

令和2年度（2020年度）

事業計画書

自 令和 2年4月 1日

至 令和 3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2年度（2020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
 - 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

2020 年度も継続して、これまでの各種取り組みを更に進める。

1. 教育分野で日程や場所に縛られず、誰でもいつでも何回でも繰り返し学習可能なシステムを計画する。

基礎的なリサーチやマーケティングから、徐々に最新の技術や科学が、どのような形で関わり何を可能にしているのか。小さなところから始め、ゆくゆくはリッチなコンテンツ・ライブラリーを目指す。

2. 情報共有基盤整備委員会では、幅広くリサーチ・スキルの需給情報交換の場を提供すべく作業を進める。

リサーチャーとして退職後も、分析などで可能な部分は手伝いたいという話をいただく。フリーランスのリサーチャーの方々も含めた需給情報交換の場を構築していく。

3. 2020 年のカンファレンスは初の試みとして、リサーチャー、クライアント企業以外にも流通や各種テック系の方々にも参加を呼びかけ、参加ベネフィットを実感していただけるよう、各種セミナーやワークショップなどを先行してスタートさせていた。5 月開催は延期となったが、再開時期・方法について、移動時間や場所的な制約から解放された、新たな試みも含めて検討していく。

新しい試みには必ず失敗がつきものである。出来るだけ早く失敗し、得られた貴重なラーニングを持ってより良いものを走りながら作っていく。新型コロナ・ウイルスの感染拡大で 2020 東京オリンピックも延期となったが、消費やマインドの盛り上がりと反動、期間中の実査への影響、W o r k - F r o m - H o m e などへの挑戦と、期待・不安が入り混じる年となっている。

今こそ変化の計測と予測、その対応への提言を生業としている業界として、しっかりと現実に対峙して実り多い 1 年としたい。

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 29 日
- ② 理事会 5 月 29 日、6 月、9 月、12 月、2021 年 3 月
- ③ 総務委員会 7 月、8 月、10 月、11 月、2021 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 法務ハンドブックⅣの公表と広報を行う。
- ② 法務ハンドブックⅣの内容の継続的な更新の実施

(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の公表（協会Webサイト掲載）
- ② 法務ハンドブックⅣの重点改定項目説明と改正個人情報保護法のセミナーを開催
- ③ 法律改定や調査環境の変化に伴い、順次公表した法務ハンドブックⅣの内容の確認および修正、追加を行う。

(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 調査機関の活動方針や教育指導の基礎資料とする。
- ③ 会員社の責任によるトラブルの根絶

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、JIS Y (ISO) 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 EUのGDPRやUS加州のCCPA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 ISO／TC225 国際会議に参画し、日本の意見を反映させる。
- ② JIS Y 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 JIS 化に伴う広報・PRの強化（セミナー・研修会等の実施）
- 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（認証区分「R」のPR）

(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 JMRA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 JMRA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 統計精度の向上に繋がる活動
 - 1) ガイドラインの要求事項の理解増進
 - 2) 正確な統計データを提供するために必要な各種の提案
- ② 公的統計の受け皿の拡大に資する活動
 - 1) 公的統計市場の魅力や参入希望を高めるための情報提供
 - 2) 仕様書・要項等の理解増進に繋がる情報提供
 - 3) ISO20252 (JIS Y 20252) の取得促進に繋がる活動
- ③ 統計人材の育成に資する活動
 - 1) 統計人材の育成に関するあり方の検討
 - 2) 官民人事交流に関する取り組みの検討
- ④ 『公的統計市場に関する年次レポート 2020』（報告書）の作成

(3) 活動目標

- ① 統計精度を高める官民のノウハウの共有に向けた意見交換の実施
- ② ISO認証協議会との連携による官公庁統計職員に向け JIS Y 20252 の普及促進活動
- ③ 統計人材の育成および官民人事交流の促進に向けた提案事項の検討・作成

4. リサーチ・イノベーション委員会

(1) 委員会の目的

- ① マーケティング・リサーチ事業へのA I 等新技術の取り込み促進
- ② A I 等の新技術に対応した若手リサーチャー人材育成支援
- 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) 活動背景

- ① 現場のリサーチャー向けの、実践的な啓発活動が必要
- ② 経営層向けに、新技術に対する理解を深める啓発活動も同時に必要
- ③ 委員会メンバーの新技術や新手法の情報共有と理解を深める。

(3) 活動内容

- ① Annual Conferenceでの発表を通じた啓発活動
- ② 若手向けの、A I 等に関する基礎的な技術普及のための有料セミナー実施
- ③ 経営層向けのトピックスを盛り込んだ啓発（無料）セミナー実施
- ④ 次世代リサーチャー育成プログラムの開発検討
- ⑤ 具体的な業務効率化につながる技術導入事例の収集と広報

(4) 活動目標

- ① 業界として新技術に取り組む機運を醸成
- ② 若手リサーチャーのデータ解析スキルの向上

5. カンファレンス委員会

(1) 活動内容（未実施）

J M R A A n n u a l C o n f e r e n c e 2020 の開催

- ① 日程 2020 年 5 月 29 日（金）
- ② 会場 ハイアットリージェンシー東京
- ③ テーマ FUTURE STORIES
 「生活シーンから見える新しいビジネスのストーリー」
- ④ 方針 「調査業界の市場規模を 3 年で 3,000 億円へ」
- ⑤ 参加者数見込み 1,000 名
- ⑥ コンテンツ
 - 1) 食ご講演：一般社団法人クリエイティブ食品開発技術者協会 吉田隆夫氏
 - 2) 買い物研究発表：株式会社ショッパーファースト 菰澤秀峰氏
 - 3) 食と買い物ご講演：株式会社三百 望月雅之氏
 - 4) スポーツマーケティングご講演：中央大学 酒折文武氏
 - 5) スポーツマーケティング研究発表：株式会社マーケティングアンドアソシエイ
 ツ 高橋隼人氏
 - 6) スポーツマーケティングご講演：ミクシィスポーツ事業部 石井宏司氏

S D G s

E S O M A R

(2) 活動内容（活動経緯）

以上の内容を実現すべく、5 月 29 日に向けて鋭意準備を進めてきたが、新型コロナ・ウイルス感染拡大のため、集合イベントは中止となった。

新活動については、これまでの検討結果も活かしつつ、「アフターコロナ」を見据えたテーマで、移動時間や場所的制約から解放された新たな試みを含めた検討を始めている。

6. インターネット調査品質委員会

(1) 委員会の目的

- ① 若年層が協力したくなる新しいネットリサーチを体現する。
- ② モニターおよび見込みモニターに向けたマーケティング・リサーチ業界の好感度アップを図る。
- ③ スマートフォン時代のネットリサーチに取り組む先進的なクライアントの事例を広める。
- ④ オンライン定性インタビュー調査に業界標準を浸透させる。

(2) 活動背景

- ① 年々若年層モニターの獲得が困難になってきており、サンプル確保ができず、調査ニーズに応えられなくなりつつある。定着には今のネットリサーチとは別のやり方が必要。
- ② ネットリサーチを語った詐欺行為を繰り返している業者が、一般の人たちにアンケートに対してネガティブなイメージを与えている。
- ③ スマートフォン用に定点調査を簡略化している先進的なクライアントがあるが、世の中に知られていない。
- ④ 新型コロナ・ウイルスの影響により、対面式のインタビュー調査は、オンラインに切り替えていく必要がある。

(3) 活動内容

- ① 立教大学・佐々木先生にご協力をいただき、学生向けのアイデアソンを開催し、自分世代が参加したくなるようなネットリサーチの仕組みを考えてもらう。そして、学生たちのアイデアを実現したリサーチ・コミュニティの場を作る。
- ② 各社のモニターに対して横断的なCS調査を実施（謝礼費は各社負担を依頼）し、ネットリサーチ業界全体としてのモニターの疲弊状況の健康診断を行う。今回のCS調査では、モニターが回答するモチベーションやマーケティング・リサーチの社会的意義を聴取し、新規にJMRA加盟社のモニターに登録しようとする人たちに安心して登録してもらえるようなメッセージを業界を挙げて発信していく。
- ③ スマートフォンに対応した調査を実施しているクライアントの事例収集を行い、まだ実施していないリサーチャーやクライアントに向けた情報発信を行う。
- ④ オンライン定性インタビューの手法が確立されておらず、業界標準となるような手引書を作成し、加盟各社へと展開する。

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 2018 年比減少しているため。
- 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
- 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 中堅スタッフの他社交流を行う。
- ② 若手向けにデザイン、グラフィックの基本的なスキル習得の場をつくる。
- ③ レイ・ポインター氏講演実施により、J M R Aのプレゼンスの向上を図る。
- ④ リサーチと直接関係しないテクノロジーについても情報発信し、業界の活性化を図る。

9. 情報共有基盤整備委員会

(1) 委員会の目的

2017年の構想は2019年で一応形になった。作っただけで終わらず、広く浸透・利用されるサイトを目指してウェブ・メルマガ分科会、カンファレンス委員会も含めて施策を検討する。

(2) 活動背景

情報共有基盤整備委員会として当初の構想は完了したため役目は果たした。全体のマーケティングを考えていくフェーズにきている。

(3) 活動内容

- ① 協会の認知度を上げる（新規開拓）
 - 1) 他協会との連携
 - 2) カンファレンス参加者への営業
 - 3) イベントで周知活動
- ② 既存会員の満足度を上げる（リテンション）
 - 1) 既存会員にヒアリング
 - 2) チューニング

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PR、若手人材確保のための動画を作成

(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。

11. 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 経營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 経營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

12. HRマネジメント委員会 教育分科会

(1) 委員会の目的

過去数年の経験や実績を踏まえ、学術的かつ実践的な講座運営を目指す。

- ① 講座全体の体系にややわかり辛い点があり、その点を解消する。
- ② 統一的なオリジナルテキストを作成し、講座での利活用を目指す。

(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。
入門講座には「マーケティング・リサーチ」「定性調査」双方を網羅する。
- ② 実践講座の開催は現時点で「未定」。
テーマ設定、講師陣の充実を目指す。
- ③ オリジナルテキストは年度前半に出版予定。一般頒布も行う。
- ④ 定性カリキュラム小委員会との協議・連携を深化させる。

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 新カリキュラムによる定性セミナーの円滑な実施とブラッシュアップ
- ② 次世代の講師陣の確保・育成
- ③ 定性リサーチャーがお互いに切磋琢磨し、成長していける場の提供

(2) 活動内容

- ① 新カリキュラムによる定性セミナーを実施し、実施上のポイントや改善点などを委員会全員で共有
- ② テキストの製本版を作成
- ③ 適性のあると思われるリサーチャーを委員会に勧誘し、セミナーの趣旨や内容を共有
- ④ 定性リサーチャーがネットワーキングや互いに学びあえる場を企画し、提供する。

(3) 活動目標

- ① 新カリキュラムによる定性セミナーの円滑な実施
- ② テキスト製本版の作成
- ③ 新しいネットワーキングの場またはセミナーの企画、実行

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 J M R 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. C L T 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C L T手法の健全な発展を図る。
- ② プレリクルート（機縁を含む）方法のルール確立
- ③ C L T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。
- ④ C L T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、ストリートキャッチ方式だけでなく、プレリクルート方式のルール徹底が求められている。
- ② C L Tを実施する調査機関はもとより、ストリートキャッチのリクルーターもしくはプレリクルートの機縁リクルーターへの教育・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 C L T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 リクルーター／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 ユニフォーム義務化は特段問題ないため継続
- ⑤ 警察を含む行政機関、商店街等へのP R活動を継続
- ⑥ 一般消費者・C L T参加者への啓蒙のため、J M R Aホームページを通じた情報発信を検討
- ⑦ 一般貸会場オーナー様へのJ M R Aルール説明、協力依頼を推進
- ⑧ クライアントに対する「街頭リクルート実施可能」P R
- ⑨ 調査員マニュアル、C L Tガイドラインの見直し・検討
- ⑩ その他、C L T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、プレリクルート方式に関わらずC L T手法の安定的継続
- ② J M R A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J M R A／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、J I S規格改正への取り組み
個人情報保護法、J I S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) J M R A 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) J M R A 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 J M R A 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) J M R A 運営関連業務の強化

- ① 事務局内 P M S 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

	2018 年度 3 月末	2019 年度 3 月末	2020 年度拡大目標
正会員社	1 1 8 社	1 1 6 社	1 2 0 社 (4 社増)
賛助会員 (法人)	8 5 社	8 1 社	8 3 社 (2 社増)
賛助会員 (個人)	1 0 7 人	1 0 1 人	1 0 5 人 (4 人増)