

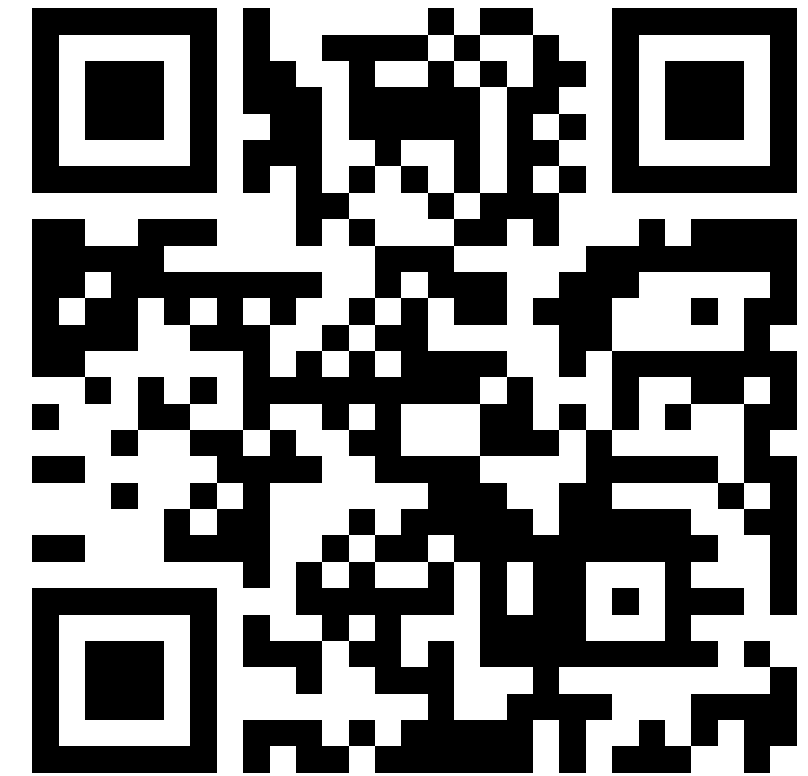
「情報収集と意思決定」に関する実態調査

市場調査の現状や課題を比較調査
時間や予算が抑えられる
セルフリサーチの効果とは？



PRIZMA 運営会社

会社名	株式会社PRIZMA
代表取締役社長	杉本昂輝
本社住所	東京都渋谷区渋谷2-6-14 今井ビル4F
設立	2024年8月
資本金	1,000万円（グループ連結 1億4323万8,302円※資本準備金含）
TEL	TEL：03-5468-1850(代)
従業員数	47名（191名グループ合計）2024年4月1日時点
事業内容	ブランドコンサルティング コンテンツマーケティング ネット集客支援 メディアPR代行
お問い合わせ	https://www.prizma-link.com/press/contact



〈無料相談はこちら〉

調査概要

調査実施者：株式会社PRIZMA

調査概要：「情報収集と意思決定」に関する実態調査

調査手法：PRIZMAが提供する調査PR「PRIZMA」によるインターネット調査

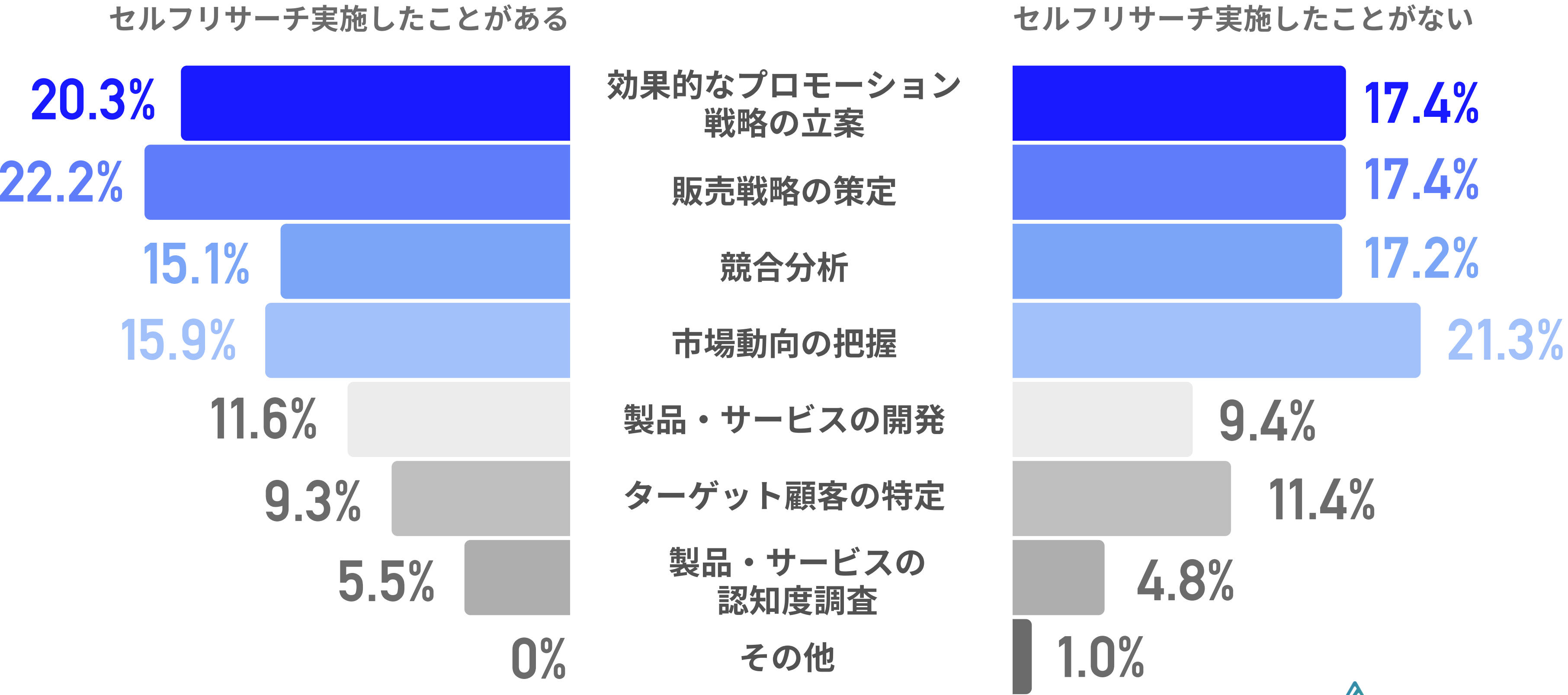
調査期間：2025年8月22日（金）～8月25日（月）

調査対象者：従業員50名以上の企業のマーケティング担当者、企画職、事業責任者、経営層

調査人数：520人

モニター提供元：PRIZMAリサーチ

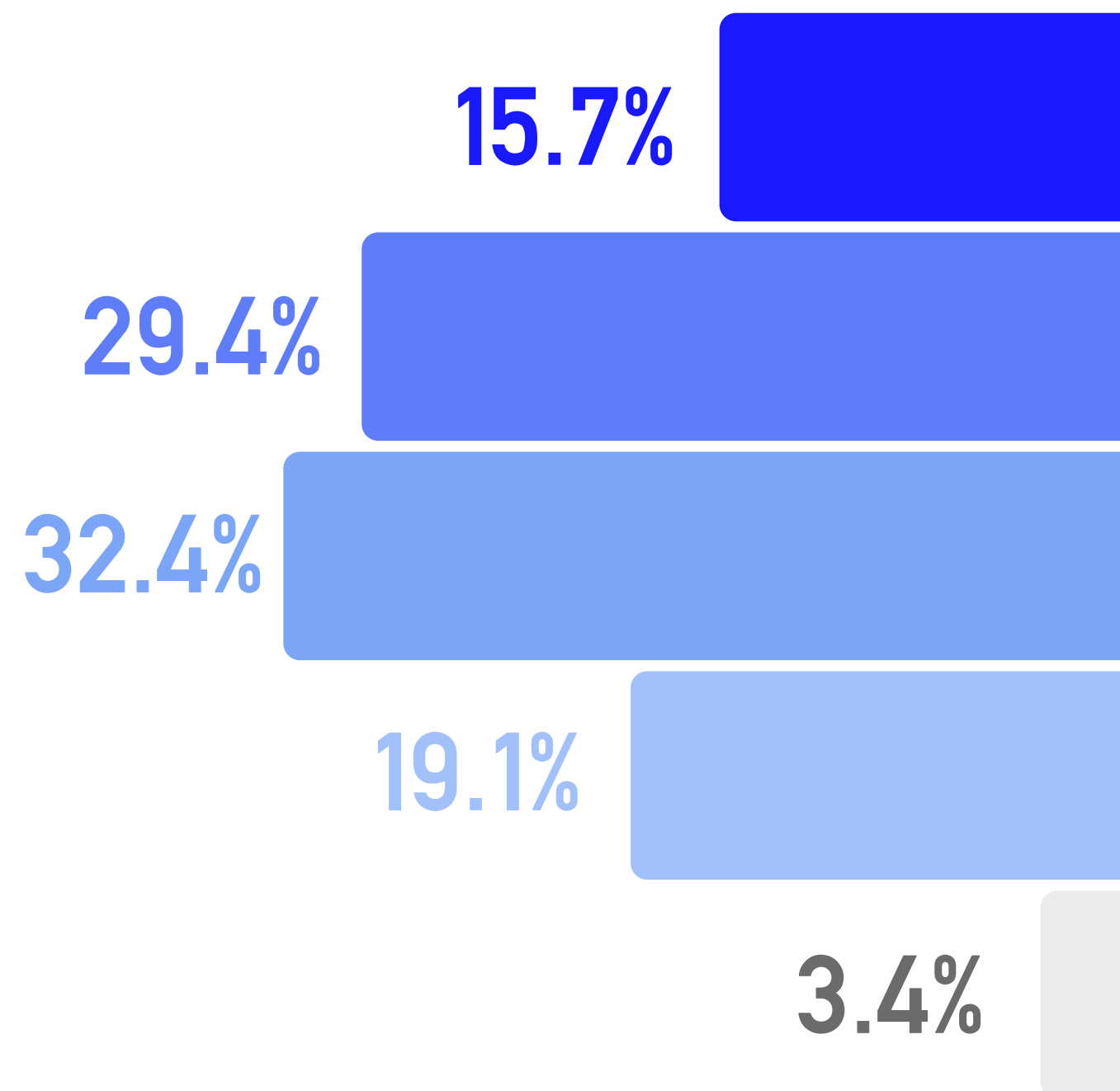
業務の中で情報収集、リサーチをする目的について教えてください（複数回答可）



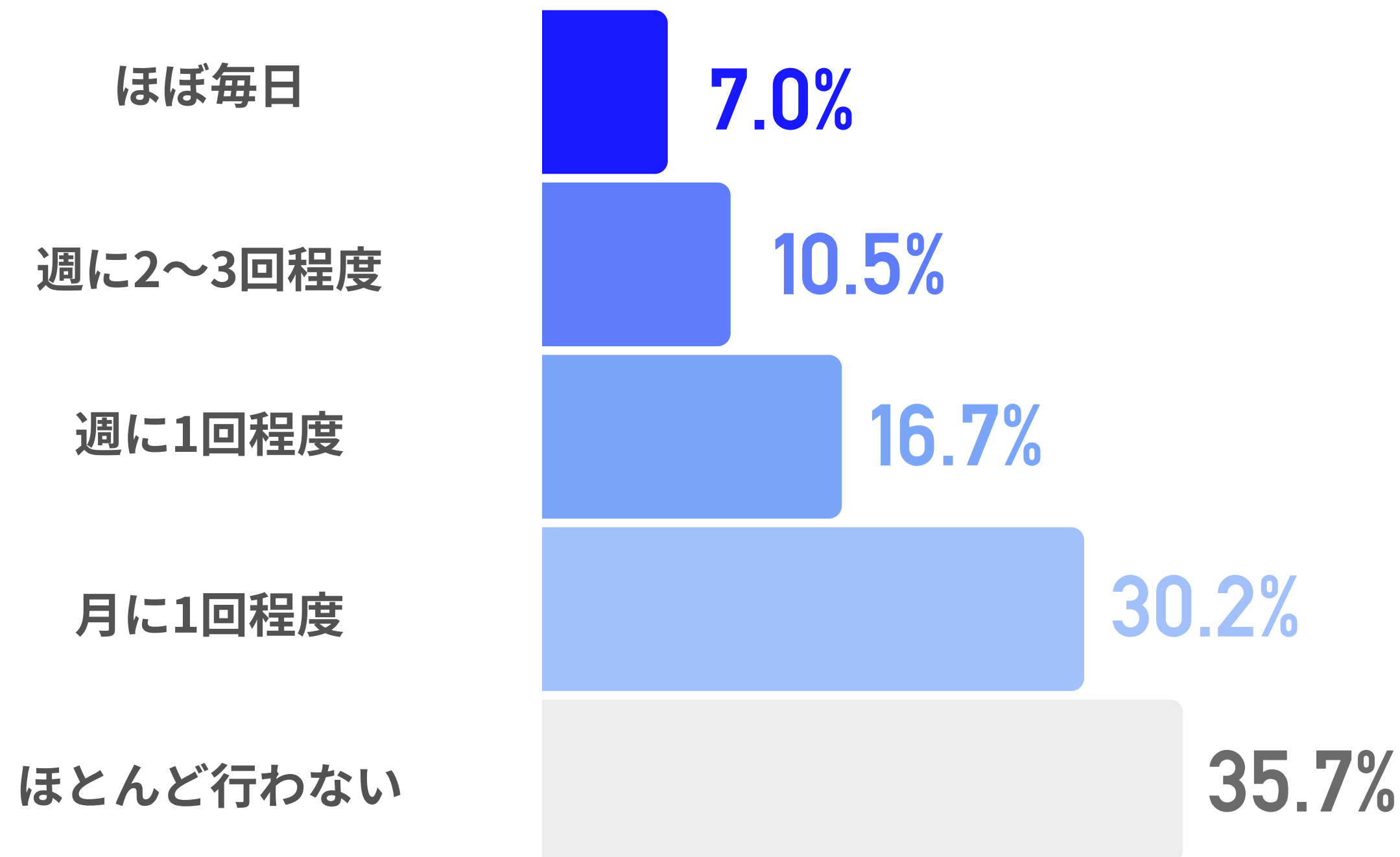
業務の中で「情報収集（リサーチ）」を行う頻度を教えてください

※調査会社等に依頼するものから、ご自身で対応可能な範囲まで含めた情報収集としてお答えください

セルフリサーチ実施したことがある

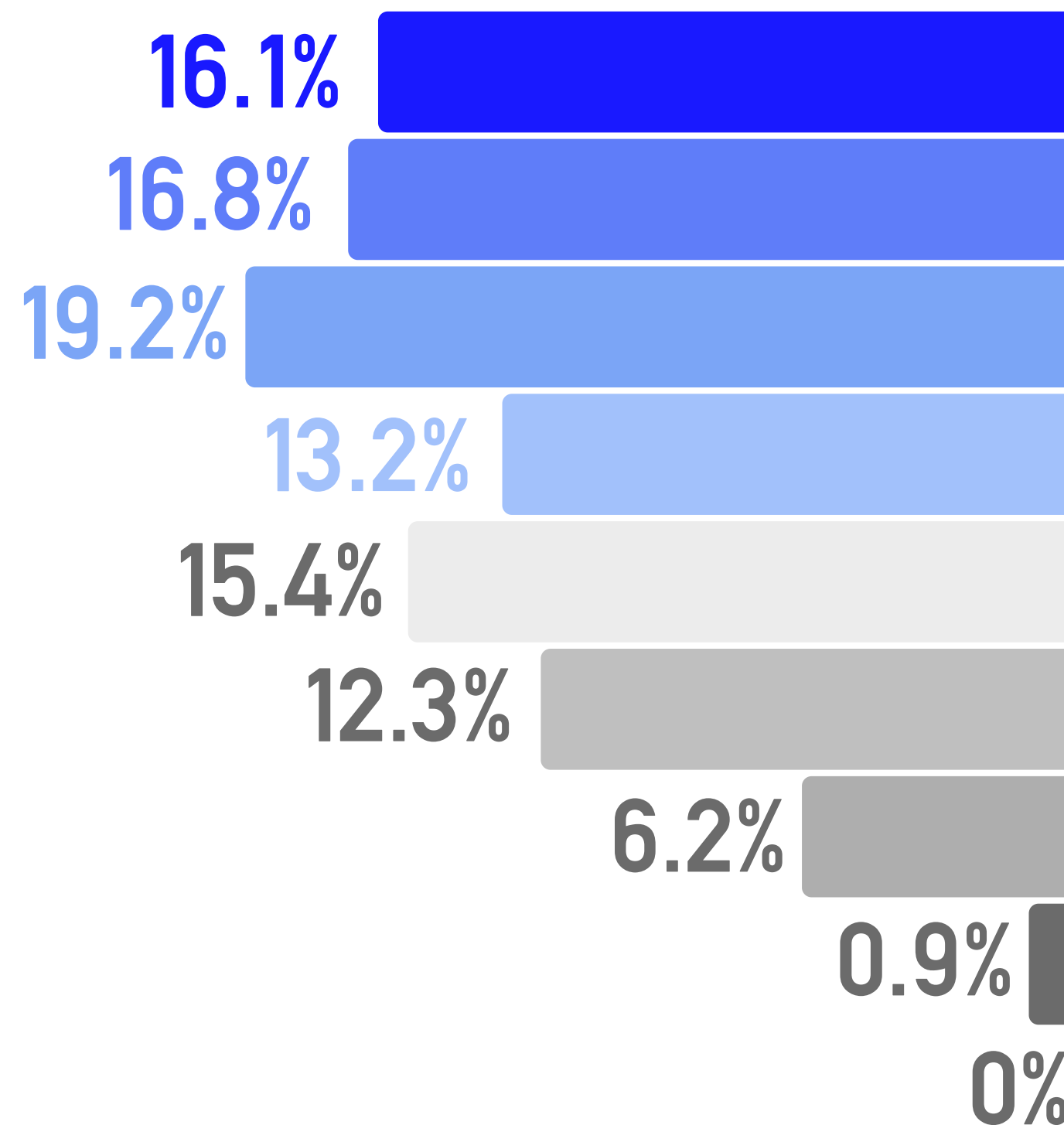


セルフリサーチ実施したことがない

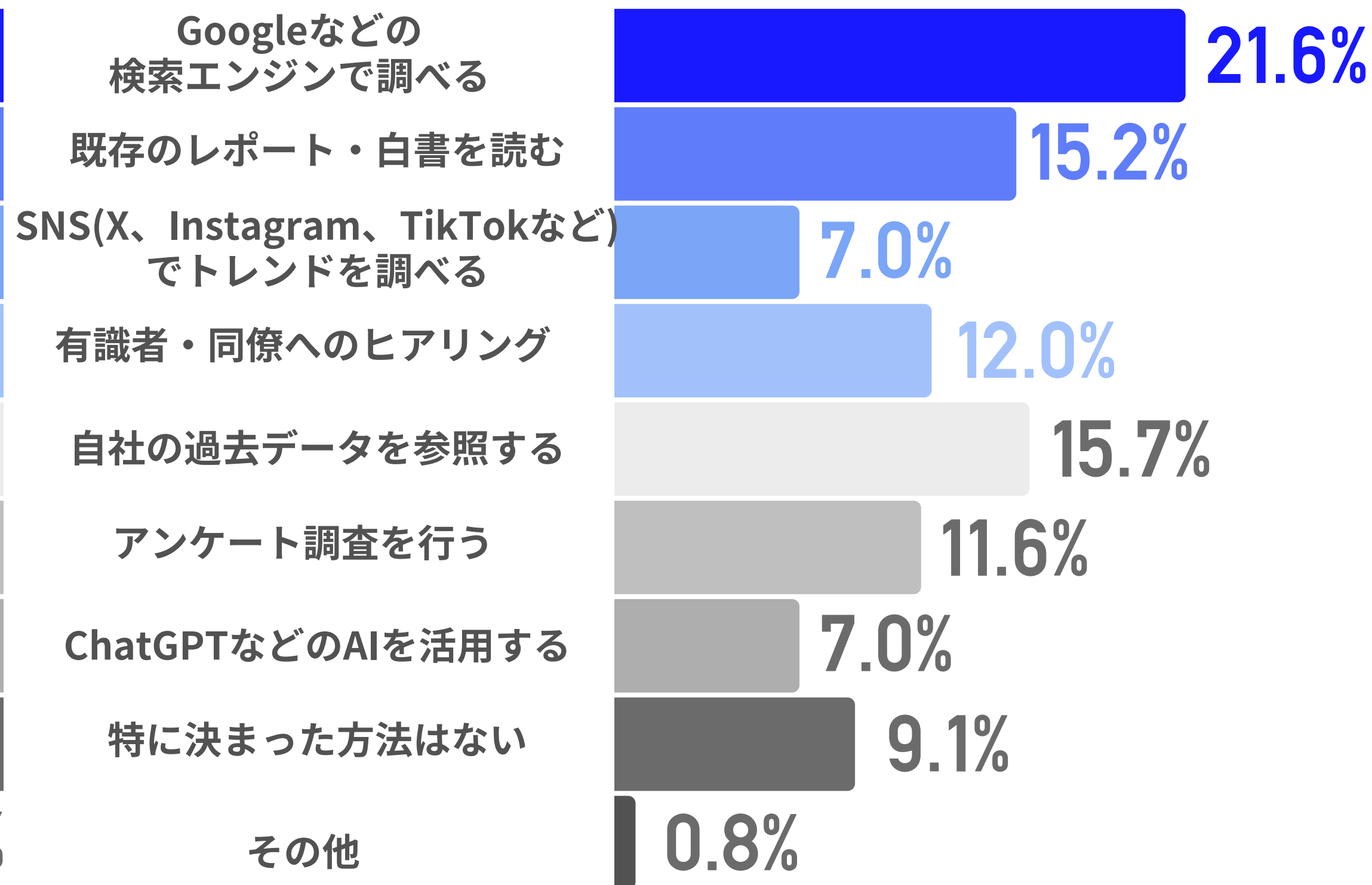


主にどのような手段で情報収集（リサーチ）を行っていますか？（複数選択可）

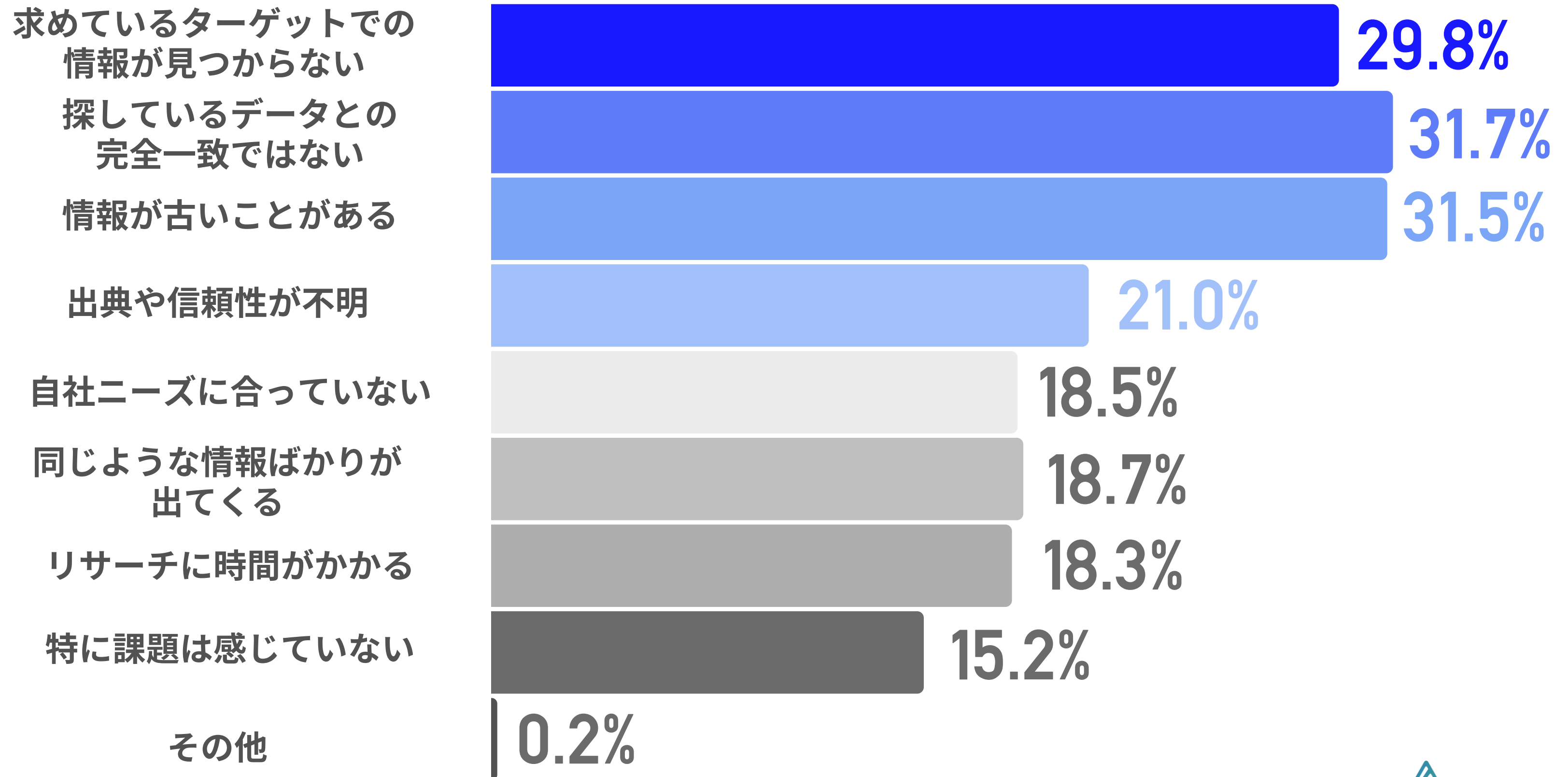
セルフリサーチ実施したことがある



セルフリサーチ実施したことがない

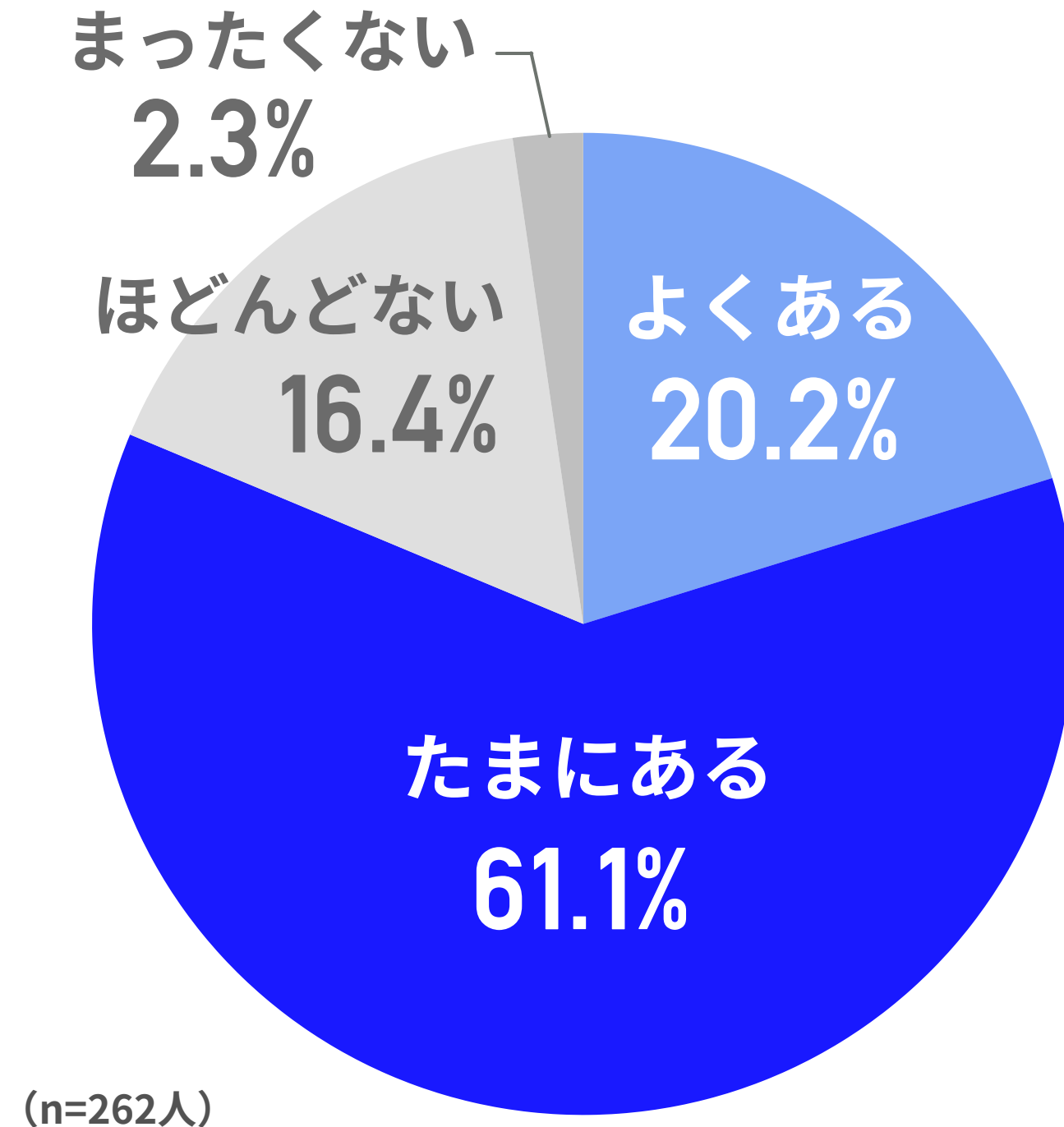


既存の情報（リサーチ）の方法について、どのような課題を感じていますか？（複数選択可）

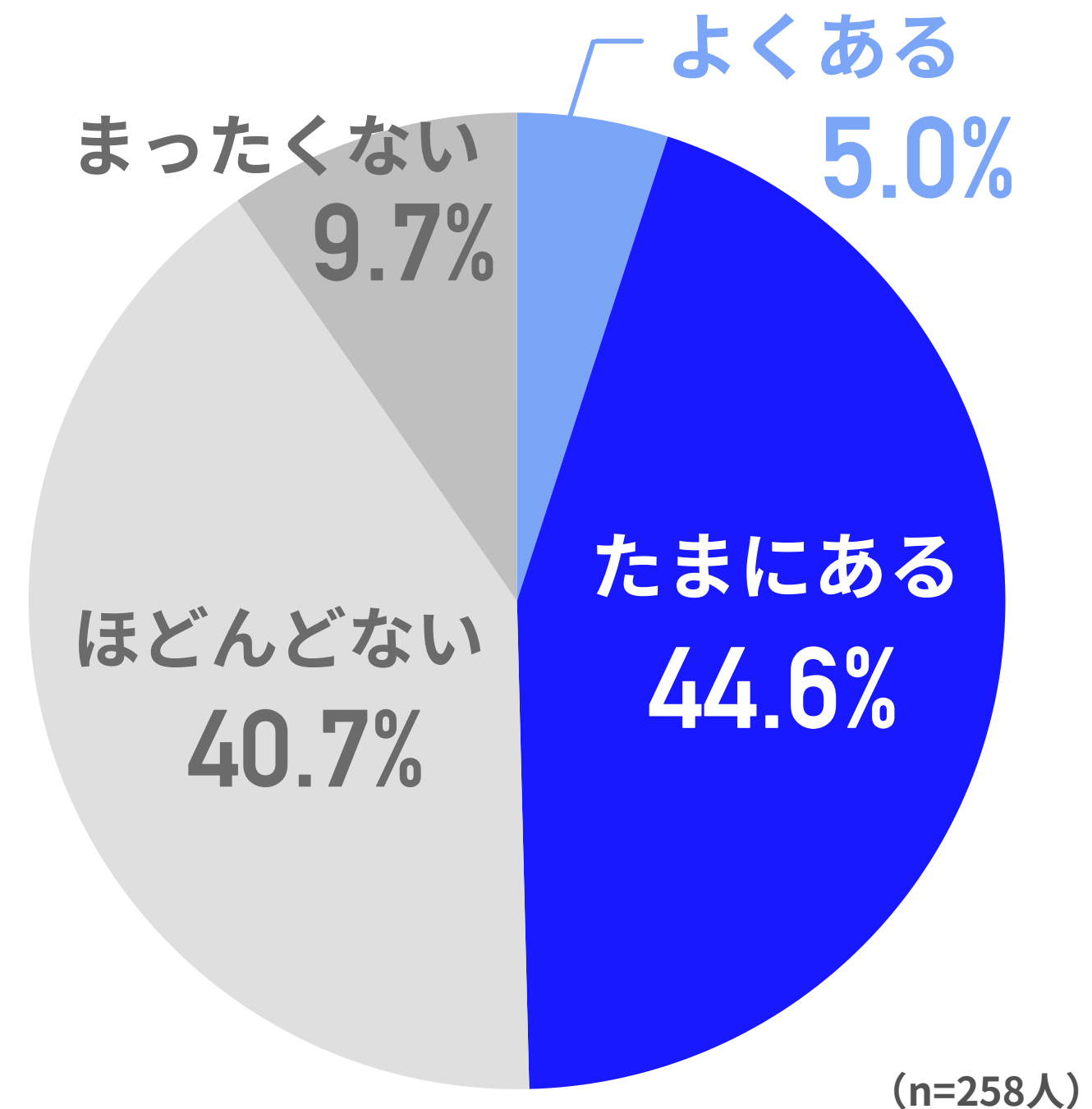


情報が不十分で誤った意思決定をしてしまったことはありますか？

ー セルフリサーチ実施したことがある ー

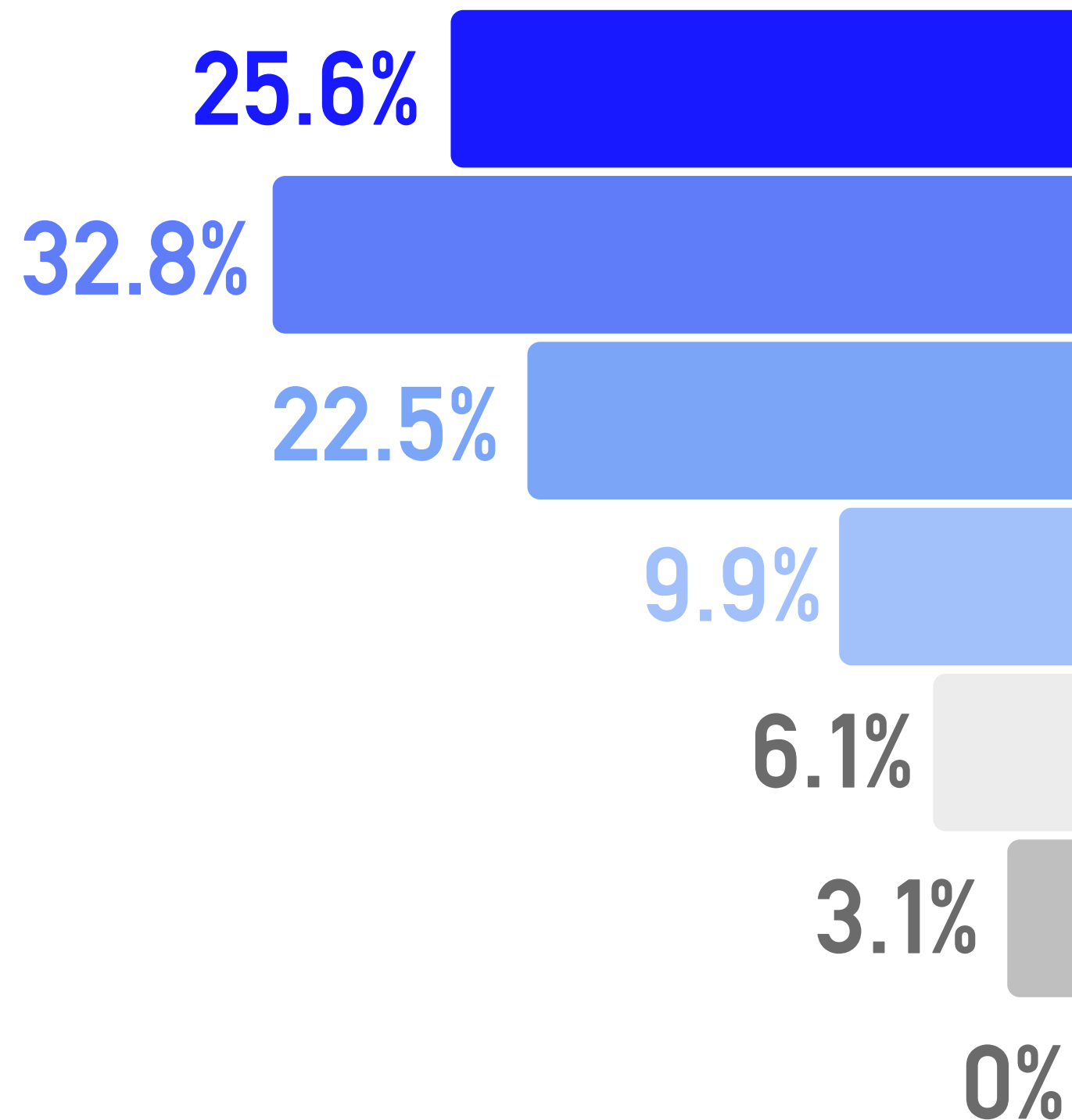


ー セルフリサーチ実施したことがない ー

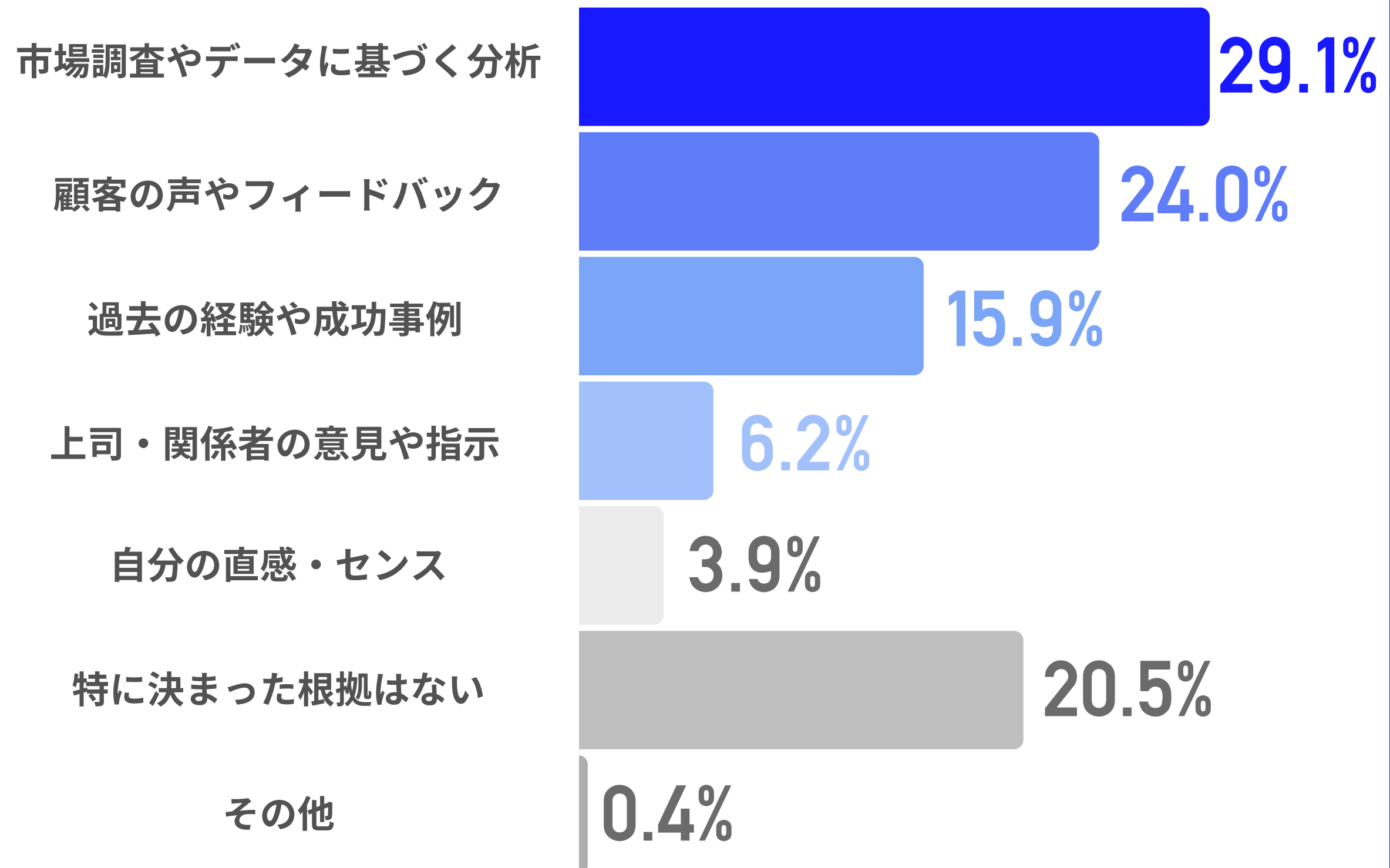


あなたが業務上で意思決定する際、最も重視している根拠は何ですか？

セルフリサーチ実施したことがある



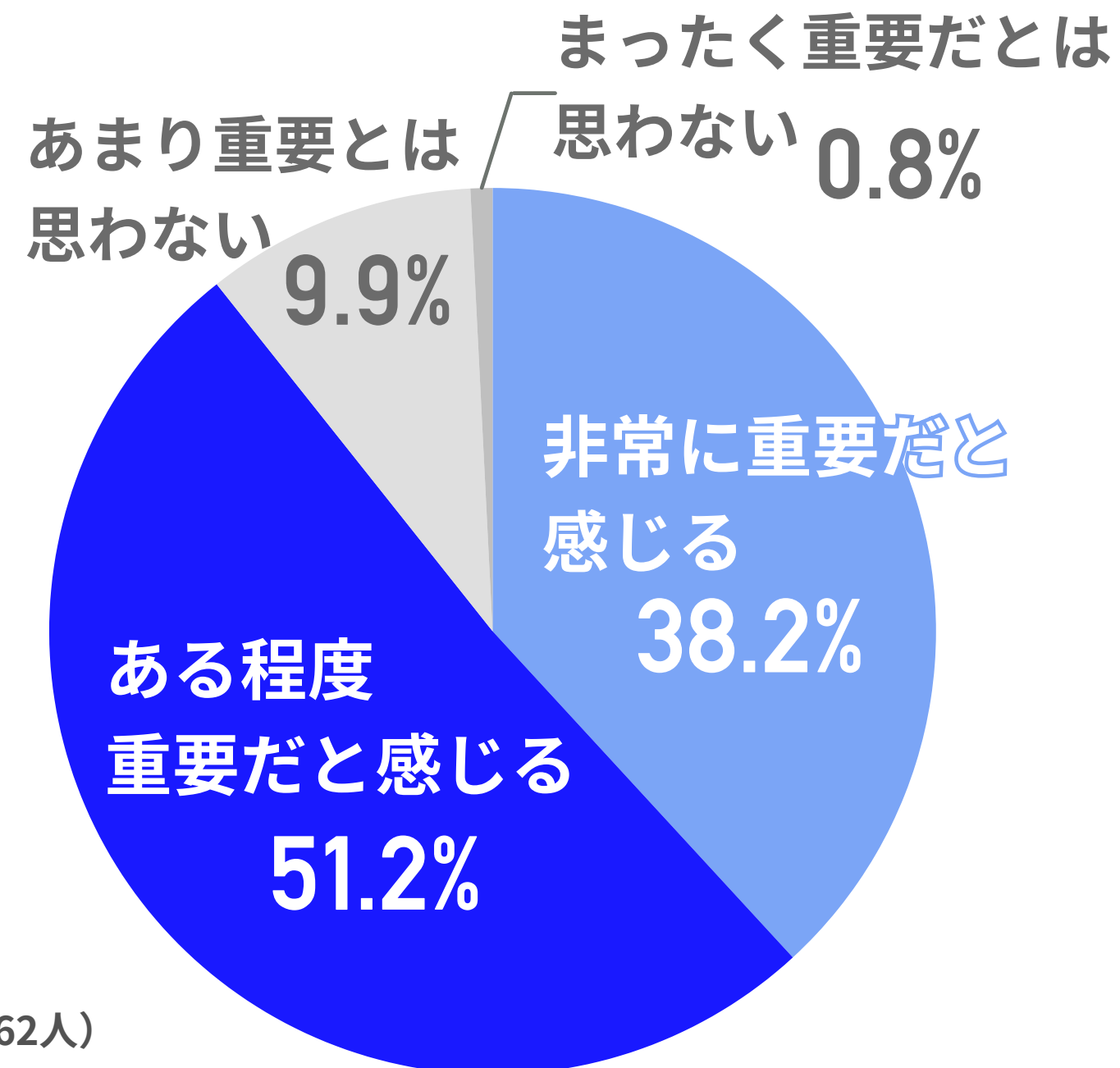
セルフリサーチ実施したことがない



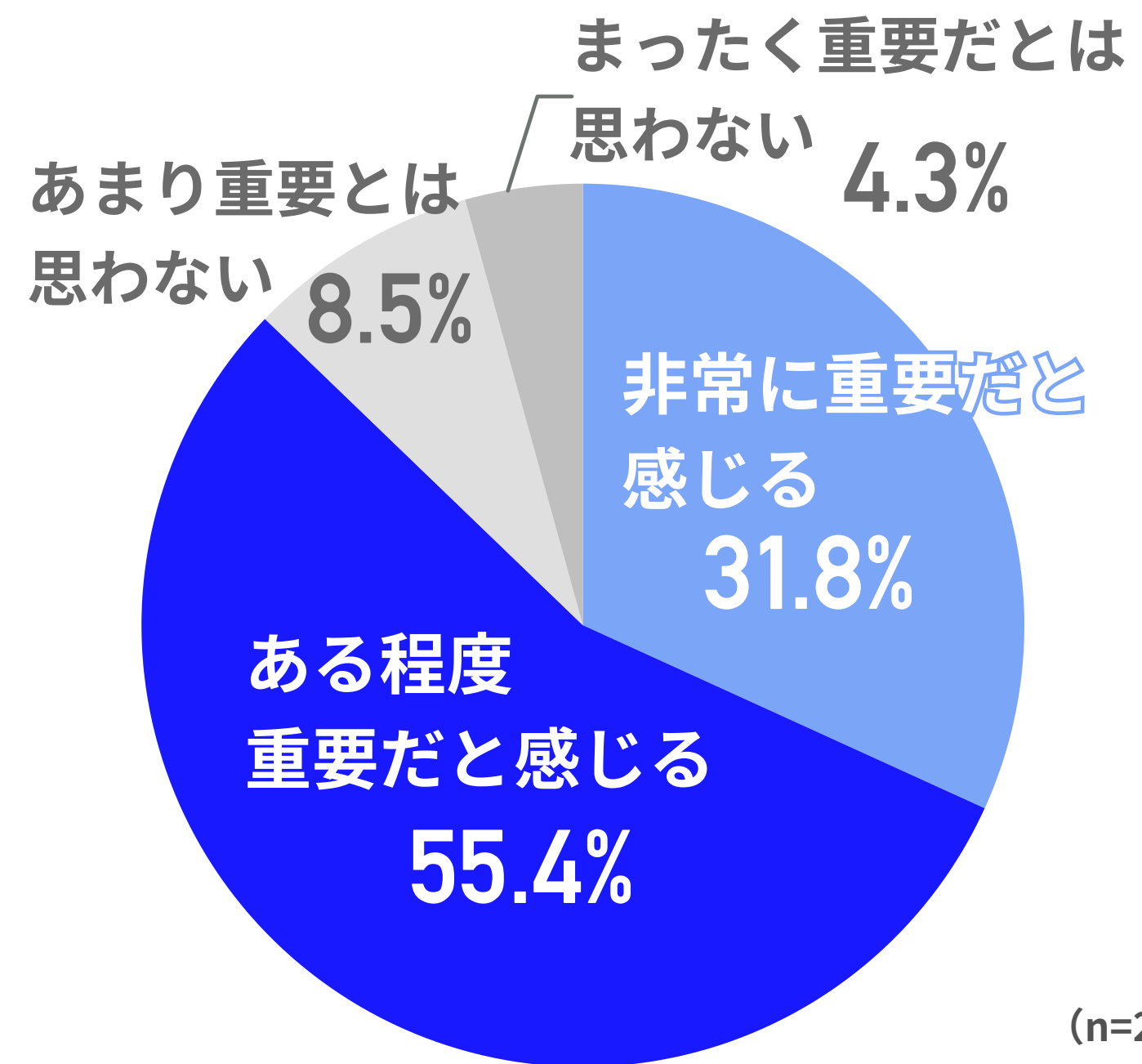
その他

マーケティングや企画立案等の業務推進において「データに基づいた意思決定」はどの程度重要だと感じていますか？

ー セルフリサーチ実施したことがある ー



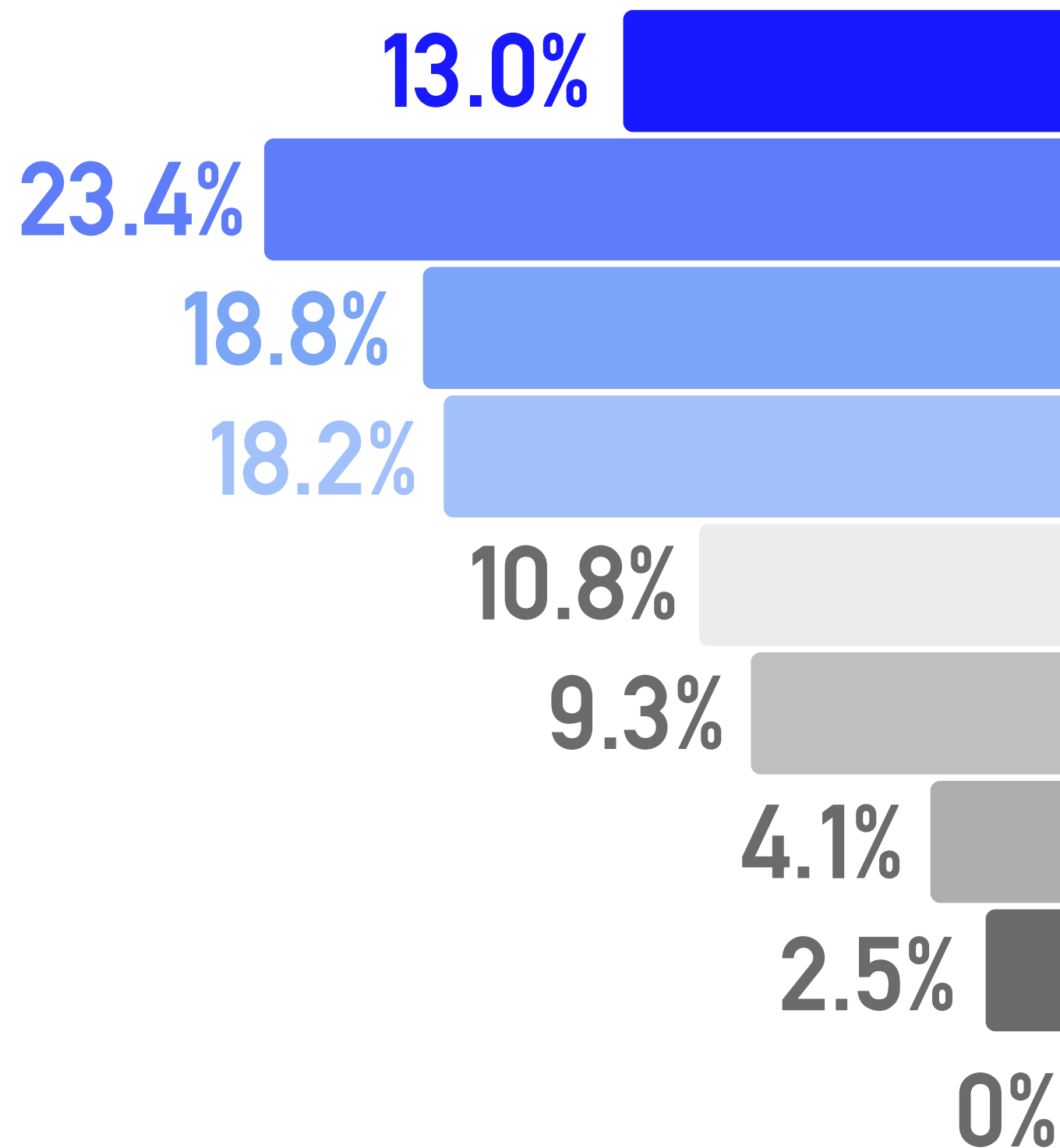
ー セルフリサーチ実施したことがない ー



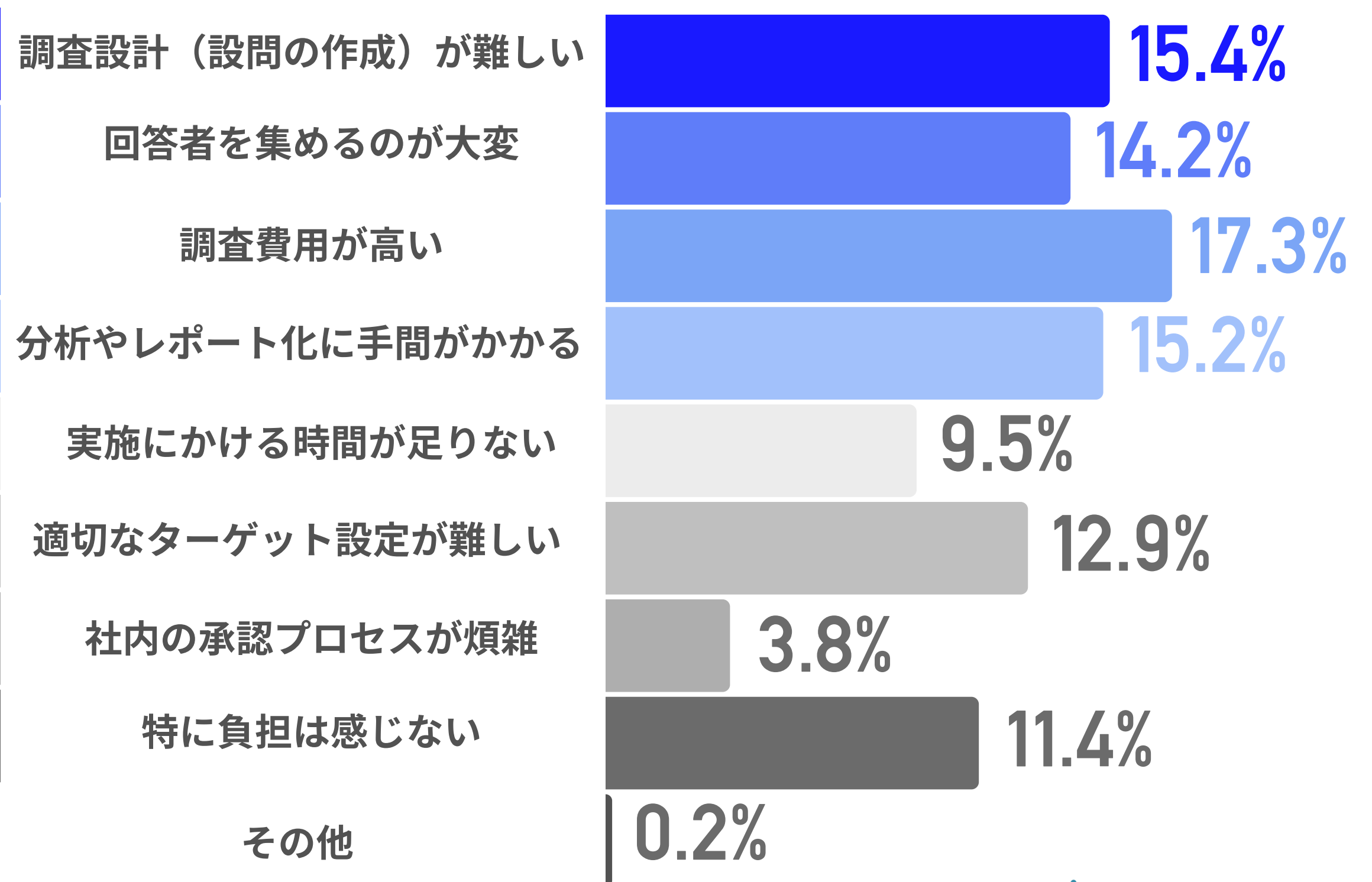
アンケート調査を実施する際に負担に感じることは何ですか？（複数選択可）

※アンケート調査を実施したことがない方は想像してお答えください

セルフリサーチ実施したことがある



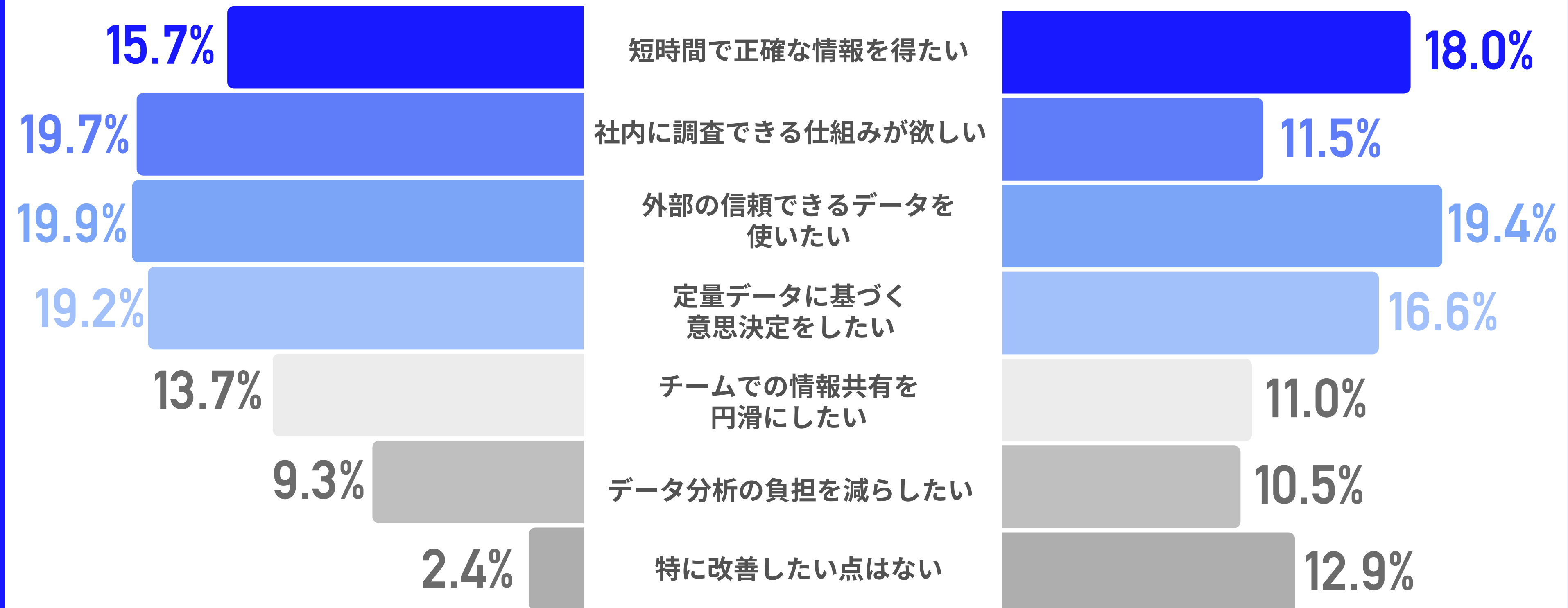
セルフリサーチ実施したことがない



情報収集（リサーチ）や意思決定に関する業務において、
改善したいと思う点を教えてください（複数選択可）

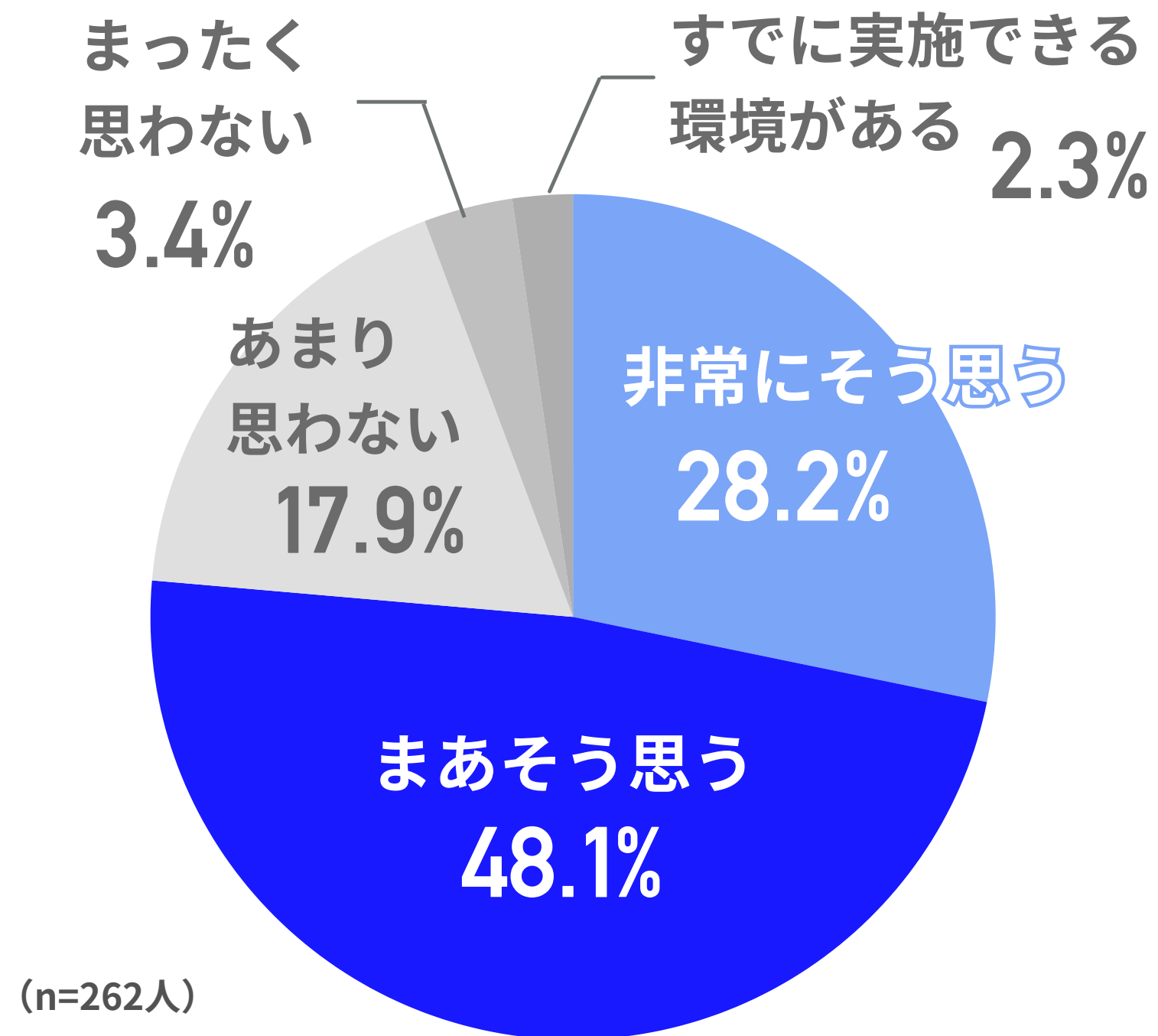
セルフリサーチ実施したことがある

セルフリサーチ実施したことがない

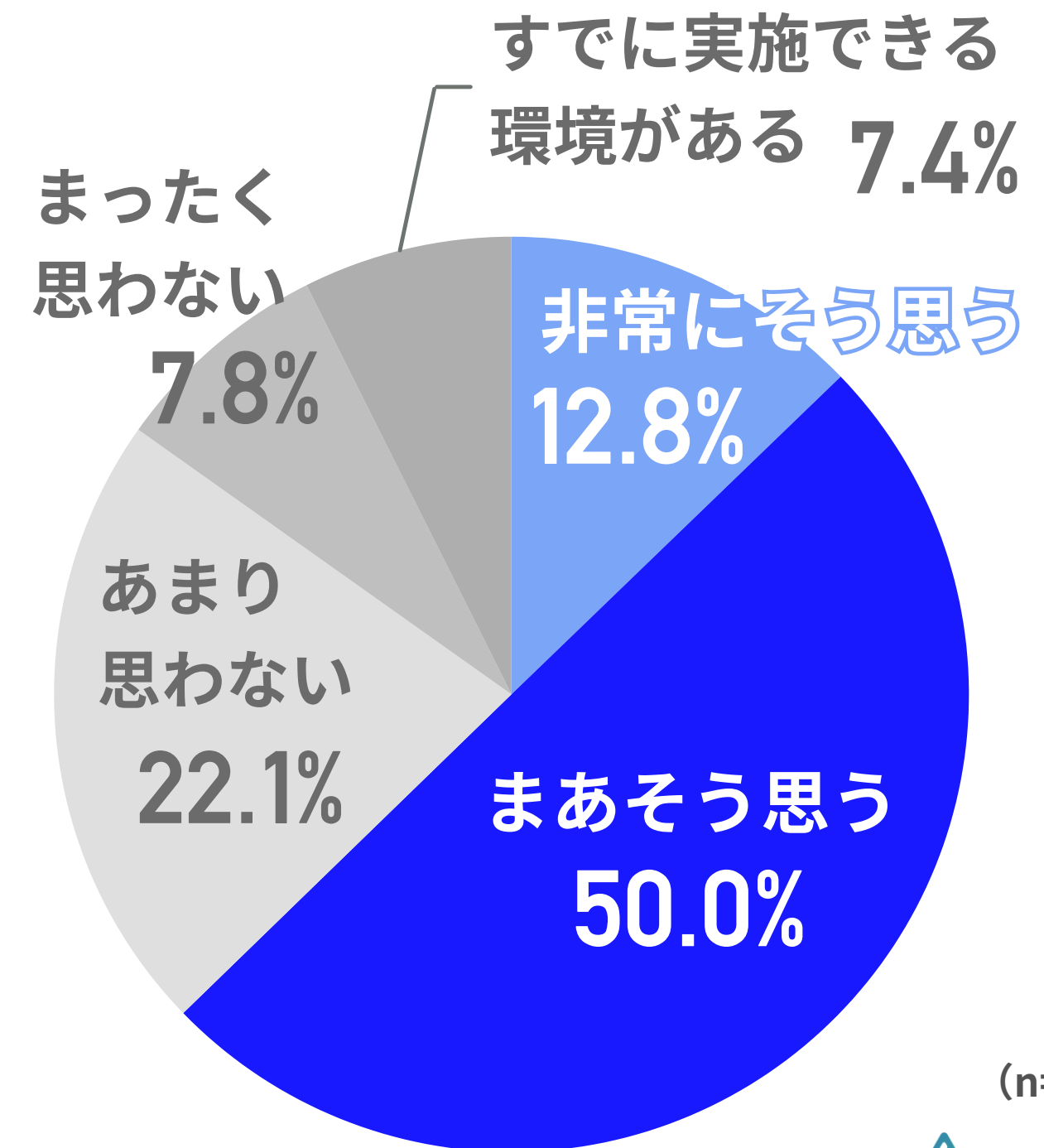


自身で調査設計書を作成して、5分でアンケートを回収できる仕組みがあれば、
利用したいと思いますか？

ー セルフリサーチ実施したことがある ー



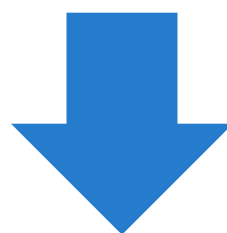
ー セルフリサーチ実施したことがない ー



【考察】

① セルフリサーチ経験者は「情報の質」に敏感

データの鮮度や信頼性が低いと、意思決定に大きなリスクを伴うことを実感している。



経験を重ねるほど「**どんな情報を使うか**」が成否を分ける。だからこそ、質の高い一次データの活用が重要です。

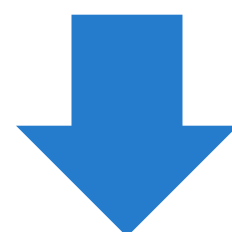


PRIZMA

【考察】

② 未経験者はリスクを自覚できていない？

情報収集の頻度が少なく、誤った判断に至る危険性を課題として認識できていない可能性が明らかに。



「リスクを意識できないこと」自体が最大のリスク。
データを基盤にする文化づくりが必要です。

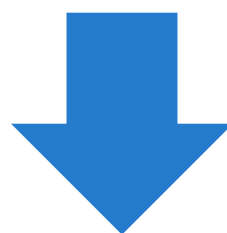


PRIZMA

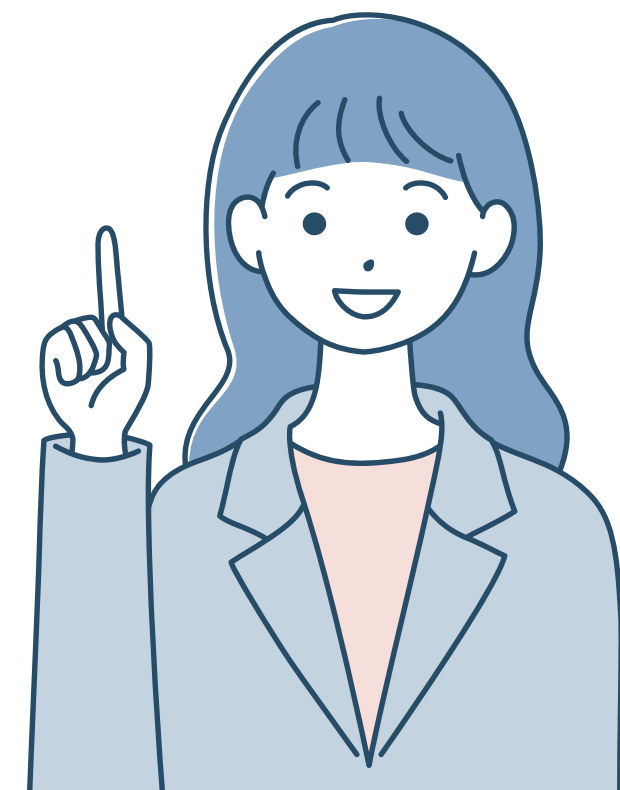
【考察】

③ 共通ニーズは「速く正確な情報」

経験の有無を問わず、スピーディで信頼できる情報へのニーズが高まっていることが明らかに。



業務効率化と精度の両立こそが、次のステップへの競争力。セルフリサーチはその実現を後押しします。



PRIZMA

意思決定の基盤は「データの質とスピード」へ

意識の差はあれど、共通しているのは

「正確で速い情報が欲しい」

というシンプルな要望

意思決定の土台を支えるのは直感や慣習ではなく、
データドリブンな仕組みそのもの。

今こそ、**情報収集を“作業”から“戦略資産”へと**
変えていく時期に来ています。



PRIZMA

企画立案から配信までプロが一括で代行

PR支援社数1,000社以上の取引実績があり、平均転載メディア数40メディア以上と豊富な実績を支える経験豊富なプロが全面サポート。

大手リサーチ会社と連携したプレスリリース

1,022万人ものモニターがいるため、さまざまなセグメントで多種多様なモニターへの調査が可能。

大手メディアへの拡散で認知度向上に貢献

一般ユーザーの『読みたい』を生み出し、メディア記者・編集者からの『載せたい』を生む企画立案が可能。



無料相談はこちら

お問合せ・ご相談はこちら

資料請求はこちら



株式会社PRIZMA

✉ info@prizma-link.com

🌐 <https://www.prizma-link.com/>

☎ [TEL : 03-5468-1850\(代\)](tel:03-5468-1850)