

統計調査業務における民間事業者の活用等に関する調査研究
第4回市場形成分科会 議事要旨

I. 日時

平成19年11月21日(水) 10時00分～12時00分

II. 場所

経済産業省 別館10階 1031会議室

III. 出席者

【委員】

- ◎島崎 哲彦 東洋大学社会学部メディアコミュニケーション学科教授
岩間 伸之 (株)サーベイリサーチセンター専務取締役
鈴木 貴士 (株)帝国データバンク産業調査部産業政策研究課課長
武井 雅 (株)日本リサーチセンター取締役・マーケティングリサーチ本部長
日戸 浩之 (株)野村総合研究所サービス事業コンサルティング部上席コンサルタント
村尾 望 (社)中央調査社開発部長兼総務部長
山田 高 (株)インテージ主席研究員
(◎=座長)

【代理出席】

清水 岳治 ヤマト運輸(株)メール便事業本部マネージャー統計調査事業責任者

【経済産業省(オブザーバー)】

櫻井 由紀夫 企業統計室参事官補佐
平野 豊 産業統計室参事官補佐
中野 貴比呂 総合調整室総括係長

【事務局(インテージ)】

木原 剛 (株)インテージ

IV. 議事

1. 統計調査実施者に求められる履行能力と認証・資格に関する課題について

V. 議事概要

【議事 1. 統計調査実施者に求められる履行能力と認証・資格に関する課題について】 (事務局より資料5について説明)

(主な意見、やり取り等)

- 発注者側の視点から見た場合には、調査会社の能力の一つとして総合力があげられる。大規模調査の場合、調査員ネットワーク、企画力、設計力、分析力、工程管理調整力などが該当する。一方で、調査の種類やタイプごとの手法の専門性を求める場合もある。大手の調査会社の場合、実績もあり信頼できるが、小さいところを選ぶ場合、実際に結果を得ることができるか不安になることがあり、その様な点から資格とか認証が必要なると思う。
- 受注者側の視点としては、ノウハウを積んで、きちんとした実施体制を持っているかだと思う。特に、情報漏洩や不正調査を防ぐ体制を持っているかである。統計調査では、ケースバイケースで予測できないことが起きる。その際、監査、チェックの体制があるかが重視されるのではないか。
- 調査業界における全国展開の状況はどのようなものか。例えば、郵送調査などにおいても全国展開が必要なのか。また、調査員の選任の基準、手法についてお伺いしたい。
- 調査業界を総括すると、パネル調査を運営している会社は、パネル維持のために支社を持っている。当社では支社が全国に数箇所あるが、調査会社としては異例である。世論調査会社は支社を持っているが、社員・職員が張り付いて活動しているわけではない。当社の支社は地元の自治体の調査を中心にやっており、社員の他、調査員の採用、研修も行っている。全国均等で5,000~10,000の調査員が必要な場合、自前の調査員だけでは賅えないのが現状である。調査員も収入が安定していないといけなため、調査会社を掛持ちしている。当社では、地区ごとにスーパーバイザーがおり、個人事業者のような形で、調査員の採用・研修をしながらフィールド管理をし、調査を成立させている。
- 世論調査の場合、全国規模の調査が多い。当社の実施体制は、全国で数百人規模の登録調査員がいる。10,000~20,000 サンプルの調査の場合、現在の登録調査員で賅うことができる。不足した場合は各地で募集する。募集をする場合、時間的に余裕がないこともあり、特別な資格などを求めることはできない。指導員のレベルが国で求めるものにあうかはわからない。
- 当社は主要都市に社員が常駐している。他にスーパーバイザーを全国に配置している。オムニバス調査を毎月実施しており、それが調査員ネットワークのベースとなっている。調査員が不足しているところでは募集をするが、調査環境が厳しくなっており、国の統計調査員と連携できる方法があれば検討して欲しい。
- 当社は専属で調査員がおり、消費者や小売店パネル調査のオペレーションをしている。調査員管理は本社一括で実施しており、地区ブロックを担当する社員が2ヶ月に1回程度、その地区に向き調査員の教育研修を行っている。また、主要な地域には、調査員を指導したり、現地でのサポートをしたりするフィールドマネージャーを配置している。このように支社同様の機能は持っているが、官庁の業務でフィールド管理をする支社があることが応札条件になる場合、実態上は対応可能でも条件があわないことがある。調査員の仕事は、沖縄を除く全国の消費者データの管理、POS レジになっていない小売店の在庫調査、店舗の商品陳列調査など多岐に渡る。当然、調査員を中核としたアドホック調査にも対応している。以前は、学生が調査員の仕事をしていたが、現在は集まらない。むしろ、信頼できる主婦のネットワークから紹介してもらっている。
- 当社は全国に調査拠点があり、多い県では複数箇所配置している。全体で千人を超える調査員が一日2~3社の企業調査を実施している。全国一斉の郵送調査については本社主体で出来るが、地域のパイプ、協力を得ることで調査の効率性を高めることができる。統計調査の場合、回収率は注目すべき項目である。その点から考えると、地域の大きな企業と接点があり、企業のトップに直接お願いができる点で、地方組織のメリットがあると考えている。
- 統計調査を実施する企業に求められる基準は、業界団体への所属、認証取得、調査実績になる。調査実績については、調査をこなせる技術者がいることの裏づけになる。また、改善提案を持っている企業なのかどうか、品質保証・コンプライアンス・内部監査体制がきちんとしているのか

も重要である。さらに、コールセンター、データ入力など協力的な企業を含め統計調査のインフラが整っているかも重要である。これらは、先ほど話があった総合力になると思う。一方、官の調査だから受けるというのではなく、受け手にはコスト意識が必要となる。官庁統計を民間事業者がやっていく場合、統計調査がコンスタントに発注される市場の形成、コンスタントにこなせる民間事業者が必要になる。

- 総合評価方式を念頭に、企業・個人それぞれの資格について意見を願います。
- 発注側の立場からすると、参入障壁を作りたくないということも理解できる。民間事業者からすると、統計調査に本気で取り組むのか、取り組むだけの資質があるのかということになる。統計調査を本気でやる場合、多くのリスクがありリスクマネジメントが必要となる。市場が良い時だけ外部から参入してくる企業と、継続的に調査をやっている企業がある。ISO9001、ISO20252、Pマークを維持していくためには、役員クラスの人材が張り付き経費がかかる。経費をかけてコンプライアンスを意識していることが調査会社には求められるのではないか。
- 統計調査を実施できない企業が参入してくる必要はないので、実施できない企業が参入できない形になるのは問題がないと考える。一方で、市場を健全に形成するためには、市場の中にいる事業者が成長するとともに新規参入も必要になる。そのためには不当な障壁があってはならないと考えている。統一入札参加資格では資本金などによりランク付けしているが、これに加えて必須となる条件が必要なのか議論が必要である。
- 委員の皆様も業界団体も様々であり、業界団体に入っていることは望ましいが必須の条件には出来ないとされる。ISO9001については各業界共通している。調査業務についてはISO20252に移行することになると思うが、検討は遅れ気味である。一方で、インターネット調査が主であるが、パネル調査やモニター調査についてはISO26362という新たな規格が登場しようとしている。Pマークについては業種を超えて浸透しているので問題ないと思う。その部分を考慮して議論をお願いしたい。
- 当社はISO9001、Pマークともに取得している。ISO9001取得の理由は仕事の流れを見えるようにということであった。現在は品質維持の面で役立っている。つまり、きちんとしたトレースアビリティができることが調査の基本であり、それに資する規格である。ISO9001は取得するだけでなく、それを維持していくことが重要であり、それを維持しているかを発注者側が参考としても良いのではないか。情報セキュリティは統計調査の要である。発注者側は企業規模だけを意識するのではなく、資格認証に対してもある程度評価するべきと考える。
- 確認であるが、ISO9001は企業認証であり、ISO20252は製品認証である。経済産業省が委託する仕事をISO20252の認証対象にするかということとは別に、ISO20252を取得している企業は、それに準じた調査を行っているともみせるのではないか。また、ISO26362もISO20252と同様の製品認証になる可能性がある。皆さんから見て、ISO、Pマーク、ISMSについてどのような評価をしているかお伺いしたい。
- 調査について大規模なフィールドは抱えていないが、システム開発部隊を抱えている。当社はPマークを取得しており、ISOも全般的に取得していく方針である。規格については、定期的に認証を得ることで、社内でガイドラインを作成するなど、チェックの仕組みを構築する効果が期待できる。入札の際参考とする資格として、業界団体かISOなどの規格かと考えると、業界団体はメンバーシップであり、業界団体自体の活動が参入しようとする企業にとって魅力的かということがあるので、ISOなどの規格の方が適しているのでは感じる。
- ISO20252が総合評価の加点項目に使えるのかということがある。それを考慮して、企業の評価基準についてお聞かせいただきたい。
- 認証の取得・維持については評価されるべきであるが、参入にあたっての条件として業界団体加盟、ISOなどの認証は障壁になると感じられる。
- ISOは必要条件の一部であるが、義務にしてしまうのはどうかと感じる。全国の大規模承認統計をやっている観点からすると、セキュリティ管理をできていることが最も重要である。業務を実施していく上で最も重要なことは、新たな問題に対して、工夫してやり抜く技術力があるかどうかである。つまり、企画書が「絵に書いた餅」にならない実行力が必要ということである。
- では、実行力を図る項目としてどのようなことが考えられるか。

- 過去から積み上げてきた実績だと思う。当社では、全国企業とのパイプ、全国企業に関する情報になる。また、セキュリティを確保しながら多くの情報を扱った実績、例えば全国数十万件の調査実績が評価されると考えている。
- 経験・実績を具体的に図る尺度としては何になるか。
- 全てに通用する尺度はないかも知れないが、一つ考えられるのは、社員・研究員の経験を含めた実施体制になる。それを見れば、どのようなことが出来そうか把握できると思う。
- 統計調査業務を入札にかけられる場合、実施体制・経験年数は評価項目になっているものもある。それ以外に追加できるものがあれば提示していただきたい。
- 以前、総合評価方式で10万件規模の調査の入札を行った際、実施体制と経験の他にセキュリティの部分重視して評価したことがある。その時、具体的な社内のセキュリティマニュアルやPマークに関する記述を評価した。一方、認証制度の取得は単に取得しているかどうかはかわからず、実際の実力までは把握できない。セキュリティに関する取組状況と実施体制が評価項目になると感じている。
- 情報セキュリティの問題は良くわかる。業務遂行能力はどのように測るのか問題である。
- 企業の外形的なところから、担当者がどうかを判断しなくてはならない。国土交通省の場合、技術士が何人いるかが重視される。最近では、その担当者が現在どの程度の仕事を抱えているかも問われる。担当者をどのように評価するかが重要ではないか。
- 具体的には経験年数になるか？
- 経験年数も然り、担当者の実績が重要である。特に調査の場合、担当者による部分が多い。
- 同じことになるが、きちんとした実績や経験が示されていると、安心して発注できる。団体に加盟する場合も条件があり、ガイドライン・要領を遵守しなくてはならないので、業界団体への所属も評価項目になると考えられる。ただし、新規参入の障壁になることも事実である。
- 新規参入する場合、実績についてはジョイントベンチャーのような形で対応するのか、自ら調査の業績を積んでいくのか。
- アライアンスの中で役割分担し、それぞれの得意分野でパフォーマンスを出していくことになると思われる。全体としての工程管理、マネジメント、調査員育成は、これまで業界の経験を持っているパートナーが担当することになるのではないかと。一般競争入札の評価項目については、実施体制、人材、マネジメント能力が適当かと考えられる。
- 異業種の会社が単独で応札した場合、発注側はその会社に肯定的な評価を与えることは通常厳しいと感じる。異業種の会社の参入としては、類似業務を民間調査などで経験する、あるいはパートナーと組む、再委託などで調査の経験を積むことが考えられる。
- 受託側からすると、調査は予算、精度、期限を明示してもらうことで、仕様が決まる。予算が見えないところでベストを尽くすのは困難なため、予算規模の開示が民間委託の前提条件になると考えている。
- 企画競争入札をする場合、仕様書を提示しているのだから、競争する側にとっては同じ条件ではないか。また、官側には一般競争入札でやる場合、予定価格を開示できない制約がある。
- 必要な業務プロセスを細かく書いていない部分があれば改善していく必要がある。督促の回数など工数を算定するための条件を出すことは、現時点で改善できることなので、改善していく必要がある。予定価格は事後的に公表されるものもあるので、情報としては参考になるのではないかと。当然、官側は情報提供、透明化を法に触れない範囲でしていくべきだと考えている。
- 入札の際、前回受注した企業を教えていただけなかったことがあった。また、独自のノウハウで業務を進めるように言われたこともあった。実際には過去のプロセスが報告書にまとめられていれば、仕事が進めやすくなる。
- 最近では、一般競争入札の場合、入札結果が公表されるようになっており、官庁の契約がより透明化されていく中で、開示は進むと考えられる。前回受注した企業のノウハウは官側が吸い上げて、次の仕様書に活用したり、引継ぎが出来よう業務期間を設定したりといったことも必要である。
- マーケティングリサーチでは課題を解決するための手法があって、それに時間とコストの問題が加わる。品質を一番重視するのであれば、品質に関連する部分は極力開示して欲しい。
- ISOやPマークが企業を評価する尺度になっているとの議論をいただいた。一方、調査は人材に

よるとの意見も頂いた。統計士や社会調査士という制度があるが、あまり認知度が低い。調査員の尺度としては、既存の統計調査員制度があるが、これを活用することができるか、それとも新たな制度を構築しなくてはならないかご意見を頂きたい。

- 統計士の資格を持っていることは望ましいが、資格取るのに時間とコストがかかり、調査会社への入社後では厳しい。実際にはOJTと研修で社員の育成をしているが、特段不自由は感じていない。そのため、統計士の人数を評価項目にするのは難しい。調査員の経験を尺度にするという意見があったが、大規模調査になれば自社の調査員では担保できず、経験のない調査員を雇うことになる。民間レベルで調査員の資格のようなものはないので、研修的なものを受講したら認定資格を与えるなど業界団体で仕組みを作ってもらえれば、調査員の励みにも繋がると思う。
- 各社、統計調査に関する研修は社内研修、外部研修またはOJTのいずれで対応しているか。
- 当社では統計調査と一般の調査が特段異なるわけではないので、日常の業務を通じて技術を身に付けてもらっている。社内は分業体制をとっているため、ある業務に特化してしまう傾向がある。研修は社内研修と外部研修を組み合わせている。
- ジョブローテーションはどのようになっているのか。
- 理想はジョブローテーションをすることだが、実際はなかなか難しい。特に、実査管理をしている人は特化する傾向にある。
- 統計調査士や統計士の必要性はあまり感じていない。当然、標本調査の場合必要になるが、調査員管理の場合、あまり必要性は感じていない。当社では社内研修は定期的に行っており、現場の品質管理という点からフィールドワークも対応させている。
- 社内研修のテキストは、社内で作成しているのか。
- JMRAの研修へも参加させているが、これはテキスト上の研修である。フィールドワークについては、入社後1~2年担当させることにしている。しかし、現状そうになっていない部分もある。
- 当社では階層別研修を実施しているが、業務を通して研修していくのがメインである。中央職業能力開発協会が市場調査業の能力指標を作成しており活用している。統計士、社会調査士については行政と業界がタイアップし、認知度や導入の有効性を広めていく必要がある。建設関連の技術士のように評価基準として取り入れて行かないと、その普及は進んでいかなさう。
- マーケティングリサーチ協会と行政との関わりはあまり盛んでないと聞いている。行政内においては、調査業界は大きなテーマとして取り上げられていない側面があるので、業界団体が率先して基準を作成し、外に発信していくことも考え方の一つと考えられる。
- 官庁統計の民間開放の中で、信頼性のある統計を作成できる民間事業者を育成・創出していくことがポイントと考える。官民共同で統計調査の出来る事業体を創出する。例えば、官側の統計に必要な人材を民間事業者が育成していくことなど、中央省庁で窓口を一本化し、民間が受け皿を整備していくということである。
- 調査業界を管轄する部局と統計調査部局が異なること、業界団体と行政との繋がりが希薄であることも課題であると感じる。
- 現在、専門社会調査士を取得している方は約1300名、そのうち大学関係者を除いた90名の方が、現場に関わっていると思われる。新しい仕組みについては宿題になると思う。
- 当社では、人材育成の前にどういう人を採用するかを考えている。必ずしも調査専業ではないため、IT、語学力などの能力も重視している。マーケティングや統計については入社3年目を目途に研修し、中堅である入社10年目の社員への研修を実施する。研修は現場と人事部が連携してプログラムを作成している。また個人能力開発の外部研修も導入している。

(以上)