



(報告事項)

# 平成23年度（2011年度） 事業報告書

自 平成23年4月 1日

至 平成24年3月31日



一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

# 平成23年度（2011年度） 事業報告書

## 目次

### I. はじめに

### II. 2011年度の総括

### III. 各委員会の活動報告

1. 綱領委員会
2. 法務委員会
3. ISO20252 認証協議会
4. 公的統計基盤整備委員会
5. 出版委員会
6. 研修委員会
7. カンファレンス委員会
8. 調査技術研究委員会
9. 国際委員会
10. こころの健康向上委員会
11. プライバシーマーク審査会

### IV. 事務局の活動報告

1. 他団体との活動
2. 定例活動

## I. はじめに

2011年3月に発生した東日本大震災は、日本の企業活動に大きな影響を与えました。多くの企業の上半期の活動は、被災地支援、計画停電・節電への対応、サプライチェーンの回復など、「1000年に一度」の大災害への対応に追われました。モノを供給することが最優先課題となり、広告、プロモーション、イベントなどのマーケティング活動は一時休止状態になりました。マーケティング・リサーチについても同様で、会員各社の第一四半期（4月～6月）の売上は、軒並み前年割れになったと想定されます。

しかし、日本企業の現場力は健在で、節電の夏を無事乗り切ることによって、多くの国内企業の活動は急速に通常の企業活動に復帰しました。

リサーチの需要については、第二四半期以降、顕著な回復傾向が見られ、年間ベースでは、ほぼ前年実績に近いところまで、回復したものと想定されます。

しかしギリシャの財政不安に端を発するヨーロッパの信用不安やタイの大洪水が追い討ちをかけたように、天災、人災にかかわらず、世界的規模の変動の波は、そのサイクルを縮めているように見えます。また、ソーシャルメディアの普及など、マーケティング・リサーチをめぐる事業環境にも大きな変化が現れています。

産業としての社会的責任を果たし、リサーチヤーのプレゼンスの向上のためには、地球規模の想像力をもって、対応する時代に入ったと言えましょう。JMRAの活動はこれまで以上にスケールの広がりとスピードの早さが求められていると認識します。あらためてJMRAの活動にご理解を賜り、これまで以上のご協力をお願い申し上げます。

## II. 2011年度の総括

2011年度は以下の方針を掲げて、協会活動に取り組みました。

### 基本方針

## リサーチのウィングを広げよう

「生活者を最もよく理解する産業」であり続けるために

### 重点課題

1. 環境変化に対応した積極的な情報発信活動の継続
2. 産官学と連携した研究活動の推進
3. ISO20252の普及と新たなリサーチ規範の模索
4. 「危機」に対応する事務局活動の推進

## 1. 環境変化に対応した積極的な情報発信活動の継続

2011年度は、ソーシャルメディアの普及とスマートフォンやタブレットなどのITデバイスとインフラの急速な進歩により、多様・大量・非構造的なものを含むデータ（ビッグデータ）の有効活用の議論が高まった年でした。このような環境変化は、我々リサーチャー、リサーチ産業にとって大きな変化であると捉えられます。JMRA 研修委員会では、この問題に取り組み、トピックスセミナーとして7月に「ソーシャルメディア時代と調査の新たな価値」、3月に「マーケティング・リサーチャーのためのビッグデータ入門」を開催致しました。「マーケティング・リサーチャーのためのビッグデータ入門」においては、一般の方44名を含む133名という多くの方が参加されました。また、経営者フォーラム（1月）では、JMRA 理事である慶応義塾大学総合政策学部の新保史生准教授に、「ソーシャルメディア時代の調査とコンプライアンス」と題して、調査におけるソーシャルメディアを利用する場合の違法・適法な境界線をめぐる国内外の最新動向についてご講演いただきました。

出版委員会では、機関誌である「マーケティング・リサーチャー」で、「日本型 SNS がつなげる心地よい絆」（115号）、「ソーシャルメディア時代におけるロコミ行動とインフルエンサー」（117号）などソーシャルメディアの普及が引き起こす諸々の事例などを取り上げました。カンファレンス委員会では、JMRA アニュアル・カンファレンスにおいて、新しい試みとしてフェイスブック、ツイッターなど SNS を用いた広報活動を行い、新規参加者の拡大につながりました。

また、日本のリサーチ業界の国際化という面で、国際委員会は、APRC（Asia Pacific Research Committee）の活動において、西安で10月に開催された「The third APRC and seventh CMRA Conference 西安」に30名を超える視察団を組んで参加し、アジア各国のリサーチ動向を把握するとともに、研究及びステイトメントの発表により JMRA のプレゼンスをアピールしました。

このように多くの委員会において、新しい時代の潮流に関する取り組みをセミナー、カンファレンス、機関誌、海外視察などの様々な方法で情報発信を行うことができました。

## 2. 産官学と連携した研究活動の推進

官との連携においては、公的統計基盤整備委員会において、公的統計の民間事業者の活用について情報を収集し、各省庁の担当者の講演会などを開き、その内容を年次報告書「公的統計市場に関する年次レポート 2011」にまとめております。この報告書は、各省庁から公的統計の受け皿としての民間の実力を知る資料として評価されています。

学との連携につきましては、機関誌であるマーケティング・リサーチャーに、大学の先生方に多数ご寄稿いただいております。また、JMRA セミナーの講師として、リサーチャーの専門的能力の開発に関し研修を行っていただいております。

今後、このような活動の連携を深め、業界のプレゼンスを向上させる研究活動の推進を

図っていきます。

### 3. ISO20252 の普及と新たなリサーチ規範の模索

グローバル基準とされている ISO20252 の第三者認証を日本においても 2011 年 3 月から開始し、現在までに 4 社が取得しております。一部の官庁統計においては、入札時の加点ポイントに加えられました。JMRA では、さらに取得を促進させる為、会員社向けのセミナーの開催及びクライアント（調査発注者）に対する広報活動を実施致しました。

また、海外においてソーシャルメディアリサーチに関するガイドラインなどが発行されたことをうけ、これらを翻訳し、綱領委員会、法務委員会などで内容の確認などを行っています。法務委員会では、これまで議論検討してきた「法務ハンドブックⅢ」を印刷版・デジタル版でリリースし、40 社にご購入いただきました。また、新たにリサーチ環境変化に伴い取り上げるべきビッグデータ、ソーシャルメディア、海外調査、行動観察、などの法務課題や問題点の議論と収集を開始致しました。

今後、これらの活動を促進させることにより、「生活者を最もよく理解する産業」であるリサーチ業界として、新たなリサーチ規範を模索することが必要と思います。

### 4. 「危機」に対応する事務局活動の推進

東日本大震災が 2011 年 3 月 11 日に発生し、会員社に対しても大きな影響をあたえましたが、事務局では、この大災害に際しての被害、影響、対応状況に関する会員社アンケートを実施し、この結果を会員社の災害対応の参考となるよう共有できるように致しました。この調査の中で、「事故・災害対応マニュアル」や「BCP（事業継続計画）」の作成に関する項目では、その必要性を感じたという回答が 77%あり、このような面でも、事務局としてもサポートできるよう取り組んでいきたいと思えます。

被災地への支援として、JMRA では義援金を募り、第一次 700 万円（4 月 13 日）、第二次 50 万円（6 月 1 日）を日本赤十字社を通じて被災地へ送りました。

2011 年 4 月 1 日には、懸案となっていた社団法人から一般社団法人への移行を完了し、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会としての協会活動を行うこととなりました。今後は、協会のセミナー運営、カンファレンス運営などの見直しを関連する委員会とともに検討し、協会の財政的な基盤を整えていくことを目指します。

なお、理事会の承認を得て、スペースの有効利用、労働環境の改善、セキュリティ強化、研修スペースの拡大等の目的で、事務局・研修室・会議室のレイアウトを変更しました。2012 年度の基本方針である「すべての活動をリサーチャーのプレゼンス向上のために」に向けて、今後、事務局活動をより活発に行うように致します。

### Ⅲ. 各委員会の活動報告

#### 1. 綱領委員会

綱領委員会は、マーケティング・リサーチ倫理の確立とマーケティング・リサーチ綱領の普及、啓発を目的として活動している。

JMRA マーケティング・リサーチ綱領の改訂と一般社団法人化による定款変更、そして現行の問題点や矛盾点を踏まえて、正会員社の入会規程改訂案を作成し、理事会に上申した。さらに賛助法人会員、賛助個人会員の入会についての受付基準などの素案も作成し、理事会に上申した。

また綱領違反が疑われる案件が1つ発生したため、理事会の承認を受けた上、当該社を訪問しヒアリングを実施した。その結果、綱領違反ではないと判断し、理事会に結果を報告するとともに、発表方法について意見を付帯した。

他、入会審査を行い、理事会に上申した。

#### 2. 法務委員会

##### (1) 「法務ハンドブックⅢ」のリリース

先に会員社に配布を行った「法務ハンドブックⅢ無償版」に対して、各社ご担当者からのご意見・ご要望等を受け、一部残されていた細部の修正、補足等を加え、下記の仕様で「法務ハンドブックⅢ 正規版」(2011年8月)のリリースをおこなった。

- ①オリジナルデータ (著作物利用許諾契約に基づく MS Word、PDF ファイルでの提供)
- ②印刷・製本版 (法務ハンドブックⅡ同様の提供)
- ③メディア版 (コピープロテクト施された DVD-R メディア)

	購入社数	冊数/枚数	購入社 うち正会員社数
①オリジナルデータ	9社	—	8社
②印刷・製本版	34社	191冊	25社
③メディア版(DVD)	3社	4枚	—

※2012年3月末時点で、41社（正会員社…31社、賛助法人会員社…5社、賛助個人会員…2名、その他一般…3社）に有償で提供した。

## （2）新たな法務課題に対する対応

新たに発生している調査モードに対して、法律的な側面からの問題点を探り、検討と確認を行い資料化作業を進めた。

- ・行動観察(エスノグラフィー等)・観察系
- ・ビッグデータ[ライフログ(電子マネー、個人識別等)]
- ・オンライングループインタビュー、ソーシャルメディア、MROC等
- ・海外調査
- ・その他(医薬系)リスク系等
- ・著作権（TPP後の対応）

## （3）CLT調査における「道路使用許可証」対策の資料のまとめと今後の活動

法務委員会内に分科会を設置し、昨年度からの継続対応として、対外的活動も含めた資料化作業等をすすめた。

## （4）法律相談の開催

協会顧問弁護士による「マーケティング・リサーチ事業に関する各種法律相談」をほぼ毎月1回開催した。

2012年度の開催は、合計9回で18件（11社）の無料法律相談を実施した。

### 3. ISO20252 認証協議会

マーケティング・リサーチに関する技術の向上および普及を目的として、ISO20252 第三者認証制度の普及活動を行った。

#### (1) ISO20252 第三者認証の実施と普及活動

昨年（2011年）3月に開始したISO20252の第三者認証制度をさらに普及させるため、ISO20252 認証協議会の事務局機能として「準備会」を設け、毎月開催した。本準備会は、調査会社、審査機関、認定機関の代表者で組織され、現状の審査における問題点を洗い出し、解決策を検討した。同時に本規格普及の為に、ISO20252 認証取得を希望する会員社へのセミナーを開催し、本規格の有用性と取得の方法を説明した。

2011年7月12日（火）「第1回 ISO20252 基礎セミナー」JMRA 研修室：8社12名

2012年3月2日（金）「第2回 ISO20252 基礎セミナー」JMRA 研修室：7社10名

他、下記の「デジタルマーケティング NEXT2011」において、一ノ瀬委員長がISO20252 に関して講演をおこなった。

日 時：11月16日（水）10:30～11:20

会 場：東京ビッグサイト 東5ホール

タイトル：「動き始めた市場調査の国際品質管理規格 "ISO20252"

～調査の質と信頼の確保のために：グローバル化時代に対応して～」

#### (2) 国際会議参加による情報収集

ISO20252 を所管している ISO / TC225 / WG1 / WG2 に委員を派遣し、本規格に対する各国の動きなどの情報を収集した。現在、TC225 では、各国の意見を取り入れた上で ISO20252 の改訂を検討しており、FDIS（最終的なドラフト）が作成済みで（2012年2月現在）、近々に本ドラフトに対する国際投票が行われる予定である。

#### 4. 公的統計基盤整備委員会

2006年の「公共サービス改革基本方針」策定、2009年「公的統計の整備に関する基本的な計画」に基づき、公的統計の分野でも民間事業者の活用が順次進行してきている。国の動きを注視しつつ、公的統計における民間事業者の活用、行政府への対応方策等を検討し、相互理解・共通認識の進展を期し、2010年度に引き続き当委員会活動をおこなった。

##### 1. 委員会の概要

2011年度の第1回公的統計基盤整備委員会を2011年7月8日（金）に開催し、その後、2012年5月まで計10回開催した。

委員：計25名 正会員（19名）、賛助法人会員（6名）

全体会議の中で、学識者、府省の統計担当者等を講師に招き、統計調査の質確保に向けての資格認定制度、さらにはISO20252の概念等についての講演、意見交換会を開催した。全体会議の後は三つの小委員会（①市場動向分析小委員会 ②民間版ガイドライン検討小委員会 ③資格制度検討小委員会）に分かれ、具体的な課題についての研究及び検討を行った。これらの活動の成果は、「公的統計市場に関する年次レポート2011」（報告書）としてまとめた。

##### 2. 活動内容と組織体制

###### 1) 活動内容

- ①関係各府省統計主管セクショントップへの表敬訪問
- ②月例の委員会（計10回開催：幹事会、全体会議、小委員会）
- ③講演会・意見交換会（計3回）
- ④各府省「民間事業者の活用の見直し・改善に関するWG」と当委員会との意見交換会
- ⑤日本品質管理学会主催の「統計・データの質マネジメント研究会」への参加
- ⑥日本統計学会・統計検定センターとの共同活動（資格認定検定試験）へ参加
- ⑦内閣府統計委員会、入札監理小委員会等への傍聴参加（毎月）
- ⑧「民間調査機関における公的統計に関する実態調査」の企画・実施
- ⑨2011年度民間調査機関を活用した統計調査の一覧作成
- ⑩JMRA ホームページで「公的統計基盤整備委員会」の活動報告

###### 2) 組織体制

- ①全体会議（月1回、計10回開催）
- ②幹事会：委員会の活動方針の検討、各府省とのコンタクト・意見交換、報告書構成案の検討を行った。
- ③小委員会：三つの小委員会が各テーマについて研究、調査実施、報告書作成。

## 5. 出版委員会

### (1) 『マーケティング・リサーチャー』の発行

調査機関と調査ユーザーとのパートナーシップをはかり、マーケティング・リサーチの役割や意義を高めていくことをミッションとしながら、MRをめぐる「上質な」情報を盛り込んだ専門性のある業界誌として No.115～117 を発行した。

《No.115》 2011年8月31日発行（2,000部発行）

特集：インタビュー調査 再考

市場を語る・市場は語る（Interview）：

日本型 SNS がつなげる心地よい絆

株式会社ミクシィ 笠原 健治氏

《No.116》 2011年12月15日発行（2,000部発行）

特集：3. 11後のマーケティング・リサーチ

市場を語る・市場は語る（Interview）：

ゲームの進化に見る世代と文化

株式会社エンターブレイン『週刊ファミ通』編集長 長田 英樹氏

《No.117》 2012年3月29日発行（2,000部発行）

特集：情報格差時代の「とんがった消費者」たちとマーケティング課題の活用

市場を語る・市場は語る（Interview）：

地域と共創するクラブでスポーツを広げ街を育む

株式会社 川崎フロンターレ 天野 春果氏

上記のほか、常設コンテンツとして、前年度に引き続き、各号に以下の記事を掲載した。

海外 MR 事情（104号より）

ー調査業界に関する海外の実態や事情を紹介

RECENT WORLD INSIGHT

ー海外の調査事情やビジネスのグローバル化にともなうリサーチのあり方を紹介  
（101号）

ーマーケティング・リサーチに関する海外機関誌の内容紹介（114号）

ちょっと教えて（104号より）

ー調査現場で直面するちょっとした悩みや迷いに、考え方の一例を紹介  
マーケターの独りごと

ークライアントの普段感じることを紹介することでリサーチファームとクライアントの双方が取り組むべき、リサーチ課題解決のヒントを得るためのコーナー

#### (2) 研修委員会との共同企画によるトピックスセミナー

前年に開始した試みを継続・発展させた。114号の特集テーマ「ネット社会の深化と調査の新たな価値」を元にして、「ソーシャルメディア時代と調査の新たな価値」というテーマでセミナーを開催した。

#### (3) 読者フィードバック体制

113号発行時から開設した読者アンケートサイト「読者の声“ご意見直通便”」において、2011年10月より読者アンケートモニターを設定し、会員の様々な立場の読者より継続的に意見を聴取できるようにし、リサーチ業界全体で活用いただける誌面作りに反映することを目指した。

#### (4) 「日経テレコン21」よりのダウンロード状況

2009年に「日経テレコン21」へのコンテンツ掲載を開始したが、2011年も掲載を継続した。

2011年度中には771件のダウンロードがあり、109,467円の収益となった。

(参考：2010年度中のダウンロード数は767件、99,510円の収益であった。)

## 6. 研修委員会

#### (1) セミナー内容の見直しと新たなセミナーの企画

「統計分科会」、「定性分科会」、「トピックス分科会」の3つにわかれ、昨年度に続き、体系的な見直しを行いながら、各講座を開催した。

「統計分科会」では、2010年度に講師と検討を行い再編成したプログラムにそって、各種講座を開催した。再編成においては、内容の違いが分かりにくかったものを、講座タイトルを変更し、基礎・初級・中級・発展のレベルや理論・実践の形式の違いを明確化した。また、回数の多い講座については、2講座に分割し参加しやすい編成とした。

「定性分科会」では、2010年度に新たに開設した「インタビューテクニック講座」や「投影法がわかる講座」を含め、全4講座を開催した。4講座の内容充実と講座形態等について、検討を続けた。

「トピックス分科会」では、2009年度から出版委員会と共同で開催している機関誌「マー

「マーケティング・リサーチャー」の特集をテーマとしたセミナーについて、その協力体制や運営方法について出版委員会との検討を進めた。具体的には、機関誌「マーケティング・リサーチャー」114号についてトピックスセミナーを開催したほか、117号について開催に向けた企画を進めた。そのほか、新しい講座として三木康夫先生による「マーケティングとマーケティング・リサーチセミナー」の企画を進め、総論および各論編2講座の全3講座を開催した。

## (2) 集客分科会の設置

「集客分科会」を新たに設置し、講座内容、開催方法、案内方法などについて検討を重ねた。2012年2月にはJMRAの研修に対する会員のニーズを把握するためのアンケートを実施し、その結果にもとづく今後の施策検討を始めた。

## (3) トピックスセミナーの実施

時代の変化とともに、リサーチャーに求められる知識、技術も変化してくる。そのような時代の変化をいち早く察知できるよう、JMRAではトピックスセミナーを開催している。今年度は、前述の出版委員会と研修委員会が協力して開催する機関誌「マーケティング・リサーチャー」の特集に関連するセミナーと、統計分野の発展セミナーを開催した。

前者では、出版委員会の発行する機関誌「マーケティング・リサーチャー」の114号（特集「ネット社会の深化と調査の新たな価値」）に焦点をあて、「ソーシャルメディア時代と調査の新たな価値」と題して、機関誌で執筆された池田紀行氏（株式会社トライバルメディアハウス）、萩原雅之氏（トランスコスモス株式会社/JMRA 研修委員）にくわえ、山崎晴生氏（株式会社クロス・マーケティング）を講師に迎え、ソーシャルメディア時代のマーケティングや調査について、またMROCやソーシャルリスニング、ライフログについての事例についてご講演いただいた。さらにパネルディスカッションでは、「消費者行動とマーケティング手法の変化」や「必要なデータ・情報とその収集技術の変化」、「リサーチャーのミッションとコアスキルの変化」について議論いただいた。

後者では、『マーケティング・リサーチャーのためのビッグデータ入門－「大量」「非構造」「リアルタイム」データの分析技術－』と題して、鈴木良介氏（株式会社野村総合研究所）、橋本大也氏（データセクション株式会社）、浅野弘輔氏（株式会社ホットリンク）を講師にむかえ、萩原雅之氏（トランスコスモス株式会社/JMRA 研修委員）がファシリテーターとして進行のもと、ビッグデータ時代のマーケティングや事例（技術や手法、その活用）について、講演いただいた。

＜平成 23 年度（2011 年度）に計画した研修＞

区分	No.	研修名	日時 日数	会場	講師	参加
総合	1	第 35 回新人リサーチ合宿セミナー	2011/4/20～22 (2泊3日)	クロス・ウェーブ東中野	(注1)を参照ください。	正会員 7 社(10 名) 賛助法人会員 4 社(5 名) 賛助個人会員 1 名 一般 1 社(2 名) 合計 18 名
	2	実践マーケティング・マインド醸成講座	2011/10/12,26;11/9 (3日間)	JMRA 研修室	(株)インデックス・アイ 近藤光雄氏 (株)インテージ 高橋直武氏 (株)インデックス・アイ 小田宜夫氏	開催を見合せた。
	3	マーケティングとマーケティング・リサーチセミナー(総論編)	2011/5/17	クロス・ウェーブ東中野	株式会社カンター・ジャパン 三木康夫氏	正会員 9 社(14 名) 賛助法人会員 4 社(6 名) 一般 1 社(1 名) 合計 21 名
	4	マーケティングとマーケティング・リサーチ(各論編 商品開発、広告開発、ブランディング)	2011/10/5	JMRA 研修室	株式会社カンター・ジャパン 三木康夫氏	正会員 3 社(3 名) 賛助法人会員 2 社(2 名) 賛助個人会員 1 名 一般 3 社(3 名) 合計 9 名

総合	5	マーケティングとマーケティング・リサーチ(各論編 消費者意識・行動)	2011/12/6	JMRA 研修室	株式会社カンター・ジャパン 三木康夫氏	正会員 4 社(5 名) 賛助法人会員 2 社(2 名) 一般 7 社(9 名) 合計 16 名
統計関連	6	R 言語最初の一步講座	2011/6/3,10,17 (3 日間)	JMRA 研修室	慶應義塾大学 総合政策学部教授 桑原武夫氏	正会員 3 社(5 名) 賛助法人会員 1 社(1 名) 一般 3 社(4 名) 合計 10 名
	7	やさしく学ぶ統計分析講座	2011/9/9,15,16,21,22 (5 日間)	JMRA 研修室	慶應義塾大学 総合政策学部教授 桑原武夫氏	正会員 4 社(6 名) 賛助法人会員 1 社(1 名) 一般 2 社(2 名) 合計 9 名
	8	多変量解析の活用講座 I. 分類	2011/9/30;10/7,14,21,28 (5 日間)	JMRA 研修室	慶應義塾大学 総合政策学部教授 桑原武夫氏	正会員 3 社(3 名) 一般 2 社(3 名) 合計 6 名
	9	多変量解析の活用講座 II. 予測	2011/11/11,18,25;12/2,9 (5 日間)	JMRA 研修室	慶應義塾大学 総合政策学部教授 桑原武夫氏	開催を見合せた。
	10	エクセル統計で学ぶ多変量解析講座	2011/7/5,7,14,19 (4 日間)	JMRA 研修室	筑波大学 心理学系教授 松井豊氏	正会員 1 社(1 名) 賛助法人会員 2 社(2 名) 賛助個人会員(2 名) 一般 2 社(4 名) 合計 9 名
	11	統計的データ解析の基礎講座	2011/6/1,8,15,22 補講(6/29) (5 日間)	JMRA 研修室	統計数理研究所 名誉教授 大隅昇氏	正会員 3 社(5 名) 賛助法人会員 3 社(5 名) 一般 9 社(10 名) 合計 20 名
	12	実践力強化のための基礎統計学講座	2012/1/24,31;2/7,14(補講)2/21 (5 日間)	JMRA 研修室	統計数理研究所 名誉教授 大隅昇氏	正会員 2 社(2 名) 賛助法人会員 5 社(6 名) 一般 6 社(6 名) 合計 14 名
	定性調査関連	13	定性調査の基礎講座	2011/6/30;7/1,6,13,20,27 (6 日間)	JMRA 研修室	フリーリサーチャー 肥田安弥女氏, 統計調査センター(株) 林美和子氏

定性調査関連	14	定性調査の分析と企画(ラダリングと調査課題の立て方)講座	2012/1/11,12,18 (3日間)	JMRA 研修室	フリーリサーチャー 肥田安弥女氏 統計調査センター(株) 林美和子氏	正会員社 6社(7名) 賛助法人会員 2社(3名) 賛助個人会員(1名) 一般 6社(6名) 合計 17名
	15	投影法がわかる講座	2011/9/7,13,14 (3日間)	JMRA 研修室	フリーリサーチャー 肥田安弥女氏 サブ講師: (株)カンター・ジャパン 中村 亜砂子	正会員社 3社(3名) 賛助法人会員 2社(2名) 賛助個人会員(3名) 一般 3社(3名) 合計 11名
	16	インタビューテクニック講座	2011/11/30; 12/7,14(3日間)	JMRA 研修室	統計調査センター(株) 林 美和子氏 サブ講師: (株)インテージ 赤塚 史恵	正会員社 5社(6名) 賛助法人会員 1社(2名) 賛助個人会員(1名) 一般 3社(3名) 合計 12名
トピックス	17	第43回 JMRAトピックスセミナー ソーシャルメディア時代と調査の新たな価値	2011/7/14	時事通信ホール	トランスコスモス(株) 萩原 雅之氏 (株)トライバルメディア ハウス 池田 紀行氏 (株)クロス・マーケティング 山崎 晴生氏	正会員社 12社(20名) 賛助法人会員 5社(5名) 賛助個人会員(1名) 一般 6社(6名) 合計 32名
	18	第44回 JMRAトピックスセミナー マーケティング・リサーチャーのためのビッグデータ入門	2012/3/6	日比谷図書文化館	(株)野村総合研究所 鈴木 良介氏 データセクション(株) 橋本 大也氏 (株)ホットリンク 浅野 弘輔氏	正会員社 27社(72名) 賛助法人会員 8社(11名) 賛助個人会員(2名) 一般 30社(38名) 合計 123名
			合計	<今年度> (※トピックスセミナーを除く) 正会員 53社(69名) 賛助法人会員 30社(40名) 賛助個人会員 (8名) 一般 43社(51名) 合計 168名	<昨年度> (※トピックスセミナーを除く) 正会員 92社(148名) 賛助法人会員 51社(67名) 賛助個人会員 7名 一般 62社(70名) 合計 292名	

(注1)(※現肩書) 綱領委員会 千田英博氏、株式会社カンター・ジャパン シニアコンサルタント 三木康夫氏、統計調査センター株式会社 代表取締役 深野晴彦氏、JMRA 賛助個人会員 渡部政喜氏、統計調査センター株式会社 林美和子氏、フリーリサーチャー 肥田安弥女氏、株式会社電通マーケティング・インサイト 渡邊瑞規氏、トヨタ部品 神奈川共販株式会社営業本部 常務取締役営業本部長 白戸潤氏、JMRA 研修委員会担当理事: 梶早苗氏、JMRA 研修委員会委員長: 増田一郎氏

JMRA 研修委員会委員: 森川弘康、赤塚史恵、池田友紀子、後藤幹芳、斉藤篤人、佐藤淳、田中克彦、徳永健太郎、萩原雅之、中村亜砂子

## 7. カンファレンス委員会

### (1) 2011年度JMRAアニュアル・カンファレンスの開催

2010年は、JMRA設立35周年ということもあり、JMRAとしては初めての国際カンファレンスを開催したが、2011年は、さらに発展した内容となった。

テーマは、「Renovation！ - 次世代リサーチの創造へ - 」である。ソーシャルメディアをはじめ、情報をとりまく新しいデバイスやソフトの登場により、社会が大きく変化してきていることを受け、我々リサーチャーがどのように新しい時代を創造していくのか、その想いをこのコンセプトに込めた。

基調講演には、日本コカ・コーラ株式会社 魚谷 雅彦氏を迎え、パネルディスカッションでは、コーディネーターにトランスコスモス株式会社の萩原 雅之氏、パネラーとして、グーグル株式会社の小林 伸一郎氏、株式会社インテージの村上 清幸氏に熱いディスカッションをいただいた。リサーチャーの研究公募発表が5題発表され、サブ会場では、『若手リサーチャーのチャレンジ』と題して、6名の若手リサーチャーがプレゼンテーションを行い、その状況がUstreamで配信された。

さらに今年は学生向けに業界説明会とワークショップの開催や、Facebook、twitterでの情報発信を行い、業界外に向けての情報発信を強化した。会場では、『ディスカッションボード』と称して、リサーチャーが抱える悩み、越えていくべきものなどが記載されるボードが設置され、参加者が様々な想いを記入していた。この内容は同時にネット上でtwitter、facebookでも書き込みが行われ、会場だけでなくネット上からも情報発信を行うことができた。展示エリアでは、ブースコンテストが催され出展ブースがそれぞれのサービスをアピールし、非常に活気のあるカンファレンスとなった。

### 『2011年 JMRA アニュアル・カンファレンスの概要』

テーマ:『Renovation！ - 次世代リサーチの創造へ - 』

日 時:2011年11月22日(火)

会 場:ハイアットリージェンシー東京(新宿) B1F

参 加:合計470名(参加者396名、発表者・スタッフ74名)

スポンサー:オフィシャルスポンサー 9社、展示スポンサー 6社、レジュメ広告 7社

#### 『発表者表彰』(参加者の投票結果)

##### ○ベストプレゼンテーション賞

・古口 敏道 氏(株式会社電通マーケティングインサイト)

『カスタマー・ディライトとディスプレイポイントメントが顧客ロイヤルティ形成にあたる影響の研究』

##### ○ベストペーパー賞

・岩崎 雅宏 氏、石川 俊之 氏(株式会社 サーベイリサーチセンター)

『伝統的な調査手法と“傾聴”から見えてきたこと

-自主調査「東日本大震災被災者アンケート」-

ご挨拶	JMRA カンファレンス委員会 担当理事 小西 克己 氏
基調講演	日本コカ・コーラ株式会社 取締役会長 魚谷 雅彦 氏
研究公募①	ソーシャル・メディアを活用したショッパーインサイトの把握 株式会社マクロミル 上田 雅夫 氏
研究公募②	潜在意識へのアプローチ：潜在意識反応測定法 ジーエフケー・カスタム・リサーチ・ジャパン株式会社 杉山 由佳 氏
研究公募③	伝統的な調査手法と“傾聴”から見えてきたこと 自主調査「東日本大震災被災者アンケート」 株式会社サベイリサーチセンター 岩崎 雅弘 氏 石川 俊之 氏
研究公募④	スマートフォンを活用した次世代リサーチの創造 株式会社インテージ 小島 賢一氏
研究公募⑤	カスタマー・デバイスとデバイスポイントが顧客ロイヤルティ形成にあたる影響の研究 株式会社電通マーケティングインサイト 古口 敏道 氏
パネルディスカッション	「リノベーション」をテーマにしたパネルディスカッション コーディネーター：トランスコスモス株式会社 萩原 雅之氏 パネラー：グーグル株式会社 小林 伸一郎氏 株式会社インテージ 村上 清幸氏
ご挨拶	JMRA 会長 田下 憲雄 氏
情報交流会	研究公募表彰、ブースコンテスト表彰、情報交流

テーマおよび講師／発表者：＜サブ会場＞

学生向け業界説明会& ワークショップ	『若手社員を通して知るマーケティング・リサーチ業界』 講師による業界説明と、実データを使ったワークショップ
プレゼンテーション	『若手リサーチャーのチャレンジ』（発表6題） ・訪問調査における現状の課題点・改善の取り組み 株式会社ビデオリサーチ 行本 明史 氏 ・アスク+ヒアリングリサーチ WEB アンケートの進化形 株式会社電通マーケティングインサイト 東田 雄大 氏 ・フィールドから見るマーケティングリサーチ、あるいは世論調査について 株式会社日本リサーチセンター 大山 智也 氏 ・業務から学んだ様々な女性の価値観、消費行動 株式会社リサーチ・アンド・デバイス・ポイント 小川 和代 氏 ・自己の業務から学んだこと 株式会社インテージ 野田 淳 氏 ・泥臭く科学的なマーケティング・リサーチを目指して 株式会社トークアイ 高桑 瞳 氏

8. 調査技術研究委員会

マーケティング・リサーチ技術の開発研究、新たな技法や今日的な問題を取り上げ、その活用や問題解決の方向を探り、業界内外に情報発信をすることで、マーケティング・リサーチ業界の地位向上を図ることを目的に、2年サイクルでテーマを設定し研究を進めている。本年度は新たに下記の3テーマを設定し、グループに分かれて研究を進めた。

### ① デバイスの多様化に伴う検証研究

PCとスマートフォン、タブレット等のデバイスについて、マーケティング・リサーチにおける操作性やデータの信頼性、回答所要時間・回答時間帯、中断回数、脱落率、再開状況、回答傾向、技術的な制限等を検証し、今後の活用の可能性を探ることを目的としている。

2012年度に実験調査を行うべく、国内外各社の動向のデスクリサーチを進めた。

また、国内の各社の動向については、「インターネットリサーチの運用実態に関する調査」に項目を追加して状況を把握すべく検討を進めた。

### ② 動画共有サイトを使ったエスノグラフィーの可能性検証研究

従来のエスノグラフィー方式の自宅訪問調査においては、普段の生活のありのままを捉えられないことがある。また、協力確保も難しい。そこで、ユーストリームのようなリアルタイムの動画共有サイトを利用しモニターの生活環境を視聴する調査手法について、実現可能性や有効性を探ることを目的に、研究を進めた。

下記のようにパイロット調査を実施し、成果や運用面や技術面での課題や問題点について整理を行った。

#### **動画共有サイトを使ったエスノグラフィーの可能性検証パイロット調査の概要**

調査目的： 本調査方法における有効可能性の検証

本調査方法における運用面・技術面での問題点の洗い出し

調査対象： 25歳以上45歳未満の主婦（首都圏1名、阪神圏1名 計2名）

調査方法： スマートフォンとUSTREAMを使用した調査

対象者の所有するiPhoneを使って撮影され、同時にUSTREAMへ配信された動画を確認しながら、調査についての指示を行う。

### ③ ソーシャルメディアのリサーチへの応用にむけて基礎研究

MROCやTwitter・Facebook等のオンライン上のコミュニティについて、マーケティング・リサーチへの活用策（ex.有効な場面、活用上の問題点）を検討するための基礎資料を得ることを目的に、デスクリサーチを進めた。

## 9. 国際委員会

2011年度の国際委員会は、以下の基本方針と獲得目標を掲げ、「グローバル」と「デジタルメディア」をキーワードに、APRC（Asia Pacific Research Committee）を通じて、国内リサーチャーとアジアや海外のリサーチャーとの交流機会の提供、そして、国境を越えた新たなコミュニティスペースの創造にチャレンジした。

### ◆基本方針

「JMRAの国際化に向けた、APRC活動の深化と、新たなグローバル交流機会創造へのチャレンジ」

### ◆獲得目標

- ① APRCを中心とする海外のリサーチ協会・リサーチコミュニティとの交流促進
- ② SNSなどの新たなデジタルメディアの活用を通じたグローバルな情報交流機会の提供

中国西安で開催された第三回APRCカンファレンスについて、各国協会との連携協力を通じ、CMRAへの各種支援を行うとともに、事務局とともにJMRA視察団の派遣活動を推進し、各国リサーチャーとの交流促進を図った。また、2009年から継続実施しているAPRCカンファレンスについて、キラーコンテンツである「APRC共同調査」の運営方法も含め、各国協会での開催ノウハウを共有化し、次年度以降のホストカントリーにつなげていく仕掛け作りを進めた。

デジタルメディア活用による情報発信と情報交流機会の提供については、まず、「APRC WEBSITE」を機軸に、各国協会とJMRAが相互にサイト上で情報交流が図られるプラットフォーム作りに着手した。また、JMRA内でも、グローバルビジネスに関心があるリサーチャーを主なターゲットに、SNSツール（LinkedInなど）を用いた新たな情報コミュニティの立ち上げにチャレンジした。

また、国際委員会の運営方法についても、APRC活動との密接な連携を図りつつ、委員会メンバー個々の自発的で自由な発想を促進する狙いから、委員会内に3つのタスクチームを設け、各タスクリーダー（副委員長）の主導のもと、グローバルな視点に立った、より活発で自主的な活動が繰り広げられた。

## 10. こころの健康向上委員会

こころの健康向上委員会の活動2年目を迎えた。昨年度より参加企業が4社、メンバーが6名増えメンタルヘルス対策への関心が増えていると感じている。2年目の活動実績は以下の通り。

- (1) 委員会参加社のメンタルヘルスに対する取り組み事例の共有
  - ・共通の質問シートを利用して参加社からメンタルヘルス不調の現状、実施している対策や課題について発表してもらい、質疑応答を行った。
  - ・最終的に、昨年度から作成した「ヒアリングのまとめ」に新規参加会員社の事例と昨年度から継続参加している会員社からの新たな取り組み事例や課題についても追加作成した。
  - ・先進事例を紹介いただく取り組みとして、I社の「職場復帰支援」の事例を紹介していただいた。
  - ・各企業の機微な情報のため、すべての情報は公表できないが、今後協会としての会員サポート事業を推進する上での参考情報として活用していく。
- (2) 他業界などの事例収集と委員会内での講演・研修
  - ・情報収集としては、池谷担当理事の紹介で公益財団法人日本生産性本部メンタル・ヘルス研究所へのヒアリングを行った。
  - ・専門的知識がある各委員より解説とミニ研修を実施した。①吉田委員から厚生労働省作成「心の健康問題により休業した労働者の職場復帰支援の手引き」の解説と自律訓練法の実習をしていただいた。②島崎委員より臨床の現場から「事例紹介」と最近のメンタル不調の現状を話していただいた。③福原委員より、カウンセリング現場での事例紹介とメンタル不調の現状を話していただいた。
  - ・リクルート社と日本エス・エイチ・エル社より、ストレス評価テスト・パーソナリティ診断等の社員向けテストの紹介をしていただいた。
  - ・協会顧問弁護士クレア法律事務所 鈴木理晶弁護士より、メンタルヘルス対策における企業の法務・保険等の講演をしていただいた。
- (3) 会員社向け講演会
  - ・最近注目されている「未熟型うつ」についての第一人者である、筑波大学大学院松崎一葉教授による講演会を『「未熟型うつ」への対応と職場復帰をふまえて』というテーマで行った。会員社と外部の方を含めて48名の参加者であった。
- (4) 会員サポート事業
 

今年度の活動としていた「メンタルヘルス相談・社員研修事業」は、実施できなかった。次年度の活動とする。

## 1 1. プライバシーマーク審査会

### (1) 審査業務の実施

更新申請の申請受理期間の変更（有効期限の8ヶ月～4ヶ月前）、東日本震災の影響等で受審件数が集中するといった状況があったが、プライバシーマークの新規取得、更新申請をおこなった正会員社については、とどこおりなく書類審査および現地調査を行い、プライバシーマーク審査会に報告し、可否の手続きを行った。（新規取得：3社、更新：58社）

2011年度3月末のプライバシーマーク取得社は、取得社の退会、合併により、144社中 118社（取得保有率82%）となった。（2010年度3月末150社中120社 80%）

### (2) 新規取得意向の正会員社の個別相談の実施

新規の取得を促進するため、取得へのサポートの相談の依頼のあった5社に対し、具体的な個別相談（ご来協頂いての）に対応した。

### (3) 審査員の教育・研修

審査内容の統一化、審査技術の向上などを図るため、資格更新のため定められている外部機関での「フォローアップ研修」の他に、協会独自の教育・研修の実施を、今年度は1回実施した。

### (4) 審査員の拡充

会員社の受審をよりスムーズに実施できるよう、2名のJIPDECとの重複登録での審査員の登録をおこない、審査に加わった。また、1名を審査員補として登録をおこない、審査員への格上げのための規程に基づくOJTを始めた。

## IV. 事務局活動報告

2011年3月28日に内閣総理大臣の認可を受け、4月1日に登記を行い、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会への移行を完了した。一般社団法人としての事務局運営として、新しい業務も交えて協会活動の促進を行った。

### 1. 他団体との活動

#### (1) 国内（国内他団体との活動）

協賛という立場で日本能率協会の「デジタルマーケティング NEXT2011」に参加し、JMRAの展示ブースを出展し、協会活動の案内とJMRAアニュアル・カンファレンス、セミナーについて案内を行った。また、ISO20252認証協議会の一ノ瀬委員長によるISO20252セミナーを同会場にて実施した。他、マーケティング協会出版物にISO20252の記事掲載をお願いした。また土地差別調査問題について、部落解放同盟との打ち合わせを実施した。その他、経済産業省メディアコンテンツ課に対して、業界内の動向について適宜情報提供を行った。

#### (2) 国際（海外他団体との活動）

中国西安で開催されたAPRC（Asia Pacific Research Committee）カンファレンスにJMRAとして視察団を組み参加し、アジア各国のリサーチャー、マーケッターとの情報交流促進を行った。合わせて、他国協会[AMSRS（オーストラリア）、CMRA（中国）、CMRS（台湾）、KORA（韓国）、MRSM（マレーシア）、MRSS（シンガポール）、TMRS（タイ）]との信頼関係を深くした。他、ESOMARとは、ガイドラインや体制の変化などについての情報交換を継続して行い、ISO国際事務局とはISO20252の改訂版を検討する国際会議に参加し、意見交換を行った。

#### (3) 東日本大震災への対応に関する調査

東日本大震災に対しての被害、影響、対応状況に関する会員社向けアンケートの実施した。

◆調査目的：緊急時の対応の参考とする為、「東日本大震災（東北地方太平洋沖地震）」に対して、調査会社がどのような対応を行ったのか、その内容を正会員社で共有する為に本調査を行った。

◆調査対象：正会員社 150社  
回答社 77社 回収率 51%

◆調査日時：2011年4月5日～15日

◆調査方法：メール、Web及び郵送調査法

◆実施管理：JMRA 事務局

本アンケート結果は、会員社へ報告し、JMRA ホームページで公開している。「事故・災害対応マニュアル」や「BCP（事業継続計画）」を必要とする会員社が多くあることがアンケート結果から確認できた。この結果を今後の会員社サポートにつなげていきたい。

(4) 被災地への義援金活動被災地への支援として、会員社に義援金を募り、日本赤十字社を通じて被災地へ送った。

第一次（2011年4月13日 寄付分）

- ◆名称：「JMRA東日本大震災義援金」
- ◆第一次義援金合計額：700万円
- ◆義援金募金先：日本赤十字社 東日本大震災義援金口
- ◆義援金寄付日：2011年4月13日（水）
- ◆ご協力いただいた会員及び組織：（義援金受け付け順）  
<正会員>・・・23会員及び組織  
<個人会員・個人>・・・6名

第二次（2011年6月1日 寄付分）

- ◆名称：「JMRA東日本大震災義援金」
- ◆第二次義援金合計額：50万円
- ◆義援金募金先：日本赤十字社 東日本大震災義援金口
- ◆義援金寄付日：2011年6月1日（水）
- ◆ご協力いただいた会員及び組織：（義援金受け付け順）  
<正会員>・・・9会員及び組織

(5) 事務局スペースの拡充、セキュリティー強化

JMRA 研修室を間仕切りにて使用できるようにし、使用頻度の低い応接室、廊下部分を有効活用することにより、事務局スペースを拡充した。これにより、研修室の収容人数を80名まで増やし、トピックスセミナー開催などに対応できる体制を整えた。同時にプライバシーマーク審査部とのスペースを鍵のかかるドアで仕切り、セキュリティーを強化した。

(6) 広報ツールの拡充

2010年度からはじめたメールマガジンや、twitter を用いて、JMRA からの情報発信を

継続している。2012年3月31日現在、メールマガジンの登録者数は1,200人、twitterのフォロワーは641人となった。

(7) 海外視察報告書の作成

2011年10月に実施した海外視察の内容を報告書にまとめ、参加者に配布し、概要をとりまとめたものをホームページに掲載した。

## 2. 定例活動

(1) マーケティング・リサーチに関する内外関係機関等との交流および協力

① 懇親会

通常総会終了後に開催した。

日 時：2011年5月26日（木）

会 場：ハイアットリージェンシー東京 地下1階「平安」

参加者人数：74名

② 経営者フォーラム

「第15回経営者フォーラム」を開催した。

日 時：2012年2月13日（月）

会 場：ハイアットリージェンシー東京 地下1階「平安」

テ ー マ：「ソーシャルメディア時代の調査とコンプライアンス」

～違法・適法な調査の境界線をめぐる国内外の最新動向～

講 師：新保 史生氏 慶應義塾大学 総合政策学部 准教授（法学博士）

参 加： 54名（事務局含む）

③ 広告年賀交換会

2012年1月6日、帝国ホテルにおいて、マーケティング関連団体29団体共催の「広告界賀詞交換会」が約1,500名の参加を得て、開催された。なお、当協会から、会員社4社（10名）が参加した。

(2) 経營業務統計実態調査の実施

実 施：2011年4月14日

回 収：2011年6月3日（150社中 123社回収、82.0%）

発 表：協会ホームページ（2011年6月30日）

(3) 協会発行物の作成

① 2012年版リサーチャーズ手帳の発行

1,128冊発行した。

② 正会員社証明書・調査員証明書を発行した。

26社 296枚 発行した。

③ 会場テスト用証明書の発行

75社 1,317枚 発行した。

④ 手提げ袋の斡旋を行った。

19社 17,700枚

コストをそのまま、耐久性のある手提げ袋に仕様を変更した。

⑤ マーケティング・リサーチ綱領の配布を行った。

1,069冊

(4) マーケティング・リサーチに関する苦情の処理

2011年度(2011年4月1日から2012年3月31日の間、マーケティング・リサーチに関する問い合わせ件数は40件であった。

◆問い合わせ元の内訳

消費者団体より 0名

対象者より 22名

その他より 8名

◆問い合わせの内容 (30名から合計40件の問い合わせ)

①	JMRA について教えて欲しい	1 件
②	JMRA の会員社かどうか	4 件
③	JMRA を名乗る不審な人物から電話がかかってきたので不審に思った	8 件
④	調査依頼されたが、きちんとした会社なのか	3 件
⑤	会員社の所在地を教えて欲しい	3 件
⑥	会員社の連絡先を教えて欲しい	2 件
⑦	街頭調査で、会場の調査員の態度が不快	1 件
⑧	座談会に出席しようとしたら、参加するためには商品購入が必要だと言われ不快	1 件
⑨	調査依頼の時になぜ自分の名前を知っているのか	1 件
⑩	調査依頼を受けたが断って良いのか	3 件
⑪	調査員になりたいのだがどうしたらよいか	1 件
⑫	調査の際に対象者の住民票を見るようなことはあるのか	1 件
⑬	ネットのアンケートモニターに登録したが、その後全く連絡が来ない	1 件
⑭	ネットのアンケートモニターに登録したところ、深夜にメールが来て不快	1 件
⑮	アンケートに答える際、職業で差別された気がして不快	1 件
⑯	マーケティング・リサーチ綱領は全ての会社が守っているのか	1 件
⑰	街頭にいるリクルーターが自分にだけ声をかけないので不快	6 件
⑱	街頭のリクルーターの態度が悪い	1 件

## (5) 会員の動向

### 正会員社

入会 1 社

(株) シグネット・マーケティング 2011 年 7 月 1 日

退会 7 社

ハイパーリサーチ (株) 2011 年 8 月 31 日

(株) 綜研 (合併) 2011 年 9 月 30 日

(株) 日本メディア (事業統合) 2011 年 9 月 30 日

(株) NTT データスミス (合併) 2011 年 9 月 30 日

(株) 日本リサーチシステム 2012 年 2 月 28 日

(株) mediba 2012 年 3 月 31 日

(株) ベーシックシー・アイ・シー 2012 年 3 月 31 日

これにより 2012 年 3 月 31 日現在、正会員社総数 144 社

賛助法人会員

入会 2社

クラシエホールディングス（株） 2011年5月8日

静岡鉄道（株） 2011年10月1日

退会 4社

（株）スタンダード通信社 2011年6月8日

（株）中央アド新社 2012年3月31日

ファイザー（株） 2012年3月31日

バイエル薬品（株） 2012年3月31日

これにより2012年3月31日現在、賛助法人会員社総数 79社

賛助個人会員

入会 15名

退会 3名

これにより2012年3月31日現在、賛助個人会員者総数 128名

(6) 映像加工処理

1件

(7) 一般企業よりの問合せに対し、専門調査会社（正会員社） 紹介

4件