



ナウキャストによる中小企業の経営戦略 / 生産活動分析 / 観光分析ツール 全く新しい分析プラットフォームサービスのご提案

株式会社ナウキャスト

Nowcast Inc.

2021/10/26

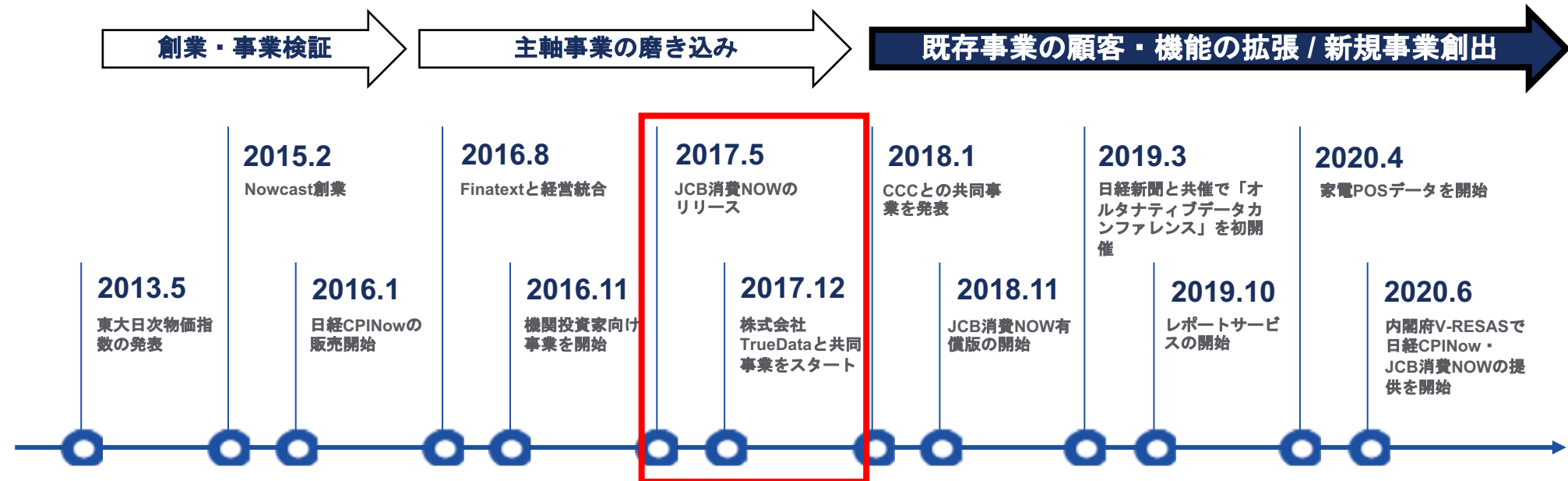
© 2021 Nowcast Inc.

ナウキャストとは

本日のピッチは2017年にリリースしたサービスを土台としている



ナウキャストは東京大学経済学部教授の渡辺努先生の研究室で立ち上げたプロジェクトからスピンアウトしてできた、おそらく歴史上初の正真正銘の東大経済学部発ベンチャー。POSデータを用いた日次物価指数「東大日次物価指数」を事業化させたことから始まっている。



官公庁出身のメンバーにより多数の協働案件を実現

- メンバーは少数ながら、日本銀行、総務省や学術有識者、投資銀行等出身のメンバーで構成されている。



創業者・技術顧問

渡辺 努

日本銀行、一橋大学を経て2011年より東京大学大学院経済学研究科（経済理論専攻）・経済学部教授。



代表取締役CEO

辻中 仁士

日本銀行にて調査統計局、統計業務や経済調査業務に従事。2015年9月よりナウキャストにてシニアアナリスト兼セールスマネージャーとしてオルタナティブデータの事業開発を推進し、2019年2月に代表取締役CEOに就任。



取締役会長

赤井 厚雄

三菱銀行、Kidder Peabody&Co.を経て、モルガンスタンレー入社、同社MD及びグループ上級顧問を歴任。現在国土交通省による「不動産IDルール検討会」の立ち上げにあたり、その構成員として参画。



データアーキテクト

今井 聡

総務省統計局を経て現職。総務省では、統計集計システムのシステムアーキテクトおよび統計調査企画実施を担当。

オルタナティブデータの活用と自社開発力で「画期的な情報」をご提供

応募テーマ

『東京都中小企業の景況調査にかかるオープンデータの活用について』

東京都では、都内中小企業の業況や売上高などの景況を調査し、経営戦略などを決める際の判断材料として活用できるよう、調査結果を公表しています。本調査については、多くの事業者に広く活用していただけるよう調査の認知度向上が課題となっています。

また、調査の存在を知ってもらうだけでなく、「調査結果を積極的に利用したい!」と思っていただくために、データビジュアライゼーションの視点を取り入れ、事業者が活用しやすい形で提供するほか、他機関が行う統計データ等を効果的に組み合わせることで、景況調査に新たな価値を創造したいと考えています。

そこで、今回、これまでの調査結果をオープンデータ化することとし、スタートアップの柔軟かつ大胆な発想をもとに、この伝統的な景況調査にこれまでとは異なる切り口から新たな価値を提供できるようなサービスを募集します。あわせて、事業者が使いたいときに気軽に活用できるようなシステム等についても募集します。

(例)

1. 他機関の調査等とのコラボレーションにより画期的な情報を提供するサービス
 - ▶ 他機関が実施する統計調査や、様々なデータと、本景況調査を組み合わせることで、単一調査では提供できないような中小企業にとって有益となる情報を提供するサービス等
 - ▶ データビジュアライゼーションの視点で、調査結果をよりわかりやすく見せるサービス等
2. 景況調査データを中小企業などが効果的に活用できるシステム等
 - ▶ 業種別の長期的な推移や、過去の自然災害等の発生前後における景気動向の状況など、中小企業が各々の目的で知りたい情報を簡易に検索又は選択して表示するシステム
 - ▶ 中小企業が積極的に使用したくなるよう、検索条件の設定や画面表示が分かりやすいシステム

ナウキャストが持つオルタナティブデータネットワーク

日本のオルタナティブデータ市場で最大のネットワークを有している

消費者購買データ

POSデータ



日本経済新聞

1,500店舗のスーパーマーケット
POSデータ



True Data

4,000店舗のスーパー、ドラッグ
ストアPOSデータ



2,600店舗の家電小売業POSデータ

クレジットカード



JCB

日本全国数千万人のユーザー
を持つクレジットカード

ロイヤリティカード



CCC

日本最大のロイヤリティカード
MAUは7,000万人以上、年間50億
件超のトランザクションのデータ
を保有

ニュース



日本経済新聞

30年以上の歴史を持つ、
日本最大の新聞

地理データ



KDDI

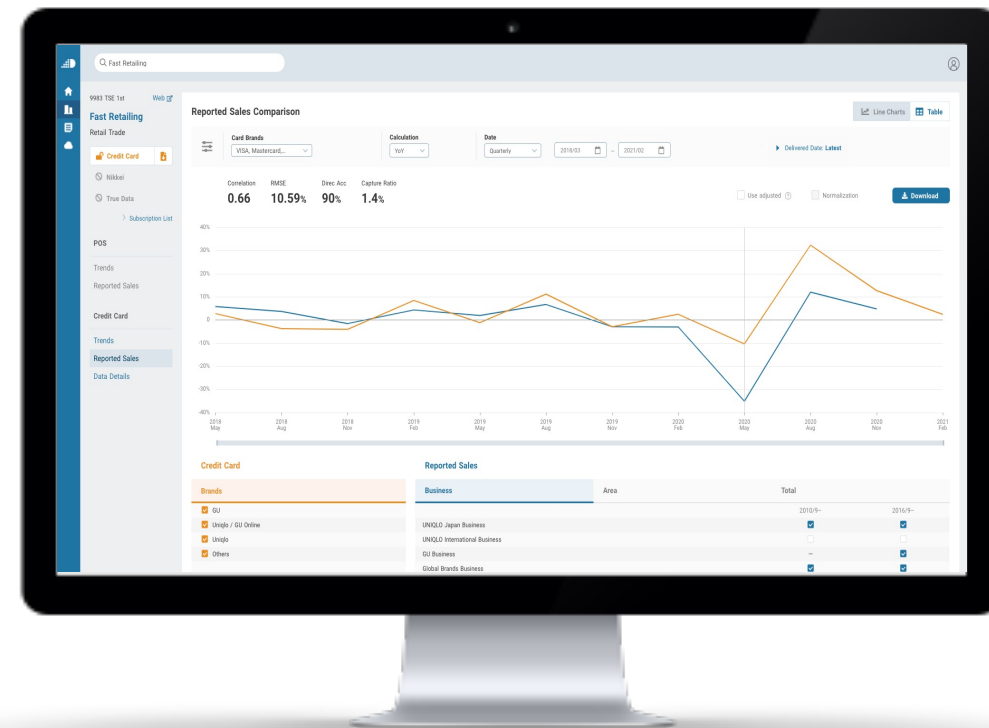
日本最大の携帯電話会社

携帯搭載の地理データを使
うことが可能、ユー
ザー数は2,000万人以上

あらゆる業種、規模の経済活動を把握可能な
多種多様なデータを有している

中小企業の経営戦略 / 生産活動分析 / 観光分析ツールを実現する

- 消費・生産・観光に関わる新たなデータ分析サービスを東京都とともに作りたい。
- 都内中小企業の業況や売上高などの景況と、クレジットカード・POS・位置情報とを組み合わせ、活動指数の把握、経営戦略への活用、予測を行う。
 - 商店街の人流や景況を見る
 - withコロナの状況について、中小企業と各業種の比較をする
 - 経営戦略のために業界全体の生産活動分析を行う
 - 観光施策の効果検証に人流と消費を見る、等



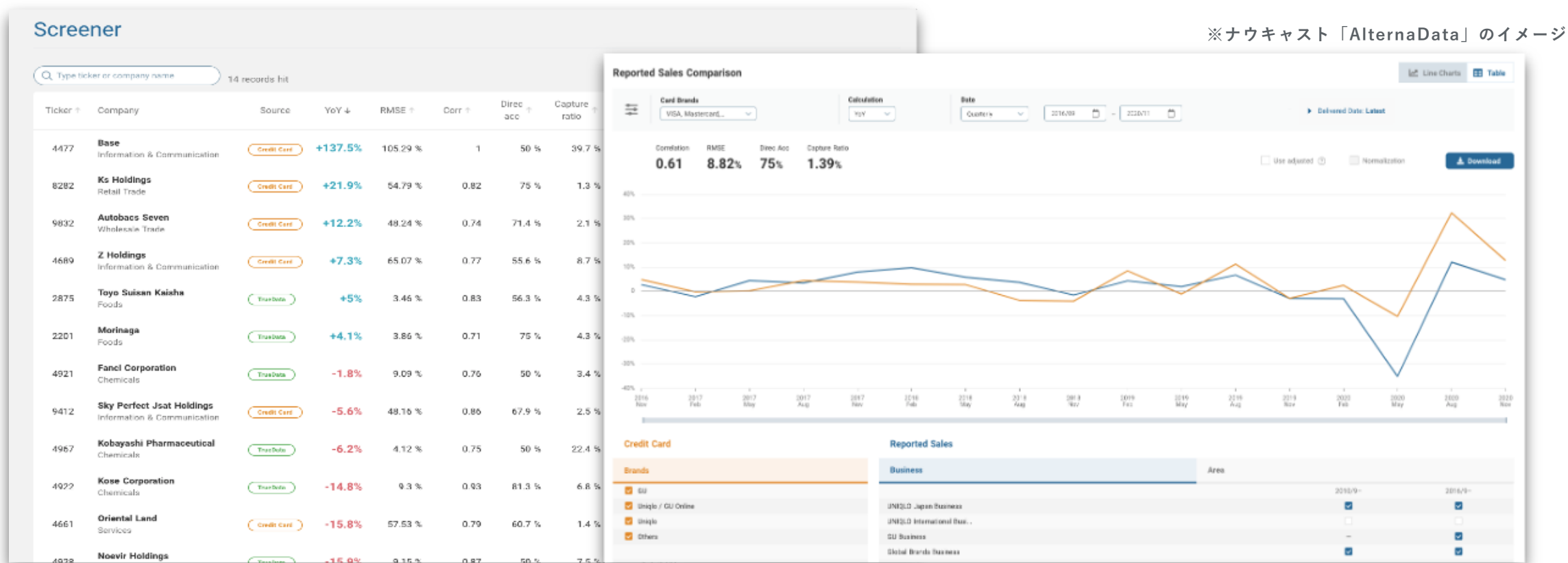
※画像はイメージです。

複数データをまとめたプラットフォームにて提供

これまでの実績 現在提供する「AlternaData（オルタナデータ）」とは

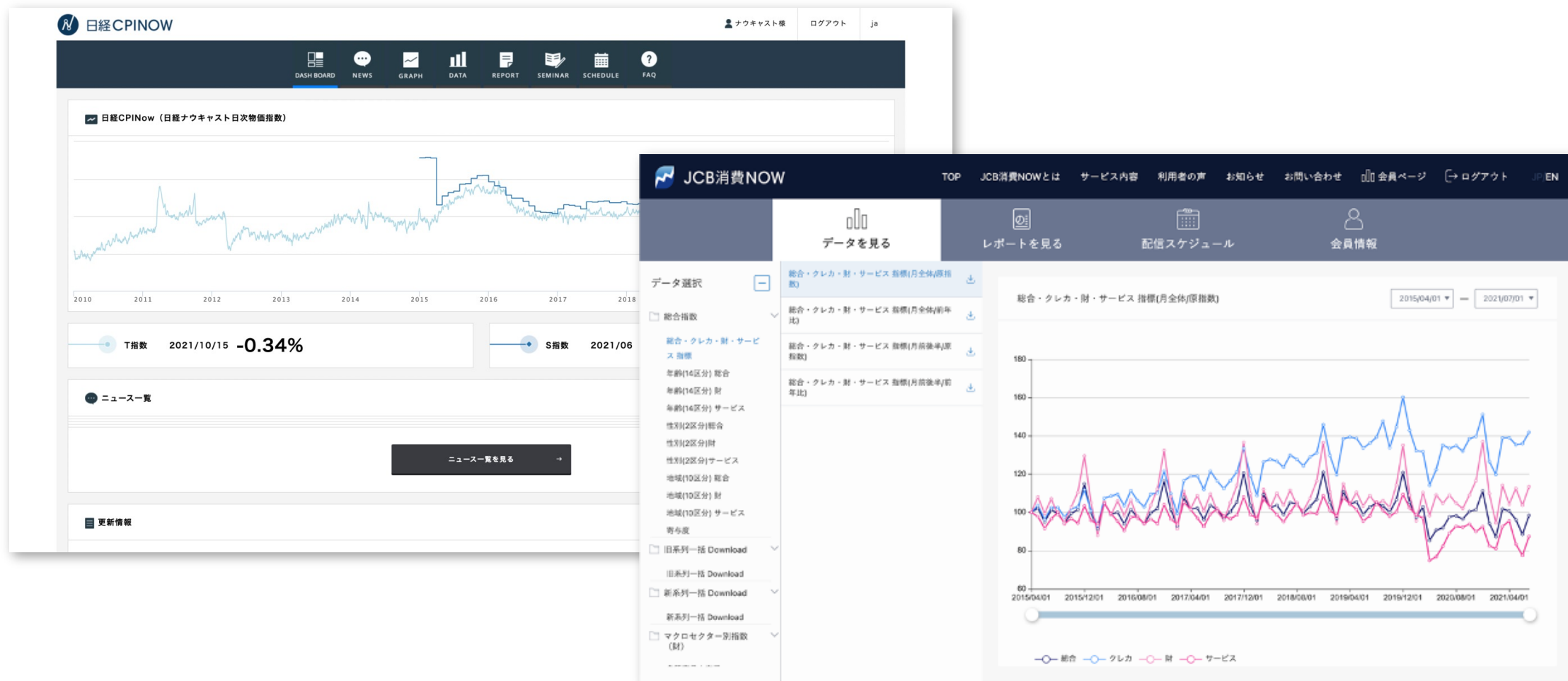
機関投資家に向け、投資活用に向けたデータのビジュアライズを実現

- POS/決済データのビジュアライズを実現したサービスとして、既に海外の機関投資家を中心にご活用いただいている。
- グループ会社内で内製化し開発・運用まで一貫して行っている。



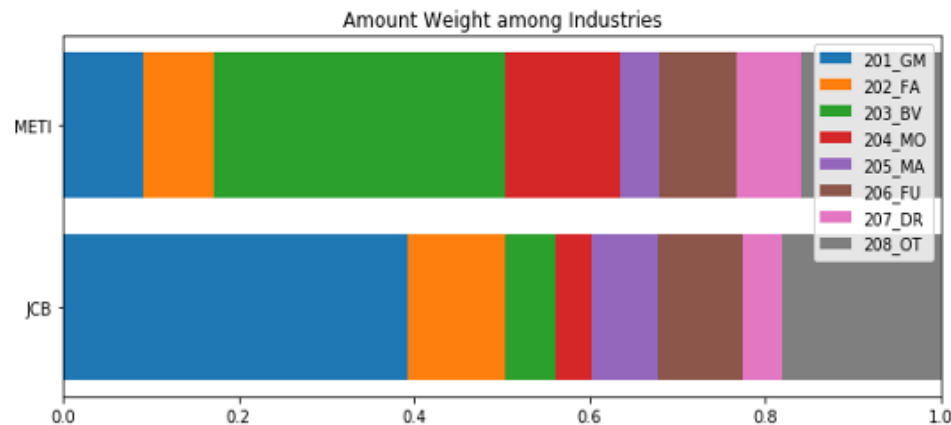
これまでの実績 自社プロダクトである「JCB消費NOW」と「日経CPINow」

その他、官公庁や事業会社向けにもデータのビジュアライズを実現

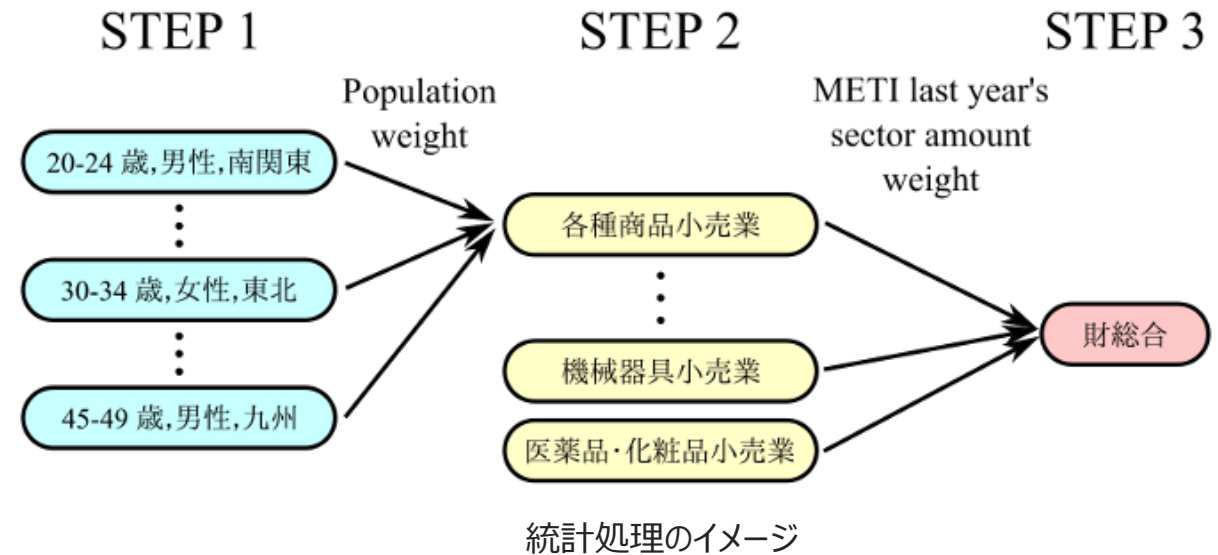


オルタナティブデータを経済統計として活用する業界No.1の技術力

- JCB消費NOWでは、人口動態や業種ウェイトに対してバイアスを持ったオルタナティブデータを活用して、「消費統計」を表すために、下記のような統計処理を行っている
 - 年齢・地域・性別のセルを作成し、各セルごとに月間平均消費金額のYoYを計算
 - 人口 weight を用いて各セルの YoY を足しあげて全体の YoY を求める
 - METI の商業動態の業種間 weight により財/サービスの総合指標を作成 etc...



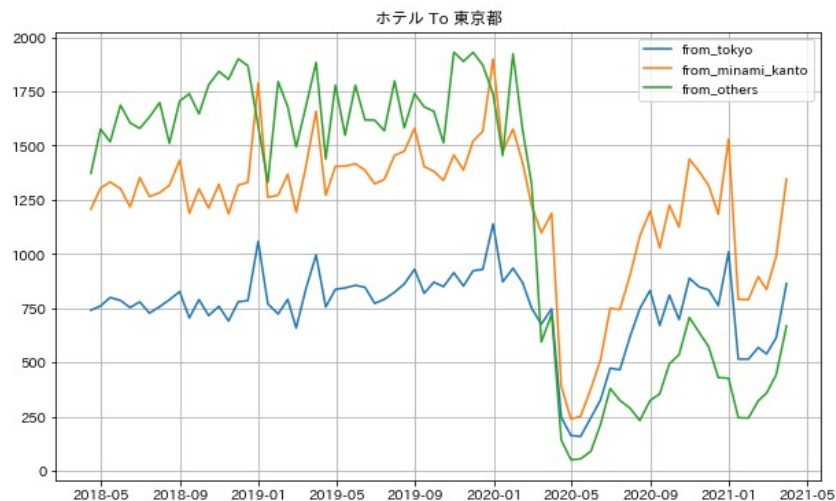
JCB のデータと 公的統計 (METI) の
業種間 weightには大きな差異がある



JCB消費NOW、日経CPINow、KDDI Location Analyzer/Dataで実現できること

地域別の消費、来訪者のデータを可視化し、経済分析へ活用できる

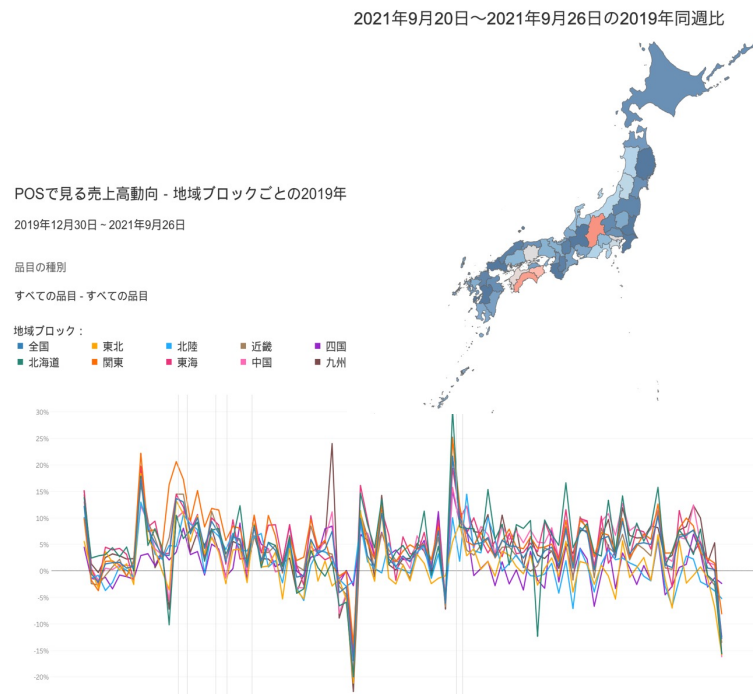
JCB消費NOW



- 「JCB消費NOW」のFrom To 分析において百貨店・ショッピングセンター・居酒屋・ホテルなど、どの地域の方がどの地域で消費しているか、ビジュアライズが可能。
- 新型コロナ以降東京都では、自県や近隣地域の客足が比較的戻ってきているが、それ以外の都道府県からの戻りが弱い様子などを見とることができる。
- From To 指数を配信し、ユーザーの居住地情報を用いた From 指数×加盟店住所情報で「どこに住む人が」「どこで」「何人 / どの程度」消費したかがわかる。

※JCB消費NOWのデータを基に株式会社ナウキャストが作成

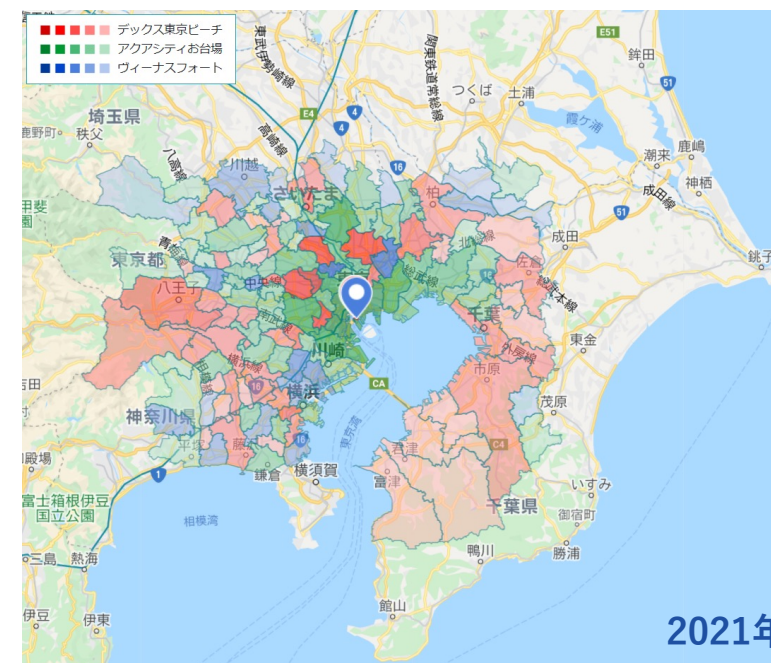
日経CPINow



- V-RESASにおいて日経CPINowのデータを提供している。
- POSで見る売上高動向 - 地域ブロックごとの2019年同週比の推移として地域ごとの消費動向を可視化。

※出典：「V-RESAS、ナウキャスト、株式会社日本経済新聞社「日経CPINow」」(2021年10月10日に利用)をもとに株式会社ナウキャスト作成

KDDI社 位置情報



- コロナ後は3施設とも近隣地区（港区、江東区、品川区）の居住者が多く訪問する傾向にある。
- ただしデックス東京、ヴィーナスフォートは東京都だけでなく、埼玉県、千葉県、神奈川県など南関東からも多くの来訪がある。

※KDDI Location Analyzerのデータを基に株式会社ナウキャストが作成。

JCB消費NOW、日経CPINow、KDDI Location Analyzer/Dataで実現できること

ヨシコン社様と提携し、東海地方の経済活動の可視化に貢献

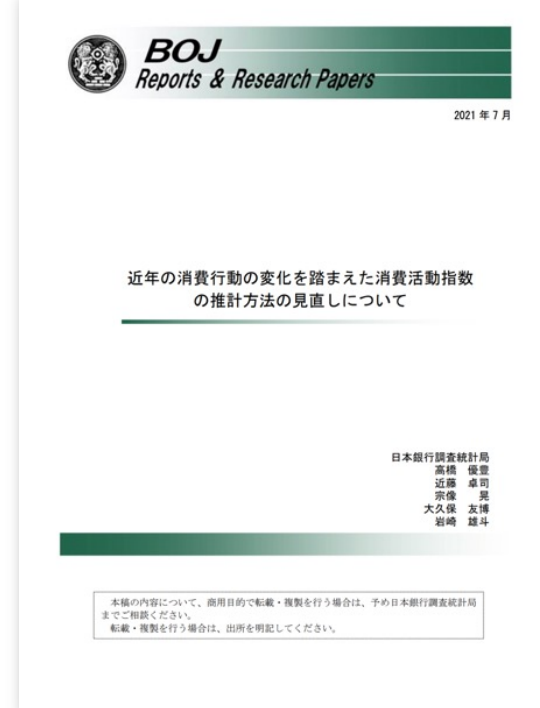
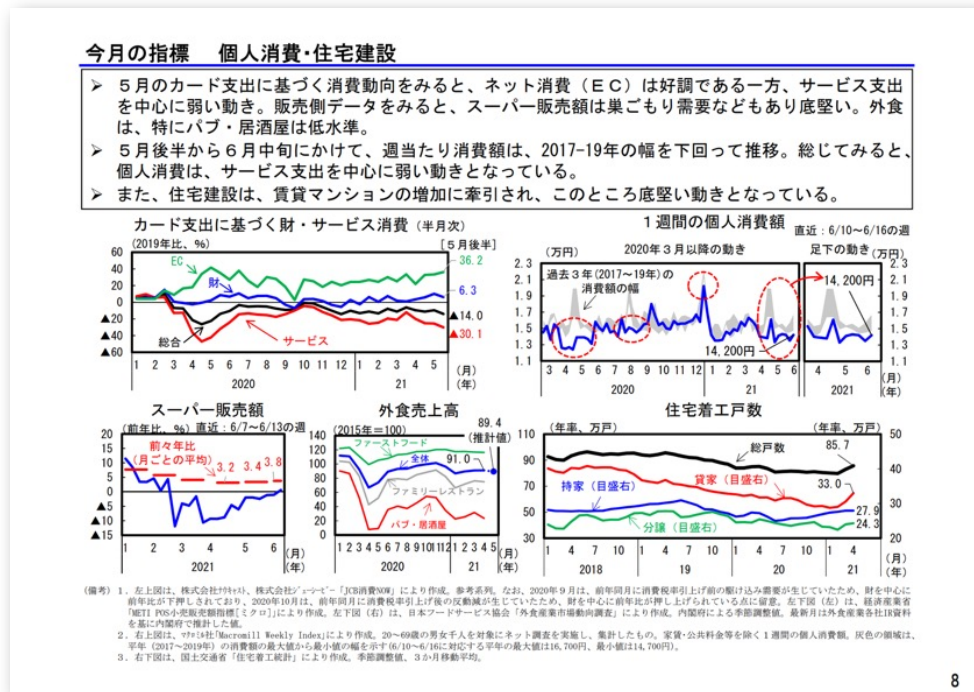
- ナウキャストは、国内消費動向指数「JCB消費NOW」および「KDDIの位置情報データ」を活用し、ヨシコン社 / 東海道リート・マネジメント株式会社の不動産開発、投資運用、情報発信を支援している。
- 競争力がある物件の見える化とともに、不動産の開発や投資運用に係るリスクを低減し、チャンスを拡大。



※出典：ナウキャスト, HPより, <https://nowcast.co.jp/news/20210701/>, 2021年7月1日掲載

コロナ禍の景気分析や公的統計のアップグレードに貢献してきた実績多数

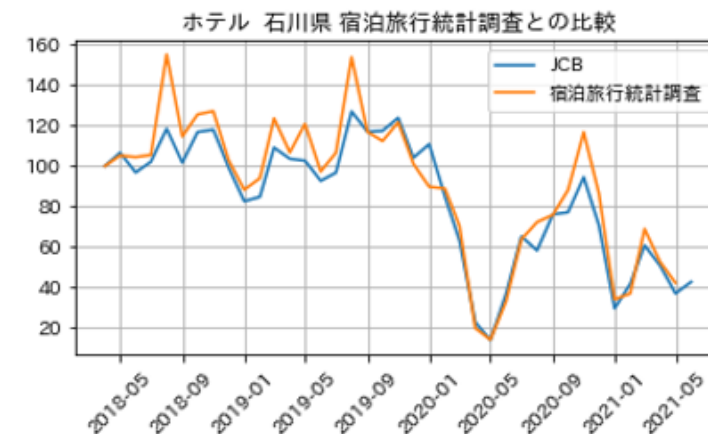
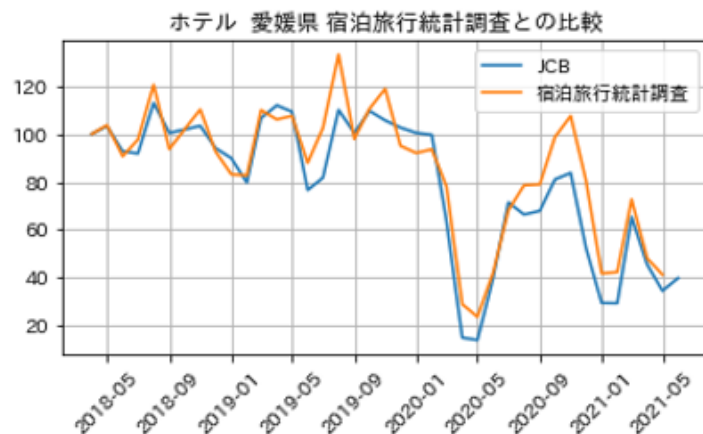
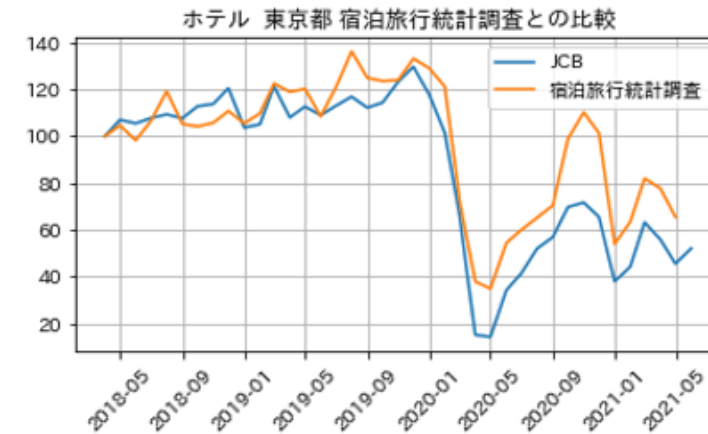
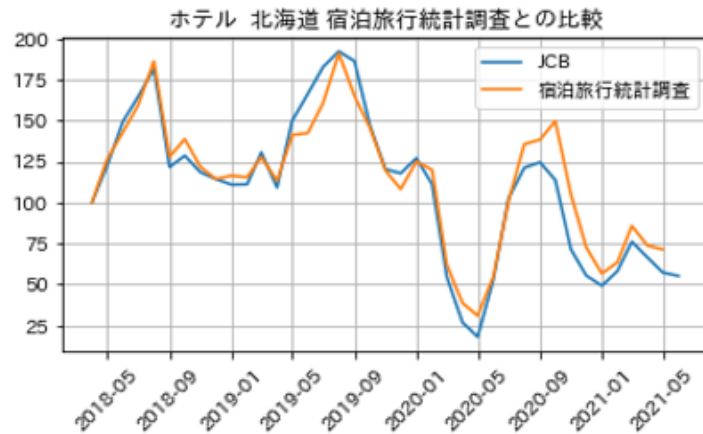
- ・ 内閣府の月例経済報告にて関係閣僚会議資料への引用や、日本銀行の「消費活動指数 + (プラス)」にも利用。
- ・ 日経CPINowも日本銀行「経済・物価情勢の展望」に引用いただく。



分析事例：JCB消費NOW

例：From To 分析 指数：ホテル

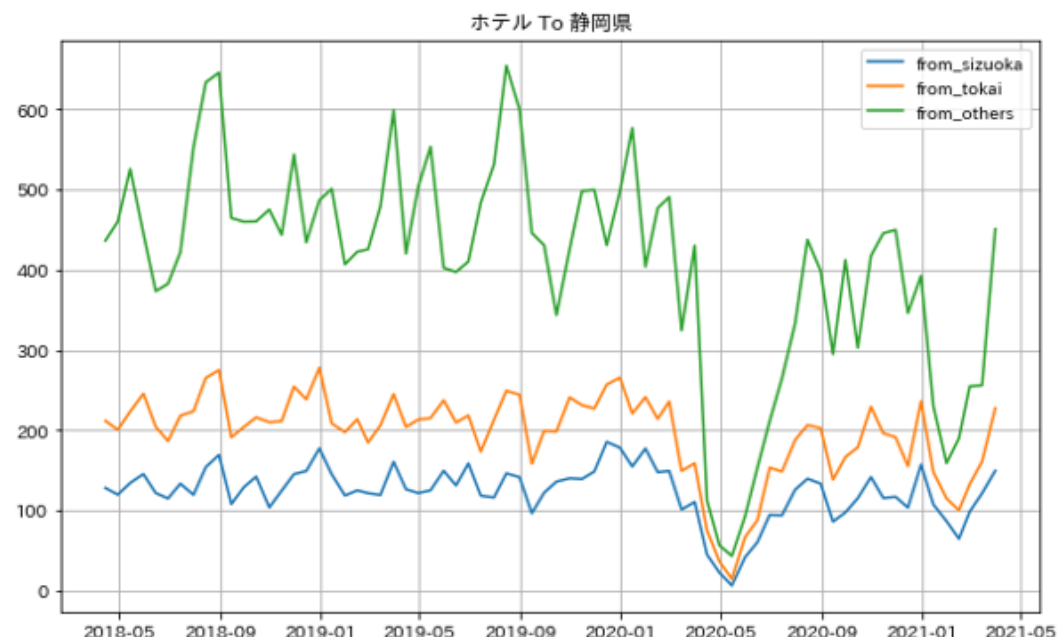
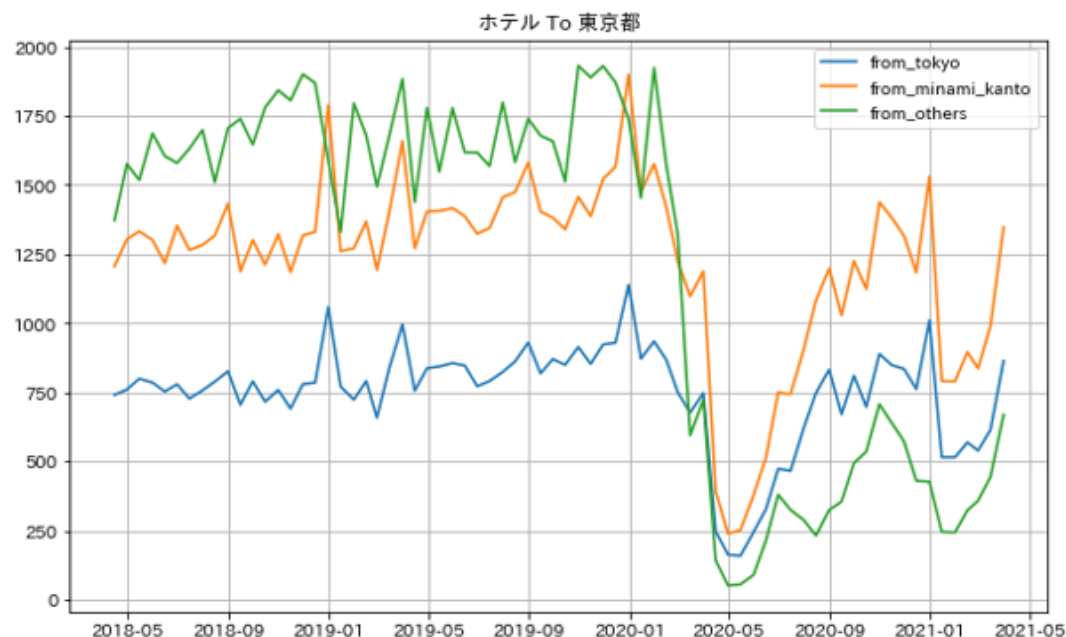
- 国土交通省の宿泊旅行統計調査との比較で高い相関を示す。



※JCB消費NOWのデータを基に株式会社ナウキャストが作成

例：From To 分析 東京都と静岡県、それぞれのホテルの寄与度分析

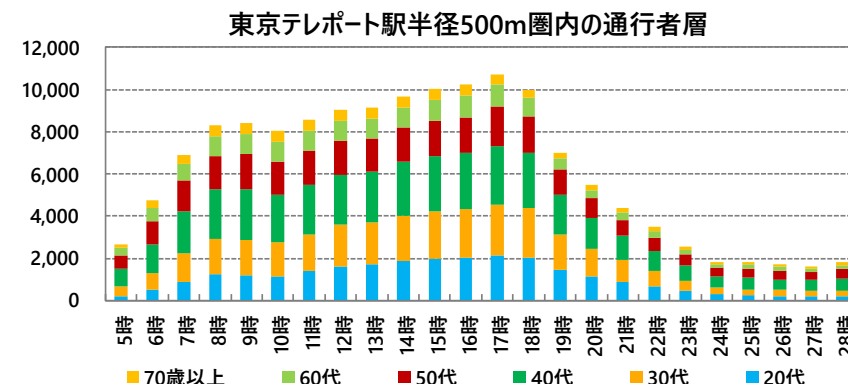
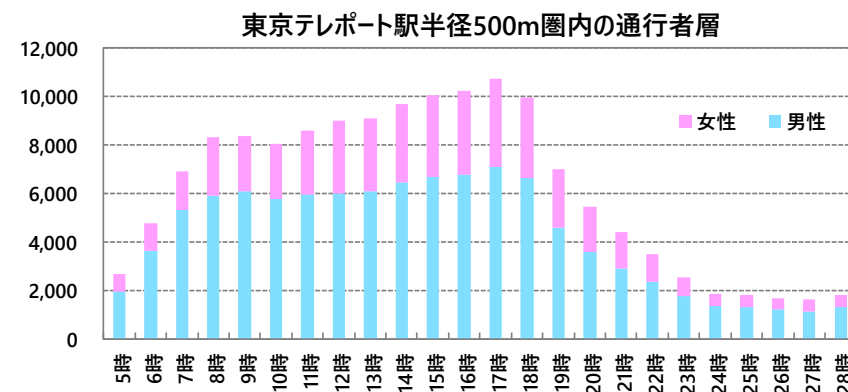
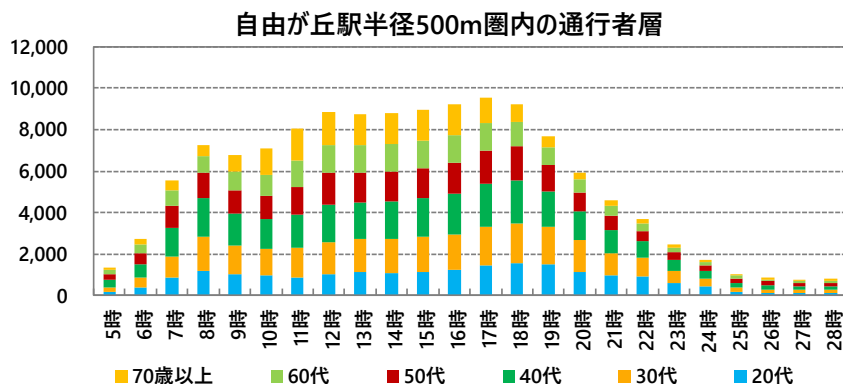
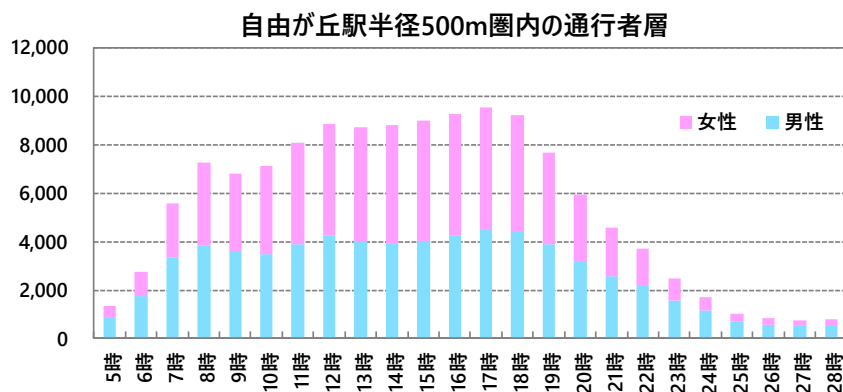
- コロナ以降は東京都では自県や近隣地域の客足は比較的戻ってきているが、それ以外の都道府県からの戻りが弱い。東京での感染を恐れた結果と予測できる。
- 一方、静岡県は自県や近隣地域だけでなく全国的に客足が戻ってきている。



※JCB消費NOWのデータを基に株式会社ナウキャストが作成

例：地域特性の分析 自由が丘駅と東京テレポート駅

- 自由が丘駅周辺の通行者は女性が半数を占めている一方で、東京テレポート駅は大半を男性が占めている。
- 自由が丘駅周辺は年代層が幅広く、住宅街があるため昼間は安定した通行がある。一方で東京テレポート駅周辺は若者が多いオフィス街と商業地。



※KDDI Location Analyzerのデータを基に株式会社ナウキャストが作成

例：製造業の生産活動分析 位置情報によるBtoB/自動車生産量の推計

- 野村證券社による分析によって景気の先行きを考える上でKDDI社の携帯電話端末の位置情報を元に大手自動車メーカーの工場敷地内に滞在している人数を分析。
- 自動車工業の生産状況を推計するモデルの構築により、高い速報性を保ちつつ、大手自動車各社の生産量の概ねの推計に成功。



図 1: 日産自動車栃木工場の例

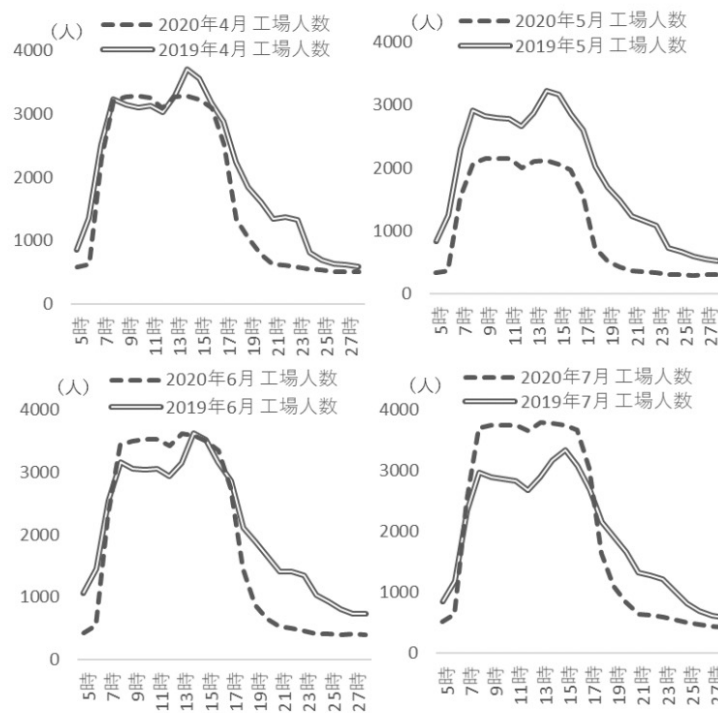


図 2: 日産自動車栃木工場の時間帯別滞在人数

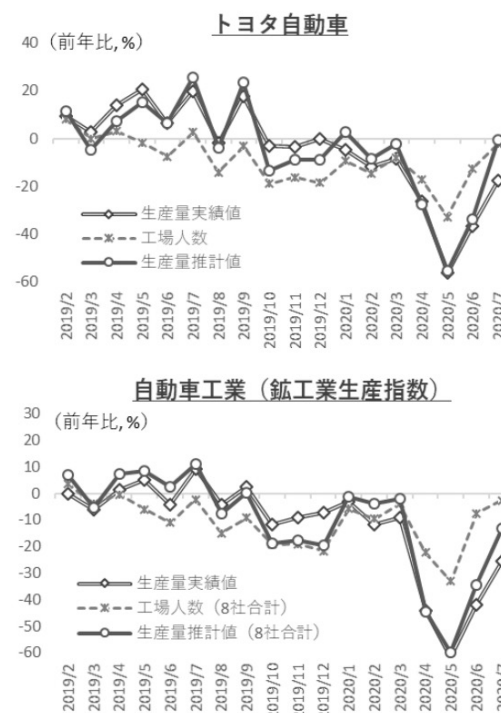
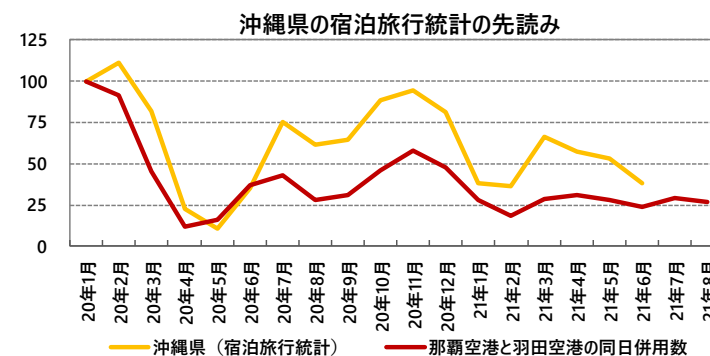
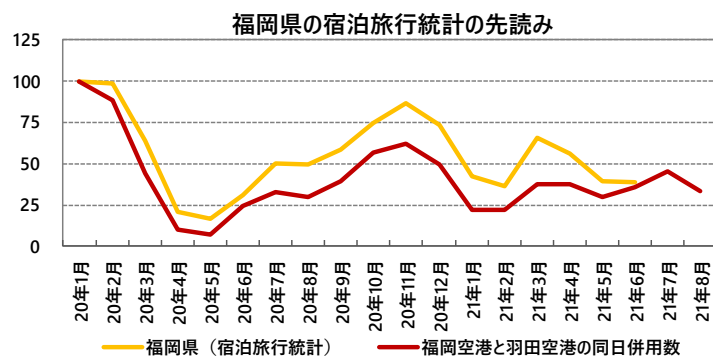
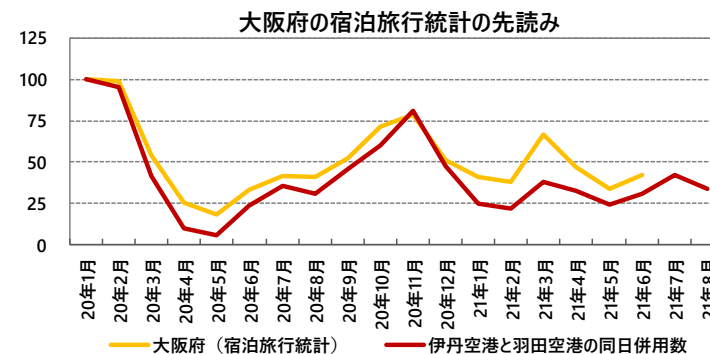
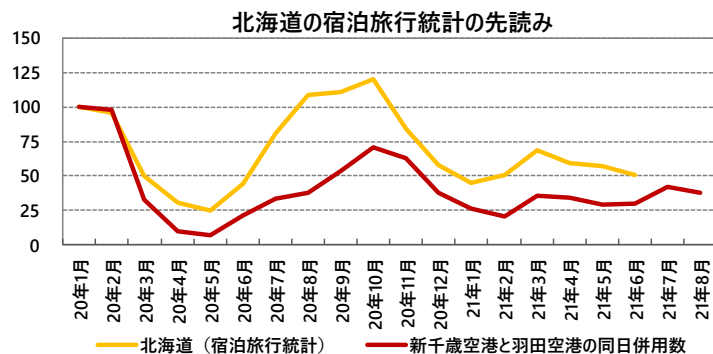


図 3: 自動車生産量と工場人数に基づく推計値

出典：水門善之(東京大学, 野村證券), 柳井都古杜(野村證券), 「携帯電話GPSデータに基づく自動車生産量のナウキャストと株式投資戦略」, https://sigfin.org/?plugin=attach&refer=025-02&openfile=02_SIG-FIN-25.pdf, 2020年10月7日

例：他都道府県との比較分析 政府統計の先読み

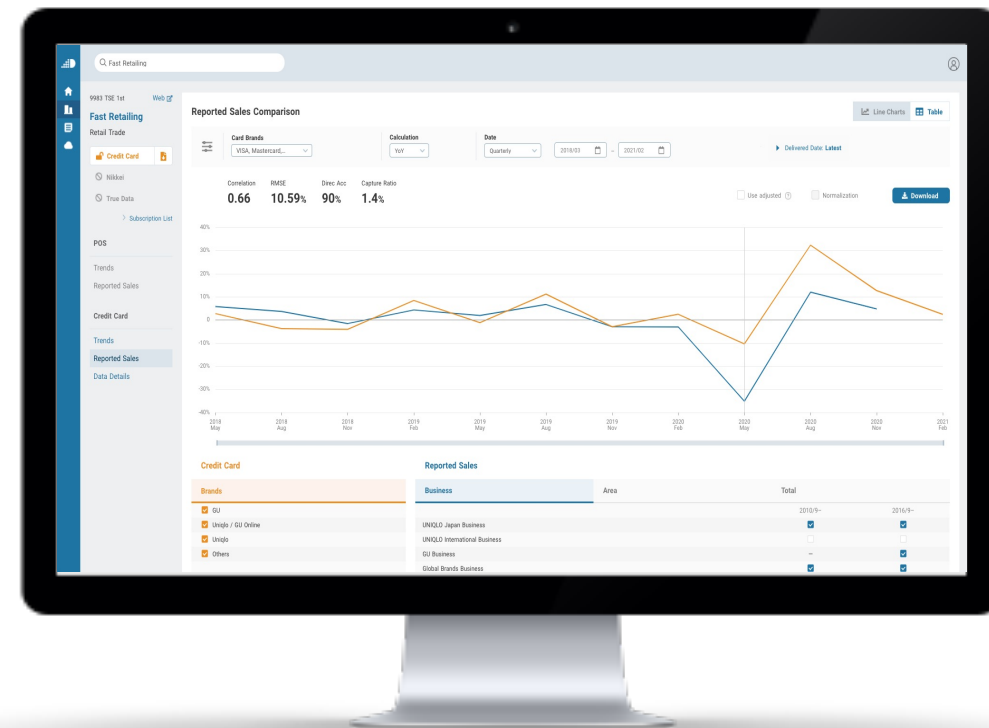
- 国土交通省観光庁が公表している都道府県別日本人延べ宿泊者数に対して、位置情報は2か月先行して足元の状況を把握できる。
- 各空港と羽田空港の同日併用者数をベースに算出しているため、国の公表値をやや下回る傾向があり、補正をすれば更に精度の高い予想も可能。



※KDDI Location Analyzerのデータを基に株式会社ナウキャストが作成

中小企業の経営戦略 / 生産活動分析 / 観光分析ツールを実現する

- 消費・生産・観光に関わる新たなデータ分析サービスを東京都とともに作りたい。
- 都内中小企業の業況や売上高などの景況と、クレジットカード・POS・位置情報とを組み合わせ、活動指数の把握、経営戦略への活用、予測を行う。
 - 商店街の人流や景況を見る
 - withコロナの状況について、中小企業と各業種の比較をする
 - 経営戦略のために業界全体の生産活動分析を行う
 - 観光施策の効果検証に人流と消費を見る、等



※画像はイメージです。

複数データをまとめたプラットフォームにて提供

