

## The Strategic Council for Creating Data-Driven Innovation 組織の壁を超えたデータドリブンイノベーションへの挑戦（骨子案）

### 1. はじめに

- IT・データを利活用した産業の成長には3つのフェーズが存在。
  - ー第1フェーズは狭義のIT産業の成長。
  - ー第2フェーズは企業自身が取得したデータを自社内の付加価値向上に利活用することでの成長。
  - ー第3フェーズは、産業・企業の壁を超えてデータを共有して生まれる新たな企業連携により創出されるイノベーションを通じた成長。  
イノベーションの例) 食物に含まれる成分と健康増進との相関関係を分析して次世代の機能性食品を開発。
- 第3フェーズを「Data-Driven Innovation（データ駆動型イノベーション）」と定義し、個社でのビッグデータ分析や公共データ・オープンデータに留まらず、異分野データの共有・連携を起爆剤とした新たな付加価値を生むイノベーション創出に焦点を当てて取り組む。

### 2. 現状と課題

- データを独占することに価値がある（＝データは宝）と思い込んでいる、データを他社に活用させることで得られるベネフィットがわからない等の理由により、企業はデータを囲い込む傾向がある。
- データ利活用の意欲はある企業がいても、一般的に、自社以外のデータは社会の様々な場所・企業に分散しており、どこにどのようなデータが存在するか明らかではなく、最適なデータに出会うことは容易ではない。
- 市場に存在するデータも分散しており、保有者・活用者が最適なデータを取得することはたやすくはない。
- パーソナルデータの利活用については、企業の利活用ニーズは高いものの、消費者とのコミュニケーション不足により、データ利活用で得られる効果・便益等を十分に伝えきれておらず、消費者の不安を招く傾向にある。
- このほか、異分野でのデータ共有・連携によりビジネスチャンスが広がるとしても、そのリスクとリターンが読めず、経営者はデータ利活用に消極的になりやすい。

### 3. データ駆動型イノベーションにより実現される社会像

- 企業と消費者のコミュニケーションが十分に取られており、消費者が安心してサービスを利用できる社会。
- データ利活用による効果・便益等を消費者・企業が実感できる社会。
- 自社で利活用することで価値を生むデータと、外部と共有することで価値を生むデータを見分けることのできる企業が当たり前の社会。
- データプラットフォームという新たなビジネスモデルが成立している社会。
- データが時空を超えて共有・連携されることで、思いもよらない分野・業種のコラボレーションが生まれ、革新的なビジネスが次々と創出される社会。
- 様々な分野の企業が連携・補完しあうことで、オールジャパンとして既存の世界的なガリバーに勝る社会。
- Traceability、Predictivity、Accessibility が高い社会。
  - －Traceability：商品の流通履歴、自分の行動履歴等、様々な事象の履歴をつなぐことで新たな価値が提供されている。
  - －Predictivity：あらゆるシーンで精度の高い予測が行われ、国民の生活の質が向上している。
  - －Accessibility：国籍問わず老若男女、誰でも、時空を超えて様々な情報にアクセスが可能。

#### 4. データ駆動型イノベーションを担い、未来の社会を創り出すプレイヤー

- データを利活用して新たなビジネス・価値を創出するプレイヤー
- 特定分野のデータを異分野に提供するプレイヤー
  - すでに特定分野でデータを保有しており、特定の範囲で異分野の企業等にデータを提供し、データ利活用を促進するプレイヤー。
- 企業の保有データが見える化するプレイヤー
  - 企業が保有しているデータが見える化することで、様々な企業にデータ利活用のアイデアを想起させるプレイヤー。
- データを起点にビジネスの橋渡しを行うプレイヤー
  - 企業の保有データを精査し、新たなビジネスを創出する可能性のある企業とのマッチングを行い、新ビジネス・価値を生み出すプレイヤー。

#### 5. ビジョン達成に向けたアクション

- 外部データの利活用によるイノベーション創出のF/S（実ビジネスベースでの検証、アイデアソン・ハッカソン等）
- データを起点とした実ビジネスでのアライアンス
- 消費者との有益なコミュニケーション方法の模索 等

まずは、仲間を見つけてやってみよう！