

(報告事項)

令和5年度（2023年度） 事業報告書

自 令和 5年 4月 1日
至 令和 6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5年度（2023年度）事業報告書

目次

I. 2023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. 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
10. 定性カリキュラム委員会
11. キャリアアップ委員会
12. 西日本コラボレーション研究会
13. CLT 対策協議会
14. 広告表示問題専門委員会
15. 産業統計委員会
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 . 2023年度の総括

1. リサーチャーの視野とスキルの拡張

JMRA では、昨年に引き続きインサイト産業統計データの精度を上げるべく検討を重ね、特にコンサルティング/シンクタンク分野を意識して情報収集を行うとともに、国内の市場調査の周辺事業に携わる企業からの資料・情報収集を継続して、2回目の市場規模推計を行った。と同時に、本年も「日経 業界地図 2024年版」（発行：日経BP・日本経済新聞出版）に、14の注目業界の一つとして「マーケットリサーチ（インサイト）業界」名で、市場規模データと業界の基礎知識や動向が掲載された。

また、これからのリサーチャーが、インサイト産業の中で伍していくために必要と目される、新たな枠組みによる「視野とスキルの拡張」を目指した教育プログラムの準備はできたものの、ターゲット層である中堅以上のリサーチャーに、取り組むための時間的な余裕が相変わらず得られず、内容面を簡潔にして受講者負担を軽減した「マネージャー育成講座」も春季1回の開講に留まってしまった。この点は重要な課題として、引き続き検討を重ねていきたい。

一方で、新たな脅威となりうる生成AIをはじめとするAI等の先端技術に関連するセミナーを開催し、ツールや製品の紹介、先端トレンドの情報共有を進めた。なお一部の委員会では、生成AIの活用シーンを想定したプロンプト技術を磨く試みも開始した。

漸くコロナ渦が明け、JMRA全委員会の代表者が集まり、情報共有の場として、理事・委員長合同ミーティングを開催した。そこでは、研修・セミナー実施やその情報発信を行う際の委員会間連携や発信力についての課題が抽出され、早速、課題解決に向けた取り組みに着手した。

2. 倫理規定の遵守

JMRAが提起した「No.1 広告表示問題」は、散発的ではあるものの、企業や団体からの問い合わせやメディアからの取材対応を継続して行ってきた。また定期的な声明を出す必要性もあり、今期も8月に『「満足度No.1」等の広告表示の根拠とする調査に関する提言』を公表し、消費者庁 表示対策課長にも説明を行った。こうした活動が奏功してか、年度末にかけて景品表示法違反（優良誤認）に基づく消費者庁からの措置命令が続発し、ついには、No.1表示についての実態調査が行われることとなった。JMRAでも早々に会員社に協力を要請し、実態調査が行われた。担当の方々も「真つ当な調査」のち密さに驚きを隠さず、調査の在り方を十分に理解していただいた。

今後もマーケティング・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、重要性を訴え続けるとともに、健全なマーケティング・リサーチ環境を維持すべく、消費者庁とも協調していきたい。

3. 創立 50 周年に向けて

JMRA は 2025 年 2 月に創立 50 周年を迎える。ところが、コロナ禍の影響もありアニュアルカンファレンスもこの 4 年は、ミニカンファレンスとしてオンラインでの開催に留めてきた。漸く、感染症法の 5 類に分類されたことで、集合形式（リアル）のカンファレンスが可能となったため、新たに委員募集をして「カンファレンス委員会」を再起動した。まずは前哨戦として、2024 年度のアニュアルカンファレンス開催に向けての活動を開始し、その延長上の 50 周年につなげたい。合わせて、50 周年記念としては、今回は冊子を作成せず、HP 上に 50 年の歩みや、節目を迎えるにあたって、会員社やリサーチャーの声を集め、この先の 50 年をどう見据えるのかなどをまとめたサイトを開設する準備を開始した。

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実施
- 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収集を行い、提供するための準備作業を推進
- ②リサーチ活動の社会的な啓発と普及に向けた協議を実施

(3) 活動内容

- ①正会員社入会審査の実施
- ②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
- ③法務ハンドブック IV 各項目の見直しおよび改定
- ④法律相談の開催

(4) 活動成果

- ①1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」の改訂案作成開始
- ④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。
- ③ESOMAR 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

- ①ISO 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。
- ②JIS 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。
- ③ESOMAR 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

- ①ISO 20252 の国際的普及に向け、TC225 会議 (WG 等を含む) への出席
- ②TC225 との日常的なメール連絡や問い合わせに対応
- ③JIS 認証支援センターの活動を側面から支援
- ④ESOMAR/GRBN の新ガイドラインや研究成果等に関する広報を実施
- ⑤ (ESOMAR 準拠の「インサイト産業」市場推計については産業統計委員会に移管)

(4) 活動成果

- ①TC225 総会 (対面) に委員 1 名が、TG4 及び WG4 (オンライン) に委員各 2 名が出席。
- ②ISO 20252 の次期改定に向けた活動への参画を開始
- ③ESOMAR/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 メルマガへの寄稿を通じて実施
- ④ (「インサイト産業」市場推計については『日経業界地図 2024』に掲載、ESOMAR GMR 2023 レポートに日本市場の解説を寄稿)

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
- ③ISO 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

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ガイドライン及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 2023』（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ガイドライン及び民間事業者の視点による仕様書記述の改善課題の抽出と年次レポートによる提案
 - 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協会 HP 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や地方自治体のデータ利活用への取り組み等に関する情報提供
 - 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 2023』（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「インサイト産業への進化」に向けた、マーケティング・リサーチ事業のイノベーションを促進
- ②クライアントに向けたイノベーション支援を通じ、インサイト産業全体の提供価値向上を促進
- ③マーケティング・リサーチ会社の経営層に向け、提供価値のイノベーション促進を啓発

(2) 活動概要

- ①国内外及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、推薦図書など）

(3) 活動内容

- ①オンラインを中心としつつ、対面式復活を含めたイベント・PR活動を推進した。
- ②4月25日、Online Mini Conference 『インサイト産業の進化に向け（ESOMAR・IMRD 2023 連携企画）』を主催。
- ③2023年7月13日～11月14日にかけて、「クライアントの取り組みを聞く」シリーズの続編を計3回開催。
- ④7月28日、マハラノビス研究会報告&データ解析担当者交流会を開催。
- ⑤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。

(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」シリーズの活動等を通し相応の情報発信を行うことができた。
- ②「インサイト部」の再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。
- ④諸活動の浸透度、伝播力という点ではさらに工夫が必要。

5. カンファレンス委員会

(1) 委員会の目的

- ①JMRA 活動の1年間の総括と各委員会の成果の発表
- ②他業界との協働も視野に入れた、業界（JMRA）のこれからの方向性についての発信

(2) 活動概要

- ①新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行を踏まえ、2019年以降延期となっていたオフラインによるカンファレンス・イベントを企画・運営のために、新たなメンバーで委員会の体制づくりを行った。
- ②会場やテーマ案、コンテンツの検討をはじめ、オフラインによるカンファレンスのための準備を開始した。

(3) 活動内容

- ①JMRA カンファレンス 2024 の会場と開催日の決定
(2024年11月28日(木) @ベルサール渋谷ファースト2F)
- ②テーマ案の決定
(「Beyond “Marketing Research”」～新産業の協働と創造へ～)
- ③基調講演をはじめとするコンテンツやタイムスケジュールの企画(検討中)

(4) 活動成果

- ①(カンファレンスを企画中の段階のため現時点での成果はこれから)

6. インターネット調査品質委員会

(1) 委員会の目的

- ①マーケティング・リサーチの基幹的な調査手法となっているインターネット調査の調査品質を向上させる。
- ②インターネット調査に協力していただいているモニターはリサーチ業界における資源であり、モニターの拡大、回収率の向上こそが調査品質の向上へとつながっていく。

(2) 活動概要

- ①インターネット調査はマーケティング・リサーチ業界における基幹的な調査手法となっているが、回収率の低下が指摘されている。パネルの枯渇によって、リサーチ業界全体が縮小してしまわないように、手遅れにならないうちに業界全体として対処していく必要がある。
- ②インターネット調査が成熟期を迎えてから、データクリーニングについての技術は停滞している。改めて、今の時代でできるデータクリーニングについて再検討する時期に差し掛かっている。
- ③2022年後半に突如AIチャットが世の中の話題を席卷しており、調査業界においても業務効率化が期待される一方で、調査業界にとっての脅威ともなり得る。調査業界はこのAIチャットと向き合っていくべきかという考えを示す必要が出てきた。

(3) 活動内容

- ①2022年度に実施したモニターCS調査の結果を受け、今、各社で実施されている回答負荷の大きな調査を減らしていく。また、モニターの調査協力へのモチベーションが大幅に向上する仕組みを根本的に変えていくためのアイデアを考えていく。
- ②各社のデータクリーニングの実態を情報共有するとともに、より高品質なデータをクライアントに提供するために、どのような手法があるのかを検討する。

(4) 活動成果

- ①ネットリサーチモニターのモニタリング指標に継続率指標を追加し、若年層を中心にした離脱問題を明らかにした。
- ②2022年度に実施したモニターCS調査のデータを生成AIに適用した。そして、生成AIの活用場面ごとにプロンプトの書き方を考案した。
- ③ネットリサーチモニターから寄せられたOAデータから、ネットリサーチへの協

力意向が高まるようなアイデアや回答意欲を損ねる要因の整理を行った。

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メルマガ会員の新規登録広報活動
- ③50周年記念ランディングページ制作に向けて企画の整理・進捗管理

(3) 活動内容

- ①ホームページによる JMRA 活動の積極的な情報発信
- ②メールマガジンを発行し JMRA 活動の積極的な情報発信
- 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

- ①Web を中心とした情報発信（各委員会主催セミナーの紹介と開催報告、会員社自主調査紹介 JMRA マーケティングデータ・ストレージよりピックアップ紹介、各委員会紹介（委員会のノートから）、会員の出版物紹介、適宜情報発信等）
- ②メールマガジン類の発行（通番 12 回／毎月 1 回）
- ③他委員会活動見学（2023 年 6 月 13 日・橋本理事、広報セミナー委員会に列席）
- ④メルマガ会員（3,847 名→3,969 名）（2023 年 1 月→2024 年 1 月）
- ⑤賛助法人会員（62 社→56 社）（2023 年 1 月→2024 年 1 月）
- ⑥賛助個人会員（95 名→94 名）（2023 年 1 月→2024 年 1 月）

8. 広報セミナー委員会

(1) 委員会の目的

- ①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以上のために、クライアントに関わらず、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リサーチ業界の視認性・地位向上のため、広報活動の方向性を模索する。

(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告知イベント 6月5日(月) YouTube 公開
- ②第1回 小川亮理事(6月30日(金))
「デザインを調査でどう評価すべきか～リサーチとデザインのいい関係を考える～」
- ③第2回 奥谷孝司氏(7月25日(火)) 「顧客とつながる時代の4P×エンゲージメント」
- ④第3回 鈴木督久氏(8月23日(水)) 「調査の実施とデータの分析」
- ⑤第4回 安斎勇樹氏(9月21日(木)) 「リサーチの可能性を拓ける「問い」のデザイン」
- ⑥大学訪問・ゲスト講義

(4) 活動成果

- ①上記活動を実施し、受け放題プランに計15社、セレクトプランに5名の参加をいただいた。
- ②全申込者数：320名、配信含全4回のべ接続者数：629名。
- ③アンケート結果は、おおむね好評であった。
- ④大学訪問・ゲスト講義にて、約100名の学生に対して市場調査業界について紹介を行った。

9. 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

- ①JMRA 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。
- ②JMRA 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。
- ③JMRA 運営の視点から、収入に寄与する教育講座を開催する。
- ④JMRA の教育資産の構築を目指す。

(2) 活動概要

- ①マーケティング・リサーチ ベーシックコースに、テスト・実験調査の基礎講座を追加して開講する。
- ②マーケティング・リサーチ ベーシックコース（春季：5～6月、秋季：（9～10月）視聴後にオンラインでのフォローアップ講座を新人向け及び経験者向けに分離して開講する。
- ③マーケティング・リサーチ ステップアップコース」を開講する。
- ④マーケティング・リサーチ エキスパートコースとして下記2講座を開講する。
- ⑤テスト・実験調査の設計と結果のデータ分析 講座
- ⑥多変量解析法の利活用講座 ～予測要因分析と構造分析の利活用～

(3) 活動内容

- ①マーケティング・リサーチ ベーシックコース（ビデオ・オン・デマンド形式）を春季（5～6月）、秋季（9～10月）の2回に分けて開講した。
- ②マーケティング・リサーチ ベーシックコースのフォローアップ講座を新人向け及び経験者向けに分離して、オンライン形式で春季（7月）、秋季（11月）の2回開講した。
- ③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11月に開講した
- ④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～予測要因分析と構造分析の利活用～を対面形式で1月に開講した。
- ⑤「ビッグ・データ」から、その傾向や構造を検出する方法を探索して、その手法としての信頼性と妥当性を検証し、JMRA の新たな教育講座設置の糧とするための研究を行う。

(4) 活動成果

- ①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 52 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。フォローアップ講座の参加者は計 32 名であった。（新人向けと経験者向け双方の参加者は 6 名）
- ②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 4 名であった。対面形式による適度な緊張感と疑問への即座の回答などで、受講者の満足度は高かった。
- ③マーケティング・リサーチ エキスパートコース 多変量解析法の利活用講座 ～予測要因分析と構造分析の利活用～の参加者は 8 名であった。講義中及び終了後も熱心に質問があり、受講者の満足度は高かった。一方、2 日間での解説と実証では時間が不足気味であった。
- ④11 月に委員の中から、自薦他薦合わせて 8 名の研究員で「ビッグ・データ分析手法研究会」を立ち上げた。目標として今後 2 年程度を目途に報告書を取りまとめる予定。

10. 定性カリキュラム委員会

(1) 委員会の目的

- ① 定性リサーチャーを育成する
- ② 定性調査の価値、使い方、おもしろさを広く伝えていく

(2) 活動概要

- 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 現在実施の各講座を更に補完するフォローアップ及び定性調査のフロー作成に関する新たな研修の検討と必要に応じた企画・実施。
- ③ 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 定性調査セミナー4 講座の円滑な実施とブラッシュアップ
 - ・ 定性調査がわかる基礎講座 (2日間)
 - ・ 実務に役立つ定性調査企画力養成講座 (4日間)
 - ・ 定性調査_インタビュースキル養成講座 (4日間)
 - ・ 定性調査_分析力養成講座 (4日間)
- ② 新たな研修講座・フォローアップセミナーの検討・実施
- ③ オン・オフ融合時代の定性調査のあり方を議論・発信

(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 (2023.06.21・22) : 18名参加
- ③ 定性調査 実務に役立つ企画力養成講座 (2023.07.05・12・19・27) : 12名参加
- ④ 定性調査 インタビューフロー作成の基礎講座 (2023.09.06・13) : 8名参加
- ⑤ 定性調査インタビュースキル養成講座 (2023.10.04・11・18・25) : 11名参加
- ⑥ 定性調査 分析力を養う実践講座 (2024.01.10・17・24・31) : 15名参加
- ⑦ 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) : 8回
8名

11. 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。
- ②DX 対応など、時代の要請に合わせたスキル教育の体系を確立・推進する。
- ③After コロナの環境変化に適応した、オンライン／対面／ハイブリッド教育の仕組みを確立する。
- ④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「2023 春季 マネージャー育成講座（5～7 月）」を開講。
- ②リサーチャーの DX/リスクリング推進シリーズ講座（全 4 回）を開催。
- ③個別会員社の要請に応じたカスタマイズ講座を開催（全 2 回）。

(4) 活動成果

- ①「2023 春季 マネージャー育成講座」には 6 社・11 名が参加。
- ②DX/リスクリング推進シリーズ講座にはのべ 141 名（各 27, 34, 40, 40 名）が参加。
- ③海外から講師（ESOMAR 会長：Ray Poynter 氏）を招く講座は、2024 年 5 月の開催が決定している。

12. 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（若手リサーチャーの育成・交流）
- ④ 周年イベントの企画・実施（会員社間交流）

(3) 活動内容・成果

- ① 隔月の定例会実施
- ② 「アライアンスシートの更新」（4月）
会員社相互の「委託」と「受託」のニーズが見える化し、アライアンスを強化。
- ③ 「ケイパビリティプレゼン」の開催（9月、3月）
外部団体との協業による、新たな事業展開を模索。
- ④ 「インナー研修」の開催（2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。
- ⑤ 「周年イベント」の開催（11月）
会員社間の交流を図る。

13. 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を含む 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。
- ③CLT を中心とした調査員稼働型のフィールドワークに携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。
- ④CLT を中心とした調査員稼働型調査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 を実施しつつ、徐々に規制緩和を進めて来た。
- ②CLT を中心とした調査員等稼働型のフィールドワークに関わる課題共有を図った。
- ③JMRA サイトを通じた対面式調査手法の感染症予防対策 PR を継続。
- ④消費税インボイス制度に関する会員社及び調査員向け周知活動を担った。

(3) 活動内容

- ①各社の状況を報告しあい、コロナ対策、消費税インボイス制度対策等の情報を共有。
- ②コロナ感染状況を確認しつつ、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) 活動成果

- ①コロナ感染症の 5 類移行に伴い、現場負担を軽減する方向で対策を緩和できた。
- ②CLT に関する大きなトラブルは報告されていない。
- ③行政機関等に向けた PR 方策はなお途上である。
- ④消費税インボイス制度に関わる課題対策は 2 年後に先送りすることとなった。

14. 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）などの公的機関、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及び提言を発表。
- ② J M R A メルマガへの記事投稿、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、HPへのホワイトリストコーナー開設を検討。

(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」、「提言」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」に加え、8月に「”満足度 No.1”等の広告表示の根拠とする調査に関する提言」を公表。消費者庁にも申し入れ。
- ②関係諸団体（JARO 等）のセミナーへの登壇を通じた広報活動。
- ③消費者庁から不当な「No.1」表示に対する措置命令（行政処分）が多数発出されるようになり、社会的な認知と支持が広がった。
- ④引き続き各種マスコミに取り上げられるなど、非公正な調査結果に惑わされないための世論喚起に一定の貢献を果たせた。

⑤「検証済みマーク」の創設、HPでのホワイトリスト掲示については進捗途上。

15. 産業統計委員会

(1) 委員会の目的

- ①「インサイト産業への進化」を期すための基礎資料として、ESOMAR が提唱する 8 セグメントの日本の市場規模を推計・公表する。
- ②間接的に、マーケティング・リサーチの周辺領域の企業・団体等を巻き込んだ活動強化に貢献することを目指す。

(2) 活動概要

- ①従来の経営業務実態調査に加え、主に「経営コンサルティング/シンクタンク」領域の推計に取り組んだ。
- ②両者を総合し、8 セグメント別の日本の市場規模推計・公表に取り組んだ。

(3) 活動内容

- ①毎年の経営業務実態調査及び独自のヒアリング調査等を基に、国際統計に準じる形式の市場規模推計を行い、かつ維持するための調査研究を行った。
- ②「インサイト産業への進化」を図るための関連情報を収集・分析するとともに、周辺領域へのネットワーク拡大を図った。
- ③推計結果の広報を通じ、業界の PR と地位向上に努めた。

(4) 活動成果

- ①2023 年 6 月末に、2023 年度（2022 年データ）の日本のインサイト産業統計を作成・公表。
- ②『日経産業地図 2024』への掲載を実現（2023 年 8 月）。
会員社向け説明会等は実施できなかったが、各方面に広報・PR を行った。
- ③新セグメント（特に MarTech）の推計に不確実さがあり、ESOMAR “Global Market Research 2023” への新セグメント詳細推計値掲載は見送った（従来型調査セグメントのみ提出）。
代わりに、日本全体の推計値（1.67 倍）に関するレポートを提出、GMR に掲載された。
- ④「デジタルデータ分析（MarTech）」領域については十分な成果を上げられなかった。

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：50社

②新規取得：0社

③合併取得：1社 合計：51社

2023年度のプライバシーマーク取得社は、95社。

Ⅲ. 事務局の活動報告

1. JMRA の会務

- ① 定時総会 5月25日
 - ② 理事会 5月25日、7月19日、12月20日、2024年3月19日、4月17日
 - ③ 総務委員会 7月19日、8月16日、10月18日、11月15日、2024年1月17日
2月21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。
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。
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。
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(2023年度は新型コロナウイルス感染症に伴う制限が撤廃され、多くの国際会議やイベントが対面+オンライン形式となった)。

- ②ISO/TC225 総会(9月14日)
- ③GRBN“グローバル信頼度調査2024”への協力(1~2月)
- ④ESOMAR 大会(9月10日~13日)
- ⑤APRC Summit Meeting(3月19日)、APRC Conference(3月18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

2023 年 11 月 27 日（月）理事・委員長合同ミーティング
弊協会研修室にて開催。
理事・委員長 38 名参加。

② 広告界合同年賀会

2024 年 1 月 5 日（金）帝国ホテルにて開催。
関連 28 団体にて共催。参加者 1,353 名。
なお、弊協会から、会員社 3 社（8 名）参加。

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 12） 調査期間：2023 年 4 月 3 日～5 月 2 日
（第 48 回経営業務実態調査結果を援用）
- 緊急調査（その 13） 調査期間：2023 年 7 月 28 日～8 月 7 日
- 緊急調査（その 14） 調査期間：2023 年 10 月 30 日～11 月 13 日
- 緊急調査（その 15） 調査期間：2024 年 1 月 24 日～2 月 8 日

(3) 第 48 回経営業務実態調査

調査対象：正会員社 111 社

調査方法：メールおよび郵送調査法

回収率 : 82.9% (92社)

調査時期 : 2023年4月3日～6月13日

(4) 発行物の作成

①正会員社証明書・調査員身分証明書の発行

5社 167枚

②会場テスト証明書の発行

22社 191枚

③手提げ袋の販売

3800枚

④マーケティング・リサーチ綱領の配布

53冊

(5) マーケティング・リサーチに関する苦情

2023年度(2023年4月1日から2024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、4件であった。

(6) 会員の動向

①正会員社

入会2社

退会3社

これにより2023年3月31日現在、正会員社総数111社

②賛助法人

入会1社

退会2社

これにより2023年3月31日現在、賛助法人会員社総数55社

③賛助個人会員

入会4名

退会3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

(7) 専門調査会社(正会員社)の紹介について

一般企業からの問い合わせに対し、紹介 4 件

(8) 関連官庁からのメール連絡について

①正会員社宛てに送信 48 件

②経済産業省 38 件

③厚生労働省 3 件

④総務省 3 件

⑤中小企業庁 3 件

⑥東京都 1 件