

# 令和4年度（2022年度） 事業計画書

---

自 令和 4年 4月 1日

至 令和 5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4年度（2022年度）事業計画書

## 目次

---

### I. 2022年度の活動方針

### II. JMRAの会務

### III. 各委員会の活動計画

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. ウェブ・メルマガ委員会（旧：広報・宣伝委員会 ウェブ・メルマガ分科会）
8. 広報セミナー委員会（旧：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. マーケティング・リサーチ ナレッジ・エデュケーション委員会（旧：HR マネジメント委員会 教育分科会）
11. 定性カリキュラム委員会（旧：HR マネジメント委員会 定性カリキュラム小委員会）
12. キャリアアップ委員会（旧：HR マネジメント委員会 マネージャー育成分科会）
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

### IV. 業界関連および会員支援活動等

# I . 2022 年度の活動方針

---

## 1. リサーチの視野とスキルの拡張

世界的にデータ・分析・インサイト産業の進化は加速している。インサイト産業には、膨大なデータを高速に処理するテクノロジー企業や、経営層への提言等を得意とするコンサルティング産業等も含まれる。

このような異業種との競合の中でリサーチは、自身が会社経営のマインドを持ち、MarTech といわれるテクノロジーを駆使し、企業の経営に資する提案力をつけていくことが必要となっている。JMRA では、教育系の委員会、リサーチ・イノベーション委員会等で、本来のリサーチ・スキルに加え、不足していたスキルを整理し、新たな教育プログラムを整備していく。

## 2. 個人情報の保護と倫理規定の遵守

2022 年 4 月に改正個人情報保護法が施行され、日々、個人データがいつ収集され、どのような目的で、どのように使われるのか、社会的関心が高まっている。本年 1 月に JMRA が発出した「非公正な「No.1 調査」への抗議状」は、さまざまなメディアにも取り上げられ、大きな反響を呼んだ。JMRA 会員社は、「マーケティング・リサーチ綱領」を遵守することで、商品やサービスの不当表示から一般消費者の利益を保護し、リサーチの社会的重要性を高めてきた。JMRA では、引き続き、コンプライアンス委員会、ISO/TC225 国内委員会、インターネット調査品質委員会等が中心となり、リサーチプロジェクトの適法、公明正大、誠実、客観性等の遵守に努める。

## 3. コラボレーションとコミュニケーション

新型コロナウイルス感染症により、身の回りにさまざまな変化が起きているが、人間の価値観や優先順位が根本的に変わったわけではなく、現在、我々の業界に起こっている変化や拡大されていくインサイト産業、近隣産業とのコラボレーションも、大きな意味では「生活者をもっと理解する」上で必要な動きのひとつである。

また、リモートワークが定常化する中で、仕事をしていくためには、業務上だけでなく社員同士のインフォーマルなコミュニケーションの大切さが再認識されることになった。Face to Face のコミュニケーションがままならない中、情報共有関連の委員会からメールマガジンやカンファレンスを通じ、情報を発信・提供することによって人と人との交流・交歓につなげていく。まずは、お互いを知り、みんなの知恵を合わせて、この難局を乗り切りたい。

## Ⅱ．JMRA 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26日
- ② 理事会            5月26日、6月、9月、12月、2023年3月、4月、5月
- ③ 総務委員会        7月、8月、10月、11月、2023年1月、2月

### (2) 各種交流会・懇親会の開催

総会懇親会

トピックスセミナー

## Ⅲ．各委員会の活動計画

---

---

### 1. コンプライアンス委員会

---

#### (1) 委員会の目的

- ① マーケティング・リサーチ業界内憲法であり調査機関の行動規範として遵守が求められる「マーケティング・リサーチ綱領」の趣旨理解の推進と同綱領の観点から正会員社入会審査を行う。
- ② マーケティング・リサーチ活動の根幹である個人情報保護法および JIS Q 15001 に準拠したより高い次元での個人情報の取扱いを定めた「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」の各種法規等改正に伴う改定および趣旨理解の推進
- ③ マーケティング・リサーチ活動を行う上での法務・倫理課題への対応のための「法務ハンドブック」および「調査マネジメント・ガイドラインをはじめとする調査業務ガイドライン」の策定と定期的な改訂、「マーケティング・リサーチ活動への造詣が深い顧問弁護士による個別法律相談」等、会員社向けサービスの実施

#### (2) 活動背景

- ① リサーチ従事者およびリサーチユーザーに対し、社会環境およびリサーチ環境の変化による法改正や倫理課題への法的対応について情報提供することが求められている。
- ② リサーチ活動の社会的な啓蒙と普及が求められている。

#### (3) 活動内容

- ① 正会員社入会審査の実施
- ② 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 JISQ 等)
- ③ 個人情報保護法改正に伴う JIS Q 15001 改訂版に準拠した「JMRA 個人情報保護ガイドライン改訂版」の作成・販売
- ④ 法務ハンドブック IV 各項目の見直しおよび改定
- ⑤ 法律相談の開催

#### (4) 活動目標

- ① マーケティング・リサーチの社会的地位を損なわないために、マーケティング・リサーチ倫理の確立と業界プレゼンス向上を目的とした活動を行う。

- ② 社会環境およびリサーチ環境の変化を踏まえつつ、個人情報保護法の改正や JIS Q 15001 改訂をはじめとした新たな法務課題への対応について議論・検討し、時代に即した会員社向けサポートを行う。

---

## 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、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、自ら、または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」の必要性が強く認識されており、「統計作成プロセス診断」の JIS 化が検討されるとともに、民間への業務開放の拡大が見込まれている。
- 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、より一層の普及促進 (認証取得 15 社以上の目処をつける)。
- ③ JIS Y 20252 の広報・PR の強化 (動画シリーズの普及、研修・個別相談会等の実施)
- ④ ESOMAR/GRBN の新ガイドラインに関する広報と普及促進
- ⑤ 公的統計分野での JIS 化の取り組みを支援し、民間活用拡大の道を広げる。

### (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) 活動背景

- ① コロナ禍の影響が継続した 2021 年度は委員会メンバーや府省の統計職員も引き続きテレワーク中心の働き方であったが、会員社調査や 2020 年度に実施した会員社ヒアリングを基にした課題の整理、提案の立案等は、優先すべき取り組みとして活動を進め、政府の統計調査業務の調達に関する課題等の把握と改善に向けた活動に寄与することができた。2022年度の当委員会の活動は、2019年度に策定した中長期事業計画をベースに、会員社ヒアリングの結果を踏まえた事業活動を行うものとする。
- ② 2021 年度はウェビナーの複数開催等により会員社の公的統計への理解と知識を深める活動を推進した。またこれらを府省に案内し参加を得ることで、JMRA の取り組みへの理解や交流を深めることができた。また、コロナ禍の影響で一部にとどまったものの年次レポート報告時における府省との意見交換や、それを機とした一部府省からの仕様書への意見要請等、官民の相互理解に寄与することが出来た。引き続き、統計人材の育成や官民交流等に関しては、事業推進小委員会等で具体的な事業活動と推進体制の検討を行う。また既に事業活動を推進している取り組みに関してはコロナ禍の状況を踏まえた見直し等を行い、With コロナに合わせた事業活動の推進を行う。

### (3) 活動内容

#### 1) 市場動向分析小委員会の活動

- 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

## 2) ガイドライン推進小委員会の活動

- ① 改善課題に基づいたガイドラインとの照合と、仕様書(複数)における該当要点箇所の確認
- ② 入札情報提供資料の見直し、問い合わせ・相談への対応

## 3) 事業推進小委員会の活動

- ① 統計精度の向上および統計の利活用推進に繋がる提案または支援
- ② 中長期事業計画の適切な進捗管理

## (4) 活動目標

### 1) 市場動向分析小委員会の活動目標

- ① 公的統計における民間活用の市場動向の分析と会員社の参入意欲の促進
- ② 受け皿となる会員社のインフラ整備状況の明確化と発注者への情報提供
- ③ 公的統計に関する最新の動向や課題、統計を中心としたデータ利活用に関する情報提供と意見交換の機会創出

### 2) ガイドライン推進小委員会の活動目標

- ① 統計調査の府省調達における仕様書・要項の明瞭化による入札ハードルの低減
- ② 入札ハードルの低減化による府省調達への関心度向上と参加企業の裾野拡大

### 3) 事業推進小委員会の活動目標

- ① 公的統計プロセスの規格化支援
- ② 統計精度の向上および統計の利活用推進に繋がる研修または講演会の開催
- ③ 各小委員会の事業評価

---

## 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等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) 活動背景

- ① 現場のリサーチャーに向けた、実践的な啓発活動が必要である。
- 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である。
- 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 インサイト部やイノベーション・キャストを通じた情報発信・啓発活動
- ② 若手向けの、AI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繋がる技術導入事例の収集と広報
- ⑥ イノベティブな統計解析の基礎研究

### (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 JMRAとして安価・安定的にオンライン配信ができる仕組みの高度化
- ③ 新技術に対する若手リサーチャーのスキルの向上

---

## 5. カンファレンス委員会

---

### (1) 委員会の目的

- ① リサーチ業界の裾野を広げ、人との繋がりが持てるイベントの企画・運営
- ② 業界(JMRA)がどこに向かっているかについての発信
- ③ JMRA 活動の1年間の総括と各委員会の成果の発表

### (2) 活動背景

- ① すでにオンライン(ハイブリッド方式を含む)でのイベント開催は主流となっている。コロナ感染拡大の影響を見極めながら、イベントの目的(何を主眼とするか)、目標(誰をターゲットとするか)の軸を明確にした開催が必要である。
- ② 物理的に参集する意味は大きく、対面式「コミュニケーションの場」づくりの必要性は増している。
- ③ オフラインでの開催の可能性が見えた段階で、オフラインの開催企画ができる体制が必要であり、委員会の組織編成を行う。

### (3) 活動内容

- ① オンライン手法を進化させながら、オフラインでの「集会の場」づくりの検討
- ② 収益を上げるイベントモデルの検討
- ③ JMRA50周年を見据えた機運づくり

### (4) 活動目標

- ① 他業界とのコラボレーションの促進
- ② 業界内でのコミュニケーションの場づくり

---

## 6. インターネット調査品質委員会

---

### (1) 委員会の目的

- ① 若年層を中心としたアクセスパネルの活性化方策の検討
- ② 新しいインターネット調査手法のフィージビリティの検討

### (2) 活動背景

- ① アクセスパネルの非アクティブ化が進行しつつあるとともに、若年人口の減少により、マーケティング・リサーチの持続可能性が危惧されている。
- ② さまざまなIoT技術が開発されているが、今のインターネット調査は最新技術を活用しきれていない。インターネット調査に新技術を組み合わせることで、より高付加価値なリサーチを創出する時期にさしかかっている。

### (3) 活動内容

- ① モニターの活動状況の実態を詳細に分析し、非アクティブに繋がる要因を特定する。また、リサーチに協力することのモチベーションを向上させるために効果的なコミュニケーションや対策を検討する。
- ② 国内外で開発されているIoT技術の情報を収集するとともに、既存のインターネット調査と組み合わせたときのフィージビリティスタディを行い、シナジー効果やアウトプットのイメージを作成するとともに、適用に向けた課題を整理する。

---

## 7. ウェブ・メルマガ委員会

(旧：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、正会員・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 JMRA 会員が年々減少しているため、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 メールマガジン会員数の伸び率が低いため、周辺業界および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 メールマガジン会員増加のための新たなチャネルの開拓
- ④ メールマガジン会員登録を促すためのメリット創出

### (4) 活動目標

- ① Web を中心とした情報発信とサイトの改善
- ② メールマガジン類の発行(月 1 回＋随時)
- ③ メールマガジン会員増加
- ④ 正会員・賛助会員増加

---

## 8. 広報セミナー委員会

(旧：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し、クライアント企業と価値を共創する基盤をつくる。
- ② さまざまな企業や団体等、リサーチ業界外のプレイヤーと連携し、関係性を構築する。
- 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。
- ④ リサーチの価値を上げ、市場調査業界の魅力向上に寄与する。

### (2) 活動背景

マーケティング・リサーチ産業ビジョンを背景に、市場調査業界の意識向上に貢献する。

### (3) 活動内容

- ① リサーチ活用事例に関するセミナー等の企画・運営
- ② マーケティング現場の先端事例系セミナー等の企画・運営

### (4) 活動目標

- ① 各種動向を伝えるセミナーを実施し、業界内の意識の醸成を図る。
- ② 市場調査業界の認知度を広げ、業界内外の交流を図る。

---

## 9. 情報共有基盤整備委員会

---

### (1) 委員会の目的

- ① JMRA サイトのコンテンツを通して業界の活性化を図り、JMRA の認知度を上げる。
- ② 会員社にとって有益な情報発信と情報交流の機能を持つサイトを整備し、会員の満足度を上げる。

### (2) 活動背景

- ① ベテランリサーチャーが退職後もリサーチ・スキルを発揮して、手伝える環境を整備する。
- ② フリーランスの方々も含めた会員(社)のリサーチ・スキル、リサーチ業務の需給情報交換場所を定常的に設け、活性化を図る。

### (3) 活動内容

- ① 「幅広いリサーチ・スキルの需給情報交換の場」を充実させるべくブラッシュアップを進める。
- ② ウェブ・メルマガ分科会、カンファレンス委員会等と連携して、JMRA 全体のマーケティング機能を向上させる。
- ③ 業界内における繁忙期・閑散期に、会員社間で業務設備や人材等をシェアできるような仕組みを検討する。

---

## 10. マーケティング・リサーチ ナレッジ・エデュケーション委員会

(旧：HR マネジメント委員会 教育分科会)

---

### (1) 委員会の目的

- ① JMRA 会員等の調査業務の質の向上の観点から、学術的かつ実践的な講座運営を行う。
- ② JMRA 活動の維持・活性化の観点から、継続的な教育講座を開催する。
- ③ JMRA 運営の観点から、収入に寄与する教育講座を開催する。
- ④ JMRA の教育資産の構築を目指す。

### (2) 活動背景

- ① 新型コロナウイルス感染症拡大により、対面式講座を休講し非対面の講座を開講した場合の教材(プログラム)を充実させる。
- ② 非対面においても、対面式と同程度の教育効果と受講生の満足度を維持するため、ビデオ講座視聴後のフォローアップを充実させる。
- ③ With コロナ状況下において、会員各社の受講生の利便性や学習効果の向上に資する講座の開講方法を検討する。

### (3) 活動内容

- ① 昨年度開講した「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」と業務経験 3 年程度を対象とした「マーケティング・リサーチ基礎講座」(ビデオ・オン・デマンド)を 1 本化し、「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」として開講する。
- ② 上記 1 より高度な統計的分析手法については、新たに業務経験 3 年以上を対象とした「統計的データ分析ステップ・アップ講座(仮称)」を設けることとし、講座内容の検討を行う。
- ③ 非対面講座は、いずれもビデオ視聴期間終了後に、Zoom によるオンタイムのフォローアップ講座を行う。
- ④ 従来の「マーケティング・リサーチ応用講座」については、「エキスパート・コース」として対面式での開講を準備する。

### (4) 活動目標

- ① 「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」を春・秋の 2 期開講し、昨年度以上の参加者を集めることで、ビデオ教材制作費用の回収を終了し収益を出す。
- ② 昨年度講義の反省点等を活かし、フォローアップ講座の修正・改善を行う。

- ③ 会員各社でリモートワークが定着する中で、受講生の環境に則した効果的な学習講座を提供する。

---

## 11. 定性カリキュラム委員会

(旧：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) 活動背景

- ① カリキュラムによる定性講座を実施し、実施上のポイントや改善点等を委員会全員で共有する。
- ② テキストの製本版を作成、副読本として活用する。
- ③ 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。
- ④ 適性のあると思われるリサーチャーをさらに委員会に勧誘し、定性講座の趣旨や内容を共有、運営していく。

### (3) 活動内容

- ① リサーチャー育成体系に基づく定性講座の円滑な実施
- ② テキスト製本版の作成、頒布
- 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
- ④ 新カリキュラムによる定性講座の円滑な実施とブラッシュアップ
- ⑤ 次世代の講師陣の確保・育成

### (4) 活動目標

- ① 定性講座の円滑な実施
  - 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(4日間・1回)
  - d) 定性調査\_分析力養成講座(4日間・1回)
  - e) イノベーションを起こすマーケティング・リサーチの在り方講座(5日間・1回)
- ② テキスト製本版の作成、頒布
- ③ フォローアップ相談室の実施による定性講座受講生のステップ・アップ補助
- ④ 定性リサーチャーオンライン交流会の円滑な実施と交流の促進

---

## 12. キャリアアップ委員会

(旧：HR マネジメント委員会 マネージャー育成分科会)

---

### (1) 委員会の目的

- ① 初期教育終了後、一定の実務経験を積んだリサーチャーを対象とした現場マネージャー育成体系を確立・推進する。
- ② 環境変化に対応した、オンライン教育の仕組みを確立する。
- 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) 活動背景

- ① 市場環境の変化(特にコロナ禍による影響、国際的潮流の変化等)を受け、新時代に対応した教育研修が求められている。
- ② リサーチ・スキル系の初期教育と特定領域(統計・定性等)の教育研修コースは整備されてきたが、中堅から経営管理層に至る教育体系が不十分であった。
- ③ 国際的にも新技術の台頭に呼応した変革が進んでおり、海外を含む先進事例に学ぶ必要性が従来以上に高まっている。

### (3) 活動内容

- ① 2022年度には「マネージャー育成講座」を2クール(4回/クール)開催する。
- ② リサーチャーのキャリアアップに必要な各種講座を拡充する。2022年度はメンタルヘルス、ストーリーテリング等の講座開設と定例化を進める。
- ③ 会員社の個別ニーズに応じた「カスタマイズ講座」の検討と開設を進める。
- ④ 海外を含む先進事例(および講師候補)の収集を継続的に行う。

### (4) 活動目標

- ① 「マネージャー育成講座」のサイクルを確立する。
- ② リサーチャーのキャリアアップに必要な各種講座の拡充を計画的に推進する。
- ③ 毎年、一定の比率で内容を更新していき、先進性を維持する。

---

## 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) 活動背景

- ① 西日本エリアの業界発展と各社リサーチャーの交流促進
- ② 在阪企業(支社)単独では実施が困難な若手リサーチャーの育成
- ③ 各社への業界情報およびリサーチ最新情報等の提供

### (3) 活動内容

- ① 周年イベント等を活用した交流機会の提供
- ② 若手向けインナー研修の実施
- ③ 会員社相互、および、会員社外の団体・組織との連携等

### (4) 活動目標

- ① コロナの感染状況にもよるが、オフラインでの交流機会提供についても検討する。
- ② 数回の研修会を実施(テーマは新年度に各社の意向を聞きながら検討)
- ③ アライアンスシートの更新・活用、外部団体によるケイパビリティプレゼンの実施等

---

## 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)方法のルール啓蒙と普及を図る。
- 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) 活動背景

- ① 新型コロナの影響で、CLT を含む対面式調査を取り巻く市場環境が悪化した。
- ② 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においてもルールの理解と徹底が求められている。
- 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 「ポストコロナ」を展望し、CLT 手法の復活に向けた PR と感染予防対策の徹底
- ② 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
- ③ 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
- ④ 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
- ⑤ ユニフォーム義務化は特段問題ないため継続
- 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、JMRA サイトを通じた情報発信を継続
- 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 調査員マニュアル、CLT ガイドラインの見直し・検討
- ⑩ 適正で客観的・科学的な市場調査の PR (No.1 調査等のクライアント向け広報)
- ⑪ 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、プレリクルート方式に関わらず 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

---

## 15. 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
- 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。
- ④ プライバシーマーク付与機関更新審査への対応

## 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 APRC(Asia Pacific Research Committee)、GRBN(Global Research Business Network) 加盟国との情報交流
- ③ ESOMAR 他海外の関連団体の情報交換
- ④ ESOMAR APAC への参加
- ⑤ ISO 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

(6) 会員社数の増加の促進

	2020 年度 3 月末	2021 年度 3 月末	2022 年度 拡大目標
正会員社	112 社	111 社	113 社(2 社増)
賛助会員(法人)	72 社	64 社	65 社(1 社増)
賛助会員(個人)	103 人	95 人	100 人(5 人増)