

第50回経営業務実態調査

2025年6月26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：104社（2025年4月1日現在）
回答社：88社 回収率：84.6%
- 調査日時：2025年4月1日～5月30日
- 調査方法：メール及び郵送調査法
- 実施管理：JMRA事務局

注)パーセンテージ表示につきましては小数点第2以下四捨五入しております。四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります。

表0－1 日本市場調査(MR)業界の市場規模(推計)

	単位	2025年調査	
		2024年度	2023年度
JMRA会員社数	社	104	104
回答社数	社	88	88
回答社調査事業売上高	億円	2,094	1,993
回答社調査事業売上伸び率	%	105.1%	
JMRA会員社推計	億円	2,600	
日本の市場調査業界推計	億円	2,725	
対前年比	%	105.1%	
従来の調査事業売上高推計	億円	2,413	
対前年比	%	106.4%	

表0－2 従来型調査手法別市場規模(推計)

調査手法別		2024年度
パネル調査	売上高	779 億円
	対前年比(%)	103.7%
AD-HOC調査	売上高	1,541 億円
	対前年比(%)	107.2%
インターネット調査	売上高	847 億円
	対前年比(%)	107.7%
既存手法	売上高	694 億円
	対前年比(%)	106.7%
その他	売上高	94 億円
	対前年比(%)	115.4%

[参考]

表0-3 JMRA回答社の8セグメント*1 別調査事業売上高(単位:百万円)

		2024年度		2023年度		前年比
単位		百万円	構成比	百万円	構成比	%
新セグメント		23,913	11.4%	23,085	11.6%	103.6%
	a. 企業内フィードバックシステム	5,559	2.7%	5,067	2.5%	109.7%
	b. セルフサービスプラットフォーム	4,122	2.0%	3,775	1.9%	109.2%
	c. ソーシャルリスニング・コミュニティ	235	0.1%	208	0.1%	113.0%
	d. デジタルデータ分析(MarTech)	1,495	0.7%	1,569	0.8%	95.3%
	e. 経営コンサルティング/シンクタンク	1,221	0.6%	1,085	0.5%	112.5%
	f. 業界特化型調査レポート	7,537	3.6%	7,419	3.7%	101.6%
	g. サンプルパネル提供	3,744	1.8%	3,962	2.0%	94.5%
h. (従来型の)確立された市場調査		185,469	88.6%	176,167	88.4%	105.3%
調査事業売上高(8セグメント)計		209,382	100.0%	199,252	100.0%	105.1%

*1 ESOMAR「Global Market Research」の新定義に基づく

[資料] ESOMAR提唱の各売上高セグメントの解説

カテゴリー	売上高セグメント	セグメントの解説(典型例)	代表的な企業の例
テクノロジー主導調査	a. 企業内フィードバックシステム	調査データを含む社内外の多様なDBを一元化し、継続的・自動的に収集・更新したデータをプラットフォームツールで提供。	Medallia、Verint、Forsta (旧Confirmit) 等
	b. セルフサービスプラットフォーム (旧DIY)	自社開発のDIY調査集計システムや、AIを活用したデータ分析ツールを提供。またはクラウド環境を通じて調査/集計システムを貸し出し。	Qualtrics、Momentum (旧SurveyMonkey)、Toluna等
	c. ソーシャルリスニング・コミュニティ	SNSやオンライン上のテキスト、画像・動画データを収集・分析し、その分析結果を基に広報・PR戦略等を支援。顧客コミュニティ運営ツールの提供も。	Cision、Splinklr、ホットリンク (クチコミ係長) 等
	d. デジタルデータ分析 (MarTech)	Webやオンライン上のビッグデータを収集し、外部データや顧客DB等と合わせて分析 (ただし、CRMサービス等を除き、分析部門の売上に限る)。	Adobe、Salesforce、Oracle、ブレインパッド等
レポートニング	e. 経営コンサルティング/シンクタンク	調査やデータ分析からさらに進んで、顧客企業の経営戦略変革提案までを手がける。日本ではシンクタンクによる調査研究/コンサル事業を含む。	McKinsey、BCG、Deloitte、Accenture、PwC、三菱総研等
	f. 業界特化型調査レポート	特定の業界 (IT、自動車等) に専門特化し、デスクリサーチやヒアリング調査等を通じて情報を収集・分析し、汎用レポート/カスタムレポート/DB等を提供。	矢野経済、富士経済、JD Power、Gartner、IDC等
確立された市場調査領域	g. サンプルパネル提供	自社でアクセスパネル (調査モニター組織) を構築し、(国内外を問わず) 外販する。国際的な提携・協力関係が深化している。	Dynata、Cint、Prodege、GMOリサーチ & AI等
	h. (従来型の) 確立された市場調査	伝統的な定量・定性調査、従来からあるデータ分析業務、集計業務等。	(従来からある市場調査会社、JMRAの正会員社等)

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

2024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	88	209,382	2,379	3,493	3,611	7,104	80.7	29.5
2億円未満	26	2,438	94	98	97	195	7.5	12.5
2億円台	8	1,902	238	41	111	152	19.0	12.5
3億円台	7	2,463	352	73	55	128	18.3	19.2
4～5億円台	9	4,173	464	67	110	177	19.7	23.6
6～10億円台	9	7,557	840	207	207	414	46.0	18.3
11～20億円台	9	13,905	1,545	283	254	537	59.7	25.9
21億円以上	20	176,944	8,847	2,724	2,777	5,501	275.1	32.2
平均年齢				39.2	37.2	38.2		

*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	2024年度	
2億円未満	26社	29.5%
2億円台	8社	9.1%
3億円台	7社	8.0%
4～5億円台	9社	10.2%
6～10億円台	9社	10.2%
11～20億円台	9社	10.2%
21億円以上	20社	22.7%
回答社数	88社	100.0%

表2－1 新卒採用社数と採用人数

	2025年新卒	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	88社	
採用人数計・採用あり社数	265人	26社
採用回答社における1社当り採用人数		10.2人

表2－2 中途採用数と採用人数

	2024年度	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	88社	
採用人数計・採用あり社数	462人	86社
採用回答社における1社当り採用人数		5.4人

表2－3 新卒初任給

	2025年新卒(大卒)
回答社数	88社
初任給回答社数	26社
初任給回答社における初任給平均	¥260,041

表2－4 登録調査員数

	2024年度
回答社数	41社
総数	13,111人
1社平均	320人

表2－5 パート等従業員数

	2024年度
回答社数	67社
総数	1,902人
1社平均	28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

表2－6 コロナ禍での在宅勤務実施有無

2024年4月~2025年3月	回答社数	%	実施ピーク時の在宅勤務率	2024年3月時点の在宅勤務率
1. 実施した	48社	56.5%	38.5%	35.0%
2. 部分的に実施した	22社	25.9%		
3. 一度も実施しなかった	15社	17.6%		
回答社数		85社		

表3 売上高および従業者数

表3-1 調査事業売上高(8セグメント計)

	単位	2025年調査	
		2024 年度	2023年度
回答社数	社	88社	88社
全売上高	百万円	224,720	214,758
調査事業売上高	百万円	209,382	199,252
総従業者数	人	9,011	9,015
調査業務従業者数	人	7,104	6,804

●1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	2,554	2,440
調査事業売上高	百万円	2,379	2,264

●1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	102.4	102.4
調査業務従業者数	人	80.7	77.3

●従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	24.9	23.8
調査事業売上高	百万円	29.5	29.3

●調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	93.2%	92.8%
従業者数	%	78.8%	75.5%

●対前年増加率

全売上高	%	4.6%
調査事業売上高	%	5.1%
調査業務従業者数	%	0.0%
従業者1人当たり調査事業売上高	%	0.6%

表3-2 従来型調査事業売上高の受発注内容
 (従来型調査事業売上高:従来型の確立された市場調査における調査事業売上高)

	2024年度 従来型調査事業の受発注			
	従来型調査事業売上高	国内より受注	海外より受注	海外へ発注
回答社数	84社	84社	30社	25社
受発注割合(%)		100.0%	35.7%	29.8%
回答社の総額(百万円)	185,469	178,927	6,704	2,718
1社当りの平均額(百万円)	2,208	2,130	223	109

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

	2024年度従来型調査事業売上高の受発注内訳		
	従来型調査事業売上高	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	84社	51社	47社
受発注割合(%)		60.7%	56.0%
回答社の総額(百万円)	185,469	19,474	18,623
従来型調査事業売上高に占める割合		10.5%	10.0%
1社当りの平均額(百万円)	2,208	382	396

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	2024年度
取引社数	社	30社
受注額	百万円	6,704
従来型調査事業売上高に占める割合	%	3.6%
従来型調査事業売上高	百万円	185,469
●海外への発注	単位	2024年度
取引社数	社	25社
発注額	百万円	2,718
従来型調査事業売上高に占める割合	%	1.5%

表4 海外への発注額が大きい国

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	50Pt
2位	中国	33Pt
3位	7～9以外の東南アジア	14Pt
4位	タイ	10Pt
5位	インド	10Pt
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5 調査事業売上高(8セグメント計)と
諸経費(粗利率、人件費率、営業利益率、経常利益率)

	2024年度
	調査事業売上高
回答社数	88社
回答社の総額(百万円)	209,382
1社当りの平均額(百万円)	2,379

●回答された%の単純平均

	回答社数	比率
調査事業売上高	88社	100.0%
粗利率 (粗利＝売上一直接費)	70社	52.1%
人件費率	69社	35.7%
営業利益率	66社	8.1%
経常利益率	66社	7.1%

*(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	88社	100.0%
粗利率 (粗利＝売上一直接費)	70社	45.9%
人件費率	69社	27.9%
営業利益率	66社	10.0%
経常利益率	66社	7.9%

*(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	2024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)	15.5%
ConsumerDurables: 耐久消費財製造業(電気製品・PC・携帯・ゲーム機・機械)	2.8%
Wholesaleandretail(incl.Oil): 流通業(卸・小売業・通販・ガソリンスタンド)	3.4%
Financialservices: 金融・保険・証券	2.6%
Utilities: エネルギー(電力、ガス、石油など)・運送・通信サービス等	3.9%
Automotive: 運輸製造業(自動車)	3.2%
Pharmaceutical: 化学・医薬品製造業(化学・繊維・医薬品・化粧品)	16.3%
TelecommunicationsandICT: その他製造業(ゲーム・通信ソフト、IT・ICTソフト含む)	3.8%
GovernmentandNon-Profit: 官公庁・独立行政法人・NPO	4.5%
MediaandEntertainment: マスコミ(新聞、放送、出版等)	9.6%
Advertisingagencies: 広告代理店(プロダクション含む)	12.6%
Researchinstitutes: 調査機関(シンクタンク含む)	13.3%
Other: その他の民間企業・団体・学校法人	8.4%
合 計	100.0%
回答社数	(80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	2024年度
A.消費者向け製品サービス	77.7%
B.非消費者向け製品サービス	22.3%
合計	100.0%
回答社数	(75社)

表 6－3 調査デザイン別調査事業売上高構成比（2024年度）

従来型調査事業売上を100%とした場合	
アドホック(除くオムニバス)	52.6%
オムニバス調査	0.8%
パネル調査	27.2%
その他継続調査	14.2%
その他	5.3%
合計	100.0%
回答社	(75社)

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（2024年度）

アドホック調査売上を100%とした場合	
量的調査	74.8%
質的調査	23.0%
その他調査(デスクリサーチ等)	2.3%
合計	100.0%
回答社	(73社)

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(2024年度)

量的調査を100%とした場合	
郵送調査	8.6%
電話調査、CATI	0.2%
訪問調査、CAPI、CLT	11.3%
インターネット調査(モバイル含む)	72.8%
その他	7.1%
合計	100.0%
回答社	(71社)

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(2024年度)

質的調査を100%とした場合		内オンライン割合
グループインタビュー/FGI	29.2%	29.9%
デプスインタビュー	47.4%	68.9%
エスノグラフィ	1.4%	14.0%
オンライン・コミュニティパネル/MROC	2.1%	
その他	19.9%	
合計	100.0%	
回答社	(71社)	

表 6－4 従来型調査手法別 売上高構成比 （2024年度）

調査手法		従来型 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		52.6%	100.0%
量的調査	郵送調査	3.4%	6.5%
	電話調査、CATI	0.1%	0.1%
	訪問調査、CAPI、CLT	4.4%	8.4%
	インターネット調査(モバイル含む)	28.6%	54.4%
	その他量的調査	2.8%	5.3%
		39.3%	74.8%
質的調査	グループ・インタビュー／FGI	3.5%	6.7%
	デプス・インタビュー	5.7%	10.9%
	エスノグラフィー	0.2%	0.3%
	コミュニティパネル、MROC	0.3%	0.5%
	その他の質的調査	2.4%	4.6%
		12.1%	23.0%
その他調査(デスクリサーチ等)		1.2%	2.3%
(2)オムニバス調査		0.8%	
(3)パネル調査		27.2%	
(4)その他の継続調査		14.2%	
(5)その他		5.3%	
合計		100.0%	
回答社数		(75社)	

表7 自社の業況

対前年実績（2024年度/2023年度比）

①調査事業売上高

	対前年実績
回答社数	85社
対前年比	96.4%

②1件当たりの調査平均受注金額 N=88

	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
回答社数	22社	49社	12社	5社	10社
%	25.0%	55.7%	13.6%	5.7%	11.4%

③採算 N=88

	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	13社	53社	17社	5社	-4社
%	14.8%	60.2%	19.3%	5.7%	-4.5%

④所定外労働時間 N=88

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	13社	56社	14社	5社	-1社
%	14.8%	63.6%	15.9%	5.7%	-1.1%

⑤調査の受注件数 N=88

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	22社	39社	22社	5社	0社
%	25.0%	44.3%	25.0%	5.7%	0.0%

⑥資金繰り N=88

	A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	6社	64社	12社	6社	-6社
%	6.8%	72.7%	13.6%	6.8%	-6.8%

⑦自社業況の総合判断 N=88

対前年実績 (2024/2023 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	5社	24社	32社	15社	6社	6社	8社
%	5.7%	27.3%	36.4%	17.0%	6.8%	6.8%	9.1%
今年度見通し (2024/2023 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	28社	36社	17社	1社	5社	11社
%	1.1%	31.8%	40.9%	19.3%	1.1%	5.7%	12.5%

⑧自社業況(2024年4月時点) N=88

	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	19社	45社	15社	3社	5社	2社
%	1.1%	21.6%	51.1%	17.0%	3.4%	5.7%	2.3%

今年度見通し（2025年度/2024年度比）

①調査事業売上高

今年度見通し
79社
102.0%

②1件当たりの調査平均受注金額 N=88

A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
18社	57社	8社	5社	10社
20.5%	64.8%	9.1%	5.7%	11.4%

③採算 N=88

A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
9社	62社	12社	5社	-3社
10.2%	70.5%	13.6%	5.7%	-3.4%

④所定外労働時間 N=88

A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
8社	58社	17社	5社	-9社
9.1%	65.9%	19.3%	5.7%	-10.2%

⑤調査の受注件数 N=88

A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
20社	48社	15社	5社	5社
22.7%	54.5%	17.0%	5.7%	5.7%

⑥資金繰り N=88

A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
9社	66社	8社	5社	1社
10.2%	75.0%	9.1%	5.7%	1.1%

表8 当面の経営上の問題点（2024年度）

設問順		
	回答社数	%
1. 売上不振	32社	36.4%
2. 海外受注の減少	6社	6.8%
3. 調査の価格安	34社	38.6%
4. 取引条件の問題点	9社	10.2%
5. 過当競争	20社	22.7%
6. 求人難	37社	42.0%
7. 調査員不足	29社	33.0%
8. 人件費高騰	37社	42.0%
9. 中堅リサーチー不足	47社	53.4%
10. 残業問題、働き方改革	26社	29.5%
11. コンサルティング力不足	28社	31.8%
12. 語学(英語)力不足	16社	18.2%
13. 設備投資不足	8社	9.1%
14. データサイエンティスト不足	18社	20.5%
15. 社員の調査スキル不足	29社	33.0%
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	6社	6.8%
17. 情報セキュリティへの対応	17社	19.3%
18. 新型コロナウイルス感染症における影響	7社	8.0%
19. その他(具体的に)	10社	11.4%
20. 特になし	5社	5.7%
全回答社数		88社

- 19.その他詳細:
- 事業開発力不足
 - 若年層の不足
 - 関税問題の影響
 - 物価高騰による経費増加
 - 弊社の業務内容が現在に取り残されている
 - 原価高騰
 - 特殊詐欺や強盗事件等の影響による調査環境悪化、インボイス制度による原価増
 - 資材・輸送費他経費高騰
 - 受注先の経営難の影響
 - 訪問調査に対しての拒絶が急激に増加。強盗事件の影響が強い

問題比率の高い順		
	回答社数	%
9. 中堅リサーチー不足	47社	53.4%
6. 求人難	37社	42.0%
8. 人件費高騰	37社	42.0%
3. 調査の価格安	34社	38.6%
1. 売上不振	32社	36.4%
7. 調査員不足	29社	33.0%
15. 社員の調査スキル不足	29社	33.0%
11. コンサルティング力不足	28社	31.8%
10. 残業問題、働き方改革	26社	29.5%
5. 過当競争	20社	22.7%
14. データサイエンティスト不足	18社	20.5%
17. 情報セキュリティへの対応	17社	19.3%
12. 語学(英語)力不足	16社	18.2%
19. その他(具体的に)	10社	11.4%
4. 取引条件の問題点	9社	10.2%
13. 設備投資不足	8社	9.1%
18. 新型コロナウイルス感染症における影響	7社	8.0%
2. 海外受注の減少	6社	6.8%
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	6社	6.8%
20. 特になし	5社	5.7%
全回答社数		88社

<第50回経營業務実態調査 付帯報告>

日本のインサイト産業 市場規模拡大推計(2023年～2024年)

インサイト産業 8セグメント別市場規模(単位:百万円)

		2024年度		2023年度		前年比	(参考)2023
単位		百万円	構成比	百万円	構成比	%	ESOMARシェア
新セグメント		207,380	43.2%	190,624	42.4%	108.8%	63.8%
	a. 企業内フィードバックシステム	9,898	2.1%	9,023	2.0%	109.7%	1.9%
	b. セルフサービスプラットフォーム	5,597	1.2%	5,125	1.1%	109.2%	2.5%
	c. ソーシャルリスニング・コミュニティ	6,981	1.5%	6,178	1.4%	113.0%	6.7%
	d. デジタルデータ分析(MarTech)	15,874	3.3%	14,725	3.3%	107.8%	28.2%
	e. 経営コンサルティング/シンクタンク	145,191	30.3%	131,720	29.3%	110.2%	10.1%
	f. 業界特化型調査レポート	18,560	3.9%	18,267	4.1%	101.6%	12.8%
	g. サンプルパネル提供	5,279	1.1%	5,586	1.2%	94.5%	1.6%
h.(従来型の)確立された市場調査		272,510	56.8%	259,286	57.6%	105.1%	36.2%
インサイト産業売上高(8セグメント)計		479,890	100.0%	449,910	100.0%	106.7%	100.0%
h.対合計比		1.76		1.74			

注記:

- 1) この拡大推計はJMRA会員社の協力のもと、関連する上場企業の公開IR情報及びヒアリング調査を中心に実施した。
- 2) 日本で活動している外資系企業(日本法人)の情報収集は難しく、この拡大推計はいまだ発展途上にあるが、広く議論を喚起し、精度を向上させていくことを期待して、JMRAの責任において公開することとした。
- 3) 長年の経験に基づき、「h.(従来型の)確立された市場調査」及び「g. サンプルパネル提供」、「f. 業界特化型調査レポート」の精度については相応の自信を有している。ただし、2023年から2024年にかけても、これらの3セグメントから「a. b. c. d. e.」の各セグメントに移行した数値があり、過去データも塗り替えている。それらの境界線は今後も流動する可能性がある。
- 4) 日本市場の顕著な特徴の1つとして、「e. 経営コンサルティング/シンクタンク」が大きなプレゼンスを持っていることを指摘できる。日本ではこのセグメントに属する企業の多くが「d. デジタルデータ分析(MarTech)」領域の業務をも担っていると考えられているが、その分解は極めて困難である。そのため、ESOMARの国際的な推計値よりも「e.」がより大きく、「d.」がより小さく出ていることに注意されたい。
- 5) JMRAとしての継続的で詳細な業界統計は従来のAnnual Report(経營業務実態調査)で変わらないが、2023年(48回)からインサイト産業(8セグメント)の拡大推計値も同時に公表している。
- 6) JMRA産業統計委員会では、引き続きこの統計の精度向上に努めていく。関係各企業・組織からの情報提供ならびにご協力を期待する。