

一般社団法人 日本MOT振興協会
第3回ソーシャル・デザイン委員会 討議内容

(原則として敬称略)

1. 委員会の概要

◇日時 2018年1月16日(火)午後零時～2時

◇場所 日本記者クラブ 9階 大会議室

◇出席者 講師・丸山剛司(副委員長・監事、中央大学理工学部特任教授、東京工業大学副学長)、千代倉弘明(委員長・諮問委員、東京工科大学メディア学部教授)、飯沼瑞穂(副委員長・主任研究員、東京工科大学メディア学部准教授)、橋田忠明(副会長兼専務理事、日本経済新聞社・社友)、関口和一(日本経済新聞社編集委員)、水谷衣里(主任研究員、㈱風とつばさ代表取締役・コンサルタント)、松橋崇史(拓殖大学商学部准教授)、野口真理子(㈱博報堂テーマビジネス開発局アカウントディレクター)、田中幸子(事務局員)

◇提出書類

(1) 第3回ソーシャル・デザイン委員会 議事次第・出席者名簿

(2) 第2回ソーシャル・デザイン委員会 討議内容

(3) 講演資料:「MOTとソーシャル・デザイン(問題提起)」、

講師・丸山剛司(副委員長・監事、中央大学理工学部特任教授、東京工業大学副学長)氏

2. 委員会の討議内容

橋田忠明副会長兼専務理事から開会の挨拶。事務局から報告事項は無かった。

3. 丸山剛司氏の講演内容

- ・ 問題提起は図1の内容である。
- ・ Society5.0の図などもそうだが、共有できるビジョンだけが描かれている。心から皆が納得できるビジョンがソーシャル・デザインで必ずしもできているとは言えない状況である。
- ・ スパイラルモデルを書き換えると、ソーシャル・デザインは公共的価値の追求と言え図2のものが無いと、ソーシャル・イノベーションのムーブメントは起きない。

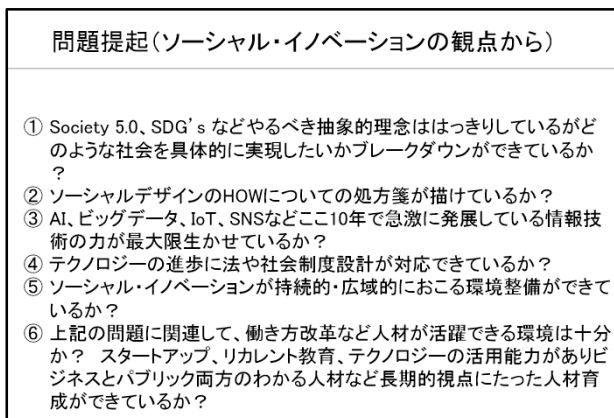


図1: 問題提起

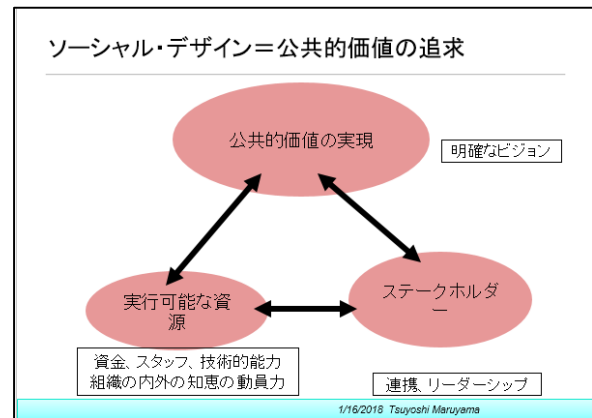


図2: ムーブメントを起こすために必要なもの

- ・ アメリカでは3年で公共政策とビジネススクール大学院の両方の学位を取ることが価値になっている。一方日本は、公共政策大学院の廃止が相次いでいることもあり、公共的視点を持ちながらビジネスをする人材が育ちにくくなっている。
- ・ Social Innovation Index 2016で日本はアントレプレナーシップをSocietyのランキングが低い。アントレプレナーシップを持ち、技術を持った人材を増やしていかなければ、このランキングは上がってこない。
- ・ ソーシャル・イノベーション評価軸としてインパクトコンパス(図3)というものがある。この評価軸のいかに

外側に持っていけるか。そのために何ができるかが重要。

- Human adaptability が Technology の進歩が超えるという問題、人の意思決定と機械の意思決定のどこに境界を求めるかという話は大きな問題になる。
- JST の「情報と人のエコシステム」というプロジェクトが 2 年前から行われている。技術開発そのものではなく、これから IT が発達していく中、人間がその中で快適にやっていけるかという問題を色々な局面から考えるものである。
- 最先端テクノロジーを社会に導入していく時は、未来社会に対する想像力とデザインする力がないと、テクノロジーがつぶされる可能性がある。
- ビジョンがしっかりしていないと物事はうまく動かない。代表例はインドのアラウィンド眼科病院のケースである。ビジョンとしては白内障を治し貧困から救う。モットーは「大量・高品質・低コスト」であり、具体的戦略としては、分業し、医師が診察・手術に専念する。さらに隠れたステークホルダーにも注目し、地方へも拡大し、地域社会を巻き込んで貧困の悪循環を断ち切る。ポイントは目の問題に留まらず、貧困という背景にも着目したことと、カリスマ性のあるリーダーとフォロワーがいたことである。
- 地方のコミュニティバスはバス停まで行けない利用者などを考慮していない。京丹後市では自治体に頼らず、マイカーで住民が有償輸送する仕組みが生まれた。現在の状況を補完すればいいという考えではだめで、あらゆる人が行きたい所に行けるというようなビジョンがあったから生まれたと思う。
- スタートアップの現状が日本は弱い。アメリカでは、短期集中の起業に関する実践的な修行の場「スタートアップ・アクセレレータ」が非常に効果を発揮している。現在全米で 170 あり、Airbnb や Dropbox などここから輩出され、卒業企業の平均評価額は 9000 万ドルである。
- 日本では医療ビックデータ法が個人情報保護法の特例として承認された。どこまで医療を推進できるかは、横の連携や、自由にデータを使い、プライバシーに配慮できるかによって決まる。海外では、火災予防へのビックデータの活用や、自動車搭載のスマートフォンからの振動情報から道路の補修計画を立案している。アイデア次第でビックデータの活用ができるので、そこからソーシャル・イノベーションを期待したい。
- ソーシャル・イノベーション推進に向けての課題は、図 4 である。

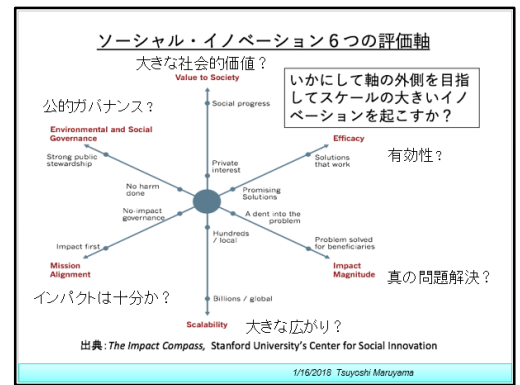


図 3: 6つの評価軸

ソーシャル・イノベーション推進に向けての課題

- どのような未来をデザインしたいかの洞察に関する理系・文系の壁を超えた議論の場の構築
- 「ビジネス」×「エンジニアリング」、「ビジネス」×「公共政策」など学問分野を横断して物事を考え行動に移せる人材の育成が不可欠。高度専門職人材をリカレント教育の中で育成
- ソーシャルデザイン関連プロジェクトへの「公的支援のあり方」の抜本的な見直し（「資金の切れ目が持続の終わりにならない」ような支援への転換。入り口でスケジュール、費目管理を要する支援ではあらかじめ決まった小粒のことしかできないのではないか？）例として、イノベーション・マスクの「賞金型プロジェクト」や DARPA Challenge 型支援への転換
- 大学の活用: 従来は大学の研究成果を民間に移転して技術移転型、米国ボストン、シリコンバレー、ピッツバーグ、オースティン（テキサス）などでは、アクセレレータとよばれる「地域」「大学」「企業」「ファンド」が一体となって集まる「場」を作り、そこから多くのスタートアップが誕生。日本でもこれらを参考に、ソーシャルイノベーションに向けてオープンイノベーションを基本に大学の役割を見直すべきではないか？
- 働き方改革（組織の個人から複数能力のある個人の働き方中心への転換。これにより会社等に属しながら副業としてソーシャルイノベーションに従事できる人材の活躍）
- 寄付税制、クラウドファンディング、金融などの更なる改良の余地はあるか？

図 4: 推進に向けての課題

4.意見交換

- 実行可能な資源をどう明確なビジョンを持って組織していくかが重要ではないか。それに対し、評価軸が今後どういう形で動かしていくかという議論が必要になってくると思う。評価に関して、事例などはないか。
- 研究プロジェクトの研究成果が、将来社会へのインパクトが大きいかなど抽象的に評価する話はされていると思う。アクセレレータでは関係者が集まり数カ月で議論し、それがものになりそうであれば投資されることにより、評価される。行政評価のように誰かが評価するのではなく、誰が見ても良いと思うものが自然と評価される方が良いと思う。
- 将来的には社会性があるものしか投資がいなくなる。そうした時に、技術者だけで作ったものではなかなかプロジェクトになりにくい。我々が目指すソーシャル・デザインの公共性・社会性と技術のトータルの形でいけば、スタートアップは成功するのではないか。
- 東急電鉄のアクセレレータをしている友人がいるのだが、鉄道という 20 世紀整備され、沿線開発も行われるなど

して作られてきた社会インフラをさらにもう一度、ベンチャー的発想で使うとどんなアイデアがあるか。そんな風に日本の民間企業もシフトしているのは明るい傾向なのではないかと思う。

- ・ 地域大学ファンドが一体となって集える場の一例としては、休眠預金がある。2019年に500億円ぐらいがソーシャルセクターに流れ込む予定である。使い方、応対、評価などの制度設計が今行われているが、そこで出てくるのが、今日のお話のような課題である。民間資金の引き出し方も関心があり、税金などでまかなわれてきた資金を、どう民間資金に変えていくかも重要であると思う。これは海外でも同じことであると思う。
- ・ 日本は格差社会になってきているので、今は完全に遅れているが、今後投資ファンドが出てくるはずである。お金が循環する仕組みを考えていく必要があると思う。
- ・ ビジョンと実践が企業の中で統合されているかが大事。それを表すのがこれまでブランドだった。これまでは企業がコーポレートブランドやプロダクトを作った時は4マスメディアの広告媒体に載せて一方的に伝えていた。今は、生活者がメディアになっていて、ひとりひとりがソーシャル・デザインをできる立場にいる。
- ・ ドローンの世界で赤旗法のようなことを日本は行っているのではないか。最初に官邸に落ちたこともあり、規制から入ってしまった。人間が行えないことができるのに、規制から入り、それが生かされなくなっている。
- 私は官邸に落ちたことにより、良い規制を作ったという評価である。規制の中にも穴をあけてある。これからの進化、例えば重量の増加、自動運転などの問題も今考えられているが、他に色々起きる前に国土交通省などが考え提示したことは評価する。指定区域内だけで飛ばすのではだめだと分かっている。規制を作る人は技術のプロであると思うし、法律を作る人は善悪で決めていて、経済的発想は入ってこないで変えないといけない。
- ・ Society5.0の前のSociety4.0の際に情報通信分野ではライフサイエンスなど昔ながらのものが入り、お金になるものが入っていなかったのはなぜか。
- その通りで、研究者が分野を流動的に変わらないからである。研究者の分野変更などが行われないので、大学に閉じこもらず、アクセラレータに出て行くなどして、専門以外もやらなければ、スタートアップはできない。
- ・ アクセラレーションの評価を行っているが、お金の使い方が独特である。政府のお金がどれだけ使われたかを監視するために、外のお金を混ぜにくく、政府予算内で行われるおかしなことになっている。
- これは大問題で、成果が出なくてもアカンタビリティが保てれば良いと思われている。国民もそういう考えを持ち、マスコミはそれをエンカレッジしている。ビジョンを大きく持つなど、そこを変えないといけない。
- ・ 医療ビッグデータ法や官民データ一括活用法ができたが、個人情報保護法が効き過ぎていて、データが動かない状況である。これをどうしたら変えていけるか。
- ・ 昔、JSTのプロジェクトをやっていた時、ビジョンはあるが、ビジョンをどう評価するかが難しく、そのまま終わってしまった。
- ビジョンの作り方は教えられない。自分の頭で考えて問いを発する能力をいかに高めるかを考えている。東工大では、理系ばかりだが、リベラルアーツの研究教育院を作り、博士課程まで必修にした。これにより学生が変わった。コミュニケーションや、問題があっても答えを出すだけの世界ではなく、自分で問いを発することが重要だと気付かせることにより、ビジョンをどうしたらいいかなど、自分の頭で考えるようになる。
- ・ 官僚に近い人は法学に近い人が牛耳っている。増えてきてはいるが、法律を扱う人が、理系の技術などを知って欲しい。おっしゃっていたように、第3者が共有する場を設けるのが良いのではないか。
- ・ ビジョンの構えを大きく立てるような発想でやるべきで、消費者が発信する時代なので、ひとりひとりがビジョンを立てる際に門構えをできるだけ大きくして、問題にどうアプローチするかが重要である。

5. 次回の会合は、2018年3月20日（火）12:00~14:00（於）日本記者クラブ9階小会議室で、演題は「“生活者共創”からみたソーシャル・デザインとは」、講師は、(株)Voice Vision 代表取締役社長・ファシリテーターの大高香世（おおたか・かよ）氏。