



(理事会承認済)

平成24年度（2012年度） 事業計画書

自 平成24年4月 1日

至 平成25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24年度（2012年度） 事業計画書

目次

I. 基本方針と重点課題

II. 各委員会の活動計画

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

III. 事務局の活動計画

「JMRA ファン」作りをめざした事務局活動の推進

I. 基本方針と重点課題

JMRA の 2012 年度の基本方針と重点課題を以下とします。

<基本方針>

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

<重点課題>

1. リサーチャーのプレゼンス向上のための積極的な情報発信
2. 環境変化に対応できるリサーチャー育成のための委員会活動の推進
3. ソーシャルメディア時代の新しいリサーチ規範の模索
4. 「JMRA ファン」作りをめざした事務局活動の推進

大きな経済変動の中でリサーチ業界を取り巻く環境は、その変化のスピードを加速していると認識せざるを得ません。大震災や超円高といった外部環境の変化は、これまでのトレンドを断絶したのではなく、さらにドライブをかけています。

ひとつは顧客企業の海外シフトです。成長市場に身を置くことが、成長戦略の要諦だとすれば、どの顧客企業も、人口減少社会に突入した国内市場から、海外へと投資予算をシフトさせることは、自然な成り行きです。国内のマーケティング予算は、中長期の視点では縮小に向かい、海外市場にウエイトを移して行くことも想定することが必要になってきました。

日本のリサーチ業界は世界的に見れば、これまで特殊な競争環境におかれてきました。ひとつはリサーチャーのプレゼンスの低さです。対人口比、対 GDP 比、対広告費比など、リサーチの市場規模を比較する指標は先進諸国の中では、低いレベルにあります。また、グローバルプレイヤーの地位が相対的に低いことも日本の業界の大きな特徴です。

こうした状況は国内企業のグローバルシフトによって、どう変わっていくのでしょうか。顧客企業の海外進出は国内の調査会社のグローバル化のチャンスであると同時に、国内市場の転換点になる可能性を秘めています。日本のリサーチ業界は、好むと好まざるにかかわらず、グローバル市場での競争激化という環境変化を受け入れ、対応していく必要があります。

二つ目の変化はモバイル端末の普及やソーシャルメディアの普及によって、顧客企業のマーケティングコミュニケーションのあり方が大きく変わろうとしていることです。インターネットをはじめとする ICT の進展によって爆発的に発生しつつあるデータは「ビッグデータ」と呼ばれるようになりました。ビッグデータの特徴は単に大容量ということだけではなく、非構造化されたデータを含み、リアルタイム性を持っていることです。

昨年中国西安の APRC カンファレンスでの発表にも見られるように、ソーシャルメディアの普及とコミュニケーション環境の変化への対応は、先進国、新興国にかかわらず、

世界のリサーチ業界に共通する課題になっています。インターネット調査の普及から10年、マーケティング・リサーチは再度、大きな変化の時期を迎えたと言えます。

ビッグデータを保有するキャリアやポータルサイト、ビッグデータのハンドリングにビジネスチャンスを見出そうとするシステムベンダー、そして広告やプロモーションの業界など、リサーチ業界はこれらの業界との競争も意識せざるを得なくなってきました。顧客企業はリサーチという方法によらなくても生活者の生の声を直接聞き、行動を観察することが可能になり、それに即応した広告・プロモーション活動を行うことができます。純粋なリサーチが消滅することは考えられませんが、その範囲は次第に狭められていく可能性があります。

リサーチ業界においては、さらに重要な環境変化を指摘しておく必要があります。それはリサーチのコモディティ化と激化する価格競争です。インターネット調査の普及はリサーチの単価を劇的に下げました。しかし果てしのない価格競争は、リサーチャーを疲弊させ、産業としての魅力を失わせることにつながります。産業としての魅力は社会に対して提供する価値であり、その価値を創造することができる専門性にあります。

リサーチ業界はこれらの環境変化にどのように対応すべきでしょうか。ピンチとチャンスはいつも背中合わせです。これまでの規範と領域にこだわり続ければ、その対応範囲（マーケット）は狭くなるばかりです。JMRA 理事の新保史生先生（慶應義塾大学）は2月に開催した JMRA 経営者フォーラムでの講演で次のように指摘しています。

「ソーシャルメディア時代のコンプライアンスを考えるにあたって、法令遵守への取り組みが事業への萎縮効果につながってしまうことは、あってはならない」。

グローバルシフトもソーシャルメディアの普及もビッグデータも、リサーチ業界にとってのチャンスと捉えたいと思います。リサーチャーこそ、生活者を最もよく理解する存在であること、そしてデータを分析し、そのデータが意味するところ（インサイト）を発見するチカラを持っていることに誇りを持ち、その専門性を強化・拡大していくことが期待されています。私たちは自らのプレゼンスの向上のために、提供する価値の創造のために協同する必要があります。国境を越えて、業界を越えて、産業として培ってきた価値をどのように発展させることができるか、これが現在私たちに与えられた課題だと認識します。

環境変化はすべての会員企業に対して普遍的であっても、会員各社が保有するリソースは異なるので、その戦略は個別的ですが、しかし産業としての価値を創造するという一点において協同し、切磋琢磨する場を提供することこそ、協会としての存在意義だと認識します。今こそ危機感を持って、リサーチャーのプレゼンス向上のためにチカラを結集するときです。

委員会活動をはじめとする JMRA の活動が、会員各社の発展とリサーチャーの育成、そして業界全体の健全な発展につながることを願ってやみません。

会員の皆様には JMRA の活動についてのご理解を賜り、なおいっそうのご支援をお願いする次第です。

II. 各委員会の活動計画

1. 綱領委員会

マーケティング・リサーチ業界を取り巻く環境は、インターネット環境や SNS の世界的な普及などにより、激しい変化の中にある。その変化の中において、マーケティング・リサーチの社会的地位を損なわない為にマーケティング・リサーチ倫理の確立を目的として活動を行う。

昨年度は、入会審査改善の為に、確認・判断事項、推薦制度の見直しを行い新しい入会審査規程案を作成し、理事会での承認を得た。本年度は、本規程施行に向けて具体的な実施内容を検討し実施する。

また、不測の事態に備えるとともに抑止力をもたせるため、懲罰に関する発動条件、制裁措置（資格停止、退会措置等）、審議体制等が盛り込まれた懲罰規程案を作成し、理事会に上申する。また、本規程案に合わせて会員資格の形骸化を防ぐための更新制度などを検討していく。

2. 法務委員会

(1) 「法務ハンドブックⅢ」の増補

2011 年度リリースされた「法務ハンドブックⅢ」の内容について、あらためて内容の確認を行うとともに、新たな法務課題についての検討も合わせ増補を進めていく。

※ 「Web 版」についても、技術的な内容の再確認などを行い、実装に向けて具体的に作業を進める。(課金制度などについても検討)

(2) 新たな法務課題に対する対応

継続し下記にあげられたあらたな調査モードに対して、会員社の現状・意見を集約するとともに、法律的な側面からの問題点の確認を行い、会員社中心に情報発信と浸透を図るべく作業を進める。

- ・ 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 (PPT 後の対応)

※新たな法務課題の情報発信については、他の委員会とも連携を図りながら作業を進める。また情報発信の場についても連携しながら作業を進める。(合同セミナーの開催についても検討)

(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CLT分科会を中心とし、委員・会員社からの情報・資料の集約を行うとともに共有化作業を進め、関係機関に向けた上申についても協議を進めていく。

(4) 法律相談の開催

本年度も引き続き、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」を原則として毎月1回開催する。但し、今後は有償化を前提とした検討も引き続き行うこととする。

3. ISO20252 認証協議会

(1) 啓蒙・普及活動

ISO20252 認証協議会 (および同準備会) を中心として、国内における本規格の啓蒙・普及活動を行う。クライアントサイドへの啓蒙活動や、調査会社に対しては本規格の有用性や取得に関するセミナーを実施することで、会員社内の第三者認証取得社数を増やしていき、本規格が市場・世論・社会調査会社にとって、名実ともにスタンダードとなるよう取り組んでいく。

また、公的統計分野における ISO20252 の適用も検討されていることから、本分野における委員会とも連携し、内外への情報発信に努める。

(2) 国際会議への参加と国際投票

ISO20252 は、ISO/TC225/WG2 にて、改訂作業が進められている。2011年12月にはFDIS (ドラフトの最終版) が作成されており、2012年3月に改訂版に対する国際投票が行われる予定である。ISO20252 認証協議会では、FDIS の中身を確認した上、我が国としての意見を集約して国際投票に参加する予定である。

他、本規格に対する各国の動向や、ISO26362 に関する動向について情報収集する為に ISO 国際会議の動きを追い、必要時には委員を派遣する。

4. 公的統計基盤整備委員会

2009年3月に閣議決定された「公的統計の整備に関する基本的な計画」に基づき、公的統計における民間事業者の活用は順次進行してきている。「基本的な計画」も2014年の見直しを控え、「次の段階」を迎える時期に入りつつあるといえよう。事実、昨年9月の官民競争入札等監理委員会においては、「公共サービス改革法の施行に関する改善措置について」が議題となっており、内閣府公共サービス改革推進室より「改善措置の内容及び実施状況」の概要が報告されている。本委員会の活動目的である①各府省等の民間事業者に対する要求に対して、事業者の実態を明らかにし、かつ、事業者とその従業員の能力向上に資する活動を行う②公的統計における事業者側の要求も明らかにし、府省等に正確に伝達する③これらの活動を通して、各府省と民間事業者の相互理解・共通認識の進展と公的統計の民間開放の成果拡充に寄与する、等の重要性はさらに増大するものと見込まれる。

2012年度は、これらの状況認識に基づき、各府省との接触、官・学・民連携等の機会をさらに充実させ、民間開放の受け皿としての一翼を担う組織として、本委員会の活動を推進していく。

A. JMRA公的統計基盤整備委員会の取り組み

- ①関係各府省統計主管セクションへの表敬訪問
- ②月例委員会の開催（幹事会、全体会議、小委員会）
- ③全体会議における講演会、意見交換会
- ④各府省、関係機関とのコンタクト
- ⑤内閣府統計委員会、入札監理小委員会等への傍聴参加
- ⑥「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
- ⑦2012年度民間調査機関を活用した統計調査の一覧作成
- ⑧「公的統計市場に関する年次レポート 2012」（報告書）の作成

B. JMRA公的統計基盤整備委員会の官・学・民連携に向けての取り組み

- ①総務省政策統括官室・各府省統計主管部署WGとの意見交換
- ②内閣府公共サービス改革推進室との意見交換
- ③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
- ④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

5. 出版委員会

出版委員会は、日本マーケティング・リサーチ協会機関誌等の編集・発行を通じて、調査機関と調査ユーザー、研究者、学生等リサーチに関わる人たち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ゆくことをミッションとしてきた。具体的には、正会員・賛助会員向けの機関誌『マーケティング・リサーチャー』の編集・発行を主業務としている。

『マーケティング・リサーチャー』の編集・出版：

『マーケティング・リサーチャー』誌は、昨年度 117 号より表紙デザインのリニューアルを図る等、確実に誌面を充実してきた。2012 年度も更なる内容充実を目指しながら、年間 3 号の出版を行う。

『マーケティング・リサーチャー』のさらなる浸透と新規読者の獲得：

以下の各施策により、同誌のより一層の浸透を図るとともに、新たな読者の獲得を目指す。

- ① 英訳資料による海外向け展開
各号の目次及び特集の主旨を英訳し、JMRA ホームページ英語版に掲載、また海外関係団体への本誌送付時に同封する。
- ② 電子化の推進
本誌の電子化を推進する。具体的には、記事別ファイルを JMRA ホームページに掲載、会員向けに閲覧可能とする等。

誌面連動型(特集記事)のセミナーなど研修委員会と協力：

特集記事と連動したセミナー実施など、研修委員会との協力体制も継続する予定である。

6. 研修委員会

研修委員会の目的として、マーケティング・リサーチに携わる仲間達（マーケティング・リサーチ業界内外）の知識、技能向上がある。この目的に沿った研修、セミナーを具体的に企画、運営するのが研修委員会である。

通常セミナーとしては、マーケティング・リサーチについて「総合」的に扱うもの、「統計」を基礎から身に付けていくもの、「定性調査」を身に付けていくものがある。さらにトピックスセミナーでは、時代の最先端を読み解く話題性のあるものを取り上げていく。

これらのセミナーを開催することで、業界内外のリサーチャーの知識、技能向上に貢献し、マーケティング・リサーチ業界のプレゼンス向上に寄与する。

本年度の活動

(1) JMRA 研修セミナーの体系見直し検討継続およびその実現

研修委員会では「統計分科会」、「定性分科会」、「トピックス分科会」に加え、「集客分科会」を設置し、4分科会に分けて現状のセミナー内容について体系的な見直しを行っている。

「集客分科会」の行ったアンケート調査の結果をもとに、講座内容や講座編成方法、セミナーの案内等の見直しを進める。

「統計分科会」では、2010年度から11年度にかけて講師と検討を行い再編成したプログラムをもとに、改良を加え、各種講座を開催する。そのほか、時代の要請にあった新講座を新設すべく、昨年度開催した発展セミナーとしての「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」の実績をもとに、今後の定例プログラム化について検討する。

「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「投影法講座」を含め、定性調査関連講座を体系的なプログラムとするべく見直しを続ける。

「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、引き続き開催を続けるほか、新たなテーマを取り上げられるよう検討を行う。

また、2011年度に新設した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」シリーズ（総論セミナーおよび各論セミナー）についても、引き続き開催する方向で検討する。

そのほか、2012年度新人リサーチャー合宿セミナーは、日程やカリキュラム、講師陣はほぼ前年通りに開催する。

(2) JMRA 研修セミナー実施

現状のJMRA研修セミナーについては、これまでどおり、研修委員会の管理の下、企画・運営を行っている。

本年度予定している人材育成のための研修活動は、以下の通り。

総合

- 「第 36 回新人リサーチャー合宿セミナー」の開催
- 「マーケティングとマーケティング・リサーチセミナー」シリーズ(「総論編」および「各論編」)の開催

統計関連講座

- 「演習で学ぶデータ解析の基本講座」(旧「基礎統計学講座」)の開催
- 「実践力強化のための基礎統計学講座」(旧「基礎統計学講座」)の開催
- 「エクセルで学ぶ多変量解析講座」(旧「多変量解析の使い方入門講座」)の開催
- 「やさしく学ぶ統計分析講座」(旧「統計基礎講座」)の開催
- 「多変量解析の活用講座 I. 分類」(旧「事例による多変量解析の活用講座」)の開催
- 「多変量解析の活用講座 II. 予測」(旧「事例による多変量解析の活用講座」)の開催

定性調査関連講座

- 「定性調査の基礎講座」の開催
- 「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」の開催
- 「インタビューテクニック講座」の開催
- 「投影法がわかる講座」の開催

トピックスセミナー

- 出版委員会との共同開催セミナーの開催

7. カンファレンス委員会

JMRA アニュアル・カンファレンスは、マーケティング・リサーチに関わる関係者に対する情報発信と情報交流を活発化させる場である。

2010 年は、アジアのリサーチ協会と共同で、JMRA 初の国際カンファレンスとして実施し、世界から多くのリサーチャーを呼び、お互いの研究報告などの情報交換を促進するなど、JMRA の国際化を大きく前進させることができた。

また、2011年は、学生向けの業界説明会やソーシャルメディアなども用いたネット上での情報発信を強化するなど、時代の変化に合わせた新たな取り組みに挑戦した。

時代の変化に合わせて様々な挑戦を実施してきたカンファレンス委員会はこれまでの取り組みを踏まえて、リサーチ・ユーザーである企業との情報共有を図れる場としてのコンテンツに注力・強化し、マーケティング・リサーチ業界のプレゼンス向上に寄与することを本年度の目標として掲げる。

<JMRA アニュアル・カンファレンス 2012 の計画 (案) >

- 開催時期 : 2012年11月29日(木)
- 会場 : ハイアットリージェンシー東京
- 参加者募集 : 500人を目標

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行いマーケティング・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。本年度は新たなテーマを設定し、研究活動を開始する。昨年度設定した下記の3テーマについて研究を進め、それぞれ報告書を作成する。また、研究成果を何らかの形で発表することを検討する。

① デバイスの多様化に伴う検証研究

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。

前年度に進めた、国内外各社の動向のデスクリサーチを元に、実験調査を行う。

また、「インターネットリサーチの運用実態に関する調査」を実施し、国内調査会社のデバイスに関する取り組みを含めた実態を把握し、今後の課題や問題点を検証する。

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

ままと捉えられないことがある。コストもかかり、時間的制約も大きい。そこで、日々進歩する技術を用いて、安価で手軽に生活者の生活環境を視聴する調査手法の研究を進めた。

2011 年度に行った実験調査の問題点を踏まえ、同じフレームを用いて別の属性・シーンで再度実験調査を行う。

今年度はあらたに、別の手法でも実験調査を行い、基礎資料となる報告書を作成する予定である。

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

ソーシャルメディアのリサーチ応用に向けた実証研究として、購買プロセスにおける Buzz データ (Twitter やブログなど) の適用事例研究を行う。検証方法としては、Buzz データを購買プロセスの各フェーズに定量データとして落としこみ、広告効果測定や売上予測が可能かどうか、ウェブ調査結果及び実売上データと比較検証する。

9. 国際委員会

2012 年度の国際委員会は、以下を基本方針・獲得目標とし、会員社に向けたカジュアルセミナーなどを検討・実施することで海外 MR 事情に関する情報交流の場を増やし、JMRA のグローバル化を図る。合わせて国内から海外に向けての情報発信力を強化する。

◆基本方針

「リサーチャーの国際交流の推進支援を通じ、JMRA のさらなる国際化の実現に貢献する」

◆獲得目標

- ① 若手リサーチャー向けグローバルワークショップの開催
- ② 海外 MR 協会団体との情報共有・交流のフォロー

① 若手リサーチャー向けグローバルワークショップの開催

JMRA 正会員社の協力を得ながら、内外で活躍するグローバルリサーチャーや海外出身のビジネスパーソンによるインタラクティブなワークショップを開催し、若手をはじめ JMRA 会員社が気楽に、自らの言葉で自らを表現しながら、グローバル感覚を体験でき、



参加者同士で情報交流ができる場を提供する。また、海外リサーチに携わってきたシニアリサーチャーからの意見が吸収できるようなディスカッション形式のワークショップなども検討し、国内リサーチャーの「草の根」国際交流の場を作ることで「JMRAの内なる国際化」を図る。

② 海外 MR 協会団体との情報共有・交流のサポート

APRC (Asia Pacific Research Committee) を始め、JMRA は、各国・各地域のマーケティング・リサーチ協会や団体と情報共有・交流を図ってきた。日本のマーケティング・リサーチ業界のプレゼンス向上の為に、引き続き、他地域のリサーチ協会や団体との情報共有・交流は必要であることから、必要に応じて国際委員会が JMRA としての他団体との情報交流をサポートしていく。

10. こころの健康向上委員会

3年目を迎える本委員会は、メンタルヘルス対策を推進しようとする会員社にとって、より有効な情報提供と支援を目指した活動とする。さらに、委員会活動のPRを促進し、多くの会員社が参加する委員会活動を目指す。

(1) 職場のメンタルヘルス活動支援事業の実施

2010年度実施した「会員社におけるメンタルヘルスケアの実態調査」によれば協会に期待する活動として、メンタルヘルスに関する「相談窓口の設置」「啓発資料の提供」「研修の実施」の希望が多かった。そこで今年度は以下の支援活動を実施する。

①職場のメンタルヘルスへの相談支援

②セルフケア、ラインケア研修

(2) 第二回会員社メンタルヘルスケア実態調査の実施

第一回の実態調査を2010年度に実施した。2年後の会員社のメンタルヘルスの実態を時系列でとらえるために実施する。調査項目は前回と同じ質問と新規質問を加えた構成とする。

(3) 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

継続的な活動として、参加社のメンタルヘルスに対する活動を紹介していただき、情報共有と意見交換を行う。公表できる範囲で取りまとめ、会員社への支援事業に活用する。

(4) 他業界などの事例収集と委員会内での講演・研修の実施

業界内の情報だけでなく他業界におけるメンタルヘルス対策の事例収集や研修を行う。委員には、メンタルヘルスやカウンセリングの現場で活動している方がおり、最新の臨床現場での事例紹介、専門情報の提供とスキル向上の研修などを実施する。

(5) 会員社向け講演会の開催

会員社の経営者や管理職および人事担当者を対象に、外部専門講師による職場のメンタルヘルスに関する講演会を行う。

1 1. プライバシーマーク審査会

(1) 取得社の PMS のスパイラルアップのサポート

マーケティング・リサーチ業界の指定審査機関として、他業界の指定審査機関とは異なるサポート、サービス、取得社の PMS のスパイラルアップのサポートをおこなう。

具体的には、「教育研修」「監査」「リスク分析」など、特にスパイラルアップのための基本となるテーマごとセミナーを開催する。

(2) 新規取得のためのサポート

個別対応での相談を実施し、取得のためのサポートを実施する他、2009 年から 3 年経過しての状況を把握するため、未取得社 (28 社) に対しての現在の取得意向の確認のアンケートを実施し、引き続き「プライバシーマーク新規取得のための規定類の作成等に関する説明会」を開催する。

(3) JMRA のプライバシーマーク指定審査機関更新のための対応準備

2013 年 1 月に有効期間終了となる指定審査機関の更新申請のため、関連する規定類の見直しを進め、JIPDEC の審査にむけ対応準備を進める。

(4) 審査員の教育・研修

審査内容の標準化、審査技術の向上などを図るための教育・研修を引き続き実施する。

Ⅲ. 事務局の活動計画

「JMRA ファン」作りをめざした事務局活動の推進

事務局は、協会としての情報発信力を強化し、リサーチャー同士の情報交流の機会を増やしていくことに注力することとし、それらを実施するために必要な体制の強化とネットワークの構築を次のようにおこなっていく。

- (1) 業界内外に向けた委員会活動、協会サービスなどの情報発信
- (2) リサーチャーが交流できる場の提供とそのフォロー
- (3) 他団体との関係強化による交流の促進（国内外）
- (4) 協会サービスの充実化
- (5) 調査対象者、リサーチユーザーに向けた取り組み
- (6) 事務局体制の強化

(1) ～ (6) についての具体的な取り組みを下記に示す。

(1) 業界内外に向けた委員会活動、協会サービスなどの情報発信

- セミナーへの一般参加者増進

研修委員会、カンファレンス委員会の企画意図に沿って、リサーチャーニーズを満たすセミナーを検討していくことにより、参加者の増進を目指す。また、受講希望者に研修情報が的確に届き、参加者が申し込みしやすい方法や体制を構築していく。

昨年度末に、研修室を拡大したことにより、大人数（最大80名）のセミナーの実施が可能となった。この研修室を大規模トピックスセミナーや研修の定員数を増やす事で研修参加者数の拡大を図るなど、有効に活用する。

- ホームページの充実と情報発信力の強化

- －情報のスピーディーな更新

- －英語版ホームページの充実

英語版ホームページの内容充実による海外に向けての情報発信力を強化する。

- －JMRA ホームページに正会員社のバナー広告掲載（有料）の検討

新しい試みとして、JMRA のトップページに有料で正会員社のバナー広告を掲載することについての検討を行う。

- メールニュース登録者数の拡大

業界情報の発信先になるメールニュース登録者数を拡大する為に、業界向けには

今までの委員会参加者や役員経験者にメールニュース登録を依頼し、また、業界外の人には名刺交換時に JMRA メールニュースの案内を行う。

- マーケティング・リサーチ用語辞典の Web 版による提供を実現
現在、発刊しているマーケティング・リサーチ用語辞典を会員社はもとより、一般の人でも利用できるように Web 版に移行し、公開する。また、内容についても改定はもとより、新しい項目の増補を随時行い、利用者にとって役立つコンテンツにし、JMRA ホームページの閲覧者数拡大を図る。
- 各種ガイドラインの整理と情報発信
ICT 技術 (Information and Communication Technology) をはじめ様々なデバイス、ツールの進化により、マーケティング・リサーチ業界をとりまく環境が変化している。このような状況に対応して海外では新たな調査手法に対するガイドラインが作成されている。日本においても、調査環境の変化に対応して、これまでのガイドラインを整理し、必要に応じ新たなガイドラインの検討を行う。
- 第 37 回経営業務実態調査の実施
マーケティング・リサーチ会社の経営に関する業務実態を時系列に調査し、マーケティング・リサーチ業界の動向の把握を行う。また、海外へ提供する日本のマーケティング・リサーチ業界の情報の基礎資料とする。

(2) リサーチャーが交流できる場の提供とそのフォロー

リサーチャーが協会活動を通じて業界活性化に向けた活動ができるように事務局として下記のような場を提供していく。特に新しい試みとして、海外情報の閲覧スペースの提供、これからの業界を担う若手リサーチャーが気軽に参加できる交流の場を提供することを行っていく。

- 事業計画プレゼンテーション
リサーチャーが JMRA の各委員会活動の内容を十分に把握できるようにするために「事業計画プレゼンテーション」を行い、より多くのリサーチャーに参加してもらうようにする。
- 海外情報の閲覧スペースの提供
海外情報提供、共有のために ASIA PACIFIC RESEARCH COMMITTEE 加盟国の機関誌や、ESOMAR、AMA、MRS などの機関誌を会員社 (者) が閲覧できる場所を事務局内に設置する。

- 委員会などによる情報交流会のフォロー

委員会活動において若手リサーチャーの参加を要望する声が出ています。若手リサーチャーが参加しやすくなるように情報交流会（サロン）などの場を作り、ベテランリサーチャーとの交流を図っていくことで、委員会活動へ参加しやすくする。

- 経営者フォーラムの充実

『正会員社の経営者』を対象に情報交換の場（懇談）を設け、市場調査（マーケティング・リサーチ）業経営という観点から経営者同士がお互いに話し合う場としての経営者フォーラムを、さらに充実させていく。

（3）他団体との関係強化による交流の促進（国内外）

官庁、大学を含め、日本国内の近接する協会及び学会とより深い質的・量的な関係を構築していく。海外においては、APRC（ASIA PACIFIC RESEARCH COMMITTEE）加盟国との関係強化を図り、APRC 事務局のフォローを行いながら、加盟国数の拡大を図る。

また、ESOMAR とは、引き続き情報交換を行い、欧州におけるガイドラインの動向などをチェックし、会員社（者）に対する情報提供を行っていく。

その他、ISO に関連する国内外の団体との関係強化を図っていく。

（4）協会サービスの充実

現在 JMRA 事務局が行っている下記サービスについて、より一層の充実を図っていく。

- リサーチデータアーカイブの充実（掲載件数、利用件数を増加）

掲載件数：アドホック 28件、時系列 6件、パネル 10件 合計44件

- リサーチャーズ手帳の発行

1,128冊(2011年度販売)に対し、10%UPの1,240冊の販売を今年度目標にする。

- 正会員社調査員身分証明書／会場テスト用証明書の発行

正会員社調査員身分証明書：26社 196枚（2011年度発行）を継続販売する。

会場テスト用証明書：75社 1,317枚（2011年度発行）を継続販売する。

- 会議室レンタルサービス

研修室（会議室）のスペース拡大による利用を促進する。

- JMRA 所蔵図書・資料の閲覧サービス

小林和夫ライブラリー 3,000冊、林知己夫ライブラリー 2,000資料、

JMRA 蔵書 1,600 冊

- 会員社に対する情報提供サービス
 機関誌の広告だけでなく、会員社にとって有益な情報を紹介するなどの提供サービスを行う。

(5) 調査対象者、リサーチユーザーに向けた取り組み

- マーケティング・リサーチに関する苦情の処理を継続して行う。
- 一般企業への「専門調査会社 紹介」サービスを継続して行う。

(6) 事務局体制の強化

- 事務局の ICT 環境及びネットワークセキュリティ強化
 協会活動をスムーズかつ確実に進めるため、事務局内の保有データの管理を強化し、メンテナンスを効果的に行える体制と情報ネットワークセキュリティの強化を行う。
- 事務局の英語能力強化
 海外リサーチ協会・団体との情報共有や、海外へ向けた情報発信がスムーズに行える体制を検討していく。

上記(1)～(6)の活動をもとに、「JMRA ファン」づくりを行い、会員社(者)の入会を促進させていく。

ー正会員社の入会促進

未加入のマーケティング・リサーチ事業者へ入会を勧誘する。

ー賛助法人会員入会の促進

マーケティング・リサーチ業界のプレゼンスの向上のため、賛助法人会員の入会を促進する。

| | 2011年3月末 | 2012年3月末 | 2012年度拡大目標 |
|----------|----------|----------|------------|
| 正会員社 | 150社 | 144社 | 150社(6社増) |
| 賛助会員(法人) | 81社 | 79社 | 90社(11社増) |
| 賛助会員(個人) | 116人 | 128人 | 140人(12人増) |