

統計調査業務における民間事業者の活用等に関する研究会
第5回市場形成分科会 議事要旨

I. 日時

平成19年12月5日（水） 10時00分～12時00分

II. 場所

経済産業省本館 17F 東7第2共用会議室

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
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

【専門委員】

柳川 範之 東京大学大学院経済学研究科・経済学部准教授

【経済産業省（オブザーバー）】

渡邊 幹夫 統計企画室参事官補佐
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
西 哲生 (株) インテージ

IV. 議事

1. 統計市場の形成について

V. 議事概要

【議事 1. 統計市場の形成について】

(事務局より資料5について説明)

(主な意見、やり取り等：調査業界の現状)

- これまで調査業界はデータとしてはほぼ横ばいの状態。業界の現状について聞きたい。
- 数字としてはかなり伸びている業界だと思う。調査業界は不況時に比較的強いという特徴がある。景気が良くなると、あまり調査をしなくても商品が売れる。我々は3～4割程度公共の仕事をしている。以前は、不況の時は経済対策として官から仕事はかなり出たが、ここ数年はそういう状況ではなくなっている。不況の時はすぐに広告カットになるが、調査はそれほど影響なく伸びていると感じている。IT系の調査会社は150%という感じで伸びている。一方で、調査員を使った今までの伝統的な手法の調査をしている会社は少し苦しくなっている。官の世論調査までインターネット調査に転換していくことに非常に危機感を持っている。統計学・社会調査の概念からすると、インターネット調査はなかなか調査としては成立しないのではないかという見方もある。しかし時代の流れはそういうほうに流れていくのではないかという危機感を持っている。
- 当社の場合は売り上げのうちの官の割合は2～3%程度である。民間の仕事が圧倒的なので、積極的に官の仕事を取りにいく場合、社内において人的なものも含めた資源の取り合いになる。ネット調査の手法が伸びているということで、新しいネット調査会社が存在している。調査にインターネットの手法が入り込んできた頃、伝統的な従来の調査会社がインターネットでの調査を依頼されると、そういう資源が自社にないためネット専用の会社に外注していた。それが、だんだんエンドユーザーとネット調査会社が直接取り引きするようになった。ネット調査は非常に伸びているが、従来の伝統的な調査会社を経由していたものが、ダイレクトにネット調査会社に行くようになったので、そこは厳しいのかなと思う。ネットの調査会社はリサーチノウハウを持っているかということ、そこは伝統的な調査会社にはかなわない部分があるのは事実。しかし近年は、リサーチのスキルを強化するという形で、ネット調査からスタートした会社が伝統的な調査会社に対抗してきている。
- ISO20252には従来の調査についてのマネジメントの基準がある。また、別途ISOで検討しているものがあり、仮番号26362のパネルについての標準化である。ISO26362の中に「ISO20252を参照しろ」ということがあちこちに出てくる。基本的にISO20252に則った形でなければならないということになるのかもしれない。これまでインターネット専業でやってきたところはどうかという感じを持っている。
- 私どもは、官の業務の受託が相当多い会社。市場調査については主流ではないが、ちょっと前までは市場調査もそれなりに受託があった。収益の面でどうしても官の方は利益率が悪い。その部分を民間で補うという感じでやってきていた。ところが、この十数年不況が深刻化したので、色々なメーカーの市場調査に関する予算もかなり削られてきている。特に大きな調査には費用がかかり、だんだん削られていく。そこにネット調査が新しいテクノロジーとして入ってきた。民間市場調査はそちらの方に流れていく。段々従来の市場調査の比率は減ってきている。官の方も予算が増えることはないで、そういう分野では伸びがないのではないかと思う。むしろ減少気味ではないかと思う。環境的にも官においては、入札が常識化している。受注枠もどうしても切り下げることになる。そういう意味ではかなり厳しい状況になってきている。一方、大学の先生が行っている調査については、従来は主に学生を使ってやっていたが、大学の先生が学生を使うことは面倒が多いし、学生への信頼度が薄くなってきている中で、民間調査会社に委託しようという流れになっているため、そちらの需要は少し増えている。それは手法的には世論調査とあまり変わらない。官だけの世論調査だと相当落ち込みがある。統計調査業務は今までよりは発注量が増えるので、その面では歓迎する点が多い。世論調査業務の経験から考えると、国の統計調査業務について特に難しさは感じない。国の調査ということでむしろやりやすい。ただ規模が大きいので、それが一番の問題。
- 大学は昔と違って職員の数減らしている。そのため大学の先生は書類作成などの事務に関する雑用が増えている。今、若手の先生達は全部調査を外注して、分析だけをするということになっ

ている。そのため、はじめから調査を外注してしまう傾向が強く、民間調査会社に仕事が出ていくのだろうと思う。

- 当社はインターネットリサーチには後発で参入している。インターネットリサーチは確かに増えてきている。調査を依頼する側が、目的によって使い分けられるように、色々な調査方法が多様にあった方がいい。いわゆる調査客体とのラストワンマイルのタッチポイントのところは、今までは人がやっていたが、ITの技術を活用することができるので、選択肢が増えた。家計調査などの日記式調査はITに乗りやすい。オペレーション能力やサンプリングに関してどのくらい気を遣っているか、また、検票に対する考え方は、調査で育ってきた人とそうでない人ではだいぶ違う。一方で、ラストワンマイルの最後は人でアクセスしなければいけない調査もある。そこをいかに担保するかが重要になってくる。人件費が高くなって、大規模な調査員調査がしづらくなってきている。優秀な調査員を持ったネットワークが維持されることが望ましい。官の統計調査が安定的に受注されれば、大規模なネットワークを維持する会社が出てくるかもしれない。そこは2階建てにして、調査員のネットワークは別のビジネスとしてとらえるような企業が参入してくるのも考え方としてはあるのではないかと考える。そこにオペレーションのノウハウがうまく重なり合えば、新しい調査を受ける可能性が出てくる。プロセスで見ると、どこをどう分担するかということについては、データを集める調査員が絡むところは、ひとつレイヤーがあると思う。オペレーションについては、調査会社のノウハウを生かせるといい。統計調査の最後の推計も含めて、設計をする時はシンクタンクなども参入の可能性はあるのではないかと。また、新しいITパネルを使った方法も可能性としてはあるのではないかと。
- シンクタンクの話が出たが、シンクタンク業界の現状はどうか。
- リサーチ部門の最近の動きを見ると、伸びているのは民間企業向けの調査。10年前と比較すると、格段に色々な業務をアウトソーシングしている。その部分のマーケットは広がっている。上流下流という言い方をすると、より下流に向かって今は民間の方はマーケットが広がっている。官公庁系の調査については、地方公共団体がかつては色々な都市計画を立てていて、今までずいぶん受注してきたが、今は財政が苦しく、地方公共団体のマーケットは縮小している。そこは地方の小さいシンクタンクが受け皿になっている。官公庁の方は二極化している。小さい仕事は依然としてあるが、大規模な調査も委託として増えてきている。外部を使う感覚は民間に似てきた。ただ、全体からすると今は官から民へという流れなのかなと思う。
- 当社は、10年以上前から市場調査や官公庁の業務も受けているので、シンクタンク的な業務もしている。全国に拠点を有しており、大規模な調査員ネットワークがあるので、統計調査に関しては色々ご相談いただくケースが増えている。官公庁向けの業務としては、従来は受注する先が決まっていたが、一般的に開放されて競争入札という局面が増えた。そこに私どもが参加するケースが増えている。総合評価方式で決まる業務でも、過去の実績に大きなウエイトが置かれている。フラットに競争できる時は受注できることも増えている。
- 統計調査が民間に出てくることに、調査業界としてどのように期待するのか、あるいは期待しないのか、どのようにお考えか。
- 現在の市場化テストの仕事はトライアルというスタンスでやっているのだから、利益は出ていないのが実情である。来年は個人企業経済調査、住宅・土地統計調査などがあるのでその情報収集をしている。見積もり的にはほとんど合わない状況で、発注したいと言っている自治体も我が社で見積もりを出したところ、これでは無理だというような意見もあった。そのためこちら側から、ひとつの市町村単位で仕事をすると採算が合わないが、複数の市町村でまとめて発注して頂いたら採算が合うこともあるのではないかとこのことを提案したところ、前向きに御検討いただいていると聞いている。効率を考えて、行政にもそれで了解していただければ、やれるところもある。魅力ある業務になれば、積極的に携わっていきたいというのが基本的な考え。
- 入札をしても応札者がいなかったり、落札者がいなかったりということから行政側も苦勞していると聞いている。官公庁からの業務については、今回のテーマとして議論している統計調査業務と特定のテーマなどにおいて調査研究業務がある。もちろん、統計に関係する調査研究業務もある。例えば、統計調査の調査票を見直すということで調査研究を実施する場合もあるし、ある統計の推計方法を見直す際に調査研究を実施する場合もある。また、統計に関係しない調査研究と

しては、例えば行政において特定の分野でアンケート調査などの調査研究を行う場合には企業パネルを使いたいということも考えられる。統計調査業務におけるオンライン調査については、今後総務省で開発している統計システムが一元的な窓口になる方向で移行が進んでいくと考えられるため、政府のシステムの活用、役割分担が課題となる。

(柳川専門委員より資料6について説明)

- 統計調査に限らず政府全体の方針として、民営化の流れが促進されている。通常の官から民へという話と統計調査の話が違うのは、統計調査の場合は発注者が相変わらず政府、官だということ。直接の事業者が官であるところに基本的な問題がある。市場化してもなかなか採算が合わないという話があったが、客観的に見ているとそうなのだろうと思う。苦しいからこそ談合が起こりやすい面もある。官が発注者の公共事業関連の入札ということで、通常の入札に比べて談合がおきやすい。発注側にできるだけ安くていいものをというインセンティブが働きにくく、入札のルールや仕組みの作り方が甘くなる。それで談合が起こりやすくなるし、品質管理が十分でなくなる可能性がある。発注者側が直接の事業者でない場合も、あとでそれを市場に出すならばそこでひとつのチェックが働く。公共事業もそういう形で発注者がその後どこかのマーケットに供給して、そこで競争にさらされることがないのが大きなポイント。公共事業の場合は供給者が少数であり、共謀行為をやりやすくなる。二番目は、統計関連事業の特殊性。製品の品質を事後的にチェックすることは非常に困難。最終的な統計データを使う利用者は、そこだけを見てなかなか品質を判断できない。製品の提供において関係特殊性が高いので、少数による長期的関係が成立しやすい。今まで継続的にやっていた人の方が、新たに参入してきた人より、関係を継続することが有利になる。関係特殊性が築かれることは必ずしも悪いことではないが、新規参入がしにくくなるという問題がある。談合を防止するには、独禁法の厳格な運用が必要。事業者側のコンプライアンス体制の確保も必要になる。新規参入をどれだけ促せるか、事業者の収益性をどれだけ高めていくのかという観点も重要。ある程度の収益性があると談合行為をしなくて済む。魅力あるマーケットにしていくことは、談合を防止するひとつの手段になる。基本は民間の創意工夫を活用していこうという話になる。やや難しい点は、民間がそれを使って別のところで利益を出す活動をどこまで認めるかということ。民間の創意工夫を生かすという点でいうと、手っ取り早いのは官から受注した作業を間接的に使うことで別のところで儲けること。それはデータそのものだけでなく、システムでもいい。その他の点としては、インターネットの活用というような、技術革新を積極的に使うこと。三番目は、産業構造を少し変えて、垂直分業をすること。上の部分だけやるような業者、下の部分だけやるような業者ということ。それは民間に投げる際の設定で、ある程度調整できる。効率性を達成するために必要なことも、いくつか資料に書いてある。事後的な品質チェックをどのような体制でどこまで行うかを考えなければならない。直接的な利用者のチェック機能を働かせるようにすることも必要。利用者の評価を取り入れた仕組みを作り、その評価をフィードバックさせる仕組みを作るのもひとつのやり方になる。それはある程度の改善策になる。もうひとつは、統計処理のプロセスの透明化を進めること。複数事業者間の競争をどの程度まで作り出すかということも議論になる。バックアップ事業者をある程度確保することも必要。

(主な意見、やり取り等：市場形成に向けた諸課題（談合について）)

- 色々なご指摘があった。少し具体的に談合のことを議論していきたい。
- 事業者の収益性を高める仕事を出すと、新規参入も出てくるし、今すでにある調査会社も益々頑張るといってお話があった。それが魅力ある市場の形成に発展していくと思う。統計調査を仕事にしていくと、官から民への動きの中で、民間事業者が頼りにされていると感じる。だが、民間事業者の中には、全国一律一斉あまねく大量サンプルの調査ができる事業者がないのが現実。信頼性のある統計を作成できる民間事業者をどう育成するかを考えなければならない。そこに新規参入者の受け皿としての事業体のあり方の問題もある。今要請されている官から民への動きに対して、民間事業者で受け皿を作る。その時にどういう受け皿を作るかが大切になる。
- 水平統合、垂直統合と談合の境目についてはどうか。

- 垂直統合はあまり談合という形にならない。問題となるのは水平統合。結果的には参加した業界全体が談合したのと同じになる。実質的な問題からいうと、業界全体で水平統合を行ってしまい、そのままやると談合ということになる。相互に競合させて安くてよい物を調達するために、競合がどこまで確保されるかがポイントになる。業界全体が固まった場合、新規参入に対してどういう行動をとるかもポイントになる。新規参入させないということは問題。新規参入が競争的に応札してくれれば問題点が薄まる。全部合併したらどうかという問題もある。
- 仕事の性質上、発注者から相談を受けることが多い。企画の段階で発注者がきちんと考えを持っていけば問題ないが、どういう調査をしたらいいかわからないという発注者もたまにいる。そうするとどうしても企画段階から入っていく。最近是一般競争入札で、相談したとしても「これは入札ですから」ということで、相談に乗ったことが反映されにくくなっている。そういう環境が定着していくことで、談合は起こりにくくなる。受注者間の談合があるかどうかについては、私自身はそのような話は聞いた事がない。統計調査の分野で考えれば、普通の調査でも一般競争が浸透している。発注者側の企画能力は相当高いのではないと思う。一般的に官が考える世論調査に比べれば、非常にきちんとした設計になっている。統計審議会を通過しているの、そういう意味では官の方が受注者に依存するという関係にはならない。参入障壁を低くするべきだということはよくわかるが、それと質の確保はどうしても相反する。発注者は今までずっとやっていることなので、今までの水準を確保したいと思えば、どうしても安心できる場所に発注したい。参入障壁を低くしすぎて結果的に満足が得られないという恐れもあるので、その辺は難しい問題だと思う。それはきちんとチェックしなければならない。事後的に問題がわかるのでは遅いので、中間段階でチェックしなければならない。
- 入札だとわかっていて、事前に頭を貸せと言われた時、頭を貸してもいいと民間事業者は感じるのか。
- そのことに対して積極的に協力することには問題ない。相談自体はたいしたことではない。
- マーケットが小さくて、魅力がないところには談合は発生しそうにない。調査会社は独立性が強い。業界として積極的にまとまって何かをやっているのではない。談合がおきやすい業界ではなかった。マーケティングリサーチで食べている会社がほとんどなので、民間では企画で戦って仕事を取っている。この会社でしか仕事ができないということを認めてもらっている業界なので、体質的に談合について考えたこともない業界だと思っている。しかし、特殊な数社に国の仕事が流れていたことも事実。今ではそこは完全に入札制になっている。特殊な仕事だと参入業者が少なく、官民の調整が行われる危険性が高い。魅力がないマーケットだということが一番問題なので、魅力あるマーケットにしていかなければならない。
- シンクタンク業界ではどうか。
- 談合について聞いたことはない。よく知っている担当者から早くに相談を受けてディスカッションするとか、企画メモを出すということは確かにある。それはある種、民間側の努力みたいなところもある。談合防止のために、産業育成にウエイトを置くタイミングなのかなと思う。ジョイントベンチャーで受けやすいように発注をするという制度設計が必要だと思う。そういう制度設計にはバリエーションがあるのかなと思う。品質チェックみたいな仕組みもあわせて作らなければならない。
- 利益確保のところはややくローズアップされすぎている。この業界がどのようにうまく育っていくかについては、ある程度の産業育成はありうる。利益が確保されれば談合がなくなるわけではないので、そこは誤解のないようにしていただきたい。談合や不正行為が起きないようにするためのチェック体制を作らなければならない。品質の確保をきちんとすることが大切。事業者側もできるだけ効率的にやりたいという動きはある。それによって全体の競争が阻害されていないかがポイントになる。これは、半分は受注側の制度設計の問題になる。もう一方は、事業者の方にも問題がある。コンプライアンス体制をどう築くかという姿勢がもう少し必要。入札して契約を取ることが大がかりに行われるようになると、業界全体が談合に向かわないようにしなければならない。そのための仕掛けを作らなければならない。社内のコンプライアンス体制の確保が大切。
- 大学の先生のゼミのネットワークなどで情報が早く伝わることもあるが、それは問題にならない

のか。

- 一般論として、そういう構造自体が問題かどうかということであれば、問題をはらんでいる可能性はある。どこかで談合的な行為が行われる可能性がある。問題は、きちんと歯止めができていくかどうか。具体的な行為があった時、例えば落札価格が不当に操作されたり、具体的な行為として現れたりしてきたら問題になる。話だけでは談合にならない。知っていたというだけでは違反とするのは難しいのではないか。そのことによって不当に儲けたということが証明できないとインサイダーとして立件するのは困難ではないのか。

(以上)