

(報告事項)

令和7年度（2025年度） 事業報告書

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）事業報告書

目次

I. 2025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

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 . 2025年度の総括

「共創と実装で、未来のインサイトを拓く」をスローガンに、3つの重要活動方針に従って事業活動を行いました。

- 1) 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。
- 2) 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。
- 3) 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。

1. 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

マーケティング・リサーチ産業を再び成長産業へと導くため、その概念と定義を拡張した新しい産業ビジョンを策定しました。

また、会員社とクライアント企業、あるいはテクノロジー企業等との共創事例を多数発信し、各社の事業活動において業界の垣根を超えた価値提供が始まっていることを確認できた一年となりました。

2. 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

デジタル・テクノロジーの急速な進展と社会環境の変化に対応するため、業界全体の基盤整備とルール化を行うとともに、複数の AI 活用事例を発信する場を活用し、実践知の蓄積を進めました。

マーケティング・リサーチ綱領の改訂：

AI をはじめとする高度な情報技術の活用に関する規定を新たに盛り込みました。また、新しい産業ビジョンのもとで共創する新規会員社への適用も想定し、時代に即した行動指針へとアップデートしました。

セミナー・イベントにおける AI 活用の具体事例の発信：

委員会主催のセミナーや情報交流会、50 周年記念カンファレンスなどを通じ、AI 活用の実践事例を数多く発信しました。また、業界全体で最新技術の実践的な知見を蓄積できるよう、これらの内容を公式メールマガジンのバックナンバーとしてホームペ

ージ上に公開・蓄積して参りました。

3. 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

2025 年 2 月に迎えた創立 50 周年を大きな節目とし、半世紀の歩みを総括するとともに、次の 50 年に向けた戦略的なビジョン策定を行いました。

50 周年記念カンファレンスの完遂：

2025 年 10 月 2 日、明治記念館（東京・港区）にて開催。先般開催された APRC との相乗効果もあり、多くの事例発信と交流の場を創出し、盛会のうちに終了しました。

アニバーサリーコンテンツの展開：

業界 50 年の歴史を俯瞰するコンテンツや、会員社からのメッセージを集約した「50 周年記念特設サイト」をリリースし、業界の歩みと結束を可視化しました。

新産業ビジョンの策定：

「ありたい未来を創る探究主体として 人を・企業を・社会をインスパイアする」という新ビジョンを掲げ、2025 年 10 月の 50 周年記念カンファレンスにて以下の 2 点の実現を具体化することを発表しました。

- 1) 生活者と直接の接点を持つ強みを活かし、クライアントや共創領域（テクノロジー、デザイン、コンサルティング、データサイエンスなど）の企業・団体と連携して、ありたい未来を描き、実現するための探究活動を推進します。
- 2) ひとり一人が主体的に問いを立てることで、人・企業・社会へ新たなインスピレーションを提供し続ける存在を目指します。

2025 年度は、過去 50 年の資産を継承しつつ、環境変化に適応した新産業に拡張するためのビジョン明示と基盤整備をスタートした年度となりました。

2026 年度は、この動きを着実なものとし、その成果を 2026 年 10 月 22 日（木）に発表できるよう活動を進めて参ります。みなさまのご支援をよろしくお願いいたします。

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」の補助資料を作成、継続販売を実施
- ③ マーケティング・リサーチ綱領の改訂に向けて、改定内容についての検討・確認を実施
- ④ 法務ハンドブック IV 各項目の見直しおよび改訂

(4) 活動成果

- ① 1社の正会員社入会審査の実施と入会
- 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」の補助資料を作成、継続販売を実施(10冊)
- ③ マーケティング・リサーチ綱領の改訂に向けて、産業ビジョン策定委員会作成素案の検討・確認を実施(2025年9月26日、改訂版施行)
- ④ 「法務ハンドブックⅣ」Q&Aについて、JIS Q 15001 改訂に則した見直し、項目追加に関する議論・検討および開示方法等についての継続検討を実施
- ⑤ 法律相談の実施(9件)

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 2026 年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。
- 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、会員社からの問合せ等に対応した。
- ③ Esomar と協力し、国際業界統計である Global Market Research に準拠した経営業務実態調査を推進した。

(3) 活動内容

- ① ISO 20252 の国際的普及に向け、TC225 会議 (WG 等を含む) への出席
- 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/GRBN の綱領・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 TC225 総会に対面で委員 1 名が、オンラインで 1 名が出席。また、数回に及ぶ WG4 (オンライン) 会議に委員 1 名が出席。
- ② ISO 20252 の 2026 年度改定・発行に向けた活動への参画。
- ③ 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 メルマガへの寄稿を通じて実施。
- ④ ISO 20252 に続く JIS Y 20252 の改定に向け、JSA 所管の「JIS 原案作成委員会」の発足準備を推進。
- ⑤ JIS Y 20252 の新規取得希望会員社の支援を開始 (2026 年 10 月取得目標)。

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 公的統計のガイドライン等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2024』（報告書）の作成

(3) 活動内容

1.) 統計精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 会員社調査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.) 公的統計の受け皿拡大に資する活動

- ① 公的統計調査（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 主催講演の企画・開催
 - ② 官民相互のメリットに繋がる交流事業の検討
 - 4.) 『公的統計市場に関する年次レポート2024』（報告書）の作成
- (4) 活動成果
- 1.) 統計精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提案
 - 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グループ）
 - 2.) 公的統計の受け皿拡大に資する活動
 - ① 公的統計における民間活用の実態把握
 - ② 公的統計調査における府省からの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言
 - 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 講演会等による公的統計の品質向上に向けた技術的取り組み等に関する情報提供
 - ② 統計の作成者、学術研究者の交流機会の創出（主催講演の活用）
 - 4.) 『公的統計市場に関する年次レポート2024』（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 新技術・ツールや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）
- ④ 進化を続ける AI 関連の情報発信

(3) 活動内容

- ① 10/2 の JMRA 50 周年 Conference で本部企画を担当（ファミリーマート 出下氏登壇）クライアント側の AI 活用先進事例を紹介
- ② 2025 年 7 月 22 日～2026 年 3 月 6 日にかけて「AI・イノベーションセミナー」を計 4 回実施会員社内での活用の状況、ツール開発やサービス提供の実例などを紹介
- ③ 7 月 10 日、「データサイエンス研究会報告会」にてグラフィカル・モデリングの説明会開催
9 月に報告書「統計的因果推論」を発表（メルマガ 11/18 号で公開）
- ④ 委員会や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 6 月 4 日、Ray Poynter 氏 AI 講座を実施
- ⑥ 50 周年記念事業の一環として、経営者インタビュー企画（計 5 回）を実施

(4) 活動成果

- ① 「インサイト部」や「AI・イノベーションセミナー」シリーズの活動等を通じ、相応の情報発信を行うことができた。今後、「AI 活用リサーチャー育成講座」の展開につなげたい。

- 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
- 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。一連の議論の成果を、業界全体の触発につなげていくことが課題
- 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

- 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 2025年のJMRA 創立50周年カンファレンスの企画・運営

(2) 活動概要

- ① 50周年の記念したカンファレンスを明治記念館で開催。過去最高の来場者を達成
- ② マーケティング・リサーチ業界内の情報交換を主たる目的とし、業界関係者が関心のあるテーマ設定・コンテンツを企画
- ③ 企画・運営にあたり、事務局と委員会が協働するための新たな体制づくりを実施

(3) 活動内容

- ① 2025年10月2日（木）「JMRA アニュアル・カンファレンス 2025」を明治記念館にて開催
- ② 「マーケティング・リサーチ産業ビジョン発表」「APRCによる発表」などのコンテンツ企画
- ③ 特設サイトやパネルや配布ペーパーなどの各種制作、JMRAメルマガなど各媒体へのイベントPRやプレスリリース、開催レポートの発信
- ④ 司会台本作成や会場とのコミュニケーション、運営スタッフマネジメントなどの実施
- ⑤ スポンサー募集および協賛企業との関係構築

(4) 活動成果

- ① 業界関係者を中心に、カンファレンスに821名の来場者があった。
- ② 当初の目的だったJMRA 創設50周年を記念したカンファレンスとして、一定の役割を果たすことができた。
- ③ マーケティング・リサーチ業界外の企業によるブース出展など、他業界との関係づくりにも一定の貢献ができた。

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す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、回収率こそが調査品質の向上へとつながることを啓蒙する。
- ③ 業界を急速に大きく変革させつつある AI に関する現場で役立つ知識、活用ノウハウを業界でオープンに情報共有する。

(2) 活動概要

- ① インターネット調査モニターの継続率が急激に低下している問題とそのための方策をとる必要性を調査業界の内外の関係者に発信する。
- ② 生成 AI は急速に進歩しており、常に最新の情報を入手していく必要があるため、隔月でオンラインでの AI 活用情報交流会を企画・実施し、最新動向を業界に向けて発信する。

(3) 活動内容

- ① インターネット調査モニターの継続率が急激に低下している問題とそのための方策をとる必要性を調査業界の内外の関係者に発信するため、インターネット調査の「サステナブル宣言」の素案を検討し、JMRA カンファレンスで発表した。
- ② インターネット調査のモニターとデータの課題について、業界関係者の認識を問うための「業界アンケート」を7月に実施し、その結果を JMRA カンファレンスおよびサイト内で公表した。
- ③ インターネット調査の品質の向上のためにできる対策についてのウェビナー（東洋大学山田一成教授）を企画し、実施した。インターネット調査の品質について課題に対する啓もう活動のため JMRA サイト・メルマガへの記事を継続的に掲載した。
- ④ 生成 AI は急速に進歩しており、常に最新の情報を入手していく必要があるため、隔月でオンラインでの AI 活用情報交流会を企画・実施し、最新動向を業界に向けて発信した。
- ⑤ AI を活用したサービス事例から、AI がどのように業界とリサーチを変革させるかをテーマに JMRA カンファレンスで発表した。

(4) 活動成果

- ① インターネット調査の危機的な状況に陥っていることを正しく広めてことが喫緊の課題であるという認識を高めることができた。
- ② インターネット調査の「サステナブル宣言」の素案を検討し、JMRA カンファレンスで発表した業界に課題の深刻さとその対策案を提示した。
- ③ 最新のA I 活用サービスを紹介・発信することによって、A I の活用がもたらす業界やリサーチャーの働き方の変革する現状について発信した。

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、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) 活動概要

- ① JMRA 活動の情報発信、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
- ③ 50周年記念ページの制作

(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) 活動成果

- ① Web 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、各委員会活動紹介、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、セミナー案内号 12 回／毎月 1 回）
- ③ メルマガ会員（3,971 名→4,135 名）（2025 年 1 月→2026 年 1 月）
- ④ 賛助法人会員（57 社→53 社）（2025 年 1 月→2026 年 1 月）
- ⑤ 賛助個人会員（95 名→91 名）（2025 年 1 月→2026 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、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 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／学術系／教養系／AI系書籍著者によるセミナーの企画・実施・設営・運営・報告
- ② 市場調査業界の認知度向上に向けた交流の実施
- ③ JMRA ミニカンファレンスでの委員による登壇で書籍での知識・スキル向上の啓蒙
- ④ 業界広報活動に資するため、大学の学生に無料でセミナーに参加してもらう

(4) 活動成果

- 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4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 学生の業界認知や興味喚起

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) 活動概要

- 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。
 - ・テスト・実験調査の設計と結果のデータ分析 講座
 - ・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 ～テスト・実験調査の設計と結果のデータ分析 講座～を対面形式で12月に開講した。
- 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～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。
- 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し、JMRA の新たな教育講座設置の糧とするため

に「ビッグ・データ分析手法研究会」が「みんな（株式会社マイスタースタジオ）」と覚書を締結し、具体的なデータ分析・分析手法検討に着手した。

(4) 活動成果

- ① & 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 46 名、空いた時間に視聴できる点で参加者の満足度は一定数獲得した。フォローアップ講座の参加者は計 26 名であった。（新人向け：18 名と経験者向け：8 名）
- ③ 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 11 名であった。参加者からの質問に対する即座の回答という対面形式ならではの良さが実感された模様。昨年度よりも受講者数が増え、講義後も参加者からの個別質問など、積極性も見られた年度となった。
- ④ マーケティング・リサーチ エキスパートコース ～テスト・実験調査の設計と結果のデータ分析 講座～ の参加者は 5 名であった。対面形式の良さからか、受講者からの質問も活発に講師に向けられ充実した講座だったという印象が強かった。
- 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。講座の難易度に対して受講生のレベルの違いが講座内容の習得のばらつきが感じられた。2 日間の講義内容は、講師の負担の大きさと講座内容の検討（申込者が内容についてこられるかどうか）が課題として出てきた。
- ⑥ 「ビッグ・データ分析手法研究会」で対象とするデータについては、みんな（株式会社マイスタースタジオ）と覚書を締結し、無償データ提供の交渉に成功。特定カテゴリーのロコミデータについて分析を行い、研究会としてのレポート作成のフェーズに入った。（トップラインレポート公開に向けた準備ステップへ移行）

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) 活動概要

- 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現状の中で、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 オンラインでの参加しやすさ、オフラインでの参加者同士の交流も促す目的で、オン+オフを適宜融合させて講座を実践していく。

(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。インタビュースキル講座ではオン+オフでの講座実施にトライした。定性調査がわかる基礎講座は、受講生の参加のしやすさを重視し、従来の2日構成から、1日の終日の実施に変更した。
- 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した。

(4) 活動成果

- 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日間）：13名（会員：10名／非会員：3名）
 - ・ 実務に役立つ企画力養成講座（4日間）：11名（会員：7名／非会員：4名）
 - ・ 定性調査インタビューフロー作成の基礎講座（2日間）：最小遂行人数に至らずキャンセル
 - ・ 定性調査インタビュースキル養成講座（3日間）：13名（会員6名／非会員：7名）
 - ・ 定性調査 分析力養成講座（4日間）：15名（会員：5名／非会員：10名）

- 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：
5回 6名
相談内容の傾向を講座にも反映させた。
- ③ インタビュースキル講座の最終日を JMRA 会場で実施することで、参加者同士、参加者と講師との交流や情報交換ができた。終了後の会費制懇親会にも多くの方に参加いただいた。
- ④ 委員会メンバーにて執筆発行した講座副読本『実務者のための定性調査ガイドブックー進め方と考え方』を増刷した。

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 「周年イベント」の開催（11月）
JMRA アニュアル・カンファレンス 2025 の知見の共有、会員社間の交流促進
- ③ 「インナー研修」の開催（1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

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の遵守を働きかける。
- ② JMRA メルマガへの記事投稿、マスコミ向け説明、取材対応等を通じた広報活動
- ③ JARO 等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」等の普及促進
- 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、広告関係諸団体のセミナー等を通じた各種広報・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 会員社を通じた相談案件への対応、会員社が関わる係争案件への専門的見地からの意見書提出などの面で、協会として一定の役割を果たせた。ただし、案件が発生する場合には緊急性・専門性ともに高く、委員会で議論して対応を決める性格のものではなかった。
- ② マンパワー不足により、懸案となっていたガイドライン類の改訂、「検証済みマーク」の創設、適正判定サービスの開始などには手が回らなかった（実質は

ともかく、「No.1」調査問題も表面的には沈静化したことが対応の緊急性を薄めることとなった)。

- ※ 常設委員会として維持するには運営が難しく、来期は事務局内タスクチームが管轄・オンデマンド対応することとし、委員会としては廃止する（外部支出を伴う案件が発生した場合には、受益者負担を原則とする）。

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) 活動概要

- ① 従来の経營業務実態調査に加え、「経営コンサルティング/シンクタンク」領域の推計を継続実施した。
- 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った。
(経営コンサルティング/シンクタンク領域については、引き続きデロイト トーマツ ミック経済研究所の協力を得た)。
- 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

- ① 6 月 26 日に、2025 年度 (2024 年データ) の日本のインサイト産業統計を作成・公表
- ② 『日経業界地図 2026』への掲載を実現 (2025 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 2025” 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)
- 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。

14. 国際委員会

(1) 委員会の目的

- 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 日本発の情報発信拡大を通じ、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 2025年度は特に、10月のJMRA 50周年カンファレンスと共催するAPRC 2025の成功を期す。

(2) 活動概要

- 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。
- ② 国際的に日本のプレゼンスを高め、維持していくことで産業の底力向上につなげる。
- ③ Esomar や GRBN、APRC などの国際組織との円滑な連携体制を維持・発展させる。

(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、推進する。
- ② 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する。

(4) 活動成果

- ① 10月のJMRA 50周年カンファレンスとAPRC 2025を主軸に取り組み、国際委員会としての初舞台を成功に導くことができた。
- ② APRCの新会長にGMO Research & AIの細川氏（引き続きEsomar日本代表を兼ねる）が選任され、議論をリードした。
- ③ 2026年5月27～29日に開催されるEsomar APACイベントの準備に協力した。
- ④ 国際情報の収集・発信に関しては継続的にJMRAメルマガ等での広報に尽力したが、より効果的な方策の強化が求められている。

15. 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：11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：45社
- ② 新規取得：1社
- ③ 合併取得：1社（更新審査と併せて） 合計：46社

2025年度のプライバシーマーク取得社は、46社。

16. 50周年特別委員会

(1) 委員会の目的

- ① JMRA50周年を迎え、改めて産業Visionを構築し、協会加盟社に限らず広く発信・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。

(2) 活動概要

- ① 2025年度以降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の最終答申を受け、総会承認前に必要なステークホルダーとの合意形成推進
- ③ 「産業Vision策定委員会」のJMRA綱領改訂、入会規程等の見直し、JMRAの名称変更または継続判断の答申を受け、総会承認前に必要なステークホルダーとの合意形成推進
- ④ 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広く発信・浸透
- ⑤ 新産業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。
- ⑥ 新産業Vision実現に必要な中期的な事業予算を確保するため、「50周年事業特別協賛金」のメリット設計など企画と協賛募集実施を遂行。目標1000万円(税抜き)募集

(3) 活動成果

- ① マーケティング・リサーチ産業の概念拡張を表現した新「マーケティング・リサーチ産業Vision」の策定、マーケティング・リサーチ綱領の改訂を実現、10月2日「50周年記念カンファレンス」で発信とJMRA WEBサイトでの公表まで完遂
- ② 「50周年事業特別協賛金」の募集企画を推進し、9社・555万円(税抜き)の協賛実績
 - ・目標値との差額の協賛募集は2026年度に総務委員会アジェンダとして継続
- ③ 新産業Visionの実現に関して、「産業Vision策定委員会」有志メンバーに検討依頼。KPI設定までには至らなかった。
- ④ 名称変更は、産業Vision策定・綱領改訂の議論の中で大きな論点にならず、会員社からの明確なニーズもみられなかった。新産業ビジョン実現/産業のリポジ

ショニングの中で、日本のリサーチ産業の拡張した形を表現するに相応しいブランドを求める声が会員社からみられた時点で検討すべきアジェンダとする。

注 当委員会は委員会設立の目的を終了したことにより、50周年（2025年度）末を以て活動を終了し、残タスクは総務委員会のアジェンダとして引き継ぐ（2026年3月度理事会承認）。

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・修正部分の特定と発信・周知

(2) 活動概要

- ① 新「マーケティング・産業 Vision」策定、綱領改訂、入会規程等改訂
- ② 10 月 2 日 50 周年記念カンファレンスでの公表

(3) 活動成果

- ① 新「マーケティング・産業 Vision」策定」「綱領改訂」は完遂し、10 月 2 日の 50 周年記念カンファレンスでの最終セッションでの発信と JMRA ホームページでの公表も実施
 - ② 綱領解説編の作成完了、3 月 25 日理事会報告後、JMRA ホームページで公表
 - ③ 会員拡張に必要な入会規程の改訂検討は進めるも、2025 年度中に完了することが困難であったため、コンプライアンス委員会の入会審査会に引継ぎ、2026 年度継続課題とした。
 - ④ 新産業 Vision の実現については、当委員会の委員に広く参加を呼びかけ、「産業 Vision 策定チーム（チーム 1）」有志メンバーで検討開始
- ※ 当委員会は委員会設立の目的を終了したことにより、2026 年（2025 年度）末を以て活動を終了する。2026 年度からは役割を変え、総務委員会直下で委員会新産業 Vision 実現のための委員会を新設稼働する（2026 年 3 月度理事会承認）。

Ⅲ. 事務局の活動報告

1. JMRA の会務

- | | |
|----------|--|
| 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23日
2026年3月25日、4月22日、5月26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. 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 総務省統計局からの依頼により令和7年国勢調査の実施にあたり「国勢調査協力団体」として登録・活動し、総務大臣より感謝状を贈呈された。
- ② 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。
- ③ 大阪府人権室作成の人権ポスターの掲示を実施した。
- ④ 関東学生マーケティング大会のリサーチ賞選定プロセスに協力した。
- ⑤ 日本マーケティング協会、日本アドバイザーズ協会、日本広告業協会、全日本広告連盟・東京広告協会、日本イベント産業振興協会、日本マーケティング・リサーチ協会6団体の事務局長連絡会議に参画し、マーケティング関連団体の課題共有と連携取り組みの可能性を継続検討した。

(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。

- ① ESOMAR Connect Japan の共催 (6月10日)
- ② ESOMAR 大会 (9月29日～10月2日)
- ③ ISO/TC225 総会 (9月24～26日)、WG4 会議 (11月7日・14日：オンライン)
- ④ APRC サミット会議 (10月1日)、APRC カンファレンス (10月2日：JMRA カンファレンスと共催)

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及び協力

① 広告界合同年賀会

2026 年 1 月 7 日（水）東京・千代田区の帝国ホテルで開催された「令和 8 年広告界合同年賀会」に広告関係共催 29 団体として参加した。

当日の参加者は広告主、広告会社、媒体社など関係者 1,383 名。

② 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 20）調査期間：2025 年 4 月 23 日～5 月 7 日

●緊急調査（その 21）調査期間：2025 年 7 月 23 日～7 月 31 日

●緊急調査（その 22）調査期間：2025 年 10 月 21 日～10 月 30 日

●緊急調査（その 23）調査期間：2026 年 2 月 2 日～2 月 9 日

(3) 第 50 経營業務実態調査

調査対象：正会員社 104 社

調査方法：メールおよび郵送調査法

回収率：84.6%（88 社）

調査時期：2025 年 4 月 1 日～5 月 30 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

3 社 123 枚

② 会場テスト証明書の発行

17 社 138 枚

③ 手提げ袋の販売

3,000 枚

④ マーケティング・リサーチ綱領の配布
新入会社に 60 冊

(5) マーケティング・リサーチに関する苦情
2025 年度（2025 年 4 月 1 日から 2026 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、0 件であった。

(6) 会員の動向

① 正会員社

入会 1 社：

アダプティブ(株)

退会 2 社

これにより 2026 年 3 月 31 日現在、正会員社総数 102 社

② 賛助法人

入会 5 社：

(株)インテージテクノスフィア、(株)はてな、(株)プロダクトフォース

(株)hootfolio、日産自動車(株)

退会 1 社

これにより 2026 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 2 名

退会 5 名

これにより 2026 年 3 月 31 日現在、賛助個人会員者総数 90 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 2 件

官公庁からの問い合わせに対し、紹介 3 件

(8) 関連官庁からのメール連絡について

① 正会員社宛てに送信 30 件

・ 経済産業省 17 件

・ 中小企業庁 5 件

・ 厚生労働省 3 件

・ 総務省 3 件

・ 資源エネルギー庁 1 件

・ 東京都 1 件