

## 民間調査業界の現状について

### 1. はじめに

統計局所管の指定統計調査の民間開放・市場化テストの検討に資する参考情報を得るため、個別の調査会社の実状等についてヒアリングを実施した。

### 2. ヒアリング対象業者

(1) 個人企業に関する経済調査（調査A）入札説明会参加業者（落札業者は除く）

- （社）中央調査社
- （株）日本リサーチセンター
- （株）インテージリサーチ
- （株）RJCリサーチ

(2) 個人企業に関する経済調査（調査B）入札説明会参加業者（落札業者は除く）

- Ipsos 日本統計調査（株）

### 3. ヒアリングの内容

(1) 調査の履行能力を見る上での客観的な判断基準として有効なものは何か。

- ・ 同一調査手法による過去の実績（A社、B社、C社、D社）
- ・ 全国ネットワーク体制などの調査実施体制（A社、B社、C社）
- ・ Pマークの有無（情報管理の観点）（A社、B社、C社、D社）
- ・ ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）の取得（A社）
- ・ ISO9001の取得（B社、D社）
- ・ ISO/TC225の取得（2006年中に正式発効）（A社、D社）
- ・ 日本マーケティング・リサーチ協会又は日本世論調査協会への加盟（A社、B社、C社、D社）

#### まとめ

調査の履行能力を見る上での客観的な判断基準として、多くの業者が、過去の実績及び実施体制の確認、関連団体への加盟、Pマーク及びISOの取得などを挙げている。

一方、調査員の能力やトラブル処理能力などに関する客観的な判断基準

についても聴取したが、現状では、そのような能力を示す指標などはないのではないかとのことであった。

## (2) これまでで規模が最も大きい調査のサンプル数

- ・ 調査員 20,000 世帯対象 ( B 社 )  
( 訪問留置 ) 18,000 世帯対象 ( E 社 )  
15,000 世帯対象 ( C 社 )  
13,000 世帯対象 ( A 社 )  
70,000 事業所対象 ( D 社 ) 調査地域神戸市 特別の体制を組み実施  
実施期間約 2 か月
- ・ 郵送 330,000 事業所対象 ( A 社 )  
調査地域全国 発注者提供の名簿により送付 回収率約 24% 督促ハガキ 1 回 回収期間 3 週間  
300,000 世帯対象 ( B 社 )  
調査地域全国 発注者提供の名簿により送付 回収率約 50% 督促ハガキ 1 回 回収期間 2 週間  
全国一斉ではなく、発注者側で名簿が整理された地域から順次調査を実施、全体の実施期間は半年  
194,000 自社モニター対象 ( D 社 )  
調査地域全国 自社登録モニターに送付 回収率約 5 % 督促なし 回収期間 20 日間  
すべての調査世帯のうち、ある特定の条件に合う世帯からのみ回答を得るスクリーニング方式  
130,000 世帯対象 ( C 社 )  
調査地域全国 発注者提供の名簿により送付 回収率約 11% 督促なし 回収期間 3 週間  
100,000 個人対象 ( E 社 )  
調査地域全国 選挙人名簿から抽出 回収率約 50% 督促ハガキ 1 回 回収期間 1 か月半

### まとめ

過去の調査実績で最大のものは、世帯対象の調査員調査で 20,000 世帯、郵送調査で 330,000 事業所であった。

## (3) 現在の実施体制で、実施可能な調査のサンプル数

- ・ 調査員 全国で 10,000 世帯 ( A 社、 B 社 )  
( 訪問留置 ) 首都圏及び阪神圏で 1,300 世帯 ( D 社 )  
全国で 5,000 事業所 ( A 社、 C 社 )  
全国で 15,000 世帯 ( C 社 )  
全国で 50,000 世帯 ( E 社 ) 他の業務を中断し、すべての体制を投入  
した場合
- ・ 郵送 全国で 200,000 世帯 ( A 社、 C 社 )

全国で 200,000 事業所 ( A 社 )

**まとめ**

現在の実施体制を前提として、実施可能な調査サンプル数を聞いたところ、調査員調査では、他の業務を中断するならば 50,000 世帯、そのような条件がない場合では 15,000 世帯が最大となった。

一方、郵送調査では、200,000 の世帯及び事業所への調査が可能とのことであった。

**(4) 現在の実施体制で、確保可能な調査員数**

- ・ 全国で 1,000 人 ( A 社、 B 社、 E 社 )  
 首都圏及び阪神圏で 120 人 ( D 社 )  
 全国で 600 人 ( C 社 )

**まとめ**

現在の実施体制を前提として、確保可能な調査員数を確認したところ、1,000 人が最大となった。

**(5) 今回の「個人企業に関する経済調査」の入札仕様書において、実施業者に裁量の余地があった方がよかったと感じた点**

- ・ 調査員による事前の確認方法 (すべて実地で確認する必要性) ( D 社 )
- ・ 調査員の配置数 ( 1 調査地域 1 名の緩和 ) ( A 社、 D 社 )
- ・ 調査票の配布・取集時を除く調査員の訪問 (リーフレットの配布方法) ( D 社 )
- ・ 調査対象への謝礼の渡し方 (現金振込) ( A 社 )
- ・ 統計局への調査員の個人情報 (住所、生年月日) の提示 ( D 社 )
- ・ 謝礼の振込口座の取り扱いなど、個人情報の保護に関する具体的な指示の記述が必要 ( D 社 )
- ・ 見積もりを算出するための根拠として、対象事業所のリスト又は対照事業所の抽出方法など、調査地域を想定する際の参考となる資料が必要 ( E 社 )

**(6) (入札不参加業者に対して) 今回の「個人企業に関する経済調査」の入札に参加しなかった理由**

- ・業務の都合（別の大規模な業務の立ち上げとの輻そう）（B社）
- ・十分な準備期間が確保できないため（A社、C社）
- ・謝礼の受け渡し方法への不安（A社）

(7) 過去の調査実績や現在の登録調査員数を越える規模の調査を受託する際の条件

- ・十分な準備期間（A社、B社）
- ・十分な受託期間（A社）
- ・実査の再委託を可能とするしくみ（D社）
- ・地方公共団体の登録調査員の活用（C社、E社）

(8) 業務が全国単位ではなく、都道府県単位で発注される場合に、調査を受託する際の条件

- ・当該都道府県における業務終了後の他の業務の見通し（継続的な調査員確保の観点）（B社）
- ・十分な準備期間（A社）
- ・十分な受託期間（A社）
- ・地方公共団体の登録調査員の活用（C社、E社）

(9) 統計調査の民間開放・市場化テストに対する意見・提案

- ・国の名前と民間事業者の名前で調査を実施した場合、国の名前で実施した方が協力を得やすいのは明らかなので、なぜ民間に委託することとしたのか、民間開放の利点を国民に対して十分に説明してほしい。（B社）
- ・調査客体からの照会については、都道府県・市町村でも対応していただけるようにしてほしい。（B社）
- ・昨今の官公庁の入札は、事業者の能力を無視した価格競争重視の風潮が感じられる。市場化テストでは、能力のある事業者が最適な価格で落札が行えるような基準を作してほしい。（E社）
- ・大規模な継続調査には体制整備のために初期投資が必要。また、ノウハウを蓄積して安定した統計を得るためにも、5年程度の受託期間は必要（E社）