

第39回経営業務実態調査

2014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:131社
回答社 :104社 回収率:79.4%
- 調査日時: 2014年4月7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	104	41	29	9	11	14
%	100%	39%	28%	9%	11%	13%

< 第 39 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、経営業務実態調査の「調査事業売上」をベースに、「JMRA 会員社合計」を算出し、さらに「JMRA 非会員社」の売上を加え、推定したものです。この結果は、ESOMARに報告後、GLOBAL MARKET RESEARCH に掲載されます。
- ◆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、次表の通りである。
- ◆昨年度は、リーマンショック、震災からの回復基調が顕著に表れたが、今年度調査においては、前年比と比べると 100.9%の微増となった。
- ◆調査手法別にみると、パネル調査は若干の伸びで前年比 101.5%。アドホック調査の伸びは 100.6%となり、微増となった。その内、インターネット調査の割合が増え、既存手法の割合が減少している状況が継続している。
- ◆業況感では、2014 年 4 月時点での業況感（表 10）では、「非常に良い」、「良い」で 27%となっており、「どちらともいえない」が 46%となっている。業績見込みの良い会員社とほぼ横ばいの会員社と二分されている状況である。
- ◆経営上の問題としては、「調査の価格安」が 60%と割合が大きく。次いで「売上不振」48%と「中堅リサーチャー不足」48%があがってきている。「過当競争」34%や「コンサルティング力不足」29%、「社員の調査スキル不足」27%、「語学（英語）力不足」24%なども値が高く、変化しているリサーチの環境下においてリサーチャーの調査スキル不足や語学力が課題となっていることがうかがえる。

＜日本のMR業界市場規模の推移＞ 単位：億円

	2013年度	2012年度	前年比 (%)
市場規模	1,835	1,819	100.9
パネル調査	593	584	101.5
アドホック調査	1,156	1,149	100.6
*インターネット調査	573	523	109.6
*既存手法調査	583	626	93.1
その他	86	86	100

(* 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：2013年度の対前年増加率は0.8%。市場推計規模の推移と同じく、昨年は、リーマンショックと震災からの回復基調であったが、今年度は微増となった。

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) : 41社 : 39%
- ・2億円～10億円 (M) : 38社 : 37%
- ・11億円～ (H) : 25社 : 24%

売上高10億円以下の会員社が79社/104社=76%を占めており、例年とその割合に変化はない。

◆従業者の平均年齢は37.2歳
(男性38.3歳、女性35.5歳)

表3 新卒採用状況と中途採用

◆最近5年間の新卒採用社数と合計採用人数

2014年(27社、204人)、2013年(25社、170人)
2012年(16社、130人)、2011年(31社、114人)、
2010年(24社、96人)、2009年(20社、148人)

中途採用率は59社で464人となり、1社当たりの採用人数が7.9人となった。

表4 登録調査員人数

◆登録調査員保有と答えたのは、51社/104社=49%、
総数は、17,812人、1社平均登録調査員数は349人。

登録調査員は複数社に登録されていると考えられるので、ここで得られた調査員総数は目安である。

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の総額は1,259億円、1社当たりの平均受注額は12億6千万円
- ・32社が海外より受注を受け、その総額は40億円、1社あたりの平均額は1億2,500万円
- ・23社が海外へ発注し、その総額は29億2千万円、1社あたりの平均額は1億2,700万円

◆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66社64%、発注総額は153億円、1社当たりの平均発注額は2億3千万円
- ・国内調査会社から受注しているのは77社74%、受注総額は186億円、1社当たりの平均受注額は2億4千万円

◆表5-3 海外取引

- ・海外からの受注額は40億円である。
- ・海外から受注している社数は32社/104社=31%。
- ・海外への発注額は、売上高の2.1%の29億円。
- ・海外発注取引社数は23社/104社=22%。

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：46.1%（粗利＝売上一直接費）
- ◆人件費率：28.1%
- ◆営業利益率：10.1%
- ◆経常利益率：7.3%

表 7-1 取引先業種別売上高構成比

- ◆2013年度の取引先業種別売上高を見ていくと「広告代理店（プロダクション含む）」（17%）、「製造業（化学、繊維、医薬品、化粧品）」（17%）、調査機関（含シンクタンク）（14%）、「製造業（食品・清涼飲料等）」（10%）、「マスコミ（新聞、放送、出版等）」（10%）、が上位を占めている。

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）が81%と多くを占める。
- ◆一方『非消費者向けサービス』（BtoB）は19%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57.7%である。
- ・「インターネット/オンライン量的調査」は2013年度26.4%と、もっとも多い調査手法となっている。
- ・「訪問調査小計」は漸減傾向となっている。
- ・「郵送調査」は5.8%、「会場テスト・集合調査」は6.0%となっている。
- ・「GI・DI等」の質的調査計（8.3%）は底堅く安定している。

◆B. 継続調査

- ・「媒体調査」（10.8%）、「事業所パネル」（7.7%）、「消費者パネル」（2.1%）で、「B. 継続調査」32.1%となっている。

◆C. その他

- ・2013年度の「C. その他」は10.2%であり、やや近年増加傾向にある。新しい技術などがでてきたことにより、調査項目が対応できていない可能性が考えられる。

**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 64 社が受注 (64 社/104 社=61.5%)
売上総額は 476 億円、1 社当たりの平均売上高は
7 億 4 千万円
- ◆会員社 56 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 68 億円、
1 社当たりの平均発注額は 1 億 2 千万円
- ◆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、31 社が受注しており、額は
76 億円、1 社当たりの平均受注額は 2 億 5 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、消費者の態度意識」(93%)をはじめ、
「既存製品の検討、評価」(90%)「新製品開発」(82%)「顧
客満足度」(79%)「パッケージ・ネーミング」(73%)、
「広告効果測定」(70%)などの調査実施が、例年と変わ
らず上位を占める。

**表 10 2013 年度の対前年実績、
及び 2014 年度の見通し (今年度の見通し)**

(n=104 社)	対前年実績 2013 年/2012 年比	今年度の見通し 2014 年/2013 年比
①調査売上高 (対前年比)	(100.8%)	(103.4%)
②1 件当たりの 調査平均受注金額	上昇 9% ほぼ不変 54% 下降 31%	上昇 14% ほぼ不変 68% 下降 12%
③採 算	好転 12% ほぼ不変 64% 悪化 17%	好転 13% ほぼ不変 68% 悪化 13%
④所定外労働時間	増加 16% ほぼ不変 60% 減少 17%	増加 12% ほぼ不変 72% 減少 11%
⑤調査の受注件数	増加 24% ほぼ横這い 44% 減少 25%	増加 27% ほぼ横這い 52% 減少 15%
⑥資金繰り	改善 7% ほぼ適正 74% 悪化 13%	改善 4% ほぼ適正 79% 悪化 12%
⑦自社業況の 総合判断※	非常に上昇 3% やや上昇 27% ほぼ横這い 38% やや下降 20% 非常に下降 6%	非常に上昇 3% やや上昇 36% ほぼ横這い 44% やや下降 8% 非常に下降 4%

表 10 現時点 (4 月時点) での業況感 (n=104 社)

自社業況の 現時点の判断	非常に良い 1%. 良い 26%. どちらともいえない 46%. あまり良くない 17%. 非常に良くない 4%.
-----------------	---

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、例年同様、「調査の価格安」(60%)、「売上不振」(48%)、「中堅リサーチャー不足」(48%)、「過当競争」(34%)、が上位にあげられている。さらに「コンサルティング力不足」(29%)、「社員の調査スキル不足」(27%) も高い割合となっている。「語学(英語)力不足」(24%)、「IT化に伴うスキル、人材不足」(20%)、「調査員不足」(20%)、「求人難」(17%) は、昨年に対して割合が高くなっており、企業の求める人材が不足している傾向にある。

当面の経営上の問題点 (n=104 社)

	* ()は前年
調査の価格安	60% (64%)
売上不振	48% (44%)
中堅リサーチャー不足	48% (42%)
過当競争	34% (32%)
コンサルティング力不足	29% (20%)
社員の調査スキル不足	27% (24%)
語学(英語)力不足	24% (17%)
IT化に伴うスキル、人材不足	20% (15%)
調査員不足	20% (9%)
求人難	17% (9%)
人件費高騰	15% (11%)
取引条件の問題	11% (13%)
設備投資不足	7% (10%)
海外受注の減少	5% (7%)
東日本大震災の影響	4% (7%)
福島原発事故の影響	3% (4%)
金利負担増大	1% (2%)
その他 (具体的に*)	3% (2%)
特になし	6% (4%)

表0-1 日本の市場調査（MR）業界の市場規模（推計）

	単位	2014年調査		2013年調査		2012年調査		2011年調査		2010年調査		2009年調査		2008年度調査	
		2013年度	2012年度	2012年度	2011年度	2011年度	2010年度	2010年度	2009年度	2009年度	2008年度	2008年度	2007年度	2007年	2006年
JMRA会員社数	社	131	131	135	135	144	144	150	150	149	149	145	145	140	140
回答社数	社	104	104	113	113	122	122	123	123	128	128	118	118	122	122
回答社調査事業売上高	億円	1,406	1,395	1,406	1,298	1,407	1,381	1,329	1,308	1,304	1,369	1,374	1,343	1,374	1,380
回答社調査事業売上伸び率	%	100.8%	/	105.1%	/	101.9%	/	101.6%	/	95.3%	/	102.3%	/	103.9%	/
JMRA会員社推計	億円	1,753	/	1,739	/	1,655	/	1,624	/	1,598	/	1,688	/	1,646	/
日本の市場調査業界推計	億円	1,835	/	1,819	/	1,731	/	1,699	/	1,672	/	1,766	/	1,750	/
対前年比	%	100.9%	/	105.1%	/	101.9%	/	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		2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度
パネル調査	売上高	593 億円	584 億円	567 億円	556 億円	550 億円	553 億円
	対前年比 (%)	101.5%	103.0%	102.0%	101.1%	99.4%	101.8%
AD-HOC調査	売上高	1,156 億円	1,149 億円	1,084 億円	1,063 億円	1,041 億円	1,124 億円
	対前年比 (%)	100.6%	106.0%	102.0%	102.1%	92.6%	100.4%
インターネット調査	売上高	573 億円	523 億円	459 億円	430 億円	394 億円	404 億円
	対前年比 (%)	109.6%	113.9%	106.7%	109.1%	97.6%	112.2%
既存手法	売上高	583 億円	626 億円	625 億円	633 億円	647 億円	720 億円
	対前年比 (%)	93.1%	100.2%	98.8%	97.8%	89.9%	94.7%
その他	売上高	86 億円	86 億円	80 億円	80 億円	81 億円	89 億円
	対前年比 (%)	100.0%	107.5%	100.0%	98.8%	91.0%	102.2%

表1 売上高および従業者数の推移

	単位	2014年調査		2013年調査		2012年調査		2011年調査		2010年調査		2009年調査		2008年調査		2007年調査	
		2013年度	2012年度	2012年度	2011年度	2011年度	2010年度	2010年度	2009年度	2009年度	2008年度	2008年度	2007年度	2007年度	2006年度	2006年度	2005年度
回答社数	社	104社	104社	113社	113社	122社	122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	154,868	152,269	152,558	141,359	154,924	151,004	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	140,582	139,466	140,617	129,768	140,679	138,052	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	6,291	6,011	6,133	5,868	6,189	5,989	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	4,874	4,692	4,820	4,731	4,988	4,805	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	1,489	1,464	1,350	1,251	1,270	1,238	1,170	1,165	1,130	1,185	1,270	1,258	1,300	1,254	1,203	1,167
調査事業売上高	百万円	1,352	1,341	1,244	1,148	1,153	1,132	1,080	1,064	1,019	1,069	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	60.5	57.8	54.3	51.9	50.7	49.1	49.3	45.9	46.2	47.3	48.0	47.3	46.3	43.6	41.6	40.4
調査業務従業者数	人	46.9	45.1	42.7	41.9	40.9	39.4	37.0	33.4	35.2	34.7	35.3	34.2	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	24.6	25.3	24.9	24.1	25.0	25.2	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	28.8	29.7	29.2	27.4	28.2	28.7	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	%	90.8	91.6	92.2	91.8	90.8	91.4	92.4	91.3	90.2	90.2	91.7	90.5	90.5	90.2	91.5	89.1
従業者数	%	77.5	78.1	78.6	80.6	80.6	80.2	75.1	72.7	76.2	73.4	73.5	72.2	72.9	73.1	73.9	71.8

●対前年増加率

全売上高	%	1.7		7.9		2.6		0.4		-4.6		0.9		3.7		3.1	
調査事業売上高	%	0.8		8.4		1.9		1.6		-4.7		2.3		3.9		5.8	
調査業務従業者数	%	3.9		1.9		3.8		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	%	-3.0		6.4		-1.8		-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

2013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	104	140,582	1,352	2,878	1,996	4,874	46.9	28.8
2億円未満	41	4,122	101	138	102	240	5.9	17.2
2億円台	10	2,522	252	72	56	128	12.8	19.7
3億円台	7	2,361	337	63	36	99	14.1	23.8
4~5億円台	12	5,682	474	167	105	272	22.7	20.9
6~10億円台	9	7,166	796	160	108	268	29.8	26.7
11~20億円台	11	16,215	1,474	346	267	613	55.7	26.5
21億円以上	14	102,514	7,322	1,932	1,322	3,254	232.4	31.5
			平均年齢	38.3	35.5	37.2		

表2-2 調査売上規模別社数

調査売上規模別	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度
2億円未満	41	48	54	57	59	51	45	52
2億円台	10	10	10	7	14	11	14	17
3億円台	7	7	10	9	4	9	10	9
4~5億円台	12	16	7	15	15	8	10	8
6~10億円台	9	10	16	10	12	13	15	19
11~20億円台	11	8	9	10	7	9	9	11
21億円以上	14	14	16	15	17	17	19	17
回答社数	104	113	122	123	128	118	122	133

表3-1 新卒採用社数と採用人数

	2014年新卒		2013年新卒		2012年新卒		2011年新卒		2010年新卒		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		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	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	104社		113社		122社		123社		128社		118社		122社		124社		130社		120社	
採用人数計・採用あり社数	204人	27社	170人	25社	130人	16社	114人	31社	96人	24社	148人	20社	186人	42社	189人	56社	194	32	131	32
採用率	/	26.0%	/	22.1%	/	13.1%	/	25.2%	/	18.8%	/	16.9%	/	34.4%	/	45.2%	/	24.6%	/	26.7%
1社当り採用人数		7.6人		6.8人		8.1人		3.7人		4人		7.4人		4.4人		3.4人		6.1人		4.1人

表3-2 中途採用数と採用人数

	2013年度		2012年度		2011年度		2010年度		2009年度		2008年度	
	全体		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	採用人数	採用社数
回答社数	104社		113社		122社		123社		128社		118社	
採用人数計・採用あり社数	464人	59社	451人	54社	345人	44社	259人	59社	290人	52社	463人	71社
採用率		56.7%	/	47.8%	/	36.1%	/	48.0%	/	40.6%	/	60.6%
1社当り採用人数		7.9人		8.4人		7.8人		4.4人		5.6人		6.5人

表4 登録調査員数

	単位	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
回答社数*	社	51	61	64	77	71	70	70	73	88	68
総数	人	17,812	19,975	21,213	25,267	23,735	25,584	26,539	26,180	28,278	23,749
1社平均	人	349	327	331	328	334	365	379	359	321	349

(* 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

	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				2009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	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	128社	117社	32社	22社
受発注割合(%)		96.2%	30.8%	22.1%		94.7%	34.5%	20.4%		95.1%	35.2%	20.5%		95.9%	31.7%	21.1%		91.4%	25.0%	17.2%
回答社の総額(百万円)	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	130,429	91,671	3,316	1,317
1社当りの平均額(百万円)	1,352	1,259	125	127	1,244	1,044	78	93	1,153	944	84	84	1,080	893	114	61	1,019	784	104	60

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

	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			2009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	104社	66社	77社	113社	66社	69社	122社	71社	86社	123社	75社	84社	128社	69社	78社
受発注割合(%)		63.5%	74.0%		58.4%	61.1%		58.2%	70.5%		61.0%	68.3%		53.9%	60.9%
回答社の総額(百万円)	140,582	15,301	18,588	140,617	11,390	13,328	140,679	11,108	15,247	132,881	10,125	15,800	130,429	12,630	15,936
1社当りの平均額(百万円)	1,352	232	241	1,244	173	193	1,153	156	177	1,080	135	188	1,019	183	204

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	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度
取引社数	社	32社	39社	43社	39社	32社
受注額	百万円	3,995	3,034	3,621	4,447	3,316
調査事業売上高に占める割合	%	2.8%	2.2%	2.6%	3.3%	2.5%
調査事業売上高	百万円	140,582	140,617	140,679	132,881	130,429

●海外への発注	単位	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度
取引社数	社	23社	23社	25社	26社	22社
発注額	百万円	2,926	2,138	2,097	1,598	1,317
調査事業売上高に占める割合	%	2.1%	1.5%	1.5%	1.2%	1.0%

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)

	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008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	調査事業売上高
回答社数	104社	113社	122社	123社	128社	118社
回答社の総額(百万円)	140,582	140,617	140,679	132,881	130,429	137,431
1社当りの平均額(百万円)	1,352	1,244	1,153	1,080	1,019	1,165

2008年度より調査項目追加のため2007年度以前のデータなし

●回答された%の単純平均	2013年度		2012年度		2011年度		2010年度		2009年度		2008年度	
	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	回答社数	比率
調査事業売上高	104社	100%	113社	100%	122社	100%	123社	100%	128社	100.0%	118社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	85社	44.2%	91社	46.9%	103社	44%	103社	44.3%	104社	44.3%	97社	44.2%
人件費率	86社	31.6%	91社	32.0%	99社	32.9%	101社	32.6%	99社	32.4%	94社	31.7%
営業利益率	78社	8.0%	86社	6.9%	98社	4.1%	102社	5.6%	102社	3.8%	95社	2.9%
経常利益率	75社	4.7%	86社	4.7%	95社	2.8%	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%	2013年度		2012年度		2011年度		2010年度		2009年度		2008年度	
	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	回答社数	比率
調査事業売上高	104社	100%	113社	100%	122社	100%	123社	100%	128社	100.0%	118社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	85社	46.1%	91社	46.5%	103社	50.5%	103社	32.1%	104社	32.7%	97社	44.6%
人件費率	86社	28.1%	91社	26.1%	99社	33.7%	101社	22.7%	99社	21.0%	94社	26.2%
営業利益率	78社	10.1%	86社	10.1%	98社	9.2%	102社	7.4%	102社	6.6%	95社	7.9%
経常利益率	75社	7.3%	86社	7.3%	95社	6.6%	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	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
官公庁・独立行政法人	6%	9%	6%	7%	5%	5%	4%	5%	5%	6%
製造業(食品・清涼飲料等)	10%	12%	10%	11%	11%	12%	12%	13%	14%	13%
製造業(アルコール飲料・タバコ)	4%	4%	5%	4%	3%	3%	*	*	*	*
製造業(化学・繊維・医薬品・化粧品)	17%	20%	17%	19%	17%	18%	9%	11%	11%	11%
製造業(電気製品・PC・携帯・ゲーム機・機械)	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
製造業(自動車)	3%	4%	3%	4%	4%	6%	7%	8%	7%	7%
その他製造業(ゲーム等のITソフト含む)	2%	1%	1%	1%	1%	2%	14%	5%	6%	6%
流通業(卸・小売業・通販)	3%	3%	2%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%
エネルギー(電力、ガス、石油等)	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
建設、不動産、住宅、住宅機器・設備	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%
金融、保険、証券	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
マスコミ(新聞、放送、出版等)	10%	3%	10%	5%	10%	9%	9%	10%	9%	10%
サービス(運輸、通信等)	3%	5%	4%	4%	3%	4%	6%	5%	6%	7%
広告代理店(プロダクション含む)	17%	13%	18%	11%	17%	19%	18%	17%	18%	19%
調査機関(含シンクタンク含む)	14%	14%	10%	14%	13%	8%	9%	9%	8%	8%
その他の民間企業・団体・学校法人	6%	8%	8%	9%	8%	8%	7%	6%	7%	7%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
回答社数	(96社)	(105社)	(111社)	(112社)	(113社)	(107社)	(108社)	(119社)	(112社)	(102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	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年	2004年
A.消費者向け製品サービス	81%	78.7%	77.8%	76.6%	73.4%	79.2%	81.6%	83.4%	84.4%	84.8%
B.非消費者向け製品サービス	19%	21.3%	22.2%	23.4%	26.6%	20.8%	18.4%	16.6%	15.6%	14.4%
合計	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100%	100%	100%	100%	99.2%
回答社数	(96社)	(103社)	(110社)	(112社)	(111社)	(107社)	(104社)	(114社)	(104社)	(95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									
	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
A.アドホック(除くオムニバス)	57.7%	54.9%	58.8%	59.8%	55.4%	56.8%	63.9%	65.8%	63.3%	58.5%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
訪問調査小計	5.7%	6.1%	7.7%	8.9%	6.7%	7.6%	9.2%	11.8%	12.1%	13.6%	9.9%	11.1%	13.1%	14.9%	12.1%	13.4%	14.4%	18.0%	19.0%	23.2%
訪問面接	3.9%	4.2%	5.1%	6.0%	3.8%	4.3%	5.2%	5.5%	6.4%	6.4%	6.7%	7.6%	8.6%	10.0%	6.9%	7.6%	8.2%	8.3%	10.0%	11.0%
留置併用訪問調査	1.1%	0.8%	0.8%	1.1%	1.3%	1.4%	2.1%	3.2%	2.2%	3.7%	1.9%	1.4%	1.4%	1.9%	2.4%	2.5%	3.3%	4.8%	3.4%	6.3%
留置(留置+インターネット含む)	0.8%	1.1%	1.9%	1.8%	1.6%	1.9%	1.8%	3.2%	3.5%	3.5%	1.3%	2.1%	3.2%	3.1%	2.8%	3.3%	2.9%	4.8%	5.6%	5.9%
街頭	0.7%	0.5%	0.7%	0.7%	1.2%	0.9%	0.7%	0.9%	0.8%	0.9%	1.2%	0.9%	1.3%	1.3%	2.1%	1.6%	1.2%	1.3%	1.3%	1.5%
郵送(郵送+インターネット含む)	5.8%	5.3%	5.7%	6.5%	5.9%	5.7%	8.5%	9.1%	8.4%	8.3%	10.1%	9.7%	9.7%	10.9%	10.6%	10.1%	13.4%	13.8%	13.3%	14.2%
電話	0.3%	0.4%	0.5%	0.7%	0.6%	0.6%	1.1%	1.6%	1.2%	1.3%	0.6%	0.8%	0.8%	1.1%	1.1%	1.0%	1.8%	2.5%	1.9%	2.3%
CATI(電話)	0.1%	0.7%	0.1%	0.8%	1.0%	0.5%	0.6%	0.8%	1.1%	1.2%	0.1%	1.3%	0.2%	1.3%	1.7%	0.9%	0.9%	1.2%	1.7%	2.0%
観察	1.3%	1.4%	2.5%	2.9%	2.8%	0.5%	0.9%	1.2%	0.8%	0.8%	2.3%	2.6%	4.3%	4.8%	5.1%	0.8%	1.5%	1.9%	1.3%	1.3%
会場テスト・集合調査	6.0%	5.7%	6.7%	5.1%	6.1%	7.5%	7.7%	6.3%	8.2%	7.2%	10.4%	10.4%	11.4%	8.5%	11.0%	13.2%	12.0%	9.6%	13.0%	12.4%
CAPI(会場テスト)	0.6%	0.4%	0.6%	0.8%	0.5%	0.2%	0.4%	1.3%	0.6%	1.6%	1.0%	0.8%	1.0%	1.3%	0.9%	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	26.4%	24.4%	23.7%	23.9%	19.9%	19.9%	20.5%	19.1%	17.4%	12.0%	45.7%	44.5%	40.4%	39.9%	35.9%	35.1%	32.1%	29.1%	27.5%	20.4%
その他の量的調査	2.5%	1.9%	1.4%	1.4%	2.5%	5.2%	4.6%	3.8%	3.6%	2.9%	4.3%	3.5%	2.3%	2.4%	4.6%	9.2%	7.2%	5.8%	5.6%	4.9%
量的調査計	49.4%	46.9%	49.7%	51.7%	47.2%	48.6%	54.4%	56.1%	54.2%	49.6%	85.6%	85.5%	84.5%	86.5%	85.1%	85.5%	85.1%	85.1%	85.6%	84.8%
グループインタビュー	4.8%	3.8%	5.1%	4.3%	4.3%	5.0%	5.1%	6.2%	5.5%	5.7%	8.4%	6.9%	8.6%	7.2%	7.7%	8.8%	7.9%	9.4%	8.7%	9.7%
デプスインタビュー	2.3%	2.4%	2.5%	2.7%	2.5%	2.0%	2.2%	1.6%	1.6%	1.9%	3.9%	4.3%	4.3%	4.4%	4.5%	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%	0.8%	0.6%	0.4%	0.8%	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%	0.8%	1.4%	1.0%	0.6%	1.4%	0.9%	0.9%	0.8%	0.9%	1.1%
その他の質的調査	0.8%	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%	0.7%	1.6%	1.4%	1.5%	0.7%	1.3%	1.8%	1.5%	1.3%	1.3%	1.2%	2.5%	2.1%	2.3%	1.2%
質的調査計	8.3%	8.0%	9.1%	8.1%	8.2%	8.2%	9.5%	9.8%	9.1%	8.9%	14.4%	14.5%	15.5%	13.5%	14.9%	14.5%	14.9%	14.9%	14.4%	15.2%
B.継続調査	32.1%	37.1%	34.2%	34.6%	37.2%	35.6%	31.0%	29.0%	31.0%	33.5%										
オムニバス調査	0.3%	0.3%	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.7%	3.0%										
消費者パネル	2.1%	5.1%	3.9%	5.7%	6.5%	6.9%	5.8%	6.5%	6.7%	6.2%										
事業所パネル	7.7%	10.0%	9.8%	9.8%	10.5%	9.1%	0.8%	7.0%	7.4%	7.1%										
媒体調査	10.8%	15.2%	14.5%	14.6%	15.9%	16.3%	16.2%	13.1%	14.5%	15.0%										
その他の継続調査	1.6%	1.1%	0.8%	1.1%	1.5%	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)	9.8%	5.3%	4.8%	3.0%	2.4%	1.3%	*	*	*	*										
C.その他	10.2%	8.0%	6.9%	5.6%	7.4%	7.7%	5.1%	5.2%	5.7%	8.0%										
実査のみ(従来型)	2.2%	2.7%	1.3%	2.1%	2.1%	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)	2.0%	1.2%	1.3%	0.6%	0.7%	0.7%	*	*	*	*										
集計・分析のみ	3.4%	1.8%	0.7%	1.5%	2.7%	2.3%	1.6%	1.4%	1.6%	1.7%										
その他	2.5%	2.4%	3.6%	1.4%	1.9%	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%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
回答社数	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119社)	(110社)	(93社)	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119社)	(110社)	(93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									
	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
回答社数	97社	103社	111社	112社	112社	107社	108社	119社	110社	93社
A. アドホック(オムニバスを除く)	58%	55%	59%	60%	55%	57%	64%	66%	63%	59%
B. 継続調査	32%	37%	34%	35%	37%	36%	31%	29%	31%	34%
C. その他	10%	8%	7%	6%	7%	8%	5%	5%	6%	8%

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

	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
訪問調査小計	10%	11%	13%	15%	12%	13%	14%	18%	19%	23%
・面接	7%	8%	9%	10%	7%	8%	8%	8%	10%	11%
・留置・面接併用	2%	1%	1%	2%	2%	3%	3%	5%	3%	6%
・留置	1%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	6%	6%
郵送	10%	10%	10%	11%	11%	10%	13%	14%	13%	14%
会場テスト	10%	10%	11%	8%	11%	13%	12%	10%	13%	12%
CAPI	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	1%	3%
電話	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	2%	2%
CATI	0%	1%	0%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	2%
インターネット	47%	46%	40%	40%	36%	35%	32%	29%	28%	20%
街頭	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	2%
観察	2%	3%	4%	5%	5%	1%	2%	2%	1%	1%
その他定量調査	4%	3%	2%	2%	5%	9%	7%	6%	6%	5%
ケルイン・デプス・定性調査	14%	13%	15%	14%	15%	14%	15%	15%	14%	15%
回答社数	(97社)	(103社)	(111社)	(112社)	(112社)	(107社)	(108社)	(119社)	(110社)	(93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

	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
回答社数	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)	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
1社当りの平均額(百万円)	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

	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度
	実施率	実施率	実施率	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	93%	93%	91%	90%	96%	96%	91%	100%
既存製品の検討、評価	90%	88%	89%	85%	91%	87%	90%	98%
新製品開発(コンセプト・テスト、製品テスト)	82%	82%	82%	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	38%	38%	37%	36%	32%	32%	38%	39%
価格	64%	64%	64%	62%	67%	68%	59%	60%
パッケージ、ネーミング	73%	72%	69%	73%	70%	77%	74%	77%
広告の事前テスト(コピー、CMテスト)	61%	60%	61%	62%	62%	63%	66%	71%
広告効果測定	70%	70%	64%	68%	67%	69%	72%	77%
テレビ、ラジオ	24%	26%	24%	21%	21%	19%	40%	40%
新聞、雑誌その他の媒体	43%	37%	41%	46%	45%	40%	53%	52%
世論、社会調査	38%	42%	39%	40%	43%	41%	43%	38%
企業イメージ、CI	65%	61%	60%	65%	64%	68%	66%	74%
顧客満足度	79%	78%	76%	76%	74%	77%	72%	79%
BtoB(ビジネス・ツー・ビジネス)	50%	44%	47%	44%	45%	46%	*	*
産業財、生産財	29%	24%	27%	24%	22%	21%	28%	29%
流通段階	29%	28%	32%	32%	29%	32%	40%	36%
商圈	33%	31%	32%	32%	34%	37%	35%	39%
その他	50%	44%	47%	43%	41%	38%	51%	47%
回答社数	(98社)	(108社)	(114社)	(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(2013年度/2012年度比)

①調査事業売上高	
対前年実績(2013年度/2012年度比)	
回答社数	99社
対前年比	100.8% * 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=104					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	9社	56社	32社	7社	-23社
%	9%	54%	31%	7%	-22%

③採算 n=104					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	12社	67社	18社	7社	-6社
%	12%	64%	17%	7%	-6%

④所定外労働時間 n=104					
	A. 増加	B. ほぼ不変	C. 減少	NA	A-C=指数
回答社数	17社	62社	18社	7社	-1社
%	16%	60%	17%	7%	-1%

⑤調査の受注件数 n=104					
	A. 増加	B. ほぼ横這い	C. 減少	NA	A-C=指数
回答社数	25社	46社	26社	7社	-1社
%	24%	44%	25%	7%	-1%

⑥資金繰り n=104					
	A. 改善	B. ほぼ適正	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	7社	77社	13社	7社	-6社
%	7%	74%	13%	7%	-6%

⑦自社業況の総合判断 n=104							
	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	3社	28社	39社	21社	6社	7社	4社
%	3%	27%	38%	20%	6%	7%	4%

⑧現時点(4月時点)での業況 n=104							
	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	27社	48社	18社	4社	6社	6社
%	1%	26%	46%	17%	4%	6%	6%

今年度の見通し(2014年度/2013年度比)

①調査事業売上高	
対前年実績(2013年度/2013年度比)	
回答社数	98社
対前年比	103.4% * 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=104					
	A. 上昇	B. ほぼ不変	C. 下降	NA	A-C=指数
回答社数	15社	71社	12社	6社	3社
%	14%	68%	12%	6%	3%

③採算 n=104					
	A. 好転	B. ほぼ不変	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	14社	71社	13社	6社	1社
%	13%	68%	13%	6%	1%

④所定外労働時間 n=104					
	A. 増加	B. ほぼ不変	C. 減少	NA	A-C=指数
回答社数	12社	75社	11社	6社	1社
%	12%	72%	11%	6%	1%

⑤調査の受注件数 n=104					
	A. 増加	B. ほぼ横這い	C. 減少	NA	A-C=指数
回答社数	28社	54社	16社	6社	12社
%	27%	52%	15%	6%	12%

⑥資金繰り n=104					
	A. 改善	B. ほぼ適正	C. 悪化	NA	A-C=指数
回答社数	4社	82社	12社	6社	-8社
%	4%	79%	12%	6%	-8%

⑦自社業況の総合判断 n=104							
	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	3社	37社	46社	8社	4社	6社	28社
%	3%	36%	44%	8%	4%	6%	27%

表11 当面の経営上の問題点

	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度	2008年度	2007年度	2006年度	2005年度	2004年度
売上不振	48%	44%	45%	51%	52%	67%	36%	35%	23%	27%
海外受注の減少	5%	7%	6%	8%	7%	11%	2%	2%	3%	5%
調査の価格安	60%	64%	67%	56%	70%	60%	57%	56%	56%	54%
取引条件の問題	11%	13%	17%	16%	14%	13%	11%	16%	11%	14%
過当競争	34%	32%	41%	28%	42%	35%	22%	32%	25%	30%
求人難	17%	9%	12%	2%	8%	3%	20%	22%	19%	20%
調査員不足	20%	9%	9%	7%	6%	11%	12%	20%	24%	19%
人件費高騰	15%	11%	14%	14%	16%	13%	13%	18%	15%	11%
中堅リサーチャー不足	48%	42%	35%	31%	35%	39%	42%	48%	49%	43%
金利負担増大	1%	2%	5%	4%	2%	7%	5%	7%	4%	3%
コンサルティング力不足	29%	20%	25%	19%	17%	20%	22%	21%	15%	18%
語学(英語)力不足	24%	17%	20%	9%	7%	11%	11%	11%	12%	10%
設備投資不足	7%	10%	4%	5%	5%	8%	8%	5%	6%	6%
IT化に伴うスキル、人材不足	20%	15%	22%	14%	11%	5%	*	*	*	*
社員の調査スキル不足	27%	24%	22%	17%	21%	16%	*	*	*	*
東日本大震災の影響	4%	7%	19%	61%						
福島原発事故の影響	3%	4%	9%	39%						
その他(具体的に*)	3%	2%	2%	5%	5%	5%	11%	7%	13%	10%
特になし	6%	4%	8%	4%	7%	7%	5%	4%	6%	8%
回答社数	(104社)	(113社)	(113社)	(123社)	(128社)	(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)

- 中国での対日感情悪化
- 消費税増税の転嫁、謝礼金券（非課税品目）使用時の消費税算入除外要求。過去消費税導入時からの慣例化を引きずっている。特に官公庁やNHKなど。
- 消費税増税
- マーケティング業界の規模縮小