



Nomura Research Institute

2026 年 5 月 21 日

株式会社野村総合研究所

## 野村総合研究所、「生活者の“変化”を捉えるマーケティング分析」をテーマに第 20 回記念大会となる「マーケティング分析コンテスト 2026」を開催

～複数年にわたるデータを提供、マーケティング指標や手法など斬新なアイデアを募集～

株式会社野村総合研究所（以下「NRI」）は、「生活者の“変化”を捉えるマーケティング分析」をテーマに、第 20 回記念大会となる「マーケティング分析コンテスト 2026」（以下「本コンテスト」）を開催します。「マーケティング分析コンテスト」は、NRI が 3,000 人の生活者から独自に収集したシングルソースデータ<sup>1</sup>を、学術研究やマーケティング実務に活用していただくことを目的として 2007 年から毎年開催しており、今年で記念すべき第 20 回を迎えます。

NRI は現在約 250 社の顧客企業向けに、広告・プロモーション施策を分析・評価するサービス「Insight Signal（インサイトシグナル）」<sup>2</sup>を提供しています。本コンテストでは、当サービスで収集しているシングルソースデータをコンテスト参加者に提供します。本年度は第 20 回大会を記念し、例年提供している単年のデータに加え、過去 10 年間（5 地点）のデータも提供します。これらの複数年にわたるデータと企業の広告出稿実績から、「生活者の“変化”を捉えるマーケティング分析」というテーマに沿った研究成果を提出していただきます。審査は、マーケティング指標や分析手法の新しさ、着眼点の斬新さ、結果の有効性に加え、複数年データを適切に処理するデータハンドリングの巧妙さや中長期的変化の読み解き力など、幅広い観点で行います。多数のご応募をお待ちしています。

### ■生活者の「メディアへの接触状況」と「消費行動」がひもづいた過去 10 年のデータも提供

本コンテストの参加者に提供するシングルソースデータは、同一人物について「メディアへの接触状況」と「消費行動」（商品・サービスの認知や購入）を 2 カ月にわたって収集した国内で他に類を見ないデータです。本年度は過去 10 年間のデータもあわせて提供するため、単年の分析だけでなく、数年単位で生活者の価値観がどう移り変わったか、あるいはメディアの利用習慣がどう変化したかといった、中長期的な行動変化を分析することが可能になります。提供するデータには、より深く掘り下げた分析ができるよう「消費行動・消費意識データ」も含まれています。マーケティングを学ぶ学生・教育機関の方々や、実務としてマーケティングを実践している企業の方々も積極的にご参加ください。

本コンテストのエントリー期間は、2026年5月21日から9月30日までとし、研究成果の提出締め切りは11月6日を予定しています。応募要領などの概要と過去の入賞作品については、以下の専用サイトをご覧ください。

専用サイト「Insight Signal マーケティング分析コンテスト 2026」

<https://www.is.nri.co.jp/contest/>

## ■今年のテーマは「生活者の“変化”を捉えるマーケティング分析」

今回提供する過去10年間のデータは、まさにコロナ前・コロナ禍・コロナ後という社会の大きな転換期にまたがっています。この10年間は、スマートフォンの普及をはじめとするデジタル技術の進化に加え、パンデミックの影響により生活者の価値観や消費行動が大いに変化した期間でした。

そこで本年度のコンテストでは、「生活者の“変化”を捉えるマーケティング分析」をテーマに掲げました。複数年にわたるデータを時系列で比較し生活者の広告に対する反応の変化を探る研究や、コロナ前後での生活者の行動変容を浮き彫りにする研究など、企業の広告やマーケティング活動に役立つ成果を募集します。膨大なデータを駆使し、これまでの常識にとらわれない斬新なアイデアを、ぜひご提案ください。

NRIは本コンテストを通じ、多様な視点から生活者の購買要因の掘り下げが行われることで、企業に広告・マーケティング戦略を見直す手掛かりや示唆が与えられ、生活者とのより豊かで適切なコミュニケーションが推進されることを目指しています。本コンテストの結果は専用サイト上で、2027年1月に公表する予定です。

- 
- 1 メディア別の広告効果を生活者の視点で評価することを目的に、同一の調査対象者に対して、メディアへの接触状況、商品・サービスの認知や購入意向などを調査したデータです。シングルソースデータは、個人が特定される情報ではありません。
  - 2 広告・PRなどのプロモーション施策を、NRI独自のデータをもとに分析・評価するサービスです。媒体選定、クリエイティブ作成の支援、KPI設定やPDCA構築の支援も行います。

### 【お知らせに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部 玉岡  
TEL：03-5877-7100 E-mail：kouhou@nri.co.jp

### 【本コンテストに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 マーケティング戦略コンサルティング部  
「マーケティング分析コンテスト 2026」事務局 中村・富井  
TEL：03-5877-7388 E-mail：mac2026@nri.co.jp

## 【ご参考】「マーケティング分析コンテスト 2026」の概要

### 1. 参加資格

年齢、国籍、職業（社会人、学生）は問いません。グループでの応募も可能です。1人（または1グループ）当たりの応募数に制限はありませんが、自作・未発表のものに限ります（ただし、受賞は1人（または1グループ）1点までとします）。また、調査会社、コンサルティング会社、システム開発会社に勤務する方のエントリーは、ご遠慮いただく場合があります。

### 2. 賞

最優秀賞（1点） 賞金 20 万円

優秀賞（1点） 賞金 10 万円

佳作（1点） 賞金 5 万円

※それぞれ、該当者なしの場合があります。

### 3. エントリー方法

専用サイト (<https://www.is.nri.co.jp/contest/>) において、2026年5月21日から9月30日まで、エントリーを受け付けます。上記サイトのエントリーフォームに必要事項を入力・送信後、参加申込書および誓約書をダウンロードし、必要事項を記入の上、「マーケティング分析コンテスト 2026 事務局」へメール添付でご送付ください。書類の受領および内容の確認後に、分析用のシングルソースデータを郵送します（6月下旬郵送開始予定です。本コンテスト終了後、シングルソースデータは返却していただきます）。

**エントリー締め切り日：2026年9月30日**

### 4. その他コンテストに関する説明

専用サイト上の説明資料をご覧ください。説明資料には、今回提供するシングルソースデータの特徴やテーマ設定の指針、分析の基本的な考え方が記載されています。

### 5. 提供するシングルソースデータ

関東圏（1都6県）に居住する3,000サンプルの同一調査対象者（20歳～69歳の男女個人。人口比を反映）から、2017年～2026年にかけて収集した、広告・宣伝メディアへの接触状況と商品の購買行動に関するデータを未加工のデータ（ローデータ）として提供します（データの特徴と調査方法は以下の図1~3をご参照ください）。データ構成などの詳細は専用サイトをご覧ください。

図 1：シングルソースデータの全体像

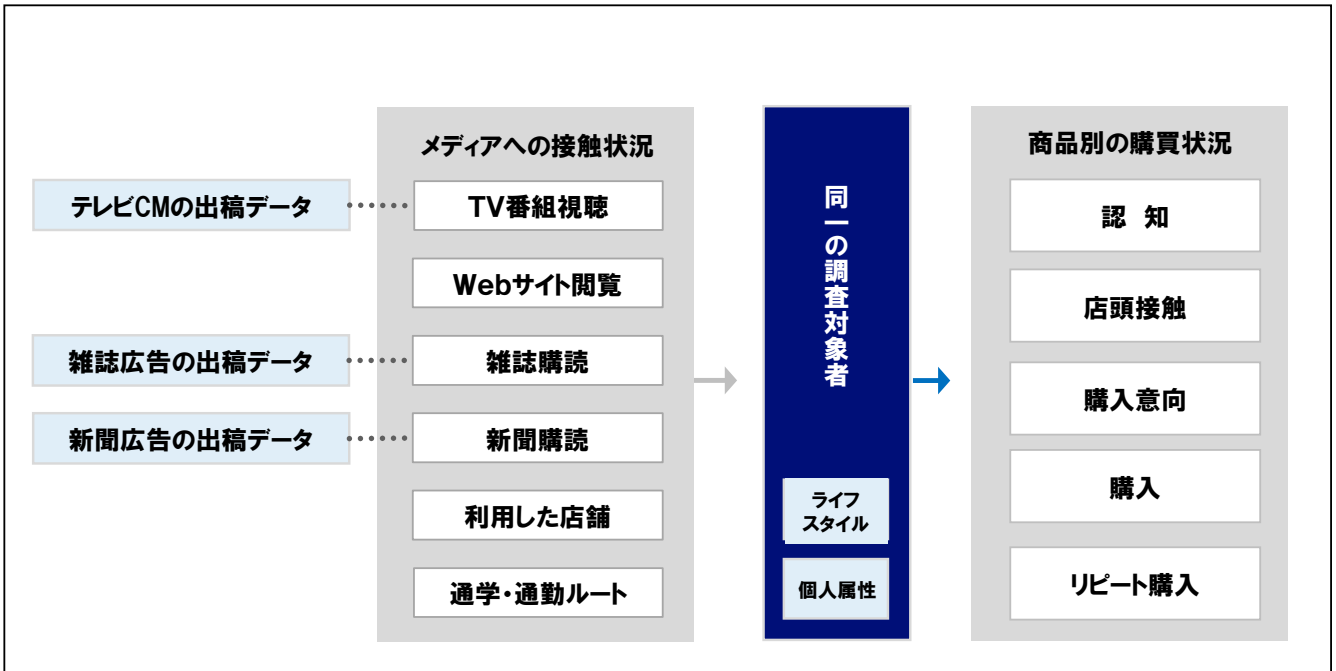


図 2：調査方法

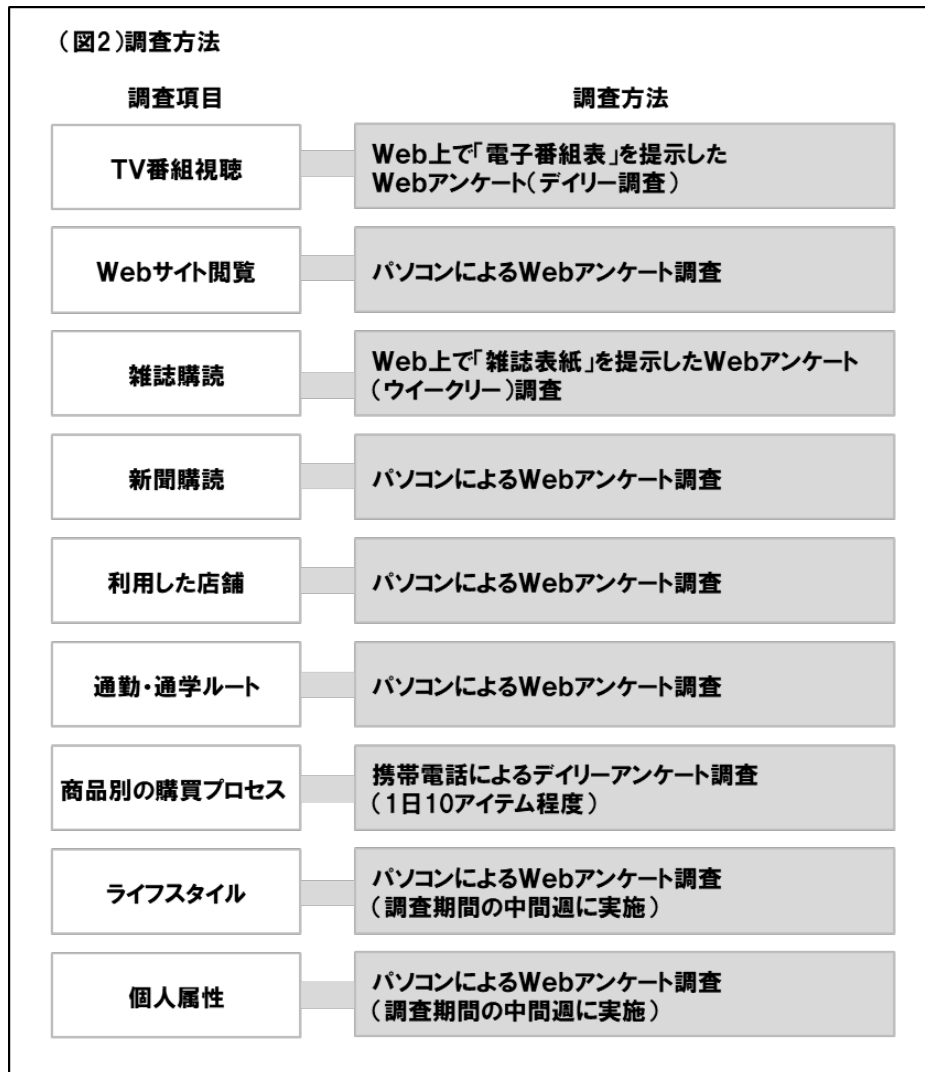
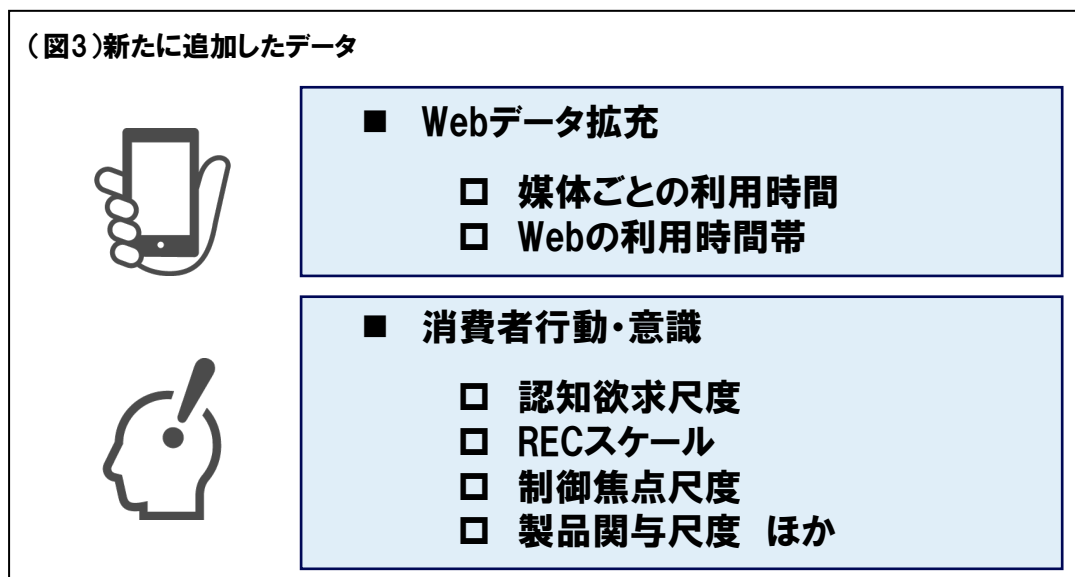


図3：追加データ



## 6. 成果物の提出方法

研究成果は、パワーポイント形式で30ページ以内にまとめ、「要約文」および「応募用紙」とともに、電子メールに添付して送付してください。

成果物提出締め切り日：2026年11月6日 23時59分

## 7. 審査基準ならびに審査結果の発表方法

マーケティング手法としての斬新さや、マーケティング戦略に新たな示唆を与えているかどうかを重視して審査し、審査結果を専用サイト上で2027年1月に発表します。過去の入賞作品も専用サイトにてご確認いただけます。

## 8. 審査委員（敬称略、順不同）

<審査委員長>

守口 剛（早稲田大学 商学学術院 教授）

<審査委員>

桑原 武夫（横浜商科大学 商学部 教授）

清水 聡（慶應義塾大学 商学部 教授）

酒井 麻衣子（中央大学 商学部 教授）

高橋 弓子（株式会社野村総合研究所 マーケティング戦略コンサルティング部 部長）

## 9. 学術論文としての活用

本コンテストに応募した研究成果を、学位請求論文（卒業論文・修士論文・博士論文）や、学会などへの投稿論文にも活用いただけます。「延長申請書」の提出により、シングルソースデータの貸与期間を延長することも可能です。

## 10. 注意事項

- ・研究成果に関する知的財産権は、株式会社野村総合研究所および当該の研究を行った方に帰属します。
- ・エントリー情報や参加申込書は本コンテスト事務局にて厳重に保管します。本コンテスト参加者の個人情報、本コンテストに関する活動のみに利用します。
- ・参加申込書をご提出いただくと、やむを得ない場合を除き、研究成果の提出が必須となります。シングルソースデータを開覧するだけなど、本コンテスト応募以外の目的での参加はできませんので、ご注意ください。
- ・提供するシングルソースデータは、本コンテストの研究成果物提出時、またはデータの延長貸与期間が終了した時点で、速やかに返却いただくものとします。電子メディアなどに複写されている場合は、これを完全に破棄していただくこととします。