

うめきたにおけるグローバルイノベーション 創出支援の基本方針(改定版)

平成 28 年 3 月

大阪市

うめきたにおけるグローバルイノベーション創出支援の基本方針(改定版)

大阪府・市は、概ね2020年までの10年間の成長目標を掲げた「大阪の成長戦略」において、大阪・関西がめざすべき方向性として、高付加価値を創出する「ハイエンド都市」とアジアと日本各地の結節点として「中継都市」を掲げた。

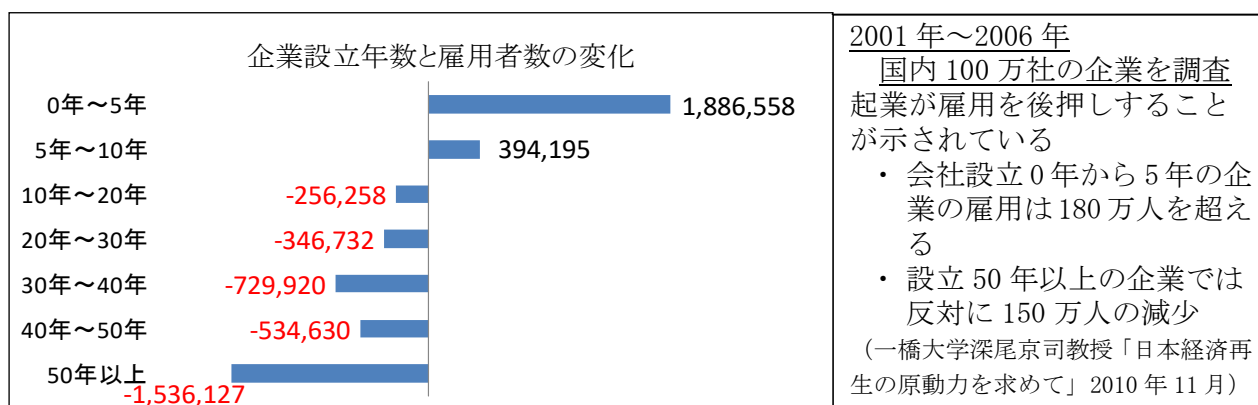
本基本方針は、この実現をめざし、国内外の専門家の知見を得て、グローバル時代における大阪のイノベーション創出支援を進めるにあたっての基本方針として平成25年5月にとりまとめたものである。

この間、本市はうめきたに「大阪イノベーションハブ」を開設し、多くのイノベーション人材やメンター人材、ベンチャーキャピタル、大学、大企業、中小企業などと呼び込みイノベーションの創出を支援してきた。また国際会議の開催や米国シリコンバレーへの起業家派遣などを通じて大阪の起業家を世界に送り出し、大阪の取り組みを世界に伝えてきたところである。

今般、当初3年間の目標期間の終了に際し、引き続き、世界にイノベーション拠点として大阪の存在感を示していくため、今後の活動の指針とすべく本基本方針の改定を行うものである。

1 背景と課題

- 大阪は、歴史的に交通の要衝であり、世界との交易で発展してきた商人の街として知られる。この商人文化に培われた、多様なものを受容し、変化を楽しみ、何ものにもとらわれない自由闊達で、進取に富んだ気質は、大阪人の強みである。
- こうした歴史や文化的基盤を背景にして、大阪・関西は世界的にも圧倒的な質と量を持つ企業集積を実現し、オランダ1国を凌ぐGDPを創出するまでに成長してきた。また、大学、研究機関も多数集積しており、東京23区と同水準の大学学生数50万人（大阪府・京都府・兵庫県の合計-文部科学省「平成23年度学校基本調査」）を擁する我が国有数の人材集積地でもある。このように、大阪は、豊富な自前の経営資源を活かし、国内市場の拡大とともに成長してきた。
- ところが、90年代以降、東京への一極集中にともなう本社機能の流出や、製造業を取り巻く環境の激変などにより、成長を維持することが困難になっている。また、我が国では多くの若者の間で大企業指向・安定指向が主流であり、最新の理系大学院生を対象とした調査において起業志望はわずか0.3%に対し、既存企業の就職希望が95.7%と依然起業に対する意識が相当低い状況にある（リクルート「大学生の就職内定状況調査（2013年卒）2012年10月度」）。さらに、日本の開業率は米国、英国の半分程度であることや、ベンチャー投資が米国と比べて10分の1にも満たないことから、決して起業や新事業創出が次々と興る環境と言える状況ではない。



- ・一方、国境を越えた競争がおこる21世紀のグローバル経済では、クラウド、モバイル、ソーシャル、ユーザー指向のデザイン等、新しいITの活用やハードウェアとソフトウェアの融合の進展、また再生医療や医療機器等のライフイノベーション、新エネルギー等のグリーン分野などの新たな産業が、発展の牽引力となり、高い付加価値を創出する成長の鍵となっている。
- ・また、既存の固定化した組織や人材等の経営資源を開放し、組織、国籍を超えて、広く世界中からパートナーを探し、最適な組み合わせを実現する「オープンイノベーション」も重要な課題となってきた。
- ・イノベーションが次々と生み出される大阪をつくり、大阪をさらに成長させるためには、まず起業、新事業創出を育む環境づくりに取り組み、成長著しいアジア市場をはじめとして、最初から世界市場をターゲットとして行動を起こす人々に選ばれる場としくみづくりが必要である。

2 基本方針の目的

世界が認め、世界とつながるイノベーション拠点を大阪につくる

- ・大阪に世界中からイノベーションの種が集まり、大阪を経由して成長した種が世界市場に飛び出していくという、日本で一番イノベーションに開かれた中継都市を実現する。
- ・グローバル経済の激しい競争のもとでは、イノベーションを生み出し続けることが不可欠であり、従前の自前主義から脱却し、組織や国境を越えたオープンイノベーションに取り組むことが急務である。
- ・また、革新的な発想を生み出す起業家やベンチャー企業は、新たなビジネス創出のプレイヤーであるとともに、既存の企業にとっても有望なパートナーであり、彼らの力強い成長を支援する場の形成が必要である。
- ・アジアをはじめとする世界市場の成長をとり込みイノベーションを生み出すためには、世界が認め、世界とつながるイノベーション拠点を大阪につくり、世界中から人・技術・資金・情報を集め自律的に循環するエコシステムを構築することが必要である。

3 基本方針の方策

〔理念〕 多様な人びとが、オープンマインドで、フラットな関係でつながる

○ 世界に通用するイノベーションのエコシステムをつくる

- ・エコシステムの要素はすべて大阪にある必要はなく、世界中にある資源を組み合わせるため、世界と大阪・関西のイノベーション活動の中継地となる拠点を大阪につくる。
- ・事業成長の初期段階から、将来のグローバル展開を見据えたプロジェクトを組成・育成する機能を備え、次々とイノベーションを生みだし、世界へ展開していく足掛かりとなる場としくみを、うめきたを中心に構築する。

○ 域内の強みを集積し、結合し、反応させる

- ・ 風土的強みと人的資源の強みに加え、関西の持つ世界的な規模での企業集積や、高度な技術集積の強みを結合し、反応を促進する。
- ・ 集積・結合・反応を起こす人材・機能（スーパープロデューサー）を集める。

○ 産学官金の連携ネットワークを強固にする

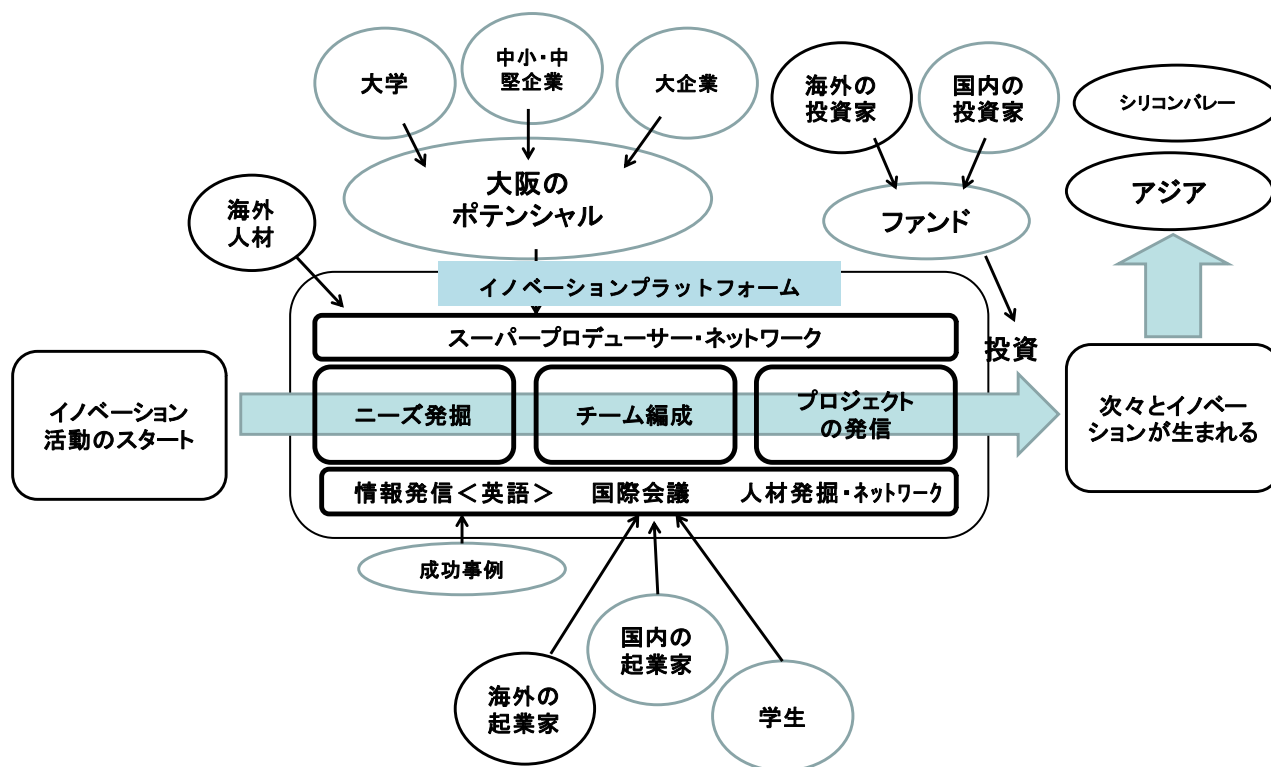
- ・ 産学官金の強固な連携ネットワークにより、街ぐるみの運動を行っていく。

○ 民間主導の運営体制を構築する

- ・ この運動を街ぐるみの運動にしてゆくのは、自治体の大きな役割であるが、実際の活動は、あくまで民間主導とする。行政は、民間の支援者として、起業家が生まれ、成長し、成功者が次の成功者を育成する循環環境の整備、世界に通用する自律的なイノベーションエコシステムの土壌をつくる役割を担う。

《イノベーションを創出するしくみ》

■ 戦略イメージ



4 基本方針の期間

平成28年度から概ね3年間とし、3年目に見直しを行う

5 基本方針の目標

- **大阪のイノベーション・エコシステムが、世界に認められ、世界につながるエコシステムとして、更なる成長をめざすため進捗を示す指標として、下記を目標とする。**

[① **本拠点の趣旨に賛同し新たに参画または SNS 等でつながる人数 150,000 人(3年間)**]

イノベーション創出のためには多様な人材の参画が必要であり、必要条件として、本拠点が広く認知され、支持されている状況の強化をめざす。

(参考実績：平成27年度 約 50,000 人増加)

[② **平成30年度のピッチイベント開催回数 50 回**]

有望な起業家が存在し、資金獲得や支援者との出会いにつなげるピッチイベントの開催頻度により、イノベーション・エコシステムの発展段階が見える。

(参考実績：平成27年度までは年間30回程度を開催)

[③ **グローバル展開を見込まれるプロジェクトの創出・推進支援 150 件(3年間)、ベンチャー企業等が投資を受けた額 25億円(3年間)**]

スーパープロデューサーを中心に質の高いネットワークを構築し、質の高い支援コミュニティによるエコシステムによって、プロジェクトの創出や推進に寄与する。

(参考実績：平成27年度までの3年間で114件のプロジェクトを創出し、約17億円の資金を獲得)

6 基本方針の視点

① 国内外のスーパープロデューサーを核としてイノベーション創出支援チームを生み出し、起業家、ベンチャー企業の成長を支援する

- ・イノベーション創出には将来の成長ニーズをつかみ、世界中から適切なシーズ・技術、プレイヤーを目利きするスーパープロデューサーが必要不可欠である。
- ・さまざまな関係者をつなぎ、質の高いネットワークを構築し、コミュニティを育てていくスーパープロデューサーを拠点に配置する。
- ・世界中の技術開発や新事業創出をめざす人たちのコミュニティや、彼らを支援するコミュニティと連携し、グローバルな観点を持つ海外人材と国内事情に精通した人材を組み合わせるなど、イノベーション創出支援チームを組成しながら、活動を展開する。
- ・イノベーション・エコシステムの中核となるベンチャーキャピタル、ファンドやシードアクセラレーターの充実や大学との連携、大企業の巻き込みを促し、うめきたをゲートウェイとして世界と繋がり、さらなる人・資金・情報の集積を促進する。

② ニーズが見え、技術が見つかり、仲間やメンター、支援者などに出会うイノベーションのプロセスそのものを「見える化」するイノベーションプラットフォームを構築する

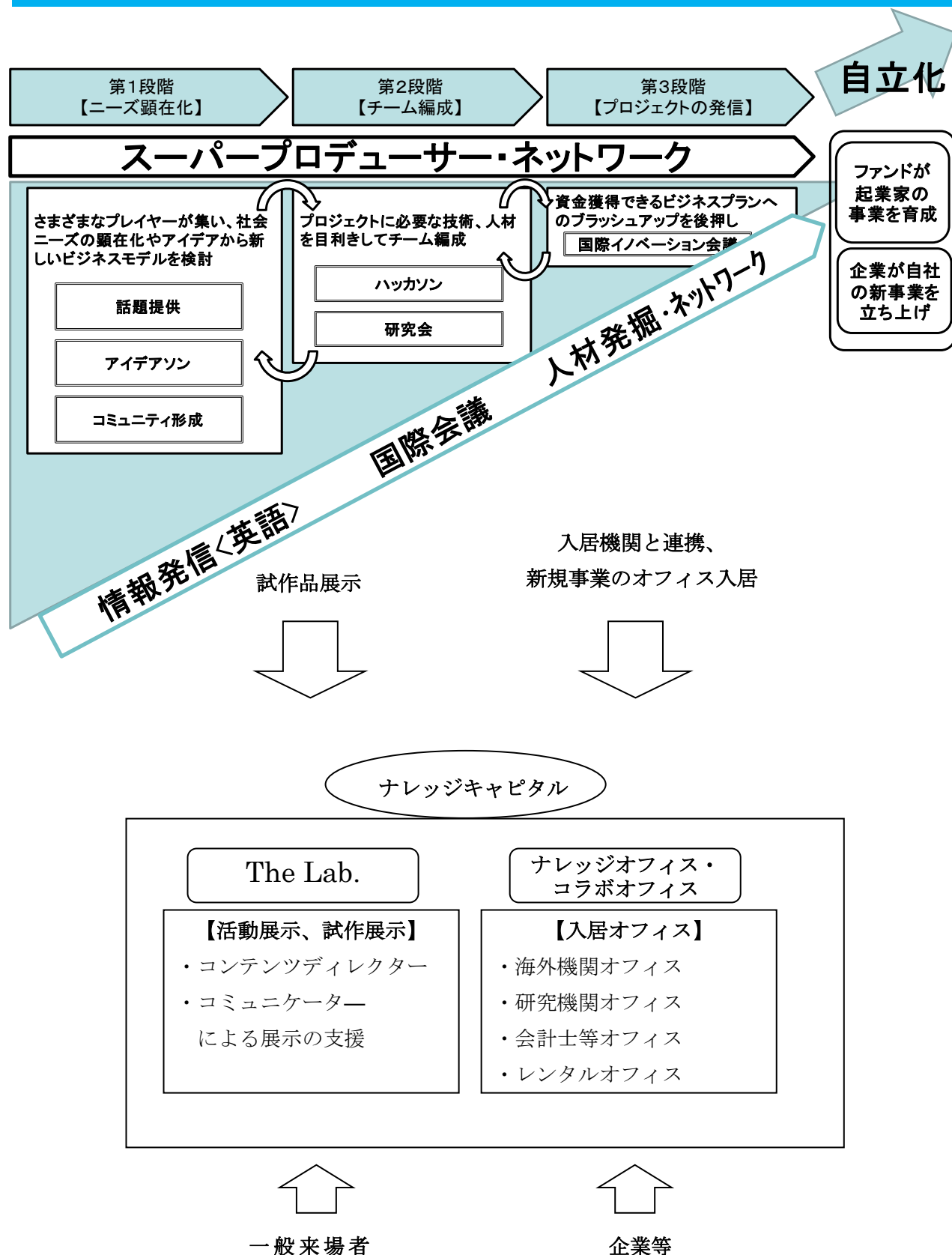
- ・関西最大の都心機能を活用し、さまざまな場面のニーズの顕在化とその検証活動、技術シーズの探索、プロジェクトチームの編成、活動などの情報発信を一気通貫で行い、イノベーションのプロセスを見える化する。
- ・グローバルに求められるサービス創出をめざし、新たな技術開発をテーマに、個人や中小企業も参画できる実証実験プラットフォームを構築する。
- ・大阪の地場の技術の取り込みやプロトタイプ投入などにより、大阪が世界市場展開前の実験場となる。
- ・イノベーション創出活動への参加を促進するために、成功事例をつくって見せ、具体的な目標と活動イメージをつくりだす。
- ・イノベーション・エコシステムの発展状況の指標となる、コミュニティ主催イベントやハッカソン、支援者によるアクセラレーション活動、資金獲得や支援者との出会いにつながるピッチイベントを数多く実施する。

③ 英語を使って世界とつながる：グローバルコミュニティに接続し人材を引き付ける

- ・世界から人材や情報が集まることをめざし、情報発信に注力する。
- ・うめきたの機能と、これまで蓄積された大阪の技術や企業の情報、成功事例などを英語で世界に発信する。
- ・来訪者が英語を使って人・資金・情報とつながる環境をつくる。
- ・世界からイノベーション活動を共にする仲間、同志を引きつけ、多様な人材の層を厚くすることによってイノベーションの成功確率を高める。

7 取り組みの方向

■ プロジェクトを育てる支援プロセス



① スーパープロデューサー・ネットワークの構築

- 大阪にイノベーション・エコシステムを構築するため、国内外で活躍するスーパープロデューサー（イノベーション創出に顕著な成果をあげている人材）を核に、必要な支援を行う専門知識や経験を有するイノベーション創出支援チームを創出することによる起業家、ベンチャー企業の成長支援。
- 大阪にイノベーション創出支援チームが集まり、情報を収集・交換しながら活動を展開する場としくみを構築。

【取り組み】

- ・ スーパープロデューサーを核とし、イノベーション創出をミッションとして活動するチームをつくる。
- ・ シリコンバレーをはじめ、国内外で活動する起業家コミュニティ、起業家支援コミュニティと国際的な連携を構築し、大阪から世界の最先端の情報・人材などに直結する「ルート」をつくる。

スーパープロデューサーのネットワーク

拠点にスーパープロデューサーを配置し、プロジェクトを支援する。また、国内外のネットワークを構築し、ビジネスの成長を加速させる。

- ・ 最先端で活躍するイノベーターを招聘し、直接対話することによって、最新の潮流を知り、自らの事業計画について、多様な分野で、専門的・実践的なアドバイスを受けることができる機会をつくる。

メンターによる指導

定期・不定期に各分野で活躍するイノベーターや経験豊富な専門家を拠点に招き、起業家や企業が直接対話またはアドバイスを得られる機会を提供。

- ・ スーパープロデューサーの活動を支えるため、大学の産学連携本部などと連携し、必要な時に迅速に大阪・関西に存在する優れた技術を探るネットワークを構築する。

大学の産学連携本部ネットワーク

大阪・関西における最新の研究成果や有望なシーズ情報を集め、有効に活用するため、大学の産学連携本部と連携体制を構築。

- ・ ベンチャーキャピタルをはじめ投資家等とのネットワークを構築することによって、拠点における事業の目利き力と資金獲得能力を高める。
- ・ イノベーション・エコシステムの中核となって、有望な事業を育成するベンチャーキャピタル、ファンド、シードアクセラレーターの充実を促す。

VC・投資家ネットワーク

拠点で創出されるプロジェクトを育てるため、国内外のベンチャーキャピタルや投資家とのネットワークを構築。

- ・イノベーション創出活動を拡大させるため、国内外のコンサルタント、弁護士、弁理士、会計士等とネットワークを結び、具体的な事業計画の立案などをワンストップで柔軟かつ迅速にサポートできるしくみを構築する。

戦略立案のサポート

プロジェクトが成長するに従って、知的財産戦略やマーケティングなど、必要となる支援を段階に応じてスムーズにつなぐ。

- ・ベンチャー創業の出口戦略において重要な存在である大企業に対し、オープンイノベーションの機会を提供し、グローバルイノベーション創出の取り組みへの参画を促す。

大企業の巻き込み

オープンイノベーションに熱心な大企業を中心に新たな参画企業も呼び込みながら大企業とのネットワークを構築。

②イノベーションプラットフォームを構築し、イノベーションプロセスを加速する「見える化」 (ニーズの発掘・顕在化、プロジェクトチーム編成と成功ケースづくり)

- うめきたの特徴（都心、商業地、ナレッジキャピタルの機能）を最大限活かし、社会におけるニーズを発掘・顕在化する
- 事業化に必要な技術を、世界中から探し、最適なプレイヤーからなるプロジェクトチームを編成することができる場を整備
- イノベーション創出を生み出す人材をひきつけるリーディング・プロジェクトを立ち上げ、成功事例をつくりだす

【取り組み】

- ・社会のニーズを発掘・顕在化させるため、既存のビジネスを生活者の目線で見直し、将来の事業展開のヒントを探るスキルの習得や、通常では出会う機会が難しい異分野のコミュニティと技術を有する企業をつなぐなど、従来の発想を超える解決策を探るセッションなどを実施する。

ニーズ顕在化アイデアソン

将来想定されるニーズを発掘するスキルの習得、新製品や新サービス開発のヒントを探るオープンな議論を実施。また、異なる分野・多様な人が出会う機会を創出。

- ・新製品の開発に必要とされる技術や新たな事業展開における有望なパートナーを探索するため、大学の研究者や技術を保有する企業などのプレゼンテーションを直接聞き、出会うことができる場を開設する。

ニーズ顕在化プロジェクト

技術を有する企業・エンジニア等がプロジェクトのために必要なパートナー探索や新たな展開を求めるオープンイノベーションの場づくり。

- ・ユーザーの行動を分析し、3Dプリンタなどを活用してアイデアを素早く試作、検証と改良を繰り返すことによってニーズに適ったビジネスを創出するワークショップなどを実施する。

ハッカソン、ものアプリハッカソン

もの×ICTなどをテーマに、ニーズから従来にない新しい製品やサービスのプロトタイプを短期間で考案し、実際に形にするワークショップを実施。

- ・ライフサイエンス、グリーンテクノロジー、ITをはじめとする先端的な技術をもとに、未来のビジネス創出をめざす研究会などを開催できる環境を整える。

研究会

特定の技術やテーマをもとに研究会を実施し、プロジェクト創出をめざす環境を整える。

- ・実証実験のプラットフォームを構築し、企業のみならず海外の起業家などの参画を促し、オープンイノベーションを推進する。

実証実験支援

開発中の製品・サービスのモニタリングや検証など、ビジネス創出をめざした実証実験を支援（環境整備など）。

- ・成功した先輩起業家からアドバイスを受ける機会や、VCや大企業などとの橋渡しを行い、新事業が早期に実現するようサポートする。

アクセラレーションプログラム

メンタリングや適切な支援者との連携をアレンジし、ビジネスプランの実現を加速させる。

- ・国内外の投資家等に向けてビジネスプランを披露することができるピッチイベントや、コンテストなどを通じて、将来の成長が有望な事業の資金獲得や支援者との出会いを支援する。

ピッチイベント(資金獲得、支援先発掘支援)

有望なプロジェクトに対して、資金獲得や支援者との出会いを支援するためピッチイベントを数多く開催。

- ・拠点で実施するイベントやWEBなどあらゆる機会をとらえて、成功起業家や拠点での成功事例を紹介し、学生・社会人の起業家マインドを喚起し、イノベーション創出活動への参加を促す。

イノベーション人材の参加拡大

成功事例を増やすため、イノベーション創出活動に参加する人材を増やす。

③-1 グローバル情報発信とグローバルコミュニティへの接続

- 世界中のイノベーターに向けて、大阪の取り組みや技術を英語で発信
- 国際会議の開催やソーシャルネットワークを通じて、イノベーション活動を展開しているグローバルなコミュニティに接続
- 海外から訪れる訪問者が英語で活動できる環境を構築

【取り組み】

- ・本拠点で実施されるイノベーション活動を中心に、大阪の企業、研究機関の持つ優れた技術や人材などをソーシャルネットワークや動画配信等を活用し、英語で広く世界に発信する。

英語のホームページ、SNS による情報発信

本事業の取り組みと大阪の技術や人材をホームページ、SNS、動画配信を英語で広く国内外に情報発信。

- ・大阪が世界中のイノベーション活動を行うコミュニティのネットワーク・ハブをめざし、イノベーションを加速する国際会議を開催する。英語での会議進行とWEB配信により世界へ発信する。

国際イノベーション会議「Hack Osaka」

イノベティブな製品・サービスやプロジェクトを大阪から世界に向けて発信し、世界中の投資家、企業から注目を集める国際会議を開催。

- ・いつでも世界中からイノベーターが訪れ活動することができるようにするため、スタッフのバイリンガル化を推進するとともに、英語が話せるボランティア組織を形成するなど、英語でイノベーション活動に参画できる環境を構築する。

バイリンガル人材の配置

運営スタッフに英語堪能な人材を配置するとともに、外国語を学び、グローバルに活動することをめざす学生等の参加機会の創出

- ・海外のイノベーション創出都市などとの連携を強化し、日常的に情報が行き交う状態をつくり、世界の資源を大阪に集め、また大阪の起業家の海外展開を支援する。

海外イノベーション拠点等との連携強化

海外の資源の呼び込み、海外への展開支援の前提となるイノベーション拠点間の情報の往来を可能とするルートを構築。

③-2 グローバルイノベーション人材発掘

- グローバルレベルでの経験を提供することにより、既存の枠組みに囚われずに、熱意を持ってイノベーションに取り組む人材を発掘
- 直接、成功した起業家等と接する機会をつくり、進取の精神で新たな事業に挑戦する起業家マインドを醸成
- 変化の激しいグローバルビジネスに挑戦できる基礎、実践両面の知識の習得機会を提供

【取り組み】

- ・革新的な製品・サービスが次々に生まれている世界の状況を、その現場で活躍する起業家やシードアクセラレーターなどの支援者から直接聞く機会を設けることで、自ら事業を起こし世界に挑戦する意欲を喚起する。

国際イノベーション会議「Hack Osaka」【再掲】

世界で活躍する起業家や支援者の思想や体験談に触れ、起業・イノベーションマインドを醸成し、新たな挑戦者を生み出す。

- ・新事業の立ち上げや起業を志す若者の発掘、後押しのため、事業立ち上げに必要な基本的なノウハウの提供や、事業計画のコンテスト等を行うとともに、シリコンバレーをはじめ海外での実践的研修を受ける機会を提供する。

海外ワークショップ

シリコンバレーをはじめとして、海外で投資家等に対して英語でビジネスプランを発表する研修を通じてグローバルに通用するスキルを習得。

- ・グローバルな観点から新しい事業の創造に挑戦する人材を発掘するため、世界の最先端で活躍する専門家等によって、最新技術や市場動向などの勉強会を開催する。

イノベーションセミナー

世界的なイノベーターを招き、自身の経験や考え方、また業界の最新動向を学ぶためのセミナーを開催。

- ・グローバルなビジネス活動に必要なスキルの獲得をめざす実践的講座や、拡大するアジア市場進出に向けた現地制度の習得など、グローバル人材に必要な知識とノウハウを提供するため、専門家、大学等と連携する。

グローバルビジネスセミナー

グローバルなビジネス戦略づくりや、今後拡大が期待されるアジアビジネスの制度や最新情報等について学ぶセミナーや情報交換会を開催。

8 推進に向けて

関西イノベーション国際戦略総合特区、関西圏国家戦略特区の規制緩和等も活用し、産学官金協調のもと、イノベーション創出の場としくみづくりに取り組む。

事業の推進、評価の体制を整備するとともに、毎年成果を評価することによって、事

業の最適化を行いながらPDCAシステムを着実に実施する。

平成28～30年度3カ年の成果を検証することによって、31年度以降の事業の在り方を精査し、事業効果の最大化をめざす。

■ 推進のためのしくみ

- ・イノベーション創出にかかる総合的かつ組織横断的な取り組みの推進と、うめきたにおける拠点の運営総括を担う体制を整備する。
- ・関西域から広く資源を集めスケールメリットを生みながら効果的に事業を進めるため、関西の他の自治体や経済団体などに対して積極的に連携をはたらきかけ、協調した事業の実現に努めていく。
- ・本基本方針の効果的な推進にむけ、実績豊富な専門家から構成される評議会を条例設置し、専門的見地からの意見の聴取、ならびに適切な事業の評価を行う。

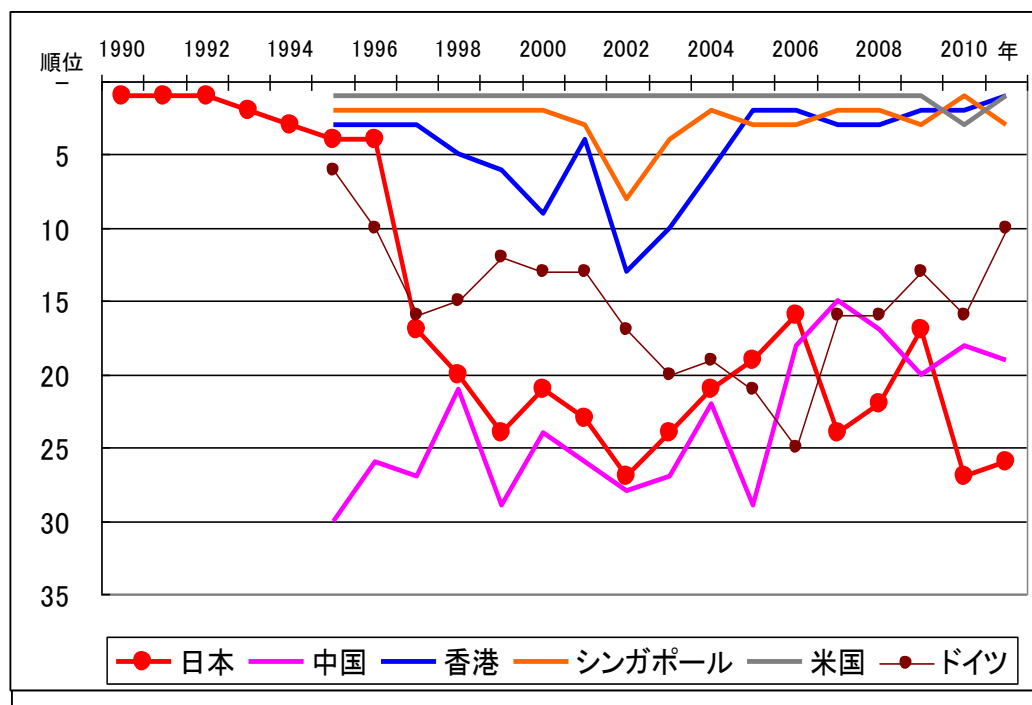
■ イノベーション・エコシステムの立ち上げから成熟に向けた、官民の役割について

- ・草創期として、開始から3年間、市が中心となって事業を推進してきたが、今後はイノベーション・エコシステムの構築を進めながら、段階的に民間主体の活動へ移行をめざす。

【 資料編 】

■ 厳しい日本の経営環境

企業活動を支援する環境整備 主要60ヶ国のうち26位



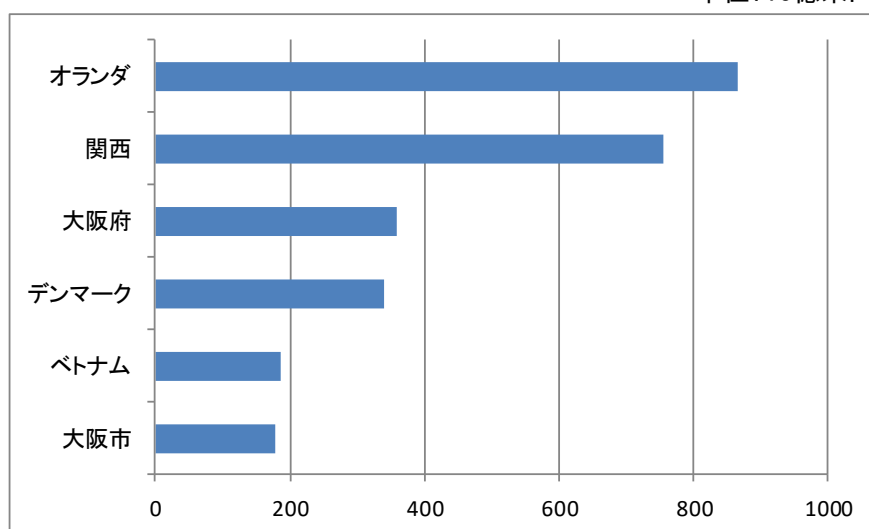
出典：IMD (International Institute for Management Development) 「World Competitiveness Yearbook」の各年版、

■ 関西はオランダに匹敵するGDPを創出

大阪府はデンマーク、大阪市はベトナムと並ぶ水準

大阪・関西の域内総生産(2014年名目)

単位：10億米ドル



出展：IMF 「World Economic Outlook Database」、内閣府「県民経済計算、国民経済計算」、
大阪府「市民経済計算」、(一財)アジア太平洋研究所「関西経済の現況と予測」

■10年連続で大阪から府外への転出超過

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	合計
転入	164	160	132	149	146	156	155	164	156	141	1,523
転出	252	284	251	238	256	244	251	218	232	198	2,424
転入－転出	▲ 88	▲ 124	▲ 119	▲ 89	▲ 110	▲ 88	▲ 96	▲ 54	▲ 76	▲ 57	▲ 901

10年間で大阪府への転入元及び転出先 上位10都道府県

転入企業・移転元

	都道府県	件数	構成比
1	兵庫県	547	35.9%
2	東京都	287	18.8%
3	京都府	152	10.0%
4	奈良県	144	9.5%
5	和歌山県	50	3.3%
6	滋賀県	39	2.6%
7	福岡県	26	1.7%
8	神奈川県	24	1.6%
9	広島県	21	1.4%
10	千葉県	17	1.1%
	全体	1,523	—

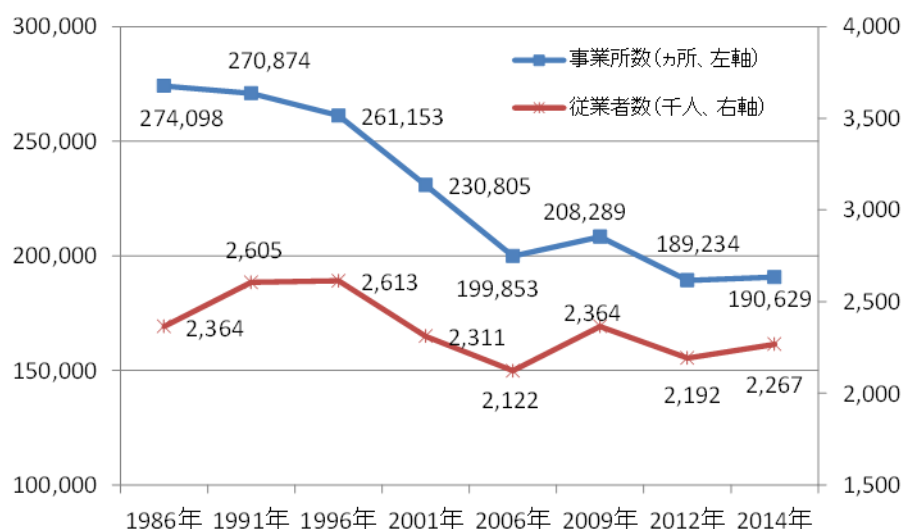
転出企業・移転先

	都道府県	件数	構成比
1	兵庫県	843	34.8%
2	東京都	659	27.2%
3	奈良県	259	10.7%
4	京都府	216	8.9%
5	滋賀県	60	2.5%
6	和歌山県	42	1.7%
6	神奈川県	42	1.7%
8	三重県	33	1.4%
9	愛知県	31	1.3%
10	岡山県	27	1.1%
	全体	2,424	—

出展：(株)帝国データバンク「特別企画：大阪府・本社移転企業調査」2015.8.11

■大阪市の事業所数・従業者数は東京都区部に次ぐ規模を誇るが、長期に渡り減少傾向が続いている

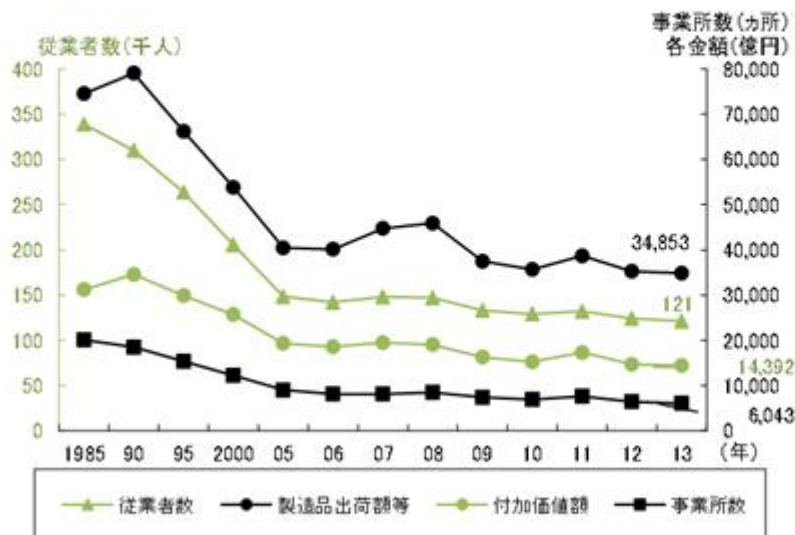
大阪市の事業所数の推移、従業者数の推移



出展：大阪市「大阪の経済(2016年版)」

■大阪市における製造業の推移

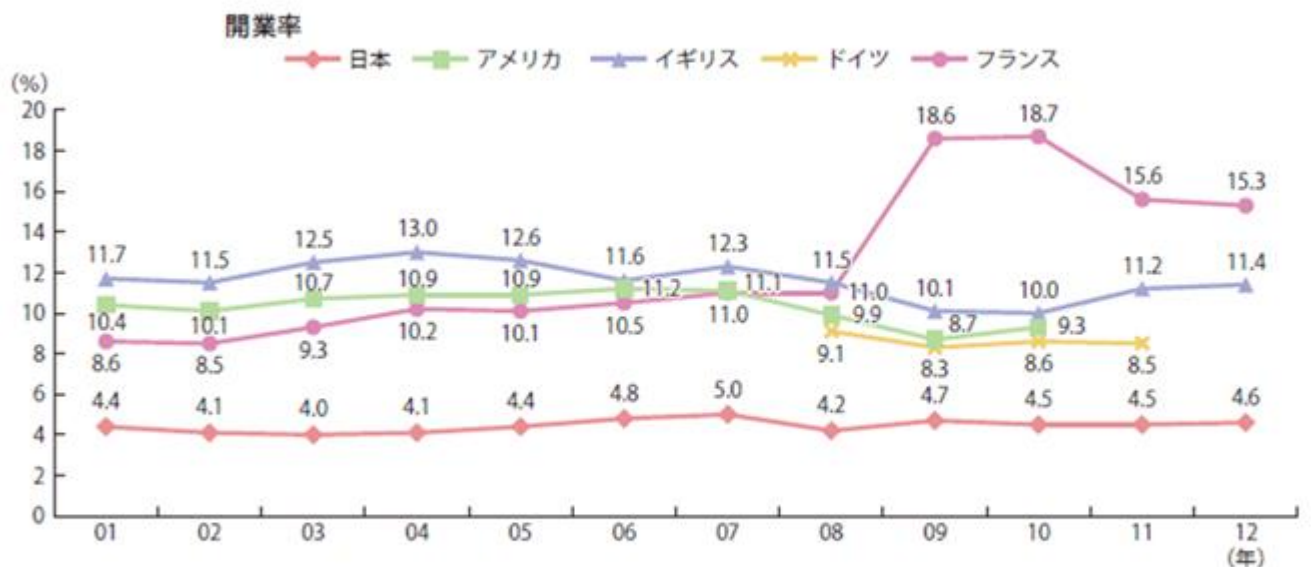
製造品出荷額等はバブル経済期をピークに減少傾向で、13年の製造品出荷額等は3兆4,853億円、全国シェアは1.2%にまで低下。付加価値額は1兆4,392億円、従業者数は12万1千人で、全国シェアはそれぞれ1.6%。



出展: 大阪市「大阪の経済(2016年版)」

■低い日本の開業率

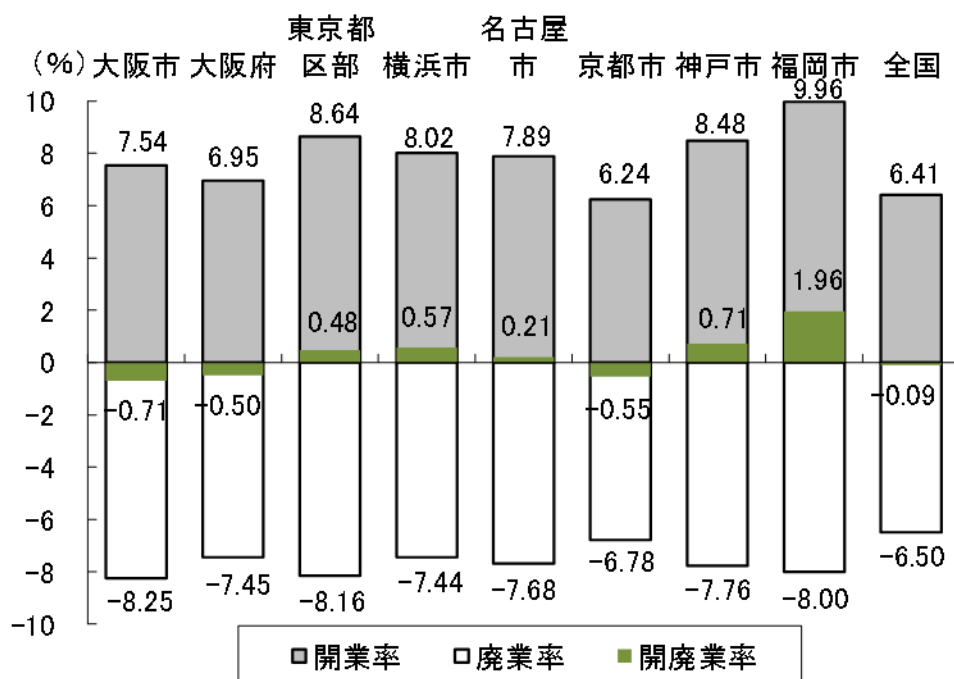
欧米諸国との比較



出展: 中小企業白書2014

■事業所の開廃業率

大阪市の開業率は全国平均を上回るも、東京都などを下回る。
大阪市の廃業率は他都市と比較して高く、開廃業率も-0.71%と低い



出展: 大阪市「大阪の経済(2016年版)」

■起業環境の国際比較

日本は諸外国と比較し、起業家精神及び起業環境の両面において、様々な課題が存在する。

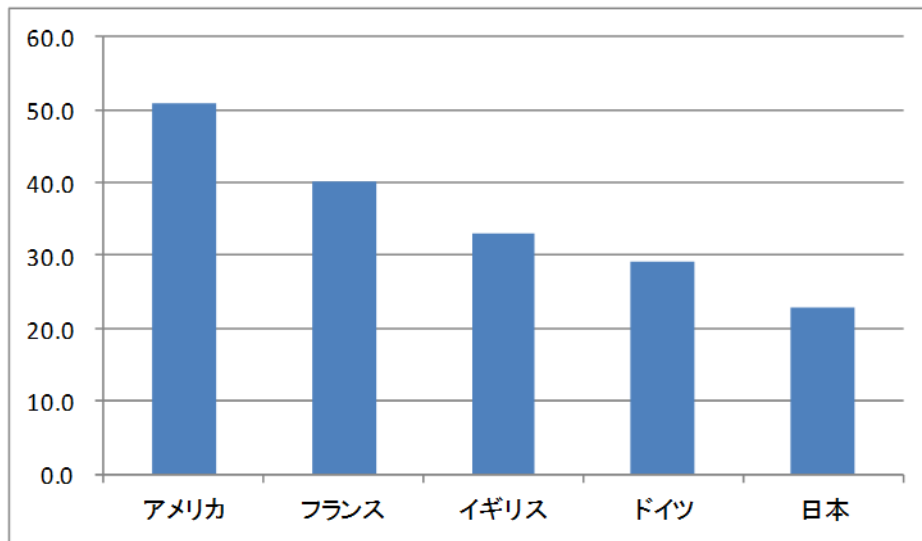
	総合順位	会社登記に要する手続き数	会社登記にかかる日数	開業コスト
シンガポール	3	3	2.5	0.6
香港	5	3	2.5	0.8
アメリカ	20	6	5	1.5
イギリス	28	6	12	0.3
韓国	34	5	5.5	14.6
フランス	41	5	6.6	0.9
ドイツ	111	9	14.5	4.7
日本	120	8	22	7.5

出展: 中小企業白書 2014

■起業家精神に関する調査

「もし、起業家と被雇用者を自由に選択できると仮定した場合、起業家を選択すると回答したもの」

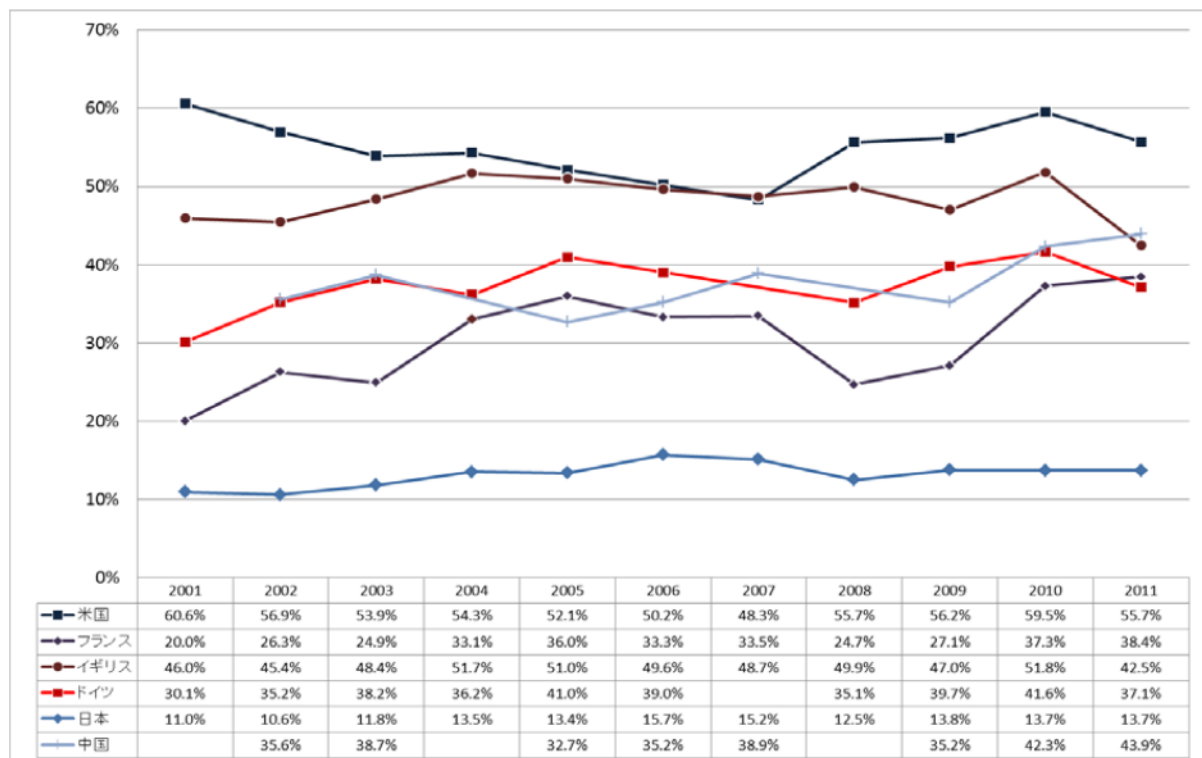
日本は欧米諸国に比べて、起業を選好する割合が低い



出展: 中小企業白書 2014

■日本では起業家スキルがあると考えている人の割合が著しく低い

18-64歳人口に占める起業スキルがあると考えている人の割合



出展: 経済産業省「平成23年度創業・起業支援事業(起業家精神に関する調査)」平成24年2月

■ 日本の英語力は世界最低ランク 2009年TOEFL世界ランキングは113か国中99位

順位	国名	スコア
1	デンマーク	100
2	シンガポール	99
3	オーストリア	97
3	ベルギー	97
3	フィンランド	97
3	南アフリカ	97
7	エストニア	96
7	ドイツ	96
9	アイスランド	95
10	モリシャス	94
10	アルゼンチン	94
12	コスタリカ	93
12	ウルグアイ	93
14	クロアチア	92
15	チェコ	91
15	ハンガリー	91
15	カナダ	91
18	インド	90
19	レユニオン	89
19	ジンバブエ	89
21	マレーシア	88
21	パキスタン	88
21	フィリピン	88
21	フランス	88
21	ギリシア	88
21	イタリア	88
21	プエルトリコ	88
99	日本	67

Data 1 アジア各国「TOEFLスコア」で判明！
日本の平均スコアはブービー間近！？
●2010年アジア30か国「TOEFLスコア」平均点ランキング

1位	シンガポール	98点
2位	インド	92点
3位	マレーシア	88点
3位	フィリピン	88点
3位	パキスタン	88点
6位	バングラデシュ	83点
6位	スリランカ	83点
8位	ブータン	82点
9位	香港	81点
9位	韓国	81点
11位	キルギス	79点
11位	ネパール	79点
13位	カザフスタン	78点
13位	インドネシア	78点
13位	北朝鮮	78点
27位	日本 (30か国中)	70点

出典：Test and Score Data Summary for TOEFLR Internet-based and Paper-based Tests

■ イノベティブな企業は新しい企業が多い

アメリカ企業は15社、1980年以降の新興企業が中7社
日本起業3社中1社

順位	企業名	国名	創業年	順位	企業名	国名	創業年
1	Apple	アメリカ	1976	14	Softbank	日本	1981
2	Google	アメリカ	1998	15	Fast Retailing	日本	1963
3	Tesla Motors	アメリカ	2003	16	Yahoo!	アメリカ	1995
4	Microsoft	アメリカ	1975	17	Biogen	アメリカ	1978
5	Samsung	韓国	1938	18	The Walt Disney Company	アメリカ	1923
6	Toyota	日本	1937	19	Marriot International	アメリカ	1927
7	BMW	ドイツ	1916	20	Johnson and Johnson	アメリカ	1886
8	Gilead Sciences	アメリカ	1987	21	Netflix	アメリカ	1997
9	Amazon	アメリカ	1994	22	AXA	フランス	1817
10	Daimler	ドイツ	1998	23	Hewlett Packard	アメリカ	1939
11	Bayer	ドイツ	1863	24	Amgen	アメリカ	1980
12	Tencent	中国	1998	25	Allianz	ドイツ	1890
13	IBM	アメリカ	1889				

資料：Boston Consulting Group「The Most Innovative Companies 2015」

■シリコンバレーは10倍のイノベーション創出力を持つ

米国で新規に設立される企業のうち、株式の公開まで到達する確率………0.1%

シリコンバレーで新規に設立される企業のうち、株式の公開まで到達する確率…1%

資金調達の重要性増大

出資者別の「出資に対する考え方」

	当事者	パートナー エンジェル	VC	金融機関	従業員 (幹部、一般)	一般投資家
目的	事業の立ち上げ	・ビジネスチャンス ・事業への共感 ・キャピタルゲイン	キャピタルゲイン (ハイリスクを負う)	新規優良顧客確保 (不良債権=ハイ リスクは避ける)	インセンティブ 資産形成	キャピタルゲイン (情報開示の中で の投資が前提)
設立時 事業 立ち上げ時	◎	○	△		(ストックオプション)	
成長初期		○	○		(ストックオプション)	
公開時				△	(従業員持株会)	○

★ VCが果たす資金調達アドバイスおよび調達支援は有効

米国の事例

・創業後5年以内に半数の企業が潰滅

・米国で新規に設立される企業のうち、公開まで到達する確率………0.1%

・シリコンバレーで新規に設立される企業のうち、公開まで到達する確率…1%

・ベンチャーキャピタルが支援した企業のうち、公開まで到達する確率……10%



流動性の欠如／長期の忍耐／成功確率の低さ

→ 評価・目利きの必要性

(出典) 資料「ベンチャー・キャピタル・アドバイザー・シリコンバレー」構成図表

■世界各国のベンチャーキャピタル投資額

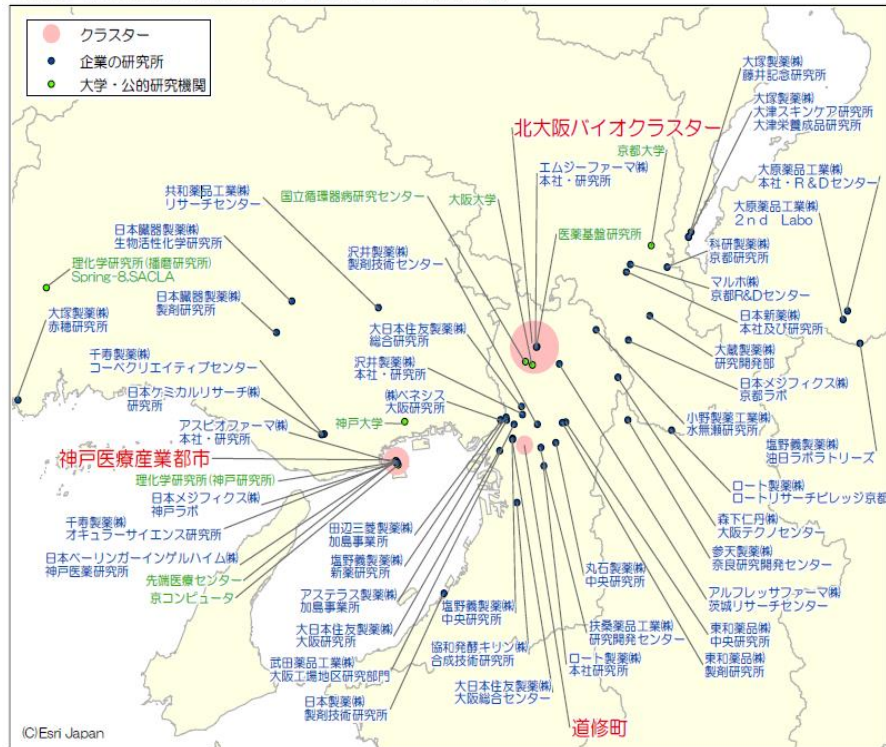
世界各国のベンチャーキャピタル投資額を比較すると、我が国は米国から大きく差がついており、GDP比では0.02%と先進各国と比較しても低い状況にある



出展:総務省情報通信白書 平成25年版

■大阪・関西は医薬品産業の産学官が集積

図表3-6 関西における医薬品企業・大学公的機関の医薬品研究開発拠点



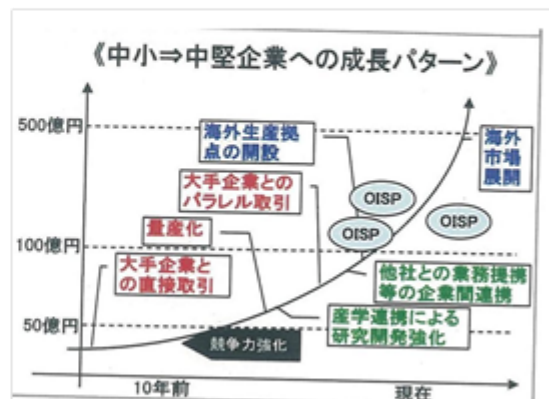
出典：(株)日本政策投資銀行「創薬を中心とした医薬品産業の現状とバイオベンチャー発展に向けて～バイオベンチャーによる関西発の創薬を目指して～」

■大阪は多様な業種の独立系サプライヤーが集積

複数の大手アsemblerと直接取引を行うことで経営基盤が安定、研究開発を重視

都市名	中堅企業数	うち独立系
東京都区部	1,372	845
大阪市	468	329
名古屋市	170	127
横浜市	124	68
神戸市	77	47
京都市	72	54
川崎市	65	37
福岡市	37	26
北九州市	35	21
	2,320	1,554

対象：製造業を主とし売上高50億円以上500億円未満(2008年)
(出典)「中堅企業実態調査」大阪市経済局(平成22年3月)



■用語集

イノベーション

- ・新しい技術や新しいアイデアから社会的意義のある新たな価値を創造し、社会的に大きな変革をもたらすこと。

イノベーション・エコシステム

- ・産学官が各々の特徴を活かして活動を行い、生態系システムのようにそれぞれのプレーヤーが相互に関与してイノベーション創出を加速するシステム。

イノベーション・パイプライン

- ・基礎研究の成果を、一定期間が経過した後に市場化という形で結実させ、社会に利益をもたらす仕組みのこと。

イノベーター

- ・マーケティングに関する用語で、新たに現れた商品やサービス、ライフスタイルなどを、最も早い段階で受け入れる者。

エコシステム

- ・複数の企業が商品開発や事業活動などでパートナーシップを組み、互いの技術や資本を生かしながら、業界の枠や国境を超えて広く共存共栄していく仕組み。

オープンイノベーション

- ・自社技術だけでなく他社等が持つ技術やアイデアを組み合わせ、革新的な商品やビジネスモデルを生み出すこと。

官民連携ファンド

- ・ベンチャー企業や中小企業などに対する投資事業を行う民間機関等が組成する投資ファンドに公共側からも出資を行う形態のファンドのこと

クラウド： cloud computing（クラウドコンピューティング）

- ・ネットワーク、特にインターネットをベースとしたコンピュータの利用形態。データを自分のパソコンや携帯電話ではなく、インターネット上に保存する使い方、サービスのこと。

コミュニケーター

- ・なんらかの分野について情報、智識を持ち、それを広く一般に普及させることのできる人。

シーズ

- ・本来「種」の意味。転じてビジネスの「種」となる研究成果、新技術やアイデア等を意味する。本基本方針中では、企業に限らず大学・研究機関等が保有する研究成果や新技術を含む。研究シーズや技術シーズということもある。

GDP : Gross Domestic Product (国内総生産)

- ・日本の国内で、1年間に新しく生みだされた生産物やサービスの金額の総和。

シードアクセラレーター

- ・スタートアップ（新規立ち上げ企業）を支援するインキュベーター（起業家の卵の支援を行う人）を意味する。資金提供だけでなく、指導、対話、スタートアップのサポート、シェアオフィス提供など、創業間もないスタートアップや解決すべき課題を抱えている起業家に対し様々な支援を行う。

3Dプリンタ

- ・通常の紙に平面的に印刷するプリンターに対して、3D CAD、3D CG データを元に立体（3次元のオブジェクト）を造形するデバイスを指す。3次元のオブジェクトを造形することを、3D プリンティング（三次元造形、英: 3D printing）と呼ぶ。

SNS : social networking service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)

- ・人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービス。あるいはそういったサービスを提供するウェブサイトも含まれる。

中継都市

- ・アジアと日本各地との「ヒト・モノ・カネ」の結節点・玄関口として、わが国全体の成長を牽引する都市。

ディレクション

- ・指導、管理、監督、演出、指揮を行うこと。

デザイン思考

- ・プロトタイプを作り、それを用いたテストマーケティングなどを通じて実地の試験・検証を行い、そこで問題を発見、解決するというサイクルを回しながら、完成に近付けていくというもの。

ニーズ

- ・要求や需要などのこと。「顧客やユーザーからの要望」というときに、「顧客ニーズ」や「ユーザーニーズ」と使われることが多い。

ハイエンド都市

- ・高度な技術を有する産業や人材などが集積し、高い付加価値を創出する都市。

ハッカソン

- ・《「ハック」と「マラソン」からの造語》ソフトウェア開発者が、一定期間集中的にプログラムの開発やサービスの考案などの共同作業を行い、その技能やアイデアを競う催し。期間はふつう数時間から数日程度。
- ・企業内で研修の一環として行われるほか、大手企業が広く外部から参加者を集めて自社の製品やサー

ビスに役立つアイデアを競わせたり、ベンチャーキャピタルによる出資対象の選定に利用されたりする。

ハンズオン支援

- ・ベンチャーキャピタルなどが、単なる出資にとどまらず、投資先企業の経営状況のモニタリングや社外取締役の派遣など積極的に業務執行の支援を行うこと。

ビジネスプラン

- ・将来の事業構想を企業戦略、資金調達等の命題を折込み、論理的に体系化し、企業の現況と展望を分かり易く作り上げたもの。

ピッチイベント

- ・短い時間で自社の製品やサービスを紹介する催し。主に、ベンチャー企業が自社の魅力や将来性を投資家に売り込み、資金を獲得することを目的とする。複数の企業が登壇してプレゼンテーションを競う形式のものは、ピッチコンテストともいう。（「ピッチ=投げ込む」が語源）

ブラッシュアップ

- ・一定のレベルに達した状態からさらにみがきをかけること。

プラットフォーム

- ・基本方針中では、多様な主体の連携によりイノベーションを創出するため、情報の収集・提供、マッチングや集客など、さまざまな機能を提供する環境や場のことをさす。

プロトタイプ

- ・デモンストレーション目的や新技術・新機構の検証、量産前での問題点の洗い出しのために設計・仮組み・製造された試験機・試作回路・コンピュータプログラムなどのこと。

ヘッドクォーター

- ・本部。司令部。また、それらの要員。

見える化

- ・企業活動の漠然とした部分を、数値などの客観的に判断できる指標で把握すること。

メンター

- ・優れた指導者。助言者。恩師。顧問。信頼のおける相談相手。ギリシャ神話で、オデュッセウスがトロイア戦争に出陣するとき、自分の子供テレマコスに託したすぐれた指導者の名前メントール（Mentōr）から。

モバイル

- ・コンピュータシステムへのリモート接続を前提とする携帯用コンピュータ端末機器の総称、またはそれらの機器を使用して、機動力を持たせたコンピュータシステムのこと。

ユーザー指向

- ・ユーザー目線の基準に合わせること。

ライフイノベーション

- ・医療・介護・健康等の分野の革新を意味するもの。同分野の技術革新などを武器とした産業戦略のことを指すこともある。

リーディング・プロジェクト

- ・計画を推進していく中で、全体を先導的にリードしていくプロジェクトのこと。

リーンスタートアップ

- ・トヨタの無駄を省いた生産方式の考え方を起業に適用し、綿密に事業計画をたてるよりも、試作段階からユーザーの反応を取り入れ、柔軟に戦略変更しながら売れる製品づくりをめざす効率的な起業の手法。

ワークショップ

- ・一方通行的な知や技術の伝達でなく、参加者が自ら参加・体験し、グループの相互作用の中で何かを学びあったり創り出したりする、双方向的な学びと創造のスタイル。