

Title	大阪イノベーションハブと地域創生
Author(s)	吉川, 正晃
Citation	年次学術大会講演要旨集, 31: 37-40
Issue Date	2016-11-05
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/14009
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

大阪イノベーションハブと地域創生

○吉川 正晃（大阪市経済戦略局）

1. はじめに

1日250万人が行き交う西日本最大のターミナル、大阪・梅田駅。その至近の距離にグランフロントが、2013年4月26日に開業した。このグランフロントには、「ナレッジキャピタル」という「最先端で有望なナレッジ（人・情報・技術・知識）を資源とし、新たなナレッジを創造する『未来生活の創造・受発信拠点』」[1]がある。

大阪市は、「大阪駅北地区まちづくり基本計画」を策定し、「ナレッジキャピタル構想」の一翼を担ってきたが、自身もこのナレッジキャピタル内に、550㎡の場所を借り受けて、「世界から、人、情報、技術、資金が集まり、世界に環流する拠点を造り、イノベーションを起こす」目的で、「大阪イノベーションハブ」（以下、「OIH」と言う）を造った。

本稿は、ハブにおける活動と成果を紹介するとともに、自治体がこうした活動をする上での課題について述べる。

2. 大阪イノベーションハブ

2.1 概要

ミッションは、「世界と繋がる関西のイノベーション・エコシステム」を造ることである。

イノベーション・エコシステムは、(図1)に示すようなプレイヤーによって形成されている。

ビジョンは、ネットワーキングインフラの構築。イノベーション・エコシステムのプレイヤーが、密接に連携している状態を造ることである。

そこで提供するサービスは、プレイヤーに良質な出会いの機会を提供することである。

(図1)イノベーション・エコシステム



主なKPI（2016-2018年度 3カ年）は、以下の通りである。

①スタートアップ150プロジェクト（会社も含む）創出。同社の獲得資金25億。

因みに、前期実績（2013-2015年度3カ年）は、113プロジェクトを創出、17億円が流入した。

②ピッチイベント（後述）の開催数を2018年度に70件にする。前期実績、年間50件。

③SNSのユニークユーザ数で32万人を達成する（前期実績 15万ユーザ）

2.2 おもな活動プログラム

本事業で提供する場と仕組みについて、主なものを述べる。

1) 「ものアプリハッカソン」

「ものアプリハッカソン」とは、「もの」（ハードウェア）とクラウドネットワークなどの ICT 技術と融合させた製品[2]を企画し、デモ版を数日間で作成し、その成果を競うイベントである。背景には、関西にある世界有数の「もの造り」企業の集積を生かしたいという考えがある。

参加者には、全く知らない者どうしであるが、数日間のイベントで仲間意識を醸成し、イベント終了後でもグループ活動を続け、起業し資金調達した MOFF というグループもある。(図 2)



また、このハッカソンは、大企業と起業家達との協業を促進することも目指している。例えば、シャープ（株）と共同で実施したイベントでは、同社が販売している掃除ロボットの新機能の開発を行うものであった。シャープ社としては、製品企画を外部人材と共同で行うことで、通常は出てこないアイデアを得ることができるメリットがある。一方、ハッカソンの参加者には、創造的な解決方法を見知らぬ仲間たちと生み出す経験を積むことになる。仲間の相性ととも、オープンマインドの重要性を経験する。また、もちろん、通常直接会うことができない大企業との協業のきっかけを得ることができるのである。(図 3)

(図 3) Hackathons
チームづくりへの貢献
イノベーションマインドの学習,
多様性を尊ぶオープンマインド,
創造的解決法を生み出すフラットコミュニケーション



2) ピッチ・イベント

ピッチとは、起業家と投資家、企業、メディアなどのステークホルダーが出会う機会。(図 4)



起業家が投資家に対してビジネスプランを「投げかける（ピッチする）」ことからそう呼ばれる。いわば、起業家の夢を公にして支援者を募る取引所である。このピッチの機会を我々は、シリコ

ンバレーでも提供している。この中から、学生起業家が生まれた。アメリカで刺激を受け、就職内定を蹴り、あるものは就職せず学生ベンチャーとして創業し、資金調達を果たしたものがいる。

(図5) 学生起業家(SVツアーから生まれた)



(図5)

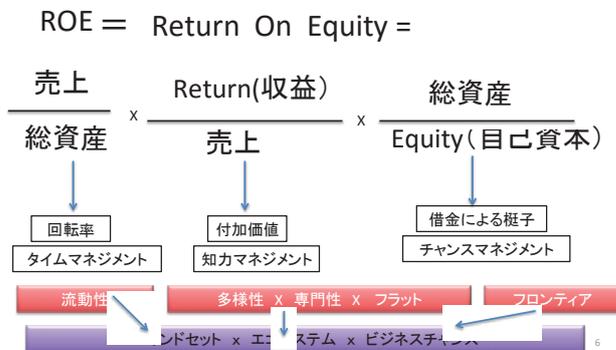
ハッカソンは、ワークショップを通じてチーム造りに貢献し、ピッチは、起業家の成長に貢献するものである。

3. この事業をしていてよく受ける質問 (FAQ) それにたいする私の答え。

3.1 集まって、イベントを行うとイノベーションが起こるのか？

集積と結合は、OIHのコアバリューである。企業業績 (ROE) も、「資産の回転率 x 付加価値率」で判断するように、街の経営も同じ。街全体を俯瞰して全体最適を意識する必要がある。よって、街にある資源が業界や組織の枠を越えて出会う場合は、イノベーションに最低条件であると考えられる。言わば、街にある駅、市場、港、空港などの機能なのである。(図6)

(図6) ROE = 付加価値 x 回転率 x チャンス



3.2 どうして自治体が行う必要性があるのか？

自治体は、中立性を持っているので、多様な組織を集積するプラットフォームを造ることが有利である。

3.3 大企業の支援をしないと行けないの？

従来の経済政策は、中小企業支援のものであり、大企業を含めた政策がなかった。しかし、街全体を俯瞰して資源の連携を高める施策であるならば、大企業もまた対象になる。(図7)

**(図7) OIHのサービスとは何か
-ソフト事業には「たて」と「よこ」がある-**

	OIH（「よこ」）	従来施策（「たて」）	備考
ミッション	関西圏におけるイノベーション・エコシステムを構築する	中小企業企業を支援する	①街全体の「よこの出会い」に予算を組んで明確に業務として行っているところは、日本には少ない。 ②OIHは、プロジェクトが生まれる上流工程（場、仕組み）を提供し、従来施策は、OIHから生まれたプロジェクトの個別支援をする。
誰に	大企業、中小企業、起業家、大学、研究所、VC、金融機関、	中小企業	
何を提供	・集積、結合、反応サービス ・例) 起業家とVCとの「出会い」によって成長を加速	・自主企画各種支援サービス ・一対一のハンズオン、コンサルテーション	
どのように	・ピッチ、ハッカソン、アクセラレーションプログラム ・国内外と連携した共催イベントがメイン	・自主企画セミナー ・主催イベント	

8/27/2015

大阪市経済戦略局 大阪イノベーションハブ

8

4. 横串を刺す政策に認知を

大手企業でも横串をさすのは難しい。自治体も強い縦の組織で事業運営をしているので、難しい。但し、OIHの存在は、まさに横串をさす仕事として象徴的である。

[1] うめきたまちづくり推進機構 「ナレッジ・キャピタル推進室報告」からの抜粋

[2] ハードウェアが、インターネットと連携して新たな価値を生む事例が世界的に増えている。例えば、運動靴の中敷きに加速度センサーを組み込んで、歩数や距離などをスマートフォン経由で、クラウド上で管理して、ランナーが活用できるサービスなど。こうした、ハードウェアとインターネットとが融合した「もの」を「Internet Of Things」と呼ぶことがある。