

ISO20252 基礎研修

(eラーニング版 ①)

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

はじめに：JMRA・ISO認証支援センターのご案内

◆ 2018年度JMRA総会決議に基づき、2018年7月発足

- センター長：一ノ瀬 裕幸（兼 ISO/TC225国内委員会 委員長）
- JMRAの新たな付属機関（Pマーク審査会と同種の組織）

◆ ISO20252の第三者認証取得に関わる、JMRA会員社向けコンサルティングサービスを提供

（ISO対応と密接にかかわるGDPR対策も担当）

- 1) ISO20252の第三者認証（新規）取得支援
- 2) 既存認証取得社に対する改善支援、更新サポート
- 3) ISO認証に関連するGDPR（EUの新個人情報保護規制）対応に関する相談
- 4) その他、上記に関連する事項

詳しくは、↓

<https://www.jmra-iso.biz/>

1. そもそも、ISOとは？

1-1. ISO規格とISO（国際標準化機構）



◆ ISO規格 = 一般的には「国際的な標準or標準規格」

- 国際的に共通している方が便利なものに関するルール
 - ⇒ ネジの規格、写真フィルムの感度規格（例：AS400）など
 - 逆の「困った例」としては、電気コンセントの形状など
 - ⇒ 直近では、海中「生分解性プラスチック」の規格作り（環境対策）が話題に
- 日本では「JIS規格」（JISC: 日本工業標準調査会が所管）
 - ⇒ ISOとJISとで共通のものが多いが、異なるものもある

◆ NGO組織としての ISO（国際標準化機構：本部ジュネーブ）

- 世界163団体（国・地域の代表）が加盟（2018年2月現在；以下同様）
- 加盟国からの提起に基づいてISO規格を検討・発行・維持管理
 - ⇒ 具体的には314のTC（技術委員会）で規格開発（稼働中なのは238）
 - ⇒ 有名なISO規格としては…、9001（品質）、14001（環境）、27001（情報）等

1-2. ISOは（冷たい）国際経済戦争の舞台

◆ 各国とも「標準」を握り、主導権確保をねらいたい

- 歴史的にイギリスを中心とする欧州勢が主導
 - ⇔ アメリカは協力したり、しなかったり（=独自規格を主張）
- 近年、中国の積極的な関与が目立っている
 - ⇒ 特許・知財戦略を含めた、世界経済における覇権確立の目論見

◆ 産業（業種・業界）間の「ナワバリ争い」の側面も

- 自らの産業の「垣根（適用範囲）」を守る（≡ 参入障壁作り）
- 新しい分野に「旗」を立て、自らの領域と主張する
 - ⇒ ISO19731（後述）は、ある意味ではこの典型例
 - ⇒ 現在、多くのTCがビッグデータ領域の規格開発に取り組んでいる

1-3. ISO20252ファミリーとは？

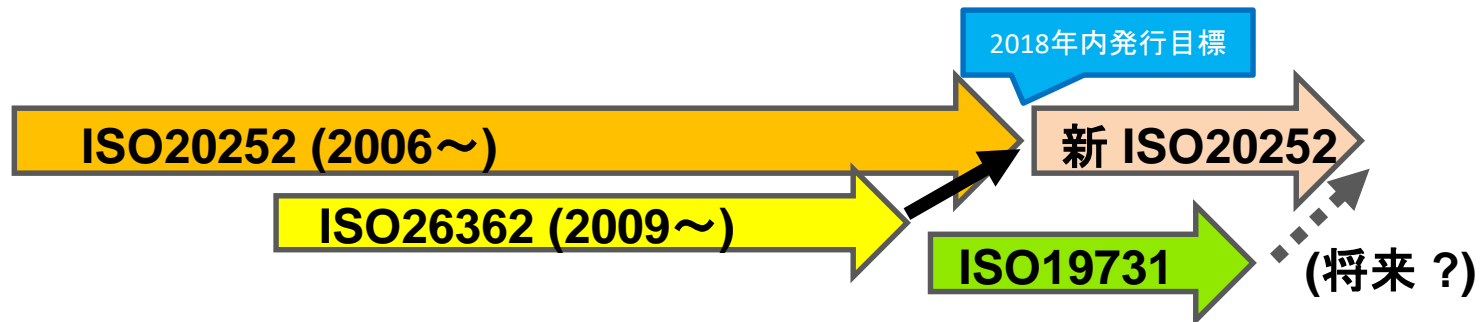
◆ 市場調査業界に特化した品質管理・保証の仕組み

- ISO9001（品質マネジメントシステム）の市場調査業界版
- 市場・世論・社会調査のプロセス管理に特化した、国際的な品質管理基準（日本のJMRQSとほぼ同様の規格）

⇒ わが国公的統計の「プロセス保証」も ISO20252に準拠


◆ 国際機関 ISO/TC 225が所管し、3規格を開発・発行

- **ISO20252: 2012** Market, opinion and social research（第3版改定途上）
- **ISO26362: 2009** Access Panels（ISO20252に統合決定済み）
- **ISO19731: 2017** Digital analytics and Web analyses（2017年6月発行）

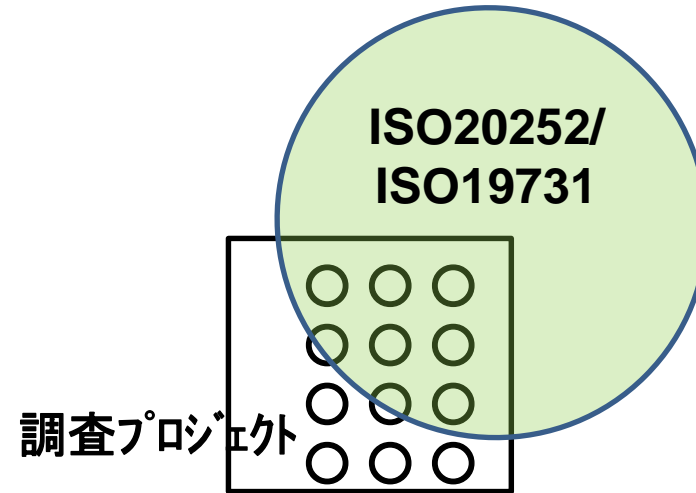
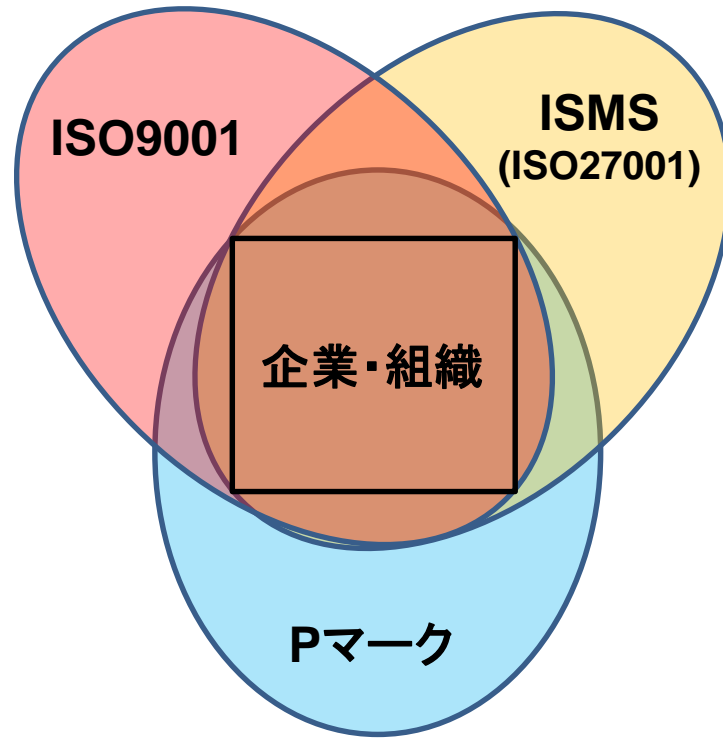


1-4. ISO20252が目指すもの

日本の官公庁でも同様・・・

- 背景に、① 多国間調査の活発化、② 顧客サイドでのリサーチ専門部署の縮小（アウトソース化）
→ どの国で調査が実施されても、同等の科学的な品質保証（「再現性」保証）担保の要請（=顧客ニーズ）
- 国際的な個人情報保護意識向上への対応
⇔ 各国でのプライバシー保護法制の強化 
- 市場調査（業界）の国際的な評価向上への期待
- 品質管理面の努力に対する正当な評価獲得
- 顧客への「安心」、「信頼」の提供
- 第三者認証取得 = リスク管理の一環

1-5. ISO20252/19731と、9001等との違いは？



・ ISO9001やPマークは「マネジメントシステム」であり、会社・組織全体にアミがかかる ⇒ **全業務が対象**

・ 一方、ISO20252/19731は「製品・サービス」の提供プロセスを認証する仕組みであり、適用「**宣言**」した**業務だけが対象**となる ↓
・ そうしたサービスを生み出す力量を認証しているとも言える

1-6. 日本の市場調査業界でのISOの歴史

◆ 1999年から2000年代にかけ、ISO9001が普及

- 背景に「職人技」の衰退、技術・技能伝承の困難化
= 「個人商店の集まり」から脱却する必要性
- 業務手順書・マニュアル類の整備、品質教育・研修…
⇒ 第三者認証取得という客観的信頼性、継続的なPDCAへの期待
- とはいえ、それでも取得社数は（推定）10数社にとどまった
- 実は、JMRAのプライバシーマーク制度も1999年が出発点
⇒ それぞれ、時代的な要請という背景もあったものと思われる

◆ 2010年7月、ISO20252認証スタート

- 初の試みで、ISO20252の初版発行（2006年）からは時間を要した
- 以後、少しずつ取得社は増えてきたが、それでもまだ8社どまり
- EUのGDPRの影響もあり、今またISOの認証が注目されている

1-7. 日本での認証スキームと認証区分

◆ マーケットリサーチサービス（MR）の認証を2種類に区分

- MRのいわゆる「フルサービス」提供機関だけでなく、
- 「データ収集プロセスのみ」の提供機関も認証対象とする

◆ さらに種別・手法別に6(8)つの「認証区分」を設定

- A 定量調査（調査員訪問型）
- B 定量調査（調査員介在型）
- C 定量調査（調査員非介在型）
- D 定性調査
- E データ分析（2018年版～）

マーケットリサーチ（MR）
サービス

- P 定量調査
- Q 定性調査
- R アクセスパネル（2018年版～）

MRデータ収集サービス

<参考 1> 日本での認証区分の詳細

① マーケットリサーチ(MR)サービス

種類	認証区分の名称	認証区分の内容
A B C	調査員訪問型 定量調査	1)訪問面接調査, 2)訪問留置調査,3)小売店監査調査(ストア・オーディット調査),4)ミステリー ショッパ ・調査員が一般家庭・小売店・事業所・医療機関等を訪問し、行う調査 ・1), 2)には調査員訪問型の継続パネル調査も含まれる。
	調査員介在型 定量調査	1)CLT(CAPIを含む), 2) 来場者調査(来街者調査、来店者調査、出口調査を含む), 3)電話調 査(CATI含む), 4)観察調査(交通量調査、来店客動線調査を含む) ・調査員(電話オペレータ含む)が限定されたエリア内で管理者の監督の下で行う調査
	調査員非介在型 定量調査	1)インターネット調査, 2)郵送調査, 3)装置設置型調査 ・データ収集時に調査員が介在せず、対象者が所有する情報通信機器、対象者(宅)・対象店 に設置した装置、調査会社の保有するシステム(仕組み)を活用し、データを収集する調査 ・1)にはモバイル(携帯電話)調査も含まれる ・3)には装置設置型の継続パネル調査も含まれ、視聴率調査、スキャニング方式の小売店・ 消費者調査などが該当する。他にオートコール電話調査、FAX調査、アイカメラ購買行動調査 などが含まれる
D	定性調査	1)グループインタビュー, 2)デプスインタビュー, 3)オンライン定性調査, 4)エスノグラフィー調査

「E: データ分析」、「R: アクセスパネル」を追加 (2018版)

② MRデータ収集サービス

P	定量調査データ収集	上記区分の定量調査(A,B,C)に対応する実態調査
Q	定性調査データ収集	上記区分の定性調査(D)に対応する実態調査

1-8. 改定第3版（2018年版）で何が変わる？



1. アクセスパネルの運営管理プロセスを認証（新）

- （旧ISO26362）調査モニター組織を保有する会員社には必須！

2. ビッグデータ分析の管理プロセスを認証（新）

- ISO19731（デジタル分析/Web解析）の内容を包含

3. 調査会社の得意領域に応じた、詳細な認証範囲の設定（改良）

- 現在の認証区分を踏襲しつつ「適用宣言書」で詳細定義



経済産業省支援のもと、JIS規格化に取り組む（2019年内目標）

JMRA ISO認証支援センター

<https://www.jmra-iso.biz>

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