

令和7年度（2025年度） 事業計画書

自 令和 7年 4月 1日
至 令和 8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 7 年度（2025 年度）事業計画書

目次

I. 2025 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. 西日本コラボレーション研究会
12. 広告表示問題専門委員会
13. 産業統計委員会
14. 国際委員会
15. プライバシーマーク審査会
16. 50 周年特別委員会
17. マーケティング・リサーチ産業 VISION 策定委員会

IV. 業界関連および会員支援活動等

I . 2025 年度の活動方針

世界経済の見通し

2025 年度の世界経済は、依然として不確実性の高い状況が続くと見込まれます。IMF の最新予測によれば、世界全体の成長率はおおむね **3.2%前後**を維持するものの、地域間の成長格差が拡大する兆しが見られます。アメリカ大統領選挙後の政策転換、引き続き長期化するウクライナおよび中東の地政学的リスク、中国経済の減速懸念などが影を落とす一方、アジア新興国を中心とした堅調な成長が支えとなる構図です。インフレ率は**世界的に 4.4%へと鈍化**する見通しであり、中央銀行の金融政策も安定的な方向へと転換が進んでいます。

テクノロジーの進展

AI をはじめとした先端技術の進展は引き続き加速しており、2025 年は「**AI の実装フェーズ**」とも言える年になると予測されています。生成 AI の応用範囲はテキスト・画像・動画に加え、**リアルタイムでの意思決定支援**や**パーソナライズされた体験の自動生成**といった、より高度な業務領域に拡大しています。これに伴い、企業のマーケティング活動にも変化が求められ、インサイトの取得からアクションへのスピードが新たな競争軸となりつつあります。

インサイト産業の展望

インサイト産業は、従来の「調査」から脱却し、**データと直感を融合させた意思決定支援**へと進化しています。生成 AI や RPA、BI ツールとの統合によって、インサイトの提供価値が質的に変化しており、「結果の報告」ではなく「**未来の予測・提案**」が求められる時代へと突入しています。2025 年度は、業界の更なるオープン化と他業界との連携が重要なカギを握ります。

JMRA は 2025 年度も引き続き、以下の方針を掲げて、業界の変革をリードしていきます。

2025 年度やるべきこと

1. JMRA50 周年記念事業の推進

JMRA50 周年の節目を迎えるにあたり、業界・協会自体の過去の振り返り、未来に向けての再構築を推進します。

2. データ活用の深化と AI との共創体制の確立

生成 AI と BI ツール、オープンデータなどを融合した、新たなインサイト創出モデルを模索・展開します。業界全体で共通課題を設定し、横断的な PoC（実証実験）やナレッジシェアを推進します。

3. 異業種連携と「共創」の実現

テック企業、スタートアップ、アカデミアとのパートナーシップを強化し、マーケティング・リサーチの枠を超えたインサイト創出の可能性を広げます。

4. グローバル視点の導入と地域特性の理解

成長著しいアジア市場や、新興国の消費者インサイトに注目し、国際連携の強化を通じて、調査手法や文化理解の多様性を推進します。

5. 業界オープン化の更なる促進

2024 年度に引き続き、インバウンド／アウトバウンドのオープンイノベーションを深化させるとともに、JMRA 自身のガバナンスや情報開示を強化し、より透明で開かれた組織運営を目指します。

6. 若手・次世代人材の育成と参加の活性化

業界の未来を担う人材の発掘と支援に注力します。若手会員のネットワーク形成、生成 AI を活用したラーニング環境等の整備を進めます。

2025 年度スローガン

「共創と実装で、未来のインサイトを拓く」

重要活動方針

- インサイト産業としての再定義と、業界の垣根を超えた価値共創を目指します。
- AI・データ活用に対する業界全体のスキルアップと実践知の蓄積を図ります。
- JMRA 創立 50 周年に向けた記念事業の企画と、未来への戦略的なビジョンづくりを推進します。

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 定時社員総会 | 5 月 28 日 |
| ② 理事会 | 5 月 28 日、6 月 25 日、9 月 18 日、12 月 24 日、
2026 年 3 月 25 日、4 月 22 日 |
| ③ 総務委員会 | 7 月 24 日、8 月 28 日、10 月 28 日、11 月 26 日、
2026 年 1 月 27 日、2 月 25 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」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 産業ビジョン策定委員会との連携により、新たな産業ビジョンを具現化していくための現行綱領・規程類（定款・入会資格に関する規程・入会資格審査基準）の見直し
- ③ 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」の販売、および法務ハンドブック IV 各項目の見直し改定
- ④ コンプライアンスセミナーの開催（個人情報保護法改正、リサーチ産業にかかわる法改正）
- 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リサーチ産業に関連する法など、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、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 公的統計分野では適切な「プロセス管理」の必要性が強く認識されており、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。
- 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（研修・個別相談会等の実施）。
- ④ ESOMAR／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。
2025 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。
- 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。
JMRA 会員社の責任によるトラブル等の未然防止。
- ③ 2026 年度以降に見込まれる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 厳しさを増す調査環境下において、官民共に公的統計の品質維持・向上についての認識を高め、データ収集や審査場面等での精度確保に向けた新たな取り組みが求められる現状において、当委員会では会員社調査、およびガイドラインに基づく省庁の仕様書評価などをもとに、民間調査会社としての公的統計調査の課題の整理、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を推進した。2025 年度の当委員会の活動も、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。
- ② 2024 年度は、2 回実施した主催講演会などを通じ会員社の公的統計と調査環境の変化を踏まえて品質維持・向上のための新しい技術の理解と知識を深める活動を推進した。主催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と、それを機とした一部府省からの仕様書、調査のオンライン化への意見要請等、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の把握

- ② 「調査インフラ等に関する実態調査」の企画・実施
- ③ 主催講演の運営

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 公的統計調査の入札準備にかかわる提供情報の更新、相談窓口の設置

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 主催講演の企画・開催
- ③ ISO 20252（JIS Y 20252）の取得促進に繋がる活動
- ④ 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 主催講演の運営

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 入札関連情報の提供、相談窓口設置等による会員社支援、受託者の裾野拡大

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 公的統計に関する最新動向や課題、統計精度の向上、および統計の利活用推進に繋がる研修・主催講演会の企画・開催
- ③ 統計実施者、学術機関等との意見交換、技術交流
- ④ 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、AI・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AI・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 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 新技術の理解・獲得のためのセミナー・イベント開催（「AI・イノベーションセミナー」シリーズの続編等）。
- ③ リサーチ企業経営層のAI・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。
- 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。
- ⑥ （キャリアアップ委員会の活動引継ぎ） Ray Poynter 氏 AI 講座の運営。

(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 AI・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 カンファレンスを通じた業界（JMRA）の方向性の発信
- ③ JMRA 活動の 1 年間の総括と各委員会の成果の発表
- ④ JMRA50 周年記念カンファレンス 2025 の企画・運営

(2) 活動背景

- ① JMRA として、創立 50 周年を記念するカンファレンスが求められている。
- ② 2024 年の 5 年ぶりのオフラインカンファレンス実績をいかし、より大規模な会場・内容のイベントを企画・運営する。
- ③ 新たに更新される JMRA の「産業ビジョン」を踏まえ、カンファレンスが従来の業界セクターを超えた業界との関係構築の機会となるようにする。

(3) 活動内容

- ① 2025 年 10 月 2 日（木）明治記念館で開催する、JMRA50 周年記念カンファレンス 2025 の企画・運営
- ② 新たに立ち上げたスポンサーチームを中心とした、業界内外への協賛募集
- ③ 業界内外の参加者が関心のあるコンテンツの企画
- ④ 2024 年の活動を踏まえた、広報活動のさらなる充実
- ⑤ 新たな会場担当者とのコミュニケーションを含む、より円滑なイベント運営

(4) 活動目標

- ① JMRA50 周年記念カンファレンス 2025 の目的・目標の達成
- ② カンファレンスを通じた、業界内外への JMRA 活動のアピール
- 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

- ① 2024 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急激に低下していることが明らかとなった。まずはこの実態を調査業界の内外の関係者に知っていただくことが重要課題となっている。
- 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、一過性のものに終わっており、継続的な啓蒙活動に取り組んでいく必要がある。
- ③ 生成 AI は一年で大きく進歩しており、常に最新の情報を入手していく必要がある。個社では見逃してしまう情報も、情報交換することで常に最新の生成 AI の情報を入手できる環境を整えることが調査業界の自力を高めることに繋がる。

(3) 活動内容

- ① インターネット調査の危機的な状況であることを、調査業界内外に向けて戦略的な啓蒙活動を展開する。
- ② 業務効率の改善、品質向上のための生成 AI の活用方法を検討する。
- ③ インサイト産業界において将来的に訪れる可能性がある、生成 AI を活用した疑似的な調査結果の可能性を探索していく。

(4) 活動目標

- ① モニター品質の実態に関する情報をメルマガやコラムを通じて定期的に情報発信していく。
- ② JMRA カンファレンスのほか、日本行動計量学会でも発表の場を設けて、調査業界内外に向けて、ネットリサーチの実態を周知していく。
- ③ 前年度に引き続き、生成 AI の交流会を開催し、最新の生成 AI の動向に調査業界としてもキャッチアップしていく。

- ④ 各社自主調査のデータを用いて、生成 AI による再現性の検証を行うなどの基礎的研究を行う。

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。
- ④ 50 周年記念ランディングページの作成。

(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 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

- 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チャンネルの維持・発展と開拓。
- ④ 50 周年記念ランディングページの作成に向けての文章整理、資料収集。ページ公開。

(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 メールマガジンの発行（通常号月 1 回＋セミナー案内号月 1 回）。
- 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 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。
- ① 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。

(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

- 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、収益を出す。【前年度実績（含フォローアップ講座）／収入：3,533,328 支出：2,578,280（ベーシックコース ビデオ改修費あり）】
- 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、昨年度程度の参加者を集めて定着させつつ収益を出す。【前年度実績／収入：198,000 支出：66,820】
- 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、昨年度程度の参加者を集めて定着させつつ収益を出す。【前年度実績／収入：176,000 支出：121,230】
- 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」は、講義内容を再検討し対面形式で、1月、2月で開講し、昨年度程度の参加者を集めて収益を出す。【前年度実績／収入：461,560 支出：186,440】
- 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ので、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+オフの講座進行を拡大し、参加者同士の交流やオフでしか教えられない内容も取り入れていく。
- 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るようにしたい。

(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。
 - ・ オン+オフの講座進行を新たに企画力養成講座でも実施する
 - ・ フロー作成講座では、ビデオ講義による e-Learning+個別指導、という新しい形での講座運営にトライする
- 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

- ①-1. 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（1 日）
 - ・ 実務に役立つ企画力養成講座（4 日間：会場での集合研(1 日)+オンライン講義（3 日）
 - ・ 定性調査インタビューフロー作成の基礎講座（ビデオ講義(e-learning)+個別指導）
 - ・ 定性調査インタビュースキル養成講座（3 日間：講義（2 日）/演習（1 日）＊講義のみも認める）
 - ・ 定性調査 分析力養成講座（4 日間）

- ①-2. 講座進行の新しい形にトライしながら、26年の展開を考える。
- ①-3. 26年に向けたテキストの増刷を想定した内容の一部見直しを行う。
- 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で発信する。

11. 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 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。

12. 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。
- ② JMRA 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揭示の開始。
- ⑤ ランキング調査の適正判定サービス（有料化を含む）の開始。

13. 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 「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。

(4) 活動目標

- ① 2025 年 6 月末を目途に、2024 年度の日本のインサイト産業統計を作成する。
「デジタルデータ分析（MarTech）」領域の精緻化に向け、ヒアリング等調査の可能性を探る。
- ② 引き続き『日経業界地図』への掲載働きかけ（2025 年 8 月目標）、会員社向け説明会等の広報・PR を実施する。
- ③ ESOMAR “Global Market Research 2025” に日本の新市場推計値を掲載することを目標にするが、中途半端な結果にとどまる場合には見送りを覚悟する。

14. 国際委員会

(1) 活動目的

- ① ESOMAR、GRBN、APRC をはじめとする国際業界団体や各国協会等との交流を通じ、国際情勢や日本市場にとって有用な情報を収集・発信する。
- ② 国際的なリサーチ活動への理解と交流を深め、日本発の情報発信拡大を通じて、国際インサイト産業市場における日本のプレゼンス向上に努める。
- ③ 国内外の市場構造の比較理解を進め、産業統計委員会と連携して8セグメント拡大推計等の精緻化に貢献する。

(2) 活動背景

- ① 国際的に「市場調査業からインサイト産業へ」を目指す取り組みが進む中で、海外の動向や先進事例を情報収集し、国内向けに発信する必要性が増している。
- ② 国際的に日本のプレゼンスを高め、維持していくことが産業の底力向上につながる。
- ③ 従来の事務局主体の取り組みだけではマンパワー的に限界があり、組織的に対応する必要に迫られている。
- ④ 2025年度の特設要件として、持ち回り制のAPRC ConferenceがJMRAの50周年記念イベントに合わせて日本で開催されることに備え、受入体制を整えてアピールにつなげる。

(3) 活動内容

- ① ESOMAR、APRC をはじめとする国際業界団体や各国協会等との情報交流体制・ルートを整え、各種ガイドライン等の翻訳/普及を進める。
- ② JMRA メルマガ等を含め、国際情勢全般の収集・評価・国内向け発信体制を整える。
- ③ 中長期的に、会員各社の海外対応人材育成を支援し、国際対応力の強化に寄与する。
- ④ 2025年度は、ESOMAR Connect Japan（6月10日）、JMRA 50周年&APRC Conference 2025（10月2日）等のイベントに対応する。

(4) 活動目標

- ① ESOMAR、GRBN、APRC 等との組織的な情報交流体制を確立する。

- ② 海外情報の継続的・安定的な情報発信体制を整備する。2025 年度はインターネット調査品質委員会と連携し、オンライン調査の品質管理問題（国際的 Fraud 対策等）に対処する。
- ③ 2025 年度中に各種イベント等への対応、日本開催の場合の運営体制を整備する。
- ④ 2026 年 5 月に予定されている ESOMAR APAC イベントの受入準備を次の機会とする。

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。

16. 50 周年特別委員会

(1) 委員会の目的

- ① JMRA50 周年を迎え、今後 50 年のマーケティング・リサーチ産業の活動指針を明示する。そのため改めて産業 Vision を構築し、ステークホルダーとの合意形成を図り、協会加盟社・非加盟社に広く発信・浸透する活動を通じ、マーケティング・リサーチ産業の概念拡張とリポジショニングを行う。あわせて協会加盟社拡張の定義を明示する役割と責任を持つ。

(2) 活動背景

- ① 2017 年発信の産業 Vision 以降の大きな環境変化。
 - ・ 情報テクノロジーの進化と浸透
 - ・ コロナ禍によるリモートワークの浸透
 - ・ マーケティング・リサーチ産業をシュリンクさせるリスク要因の顕在化
 - ・ マーケティング・リサーチ産業周辺・関連の産業との登場によるクライアントのマーケティング・リサーチ企業に対する相対的な認識変化
 - ・ 生活者・調査協力者の協力率の低下上記に対応するために、マーケティング・リサーチ産業周辺プレイヤーとの連携や調査協力者との関係構築手段の見直しなどが必要な状況。

つまり、「マーケティング・リサーチ産業」の概念拡張が必要な時期であり、50 周年のタイミングをとらえて協会加盟社の活動指針をあらためて明示する必要があるため、当委員会が発足した。

(3) 活動内容

- ① マーケティング・リサーチ産業の概念拡張とリポジショニングを目指し、今後 50 年のマーケティング・リサーチ産業の活動指針を明示するために創設した「産業 Vision 策定委員会」の活動進捗管理。
- ② 「産業 Vision 策定委員会」からの Vision の中間報告・最終答申を受け、総会の承認前に必要なステークホルダーとの合意形成の推進。
- ③ 「産業 Vision 策定委員会」からの JMRA 綱領、ガイドライン、入会規程等の見直し、JMRA の名称変更または継続判断 結果の中間報告・最終答申を受け、総会の承認前に必要なステークホルダーとの合意形成の推進。

- ④ マーケティング・リサーチ産業の概念拡張とリポジショニングの狙いを、JMRA 創立 50 周年記念式典を兼ねる 10 月 2 日のカンファレンスを皮切りに協会加盟社・非加盟社に広く発信・浸透。
- ⑤ あらたな産業 Vision の実現進捗度合の定期的なウォッチング方法（KPI）を設定し、自らの変化の可視化を継続するしくみをつくる。

(4) 活動目標

- ① 産業 Vision 委員会への、担当理事参画と、当委員会への進捗報告。
- ② ステークホルダーの合意形成 手続きの具体化と実行。
- ③ カンファレンス委員会との連携による 新 Vision の発信。
- ④ 修正定款・ガイドライン・規程類の 総会上申時期の見極め。
- ⑤ 名称変更可否に関する、着実な議論進行。

17. マーケティング・リサーチ産業 VISION 策定委員会

(1) 委員会の目的

- ① 50 周年特別委員会からの委嘱を受け、JMRA 新産業 Vision の策定と定款・規程・ガイドライン等の見直し・修正部分の特定。

(2) 活動背景

※50 周年特別委員会からの委嘱により招集

(3) 活動内容

- ① 月次全体委員会、各チーム委員会、チームリーダー会により、目的に向けて進捗。
- ② 50 周年特別委員会と連携し、10 月 2 日のカンファレンスで新 Vision の発信。

(4) 活動目標

- ① 4 月または 5 月の理事会で中間報告。
- ② 9 月の理事会で Vision アウトプットの最終報告。
- ③ 上記に至るステークホルダーとの合意形成は 50 周年特別委員会と連携し実施。
- ④ Vision 策定・発信後の実現度合の KPI 案策定と 50 周年特別委員会への答申。

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 Connect Japan の共催
- ⑤ ISO/TC225 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
- ⑤ 50 周年記念事業対応

会員社数の増加の促進

	2023 年度 3 月末	2024 年度 3 月末	2025 年度拡大目標
正会員社	111 社	108 社	111 社（3 社増）
賛助会員（法人）	55 社	57 社	60 社（3 社増）
賛助会員（個人）	95 人	95 人	98 人（3 人増）