

ホワイトペーパー

# State of 議事録AI 2026

—「精度」の時代の終わりと、用途で語られはじめた市場—

2026年7月 発行

株式会社 喋ラボ

代表取締役 大橋 功

# 目次

エグゼクティブサマリー

---

序章 商談で受ける質問が変わった

---

第1章 カテゴリー成熟度診断 — 三幕で読む議事録AI

---

第2章 市場の現在地 — 高成長、ただし定義は発達途上

---

第3章 導入の現在地 — 議事録は生成AIの最上位ユースケース

---

第4章 課題の定量化 — 会議と議事録のコスト

---

第5章 技術の到達点と限界

---

第6章 結びにかえて — 需要と実態のギャップが示すもの

---

数値の取り扱いについて

---

主要出典

---

# エグゼクティブサマリー

---

## 本ホワイトペーパーの主張

議事録AIというカテゴリーは、いま重要な発達段階の途上にある。数年前まで、この分野の会話は「音声認識の精度」に終始していた。しかし2022年のWhisperとLLMの登場が転記と要約をコモディティ化し、競争の軸は「誰の・何を・どんな体験で解決するか」というプロダクト本来の分類軸へ移りはじめている。本ホワイトペーパーは、この移行の現在地を、日本と世界の市場統計で診断するものである。

## 主要な発見は3つある。

第一に、AIミーティングアシスタント市場の規模推計は調査会社間で約3倍の開きがある(2025年推計で12.0~38.0億ドル)。これは欠陥ではなく、カテゴリーの境界がまだ確定していない発達途上の市場であることの証拠である。歴史的に、「電子計算機市場」がERP・CRM・給与計算ソフトに、「クラウド市場」が会計SaaS・人事SaaSに分解されたように、技術名の市場は成熟とともに用途名の市場へ分かれていく。議事録AIはいま、まさにその移行の途上——精度がなお主要論点の一つであり続ける一方で、社内浸透や既存システム連携といった活用の話題が増えつつある段階——にある。

第二に、「議事録・要約」は生成AI活用の最上位ユースケースであることが、総務省(47.3%)と帝国データバンク(45%)という中立的な一次統計で裏づけられている。一方、日本の生成AI業務利用率55.2%は中国95.8%・米国90.6%・ドイツ90.3%に35~40ポイント劣後しており、この差は悲観材料であると同時に、日本市場の伸びしろの大きさを示している。

第三に、日本のビジネスパーソンは議事録作成に年間平均319.6時間を費やし、67%が負担を感じている。にもかかわらず、AIサポートツールの実利用率はわずか1.4%にとどまる。使いたい人(72.6%)と使っている人(1.4%)の約50倍のギャップこそが、この市場の将来を最も雄弁に語る数字である。

## 読者への問い

本ホワイトペーパーを読み終えた後、自社の会議と議事録に投じられている時間とコスト——本書の試算フレームで即座に概算できる——を、いまの業務プロセスのまま放置することが合理的か、問い直していただきたい。技術はすでに実用水準にあり、需要は既に存在する。埋まっていないのは、実利用のギャップだけである。

## 序章 商談で受ける質問が変わった

---

筆者は議事録AIサービスを提供する事業者として、この数年間の市場の変化を商談の最前線で観測してきた。

数年前、お客様との会話はほぼ例外なく音声認識の精度の話から始まった。「認識率は何パーセントか」「専門用語は拾えるか」。製品の比較記事も精度比較が中心で、「誰の業務がどう変わるのか」まで話が進むことは稀だった。

いまでも、精度の質問がなくなったわけではない。商談では依然として、認識精度が主要な論点の一つであり続けている。変わったのは、その先の話題が増えつつあることである。導入後にどう社内へ浸透させていくか、SFAやCRMといった既存システムとどう連携させるか、そして議事録を取った後の活用——例えば、蓄積された議事録に「筆者(大橋)の宿題は何だったか」と尋ねると、タスクの概要だけでなく、会議の何分ごろにその話をしていたかまで返ってきて、該当箇所をピンポイントで再生できる、といった使い方——の説明が、ようやく通じるようになってきた。数年前は、この種の話に進む前に、会話が精度のところで止まっていた。

もう一つ、議事録からのナレッジ活用を説明している最中に「それは会議中にリアルタイムでアラートを出せるのか」という質問を受けることも、いまだにある。リアルタイム処理を必要としている買い手にとっては真ッ当な質問である。ただし、第2章で詳述する通り、事後・蓄積型の議事録AIとリアルタイム介入型のサービスは、同じ技術部品を使っていても本質的に異なる問題を解く、別のプロダクトである。この種の質問が出るのは、カテゴリーの輪郭がまだ社会に完全には共有されていないことの現れである。精度の質問も、部品ベースの越境質問も、いまだに現役である——しかし浸透・連携・活用といった話題が増えつつあること自体が、数年前にはなかった変化であり、市場が一步步成熟してきたことの現れでもある。

本ホワイトペーパーは、この現場感覚を統計で検証する。単なる市場データの羅列ではなく、「議事録AIというカテゴリーがいまどの発達段階にあるか」の診断を目的とする。

# 第1章 カテゴリー成熟度診断 — 三幕で読む議事録AI

## 1-1 診断の枠組み

プロダクトの分類は本来、「誰の・何を・どんな体験で解決するか」で行われる。技術名(「音声認識」「AI」)でカテゴライズされている状態は、技術がまだ珍しく、技術そのものが話題になる価値を持ってしまふ、どのカテゴリーも通過する黎明期の自然な段階である。技術が当たり前になり、信頼されて不可視になったとき、分類は本来の用途軸に到達する。これは異常からの回復ではなく、カテゴリーとして真っ当な発達の流れである。

歴史は同じパターンを繰り返してきた。「電子計算機市場」はERP・CRM・給与計算ソフトに、「インターネットビジネス」はEC・ネット証券に、「クラウド市場」は会計SaaS・人事SaaSに分かれていった。技術名の市場は、成熟とともに用途名の市場へ分解されていく。

この視点で見ると、「AI議事録」という現在の呼称自体が過渡期の刻印である。名詞(議事録)はすでに用途ベースで、修飾語(AI)だけが技術ベース。「ネット銀行」が「銀行」に、「クラウド会計」が「会計ソフト」になったように、AIが当たり前になった瞬間に接頭辞は落ち、カテゴリーとして完全に定着する。いまはその一歩手前にある。

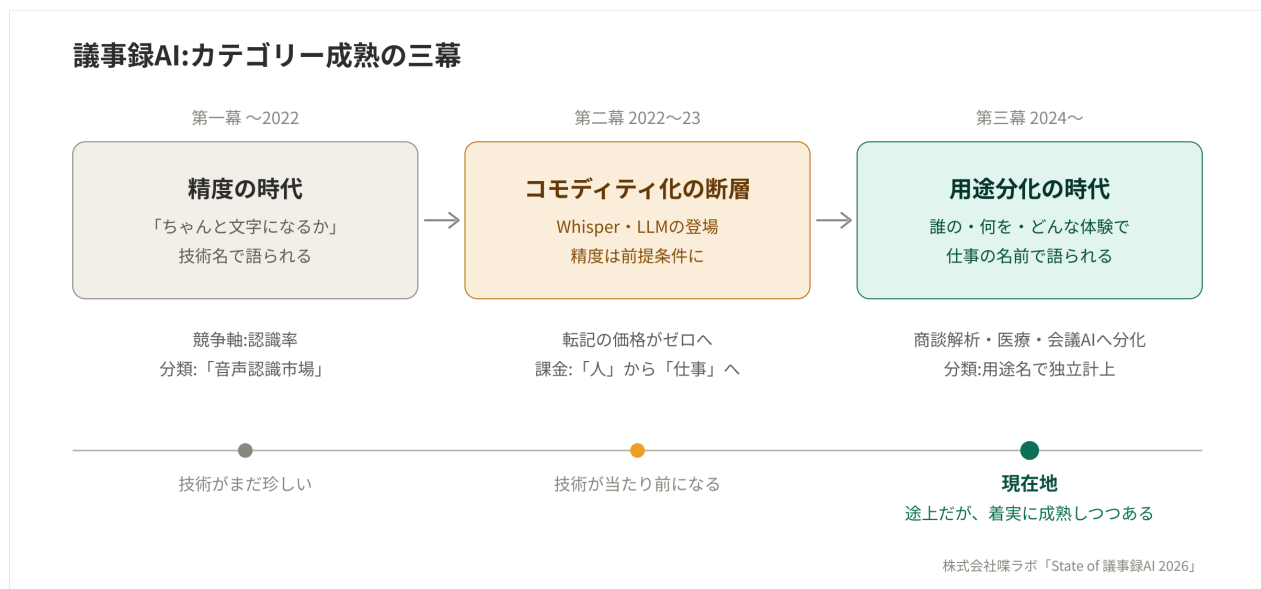


図1 議事録AI:カテゴリー成熟の三幕

## 1-2 第一幕:精度の時代(~2022)

カテゴリーの会話が技術レイヤーで止まっていた時期である。国内製品の訴求は「認識率」「専門用語辞書対応」が中心で、買い手の問いは「ちゃんと文字になるのか」であった。これは怠慢ではなく合理的だっ

た。精度がボトルネックである間は、精度こそが差別化点であり、買い手の不安点だったからである。部品が信用できないうちは、部品の話をするしかない。

この時期は市場統計も技術名で編成されていた。国内調査会社の「音声認識市場」統計は、実態として議事録ソリューションベンダーの売上を含むアプリケーション寄りの集計でありながら、技術名のラベルで括られていた。

### 1-3 第二幕:コモディティ化の断層(2022~23)

2022年9月に公開されたWhisperが音声認識を、同年11月のChatGPTが要約をコモディティ化した。精度は「差別化要因」から「前提条件」に変わり、同時にZoomやMicrosoft Teamsが議事録機能を会議基盤に同梱しはじめたことで、「文字起こしができること」自体の価格はゼロに向かった。各社は精度の上のレイヤーで戦うことを強いられた。

価格モデルにも同じ断層が走りはじめている。席あたり課金は、人間がソフトを操作し価値が利用人数に比例するというSaaSの前提の上に成立してきたモデルである。現時点では、従来からのベンダーの多くがこのモデルを使い続けており、クライアント側もそれを受け入れている。しかし、LLMが仕事そのものを実行するようになると、AIが複数人分の作業を代替するほど席数は減る方向に働き、ベンダーの売上とAIの提供価値が逆相関するという構造的な矛盾が生じる。この矛盾ゆえに、課金の単位は「席(人)」から、AIの利用そのもの——実行された仕事量や成果——へと移っていくことが予想される。それは、価値の源泉が転記から業務成果へ移りつつあることの現れでもある。

### 1-4 第三幕:用途分化の時代(2024~)

精度で差がつかなくなった結果、カテゴリーが「誰の仕事か」で分かれはじめた。営業向けは商談解析(Revenue Intelligence)、医療向けはAIメディカルスクライブ、コールセンター向けは対応品質管理、そして汎用の会議アシスタント。重要なのは、これらの技術スタック(音声認識+LLM)がほぼ同一だという点である。それでも解決する仕事ごとに別の市場として認識され、別の値付けがされている。技術ではなく仕事のカテゴリーを定義する段階に入ったのである。

分化の軸は正確には三つある。誰の、何を、そしてどんな体験で。同じ課題でも、会議に同席して自動記録するのか、録音を後から処理するのか、エージェントが会議に代理出席するのかという体験設計が違えば、別のプロダクトになる。この点は第2章で改めて取り上げる。

### 1-5 成熟の客観的証拠:調査主体の語彙が変わった

カテゴリーの成熟は、第三者の分類語彙の変化で客観的に確認できる。2022年頃まで、国内統計は議事録を「音声認識市場」という技術名の枠の内数として扱っていた。2024年には富士キメラ総研が生成AIのアプリケーション25品目の一つとして「議事録作成」を独立に計上しはじめ、2025年には総務省情報通信白

書や帝国データバンクの調査でも「議事録・要約」が用途カテゴリーとして集計されるようになった。調査会社と官公庁の分類そのものが、技術名から用途名へ移行しはじめているのである。



図2 調査主体の分類語彙の変遷

ただし移行は完了していない。次章で見る通り市場定義はまだバラつき、商談では部品ベースの越境質問がいまだに出る。現在地は「ついに用途でカテゴリーができつつある。移行は途上であり、一歩ずつ着実に成熟が進んでいる段階」である。

## 第2章 市場の現在地 — 高成長、ただし定義は発達途上

### 2-1 世界:推計値の開きが物語ること

AIミーティングアシスタント市場のグローバル規模は、2025年推計で12.0億ドル(Precedence Research)から38.0億ドル(Dataintelo)まで、調査会社間で約3.2倍の開きがある。年平均成長率(CAGR)も約18～35%と幅がある。

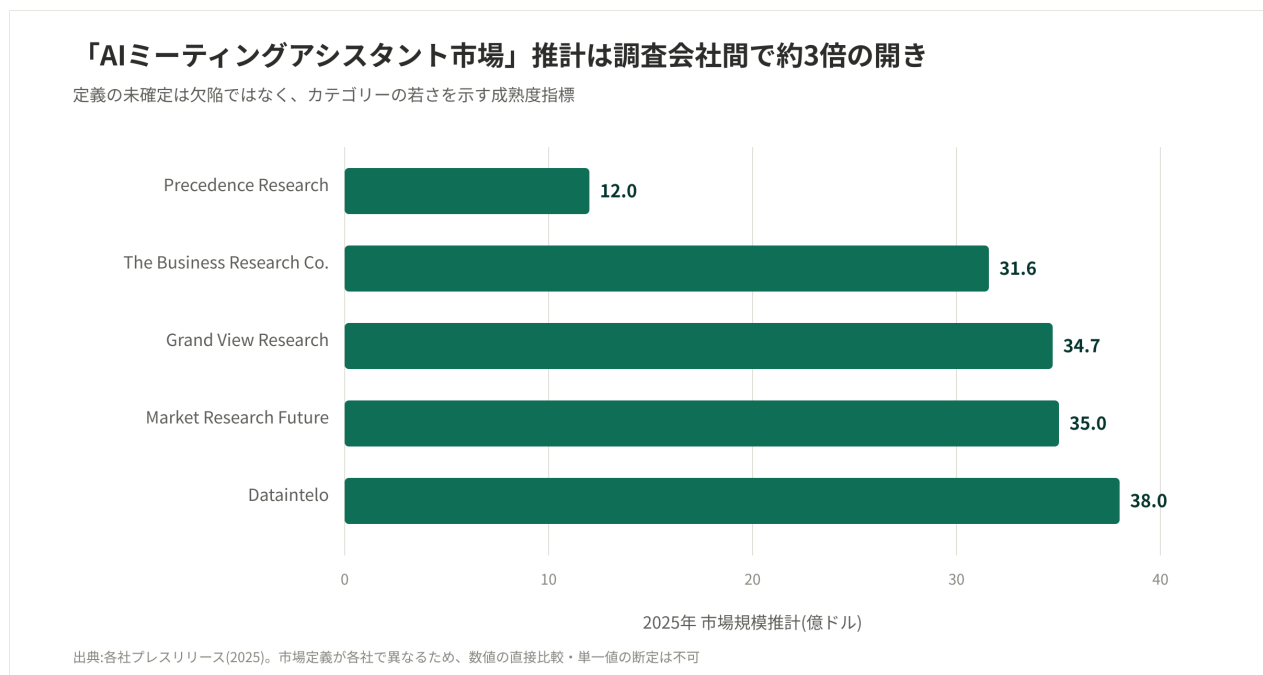


図3 市場規模推計の調査会社間バラつき

この開きの主因は市場定義の違いである。スタンドアロンの議事録SaaSのみを数えるのか、ZoomやMicrosoft Teamsといった会議基盤への組み込み機能を含むのか、さらにリアルタイム翻訳・字幕系のサービスを含むのか。境界の引き方が各社で異なるため、絶対値は一致しない。本ホワイトペーパーの枠組みに照らせば、この定義のバラつき自体が、カテゴリー境界が確定していない発達途上の市場であることを示す成熟度指標である。従って本ホワイトペーパーは単一の市場規模を断定せず、「複数調査でCAGR約20～35%の高成長」というレンジで捉えることを推奨する。一方、北米が最大シェア(各社推計で33～40%)、アジア太平洋が最速成長という構造的なトレンドは各社に共通しており、信頼できる。

### 2-2 定義がバラつくもう一つの理由:体験の時間軸

市場の境界を曖昧にしている本質的な要因の一つが、体験の時間軸である。同じ音声認識+LLMを部品として使っていても、価値が発生するタイミングが違えば、別の問題を解く別のプロダクトになる。



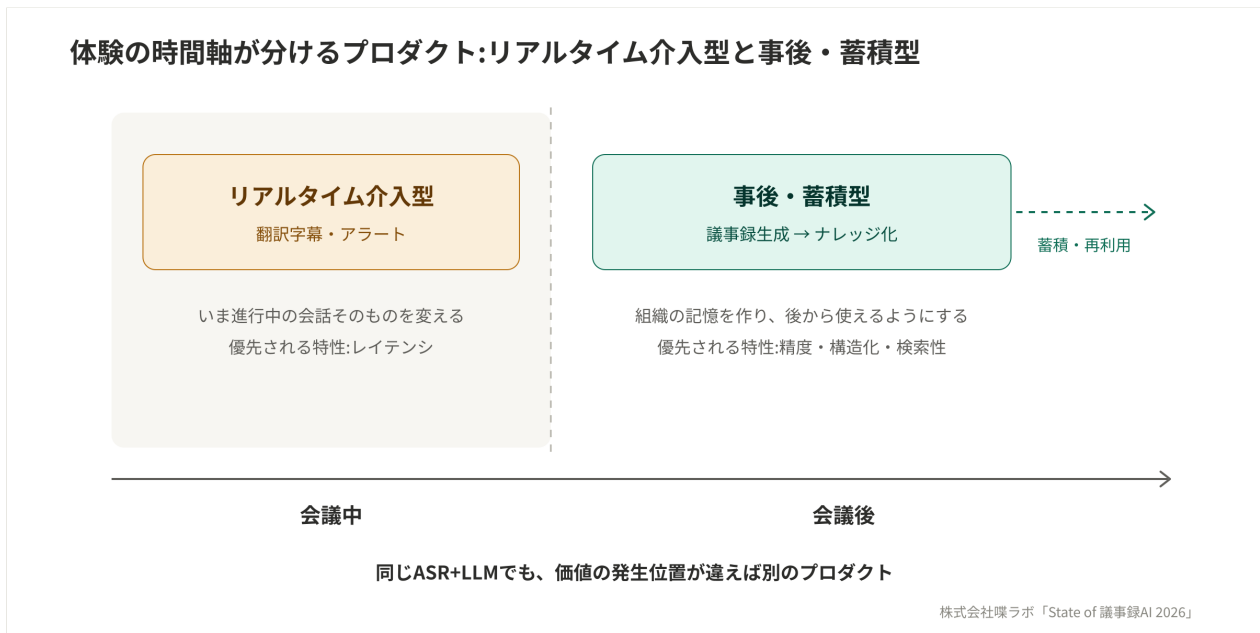


図4 体験の時間軸が分けるプロダクト

事後・蓄積型(議事録生成からナレッジ化へ)は、会議が終わった後に価値が生まれる。解いている問題は「組織の記憶を作り、後から使えるようにする」ことであり、求められる特性は精度・構造化・検索性である。10秒の遅れは価値を損なわない。一方、リアルタイム介入型(会議中の翻訳字幕やアラート)は、会議の進行中に価値が生まれる。解いている問題は「いま起きている会話そのものを変える」ことであり、最優先されるのはレイテンシである。速さのためなら精度を多少犠牲にする判断すらありえる。

技術要件も成功指標も逆向きであり、部品の共通性はプロダクトの同一性を意味しない。宅配便の会社トラックと倉庫があるからといって、倉庫業を営んでいるとは限らないのと同じである。買い手が製品の設備(技術部品)から守備範囲を推論してしまう段階では、この二つは混同される。調査会社の市場定義がバラつくのも、成熟したカテゴリーであれば自明に分かれているはずのこの境界が、まだ社会に共有されていないためである。

## 2-3 専門SaaSと組み込み型の二層構造

プロダクト市場は、議事録専門のSaaSと、会議基盤への組み込み機能の二層で構成されつつある。組み込み型の利用統計は、会議録自動化への需要を示すマクロ指標として読める。Microsoft 365 CopilotはFortune 500の90%超が利用し有償シートは2,000万を超え(2026年4月)、ZoomのAI Companionは有償の月間アクティブユーザーが前年比184%増、AIノート機能は発売4カ月で150万MAUに達した。会議録自動化への需要が実データで加速していることの、最も鮮明な証拠である。

同時に、アクセスと実利用のギャップも大きいことが分かっている。Recon Analyticsの15万人超調査では、Copilotへのアクセスを持つ人のうちアクティブに利用しているのは35.8%にとどまる。無償同梱が即定着を意味しないというこの事実は、定着と業務適合の壁こそが専門ベンダーの生存余地を規定することを示している。

## 2-4 日本:議事録が独立カテゴリーになりはじめた

国内には「議事録AI市場」を直接計上した調査会社の一次データがまだ存在しない。参考になるのは「音声認識市場」の統計だが、注意が必要である。このラベルは技術名でありながら、中身は議事録作成支援やコールセンター向けソリューションの売上を含むアプリケーション寄りの集計である。その前提で参照すると、ITRの調査では2023年度150億円(前年度比21.0%増)、2028年度には300億円超(CAGR16.9%)、矢野経済研究所の調査では2025年度244億円(CAGR16.4%)と、いずれも安定した二桁成長が予測されている。両調査とも、議事録作成支援をコールセンターと並ぶ主要用途として明記している。

文脈として、国内AIシステム市場はIDC Japanの予測で2024年の1兆3,412億円から2029年に4兆1,873億円へ(CAGR25.6%)、国内生成AI市場は富士キメラ総研の予測で2024年度の約4,291億円から2028年度に1兆7,394億円へ拡大が見込まれている。そしてその富士キメラ総研が「議事録作成」をアプリケーション品目として独立計上しはじめたことは、第1章で述べた語彙の移行の、国内における具体例である。

### 第3章 導入の現在地 — 議事録は生成AIの最上位ユースケース

議事録・要約が生成AI活用の中心にあることは、ベンダーの主張ではなく官公庁と信用調査会社の一次統計で裏づけられる。総務省の令和7年版情報通信白書によれば、日本企業の47.3%が「メールや議事録、資料作成等の補助」で生成AIを業務利用している。帝国データバンクの2026年3月調査(1万312社回答)では、生成AI活用企業の最多用途は「文章の作成・要約・校正」で45%、活用企業の86.7%が効果を実感している。海外でも、McKinseyのState of AI調査で組織の生成AI採用率は2024年の72%から2025年には88%へ上昇し、会議トランスクリプトの要約は代表的な活用用途として繰り返し言及されている。

一方で、日本の出遅れも明確である。何らかの業務で生成AIを利用している割合は日本55.2%に対し、中国95.8%、米国90.6%、ドイツ90.3%。主要国に35～40ポイント劣後している。

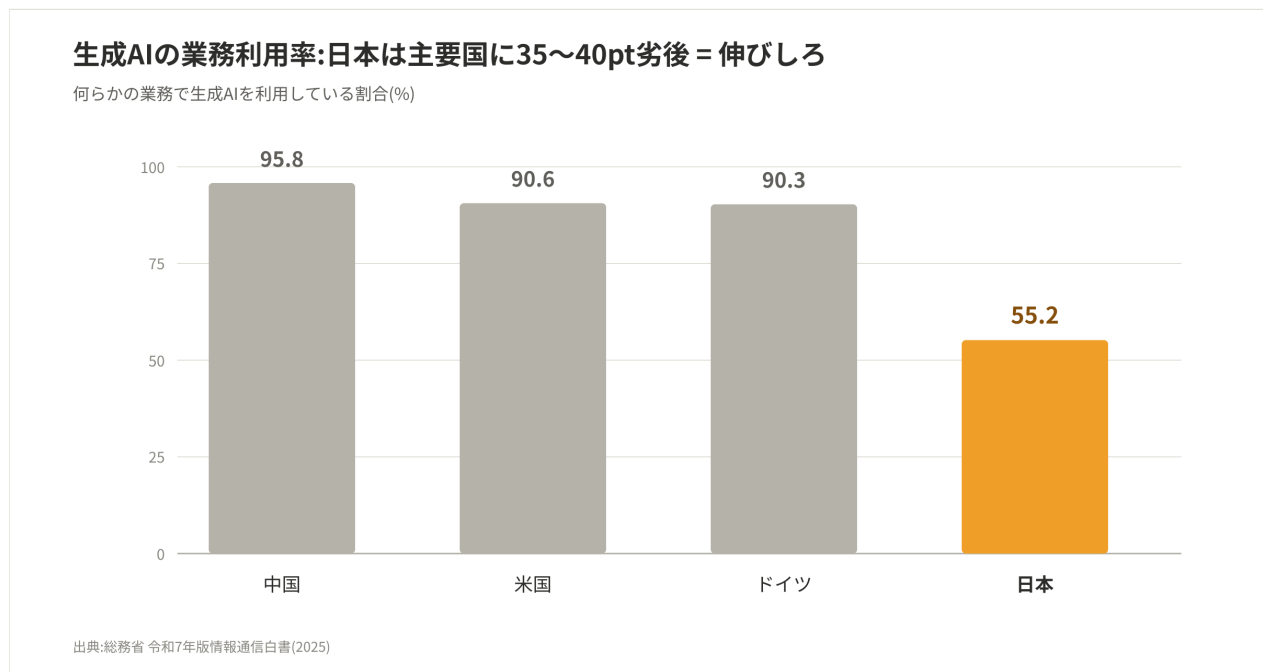


図5 生成AI業務利用率の国際比較

この差は、悲観材料であると同時に機会でもある。議事録という日本企業の業務慣行に深く根ざしたユースケースは、この差を埋める入口として最も自然な位置にある。実際、日本政策金融公庫の調査では、中小企業においてAIは全デジタルツール中で「導入予定」の割合が最も高い(17.8%)ツールとなっている。

## 第4章 課題の定量化 — 会議と議事録のコスト

導入を正当化する課題側のデータは、驚くほど具体的に揃っている。



図6 議事録と会議のペインポイント

キヤノンマーケティングジャパンの調査(2023年2月発表、有効回答1,000名)によれば、議事録作成経験者は作成に年間平均319.6時間、週換算で6.13時間を費やしている。20代の若手では週8.46時間に達し、67%が作成に負担を感じている。パーソル総合研究所と立教大学・中原淳教授の共同研究では、年間の社内会議時間はメンバー層で154時間、部長級で434時間、従業員1万人超の企業の上司層では630時間(社外打合せを含まず)。会議を「ムダ」と感じる割合はメンバー層23.3%、上司層27.5%で、ムダな会議による損失は1,500人規模の企業で年約2億円、1万人規模で年約15億円と試算されている。日本能率協会総合研究所の調査では、会議1回の平均は68.2分、ビジネスパーソンは1日平均1.4回参加している。海外に目を向ければ、Doodleの2019年調査は米国の非生産的会議のコストを年間3,990億ドルと試算している(なお、Atlassianによる約370億ドルという別試算もあるが、これは給与ベースという異なる算定基準によるもので、両者は比較できない)。

これらの数字は、読者の組織に当てはめて初めて初めて意味を持つ。次の試算フレームを活用されたい。

## 自社換算の試算フレームー会議と議事録のコスト

### ① 年間の会議コスト



### ② 年間の議事録作成コスト



- ・ 白い枠は自社の数値に入れ替えて試算(表示は従業員500人・週7回・時給4,000円の例)。グレーの枠は調査データの固定値
- ・ 会議1回68.2分:日本能率協会総研/ムダ率25%:パーソル総研「ムダと感じる割合」23～27%より
- ・ 作成者比率73.5%と319.6時間/年:キヤノンMJ調査(有効回答1,000名中、直近1年の作成経験者735名。319.6時間は経験者の平均)

株式会社喋ラボ「State of 議事録AI 2026」

図7 自社換算の試算フレーム

従業員500人、一人あたり週7回の会議、人件費を時給4,000円換算とした場合、年間の会議コストは約8.3億円、うちムダと感じられている25%分は約2.1億円に相当する。議事録作成については、キヤノンMJ調査の作成経験者比率(有効回答1,000名中735名、73.5%)と経験者平均319.6時間を用いると、年間約4.7億円である。白い枠の数値を自社の値に置き換えるだけで、自社の規模感を掴むことができる。

なお、319.6時間は「作成経験者の平均」であり全従業員の平均ではないため、本フレームでは作成者比率73.5%を明示的に乗じている。この係数を省いて全従業員に319.6時間を掛けると、コストは約36%過大に算出される。本ホワイトペーパーは、こうした過大算出につながる係数の省略を行わない方針で一貫している。

## 第5章 技術の到達点と限界

---

第三幕の用途分化を可能にしたのは、技術部品の成熟である。ただし、その到達点は誠実に語られるべきである。

### 5-1 音声認識:クリーン音声では実用水準、自然会話では誤差が残る

日本語では、形態素分割の曖昧性により単語誤り率(WER)が過大に出るため、文字誤り率(CER)が主要指標となる。Whisper large-v3はクリーンな読み上げ音声(JSUTコーパス)でCER約7.1%に到達しているが、自然会話に近い音声(ReazonSpeech)では11~15%の誤りが残る。英語では2016~17年にMicrosoftが会話音声で人間並みのWER5.8%(後に5.1%)を達成したと報告されている。この精度ギャップ、すなわち「クリーン音声では実用水準、自然会話ではまだ誤差」という状態こそが、業界用語辞書や話者分離といった日本語特化の作り込みが差別化として機能し続ける理由である。

### 5-2 要約:幻覚率は2年で4分の1に低減、ただし人間検証は前提

Vectaraが継続追跡している要約タスクの幻覚率(事実に基づかない生成の割合)は、2023年11月時点の最良モデルで3%だったものが、2025年4月時点では0.7%まで低減した。約2年で4分の1である。ただし、この0.7%は最良モデルの最良条件値であり、幻覚を全く含まない完全な要約の割合は上位モデルでも依然として限定的だという研究(FaithBench)もある。要約品質の改善は堅牢なトレンドだが、業務利用においては人間による確認工程を前提とすべき段階である。ベンダーとして「99%の精度」といった過大な表現を避けることが、かえって長期的な信頼につながると筆者は考えている。

## 第6章 結びにかえて — 需要と実態のギャップが示すもの

本ホワイトペーパーの診断をまとめる。議事録AIは、技術の名で語られる黎明期を抜け、「誰の・何を・どんな体験で解決するか」というプロダクト本来の分類軸に到達しはじめた。市場統計の定義がまだバラつくのは、この発達が進行中であることの証拠である。そして最後に、この市場の将来を最も雄弁に語る一枚を示す。

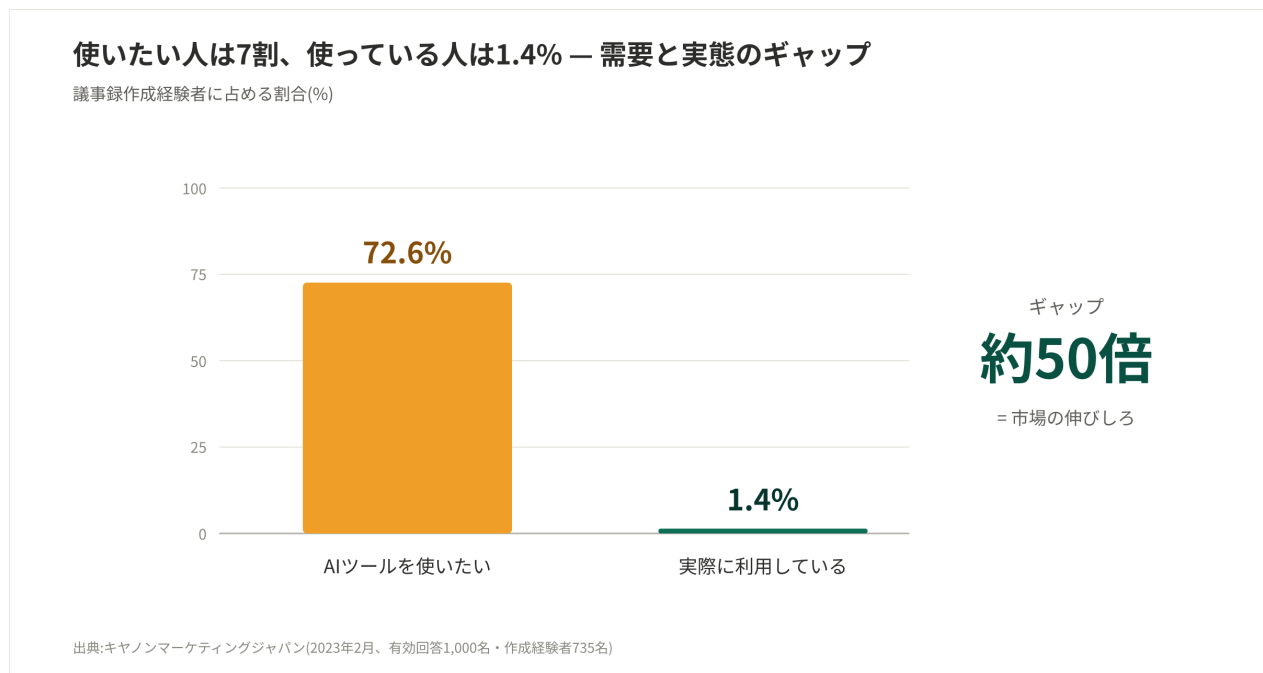


図8 需要と実態のギャップ

議事録作成の経験者のうち、AIツールを使いたい人は72.6%。実際に使っている人は1.4%。約50倍のギャップである。需要は既に存在し、技術は実用水準に達し、しかし利用はまだ始まったばかりである。市場が「導入すべきか」を問う実験期から「どう定着させるか」を問う普及期へ移行するのはこれからであり、その移行の速度を決めるのは、精度の数字ではなく、それぞれの組織の仕事にどれだけ深く適合できるかである。

最後に、読者に対して問いを残して締めくくりたい。

あなたの組織では、会議と議事録に年間いくらの時間とコストが投じられているか。本書の試算フレームに自社の数値を入れれば、答えは数分で概算できる。その金額を知った上でなお、いまの業務プロセスのまま据え置くことが合理的か。

カテゴリーが用途の名前で呼ばれる時代の競争は、もう始まっている。

## 数値の取り扱いについて

---

本ホワイトペーパーの数値は以下の方針で扱っている。第一に、AIミーティングアシスタント市場の規模は調査会社間で定義が異なり最大数倍の開きがあるため、単一値を断定せずレンジで表記し、すべての数値に調査会社名を併記している。第二に、国内の「音声認識市場」統計はラベルが技術名でありながら議事録等のソリューション売上を含む集計であるため、その旨を明記した上で参考値として扱っている。第三に、会議コストの海外統計(Doodleの3,990億ドル、Atlassianの約370億ドル)は算定基準が異なるため併記に留め、合算・比較はしていない。第四に、試算フレームの係数(ムダ率25%、作成者比率73.5%)はいずれも出典のある調査値に基づき、根拠を図中に明記している。第五に、生成AI活用率は調査により数値が異なる(帝国データバンク34.5%、総務省55.2%)が、これは調査対象と質問設計の違いによるもので、本文では文脈に応じて出典を明示して使い分けている。

## 主要出典

---

総務省「令和7年版情報通信白書」(2025)/帝国データバンク「生成AIの活用に関する企業アンケート」(2026年3月)/キヤノンマーケティングジャパン「議事録に関する実態調査」(2023年2月)/パーソル総合研究所×中原淳「長時間労働に関する実態調査」/日本能率協会総合研究所「ビジネスパーソン・ウォッチング調査」/ITR「ITR Market View:画像・音声認識市場2024」/矢野経済研究所「音声認識技術の活用実態と展望」(2021)/富士キメラ総研「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」(2025年1月)/IDC Japan「国内AIシステム市場予測」(2025年5月)/日本政策金融公庫「中小企業のデジタル化に関する調査」(2025)/McKinsey「The State of AI」(2025)/Doodle「State of Meetings Report」(2019)/Microsoft IR・Ignite 2025/Zoom IR/Recon Analytics/Grand View Research、Precedence Research、Market Research Future、The Business Research Company、Dataintelo 各社プレスリリース(2025)/kotoba-tech/kotoba-whisper-v2.0(Hugging Face、2024)/Xiong et al., arXiv:1610.05256/Vectara Hallucination Leaderboard/FaithBench, arXiv:2410.13210