

第51回経営業務実態調査

2026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:101社(2026年4月1日現在)
回答社:86社 回収率:85.1%
- 調査日時: 2026年4月1日～6月1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 日本の市場調査(MR)業界の市場規模(推計)

	単位	2026年調査	
		2025年度	2024年度
JMRA会員社数	社	101	101
回答社数	社	86	86
回答社調査事業売上高	億円	2,125	2,087
回答社調査事業売上伸び率	%	101.8%	
JMRA会員社推計	億円	2,647	
日本の市場調査業界推計	億円	2,775	
対前年比	%	101.8%	
従来の調査事業売上高推計	億円	2,439	
対前年比	%	101.0%	

表0－2 従来型調査手法別市場規模(推計)

調査手法別		2025年度
パネル調査	売上高	789 億円
	対前年比(%)	101.4%
AD-HOC調査	売上高	1,555 億円
	対前年比(%)	100.9%
インターネット調査	売上高	861 億円
	対前年比(%)	101.7%
既存手法	売上高	693 億円
	対前年比(%)	99.9%
その他	売上高	95 億円
	対前年比(%)	101.1%

[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)

		2025年度		2024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		25,710	12.1%	24,637	11.8%	104.4%
	a. 企業内フィードバックシステム	7,556	3.6%	6,093	2.9%	124.0%
	b. セルフサービスプラットフォーム	3,624	1.7%	3,426	1.6%	105.8%
	c. ソーシャルリスニング・コミュニティ	210	0.1%	235	0.1%	89.4%
	d. デジタルデータ分析(MarTech)	1,472	0.7%	1,500	0.7%	98.1%
	e. 経営コンサルティング/シンクタンク	1,224	0.6%	1,252	0.6%	97.8%
	f. 業界特化型調査レポート	7,595	3.6%	7,703	3.7%	98.6%
	g. サンプルパネル提供	4,029	1.9%	4,429	2.1%	91.0%
h. (従来型の) 確立された市場調査		186,764	87.9%	184,021	88.2%	101.5%
調査事業売上高(8セグメント)計		212,474	100.0%	208,658	100.0%	101.8%

*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	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

2025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	86	212,474	2,471	3,531	3,825	7,356	85.5	28.9
2億円未満	24	2,314	96	82	92	174	7.3	13.3
2億円台	7	1,554	222	37	93	130	18.6	12.0
3億円台	7	2,436	348	48	50	98	14.0	24.9
4～5億円台	11	5,103	464	106	130	236	21.5	21.6
6～10億円台	8	6,938	867	179	183	362	45.3	19.2
11～20億円台	8	12,628	1,579	266	238	504	63.0	25.1
21億円以上	21	181,501	8,643	2,813	3,039	5,852	278.7	31.0
平均年齢				40.4	37.0	38.7		

*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	2025 度	
2億円未満	24社	27.9%
2億円台	7社	8.1%
3億円台	7社	8.1%
4～5億円台	11社	12.8%
6～10億円台	8社	9.3%
11～20億円台	8社	9.3%
21億円以上	21社	24.4%
回答社数	86社	100.0%

表2-1 新卒採用社数と採用人数

	2026年新卒	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	86社	
採用人数計・採用あり社数	228人	25社
採用回答社における1社当り採用人数		9.1人

表2-2 中途採用数と採用人数

	2025年度	
	全体	
	採用人数	採用社数
回答社数	86社	
採用人数計・採用あり社数	489人	83社
採用回答社における1社当り採用人数		5.9人

表2-3 新卒初任給

	2026年新卒（大卒）
回答社数	86社
初任給回答社数	25社
初任給回答社における初任給平均	¥270,600

表2-4 登録調査員数

	2025年度
回答社数	36社
総数	8,826人
1社平均	245人

表2-5 パート等従業員数

	2025年度
回答社数	59社
総数	1,752人
1社平均	30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

2025年4月~2026年3月	回答社数	%	実施ピーク時の在宅勤務率	2025年3月時点の在宅勤務率
1. 実施した	53社	63.1%	38.4%	35.4%
2. 部分的に実施した	19社	22.6%		
3. 一度も実施しなかった	12社	14.3%		
回答社数		84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	2026年調査	
		2025 年度	2024年度
回答社数	社	86社	86社
全売上高	百万円	221,785	219,615
調査事業売上高	百万円	212,474	208,658
総従業者数	人	9,089	9,005
調査業務従業者数	人	7,356	7,045

● 1社当たり平均売上高

全売上高	百万円	2,579	2,554
調査事業売上高	百万円	2,471	2,426

● 1社当たり平均従業者数

総従業者数	人	105.7	104.7
調査業務従業者数	人	85.5	81.9

● 従業者1人当たり売上高

全売上高	百万円	24.4	24.4
調査事業売上高	百万円	28.9	29.6

● 調査事業の全事業に占める割合

売上高	%	95.8%	95.0%
従業者数	%	80.9%	78.2%

● 対前年増加率

全売上高	%	1.0%
調査事業売上高	%	1.8%
調査業務従業者数	%	0.9%
従業者1人当たり調査事業売上高	%	-2.5%

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)

	2025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	83社	82社	28社	25社
受発注割合(%)		98.8%	33.7%	30.1%
回答社の総額(百万円)	186,764	179,558	6,137	2,717
1社当りの平均額(百万円)	2,250	2,190	219	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

	2025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	83社	48社	41社
受発注割合(%)		57.8%	49.4%
回答社の総額(百万円)	186,764	16,545	18,268
従来型調査事業売上高に占める割合		8.9%	9.8%
1社当りの平均額(百万円)	2,250	345	446

(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	2025年度
取引社数	社		28社
受注額	百万円		6,137
従来型調査事業売上高に占める割合	%		3.3%
従来型調査事業売上高	百万円		186,764

●海外への発注		単位	2025年度
取引社数	社		25社
発注額	百万円		2,717
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	46Pt
2位	中国	21Pt
3位	タイ	16Pt
4位	7~9以外の東南アジア	16Pt
5位	イギリス	9Pt
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)

	2025年度
	調査事業売上高
回答社数	86社
回答社の総額(百万円)	212,474
1社当りの平均額(百万円)	2,471

●回答された%の単純平均	回答社数	比率
調査事業売上高	86社	100.0%
粗利率 (粗利＝売上一直接費)	69社	49.9%
人件費率	68社	36.8%
営業利益率	63社	10.2%
経常利益率	63社	8.6%

*(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	86社	100.0%
粗利率 (粗利＝売上一直接費)	69社	38.4%
人件費率	68社	24.4%
営業利益率	63社	8.3%
経常利益率	63社	6.5%

*(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	2025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)	16.4%
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	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)	15.9%
TelecommunicationsandICT: その他製造業(ゲーム・通信ソフト、IT・ICTソフト含む)	3.7%
GovernmentandNon-Profit: 官公庁・独立行政法人・NPO	4.8%
MediaandEntertainment: マスコミ(新聞、放送、出版等)	9.7%
Advertisingagencies: 広告代理店(プロダクション含む)	11.8%
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	8.9%
合 計	100.0%
回答社数	(81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	2025年度
A.消費者向け製品サービス	76.9%
B.非消費者向け製品サービス	23.1%
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(2025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)	53.4%
オムニバス調査	0.7%
パネル調査	27.1%
その他継続調査	13.4%
その他	5.4%
合計	100.0%
回答社	(74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(2025度)

アドホック調査売上を100%とした場合	
量的調査	75.5%
質的調査	22.2%
その他調査(デスクリサーチ等)	2.3%
合計	100.0%
回答社	(72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(2025年度)

量的調査を100%とした場合	
郵送調査	8.2%
電話調査、CATI	0.2%
訪問調査、CAPI、CLT	11.8%
インターネット調査(モバイル含む)	72.8%
その他	6.9%
合計	100.0%
回答社	(72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(2025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	29.9%	23.9%
デプスインタビュー	46.7%	67.1%
エスノグラフィ	1.3%	21.5%
オンライン・コミュニティパネル/MROC	1.6%	
AI活用のインタビュー	0.3%	
その他	20.2%	
合計	100.0%	
回答社	(70社)	

表6－4 従来型調査手法別 売上高構成比（2025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		53.4%	100.0%
量的調査	郵送調査	3.3%	6.2%
	電話調査、CATI	0.1%	0.1%
	訪問調査、CAPI、CLT	4.8%	8.9%
	インターネット調査(モバイル含む)	29.4%	55.0%
	その他量的調査	2.8%	5.2%
		40.4%	75.5%
質的調査	グループ・インタビュー／FGI	3.5%	6.6%
	デプス・インタビュー	5.5%	10.4%
	エスノグラフィー	0.2%	0.3%
	コミュニティパネル、MROC	0.2%	0.4%
	その他の質的調査	2.4%	4.5%
		11.8%	22.2%
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		0.7%	
(3)パネル調査		27.1%	
(4)その他の継続調査		13.4%	
(5)その他		5.4%	
合計		100.0%	
回答社数		(74社)	

表7 自社の業況

対前年実績（2025年度/2024年度比）

①調査事業売上高

	対前年実績
回答社数	81社
対前年比	100.2%

②1件当たりの調査平均受注金額 N=86

	A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
回答社数	18社	49社	14社	5社	4社
%	20.9%	57.0%	16.3%	5.8%	4.7%

③採算 N=86

	A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	11社	47社	23社	5社	-12社
%	12.8%	54.7%	26.7%	5.8%	-14.0%

④所定外労働時間 N=86

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	9社	56社	16社	5社	-7社
%	10.5%	65.1%	18.6%	5.8%	-8.1%

⑤調査の受注件数 N=86

	A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
回答社数	13社	41社	27社	5社	-14社
%	15.1%	47.7%	31.4%	5.8%	-16.3%

⑥資金繰り N=86

	A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
回答社数	6社	65社	9社	6社	-3社
%	7.0%	75.6%	10.5%	7.0%	-3.5%

⑦自社業況の総合判断 N=86

対前年実績 (2025/2024 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	2社	17社	43社	15社	3社	6社	1社
%	2.3%	19.8%	50.0%	17.4%	3.5%	7.0%	1.2%
今年度見通し (2026/2025 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	2社	21社	42社	11社	3社	7社	9社
%	2.3%	24.4%	48.8%	12.8%	3.5%	8.1%	10.5%

⑧自社業況(2026年4月時点) N=86

	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	0社	15社	42社	17社	5社	7社	-7社
%	0.0%	17.4%	48.8%	19.8%	5.8%	8.1%	-8.1%

今年度の見通し（2026年度/2025年度比）

①調査事業売上高

今年度見通し
77社
101.8%

②1件当たりの調査平均受注金額 N=86

A.上昇	B.ほぼ不変	C.下降	NA	A-C=指数
11社	58社	10社	7社	1社
12.8%	67.4%	11.6%	8.1%	1.2%

③採算 N=86

A.好転	B.ほぼ不変	C.悪化	NA	A-C=指数
8社	56社	15社	7社	-7社
9.3%	65.1%	17.4%	8.1%	-8.1%

④所定外労働時間 N=86

A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
7社	60社	12社	7社	-5社
8.1%	69.8%	14.0%	8.1%	-5.8%

⑤調査の受注件数 N=86

A.増加	B.ほぼ不変	C.減少	NA	A-C=指数
12社	47社	20社	7社	-8社
14.0%	54.7%	23.3%	8.1%	-9.3%

⑥資金繰り N=86

A.改善	B.ほぼ適正	C.悪化	NA	A-C=指数
6社	64社	9社	7社	-3社
7.0%	74.4%	10.5%	8.1%	-3.5%

表8 当面の経営上の問題点（2025年度）

設問順			
	回答社数	%	
1. 売上不振	34社	39.5%	
2. 海外受注の減少	9社	10.5%	
3. 調査の価格安	32社	37.2%	
4. 取引条件の問題点	9社	10.5%	
5. 過当競争	19社	22.1%	
6. 求人難	32社	37.2%	
7. 調査員不足	32社	37.2%	
8. 人件費高騰	41社	47.7%	
9. 中堅リサーチ不足	40社	46.5%	
10. 残業問題、働き方改革	23社	26.7%	
11. コンサルティング力不足	24社	27.9%	
12. 語学(英語)力不足	14社	16.3%	
13. 設備投資不足	7社	8.1%	
14. データサイエンティスト不足	12社	14.0%	
15. 社員の調査スキル不足	22社	25.6%	
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	5社	5.8%	
17. 情報セキュリティへの対応	16社	18.6%	
18. AI活用のがバナンス	23社	26.7%	* 2026年度調査より項目追加
19. AI の実務導入	39社	45.3%	* 2026年度調査より項目追加
20. その他(具体的に)	3社	3.5%	
21. 特になし	9社	10.5%	
全回答社数		86社	

- 20.その他詳細:
- 事業開発力不足
 - AIサービスの浸透
 - 売上、利益を特定の大規模調査への依存している

問題比率の高い順			
	回答社数	%	
8. 人件費高騰	41社	48.2%	
9. 中堅リサーチ不足	39社	45.9%	
19. AI の実務導入	38社	44.7%	* 2026年度調査より項目追加
1. 売上不振	34社	40.0%	
3. 調査の価格安	32社	37.6%	
7. 調査員不足	32社	37.6%	
6. 求人難	31社	36.5%	
10. 残業問題、働き方改革	23社	27.1%	
11. コンサルティング力不足	23社	27.1%	
18. AI活用のがバナンス	22社	25.9%	* 2026年度調査より項目追加
15. 社員の調査スキル不足	21社	24.7%	
5. 過当競争	19社	22.4%	
17. 情報セキュリティへの対応	15社	17.6%	
12. 語学(英語)力不足	13社	15.3%	
14. データサイエンティスト不足	12社	14.1%	
2. 海外受注の減少	9社	10.6%	
4. 取引条件の問題点	9社	10.6%	
13. 設備投資不足	7社	8.2%	
16. コンプライアンスにおける内部制度・教育	5社	5.9%	
20. その他(具体的に)	3社	3.5%	
21. 特になし	9社	10.6%	
全回答社数		86社	

2026年度調査追加質問

AI関連のサブスクリプションに支出または投資した金額

●投資した会社のみ	2025年度	2024年度
金額	1,708.5百万円	766.5百万円
回答社	29社	29社
1社当たりの投資額	58.9百万円	26.4百万円

<第51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(2024年～2025年)

インサイト産業 8セグメント別市場規模(単位:百万円)

		2025年度		2024年度		前年比	(参考)2024
単位		百万円	構成比	百万円	構成比	%	Esomarシェア
新セグメント		226,328	44.9%	207,380	43.2%	109.1%	0.0%
	a. 企業内フィードバックシステム	10,690	2.1%	9,898	2.1%	108.0%	39.1%
	b. セルフサービスプラットフォーム	5,989	1.2%	5,597	1.2%	107.0%	0.0%
	c. ソーシャルリスニング・コミュニティ	7,735	1.5%	6,981	1.5%	110.8%	0.0%
	d. デジタルデータ分析(MarTech)	17,446	3.5%	15,874	3.3%	109.9%	0.0%
	e. 経営コンサルティング/シンクタンク	160,726	31.9%	145,191	30.3%	110.7%	24.0%
	f. 業界特化型調査レポート	18,727	3.7%	18,560	3.9%	100.9%	0.0%
	g. サンプルパネル提供	5,015	1.0%	5,279	1.1%	95.0%	36.8%
h.(従来型の)確立された市場調査		277,504	55.1%	272,510	56.8%	101.8%	0.0%
インサイト産業売上高(8セグメント)計		503,832	100.0%	479,890	100.0%	105.0%	100.0%
h.対合計比		1.82		1.76			

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、各種統計資料、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、2024年から2025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 of 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国際・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。