

特別寄稿



オープンデータによるビジネス創出の現状と方向性

～地域ビジネスを生み出していくための視点～

株式会社公共イノベーション 代表取締役 川島宏一

[後編]

川島宏一（かわしまひろいち）

1959年、茨城県土浦市生まれ。社会工学博士。国土交通省、インドネシア住宅省、北九州市、世界銀行を経て2006年から2011年まで佐賀県CIOを務め、現在は特別顧問。IT総合戦略本部・新戦略推進専門調査会電子行政分科会構成員。2012年に株式会社公共イノベーションを起業するとともに、複数の立場から、社会課題の解決に取り組む。

日本各地で盛り上がる 市民主体のオープンデータ運動

2015年も2月21日に世界各地で、エンジニア、行政職員、メディア、研究者、学生などを巻き込んで、インターナショナル・オープン・データ・デイが開催された。日本では、全国60を超える地域から、オープンデータに着眼したアイデアソン、ハッカソン（社会課題解決をテーマとして、ITエンジニアやデザイナーなどがグループ単位でアイデアを出し合い、アプリケーションをプロトタイプングしていくイベント）などの開催が報告されている。最近では、毎週のように、日本のどこかでオープンデータ関連のイベントが開催されている。

こうした動きを踏まえ、政府のIT総合戦略本部電子行政オープンデータ実務者会議は、2月10日に、地方自治体におけるオープンデータの動きを促進するために、「地方自治体オープンデータ推進ガイドライン（案）」や「オープンデータをはじめよう～地方公共団体のための最初の手引書（案）～」を公開した。

増田レポートを踏まえた 政府による矢継ぎ早の地方創生政策

一方、民間の有識者らでつくる「日本創成会議」の人口減少問題検討分科会（座長・増田寛也元総務相）が、2014年5月8日に、2010年から2040年までの間に若年女性大幅に減少する896自治体を「消滅可能性都市」と位置

付けたうえで、このうち2040年時点で人口が1万人を切る523自治体は「消滅可能性が高いと言わざるを得ない」と指摘した（増田レポート）。

また、増田レポートに敏感に反応した政府は、地方創生担当大臣と「まち・ひと・しごと創生本部」を設置、地方創生交付金や事業所移転促進税制を創設し、2014年12月27日に、KPI（重要業績評価指標）を重視した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を閣議決定した。

この戦略の中では、2015年度中に地方における自治体や企業のICTを生かした取組の実際の導入を促進し、その効果を高めるため、国は「利活用促進プラン（仮称）」を策定することとされている。

オープンデータ×地方創生に おいて必要な視点

以上の二つの動き、つまり、オープンデータで地域課題を解決し、地域を活性化させようという動きと、地方に子育て世代の雇用を興し、人口減少を食い止めようという動きとをシンクロさせることを意図して、IT総合戦略本部は、2月12日に、地方創生IT利活用推進会議を立ち上げて、議論を開始している。「オープンデータによるビジネス創出の現状と方向性」の後編となる本稿では、オープンデータから地域ビジネスを生み出していくために必要な視点について、アプリケーション開発による起業化に必要な一般的視点と、オープンデータを活用した起業化に必要な視点に分けて、ご紹介したい。

アプリケーション開発による 起業化に必要な一般的視点

ベンチャーキャピタリストの三好大介氏によれば、DropboxやAirbnbなどの起業支援で成功しているベン

チャー・キャピタル「Y Combinator」(写真)は、起業で成功するための「4つのポイント」として、「Idea (アイデア)」「Product (プロダクト)」「Team (チーム)」「Execution (実行)」の4つを挙げているという。また、三好氏はこの4つを踏まえ、自らの経験から、「4つのポイント」として、「Market (マーケット)」「Product (プロダクト)」「Team (チーム)」「How to sell (どのように売るか)」の4つを掲げている。全国各地で開催されているアイデアソン、ハッカソンなどは、エンジニアが中心となって、まず地域にある課題解決のためにアイデアを出し合い、その解決方策を、ウェブ技術を使って可視化していくことに軸足が置かれていることが多いように思われる。

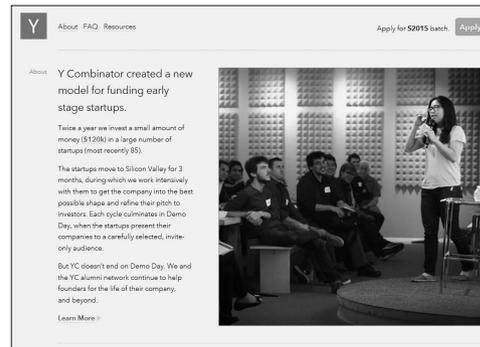
Y Combinatorや三好大介氏の洞察から言えることは、持続的に課題解決していける継続的なビジネスとして発展させていくためには、ビジネス構築に必要なチームを作り、ビジネスとして実際に継続的に運営していくためのノウハウと経験、特に作り出す製品やサービスを実際に顧客に届けて、売っていく営業力が不可欠である。

これまでの日本におけるアイデアソン、ハッカソンなどから継続的な地域ビジネスが興ってきていない真因は、社会課題を解決するための「Idea」や「Product」を作ることにエネルギーが注がれてはいるけれども、「Team」づくり、「How to sell」ノウハウの獲得及び「Execution」にエネルギーを投入して、これらのビジネス構成要素全体を一定の完成度まで高めきれていない点にあると言えるのではないだろうか。

オープンデータを活用した起業化に必要な視点

また、オープンデータ(公共データのオープン化)から、地域ビジネスの起業化を考えた場合、私は、オープンデータから前述の「Idea」や「Product」の核心的な付加価値部分を形成する活動要素は主として3つあると考えている。それらは、①乱雑なデータを価値あるデータへと整えていく「データ構築(Data Cleansing [D])」、②データを価値のあるメッセージとして表現する「可視化(Visualization [V])」、及び、③データを統計的に分析し、価値ある予測や判断根拠を提供する「データ分析(Data Analytics [A])」である。

これら3つの活動分野のうちのどの分野に焦点を当てて、自らの企業活動の独自性を打ち出して行くかについ



「Y Combinator」におけるスタートアップのピッチ光景
出典：<https://www.ycombinator.com/>

て絞り込むことで、オープンデータ企業としてのコアコンピテンスの定義を鮮明にする必要があると考える。各地で行われているアイデアソン、ハッカソンなどが必ずしも地域ビジネスの創出に直結する必要はないが、ビジネス化を考えた場合、D、V、Aのうちどの部分に企業としての存在意義の軸足を置くかについての議論の更なる深化が必要であろう。また、そのような議論の深化を促してゆくメンタリングの機能の一層の提供も必要であろう(ベンチャーの起業メンタリングを行っている非営利団体として日本MITベンチャーフォーラムがある。<http://mit-vf.jp/>)。

自治体による優先課題提示と コラボレーション促進が必要

さらに、オープンデータを利活用して、地域ビジネスを構築しようとする場合、自治体、NPOほか、地域のさまざまなステークホルダーとの連携が欠かせないことが多い。つまり、関係ステークホルダーとの連携関係を構築することがビジネス形成上の重要な成功要因となることが多い。このような状況下においては、自治体が、その地域において優先的に解決すべき社会課題が何であるかを明示していくことや、優先順位の高い社会課題の解決のためには、関係ステークホルダーによる協働を促してゆく役割を果たすことが重要である。

スタートアップ企業も巻き込んだ地域における課題解決コミュニティを形成するために、自治体が、先導的あるいは触媒的な役割を果たしている地域とそうでない地域では、今後、オープンデータからの社会課題解決型の企業創業や雇用の創出に大きな差が生まれてくるものと思われる。