

# データ流通実証実験 実施計画書

---

2018/11/21

Rev.1

データ流通実証実験TF

# 改定履歴

版	承認日	修正内容	作成者
1	2018/11/21	初版	宮田宏

# 目次

---

1. 背景と目的
2. 目標とスコープ
3. データ流通全体像
4. 参加企業と役割
5. 対象とするデータ取引フロー
6. 実施スケジュール
7. 体制と会議体
8. 予算計画
9. 成果物

## 付録1.

参加企業のテーマと実証実験における役割

## 付録2.

調達デバイス活用案

## 付録3.

販売データ例：

Webメディアに関する共同調査(2017年上半期)

## 付録4.

データセキュリティサービス

## 付録5.

実証実験用データカタログサーバについて

## 付録6.

進め方の提案(アビームコンサルティング株式会社)

# 背景と目的

---

## • 背景

データ流通については、政府IT戦略室からの指針にもある通り第4次産業革命の要諦をなす重要な社会機能です。

日本は、センサーやデバイス、ネットワーク、クラウドそして解析やBI活用などの実績は豊富ですが、その蓄積されたデータの利活用については世界から大きく後塵を拝しています。**特に企業やインダストリーを超えたデータ流通に関してはネガティブな意識が抜きがたく、さらに課題も横たわっています。**

## • 目的

データ流通推進協議会およびインターネット協会としては、他に先んじてIoT時代のデータ流通の現場への実装ユースケースを立ち上げ、その範を示す立場にあります。**このための実践的ケースにて実証を行い、成果を公知するものとします。**

# 目標とスコープ

前提：事業の目的はデータ流通の現場への実装ユースケースを立ち上げることであり、本事業はその一部を担う。  
本事業では、「**まずやってみよう**」というスタンスの取り組みであり、現状を把握することで、**今後取り組むべき課題を明確にしたい**。  
より高度な技術や、精査されたユースケースの検証は、後日新しいスキームとして取り組まれることを想定している。

## • 目標

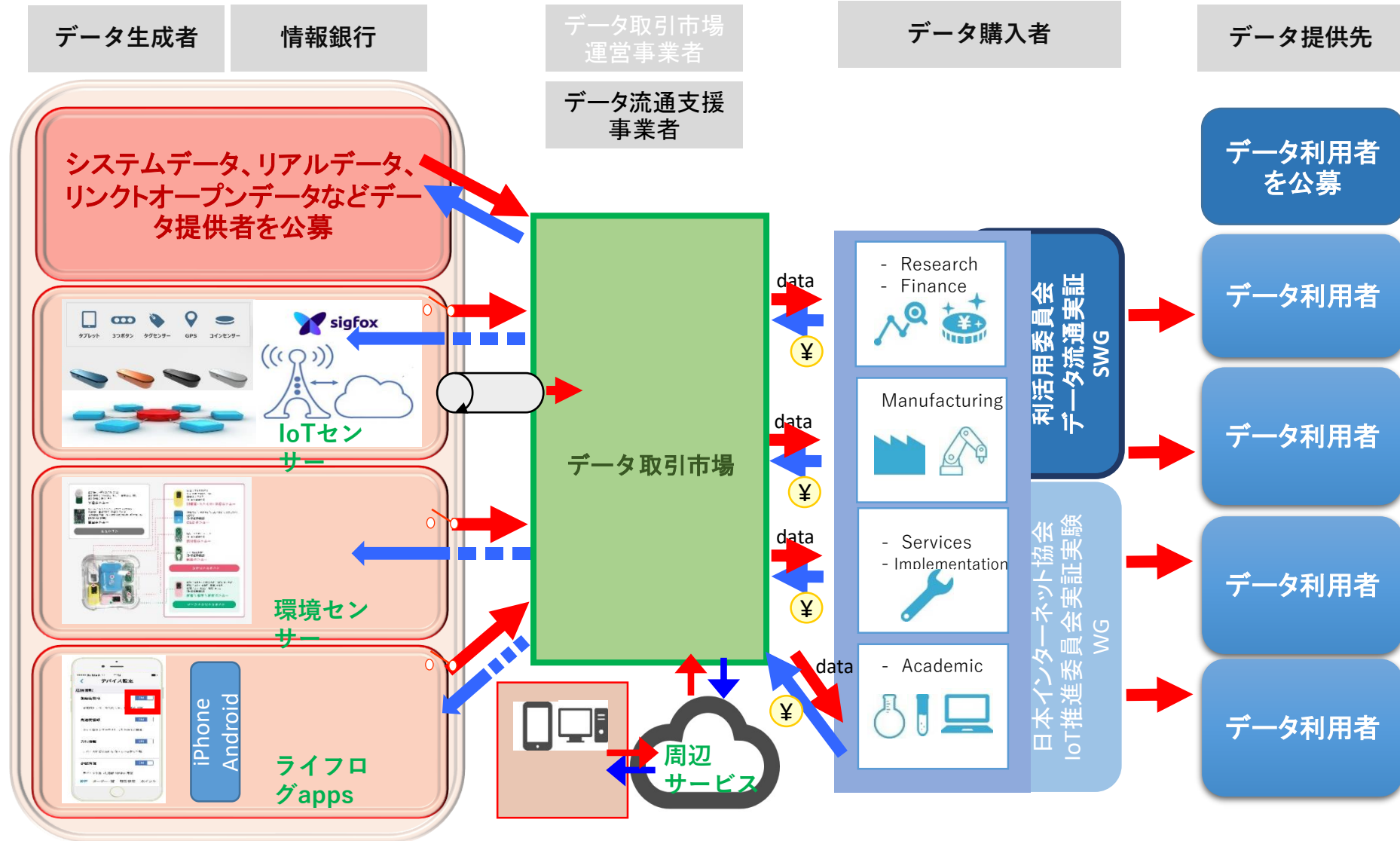
- 実践的ユースケースにて実証を行う
- 成果を報告書に取りまとめ公知する

注：課題を明確にする事が目標であり、課題を解決することを目標にはしない

## • スコープ

- データ取引所経由の取引を対象とする
  - データの販売者、購入者、PFのシンプルな組み合わせ
  - プラットフォーム間連携
- 周辺サービスの有用性の検証
  - データカタログ
  - データ保護
- データ種別
  - IoTデータ
  - アーカイブデータ
- 2つのレベルで取り組む
  - 実際にデータの売買を行う
  - データの活用を行う

# 実証実験全体像



# 参加企業と役割

## データ生成者

- ①日本データ取引所
- ②富士通株式会社
- ③共同印刷株式会社
- ④イオンクレジットサービス株式会社
- ⑤ITRC

## データ取引市場運営事業者

- ①エブリセンス・ジャパン
- ②兼松株式会社

## データ流通支援事業者

- ①株式会社DTS
- ②株式会社インテック
- ③KCCSEMバイルエンジニアリング株式会社
- ④FreeBit株式会社
- ⑤株式会社インターネット総合研究所
- ⑥富士通株式会社
- ⑦共同印刷株式会社

## データ購入者

- ①データ流通推進協議会
- ②インターネット協会

## データ提供先

- ①日本ユニシス株式会社
- ②アビームコンサルティング株式会社
- ③NEUSOFT Japan
- ④イオンクレジットサービス株式会社
- ⑤共同印刷株式会社
- ⑥日本データ取引所
- ⑦凸版印刷株式会社

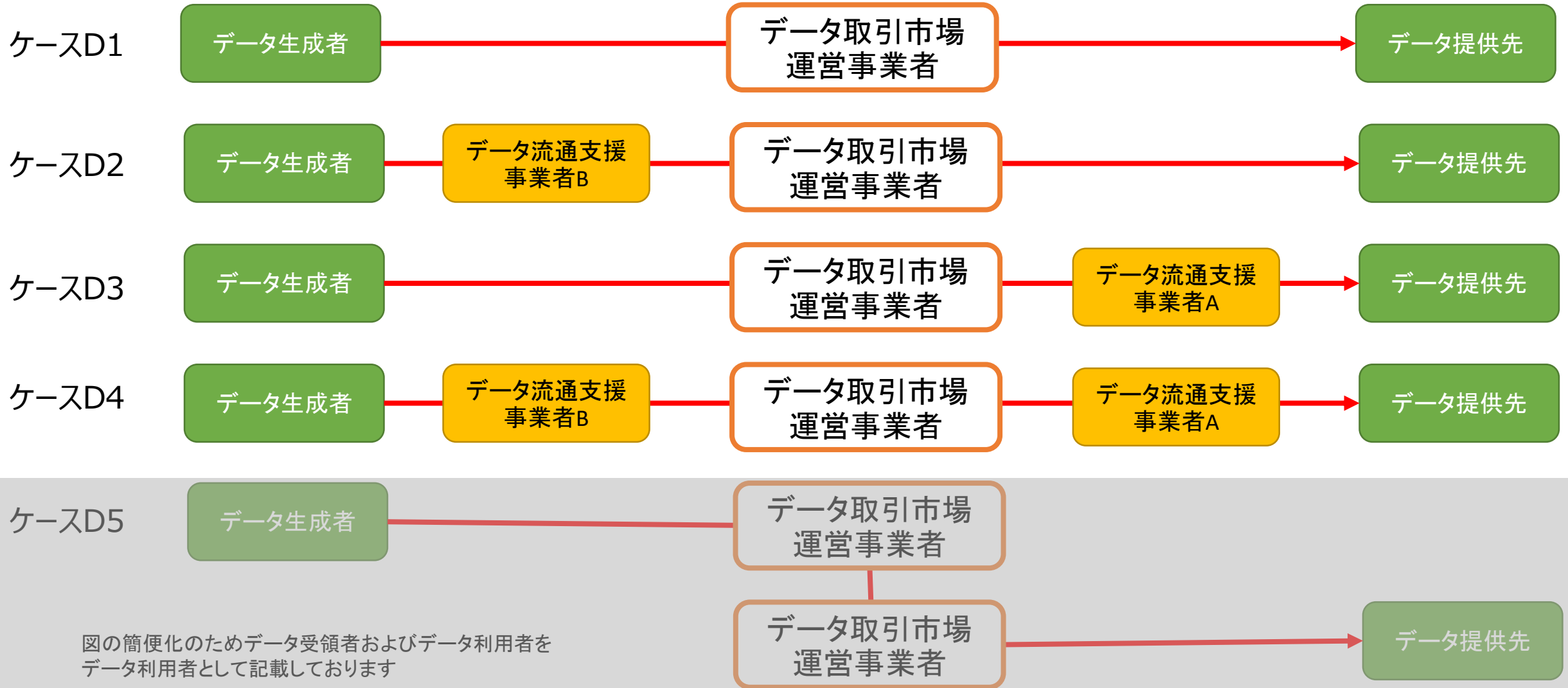
## SI・その他

- ①日本電気株式会社

## アドバイザー

- ①東京大学

# 検証対象のデータ取引フローリスト

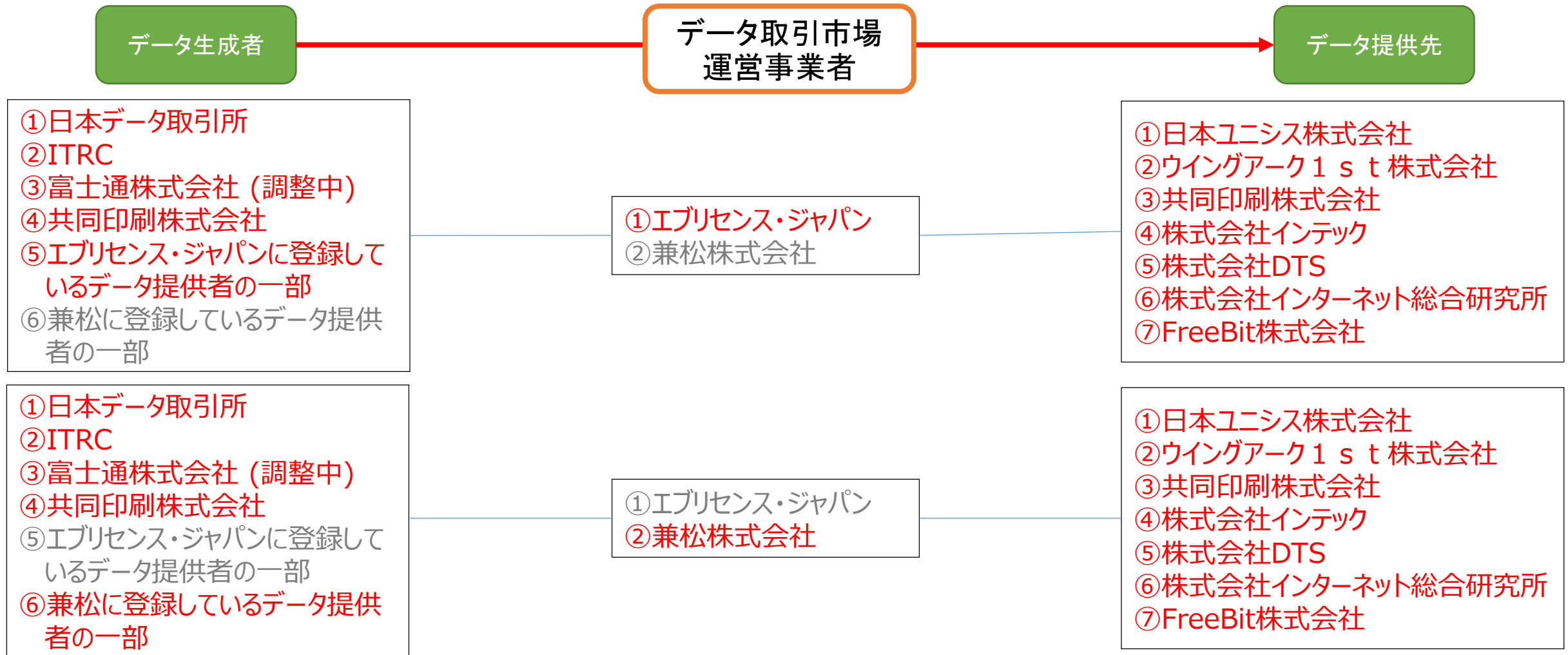


グレーアウトしたものは今回の実証実験では対象外



# 検証対象のデータ取引フロー [ケースD1]

赤字が参加者



図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

# 検証対象のデータ取引フロー [ケースD2]

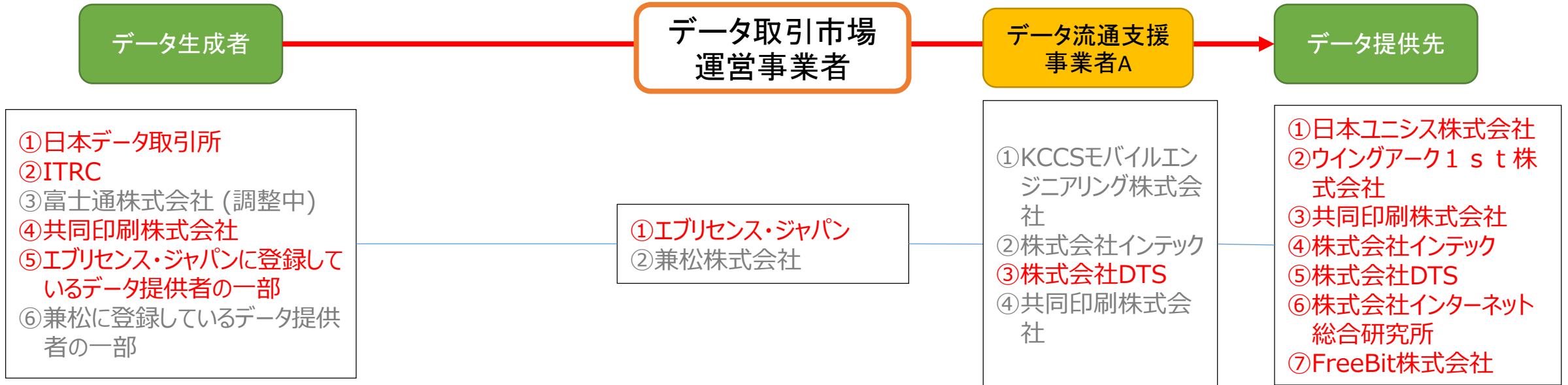
赤字が参加者



図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

# 検証対象のデータ取引フロー [ケースD3]

赤字が参加者

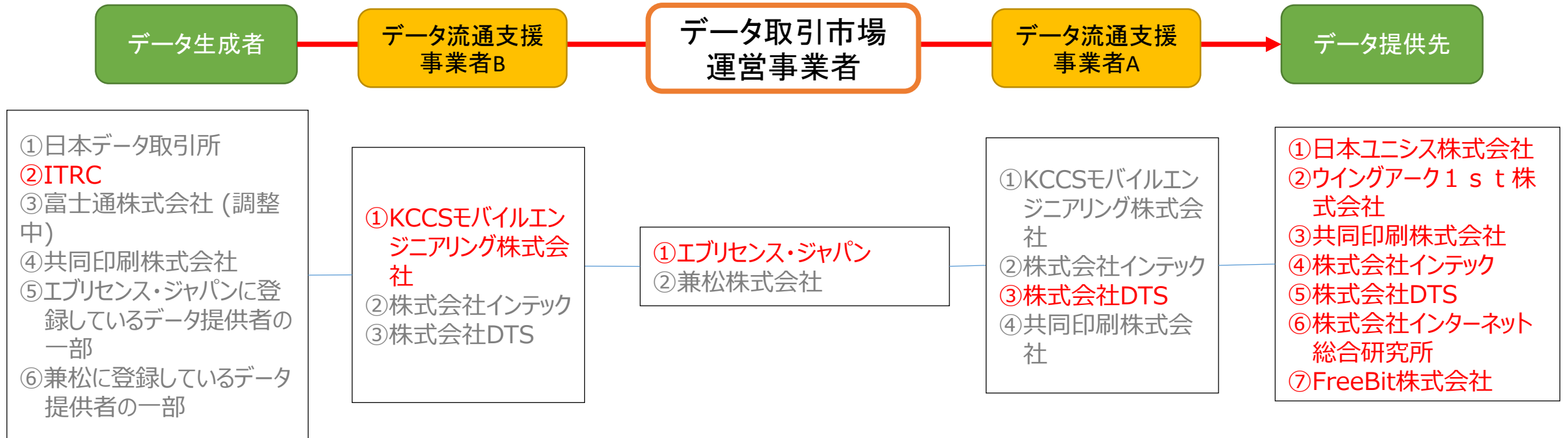


兼松さんはDTSのデータ保護サービスとの連携ができないため本ケースでの参加はありません。

図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

# 検証対象のデータ取引フロー [ケースD4]

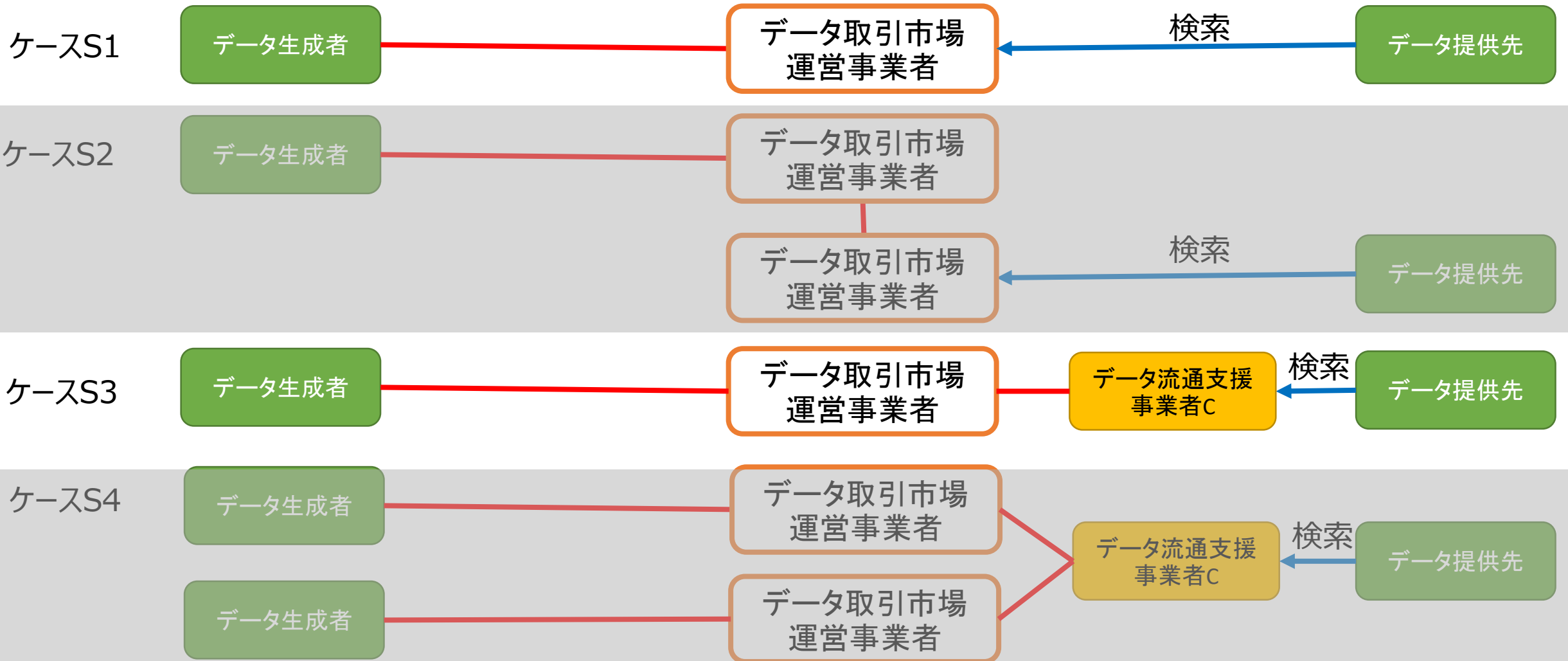
赤字が参加者



兼松さんはDTSのデータ保護サービスとの連携ができないためケースD2と同義になります。

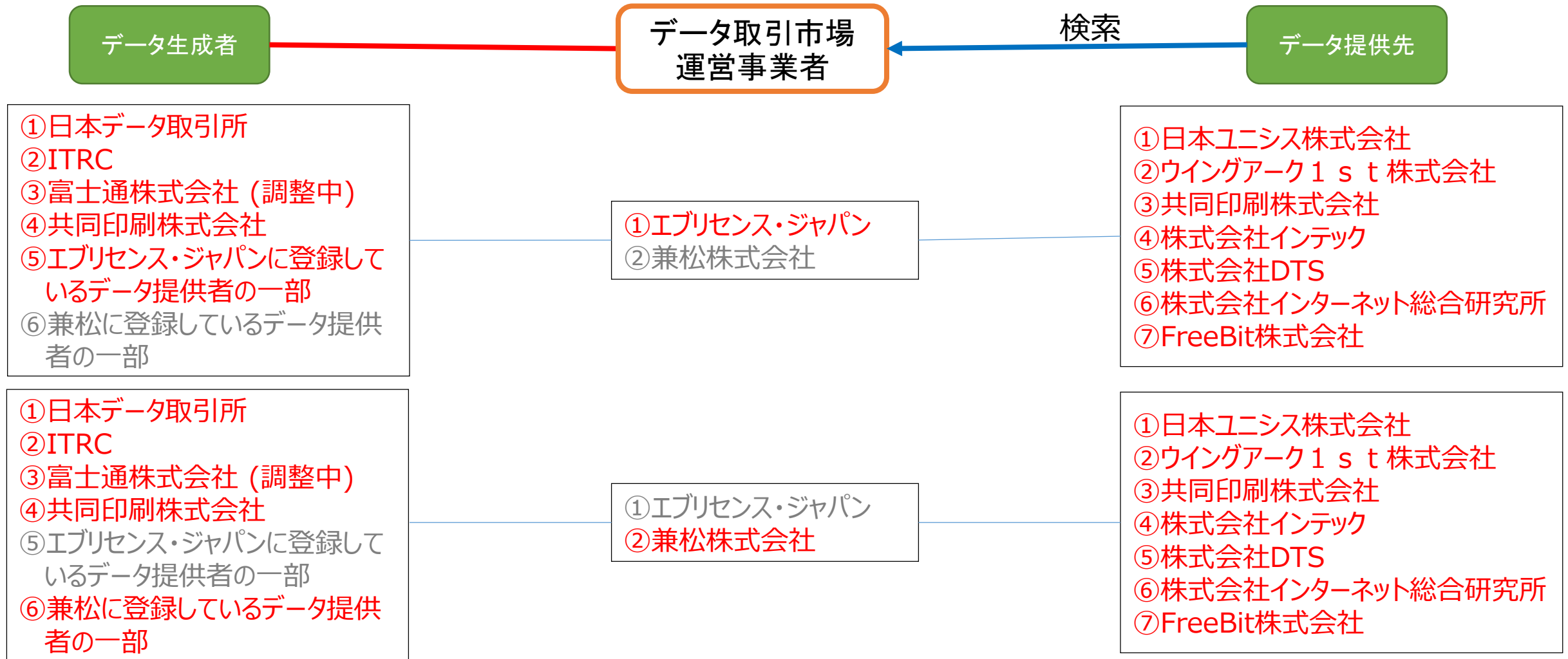
図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

# 検証対象のデータ検索フローリスト



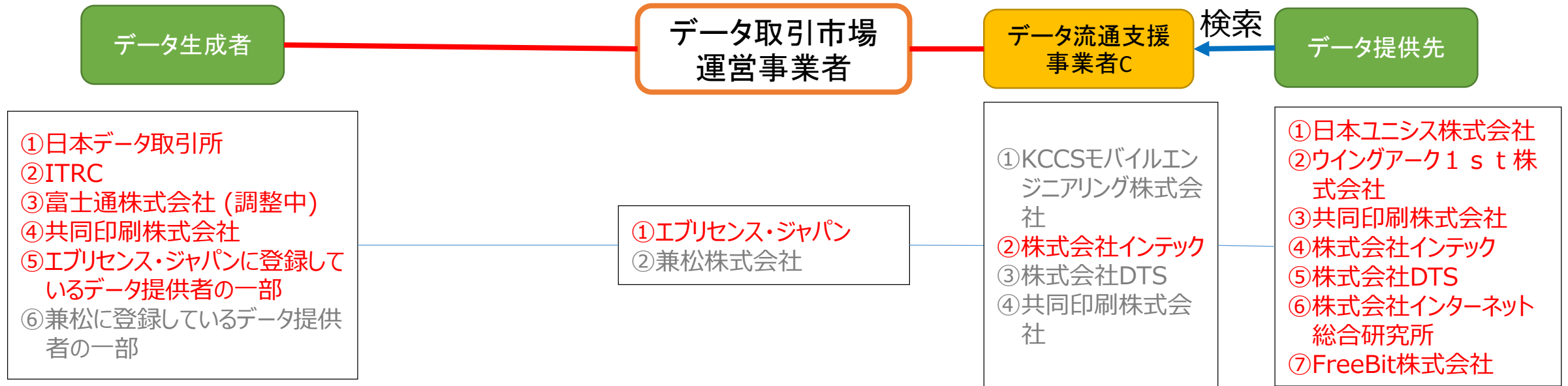
兼松さんはデータ概要を受け渡しする仕組みがないためデータ取引所がEverySenseさんのみとなり、ケース3と同義になります。

# 検証対象のデータ検索フロー [ケースS1]



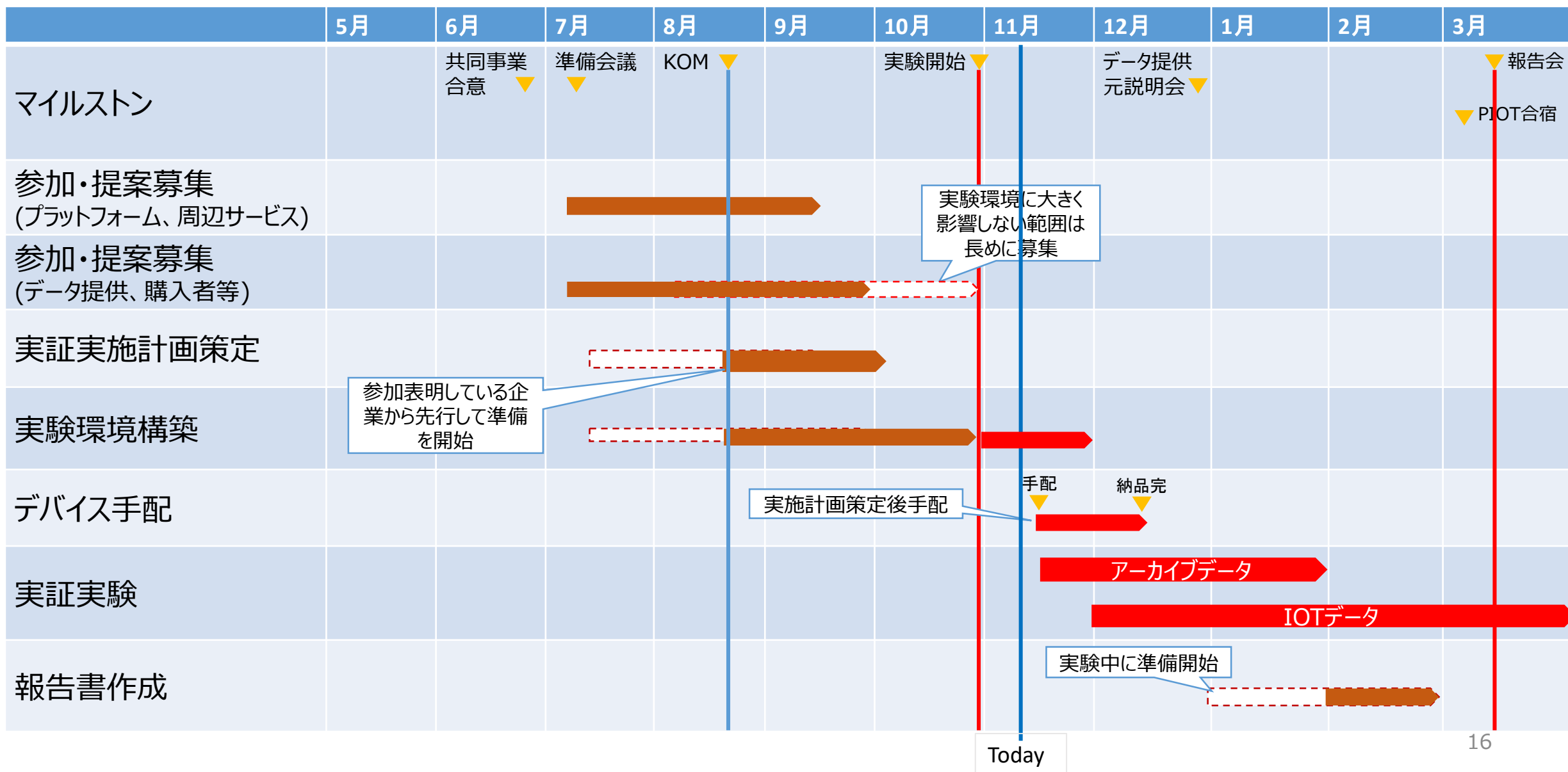
図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

# 検証対象のデータ検索フロー [ケースS3]



兼松さんはデータ概要を受け渡しする仕組みがないため本ケースでの参加はありません。  
図の簡便化のためデータ受領者およびデータ利用者をデータ利用者として記載しております。データ利用者はいずれかの都合のよいデータ受領者を利用することを想定しています。

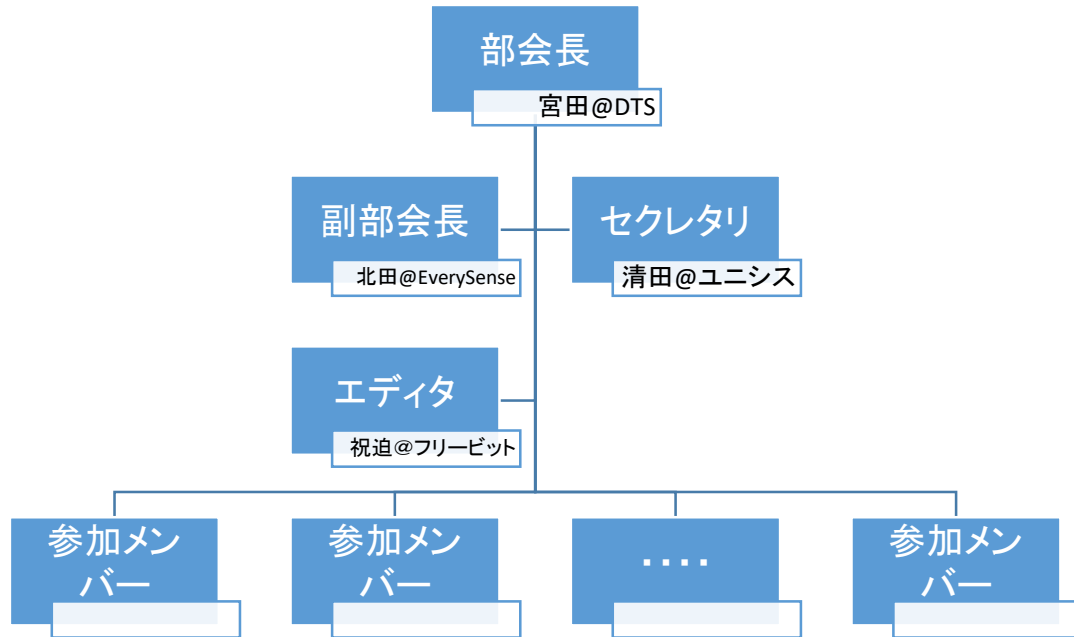
# 実施スケジュール





# 体制と会議体

- 体制



- 定例会議

- 隔週に実会議を開催する
- 遠隔からの参加可能
  - この場合Zoomを利用する

- 議決

- 各社一票
- 実会議もしくはMLを活用

# 予算計画

## 収入

費目		支出額	備考
デバイス調達費補助		600,000	損金として利用予定
データ購入費	IAJapan	500,000	
	DTA	500,000	
収入計		1,600,000	

## 支出

費目	詳細	支出額	備考
デバイス調達費	Sigfoxマルチアダプタ	356,700	100台
	EveryStamp	243,300	30台
データ購入費		1,000,000	
支出計		1,600,000	

# 成果物

## 「実証実験報告書」を作成する

### 【目次案】

1. はじめに
2. 背景と目的と課題
3. 実証実験概要
  - a. 構成
  - b. 体制
  - c. 期間

## 4. 実証実験内容

- a. データ生成者
    - i. 検証項目
    - ii. 実験内容
    - iii. 実験結果
    - iv. 利点と課題
  - b. データ提供先
    - i. 検証項目
    - ii. 実験内容
    - iii. 実験結果
    - iv. 利点と課題
- .....

## 5. まとめ

- a. 確認できたこと
- b. 今後

		プレイヤー				
		データ生成者	データ提供先	データ取引市場運営事業者	データ流通支援事業者	その他
切り口	技術	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題
	ビジネス	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題
	制度	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題

左のマトリックスの内容を実証実験内容の各iv節で記載するイメージ

# 付録 1

参加企業のテーマと実証実験における役割

# 参加企業とテーマ (1/10)

社名	エブリセンス・ジャパン
役割	データ取引市場運営事業者
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>・データ提供元から出たデータ取引市場の提供するデータ流通機能を介して、データ提供先までへの授受の実証</li><li>・データ取引市場と連携する他市場、周辺サービス、インフラとの相互運用性の実証</li></ul>
提供物/サービス/データ	データ取引市場(サービス、機能) EveryStamp(環境センサー) EveryPost(人流センサー) ※EverySenseユーザーの上場データ(調整中)

社名	兼松株式会社
役割	データ取引市場運営事業者
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 欧州企業プラットフォームを活用したデータ売買</li><li>・ 欧州企業プラットフォームの機能と日本市場での利用ケースの差異確認</li></ul>
提供物/サービス/データ	データ取引所

# 参加企業とテーマ (2/10)

社名	株式会社DTS
役割	データ流通支援事業者
検証テーマ	データの暗号化や、再配布防止、利用期間制限など、契約ポリシーに基づいたデータ保護サービスの有用性を検証する。
提供物/ サービス/ データ	データセキュリティサービス

社名	株式会社インテック
役割	データ流通支援事業者
検証テーマ	提供サービスの有用性検証 取り扱われたデータ全体の利用傾向等の報告資料作成
提供物/ サービス/ データ	実証実験用データカタログサーバ

# 参加企業とテーマ (3/10)

社名	KCCSEモバイルエンジニアリング株式会社
役割	データ流通支援事業者
検証テーマ	エッジデバイスとユースケースの適合性 IoT PF (SmartBee IoT or miotinc) とデータ取引PFへのデータ転送
提供物/ サービス/ データ	Sigfoxマルチアダプタ、 IoT PFのCall backサービス

社名	FreeBit株式会社
役割	データ流通支援事業者
検証テーマ	エッジデバイスとユースケースの適合性 IoT PF (SmartBee IoT or miotinc) とデータ取引PFへのデータ転送
提供物/ サービス/ データ	なし

# 参加企業とテーマ (4/10)

社名	株式会社インターネット総合研究所
役割	データ流通支援事業者
検証テーマ	エッジデバイスとユースケースの適合性 IoT PF (SmartBee IoT or miotinc) とデータ取引PFへのデータ転送
提供物/ サービス/ データ	温度センサー、加速度センサーから取得 の環境データ (温度、振動、衝撃等)

社名	富士通株式会社
役割	<ul style="list-style-type: none"><li>データ生成者</li><li>データ流通支援事業者</li></ul>
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>オープンデータ(LOD)と データ流通基盤の連携案検討</li><li>オープンデータ利活用方法検討</li></ul>
提供物/ サービス/ データ	<ul style="list-style-type: none"><li>LOD4ALL(LOD利活用基盤)</li></ul>



# 参加企業とテーマ (5/10)

社名	株式会社日本データ取引所
役割	データ生成者 データ提供先
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>オンラインデータ流通プラットフォームと取扱いデータの相性検討</li><li>オンライン取引時の課題検討</li></ul>
提供物/ サービス/ データ	データ「2017年上半期 WEBメディア調査レポート・データ」 (SNS分析・集計後データ)

社名	共同印刷株式会社
役割	<ul style="list-style-type: none"><li>データ生成者</li><li>データ提供先</li><li>データ流通支援事業者</li></ul>
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>提供データの信用性検証</li><li>必要なデータ購入時のカタログ(リスト)の閲覧性</li><li>データ取引における効率性向上に関する周辺サービスの検討</li></ul>
提供物/ サービス/ データ	生活者の食卓ライフログデータ

# 参加企業とテーマ (6/10)

社名	日本ユニシス株式会社
役割	データ提供先 実施内容：希望するデータを取引市場に対して発注し、データを受取る。
検証テーマ	データの取得に関して、取引市場を利用した際のメリット、デメリット、および課題について検証する
提供物/ サービス/ データ	<ul style="list-style-type: none"><li>・希望データリスト（後述）</li><li>・取引市場利用に関するレポート</li></ul>

社名	アビームコンサルティング株式会社
役割	データ提供先
検証テーマ	データ流通市場拡大に向けて、ビジネス観点での課題抽出をデータ利用者の立場から行う。
提供物/ サービス/ データ	検証結果報告書

# 参加企業とテーマ (7/10)

社名	NEUSOFT Japan
役割	データ提供先
検証テーマ	<ul style="list-style-type: none"><li>IoT PF(NEUSOFT Japan IoT Cloud)とデータ取引PFへのデータ転送</li><li>外部データを絡んで高度な分析手法の妥当性確認</li></ul>
提供物/サービス/データ	Neusoft IoT PoC Kit (データ可視化、分析サービス)

社名	イオンクレジットサービス株式会社
役割	データ提供者 データ提供先
検証テーマ	市場ニーズ把握 グループ内運用の実行性
提供物/サービス/データ	購買データ

# 参加企業とテーマ (8/10)

社名	日本電気株式会社
役割	SI・その他
検証テーマ	ビジネスモデル、特により使いやすい取引の仕組みに関する検討
提供物/ サービス/ データ	提案書

社名	凸版印刷株式会社
役割	データ提供先
検証テーマ	日用品・食料品等の消費者の購買動向分析、観光旅行者の行動分析など
提供物/ サービス/ データ	現時点では特になし

# 参加企業とテーマ (9/10)

社名	東京大学
役割	アドバイザー
検証テーマ	N/A
提供物/ サービス/ データ	技術提供（データジャケットやデータの検索システムなど）やデータ分析（データ流通時のプレイヤーの行動などの分析）

社名	有限会社 あずさ監査法人
役割	
検証テーマ	TBD
提供物/ サービス/ データ	

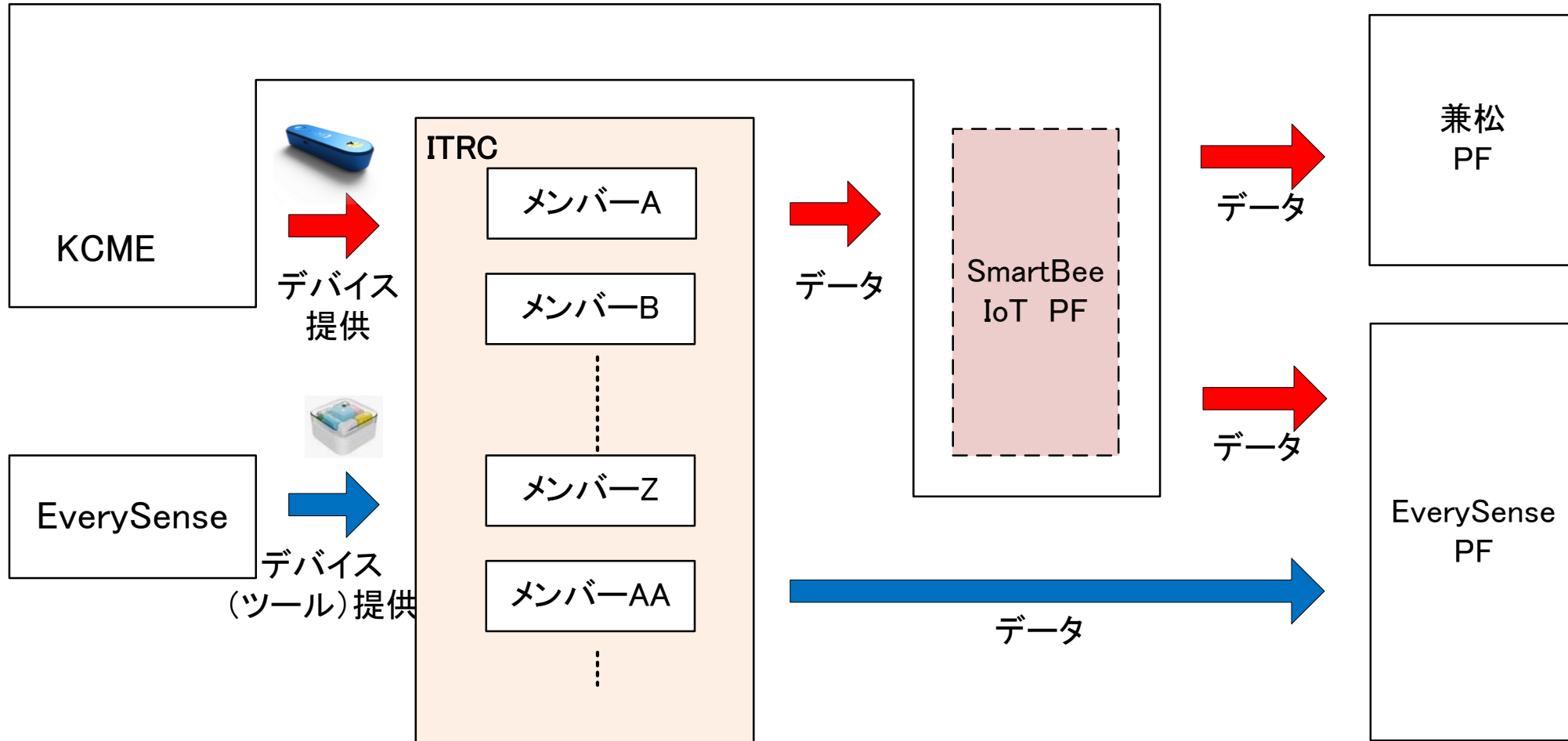
# 参加企業とテーマ (10/10)

社名	ウイングアーク1st株式会社
役割	
検証テーマ	TBD
提供物/ サービス/ データ	

社名	富士ゼロックス株式会社
役割	
検証テーマ	TBD
提供物/ サービス/ データ	

# 付録2

調達デバイス活用案(KCCSモバイルエンジニアリング株式会社)





# 付録3

販売データ例：

Webメディアに関する共同調査（2017年上半期）説明資料

企画・制作：株式会社オズマピーアール, 株式会社日本データ取引所  
データ提供：データセクション株式会社, ニホンモニター株式会社, 株式会社メディアクリエイト

# Webメディアに関する共同調査（2017年上半期）

---

## 説明資料



企画・制作：株式会社オズマピーアール, 株式会社日本データ取引所  
データ提供：データセクション株式会社, ニホンモニター株式会社, 株式会社メディアクリエイト

---

## PR活動が広がりを見せるなかで、期待と現実のギャップを埋めるには？

---

### PR活動の広がり

認知拡大から  
ブランディングへ

情報源の多元化  
(SNS、ニュースアプリ  
キュレーションサイト)

広告換算値に代わる  
効果測定のニーズ

### 期待と現実のギャップ

PR担当者は  
平均3人

SNS活用中の企業  
29.6%

PR戦略立案  
「出発でつまずき」  
40%

3つの課題を解決したい、PRパーソンの支えとなるメディアデータです。

---

課題 1

PV・UU以外に、メディア理解の指標はないか？

課題 2

メディアの影響力を一つにまとめたリストがないか？

課題 3

本当にターゲットに即したメディアとは？



Twitterの投稿データを基に、**記事の影響力を投稿数・投稿人数**で計測！

Twitterでの波及力に加え、**記事別・メディア別・カテゴリ別に分類。**  
一つのエクセルシートで管理が可能に！

**性別・年代別に話題化した記事をソートすることが出来るので、  
ターゲットに即したメディアプランニングが可能！**

---

## Webメディア共同調査の概要

---

集計データを分析したい方には...



PONT !

最大約**33,000件**のWEB記事タイトルを収録

最大**6ジャンル・21のカテゴリ**に記事を分類

**性別・年代別・月次**で記事の影響力を把握

データを見るのが面倒な方には...



PONT !

話題トレンドの解説をまとめたレポートも同時収録。

2017年上半期にTwitterで**最も話題のメディア50位**

6ジャンルごとの**人気トピックのファインディングス**

---

# 調査の枠組み

**3万件超のニュース記事ランキング**  
(性・年代推定付)

**15部門別に約1,800件を分類**  
(Excelで閲覧できます)

**TV, Web検索, 売上データとの比較**  
(PDFの解説レポート付)



**参加企業**

株式会社オズマピーアール	企画・監修・イベント運営	データセクション株式会社	ソーシャルメディアデータの提供
株式会社日本データ取引所	制作・販売・権利処理	ニホンモニター株式会社	テレビメタデータ提供
		株式会社メディアクリエイト	売上データ提供

# 収録内容

## そのまま読める、性年代・ジャンル分類済のExcelシート

タイトル	メディア名	中分類	10代_総件数	20代_総件数	30代_総件数	40代_総件数	50代_総件数
見逃し厳禁 ピンク色の満月「ストロベリームーン」が今夜登場 - ライブドアニュース	livedoor	テクノロジー	2733	977	934	363	666
TOKIOの城島茂と山口達也 超貴重生物の幻のサメ「ラブカ」発見 - ライブドアニュース	livedoor	テクノロジー	2061	550	596	195	335
アップル「iPhone 7 / iPhone 7 Plus」の新型レッドモデル   ファッションプレス	FASHION	テクノロジー	896	366	233	96	166
ボタンを押すだけで勝手にツイートしてくれる便利な機器を作った   オモコロ	オモコロ	テクノロジー	949	287	207	91	188
TOKIO：城島&山口が古代ザメ「ラブカ」を東京湾で捕獲 - MANTANWEB (まんたんウェブ)	MANTANWEB	テクノロジー	886	238	285	121	209
東大卒業式の式辞が深いと話題に「善意のコピペや無自覚なリツイートは.....」(全文)	ハフィントンポスト	テクノロジー	716	221	340	149	200
テレビを動かすのはツイッターよりメール   プレジデントオンライン   PRESIDENT Online	PRESIDENT	テクノロジー	497	366	410	122	158
【関西の議論】イメージと随分違う忍者の“真の姿”...甲賀・伊賀の忍術を大成した秘伝書	産経ニュース	テクノロジー	725	170	288	110	205
パン屋「郷土愛不足」で和菓子屋に 道徳の教科書検定：朝日新聞デジタル	朝日新聞デジタル	テクノロジー	134	59	223	166	778
「www」と打ったときの表情を相手に知らせるデバイス - デイリーポータルZ : @nifty	デイリーポータルZ	テクノロジー	631	220	209	88	170
大学で「職業人」育成を 教育再生実行会議が提言 : 日本経済新聞	日本経済新聞	テクノロジー	277	85	302	163	508

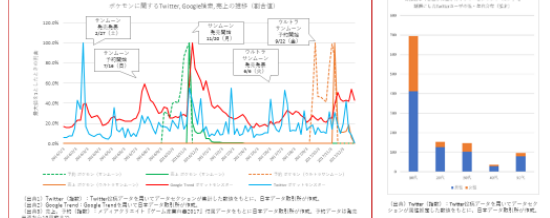
## 解説レポートには部門別ランキングや統計グラフ、他データ比較を収録

### ゲーム部門 注目 2,538Point

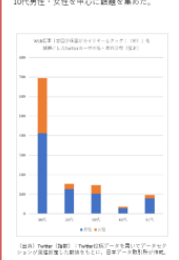
吉田沙保里がカイリキーとタグッ! ポケモン サン・ムーンCMに登場 (ライブドアニュース・2017年1月25日)

**どんな記事?**  
女子レスリング選手の吉田沙保里が、ポケットモンスターに登場するキャラクター「カイリキー」と、2017年1月31日から放送予定のテレビCMで共演すると報じた。配信社であるライブドアニュースの公式Twitterから「カイリキー」におお礼ツイートがされながら登場」と紹介され、話題を集めた。

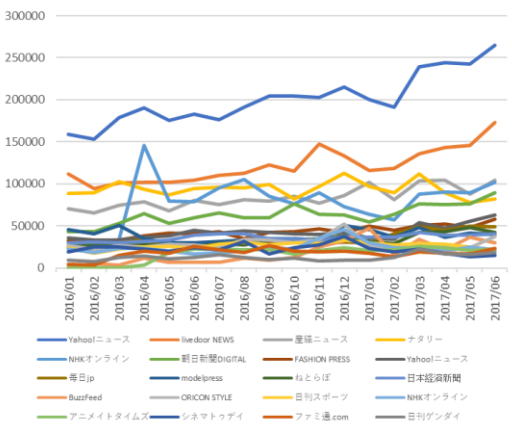
**Webでの反響は?**  
新作発表から予約開始、発売開始に至るまでの各時点で、Twitter、Google検索のスコアが定期的に増加。その結果、発売前週に大きな売上を記録した。Webメディアを積極的に活用したPR効果が現れたことが窺える。



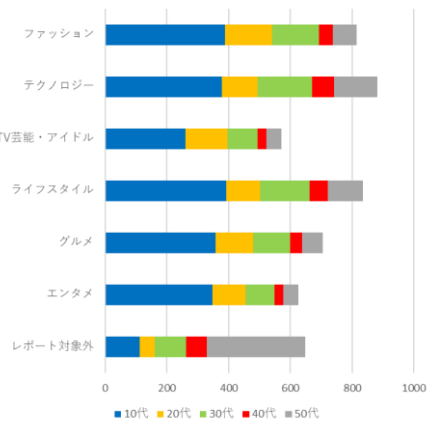
### 性別・年代別は?



上位20メディアの総投稿件数推移 ('16年1月-'17年6月)



年代別の1記事あたり平均投稿件数 (カテゴリ別)



## ランキングデータの使用例

「メディア名」「中分類」「小分類」でフィルターし、人気記事の支持層をチェック

タイトル	メディア名	男性_総件数	女性_総件数
「GirlsAward」×「モデルプレス」ランウェイの模様を動画で配信 - モデルプレス	modelpress	1631	1137
EXO-CBX、日本初パフォーマンスで「ガルアワ」大トリ 3万人の大歓声響く「皆さん会いたかった！」<GirlsAward 2017 S/S> - モデルプレス	modelpress	403	303
「エリザベスきたー！」小栗旬・菅田将暉・橋本環奈が銀魂実写化の重みに直面 “縫い目どうするんだ問題”も発生 <万事屋セット公開！撮影現場レポ> - モデルプレス	modelpress	218	469
伊藤千晃が涙 AAAとして最後の活動が終了「生まれ変わってもAAAをやりたい」 - モデルプレス	modelpress	284	271
樺坂46から初の専属モデル誕生！新ノンモデルに渡邊理佐 <プロフィール> - モデルプレス	modelpress	413	143

- モデルプレスの記事は、**男性にも読まれていた!?**
- 「EXO-CBX」（韓流アイドル）は男性人気、「銀魂」（少年漫画）は女性人気？

1記事あたり平均投稿数や、男女比を集計し、PRネタに応じて、ぴったりのメディアに狙いをつける

メディア名	男性_平均	女性_平均	女性対男性比
modelpress	270.9	353.8	1.3
ねとらぼ	341.5	211.8	0.6
スポーツ	489.3	235.9	0.5
グルメ	335.8	368.3	1.1

- モデルプレスは、男女比1.3倍。**意外に男性ファンも多い?**
- スポーツはやはり男性人気。**グルメは、どちらにも刺さりそう。

「男性\_平均」「女性\_平均」: 同じ「メディア名」の記事一覧から、1記事あたり平均投稿数を算出  
 「女性対男性比」=「女性\_平均」÷「男性\_平均」



# レポートイメージ

Webメディアに関する調査レポート (2017年・上半期)  
 -Twitterで言及されやすいニュース記事・メディアの概観的分析-

企画・監修：株式会社エヌ・ティ・エス 制作・管理：株式会社日本データ動向社  
 データ提供：データクエリオン株式会社

Copyright © Japan Data Exchange 2017

目次

- この調査について **3**  
調査の背景/調査の特長/収録内容/データ取得の手段/調査基準/得られる洞察/想定される利用用途
- 総評 **11**
- ニュースメディアランキング (上位・分類) **12**
- ニュースメディアランキング (全体) **19**
- 記事ランキング (総合) **25**
- 記事ランキング (部門別) **30**  
ゲーム/アニメ/TV音楽/アイドル/音楽/映画/科学・教育/ゲーム/旅行・観光/グルメ/デジタルライフ/出版/漫画・アニメ/ヘルスケア/スポーツ/ファッション/美容

Copyright © Japan Data Exchange 2017

**1位 livedoor NEWS** 総投稿数 **167,604**

採用記事数 275 記事当たり投稿数 608.5

LIVEDOOR株式会社が運営する総合ニュースサイトで、主に30-40代の男女に支持されています。「ざっくり言うと」でまとめられた、記事本文前の要約文が特徴的です。

調査出典: <http://www.livedoor.com/>

**2位 FASHION PRESS** 総投稿数 **162,790**

採用記事数 155 記事当たり投稿数 1050.9

株式会社カリーが2010年から運営する、ファッションに特化したニュースサイトです。最新のコレクション情報だけでなく、美容やグルメなどおしるべに関するニュース発信も積極的に行われています。

調査出典: <http://www.fashion-press.net/>

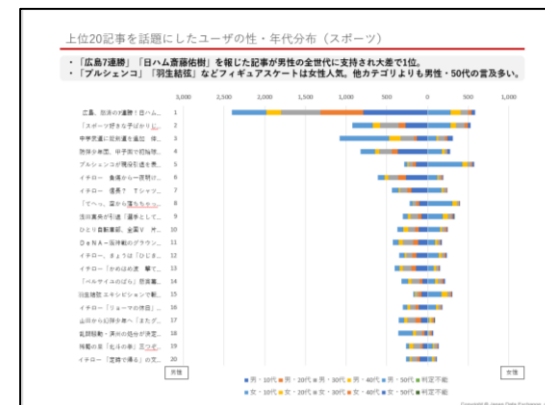
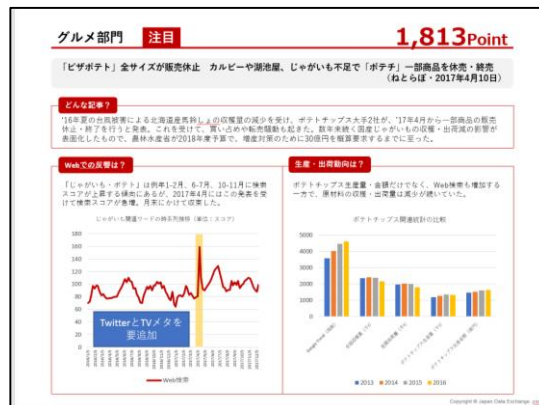
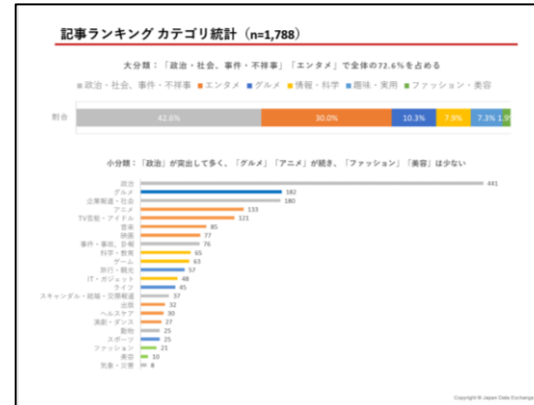
**3位 ナタリー - ポップカルチャーのニュースサイト** 総投稿数 **54,276**

採用記事数 137 記事当たり投稿数 396.2

KDDIグループの株式会社ナターシャが運営するナタリーは、2007年に音楽ニュースサイトとしてスタートしました。現在はコミック、お笑い、映画、ステージなどのカテゴリもカバー。独自取材記事が月2000本以上配信されています。

調査出典: <https://natalie.mu/>

Copyright © Japan Data Exchange 2017



その他にも、さまざまな用途にお使いいただけます。

---

PR担当者・  
デジタルマーケター向け

- PV, UUと比較できる指標
- 隠れた人気メディアの発見

メディア運営者向け

- SNSで読まれやすい題名
- 記事編成の参考に

アナリスト・  
機械学習エンジニア向け

- 記事タイトルの自然言語処理
  - 分類タスクの教師データに
-

## さまざまな疑問に答えるヒントが見つかります。

---

どのメディアが人気なの？

- ポータルサイトや新聞系が総合的には上位。
- ジャンルごとの有力媒体も堅実な人気を集める。

SNSの話題を  
拡散しているのは誰？

- 記事ジャンルを問わず、10代・男女(推定)がボリュームゾーン(例外は政治ネタ)。

例えば、グルメ部門の  
人気メディアは？

- FASHION PRESSなどのファッション系が、意外なヒット記事を発信していることも。

どんなタイトルの記事が  
話題になりやすいの？

- 限定企画や稀少性の高いイベント
- 声優やYoutuberなどネット上の著名人

SNSの反響は、  
売上に寄与しているの？

- 関係するジャンルと無関係なジャンルがある。
  - 単発ではなく、何度か話題化する必要がある。
-

## 販売メニュー

プラン名(価格)		ライトプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン
ランキングデータの仕様	価格	30万円(税別)	40万円(税別)	60万円(税別)
	期間	2017年1月-2017年6月(半年)	2016年1月-2017年6月(1.5年)	2016年1月-2017年6月(1.5年)
	収録内容(共通)	記事タイトル, 記事URL, メディア名, ドメイン, ジャンル分類(7部門21区分), 投稿件数(年間及び月別), 投稿人数(年間及び月別), 1人あたり投稿件数(年間及び月別), 性別の投稿件数, 年代別の投稿件数		
	収集対象	Twitterに公開されたURL付きの投稿(約4,000万件)をもとに、10万件のランキングデータとして集計		
	トータル行数	1,790	33,335	100,000
	性年代推定	1,790	33,335	100,000
	ジャンル分類	1,790	1,790 (※2017年のみ)	1,790 (※2017年のみ)
	記事タイトルあり	1,790	26,349	74,884
	メディア名あり	1,790	33,260	33,260
	分類カテゴリ(括弧は小分類)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• グルメ</li> <li>• TV芸能・アイドル</li> <li>• エンタメ(音楽/映画/アニメ/出版/演劇・ダンス/ゲーム)</li> <li>• テクノロジー(IT・ガジェット/科学・教育)</li> <li>• ライフスタイル(旅行・観光/ライフ/ヘルスケア)</li> <li>• ファッション・美容</li> </ul>		
レポート内容(全プラン共通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 調査の背景/枠組み/収録内容/データ取得の手順/選定基準/得られる示唆/想定される用途</li> <li>• メディアランキング(総合1-20位)</li> <li>• 記事ランキング(総合1-20位)</li> <li>• 深掘り分析(ポケットモンスター、けものフレンズ、東京ガールズアワード)</li> <li>• 記事ランキング(21部門別)</li> </ul>			

# 分類方針

## 記事ランキング

中分類(ジャンル)	小分類(カテゴリ)	分類対象
グルメ	グルメ	○
エンタメ	アニメ	○
	音楽	○
	映画	○
	ゲーム	○
	出版	○
	演劇・ダンス	○
趣味・実用	旅行・観光	○
	ライフ	○
	ヘルスケア	○
	スポーツ	-
	動物	-
情報・科学	科学・教育	○
	IT・ガジェット	○
TV芸能・アイドル	TV芸能・アイドル	○
ファッション	ファッション・美容	○
政治・社会、事件・事故	政治	-
	企業報道・社会	-
	事件・事故、訃報	-
	スキャンダル・結婚・交際報道	-
	気象・災害	-

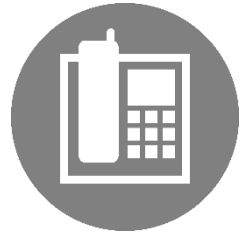
## メディアランキング

メディア種別	分類対象
総合ニュースポータルサイト	○
新聞系ニュースサイト(全国・地方ともに)	○
テレビ系ニュースサイト(NHK・民放ともに)	○
ネット系ニュースサイト	○
週刊誌・雑誌系の記事サイト	○
外資系ニュースメディアの日本語版サイト	○
ニュースサイトが運営する個人ニュース, 専門家Blog	○
非-報道会社が運営するニュースサイト	○
ライブ動画配信サイト	-
キュレーションサイト(Blog)	-
2chまとめサイト	-
公衆良俗に反するサイト	-
商品・サービスの公式サイト	-
Twitter連携して遊ぶ診断・占いサービス	-
アプリ配信サービス, 検索サービス, ECサイト	-
動画・画像・写真のソーシャルメディア	-
Blogサービス(個人/インディー運営の記事メディア)	-
ユーザ参加型メディア, Wikiサイト	-
媒体社によるコーポレートサイト, 褒賞企画	-
TV局, ラジオ局のスマホアプリ	-
天気情報、株価情報などの閲覧サイト	-
自社商品サイトのニュースリリース	-

# 記事ランキングデータの内容

分類	項目名	概要
全体について	全体について	本調査では、Twitterでつぶやかれた投稿全体の10%に相当するデータを解析対象としています。例えば、「投稿件数（'17上半期）」が「5743」とある場合、実際にはその10倍の「5.7万件」ほどシェアされている可能性がありますのでご注意ください。
基本情報	管理No.	記事の並び順を整えるための管理番号です。中分類で「レポート対象外」とした記事はb1, b2, b3…と並びます。それ以外の記事は、a1, a2, a3…と並びます。
	タイトル	各記事の題名です。機械的な取得を行っており、表記ルールは媒体によって異なります。「テキストフィルター（F）」で任意のキーワードをご指定いただくと、該当記事の簡易検索ができます。例えば、「猫 or ネコ」を含む投稿は、21件が収録されています。
	メディア名	記事を掲載したWebメディアのサイト名です。
	中分類	エンタメ、グルメ、ライフ、TV芸能・アイドル、テクノロジー、ファッションの7分類です。フィルタを解除すると、「レポート対象外」とした記事も表示できます。
	小分類	政治、グルメ、企業報道・社会、アニメ、TV芸能・アイドルなど22分類を行い、このうち15分類のランキングをレポート（PDF）に掲載しています。
	投稿件数（'17上半期）	2017年1月から6月までに、その記事がTwitterでシェアされた「件数」です。同じユーザが何度も投稿すると、「人数」よりも多くなります。
	投稿人数（'17上半期）	2017年1月から6月までに、その記事がTwitterでシェアされた「人数」です。
	連投率（1人あたり投稿件数）	その記事がTwitterでシェアされた「件数」÷「人数」で算出しました。この数値が高いほど、「同じユーザが何回もシェアしている」ことを意味します。73%の記事が1.0です。
性別の投稿件数	男性_総件数	アルゴリズムにより、男性的な発言傾向があると推定されたユーザが投稿した「件数」の合計です。個票調査のように本人の申告を受けたものではないので、戸籍性とのずれが生じることがあります。
	女性_総件数	アルゴリズムにより、女性的な発言傾向があると推定されたユーザが投稿した「件数」の合計です。「男性」と同様に、ずれが生じることがあります。
	不明_総件数	アルゴリズムが性別推定できなかったユーザが投稿した「件数」の合計です。
年代別の投稿件数	10代から50代_総件数	アルゴリズムにより、その年代に該当すると推定されたユーザが投稿した「件数」の合計です。例えば、「10代_総件数」なら、「男・10代」+「女10代」で算出しました。
出典	URL	その記事のURLです。Webメディアによっては、公開期間が終わり、削除されているものもあります。
	ホスト名	WebメディアのドメインURLです。例えば、「ライブドアニュースが配信した記事」の一覧を表示したいときは、この項目のフィルターで「news.livedoor.com」を選択してください。
詳細	期間内の総数	期間内に投稿された「件数」「人数」の合計です。2016年1月から2017年6月までの18ヶ月が対象です。
	2016年上半期	2016年上半期に投稿された「件数」「人数」の合計です。
	2016年下半期	2016年下半期に投稿された「件数」「人数」の合計です。
	2017年上半期	2017年上半期に投稿された「件数」「人数」の合計です。
	2016/01/から2017/06	毎月の「件数」「人数」の合計です。
	男・10代から男・判定不能	各年代の「男性」が投稿した「件数」の合計です。
	女・10代から女・判定不能	各年代の「女性」が投稿した「件数」の合計です。
	10から判定不能	推定アルゴリズムが性別を判定できなかったユーザによる投稿の「件数」の合計です。

# ご連絡先



TEL: 03-6455-1397

Mail: [info@j-dex.co.jp](mailto:info@j-dex.co.jp)

株式会社日本データ取引所  
(Webメディア共同調査担当まで)

---

# 付録4

データセキュリティサービス (株式会社DTS)



# 「データセキュリティサービス」の概要

---

DTSは本実証実験の「周辺サービス」として、「データの暗号化」および「データの利用制限 (ポリシー機能)」の付加価値をつけるサービスを提供します。

データ提供者とデータ購入者の間で、購入したデータを受け渡しするためのデータストレージを用意し、その上で次の機能を提供します。

## データの暗号化

データ提供者とデータ購入者の間でストレージを介してセキュアにデータを受け渡すための「データ暗号化」機能を提供します。

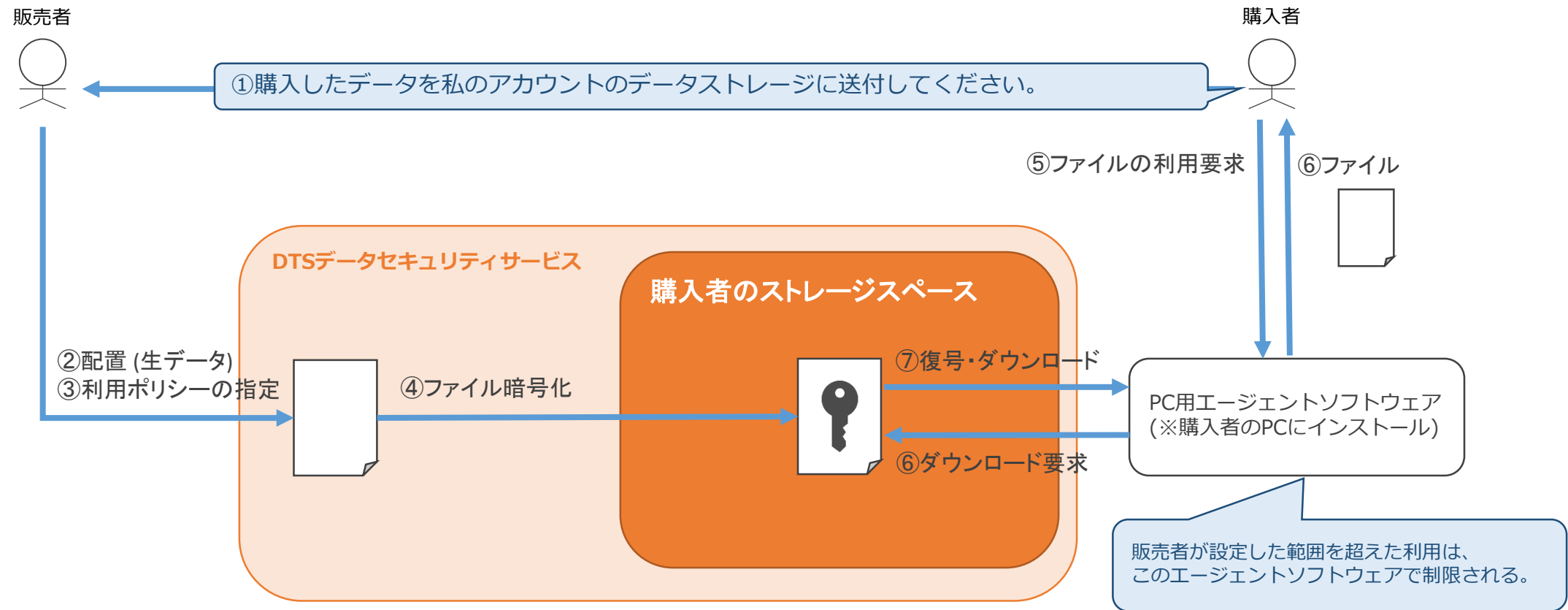
## データの利用制限 (ポリシー機能)

販売者がストレージ上のデータに利用を制限する「ポリシー」を付与することで、販売者が望むデータの利用制限を実現できます。データの利用を「いつ」「だれが」「どのアプリケーションで」などの条件で制限することができます。

# 「データセキュリティサービス」の概要

## 利用シーン例

「購入者」が「販売者」にファイルの送付を求める場合



# 付録5

実証実験用データカタログサーバについて（株式会社インテック）

## 背景

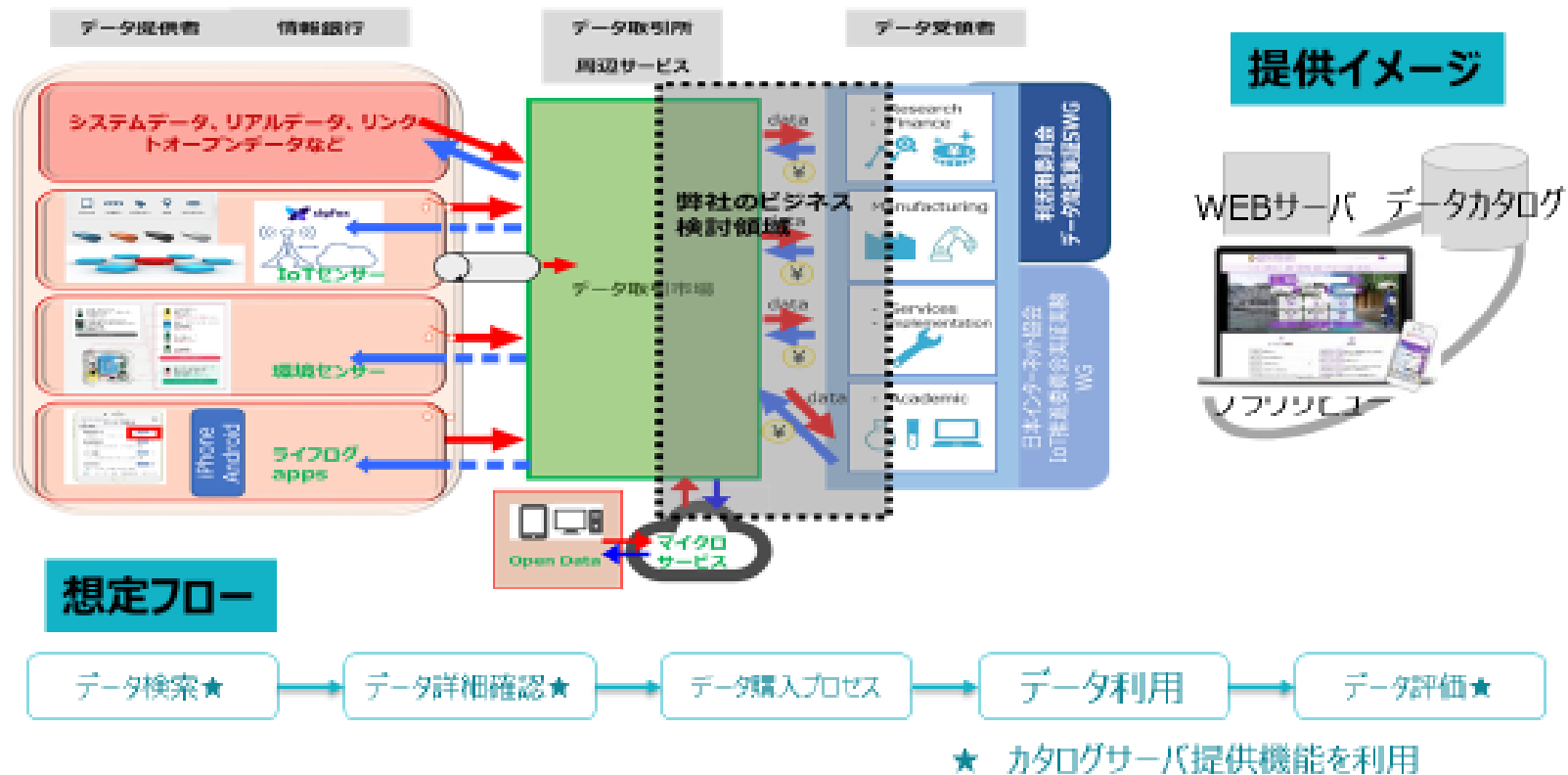
実践的なケースを実装して技術・ビジネス・制度の検討をするにあたり、実証実験で取り扱われるデータが、どのようなものだったのか確認できる必要があると考え、**実証実験期間中に「データ取引市場」に登録されたデータを確認できる仕組みを提供**する。

『データカタログサーバ』では、データを説明する情報を検索可能とすることで、どのデータが、どの「データ取引市場」にあるかを、データ受領者が検索できる。データの中身や取引に関する情報は扱わない。

報告書作成にあたっては、実証実験において提供されたデータがどのようなものだったのかを確認し、検索の利用状況・このようなサービスの必要性について考察するための元資料として活用する。

## 1. 背景(実験体制と弊社検討対象領域)

- インテックは、データカタログサーバを提供し、データ流通市場におけるデータ発見のプロセスに必要な機能かどうかを検証します。



## データカタログサーバ提供内容

### 概要：

今回は、技術基準検討委員会で仕様検討しているDTA標準のデータカタログには対応せず、出来る範囲で実証実験全体が見通せることを優先する。(データ提供者側負担軽減)

### 提供機能：

①実験データ一覧、②各データセットの説明登録・編集・参照、③データ照会履歴

登録方法：Webサイトにアクセスしてデータ提供各社にて登録予定（DTA/IAJapanでの購入プロセスやデータ提供方法が決定後、登録方法決定）

閲覧方法：Webブラウザによるアクセス

### 評価方法(仮)：

①利用者アンケート、②運用状況の分析、③カタログ機能の考察と課題抽出

### お願い事項：

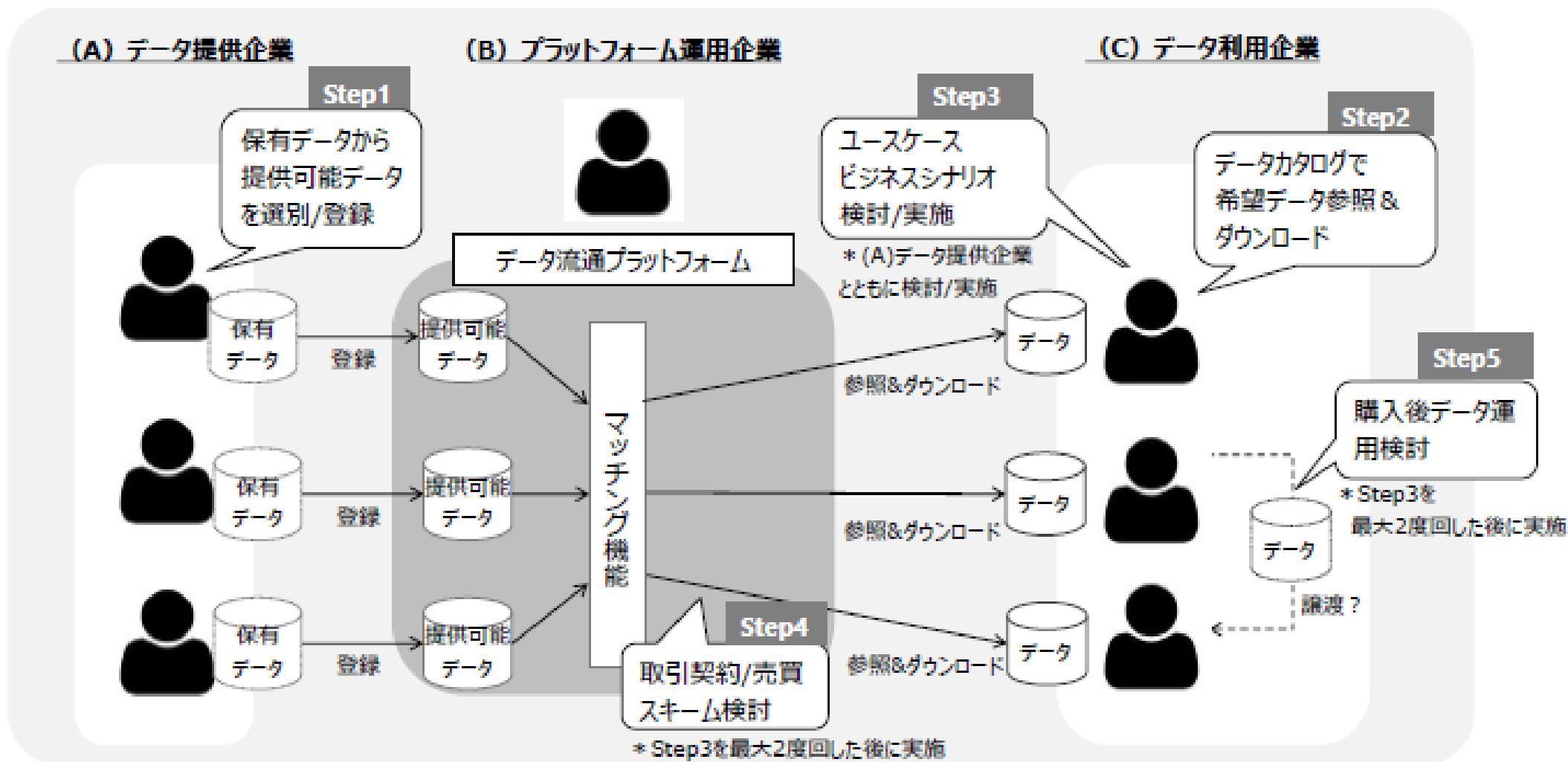
データ提供者の方には、「データ取引市場」へ登録するデータの概要説明を登録していただきたく、お願いいたします。(サーバ準備出来次第、別途ご連絡予定)

# 付録6

進め方の提案(アビームコンサルティング株式会社)

# データ流通実証実験 全体イメージ

■ データ流通実証実験の全体イメージは以下の通り。





# データ流通実証実験 5ステップの進め方と検証内容

- データ流通のプロセスフローに沿って検証を進める事で、各Stepを各社が理解し次のStepに行くにはどうすればよいか考えながら実験を前に進め、全体が成立しないと前に進まないという状況を打開していく。
- 必要企業を追加で巻き込んで再検証する事も考慮し、可能であれば2サイクル程度回せるスケジュールを想定。

<実証実験進め方5ステップ>

	Step1	Step2	Step3	Step4	Step5
ステップ名	プラットフォーム 公開データ登録 課題検証	データカタログ検索 /ダウンロード 課題検証	ユースケース ビジネスシナリオ 検討課題検証	取引契約 売買スキーム検討 課題検証	購入後データ 運用検討 課題検証
対象企業					
検証内容	プラットフォームに データを登録する その際のビジネス/技術 両面での障壁や不足 機能等の洗い出し	データ利用企業がデータ を探す その際の、検索や内容理解す る上での課題の洗い出し	公開データを見てビジネス シナリオを作る際の課題出し ※ビジネスアイデアが生まれる のかどうかの検討含む	いざ売買をする 契約や値段付けなどに関する 課題の検証	継続購入や、購入後のデー タの扱い等に関する課題を 洗い出し
目標スケジュール	← 一旦2018年10月～2018年10月末まで (Step3～5と合わせ課題あれば追加検討)		→ サイクル①2018年11月～2018年12月末まで サイクル②2019年1月～2019年2月末まで		
(A)データ提供企業	○		○	○	○
(A) デバイス提供企業	○				
(B)プラットフォーム運用企業	○	○			
(C)データ利用企業		○	○	○	○
(D)その他周辺企業		○			

検証  
アクター

1

Commercially Confidential

© 2017-2018 Abeam Consulting Ltd.

# バックアップスライド (最終的に削除予定)

# 成果物(案)

- 実施報告書

- 実証実験内容に加え、各プレイヤーと切り口(技術、ビジネス、制度)の組み合わせについて利点や課題を整理する

プレイヤー

	データ生成者	データ提供先	データ取引市場運営事業者	データ流通支援事業者	その他
切り口 技術	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題
切り口 ビジネス	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題
切り口 制度	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題	利点 課題