

関係各位

(社)日本マーケティング・リサーチ協会 (JMRA) の

マーケティング・リサーチ (MR) 綱領改訂案について

2010年1月

(社)日本マーケティング・リサーチ協会 綱領委員会

JMRA のマーケティング・リサーチ (以下 MR) 綱領が準拠している国際綱領の ICC/ESOMAR 綱領が改訂されたのを機に、綱領委員会では JMRAMR 綱領の改訂案を検討してきました。会員の皆さんにご意見をお聞きしさらに検討と修正を加え、最終案を今年5月の総会に上程したいと存じます。

以下、「マーケティング・リサーチ綱領」改訂の背景と主な変更点です。

なぜ ESOMAR は改訂するのか？

- 10年間の変化に対応：個人情報保護、対象者名開示の CS 調査の増加、インターネット調査の進展、CRMの進展に伴うダイレクト・マーケティングとの区別など。
- EUからの圧力への対応：EUからは「業界で自主規制を作れ、さもなければ法律で縛るぞ」と欧州の業界団体は言われている。そこで、ESOMARは綱領を改訂し、透明性の強化を狙った。
 - なお ESOMAR は罰則まで入れようとした。が、欧州各国の協会は ESOMAR が強くなりすぎるのを恐れ、罰則などは盛りこまなかった。
- 海外での調査の増加に対応：海外での調査を発注することが増えており、海外の調査会社を規制したい。については各国の協会に準拠した綱領を持ってもらい、規制してもらいたい。

JMRA は MR 綱領を更新するのか？

- JMRA は発足時から、ESOMAR の綱領を採択してスタートしている。しかも海外からも海外への調査もある。
- 欧米同様、この10年間に変化があり、適応しておく必要はある。
- ESOMAR 会員が属する会員社は組織として ESOMAR 綱領の遵守が義務づけられており、日本版綱領とダブルスタンダード状態になる恐れがある。
- 海外の主な業界団体が ESOMAR 綱領を批准もしくは準拠しており、我が国リサーチ業界の国際的地位を担保するため JMRA としてこれに対応することが望まれる。
- そこで、ESOMAR の新綱領に沿って MR 綱領を見直したい。但し日本や JMRA で必要な要素を盛り込む。

今後の段取りは？

綱領委員会で変更第 1 次案をほぼ固めました。業務執行委員会の了解を得て、会員からの意見聴取（パブリック・コメント）及び各委員会での確認・検討結果を踏まえ、再検討し、5 月の総会での上程という予定です。

新しい MR 綱領案のあらましは？

現行版からの主な変更点は？

まず主要基本 8 原則をうたった後、詳細に移るという形で章立てが見直された。また条項に見出しが付けられ、わかりやすくした。

調査対象者名をクライアントに提供する CS 調査などが例外事項でなくなった。調査対象者の明示的な同意があればクライアントに開示できることを明示。（新版 定義 a）

これまでは「原則として非開示」であり、対象者の承認に基づく開示が例外的に認められていた。（旧 4 条「匿名性の原則」）

ダイレクト・マーケティングを「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）」と具体的に明記し、マーケティング・リサーチとの区別を明確にした。（新 1 条(c)、（旧 15 条））

「透明性」が新設され、調査対象者及びクライアントに対するリサーチャーの責務をまとめてうたった。（新 4 条）

クライアントとリサーチ会社の権利に関する記述は大幅に縮小し、提案書と見積書について、それぞれに関する権利は「作成した組織又は個人に帰属する」とした。（新 5 条（旧 16、19、20、21 条））

ESOMAR では双方の権利の詳細を規定した別冊ガイドラインを作成している。J M R A としては「綱領の解説（仮称）」に補足説明を記述する予定。

個人情報保護については条文が増えた。日本での定め（JIS Q15001 及び「MR 産業個人情報保護ガイドライン」）に則り、条文を整えた。（7 条）

調査の主要記録の保管期間を 1 年間に特定する義務条項を削除。（旧 22 条）

当初 ESOMAR は自主規制強化を狙い、ESOMAR としての罰則を設けようとした。

しかし ESOMAR の綱領自体からその条文を削除、各国の協会にゆだねられた。

「リサーチャーの守秘義務」の条項（旧 23 条）を削除した。ただし共同プロジェクトの場合を除く。（新 9 条、（旧 17 条））

「クライアントが綱領の存在及び遵守の必要性を認識していることを確認する義務」に関する条項を削除し、「クライアント及びその他の関係者が綱領の遵守に同意していることについて包括的な責任を有する。」という婉曲な表現にした。（新 12 条、（旧 29 条））

主要基本 8 原則とは？

1. リサーチャーは、関係するすべての国内及び国際法規に従わなければならない。【遵法の原則】
2. リサーチャーは、倫理的に行動しなければならず、マーケティング・リサーチの信頼を損なう可能性があるような事を一切行ってはならない。【倫理的行動の原則】
3. リサーチャーは、子供及び若年者に対して調査を実施する際、特別な配慮をしなければならない。【子供及び若年者保護の原則】
4. 調査対象者の協力は、調査対象者の自由意志によるものである。彼らの参加と協力、承諾を得る際には、マーケティング・リサーチプロジェクトの目的など、マーケティング・リサーチプロジェクトの概要について、十分かつ誤解を招かないよう説明をしなければならない。リサーチャーは、そうした全ての説明事項を守らなければならない。【インフォームド・コンセントの原則】
5. 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ず、調査対象者がマーケティング・リサーチプロジェクトに協力したことの直接的結果として、被害を受けたり、不利益を被ることがあってはならない。【対象者の権利保護の原則】
6. リサーチャーは、マーケティング・リサーチプロジェクトで収集した調査対象者の個人情報、マーケティング・リサーチ以外の目的に使用されるのを決して許してはならない。【個人情報保護の原則】
7. リサーチャーは、プロジェクトを正確、透明かつ客観的に設計、実施、報告、及び記録しなければならない。【公正取引の原則】
8. リサーチャーは、一般に認められている公正競争の諸原則に従わなければならない。【公正競争の原則】

パブコメ概要及びスケジュール

20100119

- ・ 1 月度業務執行委員会の承認を得る。(1/21) 以下、その後のスケジュール
- 1) 目的及び方法：MR 綱領改訂案を J M R A H P に掲載し、関係者に広く意見を求める
- 2) 掲載期間：2010 年 2 月 1 日から 3 月 14 日までの 6 週間
- 3) パブコメメール開示及び通知対象：J M R A 正会員社（窓口、及び代表）
コンプライアンス & Q S 部会（4 部会）事業部会（3）調査技術研究部会（2）
賛助法人会員社、賛助個人会員、関係諸団体（官公庁：内閣府、経産省、
統計数理研究所、世論調査協会、マーケティング協会、広告業協会等）
- 掲載書類：MR 綱領改訂の背景と主な変更点
新綱領改訂案
現行綱領 V S 綱領改訂案（確定版）
J M R A パブコメ募集要領-M R 綱領
- パブコメとりまとめ、回答 HP 掲載：綱領委員会作成、4 月度業務執行委員会上申
- 4) 総会：審議承認（5 月度）

以上