

## 大阪市イノベーション促進評議会 平成 30 年度第 2 回 会議要旨

### 1 日時

平成 31 年 3 月 18 日（月曜日）14 時 00 分から 15 時 30 分

### 2 場所

大阪イノベーションハブ（O I H）

### 3 出席者

正城委員長、東委員、竹村委員、田中委員

事務局（馬越 大阪市経済戦略局イノベーション担当部長、柳内 同局イノベーション担当課長、田原 同局イノベーション担当課長代理、他）

### 4 議題

- （1）平成 30 年度の大阪イノベーションハブの活動状況について
- （2）大阪イノベーションハブ（O I H）を拠点としたグローバルイノベーション創出支援の基本方針の策定について
- （3）今後の取組みについて
- （4）その他

### 5 会議要旨

[主な発言内容]

<議題（1）平成 30 年度の大阪イノベーションハブの活動状況について>

○「Hack Osaka」の取組みは素晴らしい。外国人の参加率が 14.3%という点もすごい。3年前は若手がまだ少ない印象だったが、今回は午前中に関西学生ピッチコンテストを開催し、学生に見てもらえるように工夫した点も良い。

○広報については、もう少ししっかりとPRする必要がある。福岡などの他都市はスタートアップに関するプロモーションを充実させているが、内実を見ると大阪の方が凄いのではないかと感

じている。情報発信の強化は課題。

○情報発信は「テキストコンテンツ+写真」という印象だが、動画戦略も今後考えてみてはどうか。テキストと写真だけでは、海外から引き合いを増やしていくのは難しい。NY、トロントも1分弱のスタイリッシュな動画を作っている。関西の若手の起業家の動画のライブラリーに、英語の字幕をつけるのも一案。

○他部局の巻き込みがどれだけ上手くいくかが、その都市の競争力に全て繋がってくる。福岡は完全に行政を一つのミッションでまとめ、全ての政策にビジョンとして落とし込んでいる。

○公的助成金等の申請には非常に手間がかかるため、その部分の公的なサポートがあるとスタートアップには非常に魅力的。助成金獲得後のサポートも重要。

○行政の資料は、「できなかったこと」にフォーカスし過ぎている。「できたこと」にフォーカスするのも重要。できた実績は、もっとアピールしても良いと感じる。

○オランダ発祥の「Get In the Ring」と組む着眼点は良い。シリコンバレーに行きがちだが、東欧とかもすごく面白い。オランダやエストニアといった国と密にタイアップしていくのは、特徴的で非常に面白いと思う。

<議題(2) 大阪イノベーションハブ(OIH)を拠点としたグローバルイノベーション創出支援の基本方針の策定について>

○大企業の経営者や、大企業のコアな人たちをもっと巻き込んでいくというのを、選択肢に書き込んではどうか。「関西ブリッジフォーラム」などが既にあるので、これをすごく大きな価値にしていくというのは、非常に有効ではないか。

○万博が近づいているのは、非常にチャンス。「これから大変だ!」ではなく、イノベーションという観点で語られるようにしていくべき。もう二度とないチャンスなので、それを「楽しんで

いく」という雰囲気作りを基本方針の中に入れるのも重要ではないか。

○心理的安全性の高い職場がチームとして成果を上げやすいため、否定ファーストではなく肯定ファーストで。役所でも、市民の間でも、スタートアップでも、「少々の失敗は受け入れていこう！」という内容が基本方針に入っていると、すごく斬新だと思う。

○震ヶ関周辺で各地方自治体の若手を集めたところ、自分たちの都市経営のことを真剣に考えており、民間とは違う視点で大企業のリバースピッチも有効だと思う。特に大阪の場合は、事業費がなく、行政手法が限界を迎えているので、そこをスタートアップと一緒に解決する「Gov×tech」も有効。既にニューヨークがやっているが、そういう視点で「大阪市の都市経営を皆で考えましょう」という観点で公募し、行政が「一緒に街を作りましょう」とメッセージを出すとインパクトは大きい。

○もう少しダイバーシティやクリエイティビティを高める意図を、万博の部分に反映しても良いと思う。より深い「新結合」が起きる仕掛けを誘発できると、一過性のイベントではなく継続するダイバーシティのあるコミュニティが生まれ、そこからの自立的な進展が期待できるのではないか。

○最後は街づくりに帰結する。スタートアップが解決しないところは、最終的にはソーシャルイシューになるので、パブリックが入り込まざるを得ない。特に医療はパブリックのピースが欠けていて、大企業も困っている。この点をうまくやっているのが福岡。パブリックが旗を揚げ、産官学に市民も巻き込んで一体化した結果、ブランディングにもなっている。次の3年間は、「どれだけパブリックが関与したプロジェクトが作れたか」など、もう一つチャレンジしても面白い領域だと思う。

○市民の意識を高め、巻き込むのも大切なので、そこに万博をうまく活用する。他人事ではなく「大阪の未来や産業を作っていくんだ！」と説明すると響くのではないか。大阪は中小企業も多いため、認知度や関与度が上がってくると、すごく良いものになる。