



令和元年度（2019 年度）
一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会
第 9 回定時総会資料

日時：令和元年 5 月 28 日（火）10：30～

場所：ベルサール渋谷ファースト HALL A2

あなたの中に未来がある。

 **一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会**

目次

1. (報告事項) 平成30年度(2018年度)事業報告書	
	1
2. (第一号議案) 平成30年度(2018年度)収支決算報告書	
(財務諸表等)	25
3. 令和元年度(2019年度)事業計画書	37
4. 令和元年度(2019年度)収支予算書	61

(報告事項)

平成30年度（2018年度） 事業報告書

自 平成30年4月 1日

至 平成31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30年度（2018年度） 事業報告書

目次

I. 2018年度の総括

II. 各委員会の活動報告

1. コンプライアンス委員会

2. ISO/TC225 国内委員会 兼
マーケティング・リサーチ規格認証協議会

3. 公的統計基盤整備委員会

4. ビッグデータ分析研究会

5. カンファレンス委員会

6. インターネット調査品質委員会

7. 広報・宣伝委員会 ウェブ・メルマガ分科会

8. 広報・宣伝委員会 トピックスセミナー分科会

9. 情報共有基盤整備委員会

10. HRマネジメント委員会 人材分科会

11. HRマネジメント委員会 働き方改革分科会

12. HRマネジメント委員会 教育分科会

13. HRマネジメント委員会 定性カリキュラム小委員会

14. 西日本コラボレーション研究会

15. CLT対策協議会

16. プライバシーマーク審査会

III. 事務局の活動報告

1. 協会の会務

2. 他団体との活動

3. 事務局活動

I. 2018年度の総括

2018年度の基本方針は、2017年度に引き続き、「最もセクシーな業界を目指す」を掲げ、以下の重点課題に取り組んだ。

2018年度重点課題：	1. J M R A会員であることは、個人情報を守り、より良い社会の実現に資することを、社会へ約束する証である。このことを広く知らせる。
	2. 会員社同士の受発注システム構築・シェアリングエコノミーの推進によりビジネスチャンスの最大化を目指す。
	3. 新卒採用フォーラム開催など、業界の認知度向上と活性化を図る。
	4. セミナー・カンファレンスを通して最新の手法の生かし方を習得。新しい時代をリードする業界を目指す。

- 総括：
- 1) コンプライアンス委員会より J I S Q15001：2017 準拠「マーケティング・リサーチ産業個人情報保護ガイドライン」の改定版を発行、説明会を実施し、日経M J 広告特集等を通じ、当業界が取り組む個人情報保護の状況説明と、一般消費者へマーケティング・リサーチへの理解協力を求めた。また、E U一般データ保護規則（G D P R）対応については、随時、E S O M A Rの動向等を確認しながら会員社への情報発信を行っている。
- 2) 業界関係者だけでなく学生や会員社以外のサイト訪問者にも適切な情報を提供できるよう J M R Aサイトでの加盟各社の情報を更新・整備した。また、採用協賛プランをローンチし会員社の人材募集ページへの誘導路を設けた。人材情報だけでなく、各社の施設利用情報の交換方法等についても検討を開始した。メールマガジンは月 1 回の発行を維持し、登録会員 2,500、サイト PV310,000 に達した。
- 3) 2018 年度のカンファレンスは、「これからの人材獲得・確保に向けた業界アピール」を主眼に学生や若手リサーチャー向けのコンテンツを企画した。200 を超える大学への案内状の送付等を行った結果、約 100 名の学生の参加を得た。HR マネジメント人材分科会では業界内に人材を呼び込むために会員社が共同利用できるツール作成に着手した。

- 4) ビッグデータ分析研究会を立ち上げ、市場調査会社に取り組んでいるビッグデータやA I 技術の現状把握を行い、取り組むべき技術の選出、人材の育成方法の検討を行った。トピックスセミナー分科会においてもマーケティング・リサーチ・テクノロジー展を開催し、ビジネス視野および業容の拡大を目的とした業界外の企業とのコラボレーションを図った。

Ⅱ．各委員会の活動報告

1．コンプライアンス委員会

(1) 委員会の目的

- ① I S O、J I S 規格の改定に準拠した業界ガイドラインの作成を図る。
- ② E U 一般データ保護規則 (G D P R) 対応について会員社への情報発信を図る。

(2) 活動概要

- ① I S O 20252 の改定作業 (2019 年 2 月発行)
- ② I S O 19731 (デジタル分析/W e b 解析) および新 I S O 20252 の認証スキーム整備
- ③ I S O 20252 第三者認証制度の取得推進 (I S O 認証取得支援センター立上げ)
- ④ T C 225、W G 1 等の国際会議への委員派遣 (各国の認証取得状況や各種成功事例などを情報収集)

(3) 活動内容

- ① 「J M R A 個人情報保護ガイドライン」改定版の発行 (2018 年 7 ～ 8 月)
- ② 「新マーケティング・リサーチ綱領解説」の更新
- ③ E U 一般データ保護規則 (G D P R) への対応資材の作成と告知
- ④ コンプライアンスセミナーの開催 (個人情報保護法改正/新 J I S Q 等)
- ⑤ 無料法律相談 (毎月)、正会員入会審査

(4) 活動の成果

- ① 「J M R A 個人情報保護ガイドライン」販売ならびにセミナーの開催で改定事項の理解が進んだ。
- ② G D P R 対応については E S O M A R 動向を確認のうえ、適宜情報発信を行う。

2. ISO/TC225 国内委員会 兼 マーケティング・リサーチ規格認証協議会

(1) 委員会の目的

- ① 日本を代表し、「市場・世論・社会調査及びインサイト・データ分析」の品質管理に関する国際規格を所管する ISO/TC225 の活動に参画する。
- ② リサーチユーザー、調査会社、審査機関、所管官庁とともに、ISO20252 の認証スキームオーナーとして同規格の普及促進に努める。
- ③ EUのGDPRなど国際的な各種規制に関する情報収集と整理を行い、関連する委員会に対策等を提言する。

(2) 活動概要

- ① ISO20252 の改定（第3版）に向けた国際会議に参画し、日本の意見を反映させる。
- ② ISO20252 の認証取得促進を図るため、ISO認証支援センターを発足させる。
- ③ 2018年5月に施行されたGDPRに関する情報収集を行い、JMR A会員社向けにセミナー等を通じた情報発信と注意喚起を行う。

(3) 活動内容

- ① ISO20252 改定（第3版）を議論するWG1（ベルリン）に委員2名を派遣
- ② WG1 との日常的なメール連絡や電話会議への参加
- ③ 協会の新付属機関として ISO20252 認証支援センターを設置
- ④ ISO20252 普及やGDPR理解のためのセミナー・勉強会の実施、講師派遣
- ⑤ ISO20252 普及促進のため、日本規格協会（JSA）のJIS化事業に応募

(4) 活動の成果

- ① 予定よりは遅延したものの、ISO20252 第3版が2019年2月に発行された。
- ② 同じく2月に認証協議会（本会議）を開催し、新認証スキームを承認
- ③ 総会決議を経て、7月にISO認証支援センターが発足
- ④ JMR Aの各種イベント・セミナー類を通じて、ISO20252 の認証取得をアピール
- ⑤ 12月にJIS原案作成委員会が発足、ISO20252 のJIS化に向けた取り組みを開始
- ⑥ 認証取得社「2ケタ化」に王手（来年度早期に10社目が認証される見込み）

3. 公的統計基盤整備委員会

(1) 委員会の目的

- ① 府省等が所管する公的統計における民間活用の実態を明らかにし、受け皿となる民間調査会社の基盤と従業者の能力向上に資する活動を行う。
- ② 府省等が所管する公的統計の民間活用に関する民間調査会社の要求を明らかにし、その要求を府省等へ積極的に発信する。
- ③ これらの活動を通して府省等と民間調査会社の相互理解と共通認識を進展させ、公的統計における民間活用の拡大に寄与する。

(2) 組織体制

① 全体会議

全体会議は2018年7月13日（金）に第1回の会議を開催し、以降2019年5月までに計10回の会議を開催した。全体会議では、以下の議題に沿って各活動の報告を行った。

- 1) 各府省とのコンタクトおよび表敬訪問の実施状況
- 2) 統計委員会、府省民間委託の動向
- 3) 基調講演会の企画・開催の状況
- 4) 各小委員会の活動報告
- 5) 関連団体、学会等の動向

② 幹事会

幹事会は2018年6月15日（金）に第1回の会議を開催し、以降2019年5月までに計11回の会議を開催した。幹事会では、以下の議題に沿って各活動の報告と課題の検討を行った。

- 1) 各府省とのコンタクトおよび表敬訪問の結果報告と検討事項
- 2) 統計委員会、府省民間委託の動向と検討事項
- 3) 基調講演会の企画・開催の進捗報告と検討事項
- 4) 各小委員会の活動報告と検討事項

③ 小委員会

小委員会は、「市場動向分析」、「ガイドライン推進」の2つのテーマで活動を行った。

1) 市場動向分析小委員会

JMRA会員社に向けた「調査インフラ等に関する実態調査」の企画・実施および民間調査機関を活用した統計調査の一覧作成（2018年度版）を行った。

2) ガイドライン推進小委員会

府省等の公的統計調査から事例を選択し、「統計調査における民間事業者の活用に係るガイドライン」改正後の仕様書等のチェックを行った。

（３）活動の結果

- ① 関係各府省統計主管部署への表敬訪問
- ② 講演会の企画・開催（年2回）
- ③ 府省主催の意見交換会・統計制度改正に関するパブリックコメントへの対応
- ④ 総務省統計委員会・官民競争入札等監理委員会等の傍聴
- ⑤ 「調査インフラ等に関する実態調査」等の企画・実施
- ⑥ 民間調査機関を活用した統計調査の一覧作成（2018年度版）
- ⑦ 「統計調査における民間事業者の活用に係るガイドライン」改正後の仕様書等のチェック
- ⑧ 「公的統計市場に関する年次レポート 2018」（報告書）の作成

4. ビッグデータ分析研究会

（１）委員会の目的

- ① マーケティング・リサーチ事業でのビッグデータ・AI技術の取り込み促進
- ② ビッグデータ・AI技術などの新技術に対応した人材育成
- ③ マーケティング・リサーチ会社の経営層に向けた新技術の啓発

（２）活動概要

- ① 委員各社からのビッグデータ&AI技術関連の情報収集と討議
- ② セミナー実施の計画と推進
- ③ 次世代リサーチャー育成プログラムの検討

（３）活動内容

- ① 市場調査会社が、取り組んでいるビッグデータ・AI技術の現状把握
- ② 市場調査会社が、活用できるビッグデータ・AI技術の抽出
- ③ セミナーにて、伝えるコンテンツの検討
- ④ 今後、実施するビッグデータ・AI技術研修の内容の検討

（４）活動の成果

- ① セミナー「先端技術に市場調査会社はどう挑むか？」の実施
- ② セミナーで、ビッグデータ・AI技術に対するニーズの把握
- ③ 調査会社で取り組むべきビッグデータ・AI技術の選出

5. カンファレンス委員会

(1) 活動内容

JMRA Annual Conference 2018 の開催

- ① 日程 2018 年 7 月 26 日 (木)
- ② 会場 ベルサール新宿グランド Hall (A・B) 西新宿
- ③ テーマ WITH US とともに創る明日
- ④ 方針 「これからの人材獲得・確保へ向けた業界アピールの場」
- ⑤ 参加者数 リサーチ業界関係者：220 名／メーカー：260 名／学生：100 名
- ⑥ コンテンツ
 - 1) 基調講演：「生活者の心を掴むメンタリズム」
メンタリスト DaiGo 氏
 - 2) 特別講演：「リサーチ会社がリーダーシップをとるって何？」
Office WaDa 代表 和田 浩子 氏 (元 P&G)
 - 3) 学生向け：「ワクワクするマーケティング・リサーチの魅力」
立教大学 佐々木教授、花王、QUANTUM、インテージ、マクロミル、
リサーチ・アンド・ディベロプメント 他



6. インターネット調査品質委員会

(1) 委員会の目的

- ① 回答負荷を軽減するための調査分割法の導入可能性を探る。
- ② インターネット調査品質向上のための啓蒙活動
- ③ 品質の向上のために、モニター品質の向上に向けた取り組みを行う。

(2) 活動概要

- ① 海外で報告されている調査分割法の日本国内への適用可能性を探る。
- ② インターネット調査に非協力的な理由を明らかにして、課題を抽出する。
- ③ 調査品質委員会の中に「モニター品質管理分科会」を設置し、モニター担当者が情報交換を行える環境を整えた。

(3) 活動内容

- ① 調査分割法として、質問数を分割するパターンと、選択肢を分割するパターンの分割法の検証調査を実施した。
- ② 委員会での研究成果を日本行動計量学会大会、日本マーケティング学会で発表した。
- ③ モニターがなかなか定着しない理由を明らかにするために、ネットリサーチモニターではない人に対してグループインタビューを実施した。
- ④ モニター担当者間で日常業務の課題の共有、災害時のモニターへの対応などを確認しあえる緊急連絡網を構築した。

(4) 活動の成果

- ① 調査分割法により、一人あたりの選択肢を減らすことが調査品質向上につながることを明らかとなった。
- ② 委員会での研究成果を日本行動計量学会大会、日本マーケティング学会で発表した。
- ③ グループインタビューで指摘されたインターネット調査の問題点をとりまとめた。
(2019 年 5 月のアニュアル・カンファレンスにて発表予定)
- ④ JMRA 加盟社として、災害発生時にある程度の足並みを揃えられるようになった。

7. 広報・宣伝委員会 ウェブ・メルマガ分科会

(1) 委員会の目的

- ① 情報発信を軸とした業界の認知向上
- ② インターネットを通じた情報の共有化
- ③ メルマガ対象を正会員＞リサーチユーザー＞学生へと拡大

(2) 活動概要

- ① 今日迎えている I T 時代への対応をメルマガにて周知
- ② 会員社同士の情報共有の必要性
- ③ 学生に業界について興味を持ってもらうためのコンテンツを企画

(3) 活動内容

- ① W e b を中心とした J M R A 活動の情報発信
- ② 上記を周知させるためのメールマガジン類の発行
- ③ 学生向けコンテンツ（各社リサーチャーコンテンツ）の拡充

(4) 活動の成果

- ① トップページリニューアルによる閲覧動線の最適化
- ② メールマガジンの HTML 化と発行（通番 12 回・4～3 月まで毎月 1 回、号外 2 回）
- ③ メルマガ会員増加（2, 410→2, 535）
- ④ サイトとの連動企画による P V 増（188, 478→309, 605）
- ⑤ 開封率は 26～29%で推移

8. 広報・宣伝委員会 トピックスセミナー分科会

(1) 委員会の目的

- ① 生活者をもっとも理解した代弁者になる。
- ② クライアントのビジネス的成功をドライブする存在になる。
- ③ 様々な企業やビッグデータホルダとイノベーションを起こす。
- ④ 多彩な専門性を持つ異才の集まりになる。

(2) 活動概要

- ① 専門家のレクチャー＋ワールドカフェの開催
- ② マーケティング施策の成功事例＋クライアントの商品開発を共有するセミナーの開催
- ③ デジタルマーケティングに関する発信
- ④ 新手法の発信

(3) 活動内容・成果

- ① 『データ』から『ストーリー』を『見つけ出す』＆『伝える』（レイ・ポインター氏のワークショップ）を開催
参加者数 46 名となりアンケートも 8 割以上の満足を得られた。
- ② 『リサーチャーのためのワークショップデザイン入門』を開催
参加者数 31 名、満足＋ほぼ満足で 100%。応用編の開催希望が多かった。
- ③ マーケティング・リサーチ・テクノロジー展を開催
参加者数 55 名（出展社 2 社）。出展料方式を初めて行った。
- ④ 『マーケティング・リサーチ活用事例セミナー』の開催準備
2019 年度 4 月に開催するために準備を進め、メーカー 3 社から協力を得られた。

9. 情報共有基盤整備委員会

(1) 委員会の目的

会員各社がJ M R Aに入会することで得られるメリットとしての情報基盤を整備し、情報発信と情報交流を活性化させることでJ M R Aサイトの付加価値の向上を目指し、業界の活性化の力になる。

(2) 活動の背景

- ① 掲載情報が更新されておらず、サイト訪問者が適切な情報を取得しにくいサイトであったため。
- ② 業界関係者のみならず会員社以外の学生、案件引き合い企業などに対しても業界を認知してもらう必要があるため。

(3) 活動内容・成果

- ① J M R Aサイトの改修（ローンチ）
 - 1) 2018年9月3日リリース
 - 2) 申込者数：基本プラン42社、採用協賛プラン11社
 - 3) 収益：88万円
- ② 会員各社の会員社情報のメンテナンス（データベースの整備・更新）
- ③ 人材募集広告の掲載の開始

10. HRマネジメント委員会 人材分科会

(1) 委員会の目的

- ① 業界の若手人材確保と育成
- ② カンファレンスのコンテンツの1つとして、新卒就活生の集客を行う。

(2) 活動概要

- ① 人材不足に伴う、業界全体の若手人材の確保と育成策を検討した。
- ② カンファレンスのコンテンツの1つとして、新卒就活生の集客のため、委員メンバー各社からポスター、ちらしの配布を行った。

(3) 活動内容

- ① 業界内に人材を呼び込むための活動について意見交換
- ② カンファレンス当日、会場にてパンフレット封入作業、会場誘導

(4) 活動の成果

- ① 次年度の若手人材確保に対しての動画作成の概要が整った。
- ② カンファレンスにて、若手コンテンツ集客を担当し、200名の参加申し込み、100名の参加であった。

11. HRマネジメント委員会 働き方改革分科会

(1) 委員会の目的

業界内の働き方改革を推進する。

(2) 活動概要

「働き方」には様々な側面があるが、まずは当業界の大きな共通課題である残業時間の削減を一つの旗印として、会員社の取り組み事例を順次公開した。

(3) 活動内容

- ① 「働き方改革宣言」をJMR Aホームページに掲載
- ② 2018年5月の経営業務実態調査で時間外労働実態を聴取。次年度以降も定点観測し、有意義な情報は順次公開する。
- ③ 事例集の公開開始、JMR Aホームページおよびメールマガジン等に掲載した。

12. HRマネジメント委員会 教育分科会

(1) 委員会の目的

リサーチャー向け教育講座を再検討し、実効性のある体系を構築する。

(2) 活動内容

- ① 必要とされる講座を洗い出し。
- ② 教育体系図の構築。具体的には「入門⇒基礎⇒応用⇒実践」
- ③ 講座開催。具体的には以下の通り。
 - 1) 新入社員、新人社員のためのマーケティング・リサーチ講座（5月・2回、8月・1回）
 - 2) 調査法・統計学基礎講座（9月・全3回）
 - 3) 統計学応用講座（9～10月・全2回）

JMRA リサーチャー教育体系図



13. HRマネジメント委員会

定性カリキュラム小委員会

(1) 委員会の目的

- ① 定性調査教育体系（カリキュラム、テキスト、講座）をJMR Aとしてオーソライズした形で整理する。
- ② 定性調査を学びたい人が（クライアント含む）、学習できる環境を作る。
- ③ マーケティング・リサーチに関わる資格試験の導入（定量系とも同期）を検討できる環境を整備する（導入の検討は19年度）。

(2) 活動内容

- ① テキストのコンセプト、ターゲットの策定：定性調査に携わりたいという意志のあるビギナー向けに、定性調査の考え方やスキルをわかりやすく言語化し、楽しく読めるテキストを目指す。
- ② テキストの章立てと主な内容の策定
- ③ テキストの執筆
- ④ 現状、13名の委員会メンバーで活動中

(3) 活動の成果

- ① 構成は、『1. 理論・企画編』、『2. 実査編』、『3. 分析編』の3部構成で進めている。
- ② 2019年6月に第1稿完成の予定

14. 西日本コラボレーション研究会

(1) 委員会の目的

- ① 会員社間における交流・協業・連携の促進
- ② 各社の若手リサーチャーの育成
- ③ リサーチ業界・周辺業界の動向・ナレッジ共有

(2) 活動概要

- ① 周年イベント開催（年に1回）、親睦イベント（年に1回）
- ② インナー研修（全4回講座）
- ③ アライアンスプレゼン（年に3回）

(3) 活動内容・成果

- ① 周年イベント：外部講師を招いてナレッジ共有、交流機会を創出
15社39名を集め盛大に開催
- ② 親睦イベント：純粋なレクリエーション型交流イベント
8社25名によるダーツ大会、食事懇親が図れた。
- ③ インナー研修：実際のWeb調査の実施も含めた、一連の体験型実践研修
9社16名の若手リサーチャーが集っての集団研修が実現
- ④ アライアンスプレゼン：業界1社、周辺業界2社によるプレゼン型情報共有
3回で、のべ30社強、60名以上を集客

15. CLT対策協議会

(1) 委員会の目的

- ① 街頭でのストリートキャッチ方式によるCLT手法の健全な発展を図る。
- ② CLTに関わる事業者に通ずる課題解決のための情報収集と交流を進める。
- ③ CLTに関する一般消費者および行政機関への理解促進と啓蒙活動を進める。

(2) 活動概要

- ① ストリートキャッチ時のユニフォーム（ビブス）着用の義務化実施（18年7月～）
- ② リクルーター向け研修会の実施（4月）
- ③ 首都圏エリアの道路使用許可申請関係の情報集約

(3) 活動内容

- ① ユニフォームを作成し、CLTプレート申請社向けに案内・提供済
順調に進捗しているとみられ、特段のトラブル等は報告されていない。
- ② ユニフォーム着用義務は継続し、1年を経過した時点で再評価を行うことを確認
- ③ リクルーター向け研修会は実施したが、結果的に参加者は調査会社の管理社員が大半であった（→各社から現場への徹底を依頼）。
- ④ 首都圏エリアの道路使用許可関係の情報は集約され、共有化された（大阪など首都圏以外では道路許可申請は行われていない）。
- ⑤ 今後の課題として、一般消費者や行政機関に向けたPRがより重要であることが確認され、対策を継続的に検討することとしている。

(4) 活動の成果

- ① 目立ったトラブルは報告されていない。
- ② 研修会を通じ、道路使用許可等に関する法制面の理解が進んだ。
- ③ CLTを実施している調査会社間の情報交流が進んだ。
- ④ 一般消費者、行政機関等に向けたPR方策は検討途上である。

16. プライバシーマーク審査会

(1) 活動内容

審査業務の実施（審査会実施回数：12回）

今期の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審査を行い、プライバシーマーク審査会に報告し、下記の通り、可否の手続きを行った。

- ① 更新：46社
- ② 新規取得：0社
- ③ 合併取得：0社 合計：46社

2018年度のプライバシーマーク取得社は、取得社の退会により、101社となった。

Ⅲ．事務局の活動報告

1．協会の会務

- ① 定時総会 5月25日
- ② 理事会 4月10日、5月25日、6月14日、8月9日、10月11日、
11月8日、2019年1月17日、3月18日
- ③ 総務委員会 7月12日、9月13日、2019年2月14日

2．他団体との活動

(1) 国内他団体との活動

他関連団体との情報交流を次のように行った。

- ① 「JMRX」主催の勉強会・セミナーの情報発信等を行った。
- ② JMR Aアニュアル・カンファレンス 2018 をE S O M A R と共催した。
- ③ JMR Aアニュアル・カンファレンス 2018 にて、Women in Research (W I R e)
東京支部セッションと連携したコンテンツを発表した。
- ④ 大阪府人権室作成の人権ポスターの掲示・アナウンス等を会員社に向けて実施した。
- ⑤ 第68回全国統計大会(11月19日)に参加し、情報収集・情報交換を行った。

(2) 海外他団体との活動

A P R C (Asia Pacific Research Committee) 加盟国、G R B N (Global Research Business Network)、E S O M A R、I S O 国際事務局との情報交流を行った。

- ① ドイツ・ベルリンでのE S O M A R Congress Association Meeting (9月23日)
- ② ドイツ・ベルリンでのI S O / T C 225・WG1 (9月27・28日)
- ③ 台湾・台北でのA P R C Summit Meeting (11月15日)

3．事務局活動

(1) 個人情報保護マネジメントシステム(以下PMS)の運用継続

プライバシーマーク指定審査機関として、プライバシーマークと同等のマネジメントシステムの運用を継続している。

(2) 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 会員社懇親会
通常総会終了後に開催した。
日 時：2018年7月26日(木)
会 場：ベルサール新宿グランド 1階
参加者人数：約100名(理事、委員、事務局を含む)
- ② 広告界賀詞交換会
2019年1月8日、帝国ホテルにおいて、マーケティング関連団体30団体共催の
「広告界賀詞交換会」が1,626名の参加を得て、開催された。なお、当協会から、
会員社3社(7名)が参加した。

(3) 第43回 経營業務実態調査の実施

- ① 調査期間：2018年4月2日～6月1日
- ② 調査方法：メールおよび郵送調査法
- ③ 調査対象：正会員社117社(2018年4月2日時点)
- ④ 回答社数：94社
- ⑤ 回収率：80.3%

(4) 協会発行物の作成

- ① 正会員社証明書・調査員証明書の発行
11社 960枚 発行
- ② 会場テスト用証明書の発行
43社 523枚 発行
- ③ 手提げ袋の販売
12社 8,400枚 発行
- ④ マーケティング・リサーチ綱領の配布
365冊 配布

(5) マーケティング・リサーチに関する苦情の処理

2018年度(2018年4月1日から2019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3件であった。

- ① 問い合わせ元の内訳
 - 1) 消費者団体 0名
 - 2) 対象者 0名
 - 3) その他 3名

- ② 問い合わせの内容（合計 3 件）
- 1) J M R A の会員社かどうか。 1 件
 - 2) 街頭にいるリクルーターが人を選んでいるので不快。 1 件
 - 3) アンケートの回答方法について教えてほしい。 1 件

（6） 会員の動向

- ① 正会員社
- 入会 2 社
 - 退会 1 社
 - これにより 2019 年 3 月 31 日現在、正会員社総数 118 社
- ② 賛助法人会員
- 入会 4 社
 - 退会 12 社
 - これにより 2019 年 3 月 31 日現在、賛助法人会員社総数 85 社
- ③ 賛助個人会員
- 入会 8 名
 - 退会 8 名
 - これにより 2019 年 3 月 31 日現在、賛助個人会員者総数 107 名

（7） 専門調査会社（正会員社）の紹介について

- ① 一般企業からの問合せに対し、紹介 6 件
- ② 地方自治体からの問い合わせに対し、紹介 1 件

（8） 関連官庁からのメール連絡について

- 正会員社宛に送信 19 件
- ＜内訳＞
- ① 経済産業省 15 件
 - ② 総務省 3 件
 - ③ 農林水産省 1 件

（第一号議案）

平成30年度（2018年度） 収支決算報告書 （財務諸表等）

自 平成30年4月 1日

至 平成31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

貸借対照表

2019年 3月31日現在

一般会計		(単位:円)		
科 目		当年度	前年度	増 減
I 資産の部				
1. 流動資産				
現金預金		44,007,651	48,584,783	-4,577,132
未収費用		1,736,400	2,205,560	-469,160
前払費用		4,056,560	1,450,980	2,605,580
流動資産合計		49,800,611	52,241,323	-2,440,712
2. 固定資産				
(2) 特定資産				
退職給付引当資産		6,000,000	5,400,000	600,000
特定資産合計		6,000,000	5,400,000	600,000
(3) その他固定資産				
敷金		5,368,500	5,368,500	0
その他固定資産合計		5,368,500	5,368,500	0
固定資産合計		11,368,500	10,768,500	600,000
資産合計		61,169,111	63,009,823	-1,840,712
II 負債の部				
1. 流動負債				
未払金		0	2,369,683	-2,369,683
前受金		30,176,090	30,838,120	-662,030
預り金		1,472,909	1,079,989	392,920
流動負債合計		31,648,999	34,287,792	-2,638,793
2. 固定負債				
退職給付引当金		6,000,000	5,400,000	600,000
固定負債合計		6,000,000	5,400,000	600,000
負債合計		37,648,999	39,687,792	-2,038,793
III 正味財産の部				
1. 指定正味財産				
指定正味財産合計		0	0	0
2. 一般正味財産		23,520,112	23,322,031	198,081
正味財産合計		23,520,112	23,322,031	198,081
負債及び正味財産合計		61,169,111	63,009,823	-1,840,712

正味財産増減計算書

2018年 4月 1日から2019年 3月31日まで

一般会計		(単位:円)		
科 目		当年度	前年度	増 減
I 一般正味財産増減の部				
1. 経常増減の部				
(1) 経常収益				
会費収入		68,845,000	69,962,000	-1,117,000
正会員入金		400,000	0	400,000
正会員会費収入		58,435,000	59,762,000	-1,327,000
法人賛助会費収入		9,260,000	9,350,000	-90,000
個人賛助会費収入		750,000	850,000	-100,000
実施事業収入		13,228,951	12,808,749	420,202
綱領普及啓発収入		1,443,172	1,489,020	-45,848
人材育成研究収入		10,389,456	10,569,690	-180,234
調査研究収入		324,000	0	324,000
技術向上普及収入		1,072,323	750,039	322,284
その他の事業収入		40,276,355	43,245,979	-2,969,624
プライバシーマーク普及啓発収入		22,027,670	20,151,320	1,876,350
販売促進普及収入		2,880,836	2,264,325	616,511
諸機関交流・協力収入		15,367,849	20,830,334	-5,462,485
雑収入		3,334	3,999	-665
受取利息収入		424	153	271
雑収入		2,910	3,846	-936
経常収益計		122,353,640	126,020,727	-3,667,087
(2) 経常費用				0
実施事業費		47,463,476	45,665,365	1,798,111
人件費		20,053,635	17,636,344	2,417,291
法定福利費		3,117,916	2,832,171	285,745
賃料		4,823,916	4,823,916	0
共益費		928,116	928,116	0
光熱・水料		213,237	220,181	-6,944
通勤費		872,398	664,094	208,304
旅費		42,758	39,945	2,813
顧問料		2,569,320	2,555,235	14,085
租税公課		1,603,400	1,729,400	-126,000
綱領普及啓発費		3,462,194	2,239,058	1,223,136
人材育成費		5,474,688	7,475,297	-2,000,609
調査研究費		2,199,018	2,069,658	129,360
技術向上普及費		2,102,880	2,451,950	-349,070
その他の事業費		41,737,765	45,606,281	-3,868,516
プライバシーマーク普及啓発費		16,129,473	16,579,065	-449,592
販売促進普及費		2,898,180	2,961,906	-63,726
諸機関交流・協力費		19,975,564	22,479,934	-2,504,370
広報普及啓発費		2,734,548	3,585,376	-850,828
管 理 費		32,354,318	32,265,785	88,533
会 議 費		1,679,959	876,215	803,744
給与手当		15,012,696	15,463,544	-450,848
中退金		360,000	280,080	79,920
通勤費		169,960	234,340	-64,380
法定福利費		1,493,222	1,366,160	127,062
賃料		7,235,880	7,235,880	0
共益費		1,392,180	1,392,180	0
光熱・水料		317,355	330,267	-12,912
事務用品		147,405	20,073	127,332
通信費		956,640	1,028,457	-71,817
旅費		28,975	35,618	-6,643
印刷費		335,340	615,060	-279,720

新	聞	図	書	費	58,800	76,737	-17,937
機	械	賃	借	料	1,334,995	1,092,741	242,254
消	耗	品		費	412,298	621,492	-209,194
損	害	保	險	料	92,590	272,590	-180,000
福	利	厚	生	費	206,120	255,378	-49,258
渉		外		費	32,842	20,000	12,842
手		数		料	891,931	890,937	994
雑				費	195,130	158,036	37,094
積		立		金	600,000	600,000	0
退	職	給	与	積	600,000	600,000	0
			立	金			
經常費用計					122,155,559	124,137,431	-1,981,872
評価損益等調整前当期經常増減額					198,081	1,883,356	-1,685,275
評価損益等計					0	0	0
当期經常増減額					198,081	1,883,356	-1,685,275
2. 經常外増減の部							0
(1) 經常外収益							0
經常外収益計					0	0	0
(2) 經常外費用							0
經常外費用計					0	0	0
当期經常外増減額					0	0	0
当期一般正味財産増減額					198,081	1,883,356	-1,685,275
一般正味財産期首残高					23,322,031	21,438,675	1,883,356
一般正味財産期末残高					23,520,112	23,322,031	198,081
II 指定正味財産増減の部							0
当期指定正味財産増減額					0	0	0
指定正味財産期首残高					0	0	0
指定正味財産期末残高					0	0	0
III 正味財産期末残高					23,520,112	23,322,031	198,081

収支計算書

2018年 4月 1日から2019年 3月31日まで

一般会計

(単位:円)

科 目		予算額	決算額	差 異
I 事業活動収支の部				
1. 事業活動収入				
会 費	収 入	73,350,000	68,845,000	4,505,000
正 会 員	入 会 金 収 入	400,000	400,000	0
正 会 員	会 費 収 入	61,000,000	58,435,000	2,565,000
法 人 賛 助 会 員	会 費 収 入	11,000,000	9,260,000	1,740,000
個 人 賛 助 会 員	会 費 収 入	950,000	750,000	200,000
実 施 事 業	収 入	11,520,000	13,228,951	-1,708,951
綱 領 普 及	啓 発 収 入	3,660,000	1,443,172	2,216,828
人 材 育 成	研 究 収 入	5,160,000	10,389,456	-5,229,456
調 査 研 究	収 入	350,000	324,000	26,000
技 術 向 上	普 及 収 入	2,350,000	1,072,323	1,277,677
そ の 他 事 業	収 入	38,950,000	40,276,355	-1,326,355
プ ラ イ バ シ ー マ ー ク	普 及 啓 発 収 入	20,300,000	22,027,670	-1,727,670
販 売 促 進	普 及 収 入	2,550,000	2,880,836	-330,836
諸 機 関 交 流 ・ 協 力	収 入	16,100,000	15,367,849	732,151
雑	収 入	55,000	3,334	51,666
受 取	利 息 収 入	5,000	424	4,576
雑	収 入	50,000	2,910	47,090
事業活動収入計		123,875,000	122,353,640	1,521,360
2. 事業活動支出				
実 施 事 業	費	48,249,000	47,493,476	755,524
人 事	件 費	17,100,000	20,053,635	-2,953,635
法 定	福 利 費	3,000,000	3,117,916	-117,916
賃 借	益 費	4,830,000	4,823,916	6,084
共 益	水 料 費	929,000	928,116	884
光 熱 ・	水 料 費	280,000	213,237	66,763
通 勤	費 費	900,000	872,398	27,602
旅 費	交 通 費	70,000	42,758	27,242
顧 問	料	2,500,000	2,569,320	-69,320
租 税	公 課	2,000,000	1,603,400	396,600
綱 領 普 及	啓 発 費	5,380,000	3,492,194	1,887,806
人 材 育 成	研 究 費	3,310,000	5,474,688	-2,164,688
調 査 研 究	費	5,350,000	2,199,018	3,150,982
技 術 向 上	普 及 費	2,600,000	2,102,880	497,120
そ の 他 事 業	費	40,274,000	41,707,765	-1,433,765
プ ラ イ バ シ ー マ ー ク	普 及 啓 発 費	15,000,000	16,129,473	-1,129,473
販 売 促 進	普 及 費	3,000,000	2,898,180	101,820
諸 機 関 交 流 ・ 協 力	費	17,600,000	19,945,564	-2,345,564
広 報	普 及 啓 発 費	4,674,000	2,734,548	1,939,452
管 理	費	34,640,000	32,354,318	2,285,682
会 議	費	2,000,000	1,679,959	320,041
給 与	手 当	16,000,000	15,012,696	987,304
中 退 金	共 済 支 出	360,000	360,000	0
通 勤	費	460,000	169,960	290,040
法 定	福 利 費	1,500,000	1,493,222	6,778
賃 借	益 料	7,100,000	7,235,880	-135,880
共 益	水 料 費	1,360,000	1,392,180	-32,180
光 熱 ・	水 料 費	500,000	317,355	182,645
事 務	用 品 費	200,000	147,405	52,595
通 信	費	900,000	956,640	-56,640
旅 費	交 通 費	90,000	28,975	61,025
印 刷	費	300,000	335,340	-35,340
新 聞 図 書	費	70,000	58,800	11,200

機	械	賃	借	料	1,300,000	1,334,995	-34,995
消	耗		品	費	750,000	412,298	337,702
損	害	保	險	料	100,000	92,590	7,410
福	利	厚	生	費	300,000	206,120	93,880
渉		外		費	50,000	32,842	17,158
手		数		料	1,000,000	891,931	108,069
雑				費	300,000	195,130	104,870
積		立		金	600,000	600,000	0
退	職	給	与	積	600,000	600,000	0
立			立	金			
事業活動支出計					123,763,000	122,155,559	1,607,441
事業活動収支差額					112,000	198,081	-86,081
Ⅱ 投資活動収支の部							
1. 投資活動収入							
投資活動収入計					0	0	0
2. 投資活動支出							
投資活動支出計					0	0	0
投資活動収支差額					0	0	0
Ⅲ 財務活動収支の部							
1. 財務活動収入							
財務活動収入計					0	0	0
2. 財務活動支出							
財務活動支出計					0	0	0
財務活動収支差額					0	0	0
当期収支差額					112,000	198,081	-86,081
前期繰越収支差額					17,953,531	17,953,531	0
次期繰越収支差額					18,065,531	18,151,612	-86,081

収支計算書に対する注記

1. 重要な会計方針

(1) 資金の範囲について

資金の範囲には、流動資産に属する科目のうち、貯蔵品を除いたものおよび、流動負債に属する全ての科目を含む。

2. 次期繰越収支差額の内容は次のとおり。

(単位：円)

科 目	前 期 末 残 高	当 期 末 残 高
現 金 預 金	48,584,783	44,007,651
未 収 金	2,205,560	1,736,400
貯 蔵 品	0	0
前 払 費 用	1,450,980	4,056,560
仮 払 金	0	0
合 計	52,241,323	49,800,611
未 払 金	2,369,683	0
前 受 金	30,838,120	30,176,090
預 り 金	1,079,989	1,472,909
仮 受 金	0	0
合 計	34,287,792	31,648,999
次 期 繰 越 収 支 差 額	17,953,531	18,151,612

財産目録

2019年 3月31日現在

一般会計		(単位:円)			
貸借対照表科目		場所・物量等	使用目的等	金 額	
(流動資産)	現金 預金	手元保管 普通預金 みずほ銀行 三菱UFJ銀行 三菱UFJ信託銀行 定期預金 みずほ銀行 三菱UFJ銀行	運転資金として	12,901	
				22,040,310	
				5,156,862	
				16,752,285	
				131,163	
				21,954,440	
				16,656,093	
				5,298,347	
				1,736,400	
	未収金 未収金 前払費用 前払費用	1,736,400			
4,056,560					
4,056,560					
4,056,560					
流動資産合計				49,800,611	
(固定資産) 特定資産	退職給付引当資産 退職給付引当資産 (一般)			6,000,000	
				6,000,000	
				6,000,000	
	その他固定資産				5,368,500
		敷金			5,368,500
固定資産合計				11,368,500	
資産合計				61,169,111	
(流動負債)	前受金 前受金 預り金 社会保険料健康保 険料厚生年金 住民・所得税 講演・原稿料			30,176,090	
				30,176,090	
				1,472,909	
				610,232	
				646,725	
				215,952	
				流動負債合計	
(固定負債)	退職給付引当金 退職給付引当金			6,000,000	
				6,000,000	
固定負債合計				6,000,000	
負債合計				37,648,999	
正味財産				23,520,112	

財務諸表に対する注記

1. 重要な会計方針
- (1) 有価証券の評価基準及び評価方法
- 該当資産はない。
- (2) 棚卸資産の評価基準及び評価方法
- 個別原価法による。ただし、当期該当資産はない。
- (3) 固定資産の減価償却の方法
- 該当資産はない。
- (4) 引当給付金の計上基準
- 退職金給付引当金は、事務局職員について協会都合による退社の場合の期末要支給額を計上している。他の引当給付金は、支出時の不足額を見積もり、各期の負担額を計上している。
- (5) リース取引の処理方法
- リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンスリース取引については、通常の賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理によっている。
- ・リース物件の取得価額相当額、及び期末残高相当額
- | | | | | | | |
|-----|---------|--------|--------|-----------|-----------|-----------|
| No. | 製品 | 開始年月日 | 終了年月日 | リース料総額 | 年間支払額 | 期末残高 |
| 1 | コピーFAX機 | 2017/4 | 2022/3 | 5,384,880 | 1,076,976 | 3,230,928 |
- (6) 消費税等の会計処理
- 消費税は、原則消費税課税。会計処理は税込方式をとっている。
- 特記すべき事項はない。
2. 会計方針の変更
- 2007年度より新公益法人会計基準を採用。今年度は、変更なし。

3.特定資産の増減及びその残高

特定資産の増減額及びその残高は、次のとおりである。

特定資産				
科目	前期末残高	当期増加額	当期減少額	当期末残高
退職金給付積立金	5,400,000	600,000	0	6,000,000
合計	5,400,000	600,000	0	6,000,000

4.固定資産の取得価額、減価償却累計額及び当期末残高

該当資産はない。

監 査 報 告 書

令和元年（２０１９）年５月 日

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会
会 長 内 田 俊 一 殿

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

監 事 牧田 孝 印

監 事 鈴木 文雄 印

私たちは、平成３０（２０１８）年４月１日から平成３１（２０１９）年
３月３１日までの平成３０（２０１８）年度における会計及び業務監査を行い、
次のとおり報告いたします。

- 1．収支計算書，正味財産増減計算書，貸借対照表及び財産目録は、会計
帳簿の記載金額と一致し、法人の収支及び財産の状況を正しく示して
いると認める。
- 2．事業報告書の内容は、真実であると認める。

令和元年度（2019年度） 事業計画書

自 平成31年4月 1日

至 令和 2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

令和元年度（２０１９年度） 事業計画書

目次

I. 活動方針

II. 協会の会務

III. 委員会活動計画

- １．コンプライアンス委員会
- ２．ＩＳＯ／ＴＣ２２５ 国内委員会 兼
マーケティング・リサーチ規格認証協議会
- ３．公的統計基盤整備委員会
- ４．リサーチ・イノベーション委員会
(旧ビッグデータ分析研究会)
- ５．カンファレンス委員会
- ６．インターネット調査品質委員会
- ７．広報・宣伝委員会 ウェブ・メルマガ分科会
- ８．広報・宣伝委員会 トピックスセミナー分科会
- ９．情報共有基盤整備委員会
- １０．ＨＲマネジメント委員会 人材分科会
- １１．ＨＲマネジメント委員会 働き方改革分科会
- １２．ＨＲマネジメント委員会 教育分科会
- １３．ＨＲマネジメント委員会 定性カリキュラム小委員会
- １４．西日本コラボレーション研究会
- １５．ＣＬＴ対策協議会
- １６．プライバシーマーク審査会

IV. 業界関連および会員支援活動等

I. 活動方針

基本的な活動方針は、これまでのものを継続する。

データや情報が不足していた時代、それらを収集するにはノウハウが必要であり、かつて決して安いものではなかった。このような環境の中で我々の業界は生まれ発展してきた。今日、多くの無料のデータを含め、情報は溢れている。激変した環境に適応するため、科学やテクノロジーを最大限に利用できるスキルを身に付けることは当然として、利用する我々のマインドシフトが今、最も必要なのだと思う。

- (１) 引き続き、「最もセクシーな業界」を目指す。
- (２) J M R A 会員であることは、個人情報を守り、より良い社会の実現に資することを社会へ約束する証である。この広報活動として、タグライン「あなたの中に未来がある。」の普及を今後更に進めるとともに、世界的な個人情報保護法制定の動きに対し、コンプライアンス委員会、ＩＳＯ／ＴＣ２２５ 国内委員会 兼 マーケティング・リサーチ規格認証協議会が各種取り組みを行う。
- (３) 会員社同士のシェアリングエコノミー推進のため、会員社や業界の情報共有基盤の整備が進んでいる。2019 年度は具体的に利用方法などについてお知らせする。
- (４) 業界の認知向上および活性化を目指し、各種イベントへの大学生誘致と異業種・近隣団体との協業が成果を見せ始めている。2019 年度は更なる広がりを推進する。
- (５) 各種委員会活動の成果発表の場でもあるカンファレンスで、最新リサーチ手法の紹介とともにこれからの委員会の活動計画についてもお報告する。更なる詳細はホームページにてご確認いただき、若手の方の委員会への積極的な参加を後押ししていただきたい。

Ⅱ．協会の会務

（１） 定時総会、理事会、総務委員会の開催

定時総会、理事会、総務委員会を以下の通り開催する。

- ① 定時総会 ５月 28 日
- ② 理事会 ５月 28 日、６月、９月、12 月、2020 年 3 月
- ③ 総務委員会 ７月、８月、10 月、11 月、2020 年 1 月、2 月、4 月

（２） 各種交流会・懇親会の開催

- ① 総会懇親会
- ② トピックスセミナー

Ⅲ．委員会活動計画

１．コンプライアンス委員会

（１） 委員会の目的

- ① 法律改定や調査環境の変化に伴い、法務ハンドブックの修正、追加を行う。
- ② 法務ハンドブックⅣ発行後、重点改定項目の説明および販売方法についてのセミナーを開催する。

（２） 活動背景

調査機関のスタッフはもとより、調査員（リクルーター含む）への教育・理解促進と基本対応指針が求められている。

（３） 活動内容

- ① 法務ハンドブックⅣ F O R M 作成
- ② セミナー講師の派遣

（４） 活動目標

- ① 得意先からの問い合わせ対応のための法的説明資料とする。
- ② 会員社の責任によるトラブルの根絶

2. I S O／T C 225 国内委員会 兼 マーケティング・リサーチ規格認証協議会

（１）委員会の目的

- ① 日本を代表し、「市場・世論・社会調査及びインサイト・データ分析」の品質管理に関する国際規格を所管する I S O／T C 225 の活動に参画する。
- ② リサーチユーザー、調査会社、審査機関、所管官庁とともに、I S O 20252 の認証スキームオーナーとして同規格の普及促進に努める。
- ③ E U の G D P R など国際的な各種規制に関する情報収集と整理を行い、関連する委員会に対策等を提言する。

（２）活動背景

- ① 調査市場のグローバル化に伴い、国際的な品質管理基準の維持と発展に関する顧客ニーズが高まっている。
- ② 公的統計分野でも適切な「プロセス管理」の必要性が強く指摘されており、民間開放の機運が従来以上に高まっている。
- ③ 国際的に個人情報保護への要請と規制が強まっており、グローバル・スタンダードを意識した体系的な対策と取り組みが求められている。

（３）活動内容

- ① 引き続き I S O／T C 225 国際会議に参画し、日本の意見を反映させる。
- ② I S O 20252 の、よりいっそうの普及促進（認証取得 15 社以上を目指す。）
- ③ I S O 20252 の J I S 化に伴う広報・P R の強化（セミナー・勉強会等の実施）
- ④ 公的統計分野での、よりいっそうの認知向上・活用促進（入札条件への組み込み）
- ⑤ 公的統計分野での民間アクセスパネル活用働きかけ（I S O 認証区分「R」の P R）

（４）活動目標

- ① グローバル・スタンダードに即した品質管理基準の普及と徹底
- ② J M R A 会員社の社会的地位向上と調査参加者に対する「安心・信頼」感の醸成
- ③ J M R A 会員社の責任によるトラブル等の未然防止

3. 公的統計基盤整備委員会

（１）委員会の目的

- ① 公的統計市場の動向を的確に捉え、公的統計における民間活用の実態と官民双方の要求を明らかにし、その情報をもとに官民の相互理解に資する活動を行う。
- ② 公的統計の諸問題に対し、統計調査の受け皿となる民間調査会社の代表として真摯に向き合い、継続的な統計の質確保と公的統計市場の発展に繋がる活動を行う。
- ③ これらの活動を通じて、さらなる公的統計市場の拡大と受け皿となる民間調査会社から見て魅力ある市場への形成に寄与する。

（２）活動内容

- ① 月例会の開催（全体会議、幹事会、小委員会）
- ② 関係各府省統計主管部署、統計委員会への表敬訪問
- ③ 基調講演の企画・開催（年 3 回）
- ④ 「調査インフラ等に関する実態調査」等の企画・実施
- ⑤ 統計調査（統計データ集計・加工等を含む）における民間事業者の活用情報の整備
- ⑥ 府省主催の意見交換会・統計制度改正に関するパブリックコメントへの対応
- ⑦ 総務省統計委員会・官民競争入札等監理委員会等の傍聴
- ⑧ 「統計調査における民間事業者の活用に係るガイドライン」の内容理解と注意事項等の作成
- ⑨ 統計の諸問題の解消と公的統計市場の拡大に資する活動の検討
- ⑩ 正確な統計データの作成への協力
- ⑪ 『公的統計市場に関する年次レポート 2019』（報告書）の作成

（３）活動の展望

- ① 国の公的統計整備に関する基本計画（第Ⅲ期基本計画）において、データの利活用推進が主要施策に掲げられており、その結果、府省への表敬訪問でも、統計データの集計・加工等に関する委託の相談も増えている。
- ② このような府省の動向を考慮し、今後は業界団体として、府省へのデータの利活用に関する提言等を行っていく必要があると考える。
- ③ また、地方公共団体は、部分的な民間活用にとどまり、調査事業全体での活用は実施されていない。
- ④ より一層の公的統計市場の拡大を目指すため、地方公共団体の統計調査の市場化に取り組むとともに、府省で培ってきた統計の質確保の取り組みを地方公共団体業務に浸透させていく。

4. リサーチ・イノベーション委員会 (旧ビッグデータ分析研究会)

(1) 委員会の目的

- ① マーケティング・リサーチ事業におけるビッグデータ・A I 技術等の取り込み促進
- ② 先進技術に対応した人材育成構想・若手社員向け研修の具体化
- ③ マーケティング・リサーチ会社の経営層に向けた新技術の啓発
- ④ 先進技術を活用したリサーチ関連技術の効率化、顧客提案への展開方法の探索

(2) 活動背景

- ① 2018 年度に続き、ビッグデータ・A I 技術への市場調査会社の取り組み状況を把握する。
- ② まず、はじめに取り組むべきことはなにか、先進事例から学ぶ必要性がある。

(3) 活動内容

- ① セミナー実施の計画と推進
- ② 次世代リサーチャー育成プログラムの開発と実施
- ③ ハンズオン研修の実施

5. カンファレンス委員会

(1) 活動内容

JMRA Annual Conference 2019 の開催

- ① 日程 2019 年 5 月 28 日 (火)
- ② 会場 ベルサール渋谷ファースト
- ③ テーマ Create a New Frame ～ 次の“ワクワク”を創る ～
- ④ 方針 「これからの人材獲得・確保へ向けた業界アピールの場」
- ⑤ 参加者数見込み 700 名 (リサーチ会社：43%、メーカー：45%、学生：12%)
- ⑥ コンテンツ
 - 1) 基調講演：「マーケティング・リサーチ」をマーケティングするには！？
株式会社 Z O Z O 田端 信太郎 氏
 - 2) 特別講演：全数系ビッグデータで切り拓く、新しいリサーチの可能性
株式会社 NTT ドコモ 関口 智樹 氏、
株式会社 インテージ 中野 暁 氏
 - 3) 学生向け：ワクワクするマーケティング・リサーチの魅力
立教大学 佐々木教授、花王、電通、インテージヘルスケア、
クロス・マーケティング、マーケティング アンド アソシエイツ 他



6. インターネット調査品質委員会

（１） 委員会の目的

- ① インターネット調査品質ガイドラインの改定
- ② 外部に向けた情報発信の実行
- ③ モニターとの信頼感・親近感の強化

（２） 活動背景

- ① 現在のインターネット調査品質ガイドラインは概念的なものであり、あまり活用されていない。
- ② インターネット調査の調査環境が悪化していることが、まだまだクライアントに浸透していない。
- ③ 悪質なアンケート業者の出現により、新たにモニターに登録することが不信感を与えており、募集が困難になりつつある。

（３） 活動内容

- ① 回答しやすい調査票へと改善することによって、回答品質が向上するという実証データを収集する。
 - 1) 調査票改善による効果検証調査
質問文の長さ、選択肢数、マトリクスのサイズが異なる２つの調査の比較実験を行い、コンパクトな調査票が高品質な回答データが得られるという実証データを収集し、J M R A加盟各社が共有できるようにする。
- ② 現在のガイドラインに不足している具体事例を追加していく。
- ③ これまでの委員会で収集してきた各社モニターの回答デバイス比率やアクティブ率、満足度を収集し、時系列データとして整備する。
- ④ 現在登録しているモニターや、これから登録しようとする新規モニターに対して、J M R Aに登録している調査会社が安心・信頼できるものであることを周知する。
 - 1) J M R Aホームページからの情報発信
委員会での活動をJ M R Aホームページ内にて映像コンテンツとして作成したり、レポートや検証調査のデータを順次ダウンロードできるようにしていく。

（４） 活動目標

- ① リサーチャーが実際に調査票を設計する際に参考となるようなガイドラインへと改定していく。
- ② 委員会での研究成果を学会で発表したり、外部の有識者やクライアントとともに回

答品質の向上に資する調査票設計の共同研究を行う。

1) 外部団体との共同研究

スマートフォンで回答することを前提とした調査設計を行い、今後の委員会活動を通じて、調査の詳細を発表できる実践的なマーケティング・リサーチの事例づくりを行う。

2) 研究成果公表用資料の作成

委員会活動を通じた研究成果の周知や啓蒙活動を行っていくために必要となる配布資料を制作する。

③ インターネット調査のフィールドの現状を引き続きモニタリングしていく。

1) モニター満足度調査の画面作成

ネットリサーチモニターの満足度を把握して、マーケティング・リサーチ業界の事業継続性を測る上での重要な指標を収集する。

④ J M R Aに加盟していることがモニターに対して安心感を与えられるような施策を検討する。

7. 広報・宣伝委員会 ウェブ・メルマガ分科会

(1) 委員会の目的

- ① 情報発信を軸とした業界の認知向上、賛助会員の増加
- ② インターネットを通じた情報の共有化
- ③ 学生向けコンテンツのさらなる拡充

(2) 活動背景

- ① 賛助法人会員、賛助個人会員が近年減少しているため。
- ② 最新リサーチ動向の会員社同士の情報共有を密に行う。
- ③ メルマガ会員数の伸び率が低い、学生への周知が不足している。

(3) 活動内容

- ① W e bを中心としたJ M R A活動の積極的な情報発信
- ② 上記を周知させるためのメールマガジン発行
- ③ メルマガ会員増加のための新たなチャネルの開拓
- ④ メルマガ会員登録を促すためのメリット創出

(4) 活動目標

- ① W e bを中心とした情報発信（他委員会等からの要望受付と検討）
- ② メールマガジン類の発行（月1回）
- ③ メルマガ会員増加
- ④ 賛助会員増加

8. 広報・宣伝委員会 トピックスセミナー分科会

(1) 委員会の目的

- ① リサーチャーサイドだけでなく、クライアントサイドも巻き込み、オープンイノベーションを推進。クライアント企業と価値を共創する信頼関係の基盤をつくる。
- ② 様々な企業など、リサーチ業界外のプレイヤーも巻き込み連携する。
- ③ リサーチ業界の人材をレベルアップし、多様な専門性を持つ異才の集まりを実現する。

(2) 活動背景

マーケティング・リサーチ産業ビジョン実現に貢献する。

(3) 活動内容

- ① T e c h系コンテンツの作成、セミナー等の実施
- ② リサーチ活用事例コンテンツの作成、セミナー等の実施
- ③ アカデミック系コンテンツの作成、セミナー等の実施
- ④ ヒューマンスキル系コンテンツの作成、セミナー等の実施

(4) 活動目標

- ① 11～12月に、マーケティング・リサーチ・テクノロジー展の第2回を実施
出展企業4社以上を目指す。
- ② 4月に、クライアントに登壇者として『マーケティング・リサーチ活用事例セミナー』を実施
- ③ アカデミーとの連携を強化。学会発表などの共有
- ④ 若手向けのリサーチスキルでないヒューマンスキル系セミナーの実施

9. 情報共有基盤整備委員会

(1) 委員会の目的

会員各社がJ M R Aに入会することで得られるメリットとしての情報基盤を整備し、情報発信と情報交流を活性化させることでJ M R Aサイトの付加価値の向上を目指し業界の活性化の力になる。

(2) 活動背景

昨年スコープ外だったグローバルサイト対応と、会員社増加、協賛企業増加を目的とした追加開発の実施

(3) 活動内容

- ① シェアリング情報一覧等データベース改修
- ② グローバルサイト構築
- ③ 会員各社の会員社情報のメンテナンス（データベースの整備）

(4) 活動目標

- ① シェアリング情報 課金開始 目標：18 万円
- ② グローバルサイト 課金開始 目標：10 万円
- ③ 2019 年度 採用協賛プラン 目標：180 万円

10. HRマネジメント委員会 人材分科会

(1) 委員会の目的

- ① 業界の若手人材確保と育成
- ② 広報活動として、動画を作成。J M R Aのホームページや会員社での活用ツールとする。

(2) 活動背景

- ① 人材不足に伴う、業界全体の若手人材確保と育成のため
- ② 業界を広く周知するためのツールが必要

(3) 活動内容

業界P R、若手人材確保ための動画を作成

(4) 活動目標

作成した動画を会員社等に広く活用してもらう。

1 1. HRマネジメント委員会 働き方改革分科会

(1) 活動背景

働き方自体が人材求心力に直結する時代であり、個社単位の努力だけでは限界があり、業界全体で働き方改革を推進する。

(2) 活動内容

- ① 「働き方」には様々な側面があるが、まずは当業界の大きな共通課題である残業時間の削減を一つの旗印として、会員社の取り組みを順次公開していく。
- ② 経営業務実態調査の時間外労働実態項目において経年変化を確認し、有意義な情報は順次公開する。
- ③ 事例集の公開、 J M R A ホームページおよびメールマガジン等に掲載する。

(3) 活動目標

- ① 会員各社の働き方改革を促進することにより、労働人口が不足していく未来においても発展し続けていける強い人材求心力を有する業界を目指す。
- ② 事例集掲載会社の拡大、業界全体で働き方改革に取り組んでいること、およびその成果に関する認知の習得
- ③ 経営業務実態調査での時間外労働実態スコアが改善されていること

1 2. HRマネジメント委員会 教育分科会

(1) 委員会の目的

- 前年度の実績を踏まえ、教育講座の内容をより充実させる。
- ① 求められる調査法、統計学、マーケティングの知識をレベルに応じて身につけさせる。
 - ② 受講しやすい日程、価格で提供する。

(2) 活動内容

- ① 前年度に構築した教育体系図「入門⇒基礎⇒応用⇒実践」にならう。
ただし、「実践講座」の実施については、今後も要検討とする。
- ② 入門、基礎、応用の各講座は前年通り実施する。
内容はブラッシュアップする。
- ③ オリジナルテキストの編纂および出版の準備に着手する。

講座一覧

	講 座 名		開 講 日	講 座 概 要
入 門	新入社員・新人社員のための マーケティング・リサーチ入門講座		5/22(水)・23(木) 6/12(水)・13(木) 9/ 4(水)・ 5(木)	新人リサーチャーを対象に、マーケティング・リサーチ全体を俯瞰し基本を体系的に学ぶ講座です。
	定性調査入門講座		9/25 (水)	マーケティング・リサーチを行なうためには、定量および定性調査の基本をマスターしておく必要があります。本講座は「定性調査」の基本について学びます。
基 礎	マーケティング・リサーチ基礎講座	(I) 調査設計から実施まで	9/11 (水)	主に定量調査の設計、実施、データ入力、集計、報告書作成の各プロセスの実務の基礎と、前提知識となる基礎統計学を演習を中心に学ぶ講座です。
		(II) データ入力・集計・統計解析・報告書作成	9/18 (水)	
	テスト・実験調査基礎講座		10/ 9 (水)	商品テスト、広告テストなどのテスト調査、売場実験などの実験調査の調査企画・設計方法とデータ解析方法の基礎を学ぶ講座です。
	定性調査基礎講座		6 月～7 月	定性調査に取り組むための基礎体力づくりを行います。
応 用	マーケティング・リサーチ応用講座	(I) 予測要因分析	10/ 2 (水)	基礎統計学修得者を対象に統計的仮説検定(分散分析)、多変量解析法(予測要因分析法、構造分析法)、時系列分析を演習を通して学ぶ講座です。
		(II) 構造分析	9/27 (金)	
		(III) 時系列分析	10/16 (水)	
実 践	定性調査 実務に役立つ企画力養成講座		9 月～10 月	マーケティング目的・課題、調査目的・課題、仮説を明確にし、習慣化できるよう学んでいきます。
	マーケティング・リサーチ実践講座		10 月末～11 月初	クライアントから提示される様々なマーケティング課題に対して適切に応えられるリサーチャーを目指していただくための実践講座です。
	定性調査 インタビュー実践講座		11 月～12 月	インタビュアーとしてのスキルを学び活用を目指します。
	定性調査 分析力を養う実践講座		2020 年1月～2月	定性データをどう解釈するかを学び体得を目指します。

13. HRマネジメント委員会

定性カリキュラム小委員会

(1) 委員会の目的

- ① 定性調査教育体系（カリキュラム、テキスト、講座）をJMR Aとしてオーソライズした形で整理する。
- ② 定性調査を学びたい人が（クライアント含む）、学習できる環境を作る。
- ③ 将来的な資格制度導入を視野に入れた環境整備

(2) 活動内容

- ① テキストのブラッシュアップ
- ② 新教育体系に沿った定性調査の講座カリキュラムの構築
- ③ テキストを使った2019年度定性調査セミナーのサポート

(3) 活動目標

- ① テキストの出版に向けた原稿完成
- ② 新カリキュラムの完成

14. 西日本コラボレーション研究会

(1) 委員会の目的

- ① 会員社間における交流・協業・連携の促進
- ② 各社の若手リサーチャーの育成
- ③ リサーチ業界・周辺業界の動向・ナレッジ共有

(2) 活動背景

- ① 競合として閉鎖的になるよりも、共同体としての連携を優先
- ② 各社、各支社の限られたリソースでの研修は負担が大きく、相互扶助で育成
- ③ 東京でのJMR Aセミナーへの参加は費用負担でハードルが高く、大阪に居ながらにして、情報共有する場を提供する。

(3) 活動内容

- ① 各種イベントを通じて、交流・協業・連携を強化する。
- ② 各社のベテラン社員・中堅社員による、各社の若手育成プラットフォームを作成
- ③ オリジナリティのあるテーマで各社の情報ニーズにこたえる。

(4) 活動目標

- ① 周年イベント（年に1回）、親睦イベント（年に2～3回）開催
- ② インナー研修（全4～5回講座の運営）開催
- ③ アライアンスプレゼン（年に2～3回）開催

１５．ＣＬＴ対策協議会

（１）委員会の目的

- ① 街頭でのストリートキャッチ方式によるＣＬＴ手法の健全な発展を図る。
- ② ＣＬＴに関わる事業者に共通する課題解決のための情報収集と交流を進める。
- ③ ＣＬＴに関する一般消費者および行政機関への理解促進と啓蒙活動を進める。

（２）活動背景

- ① 顧客ニーズに継続的に応えるため、存続が懸念されるストリートキャッチ方式のルール徹底が求められている。
- ② ＣＬＴを実施する調査機関はもとより、リクルータへの教育・啓蒙活動による理解促進と基本施策の徹底が重要である。
- ③ 調査協力者となる一般消費者や、警察を含む行政機関の理解を獲得するため、非会員企業との明確な（わかりやすい）差別化要素の確立が求められている。

（３）活動内容

- ① 協議会参加社間の情報交流の継続、トラブル発生時の対処と対策共有化
- ② ＣＬＴ実施時のプレート・ユニフォーム着用、適切な依頼活動の徹底
- ③ リクルータ／管理社員への教育徹底を進めるための研修会等を適宜実施
- ④ リクルータを対象とした「研修ビデオ＋簡易テスト」の制作検討
- ⑤ ユニフォーム義務化１周年（７月をめぐり）の時点で施策評価と次期方針を協議
- ⑥ 警察を含む行政機関、商店街等へのＰＲ活動を継続
- ⑦ 一般消費者・ＣＬＴ参加者への啓蒙のため、協会サイトを通じた情報発信を検討
- ⑧ 一般貸会場オーナー様へのＪＭＲＡルール説明、協力依頼を推進
- ⑨ クライアントに対する「街頭リクルート実施可能」ＰＲ（特に渋谷）
- ⑩ プレリクルート方式の品質管理に関する実態把握と課題の抽出
- ⑪ 調査員マニュアル、ＣＬＴガイドラインの見直し・検討
- ⑫ その他、ＣＬＴ手法を発展させるために必要と考えられる対策への取り組み

（４）活動目標

- ① ストリートキャッチ方式によるＣＬＴ手法の安定的継続
- ② ＪＭＲＡ会員社の責任によるトラブルの根絶
- ③ 「いざ」という時に機敏に対処できるＪＭＲＡ／会員社側の体制整備

１６．プライバシーマーク審査会

（１）活動内容

- ① 審査の更なる品質向上を目的とし、審査業務部、審査員体制の強化を推進する。
- ② 指定審査機関としてのＰＭＳを運用
プライバシーマーク指定審査機関として、プライバシーマークと同等のＰＭＳの運用を実施する。
- ③ 個人情報保護法、ＪＩＳ規格改正への取り組み
個人情報保護法、ＪＩＳ規格の改定に伴い、関する最新情報を入手し、審査会としての対応を遂行する。

IV. 業界関連および会員支援活動等

(1) JMRA広報活動の推進

業界の認知度アップのための広報活動

- ① メールマガジン登録者数の拡大
- ② 関連団体フォーラムへの展示参加

(2) JMRAサービスの充実

- ① 正会員社調査員身分証明書／会場テスト用証明書の発行
- ② 関連官庁からの各種サポートメールの送信
- ③ JMRA所蔵図書・資料の閲覧サービス

(3) 他団体との関係強化による交流の促進（国内外）

- ① 官庁、関連団体、学会との情報交流
- ② A P R C (Asia Pacific Research Committee)、G R B N (Global Research Business Network) 加盟国との情報交流
- ③ E S O M A R 他海外の関連団体の情報交換
E S O M A R A P A C への参加
- ④ I S O 国際事務局との情報交換

(4) 調査対象者、リサーチユーザーに向けた取り組み

- ① マーケティング・リサーチに関する苦情の処理
- ② 一般企業への「専門調査会社紹介」サービス

(5) JMRA運営関連業務の強化

- ① 事務局内PMSの運用
- ② 委員会・セミナー開催に関する事務局業務
- ③ カンファレンス開催関連業務
- ④ 経營業務実態調査の実施
- ⑤ 統計検定試験の代理受付

(6) 会員社数の増加の促進

	2017 年度 3 月末	2018 年度 3 月末	2019 年度拡大目標
正会員社	1 2 0 社	1 1 8 社	1 2 5 社（7 社増）
賛助会員（法人）	8 8 社	8 5 社	9 0 社（5 社増）
賛助会員（個人）	1 0 6 人	1 0 7 人	1 1 0 人（3 人増）

**令和元年度（２０１９年度）
収 支 予 算 書**

自 平成３１年４月 １日

至 令和 ２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

収支予算書（案）
令和元年度（２０１９年度）
自 平成３１年４月 １日
至 令和 ２年３月３１日

収 入 の 部				
科 目	予 算 額	前 年 度 予 算 案	増 減	
会 費 収 入	73,350,000	73,350,000	0	
正 会 員 入 会 金 収 入	400,000	400,000	0	
正 会 員 会 費 収 入	61,000,000	61,000,000	0	
法 人 賛 助 会 員 会 費 収 入	11,000,000	11,000,000	0	
個 人 賛 助 会 員 会 費 収 入	950,000	950,000	0	
実 施 事 業 等 収 入	18,650,000	11,520,000	7,130,000	
綱 領 普 及 啓 発 収 入	4,770,000	3,660,000	1,110,000	
人 材 育 成 研 究 収 入	11,400,000	5,160,000	6,240,000	
調 査 研 究 収 入	360,000	350,000	10,000	
技 術 向 上 普 及 収 入	2,120,000	2,350,000	▲ 230,000	
そ の 他 事 業 収 入	39,050,000	38,950,000	100,000	
フ ラ イ ハ ッ シ ー マ ー ク 普 及 啓 発 収 入	20,300,000	20,300,000	0	
販 売 促 進 普 及 収 入	2,050,000	2,550,000	▲ 500,000	
諸 機 関 交 流 ・ 協 力 収 入	16,700,000	16,100,000	600,000	
雑 収 入	55,000	55,000	0	
受 取 利 息 収 入	5,000	5,000	0	
雑 収 入	50,000	50,000	0	
当 期 収 入 合 計 (A)	131,105,000	123,875,000	7,230,000	
前 期 繰 越 収 支 差 額	18,151,612	17,953,531	198,081	
収 入 合 計 (B)	149,256,612	141,828,531	7,428,081	

支 出 の 部				
科 目	予 算 額	前 年 度 予 算 案	増 減	
実 施 事 業 費	54,659,000	48,249,000	6,410,000	
人 件 費	21,000,000	17,100,000	3,900,000	
法 定 福 利 費	3,000,000	3,000,000	0	
賃 借 料	4,830,000	4,830,000	0	
共 益 費	929,000	929,000	0	
光 熱 ・ 水 料 費	280,000	280,000	0	
通 勤 費	900,000	900,000	0	
旅 費 交 通 費	70,000	70,000	0	
顧 問 料	2,500,000	2,500,000	0	
租 税 公 課	2,000,000	2,000,000	0	
綱 領 普 及 啓 発 費	6,790,000	5,380,000	1,410,000	
人 材 育 成 研 究 費	7,000,000	3,310,000	3,690,000	
調 査 研 究 費	2,960,000	5,350,000	▲ 2,390,000	
技 術 向 上 普 及 費	2,400,000	2,600,000	▲ 200,000	
そ の 他 事 業 費	40,200,000	40,274,000	▲ 74,000	
フ ラ イ ハ ッ シ ー マ ー ク 普 及 啓 発 費	15,000,000	15,000,000	0	
販 売 促 進 普 及 費	1,900,000	3,000,000	▲ 1,100,000	
諸 機 関 交 流 ・ 協 力 費	18,300,000	17,600,000	700,000	
広 報 普 及 啓 発 費	5,000,000	4,674,000	326,000	

科	目	予 算 額	前 年 度 予 算 案	増 減
管	理 費	34,640,000	34,640,000	0
	会 議 費	2,000,000	2,000,000	0
	給 与 手 当	16,300,000	16,000,000	300,000
	中 退 金 共 済 支 出	360,000	360,000	0
	通 勤 費	300,000	460,000	▲ 160,000
	法 定 福 利 費	1,500,000	1,500,000	0
	賃 借 料	7,100,000	7,100,000	0
	共 益 費	1,360,000	1,360,000	0
	光 熱 ・ 水 料 費	400,000	500,000	▲ 100,000
	事 務 用 品 費	200,000	200,000	0
	通 信 費	1,000,000	900,000	100,000
	旅 費 交 通 費	50,000	90,000	▲ 40,000
	印 刷 費	500,000	300,000	200,000
	新 聞 図 書 費	70,000	70,000	0
	機 械 賃 借 料	1,300,000	1,300,000	0
	消 耗 品 費	500,000	750,000	▲ 250,000
	損 害 保 險 料	100,000	100,000	0
	福 利 厚 生 費	300,000	300,000	0
	渉 外 費	50,000	50,000	0
	手 数 料	1,000,000	1,000,000	0
	雑 費	250,000	300,000	▲ 50,000
	積 立 金	600,000	600,000	0
	退 職 給 与 積 立 金	600,000	600,000	0
	当 期 支 出 合 計(C)	130,099,000	123,763,000	6,336,000
	当 期 収 支 差 額(A)－(C)	1,006,000	112,000	894,000
	次 期 繰 越 収 支 差 額(B)－(C)	19,157,612	18,065,531	1,092,081