

# 世界のサーベイ・リサーチの動向

— ESOMAR のデータを中心に見る —

(株)ジャパン・マーケット・リサーチ・ビューロー  
代表取締役会長 小林 和夫

はじめに

世界全体ではどのくらいの金額のサーベイ・リサーチ、すなわち実査を伴う調査、が行われているだろうか。世論調査の占める割合はどのくらいであろうか。データ収集の方法としてはどんな方法がよく使われているか。調査の費用の高い国はどこか。安い国は？

こうした調査についての質問に、ESOMAR (エソマー) の調査報告を使って回答を試みよう。ESOMARとは、European Society for Opinion and Research (ヨーロッパ世論・市場調査協会) の略称で、マーケティングおよびマーケティング・リサーチの専門家により、その職業的・技術的發展を目指し、1948年設立された団体である。ヨーロッパを中心とした国際的組織であるが、会員は全世界にわたり現在3,000人を超えている。

その活動は次のように多岐に亘っている。

- ① ICC/ESOMAR 国際綱領の制定、
- ② 世論調査の結果の公表に関する国際綱領の制定
- ③ 調査実施上の各種ガイドラインの制定
- ④ 各国および国際機関による個人情報保護のための法規制の動きのモニター
- ⑤ リサーチ産業のための国際調査の実施
- ⑥ 国際調査のための標準分類の開発
- ⑦ 年次大会・国際会議・各種セミナーの開催
- ⑧ 各種定期刊行物・資料の刊行

とくに ICC/ESOMAR 国際綱領は、マーケティング・リサーチおよび社会調査の実施に当たり調査関係者 (依頼主と調査機関) が守るべき諸原則を定めたものであるが、次の理由から大きい影響力を持っている。

- ① 単に ESOMAR の会員と会員の所属する組織ならびに ICC (国際商業会議所) の会員である企業が守るべきものであるというものにとどまらず、世界58の調査協会がその遵守に同意していること。(日本マーケティング・リサーチ協会を含む)
- ② 各国のマーケティング・リサーチ協会が制定している調査綱領・倫理綱領の基準となっている。

なお現在の綱領は、1986年に改定されたものであるが、急速に変化しつつあるリサーチ環境に対応して綱領全般にわたり改定作業が進められ、目下その最終段階である会員による改定案に対する賛否の投票が6月30日を期限に行われている。

## 1. 世界の調査市場の規模

ESOMARの推定によると、1993年のマーケティング・リサーチ (世論調査、社会調査を含む) の市場規模は、全世界で70億5600万 ECU、円換算で、9,114億円であった (1 ECU = 129,167円)。これは調査をビジネスとして行っている専門調査機関の売上にもと

ずく推計であり、政府・行政機関、研究機関、メディアなどが、専門調査機関に実査を依頼せず独自で実施したものは含まれていない。

売り上げの地域別・国別の割合を見ると、アメリカ合衆国が38%であったのに対し、ヨーロッパ全体では43%、EU12カ国ではアメリカと同じく38%となっており、日本は9%を占めている。日本の水準は、ドイツ(10%)、フランス(9%)、イギリス(8%)とほぼ同じである。ただ、それぞれの国の人口や国内総生産額(GDP)、そして後述する調査価格を考慮すると、日本の調査規模ははまだかなり低水準である。

アメリカ、ヨーロッパ、日本以外の地域の国々の調査規模は、金額的には日本をやや上回る程度に止まっている。(表1)

表1 世界の調査市場の規模(1993)

	年間売上高 (億円)	割合 (%)
世界全体	9,114	100
日本	779	9
アメリカ合衆国	3,475	38
ヨーロッパ全体	3,884	43
EU12国	3,467	38
EU12国以外	417	5
その他	977	11
ドイツ	908	10
フランス	780	9
イギリス	773	8
イタリア	337	4
スペイン	229	3
オランダ	212	2

ESOMAR Annual market study on market statistics, September 1994

## 2. 世論調査の占める割合

専門調査機関が実施した調査のうち、世論調査の売上金額の占める割合は、ヨーロッパ平均で6%、フランス3%、イギリス3%、イタリア5%、スペイン12%、などとなっている。ドイツ、オランダは不明。

ちなみに日本マーケティング・リサーチ協会の調査によると、日本の場合は、1991年が5.5%、92年6.4%、93年5.2%である。日本の場合には、世論調査を専門調査機関に依頼せずに新聞社・放送局が独自に調査を実施することもあるのに対し、ヨーロッパではそうしたことは少ないと思われる。世論調査が調査全体に占める割合は日本でもヨーロッパでも非常に少ないといえよう。

## 3. データ収集の方法

データ収集の方法としては、アド・ホック調査全体の売上を100%とすると、日本の場合は、いぜんとして自宅訪問による面接(留置きを含む)が一番大きい割合を占めており(42%)、電話法によるものは8%にとどまっている。ヨーロッパでも訪問面接法は平均で37%と首位を占めているが、電話法が20%を超えてきており、フランスでは訪問面接と同水準の27%に達している。これは、近年ヨーロッパでもCATI(Computer Assisted Telephone Interview)が普及してきたためと考えられる。

アメリカのデータ収集方法別売上の資料は幸いCASRO(キャスロ、Council of American Survey Research Organizations)から1992年のものが公表されている。なお1975年に設立されたCASROはマーケティング・リサーチのプロジェクトについて、企画・実施・分析・報告の全範囲についてサービスすることができるフル・サービス会社約150社から

成る協議会である。

CASROによれば、アド・ホック調査の売上の45%は電話法によっており、面接法の30%を大幅に上回っている。しかも面接法についてもホール・街頭でのインタビューが19%と自宅訪問面接の11%の倍近くに達していることがわかる。

表2 データ収集方法別売上高の割合 (1993)  
(アド・ホック調査売上に占める割合)

全 体	日本	ヨーロッパ 平均	独 仏	英	米
	100%	100%	100%	100%	100%
量的調査	85	79	90	73	78
面接調査	55	47	61	36	45
(自 宅)	42	37	51	27	N.A.
(ホール・街頭)	13	10	10	9	NA
電 話	8	23	20	27	25
郵 送	16	7	7	4	6
その他	6	2	2	6	2
質的調査	15	21	10	27	22
グループ・インタビュー	11	11	3	13	14
デプス・インタビュー	2	9	5	13	8
その他	2	1	2	1	0

資料-日本:日本マーケティング・リサーチ協会  
ヨーロッパ:ESOMAR  
アメリカ:CASRO (1992)



#### 4. 調査価格の国際比較

ESOMARでは西ヨーロッパの国々を対象にすでに12年前から調査価格の調査を実施し、1992年にはその調査を西ヨーロッパ諸国以外についても試みたが、1994年にいたり始めて、全世界を対象とした調査を行った。その概要は次のとおりである。

調査対象と回収状況:1993/1994年のESOMARの会員リストに掲載されているすべてのフル・サービス調査機関903社を対象とし、432社より回答を得・そのうち406社(45%)について集計した。

調査項目:つぎの6つの調査プロジェクトについての調査価格の見積り。

- ①チョコレートに関する全国使用・態度調査。  
対象数は成人750人。割当法による自宅訪問面接。
- ②洗剤に関する主婦対象の電話調査。標本サイズは500人。
- ③乳製品に関するホーム・ユース・テスト。標本サイズはレギュラー・ユーザー200人。
- ④ある種の銀行サービスのレギュラー・ユーザーを対象としたグループ・インタビュー。セッション数は4。
- ⑤ある種の銀行サービスのレギュラー・ユーザーを対象としたデプス・インタビュー。対象数は20人。
- ⑥コピー機の購買決定者を対象とする対事業所電話調査。標本サイズは200。

調査結果:表3に示したように、日本の調査価格はヨーロッパ平均のほぼ2倍に達する世界最高水準であり、アメリカ合衆国にくらべても①全国使用・態度調査を除いてはすべて上回っている。なお、調査時における為替レートは1ドル98.99円、1スイス・フラン73.75円であった。

表3 調査価格の国際比較 (1994)  
(ヨーロッパ15カ国平均 = 100)

	全調査 平均	量的調査				質的調査			対事業所 調査 ⑥
		平均	訪問 ①	電話 ②	製品 ③	平均	G I 深層		
							④	⑤	
日本	204	209	192	192	243	193	180	205	212
アメリカ	173	187	209	155	198	154	141	166	167
カナダ	100	122	130	102	133	71	68	73	95
ブラジル	114	102	83	N.A.	110	133	119	147	114
メキシコ	103	91	88	97	88	109	96	121	130
オーストラリア	95	99	108	106	84	83	68	98	107
香港	120	110	123	93	114	130	102	157	130
韓国	79	73	77	64	77	88	79	97	79
インド	28	20	17	N.A.	22	33	29	37	36
フランス	134	127	134	128	120	155	159	151	114
ドイツ	130	128	124	136	124	120	126	113	155
イタリア	91	88	96	76	93	100	98	102	78
オランダ	98	101	92	102	109	109	106	111	107
スペイン	80	79	82	78	77	75	75	75	90
スウェーデン	109	117	N.A.	121	112	111	89	132	93
スイス	134	133	136	127	137	141	159	123	123
イギリス	101	92	93	91	91	109	94	124	110
トルコ	49	44	39	46	48	47	50	54	54
東欧9カ国平均	43	44	40	47	45	37	40	34	49
旧ソ連4カ国平均	38	38	36	38	40	32	39	25	50
中近東7カ国平均	97	82	90	126	83	63	69	57	157
北アフリカ2カ国平均	53	54	51	66	46	40	35	44	74
南アフリカ	70	82	84	79	84	50	42	58	70

ESOMAR Price Study 1994.

