

マーケティング・リサーチ綱領

(2017年5月26日改訂)

【序】

1990年以降、インターネットをはじめとする ICT の急速な進化は、人々の生活や企業活動の在り方を大きく変えてきた。ソーシャルメディアとスマートフォンの普及により、誰もが大量の情報にアクセスし、かつ発信できるという状況が日常的になり、企業と生活者の情報格差はかつてないほど縮小している。さらに、IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）といった新たなデジタル・テクノロジーが登場し、社会環境に大きな変化をもたらそうとしている。

企業のマーケティング課題とリサーチニーズも変化し、リサーチャーが扱うデータも多様化が進んだ。アンケート調査やグループインタビューなど調査対象者との直接的なコミュニケーションによって収集されたデータに加え、ソーシャルメディアやスマートフォン、各種センサーによって収集されるさまざまなデータソースが分析対象に加わった。

本綱領の改訂は、デジタル・テクノロジーの社会的な普及がマーケティング・リサーチ産業にもたらしたインパクトに対応したものである。現代のリサーチャーにとって、従来のマーケティング・リサーチ理論にのっとりたアプローチだけでなく、ビッグデータを解析しインサイトを抽出するというデータアナリティクスのアプローチも不可欠となっている。

一方で、マーケティング・リサーチにおけるデータ収集が、人々の協力と信頼に全面的に依拠していることに変わりはない。信頼とはすなわち、人々がデータを提供することにより、プライバシーが侵害されたり、不利益が生じたりすることなく、公正かつ客観的にデータ収集が行われることを意味している。

個人情報の利用を本人がコントロールしうることの重要性が認識されるにつれて、そのデータを適切な方法で扱うための明確で倫理的かつ専門的な指針が求められている。リサーチャーは、人々の個人情報を扱う者として、倫理的、職業的、社会的責任を強く自覚し、マーケティング・リサーチに対する社会的な信頼を維持していかなければならない。

【目的と適用範囲】

本綱領は、マーケティング・リサーチに携わる人々の自己規制の枠組みとして制定されたものである。本綱領は、マーケティング・リサーチに対する社会的な信頼を維持するために、倫理的かつ専門的な行動指針を定めるとともに、関連する国、地域の法律または規制、およびより高い基準を定める産業的／職業的行動規範の厳格な遵守を要求している。本綱領は、さまざまなデータソースを扱うリサーチャーが、データの提供者ならびにクライアントに対して、倫理的、専門的、法的責任を果たし続けることを保証する。

【解釈】

個人情報の取扱いについては、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会が制定する『個人情報保護ガイドライン』と合わせて解釈されるべきである。

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会の正会員社にとって、本綱領の承認および遵守は必須である。本綱領に違反した場合は、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会の諸規程に則って厳正な措置を行うものとする。

【定義】

リサーチ

企業や団体、政府等の意思決定を支援することを目的として、統計学および社会科学、行動科学、データサイエンス等の理論または手法を用いて、個人または組織に関する情報を体系的に収集し、分析し、解釈すること。上記にあてはまる限り、すべての形態の市場調査、世論調査、社会調査およびデータ解析を含む。本綱領では、「リサーチ」と「マーケティング・リサーチ」および「調査」を同義として扱う。

調査対象者

リサーチに使用される、自らに関するデータを提供する個人または組織。

リサーチャー

リサーチの実施者またはそのコンサルタントとして働く個人または組織。外部委託先およびクライアントの組織内においてリサーチに関与する者を含む。

クライアント

リサーチプロジェクトの全部または一部を委託する個人または組織。

受動的データ収集

観察、測定、自動記録等、調査対象者の回答に依らない方法による調査対象者に関するデータの収集。

二次取得データ

当該リサーチプロジェクト以外の目的で収集された調査対象者に関するデータ。

【基本原則】

1. リサーチプロジェクトにおいて調査対象者からデータを収集する場合、リサーチャーは収集する項目、収集の目的、どのような形式で誰に提供される可能性があるかについて、調査対象者に明示しなければならない。
2. リサーチャーは、調査対象者の個人情報を不正なアクセスから保護し、調査対象者の同意なしに開示されないようにしなければならない。
3. リサーチャーは常に倫理的に行動しなければならない、調査対象者に損害が及んだり、マーケティング・リサーチの社会的信頼を損なうような行動をとってはならない。

【条文】

●職業上の責任

第1条（法令遵守、公明正大さ）

リサーチャーは、関係するすべての国内および国際法規を遵守しなければならない。リサーチプロジェクトは、適法、公明正大、誠実、客観的でなければならない、かつ、適切な科学的諸原則に基づいて実施されなければならない。

第2条（差別の禁止）

リサーチャーは、人種、信条、性別、社会的身分または門地等により、何人に対しても不当な差別的取扱いをしてはならない。

第3条（不正行為の禁止）

リサーチャーは、収集したデータまたはリサーチの結果を、恣意的に改ざん、捏造、加工または削除してはならない。リサーチの品質を確保するため、やむをえずデータを加工または削除する必要がある場合は、その目的と手順を記録し、クライアントから要請があった場合には開示しなければならない。

第4条（個人情報の管理、保護、移転）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報の漏えい、滅失またはき損の防止その他の個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じなければならない。調査対象者の個人情報を第三者に提供する場合には、あらかじめ調査対象者の同意を得ているか、または適切な法的根拠に基づかなければならない。これには国境をまたぐ個人情報の移転も含まれる。

第5条（リサーチとプロモーションの区別）

リサーチプロジェクトは、個々の調査対象者に向けられた一切の商業的活動（例えば広告、セールス・プロモーション、ダイレクト・マーケティング、ダイレクト販売など）を含む、リサーチ以外の諸活動と明確に区別して実施されなければならない。

第6条（クライアントへの説明責任）

リサーチャーは、リサーチプロジェクトについて、クライアントに適切、かつ詳細な技術情報を提供しなければならない。また、クライアントからの要請があった場合、データの収集および加工についての品質チェックの機会を提供するよう努めなければならない。

第7条（事実と解釈の区別）

リサーチャーは、調査結果とその解釈が、データによって明確かつ十分に裏付けられていることを保証しなければならない。また、リサーチプロジェクトの結果を報告する際は、調査結果と、解釈および導き出された結論や提言を明確に区別しなければならない。

第8条（結果公表時の注意点）

リサーチャーは、クライアントがリサーチプロジェクトの結果を、その一部でも公表しようとする場合、公表の形式および内容について、リサーチャーに事前に相談するようクライアントに要請しなければならない。公表された結果が誤解を招かないよう配慮することは、リサーチャーおよびクライアント双方の責任である。

第9条（透明性等）

リサーチャーは、リサーチプロジェクトを正確、透明かつ客観的に実施しなければならない。

第10条（秘密情報の管理）

リサーチプロジェクトに関連する秘密情報（営業情報、技術情報、知的財産権等）の漏えい、滅失、き損を防止するため、リサーチャーおよびクライアントは、相互に必要なかつ適切な措置を講じなければならない。

第11条（啓発、普及）

リサーチャーは、マーケティング・リサーチの社会的意義について啓発、普及に努めなければならない。また、リサーチャーは、クライアントおよびその他の関係者に対して、本綱領の要求事項を遵守するよう要請しなければならない。

●調査対象者の保護

第12条（自由意思の尊重）

リサーチプロジェクトへの協力は、調査対象者の自由意思によるものである。調査対象者にリサーチプロジェクトへの参加と協力を求めるにあたっては、十分かつ誤解を招かないよう、リサーチャーは、リサーチプロジェクトの概要（調査主体、調査の目的、調査方法、個人情報の利用目的等）について誠実に説明しなければならない。

第13条（目的の通知、目的外利用の禁止）

リサーチャーは、リサーチの目的で調査対象者から個人情報を取得しようとする場合は、あらかじめ調査対象者に自らの身元を明らかにし、取得の目的を明確に伝えなければならない。また、調査対象者の同意または適切な法的根拠がないまま、調査対象者の個人情報が当初の目的以外に使用されることを認めてはならない。

第14条（個人情報取得の制限）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報の取得を、リサーチプロジェクトの目的に照らして、必要最小限の項目にとどめなければならない。

第15条（負荷の軽減）

リサーチャーおよびクライアントは、調査対象者への負荷を軽減するため、質問数、質問形式、回答デバイス等を考慮した最適な設計が実現できるよう、相互に努力しなければならない。

第16条（提供先に関する説明・同意の取得）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報第三者（クライアントを含む）に開示してはならない。ただし、事前に第三者に提供する目的等を明示し、調査対象者本人の同意を得ている場合はその限りではない。

第17条（子供、若年者等の保護）

リサーチャーは、子供や若年者からデータを収集するにあたっては、特別な配慮をしなければならない。調査対象者が疾患や障がい等により本人の意思決定や意思表示が困難な場合も同様に、特別な配慮が必要である。調査対象者が中学生以下の子供の場合は、事前にその親またはその親に代わる親権者等の同意を得なければならない。

第18条（個人の権利の尊重）

リサーチャーは、調査対象者の個人としての権利を尊重しなければならない。調査対象者がリサーチプロジェクトに協力したことの直接的結果によって、身体的、精神的、経済的、その他一切の被害を受けたり、不利益を被ることがあってはならない。

第19条（受動的データ収集）

受動的データ収集は、調査対象者の同意に基づいて行われなければならない。調査対象者の同意を得ることが不可能な場合、リサーチャーは受動的データ収集が法的に許容される根拠を持たなければならない。

第20条（二次取得データの適法性）

二次取得データを使用する場合、リサーチャーはあらかじめそのデータが適法に収集されたものであることを確認するとともに、調査対象者に対する通知および同意の必要性を判断しなければならない。

第21条（個人情報の再構成の禁止）

リサーチャーは、調査対象者に関するデータを他のデータ（クライアントまたは第三者が保有するデータ、パブリックドメインの記録）と組み合わせる等の方法によって、調査対象者の身元が特定されることがないように配慮しなければならない。

第22条（改廃）

本綱領の改廃は、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会正会員社の総会の決議による。

(1986年7月 1日制定)

(1996年5月30日改訂)

(2010年5月27日改訂)

(2017年5月26日改訂)