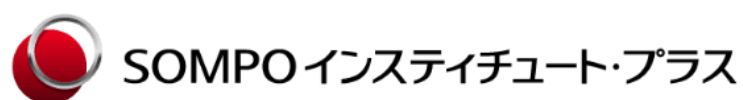


オルタナティブデータ FACTBOOK

2023年11月



はじめに

この度、一般社団法人オルタナティブデータ推進協議会（以下、JADAA<Japan Alternative Data Accelerator Association>と記します）からの委託を受け、弊社 SOMPO インスティテュート・プラスが取りまとめるかたちで、2023年版の「オルタナティブデータ FACTBOOK」を公表することができました。この FACTBOOK は、日本国内におけるオルタナティブデータの活用について、現状や将来展望、活用に当たっての課題などを JADAA 会員へのアンケートを通じて聴取、集計したもので、今回は、昨年の初回に続く第2回の調査結果となります。ご協力いただいた会員の皆様、また、企画作業等でサポートをいただいた JADAA 関係者の皆様に対し、この場を借りて厚く御礼を申し上げます。

このような、オルタナティブデータに関するサーベイ調査の定期的な実施と公表は、私の知る限り、国内では他に例を見ないユニークなものです。また、本調査は JADAA の多様な会員構成を反映して、①データの販売・提供元（セルサイド）、②同じく購入・利用先（バイサイド）、③両者の間に立って分析を行う受託者など、それぞれの立場による回答の集計値が分かる点も大きな特徴です。会員の皆様はもちろん、広くオルタナティブデータの活用に関心を持つ方々にとって、有益な情報を提供できる調査と考えています。引き続きご協力をお願いするとともに、今回の設問や回答内容等についても率直なご意見・ご要望を頂戴できれば幸いです。

さて、今回の FACTBOOK では、アンケートの質問項目を考案するに当たって、第1回調査からの継続性を意識しつつも、昨年の経験を活かして一部の質問形式の変更や、新たな質問項目の追加を行いました。詳しくは FACTBOOK 本体や概要説明資料をご覧くださいと存じますが、ここでは主に2つの点を取り上げ、JADAA や弊社の問題意識も含めてご紹介いたします。

まず、今回の FACTBOOK では、新型コロナウイルス感染症の負の影響から漸く抜け出しつつある最近の日本経済・社会を念頭に置いて、オルタナティブデータの利用ニーズは低下しているのかどうか、また逆に、新しいニーズが生じている分野はあるか、について質問する項目を加えました。

私は昨年、初回の FACTBOOK の序文にて、国内外のオルタナティブデータの活用の在り方が「転機」を迎える可能性があるとし、その理由の一つに、コロナの収束に伴う高頻度データに対するニーズの減少を挙げました。実際、人出（地区・時間帯別の滞在人口）という高頻度データは、サービス消費の優れたナウキャスト（足もと予測）指標として、感染症の流行下で短期的な振れ幅が拡大した景気のリアルタイム判断に大きな役割を果たしました。しかし、その後は、景気の焦点がコロナからインフレの影響へと移っていく中で、足が速い（公表頻度が高い）という人出データのメリットは、以前ほど大きくはなくなっています。

何より、エコノミストに限らず多くの人々にとって、人出というのは最も理解しやすい、「身近な」オルタナティブデータでした。しかし、コロナの感染症法上の位置付けが季節性インフルエンザと同じ5類に認定された今年5月頃を境に、毎日のニュースで人出情報に接する機会はめっきり減りました。オ

ルタナティブデータへの理解や啓蒙という点では、有力な「一般広報」手段を失ったとも言えます。

その一方で私は、昨年、①日本のオルタナティブデータ市場はまだ黎明期であり、基本的にはその規模や用途は広がっていくこと、②高頻度データには自然災害時の早期状況把握など、コロナ以外の使い道もあること、③その他、大量の金融データを含む高粒度データや企業の決算開示情報等のテキストデータといったように、オルタナティブデータの定義と範囲は極めて広く、多彩なことも強調しました。「転機」は「好機」でもある、と申し上げました。

それでは、今回の **FACTBOOK** から見える、実際の利用ニーズの変化はどのようなものであったでしょうか。調査結果をみると、ポストコロナの局面を迎えたことによるニーズの低下と、コロナ以外の新たなニーズの継続・増大という双方向の意見が聞かれましたが、私の予想以上に、後者のポジティブな声の方が多く上がったことが印象的でした。具体的には、オルタナティブデータの利用ニーズの低下を指摘する回答は、「一般的な認識」においては全体の約4分の1に上りましたが、「自社としての現実のニーズ」が低下していると答えた先は全体の1割にも満たない低い割合でした。

実際に最近利用が拡大している分野についての自由回答欄では、高粒度データや web データ、web スクレイピングによる情報収集などのほか、市場のボラティリティ上昇の予兆把握などの金融分析、不動産賃貸や地図データ関連のビジネス、GPT を含む AI 関連分野など、まさに多彩な実例が挙がりました。社会にまだ広く浸透していないとはいえ、個々のビジネスやリサーチでは新たな芽がどんどん生まれている様子が窺われます。

次に、今回の **FACTBOOK** で新たに追加したもう一つの質問は、データ活用時に直面する課題の解決手段や方向性についてです。

データ活用時の課題自体については、今回も初回の調査結果と同様に、コスト（利用料金）の高さ、データの信頼性や継続性の担保、専門人材の不足、法制度の未整備などが回答に挙げられました。こうした課題が一昼夜で解決できるものではないことを考えれば、この点は事前の想像にも難くなかったところではあります。そこで今回は、それらの課題を解決し、オルタナティブデータの活用を一段と推進するためにはどのようなアクションが必要なのか、という点を新たに問うてみました。

この点に関する調査結果をみると、「自主ルールの策定」と「ユーザーのニーズ把握」がそれぞれ 50% と（複数回答制）、最も多い回答となりました。一方、私自身はやや意外でしたが、「政府への働きかけ」という回答の割合は 25% と低めでした。この結果だけで断定的なことは言えませんが、デジタル市場のルール整備やデータ流通の活性化を進める政府・自治体等への働きかけや連携は重要であるものの、民間企業や業界団体としては、それ以前に自らの手で開拓・深耕していかなければならないタスクがまだ多いことを示唆しているのかもしれませんが、なお、海外等の先行事例から学ぶ、という回答も比較的多く（33%）、国際的な交流、とくに欧米のデータ先進国との連携も必要とされています。

近年、オルタナティブデータの利用価値が認識されていくにつれて、それを広く社会で共有するよりも自社のビジネスで戦略的に活用したいと考える企業が増えてきているように、1人のユーザーとしては感じます。自由主義・競争経済の下では極めて自然な発想・行動で、それ自体には何の問題もありませんが、個々の企業や組織の利益を追求していきただけでは、デジタル化やオルタナティブデータの活用の裾野はなかなか広がっていかないかもしれません。いかにしてオルタナティブデータの活用推進を、業界全体、日本全体で持続性のある取り組みにしていくか、それが強く問われる局面が到来しているのではないでしょうか。今回の **FACTBOOK** がその一助となることを願っています。

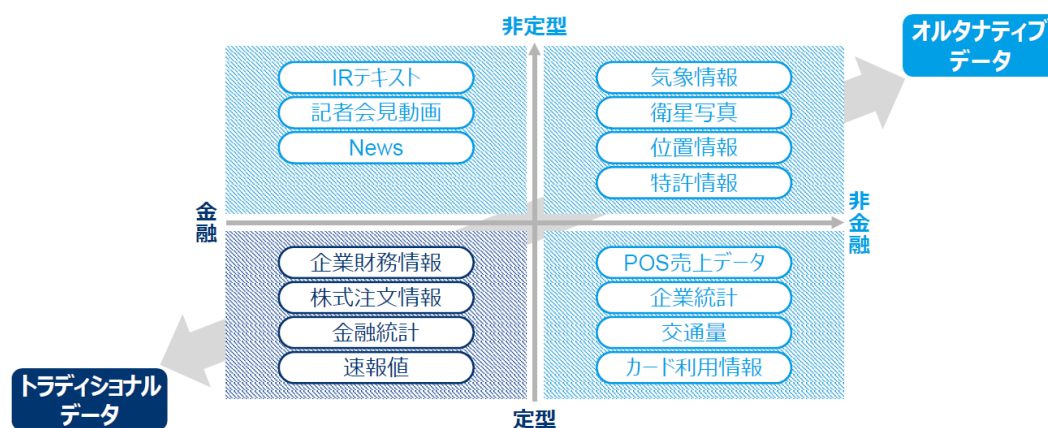
SOMPO インスティテュート・プラス株式会社
プリンシパル兼エグゼクティブ・エコノミスト 亀田制作

1. 本調査とオルタナティブデータ推進協議会について

(1) オルタナティブデータとは

オルタナティブデータとは、デジタル化の進展などを背景に、金融機関や一般企業、エコノミスト等が新たに利用することが可能になった様々なデータの総称であり、公的統計など伝統的なデータと区別するための用語です。オルタナティブデータの代表的な例として、POS 売り上げデータや経済ニュース、気象情報や位置情報などがあります。このような従来は活用が難しかったデータ群が、機械学習や自然言語処理の発展、コンピュータの性能向上などによって注目を集めるようになってきました。オルタナティブデータは、もっぱら金融機関や投資家が資産運用を効率化するために参照されてきましたが、近年では事業会社による事業開発や公的機関による社会情勢の把握に活用されるなど、活躍の場が急速に広がっています。

図表 1—1 オルタナティブデータとトラディショナル（伝統的）データ



(2) オルタナデータ推進協議会について

世界で活用が進んでいるオルタナティブデータですが、日本ではレギュレーション、人材不足、コストといった点で課題が存在し、活用は道半ばとなっています。こうした課題を業界で一丸となって解決すべく立ち上がったのが、「一般社団法人オルタナティブデータ推進協議会（以下、JADAA）」です。現在、金融機関やデータプロバイダー、データ分析企業など多くの参加者が活動事例や課題の共有を行い、オルタナティブデータの利活用促進に取り組んでいます。

(3) 本調査について

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、利用実態についての調査研究も進展しています。一方で、日本では「どのようなオルタナティブデータが」、「どのような業種で」、「どの程度利用されているか」といった実情を明らかにする調査が不足している状況です。

本調査では、昨年に引き続き、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 JADAA の会員に対し、オンラインでアンケートを実施し、FACTBOOK として取りまとめました。本調査は一般に広く調査した結果ではありませんが、オルタナティブデータを実際に用いている、あるいは利用に強い関心がある企業に聴取を行っており、当業界の現状と課題を的確に示していると考えられます。本調査は今後も継続的に行い、日本のオルタナティブデータ動向を定点観測していく予定です。

(4) 本調査の回答者について

本調査は、JADAA の会員にアンケートを依頼し、下記の通り、総計 54 社からの回答を得ました。

図表 1 - 2 本調査の回答者

業種	回答数	割合
資産運用業	3	6%
金融保険業（除く資産運用業）	7	13%
メーカー	3	6%
シンクタンク	8	15%
教育機関	1	2%
IT／システム開発	24	44%
その他	8	15%
総計	54	100%

(5) 本調査の集計期間について

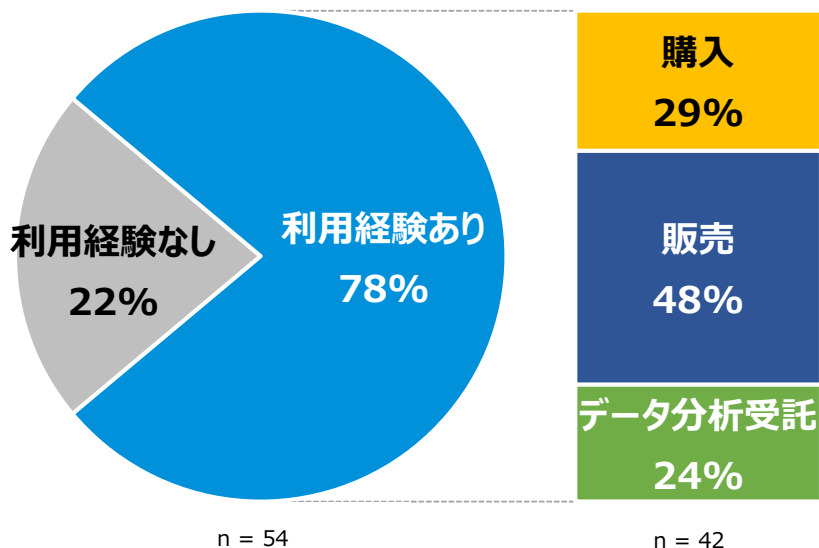
本調査は、2023 年 8 月 7 日～2023 年 9 月 15 日に集計を行いました。

2. オルタナティブデータの利用に関する情報

(1) オルタナティブデータの利用経験

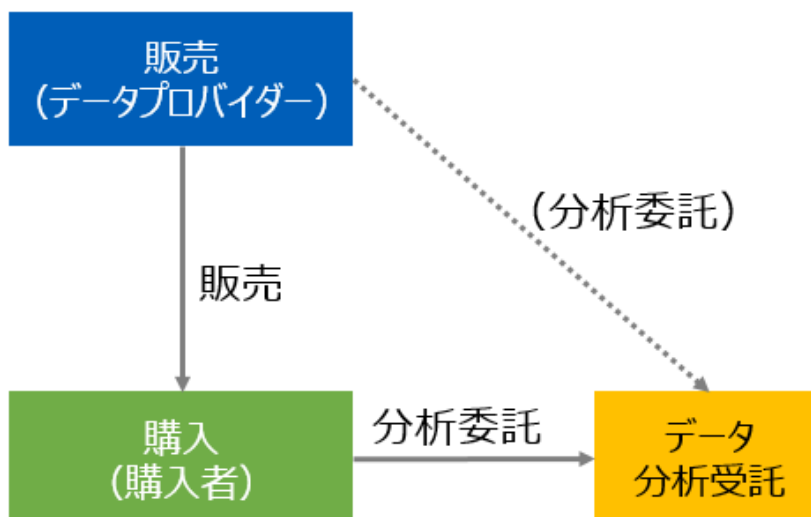
オルタナティブデータの利用経験の有無に対する質問に対しては、78%が「利用経験がある」と回答しました。また、利用経験があった回答者は、「購入(29%)」、「販売(48%)」、「データ分析受託(24%)」に分かれています。

図表 2-1-1 オルタナティブデータの利用経験はありますか？



以下では、購入経験がある者を「購入者」、販売経験がある者を「データプロバイダー」、データ受託経験がある者を「データ分析受託」、利用経験がない者を「未利用者」と定義します。各主体の関係性は、以下の通りです。

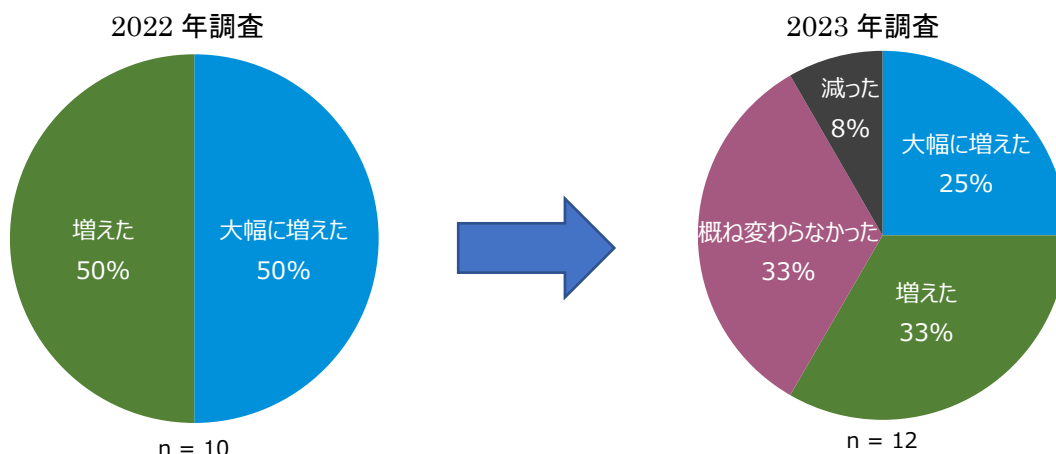
図表 2-1-2 各主体のイメージ



(2) オルタナティブデータの取扱額（購入者）の前年度比

オルタナティブデータの年間取扱金額（購入者）は、今回調査（2023年調査）では「大幅に増えた（25%）」、「増えた（33%）」となりました。前回（2022年調査）の「大幅に増えた（50%）」、「増えた（50%）」と比較すると、増加一辺倒ではないものの、依然として増加傾向が続いていることが分かりました。

図表 2-2 オルタナティブデータの取扱い額は、前年度比でどう変化しましたか？

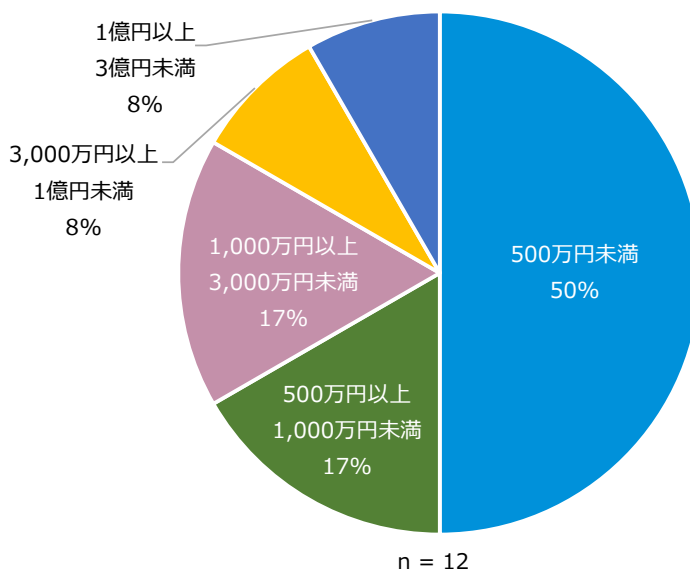


(3) オルタナティブデータの年間の取扱額の分布

今回、購入者にオルタナティブデータの年間取扱金額をレンジで質問したところ、50%が「500万円未満」と回答しました。「500万円以上 1,000万円未満」「1,000万円以上 3,000万円未満」はそれぞれ17%となっており、3,000万円以上を支出するとの回答は全体の2割弱に止まりました。

オルタナティブデータの単価等を踏まえると、大々的にデータを活用している先は少なく、多くの先で活用は小規模に止まっていることが窺われました。

図表 2-3 オルタナティブデータの年間の取扱額はどのレンジですか？

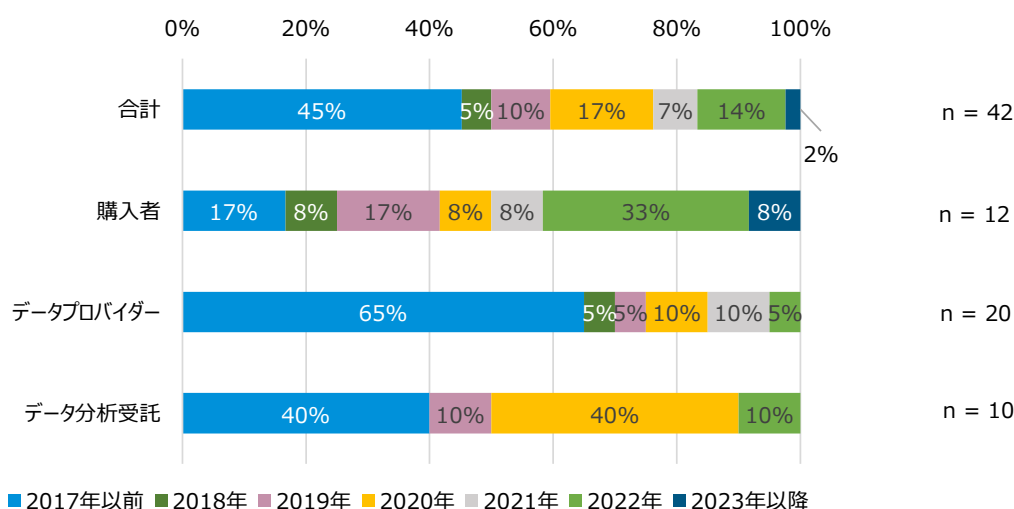


(4) オルタナティブデータの利用開始時期

オルタナティブデータの利用開始時期は、全体では「2017 年以前 (45%)」が最多となりましたが、2018 年以降での利用開始も多く、コロナを背景に需要が拡大したことが示唆されています。

購入者やデータプロバイダー、データ分析受託の内訳をみても、上記の傾向と一致していますが、データプロバイダーの利用開始時期の方が購入者よりも早い傾向にあるようです。

図表 2-4 オルタナティブデータの利用開始時期はいつですか？



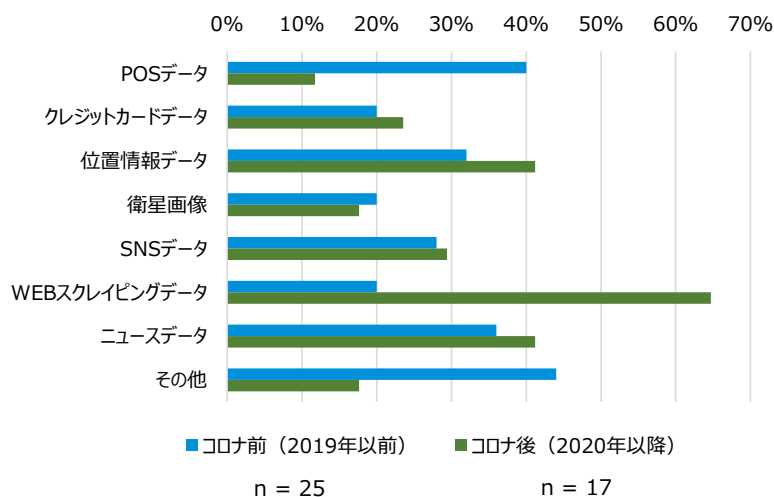
(5) 開始時期別にみた取扱いデータの違い

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を利用開始した時期と、オルタナティブデータの種類の結果をもとに、クロス集計を行いました。

コロナ前 (2019 年以前) からオルタナティブデータの利用を行っている層は、「POS データ (40%)」、「位置情報データ (32%)」の利用率が高い傾向にありました。

一方で、コロナ後 (2020 年以降) にオルタナティブデータの利用を開始した層は、「WEB スクレイピングデータ (65%)」や「位置情報データ (41%)」の取扱いが多く、取扱い開始時期によって利用するデータの種類の違いがあることが分かりました。

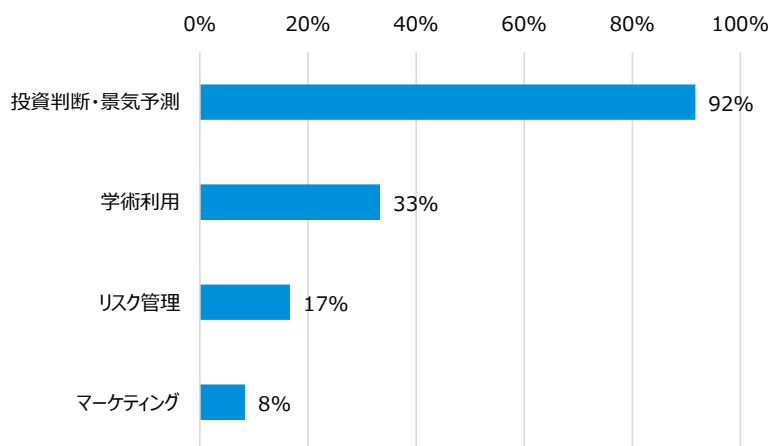
図表 2-5 開始時期別にみた取扱いデータの違い (複数回答可)



(6) オルタナティブデータの活用目的

購入者を対象としたオルタナティブデータの活用目的についての質問に対しては、「投資判断・景気予測 (92%)」が最も多く、「学術利用 (33%)」、「リスク管理 (17%)」、「マーケティング (8%)」の順となりました。

図表 2-6 オルタナティブデータをどのように活用していますか？ (複数回答可、最大3つまで)



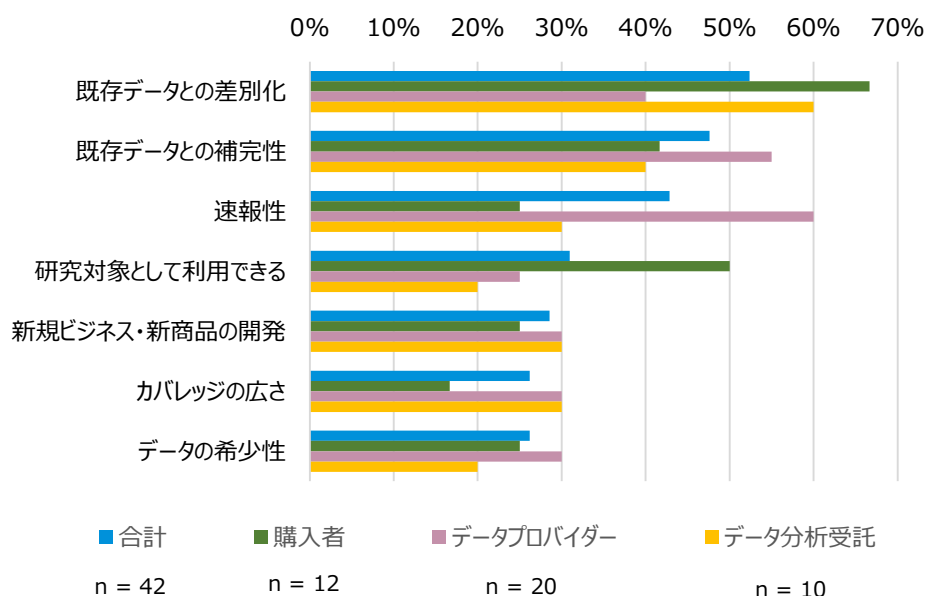
n = 12

(7) オルタナティブデータを活用する利点

オルタナティブデータを活用するメリットは、リアルタイムにデータが確認できる速報性や、公的統計に比べたカバレッジの広さなどが挙げられます。全体のアンケート結果では、「既存データとの差別化 (52%)」が最多で、「既存データとの補完性 (48%)」、「速報性 (43%)」が続きました。

主体別にみると様相が少し異なります。購入者では「既存データとの差別化 (67%)」、「研究対象としての利用 (50%)」が上位を占めましたが、データプロバイダーでは「速報性 (60%)」となりました。

図表 2-7 オルタナティブデータを活用する利点は何ですか？ (複数回答可、最大3つまで)

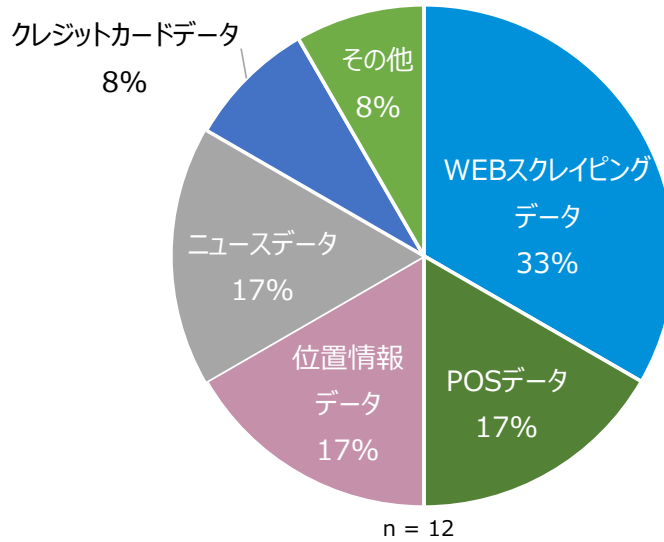


(8) 最も利用頻度が高いオルタナティブデータ

購入者に対して、オルタナティブデータのうち最も利用頻度が高いデータを質問しました。

最も利用頻度が高いデータは、「WEB スクレイピングデータ (33%)」が多く挙げられました。また、「POS データ (17%)」、「位置情報データ (17%)」、「ニュースデータ (17%)」、「クレジットカードデータ (8%)」などを挙げる先も見られました。

図表 2-8 最も利用頻度が高いオルタナティブデータの種類の種類は？



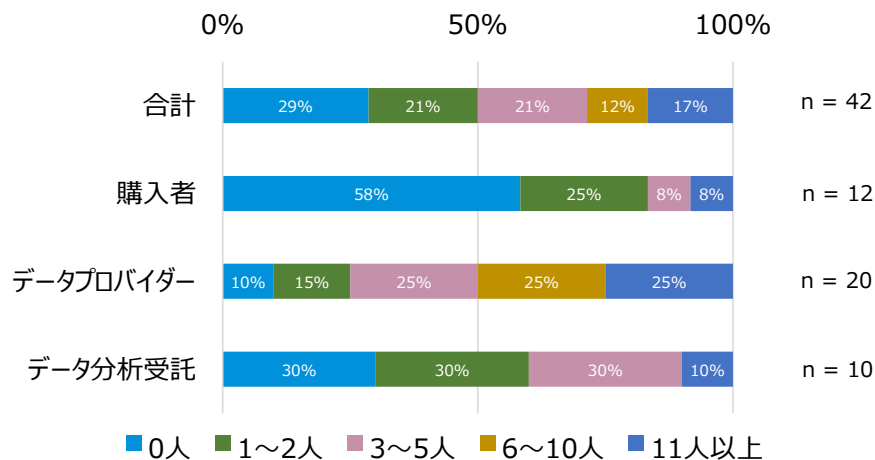
(9) オルタナティブデータ専門の人員数

オルタナティブデータを専門で扱う人員の数について、購入者、データプロバイダー、データ受託者にそれぞれ質問しました。

全体では「0人 (29%)」が最多となり、続いて「1~2人 (21%)」「3~5人 (21%)」が並びました。

主体別の内訳では、購入者では「0人 (58%)」、「1~2人 (25%)」と、2人以下が8割以上を占めているのに対し、データプロバイダーやデータ分析受託では多くが専門の人員を有しており、二極化の傾向がみられました。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可能性があります。

図表 2-9 オルタナティブデータ専門の人員は何人いますか？



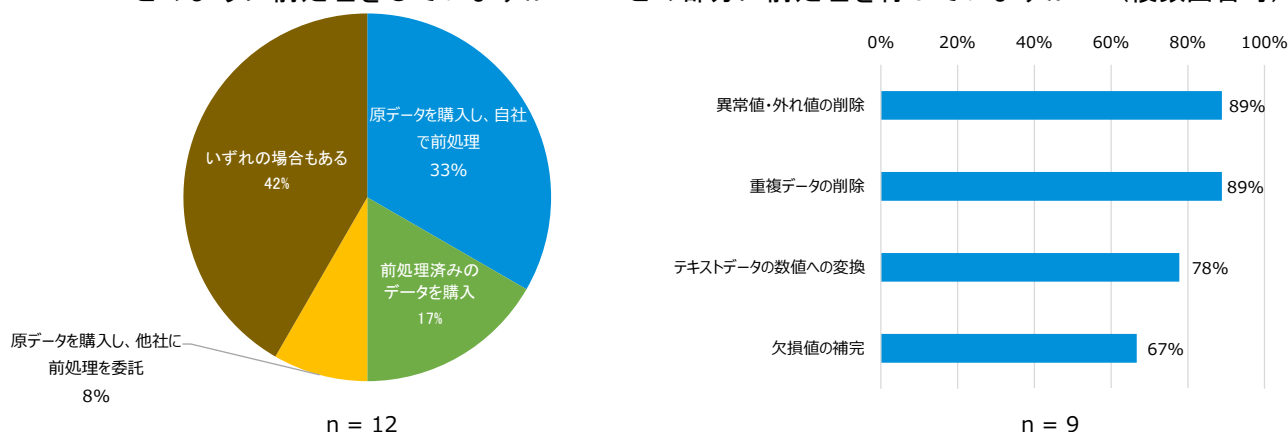
(10) オルタナティブデータの前処理

購入者を対象にオルタナティブデータをどのように前処理しているか質問したところ、「原データを購入し、自社で前処理 (33%)」や「前処理済みのデータを購入 (17%)」、「原データを購入し、他社に前処理を委託 (8%)」との回答がなされました。最も多かった回答が「いずれの場合もある (42%)」であり、多くの回答者が、自社ないしは委託を通じて前処理を行っていることが示されました。

どの部分に前処理を行っているかについては、「異常値・外れ値の削除 (89%)」や「重複データの削除 (89%)」、「テキストデータの数値への変換 (78%)」が多く挙げられました。

図表 2-10 オルタナティブデータの前処理

どのように前処理をしていますか？ どの部分に前処理を行っていますか？（複数回答可）



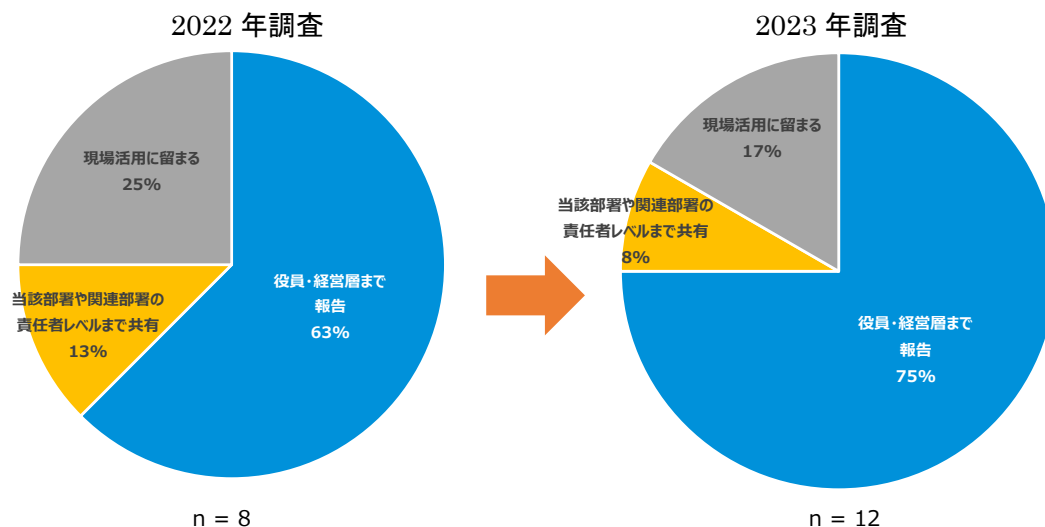
(11) オルタナティブデータを用いた分析の社内共有方法

購入者に対して、オルタナティブデータを用いた分析結果の社内共有方法について質問しました。

今回調査 (2023 年) 「役員・経営層まで報告 (75%)」が最も多く挙げられ、その他は「現場活用に留まる (17%)」、「当該部署や関連部署の責任者レベルまで共有 (8%)」となりました。

前回調査 (2022 年) と比較すると、「役員・経営層まで報告」の割合が上昇しており、オルタナティブデータやその分析結果がより高い階層まで共有されていることを示唆しています。

図表 2-11 オルタナティブデータやその分析結果の社内共有はどこまでしていますか？



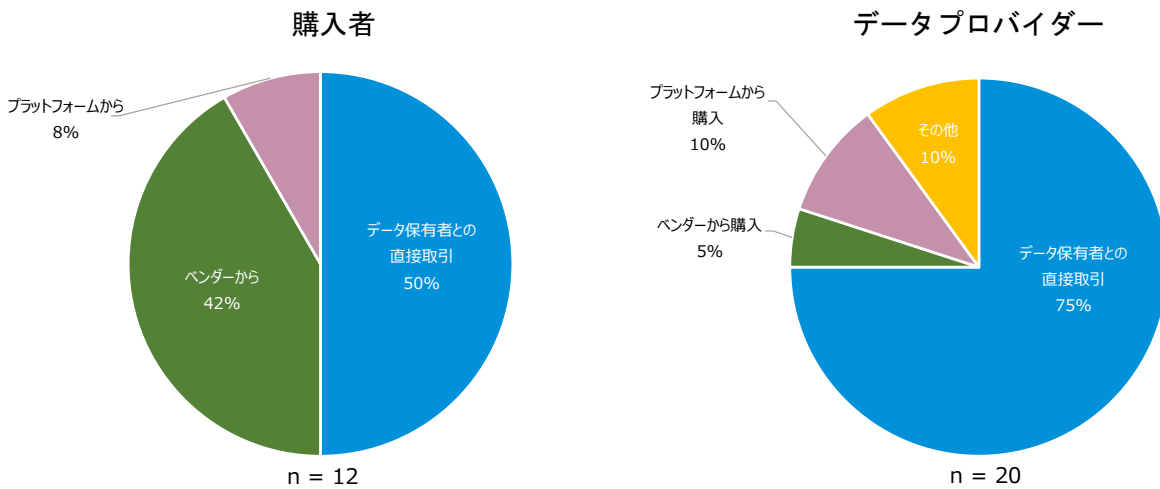
3. オルタナティブデータの売買と種類に関する情報

(1) オルタナティブデータを売買しているチャネル

購入者とデータプロバイダーを対象に、オルタナティブデータを売買しているチャネルについて質問しました。

購入者・データプロバイダー共に「データ保有者との直接取引」が最多となりました。購入者からは「ベンダーから購入」も多く挙げられました。一方、プラットフォームからの購入は購入者・データプロバイダー共に少数に止まりました。

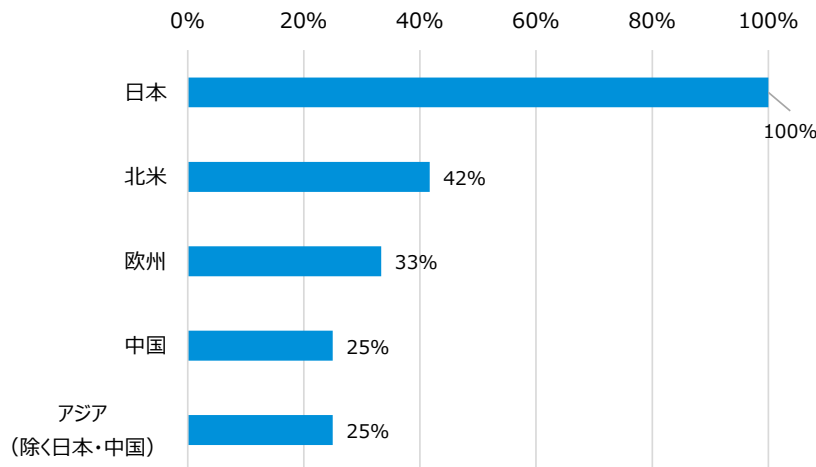
図表 3-1 オルタナティブデータをどのチャネルで売買していますか？



(2) 購入しているオルタナティブデータの対象地域

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質問したところ、日本が最多(100%)となりました。海外では、北米(42%)、欧州(33%)、中国(25%)、日本と中国を除くアジア(25%)となりました。海外については、経済規模の大きな地域を中心に、オルタナティブデータが購入されていると考えられます。

図表 3-2 購入しているオルタナティブデータの地域はどこですか？(複数選択可)

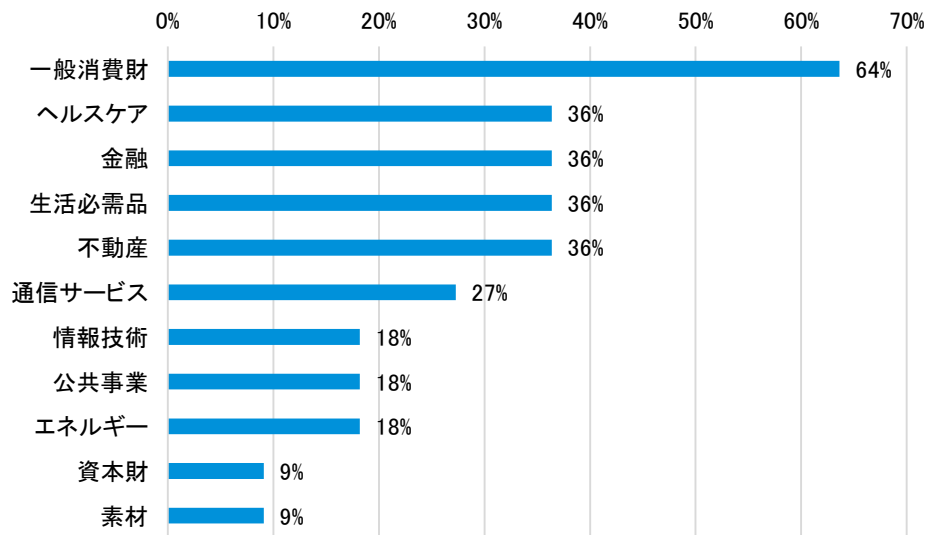


n = 12

(3) 購入しているオルタナティブデータの対象セクター

購入者に対し、購入しているオルタナティブデータの対象セクターを集計したところ、一般消費財（64%）が最多となり、ヘルスケア（36%）や金融（36%）、生活必需品（36%）、不動産（36%）などの利用も多いことが示されました。

図表 3-3 購入しているオルタナティブデータの対象セクターは何ですか？（複数選択可）



n = 12

(4) 取扱っているオルタナティブデータの種類

取扱っているオルタナティブデータの種類のについて、購入者、データプロバイダー、データ分析受託にそれぞれ質問しました。

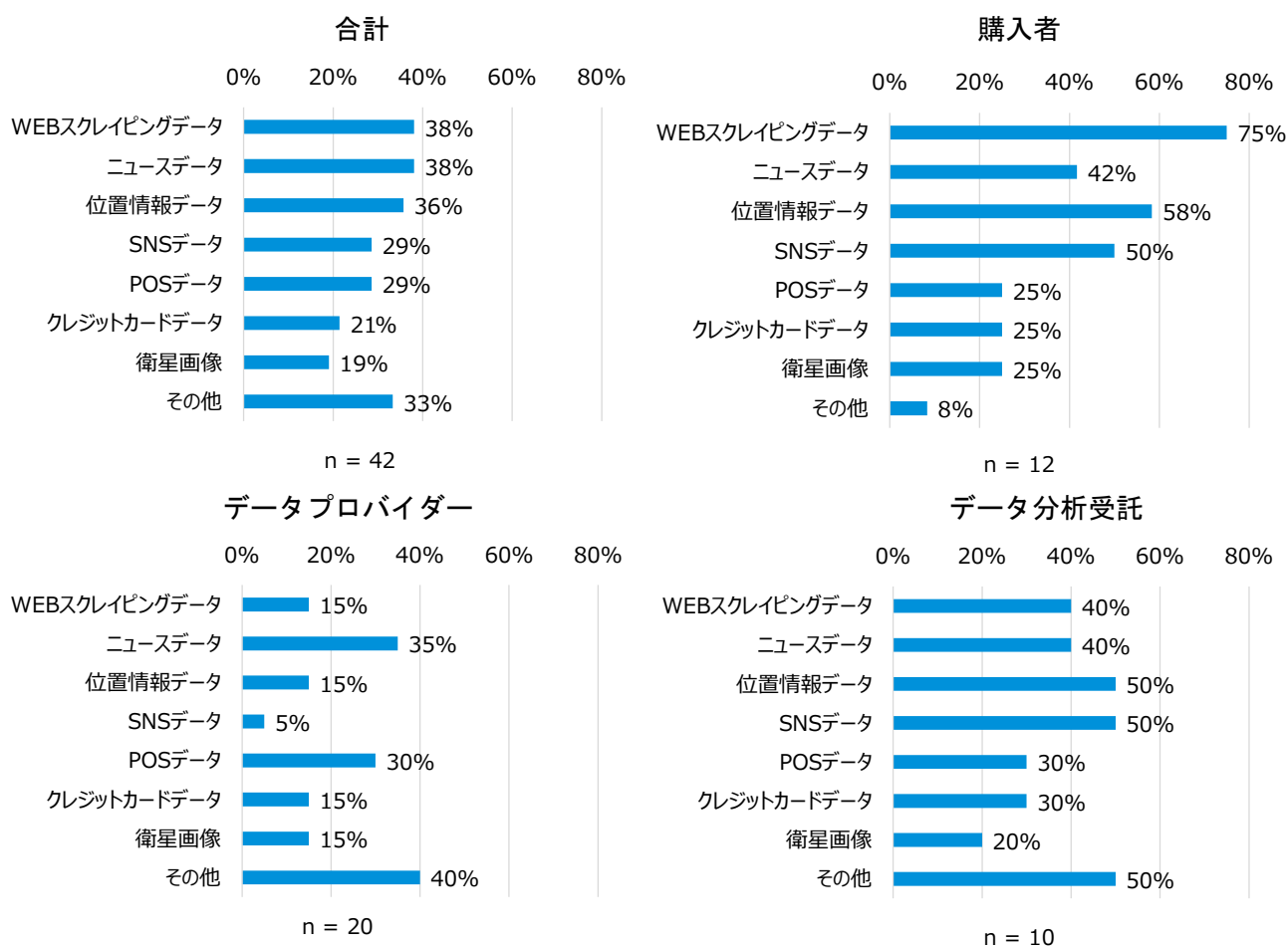
全体では、「WEB スクレイピングデータ（38%）」「ニュースデータ（38%）」が最多となり、「位置情報データ（36%）」、「SNS データ（29%）」、「POS データ（29%）」も多く挙げられました。

主体別にみると、それぞれで取扱うデータの種類の大きく異なっていることが分かりました。

購入者では、「WEB スクレイピングデータ（75%）」、「位置情報データ（58%）」、「SNS データ（50%）」が多く利用されています。データプロバイダーでは、「ニュースデータ（35%）」や「POS データ（30%）」が多く利用されています。データ分析受託では、「位置情報データ（50%）」や「SNS データ（50%）」が最多となり、「WEB スクレイピングデータ（40%）」「ニュースデータ（40%）」も挙げられました。

また、その他のデータとして、金融データや海運データ、特許関連データ、レセプトデータ、ESG データが挙げられており、多様なオルタナティブデータが取扱われていることが分かりました。

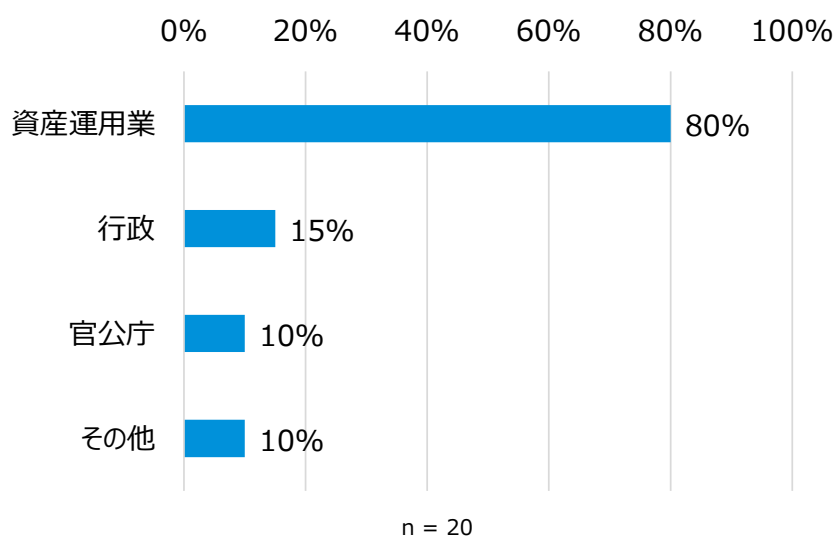
図表3-4 取扱っているオルタナティブデータの種類は？（複数選択可、最大3つまで）



(5) 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ました。最も多かったのは「資産運用業向け（80%）」で、「行政（15%）」や「官公庁（10%）」も挙げられました。

図表3-5 オルタナティブデータの販売先は（複数選択可）？



4. 法規制と課題

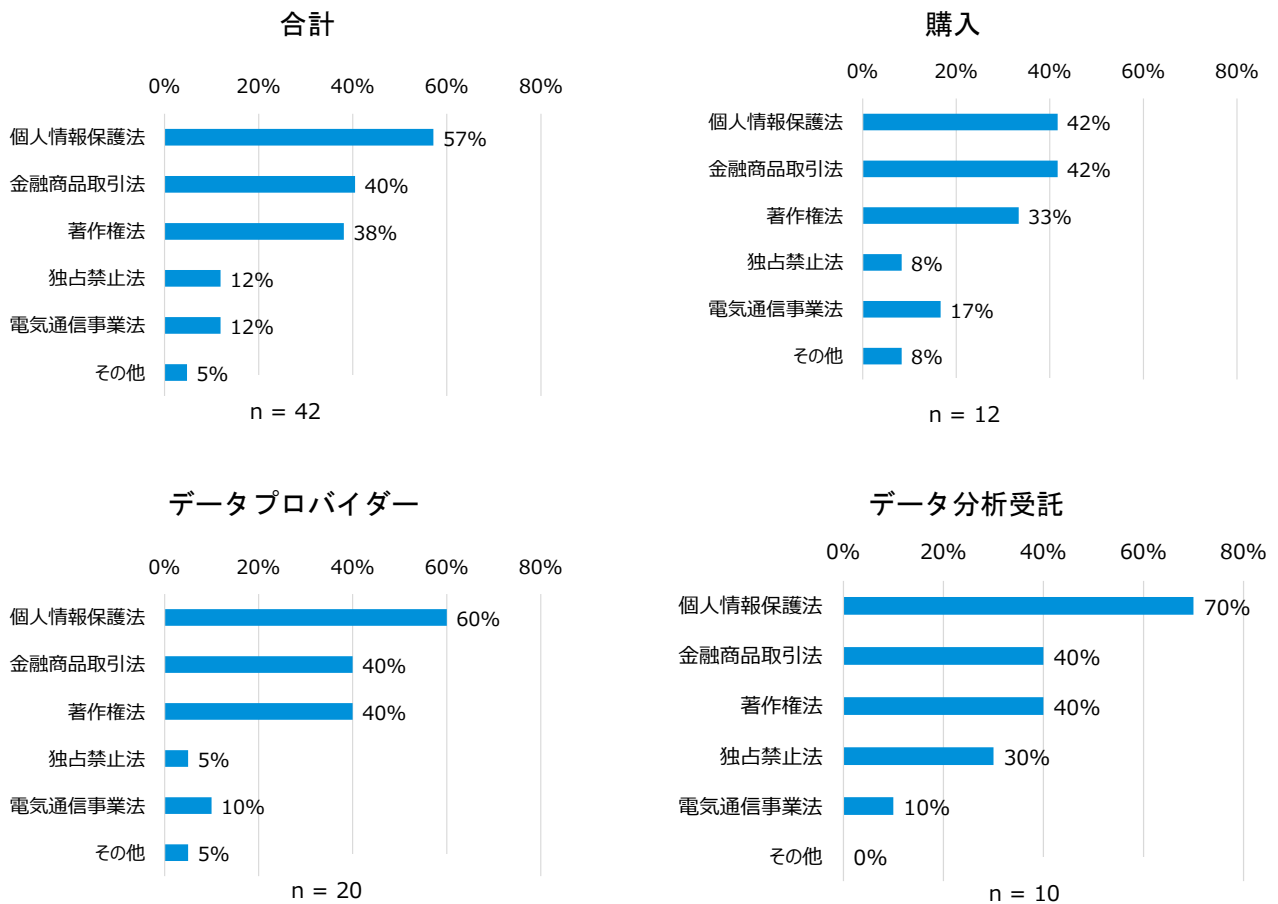
(1) オルタナティブデータを利用するにあたって整備が必要な法規制（主体別）

オルタナティブデータを利用するにあたり整備が必要な法律を、購入者、データプロバイダー、データ分析受託に質問しました。

全体では、「個人情報保護法（57%）」、「金融商品取引法（40%）」、「著作権法（38%）」が多く挙げられました。

各主体で上記の順番は大きく変わりませんが、データプロバイダーやデータ分析受託は、特に個人情報保護法に関する整備が必要であると考えていることが示されました。

図表4-1 オルタナティブデータを利用するにあたって整備が必要な法律は？（複数選択可）



(2) オルタナティブデータを利用するにあたって整備が必要な法規制（取扱いデータ別）

購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、取扱っているオルタナティブデータの種類の、オルタナティブデータの利用にあたって整備が必要な法律でクロス集計を行いました。

個人情報保護法は、データの種類にかかわらず概ね整備が必要であるとの認識が共有されているようです。対して、著作権法では、「POS データ (67%)」や「衛星データ (50%)」、「ニュースデータ (50%)」の利用者で法整備が必要であるとの回答が高い一方、「WEB スクレイピングデータ (42%)」や「SNS データ (42%)」、「位置情報データ (33%)」で低い割合の回答となっており、バラつきが大きくなっています。独占禁止法や電気通信事業法については、他の法律対比でいずれのデータも低い回答割合となっています。

図表 4-2 取扱っているデータの種類の別みた整備が必要な法律

	個人情報保護法	著作権法	金融商品取引法	独占禁止法	電気通信事業法	n
POS	75%	67%	33%	25%	8%	12
クレジットカード	89%	44%	44%	11%	11%	9
位置情報	73%	33%	33%	13%	27%	15
衛星画像	88%	50%	38%	25%	0%	8
SNS	58%	42%	33%	17%	17%	12
WEBスクレイピング	58%	42%	33%	17%	17%	16
ニュース	63%	50%	50%	6%	0%	16

(3) オルタナティブデータを活用するにあたっての課題

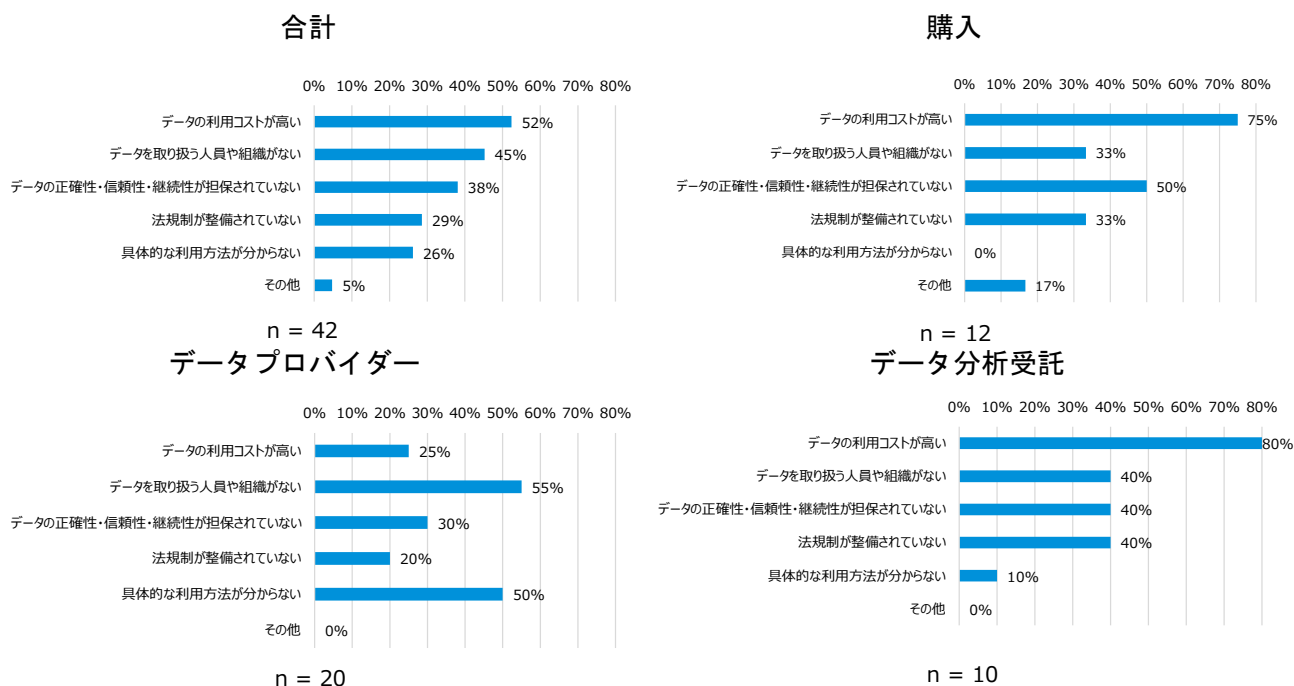
購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、オルタナティブデータを活用するにあたっての課題について質問しました。全体では「データの利用コストが高い (52%)」、「データを取扱う人員や組織がない (45%)」、「データの正確性、信頼性・継続性が担保されない (38%)」、「法規制が整備されていない (29%)」が多く挙げられました。

購入者では、「データの利用コストが高い (75%)」や「データの正確性、信頼性・継続性が担保されない (50%)」が多く挙げられました。

データプロバイダーでは、「データを取扱う人員や組織がない (55%)」、「具体的な利用方法が分からない (50%)」が多く挙げられました。

データ分析受託では、「データの利用コストが高い (80%)」が突出して多く挙げられ、「データを取扱う人員や組織がない (40%)」、「データの正確性、信頼性・継続性が担保されない (40%)」、「法規制が整備されていない (40%)」が並びました。

図表 4-3 オルタナティブデータを利用するにあたっての課題は？（複数選択可、最大3つまで）



また、自由記述形式の課題については下記のような意見が寄せられました。

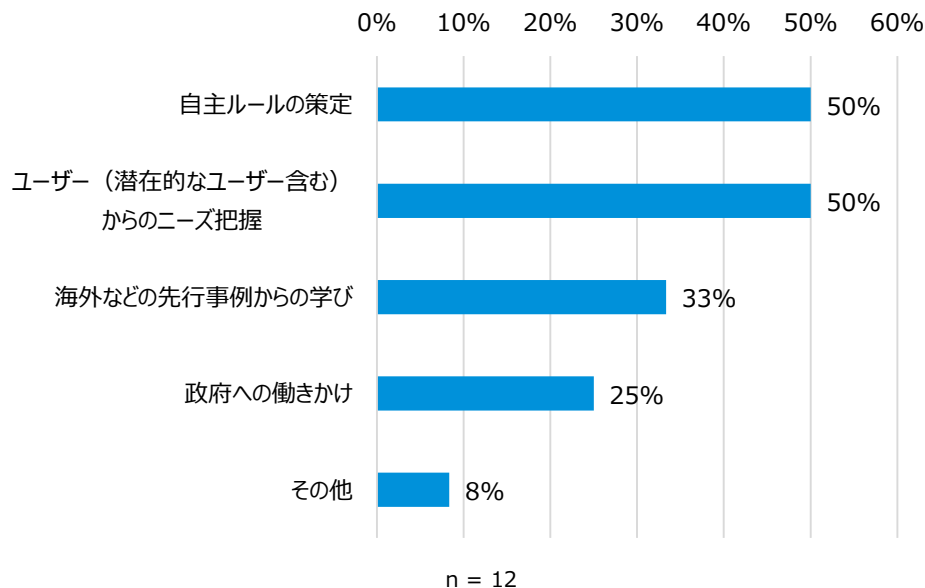
購入者	オルタナティブデータを導入する際に、レギュレーション面での不透明さから、導入をためらうことがある
	オルタナティブデータを分析する時間が十分に取れない
	代表性の問題が大きいように感じられる
	データ利用の安全性への保証が無い
	費用対効果を経営層に説明することが難しい
	オルタナティブデータの量や品質の評価基準が定まっていないため、価格の妥当性が検討できない
	データサイエンティストの人材不足
	専任メンバーが置けない
	データの蓄積が十分でなく、統計の癖の把握や季節調整をかけることが難しい
	コストの上昇など、予算の問題で取り組めないことが多い
	オルタナティブデータの利用によって得られる成果が見えない段階で、多額のコストを負担することを説明しにくい
データプロバイダー	利用者の理解を深めるための活動を業界・企業によって行う必要がある
	データを取り扱う人員が不足している
	自然言語処理などの普及が必要である
	金融関連の業務に対応できる人員の不足
	日本の著作権法はデータベンダーにとって不利なため、データ販売のインセンティブを阻害している
	正確性担保が困難であり、法的リスクが不明確
	具体的な利用価値を顧客に説明するのが難しい
	ユーザー側で新しいデータへの知見が醸成されていない
	データの品質基準・第三者機関が無い
	新しいデータへの抵抗感や費用対効果
データがセンシティブなもののため、公開範囲を限定する必要がある	
データ分析受託	データの有用性を上手く示すことが難しく、新規のオルタナティブデータを購入する際に承認が得られにくい
	顧客にとって費用対効果が見えない、もしくは見合わないため、活用を断念されることがある
	実際のデータ活用までのリードタイムが長い
	成果物の権利関係で調整事項が多い
	位置情報の精度について、データの種類によって精度に差がある
	費用対効果を出すのが大変で、検証段階でもなかなか開始できない
	欲しいと思うデータおよび関連法が整備されていない
	クエリの費用が高く、多くのデータを活用した分析が難しい
	大学レベルのオルタナティブデータの取り扱いが日本では海外に比べて乏しく、エキスパートを輩出できていない
	個人情報保護法の厳しさが障壁となっている

(4) 課題解決のために必要なこと

購入者に対して、課題解決のために必要なことについて質問しました。

オルタナティブデータを巡る課題を改善・解決するために必要なこととして、「自主ルールの策定 (50%)」や「ユーザー (潜在的なユーザー含む) からのニーズ把握 (50%)」、「海外などの先行事例からの学び (33%)」が挙げられました。一方、「政府への働きかけ (25%)」は、比較的低水準に止まりました。

図表 4-4 課題を改善・解決するために何が必要だと考えるか？ (複数選択可、最大3つまで)



5. オルタナティブデータのニーズと今後の見通し

(1) オルタナティブデータに対するニーズ

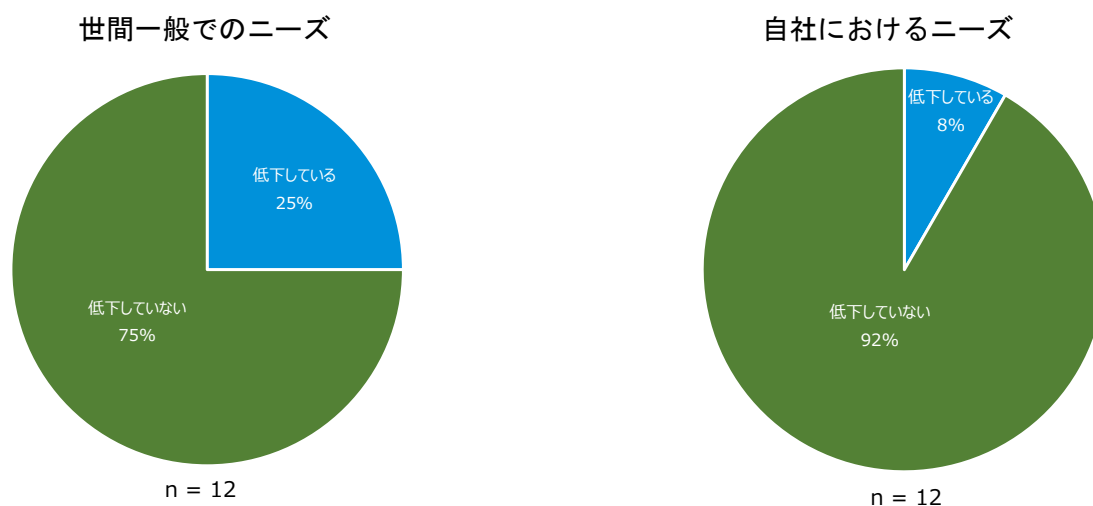
購入者に対して、「脱コロナ、経済正常化の動きが強まっている中で、オルタナティブデータに対するニーズ」の変化について、世間一般のニーズと自社のニーズの双方の観点で質問しました。

「ニーズは低下していない」との回答は、世間一般が 75%、自社が 92%に達し、コロナ特需が剥落した後もオルタナティブデータに対するニーズは引き続き強いことが示されました。ここでは、世間一般としての見方より、自社のビジネスや活動に直接紐づけられたニーズの方が、とくに強いとの回答になっている点が特徴的です。

自社におけるニーズが低下していない理由としては、「POS データや WEB データに強い需要があること」や「景況感の早期把握や分析手法の多様化に有用であること」「金融市場の予兆把握に有用であること」など、多彩なニーズが挙げられ、オルタナティブデータの活用分野がコロナ関連以外にも幅広く存在することが、改めて裏付けられました。

一方で、ニーズが低下している理由としては、「速報性の求められる分析のニーズが低下している」ことが挙げられました。

図表5-1 脱コロナ・経済活動正常化の中で、オルタナティブデータのニーズは低下しているか？



また、自由記述形式の「自社のニーズが低下していない／している理由」については、下記のような意見が寄せられました。

<ニーズが低下していない理由>

POSデータやWEBデータに需要がある
粒度の細かいデータに需要がある
金融市場の予兆把握に有用である
景況感の早期把握や分析手法の多様化に有用である
位置情報データ、衛星データの活用が金融や官公庁に浸透してきている
海外のヘッジファンドを中心に利用が増加している
オルタナティブデータに対する顧客問い合わせが増えている
人流データを活かした事業へのニーズが増えている
地図データと組み合わせた利用についてのニーズが増えている
資産運用業界や不動産業界での利用が増えている

<ニーズが低下している理由>

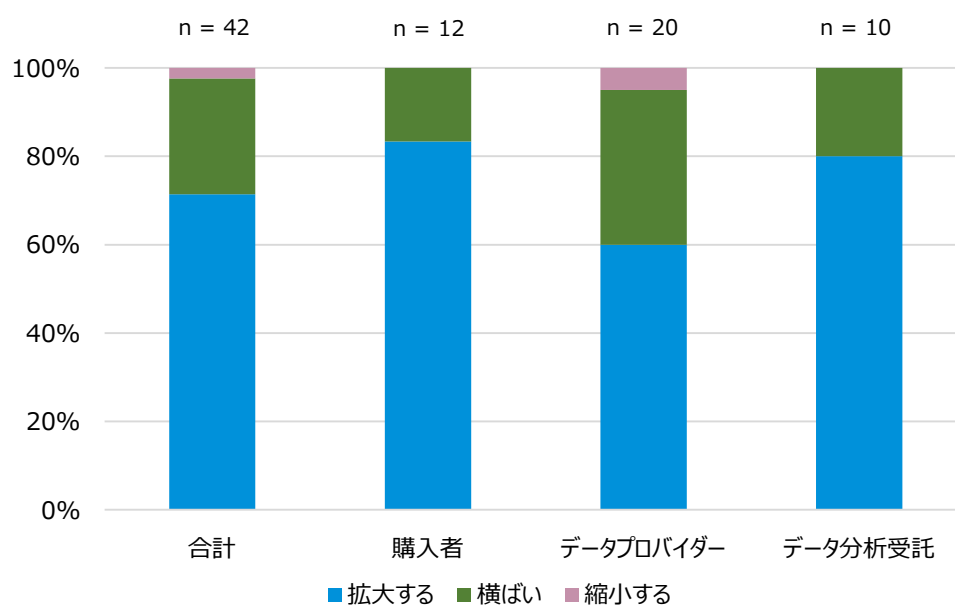
速報性が求められる分析のニーズが低下している
予算との兼ね合いでニーズが低下している
消費分野の把握などについてニーズが低下している

(2) オルタナティブデータの今後の見通し

購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、今後（今年度含む向こう3年程度）、オルタナティブデータ市場の見通しは拡大するか質問しました。

いずれの主体においても「拡大する」が回答の多数を占めており、今後のオルタナティブデータ市場の拡大が見込まれていることが示されました。

図表5-2 今後（今年度含む向こう3年程度）、オルタナティブデータの市場は拡大するか？



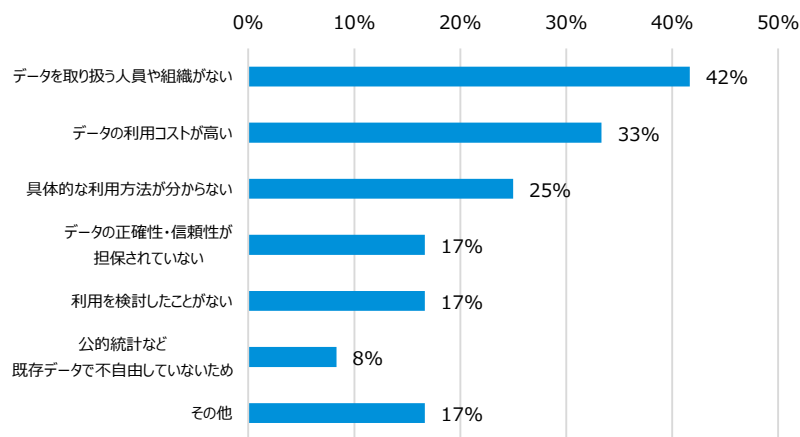
6. 未利用者

(1) オルタナティブデータを利用していない理由

オルタナティブデータの未利用者に対して、オルタナティブデータを利用していない理由を質問しました。

未利用者がオルタナティブデータを利用していない理由として、「データを取り扱う人員や組織がない (42%)」、「データの利用コストが高い (33%)」、「具体的な方法が分からない (25%)」、「データの正確性・信頼性・継続性が担保されていない (17%)」などが挙げられました。

図表 6-1 オルタナティブデータを利用していない理由は？（複数選択可、最大3つまで）



n = 12

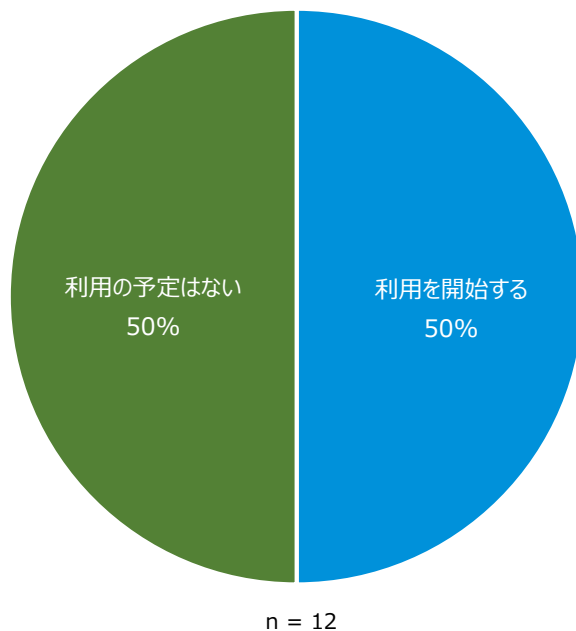
また、自由記述形式では、オルタナティブデータを利用しない理由について、下記のような意見が寄せられました。

現在の分析業務で直接の必要が無い
まだ必要な人材を採用できていない
将来的には活用したいと考えているものの、具体的な計画は未定
クライアントからオルタナティブデータを活用する相談が無い
自分たちがやりたいことに対して、どのようなデータがあり、どのようなことができるのかイメージが湧かない
有効活用が期待できる具体的なオルタナティブデータの目途が立っていない
所有しているデータと組み合わせるといったサービスが展開できるのか分からない
オルタナティブデータを必要とするプロジェクトがまだ組成できていない

(2) 今後のオルタナティブデータ利用方針

未利用者に対して、今後（今年度含む3年程度）のオルタナティブデータ利用方針を質問したところ、「利用を開始する（50%）」と「利用の予定はない（50%）」となり、半分ずつの割合となりました。

図表6-2 今後（今年度含む3年程度）のオルタナティブデータ利用方針は？



7. まとめ

本稿では多様な質問を投げかけ、前年度調査に続き、国内のオルタナティブデータの活用状況を定量的に評価しようと試みました。結果的に何点か示唆が得られましたので、下記に紹介します。

第一に、「コロナ禍によるオルタナティブデータ特需が剥落することによって、オルタナティブデータの需要が下火になる」という言説と反対の結果、すなわち、今後も需要が拡大していくとの見方が大勢であることが示されました。「速報性の求められる分析のニーズが低下している」との意見も見られたものの、「景況感の早期把握や分析手法の多様化に有用である」「金融市場の予兆把握に有用である」といった回答が多く見られ、オルタナティブデータの強みが浸透しており、多くの企業において今後も強いニーズがあることが確認されました。ここ数年でオルタナティブデータを取扱い始めたプレイヤーも多く存在し、今後3年間で市場が拡大するとした回答も半数以上を占めています。これらを総合すると、国内のオルタナティブデータ市場は今後も拡大していくことが見込まれます。

第二に、取扱っているデータの多様性が挙げられます。購入者、データプロバイダー、データ分析受託といった主体の違いによって、オルタナティブデータを用いる意図や種類が異なっていることが示されました。また、「WEBスクレイピングデータ」や「位置情報データ」、「POSデータ」といった従来のオルタナティブデータだけではなく、金融データや海運データなど、データの種類も多様になってきている様子も窺われました。個々のオルタナティブデータはそれぞれ異なる特徴を持っており、その活用方法も発展途上にあります。オルタナティブデータの理解や活用方法が浸透していくことにより、各主体の目的に応じた知見が蓄積されていくことが期待されます。

第三に、オルタナティブデータの利用を拡大するためには、引き続き解決すべき種々の課題があることが明らかになりました。今回のアンケートでは、「データの利用コストが高い」、「データを扱う人員や組織がない」、「データの正確性・信頼性・継続性が担保されない」、「法規制が整備されていない」などの課題が主に挙げられました。また、こうした課題の解決に向けては、政府への働きかけよりも、自主ルールの策定やユーザーのニーズ把握など、各主体が自主的に取り組んでいくことが必要との声も聞かれました。

オルタナティブデータの利用コストについて、金額のみならず、「オルタナティブデータの利用によって得られる成果が見えない段階で多額のコストを負担することを説明しにくい」といった点も指摘されました。オルタナティブデータの活用実績が蓄積し、その便益が広く明らかになれば、費用の割高感が解消される可能性があります。また、特に分析費用については、今後のオルタナティブデータ普及とともに逡減していくと考えられます。

オルタナティブデータを扱う人員や組織がないという課題は、購入者・データプロバイダー・データ分析受託で共通の悩みようです。特に、購入者ではデータプロバイダーやデータ分析受託と比較して、オルタナティブデータに特化した人材が少なくなっています。分析を行うスキルが不足していることに加え、オルタナティブデータからどのような知見が得られるかがイメージできないといった潜在的な問題もあります。データ分析スキル向上だけでなく、幅広くユースケースを共有する場が重要だと考えられ、JADAAが毎週提供している勉強会の場は有効であると考えられます。

データの正確性・信頼性・継続性が担保されないといった課題も多く指摘されました。オルタナティブデータは主に民間企業の経済活動に付随する副産物であるため、社会状況を把握するために設計された公的統計と比べて、バイアスが強く含まれる傾向にあります。したがって、オルタナティブデータにはバ

バイアスがあることを認識したうえで、バイアスを最小化するためにどのような処理を行うべきかというアプローチが必要です。利用・研究を深めてバイアスを認識し、それをユーザー共通の知見とすることによって、中長期的にこうした課題は解決の方向に向かっていくでしょう。

法規制が整備されていないという問題によって、オルタナティブデータに対して慎重になっている企業も散見されました。データ活用と個人情報保護はトレードオフになりがちであり、多くの回答で個人情報保護法に留意し、今後の整備が必要だという回答が見られました。JADAA では、データ提供者に対し法令違反及びその他リスクの検出を効果的に検証できる確認事項（DDQ）を公開しており、法整備の提言やガイドマップの策定などを進めています。

幅広い主体に有用性が認められているオルタナティブデータですが、このように課題も少なくありません。自主ルールの策定やユーザーからのニーズ把握を行うことで、オルタナティブデータを取り巻く課題を解決していくことが、更なる普及のために必要になるでしょう。その中ではオルタナティブデータの利用に関して先行事例の多い海外からの学びも有効であるものと考えられます。

先に述べたように、今後もオルタナティブデータの活用は進展していくと見込まれています。オルタナティブデータを活用するメリットは周知されつつありますが、種々の課題の解消に向けた取り組みも同時に進めていかなければなりません。オルタナティブデータの活用状況や課題を把握するために、本FACTBOOK は今後も継続して発行していく予定です。

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

小池 理人 (mkoike@sompo-ri.co.jp)

菅沼 健司 (ksuganuma@sompo-ri.co.jp)