

大学等シーズ・ニーズ創出強化支援事業  
(イノベーション対話促進プログラム)  
実施状況報告書

平成26年4月9日  
国立大学法人京都大学

## 目 次

1	当初計画の概要等	1
(1)	当初設定した事業の目的	1
(2)	実施体制	1
2	業務の実施状況	2
(1)	事業全体の概要	2
(2)	実施したワークショップの詳細	4
①	1回目のワークショップについて	4
②	2回目のワークショップについて	6
③	3回目のワークショップについて	8
④	4回目のワークショップについて	10
⑤	5回目のワークショップについて	12
⑥	6回目のワークショップについて	14
⑦	7回目のワークショップについて	16
⑧	8回目のワークショップについて	18
⑨	9回目のワークショップについて	21
⑩	10回目のワークショップについて	23
3	事業実施により得られた知見・課題等	26
(1)	本事業による一連の取組を通じて得られた知見・課題等	26
(2)	今後の活動への展望	28
4	その他	29

## 1 当初計画の概要等

### (1) 当初設定した事業の目的

最先端の医療技術とそれを支える機器、家・野外・会社・車中等公共の場における健康モニタリング、更には事故の予見・防止・災害時対応も含んだ総合医療機器・サービスは、長寿高齢化する社会にとって重要であると共に、新たな産業分野として注目されている。この健康・医療に対する安心、エネルギー・環境および食料に対する安心に支えられ、生涯を通じてチャレンジでき、“社会の一員”として活力ある生活を送ることが可能な社会は誰しもにとって理想であると考えます。

このような「安全・安心な社会基盤に支えられた、活力ある生涯を送ることが可能な安寧でレジリエントなチャレンジ社会」の構築のためには、特定のテーマへの対応が単独で進展したところで達成はされず、かつ、実際にモノづくり、コトづくりを実施する前段階において消費者、サービス対象者を含めた様々なステークホルダーの関与が必須であることは言うまでもない。

本事業では、「共通課題について集まって話す」というだけでは達成し得ない、真に有益・有効なモノ・コトづくりを目指し、京都大学が有するこれまでの数多くの実績を最大限活用しつつ、ビジネス界における最新の手法をとりいれて、対話型ワークショップから実現までの一連のスキームを遂行し、その効果検証を行う。更には、各プロセスで観察された手法のメリット、デメリット、課題などを抽出することで、大学等発のイノベーションを創出する確率を高めるとともに、本手法の今後の水平展開に向けた端緒を創り出すことを目的とする。

### (2) 実施体制

#### ①問題発見ワークショップ

本事業は、学術研究支援室と学際融合教育研究推進センターが密接に連携した体制を整備する。産官学連携本部内では実施責任者を瀧本客員准教授とし、別途、国家プロジェクト部門長桑島特任教授が副責任者として事業取りまとめに参画する。ワークショップ等の具体的企画においては、学術支援室における URA 2 名、および、学際融合教育研究推進センター教員 2 名、さらに部局 URA が主たるファシリテーターとして参画し、開催するワークショップ規模に応じて、適宜、学生等の臨時スタッフを雇用し作業的な負担を軽減する。

#### ②仮説立案ワークショップ

(目標②「個々のシーズに囚われず、ユーザ視点から統合的なアプリケーションを創り出す手法を開発する」に該当)

上記と同様の体制で実施する。

#### ③ピッチコンテスト

(目標③「現実性のあるアイデアとシーズの組み合わせを選び出し、ビジネス視点の外部評価を意識させて具体的なアプリケーションのアウトプットをさせるとともに、それに関心を持つステークホルダーとのマッチングを行うプロセスを開発する」に該当)

上記と同様の体制で実施することに加え、特に、COI 事業に参画する企業約 20 社を中心とした会社群と協力し、ピッチコンテストを実施する。

## 2 業務の実施状況

### (1) 事業全体の概要

文部科学省「大学等シーズ・ニーズ創出強化支援事業」による京都大学におけるプロジェクトは「京都大学みんなのイシュー」（以下単に、「京大みんなのイシュー」）として展開した。この取り組みの特徴としては以下の6つがあげられる

- ① シリコンバレー型のシーズアクセレーションプログラムをモデル
- ② 社会課題とシーズの組み合わせを市場からのフィードバックを元に洗練させていくプロセスを実証実験
- ③ 一般市民を中心に広く社会課題を集めるワークショップを実施し、数百もの社会課題を収集した
- ④ 疑似起業家が、プロトタイプ、作業仮説をもとに潜在顧客、技術シーズ保持者をインタビューしながら、仮説のアップデートを行い、そのプロセスを通じて、チームビルディングを行う
- ⑤ この過程で一定期間にマイルストーンを超える可能性のないプロジェクトは早めに解散させる、多産多死型アプローチを採用し、淘汰圧を高めるなかでアイデアを洗練する速度を高める。
- ⑥ 最後に投資家、起業家を中心にした第三者に数回のプレゼンテーションを実施、彼らからのフィードバックを受けてアイデアを洗練させる。

これらを実現するために3つのフェイズに展開した。

#### **第一フェイズ 課題出しワークショップ**

ワールドカフェなどの創発を促す手法を用いて、様々なバックグラウンドの参加者が、アイデアの発散と収束をくり返すことによって、社会課題の抽出、シーズ、ニーズのマッチングなどを行い、すでに発見されている社会課題、場において顕在化する社会課題、そこから生まれるニーズの仮説だし、シーズとのマッチングを行う。この際、技術シーズの实在や伝統的な研究部門の分類にこだわらず、あくまでも、社会全体の最適化という視点を重視する。

#### **第二フェイズ 具体的なアイデアに対する、技術的検証、プロトタイプづくり**

第一段階で得られた抽象的概念的な考察を、より現場に近い「場」において、より現場のニーズに近い人に参加させることを通じて、現実感のある、喫緊かつ本質的な課題を解決出来るアイデアの仮説を造り出す

#### **第三フェイズ ピッチコンテストによる第三者からの検証**

サービスの中核となるコアコンセプトを極めて短いプレゼンテーションにまとめて、様々な立場の聴衆に対して説明を行い、会場からのインタラクティブなフィードバックを受けた後、複数の基準から成る観客の投票によって、順位づけを行うことで、可能性のあるコンセプトを選び出す方式。主にスタートアップの投資先の選出、アイディに賛同するチーム作りのために、シリコンバレーのインキュベーションプロセスにおいて、頻繁に用いられる手法である。

以上のプロセスの中で、インターネットを含め大規模な広報活動を行った。

具体的には、ホームページを立ち上げ、Twitter、Facebook といった SNS、さらには駅貼りポスター、チラシの配布などを通じて、広範なセグメントにリーチする施策をとった。また、会場を講演会やワークショップが良く行われる会場にすることで、その会場の運営者が持っている告知ルートやその会場の利用者にも告知できるようにした。また、プロセスの進行状況をホームページや SNS 上で告知し、関心を喚起する施策をとった。

結果的に年齢的には高校生から高齢者、職業的にも、大学関係者のみならず、企業の経営者、研究者、営業、起業家、学生、主婦、アーティストなど多様な参加者を巻き込むことが出来、参加者の創発によって、様々なアイデアを取り込むことが出来た。

(2) 実施したワークショップの詳細

① 1回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

・ワークショップの目的・テーマ

ファシリテーター未経験者をトレーニングすると共に、ファシリテーションの方法によって、成果が出るかどうかを測定する

・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

ファシリテーターとしての手順をキッチリ行えば、未経験の学生ファシリテーターであっても、それほどパフォーマンスは落ちない。むしろ、メンバー個人間の差や慣れの方がパフォーマンスに影響するので、そのテーブルで積極的に発言した人を旅人にしてシャフルする形で全体の底上げをすることの方が有効という仮説を持った

・使用した対話の手法

通常のブレインストーミングをワールドカフェ形式で二回行った。

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計												
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性											
a	大学等	自然科学系研究者												0	0									
b		人文・社会系研究者												1	1									
c		技術系職員												0	0									
d		事務系職員												0	0									
e		リサーチ・アドミニストレーター (URA)												0	0									
f		産学官連携コーディネーター												0	0									
g		学生 (大学院博士課程、修士課程、学部生)												5	17	7	22	7						
h		上記a～g以外												0	0									
i		不明												0	0									
j	企業	研究開発部門												0	0									
k		事業企画部門												1	0	1								
l		経営部門												0	0									
m		上記j～l以外												0	0									
n		不明												0	0									
o	TLO												0	0										
p	地方公共団体 (公設試験研究機関を除く)												0	0										
q	公設試験研究機関												0	0										
r	財団法人・第3セクター等												0	0										
s	そのほか (a～rのいずれにも該当しないような場合)												2	0	2	0								
	合計												5	0	19	7	1	2	0	0	0	0	25	9

・ワークショップの会場 (写真等含む)

京都大学楽友会館



- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

10月19日（土）、09:30～11:30

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）

学内で一般募集した学生

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

第1回目はテーブルによってのパフォーマンスのばらつきが大きかったが、2回目になって、手順通りに行ったことと、参加者の学習によって、全体に底上げされた。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証

各ファシリテーターにファシリテーターモニター係をつけて、手順通りにファシリテーション出来ているかモニターしたが、初回は不慣れで指示通りに行われなかったところが目立った。グループのモチベーションの元々高いところは、ファシリテーションの方法にかかわらず、たくさんのアイデアが出たので、ファシリテーションの手法と結果との相関は、グループのモチベーションと言う中間項を経て出たもののようにも思われた。

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。

ワールドカフェの旅人方式を使って、相互の学習、刺激を高めたことで効果が高かったように思われる。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

テーブル間のばらつきを無くすこと。とくにメンバーの学習速度、モチベーションのばらつき

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

各テーブルをスーパーバイザーがまわって、ファシリテーターの手助けを行う。

- ・参加者からの意見の集約

ファシリテーターが積極的に声をかけることで周囲の雰囲気が良くなり、アイデアを出すごとに「いいね！」とフォローすることで、アイデアの発散を効果的に促すことが出来た。ただし、アイデアの数が多くなると、収束するときのグルーピング方法を工夫する必要がある。また、盛り上がりすぎて、無駄なおしゃべりが増えないように、ファシリテーターは注意して進めてかなければならない。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

第一回はトライアルであるが、フェイズ1全体でアウトプットを整理し、一部のアイデアをフェイズ2でのアイデアの練り上げに利用した。

② 2回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

- ・ワークショップの目的・テーマ

公募形式で集めた、大学外の人が参加者になったことを念頭に置いた、わかりやすいファシリテーション手法の確立

- ・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

ファシリテーターが説明をして、一部のブレインストーミング経験者がいれば、未経験者でも見様見真似で学習し、十分なパフォーマンスを上げることが出来る

- ・使用した対話の手法

第1回同様ワールドカフェ方式でのブレインストーミング

- ・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	大学等	自然科学系研究者										0	0
b		人文・社会系研究者				1	1					1	1
c		技術系職員										0	0
d		事務系職員										0	0
e		リサーチ・アドミニストレーター（URA）										0	0
f		産学官連携コーディネーター										0	0
g		学生（大学院博士課程、修士課程、学部生）		3		12	5					15	5
h		上記a～g以外										0	0
i		不明										0	0
j	企業	研究開発部門										0	0
k		事業企画部門						1				0	1
l		経営部門										0	0
m		上記j～l以外										0	0
n		不明										0	0
o	TLO											0	0
p	地方公共団体（公設試験研究機関を除く）											0	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等											0	0
s	そのほか（a～rのいずれにも該当しないような場合）				2							2	0
	合計		3	0	14	5	1	2	0	0	0	18	7

- ・ワークショップの会場（写真等含む）

京都大学芝蘭会館山内ホール



- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

10月27日（日）、13:00～16:00

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）  
学内で一般募集した学生

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

前回の反省を生かし、3回目以降の一般参加者向けのワークショップに向けて、本番同様に行い流れをつかんだ。参加者の年代、性別、バックグラウンド、レベルにばらつきがある状態でも、焦らず研修通りに行うように指導した。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証

おおよそ仮説通り、未経験の大学内でない参加者でも学習効果でパフォーマンスが上がり、次回の大型公募方式でのワークショップのフィージビリティが確認できた。

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。

以前よりもファシリテーターのスキルが向上した結果、より多くのアイデアが出された。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

グルーピング方法とその内容の見直しを行う再収束について、出されたアイデアをグルーピングする際、その軸を作る時に評価をしないということである。この時点でマイナス面が見えるとその先が広がらない。出しきったアイデアをどんどん広げて、より多くのコメントを出すという目的を再確認した。そして2人の旅人が別のテーブルに移動した。回を重ねて気心が知れてきてグループ内で雑談が増えてきたことから「雑談で盛り上がらないように」確認した。

整理をすることは必要ではなく、アイデアを出すという目的をしっかりと認識して、それ以外は考えずに集中することが求められている。また、なぜ軸を作って分けるか、その目的は新しい発見を生み出すことだと再確認して終了した。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

ファシリテーターモニターのモニター項目に反映した。

- ・参加者からの意見の集約

出てきたアイデアについてコメントを挟むと、集中力が途切れてアイデア出しのスピードが落ちるので、注意しなければならない。

会話が盛り上がるとアイデアの数は増えるが、ファシリテーターが熱中して、時間管理を怠ることがあった。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

第二回はトレーニングであるが、フェイズ1全体でアウトプットを整理し、一部のアイデアをフェイズ2でのアイデアの練り上げに利用した。

③ 3回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

・ワークショップの目的・テーマ

公募した高校生から高齢者まで、様々なセグメントの参加者が適切なファシリテーションによって大量のアイデアを創出できるかを検証する

・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

さまざまなモチベーションを喚起する方法を行い、それによりアイデアがより出やすくなるかを検証する

・使用した対話の手法

前回同様

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	大学等	自然科学系研究者					1					0	1
b		人文・社会系研究者				2	1	1				3	1
c		技術系職員				3						3	0
d		事務系職員					1					0	1
e		リサーチ・アドミニストレーター（URA）										0	0
f		産学官連携コーディネーター					1					1	0
g		学生（大学院博士課程、修士課程、学部生）		4		30	11					34	11
h		上記a～g以外										0	0
i		不明										0	0
j	企業	研究開発部門				1	2					2	1
k		事業企画部門					2	2				2	2
l		経営部門					5					5	0
m		上記j～l以外				2	2	1				4	1
n		不明				5	2	5	4			10	6
o	TLO											0	0
p	地方公共団体（公設試験研究機関を除く）				1		1					2	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等											0	0
s	そのほか（a～rのいずれにも該当しないような場合）		2	2	1	3	7	3	2			12	8
	合計		6	2	39	17	30	13	3	0	0	78	32

・ワークショップの会場（写真等含む）

大阪市中央公会堂 中集会室



・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

11月17日（日）、18:30～20:30

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）  
一般公募し、研修を受けた学生

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

一回目は不慣れな参加者もいたため、パフォーマンスにばらつきがあったが、音楽をかける、声がけする、競争を喚起する、制約を外すサジェストを行う（二〇年前の現代では大きく進歩しているので、同じように想像も出来ないような問題が解決出来ている可能性が高い）などによって、大量にアイデアが出た。

## イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証  
ほぼ設計通りに実行され、多くのアイデアが出た。

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）

前二回のトライアルを受けて、ファシリテーターのスキルの標準化、参加者のモチベーションのアップに重点を置いた施策を実施した。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

大規模で一般市民を対象にしたワークショップであっても、大学と親しい関係にある関係者中心に研修を行った大学生ファシリテーターが十分に、ファシリテーターとしての機能を果たすことが出来た。ただし、一部、高齢者などワークショップに不慣れた参加者がいたときに、ファシリテーターだけでは対応できない場合があった。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

1回目と2回目間の移動時間、休み時間にワークショップに不慣れな対象者にフォローアップを行う。テーブルごとのファシリテーターに加え、スーパーバイザーを配置し、うまく参加できていない参加者に対しては、ワークショップの最中にも進行を止めないまま、フォローを行う。

- ・参加者からの意見の集約

事前に名刺交換を禁止したことで、参加者の立場を気にすることなく、多様な価値観に基づいたアイデアが数多く出たが、質より量であること、目標数を事前に提示することでさらに多くのアイデアが出た可能性がある。

ファシリテーターは、参加者の意見が出なくなった場面など、重要な場面でのみ意見を言うことにして、通常は参加者の意見創発をうまく促すことに徹するほうが良く、特に発言の少ない人からアイデアを引き出す努力が必要である。

収束させるときの軸出しは、もっと多くの切り口から考える方がよく、訓練が必要である。

ウ. ワークショップのアウトプット等

数千の社会的課題（イシュー）がアウトプットされ、この中から、第二フェイズで具体的に検討する課題が選ばれた。

④ 4回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

・ワークショップの目的・テーマ

関西地域よりもより多様で、様々なワークショップが盛んに行われている東京地域でのインプットを関西にフィードバックする

・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

関西で成功したスキームを同じようにおこなって、結果が出るか。関西弁慣れしているファシリテーターが東京で初めて会う人の中で上手く機能できるか。

・使用した対話の手法

前回同様

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	大学等	自然科学系研究者										0	0
b		人文・社会系研究者				1	2					1	2
c		技術系職員										0	0
d		事務系職員					2					0	2
e		リサーチ・アドミニストレーター (URA)										0	0
f		産学官連携コーディネーター			1	1						2	0
g		学生 (大学院博士課程、修士課程、学部生)		1	9	3						10	3
h		上記a～g以外										0	0
i		不明										0	0
j	企業	研究開発部門										0	0
k		事業企画部門			1							1	0
l		経営部門										0	0
m		上記j～l以外			3	4						7	0
n		不明			2	2						4	0
o	TLO											0	0
p	地方公共団体 (公設試験研究機関を除く)											0	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等											0	0
s	そのほか (a～rのいずれにも該当しないような場合)			2	1	7	1					10	1
	合計		1	0	18	4	15	4	1	0	0	35	8

・ワークショップの会場 (写真等含む)

イトーキ東京イノベーションセンター. SYNQA



・スケジュール (実施期間、実施時間等含む)

12月4日 (水), 18:30 ~ 20:30

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）  
一般公募し、研修を受けた学生
- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）  
関西よりもややスムーズに進まないグループも会ったが、関西よりもより多様なアイデアがアウトプットされた。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証  
関西よりも東京の方がグループのパフォーマンスのばらつきが大きかった。
- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。  
自分の能力の限界まで考えようとする、標準語慣れしていない一部のファシリテーターのパフォーマンスが低下したことが観察された。一部、ブレインストーミング慣れしている参加者の存在によって、パフォーマンスが向上したところもあれば、新鮮さがなく飽きによるパフォーマンスの低下も見られた。
- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。  
ファシリテーターと参加者の質のばらつきがパフォーマンスのばらつきに大きく影響するが、東京では、様々なワークショップに参加した経験が豊富な参加者が何人かいたことによって、さらにばらつきが大きくなった。高スキルファシリテーターと高経験参加者が一緒のテーブルになったときは、パフォーマンスが良くなったが、低スキルファシリテーターと高経験参加者が同じテーブルになった場合には、極端に成果が落ちた場合もあった。また、高経験参加者と低経験参加者の組み合わせでは、協力関係により、パフォーマンスにばらつきが生じた。
- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか  
事前のエントリーの段階で高経験であることが判明している参加者については、特に高スキルのファシリテーターをあてるなど、ファシリテーターと参加者のレベルに合わせたグルーピングをおこなうことを試みた。
- ・参加者からの意見の集約  
質ではなく量を共通目標にすることで、アイデア創発のスピードが上がり、アイデアを大量生産でき、参加者の個性を反映したユニークなものが出たが、もう少し時間を取ってゆったりと考える時間があってもよいという意見もあった。  
慣れていない参加者に軸出しについて説明するのは難しく、ルールを熟知する機会が欲しいという参加者の意見もあった。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

数百の社会的課題（イシュー）がアウトプットされ、この中から、第二フェイズで具体的に検討する課題が選ばれた。

⑤ 5回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

- ・ワークショップの目的・テーマ

数千の 이슈から初期仮説を作り、検討チームを結成する

- ・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

ファシリテーターの中から自発的にその 이슈を面白いと思うメンバーが、当事者意識を持ったチームを結成して、仮説づくりを行う

- ・使用した対話の手法

MVP (実用最小限の製品 : minimum viable product)、Value proposition

- ・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	大学等	自然科学系研究者										0	0
b		人文・社会系研究者				1	1	1				2	1
c		技術系職員										0	0
d		事務系職員								1		1	0
e		リサーチ・アドミニストレーター (URA)										0	0
f		産学官連携コーディネーター										0	0
g		学生 (大学院博士課程、修士課程、学部生)		1		13	5					14	5
h		上記a～g以外										0	0
i		不明										0	0
j	企業	研究開発部門										0	0
k		事業企画部門					1					0	1
l		経営部門										0	0
m		上記j～l以外				2						2	0
n		不明										0	0
o	TLO											0	0
p	地方公共団体 (公設試験研究機関を除く)											0	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等				1							1	0
s	そのほか (a～rのいずれにも該当しないような場合)				2							2	0
合計		1	0	18	5	1	2	1	0	1	0	22	7

- ・ワークショップの会場 (写真等含む)

京都市リサーチパーク町家スタジオ



- ・スケジュール (実施期間、実施時間等含む)

12月 14日 (土) 13:00 ~ 16:00

- ・ファシリテーターについて (どのような人物が行ったか)

瀧本 (プロジェクトリーダー)

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）  
6つのアイデアについて初期仮説が提示され、仮のチームが結成された

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証  
各ファシリテーターに面白いと思った 이슈について仮説を持ち寄せ発表させたところ、チームが無事に結成された
- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）  
数千のアイデアから、現実性のある6つのアイデアが選出され、かつ、幾つかのアイデアはワークショップを通じて変更され、その後の検討に必要なチームが作られた。
- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。  
ワークショップの事前に情報を参加者に提供したところ、情報を良く閲覧したチームはよりモチベーションが高まり、アウトプットの質も高まったが、逆にモチベーションの低い参加者にとっては負担感が多かった可能性がある。
- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか  
参加者に課題を与えるに際して、かけられる稼働に応じて、軽いものから重いものまでアラカルトで選べるようにした。具体的には、最低限やって欲しいことと、もっとやりたい人については、より高度なアウトプットを例示した。
- ・参加者からの意見の集約  
町家といった非日常的な場で行ったことで、足を投げ出してリラックスした雰囲気の中でワークショップが始まり、オブザーバーや他の学生からの意見が次々とした。  
投資家であるプロジェクトリーダーから、企業の成功事例や利益構造、ターゲットの修正、ビジネスモデルに必要なことなどアドバイスがあり、今後の方向性が見えてきた。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

今後、研究室や想定ユーザなどにインタビューして、サービスの仮説を作るための初期仮説および作業計画がアウトプットされた

⑥ 6回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

- ・ワークショップの目的・テーマ

ニーズ側（市場調査、ユーザインタビューなど）とシーズ側（学内研究室等）のインタビューに基づいた現時点での仮説のブラッシュアップ、今後の調査設計

- ・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

現時点でわかっていること、わかっていないことを様々な視点から検証して、その後の調査計画を決定する

- ・使用した対話の手法

イシューアナリシスグループワークとミニピッチコンテスト

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	自然科学系研究者											0	0
b	人文・社会系研究者					1	1					1	1
c	技術系職員											0	0
d	事務系職員											0	0
e	大学等 リサーチ・アドミニストレーター（URA）						1					0	1
f	産学官連携コーディネーター											0	0
g	学生（大学院博士課程、修士課程、学部生）	1		6	3							7	3
h	上記a～g以外											0	0
i	不明											0	0
j	企業 研究開発部門					1						1	0
k	事業企画部門											0	0
l	経営部門											0	0
m	上記j～l以外			1								1	0
n	不明			1								1	0
o	TLO											0	0
p	地方公共団体（公設試験研究機関を除く）											0	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等											0	0
s	そのほか（a～rのいずれにも該当しないような場合）				1							0	1
	合計	1	0	8	4	2	2	0	0	0	0	11	6

- ・ワークショップの会場（写真等含む）

京大吉田キャンパス 8号館講義室 2



- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

1月 11日（土）13:00 ～ 16:00

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）  
瀧本（プロジェクトリーダー）

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）  
一般参加者の前で耐えうるプレゼンが出来るように指導した。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証  
各プロジェクトに対して、関係者がインプットを行って、改善とその後の調査計画が立てられた

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）

現在の検討の方向において、どのようなメッセージ、それを裏付ける論理、事実が明確になり、調査の方向性が明らかになった。「各イシューに対して詳しくはないが、批判的な視点から検討できる聞き手」という存在を前提して、アウトプットから逆算して分析したり、実際、そのような聞き手として質問を投げかけることで、足りない点が明確になった。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

フェイズ1では、ファシリテーターに十分なトレーニング期間をおいたため、ファシリテーターに失敗からの再修正の機会が多く、PDCA サイクルがまわったが、このフェイズでは、トレーニング期間が足りなかったため、初歩的なレベルでの躓きから非効率な作業をしているチームがあった。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

次のワークショップは学外かつ東京で文脈依存性の高いコミュニケーションに頼れないことをフィードバックし、事前の練習と自己修正の機会を持つように指導した。

- ・参加者からの意見の集約

専門家やメンターからアドバイスをもらう時間が十分に確保されていたため、各チームがビジネスプランについてじっくり検討することが出来た。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

第二フェイズ全体としてのアウトプットとして纏められる

⑦ 7回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

- ・ワークショップの目的・テーマ

ニーズ側（市場調査、ユーザインタビューなど）とシーズ側（学内研究室等）のインタビューに基づいた現時点での仮説のブラッシュアップ、今後の調査設計

- ・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

現時点でわかっていること、わかっていないことを様々な視点から検証して、その後の調査計画を決定する

- ・使用した対話の手法

イシューアナリシスグループワークとミニピッチコンテスト

- ・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計												
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性											
a	大学等	自然科学系研究者												0	0									
b		人文・社会系研究者												1	1									
c		技術系職員												0	0									
d		事務系職員												0	0									
e		リサーチ・アドミニストレーター（URA）												0	0									
f		産学官連携コーディネーター												0	0									
g		学生（大学院博士課程、修士課程、学部生）												4	4									
h		上記a～g以外												0	0									
i		不明												0	0									
j	企業	研究開発部門												1	1									
k		事業企画部門												2	0									
l		経営部門												0	0									
m		上記j～l以外												2	0									
n		不明												0	0									
o	TLO												0	0										
p	地方公共団体（公設試験研究機関を除く）												0	0										
q	公設試験研究機関												0	0										
r	財団法人・第3セクター等												0	0										
s	そのほか（a～rのいずれにも該当しないような場合）												1	5										
	合計												0	0	7	5	8	1	0	0	0	0	15	6

- ・ワークショップの会場（写真等含む）

イトーキ東京イノベーションセンター. SYNQA

- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

1月 15日（水），18:30 ～ 20:30

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）

瀧本（プロジェクトリーダー）

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

次回までに各チームがリサーチするポイントを示唆し、自主的に活動できるように促した。

イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証

各プロジェクトに対して、関係者がインプットを行って、改善とその後の調査計画が立てられた

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）

多様な参加者から様々な疑問が出され、追加的に必要なリサーチのイメージが固まった。東京の参加者は、関西で行われるワークショップよりも多様なバックグラウンドを持ち、かつ、ワークショップの実施、参加などの経験も豊富な参加者もいるので、より多様な視点がされた。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

東京の参加者のプロフィールに合わせて、インプットの多様性は確保されたが、逆に特定の問題の専門家の参加は少なかったので、検討の深掘りは不足した。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

一旦広げてから、選んで深掘りをするという必要なプロセスではあるが、第8回のワークショップではより専門性の高い参加者を増やして、インプットの質を高めることに注力したい。

- ・参加者からの意見の集約

第1フェイズで出された大量のアイデアが、社会的に意義があるテーマのプランとなっていたが、実現には多くの解決すべき課題があり、最終のピッチコンテストまでにどのようにまとまるのか非常に楽しみであるという声が聞かれた。第1フェイズからの参加者が多く、意見が出やすい雰囲気であった。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

第二フェイズ全体としてのアウトプットとして纏められる

⑧ 8回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

- ・ワークショップの目的・テーマ

ニーズ側（市場調査、ユーザインタビューなど）とシーズ側（学内研究室等）のインタビューに基づいた現時点での仮説のブラッシュアップ、今後の調査設計

- ・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

現時点でわかっていること、わかっていないことを様々な視点から検証して、その後の調査計画を決定する

- ・使用した対話の手法

イシューアナリシスグループワークとミニピッチコンテスト

- ・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	自然科学系研究者											0	0
b	人文・社会系研究者					1	1					1	1
c	技術系職員											0	0
d	事務系職員					1						1	0
e	大学等 リサーチ・アドミニストレーター（URA）											0	0
f	産学官連携コーディネーター			1								1	0
g	学生（大学院博士課程、修士課程、学部生）			6	1							6	1
h	上記a～g以外											0	0
i	不明											0	0
j	企業 研究開発部門			1		2						3	0
k	事業企画部門				2		1					0	3
l	経営部門											0	0
m	上記j～l以外			1	1							1	1
n	不明											0	0
o	TLO											0	0
p	地方公共団体（公設試験研究機関を除く）											0	0
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等											0	0
s	そのほか（a～rのいずれにも該当しないような場合）			1	1							1	1
	合計	0	0	10	5	4	2	0	0	0	0	14	7

- ・ワークショップの会場（写真等含む）

堂島リバーフォーラム ギャラリー



- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

2014年2月1日（土）、14:00～17:00

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）

瀧本（プロジェクトリーダー）

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

各チームがリサーチしてきた結果を踏まえ、さらにプレゼン内容をブラッシュアップできるようにアドバイスをを行った。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証

各プロジェクトに対して、関係者がインプットを行って、改善とその後の調査計画が立てられた

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）

起業や消費者の実際のかかなり具体的なニーズに合わせて、より現実的なアイデアにとともに、技術的な課題や解決の方向性が明確になった。この成果が上がったのは、ワークショップの告知を広範に行い、関連業界のトップ企業の研究者などが関東から参加するなど、その問題を考えるのにより参加者を集められたことによる。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

その分野の専門家を大学の中に限らず、アラムナイも含めて動員することによって、質の高いフィードバックを得られたことから、よりこの範囲を広げることが重要との認識を得た。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

似たようなイベントを実施するにはアラムナイ組織の活用などより効率的な巻き込み方法を活用したい。

- ・参加者からの意見の集約

各分野の専門家や企業の担当者が参加したことにより、細かな質問や具体的なアドバイスがなされ、発表されたプランのビジネスへの可能性をより深く探ることが出来た。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

第二フェイズ全体としてのアウトプットとして纏められ、最終的に、以下の四つのアイデアが第三フェイズに進むことになった。

#### 【アレルギーセンサー】

アレルギーによるショック症状（アナフィラキシー）の怖さに着目。「アレルギーがある人がストレスなく生活できるように」と、食品を口に入れる前に自分のアレルゲンかどうか

かわかるシステムを模索。京都大学医学部にヒヤリングを行い理論的に詰めてきた。すでにアレルギーに反応して発色する既存のキットがあることから、先行する製品より利便性のあるものを安価に供給できないかという、より具体的な方向に進んでいる。

#### 【コンタクトレンズ】

コンタクトレンズ利用者の快適な生活のためにと「検眼・電子処方箋アプリ」について、企業や研究室へのヒヤリング、積極的な製品調査を重ねて技術的な部分も深めている。参加者からはビジネスモデルへのアドバイスがあり、新たな課題を解決すべく次の段階に進む。

#### 【味覚プリンター】

人間の五感の一つである味覚の再現を、どのフィールドに応用してビジネス展開するか、競合他社の動向を想定してリサーチを進めてきた。味の再現性の正確さや大量に同じものが作れるという強みを生かし、試作品代行に焦点をあて海外マーケットを狙う戦略で進められている。さらにプロトタイプを作る計画も立てて、来場された食品会社の方からの質問やアドバイスを聞いてさらなるブラッシュアップに取り組み、商品化を目指す。

#### 【語学学習チーム】

唯一の社会人チームが取り組んでいる挫折しない語学学習システム。まだアイデアレベルだが、双方向でコミュニケーションを取る、ゲームにするといった案が出された。

⑨ 9回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

・ワークショップの目的・テーマ

大阪市の主催するシリコンバレー学生派遣プログラムに参加し、多様な投資家、起業家、ユーザからフィードバックを受けて、アイデアの洗練を行う。

・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

現地で開かれるピッチコンテストを目標に定めて、そのアウトプットに向けて、様々なインプットでアイデアを洗練させる。日本人では気がつかない視点が持ち込まれることを期待した

・使用した対話の手法

ピッチコンテストとフィードバックセッション、ネットワーキングパーティ

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	自然科学系研究者											0	0
b	人文・社会系研究者			1		2	1					3	1
c	技術系職員											0	0
d	事務系職員											0	0
e	大学等 リサーチ・アドミニストレーター (URA)											0	0
f	産学官連携コーディネーター					2	1					2	1
g	学生 (大学院博士課程、修士課程、学部生)	1		15	8							16	8
h	上記a～g以外											0	0
i	不明											0	0
j	企業 研究開発部門							1				1	0
k	事業企画部門				2		1					0	3
l	経営部門				1							0	1
m	上記j～l以外				10	1	2					1	12
n	不明						1					0	1
o	TLO											0	0
p	地方公共団体 (公設試験研究機関を除く)						2	1				1	2
q	公設試験研究機関											0	0
r	財団法人・第3セクター等				1			2				2	1
s	そのほか (a～rのいずれにも該当しないような場合)											0	0
	合計	1	0	16	22	5	8	4	0	0	0	26	30

・ワークショップの会場 (写真等含む)

500Startups、サンブリッジ、TiE (シリコンバレー/カリフォルニア)



・スケジュール (実施期間、実施時間等含む)

2014年 2月 24日 (月) ～28日 (金)

・ファシリテーターについて (どのような人物が行ったか)

イノベーションに関連するさまざまな分野における第一人者等

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

世界市場の状況や技術的方向性の実現性などから、チームが Pivot を行った。アレルギーチームは、アレルギーの検出から、アレルギーショック発生後の対策に PIVOT し、食品プリンターチームは、食品サンプルから、ダイエット食品に Pivot した。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証

アメリカの投資家や企業家の多様で異なる様々なインプットから、より現実性の高いオプションを選択することでアイデアが洗練された。

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。

実際に事業を行い、投資を行っているプロの視点からの多様勝敵しいフィードバックを得たことにより Pivot できた。

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

より多様なフィードバックを、よりプロフェッショナル性が高い人から受ける場を作ったほうが、インサイトを得やすい。分野が違って、それぞれの分野の第一人者の方が、他の分野であっても良いフィードバックを行える。また、隣接領域の専門家からはより深いフィードバックを得ることが出来た。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

最終回のピッチコンテストに審査員にそれぞれの分野で実績ある第一人者を招聘した。

- ・参加者からの意見の集約

投資家やメンターの方々からフィードバックを受けることでモチベーションが上がり、起業は思いつきでできるものではなく、自己の専門性を磨いて強みを身に付ける必要があると感じた。

また、自分たちが伝えたいことを一方的に話しても伝わらず、聞き手が何を欲しているか考えなければならないということを学んだ。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

渡米前に準備していた装置のサンプルなどプロトタイプを 3 チームが作成した。

⑩ 10回目のワークショップについて

ア. ワークショップの概要

・ワークショップの目的・テーマ

投資家と一般参加者を集めたピッチコンテストにより、アウトプットの成果測定を客観的に行う。

・ワークショップ設計に当たっての仮説・狙い

半年ほどかけて調べてきたことを最終的に6分間のプレゼンテーションに凝縮し、かつ、投資家等のビジネスの専門家と一般市民の両方にわかりやすく説明することは決して容易ではないが、そうしたアウトプットを目標にすることで、様々な情報の中から、何が本当にエッセンスとなるか、どの部分を証明する必要があるのかを真剣に検討する機会となり、社会と接点を持った研究テーマを、ニーズとシーズのマッチングによって見つけ出せる。

・使用した対話の手法

ピッチコンテスト

・参加者の状況

	所属機関・部署等	19歳以下		20歳～39歳		40歳～59歳		60歳～		不明		合計	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
a	大学等	自然科学系研究者			1							1	0
b		人文・社会系研究者			1	5	1					5	2
c		技術系職員										0	0
d		事務系職員					1					0	1
e		リサーチ・アドミニストレーター (URA)						1				1	0
f		産学官連携コーディネーター				2						2	0
g		学生 (大学院博士課程、修士課程、学部生)		1	11	5						12	5
h		上記a～g以外								1		1	0
i		不明								1		1	0
j	企業	研究開発部門							4		4	0	
k		事業企画部門			1	3	3				4	3	
l		経営部門			1	1			2		4	0	
m		上記j～l以外				1	1	2		4		5	3
n		不明			5	1	4			6	1	15	2
o	TLO			1							1	0	
p	地方公共団体 (公設試験研究機関を除く)								1		1	0	
q	公設試験研究機関										0	0	
r	財団法人・第3セクター等								1		1	0	
s	そのほか (a～rのいずれにも該当しないような場合)			2	1		1	3	6	1	11	3	
	合計	1	0	22	9	16	8	4	0	26	2	69	19

・ワークショップの会場 (写真等含む)

ホテルグランヴィア京都 源氏の間



- ・スケジュール（実施期間、実施時間等含む）

2014年3月9日（日）、13:00～16:00

- ・ファシリテーターについて（どのような人物が行ったか）  
瀧本（プロジェクトリーダー）

- ・ファシリテーションの実施状況（効果・課題等含む）

順位付けを行い、また、審査員からフィードバックを行い、各プロジェクトの良い点、弱点が明確になり、事業化の可能性、ボトルネックが明確になった。

#### イ. ワークショップの検証

- ・設計に当たっての仮説・狙いと実際に行ったワークショップとの比較・検証  
当初仮説通り、必要十分なフィードバックが得られた。

- ・ワークショップを通じて新たな視点、考え方、着眼点等（インサイト）が得られたか。得られたとすれば、それは何に起因しているのか。（得られなかったとすれば、それは何に起因しているのか）

ユーザ視点に近い一般投票と、投資家出身者を中心とする審査員によって第三者的な検証が行われたこと

- ・ワークショップ等の運営から得られる効果・課題・改善点はどのようなものがあったか。

資本市場の評価者である投資家と、商品顧客市場の一般参加者にアイデアをフィードバックすることで、アイデア自体の疑似市場調査が出来た。課題としては、京都で開催したため、東京や大阪で開催した場合よりもややターゲットが限定された可能性がある。

- ・上記課題・改善点を実際にどのように次のワークショップ等にフィードバックしたか

プロジェクトの報告資料を作成して、多くの人に配布し、寄り多くのフィードバックを得られるようにした。

- ・参加者からの意見の集約

自分たちの独りよがりのアイデアではなく、潜在顧客や専門家などいろいろな人に丁寧にリサーチし、理論を積み上げ、実現性の高いものに仕上がっており、実際に起業するチームが出てくるのが期待された。

学年、学科を問わない学生チームで行ったことで、メーカーが実施すると利害関係や社内のしがらみ等でできないであろう調査がされており、想像以上にレベルの高いプランになっていた。またプレゼンテーションスキルも非常に高かった。

非常に珍しい取り組みであるため、一時的な活動で終わらず、継続して実施してほしい。

#### ウ. ワークショップのアウトプット等

最終発表に残った、5チームのうち、3チームは、大阪市が主催するシリコンバレー派遣プログラムに参加する中で、現地でも多くのピッチを見て、かつそれが投資家や起業家からのフィードバックを得て進化するプロセスを見ていたこと、自らもピッチコンテストに参加して、自分自身のプレゼンテーションも投資家や起業家からのフィードバックを得ていたこともあり、専門家である審査員からも一般市民から見てもわかりやすいプレゼンテーションに仕上がっており、上位をとることになった。残りの二チームについても、プレゼンテーションを行うことにより、興味のあるユーザ、研究者を惹きつけることが出来、具体的にプロジェクトを継続できる可能性が出てきた。

また、広報という点では、ピッチコンテストというイベント形式をとった結果、複数のメディアから取材を受けることが出来、具体的なシーズとニーズと「京都大学みんなのイシュー」のコンセプトについて、報道されることになった。

特に、日経 BP 社のサイトにおいては、複数の切り口でたびたび報道され、それが SNS を通じて拡散されることにより、多くの人の関心を引くことが出来た。

最終的に、審査員から複数のアイデアについて、事業化の可能性がかなり高いとの評価を得ることが出来、半年という短期間で、大学の保有する技術を活用したニーズとシーズのマッチングマッチングによって社会の問題を解決出来るアイデアを探すという本プロジェクトの目的を達成できることが出来た。

### 3. 本事業実施により得られた知見・課題等

#### (1) 本事業による一連の取組を通じて得られた知見・課題等

今回「京都大学みんなのイシュー」は、大きく三つの成果を上げたと考えられる。

- ① 社会からの要請に基づいたニーズの掘り起こし
- ② 大学の技術を活用したシーズの特定
- ③ 第三者からの評価に耐えうる、ニーズとシーズのマッチング

具体的には、プロジェクトのうち一つは、実際に研究室と関連企業との共同研究に向けて検討がすでに進んでおり、もう一つのプロジェクトについてもデータの収集による研究の検討が進んでいる。残りのプロジェクトについても、二つについてはサービスの立ち上げについて検討が続いている。

今回、半年間の活動で、こうした成果を出すことが出来た理由を幾つか挙げて、今後、同様のプロジェクトを行う上での参考にして頂きたいと思う。

#### 1) 多様なインプット

今回のプロジェクトの成果が達成できた要因で一番大きいものは、多様な関係者の協力、インプットがあったことが大きいと考えられる。大学の教員職員はもちろんのこと、潜在的なユーザあるいはサービスづくりの上でのステークホルダーとなる、多様な職業の一般市民、具体的には、企業の研究者、起業家、アーティスト、デザイナー、投資家などが、様々なインプットを行った。職業のみならず、年齢についても、高校生から、高齢者まで幅広く、シリコンバレーにもプロジェクトを拡大し、そこでも起業家、技術者、投資家からインプットを得ることが出来た。シリコンバレーでは、日系、中国系、インド系などエスニック・バックグラウンドにおいても多様な環境においてインプットを得ることが出来た。

#### 2) 特定の研究、技術に縛られない学生中心のチームゆえの Pivot

当初の計画では、大学院生や URA のスタッフ中心の運営を考えていたが、大規模化および、コミット時間の量から、学生中心の運営にならざるを得なかった。しかし、結果的に特定の研究室、自分のテーマ、詳しい技術分野に縛られることなく、ニーズ側から考慮して、シーズの開拓が出来たと考えられる。また、学生は当事者ではないので、ニーズ側についてもこだわりなく社会全体の視点から、解くべき課題を選択することが出来た。新しいアイデアに基づくニーズとシーズのマッチングを行うためには、頻繁な方向転換（事業開発の分野でいう Pivot）が必要だが、学生メンバーであるが故に Pivot がしやすかったと考えられる。学生中心であるが故に、チームが不安定なプロジェクトもあったが、それはその問題に関心がある社会人が引き継いだり、高校時代からその問題に関心がある学生がリーダーになることによって、解決した。

#### 3) 疑似起業家によるオーナーシップあるチーム作り

今回、第一フェイズのファシリテーターとして参加した学生の中から、イシューに関心が高い学生をリーダーに選び、その学生グループを中心に、関連する研究室、研究者などを巻き込んで、ヴァーチャルなチームを作るアプローチをとったため、起業家のような当事者意識を持つチームが自然発生的に生まれることにな

った。こうすることで、大学院生や研究者は部分的な時間のコミットによるヴァーチャルなチームメンバーとい位置づけで、うまく役割分担が出来た。

#### 4) 投資家目線によるアウトプット誘導

プロジェクト全体の統括をエンジェル投資家として10年以上のキャリアがある瀧本が行ったほか、シリコンバレーにチームを派遣して、投資家、および投資家から資金調達の実験のある起業家からのフィードバックを受けさせ、また、投資家に説明するピッチコンテストをアウトプットとして設計することで、常に投資家から見た時にどう見えるかを意識させた。

一方、各フェイズでの反省点もあり、今後、同様の活動を行う上で参考にして頂きたい、整理しておく以下の通りになる。

#### 第一フェイズ

- ・高齢者など、ワークショップに不慣れな参加者はセッションに慣れる後半になるまで積極的にプロセスに参加しにくい状況が散見された
- ・初期にファシリテーターのスキルのばらつきがあったためテーブルごとのパフォーマンスにばらつきがあった
- ・席のメンバーの組み合わせによってテーブルごとのパフォーマンスにばらつきがあった

#### 第二フェイズ

- ・多忙な大学院生のコミットメントが低下したが、結果的に学生メンバーの貢献によって、PIVOTがしやすくなるなどプロジェクトの進行にはむしろプラスになった部分もあった
- ・大学側のメンバーのコミットメントにばらつきがあったが、結果的に一般市民メンバーが引き継いでプロジェクトがよりユーザに近い形で進行したケースもあった
- ・脱落プロジェクトのフォローによってもう少し生存率を高められる可能性はあったかも知れない

#### 第三フェイズ

- ・投資家や起業家のアドバイスには正反対なものもあり（元々正解のないものであるから）、「権威者から正解を教わる」という姿勢のメンバーの中には、プロジェクトの進行に困難を感じたものもあったので、アドバイスの活用方法について早期にインプットをしておけばより成果が上がった可能性がある
- ・アドバイザーからのフィードバックの取り方のノウハウに巧拙が有り、それがパフォーマンスにも影響したので、あらかじめメソッドを確立しておけばより成果が上がった可能性がある

## (2) 今後の活動への展望

今回のプロジェクトで検討された、ニーズ、シーズのマッチングの仮説のうち、一つは関連企業との共同研究に向けて現在折衝が進行中で有り、もう一つのプロジェクトについては、京大の関連研究室で研究プロジェクト化することが現在検討されている。

また、今回のプロジェクトの手法は、本事業は、に申請中である産官学連携本部が取りまとめを行い、他の学内研究支援組織である、学術研究支援室と学際融合教育研究推進センターを通じて、別事業 COI-STREAM にも応用が検討されている。

#### 4. その他【1 ページ以内】

##### ※文部科学省「イノベーション対話ツール」への要望等

京都大学における取り組みについては、ツールの整備の面はもとより、どのようなファシリテーターをリクルーティングするか、どのように選抜するか、どのような大学外のメンバーを、バーチャルチームメンバーにするかなど、人事的な側面が重要な要素であったと考えられる。ツール整備においては、人的要素に依存せずに、誰が利用しても一定の成果が出せるツールの整備を目指しているとも考えられるが、本プロジェクトでの知見は、むしろ、一定の資質のあるメンバーの存在、リクルーティングを前提にしており、ツールの利用による人材選手法、リクルーティング等の視点からもツール開発を進めることが有効と考えられる。

今回、広い視点に立って、プロジェクトを行うことが出来たのは、特定の研究テーマに紐付けされない独立した予算が確保されたことが大きいと、次年度以降も同様の設計思想に基づいた予算措置が執られることを期待する。