

JMRQS

JMRA Marketing Research Quality Standard
マーケティング・リサーチ実施のための品質管理基準

2002年4月1日
JMRQS完全施行

JMRA正会員社は、 高品質な調査を 保証します。

JMRQSは、わが国の市場調査業界における品質管理上のミニマム・スタンダードを定めたJMRA正会員社の行動規範です。非科学的な「調査」の氾濫を排し個人情報とプライバシーの保護に万全を期し市場調査機関としての使命と社会的責任を果たそうとするものです。

JMRAに加盟するすべての市場調査機関は国内外の
クライアントより負託されるすべての市場調査プロジェクトにつき
高品質な調査を保証します。

Point 1 個人情報保護を遵守します。

JMRQS「8.3.個人情報データの保護と保存期間」より

調査会社は、調査対象者が調査に協力したことによって直接的な被害を受けたり不利益をこうむることがないように、個人情報保護に関する適切な施策を講じ、実施しなければならない。(一部抜粋)

個人情報を提供することはできません。

1. 収集の目的を明確にし、その範囲内で利用します。

特定の個人を識別できる情報が個人情報です。本来市場調査では、個人情報をそのままの形で利用することを目的とはしていません。従って、調査する場合、前もって「個人の情報は漏らしません」「結果は統計的に数値処理します」という文言を、対象者に伝えています。

情報を収集する場合、目的をハッキリさせる必要があります。そして、この目的以外に個人情報を利用することはできません。

2. 収集は、適法かつ公正な手段で行います。

当然、調査目的を偽るなど不公正な手段で収集することは許されません。

また、市場調査では抽出台帳が重要な役割を果たしています。

名簿の出所を明確にし、対象者に懸念を抱かせないようにする処置も重要です。

グループ・インタビュー(GI)の観察と記録には留意点があります。

1. 観察と記録には、対象者の同意が必要です。

「別に観察者がいること、記録すること、およびその方法、使用目的など」を対象者に伝え、事前同意してもらわなければなりません。

同意は出席者のリクルート段階で得る方法、司会者などが現場で得る方法がありますが、いずれにしても事前の同意が求められます。

2. 対象者と直接係わりを持つ関係者は、GIを観察できません。

販売担当者が自分が担当するエリアの小売店主などのGIを観察すること、モラル調査などで企業の管理者が社員のGIを観察すること、などがこれに該当します。

3. 記録されたビデオテープを、そのままの形で提供することはできません。

どうしても提供の必要がある場合、モザイク模様などで対象者が特定できないような処置をしなければなりません。個人情報の入ったビデオがどんな形で利用されても、また流出しても、出席者が被害や不利益を被らないよう万全の措置を講じるためです。提供には、貸与を含みます。

オリジナルのビデオテープをご覧になりたい場合は、調査会社の管理の下で(調査会社の社屋内で)閲覧することができます。

JMRQSの内容(目次)

◆序文

第1節 企画・設計管理

1. 企画提案とコスト要因管理
2. 調査の背景
3. 方法論
4. 標本抽出
5. 実査作業
6. 集計計画と報告

第2節 調査プロジェクトの運営

7. プロジェクトの進捗管理
8. データ収集と取り扱い
9. 調査報告
10. 外注先の管理

第3節 特殊形態の市場調査

11. 定性調査
12. 国際調査
13. 付則

詳細はJMRAのホームページで



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

プライバシーマーク制度とは？

・当協会は、1999年2月にマーケティング・リサーチ産業における「プライバシーマーク制度指定機関」として認定されました。

・個人情報について、適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を認定して、その旨を示す「プライバシーマーク」を付与し、事業活動に関してプライバシーマークの使用を認める制度です。

・そのため、このマークを使用している企業は、個人情報の取り扱いが適切であるということが容易に判断できます。



G123456(01)

JMRQSの

Point 2 調査品質を保証します。

Frequent Q&A

Q：「個人情報」って何？

A：個人情報とは、「個人の氏名」「生年月日」「住所」等の個人に関する固有の情報をさしますが、それ以外にも「個人別につけられた番号・記号・符号や画像・音声等によって当該個人を識別できるもの」も含まれます。

Q：回答された調査票そのものを納品してほしいのですが・・・

A：回答された調査票をそのまま提供することはできません（提供には、貸与を含む）。個別の調査票をご覧になりたい場合、必要に応じて、対象者の名前、住所、電話番号などの個人情報を、分からないようにして提供させていただきます。

Q：当社の顧客名簿を利用して調査をしたいのですが・・・

A：対象者から名簿の出所を尋ねられた場合、明確に回答しなければなりません。顧客(対象者)に不信感を抱かせないためにも、御社と弊社間で事前に協議して、その回答内容を取り決めておくことが肝要です。

Q：GIのVTR以外の記録は手にいれることができますか？

A：a) 筆記記録は出席者名を符号化するなど、匿名性を守って提供します。b) 音声のみの記録はそのまま提供いたしますが、個人情報が識別できると判断された場合、識別できないような措置を講じます。c) 出席者の顔写真や、個人を識別できる可能性のあるスナップ写真を提供することはできません。

Q：JMRQSのような規定は、日本だけにしかないのですか？

A：ヨーロッパでは、日本と同様に「EMRQS」が施行されています。アメリカもこれに準拠しています。なお、EMRQSをISO規格化する動きもあります。

Q：すべての調査会社がJMRQSを遵守するのですか？

A：協会では、現在加盟している会員社すべてが遵守するよう指導しています。

- ・どの調査手法においても、調査員トレーニングを徹底しておこないます。（詳細は各種ガイドラインに記載されています）
- ・インスペクション(実査監査)は、すべての訪問調査において、全調査員に対して回収数の10%以上を実施します。電話調査に関しては、モニタリングを用いて指示徹底をはかります。
- ・CLT、電話調査においては、常に監督者を配置し、品質管理にあたります。

調査員
管理

- ・入力データの正確さを確認する手続きを文書化して記録・管理し、さらにベリファイを実施することを原則とします。
- ・データ修正に使用されたデータクリーニングの方法を記録し、文書で残します。

データ
チェック

- ・どの調査手法においても実査(調査結果)の記録をおこない、管理します。
- ・実査に係わるクライアントからのお問い合わせに対し、誠実にお答えします。

結果の
記録

JMRQSの

Point 3 調査手順を明確にします。

JMRQS「9.1.完全再現性の保証」より

調査報告書は常に、すべてのクライアントが調査を再現できるか、あるいは十分な二次分析ができるような内容が保証されるものでなければならない。（一部抜粋）

企画・設計および調査報告の手順を明確にします。

「調査企画書」を
提出する場合
コスト要因管理を
明確にします

「調査企画書」に明示する内容

1. 費用にかかわる内容
2. 調査の背景・目的
3. 方法論について
4. 標本抽出について
5. 実査作業について
6. 集計計画と報告内容について

受託確定後に
「実施計画書」を
提出します

「実施計画書」に明示する内容

1. 提示物、説明書、テスト品などの調査資材の手配手順など
2. 謝礼の手配手順
3. 調査場所や抽出台帳の使用許可
4. 実査作業の日程表（集計を含む）・・・など

調査を再現
できる内容を
「調査報告書」に
記載します

「調査報告書」に明示する内容

1. 当初、クライアントから提示された調査目的・課題や調査の背景
2. 一次データの収集方法
3. 調査対象とその抽出方法
4. 計画上と回収時の、標本数とその構成・・・など

Point 4 クライアントの皆様へのお願い

テスト品

試用テスト品の品質や安全性、試用方法に関する吟味は、クライアントの責任のもとにあります。

製造物責任法(PL法)に基づきます。

テスト品などの欠陥により、他人の生命、身体もしくは財産を侵害した場合、その損害を賠償する責任はその製造者にあります。

試用テスト品に関して、以下のご協力をお願いします。

1. テスト品の説明書は提供者（クライアント）がお作りください。

使用方法などを記した説明書は、市販商品に表示してある内容、あるいは各種法令、業界内規、御社規定などに則ることが望まれます。また、テスト終了後の処置を説明書に明記することも必要です。

2. “契約書” または “覚書” の取り交わしをお願いします。

調査会社とクライアントの皆様で、“製品テストに関する調査協力者保護のための覚書”を取り交わすことをお願いします。

注記) 問題の処理にあたっては、お客様の指示に従って、調査会社が責任をもって行います。

こども

子供が対象者の場合は、親または責任ある成人の同意が必要です。

子供とは、中学生以下(義務教育)をさします。

対象が小中学生の場合は、親の同意が必要なため、街頭リクルート方式のCLTや街頭調査は、一般的に不可能です。

JMRQSのガイドライン

- 「調査マネジメント・ガイドライン」
- 「CLT調査ガイドライン」
- 「会場テスト(街頭リクルート)実施のためのガイドライン」
- 「電話調査ガイドライン」
- 「郵送調査ガイドライン」
- 「グループ・インタビュー調査ガイドライン」

綱領・JMRQSなど、各種行動規範の位置付け

(行動規範のレベル)

(たとえば言えば…)

- | | | | |
|------|---|-------|--------------|
| (0次) | 「ICC/ESOMAR国際綱領」 | ----- | ≒国連憲章 |
| (1次) | 「マーケティング・リサーチ綱領」 | ----- | ≒日本国憲法 |
| (2次) | 「JMRQS (JMRAマーケティング・リサーチ・クオリティ・スタンダード)」 | --- | ≒法律 |
| (3次) | 各種ガイドライン (「調査マネジメント・ガイドライン」等) | --- | ≒政令/省令 |
| (4次) | 正会員各社の社内規定等 | ----- | (→ISO9001など) |

JMRQSに関するご質問・お問い合わせは下記へ

JMRA 社団法人 **日本マーケティング・リサーチ協会**

〒112-0004 東京都文京区後楽1-1-5 (第一馬上ビル)
 TEL. 03-3813-3577 FAX. 03-3813-3596
<http://www.jmra-net.or.jp> E-mail : info@jmra-net.or.jp
 ©Copyright,2002;JMRA,All Rights Reserved

正会員社名