

令和8年度（2026年度） 事業計画書

自 令和 8年 4月 1日

至 令和 9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 8 年度（2026 年度）事業計画書

目次

I. 2026年度の活動方針

II. JMRA の会務

III. 各委員会の活動計画

1. 産業ビジョン実現委員会
2. インターネット調査品質委員会
3. 教育研修委員会
 - 3-1. リサーチ教育部会
 - 3-2. 定性教育部会
 - 3-3. リサーチイノベーション教育部会
 - 3-4. 業務 AI 活用教育部会
4. 公的統計基盤整備委員会
5. 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
6. コンプライアンス委員会
7. プライバシーマーク 審査会
8. 広報委員会
9. セミナー委員会
10. カンファレンス委員会
11. 国際・産業統計委員会
12. 西日本コラボレーション研究会

IV. 業界関連および会員支援活動等

I . 2026 年度の活動方針

世界経済の見通し

2026 年度の世界経済は、引き続き不確実性の高い局面が見込まれます。米国における自国優先政策に起因する関税の影響や、長期化する地政学的リスクは、サプライチェーンおよび消費者マインドに直接的な影響を及ぼしています。一方で、このような環境下においてこそ、正確な生活者理解とデータに基づく意思決定支援、すなわち「インサイト」の重要性は一層高まっています。インフレの沈静化に伴う金融政策の安定化を背景に、企業活動は守りから攻めへと転換しつつあり、我々インサイト産業には、その意思決定を支える羅針盤としての役割が強く求められています。

テクノロジーの実装と深化、および人材への展開

2025 年までの「AI 実装フェーズ」を経て、2026 年は「AI ネイティブな業務プロセスの定着」が重要なテーマとなります。生成 AI は単なる効率化ツールにとどまらず、人間の思考を補完・拡張するパートナーへと進化しています。加えて、AI の急速な進化と業務への実装が各企業で加速する中、インサイト産業においても業務・案件の高度化およびスピード化は不可逆的に進展しています。こうした環境変化に確実に追随し、伴走できる人材の育成、すなわち AI リテラシーを含む実践的スキルの底上げは喫緊の課題です。同時に、これまで蓄積してきたノウハウや知的財産を体系的に継承し、若手・中堅層への知の移転と業界全体の活性化を実現することが不可欠となります。

インサイト産業の展望と情報価値の最大化

50 周年を契機として策定した新ビジョン「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」に基づき、本産業の定義は大きく拡張されました。我々はもはや従来の「調査」の枠にとどまらず、テクノロジー、デザイン、コンサルティングを融合した「未来創造のパートナー」としての役割を担っています。この概念拡張の核心は、あらゆるデータをインサイトへと昇華させ、クライアントや社会にとっての「情報価値を最大化」することにあります。2026 年度は、この拡張された概念を具体的な会員構成および事業活動へと反映させるとともに、産業としての社会的プレゼンスを一段と高める段階へ移行します。

2026 年度スローガン

「広がる領域、深まる探究、インサイトの価値を次なる高みへ」

2026 年度における重点施策

1. 新産業ビジョンに基づく会員基盤の拡張

「探究主体」という新たな定義に基づき、より開かれた協会組織への転換を推進します。テクノロジー企業、データサイエンス企業、コンサルティングファーム、デザイン領域のプレイヤー等、従来の枠組みを超えた新規会員の獲得を強化します。これにより、多様な主体が相互に連携することで、インサイト産業における新たなエコシステムの構築を図ります。

2. 概念拡張を具現化するコンテンツ開発

新ビジョンが示す「探究活動」を、既存会員および新規会員双方にとって具体的な価値として提供できるよう、コンテンツの高度化および多様化を推進します。オープンデータやAI、さらに会員各社の得意領域を掛け合わせたナレッジ共有基盤の整備を通じて、多角的な知見の創出を進めます。また、50周年カンファレンスで提示した“ART（人間特有の創造性）”の視点を実務に落とし込むための教育プログラムの開発や事例紹介の充実を図るとともに、新領域の会員ニーズにも対応した、実践的かつ導入しやすい手法開発を推進します。

3. インサイト・プロフェッショナルの育成と継承

業界全体の人材価値の向上を目的として、若手・中堅層の育成を体系的に推進します。AIを活用しながらも、本質的な問いを立て、深い洞察を導き出す「探究スキル」の習得を支援する学習環境の整備およびナレッジ共有を進めます。また、若手人材が主体的に参画するプロジェクト機会を拡充し、ベテラン層が持つノウハウの継承と業界横断的なキャリア形成を促進することで、人材の定着および活性化を図ります。

4. 業界のオープン化およびガバナンスの高度化

透明性および機動性の高い組織運営を実現するとともに、社会に対する発信力を強化します。新産業ビジョンおよび業界の価値を広く社会へ浸透させるため、積極的な広報活動を展開し、インサイト産業の認知向上を図ります。あわせて、改訂された「マーケティング・リサーチ綱領」の普及・定着を推進し、AI時代における倫理および品質の確保において、国際的にも先導的な役割を果たします。

5. 各種委員会の再編

委員会運営の効率化および業務負担の軽減を図るとともに、中期ビジョンに基づいた組織再編を実施します。各委員会の機能をビジョン実現に直結する形で再定義し、意思決定の迅速化を図ります。また、会員各社の負担の最適化を図りつつ、より付加価値の高い活動に集中できる体制を構築します。

6. グローバル・パートナーシップの実装

アジア地域を中心とした国際連携を、従来の情報交換にとどめることなく、具体的なビジネス機会および知見の創出へと発展させます。APRC（アジア・太平洋調査連盟）等との連携を強化し、多国間での共同実証や、地域特性を踏まえたインサイト手法の高度化および標準化を推進します。

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26日
- ② 理事会 5月26日、6月25日、9月18日、12月23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. 産業ビジョン実現委員会

(1) 委員会の目的

- ① 産業ビジョンへの共感・浸透を得、その実現に向けた活動計画を立案・実行する
- ② 「既存会員社（メンバー）のマインドシフト」と「産業のリポジショニング・リブランディング」を実現する。

(2) 活動背景

- ① 2025年10月2日に更新した産業ビジョンを画餅に帰することなく実現するための推進主体が必要であるため。
- ② 協会内の委員会連携で、ビジョンで示した拡張領域企業にもアピールし、当産業に参画するモチベーションにつなげるための「実態」が必要であるため。
- ③ 以上の背景から、2025年度の「50周年特別委員会」のアジェンダを引き継いだ総務委員会 直下の委員会として配置（2026年3月25日理事会承認）。

(3) 活動内容

- ① 2025年度「産業Vision策定委員会」から有志が参画し、2026年1月議論をスタート
→2026年度に必要な委員メンバーを追加
- ② 2025年度の産業Vision策定委員会メンバーを起点に、各社の状況や施策等のヒアリングの依頼→すでに行われている活動の事例収集・共有を継続的に実施
- ③ 現在の産業内施策（JMRA内の活性化）
…既存会員社（メンバー）のマインドシフト
例 若手・中堅のワークショップ
・自主探究事例共有 兼 交流機会の創出
・産業内で活用できる情報リソースの 相互提供
- ④ 外向け施策（業界・社会への発信）
…産業のリポジショニング・リブランディング
例 ・クライアント産業の業界団体とのコラボレーション共同研究テーマ
設定し、アウトプット・プレスリリース
- ⑤ 会員社全体のソリューションマップ（カタログ）作成（会員社アセットの集約と発信）

⑥ 2026年10月22日のJMRA アニュアルカンファレンスで「現在地」の発信～その後の活動継続と発信継続

(4) 活動目標

① ビジョン実現初年度であり、(3)活動内容①～⑤を、体制を整えながら 実現する。

- ・ ①、②、③、を2026年4月から検討・計画化・実行
- ・ 並行して④、⑤の準備と実行

具体的な経費申請は 総務委員会の50周年特別事業予算範囲内で都度稟議申請

② 初年度活動の立ち上げを行いながら、修正を加え、次年度以降の運用継続につなげるアウトプットとレビューを残す。

2. 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であるインターネット調査の調査品質の向上にむけた活動を行う。
- ② インターネット調査の根幹であるパネルの課題、特に若年層を中心としたパネルの維持拡大と回収率の向上に向けた活動を行う。
- ③ インターネット調査の将来を左右する AI の活用に関連する情報を収集、発信し、調査品質の向上に繋げる。

(2) 活動背景

- ① インターネット調査パネルの維持が困難になっていることをふまえ、昨年呈示したインターネット調査サステナブル宣言の素案を発表した。
これをさらに業界全体でとりくむ具体的な行動指標として発信するとともに、継続的に取り組む体制を作る必要がある。
- ② 徐々に存在感を増すシンセティック・データの世界的なトレンドについての情報を収集し、その可能性と課題、また急速に進歩する AI を調査の品質向上のために活用する方法について検討が必要。
- ③ インターネット調査の品質向上に関する問題は、グローバルでも問題（Fraud 問題など）になっている。ガイドラインなどを含め情報を幅広く収集し、共有する必要がある。

(3) 活動内容

- ① インターネット調査パネルの危機的な状況をふまえ、調査業界内外に向けて「インターネット調査のサステナブル宣言」の行動戦略的な啓蒙活動を展開する。
- ② インターネット調査の調査方法、活用法、業務効率の改善、品質向上に役立つ AI の活用方法に関する情報を収集、共有する。
- ③ シンセティック・データの可能性、課題について検討する。

(4) 活動目標

- ① インターネット調査 サステナブル宣言（そのための具体的なアクション）を正式発表する。
- ② 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する。

- ③ AI 活用・情報交流会を開催し、リサーチにおける AI 活用の動向(特にシンセティック・データや調査品質の向上に関するもの)にキャッチアップし、発信する。
- ④ サステナブル宣言の実施に向けた体制、指標などを定め、継続的に評価する。

3. 教育研修委員会

(1) 委員会の目的

- ① 2025 年度策定の新産業ビジョンにおける産業定義拡張を踏まえ、既存の調査会
社社員・新領域企業の会員を含めた業界全体の人材の価値をアップデートする
・新領域としてテック企業、データサイエンス企業、コンサルティングファーム、デ
ザイン領域企業を想定するが、これらに限らない。
- ② 旧「MR ナレッジ・エデュケーション委員会」「定性リサーチ委員会」の研修基
盤と、「リサーチイノベーション委員会」の最新テクノロジーキャッチアップ・
事例研究紹介・発信ノウハウを統合し、新産業に適した教育体制・学習環境と最
新テクノロジーの可能性の検討・企画・運営を行う。
- ③ 2026 年度は 2025 年度の教育研修プログラムの運用をベースとして運用しなが
ら、「リサーチ教育部会」「定性教育部会」「リサーチイノベーション教育部
会」「業務 AI 活用教育部会」の 4 つの領域でスタートする。

(2) 活動背景

- ① 「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」新産業として、AI と共生しながら、深い洞察と問いを立てる「探究スキ
ル」を習得するための学習環境の整備やナレッジ共有が必要なため。

(3) 活動内容

- ① 人・企業・社会をインスパイアする探究スキル、課題形成、課題へのアプローチ
方法などを習得するための学習環境・ナレッジ共有環境の検討と準備・企画・構
築を行う。
- ② 2025 年度まで旧「MR ナレッジ・エデュケーション委員会」「定性リサーチ委員
会」「リサーチイノベーション委員会」が継続してきた委員会活動を実施する。
- ③ 旧「MR ナレッジ・エデュケーション委員会」「定性リサーチ委員会」「リサー
チイノベーション委員会」提供の研修プログラムやイノベーションの価値を「リ
サーチ教育部会」「定性教育部会」「リサーチイノベーション教育部会」「業務
AI 活用教育部会」の領域に再整理し、位置付けて通年の開催スケジュールの計
画整理・実施・運用を部会間で調整する。

(4) 活動目標

- ① 活動内容①の検討と実施。2026 年度上期末時に理事会で中間報告を行う。
- ② 活動内容②の実施 ・詳細は以降の部会を参照。

3-1. リサーチ教育部会

(1) 部会の目的

- 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。
- ⑤ 「ビッグ・データ」の傾向や構造を分析し、具体的な手法を探求する。

(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、並びに具体的な分析解析手法を確定する。

(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／参加者：春期46名・秋期16名】（ベーシックコース ビデオ改修費あり 約150万）
- 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／参加者：11名】
- 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、昨年度以上の参加者を集めて定着させつつ収益を出す。【前年度実績／参加者：5名】
- 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／参加者：8名】
- 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詳細かつ具体的に検証する。

3-2. 定性教育部会

(1) 部会の目的

- 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4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。
 - ・フロー作成講座については、独立した講座での実施は難しいと判断し、企画講座のオプションなどでの実施を考え、試みる予定。
- 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、定性調査の現場で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、発信していく。

(4) 活動目標

- ①-1. 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（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. AIの活用、共生も考慮しつつ、講座進行も含めたブラッシュアップをしながら、26年の展開を考える。

- 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 産業ビジョンで提示された「探求主体」としてのリサーチャーを育成するための必要な要素や講座のあり方を模索し、本年度あるいは次年度以降のプログラムに生かせるようにしていく。

3-3. リサーチ・イノベーション教育部会

(1) 部会の目的

- 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・イベントの継続実施
「AI活バリサーチャー育成講座」の展開を検討
- 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リサーチをはじめとする周辺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 Ray Poynter氏 AI講座の運営（6月2日開催予定）

(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

3-4. 業務 AI 活用教育部会

- (1) 部会の目的
※内容策定中。
- (2) 活動背景
※内容策定中
- (3) 活動内容
※内容策定中
- (4) 活動目標
※内容策定中

4. 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。2026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 2025年度は、4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 公的統計市場の成長鈍化、市場における会員社の高い占有率が示すように、委員会設立当初の目的であった民間委託の受け皿としての役割は達成されつつある。一方でA I・D Xの進展など公共領域における統計・データを取り巻く環境が大きく変化しており、変化に即した今後の委員会のあり方・方向性を検討する。

(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）記述のガイドライン、指針等への準拠状況の確認
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。中長期事業計画の適切な進捗管理
- ④ 今後の委員会のあり方・方向性の検討

(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。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
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、各小委員会の事業評価
- ④ 今後の委員会のあり方・方向性の検討・取りまとめ

5. 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対策の強化及び生成 AI に対する品質管理ニーズが強まっており、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 の綱領・ガイドライン等に関する広報と普及促進
- ⑤ 公的統計分野を含む JIS 活用の取り組みを支援し、品質管理体制の強化を推進する

(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。
2026 年度は特に、生成 AI の活用・応用に関連する規制等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 ISO 20252 改定（2026年7月15日発行予定）を受けての「JIS 原案作成委員会」を早期に発足させ、年度内の改定 JIS 発行を目指す
- ④ JIS Y 20252 の新規取得会員社をさらに拡大する

6. 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 新たな産業ビジョンを具現化していくため、現行綱領・規程類（定款・入会資格に関する規程・入会資格審査基準等）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」の継続販売および改訂版法務ハンドブックの作成、販売
- ④ コンプライアンスセミナーの開催（リサーチ産業にかかわる法改正等）
- 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。

7. 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 プライバシーマーク付与機関更新審査への対応
- ④ 審査料金改定への対応

8. 広報委員会

(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

(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 各委員会間の情報共有

(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 各委員会の活動の掲載

(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 迅速な各委員会の議事録等活動情報の発信
- ③ 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）
- ④ メールマガジン会員増加
- ⑤ 会員の増加

9. 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。

(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) 活動目標

- ① 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
- ② セミナー（年3回）の企画・実施・設営・運営・報告発表
- ③ アーカイブ配信の実施
- ④ 大学生のセミナー参加を無償とし、リサーチ業界への興味関心の醸成を図る

10. 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

(2) 活動背景

- ① 2024 年に 5 年ぶりのオフラインカンファレンス、2025 年に創立 50 周年カンファレンスを実施し、一定の評価と来場数を達成できた。
- ② これまでの実績に加え、JMRA の新たに更新された「産業ビジョン」を踏まえ、本カンファレンスが従来の業界セクターの枠を超えた他業界との関係構築の機会となるようにする。
- ③ その実現に向けて、参加者の属性としては、リサーチ業界外のクライアントサイドの割合を約 4 割まで引き上げることを目指す。

(3) 活動内容

- ① 2026 年 10 月 22 日（木）ベルサール渋谷ファーストで開催する JMRA アニュアル・カンファレンス 2026 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 クライアントの来場者を増やすためのコンテンツや広報活動の充実
- ④ 会場担当者やスポンサー企業などとのより円滑なコミュニケーションとイベント運営

(4) 活動目標

- ① JMRA アニュアル・カンファレンス 2026 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

11. 国際・産業統計委員会

《国際》

(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 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。

(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 2026年度の特設要件として、Esomar APAC 2026 が10年ぶりに東京で開催されることから、受入体制を整え、日本市場の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、推進する。2026年度は、特にAPRCの活性化を重点に検討する。
- 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。特に2026年度はインターネット調査品質委員会と連携し、オンライン調査の国際的Fraud対策（GDQ）に協力する。
- ③ 2026年5月27～29日に開催されるEsomar APAC イベントの受入を機会とし、日本市場のプレゼンス向上を目指す。
- ④ 2026年8月19・20日に開催されるAPRC Conference2026（at. バンコク）を成功させるとともに、地域内の未加盟国協会とのネットワーク拡充を目指す。

《産業統計》

(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。
(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る)
- 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

- ① 2026 年 6 月末を目途に、2025 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 (2026 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 2026” 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。(ただし、2025 年度中の Esomar 担当者との対話からは、日本の拡大推計値はおおむね妥当との感触を得ている)

※2026 年度は国際委員会と運営を一体化する。

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 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

IV. 業界関連および会員支援活動等

(1) JMRA 広報活動の継続推進

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・イベントへの後援

(2) JMRA サービスの安定運用

- 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（ご依頼ベース）
- ③ JMRA 所蔵図書・資料の閲覧サービス（問い合わせベース）

(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 他海外の関連団体との情報交換
注) ESOMAR は 2025 年に「Esomar」へのリブランディングを行った。
- ④ Esomar APAC in Tokyo (5/27～29) 開催に協力
- ⑤ ISO/TC225 事務局との情報交換、ISO 20252 の改定（2026 年版へ）

(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」ご案内（問い合わせベース）

(5) JMRA 運営関連業務の基盤再構築と安定化

- 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 協会ガバナンスと透明性確保・事務局マネジメントの継続改善

会員社数の増加の促進

	2024 年度 3 月末	2025 年度 3 月末	2026 年度拡大目標
正会員社	108 社	102 社	105 社 (3 社増)
賛助会員 (法人)	57 社	55 社	65 社 (10 社増)
賛助会員 (個人)	95 人	90 人	92 人 (2 人増)