

ナレッジ
キャピタルが
生み出す

組織の枠を超えた学びの場

大阪駅北（うめきた）再開発プロジェクトとして、2013年に開業した大型複合施設「グランフロント大阪」。その中核となっている施設が「ナレッジキャピタル」だ。「ナレッジイノベーション」によって社会を変える、大阪から世界を変える」ことを目標に掲げるナレッジキャピタルの活動に見る、組織の枠を超えた新しい学びの実践とはどのようなものだろうか。

取材・執筆／加藤しのぶ 撮影／宮村政徳

大阪発、 知的創造・交流の場

ナレッジキャピタルとは、グランフロント大阪北館内の多彩な施設の総称である。それは同時に、「感性」と「技術」との融合により「新たな価値」を創出する、世界でも類を見ない発想の知的創造・交流の場として、企業人や研究者、技術者、クリエイターといった専門家から一般生活者まで、幅広い分野の人々に知的交流の機会を提供し、ナレッジイノベーションを起こすための活動体でもある。

ナレッジキャピタルが掲げるコアバリューは「OMOSIROI（面白い）」。「ナレッジイノベーションとは、多様なアイデアによって世の中を変えていくこと。それは言いかえれば『面白い』をやっていくことではないかと考えたのです」と解説するのは、総合プロデューサーの野村卓也氏だ。

「『面白い』は面（目の前）を白く（明るく）する、つまり目の前がパッと明るくなることです。MOTTAI NAI I が世界に通用する言葉になったように、大阪発信らしい『OMOSIROI』を求心力に、ここに来たら社会が明るく開けていくようなひらめきや気づきがある場となれば」と野村氏は語る。

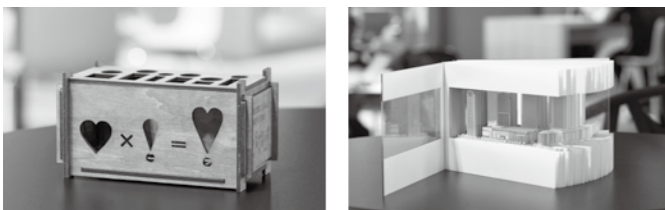
施設の中核となるのは、「The Lab」と「ナレッジサロン」の2つ。「The Lab」は「みんなで作る世界」をテーマに、先端技術の成果や新製品の試作品などを展示することで、買い物に訪れた来場者が最先端の技術に触れられ、展示者は一般生活者の意見を取り入れて研究開発に活かせるという、相互交流を可能とするスペースだ。また、「ナレッジサロン」は、幅広い分野の人々の出会いと交流のための会員制サロンで、人と人をつなぐ空間を提供するほか、セミナーやイベントな

知の集積が 生み出す 新しい学び

ども開催している。開業から3年を経たナレッジキャピタルを振り返り、野村氏は、「知の集積ができてきたかなと実感しています。民間の運営で、大学、企業、研究機関、行政などの組織がこれほど集まっているところはほかにないと思います。その結果、ここが新しい学びの場となっているのではないだろうか」と語る。活動の成果を数字で見ると、この3



会員制サロン「ナレッジサロン」。ゆったりした空間にプロジェクトルーム、ワークスペース、プレゼンラウンジなどを完備。



サロン会員によるワークショップで誕生したオリジナルノベルティ。左は組立木製ペンスタンド、右はグランフロント大阪の紙積層模型 OMOSIROI BOOK。



Nomura Takuya

「来場者の反応を見ていると、大量消費の時代を経て、知的消費に対する関心が高まっていることを実感します」

中学生を対象とした「疲労度測定体験・センター展示体験プログラム」。



The Lab. では新製品や先端技術の成果を、来場者は実際に見て、触れることができる。



年間で各施設への総参画者は約1000者、総来場者数は累計1742万人（*）にのぼる。これまでにない取り組みは海外からも注目され、35カ国142団体の視察・来訪者が訪れている（2016年2月現在）。昨年には中学校がナレッジキャピタルを校外学習の場として採用するなど、当初想定していなかった要請もきているという。中学生を対象としたプログラムでは、たとえば大阪市立大学の健康科学イノベーションセンターの展示コンテンツのなかから疲労度測定や疲労負荷試験などを実際に体験し、研究者による疲労研究等に関するプレゼンテーションを通して施設の取り組みや研究が社会でどのように活かされているかを学ぶなど、生徒が直接に専門家から話を聞きながら学び、体験できる場として好評だ。

取り組みが着実な成果をあげている理由として野村氏は、ターミナル駅前という好立地、イベントなどの充実、複数の民間団体による運営であることに加え、専門スタッフであるコミュニケーションターは、「The Lab」や「ナレッジサロン」を訪れる人たちに声をかけながら、業務内容でマッチングできそうな会員同士の出会いの機会を設けたり、そこから立ち上がったプロジェクトを進展させる働きかけをしたりするほか、訪れた生活者の声や反応を拾い上げ、

ようだ。

ナレッジキャピタルにおけるこれからの学び

最後に、今後の展望について、野村氏に伺った。「まず、昨年の中学校の体験学習などをもっと発展させて、学びを構造化し

企業や研究者など参画者にフィードバックする役割を担う。「先にビジネスモデルありきではなく、まず人間関係の構築から始まる大阪のやり方とも合ったのだと思います」と野村氏が言う。とおり、幅広い視野を必要とする業務を円滑に進められる高い資質、世界各国からの来訪者に対応できる語学力を備えたコミュニケーションが「人と人」「人とコト」「人と情報」をつなぐことで、ナレッジキャピタルの仕組みが有



イノベーションシンポジウム「GENIUS RESTAURANT」に参加した高木浩二氏。

シンポジウムでのディスカッションの様子。活発な討議が行われていた。



機能的に機能しているのだ。自身を成長させ勇気をもらえる場

では、ナレッジキャピタルの活動に参加する人は、具体的に何を学び、何を学んでいるのだろうか。

たとえば、今年2回目の開催となったイノベーションシンポジウム「GENIUS RESTAURANT」は、ナレッジキャピタルが実施する人材育成のための3日間の学習プログラムである。事前応募による30〜70代の幅広い年齢層の受講生26名と講師5名がテーマに沿ってグループワーク形式で2日間議論を展開する。3日目はモデレーターの進行のもと講師陣による公開シンポジウムを開催。それらを踏まえ、講師と受講生とで総括のディスカッションを行うというもので、2016年のテーマは「真の価値創造とは何か?」。

濃密な3日間のプログラムを終え、清々しい表情で「刺激的でした」と話すのは、受講生のひとり、高木浩二氏だ。私立中学・高校で教員を務める高木氏は、学校と家との往復で日々が過ぎること、「脳細胞が発火していない」と感じたことからナレッジサロンの会員となり、今回のシンポジウムに初めて参加した。3日間のプログラムでは「数名の受講生と講師1名でひとつのグル

ープをつくり、テーマに沿った意見交換を主としたグループワークが行われました。異業種の方々とディスカッションを通して、皆さんが各々の分野で職場や社会的な課題に真剣に取り組んでいる姿を目にし、自分も頑張ろうと勇気をもらえました。また、講師の方々が今まで思いもつかなかった切り口で問題の本質を指摘してくださり、思考の訓練としても非常に貴重な体験ができました」と言う。

教員の立場からは、グループワークという手法が生徒の視野を広げ、社会参画のための土台づくりに大きな力を発揮するのではないかと印象を持ったという。またナレッジキャピタルの魅力や実践を通して得た経験を今後どう活かすかという問いには、次のように語った。

「どのような職種の人でも根っこにある問題意識やものの考え方には共通するものがあり、話し合いを通じてすり合わせていく作業に魅力を感じているのかなと思いました。今後も活動を通じて、自分自身を成長させていくとともに、社会生活を送るうえで勇気をもらい、また誰かに勇気を与えることができると考えています」

教員である高木氏にとって、デザイナーやコンサルタント、ベンチャー経営者など分野の枠を超えた受講生との交流のなかでの学びは、生きるうえでの活力をもたらす機会ともなっている

たプログラムを作っているこうと考えています。また、これまでも様々なアワードを開催していますが、それを拡大し、ここを『アワードシティ』にしていきたいと思っています。人は自分が認められたら嬉しいですから、ここに来れば評価してもらえ、認められるという場にしていきたい。それから、世界との連携をさらに深めます。我々は『ナレッジシンジケート』と呼んで

いますが、世界各国の視察団等との交流を通し構築されたネットワークを活かし、現在多様なプロジェクトが始動しています。そのひとつは日欧共同の「FESTIVAL」と呼ばれる国際プロジェクトです。日本と欧州の研究機関が連携し、将来のスマートシティ構想の実現につながる研究の場が、ナレッジキャピタルを舞台に進んでいるのです。大阪が直接世界とつながる、その舞台

としてナレッジキャピタルが発信源となっていればと考えています」

多様な活動そのものが学びへとつながるナレッジキャピタルの取り組みは、今後もさらなる新しい学びのスタイルを生み出していくことだろう。

(*)The Lab. 累計約600万人、FUTURE LIFE SHOWROOM 累計約1400万人、ナレッジサロン累計約42万人の総計

新しい学びの場での取り組み

——都市魅力研究室

大阪ガスは2013年、ナレッジキャピタル内に「都市魅力研究室」を開設した。同施設では「都市魅力」をテーマに様々な活動を行っている。その取り組みについて、山納洋室長に伺った。

——主な活動内容をお聞かせください。

山納 主に勉強会・研究会を行っています。他の企業・行政・NPO等と連携して開催することが多く、ジャンルも都市開発、まちづくり、環境、歴史文化、スポーツ、ソーシャルデザインなど多岐にわたります。またゲストを招いてディスカッションをする「うめきた朝ガク」、テーマに興味ある人たちが話し合う「Talkin' About」、街を歩き、そこでの見聞を共有する「Walkin' About」など、誰にでも参加できる企画も定期的に開催しています。

たとえば、「Walkin' About」では大東市内を巡り、そこで見出した都市の魅力と課題をもとに、大東市への居住促進を目的とした都市ブランド構築の政策提言を行いました。



Yamanou Hiroshi

コラボレーションを進めやすいことです。僕は(一財)大阪デザインセンターが主催するデザインビジネス塾「co-design」のプロデュース塾長を務めました。ここで2年間講座・ワークショップを開催し、「教育番組のデザイン」「柏原ぶどう産業の6次化」というテーマでデザイナーたちとディスカッションを重ね、最終的にはNHK、柏原市役所にそれぞれ提案を行いました。

——ナレッジキャピタル内ならではの「学び」はありますか。

山納 「組織の枠を超えて人が集う場」というテーマが掲げられていることで、他団体との

——「学び」や「気づき」について、どういうイメージを持っていますか。

山納 デンマークの心理学者、エドガー・ルビンが考案した「ルビンの壺」という図形があります。向き合ったふたりの顔にも、大型の壺にも見えるというもので、人間は視界に入ったものを「図」と「地」に分けて認識しており、どちらのイメージを「図」と見るかによって見えるものは変わる、ということを示しています。

私たちはふだん、自分のものの見方、考え方に従ってものを見ています。このときには「地」の部分を見落としています。そこにも豊かな世界、未知の可能性はあります。

僕がここで深めていきたいのは、様々な視点から持ち込まれた知識や情報を統合することで、参加者一人ひとりに新たな気づきを促すこと、そしてより解像度の高いビジョンを示すことです。