

統計図表 レファレンス事典

商業・広告・マーケティング

凡 例

1. 本書の内容

本書は、国内の白書・年鑑などの資料に掲載されている、商業（主に小売業・卸売業）、広告・宣伝、マーケティングに関する統計図表をキーワードから検索するための索引である。

2. 収録の対象

- (1) 1997年（平成9年）から2024年（令和6年）までに日本国内で刊行された白書・年鑑・統計集853種を精査し、主題に該当する表やグラフなどの形式の統計図表8,718点を収録した。
- (2) 地図、年表、流れ図、組織図、名簿などの図表類は収録対象外とした。

3. 見出し

- (1) 統計図表の主題を表す語を見出しとした。
- (2) 複数の主題に関する統計資料は、それぞれに見出しを立てた。
- (3) 必要に応じて「を見よ」参照、「をも見よ」参照を付し、利用の便を図った。
- (4) 見出しの詳細は目次（巻頭）に示した。

4. 排 列

- (1) 見出し
 - 1) 見出しの読みの五十音順に排列した。アルファベットで始まるものは末尾にABC順で排列した。
 - 2) 濁音・半濁音は清音扱いとし、ヂ→シ、ヅ→スとした。また拗促音は直音扱いとし、長音（音引き）は無視した。

(2) 収録資料名

各見出しの下は、統計図表が掲載された白書・年鑑等の書名の五十音順・年次順に排列し、収録資料名の小見出しを立てた。

(3) 統計図表

同一の収録資料の下は、資料中の統計図表の掲載順とした。

5. 統計資料の記述

- (1) 統計図表の表題とその図表番号、掲載頁を示した。
- (2) 統計図表に表題がない場合は、収録資料の本文中から主題を表す語句を選んで表題とし、〔 〕で囲んで示した。

6. 収録資料一覧（巻末）

本書に収録した資料名を書名の読みの五十音順に排列し、書名、年次、出版者、出版年月、ISBNを記載した。

目次

【あ】

ウェブ広告 ⇒インターネット広告を見よ	
ウェブサイト	18
ウェブマガジン	18
売上	18
売上原価率	20
売上構成比	20
売上総利益	21
売上高	21
売上高営業利益率	29
売上高総利益率	29
売上高比率	29
売場面積	29
映画(費用)	31
営業外収益	31
アプリ広告	31
営業時間	31
アメリカ合衆国	3
営業費用	31
アルバイト	4
営業用固定資産	32
異業種進出	4
営業利益	32
異業種連携	4
衛星メディア関連広告	32
イギリス(小売関係)	4
駅メディア	33
イタリア(小売売上)	4
欧州	33
移動販売	5
欧州委員会	33
イノベーション	5
大型小売店	33
医療機関(広告)	5
大型店	35
衣料品(販売額)	5
大阪圏	36
衣料用品店	5
大阪府	36
岩手県	5
屋外広告	37
インカムゲイン	5
オーバーチュア	38
飲食業界	5
折込広告	38
飲食店	6
折込広告(閲読)	41
飲食料品(小売関係)	7
折込広告(接触)	43
インターネット	7
折込広告(利用)	43
インターネット広告	7
卸売価格	44
インターネット通販	14
卸売業	45
インターネット販売	15
卸売業(医療用機械器具)	49
インド	16
卸売業(飲食料品)	49
インドネシア(小売売上)	17
卸売業(売上高)	49
インフラ	17
卸売業(金属加工・その他一般機械器具)	49
インプレッション	17
卸売業(仕入)	50
飲料(スーパーマーケット)	17
卸売業(事業所数)	50
卸売業(自動車部品・付属品)	51

卸売業(従業者数)	51	韓国	62
卸売業(商店数)	52	関西地方	62
卸売業(食品)	52	関東地方	66
卸売業(繊維製品)	53	看板 ⇒広告板を見よ	
卸売業(鉄鋼)	53	企業	69
卸売業(電気機械器具)	53	企業系列	70
卸売業(販売額)	53	企業広告	70
卸売業(非鉄金属)	54	企業コミュニティ	70
卸売業(輸送)	54	企業サイト	70
卸売業(IT活用)	54	企業収益	71
卸売業者	55	企業数	71
卸売市場	55	企業ブログ	71
卸売販売額(魚介類)	55	喫煙(飲食店)	71
卸売販売高	55	喫茶店	71
卸売物価	55	客単価	71
卸売物価指数	56	客単価DI	72
卸売物価上昇率	56	キャッシュレス決済	72
オンラインゲーム(広告宣伝費)	56	キャラクター商品	73
オンラインショッピング	57	九州地方	74
オンライン書店	57	給与所得	74
オンライン販売	57	教育プログラム(マーケティング)	75
オンラインモール	57	業況判断DI	75
		競合状況DI	75
		業種別構成比(小売業)	75
		業績(百貨店)	75
		共同化(卸売・小売業)	75
		寄与度分解	75
		キーワード広告	76
		近畿地方	76
		緊急事態宣言	76
		金利負担感(卸売・小売業)	76
		クーポン	76
		熊本県	77
		クリエイティブスコア(Cスコア)	77
		クレジットカード	77
		クロスメディア型広告	77
		グローバル広告	77
		経営	77
		経営指標	78
		経営者	78
		経営状況	78
		景気判断DI	78
		景況	79
		経済効果	79
		経済成長	79
		経済損益	79
		経常利益	79
		経常利益率	80
		環境変化(影響)	62
		海外進出企業	58
		外食業界	58
		外部相談先(卸売業)	58
		買回品	58
		買い物	58
		価格	59
		価格(工業地)	59
		価格高騰	59
		価格変動係数	59
		加工食品(スーパーマーケット等)	59
		菓子(スーパーマーケット)	60
		貸金業(広告)	60
		カタログ	60
		カタログ販売	61
		価値実現	61
		家電量販店	61
		株式公開	61
		過不足感DI	62
		カラオケ	62
		環境対策	62

【か】

◇平均客単価の変化〔小売業〕〔図表Ⅱ-2-49 p185〕

客単価DI

- 『スーパーマーケット白書 2016年版』新日本スーパーマーケット協会 2016.2
 - ◇客単価DIの推移〔図表6-2-13 p64〕
 - ◇景気判断DIと客単価DI〔図表6-2-21 p66〕
- 『スーパーマーケット白書 2019年版』全国スーパーマーケット協会 2019
 - ◇2013年以降のスーパーマーケット総売上高前年同月比(既存店)と客単価DI〔図表1-6 p23〕
- 『スーパーマーケット白書 2022年版』全国スーパーマーケット協会 2022
 - ◇客単価DIの推移〔図表1-13 p21〕
- 『スーパーマーケット白書 2023年版』全国スーパーマーケット協会 2023.2
 - ◇客単価DI〔2022年のスーパーマーケット動向〕〔図表1-10 p20〕
- 『スーパーマーケット白書 2024年版』全国スーパーマーケット協会 2024.2
 - ◇客単価DIと来客数DI〔2023年のスーパーマーケット動向〕〔図表1-9 p21〕

キャッシュレス決済

⇒クレジットカード、スマホ決済、デビットカード、電子マネー、QRコード決済をも見よ

- 『インターネット白書 2022』インプレスR&D 2022.2
 - ◇コンビニにおける月間キャッシュレス支払件数に各手段が占める割合〔資料2-1-6 p71〕
- 『スーパーマーケット白書 2019年版』全国スーパーマーケット協会 2019
 - ◇スーパーマーケットでキャッシュレス決済手段を利用する割合〔図表1-23 p33〕
 - ◇キャッシュレス決済とスーパーマーケット利用店舗の選択〔図表1-24 p33〕
 - ◇買い物時のキャッシュレス決済利用意向〔図表1-25 p33〕
 - ◇スーパーマーケットで導入されているキャッシュレス決済手段(保有店舗別)〔図表1-26 p34〕
 - ◇ポイント還元事業時の店舗選択行動〔図表1-27 p34〕
 - ◇キャッシュレス決済ポイントとポイントカードの選択〔図表1-29 p35〕
- 『スーパーマーケット白書 2022年版』全国スーパーマーケット協会 2022
 - ◇キャッシュレス決済導入のメリット(21年8月時点)〔図表1-29 p40〕
 - ◇貴社はキャッシュレス・消費者還元事業(2019年10月～2020年6月実施)に参加しましたか。(単一回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q1 p121〕
 - ◇現在(2021年6月時点)、貴社で導入しているキャッシュレス決済の種類をすべてお答えください。(複数回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q2 p121〕
 - ◇会計時に消費者が以下の決済手段を利用する割合はおよそ何%ですか。貴社全体の20年6月時点と21年6月の割合を0～100までの数字でお答えください。(数字回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q3 p122〕
 - ◇キャッシュレス決済を導入していることで、貴社にとってメリットとデメリットはどちらが大きいかと感じていますか。もっとも当てはまるものをお答えください。(単一回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q4 p122〕
 - ◇今後のキャッシュレス決済比率(売上全体に対するキャッシュレス決済の割合)について、貴社のお考えに最も近いものをお答えください。(単一回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q5 p123〕
 - ◇現在の決済手数料は、貴社で想定している手数料率の上限(Q10)でお答えいただいた割

- 合)に比べてどうですか。当てはまるものをお答えください。(単一回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q11 p126〕
- ◇「自社のみで利用できるキャッシュレス決済手段」の導入または検討を行っていますか。(単一回答)〔スーパーマーケットにおける「キャッシュレス決済に関する実態調査(2021年実施)」結果概要〕〔資料8 Q14 p127〕
- 『スーパーマーケット白書 2023年版』全国スーパーマーケット協会 2023.2
 - ◇キャッシュレス決済比率の推移〔スーパーマーケット〕〔図表1 p10〕
 - ◇キャッシュレス決済導入のメリットとデメリットの比較〔スーパーマーケット〕〔図表2 p11〕
 - ◇キャッシュレス決済導入のメリット〔スーパーマーケット〕〔図表3 p11〕
 - ◇キャッシュレス決済導入のデメリット〔スーパーマーケット〕〔図表4 p11〕
 - ◇想定している上限と比較した現在の決済手数料〔スーパーマーケット/キャッシュレス決済〕〔図表5 p12〕
 - ◇今後の決済比率に対する意向〔スーパーマーケット/キャッシュレス決済〕〔図表6 p12〕
- 『スーパーマーケット白書 2024年版』全国スーパーマーケット協会 2024.2
 - ◇キャッシュレス決済の導入率と内訳〔スーパーマーケット〕〔図表2-19 p51〕
 - ◇キャッシュレス決済導入のメリットとデメリット、どちらが大きいか〔スーパーマーケット〕〔図表2-21 p53〕
 - ◇今後自社のキャッシュレス決済費率はどのようになるとよいか〔図表2-22 p53〕
 - ◇IRF(インターチェンジフィー)公開に伴い、決済事業者と手数料交渉を行ったか〔図表2-23 p53〕

キャラクター商品

- 『情報メディア白書 2013』ダイヤモンド社 2013.1
 - ◇キャラクター商品小売市場規模〔図表Ⅰ-5-4 p100〕
- 『情報メディア白書 2016』ダイヤモンド社 2016.2
 - ◇キャラクター商品小売市場〔図表Ⅰ-5-25 p114〕
- 『情報メディア白書 2019』ダイヤモンド社 2019.2
 - ◇キャラクター商品小売市場〔図表Ⅰ-5-25 p112〕
- 『情報メディア白書 2022』ダイヤモンド社 2022.3
 - ◇キャラクター商品小売市場〔Ⅰ-5-23 p104〕
- 『情報メディア白書 2023』ダイヤモンド社 2023.2
 - ◇キャラクター商品小売市場〔図表Ⅰ-5-23 p100〕
- 『デジタルコンテンツ白書 2007』デジタルコンテンツ協会 2007.8
 - ◇キャラクター商品小売市場規模推移〔図表5-5-1 p180〕
- 『デジタルコンテンツ白書 2013』デジタルコンテンツ協会 2013.9
 - ◇キャラクター商品の小売市場規模の推移〔図表2-1-26 p43〕
- 『デジタルコンテンツ白書 2016』デジタルコンテンツ協会 2016.9
 - ◇キャラクター商品の小売市場規模の推移〔図表2-1-25 p49〕
- 『デジタルコンテンツ白書 2019』デジタルコンテンツ協会 2019.9
 - ◇キャラクター商品の小売市場規模の推移〔図表2-1-25 p48〕
- 『デジタルコンテンツ白書 2022』デジタルコンテンツ協会 2022.9
 - ◇キャラクター商品の小売市場規模の推移〔図表2-25 p48～49〕

◇英国の小売販売及び物価の推移 [第1-2-2-27図 p76]

物流コスト(卸売業)

『東京の中小企業の現状(流通産業編) 平成29年度』東京都産業労働局 2018.3

◇物流コストの割合(卸売業) [図表Ⅲ-2-1 p247]

不当表示(広告)

『消費者白書 平成28年版』勝美印刷 2016.6

◇不当表示の広告調査 [p57]

不当廉売

『独占禁止白書 平成16年版』公正取引協会 2004.11

◇小売業における不当廉売事案における迅速処理の状況 [第1-2表 p26]

◇小売業における不当廉売の注意件数(平成15年度) [第1表 p264]

『独占禁止白書 平成19年版』公正取引協会 2007.10

◇平成18年度における小売業における不当廉売の注意件数 [第1表 p220]

『独占禁止白書 平成30年版』公正取引協会 2018.1

◇平成30年度における小売業に係る不当廉売事案の注意件数(迅速処理によるもの) [第1表 p248]

『独占禁止白書 令和3年版』公正取引協会 2022.1

◇令和2年度における小売業に係る不当廉売事案の注意件数(迅速処理によるもの) [第1表 p298]

『独占禁止白書 令和4年版』公正取引協会 2022.12

◇申告件数の推移[小売業に係る不当廉売事案/それ以外の事案] [第4図 p26]

◇令和3年度における小売業に係る不当廉売事案の注意件数(迅速処理によるもの) [第1表 p114]

『独占禁止白書 令和5年版』公正取引協会 2023.12

◇申告件数の推移[小売業に係る不当廉売事案/それ以外の事案] [第3図 p27]

◇令和4年度における小売業に係る不当廉売事案の注意件数(迅速処理によるもの) [第1表 p108]

プライベートブランド ⇒PB商品 を見よ

ブラジル(小売売上)

『通商白書 2013』勝美印刷 2013.8

◇自動車の販売台数推移(左)小売売上高の伸び(前年同月比)(右) [第Ⅲ-2-4-35図 p268]

『通商白書 2019』勝美印刷 2019.10

◇ブラジルの小売り売上高伸び率の推移 [第Ⅰ-3-5-15図 p88]

フランス(小売売上)

『世界経済の潮流 2013年Ⅰ』日経印刷 2013.6

◇フランスの小売売上と新車登録台数 [第1-4-19図 p84]

ブランディング

『広告白書 2019年度版』日経広告研究所 2019.7

◇ブランドマネージャー制の採用[組織・活動・広告調査] [p207]

◇企業ブランディング(企業ブランドの構築や維持、拡張など)の目的(複数回答) [p213]

◇企業ブランディングで重視すること(複数回答) [p213]

◇企業ブランディングを重視しているか(複数回答) [p213]

◇広告活動の長期的ブランディングと短期的販促活動の比重(複数回答) [p214]

『広告白書 2020年度版』日経広告研究所 2020.9

◇ブランドマネージャー制の採用[組織・活動・広告調査] [p207]

◇企業ブランディング(企業ブランドの構築や維持、拡張など)の目的(複数回答) [p213]

◇企業ブランディングで重視すること [p213]

◇企業ブランディングを重視しているか [p213]

◇広告活動の長期的ブランディングと短期的販促活動の比重 [p214]

ブランド

『広告白書 2022年度版』日経広告研究所 2022.8

◇サイトのブランド別訪問者数 [p78]

『独占禁止白書 平成16年版』公正取引協会 2004.11

◇小売業者及び卸売業者が応じたことのある有力ブランドメーカーからの要請(複数回答) [図7 p222]

◇メーカー及び卸売業者が有力な企業ブランドを有する小売業者と取引するメリット(複数回答) [図8 p222]

◇メーカー及び卸売業者が応じたことのある有力な企業ブランドを有している小売業者からの要請(複数回答) [図9 p222]

『ネット広告白書 2010』インプレスR&D 2009.9

◇自然検索と検索連動型広告の表示によるブランド意識の変化 [資料3-2-3 p81]

ブランドセーフティ

『広告主動態調査 2024年版』日経広告研究所 2024.3

◇ブランド毀損の可能性があるサイトへの掲載対策[インターネットと広告宣伝活動] [p17]

『広告白書 2019年度版』日経広告研究所 2019.7

◇ブランドセーフティへの対策 [p39]

◇ブランド毀損の可能性があるサイトへの掲載対策(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略/広告] [p212]

『広告白書 2020年度版』日経広告研究所 2020.9

◇ブランド毀損の可能性があるサイトへの掲載対策[インターネットとマーケティング戦略/広告] [p212]

フリーダイヤル

『情報メディア白書 2013』ダイヤモンド社 2013.1

◇フリーダイヤル平均回線数(JADMA会員社)[図表Ⅰ-14-17 p205]

フリーペーパー

『広告白書 2007』日経広告研究所 2007.7

◇主な広告の種類[フリーペーパー、フリーマガジン] [p21]

◇発行頻度[フリーペーパー、フリーマガジン] [p21]

『広告白書 2010』日経広告研究所 2010.7

◇フリーペーパー・マガジン広告費と伸び率 [p55]

『広告白書 2013』日経広告研究所 2013.7

◇フリーペーパー・マガジン広告費と伸び率 [p77]

『広告白書 2016』日経広告研究所 2016.7

◇フリーペーパー・マガジン広告費と伸び率 [p98]

- 【広告白書 2007】日経広告研究所 2007.7
 ◇World's Top25 Marketing Organizations [15 p207]

マーケティング戦略

- 【ケータイ白書 2007】インプレスR&D 2006.12
 ◇モバイルウェブサイトのターゲット(複数回答) [資料3-7-23 p233]
 ◇モバイルウェブサイトで実施しているアクセス誘導対策(複数回答) [資料3-7-38 p240]
- 【広告主動態調査 2024年版】日経広告研究所 2024.3
 ◇新しいコミュニケーション手法の採用の有無[連動させるコミュニケーション/インターネットと広告宣伝活動] [p15]
 ◇広告・コミュニケーション活動で重視するポイント [p22]
- 【広告白書 2007】日経広告研究所 2007.7
 ◇キャンペーンで組み合わせた媒体、中核に据えた媒体 [p223]
 ◇目標達成のために最も重視した媒体 [p227]
- 【広告白書 2019年度版】日経広告研究所 2019.7
 ◇マーケティング活動で重点を置くインターネット分野・今後強化したい分野(複数回答) [インターネットとマーケティング戦略] [p210]
 ◇インターネットの利用目的(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p211]
 ◇デジタルマーケティング専門担当の有無[インターネットとマーケティング戦略] [p211]
 ◇情報利用するソーシャルメディア、広告利用するソーシャルメディア(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p211]
 ◇インターネット関連の担当範囲(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p212]
 ◇デジタルマーケティングの外部機関への発注[インターネットとマーケティング戦略] [p212]
- 【広告白書 2020年度版】日経広告研究所 2020.9
 ◇最近行った、または今後行うコミュニケーション[マーケティング戦略] [p18]
 ◇広告メディアとして利用するソーシャルメディア [p20]
 ◇インターネットの利用目的(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p209]
 ◇マーケティング活動で重点を置くインターネット分野・今後強化したい分野(複数回答) [インターネットとマーケティング戦略] [p209]
 ◇最近行った、または今後行う予定のあるコミュニケーションテーマ(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p210]
 ◇情報利用するソーシャルメディア、広告利用するソーシャルメディア(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p210]
 ◇新しいコミュニケーション手法の実施の有無(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p210]
 ◇デジタルメディアを使う目的(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p211]
 ◇広告メディアとして利用しているSNSの目的(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p212]
- 【広告白書 2021年度版】日経広告研究所 2021.8
 ◇最近行った、あるいは今後行う予定があるコミュニケーションテーマ[マーケティング戦略] [p14]
 ◇最近行った、今後行う予定がある企業の広告目標[マーケティング戦略] [p15]
 ◇利用しているソーシャルメディア[広告主企業] [p17]
- 【通商白書 2010】日経印刷 2010.7
 ◇新興国市場開拓に向け販売・マーケティングで重視する戦略(対民間事業者向け、対個人消費者向け別) [第3-2-1-32図 p308]

マーケティング予算

- 【広告白書 2020年度版】日経広告研究所 2020.9
 ◇予算の出所(複数回答)[インターネットとマーケティング戦略] [p210]
- 【ソーシャルメディア白書 2012】翔泳社 2012.2
 ◇ソーシャルメディアマーケティングの年間予算(活用度別) [4-1-62 p230]
 ◇ソーシャルメディアマーケティングの年間予算(活用満足度別) [4-1-63 p230]
 ◇今後のソーシャルメディアマーケティングの予算増加意向(活用度別) [4-1-64 p231]
 ◇今後のソーシャルメディアマーケティングの予算増加意向(活用満足度別) [4-1-65 p231]

マージン率

- 【物価レポート '97】経済企画協会 1997.10
 ◇家電小売業のマージン率、売上高営業利益率、販売管理費比率の推移—(1)新興家電量販店 [図表3-2-1 p50]
 ◇家電小売業のマージン率、売上高営業利益率、販売管理費比率の推移—(2)家電量販店上位10社 [図表3-2-1 p50]
 ◇家電小売業のマージン率、売上高営業利益率、販売管理費比率の推移—(3)中小電器店 [図表3-2-1 p50]

マスコミ4媒体

- ⇒新聞広告、雑誌広告、テレビ広告、ラジオ広告をも見よ
- 【観光ビジネス未来白書 2010年版】同友館 2010.3
 ◇マスコミ4媒体広告費 [p168]
- 【広告白書 平成9年版】日経広告研究所 1997.7
 ◇平成8年業種別広告費(マスコミ4媒体広告費) [表1-2 p20]
- 【広告白書 平成16年版】日経広告研究所 2004.7
 ◇2003年(平成15年)業種別広告費(マスコミ4媒体広告費) [表1-2 p21]
 ◇4媒体業種別広告量 [資料5-1 p228]
- 【広告白書 2007】日経広告研究所 2007.7
 ◇2006年(平成18年)業種別広告費(マスコミ4媒体広告費) [p50]
 ◇業種別広告費(2000年～2006年)(マスコミ4媒体広告費) [資料3-4 p176]
 ◇4媒体業種別広告量 [資料4-1 p179]
- 【広告白書 2010】日経広告研究所 2010.7
 ◇マスコミ4媒体広告売上高とそれ以外の伸び率 [p11]
 ◇2009年業種別広告費(マスコミ4媒体広告費) [p72]
 ◇4媒体業種別広告量 [資料4-1 p186]
- 【広告白書 2013】日経広告研究所 2013.7
 ◇2012年業種別広告費(マスコミ4媒体広告費の内訳) [p22]
 ◇4媒体業種別広告量 [資料4-1 p181]
- 【広告白書 2016】日経広告研究所 2016.7
 ◇2015年業種別広告費(マスコミ4媒体広告費の内訳) [p13]
 ◇4媒体業種別広告量 [資料4-1 p211]
- 【広告白書 2019年度版】日経広告研究所 2019.7
 ◇4媒体業種別広告量 [資料4-1 p163]
- 【広告白書 2020年度版】日経広告研究所 2020.9
 ◇マス4媒体由来のデジタル広告費の内訳 [p59]
 ◇4媒体業種別広告量[マスコミ4媒体] [資料4-1 p163]

【あ】

- 『医療経営白書 2013年度版』日本医療企画 2013.10 ISBN978-4-86439-192-4
『医療白書 1997年版』日本医療企画 1997.10 ISBN4-89041-340-5
『インターネット白書 2004』インプレス ネットビジネスカンパニー 2004.7
ISBN4-8443-1948-5
『インターネット白書 2007』インプレスR&D 2007.7 ISBN4-8443-2410-2
『インターネット白書 2010』インプレスジャパン 2010.6 ISBN4-8443-2878-0
『インターネット白書 2012』インプレスジャパン 2012.7 ISBN978-4-8443-3230-5
『インターネット白書 2016』インプレスR&D 2016.2 ISBN978-4-8443-9718-2
『インターネット白書 2019』インプレスR&D 2019.1 ISBN978-4-8443-9686-4
『インターネット白書 2022』インプレスR&D 2022.2 ISBN978-4-295-60074-9
『インターネット白書 2023』インプレスNext Publishing 2023.2 ISBN978-4-295-60186-9
『インターネット白書 2024』インプレスNext Publishing 2024.2 ISBN978-4-295-60252-1
『エネルギー白書 2022年版』日経印刷 2022.7 ISBN978-4-86579-324-6
『大阪経済・労働白書 平成16年版』大阪能率協会 2004.10
『大阪経済・労働白書 平成19年版』大阪府立産業開発研究所, 大阪府商工労働部雇用推進室
労政課 2007.9
『大阪経済・労働白書 平成21年版』大阪府立産業開発研究所, 大阪府商工労働部雇用推進室
労政課 2010.3

【か】

- 『海外労働白書 平成9年版』日本労働研究機構 1997.6 ISBN4-538-46072-9
『貸金業白書 平成8年版』全国貸金業協会連合会 1997.3
『過疎対策データブックー平成14年度過疎対策の現況 (平成16年1月)』丸井工文社 2004.1
ISBN4-88650-010-2
『過疎対策データブックー平成17年度過疎対策の現況 (平成18年12月)』丸井工文社 2007.1
ISBN978-4-88650-020-5
『過疎対策データブックー平成19年度過疎対策の現況 (平成22年2月)』丸井工文社 2010.3
ISBN978-4-88650-022-9
『過疎対策の現況 平成8年度版』丸井工文社 1997.8
『過労死等防止対策白書 令和元年版』勝美印刷 2019.10 ISBN978-4-909946-07-2
『観光白書 平成28年版』昭和情報プロセス 2016.8 ISBN978-4-907343-09-5
『観光白書 令和4年版』昭和情報プロセス 2022.8 ISBN978-4-907343-23-1
『観光ビジネス未来自白書 2010年版』同友館 2010.3 ISBN978-4-496-04641-4
『観光ビジネス未来自白書 2013年版』同友館 2013.4 ISBN978-4-496-04973-6
『観光ビジネス未来自白書 2019年版』同友館 2019.4 ISBN978-4-496-05411-2
『関西活性化白書 2004年版』関西社会経済研究所 2004.5 ISBN4-87769-616-4
『関西経済白書 2007年版』関西社会経済研究所 2007.6 ISBN978-4-87769-631-3
『関西経済白書 2010年版』関西社会経済研究所 2010.9 ISBN978-4-87769-641-2
『関西経済白書 2013年版』アジア太平洋研究所 2013.9 ISBN978-4-87769-655-9

統計図表レファレンス事典

商業・広告・マーケティング

2024年9月25日 第1刷発行

発行者／山下浩

編集・発行／日外アソシエーツ株式会社

〒140-0013 東京都品川区南大井6-16-16 鈴中ビル大森アネックス

電話 (03)3763-5241 (代表) FAX(03)3764-0845

URL <https://www.nichigai.co.jp/>

電算漢字処理／日外アソシエーツ株式会社

印刷・製本／シナノ印刷株式会社

© Nichigai Associates, Inc. 2024

不許複製・禁無断転載

<落丁乱丁本はお取り替えいたします>

<中性紙北越淡クリームキンマリ使用>

ISBN978-4-8169-3023-2

Printed in Japan, 2024

本書はデジタルデータを有償販売しております。
詳細はお問い合わせください。