

第 10 回 KITC セミナー講演録

講演テーマ:「実践的クラウドコンピューティングとモバイル」

—技術革新と新たなビジネスチャンス—

講師:オーリック・システムズ株式会社 代表取締役社長 幾留浩一郎氏

・日時:2009年10月16日(金)18:00~19:00

・場所:東工大大岡山キャンパス 東工大蔵前会館 1F ロイヤルブルーホール

講師略歴:

1983年 東京工業大学 電気電子工学科修士修了

1983~1996年 新日本製鉄(株)

1988~1990年 カリフォルニア工科大学

1991~1996年 米国 IT ベンチャーと

共同開発プロジェクト推進

1997年 AuriQ Systems, Inc.設立 CEO

2002年 オーリック・システムズ(株)設立 代表取締役社長



今日は自分の経験を中心に、「クラウド」というキーワードで話を進めていきたいと思いません。

私は83年に東工大を卒業し、新日鉄に入りました。その後、88年に渡米しました。新日鉄が80年代から情報技術投資を始めまして、その中で私は90年代の初め頃に米国のベンチャー企業と共同開発を行ったり、開発したものを日本に持ってくるという活動をしていました。米国ではNASAやFBIから仕事を頂くなど、技術的にももしろい仕事をさせていただきました。その後、97年にAuriQ Systemsという会社を作り、2002年に日本人を立ち上げました。

AuriQ Systemsは米国のロサンゼルスに本社を置いていまして、日本は赤坂に支社があります。弊社ではwebのアクセス解析のためのソフトウェアの開発と販売を主にやっております。他社との差別化としては、非常に大規模なシステムで使ってもらえること、またモバイル、携帯電話からのインターネットアクセスを解析できる点にあります。大手企業など370社近くにご利用いただいております。特にPCとともに、モバイルからのアクセスが多いとの理由で、EC(イーコマース)、通販業界のお客様にご利用いただいております。

webアクセス解析とはサイトに来られるユーザーのログを解析して、分析するというものです。ユーザーがクリックした場所、どのページを経由したかのパスが視覚的、直感的にわかる仕組みにしています。また新しいユーザーやリピーターが何人来たのかを時系列で分析したり、新規ユーザー、リピーターがどのような動きをするのかの分析も行っています。ユーザーがどのような検索サイトからどのようなキーワードを検索して見に来たのかもわかるよう

になっています。サイトに入ってくるユーザーをいろんな角度で分析し提供するというソフトです。

我々は今まで、ソフトウェアを開発し、企業にライセンスを買ってもらおうというビジネスを行っていましたが、今後はサービスとして提供することを考えています。

我々はクラウドコンピューティングを新たなビジネスチャンスであると捉えています。クラウドコンピューティングとは様々なサービスの総称で、まるで雲をつかむような話ですが、私自身はクラウドコンピューティングというのはここ15年ほどのムーブメントの総称だと考えています。この市場は2008年に5兆円だったのですが、2013年には3倍の15兆円までに拡大すると予想されています。巨大で新しいものがたくさん出てくる市場だと言えます。特徴として小さい規模の企業でも世界市場を目指せるということがあります。新しいサービスをクラウドの中にほおりにむといいものであれば非常に速い速度で広がっていきます。しかし言語などのバリアがなくなりますので、競争相手は世界中になります。もうひとつはインフラがほとんどいらず、アイデアがあればすぐに始められるという特徴があります。従来であればサーバー、回線の立ち上げなどを行わなければなりません。現在ではそういったサーバーなどはサービスとして提供されているので、アイデアさえあればすぐに始められますが、世界一番にならないと生き残りません。こういった分野で何をすればいいのかと言いますと、とにかく起業することだと思えます。新しいセグメントのリーダーになることに集中し、最終的にグローバルデファクトスタンダードになるしかない市場であると思えます。

このような中で試行錯誤している中ではありますが、弊社の活動をいくつかご紹介したいと思います。我々が開発したアクセス解析のソフトを日本とアメリカで無料開放するというをやっています。昨年の10月から始めて、一年以内に登録サイトが6000程度、月間のページビュー数が7億、のべ利用者が7000万人、ユニークユーザーで2000万人ほどが使っているサービスになっています。日本には7000万人のモバイルユーザーがいると言われてるので、4人に1人くらいがなんらかの形でご利用いただいているサービスになっています。我々は2年後までに10倍に拡大させ、月間100億ページビュー、のべユーザー7億人を目標としています。現在は95%近くが日本の利用ですが、宣伝広告もせず、日本では大きく広がりました。ほかの国では需要があまりないんですが、アフリカや南アメリカでの利用もあり、それらの国の状況もわかるようになってきました。無料でサービスを利用していただき、集まった全体傾向などのデータを公開しています。こういった無料のサービスも行いながら、もうひとつ maQs(マックス)という行動ターゲティングができるようになるサービスを提供しています。モバイルユーザーの行動を統計分析で推計し、適切な広告を適切な顧客に届けられるようになります。背景としてモバイル広告は非常にユニークな市場で、現在(2007年)の1千億円の市場が数年で10倍になると言われています。その内、日本は非常に先行しており、2007年で7割の700億円の市場規模であると言われてます。ここをねらって新しいベンチャー企業がたくさん入ってきています。我々はモバイル広告の1番になるという目標で日々格闘しています。

今日は東工大のベンチャーに携わる方が集まっているということで、我々のようなベンチャ

一起業家がやるべきことというのを共有させていただきたいと考えています。日本の IT 産業は 100 兆円ほどの規模になっており、唯一右上がりの産業です。この傾向は日本だけではなく、アメリカでも同様で、株式市場でも大きなシェアを占めています。アメリカの特徴は中でもソフトウェアの企業が非常に多いということです。IT の産業の中で主役がハードからソフトに変わってきた中で、クラウドコンピューティングというのはソフトからサービスにという主役の交代のフェーズになると考えています。ハードウェアは毎年性能が上がるにも関わらず、値段が下がり、それに乗っているソフトの値段は変わっていないために、ハードウェアベンダーはコスト競争になり、ソフトだけが付加価値の高いものとして残っています。しかしこれからはソフトもサービス化していくのではないかと考えています。そのような中で日本の状況を見てみると、ハードウェアの分野では高い競争力を持っていますが、ソフトウェアの分野ではほとんど競争力がなく、海外の市場でのシェアは0に近い数字です。ソフトウェアの輸入は年1兆円、輸出は100億円という状況です。日本はハードからソフトという IT の流れの中で乗り遅れています。日本と米国の情報技術に関わる主要企業の利益率を見ても、日本は米国に大きく劣っています。私はソフトからサービスへ、クラウドコンピューティングへと変わっていくことは日本にとってチャンスになると考えています。

私が日本とアメリカでやってきて、いろいろな違いを感じています。アメリカのベンチャー企業はビジネスプランにしても、マーケティング戦略にしても常に市場は世界にあると考えてビジネスをしています。ところが日本の企業は閉鎖的な日本の市場でやればいいやと考えることが多かったように思います。しかし最近は垣根もなくなっており、米国からの進出が進んでいるというのが実情ではないかと思えます。これからクラウドコンピューティングがもっと加速していき、競争がよりグローバルになる中でどうやって生き残っていきけるかというのが勝負になります。私はこのような環境で勝ち抜くためにはベンチャー企業が絶対に必要なのではないかと思います。15 年ほど前に IBM が新しい OS/2 を出して、Microsoft の Windows に対抗しようとしたことがありました。IBM は Microsoft に比べて、財力にしても技術力にしても圧倒的に勝っていたんですけども、Windows に負けてしまいました。また Microsoft はネット広告の分野で Google を一生懸命追随しています。Microsoft は Google と比べて、規模やパワーで圧倒的に勝っており、毎年何千億単位の投資を行っているが全く歯が立たない。新しいことに対して既存組織では変化に対応できないということがわかんと思います。新しい市場に対してベンチャーは有利ですし、必ず必要になるのではないかと思います。

一方、日本では 1959 年に京セラができて以降、IT の分野で世界規模で競争している企業というのは生まれていません。これに対してアメリカでは Apple や Microsoft や Google が生まれて、リーダーになっています。アメリカだけでなく、ヨーロッパや、最近ではアジアでも新しい会社が出てきています。日本だけが進んでいないというのは問題ではないかと考えています。日本の上場企業全体で見ても、誕生して 50 年、60 年経った企業が圧倒的に多く、異様な分布となっています。日本が最も競争力を持っていた 90 年付近というのは、30 代の企業が多く、元気な時代でした。現在は 10 代、20 代の企業が非常に

少ないというのが課題ではないかと思います。ある調査で「あなたは起業する能力があると思うか？」という質問をすると日本では 15%、アメリカでは 50%が「思う」と答えています。実際に起業に携わる人の割合を見ると日本が2%程度、アメリカでは 10%程度だと言われています。日本ではベンチャーに携わる人が少ないというのが現状としてあると思います。またベンチャー企業への投資額を見てみると、日本では1社あたり平均6千万と先進国では最も少なく、アメリカでは9億円と 10 倍以上になっています。アメリカではグローバルでビジネスを行うので大きな額の投資を求め、その中から大きく成功する企業が出てくるという実態です。

最後に IT の技術革新のスピードについてお話したいと思います。1943 年に IBM の初代社長はコンピュータは売れて5〜6台だと語っています。1972 年に DEC 創始者は家庭にコンピュータが入るなんて考えられないと語っています。しかし 2009 年には PC は世界に数億台普及しており、携帯端末は世界に 30 億台普及しています。そのほとんどはオンラインにつながっています。このように想像できないようなスピードで IT の技術革新は進んできました。そして今から 10 年後、クラウドコンピューティングによっていろんなものがサービスとなって、どこからでも、なんでも利用できるというようになるのかなと考えると非常に想像力をかき立てられます。最初にも言いましたが、私はクラウドというのはビジネスチャンスの雲であると考えています。小規模の企業でも世界規模の市場を目指せるが、競争は非常に激しいという世界です。例を挙げると、先日ワイオミング州ララミー市という牧場と牛ばかりの町でクラウドコンピューティングの講演をした友人の話を知りました。なんでワイオミング州でクラウドコンピューティングなのかと言いますと、従来であれば情報産業であれば、何らかのインフラが必要であったのですが、クラウドコンピューティングならばワイオミングのような牧場しかないところでも、アイデアさえあればビジネスチャンスがあるのでこれから産業を育てたいという趣旨の講演だったようです。アメリカの中でもクラウドコンピューティングで世界を目指し、村おこしにもつながるといったことが行われています。日本の課題というのは起業するベンチャーを増やさなければならないということ、それから起業を支援する人を増やすということだと思います。私も日本とアメリカでベンチャーキャピタルに関わってきて、質の違いというものを感じました。

クラウドコンピューティングの特徴はアイデアがあればすぐに世界に対してサービスが発信できるという大きなチャンスであると言えます。アイデアがあれば起業していただき、東工大から世界的なベンチャー企業を作るお手伝いをしていきたいなと考えています。



質疑応答

Q. 無料サービスのサーバーは自社で持っているのか？そのコストは？

A. サーバーは外部のデータセンターを活用しています。サーバーはアメリカに置いており、アメリカでの運用コストは日本の6割くらいです。しかし家庭用のインターネットのコストは日本はアメリカの半分であり、受けるメリットによって場所や活用法を考えなくてはならないと思います。

Q. 世界中でクラウドコンピューティングを使ったビジネスをするときには、広告収入をメインにするのか？

A. おっしゃるとおりです。現在、クラウドコンピューティングの市場の売り上げの半分は広告費によるものと推定されています。Google は今まで Microsoft が有料で販売していたオフィスのソフトを無料で公開し、広告料で対価を得ています。

Q. オーリック・システムズはベンチャーキャピタルを利用しているのか？

A. 日本のベンチャーキャピタルに投資をしていただいています。

Q. Google のサービス(Google Analytics)との差別化は？

A. 我々のサービスの企画段階に Google が同じようなサービスを始めてしまいました。Google との差別化した点はケータイです。Google のサービスはケータイには対応していません。特に日本のケータイは特殊な環境で、海外のサービスが入ってくるのは難しいというのが現状です。