



あなたの中に未来がある。
JMRA 一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会



JMRA e-mail magazine VOL.14

< 特集 >

マーケティング・リサーチ・テクノロジー展 開催報告

TOPICS

- ・「ズームアップ! わが社のリサーチャー」の記事を集約
- ・JIS Q 15001 個人情報保護マネジメントシステム—要求事項の改正に伴う説明会を開催
- ・新刊「マーケティング・リサーチ入門」のご案内



配信日：2018.12.18

JMRA メルマガも今年最後、そして平成最後の師走となりました。毎年この時期に発表される「今年の漢字」は「災」でした。日本にとっては地震、豪雨、台風、猛暑など今年は数多くの自然災害に見舞われた1年となってしまいました。調査業界に携わる身として、災害のような身近にある課題に対して何ができるのかを改めて考えさせられました。

さて、調査業界では新しい時代の潮流として、インターネット調査への回答デバイスにおいて、スマートフォンが50%を超える勢いとなってきました。これはスマホファーストで画面設計を行わなければならない時代が到来しつつあることを意味しており、調査事業者のみならず、調査依頼者も共通認識として取り組まなければなりません。

新元号となる来年に向けて様々な課題はありますが、読者の皆さまにおかれましては、どうぞよいお年をお迎えください。

< JMRA 広報・宣伝委員会 >

> [メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

<特集> マーケティング・リサーチ・テクノロジー展 開催報告

AI 研究の最先端の講演や出展企業によるプレゼンテーションがありました

2018 年 11 月 29 日（木）に開催したマーケティング・リサーチ・テクノロジー展では、60 名を超える参加をいただくとともに、多くの好評をいただきました。当日は静岡大学の須藤明人先生より、AI による新しく効果的な情報を生み出す「創造性」の研究成果を用いた企業との事例についての講演をいただきました。また、出展企業によるマーケティング・リサーチ関連の商品・サービスのプレゼンテーションがありました。

> 開催報告・講演資料等はこちら（前編）

> 開催報告・講演資料等はこちら（後編）

<連載・第 1 回>

マーケティング・リサーチ・テクノロジー展

当日発表された研究や商品・サービスをご紹介します

2018 年 11 月に開催し、好評を博したマーケティング・リサーチ・テクノロジー展。こちらで発表された研究成果や商品・サービスを 4 回にわたってご紹介します。

第 1 回は、TOSYS 社です。

TOSYS 社からは、フューチャースタANDARD社と連携し、AI を活用した交通量調査解析サービス「Lifestyle eye」の紹介がありました。こちらはビデオカメラの映像を通じて、AI が人や車両の区別のみならず、見た目からの年齢・男女の別や車種等を画像解析するサービスです。

今回ご紹介した TOSYS 社の詳しい関連情報は、下記のリンクに掲載しています。

> 開催報告のページはこちら

> プレスリリースはこちらから（外部サイト：TOSYS 社）



IoT映像連携ソリューション～ AIを活用した交通量調査解析サービス



株式会社TOSYS

Lifestyle eye



<TOPICS>

「ズームアップ！わが社のリサーチャー」の記事を集約
これまで登場いただいた方々を一度にご覧いただけます

当メルマガの人気コーナーである「ズームアップ！わが社のリサーチャー」の記事をランディングページにまとめました。各社の中堅リサーチャーの方々が語っていただいた「リサーチャーとして成長した時」「今だから言える失敗談」等を改めてご覧いただけます。

> 詳しくはこちら



<TOPICS> JIS Q 15001 個人情報保護マネジメントシステム – 要求事項の改正に伴う説明会を開催

2018年11月30日（金）に、10月31日に発行した「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」に伴う JIS Q 15001：2017 に準拠した新たな個人情報の取り扱いに関する説明会を開催しました。

JMRA 顧問弁護士であるターナー法律事務所所長弁護士の鈴木理晶先生を講師として、50 名を超える参加者に対して、プライバシーマークの要求事項における基本的な考え方や 2015 年 9 月に成立した「改正個人情報保護法」（2017 年 5 月施行）に対応する具体的な管理策の説明がありました。

また、世界的に波紋を広げている GDPR（EU の新個人情報保護法）に関し、ISO 認証支援センターの一ノ瀬裕幸 センター長より、マーケティング・リサーチ業界の対応の方向性について説明がありました。

[> 詳しくはこちら](#)

[> 書籍の注文はこちら](#)

ヒューマンリソース部署必見！

<TOPICS> セミナーのお知らせ

●定性調査 分析力を養う実践講座

- ・日程：2019 年 1 月 17 日（木）、1 月 23 日（水）、1 月 30 日（水）、2 月 1 日（金）
- ・インタビューの発言内容を有効に活用するには、発言の意味を捉えて、どう解釈するかという「分析」を実践形式で学ぶ講座です。
- ・演習では、実際の記録（過去のセミナーの模擬グループ・インタビューの発言録）を用いて考え方や手順、高度な分析手法等を学びます。

[> 詳細・お申込みはこちら](#)

<連載>「ズームアップ！ わが社のリサーチャー」

毎回、各社の中堅リサーチャーが登場。

「リサーチャーとして成長した時」「今だから言える失敗談」を語ります。

「リサーチャーとしての悩み」は、若いリサーチャーの皆さんの参考になると思います。

第7回目は、アスマーク社のY.S.さんです。

> 詳しくはこちら

07 Researcher

お名前	Y.S.
性別	女
年齢	35歳
会社	株式会社アスマーク
経験年数	10年
好きな食べ物	和食、お刺身、お寿司
座右の銘	為せば成る、日々勉強、先意承問
もし生まれ変わるならなりたいもの	猫（ずっと昼寝をしていられるから）



質問1 あなたがリサーチャーとして成長を実感したのはどんな時？

調査会社という立場上、これまで一つのカテゴリーに特化することなく、様々なカテゴリーの商品・サービスに関わっています。

また、現在はウェブ定量調査の企画・分析を担当していますが、それまではフィールドワーク系の調査や定性調査等、あらゆる業務に関わってきました。

そういった、自分のこれまでの経験から得られた知見が、現在のお客様への調査の提案に活かせていると感じるリサーチャーとしての成長実感があります。

<What's happened?>

おすすめ記事をピックアップしてご紹介

広告・マーケティングの最新動向がわかるメーカー向け専門メディア

「MarkeZine」から、おすすめ記事をピックアップしてご紹介いたします。

■「ウザい広告」のさらに上をいったのは？ 2018年上半期スマホ広告出稿量ランキング公開

モバイル広告の市場規模は推計 8,317 億円

> 詳しくはこちら（外部サイト：MarkeZine）

■「礼儀」もなく、マーケターが務まるんですか？ 広告代理店・ベンダーと真にパートナーとなる方法

今こそ発注と受注の関係を超えたパートナーに

> 詳しくはこちら（外部サイト：MarkeZine）

■ポカリ若返り戦略成功の裏には「走りながら考えられる大塚製薬の柔軟さ」がある

マスの広さとデジタルの深さを融合

> 詳しくはこちら（外部サイト：MarkeZine）

<お知らせ>

●新刊のご案内「マーケティング・リサーチ入門 – 「調査」の基本から「提言」まで」

旧出版委員会の Marketing Researcher 誌アドバイザリーメンバーであった朝野熙彦先生の新著が出版されました。本書では、何よりも具体的で実践的なアウトプットが求められているマーケティング・リサーチについて、ビジネスの実例をもとに、正しくリサーチをするための方法と実践の仕方を紹介しています。

朝野熙彦 編著／B5 判変形／240 ページ／定価 2,400 円＋税／2018 年 12 月 25 日発行
東京図書株式会社／ISBN978-4-489-02305-7 C0034

> 詳しくはこちら（外部サイト：東京図書株式会社）



●事務局年末年始休業のご連絡

JMRA 事務局は、年末年始は以下のとおり休業させていただきます。

2018 年 12 月 28 日（金）～2019 年 1 月 6 日（日）

●トップページが変わります！

2019 年 1 月に JMRA ホームページのトップページを更新します。

よくアクセスされるページへのショートカットパネルをトップページに配置することにより、皆様がこれまで以上に快適にアクセスできるようになります。

また、会員社からのお知らせも、これまでの自主調査のみから、マスコミへのプレスリリースや新商品・サービスの情報、会員社主催セミナーの情報を掲載します。

新しい JMRA ホームページのトップページをどうぞよろしくお願いします。

※正会員社のご担当者様には、別途、同報メールにて掲載依頼方法をご案内します。

<今月の一節>

昨今のデータの広がりから、消費者の行動・本質を把握するという目的においては類似する業界が多数立ち上がっている。

しかし、データを扱うためには、その目的とデータの生まれる現場、それによる偏りに対して目が向けられることが重要である。それらなしにデータの多さや多様さにだけ依存すればデータを見誤る。

データの偏りを見極め、それを適正に扱い、どう分析するか、その後どのように探索的にデータを追い詰めるかというコアの部分は我々の業界に一日の長があるといえる。

(「[JMRA マーケティング・リサーチ産業ビジョン](#)」より)

◆このメールはメルマガをご登録された方に配信しています。

◆配信停止を希望される方は下記よりお願いいたします。

<http://www.jmra-net.or.jp/mailnews/>

◆このメールは送信用アドレスから配信しているため、ご返信いただいてもお答えできませんのでご了承ください。

◆プライバシーポリシー

<http://www.jmra-net.or.jp/privercypolicy/>

◆配信元：

……………あなたの中に未来がある。……………

一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

〒101-0044

東京都千代田区鍛冶町 1-9-9 石川 L K ビル 2 階

<http://www.jmra-net.or.jp/>

office@jmra-net.or.jp

(迷惑メール対策のため、メールにてお問合わせの際は、全角「※」を半角「@」に変更してご利用ください。)