

マーケティング・リサーチ綱領
(2025年9月26日改訂)

【序】

デジタル技術の進化は、私たちの社会構造や価値観、そして企業と生活者の関係性に根本的な変化をもたらしています。生成 AI や量子コンピューティング、ブロックチェーンといった先端技術の台頭により、情報の取得・分析・活用のスピードと精度は飛躍的に向上しました。これにより、企業はよりリアルタイムかつ個別最適化された意思決定を行うことが可能となり、生活者もまた、かつてないほど多様な選択肢と情報にアクセスできるようになっています。

このような環境下で、マーケティング・リサーチの役割も大きく変容しています。従来の調査手法に加え、SNS 上の発言、位置情報、購買履歴、ウェアラブルデバイスから得られる生体データなど、多様なデータが分析対象となり、リサーチャーには高度なデータリテラシーと倫理的判断力が求められています。AI による自動分析や予測モデルの活用も進み、リサーチは単なる「現状把握」から「未来の選択肢や可能性を拓ける」活動へと進化しています。

一方で、情報の利活用が進むほど、個人のプライバシーやデータの取り扱いに対する社会的な懸念も高まっています。個人情報保護法や GDPR などの法制度は年々厳格化しており、企業やリサーチャーには、透明性・説明責任・本人の同意を前提としたデータ活用が強く求められています。信頼を得ることは、単なる法令遵守にとどまらず、我々マーケティング・リサーチ業界の持続的成長と社会的信用の基盤となるものです。

今回、私たちはマーケティング・リサーチ産業のビジョンを、これまでの枠組みにとらわれず拡張し、「新産業ビジョン」を策定しました。その中心には、協会員一人ひとりが主体者として立ち、産業の未来を切り拓いていく姿勢が求められます。また、目的を共有する新たな産業領域との連携を通じて、マーケティング・リサーチ産業の可能性を広げていくことも重要です。こうした変化の中で、守るべき概念と新たに加えるべき概念を見極めながら、時代に即した綱領といたしました。また、合わせて、AI やビッグデータの活用、個人情報保護への関心の高まりなど、マーケティング・リサーチを取り巻く環境の変化に対応するため ESOMAR 国際綱領の改訂内容も一部反映しています。

マーケティング・リサーチに携わるすべてのリサーチャーは、技術の進歩に対応するだけでなく、人間中心の視点を持ち続けることが不可欠です。そしてデータの背後にある「人」の声や感情を丁寧に読み解き、データ提供者のみならず探求の主体者として社会にとって有益な知見を導き出し、顧客企業や社会のイノベーションに貢献すること。それこそが、これからのリサーチャーに求められる本質的な使命であり、社会との信頼関係を築くための出発点となると考え、本綱領を改訂するものです。

【目的と適用範囲】

本綱領は、マーケティング・リサーチに携わる人々の自己規制の枠組みとして制定されたものである。本綱領は、マーケティング・リサーチに対する社会的な信頼を維持するために、倫理的かつ専門的な行動指針を定めるとともに、関連する国、地域の法律または規制、およびより高い基準を定める産業的／職業的行動規範の厳格な遵守を要求している。本綱領は、さまざまなデータソースを扱うリサーチャーが、データの提供者ならびにクライアントに対して、倫理的、専門的、法的責任を果たし続けることを保証する。

【解釈】

個人情報の取扱いについては、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会が制定する『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』と併せて解釈されるべきである。本綱領の承認および遵守は、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）の正会員社の必須要件であり、JMRA の正会員社が本綱領に違反した場合は、JMRA の諸規程に則って厳正な措置を行うものとする。

これに対して、調査プロジェクトに携わる JMRA の正会員社以外の法人または個人（クライアント企業および同企業内で調査プロジェクトに携わる人々を含む）にとっては、本綱領の遵守は必須要件とはならないが、不適切な調査プロジェクトの実施によってマーケティング・リサーチの信頼を損なうことのないよう、クライアント企業（JMRA 賛助会員であるクライアントにおいては特に）を含む、調査プロジェクトの実施に携わるすべての法人および個人においても、本綱領が尊重されることを期待するものである。

本綱領は、その文言のみならず、その精神を汲んで運用されることを前提としている。

【定義】

本綱領で使用される用語の定義は下記のとおりとする。下記に掲げる以外の用語の定義については、関連する法令、ガイドライン及び業界で一般的に認められる定義によるものとする。

「マーケティング・リサーチ」

企業や団体、政府等の意思決定を支援することを目的として、統計学および社会科学、行動科学、データサイエンス等の理論または手法を用いて、個人または組織に関する情報をデータとして収集し、分析・解釈し、インサイトを導出する一連の活動及びその構成要素である一部の活動。上記にあてはまる限り、すべての形態の市場調査、世論調査、社会調査およびデータ解析を含む。本綱領では、「マーケティング・リサーチ」と

「リサーチ」および「調査」を同義として扱う。

「調査対象者」

マーケティング・リサーチに使用される、自らに関するデータを提供する個人または組織。

「リサーチャー」

マーケティング・リサーチを企画・設計する、および／または実施する個人または組織。これに該当する限り、外部委託先およびクライアントを含む。

「クライアント」

リサーチプロジェクトの全部または一部を委託する個人または組織。これにはリサーチの結果を購入する個人または組織を含む。リサーチプロジェクトを委託する個人または組織が、当該リサーチプロジェクトの企画・設計または実施に関与する場合、本綱領の範囲において、当該個人または組織はクライアントであると同時にリサーチャーである。

「受動的データ収集」

観察、測定、自動記録等、調査対象者の回答に依らない方法による調査対象者に関するデータの収集。

「二次取得データ」

当該リサーチプロジェクト以外の目的で収集された調査対象者に関するデータ。

「AI（人工知能）」

人間の知能と問題解決能力をシミュレートするように設計された一連のテクノロジー。

「同意」

「同意」とは、自身に関する情報がリサーチャーから示された取扱い方法で取り扱われることを承諾する旨の本人の意思表示をいい、リサーチャーが同意を取得するにあたっては、リサーチの性質および個人情報の取扱状況に応じ、合理的かつ適切な方法によらなければならない。これには、本人が同意に係る判断を行うために必要と考えられる十分な情報を提供することを含む。

「子供」

年齢の若さに起因して、調査への参加の諾否を含む適切な意思表示や、責任ある回答ができない可能性が高い人。目安として中学生以下または15歳以下をいう。

「若年者」

年齢の若さおよび社会的経験の不足により、自身の権利利益を守るための十分な判断能力が醸成されていない可能性がある人。目安として、中学卒業～高校生以下、または16歳～18歳未満をいう。

【基本原則】

本綱領は、次の5つの基本原則に基づいている。本綱領の解釈と適用は、これらの原則

に基づいて行われなければならない。

1. 適法・公正、透明性、誠実さ

リサーチャーは、すべての調査を、適法・公正かつ透明性をもって誠実に実施しなければならない。

2. 調査対象者の保護

リサーチャーは、調査対象者を保護するため、すべての調査を、十分な注意を払って行わなければならない。調査対象者の人権を侵害したり、身体的、精神的、経済的を含むいかなる側面でも調査対象者に被害を与えることのないようにしなければならない。

3. 個人情報の保護

リサーチャーは、調査で使用する個人情報の利用目的および取扱い方法について、調査対象者に明確に説明し、同意を得なければならない。また、すべての調査対象者の個人情報を、漏えい等の事故や目的外の使用から完全に保護しなければならない。さらに、提供先において個人情報として取得されることが想定される情報の提供についても、十分な注意を払って行わなければならない。

4. 倫理的行動

リサーチャーは、常に倫理的に行動しなければならず、マーケティング・リサーチに対する社会的信頼を損なったり、調査・インサイト産業の評判を傷つけるようなことをしてはならない。

5. 調査に対する責任

リサーチャーは、調査プロジェクトが本綱領に則って実施されることに対して全体的な責任を有する。調査プロジェクトの一部のプロセスを担当する者は、その専門性及び能力に見合った相応の責任を有する。

【条文】

●職業上の責任

第1条（法令遵守、公明正大さ）

リサーチャーは、関係するすべての国内および国際的な法令・規制要求事項、ならびに業界ガイドラインを遵守しなければならない。

リサーチプロジェクトは、適法、公明正大、誠実、客観的でなければならず、かつ、適切な科学的諸原則に基づいて実施されなければならない。

第2条（差別の禁止）

リサーチャーは、国籍、人種、信条、性別、社会的身分または門地等により、何人に対しても不当な差別的取扱いをしてはならない。

第3条（不正行為の禁止）

リサーチャーは、収集したデータまたはリサーチの結果を、恣意的に改ざん、捏造、加工または削除してはならない。リサーチの品質を確保するため、やむをえずデータを加工または削除する必要がある場合は、その目的と手順を記録し、クライアントから要請があった場合には開示しなければならない。

第4条（個人情報の管理、保護、移転）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報の漏えい、滅失またはき損の防止その他の個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じなければならない。

リサーチャーは、個人情報の利用目的が達成され、当該目的との関係において当該個人情報を保有する合理的な理由が存在しなくなった場合は、当該個人情報を遅滞なく消去または匿名化するよう努めなければならない。

調査対象者の個人データを第三者（クライアントを含む）に提供する場合には、あらかじめ調査対象者の同意を得ているか、または適切な法的根拠に基づかなければならない。これには国境をまたぐ個人情報の移転も含まれる。

第5条（調査と調査以外の活動の区別）

リサーチプロジェクトは、個々の調査対象者に向けられた一切の商業的活動（例えば広告、セールス・プロモーション、ダイレクト・マーケティング、ダイレクト販売など）を含む、調査以外の活動と明確に区別して実施されなければならない。

調査対象者に、調査以外の活動を調査と誤認させてはならない。

第6条（クライアントへの説明責任）

リサーチャーは、リサーチプロジェクトについて、クライアントに適切、かつ詳細な技術情報を提供しなければならない。また、クライアントからの要請があった場合、データの収集、加工、分析、解釈についての品質チェックの機会を提供するよう努めなければならない。

第7条（事実と解釈の区別）

リサーチャーは、調査結果とその解釈が、データによって明確かつ適切に裏付けられていることを保証しなければならない。また、調査から導き出されるインサイトや提言については、事実としての調査結果とは明確に区別し、その導出理由について適切に説明しなければならない。

第8条（結果公表時の注意点）

リサーチャーは、クライアントがリサーチプロジェクトの結果を、その一部でも公表しようとする場合、公表の形式および内容について、リサーチャーに事前に相談するようクライアントに要請しなければならない。公表された結果が誤解を招かないよう配慮することは、リサーチャーおよびクライアント双方の責任である。

リサーチャーとクライアントは、リサーチプロジェクトの結果を公表する場合、情報の受け手が、公表された結果の妥当性を検証するために十分な情報もあわせて公開することが望ましい。

第9条（透明性等）

リサーチャーは、リサーチプロジェクトを正確、透明かつ客観的に実施しなければならない。調査目的の達成や、クライアントの要求事項や品質を満たすにあたり問題となる事項については、速やかにクライアントに報告しなければならない。

第10条（秘密情報の管理）

リサーチャーおよびクライアントは、リサーチプロジェクトに関連する秘密情報（営業情報、技術情報、知的財産権等）の漏えい、滅失、き損を防止するため、相互に必要なかつ適切な措置を講じなければならない。

リサーチャーおよびクライアントは、リサーチプロジェクトに関連するすべての成果物に含まれる知的財産権を侵害してはならない。侵害には、外部の第三者に開示することおよび当該成果物を生成 AI の学習データとして利用することも含まれる場合がある。

第11条（啓発、普及）

リサーチャーは、マーケティング・リサーチの社会的意義について啓発、普及に努めなければならない。また、リサーチャーは、クライアント、二次契約者およびその他の関係者に対して、本綱領の要求事項を遵守するよう要請しなければならない。クライアント、二次契約者、その他リサーチプロジェクトに関与する外部の組織および個人との契約の内容に、本綱領の遵守に関する事項を含めることが望ましい。

●調査対象者の保護

第12条（自由意思の尊重）

リサーチプロジェクトへの協力は、調査対象者の自由意思によるものである。調査対象者にリサーチプロジェクトへの参加と協力を求めるにあたっては、十分かつ誤解を招かないよう、リサーチャーは、リサーチプロジェクトの概要（調査主体、調査の目的、調査方法、個人情報利用目的、個人情報を与えることの任意性等）について誠実に説明しなければならない。

リサーチャーは、調査対象者がいつでも調査から離脱できることを保証しなければならない。調査対象者が調査から離脱した場合、要請に応じて技術的および運用上可能な範囲で当該調査対象者に関するデータを削除しなければならない。

第13条（目的の通知、目的外利用の禁止）

リサーチャーは、リサーチの目的で調査対象者から個人情報を取得しようとする場合は、あらかじめ調査対象者に自らの身元を明らかにし、取得の目的を明確に伝えなければならない。調査対象者の同意または適切な法的根拠がないまま、調査対象者の個人情報を当初の目的以外の目的で使用してはならず、当該個人情報が他者（クライアントを含む）によって当初の目的以外に使用されることを認めてはならない。

第14条（個人情報取得の制限）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報の取得を、リサーチプロジェクトの目的に照ら

して、必要最小限の項目にとどめなければならない。

第 15 条（負荷の軽減）

リサーチャーおよびクライアントは、調査対象者への負荷を軽減するため、質問数、質問形式、回答デバイス等を考慮した最適な設計が実現できるよう、相互に努力しなければならない。

第 16 条（提供先に関する説明・同意の取得）

リサーチャーは、調査対象者の個人情報を第三者（クライアントを含む）に開示してはならない。ただし、事前に第三者に提供する目的等を明示し、調査対象者本人の同意を得ている場合、または法令に基づく場合はこの限りではない。

第 17 条（子供、若年者等の保護）

リサーチャーは、子供や若年者からデータを収集するにあたっては、特別な配慮をしなければならない。調査対象者が疾患や障がい等により本人の意思決定や意思表示が困難な場合も同様に、特別な配慮が必要である。調査対象者が子供の場合は、事前にその親またはその親に代わる親権者等の同意を得なければならない。

第 18 条（個人の権利の尊重）

リサーチャーは、調査対象者の個人としての権利を尊重しなければならない。調査対象者がリサーチプロジェクトに協力したことの直接的結果によって、身体的、精神的、経済的、その他一切の被害（名誉や信用の毀損等の無形の危害を含む）を受けたり、不利益を被ることがあってはならない。

第 19 条（受動的データ収集）

受動的データ収集は、調査対象者の同意に基づいて行われなければならない。技術的または運用上困難な場合や、調査結果に影響を及ぼす恐れがあるなどの理由から事前に同意を得ることが難しい場合は、①事後速やかに同意を取得する、②必要事項をあらかじめ告知する、③必要事項をあらかじめ公表した上で、公表していること及び公表にアクセスする方法等を告知する、の順序で善後策を講じなければならない。また、①～③のいずれかの方法をとる場合は、調査対象者からの要請に応じて、技術的および運用上可能な範囲で、当該調査対象者に関する調査データを消去または削除しなければならない。

第 20 条（二次取得データの適法性）

リサーチャーは、二次取得データを使用する場合、あらかじめそのデータが適法に収集されたものであることを確認するとともに、調査対象者に対する通知および同意の取得の必要性を判断しなければならない。

第 21 条（個人が追跡される可能性の排除）

リサーチャーは、いかなる方法によっても、調査データから調査対象者の身元が追跡され、特定される可能性がないよう、十分に配慮しなければならない。これには AI 等による高度な分析技術によって個人を推定することや、調査データを他の情報（クライア

ントまたは第三者が保有するデータやパブリックドメインの情報など）と組み合わせることによって個人の特定が可能になる場合などが含まれる。

第 22 条 （AI 等の利用）

リサーチャーは、リサーチプロジェクトの全部または一部のプロセスにおいて、AI 等の高度な情報技術が使用される場合には、以下の事項を遵守しなければならない。

- ① AI 等の高度な情報技術の利用がリサーチ結果に与える影響や、必要な技術情報について可能な限りクライアントに説明しなければならない。また事前に、利用する AI 等の高度な情報技術が、法令・規制要求事項や契約・規約等に違反していないことを確認しなければならない。さらに、AI 等の高度な情報技術の利用によって、不当な差別や偏見が起きないように公平性の担保に努めなければならない。
- ② データ収集において、調査対象者と AI に直接やり取りさせる場合には、人間による監視の範囲を明確にしたうえで、その旨を調査対象者に事前に通知しなければならない。
- ③ リサーチャーは、AI 等の高度な情報技術を利用する際にも、データの捏造や改ざん・盗用など行ってはならない。

第 23 条 （改廃）

本綱領の改廃は、一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会正会員社の総会の決議による。

（1986 年 7 月 1 日制定）

（1996 年 5 月 30 日改訂）

（2010 年 5 月 27 日改訂）

（2017 年 5 月 26 日改訂）

（2025 年 9 月 26 日改訂）