

稼げる国土専門委員会 2019年とりまとめ報告書案

新たな時代における「予定調和なき対流」によるイノベーション創出

～「地方に到来したチャンス」を最大限に活かした

「稼げる国土」の形成～

平成31年4月

国土交通省国土政策局

1. 稼げる国土とは何か～本委員会の検討趣旨

「稼ぐ」とはその商品の付加価値をお金で表現することであり、すなわち商品原価よりも大きい付加価値をつけて販売すること。「稼げる国土」とは、地域の独自の個性を活かし、その付加価値を具現化して経済活動を行うことにより、各地域の産業振興を図るという国土の姿である。

第4次産業革命によって経済社会のパラダイムシフト、すなわち産業構造や付加価値の創出のメカニズムの大幅な変化が起きようとしている。付加価値の創出において労働集約や資本集約の必要性は低く、また情報インフラが全国で整備されている状況は地方都市にとっての大きなチャンスである。これまでの固定観念を捨てて、地域の独自の個性を活かし、その付加価値を具現化して経済活動を行うことにより、地方創生を進めることが求められる。第4次産業革命の進展に伴い、労働集約型、資本集約型に続く知識集約型社会が具現化すると、個人の知恵が価値を生むこととなり、組織の壁を越えて、また業種の壁を越えて知的対流を行うことがさらに重要となる。すなわち様々な分野のヒトや情報が集積する場で「予定できない接触」が生み出され、結果として「予定調和なき対流」によるイノベーション創出に繋がる場である知的対流拠点が重要となってくる。日本は、高速かつ大容量の通信が全国で可能でありデータドリブンなイノベーションを全国どこでも行える環境にあることから、通信インフラを用いる知識集約型産業については都市と地方の格差は小さく、地方に大きなチャンスが到来していると言える。経済社会のパラダイムシフトによって「地方に到来したチャンス」を最大限に活かすことによって「稼げる国土」を形成することができると思う。

資本集約型社会においての商品の評価軸であったコスト、機能性、品質、耐久性等とは別の「共感と呼ぶ価値」への評価が高まっている。例えばSDGsにあるサステナビリティという価値、ネット通販で求められる配達時間の短縮とは逆に配達に時間がかかるが良品が届くという価値、ひとつひとつの製品を手作りする職人が製品に込める魂への共感と呼ぶ価値などである。こうした「共感と呼ぶ価値」はどの地域にもその潜在力があり、それをどのように引き出して稼げる地域にしていくか、ということが本委員会の大きな検討テーマである。

2. 本委員会の検討経緯

(1) 本専門委員会のこれまでの検討経緯（平成28年度～平成30年度）

第二次国土形成計画（平成27年8月閣議決定）の推進のため、平成28年2月に国土審議会に「計画推進部会」が設置された。本部会に設置された4つの専門委員会のうちのひとつである稼げる国土専門委員会では、第二次国土形成計画の中で示された、「我が国が活力を維持、向上するため、我が国の経済成長を支える『稼げる国土』の形成を進める」こ

とを踏まえ、地域の独自の個性を活かし、産業の振興を図ることを目的に以下の3つの事項について、平成28年度からそれぞれ年度毎に調査を行った。

地方都市を中心とした地域発イノベーションの創出、
大都市圏の整備を通じた地方都市等との重層的な連携、
これらを促進するための知的対流拠点のあり方等について調査を行うとともに、これらを踏まえ、
生産性を高め、各地域の重層的な対流による「稼げる国土」のあり方

【平成28年度の調査事項～地方都市を中心とした地域発イノベーションの創出】

全国の幅広い地域における地域主体の13の先行事例を収集し、それらの事例から見出された、今後地域発イノベーションに取り組む地域にとって、有益であると考えられるポイントを手順として整理した「ローカル版『知的対流拠点』づくりマニュアル」を平成29年3月にとりまとめた。

ここで示した地域発イノベーションとは、自治体をはじめ、地域の事業者、住民等が抱く課題や危機感を認識・共有するとともに、それをチャンスとしてもとらえ、地域の強みとなる資源を活かし、魅力ある「しごと」を内発的に創出・発展させていくことである。

地域発イノベーションを創出、すなわち自治体をはじめ、地域の事業者、住民等が抱く課題や危機感を認識・共有するとともに、それをチャンスとしてもとらえ、地域の強みとなる資源を活かし、魅力ある「しごと」を内発的に創出・発展させていくためには、活用する地域資源やその取組内容に応じて、自治体や地域内の事業者、住民、大学、研究機関、金融機関等を中心とする多様な関係主体が連携し、知恵やアイデアを出し合って、実際の活動に昇華させる「場」が必要になる。

本マニュアルでは、このような「場」である知的対流拠点を形成する流れについて、活動主体による取組、活動主体間の繋がり、活動空間、活動を支える交通ネットワークについて、それぞれフェーズ毎（地域の課題や危機感の認識・共有フェーズ、地域の強みとなりうる資源の検討フェーズ、それら資源の活用方策の実行フェーズなど）に各事例のポイントを整理し解説として提示した。

主な流れを以下の図に示すが、詳細は本マニュアルを確認いただきたい。

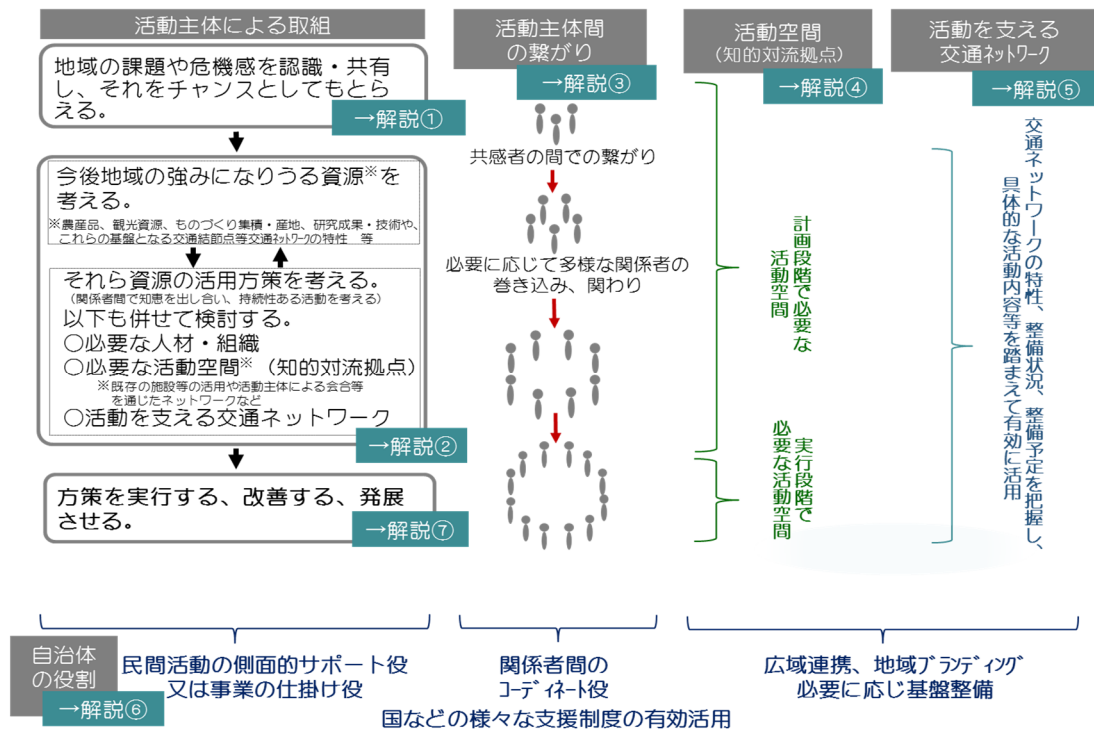


図1 地域における知的対流拠点づくりの流れ

【平成29年度の調査事項～大都市圏の整備を通じた地方都市等との重層的な連携、これらを促進するための知的対流拠点のあり方等】

大都市の「知的対流拠点」やヒト・モノ・カネ・情報の対流を促進する仕組みから最新の事例を取り上げ、イノベーション創出や大都市と地方都市等との連携において、それらが担う役割の重要性を示し、「大都市圏と地方都市等との重層的な連携に向けて～大都市の「知的対流拠点」を中心に～」として平成30年4月にとりまとめた。

本とりまとめでは、以下の3つの観点から事例調査を実施した。

- 「大都市の『知的対流拠点』について」
- 「ヒト・モノ・カネ・情報の流れを生み出すしくみについて」
- 「大都市圏と地方都市等との連携について」

「大都市の『知的対流拠点』について」は、ヒト・モノ・カネ・情報が集積しやすく、そもそもとして「知的対流拠点」が形成されやすい大都市圏において、18事例を元に、民間事業者が関与する場合と公的機関が関与する場合の特徴について整理した。

「ヒト・モノ・カネ・情報の流れを生み出すしくみについて」は、大都市圏と地方都市等とを結ぶ、新たなヒト・モノ・カネ・情報の流れを生み出すことが重要との観点から、16事例を元に、様々なニーズに係る連携促進、いわゆる「マッチング」の取組について整

理した。

「大都市圏と地方都市等との連携について」は、大都市との連携により、地方都市等が新しい産業の創出や稼げる地域の形成を推進し、地域の活力に取り込んだ事例の特徴を、6事例を元に整理を行った。

平成29年度の調査の総括を以下に示す。

- ✓ 我が国では、第四次産業革命の実現に向けて様々な取組が進められているが、現時点ではその明確なコンセプトやロードマップがはっきりしていない状況である。だからこそ、「予定調和なき対流」によるイノベーション創出に繋がる場が求められており、結果、交通利便性が高く、ヒトや情報の集積が容易な大都市の「知的対流拠点」が重要な役割を担う。
- ✓ 「大都市の『知的対流拠点』について」、「ヒト・モノ・カネ・情報の流れを生み出すしくみについて」の取組を積極的に活用することで、大都市圏と地方都市等との重層的な連携が生み出され、結果、地域活性化の契機や地域発イノベーション創出に繋がることから、こうした取組の積極的な活用が可能となるような環境整備の方策の検討が必要である。

【平成30年度の調査事項～各地域の重層的な対流による「稼げる国土」のあり方】

平成30年度は、新たな時代の「知的対流拠点」のあり方を整理するとともに、人的リソースの制約等の様々な要因により、地域発イノベーションの創出に「取り組もうとしても実際的な取組に着手することができない」地域が「取り組むことが可能となる」地域となるための環境整備を含め、各地域の重層的な対流を促進する「稼げる国土」のあり方について、各地域の重層的な対流（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）を促進している事例等を収集し、検討を行った。

< 大都市圏×地方都市等 > 5事例

目的（哲学）などを持つ中心的主体が大都市圏にあり、ネットワーク形成により広域的に同じ目的を持つ者との価値の共有、連携を行うケースである。例えば、大都市圏にある多種多様な知見・人材等を目的の達成を目指す地方都市というフィールドにおいて適用しているケースなど、大都市圏、地方都市等の両者にとって win-win な関係が構築されることで、対流が生み出されている。

< 地方都市等×大都市圏 > 5事例

活動の中心的主体が地方都市にあるという点において < 大都市圏×地方都市等 > とは異

なるが、対流を生み出すメカニズムなどは同様である一方、地方都市が中心となるケースのほうが、地域における行政課題解決を主な目的とする場合が多い。

< 地方都市等 × 地方都市等 > 2 事例

今回の調査では、地方都市間での対流事例は 2 事例のみであったものの、平成 28 年度における四万十町における取組（道の駅の運営で培ったノウハウを他の道の駅や地域商社へ移転）など、これまでの調査事例も踏まえると、地方都市等では、特に共通の課題や課題解決に向けた取組状況にある地域が多く、両者の経験やノウハウ等を共有するためのネットワークが形成されやすく、対流が生み出されている。

< ヒト・モノ・カネ・情報等の対流 > 2 事例

ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促す事例を平成 29 年度に引き続き検討した。当該事例は、拠点を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、プラットフォームの運営主体が集約した知見を様々な企業ニーズに汎用することで、プラットフォームとしての信頼性を高めるという特徴があった。

上記を踏まえると、大都市圏 × 地方都市等、地方都市等 × 大都市圏、地方都市等 × 地方都市等のいずれに関わらず、両者が有する強み弱みを補完しあう関係が形成されることで、対流が生み出されていることが分かった。複数の知的対流拠点がネットワークを構築し、1 つの拠点では賅いきれない知見やノウハウ、人材等を他の拠点と連携・補完しあえる環境整備を進めることが重要となる。

そして、そのためには、社会情勢、地域をとりまく環境の変化等に対応しつつ、拠点における取組等を充実させていくことが必要である一方、同様の課題を抱える関係者間のネットワーク形成等のための拠点における取組紹介などの情報発信も重要となる。

また、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促す取組が、今後、知的対流拠点や当該拠点を有する地域に対し、不足する専門性・秘匿性の高い知見を提供し、重層的な知的対流を促す役割を担うことが期待される。

個別事例の概要については付録に掲載

(2) 3 年間の調査で取り上げた知的対流拠点の類型

本委員会で検討した知的対流事例を 3 つに類型化を行い、それぞれの対流を生み出すメカニズムなどを整理した。（別紙 1、2 参照）

本委員会で検討する「知的対流拠点」は多様な関係主体が連携し、知恵やアイデアを出し合って、実際の活動に昇華する「拠点」を指す。（当該「拠点」は、物理的な「場」を形

成する場合に加え、関係主体間のネットワークである場合も含む。)

タイプA (コワーキング型)

拠点を形成し、多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流による知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの

<典型的なイメージ図>

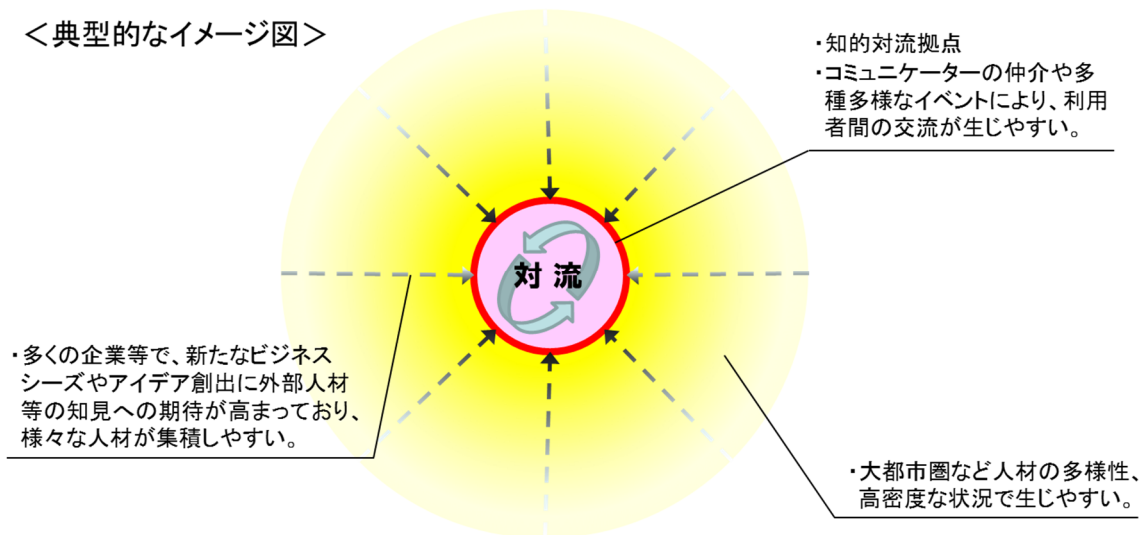


図2 コワーキング型知的対流のイメージ

タイプB (地域課題解決型)

関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの

<典型的なイメージ図>

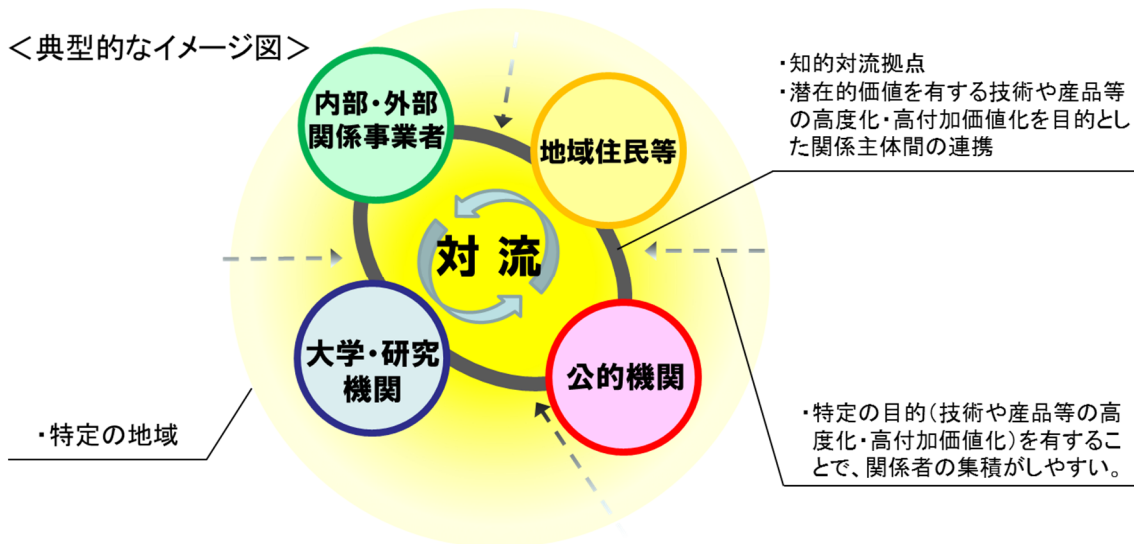


図3 地域課題解決型知的対流のイメージ

タイプA・Bには、それらの拠点同士がネットワークを形成し、拠点間同士で対流を生み出しているものもある。

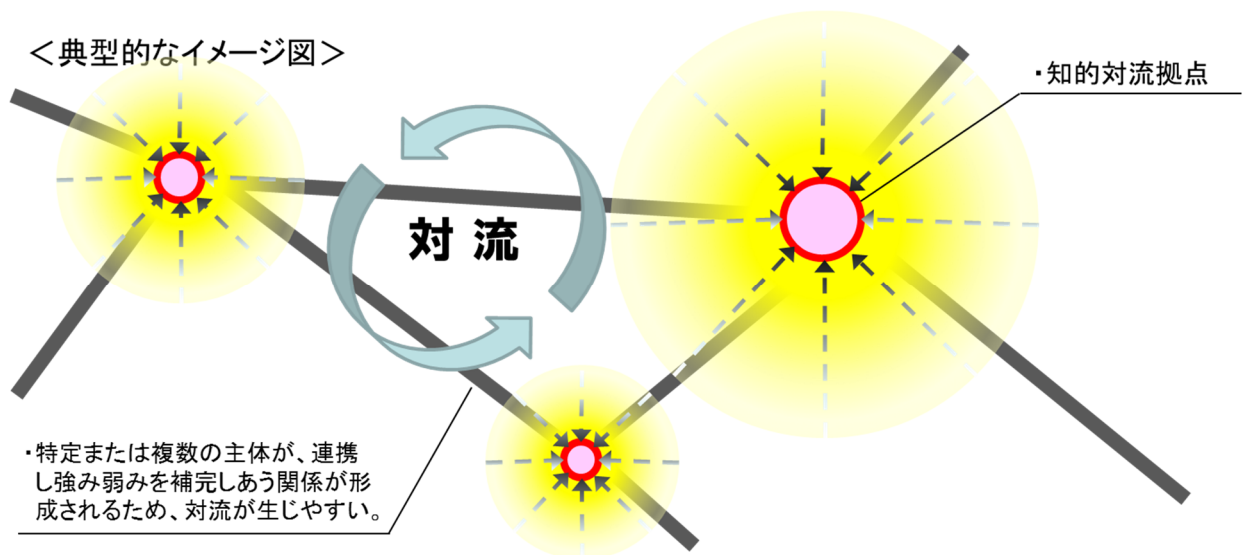


図4 拠点同士がネットワークを形成し、対流を生み出すイメージ
タイプC(知見プラットフォーム型)

場を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの

<典型的なイメージ図>

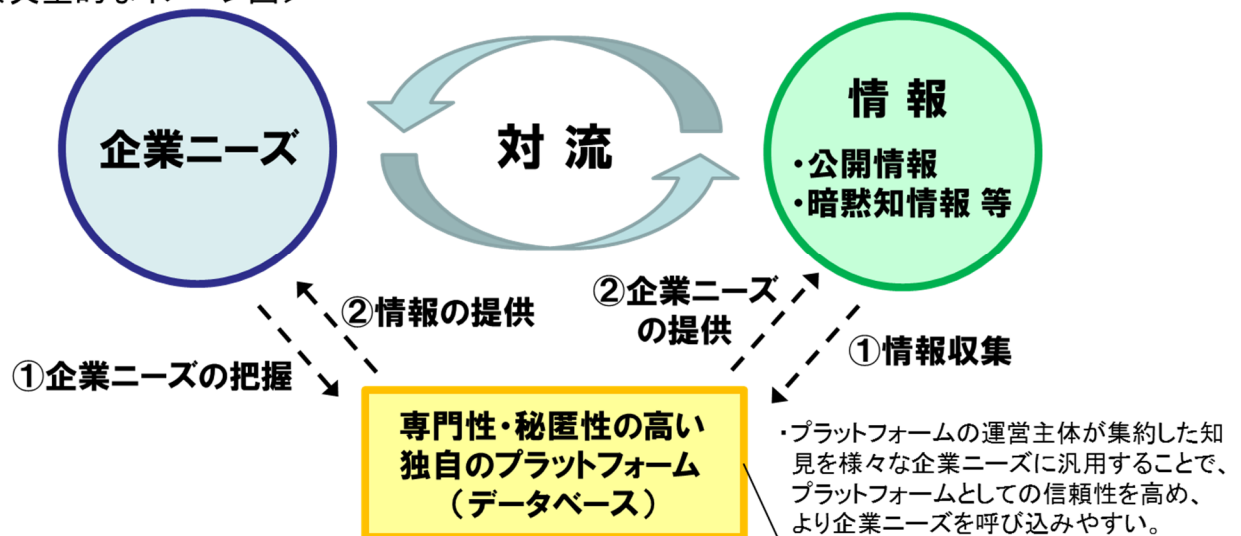


図5 知見プラットフォーム型知的対流のイメージ

3. これから「予定調和なき対流」をさらに進めていくための検討課題

(1) 公的機関の知的対流拠点への関与のあり方

地域の独自の個性を活かし、その付加価値を具現化して経済活動を行うためには、様々な分野のヒトや情報が集積する場で「予定できない接触」が生み出され、結果として「予定調和なき対流」によるイノベーション創出に繋がる場となる知的対流拠点が重要となってくる。

知的対流拠点が行政課題解決という目的（以下「行政目的」）を有する場合、別紙2に記載した公的支援が必要と考える。具体的には、以下のような支援が必要と考える。

- ・イニシャルコストにかかる一定の公的支援（タイプA、タイプB、ネットワーク形成）
- ・拠点における取組紹介など関係者間のネットワーク形成のための情報発信（ネットワーク形成）
- ・本委員会で収集・分析した成功事例の周知（タイプB、ネットワーク形成）
- ・地域課題解決に向けた志のある者、高付加価値化に繋がる知見を有する者の育成に対する一定の公的支援（タイプB）
- ・地域課題解決に向けた志のある者と高付加価値化に繋がる知見のマッチングや顧客ニーズに適切に対応出来る仕組みに対する一定の公的支援（タイプB）
- ・一定の行政目的を有する知的対流拠点等がタイプCの取組を活用する場合における一定の公的支援（タイプA、タイプB、ネットワーク形成）

知的対流拠点が、その効果を十分に発揮するためには、多種多様な関係主体が数多く集積することが重要となり、行政課題解決の側面から地元自治体が関与する場合には、その関わり方は、上のような公的支援にとどまらない公的機関の関与が重要である。具体的事例としては以下のものが想定されるが、その他様々な関与が考えられる。

- ・地域圏内外の知的対流拠点群の連携のコーディネート
- ・まちづくり構想の立案やステークホルダー間の調整
- ・地域資源の発掘や地域のブランド化と海外も含めた対外発信
- ・知的対流拠点と大学・研究機関との連携のコーディネート
- ・人流をスマート化する（スムーズにする）交通インフラの整備
- ・地域をリビングラボとしたイノベーションの実証実験の企画
- ・協働のポテンシャルが大きい分野間の橋渡し
- ・公的機関が所有する未利用地等の利活用

特に、地方都市等においては、これから新たに知的対流拠点を形成し、取組を始めるところが多く、イノベーションの創出の芽を育むためにもそうした取組を緩やかに支援していくという考え方が重要である。

そして、公的機関だけでは対応できない行政課題に対し、知的対流拠点において、大学等の研究機関、民間事業者等との関係主体と効果的に連携を図ることが、結果として、知的対流拠点の活動を更に活性化させることが期待される。

(2) 知的対流拠点が生み出す価値への「期待値」の評価のあり方

知的対流拠点の運営に必要な資金を市場の中で円滑に流動させるためには、起業促進や地域活性化などそれぞれの地域が抱える行政課題解決に向けた「期待値」や、行政課題解決が目的でない拠点における当該拠点の運営目的に向けた「期待値」を共通の視点で「見える化」していくことが、持続的な運営（例：地域等における当該取組に対する理解など）に繋がるとともに、将来の事業継続の可否判断（例：公的支援の継続、クラウドファンディング等の活用による自立的な運営、一定の事業目的を達成したことによる事業の改変など）、市場システムの中での普及・促進に資するものとして重要となる。

しかし、「期待値」をその事業を実施する前に評価することは、すなわち「対流」によって創出される新たな価値への評価を事前に行うことであり、現状においてそうした評価事例を抽出することは困難である。クラウドファンディングはまさに事業を開始する前に出資者がその事業に「期待」を持って行うものであるが、将来の事業継続の可否判断の客観的材料として用いるのは難しいと考える。（出資者がその事業に「期待」を持つ要素として、地域課題解決型であれば当該事業を実施しようとする人の実績、当該事業を実施しようとする人の人的魅力、地域にかける熱意等、都心部のコワーキング型拠点であれば運営主体が持つネットワーク、運営意図への共感、利用者のニーズへの対応力等が考えられる。）

現状、当該事業を開始する段階で、民間セクター等は、事業実施者が個々の拠点の設置目的に合わせて当該事業計画、成果を図る指標などを綿密に構築しているかなどを出資、支援を行う際の判断としているが、将来的には、行政または民間関係者が出資、支援を行う共通の視点での判断材料が必要となると考えられる。

また、事後に個々の事業の成果を評価する方法は複数存在し、例として以下に挙げる。

当該拠点の成果を図る指標は、個々の拠点の設置目的に合わせて事業開始時点に綿密に構築した上で、事業評価を行う時点において複数の要素を総合的に勘案し、その達成度合いを数値化した上で、評価することが重要である。例えば「予定調和なき知的対流」を目的とする場合、利用者の多様性、目的の多様性、集まる人の属性の多様性などが考えられる。

【事後に成果を評価する例】

< 客観的な数値によるもの >

- ・ 知的対流拠点の事業による行政課題解決に資する成果を測るための SIB の活用（民間資金を活用した官民連携による社会課題解決の方法）
- ・ 施設の利用者数、イベントの参加人数
- ・ 商談件数
- ・ 売上高の伸び率（コワーキング型の場合は利用企業の売上高の伸び率、地域課題解決型の場合は地域の産品等の売上高の伸び率等）
- ・ 創業数

< 外部に与えるインパクトを評価するもの >

- ・ マスメディアによる地域ブランドの発信
- ・ SNS での取り上げ件数
- ・ 観光客の伸び率

< その他 >

- ・ 知的対流拠点のリスクを評価し、施設整備に係る費用や施設の 2 次的利用などを考慮した撤退のしやすさ

SIB(Social Impact Bond) : 民間事業者等の活動の成果を測る指標を予め設定し、その活動の成果が表れた場合に、行政が民間事業者等の活動に対して対価を支払うという方法

4. 知的対流拠点の機能をより強化するまちづくり～イノベーションディストリクトとスーパーメガリージョン

(1) イノベーションディストリクトへの期待

知的対流拠点が、その効果を十分に発揮するためには、その拠点において多種多様な関係主体が数多く集積することが重要であると同時に、複数の知的対流拠点がネットワークを形成し、拠点間の対流を活性化することがさらに重要である。知的対流拠点の立地が進みやすい大都市圏の都市形成として、リスクを受け入れる文化を醸成し、イノベーションを次々と生み出す「イノベーション・エコシステム」の形成を目指すことが大都市圏の知的対流促進機能を維持するために重要である。起業家、スタートアップ、大学、カタリスト、投資家等がオープンな環境で協働できる「近接性」と「集積」を重視し、コンパクトな都市形成を目指す都市経済対策である「イノベーションディストリクト」の事例を知的対流拠点の集積の発展型として検討する。当該都市が発展することにより、その周辺地域への波及効果も期待できる。

渋谷の取り組み事例

< 1 > 渋谷駅の位置づけ

渋谷駅は一日約 300 万人が利用する新宿駅に次ぐ国内第 2 位のターミナル駅である。都内における外国人訪問率が高く、国際的に注目される都市観光の拠点である。IT 産業は都内の中でも際立った集積が見られる地域である。渋谷駅周辺地域は都市再生特別措置法に基づき平成 17 年に都市再生緊急整備地域、平成 24 年に特定都市再生緊急整備地域に指定されており、国際競争力を強化する上で特に重要な地域として特別措置が講じられている。

< 2 > 渋谷区のまちづくり方針策定～イノベーションディストリクト構築に向けて～

平成 17 年における都市再生緊急整備地域の地域整備の目標として「駅施設の機能更新と再編を契機に開発の連鎖による総合的なまちづくり」を掲げており、都市再生緊急整備地域全体、さらに広域渋谷圏の再生・活性化を視野に入れ、公民のパートナーシップによる都市再生を進めることを目的として、数次のまちづくりビジョンが策定された。平成 23 年 3 月に策定された「渋谷駅中心地区まちづくり指針 2010」では、「世界に開かれた世界文化の発信拠点「渋谷」のリーディングコア」という将来像を実現するための 7 つの戦略、各戦略を具体化させるための指針が示された。「渋谷の都市再生に求められるもの」や「渋谷らしさ」のキーワードがまとめられている。

< 3 > 東急電鉄(株)による渋谷駅周辺開発の取組

東急電鉄(株)は渋谷区や関係鉄道事業者、開発事業者と連携して、渋谷駅周辺開発を行っている。

渋谷駅周辺の大規模再開発により、これまで首都高速と JR 線により「4 地区」に分断されていた渋谷駅周辺を地上 3 階から地下 5 階までの水平移動を可能とし、民間建物に鉄道利用者の導線を入れる「アーバンコア」によって垂直移動も可能とする。本大規模開発によるオフィススペース拡充に伴い、大規模 IT 企業の集積効果も期待される。バス・タクシー乗り場や公園などの憩いの空間、雨水貯水槽の整備も実現され、都市基盤上の諸課題の解決に繋がる。また渋谷ヒカリエ、渋谷ストリームなどがコアとなり、渋谷駅とその周辺の魅力ある街をヒトが回遊する、多様な交流を起こす仕組みを構築している。

こうした再開発を通じて、世界的な視野で渋谷らしさに磨きをかけ、研究教育拠点、メディア、エンターテインメント、テクノロジーの世界的な拠点の周囲に、スタートアップ企業など多様な担い手が集積・交流し、渋谷駅周辺全体で新しい価値の創出に向けて取り組んでいる。

大阪市の取り組み事例(第 13 回委員会においてプレゼン予定)

- ・大阪市のうめきた 2 期開発の方針「ライフデザイン・イノベーション(創薬や医療機器開発だけでなく健康で豊かに生きるための新製品・サービス創造)」「技術の「橋渡し」(イノベーションプラットフォームを構築し、研究から実用化まで切れ目なく支援)」
- ・大阪イノベーションバブの取組(大阪・関西におけるイノベーションエコシステムの構築)
- ・関西圏におけるイノベーション拠点同士の連携構築のための施策

(2) スーパーメガリージョンへの期待

リニア中央新幹線は品川 名古屋間が 2027 年、品川 大阪間が 2045 年開通見通しとなっており、所要時間はそれぞれ 40 分、67 分で結ぶとされている。リニア中央新幹線開通に伴う大きなインパクトは、時間の短縮に伴う人的対流の向上であり、特に都市の規模が小さく、交通利便性も高くない多くの中間駅周辺地域におけるインパクトは極めて大きいと考えられる。また移動時間短縮のためのコストよりも人的対流に伴う生産性向上効果が大きい層

への効果が期待される。日本は、高速かつ大容量の通信が全国で可能でありデータドリブ
なイノベーションを全国どこでも行える環境にあることから、通信インフラを用いる知識集
約型産業については都市と地方の格差は小さく、地方に大きなチャンスが到来していると言
える。

三大都市圏の集積力を高めるためには、各都市圏が培ってきた技術等の個性を更に際立た
せ、次世代につながる技術や価値と融合した新たな産業による成長により、世界中からイノ
ベーターの関心や資金を集める核とすることが重要となる。そのためには、都市再生や開発
によるビジネス拠点としての集積力の強化とともに、リスクを受け入れる文化を醸成し、起
業家、スタートアップ企業、大学、投資家等がオープンな環境で協働してイノベーションを
次々と生み出すイノベーション・エコシステムを形成することが求められる。

スーパー・メガリージョンの形成を、我が国全体の成長につなげていくためには、圏域を
越えた人的ネットワークの拡大により、各地域の個性を結び付けていくことが重要であり、
全国に広がる高速交通ネットワーク等を通じて各地が連携し、イノベーションを起こして付
加価値の高い産業を生み出していくナレッジ・リンクの形成が期待される。加えて、地域内
外の多様なヒトの対流の活発化が、各地域の個性や多様性を重視する価値観の下で新たな価
値を創造し、地域における持続可能な社会の構築に寄与していくことが期待される。

【付録】平成 30 年度の調査結果

1. 各地域の重層的な対流を促進する事例についての調査

平成 30 年度の調査事例について、注目すべき点と課題を整理した。

(1) タイプ A (コワーキング型：多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流により、知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの)

【大都市圏 × 地方都市等】

一般社団法人渋谷未来デザイン (FDS)

注目すべき点：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ことを目的に設立。渋谷の多様な人々の考えを活かし、それらの人たちにとっての街という視点でのまちづくりを行う。行政としての渋谷区ではなく、外郭団体が主体として動くことにより、都市間連携を自由度高く行う。現時点（平成 30 年 8 月）では広島県、札幌市、中国広東省深セン市との連携に注力。

課題：設立 3 年目での黒字転換を目指した収益事業が必要。

シェアードワークプレイス「co-ba (コーバ)」

注目すべき点：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毎に特色のある「co-ba」が開設されていき、現在全国 24 拠点到まで展開。(株)ツクルバは各地の拠点の開設や運営をサポートしており、復興(宮城県気仙沼市)、教育(広島県呉市)、離島(島根県隠岐郡海士町)、家守(岩手県花巻市)など地域の特色に応じた「co-ba」が生まれている。

課題：各拠点の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ハブであり、コミュニティマネージャーの育成に今後さらに注力。起業等に必要なスキルの向上のための講座を各拠点で受講できる仕組みを検討。

地方をつなげる東京拠点「DIAGONAL RUN TOKYO (DRT)」(株式会社福岡銀行(株式会社ふくおかフィナンシャルグループ))

注目すべき点：地方銀行が福岡、九州の枠を超え、コワーキングスペースの設置、各種イベント開催によりスタートアップ企業等の東京進出や地方展開等をサポートする。これまで福岡銀行が接点を持っていなかった人やアイデアとつながる場を作るとともに、福岡の企業の東京での拠点、全国の企業が利用する拠点とする。

課題：九州に限らず、各地方や東京近郊の企業・土業・研究者などに幅広く利用され、都内の大手企業の新規事業部なども会員となり、趣旨に賛同する金融グループ、地方銀行、メディア等がパートナーとして協業している中、今後利用者への提供価値の充実に向けて、コミュニティの活性化を促す取組を強化していくこと。

家業イノベーションラボ

注目すべき点：農家の事業承継に取り組む NPO 法人農家のこせがれネットワーク、地方でのイノベーションを推進する NPO 法人 ETIC.、エヌエヌ生命保険(株)の三者が主催者となり、中小企業の次世代経営者支援のため、2017 年 8 月のイノベーションキャンプを皮切りにプログラムを開始。各イベントでは、普段身の回りの人と語り合うのが難しい、次世代経営者ならではの悩みを議論し、ロールモデルや経営のノウハウを共有。イベントのみならず、その前後での各地域の関係作りを重視して全国の地域主体とのネットワークを構築。

課題：これまでの参加者を集め、ビジネスマッチングや商品の情報発信を図る大規模なビジネスショーを企画。家業を継ぐ段階に応じたプログラムを展開予定。より段階が進んでいる人をロールモデルとして学び、相談する仕組みを想定。まだ家業を継いでいない人が似た業種にインターンすることで起こるイノベーションもあるため、こうした地域内の人材の循環についても取り組む予定。

一般社団法人 Next Commons Lab (NCL)

注目すべき点：地域おこし協力隊制度を活用した「3年間のベーシックインカム付き起業家の集団移住」の仕組みを構築し、全国各地に展開。1か所あたり10名以上の起業家と3名のコーディネーターを配し、協力隊としての3年間は月16万円程度を支給しながら、起業の実現と自立をサポート。現在11か所のNCLは、本部直営(自治体から受託)の地域と、地元の民間主体がNCLスキームを導入する地域とがある。

課題：地縁・血縁によらない新しい共同体となるNCL(活動プラットフォーム)を全国にインフラとして整備し、複数の共同体(コミュニティ)に属する人たちが一か所にとどまることなく移動しながら仕事・生活していける社会をデザインしていく。

【地方都市等×大都市圏】

「ひろしまサンドボックス」における都市間連携

注目すべき点：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しており、その一環として平成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である「ひろしまサンドボックス」を創設。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をフィールドとしてAI/IoT等のノウハウや知見を蓄積し、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。広島県は平成30年度から3年間で10億円規模の予算を投入し、実証実験を実施する予定。

課題：公募事業は3年で終了予定であるが、協議会は継続する予定であり、参加者にとってより魅力的な協議会とすべく、運営方法を今後検討していく。

一般財団法人こゆ地域づくり推進機構

注目すべき点：旧観光協会を発展的に解消して宮崎県児湯郡新富町に一般財団法人こゆ地域

づくり推進機構を設立。行政とは異なる動きができる法人を設立し、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」が町内外を繋ぐハブとなり、町の経済を回す取組を推進。一粒 1,000 円の国産生ライチ、ふるさと納税の返礼品として定期便野菜セットを販売するなど、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」を提供するとともに、そこから得られた利益を起業家育成事業に投資。運営主体の資金確保と再投資の仕組みを構築することを実現。「Next Commons Lab(NCL)」を導入した全国の地域(NCL ネットワーク)との間で地域課題を共有。設立 1 年目の平成 29 年は 7 名、平成 30 年は 14 名が移住し、関係人口も増加中。ふるさと納税の寄付額は、平成 29 年度は前年度に比べ 2 倍以上増加して約 9 億 3 千万円に。平成 31 年 3 月までに約 20 億円に達する見込み。

課題：インキュベーション機能を担保しながら、町の中と外をつなぐハブ的な役割を担い、チャレンジを考えている人材が全国から新富町にさらに多く集まってくる環境を創り出していくこと。

混血型事業創発「とかち・イノベーション・プログラム(TIP)」

注目すべき点：十勝地域 19 市町村による「自立したまちづくり」をめざした『フードバレーとかち』の取組(食と農林漁業を柱とした地域産業政策)を推進。

野村総研の開発したプログラムを帯広市長が導入を決め、オール十勝・オール北海道の取組として、2015 年を第 1 期としてスタート。第 1 期は主催・共催の 3 金融機関で事業費をねん出。第 2 期より地方創生関係交付金を活用した十勝・イノベーション・エコシステム推進事業の中核として実施。注目されている全国の革新的経営者と、十勝の事業者・起業予定者による化学反応をもって、地域の「稼ぐ力」(新たな事業創造)を呼び起こす。

課題：参加者 200 人超の同じ「想い」の蓄積(コミュニティ)をベースに、多様な視点の組み合わせや集合体がきっかけとなって自然と新たな事業が生まれる「ソサエティ」を形成することで、地域の自走による TIP 推進を目指す。

水栓バルブ製造関連企業異業種参入支援(岐阜県山県市)

注目すべき点：岐阜県山県市は水栓シェアが全国の約 4 割を占めているにもかかわらず、市民の認知度は低く、また今後の消費税増税による住宅需要の減少、オリパラ以降のホテル等の需要減少等で関係事業者が危機感を持つ中、山県市は岐阜県と連携し、地域未来投資促進法基本計画を策定(平成 29 年 9 月)、地域再生計画「水栓バルブ発祥の地・山県の水栓バルブ製造業リノベーション事業計画」(山県市全域)を申請(平成 29 年 12 月交付決定)。「人材確保と販路開拓、新規事業創出」という課題に対し、多角的に支援。

課題：引き続き、名古屋圏を足掛かりに、医療分野等への新産業進出を目指し、ネットワークづくり・商品の検討を推進。現在の行政(山県市)が中心になって実施する支援から、民間(商工会)による支援体制に移行することで、民間主体による長期的なサポート体制を構築していく。東環道開通による名古屋圏等大都市圏への物流事情の向上、2024 年度の西回り開通も期待。情報発信により域内外のブランド力の向上・浸透を図っていく。

INTILAQ 東北イノベーションセンター

注目すべき点：復興関連基金を用いた被災地のイノベーション創出・起業家支援。幅広いネットワークやノウハウを有する運営主体（一社）IMPACT Foundation Japan（IFJ）が東京から仙台に移転し、事業に注力。IFJは「TEDxTokyo」等、海外のユニークなプログラムなどを日本で展開してきた団体。2013年、東日本大震災復興のための「カタルフレンド基金」を用いた、東北での起業家支援というアイデアが採択された（日本円で約12億円）。新しい会社を起こす「起業家」だけでなく、小中高生、大学生、企業、生産者等、新しいビジネスの創出に向かってチャレンジする「おこす（起こす・興す）人」をソフトとハードの両面で、総合的に支援。

課題：基金が終了したことから、資金面での自立が課題。受益者からお金を集めることがまだ難しいため、行政からの補助金、仙台市以外の行政からの受託によるセミナーや講座の開催等の拡充を図る（東北圏内中心）。

【地方都市等×地方都市】

中川政七商店による産地の活性化「日本市プロジェクト」(株式会社中川政七商店)

注目すべき点：厳しさを増す工芸を取り巻く環境、経営難や後継者不足等による取引先の苦境を痛感。産地の衰退への危機感が募る中、2013年、新しい挑戦として、土産物市場の可能性を広げる「日本市プロジェクト」を開始。工芸業界初のSPA（製造小売）体制を確立した中川政七商店が、自社のノウハウを各地に活かして「づくり手」と「売り手」との間をつなぎ、地域の需給の小さな循環を促進。

課題：仲間見世になり得る店舗を各地で増やすために、各地の店舗や工芸メーカー等への教育による、土産物関係者全体の底上げを図る。人材育成のためのマンパワーを確保することが課題。

岐阜イノベーション工房 2018 (情報科学芸術大学院大学 (IAMAS))

注目すべき点：前身となった地場産業×IoTの取組「コア・ブースター・プロジェクト」(2013～2015年)での経験から、地域の企業に自らイノベーションを創出していくための能力が必要ではないかという問題意識を持ったことが取組の背景。IAMASでの芸術・デザイン・工学・社会学などの領域横断研究で培われたイノベーション創出に有効な手法を学び、参加者個人・所属組織等において実践し、実践からの学びを共有することを通じて、イノベーション創出に挑戦するための風土を岐阜県内に醸成する。

課題：今後、このような取組が岐阜県内のみならず全国に広がるように、主催者になりえる主体（教育機関等）にノウハウを移転する必要がある、仕組みの横展開を進めるためには長期的な予算確保が必要。

(2) タイプB(地域課題解決型：関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの)

タイプBの事例は全て後述の「2. ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルのフォ

ローアップ」に掲載。

(3) タイプC(知見プラットフォーム型：場を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの)

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)

注目すべき点：豊富なノウハウを持つ上場企業の役員や、特定領域において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のマッチングを行い、経営ノウハウや労働力不足など企業の課題解決を目指す事業を実施。

課題：今後は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実施。企業の事業承継問題に対応し、地方企業の支援により地方創生にも繋げていく。

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)

注目すべき点：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し、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可能とした。

課題：今後更に暗黙知のデータベースをグローバルに拡大し、個人の活躍機会並びに企業のイノベーション創出を支援するプラットフォームを目指す。

2. ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルのフォローアップ

(1) フォローアップ調査の目的

平成 28 年度のローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルで取り上げた 13 事例のうち 5 事例について、平成 28 年度の調査以降の状況変化や、それに対してどのように取り組んでいるかを把握し、新たな取り組み状況について本委員会の取りまとめに反映することを目的として調査を実施した。

本マニュアルの事例はタイプ B(地域課題解決型)に整理している。

(2) 調査結果

フォローアップ調査を行った 5 事例は、取り扱う業種の規模や分野は様々であるがマニュアルを策定してから約 2 年間の間に様々な状況変化を受けており、関係者・関係機関で連携して対応して「知的対流拠点」を維持するよう努力していることを把握した。

関係者がビジョンを共有するのみにとどまらず、社会情勢の変化や取組の継続に伴い生じる各種課題を共有すると共に、それぞれの主体が課題解決に向けて、知恵を出し合い、新たな取組や既存の取組の改善を断続的に行うことで、知的対流拠点は維持される。

四万十町

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：株式会社四万十ドラマ）:

- ・平成30年3月末に、約10年間携わった道の駅の指定管理業務が終了。
- ・「道の駅」運営で培った経験を活かし、初の直営店を平成30年（2018年）8月に開設し、2019年には栗商品生産工場の稼働を予定。他地域の道の駅や地域商社へのノウハウの伝達を行う。また農業経営人材の育成も行う。

甲州市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：甲州市）:

- ・ワインツーリズムの定着によりワイナリーへの来場者数は増加傾向ではあるが、県産ワインの出荷量の増加にまでは至っていないという認識（平成20年から平成25年までは出荷量は概ね減少に推移。）
- ・甲州市はこうした状況を踏まえ、平成29年3月に「甲州市ワイン振興計画」を策定し、ワイン原料用ブドウの振興策、ワイン生産の振興策、ワイン普及促進の振興策を講じている。
- ・また山梨県及び甲州市は、「山梨ワイン欧州輸出促進プロジェクト」の推進による欧州の販路拡大を支援している。

鯖江市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：鯖江市）:

- ・鯖江市では、「既存産業の再生」、「新産業の創造」の2つの柱により産業振興を目指す。
- ・眼鏡分野では、産地企業のデザイン力・マーケティング力を強化し、ブランド力と収益性を向上させ、鯖江ブランドを確立。
- ・医療分野では、見本市への出展や使用実績の積み上げなどにより、更なる鯖江技術の認知度・信頼性の向上を図る。
- ・医療分野以外への応用としては、チタン技術を人工衛星などの新たな分野へ展開するとともに、市がコーディネーターの役割を担い、大学と連携し、オリ・パラを見据えた新規事業のきっかけづくりを展開。
- ・また、ものづくりの現場を体験出来るイベント「RENEW」など、様々なイベントを通じて、地域全体として、ものづくりのまちをPR。

福山市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：福山市）:

- ・備後圏域連携中枢都市圏6市2町の産学金官などの関連団体から構成される「びんご圏域活性化戦略会議」（平成26年8月発足）による取組を継続。
- ・デニムに関しては、一般へのPRを主軸に実施。認知向上につながっている。今後はB to Bの視点も強めていく。
- ・備後圏域の沿岸4市で水揚げされた水産物25種類を「備後フィッシュ」に選定し、地産地

消の推進、漁業者の所得向上、消費拡大及び流通促進に向けたPR活動を展開するなど圏域の地域活性化に向けた新たな取組も実施。

鶴岡市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：鶴岡市、ヤマガタデザイン(株)）：

- ・短中期滞在型宿泊施設が平成30年9月、子育て支援施設が平成30年11月に開設した。鶴岡市が整備したレンタルラボは、満室に近い状況で推移。
- ・慶應義塾大学先端生命科学研究所発のバイオベンチャー企業は増加し、現在6社。
- ・「やまがたブランド」の新商品開発をめざし、研究所・ベンチャー企業等と県内企業等との共同研究による取組が平成24年度～平成29年度で50件展開。
- ・慶應義塾大学が実施する高校生向け教育プログラム（高校生研究助手、特別研究生制度）に延べ約200名（平成21年度～平成30年度）が参加し、AO入試により慶應義塾大学に約20名が入学し、うち5名が同大大学院（研究所で研究）へ進学。

<新規事例>

甲府市

「稼げる地域づくり」の取り組み状況：

- ・良質な地下水に恵まれた山梨県産の純米酒の国内外展開を甲府商工会議所が支援。
- ・中小企業庁の調査研究事業を平成30年度に受託し、販売競争が激化するベトナムにおいて県産純米酒のブランド化、市場浸透のためのマーケティング調査を甲府商工会議所、酒蔵事業者により実施。併せて国内の県産純米酒の愛好家を増やす取組も実施。

燕市

「稼げる地域づくり」の取り組み状況：

- ・株式会社玉川堂は、1816年に創業し、金属加工業で有名な燕市において、約200年にわたり、鋳起銅器の伝統技術を継承する企業。
- ・バブル崩壊を契機に、当時の売上げの軸であった企業向けの記念品需要が激減し、倒産の危機に瀕するほど売上額が減少したことをきっかけに問屋経由から直接顧客に、商品の「ストーリー」を伝えるという流通経路改革を実施し、売上げを向上。グローバルに販路拡大を行い、海外で様々な顧客との接点を持つ。
- ・近年は工場の祭典をはじめ、地域観光資源の掘り起こしとその魅力発信の仕組み作りを牽引、燕三条地域の産業観光都市化に取り組む。

（3）ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルの改訂について

本マニュアルのフォローアップの趣旨を記載し、フォローアップ調査を行った5事例の概要を掲載する。「解説 方策を実行する、改善する、発展させる際に留意すべきことは何か。」に今般の調査において把握した事項を追記する。

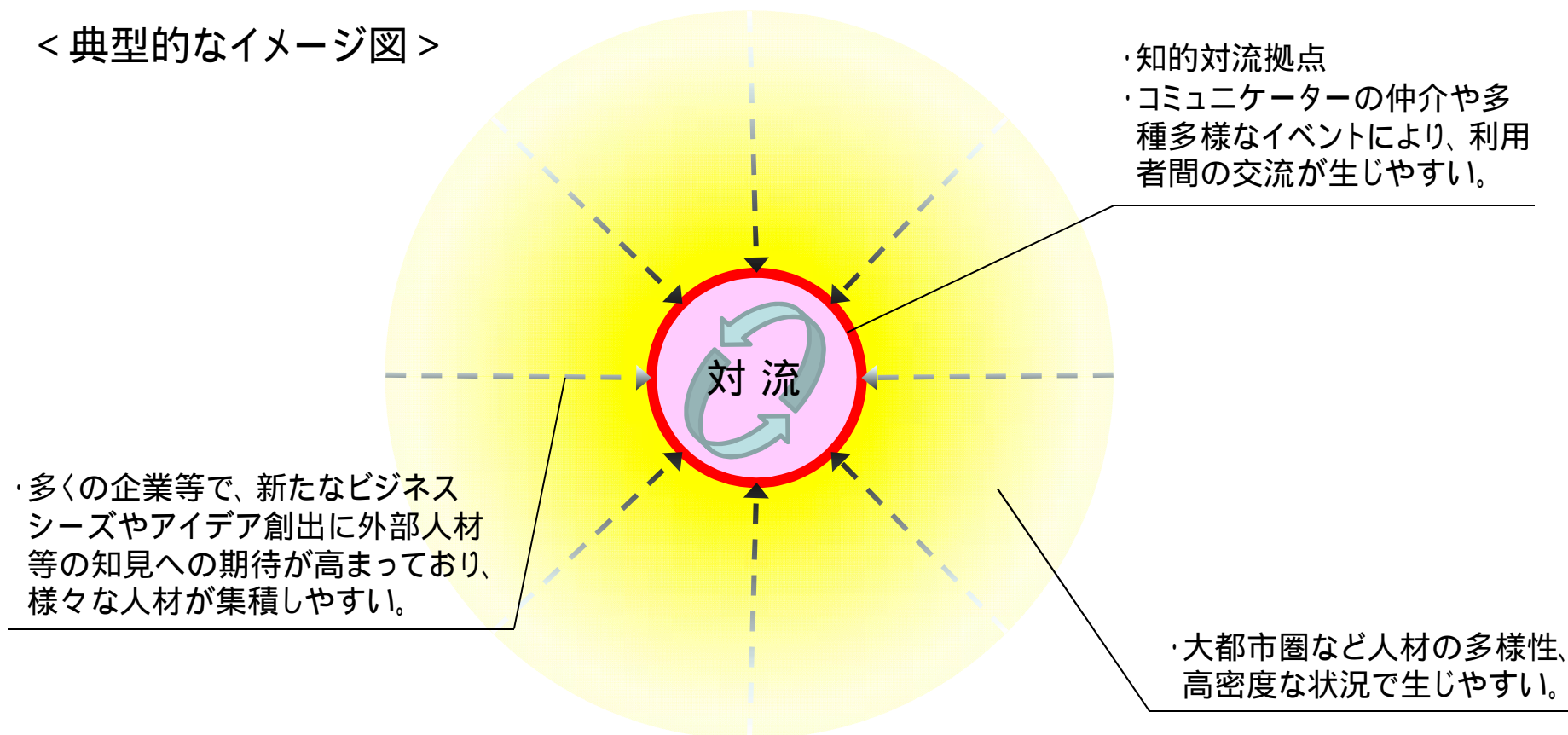
知的対流の種類

(1) 知的対流拠点 - タイプA(コワーキング型) -

拠点を形成し、多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流による知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの

- 【具体事例】** (2018年度調査)大都市の「知的対流拠点」
- ・ナレッジキャピタル(民)
 - ・産学連携・クロスイノベーションイニシアティブ(公) など

< 典型的なイメージ図 >



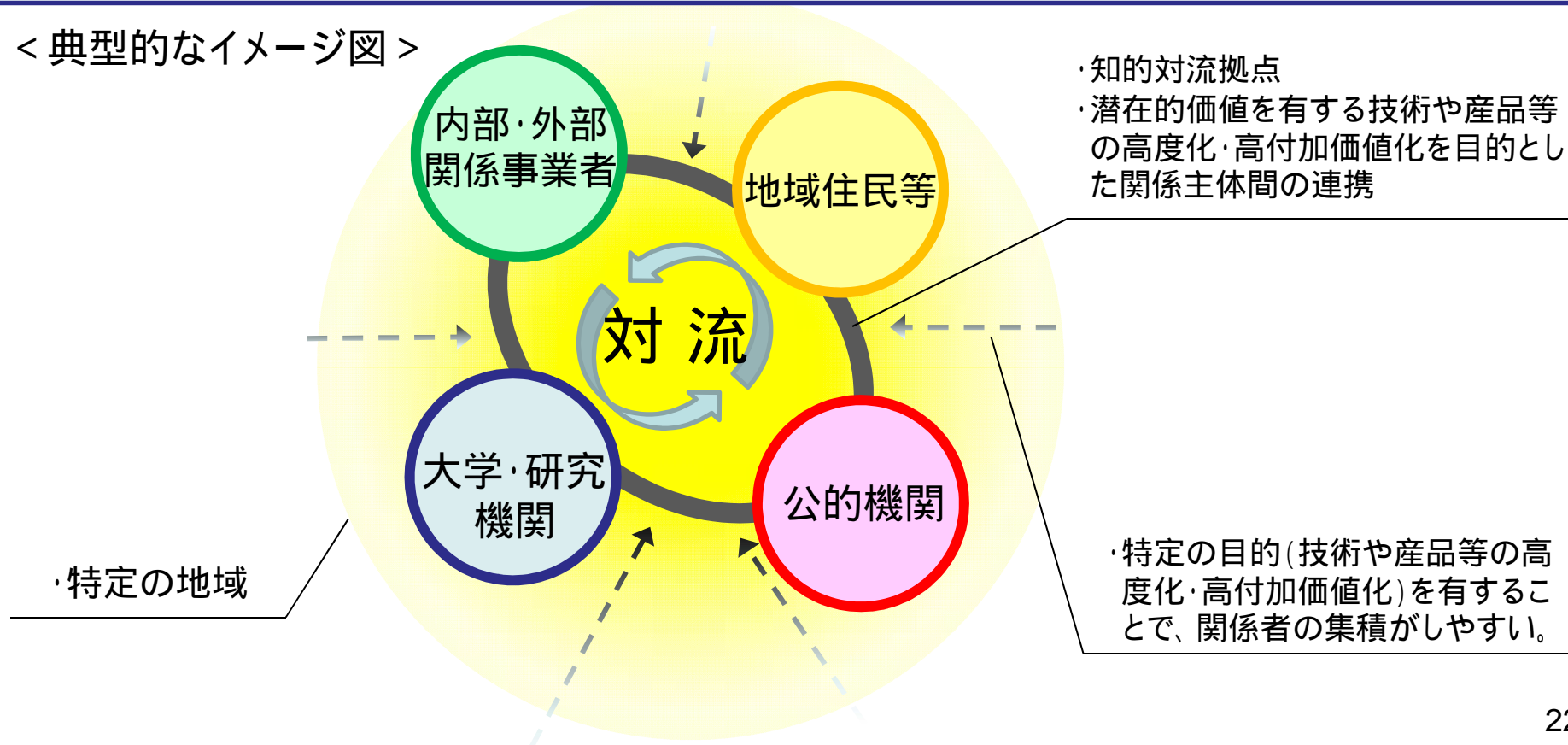
知的対流の種類

(2) 知的対流拠点 - タイプB(地域課題解決型) -

関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの

- 【具体事例】
- (2016年度調査)ローカル版「知的対流拠点」
 - ・四万十町における取組
 - ・鯖江市における取組 など
 - (2018年度調査)各地域の重層的な対流を促進
 - ・燕市における取組 など

< 典型的なイメージ図 >



知的対流の種類

(3) 知的対流拠点 - タイプA・B(拠点同士がネットワークを形成) -

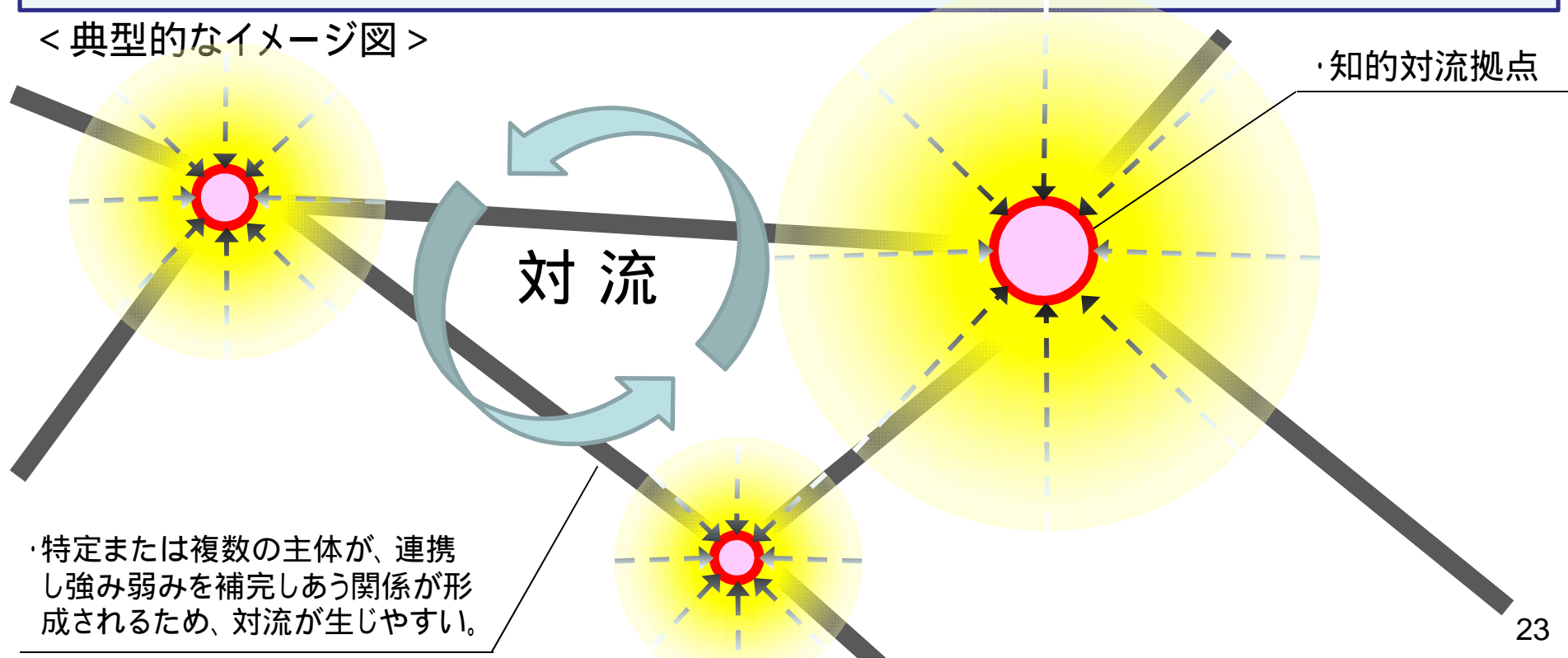
- ・タイプA: 拠点を形成し、多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流による知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの
- ・タイプB: 関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの

これらの拠点同士がネットワークを形成

【具体事例】 (2017年度調査) 大都市と地方都市等の連携
 ・東北大学CIES など

(2018年度調査) 各地域の重層的な対流を促進
 ・co-ba(co-ba渋谷×全国25拠点) など

< 典型的なイメージ図 >



知的対流の類型

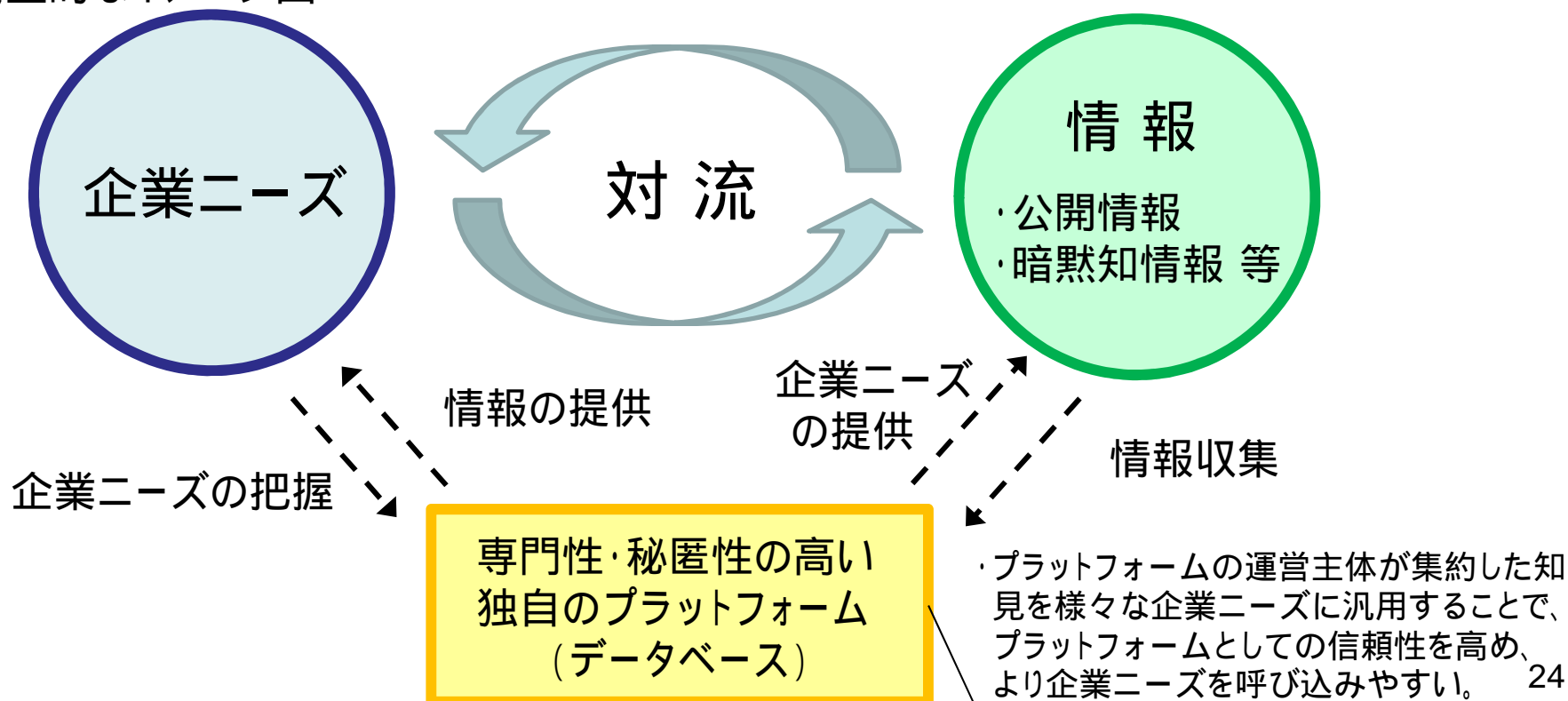
(4) 知的対流を促進するプラットフォーム - タイプC (知見プラットフォーム型) -

拠点を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの

【具体事例】 (2017年度調査) ヒト・モノ・カネ・情報の流れ
 ・リンカーズ(民)
 ・J-GoodTech(公) など

(2018年度調査) 各地域の重層的な対流を促進
 ・パソナ(民) など

< 典型的なイメージ図 >



知的対流の種類

別紙2

(1) 知的対流拠点 (1)

「知的対流拠点」：多様な関係主体が連携し、知恵やアイデアを出し合っ、実際の活動に昇華する「拠点」。(当該「拠点」は、関係主体間のネットワークである場合も含む。)

	事例の分類	対流を生み出すメカニズム	必要な機能 (人材・資金・モノ・情報)	課題・対処手法 (人材・資金・モノ・情報)	公的機関の関与のあり方 (2)
<p>タイプA (コワーキング型)</p> <p>拠点を形成し、多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流による知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの</p>	<p>[2018年度調査] 大都市の「知的対流拠点」事例</p> <ul style="list-style-type: none"> ナレッジキャピタル(民) 産学連携・クロスイノベーションイニシアティブ(公) 	<ul style="list-style-type: none"> 大都市圏など人材の多様性、高密度な状況で生じやすい。 民間が運営する場合、黒字運営のみでなく、開発エリアの価値向上、本業強化への期待などを目的としており、様々な人材が集積しやすい。 多くの企業等で、新たなビジネスシーズやアイデア創出に外部人材等の知見への期待が高まっており、様々な人材が集積しやすい。 コミュニケーションの仲介や多種多様なイベントにより、利用者間の交流が生じやすい。 知的対流を促す機能のみでなく、起業促進等の利用者ニーズに応じた付随的な機能を有する拠点も多く、人材が集積しやすい。 様々な施設が立地してきていることやコワーキングスペース等のビジネスにおける定着化が進み、認知度が向上し、利用しやすい。 公的機関が関与する場合、起業促進や地域活性化などの行政課題解決を目的としており、同様の課題を抱える関係者が集積しやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> コミュニケーション(人材) 拠点(資金) 	<p>[人材]</p> <ul style="list-style-type: none"> 交流を促進するコミュニケーションの確保 (行政課題解決という目的(以下「行政目的」)を有する場合) 交流を促進する能力を有する人材の確保 (行政目的を有しない場合) 運営意図(自立的運営(黒字)、本業貢献、開発エリアの価値向上等)に即し、交流を促進する能力を有する人材の確保 大都市圏など人材の多様性、高密度な状況では人材を確保しやすい状況 <p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設整備を伴う場合、整備に係るイニシャルコスト 運営のランニングコスト (行政目的を有する場合) イニシャルコスト: 公的補助金、クラウドファンディング、融資 ランニングコスト: 自立的な運営、公的補助金 (行政目的を有しない場合) イニシャルコスト: クラウドファンディング、融資 ランニングコスト: 運営意図(自立的運営(黒字)、本業貢献、開発エリアの価値向上)を重視。 	<p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> 行政目的を有する場合、イニシャルコストにかかる一定の公的支援 <p>今後、時代ニーズに応じ様々な施設の立地が予想、市場動向を</p>
	<p>拠点同士がネットワークを形成</p> <p>[2017年度調査] 大都市と地方都市等の連携事例</p> <ul style="list-style-type: none"> 東北大学CIES <p>[2018年度調査] 各地域の重層的な対流を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> co-ba(co-ba 渋谷 x 全国24拠点) 	<ul style="list-style-type: none"> 特定または複数の主体が、連携し強み弱みを補完しあう関係が形成されるため、対流が生じやすい。(特に地域外の人材、知見を多く活用) タイプA(拠点形成)やタイプBのような一つの拠点・地域から形成されるタイプが、特定目的を有する場合、同様の目的を有する他の拠点とのネットワークが形成されやすい。 公的機関が関与する場合、起業促進や地域活性化などの行政課題解決を目的としており、同様の課題を抱える関係者間のネットワークが形成されやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 連携拠点が複数(資金) 	<p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設整備を伴う場合、整備に係るイニシャルコスト 運営のランニングコスト (行政目的を有する場合) イニシャルコスト: 公的補助金、クラウドファンディング、融資 ランニングコスト: 自立的な運営、公的補助金 (行政目的を有しない場合) イニシャルコスト: クラウドファンディング、融資 ランニングコスト: 自立的な運営 <p>[情報]</p> <ul style="list-style-type: none"> 拠点における取組紹介など関係者間のネットワーク形成のための情報発信 SNS等の活用、イベントへの参加、プロモーション活動 <p>[その他]</p> <ul style="list-style-type: none"> 公的機関が関与する場合、前例のない取組に対する公的機関の推進力 	<p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> 行政目的を有する場合、イニシャルコストやネットワーク形成のための情報発信にかかる一定の公的支援 <p>[その他]</p> <ul style="list-style-type: none"> 本委員会にて収集・分析した成功事例の周知
<p>タイプB (地域課題解決型)</p> <p>関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの</p>	<p>[2016年度調査] ローカル版「知的対流拠点」事例</p> <ul style="list-style-type: none"> 四方十町における取組 鯖江市における取組 <p>[2018年度調査] 各地域の重層的な対流を促進事例</p> <ul style="list-style-type: none"> 燕市における取組 	<ul style="list-style-type: none"> 初期期における公的機関の一定の関与(コーディネート、支援制度)が行われることで、関係者が集積しやすい。 特定の目的(技術や製品等の高度化・高付加価値化)を有することで、関係者の集積がしやすい。 特殊な技術・製品を有する場合、顧客ニーズへ適切に対応出来る情報の取り方などにより新たなアイデアが創出しやすい。 起業促進や地域活性化などの行政課題解決が目的の一つとなっており、同様の課題を抱える関係者が集積しやすい。 同様の目的を有する他の拠点とのネットワークの構築や外部の人材・知見を多く活用することで、新たなアイデア等が生じやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域課題解決に向けた志のある人材 拠点(資金) 潜在的価値を有する技術・製品(モノ等) 	<p>[人材]</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域課題解決に対処しようとする人材の確保 地域課題解決に向けた志のある人材の確保 <p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設整備を伴う場合、整備に係るイニシャルコスト 運営のランニングコスト イニシャルコスト: 公的補助金、クラウドファンディング、融資 ランニングコスト: 自立的な運営、公的補助金 <p>[モノ]</p> <ul style="list-style-type: none"> 各地に存在する潜在的価値を有する製品等の高度化・高付加価値化を行う手法・手段の確立 情報収集、流通・広報手段の改革 高付加価値化に繋がる知見の収集(内部人材の育成、外部人材の確保等)、顧客ニーズを適切に把握出来るように顧客との「接点」を創出 <p>[その他]</p> <ul style="list-style-type: none"> 前例なき取組に対する公的機関の推進力 	<p>[資金]</p> <ul style="list-style-type: none"> イニシャルコストにかかる一定の公的支援 <p>[人材・モノ]</p> <ul style="list-style-type: none"> (教育) 地域課題解決に向けた志のある者、高付加価値化に繋がる知見を有する者の育成に対して、一定の公的支援 (仕組み) 地域課題解決に向けた志のある者と高付加価値化に繋がる知見のマッチングや顧客ニーズに適切に対応出来る仕組みに対して、一定の公的支援 <p>[その他]</p> <ul style="list-style-type: none"> 本委員会にて収集・分析した成功事例の周知

1 上記知的対流拠点は、本専門委員会における調査事例について、主な機能別に分類分けしたものであるが、個別事例ごとには、タイプA、タイプB双方の機能を有する拠点も存在し、施設の特性等に応じて、適切な機能を有している。

(2) 知的対流を促進するプラットフォーム

<p>タイプC (知見プラットフォーム型)</p> <p>拠点を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基盤とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの</p>	<p>[2017年度調査] ヒト・モノ・カネ・情報の流れ事例</p> <ul style="list-style-type: none"> リンカーズ(民) J-GoodTech(公) <p>[2018年度調査] 各地域の重層的な対流を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> パソナ(民) 	<ul style="list-style-type: none"> 公的機関の場合には、主に公開情報、民間の場合には、公的機関の手の届かない領域(暗黙知情報、人材情報等)を取り扱い、専門性・秘匿性の高い独自のプラットフォーム(を構築することに、大きな価値が生じ、企業ニーズを呼び込みやすい。 プラットフォームの運営主体が集約した知見を様々な企業ニーズに汎用することで、プラットフォームとしての信頼性を高め、より企業ニーズを呼び込みやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 暗黙知(情報) 独自のプラットフォーム(データベースなど)(情報) 	<p>[情報]</p> <ul style="list-style-type: none"> 暗黙知等の特定の専門性・秘匿性の高い知見等の収集方法 ビジネスとしての可能性により判断 	<p>知的対流拠点や当該拠点を有する地域に対し、不足している専門性・秘匿性の高い知見を提供することが期待。</p> <p>今後、一定の行政目的を有する知的対流拠点等が、タイプCの取組を</p>
---	---	--	--	---	--

2 公的機関の関与のあり方については、例えば、まちづくり構想の立案やステークホルダー間の調整、大学・研究機関との連携のコーディネートなど、個々の施設の特性や機能に応じて様々なものが想定される。一定の公的支援については、起業促進や地域活性化などそれぞれの地域が抱える行政課題解決に向けた「期待値」を評価していくことで、持続的な運営(例:地域等における当該取組に対する理解など)に繋がることと、将来の事業継続の可否判断(例:公的支援の継続、クラウドファンディング等の活用による自立的な運営、一定の事業目的を達成したことによる事業の改変など)に資するものと²⁵して重要となる。

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 ～

各地域の重層的な対流を促進する事例調査一覧

以下の一覧表に掲げた各地域の重層的な対流を促進する事例について、現時点までに把握した情報を整理。

	カテゴリー	事業名
1.	大都市圏 × 地方都市等	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
2.		シェアードワークプレイス「co-ba(コーバ)」
3.		地方をつなげる東京拠点「DIAGONAL RUN TOKYO」(福岡銀行(ふくおかフィナンシャルグループ))
4.		家業イノベーションラボ
5.		一般社団法人Next Commons Lab(NCL)
6.	地方都市等 × 大都市圏	「ひろしまサンドボックス」における都市間連携
7.		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)
8.		混血型事業創発「とかち・イノベーション・プログラム(TIP)」
9.		水栓バルブ製造関連企業異業種参入支援(岐阜県山県市)
10.		INTILAQ東北イノベーションセンター
11.	地方都市等 × 地方都市等	中川政七商店による産地の活性化「日本市プロジェクト」
12.		岐阜イノベーション工房2018(岐阜県、情報科学芸術大学院大学(IAMAS))
13.	イノベーションディストリクト	知的対流拠点の機能をより強化するまちづくり(渋谷区)
14.		(大阪市の取組事例)
15.	-	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
16.	-	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

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)]

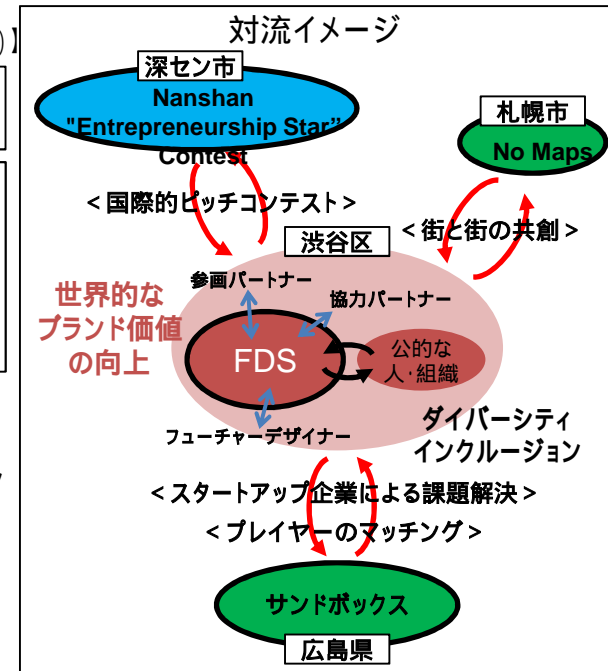
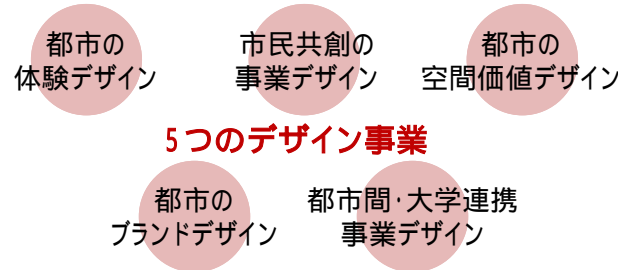
多様な人々のアイデアや才能を領域を超えて収集し、オープンイノベーションにより社会的課題の解決策をデザインする

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。
- ・札幌で開催された「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(世界第3位に入賞)。

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. 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24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24拠点到広がっている(右図、2019年3月時点)。

取組の目的と概要

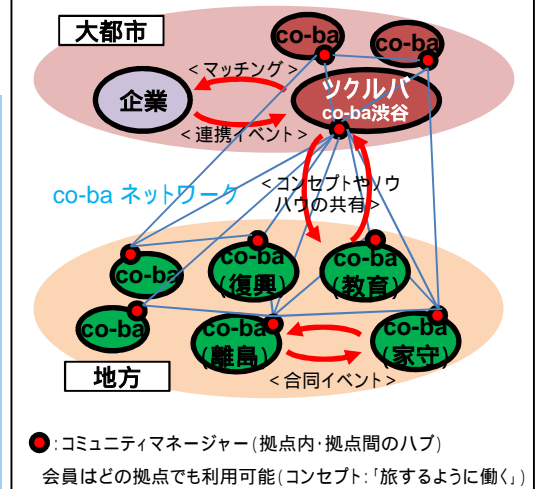
- ・ツクルバは各地の拠点の開設や運営をサポート。
- ・例えば復興(気仙沼)、教育(呉)、離島(海士)、家守(花巻)など地域の特色に応じたco-baが生まれている。
- ・co-ba渋谷が実験の場となり、成果を他拠点でも導入。

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)



対流イメージ



取組の成果

- ・起業等に必要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)、各地のオーナー19名で視察。 29

【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、出迎え、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

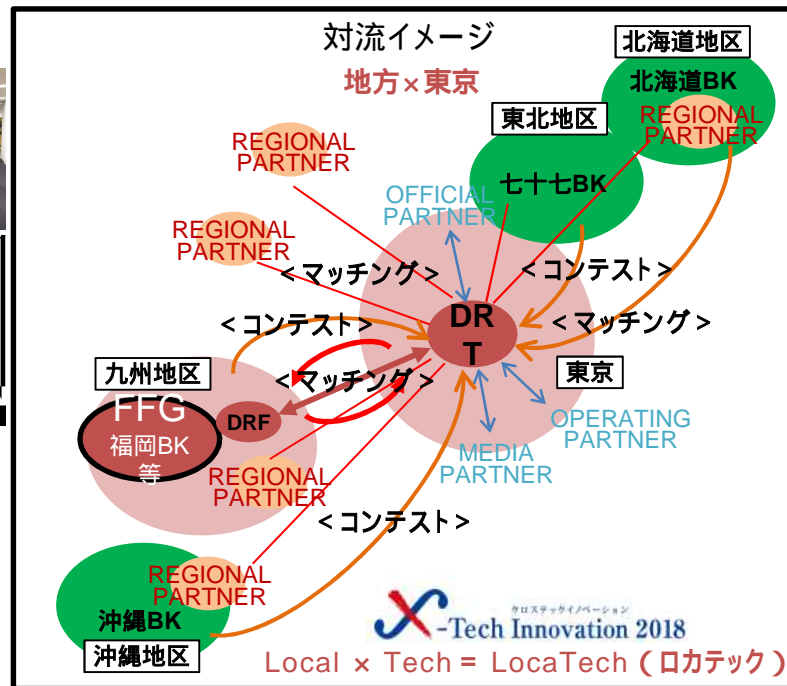
- ・九州・福岡の枠を超え、企業・スタートアップの東京進出や地方展開等をサポート。好立地、料金設定、銀行や協業パートナーによるマッチング等がポイント。
- ・主催イベントの他、パートナー、企業、自治体などがイベントスペースを使い、人や情報の交流からのオープンイノベーション創出を目指す。

関係者及び「対流」

- ✓ 現在の契約者数64者。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、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。

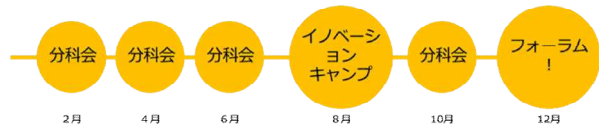
4. 「家業イノベーションラボ」

【家業イノベーションラボ(東京都渋谷区) × 地方都市】

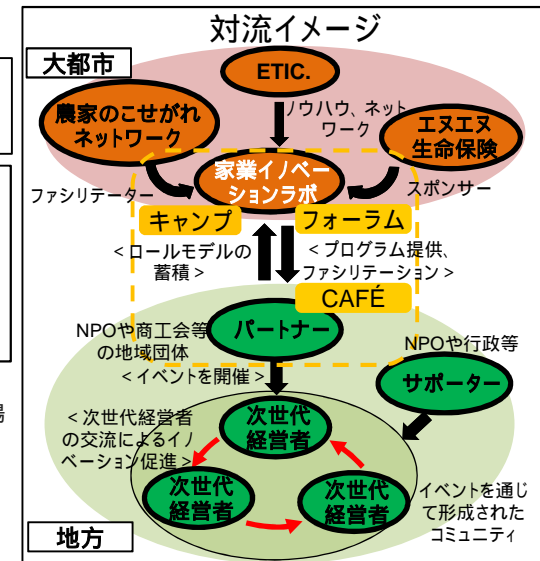
「家業の後継者」を今後の地域社会・経済の重要人材と捉えプログラムを実施。事業承継とイノベーションを促進し、地域の稼げる力を創出。

取組の経緯

- ✓ 2016年、ETIC.のイベントで中小企業の事業承継とイノベーションについて議論したことが契機。
- ✓ 農家の事業承継に取り組むNPO法人農家のこせがれネットワーク、地方でのイノベーションを推進するNPO法人ETIC.、エヌエヌ生命保険(株)の三者が主催者となり、中小企業の次世代経営者支援のため、2017年8月のイノベーションキャンプを皮切りに取組を開始。



- 分科会 (イノベーションCAFÉ)
次世代経営者がイノベーターの話聞き、悩みを共有してつながる場
- イノベーションキャンプ
一泊二日の合宿形式で、次世代予備軍が集いじっくり考える場
- フォーラム
コミュニティのメンバーとそれを支えるサポーターたちが一同に集結し、家業イノベーションについて語り合う場



取組の目的と概要

- ✓ 事業承継を前提とし、承継後にイノベーションを起こし、地域経済の好循環につながることを重視。
- ✓ 各イベントでは、普段身の回りの人と語り合うのが難しい、次世代経営者ならではの悩みを議論し、ロールモデルや経営のノウハウを共有。

関係者及び「対流」

- ✓ 農家のこせがれネットワークは講師・ファシリテーター、ETIC.はノウハウや全国のネットワーク提供、エヌエヌ生命保険はスポンサーの役割を担う。ただし、企画や実施については三者が対等かつ主体的に関与している。
- ✓ 家業イノベーションラボは、NPOや商工会等、地域のパートナーと連携してプログラムを提供。
- ✓ 地域内で次世代経営者がつながり対流が起ることによってイノベーションを創出し、コミュニティを形成。
- ✓ 地縁のコーディネートを重視し、イベント後のフォローも含め地域の人々の自発的な取組を促すため、家業イノベーションラボはあえてプログラムの提供に留めている。

取組の成果

- ✓ 参加者が家業を継ぐことをポジティブに捉える成果は表れており、今後は実際に家業を継ぐとともに、参加を通じて得られたノウハウやネットワークを活かし、イノベーションを起こすことが期待される。
- ✓ 2017年より、イノベーションキャンプを年一回開催(2017年は16歳～25歳の次世代経営者が10名参加)。イノベーションCAFÉは各地(福岡、札幌、大阪、雲南)で計4回開催。地方開催を通じて、各地の家業イノベーターとのネットワーク形成とロールモデルの蓄積がなされている。これまでの全イベントの参加者はのべ400名程。

課題・展望等

- ✓ これまでの参加者を集め、ビジネスマッチングや商品の情報発信を図る大規模なビジネスショーを企画している。
- ✓ 家業を継ぐ段階に応じたプログラムを展開予定。より段階が進んでいる人をロールモデルとして学び、相談する仕組みを想定。
- ✓ まだ家業を継いでいない人が似た業種にインターンすることで起こるイノベーションもあるため、こうした地域内の人材の循環についても取り組む予定。
- ✓ 主催の三者が持つ各地域のネットワークを視察等で活用予定。 31

5. 一般社団法人Next Commons Lab (NCL)

【大都市圏(東京) × 地方都市(各地のNCLプラットフォーム)】

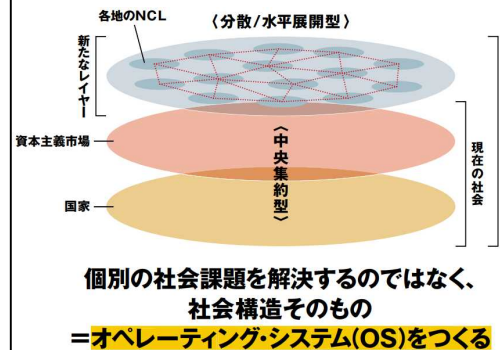
地域おこし協力隊制度を活用した「3年間のベーシックインカム付き起業家の集団移住」の仕組みを構築し、全国各地に展開する

取組の経緯

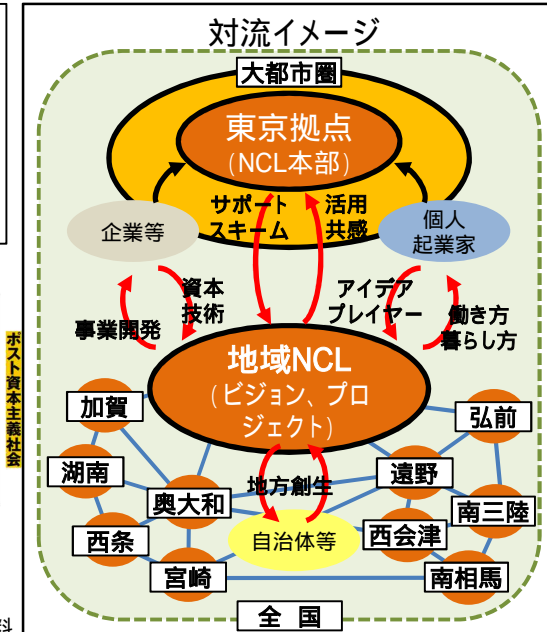
- ✓ 地縁的な共同体での「個別の社会課題の解決」に限界を感じるとともに、地域のプレイヤーの横のつながりの弱さを問題視。
- ✓ 現在の社会(国家、資本主義)に新たな社会レイヤーを加えた3層構造を「ポスト資本主義社会」と見立てて、その具現化のため、地縁的な共同体に代わる「共通の価値観に基づくコミュニティ」をつくるプラットフォーム(NCL)を各地に展開し、ネットワーク化することを構想。

取組の目的と概要

- ✓ 遠野を具現化の第一号として「各地のNCL」を展開。事務局が地域をリサーチ(資源、課題、パートナー等)行政など関係者とともビジョンやプロジェクトの仮組み、実現に必要な企業等との協力体制を構築仮プロジェクトを「可能性」として提示し、新しい働き方・暮らし方を実践する起業家(事業計画)を全国から募集して選抜1か所あたり10名以上の起業家と3名のコーディネーターを配し、協力隊としての3年間は月16万円程度を支給しながら、起業の実現と自立をサポートコミュニティの拠点整備(空き施設の活用等)



出典: NCL提供資料



関係者及び「対流」

- ✓ 現在11か所のNCLは、本部直営(自治体から受託)の地域と、地元の民間主体がNCLスキームを導入する地域とがある。
 - 民間主体: 「こゆ財団」(宮崎)のような地域団体のほか、奥大和ではロート製薬(株)が運営(一部資金や社員派遣等)。
 - 東京にはNCLメンバーが使えるコワーキングスペースや宿泊施設等のインフラを整備。一般向けのスクール等も開催。
- ✓ 地域外の大企業がR&D的なフィールドを求めてパートナーとして関与(技術協力等)するケースも多い。
 - ビールの里を目指したビールプロジェクト(×キリン(株))
 - どぶろく造りや発酵文化の発信(×ロート製薬(株))
 - 低コスト住宅の開発(×(株)隈研吾建築都市設計事務所)等

取組の成果

- ✓ 2016年から始まったNCL遠野での成果。
 - 2年目にマイクロブリューリー創業(クラウドファンディングや地銀系投融資により株式会社設立)。関連して、キリン(株)等が出資する農業生産法人も設立された。
 - 3年間(協力隊)の終了時の事業自立は5割程度の見込み。
- ✓ 島根県・茨城県・神奈川県内などでもNCLスキーム導入の調整・検討が進んでいる。

課題・展望等

- ✓ 地縁・血縁によらない新しい共同体となるNCL(活動プラットフォーム)を全国にインフラとして整備し、複数の共同体(コミュニティ)に属する人たちが一か所にとどまることなく移動しながら仕事・生活していける社会をデザインしていく。

6. 「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))】

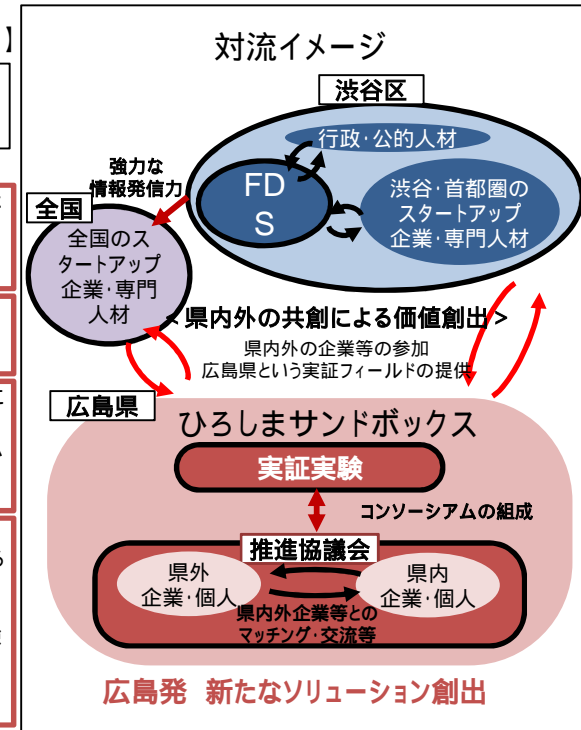
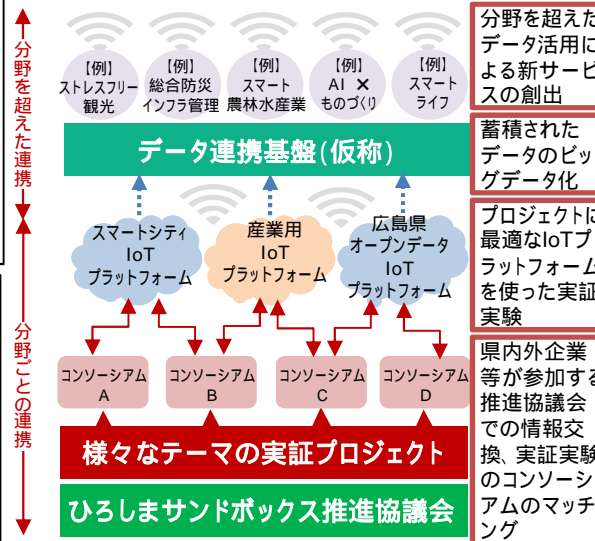
「AI/IoT等最新テクノロジーを活用した様々な産業・地域課題の解決」をテーマとして、県内外の企業や人材が集まり、共創で試行錯誤できるオープンな実証実験の場の設置

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9件を採択。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650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

- ・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。

7. 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



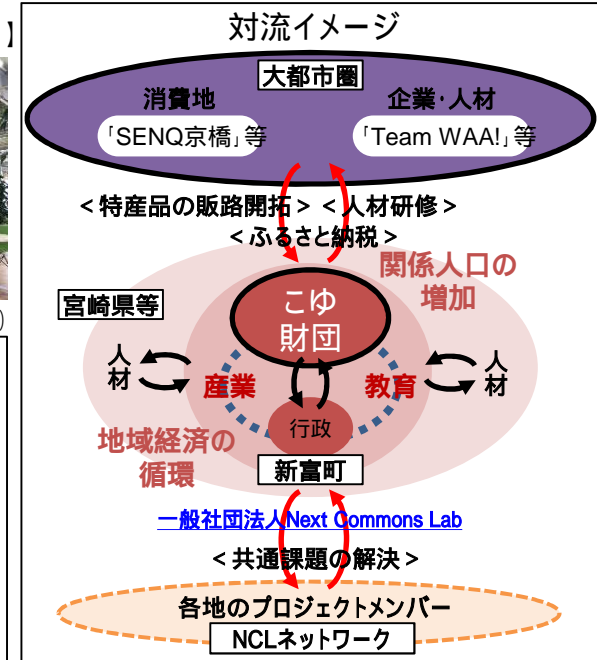
活動拠点(チャレンジフィールド)

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」を導入した全国地域(NCLネットワーク)との間で地域課題の共有
- ✓ ユニリーバ・ジャパンの推進する「Team WAA!」(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)など、都市部の企業等とのつながりを構築。

取組の成果

- ✓ 2017年は7名、2018年は14名が移住し、関係人口も増加中。
- ✓ ふるさと納税の2017年度の寄付額が前年度比で2倍以上増加して約9億3千万円に。2019年3月までに約20億円に達する見込み。
- ✓ 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。
- ✓ 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 WAA!」初の地方拠点(コワーキングスペース開設)に認定。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

- ✓ インキュベーション機能を担保しながら、町の中と外をつなぐハブ的な役割を担い、チャレンジを考えている人材が全国から新富町にさらに多く集まってくる環境を創り出す。

8. 混血型事業創発「とがち・イノベーション・プログラム(TIP)」

【地方都市(十勝地域) × 大都市圏・地方都市(全国各地)】

注目されている全国の革新的経営者と、十勝の事業者・起業予定者による化学反応をもって、地域の「稼ぐ力」(新たな事業創造)を呼び起こす。

取組の経緯

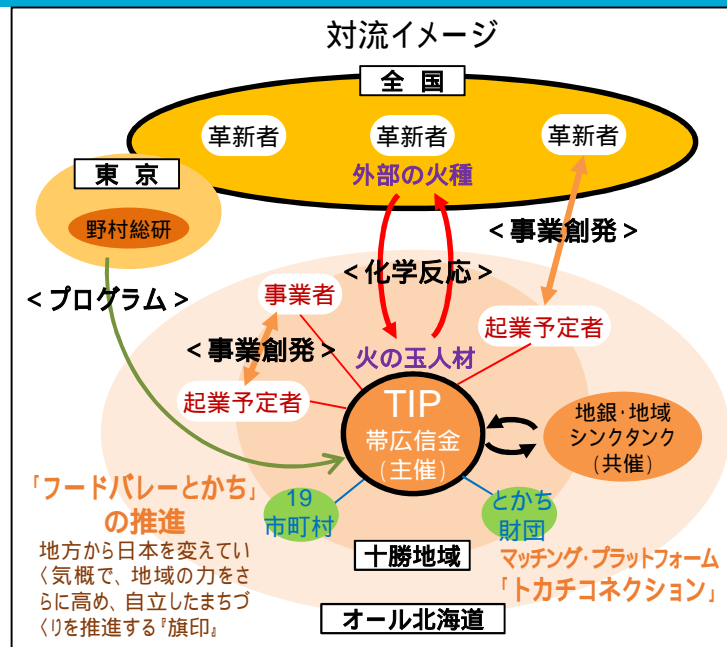
- ✓ 十勝地域19市町村による「自立したまちづくり」をめざした『フードバレーとがち』の取組(食と農林漁業を柱とした地域産業政策)を推進。
- ✓ 野村総研の開発したプログラムを提案をされた帯広市長が導入を決め、オール十勝・オール北海道の取組として、2015年を第1期としてスタート。第1期は主催・共催の3金融機関で事業費をねん出。第2期より地方創生関係交付金を活用した十勝・イノベーション・エコシステム推進事業の中核として実施。

取組の目的と概要

- ✓ 新規事業展開意欲の高い十勝の事業者や起業予定者を募集し、キックオフ、チームビルディング、事業創発、革新者刺激、ブラッシュアップ、事業化支援、の6つのセッションを通じて、チームをつくりながら新たな事業創発を目指す。

関係者及び「対流」

- ✓ 地域の金融機関主導の取組として帯広信金が主催を受入れ、さらに大きな動きとすべく、地銀2行(北海道BK・北洋BK)等が共催する体制を構築。
 - プログラムの企画開発を野村総研、進行・管理・推進等を各行・市・とがち財団が連携実施、専門的人材提供等を関連シンクタンクが担う。
 - TIP卒業メンバー5名が第3期から事務局に加わる。
 - 新たに生まれる有望な事業の種に対し、とがち財団を事務局とする「トカチコネクション」等で起業・創業を支援。
- ✓ 各機関の勧誘・推薦および公募によって「火の玉人材」と呼ぶ意欲の高い参加者を集める。
- ✓ 野村総研「100人の革新者プロジェクト」などから選定した「外部の火種」(革新者)を「革新者刺激セッション」に招へい。コラボレーション等のアイデア等を芽生えさせる。



取組の成果

- ✓ 第3期までを終えて、参加者が204人(登録ベース)、事業構想が28件発表、会社設立が7団体(2018年5月時点)。
 - 革新者には第1期のスノーピーク(山井社長)、スペースマーケット(重松社長)、ココファーム(松岡会長)、第2期のMATCHA(青木社長)、GRA(岩佐社長)、第3期のいわた書店(岩田社長)、日本環境設計(岩元会長)、筑水キャニコム(包行会長)など。TIPをきっかけに十勝で事業展開する革新者も(「株式会社ステーション十勝」など)。
 - 参加者どうしが協働で事業を起こした例(絶景スポット等に車で運べる移動式タイニーハウスのレンタル会社「KOYA.lab(コヤラボ)」など)。
- ✓ 第4期は全9回のセッションに総勢81名が参加し、11/15に行われた事業化支援セッションでは、10チームから新たな事業構想が発表された。

課題・展望等

- ✓ 200人超の同じ「想い」の蓄積(コミュニティ)をベースに、多様な視点の組み合わせや集合体がかっかけとなって自然と新たな事業が生まれる「ソサエティ」を形成することで、地域の自走によるTIP推進を目指す。35

9. 水栓バルブ製造関連企業異業種参入支援(岐阜県山崎市)

【地方都市(岐阜県山崎市) × 大都市圏(名古屋圏)】

水栓バルブ事業の持続的・自立的な発展を目指すとともに、当分野で培った技術・ノウハウを活かした成長性の高い新たな事業への参入促進。

取組の経緯

- ✓ 水栓シェアは全国の約4割であるにもかかわらず、市民の認知度は低い。
- ✓ 今後の消費税増税による住宅需要の減少、ポストオリパラ時代(2020年度)以降のホテル等の需要減少等で市内には危機感。
- ✓ 2019年度に東海環状自動車道(仮称)の高富ICが市内に開設、人流・物流の変化に期待が高まる。

取組の目的と概要

- ✓ 山崎市は岐阜県と連携し、地域未来投資促進法基本計画を策定(平成29年9月)、「水栓バルブ発祥の地・山崎の水栓バルブ製造業リノベーション事業計画」(山崎市全域)を申請(平成29年12月交付決定)。「人材確保と販路開拓、新規事業創出」という課題に対し、多角的に支援。
- ✓ 山崎市商工会が、平成30年度の経済産業省の「地域中核企業創出・支援事業」の業務を受託。医療機器分野をはじめ、新領域分野の開拓を図り、地域経済牽引産業として発展を支援。

関係者及び「イノベーション創出」

- ✓ 地域未来投資促進法に基づく補助金等を用いて、山崎市が中心となって、商工会、水栓バルブ関連企業、岐阜大学、地元高校等との連携を図り、業界全体への底上げ・波及効果を図る。
- ✓ 新規産業創出は、山崎市の商工会等や、岐阜県商工会議所連合会、名古屋商工会議所等が主催するセミナー等に企業が参加、医療ロボット等、関連産業ネットワークを拡大している。



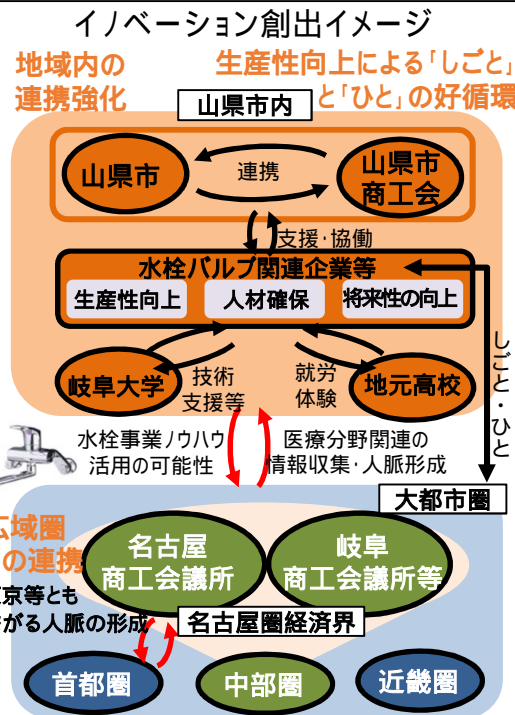
出典:岐阜県HPに加筆(https://www.pref.gifu.jp/shakai-kiban/doro/kosoku-doro/11651/project_gaiyou3.html)

取組の成果

- ✓ 企業や商工会等が名古屋で開催される医療関連機器分野のセミナーへの参加等を通じて人脈を形成、市内企業の技術力に適した商品開発の可能性等を検討。
- ✓ 就労体験により水栓関連事業の企業と地元の高校の接点が出来たことで、企業、高校・父兄・学生双方の意識が変化。地元での就職を希望する学生のニーズに対応し、実際に就職に結びついた事例も出始めており、企業側の取り組みに対する姿勢も積極化。

課題・展望等

- ✓ 引き続き、名古屋圏を足掛かりに、医療分野等への新産業進出を目指し、ネットワークづくり・商品検討を推進。
- ✓ 現在の山崎市が中心になって実施する支援から、商工会による支援体制に移行することで、民間主体による長期的なサポート体制を構築していく。
- ✓ 水栓バルブ製造事業も含め、東環道開通による名古屋圏等大都市圏への物流事情の向上、知名度等インパクトの他、2024年度の西回り開通も期待。36



【地方都市(宮城県仙台市) × 大都市圏(東京)】

復興関連基金を用いた被災地のイノベーション創出・起業家支援。幅広いネットワークやノウハウを有する運営主体が東京から仙台に移転し、事業に注力。

取組の経緯

- ✓ 運営主体(一社)IMPACT Foundation Japan (IFJ)は「TEDxTokyo」等、海外のユニークなプログラムなどを日本で展開してきた団体。
- ✓ 2013年、東日本大震災復興のための「カタルフレンド基金」を用いた、東北での起業家支援というアイデアが採択された(日本円で約12億円)。

取組の目的と概要

- ✓ 新しい会社を起こす「起業家」だけでなく、小中高生、大学生、企業、生産者等、新しいビジネスの創出に向かってチャレンジする「おこす(起こす・興す)人」をソフトとハードの両面で、総合的に支援。

エコシステムマップ

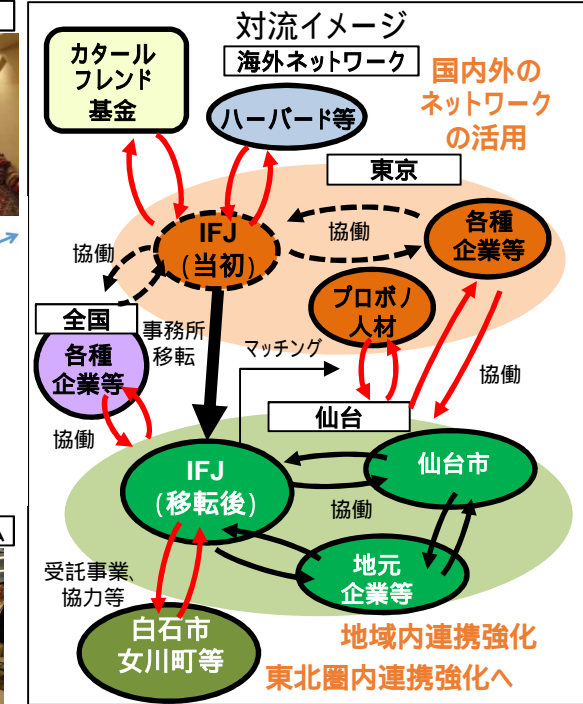
育った起業家が次世代の起業家をサポートして循環されるシステムを目指す



多機能型インキュベーション施設



子供の起業家教育プログラム



関係者及び「対流」

- ✓ IFJの国内外との広いコネクションを活かして、魅力的なプログラムを提供。例えばハーバード大学の学生との交流、東京の企業との連携による子供の起業家教育プログラムの提供、セミナーへの「オリンピック・パラリンピック等経済界協議会」の協力等。
- ✓ IFJ自身、東京から仙台に登録上も含めて完全に移転し、地域との連携を深めている。仙台市から社会起業家向け集中支援プログラム「東北社会起業家育成プログラム」や、「東北イグニッションサポーターズ」(東北を想う首都圏の人々と、東北の起業家やその卵とのマッチングによるプロボノ支援)受託。子供の起業家教育プログラムでは地元金融機関等が役割をもって参加。
- ✓ 宮城県白石市の創業塾の講師役の受託、宮城県女川町の起業家育成プログラムの開発・運営への協力等。

取組の成果

- ✓ 基金が意識したのは、直接的に何人の起業家を生み出したかもさることながら、間接的に何か影響を受けた人数、例えば集客人数等。
- ✓ イベントの集客数は3年間で延べ約1万5千人。地理的には仙台駅からやや遠く感じられ不利であることから、戦略的に魅力的なイベントを数多く開催(1年間で100本程度)。例えば子供向け起業家育成ワークショップ等は非常に好評で、募集後すぐに定員に達し、キャンセル待ちが倍以上出る盛況。
- ✓ オフィス等の利用は好調で、現在40社程度がオフィススペース、ブース、コワーキングスペースを活用。

課題・展望等

- ✓ 基金が終了したことから、資金面での自立が課題。受益者からお金を集めることがまだ難しいため、行政からの補助金、仙台市以外の行政からの受託によるセミナーや講座の開催等の拡充を図る(東北圏内中心)。
- ✓ 東京含め日本全国、海外とのネットワークは引き続き活用。

1.1. 中川政七商店による産地の活性化「日本市プロジェクト」 国土交通省

【地方都市(本社:奈良県奈良市) × 大都市圏・地方都市(全国各地)】

工芸業界初のSPA(製造小売)体制を確立した中川政七商店が、自社のノウハウを各地に活かして「つくり手」と「売り手」との間をつなぎ、地域の需給の小さな循環を促進。

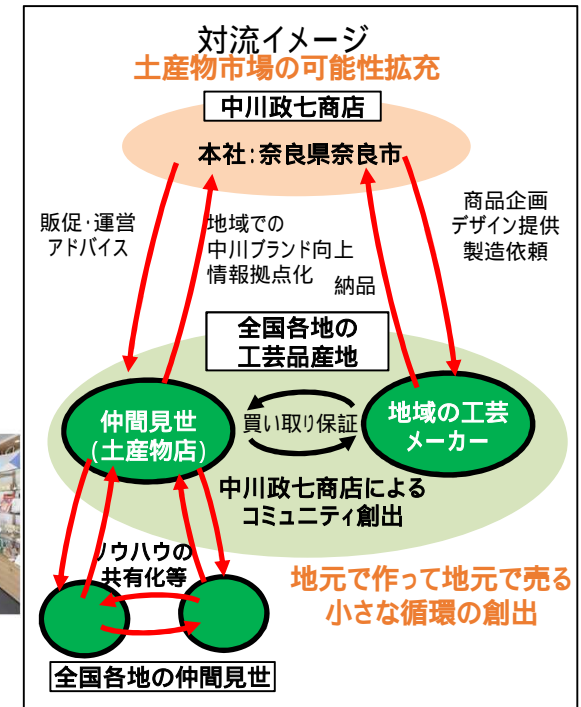
取組の経緯

- ✓ 厳しさを増す工芸を取り巻く環境、経営難や後継者不足等による取引先の苦境を痛感。産地の衰退への危機感が募る。
- ✓ そこで2013年、新しい挑戦として、土産物市場の可能性を広げる「日本市プロジェクト」を開始。

取組の目的と概要

- ✓ 地域の工芸メーカーと土産物屋が繋がっていないことから発生する負のスパイラルに対し、両者をつなぎ役割を果たして、需要と供給の小さな循環モデルを創出。

日本市プロジェクト「仲間見世」の展開



関係者及び「対流」

- ✓ 中川政七商店は、地域の工芸メーカー等に対して商品企画やデザインを提供し、良い土産物になるような工芸品づくりを依頼。製造ロットの適正価格での買い取りを保証する。その際の買い取り責任は土産物屋にあるが、在庫は中川政七商店の倉庫に置く。
- ✓ 地域の土産物屋に対しては、販促や店舗運営のアドバイスも行いつつ、地元の工芸品をタイムリーに卸すことで、在庫リスクをとらずに集客や売り上げ向上を図ることができるようになる。
- ✓ 地元で一緒になって良い土産物づくりに取組む土産物屋(パートナーショップ)のことを、親しみをこめて「仲間見世」と呼ぶ。
- ✓ 観光客は土産物屋において、そこでしか買えない本物の土産物を手にすることができ、満足度も向上。

取組の成果

- ✓ 地元で作って地元で売る小さな循環の仕組みを7地域で構築。
- ✓ 観光地としてのポテンシャルを活かして立地する「仲間見世」により、土産物市場における工芸品ベースの雑貨等が強化され、観光客の満足度向上に資する仕組みを創出。
- ✓ 地元工芸品メーカーは、在庫リスクを持たずに自社商品を地域で販売可能となり、より付加価値の高いものづくりへの意識が向上。
- ✓ 中川政七商店の情報提供により、各地の仲間見世同士の交流も発生、先進的な店舗での見学会等によるノウハウの共有化も進行中。
- ✓ 仲間見世は、中川政七商店の各地での情報拠点としての役割も担う。

課題・展望等

- ✓ 仲間見世になり得る店舗を各地で増やすために、各地の店舗や工芸メーカー等への教育事業を推進、土産物関係者全体の底上げを図る。38

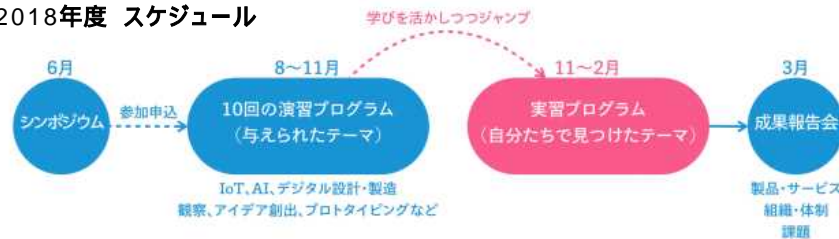
【地方都市(岐阜県大垣市)→関連都市等】

参加者が、IAMASでのアート・デザイン・工学・社会学などの領域横断研究で培われたイノベーション創出に有効な手法を学び、参加者個人・所属組織等において実践し、実践からの学びを共有することを通じて、イノベーション創出に挑戦するための風土を岐阜県内に醸成する。

取組の経緯

- ✓ 前身となった地場産業×IoT「コア・ブースター・プロジェクト」(2013～2015)での経験から、自らイノベーションを創出していくための能力が必要ではないかという問題意識を持つ。
- ✓ そこでIAMASの有する研究成果を用いて、地域企業の人々がイノベーションの創出を学ぶための短期型のカリキュラムを実施。

2018年度 スケジュール

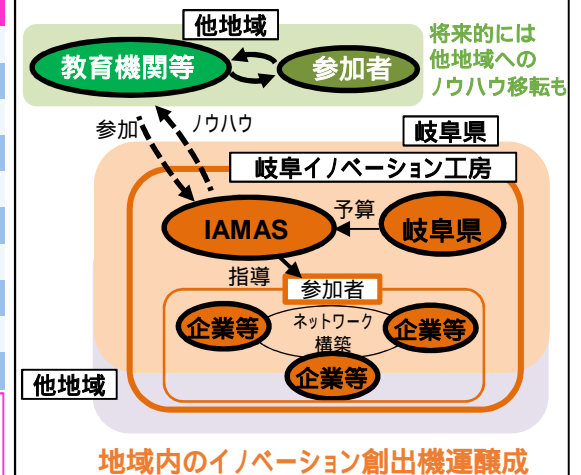


2018年度 演習プログラム

回数	トピック
第1回	IoT
第2回	機械学習
第3回	デジタル設計
第4回	デジタル製造
第5回	フィールドワーク
第6回	アイデアスケッチ
第7回	ハードウェアスケッチ
第8回	プロトタイピング
第9回	パリデーション()
第10回	ドキュメンテーション

Validation: 自分たちが本当に適切なプロダクトを作っているかどうかを確認するための考え方

イノベーション創出イメージ



取組の目的と概要

- ✓ チャレンジすることが当たり前という風土の醸成が理想。
- ✓ 目的対象は社会人。2018年は6月にシンポジウムを開催。その後、主催者側がテーマを用意する演習プログラム(8～11月、1日6時間×10回)を経て、自分達でテーマを設定して、主催者のサポートを得ながら進める実習プログラム(11～2月)を実施。3月に成果報告会を予定。

関係者及び「イノベーション創出」

- ✓ 主催者がプログラムを提供。なお、ロジ等の運営については、企画競争により岐阜県からIAMASの卒業生が創業した県内企業が受託(「コア・ブースター・プロジェクト」にも関与)。
- ✓ 参加者チームの代表者が岐阜県内に事務所を持つことを条件としている(その条件をクリアして、愛知県内からも参加)。
- ✓ グローバルな事業展開を実施する企業も参加。

取組の成果

- ✓ シンポジウムは約200人が参加。その中から岐阜イノベーション工房への参加者を募集。定員15名程度に対して、2倍程度の応募があり、最終的には7社、6チーム、20名が参加(1企業3人以上)。
- ✓ 今年度初回の演習プログラムは終了。参加者へのプレッシャーは大きかったが、困難を共有したことで、チーム内の信頼関係もでき、参加者間で相談しあえるネットワークが創出されている。
- ✓ 現時点で、各企業で新規事業にチャレンジする体制が出来つつある。

課題・展望等

- ✓ 県事業のため単年度ごとの展開。初年度のフォローアップを含め、次年度以降長期的に継続していくための予算確保が必要(2019年度は実施予定)。
- ✓ 他県等からも参加希望の照会がある。今後、このような取り組みが全国に広がるように、主催者になりえる主体(教育機関等)に参加してもらい地域での問題意識に併せてアレンジして欲しい。

1.3. 知的対流拠点の機能をより強化するまちづくり(渋谷区)

渋谷区の概要

- ✓ 4社8路線が乗り入れ、一日約300万人が利用する国内第2位のターミナル駅である渋谷駅を有する。
- ✓ IT産業は都内の中でも際だって集積が見られる地域であり、都内における外国人訪問率も高く、国際的に注目される都市。
- ✓ 「渋谷らしさ」を一つのキーワードにこれまで培われてきたIT、芸術、ファッションなど様々な分野における「渋谷らしさ」を維持・向上させていくため、産学官民の様々な主体が連携しながら「まちづくり」を展開。

行政(渋谷区)の取組

(1) 渋谷の目指すビジョンの策定

- ✓ 広域渋谷圏の再生・活性化を視野に入れ、公民の連携による数次のまちづくりビジョンを策定。

< 「渋谷駅中心地区まちづくり指針2010」における戦略(抜粋) >

「世界に開かれた世界文化の発信拠点 渋谷」のリーディングコアという将来像を実現のため7つの戦略等を提示。

駅中心地区の独自性と課題

- ・時代と共にシンボルが生み出させ、様々な文化を蓄積・発信
- ・住空間が近接し、職・住・楽が融合
- ・発信力・求心力の相対的低下、文化の若年層化
- ・世界における「文化」を核とした都市づくりの潮流への対応が必要

駅中心地区の将来像を実現する7つの戦略

戦略1 「渋谷を発信する」～生活文化の創造・発信拠点の形成～

まちづくり具体化方策としてのまちづくり指針2010

指針1 エリアごとの特性を活かした高次な都市機能の集積・導入

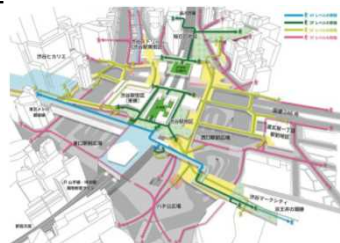
(2) 様々な主体によるまちづくり体制を構築

- ✓ まちづくりの検討のために18の検討母体を構成し、互いに連携。検討体制には、国や都、学識経験者や事業者、商店街関係者やまちづくり団体など様々な主体が関与。

(3) めぐり歩いて楽しい歩行者ネットワークの構築

- ✓ 駅と町中をつなぐ回遊性の高い歩行者ネットワーク等を形成することで、多様な交流を起こす仕組みを構築。

- ・「4地区」に分断されていた渋谷駅周辺を地上3階から地下5階までの水平移動を可能へ
- ・民間建物に鉄道利用者の導線を入れる「アーバンコア」によって垂直移動も可能へ

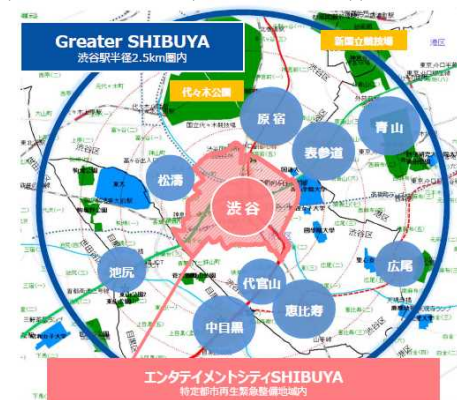


事業者(東急電鉄(株))の取組

(1) クリエイティブなエンタテインメントシティの実現

- ✓ 渋谷区が示すまちづくりビジョンに沿って、渋谷区、関係鉄道事業者、開発事業者と連携しつつ、クリエイティブなエンタテインメントシティの実現に向けた様々な事業を展開。

< 渋谷と周辺エリアの魅力高め、持続的に成長する都市圏の創出 >
(Greater SHIBUYA(広域渋谷圏構想))



< エリアマネジメント協議会 >

- ✓ 官民が連携し、まちの賑わい、国際競争力の向上等を実現するための調整・方向付け。
- ✓ 施設管理や広場利用、防災、サイン、駐車場一体運用など、まちの運営スキームを検討。

エリアマネ活動範囲



A

< 渋谷キャスト >
多種多様な知を持つクリエイターが集い、住む、働く、くつろぐを体現。世界から注目される新たな文化や才能を創出。

B

< 渋谷ヒカリエ >
生活文化と娯楽を中心とし、新たな価値を創造、発信していくプラットフォーム

C

< 渋谷スクランブルスクエア >
多様な人が交差・交流し、社会価値につながる種を生み出す未来共創拠点。5大学が連携した知の集積拠点(渋谷キューズ)も併設(2019年秋開業予定)

D

< 渋谷ストリーム >
クリエイティブワーカーなど多くの人を引き寄せ、創出される新たなモノ・コトを世界に発信

E: 100branch F: 渋谷ブリッジ
5大学: 東大, 東工大, 早大, 慶大, 東京都市大

15. 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)】

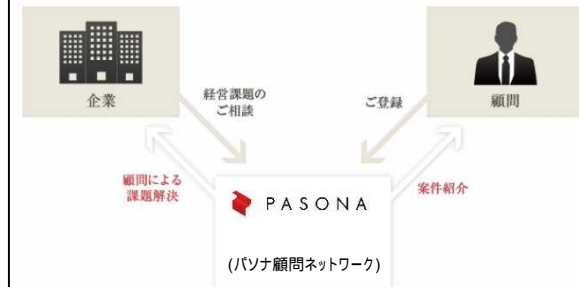
豊富なノウハウを持つ上場企業の役員や特定領域に高い専門性を持つ人材などを「登録顧問」とし、経営課題を抱える企業とマッチングすることを通じて、経営ノウハウや労働力不足など社会、企業の課題解決を目指す

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。

【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

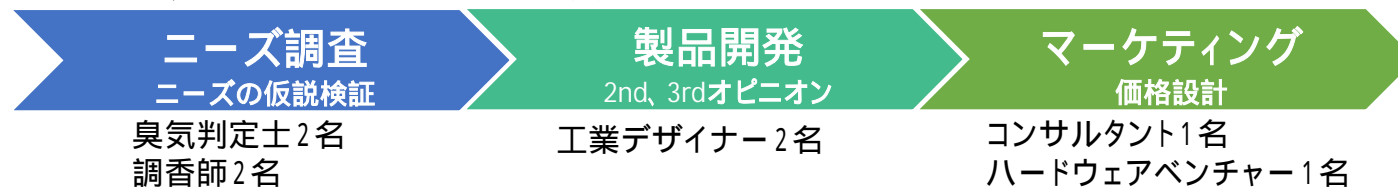
労働人口が減少する中、企業は生産性向上が課題であることや、働き方改革・副業解禁の進展に伴い、自社以外で外部知見を活用するニーズが高まっていることなどの社会・企業ニーズを背景

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。

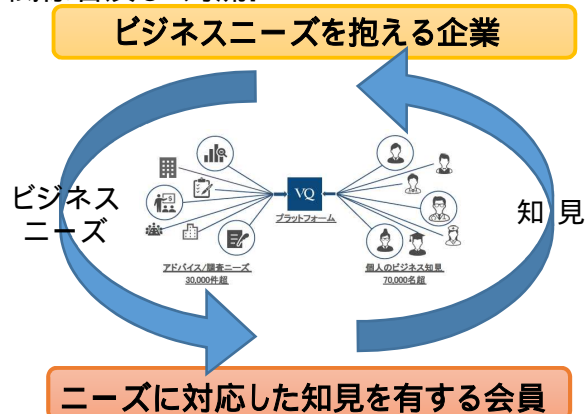
取組の成果(具体例)

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。

各地域の重層的な対流を促進する事例調査 ～ ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルの フォローアップ及び新規事例 ～

各地域の重層的な対流を促進する事例調査一覧

以下の一覧表に掲げた事例は、平成29年3月作成の「ローカル版『知的対流拠点』づくりマニュアル」で取り上げた事例について、フォローアップ調査を行ったものである。
 なお、甲府市及び燕市の事例については、新規事例であり、上記マニュアルには掲載されていない。

	カテゴリー	取組名称	所在地
1.	農産品等の活用	限界集落と言われた地域が地域産品で10億稼ぐ地域に！！	四万十町
2.	農産品等の活用	日本の甲州が世界のKoshuへ ワインで真価を発揮する地域	甲州市等
3.	ものづくり集積・産地の活用	眼鏡づくりの先端技術で作って『売る』産地へ	鯖江市
4.	ものづくり集積・産地の活用	世界に誇るデニム産地の一体的なPR	福山市等
5.	大学等の研究成果・技術の活用	世界最先端研究と新産業創出の拠点で世界の人材を惹きつける	鶴岡市
6.	農産品等の活用(新規事例)	山梨県産米と県産ミネラルウォーターで醸した純米酒の国内外展開	甲府市
7.	ものづくり集積・産地の活用	国内外の顧客との「接点」をつくり出すブランディング(=流通経路短縮)	燕市

1. 「限界集落と言われた地域が地域産品で10億稼ぐ地域に！！」

< マニュアル作成時の取組状況 >

平成19年開業の道の駅「四万十とおわ」を拠点に、地域の資源(栗・お茶など)に着目し、地元農家、加工業者、住民、町、域外専門家などが結束して商品開発・販売に取り組む。

関係者の対流

(株)四万十ドラマ

(地域産品を使った商品開発、道の駅での販売、通信販売、道の駅運営、会員制度RIVERによる着地型観光など)

四万十町

(四万十ドラマ設立、事業立ち上げ期等の予算支援、道の駅の整備)

全国会員

(商品開発モニター)

しまんと新一次産業(株)

(栗の糖度等の強みを数値化しブランド化)

コーディネート役

(株)四万十ドラマ

(地元農家、地域内外の加工業者等の巻き込み、道の駅や大都市の大手百貨店での販売を通じた地域ブランディング など)

地元農家、加工業者、住民

(商品開発参画、販売商品の原材料供給、(株)四万十ドラマへの出資)

域外専門家

(栗の再生・生産性向上の技術支援)



直営店「とわ」四万十ドラマオリジナル商品の販売等とあわせ、地域団体とも連携を図っていく。
(写真提供(株)四万十ドラマ)



(株)四万十ドラマのオリジナル商品の一つ、「しまんと地栗モンブラン」。

< 前回のヒアリング(平成28年2月)以降の「稼げる地域づくり」の状況 >

平成30年3月末に、約10年携わった道の駅の指定管理業務が終了。
平成30年8月 初の直営店である「とわ」を開業。来年には栗商品生産工場の稼働も予定。

ヒアリング先:株式会社四万十ドラマ(地域商社)
所在地:高知県四万十町

若い人達が地域に残り、そこで豊かな暮らしをすることを目指します!

具体的な取組状況

「ブランド」で売る

・選定技術を活かした特選栗である「しまんと地栗」をブランド化し、全国で販売。

生産から収穫、加工、販売までを一体的に行うことで、ブランド力を高める。

複合型の農業経営

・栗の栽培に係る期間は1年で数ヶ月。
・残りの期間で、別の農作物を作る。

様々な商品の生産の組合せで、「稼げる地域」が持続する。

次代を担う「人材育成」

・「栽培」、「加工」、「販売」のそれぞれで、核となる人材を育てていく。

「稼げる地域」を残していくためには、次代を担う若い人の人材育成が不可欠。

今後の展望 「道の駅」運営で培った経験を活かす、伝える事業をスタート。

ピンチは、チャンス!と発想の転換です。

「初」の直営店開設

・お客様に、「地域の背景を丁寧に伝える」お店をコンセプトに開設。

ストーリー(生産者の想い)を直(じか)に伝えることで、商品の価値も高まる。

ここがポイント!

蓄積したノウハウを、他地域にも移転

・「京都府南山城村」「石川県羽咋市」の道の駅や地域商社プロデュースに携わる。

道の駅運営のノウハウと、地域を担うという「志」を持った人が繋がるのが大切。

栗商品生産工場の稼働予定

・全国に、そして世界に向けて売ることを視野に、HACCPに対応した工場をつくる。

地域の雇用の確保、全国から工場員に来てもらい、四万十を盛り上げる。

地域を元気に!

2. 「日本の甲州が世界のKoshuへ ワインで真価を発揮する地域」

< マニュアル作成時の取組状況 >

甲州市のコーディネートで、地域に集積するワイナリー、地元大学、県が連携しつつ、ブドウの品種改良、醸造技術開発、マーケティング等で甲州ワインに磨きをかけブランド化や国内外への輸出を目指す。併せて「ぶどうの丘」を拠点に甲州へ人を呼び込む取組を推進。

関係者の対流

甲州市

(廃止トンネルを活用したワイン貯蔵施設整備によるワイナリー支援、ぶどうの丘整備・運営によるマーケティング展開支援、認証制度制定)

山梨大学ワイン科学研究センター

(ブドウの品種改良、栽培技術改良、醸造酵母等の研究、ワイン製造・ブドウ栽培・経営の高度人材育成)

地元ワイナリー

(ワイン専用ブドウの自社栽培、ワイン醸造技術の共有化、地域資源を活かしたワインツーリズム)

山梨県

(ワイン産業振興特区、日本ワインコンクール開催、地理的表示制度「山梨」取得)

コーディネート役

甲州市

(ぶどうの丘運営によるワイン産地としての情報発信を通じた地域ブランディング、マーケティング展開支援、域外観光客受け入れ)



甲州市内ワイナリーが醸造するワインの中から、品質審査会で合格したワインがぶどうの丘で販売(写真提供: 甲州市)

(テイスティングツアーの様子)

甲州種ブドウの供給量及び観光客に係る直近2カ年度の数値とその目標値について

	2016年度	2017年度	目標値
醸造用甲州種ブドウの供給量	1,275t	1,497t	1,600t (目標年2020年)
観光客入込数	353万人	364万人	354万人 (目標年2019年)

2カ年度の実績値は甲州市提供数値。目標値は2017年3月策定の「甲州市ワイン振興計画」に掲げられた数値。

ヒアリング先: 甲州市役所観光商工課ワイン・商工振興室、農林振興課

< 前回のヒアリング(平成28年2月)以降の「稼げる地域づくり」の状況 >

個々のワイナリーの感触としては売り上げは頭打ち状態。

ワインツーリズムの定着によりワイナリーへの来場者数は増加傾向ではあるが、県産ワインの出荷量の増加にまでは至っていないという認識。(平成20年から平成25年までは出荷量は概ね減少に推移。なお、ワイン原料用国産ぶどうの生産量は山梨県が最も多い。)

< 上記の状況を踏まえた対応状況 >

平成29年3月に甲州市は「甲州市ワイン振興計画」を10年計画として策定。主要な推進施策は以下のとおり。

ワイン原料用ブドウの振興策

(生産目標値の設定、担い手育成支援、農地の維持・集積化、甲州市ぶどう・ワイン産地確立会議等)

ワイン生産の振興策

(原産地呼称ワイン認証制度の更なる充実、「ぶどうの丘」でのワイン訴求と選びやすい売り場の演出・人材育成)

ワイン普及促進の振興策

(ワイン文化の醸成、ワインツーリズムへの市民参画と協働、峡東ワインリゾート構想によるワイン観光の推進)

また山梨県及び甲州市は、「山梨ワイン欧州輸出促進プロジェクト」の推進による欧州の販路拡大を支援している。

3. 「眼鏡づくりの先端技術で作って『売る』産地へ」

< マニュアル作成時の取組状況 >

地域に根付く眼鏡産業を核に、国内外の大学、市及び地域金融機関のネットワークを構築し、新素材や最先端金属加工技術を開発。デザインや掛け心地の卓越した眼鏡フレーム製造や、医療、ICT分野の製品開発へと展開。

関係者の対流

鯖江市

(新製品開発や販路開拓等への支援)

地元の眼鏡関連企業

(大学等と共同で新素材や金属加工技術の開発による付加価値の高い眼鏡を製造、医療機器の開発、ICT製品の開発)

コーディネーター役

鯖江市

(眼鏡担当官を配置し産学連携・異業種連携のためのマッチング、国際展示会への出展支援)

域外の大学・企業等

(製造技術の共同研究)

地域金融機関

(融資、地元企業、大学及び行政の情報交流会、先端技術等について大学の講師を招いた地元企業向け講演会)



写真上：最先端のチタン加工技術を活用して開発された医療機器

写真左：ICT分野への進出を目指して開発されたスマートグラスのディスプレイ表示
(写真提供：鯖江市)

ヒアリング先：鯖江市役所政策経営部めがねのまちさばえ戦略室、環境部商工政策課 等

< 前回のヒアリング(平成28年2月)以降の「稼げる地域づくり」の状況 >

医療分野の海外展開では、北米、南米、ドイツ、フランスなどへ進出。海外展開を始めた平成28年度と比較し、販売実績は伸びてきている。また、海外で技術が認められるようになってきており、部品加工等の依頼も来るようになってきている。眼鏡分野では、眼鏡部品の日本回帰が進むとともに、鯖江ブランドの認知度は年々向上している一方、「鯖江のあのブランドが良い」とまでは浸透していない。



世界最大級の医療見本市MEDICAに初出展(H28~)



鯖江市役所JK課
(写真提供：鯖江市)

< 上記の状況を踏まえた対応状況 >

鯖江市では、「既存産業の再生」、「新産業の創造」の2つの柱により産業振興を目指す。

- 眼鏡分野では、産地企業のデザイン力・マーケティング力を強化し、ブランド力と収益性を向上させ、鯖江ブランドを確立。
- 医療分野では、見本市への出展や使用実績の積み上げなどにより、更なる鯖江技術の認知度・信頼性の向上を図る。
- 医療分野以外への応用としては、チタン技術を人工衛星などの新たな分野へ展開するとともに、市がコーディネーターの役割を担い、大学と連携し、オリ・パラを見据えた新規事業のきっかけづくりを展開。(例:眼鏡技術を応用し、電動で重い義手を使いやすくすること等) また、ものづくりの現場を体験出来るイベント「RENEW」など、様々なイベントを通じて、地域全体として、ものづくりのまちをPR。
- その一方で、「ジェンダー平等実現」を目指すSDGsの目標とも関連し、女子高生によるまちづくりチーム(鯖江市役所JK課)の結成や、学生による地域活性化プランコンテストの開催など多岐にわたる施策により、ダイバーシティのまちづくりを目指す。

4. 「世界に誇るデニム産地の一体的なPR」

< マニュアル作成時の取組状況 >

歴史的に結びつく備後圏域6市2町とその住民、デニム関連企業が連携。伝統的な備後緋や備中小倉の生産技術を応用したデニム産業は、世界のアパレル業界で高い評価。この強みを活かし、地域が一体となって、デニム生地産地PRを行い、人を呼び込む地域づくりと同産業の更なる飛躍との相乗効果をねらう。

関係者の対流

地元住民

(地元産品を通じた地域への愛着と圏域一体感の醸成)

コーディネート役

福山市

(主体間の繋がりをコーディネート、活動を主導)

備後圏域連携中枢都市圏の6市2町

広島県：三原市、尾道市、福山市（連携中枢都市）、府中市、世羅町、神石高原町
岡山県：笠岡市、井原市
(デニム関連企業と協働で産地をPR)

デニム関連企業

(産地PRに協力)



備後圏域連携中枢都市圏形成に係る連携協約を締結。この連携に基づき、圏域に集積するデニム関連の企業を支援する「デニムプロジェクト」を開始。
(写真提供：福山市)



福山市（連携中枢都市）を中心とする備後圏域連携中枢都市圏

ヒアリング先：福山市役所経済環境局経済部産業振興課、地産地消推進課 企画財政局企画政策部企画政策課

< 前回のヒアリング(平成28年2月)以降の「稼げる地域づくり」の状況 >

備後圏域連携中枢都市圏6市2町の産学金官などの関連団体から構成される「びんご圏域活性化戦略会議」(平成26年8月発足)により取組を継続。

デニムに関しては、一般へのPRを主軸に実施。認知向上につながっている。今後はBtoBの視点も強めていく。備後圏域の沿岸4市で水揚げされる水産物25種を「備後フィッシュ」に選定し、地産地消の推進や漁業者の所得向上を図ることなど圏域の地域活性化に向けた新たな取組も実施。

< 上記の状況を踏まえた対応状況 >

びんご圏域活性化戦略会議では、様々なテーマに基づき、WGを設置し、その下に個別プロジェクト推進するため、事業者等の幅広い関係者を含めた検討会を組織することにより、様々なテーマに対して、関係者による対流を組織体制上可能としている。

年ごとに事業者ニーズに対応した様々な施策を検討・実施することが可能となり、例えば、平成29年度のデニム産地のPRは、一般向けに多くの取組を実施しており、Webサイト立ち上げ、デニムツアー、ブランドとのマッチング、デニムコンテストなどを行っている。今後は一般へのPRのみでなく産業振興の要素(BtoBの促進)を付加して引き続き実施する予定。

情報発信の成果等について

メディアへの掲載件数
延べ 186件
期間(平成28年2月1日～平成30年3月31日)

福山市における「日本屈指のデニム産地」認知度調査結果
(20代～70代の男女約500名を対象に調査)

	2017年	2018年
福山市	26.1%	37.8%
首都圏	9.1%	15.0%

(福山市調べ)

5. 「世界最先端研究と新産業創出の拠点で世界の人材を惹きつける」

< マニュアル作成時の取組状況 >

山形県と鶴岡市が慶應義塾大学の研究所を誘致し、官学連携施設の開設運営。取組の発展に伴う、試作工場、研究所、宿泊施設、子育て支援施設等の需要に産学官で対応。世界の研究者を惹きつける研究・新産業創出拠点を形成。

関係者の対流

YAMAGATA DESIGN株式会社

(子育て支援施設、短中期滞在型宿泊施設整備)

慶應義塾大学先端生命科学研究所

(世界最先端の研究、複数のベンチャー企業創出、地元高校生等を対象にした研究人材育成、住民と連携した健康調査)

地元企業等

(YAMAGATA DESIGNへの出資)

大学発ベンチャー企業

・ヒューマン・メタボローム・テクノ

ジーズ株式会社

(メタボローム解析技術の事業化)

・Spiber株式会社

(人工合成クモ糸素材の事業化) など

域外企業(小島プレス工業株式会社)

(人工合成クモ糸素材の量産化技術研究開発、試作工場の建設に出資)

コーディネート役

鶴岡市

(地域づくりビジョン策定・地域への共有の働きかけ、大学誘致、農地転用許可、国・県の支援策活用、用地確保など)

山形県

(大学誘致、公益財団法人庄内地域産業振興センターを通じた研究成果の事業化支援)



写真左：人工合成クモ糸繊維QMONOST™の製造工程。微生物に合成したクモタンパク質のDNAを導入し、培養して数を増やす。
写真右：人工合成クモ糸繊維QMONOST™が使われた世界で初めてのドレス（2013年5月発表）。（写真提供：Spiber）

ヒアリング先：鶴岡市企画部政策企画課・建設部都市計画課、ヤマガタデザイン(株)

< 前回のヒアリング(平成28年1月)以降の「稼げる地域づくり」の状況 >

短中期滞在型宿泊施設が平成30年9月、子育て支援施設が平成30年11月に開設した。鶴岡市が整備したレンタルラボは、満室に近い状況で推移。

慶應義塾大学先端生命科学研究所発のバイオベンチャー企業は増加し、現在6社。

○「やまがたブランド」の新商品開発をめざし、研究所・ベンチャー企業等と県内企業等との共同研究による取組が平成24年度～平成29年度で50件展開。

○慶應義塾大学が実施する高校生向け教育プログラム(高校生研究助手、特別研究生制度)に延べ約200名(平成21年度～平成30年度)が参加し、AO入試により慶應義塾大学に約20名が入学し、うち5名が同大大学院(研究所で研究)へ進学。



(写真提供：鶴岡市)

< 上記の状況を踏まえた対応状況 >

子育て支援施設等の環境整備が進んだ一方、レンタルラボは満室に近い状況が続いており、次期総合計画策定作業にあわせて、研究環境の向上に向けた施策を検討中。地元企業との共同研究の促進や高校生向け教育プログラムなどの展開の継続により、地域を支える人材育成、産業振興に取り組む。

	H28 (現状)	H38 (目標)
ベンチャー企業及び 研究教育施設数 (北部SP地域)	15	30

【甲府商工会議所、酒造事業者】

< 「稼げる地域づくり」の取り組み状況 >

富士山、南アルプス、甲斐駒ヶ岳、八ヶ岳、秩父山系、御坂山系の良質な地下水に恵まれた山梨県における純米酒の国内外展開の取組。

県内産の純米酒を製造する酒蔵7社のベトナムへの海外展開を甲府商工会議所が支援。中小企業庁の調査研究事業を今年度受託。販売競争が激化するベトナムにおいて、県産米を使用した純米酒のブランド化、市場浸透のためのマーケティング調査を甲府商工会議所、酒造事業者により実施するもの。

低価格競争を行うのではなく、現地の日本料理店などにハイグレードな商品として展開することを目指す。

地元では、併せて地元在住の漫画家による広報誌作成などにより山梨産日本酒の愛好家を増やす取組を実施中。また、既に実施している山梨県酒造共同組合による試飲会を中心に学生向けセミナー、飲食店スタッフ向けの勉強会を実施予定。

関係者の対流

甲府商工会議所

(調査研究事業実施、各酒蔵、海外関係者との連絡調整等、市場開拓のプランニング)

山梨県酒造共同組合

(各酒蔵の広報事業、セミナーの開催等)

酒造事業者

(調査研究事業実施による現地マーケティング調査、消費者向けのPR活動)

JETRO, 現地の日本関係者

(現地での販売先開拓支援等)

コーディネート役

甲府商工会議所

(国の支援策活用、各主体間の調整・活動を主導)



ベトナムでの市場調査の様子



ベトナムでの聞き取り調査の様子

【株式会社 玉川堂】(所在地:新潟県燕市。1816年創業、約200年にわたり、鋳起銅器の伝統技術を継承。)

変革の概要

流通経路の短縮
海外市場の開拓

問屋経由から、直接顧客に、商品の「ストーリー」を伝える(ブランディングする)ことへ発想を転換。
海外の見本市に出展することで、海外メーカーと接点を持つことができ、販路拡大へと繋がる。

取組の経緯

倒産の危機を契機に、国内外の顧客との「接点」を持つことの重要性を認識

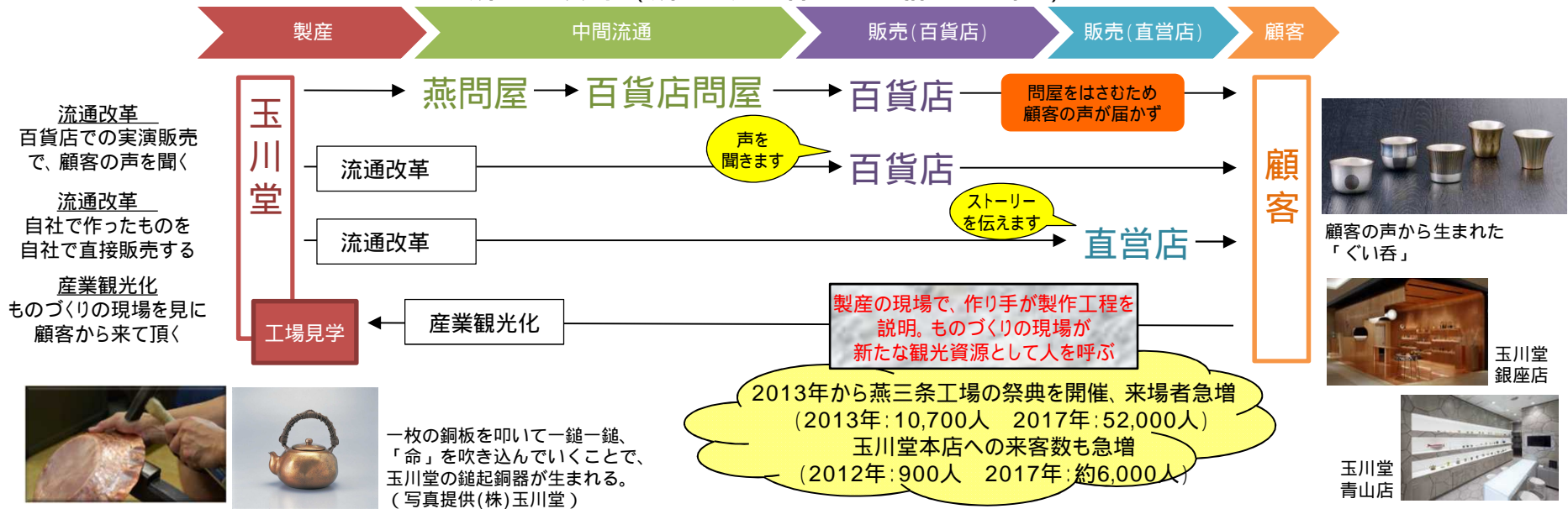
流通経路

・バブル崩壊を契機に、売上げの軸であった企業向けの記念品が激減し、倒産の危機に瀕するほど売上額が減少。このため、1995年から流通改革に取り組み、顧客の声を直接聞き、商品開発に活かしていくため、直販へ転換。

海外市場

・2003年からはグローバルに販路拡大を図り、メゾン・エ・オブジェ(パリ)やアンピエンテ(フランクフルト)へ出展、海外で様々な顧客との接点を持つ。

【流通改革(流通経路の短縮の過程)】



今後の展望 これからの地場産業は、「産業観光」。ものが生まれる過程を作り手自ら説明することで、顧客の満足度向上に繋げる。

・中期計画 直営店(銀座・青山)の売上の7割は海外。 3年後に、海外に営業所を設け、イベントの企画立案等の拠点とする。

・長期計画 燕三条本店でほぼ100%の売上を出せる産業観光型の施設を設ける。「国際産業観光都市」を目指していく。

最終的な目標：ものづくりの現場に訪れた顧客を「おもてなし」する滞在施設を作るなど、地域で経済が循環する仕組みの構築