JMRA 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
JMRAメールマガジン

特　集

世界は二次データ処理活性化に向けて動く！

ESOMAR 新ガイドラインの日本語版を公開しました

TOPICS

●トピックスセミナー開催レポート　リサーチャーなら読むべき本 2022　第 3 回
●「クライアントの取り組みを聞く」シリーズ　開催報告　第 1 弾アマゾンジャパン様

Vol.59　2022/9/20 配信

猛暑がやっと落ち着いてきました。皆様いかがお過ごしでしょうか。
3 年ぶりの行動制限のない夏でしたが、感染者数が多かったこともあり、遠出をしたくても遠慮してしまう方も見受けられました。夏のお祭りやイベントは、地方では開催に踏み切ったところが目立ちましたが、東京は中止が多く寂しい限りです。その分 9 月の三連休にと個人的に計画を立てたものの、今度は台風。お家でひっそりすることにします。お出かけになる方は、お気をつけて行ってらっしゃいませ。

＜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

世界は二次データ処理活性化に向けて動く！
ESOMAR 新ガイドラインの日本語版を公開しました

ESOMAR では、EU の新個人情報保護法制である GDPR の施行（2018 年 5 月）を受け、従来の各種ガイドラインを 3 本に再整理する作業を続けて来ました。今年 6 月に 3 本目の「調査のための二次データ処理に関するガイドライン」が公表され、このほど日本語訳が完成しましたので、ご案内いたします。
検討開始からかなりの時間を要しましたが、この間に個人データ保護をめぐる国際環境は著しく変化し、クッキーや広告 ID をはじめとする個人や端末を特定する技術には大きな制約が課されるところとなりました。私たち調査機関が果たすべき役割は変わりませんが、二次データの量と分析ニーズはますます増大し、関わる機会や処理する範囲・ボリューム等は拡大する一方です。
本ガイドラインでは、調査機関が理解しておくべき原則や責任範囲、法制度の理解等が整理されています。日本ではなじみの薄い概念もありますが、今後の事業拡張を展望するためにも、ご理解のほどよろしくお願いいたします（JMRA では近日中に説明会を開催する予定です）。

詳しくはこちら

TOPICS

トピックスセミナー開催レポート

リサーチャーなら読むべき本 2022　第 3 回

広報セミナー委員会では、業界で今、注目されている本の著者ご本人に登壇いただく全 4 回シリーズのセミナー『リサーチャーが読むべき本 2022　著者が語るセミナー』を開催しています。
今回は、8 月 4 日に開催されました水野誠氏の講演「マーケティングは進化する　クリエイティブな Market＋ing の発想」の模様をレポートします。

詳しくはこちら

TOPICS

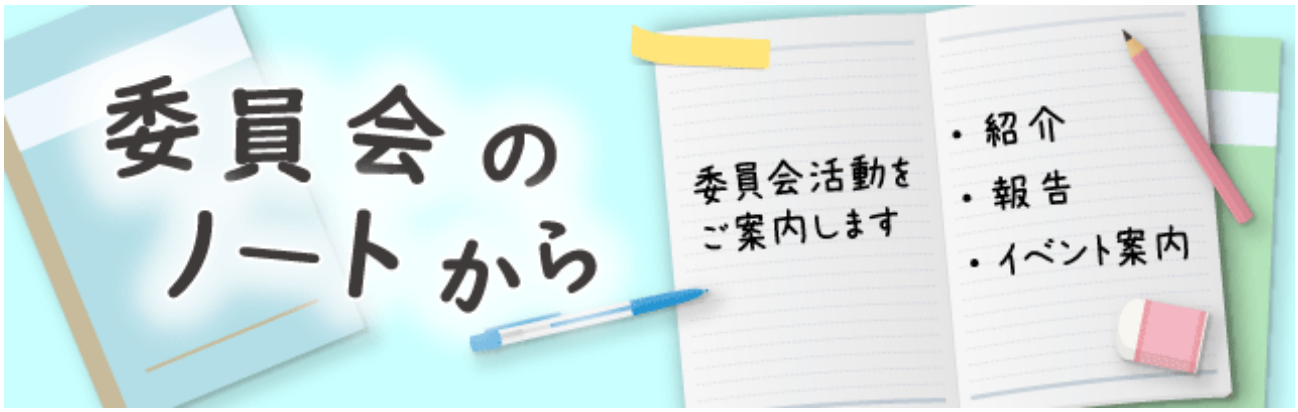
「クライアントの取り組みを聞く」シリーズ　開催報告

シリーズ第 1 弾：アマゾンジャパン様（8/23 実施）

「シリーズ第 1 弾：アマゾンジャパン様」は大好評のうちに終了しました。
参加者の皆さまからは、「アジャイル手法を用いてインサイトからアクションにつなげる施策を具体的に聞けて非常に参考になった」、「アジャイルの活用・有益性、それが重要であることの背景、そしてインサイトの先のインプリケーションが求められている、といったことを一気に理解することができた」など、たいへん有用であったとの声を多数いただくことができました。
期間限定で、当日の記録動画の URL とパスワードをお知らせしています。

詳しくはこちら

連　載



JMRA では、多くの委員会が活動しています。それぞれの委員会がどのような方向性で何に取り組んでいるのか、毎月ひとつの委員会を取り上げ、情報の発信をいただきます。
今回は**インターネット調査品質委員会**です。

詳しくはこちら

連　載

最近 JMRA マーケティングデータ・ストレージに掲載された会員社の自主調査から、ウェブ・メルマガ分科会が精選した自主調査をご紹介します。

今月の注目調査

●Z 世代のイマ～新たな美意識と推し活・オタ活編

(2022.8.29 日本インフォメーション(株))

少し前のオタクというと…所謂アキバ系を連想（容姿やファッションには無頓着）されると思います。しかし、今時の Z 世代は容姿のロールモ

今月の注目調査

●メタバースに関する調査（2020 年）浸透状況編

(2022.9.8 (株)クロス・マーケティング)

「メタバース」についてあなたはどの程度ご存知ですか？　本調査によると認知率は 61%、詳細認知者はなんと 5%！…だそうです。今、情

デル（見た目の目標）のレベルが高く、SNS で美容情報を収集し、常にレベルアップを図っているそうです。

報を得れば自慢できるかも（誰に、どこで？）。

詳しくはこちら
（JMRAマーケティングデータ・ストレージ）

詳しくはこちら
（JMRAマーケティングデータ・ストレージ）

連　載

トランスフォーミング　インサイト

インサイト部門のリーダーたちの学びと情報交換のための組織インサイトマネジメントアカデミー IMC の CEO ジェームズ・ウィッチャーリー氏の『トランスフォーミング・インサイト～成功する企業インサイトチームの 42 の秘訣～』という本を元に、リサーチ業界にとってのクライアントである企業の「インサイト部門」にとっての課題を掘り下げていきます。

今回は「第 1 部　組織にとっての価値を特定する」より
第 4 章　数字を作る
第 5 章　本当の課題を突き止める
を紹介します。

著者：ジェームズ・ウィッチャーリー　インサイトマネジメントアカデミー　CEO
翻訳：岸田　典子　リサーチ・コンサルタント

詳しくはこちら

連　載

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マーケタ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。

●90 周年を迎えるレゴグループのデジタル戦略

子どもたちの体験をリッチにし、継続した遊びにつなげる

詳しくはこちら
（外部サイト:MarkeZine）

●Z 世代と社会課題をつなぐのは企業！

SHIBUYA109 lab.と無印良品が見据える、現在と未来

詳しくはこちら
（外部サイト:MarkeZine）

育成講座・セミナー・イベント・説明会のお知らせ

●「クライアントの取り組みを聞く」シリーズ第 2 弾
9/29（木）16:00～はハルメクホールディングス様ご登壇！

JMRA リサーチ・イノベーション委員会では、企業のインサイト部門責任者の方々にインサイト機能の進化・多様化への取り組みを聞くシリーズ企画を開始しています（参加費無料）。
第 2 回は、ハルメクホールディングス　生きかた上手研究所所長の梅津順江様をゲストにお招きします。ハルメクは 50 代以上のシニア女性のインサイトを活かした雑誌の特集企画や、通信販売の商品開発で知られています。今回は梅津様に事業課題の捉え方と取り組み方、リサーチのビジネス活用の強みと難しさ、インサイト産業化を目指すリサーチ業界への期待などについて語っていただきます。

・日程：2022 年 9 月 29 日（木）16:00～17:00
オンライン無料イベントです。Zoom ウェビナーを使用します。

詳しくはこちら

マーケティング・リサーチ ベーシックコース（秋季）
2022年9月1日(木)～10月28日(金)

●マーケティング・リサーチ ベーシックコース（秋季）
本講座は、リサーチの全体像の知識取得と理解を目的として開講するものです。
講座の内容は、マーケティング・リサーチの基本である、定量調査と定性調査の基礎をマーケティング・リサーチの全体を俯瞰しながら体系的に学びます。

・視聴期間：2022 年 9 月 1 日（木）10:00 開講～10 月 28 日（金）17:00 まで
オンデマンド講座です。視聴期間に入っても、10 月 17 日（月）17:00 まで申し込みを受け付けます。

詳しくはこちら

マネージャー育成講座（秋季）
2022年10月5日(水)・19日(水)・11月2日(水)・16日(水)・30日(水)

●［大幅リニューアル！］マネージャー育成講座（秋季）
「若手のリサーチ・マネージャー＆マネージャー候補生」を主たる対象とした、経営やマーケティング分野の基礎知識を身につけていただくための講座（全 5 回）を、大幅にリニューアルして 10 月に開講します。受講費用も「特別半額キャンペーン」で参加しやすくなりました。
オンデマンド動画視聴による事前学習と、Zoom ミーティングによる補講＋グループワークを通じた、リサーチ＋業界周辺領域の知見を学ぶ、少数精鋭の研修講座となります。
全 5 回一括受講コースのほか、個別テーマごとの受講も可能になりました。
リンク先のページにある「募集要項の詳細（PDF）」もあわせてご覧ください。

・日程：10 月 5 日（水）・19 日（水）・11 月 2 日（水）・16 日（水）・30 日（水）各日 15:00～17:00
Zoom ミーティングを使用します。

詳しくはこちら

定性調査がわかる基礎講座（秋季）
2022年10月26日(水)・27日(木)

●定性調査がわかる基礎講座（秋季）
実務経験豊富な講師陣が、体験に基づいた定性調査の魅力と基礎知識をぎゅっと凝縮してお伝えします。
これから定性調査に取り組もうという方、定性調査のプロジェクトを進める上でのビギナーやアシスタントの役割を担う方にご参加いただきたいオンライン講座です。
定性調査のおもしろさ、醍醐味、実務の流れ、設計上必要なこと、注意点を、講義とワークと Q&A で、体感的に学べます。
春と同じ内容の講座を開催予定です。

・日程：2022 年 10 月 26 日（水）・27 日（木）各日 15:00～17:30
オンライン講座です。Zoom ミーティングを使用します。

詳しくはこちら

インタビュースキル養成講座
2022年11月1日(火)・9日(水)・17日(木)・24日(木)

●定性調査インタビュースキル養成講座
定性調査のインタビューは、人間の行動の奥にある、外からは中々見えない意味を理解するため行います。
そのためにインタビュアーは、単に言葉や反応を引き出すだけでなく、その奥にある意味となる気持ちを引き出す役割が期待されています。
特に、業務スピードが求められている最近の調査では、インタビューの時点で心の奥底にある意味も出すことが求められています。

このセミナーは、インタビュアー、ないしは分析者として
1. 定性調査の価値の再確認
2. 分析に耐えられる、奥行きのある定性情報を引き出すための反応や発言の聴き方
　ー聞き方、摘まみ方、プロービング
3. そのための対象者との信頼関係の作り方などのテクニック
を身につけていただくことを意図しています。

・**日程**：2022 年 11 月 1 日（火）・9 日（水）・17 日（木）・24 日（木）各日：13:00～17:00
Zoom ミーティングを使用します。

詳しくはこちら

お知らせ

●ワールドマーケティングサミットオンライン 2022 を今年も開催！
2014 年より毎年開催されてきたワールドマーケティングサミットが、今年もオンラインで開催されます。
フィリップ・コトラー、ピーター・ドラッカー、デービッド・アーカー、アル・ライズ、ヘンリー・ミンツバーグ…。世界のマーケティング・経営の英知が集結します。
新設された日本語サイトでは、特に重要かつ質の高い講演を紹介。翻訳に関わる視聴時のストレスがありません。
さらにフィリップ・コトラー教授と株式会社シナモン　代表取締役社長 CEO　平野未来氏による特別セッションを開催します。
より盛りだくさんな内容になったワールドマーケティングサミットオンラインをぜひご視聴ください。

詳しくはこちら
（外部サイト:日本マーケティング協会）

●JMRA 後援イベント「HMIC カンファレンス 2022」のご案内

JMRA では、市場調査業界のドメイン拡張と関連業界とのコラボ促進を目指して、「HMIC カンファレンス 2022」を後援します。
こちらのイベントは、医療領域の事業会社と市場調査会社の連携によるカンファレンスです。

詳しくはこちら
(外部サイト:HMICカンファレンス2022)

●日本広告審査機構のセミナーに登壇します

9 月 22 日に開催される JARO（公益社団法人 日本広告審査機構）のセミナー「No.1 表示の留意点－景品表示法上の No.1 表示の考え方と措置命令、業界団体の手引き・ガイドライン解説－」に、村上智人副会長と村上智章インターネット調査品質委員会委員長が登壇します。

詳しくはこちら
(外部サイト:日本広告審査機構)

●プログラム発表！ 2022 APRC Conference in Seoul
韓国入国ビザ不要に！（10/21 ハイブリッド開催）

2022 APRC Annual Conference（韓国・ソウル市）が約1ヵ月後に迫りました。折しも感染症対策の緩和が発表され、韓国訪問はビザ不要（K-ETA 登録のみ）となっています。この機会に直接参加を希望される方は、JMRA 事務局までお問い合わせください。

・**日時**：2022 年 10 月 21 日（金）10：00～18：00（日本との時差なし）
・**会場**：ノボテル アンバサダー ソウル 江南ホテル（＋ オンライン中継）
・**統一テーマ**："Take the first step into a new world"
オンライン視聴ご希望の方にも追って詳細をご案内いたします。日程の確保をよろしくお願いいたします。

詳しくはこちら
(英文・PDF:1.40 MB)

●統計の日のご案内

毎年 10 月 18 日は「統計の日」です。総務省では、統計に対する関心と理解を深めるため、ポスターの作成やイベントを企画しています。

詳しくはこちら
（外部サイト：総務省）

ジャムラー※のつぶやき

※ジャムラー：JMRA に集う人を「ジャムラー」という、らしい・・・

JMRA メルマガ 59 号をお届けしました。

皆さんは 59 という数字に思うところはありますか？　私は、デジタル時計の“59 秒”の表示に不思議な思いに駆られることがあります。

それは、アナログ時計との対比によるところ大です。というのも、「時を刻む」点においては双方同じですが、アナログ時計は“針”の動きが連続していることで、物事の継続性に疑問を感じませんし、更に積み上げていく必要性も感じます。

ところが、デジタル時計の場合は“59”秒の次は“0 秒”にリセットされます。もちろん、新しい”分“を刻むためですが、“59 → 0”の動きは、“1 → 59”まで積み上げてきたものがクリアされるように思えてなりません。

まさに「分刻みの〇〇」とあるように、1 分内に物事を完結させるようなせわしなさを感じるためかも…。こんなことを考えるのは何か変ですかね。

◆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 こちらよりお願いいたします。
◆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は こちらをご覧ください。
◆配信元：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LKビル 2 階
http://www.jmra-net.or.jp/　　office@jmra-net.or.jp