

情報源の特徴とおすすめの情報源

イノベーションを生む
情報の見つけ方・使い方株式会社日本能率協会総合研究所 東 真理子
マーケティング・データ・バンク

これまでの連載では「情報の種類」「情報収集のセオリー」「官公庁資料の特徴とおすすめの情報源」「業界団体資料の特徴とおすすめの情報源」「民間調査会社資料の特徴とおすすめの情報源」について解説してきた。

今回は本連載の最終回として、シンクタンク・金融機関レポート、新聞・雑誌についての特徴とおすすめの情報源について解説したい。

1. シンクタンク・金融機関レポートの特徴とおすすめの情報源

1.1. シンクタンク・金融機関レポートの特徴

シンクタンクや金融機関が発行するレポートの特徴は、様々なデータをもとに整理されているため、業界の全体像をつかみやすい点にある。また、無料かつweb上で見られるレポートがほとんどであるため、比較的容易に最新のレポートを閲覧できる。

レポートは個別製品の市場規模を細かく把握するというよりも、社会や産業全体の変化を俯瞰するのに向いている。例えば、人口動態、消費行動、働き方、国際情勢、制度改正などの変化を踏まえた業界研究のレポートは、研究・開発部門にとっても有用である。

新たな研究テーマや商品コンセプトを考える際には、いきなり個別市場の情報から入るのではなく、まず外部環境の変化を把握しておくことで、「なぜ今そのテーマが必要なのか」を整理しやすくなる。

1.2. おすすめのシンクタンク・金融機関レポート

みずほ銀行が実施しているみずほ産業調査のレポート「日本産業の中期見通しー向こう5年の需給動向と求められる事業戦略ー」は、各業界の変化や今後の予想がまとめられており、おすすめである。毎年刊行されているレポートで、タイトルのとおり、刊行から先5年の動向が化学や石油、小売など様々な視点でまとめられている。

2025年11月発行の最新版では、「小売」について、グローバルでは米国関税政策や米中対立による先行きの不透明感で成長率が鈍化、国内は前年並みの伸び率を維持、と予測している。また、戦略の方向性としてタイパニーズなどへの対応を進める必要性を指摘している。

未来予測という観点では、野村総合研究所の「NRI 未来年表」もおすすめである。政治・社会、経済・産業、国際、NRI予測の4つの観点で、将来起こりうることが年表形式でまとめられている。「同じ年にどのような出来事が起こるのか」「いつ社会課題が顕在化するのか」「研究テーマに関連した出来事にどのようなものがあるのか」など、あらゆる観点で確認することで、今後の意思決定や研究課題に活用できる情報源となっている。

1.3. シンクタンク・金融機関レポートの読みどころ

シンクタンクや金融機関のレポートを読む際には、個別の数値だけでなく、その前提となっている社会背景や業界への影響の整理に注目するとよ

い。それが業界にどのような影響を及ぼすと考えられているのかを確認することで、単なる概況把握にとどまらず、自社の研究・開発テーマとの接点を見つけやすくなる。

今後求められる戦略や対応の方向性に関する記述は、経営層や営業部門と問題意識を共有する際のヒントにもなる。特に年表形式のレポートでは、個別の出来事を単独で見るのではなく、前後にどのような変化が起きるのかを意識して確認することが重要である。

2. 新聞・雑誌記事の特徴とおすすめの情報源

2.1. 新聞・雑誌記事の強みと注意点

新聞や雑誌記事の特徴は、速報性が高いことである。国際情勢の変化やそれに伴う業界への影響、特定物質の規制動向、企業の開発動向など、前日にリリースされた情報が、すでに記事になっていることもある。

新聞や雑誌記事は速報性に優れる一方で、単独の記事だけをもとに市場全体を判断しないように注意が必要である。例えば、ある企業の新製品発売や新技術の発表が大きく取り上げられていたとしても、それが市場全体の潮流であるとは限らない。記事で気になる動きを見つけた場合は、企業のニュースリリースや決算資料、業界団体資料、公的統計などもあわせて確認し、事実関係や位置づけを整理することが重要である。新聞・雑誌記事は「変化の兆し」を早くつかむための情報源として使い、その後に他の資料で裏づけを取るという使い分けが有効である。

また、業界新聞や雑誌では、定期的実施される特集によって、業界の各企業の動向をまとめて把握することも可能である。「週刊粧業」であれば、化粧品原料や化粧品OEM、容器・パッケージなどの特集が定期的に組まれている。

2.2. 新規事業・研究開発の視点を補う雑誌

化粧品・化学業界の専門誌に加えて、研究・開発部門にとっては、新規事業や研究開発マネジメ

ントを専門に扱う雑誌も参考になる。

先端教育機構の「事業構想」は、新市場開拓や事業構想のヒントを得る情報源として活用しやすい。技術情報協会の「研究開発リーダー」は、将来の市場獲得を見据えた研究開発テーマ探索や研究開発マネジメントを扱っており、研究・開発部門にとって参考になる。2026年3月号は「特集1 AI (人工知能) の倫理問題と求められる企業対応、特集2 研究開発部門と他部門との壁の壊し方、協力体制の築き方」といった特集が組まれており、「R&D部門における機械学習・AI・生成AI活用へのデータ共有の重要性」といった隔月連載の記事もある。

こうした周辺領域の専門誌を確認することで、業界動向を追うだけでなく、技術をどのように事業につなげていくかという視点も補いやすくなる。

2.3. 特集タイトルから注目テーマを知る

雑誌や新聞は種類が多く、なかなかすべてに目を通すことができないというビジネスパーソンも多い。MDBのセミナーでは、そういった方に特集タイトルの確認をおすすめしている。特集タイトルとは、その発行号で中心的に扱われるテーマを示す見出しであり、雑誌名の次に目立つ形で掲げられていることが多い。本屋に並んでいる雑誌をざっと目で追っただけで確認することができる。この特集タイトルを確認するだけでも、日本経済や特定の業界において注目されているテーマを把握することができる。例えば、C&T (週刊粧業) やファインケミカル (シーエムシー出版) では、昨年度9月以降に表1のような特集を組んでいる。

3. まとめ

市場や業界を理解するための情報源には、それぞれ異なる役割がある。これまで紹介した各情報源の特徴と注意点を表2に、また、どのような情報が得られやすいかを表3に整理した。

官公庁資料は統計や制度、政府方針の確認に、業界団体資料は業界に近い実態の把握に、民間調

■表1 「C&T」と「ファインケミカル」の特集タイトル一覧

雑誌名	発刊時期	特集タイトル
C&T	2026年3月	百貨店～全体の売上高が5年ぶりにマイナスも「化粧品」は1.3%増で堅調に推移
	2025年12月	頭髮用化粧品～高価格帯ヘアケアが市場を牽引～
	2025年9月	化粧品容器包装の環境対策最前線'25

雑誌名	発刊時期	特集タイトル
ファインケミカル	2026年3月	ナノリボンの精密制御・機能創出～次世代機能性材料のフロンティア～
	2026年2月	創薬モダリティの多様化に向けた物性・品質評価
	2026年1月	次世代材料MXeneの応用最前線
	2025年12月	分子が織りなす磁性の未来
	2025年11月	環状ペプチドが結ぶ創薬の未来
	2025年10月	キラリティが織りなす光の世界:円偏光発光の設計と応用

出所：各雑誌をもとに、MDBが作成

■表2 各情報源の特徴と注意点

情報源	特徴	注意点
官公庁	・調査規模が大きい ・将来ビジョンや白書が公開されている	・調査から公表までに時間差がある ・統計分類が一般的な市場区分と異なる場合がある
業界団体	・独自調査を公開していることがある ・会員企業一覧から関連企業を把握しやすい	・会員企業の増減で数値が変動することがある ・会員企業ベースのため業界全体を網羅していない場合がある
民間調査会社	・市場予測や企業シェアが掲載されていることが多い ・個別市場の規模や関連企業、動向を把握しやすい	・数字の算出方法や前提条件が調査会社ごとに異なる ・調査対象や定義を確認する必要がある
シンクタンク/ 金融機関	・業界の全体像や社会背景を把握しやすい ・webで公開されているレポートが多い	・個別市場や個別企業の詳細までは踏み込まないことが多い ・技術動向より分析や示唆が中心の場合がある
新聞/雑誌	・速報性が高い ・特集で業界や企業動向をまとめて把握できる	・単発情報になりやすい ・定量情報や市場全体の俯瞰には向かない場合がある

MDBが作成

査会社資料は市場規模やシェア、予測の確認に向いている。シンクタンクや金融機関のレポートは社会全体の潮流や将来の方向性を捉えるのに役立つ、新聞・雑誌記事は最新動向や市場の兆しを素早くつかむのに有効である。

重要なのは、1つの情報源だけで判断しないことである。どの情報源にも強みがある一方で、定義、調査対象、更新頻度、情報の粒度には違いがある。そのため、ある資料で得た情報を別の資料で補いながら見ていくことで、より立体的に市場

■表3 各情報源で得られやすい情報

	将来性	市場規模	シェア	チャネル	参入企業	経済・社会	技術動向	消費者意識
官公庁	◎	◎			○	◎	○	◎
業界団体	○	◎		○	◎		○	○
民間調査会社	◎	◎	◎	◎	◎		◎	◎
シンクタンク/ 金融機関	○	○			○	○		○
新聞/雑誌	○	○	○		◎		◎	○

◎：掲載されている可能性が高い、○：掲載されている可能性がある、空欄＝掲載されていない可能性が高い

MDBが作成

を読み解くことができる。研究・開発部門においても、こうした情報源を組み合わせることで、足元の変化だけでなく、その背景にある社会的な要因や中長期的な方向性まで含めて理解しやすくなり、より解像度の高い市場理解やテーマ設定につなげることができる。

本連載では、官公庁資料から業界団体資料、民間調査会社資料、シンクタンク・金融機関レポート、新聞・雑誌記事まで、様々な情報源の特徴と活用のポイントを紹介してきた。日々の業務のなかですべての情報に目を通すことは難しいが、それぞれの情報源の強みを知っておくだけでも、必要なときに適切な資料へたどり着きやすくなる。今回紹介した視点が、研究・開発部門における市場理解や情報収集の一助となれば幸いである。