

## 議論のための参考資料

3.23

## これまでの評議会において課題となった事項の進捗状況

### プロジェクトをアクセラレートする仕組み

イノベーションの種を探索する事がイベントを実施することにより進められているが、プロジェクトをアクセラレートする機能が弱い。

今年度はオープン及びクローズドなメンタリングを実施してきたが、プロジェクトを成長させる機能を全て自前でセットするのではなく、他組織やカンファレンス等、外部の力を上手く活用していくことも有効と考えており、来年度は下記の外部のアクセラレートプログラム等と連携することになっている。

KDDI Laboとの事業連携  
総務省I-challenge  
Tech in Asia東京大会

今後は、さらなる外部連携先の探索とともに、プロジェクト創出という観点で、より確度の高いプログラムの企画が求められる。

看板プログラムができた一方で、日々刻々変化するイノベーション創出に係る状況や最先端の情報をキャッチしながら、新しいプログラムやコンテンツづくりが必要。そのためにも、常に新しい人材を引き付けるため、OIHのコネクター機能の充実が課題。(P5～9:OIHの今後を考えるワークショップ)

### グローバルな展開への機能をどう実装するか

国際会議の外国人参加者を増やす取り組み、在関西留学生へのアプローチ、海外からのデリゲーション受け入れ、外国人によるハッカソンの開催等を通じて、機能強化に努めた。

情報発信としては、国際会議に関する情報の発信や、英語によるFBの投稿を実施。

今後は特に、海外からのアクセスを増やすためのコンテンツの充実、情報発信先の精査、アプローチ手法の検討が必要。

### (大)企業のオープンイノベーションへの巻き込みへの対応

企業の開発の方向性を示しつつ、連携パートナーを探すプログラム(イノベーションエクステンジ)も手法としては有効。アントレプレナーとの出会いの場であるハッカソンを通じた交流を促進していく。

## 26年度主催事業として取り組んだ新規プログラム

### ・英語プレゼン研修

【目的】ショートピッチでのプレゼンを英語で印象強く効果的に行うために、国際カンファレンスの運営に実績のある事業者所属講師によるプレゼン基礎を学ぶコース（22回）と若手起業家による実践コース（5回）を実施。

【効果】参加者は想定より少なかったものの、グローバル展開を志向する受講起業家からは、シリコンバレーツアーでプレゼンを行ったなど実際に自らのビジネスで活用できた者もいた。グローバルを志向する仲間に出会いチームができた事例もあった。

### 【参加者の声】

外国語でのプレゼンテーションのスキルが向上した。世界に挑戦する意欲が湧いた。

### ・オープンメンタリングセッション

【趣旨】起業家等のビジネスプランに対するメンタリングを一般聴衆のいる公開の場で行うことで、登壇する起業家、聴衆双方の新事業創出、育成を支援する。

【効果】起業家等が自らのビジネスプランを発表しメンタリングを受けることで、プランのブラッシュアップを行うとともに、公開で行うことで聴衆は起業マインドを醸成させたりビジネスアイデアの実現に向けたヒントを得ることが期待できる。

【参加者の声】プレゼン技術の向上に役立った。アドバイスを受けて改善したところ、投資を得ることができた。自分の今後やりたい事にあてはめて考えることができた。

### ・外国人エンジニアによる英語ハッカソン

【趣旨】外国人と日本人がともに、言葉の壁を乗り越えながら関西を旅する外国人観光客向けアプリを開発するハッカソン

【効果】1日目のアイデアソンにおいて、インバウンドにアンテナを張るステークホルダー（新関西国際空港株式会社、バックパッカー用ホテル経営者等）から、課題出しを行う工夫をした。

・企業ハッカソン（毎日放送）

【趣旨】関西のテレビ局が主催。ITエンジニアを中心とする参加チームに毎日放送のクリエイターがジョインしてITを活用したテレビ番組の企画を一緒に作り上げるハッカソン。

【効果】テレビ局のクリエイターが各チームに混ざることにより、通常ハッカソンとは異なる共創体験が得られた。入賞チームの番組企画については、コンテンツ化し、テレビ番組内で放映（平成27年3月26日午前0:29～1.5時間の放送枠でオンエア）。

【参加者の声】テレビ局の人とつながれることで今後の仕事にもつながる。テレビの制作メソッドを学べたことが他では得られない体験。ホスピタリティ含めハッカソンとしてクオリティが高かった。

【企業側の声】（ジョインしたクリエイターの声）仕事でこんなに楽しい経験は2回しかない（それくらい楽しかった）。

（運営サイドの声）外部とオープンにつながることが研修的なことも含めて非常に価値あることが分かった。来年もやりたい。

・企業アイデアソン（NTT西日本）

【趣旨】NTT西日本との事業連携をめざすスタートアップを対象としたアイデアソン。募集した各チームにNTT西日本の社員がジョインし、企業文化や情報の橋渡し役となり、協力し合ってビジネスプランを練り上げる。

【効果】各チームにジョインしたNTT西日本社員がうまく橋渡し役の機能を果たし、大企業のリソースを活用したビジネスアイデアが複数提案された。

【参加者の声】大企業の強みや意思決定のプロセスを内部の人に教えてもらったのは今回だけでなく、今後も継続して使える財産となった。

【企業側の声】入賞チームとはいずれもNDAを結んで本格的に事業化に向けて進んでいる。諸事情で進捗の差はあるが手ごたえを感じている。

・企業アイデアソン（シャープ）

【趣旨】シャープで開発中のウェアラブルデバイスをキーアイテムとしたビジネスプランを考えるアイデアソン。個人の部と法人の部の二回開催。

【効果】個人の部では、発想の制限がない状況で自由なアイデアを出してもらうことが目的。一方、法人の部では参加企業が自社のリソースを持ち寄ってアイデアを考えることで本格的な事業提携をめざす。

【参加者の声】メーカーの技術者のアツい思いを直接聞いたのが印象的。メーカーの新規事業を生み出す大変さがわかった。

【企業側の声】法人の部では、ビジネスにつながりそうなアイデアが複数出た。法人の部で弊社とのアライアンスに積極的な企業が30以上集まったが、このリストだけでもやる価値があった。

## OIHの今後を考えるワークショップ（3.2開催）

新規事業開拓やコミュニティ形成に意を用いている、大阪ハッカーズクラブメンバー16名とスタッフ7名、総勢23名とのワークショップ（約2時間）

- ・ OIHを拠点としたコミュニティや新規事業プロジェクトを増やすには
  - ・ OIHの新しい使い方、欲しい機能は
- をテーマにワールドカフェ方式で意見等を出していく。

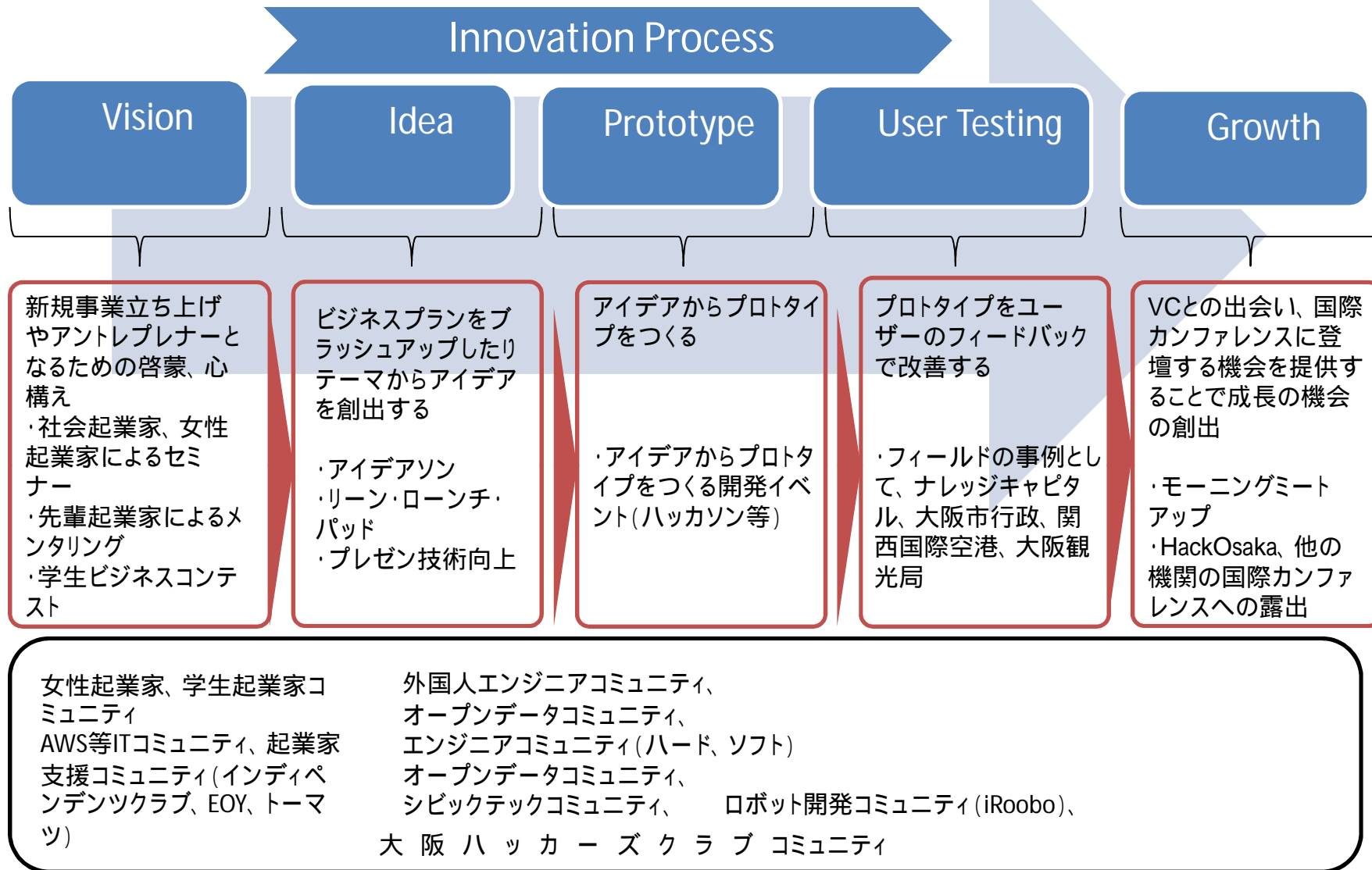
### 属性

エンジニア9名、デザイナー3名、新規事業担当者他4名（スタートアップ含む）

### 意見等

P7～9のとおり

# プロジェクト創出に足りないもの



**【課題】**

- ・ と を一体としてイベントに組み入れているケースが多く、イベント単発で終わるケースが多い
- ・ ~ までの動きが弱い、特に については大阪市の他部署との連携を深め、役割を發揮すべき
- ・ コミュニティが有機的かつ自律的に集まっていない(集まるインセンティブがない)

# テーマ1: OIHのコミュニティ活性化

## (1) 目的意識・仮説

OIHは、イノベーションというキーワードに反応するアーリーアダプター気質の利用者が多く集まる場所となっている。それらの利用者は自らの活動基盤となる何らかのコミュニティやつながりに属している場合が多く、そのコミュニティをうまく”攪拌”することにより、さらなる”場”の活性化(知識や技能の共有促進やイノベーション活動の活発化といった質的な強化と利用者の増大といった量的な強化の双方を含む)につなげることができるのではないかと仮説を立てている。



## (2) イベント参加者から得られた知見

知見 OIHに関わりを持っているコミュニティの可視化と整理が必要。

知見 コミュニティ間のコミュニケーションを促進する仕掛けが必要。

(イベントを通じてのコミュニケーションだけでなくイベント外のコミュニケーションも含めて)

知見 新しいコミュニティの参加を促したり、既に参加しているコミュニティの帰属意識を高める仕組みが必要。



## (3) 具体的に想定されるアクション

知見 に対して → OIHに参加しているコミュニティをリスト化する。

知見 、 に対して → facebookなどのSNSの活用を検討する。

知見 、 に対して → 特定のコミュニティの属性にターゲットし、その属性にフォーカスしたイベントを開催する。

広くコミュニティー同士の交流を促進するイベントを開催できるようにする。



## テーマ2：新規事業創出促進

### (1) 目的意識・仮説

OIHはKPIとして「3年間でプロジェクトの創出支援100件を生み出すこと」を掲げている。また、運営側としても、行政としての税金投入のためには今後も重要な指標であり、シンボリックなプロジェクト創出事例を多く積み上げていきたいと意識している。現在のところ、イベントベースでしかプロジェクト創出の取組みができておらず、その確率を上げていく取組みが必要と考えている。



### (2) イベント参加者から得られた知見

知見 出会いの場としての機能の強化が必要。

(現在は「気軽に立ち寄れる雰囲気」やSNSなどを通じてゆるやかにつながりを仲介する機能が欠けている。)

知見 プロジェクトを能動的にマネジメントしていく機能が必要。

知見 利用者間で様々な情報やノウハウをシェアする機能があれば、生産性向上につながる。



### (3) 具体的に想定されるアクション

知見 に対して → SNSのチェックイン機能を活用した“つながりやすい出会いの場”の演出。

知見 に対して → プロジェクトのアイデアを形にしていくことを支援するシードアクセラレーティング的な機能を持つプレイヤー(例えばKDDI∞ラボとは提携済)の誘導。

知見 に対して → ユーザーコミュニティを組織化してSNSを通じて知見が共有できる場を作る。

## テーマ3:ユーザーから見てOIHに実装してほしい機能

### (1) 目的意識・仮説

OIHは現状、実質的にイベントスペースとしての利用がほとんどであり、ほかの使い方はできないように制限されている(プレイヤー登録すれば短時間のミーティングは可能)。

ユーザーからすればOIHをこういう風に使いたいという希望や現状思った通りに使えないことに対する不満があるはず。そこを吸い上げることによって、場の魅力向上に役立てたい。



### (2) イベント参加者から得られた知見

知見 イベントスケジュール以外に、「誰が」「いつ」来ているのか、来る予定なのか見える化してほしい。

知見 「部室」のような自由でカジュアルな雰囲気/いつでも来れる場所にしてほしい。

知見 マッチング機能を強化してほしい。

知見 飲食可能な場所にしてほしい。

知見 プロトタイプや作品のショーケースの機能があるとよい。

知見 イベントの見学は基本認めるべき(ハッカソン含めワークショップイベントについて)。



### (3) 具体的に想定されるアクション

知見 に対して → グーグルカレンダーのようなスケジュール共有ツールの活用を検討。

知見 に対して → コワーキングスペース的な使用を許可。

知見 に対して → SNSのチェックイン機能を活用した“つながりやすい出会いの場”の演出(再掲)。  
マッチングをスタッフの業務とする(マッチング件数を成果として集計)ことを検討。

知見 に対して → 飲食制限の緩和(缶ジュースやおにぎりのような軽食は可とするなど)を検討。

知見 に対して → 展示スペースの設定とルール化(展示の期間や破損した場合の対応など)の検討。

知見 に対して → 見学を認めているワークショップについてはイベントページでその旨も告知し、オーディエンスの募集も検討。