



あなたの中に未来がある。

JMRA 一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会



JMRA e-mail magazine VOL.37

<特集>

APRC (オンライン・11月12日(木)) 参加レポート

TOPICS

- ・「MR 法務ハンドブック IV」発刊
- ・インターネット調査品質委員会
日本マーケティング学会カンファレンス 2020
ポスターセッションで発表
- ・対面型調査における新型コロナウイルス感染症対策
暫定ガイドラインのご案内



配信日:2020.11.17

一度、落ち着きを見せた新型コロナウイルスですが、寒くなるにつれ、感染の再拡大が懸念されています。この原稿を書いているのは、11月の初旬から中旬に差し掛かった頃ですが、メールの配信時期には、どのようになっているか少し心配です。

海外はさらに大変です。新規感染者の推移は完全な右肩上がり、フランスやイギリス、イタリアをはじめとした欧州各国では、感染拡大で外出に制限がかかるなど、再びコロナ禍が広まりつつある状況です。特に、大統領選挙が行われた米国では、連日感染者数が10万人を超えるなど、大変な事態となっています。

ちなみに、検索サイトで「コロナ 感染者数」で検索すると、さまざまな切り口のデータを閲覧することが可能です。経済指標との相関性を見るグラフなど、なかなか興味深い結果を見ることができますので、気になる方はご覧になってみてはいかがでしょうか。

<JMRA 広報・宣伝委員会>

[>メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

<特集>アジア太平洋地域の年次イベント、APRC 2020

Virtual Conference 開催

アジア太平洋地域の市場調査協会の連合組織である APRC (Asia Pacific Research Committee) の代表者会議 (Summit Meeting) が 11 月 11 日にオンラインで実施され、翌 12 日には大会に相当する Virtual Conference が開催されました。後者は、今年の幹事国である中国 CMRA の年次大会に合わせ、成都市のリアル会場(約 300 名が参加)と各国をオンラインで結んでの、いわゆる「ハイブリッド」方式となりました。

今回の参加国・地域は、日本、中国、韓国、台湾、香港、タイ、マレーシア、オーストラリア、ニュージーランドの 9 カ国(モンゴルは欠席)でした。

> [詳しくはこちら](#)

なお、12 日の Virtual Conference の際に配信トラブルがあり、当日視聴された方にはたいへんご迷惑をおかけいたしました。登録済みの皆さまは、以下の URL からプレゼンテーションの記録(録画: 英語のみ)をご覧ください

> [プレゼンテーションの記録はこちら\(外部サイト:APRC\)](#)



<TOPICS>「MR 法務ハンドブック IV」発刊

コンプライアンス関連の問題や疑問をQ&A形式でまとめています

JMRA コンプライアンス委員会作成の「MR 法務ハンドブック IV」が発刊されました。

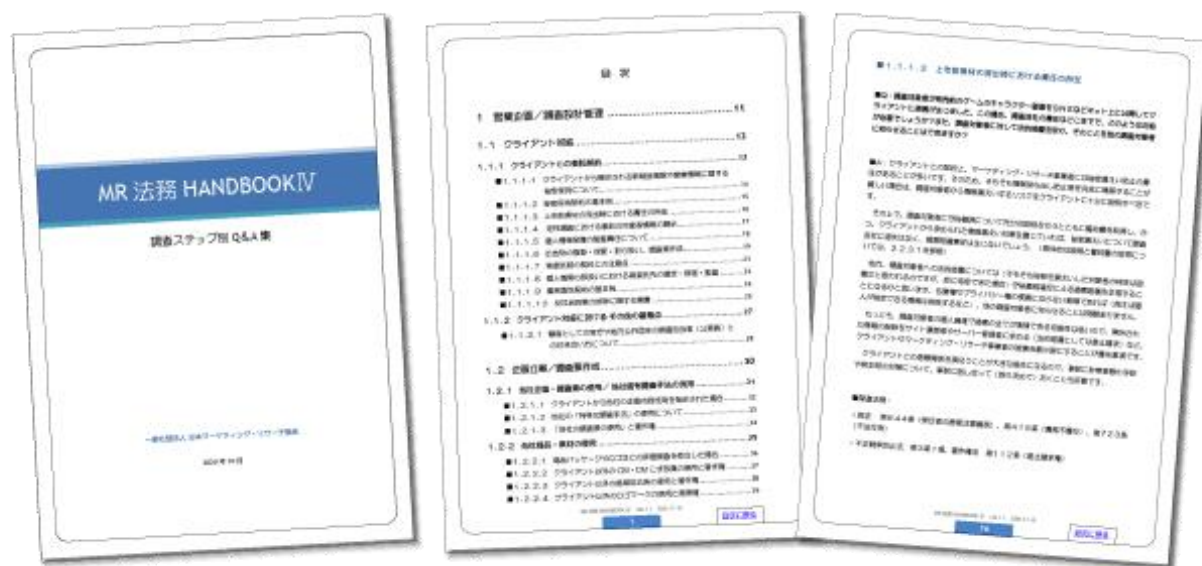
MR 法務ハンドブック IV は、これまでの『MR 法務ハンドブック』を基に、内容を刷新し、利用者の方の利便性および法令改定や手法変遷に対応する各種課題に対し、リアルタイムに追加・修正を行えるように、データ(PDF)として JMRA のホームページに発表することにいたしました。

PDF をご覧いただくには、会員用パスワードのご購入(有料)が必要です。会員用パスワードは

JMRA 事務局までお申し込みください。

下記より、MR 法務ハンドブックⅣのページ見本と質問内容がご覧いただけます。

[> 詳しくはこちら](#)



<TOPICS>インターネット調査品質委員会報告： 日本マーケティング学会カンファレンス 2020 ポスターセッションで発表

インターネット調査品質委員会では、オンライン定性調査の実施方法のガイドライン(仮)の策定に向けた活動を行っています。

まずは、その素案をクライアント関係者が多く参加する「日本マーケティング学会カンファレンス」のポスターセッションで発表し、広く意見を募りました。

[> 詳しくはこちら](#)

<TOPICS>対面型調査における新型コロナウイルス感染症 予防対策暫定ガイドラインのご案内

全国的に新型コロナウイルスの感染者が増え、“第3波”とも言われる状況になりつつあります。JMRAでは、「対面型インタビュー」と「会場テスト(CLT)」について、適切な感染予防策を伴う実査運営の徹底を記載したガイドラインを発表しています。クライアントや調査対象者への説明にご活用ください。

[> 詳しくはこちら](#)

<TOPICS>Global Market Research 2020 レポート【第2回】 新たな領域定義の詳細と期待される「方向転換」

ESOMAR の国際的な業界統計『Global Market Research 2020』が、大きく対象領域の定義を拡大させたことが話題になっています。今回は、その定義の詳細について報告させていただきます。

世界の市場調査業界売上高：2018年
473.6億ドル（約5.2兆円）



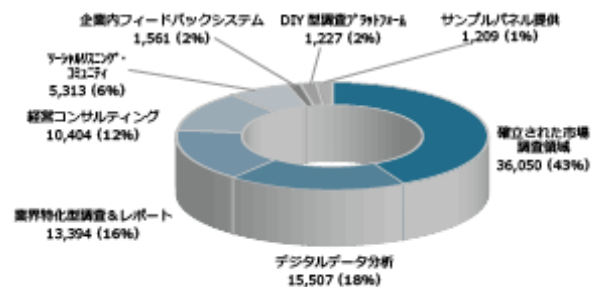
世界のインサイト産業売上高：2019年
899.0億ドル（約9.9兆円）
従来と同様の市場調査売上高：464.7億ドル
追加された調査関連売上高：434.3億ドル

前回お示した新領域の「テクノロジー主導調査」と「レポートング」は、（従来の領域を含めて）さらに詳細な8つのサブセグメントに分類されており、推定された市場規模（シェア）は下図の通りです。

<8つのサブセグメントと推定市場シェア>

1. 確立された市場調査領域 (Established Market Research)	43%
2. デジタルデータ分析 (Digital Data Analytics)	18%
3. 業界特化型調査&レポート (Vertical Reports and Research)	16%
4. 経営コンサルティング (Consulting Firms)	12%
5. ソーシャルリスニング・コミュニティ (Social Listening and Communities)	6%
6. 企業内フィードバックシステム (Enterprise Feedback Systems)	2%
7. DIY型調査プラットフォーム (DIY Research Platforms)	2%
8. サンプルパネル提供 (Sample Panel Providers)	1%

インサイト産業の2019年度売上高 (百万 USD)



さらにご興味のある方は、リンク先の記事を参照ください。

[> 詳しくはこちら](#)

<TOPICS>With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備【第8回】 マーケティング・リサーチ業界のグローバル・トレンド(レイ・ポインター氏の 講演より)後編 「With コロナ時代のマーケティング・リサーチ業界のゆくえ」

世界のリサーチ・インサイト業界トレンドに詳しく、積極的に発信を続ける業界のソートリーダー、レイ・ポインター氏。

9月29日のJMRXで日本に向けてオンラインで行われた講演から、前回に続き、後編「With コロナ時代のマーケティング・リサーチ業界のゆくえ」をお届けします。

今回は、現在のコロナによる状況と世界のマーケティング・リサーチ業界の概況について、また今後のリサーチ・インサイト業界で下火になるものとホットになるものについて紹介しました。

今回はリサーチ・インサイト業界で「今後ホットになるもの」について、それがどのような変化なのか、どのように表れるのかを見ていきます。レイ・ポインター氏からの今後に向けたヒントとアドバイスもあります。前回の記事と合わせて、ぜひご一読ください。

[>後編:With コロナ時代のマーケティング・リサーチ業界のゆくえ](#)

[>前編:コロナによる状況と世界のマーケティング・リサーチ業界](#)



<TOPICS>「ワールド マーケティング サミット (主催:日本マーケティング協会ほか)」開催!

現代マーケティングの父、フィリップ・コトラー氏(ケロッグ経営大学院教授)が発起人となり、日本でも2014年より毎年開催されてきた「ワールド マーケティング サミット(WMS)」ですが、コロナ禍の今年には“Ideas for Critical Times”(危機を乗り越えるためのアイデア)をテーマに、オンライン形式での開催(eWMS)となりました。

経営学の世界的権威を含めた80名のスピーカーにより、世界100カ国以上の視聴者に向けて11月6日~8日に48時間連続で、日本語を含む8か国語への同時通訳付き映像が配信され、ポストコロナ時代のビジネス世界に関するアイデアが共有されました。

コトラー教授の講義(43分)では、国際的なCOVID-19の影響と今後の回復シナリオ、“Marketing 5.0”につながる示唆などが紹介されました。日本からは、高田浩三氏(前ネスレ日本社長)、野中郁次郎氏(一橋大学名誉教授)が登壇されています。

また、11日には、日本の実行委員会の方々による座談会が開催され、今回のeWMSのポイント解説と、見どころの紹介が行われました。

詳細につきましては、11月15日からの1カ月間にわたってアーカイブ映像を視聴できます(今からでもお申込みいただけます)ので、ご興味のある方はぜひご検討ください(JMRA 会員価格:10,000円+消費税)。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:「ワールド マーケティング サミット オンライン」\)](#)

※)公益社団法人 日本マーケティング協会(JMA)様のご好意により、JMRA 会員にも優待価格を適用していただきました。この場をお借りして深謝申し上げます。



＜不定期連載＞『新しい生活様式』を考える ～オンライン・コミュニケーションを探る～【第2回】

「オンラインでのコミュニケーションの在り方」の第2回目は、JMRA コンプライアンス委員の小笠原宏通氏からご紹介いただいた、株式会社博報堂コンサルティングのレポートです。コロナ下での働き方の変化により、従業員の意識と態度は、“見えないところ”で着実に変容しています。「帰属意識の低下」や「働き方失調」への打ち手とは？ 解決策の提案も示されています。

[＞詳しくはこちら\(外部サイト:博報堂コンサルティング\)](#)

ヒューマンリソース部署必見！ ＜TOPICS＞セミナーのお知らせ

『市場調査のプロジェクト・ マネージャー育成セミナー』

2020年12月2日(水) 15:00～17:00 「中堅リサーチャー育成講座」パイロット事業 第1弾

●市場調査のプロジェクト・マネージャー育成セミナー(オンライン講座)

JMRA では「中堅リサーチャー育成講座」立ち上げの準備を進めています。基本コンセプトは「世界に学び、大学院 MBA コースなど近接領域の成果に学び、必要スキルの拡張を図る」ことです。

このたび、そのパイロット事業の第一弾として、標記セミナーを With (Post) コロナ時代に即したオンライン方式にて開催いたします。

営業企画部署の中堅リサーチャーの方、教育・人材育成担当の方はもちろん、学ぶ意欲のある方はどなたでも大歓迎です。こぞってご参加ください。

・日程:2020年12月2日(水) 15:00～17:00

[＞詳しくはこちら](#)

定性リサーチャー オンライン交流会

2021年1月8日(金) 16:00～18:00

●定性リサーチャー オンライン交流会

定性リサーチャー オンライン交流会に参加しませんか。

テーマはコロナ禍における「オンライン定性」「リアル定性」。

定性リサーチを実践する皆さまのネットワーキングと学び合いの場を目指し、交流会を企画しました。第1回はコロナ禍におけるオンライン、リアルの各インタビュー実施の課題と工夫がテーマです。

《スピーカーセッション＋ディスカッションセッションの2部構成》

スピーカーからの問題提起を共有し、続いて参加者同士でディスカッション。

オンライン定性は技術面だけでなく質の観点からも、またリアル定性は安全対策と質の確保の両立など、現場での悩みや工夫を語り合しましょう。

・日程:2021年1月8日(金) 16:00～18:00

[>詳しくはこちら](#)



定性調査 分析力養成講座

2021年1月13日(水)・20日(水)・27日(水)・28日(木)

●定性調査 分析力養成講座(オンライン講座)

定性データを読み解き、何を意味するのかを見つけ出し、クライアントにとって有用なアクションに繋がる情報へと整理していくことが、「定性調査の分析」です。

本講座では、このプロセスを講師と一緒に体験していきます。

・日程:2021年1月13日(水)・20日(水)・27日(水)・28日(木)

[>詳しくはこちら](#)

<連載>ズームアップ！わが社のリサーチャー

毎回、各社の中堅リサーチャーが「実名？」で語るこのコーナー。

「リサーチャーとして成長した時」「今だから言える失敗談」を語ります。

「リサーチャーとしての悩み」は、若いリサーチャーの皆さんの参考になると思います。

第27回目は、エイジスリサーチ・アンド・コンサルティング株式会社のS.O.さんです。

[>詳しくはこちら](#)

27 Researcher



お名前	S.O.
性別	男
星座	さそり座
会社	エイジスリサーチ・アンド・コンサルティング株式会社
経験年数	約14年
好きな食べ物	ピュッフスタイル
座右の銘	部分最適から全体最適へ
もし生まれ変わるならなりたいたいもの	イルカ、クジラ、シャチ

質問 1

あなたがリサーチャーとして成長を実感したのはどんな時？

小規模な会社ですので、自分の担当する領域が広く取れます。コア業務はミステリーショッパーによるCS調査なのですが、クライアント課題に併せてさまざまな提案ができて導入評価が得られたときには成長を実感します。例えば、自動車メーカーへのマーケティング領域調査、小売業の店頭調査、販売現場のプロモーション×商品調査、従業員へのES調査、地方自治体の観光振興実態調査、官公庁の企画調査、というように、対象も調査種類の幅が広がりました。

<What's happened?> おすすめ記事をピックアップしてご紹介

広告・マーケティングの最新動向がわかるマーケター向け専門メディア「MarkeZine」から、おすすめ記事をピックアップしてご紹介いたします。

- 【カタカナだらけ】デジタルマーケティング用語クイズ、全部答えられるかな？
「ゼロパーティデータ」の説明で正しいのはどれ？

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

- ポスト Cookie 時代に重要となる、5つのソリューションとは？
サイト横断のターゲティング、計測に必要な共通 ID ソリューション

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

<お知らせ>

●クロス・マーケティング、日本マーケティング学会にて三冠達成

10月18日(日)に、日本マーケティング学会が開催した研究発表大会「マーケティングカンファレンス2020」において、株式会社クロス・マーケティングの実施した研究が「ベストオーラルペーパー賞」(1本)、「ベストポスター賞」(2本)の3つ同時受賞するという、三冠を達成しました。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:クロス・マーケティング\)](#)



JMRA メルマガ 37号をお届けしました。

「37」といえば、日本人の平熱は約37℃(※)

今年は、この温度に多くの方が敏感になったと思います。

筆者はもともと平熱が高いので、体温はあまり気にしていなかったのですが、さすがに夏場に「37度4分」の熱が出たときは、焦りました。

幸いそのときは、熱中症の診断でしたが、予備の体温計を仕入れに近隣の薬局を探し回ったのですが、どこもとうに売り切れ状態。

近年は、平熱が36.0度以下という「低体温症」が問題になっている中、新型コロナの拡大で、いやでも、体温への意識は高まりますね。

基礎代謝を上げて、免疫力UPに努めます。

※「テルモ体温研究所」の資料を参考にしました。

◆このメールはメルマガをご登録された方に配信しています。

◆配信停止を希望される方は下記よりお願いいたします。

<http://www.jmra-net.or.jp/mailnews/>

◆このメールは送信用アドレスから配信しているため、ご返信いただいてもお答えできませんのでご了承ください。

◆プライバシーポリシー

<http://www.jmra-net.or.jp/privacypolicy/>

◆配信元:

.....あなたの中に未来がある。.....

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

〒101-0044

東京都千代田区鍛冶町 1-9-9 石川LKビル 2階

<http://www.jmra-net.or.jp/>

office@jmra-net.or.jp