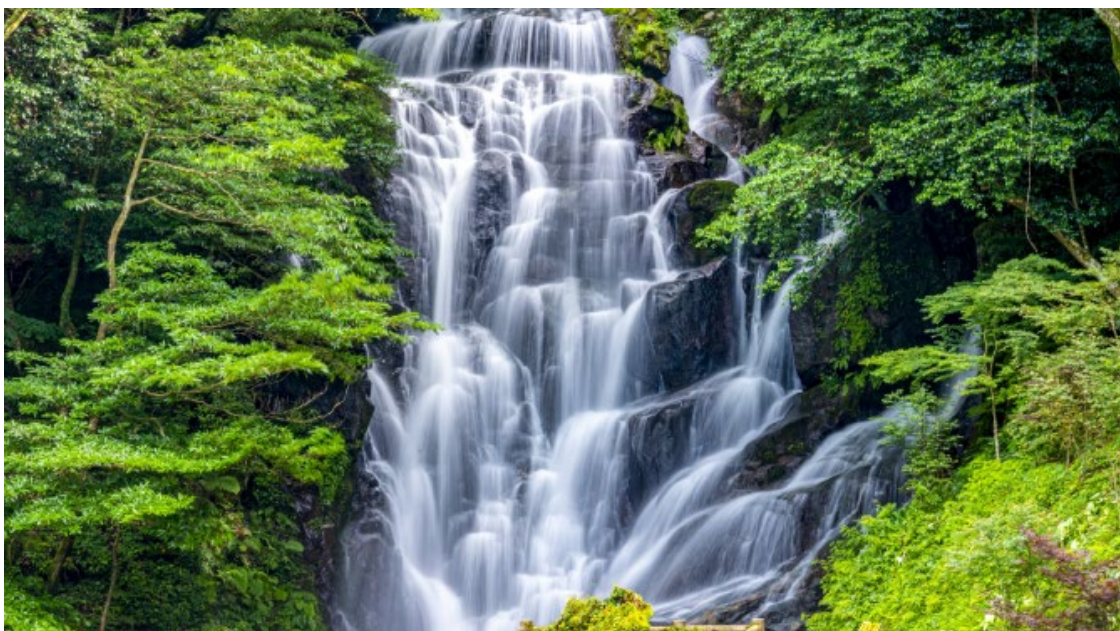




特 集

●第 51 回 経營業務実態調査結果 解説(前編)

TOPICS

●「ICC/Esomar 国際綱領」日本語版のご案内

●JMRA アニュアル・カンファレンス 2026 セッションのご案内

Vol.105

2026/7/22 配信

このメールが配信される頃には、関東や近畿でも梅雨明けを迎え、本格的な夏が始まっているのではないのでしょうか。今年も厳しい暑さが予想されており、気象情報や暑さ指数を確認しながら日々の行動を決めることが当たり前になりつつあります。一方で、ビジネスの世界では、生成 AI の活用が「試す」段階から「成果を生み出す」段階へと移り、AI エージェントなど業務を自律的に支援する技術の活用が急速に広がっています。企業に求められるのは、AI が導き出す答えをそのまま受け入れることではなく、その背景にある生活者の意識や行動を正しく理解し、意思決定に活かすことです。

変化の激しい時代だからこそ、人を深く理解するマーケティング・リサーチの価値は、これまで以上に高まっているのではないのでしょうか。今月号も、JMRA の取り組みとともに最新の業界情報をお届けします。

[メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

特 集



第 51 回 経營業務実態調査結果 解説(前編)

日本の調査市場は前年比 101.8%、

実質ではマイナス成長

ーAI 対応が経営課題として急浮上

2026 年 6 月 24 日、JMRA では第 51 回経營業務実態調査結果を公表しました。2025 年度の日本の調査市場規模は 2,775 億円で、前年比 101.8%でした。2025 年のインフレ率は+3.2%でしたので、残念ながら実質 98.6%(1.4%減)となりました。2024 年度が 105.1%(実質+2.4%)であったことに比べれば、足踏みの年であったと言えるでしょう。

調査手法別では、パネル調査(101.4%)、アドホック調査(100.9%)、その他(101.1%)と、いずれもほぼ横ばいという結果になりました。海外との受発注も前年並みで、市場を押し上げる明確な牽引役を欠いたという見方ができると考えられます。2026 年度の見通しも 101.8%と小幅な伸びにとどまっていて、あまりよい材料が見通せていない状況です。

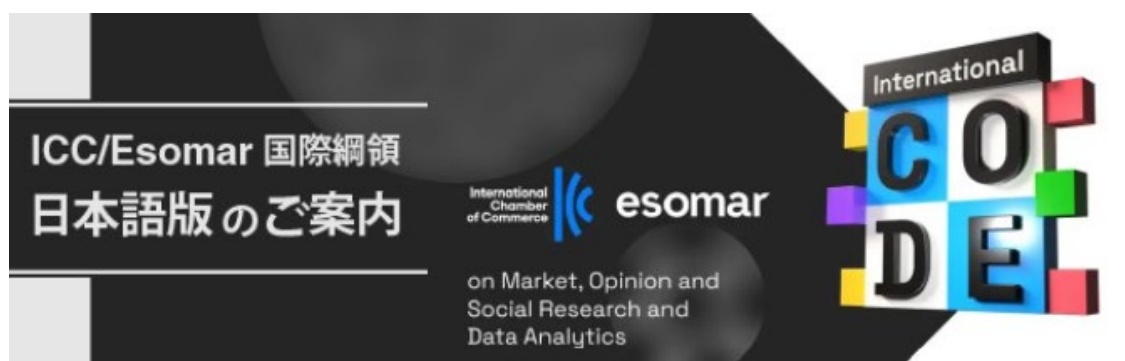
「経営上の問題点」の上位には「人件費高騰(48.2%)」と「中堅リサーチャー不足(45.9%)」に続き、今回初めて選択肢に加えた「AI の実務導入」が 44.7%となり、3 位に登場しました。追加質問として聞いた「AI 関連に支出または投資した金額」で

は、回答社ベースで前年比 2.2 倍に達しており、AI 対応が一気に進んでいるものとみられます。

なお、引き続き Esomar 提唱 8 セグメントへの拡大推計を行っており、インサイト産業全体としての日本の市場規模は 5,038 億円(従来型調査市場比 1.82 倍、前年比 105.0%)と見積もられています(次月号で詳報予定)。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS



「ICC/Esomar 国際綱領」日本語版のご案内

Esomar と ICC(国際商業会議所)が共同で制定している「ICC/Esomar 国際綱領 (ICC/Esomar International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics)」が、2025 年 6 月に改訂されたことはすでにご承知の方も多いと思います。同綱領は英語版を正本としていますが、Esomar では各言語版への翻訳を進め、順次公表しています(現在、12 言語版が公表済み)。

このほど日本語版(JMRA コンプライアンス委員会監修)も完成し、Esomar のホームページに掲載されましたのでお知らせします。

実はこれまで、同綱領については JMRA でも翻訳を作成してきましたが、Esomar が公表する正規の日本語版は存在していませんでした。今回の日本語版は Esomar との正式な取り決めに基づき、公表される運びとなったものです。海外調査を手がける際の確認資料として、またクライアントへのご案内資料として、ぜひご活用ください。

詳しくはこちら(外部サイト:Esomar PDF:1.91MB)

TOPICS



JMRA アニュアル・カンファレンス 2026 セッションのご案内

2026 年 10 月 22 日(木)にベルサール渋谷ファーストにて「JMRA アニュアル・カンファレンス 2026」を開催します。

本年のカンファレンステーマは「OPEN INSIGHT ― 人と AI がひらく、情報価値の最大化 ―」です。人と AI の共生を通じてインサイトの質とスピードを高め、競争から「共創」へと業界全体で価値の最大化に挑むという思いを込めています。

今回は、特設サイトの公開に先駆け、カンファレンスで実施される「委員会セッション」の見どころの一部をお届けします。

〈注目セッションのご紹介〉

(1) Slack に棲むリサーチエージェントたち

ファイル編集や長期記憶を備えたエージェント AI は、これからのリサーチ業務をどう変えるのか。Slack における実証実験の結果をもとに、アンド・ディの佐藤哲也氏と小川裕生氏が、これからの新しいリサーチ業務のあり方を考えます。

(2) AI 時代のリサーチの未来を守るインターネット調査サステナブル宣言

回答モニターの維持が年々厳しさを増す中、リサーチデータの源泉をどう守り抜くか。

大手調査会社 5 社の品質委員会メンバーが、これからの時代に私たちが守るべき指針と具体的なアクションを提言します。

各セッションの詳しい内容や、お申し込み方法につきましては、7 月下旬に公開予定のカンファレンス特設サイトにてご確認ください。

詳しくはこちら(ランディングページは 7 月 24 日(金)公開予定)

TOPICS

Esomar APAC 2026

「AI 時代におけるリサーチインサイトと価値の再構築」発表報告 (2026.5.28)



Esomar APAC 2026(2026.5.28)

「AI 時代におけるリサーチインサイトと 価値の再構築」発表報告

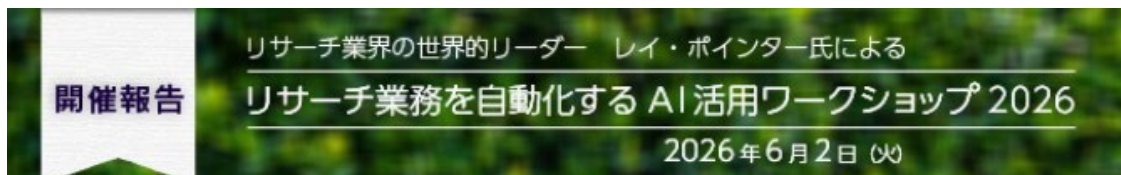
2026 年 5 月 28 日、東京で開催された Esomr APAC 2026 にて、JMRA インターネット調査品質委員会から「AI 時代におけるリサーチインサイトと価値の再構築 - 未来の研究に向けた攻めと守り」と題した発表を行いました。

AI 活用という「攻め」と、データ品質という「守り」——その両輪の視点から、リサーチ業務における AI 活用の進化とリサーチャーの役割の変化、パネル基盤を守るための「インターネット調査サステナブル宣言」の方向性を提示しました。

アジア各国の参加メンバーからも共感の声をいただき、データ品質がグローバル共通の課題であることを再認識しました。2026 年 10 月の JMRA カンファレンスでも、改めてこの議論を深めたいと考えています。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS



セミナー開催報告

レイ・ポインター氏による

リサーチ業務を自動化する AI 活用ワークショップ

ほぼ恒例となりつつある標記セミナーが、今年も開催されました。

レイ・ポインター氏は、Esomar の前プレジデントであり、リサーチ／インサイト業界のグローバルリーダーとして長く業界をけん引している、この分野の世界的な第一人者です。AI がまだ漠然と人々の話題に上がり始めたころから、いちはやくりサーチにおける AI 活用の可能性に着目し、その価値や有効な活用について、世界中のリサーチャーに発信し続けています。

日本(JMRA)でのセミナーも今年で4年目となりましたが、今回は特に盛況で、JMRA の会議室はほぼ満席となりました。受講生は持参のパソコンで生成 AI を動かしながら、AI からの回答を隣同士で見比べて確認し合ったり、自分の画面と前方モニターの画面を見比べて、AI やモデルによる回答の微妙な違いに驚いたりしていました。積極的な質疑応答や意見交換も随所で行われ、活気に満ちた一日研修となりました。

[詳しくはこちら](#)

連 載

JMRA マーケティングデータ・ストレージ ピックアップセレクション

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・メルマガ委員会が精選した自主調査をご紹介します。



今月の注目調査

●企業の暑さ対策に関する調査

(2026.6.25 (株)ネオマーケティング)

オフィスの暑さ対策に関する調査レポートです。昨夏は6割超の社員がオフィスで暑さを実感し、8割以上の企業が対策を実施したものの、「人による体感差で空調の調整が難しい」といったリアルな課題をまとめています。

詳しくはこちら(JMRA マーケティングデータ・ストレージ)



今月の注目調査

●～世界情勢が揺れる中、生活者の消費と関心はどう動いた？～2026 年上半

期生活者消費行動調査

(2026.6.22 日本インフォメーション(株))

2026 年上半期の生活者消費行動調査レポートです。物価高や国際情勢による節約志向の強まり、スポーツやエンタメへの関心、約半数まで普及が進む生成 AI の利用実態など、多角的な視点から最新動向をまとめています。

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

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。



今月の注目記事

●市場拡大中の「ぬいぐるみ界限」

注目サービスと界限インサイト最前線
【ぬいぐるみが大人の相棒に】

[詳しくはこちら\(外部サイト:MarkeZine\)](#)



今月の注目記事

●広告は劇場からテーマパークへ

細田高広氏に聞く生活者とブランドの
20年とこれからの「問い」

[詳しくはこちら\(外部サイト:MarkeZine\)](#)

教育講座・セミナー案内

●JMRA 創立 50 周年記念:新産業ビジョンを受けた事業戦略討論会 一意思決定支援ビジネスへの道

JMRA では、2025 年度に創立 50 周年を記念する各種事業を企画し、その一環として「調査会社トップに聞く:新産業ビジョンを受けて、今後の展望・成長戦略をお聞きする経営者インタビュー」を実施しました。その成果は、メルマガ 5 月号で公表しています。

このたび、そこで示された現状認識と今後の方向性をさらに掘り下げるため、「新産業ビジョンを受けた事業戦略討論会—意思決定支援ビジネスへの道」(ウェビナー)を企画しました。

AI の急速な発展は、リサーチ業務の効率化をもたらす一方で、私たちが担ってきたビジネスプロセスと提供価値の再定義を迫っています。従来型リサーチをどのように高度化するのか。課題設定などの上流領域や、実行支援などの下流領域へ、事業をどのように広げていくのか。日々の業務に取り組みながら、多くの方が業界や自社、そして自らの将来に不安を感じておられるのではないのでしょうか。

本ウェビナーでは、業界を代表する皆さんにご登壇いただき、今後の事業戦略について議論します。ぜひ多くのリサーチャーの皆さんにご視聴いただき、業界と自らの将来を考える一助としていただければ幸いです。

・日程:2026 年 8 月 4 日(火)13:15～14:55

・会場:Zoom 開催／途中入退室自由

[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)

(本講座は春開講と同内容となります)

本講座は、初めてマーケティング・リサーチ業務に接する人から3年程度の業務経験を重ねた方の、リサーチの全体像の知識取得と理解を目標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理解し、マーケティング・リサーチの全体を俯瞰して体系的に学びます。そのうえで、調査の各工程は有機的に結合し、ある工程の成果は次の工程に大きく影響することを踏まえて、各工程に従事する人が、調査の全工程を含む知識を有することができるものとなっています。

また、定量調査の解説に多くの事例を紹介し、より理解しやすくなるように編集をいたしております。

マーケティング・リサーチの実務を担当して日の浅い方や調査の基本を知りたい方、また、調査の営業・企画担当者に受講をお勧めします。

・日程(視聴期間):2026 年 9 月 1 日(火)10:00～10 月 31 日(土)17:00 まで

・会場:オンデマンド+フォローアップ講座

[詳しくはこちら](#)

お知らせ

●教育研修委員会 | 業務 AI 活用教育部会 委員募集のお知らせ

近年、生成 AI はマーケティング・リサーチ業務においても急速に活用が進み、調査業務の様々な領域の効率化と高度化を支える存在となっています。一方で、実務で得られた知見を共有する場やリサーチ業界に適した活用方法を体系的に学ぶ機会はまだ十分とは言えません。そこで教育研修委員会では、「業務 AI 活用教育部会」を新たに設置し、実務に役立つ生成 AI 活用講座や研修プログラムの企画・運営を進めていきます。

この度、「業務 AI 活用教育部会」を設置するにあたり、研修内容の作成や運営をお手伝いいただける方を募集します。生成 AI を既に業務で活用されている方はもちろん、これから学びたい方、研修やセミナー運営に関心のある方など、幅広い皆さまの参加をお待ちしています。

[詳しくはこちら](#)

●8月号は8月18日(火)発行予定です

巻末コラム 小さなオフィスから

スマートな時代ですが、私はあいかわらずどっぷり悩むことにも多くの時間を費やしています。

ツールで効率化できる「作業」の前段階で、「なぜこうなる？」と気づいた瞬間から、事例を調べ、対話し、解決へのステップを描く。この課題の発見と言語化は作業ではないため、四六時中頭を巡ります。

先日、ある論文審査の講評で「自分の課題意識に関わる先行研究を確認・咀嚼すべき」との複数の指摘を目にし、とても共感しました。

先人が悩み、生み出した成果や課題・失敗を確認せず、形だけのタスクとして応募書類を作ってしまうのはもったいない——。そう指摘するコメントの背後に、先人への敬意とプロの自負が感じられました。

効率化はどんどんすればよいと私も思います。一方で、借り物ではない自分の視点を獲得してアウトプットするには、泥臭く悩む時間もまた必要なのだと思います。

◆このメールはメルマガをご登録されている方に配信しています。

◆配信停止を希望される方は以下よりお願いいたします。

https://y.bmd.jp/bm/p/f/s.php?id=jmra_mm1130&mail=aso%40jmra-net.or.jp&no=369152

※JMRA セミナーを受講中の方、JMRA の会員窓口ご担当者様、委員会等に参画されている方が本機能により配信停止を行った場合、セミナーや委員会等に関するご案内も併せて停止されます。メルマガ以外のご案内を引き続きご希望の場合は、以下の配信元アドレスまでご連絡ください。

◆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

<https://www.jmra-net.or.jp/>
office@jmra-net.or.jp

あなたの中に未来がある。