2020 年 7 月 1 日

事前リクルート業務実施のためのガイドライン

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会
CLT 対策協議会
コンプライアンス委員会

Ⅰ．目的

（目　的）

第１条　本ガイドラインは、一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（以下「JMRA」という）の正会員社（以下「会員社」という）が、事前リクルートによる CLT・HUT・FGI・DI 等の調査業務を実施する場合に、調査対象者の選定及び協力依頼（以下「リクルート業務」という※）を、アクセスパネル運営会社または個人自営業者若しくは中小法人としての機縁リクルータ（以下、総称して「リクルート事業者」という）に委託するにあたって、会員社がリクルート事業者から提供される調査対象者の個人情報（以下「対象者情報」という）を適正に取得・利用するとともに、調査品質を適切に担保するための措置を定めたものである。

会員社の調査業務従事者は、本ガイドラインを遵守し、対象者情報及びクライアントの秘密情報を保護するとともに、調査業務の品質管理によりいっそう努めることが期待される。

※）ここでいう「リクルート業務」は、新たな調査対象者に調査への協力を依頼する場合をいい、リクルート事業者がすでに保有するリストから調査対象者を抽出する場合（第２条の B パターンにおける個人情報リストの運用場面）は対象外とする。

Ⅱ．２つの形態の明確化

（２つの形態の明確化）

第２条　事前リクルート業務の受委託には、以下の２つの形態がある。２つの形態の違いは、会員社による対象者名簿の管理責任、リクルート事業者に対する管理監督責任の有無を左右する。そのため、会員社は事前リクルート業務の受委託を行うに際して、当該事前リクルート業務が、どちらの形態に属するのかを明確化しなければならない。

A.　**会員社名でリクルートする**（会員社がリクルート事業者に個人情報の取扱いを委託する場合）

会員社名でリクルートする場合、調査対象者は、会員社による適切な個人情報の取扱いを信頼・期待して個人情報を提供している。会員社は、この信頼・期待に応えて、調査対象者の信頼を裏切るような行為を会員社自身のみならずリクルート事業者が行わないように管理監督しなければならない。

つまり、会員社名でリクルートをする場合、当該リクルート業務の実施主体は会員社であり、リクルート事業者は会員社の管理下でリクルート業務を実施しなければならない。

そしてこの場合、取得した個人情報は、実施主体である会員社に帰属し、会員社は、（委託元として）リクルート事業者に対し、取得した個人情報の回収や廃棄指示等の管理監督責任を負う。

他方、リクルート事業者は、原則として、管理監督権者である会員社が許諾しないかぎり、取得した個人情報を、自身が保有する名簿に追加したり、他の調査会社の調査に利用できない。

もっとも、会員社には、当該業務終了後、リクルート事業者の人的交友関係まで制限する権限はない。したがって、リクルート事業者が、改めて対象者との個別の人的交友関係に基づいて対象者を勧誘することまで会員社は制限するべきではない（この場合、リクルート事業者は、新たにリクルート事業者名でリクルートすることになるため、新たな同意取得後の個人情報の管理責任はリクルート事業者のみが負う。

但し、会員社名でのリクルートを機縁とする以上、リクルート事業者による新たな勧誘行為に対し、当該対象者から会員社にクレーム等が寄せられた場合には、結果的に「リクルート事業者の交友関係に基づかない勧誘」として会員社が管理監督責任を負うことになる。そのため、会員社名でリクルートした対象者に対して、リクルート事業者が新たな勧誘を行うことができるのは、「リクルート事業者と対象者の人的交友関係に基づく場合に限る」旨を、会員社はリクルート事業者に徹底しなければならない。

B.　リクルート事業者名でリクルートする（リクルート事業者が独自に取得した対象者名簿を会員社に第三者提供する場合）

リクルート事業者名でリクルートを行う場合、調査対象者は、リクルート事業者による適切な個人情報の取扱いを信頼・期待して個人情報を提供している。会員社は、リクルート事業者を管理監督することまでは信頼・期待されていない。

つまり、リクルート事業者名でリクルートを行う場合、当該リクルート業務の実施主体はリクルート事業者であり、リクルート事業者は、自己の責任において、調査対象者から個人情報を取得して、会員社に第三者提供することとなる。

そしてこの場合、取得した個人情報はリクルート事業者に帰属し、会員社は、リクルート事業者のｉ）「個人情報の適正取得」及びⅱ）「第三者（会員社）提供の同意」を確認すれば足り、取得した個人情報の回収や廃棄指示等のリクルート事業者に対する管理監督責任は負わない（但し、第三者提供された個人情報は、会員社に帰属するため会員社が管理責任を負う）。

リクルート事業者は、予め調査対象者から同意を得た範囲内であれば、取得した個人情報を他の調査にも利用できる。

※）会員社・リクルート事業者の両名併記でリクルート業務が行われる場合

上述のとおり、２つの形態の違いは、会員社による対象者名簿の管理責任、リクルート事業者に対する管理監督責任の有無を左右する。そのため、会員社・リクルート事業者の両名併記でリクルート業務が行われる場合には、どちらが実施主体であるのかを明確化し、調査対象者に誤解を与えないようにしなければならない。

Ⅲ．会員社がリクルート業務の実施主体となる場合の措置

（リクルート事業者との契約）

第３条　会員社は、以下の各号に掲げられる事項に留意して、リクルート業務を委託するリクルート事業者と基本契約書または覚書を締結しなければならない（別添１Ａ　「リクルート事業者との基本契約書（ひな型）」を参照）。

（１）基本契約書または覚書には、少なくとも次の事項を含むものとする。

①　リクルート事業者は、会員社の指示に従い、別添２Ａ「調査へのご協力のお願い（例）」等を調査対象者に明示又は通知する等の方法により、対象者情報を適正に取得すること

②　リクルート事業者は、調査業務のクライアント名及び対象者情報を秘密情報として管理すること（ただし、クライアントの事前の公開許可がある場合にはこの限りではない）

③　リクルート事業者は、基本契約または覚書をいつでも解除できること（ただし、会員社から受託した業務がすべて完了した後であること）

④　会員社は、リクルート事業者が基本契約または覚書に違反した場合、基本契約または覚書をいつでも解除できること

⑤　会員社は、リクルート事業者が基本契約または覚書に違反した場合、損害賠償を請求できること

⑥リクルート事業者は、リクルート事業者と対象者の間に人的交友関係がないかぎり、リクルート業務終了後、取得した個人情報を会員社の指示にもとづき適切に廃棄等すること

（２）会員社は、基本契約または覚書を締結しないリクルート事業者にはリクルート業務を委託しない。

（３）基本契約または覚書の書面は、本ガイドラインの「別添１Ａ　リクルート事業者との基本契約書（ひな型）」を基本とするが、会員社がそれぞれの責任において作成・管理することを妨げない。

（リクルート事業者に対する指導）

第４条　会員社は、リクルート事業者に対して対象者情報の適正な取得、安全管理のために必要な指導を、本ガイドラインと各社のプライバシーマーク制度の規程に準じて行わなければならない。

（調査対象者への情報提供）

第５条　会員社は、以下の各号に掲げられる事項に留意して、リクルート事業者が保有するアクセスパネルの中から選定する調査対象者、またはリクルート事業者が機縁リクルートする調査対象者に明示または通知する、情報提供文書のひな型を提供しなければならない（別添２Ａ「調査へのご協力のお願い（例）」参照）。

（１）情報提供文書には、少なくとも次の事項を含むものとする。

①　会員社が取得する個人情報の利用目的（調査業務及び調査協力の履歴管理に使用すること）

②　調査対象者の個人情報は会員社が取得・保有すること

③　会員社が取得する個人情報の項目

④　会員社が取得した個人情報は、調査実施に必要な最低限の情報を除き、第三者に委託または提供しないこと

⑤　会員社は、個人情報に関する苦情や相談、開示等（開示、訂正、追加、削除、利用停止、消去）の求めを受け付けて対応すること

⑥　リクルート事業者の名称（社名または氏名）及び連絡先

⑦　会員社の名称、個人情報保護管理者の氏名または役職、⑤の連絡先

（２）会員社の当該調査業務担当者は、情報提供文書を作成し、社内ルールに基づいて内容確認の上、個々のリクルート事業者に提供しなければならない。

（３）情報提供文書（ひな型を含む）は一種類である必要はなく、調査手法や対象者への伝達方法に応じて適切に選定されることが望ましい。

（「機縁リクルータ向けマニュアル」に盛り込むべき事項）

第６条　会員社がリクルート事業者に「機縁リクルータ向けマニュアル」を提供する場合には、少なくとも次の事項を、徹底させなければならない。

（１）原則として、一般に公開された SNS（twitter, Facebook 等）で個別案件での対象者募集は行わないこと

① 特別な必要性があると考えられる場合には、必ず会員社に相談し、クライアントの了承を得たことを確認した上で実施すること

② 非公開の SNS 等で対象者を募集する場合であっても、一般にクライアント名や調査の秘密事項が推測しやすいリスクがあることを十分に認識し、文章表現等に最大限の注意を払うこと

（２）個人情報が記載されたスクリーニング結果票の取扱い

① 原則として、個人情報が記載されたスクリーニング結果票等は自宅外に持ち出さず、厳重に管理すること。自宅での保管に際しては、紛失・盗難がないよう細心の注意を払い、可能であれば場所を定めて施錠・保管すること

② やむを得ぬ事情により、スクリーニング結果票等を持ち運ぶ場合には、紛失・盗難リスク等に十分な注意を払うこと

（３）スクリーニング結果票のデータ送付時の注意

① スクリーニング結果票を納品・送付する場合には、あらかじめ会員社とリクルート事業者間で確認された方法に従って行うこと。普通郵便等の追跡・送達確認ができない方法は禁止する

② スクリーニング結果票への記入を終えたら、会員社への送付（e メール送信、宅配便／書留郵便発送、または FAX 送信）の前に、記入内容を再確認すること

③ 会員社との間で e メールにファイルを添付して送信することが許可されている場合、リクルート事業者及び会員社の双方で合意された方法でファイルを暗号化すること。誤送信を避けるため、必ず宛先（CC:を含む）のメールアドレスを再確認すること

④ 宅配便／書留郵便で発送する場合は、誤配送を避けるため、必ず伝票に記入した宛先を再確認すること

⑤ FAX 送信する場合は、FAX 送信の直前または直後に、会員社の当該調査業務担当者に FAX 送信する（送信した）旨を、電話または会員社から指定された方法で連絡すること

Ⅳ．リクルート事業者がリクルート業務の実施主体となる場合の措置

（リクルート事業者との契約）

第７条　会員社は、以下の各号に掲げられる事項に留意して、リクルート業務を委託するリクルート事業者と基本契約書または覚書を締結しなければならない（別添１B「リクルート事業者との基本契約書（ひな型）」を参照）。

（１）基本契約書または覚書には、少なくとも次の事項を含むものとする。

① リクルート事業者は、対象者情報を自己の責任をもって取得・管理すること

② リクルート事業者は、調査対象者から、会員社に個人情報を第三者提供することについて、適切な同意を得る、又は得ていること

③ リクルート事業者及び会員社は、相互に調査対象者の個人情報の授受記録を３年間保管すること

（２）会員社は、基本契約または覚書を締結しないリクルート事業者にはリクルート業務を委託しない。
（３）基本契約または覚書の書面は、本ガイドラインの「別添１Ｂ　リクルート事業者との基本契約書（ひな型)」を基本とするが、会員社がそれぞれの責任において作成・管理することを妨げない。

（調査対象者への情報提供）

第８条　会員社は、リクルート事業者が保有するアクセスパネルの中から選定する調査対象者、またはリクルート事業者が機縁リクルートする調査対象者に明示または通知する、情報提供文書のひな型を提供すること。(別添２Ｂ　「調査へのご協力のお願い（例)」を参照)

Ｖ．リクルート業務終了後の措置

（調査協力履歴情報の管理）

第９条　会員社は、リクルート業務終了後、その調査業務に参加した自己が管理する対象者情報（実際の参加有無を含む）を「調査協力履歴」に入力（登録）し、会員社の安全管理対策規程に従って管理すること。

（調査協力インターバルの管理）

第１０条　会員社は、頻繁な調査参加を通じた学習効果等によるバイアスを軽減させるため、調査協力履歴情報に基づき、同一対象者が過度に調査業務に参加することを抑制するための調査協力インターバルに関する社内基準を設け、適切に管理すること。ただし、調査プロジェクトごとに、クライアントの事前の許可がある場合にはこの限りではない。

(別添３　「事前リクルート業務における実態調査結果のまとめ（2019 年８月)」を参照)

（１）当該社内基準は、必要に応じてクライアントに開示し、協力を依頼することが望ましい。
（２）当該社内基準は、基本契約または覚書に基づき、リクルート事業者と共有するか、または管理に必要な協力を求めることができる。

Ⅵ. 本ガイドラインの制定・改廃

（本ガイドラインの制定・改廃）

第１１条　本ガイドラインの制定及び改廃は、JMRA 理事会の承認を得て行う。

【 附則 】

2020 年 7 月 1 日 発行（初版）

解説図　第2条「2つの形態の明確化」

どちらの名前で、リクルート業務を行っているか？（実施主体は？）

（第2条のB）

「リクルート事業者」
（リクルート事業者が実施主体）
（リクルート事業者名でリクルート）

取得した個人情報はリクルート事業者に帰属
・リクルート事業者に個人情報の管理責任
・会員社への提供は「第三者提供」

リクルート事業者による漏えいは会員社とは無関係

リクルート事業者は個人情報を他調査に利用できる

（第2条のA）

「会員社」
（会員社が実施主体）
（会員社名でリクルート）

取得した個人情報は会員社に帰属
・会員社に個人情報の管理責任
・会員社への提供は「受託業務の一部」

（原則）会員社はリクルート事業者による個人情報の保管、流用を認めない

会員社は個人情報を回収等すべき

（実務上の例外として）

（会員社も、リクルート事業者とモニター対象者の交友関係までは制限できないため）
リクルート事業者が、自らの交友関係に基づき、改めてリクルート事業者名で、対象者にモニター勧誘することは可能

但し、
リクルート事業者名のモニター勧誘について、会員社にクレームがあった場合は、結果的に「交友関係に基づかない勧誘」であり、会員社の「管理監督義務違反」となるので要注意

当該業務に関わる、リクルート事業者による個人情報の漏えいは会員社の責任
（管理監督義務違反）

＜参考＞ 本ガイドライン制定の趣旨

（1）はじめに：問題の所在

- 会場テスト（CLT)、ホームユーステスト（HUT)、グループインタビュー（FGI)、デプスインタビュー（DI）といった調査手法には、対象者の募集・選定（リクルート）が不可欠である。
  これらのうち、CLT の対象者リクルートの方法は、ストリートキャッチ（街頭リクルート）と事前リクルートに大別される。また、他の手法はもっぱら事前リクルートによることがほとんどである。
- 街頭リクルートに関してはかねてより課題があり、JMRA では 1998 年に『会場テスト（街頭リクルート）実施のためのガイドライン』を制定し、行政や警察を交えた協議の上で随時改訂を重ね、一定のルールが整備されてきた（CLT プレート、ユニフォームの着用を含む)。
- しかし、社会環境変化に伴い、今日では街頭リクルートよりも事前リクルートのほうがより多く採用されるようになっており、従来のガイドラインではカバーしきれない問題が顕在化している。
- 事前リクルートの方法についても、従来型の機縁法によるものと、Web モニター組織（アクセスパネル）から抽出・依頼されるものに二分されている。量的には後者のほうが多数派と考えられるが、希少サンプルへの依頼等にはまだまだ機縁法に頼るところが大きいとみられている。
- 近年、機縁法による募集方法も多様化した影響で、リクルータが一般に公開された SNS 等の場で不適切な募集をかけたことにより、結果的にクライアントの秘密情報が流出してしまったという事故が発生している。また、アクセスパネルを用いた抽出・依頼においても、共通の管理指針が存在しないことが、品質管理の一貫性に懸念をもたれるところとなっている。
- さらに、会員社から機縁リクルータに対して適切な個人情報の取扱い指示が徹底されているか、必ずしも明確でない恐れが指摘されている。今後の個人情報保護法制の強化等も考慮し、CLT・HUT・FGI・DI の事前リクルート業務において、会員社が遵守すべき事項を整理・確認すべきとの意見があり、このほど本ガイドラインを制定するに至ったものである。

（2）本ガイドラインの実務的な目標

① 顧客の秘密情報を的確に管理すること

- 事前リクルートの方法、特に機縁リクルータによる募集の方法によっては、クライアントの新商品開発情報をはじめとする秘密情報が一般に流出してしまう恐れがあり、現実に一部では事故が発生しているとみられる。こうした事故が起こる背景には、公になっては不都合な情報を取り扱っているという自覚がないリクルート事業者の存在や、調査機関からの指示が徹底し切れていないことが推測される。
- 顧客秘密情報の管理は、調査機関からみた一次・二次委託先を含めて周知徹底される必要がある。

② 管理可能な範囲でサンプルバイアスを軽減する努力を尽くすこと

- 同一対象者が一定の期間内に特定分野の調査に複数回協力することは、対象者に学習効果を与え、調査結果にバイアスをもたらすものとして忌避されてきた。
  しかし、どのくらいの期間を空ければよいかは調査機関間でも統一した見解がなく、クライアント側でも依頼インターバルを設けることの意味を知らない担当者が散見されるようになっており、調査機関として統一されたメッセージを発信する必要が生じている。

・ ただし、ある調査機関やアクセスパネル会社が適切にインターバル管理を行っていたとしても、対象者が複数のモニター組織に登録している場合には、管理しようにも限界がある。ここではその限界を認識し、少なくとも JMRA の会員社であれば自社内での管理は徹底させることを期待する。

③ 適切な個人情報保護管理を徹底すること

・ JMRA 会員社の大半はプライバシーマークを取得しており、個人情報保護法が定める規制に適切に対応しているものと考えられる。ただし、同法は 2020 年度中にも再改正される予定であり、諸外国の動向を考慮しても今後ますます各種規制が強化される方向にある。調査機関においては、業務委託先を含めて継続的に的確な対応を図っていくことが求められている。

・ 事前リクルート業務においても、調査機関から機縁リクルータ等に個人情報保護に関する指導を継続的に徹底させていくことが必要である。

④ 現場の実情に即した例外処置を許容すること

・ しかし一方で、調査プロジェクトによっては対象者リクルート条件が極めて厳しく（出現率がごくわずかな希少サンプルの要請、ごく短期間での募集要請等）、広く一般に公開した募集や短いインターバルを許容せざるを得ない場合がある。そうしたケースでは、クライアントにバイアス発生の懸念を適切に伝えた上で、事前の承認を得て実施することも認められる必要がある。

・ 事前説明を通じてクライアントの理解を得つつ、現場の実情に即した運用を図ることを目指す。

以上のことから、本ガイドラインでは以下を推奨し、当業界の品質管理を徹底させ、クライアントからの信頼をよりいっそう向上させることを目標とする。

- **機縁リクルータ、アクセスパネル会社との契約締結及び適切な指示の徹底**
- **SNS 対応を含む、対象者募集にあたって守るべき最低限の（ミニマム）スタンダードの提示**
- **参考とするべき、具体的な数値目標の提示**（別添３「実態調査結果」を参照）

以上

＜別添１Ａ： 会員社名でリクルートする場合＞

調査業務委託基本契約書（ひな型）

株式会社〇〇〇〇【会員社】（以下、甲という）と〇〇〇〇【リクルート事業者】（以下、乙という）とは、甲が乙に対して市場調査に関わるリクルート業務（以下、「本業務」という）を委託するための基本的事項について、以下の通り業務委託基本契約（以下、「本基本契約」という）を締結する。

第１条（業務の委託）

甲は、本業務の遂行を本基本契約に従って乙に委託し、乙はこれを受託して、責任を持って遂行する。なお、甲の乙に対する個別の調査業務委託契約は、甲が乙に対して、業務日時、業務場所、業務報酬又はその計算方法等を記載した発注書を乙に交付し、乙がこれに対して承諾の意思表示をするか、又は、実際に業務を開始した時点で成立する。

第２条（業務の内容）

甲が乙に委託する業務は、市場調査のための対象者リクルート、及びそれに付随する一切の業務とする。

① 甲及び乙は、一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）が定める「事前リクルート業務実施のためのガイドライン」を遵守する。

② 乙は、甲の指示に従い、別添２Ａ「調査へのご協力のお願い（例）」等を調査対象者に明示又は通知する等の方法により、対象者情報を適正に取得する。

③ 乙は、調査業務のクライアント名及び対象者情報を秘密情報として管理する。但し、クライアントの事前の公開許可がある場合にはこの限りではない。

④ 乙は、業務終了後、取得した個人情報を甲の指示に基づいて適切に譲渡又は廃棄する。

第３条（契約期間）

本基本契約の期間は、締結日より満１年間とする。但し、期間満了の３０日前までにいずれか一方より相手方に対して変更等に関する申し出がない場合には自動的に１年間更新されるものとし、以後も同様とする。

第４条（業務内容の受委託確認）

甲は、乙に委託する業務が発生した場合、「リクルート仕様書等」を送付して業務内容を通知する。乙は甲からの業務内容に基づいて対応能力及び対価を確認の上、受託可否を回答する。業務内容、リクルート仕様及び対価が最終確認された後、甲はそれらを記録し、乙に正式に発注書の交付を行う。

第５条（品質保証）

乙は甲から受託した業務に関し、「リクルート仕様書等」に沿って業務を遂行し、その業務の品質を保証しなければならない。

＜別添１Ａ： 会員社名でリクルートする場合＞

第６条（調査資材等の受渡と返却）

甲から乙に業務を委託する際、業務遂行上必要な調査資材等を甲から乙に貸与する場合には、それらの返却又は廃棄記録の必要性を明示する。乙は、業務完了後に返却が必要な資材等を甲に返却し、廃棄記録が必要な資材等は廃棄の上、その結果を記録・報告する。

第７条（秘密保持）

乙は、本基本契約を履行するに際し、知りえた個人情報・業務内容等の秘密を第三者に漏洩し、又は自己のために利用してはならない。

２．乙は、取得した個人情報をリクルート業務終了後に甲の指示にもとづき適切に廃棄すること等を誓約した「個人情報の取扱いに関する誓約書」等を甲に提出しなければならない。

第８条（業務委託料）

甲は、第４条で確認・委託した業務の完了ごとに実績を精査し、最終リクルート結果に基づいて業務委託料を乙に通知し、乙の了解の上、第９条に定める支払方法に基いてこれを支払うものとする。

第９条（支払方法）

甲から乙への業務委託料は、次の方法により支払うものとする。

① 当月●●日から●●日までに業務が完了したもの（成果物の納品）に対し、翌月●●日に支払うものとする。但し、翌月●●日が金融機関の休日に当たる場合には、その翌日とする。

② 支払方法は、本基本契約締結時に乙から甲に申請された金融機関の口座に振り込むものとする。

第１０条（支払いの留保）

甲は、乙の責に帰すべき事由により、定められた「リクルート仕様書等」の内容と相違が生じた場合、相違の程度により業務委託料の全額又は一部の支払いを留保することができる。

第１１条（損害賠償）

乙が、甲からの委託業務の処理にあたって、第５条及び第７条に違反する行為及び乙の責に帰すべき事由により成果物提出完了日の遅延、貸与物品の破損・紛失等を生じさせ、又はその他本基本契約の条項に違反して甲の名誉及び信用を失墜させた場合、甲が被った損害の程度に応じて、甲は乙に対し損害賠償を請求することができる。

第１２条（契約の解除）

１．甲又は乙に契約解除に相当する違反行為があり、業務の履行に重大な支障が生じる場合は、直ちに乙に通知し本基本契約及び個別契約の全部又は一部を解除することができる。

２．解除を受けた当事者が損害を被った場合には、相手方に対し損害賠償の責を負うものとする。

３．前各項にかかわらず、甲はいつでも乙に通知することにより本基本契約を解除することができる。但し、解除日は甲が乙に委託した業務がすべて完了した後であることとする。

＜別添１Ａ： 会員社名でリクルートする場合＞

第１３条（協議事項）
　本基本契約に定めのない事項又は疑義が発生したときには、その都度甲乙協議の上これを定める。

第１４条（準拠法及び管轄裁判所）　本基本契約は日本法を準拠法とする。また、本基本契約及び個別契約に関する一切の紛争は、甲の所在地を管轄する簡易裁判所又は地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とする。

本基本契約締結の証として本書２通を作成し、甲乙記名捺印の上、各１通を保有する。

２０２●年●●月●●日

甲：
（住　所）
（会社名）
（代表者名）　㊞

乙：
（住　所）
（氏　名）　㊞

＜別添１Ｂ： リクルート事業者名でリクルートする場合＞

調査業務委託基本契約書（ひな型）

株式会社〇〇〇〇【会員社】（以下、甲という）と〇〇〇〇【リクルート事業者】（以下、乙という）とは、甲が乙に対して市場調査に関わるリクルート業務（以下、「本業務」という）を委託するための基本的事項について、以下の通り業務委託基本契約（以下、「本基本契約」という）を締結する。

第１条（業務の委託）

甲は、本業務の遂行を本基本契約に従って乙に委託し、乙はこれを受託して、責任を持って遂行する。なお、甲の乙に対する個別の調査業務委託契約は、甲が乙に対して、業務日時、業務場所、業務報酬又はその計算方法等を記載した発注書を乙に交付し、乙がこれに対して承諾の意思表示をするか、又は、実際に業務を開始した時点で成立する。

第２条（業務の内容）

甲が乙に委託する業務は、市場調査のための対象者リクルート、及びそれに付随する一切の業務とする。

① 甲及び乙は、一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）が定める「事前リクルート業務実施のためのガイドライン」を遵守する。

② 乙は甲の依頼に従い、自ら保有・管理するアクセスパネル又は機縁ルート等から調査対象者を選定し、別添２Ｂ「調査へのご協力のお願い（例）」等を明示又は通知する等の方法により、対象者情報を自己の責任において適正に取得・管理する。

③ 乙は、甲に対して対象者の情報を第三者提供することについて適切な同意を得るか、又は事前に得ているものとする。

④ 甲及び乙は、相互に調査対象者の個人情報の授受記録を３年間保管する。

第３条（契約期間）

本基本契約の期間は、締結日より満１年間とする。但し、期間満了の３０日前までにいずれか一方より相手方に対して変更等に関する申し出がない場合には自動的に１年間更新されるものとし、以後も同様とする。

第４条（業務内容の受委託確認）

甲は、乙に委託する業務が発生した場合、「リクルート仕様書等」を送付して業務内容を通知する。乙は甲からの業務内容に基づいて対応能力及び対価を確認の上、受託可否を回答する。業務内容、リクルート仕様及び対価が最終確認された後、甲はそれらを記録し、乙に正式に発注書の交付を行う。

第５条（品質保証）

乙は甲から受託した業務に関し、「リクルート仕様書等」に沿って業務を遂行し、その業務の品質を保証しなければならない。

第６条（調査資材等の受渡と返却）

甲から乙に業務を委託する際、業務遂行上必要な調査資材等を甲から乙に貸与する場合には、それらの返却又は廃棄記録の必要性を明示する。乙は、業務完了後に返却が必要な資材等を甲に返却し、廃棄記録が必要な資材等は廃棄の上、その結果を記録・報告する。

第７条（秘密保持）

乙は、本基本契約を履行するに際し、知りえた業務内容等の秘密を第三者に漏洩し、又は自己のために利用してはならない。

第８条（業務委託料）

甲は、第４条で確認・委託した業務の完了ごとに実績を精査し、最終リクルート結果に基づいて業務委託料を乙に通知し、乙の了解の上、第９条に定める支払方法に基いてこれを支払うものとする。

第９条（支払方法）

甲から乙への業務委託料は、次の方法により支払うものとする。

① 当月●●日から●●日までに業務が完了したもの（成果物の納品）に対し、翌月●●日に支払うものとする。但し、翌月●●日が金融機関の休日に当たる場合には、その翌日とする。

② 支払方法は、本基本契約締結時に乙から甲に申請された金融機関の口座に振り込むものとする。

第１０条（支払いの留保）

甲は、乙の責に帰すべき事由により、定められた「リクルート仕様書等」の内容と相違が生じた場合、相違の程度により業務委託料の全額又は一部の支払いを留保することができる。

第１１条（損害賠償）

乙が、甲からの委託業務の処理にあたって、第５条及び第７条に違反する行為及び乙の責に帰すべき事由により成果物提出完了日の遅延、貸与物品の破損・紛失等を生じさせ、又はその他本基本契約の条項に違反して甲の名誉及び信用を失墜させた場合、甲が被った損害の程度に応じて、甲は乙に対し損害賠償を請求することができる。

第１２条（契約の解除）

１．甲又は乙に契約解除に相当する違反行為があり、業務の履行に重大な支障が生じる場合は、直ちに乙に通知し本基本契約及び個別契約の全部又は一部を解除することができる。

２．解除を受けた当事者が損害を被った場合には、相手方に対し損害賠償の責を負うものとする。

３．前各項にかかわらず、甲はいつでも乙に通知することにより本基本契約を解除することができる。但し、解除日は甲が乙に委託した業務がすべて完了した後であることとする。

＜別添１Ｂ： リクルート事業者名でリクルートする場合＞

第１３条（協議事項）

本基本契約に定めのない事項又は疑義が発生したときには、その都度甲乙協議の上これを定める。

第１４条（準拠法及び管轄裁判所）

本基本契約は日本法を準拠法とする。また、本基本契約及び個別契約に関する一切の紛争は、甲の所在地を管轄する簡易裁判所又は地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とする。

本基本契約締結の証として本書２通を作成し、甲乙記名捺印の上、各１通を保有する。

２０２●年●●月●●日

甲：

（住　所）

（会社名）

（代表者名）　㊞

乙：

（住　所）

（会社名）

（氏　名）　㊞

（別添2A） 調査へのご協力のお願い（例） ＊スクリーニングシート最終部に組み入れる

リクルーターは、スクリーニング質問を確認後、以下の項目を対象者へ通知・説明し、設定を行う

■個人情報の取り扱いについて(読み上げ又はメール等による通知)

① こちらは、株式会社○○○○（調査会社）と申します。

② 当社にご提供いただいた、あなた様のお名前、ご住所、ご連絡先などの個人情報は、プライバシーマーク取得事業者である株式会社○○○○（調査会社） が、責任を持って管理いたします。

③ 株式会社○○○○（調査会社） は、あなたの個人情報を、「今回の調査**目的**」及び「参加履歴管理」**のためにのみ**利用し、それ以外の目的には利用しません。

④ お預かりした個人情報を、第三者に提供することはございません。

⑤ 今回のご案内は、○○○○（リクルート事業者）のご協力を得て実施しております。連絡先は［（電話番号またはeメール）］です。 **（注：⑤は省略も可 → ①との兼ね合いも考慮して）**

■調査の内容について(読み上げ)

⑥ このたび、ご協力いただきます調査には一般に公開していない情報が含まれる場合がございます。
ご協力いただいた調査を通じて知り得たいかなる情報についても、決して第三者に口外なさらぬようお願い申し上げます。
なお、「第三者への口外」に含まれる例は以下の通りです。

- ■ 口頭・電話・メール等で友人・知人に情報共有すること
- ■ 掲示板やブログ、SNS（twitter, facebook等）に書き込むことで不特定多数に情報共有すること
- ■ その他、情報漏えいにつながる一切の行為

■対象者の同意確認

今までにご説明させていただいた（上記①～⑤の）個人情報の取り扱いならびに
（⑥の）**調査**内容の機密保持について、ご同意いただけますか？

1 はい　　2 いいえ → 対象外

■別途確認事項 **※調査設計に基づき、必要のない項目については削除**

□ ご案内状、会場案内図、（事前アンケート）を、追って、○○○○（リクルート事業者）より郵送またはメール添付により、送付させていただきます。
ご確認のうえ、開始時間の10分前までに会場においでください。

□ 座談会の場は、ご意見やご感想を正確に把握するため、

(1) 調査関係者や依頼主が、別室で座談会の様子を観察させていただきます。

(2) 座談会の様子を分析するためにビデオ等に記録させていただき、調査終了1年間保管し、焼却・溶解処分させていただきます。**（各社の規程に従って詳細は編集可）。**

(3) ただし、ビデオ等の記録および皆様のご発言の内容は、その座談会（調査）にのみ利用し、あなたの匿名性は厳重にお守りいたします。

※ (1)(2)(3)について、許諾書にご署名をいただきます。

□ 機密保持等のお願いについて、当日同意書にご署名いただきます。

□ 事前アンケートはご記入の上、座談会当日に必ずご持参ください。

□ あなたの個人情報を、座談会終了後を含め、セールス等ほかの目的に利用することはございません。

□ （○○社）では、あなたの個人情報の取扱いに関して、苦情や相談、情報開示等の受付を行っています。
ご要望がある場合には、（○○社）のホームページからお問い合わせください。

□ （○○社）の個人情報保護管理者は、○○事業部長になります。

（別添2B） 調査へのご協力のお願い（例） *スクリーニングシート最終部に組み入れる

リクルーターは、スクリーニング質問を確認後、以下の項目を対象者へ通知・説明し、設定を行う

■個人情報の取り扱いについて(読み上げ)

① 私は、個人(フリー)のリクルーターの[（氏名）]で、電話番号は[（電話番号）]です。
② 私にご提供いただいた、あなた様のお名前、ご住所、ご連絡先などの個人情報は、市場調査会社である株式会社〇〇〇〇(調査会社) に提供いたします。 **(注: ⇒ 裏面の補足文書へ)**
③ 株式会社〇〇〇〇(調査会社) は、あなたの個人情報を、「今回の調査目的」及び「参加履歴管理」のためにのみ利用し、それ以外の目的には利用しません。
④ お名前など個人情報をご提供いただけない場合は、調査にはご参加できませんのであらかじめご了承下さい。 **(注: ③と④は、既存パネルの場合には省略も可)**
⑤ 私は、ご提供いただいたあなた様のお名前、ご住所、ご連絡先などの個人情報を、株式会社〇〇〇〇(調査会社)への提供後も、自己の責任をもって管理し、今後も同種の調査依頼があった場合にお声かけさせていただきます。

■調査の内容について(読み上げ)

⑥ このたび、ご協力いただきます調査には一般に公開していない情報が含まれる場合がございます。
ご協力いただいた調査を通じて知り得たいかなる情報についても、決して第三者に口外なさらぬようお願い申し上げます。
なお、「第三者への口外」に含まれる例は以下の通りです。

- ■ 口頭・電話・メール等で友人・知人に情報共有すること
- ■ 掲示板やブログ、SNS(twitter, facebook等)に書き込むことで不特定多数に情報共有すること
- ■ その他、情報漏えいにつながる一切の行為

■対象者の同意確認

今までにご説明させていただいた(上記①～⑤の)個人情報の取り扱いならびに(⑥の)調査内容の機密保持について、ご同意いただけますか？

1 はい　　2 いいえ → 対象外

■別途確認事項 **※調査設計に基づき、必要のない項目については削除**

□ ご案内状、会場案内図、(事前アンケート)を、追って、株式会社〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇(調査会社)より郵送またはメール添付により、送付させていただきます。
ご確認のうえ、開始時間の10分前までに会場においでください。

□ 座談会の場は、ご意見やご感想を正確に把握するため、
(1) 調査関係者や依頼主が、別室で座談会の様子を観察させていただきます。
(2) 座談会の様子を分析するためにビデオ等に記録させていただき、調査終了1年間保管し、焼却・溶解処分させていただきます。**(各社の規程に従って詳細は編集可)。**
(3) ただし、ビデオ等の記録および皆様のご発言の内容は、その座談会(調査)にのみ利用し、あなたの匿名性は厳重にお守りいたします。
※ (1)(2)(3)について、許諾書にご署名をいただきます。

□ 機密保持等のお願いについて、当日同意書にご署名いただきます。
□ 事前アンケートはご記入の上、座談会当日に必ずご持参ください。
□ あなたの個人情報を、座談会終了後を含め、セールス等ほかの目的に利用することはございません。

□（〇〇社）では、あなたの個人情報の取扱いに関して、苦情や相談、情報開示等の受付を行っています。
ご要望がある場合には、私か、後日ご案内する（〇〇社）の担当者あてにお問い合わせください。

※ ■個人情報の取り扱いについて(読み上げ）の補足

市場調査会社が決まっている場合は表面②のパターンでもよいが、市場調査会社が決まっていない場合は、
以下の文面が適切 （③～⑥まで不要）
私にご提供いただいたあなた様のお名前、ご住所、ご連絡先などの個人情報を、私は自己の責任をもって
管理し、今後、市場調査会社等から調査依頼があった場合に、当該市場調査会社等に提供させていただきます。

＜別添３＞　事前リクルート業務における実態調査結果のまとめ（2019 年 8 月）

JMRA が会員社を対象に実施した実態調査結果に基づき、以下を参考事例として提示する。

いずれも、調査機関（またはリクルート事業者）相互間での「名寄せ」や重複チェックは考慮せず、あくまでも同一社内での努力目標であり、クライアントに対する参考情報として位置づける。

＜依頼インターバルに関する参考事例＞

- 定点観測調査の依頼インターバル：「6 か月以上」
  （例えば年 2 回のベンチマーク調査では、直前回の対象者は不可だが、2 回前は許容する）
- 同一カテゴリ案件の調査依頼インターバル：
  - FGI、DI では「3 か月以上」　（一般に 2 時間ほどにわたり、詳細な知識を得るため）
  - CLT、HUT では「1 か月以上」　（一般に試飲、試食、試用等が主と考えられるため）
    （なお、原則として HUT 参加期間中の別調査への参加は禁止する）

［ 補 足 ］

- 事前リクルート期間：「2～3 週間」（対象者条件によって変動する）
  （最初の 1 週間で Web リクルートを行い、確保困難が予想された場合に機縁を含める等）

※）いずれも、クライアントからの具体的な指示・要請がある場合にはそれに従う。

解説１：　サンプルバイアスの軽減のためのインターバル設定

（1）十分なインターバルを確保すべき理由

- 依頼インターバルは各会員社によってマニュアル化されているケースもあるが、統一された見解はないものとみられる（ただし、各社ごとに経験則らしきものはある）。
- クライアントによっても、比較的長期間のインターバル（またはフレッシュサンプル）が求められるケースと、あまりこだわらないケースがみられる。とはいえ、短期間に同一対象者に繰り返し依頼がかかることは「調査慣れ」を生じさせ、一般的にみて望ましくないことは明らかである。
  （注：「調査慣れした対象者に聞きたい」ようなケースは、専門家パネルに近い位置付けとなる）
  また、同一カテゴリ、同一テーマの依頼が繰り返しかかることは、学習効果によるバイアスを生じさせ、こちらも好ましくない。
- 調査機関として一定の見識を維持すべきだが、現実的にはリクルート期間の短縮化や希少サンプルへの要望も強いことから、クライアント合意の下で柔軟な対応も必要と考えられる。
- そこで今回は、上記の事例紹介にとどめるものとする。

（2）調査機関間の「名寄せ」や重複チェックが困難な状況下での努力目標として

- 現在の法規制及び社会環境下では、調査機関（リクルート事業者を含む）の間での対象者参加状況の「名寄せ」や重複チェックは不可能である。そのため、「少なくとも同一調査機関内での努力目標とする」ことが現実的と考えられる。
- 個々の対象者に対し、「過去○か月間に、同様の調査に協力していない」ことを宣誓してもらうことは、対策の 1 つになり得ると考えられる。

解説２：　リクルート期間

・　極端にリクルート期間が短い場合、対象者条件の確認がおろそかになり、バイアスやトラブルの温床となることが懸念されている。

　リクルート期間が短くなるにつれて十分なスクリーニングができず、対象者をダイレクトに（ピンポイントで条件提示して）探してしまう傾向が助長され、不正につながりやすいことがあげられる。

　例えば、機縁リクルータの事前説明により、対象者が対象品目の情報を得てしまう（知ってしまう）ことがある。このため、本来は除外されるべき人を無理に対象者とさせている（させてしまう）ことがある（条件確認の段階では問題がなくても、FGI 等の現場で条件に合致せず、不適合となる）。

・　また、クライアントからリクルート開始後に（途中段階で）対象者条件の変更依頼がなされることもしばしばみられ、調査機関側の工程管理を難しくする要因となっている。こうした依頼を断ることも考えられるが、実際には対応せざるを得ないケースが大多数であろうと推測される。

　そのような事態に対処する上でも、十分なリクルート期間の確保が求められる。

・　現状では、リクルート期間は 3 週間から 1 週間ほどの間に分布しており、平均的には 2 週間程度とみられる。1～1.5 週程度の期間になると、無理な機縁リクルートが生じる懸念が持たれている。

　（現状では「2 週間」が標準になっているようであるが、アクセスパネルからのみで対象者が確保可能な場合にはそれでもよいが、機縁リクルートを加える必要がある場合には「＋1 週間（＝3 週間）」とすることが望ましい）。

　従って、**「リクルート期間は 3 週間確保することを目安」**とし、クライアントにも理解を求める。

以上