

第 4 回研究会における業界団体からのヒアリング結果

	(財)日本世論調査協会	(社)日本マーケティング・リサーチ協会
1. 現在の業界の実情把握	<ul style="list-style-type: none"> ・調査期間や方法等、内容によっては受託が困難。 ・全国規模で稼働可能な調査員数は 1 社あたり 500 ~ 1000 名程度、実施可能な対象数は 1 万 ~ 2 万程度 (調査の難易度による)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国規模の調査を実施できる業者は 10 社程度。 ・調査会社は都市部中心。事務所は、あっても県庁所在市程度。
2. 事業者が満たすべき要件・資格等	<ul style="list-style-type: none"> ・「業界団体への加盟」が参考になるかもしれない。 ・「社会調査士制度」(最近の制度であり、標準的ではない)。 ・TC225 が ISO 化されれば調査機関の資質を判断できるかもしれない。 ・調査員は調査時に臨時雇用しているのが現状であり、スキル等は雇用時に教育したり、会社によっては定期的に研修を行ったりしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・Pマーク及びISOの取得。 ・当協会への加盟条件として、Pマークの取得を義務付ける方針。
3. 留意点等	<ul style="list-style-type: none"> ・民間の手法による合理化は期待できるが、官の手法・水準をそのまま期待すると現状では不可能なものもある。 ・大規模な調査は、一定の初期投資が必要であり、現在の業界標準では受託しきれない。 ・「調査データの信頼性」を担保した開放が必要。 ・業界育成の視点での官からの指導や育成が必要かもしれない。 ・委託者側に「調査専門担当官」を置いていただくなど、統計調査のノウハウがブラックボックス化しないようにする必要がある。 ・初期投資が必要な大規模周期調査より、継続的な調査が受託できればありがたい。 ・各業務に強みを持つ民間業者の合同体に委託する仕組みがあってもよいのではないか。 ・中間的な管理組織の設置や、現状の「調査員制度」等を利用可能とする措置等についても検討を。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コストを下げて、質を上げることを極端に追求することは問題。 ・行政で求められる精度と民間で求められる精度は異なる。回収率 7 割を求められると厳しい。 ・総合評価方式による入札は、公正な評価基準の設定が大事。