



特集

第 49 回 経營業務実態調査結果 解説(前編)

ー従来型調査市場は前年比 100.1%(実質マイナス成長) 反転の芽はどこに!?

TOPICS

●JMRA アニュアル・カンファレンス 2024 業界従事者へのアンケートにご協力ください

●開催報告:AI・イノベーションセミナー 第1回「AI×データ・テキストマイニング」、第2回「リサーチ実務に活かす AI アプリ活用法」

Vol.81

2024/7/23 配信

2024 年の梅雨明けは、沖縄や奄美では予想よりもやや早く6月中旬から下旬にかけて、関東甲信と東海ではほぼ平年通りの7月18日頃、中国地方や近畿、九州ではそれぞれ7月21日、22日頃と発表されました。

この原稿を書いている時点では、東北や北陸の梅雨明けは7月下旬と予想されています。今年も梅雨明け後は全国的に猛暑が予想されており、最近は酷暑を凌ぐための冷却グッズが注目されています。

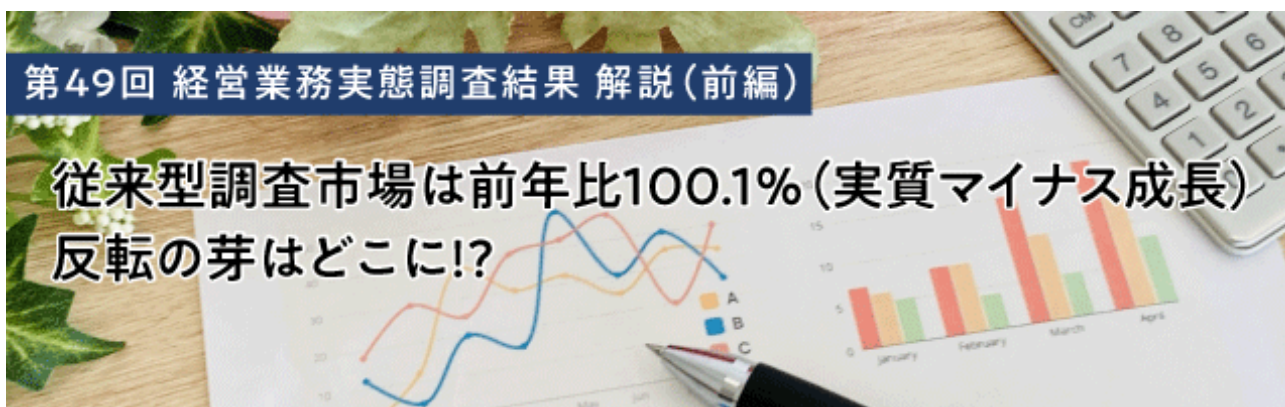
特に「クールリング」や「ネッククーラー」が人気で、これらは 28 度以下で自然に凍結し、持続的な冷感を提供します。他にもひんやりタオルや冷感スプレーが人気ですが、ハンディファンの使用には注意が必要です。

リチウムイオンバッテリーが使われているため、衝撃や高温、水濡れに弱く、発火や爆発の危険があります。適切な使用方法を守り、濡れタオルやミストとの併用が推奨されます。また、ハンディファンの使い方を誤ると、汗が蒸発して体温調節が妨げられるため、熱中症リスクが高まる可能性があります。したがって、適度な使用と水分補給が重要です。

＜JMRA ウェブ・メルマガ委員会＞

[メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

特 集



第 49 回経營業務実態調査結果 解説(前編)

一 従来型調査市場は前年比 100.1% (実質マイナス成長) 反転の芽はどこに!?

6 月 27 日、JMRA では第 49 回経營業務実態調査結果を公表しました。

2023 年の日本の従来型調査市場規模は 2,593 億円で、前年比 100.1%にとどまりました。2023 年通年のインフレ率が 3.2% (総務省 CPI 統計) でしたので、実質 96.9%のマイナス成長となります。

コロナ禍に苦しんだ 2020 年以来の不調で、2021～2022 年に確認された復調トレンドに水を差された形となりました。

調査手法別データからは、かつて市場を牽引していたインターネット調査が 98.8%と伸び悩んだことで、アドホック調査全体も 99.9%と低迷したことがわかりました。

先月号でご紹介した「経済産業省セーフティネット調査」の結果を含めて考えると、2023 年 10 月以降の落ち込みが響いていることがうかがえます。

一方で、既存調査領域以外のインサイト産業セグメントの多くは 2 ケタ成長が続いており(次月号で詳報予定)、また集計母数は少ないものの、海外からの受注(インバウンド)が 1.6 倍、海外への発注(アウトバウンド)が 1.8 倍と急伸したことが近年にない特徴でした。

なお、2024 年の見通しも 101.7%と弱気が先行しており、しばらくは混迷が続くことが懸念されます。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS

JMRA アニュアル・カンファレンス 2024

Beyond “Marketing Research” ～新産業の協働と創造へ～

11月28日(木) リアル開催

【「市場調査業界従事者アンケート」ご協力をお願い】(回答期限:8月9日(金))
市場調査業界に従事されている方を対象にしたアンケートを実施しております。ご協力をお願いします。

JMRA アニュアル・カンファレンス 2024

メインコンテンツ決定 & アンケートご協力をお願い

来る 11 月 28 日(木)、「JMRA アニュアル・カンファレンス 2024」を開催します。

「Beyond “Marketing Research” ～新産業の協働と創造へ～」をテーマに、コロナ・パンデミック以来、およそ 5 年ぶりとなるリアル開催となります(会場:ベルサール渋谷ファースト)。

この度、当日のメイン・プログラムが次の通り決定しました！

1.JMRA 三役による座談会「マーケティング・リサーチ業界のこれまでとこれから」

日本のマーケティング・リサーチ業界を率いる JMRA 役員が集い、業界のこれまでの総括とこれからの未来像を語ります。

2. 日産自動車株式会社執行役副社長・星野朝子様によるご講演

企業が現在/これから直面する経営課題について、大手メーカーの経営層からの視点でご講演いただく予定です。

なお、本カンファレンスでは、多くの方々に参加いただけるよう、入場無料での開催となりました。ぜひ交流の機会としてご活用ください。参加方法等の詳細は 8 月以降にご案内いたします。

【「市場調査業界従事者アンケート」ご協力のお願い】

メインコンテンツの一つである「JMRA 三役による座談会」においては、マーケティング・リサーチ業界に従事している皆様へのアンケート結果を基に、登壇する役員に業界の現状および今後の展望について議論していただく予定です。

現在、業界に従事されている方を対象にしたアンケート(回答期限:8月9日(金)23:59)を実施しております。ご多用のところとは存じますが、本アンケートの趣旨をご理解いただき、ご協力を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

アンケートのご回答はこちら
(外部サイト:questant)

TOPICS



開催報告: AI・イノベーションセミナー 第1回

AI×データ・テキストマイニングで調査データを

高速に読み解く方法

2024 年 6 月 7 日に開催された「AI・イノベーションセミナー第 1 回」では、日経リサーチのデータ・テキストマイニングツール「KeyExplorer」の活用法が紹介されました。

講師の佐藤邦弘氏は、調査データの効率的な分析とインサイト発見方法を具体的な事例とデモを交えて解説しました。

大量のクロス集計表や自由回答集を短時間で読み解くことにより、リサーチャーの作業を支援し、AI を用いて如何に重要なポイントを迅速に抽出するかが強調されました。質疑応答も活発に交わされ、AI 利用に向けた高い関心がうかがえるセミナーとなりました。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS



開催報告：生成 AI 活用・情報交流会(第 1 回)

インターネット調査品質委員会の主催による「第 1 回 生成 AI 活用・情報交流会」を 2024 年 6 月 27 日に開催しました。

実務で役立つ知識、使い方のノウハウ、プロンプトの書き方などを業界内でオープンに共有し合うことで、日々の業務に活かせるようにすることを目的として開催された会です。

当日はオンライン参加のメンバーも交え、活発に情報交換が行われました。

次回は 8 月 7 日(水)18:30～を予定しています。ご期待ください。

<生成 AI 活用・情報交流会スポンサー募集のお知らせ>

今後もこの交流会を継続し、得られた生成 AI の活用方法に関する知見は、JMRA 会員社の皆さまに共有し、調査業界全体の技術力・競争力向上を図ります。

リサーチャーが共に集い、学び合う生成 AI 環境を構築するために、JMRA ではこの活動のスポンサー企業を募集しております。詳細については、JMRA 事務局までご連絡ください。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS



開催報告:AI・イノベーションセミナー 第2回 リサーチ実務に活かす AI アプリ利用法 FA 分類・レポート作成自動化を例に

AI・イノベーションセミナー第2回では、株式会社アンド・ディの佐藤哲也氏をお招きし、生成 AI の実務応用とマーケティング・リサーチへの影響について講演をいただきました。

前半では生成 AI の本質とそのマーケティング・リサーチへの応用について社会システム論的視点からも議論しています。また後半では Codist やアイディエータなどの同社の具体的なツールを紹介し、LLM の実務応用の具体例をお伝えしました。

[詳しくはこちら](#)

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

●意外な料理方法を調べてみました(焼肉のたれ・ヨーグルト)

(2024.07.03 (株)マーケティング・リサーチ・サービス)

消費者の調理実態について調べてみると、予想もつかない「意外な使い方」をしている人がいます。それに注目し、本調査は「焼肉のたれ」と「ヨーグルト」について変わった使い方をしてどうか調べています。

[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

●AIトレンドに関する自主調査査

(2024.06.20 GMO リサーチ&AI(株))

言うまでもなく AI は注目される一つのトレンドになっていますが、勤務先での生成 AI 活用に対して肯定的な人は否定的な人の 2 倍以上になっているようです。

[詳しくはこちら
\(JMRAマーケティングデータ・ストレージ\)](#)

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。



●面倒なデータ分析は生成 AI におまかせ
創造的な業務に専念するコツ

詳しくはこちら
(外部サイト:MarkeZine)



●大手広告代理店出身者などマーケティング
のトップ人材がアクセンチュア ソングに集結するワケ
「生活者中心のビジネス変革」を支援する

詳しくはこちら
(外部サイト:MarkeZine)

教育講座・セミナー案内

AI・イノベーションセミナー第3回

調査領域における生成AI活用事例ご紹介

8月2日(金) 12:00-12:45

●AI・イノベーションセミナー 第3回「調査領域における生成 AI 活用事例ご紹介」

調査の手法は、訪問調査、電話調査、インターネット調査、ログ解析と利用用途に応じて「選択肢」が増えてきたと感じています。

その中で生成 AI を活用した調査の利用シーンとして、ビデオリサーチは 23 年 5 月に「Asclone」というサービスをサービスインいたしました。

本サービスはオルツの「デジタルクローン」という技術を利用したものであり、マーケティング・リサーチを生業にされている皆様にとって、少しでもお役立ちできないかと考えております。

・日程:2024 年 8 月 2 日(金)12:00～12:45

・会場:Zoom ミーティング

詳しくはこちら

多様なマーケティング・リサーチの 新潮流に触れる 著者が語るシリーズ2024【ウェビナー】

第1回
8.29
(木)

●著者が語るシリーズ 2024 第1回 内田和成氏

「AIに代替されない自分になるために。ベストセラー『仮説思考』『論点思考』『右脳思考』3部作の著者が送る「アウトプットから始める知的生産の技術」

情報が氾濫しAIが進化し活用が進む現代、どう頑張っても情報収集力で人間がAIに勝つことはできません。アウトプットの質を高めるためには、インプットの質を高めることを意識した情報収集が重要となります。

ボストン・コンサルティング・グループ(BCG)を中心に活躍されてきた講師より、クライアントに価値あるアウトプットを生み出すための情報収集の方法や思考について解説いただきます。

・日程:2024年8月29日(木) 12:00~13:30

・会場:Zoom ウェビナー

[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)
2024年9月2日(月) ~ 10月31日(木)

●マーケティング・リサーチ ベーシックコース本講座は、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。

今期より、新製品開発等で多用される手法で、固有の実施方法や分析方法が数多く含まれる「テスト・実験調査」がラインナップに加わりました。

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):2024 年 9 月 2 日(月)10:00 開講～10 月 31 日(木)17:00

・会場:オンデマンド+フォローアップ講座

詳しくはこちら



定性調査 インタビューフロー作成講座

2024 年 9 月 4 日(水)・11 日(水)

●定性調査 インタビューフロー作成講座

～理論編(半日)+実践課題(宿題)+個別指導(1 時間)のコンパクトな集中講座～

定性調査の経験がある方々からの「インタビューをしても調査課題に繋がるような結果がうまく引き出せなかったので何とかしたい」、「インタビューフローを自己流で作ってきたが、これで良いのかよくわからない」、「このインタビューフローが的確かどうかを判断できるようになりたい」そんなお声にお応えした座学と実践を交えた新設講座です。

まず、座学を通して、「インタビューフローの役割」、「モデレーターとしての実戦経験の中から考えるインタビューフローの作成手順」、「インタビュー項目の流れと時間配分」といったことを学びます。そして、実践では、各自が宿題で作成したインタビューフローに対し、講師がマンツーマンで直接フィードバックをします。

本講座では、現場ですぐに活かせる学びを得て、調査課題を明らかにするインタビューフローを作れるようになることを目指します。

・日程:2024 年 9 月 4 日(水)13:00～17:00・11 日(水)は 13:00～17:30 のうち 1 時間の個別指導

・会場:Zoom ミーティング

詳しくはこちら

多様なマーケティング・リサーチの
新潮流に触れる 著者が語るシリーズ2024【ウェビナー】

第2回

9.19
(木)

●著者が語るシリーズ 2024 第2回 木村元氏

「ブランド・パワーを定量化して、正しくマーケティング戦略を立案する方法」

ブランドが売り上げや競争力の源泉であることは理解していても、数値化してマーケティングに落とし込むのは難しいものです。より正しくブランド・パワーを把握し、ブランディングを可視化することが重要です。

ブランド・パワーを用いて売り上げや利益を生み出す真のドライバーを見つけ、自社の戦略に合わせて最適な指標を構築する、そのステップについて、世界のブランディングを経験されたユニリーバの元マーケターから学びます。

・日程:2024 年 9 月 19 日(木) 12:00~13:30

・会場:Zoom ウェビナー

[詳しくはこちら](#)



●レイ・ポインター氏の生成 AI 講座(2024.05.08)録画視聴のご案内

去る5月8日に ESOMAR 会長 レイ・ポインター氏による生成 AI 講座「リサーチにおける生成系 AI の活用法_基礎編・定性活用編」が開催され、たいへんな好評*をいただきました。

(*満足度 100%:事後アンケート結果より)

「当日は先約があり、残念ながら参加できなかった」「同僚から話を聞き、ぜひ自分も聞いてみたいが動画配信はないのか」といったご要望をいただいておりますが、このほどレイさんから特別に許可をいただき、記録動画をご視聴いただけることになりました(通常は対面のみ:有料)。

ご希望の方は、視聴条件をよくお読みいただいた上でお申し込みください。

[詳しくはこちら](#)

お知らせ

●臨時総会を開催しました

7月19日に一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会 臨時総会を開催し、望月渡氏が理事に選任されました。



●JMRA は公的統計の「統計作成プロセス診断」に協力しています

近年、各種公的統計をめぐる不適切事案が問題となり、政府も統計の品質向上に本腰を入れていることは皆さんご承知のことと思います。その一環として、総務省が中心となり、「統計作成プロセス診断」が推進されています。これは公的統計の特性を十分に考慮した上で、PDCA サイクルの現状を確認し、改善の可能性等を提言することなどを通じて、統計作成プロセス水準の段階的向上を目指す取り組みです。なお、同診断の「要求事項」は、ISO (JIS Y) 2052 を下敷きにした日本品質管理学会の「公的統計調査のプロセス—指針と要求事項」を基に作成されています。

このほど、2024年7月1日付けで JMRA・ISO/TC225 国内委員会の一ノ瀬裕幸委員長と、郡要二委員(日本能率協会審査登録センター)の2名が新たに「統計監理官」に任命され、上記取り組みを支援させていただくことになりました。すでに篠恭彦委員(同)、及び鈴木督久元副会長が任に当たっておられ、これで JMRA 関係者が統計監理官 13 名中の 4 名を占めることとなります。皆さまのご支援ご協力をよろしくお願いいたします。



●ESOMAR Congress 2024 in Athens「JMRA 会員割引」のご案内

「インサイトの未来を定義する」をテーマとした今年の ESOMAR 大会は、9 月 8 日(日)～11 日(水)にギリシャのアテネで開催されます。

早割料金(Early Bird)の受付は締め切りましたが、JMRA と ESOMAR とのパートナーシップ契約に基づき、JMRA 会員であれば 15%の割引料金が適用されます。また、調査プロジェクトの発注者側の皆さんには、さらに割安な特別定額レートが設けられています。

詳細なご案内をご希望の方は、JMRA 事務局までご一報ください。8 月 16 日まで受け付けています。

詳しくはこちら
(外部サイト:ESOMAR)

ESOMAR
Basic Insights

Questionnaire Design

調査票デザインの基礎知識
(日本語版)

Sandy Casey サンディ・ケイシー



●ESOMAR『調査票デザインの基礎知識(日本語版)』を公開しました！

ESOMAR では、効果的なアンケート作成の極意を学ぶための『調査票デザインの基礎知識』を公開しました。よりよい調査票のために必要なこと、具体的な改善ポイントについて豊富なイラストとユーモアで楽しくわかりやすく伝えます。JMRA インターネット調査品質委員会で日本語版を作成しました。

リサーチ関係者自身の振り返りのために、そして調査のクライアント、学術の研究者の方にも広くご理解いただきたい内容です。ぜひ多くの方に共有し、日々の仕事にお役立てください。

詳しくはこちら

8 月号は 8 月 20 日(火)発行予定です



ジャムラー※の



※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 81 号をお届けしました。

さて JMRA では毎年、会員社に向けての経營業務実態調査を実施しています。今年版の結果が出ましたので、一部をご紹介します。

56.4→44.0→39.8→36.7

これは COVID-19 の影響から始まったテレワークの実施率(2021 年～2024 年の各年 3 月時点)の推移です。直近では 3 年前の 65%まで減少してきました。組織単位で出社日を決めて、その日だけは顔を合わせるようにしているところも多いようです。

その理由としては、リアルなコミュニケーションで、その密度を上げることによって相互理解を深めることなどの声が聞こえてまいります。コロナ禍以降、ビジネスの場面で相手先の方と対面(目を見て)での話がうまくできない、話題が続かないといって、頭を抱えておられる方の話も聞きました。昭和世代の私は共感できますが・・・。

一方で、出社して目と鼻の先、距離にして数メートルのところにいるメンバーと、なんとチャットでコミュニケーションを取っているケースもあるとか。正直驚いてしまいます。

やはりリアルでは、その場の空気感、肌感から、相手の言葉を理解するとともにその行間を読むことが必要になるはずですが、PC などの画面上では、字面を追って即レスするだけに留まってしまって、考えることが省略されてしまっているのではと危惧してしまいます。

ニューノーマルと言われていますが、本質を見極めて対応をしないと将来に禍根を残してしまいます。今一度コミュニケーションの在り方を考えてみましょう。

◆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

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

office@jmra-net.or.jp

あなたの中に未来がある。