

# オルタナティブデータ FACTBOOK2025年度版 (概要)

～オルタナティブデータのAI活用が進行中～

2025年12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.

小池理人  
新谷幸平

# 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、利活用がいっ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（2022年開始、今回は第4回）。
- 全体で56先からの回答を得て、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
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%

### ■ 本調査の集計期間

2025年9月1日～2025年11月15日

# オルタナティブデータの利用経験

購入者

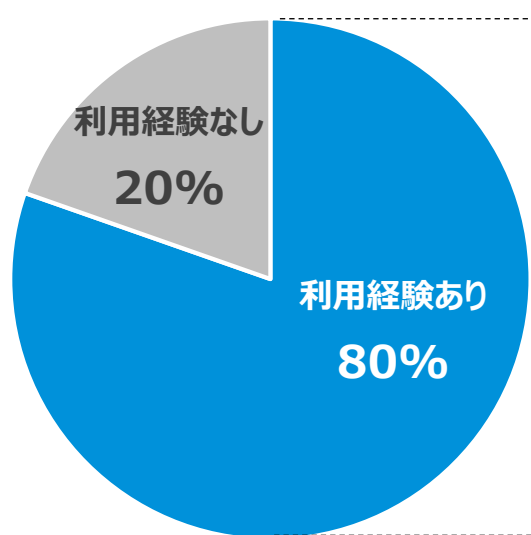
データプロバイダー

データ分析受託

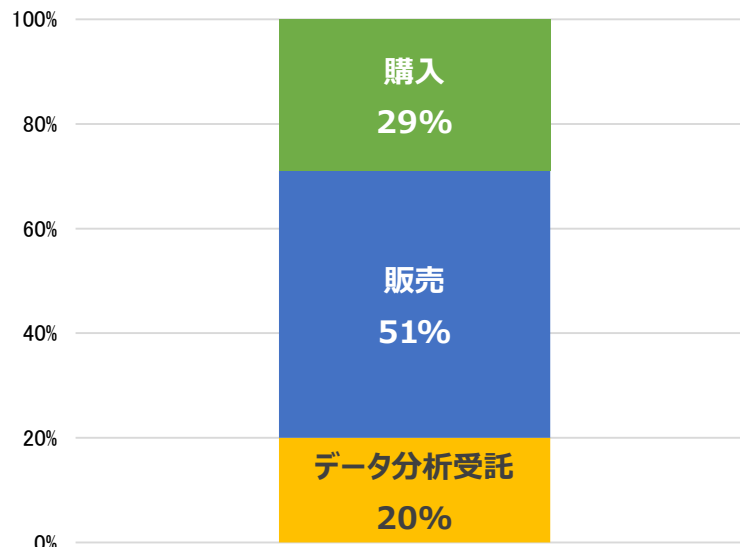
未経験

- オルタナティブデータの利用経験を質問したところ、80%が「利用経験あり」と回答。
- 「経験あり」とした回答の内訳は、「購入経験あり」が29%、「販売経験あり」が51%、「データ分析受託経験あり」が20%となった。
- 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」の3つに分類し、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？

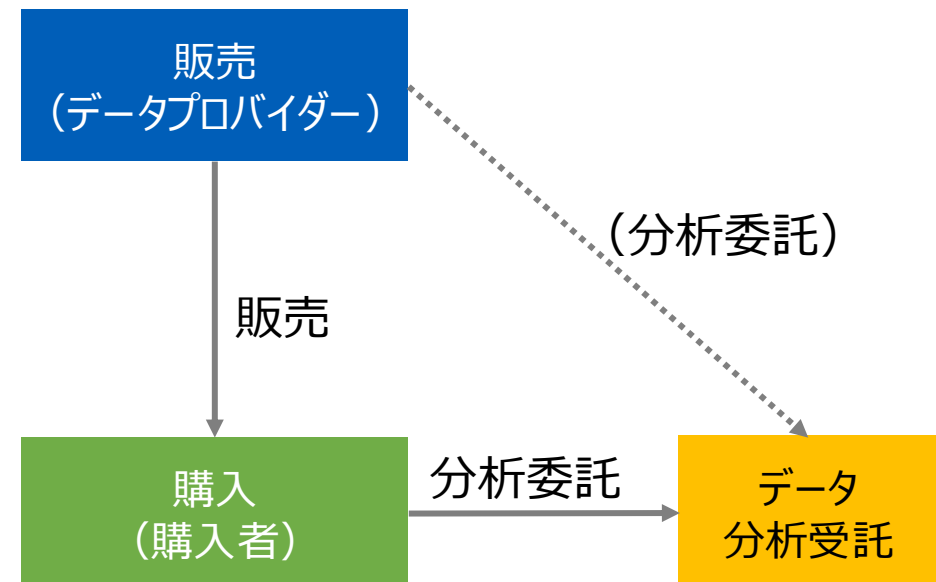


n=56



n=45

## ■ 各主体のイメージ

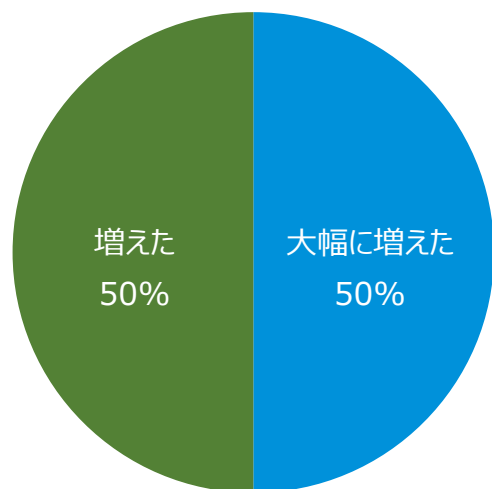


# 支出金額の増減

- 購入者に対し、オルタナティブデータへの支出金額の前年度からの変化を質問した。
- 「大幅に増えた」「増えた」という回答の合計が23%となったものの、「減った」という回答もみられた。
- 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、各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る。

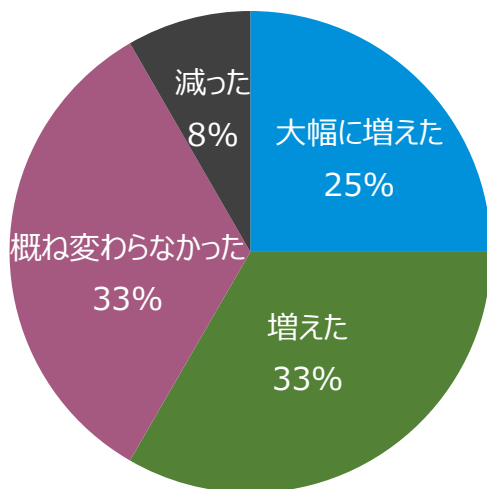
## ■ オルタナティブデータの取扱額は前年度と比べてどう変化したか

2022年調査



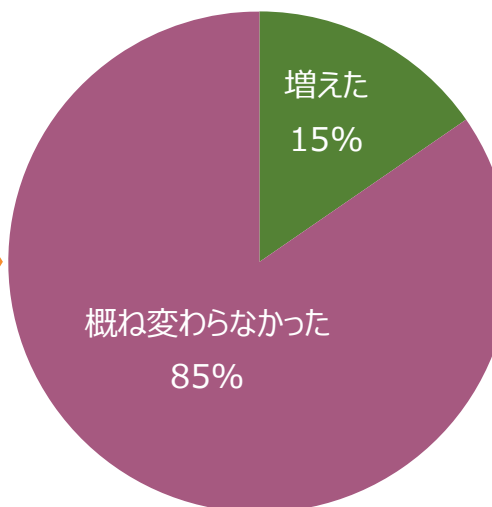
n = 10

2023年調査



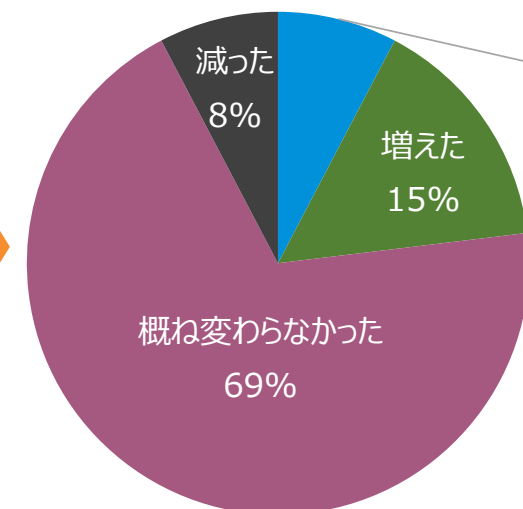
n = 12

2024年調査



n = 13

2025年調査



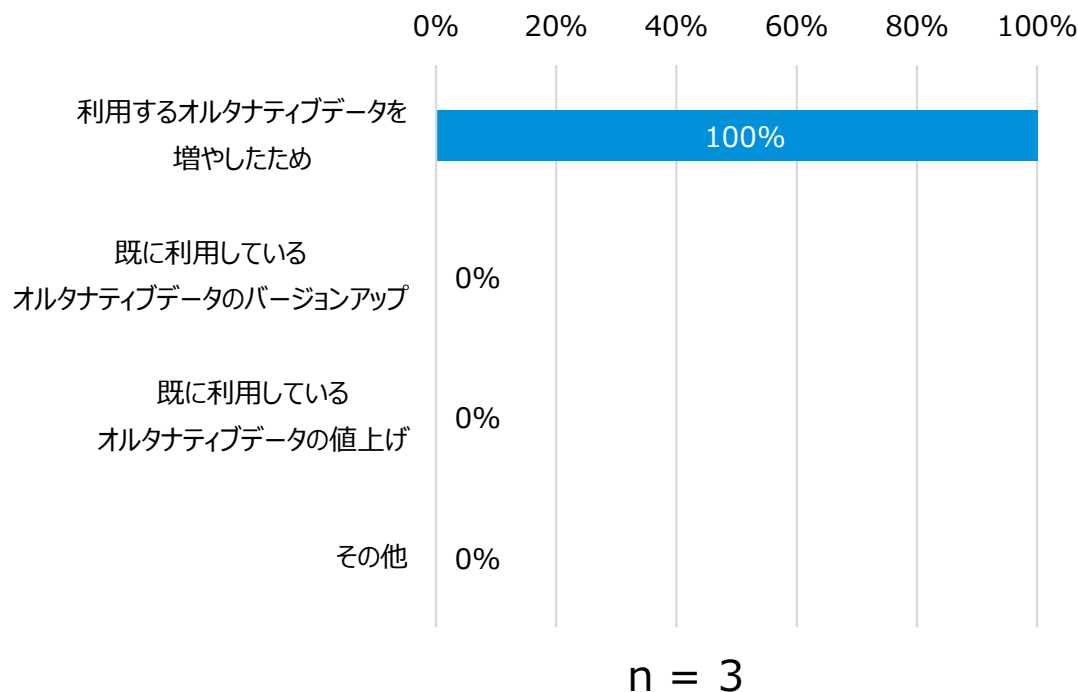
n = 13

大幅に  
増えた  
8%

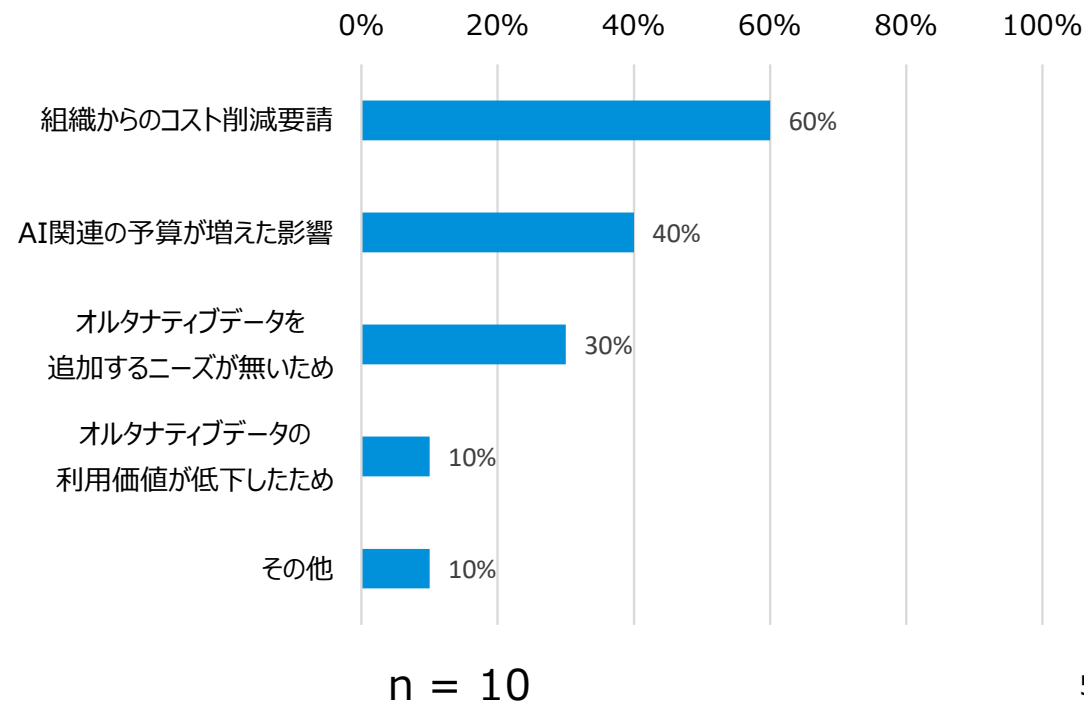
# オルタナティブデータの購入金額が変化した理由

- 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、全ての回答者が「オルタナティブデータを増やしたため」と回答した。
- 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請（60%）」が最も多く、「AI関連の予算が増えた影響」（40%）などが続いた。

■ 2024年度の支出金額が  
「大幅に増えた」「増えた」理由は何か（複数回答可）



■ 2024年度の支出金額が  
「大幅に減った」「減った」理由は何か（複数回答可）

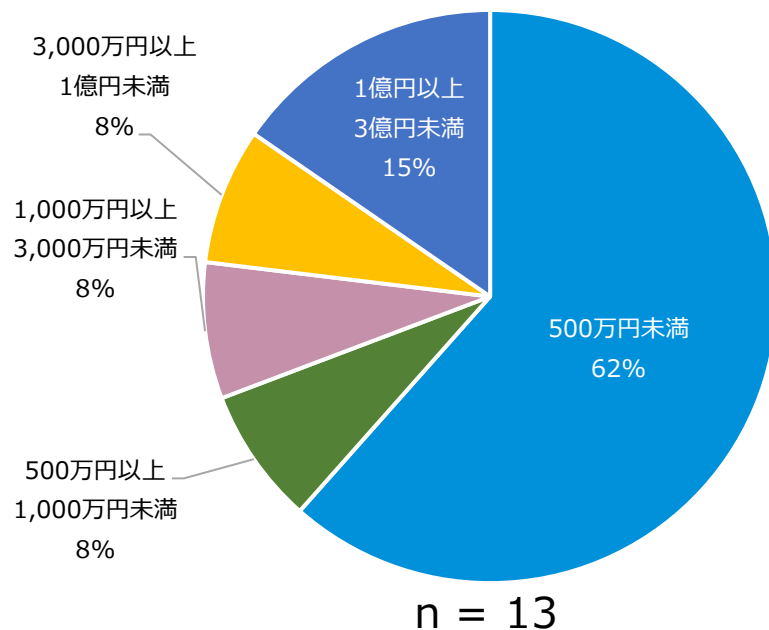


# 年間の支出金額の分布

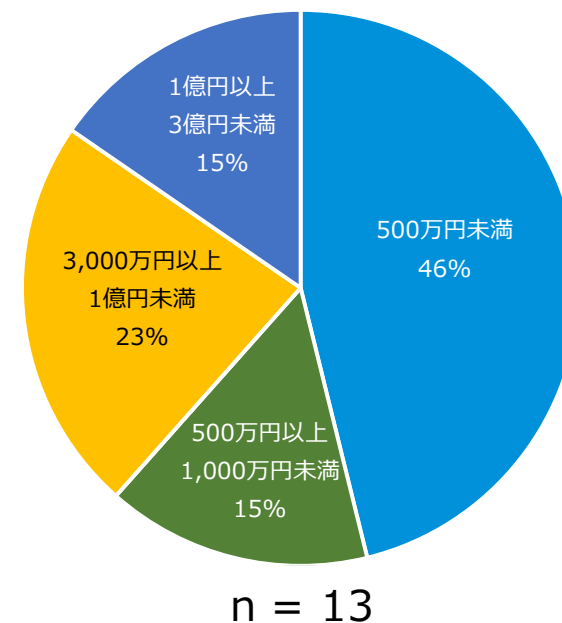
- 購入者に対し、オルタナティブデータの年間支出金額をレンジで質問した。
- 「500万円未満」が46%と高い割合を占めるものの、「3,000万円以上1億円未満」が23%を占めるなど、まとまった金額を支出する先もみられた。
- 購入金額が増えた理由・増えなかった理由を勘案すると、予算面から支出金額が抑制的になっている先と、ニーズ拡大により支出金額が増加している先との、二極化が進展していることが推察される。

## ■ オルタナティブデータに関する年間の支出金額はいくらか

2024年調査



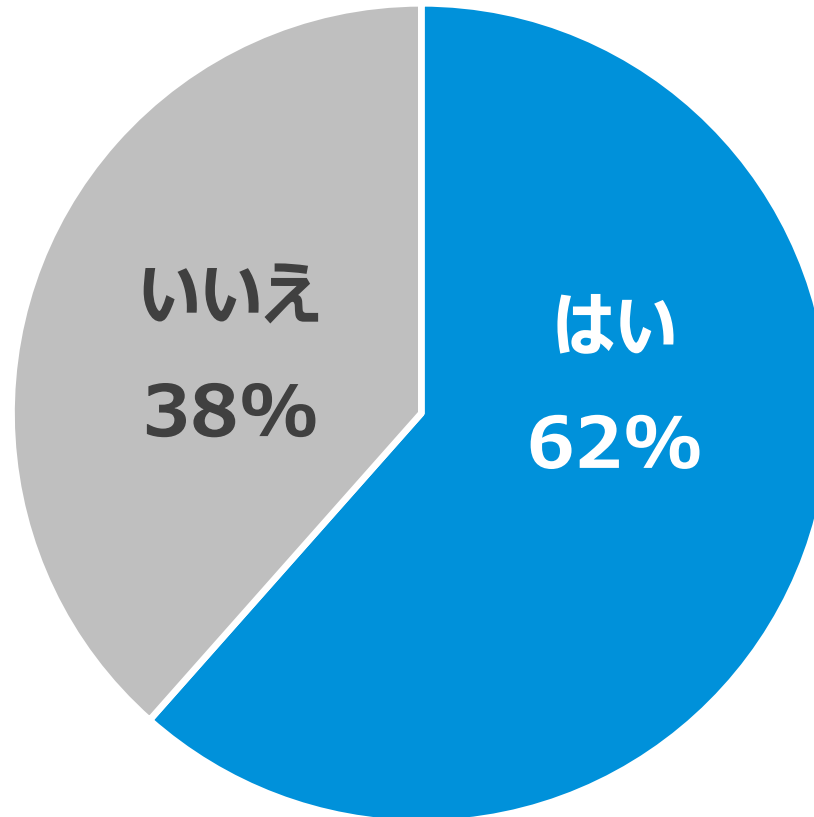
2025年調査



# 既利用オルタナデータの更なる利用

- 購入者を対象に、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）について質問したところ、多くの回答者が利用を増やしていることが示された。

- 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）は増えたか

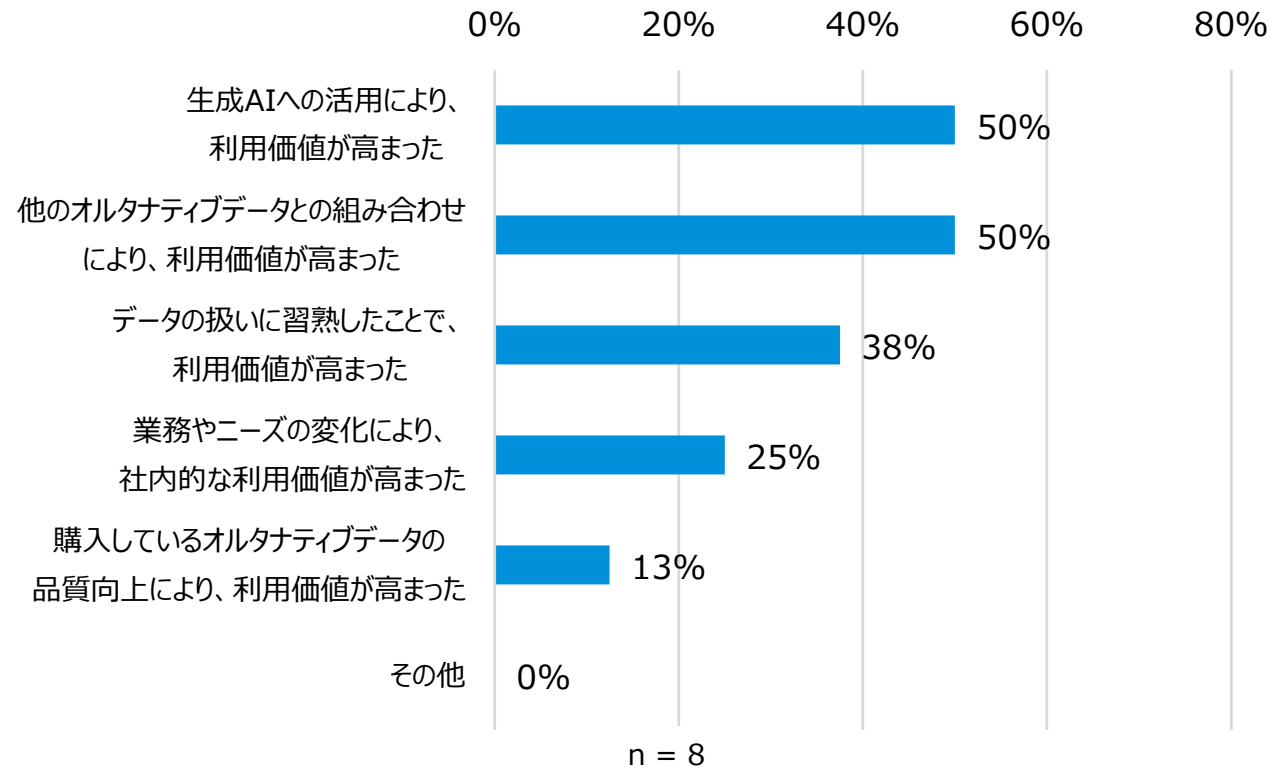


n = 13

# 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。
- 「生成AIへの活用（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を挙げる先が多くみられた。

## ■ 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）が増えた理由は何か

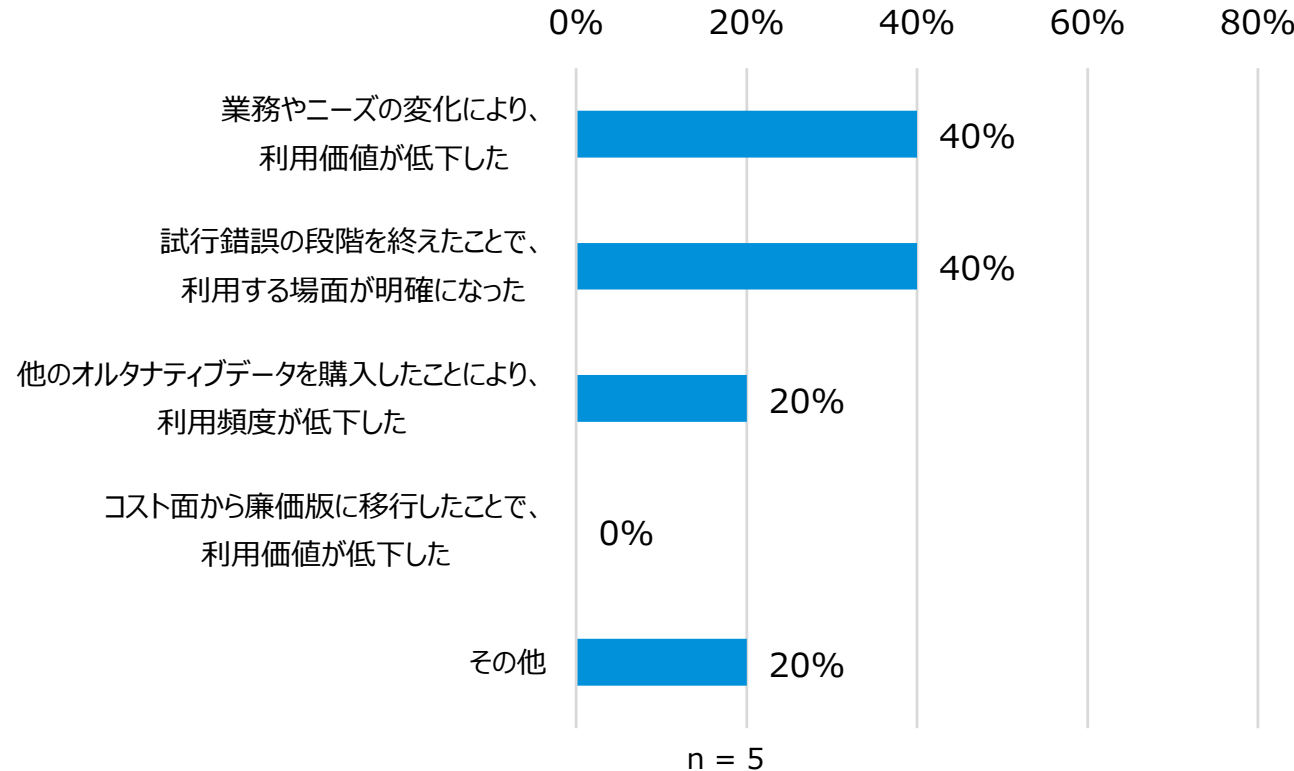




# 既利用データの利用が増えなかった理由

- 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。
- 「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、「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た。

## ■ 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）が増えなかった理由は何か



# 利用開始時期

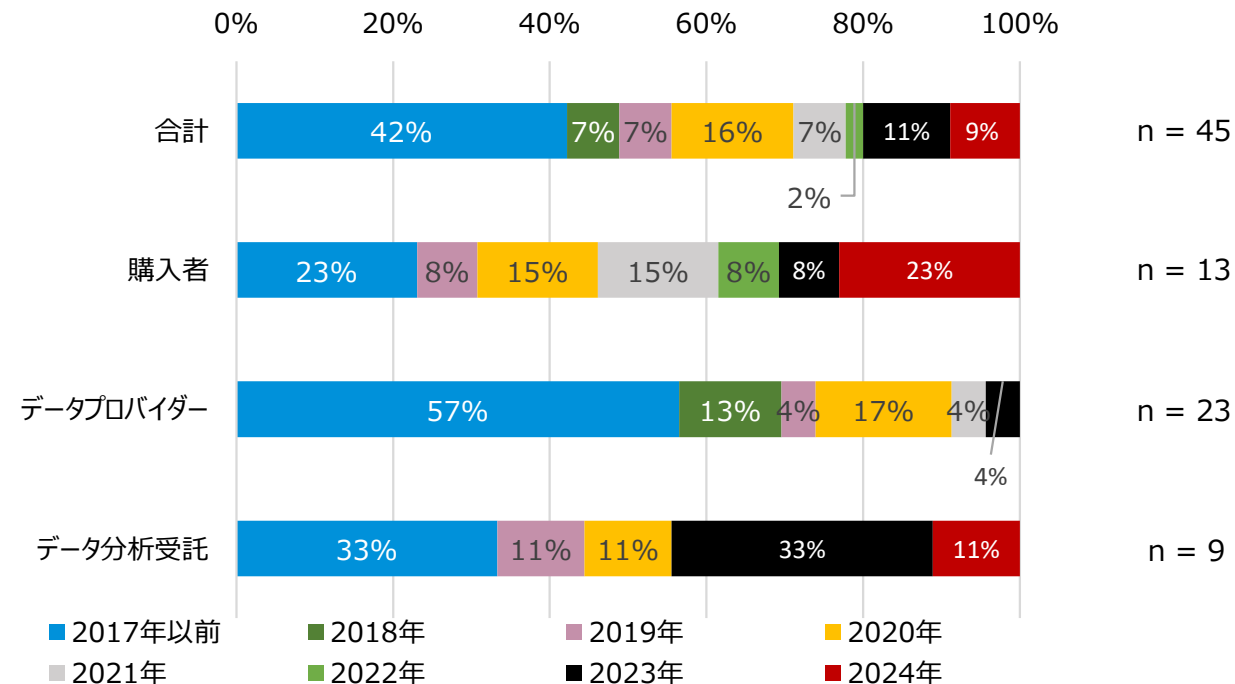
購入者

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2020年以降に利用を開始した先も多く、コロナ禍を背景に需要が拡大したことが示唆される。
- 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やデータ分析受託では利用開始時期が早い一方、購入者は2022年以降に利用開始した先も相応に存在している。

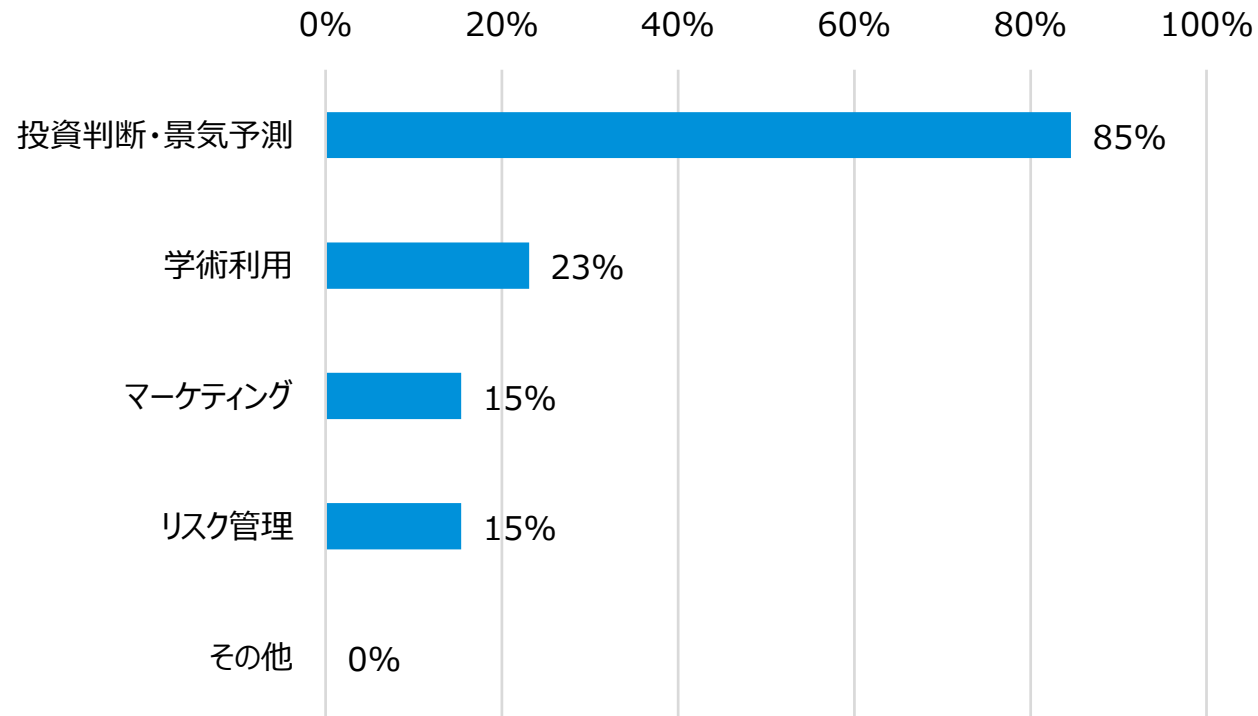
## ■ オルタナティブデータを利用開始した時期はいつか



# オルタナティブデータの活用目的

- 購入者に対し、オルタナティブデータの活用目的を質問した。
- 活用目的としては、「投資判断・景気予測」が最多となった。その他には、「学術利用」「マーケティング」「リスク管理」が続いた。

## ■ オルタナティブデータの活用目的は何か（複数回答可、最大3つまで）



# オルタナティブデータの利点

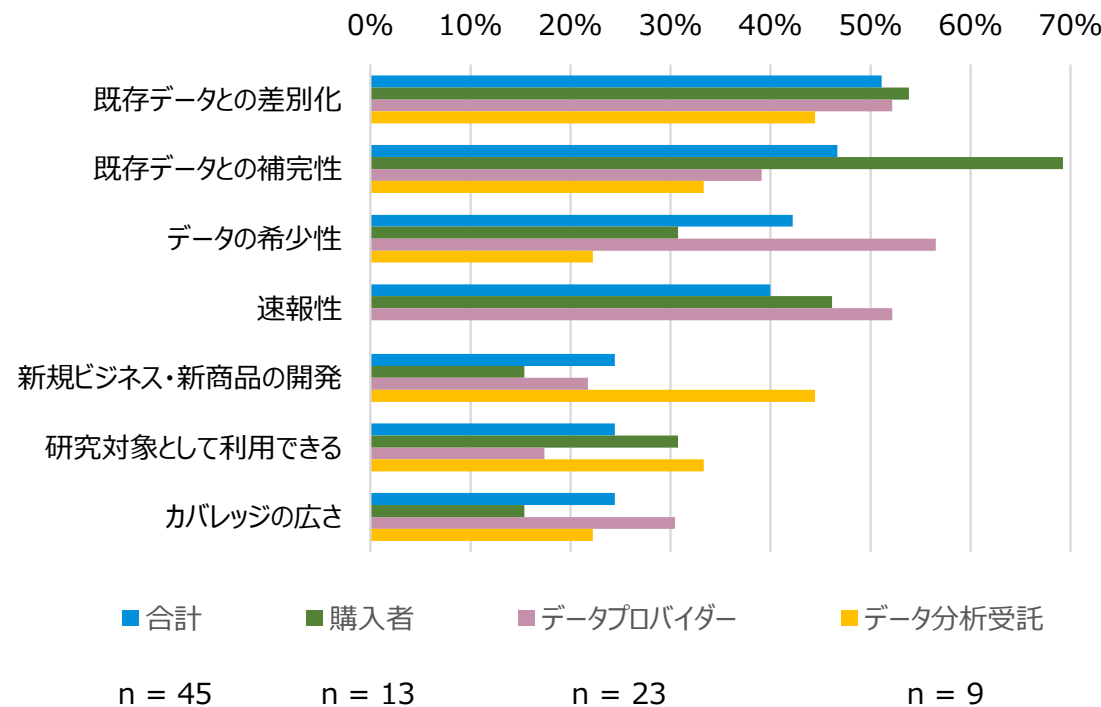
購入者

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利点については、全体では「既存データとの差別化」、「既存データとの補完性」、「データの希少性」といった回答が多くみられた。
- 内訳をみると、購入者では「既存データとの差別化」や「既存データとの補完性」を重視する一方、データプロバイダーでは「データの希少性」が、データ分析受託では「新規ビジネス・新商品の開発」を重視する結果が示された。

## ■ オルタナティブデータ利用の利点は何か（複数回答可、最大3つまで）



# 取扱っているオルタナティブデータの種類

購入者

データプロバイダー

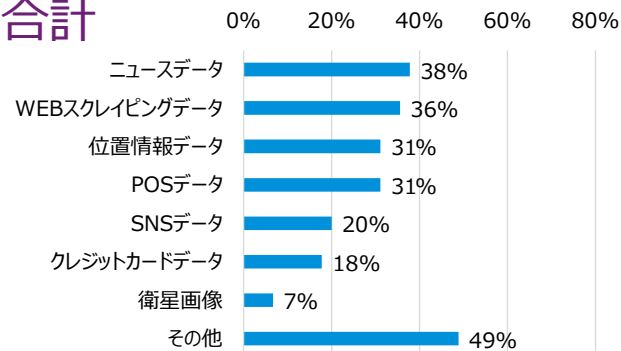
データ分析受託

- 取扱っているオルタナティブデータの種類については、全体では「ニュース」「WEBスクレイピング」「位置情報」などバランス良くデータが取り扱われていることが示された。
- データプロバイダーやデータ分析受託における「その他」をみると、「口コミデータ」「メディカルデータ」「テレビデータ」など多様なデータの利用が行われている。

## ■ 取扱っているオルタナティブデータの種類（複数回答可、最大3つまで）

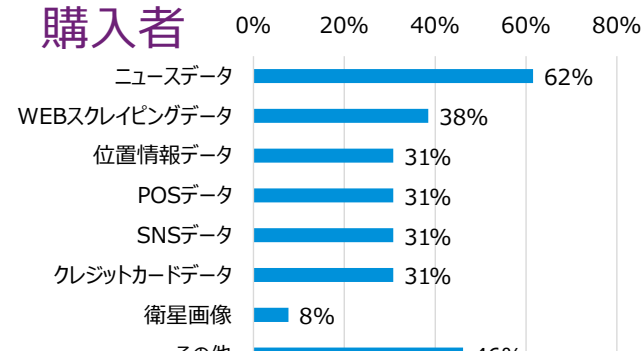
## ■ その他

### 合計



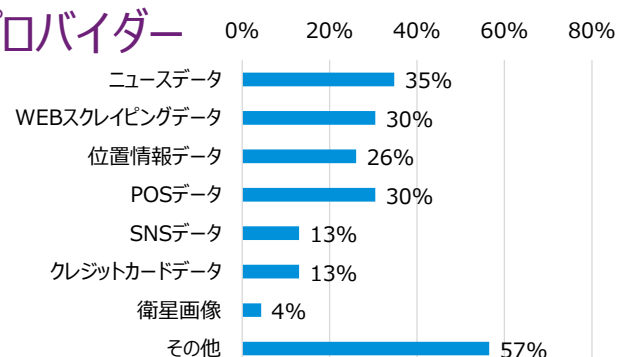
n = 45

### 購入者



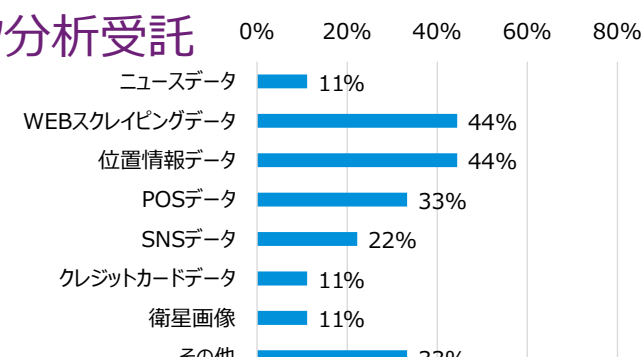
n = 13

### データプロバイダー



n = 23

### データ分析受託



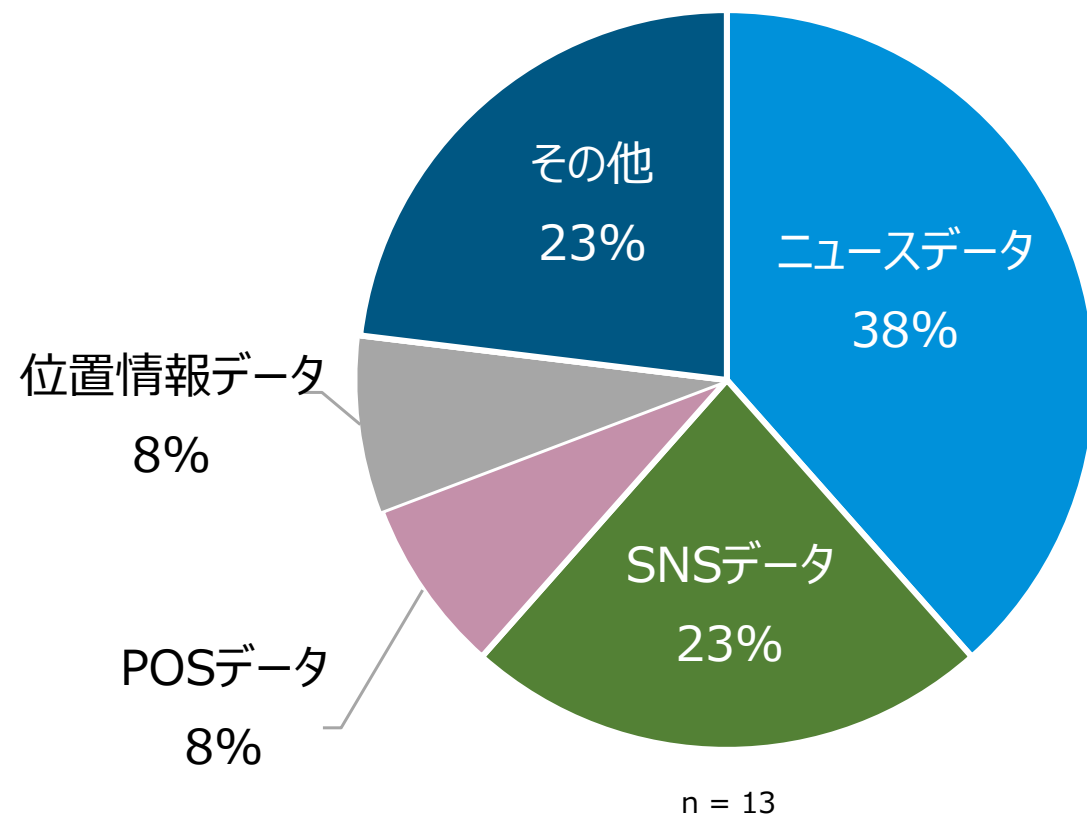
n = 9

- ・店舗データ
- ・テレビデータ
- ・リスクに関するデータ
- ・システムスタツデータ
- ・口コミデータ
- ・メディカルデータ
- ・ファンドデータ
- ・プライベートマーケットデータ
- ・\_intentデータ

# 利用頻度が最も高いデータ

- 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。
- 「ニュースデータ」や「SNSデータ」が多く挙げられた。また、「POSデータ」「位置情報データ」などを挙げる先も見られた。

## ■ 最も利用頻度が高いオルタナティブデータは何か（購入者）



## ■ その他

- ・求人データ
- ・ファンドデータ
- ・物価関連データ
- ・スマホアプリデータ
- ・地理データ

# WEBスクレイピングでの取得データ

購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- WEBスクレイピングの活用者を対象に、取得しているデータと活用方法を確認した。
- 「企業開示情報」や「官公庁の統計データ」といった各種公開情報、「WEB上に公開されている求人情報」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った。
- 集められたデータは「投資判断」や「調査研究」等、幅広い用途で活用されている。

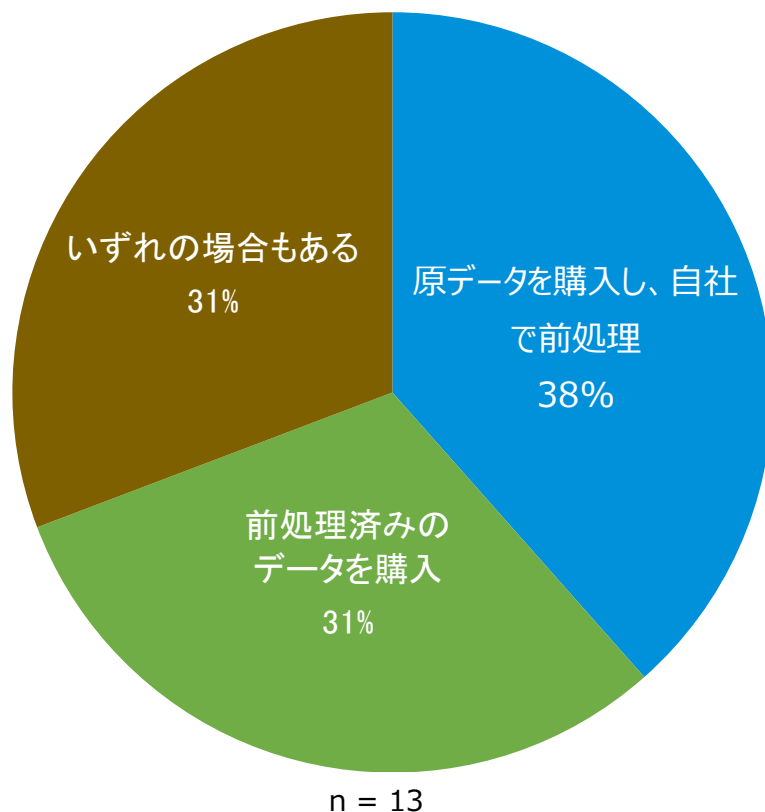
## ■ WEBスクレイピングで取得しているデータと活用方法は何か（WEBスクレイピングの活用者）

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

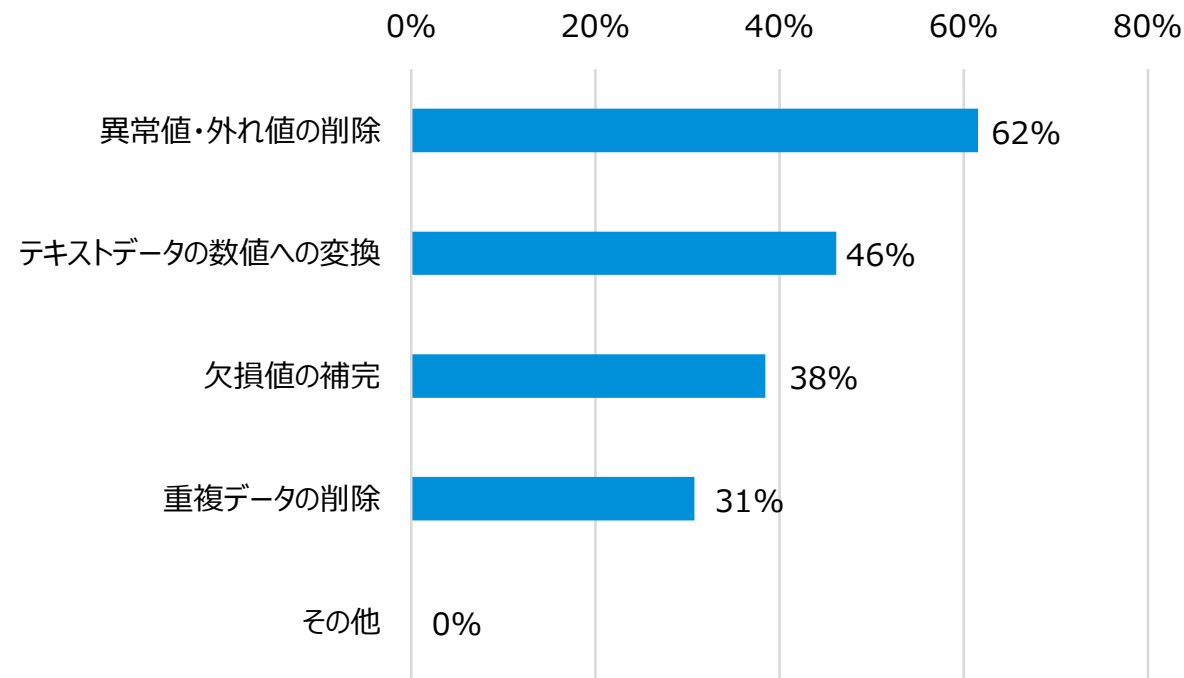
# オルタナティブデータの前処理

- 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ところ、多くの回答者が自社で前処理を実施していることが示された。
- 前処理の内容としては、「異常値・外れ値の削除」が最も多く、「テキストデータの数値への変換」「欠損値の補完」などが続いた。

## ■ 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



## ■ どの部分に前処理を行っているか（複数回答可）





# オルタナティブデータ専門の人員

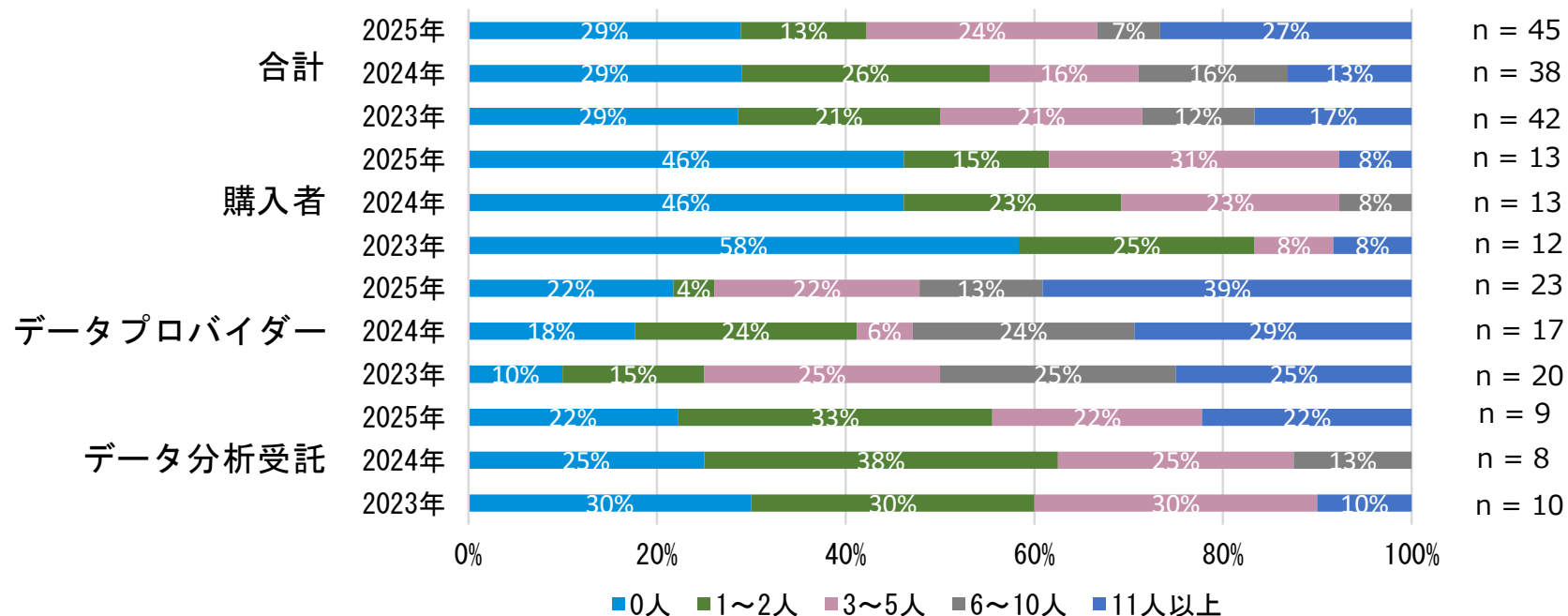
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

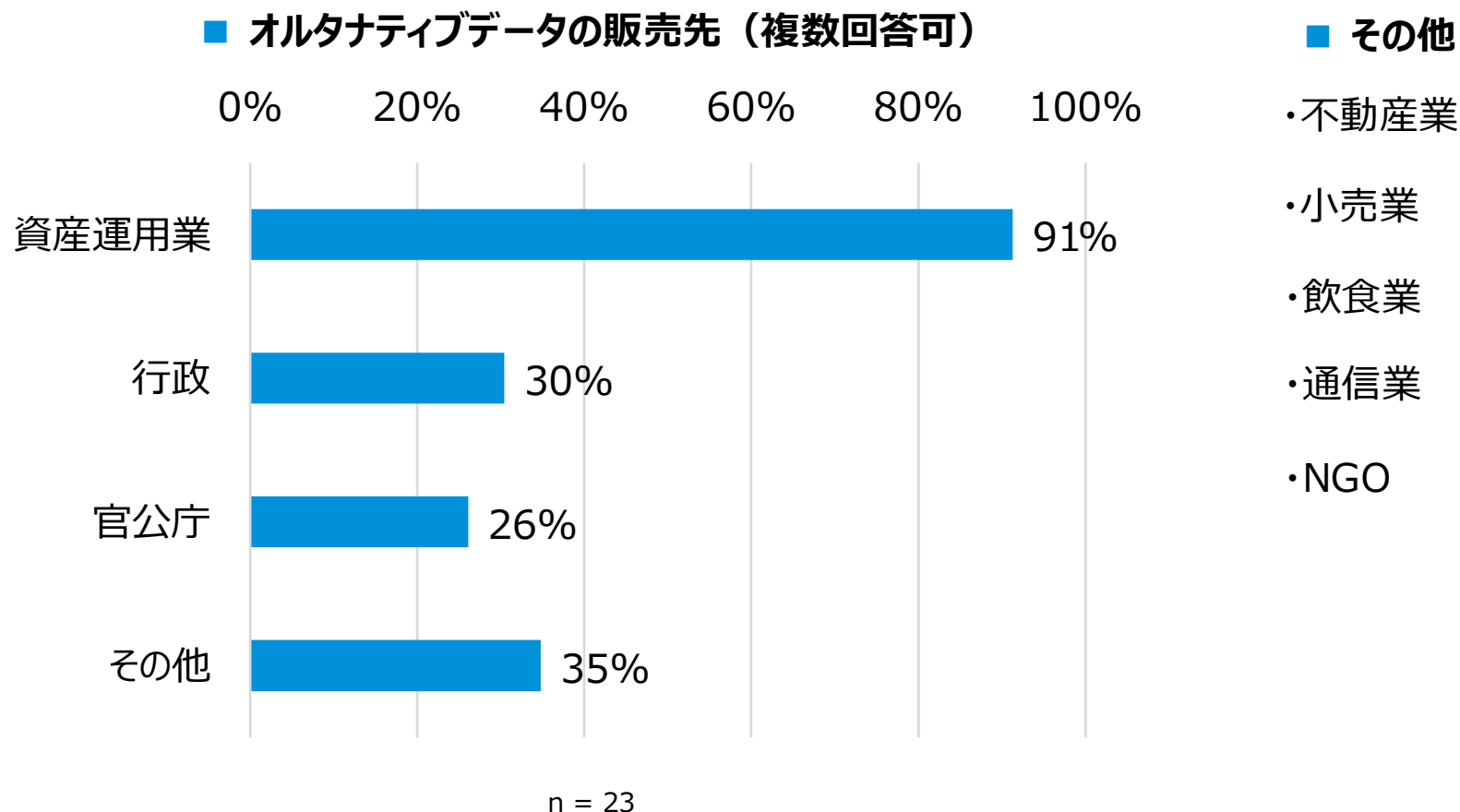
- オルタナティブデータを専門で扱う人員数を質問したところ、各主体で大きく傾向が異なった。
- データプロバイダーやデータ分析受託では多くが専門の人員を有している一方、購入者は専門の人員が少ない「二極化」の傾向が示された。
- ただし、購入者についても「3～5人」専門の人員を置く先が増加するなど、体制の整備が進展していることが示されている。

## ■ オルタナティブデータ専門の人員は何人いるか



# 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、「行政」や「官公庁」との回答もみられた。



# 整備が必要な法律

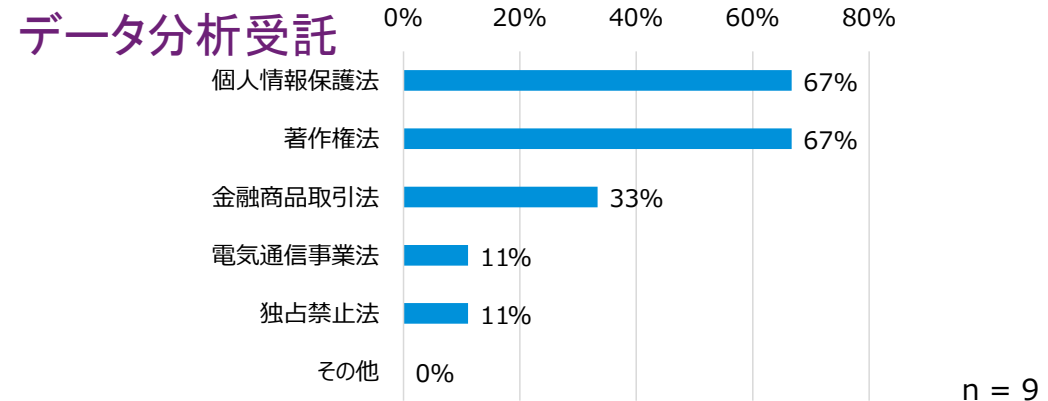
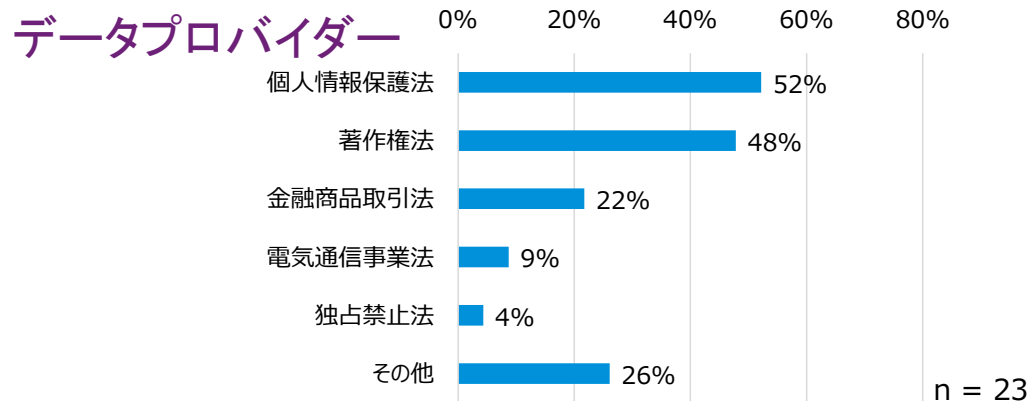
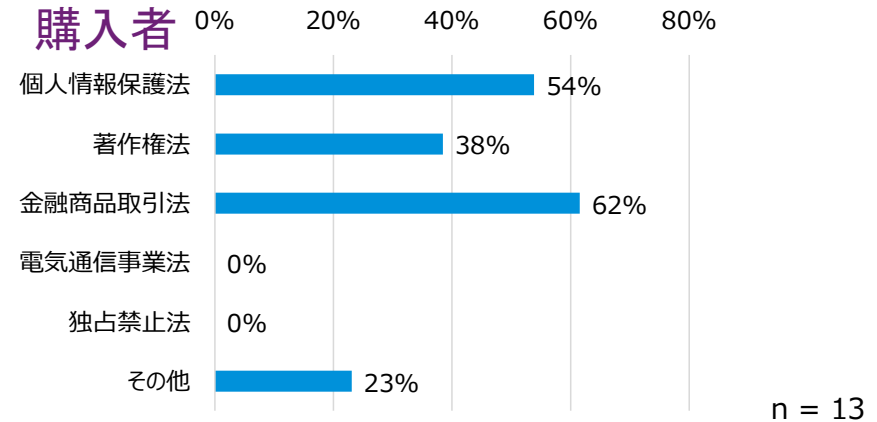
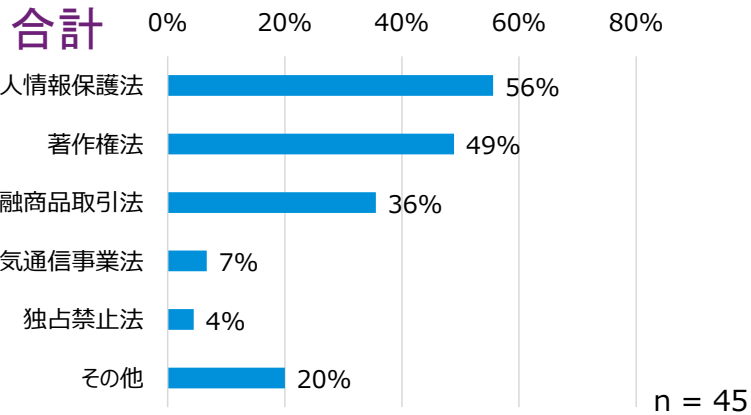
購入者

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って、整備が必要と思われる法律に関する質問では、「個人情報保護法」「著作権法」「金融商品取引法」が多く挙げられた。
- 主体別には、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や著作権法に関する整備が必要と考えていることが示された。

## ■ オルタナティブデータの利用にあたって整備が必要と思われる法律（複数回答可、最大3つまで）



# 整備が必要な法律（データ種類別）

購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- 取扱いしているデータの種類（複数回答可）と、整備が必要と思われる法規制（複数回答可、最大3つまで）のクロス集計を行った。
- 個人情報保護法や著作権法は、データの種類にかかわらず整備が必要であるとの回答が多かった。金融商品取引法ではPOSデータや位置情報データの利用者が法整備が必要であるとの回答割合がやや低かった。
- 独占禁止法や電気通信事業法は、いずれのデータも回答割合が低いあるいは回答無しとなった。

## ■ 取扱いしているデータの種類と整備が必要と思われる法律（複数選択可）

	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

# オルタナティブデータの課題

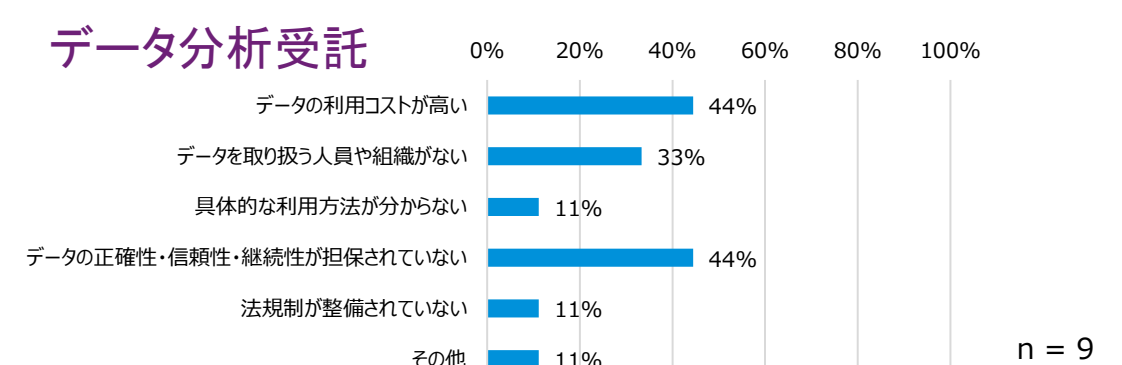
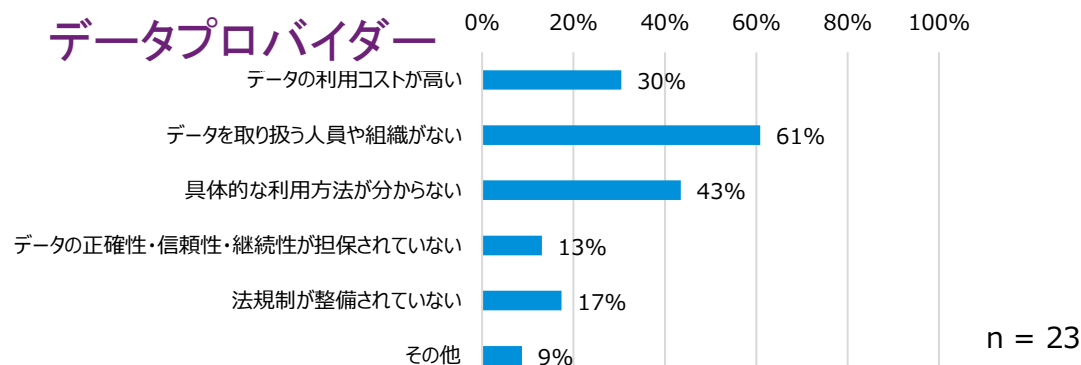
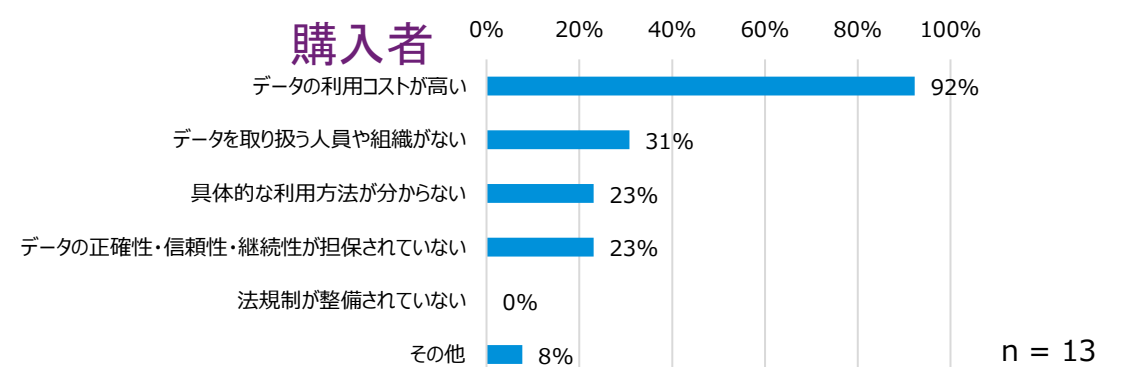
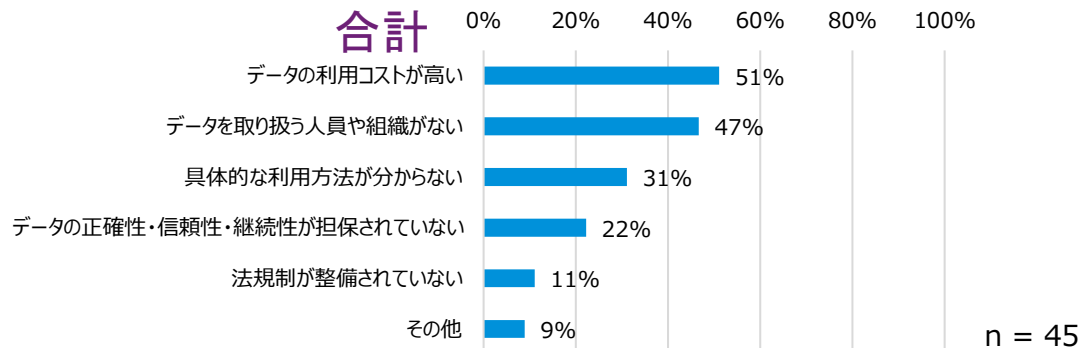
購入者

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」、「オルタナティブデータを扱う人員がない」、「具体的な利用方法が分からない」が多く挙げられた。
- 購入者では、「利用コスト」が最多。データプロバイダーでは、「人員」「具体的な利用方法」が多く挙げられた。データ分析受託では、「利用コスト」と「正確性・信頼性・継続性の担保」が最多となった。

## ■ オルタナティブデータを利用するにあたっての課題（複数回答可、最大3つまで）



# 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）

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避けていない。

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。

# 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）

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。

# 課題（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）

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。



# ビジネスへのAIの活用

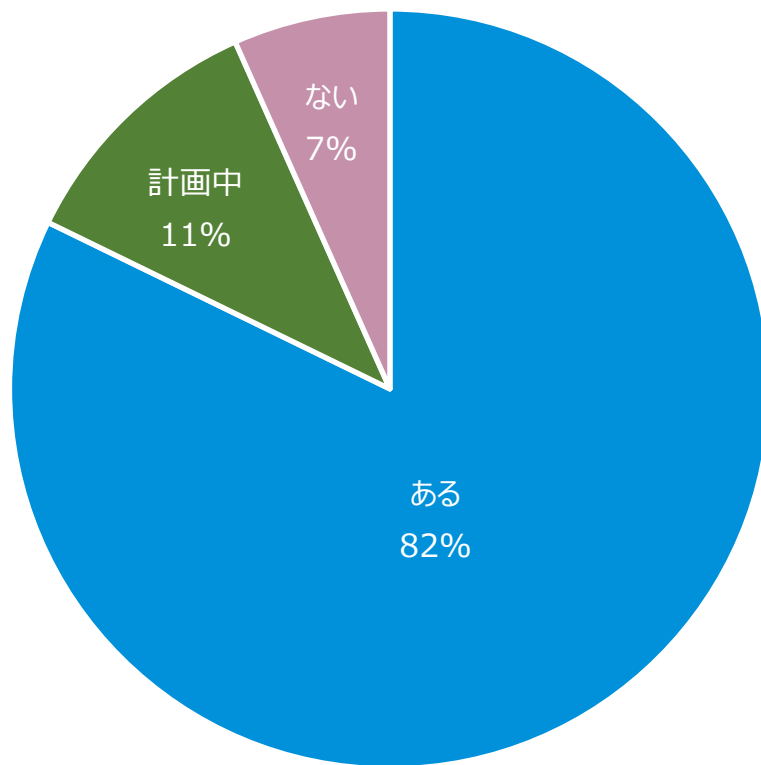
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

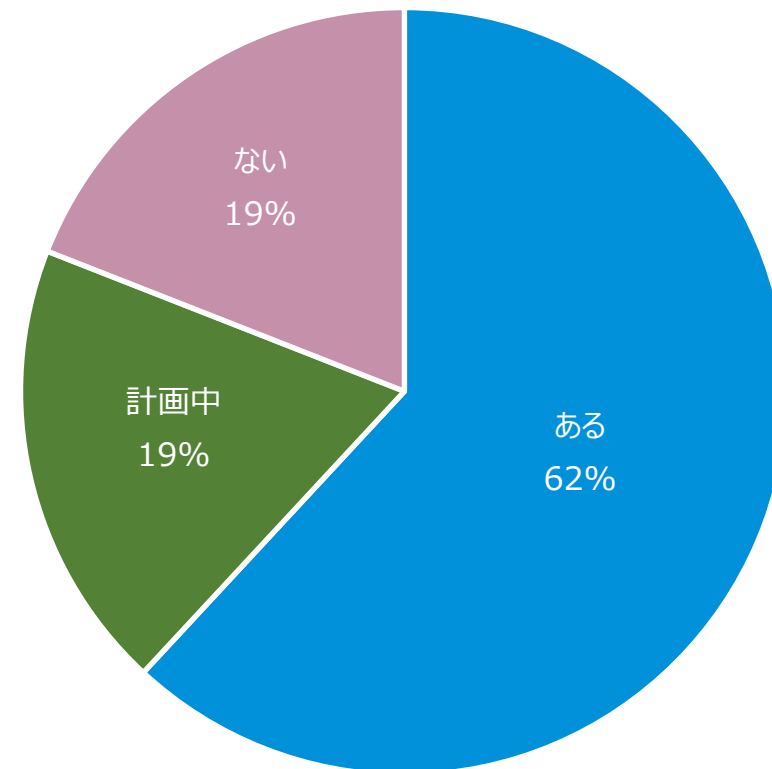
- AIのビジネスやリサーチへの活用について質問したところ、「ある」との回答が多数を占めた。
- 「ある」「計画中」との回答者に対して、オルタナティブデータを用いたAIのビジネスやリサーチへの活用について質問したところ、過半数が「ある」と回答した。

## ■ AIをビジネスやリサーチに活用したことはあるか



n = 45

## ■ 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たことはあるか



n = 42

# AI活用時に利用するオルタナティブデータ

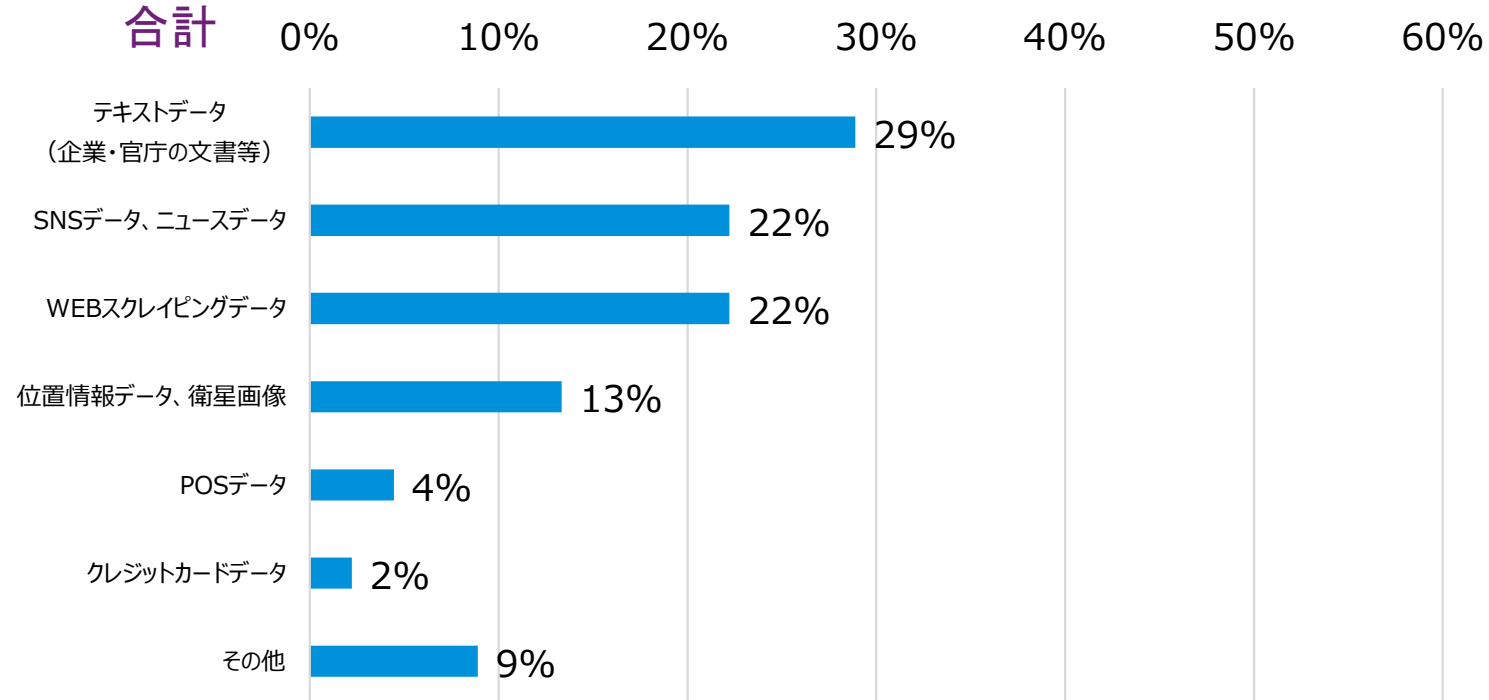
購入者

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用いたAIの活用について「ある」と回答した先に対して、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るか質問した。
- 「テキストデータ（企業・官庁の文書等）（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%）」などが挙げられた。

## ■ 生成AI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るか （複数回答可、最大3つまで）



# AI活用時に利用するオルタナティブデータ

購入者

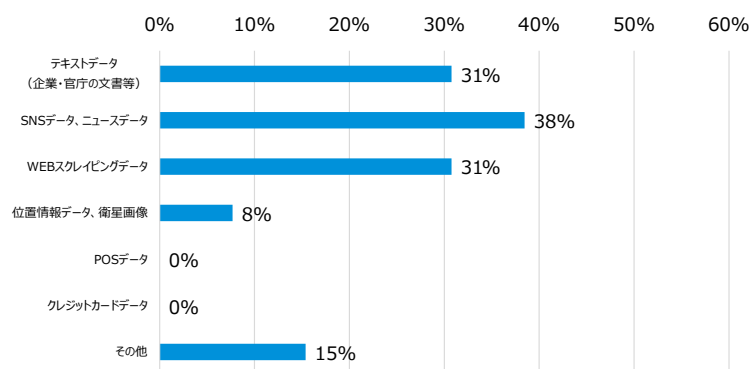
データプロバイダー

データ分析受託

- 購入者では「SNSデータ、ニュースデータ」が、データプロバイダーでは「テキストデータ（企業・官庁の文書等）」が、データ分析受託では「位置情報データ・衛星画像」が最も多く挙げられるなど、主体別に異なる課題がみられている。

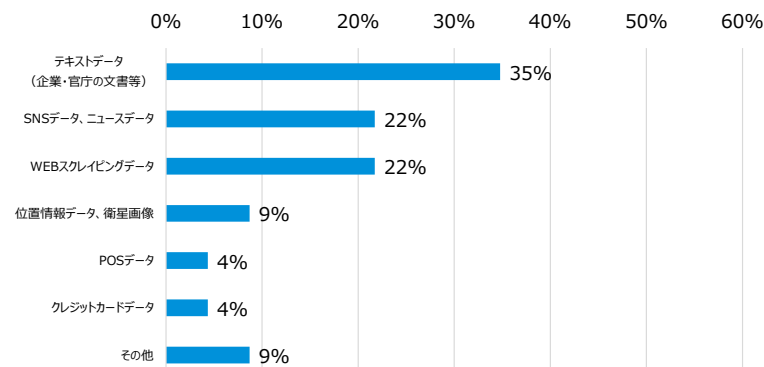
## ■ 生成AI活用時にどのようなオルタナティブデータを活用しているか (複数回答可、最大3つまで)

### 購入者



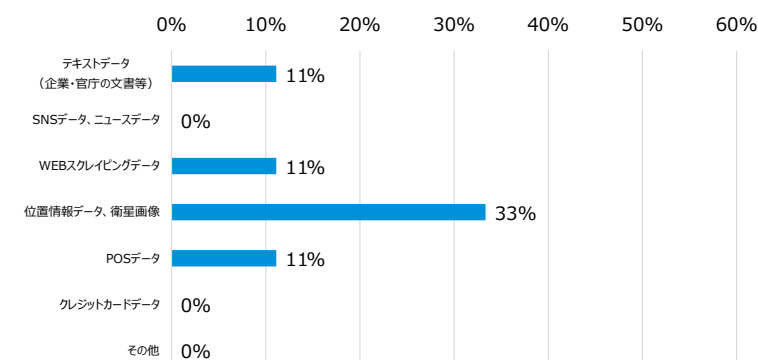
n = 13

### データプロバイダー



n = 23

### データ分析受託



n = 9

# 生成AIにオルタナデータを用いる利点

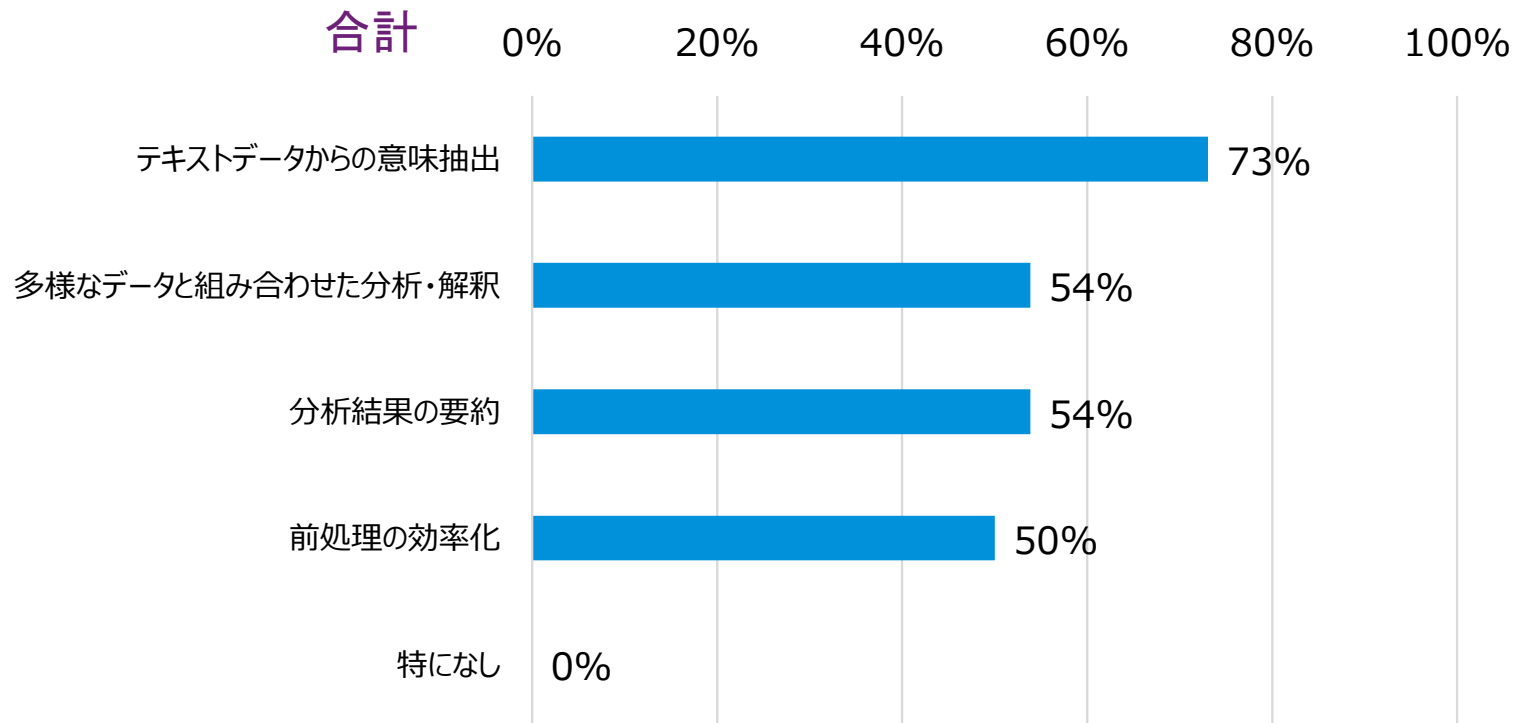
購入者

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用いたAIの活用について「ある」と回答した先に対して、どこにオルタナティブデータを活用する利点を感じるか質問した。
- 「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分析・解釈（54%）」、「分析結果の要約（54%）」などが多く挙げられた。

## ■ 生成AIの活用時にオルタナティブデータを用いる利点（複数回答可、最大3つまで）



# 生成AIにオルタナデータを用いる利点

購入者

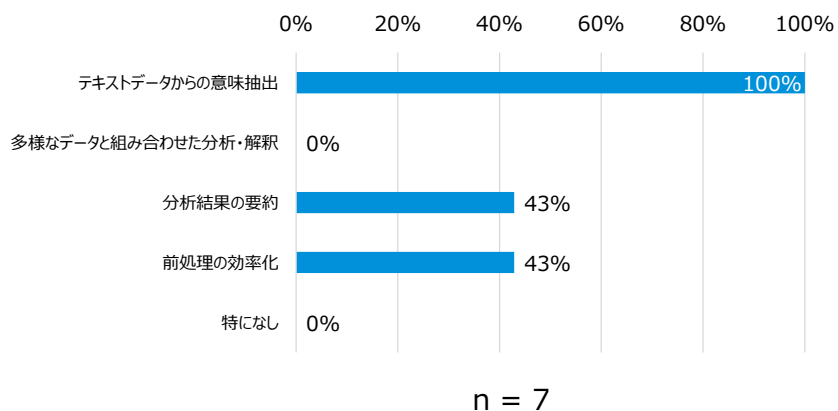
データプロバイダー

データ分析受託

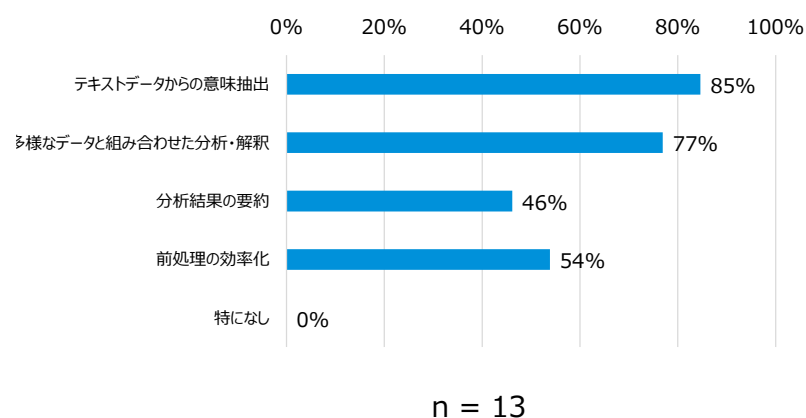
- 購入者とデータプロバイダーでは「テキストデータからの意味抽出」が、データ分析受託では「分析結果の要約」が最も多く挙げられた。

## ■ 生成AIの活用時にオルタナティブデータを用いる利点（複数回答可、最大3つまで）

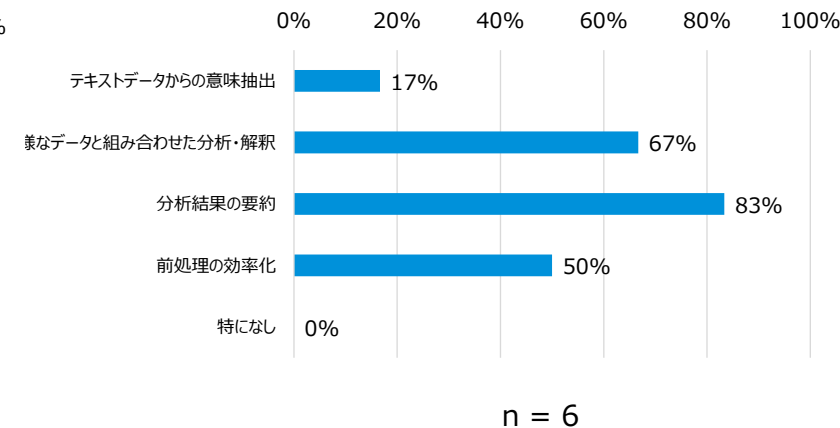
### 購入者



### データプロバイダー



### データ分析受託



# オルタナデータをAI活用に使わない理由

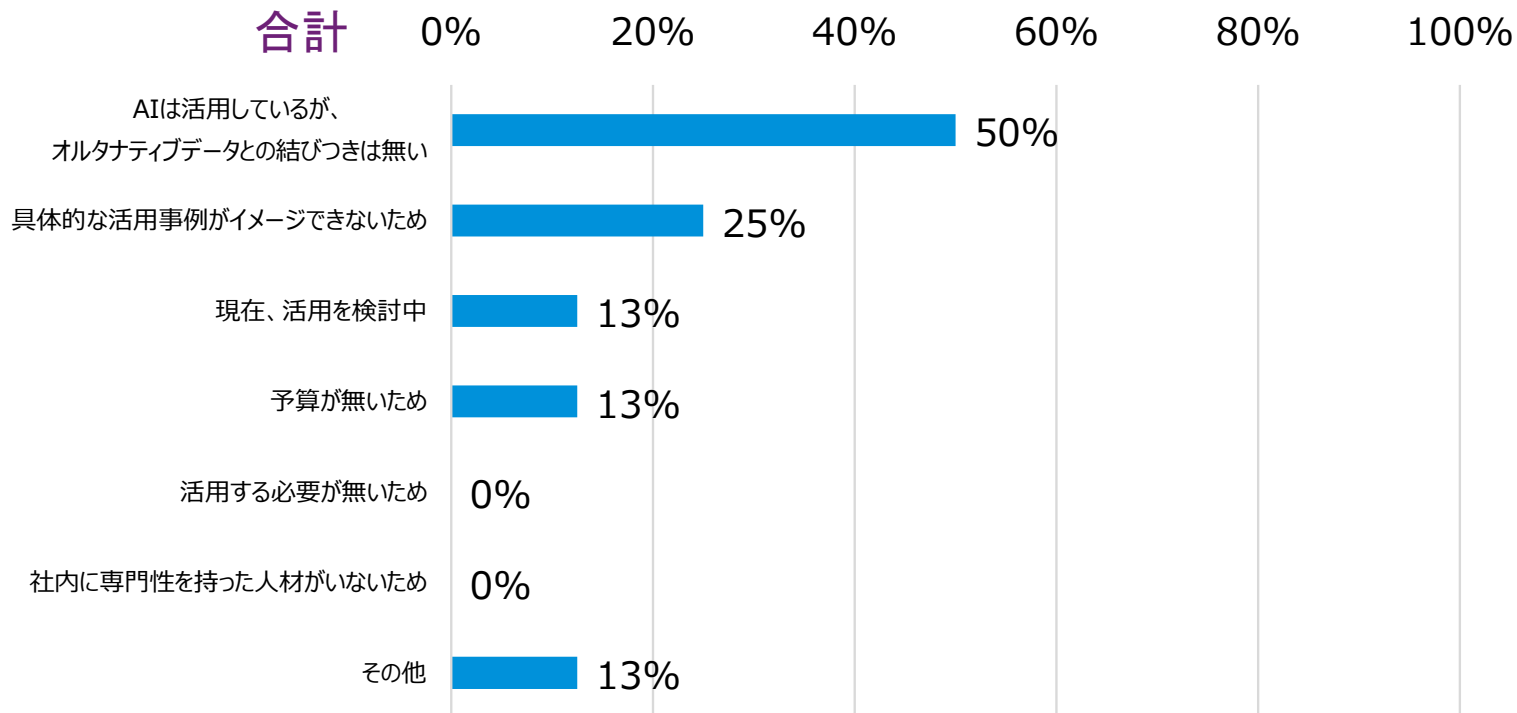
購入者

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用いたAIの活用について「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を質問した。
- 「AIを活用しているが、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た。

## ■ 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（複数回答可、最大3つまで）



# オルタナデータをAI活用に使わない理由

購入者

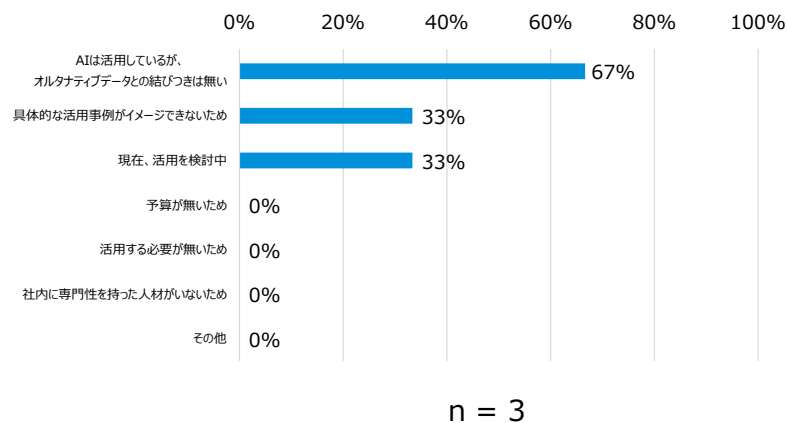
データプロバイダー

データ分析受託

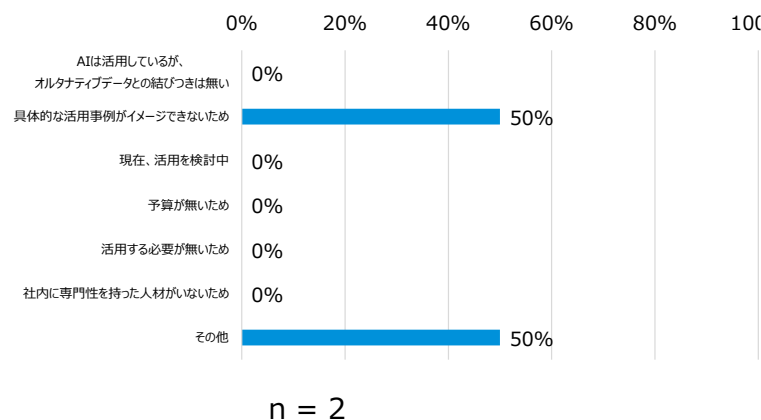
- 購入者とデータ分析受託では「AIは活用しているがオルタナティブデータとの結びつきは無い」が、データプロバイダーでは「具体的な活用事例がイメージできないため」が最も多く挙げられた。

## ■ 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（複数回答可、最大3つまで）

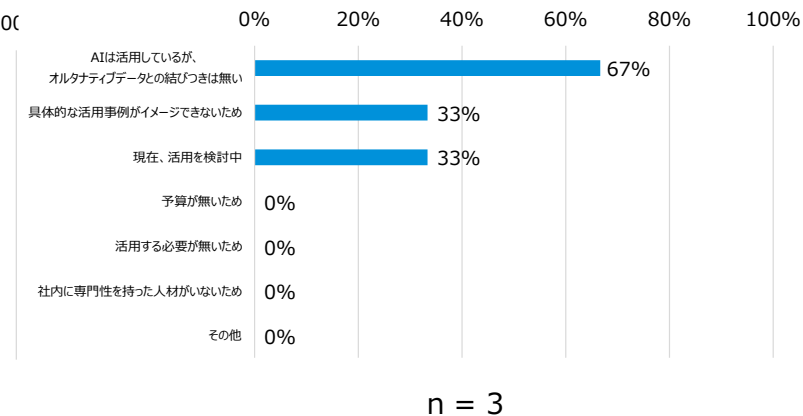
### 購入者



### データプロバイダー



### データ分析受託



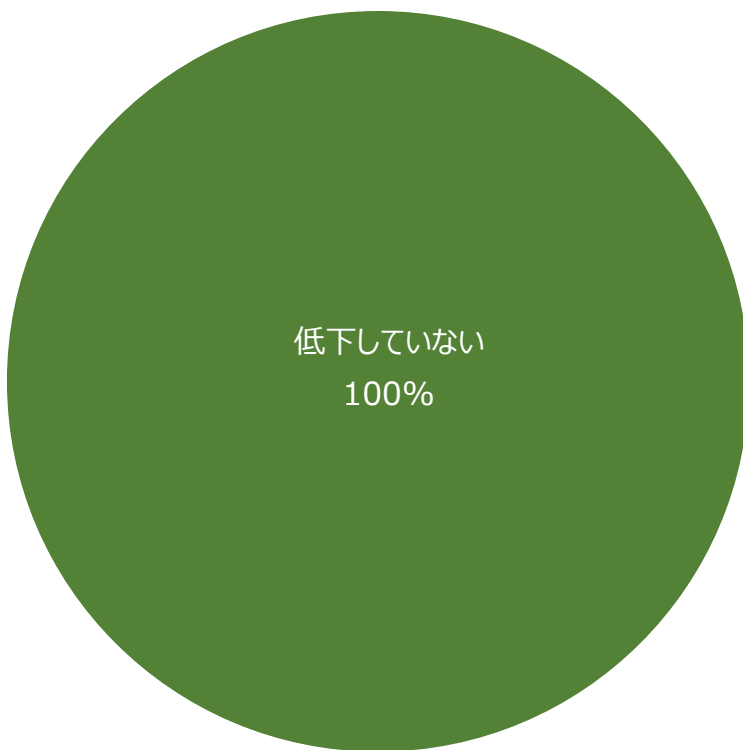
# オルタナティブデータに対するニーズ

購入者

データプロバイダー

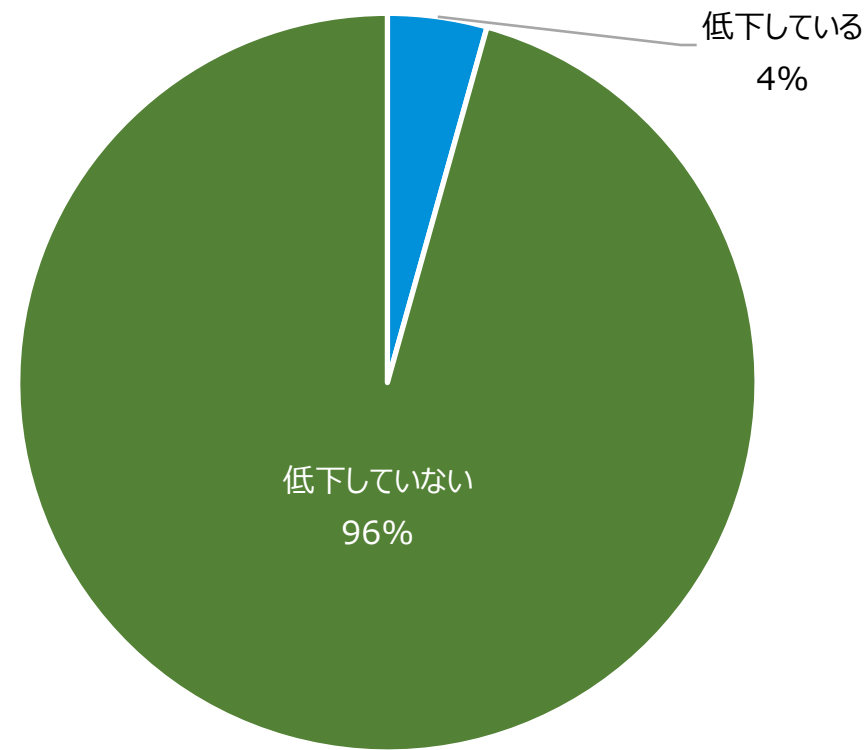
- オルタナティブデータに対するニーズについて、購入者に利用ニーズを、データプロバイダーに顧客ニーズを質問した。
- ほぼ全て「低下していない」との回答がなされた。オルタナティブデータに対するニーズは引き続き強いことが示されている。

## ■ オルタナティブデータの利用ニーズは低下しているか



n = 13

## ■ オルタナティブデータの顧客ニーズは低下しているか



n = 23



# 今後の見通し

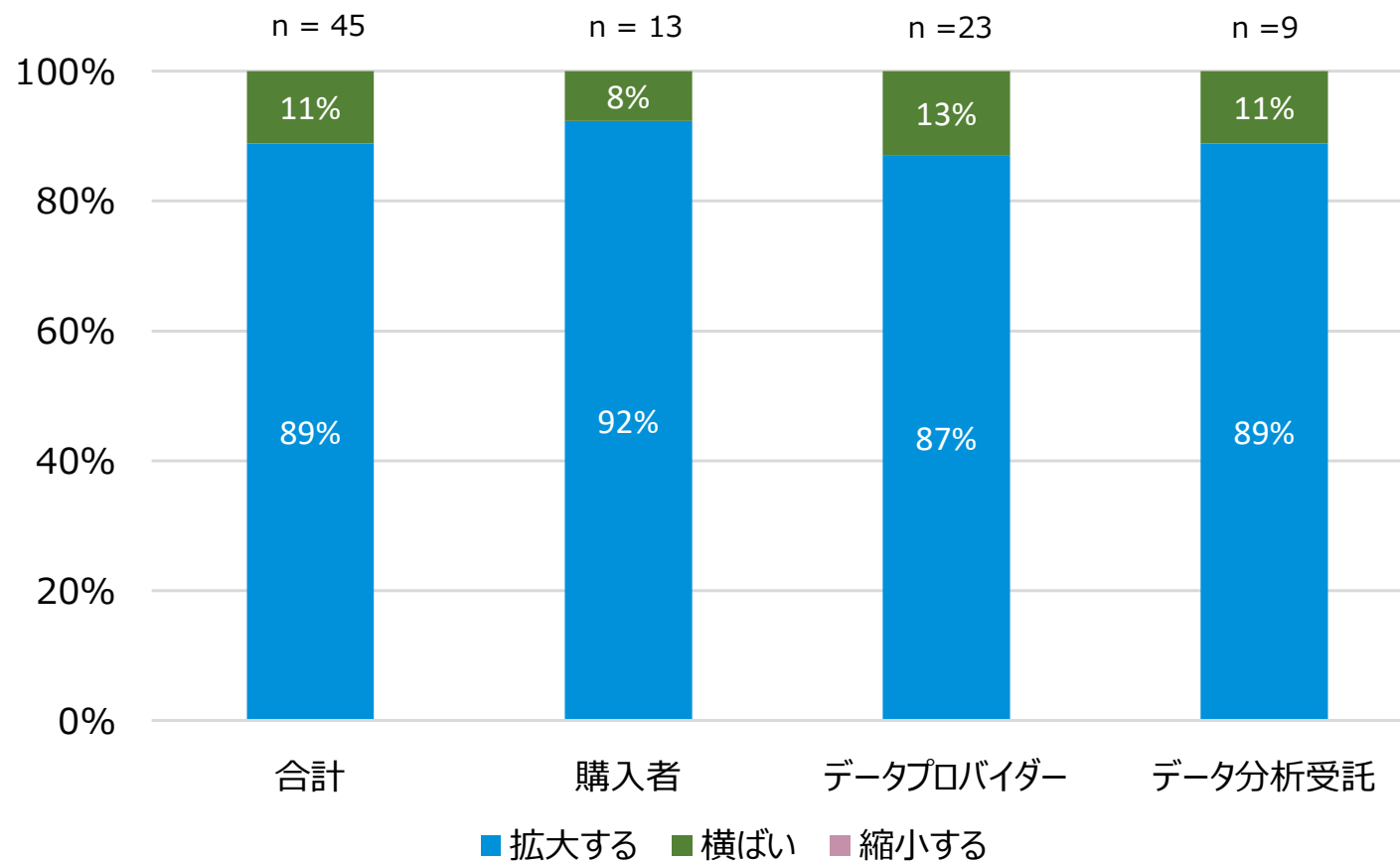
購入者

データプロバイダー

データ分析受託

- 今後（今年度含む向こう3年程度）のオルタナティブデータ市場の動向については、全体、各主体共に、「市場は拡大する」が多数を占めた。

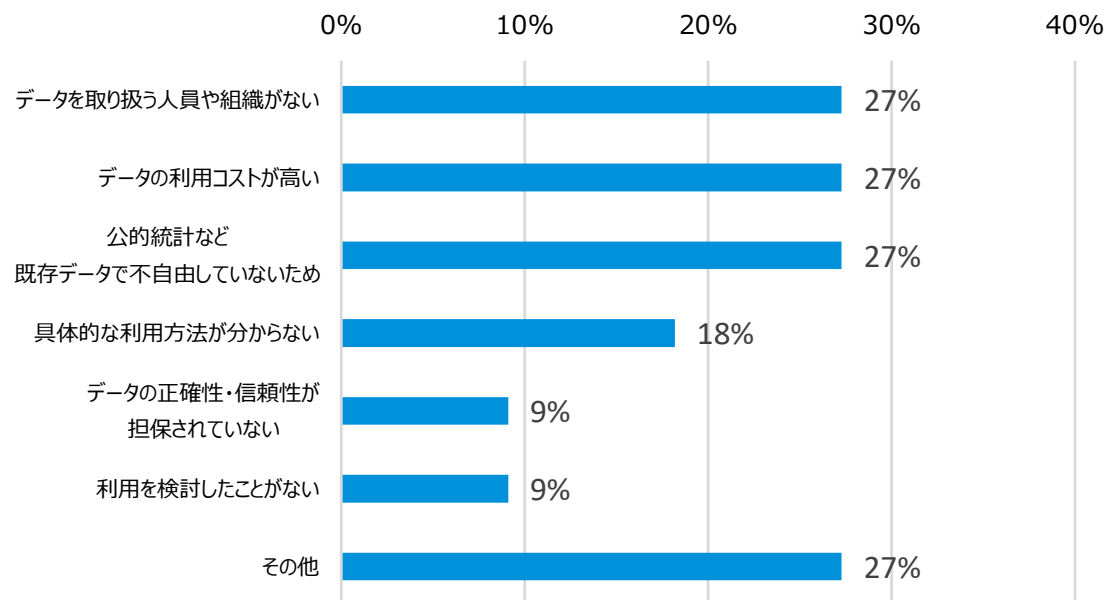
## ■ 今後（今年度含む向こう3年程度）、オルタナティブデータ市場は拡大すると思うか



# オルタナティブデータを利用していない理由

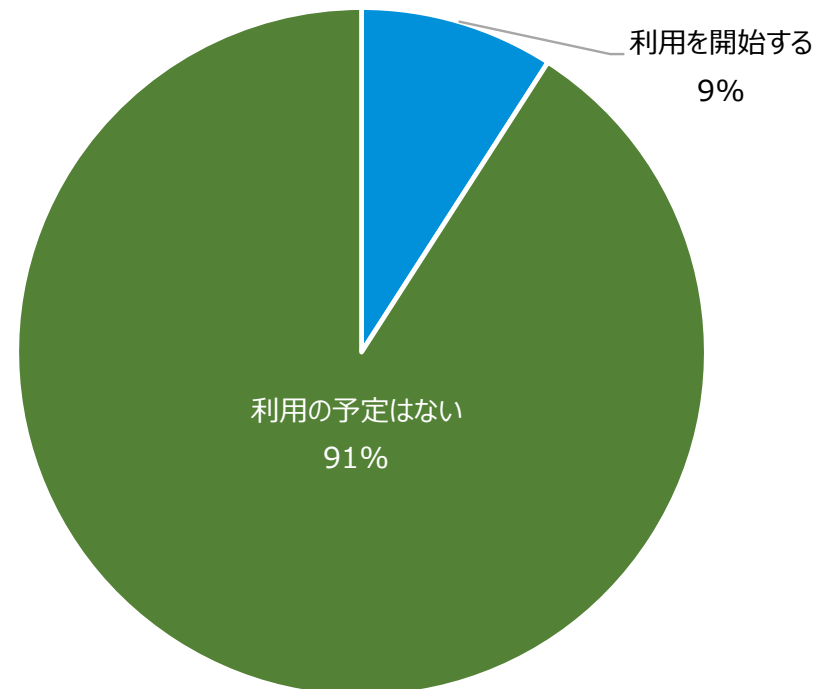
- 「オルタナティブデータの利用経験がない」と回答した先に、その理由を質問した。
- 「データを取り扱う人員や組織がない」、「データの利用コストが高い」、「公的統計など既存データで不自由していない」などが多く挙げられた。
- もっとも、未利用先では、多くが今後も「利用の予定はない」と回答している。

## ■ オルタナティブデータを利用しない理由 (複数回答可、最大3つまで)



n = 11

## ■ 今後（今年度含む向こう3年間）の オルタナティブデータ利用の方針



n = 11

# おわりに

- 本調査を通じて、「オルタナティブデータの利用が拡大している」ということが確認された。
- オルタナティブデータ市場は伸びが鈍化しつつも拡大傾向での推移を続けており、オルタナティブデータへのニーズも縮小する様子はみられていない。今回調査では、購入者における専門人員の拡充やAIの活用といったデータの利活用面での広がりも確認された。
- 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など、オルタナティブデータとAIとを組み合わせ活用する先が多くみられた。その一方で、生成AI自体は活用しているものの、オルタナティブデータとの結びつけを行っていない先も相応に存在しており、活用が広がる余地は大きいとも考えられる。

回答先であるオルタナティブデータ推進協議会の会員からの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**

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