

大阪市イノベーション促進評議会 平成30年度第1回 会議録

1 日時 平成30年12月14日（金曜日）9時30分から11時

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）

■ 議題

- ・ 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
- ・ 今後の取組みについて
- ・ その他

（事務局）

それでは、平成30年度第1回大阪市イノベーション促進評議会を開催いたします。

本日の評議会はユーストリームにより同時配信を行っております。

本評議会は、大阪市の執行機関の附属機関に関する条例に基づき、平成25年の大阪イノベーションハブ（O I H）の開設に合わせて設置しており、グローバルイノベーションの創出の支援に関する事項の調査審議及び市長に対する意見の具申をお願いするものです。どうぞよろしくお願いいたします。初めに開会に当たりまして、大阪市経済戦略局イノベーション担当部長からご挨拶申し上げます。

おはようございます。本日はお忙しい中、また朝早くからお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。おかげさまをもちまして、こちらO I Hで行っております各事業は順調に進んでおります。

本日は今年度事業の進捗状況をご説明いたしますとともに、こうした事業の目標などを定めました現在の基本方針が今年度末で期限を迎えることから、次年度以降の方針・方向性等につきまして、ご意見をいただきたいと思いますと考えております。

委員の皆様には引き続き、イノベーション創出支援事業へのご意見、ご協力を賜りますようお願いいたしまして、簡単ではございますが、開会の挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、この先は正城委員長に議事進行をお願いいたします。

(正城委員長)

おはようございます。今年度の第1回です。上半期の活動状況についての議題と、現在の3か年計画が今年度で終わりということで、次期の計画と今後の方向性という、この大きな2つの議題がございます。議題1については、まずご説明いただいた後に1時間弱、色々な活発なご意見をいただきたいと思います。その後、30分程度、今後の方向性など2の議題に移りたいと思います。

それでは早速ですけれども、議題1について体系の話、基本方針の取り組み等々について資料1から資料4-2までになると思いますが、事務局からご説明をお願いいたします。

(事務局)

よろしく申し上げます。今年度2回行います評議会のうち、今回は1回目ということで、今回はまず今年度の上半期の進捗状況と下半期をどうしていくか、それから来年度以降、このような流れでご説明いたします。

まずは、もう皆様、既にご承知のこととは思いますが、大阪市のイノベーション施策につきまして、資料1と2を活用しながら少しおさらいしたいと思います。

資料1をごらんください。支援事業の体系ということなんですけれども、行政としての大阪市のイノベーション施策の目的です。右下の黄色い部分になりますが、大阪・関西にイノベーションエコシステムを構築することを目的としております。その実現のために大きく分けて3つの取り組みをしております。事業1、2、3とありますけれども、まず1です。グローバルイノベーション創出支援事業。こちらは、まさにOIHを中心にやっております。OIHの開設と同時に始めた主要事業として、現在は公益財団法人 大阪市都市型産業振興センターに委託して、OIHの管理・運営とともに実施しております。

このOIHなんですけれども、土日も含め年間250回以上のイベントを実施しております。この縦に伸びている矢印にあります人材の集積、その下に育成、結合、プロジェクト創出、それから支援者等との出会いを創出するさまざまな取り組み、こういう段階がありまして、利用者の方それぞれのフェーズに応じて、イベント等でご活用いただいております。

それから、基本業務というのが右側でございますが、こちらはイベント以外の活動です。総括的業務という括りにしておりますが、様々な企画立案とか会員制度です。後ほど説明し

ますが、プレイヤー、パートナー、という会員の管理、活動スペースの提供、メンタリング・各種相談サービスの実施、それから最近ふえてきた国際連携に係るような調整業務と、こういったもの一切を含んでおります。

それから事業2です。右下の方に進みまして、O I Hシードアクセラレーションプログラム（O S A P）、こちらはO I H開設から少し遅れて平成28年度にスタートしまして、現在3年目、有限責任監査法人トーマツに委託して実施しております。創業前後の事業者の事業を育てる、加速させる、このような取り組みでして、4か月間で10社、これを年に2回実施いたしまして、現在6期目となりますので、計60社をサポートしているということになります。当然こちら事業1のO I H事業と効果的に連携いたしております。

それから左下です。一番下のところ、プロジェクトのショーケースとありますが、こちらが国際イノベーション会議H a c k O s a k aで、大阪市と公益財団法人都市活力研究所の2者での実行員会によって実施しております。こちらは大阪の取り組みですとかプロジェクトを世界に発信するとともに、世界のトレンド・潮流を大阪で紹介することにより、大阪が進むべき方向性について議論する全編英語で実施している国際会議でございます。

今申し上げました、1、2、3、この3つについて評議会でご意見、それから年度末にはご評価をいただいております。

それから、これらに関連しまして、1つ補助制度がございますのでご紹介いたします。この紙の右上をごらんください。イノベーション創出支援補助金です。こちらは大学と企業の連携による研究開発をサポートするというものでして、大学のシーズとか、ここで生まれたプロジェクトとも当然O I Hとは連携しております。大阪市の直営事業でございます。これはまた後ほど上半期の事業進捗のところでご紹介いたします。簡単ではございますが以上となります。

次に資料2をごらんください。こちら文字がぎっしりと並んでいるのですが、ポイントを絞ってご紹介いたします。我々のこのイノベーション施策です。特に根拠条例とか、規則というのはないのですが、それに代わるものとして、基本方針というのを策定しております。O I Hを開設しました平成25年に策定いたしまして、3年間で1度見直しをかけて、現行のものは平成28年度に改定をして、今3年目です。従いまして、来年の春に次の改定時期を迎えます。全体の参考資料1として全体版を後ろにつけておりますので、ここでは抜粋という形でご紹介いたします。

まずこの基本方針の目的なんですけれども、ここに書いてあるとおりでして、オープンイノベーション、それから場の形成とか、エコシステム、こういったものがキーワードになってまいります。重要な事は、この事業を通じて大阪と世界が直接つながる、大阪が中継都市として機能していくと、そういうような思いも込めておりまして、冒頭に集まりを經由して世界に飛び出していくという表現もしておりますように、そこを重視しております。

それから3番とあります方策ですけれども、こちらオープンマインドでフラットな関係でつながると、これを理念にしております。オープンイノベーションの実現のために、全てのステークホルダーがオープンマインドをもってフラットな関係でつながる。こちらを大変重視しております。これは当然スタートアップと大企業、あるいは中小企業との関係においても言えることだと考えております。

それからイノベーションのエコシステムを作ります。その下に域内の強みを集積、結合、反応とありますが、こちらは大阪が世界で認知され、世界で戦っていくには、当然大阪だけではなくて、京都、神戸等も含めた関西のポテンシャルを一体として発信しないと、ということ、ここで域内とは関西を想定しております。

次のページを見ていただきまして、こちらにもまちぐるみの運動という表現が2回出てまいります。我々自治体の役割としましては、エコシステムの中で産学のプレーヤーに活躍していただくための環境、土壌の整備です。そういった役割を担っておりまして、あくまでも活動は民間主導で進めていただいているという事にしております。

最後に基本方針の目標ですけれども、こちらやはり具体的な数値を伴った目標を掲げて実施していこうということで、これは平成27年度の策定時に設定しました目標です。こちら3つとしております。つながる人数、ピッチイベント回数、それからプロジェクトの創出、こちら議題2で、これを今後どうしていくかについてお話しさせていただきます。

次のページを見ていただきまして、視点です。こちらは本当にそのとおりです。支援チームを生み出して、プラットフォームを構築して世界とつながっていくということを記載しておりますが、詳細は省略させていただきます。

続きまして、今年度の上半期の主な取り組みをご紹介します。資料3をご覧ください。本年3月19日の前回の評議会でもいただいたご意見、ご指摘ですけれども、中でもイベント・プログラムに直結させられるキーワードが2つございました。1つはグローバル、もう1つが既存企業、特に大企業の参画。これらを意識して上半期はプログラムを実施しており

ます。主なものをご紹介します。

まずグローバル展開に向けた取り組みですけれども、こちらはイベントをするのはもちろんですが、そのみならず、我々自身、大阪市やO I Hのスタッフが未開拓のところにもどんどん切り込んでいって、都市間とか拠点間の関係構築をしていこうというものでして、その中でピッチイベントへのスタートアップの送り込みとか、あるいは大きなピッチイベントの予選大会を大阪で開催するとか、あとはH a c k O s a k aでのスピーカーの発掘とか、こういったことに取り組んでおります。

1つ目はヨーロッパとありますが、こちら具体的にはオランダ、ポルトガルでして、例えばオランダ発祥の国際ピッチイベントG e t i n t h e R i n g 2 0 1 8、こちらリスボンで決勝戦があったので、参加したり、オランダ、ポルトガルでH a c k O s a k aへの登壇者を発掘してきたりと、そういったことをしてまいりました。

あと、その下のシカゴです。シカゴ市は大阪市と姉妹都市関係にあり今年45周年を迎えました。シカゴにある、全米を代表する規模のイノベーション拠点1871とMOUを結びました。こちらも今後イベントとか人材交流の連携を目指そうということで対話を開始したところでございます。

次をめくっていただきまして、グローバルが続きますが、J I Pとあります。こちらはジェトロ（日本貿易振興機構）と一緒に実施して、2年目を迎えます。中国深圳でのアクセラレーションプログラムになります。対象は知財を持っている日本の中小企業です。こちらのプログラムの参加者は、深圳との商談にとどまらず、帰国後、国内外のピッチコンテストに出ていただいて活躍していただく企業も出てきていると、そういうような広がりにもつながっております。

その下がT e c h I n A s i aです。こちら2年目になってきているのですが、O I Hでブース出展をして情報発信をしております。1つ成果としてご紹介したいのが、会場でブース出展していた大企業との対話の結果、その後に東京で行われるピッチコンテスト、こちらにO I Hの枠をいただいて、スタートアップの方に登壇していただきました。結果、O I H枠で出場したスタートアップが、優勝、準優勝に輝きました。

その下が海外ワークショップです。海外ワークショップは毎年実施しておりますが、これまでずっとシリコンバレーで、昨年度に初めて深圳に行き、今年はシンガポールになります。主に若手の起業家や大学生、大企業の新規事業の担当者と渡航し、マインド醸成、あるいはピッチ・メンタリングを通じたビジネスのブラッシュアップ、こういったことが中心になる

のですが、その後の展開という観点で、これまでと少し違う点が2つございます。一番下の成果・今後の展開のところにも書いているのですが、まず1つが、Hack Osakaです。Hack Osakaにおいて開催いたします「国際ピッチコンテスト」など我々のプラットフォームにも参画いただけるようなプロモーションをいたしまして、登壇者とか審査員とかコンテストへの応募者を確保いたしました。2番目ですけれども、この海外ワークショップのフォローアップとしまして、大阪イノベーションハブと現地で訪問して意見交換、関係構築しましたシンガポール国立大学、こちらで事業連携ができないかということで、今対話を始めております。具体的にはビジネスのプロジェクトを作るとか、あるいはシンガポールで行われる大きなイベントへのスタートアップの参加、こういったことを目指して調整を開始しております。

次のページを見ていただきますと、イノベーション創出に向けた取り組みがございます。こちらは3つ事例を紹介しておりますが、いずれも関西の大企業に参加いただいているイベントでございます。特にMorning Meetupは、ちょうど8月に100回を迎えまして、その100回記念イベントという大きなものを実施いたしました。そのイベントの中で、共催者であります関西経済同友会に「関西ベンチャーフレンドリー宣言」を大きく発表いただくなど、本当に大企業も一緒になって関西を盛り上げていこうという機運を醸成しております。その下の2つにつきましても、まさに大企業とかその社員の方々が主役のイベントとなっております。

その下です。先ほども、3つの主要事業のうちの2つ目の事業としてご紹介いたしましたOIHシードアクセラレーションプログラム(OSAP)でございます。こちら3点の概要の一番下にもあるのですが、アクセラレーションですので、VCとの集中メンタリング、大企業とのネットワーク構築、このような取り組みを通じて、特に「資金調達」と「大企業とのアライアンス」、これにいかにつなげていくか、この2つに強くこだわって実施しております。実績といたしましては、現在6期目、11月から2月までの6期目になります。ここでは直前の5期の実績と参考に1期から5期までの合計です。これを記載いたしております。

続きまして、産学官連携のご紹介させていただきます。次のページをごらんください。上

は1つ事例といたしまして、大阪大学ベンチャーキャピタルと組んだ取り組みになっております。ヨーロッパなんかに行きますと、特にスタートアップといえば、確固たる技術を持ったテックスタートアップです、ということが多いです。まさにそのコアな技術を持つ大学が、そのまちと一体となって戦っているという事例が幾つもございます。大阪でもテクノロジーベンチャーの創出の推進を目指して、OIHをそのハブにしていきたいと考えております。大阪大学のみならず、大阪市立大学とか、あるいはJSTとか、そういったところと組んで、このような取り組みを続けております。

それから一番下の方です。先ほども紹介いたしました補助金です。こちらは全国の大学と大阪市内に事業所を有する民間企業または個人との連携事業に対して、上限を200万円として補助するものでございます。少し見づらいのですが、右の方に平成23年度から29年度までの大学別の交付件数を記載しています。補助したプロジェクトがどうなったかという観点ですが、追跡調査しました平成28年度までの56件中、約13%に当たる7件が実用化、商業化されております。これはかなり高い確率ではないか、と考えております。なお、現在少し制度改正の準備をしております。具体的には、大阪市内の大学に限り、大阪市の民間企業とか個人との連携事業も対象となるようにできないか、ということで今調整をしておるところでございます。上半期の主な取り組みは以上になります。

最後にA3の縦長の紙をごらんください。こちら上半分が資料の4-1です。上半期の目標と実績の一覧、それから下半分が資料4-2といたしまして、振り返りと下半期について、なっています。

まず、一番上のところをご覧ください。矢印が右に向かって3つあるんですけども、さまざまな手段で情報発信をいたします。人材を集めてコミュニティの形成と連結を行います。それからチームを作ってプロジェクト創出をします。最後にプロジェクトの創出。これは具体的にHack Osakaを想定しています。このような左から右へ流れるように事業を整理いたしまして、分類しております。

それから、今度は縦に見ていただくと、上から下へアウトプット（事業量）とアウトカム（成果）それぞれについて、上の段が目標、下の段が上半期の実績、こういうような表になっております。さらにA3下半分がそれぞれの分類、カテゴリーに応じて資料4-2に続いていくという構成でございます。文字と数字が多いため、特に黄色のマーカーでお示した重要なものについて口頭でご紹介いたします。

まず、左端の情報発信ですけれども、こちら合計回数は年間目標700に対して453回と順調に実施しております。特に今年はアウトカムの5番に書いております、成功起業家ライブラリー、これに重点的に取り組んでおります。少し下にずれていただきまして、振り返りのところをご覧いただきたいのですけれども、課題といたしまして、英語での情報発信の数が少ないと考えております。数字上にも表れているのですけれども、さらに必要であると認識しております。それから、起業家ライブラリーと申し上げましたが、こちら先輩起業家の活躍とか成功事例、これを、特に若手に身近に感じてもらえるような内容を意識していきたいと考えております。あと、特にアクセラレーションプログラムでサポートしている企業のメディア露出、こちらが大変好調でございます。

それから厳密には下半期に分類されるんですけども3点ほどご紹介いたします。お手元にもお配りしておりますが、OIHのパンフレットを作りました。こちら、見開きで記載されているのですが、その中にとじ込み、少し紙を挟める部分を作りまして、直近のイベントとか、起業家ライブラリーとか、こういったものを入れております。こちらも随時更新してまいりたいと考えております。それから、振り返りの記載でも書きましたけれども、この10月にForbes Japanで「日本国内で注目すべきイノベーションハブ5選」として掲載いただいております。それから、11月30日にはOIHの5周年の記念イベントを実施いたしました。こちら240名の来場者にお越しいただいております。

続きまして、2番目のコミュニティ形成・連結のところでございます。まず一番上のコミュニティ形成のイベントです。こちら、上半期で年間の計画、目標を大きく上回っております。72回に対して、上半期で95回実施しております。あと、このテックミーティング、大学研究機関とのコラボのイベントとなりますが、テックミーティングにつきましても上半期は1回となっておりますが、この10月、11月で2回実施しております。

次に会員数です。こちらも順調でございます。スタートアップを中心とした主に事業を起こしたい人・推進したい人を「プレイヤー」とし、それらをサポートする側の大企業、大学研究機関、メディア、政府機関が「パートナー」です。会員はこの2つからなるのですけれども、特にパートナーの方は、なかなかこのイベントに参画いただいている層をもっと掘り起こして、充実させたいと考えております。既存の大企業とか、中堅企業の参画、こちらに力を入れてまいりたいと思っております。

その大企業ですけれども、最近の傾向としまして、本当にここ3カ月くらいで「参画した

いんです」「イベントをしたいんです」という問い合わせが増えております。これまで多かったメーカーとか通信事業の企業に加えまして、例えば運輸、交通とか、保険会社、カード会社のような、こういった業界からも参画のお問い合わせをいただいているところでございます。あと、海外の支援機関との交流、こちらについても大きく拡大したところでございます。このあたりは下半分の振り返りのところにも、書かせていただいております。

続きまして、3番目のプロジェクトの創出にまいります。我々イノベーションエクステンションという名称をつけておりますが、大企業とベンチャーのオープンイノベーションのイベントが9月以降に一気に増えまして、現在も大企業からの開催の申し込みが頻繁に続いているところでございます。あと、我々重要なカテゴリーとしております、ピッチイベントの回数です。こちら年間50回の目標に対して、上半期の時点で17回、ちょっとこれだけ見たら苦戦しているんですけども、ここにはあられませんが、10月、11月で11回実施しております、さらに下半期増やしていく予定ですので、目標は到達できる見込みでございます。あと、この2のコミュニティ形成・連結、3のプロジェクトの創出のカテゴリーにまたがって書いております。イベント参加者数です。こちら大変分かりやすく、かつ重要な指標なんですけれども、参加者数に関しては上半期で目標を達成しております。しかしながら、プロジェクトの創出の列の下の振り返りのところに、特に2つ目と3つ目のポイントで書かせていただいているように、やはり、その後のプロジェクト創出に向けた動きです。こちらが課題かなというふうに考えております。イベントの参加者とかサービス利用者、それからイベントで生まれたチームです。これらを適切にフォローして、ピッチでの登壇につなげていくとか、プロジェクトの創出につなげていく、これは当然大学や研究機関の皆様とも連携も含めてなんですけれども、こういった事に今後は重点的に取り組んでまいりたいと考えております。

最後に右端のプロジェクトのショーケースでございます。来年3月13日（水）に開催を決定いたしておりますHack Osaka 2019です。これは、頑張って全編英語でやっているので、現在は外国人の方の参加率が12.5%です。頑張ってもっと上げたいなと思っているんですけども、それと同時にやはり足元の大阪、関西の皆様、特に既存の企業の皆様と、あとはやはり若手です。学生を含めた若手の皆さんにも、どんどん認知いただいて参加いただきたいと考えております。

Hack Osakaに関しましては、もう本当に年度の最後のイベントですので、下の

段の振り返りといいますか、下半期の事業実施のところをごらんいただきたいんですけども、今年度のポイントが3つございます。

1つは大阪ゆかりの企業家の方のパネルディスカッション、これを追加しております。従来は、パネルディスカッションは外国人の方を呼んで、トレンドのご紹介等をしていたのですが、大阪特集を1つ追加しております。それから会議の中で実施しております、国際ピッチコンテスト、こちらのプロモーションも強化いたしました。駐日の大使館とか総領事館、あるいはジェトロの協力もいただいた結果、応募者が1.6倍に拡大いたしました、先月登壇10社を選出したところがございます。うち8社が外国からの参加になります。

それから、最後に3つ目ですけれども、商談会。これは会議の翌日に実施するのですが、こちらにも1つ増やしました。元々は海外のスタートアップと日本の企業との商談会というのを実施していたのですが、やはり国際会議はショーケースのイベントに留まらず、その場で国際ビジネス創出のきっかけを掴んでいただく場にもしたい、という趣旨から、会議に参加される海外アクセラレーター・VCをお呼びしまして、今度は日本のスタートアップとの商談を実施していただくと、これを1つ加えております。このように商談会を拡充したことで、色々な大阪、関西の機関、例えば、大商のような経済団体とか、ジェトロとかIBPC大阪、さらには京都、神戸のエリアからもご参画いただきます。これはやっぱり世界を相手にしていくということですので、オール大阪、関西で取り組んでいきたいと考えております。上半期の取り組み、それから振り返り、下半期の事業実施については以上でございます。

(正城委員長)

ご説明ありがとうございました。ここからフリーディスカッションに入りたいと思いますけれども、まずは事務局からもう一度振り返り、全体像のお話、資料1と資料3では、昨年度末の評議会でご意見をいただいたグローバルな点とか、大企業の巻き込みの点などを中心に詳細にご説明いただいたあと、資料の4-1で前半の数値の達成状況、それから下期の見込みというところまでご説明いただきましたが、今のご説明でちょっと分かりにくかったというご質問でも、どの点からのご意見でもいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

(竹村委員)

質問なんですけれども、コミュニティとかプロジェクトの創出というのは、業界とか分野

というのは、何か重点分野があるのでしょうか。それとも、幅広く、オールジャンルみたいな感じなのですか。

(事務局)

今のところ、大阪をイノベーション創出の地にしたいという事で始めたため、特定の分野のみに絞って、という事はやってはおりません。

(竹村委員)

なるほど。5年間やって来られた中で大阪の企業の特徴とか、大学とかの知財とかを考えると、最近のテックイベントはどんどんパーティカルにフォーカスする傾向があるので、パートナーシップとかを考えていくに当たっても、もちろん全部カバーするんですけども、その中でも重点領域みたいなのがあった方が世界に対するメッセージングとして分かりやすいのかなという思いがいたしまして。

(事務局)

そうですね、そこは課題と認識しておりまして、おっしゃるように、全てをフィールドにはするのですが、大阪の特徴的なことを、今後やっぱりフォーカスしていく必要があるかな、というようには思っております。

(竹村委員)

分かりました。

(事務局)

少し、補足させていただきます。この5年間はやはり大阪にイノベーションエコシステムというのを根づかせるということで、そういうものを幅広く、既存の企業とか、中小企業とかも含めて、そういう意識を持ってもらうというような事を中心にやってまいりました。また後ほど説明があると思いますが、一定のその成果は出ていると思っております。今、竹村委員から重点分野というお話がありましたけれども、今回は先ほど説明がありましたように、Hack Osaka、来年3月にやるイベントでしたら、重点分野がヘルスケアとスマートシティとフードテック、トラベルテック、あとスポーツテックというように定めて、

海外のスタートアップを募集していきまして、やはりこれから大阪万博なんかも先日決まっています、それからうめきた2期の事業とか、みどりとイノベーションの融合拠点というコンセプトになっていますけれども、そういうことを考えましたら、やはりそういった分野が中心になってくるかなというように思っているんですけれども。後ほどそういったことを説明、我々、課題とっておりますので、またこれからも色々ご指導いただけたらと思っております。

(竹村委員)

とんでもないです。ありがとうございます。

(田中委員)

ありがとうございました。今、竹村委員のお話を聞いて思ったんですけれども、やはり顧客が誰なのかという認識が非常に重要だなと思いました。というのも、テーマと顧客は似て非なるものだと思っております。例えば、ライフサイエンスというテーマがあったとしても、それはあくまでもテーマであって、顧客はおそらく、例えば研究者なのか、起業家なのか、学生なのか、大企業なのか、色々なセグメントがあるんだと思うんです。ですので、まず、顧客認識をするということ、誰のためにこのビジネス・この事業をやっているのかということが非常に重要なと感じました。

そういう意味で言うと、この今やられているキーワードであるとか、報道というのは非常に良いものだと思うんですけれども、それを1本につなぐ必要があるというように考えています。これまではどちらかというところ、機能性みたいなところでつないでいたと思うんですけれども、顧客という意味でつないでいく必要があるかと思っています。これは、行政の外郭団体等の再編なんかがここ20年起こってきていたんですけれども、そこも実はつながる話だというように思っています。これまでというのは、どちらかというところ「機能が一緒ならマージしてしまおう」みたいな形で効率化を考えていたんです。ただ、機能で統一したり効率性で考える時代というのは、もうとうに終わっていきまして、バブルから2000年ちょっとくらいの話だったんです。例えば、都市活力研究所と都市型産業振興センターで、機能性はすごく似ていると思うんです。昔だったらそこをマージしてしまえばみたいな話になったと思うんですけれども、顧客が違っていると思っています。都市活力研究所はどちらかというところ研究者の方を向いていて、都市型産業振興センターの方はどちらかというところ、いわゆる事業者

を、企業を見ていると。関西には色々な団体があって、大商とかは、おそらく中小企業の人達を見ているし、OIHはまた別のところを見ているというところで、顧客が違ったら並列して、全然問題が無いというように思っているんですが、逆説的に言うと、顧客が認識できてないだったら、その組織というのはだんだん必要性がなくなってくると考えています。何故こんな話をしたかと言うと、いま何故、デザイン思考だとかオープンイノベーションだ、というキーワードが出ているのか。その先には、結局「最終顧客の満足度をいかに上げるか」ということに、実はフォーカスが置かれていて、今まではプロダクトを作っている人が、プロダクトを作っている気分でアウトプットしていたのですけれども、最近はアウトプットした先の人がいかに喜ぶか、というのがビジネスの根幹になっています。おそらくそれと言うならば、グローバルイノベーション創出の事業に関しても、誰が顧客なのかをしっかりと捉えていって、そのセグメントごとに、例えばここはOIHがやる、ここはこの団体がやる部分、ここは学校がやる部分、というように顧客を別に認識した方が良いのかな、と思っています。正直なところ、大阪市に限らず、どの政府機関も、顧客別というより機能別だったりとかテーマ別に切られてるのですけれども、本当の、いわゆるデザイン思考だとかオープンイノベーションの一番先にあるものって、最終顧客をいかに喜ばすかという世界に変わっていますから、そういうような観点が入ると、すごく良いかなと思いました。

(正城委員長)

ありがとうございます。今のご意見に対して大阪市から何かコメントはありますでしょうか。

(事務局)

先ほども少し申しましたけれども、これまではイノベーションエコシステムを充実させるということに、やはり大阪に根づかせるということに、我々が注力してきたところでして、ただこれからは田中委員が今おっしゃった視点も重要だと思っておりますので、これからの活動にはそういう点も踏まえていきたいと考えております。

(田中委員)

おっしゃるように、イノベーションのプラットホームの創出は凄く重要です。というのも、今までの産業構造だと、そういう考え方はゼロだったんです。それをまず作らないといけな

いのは間違いないと思うんです。ただ、それって手段でしかないと思っていて、その手段をもとに、最終的な目的を明確にした方が良いのかなと思っています。大阪と関西圏だとか、日本だとか、がもっと成長するような状態に持っていこうというのが一番最初だったと思うんです。そのためには、これからの成長は顧客認識で、顧客に対して、デザイン思考的に動かすためには、オープンイノベーションは必須の要素なんだけれども、ほとんどの人がその要素を持っていないので、都市も持ってないし、人も持ってないし、組織も持ってないので、まずはイノベーションが起こせるようなプラットフォームを作ろうと。ただそれは最終目的地ではないというところが重要かなと思います。最終的には継続的な成長が生み出されるということかなと思っています。

(正城委員長)

準備段階というか、ただその取り組みという成果はかなり出つつある中で、その先、どこを目指すかという、次の議題にもつながるようなご意見をいただいたと思います。

(田中委員)

ポイント・ポイントはすごく良いと思うんです。これがつながって、何のためにこのキーワードが、オープンイノベーションとかデザイン思考とかリビングラボとか課題解決手法、色々出てきているのか。結局、根は1つじゃないですか。今までのやり方は間違っていないけれども、これだけネットが発達して、市民、顧客の方が提供者よりも情報を持っているような状態だと、もっと違うやり方があるよね、というのが、この10年、20年の提唱だと。最終的にそれをつないで、成長にどんとつなぐというのが、この次のフェーズなんだろうと、ちょっと先走った話をしましたけれども。そういうことかなと思います。

(正城委員長)

いえいえ、ありがとうございました。

(事務局)

顧客認識のところなんですけれども、私どもの大阪市として設置しております産業創造館というところと、大阪イノベーションハブでは、その顧客認識が違うというように認識しております、色々スタートアップに対しての支援はこの大阪イノベーションハブで。いわゆ

るこれまでスモールビジネスといいますか、着実なそちらの方の支援を産業創造館でやってきた形です。

(田中委員)

企業支援だとくっつけちゃえというのは、一つの議論だと思うんですけども、全然顧客が違っていたら、もうやるべきことって全然違うので、何でしたっけ、コンウェイの法則というのがあって、結局アウトプットは組織構造どおりに出てくるというのがあるので、アウトプットを本当にスタートアップにフォーカスしたいのだとすると、スタートアップにフォーカスして組織を作らないと無理なんです。そういった意味で、今はどちらかというと顧客とか、ターゲットに対して組織団を作っていくと。機能別で昔は組んで、それが効率がいいと思われていましたけれども、そうではなくなってるというところでは、産業創造館とOIHは全く違う場所だなと。だって来る人が、産業創造館はスーツの方が多いですからね。全てが違ってくるんです。

(正城委員長)

ありがとうございます。東委員、今の件でも、あるいは今ご自身がされている活動との兼ね合いでも、何でもご意見をお願いします。

(東委員)

まさに今までで、コミュニティ形成まではそれなりに整ってきたので、次の段階だと思います。多分次のアジェンダにも近いんでしょうけれども、プロジェクト創出とか、ショーケースと書かれているところをどうやってマネージするかは、(コミュニティ形成とは)また違う世界になってくると。

まさに田中委員がおっしゃったように、次のデザインをどうするかというのは、極めて重要で、今海外との連携でシカゴ市とか色々ご紹介ありましたけれども、ちょうど昨日、世界経済フォーラムのイベントでコペンハーゲン市の方と、あとオープンアジャイルスマートシティという組織と話をしていて、キーワードでまちぐるみと書いておられていたんです。コペンハーゲンとかシカゴもそうですが、完全にまちぐるみでやっているんです。そもそも、スマートシティが、オープンイノベーションの、またはスタートアップのエコシステムを、持っているという世界観なんです、あれらのまちって。そのとき、組織設計も徐々に変わっ

てきて、例えばコペンハーゲンとかだったら、政府レベルでマインドラボというのを作っています。国、デンマーク政府の横断的なシンクタンクを作っていて、住民を巻き込んで実験するみたいな事をやっています。コペンハーゲン市のレベルでは、コペンハーゲンソリューションラボみたいなものを作っていて、それも産官学民の連携という形で、そこに市民も入ってくるという事をやって、リビングラボを回しています。そういう組織がそれぞれある。それであると、市民をパネル、スマートシチズンと彼らは言っていますけれども、市民をトレーニングするみたいな組織を新たに作って、新しいスタートアップのテクノロジー等を実験させるような、ゲート21という組織がありまして、そこで色々と市民も新しいテクノロジーになれていくと。それをまさにフィードバックして実行していくような、徐々にまちとして市民の生活の質を高めるために新しい組織を分担して作って行って、最終的にはまちのサービスに導入する。そこにスタートアップが入ってくる。ちょうどシカゴともMOUを結ばれたということもあるんですけども、アメリカの中でもシカゴが一番早くにまちづくりがIoT化されているエリアでして、あそこも大学とインダストリーの連携ということで、UIラボという組織があるんですけども、その中にシティーデジタルという組織を作っているんです。そのシティーデジタルが産官学連携ということで、どちらかというところ、研究をまちづくりに導入するのをどうしましょうか、というところをやりながら、それを市民に分かってもらうというのは別の組織でスマートシカゴという組織を作っていて、そこが市民に対してどんどん試してくださいというシチズンパネルを持っています。シビックユーザー TESTING グループというのを持っていて、やっぱりシビックパネルというのを持たれているんです。そういう意味で、まちをあげてやって行くとしたときに、うまいこと市民の巻き込みと、新しいスタートアップのテクノロジーを試す場所、みたいなものを分担して持たれていると、そこが新しく立ち上がって、そこが継続していくので、プロジェクト創出してそのデザインをどうするか、という話はかなり重要なかなと思っています。

(正城委員長)

はい、ありがとうございます。この評議会でも、以前から市自体の機能をこの部署だけじゃなくて、他の事業を巻き込めないかという話も、観光などで出た事もあったと思うのですが、今のお話はまさにその市でしかできない、市民そのものを巻き込むというような、非常に大きなお話だったと思うのですが、大阪市から何かコメントありますでしょうか。

(事務局)

プロジェクトの創出という点では、大阪市は実証実験の支援というのは積極的に取り組んでいます。色々やっているんですけども、まだちょっとまちを挙げてというところまでは至っておりません。ただ、先ほども申しましたように、万博ですとか、うめきた2期とか、そういう大規模な開発がございまして、こちらは非常に大きなイノベーションの場となります。万博はまだこれから舞台の中身は決まってくると思いますけれども、うめきた2期に関しては、みどりとイノベーションの融合拠点ということということで、事業者も決まりました。実際すぐ隣のエリアで大きな公園もできて、そこで色々実証とかもやってもらって、というコンセプトも入っていますので、そういったことが起爆剤になって、今、東委員がおっしゃったように何かつながってってくれたら、OIHでも、そういったことに向けて何かサポートができたかと考えています。

それからあと、先ほど市の説明の中でも、大企業によるイノベーションエクステンションの開催が非常に増えているということも申し上げましたけれども、やはり大企業がそういう機会を設けていただきましたら、色々な方が集まってくることにもつながります。ネームバリューもあると思うのですけれども、そういう中で、また何かおもしろい物が出てくれないかなと期待しているところもあります。そういった流れで大阪が今これから盛り上がっていくようなムードができて、色々な取り組みにもこちらとしても積極的にかかわっていききたいというふうに思っております。

(東委員)

それで言うと、昨日、特許庁のスタートアップ支援の委員会が、実は特許庁内で持たれていました。テーマは知財です。最近大企業からのカーブアウトが増えていまして、大企業をやめて、新しくカーブアウトの会社を作りますという方が出てきています。その方々は、大企業の研究者の方が結構多いです。研究所の方とかが多いのですけれども、日常的にそれこそ知財に触れている方々なので、特許戦略等々はある程度ファミリアだと。ただ、スタートアップの仕方が全くアマチュアなので、資金調達も何も分かりませんという状態が、大企業から出てきています。スタートアップの方はどっちかというところ、知財に関するプロテクトは凄く弱かったりすると。今一番の特許庁の中で問題になっているのが、「スタートアップにファミリアな弁理士っているかな、いないな」という事です。東京でもかなり少なく、関西で言うとほぼ皆無だと。今の状況であれば、やっぱり知財とか弁理士となってくると、大

企業相手に商売していた方が、よっぽど商売になりますから、やっぱりみんなそっちへ行くと。ただ、特許庁にお願いしているのですけれども、これからの専門人材って、従来はやっぱり流動性が余りにも低かったので、今の若い、これからの知財で弁理士になっていこうという若い世代を、どうやってうまいことスタートアップと近づけていくかというところが課題だねと。特に大阪は、大企業が出てきたり、スタートアップと大企業が組んで新しくやりましようとなったときに、そこのパーツは結構欠けているなと思います。アクセラレーションの人たちとも集まって話をしていたんですが、知財の部分、OIHでも士業相談みたいなのをやってらっしゃいますけれども、そういうのではなくて、やっぱりこう弁理士がコミットして、スタートアップを順次してみようみたいな世界が作れないものかというのがあります。これから特許庁も頑張るようですので、OIHでも、色々なそれこそライフラインとかになってくると、その分野の強い人たちを常に抱えておかないと、なかなか大変だろうというのがまさにあります。日本全体的な課題なんですけど、多分いち早く大阪でも増やしたいだとか、特許庁とどう対話していくのか、というのは重要ななと思っています。それは特許庁側にもお願いしていますけれども。

(正城委員長)

ありがとうございます。大阪だと三士会という、弁護士、弁理士、会計士で色々な集まりをされているところがあって、その中にはかなりベンチャー思考な方もいらっしゃると思うので、そことのつながりみたいなのが更にできると良いですね。ベンチャー側の人も、なかなかそういうところに行ってアクセスできないですから、ありがとうございます

(事務局)

これまで弁護士会とは色々なお話をしてきました。

(東委員)

弁護士ではなく、知財が、なかなかいないんです。

(事務局)

公認会計士会というのも別途、そちらとは今ちょっとどういうことができるかっていう協議は始めたりはしております。

(正城委員長)

はい、ありがとうございます。竹村委員、また何か追加でございますか。

(竹村委員)

そうですね。お話をお伺いして思ったのが、難しいとは思いますが、ヘルスケアでもフードテックでも、H a c k O s a k a で基幹的なテーマを定められるのであれば、もう少し人材をそういった分野に興味喚起していく、ローカル人材の興味喚起なところから、そこを育てていく・盛り上げていくみたいな、その分野を横断した形でH a c k O s a k a をハブにして、連携していく。デザインシンキングという話が先ほど田中委員からもあったと思うんですが、より何か大きなビジョンをH a c k O s a k a を通じて描いていくというのは面白いかなと。あるものを紹介するとか、マッチングするということよりも、もっと次のステージというか、次のステップもせっかくなので一緒に目指されたら面白いかなというふうに思いました。

(正城委員長)

何かこう意思とか意図というのがあるような活動に持っていくという感じなのでしょうか。

(竹村委員)

そうですね、やっぱりこれからはまちづくりもストーリーがすごく大事だと思っておりまして、例えば、あるかどうか分からないですけど、フードテックというところに、大阪ならではの過去・ひも解いたストーリーがあれば、そこを基盤にして、普段フードテックというところに関心が浅かったような方とかも、どんどん巻き込んでいくことで、人材の厚みとかを増やしていくという事が大事かなというように思います。

というのが、大阪に根づく企業家を増やしたいというのがあると思うんですが、どうしても国際連携とか、どんどん進んでいくと、まちにストーリー性がないと優秀な人材は外へ出ていくというおそれもあると思うので。やっぱり基幹テーマをこれから打ち出していくのであれば、それに対して市民の方が誇りに思って、関わっていけるような、色々な団体が連携した仕組みづくりみたいなものを、H a c k O s a k a を基点にして作っていくという、エコシステムづくりというか、それをやっていかれると、よりリッチなスタートアッ

プの土壌、ここにいることが誇りになる、みたいなカルチャーが出てくるのかなという気がします。

(東委員)

実はそれ東京で凄くやりにくくて。歴史がないんです。私は今、豊洲の開発支援をやっているんですけども、豊洲はまさに今、それをフードテックにしようとしていて、市場が移って来たので「食」だろうと。それぐらいしかないんです。大阪・関西って結構色々あるじゃないですか。歴史的にもベースが。もともと、広域に関西で見たら良いだけなので、ハブになろうとしているのであれば、京都とか奈良を巻き込めばいい訳ですから、そのときのストーリーって山ほど作れるはずなんです。そうすると、「このまちに何故いるのか」みたいな話になってきて、「何故そこでやっているのか、」という話は特に海外受けも良いですから、そういうストーリーによっていきたいな、という話になりますので。

(正城委員長)

アイデンティティにつながりますね。

(東委員)

それをどう作るかっていう、おそらく良いチャンスが次のG20なんです。だから、そこまでに、ただ単に「開催地を誘致しました」みたいな話で大阪でのG20が終わると極めてもったいない。次のG20のテーマの一部を、WEF（世界経済フォーラム）がスマートシティにしようとしているんです。ということは、大阪が次のG20ここでやります、万博が決まりました、という文脈に来たときに、その課題を今すぐにやる訳じゃないですか。ということで、結構パーツはそろっているんで、打ち出し方をうまくすれば、大阪が世界のG20へ向けて、こういうことをやりますと、差し込めるいいタイミングです。

それを考えるとあと半年ぐらいしか準備期間がない訳です。ただこれを逃す手はないなと思っていて、次の3か年走るんだったら、やっぱりそこを。せっかく誘致もできましたし、今やっぱりストーリーを作るといった意味では、まちづくりの文脈でも分けてやっても意味がないと思っていまして、「うめきた2期」「中之島」「万博の夢洲」と今は分かれちゃってるんですけども、分ける意味は全くなくて、大阪はこういうまちにしたいと。

(正城委員長)

そうですね。本来はね。

(田中委員)

もともと、何でしょう。大阪チャンスじゃないですか。一番気をつけないといけないのは、今、東委員がおっしゃったように誘致したら終わりになったらまずいのと、もう1つあるのは、開催が終わったら終わり、ではまずいです。

何故かという、製造業との決別というのは絶対に全ての会社において必要だと思っ
まして。昔は計画とか設計をして、それが完成したあとに製造が始まったんです。製造が終
わってから流通があって、それで顧客にいくんです。結局、製造の割合が大きいもんだから、
そこを良くしていくというのが、日本が得意だった事なんですけれども、最近のビジネスっ
てほとんど製造がないんです。だから、さくらインターネットのビジネスなんかは、当然製
造はないです。昔はソフトウェア産業も製造があったんですが、それは何かというと、製
品としてCD-ROMを作っていたんですね。CD-ROMを作るというのは余りにも容易
なんです。製造の比率がぎゅっと下がって、コピーされたら困るからコピープロテクトをつ
けようかな、とか言っていたんですけれども、最近ソフトウェア産業において製造すらなく
なりました。ダウンロードするのでみんな。常にアップデートされるし、クラウドだった
ら、サービスだったら、ソフトウェアは事業者側にあってリリースすらされていないんです。

どうしても製造業だとリリース主義、完成主義みたいになって、そこに絶対区切りがある
んです。でも、最近製造がなくなったおかげで、ずっと改善をできるようになって、いわゆ
る設計企画段階と顧客段階が直結しているので、なのでデザインシンキングというのができ
るようになったという背景があるんです。

ですので、都市設計でも完成をさせて終わりというのではなく、完成してからがスタート
なんです。例えば、駅なんかは駅を作って完成して、何か盛大なパーティーをして、それで
終わったらだめなんですよ。

(正城委員長)

そこからですから。

(田中 委員)

それで言うと、この世の中の多くのものが完成され過ぎているんです。グランフロントも

完成しちゃっているのが、これがやっぱりいまひとつですよ。

ですので、常に変えていくという、完成したときがスタートです。最近のIT企業の開発は、開発リソースというのはサービスをローンチしてからの方が多くかかっているんです。何故かっていうと、完成してからお金をもらうので、毎月お金をいただく訳ですし。

ちなみに、鉄道会社も本来はそうだったんです。電車買って、電車を売ってないし、タクシー会社もタクシーを買って、タクシーを売っている訳じゃないんで。ただこの間、関西の電鉄とお話していたのですが、どうしても電鉄は「乗降客数」と書いているんですけども、あれって乗降回数なんですよ。人が乗った、だから1人で大体年間200回乗る訳じゃないですか電車、ということは客数は200分の1くらいなんですよ。顧客認識の話をしましたけれども、完成してから顧客を認識して、それに対してアップデートすることを考えると、万博に関して、サミットに関して、全ての事が、まずは作るまでのプロセスは重要なんですけれども、作ってから、いかにみんなで共創するか、ということにならないといけないので。とにかく、製造業だったら製造することにガチガチにみんな考えちゃって、完成させないといけないという思いが強過ぎるんです。大体2割か3割くらい作れば良いと。建物に関してもそうだろうし。建物なんかはもう空けといて良いぐらいだと思うんです。だから、その考え方がいわゆるデザインシンキングにもつながるし、いわゆる共創にもつながるし、だって市民がやってきても完成されていたら入る余地がないんです、遊べないです。

だから、うめきた2期に関して、夢洲に関して、中之島に関して、正直なところ、デベロッパーは2、3割の完成度にさせて、残りの7、8割というのは学生だったり、研究者だったり、市民だったりと一緒に入ってくることが、これがまさしくオープンイノベーションじゃないかなと思います。

(東委員)

先ほど言った、スマートシティも、オープンアジャイルスマートシティという組織でヨーロッパのほとんどまちがアジャイル開発なんです。

(竹村委員)

アジャイルというのがいいですね。

(東委員)

バルセロナでは、スマートシティの開発ツールキットみたいなガイドラインが出ていて、アジャイル開発せよと明言しているんです。そのやり方すら書いていると。だから、変な話、さっき実証実験をやっているとおっしゃったのですが、今はあらゆるエリアで実証実験をやるのが目的になってしまっている。実証実験ですら、アジャイル開発の手段でしかないので、「何をするために今実証実験をやっているんですか」とか、「最終的にどこにインストールするんですか」みたいな話を最初から書いておかないと、「実験やってます、以上」みたいな書き方になってしまって、終わった瞬間にそれが「やったね、終わり」という形になっているのが、ほとんどの実験。日本がやってきた実証実験は結構そうなんですよ。

(正城委員長)

実証実験までの補助は国からも出ますからね。

(東委員)

日本のスマートシティは全部それできたので。

(田中委員)

そういう意味では、補助金もまずくて、日本の補助金はほとんど物に対して出されるんです。なので、作った時点までなんです。作ってからの方が実はお金がかかるというのがアジャイルの世界なんですよね。

(正城委員長)

事業そのものになかなか補助しにくいというのが、実際ですよ。国のお金の制限という面もあると思うのですけれども。

(田中 委員)

となると、そもそも補助金は要らないんじゃないかと思っていて。というのも、やり始めるまでのコストが凄く安いので、逆に規制緩和が重要なのはそこなんです。

(正城委員長)

やはりその先を見た上で、その最初の部分に補助金を出すというのは意義があるかもしれ

ませんね。その補助金の終わりがゴールのように見えてしまうようなものではなくて。

(田中委員)

成果物は、「その先ずっと」なんですよね。

(東委員)

特に大学に対しても補助金提供になると、多くの大学の先生って、それを取ったら終わりっていう発想になります。だから、そこがどう次の補助金をデザインするかということ、結構これが難しく、市の中でも大変だと思うんです。手続も。

2分の1の補助をどうするかという話は、結構ほかの自治体とかもしているんですが、やっぱり「市の中の内規がございます。

これを変えなければなりません」みたいな話にもなってきて、ただ、これは市しかできないので、民間はそこへ手を突っ込めませんから。

(田中委員)

具体的な施策に落とし込むとするならば、やっぱり完成させないということもそうだし、物に対しての補助金ではなくて、コトに対しての補助金にした方が良い。

物からコトって言われている割に、物にすごく縛られているということがあって。今日の朝、たまたまテレビを見ていましたら「月額定額制サービスが最近普及しています」みたいな番組がありました。例えばフレンチなんかで定額制でやってる食べ放題とか、わんこも1匹に対して月3,000円払ったらトリミングし放題とか。要は今までだと、どうしてもスポットに対してお金がかかっていたものが、だんだんサブスクリプションに変わってきているじゃないですか。世の中がようやくインターネットと発想の転換によって、いわゆるサブスクリプション脳に変わってきたんですけれども、どうしても物に拘っちゃうというのがあるので、物から離れてみたらどうだろう、というところがスタート地点で、あと物から離れる、完成させないというスタート地点から考えて見る施策が良いと思います。

あともう1つが顧客志向です。「顧客が誰なのか」「物ではなく、完成させない」というところにスタート地点を立脚点を持ってくれば、政策って大分根本的に変わる気がします。

(正城委員長)

ありがとうございます。先ほどのストーリーの話をつなげて、何か1つ大きな分かりやすい方向性が出ていけば良いのかなと思って聞いていましたが。

(田中委員)

その方針になると、オープンイノベーションが必要だとか、ハッカソンが必要だとかという話になるので、その上流概念というのがあるんだろうと思います。

(正城委員長)

ありがとうございました。意見は尽きないと思うのですが、次の議題にも非常につながるご意見をたくさんいただいているので、一旦上半期の活動状況は、概ね順調にこれまでに立てていた方向性としては、うまく行っているということで締めさせていただきます。次の議題、今後の方向性についてということで、まずこれも事務局から先にご説明をお願いいたします。

(事務局)

先ほどのご議論で今から話すことをかなりカバーしていただいているような感じになってきたのですけれども、資料5です。簡単にご説明いたします。

冒頭申し上げました基本方針です。今年度末で見直しの時期を迎えます。この5年半で一定エコシステム、大阪・関西へのエコシステムの構築はできてきました。例えば、プレイヤーが683人、パートナーが277社、コミュニティ形成イベントも年間200回ぐらいやっております。特にOIHを拠点に活動するコミュニティ、具体的には少し重視しているのが、エンジニアとか学生のコミュニティなんですけれども、こちらも半年で10件ほど増えております。あとは外国及び外国の都市と何らかの連携をしているのが今20か所になりました。

見直しの考え方ですけれども、こういった取り組みの一定の成果を踏まえまして、次の3年間ではグローバル展開が見込まれるプロジェクトの創出への注力、それから、こちら繰り返しにもなりますが、既存企業、大学などの参画者をふやしていく、エコシステムの底上げを図りますと、あと当然数年先も見据えまして、2025年の万博、それから先行まちびらきが2024年に予定されています、うめきた2期開発です。こちらは先ほどもご議論いただきましたが、これらに関する記載も入れていきたいというふうに考えております。

主な変更箇所ですが、まずOIHが文字どおりハブとして認知度も上がり、一定の機能も

備えているということで、まずタイトルを変えまして、O I Hというのを盛り込みます。

それから目標ですけれども、これまで3つ目標がありまして、その内のSNS等でつながる人数が、当初はとにかく認知度を上げようと、数を稼ごうということで設定していたんですけれども、こちらについては一旦目標から外しまして、代わりに、より高い目標を2つ追加します。こちらは先ほどA3の紙でも説明しました、左から右に4つフェーズあります。その特に右へ右へと一番右のショーケース、それよりもこう右を意識したような感じで考えておりまして、4つご紹介いたします。

まず1つ目がピッチイベント、こちらはやはり必要です。これは起業家の存在、それからそれに対する資金獲得とか、支援者の出会いにつながるということで、かなり多くのステークホルダーを巻き込む取り組みということで、こちらは回数を増やしてまいりたいと思います。

それから2つ目、こちらプロジェクトの創出、依然として重要というふうに考えておりまして、質の高い支援コミュニティによるエコシステム。こちらを意識しました。こちらも数をふやしております。

それから次のページを見ていただきまして、3つ目、4つ目、これは新規になりますが、O I Hの会員のうちパートナーを100社、3年間で純増させたいと考えます。こちらかなりチャレンジングとは考えますが、エコシステムの底上げには重要です。まず基盤を作るという意味では、こちら重要になります。

それから4つ目です。O I Hでサポートしたベンチャー等が海外事務所を開設、または海外企業と何か具体的な提携をしてビジネスを進める件数、こちらを3年間で3件はいきたいというふうに考えております。グローバルネットワークの拡大とはいえますけれども、実態はほとんどインバウンドです。海外のベンチャーが日本の大企業とか、あと力のあるものづくり企業、これを求めて日本へやって来る、日本を目指すと、こういう組み合わせが圧倒的に多くなっております。特に大企業のない国とか、ものづくりの基盤のない国、こういったところは本当にO I Hにもたくさんの問い合わせ、来訪をいただいております。ただその流れと逆の流れです。アウトバウンドなんですけれども、こちらがやっぱり圧倒的に少ないです。こちらの流れも強化すべく、こういう目標も作っていきたいというふうに考えております。

その他といたしまして、万博とうめきた2期でございます。まず万博はテーマがいのち輝く未来社会のデザインということで、半年間、大阪が巨大なハブであり、実験場になる訳で

すので、こういったことを意識して、技術・人材・資金が集積するようなことも盛り込んで、追記していきたいというふうに考えております。

それから、うめきた2期開発、こちらはこのO I Hも立地しております先行開発区域の2倍以上の16ヘクタールあります。テーマも、イノベーションという言葉が入ってきております。こちらは、実証実験とか、研究開発もしていくのですけれども、1つ面白いなと思っているのが、巨大なデータハブとして機能させていこうというコンセプトがございます。こちらは具体的には、2期のエリア・先行開発区域も含めて働く人、集う人のバイタルデータを収集して、製品・サービスの開発に活かすと。あまり日本ではなかった取り組みを行うというように聞いております。こちらは既存のビッグデータよりも、それぞれも属性を掘り下げたビッグデータをもとにイノベーションを生み出していこうと、こういうコンセプトでございます。O I Hは先行開発区域のほんの1部でしかないのですけれども、こういった壮大なスケールの取り組みにどうつなげていくかというのを意識してまいりたいと考えております。

以上、基本方針の改訂は来年の3月末になるのですけれども、以上のことを盛り込んでいきたいと思っております。本日委員の皆様のご意見、ご指摘をいただきまして、それを踏まえて改定案の作成を進めて、次回の来年の3月の評議会でもたお示しいたしたいと考えております。よろしく申し上げます。

(正城委員長)

はい、ありがとうございます。ではまたこの件について、先ほどからも既にご意見をいただいておりますけれども、またご質問、ご意見いただきたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

(田中委員)

ちなみにグローバルと入っているのは、そもそもどういう理由からだったのでしょうか。

(事務局)

イノベーションを創出支援していくという中で、先ほどから議論もありますけれども、国内で成功してというのは当然基本だとは思いますが、要は「世界にも通用するような物を出す、出していく場所にしていきたい」という思いを込めて、グローバルと謳ってい

るということなんです。

あとは、東京を経由するのではなくて、大阪から直接。どうしても、東京の次、人口規模で言ったら次の次というのがありますので、そこは大阪から直接世界につながるという事と、あるいは大阪に根づいてほしいんですけども、ある意味、中継都市としても大阪を機能させたいというか、そういう思いも込めておいております。この事業のルーツが、大阪の成長戦略というものに基づいているのですが、その中で大阪の成長のために中継都市を目ざすと。

(正城委員長)

はい、ありがとうございます。

(田中委員)

インターネットにすごく似ているなと思います。インターネットには中心がないんです。元々インターネットってグローバルなんです。グローバルとかローカルっていう区分けすらないんです。インターネットの特徴というのは2つあって、1つは完全にフラットであって中心がないということですけども、そのもう1つの、これは技術的なすごく大きな課題でもあるんですけども、アドレス。IPアドレスって皆さんご存じかと思いますけれども、あれ世界でばらばらに付いているんです。ですので、誰がどこにいるかを調べるためのコストがすごく高いんです。具体的に何をやっているかという、全ての事業者は、全ての事業者がどこにつながっているかを把握しないとイケない。全部。それが今70万ぐらい宛先あるんですけども、それを全部把握して、リアルタイムに来たパケット全てを、70万宛先に対して認識をしないとイケない。これって凄く大変なんです。

ただその反面、完全にフラットになるのでパスをどんどん増やしていくと、どこかが切れても大丈夫という特徴が見出される訳なんです。副次的に、誰でも参加すれば、1人、2人ぐらいにつながることができれば、世界に同時につながるということなんです。これって大阪がめざす姿に凄く近いなというように思っているのと、今の旧来型の東京を中心とした都市へのアンチテーゼみたいなのところがあると思っています。

というものの、電話のネットワークって集約してそこからつなぐ訳なんですけれども、それって堅牢で巨大なものを作り上げようとするんです。そのかわり信頼性の高いものです。ただ、これよりも実は信頼性は低いけれども、個別である程度細分化された、たくさんのつながりを作った方が勝つというのが、電話からインターネットに転換した歴史から証明されて

いる訳です。かつ、世界自体もインターネット的になっちゃったんです。インターネットの影響で。だからカルチャー自体がインターネットになったということです。

そこで一番重要なのは、ハブなんです。インターネットって全ての人に同時につながる、70万がフルメッシュでつながれないので、そこにハブというのをたくさん置いていく訳なんですけれども、昔みたいに集約して誰かがつなぐんじゃなくて、ハブが幾つもあるって、そこがメッシュ状に広がっていくということだと思っんです。そういうような表現で言うと、凄く腹落ち感があるって、とにかく東京云々というよりも、シンプルにハブになると。グローバル云々というよりも、中継をすること自体、リレーする、ルーティングするというのは、インターネットの1つの価値ですので、そういうインターネット的な要素を念頭に置きながら発想を広げていくと凄く腹落ち感があるのかなと思っりました。

(正城委員長)

私からも、今日の議論の最初から関連して、OIHがハブとしてどれくらいの相談機能というのですかね、そこで解決するというのではなくて、顧客を見きわめる意味でも、OIHを頼って来るところがどれくらい、どういう属性を持った数があるのかっていうような事をちょうどお伺いしたかったです。

先ほどから大阪市がおっしゃっている1つの大企業なり、中堅企業も入るかもしれませんがけれども、その新規事業の担当が来ているというのは、おそらくOIHの1つの特徴かと思っります。それは来たものを今日の前半でご説明いただいた、グローバルにシカゴにつながるのがいいのか、どこにつながるのがいいのか、ということもあるかもしれませんが、ジェットロミみたいな機能のところにつながるという事かもしれませんけれども、とにかく想定しているというか、ターゲットにしたい顧客がどんどん来てくれて、それがどこかにつながることで、相談された方々の価値が上がるというか、そんな活動になれば良いかなと思って聞いておりました。

(田中委員)

大阪市、結構良い施策をされていますね。イノベーション拠点の設立補助、あれもハブ機能じゃないですか。OIHだけがハブだったらやっぱりだめだと思っんです。だからハブをたくさん作っていくって結構重要なことで、今思えば、そういう施策なんですね、これ。

要はたくさんの方策をしてキーワードがあつたりするんだけど、やっぱりインターネ

ットの的な社会で、オープンイノベーションが中心になって、顧客中心になって、製品の完成なんてなくて、みたいな色々なキーワードが実は1つになっているはずなんですけれども、具体的な手段でしか提示されていないというのは、ちょっともったいないなという気はいたしました。

(正城委員長)

そのほか、ご意見いかがでしょう。

(竹村委員)

私はイノベティブな人材はどうやって育てていくかということ、小中学校を中心に色々研究しているのですが、世界中で色々未来的な教育をやっているところへ視察に行くんですけども、先ほど田中委員がおっしゃったように、イノベティブな、創造的な人材を育てている学校というのは、かなり学校自体にハブがあるんです。子供たちが、自分たちで学校を作っていけるような、プレイグラウンド的なところがあって、もうそういう学校だと高校ぐらいになると、結構みんな自分の部活のノリで起業しちゃったり、ということがある訳です。万博が2025年で考えると、そのときに高校生になってるといって、今の小学生なんです。

(正城委員長)

そう、そういう逆算をしないとだめですね。

(竹村委員)

今の時代ってエストニアとか、そういうイノベティブな国を見ても、やっぱり幼小からイノベーションを育成するということに一気に通貫で凄く焦点がちゃんと当たっているんで、そうすると5年後ぐらいにもの凄く大きな差、人材の差になってくるんです。

ですので、もちろんOIHというのはスタートアップという事で、既に大人向けのフォーカスで今まで来ていると思うのですけれども、これからの、より先ほどおっしゃっていたインターネット的な、小さなアジャイルなスピードの速い起業家群が、とんでもなく、今まで想像もつかなかったようなイノベーションを起こしていくというもの、やっぱり中心になっていくのは若者だと思うんです。

今、大阪の学校の先生等の話を伺っていると、なかなか学校がカルチャーにはなっていないところがあるので、学校内ですぐに改革は難しいと思うので、こういった場所であったりとか、その市内の他の拠点をうまく活用して、そういう芽のある子供たちが、余白のところで、色々ないたずらというか、イノベーティブな活動ができるということも、同時にやっ
ていかないと、なかなか人材が集まらないというような局面が出てしまうんじゃないかなと思います。もちろん、今すぐは難しいのかもしれないのですが、せっかくOIHがハブとして世界的にも認知されてきたのであれば、次のステップとして、より若年層にどうやってそのイノベーションの楽しさ、みたいなのところを見せていくかというのは、検討課題かなと思います。

(東委員)

そういう意味で大学って結構重要ですよ。ドイツやウィーン大学って、結構そういうことをやっていて、新しいテクノロジーを小さい子供たちにオープンにして遊ばしたりしていますから。

(正城委員長)

新しいビジネスを考えてみるみたいな講義を大学でやると、大人が思いつくくらいの事しかほとんど出てこなくて、高校、中学ぐらいもそうみたいで、小学校低学年か、幼稚園ぐらいの子が逆に、「こんなこと考えるの」というような事を思いつく確率が上がるらしいですね。

(竹村委員)

そうですね。今の日本の教育制度だと、正直小学校の高学年ぐらいがクリエイティブ期のピークだと思うんですね。

(正城委員長)

そこから型にはめられていっているのですね。何か、途中にもありましたように、万博にしろ、色々なイベントにしろ、そこで終わりじゃなくて、そこからという話でいくと、今の「若年層にも」というのは、まさに持続的にしていくような、さらに大きな時間軸での話になると思います。

(田中委員)

このあいだ、アドビ社のアンケートで、「世界で最もクリエイティブな国はどこだと思うか」というのを世界中の人にしたら、1位は日本だったんです。みんなは日本が1番だと思っている。しかしながら、「自分がクリエイティブだと思うか」という問いの平均値は、世界では30何パーセントだったんですけれども、日本は18%らしいです。OECDで最下位、ドイツは58%だったんです。だから、自己認識としてクリエイティブじゃないという事と、実際にクリエイティブな事をさせられていないという両面がありそうですね。

(東委員)

あと、よく話をしているんですけども、大阪だったら最近、吉本興業とかが、まちづくりだとか、スタートアップに入ってきている。ああいうお笑いだとかアニメーターとかミュージシャンとかが、今どっちかというところとテックに興味を持ち出している訳です。

エンターテックとか東京では言っていますけれども、あれって、そもそもクリエイティブの根源みたいなもので、何も無いところからストーリーを作る、漫画とかアニメを作っている人たちなので、ああいう人たちをどう入れるかという話もあります。そこの人材ってめちゃくちゃ多いですから。日本の場合、そこがクロスしてないですよ。今全然。

(田中委員)

1つのキーワードはクリエイティビティですね。

(正城委員長)

今ご議論いただいているような点も含めて、次期の3年間の目標、年度末までに大阪市がまとめられるのですけれども、その中の目標値としては、今日の議論でもうちょっとストーリーだったり、色だったり、色々なことを巻き込むために、顧客を明確に認識し直したりという観点では、まだ無いのだと思います。この数値自体については、皆さんいかがでしょうか。

(田中委員)

この地域というのは先ほど竹村委員がおっしゃったように、もっと小学生とか若年者を巻

き込んでいくような、K P I というか大きいハブみたいなのがあっても良いのかなとは思いました。

(正城委員長)

既存企業や大学などが参画するO I Hパートナー会員は、大学と企業だけになっているけれども、ここにもう少し何か入れていくということですかね。

(田中委員)

吉村市長も子供の教育をすごく重視されているじゃないですか、その分野とも完全に融合しちゃった方が良いのかなと思っています。

(東委員)

こういうところに中高生が来るようになってきたら、大きく変わりますよ。

(田中委員)

加えて、その小学生に例えばプログラミングの教育を教えるだけでも、凄く発想が広がるんです。答えがないので。ビジネスコンテストを小学生向けにやってみるとか。

(正城委員長)

答えがないことにチャレンジしてもらうのが重要ですね。

(田中委員)

O I Hがハブになって、小学生もそのネットの中に。インターネットって小学生が完全に組み込まれていて、普通にチャットをしていたら相手が小学生だった、みたいなことがある訳です。だから、そういうのを、今までつながることが怖いと思っていましたけれども、1つの強いつながりだから怖いのであって、たくさんのつながりがあると、それはオフセットされるものですから。

(東委員)

昔、キャリア教育プログラムってあったじゃないですか、経産省がやっている。あれって、

今ある産業のキャリアをめざしたキャリア教育みたいなものになっているんですけども、これは崩れてきています。産業構造自体が変わってきているので、ただ、昔やっていたキャリア教育をやっている子供たちは凄く元気なんです。子供たちが新しく発想してやっていたんですけども、ここの構造を変える、多分、大阪市でもそういうプログラムをやってる部署をこちに巻き込むとかをすれば、裾野があるはずなので。

(竹村委員)

特に、先ほどおっしゃっていたスマートシティとか、まちづくりの分野って凄く子供が活躍できる余地があると思うんです。

(東委員)

もっと知っていただきたいのは、それこそデータハブと書いているのであれば、それこそさっきのシチズンパネルじゃないですけども、市民を巻き込んだイベント、プロジェクトがどれだけできたのかっていう事が1番難しいんです、実は。

これは、コペンハーゲンも言っていましたけれども、やっぱりスマートシティでテクノロジーとか、かなりフューチャーされていて、ドローンだ・空飛ぶ車だって言われているけれども、コペンハーゲンがリビングラボをやっているとき、かなり泥臭く地味にやっただと。それをずっとやって来たので今がある、と言っておられたので、そこって最初、KPIが少なくとも良いんですけども、いかに市民がそれに適応していったのか、というところは基本としては凄く大事で、データ自体、そこがすっぽ抜けているんです。

産業界からデータをとるんだ、と言っていても市民が嫌がったら終わり、今回その気配が非常に多くて、日本の場合。

(田中委員)

それで言うと、KPIではなくて、OKR的なものになって、もっとみんなに配分されていった方が良いのだろうなと思いますし、あとやっぱり市民が入ること。日本は、要は上司が全部決めるような国なんです。でも、カスタマーサクセスで1番重要なのは、1番先頭にいる社員が上司のことではなくて、組織のことではなくて、顧客を見ることなんです。ですから、市の職員の方も、市民の方を皆さん見てらっしゃると思うんです。上司の方を向いちゃだめなんです。市長とか上司の方を見ちゃだめです。そういうのってほとんどのケー

スにおいて顧客を見てないというのは本当に多くて、どこかという問題ではなくて。

(竹村委員)

消費者マインドにどうしても市民はなりがちだと思うので、消費者じゃなくて、一緒にまちを作っていくというマインドセットに変えていくというのは凄く大変だと思うんですけども、それは逆に、子供から巻き込んでいくと子供がそういうマインドになると親ももちろんなりますし。

(田中委員)

市民が、自分が顧客だと思った時点でだめだと思うんですよ。自分の顧客を市民がそれぞれ持った方が良くて、例えば子供が顧客だったりとか、隣人が顧客だったりとか、パートナーが顧客だったり、というように考えると良いんだけども、自分が顧客だと思っちゃうと良くないです。あなたが顧客であって、あなたの顧客は誰ですか、という認識からまずはインプットしていくと良いかもしれない。子供だったら顧客が実は見えているんです。お父さん、お母さんのためにとか。

(正城委員長)

大阪は、おそらく日本の中では新しいことに対する欲求というのが多い人はたくさんいると思いますので、チャレンジしていくことで、ますます発展していくのではないかとこのように思います。

時間になってしまったので、ここに掲げていた、描いていることは可能にしても、今日議論いただいたような事を増やしていただければと思います。しかし、私が個人的には、資料4-1、4-2で出てる、アウトプットの指標とかアウトカムの指標、ちょっと多過ぎるような気がします。新しい色をつけていこうと思うと、やはり何かを削っていかないといけないと思うので、よりKPI、すなわち「キー」となるパフォーマンスが何かというのを厳選していただきたい。基本方針として、基本方針の中に大きな目標だけじゃなくて、細かな指標が出ています。それを少し調整するとかしていただき、余りに大き過ぎると、活動がぼけてしまうかもしれませんが。

(田中委員)

もしくはOKRにして多段にすれば良いんだと思うんです。KPIより。

(正城委員長)

どうしてもその数値を求めてしまうところもあると思うんで。

(東委員)

確かに、イギリスとかだと、組織インパクト運動も最初に広げるときにKPIを設定する前に、市民アンケートをしていて、アンケートを持ってこれぐらい行けそうだと設定しています。参加者アンケートでもいいんです。それを2、3年やってしまっ、見えてからKPIを作っているんで、それで対価を設定しにしているんです。ちょっと余りにもKPI病になってしまうと、最初の走り出しはそんなにうまくいかないですから。

(正城委員長)

6年間の活動のここに出ている数値だけじゃなくて、その中身で大阪市が判断していただいて。

(田中委員)

または、参加者の人にアンケートをとって、顧客満足度ではかるとか。顧客満足度のOKRって凄く重要だと思います。

(竹村委員)

すみません。1点だけいいですか。今までの文脈とは余りに違うので申し上げるのか、どうか躊躇したんですけれども、これから3年間という事なのであえて申し上げさせていただくと、グローバルもいいと思うんですけれども、ダイバーシティ。人材のダイバーシティというところが、どこにも書いていなかった気がしまして、やはり大阪の面白いところって、色々な人がいる面白さだと思うんです。女性とか国籍とかも含めた、多様な存在がここで起業したいというような、ハブになっていく。

(田中委員)

多様性は必須ですね。

(竹村委員)

やはり多様性がリッチなほどイノベーションも生まれやすいですし、例えば女性起業家の場合だと、起業しても続く年数が一般の企業よりも長いと言われていて、投資家のROIは女性起業家の方が高いというデータもあったりするので。

(東委員)

思い出すと、大阪市も打ち出していたんですよ。大阪市がスマートシティという前に、12年前にクリエイティブシティと言っておられました。創造都市って。あれリチャード・フロリダのLGBTも認めますみたいなコンセプトなんです。まさにダイバーシティがあるからクリエイティブシティもあるという設計で、創造都市があって、ナレッジキャピタルがデザインされたので。

(田中委員)

もしかしたら、そっちの方が大事かもしれないですね。

(東委員)

そっちの方が薄くなってきていますね。当時、かなりとんがっていた。

(正城委員長)

画一的では新しいことは生まれませんから。

(田中委員)

クリエイティブシティとダイバーシティの方をイノベーションよりも上位概念に置いた方が良いかもしれません。

(東委員)

だから、スマートシティが小さくなっている気がしていて、昔もっとコンセプト的には大きかったぞと思って、創造都市戦略と言ってやっていたので。大阪市も。

(正城委員長)

ちょっとそのあたりも、もう一度振り返っていただいて、新しいことをする中で、忘れているところもあると思うので。

今日も非常に活発なご意見をありがとうございました。ちょっと時間になってしまいました。ありがとうございました。では最後に事務局から何かまとめのところお願いいたします。

(事務局)

委員の皆様、長時間にわたり、ありがとうございました。本日いただきましたご意見を踏まえまして、今年度残りの期間の取り組み、それから来年度以降の事業の準備、それから新しい基本方針、こちらの方に、こういった形で反映させていけるかというのを今後考えていきまして、また、今年度第2回目の評議会でお示しをできればと思っております。

本日は以上になります。ありがとうございました。