

全ての市場データが存在するとは限らない！ 現実には厳しい「市場調査あるある」のご案内

SVPジャパンの情報コンサルタントが、お客様からご依頼いただいたテーマについて、日々、調査に向き合う中で実感する、市場調査担当者が避けては通れない現実、「市場調査あるある」について、お届けいたします。

1. 全てのモノやコトに関する、統計数値が把握されているわけではない

世の中に存在する、製品・サービスの全てについて、市場規模が把握可能なわけではありません。市場規模は、年間の生産・出荷・販売、輸出・輸入といった実績が、カウント・集計されることで、初めて、数値データとして存在するからです。一般的に、省庁、業界団体といった公的な統計数値がベースとなり、加えて、業界紙誌による独自調査データも活用されます。ところが、誰も実績をカウントしていない場合、統計数値は存在しません。また、統計上の「その他」の項目に分類される場合は、内訳が公開されていないため、把握が困難になります。「ありそうで、無い」テーマほど、市場調査担当者泣かせなものはありません。そのような場合は、市場推計の一助となる周辺情報を、ご提示すると共に、新たな推計を行う「プロジェクトリサーチ」をご提案いたします。

2. 予測数値は民間頼みのケースが多い

政府が重視する分野については、「基本戦略」や「ロードマップ」といった形で、方針と将来的な目標値としての市場規模予測数値が公開されます。これらのデータは、関連ビジネスを展開する国内企業が抑えておくべき指標であり、市場の成長が見込まれることを裏付けるものでもあります。しかし、全ての産業について、同様の情報が発信されるわけではなく、成熟・汎用化した分野については、政府機関から予測数値が発表されることはレアケースです。また、自主統計を発表している業界団体・専門紙誌においても、次年度の見通しレベルの数値にとどまり、中長期の予測を公表することは非常に稀です。

そこで有用なのが、国内外のシンクタンクやコンサルティング会社が無料で発表する、市場分析レポートです。そして、SVPジャパンで大いに活用しているのが、民間市場調査会社の有料調査レポートです。調査対象によって、対象地域(世界・日本)や予測年次が異なりますが、数値情報に加えて、予測の前提や根拠が把握できるため、非常に有用です。ただし、調査会社によって、予測数値に開きがあることは、多々ございます。予測時点や調査設計の違いがあるため、複数のデータをご紹介する際に、どのデータの信憑性が高いかは、弊社よりコメントできかねますが、広く引用されているデータを優先的に、ご案内しております。

3. 連続的な市場規模データの遡及ができるとは限らない

民間市場調査会社が発行する、有料調査レポートは確かに有用ですが、それは、対象品目が「注目分野」であることが前提です。かつては注目度が高かったものの、「市場が縮小傾向となり、企業の撤退も相次ぐ」といった場合、注目度は下がり、情報ニーズが無くなるため、前触れもなく、レポートに採録が無くなるケースがあります。また、レポートそのものが発刊中止になることもあります。「過去にご報告したデータのアップデート」のご依頼をいただいた際に初めて気づき、青ざめたことは、一度ではありません。

政府の統計も同様に、調査対象品目の変更、調査名の変更、調査そのものの廃止などがあり、長期遡及を担当する際に、思わぬ落とし穴に落ちた気分になります。

4. 参入企業のシェアと実績は、推計値があればラッキー！シェアの予測は入手困難

市場規模と併せて、ご依頼いただく頻度が高いのが、「主要な参入企業のシェアと実績」です。シェアは、各社の実績数値と、当該品目やサービス全体の市場規模数値があって、初めて推計可能なデータです。ところが、上場企業においても、セグメント別の金額ベースの実績は開示されているものの、セグメントに含まれる、個別品目・サービス別の実績は、通常開示されません。決算説明会のプレゼンテーション資料や、中期経営計画に、注力分野の売上目標値が開示されていたとしても、その内訳までは公開されないものです。

ここでも、有用なのが、民間市場調査会社が発行する、有料調査レポートです。注目分野であれば、シェアと各社の推定実績数値が把握可能なケースが多いです。調査会社によって、データの年次は異なりますが、直近の実績と、次年度の見通し程度にとどまり、一般的に、長期のシェアは公表されておりません。企業各社共に、世界情勢や為替レートなど、経営環境と市場を取り巻く状況次第で、事業計画も変化します。絵に描いた餅にならないよう、実態に即したデータとなると、年次が限られてくるのは自然なことと言えます。情報を補完するために、製造業であれば、各社の増産・海外進出計画・他社との提携動向など、将来性に影響を与える数値や要因について、リリースや媒体記事、中期経営計画の取りまとめで、フォローすることもございます。

5. 企業のシェアデータは、上位数社の把握にとどまり、全社の数値を把握できるわけではない

調査対象テーマについて、既存のシェアデータが見つかることは、非常に幸運なことです。ただし、全ての企業のシェアが、把握できるわけではありません。調査対象によって異なりますが、通常、上位数社程度のシェアの把握にとどまるからです。参入していることが確かな企業でも、シェアが低く、「その他」に含まれてしまう場合、具体的な数値データを把握することが難しくなります。市場調査レポートに、「その他」に含まれる企業名が記載されている場合でも、発行元に問い合わせを行うと、「各社の内訳は、回答不可」と返答されます。そういった場合は、各社の開示情報やリリース、媒体記事情報で、補完可能なデータの入手を試みます。

6. 条件が増えるほど、市場データの入手が難しくなる

調査対象テーマについて、例えば、「特定仕様を満たす製品」など、条件が増えるほど、情報の入手が難しくなります。もちろん、ターゲット以外の情報は不要、というご意向も理解しておりますが、統計情報や既存の調査データは、必ずしも、お客様のご要望に即した条件・形で把握されているとは限りません。ターゲットの上位階層にあたる「特定仕様を満たすものも含めた製品全般」に関するデータしか把握されていない場合、そちらの市場データを参考までに、ご提示しつつ、条件に適合する製品・メーカーの特定にトライいたします。

技術文献・論文・公開特許情報の検索においても、同じことが言えます。ご指定条件を、キーワードとして、全て掛け合わせてしまうと、ヒット件数が「0件」になってしまう場合があります。その際は、より、優先すべき条件をご指定いただき、ヒット件数の母数を増やした上で、より合致する内容を確認するなど、試行錯誤いたします。

「データが把握されていない」ことを、SVPの情報コンサルタント自身が納得できるまで手を尽くし、「見つからないだけではないか」との疑問を払拭した上で、お客様にご理解いただくための、報告書作成に着手します。その作業は、「データがある」時の何倍も、時間と注意力を要します。調査のプロセスと結果を順を追って示し、出典が明確な周辺情報をご提示すると同時に、新規の実態調査と分析・推計を含めた「プロジェクトリサーチ」をご提案いたします。「プロジェクト」リサーチにつきましては、「SVP通信2月号」も、併せて、ご覧ください。

今回は、“市場調査あるあるⅡ”をご紹介します。弊社サービスの詳細等につきましては、左下のボタンより、ご参照・お問い合わせいただければ幸いです。



—SVP JAPANのサービスについて—

2営業日以内に調査結果をご報告

クイックリサーチ

[詳しくはこちら](#)

カスタムメイドのリサーチサービス

プロジェクトリサーチ

[詳しくはこちら](#)



—各種お問い合わせ—

資料ダウンロード

[こちらをクリック](#)



お問い合わせ

[こちらをクリック](#)



まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3249-0771 

資料ダウンロード
[こちらをクリック](#)

お問い合わせ
[こちらをクリック](#)

© SVP Japan All rights reserved.

s'il vous plaît
SVP JAPAN