

# 第46回経営業務実態調査

2021年6月24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: 109社(2021年4月1日現在)  
回答社 : 90社 回収率: 82.6%
- 調査日時: 2021年4月1日~6月1日
- 調査方法: メールおよび郵送調査法
- 実施管理: JMRA事務局

表0-1 日本の市場調査(MR)業界の市場規模(推計)

	単位	2021年調査	
		2020年度	2019年度
JMRA会員社数	社	109	109
回答社数	社	90	90
回答社調査事業売上高	億円	1,720	1,789
回答社調査事業売上伸び率	%	96.1%	
JMRA会員社推計	億円	2,101	
日本の市場調査業界推計	億円	2,202	
対前年比	%	96.1%	

表0-2 調査手法別市場規模(推計)

調査手法別		2020年度
パネル調査	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%

表1 調査事業売上高規模別社数及び調査事業従事者、平均年齢

2020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	90	171,977	1,911	3,394	3,107	6,501	72.2	26.5
2億円未満	29	2,704	93	105	88	193	6.7	14.0
2億円台	10	2,493	249	71	94	165	16.5	15.1
3億円台	5	1,643	329	58	52	110	22.0	14.9
4～5億円台	9	4,436	493	87	96	183	20.3	24.2
6～10億円台	14	12,100	864	279	286	565	40.4	21.4
11～20億円台	5	7,010	1,402	257	155	412	82.4	17.0
21億円以上	18	141,591	7,866	2,537	2,336	4,873	270.7	29.1
			平均年齢	39.3	36.2	37.8		

\*売上高非開示会社の調査員従業者除く

表1-2 調査売上規模別社数

調査売上規模別	2020年度	
2億円未満	29社	32.2%
2億円台	10社	11.1%
3億円台	5社	5.6%
4～5億円台	9社	10.0%
6～10億円台	14社	15.6%
11～20億円台	5社	5.6%
21億円以上	18社	20.0%
回答社数	90社	100.0%

表2-1 新卒採用社数と採用人数

	2021年新卒	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	90社	
採用人数計・採用あり社数	193人	20社
採用回答社における1社当り採用人数		9.7人

表2-2 中途採用社数と採用人数

	2020年度	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	90社	
採用人数計・採用あり社数	328人	45社
採用回答社における1社当り採用人数		7.3人

表2-3 新卒初任給

	2021年新卒(大卒)
回答社数	90社
初任給回答社数	19社
初任給回答社における初任給平均	¥229,380

表2-4 登録調査員数

	2020年度
回答社数	45社
総数	14,829人
1社平均	330人

表2-5 パート等従業員数

	2020年度
回答社数	70社
総数	2,366人
1社平均	34人

\* アルバイト、派遣社員などの補助作業員を含み、各人の一日の就業時間を足し合わせ、8時間を一人として換算した人数

## 2021年度限定 コロナ対応特別質問

表2-6 コロナ禍での在宅勤務実施有無

2020年3月~2021年3月	回答社数	%	実施ピーク時の在宅勤務率	2021年3月時点の在宅勤務率
1. 実施した	56社	65.1%	69.1%	56.4%
2. 部分的に実施した	25社	29.1%		
3. 一度も実施しなかった	5社	5.8%		
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>		

表2-7 昨年度と比較して今年度の在宅勤務率の変化予測

回答項目	回答社数	%
1. かなり増える	3社	3.5%
2. 少し増える	10社	11.6%
3. ほぼ同じ	40社	46.5%
4. 少し減る	18社	20.9%
5. かなり減る	6社	7.0%
6. わからない	9社	10.5%
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>

表2-8 在宅勤務継続または恒常化に伴うメンタルヘルス悪化の懸念について

回答項目	回答社数	%
1. 非常に心配している	12社	14.0%
2. 少し心配している	30社	34.9%
3. あまり心配していない	31社	36.0%
4. まったく心配していない	4社	4.7%
5. わからない、何とも言えない	9社	10.5%
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>

表2-9 2021年4月時点で、会社として(従来実施以上の)メンタルヘルス対策をとっているか

回答項目	回答社数	%
1. すでに対策をとっている	30社	34.9%
2. 対策をとる予定である	10社	11.6%
3. 対策をとりたいが、何をすればいいかわからない	16社	18.6%
4. 対策をとる予定はない	27社	31.4%
5. その他	2社	2.3%
<b>全回答社数</b>		<b>85社</b>

5. その他詳細:

- 在宅勤務を実施していないので特別追加質問に答えようがない
- 自宅勤務はモチベーションが下がる。対処に仕方がない

表3 売上高および従業者数

表3-1

	単位	2021年調査	
		2020年度	2019年度
回答社数	社	90社	90社
全売上高	百万円	204,533	203,899
調査事業売上高	百万円	171,977	178,871
総従業者数	人	8,866	8,681
調査業務従業者数	人	6,501	6,209

●1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	2,273	2,266
調査事業売上高	百万円	1,911	1,987

●1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	98.5	96.5
調査業務従業者数	人	72.2	69.0

●従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	23.1	23.5
調査事業売上高	百万円	26.5	28.8

●調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	84.1%	87.7%
従業者数	%	73.3%	71.5%

●対前年増加率

全売上高	%	0.3%
調査事業売上高	%	-3.9%
調査業務従業者数	%	2.1%
従業者1人当たり調査事業売上高	%	-8.2%

表3-2 調査事業売上高の受発注内容

	2020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
回答社数	90社	86社	31社	25社
受発注割合(%)		95.6%	34.4%	27.8%
回答社の総額(百万円)	171,977	160,788	4,952	2,254
1社当りの平均額(百万円)	1,911	1,870	160	90

注)受発注額:0、無記入、拒否は除く

表3-3 国内調査会社との受発注割合と受発注額

	2020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
回答社数	90社	54社	53社
受発注割合(%)		60.0%	58.9%
回答社の総額(百万円)	171,977	15,857	18,068
調査事業売上高に占める割合		9.2%	10.5%
1社当りの平均額(百万円)	1,911	294	341

注)受発注額:0、無記入、拒否は除く

表3-4 海外取引

●海外からの受注

	単位	2020年度
取引社数	社	31社
受注額	百万円	4,952
調査事業売上高に占める割合	%	2.9%
調査事業売上高	百万円	171,977

●海外への発注

	単位	2020年度
取引社数	社	25社
発注額	百万円	2,254
調査事業売上高に占める割合	%	1.3%

発注先ランキング	国名	ポイント合計
1位	アメリカ合衆国	39Pt
2位	中国	35Pt
3位	7~9以外の東南アジア	23Pt
4位	インド	13Pt
5位	ドイツ	9Pt
6位	タイ	6Pt
7位	2~4以外の欧州	5Pt
回答者数	25社	

1. アメリカ
2. イギリス
3. フランス
4. ドイツ
5. (2~4)以外の欧州
6. 中国
7. オーストラリア
8. 韓国
9. インド
10. タイ
11. (10以外の)東南アジア
12. その他

・各社上位3位まで回答  
 ・各1位~3位にポイント  
 を付けランキングに反映  
 1位:3Pt  
 2位:2Pt  
 3位:1Pt

表4 ビッグデータ関連事業実施率（2020年度）

「ビッグデータ関連事業」実施率	実施社数	実施率
(1) 顧客の保有するDBを預かり、調査データ等と合わせて分析する業務	21社	25.6%
(2) SNSやWebからテキストやアクセスログデータを収集し、分析する業務	20社	24.4%
(3) 地理情報や位置情報を収集(または購入)し、加工・分析する業務	8社	9.8%
(4) AI(人工知能)を活用した、大量または特殊なデータ処理・分析業務	6社	7.3%
(5) データ収集・統合・分析システムやレポートツール等の販売(・活用支援)業務	17社	20.7%
(6) オンライン上のデジタルデータを自動収集・可視化し、傾向や特徴を分析する業務	9社	11.0%
(7) その他、従来の調査データ以外の各種データの処理・分析業務	23社	28.0%
(8) 上記のような「データ分析関連事業」は行っていない	43社	52.4%
回答社数	82社	

表4-1 ビッグデータ関連事業売上高

ビッグデータ関連事業の売上高(単位:百万円)	4,270
回答社数	33社



表5 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)

	2020年度
	調査事業売上高
回答社数	90社
回答社の総額(百万円)	171,977
1社当りの平均額(百万円)	1,911

●回答された%の単純平均

	回答社数	比率
調査事業売上高	90社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	69社	46.4%
人件費率	68社	36.1%
営業利益率	62社	4.6%
経常利益率	60社	5.2%

\* (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
調査事業売上高	90社	100.0%
粗利率 (粗利=売上-直接費)	69社	48.7%
人件費率	68社	28.0%
営業利益率	62社	9.4%
経常利益率	60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6-1取引先業種別売上構成比

取引先業種	2020年度
ConsumerNon-Durables: 食品・飲料・嗜好品製造業(食品・清涼飲料水・アルコール飲料・タバコ)	14.6%
ConsumerDurables: 耐久消費財製造業(電気製品・PC・携帯・ゲーム機・機械)	3.0%
Wholesaleandretail(incl.Oil): 流通業(卸・小売業・通販・ガソリンスタンド)	3.1%
Financialservices: 金融・保険・証券	1.7%
Utilities: エネルギー(電力、ガス、石油など)・運送・通信サービス等	3.6%
Automotive: 運輸製造業(自動車)	3.7%
Pharmaceutical: 化学・医薬品製造業(化学・繊維・医薬品・化粧品)	16.4%
TelecommunicationsandICT: その他製造業(ゲーム・通信ソフト、IT・ICTソフト含む)	3.0%
GovernmentandNon-Profit: 官公庁・独立行政法人・NPO	6.0%
MediaandEntertainment: マスコミ(新聞、放送、出版等)	10.5%
Advertisingagencies: 広告代理店(プロダクション含む)	13.3%
Researchinstitutes: 調査機関(シンクタンク含む)	13.1%
Other: その他の民間企業・団体・学校法人	7.9%
合 計	100.0%
回答社数	(77社)

表6-2製品・サービス分野別売上構成比

製品・サービス分野	2020年度
A.消費者向け製品サービス	76.3%
B.非消費者向け製品サービス	23.7%
合計	100.0%
回答社数	(78社)

表6-3 調査デザイン別調査事業売上高構成比(2020年度)

調査事業売上を100%とした場合	
アドホック(除くオムニバス)	54.4%
オムニバス調査	1.7%
パネル調査	27.2%
その他継続調査	8.9%
産業別市場レポート/デスクリサーチ	3.0%
データ分析関連事業(設問4参照)	3.1%
その他(DIY、集計システムの貸出し等)	1.7%
合計	100.0%
回答社	(76社)

今年度より追加項目

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。

表6-3-1 アドホック調査の手法別調査事業売上高構成比(2020年度)

アドホック調査売上を100%とした場合	
量的調査	79.0%
質的調査	19.7%
その他調査(データ加工・分析等)	1.3%
合計	100.0%
回答社	(75社)

今年度から設問内容変更

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。

表6-3-1-1  
アドホック調査の量的調査内訳による  
売上高構成比(2020年度)

量的調査を100%とした場合	
郵送調査	7.1%
電話調査、CATI	0.4%
訪問調査、CAPI、CLT	8.4%
インターネット調査(モバイル含む)	72.8%
オンライン計測/SNSモニタリング	1.5%
その他	9.7%
合計	100.0%
回答社	(75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。

表6-3-1-2  
アドホック調査の質的調査内訳による  
売上高構成比(2020年度)

質的調査を100%とした場合	
グループインタビュー/FGI	36.1%
デプスインタビュー	46.0%
エスノグラフィ	1.1%
オンライン・コミュニティパネル/MRO	4.9%
その他	12.0%
合計	100.0%
回答社	(75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。

表6-4 調査手法別 売上高構成比 (2020年度)

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
(1)アドホック		54.4%	100.0%
量的調査	郵送調査	3.1%	5.6%
	電話調査、CATI	0.2%	0.3%
	訪問調査、CAPI、CLT	3.6%	6.7%
	インターネット調査(モバイル含む)	31.3%	57.6%
	オンライン計測/SNSモニタリング	0.7%	1.2%
	その他量的調査	4.2%	7.6%
		43.0%	79.0%
質的調査	グループインタビュー/FGI	3.9%	7.1%
	デプスインタビュー	4.9%	9.0%
	エスグラフィ	0.1%	0.2%
	コミュニティパネル、MROC	0.5%	1.0%
	その他の質的調査	1.3%	2.4%
	10.7%	19.7%	
その他調査(データ加工・分析等)		0.7%	1.3%
(2)オムニバス調査		1.7%	
(3)パネル調査		27.2%	
(4)その他の継続調査		8.9%	
(5)産業別市場レポート/デスクリサーチ		3.0%	
(6)データ分析関連事業(設問4参照)		3.1%	
(7)その他(DIY、集計システムの貸出し等)		1.7%	
合計		100.0%	
回答社数		(76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。

表7 自社の業況

対前年実績(2019年度/2020年度比)

今年度の見通し(2021年度/2020年度比)

①調査事業売上高

①調査事業売上高

対前年実績	
回答社数	78社
対前年比	95.5%

今年度見通し	
	75社
	114.6%

②1件当たりの調査平均受注金額 N=90

②1件当たりの調査平均受注金額 N=90

	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
回答社数	8社	54社	20社	8社	-12社
%	8.9%	60.0%	22.2%	8.9%	-13.3%

	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
回答社数	18社	51社	13社	8社	5社
%	20.0%	56.7%	14.4%	8.9%	5.6%

③採算 N=90

③採算 N=90

	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	7社	44社	31社	8社	-24社
%	7.8%	48.9%	34.4%	8.9%	-26.7%

	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	19社	49社	14社	8社	5社
%	21.1%	54.4%	15.6%	8.9%	5.6%

④所定外労働時間 N=90

④所定外労働時間 N=90

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	11社	40社	31社	8社	-20社
%	12.2%	44.4%	34.4%	8.9%	-22.2%

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	10社	52社	20社	8社	-10社
%	11.1%	57.8%	22.2%	8.9%	-11.1%

⑤調査の受注件数 N=90

⑤調査の受注件数 N=90

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	11社	19社	52社	8社	-41社
%	12.2%	21.1%	57.8%	8.9%	-45.6%

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	28社	31社	23社	8社	5社
%	31.1%	34.4%	25.6%	8.9%	5.6%

⑥資金繰り N=90

⑥資金繰り N=90

	A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	9社	50社	23社	8社	-14社
%	10.0%	55.6%	25.6%	8.9%	-15.6%

	A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	7社	59社	16社	8社	-9社
%	7.8%	65.6%	17.8%	8.9%	-10.0%

⑦自社業況の総合判断 N=90

対前年実績 (2020/2019 年度)	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	11社	24社	19社	27社	8社	-34社
%	1.1%	12.2%	26.7%	21.1%	30.0%	8.9%	-37.8%

今年度見通し (2021/2020 年度)	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	4社	30社	28社	15社	5社	8社	14社
%	4.4%	33.3%	31.1%	16.7%	5.6%	8.9%	15.6%

⑧自社業況(2021年4月時点) N=90

	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	3社	14社	32社	23社	11社	7社	-17社
%	3.3%	15.6%	35.6%	25.6%	12.2%	7.8%	-18.9%

表8 当面の経営上の問題点

設問順

	回答社数	%
1. 売上不振	39社	43.3%
2. 海外受注の減少	5社	5.6%
3. 調査の価格安	25社	27.8%
4. 取引条件の問題点	8社	8.9%
5. 過当競争	14社	15.6%
6. 求人難	18社	20.0%
7. 調査員不足	18社	20.0%
8. 人件費高騰	15社	16.7%
9. 中堅リサーチャー不足	39社	43.3%
10. 残業問題、働き方改革	35社	38.9%
11. コンサルティング力不足	25社	27.8%
12. 語学(英語)力不足	9社	10.0%
13. 設備投資不足	6社	6.7%
14. データサイエンティスト不足	18社	20.0%
15. 社員の調査スキル不足	26社	28.9%
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	4社	4.4%
17. 情報セキュリティへの対応	16社	17.8%
18. 新型コロナウイルス感染症における影響	59社	65.6%
19. その他(具体的に)	5社	5.6%
20. 特になし	10社	11.1%

\* 昨年度調査より項目追加

全回答社数 90社

19.その他詳細:

- テレワーク化のメンタルヘルスのケア
- 事業開発力不足
- 休業もあり、現時点で展開不明
- 毎月の売り上げに波がある

問題比率の高い順

	回答社数	%
18. 新型コロナウイルス感染症における影響	59社	65.6%
1. 売上不振	39社	43.3%
9. 中堅リサーチャー不足	39社	43.3%
10. 残業問題、働き方改革	35社	38.9%
15. 社員の調査スキル不足	26社	28.9%
3. 調査の価格安	25社	27.8%
11. コンサルティング力不足	25社	27.8%
6. 求人難	18社	20.0%
7. 調査員不足	18社	20.0%
14. データサイエンティスト不足	18社	20.0%
17. 情報セキュリティへの対応	16社	17.8%
8. 人件費高騰	15社	16.7%
5. 過当競争	14社	15.6%
12. 語学(英語)力不足	9社	10.0%
4. 取引条件の問題点	8社	8.9%
13. 設備投資不足	6社	6.7%
2. 海外受注の減少	5社	5.6%
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	4社	4.4%
19. その他(具体的に)	5社	5.6%
20. 特になし	10社	11.1%

\* 昨年度調査より項目追加

全回答社数 90社

## 2021年度限定 コロナ対応特別質問

表9-1 コロナ禍での在宅勤務実施有無

2020年3月~2021年3月	回答社数	%	実施ピーク時の在宅勤務率	2021年3月時点の在宅勤務率
1. 実施した	56社	65.1%	69.1%	56.4%
2. 部分的に実施した	25社	29.1%		
3. 一度も実施しなかった	5社	5.8%		
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>		

表9-2 昨年度と比較して今年度の在宅勤務率の変化予測

回答項目	回答社数	%
1. かなり増える	3社	3.5%
2. 少し増える	10社	11.6%
3. ほぼ同じ	40社	46.5%
4. 少し減る	18社	20.9%
5. かなり減る	6社	7.0%
6. わからない	9社	10.5%
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>

表9-3 在宅勤務継続または恒常化に伴うメンタルヘルス悪化の懸念について

回答項目	回答社数	%
1. 非常に心配している	12社	14.0%
2. 少し心配している	30社	34.9%
3. あまり心配していない	31社	36.0%
4. まったく心配していない	4社	4.7%
5. わからない、何とも言えない	9社	10.5%
<b>全回答社数</b>		<b>86社</b>

表9-4 2021年4月時点で、会社として(従来実施以上の)メンタルヘルス対策をとっているか

回答項目	回答社数	%
1. すでに対策をとっている	30社	34.9%
2. 対策をとる予定である	10社	11.6%
3. 対策をとりたいが、何をすればいいかわからない	16社	18.6%
4. 対策をとる予定はない	27社	31.4%
5. その他	2社	2.3%
<b>全回答社数</b>		<b>85社</b>

5. その他詳細:

- 在宅勤務を実施していないので特別追加質問に答えようがない
- 自宅勤務はモチベーションが下がる。対処に仕方がない