

# オルタナティブデータ FACTBOOK (2024 年度版)

～支出額の増加ペースは鈍化も、データ活用の多様化や人員拡充がみられる～

2024 年 12 月



## はじめに

2024年度版の「オルタナティブデータ FACTBOOK」をお届けいたします。この FACTBOOK は、一般社団法人オルタナティブデータ推進協議会（以下では英語名称の略称である JADAA 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・プラス株式会社の上級研究員である小池理人、菅沼健司が中心となって取りまとめました。毎年、日本国内におけるオルタナティブデータ活用の現状、将来展望や課題などについて、JADAA 会員へのアンケート調査を行い、その結果を集計・分析したもので、今回は第3回となります。ご協力いただいた会員の皆様に対し、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定期的なサーベイは、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、回答者を①データ購入者、②データプロバイダー、③両者を仲介するデータ分析受託者の3グループに分けた集計を行っており、それぞれの立ち位置によって、回答の傾向がどのように異なるかを見ることもできます。JADAA 会員はもちろん、オルタナティブデータを事業や調査研究に活用することに関心を持つ多くの方々にとって、有益な情報を提供できる調査であると考えています。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・分析内容について、率直なご意見ご要望を頂戴できれば誠に幸いです。

さて、今回の FACTBOOK では、「支出額の増加ペースは鈍化も、データ活用の多様化や人員拡充がみられる」という副題を付けました。FACTBOOK 作成の元となるアンケート調査も今回で3度目となり、回答者の顔ぶれは毎回少しずつ異なるものの、過去回の結果と比較することによって、オルタナティブデータ活用におけるごく最近の傾向変化も把握できるようになってきました。

そうした比較分析の結果からは、

- ① データ活用に当たっての支出額の増加ペースは、過去数年間の非常に急速な成長の後、さすがに緩やかになってきている。
- ② その一方で、データの内容・形態や活用分野については、むしろ従来以上に大きな広がりがみられる。
- ③ また、データプロバイダーや分析受託者に比べて元々オルタナティブデータ専門人員が少ない購入者においても、人員拡充が徐々に進みつつある。

という点が分かりました。オルタナティブデータに対するニーズについても、ほとんどの先が低下していないと回答しており、当データ業界の今後の成長・発展は途切れないとみられます。詳しくは、FACTBOOK 本文または概要資料をご覧ください。

また、今回の FACTBOOK では、人工知能（AI）に関する設問を新たに盛り込みました。現時点でオルタナティブデータを用いた AI 活用については、実行している先とそうでない先が半々に分かれてきました

が、先行きの生成 AI を用いたデータ活用については、積極的な姿勢を示す先が数多くみられました。

一般の方には AI とオルタナティブデータとの関係がピンと来ないかもしれませんが、関数型などの固定的な枠組みを事前に厳格に構築せず、データに自由自在に語らせる要素の大きい AI 分析は元々ビッグデータとの相性が良いことが知られています。ビッグデータの中に様々なオルタナティブデータが含まれることを考え合わせれば、オルタナティブデータ活用は、AI 活用と自然に歩調を合わせて、進んでいくと予想されます。

ただし、インターネットやスマートフォンなど、従来の情報技術革新がそうであったように、AI 技術の進歩についても、それを使いこなせる主体とそうでない主体の成長格差、生産性格差を助長するのではないかという懸念はあります。実際、弊社や JADAA の活動を通じて得た私個人の印象では、オルタナティブデータ活用についても、具体的な利益や果実につながるプロジェクト、事業化に成功する先が明らかに増えてきている一方、一般の大半の企業や研究機関は、依然として関心があるという段階、利用を検討する段階に止まっています。

人口減少や少子高齢化のさらなる進行を受け、従来型のビジネスが市場を喪失していくことがほぼ必然である国内経済においては、新たな需要の発掘のために新たなテクノロジーを活用することは不可欠です。今回の FACTBOOK の内容が、AI 時代のデータ活用が進むべき道を示し、また、その過程で解決すべき課題を浮き彫りにすることで、多くの方々のご活動のサポートに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 売上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、一昨年、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先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 56 先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	5	9%
金融保険業（除く資産運用業）	7	13%
メーカー	2	4%
シンクタンク	3	5%
教育機関	7	13%
IT／システム開発	21	38%
その他	11	20%
総計	56	100%

#### (5) 本調査の集計期間について

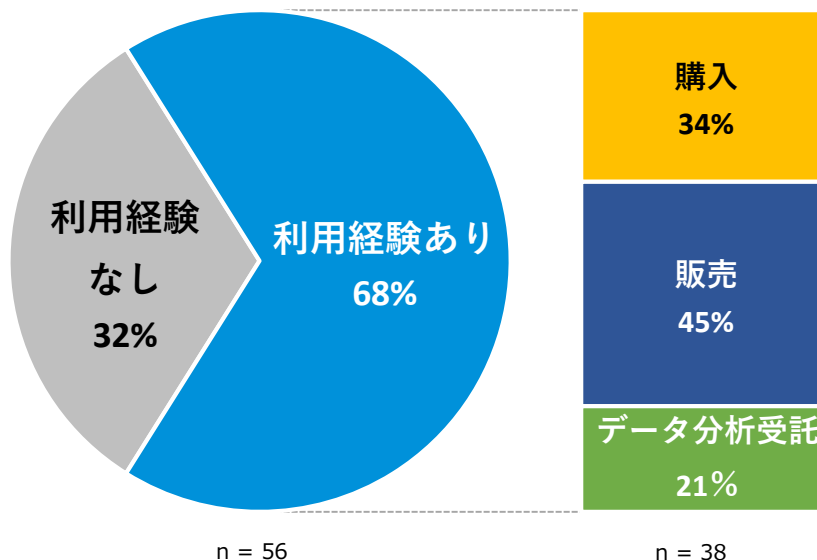
本調査は、2024 年 8 月 15 日～2024 年 10 月 15 日に集計を行いました。

## 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

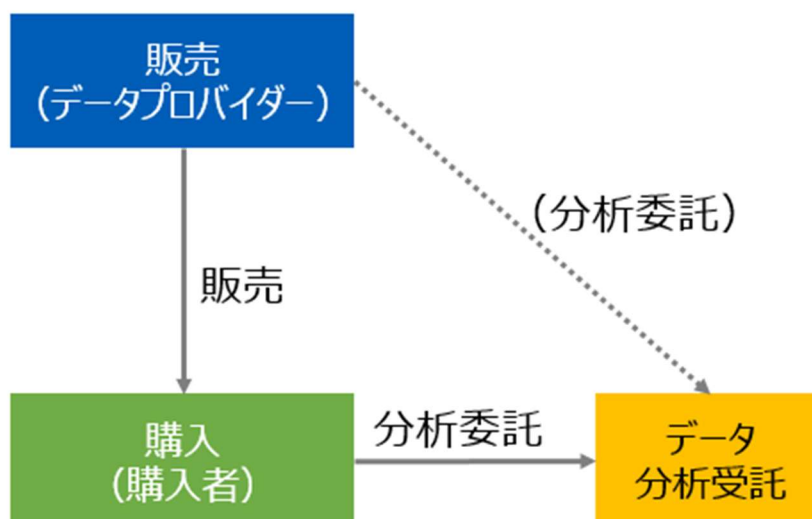
オルタナティブデータの利用経験の有無に対する質問に対しては、68%が「利用経験がある」と回答しました。また、利用経験があるとした回答者を属性別にみると、「購入（34%）」、「販売（45%）」、「データ分析受託（21%）」となっています。

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。

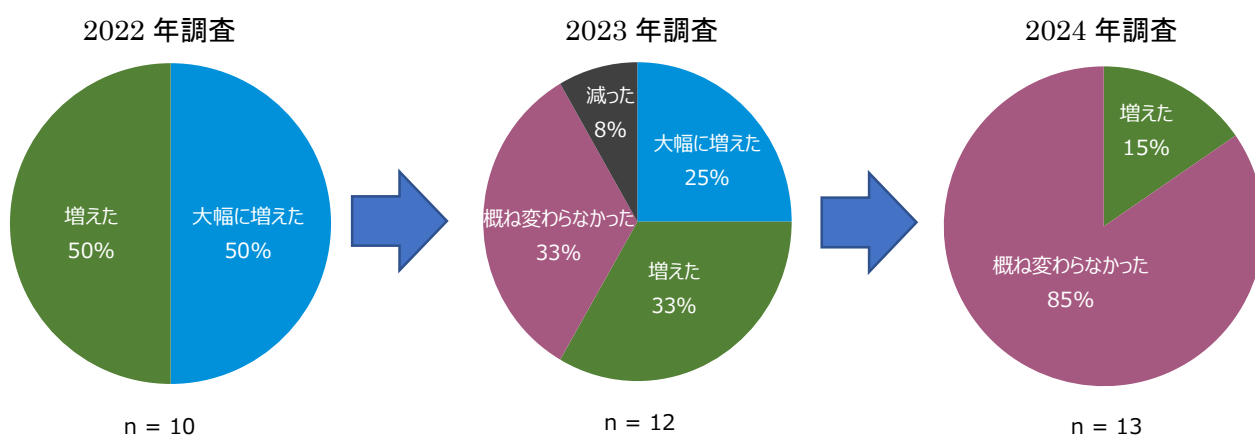
図表 2-1-2 各主体のイメージ



## (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（2024年）では「概ね変わらなかった（85%）」、「増えた（15%）」となりました。前回（2023年）と比較すると、増加トレンドにはあるものの、そのペースは次第に鈍化しつつある様子が窺えます。

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？

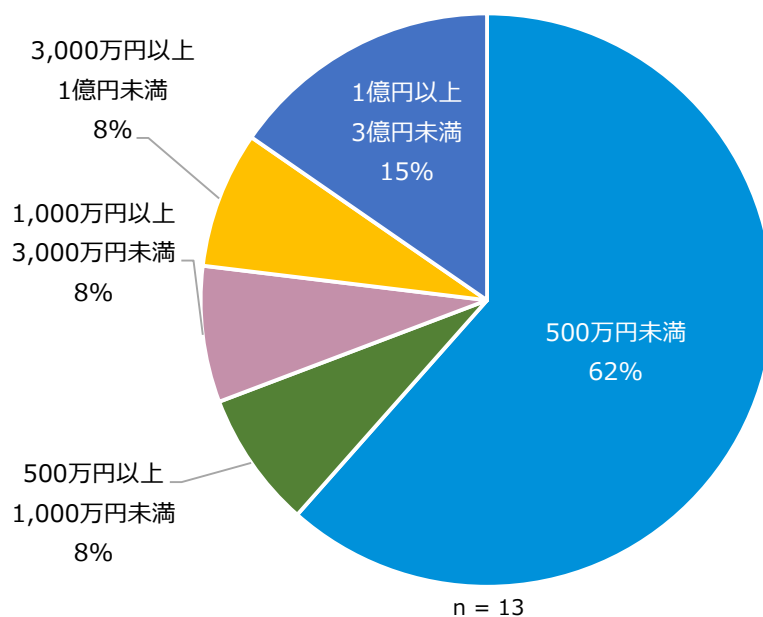


## (3) オルタナティブデータの年間の取扱額の分布

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、62%が「500万円未満」と回答しました。「1億円以上3億円未満」の回答は15%あるものの、「500万円以上1,000万円未満」「1,000万円以上3,000万円未満」「3,000万円以上1億円未満」はそれぞれ8%に止まっていました。

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ものとみられます。

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？

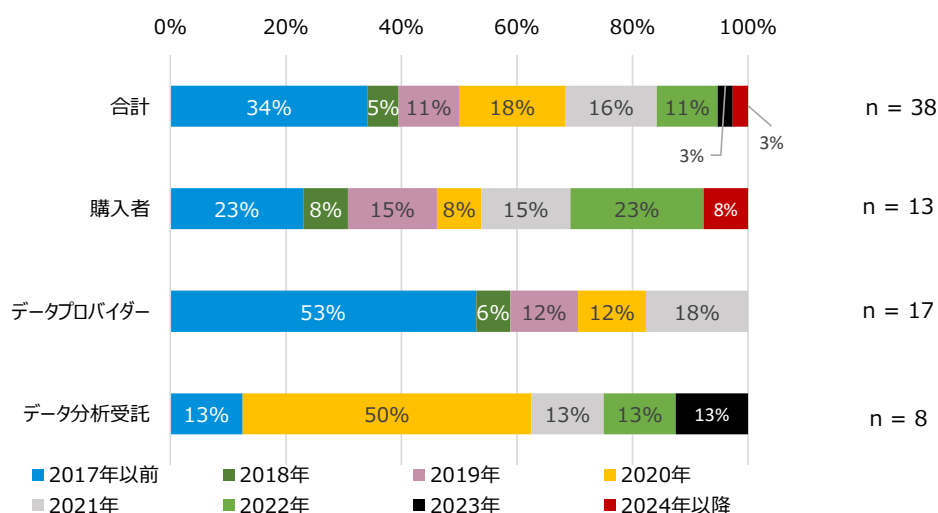


#### (4) オルタナティブデータの利用開始時期

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 (34%)」が最多となりましたが、2020 年以降に利用を開始した先も多く、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。

主体別の内訳も、上記の傾向と一致していますが、データプロバイダーやデータ分析受託の利用開始時期が早い一方、購入者では 2022 年以降に利用を開始した先も相応に存在しています。

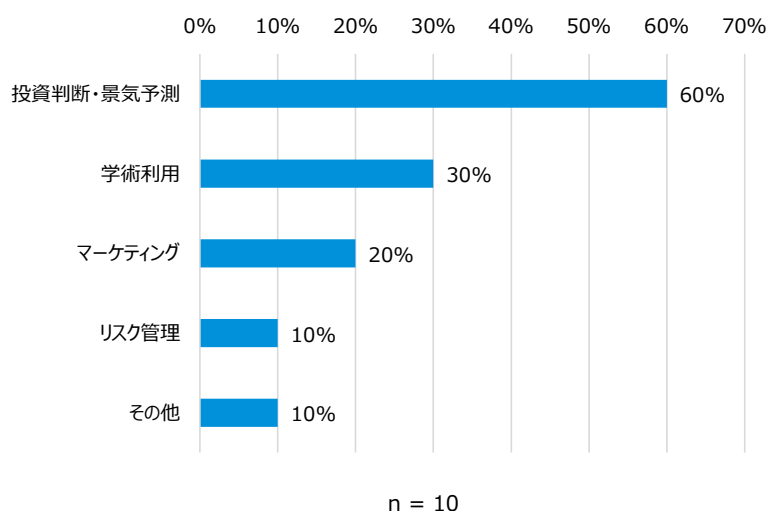
図表 2-4 オルタナティブデータの利用開始時期はいつですか？



#### (5) 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関する質問に対しては、「投資判断・景気予測 (60%)」が最も多く、以下「学術利用 (30%)」「マーケティング (20%)」「リスク管理 (10%)」の順となりました。

図表 2-5 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)



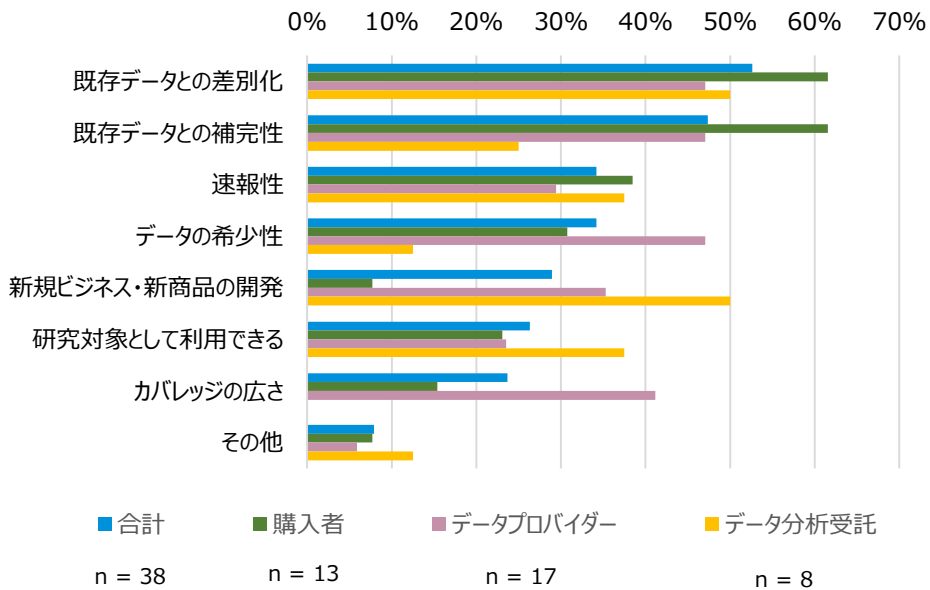


### (6) オルタナティブデータを活用する利点

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。今回、回答者全体では、「既存データとの差別化 (53%)」が最多で、「既存データとの補完性 (47%)」、「速報性 (34%)」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 (62%)」、「既存データとの補完性 (62%)」が上位を占めましたが、データプロバイダーでは「データの希少性 (47%)」、データ分析受託では「新規ビジネス・新商品の開発 (50%)」も多く回答されています。

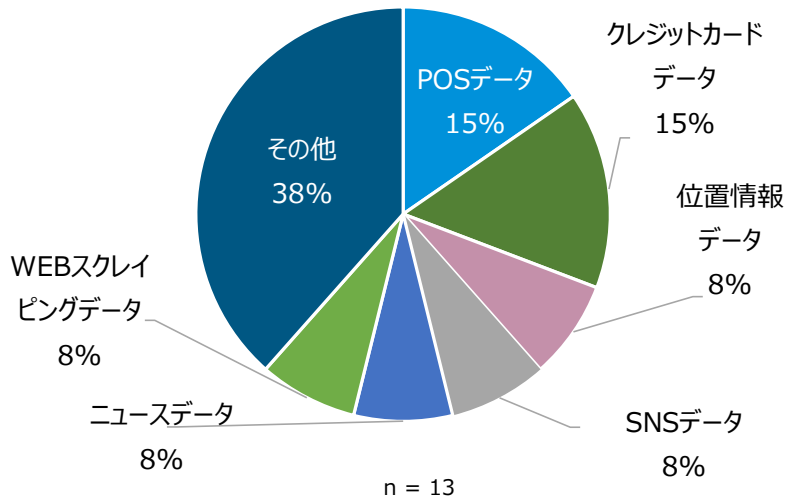
図表 2-6 オルタナティブデータを活用する利点は何ですか？（複数回答可、最大3つまで）



### (7) 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、「POS データ (15%)」「クレジットカードデータ (15%)」が最も多く、その他にも「位置情報データ (8%)」「SNS データ (8%)」「ニュースデータ (8%)」、「WEB スクレイピングデータ (8%)」など、様々な回答が挙げられました。

図表 2-7 最も利用頻度が高いオルタナティブデータの種類は？

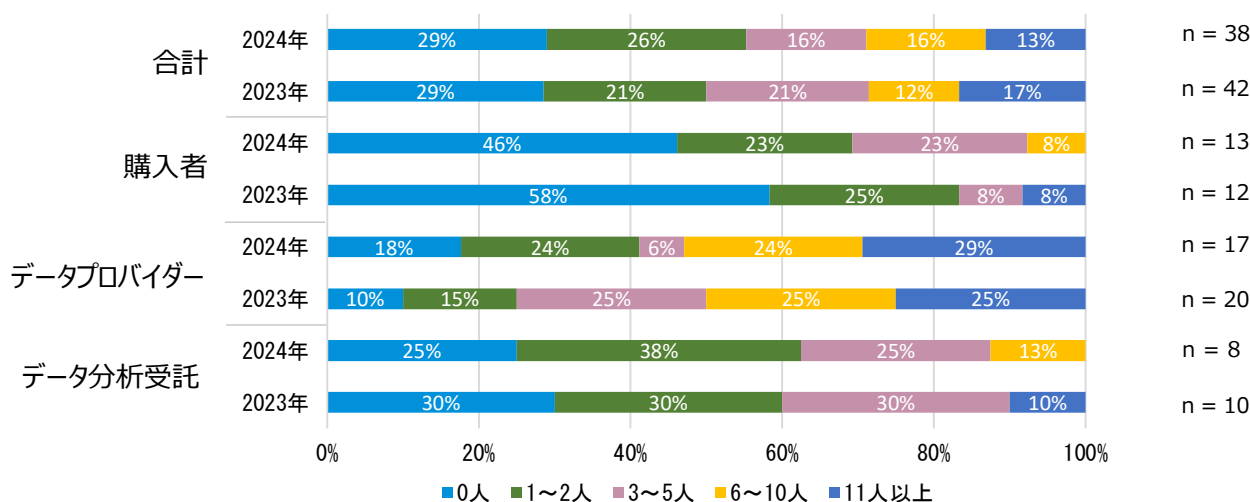


### (8) オルタナティブデータ専門の人員数

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。

主体別にみると、内訳が大きく異なっており、データプロバイダーやデータ分析受託では多くの先が専門の人員を有している一方で、購入者は専門の人員が少ないという、二極化の傾向がみられました。ただし、購入者については、昨年調査と比較すると、専門の人員が増加しており、体制の整備が進展していることが示されています。

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？

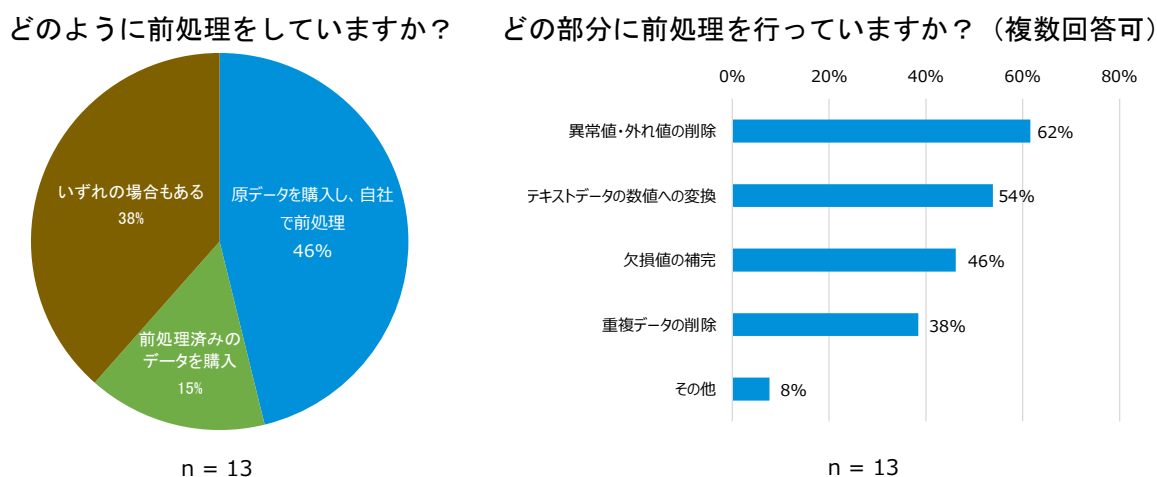


### (9) オルタナティブデータの前処理

今回調査では、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ました。その結果、「原データを購入し、自社で前処理 (46%)」や「前処理済みのデータを購入 (15%)」、「いずれの場合もある (38%)」との回答がなされました。上で示された「購入者でも専門人員が増えている状況」が、こうした「自前で前処理を行う」ことができる状況を生み出していることが示唆されます。

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 (62%)」や「テキストデータの数値への変換 (54%)」、「欠損値の補完 (46%)」、が多く挙げられました。

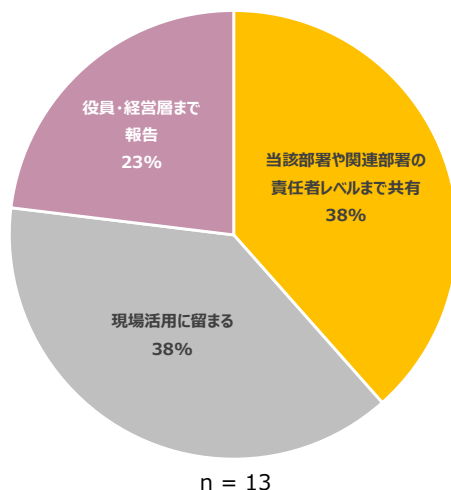
図表 2-9 オルタナティブデータの前処理



### (10) 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（2024年）では、当該部署や関連部署の責任者レベルまで共有（38%）「現場活用に留まる（38%）」との回答が多かったものの、「役員・経営層まで報告（23%）」との声も挙げられました。

図表2-10 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？



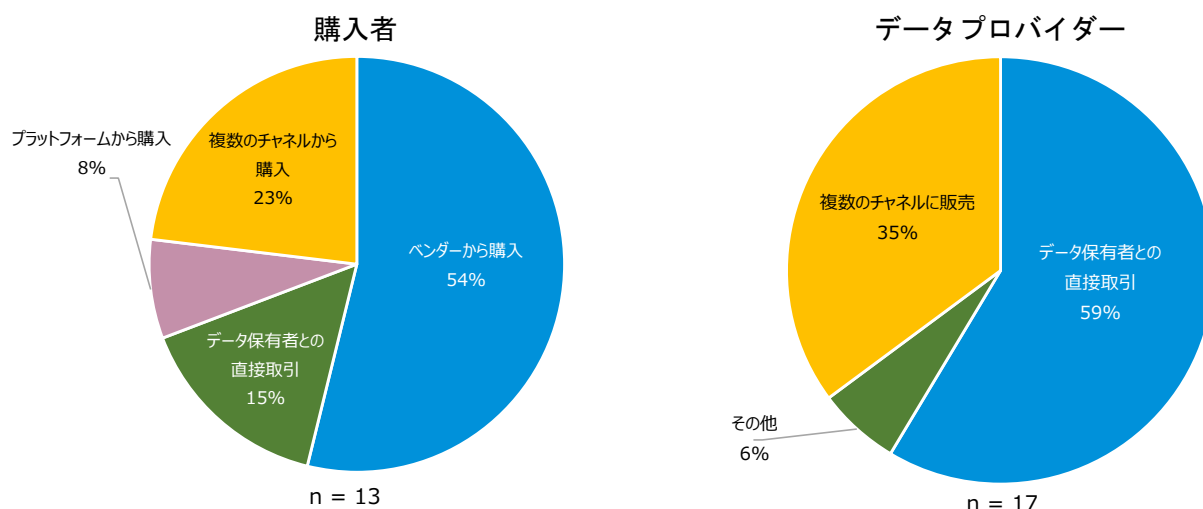
## 3. オルタナティブデータの売買と種類に関する情報

### (1) オルタナティブデータを売買しているチャンネル

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ンネルについて質問しました。

購入者は「ベンダーから購入」、データプロバイダーは「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「データ保有者との直接取引」「プラットフォームから購入」との声も挙げられており、多様なチャンネルで売買が行われていることが示されました。

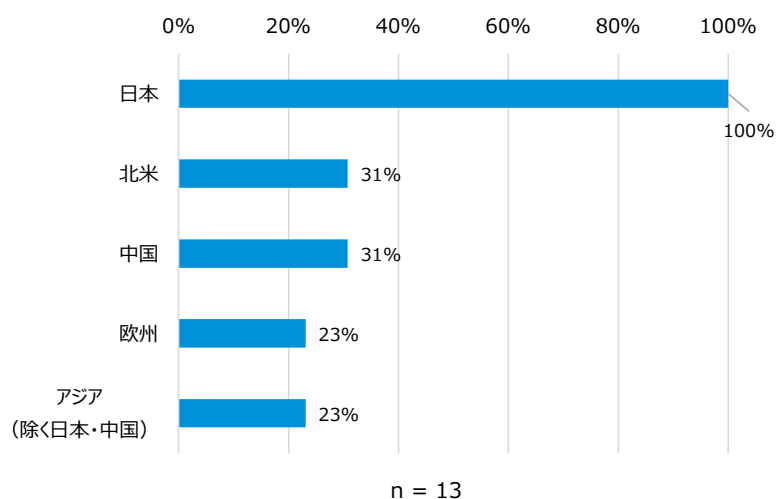
図表3-1 オルタナティブデータをどのチャンネルで売買していますか？



## (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(31%)、中国(31%)、欧州(23%)、日本と中国を除くアジア(23%)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。

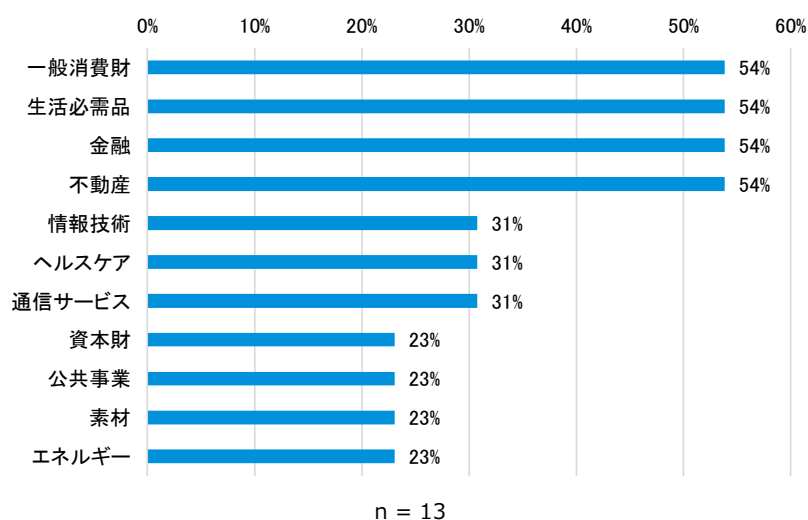
図表 3-2 購入しているオルタナティブデータの地域はどこですか？(複数選択可)



## (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、一般消費財や生活必需品、金融、不動産が最多(いずれも54%)となり、情報通信やヘルスケア、通信サービスなどの利用も多い(同31%)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)



#### (4) 取扱っているオルタナティブデータの種類

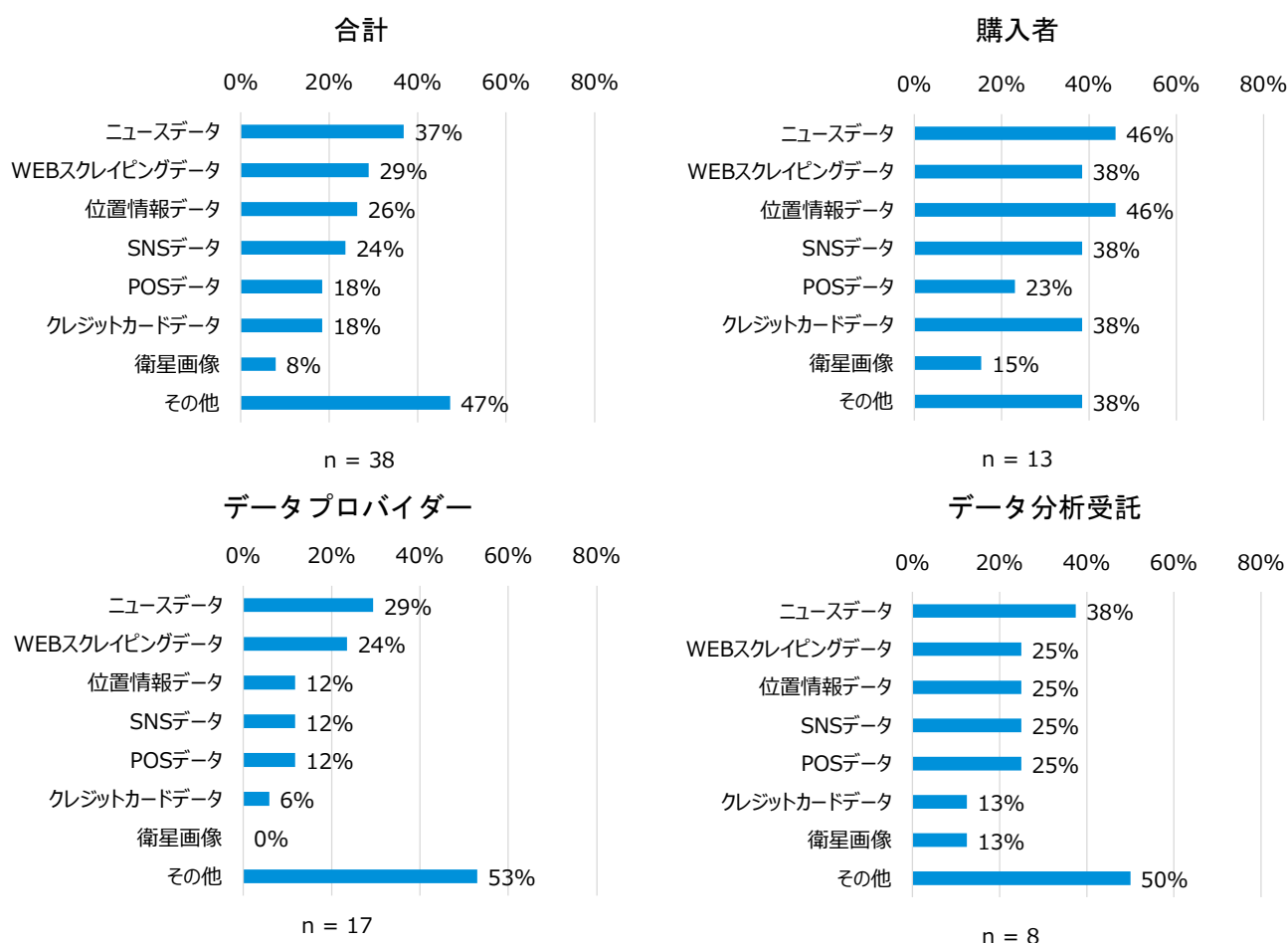
取扱っているオルタナティブデータの種類について、購入者、データプロバイダー、データ分析受託にそれぞれ質問しました。

全体では、「ニュースデータ (37%)」が最多となり、「WEBスクレイピングデータ (29%)」「位置情報データ (26%)」、「SNSデータ (24%)」が続き、様々なデータがバランスよく取り扱われていました。

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

購入者では、「ニュースデータ (46%)」や「位置情報データ (46%)」が多く利用されています。一方、データプロバイダーやデータ分析受託では、これらのデータに加えて、「その他」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データといった、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別は？ (複数選択可、最大3つまで)



#### (5) WEBスクレイピングで取得しているデータ

今回調査では、利用の多いWEBスクレイピングの活用者を対象に、WEBスクレイピングでの取得データと活用方法について質問しました。

「企業の開示情報」を含めた各種公開情報や「X (旧 Twitter) データ」など、多様なデータがスクレイピングの対象となっていることが分かりました。また、活用方法については、「データ提供」や「自社

活用」が挙げられました。

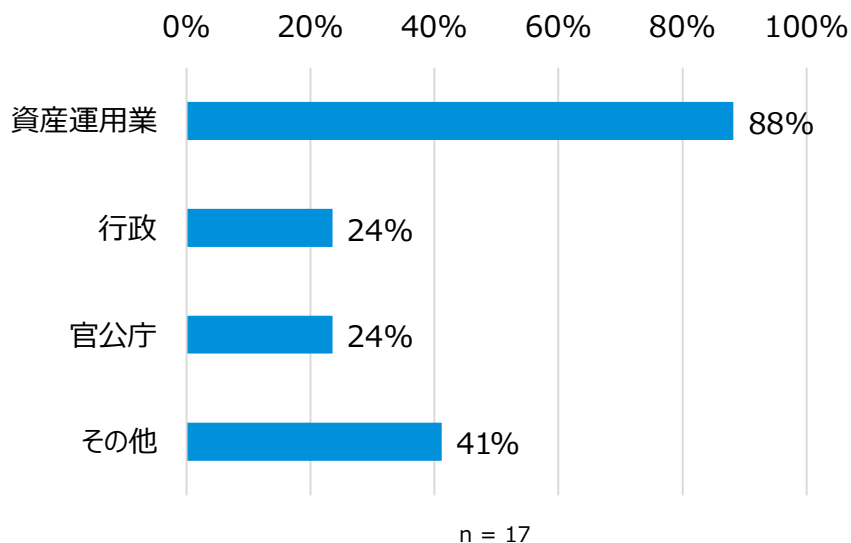
<WEBスクレイピングでの取得データと活用方法>

企業開示情報。
クラウドファンディング等に関するデータ（資金の調達状況等の動き）。
求人広告に関するデータ。
X（旧Twitter）データ。
自社と他社のシェアオフィス出店状況。
企業の開示情報。
サイト上の各種発表情報。
AI・アルゴリズムを活用して、機械的データ収集し、クレンジング・名寄せ・名分けをして、データを提供したり、スコア化して提供する。
公開 Web サイトをスクレイピングし、サードパーティのデータプロバイダーを介してライセンスされたコンテンツを取得、自社データに活用。

（6）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（88%）」で、「行政（24%）」や「官公庁（24%）」も挙げられました。その他、一般企業や大学も挙げられました。

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

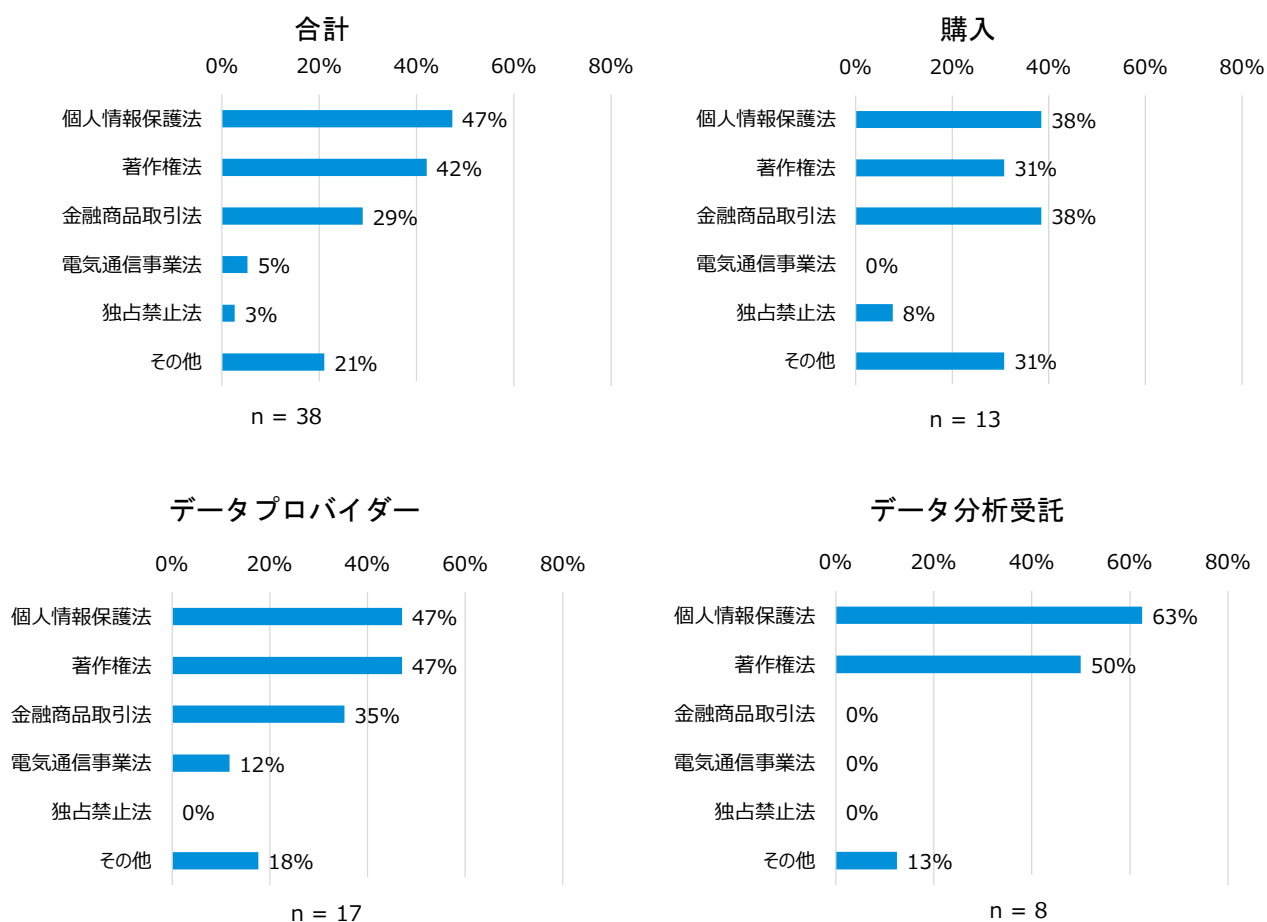
（1）オルタナティブデータを利用するにあたって整備が必要な法規制（主体別）

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（47%）」、「著作権法（42%）」、「金融商品取引法（29%）」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と著作権法に関する整備が必要であると考えている割合が特に高い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結果が本年もみられました。対して、著作権法では、「POS データ (57%)」や「ニュースデータ (57%)」の利用者で法整備が必要であるとの回答が高い一方、「クレジットカードデータ (14%)」や「位置情報データ (10%)」では回答割合が低いなど、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、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別別に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	43%	57%	29%	14%	0%	7
クレジットカード	43%	14%	14%	0%	0%	7
位置情報	30%	10%	20%	0%	10%	10
衛星画像	33%	33%	33%	0%	0%	3
SNS	56%	33%	44%	0%	0%	9
WEBスクレイピング	56%	33%	44%	0%	0%	11
ニュース	43%	57%	43%	7%	0%	14

### (3) オルタナティブデータを利用するにあたっての課題

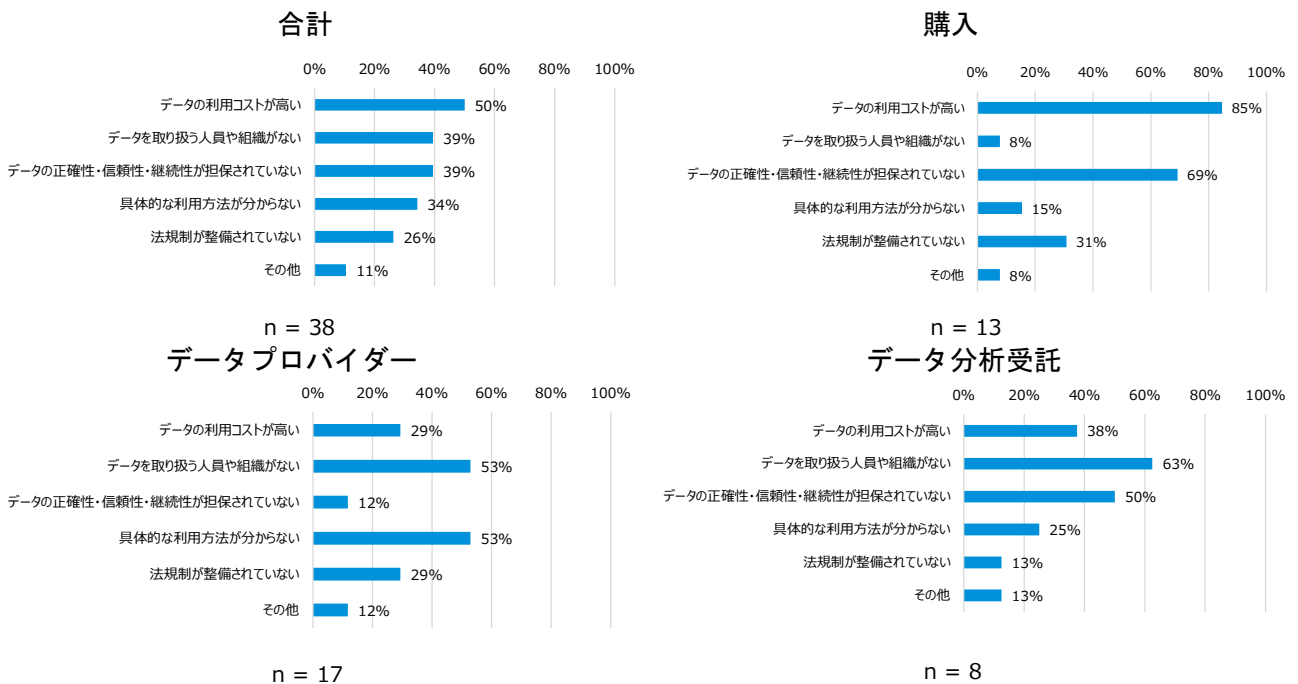
購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、オルタナティブデータを利用するにあたっての課題について質問しました。全体では「データの利用コストが高い (50%)」、「データを取扱う人員や組織がない (39%)」、「データの正確性・信頼性・継続性が担保されない (39%)」、「具体的な利用方法が分からない (34%)」が多く挙げられました。

購入者では、「データの利用コストが高い (85%)」や「データの正確性・信頼性・継続性が担保されない (69%)」が突出して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 (53%)」、「具体的な利用方法が分からない (53%)」が多く挙げられました。

データ分析受託では、「データを取扱う人員や組織がない (63%)」や「データの正確性、信頼性・継続性が担保されない (50%)」、「データの利用コストが高い (38%)」など、多くの課題が挙げられました。

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	データの蓄積が十分でないことで、統計の癖を把握することや季節調整をかけるなどが難しい。
	正確性が劣るため、主要なデータソースにしにくい。
	オルタナティブデータの具体的なユースケースがはっきりしないまま、高い価格で販売されている印象がある。
	入手したデータが特定の条件下のみのデータとなるため、汎用性は低い。間違った判断に至る可能性がある。
	伝統的なデータに比べ費用が高い。
	生成AIでの利用が禁止されており、プロジェクトごとに料金を払わなければならないデータがある。
	社内で費用対効果を問われた時に、オルタナティブデータをお試しで利用してみることができないため。
	500万円以上かかるデータが多く、リターン効果が十分に見込めないと導入は厳しい。
	オルタナデータは新しいものが多いのでバックテストを行うのに十分な期間がない例が多い。
データプロバイダー	従前の業務フローで想定されていないデータのため、顧客側で利用方法がイメージしづらい。
	既存データとは異なる種類のデータは、個別の取り扱いが必要になる。
	データを扱える人材の育成やデータそのものの普及には時間を要する。
	データが高価であるため、価格以上のメリットを示すか、ディスカウントしなければ購入に繋がらない場合が多い。
	多くの日本企業（特に一般事業会社）にはオルタナティブデータを利用することのできる人材が不足している。
	もっと気軽に取り扱いができるようにする必要がある。
	特に国内企業のオルタナティブデータ理解がまだまだ進んでいない。
	分析を行う体制や予算が十分でないという感触がある。
データが高度であるが故に使い方がわからないことが多い。	
データ分析受託	非構造化データの取扱についての技術体系が整備されていないので、各データごとにかなりの工夫が必要になる。
	データ収集の前提がわからない場合、データの信頼性や正確性についても疑問が残る。
	データを取り扱う人員を採用することが困難。
	データの正確性をProofするためのPoCが必要となり工数がかさむ。
	次から次へとデータのトレンドが変化していくため、その一つ一つを追うことはビジネス面で極めて負担が大きい。
データの加工・分析のスキルを持つ人材が不足している。	

## 5. オルタナティブデータのニーズと今後の見通し

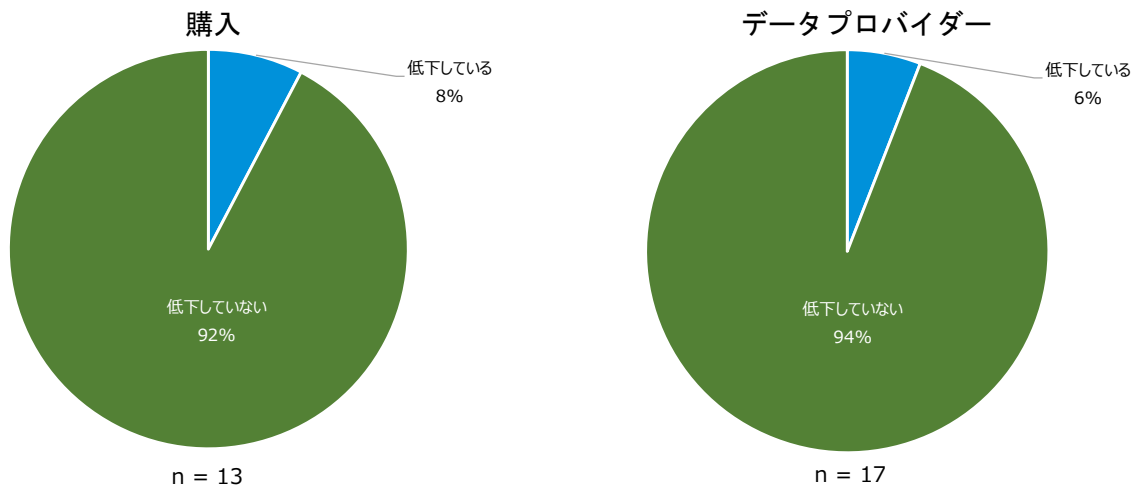
### (1) オルタナティブデータに対するニーズ

「オルタナティブデータに対するニーズ」として、購入者に対して「利用ニーズ」、データプロバイダーに対して「顧客ニーズ」を、それぞれ質問しました。

「ニーズは低下していない」との回答は購入者で92%、データプロバイダーで94%に達し、コロナ期の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が、引き続き強いことが示されました。

ニーズが低下していない分野としては、「テキストデータ」や「金融商品取引データ」「非財務情報」「資産運用」など、多彩な分野が挙げられ、オルタナティブデータの活用分野が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分野としては、「コストの高いデータ」などが挙げられました。

図表5-1 オルタナティブデータのニーズは低下しているか？



<ニーズが低下していない分野>

資産運用業・投資銀行・保険業・事業会社
消費者行動・マーケティング、サステナビリティ関連、ヘルスケア
新聞、SNS等のテキストデータ
貸金や雇用に関する分野
生成AIでの活用やマクロ市場での活用が期待できるデータ
マーケティング領域や保険（未病）領域
金融商品取引データ
非財務情報
営業分野
保険料率
企業情報

<ニーズが低下している理由・分野>

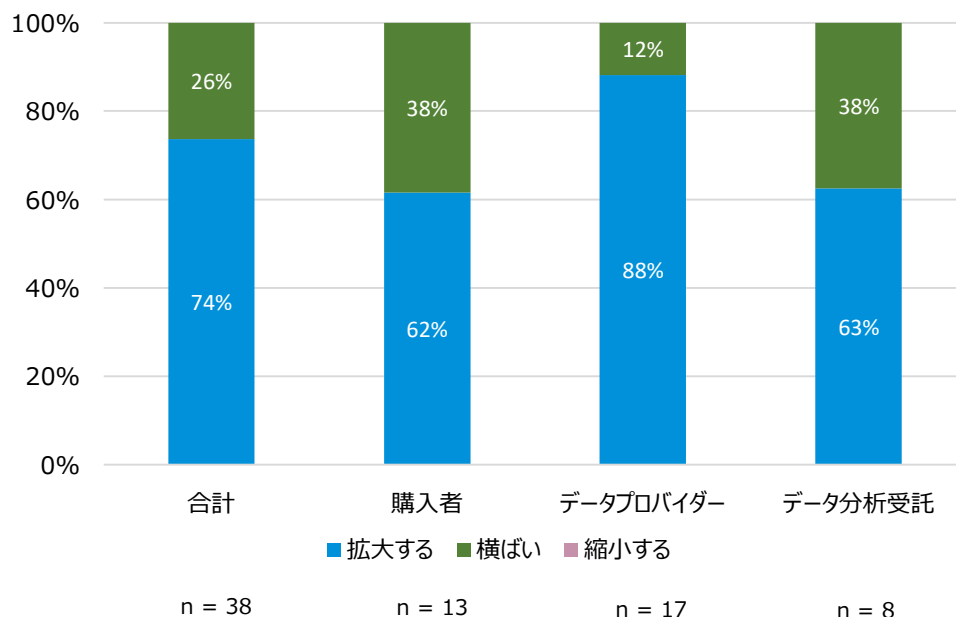
コストの高いデータ
資産運用分野

(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、今後もオルタナティブデータ市場の拡大が続くと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？

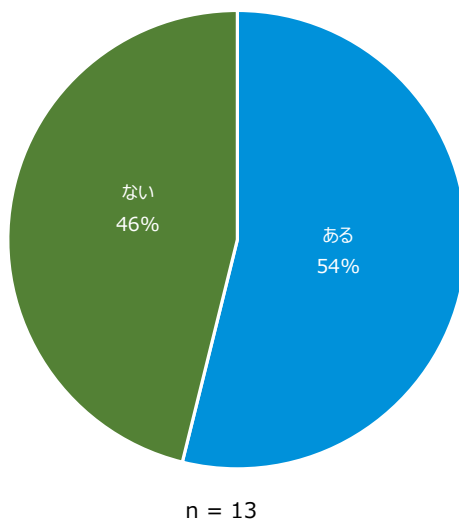


### (3) オルタナティブデータの AI への活用

購入者を対象に、オルタナティブデータの AI への活用について質問しました。

オルタナティブデータの AI への活用経験については、54%が「ある」と回答しており、一定程度活用がなされていることが示されました。具体的な活用方法や活用データについては、「投資判断やそのプロセスの効率化・高度化」「テキストデータの翻訳・要約」「消費者行動の分析」等が挙げられており、幅広い分野で活用が進んでいることが示されました。活用していない理由としては、「AI は活用しているが、オルタナティブデータとの結びつきはない」「具体的な活用事例がイメージできない」などが挙げられ、また「現在、活用を検討中」という声も多く聞かれました。

図表 5-3 オルタナティブデータを用いて AI をビジネス等に活用したことはありますか？

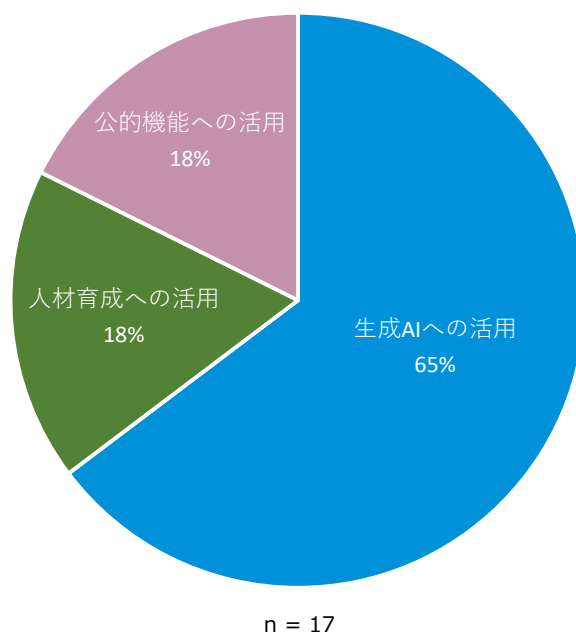


#### (4) オルタナティブデータの今後のユースケース

今回調査では、データプロバイダーを対象に、オルタナティブデータのユースケースとして、今後どのようなものが伸びていくと考えられるか質問しました。

「生成 AI への活用 (65%)」が最も多く、「人材育成への活用 (18%)」や「公的機能への活用 (18%)」が続き、生成 AI への利用への期待が高まっていることが示されました。

図表 5-4 オルタナティブデータのユースケースとして、今後どのようなものが伸びていくか？



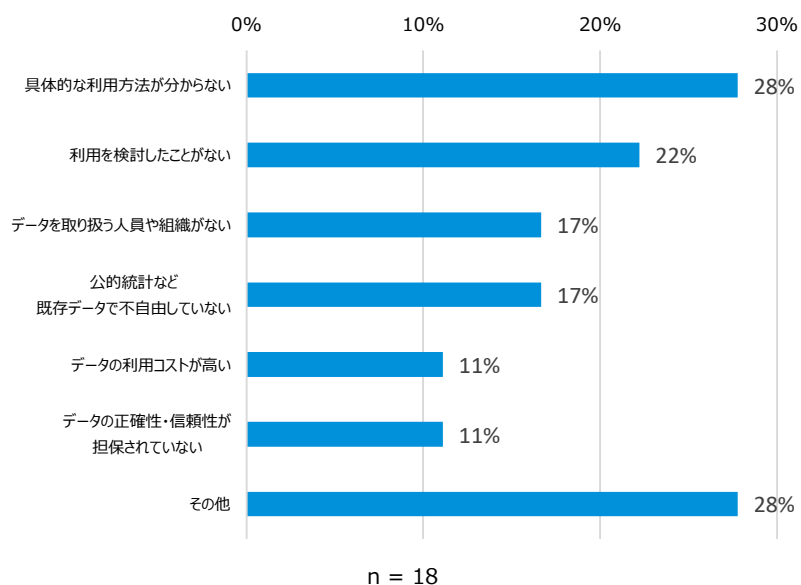
## 6. 未利用者

### (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、「具体的な方法が分からない (28%)」や「利用を検討したことがない (22%)」、「データを取り扱う人員や組織がない (17%)」、「公的統計など既存データで不自由していない (17%)」、「データの正確性・信頼性・継続性が担保されていない (11%)」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）



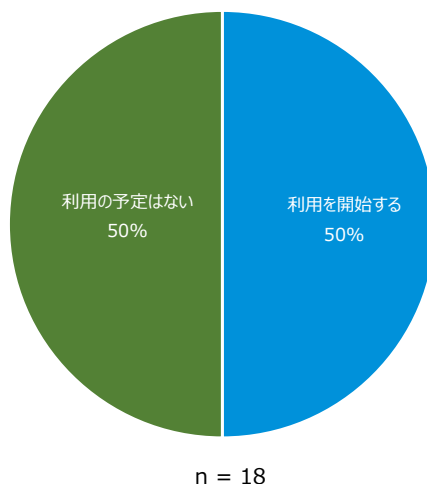
また、自由記述形式では、オルタナティブデータを利用しない理由について、下記のような意見が寄せられました。

自社でデータを取得・蓄積したいが組織が整備されていない。
自社独自のビジネスや、調査テーマが明確になれば、活用したい。
オルタナティブデータの利活用の検討が始まったばかりである。
組織内での需要が限定的である。
コストに見合った案件を受注できていない。

## (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

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する調査は本年度で3年目となりました。調査の結果、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、オルタナティブデータへのニーズは依然として高いことが示されました。データへの支出額の増加ペースは鈍化しつつあるものの、購入者・データプロバイダーのそれぞれ9割以上が「オルタナティブデータのニーズは低下していない」と回答するなど、根強いニーズが存在することが確認できました。先行きもオルタナティブデータの市場の拡大が続くと見ている回答が大半を占めており、また現在オルタナティブデータを利用していない主体の半分からは「今後利用を開始する」との回答も得られるなど、更なる裾野の拡大も期待されます。

第二に、オルタナティブデータを扱う専門人員の拡充が挙げられます。データプロバイダーやデータ分析受託と比較して、購入者についてはオルタナティブデータ専門の人員に乏しいとの回答が多くを占めています。しかし、昨年調査時点と比較すると、購入者でもオルタナティブデータ専門の人員が増加がみられており、オルタナティブデータの利用が継続的に行われるようになった中で、データを扱う専門の人員を自社で確保する動きが強まった可能性が考えられます。今回の調査で、「オルタナティブデータを購入して自社で前処理を行う」購入者の割合が相応に高まったのは意外でしたが、専門人員の強化により、こうした作業の内製化が可能になっているのかもしれない。

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」などの課題が引き続き多く挙げられました。また、「ユースケースがはっきりしない」「具体的な使い方が分からない」といった回答も聞かれており、オルタナティブデータを使いこなすことの難しさが、購入者・データプロバイダーの双方にとって課題となっていることも示されました。幅広くユースケースを共有する場としては、JADAAが毎週提供している勉強会の場も有効であると考えられます。

「利用コスト」については、金額自体が高額であることに加え、事前のテスト利用が認められていないケースも多いため、コストに見合った効果が得られるか否かを予め想定することが困難なことも、導入が進まない背景となっていることも挙げられました。購入者の回答によると、オルタナティブデータの年間取扱額は「500万円未満」との回答が6割強となっており、高額な取扱いを行う主体は依然として少数に止まっています。テスト利用の普及が進めば、購入者側の取引に当たっての判断材料が増加することで、取扱額の増加に繋がる可能性が示唆されます。

オルタナティブデータを扱う人員についても、人材の採用や育成の難しさは引き続き課題となっていることが挙げられました。購入者側を上回る専門体制を既に整えているデータプロバイダー・データ分析受託においても、一層の人数の拡充・スキル的高度化については課題が残っているようです。

法規制が整備されていないことを理由に、オルタナティブデータの利用に慎重になっている企業も散見されました。とりわけ、個人情報保護法や著作権法、金融商品取引法については、今後の整備が必要だという回答が今回も多くなされました。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)