

日本マーケティング・リサーチ協会提出資料

平成 22 年 2 月 9 日

(第 21 回統計調査分科会)

内閣府 官民競争入札等監理委員会 統計調査分科会 御中

「公的統計への対応に向けた 民間事業者(JMRA)の取組みと提案」

2010.2.9

(社)日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)
公的統計基盤整備委員会

Japan Marketing Research Association

目次

0. JMRAの概要及びISO20252の取り組み
1. JMRA「公的統計基盤整備委員会」とは
2. 「公的統計市場に関する年次レポート2008」
3. 「提言」
4. 公的統計に対応する民間事業者の状況
5. 2009年度の「公的統計基盤整備委員会」の取り組み
6. 民間事業者の活用に関わる課題認識と提案

◆JMRAの概要 (協会HP <http://www.jmra-net.or.jp/>)

名 称	社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会
(英文名)	Japan Marketing Research Association(略称:JMRA)
事 務 所	〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町1-9-9 石川LKビル2階
電 話	03-3256-3101 F A X 03-3256-3105
役 員	会長 田下 憲雄 副会長 木戸 茂 専務理事 鈴木 稲博
事 務 局	事務局長 立石 憲彰
設 立	1975年2月14日
社団法人化	1986年7月1日
会 員 数	正会員152社、賛助法人94社、賛助個人109名 (2010年2月1日現在)
市場規模	1,766億円(2008年度 日本の市場調査業界 市場規模 JMRA第34回経営動向調査より)

1) 事業目的

マーケティング・リサーチ倫理の確立と
マーケティング・リサーチ綱領の普及、啓発
及び人材の育成等を行うことにより、**マーケ
ティング・リサーチの健全な発展**を図り、
もって**我が国経済の発展と国民生活の向
上に寄与すること。**

2) 事業内容

- マーケティング・リサーチ倫理の確立及びマーケティング・リサーチ綱領の普及、啓発
- マーケティング・リサーチに関する人材の育成
- マーケティング・リサーチに関する調査及び研究
- マーケティング・リサーチに関する技術の向上及び普及
- マーケティング・リサーチに関する苦情の処理
- マーケティング・リサーチに関する内外関係機関等との交流及び協力
- その他、本会の目的を達成するために必要な事業

3) JMRA組織図

当協会の委員会活動(2008年～)は、3部会10委員会と1審査会設置し、活発な活動を展開しています。各委員会には、正会員及び賛助会員によって構成されており、すべての委員会・分科会に参加することができます。



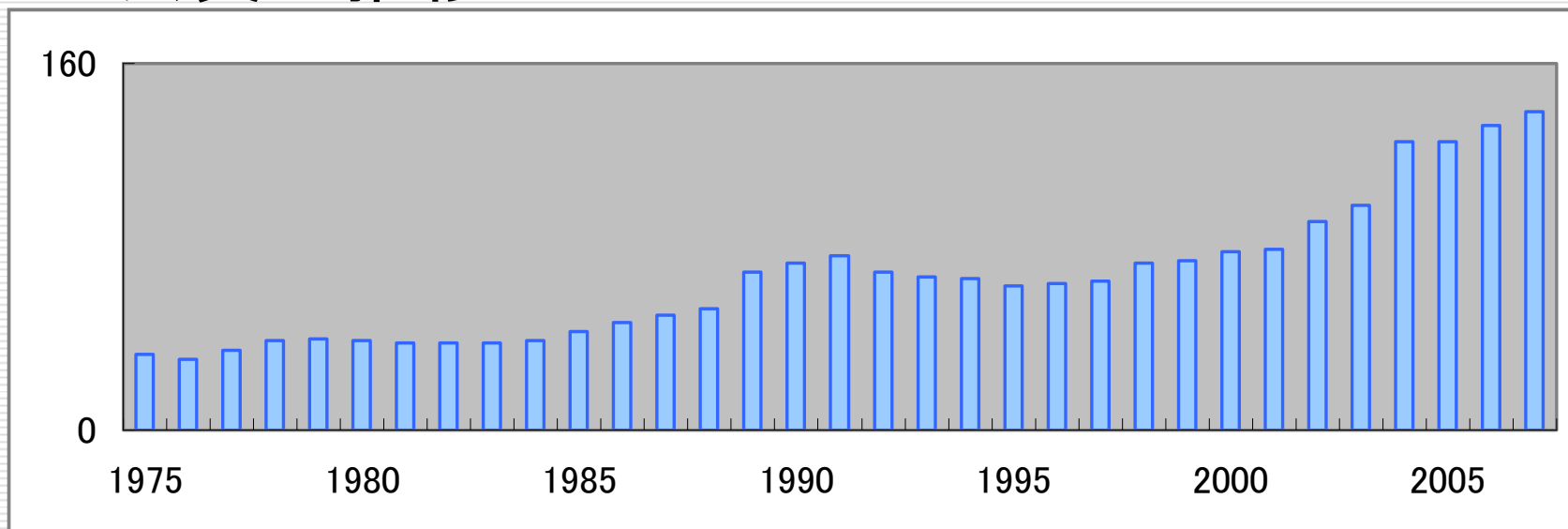
(2008年4月1日現在)

4) JMRA の会員 (20100201現在)

- 正会員 : 152 社
- 賛助会員(法人) : 94 社
- 賛助会員(個人) : 109名

合計 : 246 社
: 5,000 リサーチャー & マーケッター

正会員の推移 1975 - 2008



◆ISO20252の取り組み

- ・正式名称:ISO20252(市場・世論・社会調査—用語及びサービス要求事項)
- ・ 2006年5月にISO(国際標準化機構)で制定された国際規格です。
- ・—ISO20252はリサーチビジネスのグローバル化を背景に、国際的品質基準の諸原則を市場・世論・社会調査に適用すること、並びに他のすでに利用可能な国別基準との調和を図ることを目的に開発されたものです。
- ・JMRAが主体となり、ISO20252認証協議会(官・学・民)を立ち上げ、2009年12月「ISO20252(市場・世論・社会調査-用語及びサービス要求事項)」構築が成り、ようやく、日本においても、第三者認証を行うことができる段階になりました。2010年4月を目途に認証取得に向けて準備を進めております。

1. JMRA「公的統計基盤整備委員会」とは

- ・設立年月 2008年4月、(社)日本マーケティング・リサーチ協会内に設置
- ・設立目的 公的統計に対応できる民間事業者の体制整備、基盤整備に取り組む
- ・参加企業 会員社24社、オブザーバー1社(他の業態)
- ・活動内容 定例委員会(毎月一回)、講演会・意見交換会、小委員会、関係機関とのコンタクト、統計委員会等の傍聴、パブリックコメントの提出、年次レポートの作成
- ・組織体制 全体会議、幹事会、小委員会

2. 「公的統計市場に関する年次レポート2008」

- ・2008年度公的統計市場に関する年次レポート(pdf)
<http://www.jmra-net.or.jp/pdf/document/notice/nenji090615.pdf>
- ・「まとめ」と「提言」
- ・委員会の活動報告
- ・各小委員会の活動報告(①「社員、調査員の能力・技術研修検討」
②「品質確保の課題検討」③「応札業務に関する諸問題検討」)
- ・資料編(検討素材比較対照表－①「家計消費状況調査」(総務省)
②「サービス産業動向調査」(総務省)③「社会福祉施設等調査
及び介護サービス施設・事業所調査」(厚生労働省)。
- ・統計委員会「中間報告」に対する意見書
- ・別添資料(「調査機関の調査員並びに官公庁からの受注調査に関する実態調査報告書」)

A. JMRAの今後の取組み

—信頼される民間事業者としての成長を目指して—

- (1) 民間事業者としての履行対応能力向上への取組み
- (2) 公的統計調査にかかる「業界スタンダード」(民間版ガイドライン)の確立を目指して
- (3) 「コスト削減と創意工夫」に結実する、統計調査の技術革新への挑戦
- (4) 公的統計に対応する民間事業者の対応窓口として

B. 公的統計調査に関わる各府省の関係者、 学識者に向けて

—魅力ある公的統計調査市場の成立を目指して—

- (1) 民間事業者の現状と取組みに対する理解と期待を
- (2) 信頼できる民間事業者を選定するために
- (3) 落札情報の統一的な情報開示を
- (4) 公的統計調査における民間事業者のさらなる活用を

4. 公的統計に対応する民間事業者の状況<2008年度調査>

(1) 調査員組織

調査員組織を保有している会社は、44社。

全国で稼働可能な調査員は会員社計で約21,000人、
一社平均500人。統計調査員への加入率は18.2%

(2) 中央省庁からJMRA会員社の受注実績

(2007年度)公的統計13本、10億9千万円、8社

(3) 中央省庁の統計調査を含む民間開放の状況

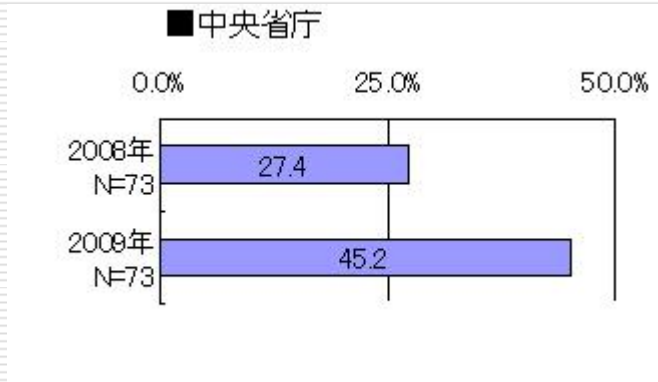
(2008年度)公的統計49本、26億9千万円

内、JMRA会員社9本、13億3千万円(49.3%)、5社

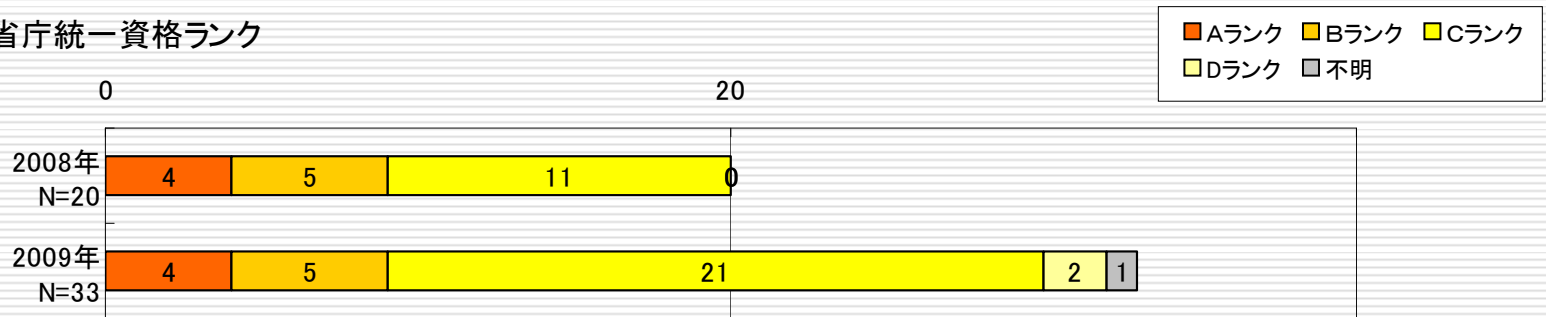
「その他調査」のJMRA会員社分79本、7億8千万円、8社

(4)2009年度調査 2.「民間調査機関における公的統計に関する実態調査」ダイジェストー1

●業者登録の状況および省庁統一資格ランクの取得状況 各SA



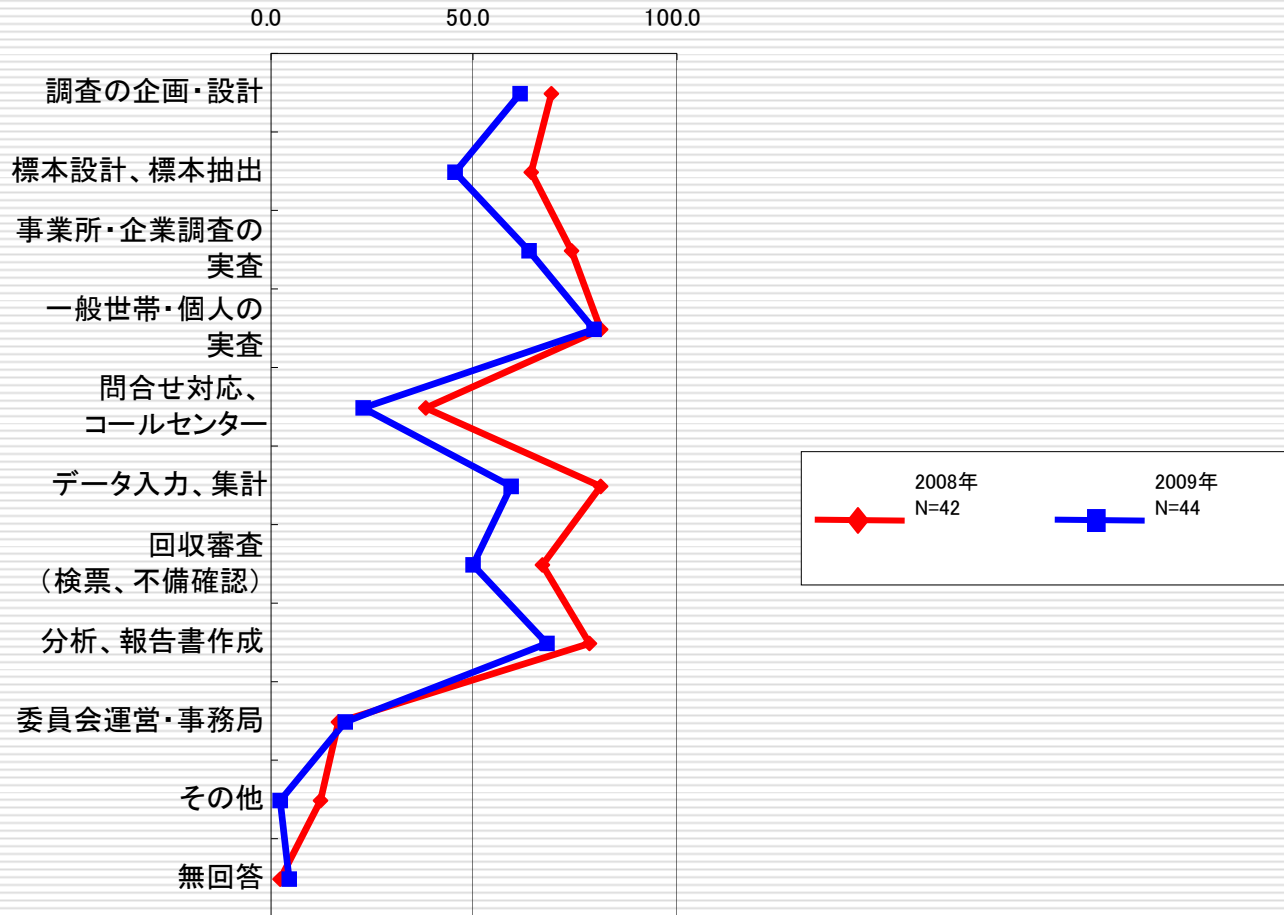
■省庁統一資格ランク



(4) 2009年度調査

2. 「民間調査機関における公的統計に関する実態調査」ダイジェストー2

● 参入意向のある業務範囲 MA



5. 2009年度の「公的統計基盤整備委員会」の取組み

- ・参加企業 会員社24社、オブザーバー1社(他の業態)
- ・活動内容 定例委員会(毎月一回)、講演会・意見交換会、小委員会、関係機関とのコンタクト、統計委員会、官民競争入札等監理委員会等の傍聴、パブリックコメントの提出、会員社アンケート調査、年次レポートの作成
- ・組織体制 全体会議、幹事会、小委員会
- ・小委員会
 - 1)「社員、調査員の能力・技術研修検討」小委員会
 - 2)「応札業務に関する諸問題検討」小委員会
 - 3)「民間版ガイドラインの検討」小委員会

6. 民間事業者の活用に関わる課題認識と提案(目次)

- 6-1. 事業の継続性を担保するためにも適正な利益の確保は必要
- 6-2. 「創意工夫」と「コスト削減」について
- 6-3. 公共調達の仕事の透明性を高めて欲しい
- 6-4. 応札前の問題点
- 6-5. 応札・開札時の問題点
- 6-6. 実施段階、実施後の問題点
- 6-7. 各府省の統一見解に基づく統一的な対応を
- 6-8. 低価格落札の問題点
- 6-9. 統計調査分科会、入札監理小委員会への期待
- 6-10. 民間事業者にとっての、魅力ある公的統計の受託条件とは

6-1. 事業の継続性を担保するためにも適正な利益の確保は必要

- ・利益確保の必要性(予算額、予定価格には一般管理費、管理コストは含まれているか)
- ・民間企業が顧客である場合に比べて(手続きが煩雑、無償稼働が多い、赤字になることが多い、仕様変更・契約変更が簡単にはできない)

6-2. 「創意工夫」と「コスト削減」について

- ・創意工夫

財源を伴う。仕様書が細部に触れているので提案の余地がない。何を期待されているのか不明確。

- ・コスト削減

民間事業者を活用した方が安く上がるというのは間違った認識。民間委託によって、行政サイドのスリム化、効率化がどう実現できて、トータルコストがどれだけ削減されたかを検証することが本筋の議論

- ・「会計課」と「原課」の二元対応

原課からはコスト増を招きかねない「創意工夫」を求められ、会計課からは「コスト削減」が求められる。

6-3. 公共調達の仕事の透明性を高めて欲しい

- 「会計課」と「原課」の役割（二元対応、それぞれの対応が連動していない）
- 予定価格設定の手順は
- 「下見積もり」はどの段階で、どこが、何社から
- 予算額 > 予定価格 > 契約金額の不等式
- 仕様書は予算額、予定価格のどちらに対応しているか
- 予算額は開示できないのか（総合評価方式の場合）

6-4. 応札前の問題点

- 応札資格(ランク指定による足切り、過去実績の有無)の緩和
- 過去実績、過去の契約金額等の情報開示(応札回避の判断材料に)
- 暴力団排除のための役員の住民票の提出、グループ会社の全役員必要か

6-5. 応札・開札時の問題点

- ・ 予定価格オーバーは失格（企画提案の技術評価も行われない）
- ・ 低入札価格は失格にしていない
- ・ 予定価格オーバーも低入札価格も、価格点はマイナス評価にして総合評価できないか
- ・ 価格点は総価だけが評価対象。見積もり明細も評価の対象に（仕様書の理解度が確認できる）
- ・ 技術点の評価情報が開示、フィードバックされるようになったことは評価したい
- ・ 応札結果は契約締結交渉の優先順位決めにしてはどうか（低入札企業に対して辞退しやすくさせる。発注側にとっては安全・安心の確保）

6-6. 実施段階、実施後の問題点

- ・インセンティブの付与（目標回収率をオーバーした場合、人件費、経費とも予定額を上回る費用増の要因）、契約金額を増額できないか。実費精算という方法は取れないか。
- ・実施段階での報告内容、報告回数 of 簡素化

6-7. 各府省の統一見解に基づく統一的な対応を

- ・「ガイドライン」に基づく共通の運用を
- ・各府省の解釈、対応を統一化する⇒コスト削減にもつながる
- ・各種書式の統一フォーマット化
- ・各府省共通の入札公示サイト、落札サイトの設置を
- ・各府省共同の統計調査の啓蒙活動を

6-8. 低価格落札の問題点

- ・収益を圧迫し、調査の精度にも影響が出てくる
- ・お試しで安くてもいいから受注実績を積みたい動きは排除したい
- ・継続受注の意向は無く、単年度の食い逃げになる(今の仕組みではすり抜けて受注)
- ・翌年度の予算確保にも影響
- ・前年度を下回る予算額では応札する民間事業者はいなくなる
- ・一度民間事業者を活用した調査を、再び行政サイドに戻して実施することは不可能
- ・応札する民間事業者がいないと、時系列調査の実施が不可能になる
- ・低価格落札は、発注側にも民間事業者側にも不幸な出来事
- ・経済情勢が上向いて来て、民間企業からの業務が回復してくると、民間の案件と公的統計が競合。選択的受注は必然。
公的統計は市場価値において魅力を増す必要が出てくる

6-9. 統計調査分科会、入札監理小委員会への期待 その1

- 公的統計の民間開放の司令塔的役割がある。民間開放のPDCAサイクルを回していることになる。
 - 民間事業者を活用しても統計の質は確保されたか、調査が本業ではない民間事業者にも対応できる調査であったか、もし不十分な点があれば再発防止策は何かを明らかにし、民間事業者活用の標準化を図ることが出来る。
- (以下、第100回入札監理小委員会の実績評価の審議について。①社会福祉施設等調査及び介護サービス施設・事業所調査、②就労条件総合調査、③経済産業省企業活動基本調査が対象)
- 「実施要項の検討」と「実績評価」の項目、検討の視点がリンクしていない

6-9. 統計調査分科会、入札監理小委員会への期待 その2

- ・比較可能な調査間の比較が行われていない(実施体制、実施手順、回収率・回収結果等)
- ・実施状況について、「実施した」との記述はあるが、問題があったのか無かったのかの記述が無い
- ・次回調査への改善方策が明確でないものがある
- ・継続受注の意向の有無、理由の確認が必要
- ・民間事業者提案の創意工夫の有無、結果の評価の記述が実績評価の中に無い
- ・評価項目として行政のスリム化、効率化はどう実現できたか、が必要ではないか
- ・民間事業者の評価だけでなく、活用したことによる事業の評価も必要ではないか

<実施経費について>

- ・実施経費の中に利益項目が入っていない
(小林座長の指摘)
- ・実施経費の費目に、一般管理費、管理コストの項目を入れるべき
- ・実績としての黒字額、赤字額を明らかにすべき
- ・契約金額と実施経費の費用項目間の比較よりも、予算額、予定価格の費用項目と実施経費との対比が必要

6-10. 民間事業者にとっての、魅力ある公的統計の受託条件とは

- ・赤字にならない
- ・見積もりミスが発生しない
- ・創意工夫が発揮できる
- ・インセンティブがある
- ・自社のリソースが活用できる
- ・自社の得意分野の能力発揮が出来る
- ・一般管理費を含む管理コストが計上できる