

(報告事項)

令和4年度（2022年度） 事業報告書

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）事業報告書

目次

I．2022 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. ウェブ・メルマガ委員会
8. 広報セミナー委員会
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
11. 定性カリキュラム委員会
12. キャリアアップ委員会
13. 西日本コラボレーション研究会
14. CLT 対策協議会
15. 広告表示問題専門委員会
16. 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 . 2022 年度の総括

1. リサーチの視野とスキルの拡張

JMRA では、ESOMAR が公表したインサイト産業統計を意識して、国内の情勢を探るために市場調査の周辺事業に携わる企業にヒアリングを行うなど、資料・情報収集をして、初期的な市場規模推計を行なった。これを基に日経 BP とのコラボレーションの結果、「日経業界地図 2023 年版」に「マーケットリサーチ(インサイト)業界」として、市場規模データとともに、注目業界の 1 つとして掲載され、業界の基礎知識や動向が紹介された。投資や就職活動における定番情報誌にマーケティング・リサーチ業界が掲載されるのは初めてであり、今後も継続できるようにデータ精度を上げていく。

また、これからのリサーチャーが、インサイト産業と言われる新たな産業構造の中で伍していくために、従来の枠組みでは不足している視野とスキルの拡張を目指した教育プログラムの準備ができたものの、ターゲット層である中堅以上のリサーチャーが取り組むための時間的な余裕が得られず、研修型講座の開催に至らないものもあり、苦戦を強いられた。一方で、「マネージャー育成講座」は、内容面を完結にすることで受講者負担を減じて、2 年目を乗り切った。

2. 個人情報の保護と倫理規定の遵守

JMRA が発出した「非公正な『No.1 調査』への抗議状」は多くのメディアに取り上げられ、社会問題として認知されるようになった。これにより、JARO をはじめとする広告に絡む業界団体との交流が生まれ、各団体が主催するセミナーで、非公正な No.1 調査の現状とそれを基にした不当な広告表示に対する JMRA のガイドライン、調査の手引きについて説明する機会が得られた。そのため、通常では難しい広告主や媒体社に向けて、直接的な注意喚起ができ、マーケティング・リサーチのクライアント、またリサーチを支える一般消費者に、リサーチの意義、重要性を訴えることができたことは大変有意義であった。また、監督官庁の消費者庁にも JMRA の取り組みが理解され、一般消費者保護の観点からも今後さらに協調していける環境ができた。

3. コラボレーションとコミュニケーション

JMRA 公的統計基盤整備委員会では、2008 年 4 月に委員会組織として発足し、公的統計の品質向上に向け地道な活動を行ってきたことが評価され、令和 4 年度の大内賞を受賞した。財政運営と構造改革に関する基本方針で、公共サービスの民間開放が打ち出

され、それに基づき市場化テストが開始されたことを契機に公的統計基盤整備委員会は設置され、調査業界の各社が公的統計調査の受け皿となり、統計の品質と信頼性を確保するための活動をスタートしている。同委員会発行の年次レポートを各府省の統計部局に配布し、公的統計調査と民間調査業界との相互理解の醸成に努めるなど、我が国の統計の進歩に顕著な貢献をしてきた。また今年度には、厚生労働省や経済産業省から案件を進めるために意見を求められる機会が増加し、更に農林水産省からは、省内勉強会の講師としての要請が入るなど、関係性の深化が見え始めてきた。府省、地方自治体とのコミュニケーションを積極的に行うことは、JMRA の存在意義の向上と会員各社の業務拡大に繋がるものである。

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 社会環境およびリサーチ環境の変化を踏まえつつ、法改正および新たな法律・倫理課題への対応について議論・検討し、会員社への共有を行う。
- ② JMRA マーケティング・リサーチ綱領を会員社およびリサーチユーザー企業に周知・広報する。
- ③ JMRA マーケティング・リサーチ綱領の観点から正会員入会審査を行う。
- ④ その他、コンプライアンス委員会としての会員社向けサービスの検討を行う。

(2) 活動概要

- 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 改正が予定される個人情報保護法の内容および施行までのスケジュールに関する情報収集に努める。
- ② 改正個人情報保護法の施行前に説明会を実施する。
- ③ 社会環境およびリサーチ環境の変化に伴う、法務ハンドブックⅣの修正、追加を行う。
- ④ 法律相談を開催する。
- ⑤ 新規入会申請社の入会審査を実施する。

(4) 活動成果

- ① 合計2社の正会員社入会審査の実施と入会
- ② 「法務ハンドブックⅣ」Q&Aの見直し、項目追加に関する議論・検討および同ハンドブックデータベースの改訂
- ③ 個人情報保護法改正に関する情報収集とパブリックコメント等の検討および「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」の改訂スケジュールの検討
- ④ 改正個人情報保護法解説セミナーの実施
- ⑤ 法律相談の実施

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(オンライン)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えるとともに、会員社の要請に応じて JIS 規格に関する説明会等を実施した。
- 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、2021 年度データを基に仮推計を実施した。

(3) 活動内容

- ① ISO 20252 の国際的普及に向け、TC225 会議(オンライン)に委員 1 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 ESOMAR の業域定義変更に関する広報を行い、2021 年度データを基に仮推計を実施
- ⑤ ESOMAR/GRBN の新ガイドラインや研究成果等に関する広報を実施

(4) 活動成果

- ① ESOMAR 準拠の「インサイト産業」市場(仮)推計を実施 → 『日経業界地図 2023 年版』に掲載
- ② ISO 20252 の次期改定に向けた“自動化”検討部会の問合せ等に対応
- ③ ISO 19731 の定期レビューに関し、日本の意見を表明(国際投票)
- ④ ESOMAR/GRBN の新ガイドラインや研究成果等の広報について、主に JMRA メールマガジンへの寄稿を通じて実施
- ⑤ 当初の計画外であったが、「No.1 調査」問題のガイドライン検討・普及対策(説明会実施等)に参画 → 8 月以降、広告表示問題専門委員会に移管

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、その情報を基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 ISO 20252 (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 2021』（報告書）の作成

(3) 活動内容

- 1) 統計制度の向上に繋がる活動
 - ① 調査インフラや府省調達(委託業務への参入意向等)に関する会員社アンケート調査の実施
 - ② 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)
 - ③ 会員社アンケート等を基にした民間委託の課題の再整理と改善提案の検討
 - ④ 民間委託の課題についての府省入札担当部局との意見交換
- 2) 統計制度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 会員社向けの統計調査入札資格等関連情報の整理と相談窓口の設置

③ ガイドラインおよびこれまでの改善提案内容等に沿った仕様書(複数サンプル)記述の確認

④ 中長期事業計画の推進

3) 統計人材の育成に資する活動

① 基調講演の企画・開催

② 官民相互のメリットに繋がる交流事業の検討

③ 統計人材の育成支援

4) 『公的統計市場に関する年次レポート 2021』（報告書）の作成

(4)活動成果

1) 統計制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 民間委託の課題の整理と改善案の作成

③ オンライン活用計画の評価(経済産業省大臣官房調査統計 Gr)

2) 統計制度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把握

② 府省調達の統計調査における府省から当委員会および民間事業者への要望等の把握

③ ガイドラインおよび民間事業者の視点による仕様書記述の改善課題の把握

④ 民間委託の課題改善に向けた関係省庁との意見交換

⑤ 会員社の公的統計市場参入を支援する JMRA サイトでの情報提供、相談窓口の設置

3) 統計人材の育成に資する活動

① 講演会による公的統計・統計データのビジネスへの活用方法に関する情報提供

② 統計の作成者、利活用者の交流機会の創出(統計利活用をテーマにした基調講演の活用)

4) 『公的統計市場に関する年次レポート 2021』（報告書）の作成

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) 活動概要

- ① 国内外および委員各社からの新技術・新技法関連情報の収集と研究
- ② クライアントニーズの新潮流に対応するセミナー・イベント類の企画・実施
- ③ 学術領域の研究成果をわかりやすく紹介(論文紹介、推薦図書等)

(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イベント・PR 活動を推進
- ② Online Mini Conference『インサイト産業の立脚点を考える(ESOMAR・IMRD 2022 連携企画)』を主催(2022.04.27)
- ③ 「クライアントの取り組みを聞く」シリーズ 計 4 回を開催(2022.08.23・09.29・12.06・2023.03.01)
- ④ リサーチャー個人々人を対象とした「インサイト部」のサイト運営を継続
- ⑤ JMRA のメールマガジンで先端研究の概要や推薦図書等を紹介

(4) 活動成果

- ① 「インサイト部」や「クライアントの取り組みを聞く」シリーズの活動を通じ、相応の情報発信を行うことができた。
- ② 「インサイト部」の活性化を通じた裾野の拡大、クライアントサイドや周辺業界のプレイヤーとの連携強化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

昨年度に引き続き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
- 参加者制約からの解放
- 空間制約からの解放
- 一時性からの解放
- スポンサー集めからの解放
- 早期の場所押さえや準備からの解放

(3) 活動内容

JMRA オンライン・ミニ・カンファレンス 2022 の開催 (ESOMAR・IMRD 2022 連携企画)

- 日 程: 2022 年 4 月 27 日 (水) 15:00～17:30
- 方 法: オンライン (Zoom Webinar)
- テーマ: 「インサイト産業界の立脚点を考える」
- コンテンツ:

15:00～15:03 オープニング・メッセージ

JMRA 副会長 鈴木 文雄

15:03～15:20 講演 1

Our New World (ESOMAR・IMRD 連携企画)

大嶋バニッサ氏 (Heart-Data Inc. 創業者、ESOMAR 評議員)

15:20～15:50 講演 2

DEI 調査結果に見る日本市場の特徴と課題

岸田典子氏 (リサーチコンサルタント、インターネット調査品質委員)

16:00～17:20 講演・パネルディスカッション

持続可能な「No.1 調査」のあるべき姿とは？

リサーチ・イノベーション委員会

(4)活動成果

- ① 登録者数:138 名
- ② 参加者数:105 名 (Max 時)
- ③ 満足度 (TOP2 n=5) :コンテンツ1) 80% 2) 80% 3) 100%

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) 活動概要

- ① 若年層の回収率の低下、パネルの枯渇問題の現状を把握するために、各調査会社の実態データを収集する。
- ② 2019 年以降、調査を行っていなかった調査業界としてのモニターの満足度を実施して、モニターとして調査協力することについて意識データを収集する。

(3) 活動内容

- ① 若年層へのリーチを得意とする JMRA 加盟社以外の調査会社へのヒアリングを行なった。
- ② インターネット調査を運営している調査会社で共同のモニターCS 調査を企画・実施した。
- ③ 今のインターネット調査の問題点の他、改善に対する要望の整理を行なった。

(4) 活動成果

- ① モニターの満足度は 2018 年、2019 年よりは高くなっているが、回答する人としらない人との二極化が進んでいる構造が明らかとなった。
- ② 回答デバイスがスマートフォンへと移行が進み、移動時間や休憩時間、家事の合間などのちょっとしたスキマ時間で回答するようになり、より短時間で回答が終了できる調査への要望が強くなっていることがわかった。
- ③ 多くのモニターは調査に協力することへの対価として「ポイント」を重視しており、費用対効果の悪さを指摘していた。近年では、さまざまな「ポイ活」の手段が誕生しており、リサーチの魅力を高めることが業界として求められていることがわかった。
- ④ 調査業界を取り巻く現状の問題点やモニターが要望している項目が概ね確認できたことから、次年度に策定していく予定のネットリサーチ改善プランの材料を得ることができた。

7. ウェブ・メルマガ委員会

(1) 委員会の目的

- ① 情報発信を軸とした業界の認知向上、会員の増加
- ② インターネットを通じた情報の共有化
- ③ 業界の持つ魅力あるコンテンツを内外へ発信

(2) 活動概要

- ① 業界の情報発信、業界を取り巻く情勢の情報共有
- ② メールマガジン会員の新規登録広報活動

(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) 活動成果

- ① Web を中心とした情報発信(新規入会会員社紹介、他委員会主催セミナーの紹介、カンファレンスコラム、JMRA マーケティングデータ・ストレージピックアップセレクション、各委員会紹介(委員会のノートから)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)
- ③ メールマガジンテンプレートリニューアル、SPF レコード記載によるメールマガジン配信の信頼性増加
- ④ メールマガジン会員(3,221 名→3,827 名)
- ⑤ 賛助法人会員(64 社→62 社)
- ⑥ 賛助個人会員(95 名→95 名)

8. 広報セミナー委員会

(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 さまざまな企業等、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 実務系書籍著者によるセミナーの企画・実施・運営・報告
- ② 学術系書籍著者によるセミナーの企画・実施・運営・報告
- ③ 教養系書籍著者によるセミナーの企画・実施・運営・報告

(3) 活動内容

- ① セミナー: 委員による「お薦め本紹介」の事前告知イベント (2022.05.17)
- ② セミナー: 第 1 回 音部大輔 氏「マーケティングの技法」(2022.06.16)
- ③ セミナー: 第 2 回 高野公三子 氏「ストリートファッション 1980-2020」(2022.07.15)
- ④ セミナー: 第 3 回 水野誠 氏「マーケティングは進化する クリエイティブな Market+ing の発想」(2022.08.04)
- ⑤ セミナー: 第 4 回 河本薫 氏「データドリブン思考 データ分析・AI を実務に活かす」(2022.09.16)

(4) 活動成果

- ① 1つのタイトル「リサーチャーなら読むべき本」として全講座をシリーズ化
- ② 初の試みとなる、会社単位の申し込み方式(「全講座何人でも受け放題!」)を設定
- ③ 全申込者数:409名、配信のべ接続者数 849名
- ④ アンケートでは、個別申し込みより参加がしやすいと開催方式への賛同を得た。

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

サイトの浸透・利用のための広報および運用面を事務局に引き継ぐ。

(3) 活動内容

以下 3 項目を事務局で引き継ぎ対応する。

- 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)
- ③ 採用を行っている会員社の募集職種の詳細ページの運用

(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
 - 2022 年度の利用状況:
会場情報:3 社、リサーチ業務情報:5 社、リサーチ/モデレータ情報:6 名
- ② 採用を行っている会員社の募集職種の詳細ページの運用
 - 2022 年度利用状況:7 社(内 1 社は期間限定)

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

(1) 委員会の目的

- ① JMRA 会員等の調査業務の質の向上の視点から、学術的かつ実践的な講座運営を行う。
- ② JMRA 活動の維持・活性化の視点から、継続的な教育講座を開催する。
- ③ JMRA 運営の視点から、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) 活動概要

- ① 従来の講座群の構成・内容を見直し、再編する。
- ② 「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」を 1 本化し、「マーケティング・リサーチベーシックコース」(ビデオ・オン・デマンド)として開講する。
- ③ 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、ベーシックコース(ビデオ・オン・デマンド)視聴後にオンラインでのフォローアップ講座を実施する。
- ④ 統計的データ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「マーケティング・リサーチ ステップアップコース」を設けることとし、講座内容を再構築して開講する。
- ⑤ 従来の「マーケティング・リサーチ応用講座」については、「マーケティング・リサーチ エキスパートコース」として講座内容を再構築して開講する。

(3) 活動内容

- ① 従来の講座群を見直し、ベーシック、ステップアップ、エキスパートの 3 コースに再編した。
- ② 「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」(ビデオ・オン・デマンド)を春季(5～6 月)、秋季(9～10 月)の 2 回に分けて開講した。
- ③ 「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」(ビデオ・オン・デマンド)のフォローアップ講座はオンライン形式で春季(7 月)、秋季(10 月)の 2 回開講した。
- ④ 「マーケティング・リサーチ ステップアップコース」を対面形式で開講した(2022.11.21)。
- ⑤ 「マーケティング・リサーチ エキスパートコース テスト・実験調査の利活用講座」を対面形式で募集したが、受講者が集まらず開講できなかった。
- ⑥ 「マーケティング・リサーチ エキスパートコース 多変量解析の利活用講座」を対面形式で開講した(2023.01.23・26)。

(4)活動成果

- ① ベーシック、ステップアップ、エキスパートと知識習得の流れを提示することができた。
- ② 「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」の参加者は計 58 名。空いた時間に視聴できる点で参加者の満足度は高かった。
- ③ 「フォローアップ講座」の参加者は計 17 名であった。
- ④ 「マーケティング・リサーチ ステップアップコース」の参加者は 7 名。対面形式による適度な緊張感と疑問への即座の回答等で、受講者の満足度は高かった。
- ⑤ 「マーケティング・リサーチ エキスパートコース 多変量解析の利活用講座」の参加者は 2 名であったが開講した。理由は、講座への申込みが振るわず、受講者目線に募集要領や案内がどう映っているのかを確認し、次回以降に活かすためで一定の成果は得られた。

11. 定性カリキュラム委員会

(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) 活動概要

- 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等を委員会全員で共有する。
- ② 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、セミナーの趣旨や内容を共有、運営していく。
- 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 テキストの製本版を作成し、本委員会主催講座にて配付する。

(3) 活動内容

- ① テキスト製本版の作成
- ② 新カリキュラムによる定性セミナーの円滑な実施
- ③ ネットワーキングの場またはセミナーの企画、実行
- ④ 定性調査の意義を広く告知する。

(4) 活動成果

- ① テキスト製本版の作成と、主として本委員会主催講座受講者を対象として配付
- ② 定性調査がわかる基礎講座(春季)(2022.06.22・23)、(秋季)(2022.10.26・27)
- ③ 定性調査 実務に役立つ企画力養成講座(2022.07.07・13・20・27)
- ④ 定性調査インタビュースキル養成講座(2022.11.01・09・17・24)
- ⑤ 定性調査 分析力を養う実践講座(2023.01.11・18・25・02.01)
- ⑥ 定性調査フォローアップ相談室(2021.7.20より原則毎月第3火曜日開催)
- ⑦ 交流会(2023.05)予定

12. キャリアアップ委員会

(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) 活動概要

- ① 「マネージャー育成講座」の運営を中心に、ビジネススキル面の研修を担う。
- ② 委員会の目的に沿った研修体系の確立に努める。

(3) 活動内容

- ① 「2022 秋季 マネージャー育成講座」を開講(2022.10.5・19・11.02・16・30)
- ② Ray Poynter 氏をお招きした「ストーリーテリング講座(対面式)」を開催(2023.02.02)
- ③ 2023 年度への展開を見据え、「DX 対応推進ウェビナー」を開催(2023.02.22)

(4) 活動成果

- ① 「2022 秋季 マネージャー育成講座」には 6 社・18 名が参加
- ② 「ストーリーテリング講座」には 10 名が参加
- ③ 2023 年度の講座体系を立案し、「DX 対応セミナー」を含め、準備を進めている。
- ④ 残念ながらメンタルヘルス講座は不調で、2023 年度は企画内容を再検討する。

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) 活動概要

- ① アライアンス促進(会員社間連携)
- ② アライアンス促進(協業の可能性)
- ③ インナー研修の企画・実施
- ④ 周年イベントの企画・実施

(3) 活動内容・成果

- ① 「アライアンスシート」の更新(1月)
会員社相互の「委託」と「受託」のニーズを見える化し、アライアンスを強化
- ② 「ケイパビリティプレゼン」の開催(9月、11月)
外部団体との協業による、新たな事業展開を模索
- ③ 「インナー研修」の開催(6月、11月)
若手リサーチャーの疑問を解決し、実務へと活用できる知識・知見を習得
- ④ 「周年イベント」の開催(11月)
会員社間の交流を図る。

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)方法のルールを周知・徹底する。
- 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、安全な CLT 調査の PR を実施
- ② 緊急事態宣言や蔓延防止措置に適宜対応しながら、途切れることのないように CLT 調査の継続を図った。
- 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
- ④ トピックス的な対応として、消費税インボイス制度に関する周知活動を担った。

(3) 活動内容

- ① 各社の状況を報告しあい、コロナ対策等の情報を共有
- ② コロナ感染状況を鑑みつつ、スクリーニング緩和案、コロナ対策の緩和案を検討
- ③ 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 財務省に依頼し、消費税インボイス制度・電子帳簿等保存制度に関する説明会を実施(2022.07.25)
- ⑤ 調査員向けの消費税インボイス制度に関する説明動画を作成・公開(2023.01.16～)

(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普及に取り組んだ。
- ④ 行政機関等に向けた PR 方策は検討途上である。
- ⑤ 消費税インボイス制度に関し、業界内に一定の周知が図れた。

15. 広告表示問題専門委員会

(1) 委員会の目的

- ① 景品表示法に則り、非公正な「No.1 調査」広告をはじめとするランキング広告表示の適正化を訴えることを通じて、市場調査に対する社会的信頼の維持・向上に努める。
- ② 消費者庁や JARO(日本広告審査機構)等の公的機関、民間広告関連諸団体との窓口となり、調査の専門家として各種相談等に協力する。

(2) 活動概要

- ① 「ランキング広告表示に使用する調査データ開示ガイドライン」、「比較広告のための調査実施の手引き」等を通じ、適切な広告表示のための見解および提言を発表
- ② 会員社向け説明会、セミナー等を通じた広報活動
- ③ 関係諸団体のセミナー等への登壇を通じた広報活動
- ④ 広告表示の根拠として使用する調査データに関する「検証済みマーク」の創設検討

(3) 活動内容

- ① ランキング広告表示に関する「ガイドライン」「手引き」等の作成と普及
- ② 広告関係諸団体のセミナー等への登壇を通じた広報活動
- ③ 消費者庁、JARO 等を通じた各種相談案件への対応
- ④ マスコミ(インターネット媒体社、新聞、TV 等)の取材対応

(4) 活動成果

- ① 「ランキング広告表示に使用する調査データ開示ガイドライン」、「比較広告のための調査実施の手引き」の初版発行
- ② 関係諸団体(JARO、JIAA 等)のセミナーへの登壇を通じた広報活動(計 6 回)
- ③ 2/27 日経MJ「マーケティング・リサーチ広告特集」に、消費者庁表示対策課長(南様)と村上副会長との対談記事を掲載する等、消費者庁との良好な関係性を構築
- ④ 各種マスコミに取り上げられる等、非公正な調査結果に惑わされないための世論喚起にある程度の貢献を果たせた。

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、更新申請を行な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、可否の手続きを行なった。

① 更新:43 社

② 新規取得:0 社

③ 合併取得:0 社 合計:43 社

2022 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、95 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26日 |
| ② 理事会 | 5月26日、6月17日、9月15日、12月16日、2023年3月15日、
4月20日 |
| ③ 総務委員会 | 7月28日、8月24日、10月28日、11月18日、2023年1月27日、
2月16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なった。

- 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なった(2022年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、APRCを除く国際会議やイベントは原則としてオンラインでの参加となった)。

- ① ISO/TC225 総会(4月26～28日)
- ② GRBN“グローバル信頼度調査2022”への協力(7～8月)
- ③ ESOMAR 大会(9月18日～21日)
- ④ APRC Summit Meeting(10月20日)、APRC Conference(10月21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 8) 調査期間 : 2022 年 4 月 1 日～ 5 月 2 日(第 47 回経営業務実態調査結果を援用)
- 緊急調査(その 9) 調査期間 : 2022 年 7 月 22 日～ 8 月 4 日
- 緊急調査(その 10) 調査期間 : 2022 年 10 月 14 日～ 10 月 31 日
- 緊急調査(その 11) 調査期間 : 2023 年 1 月 23 日～ 2 月 1 日

(3) 第 47 回 経営業務実態調査の実施

- ① 調査期間 : 2022 年 4 月 1 日～ 6 月 14 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(2022 年 4 月 1 日時点)
- ④ 回答社数 : 95 社
- ⑤ 回収率 : 85.6%

(1)発行物の作成

- ① 正会員社証明書・調査員証明書の発行
6 社 155 枚 発行
- ② 会場テスト用証明書の発行
24 社 204 枚 発行
- ③ 手提げ袋の販売
7 社 4,200 枚 発行
- ④ マーケティング・リサーチ綱領の配布
28 冊 配布

(2)マーケティング・リサーチに関する苦情の処理

2022 年度(2022 年 4 月 1 日から 2023 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 8 件であった。

(3)会員の動向

- ① 正会員社
入会 2 社
退会 2 社
これにより 2023 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 6 社
これにより 2023 年 3 月 31 日現在、賛助法人会員社総数 62 社
- ③ 賛助個人会員
入会 5 名
退会 5 名
これにより 2023 年 3 月 31 日現在、賛助個人会員者総数 95 名

(4)専門調査会社（正会員社）の紹介について

一般企業からの問合せに対し、紹介 3 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 80 件

《内訳》

① 経済産業省	64 件
② 厚生労働省	3 件
③ 国土交通省	1 件
④ 総務省	1 件
⑤ 内閣府	3 件
⑥ 中小企業庁	8 件