



## <特集>

### 案件数は増えるが内製化が進み、調査予算は伸び悩む!? 第2回ESOMAR Client Survey結果(続)

#### TOPICS

- ・第1期「マネージャー育成講座」開催報告、第2期のご案内
- ・With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第17回)  
「変貌するマーケットリサーチ」論



配信日 : 2021.8.17

猛暑が続いております。皆様お元気でお過ごしでしょうか。

地球温暖化が進む中、世界各国で異常気象が散見されるようになりました。8月9日に、国連の気象変動に関する政府間パネル(IPCC)は「2021~2040年の間に、世界の気温上昇は1.5度に達する」と報告しています。そして「温暖化を抑えるためには、50年後の二酸化炭素排出量を実質ゼロにする必要がある」と警鐘を鳴らしています。

一個人として温暖化の加速を鈍らせるために何ができるのかと考えましたが、まったく思い浮かびません。せいぜい「ガソリン自動車を電気自動車へ買い替える」くらいでした。自然災害が身近に起きる前に「環境にやさしいこと」を日頃意識するように心がけたいです。

<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> 案件数は増えるが内製化が進み、調査予算は伸び悩む!?

### 第 2 回 ESOMAR Client Survey 結果(続)

先月のメルマガで、2 回目の ESOMAR Client Survey(顧客調査)結果の概要をご紹介しました。今回はその日本語訳のご案内と、日本市場の特徴についてコメントさせていただきます。

#### [第 2 回顧客調査結果のポイント]

調査プロジェクトの内製化率はさらに拡大し、(前回の 40%から)約 50%に至っている。また、今後も増加することが見込まれている。

ただし、今回国別の集計が可能となった 8 カ国(アメリカ、ドイツ、イギリス、アイルランド、カナダ、日本、オーストラリア、ポーランド)の中で、日本の内製化率は 34%と最も低くなっており、今後内製化が増える(全体は 51%)とみている率も 24%と低く、同じ(54%)との見立てが多い。日本での変化は相対的に緩やかなものになる可能性がある。

調査プロジェクト数も増加しており、将来的にさらに増加するとみられている。ただし、内製化の影響などにより、それに伴って調査予算が伸びるとは限らない。クライアントごとの増減の結果、全体としては拡大するとみられているが、個別のバラツキが大きくなると見込まれる。

2021 年の調査予算増減率が前期比でマイナス(増加-減少の値)となったのは、8 カ国中で日本(-24%)とイギリス(-8%)のみであり、2022 年の増減予測でも日本の期待値(+9%)は最も低くなっている。国際的なコロナ後の経済復調の波に乗り遅れる懸念がうかがえる。

日本と他国とのより詳細な比較は、次回にご紹介させていただきます。

[> 第 2 回顧客調査結果の日本語版はこちら\(PDF:1.3MB\)](#)

[> 英文レポートはこちら\(外部サイト:ESOMAR\)](#)

**ESOMAR**

Users & Buyers Global  
Insights Study 2021

Report Author: Ray Poynter

## <TOPICS>With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第17回)

### 「変貌するマーケットリサーチ」論

今回は、レイ・ポインターさんのマーケットリサーチ論(International Journal of Market Research2021 に掲載)許可をいただいて翻訳したものをご紹介します。昨今の業界変化、今後の動向について、みなさんで改めて考えてみる機会になればと思います。

[>詳しくはこちら](#)



## <TOPICS>リサーチャーにもマネジメント視点を！

### 第1期「マネージャー育成講座」開催報告

JMRA では、業界の次代を担うリサーチ・マネージャーの育成を目標として、新たな教育研修体系の一環となる「マネージャー育成講座」をスタートさせ、この7月末に第1期のプログラム(全5回×各4.5時間のカリキュラム)を修了しました。

従来の研修は、どちらかといえばスペシャリストの養成を目指したりサーチ関連の専門知識やスキルを学ぶものが中心でしたが、調査会社および業界の発展のためには、経営面で車の両輪となるビジネスやマネジメント関連の知識を習得した人材も合わせて必要になるとの問題意識に基づき、開講されたものです。

[>詳しくはこちら](#)

[>第2期 マネージャー育成講座\(オンライン講座\)のご案内はこちら](#)



## <TOPICS>トピックスセミナー開催報告

### 「第2回 マーケティング・リサーチ活用事例セミナー」

7月27日(火)に、「JMRA トピックスセミナー 第2回マーケティング・リサーチ活用セミナー ～データを元にしたターゲットの“こころ”のつかみと活用～」をオンラインで開催しました。

リサーチ業務を発注する事業会社がりサーチデータをどのように活用して、マーケティングに繋げているかの実例を紹介していただき、データを提供する側のレベルアップのための参考情報とすることを目的として、株式会社 ディー・エヌ・エー ライブストリーミング事業本部 リサーチ責任者の大道あゆみ氏と、株式会社 ファミリーマート マーケティング本部 販促・業務改革グループチームリーダーの根岸文枝氏をお招きし、講演とパネルディスカッションをいただきました。

[>詳しくはこちら](#)

#### 第2回マーケティング・リサーチ 活用事例セミナー

### データを元にしたターゲットの

zoom  
ウェビナー  
を使用



大道 あゆみ氏

株式会社ディー・エヌ・エー  
ライブストリーミング事業本部 リサーチ責任者

## “こころ” のつかみと活用

DeNA FamilyMart



根岸 文枝氏

株式会社ファミリーマート  
マーケティング本部 販促・業務改革グループ チームリーダー

2021年7月27日(火) 14:30~17:00

参加料: 会員 5,500円(税込)  
一般 8,800円(税込)

主催: 主催 一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会

## <TOPICS>SDGs と市場調査会社との関わりを再認識

### JMRA オンライン・ミニ・カンファレンス 2020 の発表より

今夏開催されたオリンピックにおいて「SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)」がコンセプトに含まれ、改めてその取り組みが注目されています。

JMRA においても、市場調査業界との関わりについて、昨年のオンライン・ミニ・カンファレンスで取り上げさせていただきました。市場調査会社はどのように向き合うべきか、発表を宮寺ウェブ・メルマガ分科会委員長が振り返ります。

[>レポートはこちら](#)

[>講演の動画はこちら\(外部サイト:YouTube\)](#)

ヒューマンリソース部署必見！

<TOPICS>セミナーのお知らせ



日本マーケティング・リサーチ協会 トピックスセミナー分科会主催セミナー

## イノベーションと市場調査 ：実験的調査の可能性

～全集中の短期ゼミ！あなたの考える  
「イノベーションに貢献する調査」とは？～

講師 宮尾 学 先生（神戸大学大学院経営学研究科准教授）

日時：2021年9月15日（水）  
会場：Zoom ミーティング

●「イノベーションと市場調査：実験的調査の可能性」～全集中の短期ゼミ！あなたの考える「イノベーションに貢献する調査」とは？～（オンラインセミナー）

企業がイノベーションを実現するためには、実験が不可欠です。特に近年、マーケターが現場に介入し、様々な試行と評価を繰り返す実験的な調査が注目を集めています。

今回のセミナーでは、革新的な製品の開発を実現するためのポイントを学んだ上で、実際に実験的な調査に取り組んでいる企業（JR 西日本とソフトバンク・ロボティクス）の事例を検討します。

生活者に新たな価値を提供するイノベーションのために、市場調査は何ができるのか？ 座学だけでなく、参加者と討議するスタイルのセミナーです。

・日程：2021年9月15日（水）13:30～16:30

[>詳しくはこちら](#)

## 『マネージャー育成講座』

主なテーマ：

事業(営業)戦略 / プロジェクト・マネジメント / Webマーケティングなど

2021年10月開講

### ●第2期 マネージャー育成講座(オンライン講座)

JMRAの「第2期 マネージャー育成講座」を10月～11月に開講します。

「若手のリサーチ・マネージャー & マネージャー候補生」を主たる対象とした計5回のコースで、会社／業界の将来を担うための経営やマーケティング分野の基礎知識を身につけるとともに、クライアントと対等に接するために必要な素養を学んでいただくことを目指します。

(1)オンライン形式で、(2)講義とグループワークを中心に据え、(3)リサーチ＋業界周辺領域の知見を学ぶ、少数精鋭の研修講座となります。

・日程：2021年10月6日(水)・13日(水)・27日(水)・11月10日(水)・24日(水) 各13:00～17:30

[>詳しくはこちら](#)



## 定性調査がわかる基礎講座

2021年10月28日(木)・29日(金)

### ●定性調査がわかる基礎講座(オンライン講座) ※春期と同内容の講座を開講します

実務経験豊富な講師陣が、定性調査の魅力と基礎知識をぎゅっと凝縮してお伝えします。

これから定性調査に取り組もうという方、定性調査プロジェクトを進める上でのビギナーやアシスタントの役割を担う方にご参加いただきたいオンライン講座です。

定性調査の醍醐味、定量との本質的な違い、また、実務の流れや設計や運営にあたり理解しておきたいことなどを、講義・演習・Q&Aで、体感的に学べます。

・日程：2021年10月28日(木)・29日(金)15:00～17:30

[>詳しくはこちら](#)

新入社員・新人社員のための

## マーケティング・リサーチ入門講座



### ●新入社員・新人社員のためのマーケティング・リサーチ入門講座 ～9月開講

(ビデオ・オン・デマンド講座)

好評につき、5月～6月に配信したビデオ・オン・デマンド方式の「新入社員・新人社員のためのマーケティ

ング・リサーチ入門講座」を9月にも開講いたします。

リサーチ会社やクライアントのリサーチ部門の新入社員、人事異動により初めてマーケティング・リサーチに触れる方を対象としています。視聴期間終了後には担当講師による「フォローアップ講習(オンライン)」も開設し、ビデオでは伝えきれなかった項目の追加説明や受講者との質疑応答も行います。

春に参加できなかった新人の方は、ぜひ、ご参加をご検討ください。

- ・視聴期間:2021年9月21日(火)10:00~10月20日(水)17:00 まで
- ・フォローアップ講習:2021年11月2日(火)を予定(Zoomミーティング形式)
- ・申込受付開始:8月下旬を予定

詳細は追って、JMRA のホームページでお伝えします。



●マーケティング・リサーチ基礎講座 ~11月開講(予定) (ビデオ・オン・デマンド講座)

昨年度中止となった「マーケティング・リサーチ基礎講座」をビデオ・オン・デマンド方式で、11月に開講する予定です。

「基礎講座」となっていますが、リサーチの実務経験 2~3 年程度の方々を対象に、これまでのリサーチ経験を整理・修正し、これからの実務上の工夫の土台となる「調査法・分析法の基礎理論」の習得を目的とする、かなり深い内容となります。

ツールを利用するだけでなく基本概念からの会得を志向する方はぜひ、ご参加ください。

- ・視聴期間:2021年11月一杯を予定
- ・フォローアップ講習:2021年12月を予定(Zoomミーティング形式)
- ・申込受付開始:9月下旬を予定

詳細は追って、JMRA のホームページでお伝えします。

## <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？」で登場。

「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36回目は、株式会社マーケティングアンドアソシエイツのA.K.さんです。

>詳しくはこちら

### 36 Researcher



お名前	A.K.
性別	女
星座	みずがめ座
会社	株式会社マーケティングアンドアソシエイツ
経験年数	6年
好きな食べ物	焼肉
座右の銘	温良恭儉
もし生まれ変わるならなりたいたいもの	ラッコ

#### 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？

転職されたお客様から、転職先からも自分宛に連絡をもらい、仕事の依頼をいただけた時です。  
これまで自分がやってきたことが間違っていなかった、きちんとお客様のお役に立てていた、という実感でき、とても嬉しかったと同時に自分自身の成長を感じました。

#### 質問2 今だから言える失敗談

リサーチャーになりたての頃は、自分

スケジュールよりも納品サ



## <お知らせ>

### ●JMRA 後援イベントのご案内

JMRA では、市場調査業界のドメイン拡張と関連業界とのコラボ促進を目指して、「HMIC カンファレンス」を後援します。こちらのイベントは、医療領域の事業会社と市場調査会社の連携によるカンファレンスで、今回のテーマは「変化の時代のインサイトワークの”今” クロスオーバー進む医療・ヘルスケア業界でインテリジェンスが貢献できることは？」です。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:HMIC オンラインカンファレンス 2021\)](#)

### ●新刊のご案内『多重対応分析』

賛助個人会員である大隅昇先生(統計数理研究所名誉教授)が訳された新著が出版されました。先生からの案内文と併せてご紹介いたします。

[大隅昇先生の案内文]

「多重対応分析」ですが、他にあまりない内容なので、訳に挑戦しました。

いわゆる質的データ、とくに選択肢型の質問や人口統計学的(属性情報)からなる調査データの分析に適した手法の 1 つです。多重対応分析について書かれた本は(国内では)少ないので、多少はお役に立つのではないかと考えております。

顧客満足度調査とか一般のアンケートなどで取得したデータの分析に有効ですので、マーケティング・リサーチ関連のデータ分析に有効かと思えます。

書 名:多重対応分析

著 者:Brigitte Le Roux, Henry Rouanet(共著)

訳 者:大隅昇 小野裕亮 鳩真紀子(共訳)

定 価:3,520 円(税込み)

発売日:2021 年 7 月 16 日

出版社:オーム社

本書は、以下の書籍の全訳版です。

Brigitte Le Roux and Henry Rouanet (2010). Multiple Correspondence Analysis, Quantitative Applications in the Social Sciences Series 163, SAGE Publications.

[>詳しくはこちら\(外部サイト:Amazon\)](#)

オーム社サイトから、本書のはじめの方(以下の 16 ページ)が「試し読み」できます。

※内容紹介の部分に「試し読みをする」ボタンがあります

- ・著者について
- ・叢書編集者まえがき
- ・訳者まえがき
- ・目次
- ・第 1 章の一部(1~11 ページまで)

また、電子版(Kindle 版)も近日中に刊行されます。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:オーム社\)](#)



JMRA メルマガ 46 号をお届けしました。

「46」といえば、人類にとって最重要課題である、温室効果ガス削減目標「46%減」。

今年 4 月の気候変動サミットで、日本は 2030 年度の削減量目標値を 2013 年比 46%と設定しました。

歴史上はじめて、温室効果ガス削減の国際的数値目標を定めたのは、1997 年、COP3 においてです。当時、「気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」では、国立環境研究所の森田恒幸先生を中心に、今後 100 年にわたる長期的な世界像を描き、温室効果ガス等の排出シナリオの検討のために膨大なデータ集約作業に取り組んでいました。

それは、気の遠くなるような地道な作業で、そのほんの端の端の端っこのお手伝いをしていた筆者たちには、その時、地球の未来のために身を削るようにして導き出された「1990 年度比 6%減」はとても崇高な数値に映りました。駆け出しの若造たちにさえも、いつも優しくした森田先生はこのあと体を壊し、若くして逝かれてしまいます。

データを扱うものは、いつでもその背景にあるものを見とおし、導出された数値に籠められた意味や重みを「遠望神慮」して語らなければいけないと思います。決して「おぼろげながら浮かんで来たんです。46 という数字が」(4 月 23 日『NEWS23(TBS)』での日本国環境大臣発言)などというものではないのです。

◆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/privercypolicy/>

◆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](mailto:office@jmra-net.or.jp)