

(報告事項)

令和2年度（2020年度） 事業報告書

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）事業報告書

目次

I. 2020 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. 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 教育分科会
11. HR マネジメント委員会 定性カリキュラム小委員会
12. HR マネジメント委員会 会長直轄プロジェクト
13. 西日本コラボレーション研究会
14. CLT 対策協議会
15. プライバシーマーク審査会

III. 事務局の活動報告

1. JMRA の会務
2. 他団体との活動
3. 事務局活動

I . 2020 年度の総括

新型コロナウイルス感染症の拡大は社会状況を一変させ、テレワークの導入、対面型調査の中止、オンライン調査への切り替えなど我々の業界にも大きな影響を与えた。JMRA の委員会活動も参集型での会合はできなかったが、基本的な活動方針は継続して、これまでの各種取り組みを更に進めた。

1. 教育分野における「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」の計画

JMRAでも新しい状況に対応すべく、各種会合やセミナー、カンファレンスなどのオンライン化を進め、定性調査系講座やリサーチ・イノベーション委員会などでは積極的・実験的な発信が行われた。しかし、内容に興味を持って聞いていただくために、まだまだ慣れや工夫を一層凝らしていく必要がある。調査結果のプレゼンテーションは、そもそも簡潔に、興味を持って聞いていただかなくてはならないものであり、改めて業界の課題が炙り出され、今後の取り組みの優先事項になると考えられる。

2. 情報共有基盤整備を通じた「幅広いリサーチ・スキルの需給情報交換の場」の提供

ベテランリサーチャーの方々から、退職後も分析などで可能な部分は手伝いたいというニーズをいただき、フリーランスの方々も含めた需給情報交換の場として、JMRA サイトに「リサーチ業務」や「貸会場」のシェアリング情報一覧のページを構築し、運用を開始した。

3. 各種セミナーやワークショップなどでの移動時間や場所的な制約から解放された新たな試み

会議やセミナーのオンライン化が進み、時間や場所を選ばず、より大勢で、より多様な人に参加していただけるオンラインならではのメリットを皆が実感した。一方、対面でのちょっとした立ち話から得られるインスピレーションや、何気ない情報交換などをいかに再現するかといった、今後取り組むべき事柄も明確になってきた。

2020年、我々が経験した New Normal は、年が変わっても終結しておらず、おそらくこのような状況は、今後もしばらく続くと思われる。ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)の

2020年の年次報告では、「マーケティング・リサーチは、クライアントの意思決定を支援する総合的なサービス産業である」と事業ドメインが拡張され、再定義された。コロナ禍により人々の生活様式や価値観が大きく変容する中、生活者の思いや行動を理解してクライアントに届けるというリサーチの重要性は、一層増しているといえよう。

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 法務ハンドブックⅣの公表と広報
- ② 同ハンドブックの内容の継続的な更新の実施
- ③ 法律相談会の実施

(2) 活動概要

調査機関のスタッフはもとより調査員(リクルータ含む)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(JMRA サイト掲載)
- ② CLT 対策協議会との提携による「事前リクルート業務実施のためのガイドライン」作成と説明会の実施
- ③ 法律相談会の実施
- ④ 新規入会申請 2 社の入会審査の実施

(4) 活動成果

- ① 法務ハンドブックⅣの公表(JMRA サイト掲載)により、会員社に対し、最新のリサーチ課題への法的対応の共有ができた。
- ② 「事前リクルートガイドライン」作成をはじめ、各委員会との横断的連携ができた。

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 ESOMAR 等関係機関と協力し、国際的な各種法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 ISO 20252 の次期改定に向けた国際会議に参画し、日本の意見を反映させた。
- ② JIS Y (ISO) 20252 の認証取得促進を図るため、JIS 認証支援センターの活動を支援するとともに、動画解説セミナー作成に着手した。
- ③ ESOMAR と協力し、国際業界統計である Global Market Research の業域定義変更について広報・解説し、意識改革を呼びかけた。

(3) 活動内容

- ① ISO 20252 の国際的普及に向け、TC225 総会(オンライン)に委員 2 名が出席
- ② TC225 との日常的なメール連絡や問い合わせに対応
- ③ JIS 認証支援センターの活動を側面から支援
- ④ JIS Y 20252 普及促進のため、会員社向け動画説明セミナー作成に着手
- ⑤ ESOMAR の業域定義変更に関する解説を JMRA メルマガに連載

(4) 活動成果

- ① コロナ禍の影響を受け、全体として活動は停滞してしまった。
- ② 2021 年 1 月より、11 社目の認証取得活動がスタートした。
- ③ 2021 年 3 月より、ISO 20252 の次期改定に向けた“自動化”検討部会がスタートした。

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) 活動概要

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) 活動内容

1) 統計精度の向上に繋がる活動

- ① 府省調達の統計調査業務における課題・要望に関する会員社アンケートの実施
- ② 府省調達の統計調査業務における課題・要望に関する会員社ヒアリングの実施
- ③ 府省統計部局への統計精度の向上に向けた意見交換(表敬訪問時)
- ④ 府省統計関連の計画・ガイドライン等に関する意見募集への対応

2) 公的統計の受け皿の拡大に資する活動

- ① 統計調査(統計データ加工・集計を含む)における民間事業者の受託状況把握
- ② 「調査インフラ等に関する実態調査」の企画・実施
- ③ 基調講演の企画・開催

④ 府省統計部局への受け皿拡大に向けた提案の実施(表敬訪問時)

3) 統計人材の育成に資する活動

① 統計調査に必要な人材に関する意見交換(表敬訪問時)

② 統計人材の育成に関する各種施策の検討

4) 『公的統計市場に関する年次レポート 2020』(報告書)の作成

(4) 活動成果

1) 統計精度の向上に繋がる活動

① 府省調達の統計調査における会員社の課題・要望の把握

② 府省調達の統計調査における当委員会への要望等の把握

③ 府省の統計調査業務における民間事業者への要望等の把握

④ 「民間事業者の活用に係るガイドライン」における JIS Y 20252 有資格者の加点評価の明示

2) 公的統計の受け皿の拡大に資する活動

① 公的統計における民間活用の実態を把握(市場は引き続き拡大基調であることを確認)

② 会員社の人材育成や新技術の導入状況等の把握

③ 講演会による統計データのビジネスへの活用方法に関する情報提供

④ 府省の統計調査業務における受け皿拡大に向けた方針の把握

3) 統計人材の育成に資する活動

統計調査業務に必要な人材像の把握

4) 『公的統計市場に関する年次レポート 2020』(報告書)

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・リサーチ事業での新技術取り込み促進
- ② ビッグデータ・AI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取り込みの啓発

(2) 活動概要

- ① 委員各社からの新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 コロナ禍による制約の中で、オンラインの活用による PR 活動を推進
- ② 6月25日、Webinar「緊急事態宣言下の消費者意識と行動実態」を開催
- ③ 7月28日、Online Mini Conferenceにて「アフターコロナ時代のオフライン調査のありかたを探る」を実施
- ④ 2021年1月、JMRA イノベーション・キャストの配信を開始
- ⑤ 2021年4月、特別セミナー『ビジネスマンがきちんと学ぶディープラーニング with Python』の開催を計画
- ⑥ 2021年度 Online Annual Conferenceにて、イノベーション・キャスト(初回シリーズ)を締めくくる討論会を実施

(4) 活動成果

- ① Webinar やイノベーション・キャストを通じ、相応の情報発信を行うことができた。
- ② イノベーション・キャストのような活動を通じた裾野の拡大が今後の課題である。
- ③ 委員会内部での議論を通じ、先進事例に関する見識を深められた。

5. カンファレンス委員会

(1) 委員会の目的

- ① JMRA 活動の 1 年間の総括と各委員会の成果の発表
- ② 業界(JMRA)がどこに向かっているかについての発信

(2) 活動概要

新型コロナウイルス感染拡大のため 5 月の集合イベントは中止し、下記のメリットを活かしたオンライン・カンファレンスを開催した。

- 決まった日にちや時間的制約からの解放(業務の空いた時に参加できる)
- 参加者制約(営業だけ、管理職だけ、関係者だけ、年長者だけ等)からの解放
- 空間制約からの解放(距離的に遠いところからの参加ができる)
- 一時性からの解放(アーカイブビデオにより繰り返し、自由に確認できる)
- スポンサー集めからの解放(会場・運営費用捻出のための大がかりな資金を集めなくてよい)
- 場所押さえや準備からの解放(早くから大きな会場予約をしなくてよい)

(3) 活動内容

JMRA オンライン・ミニ・カンファレンス 2020 の開催

- ① 日 程:2020 年 7 月 28 日(火) 13:00~18:00
- ② 方 法:オンライン(Zoom Webinar)
- ③ テーマ:「アフターコロナ時代におけるリサーチ業界のありかた」
- ④ コンテンツ:
 - a) ビジネスの新常識「SDGs」〜リサーチ会社はどう取り組むべきか〜
星 晶子 氏(株式会社インテージクオリス)／小林 薫 氏(株式会社インテージ)
 - b) アフターコロナ時代のオフライン調査のありかたを探る
リサーチ・イノベーション委員会
 - c) 定性調査のニューノーマルを考える
定性調査カリキュラム小委員会
 - d) コロナインパクトが可視化させた未来価値
辻中 俊樹 氏(株式会社ショッパーファースト)

(4) 活動成果

- ① 申込者数:524 名(正会員社:365、賛助法人:27、賛助個人:16、一般:116)

② 参加者数:322名(Max時)

③ 満足度(TOP2 n=34):コンテンツ1) 73.6%、2) 61.8%、3) 70.6%、4) 52.9%

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) 活動概要

- ① 毎月の定例会による課題検討
- ② クローズドの SNS による情報交換
- ③ 日本行動計量学会、日本マーケティング学会での発表
- ④ 外部団体との勉強会の開催

(3) 活動内容・成果

1) オンライン定性調査の指針の作成

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、対面で行っていたインタビュー調査もオンラインに切り替えて実施せざるを得ない状況となったが、ほとんどのリサーチャーにとっては初めての経験で、非常に戸惑いがあった。そこで、オンライン定性調査に初めてチャレンジする人でも安心して実査ができるように、「オンライン定性調査ファーストステップガイド」を作成した。

2) インターネット調査のモニタリング指標の収集

主要ネット調査会社に協力いただき、ネットリサーチ・モニターの健康診断を定期的に行っている。特に、アクティブ率が重要な指標であり、2019 年はやや上昇したものの、再び下降に転じた。モニターのリサーチ離れは、クライアントにリサーチの価値を届け続けていくためにも食い止める必要がある。

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) 活動概要

- ① JMRA 会員が減少しているため、最新リサーチ動向の会員社同士の情報共有を密に行う。
- ② メルマガ会員数の伸び率が低いため、学生への周知を行う。

(3) 活動内容

- ① Web を中心とした JMRA 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) 活動成果

- ① Web を中心とした情報発信(カンファレンスコラム、「わが社のリサーチャー」等)
- ② メールマガジン類の発行(通番 12 回/4~3 月まで毎月 1 回・号外 2 回)
- ③ メルマガ会員(2,937→3,177)
- ④ 賛助法人会員(79 社→72 社)
- ⑤ 賛助個人会員(101 名→103 名)

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 さまざまな企業など、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) 活動概要

- ① メーカーのリサーチ活用実例、海外の最新事例の紹介・共有
- ② オンラインセミナーならではの企画による業界アピール
- ③ アカデミックの知見による刺激

(3) 活動内容・成果

- ① 「市場におけるオンライン活用の現状と今後」／講師：片瀬 大氏(株式会社ミクシイ)
9月9日にオンライン形式で開催した。
- ② 「伝わる資料を作るためのデザインの法則」／講師：高橋 佑磨氏(千葉大学)
9月15日にオンライン形式で開催した。
- ③ 「『データ』から『ストーリー』を見つけ出す&『伝える』」／講師：レイ・ポインター氏
10月20、22日開催予定で企画したが、最少催行人員に満たなかったため延期となった。
- ④ 「AI の基幹技術ディープラーニングを基礎から理解する」／講師：朝野 熙彦氏(元東京都立大学) ※リサーチ・イノベーション委員会と共催
2021年1月開催予定だったが、テキストの出版遅れにより4月22日に開催した。

9. 情報共有基盤整備委員会

(1) 委員会の目的

- ① 法人・個人の会員が JMRA 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する。
- ② JMRA からの情報発信と会員同士の情報交流を活性化させることで、JMRA サイトの付加価値を向上させる。

(2) 活動概要

- ① 委員会の当初目的の構築フェーズは終了し、サイトの浸透・利用のための広報フェーズに入った。
- ② 退職後も分析などで可能な部分は手伝いたいというニーズに応えるため、フリーランスの方々も含めた需給情報交換の場として、JMRA サイトに「リサーチ業務」や「貸会場」のシェアリング情報一覧のページを3月にリリースし、運用を開始した。

(3) 活動内容

- ① シェアリング情報一覧等データベースのメンテナンスと運用
- ② 会員社情報のメンテナンス(データベースの整備)

(4) 活動成果

- ① シェアリング情報一覧等データベースの運用
2020年度の利用状況
会場情報:3社、リサーチ業務情報:6社、リサーチ/モデレータ情報:4名
- ② 採用を行っている会員社の募集職種の詳細ページをリリース

10. HR マネジメント委員会 教育分科会

(1) 委員会の目的

- ① 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行う。
- 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) 活動概要

- ① 教育体系「入門⇒基礎⇒応用⇒実践」とし、体系全体の判りづらい点の解消
- ② リサーチャーに求められる調査法、統計学、マーケティング知識のレベルに応じた講座の提供
- ③ 上記の受講しやすい日程、価格、方法についての検討

(3) 活動内容

- ① テーマ設定、講師陣の充実を図り、定性調査カリキュラム小委員会との連携を進め、「2020年度の教育講座のご案内」パンフレットを作成した。
- ② オリジナルテキスト:『マーケティング・リサーチに従事する人のための調査法・分析法ー定量調査・実験調査・定性調査の調査法と基礎的分析法ー』、『マーケティング・リサーチに従事する人のためのデータ分析・解析法ー多変量解析法と継時調査・時系列データの分析ー』を学文社より出版(初回 1,000 部)した。

(4) 活動成果

- ① 「マーケティング・リサーチ入門講座」(2 日間、2 回)、「マーケティング・リサーチ基礎講座 (Ⅰ)(Ⅱ)」(各 1 回)、「テスト・実験調査基礎講座」(1 回)、「マーケティング・リサーチ応用講座 (Ⅰ)(Ⅱ)(Ⅲ)」(各 1 回)を計画し準備していたが、コロナ禍のため対面式の集合講座の開催は中止となった。
- ② 非対面のインターネット利用の開講方式について検討を行い、「映像・音声による全教育内容の期間限定閲覧受講方式」を採用することとなった。
- ③ 新年度より「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」の開講ができるようビデオ撮影の準備に入った。

11. 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 JMRA 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を整備する。

(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 2020 年度定性調査セミナーの実施
- 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

(3) 活動成果

- ① テキストのブラッシュアップは継続中
- ② 新教育体系に沿った定性調査の講座カリキュラムを立案、講師チームを構築、実施
- ③ 2020 年度のセミナーは委員が講師として運営。トライアルとして、オンライン講座を実施
 - a) 定性調査がわかる基礎講座(2 日間・2 回)
 - b) 実務に役立つ定性調査企画力養成講座(4 日間・1 回)
 - c) 定性調査_インタビュースキル養成講座(3 日間・1 回)
 - d) 定性調査_分析力養成講座(4 日間・1 回)
- ④ 定性リサーチャー交流会(オンライン)実施

12. HR マネジメント委員会 会長直轄プロジェクト

(1) プロジェクトの目的

- ① 初期教育終了後の、中堅リサーチャー育成の適切なあり方を探る。
- ② デジタル化、With (Post) コロナ等の環境変化へ対応する。
- ③ 世界に学び、近接領域の成果を吸収し、必要スキルの拡張を図る。

(2) 活動概要

- ① 英国協会(MRS)、豪州協会等の海外事例を調査・研究
- ② 「中堅リサーチャー育成講座」としてパイロット事業を実施
- ③ 2021年度からの講座具体化を目指した諸準備

(3) 活動内容

- ① 英国協会が使用している教科書の翻訳(引用許諾を受けた3章分)
- ② 12月2日、「市場調査のプロジェクト・マネージャー育成セミナー」開催
- ③ 2021年度の講座開設準備に着手

(4) 活動成果

- ① 英国協会の教科書の翻訳を完成させた(3章分)。
- ② 「市場調査のプロジェクト・マネージャー育成セミナー」第1回を開催した。
- ③ 2021年度の講座体系を企画、講師確保を進めている。

13. 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・交流
- 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 周年イベント計画(※実施は来季へ)
- ② インナー研修開催(全2回講座)
- ③ アライアンスプレゼン計画(※実施は来季へ)
- ④ With コロナ時代の課題共有ワークショップ開催

(3) 活動内容

- ① 周年イベントとアライアンスプレゼン
共同企画としてオンライン実施を目指し計画を立てていたが、2～3月の緊急事態宣言を受け、実施は来年度(4～5月)へ変更した。
- ② インナー研修
12月17日(木)16～18時、1月28日(木)16～18時の2回実施。第1回18名、第2回10名が参加。マーケティング・リサーチの基礎講座および実務のノウハウといったオンライン講義を実施した。
- ③ With コロナ時代の課題共有ワークショップ
2月10日(水)15:00～17:30に実施。ZoomとJmaboradを利用したオンラインワークショップに5社6名が参加。コロナウイルス感染拡大による影響・対応策などを協議・共有した。

14. 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 プレリクルート(機縁を含む)方法のルールを確立する。
- ③ 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。
- ④ 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 新型コロナウイルス感染症対策を徹底し、安全に CLT 調査を実施していることを PR
- ② 『事前リクルート業務実施のためのガイドライン』を公表し、説明会を実施
- ③ JMRA サイトを通じた対面式調査手法の感染症予防対策 PR を実施

(3) 活動内容

- ① 6月3日付で「会場テスト(CLТ)における新型コロナウイルス感染症予防対策暫定ガイドライン」を公表し、コロナ対策の徹底を呼びかけた。
- ② 7月1日付で『事前リクルート業務実施のためのガイドライン』を公表した。
- ③ 2021年2月15日に『事前リクルート業務実施のためのガイドライン』の説明会を実施した。
- ④ 2021年3月号のJMRAメルマガ(対面式調査の実施に関する特集)に協力・掲載した。
- ⑤ 継続してストリートキャッチ時のユニフォーム(ビブス)着用の徹底を図った。

(4) 活動成果

- ① 新型コロナウイルス感染症対策の取り組みにつき、相応の PR ができた。
- ② CLT に関する大きなトラブルは報告されていない。
- ③ 事前リクルートのガイドラインができたことは前進、今後の普及に取り組む。
- ④ 行政機関等に向けた PR 方策は検討途上である。

15. 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、更新申請を行った正会員社については、滞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:42 社
- ② 新規取得:1 社
- ③ 合併取得:1 社 合計:44 社

2020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、96社となった。

Ⅲ．事務局の活動報告

1. JMRA の会務

- ① 定時総会 5月29日
 - ② 理事会 6月17日、8月19日、9月16日、12月16日、2021年3月17日、
4月21日
 - ③ 総務委員会 7月15日、10月14日、11月18日、2021年1月20日、2月17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 経済産業省はじめ、各省庁からの団体等への周知連絡を会員社に行なった。
- ② 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。
- ③ JMA(日本マーケティング協会)主催のセミナー、イベントの情報発信等を行なった。

(2) 海外他団体との活動

APRC (Asia Pacific Research Committee) 加盟国、GRBN (Global Research Business Network)、ESOMAR、ISO/TC225 事務局との情報交流を行った(2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、国際会議やイベントはすべてオンラインでの実施となった)。

- ① ESOMAR 大会に代わる“Insight Festival”(9月14日～17日)
- ② ESOMAR 初となる“Client Survey”への協力(9月)－日本からは37名の方々(全体の6%に相当)から回答を得た。
- ③ ISO/TC225 総会(10月8日～9日)
- ④ APRC Summit Meeting(11月11日)、APRC Conference(11月12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

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、開催せず

② 広告界賀詞交換会

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、開催せず

③ 会員社緊急業況調査

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、全国の中小企業・小規模事業者の資金繰りが逼迫していることを踏まえ、経済産業省より「セーフティネット保証 5 号に係る緊急調査」の依頼を受け、業界の状況について調査した。

節目ごとに連続調査を実施し、経済産業省を通じて追加支援策等の施策に反映していただくよう、働きかけた。

- 緊急調査(その1) 調査期間：2020年4月1日～4月9日
- 緊急調査(その2) 調査期間：2020年5月11日～5月22日
- 緊急調査(その3) 調査期間：2020年7月31日～8月21日
- 緊急調査(その4) 調査期間：2021年1月26日～2月15日

(3) 第45回 経營業務実態調査の実施

- ① 調査期間：2020年4月1日～7月10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111社(2020年4月1日時点)
- ④ 回答社数：90社
- ⑤ 回収率：81.1%

(4)発行物の作成

- ① 正会員社証明書・調査員証明書の発行
7社 353枚 発行
- ② 会場テスト用証明書の発行
32社 333枚 発行
- ③ 手提げ袋の販売
8社 3,800枚 発行
- ④ マーケティング・リサーチ綱領の配布
31冊 配布

(5)マーケティング・リサーチに関する苦情の処理

2020年度(2020年4月1日から2021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 2名
 - 3) その他 1名
- ② 問い合わせの内容(合計3件)
 - 1) 調査に協力したいので、会員社を紹介してほしい 1件
 - 2) 会員社からの連絡方法の改善を要望 1件
 - 3) 会員社の調査員への苦情 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2021年3月31日現在、正会員社総数 112社

② 賛助法人会員

入会 3社

退会 1社

これにより2021年3月31日現在、賛助法人会員社総数 72社

③ 賛助個人会員

入会 8名

退会 6名

これにより2021年3月31日現在、賛助個人会員者総数 103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2件

② 国、地方自治体等からの問い合わせに対し、紹介5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 89件

《内訳》

① 経済産業省 79件

② 総務省 1件

③ 文部科学省 1件

④ 厚生労働省 1件

⑤ 国土交通省 1件

⑥ 中小企業庁 3件

⑦ 統計センター 3件