



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.47

<特集>

日本ではインサイト提供への期待値がより高い!? 第2回 ESOMAR Client Survey 結果(続々編)

TOPICS

- ・ESOMAR/GRBNがGDPRに対応した新ガイドラインを公開
- ・2021年秋のJMRA教育講座・セミナーをご紹介します
- ・With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第18回)



配信日:2021.9.21

秋と言えば「読書の秋」「芸術の秋」そして「食欲の秋」です。

博報堂生活総合研究所が2年に1回行っている「生活定点調査」

<https://seikatsusoken.jp/teiten/>から、食についての1992年～2020年の結果を見てみました。

「お米を1日に1度は食べないと気が済まない」と回答した割合は2020年は42.8%で、1992年と比べて28.6ポイント、2018年との比較では5.1ポイントダウン、2016年から半数を下回り、未だ下降傾向にあります。

コロナ禍による外食需要の減少もあり、「コメ余り」が深刻です。農林水産省が公表した2020年7月～2021年6月のコメ需要は713万トン(速報値)であり、前年比で22万トンも減少。この10～20万トンの余剰米の行方が気になります。私は毎年農家さんからお米を購入していますが、今年は一袋多く買うことにしました。

<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＞日本ではインサイト提供への期待値がより高い！？

第 2 回 ESOMAR Client Survey 結果(続々編)

前 2 回のメルマガで、ESOMAR Client Survey(顧客調査)結果の概要をご紹介しました。今回はその続々編として、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 回顧客調査結果にみる日本市場の特徴]

1) 日本での内製化率は高くなく、今後の進展も緩やか？

世界と比べて日本の内製化率は 34%と最も低くなっており(全体は 48%)、今後内製化が増えるともっている率も 24%と低く(全体は 51%)、「変わらない(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。

2) 日本の調査予算は他国と比べて伸び悩むかもしれない

コロナ禍中(2020 年→2021 年)でも国際的には調査プロジェクト数が増加し、調査予算も増加したが、2021 年の調査予算増減率を国別にみると、「増加ー減少」の値が日本では 24 ポイントのマイナスとなっている(他の減少国はイギリスの-8 のみ)。2022 年の増減予測でも日本の期待値(+9)は最も低く、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。

3) インサイト組織への期待は「インサイトの提供」と「変化の促進」

他国と比べ、日本のクライアント内のインサイト組織は、「データではなくインサイトの提供」と「変化の促進」をより強く期待されている。ここに調査会社として貢献可能なポイントがある。

※なお、これらの結果をみる際には、日本の回答者属性の特徴についても留意する必要があります。

[＞詳しくはこちら](#)

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

ESOMAR

Users & Buyers Global
Insights Study 2021

Report Author: Ray Poynter

<TOPICS>ESOMAR/GRBN が GDPR に対応した新ガイドラインを公開

9 月 14 日、ESOMAR と GRBN から 2 つの新しいガイドライン(英文)が発表されました。

[>Guideline for Researchers and Clients Involved in Primary Data Collection](#)

[「一次データ収集に関わるリサーチャーとクライアントのためのガイドライン」\(PDF:560KB\)](#)

[>Guideline on Duty of Care: Protecting Research Data Subjects from Harm](#)

[「注意義務に関するガイドライン:調査対象者保護のために」\(PDF:1MB\)](#)

これらの新ガイドラインは、GDPR(EU の個人情報保護法制)に対応するため、従来の各種指針を統合・再整理し、2019 年 9 月にドラフトが公表されていたものです。コロナ禍で検討が延び延びになっていましたが、国際的な議論を経てようやく成案に至りました。

今後、JMRA でも日本語版を作成し、順次広報に努めてまいります。

<TOPICS>2021 年秋の JMRA 教育講座・セミナーをご紹介 実践的な学びを深める講座をご用意しました

JMRA では、マーケティング・リサーチに関する理解を深めていただける教育講座やセミナーを多数企画しています。すべてオンラインセミナーとして開催しますので、場所の制約がなくご参加いただけます。

それぞれの分野で活躍されている講師から、実践的な講義や演習で学びを深めることができる JMRA 教育講座・セミナーを、スキルアップや人材育成にぜひご活用ください。



●メンタルヘルス研修～事業現場の実情から学ぶ～(オンライン講座)

リサーチ会社勤務を経て産業カウンセラーに就かれた講師を迎え、リサーチ会社等での事例を交えた予防・対応方法を聞くとともに、グループディスカッションを通して、現場の実情を共有しつつ効果的な対処方法を学ぶものです。

職場でのラインケア、セルフケアを促進していただくために是非ご参加ください。

・日程:2021 年 10 月 25 日(月)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、5～6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)

[>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。「新任のリサーチ・マネージャーや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](#)



定性調査 インタビュースキル養成講座

2021年11月4日(木)・11日(木)・17日(水)・25日(木)

●定性調査 インタビュースキル養成講座(オンライン講座)
定性調査のインタビューは、人間の行動の奥にある、外からは中々見えない意味を理解す
るため行います。そのためにインタビュアーは、単に言葉や反応を引き出すだけでなく、そ
の奥にある意味となる気持ちを引き出す役割が期待されています。特に、業務スピードが
求められている最近の調査では、インタビューの時点で心の奥底にある意味も出すことが
求められています。
このセミナーは、インタビュアー、ないしは分析者として「定性調査の価値の再確認」、「分
析に耐えられる、奥行きのある定性情報を引き出すための反応や発言の聴き方 一聞き方、
摘まみ方、プロービング」、「そのための対象者との信頼関係の作り方などのテクニック」を
身につけていただくことを意図しています。

・日程:2021 年 11 月 4 日(木)・11 日(木)・17 日(水)・25 日(木)13:00~17:00

[>詳しくはこちら](#)

マーケティング・リサーチ基礎講座 2021年11月 開講予定

●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)
コロナ禍により、昨年度は中止となった「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 月いっぱいを予定
- ・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。

<TOPICS> With コロナ時代に向けたリサーチ業界の準備(第18回)次代を担うマネージャー育成講座の魅力(JMRA 研修)

10月6日より、JMRA 第2期マネージャー育成講座が始まります。

今回は、この講座の構想段階からサポートしてきた一人として、この研修の魅力についてご紹介します。

[>詳しくはこちら](#)



<TOPICS>『JMRA イノベーション・キャスト』新着情報！ 第 10 回「統計分析をめぐるリサーチャーとの対談」を公開しました



JMRA イノベーション・キャスト

JMRA リサーチ・イノベーション委員会では、『JMRA イノベーション・キャスト ― 新時代の調査への提言』と題して、マーケティング・リサーチに「新しい視座と提言を投げかける」ことを目的した動画シリーズを配信しています。

イノベーション・キャストの今シリーズを締めくくる最終回として、統計分析のイノベーションについて研究者とリサーチャーの対談を行いました。日ごろ使い慣れてきた統計分析も枯れた技術ではなく、新しい視点からのイノベーションが可能であること、そしてリサーチ実務へのデータサイエンスの導入がすでに始まっていることが語られます。皆さまのこれからの仕事の参考にしていただければと思います。

●第 10 回(最終回):統計分析をめぐるリサーチャーとの対談

[>詳しくはこちら\(外部サイト:YouTube\)](#)

[>これまでの動画はこちら\(外部サイト:YouTube\)](#)

本シリーズの“キャスト”は、私たちから「皆様へのなげかけ」を表しています。ご意見・ご感想・ご質問を受け付けておりますので、どうぞお気軽にお寄せください。

[>ご意見・ご感想はこちら](#)

<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 37 回目は、株式会社消費者行動研究所の D.S.さんです。

[>詳しくはこちら](#)

37 Researcher

お名前	D.S.
性別	女
星座	おひつじ座
会社	株式会社消費者行動研究所
経験年数	8年
好きな食べ物	イタリアン
座右の銘	一期一会
もし生まれ変わるならなりたいもの	容姿端麗



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？

弊社の名物である「飲みもの調査」について、いろいろ任せてもらえるようになった時。
何人もの先輩方に「このようなやり方だと次のひとがわからないからよくない」「もっとこうの方がよい」など言われていたのが、いつのまにか言われなくなっていることに気づいた時。
* 貴方があきらめてくれただけでもいいかもしれませんが・・・

<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。

- “会社を牽引する”デジタルマーケティング、管理職の求人傾向は？
コロナ禍に企業が求める、管理職のリアルなスキルとは？

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

- 企業に求められる「デジタルの民主化」
顧客時間・伴氏と振り返る Adobe Summit

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

- 大手広告会社3社が語る、コネクテッドテレビの広告運用ポイント
広告主のコネクテッドテレビに対する関心が高まっている

[> 詳しくはこちら\(外部サイト: MarkeZine\)](#)

<お知らせ>

●ワールド マーケティング サミット オンライン(eWMS) 11月6日(土)~8日(月)開催のご案内

これからのマーケティングに影響を与える130名の世界的な経営者、指導者、研究者、ビジネス・リーダーが、それぞれの立場から「次の時代のマーケティング」を提言し、48時間連続で世界に配信するワールド マーケティング サミット オンライン。

提唱者は現代マーケティングの父 フィリップ・コトラー教授で、本年も世界最大規模のマーケティング国際会議として開催されます。ほとんどの講演で日本語の吹き替えが付く予定で、著名な日本人講師も登壇します。

今年もJMA(公益社団法人 日本マーケティング協会)様のご厚意で、JMRA 会員であればJMA の会員割引価格でご参加いただけます。見逃し配信もありますので、ぜひご参加ください。

[>オフィシャル・サイトはこちら\(外部サイト:「ワールド マーケティング サミット オンライン」オフィシャル・サイト\)](#)

●ミャンマーのリサーチャー支援プロジェクト(ESOMAR Foundation)

軍事クーデターで混乱の続くミャンマー。複雑な現地事情の中、国際的援助がなかなか行き届かない状況のようです。

ESOMAR チャリティ財団とタイ市場調査協会(TMRS)の呼びかけにより、現地のリサーチャーを「直接支援」する募金活動が実施されています。

JMRA 理事会としても支援を検討中です。皆さまのご協力をよろしくお願いいたします。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:ESOMAR\)](#)



●GRBN が「多様性・包括性・平等性国際調査」を実施(10 月後半実査)

GRBN では、JMRA を含む世界 13 カ国の市場調査協会の協力を得て、「多様性・包括性・平等性(Diversity, Inclusion and Equality)」に関する国際アンケート調査を実施することになりました。

これは各国のリサーチャーと一般勤労者向けに調査を行い、現状把握と国際比較を行うものです。日本社会の多様性は世界最低クラスと言われていますが、はたして市場調査業界ではどうでしょうか？

準備が整いましたら改めてご協力をお願いをさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

●APRC Conference(11 月 18 日(木)):バンコクからオンラインで

今年の APRC(Asia Pacific Research Committee)大会は、「ロックダウンの世界を越えて」をテーマに、タイ市場調査協会(TMRS)との共催で 11 月 18 日(木)12:00~14:30(日本時間)にオンラインで開催されます。

視聴登録サイトがオープンされましたら改めてご案内いたします。ご期待ください。



●統計の日のご案内

毎年 10 月 18 日は「統計の日」です。総務省では、統計に対する関心と理解を深めるため、ポスターの作成やイベントを企画しています。

[>詳しくはこちら\(外部サイト:総務省\)](#)



●新刊のご案内『世論調査の真実』

JMRA 副会長を務められ、公的統計基盤整備委員会で代表幹事としてご活躍された鈴木督久氏の新著が出版されました。

鈴木氏が長年携わられた世論調査、選挙調査について、その調査方法や報じられ方を、エピソードをふんだんに交えながら解説しています。

- ・著者:鈴木 督久
- ・定価:990 円
- ・ISBN:978-4-532-26459-8
- ・出版社:日経 BP 日本経済新聞出版本部
- ・発売日:2021 年 9 月 10 日

[＞詳しくはこちら\(外部サイト:版元ドットコム\)](#)



JMRA メルマガ 47 号をお届けしました。

「47」といえば、47 都道府県コード。

都道府県の名前を並べるときの、01:北海道、02:青森、03:岩手…、13:東京…、47:沖縄、という順番は、日本産業規格の「JIS X 0401」で割り振られています。

国勢調査などの各種統計データを扱うときには、まずこの都道府県コードを覚えましょう。1985 年頃より日本の GIS は発展期を迎え、メッシュデータから国土数値情報を経て、デジタルマッピングはナビゲーションシステムの出現で一挙に身近なものとなります。そして、この新型コロナウイルス感染症流行下においては、毎日のように都市部の人流動態分析や世界の感染状況マップを目にすることになります。

DX がますます加速する中で、私たちが生活する地理空間とデジタルデータの紐づけは不可避であり、今後ビジネスシーンでも国土空間データの利用は一層進むことになるでしょう。(余談ですが)TOKYO2020 の日本のメダル獲得数がこのあたりではないかと、原稿を準備していたのですが、アスリートの活躍ははるかに予想を上回りました。しばらくはオリパラロスの状態です。

◆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