0.6%	0.5%	0.6%	1.4%	0.9%	0.9%	0.8%
その他の質的調査	0.8%	0.7%	0.7%	1.6%	1.4%	1.3%	1.3%	1.2%	2.5%	2.1%
・質的調査計	8.1%	8.2%	8.2%	9.5%	9.8%	13.5%	14.9%	14.5%	14.9%	14.9%
B.継続調査	34.6%	37.2%	35.6%	31.0%	29.0%					
オムニバス調査	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%					
消費者パネル	5.7%	6.5%	6.9%	5.8%	6.5%					
事業所パネル	9.8%	10.5%	9.1%	0.8%	7.0%					
媒体調査	14.6%	15.9%	16.3%	16.2%	13.1%					
その他の継続調査	1.1%	1.5%	1.6%	7.8%	2.0%					
インターネット/オンライン質的調査(目的不問)	3.0%	2.4%	1.3%	*	*					
C.その他	5.6%	7.4%	7.7%	5.1%	5.2%					
実査のみ	2.1%	2.1%	2.5%	2.3%	2.7%					
実査のみ(インターネット/オンライン)	0.6%	0.7%	0.7%	*	*					
集計・分析のみ	1.5%	2.7%	2.3%	1.6%	1.4%					
その他	1.4%	1.9%	2.1%	1.2%	1.1%					
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	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119社)	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119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				
	2010	2009年	2008年	2007年	2006年
回答社数	112社	112社	107社	108社	119社
A. アドホック（オムニバスを除く）	60%	55%	57%	64%	66%
B. 継続調査	35%	37%	36%	31%	29%
C. その他	6%	7%	8%	5%	5%

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**

	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
合計	100%	100%	100%	100%	100%
訪問調査小計	15%	12%	13%	14%	18%
・面接	10%	7%	8%	8%	8%
・留置・面接併用	2%	2%	3%	3%	5%
・留置	3%	3%	3%	3%	5%
郵送	11%	11%	10%	13%	14%
会場テスト	8%	11%	13%	12%	10%
CAPI	1%	1%	0%	1%	2%
電話	1%	1%	1%	2%	3%
CATI	1%	2%	1%	1%	1%
インターネット	40%	36%	35%	32%	29%
街頭	1%	2%	2%	1%	1%
観察	5%	5%	1%	2%	2%
その他定量調査	2%	5%	9%	7%	6%
グルイン・デプス・定性調査	14%	15%	14%	15%	15%
回答社数	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119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**

	2010年 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2009年 インターネット/オンライン 調査受発注内容				2008年 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	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	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
回答社数	123社	78社 (63.1%)	62社 (50.0%)	29社 (23.0%)	128社	77社 (60.2%)	59社 (46.1%)	33社 (25.8%)	118社	73社 (61.9%)	57社 (48.3%)	26社 (22.0%)
回答社の総額(百万円)	132,881	31,662	4,998	5,257	130,429	24,419	4,687	5,047	137,431	24,006	4,995	1,653
1社当りの平均額(百万円)	1,080	406	81	181	1,019	317	79	153	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**

	2010年	2009年	2008年	2007年度	2006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	90%	96%	96%	91%	100%
既存製品の検討、評価	85%	91%	87%	90%	98%
新製品開発(コンセプト・テスト、製品テスト)	84%	84%	83%	87%	93%
市場実験、テスト・マーケティング、マーケット・モデル	36%	32%	32%	38%	39%
価格	62%	67%	68%	59%	60%
パッケージ、ネーミング	73%	70%	77%	74%	77%
広告の事前テスト(コピー、CMテスト)	62%	62%	63%	66%	71%
広告効果測定	68%	67%	69%	72%	77%
テレビ、ラジオ	21%	21%	19%	40%	40%
新聞、雑誌その他の媒体	46%	45%	40%	53%	52%
世論、社会調査	40%	43%	41%	43%	38%
企業イメージ、CI	65%	64%	68%	66%	74%
顧客満足度	76%	74%	77%	72%	79%
BtoB(ビジネス・ツー・ビジネス)	44%	45%	46%	*	*
産業財、生産財	24%	22%	21%	28%	29%
流通段階	32%	29%	32%	40%	36%
商圏	32%	34%	37%	35%	39%
その他	43%	41%	38%	51%	47%
回答社数	(117社)	(115社)	(117社)	(116社)	(121社)

注)\*印は2007年度以前は未調査

**表10 自社の業況**

対前年実績(2010年度/2009年度比)

①調査事業売上高	
対前年実績(2010年度/2009年度比)	
回答社数	123社
対前年比	99.7% * 123社のうち有効社数(120社)で割った単純平均 (NA=3)

②1件あたりの調査平均受注金額 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	16社	54社	50社	3社	-34社
%	13%	44%	41%	2%	-28%

③採算					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	20社	54社	46社	3社	-26社
%	16%	44%	37%	2%	-21%

④所定外労働時間 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	22社	67社	31社	3社	-9社
%	18%	54%	25%	2%	-7%

⑤調査の受注件数 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	29社	44社	47社	3社	-18社
%	24%	36%	38%	2%	-15%

⑥資金繰り n=123					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	8社	84社	28社	3社	-20社
%	7%	68%	23%	2%	-16%

⑦自社業況の総合判断 n=123							
	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	7社	43社	23社	27社	20社	3社	27社
%	6%	35%	19%	22%	16%	2%	2%

⑧現時点(4月時点)での業況 n=123							
	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	2社	13社	41社	45社	20社	2社	-50社
%	2%	11%	33%	37%	16%	2%	-40%

今年度の見通し(2011年度/2010年度比)

①調査事業売上高	
対前年実績(2011年度/2010年度比)	
回答社数	123社
対前年比	99.1% * 123社のうち有効社数(120社)で割った単純平均 (NA=3)

②1件あたりの調査平均受注金額 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	9社	76社	35社	3社	-26社
%	7%	62%	28%	2%	-16%

③採算 n=123					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	14社	67社	39社	3社	-25社
%	11%	54%	32%	2%	-20%

④所定外労働時間 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	13社	76社	31社	3社	-18社
%	11%	62%	25%	2%	-15%

⑤調査の受注件数 n=123					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	23社	52社	45社	3社	-22社
%	19%	42%	37%	2%	-18%

⑥資金繰り n=123					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	11社	74社	35社	3社	-24社
%	9%	60%	28%	2%	-20%

⑦自社業況の総合判断 n=123							
	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	1社	28社	40社	37社	14社	3社	-22社
%	1%	23%	33%	30%	11%	2%	-18%

**表11 当面の経営上の問題点**

	2010年	2009年	2008年	2007年	2006年
売上不振	51%	52%	67%	36%	35%
海外受注の減少	8%	7%	11%	2%	2%
調査の価格安	56%	70%	60%	57%	56%
取引条件の問題	16%	14%	13%	11%	16%
過当競争	28%	42%	35%	22%	32%
求人難	2%	8%	3%	20%	22%
調査員不足	7%	6%	11%	12%	20%
人件費高等	14%	16%	13%	13%	18%
中堅リサーチャー不足	31%	35%	39%	42%	48%
金利負担増大	4%	2%	7%	5%	7%
コンサルティング力不足	19%	17%	20%	22%	21%
語学(英語)力不足	9%	7%	11%	11%	11%
設備投資不足	5%	5%	8%	8%	5%
IT化に伴うスキル、人材不足	14%	11%	5%	*	*
社員の調査スキル不足	17%	21%	16%	*	*
東日本大震災の影響	61%				
福島原発事故の影響	39%				
その他(具体的に*)	5%	5%	5%	11%	7%
特になし	4%	7%	7%	5%	4%
回答社数	(123社)	(128社)	(118社)	(132社)	(122社)

\* 印は2007年度以前は未調査

その他(具体的に\*)

- ・取引先の不払い
- ・福島原発による実査時の停電・電車不通の心配
- ・調査(FW)手法の変化
- ・クライアントサイドの商品供給、マーケティング活動が震災前に戻らないと厳しい
- ・販売・提案力の向上
- ・経済動向