

【経営判断の為の情報収集に】分野別 大手調査会社10社の使い分け法

2018/02/06

インターネット上に情報はあふれていますが、ビジネスの現場で重要な判断をするために何かを知りたいと思ったとき、インターネット検索では見つからない情報も少なくありません。データやインフォメーションと訳されるような「単なる情報」ではなく、「ビジネス判断に資する分析・加工された情報」であるビジネス・インテリジェンス(BI)であればなおさらです。売上分析や顧客分析といった社内で管理する数値を基にしたビジネス・インテリジェンスであれば、外部に委託する必要はありません。



例えば新規取引先との契約判断、市場を見据えた広告戦略判断、人材採用の人事判断等において必要となるビジネス・インテリジェンスを得たいときに、依頼すべき調査会社に心当たりはありますか？

「情報を制するものはビジネスを制す」——経営の4大資源とも呼ばれるようになった情報、そのなかでも自社では調べきれないビジネス・インテリジェンスを得るために活用すべき大手調査会社と選定基準を紹介します。

目次

1. 調査の分野
 - 1-1. 調査分野の分類例
 - 1-2. 会社としてビジネス・インテリジェンスを得る目的で分類した場合
2. 信用できる大手調査会社の選定基準
 - 2-1. 実績
 - 2-2. 規模と継続性
 - 2-3. 安全性
3. ビジネス調査分野ごとの大手調査会社
 - 3-1. 市場調査——株式会社インテージホールディングス
 - 3-2. ネットリサーチ——株式会社マクロミル
 - 3-3. 業界調査——株式会社矢野経済研究所
 - 3-4. 企業調査——株式会社東洋経済新報社
 - 3-5. 企業信用調査——株式会社帝国データバンク
 - 3-6. M&A候補先調査——株式会社日本M&Aセンター
 - 3-7. 人物調査——ガルエージェンシー株式会社
 - 3-8. 反社会的勢力関連調査——株式会社エス・ピー・ネットワーク
 - 3-9. 情報セキュリティ調査——株式会社ラック
 - 3-10. フォレンジック調査(デジタル鑑識)——株式会社FRONTEO
4. まとめ

1. 調査の分野

調査といっても多種多様な分野が存在します。

分類の仕方も様々で、だれが調査するのか/なにを調査するのかという調査の主体/客体(対象)で分けたり、調査目的や調査方法で分けたりすることができます。

本記事では、より適切な調査会社を選択してもらうために、調査主体としてビジネスの現場にいる経営者・管理職の方を想定し、どのようなビジネス・インテリジェンスを得る目的の調査が分類した上で、各分野の大手調査会社を紹介します。

※調査分野の分類に興味のない方は2章へ進んでください。

1-1. 調査分野の分類例

■ 調査の主体による分類

- 1) 個人による調査と法人による調査
- 2) 民間調査と政府調査
- 3) 自社調査と外部業者調査 など

■ 調査の客体(調査対象)による分類

- 1) 対象が1つ（人）の調査と複数または大量の調査
- 2) 人への調査とモノへの調査
- 3) 内部に対する調査と外部に対する調査 など

■ 調査の方法による分類

検索、取材、対面/WEBアンケート、文献、実験、ITシステム、尾行/張り込み、現場検証 など

■ 調査の目的による分類

マーケティング、研究、犯罪捜査/不正調査、人事採用、統計 など

1-2. 会社としてビジネス・インテリジェンスを得る目的で分類した場合

ビジネスシーンにおいて、会社を主体として、ビジネス・インテリジェンスを得る目的の部分で分類した場合、大きく分けて以下のような調査分野があります。

① 市場調査

自社の営業・販売に活用するための調査です。需要と供給、価格、広告、顧客属性、地域、販売経路等さまざまな観点から情報を収集します。調査方法は多岐にわたり、アンケート、販売テスト、モニター調査、覆面調査（ミステリーショッパー）、インタビュー等、定量的なデータに置き換えることができる調査から、印象や感想等の定性的なものの調査まで幅広く存在します。大きく分けて、市場をマクロ的な視点で分析する業界調査、市場における消費者に焦点を当てた消費者調査の2種に分かれます。

② ネットリサーチ

消費者調査の一分野として近年急激に増えているのがネットリサーチです。インターネットを活用したアンケートを基本とするネットリサーチは、WEB調査などとも呼ばれ、インターネットやスマートフォンの普及とともに、既存の紙や電話によるアンケートよりも低コストで素早く多くの回答を得られやすいことから、特にマーケティングにおける主要な調査分野となりました。

③ 業界調査

業界ないし業種別に、その市場状況や大手企業の動向を調べる市場調査を特に業界調査または産業調査といいます。対象の業界、会社規模、製品、サービス、技術、地域、顧客等の要素を切り口にして、網羅的に業界について情報を収集・分析します。定期的に刊行される業界レポート（白書）と個別ニーズに応じて主にスポットで実施する調査があります。

④ 企業調査

日本で約170万社あるといわれる株式会社等の企業情報を調べたい場面は数多く存在します。BtoBビジネスにおける営業先として、事業や資本の提携先として、投資先として、企業の会社概要や事業内容等を調べるのが企業調査です。辞典のように多数の企業情報が記載されている本・データベースを作成するための大量企業調査とデューデリジェンスのように個別企業を深く調べるような個別企業調査の2種があります。

⑤ 企業信用調査

会社対会社の取引の場合、相手方を信用して取引してよいのか、またどの程度信用して取引をしてよいのかという与信判断が伴います。この与信判断に資する情報を調べることを企業信用調査といいます。取引先の財務状況や事業実態の把握が主な調査項目です。対消費者向けの取引の場合は、個人信用調査をする場合もあります。ただし、現金決済が多い消費者との取引では、住宅ローン等の高額・継続取引を例外として与信判断の場面は限られます。

⑥ M&A候補先調査

リーマンショック後に激減した日本企業が関わるM&A(企業買収)は2012年以降右肩上がりに増えて、年間2500件を超えるようになりました。特に中小企業では事業拡大や後継者問題等によって、M&Aの候補となる相手企業を探すニーズが高まっています。業界、安定性、成長性、地域、株主構成等に注目して候補先を調査、検討します。

⑦ 人物調査

尾行や聞き込みによる身辺調査、身元調査、素行調査を含む人物調査は、興信所や探偵事務所が得意とする調査分野です。街の探偵事務所では浮気調査が9割以上を占めるといわれますが、ビジネスの現場では、不正の疑いがある従業員に対する尾行、人材採用時の応募者の経歴確認(裏取り)、取引先の社長等重要人物の評判を調べる等、幅広く活用されています。

⑧ 反社会的勢力関連調査

各自治体によって暴力団排除条例が施行され、また株式市場においても暴力団排除が明確化されてから、暴力団中心とした反社会的勢力との関連を避けることは、ビジネスの現場において最も重要な原則の一つとなりました。しかしながら、暴力団はフロント企業(企業舎弟)を使うなど、巧みにその存在を隠して経済活動を行っています。このような状況において、取引先企業やその代表者が反社会的勢力でないかを確認するのが反社会的勢力関連調査です。

⑨ 情報セキュリティ調査

サイバー攻撃や内部者による情報漏えいは、企業の存続を左右するほどの深刻なダメージを与えます。情報セキュリティ調査には、個人情報や営業秘密等の情報資産を守るために自社のセキュリティ環境を評価する平時の調査(ペネトレーションテスト、情報セキュリティ監査等)と情報漏えいが起きた場合にその被害状況や原因を調べる緊急時の調査(インシデント調査)があります。

⑩ フォレンジック調査(デジタル鑑識調査)

社内不正や顧客との不正取引、談合等の事件が起きた際に、その不正の全容を解明して証拠を確保するためには、パソコンやサーバー等の電子機器に保存されているメールや文書ファイル等の電子データの解析が不可欠です。不正調査において、削除ファイルの復元や大量のメールから証拠の抽出を行うデジタル鑑識とも呼ばれる電子データの調査(フォレンジック調査)が当たり前となりました。不祥事が起きた際に設置される第三者委員会の調査でも多くのケースでフォレンジック調査が行われています。

2. 信用できる大手調査会社の選定基準

ビジネス・インテリジェンスを得るための調査会社選びで重要なことは、ひとえに「信用できるかどうか」にかかっています。そして、「信用できるかどうか」は、大手の調査会社であるというだけでなく、1 実績、2 規模と継続性、3 安全性の3つを基準に判断することができます。

2-1. 実績

どのような調査であっても、調査会社にその調査分野における実績のあることが信用の大前提となります。

例えば年間の案件数、調査市場におけるシェア、取引者数等の実績があります。これらを見る際には、実績の質、実績の量、実績の客観性が重視します。

2-1-1. 実績の質

質の面では、実施しようとしている調査と本当に同種の調査の実績かどうかに注意しましょう。「アンケート調査の実績が豊富！」といっても、モニターやパネラーと呼ばれるアンケート回答者の属性が違ったり、回収方法が紙かネットで異なったりすれば、ほとんど経験がないということもあり得ます。各社で謳われている実績が、具体的にどのような調査内容、仕様なのかを確認しましょう。

2-1-2. 実績の量

量の面では、「実績多数」「売上第1位」といった情報があつた場合に、調査会社によっては特定の調査の受注が多いだけ、場合によっては調査ではない事業による売上が多いだけで、実は調査に関する実績は多くないということも考えられます。売上実績は企業規模を図る上では重要ですが、どれだけの案件をこなしているのか、リピートがあるのかといった面での実績の量の方がより重要であるといえます。

2-1-3. 実績の客観性

客観性の面では、調査会社というからには実績といっても客観的に見て納得できる情報であるか慎重に見る必要があります。実績に関する数字、例えばシェアに関して第三者の裏付けがあるか、実績内容に関する情報、例えば成果物の内容等が詳細で信憑性があるかといったことに着目します。

2-2. 規模と継続性

多くの調査は製品の購入と違って、結果が得られるまでに時間がかかることが多かったり、大量の調査を受けて納期が遅れたり品質が落ちたりする可能性があります。

この点で、調査会社の規模、具体的には調査に関わるスタッフの人数や会社自体の設立年月、当該分野の調査における経験年数を把握することは非常に重要です。

調査会社の規模によっては、小規模の方が機動的でコストも安く済む場合もあります。しかし、小規模ということは案件数の許容量の限界や企業体としての存続性に疑問が残ります。

その意味では株式市場に上場しているか、売上高、従業員数等も調査会社選びのポイントとなります。

また、長年にわたって当該調査を継続しているということは、競合調査会社と比べて相対的な成果物の質の良さ、調査員のスキルの高さといった優位性を類推させます。

単純に設立年または創業年では判断できない場合もありますが、調査業界で勝ち残り続けているという点で、一定の評価をすることができます。

2-3. 安全性

ビジネス・インテリジェンスを得るということは、会社として重要な判断をするということです。その重要な判断材料が何であるということは、あなたの会社にとって機密事項であることも多いはずです。

調査会社には調査の前提となる機密事項を渡した上で調査することがほとんどです。当然秘密保持契約を結ぶとは思いますが、それだけでは安全とはいえません。

会社として意図した漏えいはなくとも、サイバー攻撃や社員による情報漏えいは年々増えていることから、情報漏えいに対するセキュリティが整っているかどうかが重要な安全性の判断基準となります。具体的には、情報セキュリティ管理システムの国際標準であるISO27001認証を取得しているか、個人情報保護の管理が徹底されていることを第三者が認定するPマーク(プライバシーマーク)を取得しているかどうか等を確認します。

必ずしも上記2つがあれば良いというわけではありませんが、上記2つともないようであれば、情報セキュリティに関する質問状や外部監査をさせてもらうというような手続きを踏むことも検討します。

3. ビジネス調査分野ごとの大手調査会社

それでは、ビジネスでよく使われる調査分野ごとに、上記基準で選出した大手調査会社を紹介します。

3-1. 市場調査——株式会社インテージホールディングス

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
東証一部	1960年	480億円	784名	ISO27001 Pマーク

インテージホールディングスは、マーケティング調査の雄。国内1位、なんと世界でも9位の売上高。同じ調査対象者（パネル）に対して定期的に繰り返しアンケートを行うパネル調査が特に有名です。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

インテージホールディングスが最も得意とするパネル調査は、マーケティングに関わらない方には馴染みのない用語かもしれませんが、市場調査のなかでも消費者調査の中核をなすものです。

インテージの場合、消費者パネル調査、小売店パネル調査における長年にわたり蓄積され続けるパネルデータを活用することで、新規参入市場

における競合品の購買状況を把握したり、ターゲットとすべき顧客層を特定したりすることができるほか、市場動向から需要予測のようなことまで、様々なインテリジェンスを獲得することができる可能性をもっています。

インテージホールディングスの調査

3-2. ネットリサーチ——株式会社マクロミル

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
東証一部	2000年	355億円	1890名	Pマーク

国内最大級のインターネットアンケートモニターを擁して、ネットリサーチを主力に急成長。世界13カ国34拠点に展開し、海外市場調査も対応しています。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

マクロミルはネットリサーチ国内No.1。ネットリサーチは、今までの紙やインタビューを基にしたアンケートと異なり、インターネットを介した消費者アンケート調査です。

例えば、「女性」、「子育て世代」、「特定の何かに興味がある」といったように、回答者をセグメントした上で製品の満足度調査、ブランドの認知度調査、新商品のネーミングや価格設定のための印象調査等々、質問形式で行うことができれば、あらゆる調査を設計して必要なインテリジェンスを収集、検討することができます。

マクロミルの調査

3-3. 業界調査——株式会社矢野経済研究所

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
未上場	1958年	28億円	158名	—

年間約250タイトルのマーケットレポート(業界/市場白書等)の刊行等、個別の商品や企業のピンポイントな調査よりもマクロな視点の調査で著名です。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

矢野経済研究所が主力とするのは、市場調査のなかでも業界調査と呼ばれる分野です。特に、「マーケットレポート」(市場調査資料)と呼ばれる刊行物は、国内随一の信頼があります。

例えば、「流通小売市場白書」、「文具・事務用品マーケティング総覧」、「交通系ICカードの実態と展望」、「日米欧における自動運転の消費者ニーズ調査」等、産業分野ごとだけでなく、新規技術に関する動向等についても調査しています。

矢野経済研究所のマーケットレポート

3-4. 企業調査——株式会社東洋経済新報社

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
未上場	1895年	105億円	269名	—

「会社四季報」は企業情報の辞典として7割のシェア。経済週刊誌の発行等、報道機関として企業情報を収集し続けています。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

東洋経済新報社の調査は、経済報道機関ならではの企業に特化したものです。その調査は上場企業約3800社を全て網羅した会社四季報にまとめられています。

主に株式投資のために収集された情報であるため、対象企業の基本データ、営業利益等の業績数字、株価指標、財務情報、株主構成等々、投資判断に資するインテリジェンスが充実しています。

サイトによるオンライン版もあり、多くの情報が無料で見ることができ、スマートフォンからもアクセス可能です。

東洋経済新報社の会社四季報オンライン

3-5. 企業信用調査——株式会社帝国データバンク

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
未上場	1900年	513億円	3200名	ISO27001

信用調査業界で国内シェアNo.1(約60%)。企業の与信管理部門では2位の東京商工リサーチと併用することもあります。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

帝国データバンクは企業信用調査とその周辺の調査に特化した調査会社であるため、一般には公表されていない非上場企業の業績、財務情報を知るために活用されます。帝国データの企業信用情報は、現地現認を旨として、対象企業に直接アプローチして財務諸表等を開示してもらう形で調査した結果です。なかには開示する財務諸表を偽装する企業もあるようですが、直接的に調査することにより詳細かつ具体的な数字を把握することができます。

帝国データバンクの企業信用調査

3-6. M&A候補先調査——株式会社日本M&Aセンター

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
東証一部	1991年	190億円	295名	ISO27001

純粋な調査会社ではないものの、土業・金融機関等と提携して、圧倒的なM&A候補企業情報を保有しています。M&A成約3500件超、国内実績No.1。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

M&A成功のカギは、間違いなく相手先とのマッチング。良いマッチングのためには、いかにして譲渡ニーズ、買収ニーズのある会社の情報を集めるかです。日本M&Aセンターは、会計事務所、弁護士等の土業、地方銀行/信用金庫等と提携することで、譲渡し/譲受け双方の会社情報を収集しています。会社のM&Aニーズは、非常に機密性の高い情報であるため、公開情報や自ら調査することではほとんど得られないインテリジェンスといえます。

日本M&Aセンターの情報ネットワーク

3-7. 人物調査——ガルエージェンシー株式会社

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
未上場	1980年	40億円	800名	—

フランチャイズ展開で全国124拠点。拠点数・スタッフ数で日本最大級といわれる探偵グループ。探偵学校も経営しています。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

ガルエージェンシーは、日本で最も多い拠点数・スタッフ数を活かした尾行調査を得意としています。探偵業界では案件の9割以上が浮気調査に伴う尾行調査といわれるため、尾行技術は高く、急な案件対応にも柔軟に対応できると思われます。尾行調査は、浮気の事実を捉える以外にも、外回り営業の行動確認、退職社員の転職先調査、休職中社員の素行調査等、様々な人物調査が可能です。

ガルエージェンシーの調査

3-8. 反社会的勢力関連調査——株式会社エス・ピー・ネットワーク

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
未上場	1996年	27億円	330名	Pマーク

日本ではめずらしい危機管理コンサルティング企業。反社会的勢力との関連を簡易的に調査するサービスを提供しています。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

エス・ピー・ネットワークは、企業調査のなかでも反社会的勢力との関連リスクに着目し、企業信用調査が得意な財務情報以外の情報を得る調査サービスを展開しています。特に対象企業と反社会的勢力との関連を、公開されたメディア情報のデータベースによるスクリーニングするサービスは、単純なインターネット検索よりは一応のチェックとして有用です。

エス・ピー・ネットワークの調査

3-9. 情報セキュリティ調査——株式会社ラック

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
JASDAQ	2007年	371億円	1734名	ISO27001 Pマーク

日本最大級の情報セキュリティ企業。情報セキュリティ・インシデント対応サービス「サイバー119」が有名です。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

ラックは、標的型攻撃によるマルウェア感染や自社サイトのハッキング等の緊急事態(セキュリティ・インシデント)が生じた場合に、復旧支援や被害の特定、原因の究明をすることを目的とした支援サービスを24時間対応で行っています。

ラックの緊急対応サービスは、情報セキュリティに関わる緊急事態において、業務の継続や被害の公表に必要なインテリジェンスを調査、報告してくれます。

ラックの緊急対応サービス

3-10. フォレンジック調査(デジタル鑑識)——株式会社FRONTEO

上場	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
マザーズ	2003年	112億円	506名	ISO27001 Pマーク

人工知能による調査ツール等を用いたフォレンジック調査会社。国内最大手で、大規模な不正調査も対応可能です。

【得られるビジネス・インテリジェンスの例】

警察の犯罪捜査においても、社内不正の調査においても、パソコンやスマートフォンの中にあるデータが重要な証拠となるケースが増えています。FRONTEOはデジタル鑑識とも呼ばれるパソコンの中にあるデータを調べるフォレンジック調査やデータ収集/分類に特化した調査会社であり、不正調査におけるデジタル証拠集めに活躍します。

例えば、パワハラ・セクハラの実証となる削除されたメールの復元、不正を裏付ける帳票の検索、残業代算定に関わるPCの使用状況等、フォレンジック調査でインテリジェンスは、真相解明に不可欠です。

FRONTEOのフォレンジック調査

4. まとめ

ビジネスにおける調査は多岐にわたります。

幅広い調査の分野があるため、日常的に調査をするような業種、職種でない限り、調査は通常業務とはかけ離れた馴染みの薄いものであるということがほとんどです。

ビジネス・インテリジェンスを得るためには社内で調査するだけでなく、信用できる経験豊富な大手調査会社の活用が大きな力となります。本稿で紹介しきれなかった大手の実力ある調査会社も数多く存在します。ぜひ①実績、②規模と継続性、③安全性の3つを基準に検討してみてください。

本サイトは、グループ創業54年、国内最大級の年間調査案件数6000件超、法人及び弁護士向けの総合調査会社である株式会社トクチョーが運営しています。

調査分野別大手調査会社10社

分野	会社名	株式公開	設立(創業)	売上高	従業員	セキュリティ
市場調査	株式会社インテージホールディングス	東証一部	1960年	480億	784名	ISO27001 Pマーク
ネットリサーチ	株式会社マクロミル	東証一部	2000年	355億	1890名	Pマーク
業界調査	株式会社矢野経済研究所	非上場	1958年	28億	158名	-
企業調査	株式会社東洋経済新報社	非上場	1895年	105億	269名	-
企業信用調査	株式会社帝国データバンク	非上場	1900年	513億	3200名	ISO27001
M&A候補先調査	株式会社日本M&Aセンター	東証一部	1991年	190億	295名	ISO27001
人物調査	ガルエージェンシー株式会社	非上場	1980年	40億	800名	-
反社関連調査	株式会社エス・ピー・ネットワーク	非上場	1996年	27億	330名	Pマーク
情報セキュリティ調査	株式会社ラック	JASDAQ	2007年	371億	1734名	ISO27001 Pマーク
フォレンジック調査	株式会社 FRONTEO	マザーズ	2003年	112億	506名	ISO27001

ビジネスでの調査なら総合調査のトクチョーへ

1965年創業の信頼と実績。

総合調査会社として、企業経営やビジネスでの意思決定に必要な、データベースからは得られない情報をお届けしています。

状況に応じた多面的な調査により、取引先や競合企業についてより充実した理解のためにご利用いただけます。

また、労務管理にまつわる社員の調査、クレーマーや不審人物の素性調査等もお気軽にご相談ください。

