



バレーのバイオテックベイになる可能性は高いと思います。

坂田 日本のクラスタは、少ない資本で大きく育てるヨーロッパ型のシステムを作るべきだと思います。その点、森下先生がおっしゃった通り、大阪は互いの顔がよく見えます。ヨーロッパの人たちも大阪と連携を組みたいと言っていますが、残念ながら宣伝力が弱い。アピールさえすれば、よさをわかってくれると思います。森下先生はシリコンバレーのバイオテックベイを狙ったらいとおっしゃいましたが、私はむしろサンディエゴのラ・ホヤという保養地にあるバイオテックビーチを目標にすればよいと思っています。研究所や大学があり、研究者の生活の場にふさわしいアメニティも充実しています。

ブランドイメージを上げるには、「彩都にあればいい情報がある」「いいモノがある」ことを見せつけなければなりません。昔と違って医薬品のコンセプトは、遺伝子の解説によつてずいぶん変わってきました。人の遺伝子を比較することで、病気の原因が特定できるようになりました。それに応じて薬の種類が多様化・複雑化しています。大手製薬企業においても自社で何もかもできないので、いろんなモノに対応したバイオベンチャーが必要になってくる。先端的なモノを生み出せる情報があることは、ひとつのブランドです。

さらに住みやすさや高級レストラン、研究者がデイスカッションできるオープンカフェなど、そういう施設まで含めたブランドイメージが必要ではないでしょうか。大手の製薬企業でいうところの法務部や知財部、契約部、ライセンズ部といった機能をまとめてサポートする、ワンストップサービスのようなの人的インフラも重要です。

## 人材育成や情報発信など 課題に向けて新たな一歩を

松井 本日発表されたロゴマークとキャラクターですが、製作に携わられた森下先生にコンセプトを伺いたいと思います。

森下 個人的には、彩都の発展性を示したよいロゴマークだと思います。「コーアンくん」と「シンノーくん」という仲のよいふたりのキャラクターも作らせていただきました。ふたりが握手した姿は、産学連携をイメージしています。彩都は、真正面から社会と科学の融合に取り組んでいくまち。かつてバイオが売りものになったまちづくりはなかったと思います。ただ、これからのライフサイエンス、バイオを担う人材を育てていかなければなりません。そのためには、子どもたちにもっと親しみを持ってほしいのです。ロゴマークとキャラクターを通じてバイオヒルズの認知度を高め、イメージアップを図っていききたいと思います。こういうキャラクターを持っているクラスタは、おそらく世界中で彩都だけでしょう。非常によい戦略になったと自負しています。

山西 彩都は、彩りの都。漢字もいいが、サイトという細胞の意味もあります。我々の体は細胞でできているので、バイオに通じます。

先ほど言い忘れましたが、医薬基盤研究所では年に二度オープンハウスを行っています。彩都には多くの方が住まわれていますが、近くの研究所で何をしているのかわからないと不安になる可能性があります。そこで地域の人に見てもらって、我々の活動と安全性をPRしていくイベントです。もうひとつ、森下先生がお話をされた「バイオヒルズクラブ」についてですが、現在、彩都と大阪大学、国立循環器病センターとの間にバスを走らせています。これによって多くの研究者が彩都を訪れており、今後にもさらに連携が深まっていくと考えています。

松井 最後に二言ずつ「サイトバイオヒルズ」の発展に向けて、彩都の可能性を再度アピールしてください。

山西 彩都にある研究クラスタは、それほど大きなものではありません。神戸地区やけいはんな地区にも同じような研究クラスタがあるので、今後はもっと連携して有機的な広域クラスタを作るのが我々の務めだと思っています。

坂田 彩都のイメージアップは、情報発信力に尽きるのではないかと考えています。海外からの訪問者に対して英語でプレゼンテーションができる人、よいものをより分けて情報を発信できる人、受けとった情報を素早く判断して適切なアクションを起こすことのできる人の育成も重要です。

森下 大阪の伝統芸能や食文化などを残しながらも、新しいイメージを作る必要があると思います。坂田先生も話されましたが、大阪のバイオは歴史が古い。道修町と緒方洪庵の適塾が近くにあることから見ても、産学連携を江戸時代から進めてきた町と言えます。アカデミア・ミーツ・インダストリーと言いか、産業界と大学が出会う場として「サイトバイオヒルズ」を発展させることが、大阪のブランド向上につながるのではないのでしょうか。

山西 大阪の歴史を見ると、まず「官」ではありません。医薬基盤研究所は厚生労働省所轄の官ですが、皆さんと緒にやっていきたいんです。大阪から「民」が元気になっていくことが、大阪のブランド力だと思います。今の大企業も最初はベンチャーや商店から始まっています。彩都でも、人と人とのネットワークで、新しいブランド製品を立ち上げたいですね。

松井 ありがとうございます。ご来場の皆様も、長時間のご静聴ありがとうございます。

## TOPICS

### 「大阪バイオ」ブランドをPRする、ロゴマークとキャラクターが発表されました。



SAITO BIO HILLS  
サイトバイオヒルズ

バイオパネルシンポジウムの席上、大阪ブランドサミットバイオパネルの委員会より「サイトバイオヒルズ」のロゴマークとキャラクターが発表されました。ロゴマークは、DNAを思わせる二重らせん構造と、原子や電子をイメージした球体の組合せ。らせんのブルーは、サイエンスの先進性と彩都に広がる青空、黄緑色は彩都の豊かな自然を表現しています。右肩上がりのらせんを地球のような青い球体に重ねることで、イキイキとした躍動感を表現。全地球に向けて発信する「サイトバイオヒルズ」のビジョンを伝えています。

キャラクターは子どもたちにもバイオに関心を持ってもらえるよう、親しみのあるデザインに。「シンノーくん」は、中国の伝説にもつく医薬・医学の神、神農の末裔。あらゆる病に効く薬と薬草を求めて世界中を旅していたところ、日本のSAITOで優れた研究が行われていることを知りやってきました。少々お茶目で、人を驚かせるのが好き。人と違った優れたひらめきを持っています。一方「コーアンくん」は、日本の医薬・医学博士の祖である緒方洪庵を尊敬する、SAITO小学校の3年生。サッカーが大好きなわんぱく少年ですが、将来はお医者さんを目指しています。

今後はこのロゴマークとキャラクターを活用し、国内外に向けて「大阪バイオ」ブランドをPRしていきます。



シンノーくん



コーアンくん