

データマネタイゼーション 実態調査2024

PwCコンサルティング合同会社



目次

1. Executive Summary
2. 回答者プロフィール
3. 調査結果
4. PwC Analytics Insightsチームの紹介

はじめに


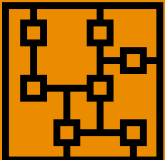


PwCコンサルティング合同会社のデータアナリティクスチームは、2022年・2023年に、企業が保有するデータの活用と事業活動への付加価値創出を目指す「データマネタイゼーション」の検討状況や課題を明らかにすることを目的に、「データマネタイゼーション実態調査」を発表してきました。

近年は、これまで主流であった「自社が保有するデータのマネタイズ」に加えて、外部データの取得・活用等の「データ流通」を伴うデータマネタイゼーションへの関心が高まっています。また生成AIに代表される新たなテクノロジー等を活用した既存事業の強化・高度化、新たなサービスの開発など、新たな収益源の創出を狙ったデータマネタイゼーションの取り組みが加速しています。今回発表する「データマネタイゼーション実態調査2024」では、これらの外部環境の変化も踏まえ、企業のデータマネタイゼーションの検討状況、活動の実態を明らかにすることを目的としています。

本調査結果が、現在データマネタイゼーションならびにデータ流通に取り組んでいる企業や、今後取り組む予定である企業の一助となれば幸いです。

データマネタイゼーションとは「データ利活用による事業活動への付加価値の創出」の取り組みであり、新たな収益源の創出を狙うデータマネタイゼーションが注目を集めている

データマネタイゼーションの4つの方向性

		目指すゴール	
		既存業務の効率化	新たな収益源の創出
優先すべき観点	実現速度	 <p>1. データの見える化による現状の把握</p>	 <p>3. データの外部提供 (単体・組み合わせ)</p>
	創出価値	 <p>2. データの高度分析によるインサイト発見</p>	 <p>4. データ利活用による新規ビジネスの開発</p>
		従来のデータ利活用	特に注目を集めるデータマネタイゼーション

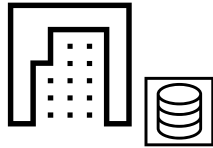
データマネタイゼーションは、社内データの活用・新たな価値の創出を経て、組織間データ流通による高付加価値化へと向かう

データマネタイゼーションのトレンド

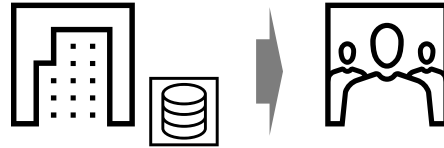
社内DXによる業務効率化

新たな価値の創出

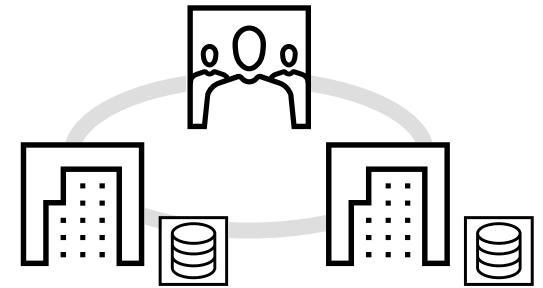
価値提供のエコシステム形成



社内データを中心に分析・見える化を行い、既存業務の効率化とコスト削減を実施



蓄積されたデータ活用による新たな価値創出を模索。社内だけでなく顧客向けサービスも登場



所属や組織の垣根を越えてデータが流通され、あらゆる取り組みに高付加価値を創出

データ流通本格化時代

調査概要

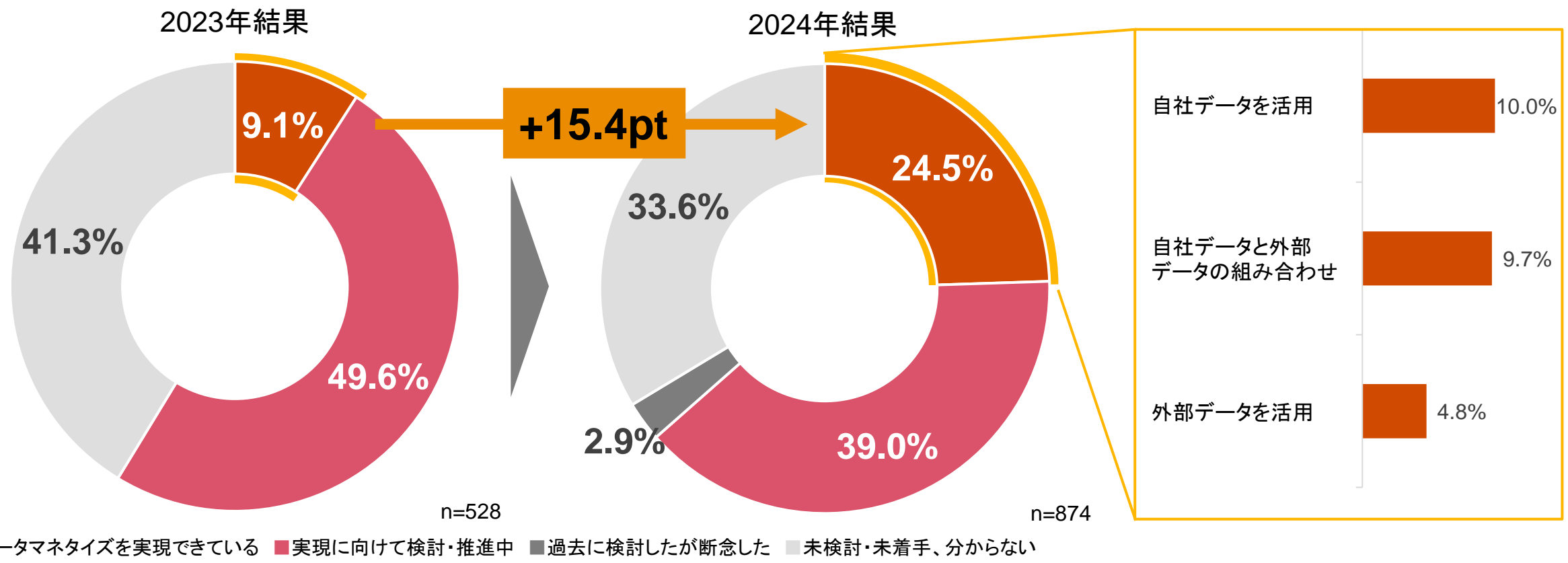
調査目的	企業におけるデータマネタイゼーションやデータ流通の認知・検討・実行状況と課題を把握すること
調査方法	調査会社パネルを活用したインターネットモニター調査
調査期間	2023年12月15日(金)～12月18日(月)
調査対象	売上高500億円以上の企業に勤務し、データマネタイゼーションやデータ流通に対する意思決定、方針検討、企画・検討・立ち上げ、情報収集・アドバイスを行う立場の方（原則として国内在住者を想定）
有効回答数	1,076 サンプル
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none">• データマネタイゼーションやデータ流通の認知度• データマネタイゼーションやデータ流通に関する取り組み状況<ul style="list-style-type: none">- 実行中／検討中の企業: 背景・目的、内容、予算規模、実行期間、組織体制 など- 未着手／未検討の企業: 未着手／未検討の理由 など• データ流通に関する外部団体やデータ流通プラットフォーム等の活用状況• グローバルでのデータマネタイズに関する意向• 今後の意向や外部パートナーに期待すること

1

Executive Summary

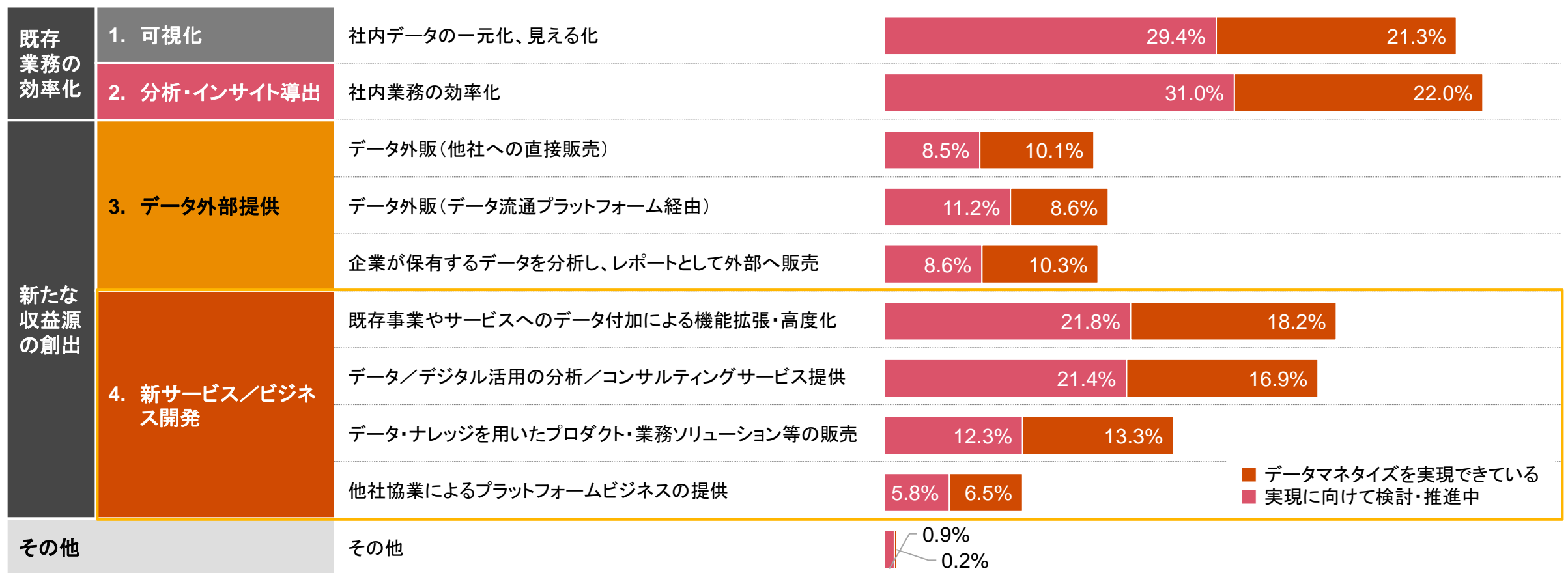
データマネタイゼーションを「実現できている」層が前回から15pt増加し、そのうち半数以上は外部データを組み合わせたデータマネタイズを行うなど、検討状況は昨年からさらに進行

データマネタイゼーションやデータ流通という用語について、少なくともいずれかを知っていると回答した方にお伺いします。データマネタイゼーションに関する貴社での状況について、最も当てはまるものを一つお選びください。



既存事業・サービスの高度化やデータ／デジタルサービスの提供など「新たな収益源の創出」を狙うデータマネタイゼーションも検討・実現されている

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションの取り組みについて、検討中の内容もしくは既の実現できている内容として、当てはまるものを全てお選びください。



データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答した方を対象に質問。n=555

「新たな収益源の創出」を狙ったデータマネタイゼーションは、経営からのトップダウンの号令をきっかけにスタートする

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。取り組みが始まった背景について、最も当てはまるものを一つお選びください。

「既存業務の効率化」を
検討中・実現できている*1

「新たな収益源の創出」を
検討中・実現できている*2

データ利活用等の取り組み
(PoC等)からの派生



全社戦略に基づくトップダウンで
の社内プロジェクトチームや新組
織発足



*1: データ可視化、業務効率化に該当するユースケースを選択 (n=396)。*2: データの外部提供または新規ビジネスの開発に該当するユースケースを選択 (n=414)。

データマネタイゼーションの検討が進むにつれ、企業の課題感にも変化あり。「費用対効果を感じない」「経営層や周囲からの理解」の回答が前回調査時点から急増

データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じる事(または過去に課題だと感じた事)をお選びください。(順番に3番目まで選択)

2024年と2023年の回答割合の差分 (pt)

データマネタイゼーションの取り組みの意義やメリット、費用対効果を感じない	37.3	深掘り①
経営層や周囲からの理解を得ることが難しい	15.1	深掘り②
自社データをマネタイズするためのアイデア・ユースケースがない	10.0	
国の指針が不明瞭で、自社としての方針を決めきれない	9.4	*2024年の新規追加項目のため、差分表記ではなく2024年の回答割合を記載
何から着手すれば良いのかが分からない	8.8	
データを取得できていない	5.9	
自社のどのデータがマネタイズに適しているのか分からない	5.2	
データ分析や利活用スキルを持った社員がいない	4.7	
ITインフラが古く、データを適切に扱うことができない	4.0	
社内、社外を含め、必要なデータがどこにあるのか分からない	-2.1	
取り組みを推進する体制・部署がない	-2.8	
データマネタイゼーションを推進するためのアプローチが分からない	-4.1	
データマネタイゼーションという取り組みを知らない	-5.2	
その他、該当するものはない	-5.9	

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答した方を対象に質問。n=310(2023年)、555(2024年)、単位: %

回答者の過半数がデータマネタイゼーションに数千万～億単位の予算規模を想定。投資規模に見合うだけの効果創出を期待され、その重圧が表れていると考えられる

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションを推進していくにあたり、御社の今年度の予算額として最も近いものを一つお選びください。

55.3% が数千万～億単位の予算規模を想定

■ 5%以上
■ 2%以上～5%未満

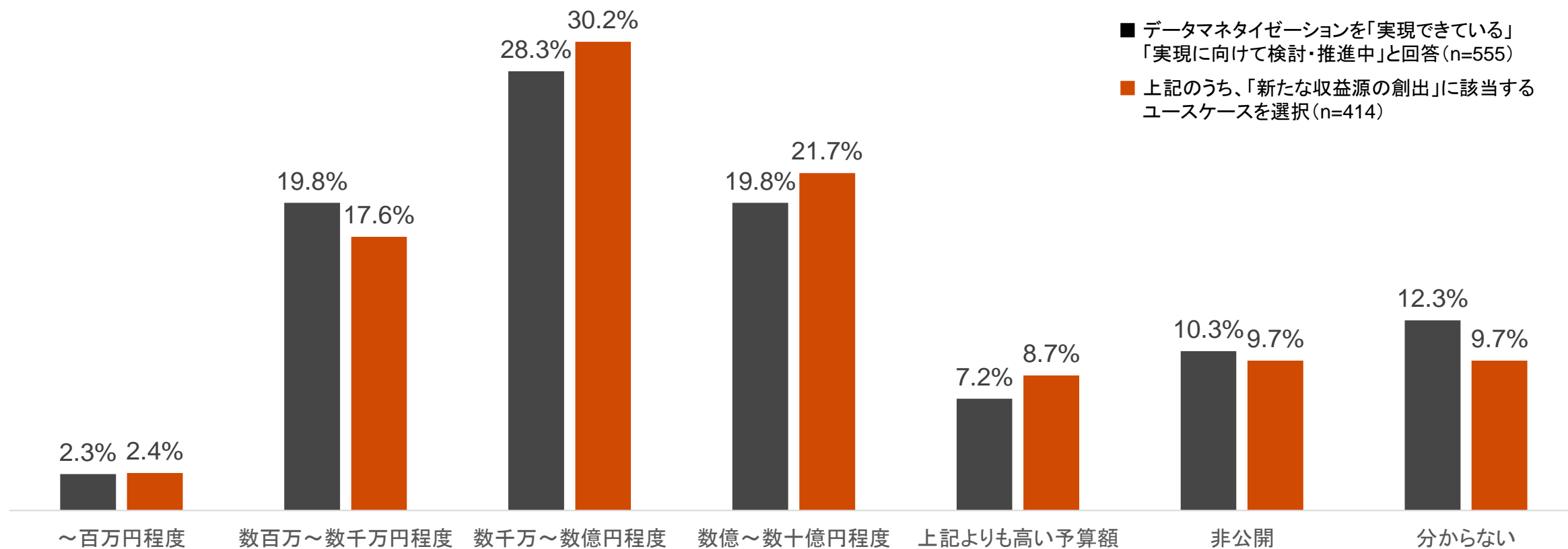
データマネタイゼーション検討に係る予算規模

		データマネタイゼーション検討に係る予算規模					非公開	分からない	総計
		～百万円程度	数百万～ 数千万円程度	数千万～ 数億円程度	数億～ 数十億円程度	数十億円以上			
売上高	500億円以上～ 750億円未満	0.2%	3.6%	2.7%	0.4%	0.2%	0.5%	0.7%	8.3%
	750億円以上～ 1,000億円未満	0.0%	3.6%	2.2%	1.3%	0.5%	0.2%	0.5%	8.3%
	1,000億円以上～ 2,500億円未満	0.4%	2.9%	5.4%	1.6%	0.5%	0.7%	2.3%	13.9%
	2,500億円以上～ 5,000億円未満	0.4%	2.2%	4.3%	2.3%	0.2%	1.4%	0.5%	11.4%
	5,000億円以上～ 1兆円未満	0.2%	2.7%	4.9%	4.0%	0.5%	1.8%	1.6%	15.7%
	1兆円以上	1.3%	4.9%	8.8%	10.3%	5.2%	5.6%	6.5%	42.5%
総計		2.3%	19.8%	28.3%	19.8%	7.2%	10.3%	12.3%	100.0%

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答した方を対象に質問。回答全体を100%としたときの比率。n=555

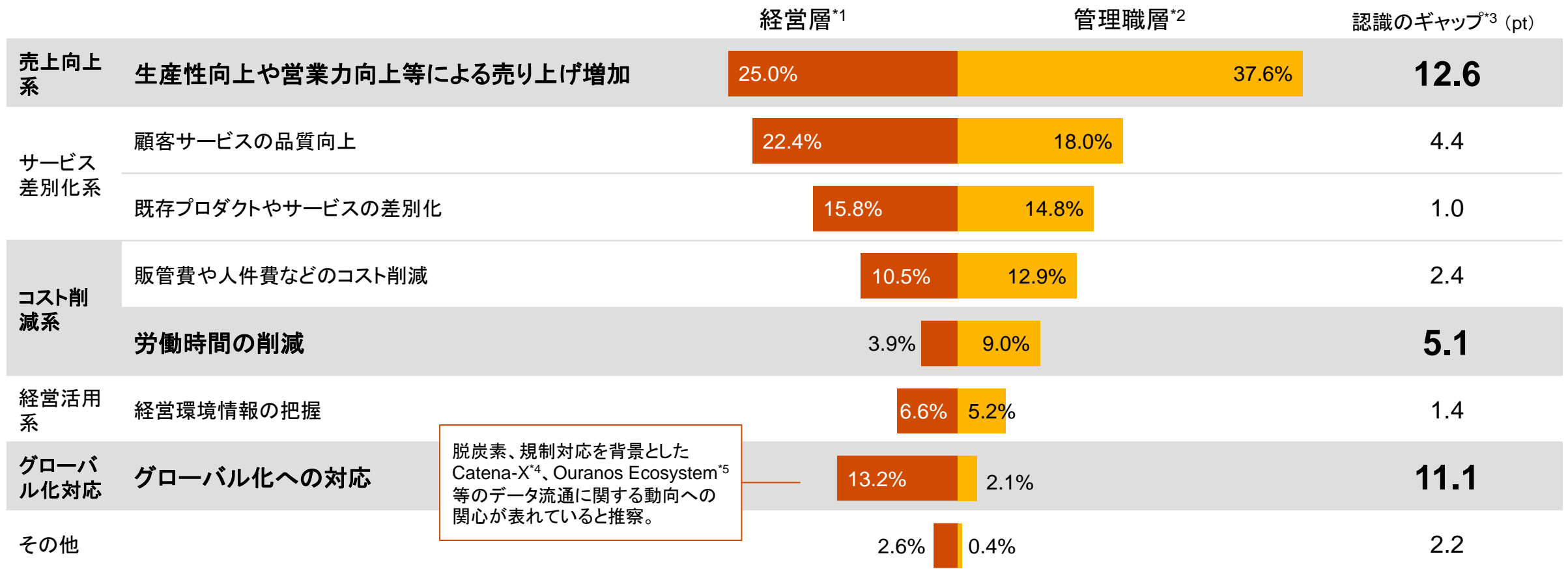
「新たな収益源の創出」を狙う企業の方が予算規模が大きく、 データ外販や新規ビジネス開発などに一定の予算が確保されている企業が 数多く存在する

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションを推進していくにあたり、御社の今年度の予算額として最も近いものを一つお選びください。



管理職層では直接的な売上・収益向上を期待しているのに対し、経営層では上記以外にもグローバル化や顧客サービス品質の向上等の価値創出を期待しており、認識のギャップが存在

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションに取り組む上で、どのような価値創出を期待しているか、最も当てはまるものを一つお選びください。



脱炭素、規制対応を背景とした Catena-X⁴、Ouranos Ecosystem⁵ 等のデータ流通に関する動向への関心が表れていると推察。

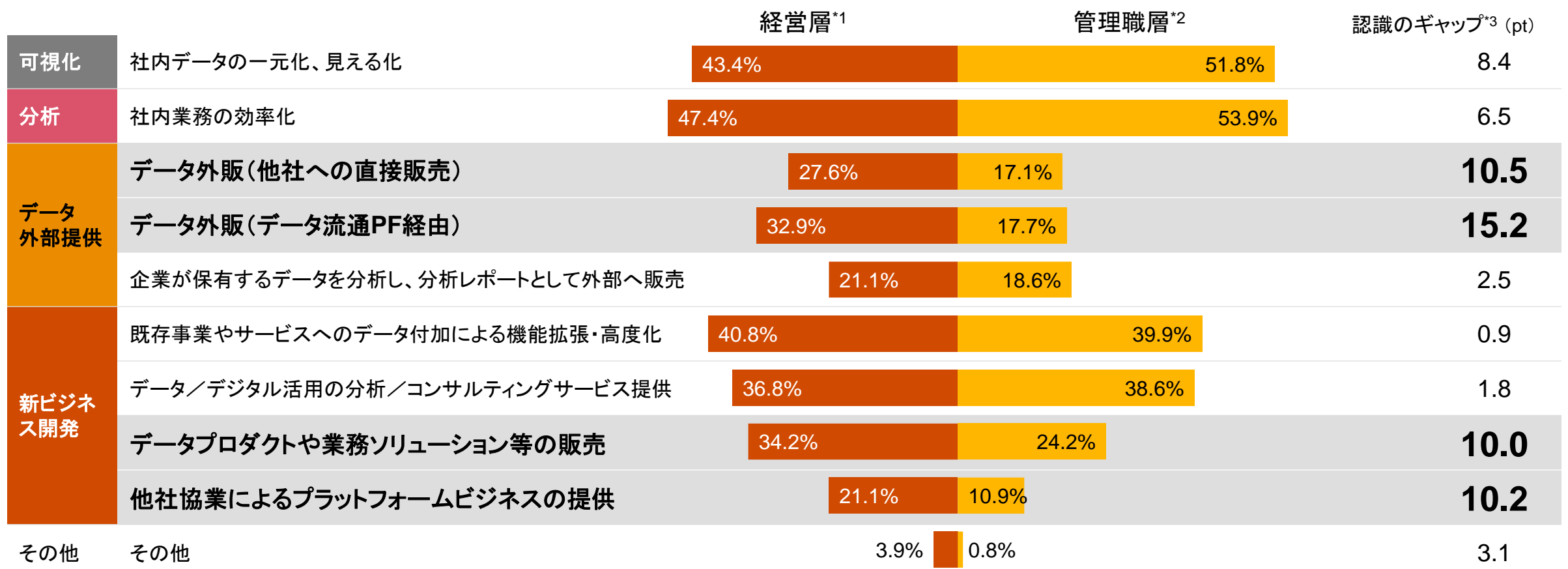
*1: CXOその他最高責任者、執行役員 (n=76)。 *2: 部門長、事業部長、部長、マネージャー (n=479)。 *3: 「経営層」と「管理職層」の回答率の差分 (絶対値)。

*4: 自動車産業のバリューチェーン横断でのデータ共有実現に向けたアライアンス。 *5: Society5.0の実現に向け、業種横断的なシステム連携の実現を目指す一連のイニシアティブ。 14

具体的なユースケースについても、経営層はデータ外販やソリューション販売、他社協業等を積極的に検討中。

これら認識のギャップが、データマネタイゼーション推進を妨げていると推察

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションの取り組みについて、検討中の内容もしくは既に実現できている内容として、当てはまるものを全てお選びください。



*1: CXOその他最高責任者、執行役員(n=76)。 *2: 部門長、事業部長、部長、マネージャー(n=479)。 *3: 「経営層」と「管理職層」の回答率の差分(絶対値)。

業界別に見ると、データ／デジタル活用の親和性が高い業界ほどデータマネタイゼーション検討が進んでいる

	これまで未検討	過去に検討したが断念した	実現に向けて検討・推進中	データマネタイズを実現できている	
				自社データ活用	外部データ活用・グローバル化
主な業界	<ul style="list-style-type: none"> 不動産 商社 サービス・接客・レジャー*1 	<ul style="list-style-type: none"> 小売 	<ul style="list-style-type: none"> 自動車 製造 金融(銀行・証券・保険) 	<ul style="list-style-type: none"> 建設・エンジニアリング 	<ul style="list-style-type: none"> 通信・エンタメ・メディア サービス・接客・レジャー*1 テクノロジー
期待効果	<ul style="list-style-type: none"> 顧客サービス品質向上 販管費、人件費削減 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客サービス品質向上 労働時間の削減 	<ul style="list-style-type: none"> 売上増加(生産性、営業力の向上) 	<ul style="list-style-type: none"> 売上増加 販管費、人件費削減 	<ul style="list-style-type: none"> 売上増加 顧客サービス品質向上 既存サービス高度化 経営情報活用
未検討の理由	<ul style="list-style-type: none"> 経営層や周囲からの理解が得られない 	<ul style="list-style-type: none"> どのデータがマネタイズ可能か分からない 費用対効果が不明 	<ul style="list-style-type: none"> 社内業務の効率化 分析サービス・コンサルティングサービスの提供 	<ul style="list-style-type: none"> 社内業務の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> データ外販 データプロダクトや業務ソリューションの販売
考察	データマネタイズの意味・期待はあるが、最初の社内巻き込み・調整に難航中	小売店舗での業務負軽減から検討を始めるも、データや採算性の面で折り合いが付かず	脱炭素化や規制対応等をきっかけとしてデータ利活用・デジタル化の検討を推進中	建物の運用保守業務の効率化など、自社内のデータ利活用・効率化を進めている	デジタルとの親和性の高さを活かし、データ／プロダクト外販等のさらなる収益化・効果刈り取りを進めている

*1. 「サービス・接客・レジャー」業は「未検討」「マネタイズ高度化」の両方でピークあり

*2. ユースケース

検討・推進中の業界では、クイックな課題解消や全社的なデータマネタイズ力向上が必要。データマネタイズが進む業界では、経営層の巻き込み強化や、外部アセット等を活用した効果拡大が求められる

データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じる事(または過去に課題だと感じたこと)をお選びください。(順番に3番目まで選択)

	実現に向けて検討・推進中			データマネタイズを実現できている			
	自動車	製造	銀行・証券・保険	自社データ活用		外部データ活用・グローバル化	
				建設・エンジニアリング	通信・エンタメ・メディア	サービス・接客業・レジャー	テクノロジー
データを取得できていない	11.8%	6.3%	2.7%	5.2%	4.9%	8.8%	5.2%
どのデータがマネタイズに適しているか不明	15.7%	9.3%	13.7%	7.3%	8.3%	3.5%	8.6%
ITインフラが古く、データを取り扱えない	13.7%	7.0%	7.8%	5.2%	4.9%	5.3%	5.2%
データ分析・利活用スキルがない	9.8%	12.5%	9.8%	6.3%	13.9%	1.8%	8.0%
データマネタイズ推進のアプローチが不明	5.9%	9.5%	9.0%	9.4%	11.8%	15.8%	12.6%
意義やメリット、費用対効果が不明	11.8%	12.9%	11.4%	11.5%	9.7%	19.3%	10.9%
経営層や周囲からの理解が得られない	13.7%	8.4%	5.9%	12.5%	4.9%	15.8%	6.3%
該当するものはない	3.9%	4.5%	8.6%	4.2%	12.5%	0.0%	7.5%

■ 全業界の平均+4pt以上
 ■ 全業界の平均-4pt以下

考察

求められる施策

データ取得やマネタイズの適正、ITインフラの制約など、データマネタイズのアイデア実現に向けた具体的な課題に直面中

- ✓ 外部の専門知見等を活用したクイックな課題解消 (第三者によるアセスメント、コンサルティング企業等の活用 etc.)
- ✓ 中長期視点での全社的なデータマネタイズ力向上 (知見・実績の全社展開、人材の発掘や育成 etc.)

データマネタイズ実現後の効果刈り取りや、経営層からのプレッシャーに直面中

- ✓ 経営層の巻き込み強化による効果創出タイミングの期待値ギャップ解消 (コミュニケーション頻度向上、PJT体制への組み込み、etc.)
- ✓ 創出効果の拡大に向けた外部アセット等の活用 (顧客基盤の連携、技術提携、サービス連携 etc.)

- 「データマネタイズ検討・推進中」「データマネタイズを実現できている」を選択した回答者のうち、該当する業界に属する回答者を抜粋。
- 業界ごとに各課題の回答率を計算。

まとめ



トップダウンの号令が「新たな収益創出」の検討を促す

- データマネタイゼーションの取り組みは昨年からさらに加速。データ可視化や分析など従来型のデータ活用だけでなく、データ／デジタルプロダクト開発などの「新たな収益創出」を狙うデータマネタイゼーション検討も進む
- 「新たな収益源の創出」を狙うデータマネタイゼーションほど、トップダウンの号令が検討着手・ドライブのきっかけになり得る



経営層との認識ギャップの解消、コンセンサス獲得が成功のカギ

- 「費用対効果」がデータマネタイズにおける最上位課題に。裏側にあるのは投資規模に見合うだけの効果創出のプレッシャーや、経営層と現場との間にある認識ギャップ
- 経営層を巻き込んだデータマネタイゼーション推進における認識ギャップ*の解消・全社的なコンセンサス獲得が成功のカギとなる

* データマネタイゼーションで実現したいビジョン、活動への期待値、創出効果、投資回収のタイムライン etc.



異業種／業界の「先人からの学び」が競合他社に先行するチャンス

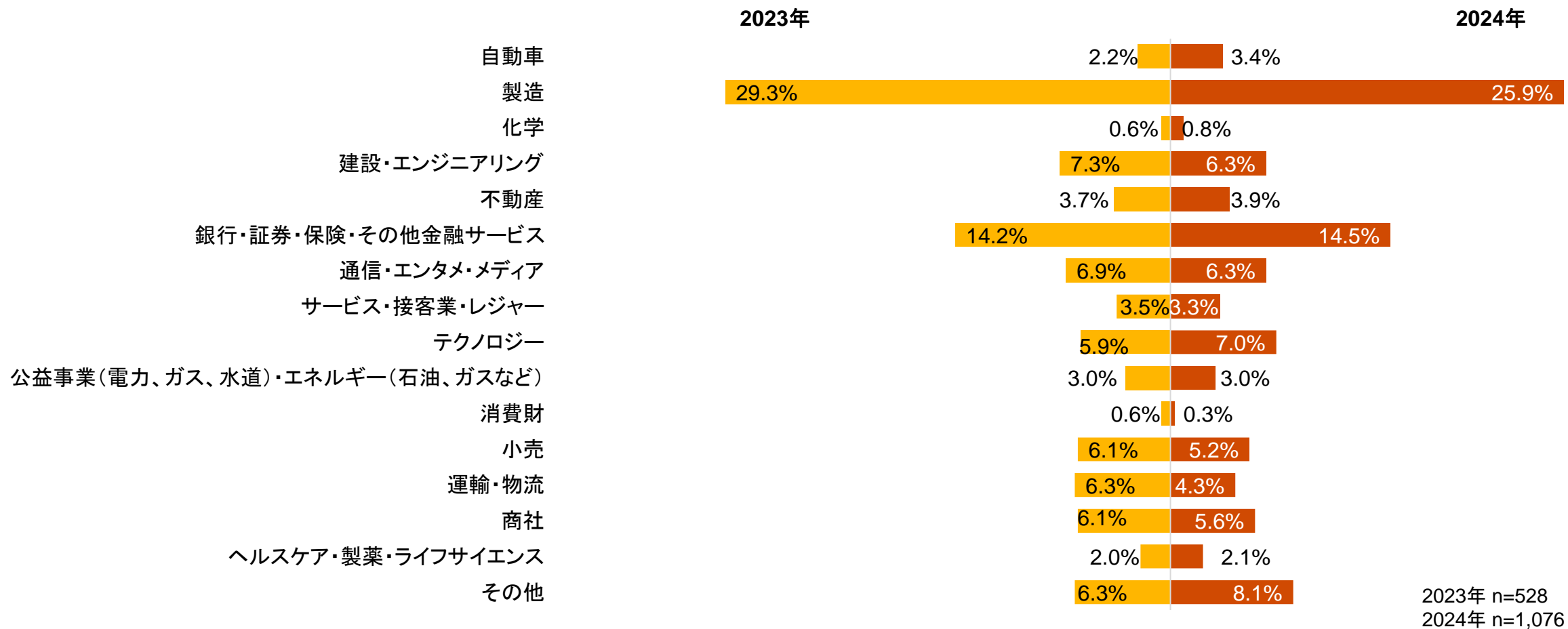
- データ／デジタル活用との親和性や、規制対応等の企業間データ流通の活動等によって、業界ごとに検討度合いの差が生じていると推察
- 先行する異業界／他社における「先人からの学び」や、外部企業とのコラボレーション推進によって業界内で競合他社に勝ち得る可能性

2

回答者プロフィール

回答者属性 業界

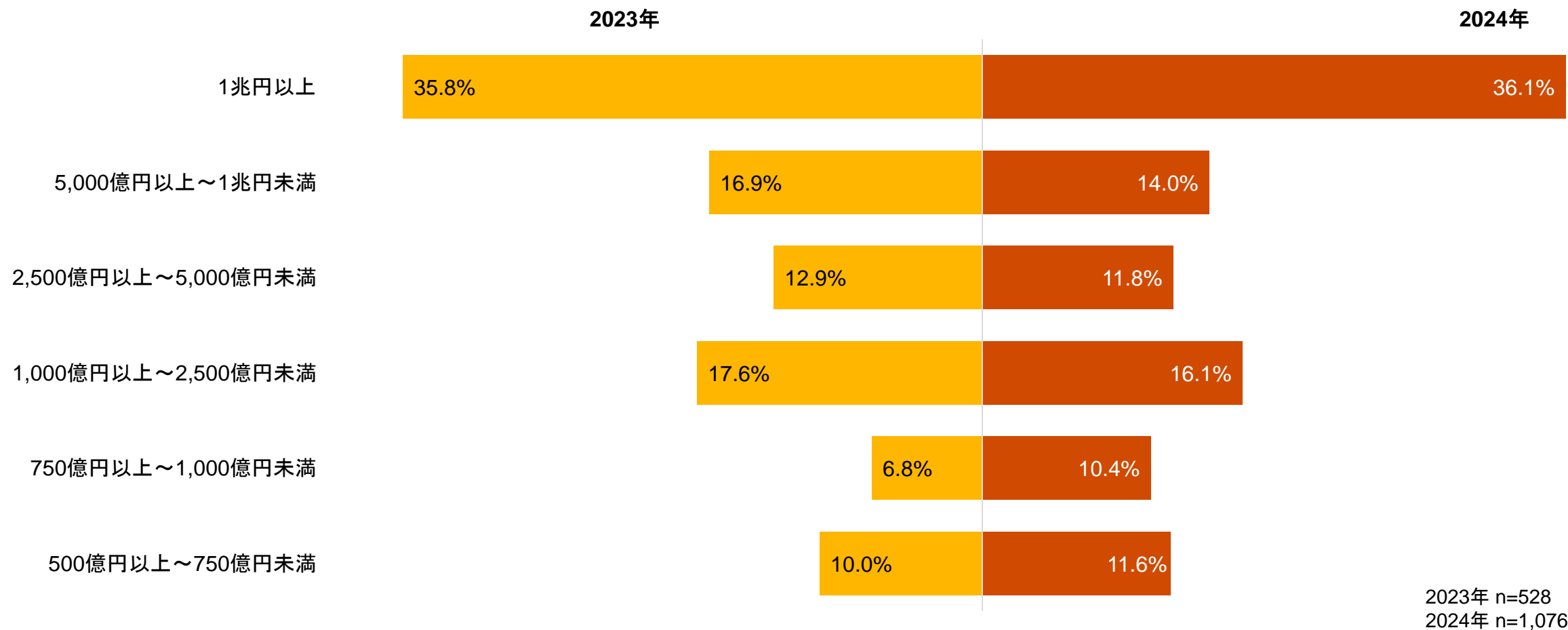
貴社の業種に最も近いものを、一つお選びください。



2023年 n=528
2024年 n=1,076

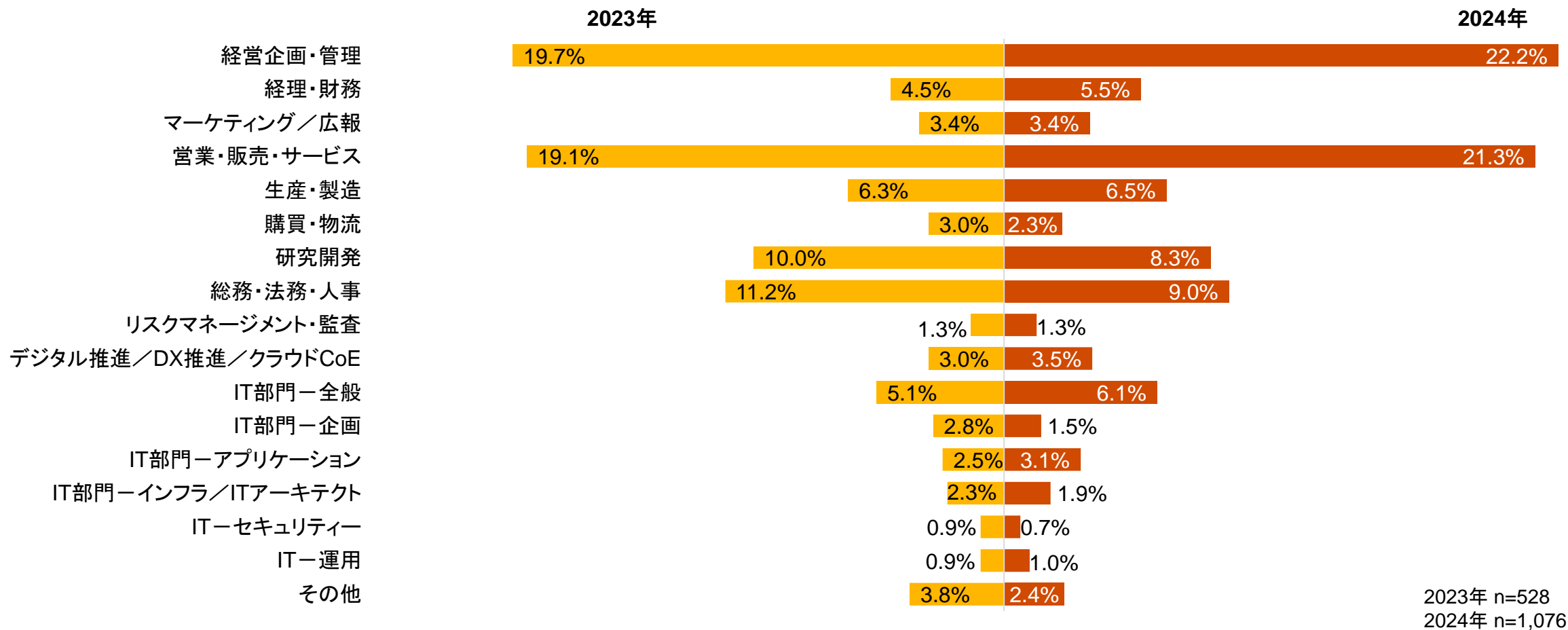
回答者属性 売上高

昨年度における貴社の世界全体での売上高について、一つお選びください。



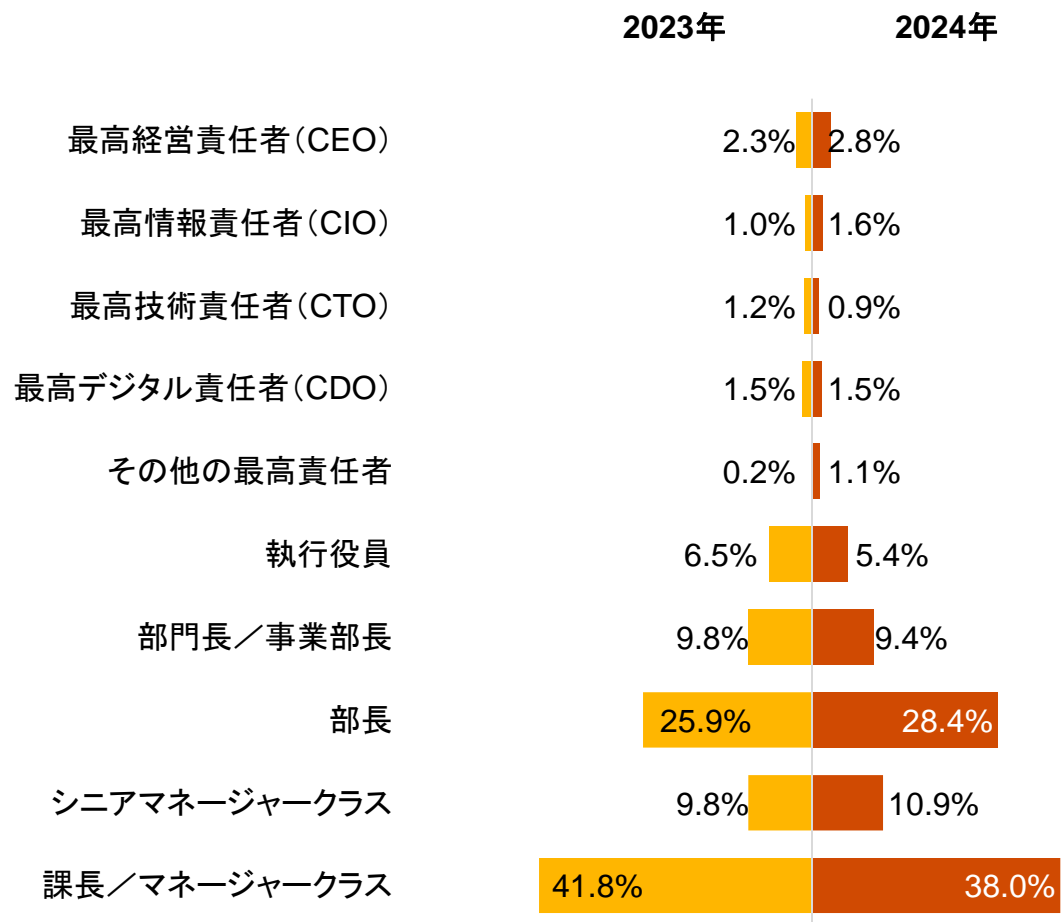
回答者属性 部門

ご自身が所属されている部署に最も近いものを一つお選びください。



回答者属性 役割

組織内でのご自身の役割に最も近いものを、一つお選びください。



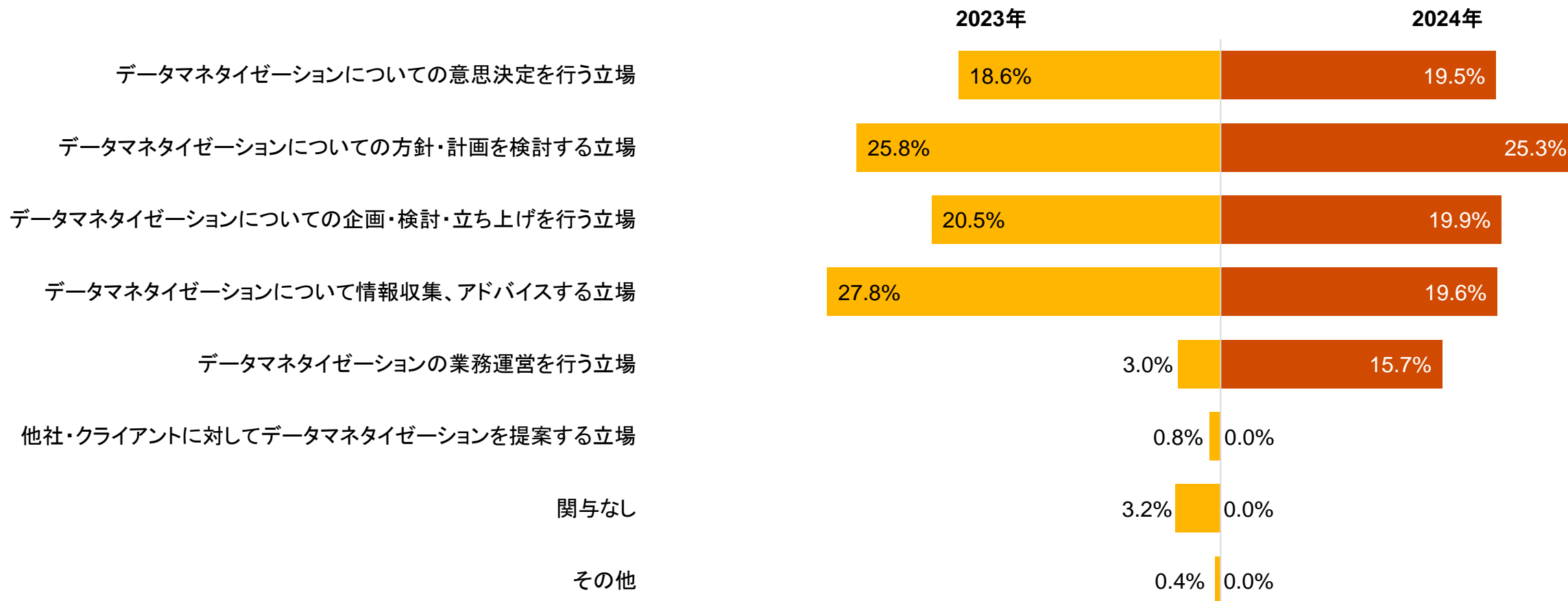
2024年回答者の役割と会社の売上高の比較

	最高経営責任者	最高情報責任者	最高技術責任者	最高デジタル責任者	その他の最高責任者	執行役員	部門長／事業部長	部長	シニアマネージャークラス	課長／マネージャークラス
1兆円以上	14	6	3	2	2	15	36	111	52	147
5,000億円以上～1兆円未満	3	4	0	2	1	8	13	41	16	63
2,500億円以上～5,000億円未満	2	2	1	4	2	6	13	35	12	50
1,000億円以上～2,500億円未満	3	1	3	3	3	12	14	50	10	74
750億円以上～1,000億円未満	6	2	3	4	2	6	16	32	12	29
500億円以上～750億円未満	2	2	0	1	2	11	9	37	15	46

2023年 n=528, 2024年 n=1,076

回答者属性 回答者の立場

データマネタイゼーションに対するご自身の立場に最も近いものを一つ選んでください。



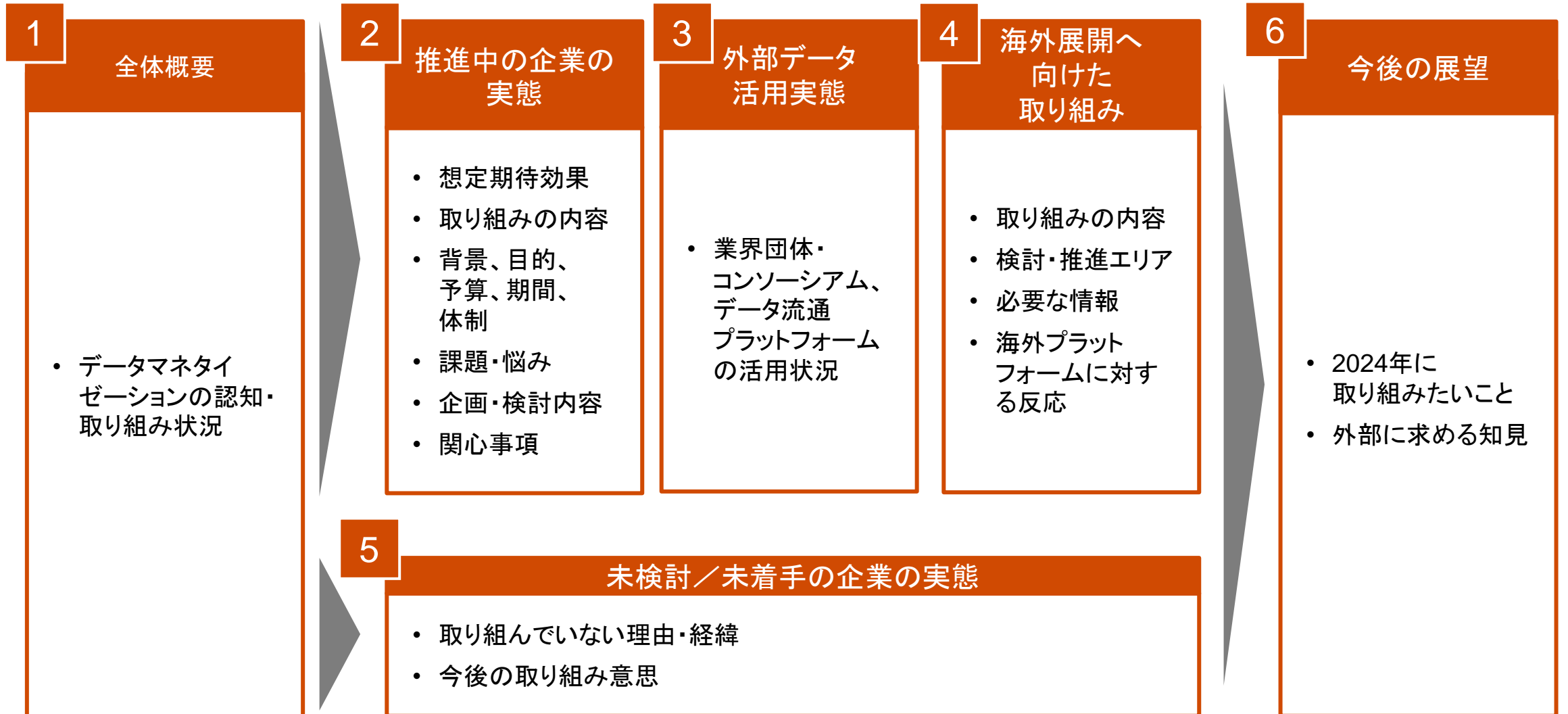
2023年 n=528
2024年 n=1,076

3

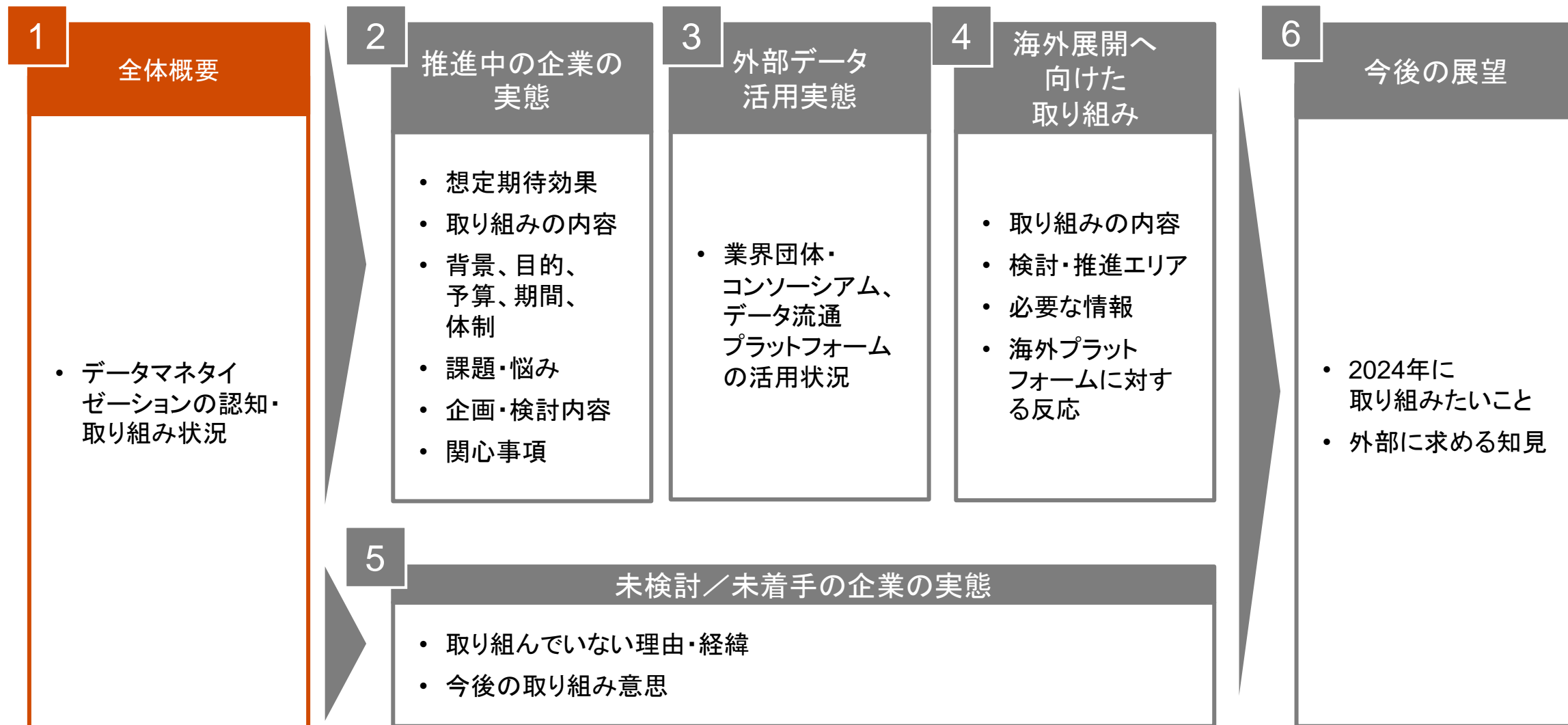
調査結果

a. 全体傾向

調査構成

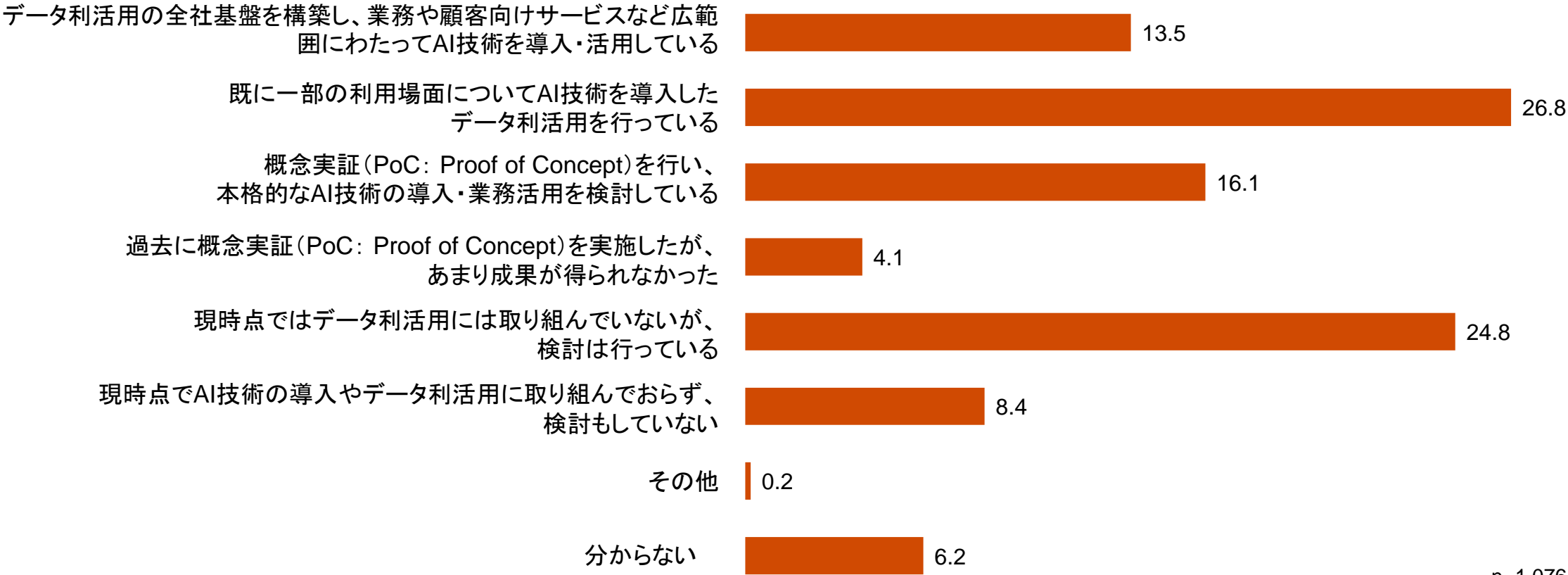


1. 全体概要



既にAI技術を導入したデータ利活用を行っている企業が4割を超えている。 その一方で、データ利活用に出遅れている企業も一定数見られた

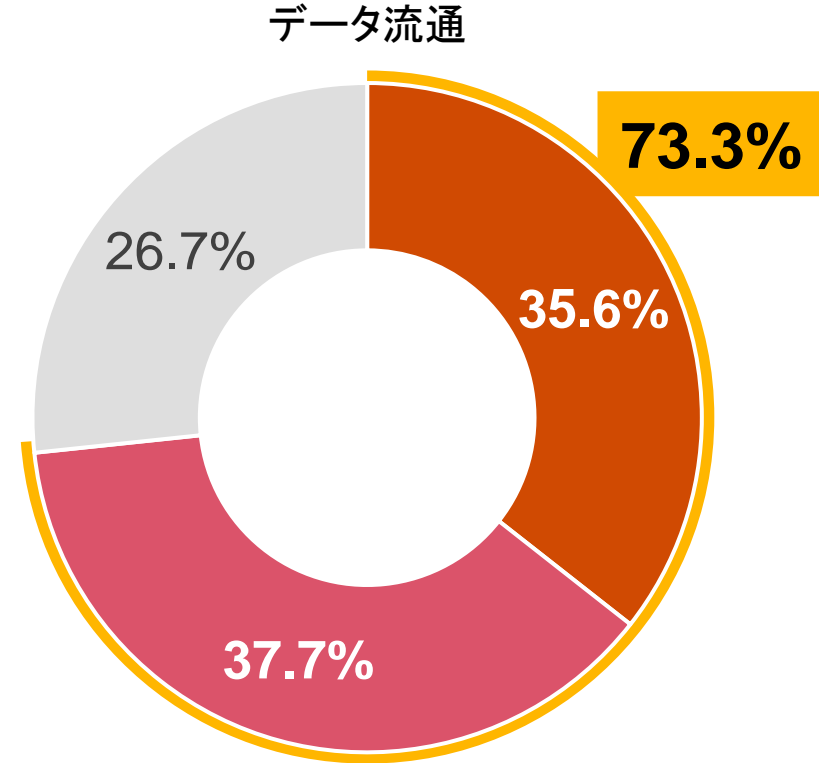
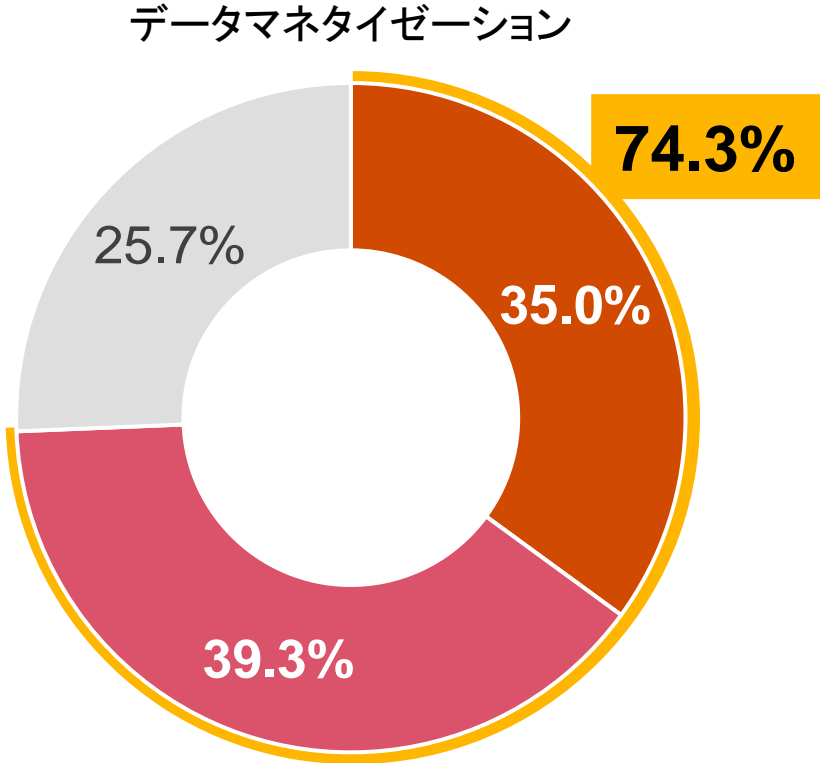
昨今のデータ利活用の取り組みについて、貴社の状況として最も当てはまるものを一つお選びください。



n=1,076, 単位:%

データマネタイゼーション、データ流通ともに7割超の回答者が用語を認知

本アンケートに回答するまでの、データマネタイゼーションやデータ流通という用語の認知度合いについて、最も当てはまるものを一つお選びください。
 ※データマネタイゼーションとは、データ利活用による収益創出や新規ビジネスの実現に向けた取り組みのことを指す。
 ※データ流通とは、データマネタイゼーションの中でも、特に自社データに加えて社外データの利活用による収益化や新規ビジネスの実現に向けた取り組みのことを指す。

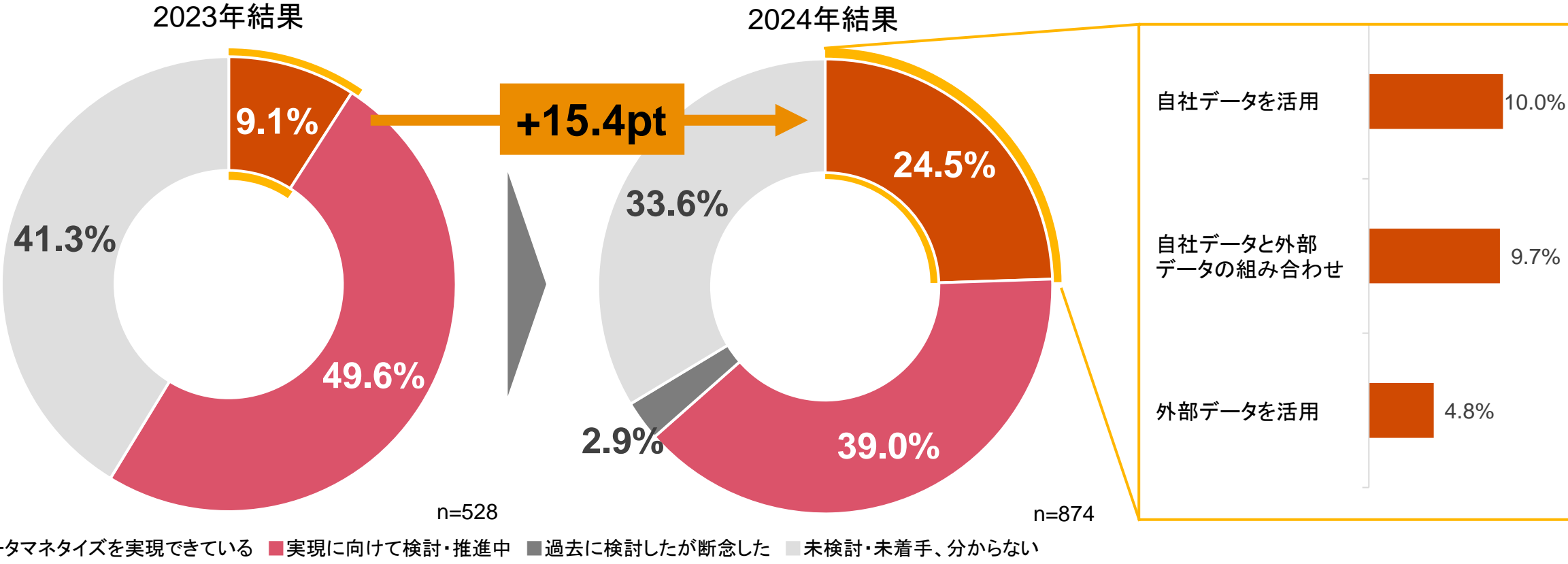


■ 用語を聞いたことがあり、内容も理解していた ■ 用語は知っていたが、内容はあまり知らなかった ■ これまでに聞いたことはなかった

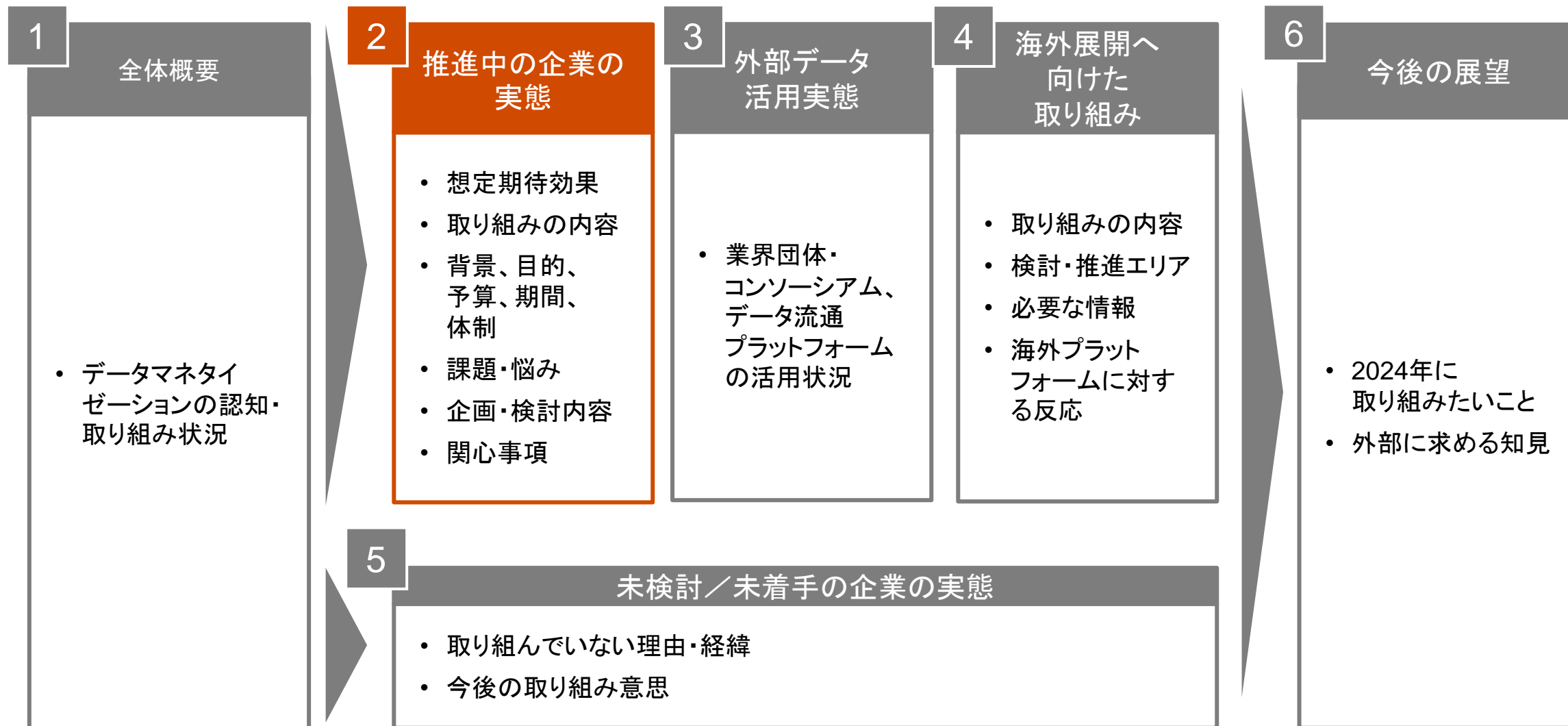
n=1,076

データマネタイゼーションを「実現できている」層が前回から15pt増加し、そのうち半数以上は外部データを組み合わせたデータマネタイズを行うなど、検討状況は昨年からさらに進行

データマネタイゼーションやデータ流通という用語について、少なくともいずれかを知っていると回答した方にお伺いします。データマネタイゼーションに関する貴社での状況について、最も当てはまるものを一つお選びください。

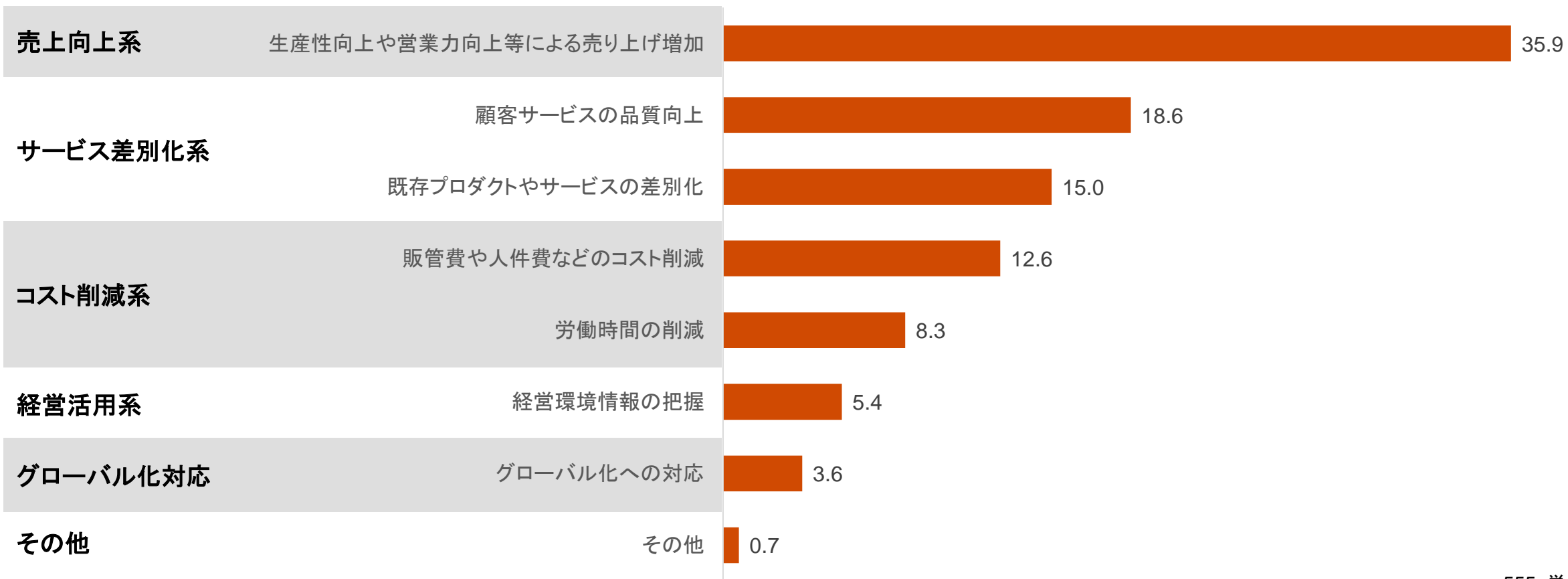


2. 推進中の企業の実態



価値創出の期待は売上向上を目的とした回答が多く、次いでサービス差別化、コスト削減、経営活用への期待が見られた

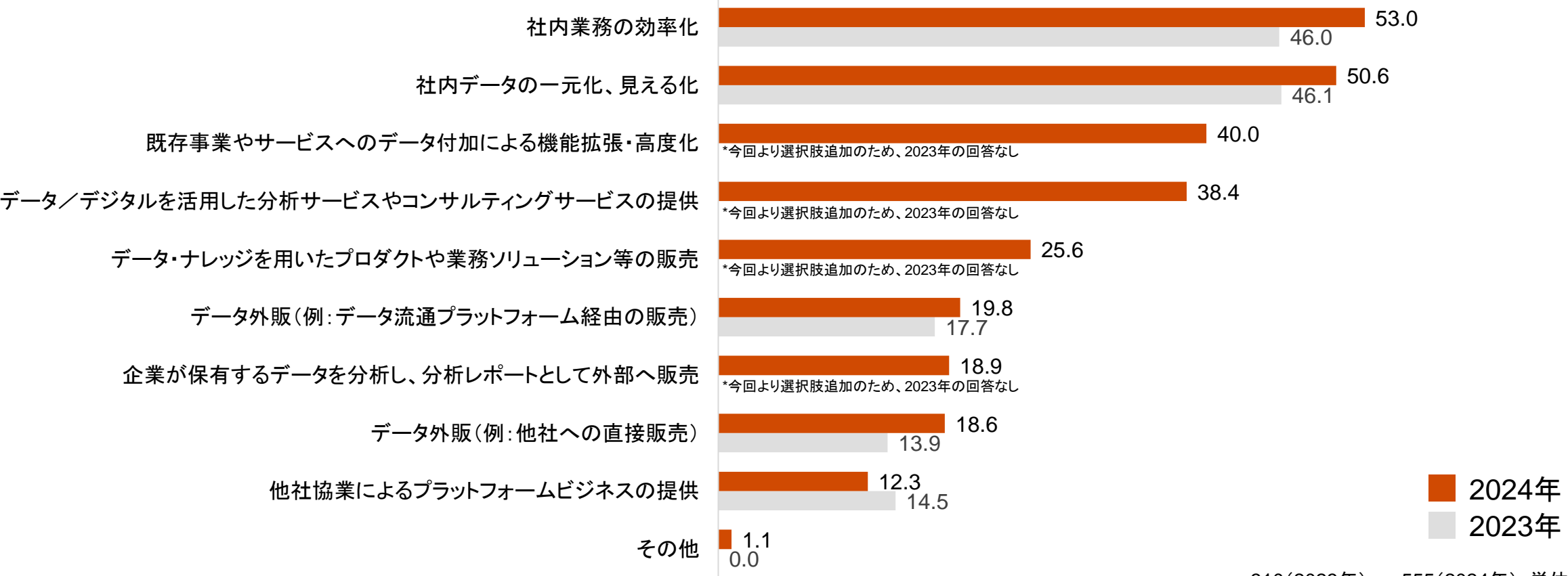
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションに取り組む上で、どのような価値創出を期待しているか、最も当てはまるものを一つお選びください。



n=555, 単位:%

既存事業の高度化や分析サービス・コンサルティングサービスの提供など、新たな収益源の創出に向けた動きが見られた

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションの取り組みについて、検討中の内容もしくは既に実現できている内容として、当てはまるものを全てお選びください。



n=310(2023年), n=555(2024年), 単位:%

参考 検討状況によるデータマネタイゼーションのユースケースの違い

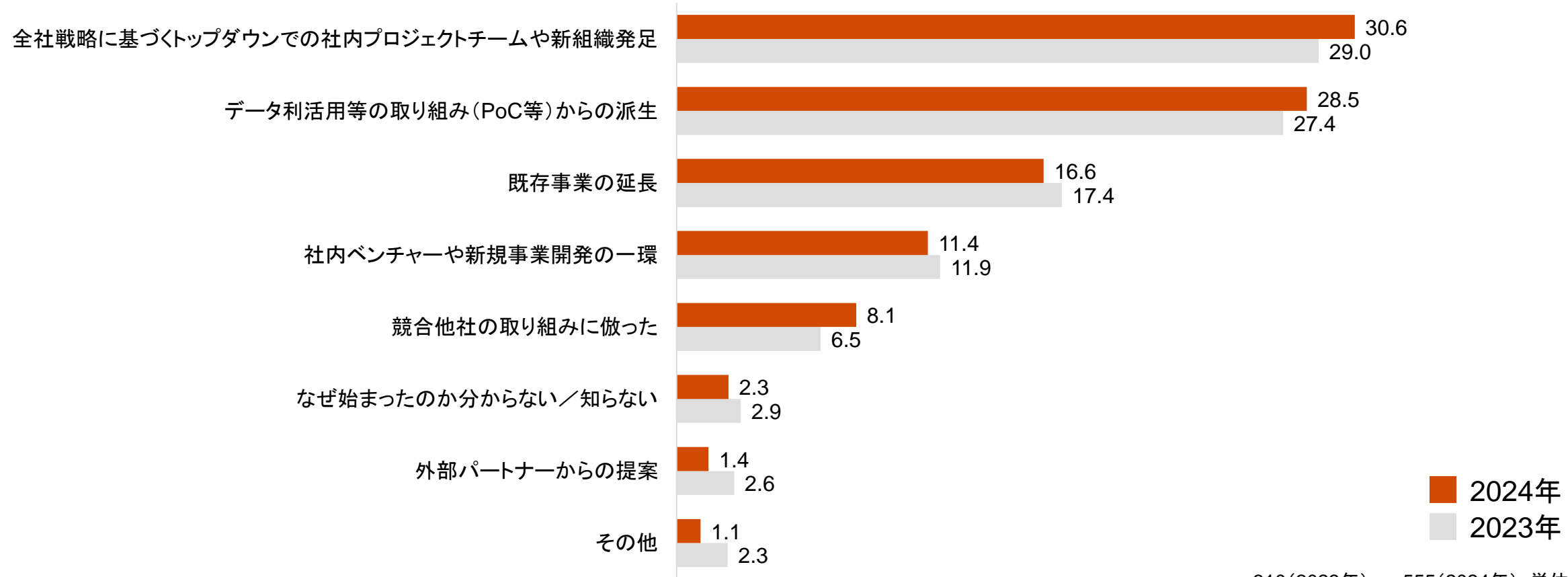
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションの取り組みについて、検討中の内容もしくは既に実現できている内容として、当てはまるものを全てお選びください。

	検討中 (n=341)	実現できている (n=214)	回答の差分* (pt)
社内データの一元化、見える化	19.5%	16.7%	2.8
社内業務の効率化	20.5%	17.3%	3.2
データ外販(他社への直接販売)	5.6%	7.9%	2.3
データ外販(データ流通プラットフォーム経由の販売)	7.4%	6.8%	0.6
既存事業やサービスへのデータ付加による機能拡張・高度化	14.5%	14.3%	0.2
データ/デジタルを活用した分析サービスやコンサルティングサービスの提供	14.2%	13.3%	0.9
企業が保有するデータを分析し、分析レポートとして外部へ販売	5.7%	8.1%	2.4
データ・ナレッジを用いたプロダクトや業務ソリューション等の販売	8.1%	10.5%	2.4
他社協業によるプラットフォームビジネスの提供	3.8%	5.1%	1.3
その他	0.6%	0.1%	0.5

*: 「検討中」と「実現できている」の差分(絶対値)。 / データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答した方を対象に質問。n=555

取り組み背景は全社戦略に基づくトップダウンでの新組織発足やデータ利活用のPoCからの派生と回答が多く、前回から傾向に変化は見られなかった

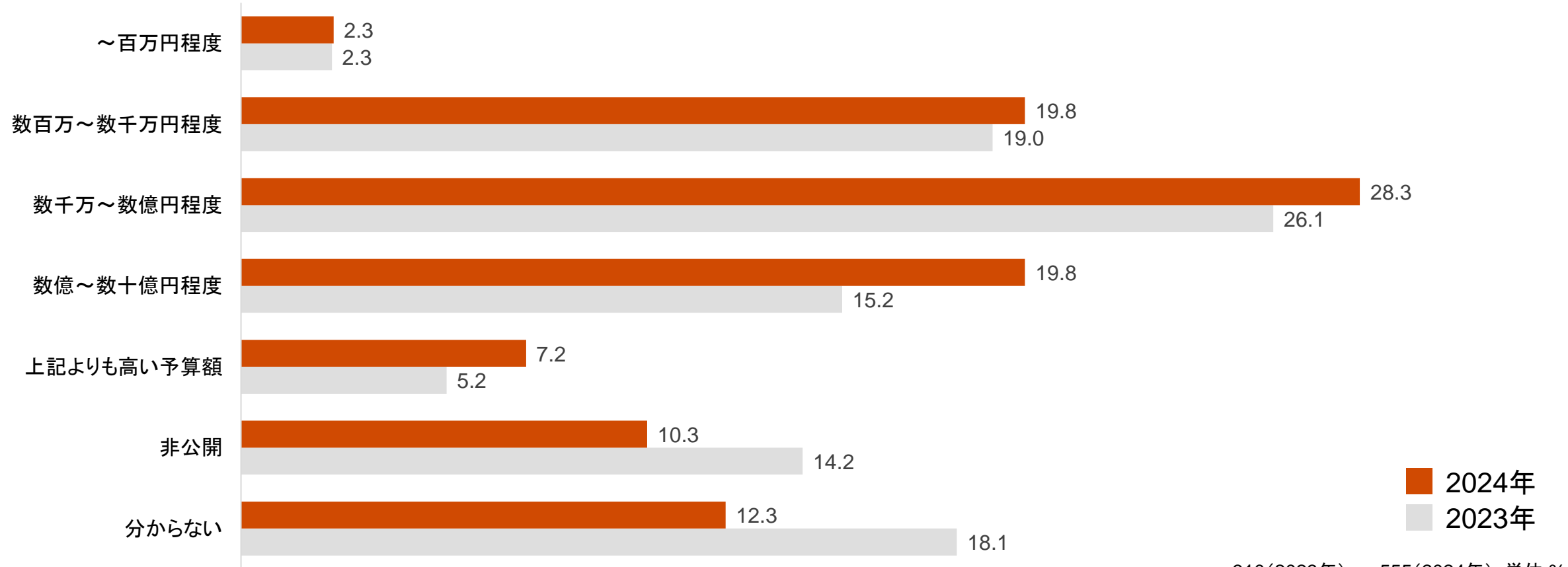
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 取り組みが始まった背景について、最も当てはまるもの一つお選びください。



n=310(2023年), n=555(2024年), 単位:%

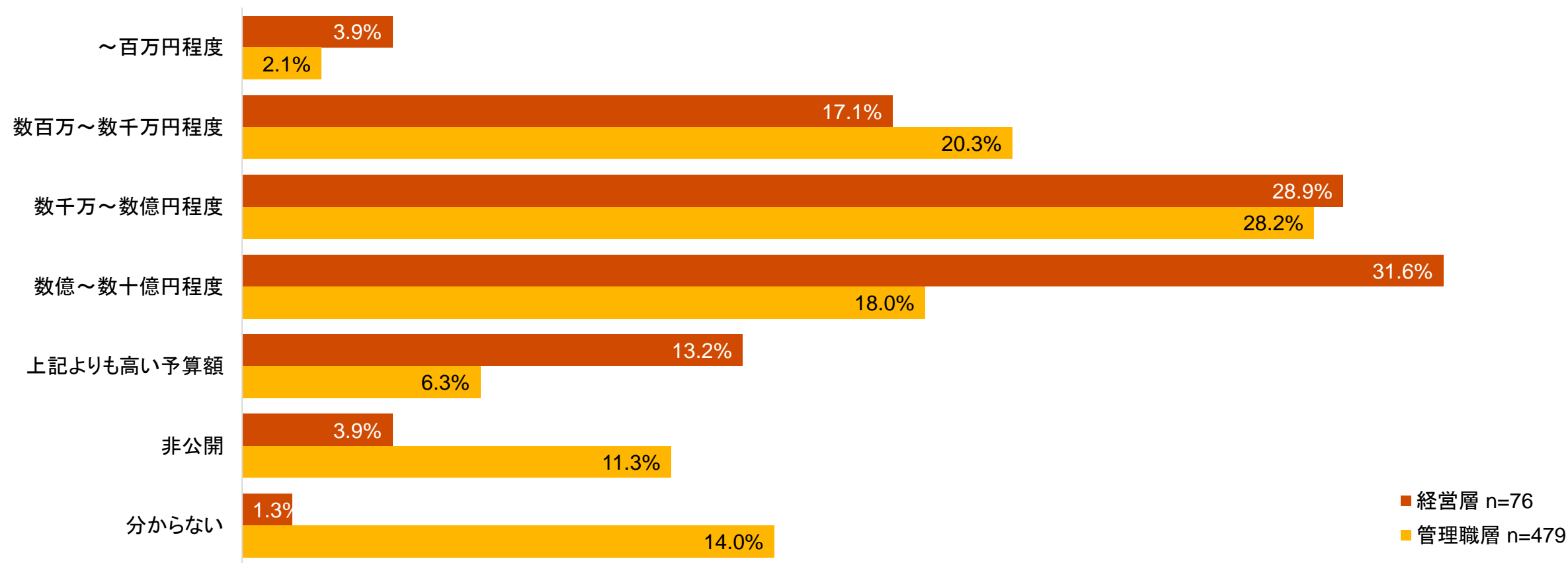
データマネタイゼーション推進予算は数千万~数億円が多いものの、 予算額は各社で幅が見られた

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションを推進していくにあたり、御社の今年度の予算額として最も近いものを一つお選びください。



n=310(2023年), n=555(2024年), 単位:%

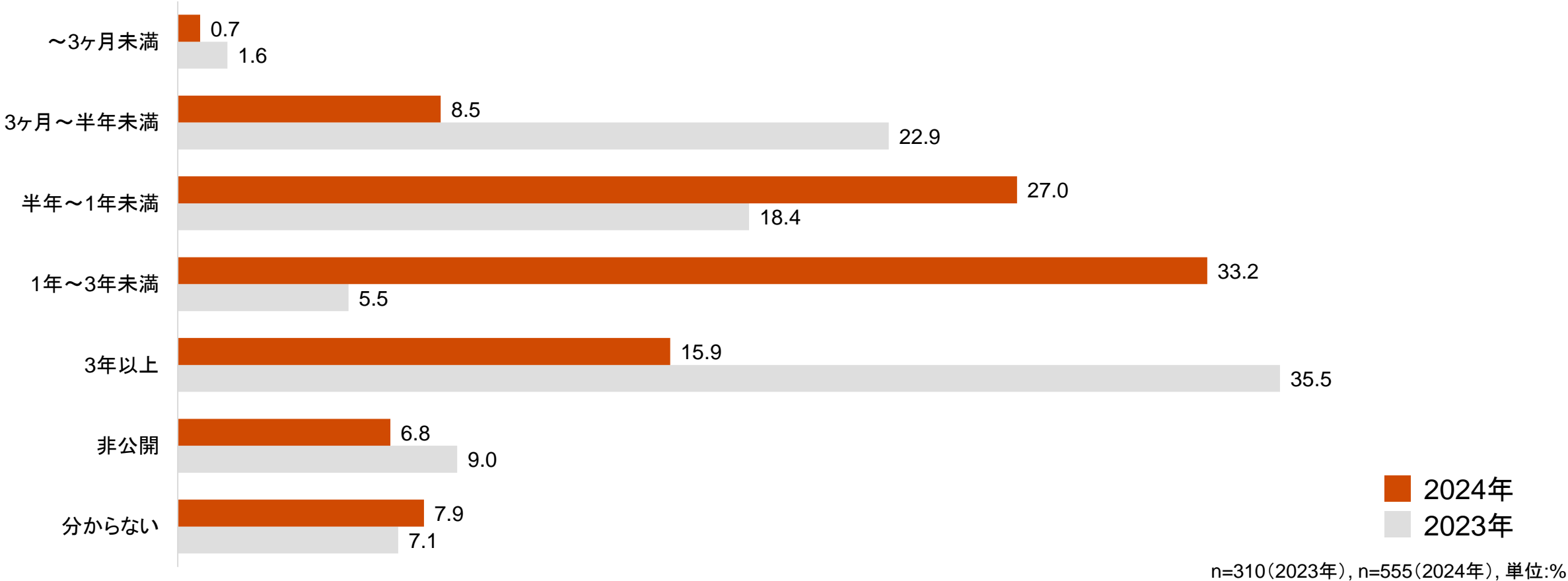
参考 役割別・データマネタイゼーション検討に係る予算規模



※「経営層」にはCxOやその他最高責任者、および執行役員が該当、「管理職層」には部門長、事業部長、部長、マネージャークラスが該当する

取り組み期間は3年以上が大きく減少し、1年～3年未満が最多となった

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
取り組みの検討期間について最も近いものをお選びください。



参考 検討期間と予算規模の比較

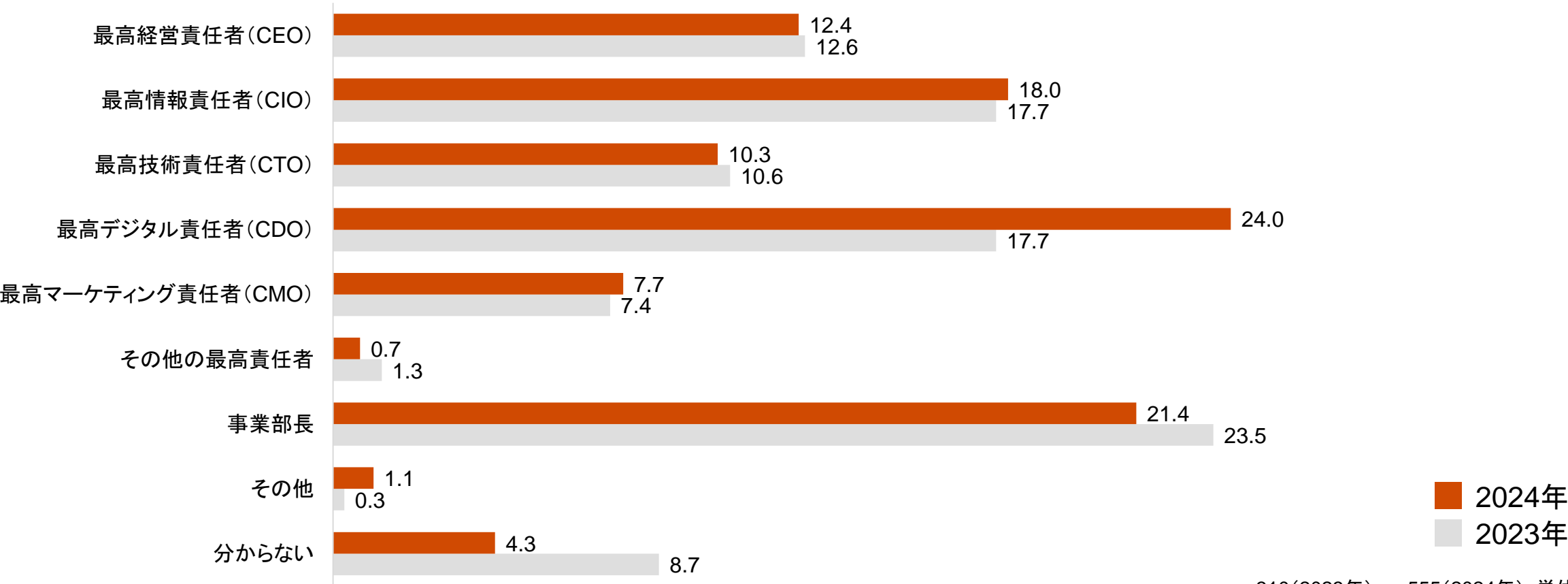
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 取り組みの予算額、ならびに検討期間について最も近いものを一つお選びください。

		検討期間							合計
		～3ヶ月未満	3ヶ月～半年未満	半年～1年未満	1年～3年未満	3年以上	非公開	分からない	
予算額	～百万円程度	0.2%	0.7%	0.5%	0.4%	0.4%	0.2%	0.0%	2.3%
	数百万～数千万円程度	0.4%	3.8%	8.8%	5.6%	0.5%	0.4%	0.4%	19.8%
	数千万～数億円程度	0.0%	2.2%	10.1%	11.9%	2.3%	0.7%	1.1%	28.3%
	数億～数十億円程度	0.0%	0.7%	4.9%	9.2%	4.3%	0.7%	0.0%	19.8%
	上記よりも高い予算額	0.0%	0.4%	0.9%	2.2%	3.4%	0.4%	0.0%	7.2%
	非公開	0.0%	0.0%	0.7%	1.3%	3.6%	3.8%	0.9%	10.3%
	分からない	0.2%	0.7%	1.1%	2.7%	1.3%	0.7%	5.6%	12.3%
合計		0.7%	8.5%	27.0%	33.2%	15.9%	6.8%	7.9%	100.0%

回答全体を100%としたときの比率。n=555

データマネタイゼーション推進の責任者は最高デジタル責任者が最も多く、次いで事業部長と最高情報責任者が多く回答を集めた

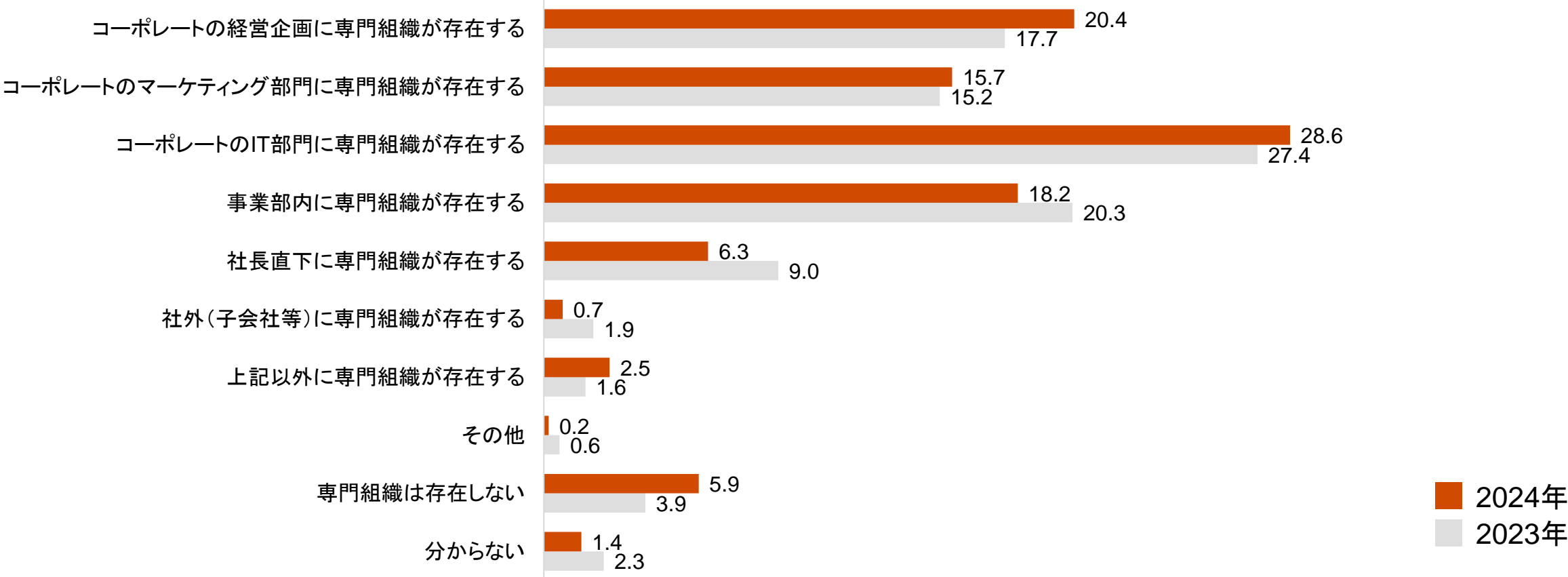
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーション推進の責任者として、最も当てはまるものを一つお選びください。



n=310(2023年), n=555(2024年), 単位:%

データマネタイゼーション推進の専門組織はIT部門が最も多く、次いで経営企画、マーケティング部門が多かった

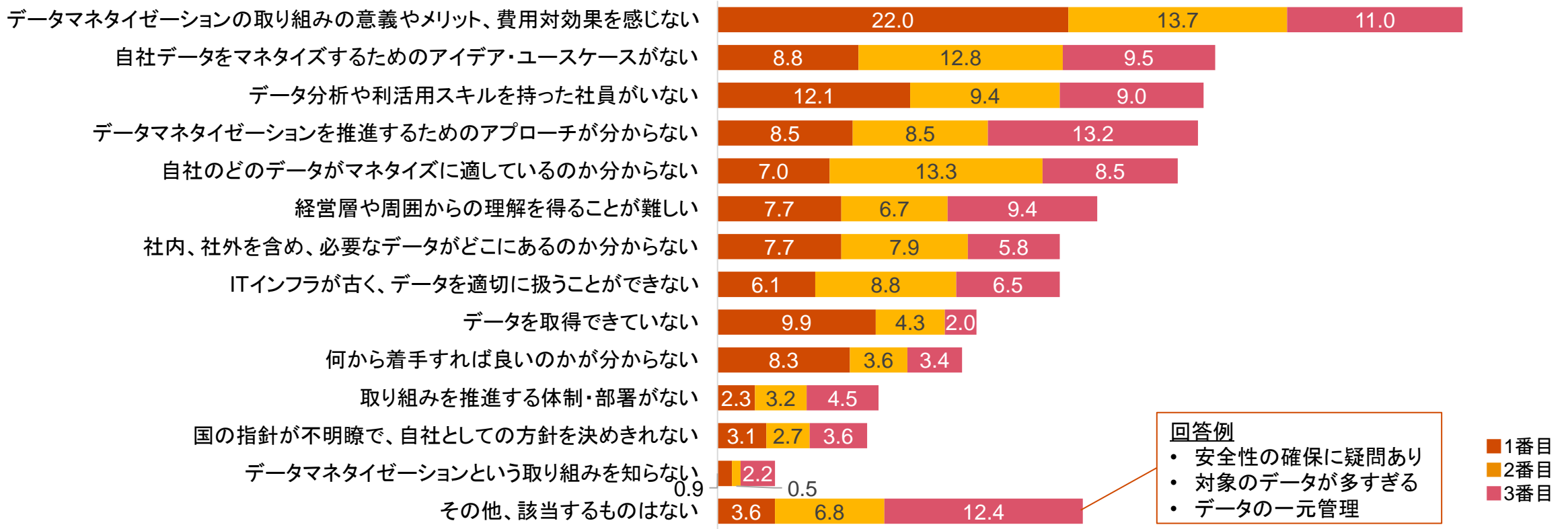
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションを推進する専門組織の有無について、最も当てはまるものを一つお選びください。



n=310(2023年), n=555(2024年), 単位:%

データマネタイゼーション推進における課題は、取り組みへの意義やメリット、費用対効果を感じないことを課題とする回答が最多で、それ以外にもアイデアや人材不足等の幅広い課題が見られた

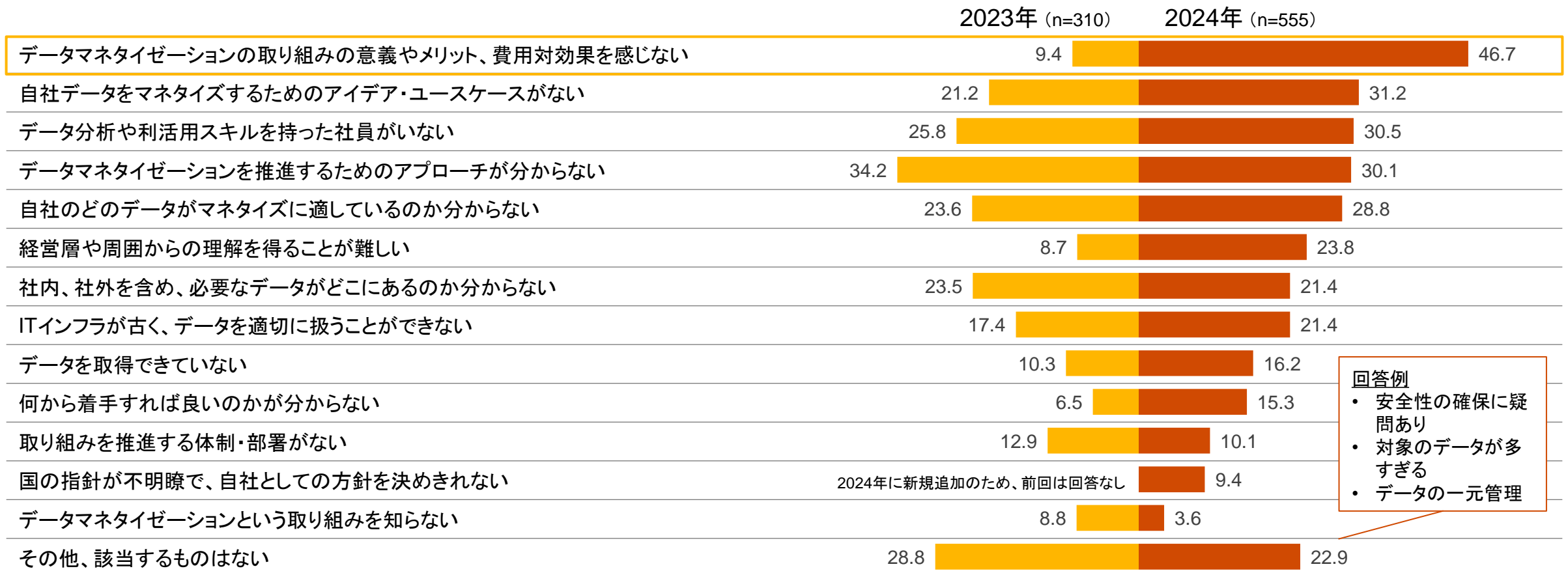
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じる事(または過去に課題だと感じたこと)について、当てはまるものから順に3番目までお選びください。



n=555, 単位:%

前回と比べて「費用対効果を感じない」を課題として挙げる回答者が最多。 データマネタイゼーションを実現する企業の増加に伴い、 効果追求のフェーズに移行してきたと考えられる

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じる事(または過去に課題だと感じたこと)について、当てはまるものから順に3番目までお選びください。



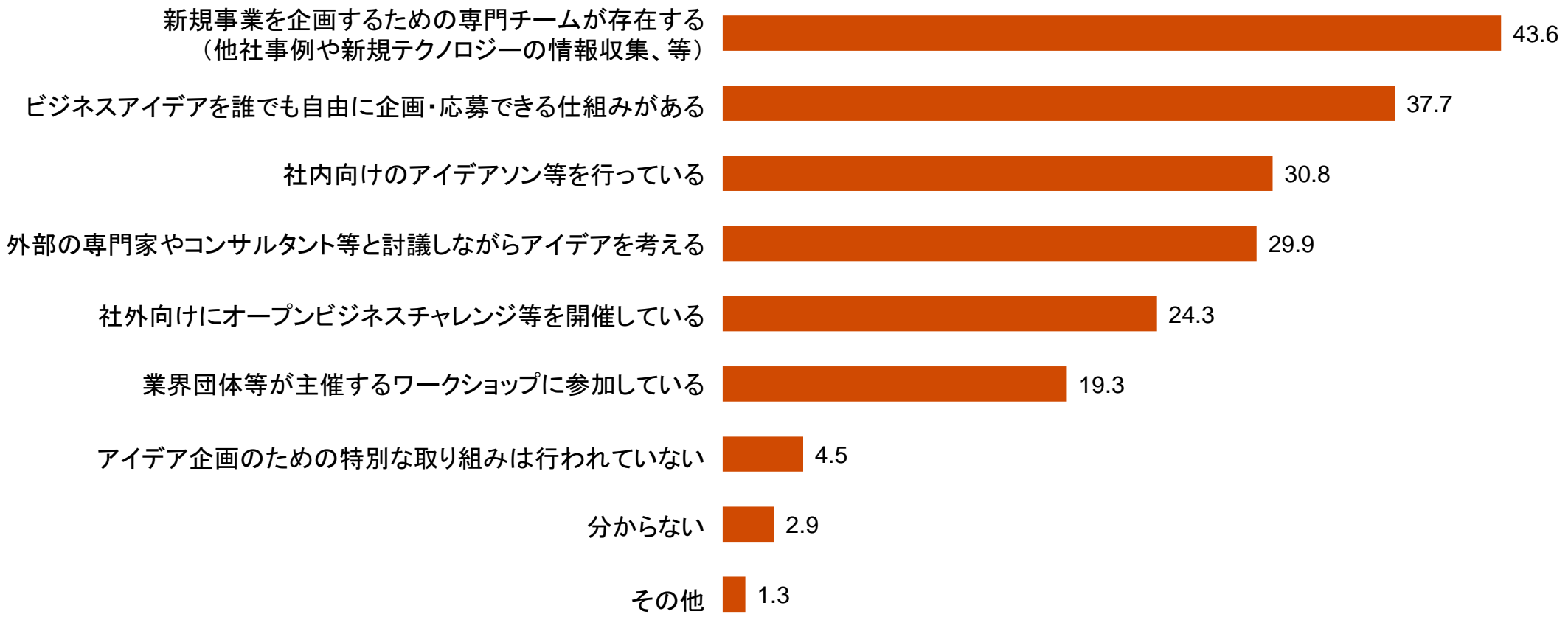
回答例

- 安全性の確保に疑問あり
- 対象のデータが多すぎる
- データの一元管理

単位:%

データマネタイゼーションを推進している企業では、新規事業を企画する専門チームの存在やアイデアを社内で公募する仕組みが存在

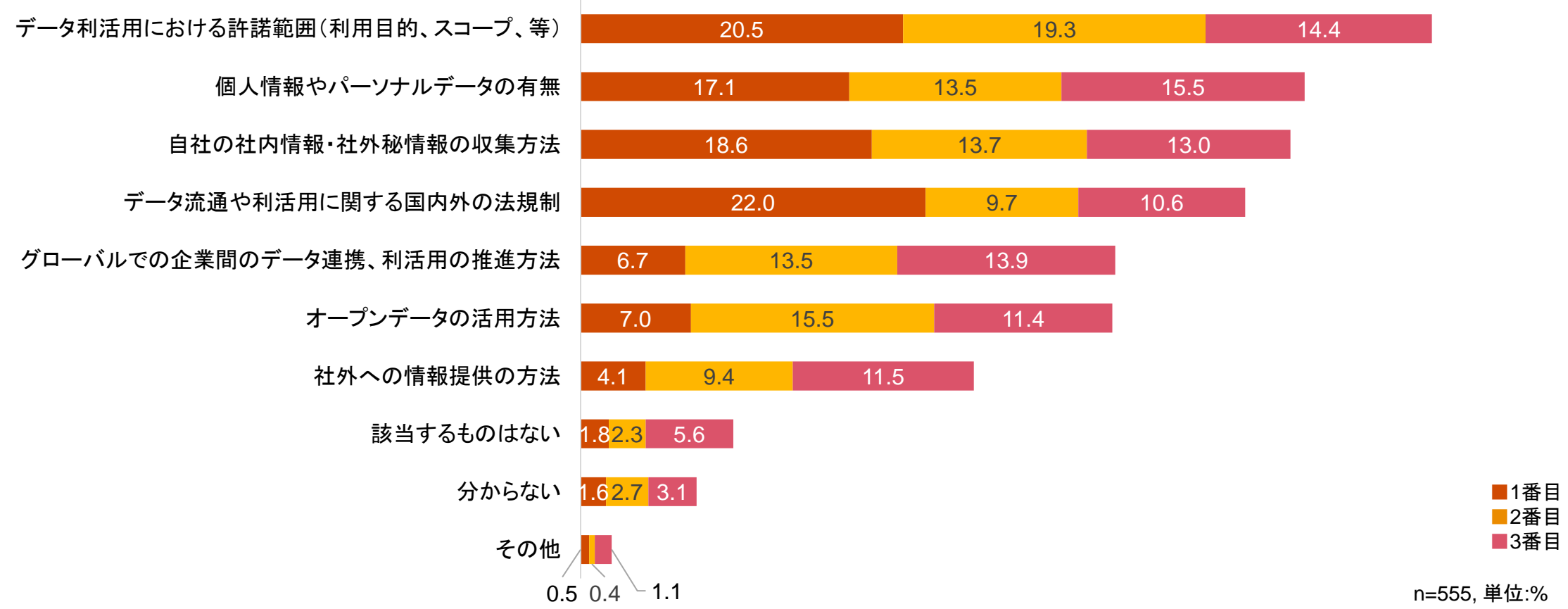
データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
データマネタイゼーションのテーマやアイデアをどのように企画・検討しているか、当てはまるものを全てお選びください。



n=555, 単位:%

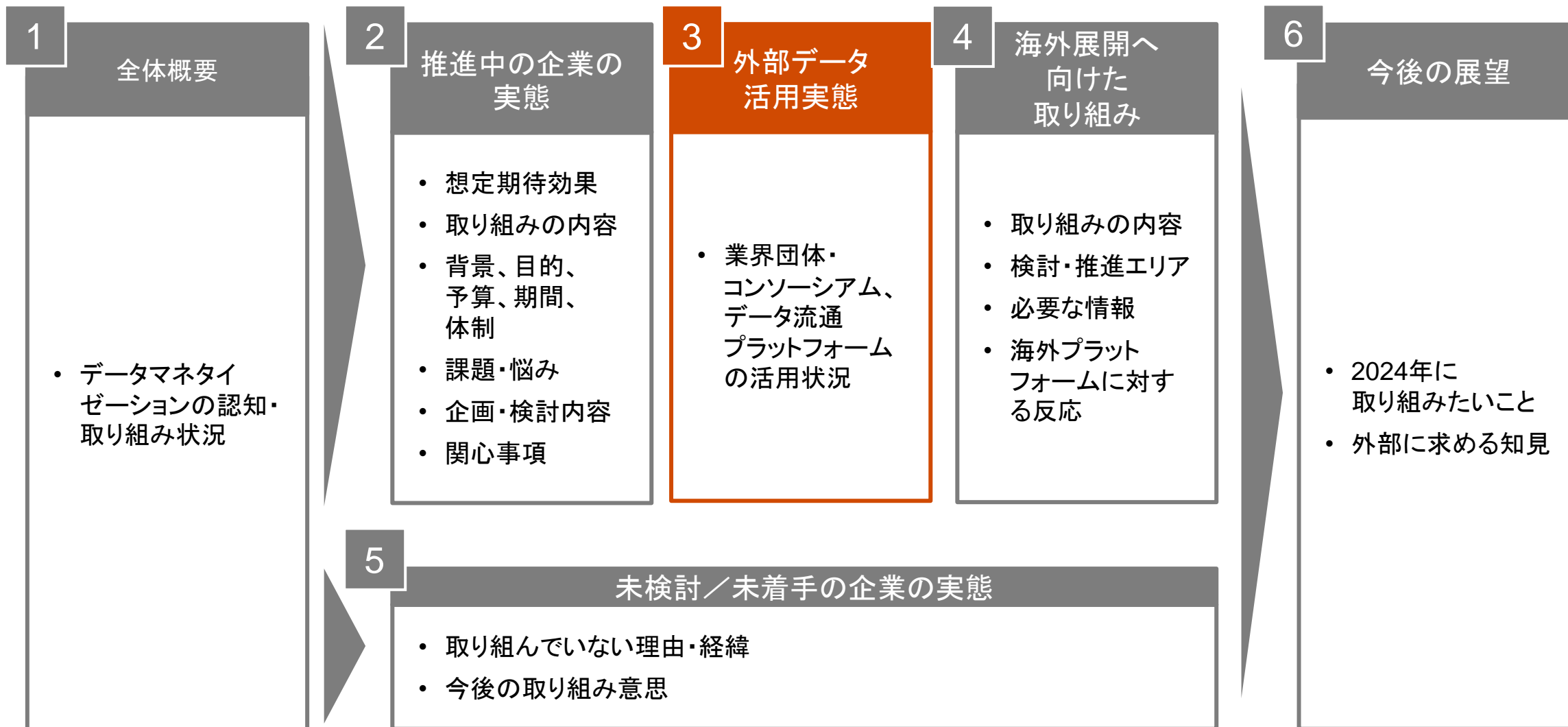
データマネタイゼーション検討時に、データ利活用における許諾範囲や個人情報の有無、国内外の法規制等への注意を払っている

データマネタイゼーションを「実現できている」「実現に向けて検討・推進中」と回答された方にお伺いします。
 データマネタイゼーションを検討する上で関心があること、注意を払っていることについて、当てはまるものから順に3番目までお選びください。



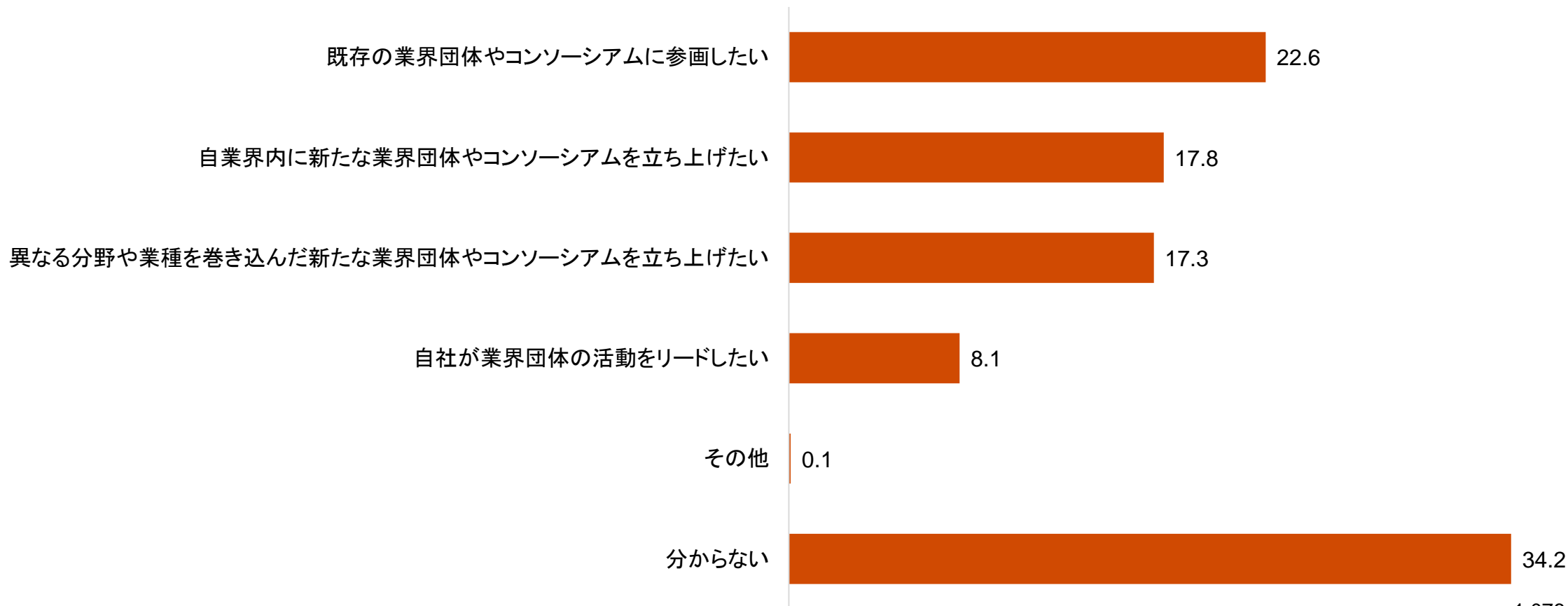
n=555, 単位:%

3. 外部データ活用実態



22%超が、データマネタイゼーション業界団体やコンソーシアムに参加したいと回答していた

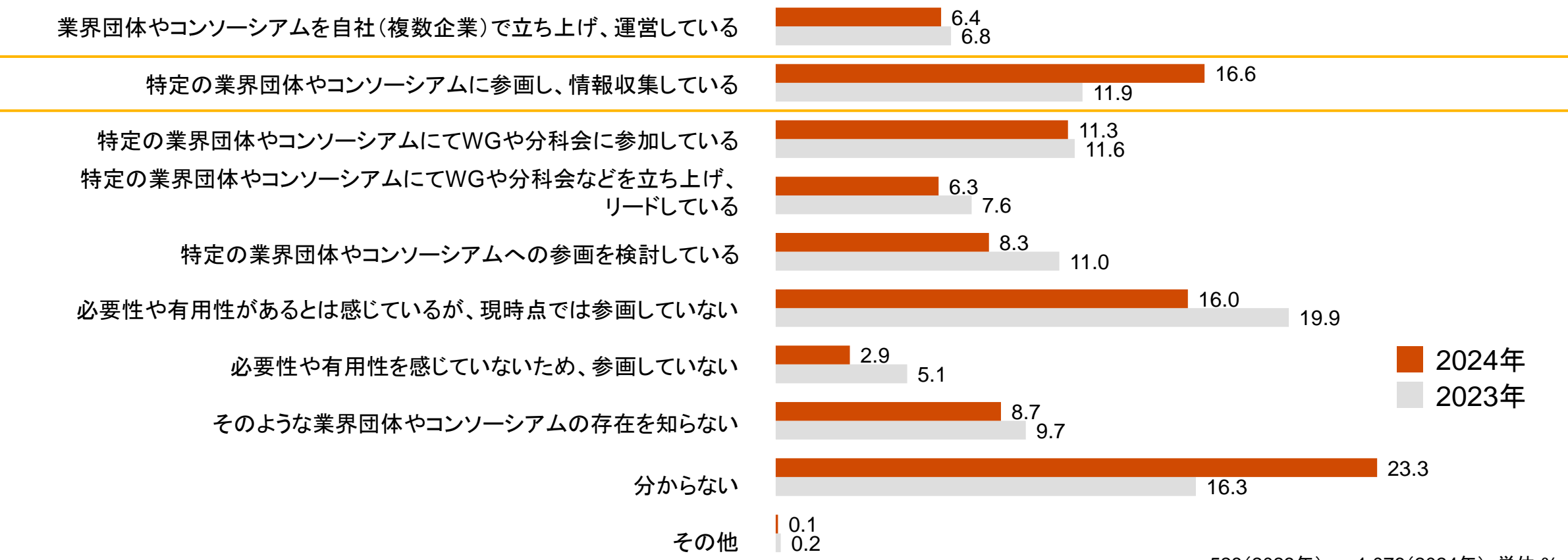
データマネタイゼーションに関する業界団体やコンソーシアムについて、貴社の意向として最も当てはまるものを一つお選びください。



n=1,076, 単位:%

前回から特定の業界団体やコンソーシアムに参画して情報収集を行っている企業の増加が見られた

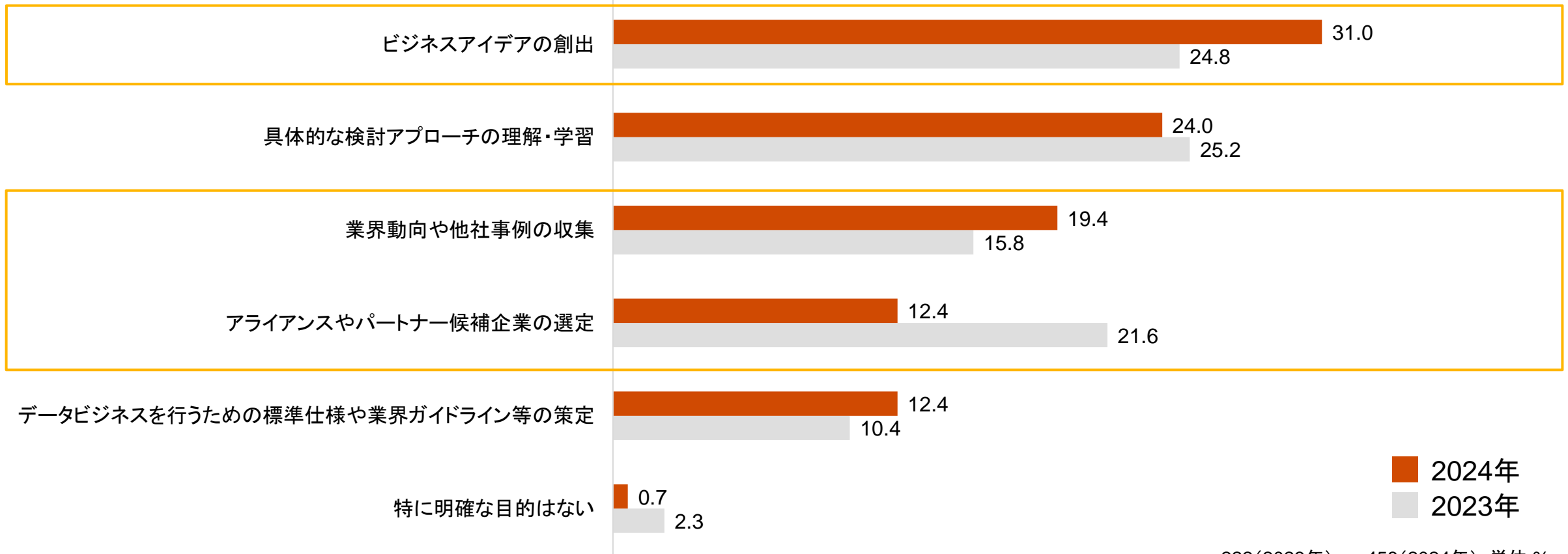
データマネタイゼーションに関する業界団体やコンソーシアムについて、貴社の参画状況として最も当てはまるものを一つお選びください。



n=528(2023年), n=1,076(2024年), 単位:%

業界団体やコンソーシアムへの参画の目的は「ビジネスアイデアの創出」が最多。「業界動向や他社事例の収集」が前回から増加し、「パートナー候補の選定」は減少が見られた

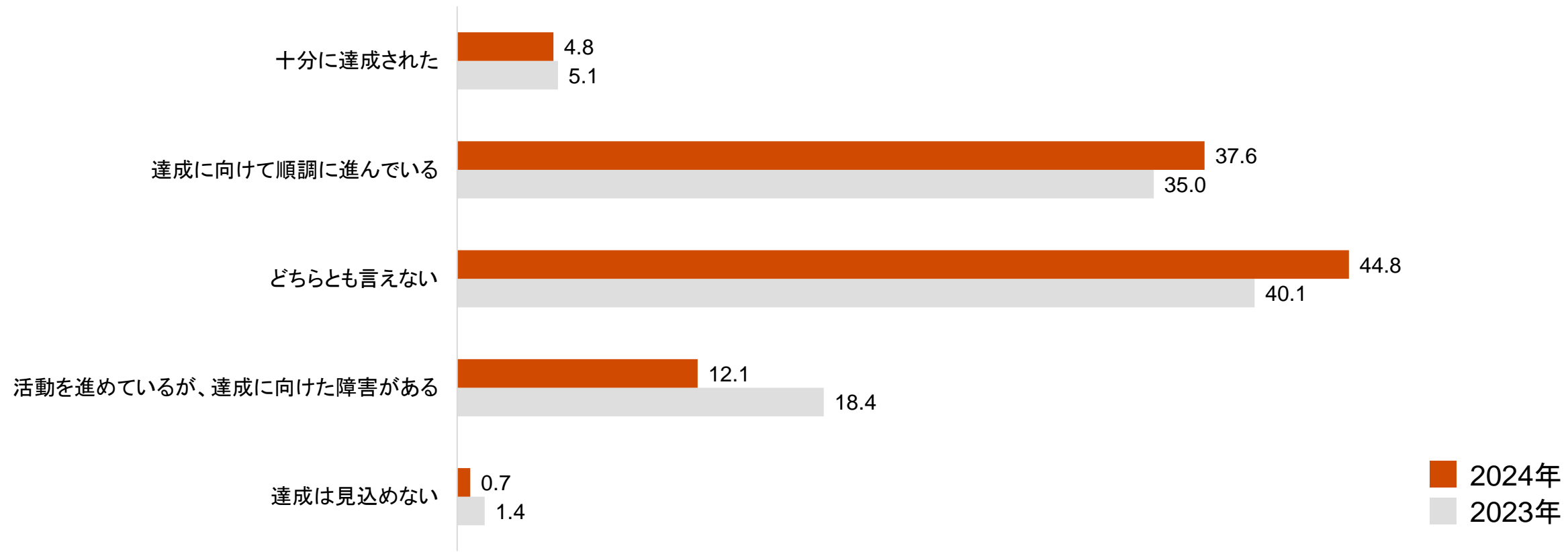
前の問いで、業界団体やコンソーシアムに「参画中」または「参画を検討している」と回答された方にお伺いします。
 業界団体やコンソーシアムに参画された(あるいは参画を検討している)目的について、最も当てはまるものをお選びください。



n=222(2023年), n=458(2024年), 単位:%

業界団体やコンソーシアム参画の目的についての達成状況は前回から大きな変化が見られず、多数の企業で達成途上であることが分かった

前の問いで、業界団体やコンソーシアムに「参画中」または「参画を検討している」と回答された方にお伺いします。
業界団体やコンソーシアムに参画された(あるいは参画を検討している)目的について、現在の達成状況として最も当てはまるものをお選びください。
※ 前の問いで「特に明確な目的はない」を選択された方を除外。



n=217(2023年), n=455(2024年), 単位:%

最も割合が高い目的の「ビジネスアイデアの創出」に関して 達成状況はまちまちで、「どちらとも言えない」とした回答が多かった

業界団体やコンソーシアムに「参画中」または「参画を検討している」と回答された方にお伺いします。利用の目的とその達成状況を教えてください。

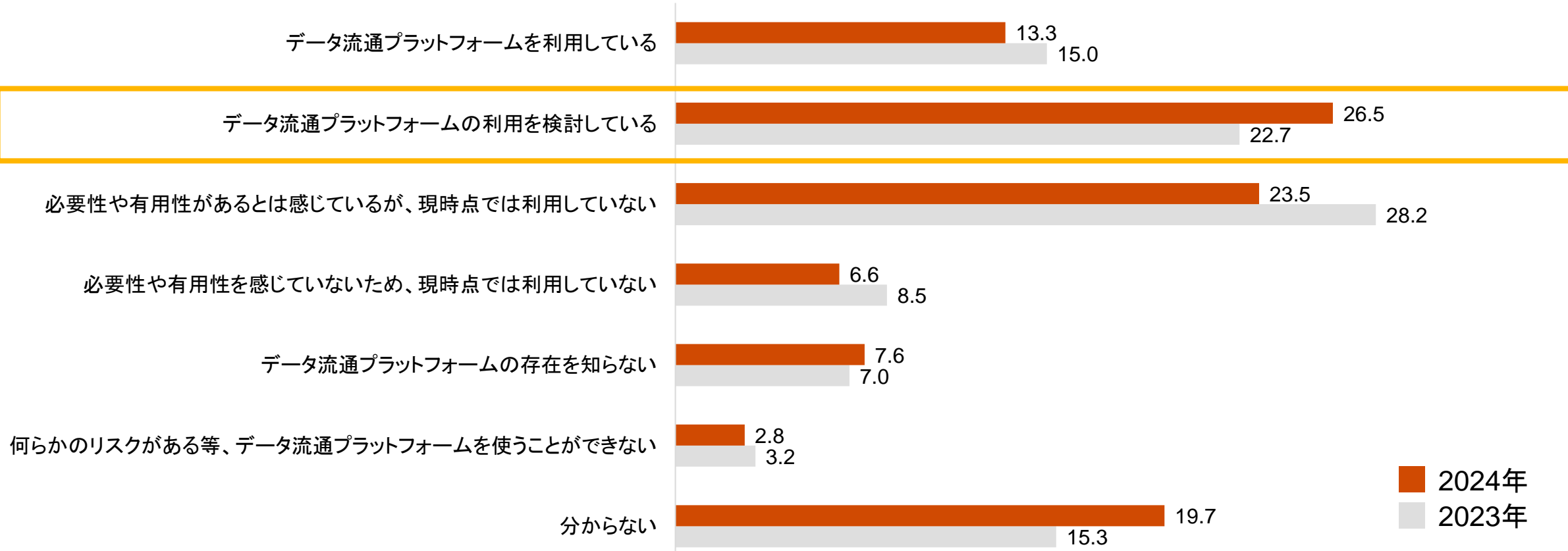
5.0%以上
3.0%以上~5.0%未満

		目的の達成状況					合計
		既に達成	達成に向けて 順調に進行中	どちらとも 言えない	達成に向けた 障害がある	達成は見込め ない、その他	
参画の目的	業界動向や他社事例の収集	1.3%	7.0%	9.7%	1.5%	0.0%	19.6%
	ビジネスアイデアの創出	1.3%	12.5%	14.1%	3.3%	0.0%	31.2%
	具体的な検討アプローチの 理解・学習	0.9%	10.1%	10.3%	2.2%	0.7%	24.2%
	アライアンスやパートナー候補 企業の選定	0.7%	4.6%	5.1%	2.2%	0.0%	12.5%
	データビジネスを行うための標準 仕様や業界ガイドライン等の策定	0.7%	3.3%	5.7%	2.9%	0.0%	12.5%
	特に明確な目的はない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計		4.8%	37.6%	44.8%	12.1%	0.7%	100.0%

回答全体を100%としたときの比率。n=458

前回からデータ流通プラットフォームの利用を検討している企業の増加が見られた

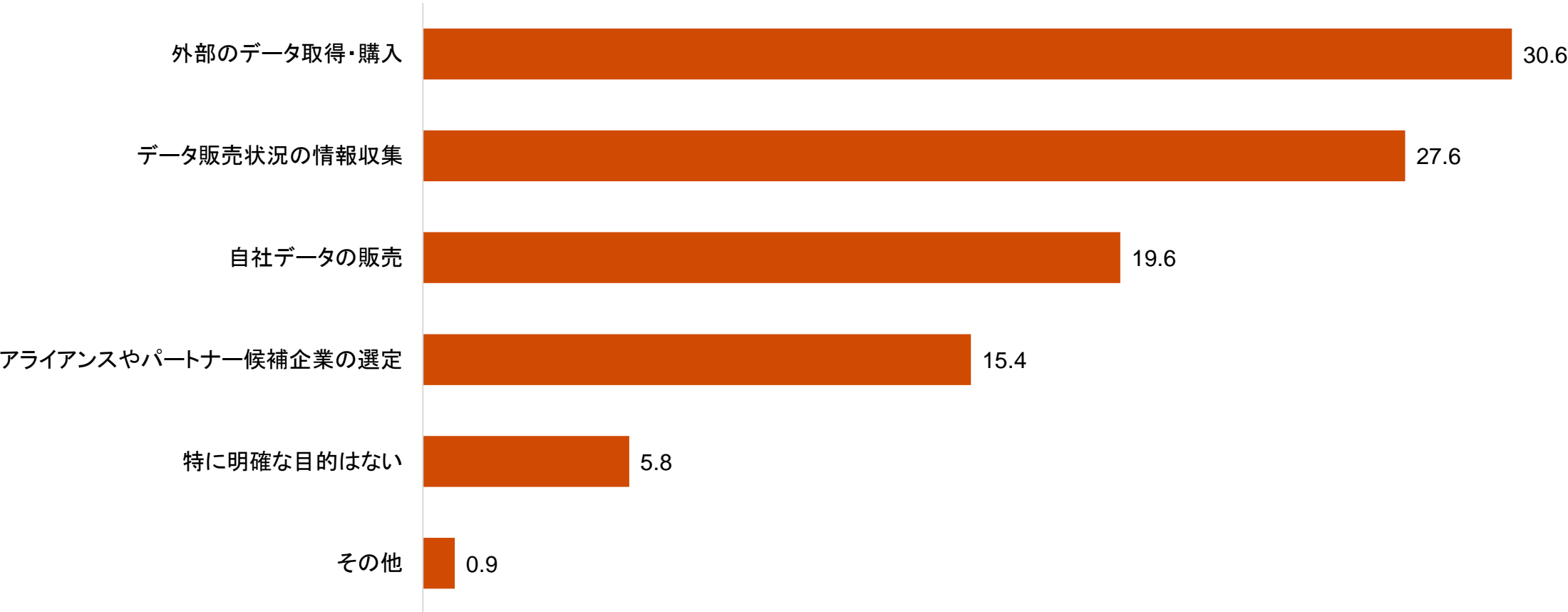
データ流通プラットフォームの貴社の利用状況として、最も当てはまるものを一つお選びください。
※データ流通プラットフォームとは、企業間のデータ流通を直接あるいは間接的に仲介するための機能を提供するプラットフォームを指す。



n=528(2023年), n=1,076(2024年), 単位:%

データ流通プラットフォームの利用の目的は外部のデータ取得・購入が最多

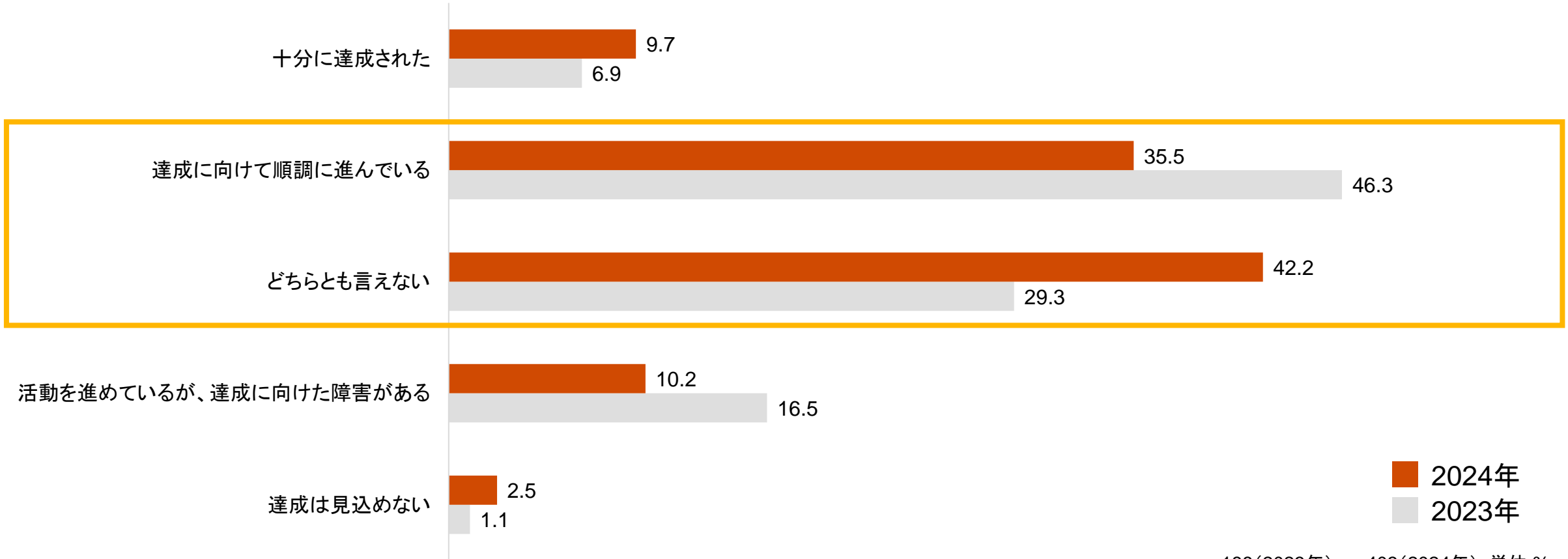
前の問いで、データ流通プラットフォームを「利用中」または「利用を検討している」と回答された方にお伺いします。
データ流通プラットフォームを利用している(あるいは利用を検討している)目的について、最も当てはまるものをお選びください。



n=428, 単位:%

データ流通プラットフォームの目的についての達成状況は 前回から「達成に向けて順調に進んでいる」と回答した企業が減り、 多数の企業で試行錯誤している状況であることが分かった

前の問いで、データ流通プラットフォームを「利用中」または「利用を検討している」と回答された方にお伺いします。
データ流通プラットフォームを利用している(あるいは利用を検討している)目的について、現在の達成状況として最も当てはまるものを一つお選びください。
※ 前の設問で「特に明確な目的はない」を選択された方は除外している。



n=188(2023年), n=403(2024年), 単位:%

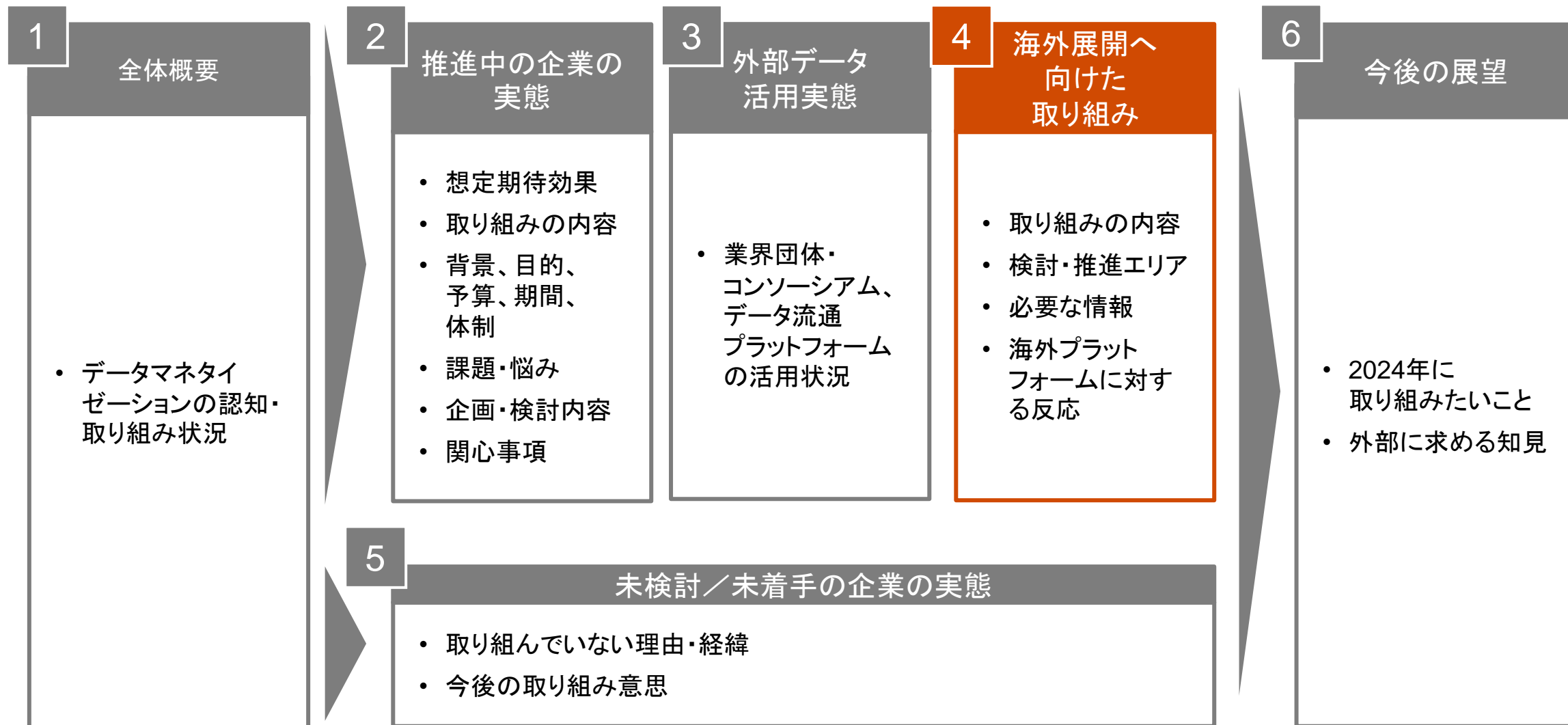
最も割合が高い目的の外部のデータ取得・購入に関して達成状況はまちまちで、「どちらとも言えない」とした回答が多かった

データ流通プラットフォームを「利用中」または「利用を検討している」と回答された方にお伺いします。利用の目的とその達成状況を教えてください。

		目的の達成状況					合計
		既に達成	達成に向けて順調に進行中	どちらとも言えない	達成に向けた障害がある	達成は見込めない、その他	
参画の目的	外部のデータ取得・購入	4.2%	11.4%	10.0%	3.3%	1.6%	30.6%
	自社データの販売	3.0%	7.0%	8.6%	0.9%	0.0%	19.6%
	データ販売状況の情報収集	1.2%	8.6%	14.3%	2.8%	0.7%	27.6%
	アライアンスやパートナー候補企業の選定	0.5%	6.1%	6.5%	2.3%	0.0%	15.4%
	特に明確な目的はない、その他	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	5.8%	6.8%
合計		9.1%	33.4%	39.7%	9.6%	8.2%	100.0%

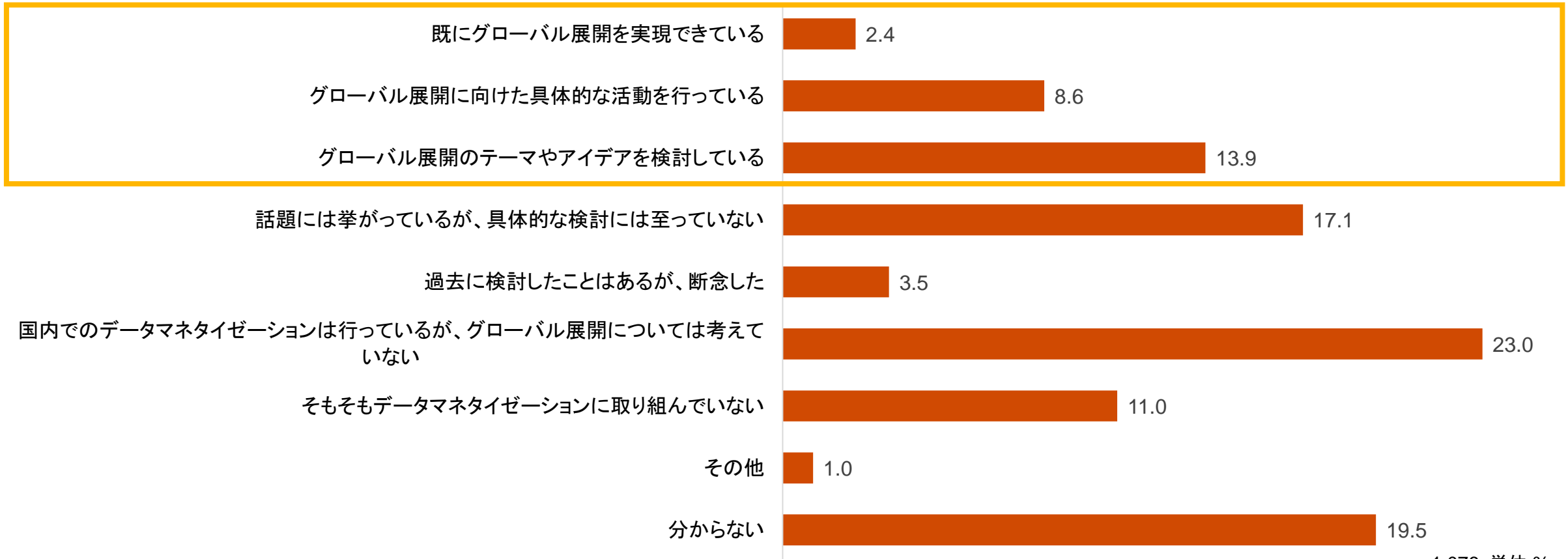
回答全体を100%としたときの比率。n=428

4. 海外展開へ向けた取り組み



データマネタイゼーションのグローバル展開に向けた取り組みを行っている回答者は25%程度に留まる

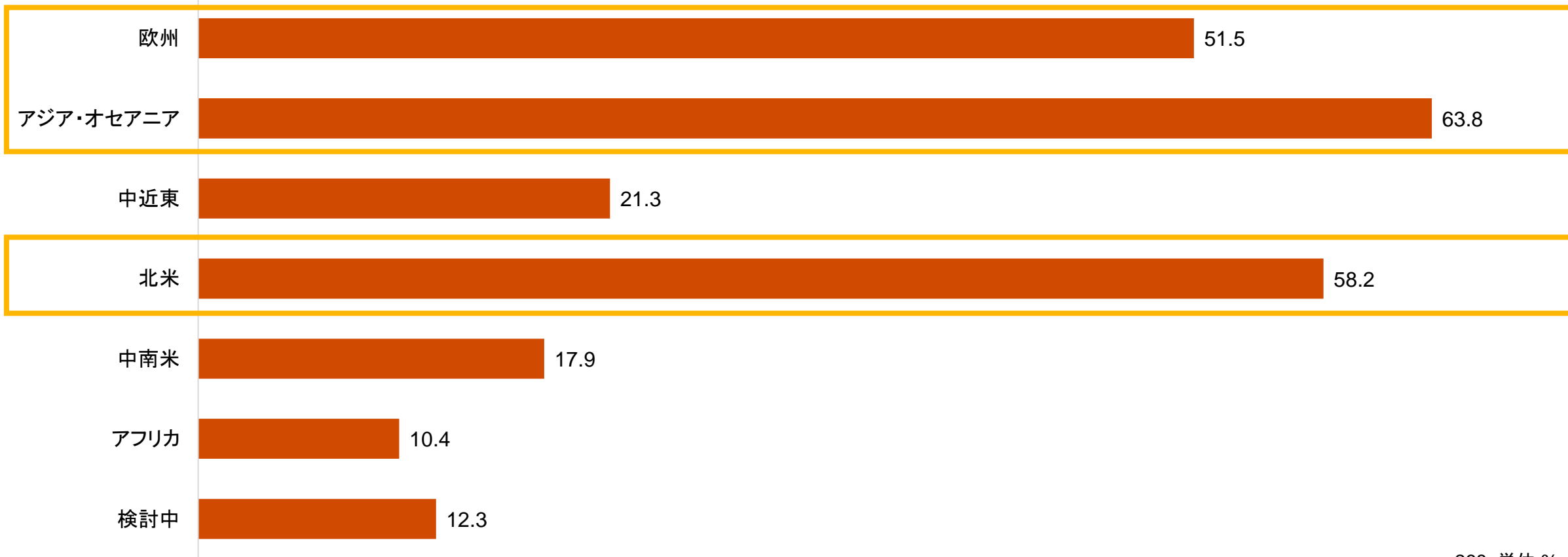
データマネタイゼーションのグローバル展開について、貴社の取り組み状況として最も当てはまるものを一つお選びください。
※ グローバル展開の例：海外地域データの収集～活用、国内で提供しているデータ／デジタルサービスのグローバル展開、海外地域における新たなデータ／デジタルビジネス開発 等



n=1,076, 単位:%

グローバル展開を検討している・推進しているエリアはアジア・オセアニアが最も多く、次いで北米、欧州が続く

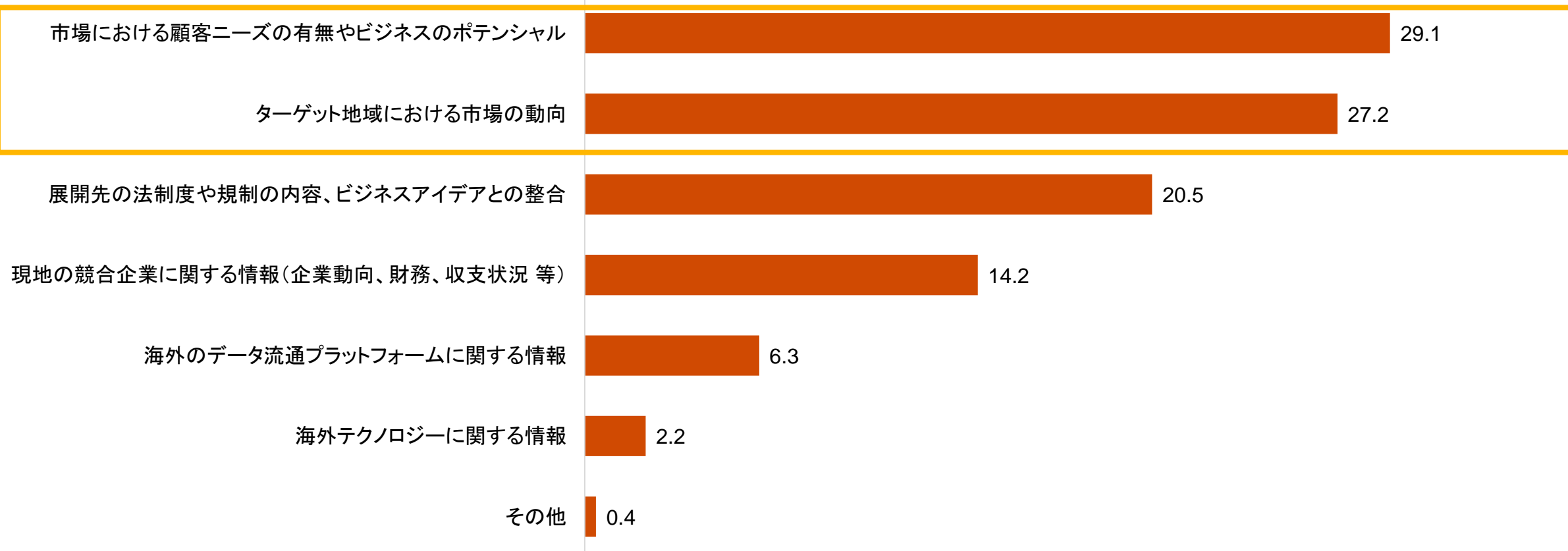
前の問いで、「グローバル展開のテーマやアイデアを検討している」「グローバル展開に向けた具体的な活動を行っている」「既にグローバル展開を実現できている」と回答された方にお伺いします。グローバル展開を検討している・推進しているエリアとして、当てはまるものを全てお答えください。



n=268, 単位:%

半数以上の回答者がグローバル展開を検討するにあたり必要な情報として「市場情報」を求めている

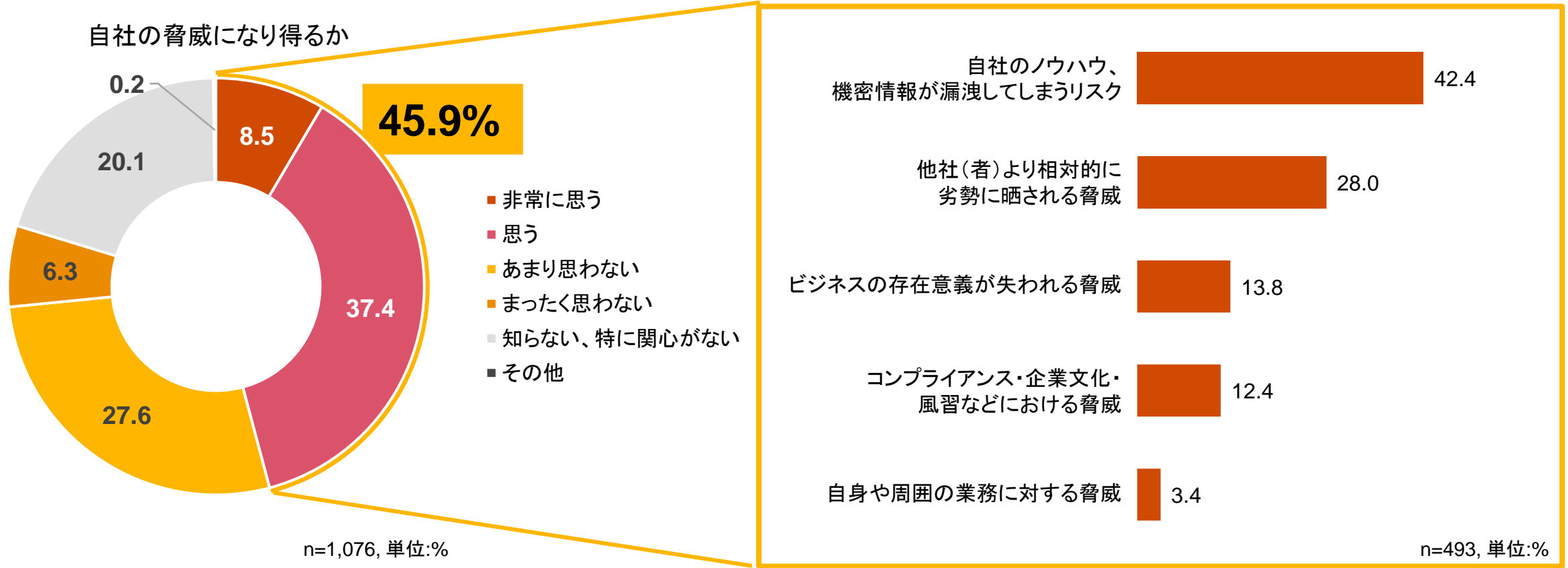
前の問いで、「グローバル展開のテーマやアイデアを検討している」「グローバル展開に向けた具体的な活動を行っている」「既にグローバル展開を実現できている」と回答された方にお伺いします。グローバル展開を検討するにあたり必要な情報として、最も当てはまるものを一つお選びください。



n=268, 単位:%

自社のノウハウ、機密情報が漏洩してしまうリスクが最多。 次いで他社(者)より相対的に劣勢に晒される脅威が続く

GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームについて、自社の脅威になり得ると思うか、最も当てはまるものをそれぞれお選びください。また、「とても脅威だと思う」、「脅威だと思う」と回答された方は、海外プラットフォームを具体的にどのような脅威だと思うのか最も当てはまるものを一つお選びください。



海外プラットフォームを脅威だと思ふ回答者は、人材、アプローチ方法、アイデア・ユースケースがないことに課題を感じている

データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じることを教えてください。

		データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じること																
		5.0%以上	3.0%以上～5.0%未満															合計
		データを取得できていない	社内、社外を含め、必要なデータがどこにあるのかわからない	自社のどのデータがマネタイズに適しているのかわからない	データ分析や利活用スキルを持った社員がいない	データマネタイゼーションを推進のアプローチがわからない	取り組みを推進する体制・部署がない	データマネタイゼーションという取り組みを知らない	データマネタイゼーションの取り組みの意義やメリット、費用対効果を感じない	何から着手すれば良いのかわからない	自社データをマネタイズするためのアイデア・ユースケースがない	経営層や周囲からの理解を得ることが難しい	費用対効果を感じない	国の指針が不明瞭で、自社としての方針を決めきれない	その他	該当するものはない	合計	
海外プラットフォームに対して	脅威だと思ふ	3.5%	4.7%	5.4%	4.0%	6.1%	5.9%	1.7%	0.6%	4.5%	3.1%	5.7%	5.0%	2.2%	1.9%	0.8%	2.2%	57.2%
	脅威だと思わない	1.9%	2.5%	4.2%	3.1%	4.1%	4.2%	1.6%	0.6%	2.9%	2.0%	4.7%	2.9%	2.2%	1.2%	0.9%	3.8%	42.8%
	合計	5.4%	7.2%	9.6%	7.1%	10.2%	10.0%	3.4%	1.2%	7.4%	5.1%	10.3%	7.9%	4.4%	3.1%	1.7%	6.0%	100.0%

回答全体を100%としたときの比率。n=555

「脅威だと思う」、「脅威だと思わない」のいずれにおいても、関心があること、注意を払っていることは同じような傾向となっている

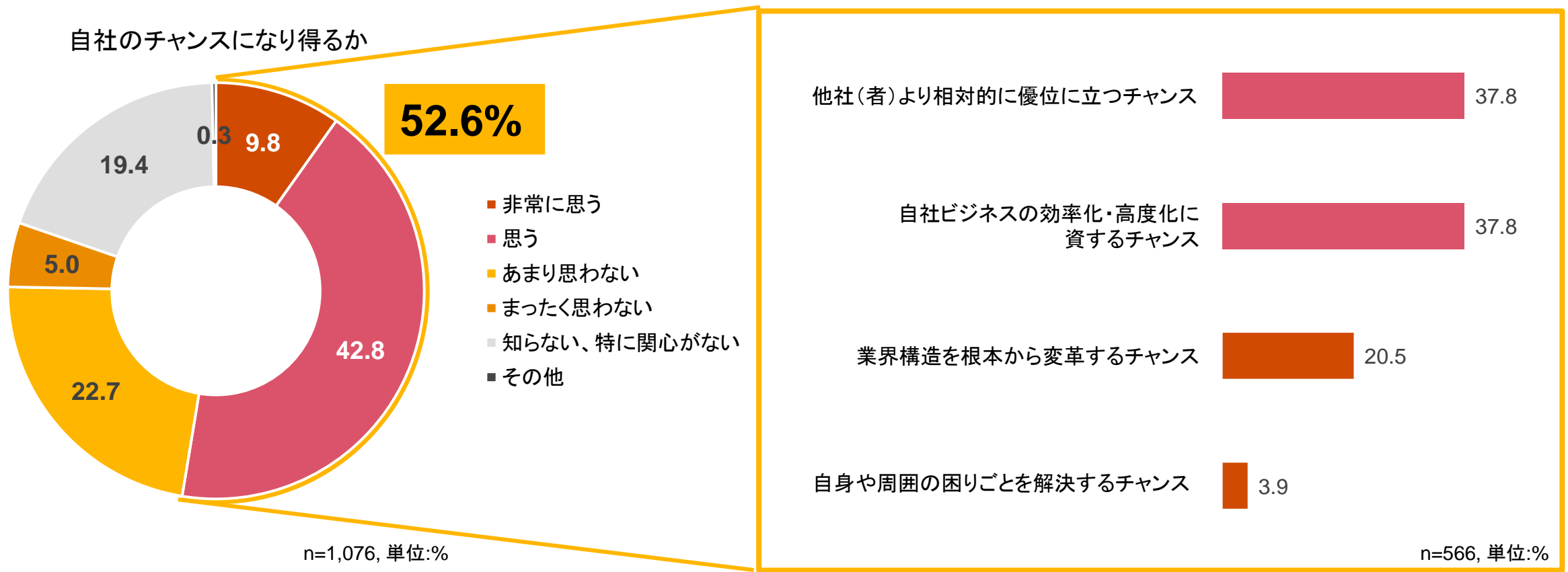
データマネタイゼーションを検討する上で関心があること、注意を払っていることを教えてください。

		データマネタイゼーションを検討する上で関心があること、注意を払っていること										
		国内外の法規制 データ流通や 利活用に関する	データ活用における 許諾範囲（利用目的、 スコープ、等）	個人情報や パーソナルデータの 有無	自社の社内情報・ 社外秘情報の 収集方法	社外への情報提供の 方法	オープンデータの 活用方法	グローバルでの 企業間のデータ連携、 利活用の推進方法	その他	該当するものはない	分からない	合計
海外プラットフォーム に対して	脅威だと思う	9.0%	10.3%	9.0%	9.2%	4.3%	6.4%	6.6%	0.4%	1.3%	0.7%	57.2%
	脅威だと思わない	5.2%	7.8%	6.4%	5.8%	4.0%	4.9%	4.8%	0.3%	1.9%	1.7%	42.8%
	合計	14.1%	18.1%	15.3%	15.0%	8.4%	11.3%	11.3%	0.7%	3.2%	2.5%	100.0%

回答全体を100%としたときの比率。n=555

他社(者)より相対的に優位に立つチャンス、自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンスという回答が最多

GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームについて、自社のチャンスになり得ると思うか、最も当てはまるものをそれぞれお選びください。また、「とてもチャンスだと思う」、「チャンスだと思う」と回答された方は、海外プラットフォームを具体的にどのようなチャンスだと思うのか最も当てはまるものを一つお選びください。



海外プラットフォームをチャンスだと思う回答者は、脅威だと思う回答者同様、人材、アプローチ方法、アイデア・ユースケースがないことに課題を感じている

データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じることを教えてください。

		データマネタイゼーションに取り組む上で、現在課題だと感じること																	
5.0%以上		データを取得できていない	社内、社外を含め、必要なデータがどこにあるのかわからない	自社のどのデータがマネタイズに適しているのかわからない	データ分析や活用スキルを持った社員がいない	データを適切に扱うことができない	データ分析や活用スキルを持った社員がいない	データマネタイゼーションを推進のアプローチがわからない	取り組みを推進する体制・部署がない	データマネタイゼーションという取り組みを知らない	データマネタイゼーションの取り組みの意義やメリット、費用対効果を感じない	何から着手すれば良いのかわからない	自社データをマネタイズするためのアイデア・ユースケースがない	経営層や周囲からの理解を得ることが難しい	費用対効果を感じない	国の指針が不明瞭で、自社としての方針を決めきれない	その他	該当するものはない	合計
海外プラットフォームに対して	チャンスだと思う	3.7%	4.5%	6.0%	4.8%	6.3%	7.0%	1.8%	0.6%	5.1%	3.4%	7.0%	4.9%	2.5%	1.9%	1.1%	3.9%	64.3%	
	チャンスだと思わない	1.7%	2.7%	3.5%	2.3%	3.9%	3.0%	1.6%	0.6%	2.3%	1.7%	3.4%	3.0%	1.9%	1.3%	0.6%	2.0%	35.7%	
	合計	5.4%	7.2%	9.6%	7.1%	10.2%	10.0%	3.4%	1.2%	7.4%	5.1%	10.3%	7.9%	4.4%	3.1%	1.7%	6.0%	100.0%	

回答全体を100%としたときの比率。n=555

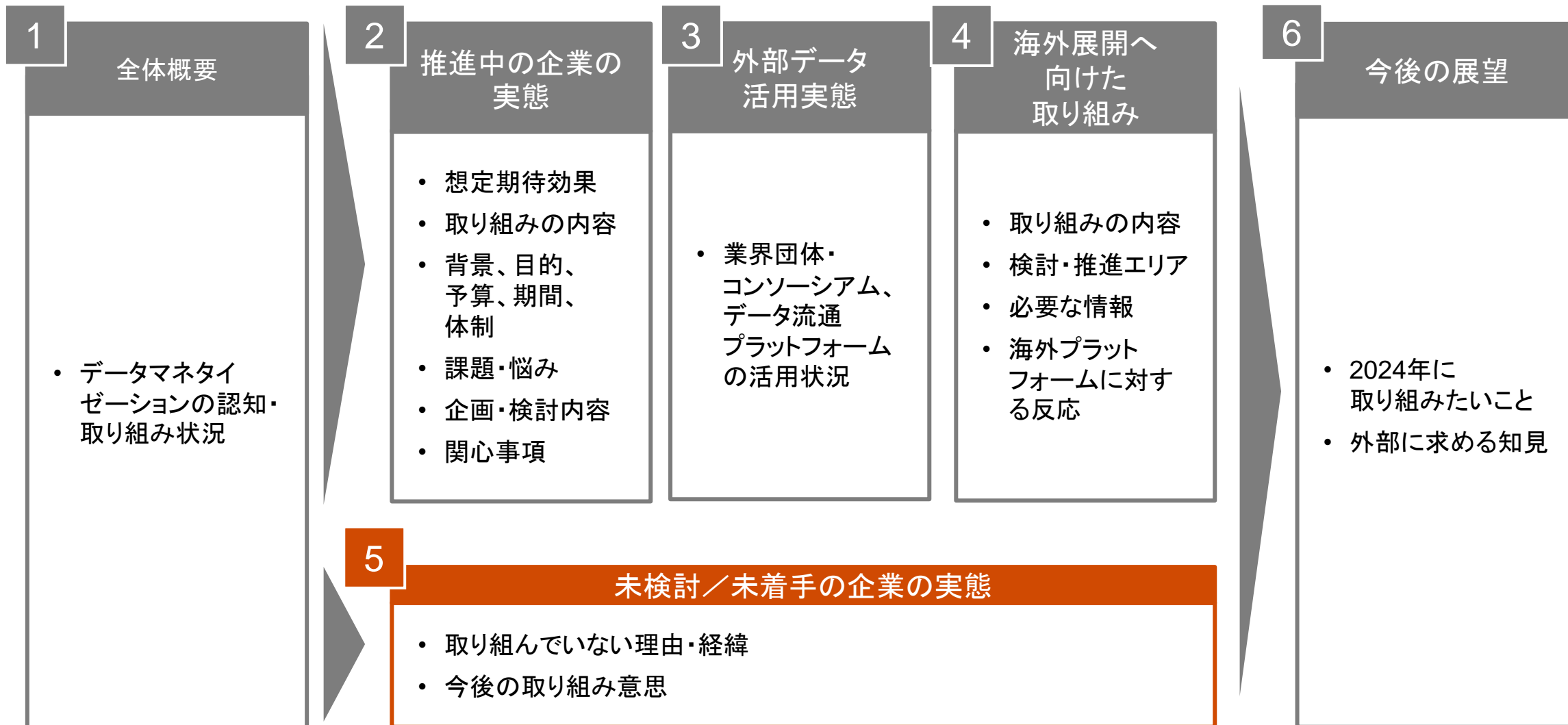
海外プラットフォームをチャンスだと思う回答者は幅広いことに関心があったり、注意を払ったりしている

データマネタイゼーションを検討する上で関心があること、注意を払っていることを教えてください。

		データマネタイゼーションを検討する上で関心があること、注意を払っていること										
		国内外の法規制 データ流通や 利活用に関する	データ利活用における許諾範囲 (利用目的、 スコープ、等)	個人情報や パーソナルデータの 有無	自社の社内情報・ 社外秘情報の 収集方法	社外への情報提供の 方法	オープンデータの 活用方法	グローバルでの 企業間のデータ連携、 利活用の推進方法	その他	該当するものはない	分からない	合計
海外プラットフォームに 対して	チャンスだと思う	9.8%	12.0%	10.0%	10.0%	5.2%	7.1%	7.9%	0.1%	1.5%	0.7%	64.3%
	チャンスだと思わない	4.3%	6.1%	5.3%	5.1%	3.2%	4.2%	3.4%	0.5%	1.7%	1.8%	35.7%
	合計	14.1%	18.1%	15.3%	15.0%	8.4%	11.3%	11.3%	0.7%	3.2%	2.5%	100.0%

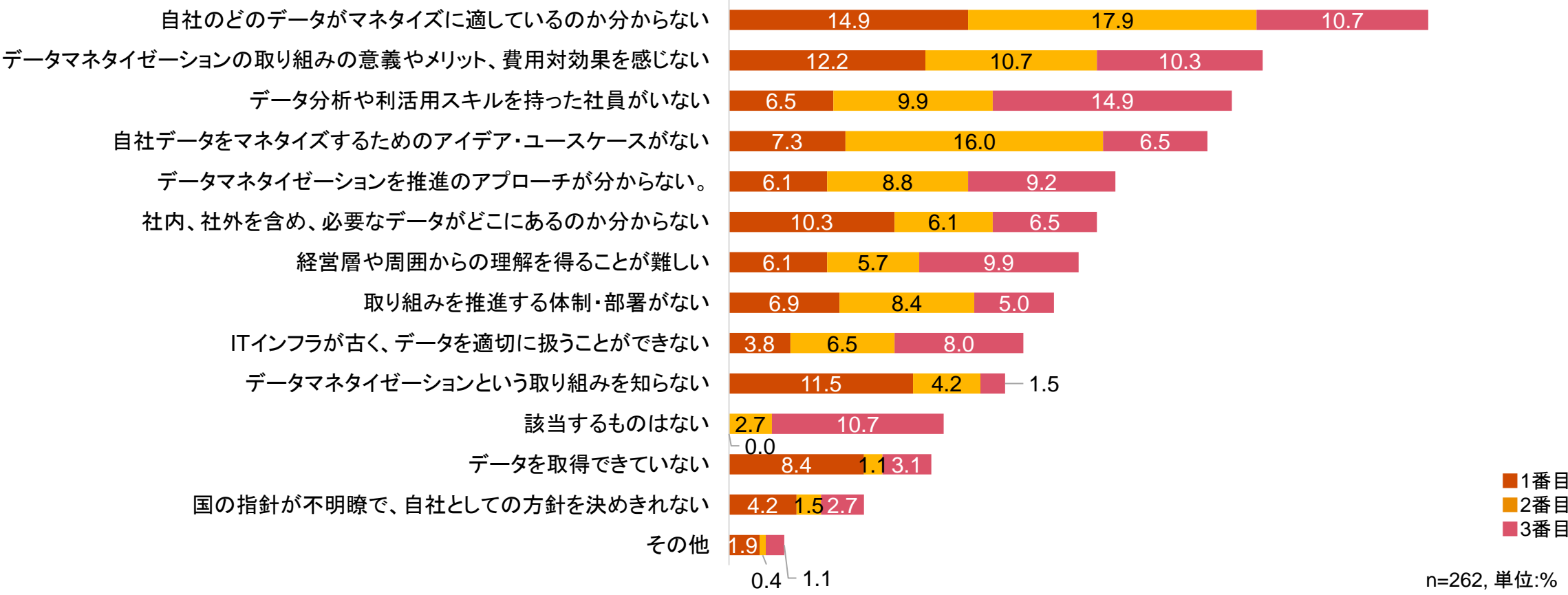
回答全体を100%としたときの比率。n=555

5. 未着手の企業の実態



「自社のどのデータがマネタイズに適しているのか分からない」という回答が最多で、それ以外にも費用対効果や人材等の幅広い課題が見られた

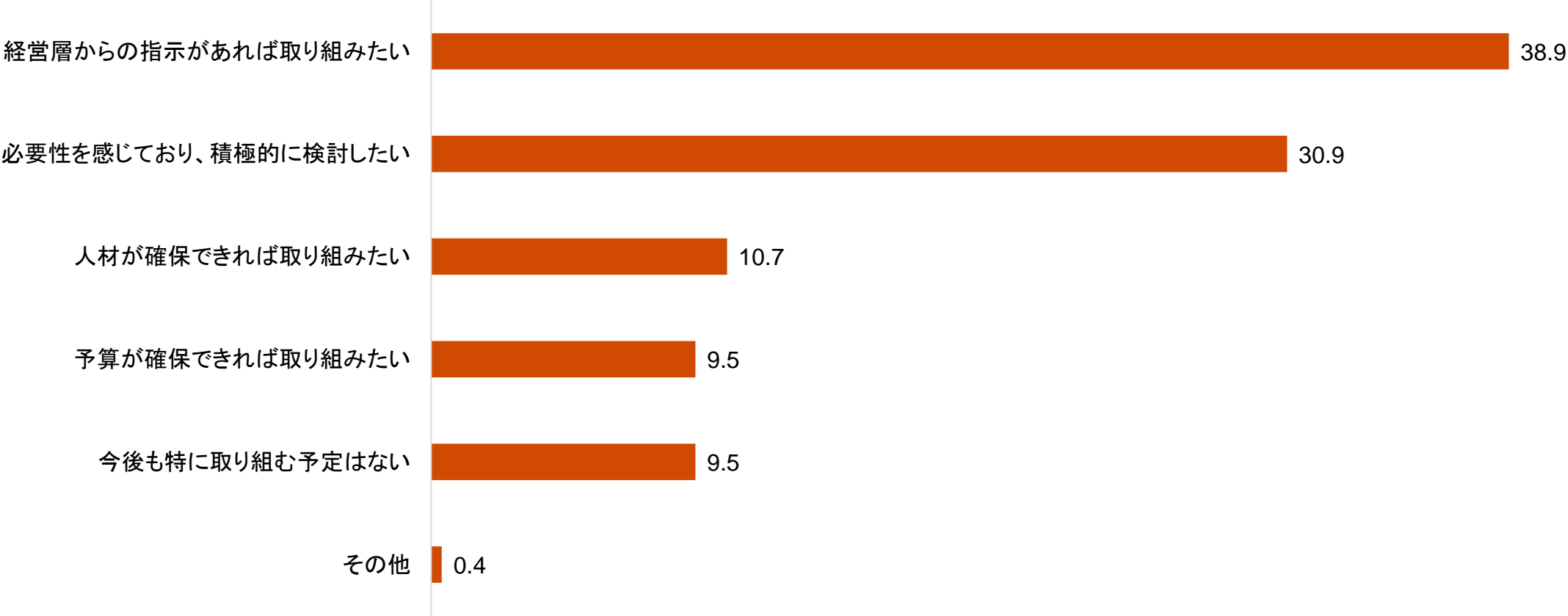
データマネタイゼーションを「未検討・未着手、分からない」と回答された方にお伺いします。取り組んでいない理由について、最も当てはまる項目から順に3番目までお選びください。



n=262, 単位:%

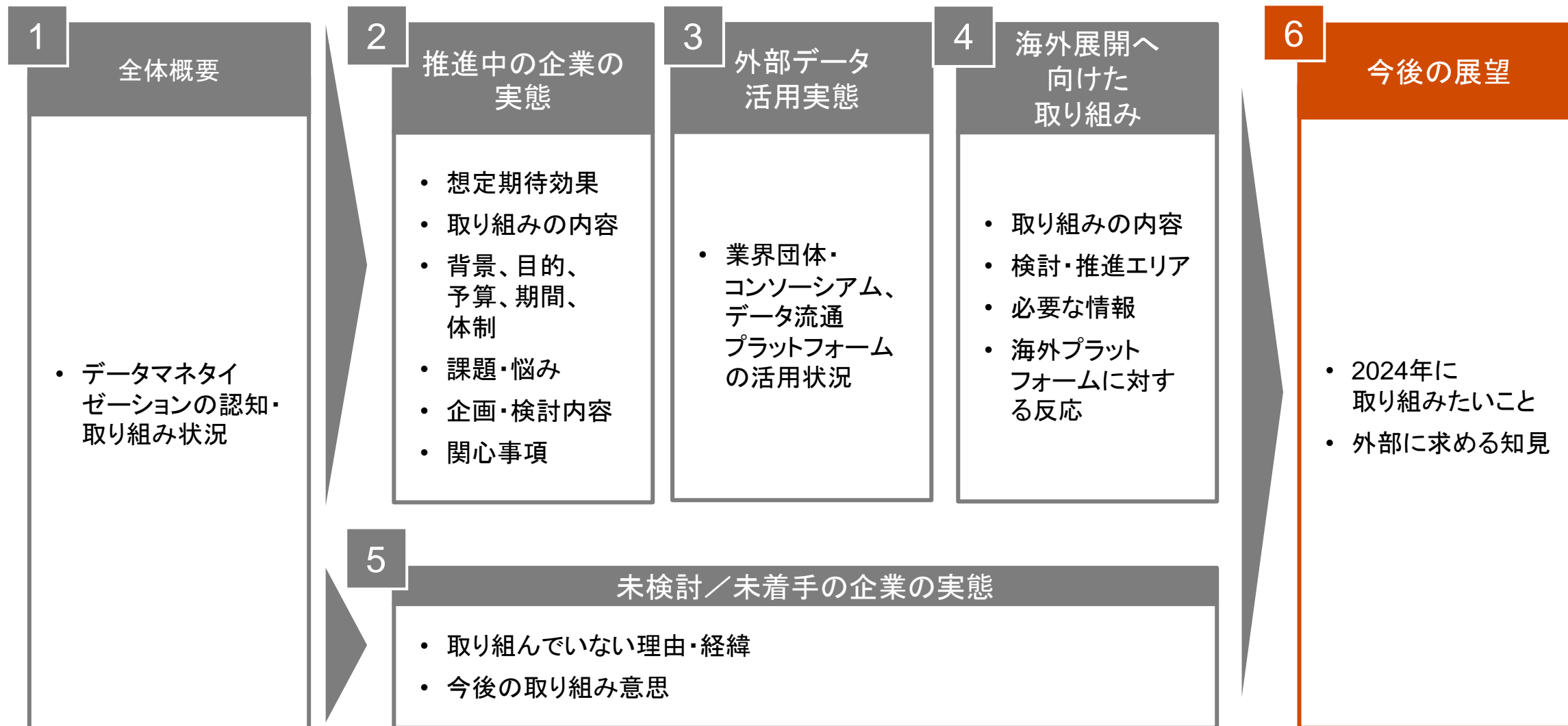
未着手・未検討の回答者の今後の取り組み意思は強い

データマネタイゼーションを「未検討・未着手、分からない」と回答された方にお伺いします。今後のデータマネタイゼーションへの取り組み意思として最も当てはまるものを一つお選びください。



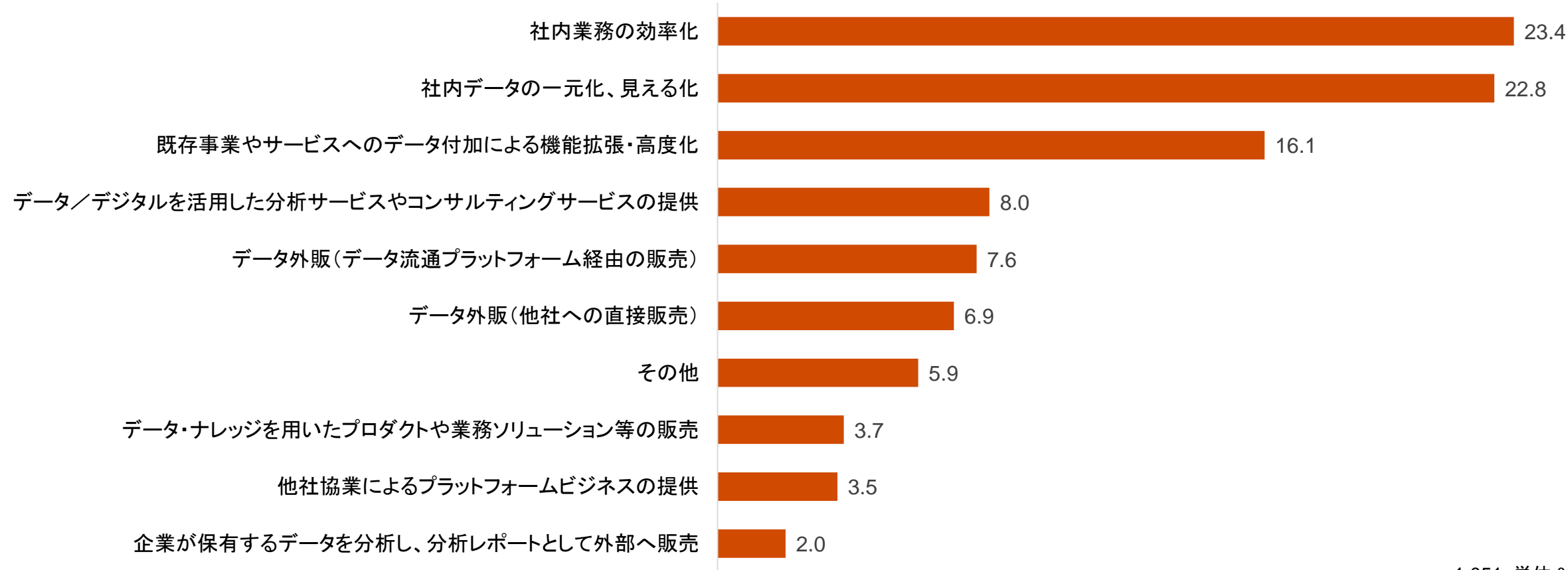
n=262, 単位:%

6. 今後の展望



社内業務の効率化や社内データの一元化、見える化等、社内業務への関心・期待が高い

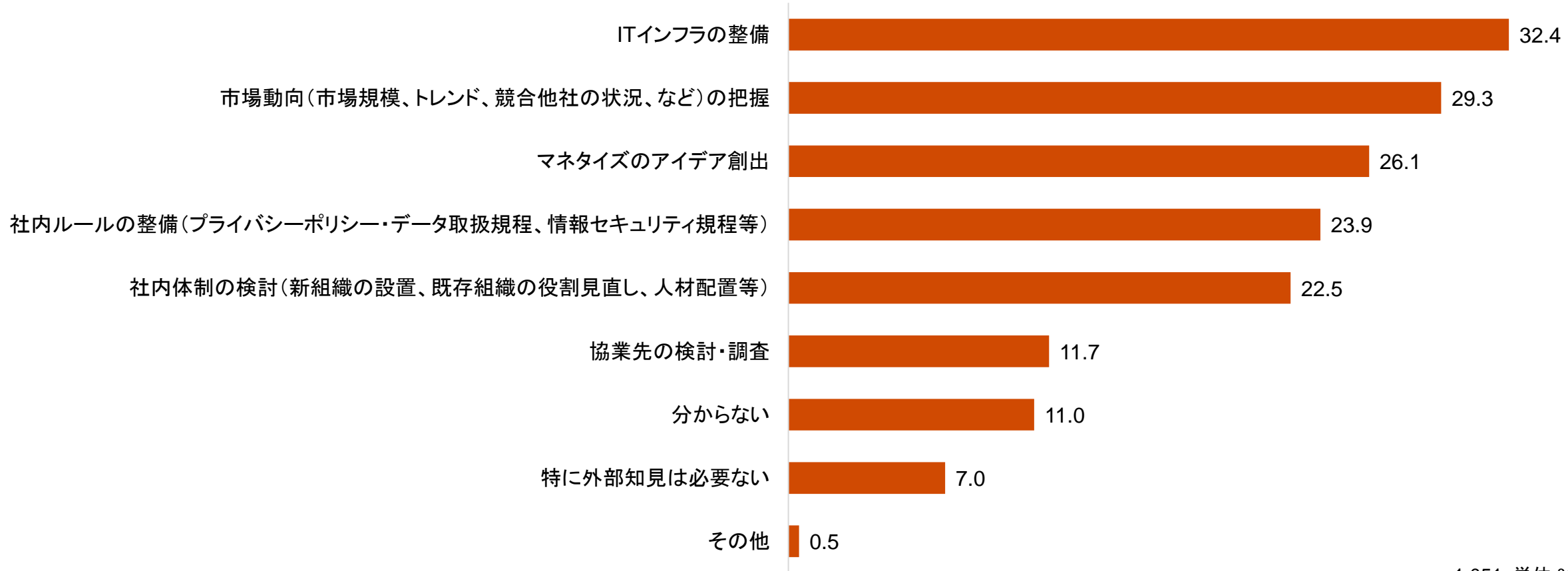
データマネタイゼーションの取り組みについて、2024年に最も取り組みたいことを一つお選びください。
※データマネタイゼーションを現状未着手であり、「今後も取り組む予定はなし」と回答した方を除外



n=1,051, 単位:%

外部パートナーには、ITインフラの整備が最も期待されている

データマネタイゼーションの取り組みにあたり、外部パートナーの知見が必要と思われる点があればお選びください。
※データマネタイゼーションを現状未着手であり、「今後も取り組む予定はなし」と回答した方を除外



n=1,051, 単位:%

3

調查結果

b. 業界比較

業界別・データマネタイゼーションに関する検討状況

	未検討・ 検討したが断念した	検討中	実現できている	その他・分からない
自動車	26.9%	61.5%	3.8%	7.7%
製造	28.2%	44.1%	22.7%	5.0%
建設・エンジニアリング	29.4%	31.4%	31.4%	7.8%
不動産	45.5%	39.4%	15.2%	0.0%
銀行・証券・保険	31.7%	45.1%	14.8%	8.5%
通信・エンタメ・メディア	16.4%	42.6%	36.1%	4.9%
サービス・接客業・レジャー	34.5%	24.1%	41.4%	0.0%
テクノロジー	15.7%	45.7%	37.1%	1.4%
公益事業・エネルギー	18.5%	37.0%	25.9%	18.5%
小売	45.5%	12.1%	27.3%	15.2%
運輸・物流	30.3%	33.3%	21.2%	15.2%
商社	42.0%	32.0%	20.0%	6.0%
その他	36.4%	29.3%	28.3%	6.1%
全業界の平均値	30.8%	36.7%	25.0%	7.4%

- 全業界の平均+10pt以上
- 全業界の平均+5pt以上
- 全業界の平均-10pt以下

最も当てはまるもの一つを選択。業界ごとに各課題の回答率を計算。n=874

業界別・データマネタイゼーションのグローバル展開の検討状況

	そもそもデータマネタイゼーションを未検討	グローバル化は未検討・検討したが断念した	グローバル展開を検討中・実現できている	その他・分からない
自動車	10.8%	32.4%	27.0%	29.7%
製造	13.3%	39.8%	27.6%	19.4%
建設・エンジニアリング	13.2%	38.2%	26.5%	22.1%
不動産	19.0%	47.6%	11.9%	21.4%
銀行・証券・保険	8.3%	49.4%	23.1%	19.2%
通信・エンタメ・メディア	7.4%	42.6%	29.4%	20.6%
サービス・接客業・レジャー	5.7%	45.7%	31.4%	17.1%
テクノロジー	5.3%	57.3%	33.3%	4.0%
公益事業・エネルギー	9.4%	43.8%	18.8%	28.1%
小売	7.1%	46.4%	12.5%	33.9%
運輸・物流	6.5%	43.5%	23.9%	26.1%
商社	20.0%	35.0%	25.0%	20.0%
その他	11.5%	44.3%	22.1%	22.1%
全業界の平均値	10.6%	43.5%	24.0%	21.8%

■ 全業界の平均+10pt以上
■ 全業界の平均+5pt以上
■ 全業界の平均-10pt以下

最も当てはまるもの一つ選択。業界ごとに各検討状況の回答率を計算。n=1,076

業界別・データマネタイゼーションに期待する価値創出

	労働時間の削減	販管費や人件費などのコスト削減	生産性向上や営業力向上等による売り上げ増加	既存プロダクトやサービスの差別化	顧客サービスの品質向上	経営環境情報の把握	グローバル化への対応	その他
自動車	5.9%	5.9%	41.2%	11.8%	23.5%	5.9%	5.9%	0.0%
製造	7.5%	15.6%	43.5%	17.0%	8.8%	3.4%	2.7%	1.4%
建設・エンジニアリング	12.5%	18.8%	46.9%	0.0%	18.8%	0.0%	3.1%	0.0%
不動産	0.0%	33.3%	16.7%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
銀行・証券・保険	7.1%	8.2%	32.9%	15.3%	23.5%	8.2%	4.7%	0.0%
通信・エンタメ・メディア	8.3%	12.5%	43.8%	12.5%	16.7%	4.2%	2.1%	0.0%
サービス・接客業・レジャー	5.3%	15.8%	26.3%	21.1%	15.8%	10.5%	5.3%	0.0%
テクノロジー	3.4%	10.3%	24.1%	22.4%	31.0%	5.2%	1.7%	1.7%
公益事業・エネルギー	23.5%	0.0%	41.2%	11.8%	11.8%	11.8%	0.0%	0.0%
小売	15.4%	0.0%	38.5%	15.4%	30.8%	0.0%	0.0%	0.0%
運輸・物流	11.1%	22.2%	22.2%	5.6%	22.2%	5.6%	5.6%	5.6%
商社	0.0%	7.7%	34.6%	15.4%	26.9%	3.8%	11.5%	0.0%
その他	15.8%	10.5%	29.8%	14.0%	14.0%	10.5%	5.3%	0.0%
全業界の平均値	8.9%	12.4%	34.0%	13.8%	21.3%	5.3%	3.7%	0.7%

最も当てはまるものを一つ選択。業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=555

業界別・データマネタイゼーションに期待する価値創出

	コスト削減	売上向上	競合との差別化	経営活用	グローバル化対応	その他
自動車	11.8%	41.2%	35.3%	5.9%	5.9%	0.0%
製造	23.1%	43.5%	25.9%	3.4%	2.7%	1.4%
建設・エンジニアリング	31.3%	46.9%	18.8%	0.0%	3.1%	0.0%
不動産	33.3%	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
銀行・証券・保険	15.3%	32.9%	38.8%	8.2%	4.7%	0.0%
通信・エンタメ・メディア	20.8%	43.8%	29.2%	4.2%	2.1%	0.0%
サービス・接客業・レジャー	21.1%	26.3%	36.8%	10.5%	5.3%	0.0%
テクノロジー	13.8%	24.1%	53.4%	5.2%	1.7%	1.7%
公益事業・エネルギー	23.5%	41.2%	23.5%	11.8%	0.0%	0.0%
小売	15.4%	38.5%	46.2%	0.0%	0.0%	0.0%
運輸・物流	33.3%	22.2%	27.8%	5.6%	5.6%	5.6%
商社	7.7%	34.6%	42.3%	3.8%	11.5%	0.0%
その他	26.3%	29.8%	28.1%	10.5%	5.3%	0.0%
全業界の平均値	21.3%	34.0%	35.1%	5.3%	3.7%	0.7%

最も当てはまるものを一つ選択。業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=555

業界別・検討中もしくは既に実現できているデータマネタイゼーションのユースケース

■ 全業界の平均+5pt以上
 ■ 全業界の平均-5pt以下

	社内データの一元化、見える化	社内業務の効率化	データ外販（直接販売）	データ外販（データ流通プラットフォーム経由）	既存事業やサービスの機能拡張・高度化	分析サービスやコンサルティングサービスの提供	企業が保有するデータを分析、分析レポートとして外部へ販売	データ・ナレッジプロダクトや業務ソリューション等の販売	他社協業によるプラットフォームビジネスの提供	その他
自動車	20.9%	25.6%	4.7%	4.7%	11.6%	18.6%	4.7%	7.0%	2.3%	0.0%
製造	21.0%	20.5%	4.4%	5.7%	14.8%	13.7%	6.2%	8.5%	4.4%	0.8%
建設・エンジニアリング	18.4%	24.1%	6.9%	3.4%	17.2%	11.5%	5.7%	8.0%	4.6%	0.0%
不動産	25.5%	20.0%	3.6%	10.9%	12.7%	9.1%	7.3%	9.1%	1.8%	0.0%
銀行・証券・保険	17.1%	21.5%	5.9%	6.8%	17.1%	13.7%	6.8%	6.3%	4.4%	0.5%
通信・エンタメ・メディア	16.1%	16.8%	7.4%	6.7%	16.1%	14.1%	8.1%	9.4%	5.4%	0.0%
サービス・接客業・レジャー	11.7%	13.3%	13.3%	8.3%	11.7%	13.3%	8.3%	13.3%	5.0%	1.7%
テクノロジー	12.0%	14.7%	7.1%	8.2%	14.1%	16.3%	9.2%	14.1%	4.3%	0.0%
公益事業・エネルギー	21.4%	23.8%	9.5%	2.4%	11.9%	14.3%	2.4%	7.1%	7.1%	0.0%
小売	19.2%	15.4%	11.5%	11.5%	13.5%	11.5%	5.8%	5.8%	5.8%	0.0%
運輸・物流	21.2%	13.5%	9.6%	9.6%	11.5%	11.5%	5.8%	9.6%	7.7%	0.0%
商社	18.1%	19.4%	8.3%	5.6%	15.3%	13.9%	4.2%	5.6%	9.7%	0.0%
その他	19.1%	18.5%	7.0%	10.8%	10.8%	14.0%	7.6%	11.5%	0.0%	0.6%
全業界の平均値	18.6%	19.0%	7.6%	7.3%	13.7%	13.5%	6.3%	8.9%	4.8%	0.3%

当てはまるものを全て選択。業界ごとに各ユースケースの回答率を計算。n=555

業界別・データマネタイゼーション推進上の課題

	データを取得できていない	必要なデータの所在が不明	どのデータがマネタイズに適しているか不明	ITインフラが古く、データを取り扱えない	データ分析・活用スキルがない	データマネタイズ推進のアプローチが不明	推進体制・部署がない	データマネタイゼーションを知らない	意義やメリット、費用対効果が不明	何から着手すれば良いかが不明	マネタイズアイデアがない	経営層や周囲からの理解が得られない	国の指針が不明。自社方針を決めきれない	その他	該当するものはない
自動車	11.8%	5.9%	15.7%	13.7%	9.8%	5.9%	0.0%	0.0%	11.8%	3.9%	2.0%	13.7%	2.0%	0.0%	3.9%
製造	6.3%	6.8%	9.3%	7.0%	12.5%	9.5%	3.9%	0.9%	12.9%	4.8%	10.7%	8.4%	1.8%	0.7%	4.5%
建設・エンジニアリング	5.2%	7.3%	7.3%	5.2%	6.3%	9.4%	4.2%	1.0%	11.5%	9.4%	11.5%	12.5%	5.2%	0.0%	4.2%
不動産	7.4%	9.3%	9.3%	5.6%	14.8%	14.8%	1.9%	3.7%	5.6%	5.6%	11.1%	7.4%	3.7%	0.0%	0.0%
銀行・証券・保険	2.7%	8.2%	13.7%	7.8%	9.8%	9.0%	2.7%	1.2%	11.4%	5.1%	9.4%	5.9%	2.4%	2.0%	8.6%
通信・エンタメ・メディア	4.9%	3.5%	8.3%	4.9%	13.9%	11.8%	3.5%	0.0%	9.7%	2.1%	10.4%	4.9%	4.2%	5.6%	12.5%
サービス・接客業・レジャー	8.8%	8.8%	3.5%	5.3%	1.8%	15.8%	0.0%	3.5%	19.3%	3.5%	10.5%	15.8%	3.5%	0.0%	0.0%
テクノロジー	5.2%	8.0%	8.6%	5.2%	8.0%	12.6%	4.0%	1.1%	10.9%	6.9%	10.9%	6.3%	3.4%	1.1%	7.5%
公益事業・エネルギー	2.0%	5.9%	5.9%	9.8%	17.6%	9.8%	3.9%	0.0%	17.6%	2.0%	11.8%	5.9%	3.9%	0.0%	3.9%
小売	2.6%	5.1%	2.6%	15.4%	10.3%	12.8%	5.1%	0.0%	7.7%	2.6%	12.8%	5.1%	2.6%	12.8%	2.6%
運輸・物流	11.1%	9.3%	9.3%	5.6%	1.9%	3.7%	1.9%	1.9%	13.0%	9.3%	7.4%	7.4%	5.6%	1.9%	11.1%
商社	2.6%	2.6%	6.4%	7.7%	10.3%	12.8%	5.1%	2.6%	7.7%	7.7%	14.1%	10.3%	5.1%	0.0%	5.1%
その他	5.3%	9.9%	12.3%	8.2%	7.6%	7.0%	3.5%	1.8%	12.3%	4.1%	10.5%	7.6%	3.5%	2.3%	4.1%
全業界の平均値	5.8%	7.0%	8.6%	7.8%	9.6%	10.4%	3.1%	1.4%	11.6%	5.1%	10.2%	8.6%	3.6%	2.0%	5.2%

当てはまるものから順に3番目まで選択・数値は合算。業界ごとに各課題の回答率を計算。n=555

業界別・データマネタイゼーションに取り組んでいない理由

■ 全業界の平均+5pt以上
 ■ 全業界の平均-5pt以下

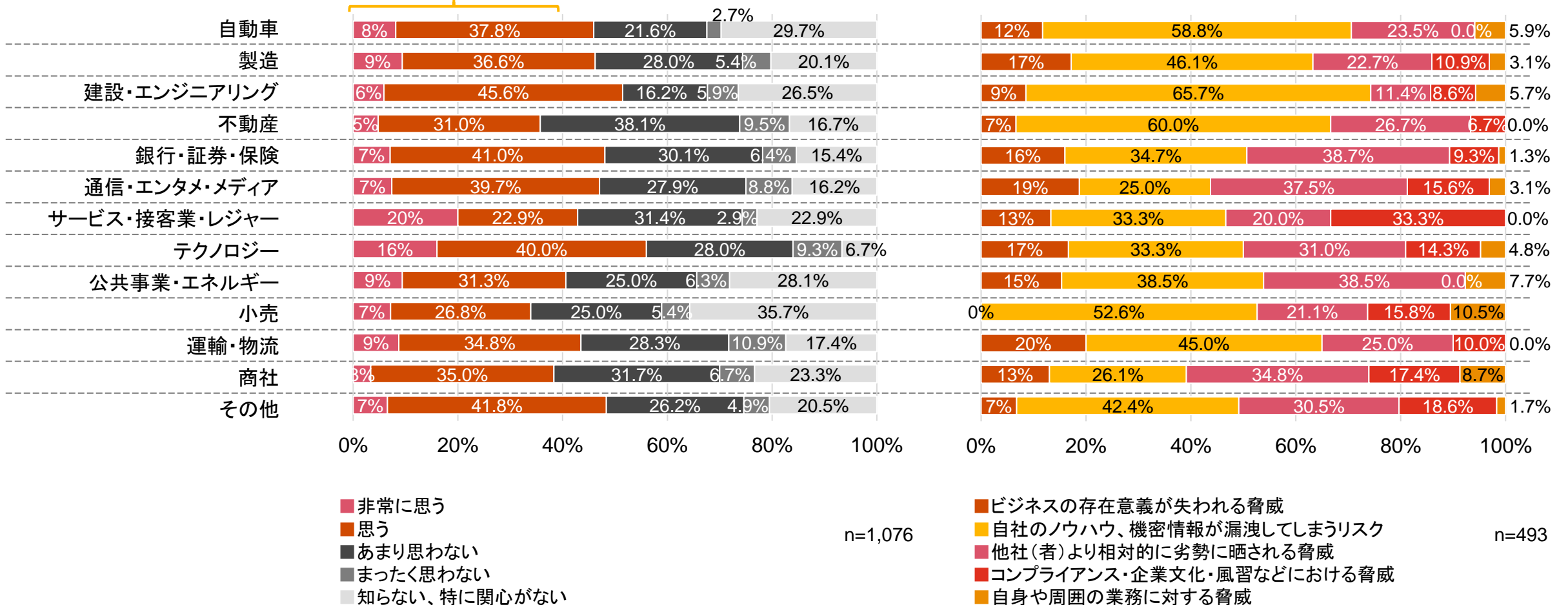
	データを取得できていない	必要なデータの所在が不明	どのデータがマネタイズに適しているか不明	ITインフラが古く、データを扱えない	データ分析・活用スキルがない	データマネタイズ推進のアプローチが不明	推進体制・部署がない	データマネタイゼーションを知らない	意義やメリット、費用対効果が不明	マネタイズアイデアがない	経営層や周囲からの理解が得られない	国の指針が不明。自社方針を決めきれない	その他	該当するものはない
自動車	4.8%	9.5%	14.3%	4.8%	14.3%	9.5%	9.5%	19.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
製造	5.9%	5.9%	13.4%	6.5%	10.8%	10.2%	6.5%	5.9%	10.2%	10.2%	8.1%	2.7%	0.5%	3.2%
建設・エンジニアリング	2.2%	6.7%	26.7%	4.4%	2.2%	6.7%	2.2%	11.1%	6.7%	11.1%	6.7%	8.9%	0.0%	4.4%
不動産	4.4%	8.9%	11.1%	6.7%	8.9%	8.9%	4.4%	4.4%	15.6%	13.3%	4.4%	0.0%	6.7%	2.2%
銀行・証券・保険	2.2%	9.6%	18.5%	6.7%	10.4%	8.9%	8.1%	3.0%	11.9%	4.4%	6.7%	3.7%	0.7%	5.2%
通信・エンタメ・メディア	0.0%	6.7%	13.3%	3.3%	16.7%	10.0%	0.0%	6.7%	16.7%	16.7%	3.3%	3.3%	3.3%	0.0%
サービス・接客業・レジャー	6.7%	6.7%	13.3%	6.7%	13.3%	10.0%	13.3%	10.0%	3.3%	10.0%	3.3%	0.0%	0.0%	3.3%
テクノロジー	3.0%	12.1%	6.1%	9.1%	12.1%	3.0%	3.0%	6.1%	15.2%	15.2%	9.1%	0.0%	0.0%	6.1%
公益事業・エネルギー	6.7%	6.7%	0.0%	6.7%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%	13.3%	6.7%	13.3%	0.0%	6.7%	26.7%
小売	4.4%	8.9%	15.6%	8.9%	11.1%	2.2%	2.2%	2.2%	13.3%	6.7%	6.7%	6.7%	2.2%	8.9%
運輸・物流	6.7%	10.0%	23.3%	6.7%	10.0%	3.3%	3.3%	6.7%	10.0%	10.0%	3.3%	3.3%	0.0%	3.3%
商社	4.8%	4.8%	7.9%	1.6%	14.3%	9.5%	11.1%	1.6%	11.1%	12.7%	14.3%	1.6%	0.0%	4.8%
その他	3.7%	7.4%	13.9%	6.5%	9.3%	6.5%	9.3%	7.4%	9.3%	13.0%	7.4%	1.9%	0.9%	3.7%
全業界の平均値	4.3%	8.0%	13.7%	6.0%	10.3%	7.3%	6.1%	6.5%	11.6%	10.0%	6.7%	2.5%	1.6%	5.5%

当てはまるものから順に3番目まで選択・数値は合算。業界ごとに各理由の回答率を計算。n=262

業界別・海外プラットフォームに対する脅威

業界別・GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームが自社の脅威になり得ると思うか

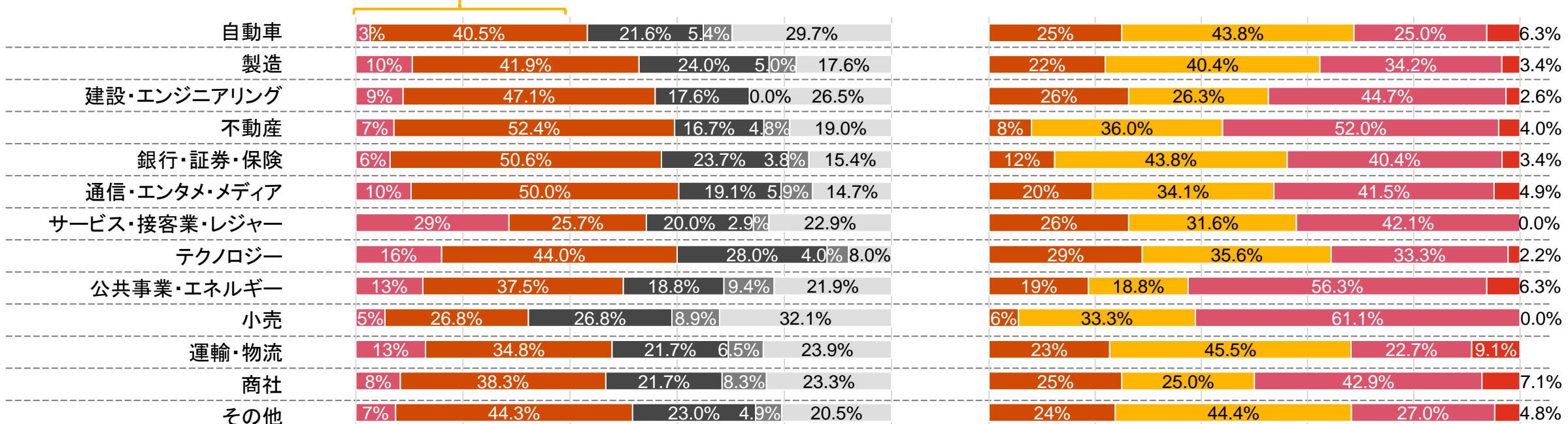
業界別・GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームについて、具体的にどのような脅威だと思うか



業界別・海外プラットフォームに対するチャンス

業界別・GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームが自社のチャンスになり得ると思うか

業界別・GAIA-X、Catena-Xなどの海外プラットフォームについて、具体的にどのようなチャンスだと思うか



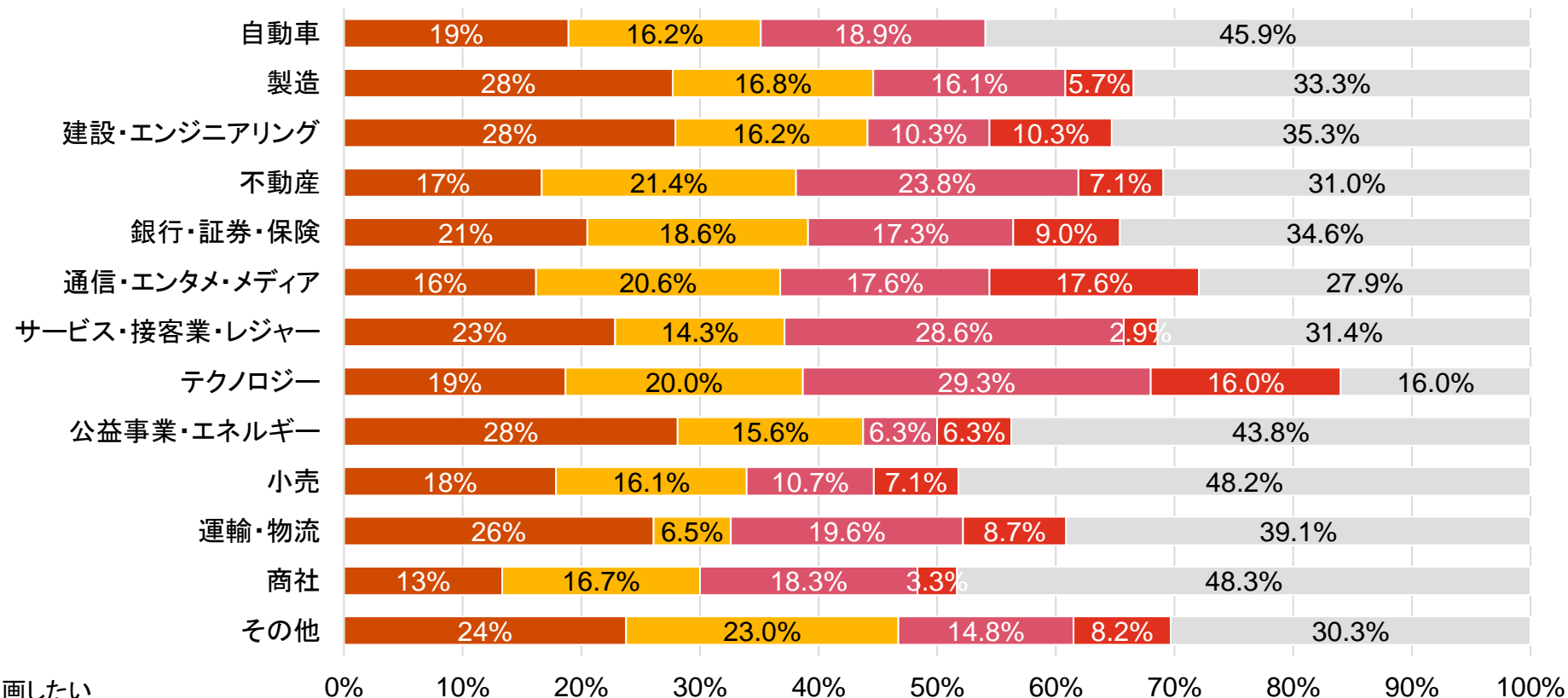
- 非常に思う
- 思う
- あまり思わない
- まったく思わない
- 知らない、特に興味がない

n=1,076

- 業界構造を根本から変革するチャンス
- 他社(者)より相対的に優位に立つチャンス
- 自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス
- 自身や周囲の困りごとを解決するチャンス

n=566

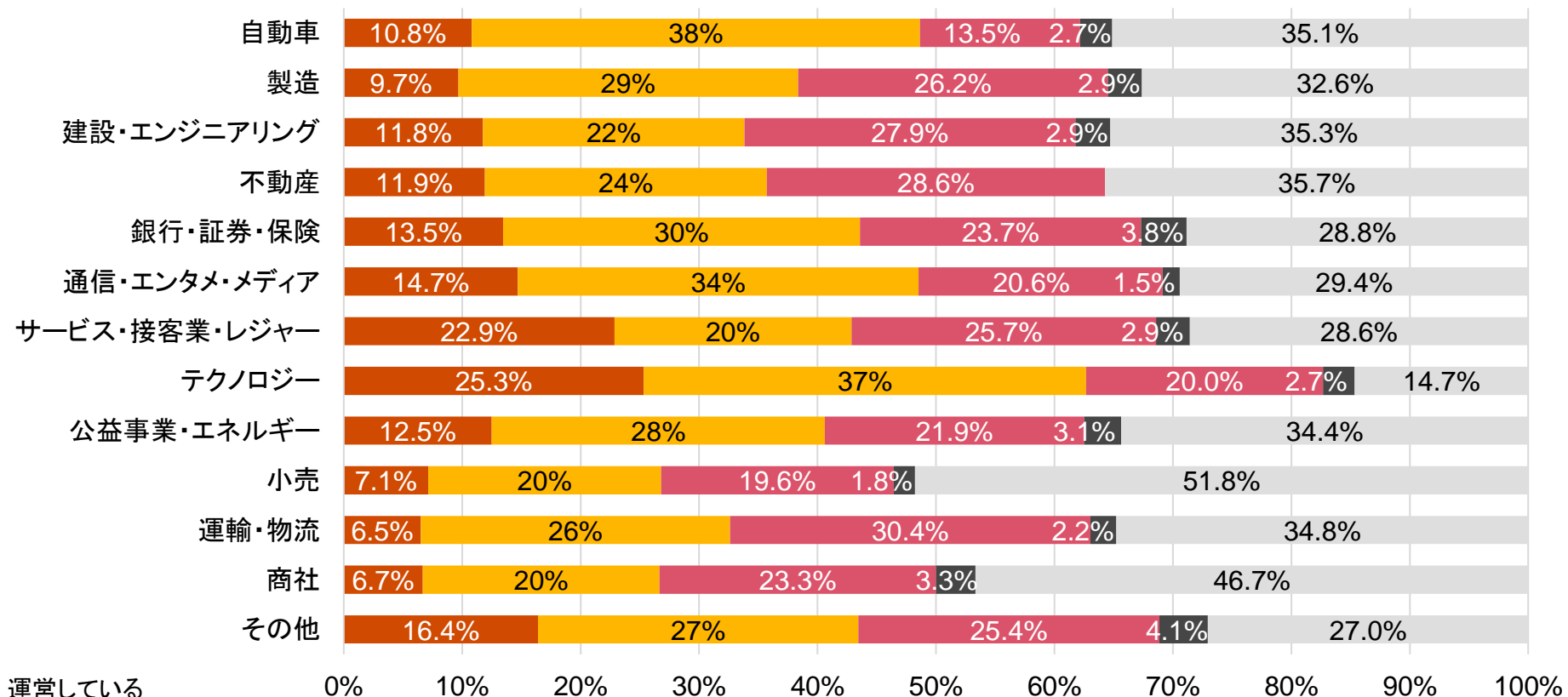
業界別・データマネタイゼーションに関する業界団体やコンソーシアムに対する意向



- 既存の業界団体やコンソーシアムに参画したい
- 自業界内に新たな業界団体やコンソーシアムを立ち上げたい
- 異なる分野や業種を巻き込んだ新たな業界団体やコンソーシアムを立ち上げたい
- 自社が業界単体の活動をリードしたい
- 分からない

※最も当てはまるもの一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=1,076

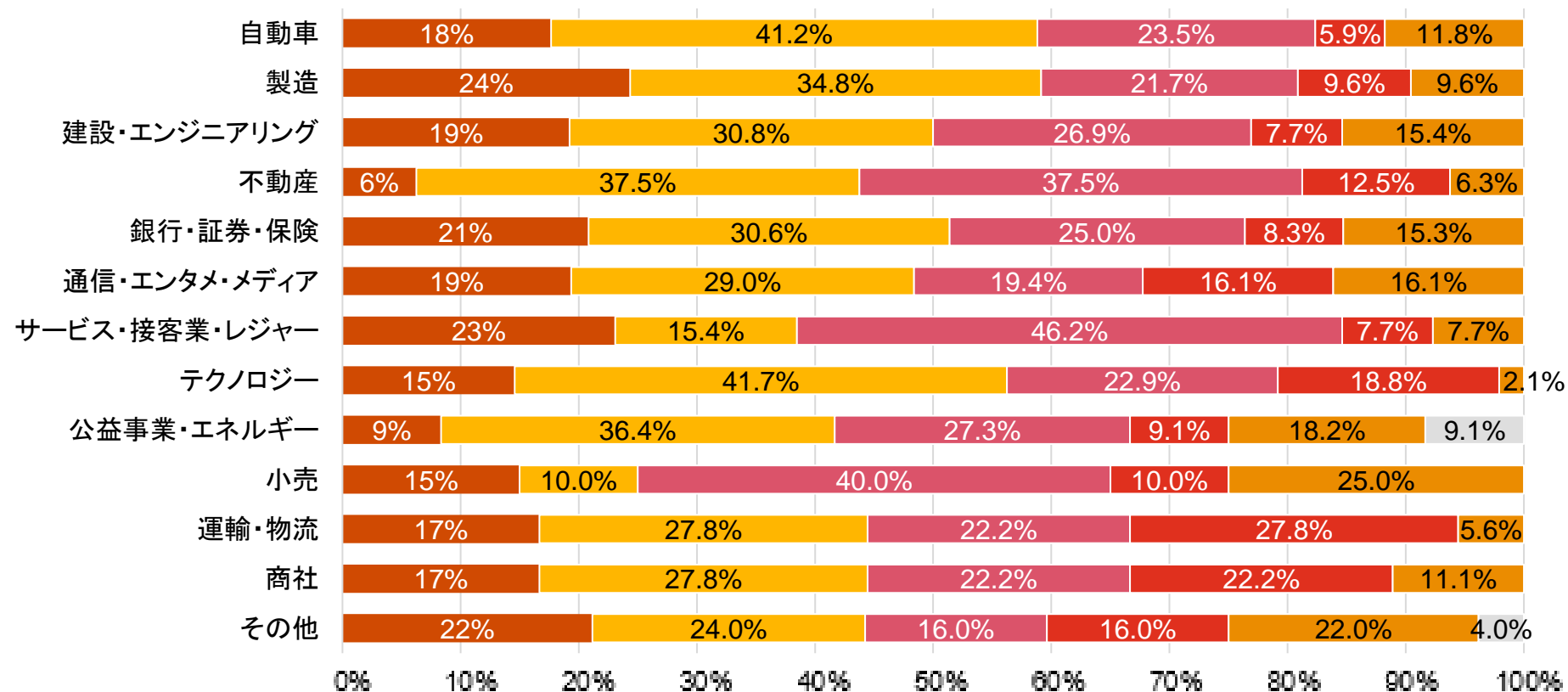
業界別・データマネタイゼーションに関する業界団体やコンソーシアムの参画状況



- 業界団体やコンソーシアムを立ち上げ、運営している
- 特定の業界団体やコンソーシアムに参画している
- 未参画だが、参画を検討中または必要性は感じている
- 未参画であり、必要性も感じていない
- 分からない

※最も当てはまるものを一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=1,076

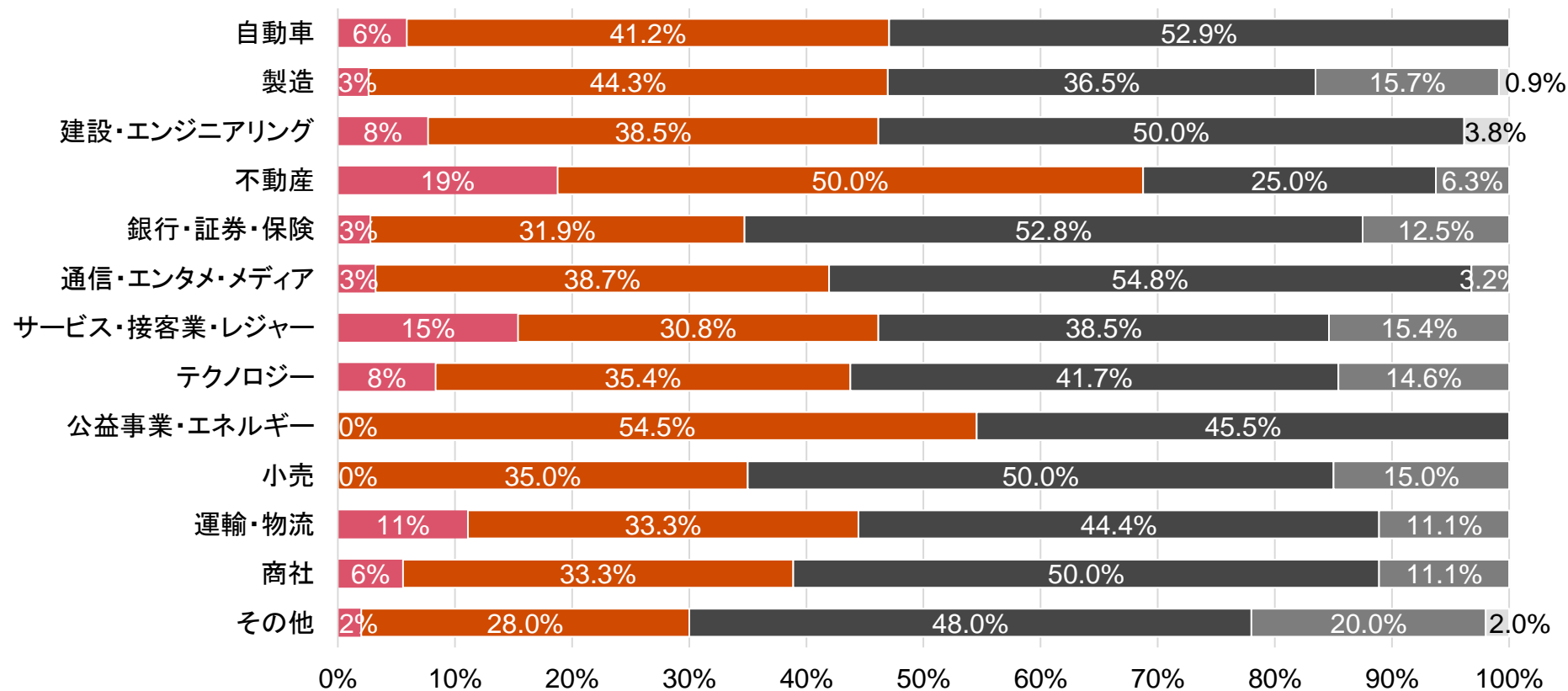
業界別・業界団体やコンソーシアムに参画した(あるいは参画を検討している) 目的



- 業界動向や他社事例の収集
- ビジネスアイデアの創出
- 具体的な検討アプローチの理解・学習
- アライアンスやパートナー候補企業の選定
- データビジネスを行うための標準仕様や業界ガイドライン等の策定
- 特に明確な目的はない

※最も当てはまるもの一つを選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n= 527

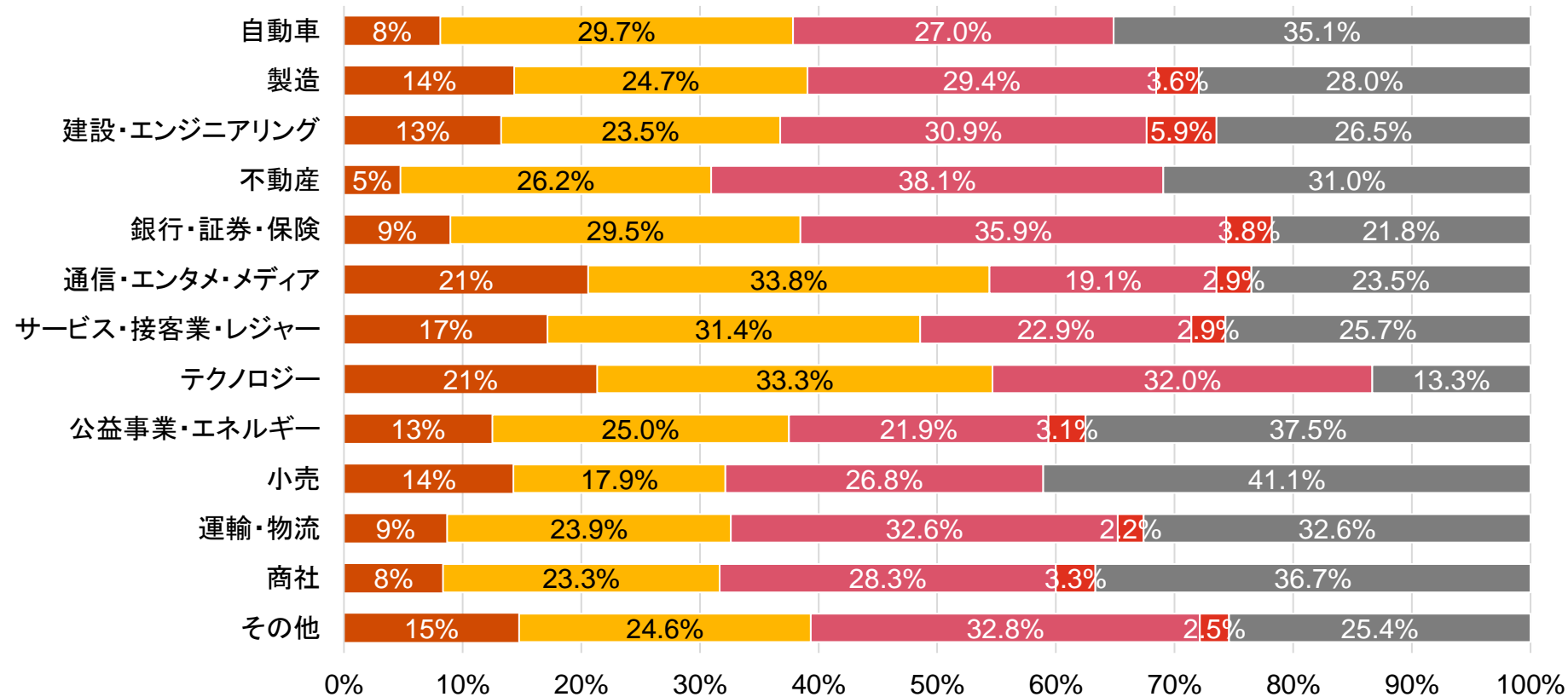
業界別・業界団体やコンソーシアムに参画した(あるいは参画を検討している) 目的の現在の達成状況



- 十分に達成された
- 達成に向けて順調に進んでいる
- どちらとも言えない
- 活動を進めているが、達成に向けた障害がある
- 達成は見込めない

※最も当てはまるものを一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n= 527

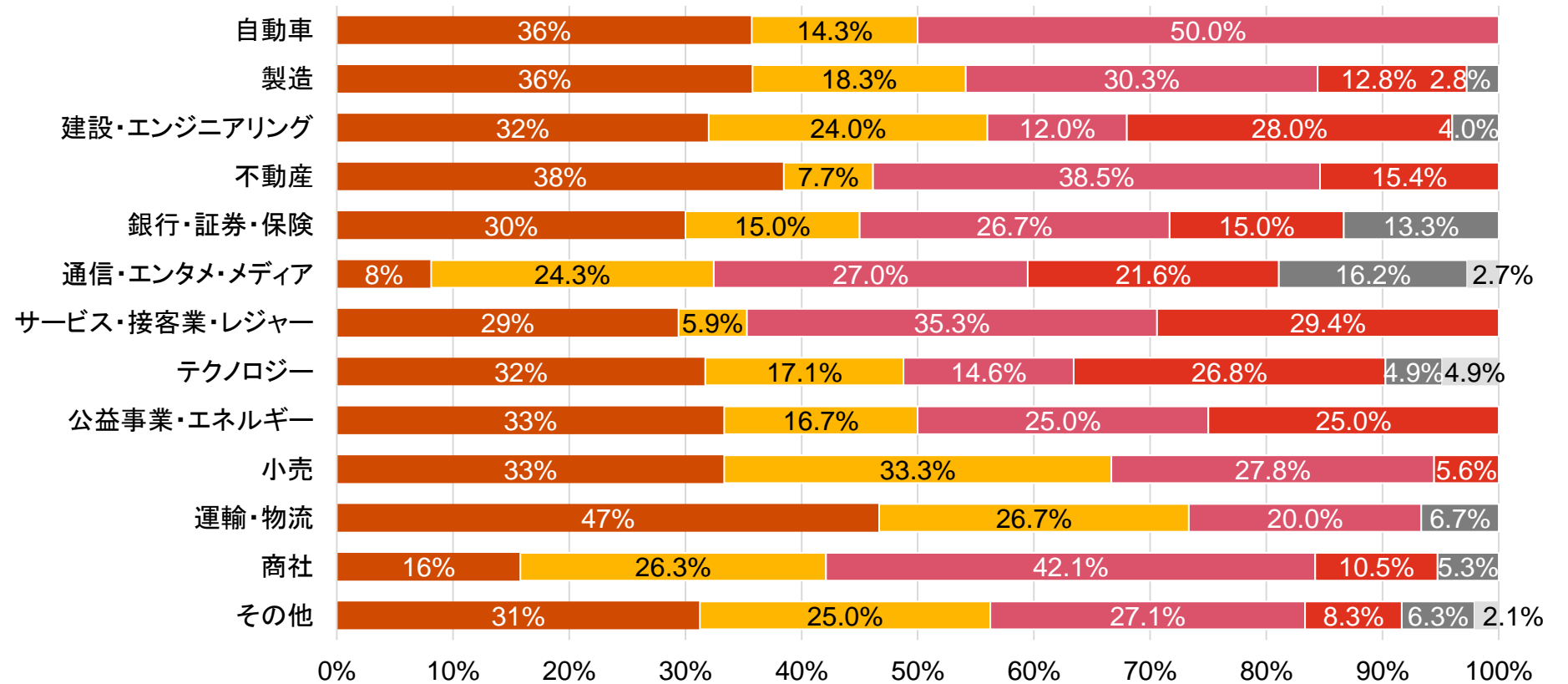
業界別・データ流通プラットフォームの利用状況



- 利用している
- 利用を検討している
- 利用していない
- 使うことができない
- 分からない

※最も当てはまるものを一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=1,076

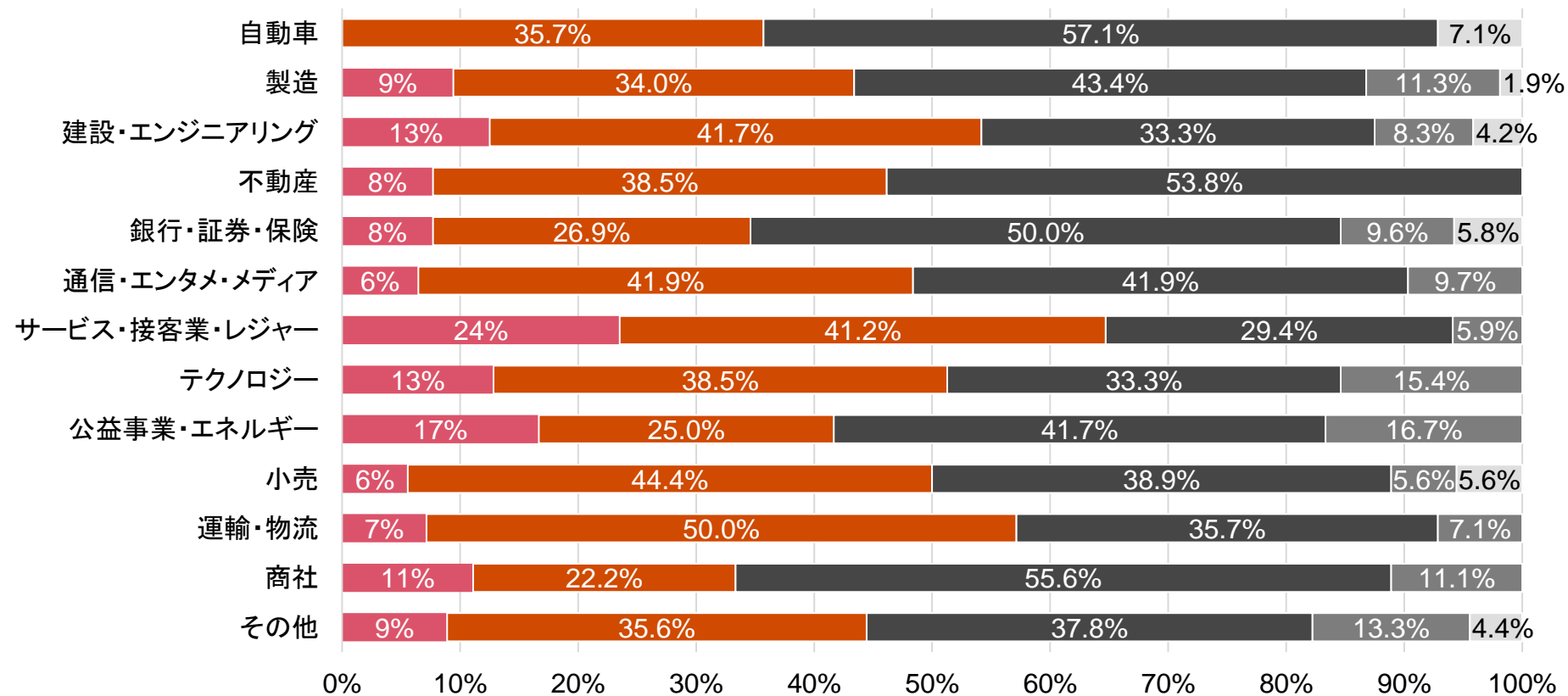
業界別・データ流通プラットフォームを利用している (あるいは利用を検討している)目的



- 外部のデータ取得・購入
- 自社データの販売
- データ販売状況の情報収集
- アライアンスやパートナー候補企業の選定
- 特に明確な目的はない
- その他

※最も当てはまるもの一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=428

業界別・データ流通プラットフォームを利用している (あるいは利用を検討している)目的の現在の達成状況



- 十分に達成された
- 達成に向けて順調に進んでいる
- どちらとも言えない
- 活動を進めているが、達成に向けた障害がある
- 達成は見込めない

※最も当てはまるものを一つ選択。
業界ごとに各期待効果の回答率を計算。n=428

4

PwCコンサルティング合同会社
Analytics Insights
チームの紹介

PwCコンサルティング合同会社について

PwCコンサルティング合同会社は、経営戦略の策定から実行まで総合的なコンサルティングサービスを提供しています。PwCグローバルネットワークと連携しながら、クライアントが直面する複雑で困難な経営課題の解決に取り組み、グローバル市場で競争力を高めることを支援します。

PwCコンサルティング合同会社

- 設立
1983年1月31日
(組織変更日 2016年2月29日)
- 代表者
代表執行役 CEO
大竹 伸明
- 人員
約4,500名
(2023年6月30日現在)
- 所在地
東京、名古屋、大阪、福岡
- ウェブサイト
www.pwc.com/jp/consulting



Analytics Insightsチームのご紹介

Analytics Insights チーム

AI・データ利活用の高い専門性を用いて業界／業務固有課題の解決をご支援



テーマごとに専属
社員がご支援

- ・ データサイエンティスト
コンサル
- ・ ビジネスアナリスト
- ・ フルスタックエンジニア



さまざまなケーパ
ビリティを保有

- ・ 生成AI
- ・ 機械学習・自然言語処理・
画像解析
- ・ 統計解析（需要予測、クラ
スタリング等）
- ・ デジタルガバナンス



さまざまなツール
に対応可能

- ・ R / Python / SAS / SPSS
- ・ DataRobot / Google ML
- ・ Tableau / QlikView /
Power BI etc.

Analytics Insightsチームのサービスオファリング

	FS 金融	IPS 製造業	CM 小売・流通	TMT 通信・メディア テクノロジー	HIA 製薬 ヘルスケア	PS 公共	Asia 東南アジア
	Industry Offering						
AI経営トランスフォーメーション	経営のあらゆる意思決定にAIを活用するAI経営へのトランスフォーメーションをご支援						
AI経営 as a Service	データ/AIを活用した意思決定支援をManaged Serviceとしてご提供						
EPM (Enterprise Performance Management)	経営管理を効率化・高度化するEPMツールの導入をご支援						
Digital New Business	自社のデータを元にした新規事業や、他社とのデータ共有によるエコシステムの構築をご支援						
BI and Visualization	データの民主化を実現するためのBI活用を包括的にご支援						
AIガバナンス	責任あるAI活用を実現するためのガバナンス構築をご支援						
生成AI	生成AIの社内活用をユースケース企画、基盤構築、PoC支援、人材教育など包括的にご支援						

お問い合わせ先

PwC Japanグループ

<https://www.pwc.com/jp/ja/contact.html>

藤川 琢哉

PwCコンサルティング合同会社
アナリティクスインサイト パートナー

河野 美香

PwCコンサルティング合同会社
アナリティクスインサイト ディレクター

辻岡 謙一

PwCコンサルティング合同会社
アナリティクスインサイト ディレクター

宿院 享

PwCコンサルティング合同会社
アナリティクスインサイト シニアマネージャー

Thank you

www.pwc.com/jp

© 2024 PwC Consulting LLC . All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.