



JADAA

オルタナティブデータ推進協議会

オルタナティブデータFACTBOOK (概要版)

2022年9月

一般社団法人オルタナティブデータ推進協議会

Japan Alternative Data Accelerator Association

SOMPOインスティテュート・プラス株式会社

Sompo Institute Plus Inc.

本調査の全体像

問題意識

- 海外ではオルタナティブデータに関する知見が蓄積しつつあり、利用実態に関する調査研究も進展している。
- 日本では「どのようなオルタナティブデータが」、「どのような目的で」、「どの程度利用されているか」といった実情が明らかになっていない。国内におけるオルタナティブデータの現状や課題を把握することで、利活用がいつそう進展するのではないか。

本調査について

- 国内のオルタナティブデータの活用状況や課題を明らかにするために、オルタナティブデータ推進協議会の会員に対してアンケートを実施した。
- 全体で52社からの回答を得て、FACTBOOKとして取りまとめを行った。

■ 本調査の回答者

| 業種 | 回答数 | 割合 |
|------------------|-----|------|
| 情報通信業 | 26 | 50% |
| 金融・保険業（資産運用業のぞく） | 9 | 17% |
| 資産運用業 | 4 | 8% |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 7 | 13% |
| その他 | 6 | 12% |
| 総計 | 52 | 100% |

■ 本調査の集計期間

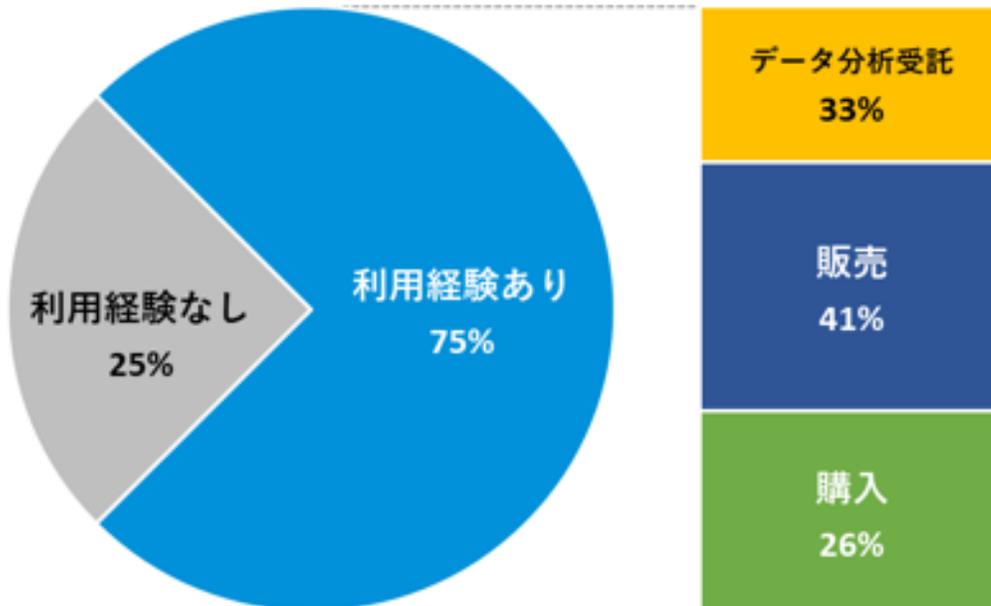
2022年5月30日～2022年6月29日

オルタナティブデータの利用経験

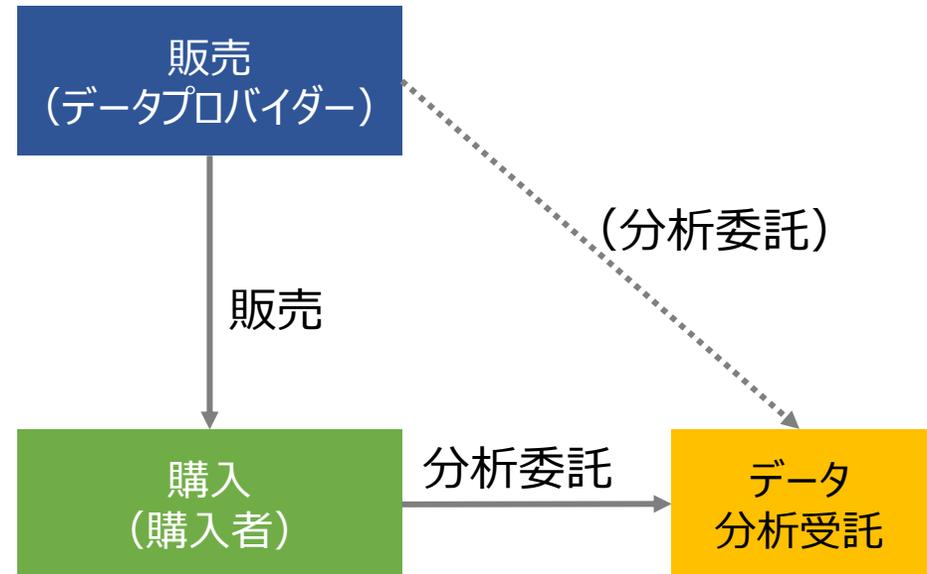
| | |
|---------|-----------|
| 購入者 | データプロバイダー |
| データ分析受託 | 未経験 |

- オルタナティブデータの利用経験を質問したところ、75%が「利用経験あり」と回答。
- 「経験あり」とした回答のうち、「購入経験あり」が26%、「販売経験あり」が41%、「データ分析経験あり」が33%という内訳になった。
- これらの各主体を「購入者」、「データプロバイダー」、「データ分析受託」と分類し、以降はそれぞれに質問を行った。

■ オルタナティブデータの利用経験があるか？



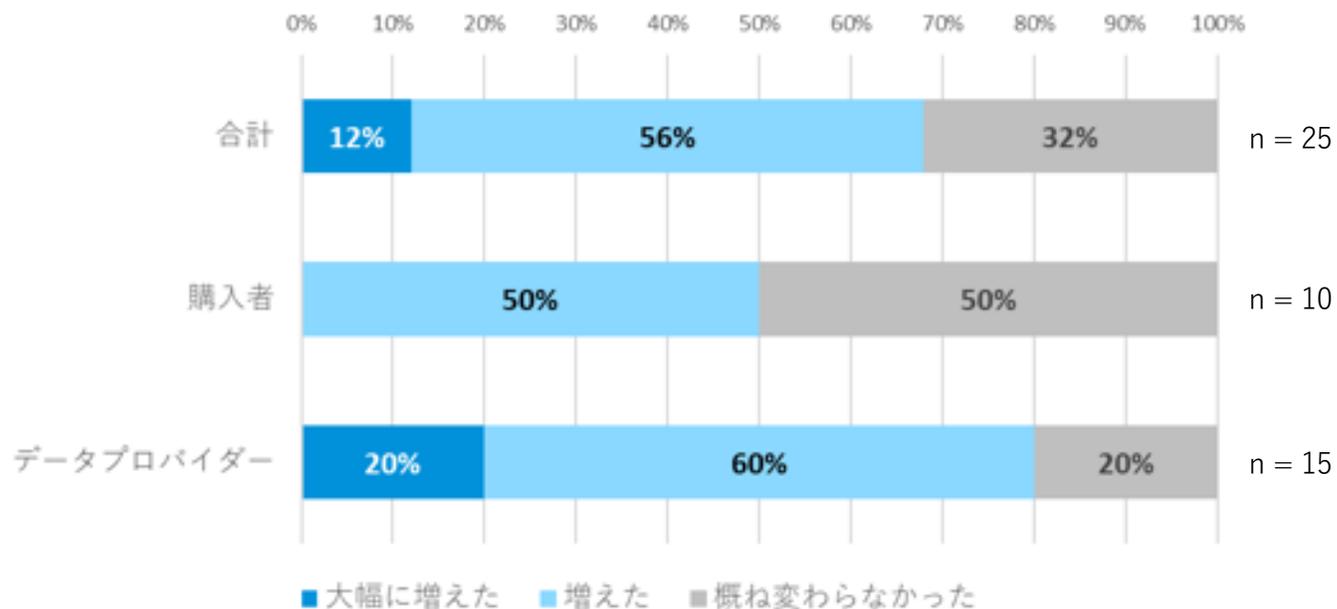
■ 各主体のイメージ



取扱額の増減

- 購入者、データプロバイダーに対し、オルタナティブデータ取扱額の昨年度比を質問した。
- 全体では「大幅に増えた」、「増えた」が68%を占め、オルタナティブデータの取扱額が増加傾向にあることが裏付けられた。（「減った」という回答はなかった）
- 購入者、データプロバイダーでも増加傾向が見られ、特にデータプロバイダーでの増加傾向が顕著。

■ 2021年度のオルタナティブデータの取扱額は前年度と比べてどう変化したか



利用開始時期

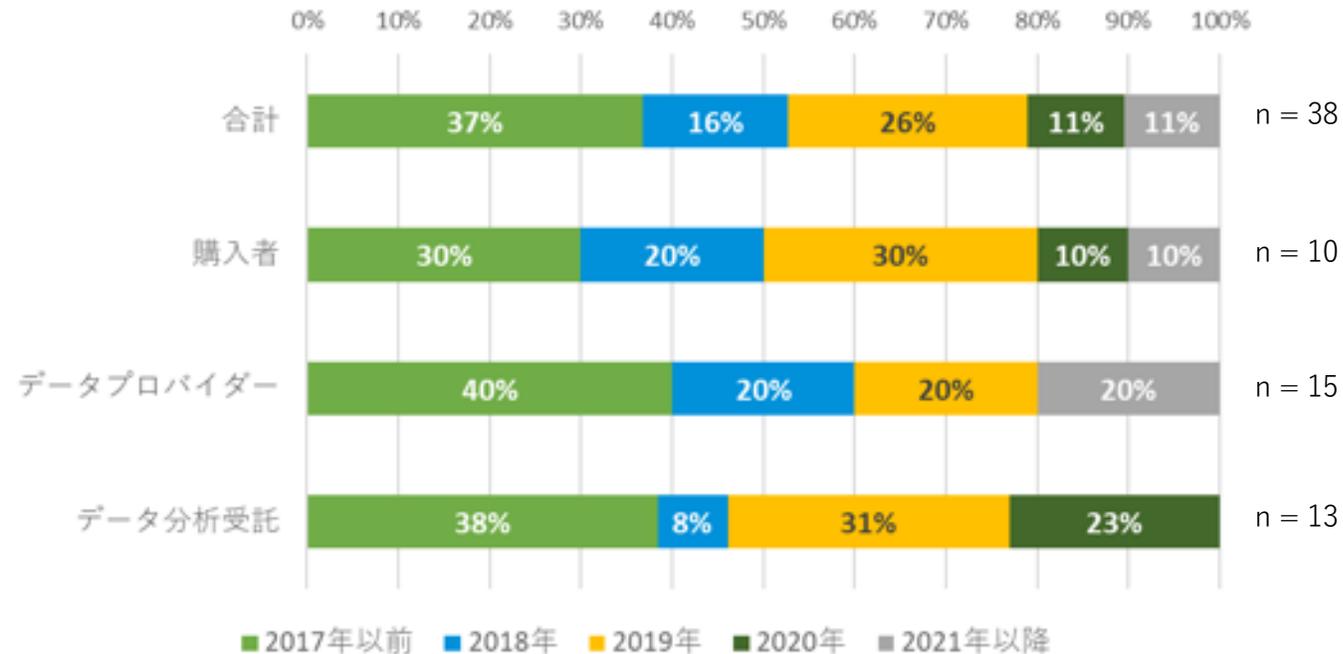
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- オルタナティブデータの利用開始時期については、全体では「2017年以前」が最多となった。他方で2018年以降も参入が継続傾向。
- 各主体の内訳も上記の傾向と一致しているが、データプロバイダーの利用開始時期の方がやや早い傾向にある。

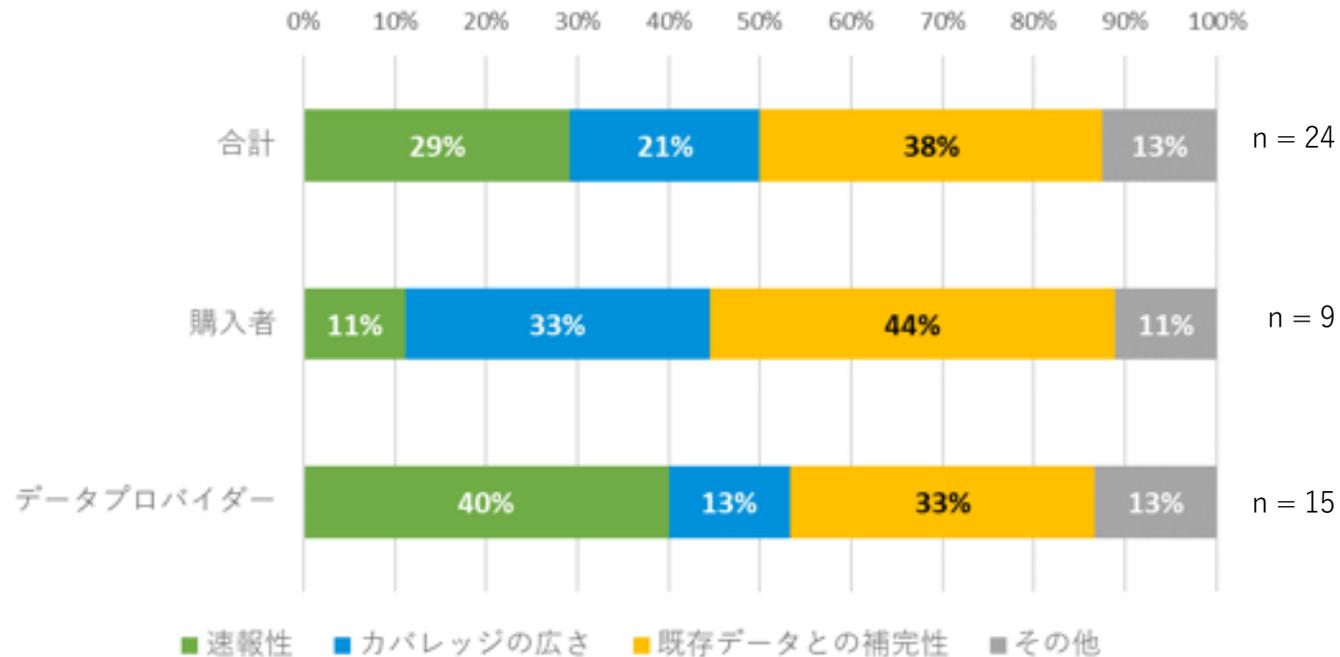
■ オルタナティブデータを利用開始した時期はいつか



オルタナティブデータの最大の利点

- オルタナティブデータを利用する最大の利点については、全体では「既存データとの補完性」、「速報性」、「カバレッジの広さ」という順番になった。
- 内訳をみると、購入者では「既存データとの補完性」や「カバレッジの広さ」が重視されているのに対し、データプロバイダーでは「速報性」が最多を占めた。

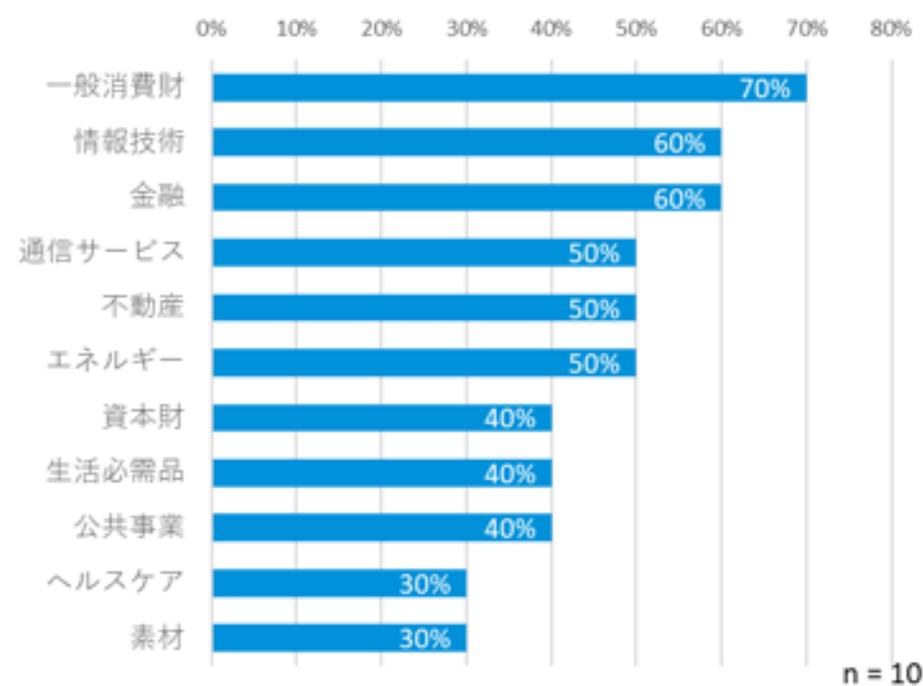
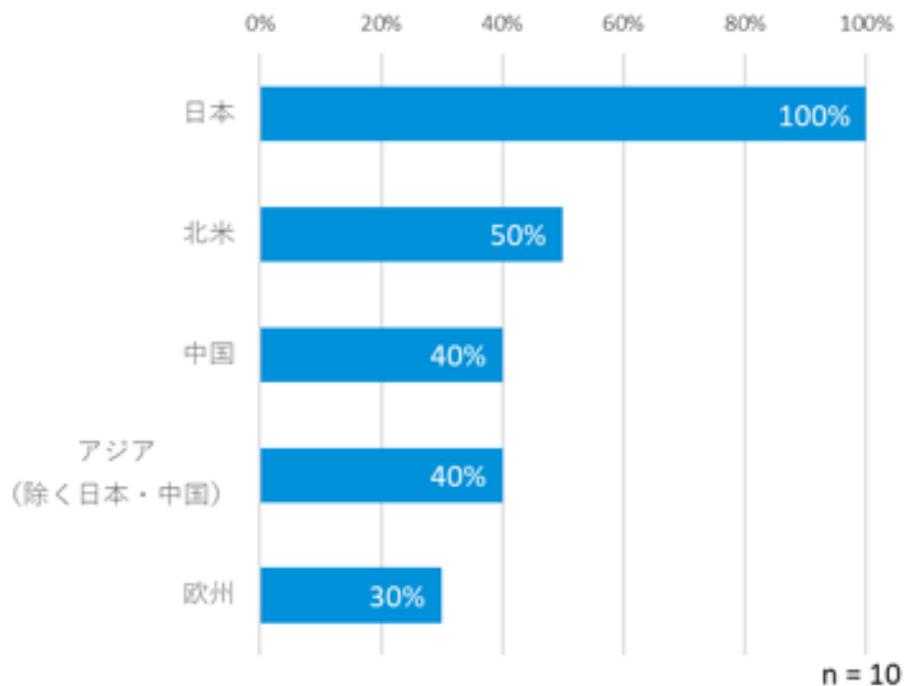
■ オルタナティブデータ利用の最大の利点は何か



対象地域／対象セクター

- 購入者に対して、購入しているオルタナティブデータの対象地域を確認したところ、「日本」が最多となった。海外では、「北米」、「中国」、「日本と中国を除くアジア」、「欧州」の順番となった。
- 同じく対象セクターに対する質問では、「一般消費財」、「情報技術」、「金融」などの利用が多い結果となった。

■ オルタナティブデータの対象地域（複数選択可） ■ オルタナティブデータの対象セクター（複数選択可）



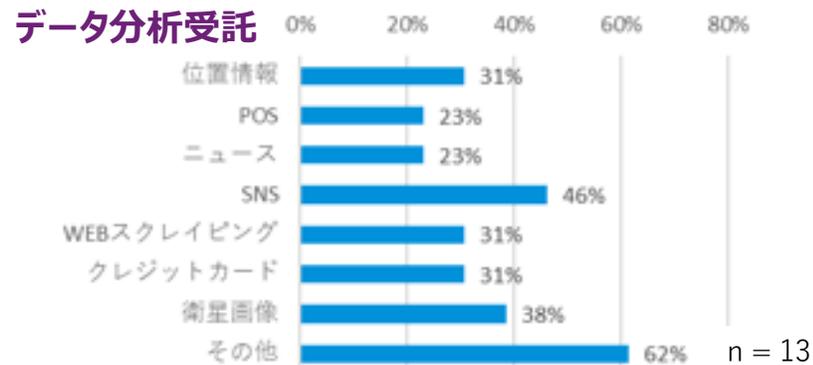
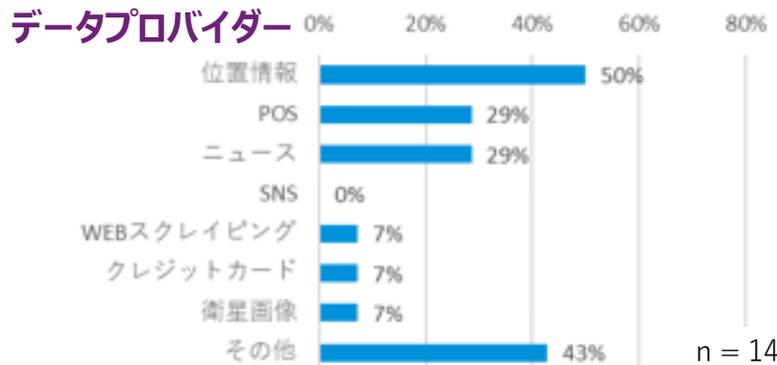
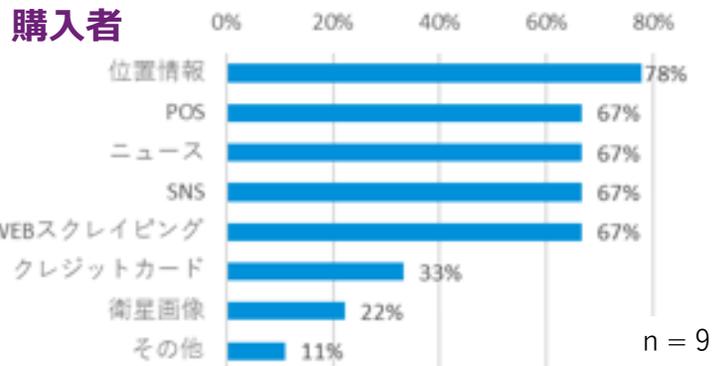
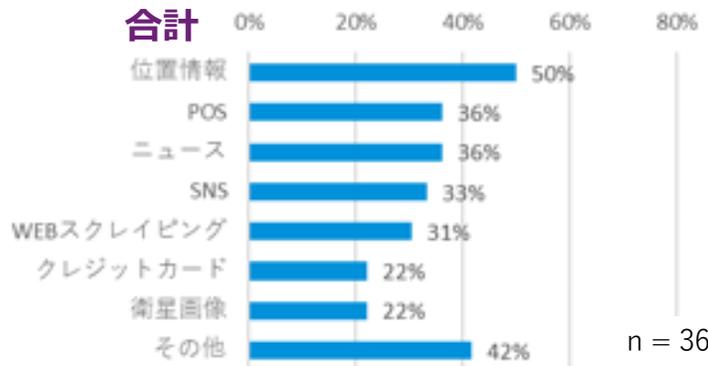
取扱っているオルタナティブデータの種類

購入者
データ分析受託

データプロバイダー

- 取扱っているオルタナティブデータの種類を質問（複数選択可）したところ、全体では「位置情報」、「POS」、「ニュース」などが上位を占めた。
- 購入者では「位置情報」、「POS」、「ニュース」、などの取扱いが多いのに対し、データプロバイダーは「位置情報」、「POS」、「ニュース」、データ分析受託は「SNS」、「衛星画像」が多いなど各主体でばらつきが大きい。

■ 利用しているオルタナティブデータの種類（複数選択可）



■ その他

- サプライチェーン取引データ
- レセプトデータ
- 社員ロコミデータ
- 気象データ
- WEB閲覧データ
- 共通ポイントカードデータ

利用開始時期と取扱うデータの種類

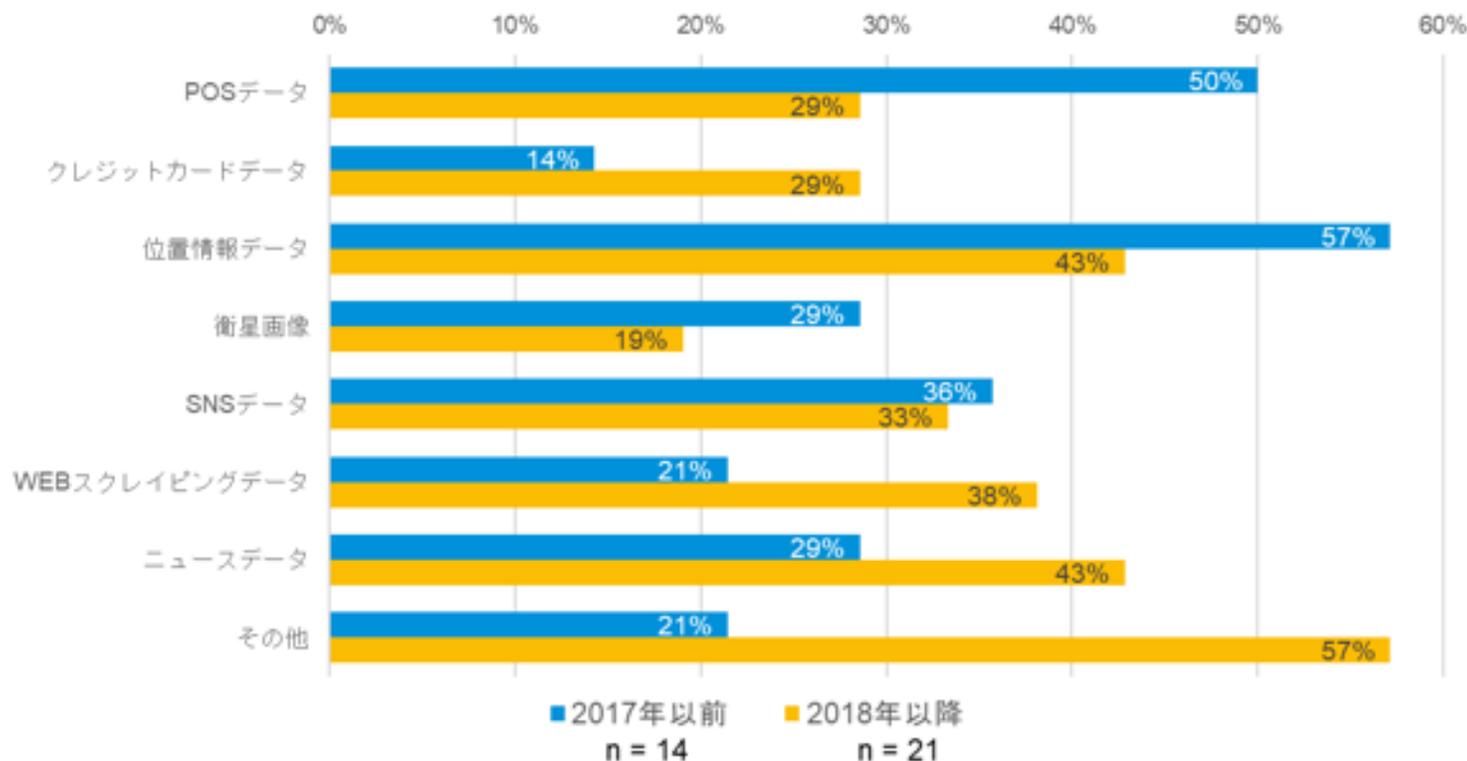
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- 購入者、データプロバイダー、データ分析受託を対象に、オルタナティブデータの利用開始時期と、取扱いしているデータの種類（複数選択可）のクロス集計を行った。
- 2017年以前から利用を行っている層は、「位置情報データ」、「POSデータ」の利用率が高い。一方で、2018年以降の層は、「ニュースデータ」や「WEBスクレイピングデータ」、「その他」の割合が高く、幅広い種類のデータを扱う傾向にあることが示唆される。

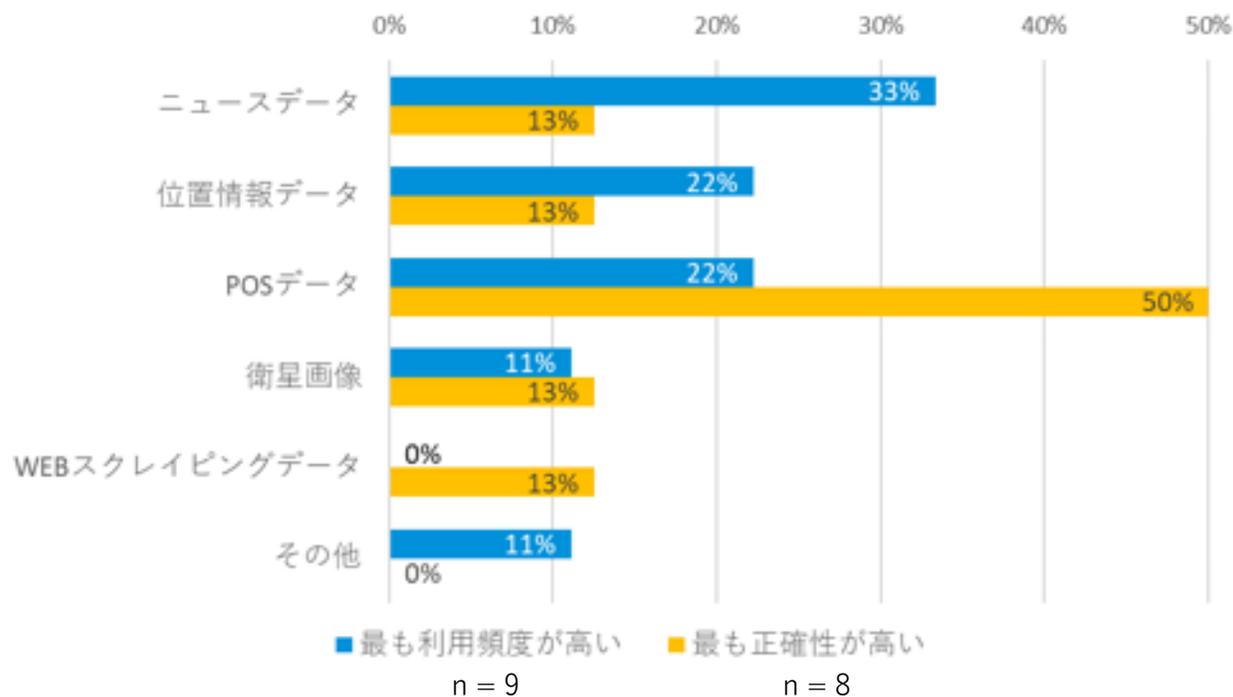
■ オルタナティブデータの利用開始時期とデータの種類



利用頻度／正確性が高いデータ

- 購入者を対象に最も利用頻度が高いオルタナティブデータを確認したところ、「ニュースデータ」、「位置情報データ」、「POSデータ」などが挙げられた。
- 同様に最も正確性が高いオルタナティブデータを問うたところ、「POSデータ」が最多となった。

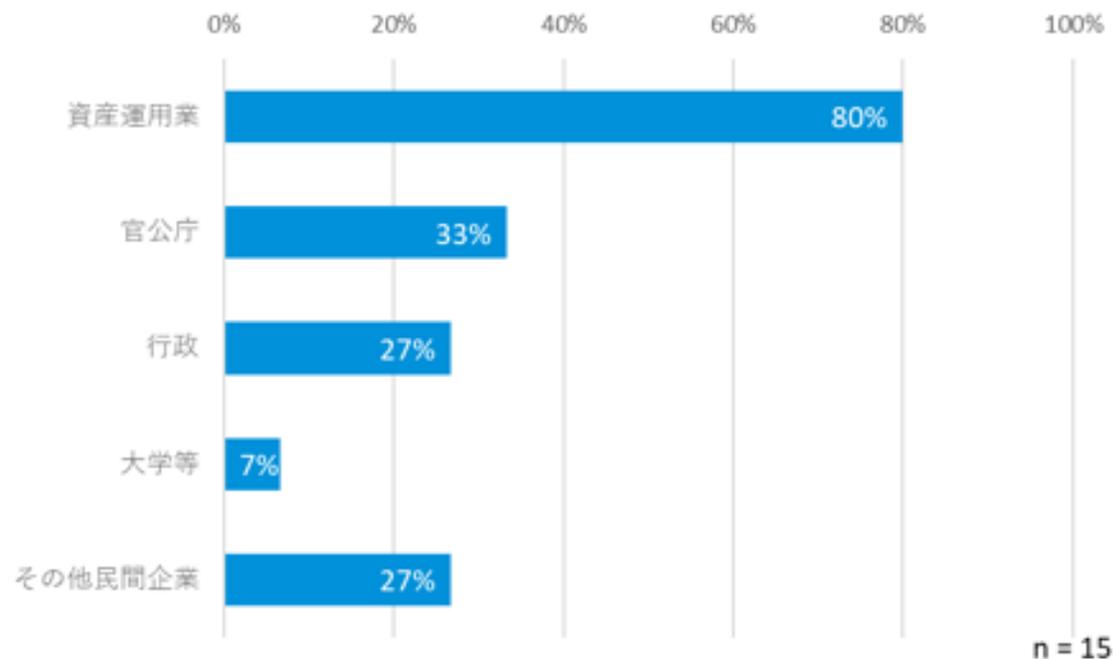
■ 最も利用頻度が高い／最も正確性が高いオルタナティブデータは何か



オルタナティブデータの販売先

- データプロバイダーを対象に、オルタナティブデータの販売先について質問した。
- 最も多かったのは「資産運用業」向けで、官公庁や行政、その他の民間企業向けが主であった。

■ オルタナティブデータの販売先（複数選択可）



オルタナティブデータ専属の人員

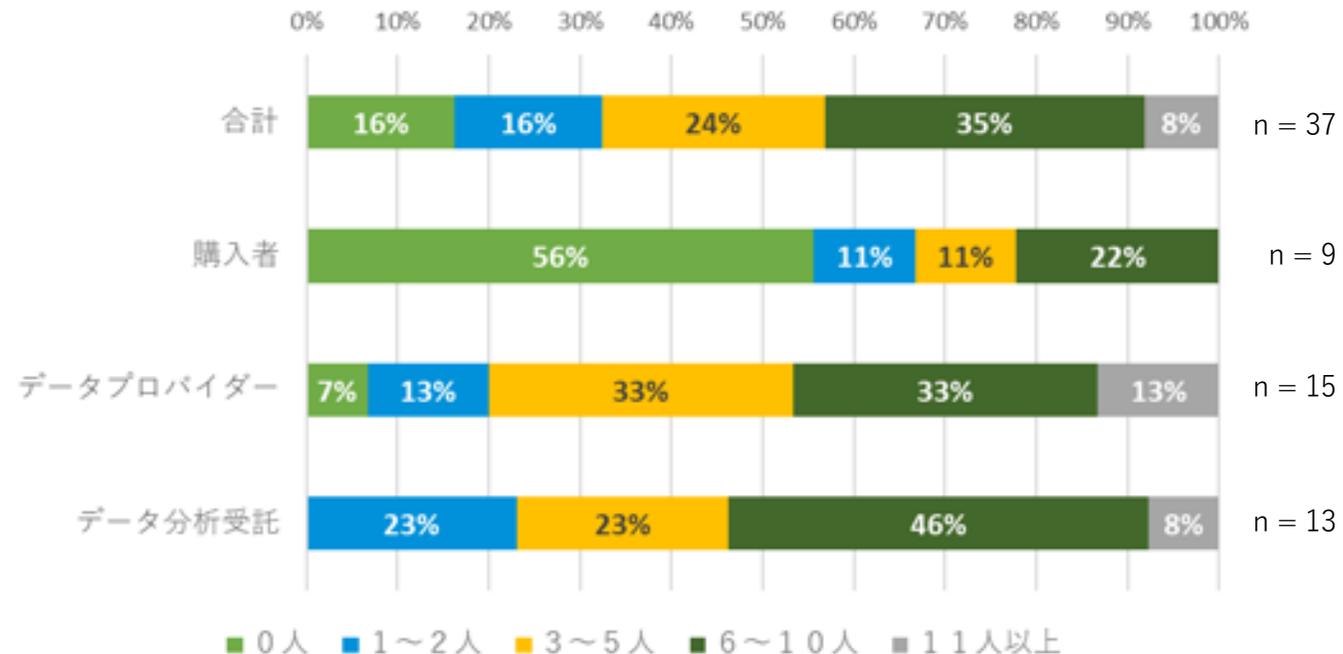
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- オルタナティブデータ専属の人員数を質問したところ、各主体で大きく傾向が異なった。
- 主体別の内訳では、購入者では2人以下が過半を占めているのに対し、データプロバイダーや購入者では6人以上の回答も目立つ。
- オルタナティブデータを利用する立場にある購入者を中心に、体制整備が進んでいないことを示唆している可能性がある。

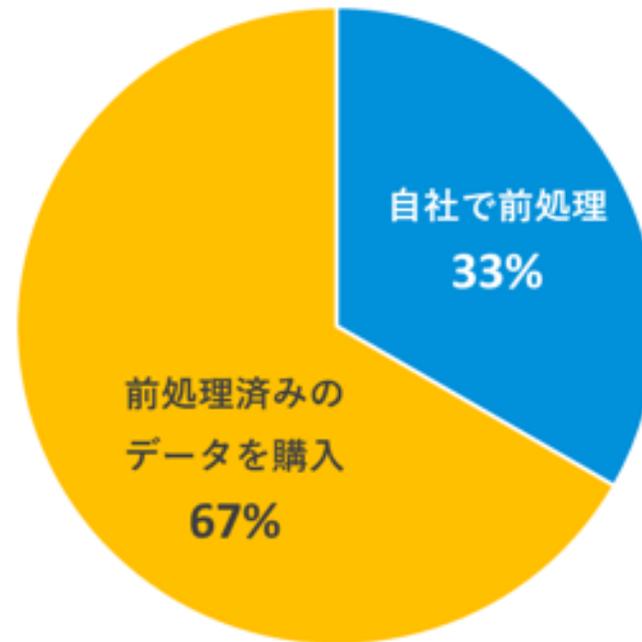
■ オルタナティブデータ専属の人員は何人いるか



オルタナティブデータの前処理

- 購入者を対象に、購入したオルタナティブデータの前処理について質問した。
- 67%が「前処理済みのデータを購入」という結果になった。

■ 購入したオルタナティブデータの前処理はどうしているか



n = 9

留意している法規制

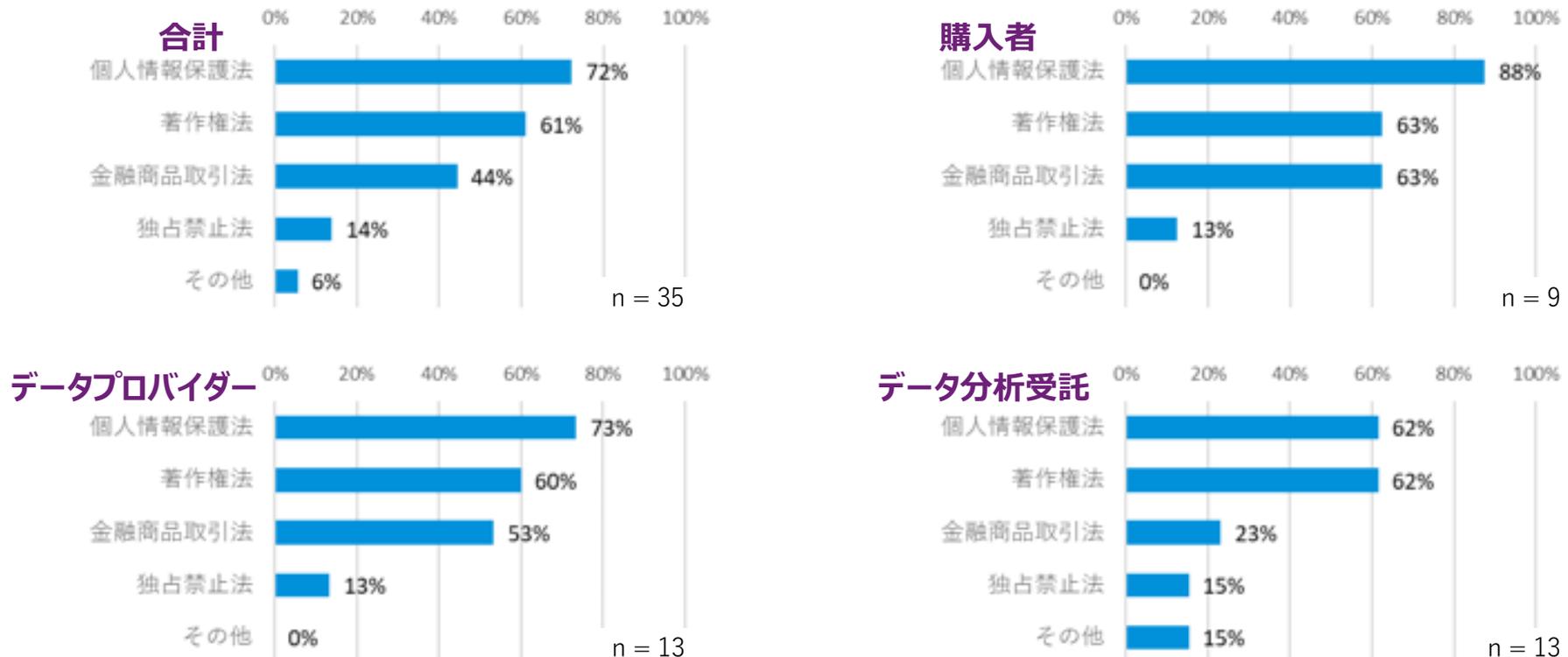
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- オルタナティブデータを利用するにあたり留意している法律についての質問では、「個人情報保護法」、「著作権法」、「金融商品取引法」、「独占禁止法」の順番となった。
- 各主体で上記の順番は大きく変わらないが、購入者はデータ利用にあたって、相対的に法規制への注意を払っている傾向にある。

■ オルタナティブデータを利用するにあたって留意している法律は何か（複数選択可）



データの種類と留意している法規制

- 購入者、データプロバイダー、データ分析受託を対象に、取扱いしているデータの種類（複数選択可）と、留意している法規制（複数選択可）のクロス集計を行った。
- 個人情報保護法は、データの種類にかかわらず概ね留意が必要であるとの認識が共有されている。対して、金融商品取引法では、「ニュースデータ（67%）」や「POSデータ（50%）」の利用者が割合が高い一方、「衛星画像（13%）」の利用者においては割合が低くなっており、ばらつきが大きい。

■ 取扱いしているデータの種類と留意している法規制

| | 個人情報保護法 | 金融商品取引法 | 著作権法 | 独占禁止法 | その他 | n |
|------------|---------|---------|------|-------|-----|----|
| POS | 82% | 55% | 73% | 18% | 9% | 11 |
| クレジットカード | 83% | 33% | 50% | 0% | 0% | 6 |
| 位置情報 | 88% | 44% | 69% | 6% | 0% | 16 |
| 衛星画像 | 88% | 13% | 75% | 0% | 13% | 8 |
| SNS | 70% | 50% | 60% | 0% | 20% | 10 |
| WEBスクレイピング | 70% | 30% | 70% | 10% | 20% | 10 |
| ニュース | 67% | 67% | 75% | 8% | 0% | 12 |

オルタナティブデータの課題

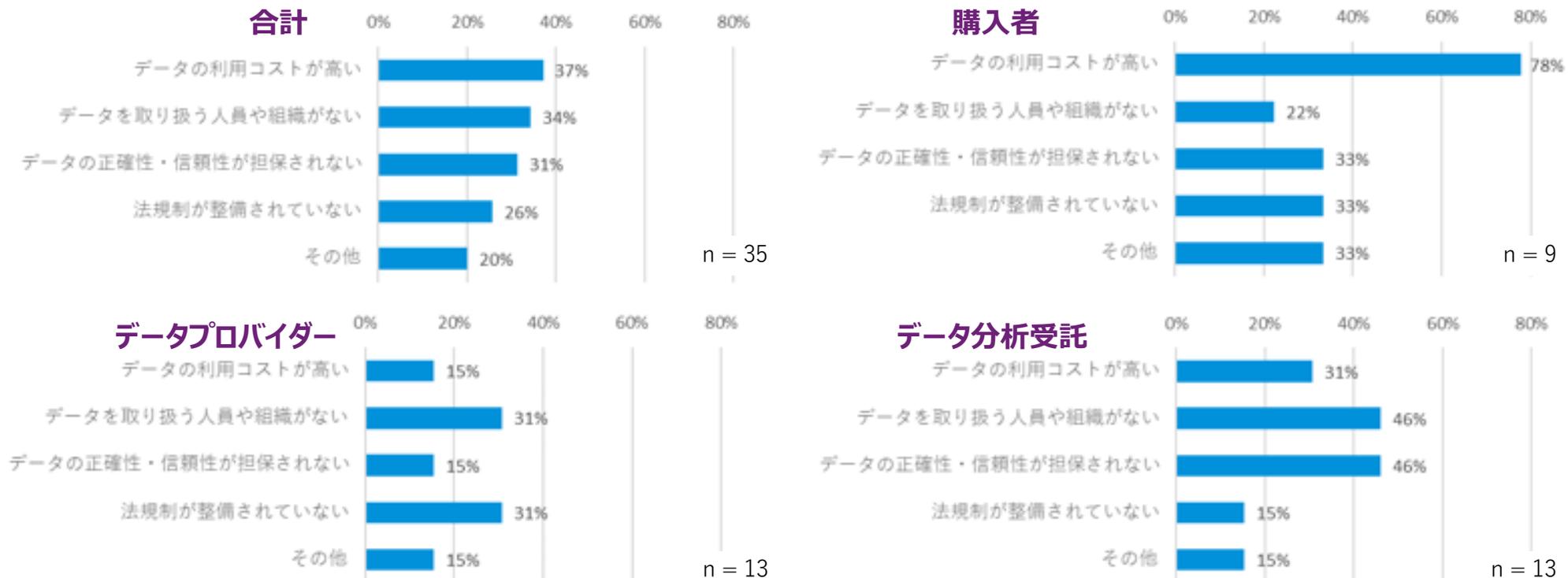
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- 課題について、全体では「利用コストが高い」、「人員がいない」、「データの正確性、信頼性」、「法規制」の並びとなった。
- 購入者では、「データの利用コストが高い」がほかの項目を突き放して最多。データプロバイダーでは、「人員がいない」、「法規制」が同率となった。データ分析受託では、「人員がいない」、「データの正確性、信頼性」が最多で並び、それぞれで違う課題を抱えている。

■ オルタナティブデータを利用するにあたっての課題は何か（複数選択可）



課題（購入者）

■ オルタナティブデータ利用の課題（購入者、自由記述）

複数のオルタナティブデータをかけあわせることで価値を生むことが多いものの、**複数を買うことは予算的に困難**

分析を行うための**ツールやインフラ整備のコストが高い**

データを購入・トライアルしてみると、先方の担当者も気づかなかった**不具合が見つかる場合が多い**

サンプリングバイアスの程度、**過去の長期データが不足**している

各種データの利用方法、利用目的に関する**理解が社内で確立されておらず**、購入するデータの内容や費用に関する**共通理解を得ることが困難**

課題（データプロバイダー）

■ オルタナティブデータ利用の課題（データプロバイダー、自由記述）

日本国内企業にオルタナティブデータを扱える**人材や組織**があまりないので、オルタナティブデータを**販売する側のコストが高くなりがち**である

金融商品取引法など、**現行法に抵触するかしないかが明確ではない**ため、販売やサービス拡大をする際、**必要以上に慎重にならざるを得ず**、オルタナティブデータの普及や利用推進に影響がある

レセプトデータや健康診断データは国家での**法整備がされておらず**、**個人情報保護法や関連団体からの圧力があり**、**世の中に出せないデータが数多くある**

センシングに使用するセンサーやスマートフォン等も変化するため、蓄積されたビッグデータから均質にデータを取得（サンプリング）する方法を常に検証し続ける必要がある。（**統計的な断層の問題**）

マーケットを拡大させるためには、**データを扱える人員が増えることが必須**

課題（データ分析受託）

データ分析受託

■ オルタナティブデータ利用の課題（データ分析受託、自由記述）

極めて大容量のデータに対する**データマネジメント、クラウド環境でのコストマネジメント**

衛星データの**コストが高く**、活用が進まない。今後衛星機数が増えるに従って単価は下がっていくと予測。活用拡大するためにも衛星データの精度や利用方法についての専門家だけでなく**わかりやすい基準づくり**が必要。

オルタナティブデータをビジネスにどのように役立てるか、という**ノウハウの共有**がより必要

分析のご利用を検討している**お客様が具体的なユースケースを思いつきにくい**ため、ニーズを聞いた上で類似のユースケースを示す必要があります。

海外企業への販路がない。日本企業はWEBオルタナデータに関しての購入に関してはまだ**慎重**。仮に購入出来ても安価である可能性が大。

発注側にデータを取扱う**専門家が少ない**

新しい領域のため、リクエストに対応するのに**専門的なリソース不足**が発生する。

共通ポイントカードの会員が日本全体を表しているのかなど**データの信頼性**は、判断しづらい。また、データ分析をやりたくても**分析環境を準備するのに時間が掛かり**、スピーディーな対応ができない

今後の見通し

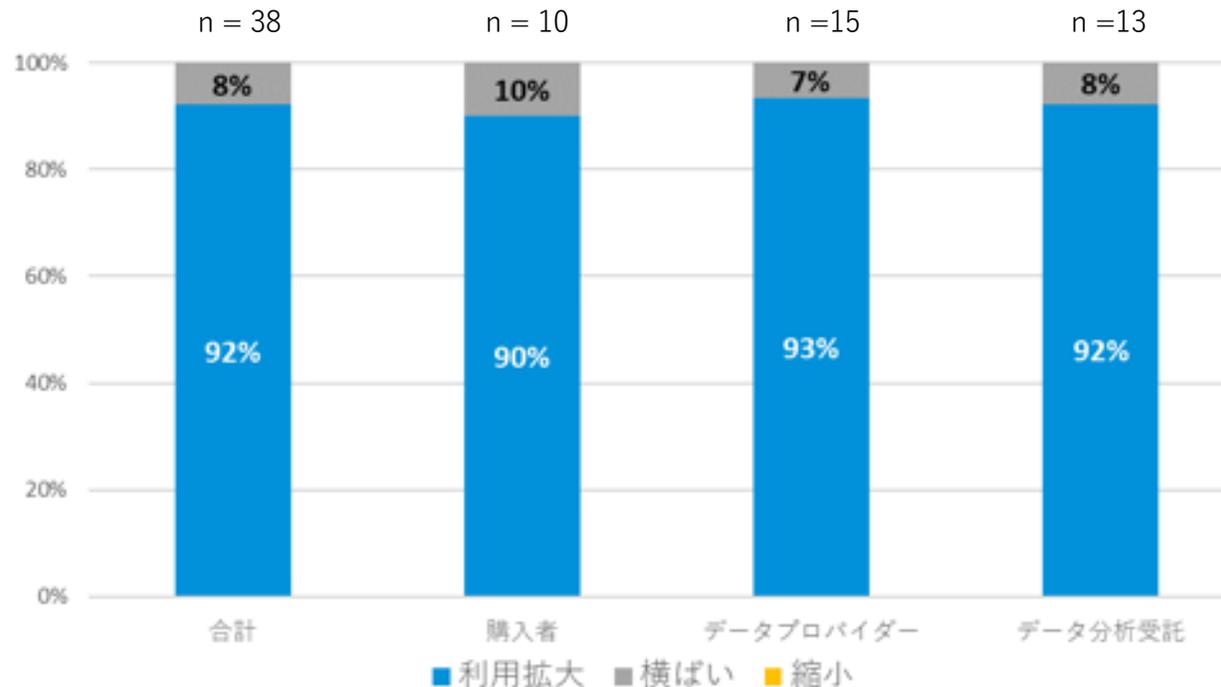
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- 今年度含む向こう3年程度のオルタナティブデータ利用方針では、「利用拡大」が多数を占めた。（「縮小」の回答はなかった）
- 各主体でも同様の傾向となり、今後もオルタナティブデータの利用が進むとみられる。

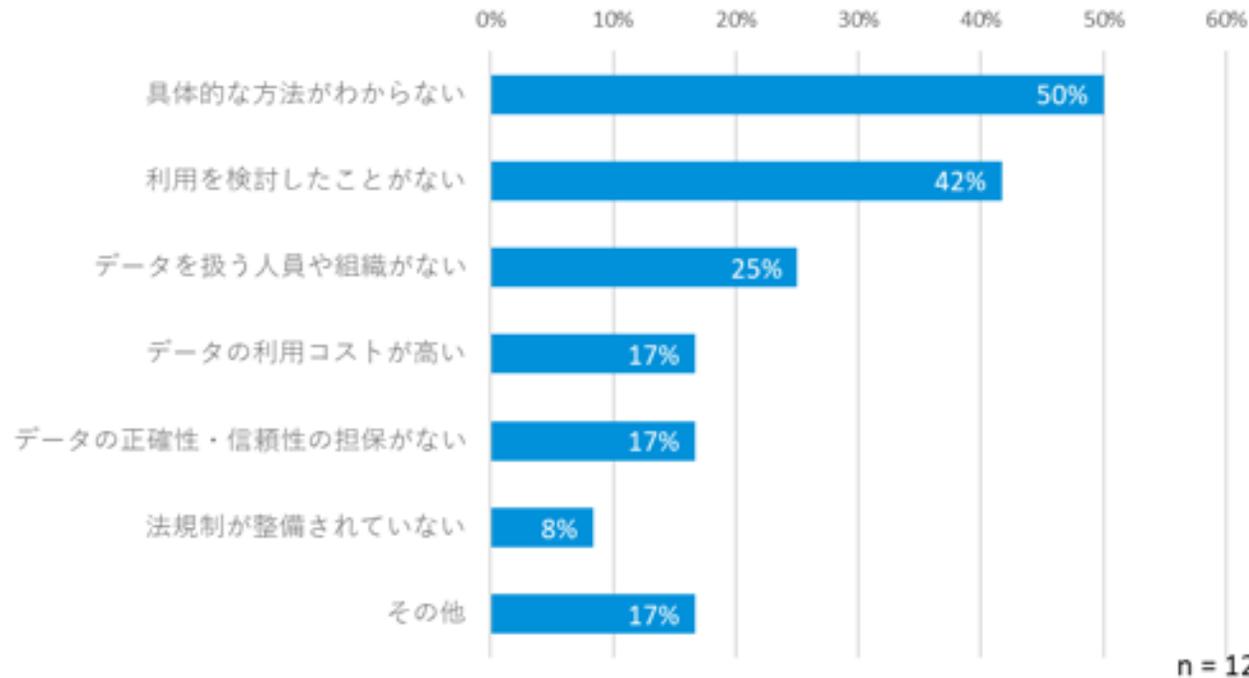
■ 今後（今年度含む向こう3年程度）のオルタナティブデータ利用方針



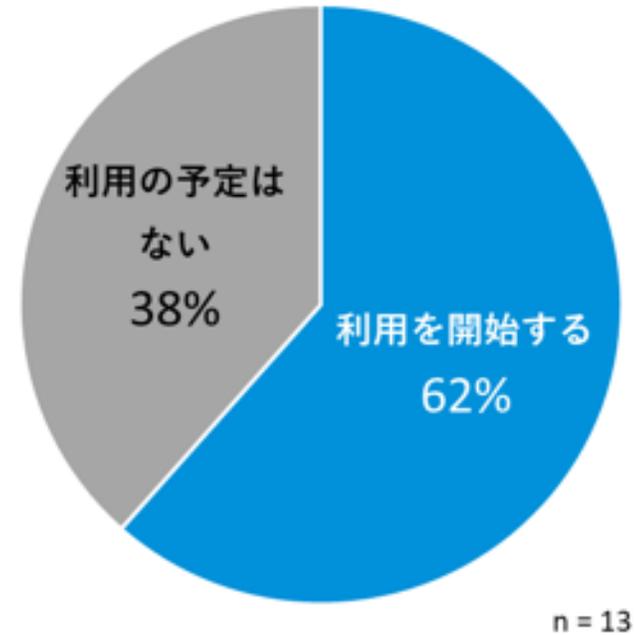
オルタナティブデータを利用しない理由

- 利用経験がないと回答した方がオルタナティブデータを利用していない理由は、「具体的な方法がわからない」、「利用を検討したことがない」、「データを扱う人員や組織がない」の順となった。
- 自由記述では、「明確な活用事例がないと利用に踏み切れない」、「法規制の整備に加えてオルタナティブデータの認知度向上も必要」などの意見があった。
- 課題を認識しつつも半数以上が利用を開始する意向を持っている。

■ オルタナティブデータを利用しない理由（複数選択可）



■ 今後（今年度含む向こう3年程度）のオルタナティブデータ利用方針



おわりに

- 本調査によって、「オルタナティブデータの利用が足元で拡大している」という言説が、裏付けられた。
- オルタナティブデータの利用にあたっては、下記のような課題が改めて明らかになった。
 - ①データの利用コストやインフラ整備コストが高い
 - ②データを扱う人員や組織がない
 - ③データの正確性・信頼性が担保されない
 - ④法規制が整備されていない
- 協力が得られれば本調査は継続して行い、オルタナティブデータの動向を定点調査していきたい。今後の調査に向けて、ご感想やご意見等をいただけますと幸いです。

JADAA FACTBOOKプロジェクト

メンバー：赤井 厚雄、東海林 正賢、辻中 仁士、小島 治樹



JADAA

オルタナティブデータ推進協議会

委託者：一般社団法人オルタナティブデータ推進協議会

受託者：SOMPOインスティテュート・プラス株式会社