

| | |
|------------------|---|
| Title | コンテンツ制作・流通・消費分野における拠点間連携の提案 : CiP協議会をモデルとして |
| Sub Title | Propose a new cooperation with organization : CiP consortium as a model |
| Author | 土肥, 啄史(Dohi, Takuji) 中村, 伊知哉(Nakamura, Ichiya) |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 |
| Publication year | 2016 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 2016年度メディアデザイン学 第543号 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002016-0543 |

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2016 年度（平成28 年度）

コンテンツ制作・流通・消費分野における拠点
間連携の提案
— CiP 協議会をモデルとして —

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

土肥 啄史

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

土肥 啄史

審査委員：

中村 伊知哉 教授 (主査)

加藤 朗 教授 (副査)

前川 マルコス貞夫 専任講師 (副査)

修士論文 2016年度（平成28年度）

コンテンツ制作・流通・消費分野における拠点間連携の 提案

— CiP 協議会をモデルとして —

カテゴリー：アクションリサーチ

論文要旨

個人個人は簡単につながることができる世の中になっている中で、団体間や組織間ではコミュニケーションを上手に取ることができていない現状を鑑み、組織や団体同士が連携することにより、互いの組織を補完し、相互の目的を高め合うべきだと考える。CiP 協議会においても発足してから3年目を迎えようとしている現在、様々な課題が出てきている。CiP 協議会が抱えている課題は、他の組織や団体と連携することで改善に向かい、より大きな発展を遂げることができるのではないか。拠点という強い点と点を繋げることで、線そして面にしていき、コンテンツ制作・流通・消費分野において大きな発展を生むことができると考える。組織間が繋がっていないこと、繋ぐための手法が明確になっていないことを課題とし、これを本論文の研究目的とする。CiP 協議会をモデルとし、本論文において拠点間連携の提案を行う。提案が有効的であることを証明し、モデル化することで、他領域においても適用できることを論じていく。

キーワード：

協議会, 拠点, 連携, 調査, 産業集積

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

土肥 啄史

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2016

Propose a new cooperation with organization
—CiP consortium as a model—

Category: Action Research

Summary

Understanding the fact that each individuals can easily get connection while organizations or groups cannot do so, I believe that connection between these groups of organization shall be done more easily to have a benefit for each other. CiP is currently on its third year and there are many problems with its organization management. These problems include the connection and corroboration between these organizations to have and make more interesting communities to produce entertaining contents. While have the corroboration, the location site for these organizations can be connected, but the method in connection is not yet clearly identified. This paper will propose the connection among groups of organizations according to the CiP modeling, and give a proposal to have a inter-connection of these different groups in genre.

Keywords:

communication, organization, consortium, research, cluster,

Keio University Graduate School of Media Design

Takuji Dohi

目 次

| | |
|-------------------------|----|
| 第1章 序論 | 1 |
| 1.1. 研究背景 | 1 |
| 1.2. 研究目的 | 3 |
| 1.3. 研究手法と論文構成 | 4 |
| 第2章 分析と関連研究 | 5 |
| 2.1. CiP 協議会 | 5 |
| 2.1.1 CiP 協議会とは | 5 |
| 2.1.2 CiP 協議会の現在までの活動 | 7 |
| 2.1.3 CiP 協議会の課題 | 21 |
| 2.2. 定義付け | 22 |
| 2.2.1 拠点の定義 | 22 |
| 2.2.2 連携の定義 | 23 |
| 2.2.3 クールジャパン拠点の定義 | 23 |
| 2.3. CiP 協議会会員へのアンケート調査 | 24 |
| 2.3.1 アンケート概要 | 24 |
| 2.3.2 アンケート結果 | 24 |
| 2.4. 連携の事例 | 26 |
| 2.4.1 大学間連携 | 26 |
| 2.4.2 地域医療連携 | 31 |
| 2.4.3 都市間・拠点間の連携例 | 32 |
| 2.5. 連携先の条件 | 33 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| 第3章 拠点調査 | 35 |
| 3.1. 調査実施 | 35 |
| 3.1.1 拠点調査概要 | 35 |
| 3.1.2 拠点調査対象選出方法 | 35 |
| 3.2. 札幌市産業振興センター実態調査 | 37 |
| 3.2.1 札幌市産業振興センターの調査報告 | 37 |
| 3.2.2 一般的な分析 | 42 |
| 3.2.3 CiP協議会の連携相手としての分析 | 44 |
| 3.3. 柏の葉スマートシティ実態調査 | 45 |
| 3.3.1 柏の葉スマートシティの調査報告 | 45 |
| 3.3.2 一般的な分析 | 49 |
| 3.3.3 CiP協議会の連携相手としての分析 | 49 |
| 3.4. ナレッジキャピタル実態調査 | 50 |
| 3.4.1 ナレッジキャピタルの調査報告 | 50 |
| 3.4.2 一般的な分析 | 54 |
| 3.4.3 CiP協議会の連携相手としての分析 | 54 |
| 3.5. 調査結果まとめ | 55 |
| 3.5.1 実態調査による協議結果 | 55 |
| 3.5.2 連携先の条件2 | 56 |
| 第4章 拠点調査2 | 58 |
| 4.1. 大阪クールジャパン拠点の調査及び連携の提案 | 58 |
| 4.1.1 大阪クールジャパン拠点の調査 | 58 |
| 4.1.2 連携の提案 | 60 |
| 4.1.3 公募結果 | 62 |
| 4.2. 京都構想の調査及び連携の提案 | 62 |
| 4.2.1 京都クロスメディア構想の調査 | 62 |
| 4.2.2 連携の提案 | 65 |
| 4.2.3 京都国際映画祭 | 66 |
| 4.3. 評価 | 69 |

| | |
|-------------------|-----------|
| 第5章 結論・展望 | 72 |
| 5.1. 結論 | 72 |
| 5.2. 展望 | 73 |
| 謝辞 | 75 |
| 参考文献 | 77 |

目 次

| | | |
|------|--|----|
| 1.1 | 本論文の構成 | 4 |
| 2.1 | グループ 1:くわがたけしば | 12 |
| 2.2 | グループ 4:クリーパー | 12 |
| 2.3 | ワークショップ成果物 | 12 |
| 2.4 | 当日の部屋の様子 | 12 |
| 2.5 | 起業支援プラットフォームイメージ | 14 |
| 2.6 | クールジャパン官民連携プラットフォーム概要 | 18 |
| 2.7 | アンケート詳細 | 25 |
| 2.8 | 新潟県の共生型大学連携の例 | 27 |
| 2.9 | 大学コンソーシアムによる連携の例 | 28 |
| 2.10 | 連携による教育プログラム向上の例 | 29 |
| 2.11 | 音大連携による教育イノベーションの例 | 30 |
| 2.12 | 地域医療サービスの例 | 33 |
| 3.1 | コンテンツ振興課 建物 | 41 |
| 3.2 | Cross × Garden 入り口 | 42 |
| 3.3 | Cross × Lab 発想を手助けするオープンスペース | 43 |
| 3.4 | デジタル工房 B | 43 |
| 3.5 | KOIL パーク | 48 |
| 3.6 | KOIL ファクトリー | 48 |

表 目 次

| | | |
|-----|-----------------------|----|
| 3.1 | 拠点調査結果 | 55 |
| 4.1 | 拠点調査 2 調査結果 | 69 |

第1章 序

論

1.1. 研究背景

インターネットの発展・普及により、距離を問わず、人と人が簡単に繋がることのできる世の中になった。SNSなどを通して気軽に個人間のコラボレーションが生まれている今日であるが、組織間や団体間では同様にコラボレーションが容易に生まれているのだろうか。日本バスケットボール界は、トップライグが2つ存在するという状態が長く続いている中、昨年ようやく一つのリーグに統合され「B.LEAGUE¹」として新しい日本プロバスケットボールリーグが誕生した。しかし、1つのリーグに統合されるまでには長い年月と労力を要し、日本バスケットボールのトップライグに「bjリーグ」と「NBL」が並立している状況を良しとしないFIBA²が「リーグを統合しなければ国際試合の無期限出場停止処分」という勧告を出すことで統合の方向に動き出したのである。新しい組織を作る形で発足された「B.LEAGUE」は、2016年9月22日に開幕戦が行われ、チケット1万枚完売のアリーナが超満員になるほどの集客をおさめた。アリーナを埋め尽くす観客の熱気、盛り上がりはテレビを通してでも感じることができ、統合の凄さを実感し、日本バスケットボールの今後の盛り上がりには大きな期待を寄せるものとなった。しかし、それと同時に2つのリーグが並立状態にあった時期から、両リーグが協力体制にあればもっと早くから日本バスケットボール界は大きな発展を遂げることができたのではないかと感じた。両リーグ共に日本バスケットボールを盛り上げることを目指し活動していたはずである。しかし、それぞれで活動をし、統

1 <https://www.bleague.jp/>

2 <http://www.fiba.com/>

合という形に至るまで連携することはなかった。両リーグが連携していれば日本バスケットボールをより盛り上げることができたのではないだろうか。筆者が所属している一般社団法人 CiP 協議会³（以下、CiP 協議会）は、デジタルコンテンツの集積拠点を設立するプロジェクト「Contents Innovation Program」（CiP）構想を推進する母体として、発足してから3年を迎える時期に差し掛かり、さらなる発展が求められている。CiP 協議会においても、他の組織と連携することにより活動の幅を広げ、より発展することはできないだろうか。2014年に準備会として活動を開始後、2015年4月に一般社団法人 CiP 協議会として設立し、東京都港区竹芝に「コンテンツを核とした国際ビジネス拠点」を形成すべく都市開発計画が動き出した。この活動は、東京都が行う「都市再生ステップアップ・プロジェクト」⁴の一つであり、2020年のオープンを目指し、2016年5月に着工がはじまっている⁵。竹芝地区は、国際競争力の強化及び国際的な経済活動の拠点の形成を図る東京都9区等を含む5区域の国家戦略特別区域のうちの一つとしても選ばれており、2015年3月に国家戦略特別区域計画の特定事業として内閣総理大臣の認定を受けている。竹芝は国家戦略特別区域の枠組みを活用し、これまでにない実験やビジネスの実現が求められていると共に、各種規制緩和に取り組むことで、さまざまな実証実験のフィールドを提供し、地区全体をデジタル×コンテンツの創造・体験の場へと進化させることを目指す。活動を開始してから2年が経ち、会員企業も64社（2016年9月現在）と「デジタル×コンテンツ」という共通の枠組みの中でも多種多様な企業が集まっている。協議会として顔ぶれが揃ってきた CiP 協議会は集積地としての強みは増してきており、活動を外に広げていく段階に入ってきた。そこで、CiP 協議会が行うべき活動として他の組織との連携が浮かび上がってくる。

3 <http://takeshiba.org/>

4 http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/toshi_saisei/saisei01.htm

5 <http://www.kajima.co.jp/news/press/201605/26a1-j.htm>

1.2. 研究目的

2016年5月、「クールジャパン拠点構築検討会⁶」が内閣府知的財産戦略推進事務局⁷によって開催された。クールジャパン分野における情報の集積・発信機能を有する拠点の構築について検討する会議として開かれた検討会は4回に渡って行われ、民間主導で進められている拠点構築のモデルケースとしてCiP協議会も本検討会においてCiP協議会の活動紹介を行った。議論を通して、クールジャパンを世界に押し出すことができる拠点を構築していくための枠組みが打ち出されたと共に、拠点間が連携しネットワークを構築することが今後重要になってくることも述べられた。各拠点の機能の強化と全体としての発信力の拡大が連携の狙いとなるが、ネットワーク化が機能するための方策や、拠点間を繋ぐ手法、ネットワーク構築の具体案などは明確になっておらず、これらが今後検討していく課題として挙げたのが現状である⁸。CiP協議会においても、デジタルやコンテンツ分野における集積という強みは出てきているが、集積地という点でしかないことが弱みとしてもでてきている。点と点を繋げることで、線となり、線と線を繋げることで、面になると、コンテンツ制作・流通・消費分野において大きな発展をうむことができると考える。組織や団体同士が連携することにより、互いの組織を補完し、相互の目的のために高め合うことができると考えられるが、連携の方法や連携相手などといった、連携に至るまでの過程の進め方が明確になっていない現状がある。そこで、本論文では、拠点間が連携を行っていくための手法が明確になっていないことを課題とし、CiP協議会をモデルとして連携の提案を行う。提案に対する評価を行い、今後CiP協議会が実際に連携を行っていくにあたり、本論文の提案が足がかりとなることを目指す。そして、本論文における拠点間連携の提案が、他領域においても連携を行う際のモデルとして適用され、組織間の連携が促進されることを目指す。

6 http://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/kyoten_koutiku/kyoten_koutiku.html

7 http://www.cao.go.jp/cool_japan/index.html

8 http://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/kyoten_koutiku/pdf/honbun.pdf

1.3. 研究手法と論文構成

研究手法としては、アクションリサーチを採用し、活動母体は一般社団法人 CiP 協議会である。CiP 協議会では事務局に所属し、協議会の運営を行う一方で、研究を行っていく。協議会の運営に関わることで、内部から現状や問題点を把握していき、ヒアリングなども行うことで協議会の細部にまで言及していく。

1 章にて拠点間連携の可能性と課題を明示したが、次章以降の構成は以下のようになっている。2 章では、分析及び関連研究を行う。分析は、CiP 協議会の今まで行ってきた活動及びアンケートを通して、現状の分析を行い、課題を明確にする。その上で連携の事例を関連研究として行う。連携の事例を元にし、CiP 協議会がどのような連携を行っていくのがよいのか、連携の条件 1 を導く。3 章は、第一アクションとして、連携の条件 1 を踏まえ、CiP 協議会の連携先の第一候補と成り得る拠点を選出し、実際に調査を行い、連携先としての評価、分析を行う。分析結果を元に連携の条件 1 を見直し、CiP 協議会が連携していくための条件を改訂し、連携の条件 2 を導く。4 章では、第二アクションとして、3 章にて導き出された連携の条件 2 を元に、連携先第二候補の調査、評価、分析を行う。得られた成果に基づき、5 章では結論と展望を述べる。

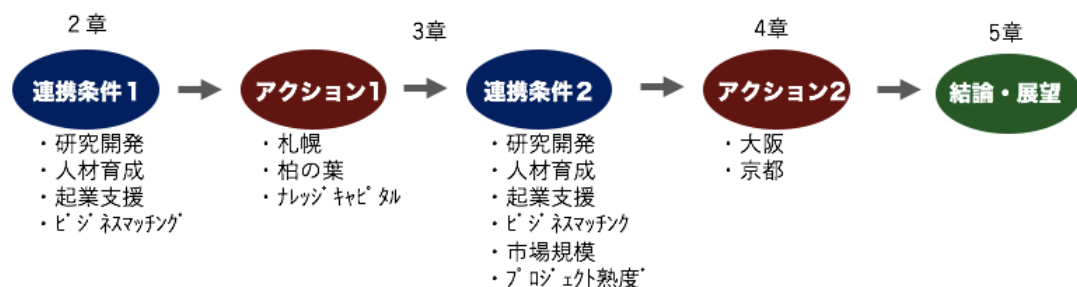


図 1.1: 本論文の構成

第2章

分析と関連研究

2.1. CiP 協議会

2.1.1 CiP 協議会とは

2015年4月に一般社団法人 CiP 協議会として設立した CiP 協議会は、以下の会員種別を設けている。

<理事会員>

1. 協議会の基本方針（プロジェクトの設置、研究テーマ、研究テーマ等）の策定を行い、活動を主導する。
2. 理事会で、予算・事業計画の企画決定にあたる。
3. 総会での議決権（4票）を有する。
4. プロジェクト、シンポジウム、勉強会等の各種活動に参加できる。

<一般会員>

1. 総会での議決権（1票）を有する。
2. プロジェクト、シンポジウム、勉強会等の各種活動に参加できる。

＜賛助会員（スタートアップ会員・個人会員）＞

1. プロジェクト、シンポジウム、勉強会等の各種活動に参加できる。

CiP 協議会は慶應義塾大学メディアデザイン研究科中村伊知哉い教授が理事長を務め、理事会員 22 社、一般会員 29 社、賛助会員 13 社・者の計 64 社で構成されている。先述の通り、CiP 協議会は竹芝地区に「コンテンツの産業集積地を形成し、世界のどこにもない場をつくる」ことを念頭にまちづくりを行う。しかし、秋葉原のようなポップカルチャーが集まる地域があるように、コンテンツが集まった地域というのは世界を見渡すと既に存在しており、目指している「世界のどこにもない場」とはならない。そこで、CiP 協議会ではデジタルやテクノロジーといった、今後の産業的発展が期待できる分野に着目し、ポップカルチャーなどのコンテンツとテクノロジーが混ざりあう独自性を持った産業集積地の構築を目指していく。

そして、「研究開発」、「人材育成」、「起業支援」、「ビジネスマッチング」の 4 つの機能を活動の柱とし、竹芝にて一気通貫で行える拠点を形成する。これらの 4 つの機能は、有識者へコンテンツ業界が抱える課題をヒアリングし、そこからでてきた課題を解決するためのシステムとして考えたのが始まりである。2020 年の街開きに向け、4 つの機能が持続して動き続けるサイクルを事前に生み出しておく必要があり、そこで活動を充実させていくために要となるのが竹芝地区が認定されている国家戦略特別区域である¹。

特別区域とは、特定分野の規制を緩和することができる限定されたエリアのことであり、規制を緩和することで新産業の創出や国際競争力の向上、地域経済の活性化などを誘発することを狙いとする。様々な規制改革を行うことで今まで取り組むことができなかったことへ取り組むことが可能となり、国の成長戦略として高い経済効果を期待されている。² この特別区域と 4 つの機能を組み合わせることで、デジタルやコンテンツ分野における新しいビジネスが竹芝から誕生し、世界のどこにもない街へと近づく。

1 <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/tokyoken.html>

2 <http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/tokku/kokkatoc/pamphlet.pdf>

では、2015年4月に一般社団法人として設立してから現在に至るまでどのような活動を行ってきたのか、そしてCiP協議会の現状はどのようなになっているのか以下に記していく。

2.1.2 CiP 協議会の現在までの活動

CiP協議会がどのような活動をしてきたのか2015年度と2016年度に分け、「研究開発」「人材育成」「起業支援」「ビジネスマッチング」の4つの機能と「その他活動」の5つにカテゴライズして以下に記していく。

2015年度活動報告 [3]

会員数 理事会員：18社 一般会員：22社 賛助会員：16社 計56社

研究開発

2015年度においては、CiP協議会設立前年から活動を開始したIT政策研究会を協議会のプロジェクトに移行し、プロジェクト活動を勧めながらスタンフォード大学との関係を深めるとともに、アーティストコモンズ他の研究活動について問題意識を会員と共有、参加を促しながら理事会員を中心とした活動を推進した。

1. IT政策研究会

概要

IT政策研究会は、2014年11月よりKMDが、今後10年の国際的なIT政策を日米合同で検討することを目的に、スタンフォード大学APARC（アジア太平洋研究センター）と共同で開始したプロジェクトである。本年度よりCiP協議会の立ち上げに伴い、CiP協議会のプロジェクトの1つとなった。産学官が共同したプロジェクトを指向し、企業会員は、7社が参加している。内閣官房、経済産業省、総務省といった省庁、学術研究機関である東京大学からオブザーバーを迎え、3回の国内会

議、スタンフォード大学との間を繋いだ1回の日米会議を実施した。さらに、研究会活動開始後初めてのオープン形式のシンポジウムを開催した。

成果

2015年度はクローズドな国内会議及び日米会議だけにとどまらず、初めての試みとなるオープンでのシンポジウムを実施した。シンポジウムには100名に及ぶ聴講者が集まり、登壇者と聴講者を交えたディスカッションなど活発な議論を展開された。

2. アーティストコモンズ

概要

アーティストコモンズはCiP協議会の一プロジェクトに位置付けられ、アーティストコモンズにとって、CiP協議会は実証実験の場である。アーティストコモンズの活動ビジョンは、作詞、作曲、演奏、歌唱など創造的な活動を行っているアーティストのIDの発番および基本情報を整備することにより、ユーザー、サービス事業者、メディア、音楽関連団体の利便性を向上させることである。また、マンガなど音楽分野以外にも応用が可能なアーティストコモンズID体系を確立することにより、我が国のエンタテインメント・サービス産業の振興、文化の発展、国際競争力の強化に寄与することをめざしている。具体的な活動は以下のようになっている。

- (a) 映像、音源、グッズ、コンサート、書籍などアーティストに関わる全てのコンテンツ、サービスを記述可能なアーティストコモンズIDの発番管理を行う
- (b) アーティストコモンズIDに基づき、アーティスト写真、プロフィールなどの基本情報を整備する。
- (c) メタデータ体系の整備、海賊版対策などの技術面、海外展開支援、アーカイブ構築などの文化資産の保全など制度面での充実に向けての活動を行う。

成果

ID 体系を検討し、発番に向けた議論を重ねてきた。現在は実証実験に向けて調整中であるため、CiP のプロジェクトとしての具体的な動きは 2016 年度以降となる。

3. 次世代デジタルサイネージ

概要

総務省「2020 年に向けた社会全体の ICT 化推進に関する懇談会」の報告書「2020 年に向けた社会全体の ICT 化アクションプラン（第一版）」において、災害情報やオリンピック等情報などの一斉配信、個人属性に応じた情報提供を実現できる次世代デジタルサイネージの先行導入地域の候補として、竹芝地区が挙げられている。その検討のため「2020 年に向けた社会全体の ICT 化推進に関する懇談会」配下の「デジタルサイネージワーキンググループ(以下デジタルサイネージWG)」に CiP 協議会事務局事務局長高橋が説明員として参加した。

成果

総務省の次世代デジタルサイネージの実験候補地として、竹芝地区が挙げられている。2020 年の竣工に先立ち、先行的に先進的な地区として整備を進められる可能性がある。

4. デジタル映像産業プラットフォーム

概要

2015 年 5 月 26 日開催の 5 月度 SALON CiP で理事会員のマーザ・アニメーションプラネット株式会社よりデジタル映像産業プラットフォームの必要性について説明、同年 6 月 16 日に融合研究所別館において第 1 回会合を実施。現在、調査実施中。

成果

デジタル映像産業における国内と海外の税制優遇支援制度の違いという課題について、会員内での問題意識の共有を行うことができた。

5. 超人スポーツ

概要

超人スポーツは、人間の身体能力を補綴・拡張する人間拡張工学に基づき、人の身体能力を超える力を身につけ「人を超える」、あるいは年齢や障害などの身体差により生じる「人と人のバリアを超える」、そのような超人 (Superhuman) としてフィールドで競う、「人機一体」の新たなスポーツ。超人スポーツ協会は、超人スポーツの実現に必要な技術開発、プレイヤーやコミュニティの育成のみならず、自ら新たなスポーツのルールをデザインし、新しい時代に対応した競技を生み出し、スポーツ分野そのものも拡張していくことを目指している。CiP 協議会は、特区制度を活用した超人スポーツ競技の開発や、竹芝地区への超人スポーツの普及開発拠点の設置を目指し、超人スポーツ協会に入会した。

成果

具体的な成果はまだあがっていないが、超人スポーツの開発や普及に向けた活動を進める中で、制約となるような規制について、特区での解決を目指し、具体的な特区提案にまとめていく。

人材育成

2015 年度においては、大人向け人材育成への取り組みとして、会員企業、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 (以下、KMD とする) の協力を得て、東京コンテンツプロデューサーズラボ (以下、TCPL とする) と「NEXT GENERATION 養成講座」を開発、さらに子供人材育成を目的としたワークショップを実施した

1. TCPL × CiP 協議会 NEXT GENERATION 育成講座 (共催)

概要

デジタル×コンテンツ産業の次代を担う若手スタートアップの育成を目的に、会員社の TCPL とカリキュラム開発、会員企業や KMD の協力を得て、3 月より共催による講座を開始した。

成果

会員の TCPL 社と共催することで、CiP 協議会らしい人材育成講座をスタートすることができた。

2. キッズワークショップ

概要

CiP 協議会におけるキッズワークショップは、CiP 協議会のテーマやプロジェクトに関連して適切な時期に行っていく。デジタルやコンテンツに関連した人材育成と考えるとプログラミング教育などを思い浮かべるが、一期目は人材育成から少し軸足を変え、今まさに進行中である竹芝地区でのまちづくりをテーマとして、NPO 法人 CANVAS（以下、CANVAS とする）と連携しワークショップを開催することとした。

ワークショップの目的は、第一に 2020 年に向けて東京都港区の竹芝にデジタルとコンテンツの産業集積地を形成するべく活動を行う CiP プロジェクトについて周知をはかること、第二に 2015 年度は CiP プロジェクトのグランドデザインを描く年としているため、キッズワークショップを通じて、子どもたちと共に竹芝地区の未来についてのアイデアを考えていく体験プログラムを実施することとし、コンセプトは『子どもたち視点の、デジタルとコンテンツをキーワードとした、未来の街に「あったらいいな」を考えていく』と設定した。最終目標を 8 月に行われるワークショップコレクションに出展することとして、ワークショップコレクションが行われる一ヶ月前にも設定したテーマに関連するワークショップを行い、ひとつのテーマで二回ワークショップを展開した。また、成果の一部を CiP 協議会 HP にて公開した。

成果

7月25日開催 事前ワークショップ

参加者：9名（小学3年生5名、小学4年生1名、小学5年生3名）

成果物：4グループで6つのアイデアを創出

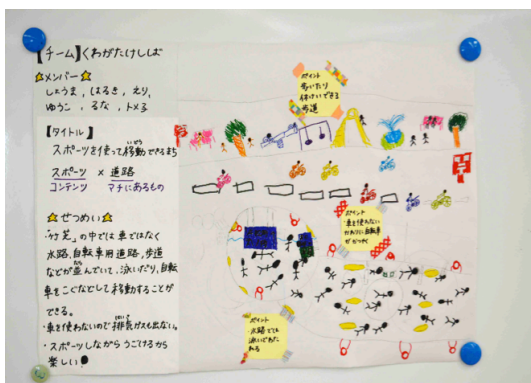


図 2.1: グループ 1:くわがたけしば

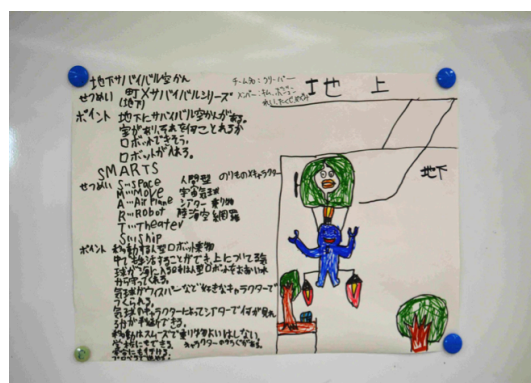


図 2.2: グループ 4:クリーパー

8月 29-30 日開催 当日ワークショップ

参加者：29日（土）114名、30日（日）153名 合計 267名

成果物：下記写真参照



図 2.3: ワークショップ成果物



図 2.4: 当日の部屋の様子

ワークショップでは、スポーツと道路を組み合わせたアイデアや、ロボットと学校を掛け合わせたアイデアなど、すべてのグループからコンテンツと竹芝地区にあるものをうまく繋げたアウトプットが出てきたので、未来の街の姿を考える体験プログラムとしてはある程度成功したのではないかとと思われる。当日ワークショップを実施した部屋の中

は、常に子どもたちが制作をしている状態を保つことができ、多くの親子に竹芝地区の未来像について考えてもらうことができたのではないかと推考する。

起業支援

「起業支援プロジェクト」を立ち上げ、会員と事務局が起業支援の方向性を探った。また、さまざまな企業、団体等の協力を得て、エンターテインメント分野のスタートアップを支援する「START ME UP AWARDS」への協力を開始した。さらに、IT政策研究会のシンポジウムにおいては「シリコンバレー」、2016年2月24日開催予定のオープン形式のSALON CiPでは「スタートアップ」をテーマとして、「起業支援」について論じる場作りを行っている。

1. 起業支援プロジェクト

概要

CiP協議会は、コンテンツ×デジタルに関わる多様な業界を横断するコミュニティとして、ベンチャーキャピタルなどが行なう起業支援とは異なるポジションにおいて活動を行なっていくことが期待されている。その期待をどのような形で具現化していくかというCiP協議会の起業支援の方向性を策定すべく、会員と事務局が意見交換を行う場として5回の部会を実施した。

成果

部会での議論を経て、CiP協議会の起業支援活動は「起業支援者の支援」という方向性で進めていく、との結論を得ることができた。この方向性について、事務局より「CiP協議会の起業支援プラットフォームイメージ」を第5回部会の場で提示し、共有した。これはCiP独自のコミュニティをコアに、5つの分野において支援活動を展開するものである(図2.5参照)。また、起業支援の母体となる独自ファンド形成についてはその可能性を検討していく。なお、2016年1月および2月には「起業支援」を論じる場づくりを連続して行ない、本協議会の起

業支援活動に対する内外の関心を喚起している。

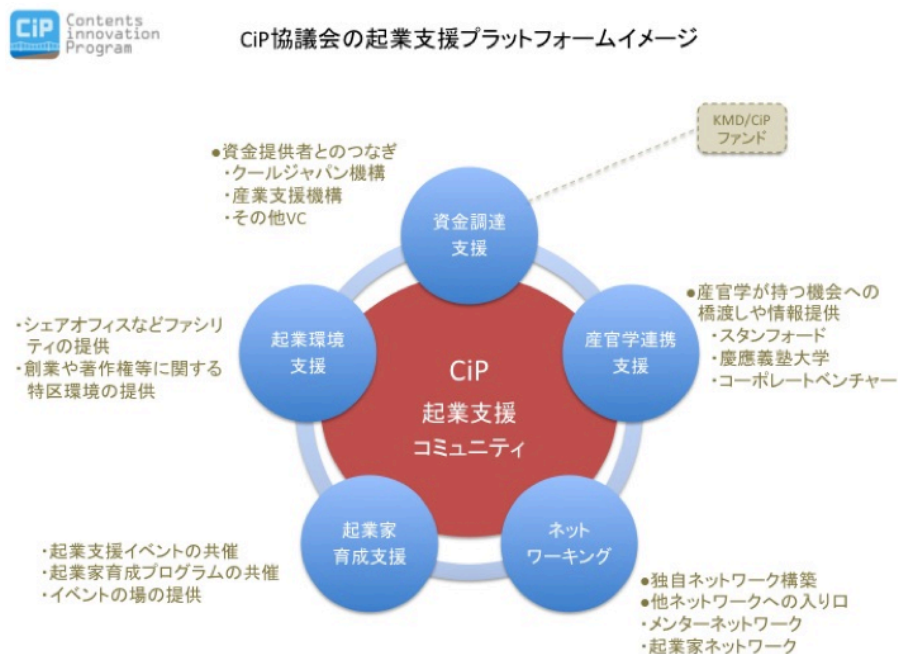


図 2.5: 起業支援プラットフォームイメージ

「起業支援」を論じる場づくり

1月20日（水）SALON CiP

「教育機関とスタートアップのあり方」

1月26日（火）IT政策研究会 第1回日米シンポジウム

「シリコンバレー論 External and Internal」

2月24日（水）OPEN SALON CiP

「日本発スタートアップの未来」

2. START ME UP AWARDS（協力）

概要

START ME UP AWARDS 実行委員会が主催して、IT、エンターテイ

ンメント、VC等、様々な分野の企業の協力のもと、テクノロジー×エンターテインメント分野のスタートアップを応援する「START ME UP AWARDS」への協力を開始。2015年10月25日に行われた最終審査イベントへの広報協力を行うとともに、2016年1月27日に朝日新聞メディアラボ渋谷分室にて開催された「START ME UP AWARDS ファイナリスト報告会+S×SW予習会」を同委員会と共催した。

ビジネスマッチング

2015年度においては、CiP協議会のプレゼンスを外部に示すとともに、会員が新たな知見を取得し、あるいは会員相互、会員以外の企業、団体等とのマッチングの機会を得る場として、オープンな形でのシンポジウム、会員限定あるいはオープンな形での勉強会SALON CiPを多数開催した。また、この他に「デジタル暑気払い」等のマッチングイベントの共催、アニメビジネス・パートナーズフォーラムへの協力と参加機会の提供等を行った。

1. シンポジウム

概要

CiPシンポジウムはCiP協議会が年に一度行うシンポジウムである。協議会内だけでなく、協議会に属していない一般の方々にも向けて、デジタル・コンテンツの先端的な知見を共有し、未来の街のビジョンを描くことを目的として行う。2015年度においては、「CiP協議会設立記念シンポジウム」、「第1回CiPシンポジウム」の2回のシンポジウムを会員以外も参加できるオープン形式で開催した。

成果

質の高いプレゼンと、非常に内容の濃いトークセッションが行われた。アンケートからも、客層の年齢層が高いにも関わらず、非常に好評であり、先進的なコンテンツに関する意識の共有を行うだけでなく、対外的にCiP協議会全体のイメージを上げることに成功した。

2. SALON CiP

概要

SALON CiP とは各業界団体で第一線で活躍をされている著名人や、CiP プロジェクトに携わる会員の方を中心に毎回数名にご登壇いただき、各月のテーマに合わせた講演や、CiP のあり方を考える勉強会である。CiP のプロジェクトの中では、ビジネスマッチングに位置し、会員向けの勉強会および会員外への広報活動を目的としている。本年度は会員限定の SALON CiP を 5 回、会員外も参加可能な OPEN SALON CiP を 3 回の計 8 回開催した。

成果

2015 年度の SALON CiP では、実際に会員企業の活動・取り組みを他の会員に共有する場を設けることができた他に、会員外からの著名人を招き、講演・トークセッションを行うことで、各業界・立場から「デジタル×コンテンツ」の産業集積地形成へ向けた本協議会の目指す方向性を認識することができた。講演後には、登壇者と来場者との活発な名刺交換の行列もでき、「ビジネスマッチングの場」としての役割も担うことができたといえる。一方で生じた課題としては、会員の参加率の低下である。前半、コンテンツ中心の馴染みのあるテーマが多かったのに対し、後半ではスタートアップの話をはじめとする「起業支援・人材育成」分野にテーマが偏ってしまったことが、参加者層の変化につながったのではないかと考える。

3. アニメビジネス・パートナーズフォーラム（協力）

概要

CiP 協議会の理事会員である一般社団法人日本動画協会が主催するアニメビジネス・パートナーズフォーラム（以下、ABPF とする）は、アニメ関連企業と異業種企業とのマッチング、最新情報共有の場として、2012 年秋にスタートし、2015 年 7～11 月の開催で第 5 期を迎えた。各期 15 回前後のセミナー&トークセッションで構成され、第 1 期から数えると延べ 200 以上の企業、団体が会員として参加している。日本のアニメは海外からの人気も高く、クールジャパン政策においても中核

的なコンテンツに位置づけられている。CiP 協議会としても重要なコンテンツ分野のひとつと考えており、協議会設立以前の CiP 準備会の時代から、会場提供等の形で ABPF への協力を行ってきた。また、CiP 協議会会員向けの無料受講枠により、会員が同フォーラムのセミナーを受講、知見を共有するとともに、アニメ業界や異業種の参加者との交流を行った。

成果

第5期の開催に際しては、協議会会員の無料参加枠をいただき、4社の企業会員が参加、毎回35名の会員がセミナーに参加した。

その他活動

1. 特区提案プロジェクト

概要

CiP 協議会は、東京都の都市再生ステップアップ・プロジェクトの一環であり、また、国家戦略特別区域計画の特定事業として、2015年3月に内閣総理大臣認定を取得しており、コンテンツを核とした開発計画が行われている。著作権特区、電波特区、サイネージ特区、ロボット特区、超人スポーツ特区と、あらゆる特区としての可能性を秘めている竹芝では、これまでできなかったビジネスを起こす知恵を特区に盛り込みたいと考えている。特区を利用することであらゆる規制を緩和し、今まで行えなかった実験やビジネスを竹芝にて可能にすることにより、CiP 協議会が目指している研究開発、人材育成、起業支援、ビジネスマッチングの一气通貫サイクルの実現により近づくことができる。平成27年度においては、会員向けに特区の概要について説明するとともに、特区提案に取り組む各会員、関係者よりそれぞれの取り組みの概要を紹介するプロジェクトミーティングを3回開催することで、特区に関する理解の促進とともに、会員からの提案、会員の取り組みへの参加を呼びかけた。

成果

3回にわたるプロジェクトミーティングを通して、防災特区、著作権特区、自動走行特区、電波特区の提案が会員・関係者からされた。提案だけにとどまらず、各回いずれも意見交換が有意義に行われ、研究開発、ビジネスマッチングといった面でも動き出していることが伺えた。また、竹芝でどのような特区を展開するか、参加いただいた会員の方々を含め、CiP 協議会としてイメージを膨らませることができ、特区に関する理解の促進は行えたと考える。

2. クールジャパン官民連携プラットフォーム参加内閣官房知的財産本部より2015年12月15日に設立された「クールジャパン官民連携プラットフォーム」への入会の要請を受け、下記のもの（図2.6）に参加した。

| 【クールジャパン官民連携プラットフォーム概要】 | |
|-------------------------|--|
| 設立目的 | クールジャパン関連分野における官民や異業種間の連携強化 |
| メンバー | クールジャパンの取組に関係する内外の幅広い分野の関係者等 |
| 役員 | 政府及び民間のそれぞれを代表する会長を設置 島尻安伊子（クールジャパン戦略担当大臣） 川上量生（カドカワ株 代表取締役社長） 長榮 周作（パナソニック株 代表取締役会長） |
| 関係府省 | 内閣官房副長官、クールジャパン戦略担当副大臣、総務・外務・財務・文部科学・農林水産、経済産業・国土交通・環境各副大臣 他 計12名 |
| 関係機関 | 独立行政法人日本貿易振興機構、独立行政法人国際交流基金他 計5機関 |
| 民間団体 | 45団体 |
| 民間企業・機関・個人 | 33企業・機関、個人23名 |
| アドバイザーボード | 「クールジャパン戦略推進会議」民間有識者21名 |

図 2.6: クールジャパン官民連携プラットフォーム概要

2016 年度活動報告

2015 年度から継続して行っている活動の中で大きな動きのあったもの、2016 年度から新しく行ったもののみを報告する。³

会員数 理事会員：22 社 一般会員：29 社 賛助会員：13 社 計 64 社

3 2016 年 11 月末までの活動とする

研究開発

1. アーティストコモンズ

活動

平成 27 年経済産業省補正予算「地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業」における権利関連情報の集約化事業⁴について、この事業の音楽分野に関して一般社団法人融合研究所を主事業者とする形で、CiP 協議会も応募し、事業者として採択された。⁵ 本件をきっかけに、「アーティストコモンズ」プロジェクトの普及拡大につなげていく。

2. 次世代デジタルサイネージ

活動

平成 28 年度総務省予算「IoT おもてなし環境実現に向けた地域実証に係る調査請負」⁶について、三菱総合研究所が主体となる形で落札となり、CiP 協議会が竹芝地区での実証について担当する予定になった。IC カードとデジタルサイネージを活用したおもてなしモデルの実証実験を地域の方々に協力いただきながら、実施し、特区提案や、2020 年以降の竹芝エリアのサイネージの展開計画等につなげていく。

3. LIVE MUSIC HACKASONG⁷

概要

CiP 協議会と、ビルボードジャパン共催によるハッカソンライブ・ミュージック・ハッカソンを開催。本ハッカソンのテーマは、「ライブ体験の拡張」であり、ライブとテクノロジーを組み合わせることによって生まれる新たな演出技術やライブ会場以外での疑似体験など、新しい形

4 <http://www.meti.go.jp/information/publicoffer/kobo/k160118001.html>

5 <https://www.vipo.or.jp/news/13273/>

6 http://www.soumu.go.jp/main_content/000448629.pdf

7 <http://www.billboard-japan.com/hack2016>

のライブをテーマに技術やアイデアを競い合う。大きな特徴は約3ヶ月間かけて制作するという「ロングラン・ハッカソン」である。

起業支援

1. KMD & CiP ビジネスコンテスト 2016

概要

KMD Forum⁸ の一つのイベントとして実施し、CiP 協議会は起業支援活動の一環として、KMD と共にこのビジネスコンテストを主催。募集するビジネスプランのテーマは「2020年のTECH & POP」とし、対象は、大学生～20代の若き起業家とした。現在の社会にイノベーションを巻き起こしてきた事業家や経営者による「公開アドバイスセッション」を行い、ビジネスプランを、事業実践に向け、さらに向上させていく。

ビジネスマッチング

1. IOEA

概要

国際オタクイベント協会⁹の事務局運営に協力し、マッチング機会の増大を図る

開催

8月にIOEAと連携した動きでロシアからの訪日団を迎えた。ロシアサンクトペテルブルク最大のアニメイベント「アニコン」代表者との交流を実施。ロシアからの訪日団はコスプレイヤーやアニメーターなどが中心となっており、CiP協議会ではIOEAと共にレセプションイベ

8 <http://forum.kmd.keio.ac.jp/>

9 <http://ioea.info/>

ントを実施。日露青年交流センター、外務省、デジタルハリウッド大学、@home カフェ（最大級のメイド喫茶）、KMD 等の関係者ら約 50 名が参加したレセプションとなった。

2. クールジャパン・出版ビジネス・パートナーズ・フォーラム

概要

出版やコミックでは、作者・権利者、出版社、書店はそれぞれどのような海外展開を考えているのか。各分野の事例と考え方を発表すると共に、出版業界はもちろん、メディアコンテンツ、製造・販売・サービス等異業種との連携の場とする。¹⁰

3. コンテンツ・ビジネス・パートナーズ・フォーラム

概要

KMD Froum¹¹ の一つのセッションとして「オタク文化、声優ビジネス、プラットフォーム～コンテンツビジネスの海外展開を考える～」というテーマで、パネルディスカッションを実施し、コンテンツビジネスの現状と今後について他業界の方に理解をしてもらう場を設けた。また、ビジネスマッチングの機会提供も行い、パネルディスカッション終了後には名刺交換の時間を用意した。

2.1.3 CiP 協議会の課題

まず、2015 年度から 2016 年にかけて 8 社もの会員企業が増えていることから、CiP 協議会の活動が認知拡大されていること、期待されていることが伺える。そして、2015 年及び 2016 年の CiP 協議会の活動を見ていくと、アーティストコモンズや次世代デジタルサイネージなど大きな動きがあったものもあるが、変化が

10 http://www.bookfair.jp/Previous-Show-Report/Conference_Event/Conference_Event02/#more-5

11 <http://forum.kmd.keio.ac.jp/>

ないものも同様であった。2015年度に行っていた時のような新鮮さがなくなっているプロジェクトがあるのが現状だと伺える。しかし、4つの機能に分けて列挙していくことにより、研究開発に一番動きがあり、産業集積地としての強みがでてきていることも伺えた。一方で、他の3つの機能に関しては、特筆すべき大きな動きはなく柱の活動として硬直してきていると考えられる。集積地としては強みがでてきているが、人材育成、起業支援、ビジネスマッチングという部分においてはまだまだ機能しておらず集積する点でしかないという弱みが浮き彫りになった。そして、人材育成、起業支援、ビジネスマッチングの機能を活性化させることと「点」としての弱みを解決するための方法として、拠点間連携が適していると考えられる。そこで、CiP協議会を運営していく上で重要な役割を担っている理事会員は外部との連携に関してどのように考えているのか調査することにする。

2.2. 定義付け

CiP協議会理事会員へ調査を行うことを述べたと思うが、調査を行う上でも本論文で論じていく上で、言葉の定義を行う必要がある。外部組織との連携とはどのようなことを指しているのか。またそれに付随する言葉の定義を行っていく。

2.2.1 拠点の定義

外部組織との連携が必要であると述べてきたが、ここでは外部組織について定義していく。外部組織とは言葉通り、CiP協議会の外にいる組織のこと指しているのだが、組織といっても様々な形態の組織がいる。そこで本論文では、対象としている組織を拠点と呼ぶことにする。本論文にて対象としている組織は、CiP協議会と類似したテーマを標榜する産業集積地、特別区域、組織であり、且つ活動の足場となる地点を所有しているところとする。類似したテーマとは、CiP協議会が掲げる「デジタル×コンテンツ」はもちろんのこと、4つの機能である研究開発、人材育成、起業支援、ビジネスマッチングも類似したテーマとする。コンソーシアムのように様々な企業や団体が集まって構成されている組織も上記にあてはまるようであれば対象と成り得るが、活動の足場となる地点を持っていな

なければならない。様々な企業が集まる拠点を持っている組織が本論文の対象となり、それらを拠点と呼ぶ。ゆえに CiP 協議会も拠点となる。

2.2.2 連携の定義

では、拠点という言葉の定義がされたが連携とはどのようなことを指しているのか、定義していく。連携とは、連絡を密に取り合って、一つの目的のために一緒に物事をする事¹²とある。ここで述べておくべきこととしては、統合とは違うということである。それぞれの拠点がそれぞれの目標を掲げている中で、拠点同士で共通の方向に向いているベクトルがあったとする。その同じ方向に向いている双方のベクトルを太く長くするために一緒に物事を進めるということを連携と呼ぶ。一緒に物事を進めることから対等な関係である必要がある。協力することで一つのベクトルが大きくなり、その大きくなったベクトルによって組織内の他のベクトルも引張られることを目標として連携を行っていく。

2.2.3 クールジャパン拠点の定義

クールジャパンという言葉は、ジャーナリストであるダグラス・マ格雷イが雑誌にて述べた言葉が発祥だと言われているが、内閣府知的財産戦略推進事務局が2007年6月に出した「クールジャパン戦略官民協働イニシアチブ」では、「クールジャパンは、外国人がクールととらえる日本の魅力（アニメ、マンガ、ゲーム等のコンテンツ、ファッション、食、伝統文化、デザイン、ロボットや環境技術など）」¹³と定義されている。この定義のもと、足場となる活動の地点を有しているところをクールジャパン拠点とする。

12 三省堂大辞林

13 http://www.cao.go.jp/cool_japan/about/about.html

2.3. CiP 協議会会員へのアンケート調査

拠点間連携がCiP 協議会の活動の幅を広げていく上で重要になることを述べたが、CiP 協議会を構成している理事会員の人々は、外部組織との連携に対してどのように考えているのか調べる必要がある。そこで、CiP 協議会理事会員に、外部組織との連携に対する興味・関心の度合いを調査した。

2.3.1 アンケート概要

CiP 協議会理事会員を対象とし、アンケートを実施した。内容としては、CiP 協議会が外部組織との連携を行うにあたり、理事会員企業の人々がどの程度興味・関心を持っているのか把握することを目的としたものになっている。

アンケート回答者：理事会員 19名

2.3.2 アンケート結果

アンケートを集計した結果、理事会員の全ての人々が外部組織との連携に対して、「とても関心がある」「関心がある」を選択していた。Q3に関しては、「とても関心がある」7票、「関心がある」12票であった。Q3に関しては、「とても関心がある」7票、「関心がある」12票と同様の結果だった。共に「関心がある」の方は票が多かった理由としては、外部との連携に関してメリットは感じているが実際どのように行うのかイメージができていないからではないかと考えられる。Q5の質問でも具体的な連携先を書いている人が多くないことが見受けられ、ここから考えられることは、前述同様連携を行うことに対してはメリットがあると感じているが、連携先に成り得る組織等の拠点間連携に関する具体的なイメージはできていないのではないかとということである。また、Q5の質問で一番多く選ばれたのが、8票で「国内拠点」であり、次に多く選ばれたのが「国外拠点」「異業種」「クールジャパン拠点」と共に7票であった。またアンケートを行った後、答えていただいた方々にアンケート結果を元に簡単なヒアリングを行った結果、近しい

異業種との連携が効果がありそうという意見や連携を行うことによって新しい動きが生まれたり違う発展の仕方があるかもしれないから興味があるとの意見、具体的な連携のイメージが湧いてこないなどの意見をいただいた。アンケート調査を踏まえ、アンケートの回答率が理事会員企業数の過半数であったことから、CiP 協議会において拠点間連携は求められている動きであるが、具体的な拠点間連携のイメージが協議会内にないということが判明した。そこで、他の組織にて行われている連携の事例について調べると共に、CiP 協議会の連携先に成り得る拠点や組織を調査することで、具体的な連携の検討を行っていく。

2.4. 連携の事例

2.4.1 大学間連携

文部科学省は、大学等の教育研究水準の高度化、個性・特色の明確化、大学運営基盤の強化等を図ることを目的に、地域の大学等間の積極的な連携を推進する「戦略的大学連携支援事業」を平成 20 年度から実施している。¹⁴ この戦略的大学連携支援事業の概要をまとめたパンフレット内¹⁵では、支援する連携取組の事業内容の例として、下記 4 つが挙げられている。

1. 大学連携による共通・専門教育の先進的なプログラム開発
2. 教育研究環境の充実のための教育・研究設備の共同利用
3. 地域の教育研究資源の結集による知の拠点としての機能強化
4. 大学間の連携による効率的かつ効果的な大学運営

そして、連携の種類として総合的連携型と教育研究高度化型の 2 つに区分してされており、総合的連携型はその中でも地元型、広域型に区分されている。ここ

14 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/senryaku2/08112014.htm

15 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/senryaku2/_icsFiles/afieldfile/2015/10/14/1257716_001.pdf

では、広域型に注目していきたい。募集に対して平成20年度の選定状況は、申請件数94件に対して、選定されたのが54件、そして内22件が総合的連携型の広域型となっている。選出方法としては、広域性、国際性があるか、長期性・先見性が事業内容に含まれているか、社会、政治、経済、文化など様々な分野を包含しているか、という3つの要素を含めて戦略的であるかどうかが重視されており、連携の仕組みが実際に稼働するかという点も同様に重要視していたという。国立、公立、私立と設置者が異なる連携であり、文化もそれぞれだ。そこで出てくる問題が運営の体制はどうなっているのか、事務局をどこに置くのか、連携する各大学の役割分担は明確になっているのか、など連携するにあたって細かく決まっていなければ、いざ連携するとなったときにスムーズにことが運ばなくなる恐れがある。¹⁶

では、実際にどのような取り組みが大学間で行われたのか見ていく。図(2.8)¹⁷

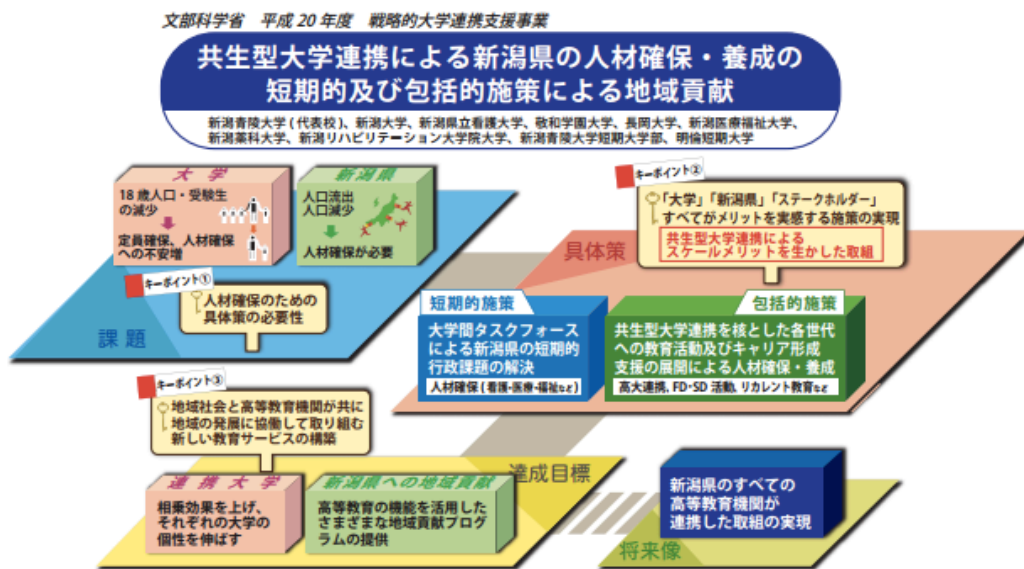


図 2.8: 新潟県の共生型大学連携の例

¹⁶ http://www.keinet.ne.jp/gl/09/04/kaikaku_0904.pdf

は新潟県から人々が出て行ってしまう問題と、新潟県にある大学の定員確保、人材確保への不安を解消するために取り組みられたものが図示されたものである。新潟県内の大学同士と地域社会が協働し新しい教育サービスの構築を目指し、大学は連携によるそれぞれの大学の個性が伸びることを狙いとする。将来像としては、新潟県のすべての高等教育機関が連携した取り組みが実現し、地域活性化にも繋がることを期待している。

図 (2.8) ¹⁸ は、大学コンソーシアム石川が中心となり、共通の教養教育機関と

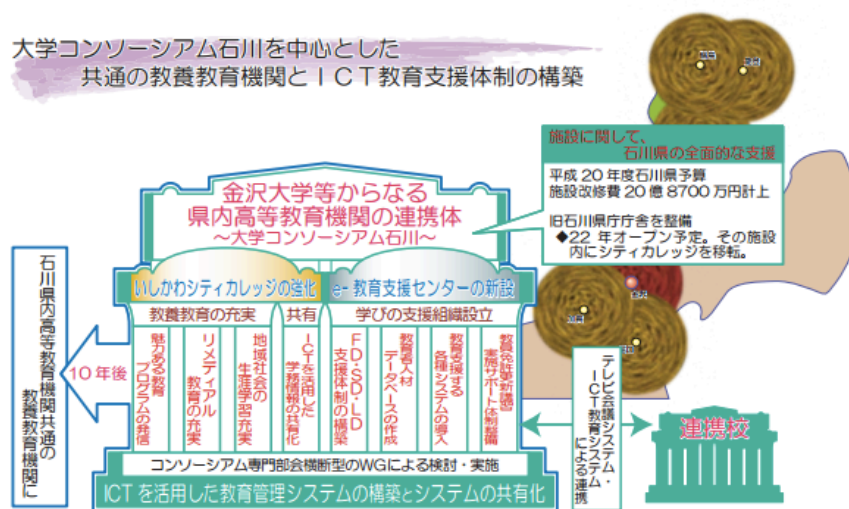


図 2.9: 大学コンソーシアムによる連携の例

ICT 教育支援体制の構築を目指すものである。コンソーシアム内の専門部会横断型のワーキンググループによる検討・実施が行われ、連携する大学と共有すること。

17 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/senryaku2/_icsFiles/afiedfile/2015/10/14/1257716_003.pdf

18 http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/senryaku2/_icsFiles/afiedfile/2015/10/14/1257716_003.pdf

上に述べた取り組みは広域型の22事業ある内の2つであり、様々な取り組みが大学間で行われたわけだが、課題も出てきたようだ。特に注目すべき課題は、連携の実現性を優先するあまり総合的な連携が前面に押し出され、大学間連携の狙いの一つであった各大学の個性や多様化が生む相乗効果の側面が薄れてしまったこと。[10]

また、大学間が連携し、共同の教育プログラムを組んだとしても、元々それぞれの大学で行われていた講義を持ち寄って組んだプログラムにせず、ある大学が用意した講義に他の大学も加わり、講義の幅を広げるような教育プログラムの共同開発を行う必要があるという課題もでた。

出てきた課題を踏まえ、21年度に選定され行われた取り組みもいくつか紹介していく。

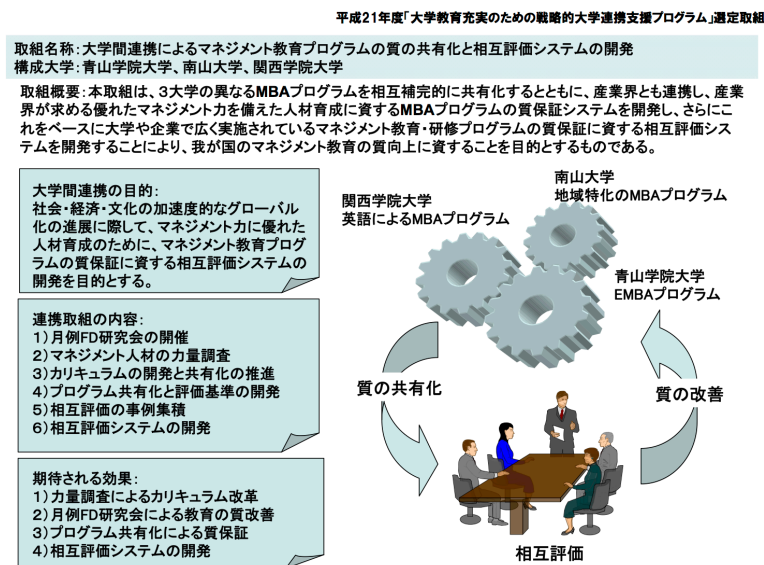


図 2.10: 連携による教育プログラム向上の例

図(2.9)¹⁹の取り組みは、異なるMBAプログラムを有している3大学がそれぞれのプログラムを共有することで相互補完を実現し、それぞれのプログラムの質の向上及び、相互評価を可能とする。そして、カリキュラムの開発を共同で行うことで優れた人材育成を目指す。

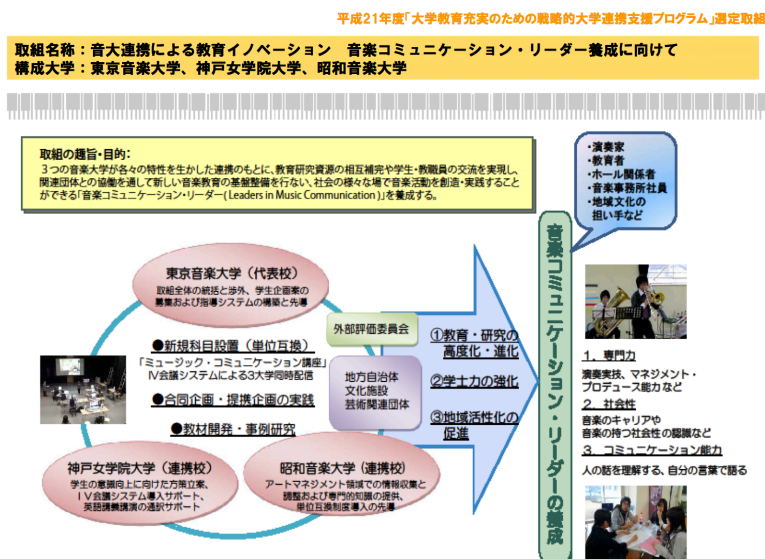


図 2.11: 音大連携による教育イノベーションの例

図(2.10)²⁰の取り組みは、東京音楽大学が中心となり、神戸女学院大学と昭和音楽大学が連携する。東京音楽大学が、取り組み全体の統括と渉外などを行いながら、3つの音楽大学の特性を活かした連携で「音楽コミュニケーション・リーダー」の養成を目指すものである。教育研究資源の相互補完や学生・教職員の交流を実現し、関連団体との協働を通して新しい音楽教育の基盤整備を行う。

19 http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_/icsFiles/afiefieldfile/2009/12/17/1288201_28.pdf

20 http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_/icsFiles/afiefieldfile/2009/12/17/1288170_06.pdf

大学間連携における事例を紹介してきたが、同じ地域の大学同士が連携し合い、最終的には地域を盛り上げようとする取り組みをしているところもあれば、大学同士が相互補完をして、カリキュラムの質の向上や、教育プログラムの共同開発を行い、優れた人材輩出に取り組んでいるところもあった。しかし、両方に共通していることは、それぞれの大学の特色を活かすことが大事であり、そこに統合ではない連携である意味を感じ取ることができる。

2.4.2 地域医療連携

スマートプラチナ社会推進会議という総務省のICT成長戦略として行われている会議がある。そこでは、超高齢社会を迎えた日本が、経済活動や社会保障制度、国民生活、地域コミュニティ等の在り方など、従来の政策手法では対応が困難になってきている課題に対し、どのように解決するかを検討している。そして、その解決方法として、距離や時間の問題を克服できるICTが持つ「ネットワーク力」が注目されており、新たな社会モデルの確立に向けたICT利活用の推進方策を検討するため、「ICT超高齢社会構想会議」が開催された。そこでの検討結果を踏まえ、スマートプラチナ社会の実現を早期かつ着実に図り、社会モデルの構築と全国展開に必要な実務的課題の解決や今後の普及に向けたマイルストーン等をより具体的に検討するため、スマートプラチナ社会推進会議は開催されている。²¹ そのスマートプラチナ社会推進会議の戦略部会の第1回（平成26年1月31日）にて配布された富士通株式会社²²の資料「地域医療連携ネットワークの全国展開に向けて」²³を引用して、地域医療連携について述べていく。

地域医療連携ネットワークの必要性は、医療環境の変化、地域医療の課題、医療制度の改革により増した。医療環境の変化としては、急速な高齢化の進展、生活

21 http://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/smart_Platinum/index.html

22 <http://www.fujitsu.com/jp/>

23 http://www.soumu.go.jp/main_content/000272041.pdf

習慣病の増大、医療従事者の不足、保険サービスへの国民のニーズの高度化・多様化、公的医療機関の財政圧迫が挙げられる。上記が社会において大きな問題となっている中で、地域の中でも様々な課題が挙げられている。

地域医療の課題としては、地域特性を踏まえた診療提供体制が確立できていないこと、限られた人的リソースしかないこと、病院や診療所における役割分担が明確にできていないこと、地域における診療情報の共有ができていないこと、物理的な距離がある。

これらの課題を踏まえると、病院完結型医療から地域の病院と診療所等が機能分担・連携する医療へと転換を図る必要があり、患者情報を共有する「地域医療連携ネットワーク」の全国的な整備が急務となる。地域医療連携ネットワークに求められる機能は、病院間での診療情報の共有にはじまり、紹介状や返書の共有、オンライン予約取得情報の共有など、ICTを利用した連携である。すべてのデータを集積できるデータセンターを中心に病院、診療所、調剤薬局、在宅、健診センターなどがネットワークによって繋がることで、地域全体での診療の質を向上させることができる。地域医療連携ネットワークが構築されると、情報の共有・連携による効果的な医療の提供ができ、医療スタッフの負荷は軽減され、効率的な医療経営を行うことが可能になる。すると、患者は良質な医療サービスの享受が可能になり、患者および家族の経済的・精神的負荷の軽減に繋がる。そして、行政は医療資源の有効活用による充実した医療提供体制の確立を行うことができ、医療機能の分化・連携による医療費の適正化を実現させる。このように連携ネットワークの構築により良いスパイラルが生まれる。[1] [7] 下記図 (2.12)²⁴ が事例である。

2.4.3 都市間・拠点間の連携例

これからは国ではなく都市間の競争である。世界の中でも東京、大阪・京都が突出して大きく、これらをつなぐことで日本は世界初の統合されたスーパー・メガ地域＝巨大な単一経済圏へ歩み始めているのかもしれない。[11] [2] IT、コンテ

²⁴ http://www.soumu.go.jp/main_content/000272041.pdf

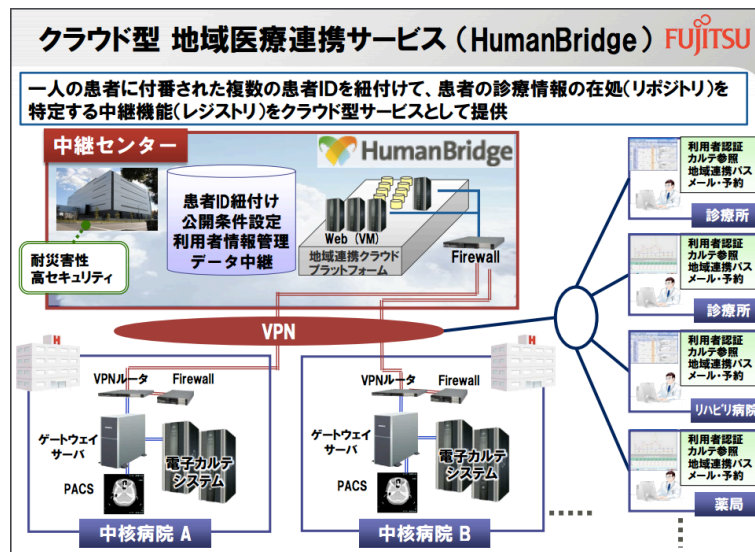


図 2.12: 地域医療サービスの例

IT分野の集積拠点での成功例は西海岸とNYが挙げられる。産学官連携、計画、企業集積が重要。しかし、これら拠点が連携している例はみられない。[4] [8] もう一つのIT・コンテンツ集積成功例はMITメディアラボ(ボストン)。ここもメディアラボヨーロッパ(アイルランド)、メディアラボアジア(インド)など連携・多地点拡大を図りながら成功はしていない。[9] [12] シリコンバレー、ボストンなどの拠点が成功例として挙げられており、かつ、クローズドのボストンよりオープンなシリコンバレーがより成功したモデルとして分析されている。また、この応用モデルとして、京都のクラスターが注目されている。[6] [5]

2.5. 連携先の条件

上記の分析、研究を踏まえ、拠点間の連携を進めるに当たって、連携先として適しているか否かを判断するための条件を導いた。

1. 研究開発・研究課題の共有ができる

CiP協議会では、アーティストコモンズや次世代デジタルサイネージ等の産学連携による研究開発が進められている。このようなデジタルやコンテン

ツ分野において、連携先と共同研究や研究課題の共有が行えることが望ましい。

2. 類似業務における人材の共有及び育成ができる

上記のような研究開発をはじめとした様々な活動において、人材の共有を行い、相互補完を可能とし、連携先との交流やそれぞれの特性を活かした共同での人材育成を行うことで、デジタルやコンテンツ分野における人材育成の基盤を作ることを望む。

3. 共通目標への起業支援ができる

デジタルやコンテンツ分野における起業支援を、連携先と共により活発的に行っていただける環境が望ましい。

4. 目的を同じとする企業のビジネスマッチングができる

活動が類似している連携先との交流等を通して、企業間のビジネスマッチングの幅を広げ、新しいビジネスが生まれることを望む。

第3章

拠点調査

3.1. 調査実施

前章で拠点間連携の定義を行い、連携の事例をみてきた。それを元に連携先の条件を提示した。それらを踏まえ、次は連携先の検討を行うために、連携先に成り得る拠点の調査を行うこととする。アクションリサーチの第一アクションとして、実際に3つの拠点に足を運び調査を行うこととした。

3.1.1 拠点調査概要

今回、施設や拠点の実態調査を行ったのは3つの場所である。柏の葉スマートシティ、札幌市産業振興センター、ナレッジキャピタルである。この3つの場所には実際に施設に足を運び、施設見学およびヒアリングを行う。

3.1.2 拠点調査対象選出方法

柏の葉スマートシティ、札幌市産業振興センター、ナレッジキャピタルの選出理由は、以下の通りである。まず、前章にて明示した拠点の定義に当てはまる必要がある。しかし、定義にあてはまる所を調査対象とすると対象拠点の数が多いので、さらに分野分けを行い、その分野の中で連携先としての可能性が一番高いと考えられる施設に調査に行くこととした。CiP協議会の特徴である「コンテンツ」「機能」「まちづくり」の3つの分野に分け、各ジャンルにおいて一番連携先に成り得る拠点を選出した。

「コンテンツ」分野は、CiP協議会がデジタルやコンテンツの産業創出と集積を目指していることから、コンテンツの創出・発信に特化している拠点を対象とし、その中から選出を行った。対象としては、福島ロボットテストフィールド¹やあいちロボット産業クラスター推進協議会²、福岡ゲーム産業振興機構³などがある中、インキュベーション施設を設けている点から、札幌を足場として映像制作、映像クリエイターの輩出を行い、映像を通して地域活性化を目指す札幌市産業振興センターがコンテンツ分野において一番可能性があるかと判断し、調査対象に選出された。

「機能」分野においては、CiP協議会が4つの機能を柱として掲げ活動しているように、複数の機能が働いている組織で且つ活動拠点があるところに絞り、選出を行った。対象としては、日本科学未来館⁴や、クリエイティブ・シティ・コンソーシアム⁵、大和市文化創造拠点シリウス⁶、泰生ポーチ⁷などがある中、4つの機能を柱として掲げ、グランフロント大阪の中核施設として活動を行っている点から、ナレッジキャピタルが連携先として可能性が高いと判断し、調査対象に選出された。

「まちづくり」分野においては、竹芝をデジタルとコンテンツの産業集積地且つ国際ビジネス拠点にすべくまちづくりを行っていくことから、街を巻き込んだ拠点の形成を行っているところを対象とし、その中から選出を行った。対象として

1 <https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32021f/test-field.html>

2 <http://www.pref.aichi.jp/sangyoshinko/jisedai/robot/council.html>

3 <http://fukuoka-game.com/>

4 <https://www.miraikan.jst.go.jp/aboutus/approach/>

5 <http://creative-city.jp/>

6 <http://yamato-bunka.jp/>

7 <http://taisei-po-chi.yokohama/>

は、羽田空港跡地まちづくり推進計画⁸ やさがみロボット産業特区⁹、品川駅南地域まちづくりビジョン¹⁰ などがある中、街開きがされており多岐にわたる取り組みを行っている点から柏の葉スマートシティが調査対象に選出された。

それでは、以下に3つの拠点について述べていく。

3.2. 札幌市産業振興センター実態調査

調査実施日は2015年9月24日である。一般財団法人さっぽろ産業振興財団の事業の一つである、コンテンツ特区推進課の札幌映像機構（以下、SAS）及び、コンテンツ振興課のインタークロス・クリエイティブセンター（以下、ICC）の調査、視察を行った。（2016年4月以降は、特区期間が終了したためコンテンツ振興課の中にSASとICCが存在する）一般財団法人さっぽろ産業復興財団は、情報通信関連産業の集積等の札幌市の産業特性を生かし、企業活動を支える人材の育成、創業支援、産業情報提供機能の充実等を通し、札幌市における新たな産業の創出と産業全体の活性化を図り、もって経済の発展に寄与することを目的とする。札幌市産業振興センターが活動拠点となっている。

3.2.1 札幌市産業振興センターの調査報告

<コンテンツ特区推進課（札幌映像機構 Screen Authority Sapporo）>

事業推進体制

札幌コンテンツ特区協議会（代表者：札幌市長 構成員：北海道、道内放送会社、映像制作事業者、金融機関等）の事務局を、さっぽろ産業振興財団が

8 http://www.city.ota.tokyo.jp/seikatsu/sumaimachinami/haneda_airport/kukoatochi/suishinkeikaku.html

9 <http://sagamirobot.pref.kanagawa.jp/>

10 <http://www.city.shinagawa.tokyo.jp/hp/menu000022300/hpg000022207.htm>

担っており、札幌市からコンテンツ特区推進事業等の委託を受けて、SASが推進している。

札幌コンテンツ特区の方向性

平成23年12月に国の指定を受けた「札幌コンテンツ特区」では、札幌・北海道における映像制作の増加による映像産業の基盤強化・雇用拡大と、映像の持つプロモーション効果を活用した観光や食をはじめとする産業を活性化させるべく、さまざまな施策を展開中。

札幌コンテンツ特区は、「地域活性化特区」として映像に絞ったコンテンツ特区にした。その背景には、札幌には撮影にくる需要が常にあったのと、札幌を舞台にした中国映画による観光客の爆発的増加がある。また、地方自治体にできることは限られており、他のこともやろうとすると全てが中途半端になってしまうという面で、映像に絞ったという部分もある。

主な取り組み

1. 撮影環境の整備

フィルムコミッション機能の強化

札幌特区映像撮影コーディネーター認定制度の創設（旧リエゾンオフィサー）

札幌特区通訳案内士の登録・活用

2. 映像制作の支援

札幌市映像制作助成金の活用

海外プロモーション映像活用事業助成金の創設（プロダクトプレイスメント映像制作促進事情）

タイ国政府観光庁との映像交流事業を実施

3. 映像コンテンツの輸出支援

RE:J SAPPORO（リジェイサッポロ）を札幌で開催

国内外で開催される国際映像商談会への出展

特区による変化

爆弾の使用や道路の封鎖などを簡単にできるような、撮影に関する法律を変えることはできなかった。また、映像の支援がメインとなるため、施設やものなどを作ったわけではないので、特区として目に見える変化はあまりない。しかし、特区と認定されたことにより、お金(3億6千万程)がもらえたことと、札幌が日本ではじめてのコンテンツ特区ということで、注目を集め有名になったことが特区によるメリットとして挙げられる。

特区として、数字上でも成果をだすことができたため、特区としての実績と効果がうかがえる。27年度で札幌コンテンツ特区は終了してしまうが、成功したといえる。特区は、今年度で終了してしまうが、“映像の街条例”が平成26年5月に作られ、特区で行っていることと同様、映像の力を使って札幌をPRしていこうという条例。特区が終了したあとのポスト特区計画をこの条例をもとにして行っていく予定であり、できるだけパワーダウンしない。分野によってはさらにパワーアップするような計画を今年度中に作るということ。

質疑応答

Q. 特区が終わるとコーディネーターなどの資格は、どうなるのか？
A. 断言はできないが、続けていかななくては始めた意味がないと考えている。札幌市と一緒に協議しながら、すすめていく。

Q. なぜ札幌は、映像に絞ったコンテンツ特区にしたのか
A. コンテンツは幅広く、コンテンツの定義は難しい。その中で、札幌にはロケに来る、撮影に来る、といった需要があった。それに加え、中国映画でロケ地に使われ、観光客が爆発的に増えたという成功事例があったために、意識的に観光客を増やすことを目的とし、映像に特化することになった。逆に映像に特化しないと、なにをやっていいか分からなくなり、やりきれなかつ

たのではないかと思う。

Q. 使えるお金が増えたことが、特区になって一番変化したこと？

A. 映画を誘致でき、海外出展できたことは、お金があったからできたことであり、そこが大きかった

Q. 産学官の連携はしているのか？人材育成などは、行っているのか？

A. 人材育成という面では、過去にアジアの若手の映像関係者を招致し、ワークショップを実施。現在は、高校生の放送部を対象として、テレビ局の方を先生に招きワークショップを開くことで、映像産業の裾を広げる人材育成を行っている。大学とはあまり絡む機会はない。

Q. 勉強会などは、定期的に行われているのか？

A. 協議会の集まりは、年に1回。テレビ局などとの非公式な勉強会は、年に数回実施している。

Q. 勉強会でのテーマは、どのようなものがあるのか？

A. 海外のどこでなにをするのがいいのか、どのような番組を作るべきかなど、主に海外に向けての意見を出し合っている。

Q. CiP との連携はどうか？

A. 我々は、地方のテレビ局の支援や地域活性化が活動のメインになるので、あまり連携のイメージはできていないが、可能であれば連携していきたい。

Q. やはり大変だった？

A. 大変だった。行政なので、数字で成果をあらわさなければいけないし、映像なので数字ではあらわれない部分などもあり、大変だった。終わりが見えてきて、ホッとしているというのが本音である。

<コンテンツ振興課 (Intercross Creative Center) >

ICCは、2001年にコンテンツ系クリエイターのインキュベーション施設として、全国に先駆け産業振興の目的でコンテンツ振興課が設置した。

”質の良い「種」が生まれ、そこに肥沃に耕された「土」「雨や肥料」を得ることで、新たな創造的な産業の花を咲かせ実をつける。そんな新産業への足がかりとなる有機的なプロジェクトの創出を、新しいICCのミッションとします。(ICC HPより引用¹¹⁾”

とあるように、クリエイターのインキュベーションスペースや、デジタル工房（クリエイティブ活動に必要な機器類のレンタル）、図書・資料室、会議室、ホール、ギャラリー等、クリエイターの活動を総合的に支援できる施設環境を整備している。



図 3.1: コンテンツ振興課 建物

施設紹介

11 <https://www.icc-jp.com/about/index.html>

1F

Cross × Garden（クロス・ガーデン）ラウンジスタイルのワーキングスペース。情報発信スペースとして、イベントなどにも利用できる。



図 3.2: Cross × Garden 入り口

2F

Cross × Lab（クロス・ラボ）プロジェクト構想やR & Dに活用できるスペース自分のアイデアの実験や研究との融合など、プロジェクトの創出活動を行う

3F

Digital Workshop（デジタル工房）映像や音楽の編集ができるスタジオを有している。クリエイターへの制作支援や、プロジェクトの構想、プレゼンテーション用の素材作りなど、あらゆる場面で利用できるスタジオ機能がある。

3.2.2 一般的な分析

映像という出来上がるまでは目に見えないものを対象にしている中で、数値的評価を行えたことから分かる通り、特別区域を利用した成果が出ている。映画



図 3.3: Cross × Lab 発想を手助けするオープンスペース



図 3.4: デジタル工房 B

の誘致が起き、ロケ地としても使われることで観光客も増えたことから、映像の力を借りて札幌のPRを行うという目的も果たされていることが伺える。ゆえに、今後も映画のロケ地として利用されることによる観光客の呼び込みは見込めるので、活動として意義のあるものになっていると感じる。また、ICCがあることによりクリエイターの輩出も見込めるので、ICC内のクリエイター達が映像映像機構の撮影支援を利用し、相互作用し合う良いサイクルが生まれることも考えられる。コンテンツ特区の期間が終わった現在でも、コンテンツ特区で期間を経てさらにスキルアップした体制になっている¹²とのことなので、札幌からより多くの映像が世の中に発信されていくことが期待できる。しかし、札幌においての活動というところから閉鎖的になっているのではないかという懸念も感じ、札幌からどのように発信していくのか注目していきたい。

3.2.3 CiP 協議会の連携相手としての分析

2章で提示した連携先の条件を元に、CiP協議会の連携相手として分析する。「1. 研究開発・研究課題の共有」においては、制作の支援やクリエイターの育成は行っているが新しい映像手法の模索等といった研究は行っているわけではないので、適しているとは言えない。一方で、「2. 類似業務における人材の共有及び育成」の面においては、映像というデジタルコンテンツの分野において人材の共有及び育成を連携して行えることが想定できるので、非常に適していると言える。「3. 共通目標への起業支援」は、連携して行えるが具体的な支援先が見えないため、適していると言える。「4. 目的を同じとする企業のビジネスマッチング」に関しても、映像という分野においてそれぞれの組織に参画している企業がマッチングを行うことができると考えられるが具体的なビジョンはないので、適していると言える。

12 <http://www.screensapporo.jp/about/>

3.3. 柏の葉スマートシティ実態調査

今回、視察へ向かうにあたり、実際に施設のヒアリングは受け付けてなかったものの、柏の葉スマートシティが主催する公式の施設ツアー「柏の葉スマートシティツアー」が存在したので、そこから申し込み後、実際に参加した。

3.3.1 柏の葉スマートシティの調査報告

施設概要

柏の葉スマートシティ¹³は、千葉県柏市にあり、行政機関、大学(東京大学・千葉大学)や研究機関、三井不動産や日立をはじめとする民間企業などの「公・民・学」が連携し、「環境共生都市」、「健康長寿都市」、「新産業創造都市」という3つの取り組みにより、安心・安全・サステイナブルなスマートシティの実現を目指して取り組んでいる。約273haにもわたる広大な敷地「学術研究都市・柏の葉」は、2011年12月、内閣府より「総合特区」「環境未来都市」に選定されている。(アクセス:つくばエクスプレス線「柏の葉キャンパス」駅 ※東京駅より33分)

「環境共生都市」

柏の葉ならではの豊かな自然環境を地域資源として活かしつつ、「省エネ・創エネ・蓄エネや次世代交通システム、緑化プログラムなどの整備を通じて、災害時にもライフラインを確保し、人と環境が共存していける未来型の環境共生都市を目指している。

1. エネルギーを効率的に活用する街
2. 暮らしの省エネルギーを実現する街
3. CO2削減のためのロードマップ
4. サステイナブルデザイン
5. 再生可能エネルギー、未利用エネルギーを活用する街

13 <http://www.kashiwanoha-smartcity.com/>

6. マルチモビリティシェアリング
7. 千葉大学発「植物工場」

「健康長寿都市」

高齢社会都市の提案、自治体と連携した健康事業、学際的観点からの予防医学、実証実験のモデルタウンなど、健康長寿都市の実現に向けて様々な取り組みをしている。

1. 住民の健康増進をサポートする街
2. 自分の健康状態が見える街
3. 健康増進プログラムがある街
4. 健康を研究する街

「新産業創造都市」

様々な学術・研究機関やインキュベーション施設が集まる立地を活かし、あらゆる視点から新産業の芽を育て、応援していく。

1. 最先端の人と情報が集まる街:KOIL(柏の葉オープンイノベーション)
2. 世界に羽ばたく起業家を支援する街:一般社団法人 TX アントレプレナーパートナーズ (TEP)
3. 世界の研究資源が集まる街:東京大学柏の葉キャンパス駅前サテライト
4. 新産業への情熱と環境がある街

運営団体

事業主体:三井不動産グループ街づくり中核組織:一般社団法人 柏の葉アーバンデザインセンター (UDCK) 東京大学、千葉大学、柏市、三井不動産、柏商工会議所、田中地域ふるさと協議会、首都圏新都市鉄道が構成団体となり、共同で運営、協働しながら街づくりの構想、計画、推進するシンクタンク機能も備えた組織である。

調査概要

柏の葉スマートシティツアーにより六つのポイントを見学した。

1. 柏の葉スマートセンター

こちらは、ホテル・レジデンス棟に位置するエネルギー管理システムで、街全体のエネルギーの運用、管理、制御を当施設にて全て行っているとのことであった。街全体で電力を融通することで、約26パーセントもの電力ピークカットを実現するとともに、省エネやCO2の削減に貢献しているそうだ。

2. KOIL

当施設は、より創造的なビジネスの為の拠点となるオフィス空間としての役割を担っていた。中には、飲食スペースから工作作業などを可能にする「KOIL ファクトリー」というハッキングスペースまで用意されていた。KOILの中心となる「KOIL パーク」は、約170席のコワーキングスペースがあるほか、KOILを本拠点とした法人登記も可能で、生活者にもビジネスマンにも使い勝手の良い環境づくりが施されている。「KOIL ファクトリー」では、3Dプリンターやレーザーカッターをはじめとした最新のデジタルファブリケーション機器や、電子工作などのツールを完備している。アイデアの着想から試作品づくりまでをスピードアップさせることでものづくりを身近にするとともに、迅速さが求められるビジネスニーズに応える。

3. 街のすこやかステーション

こちらは、主に住宅棟とオフィス棟の各所に設置されている地域の健康を見守る為の総合健康施設である。「治療」から「予防」へと健康ライフスタイルの変革を促し、病気になりにくいカラダ作りの提案を行う。それに加えて、東京大学と多くの企業が一体となって学術的な視点による監修のもとさまざまな健康作りの手助けを行っている。具体的には、まちの健康研究所「あ・し・た」という東京大学と企業の協力によって誕生した、まちの健康づくり拠点が挙げられる。この施設内

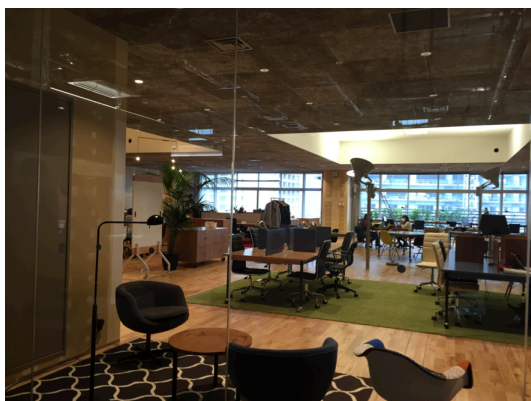


図 3.5: KOIL パーク



図 3.6: KOIL ファクトリー

にはそれぞれ5つのテーマで健康を追求したブースをご用意され、どの年代にも役に立つ健康のコツを提供している。基本的無料で利用できるほか、健康に関する各種イベントも開催定期的に開催しているそうだ。

4. エネルギー棟

エネルギー棟は、ショップ・オフィス棟に位置する、スマートグリッドの要となる施設である。国内最大級のリチウムイオン蓄電池システムや太陽光発電、非常用ガス発電機などを備えてあるとのこと。日本で初めて、街区を越えて自営送電網によって電力をシェアし合う創エネ・省エネ・蓄エネ・施設がひとつになったエネルギー施設である。こちらは、内部からの見学は不可であったことから、説明のみの案内であった。

5. かしわのはらっぱ・西口駅前通り（雨天時の為、中止）

こちらは、駅前歩道空間と称される、芝生に覆われたスポットである。今回は、視察時が雨天であったため、見学はできなかった。伺った話によると、芝生の広大なスペースはイベント時にはライブ会場として用いられるほか、災害発生時においても照明を使用可能で、地域の緊急避難場所の役割を担うそうだ。これにより、生活者の日常から、災害時の安全保持といった多角的な役割を持つスペースとなっている。

6. プラザ（雨天時の為、中止）

プラザは柏の葉ゲートスクエアの中心に位置し、街の多様な人々が集い、交流するスペースとなっている。こちらも、雨天のため、視察はできず通過しただけであったものの、「大ケヤキの木」を中心にゲートスクエアの各施設をつなぐ交流拠点となっている。

3.3.2 一般的な分析

ツアーに参加したため実際に特区活用法に関しては伺うことができなかった。しかしながら、実際に柏の葉スマートシティの一部を視察する中で、「ターゲットを絞らずに皆が快適に過ごせるための街づくり」が行われているように感じた。産官学連携による、研究機関の場、ビジネスマッチングの場、生活者視点での場づくり。場所という点だけでなく、本視察では触れていなかったが、マルチモビリティサポートをはじめとする移動手段や、エネルギー棟でのエネルギー供給等、街に必要なものがすべて集積されている点も非常に印象的である。平日の午前中にもかかわらず人で賑わっていたのは、誰もが過ごしやすいを感じる街をコンセプトにしているからこそなのではないだろうか。

3.3.3 CiP 協議会の連携相手としての分析

2章で提示した連携先の条件を元に、CiP協議会の連携相手として分析する。「1. 研究開発・研究課題の共有」においては、新産業の創出を掲げていることからお互いの強みを合わせ共同で研究が行えることが考えられるが、具体的に共有できることは現時点ではないので、適していると言える。「2. 類似業務における人材の共有及び育成」に関しても、1.と同様の理由のため適していると言える。「3. 共通目標への起業支援」は、独自で起業支援をやっていることと起業支援先がデジタルやコンテンツ分野でない場合もあるので、現状ではどちらとも言えない。「4. 目的を同じとする企業のビジネスマッチング」に関しても、ビジネスマッチングは行っているものの現状として柏の葉という街の中で機能させることを目指していることから、まだどちらとも言えない状況である。

3.4. ナレッジキャピタル実態調査

ナレッジキャピタル¹⁴は、2013年4月に開業した大阪・梅田駅の北側に位置する大型複合施設「グランフロント大阪」の北側低層階を構成する知的創造拠点として誕生。開業から2015年春で丸3年を迎える。

3.4.1 ナレッジキャピタルの調査報告

<調査概要>

ナレッジキャピタルは、大阪駅北地区の再開発事業の先行開発区域の施設グランフロント大阪の一部を構成する施設で、民間企業が運営に関わり、「産業創出」、「文化発信」、「国際交流」、「人材育成」をミッションに掲げ、運営する施設である。これは、竹芝地区の再開発、C i P協議会が目指すものと共通事項が多く、開業に向け、施設面、運営面において、多くの参考点があった。

<施設概要>

運営組織は一般社団法人ナレッジキャピタル。NTT都市開発、オリックス不動産、関電不動産、阪急電鉄他の事業12社の均等出資による共同事業。行政は入っていない。掲げるミッションは、「産業創出」、「文化発信」、「国際交流」、「人材育成」で、新しい感性と技術の出会いによる「ナレッジイノベーション」によってこれらのミッションを完成させ、「大阪から世界を変える」ことを標榜する。

主要施設

1. レンタルスペース「イベントラボ」、「カンファレンスルーム」、「ナレッジシアター」、「コラボオフィス」

14 <http://kc-i.jp/>

- イベントラボは770の多目的イベントスペース。これまでの主な開催イベントは「THE 世界一展」(2013年4~9月)、「進撃の巨人展」(2015年9~10月)等。
- カンファレンスルームは、大中小全15室の貸会議室。また、B2には最大3,000名程度収容可能なコングレコンベンションセンターも用意されている。
- ナレッジシアターは約380席の多目的シアターで、演劇、映画試写会、音楽イベント等のエンターテインメントユース、ビジネスセミナー、新商品発表会のようなビジネスユースやシンポジウム等、様々な分野のプログラムで利用されている。
- コラボオフィス(7、8F)は、18~の小規模オフィス52室と、交流スペース、コワーキングスペース等で構成されており、短期間(3か月~)の利用が可能なインキュベーションオフィス。

2. カフェラボ(1F)

DNPとサントリーグループのプロントの共同事業により運営される99席のカフェスペース。DNPはここで新しい電子書籍等の実証を行い、プロントは飲食の提供を行う。カフェ内に設けられたエキジビションスペースを利用してワークショップやトークショーといったイベントが開催されている。

3. ナレッジサロン(7F)

会員同士の交流を目的として作られた年会費10万円の会員制サロン。正会員1名に対し、10名までのビジターの同伴が可能。カフェラウンジ(112席)、メインラウンジ(52席)、ワークスペース(25席)、プロジェクトルーム(8部屋、86席)、プレゼンラウンジ(98席)で構成され、広さは1,420。

4. フューチャーライフショールーム(2F)

企業がテナントとして入り、年間の参画料を払って子割りのブースをショップや展示に使用している。ドコモ、au、ソフトバンクの各ショップの他、サントリー、メルセデスベンツ、コカ・コーラ、サントリー、アシックス、ダ

イキン、ロート製薬、ポーネルド、積水ハウス、好日山荘、大手前大学等が使用。

5. アクティブラボ（2F、3F）

ラボのスペースを企業や大学の研究内容の展示に使用している。ほとんどは来場者が体験できる内容のもの。

「未来×通信～未来のサービスがわかる、情報通信技術の最前線（NTT）」

「デジタル×試着～デジタルスペースであなたに夢の一着を（デジタルファッション）」

「音楽×つなぐ～音楽をつくる、音楽であそぶ、みんないっしょに（三木楽器）」

「VR×時空間～時空間のぞき窓（東京大学大学院情報理工系研究科）他

6. ナレッジオフィス

企業、大学、研究機関が入居するオフィスエリア。

企業 NTTスマートコネク、大阪ガス（エネルギー・文化研究所、都市魅力研究室）、コクヨファニチャー、パナソニック、日本ベーリンガーイングルハイム、コングレ、インサイトテクノロジー他

大学 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科、大阪大学（環境イノベーションセンター、Vis Lab OSAKA）、大阪市立大学、関西大学、大阪工業大学

研究機関 国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）、国立研究開発法人日本医療研究開発機構、公益財団法人都市活力研究所、一般財団法人アジア太平洋研究所、独立行政法人医薬品医療機器統合機構

行政 （大阪市（大阪イノベーションハブ）

以下、活動、利用状況、今後の課題等について、ナレッジキャピタルのコーディネーションをされている一般社団法人ナレッジキャピタル総合プロデューサー室シニアディレクター辻邦弘さまにヒアリングを行った。

利用状況、活動等

- 「超学校」「ブックサロン」等

ナレッジキャピタルでは、「家庭」や「職場」ではないサードスペースの色々な場面を用意しており、そのためのキーワードが様々な形の「学び」。会員を対象に様々なゲストスピーカーを招き、専門知識や経験、取り組んでいるプロジェクトや生活の知恵まで幅広い知識を「木曜サロン」、「超学校」として受講する機会を作っている。「超学校」は、KMD、大阪大学、神戸大学等の大学の研究者や、時には建築家、食文化の専門家等を招き、カフェラボやカンファレンスルームを使った講演と質疑応答で構成される約2時間のイベントで、カフェラボで行う場合、半数は事前申し込みした会員、残り半分はカフェに立ち寄った人々が自由に聞ける体裁を取っている。こうしたプログラムの中で最も人気がある。学びの場として、OL、ビジネスマン、学生、シニア等、幅広い層の方々が参加している。

- 施設利用の状況

貸し会議室としての稼働率は高く、レンタル事業としては成功している。また、ナレッジサロンの会員は2000人でウェーティングをかけている状況。コワーキングスペースは5名くらい入れる広さの部屋が40~50あるが、満杯の状況。コワーキングスペースに入るには面接を設けている。プロジェクトが発展して大きくなるような形のところが入ってほしいが、今は基礎をじっくりと固めている段階。現実的にはここから始めて発展的新陳代謝を期待していくしかない。

<課題>

- グランフロントはともかくナレッジキャピタルの知名度はまだまだ。無料メルマガの会員は1万人おり、この高感度人材を学びというキーワードやイベントを通じてどう変えていくか？
- ナレッジキャピタルのスタート時にはスタートアップを応援するプラットフォームがなかった。この役割については大阪市が一部行っていたが、行政

の施策は持続が難しい。ベンチャー支援はこれから本腰を入れていくところで、本質的に機能させていくかについてはこれまでも試行錯誤。

- 運営や企画に関し、内部の意見交換会は行っているがなかなかうまくいかない。間をつなげる人がいない。そういう意味ではすべて人の問題で、ナレッジキャピタルの人材育成も行わなければいけない。
- 施設はすべてあって良かったと思うが、まだ当初の期待のように動いていない。でもそういう兆しは見え始めている…つまり兆しが見えるまで3年かかるということ。
- 「世界一展」の時はそれをコアにしてナレッジキャピタルらしい広がりがあった。来たる「進撃の巨人展」では多数の人を集めることができた。来年巡回していくルーブル美術館によるバンド・デ・シネやマンガをテーマにした企画展にも期待している。

3.4.2 一般的な分析

グランフロントの中に入っているということで、人の通りが激しく、カフェラボも多くの人々が利用していた。アクティブラボも商業テナントに並んで展開されており、気軽に入れる場所となっていた。成果物の展示や、ユーザーテストを行ってもらうための場所として非常に効果を発揮していたと感じる。また、7階のナレッジサロンも落ち着いた空間となっており、オープンスペースでミーティングを行っている人もいれば、ワークスペースで作業している人もいたり、カフェラウンジで読書をしている人もいるなど、様々な人が様々な用途で使用しているのが見受けられ、空間として充実している様子が伺えた。また夜に訪問したためなのか人もたくさんいたことは印象的であった。

3.4.3 CiP 協議会の連携相手としての分析

2章で提示した連携先の条件を元に、CiP協議会の連携相手として分析する。拠点としての構想に共通している部分が多いことから「1. 研究開発・研究課題の共

有」「2. 類似業務における人材の共有及び」「3. 共通目標への起業支援」「4. 目的を同じとする企業のビジネスマッチング」において、全てに可能性がある。しかし、デジタルとコンテンツ分野に限定している CiP 協議会とは違い、多岐に渡り包括的に取り組んでいるために、詳細なビジョンは見えてこなかった。そのため、4つの条件全てにおいて適していると言える。

3.5. 調査結果まとめ

3.5.1 実態調査による協議結果

今回調査を行い分析した結果、下記の表のようになった。連携相手としての分析において、各条件に適しているか否かの判断をしてきたのだが、判断内容を4段階評価に分けて、表を作成した。非常に適している場合は◎、適している場合は○、どちらともいえない場合は△、適していない場合は×の4段階に分けた。

表 3.1: 拠点調査結果

| | 札幌産業振興 | 柏の葉 | ナレッジキャピタル |
|--------------|--------|-----|-----------|
| 1. 研究開発 | × | ○ | ○ |
| 2. 人材育成 | ◎ | ○ | ○ |
| 3. 起業支援 | ○ | △ | ○ |
| 4. ビジネスマッチング | ○ | △ | ○ |

表より、ナレッジキャピタルは札幌市産業振興センターや柏の葉スマートシティに比べ、総合的に親和性が高いことが伺える。札幌市産業振興センターと柏の葉スマートシティにおいては、柏の葉スマートシティが研究開発・人材育成の面では連携先として適しているが、起業支援・ビジネスマッチングの面では札幌市産業振興センターが適していると言え、連携先候補として一長一短であることが分かる。

ナレッジキャピタルが3拠点間では、一番親和性があり連携先として適していると考えられるが、札幌産業振興センター、柏の葉スマートシティにおいても親

和性がないわけではなく、条件別に見ていけば、連携先として成り得る条件は満たしているので、今回の調査結果より3拠点共に連携先として可能性があるとは分析する。

上記の表の結果と分析を踏まえて、CiP協議会に調査報告し、連携先としての協議を行った。CiP協議会に報告し、協議を進める中で、上記3拠点は機能面、掲げているテーマという面、取り組んでいる活動面から共通点が強いため親和性が高いことは認められ、3拠点共にCiP協議会の連携先に成り得るという分析結果も認められた。

しかし、実際にCiP協議会が本格的に拠点間連携に乗り出すには、さらなる条件の提示が必要ではないかという提案が、今回の調査結果と分析結果を踏まえてなされた。さらなる条件として具体的に述べられたのが、拠点が置かれている「市場の大きさ」、各拠点の「プロジェクトの熟度」の2点である。連携を行っていく上で、双方が対等に連携を行っていくには、市場の大きさが同等のものであり、プロジェクトとしても共に発展していける同等の熟度である必要があると、協議を進めていく中で考えられた。

3.5.2 連携先の条件2

協議結果より、2章で述べた連携先の条件に加え、上記「市場の大きさ」「プロジェクトの熟度」の2つの条件を足し、連携先として適しているか否かの判断は6つの条件を元に行うこととする。

6つの条件は下記となる。

1. 研究開発・研究課題の共有ができる
2. 類似業務における人材の共有及び育成ができる
3. 共通目標への起業支援ができる
4. 目的を同じとする企業のビジネスマッチングができる
5. 市場の大きさが同等である

6. プロジェクトが同等の熟度である

上記の6条件を踏まえ、改めて調査を行った3拠点を分析すると、市場の大きさが同等である面から、柏の葉スマートシティは連携先の候補から外れ、プロジェクトの熟度の面から CiP 協議会はまだ熟度が低いため、札幌市産業振興センター及びナレッジキャピタルも現状「対等」に連携を行うことは困難だと認識された。よって、6条件を満たす新たな連携先の調査が必要になる。

このため、3拠点との連携を進めることは一旦、手を休めることとし、6条件を踏まえた他の連携先を探ることとなった。

第4章

拠点調査2

3章で述べた連携先の6条件をもとに再度連携先の検討を行う。再検討を行っていった結果、二つの拠点が候補として浮上した。

吉本興業株式会社が大阪にて構築を目指しているクールジャパン拠点（以降、大阪クールジャパン拠点と呼ぶ）と京都クロスメディア構想である。

大阪クールジャパン拠点は、吉本興業がクールジャパンの分野において世界に発信していく拠点の構築を目指しており、これから構築していくという面からプロジェクトの熟度において同等であり、クールジャパンの発信拠点という面で連携先の条件にも適していると考えられる。

京都クロスメディア構想に関しても同様に、構想段階であることから熟度は同等であり、映像産業における産業創出という面で連携先の条件も満たしている。

したがって、アクションリサーチの第二アクションとして、大阪クールジャパン拠点及び京都クロスメディアパークの調査を行い、連携方法を模索していくこととした。

4.1. 大阪クールジャパン拠点の調査及び連携の提案

4.1.1 大阪クールジャパン拠点の調査

吉本興業株式会社と在阪テレビ局等によるクールジャパン拠点事業の構想が行われている。しかし、論文執筆時点では対外公表前であるため、詳細な計画内容をここに記すことができない。以下、事業概要となる。

吉本興業株式会社～大阪における新たなクールジャパン発信事業

- クールジャパン×ビジットジャパン@大阪

吉本興業（株）が幹事会社として推進する拠点事業は「大阪クールジャパンパーク」の名称のもと、これまでポップカルチャー及びそのコンテンツ（マンガ、アニメ、ゲーム、キャラクター）等、狭義なイメージに限定されていたクールジャパンの領域を捉えなおし、訪日促進事業視点も含めて、大阪の地で展開する新たなクールジャパン発信事業として検討する。

- 大阪のシンボル・大阪城公園での展開

アジア圏からの距離が近い大阪には、訪日観光客が急増している。大阪クールジャパン拠点は、この大阪のシンボルである大阪城公園内に、多目的に使用可能な劇場集積型の文化施設を誕生させ、国内外から訪れる観光客や関西地域に暮らす人々が楽しめるエンタテインメントと情報発信基地となることを目指して検討を進めていく。

- インバウンド需要も意識した多様なコンテンツ

大阪クールジャパン拠点が提供するコンテンツは多種多様です。落語、文楽、能、歌舞伎などの伝統芸能や大阪を代表するエンタテインメント、インバウンド観光客も楽しめるクールジャパンの要素満載の非言語ショー演目、さらには食や庭園といった、これまでのコンテンツの枠を飛び出した多様なエンタテインメントの集積を検討している。

また、吉本興業株式会社は近畿大学などとの包括提携¹をはじめ、産学の連携においても積極的に取り組んでおり、大阪クールジャパン拠点においても、大学との連携は活かされてくる。

1 <http://news.yoshimoto.co.jp/2016/12/entry63584.php>

4.1.2 連携の提案

内閣府知的財産戦略推進事務局は、クールジャパン戦略の一環として、クールジャパンを促進する民間企業等による拠点の構築やネットワーク化を支援すべく取り組んでいる²。その一つとして、全国のクールジャパン拠点が連携・ネットワーク化をすることにより、点ではなく面として海外展開やインバウンドに効果的に図っていくための方策についても議論を行っている。そして、今回の「クールジャパン拠点連携実証プロジェクト」は「クールジャパン拠点連携実証調査」の一環として、全国に横展開すべきベストプラクティスとなりうる先進的な拠点連携事業を行ってもらい、そこでの結果を踏まえ今後クールジャパン拠点の具体的な連携方策を取りまとめるに当たっての実証例とすることを目的としている。

この公募に対して、CiP協議会として内閣府に提案を行う。この検討及び提案を筆者が中心となって行った。提案内容を以下に記す。

事業名および提案概要

1. 事業名

「東京・大阪の拠点間連携による国内外に向けた効果的な情報発信方法の検証」

2. 提案概要

東京と大阪のクールジャパン拠点が協働。拠点連携によるクールジャパンコンテンツの開発、発信拡大及びインバウンド促進を検証します。

拠点同士の連携

強みを活かし、弱みを補完する連携策を協議する。CiP協議会は、特別区域により先行的な実験・実証を行うことができ、これを連携において活かしていく。東京都が行う都市再生ステップアッププロジェクトのもと、東京都港区竹芝を拠点として、「デジタル×コンテンツ」を

2 http://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/kyoten_koutiku/project/kyoten_giji.html

テーマに、産業集積地構築を目的として活動する CiP 協議会と、大阪府の中心部に位置する大阪城公園に「クールジャパン×ビジットジャパン@大阪」をメインコンセプトとするエンタテインメント拠点の構築を目指す吉本興業株式会社が、連携してプロジェクトを実施します。

本プロジェクトの目的

上記2つの拠点の連携により、多面的な調査を実施し、方向性を検証することで得る成果を今後のクールジャパン拠点連携の指針として共有するとともに、シンポジウムの開催により、拠点連携の機運拡大を醸成し、今後の拠点連携実現、継続のきっかけ作りを行う。

本プロジェクトの内容

以下の調査実施、シンポジウム開催により、事業目的を達成するとともに、クールジャパン拠点連携の機運を拡大します。

- モニター調査
大学生、専門学校生および海外からの留学生を中心とするユーザー層へのインターネット調査を実施します。
- キーパーソンインタビュー
CiP 協議会と吉本興業株式会社が持つ、多彩なネットワークを活用し、クールジャパン発信拠点に関わる様々な分野のステークホルダーへのインタビューを実施します。
- シンポジウム
東西のクールジャパン拠点に関わるステークホルダーを集め、拠点連携の方向性を議論するシンポジウムを、東京と大阪で同時開催します。CiP 協議会と吉本興業株式会社が持つ、多彩なネットワークを活用してキーパーソンを結集し、クールジャパン拠点の連携に大きな効果を上げるイベントを行います。

4.1.3 公募結果

大阪クールジャパン拠点は結果的に政府予算が採択されなかった。不採択の理由は明かされていないが、採択された案件を見たところ、「アニメの舞台となった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信」、「日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築」、「ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化」、「都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力の効果的発信」、「ガストロノミーマニフェストに基づく食と周辺産業の連携による、食分野における日本の国際的発信力強化」、「技術とデザインを融合させた最先端デザインラボ設置によるクリエイティブ人材創出の加速」、「空間デザインの発信等による家具・インテリア産業のビジネス力強化」といった案件であり、地方の複数箇所を観光するツーリズム要素の強いものがあつたり、まだクールジャパンではないがクールジャパンに成り得る可能性の持ったコンテンツの押し出しを行う案件が多かった印象である。採択案件の結果を鑑みると、CiP協議会・大阪クールジャパン拠点連携が目指す理念とは方向性が異なるものであつたと言える。

採択は民間の審査員によってなされたものであり、この結果に対し、政府クールジャパン担当からも、クールジャパンの拠点として求められる「生産機能」が確保されない懸念も漏れ伝わるところだが、当方としては連携構想の前提となる資金手当てが見通せなくなったため、戦略を変えざるを得ない状況となった。

4.2. 京都構想の調査及び連携の提案

4.2.1 京都クロスメディア構想の調査

京都の開発構想

CiPとの連携先の構想としても一つ浮上したのが京都である。京都は、東映や松竹などが太秦に映画撮影所を持ち、日本映画発祥の地とされる。TVゲームの雄、任天堂が本社を置き、日本最大のマンガ博物館「京都国際マンガミュージアム」が京都市・京都精華大学により運営されている。映像学部（立命館）やマ

ンガ学部（京都精華大学）を設置する大学が集積し、コンテンツ系の学部・学科を有する大学・専門学校に4千人以上の学生が在籍する。ポップカルチャーの都市である。京セラ、村田製作所、オムロン、島津製作所、日本電産など、世界で活躍するハイテク企業も集積しており、多数の大学や研究機関がそれを支える先端技術の都市でもある。もちろん、悠久の歴史が息づく伝統文化、世界有数の観光都市、京料理をはじめとする食文化に至るまで、魅力的なコンテンツがたくさんある。京都府はこうした集積の強みを活かし、コンテンツ産業の国際人材育成とクロスメディア展開により新産業の創出を狙う「Creative Kyoto」を掲げ、その実現に向けて、京都市と共同で政府に「京都クロスメディア・コンテンツ産業特区」を申請している。これはCiPの計画が持ち上がる以前からの動きであり、先駆的で野心的な構想である。

その特区構想は、以下の3つのクラスターからなる。

1. クロスメディアクラスター（太秦メディアパーク）

撮影所を中心に映画関連産業の集積がある京都市太秦地区にクロスメディア展開による新産業創出を図る共同研究開発拠点として「クロスメディア・クリエイティブセンター」を創設するとともに、共同事業の支援を行うリエゾン・オフィスを設置。先導事業として、電子教科書・教材など教育分野のデジタルコンテンツ制作や京都の最先端技術との連携によるビジネスモデル創出事業を実施。

2. マンガクラスター

京都国際マンガミュージアムを核とし、町家等を活用してクリエイター人材育成のためのインキュベート施設を整備するなど、「マンガクラスター」を形成。

3. ビジネス化クラスター

京都リサーチパークの産業支援機能やけいはんな学研都市における最先端情報通信技術等を活用し、産産連携や産学公連携により、世界市場の獲得に向けたクロスメディア展開を指向した新産業を創出。

特区の特例としては、京都クロスメディア・クリエイティブセンターの創設

や教育・学習用デジタルコンテンツの開発に教科用図書に対する著作権の特例を適用、コンテンツ産業を支える人材育成のための基金造成への国の無利子・低利子融資などを挙げているが、本特区申請は政府に採択はされておらず、デジタル・コンテンツ特区としてはCiPが先行した形となっている。ただ、京都府はその後も構想を拡充し、現在、以下の「京都クロスメディアパーク構想」へと計画を発展させている。

京都クロスメディアパーク構想

太秦地域に映画制作・編集・配信等の技術開発や、コンテンツ系ベンチャーの育成支援、国際交流、観光振興、人材育成等の機能をあわせ持つ一大メディア産業拠点を形成する。

<目標像>

映画・アニメ・ゲームなどクロスメディア分野の企業が数多く集積し、世界の市場の中で、京都が独自のマーケットを確立するとともに、エリア内では、国内外から多くのクリエイターが集い、メディア間の交流により新しいコンテンツが生み出され、世界に発信されていること。

<重点事業>

- ・クロスメディア・クリエイティブセンターの整備

国内外から、映画・アニメ・ゲーム等のクロスメディア分野のクリエイターが集い、交流しながら新たなコンテンツづくりを行う拠点となるクロスメディア・クリエイティブセンターを整備し、ビジネス化を支援する「コンテンツ・ビジネスセンター（仮称）」を運営。

- ・クロスメディアネットワークの構築と世界への発信

クロスメディア産業が集積した東京、札幌、福岡など他地域とも緊密なネットワークを構築し、連携した取組を推進するとともに、「KYOTOCMEX」等の開催を通じて、わが国の優れたコンテンツ産業を世界に発信。

そして、2016年度の予算として7,200万円を計上している。その項目は以下の

とおり。

- 産学連携拠点整備事業
- クロスメディアクリエイター人材育成事業
- 国際ネットワーク形成事業
- 映像産業等による府内活性化事業
- 「企業の森」推進事業

2016年3月には、京都府の仲介により、京都大学と東映が包括連携協定を締結した。報道資料によれば、産学公連携を進め、「東映太秦地区イノベーションプログラム」に取り組むという。東映が技術開発と事業化を行ってきた「映像とエンターテインメント」分野における将来の姿を見据え、映像を介しての文化発展に寄与することを目指すとしている。また、仲介を行った京都府が取り組む「京都クロスメディアパーク構想」の推進に向け、映像を核とした産業の育成などの施策展開を通して連携を進めていくという。京都大学は、映像制作や編集、配信などの技術開発やコンテンツ系のベンチャー育成支援を行い、協定を通じたこれらの取り組みを、観光や人材育成に資する成果へと発展させたいとしている。構想の実現に向け具体的な動きが始まった。

4.2.2 連携の提案

強みを活かし、弱みを補完する連携策を協議する。CiP協議会は、特別区域により先行的な実験・実証を行うことができ、これを連携において活かしていく。京都クロスメディアパーク構想は、技術開発、人材育成、起業支援をセットで行うものであり、CiPの機能とオーバーラップする。構想自体はCiPに先駆けて検討が始まったものであり、先行者である。構想への参加が予定されているプレイヤーも、大学、映画会社、印刷会社、インキュベーターなどCiP協議会参加者との共通点が多い。そこでCiP協議会は2015年末、中村伊知哉理事長を中心に、京都府との連絡・調整を始め、連携の可能性を探ることとなった。京都府山下晃正副知

事を筆頭に、担当部局との活発な議論が持たれ、2016年2月にはCiPが京都の構想に協力する旨、双方が合意し、下記の体外発表が行われた。

”京都府のコンテンツ地域構想を CiP が推進

京都府が進める「京都クロスメディア」構想に CiP 協議会が協力し、コンテンツ開発の連携拠点を形成するよう後押しします。コンテンツ産業の拠点整備、人材育成、クロスメディア展開による新産業創出を目的とした「京都クロスメディア・コンテンツ産業特区（Creative KYOTO）」構想に対し、CiP 協議会は、国家戦略特区である東京・竹芝地区で進めるデジタル特区構想を連携させます。映像、マンガ、アニメ、ゲーム等の分野での「コンテンツ連携拠点」として、人材育成（カリキュラム開発、共同研修等）、アーカイブ構築（データベース構築、共同利用等）、共同制作・編集、起業支援、ビジネスマッチング、海外発信等の点で協働できるよう、働きかけます。”

また、京都市リサーチパークの産業支援機能やけいはんな学研都市などビジネス化クラスターの主要プレイヤーや、人材育成のためのインキュベーター施設である「町家スタジオ」のかたがたとも CiP 協議会関係者が意見交換を進め、連携の可能性を探ってきた。

しかし、2016年後半には、予算執行等の事情から、京都の動きは静かになり、京都クロスメディアパーク構想の実現に対する不安も漂うようになった。このため、CiP との連携も見通しが立たないまま、別の連携策を探ることとなった。

4.2.3 京都国際映画祭

京都クロスメディアパーク構想の沈静化と同時期に、CiP との連携可能性が高まってきたプロジェクトが京都国際映画祭である。本映画祭は、1954年に開始されて1999年に京都市が主催することとなった「京都映画祭」を、2014年に吉本興業が主催を引き継ぎ、改名したものである。京都クロスメディアパーク構想は京都府主導のプロジェクトであるのに対し、本映画祭は京都市の関与が強い。

本映画祭が掲げるテーマは「映画もアートもその他もぜんぶ」。映画祭と銘打ちながら、現代アートの展示がより大きな柱となっている。さらに、デジタル表現やITなどへの拡大をもくろんでおり、デジタルとコンテンツの拠点である CiP との親和性が強まろうとしている。これまで3回開催されたところで、今後の発展・拡大の方向性を検討している状況であり、いわば助走段階のイベントである。また、若手映画人やアーティストの発掘、大学の映画部等との連携、子どもの作品参加の奨励など人材育成にも力を入れており、これも CiP の目指すものと合致する点がある。「参加型」映画祭であることも標榜しており、映画・アート関係者、産業界、行政、学生、さらに大勢の芸人が参加して作る祭りを目指している。このコミュニティ形成法も CiP との類似性がある。一方、本映画祭のもう一つの特徴は、都市を分散してイベントを行う点にある。2016年の第3回映画祭では、二条城をオープニング会場とし、西本願寺、大覚寺、京都市役所、京都国立博物館、立誠小学校、能楽堂、藤井大丸、イオンモールなど京都市の東西南北の場所を使い、映画の上映やアートの展示、ワークショップ等が行われた。CiP が竹芝に活動を集積させる構想であるのに対し、本映画祭は分散型という差異がある。映画祭は年に4日間開かれるイベントであり、常時活動を行う固定した場である CiP とはそもそも性格が異なる。ただ、4日間の本番に向け、映画、アートその他の案件をそれぞれプロジェクト形式で一年計画で準備をしていく。プロジェクトの集合体という点で CiP との共通項もある。

2016年の映画祭から KMD 中村伊知哉教授（CiP 協議会理事長）が実行委員長を務めることとなった。このため、本映画祭と CiP との関わりについて内部検討を始めることとした。2016年10月に開催された映画祭の場で、関係者に連携の可能性を打診したところ、好感触を得た。

そこで2017年初頭、CiP 協議会は京都国際映画祭事務局に対し、学生参加によるデジタル系の制作・展示・ワークショップ等の共同企画、映画祭出展作品や人材の CiP 側でのプロモーションなど、協働・連携できる施策を提案した。その際、京都クロスメディアパーク構想が進める人材育成や京都町家スタジオなどコミュニティの場の活用も併せて提案し、京都府の構想、京都市及び吉本興業の京都国際

映画祭と CiP との3者連携を探ることとした。京都国際映画祭事務局は合意し、具体的な動きをする段階となった。

4.3. 評価

今回調査を行い分析した結果、下記の表のようになった。連携相手としての分析において、各条件に適しているか否かの判断をしてきたのだが、判断内容を4段階評価に分けて、表を作成した。非常に適している場合は◎、適している場合は○、どちらともいえない場合は△、適していない場合は×の4段階に分けた。

表 4.1: 拠点調査2 調査結果

| | 大阪クールジャパン | 京都クロスメディア |
|--------------|-----------|-----------|
| 1. 研究開発 | ◎ | ○ |
| 2. 人材育成 | ○ | ◎ |
| 3. 起業支援 | ○ | ○ |
| 4. ビジネスマッチング | ◎ | ◎ |
| 5. 市場規模 | ◎ | ◎ |
| 6. 熟度 | ◎ | ◎ |

まず大阪クールジャパン拠点は、拠点から新たなコンテンツの開発及び発信を行っていくことを掲げているという点で、研究開発において非常に親和性があると言える。そして、連携案としてシンポジウムの開催が挙げられているように、双方の多彩なネットワークを活用し、クールジャパン拠点に関わるステークホルダーを集めることにより、新しい交流が生まれ、そこからビジネスマッチングの機会ができることが考えられる。ゆえに、ビジネスマッチングにおいても連携することにより大きな可能性を秘めている。人材育成、起業支援においても、双方共にまだ準備段階であり、これから発展していくことを考えると、共同で行っていく機会は多分にあり、適していると言える。そして、まだ準備段階であるということからも分かるように、熟度に関しては一致しており、構想段階ではあるが、拠点の規模やクールジャパンという分野を鑑みて、市場の規模も CiP 協議会に一致していると言える。これらの分析により上記の表のようになった。

続いて京都クロスメディア構想は、映画・アニメ・ゲームなどクロスメディア分野の企業を多く集積することを目指しており、デジタルやコンテンツ分野の企

業が多く集まっている CiP 協議会とは親和性があり、連携することにより企業同士の新しい交流が生まれることが考えられ、ビジネスマッチングにおいて非常に適している。そして、クロスメディアクリエイターの人材育成を活動の柱として構想していることから、人材育成においても共同で行うことにより、相互補完による、より充実したプログラムの実行が可能となり、非常に適している。構想段階ではあるものの、クロスメディア分野における共同研究や起業支援の協力を行うことも予想でき、適していると考えられる。これらの分析により上記の表のようになった。

大阪クールジャパン拠点においては、公募は採択されなかったものの、結果を受け改めて CiP と大阪の関係者が協議した結果、構想の原点に立ち返り、民間資金による新たな連携策を進めることになった。国の資金をあてにしないことにより、よりビジネスベースでの連携策が講じられる方向となり、連携に対する本気度も増した。不採択となったことを、次のエネルギーとして活かすこととしたい。

そして、2017年に入り、京都府が京都クロスメディアパーク構想を改めて進めることとなった。2017年2月、京都府主催で「京都クロスメディアパーク推進会議」が開催されることとなり、CiP協議会からも中村理事長が代表として参加することが決定した。また、京都国際映画祭事務局に提案したことが契機となり、CiPと映画祭との連携を具体化する動きとなった。このため、両者の共同で委員会を組成し、京都と東京を映像でつなぎながら検討を始めることが決定した。人選や京都での開催場所等は、京都府の構想とも連動させるべく調整することとしている。連携の具体的なプランとしては、東京・京都同時開催によるシンポジウムや、クロスメディア領域における共同の人材育成、同時開催のコンペティションによる起業支援等である。東京と京都という日本を象徴する文化や環境がある二者間を繋げることで、新しいコンテンツやビジネス、そしてゆくゆくは一つの文化が生まれることを目指す。

これまでの企画、連絡、調整、協議というアクションが実る形で、連携が現実味を帯びてきた。京都の1拠点・1イベントとの連携は、ようやく具体策検討の入口に立ったところであるが、いずれも構想段階及び助走段階の案件であり、CiP

の現状とも熟度として同期し得る。2017年春から連携が新しい段階に進むことが期待できる。

2拠点において、連携を進めることでの合意が見られ、具体的な連携策の協議が始まった。本研究のアクションによる成果が上がったと言えよう。

第5章

結論・展望

5.1. 結論

CiP協議会は研究開発、人材育成、起業支援、ビジネスマッチングを複合し、プロジェクトを集積する場を形成するものである。それとの親和性の高い拠点連携には、関連する分野で、同様の規模で、同様の熟度をもつ案件が適しているが、その調査、選定にハードルがあった。また、その候補案件への提案、具体策の企画、連絡・調整には労力を要した。CiP協議会、大阪、京都のいずれの案件も、企画構想段階及び拡充段階にあり、計画・構想自体に流動的な面がある。そして互いに参加・関与する主体が多様かつ多数であり、案件を進める際の調整や意思決定に時間も根気も必要であった。しかし、本論文を通して、拠点間連携を行うにあたってどのような手順でどのように連携を行っていけばよいのか言及してきた。

今回、連携を進める拠点には以下のような特徴がある。

- デジタル技術及びコンテンツ分野のプロジェクト群
- 研究開発、人材育成、起業支援等の複合機能
- 企業、学校、行政その他の多様な主体の参加

これらの特徴より、「研究開発・研究課題の共有」「類似業務における人材の共有及び」「共通目標への起業支援」「目的を同じとする企業のビジネスマッチング」「市場規模の一致」「同等のプロジェクト熟度」を連携先の条件として提示し、連携先の選出を行った。これにより、連携をするに当たり最も効果がある連携になり、連携するにあたってどのような連携を行うかも条件を元に行うことで、効果

的な連携策を打ち出すことができた。

これらの要素を持つ拠点の連携は例を見ない。本研究が進めた連携手法は、今後、拠点連携を検討する際のモデルとなろう。

また、CiPとしても、その他の都市への展開や海外連携の可能性も模索しており、その際にも今回のアプローチが適用できるだろう。現に、韓国政府やマレーシアの大学等から連携の引き合いが来ており、新規案件の検討を始めているところである。

5.2. 展望

本論文では、拠点間連携の提案を行ってきたが、大阪クールジャパン拠点及び京都クロスメディアパークの連携協議が本格化したことで3拠点間を結ぶ面的な連携が進むことが期待される。3拠点が面として連携を行うことが実現すれば、コンテンツ制作・消費・流通分野において大きな発展が生まれることが期待できる。

具体的な連携案としては、3拠点を高速回線でつなぎ、バーチャルに映像を共有して共同研究、共同講義を開催することなどが想定される。そして、3拠点の連携を多地点に広げていくことが次のステップになることが考えられる。次の候補としては、福岡、沖縄等が考えられる。さらに、この連携方策を、国際的に広げていくことも展望としてある。既に韓国（政府コンテンツ振興院）、マレーシア（イマジニアリング研究所：マレーシア政府等が設立したデジタルメディアの研究機関で、大阪大学、ロンドン大学、マレーシア工科大学等と提携している）等との協議（研究・教育、起業支援）が始まっている。

また、CiP協議会が拠点間連携を行うことにより、クールジャパン拠点連携を広げようとする政府の戦略に活かすことができよう。他分野の構想でも、分野・活動・コミュニティ・場所・熟度といった「共通性」を持つ拠点の連携を進めるモデルとなり、他領域における連携が促進され、様々な分野にて新しい動きや大きな発展をしていくことを期待する。拠点間の「差異」を活かした連携を進める参考にもなることが考えられる。

そして、この連携には大学（KMD）が中心的な役割を果たした。日本の課題である産学連携を多面的に広げる際のアプローチの参考になる。

CiP協議会は2020年に建物ができ、街開きが行われることで本格的に世の中に影響を与えていく。それまでに土台を強固にする必要があり、活動も軌道に乗せる必要があるのだが、拠点間連携も同様である。建物ができ、街開きが行われたら、連携先とさまざまな共同プロジェクトを行ったり、ビジネスマッチングを行ったり、実際に共有を行ったりすることも考えられる。連携方法は連携先によっても変わり、環境によっても変わり、多様であることから、実際に連携を行ってからも様々な障害が出てくることは考えられる。予想される問題点として、資金面の問題はもちろんのこと、連携を行う際の中継となる人員の確保や、文化や距離による齟齬の発生、拠点間が連携を行っていることをそれぞれの参画企業に実感させる工夫等、連携を実行後も双方が効果的であるよう努める必要がある。

このように拠点間連携の提案を本論文では論じてきたのだが、これは足がかりに過ぎず、今回のモデルを長期的に運用し、実際に連携を行った際に出てきた問題等も解決することで、本論文の連携策が他分野においてもモデルとして適用できるか否かの判断ができる。

そのためには、今回回したサイクルを引き継いでもらい、後任者が本論文を基盤に実際に連携を行うことが重要になる。そして、連携が本格的に始動することにより、本論文の妥当性の可否が見え、ゆくゆくは様々な領域においても連携が活発に行われていくことを願う。本論文において提案した内容を継続させていくには、CiPプロジェクトのリクルーティングにも力を入れる必要があり、リクルーティングにおいては今後もできる限り力になっていきたい。

謝 辞

本論文を執筆するにあたって、様々な方にご指導、ご協力をいただきました。私一人の力では、到底書き終えることはできなかつたと感じる程に、たくさんの方にお力添えいただき、誠にありがとうございました。本研究の指導教員である中村伊知哉先生には、ご多忙中にも関わらずたくさんのご迷惑をおかけしながらも、最後まで丁寧にご指導いただき、心から感謝しております。中村伊知哉先生には、論文のご指導、研究のご指導以外にも、人としてどうあるべきかということまで説いていただき、この2年間の学生生活は、今後社会に出ても中々経験することができないであろう濃い時間にする事ができ、たくさんの方を学ばせていただきました。今後中村伊知哉先生から学んだことを自分の武器として存分に発揮できるよう精進していく所存でございます。大変お世話になりました。ありがとうございました。そして、研究の方向性について様々な助言やご指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の加藤朗教授に心から感謝いたします。加藤先生には、お忙しい中何度もお時間を作っていただき、論文をご指導いただきました。ご指導いただいにも関わらず、私自身の理解力が乏しかったために、同じことを指摘されることも多々ありました。それでも見捨てることなく、毎回丁寧にご指導くださり、誠に感謝しております。大変お世話になりました。また、研究指導や論文執筆など数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科のマルコス先生に心から感謝いたします。マルコス先生には、励ましの言葉をいただき挫けそうになった時に堪えることができ、大変感謝しております。菊池先生にも指導教官ではないのにも関わらず、たくさんの方の相談に乗っていただき、ご指導いただき、菊池先生のご指導がなければここまで書き終えることができなかったと感じております。誠にありがとうございました。先生方にたくさんのお力添えをいただいているにも関わらず、たくさん

の先輩方、同期にも本論文を執筆するにあたり、ご協力いただきました。稲田さん、亀山さん、なつきさん、まりんさん、ジヨンさん、あらえさん、がく、島田しんすけ、中村くん、誠にありがとうございました。この場を借りて、感謝申し上げます。そして、私が2年間所属させていただいた CiP 協議会事務局の方にもたくさんのご迷惑をおかけし、たくさんのご協力をいただきました。CiP 協議会に携わらせていただき、貴重な経験を多くさせていただきました。高橋事務局長、平田さん、事務局の皆様、大変お世話になりました。ありがとうございました。最後に、研究活動においての理解とともに、経済面や精神面において支援してくれた家族に心から感謝いたします。

参 考 文 献

- [1] フィリップ・マツカン. 企業立地行動の経済学-都市・産業クラスターと現代企業行動への視覚.
- [2] 磯部剛彦. シリコンバレー創世記-地域産業と大学の共進化-.
- [3] 一般社団法人 CiP 協議会事務局. 2015 年度 一般社団法人 cip 協議会活動報告書.
- [4] 吉村英俊. イノベーション構造と都市創生.
- [5] 吉本光宏. アート戦略都市.
- [6] 原田泉. クリエイティブシティ.
- [7] 高橋紘士, and 武藤正樹. 地域連携論-医療・看護・介護・福祉の協働と包括的支援-.
- [8] 進藤美希. コミュニティメディア.
- [9] 税所哲郎. 中国とベトナムのイノベーション・システム.
- [10] 大寺秀甫. 大学間連携の現状と展望-大学コンソーシアムを事例に-.
- [11] 東一眞. 「シリコンバレー」の作り方 テクノリユージョン型国家をめざして .
- [12] 藤本隆宏, and 柴田考. ものづくり成長戦略.