

各地域の重層的な対流を促進する事例調査 ～ 「大都市圏 × 大都市圏」、「大都市圏 × 地方都市等」、 「地方都市等 × 地方都市等」の対流事例 ～

1. 一般社団法人渋谷未来デザイン(FDS)による都市間連携事業

[大都市圏 (FDS(東京都渋谷区)) × 地方都市等 (広島県、札幌市)、海外 (中国広東省深セン市南山区)]

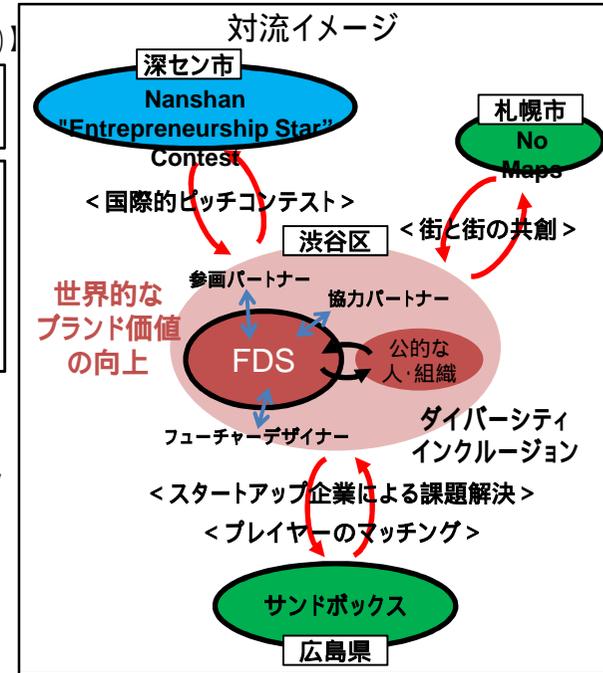
多様な人々のアイデアや才能を領域を超えて収集し、オープンイノベーションにより社会的課題の解決策をデザインする

取組の経緯

- ・2015年から多くの「渋谷好き」が集まるフューチャーセッションを重ねる中で、都市ビジョンを共有し、プロジェクトを共創・推進する仕組みの必要性を認識。
- ・渋谷区の基本構想、長期基本計画でアーバンデザインセンターとしての区の外郭組織の設立が位置づけられ、2018年4月に(一社)渋谷未来デザイン(FDS)を設立。

取組の目的と概要

- ・渋谷に集まる多様な個性とともに「ちがいをちからに変える街。渋谷区」(未来像)を実現する場となる。
- ・産学官民の共創モデルで新しい価値を生み出す「5つのデザイン事業」を推進・支援する。



関係者及び「対流」

- ・FDS運営資金は、区と参画パートナー(企業)の拠出した基金(約2億円)。プロジェクトに人材・機器・場所等を提供する企業も(協力パートナー)。
- ・事業に付加価値を与えるアドバイス等を行うフューチャーデザイナー(有識者・クリエイター等)。
- ・FDSや都市間連携に関心のある全国の行政等の視察や連携打診などあるが、現段階では広島県・札幌市・深セン(南山区)との連携に注力。
- ・広島県との連携(「ひろしまサンドボックス」)の例。
 - ✓ 県との間で定期的な交流機会
 - ✓ 区内企業などに提案参画の呼び掛け
 - ✓ 県内企業と渋谷のスタートアップ企業のビジネスマッチングを視野に、協力パートナーのインキュベーション施設「EDGEof」が有する会員ネットワークの活用など

取組の成果

- ・「サンドボックス」への参画は、マッチング・プラットフォームとしての取組みと、FDS自身が実証事業を提案する2本立てを想定。
- ・札幌で開催(10/10～12)される「No Maps Business Conference 2018」のセッションの一つとして、「札幌×渋谷カンファレンス ～まちに、街を、インストール。～」を実施。
- ・深セン市南山区のスタートアップ向け国際的ピッチ大会の国内予選を主催。80社程度の応募の中から、(株)エアロネクストによるドローンの新技術「4D Gravity」を日本代表として選出。

課題・展望等

- ・FDS設立3年目での黒字転換を目指した収益事業が必要。都市間連携では、渋谷の資金や人材の流出等の懸念もあるが、渋谷の世界的な知名度を相手先が活かすことで、ダイバーシティをテーマとした「渋谷のブランド価値」のさらなる向上が見込まれる。

2. 「ひろしまサンドボックス」における都市間連携

[地方都市等(ひろしまサンドボックス(広島県)) × 大都市圏((一社)渋谷未来デザイン(東京都渋谷区))]

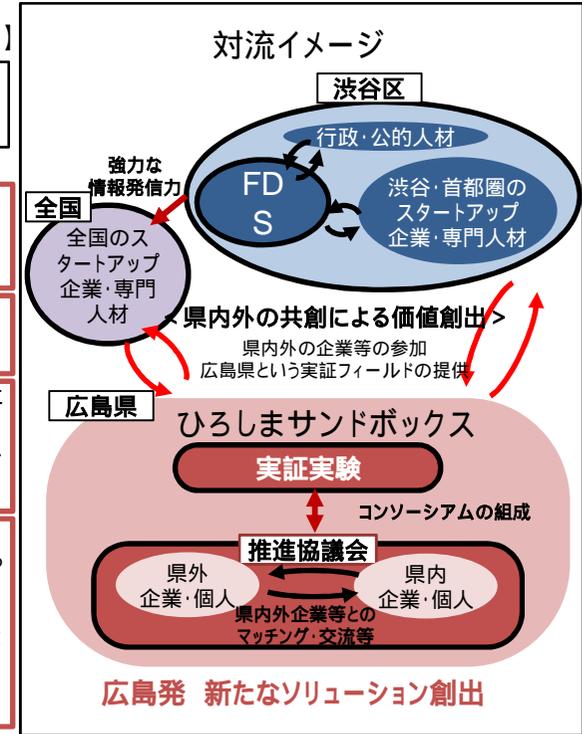
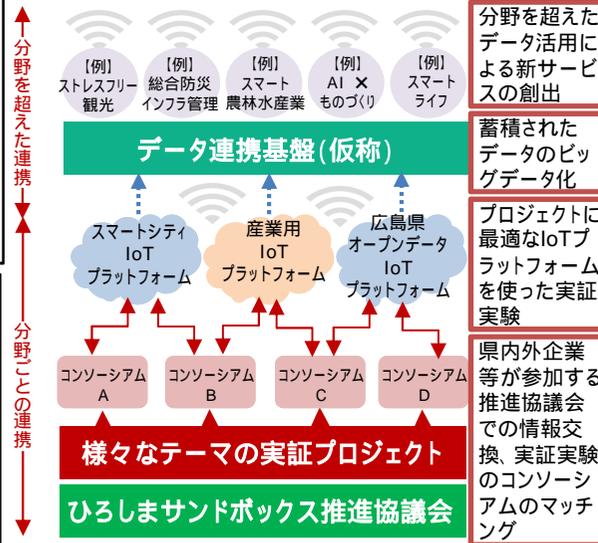
「AI/IoT等最新テクノロジーを活用した様々な産業・地域課題の解決」をテーマとして、県内外の企業や人材が集まり、共創で試行錯誤できるオープンな実証実験の場の設置

取組の経緯

- ・広島県では「イノベーション立県」を旗印に、イノベーション・エコシステムの構築に向けた取組を積極的に推進中。
- ・施策の一環として、平成30年5月に「砂場」のように試行錯誤できるAI/IoT実証プラットフォーム「ひろしまサンドボックス」を創設。

取組の目的と概要

- ・県外の先進的なスタートアップ企業や専門人材を呼び込み、県内企業等とのコラボレーションにより県内にAI/IoT等のノウハウや知見を蓄積、広島発の新たなソリューションを生み出す共創エコシステムの構築を目指す。
- ・平成30年度から3年間で10億円規模を投資。



関係者及び「対流」

- ・広島県がFDSの取組を知り、平成30年より交流開始。
- ・「ひろしまサンドボックス」において、渋谷区及びFDSと連携。広島県では、FDS = 渋谷の発信力に期待する他、FDSの持つネットワークを通じて、渋谷(首都圏)のスタートアップ企業等が「ひろしまサンドボックス推進協議会」及び実証実験に参加することを促進していく。
- ・実証実験は今年度10件程度を採択予定(今後追加公募を検討中)。応募条件は、協議会に加入する構成員が4者以上参加するコンソーシアムであること、構成員に最低1社広島県内企業を含むこと、広島県を実証実験のフィールドとすること等。
- ・広島県がコンソーシアムの要請に応じて県内外の協議会参加メンバーとのマッチングによる組成支援を実施。

取組の成果

- ・渋谷からの情報発信による波及効果。平成30年5月17日に東京都渋谷区で実施した「ひろしまサンドボックス記者発表会」が全国に発信され、東京及び全国の企業等の協議会実証実験への参加に繋がった。第一次公募(6月)に応募したコンソーシアム38件において、東京からの企業が26社参加している。また、全国自治体からの視察も多い。
- ・協議会への参加企業・個人は延べ400者超。広島県内企業からは、東京を含む全国の参加メンバーへのマッチング要望も多い。
- ・公募落選者対象のトライアウトイベント等で東京のVCとの接点も提示。

課題・展望等

- ・次年度以降の第三次公募(新規)を検討中。
- ・公募事業は3年で終了予定であるが、協議会は継続予定。参加者にとってより魅力的な協議会とすべく、運営方法を検討していく。

3. シェアードワークプレイス「co-ba(コーバ)」

【大都市圏(co-ba渋谷(東京都渋谷区)) × 地方都市等(全国25拠点のco-baが存在する地域)】

(株)ツクルバが運営する「co-ba渋谷」のコンセプトやノウハウを提供することで、ローカライズされた「co-ba」の拠点が全国に広まり、多様な主体によるネットワークが形成

取組の経緯

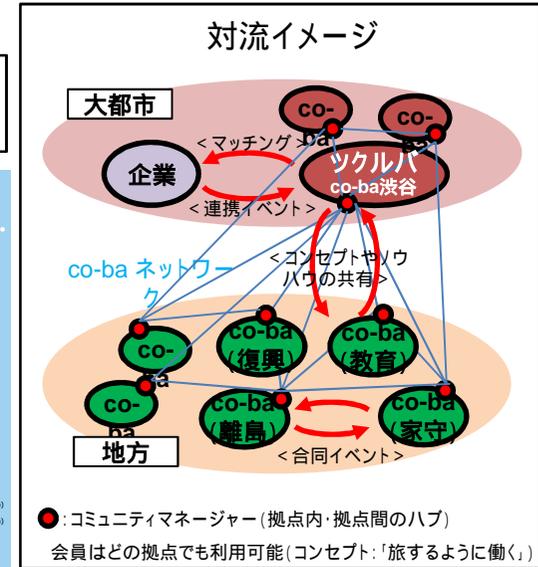
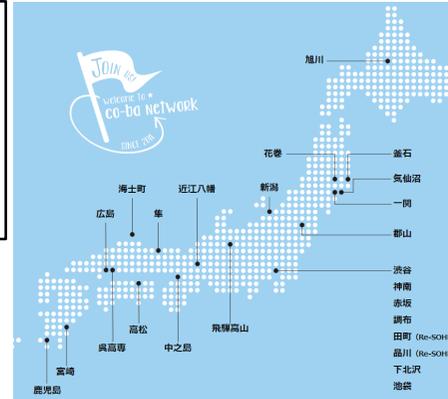
- ・コワーキングスペース「co-ba渋谷」に共感した各地のオーナーによりコンセプトやノウハウを共有した地域で独自の「co-ba」を開設。
- ・ツクルバは新規拠点開設の働きかけをしたわけではないが、現在25拠点到達している(右図)。

取組の目的と概要

- ・ツクルバは各地の拠点の開設や運営をサポート。
- ・例えば復興(気仙沼)、教育(呉)、離島(海士)、家守(花巻)など地域の特色に応じたco-baが生まれている。
- ・co-ba渋谷が実験の場となり、成果を他拠点でも導入。

関係者及び「対流」

- ・全国へ広がったco-baネットワーク。
 - ✓各拠点のオーナーは地域のキーパーソン(個人、企業、行政など多様)。年1回、オーナーが一堂に会するサミットを開催。
 - ✓各拠点にいるコミュニティマネージャーが、拠点内・拠点間における会員の協働や紹介のためのハブ。会員の交流を促すためのイベントも発案。
 - ✓他拠点との連絡やマッチングはオンライン・対面の両方を活用している。
- ・地方拠点間でも、オープニングイベントへの協力や合同交流会の開催などにおいて連携している。
- ・co-ba渋谷における、企業と連携したイベント・取組の例。
 - ✓アイデアソン「水曜ワトソンカフェ」(IBM)
 - ✓スタートアップの口座開設や起業相談(きらぼし銀行)



取組の成果

- ・起業等に必要なスキルアップのために、co-ba schoolを渋谷で開催。その後、co-ba schoolの仕組みは地方の拠点でも導入。
- ・各オーナーはまちづくりや地域活性化のため、co-baを活用している。
 - ✓海士町役場は、移住施策のさらなる展開として島外とのビジネスマッチングの場として活用(co-ba海士)。
 - ✓リノベーションまちづくりに取り組む花巻家守舎は、起業家等が集まる場として活用(co-ba花巻)。
 - ✓あなぶきグループは、新規事業展開のために起業家との接点を持つ場として活用(co-ba広島、co-ba高松)。

課題・展望等

- ・co-ba内のコミュニティを重視し、今後はコミュニティマネージャーの育成にさらに注力。
- ・co-ba schoolを他拠点でも受講できるようオンライン配信を検討。
- ・co-ba事業の新たな試みとして、スタートアップに特化した拠点(神南)を直営で設置し(2018年10月)、全オーナーで視察する予定。

4. 一般財団法人こゆ地域づくり推進機構 (宮崎県児湯郡新富町)

[地方都市等(こゆ財団(宮崎県新富町)) × 大都市圏(上場企業等)、地方都市等(Next Commons Lab等)]

ベンチャーのスピード感と公益性を両立させた「地域商社」が町内外をつなぐハブとなり、町の経済を回す取組みを推進する



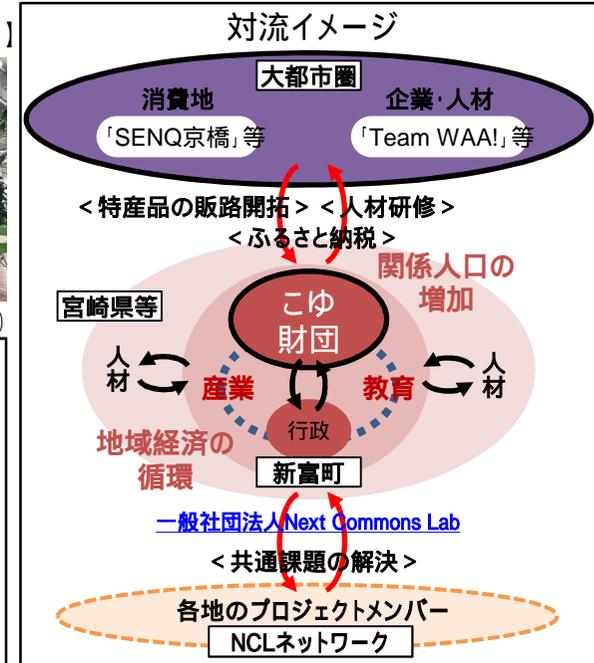
活動拠点(チャレンジフィールド)

取組の経緯

- ・今後の高齢化、人口減少に伴う地域経済に対する危機感。
- ・経済を回すための民間的な発想と手法の必要性から、旧観光協会を発展的に解体して「こゆ財団」を設立(2017年4月)。

取組の目的と概要

- ・特産品で「稼ぐ」: 農産物などを活用して特産品を開発し、都市部を中心に「他にはない価値」を提供して対価獲得。
 - ✓ 1粒1,000円の国産生ライチのブランディング / 「ふるさと納税」の返礼品(「定期便」野菜セット) / 等
- ・稼ぎを教育に「再投資」: 起業家育成塾など、実践的な「学び」の地としての環境づくり。
 - ✓ チャレンジしたい人(新規事業を生み出す起業家人材)に向けた各種講座 / 現場を題材とした課題発見とビジネスによる解決 / 企業研修等の受け入れ / 等



関係者及び「対流」

- ・財団は、民間出身者と役場出向者による「選択と集中」の可能なチーム。行政と密接に連携し、ふるさと納税の運営、地域おこし協力隊の活用、創業支援、リノベーション等を推進。
- ・「SENQ京橋」(コワーキングスペース)等での小規模イベント開催など、都市部での人づてによる価値の伝達(販路開拓)。
- ・「Next Commons Lab(NCL)」のスキーム導入(2018年8月～)。
 - ✓ 地域おこし協力隊制度を活用して移住者のコミュニティを形成し、相互連携や支援リソースを共有しながら各地域での自己実現を支える仕組み
 - ✓ 「NCL」を導入した全国9地域(遠野、奥大和、加賀、南三陸、弘前、南相馬、湖南、西条、宮崎)のネットワーク化
- ・ユニリーバ・ジャパンの推進する「Team WAAI」(新しい働き方に共感し、実現しようとする企業・団体・個人のネットワーク)との連携など、都市部の企業等とのつながりを構築。

取組の成果

- ・設立1年間で7名の移住起業家があり、さらに増加中。
- ・ふるさと納税の寄付額が前年度比2倍以上に増加(約9億3千万円に)。この一部が財団の運営資金となるため、教育や地域づくりに還元される再投資も拡大。
- ・NCLネットワークの「地域間での人材シェア」等が始まる兆し。
- ・ユニリーバの提供する「女性の自己肯定感の向上」をもたらすプログラム(ワークショップ)を開催。
- ・「Team WAAI」初の地方拠点として、メンバー研修(働き方改革に関する実証実験)スタート。

課題・展望等

- ・町全体を学び舎に、新しい人材がチャレンジできる「畑」(フィールド)を耕すことで、関係人口の一人ひとりが様々な「種」として植えられ、町に必要な事業が成長していくよう支援する。

【DRT(東京・八重洲) × 地方都市(福岡県・九州をはじめとする全国)】

東京駅の近くで集まり、出会え、情報を得られ、仕事のできる、地方と東京をリンクさせる「場」の開設

取組の経緯

- ・2016年の銀行内ベンチャー設立を機に、従来と異なる人やアイデアとの接点の重要性を認識。
- ・2017年4月、グループ設立10周年記念事業の一つとして、福岡銀行東京支店(福岡ビル)4Fフロアに、コワーキングスペース、イベントスペース、シェアオフィス等を備えた「DIAGONAL RUN TOKYO(DRT)」を開設。

取組の目的と概要

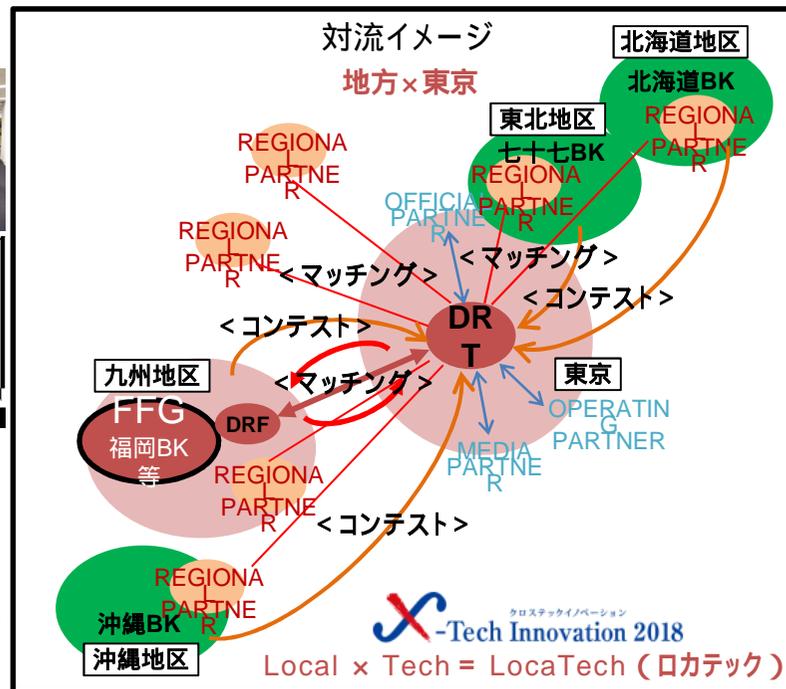
- ・九州・福岡の枠を超え、企業・スタートアップの東京進出や地方展開等をサポート。好立地、料金設定、銀行や協業パートナーによるマッチング等がポイント。
- ・主催イベントの他、パートナー、企業、自治体などがイベントスペースを使い、人や情報の交流からのオープンイノベーション創出を目指す。

関係者及び「対流」

- ・現在の会員数68人。九州に限らず、各地方や東京近郊の企業・士業・研究者など幅広く利用。都内の大手企業の新規事業部なども会員に。
- ・DRTの趣旨に賛同する金融グループ、地方銀行(北海道～沖縄)、メディア等がパートナーとして協業。
- ・ピッチイベント「X-Tech Innovation2018」を4銀行と共同開催(FFG、北海道BK、七十七BK、沖縄BK)。
 - ✓全国4地区でピッチバトルを行い、2019年1月にDRTにてマッチングイベントを開催
 - ✓過去の北海道地区最優秀賞企業がDRTに入居
- ・施設の運営は行員と共に、東京・福岡でコワーキングスペースの実績がある事業者の一部委託。



「ダイアゴナルラン」は、ピッチを斜めに走り、新しいスペースを生み出して得点につなげるサッカーの戦術。ロゴには47本のラインを斜めに動いていく様を表現している。



取組の成果

- ・対外的なイベント等によりクチコミを通じて施設の認知が広がった。
- ・利用者に対して、多様な会員・入居者どうしのつながり、金融機関の顧客とのつながり、投資ベンチャー(常駐)などの価値を提供している。
- ・地方自治体による地域PR・移住促進・ベンチャー企業マッチング等を狙いとしたイベントも開催。
- ・2018年3月に第2の拠点「DIAGONAL RUN FUKUOKA」(FFG親和銀行福岡ビル内)オープン。DRTとの相互利用も可能で、福岡進出や九州での事業展開等の拠点等としての利用を促進。
- ・スターフライヤーとの提携により、マイレージ会員向けのサービス(フリーデスク 1DAY利用)スタート。

課題・展望等

- ・利用者向けの提供価値の充実に向けて、コミュニティの形成・活性化を促す取組みを強化。

6. 企業課題解決のため、ノウハウを有する「顧問」紹介サービス

【株式会社パソナ(東京都千代田区)】

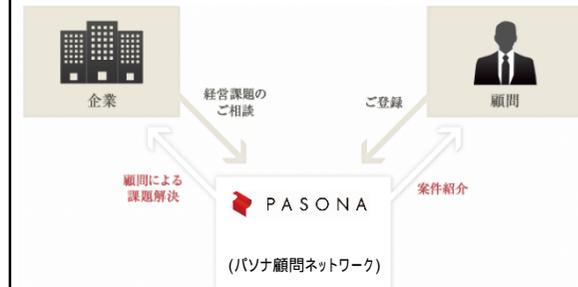
豊富なノウハウを持つ上場企業の役員や特定領域に高い専門性を持つ人材などを「登録顧問」とし、経営課題を抱える企業とマッチングすることを通じて、経営ノウハウや労働力不足など社会、企業の課題解決を目指す

取組の経緯

高齢化、労働力人口の不足などの社会、企業ニーズに対し、(株)パソナが有する豊富な人材派遣のノウハウを活用することにより、対応出来るのではないかと考えが背景

取組の目的と概要

- ・豊富なノウハウを持つ上場企業の役員・管理職経験者や特定領域に高い専門性を持つ人材などを「登録顧問」として、(株)パソナと顧問契約し、経営課題を抱える企業とマッチング。
- ・契約期間は、平均6ヶ月からで、活動頻度は、月平均4回程度で案件ごとに柔軟に対応。
- ・登録顧問は、5000名以上で、61～70歳が全体の55%、50歳以下が約20%を占めている。IT/Web領域などでは、40代以下も活躍している。
- ・導入している企業は、従業員300名以下の企業を中心にベンチャーから大企業まで幅広い。



取組の成果

「駐車場IoTサービス」

【企業・ニーズ】
IoT関連で新規事業開発を得意とする企業で、駐車場空き状況を把握と事前決済可能なサービスへの販路拡大を希望

×

「販路拡大」

【顧問の経歴】
大手クレジットカード会社、保険会社で法人営業部門を経験。豊富な人脈により営業支援を得意。

【支援内容】

- ・営業戦略の立案
- ・顧客企業の開拓&紹介
- ・アライアンス先の紹介

「宅配クリーニング」

【企業・ニーズ】
宅配クリーニング事業社において顧客データを分析・活用し、リピート率の向上を希望

×

「顧客データ分析」

【顧問の経歴】
通信キャリア、EC大手、ゲーム会社にて、データアナリストとして活躍後、データ分析専門の会社を起業。

【支援内容】

- ・データ活用プランの策定
- ・現状顧客データの分析
- ・分析結果のレポート及び施策検討

課題・展望等

- ・より効率的なマッチングを行うためのサービスのWeb化、蓄積された知見(オープンイノベーション、起業等のノウハウなど)を活用した研修サービスへの支援などを行い、企業の事業承継問題に対応し、地方創成にも繋げていく。

7. ビジネスパーソンの暗黙知を活用したスポットコンサル

【株式会社ビザスク(東京都目黒区)】

「世界中の知見をつなぐ」をビジョンとし、組織、世代、地域を越えて、知見を集めてつなぐことで、世界のイノベーションに貢献

取組の経緯

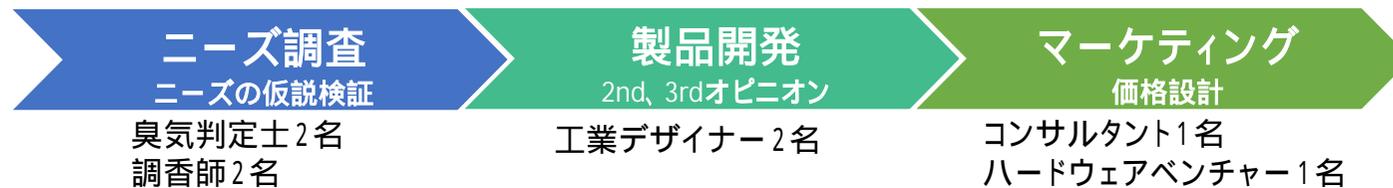
労働人口が減少する中、企業は生産性向上が課題であることや、働き方改革・副業解禁の進展に伴い、自社以外で外部知見を活用するニーズが高まっていることなどの社会・企業ニーズを背景

取組の目的と概要

- ・ビジネスパーソンの暗黙知をデータベース化したスポットコンサルプラットフォームを構築。新規事業、R&D、マーケティングなど様々なビジネス課題を抱える企業/個人に対して、知見を有する登録者をマッチングすることで、適時適切なアドバイスを収集することが可能。
- ・登録者数は、70,000名を超え、その内、海外の会員数は、約10,000名。直近1年間で26ヵ国でのマッチング実績がある。
- ・直近1年間(H.29.8～H30.7)におけるマッチング数は10,728件。利用企業数は、大手(TOYOTA、SB innoventure、DBJなど)から中小企業まで約500社。

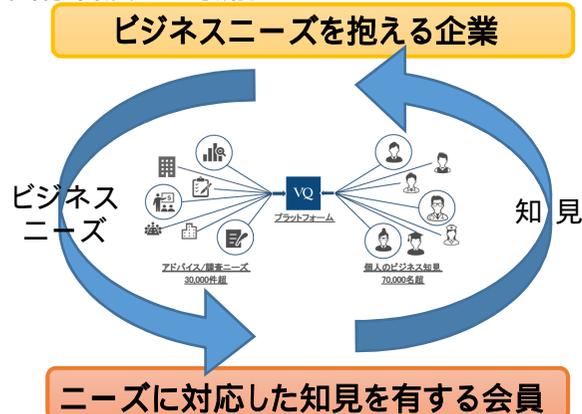
取組の成果(具体例)

ニオイ見える化チェッカー「Kunkun body」(コニカミノルタ(株))の開発に際して、フェーズ毎に必要な知見を提供することで、仮説検証のスピードアップに貢献



コニカミノルタ(株)HPより

関係者及び「対流」



・様々なビジネスニーズを抱える企業とニーズに対応した暗黙知を有するアドバイザーが国内、国外問わずマッチングし、「知見」の対流を起こすことを通じて、イノベーションが創出。

・マッチングには、face to face による対面相談や電話、webの活用など、個々の相談に応じて、適切な手法を利用することが可能。

課題・展望等

- ・暗黙知のデータベースを活用し、サービスメニューを充実させ、より多くのアドバイザーが活躍できる機会を創出する。
- ・世界の知見がつながる未来を目指し、社会にインパクトを与える規模まで登録者数を増やす。
- ・グローバル展開を進め、日本→海外、海外→日本、双方の知見をつなぐサービスとして世界中で認知される。