

経済統計b:第八回

担当教員 黒田敏史

今週の内容

- 業界団体・市場調査データの読み方
 - テキストに掲載されていないデータの探し方
 - 業界団体のデータ
 - 市場調査データ

今週の内容

- 業界団体・市場調査データの読み方
 - 統計の探し方
 - 業界団体のデータ
 - 市場調査データ

統計の探し方

- テキストの掲載されていない統計データ
 - テキストに掲載されていない分野であっても、統計データが公表されていることは多い
 - 統計データの収集法・情報源による信頼度や性質の違いについて紹介を行う
 - 1・官庁の収集したデータ
 - 官庁が収集するデータに虚偽報告や偏ったサンプリングが行われている事は少ないため、官庁のデータがあるならばそれを優先的に利用して良い
 - 2・業界団体の収集したデータ
 - 3・調査会社の収集したデータ

統計の探し方

- 統計の探し方
 - 1・図書館を利用する
 - 図書館司書に聞く
 - 情報収集のアドバイスを行うのも図書館司書の仕事のひとつ
 - 適切な書籍・データベースを紹介してくれる(はず)
 - 白書・統計のコーナーを眺める、関心のあるテーマを取り扱った書籍を眺める(ブラウジング)のも有効
 - 国会図書館Webサイトのリサーチ・ナビには様々な情報検索手法が掲載されている
 - <http://rnavi.ndl.go.jp/rnavi/>

統計の探し方

- 統計の探し方
 - 2・官庁の資料を利用する
 - 官庁の白書・研究会には多くのデータが掲載されている
 - 総務省の調査研究会
 - » http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/chousa/index.html
 - 経済産業省の審議会・研究会
 - » <http://www.meti.go.jp/committee/index.html>
 - 等々...
 - 多くの政策は、研究会→審議会→法律の作成という純で進むため、最新の動向を追うのに官庁の研究会は有用
 - 現在は各官庁のホームページで容易に研究会資料、各種統計を閲覧することができる
 - ホームページを見て見つからなかった場合は、電話で問い合わせると回答を得られることが多い

統計の探し方

- 統計の探し方

- 3・その他便利な方法

- 研究者のHPには関連分野のデータソースへのリンクが張られていることがある
 - 富山県統計調査課『経済統計のかんどころ』は各分野に関する最新データとわかりやすい解説がある
 - <http://www.cap.or.jp/~kandokoro/>
 - google等の検索エンジンで検索することで、集計値に関する統計が見つかることは案外多い。逆に、個別企業・個別製品毎のデータは、企業自らが公表するか、規制産業の監督官庁が公表しない限りまず出てこない
 - 「教えて！Goo」のようなQ&Aサイトにしばしばレポートのための質問が記入されることがある。
 - 案外まっとうな回答が得られるようだが、誰が回答してるのやら

今週の内容

- 業界団体・市場調査データの読み方
 - 統計の探し方
 - 業界団体のデータ
 - 市場調査データ

業界団体のデータ

- 業界団体

- 特定の産業に関わる企業が何らかの目的で団体を構築することがある

- 国会図書館リサーチナビの業界団体のリスト検索

- <http://rnavi.ndl.go.jp/kigyo/>

- キーワード検索・分野ごとのディレクトリ検索が可能

- Web上でGoogle等で検索したり、wikipediaの業界団体の項目を利用するのも悪くない

- <http://ja.wikipedia.org/wiki/Category:%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%AE%E6%A5%AD%E7%95%8C%E5%9B%A3%E4%BD%93>

業界団体のデータ

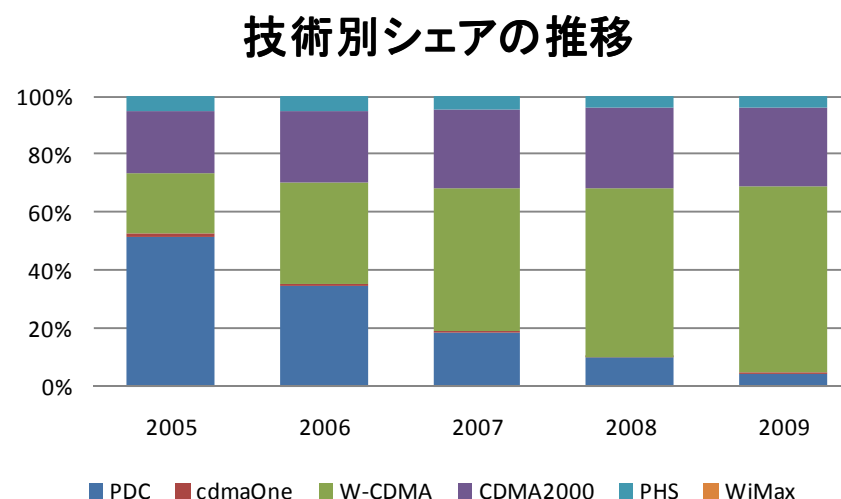
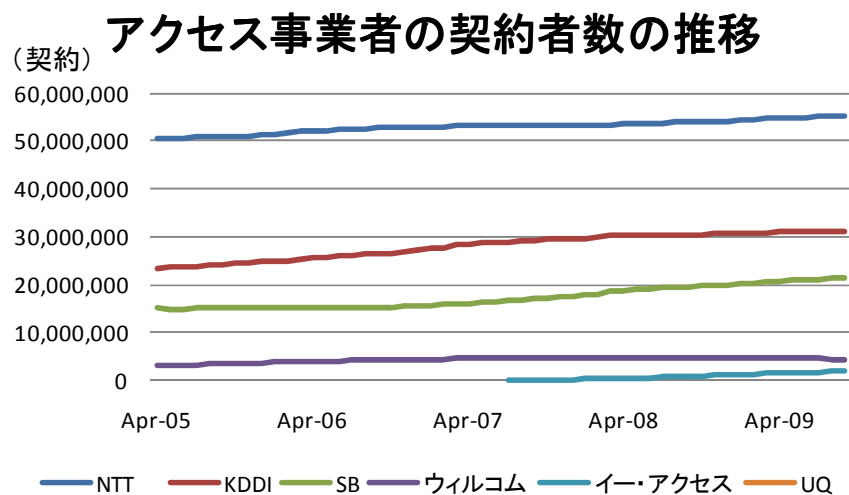
- 業界団体の統計の特徴
 - 貿易政策に関わる産業、規制のある産業、税金のかかる産業、等は業界団体を結成し、統計を作成していることが多い
 - 業界団体に加盟している企業に関しては、正直にデータを提供していると考えられる
 - しかし、全ての企業が業界団体に参加して居るとは限らない
 - 例：デルコンピュータは2004年までJEITAに加盟していなかったため、それ以前のデータはDellを含んでおらず、2005年に急に出荷台数が伸びたかのように見える
 - 例：家電量販店の業界団体として1972年に設立された日本電気大型店協会は、価格競争に積極的な大手企業の参加が加盟せず、大手への集約化が進んだことで、2005年に解散した。
 - 例：2004年に設立された日本オンラインゲーム協会も、大手3社（スクウェア・エニックス、コーエー、ガンホー）が参加していない
 - 利用の際には参加企業に注意をすべき

業界団体のデータ

- 電気通信事業者協会

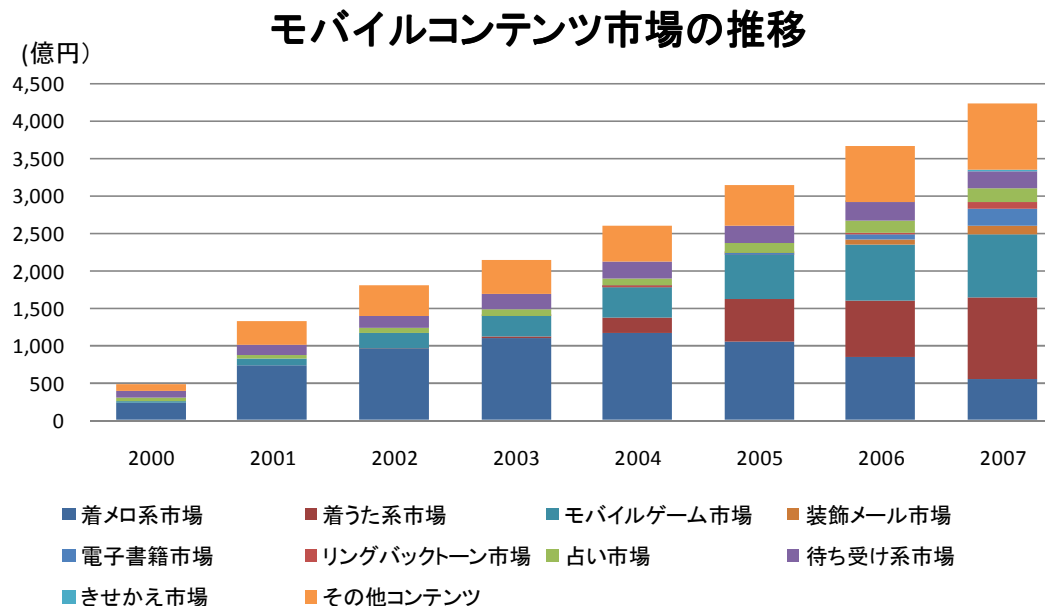
- <http://www.tca.or.jp/>

- 毎月の携帯電話・PHS・その他無線通信サービスの企業別・技術別・地域別の加入者数、毎年の電話トラフィック量等を公表している



業界団体のデータ

- モバイル・コンテンツ・フォーラム
 - <http://www.mcf.to/releasedata/index.html>
 - 毎年のモバイルコンテンツ市場の売上高を公表している



業界団体のデータ

- 社団法人 電子情報技術産業協会 (JEITA)

– <http://www.jeita.or.jp/>

- 毎月のAV機器やパソコン、携帯電話などの生産・輸入・輸出の統計を収集している



業界団体のデータ

- 電気事業連合会

– <http://www.fepc.or.jp/index.html>

- 電力会社の業界団体。毎月の電力需要、トラブル情報等を公表している。

[各社の状況]

種別		会社別												
		北海道	東北	東京	中部	北陸	関西	中国	四国	九州	9社計	沖縄	10社計	
対前年伸び率(%)	要請以外需様要	電灯	1.9	2.4	▲1.3	▲1.9	▲0.1	▲1.9	0.2	1.1	▲4.0	▲1.1	▲3.7	▲1.1
		電力	▲3.0	▲3.1	▲7.6	▲7.0	▲7.7	▲6.9	▲5.1	▲1.4	▲6.7	▲6.2	0.0	▲6.6
		灯力計	1.2	1.5	▲2.6	▲2.8	▲1.3	▲2.5	▲0.0	0.6	▲4.5	▲1.8	▲1.3	▲1.8
	特定需様要	業務用	▲4.2	▲3.7	▲3.4	▲3.4	▲2.1	▲2.9	▲6.6	▲1.5	▲4.1	▲3.6	▲3.1	▲3.6
		産業用	▲14.4	▲10.1	▲10.9	▲14.5	▲12.1	▲8.7	▲11.1	▲7.7	▲9.4	▲11.1	▲10.6	▲11.1
		小計	▲9.8	▲8.3	▲7.8	▲11.8	▲9.7	▲6.6	▲9.9	▲5.8	▲7.3	▲8.5	▲7.0	▲8.5
	販売電力合計		▲5.6	▲5.2	▲6.9	▲9.2	▲7.4	▲6.2	▲7.1	▲3.3	▲6.3	▲6.3	▲2.2	▲6.2
	(大口)		▲16.1	▲10.4	▲10.9	▲14.7	▲12.7	▲7.8	▲11.0	▲8.8	▲10.5	▲11.2	▲6.3	▲11.2

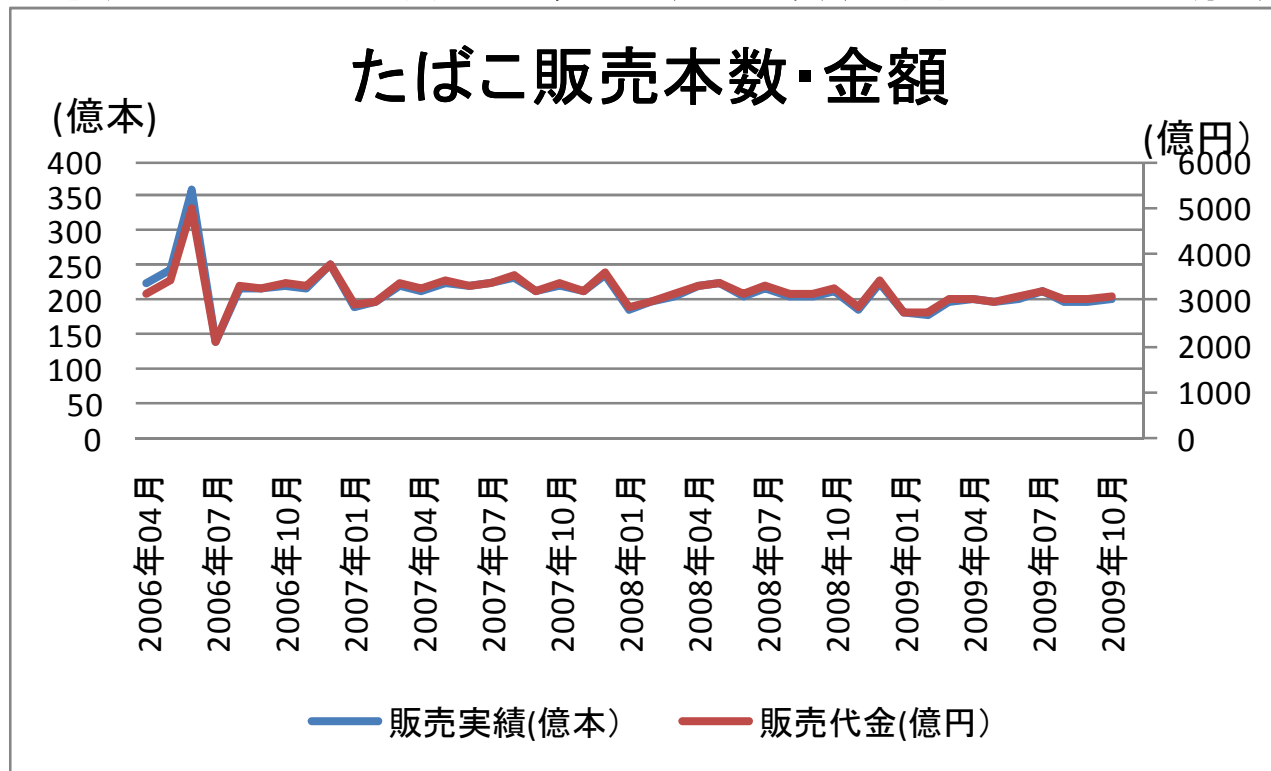
(注) ▲はマイナスを示す

業界団体のデータ

- 社団法人 日本たばこ協会

- <http://www.tioj.or.jp/>

- 毎月のたばこ販売数量、金額、年間の売れ筋銘柄等を

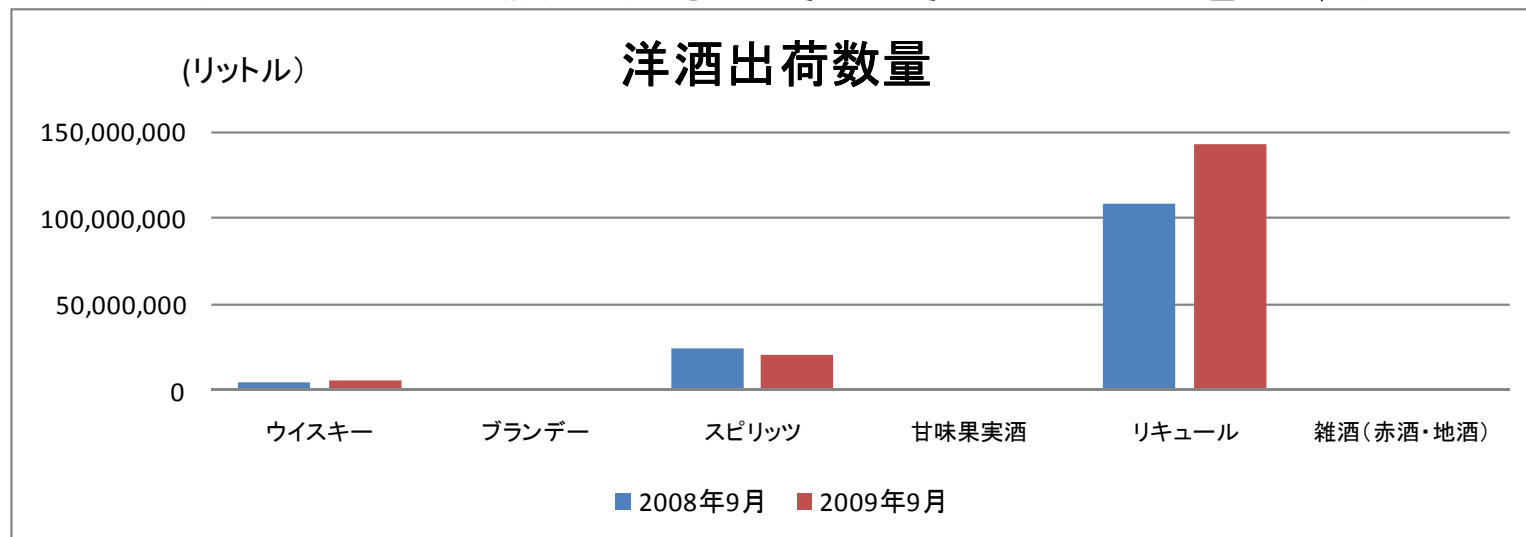


業界団体のデータ

- 日本洋酒酒造組合

- <http://www.yoshu.or.jp/>

- 洋酒の国内生産・輸入量のデータを毎月収集、公表している。同様に、ビール(ビール酒造組合)・日本酒(日本酒造組合中央会)・焼酎(日本蒸溜酒酒造組合)・ワイン(ワイナリー協会)等もそれぞれデータを公表している

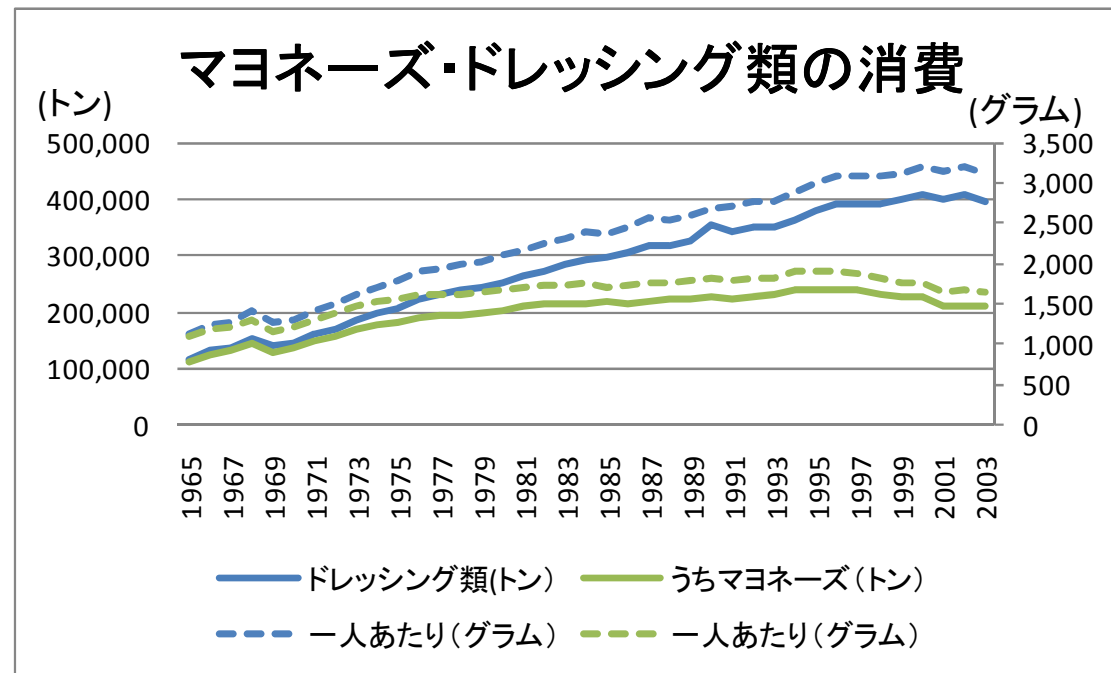


業界団体のデータ

- 全国マヨネーズ ドレッシング協会

- <http://www.mayonnaise.org/>

- 毎月のドレッシング・マヨネーズの一人あたり消費量のデータを公表している



今週の内容

- 業界団体・市場調査データの読み方
 - 統計の探し方
 - 業界団体のデータ
 - 市場調査データ

市場調査データ

- 経済統計の市場

- シンクタンク・調査会社等がデータを収集し、有償で販売している事がある
- 価格は安いものは数千円からあるが、高額なものは数百～数千万円するものもある
- しばしばプレスリリースの形でデータの一部を公表しており、有益なことがある
- 企業によって調査方法や調査範囲、精度等に大きなばらつきがある
 - 昨年発表したデータと、本年発表したデータの間整合性が無いことも多い

市場調査データ

- 市場調査の作成方法

- 1・企業ヒアリング

- 企業の担当者にインタビューを行い、数値を教えてください
 - 具体的なデータを手に入れない場合でも、大まかな傾向や目標、業界の動向についてコメントが得られる場合がある
 - 案外数字はおまけで、こちらが重要だったりもする

- 2・企業アンケート

- 企業にアンケートを送付し、回答から全体像を推測する
 - 公的な機関のアンケートに比べ、民間の調査会社が行うアンケートの有効回答率低い(10%を切ることも希ではない)
 - アンケートへの対応が可能な担当者の居る大企業や、業績が好調な企業に回答が偏る傾向があるとされている

- 3・消費者アンケート

- 消費者にアンケートを送付し、回答から全体像を推測する
 - Web調査で安価にアンケートをとる事ができるようになったため、近年利用が増えている

市場調査データ

- 市場調査のばらつきの例：携帯電話の国内出荷台数
 - 矢野経済研究所の調査
 - 2008年度国内の移動体通信端末(携帯電話+PHS)出荷台数は3,989万7,000台
 - MM総研の調査
 - 2008年度通期の出荷台数3,589万台
 - IDCジャパンの調査
 - 2008年の携帯電話出荷台数は4,222万台
 - JEITAの統計
 - 参加企業の2008年携帯電話出荷台数は2,803万台
 - 調査対象企業数・対象品目・期間等の差を調整したとしても、差が残ることがある
 - 標本調査に誤差があるのは当たり前
 - 上限と下限を見たり、大まかな範囲を知るのには使える
 - 調査手法を確認したり、疑問点を問い合わせる事が必要

市場調査データ

- 信用調査データ

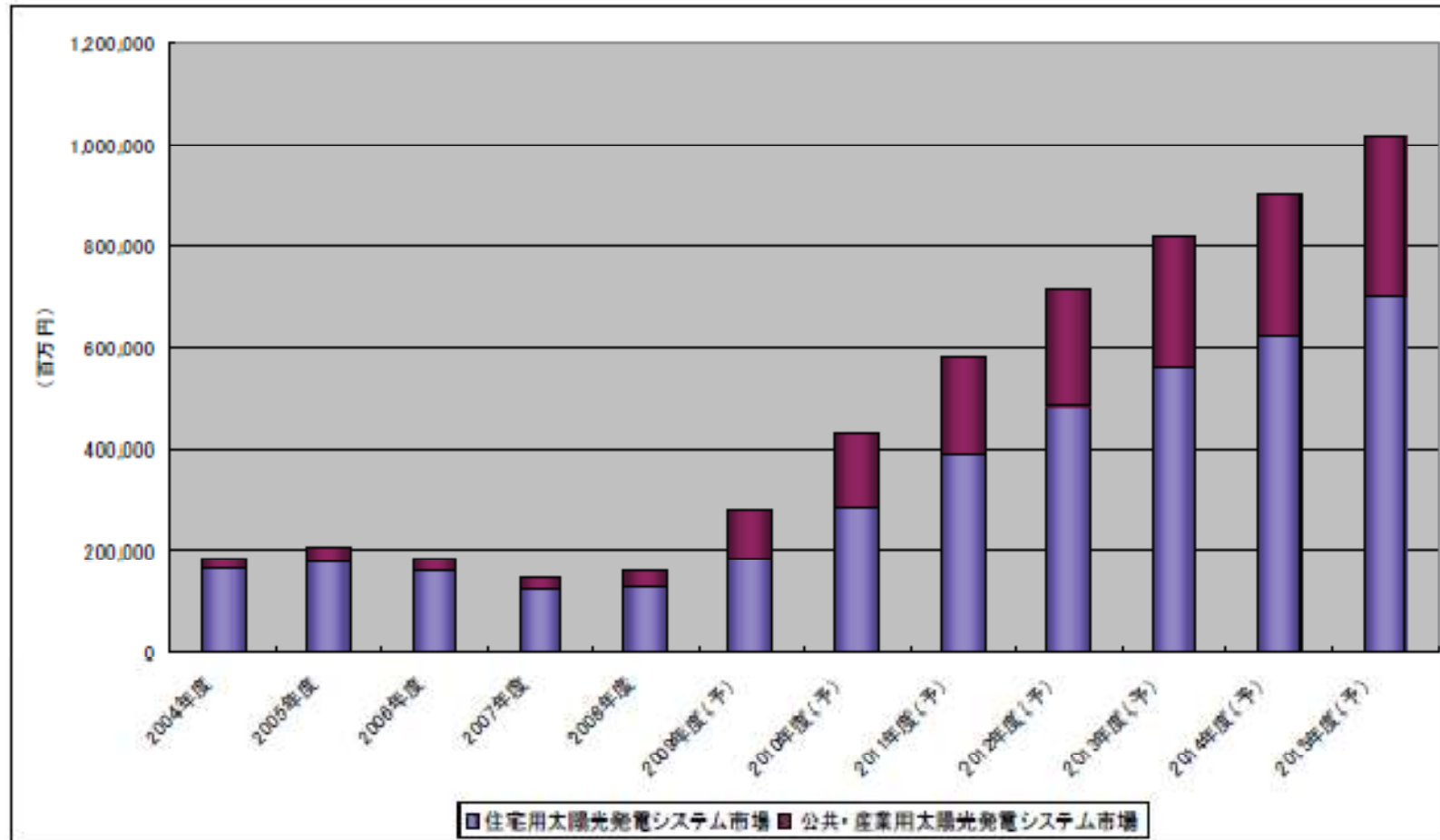
- 企業間取引を行う際に、取引相手からちゃんと支払を受ける事ができるかどうか(信用調査)等を確認するために用いられる
- 中小企業であっても、取引を行う前提となる信用を得るために有益であるため、データを提供していることが多い
- 所在地・売り上げ・利益・自己資本・取引関係などのデータが得られる
- 1社数百円～と安価に利用できる
- 代表的な企業
 - 帝国データバンク
 - 東京商工リサーチ

市場調査データ

- ヒアリングによる市場調査の例
 - 矢野総合研究所「国内太陽光発電システム市場に関する調査結果 2009」
 - 1. 調査期間:2009年5月～10月
 - 2. 調査対象:国内太陽電池セル・モジュールメーカー、住宅メーカー、住宅用および公共・産業用太陽光発電システム販売事業者等
 - 3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに文献調査併用
 - <国内太陽光発電システム市場とは>
 - 本調査における国内太陽光発電システム市場とは、「住宅用太陽光発電システム市場」ならびに「公共・産業用太陽光発電システム市場」を対象とする。

市場調査データ

図表 1. 国内太陽光発電システム市場規模推移



矢野経済研究所推計

市場調査データ

- 企業アンケートによる市場調査の例
 - マイナビ「2010年新卒採用予定および採用活動に関する企業アンケート」
 - 調査方法
 - 1) 回答用紙を郵送、Faxにて返信
 - 2) 人事担当者向け情報サイト「採用サポネット」のWebアンケートフォームから入力
 - 調査期間
 - 2009年1月30日(金)～3月6日(金)
 - 対象：新卒採用実績のある国内企業 8,000社
 - 有効回答数：1,215件
 - 回答の内訳
 - ①『上場企業』253社：『未上場企業』962社
 - ②『製造業』429社：『非製造業』786社

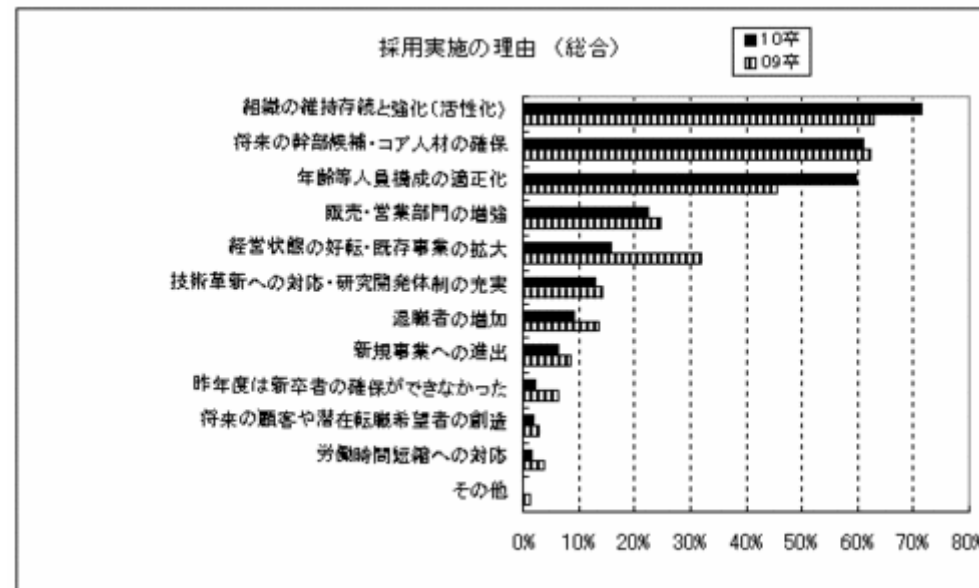
市場調査データ

		増やす	前年並み	減らす	未定	見送り(中止)	なし
大学(文系)	10卒	7.3%	47.7%	22.3%	11.9%	3.8%	6.9%
	10卒-09卒	-14.1%	-11.3%	15.1%	4.3%	3.3%	2.8%
大学(理系)	10卒	8.0%	51.5%	20.2%	11.9%	3.5%	4.9%
	10卒-09卒	-19.5%	-5.7%	14.6%	4.5%	3.0%	3.1%
大学院(文系)	10卒	2.7%	32.7%	12.8%	17.3%	3.7%	30.9%
	10卒-09卒	-6.2%	-8.8%	8.7%	-2.4%	2.6%	6.1%
大学院(理系)	10卒	4.4%	40.3%	14.1%	17.0%	3.5%	20.7%
	10卒-09卒	-10.9%	-7.3%	10.5%	-1.3%	2.8%	6.3%

		厳しくする	前年並み	ゆるくする
総合	10卒	44.6%	55.3%	0.1%
	10卒-09卒	29.6%	-27.3%	-2.2%

		厳しくする	前年並み	ゆるくする
上場	10卒	51.1%	48.9%	
	10卒-09卒	35.4%	-33.3%	-2.1%
未上場	10卒	42.9%	57.0%	0.1%
	10卒-09卒	28.0%	-25.7%	-2.2%

		厳しくする	前年並み	ゆるくする
製造	10卒	48.6%	51.4%	
	10卒-09卒	37.4%	-36.5%	-0.9%
非製造	10卒	42.5%	57.3%	0.1%
	10卒-09卒	25.6%	-22.7%	-2.9%

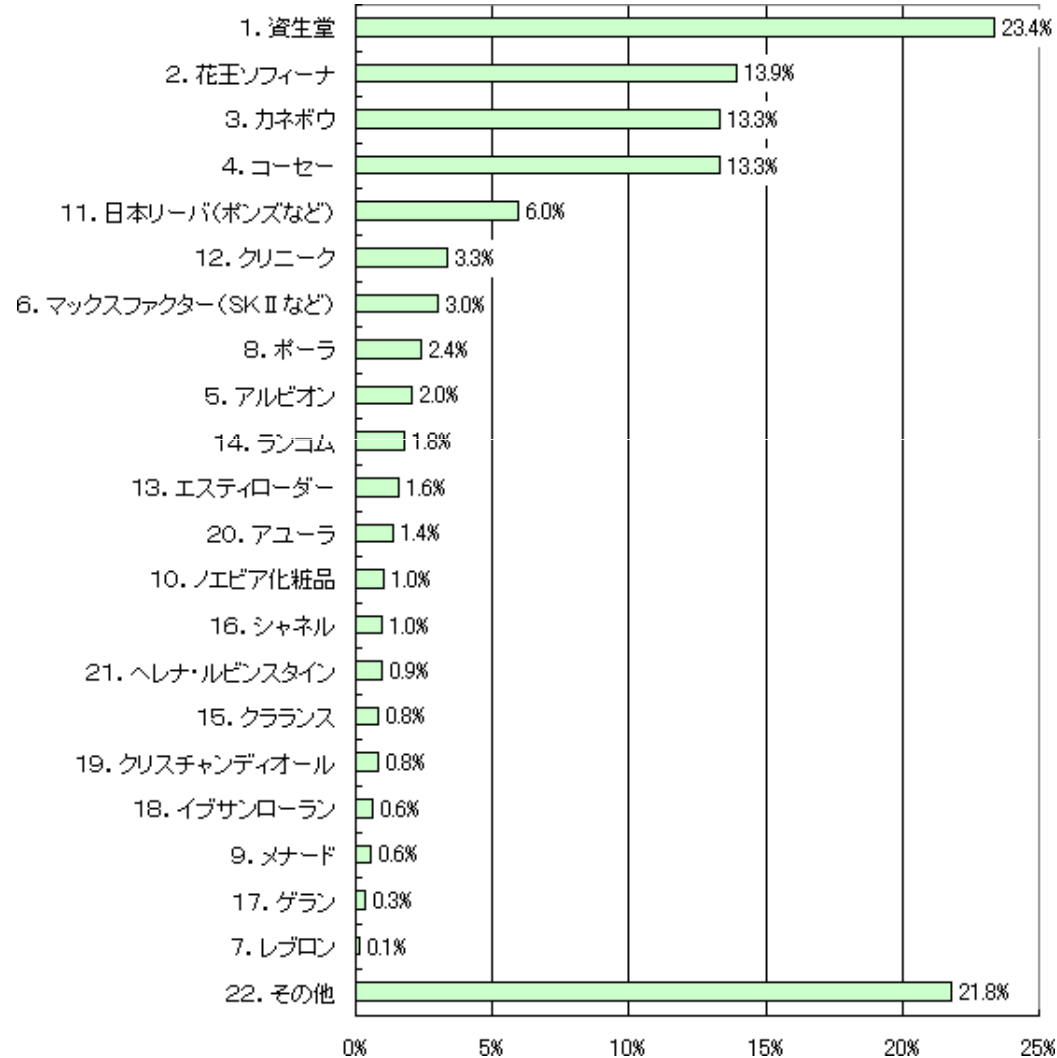


市場調査データ

- 消費者アンケートによる市場調査の例
 - gooリサーチ「美白化粧品に関するアンケート調査結果」
 - 調査対象：インターネットユーザー
 - 調査方法：「goo」上で実施されたオンラインサーベイ(Web上での自記入チェック式調査)
 - 調査実施期間：1999年10月6日～10月31日
 - 有効回収サンプル数：4,489名

市場調査データ

問5. どのメーカー、または、ブランドを購入されましたか？



次週の内容

- アンケート調査