

# 社内にイノベーションの風土を — 多様な人材が会うハッカソンの可能性 —

近年、日本のIT業界でハッカソン(hackathon)と呼ばれるプログラム開発イベントが多く開催されるようになってきた。本稿では、この流行の背景と、オープンイノベーションの場としての可能性や人材育成の機会という視点、ハッカソン開催における留意点などについて解説する。



野村総合研究所  
システムコンサルティング事業本部  
ITアーキテクチャーコンサルティング部  
グループマネージャー

うえの てっし  
上野 哲志

専門は大規模ITシステムの構築・計画策定、  
IT組織のオープンイノベーション推進支援



野村総合研究所  
IT基盤イノベーション事業本部  
IT基盤HRM部  
グループマネージャー

えんどう めぐみ  
遠藤 恵

専門は人材マネジメント・ナレッジマネジメントの企画・推進

## 期待に応えられないIT

成熟した国内市場で事業規模を拡大していくために、またグローバル市場で競争優位に立つために、日本企業は新事業創出の仕組みを強く求めている。効率化を目的とした業務のシステム化が一巡して以降、企業情報システムに関わるIT人材（情報システム部門や情報システム子会社、ITベンダーに所属し、情報システムの企画・構想から構築に係る業務を主とする者）に求められているのは、そのような期待に応えることである。

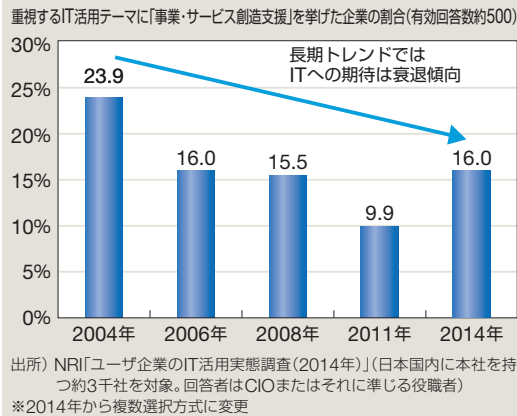
しかし、ビジネスの現場が飛び付くような

斬新で魅力的なコンセプトをIT人材は打ち出せていないように思われる。ビッグデータ解析やウェアラブルデバイスなど、価値創造を期待させる技術が登場しているにもかかわらず、長期的に見ると、CIO（最高情報責任者）のITへの期待は薄れてきているようである（図1参照）。しかし、大企業を中心にITへの期待感が失われていないことも確かで、いかにITでイノベーションを創出するかは、やはり大きな課題といえる。

## IT業界で流行するハッカソン

ハッカソンは、この課題に対する1つの挑戦と考えられる。ハッカソンとはハック(hack)とマラソン(marathon)を組み合わせた造語である。ソフトウェア開発分野のエンジニアやデザイナー、プランナーたちがチームを組み、数日から1週間といった限られた時間で集中的な共同作業でソフトウェアを作り上げる技術とアイデアを競う。時にはソフトウェアだけでなくハードウェアコンポーネントの開発をテーマとすることもあ

図1 長期的には薄れつつあるITへの期待



る。1990年代後半に、シリコンバレーの大手IT企業が自社製品を改良する際、担当者以外の多様な知恵を取り込むために開催したのが始まりで、その後、企業のスピーディーな製品開発手法として定着していった。

日本では、2000年代半ばにネットサービス関連の外資企業がハッカソンを開催している。その後、シビックテック（自治体、市民、企業などがITを活用して共同で地域の問題を解決する活動）を推進するCode for Japanなどの団体による開催実績が増え、現在は国内大手企業も含め、毎週末には日本のどこかでハッカソンが行われるまでのブームとなっている。

ハッカソンの事前準備としてアイデアソン（ideathon）が開催されるケースも多く、ハッカソンで何を開発すべきか考えるための材料と時間が十分に確保されるなど、手厚い運営がなされている。アイデアソンも、アイデア（idea）とマラソン（marathon）を掛け合わせた造語で、課題解決のアイデア（アプリケーション、サービス、ビジネスモデルなど）を競うイベントである。

大手企業がハッカソンに取り組む背景には、ITによる価値創出活動の行き詰まりがあるほか、人材育成の機会づくりという目的もある。コンセプトづくりからプログラミングまでを、短期間かつチームで実践する場合は、創造性、開発力、連携力の向上が期待でき、人材育成の機会として有用である。

## イノベーションへの期待

ハッカソンは、外部のアイデアを取り込ん

で新しい発想を得ようとするオープンイノベーションの考え方が良く、その推進方法の1つとして注目されている。

### (1) “他花受粉”の仕組み

ハッカソンは、参加する人材が多様である。企業が開催するハッカソンには、大きく分けると「自社内に閉じて開催するもの」と「社外の人材を巻き込んで開催するもの」があるが、いずれも固定観念を打ち破り革新的な成果が生み出されるように、自分にはない視点を獲得する“他花受粉”が促進される環境を提供している。

前者のハッカソンでは、開発の主体は自社の社員だが、普段は交流のない社員を含めてチームを構成したり、アイデアの発想を支援するために外部の識者を招いたりするなどの工夫が凝らされている。

後者のハッカソンでは、外部企業や一般から募集した参加者が開発の主体となるが、知識やスキル、年齢などが多様になるようにチームを構成することが多い。最近では、職能ごとの構成比を一定の割合に保てるよう意図的に参加者を選定するハッカソンも多い。

### (2) 技術の多様性

社外にも開かれたハッカソンでは、利用される技術も多様である。複数の企業や学術機関が技術を持ち寄ることで、自社だけでは考えられなかった解決策が見えてくることもある。例えば、ネットサービス大手企業はWebサービスやクラウドコンピューティングに関する技術には長けているが、センサーやカメラなど物理的なデバイスの技術は得意ではない。家電メーカーはその逆である。両者が技術を持ち寄ることで、新しいアイデア

が生まれ、それを形にすることができる。

実際に、「新しい家」をテーマにしたあるハッカソンではこのような技術の組み合わせで、「冷蔵庫の開閉時に自動的に写真を撮り、クラウド上に中身が記録されるサービス」や「歯磨きのアクションを始めるとその人の好みに合った3分間動画が自動で鏡に映し出されるサービス」などのプログラムが開発された。情報システム企業はサーバーサイド技術(サーバー側で処理を行うための技術)には強いが、オープンハードウェア、マルチメディアデバイスなど先端のフロント技術には弱い。自社の弱い技術領域に強みを持つ他社や学術機関と組んで行われるハッカソンは、これまでにないアイデアを生み出す可能性がある。

### 人材育成の場として

近年、IT企業では、エンジニアの気質が消極的で、指示されないと動かないといった問題がよく指摘される。特に、受託型のシステム開発に従事してきた企業では、顧客から言われたものを、言われたとおりにスケジュールを守ってつくるといった業務を主としてきたため、これは当然の結果ともいえる。この人材の問題は、イノベティブなサービスや新しい事業を生み出そうという経営の前に大きく立ちはだかっている。イノベーションには、大事な要素としてITを欠かすことはできず、ITを扱うエンジニアの活性化が鍵となるからだ。

一口にエンジニアの活性化といっても、社員自らが長年の開発スタイルを変え、気質や風土を変革していくことは簡単ではない。1

人1人に新しい体験をさせることで、自ら目線やものの見方を変えられるようにすることは、時間はかかるが確実な方法である。ハッカソンはエンジニアにそうした体験をさせることができる場であり、人材育成の機会と捉えることができる。

業種や業界の異なる多様な人材が集まり、アイデアを出し合い、新しいソフトウェアやサービスを短期間のうちに共同で作上げるハッカソンは、言い換えればエンジニアの力試しイベントである。自分の技術をフルに使って自らのアイデアを形にするという経験は、受託型でシステム開発を行っている環境下ではなかなか得られず、エンジニアにとって良い刺激となる。また、多くのハッカソンでは、当日その場で集まった初対面のメンバーでチームを組むため、通常の業務で接することのない新しい視点を得る機会となる。

### 開催に当たっての留意点

人材育成の機会としてハッカソンを開催する場合、具体的にどのような点に注意すべきだろうか。NRIが行うハッカソンで重視している3つのポイントを紹介しよう。

#### ①チーム構成を工夫する

表1は、NRIが2014年3月に開催した第1回NRIハッカソンの概要で、表2は、ハッカソンとその前に開催されたアイデアソンの参加者の技能別構成比である。エンジニアのほかデザイナーやプランナーが必ずチームに1人は入るように構成することで、参加者は自分のものとは異なる視点や考え方に触れることができる。

## ②アイデアソンを丁寧に行う

実際の開発工程であるハッカソンの前に、良いアイデアを生み出すためのアイデアソンプロセスを丁寧に行う。ハッカソンは開発が主体だが、その前段で出したアイデアがどの程度しっかりと生かされているかが成果物の完成度を左右する大事なポイントとなる。作成しようとするソフトウェアやアプリケーションはユーザーにとって本当に役

立つものなのか、また何らかの課題を解決するのに有益なものなのかを事前にしっかり考えなくてはならない。NRIではこのアイデアソンの工程を、ハッカソンの前の週に半日を費やして丁寧に行っている。

## ③テーマを設定して参加者を募集する

あらかじめハッカソンのテーマを設定して参加者を募集する。そのテーマに課題意識を持つ参加者が集まりやすいので、良いアイデアや良い作品が期待できる。

### 真の目的を目指して

第1回NRIハッカソンの終了から1週間後に、参加したエンジニアを対象にアンケートを実施した（1週間後としたのは、開催直後の高揚した気分の影響を避けるため）。アンケートで、参加したことによってモチベーションがどう変化したかを聞くと、58%の人が「良い方向に変化した」と回答した。もともとモチベーションが高いはずの参加者の多くがこう答えたということは、エンジニア

表1 第1回NRIハッカソンの概要

目的	事業創造の芽創出/ブランディング/人材育成
概要	2014年3月1日（アイデアソン） 2014年3月8日、9日（ハッカソン）
テーマ	わくわくする働き方ってなんだろう？ Hack For “WorkDesign”
募集人数	60名（公募）
成果	9チームによる、最新技術を使ったスマートフォンアプリケーション・Webアプリケーション

表2 第1回NRIハッカソン参加者の技能別構成比

	参加人数	技能別構成比		
		エンジニア	デザイナー	プランナー
アイデアソン	49	32	5	12
ハッカソン	55	39	6	10

が自らを活性化させる場としてハッカソンがいかに有効かを示すものといえよう。

本稿では、IT企業での取り組みが盛んになったハッカソンについて、その概要や、オープンイノベーションや人材育成の場としての可能性という視点で解説してきた。しかし、数多く行われているハッカソンの中には、そこから生まれた良いアイデアや作品が価値創造の可能性を示しつつもその場限りとなっているものも少なくない。イノベーションを起こし、新規事業や新規サービスを創造していくことが、ハッカソンの先にある真の目的である。斬新で新しい発想を引き出した後、そこで終わらせずに、アイデアの芽を新規事業や新規サービスに育て上げるプロセスは、別途必要であろう。

2015年2月に開催された第2回NRIハッカソンでは、イノベーションのアイデアが生まれやすくなるよう規模や内容が見直された。NRIでは、ハッカソンの真の目的を達成できるように、必要な仕掛けを引き続き模索していきたいと考えている。 ■