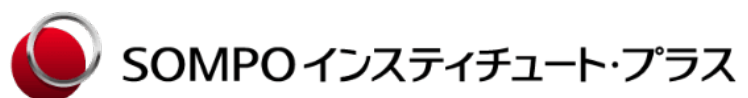


オルタナティブデータ FACTBOOK (2025 年度版)

～オルタナティブデータの AI 活用が進行中～

2025 年 12 月



はじめに

2025 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 JADAA<Japan Alternative Data Accelerator Association の略>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形で公表することができました。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4回となります。ご協力いただいた会員の皆様、また、企画作業等でご協力頂きました 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ができます。また、4年に渡って継続的に調査を行っていることから、時系列でオルタナティブデータに関する状況の変化を捉えることも可能になっています。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。

今回の FACTBOOK では、「オルタナティブデータの AI 活用が進行中」という副題を付けました。過去3回の調査と比較して、今回の調査では、ビジネスや研究活動の中で飛躍的に重要性が高まっている AI に着目し、AI とオルタナティブデータとの関係についての設問を多く追加させて頂きました。2024 年度調査においても、AI とオルタナティブデータに関する設問はいくつかありましたが、今回は実際にどのようなオルタナティブデータを用いて、どこに利点を感じているのかなど、AI とオルタナティブデータの活用事例により踏み込んだ内容となっています。

AI とオルタナティブデータに関する調査結果からは、過半数の回答者がオルタナティブデータを用いて AI をビジネスやリサーチに活用しており、テキストデータからの意味抽出や多様なデータと組み合わせた分析・解釈など、AI とオルタナティブデータを組み合わせることで、様々なメリットを享受しているということが分かりました。既に利用しているオルタナティブデータの利用が増えた理由としても、生成 AI への活用により利用価値が高まったが最も多く挙げられるなど、AI の存在がオルタナティブデータの価値を押し上げている様子が示されています。

一方で、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無いとの回答も多く、オルタナティブデータを用いた AI の活用は、まだ増加途上であることも示されました。また、オルタナティブデータの購入金額が減った理由として、AI 関連の予算が増えた影響と挙げる先も少なくなく、予算というパイを AI とオルタナティブデータとが取り合う様子も浮き彫りとなりました。今後、AI とオルタナティ

ブデータを組み合わせる動きは強まっていくものとみられますが、活用方法やコスト面での課題により、進展の速さは業界や組織によって異なるものになりそうです。こうした濃淡はオルタナティブデータの支出金額にもみられています。これまでは鈍化傾向こそみられたものの、オルタナティブデータへの支出金額は全体として増加傾向の動きが確認されていましたが、今回調査においては支出金額の拡大・縮小の動きがみられており、組織ごとにバラつきが生じる様子が示されています。

AI の利用があらゆるビジネスやリサーチにとって当然の前提となる中、より生産性を向上させ、質の高いアウトプットを創出するためには、AI とオルタナティブデータとの組み合わせが一段と重要になることが見込まれます。こうした環境はコロナ禍のような一時的なオルタナティブデータの需要急増とは異なり、構造的かつ持続的なオルタナティブデータの需要増加要因であると考えられます。より重要性の増したオルタナティブデータをどのように活用していくのか。今回の **FACTBOOK** の内容が、オルタナティブデータの活用状況の把握や活用事例の参照など、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
上級研究員 小池理人

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) オルタナティブ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、2022 年～2024 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	7	13%
金融保険業（除く資産運用業）	3	5%
メーカー	1	2%
シンクタンク	7	13%
教育機関	3	5%
IT／システム開発	22	39%
その他	13	23%
総計	56	100%

(5) 本調査の集計期間について

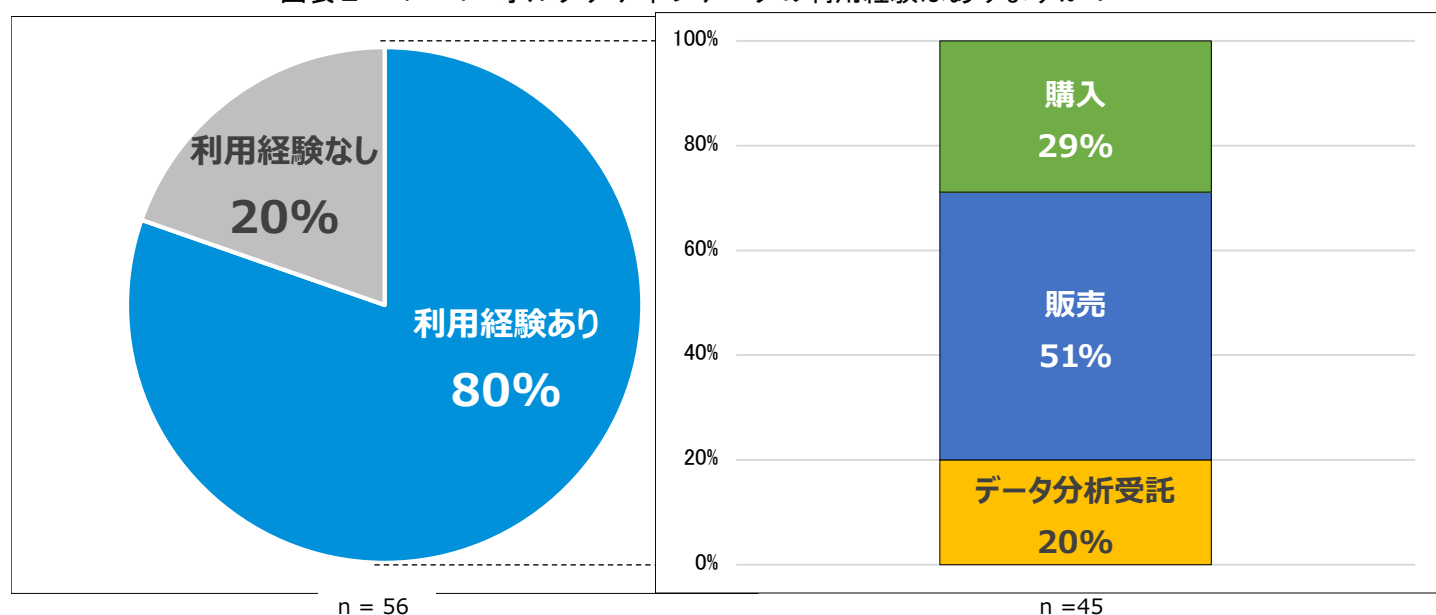
本調査は、2025 年 9 月 1 日～2025 年 11 月 15 日に集計を行いました。

2. オルタナティブデータの利用と販売に関する情報

(1) オルタナティブデータの利用経験

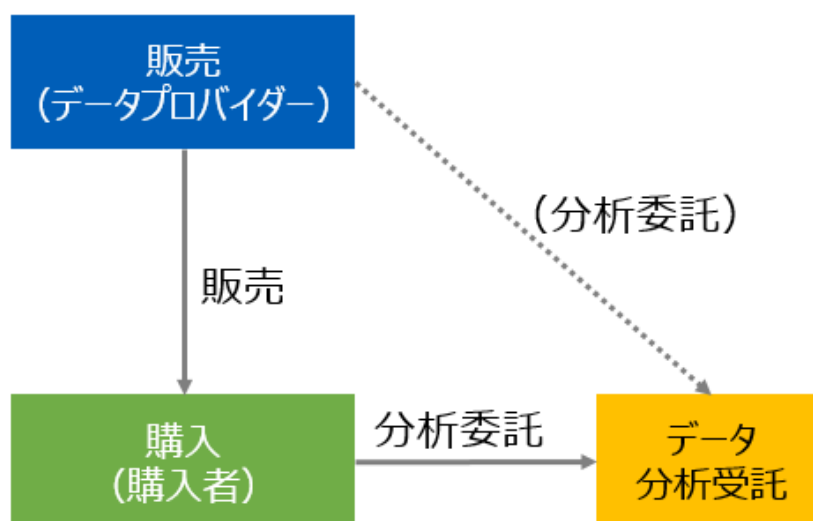
オルタナティブデータの利用経験の有無に対する質問に対しては、80%が「利用経験あり」と回答しました。また、利用経験があるとした回答者を属性別にみると、「購入（29%）」、「販売（51%）」、「データ分析受託（20%）」となっています。

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。

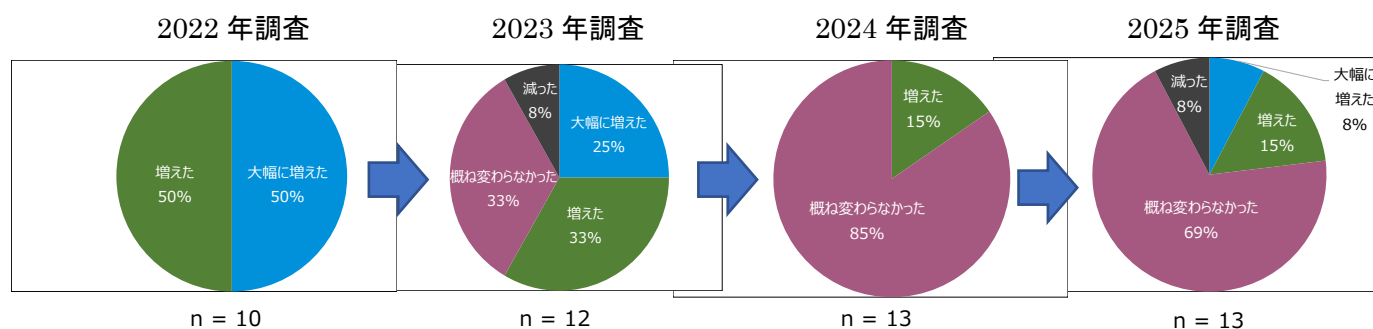
図表 2-1-2 各主体のイメージ



（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（2025 年）では「大幅に増えた（8%）」「増えた（15%）」「概ね変わらなかった（69%）」「減った（8%）」となりました。過半の先で支出が横ばいとなる一方、一部では支出の拡大・縮小が進んでおり、オルタナティブデータ投資が一律に拡大する段階から、会社の利用実態や戦略に応じて濃淡が生じる段階へと移行している様子がうかがえます。

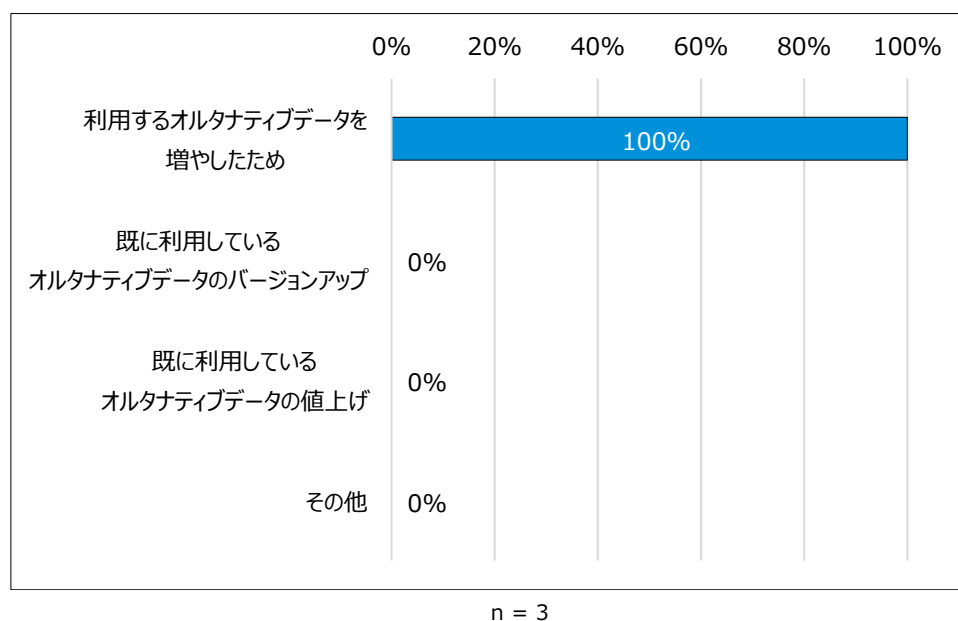
図表 2－2 オルタナティブデータの取扱い額は、前年度比でどう変化しましたか？



（３）オルタナティブデータの支出金額を増やした理由

オルタナティブデータの支出金額について、前年度から「大幅に増えた」「増えた」と回答した購入者に対し、その理由を質問したところ、全ての先が「オルタナティブデータを増やしたため」と回答しました。

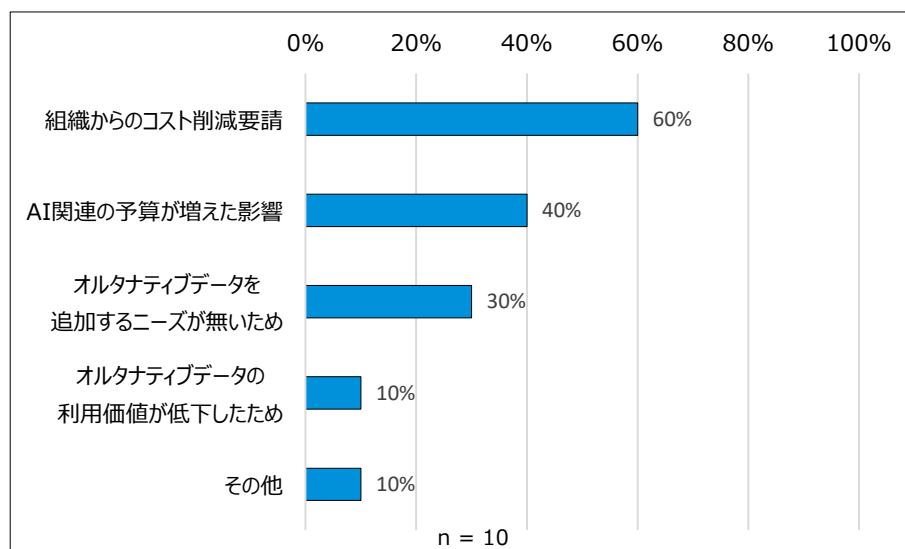
図表 2－3 オルタナティブデータの支出金額を増やした理由は何ですか？（複数回答可）



（４）オルタナティブデータの支出金額が増えなかった理由

オルタナティブデータの支出金額について、前年度から「概ね変わらなかった」「減った」と回答した購入者に対し、その理由を質問したところ、「組織からのコスト削減要求（60%）」が最も多く挙げられました。その他の理由としては、「AI 関連の予算が増えた影響（40%）」や「オルタナティブデータを追加するニーズが無いため（30%）」、「オルタナティブデータの利用価値が低下したため（10%）」なども挙げられています。

図表 2－4 オルタナティブデータの支出金額が増えなかった理由は何ですか？

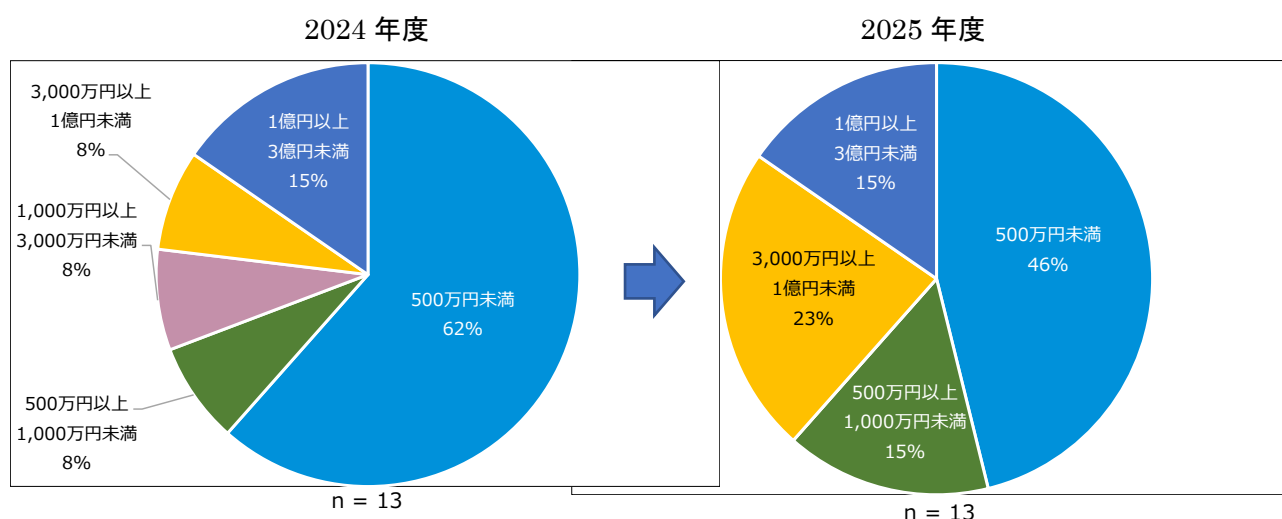


（５）オルタナティブデータの年間の取扱額の分布

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、46%が「500 万円未満」と回答しました。2024 年度と比較すると、「1 億円以上 3 億円未満（15%）」は横ばいであるものの、「500 万円以上 1,000 万円未満」（15%）、「3,000 万円以上 1 億円未満」（23%）が増加するなど、高額支出の割合が増加しています。

購入金額が増えた理由・増えなかった理由も勘案すると、予算面から支出金額が抑制的になっている先と、ニーズ拡大により支出金額が増加している先との二極化が進展していることが推察されます。

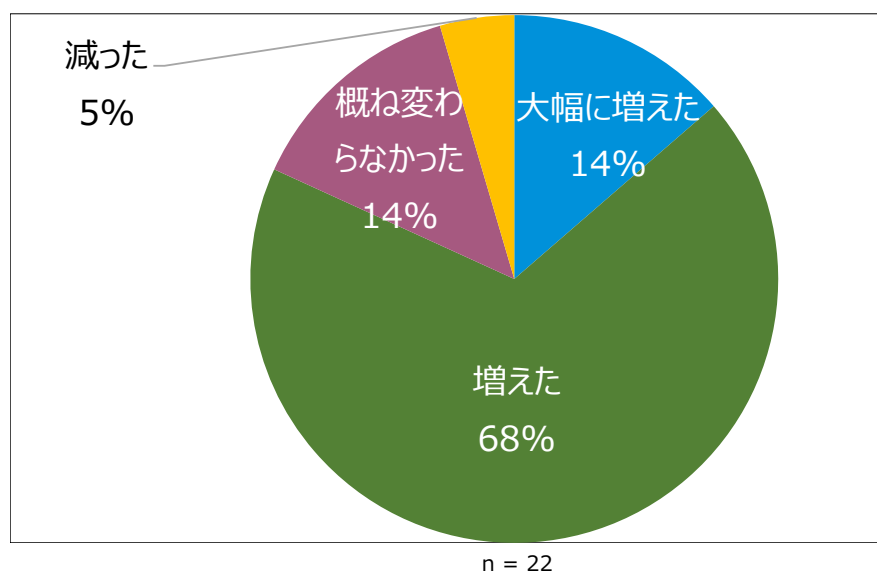
図表 2－5 オルタナティブデータの年間の取扱額はどのレンジですか？



（６）オルタナティブデータの販売金額（データプロバイダー）の前年度比

オルタナティブデータの年間販売金額（データプロバイダー）は、「大幅に増えた（14%）」「増えた（68%）」「概ね変わらなかった（14%）」「減った（5%）」となりました。プロバイダーによる販売金額は概ね増加傾向にあることが示されています。

図表２－６ 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？

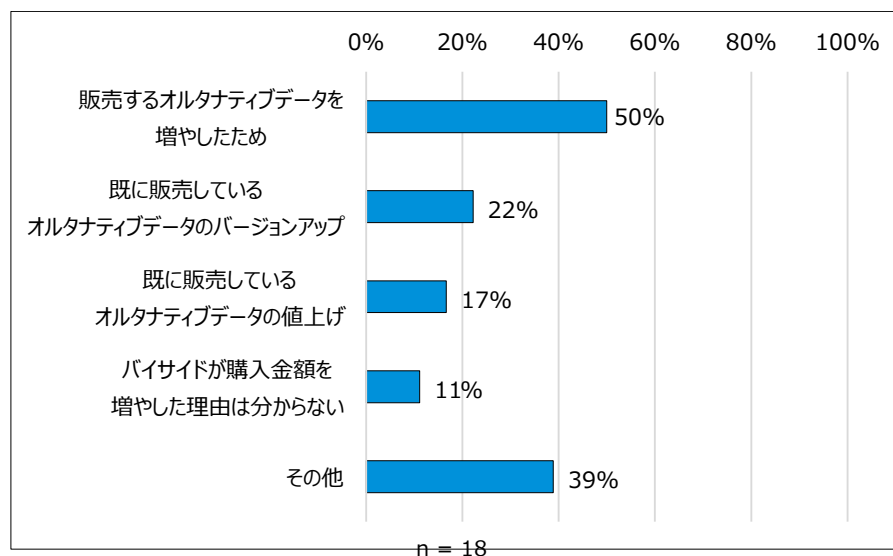


（７）オルタナティブデータの販売金額が増えた理由

オルタナティブデータの販売金額について、前年度から「大幅に増えた」「増えた」と回答したデータプロバイダーに対し、その理由を質問したところ、「販売するオルタナティブデータを増やしたため（50%）」との回答が最も多く、「既に販売しているオルタナティブデータのバージョンアップ（22%）」や「既に利用しているオルタナティブデータの値上げ（17%）」が続きました。

昨今の物価高を背景とした要因もありますが、オルタナティブデータの販売量自体も伸びているものとみられます。

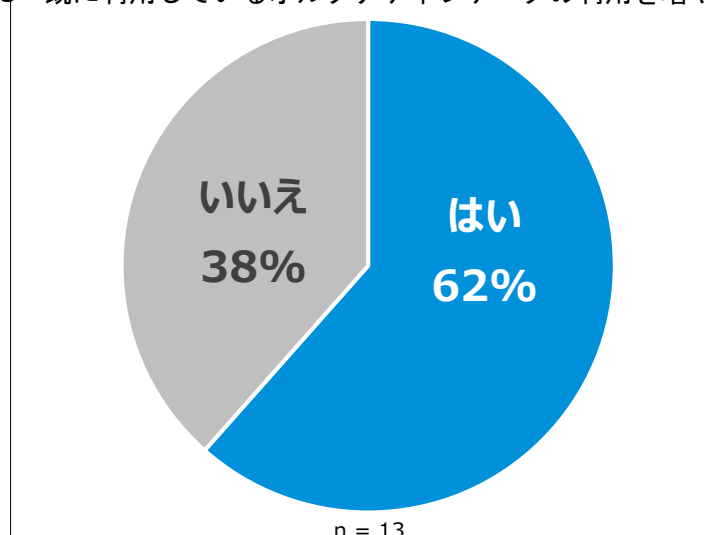
図表２－７ オルタナティブデータの販売金額が増えた理由は何ですか？（複数回答可）



（８）既に利用しているオルタナティブデータの利用

購入者に対して、既に利用しているオルタナティブデータの利用（頻度・人数・対象）を増やしているか質問しました。その結果、62%の先が、既に利用しているオルタナティブデータの利用を増やしていることが分かりました。

図表２－８ 既に利用しているオルタナティブデータの利用を増やしていますか？

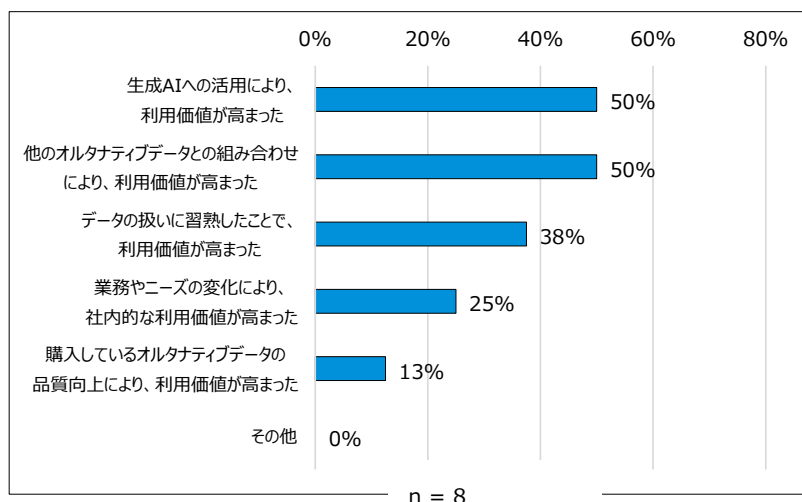


（９）既利用データの利用が増えた理由

既に利用しているオルタナティブデータの利用（頻度・人数・対象）が「大幅に増えた（50%以上）」「増えた」と回答した先に、その理由を質問したところ、「生成 AI の活用（50%）」や「他のオルタナティブデータとの組み合わせ（50%）」、「データの扱いへの習熟（38%）」による利用価値の高まりが多く挙げられました。

オルタナティブデータの理解が深まることで、他のオルタナティブデータと組み合わせるといった活用方法の広がりがみられるほか、生成 AI の普及も相まって、データの利用価値が高まるという前向きな動きが生じていることが示唆されます。

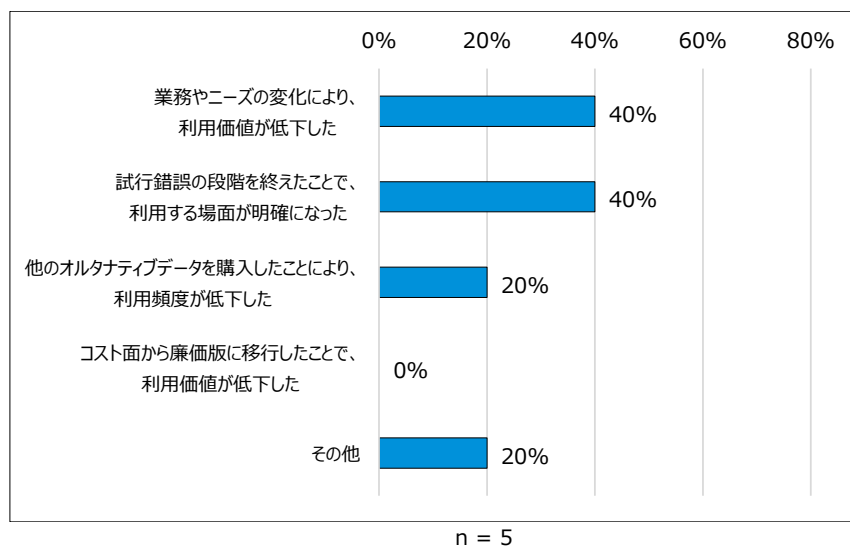
図表２－９ 利用が増えた理由は何ですか？（複数回答可）



（１０）利用が増えなかった理由

既に利用しているオルタナティブデータの利用（頻度・人数・対象）が「概ね変わらなかった」「減った」と回答した先に、その理由を質問したところ、「業務やニーズの変化により、利用価値が低下した（40%）」や「試行錯誤の段階を終えたことで利用する場面が明確になった（40%）」が多く挙げられました。また、「他のオルタナティブデータを購入したことにより、利用頻度が低下した（20%）」などの回答もみられました。

図表２－１０ 利用が増えなかった理由は何ですか？（複数回答可）

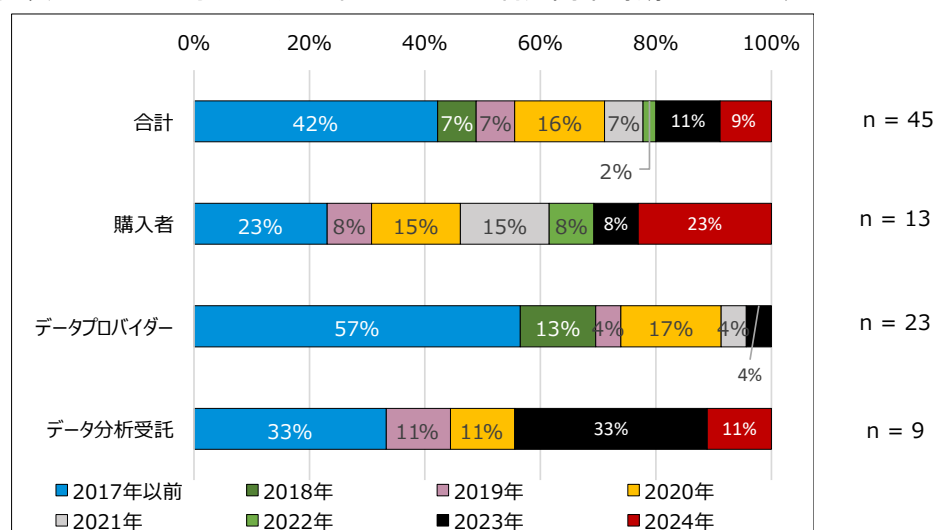


（１１）オルタナティブデータの利用開始時期

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（42%）」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。

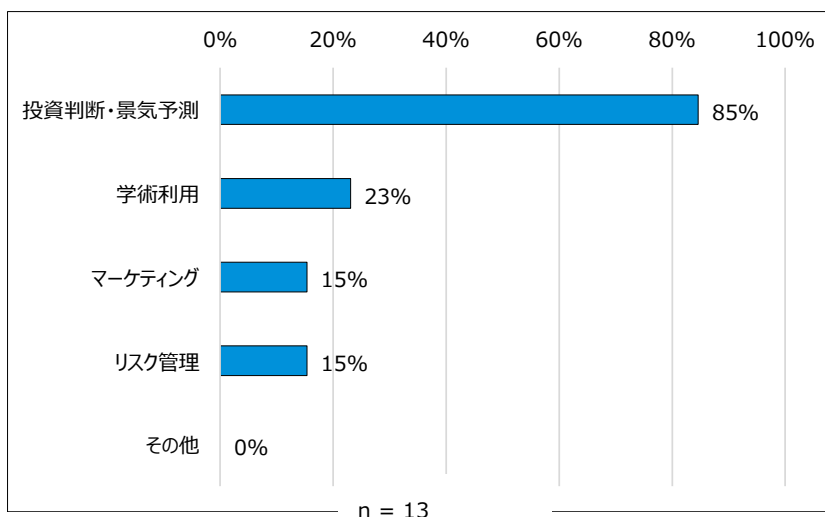
図表２－１１ オルタナティブデータの利用開始時期はいつですか？



（１２）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（85%）」が最も多く、以下「学術利用（23%）」「マーケティング（15%）」「リスク管理（15%）」の順となりました。

図表２－１２ 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）

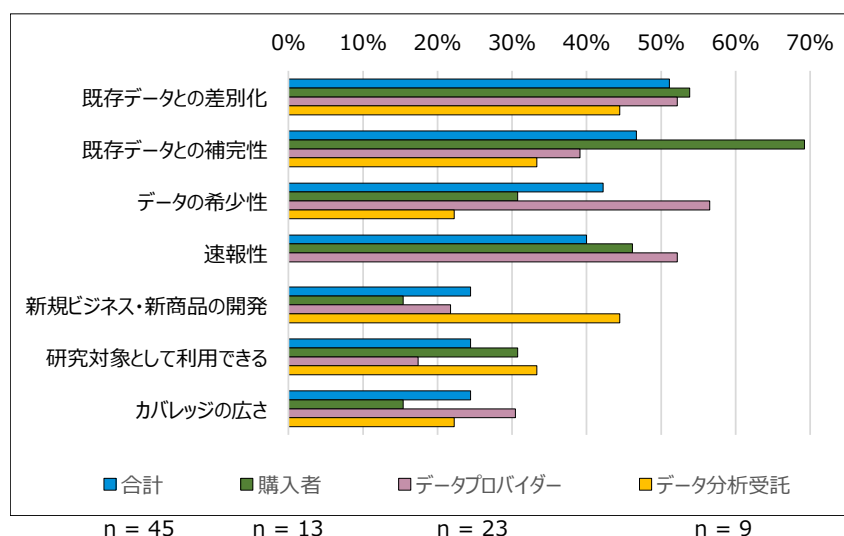


（１３）オルタナティブデータを活用する利点

オルタナティブデータを活用する利点について、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。回答者全体では、「既存データとの差別化（51%）」が最多で、「既存データとの補完性（47%）」、「データの希少性（42%）」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「既存データとの補完性（69%）」、「既存データとの差別化（54%）」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（57%）」、データ分析受託では「新規ビジネス・新商品の開発（44%）」も多く回答されています。

図表２－１３ 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）



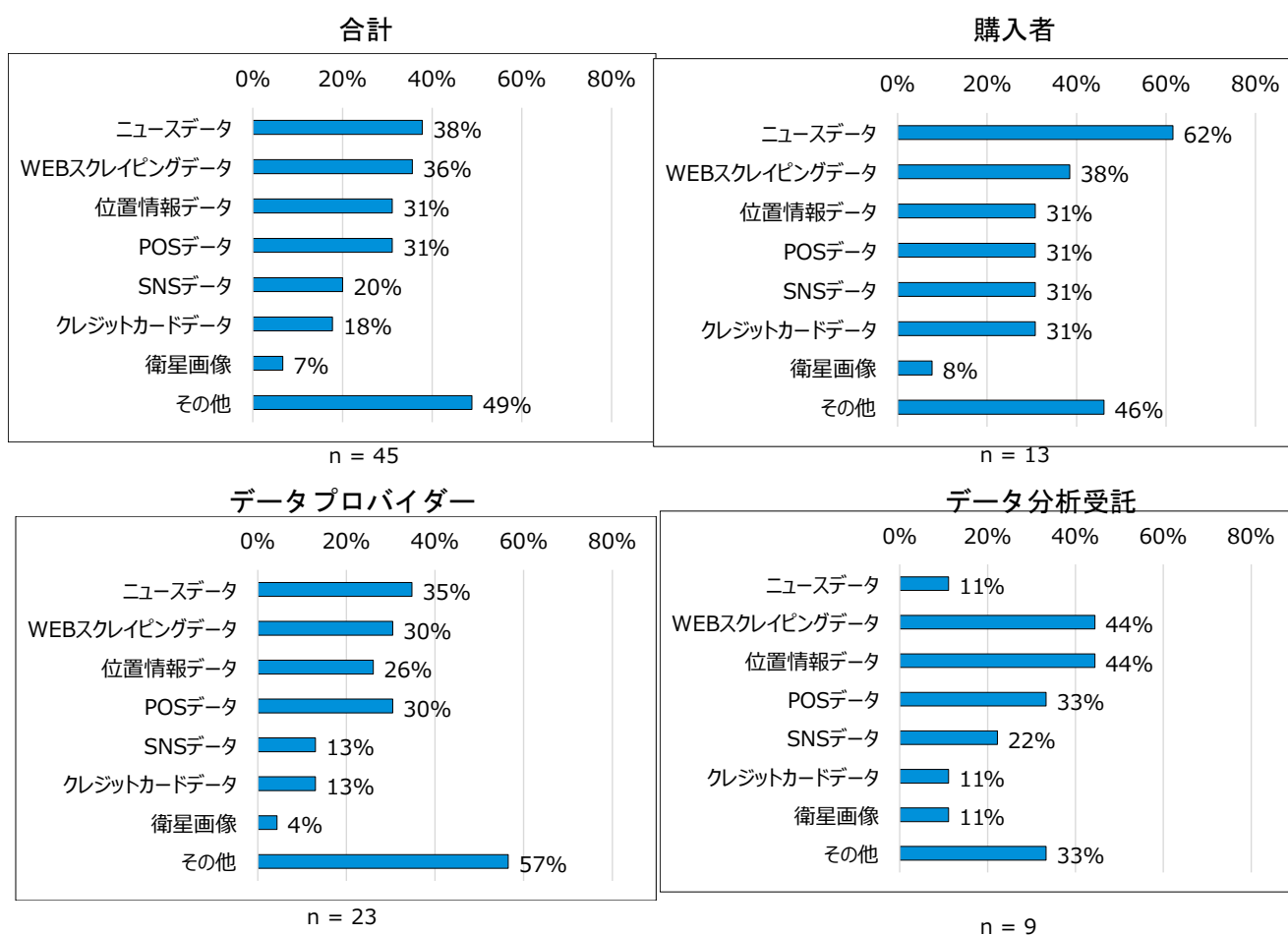
（１４）取扱っているオルタナティブデータの種類

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（38%）」が最多となり、「WEBスクレイピングデータ（36%）」「位置情報データ（31%）」、「POSデータ（31%）」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。

質問項目として挙げたデータの種類以外でも、「その他」として店舗データやテレビデータ、ロコミデータ、メディカルデータ、ファンドデータといった、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３－１４ 取扱っているオルタナティブデータの種類は？（複数回答可、最大３つまで）

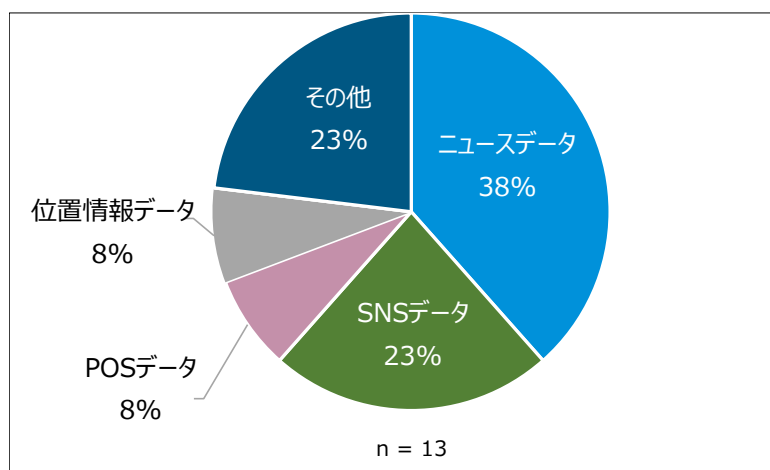


（１５）最も利用頻度が高いオルタナティブデータ

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として、「ニュースデータ（38%）」や「SNSデータ（23%）」が多く挙げられました。その他にも「POSデータ（8%）」や「位置情報データ（8%）」など、様々な回答が挙げられました。

図表２－１５ 最も利用頻度が高いオルタナティブデータの種類の？



（１６）WEBスクレイピングで取得しているデータ

WEBスクレイピングの活用者を対象に、取得データと活用方法について質問しました。

「企業開示情報」や「官公庁の統計データ」、「Web上に公開されている求人情報」など、多様な公開情報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、集められたデータについては、「投資判断」や「調査研究等」等、幅広い用途で活用されていることが分かりました。

図表２－１６ WEBスクレイピングで取得しているデータと活用方法は？

開示資料、業界レポート、統合報告書等のテキストデータを収集し、投資判断やレポート作成に活用
官公庁の統計データや企業のIRコンテンツ等を取得し、企業評価に活用
WEB上に公開されている求人情報を取得し、賃金動向指標の作成や報道のデータソース等に活用
公開Webサイトからコンテンツを取得し、自社データに活用
公開情報を各種調査研究等に活用
マクロ経済データを取得し、レポート作成や分析を主目的とする顧客に提供

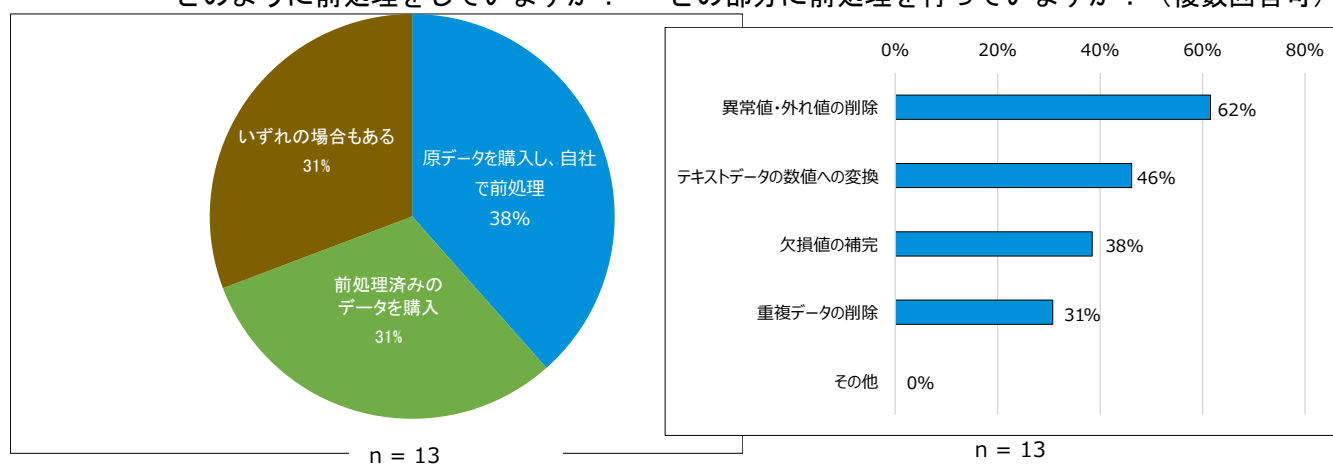
（１７）オルタナティブデータの前処理

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ました。その結果、「原データを購入し、自社で前処理（38%）」や「前処理済みのデータを購入（31%）」、「いずれの場合もある（31%）」との回答がなされました。

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（62%）」や「テキストデータの数値への変換（46%）」、「欠損値の補完（38%）」、「重複データの削除（31%）」が多く挙げられました。

図表２－１７ オルタナティブデータの前処理

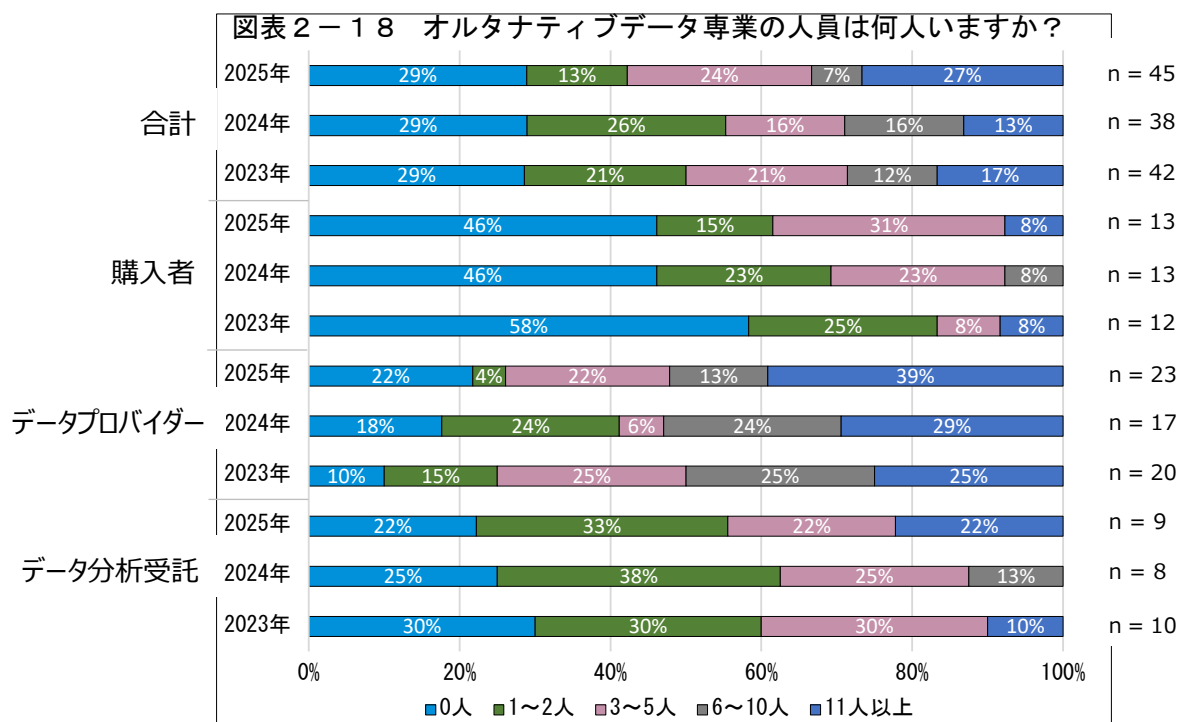
どのように前処理をしていますか？ どの部分に前処理を行っていますか？（複数回答可）



（１８）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。

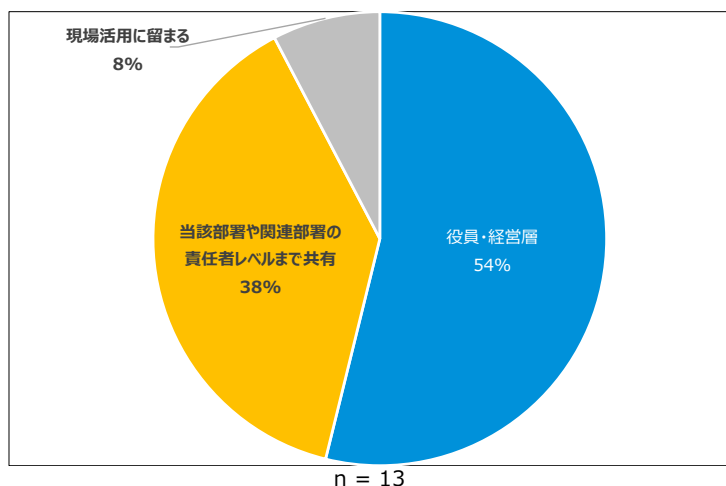
主体別にみると、内訳が大きく異なっており、データプロバイダーやデータ分析受託では多くの先が専門の人員を有している一方で、購入者は専門の人員が少ないという、二極化の傾向がみられました。ただし、購入者についても、専門の人員数が増加するなど、体制の整備が進展していることが示されました。



（１９）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。その結果、「役員・経営層まで報告（54%）」が最も多く回答され、「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（8%）」と続きました。

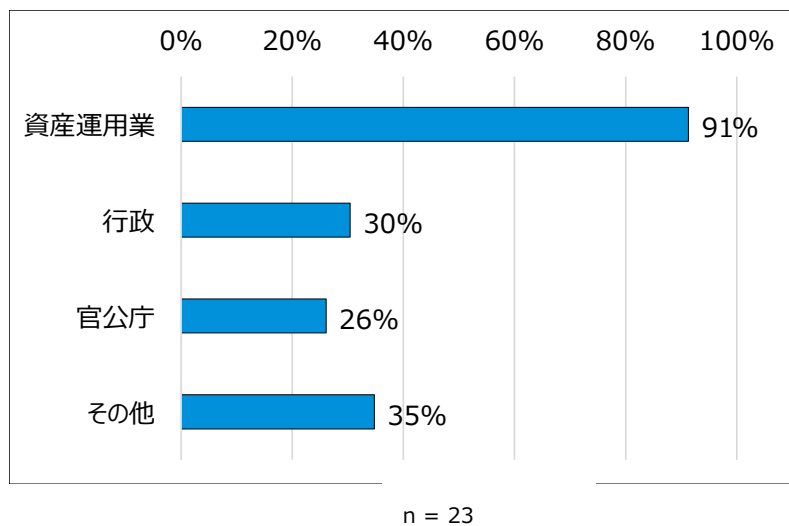
図表２－１９ オルタナティブデータやその分析結果の社内共有はどこまでしていますか？



（２０）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（91%）」で、「行政（30%）」や「官公庁（26%）」も挙げられました。その他、不動産業や小売業をはじめとした一般企業や NGO も挙げられました。

図表２－２０ オルタナティブデータの販売先は？（複数回答可）



3. 法規制と課題

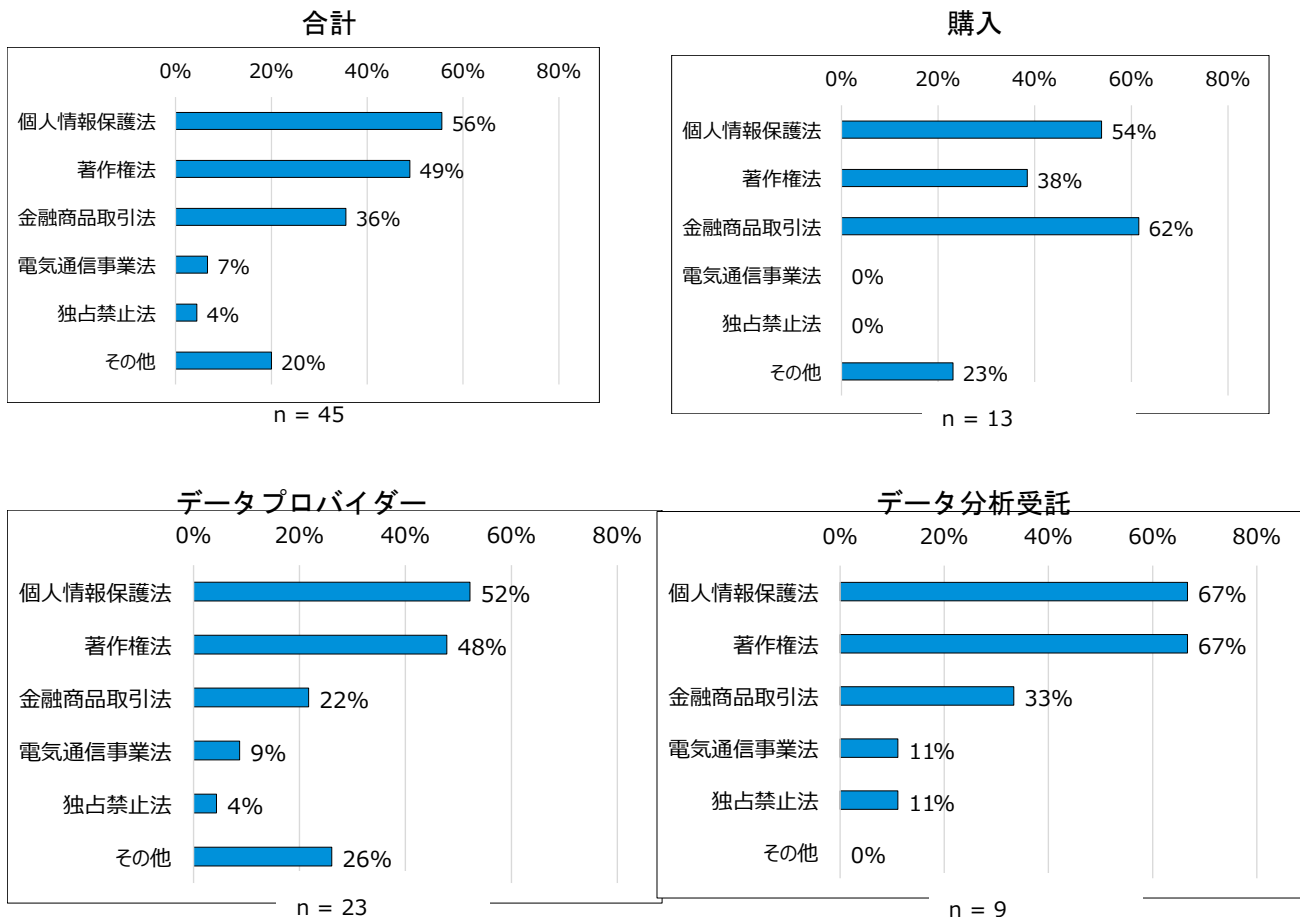
(1) オルタナティブデータを利用するにあたって整備が必要な法規制（主体別）

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（56%）」、「著作権法（49%）」、「金融商品取引法（36%）」が多く挙げられました。

各主体で上記の順番は大きくは変わりませんが、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高いことが示されました。

図表 3－1 オルタナデータを利用するにあたって整備が必要な法律は？（複数回答可、最大3つまで）



(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。

個人情報保護法や著作権法では、データの種類にかかわらず概ね整備が必要であるとの回答が多くみられました。金融商品取引法では、「POS データ（43%）」や「位置情報データ（43%）」の利用者で法整備が必要であるとの回答がやや低くなりました。独占禁止法や電気通信事業法では、データの種類にかかわらず、整備が必要との回答割合は低位となっています。

図表 3-2 取扱っているデータの種別別にみた整備が必要な法律（複数回答可、最大3つまで）

	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	57%	57%	43%	0%	0%	14
クレジットカード	63%	50%	50%	0%	0%	8
位置情報	57%	50%	43%	0%	14%	14
衛星画像	100%	100%	67%	0%	0%	3
SNS	56%	56%	56%	0%	11%	9
WEBスクレイピング	56%	56%	56%	0%	11%	16
ニュース	56%	56%	56%	0%	6%	16

（3）オルタナティブデータを利用するにあたっての課題

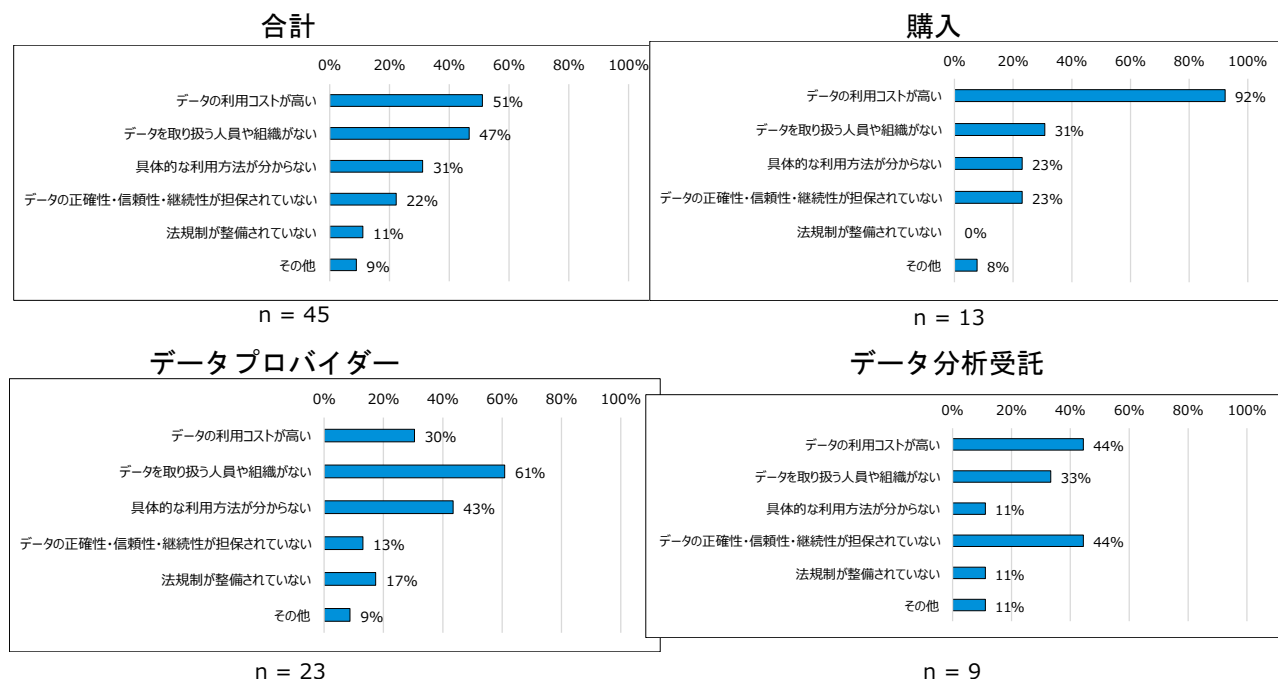
購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、オルタナティブデータを利用するにあたっての課題について質問しました。全体では「データの利用コストが高い（51%）」、「データを取扱う人員や組織がない（47%）」、「具体的な利用方法が分からない（31%）」、「データの正確性・信頼性・継続性が担保されない（22%）」が多く挙げられました。

購入者では、「データの利用コストが高い（92%）」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（61%）」、「具体的な利用方法が分からない（43%）」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（44%）」や「データの正確性・信頼性・継続性が担保されない（44%）」、「データを取扱う人員や組織がない（33%）」などの課題が挙げられました。

図表 3-3 オルタナティブデータを利用するにあたっての課題は？（複数回答可、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	データの利用コストが高く、複数データを扱うことが難しい。
	補完的な利用にとどまっていることからデータ購入等にかかる費用および社内のリソースが限られる。
	データを扱う人員がAI中心となってしまう十分な人員が選けていない。
	利用予定の無いデータを含む契約はコストが高くなる。
	資産運用においては株式関連が中心であり、債券領域のユースケースが少ない。
	契約手続き、利用範囲の特定、データ利用環境構築に大きな負担。
	データ利用料については、インフレ等の影響もあり、年々増加傾向。
	PoCで価値を出す部分をできるだけ安く試せる仕組みがあると良い。
	課題として「ベンダーの各業種に対する理解が乏しい」点があるのではないかな。
データプロバイダー	非伝統的なものであるため業務プロセスが浸透するまでに時間を要する。
	正確性・信頼性について、その性質上、限界があるにも関わらず、伝統的なものと同程度に求められがち。
	ユースケース等が明確であり、かつ投資に対する有用性が認められていないと、販売には至らないケースが多い。
	データの質を保つためのメンテナンスコストが高いため、よりローコストかつ高精度な管理法が今後重要になる。
	各企業にデータ見識のある人員が少なく、価値や利活用方法が伝わりにくい。
	トラディショナルデータとは異なるユースケースの説明・提案のスキルやナレッジが必要。
	データの価格が高額であるために、データビジネスを行う際の顧客が特定の業界に集中している。
	法規制が整備されていないために、企業がリスクを取ってデータを提供しなければならない状況となっている。
データ分析受託	データを取り扱うことができる人員や組織がないことで、活用の企画が進んでも、実装に至らない場合が多い。
	データの収集元やどのような集計をしているのかが明示されていない。
	データ拠出者によって仕様が曖昧な事が多いため。
	希少性ゆえの利用コストの高さがネックとなり、気軽な利活用がしにくい。
	オルタナティブデータの利用による成果が見えない段階から高額のコスト負担が発生するため、予算権限者に説明しにくい。
	オルタナティブ・データの利活用の可能性を理解し、データを検証できる人材がまだ不足しているため、ニーズが広がらない。
	データの調達コストが高額であり、継続的な分析・活用におけるコスト負担が大きい点が課題。

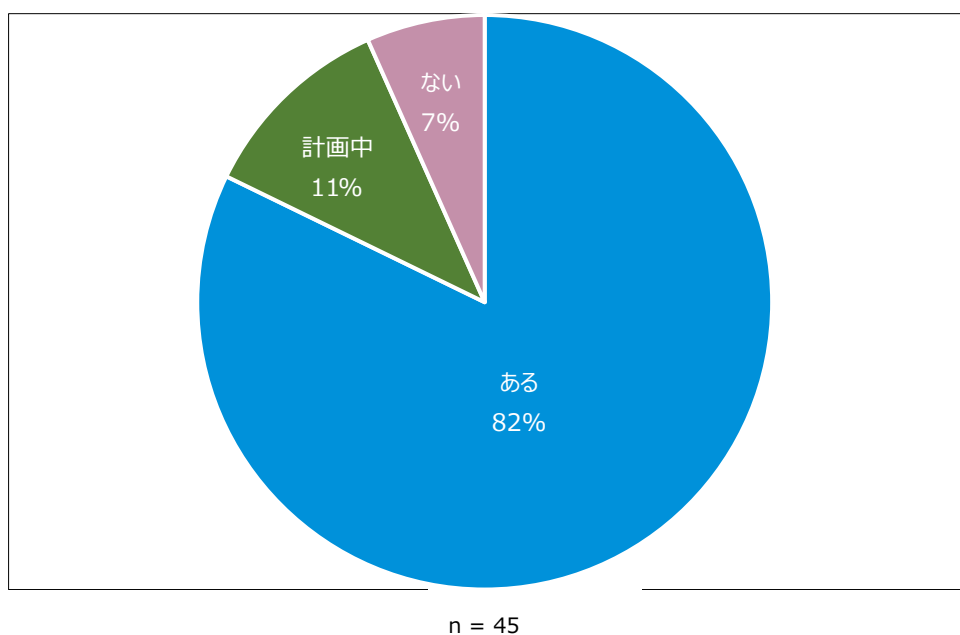
4. オルタナティブデータとAIの活用

(1) AIの活用

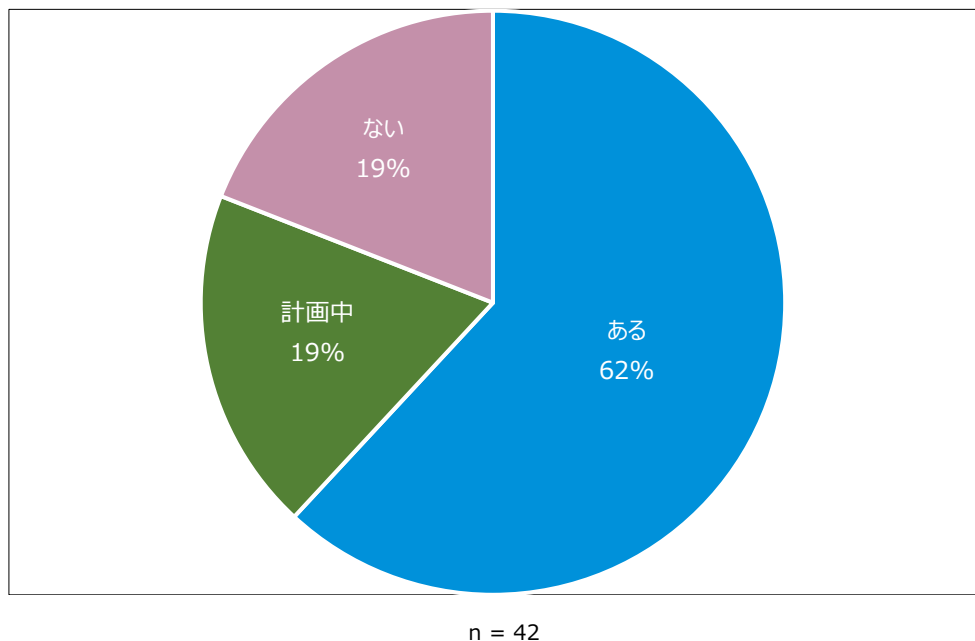
購入者・データプロバイダー・データ分析受託を対象に、AI（生成AIに限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはあるか質問しました。「ある（82%）」との回答が最も多く、「計画中（11%）」、「ない（7%）」が続きました。

上記質問に対して「ある」「検討中」と回答した先に対して、オルタナティブデータを用いてAI（生成AIに限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはあるか質問しました。「ある（62%）」との回答が過半数を占める一方で、「計画中（19%）」や「ない（19%）」との回答も多く、オルタナティブデータとAIとの結びつきを強めていく余地があることが示されました。

図表4-1-1 AI（生成AIに限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはありますか？



図表4-1-2 オルタナデータを用いてAIをビジネスやリサーチに活用したことはありますか？



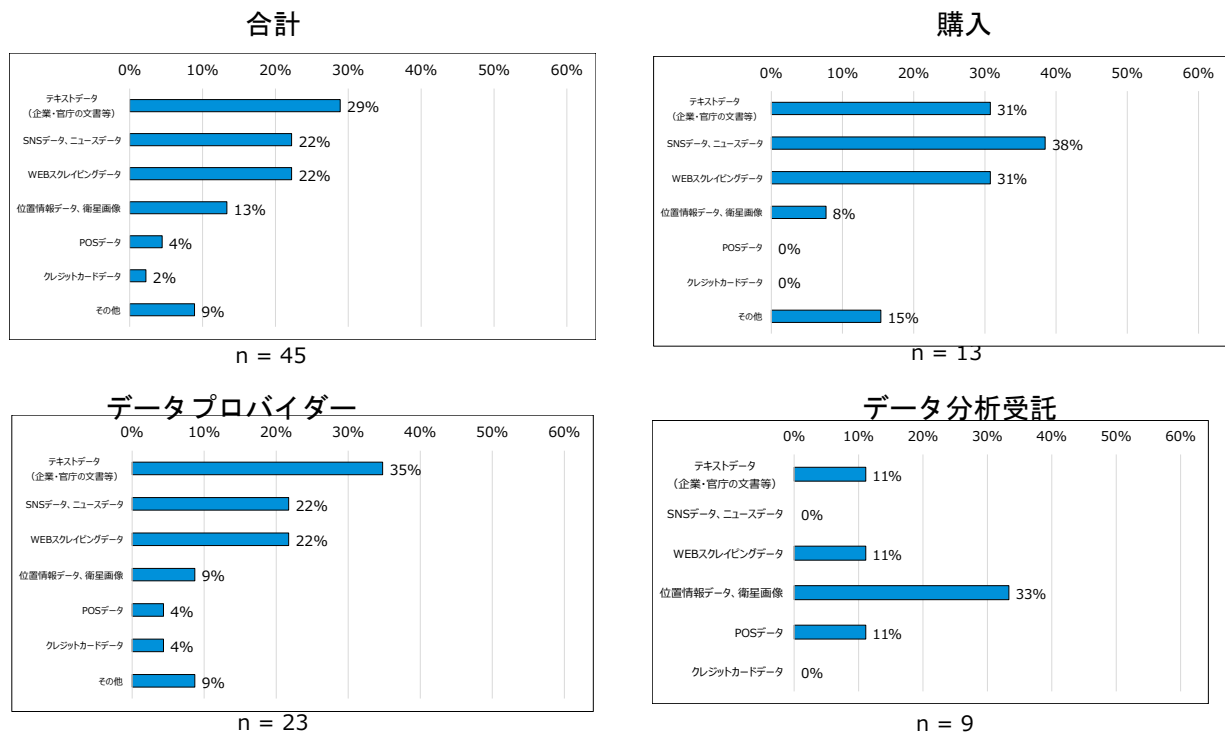
（２）AI 活用時に利用しているオルタナティブデータ

「オルタナティブデータを用いて AI（生成 AI に限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはあるか」という質問に対して「ある」と回答した先に対して、生成 AI の活用時に利用しているオルタナティブデータの種類を質問しました。

「テキストデータ（企業・官公庁の文書等）（29%）」や「SNS データ、ニュースデータ（22%）」、「WEB スクレイピングデータ（22%）」などが多く挙げられました。

具体的な活用方法や利用方法としては、「位置情報データを用いた売上予測サービスの提供」や「ニュースデータの分析によりアナリストレポートを作成」、「法人営業の営業戦略策定補助」など、多様な活用事例が回答されました。

図表４－２ 生成 AI の活用時に、どのようなオルタナティブデータを活用していますか？
（複数回答可、最大３つまで）

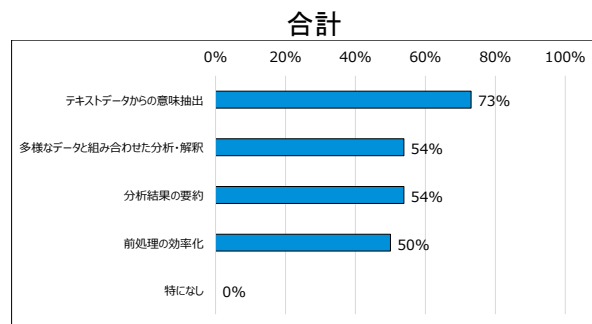


（３）生成 AI の活用時にオルタナティブデータを用いる利点

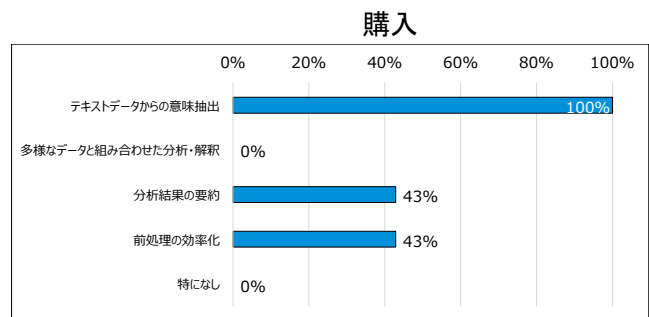
「オルタナティブデータを用いて AI（生成 AI に限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはあるか」という質問に対して「ある」と回答した先に対して、生成 AI の活用時にどこにオルタナティブデータを用いる利点を感じているか質問しました。

「テキストデータからの意味抽出（73%）」や「多様なデータと組み合わせた分析・解釈（54%）」、「分析結果の要約（54%）」などが多く挙げられました。

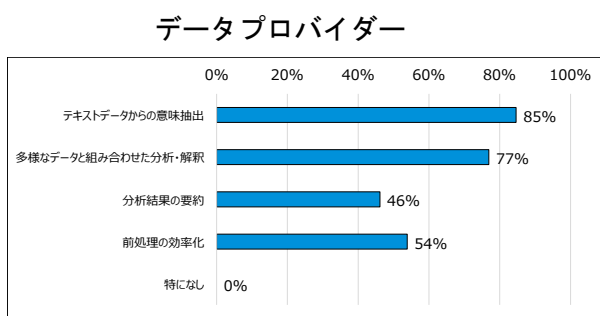
図表 4－3 生成 AI の活用時に、どこにオルタナティブデータを用いる利点を感じていますか？
(複数回答可)



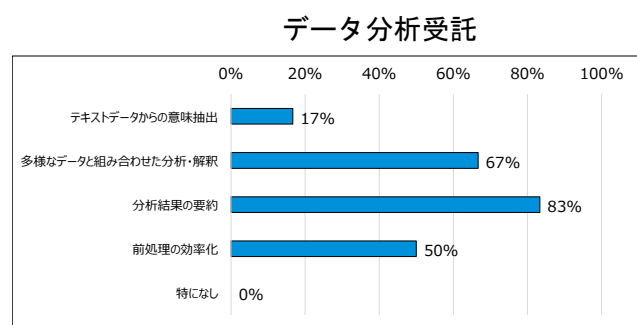
n = 26



n = 7



n = 13



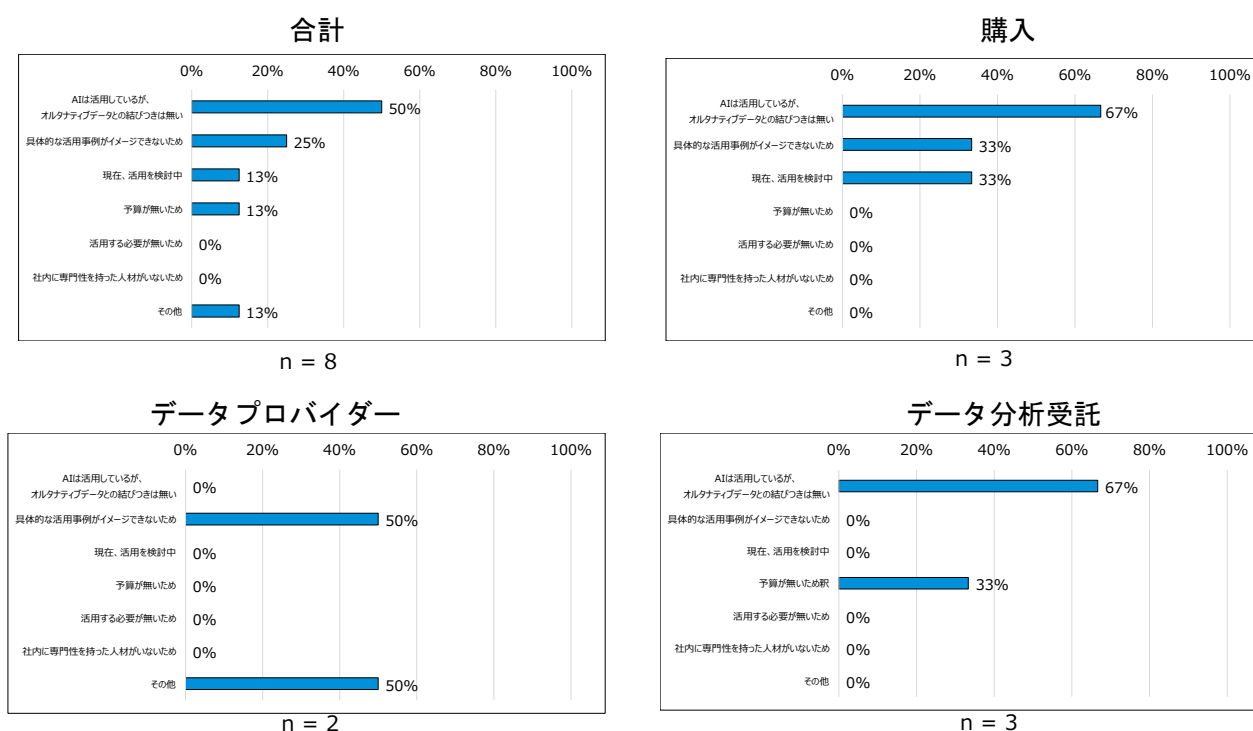
n = 6

（４）オルタナティブデータを用いた AI 活用をしていない理由

「オルタナティブデータを用いて AI（生成 AI に限らない）をビジネスやリサーチに活用したことはあるか」という質問に対して「ない」と回答した先に対して、オルタナティブデータを用いた AI 活用をしていない理由について質問しました。

「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無い（50%）」や「具体的な活用事例がイメージできないため（25%）」などが多く挙げられました。

図表 4－4 オルタナティブデータを用いた AI 活用をしていない理由は？
（複数回答可、最大3つまで）



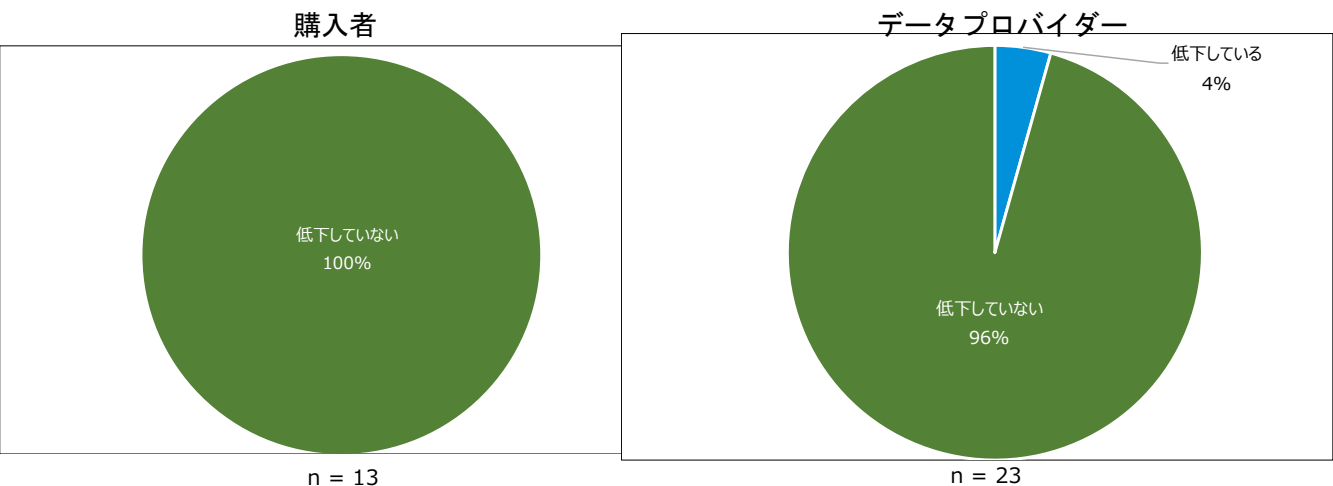
5. オルタナティブデータのニーズと今後の見通し

(1) オルタナティブデータに対するニーズ

「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 100%、データプロバイダーで 96%に達し、ほぼ全ての回答者から、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。

図表 5－1 オルタナティブデータのニーズは低下していますか？

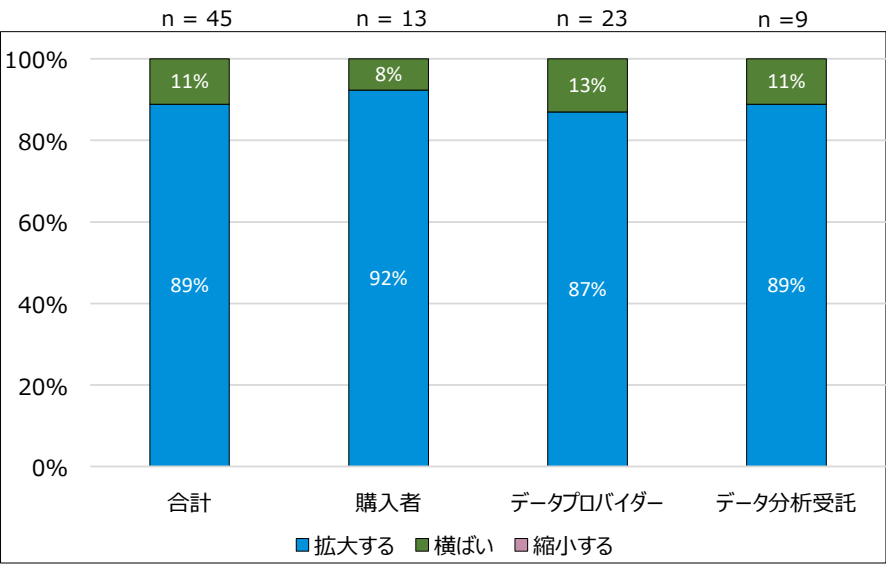


(2) オルタナティブデータの今後の見通し

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思込まれていることが示されました。

図表 5－2 今後、オルタナティブデータの市場は拡大すると思いますか？



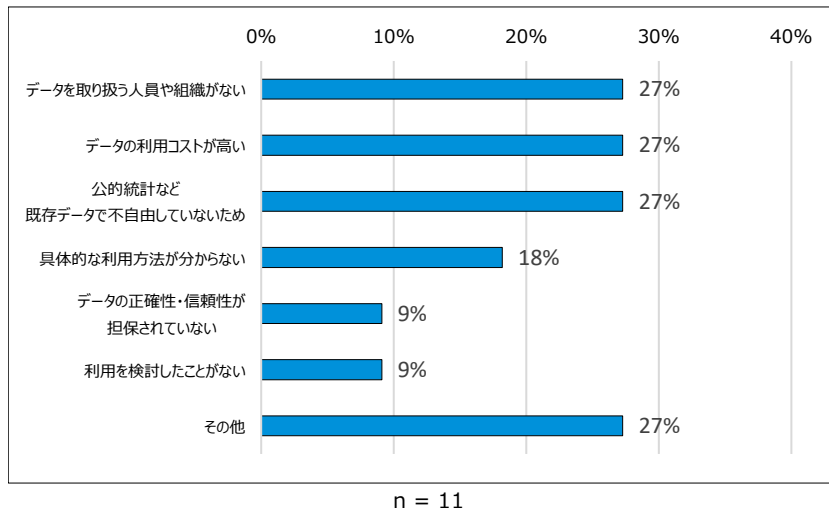
6. 未利用者

(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。

回答として、「データを取り扱う人員や組織がない (27%)」や「データの利用コストが高い (27%)」、「公的統計など既存データで不自由していない (27%)」などが挙げられました。

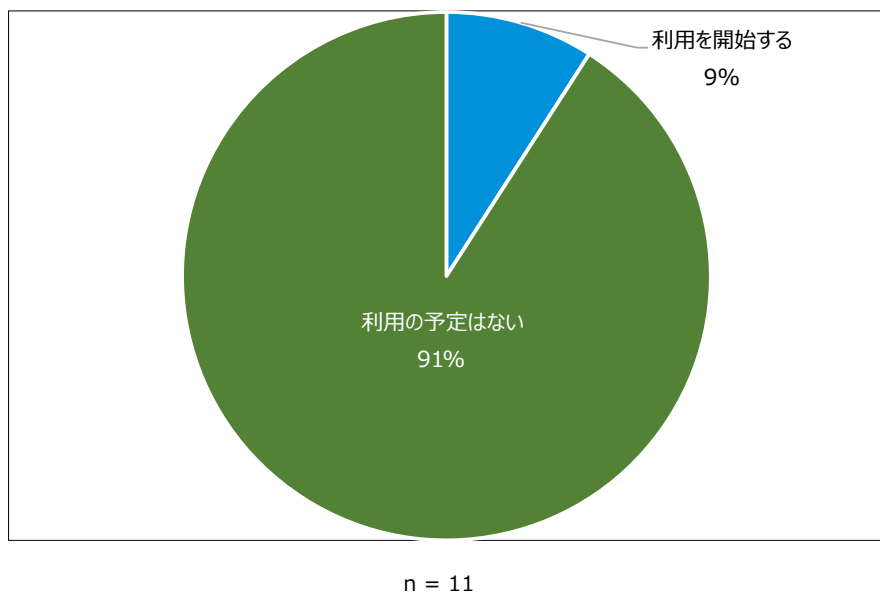
図表 6-1 オルタナティブデータを利用していない理由は？（複数回答可、最大3つまで）



(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、91%の先が利用を予定していないことが示されました。

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4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ほとんど全ての回答者が「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ました。

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に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。今回の調査では、3〜5人の専門人材を擁する購入者の割合が3割を超える結果となりました。

第三に、オルタナティブデータとAIの活用が挙げられます。今回の調査では、多くの先がオルタナティブデータとAIとを組み合わせ活用していることが示されました。両者を組み合わせることで、テキストデータからの意味抽出や多様なデータと組み合わせた分析を行うなど、多様な活用がなされています。一方で、AIは活用しているけれども、オルタナティブデータと組み合わせた活用は行っていないという先も相応にみられました。

第四に、オルタナティブデータの課題が挙げられます。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も、「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」「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、「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が毎月開催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。もっとも、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」との回答が昨年の62%から46%に低下するなど、支出金額が増加する動きもみられています。昨今のインフレの影響もあるとはいえ、支出金額が増加していることはポジティブに捉えられます。

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・スキルの高度化については引き続き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

を進めていきます。

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 AI の広がりなどを受けて、オルタナティブデータの活用の方は広がっていくことが見込まれます。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)

新谷 幸平 (kshintani@sompo-ri.co.jp)