

Strategy[®]

AI+BIアナリティクス 世界動向レポート 2025年

執筆者:

ブレット・シェパード (Dúnedain Research)、

2025年6月30日

序文

今、組織がデータを活用する方法は大きな転換点を迎えています。

アナリティクスの初期段階は、「**タイプ1インテリジェンス**」と呼ぶことができるものでした。これは、Excel、Tableau、Googleスプレッドシートといったツールを用いた分析から得られる部門単位の洞察を指します。これらのツールの導入が「最初の光」となり、ついに組織がデータを使って問いを立て、答えを導き始めるなど、その始まりは確かに刺激的で、画期的なものでした。しかし、その光は断片的なものでした。この段階で得られた知見はあくまで部門ごとに限定されており、組織全体で統合されて活用されるには至りませんでした。データはサイロ化され、洞察は全社的に共有されなかったため、組織は依然として全体像を十分に把握することができなかつたのです。

今日、先進的な企業は「**タイプ2インテリジェンス**」、つまりエンタープライズインテリジェンスへと歩みを進めています。単にデータを収集するだけではなく、それらをつなげることで、クラウド間、アプリケーション間、さらには事業部門間を横断してデータを統合しています。その基盤となるのは、事業活動の実情を表す、セマンティックで統制された、かつオープンなインテリジェンスレイヤーの構築です。こうした取り組みにより、これらの企業は試験運用や概念実証の段階を超え、本番環境においてインテリジェンスを大規模に展開し、実際の成果につなげています。

しかし、これは最終到達点ではありません。次の段階である「**タイプ3インテリジェンス**」（自律型インテリジェンス）の基盤に過ぎません。この段階では、AIは人間の意思決定を補完するだけでなく、自ら主体的に行動します。つまり、データをモデリングし、パターンを発見し、洞察を先回りして提示するとともに、構造化データと非構造化データの両方からの質問に回答できるようになります。インテリジェンスは「受動的」から「能動的」へと進化し、文脈を踏まえた継続的なものとなります。

こうした進化の根底にあるのは、シンプルでありながら極めて重要な原則、すなわち「**自由なサービス選定**」という考え方です。インテリジェンスレイヤーが、特定のデータベースやクラウドプラットフォームに固定されているのであれば、それは本当の意味で自社のものとは言えません。真のインテリジェンスは、可搬性、オープン性、そして主権性を備えていなければなりません。なぜなら、組織が競争優位性を確立できるかどうかは、環境の変化に応じて自由に移動し、拡張し、適用できるかどうかにかかっているからです。

本レポートでは、企業がこの進化のスペクトラムの中で現在どの段階に位置しているのか、そして次の飛躍が「すでにあるものをつなぐこと」から始まる理由を明らかにします。



サウラブ・ アバヤンカール

Strategy社、エグゼクティブ
バイスプレジデント兼CPO
(最高製品責任者)

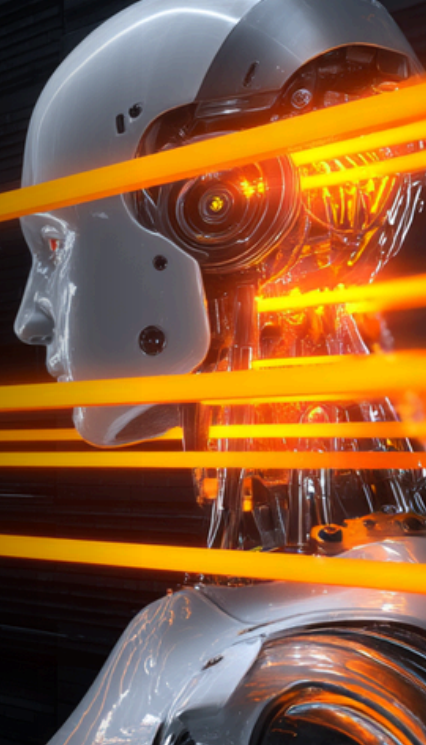


概要

組織がデータの価値を最大化しようと競い合う中で、AI活用型アナリティクスは「一時的な流行」から「日常的な習慣」へと移行しつつあります。しかし、その定着は単純にスイッチを入れれば実現するものではありません。意思決定はどのように行われ、誰が意思決定に関与できるのか、そしてそれを支える基盤がどのように整備されるのか、といった側面で複雑な変革を伴います。今回の調査結果は、こうした変革に対応する組織のアプローチ、推進力となっている要因、依然として残る障壁、そして進捗について明らかにしています。

試験運用から 本番環境へ

現在、約 **43%** の組織が、
単なる試験運用を超えて、本番環境でAI
アナリティクスを活用しています。さらに
そのうち3分の1の組織は、部門横断的に規
模を拡大しています。



なぜ重要なのか

AIアナリティクス導入の主な目的は、
意思決定の質の向上、コスト削減、
競争優位性の強化にあります。

AIの利用者は誰か

AI活用型アナリティクスは、経営層、
データサイエンス部門、IT、オペレー
ション、財務、さらにはカスタマーサ
ポートに至るまで、幅広い部門で活用
されています。





日常的なユースケース

組織が特に注力しているのは、「データ専門人材の業務効率向上」、「より多くの従業員が自らデータを活用できる環境の実現」という2つのユースケースです。

急速な拡大

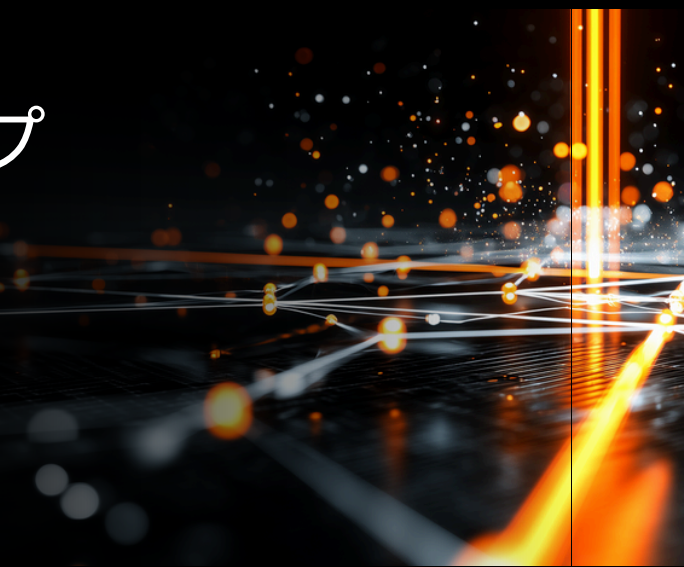
25% の組織が、今後1年以内に従業員の少なくとも30%以上に、AIアナリティクスへのアクセスを展開する計画を立てています。

AI活用を阻む要因

かさばる導入コスト、不透明なROI、不十分なセマンティックデータレイヤー、脆弱なガバナンス構造が阻害要因となっています。

信頼性に対するギャップ

最大の技術的懸念は、AIツールが不正確または一貫性のない回答を返すことにあります。これにより、ユーザーの信頼が大規模に損なわれかねません。



目次

AI活用型アナリティクスを理解する	7
AI導入の潮流	8
限られた利用から「誰もが活用できるインテリジェンス」へ	9
導入の見通し	10
導入の各段階	12
AI活用型アナリティクスへの優先投資領域	13
AIエージェントおよびボットの導入状況	14
アナリティクスの組織モデル	15
組織規模別にみたアナリティクスとBIへの組織的アプローチ	17
ケーススタディ：The Warehouse Group、データとAIで小売の俊敏性を実現	18
ビジネスの成果	19
カテゴリ別のビジネス成果	20
今後12～18か月の目標	22
部門別インパクト	23
課題とリスク	24
AI活用型アナリティクスへの信頼	26
信頼を左右する要因	27
コンプライアンスと組織的な障壁	28
試験運用から本番環境へ：企業における導入の実現	29
AIによる自動化でデータ専門人材を支援	29
自然言語インターフェースによるアクセスの拡大	30
成果の測定：目標、サービス、戦略的選択	32
ROI向上と投資正当化のためのSMART目標設定	32
AI活用型アナリティクスサービスの優先順位付け	34
アナリティクスおよびBIベンダーの概況	35
クラウドインフラとベンダーロックイン	37
総所有コスト（TCO）に関する考察	38
著者ノート：欠けているピースは「ユーザビリティ」	39
結論	40
付録：調査概要	41

AI活用型アナリティクスを理解する

本レポートでは、「AI活用型アナリティクス」、「AI活用型ビジネスインテリジェンス」、「AIアナリティクス」、「AI+BI」といった用語を使って、AIを活用して以下を行うシステムについて説明しています。

- データ専門人材のワークフローを加速
- 非技術系スタッフがデータに関する問いに答えられるよう支援
- 組織全体の意思決定をサポート

特に焦点を当てているのは、生成AIをエンタープライズアナリティクスツールと統合したデータプラットフォームです。これらのプラットフォームでは、ユーザーが自然言語でデータに関する質問を投げかけると、生成AIがその質問を構造化クエリに変換し、アナリティクスエンジンが処理を行います。エンジンが返した結果は、生成AIによって平易な言葉で解説され、ユーザーに提示されます。

なぜ重要なのか

生成AIとエンタープライズ向けアナリティクスエンジンを組み合わせることで、データへのアクセスをより直感的かつ包括的なものにしようとしています。これは特に、技術的な専門知識を持たない従業員にとって大きな効果を発揮します。さらに、このハイブリッド型アプローチは、スタンドアロンの生成AIツールで生じがちな、数値計算、統計処理、可視化解釈における誤解を減らす効果もあります。



AI+BIが汎用的な生成AIと異なる理由

ChatGPTをはじめとする大規模言語モデル（LLM）などの汎用的な生成AIツールは、自然で流暢な応答を生成することができます。しかし一方で、数値計算や統計、論理推論といった領域では精度に課題を抱えることが少なくありません。その理由は、これらのモデルが実際の計算を行う仕組みに基づいているのではなく、あくまでもテキスト内のパターンを模倣する形で学習しているためです。

AI活用型アナリティクスは、次のように役割を分担することでこの課題に対処しています。

- LLM：自然言語での入力や結果の説明を担当
- アナリティクスプラットフォーム：実際の計算処理を担い、結果の正確性を保証

この構造により、いわゆる「ハルシネーション」のリスクを低減し、結果の信頼度を高めています。

AI導入の潮流

組織はデータ活用の高度化に向けて、AI活用型アナリティクスを導入する動きを強めています。調査結果によると、導入理由として最も多く挙げられたのは「意思決定の向上」であり、次いで「コスト削減」や「業務効率化」といった目標が僅差で続いています。

回答者の優先事項には以下が含まれます。

56.2%

意思決定の向上

55.7%

業務効率の向上

50.2%

コスト削減

42.6%

競争優位の確立

32.3%

最前線の現場従業員の活用強化/
経営陣の要求への対応

これらの結果から、AI+BIの導入は目新しさを追うためではなく、成果や効率性の課題に対応するための戦略的な選択であることがわかります。

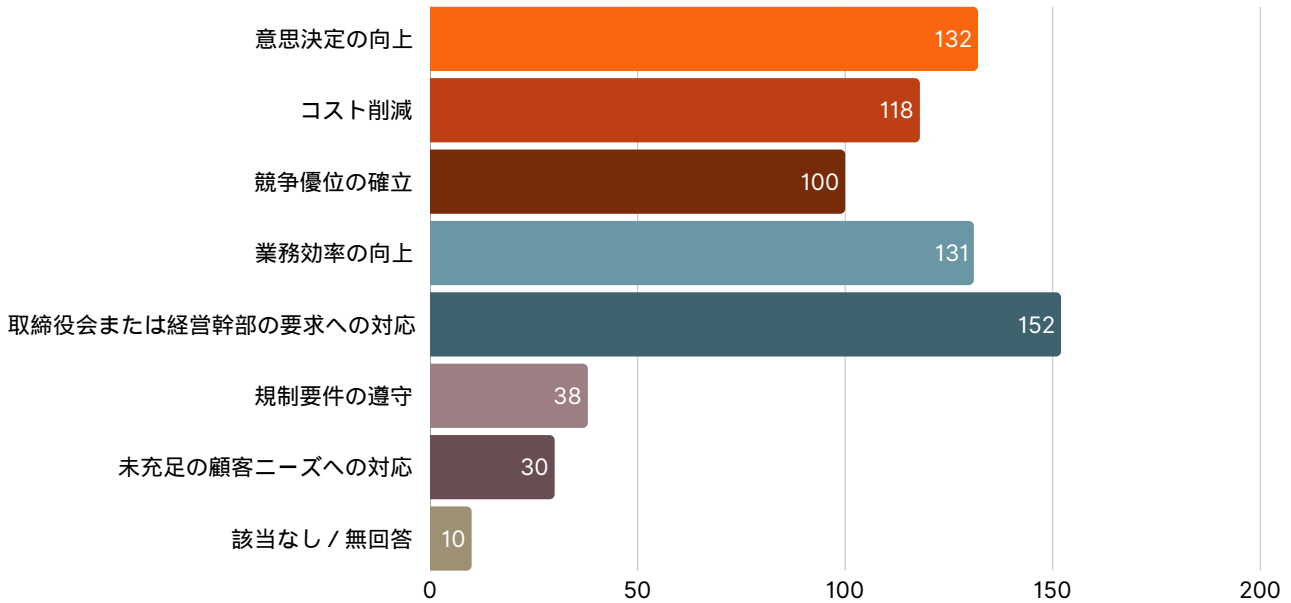
“ 「AI活用型アナリティクスは、意思決定の在り方に革命をもたらすであろう。」

ガートナー、2025年予測、2025年2月26日

図1

AI活用型アナリティクス導入の主要推進要因

質問: AI活用型アナリティクスの導入を推進する、または今後推進する可能性のある主な要因は何ですか? (該当するものをすべて選択してください)



出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

限られた利用から「誰もが活用できるインテリジェンス」へ

自然言語でのクエリをサポートするAI活用型アナリティクスプラットフォームは、これまで限られていたデータアクセスをより幅広い従業員層へと開放する段階にあります。従来、アナリティクスの導入率は低水準にとどまってきました。

15年前、BI Scorecardが推定した従業員
全体でのアナリティクス利用率: **26%**

現在、多くの組織に
おける利用率: **30-40%**

さらに、高度なビジュアル アナリティクスやダッシュボード作成ツールにアクセスできる従業員
(いわゆる「パワーユーザー」) は、多くの企業で **10%** 未満

こうした状況は、いま変わりつつあります。

AI+BIツールの登場により、ユーザーは専門的な知識や「パワーユーザー」の権限を必要とせず、自然な言葉でデータに関する質問を行い、視覚化された回答を自動的に得られるようになっています。

アドバンスライセンス保有者の枠を超えたアクセス拡大

従来、ダッシュボードの作成、データの可視化による探索、レポートの公開といった高度な分析作業を行えるのは、**アドバンスアナリティクスライセンス**を持つ一部の従業員に限られていました。このようにアクセスが制限されているため、大多数のユーザーは専門人材に依存せざるを得ない状況が続いていたのです。

Strategy Oneのような新型のAI+BIプラットフォームでは、これらの機能をより手軽な**データコンシューマー向けライセンス**で利用できるようになっています。こうした選択肢は、質問やチャート作成、結果の解釈を行う必要のある一般ユーザーに、特別な技術研修は不要で日常的な利用向けに設計されています。

ライセンスコストを削減し、必要とされるスキルのハードルを下げることで、企業はより多くの従業員にアナリティクスへのアクセスを開放し、チーム全体でのデータ活用を拡大することが可能となります。

導入の見通し

調査回答者の4人に1人（24.3%）が、今後12か月以内に従業員の**30%以上**にAI活用型アナリティクスへのアクセス提供を目標としていると回答しています。これは、**現状の平均値の約3倍**に相当します。

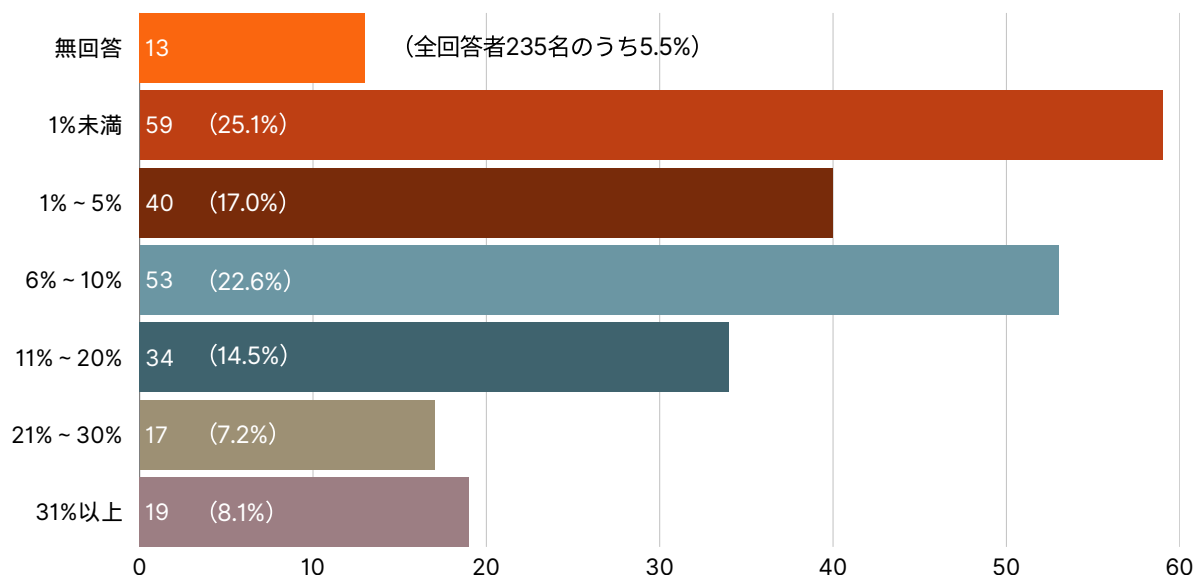
このように、拡大への機運は高まっています。多くの組織ははまだ導入の初期段階にありますが、より広範な導入を目指すこうした目標は、「**誰もが活用できるインテリジェンス**」というビジョンの広がり、すなわち組織のあらゆる階層においてデータへアクセスし、それを実行可能な形で活用できる未来像と一致しています。

注：2025年上半期現在、AI活用型アナリティクスの導入計画は**マクロ経済の不確実性**の中ですすめられています。多くの組織は、景気後退やインフレ率上昇といった市場の不安定要因を踏まえ、期待値を調整しています。こうした状況は、AI活用型アナリティクスを含む新技術への投資にも影響を及ぼす可能性があります。

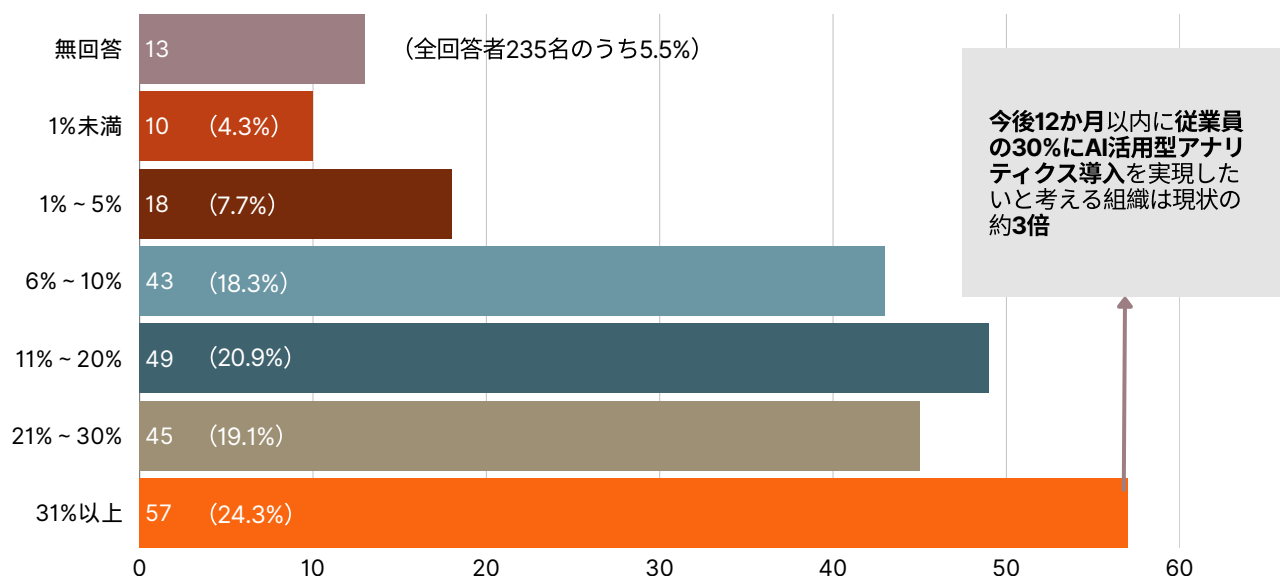
図2

AI活用型アナリティクスの現状（上）と導入計画（下）

質問： 現在、貴社の従業員のうちAI活用型アナリティクスを積極的に利用しているのは何%ですか？（例：自然言語によるデータ関連の質問、ダッシュボードやレポート作成のAIによる自動化など）（1つ選択してください）



質問： 今後12か月以内に、貴社の従業員の何%がAI活用型アナリティクスを積極的に利用する状態を目標としていますか？（1つ選択してください）



各選択肢を選択した回答者の数と割合

出典：Dunedin Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

導入の各段階

試験運用から本番環境へ

AI活用型アナリティクスを導入する過程において、組織はさまざまな段階にあります。その多くは、部門ごとにサイロ化されたデータ利用から、全社的なデータガバナンス、部門横断的なデータ共有、高度なアナリティクスといった、より統合的な実践へと移行しつつあります。

特に先進的な組織の中には、**責任あるAI**を活用して、企業全体の意思決定を**先回りして推進**する可能性を検討しているところもあります。こうした成熟度はまだ一般的ではありませんが、今後数年にわたり多くの組織が目指す方向性を示しています。

図3

AI活用型アナリティクスの現状と導入計画

質問: 現在、貴社はデータ活用の取り組みにおいてどの段階にありますか？（該当するものをすべて選択してください）

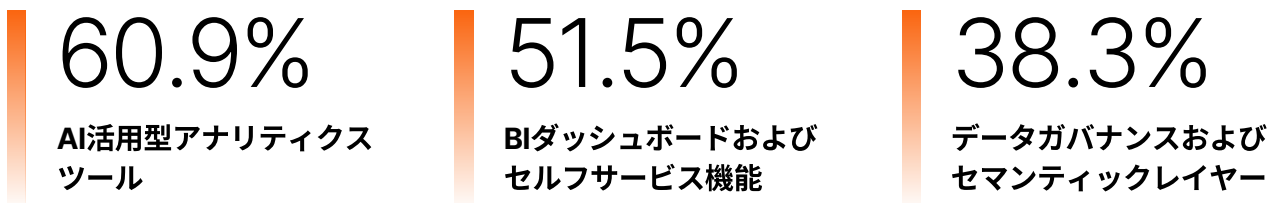
エンタープライズアナリティクスの導入段階	回答数	回答の割合
高度な分析機能を備えたビジネスインテリジェンスソフトウェアを導入している	138	58.7%
部門単位でデータを活用している	112	47.7%
部門間でデータを標準化、統合している	123	52.3%
企業全体のデータ戦略とガバナンスを策定している	107	45.5%
データ専門人材がAIを活用してワークフローを迅速化している	56	23.8%
従業員が自然言語でデータと対話できるようになっている	47	20.0%
責任あるAIが企業全体のデータと意思決定を先回りして推進している	38	16.2%
その他／該当なし	19	8.1%

出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

調査で明らかになったことの一つは、データ専門人材と一般ビジネスユーザーという二つの利用者層で、導入の進展がほぼ同じペースで進んでいるという点です。AI活用型アナリティクスは、データ専門人材のワークフローを自動化し、手作業によるデータ整理に費やす時間を減らすことで、分析や洞察の共有により多くの時間を割けるようにしています。一方で、自然言語による問い合わせを通じてアナリティクスの利用可能性が広がったことで、従来の「パワーユーザー」に限られていたAI+BIの活用が、組織全体へと拡大しつつあります。

AI活用型アナリティクスへの優先投資領域

今後1~3年において、組織が優先的に投資すると回答した主な分野は以下の3つです。

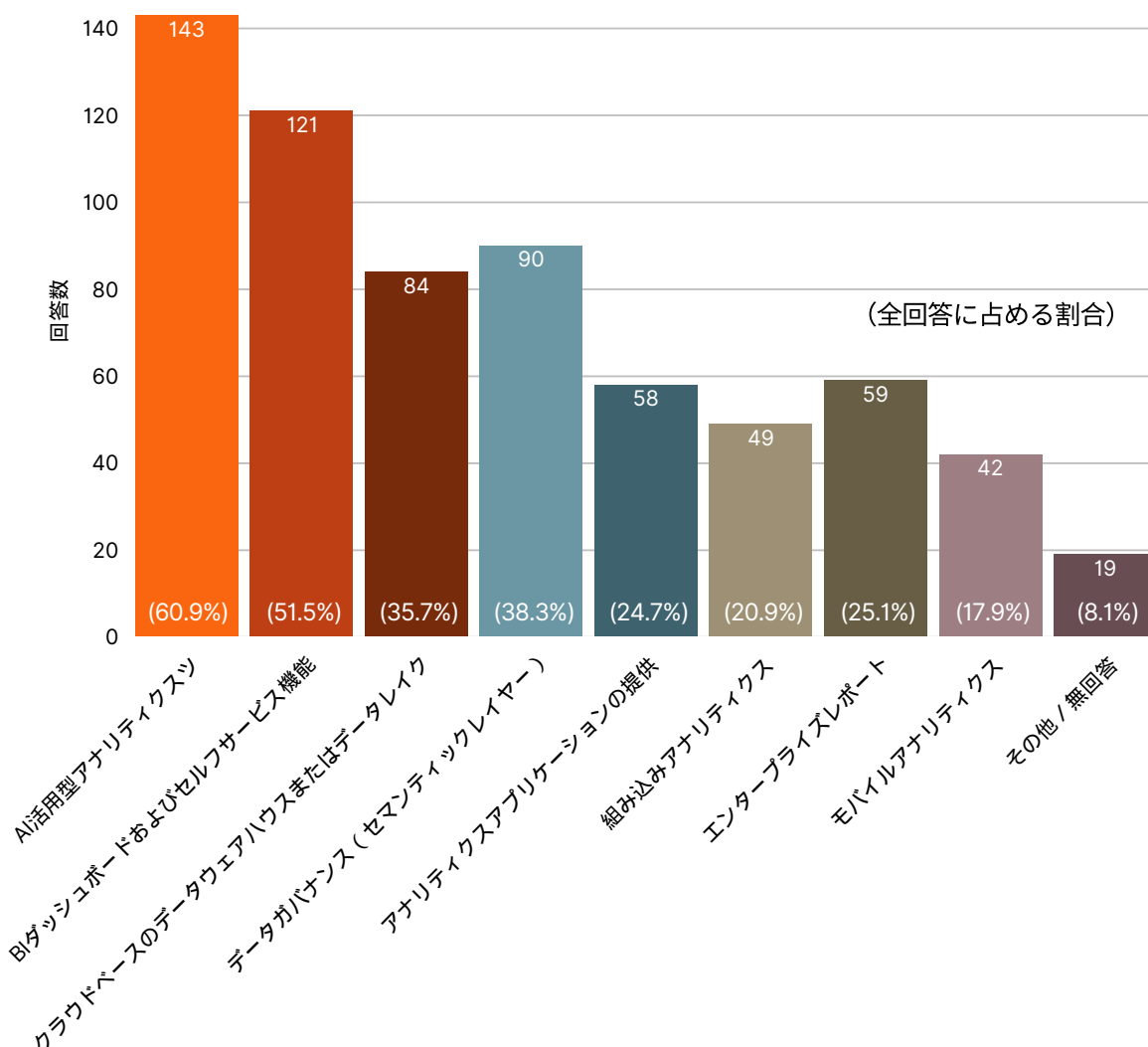


これらの優先領域は、アナリティクスを組織全体でより利用しやすく、自動化し、信頼できるものへと進化させる組織全体の動きを反映しています。特に注目すべきは、1~2年前と比較して、生成AIおよびAI+BIへの投資が飛躍的に増加している点です。

図4

今後1~3年における投資分野

質問: 今後1~3年の間に、貴社はどの分野へ投資する予定ですか? (該当するものをすべて選択してください)



出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

“ 「ここ数年ほとんど大きな変化が見られなかったにもかかわらず、組織におけるAI活用はこの1年で著しく加速しました。」

McKinsey & Company、「AIの現状」(2025年3月12日)

アナリティクス部門における役割の変化

AIによるデータ検出やダッシュボード作成の自動化が進むにつれ、組織は人材採用の優先順位を見直しています。McKinseyの調査では、以下のことが示されています。

- データビジュアライゼーションおよび**デザインの専門人材**に対する需要は減少
- **AIデータサイエンティスト**に対する需要は依然として高水準を維持

2025年のMcKinseyの調査によれば、AIを活用している組織の半数が、AI機能の活用拡大を支えるために今年中に**より多くのデータサイエンティストを採用**する予定だと回答しています。この変化は、AI主導の環境において、ビジュアル表現よりも分析の深みを重視する傾向が強まっていることを示しています。

AIエージェントおよびボットの導入状況

ほとんどの組織が、アナリティクス戦略の一環としてAIエージェントやボットの活用を評価または試験導入している段階にあります。AI活用型アナリティクスにおける定義は次のとおりです。



AIエージェント：データを分析し、洞察を生み出し、行動を推奨することができる知的システム。場合によっては、ビジネス目標やKPIに沿って意思決定を自動的に実行することも可能です。



AIボット：ユーザーからの質問に回答し、専門知識を持たない従業員でも日常業務に関連するデータを迅速に見つけ、理解できるよう支援する仕組みです。

この分布は、AIエージェントを複数の機能にわたり大規模展開している組織はまだ少数である一方で、**すでに導入済み、あるいは導入準備中と回答した組織は合計で70%**に達していることを示しています。導入は依然として初期段階にあるものの、既存のアプリケーションやシステムとの統合を視野に入れつつ、より広範な本番運用へと着実に進んでいます。

図5

AIエージェントおよびボットの導入状況

質問：貴社では、特定の機能に対応するAIエージェントやボットの作成、導入をどの程度進めていますか？（貴社に最も当てはまるものを選んでください）

複数のAIエージェントやボットをすでに本番環境で稼働させており、複数の部門や事業領域で活用している。今年中にさらに拡大予定

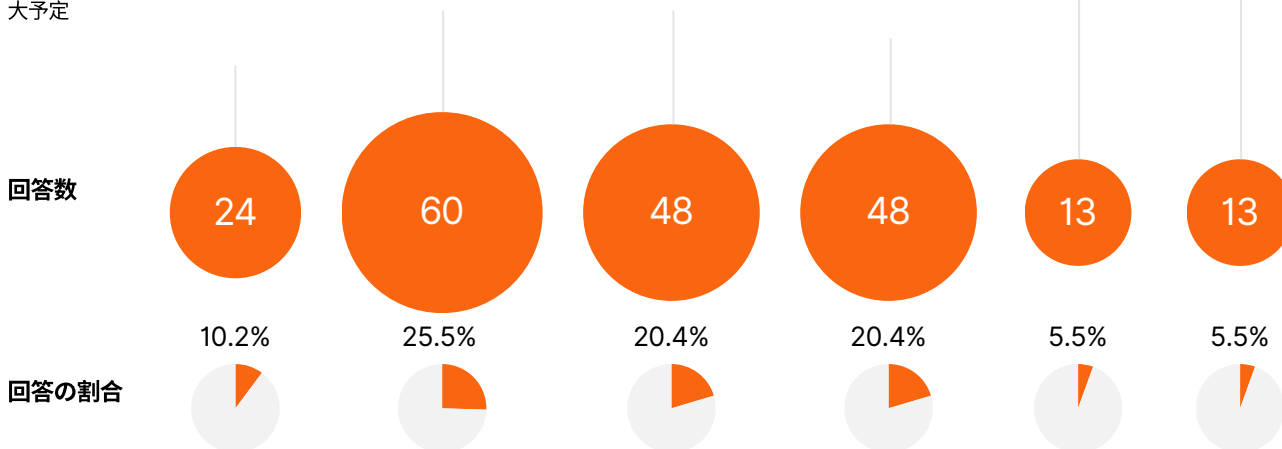
1つ以上のAIエージェントやボットを特定の業務機能向けに導入済み

AIエージェントやボットを試験導入中であり、今年中に本番環境へ移行する予定

AIエージェントやボットの選択肢を評価中であり、本番導入の明確なスケジュールは未定

上記のいずれにも該当しない

無回答



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

アナリティクスの組織モデル

組織はアナリティクスやビジネスインテリジェンス（BI）を導入する際に、その規模、構造、内部能力に応じて、さまざまなアーキテクチャアプローチを採用しています。

代表的なモデルは以下のとおりです。

39.6%

ハイブリッド型「ハブ&スポーク」

このモデルでは、集権型の専門チーム（多くの場合「センターオブエクセレンス」）が、事業部門に配置されたアナリストを支援します。各部門は一定の柔軟性を維持しつつ、自らのイニシアチブを推進します。

30.2%

集権型

コーポレートスポンサーまたは集権型管理チームが、BI機能の多くまたはすべてを所有し、管理。

19.6%

分散型

各事業部門が独立して、自らのツールやプロセスを管理。

回答者のうち少数（3.8%）は「サービスプロバイダー」を選択しており、これはコンサルティング会社やマネージドサービスプロバイダーがBI機能を主導するモデルを指します。さらに5.1%は「その他」を選択しており、あるコメントでは、IT部門とビジネス部門の役割が重複することで非効率を招く「分散型／シャドーIT」モデルが指摘されていました。

図6

アナリティクスとBIへのアプローチ

質問：貴社におけるアナリティクスおよびビジネスインテリジェンスの組織的アプローチを、どのように表現しますか？（1つ選択してください）

アナリティクスとBIに対する組織的アプローチ	回答数	回答の割合
集権型 - コーポレートスポンサーまたはセンターオブエクセレンスが中心となり、組織全体で活用できる中核機能を整備	71	30.2%
分散型 - 事業部門や部署に所属するステークホルダーやアナリストが、自部門の固有ニーズに最も適したアナリティクスやビジネスインテリジェンスを柔軟に試し、導入	46	19.6%
ハイブリッド型（「ハブ&スポーク」） - 集権型の専門機能と、事業部門や部署に配置されたアナリストを組み合わせたモデル。部門は一定の柔軟性を持ち、自ら試験導入を実施することも可能	93	39.6%
サービスプロバイダー - コンサルティングサービスプロバイダーに主導を委託	9	3.8%
該当なし／その他／無回答	16	6.8%
合計	235	100.0%

出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛



組織規模別にみたアナリティクスとBIへの組織的アプローチ

2025年調査結果に基づく



中規模組織（従業員数5,000～9,999人）：**分散型**または**ハイブリッド型**のアプローチを選択する傾向が強い。



大規模組織（従業員数20,000人以上）：**集権型**または**ハイブリッド型**のアプローチを採用する傾向が強い。

回答者のうち3%はサービスプロバイダー型のアプローチを採用しており、具体的なサービスプロバイダーとしてはPalantirやSTL Digitalが挙げられています。

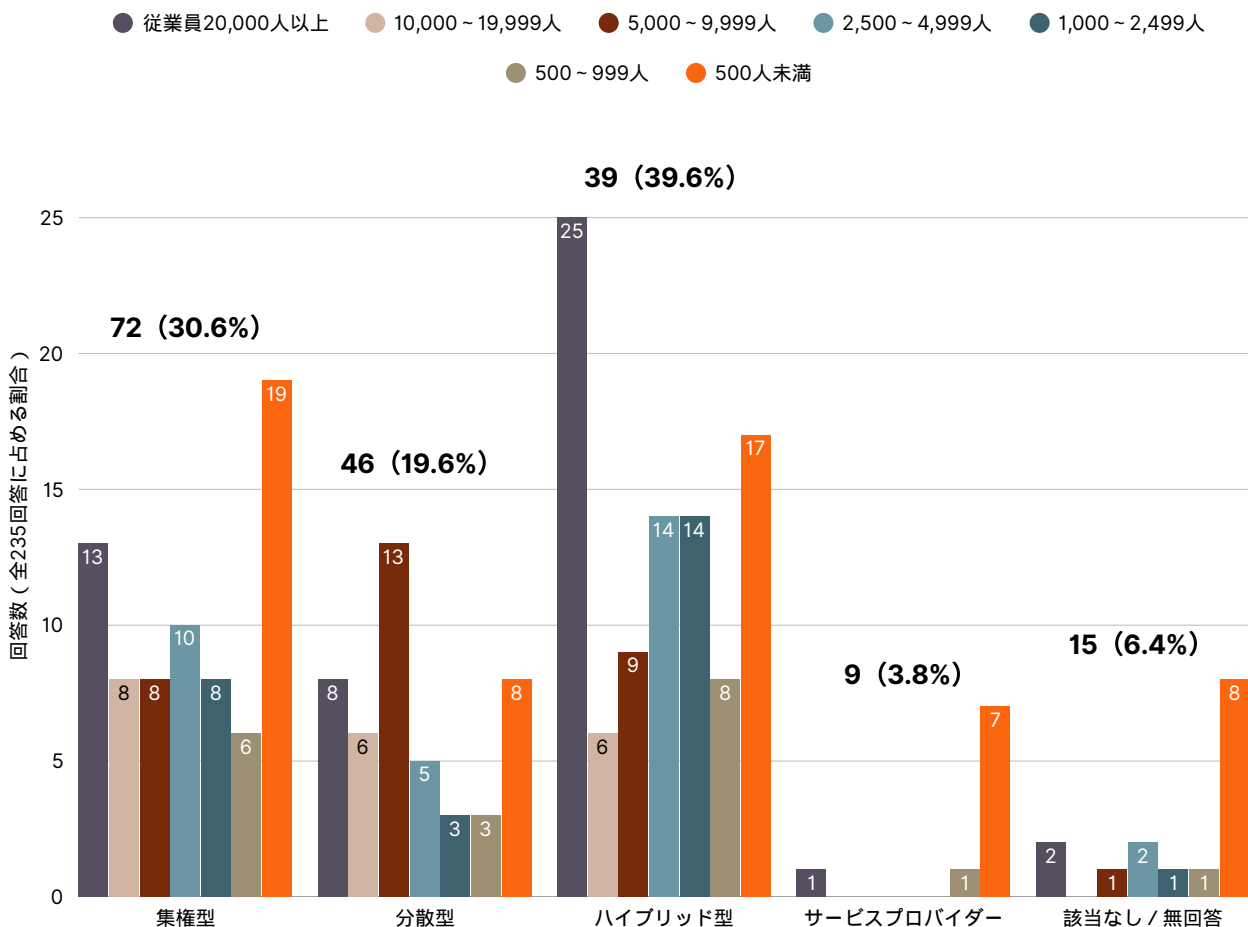
図7

企業規模別にみたアナリティクスとBIへの組織的アプローチ

質問:

御社におけるアナリティクスおよびビジネスインテリジェンスの組織的アプローチを、どのように表現しますか？（1つ選択してください）

貴社の全世界での従業員総数は何人ですか？（1つ選択してください）



出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

ケーススタディ

The Warehouse Group: データとAIで小売の俊敏性を実現

ニュージーランド最大の非食品小売企業であるThe Warehouse Group (TWG) は、経済的逆風の中、レジリエンスを維持し成長を促進するためにデータとAIの活用に踏み出しました。消費支出の減少や従来型の組織サイロといった課題に直面する中、TWGはStrategyプラットフォームを用いてデータ戦略を統合し、マーチャンダイジングからサプライチェーン、戦略的計画、店舗体験に至るまで、全社的にセルフサービス型かつガバナンスに基づく洞察を活用できる環境を実現しました。

データへのアクセスを民主化し、チームにAIツールを提供することで、TWGはより俊敏で洞察力主導のビジネス文化を築き上げました。成功の重要な要因となったのは、データドメインチームの設立です。このチームはスキルギャップを埋め、全社規模でコスト効率の高いアナリティクス提供を実現しました。さらにStrategy AIを導入したことで、ユーザーは意思決定を加速させ、プロンプトチューニングからチャットボット導入に至るまで、生成AIを実務に即した形で効果的に活用できるようになりました。

TWGの変革は、同様の課題に直面している他の小売企業にとって一つの指針となります。データカルチャーに信頼、ガバナンス、探究心を組み込むことで、同社は技術的および組織的な壁を打ち破っただけでなく、継続的なイノベーションの基盤を築き上げました。

[詳細はケーススタディをご覧ください >](#)

“「データは私たちのビジネスの生命線であり、酸素のように私たちの取り組みすべての原動力となっています。Strategyは、安全性、統制、一貫性、そして適切な管理を確保しながら、データの民主化を支援してくれています。」

Keryn McKenzie氏、データ／インサイト／サービス部門、支部エリアリード

ビジネスの成果

競争優位性の確立、コスト削減、意思決定の向上

組織は、AI活用型アナリティクスから目に見えるビジネス成果を得始めています。

61.7%

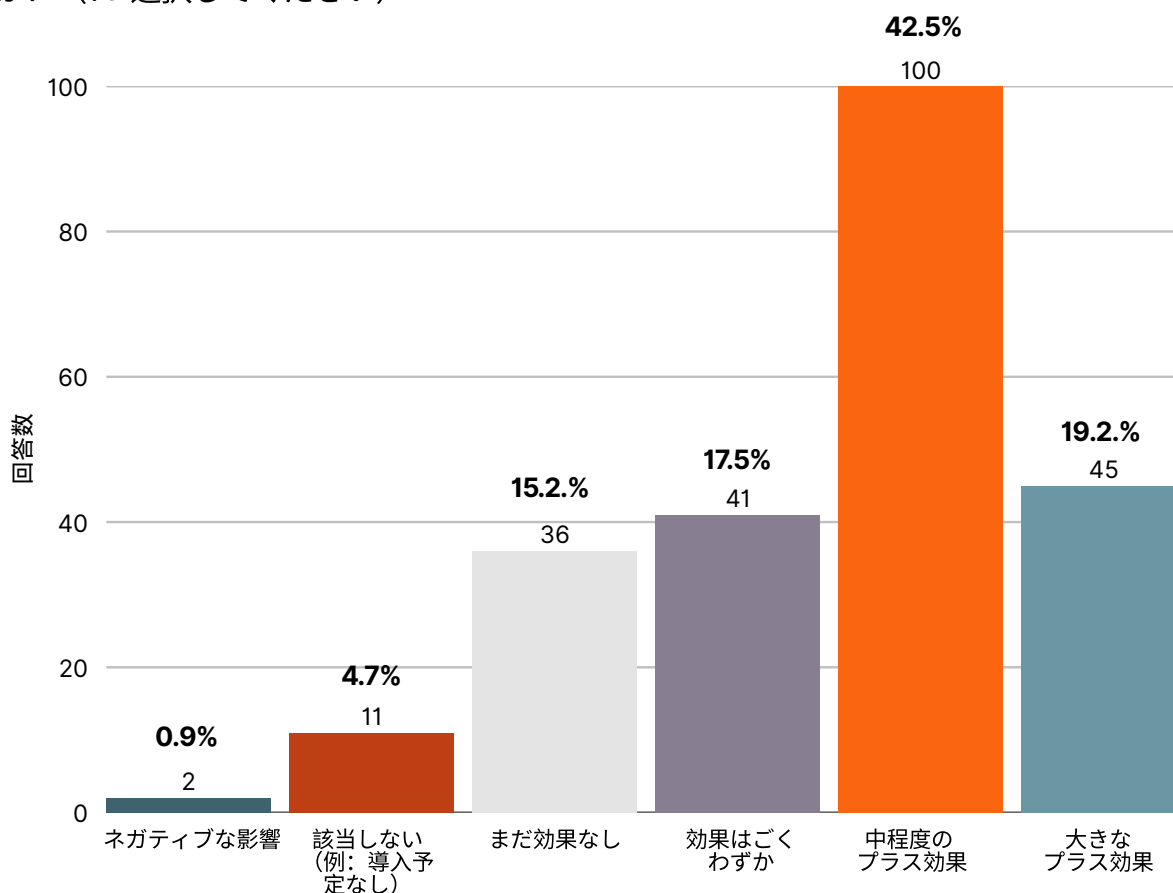
AI活用型アナリティクスが現在または将来のビジネス成果に対して「**中程度のプラス効果**」または「**大きなプラス効果**」をもたらしていると考えている回答者の割合。

一方で、235名中わずか2名のみが「**ネガティブな影響**（時間やコストの浪費など）」を選択。**32.7%**は「**まだ効果がない**」または「**効果はごくわずか**」と回答しています。

図8

ビジネス成果に対する認識

質問：AI活用型アナリティクスが貴社のビジネス成果に与える影響を、どのように評価しますか？（1つ選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

これらの結果は、よく知られた導入曲線を反映しています。つまり、**後発組織**はようやくプラスの成果を実感し始め、**主流ユーザー**は中程度の効果を楽しみ、**先行導入組織**は顕著なメリットを報告しているという構図です。この傾向は、AI活用型アナリティクスに投資する企業にとって、価値創出への明確で予測可能な道筋が存在する可能性を示しています。ただし、新興技術の導入においては、必然的に「過度な期待」から始まり、その後Gartnerが指摘する「幻滅期」を経て、課題を乗り越えた先に、一貫したプラスのビジネス成果が着実に現れるというプロセスを辿ることになります。

ヘルスケア大手**Johnson & Johnson**では、CIOのJim Swanson氏とそのチームが、生成AI、AI活用型データサイエンス、インテリジェントオートメーションに関する900件の社内ユースケースを評価しました。その結果、経済価値全体の約80%が、ユースケースの10～15%に集中していることが明らかになりました。同社は「千の花を咲かせる」と形容されるボトムアップ型の試行錯誤から、最も有望なユースケースへの投資を優先する戦略へと舵を切りました。（出典：The Wall Street Journal、Isabelle Bousquette、「Johnson & Johnson Pivots its AI Strategy」、2025年4月18日）

カテゴリ別のビジネス成果

生産性向上、コスト削減、迅速な意思決定が上位に

AI活用型アナリティクスは、組織全体に幅広い効果をもたらしています。最も多く報告されている成果として、以下が挙げられます。



従業員の
生産性向上

53.6%



コスト削減

48.9%



意思決定の迅速化と
イノベーションの推進

48.1%



顧客満足度の
向上

46.8%



競争優位性の
確立

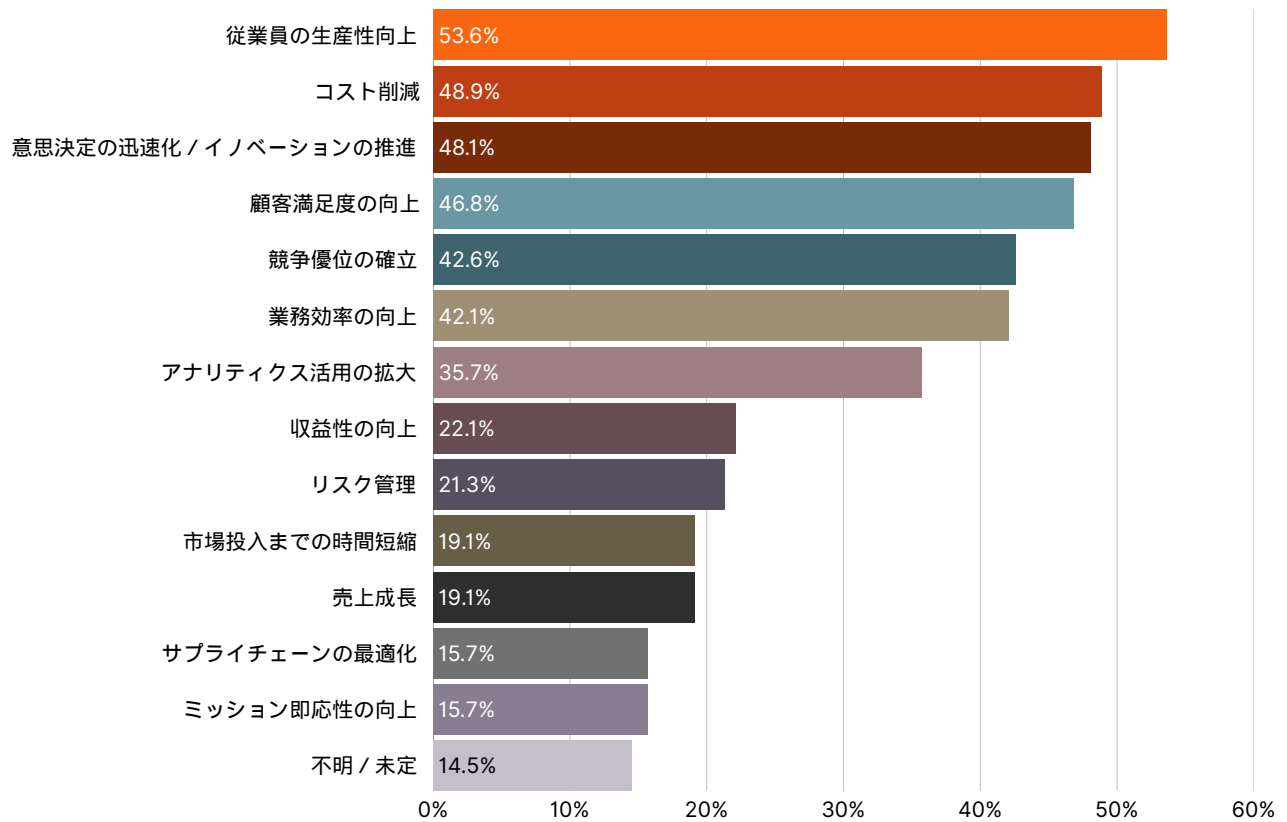
42.6%

コスト関連の成果は、**業務効率の向上**、**サプライチェーンの最適化**、**収益性の改善**といった領域にも表れています。これは、組織が直接的な費用削減にとどまらず、リソース配分の最適化を通じてコスト削減効果を認識していることを示しています。

図9

AI活用型アナリティクスがもたらすビジネス成果

質問：AI活用型アナリティクスの導入によって、どのようなビジネス成果が改善しましたか？
(該当するものをすべて選択してください)



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

ビジネス成果であるアナリティクス活用の推進については、回答者の35.7%がこれを選択しており、その際のベストプラクティスの一つとして、組織全体でデータおよびAIのリテラシー研修を実施することが挙げられています。Deloitteはこれを社内で効果的に実践しており、クライアントにも同様の取り組みを推奨しています。

導入におけるトレーニングの役割

“ 「テクノロジーやAIに関するリテラシーを高めるために、従業員を対象としたトレーニングの必要性が強く認識されています。Deloitteではこれを、企業全体におけるテクノロジーリテラシーとして位置付けています。これらは新しいツールであり、新しいテクノロジーであり、人々の働き方そのものを変えつつあるのです。」

Jason Girzadas氏、Deloitte社CEO (出典：Fortune、2025年1月29日)

今後12～18か月の目標

試験運用から本番展開の優先課題へ

試験運用から本番環境への拡大を正当化するために、組織はAI活用型アナリティクス戦略をハイインパクトのビジネス目標と整合させています。調査の回答者によると、最優先事項の上位2つは次のとおりです。



コスト削減

46.4%



競争優位性の
確立

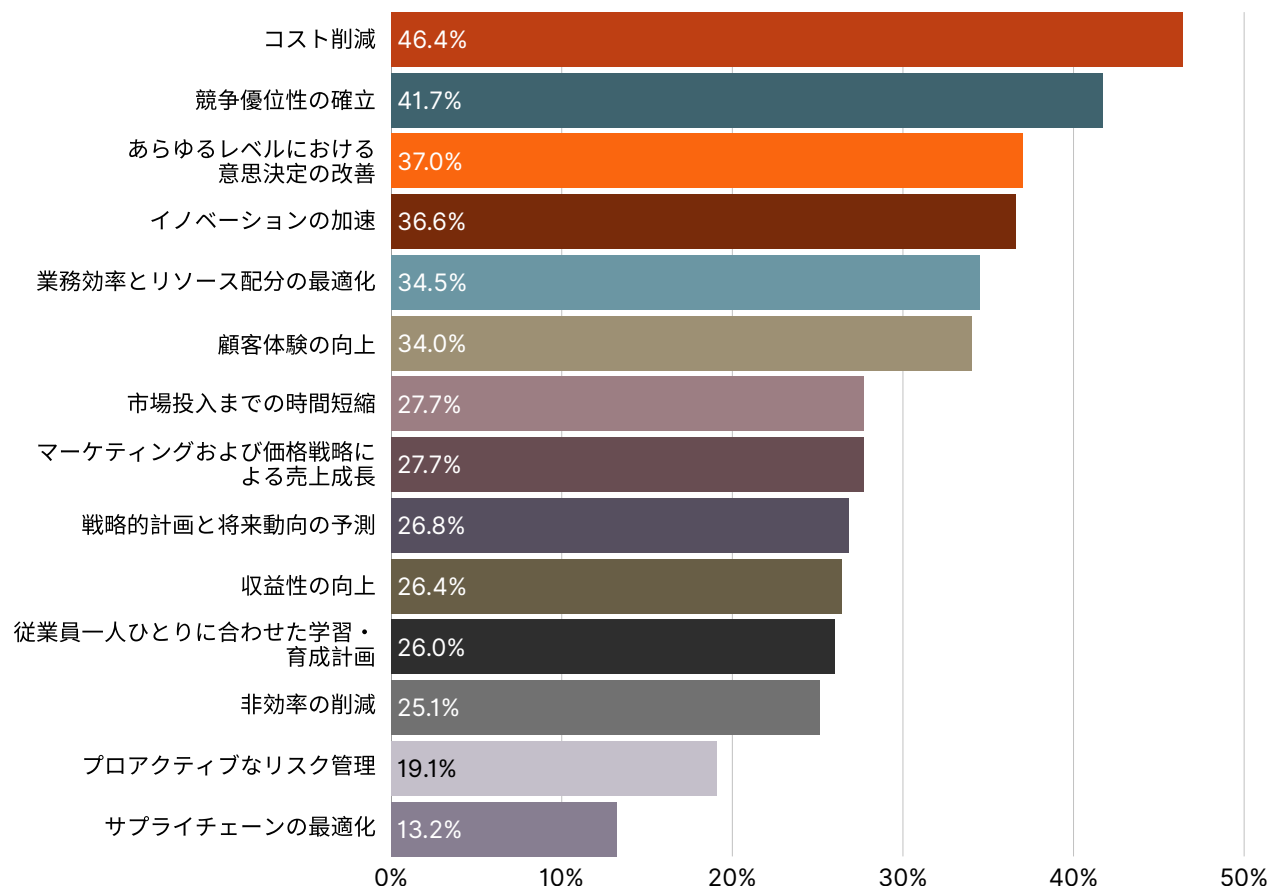
41.7%

これに続いて、意思決定、業務効率、顧客体験に焦点を当てた一連の優先事項が挙げられており、いずれも回答者の3分の1以上から選択されています。

図10

AI活用型アナリティクスの目標：今後12～18か月

質問：今後12～18か月において、貴社にとって最も重要なAI活用型アナリティクスの目標は何ですか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

このデータは、アナリティクス投資に対するアプローチが成熟しつつあることを示しています。組織はもはや実験的なユースケースにとどまらず、コスト構造、戦略的俊敏性、長期的な競争力に直接影響を与える成果へと目を向けています。

不確実性の下でのコストの検討

2025年上半期時点で、多くの組織はマクロ経済の先行き不透明感を背景に、優先事項の見直しを行っています。こうした環境下では、しばしば裁量予算や経営層の判断に基づいて導入されているAI活用型アナリティクスのような新技術は、より厳格な精査の対象となります。

専用の予算項目が存在しない場合、これらの取り組みは明確に価値を実証することが求められます。そのため、今後12~18か月の最重要目標として「コスト削減」が浮上しているのも不思議ではありません。

部門別インパクト

技術系チームから業務部門まで幅広く浸透するビジネス価値

AI活用型アナリティクスは、幅広い事業部門にわたり数値として確認できる価値をもたらしています。2025年の調査では、回答者が挙げた主な恩恵を受ける部門として以下が示されました。



データサイエンス

46.0%



IT/テクノロジー

45.5%



カスタマーサポート

45.1%



経営層

42.1%



財務・オペレーション

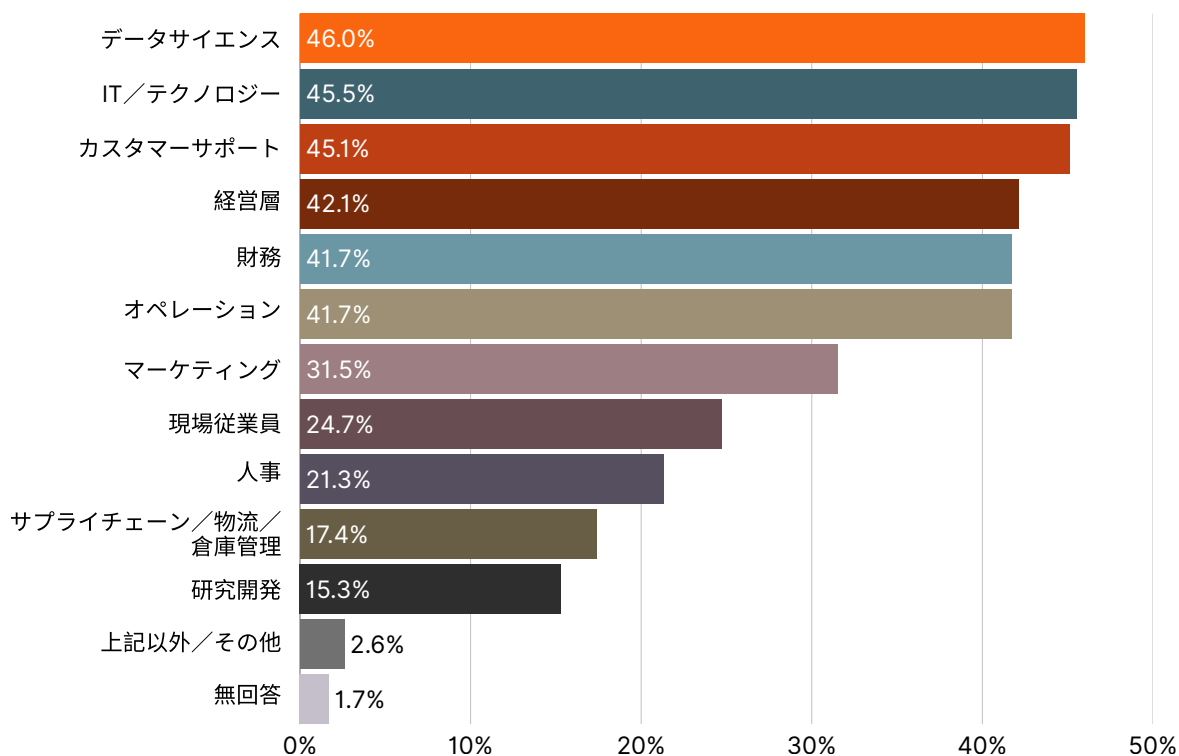
41.7%

マーケティング、人事、現場チームなどの部門からも効果が報告されています。さらに自由記述回答では、ガバナンス、リスク管理、コンプライアンス、監査、営業といった部門も、AI活用型アナリティクスの恩恵を受けていると報告されています。

図11

最も大きなビジネスインパクトが見られる部門

質問：貴社において、AI活用型アナリティクスの利用によって、現在（または将来的に）大きなビジネスインパクトが見られる部門はどれですか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

課題とリスク

正確性と導入コストが依然として最大の懸念事項

導入は拡大しつつあるものの、組織はAI活用型アナリティクスから信頼性が高くスケーラブルな成果を得るうえで、依然として大きな障壁に直面しています。



最も多く挙げられた技術的および運用上の課題は、**不正確または一貫性のない回答**であり、回答者の**43.4%**がこれを報告しました。こうした、いわゆる「ハルシネーション」は、AIが生成する洞察に対する信頼を損ない、多くの場合、時間のかかる品質保証（QA）レビューを必要とします。

ある回答者は次のように述べています。

「ほとんどの作業で品質保証（QA）が必要ですが、これにはまだ時間がかかります。というのも、QAの結果をAIモデルに自動的に反映させる仕組みが、まだ十分に整っていないからです。」

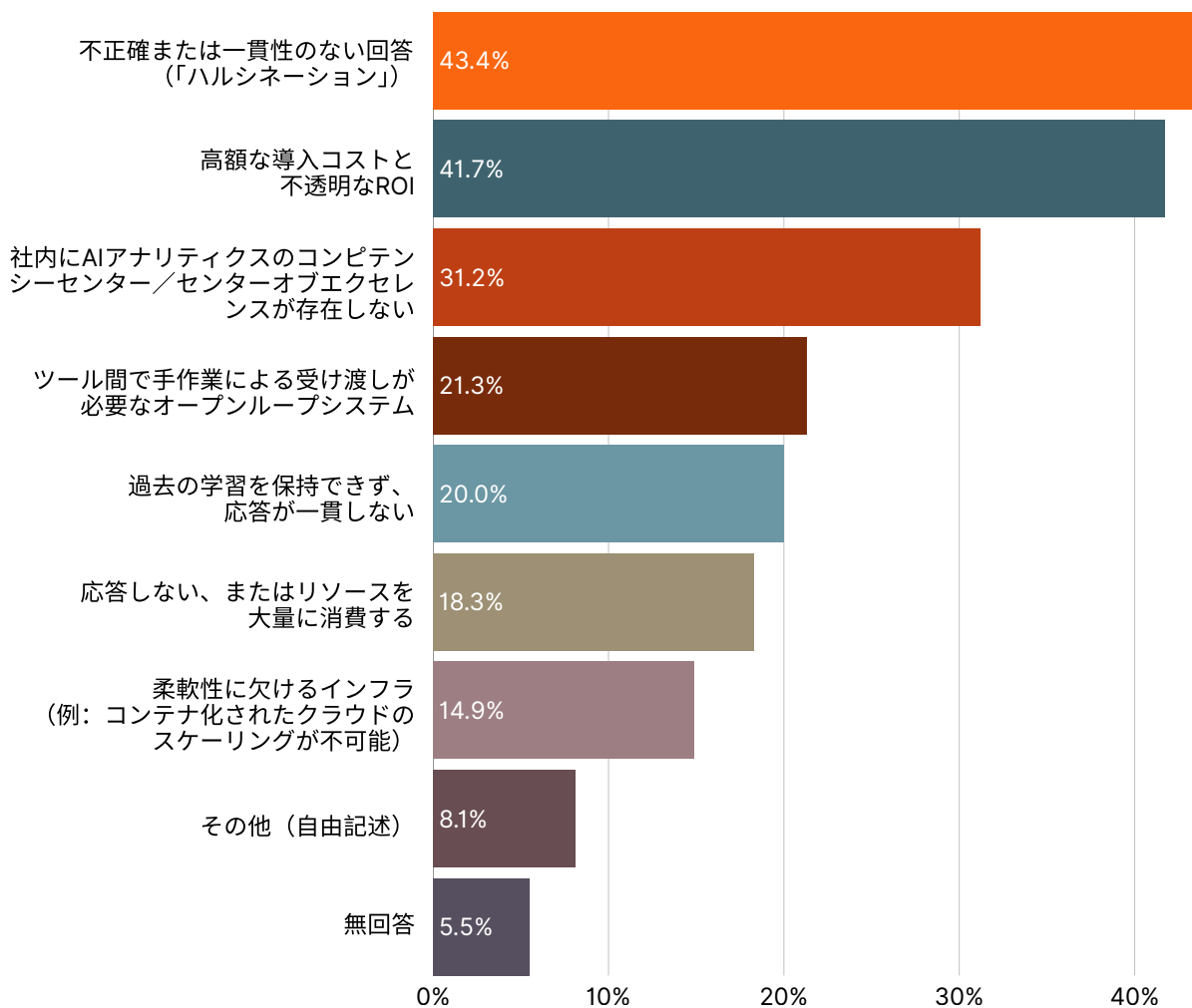


コストに関する懸念も高い順位を占めています。回答者の**41.7%**が、投資対効果が予測できない中での**導入コスト**が大きな課題であると回答しました。

図12

AI活用型アナリティクスにおける最重要課題

質問：技術面および業務面の観点から見て、以下のうちどれが貴社のAI活用型アナリティクスにおける課題となっていますか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnédain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

AI活用型アナリティクスへの信頼

多くの組織が信頼を示す一方で、慎重な姿勢も

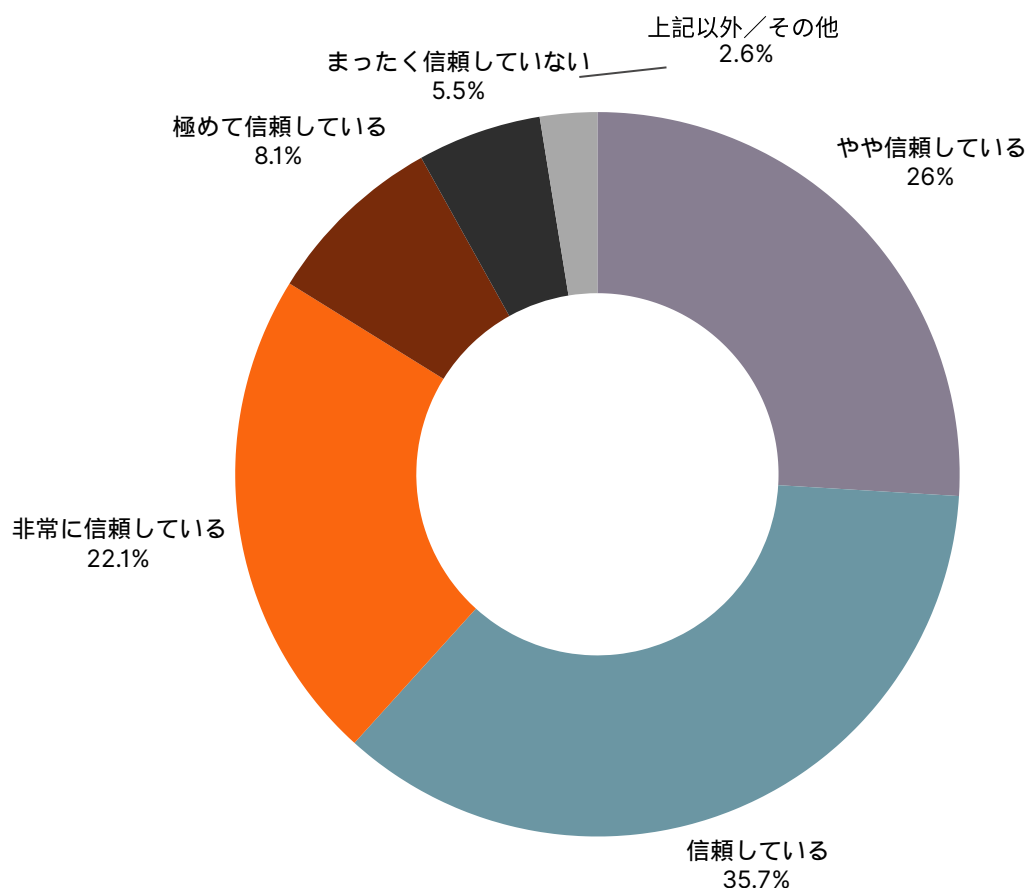
AI活用型アナリティクスの正確性と信頼性に対する信頼は高まっています。



図13

AI活用型アナリティクスへの信頼

質問: AI活用型アナリティクスの正確性と信頼性を、どの程度信頼していますか? 1から5までの尺度でお答えください。(1つ選択してください)



出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

信頼を左右する要因

一部の回答者は、自らの「信頼度」は条件次第で変わるとコメントしており、その主な要因として以下が挙げられました。



データの**正確性**と**クレンジング**（整備状況）



使用される**AIモデルの種類**



問いかけの**内容**や**性質**

多くの組織、特に**IT集約型業界**の組織は、「信頼するが、検証する」という姿勢を取っています。信頼は一朝一夕に築かれるものではなく、複数ベンダーのツールが併用される複雑な環境において、実際の運用を通じて徐々に獲得されていくのです。

この点は、別のデータからも裏付けられています。回答者の**23.0%**が、導入における主な課題として「**ベンダーデモにおける非現実的な期待**」を挙げています。磨き上げられたデモと実際の本番環境との乖離は、信頼を急速に（場合によっては恒久的に）損なう可能性があります。一方で、**76.6%**の回答者はこの課題を挙げておらず、AI導入に対してより現実的かつ堅実なアプローチが広がりつつあることを示唆しています。

なぜ信頼が重要なのか

“ 「AIが期待されるような広範でポジティブな影響をもたらすためには、技術的な側面を超えて、AIが期待どおりに正しく機能するという人々の信頼が不可欠です。」

Accenture Technology Vision 2025（2025年1月7日）



コンプライアンスと組織的な障壁

導入における最大の課題は規制対応

企業におけるAI活用型アナリティクスの導入において、これまで最も多く挙げられていた課題はコストでしたが、2025年の調査ではコンプライアンス対応がコストを上回り、最大の課題として報告されました。調査で「主な課題は何か」と尋ねたところ、次のような結果が得られています。

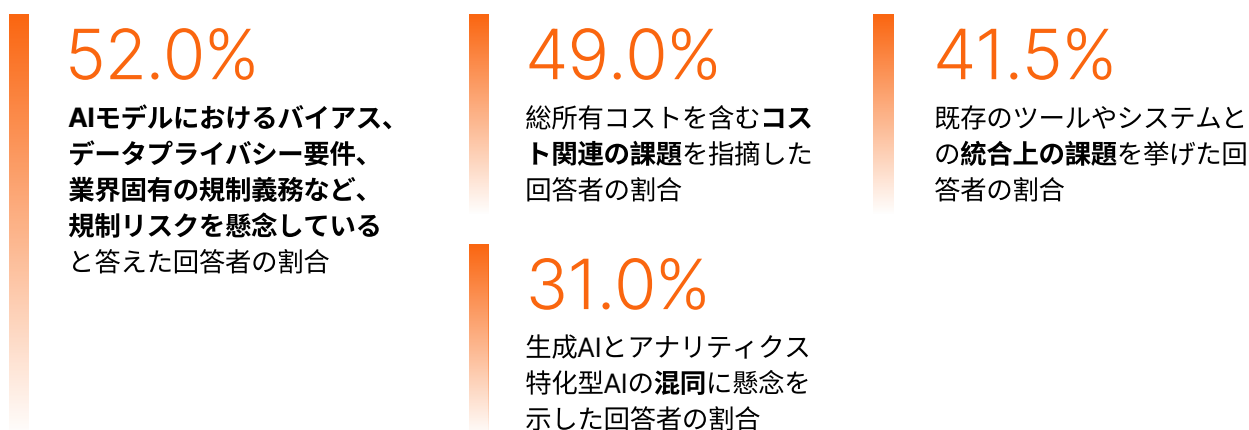
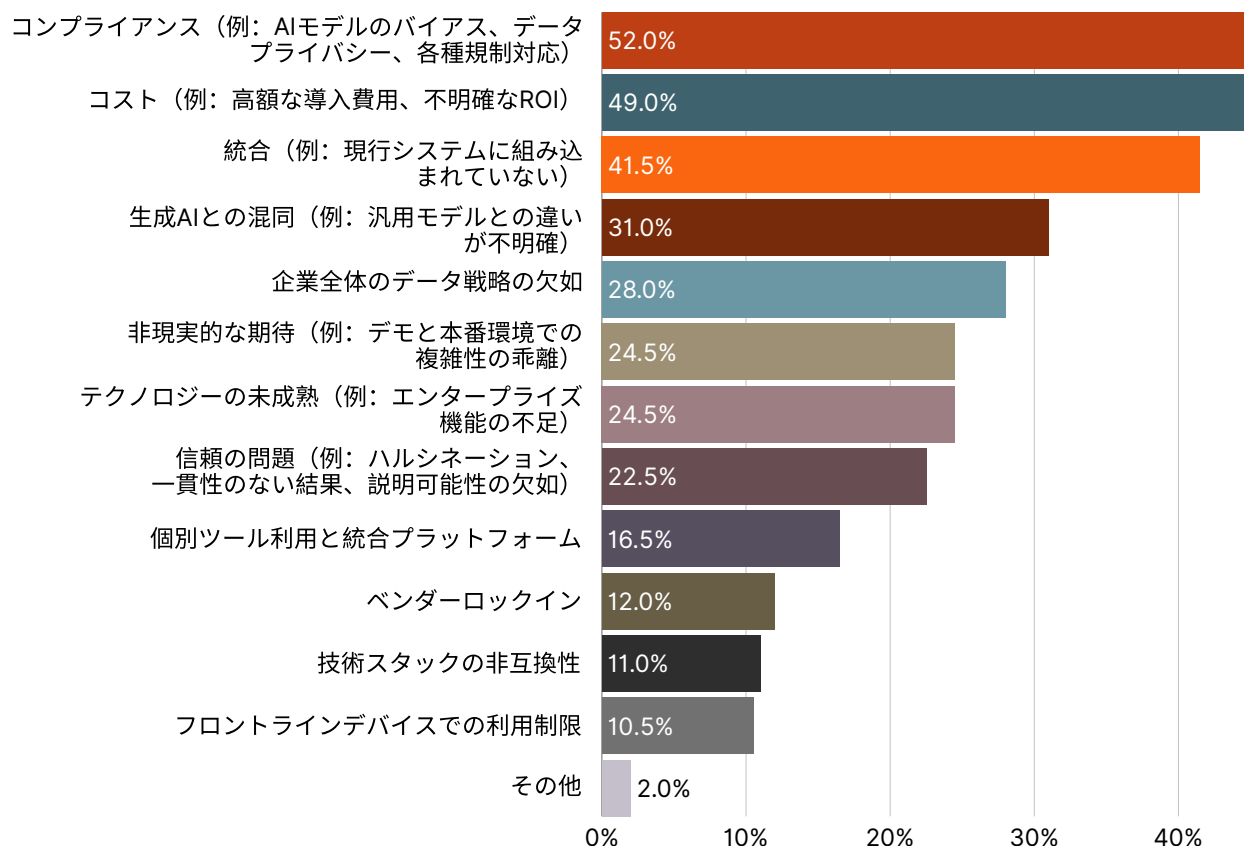


図14

導入における主な課題

質問：これらの課題のうち、貴社におけるAI活用型アナリティクスの全社的な導入に影響を与えている、または今後影響を与える可能性があるものはどれですか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

ガイダンス：NIST AIリスク管理フレームワークから始める

コンプライアンスを強化するための実践的な第一歩は、社内プロセスやベンダー要件を**NIST AIリスク管理フレームワーク（AIRMF）**に整合させることです。このフレームワークは2023年にNISTによって策定され、AIシステムに責任を持って導入するための体系的な指針を提供しています。その主要な要素は以下のとおりです。

- ガバナンスと監督
- リスクの特定と軽減
- 透明性と説明責任

NISTはまた、**Trustworthy and Responsible AI Resource Center**（信頼できる責任あるAIリソースセンター）を運営しており、**EU AI Act**を含む進化する規制要件に対応するために、他の組織がどのようにこのフレームワークを活用しているかを示す実例も提供しています。

試験運用から本番環境へ：企業における導入の実現

AIによる自動化でデータ専門人材を支援

早期導入企業の中では **13.6%** の組織がAI活用型アナリティクスを導入し、複数のユースケースや部門にわたってデータ専門人材を支援していると報告しています。これらのチームは、AIを活用して分析のスピードを高め、手作業を削減し、洞察の精度と適時性を高めています。

自由記述の回答では、次のような導入の特徴が挙げられました。

- 試験導入段階にとどまり、まだ本格的なアナリティクス活用には至っていない
- データパイプラインに関する課題が継続している
- 製品・サービス開発のための**研究開発領域**においてAI活用型アナリティクスを活用している

これらの洞察は、多くの組織が依然として導入初期段階にある一方で、一部では社内ツールを顧客向けソリューションへと進化させる可能性を模索し始めていることを示唆しています。

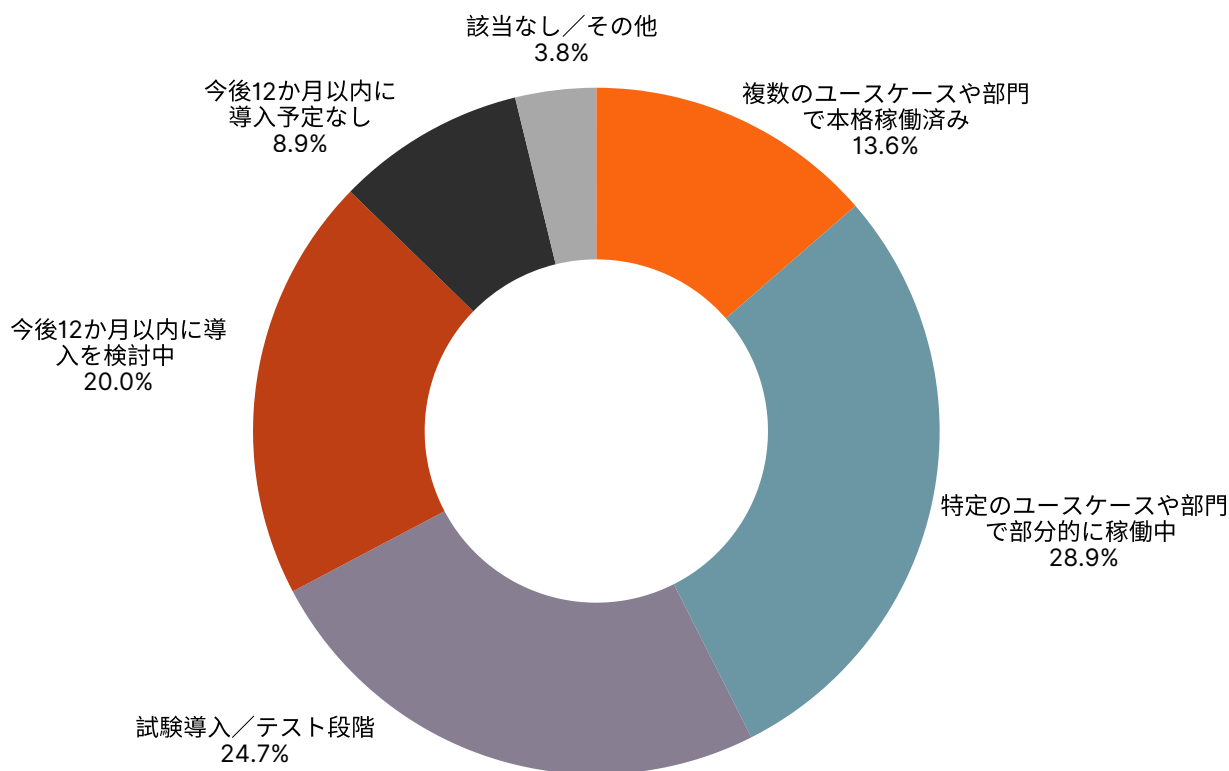
Ipsos、AIでアナリストの作業負担を軽減

フランスに本社を置く世論調査会社Ipsosは、Gemini 1.5 Pro & Flashを活用し、社内のマーケティングリサーチチーム向けにセルフサービス型のAI活用型データ分析ツールを構築しました。このツールは、社内データアナリストに集中していた時間のかかるリクエスト対応の負担を軽減するだけでなく、Ipsos Data Labsによる付加価値サービスを通じて、既存顧客へのアップセル機会を創出するマネタイズ手段ともなっています。

図15

データ専門人材のワークフロー迅速化に向けた導入状況

質問：貴社では、データ専門人材のワークフローを迅速化するために、AI活用型アナリティクスを導入していますか？（1つ選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

自然言語インターフェースによるアクセスの拡大

AIを活用したクエリで技術者以外のスタッフをサポート

企業は、技術者でない従業員がデータにアクセスできるよう、自然言語を用いたAI活用をますます進めています。このアプローチにより、ユーザーはダッシュボードや技術的なレポートに依存せず、会話形式で質問しデータを探索できるようになり、アナリティクス活用のハードルが大幅に低下します。

“ 「質問することが、私たちが職場でデータにアクセスし理解する主要な手段になりつつあります。」

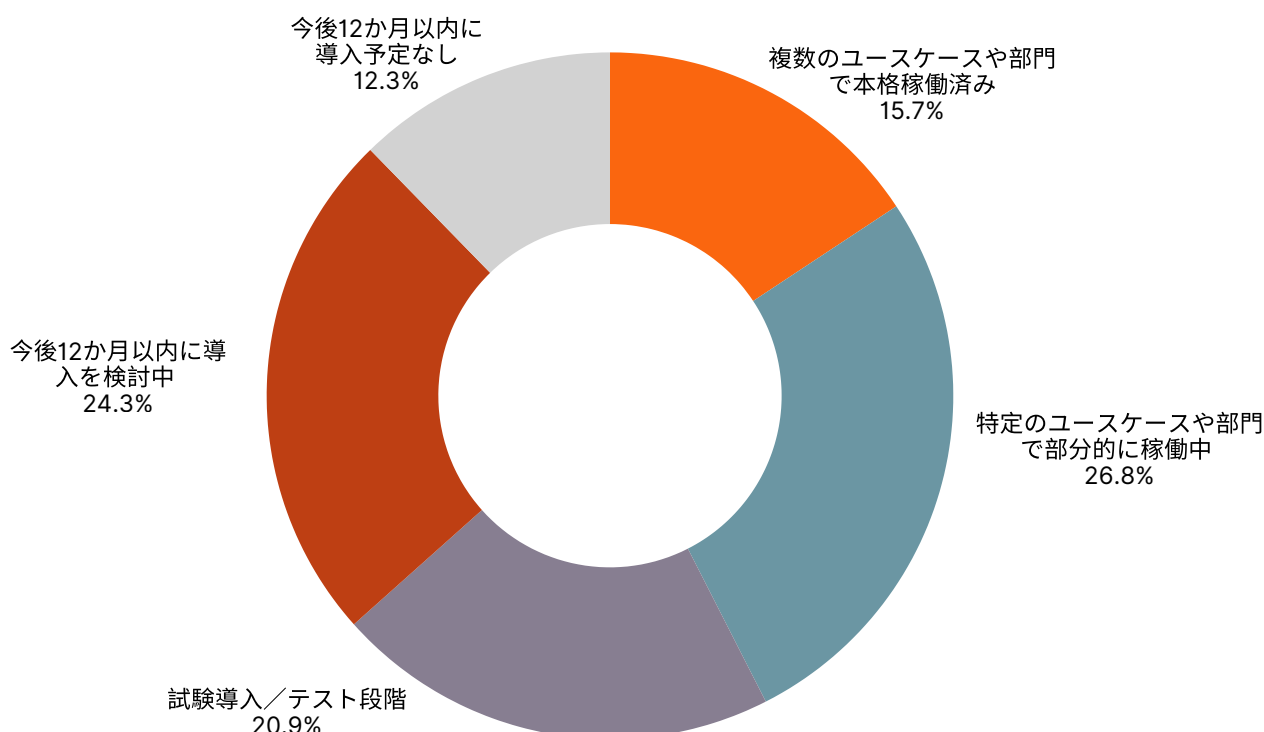
Brett Sheppard、[Five Ways to Elevate Analytics with Generative AI](#)（2024年）

この傾向は、データ専門人材向けのAIによるワークフロー自動化と並行して拡大しています。実際、両ユースケースの導入レベルは近い水準で推移しており、企業が技術系部門と非技術系部門の両方で同時にアクセス拡大を進める価値を認識していることを示しています。

図16

自然言語インターフェースの導入状況

質問: 貴社では、技術者でないスタッフがデータに関する質問へ回答できるよう支援するために、AI活用型アナリティクスを導入していますか？（1つ選択してください）



出典: Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

自然言語機能と専門人材向け自動化が同時に均等に導入されている点は注目に値します。従来、まず一方の領域に集中する傾向がありましたが、今回の調査では幅広いユーザー層とユースケースを支援するために、両方を並行して実装している組織が多いことが明らかになりました。このような並行投資は、テクノロジーが意思決定の高度化、アクセス性の向上、全社的な採用促進に寄与する可能性を示しています。

成果の測定：目標、サービス、戦略的選択

ROI向上と投資正当化のためのSMART目標設定

多くの組織にとって、AIを活用したアナリティクスを導入する上で2番目に大きな障壁は、**予測可能なリターンがない中での高額な導入コスト**です。

実際、**42.0%**の回答者がこれを主要なビジネス上の懸念事項として挙げています。

さらに自由記述回答では、以下のような課題も指摘されました。

- 劣悪なデータ品質
- データの境界が不明確または定義されていない
- 特定市場セグメントにおける業界全体での新技術導入への抵抗感

これらの懸念は、**AIイニシアチブを明確に定義されたビジネス成果と結び付ける**必要性を浮き彫りにしています。効果的な戦略のひとつとして、SMART目標（具体的、測定可能、達成可能、関連性が高い、期限付き）を用いて成功を評価し、意思決定の指針とすることが挙げられます。

以下は、調査回答者が最も多く挙げたビジネス成果に基づくSMART目標の例です。

成果	回答者の割合	SMART目標の例
従業員の生産性	53.6%	カスタマーサポートにおけるチケット振り分け自動化とAI応答生成により、6か月以内に生産性を15%向上させる。
コスト削減	48.9%	AIアナリティクスを活用した無駄排除により、2025年度までにサプライチェーン業務で年間5,000万ドルのコスト削減を達成する。
意思決定の迅速化／ イノベーションの推進	48.1%	リアルタイム予測ダッシュボードの導入により、2025年第4四半期までに製品企画における戦略的意思決定の所要時間を30%短縮する。
顧客満足度	46.8%	AIによるパーソナライズされた顧客エンゲージメントを通じ、9か月以内にネットプロモータースコアを10ポイント改善する。
競争優位性	45.5%	競合ベンチマークより10%高い精度を備えたAI拡張機能を2つ開発し、2025年12月までに市場投入する。
業務効率	42.1%	予測保守とプロセス最適化ツールにより、2025年第3四半期までに製造スループットを5%向上させる。

アナリティクス利用拡大	35.7%	トレーニングとインセンティブにより、2025年末までにAIアナリティクスツールの利用率を事業部門横断で35%から75%へ引き上げる。
収益性の向上	22.1%	AIを活用した価格戦略と顧客セグメンテーションにより、12か月以内に 売上総利益率を5%改善する。
リスク管理	21.3%	異常検知モデルの導入により、6か月以内に不正検知に要する時間を40%短縮する。
市場投入までの時間短縮	19.1%	AIを活用したユーザーテストと意思決定加速により、12か月以内に製品ライフサイクル期間を25%短縮する。
売上成長	19.1%	AIアナリティクスを活用したアップセル機会の特定により、2025年第4四半期までに四半期売上を10%増加させる。
サプライチェーンの最適化	15.7%	調達・物流全体のリアルタイムデータ統合により、9か月以内に需要予測精度を70%から90%へ改善する。
ミッション即応性の向上	15.7%	防衛オペレーションにおけるロジスティクスアナリティクスの活用により、12か月以内に即応性スコアを20%向上させる。

出典：Dúnedain Research 「AI-Powered Analytics Survey 2025」、Strategy協賛



AI活用型アナリティクスサービスの優先順位付け

幅広いAI機能への投資が進展

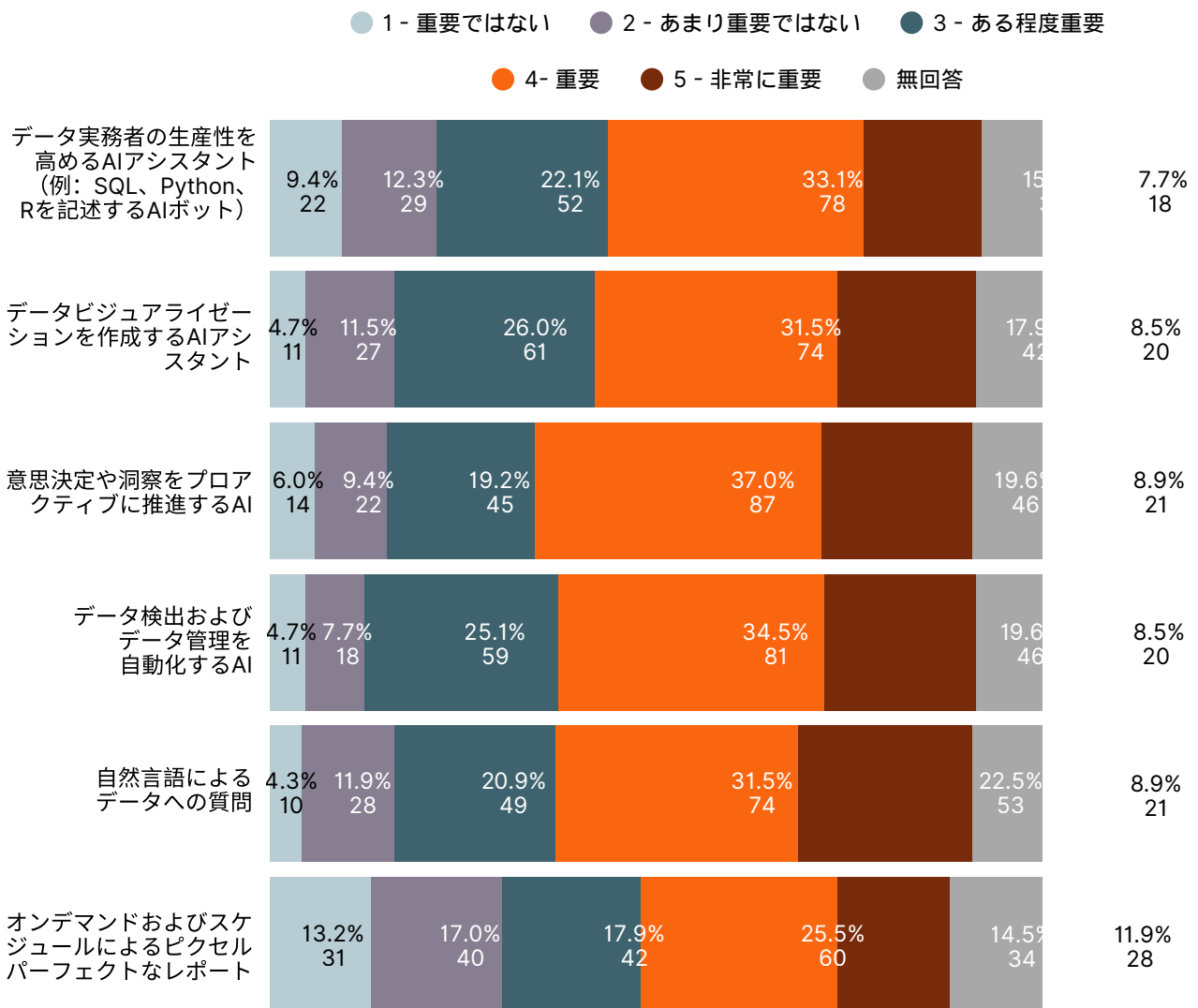
この調査で挙げられた8つのAI活用型アナリティクスサービスすべてにおいて、組織は比較的高いレベルの重要性を報告しており、特に突出して高い／低い項目は見られませんでした。これは、多くの組織が複数のサービスを並行してテストまたは導入を計画していることを示しており、データライフサイクルのさまざまな段階におけるAIの可能性に対する広範な関心がうかがえます。

利用パターンは依然として進化の途上にあります。今後はビジネス価値の創出に最も効果的なサービスが、より優先される傾向が強まると考えられます。

図17

AI活用型アナリティクスサービスの重要度に関する認識

質問：貴社にとって、以下のAI活用型アナリティクスサービスはどの程度重要ですか？
 （各項目について、「1=重要ではない」～「5=非常に重要」の中からお選びください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

データ検出の自動化や意思決定支援といった機能が高優先度ランキングの上位を占める一方で、ピクセルパーフェクトなレポートのようなニッチな機能であっても一定の支持を維持しています。これらの結果は、現在の導入サイクルが依然として試行段階にあることを示しています。多くの組織は、自社のワークフローやデータ戦略に最も適合する機能がどれであるかを模索している段階にあるのです。

アナリティクスおよびBIベンダーの概況

多様なプラットフォームとデュアルプロバイダー戦略が企業導入を形成

調査回答によると、組織はアナリティクスおよびBIにおいて20を超える異なるベンダーを利用しており、この分野の断片化した競争環境を反映しています。

最も広く利用されているソリューションは次の2つです。

50.2%



Microsoft Power BI (AI機能または Azure Machine Learningと併用)

27.2%



Strategy One (旧MicroStrategy ONE)

これらの主要プラットフォームに続いて、他のプロバイダーも僅差で利用されています。

27.2%



25.1%



19.6%



18.3%



AI+BIに関する独立したマーケットシェアデータは、現時点では存在していません。今回の結果については、「Strategy協賛」のブランドが付された調査であるため、既存のStrategyユーザーが回答に参加しやすかった可能性があり、Strategyにやや偏る可能性がある点に留意が必要です。

また、従来型BIツールへのAI統合が進んでいる一方で、多くの組織は依然として**複数のプラットフォームを並行して**運用しています。その多くは、レガシーソリューションとクラウドネイティブサービスの混在構成となっています。

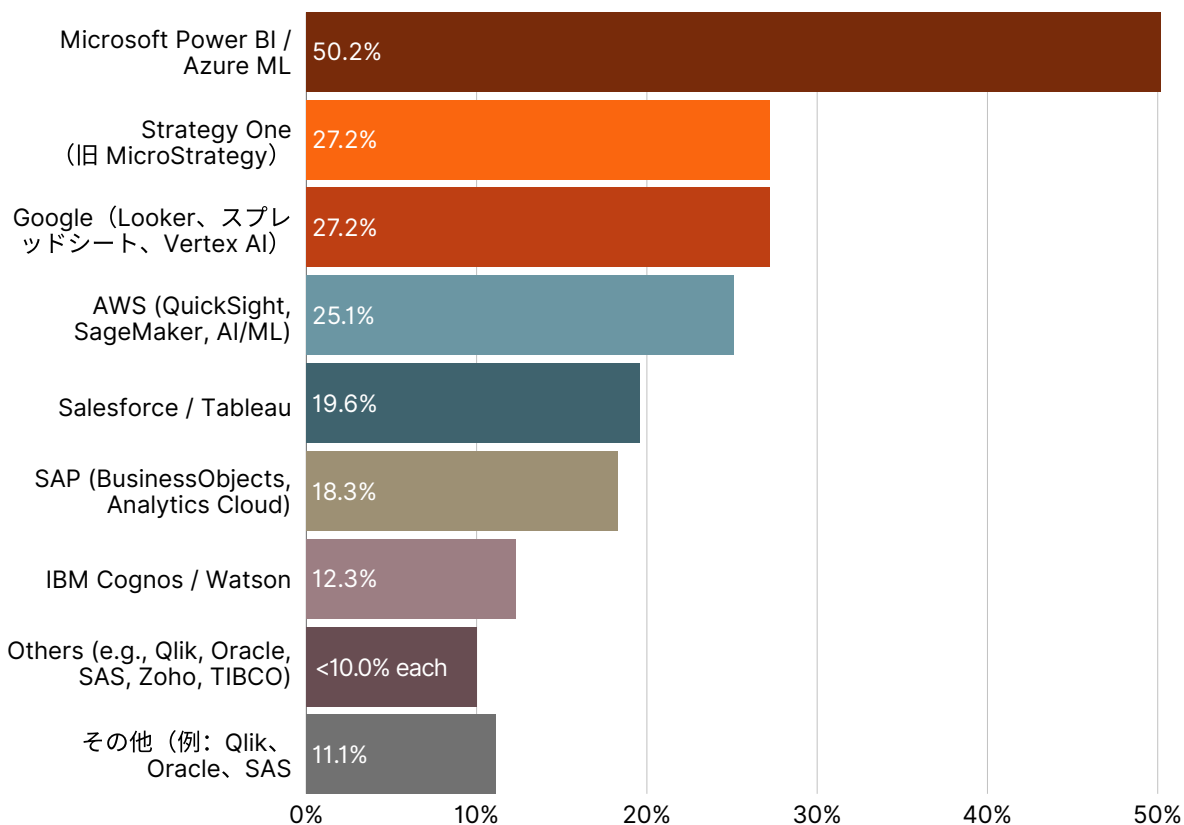
ベンダーの多様性

今回の調査では、ほとんどの組織が2~3社のベンダーと取引していると報告しました。特に大規模企業では、部門単位や事業部門ごとに行われるシャドーIT的な購入が存在するため、その数がさらに多くなる傾向があります。

図18

調査回答者が利用しているBIおよびアナリティクスプラットフォーム

質問：貴社では現在、どのアナリティクスまたはビジネスインテリジェンスソフトウェアを利用していますか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

Gartnerが2024年6月に発表した最新の「アナリティクスおよびBI分野のマジッククアドラント」では、Microsoft Power BIの利用者が直面している課題として、**分散的な利用とガバナンス不足**が指摘されました。特に新しいCopilot機能の導入に伴い、その傾向が顕著になっています。この懸念は本調査の自由記述回答でも反映されており、セマンティックデータレイヤーの欠如を課題として挙げる声が複数見られました。

AI活用型アナリティクスの独立した市場規模データは依然として限られていますが、こうしたユーザー調査は、購入者がどのようにアナリティクスプラットフォームを認識し活用しているかを理解する上で有益です。その中には、GoogleスプレッドシートのようなスプレッドシートツールをBIスタックの一部として利用しているケースも含まれています。

本調査において組織は、平均して2~3社のアナリティクスおよびBIベンダーと取引しています。大規模な組織では、部門や事業部門単位での「シャドーIT」的な購入が加わることで、実際数はさらに多いと考えられます。

クラウドインフラとベンダーロックイン

クラウドファースト環境における統合性、柔軟性、透明性のバランス

2025年の調査によると、ほとんどの組織はマルチクラウド環境で運用しており、平均して1.5社のハイパースケールクラウドプロバイダーを利用し、さらにCRMやERPなどのエンタープライズアプリケーション向けにSaaSプラットフォームを組み合わせています。



その他の回答では、プライベートクラウドや、特に中国とドイツにおける地域ベンダーの利用に加え、SnowflakeやRenderといったサービスの活用も挙げられました。

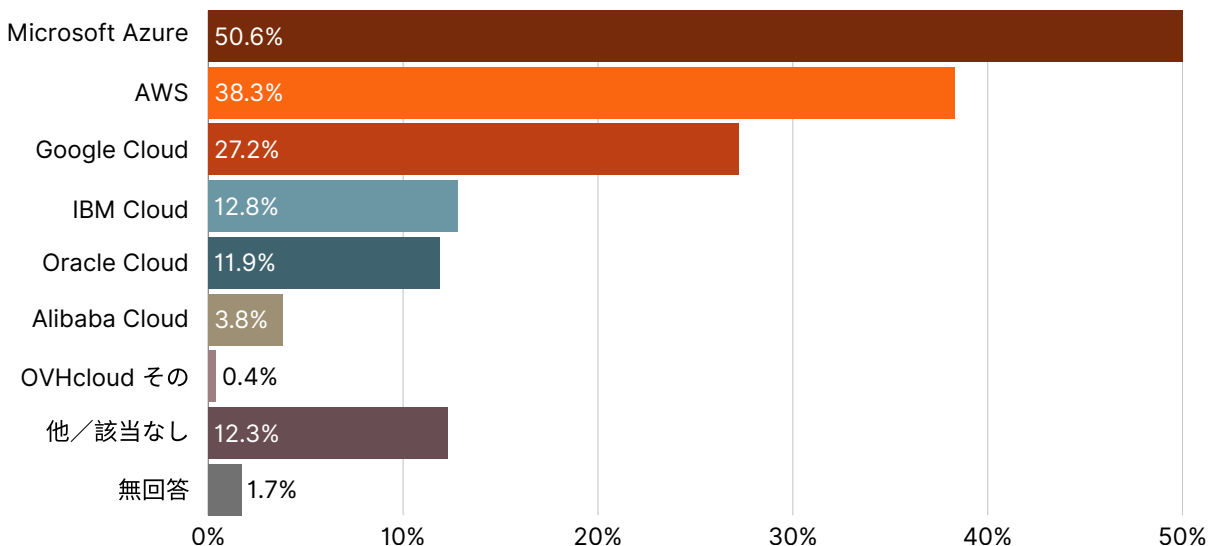
マルチクラウドは新たな標準

平均すると、回答者は**2~3のアナリティクスプラットフォーム**と**少なくとも1~2社のクラウドプロバイダー**を利用しています。大規模企業では、分散調達や「シャドールーミング」によって、その数はさらに多くなる傾向があります。

図19

利用しているクラウドサービスプロバイダー

質問：貴社では現在、どのクラウドサービスプロバイダーを利用していますか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnédain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

クラウド利用は拡大しているものの、ベンダーロックインは依然として大きな懸念には至っていません。課題として挙げた回答者はわずか13.6%にとどまりました。ただし、AI活用型アナリティクスプラットフォームが拡大し、組織がマルチクラウド環境での柔軟性維持を重視するようになるにつれ、この問題は今後より重要性を増す可能性があります。

生成AIとAI活用型アナリティクスの混同を解消

本調査では、多くの回答者が、汎用的な生成AI（例：Microsoft CopilotやChatGPT）と、**目的特化型のAI活用型アナリティクス**を混同していることを、導入の障壁として挙げました。実際、**3分の1以上（34.7%）**がこれを課題に選択しており、ユースケースやツールの明確な教育の必要性を浮き彫りにしています。

- ・ 「フランス語圏における2025年の売上高は？」は、データに基づく具体的なクエリであり、AI活用型アナリティクスによる処理が最適。
- ・ 「フランス語が主要言語である国をすべて挙げてください」は、一般知識に関する質問であり、生成AIに適したタスク。

総所有コスト（TCO）に関する考察



Microsoftをはじめとする大手ベンダーによる価格改定がコスト構造を一層複雑化させています。たとえば、**Power BI ProおよびPremiumの価格は2025年4月に25~40%引き上げられ**、Fabric F64のようなバンドル型製品では3年間の高額コミットメントが求められています。

これらのバンドルは、高度に統合された組織には価値を提供する可能性がありますが、以下を重視する企業には必ずしも適していません。

- ・ ベストオブブリード型のアーキテクチャ
- ・ マルチクラウドの柔軟性
- ・ きめ細かなコスト管理

さらにアナリストは、多くの組織がPower BI利用拡大に伴う**クラウドコンピューティングコスト**を十分に考慮していないと警告しています。ある調査回答者は次のように述べています。「財務チームは毎月のクラウド請求書の確認を恐れています。予想外の請求が頻発しており、しかも高額です。」

このことは、明確で**予測可能な価格モデル**が新たな優先事項になりつつあることを示しています。特に、より多くの組織がAI活用型ツールを試験運用から本番導入へスケールさせる局面において、その重要性は増しています。

著者ノート：欠けているピースは「ユーザビリティ」

AI活用型アナリティクスへの投資は拡大しているものの、実際にスプレッドシート以上の高度なツールを利用している従業員は、多くの組織で10%未満にとどまっています。セマンティックレイヤー、データガバナンス、AIモデルのオーケストレーションといったバックエンドの進化は続いています。しかし、真の普及を左右するのは、もっとシンプルな要素、つまりユーザビリティ（使いやすさ）です。

次のエンタープライズアナリティクスの導入の波をけん引するのは、技術的な性能ではなくユーザーエクスペリエンスです

ソフトウェアのセットアップ、学習、操作が難しいのであれば、どれほど強力な機能を備えていても意味がありません。これは特に、現場の従業員のような非専門人材に当てはまります。彼らは公式なトレーニングに割ける時間も、データフォーマットの不整合やモデルの挙動を自力で解決する技術的背景も持ち合わせていないからです。

AI活用型アナリティクスを本格的に拡張するためには、システムには次の要件が求められます。



直感的にユーザーを主要ワークフローへ導くこと



不完全な入力を許容すること（例：余分なヘッダーが含まれるスプレッドシート）



タイムリーなフィードバックや組み込み型のヘルプを提供すること



ライトユーザーや初回利用者にとっての摩擦を排除すること

要するに、ツールはユーザーにデータエンジニアになることを求めるのではなく、**ユーザーの現状に寄り添う必要があります**。アナリティクスを「利用可能」にするだけでなく「誰もが使えるものにする」ことに成功した組織こそが、その真のビジネス価値を大規模に引き出せるのです。

結論

AI活用型アナリティクスは、もはや将来性ある概念にとどまらず、多くの組織で実運用段階へ移行しつつあります。本調査（グローバル235名の回答者）によれば、導入はもはや限定的な試験運用の枠を超え、意思決定の高度化、コスト削減、業務効率の改善を目的として実装されるケースが顕著に増加しています。

一方で、この変革には依然として明確な課題があります。コンプライアンス、システム統合、ROIの不確実性が広範な導入を妨げる主要要因として挙げられました。最も多く報告された技術的課題は、誤った結果や一貫性のない結果を生成するリスクであり、これはAI支援型システムにおける信頼性と透明性の重要性を改めて示しています。こうした課題に対し、組織はガバナンスフレームワークの整備、品質保証プロセスの強化、データリテラシー教育の推進などに取り組み始めています。

また、本調査で特筆すべき洞察は、データ専門人材と一般的なビジネスユーザーの導入速度がほぼ同等である点です。自然言語によるクエリの普及は、従来の「パワーユーザー」層を超え、日々の意思決定に携わる幅広い部門の社員にとってアナリティクスを身近なものにしています。

しかし、テクノロジーだけでは十分ではありません。ユーザビリティ、トレーニング、変更管理こそが、AI活用型アナリティクスの真の価値を引き出す鍵となります。店舗スタッフがデータをアップロードする場合でも、財務部門のディレクターが予測的洞察を解釈する場合でも、ソフトウェアは直感的に操作でき、不完全な入力にも対応し、実際のワークフローに沿って機能する必要があります。

今後の成功には、革新と明確性のバランスが欠かせません。拡張可能であると同時に、信頼性が高く、容易に利用できるツールを選択することが求められます。適切な戦略が整えば、AI活用型アナリティクスはスプレッドシート以来最も広く普及するエンタープライズアナリティクスモデルとなり、現代のワークフォース全体に新たなデータ駆動型意思決定の時代を切り拓く可能性を秘めています。

付録：調査概要

2025年上半期、Strategyはデータ、アナリティクス、ビジネスインテリジェンス分野のリーダーおよび実務者を対象に、38か国235組織を対象とした調査を実施しました。回答者には企業、政府機関、非営利団体が含まれ、各回答は組織を代表して行われています。本調査はStrategyが委託し、Dúnedain Researchのリードリサーチャー兼本レポート著者であるBrett Sheppardが実施しました。すべての回答は匿名であり、個人を特定するものではありません。

今後の調査への参加を希望される方はstrategy.software.com/surveyをご覧ください。

組織の規模

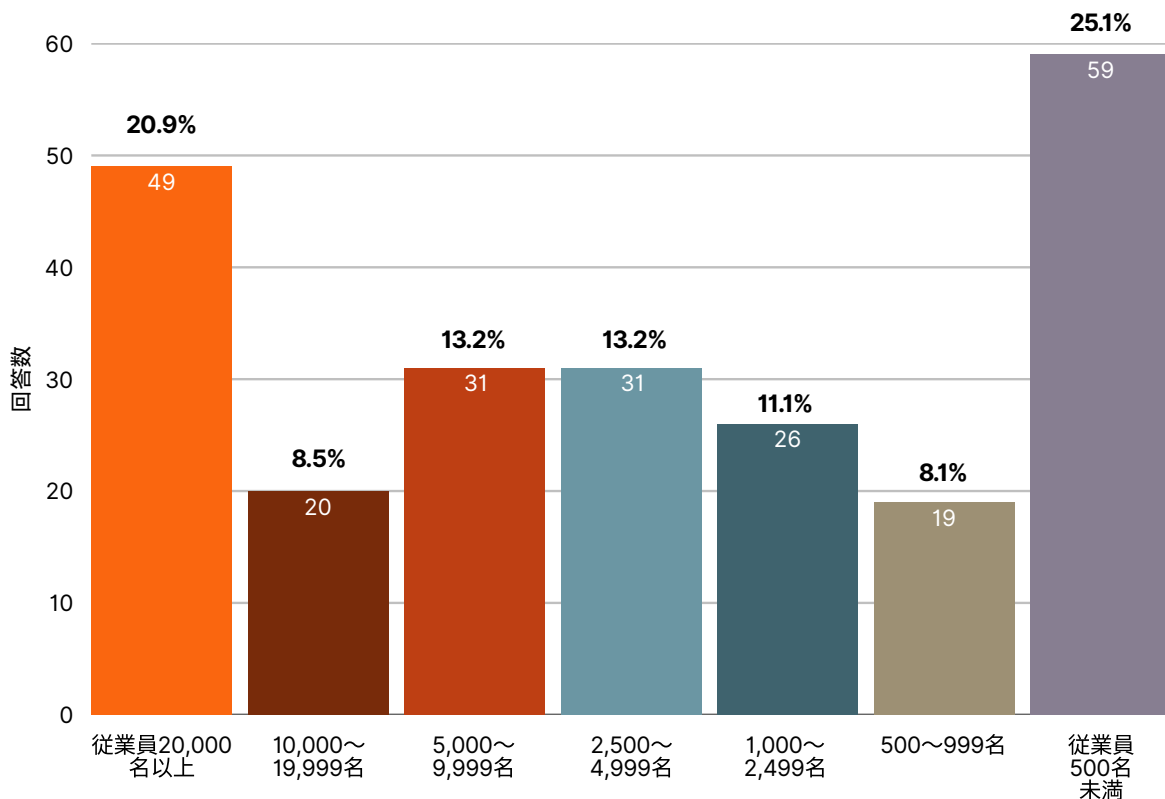
2025年調査では、以下のように組織の規模がバランスよく分布しています。

- **小規模組織**（従業員500名未満）：25.1%
- **中規模以上の組織**（従業員1,000名以上）：66.8%
- **超大規模組織**（従業員20,000名以上）：20.9%

図20

従業員数

質問：御社の全世界での従業員総数は何人ですか？（1つ選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

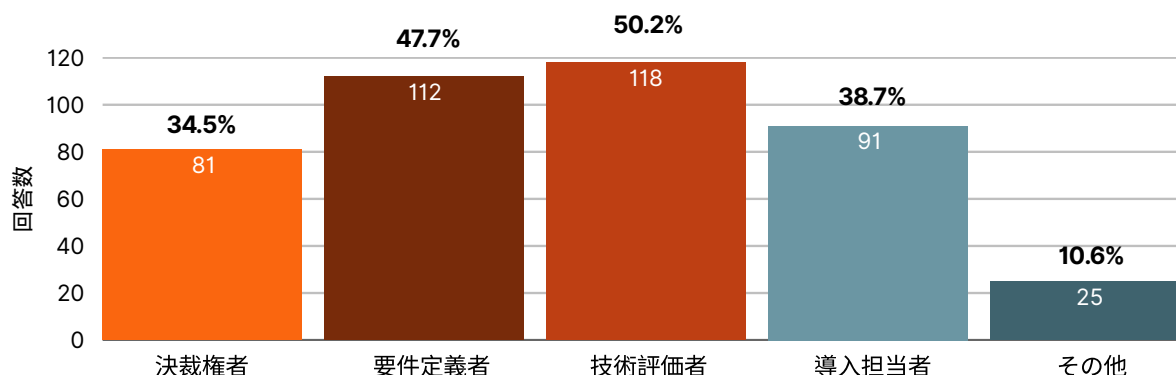
評価と導入における役割

回答者は、アナリティクス導入ライフサイクルにおいて複数の役割を担う場合が多く、ビジネス側・技術側の双方のステークホルダーが幅広く関与しています。以下は、本調査で定義された役割の一覧です。

図21

アナリティクス導入における役割

質問：貴社におけるエンタープライズアナリティクスの評価および購入に関して、あなたの役割はどれに最も当てはまりますか？（該当するものをすべて選択してください）



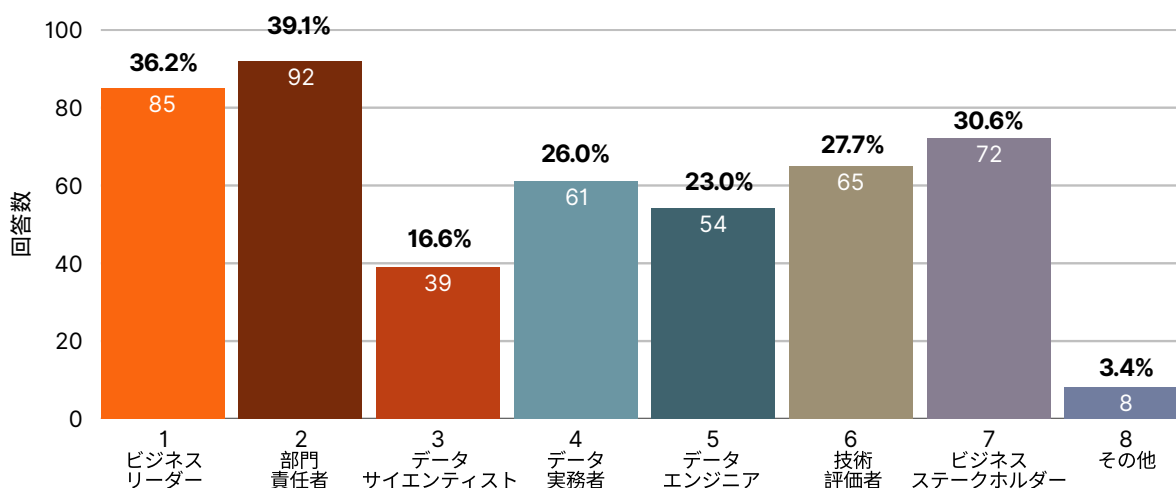
アナリティクス活用における機能的役割

この質問では、回答者が日常業務の中でアナリティクスをどのように扱っているかに焦点を当てています。調査では、約40%がデータ専門職のチームを管理しており、3分の1以上が組織としてのアナリティクスデータ活用要件を定義していると回答しました。

図22

機能的役割

質問：貴社におけるエンタープライズアナリティクスの利用に関して、あなたの機能的役割はどれに最も当てはまりますか？（該当するものをすべて選択してください）



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

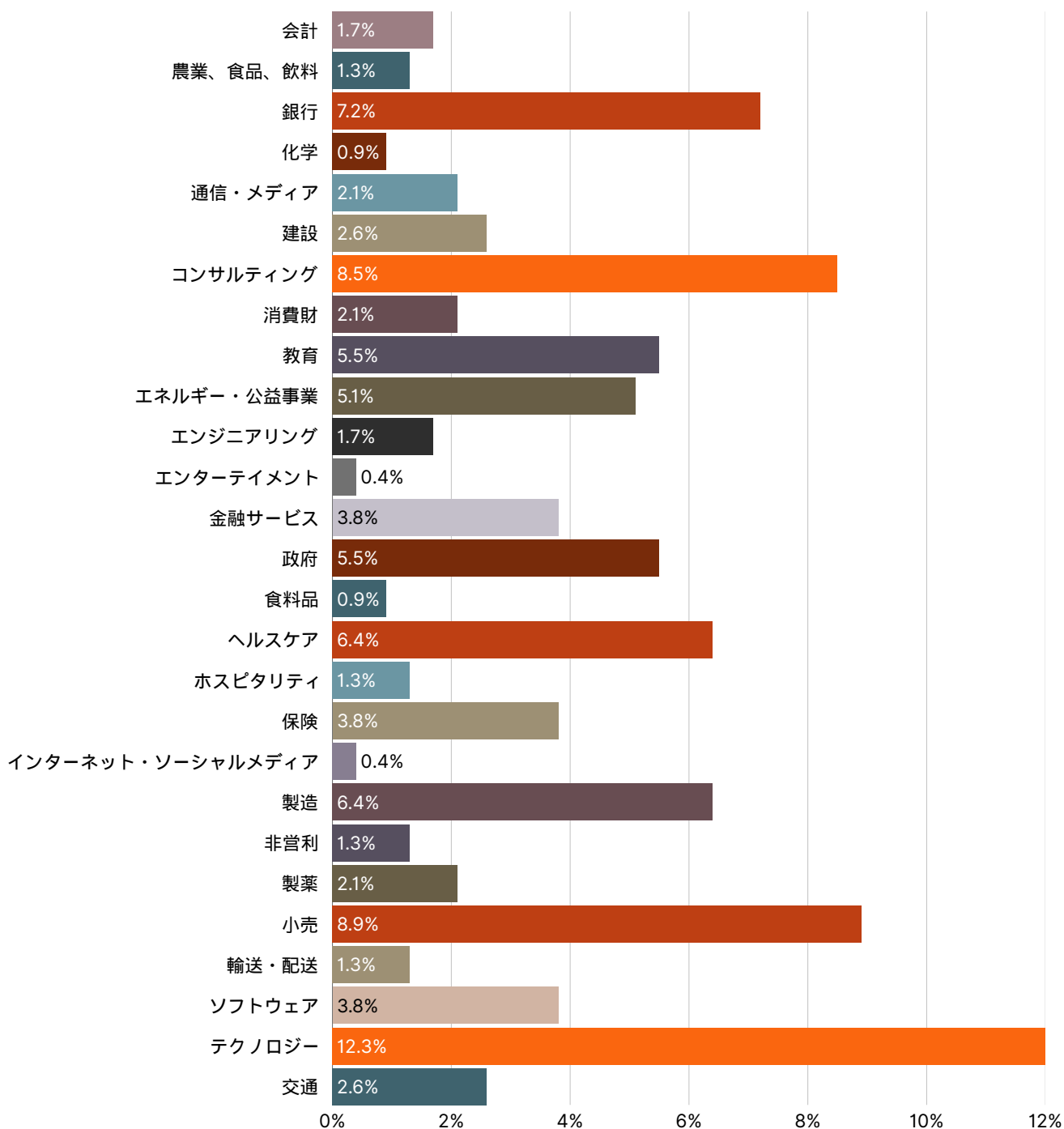
対象業種

今回の調査では、テクノロジー、小売、コンサルティング、銀行、ヘルスケアの分野からの回答が最も多く寄せられました。公共部門（教育、政府、非営利組織）の参加は全体の12.3%を占めています。

図23

回答者の業種

質問：貴社の主たる業種はどれですか？（貴社に最も当てはまるものを選んでください）



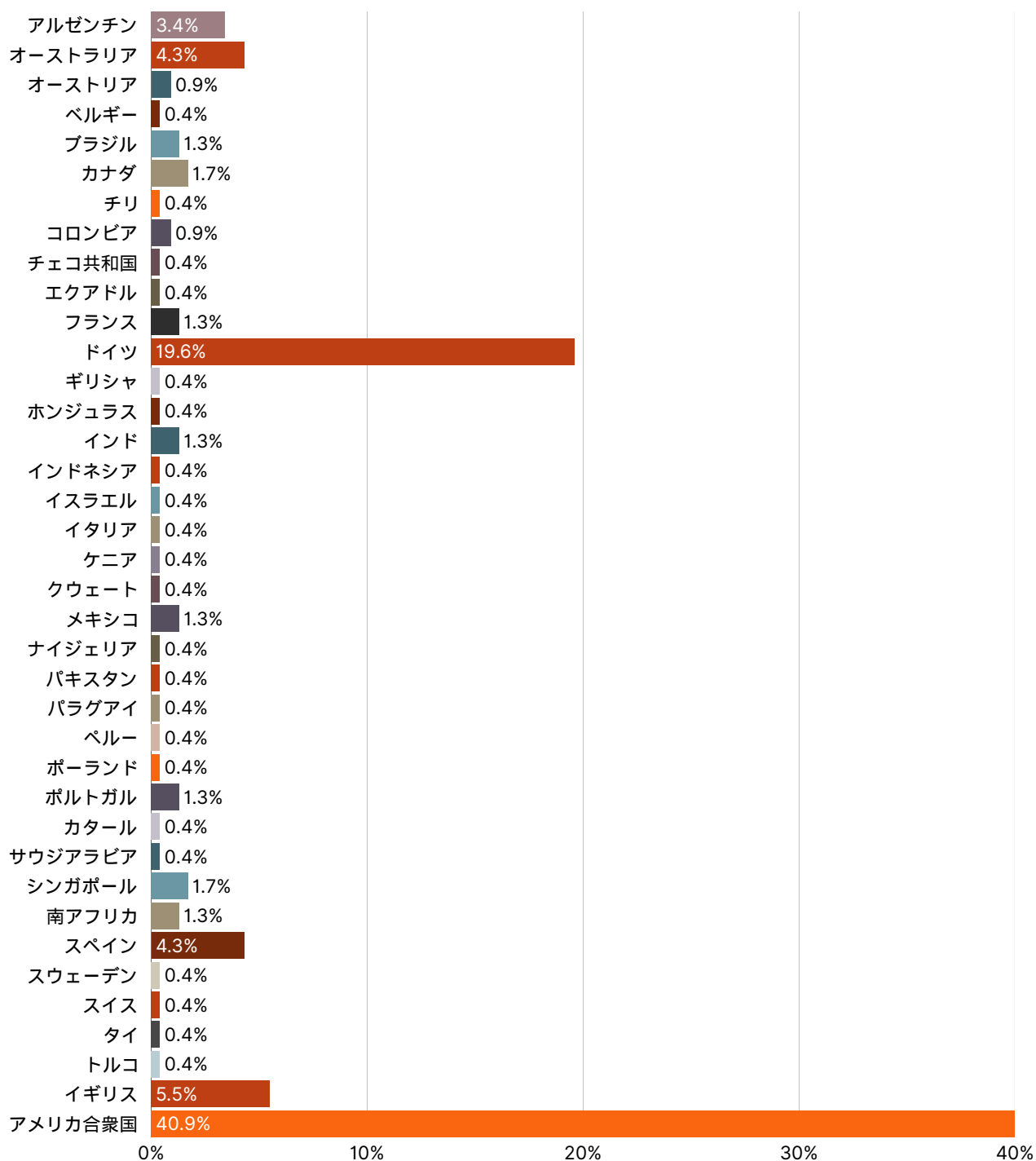
出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

世界規模のリサーチ

回答者は**38**か国にわたり、最も多かったのは**米国**、**ドイツ**、**英国**、**オーストラリア**、**スペイン**でした。地域別では、**北米**が**43.8%**を占め、続いて**欧州**（英国を含む）が**36.2%**となっています。

図24

回答者の国別分布



出典：Dúnedain Research 「The State of AI+BI Analytics Global 2025 Report」、Strategy協賛

G20諸国のうち、中国、日本、ロシア、韓国を除くすべての国から回答が得られました。



調査について

本調査はStrategyが委託し、Dúnedain Researchのリードリサーチャー兼本レポート著者であるBrett Sheppardが実施しました。Brett Sheppardは、米軍のデータエンジニアとしてキャリアをスタートし、その後Gartnerのシニアアナリストとして活躍しました。これまでにGartner、GigaOM、O'Reilly向けにAI、データアーキテクチャ、ビジネスインテリジェンスに関する出版物を執筆しており、その見解はBusinessweek、Computerworld、Wiredをはじめとする各種メディアでも引用されています。著者へのお問い合わせ：dunedainresearch.comまたは[linkedin.com/in/brettsheppard](https://www.linkedin.com/in/brettsheppard)

今後の調査への参加について

AI活用型アナリティクスの未来を共に形作りませんか。
今後の調査に参加をご希望の方は、以下をご覧ください：
strategysoftware.com/survey

