

令和6年度（2024年度）

事業計画書

---

自 令和 6年 4月 1日

至 令和 7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6年度（2024年度）事業計画書

## 目次

---

### I. 2024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
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. 定性リサーチ委員会
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. FW (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

### IV. 業界関連および会員支援活動等

# I . 2024 年度の活動方針

---

**世界経済の見通し:** 2024 年度の世界経済は、IMF の予測によると、成長率は 3.1% から 3.2% と見込まれています。インフレ率は徐々に鈍化し、2024 年には 5.8%、2025 年には 4.4% に落ち着くと予測されています。政治的には、アメリカ大統領選挙やウクライナ、イスラエルの紛争など、地政学的リスクや貿易政策の変化が経済に大きな影響を与える可能性があるため、変動の大きい一年になると予想されます。

**テクノロジーの進展:** AI は、インターネットの登場以降、大きな転換点を迎え、データの収集と処理の容易さがその発展を加速させました。生成 AI の出現により、AI はさらに進化し、テキスト、画像、動画などのコンテンツを自動生成する能力を持つようになりました。これにより、AI は社会の仕組みや制度に対して新たな選択肢を提供し、イノベーションの新たな源泉となっています。マーケティング・リサーチ産業においても、生成 AI を用いた消費者ニーズの迅速な把握やトレンド予測、業務の効率化や新しいサービスの開発に貢献しています。

**マーケティング・リサーチ産業の展望:** マーケティング・リサーチ産業は、インサイト産業への概念拡張や新しいテクノロジーの導入など、多くの課題を抱えています。これらの課題を解決することで、より活躍する領域を広げる可能性を秘めています。業界のオープン化を推進することが重要であり、JMRA は以下の方法論を通じてオープン化を図ります。

- インバウンド・オープンイノベーション:** 外部からのアイデアや技術を積極的に取り入れ、新製品やサービスの開発を加速します。
- アウトバウンド・オープンイノベーション:** 自社の未活用技術や知識を外部に提供し、新たなビジネスチャンスを創出します。
- 他業界企業や研究機関との協業・連携:** 共同でイノベーションを推進します。
- JMRA 自体のオープン化:** JMRA をよりオープン化された業界団体として概念拡張を行います。
- 加盟各社と所属するメンバーの参加促進:** より自由に参加し、議論し、お互いが学べる環境を整えます。

これらの取り組みを積極的に検討し、新たな取り組みを一つでも多く実施することを目指します。

**2024 年度のスローガン:** 「オープンマインドを通じて新しいことを選択しよう」

#### 重要活動方針:

- 会員社、会員企業従事者及び他業界が参加・協力しやすいオープン化された業界への進化を図ります。
- 会員各社の様々な取り組みをオープンイノベーションとして集約し、業界発展のための協力推進を行います。
- 協会発足 50 周年に向けて、過去の活動の整理と未来に向けての検討を行います。

## 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29日

理 事 会 5月29日、9月17日、12月18日、2025年3月19日、4月16日、  
5月28日

総務委員会 7月16日、8月21日、10月15日、11月13日、2025年1月16日、  
2月19日

(2) 各種交流会・懇親会の開催

総会懇親会

カンファレンス

## 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実施する。
- 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を推進する。
- 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を実施する。

#### (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発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
- ③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、ガイドライン等)
- 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。
- 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、及び生成 AI に対する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。
- ②JIS 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）。
- ③JIS Y 20252 の広報・PR の強化（研修・個別相談会等の実施）。
- ④ESOMAR/GRBN の新ガイドライン等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。  
2024 年度は特に、生成 AI の活用・応用に関連する法規制についての研究と普及を図る。
- ②JMRA 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。  
JMRA 会員社の責任によるトラブル等の未然防止。
- ③公的統計プロセス診断等の JIS 化の取り組みに協力し、早期実現と入札制度への反



映を目指す。

---

## 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コロナ禍を踏まえ委員会メンバーや府省の統計職員はテレワークもおこなった柔軟な働き方が定着し、統計業務への取り組みも変容するなか、会員社調査などをもとに課題の整理、提案の立案等を、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。2024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事業活動を推進する。
- ②2023年度は、4回実施した基調講演会などを通じ会員社の公的統計・データ利活用への理解と知識を深める活動を推進した。基調講演は昨年度に引き続き府省など会員社以外にも広く案内し、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、年次レポート報告時における府省との意見交換も、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、統計品質の向上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第IV期公的統計基本計画など国・地方自治体の動向も踏まえ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直近仕様書・要領（複数）の記述におけるガイドライン、指針等への準拠状況の確

認

② 公的統計事業入札に関する提供情報の更新、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・講演会の開催、統計実施者、学術機関等との意見交換、技術交流。

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「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) 活動背景

- ①現場のリサーチャーに向けた、イノベーションに関わる実践的な啓発活動が必要である。
- ②クライアント側もイノベーションの必要に迫られており、当業界からのサポートが求められている。
- ③経営層向けに、イノベーションに対する理解を深める啓発活動も同時に必要である。
- ④委員会メンバーのイノベーションに関する情報共有と理解を深めることを通じて、啓発に値するものを見きわめる必要がある。

### (3) 活動内容

- ①生成系 AI 等の先端技術セミナーの開催（ツール・製品の紹介、先端トレンドの共有等）。
- ②クライアント視点の理解・獲得のためのセミナー・イベント開催（「クライアントに聞く」シリーズの続編等）。
- ③リサーチ企業経営層のイノベーション認識に関する調査研究・イベント等の実施（「経営者インタビュー」の継続等）。
- ④学術分野や UX リサーチ領域との連携を含む、ネットワークの強化。
- ⑤データサイエンスの基礎研究と、そこから抽出された有用な情報の発信。

### (4) 活動目標

- ①業界として「インサイト産業への進化」を目指し、イノベーションに取り組む機運を醸成。
- ②イノベーション全般（新技術・新技法を含む）に対する現場リサーチャーのスキル向上／リスクリングを促進。
- ③クライアント側へのイノベーション支援を強化し、マーケティング・リサーチ事業

及びインサイト産業市場全体のすそ野を拡大。

④(協会の課題として)イベント／セミナー類を会員社全体で盛り上げる仕組み作り。

---

## 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）の方向性の発信
- ③JMRA 活動の 1 年間の総括と各委員会の成果の発表
- ④2025 年の JMRA 創立 50 周年式典に向けての企画
- ⑤50 周年式典に先立ち、2024 年によるオフラインによるカンファレンスの開催

### (2) 活動背景

- 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、イベントの開催方法（オフラインまたはハイブリッド）、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情報交換を目的に参集する意味は大きく、オフラインの「コミュニケーションの場」づくりの必要性が増している。
- ③オフラインでの開催を想定した新たな体制づくりと、委員会の再編が必要である。
- ④JMRA 創立 50 周年は大きな節目であり、オフラインによる式典開催とする。
- ⑤創立 50 周年に先立ち、2024 年は業界関係者を中心としたオフラインによるカンファレンスイベントを開催する。

### (3) 活動内容

- ①オフラインによる場づくりの企画・実施
- ②収益を上げるイベントモデルの検討
- ③2024 年度カンファレンス開催（オフライン）の企画・運営
- ④JMRA50 周年を見据えた機運づくり

### (4) 活動目標

- ①業界内でのコミュニケーションの場づくり
- ②関連委員会との協働による JMRA50 周年記念式典ロードマップ作成
- ③従来の業界セクターにとらわれない他業界とのコラボレーションの促進

---

## 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) 活動背景

- ①2023年度の委員会活動を通じて、ネットリサーチモニターの継続率が極めて低いことが判明した。次世代のリサーチ業界への協力者となるモニターの育成が急務となっている。
- ②過去に当委員会にて「インターネット調査品質ガイドライン」を策定したが、以降の運用状況が把握できていない。モニター保護の観点から、より具体的な内容の記述と実行力を高める必要がある。
- ③生成AIは多くのリサーチャーにとって、どのような場面でどのようにプロンプトを使用すればいいのかが知見が蓄積されていない。業務に活かせる事例の共有により、リサーチ業界の業務効率化、人材育成が求められる。

### (3) 活動内容

- ①国内外のインターネット調査を取り巻く実態や課題の情報収集を行う。
- ②モニターの継続性を高める調査票の在り方や適正なインセンティブの与え方を検討する。
- ③マーケティング・リサーチ領域における生成AIの活用シーンごとに安定した結果が得られるプロンプト技術の向上に努める。

### (4) 活動目標

- ①海外のネットリサーチの実態把握と先進事例の情報収集
- ②ネットリサーチモニターのアクティブ率向上に寄与する要因を特定
- ③モニター保護につながるための「インターネット調査品質ガイドライン」の改訂
- ④リサーチ業界における生成AIの具体的活用事例の充実

---

## 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、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業界の持つ魅力あるコンテンツを内外へ発信
- ④50周年記念ランディングページの作成

### (2) 活動背景

- ①JMRA 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外部からの市場調査の信頼に応えるべく、的確な情報を発信

### (3) 活動内容

- ①Web 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チャンネルの維持・発展と開拓
- ④50周年記念ランディングページの作成に向けての企画整理、資料収集、原稿作成

### (4) 活動目標

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



---

## 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、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) 活動背景

- ①マーケティング・リサーチ産業ビジョンを背景に、市場調査業界の地位及び意識向上に貢献する。

### (3) 活動内容

- ①実務系書籍著者によるセミナーの企画・実施・設営・運営・報告
- ②学術系書籍著者によるセミナーの企画・実施・設営・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
- ④市場調査業界の認知度向上に向けた交流の実施

### (4) 活動目標

- ①市場調査業界の認知を広げ、業界内外の交流を図る。
- ②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。
- ③セミナー（年3回）の企画・実施・設営・運営・報告発表。
- ④アーカイブ配信の実施。
- ⑤大学からの問い合わせページの設置と対応ができる体制。

---

## 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) 活動背景

- ①ビデオ・オン・デマンド形式の「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」の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、「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」視聴後のフォローアップを充実させる。
- ③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」のプログラムを充実させる。
- ④テスト・実験調査の計画立案や得られた様々なデータの分析手法を学ぶ「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」のプログラムを充実させる。
- ⑤多変量解析の手法である「予測要因分析」と「構造分析」を学ぶ「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」のプログラムを充実させる。
- ⑥「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すること、並びに JMRA の新たな教育講座設置の糧とする研究を行う。

### (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」のプログラムを充実させて開講する。
- ②「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」視聴後のフォローアップ講座を、オンライン形式で開講する。
- ③ステップアップ、エキスパート各コースの集客に向けての告知を研究し、魅力度を上げていく。
- ④「マーケティング・リサーチ ステップアップコース」を対面形式で開講する。

- 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」を対面形式で開講する。
- 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」を対面形式で開講する。
- ⑦「ビッグ・データ」分析手法のマーケティング・リサーチへの適用研究について、研究終了に至るまでの全過程における方針・実施・結果の公表に関して、すべての事項の審議・決定・実行を担う。

#### (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」を春季（5～6月）、秋季（9～10月）の2回開講し、昨年度以上の参加者を集めて、追加のビデオ教材制作費用を回収したうえで収益を出す。【前年度実績（含フォローアップ講座）／収入：2,190,100 支出：1,768,200】
- ②「マーケティング・リサーチ ベーシックコース」視聴後のフォローアップ講座をオンライン形式で、春季（7月）、秋季（11月）の2回開講する。
- ③「マーケティング・リサーチ ステップアップコース」を対面形式で11月に開講し、昨年度以上の参加者を集めて収益を出す。【前年度実績／収入：121,000 支出：60,000】
- ④「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12月開講し、収益を出す。【前年度 開講なし】
- 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」を対面形式で、1月開講し、昨年度以上の参加者を集めて収益を出す。【前年度実績／収入：297,000 支出：144,000】
- ⑥当面の研究課題は、「ビッグ・データ」の定量分析とし、「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する。

---

## 10. 定性リサーチ委員会

---

### (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) 活動背景

- ① 定性調査の重要性は高まっている一方、リサーチャーが定性調査に関わる機会が減っているため、講座を通してより実践的な知識とスキルを身に付けられるようにしたい
- ② オン・オフハイブリッドな方法での講座の実践を試してみたい
- ③ 定性調査のこれからを考え、発信することでより活用してもらえようようにしたい

### (3) 活動内容

- ① 定性調査研修5講座を更にブラッシュアップしながら実行する。インタビュースキル講座ではオンオフハイブリッドな講座の実施にトライする
- ② 相談室を通じ講座受講生へのフォローアップを実施することで、定性調査の実践を後押しする
- ③ 定性調査の新しい取り組みや可能性など話し合いながら、定性調査への関心をより高めるために、カンファレンス等の機会を発信していく

### (4) 活動目標

- ① 定性調査セミナー5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）
  - ・ 実務に役立つ企画力養成講座（4日間）
  - ・ 定性調査インタビューフロー作成の基礎講座（2日間）
  - ・ 定性調査インタビュースキル養成講座（3日間：講義（2日）のみ/演習（1日）のみも認める）
  - ・ 定性調査 分析力養成講座（4日間）
- ② 定性調査フォローアップ相談室の実施による受講後の受講者支援
- ③ 定性調査の魅力や可能性について議論を重ね、カンファレンスなどの機会を発信する

---

## 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層の育成体系を確立・推進する。
- ②DX/AI 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。
- ③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) 活動背景

- ①市場環境の変化（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国際的にも生成 AI への対応をはじめとする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

- ①2024 年度は「プロマネ育成講座」（旧マネージャー育成講座）とし、対象層を拡張して開催する。
- ②会員社の個別ニーズやテーマに応じた「カスタマイズ講座」や「トピックス講座」の検討と開催を進める。
- ③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（DX/AI 系の講座はリサーチ・イノベーション委員会に移管する）。

### (4) 活動目標

- ①「プロマネ育成講座」のサイクルを確立・安定化させる。
- 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。

---

## 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

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

### (4) 活動目標

- ① 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
- 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 会員社間の交流による親睦と情報交換

---

## 13. FW (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）方法のルール啓蒙と普及を図る。
- 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共通す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) 活動背景

- ①新型コロナが感染症法上の「5 類」に移行したことに伴い、フィールドワークの正常化が進んだが、再び同様の事態が生じた場合には機敏な対応が求められることになる。
- ②顧客ニーズに継続的に応え、CLT 手法を含む調査員稼働型調査の健全な発展を図るため、フィールドワークに関わる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」時代の、CLT 手法を含むフィールドワークの安定的な運用のための自主規制及び PR の継続。
- 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
- ③CLT 実施時のプレート・ユニフォーム着用（継続）、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消費税インボイス制度等行政施策に関する調査員向け啓蒙活動の継続
- 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・調査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 ガイドラインの継続的な見直し・検討

### (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
- ②JMRA 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

---

## 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) 活動背景

- ①大手広告主・媒体を中心に、「No. 1 調査」広告は過去の一時期ほどには目立たなくなってきたが、インターネット上ではまだまだ怪しい広告表示がはびこっている現実がある。
- ②非公正な「No. 1 調査」を実施していると疑われる非会員の「調査会社」や広告関連業者が、依然として多数存在している。
- ③多くの広告主・媒体社・公的機関が市場調査の専門性には乏しく、信頼に足る相談窓口が求められている。

### (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」等の改定版作成とさらなる普及。必要に応じ、新たな見解・提言の公表。
- ②J M R A メルマガへの記事投稿、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) 活動目標

- ①非公正な「No. 1 調査」の根絶、適正な市場調査の価値の PR。
- ②これまでの活動の成果を踏まえた「ガイドライン」、「手引き」、「提言」等の改定版発行と広報・普及。
- ③消費者庁、JARO をはじめとする関係諸団体との関係性強化。
- 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 でのホワイトリスト掲示の開始。



---

## 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」を期する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) 活動背景

- ①国際的にマーケティング・リサーチ業から「インサイト産業への進化」を目指す取り組みが進んでおり、日本も同じ視点に立って業界の発展を期することが求められている。
- ②しかし、日本では 8 セグメントのうち 5 セグメントの実態が十分には把握できておらず、現状で可能な限りの市場規模を推計し、精緻化する必要に迫られている。

### (3) 活動内容

- ①毎年の経營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う。
- 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る。
- ③推計結果の広報を通じ、業界の PR と地位向上に努める。

### (4) 活動目標

- ①2024 年 6 月末を目途に、2023 年度の日本のインサイト産業統計を作成する。特に、「デジタルデータ分析 (MarTech)」領域の精緻化が課題である。
- ②引き続き『日経産業地図』への掲載働きかけ (2024 年 8 月目標)、会員社向け説明会等の広報・PR を実施する。
- ③ESOMAR “Global Market Research 2024” に日本の新市場推計値を掲載する。

(2024 年 9 月公表予定)

---

## 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

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
- ③JMRA 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
- ②APRC (Asia Pacific Research Committee) 、GRBN (Global Research Business Network) 加盟国との情報交流
- ③ESOMAR 他海外の関連団体の情報交換
- ④ESOMAR APAC への参加
- ⑤ISO 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

会員社数の増加の促進

	2022 年度 3 月末	2023 年度 3 月末	2024 年度拡大目標
正会員社	112 社	111 社	114 社 (3 社増)
賛助会員 (法人)	62 社	55 社	58 社 (3 社増)
賛助会員 (個人)	95 人	95 人	98 人 (3 人増)