

Title	産学連携道場での実践の報告(ニーズを見据えた研究開発2)
Author(s)	松田, 一也; 長田, 純夫; 中武, 貞文
Citation	年次学術大会講演要旨集, 18: 481-484
Issue Date	2003-11-07
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/6931
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般論文

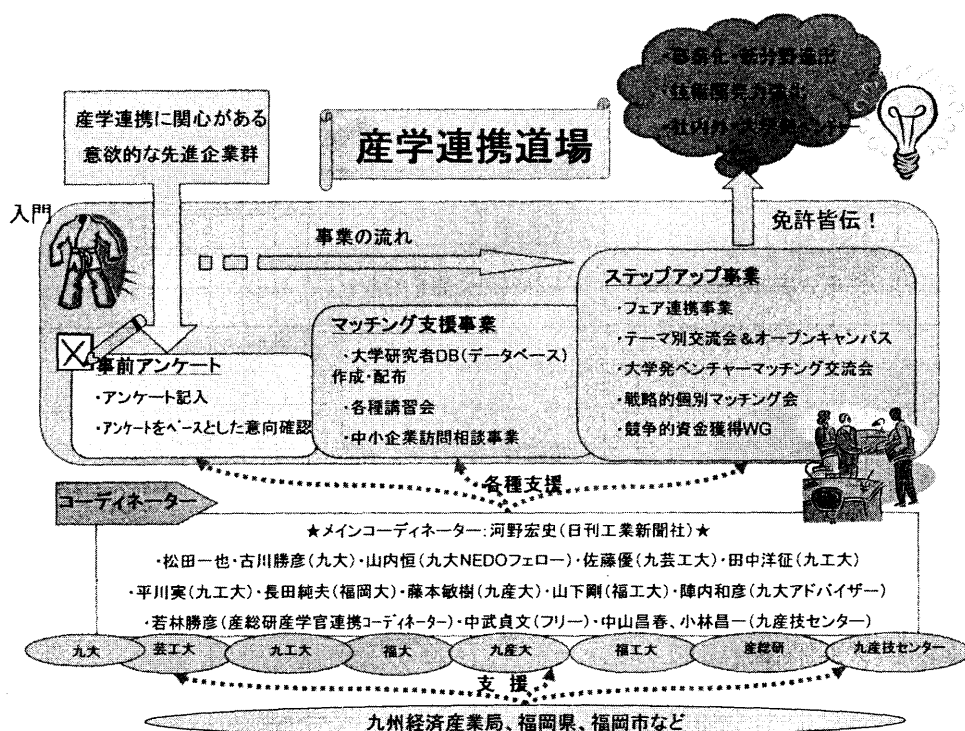
○松田一也（九大工学），長田純夫（福岡大），中武貞文

1. 産学連携道場とは

産学連携道場とは、経済産業省中小企業庁のコーディネート支援事業として、日刊工業新聞西部支社長の河野宏史氏を中心に、九州地域の5つの大学（九州大学、九州工業大学、福岡大学、福岡工業大学、九州産業大学）と2つの機関（産総研九州センター、(財)九州産業技術センター）に所属するコーディネーター等が参画し、産学連携の推進に関する各種の事業を共同実施している緩やかな連合体である。

産学連携道場のネーミングは、産学連携を行う際の、企業と大学の「間合い」の重要性に着目しつつ、段階的な各種の連携強化事業を通じて、企業と大学の連携の新たな実験場（鍛錬の場）として、産学連携の正しい組み手、受け身等を行い、企業と大学が、両者の間合いを詰めつつ、それぞれの自己革新に繋げるという意味をもたせている。

今回は、産学連携道場での実践（道場だけに、実戦）の報告を行う。



2. 産学連携道場の主な事業概要

(1) スタートアップアンケート

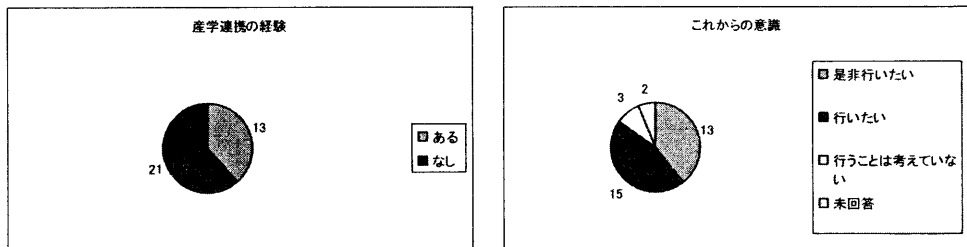
企業に対して、産学連携に関する2つの意識調査を行った。1つ目は、本年7月に、先進的な中小企業グループの代表として、福岡県異業種交流協議会のメンバー企業を対象としたもので、2つ目は、本年9月に、福岡市内で開催された展示会（モノづくり総合展九州）の「産学連携道場ブース」に訪れた企業を対象に行ったものである。

そのアンケート結果をまとめると、以下のようなことが言える。

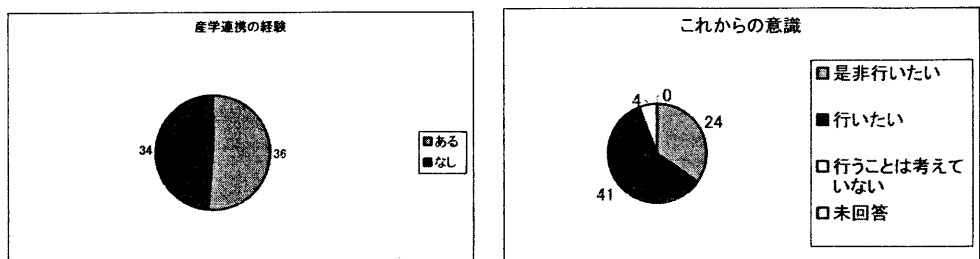
- ・ 両方のサンプルとも、全般的に産学連携への関心は強い。
- ・ 異業種交流を行っているような中小企業の産学連携へのマインドも高いが、関心をもって、ブースを訪問してくる企業（含む大企業）のマインドは、更に高い。
- ・ 産学連携の経験があると回答した割合が大きいブース訪問企業の方が、これからも、是非行いたいという意識の割合が低くなっており、これは、実際に、産学連携を経験した難しさを知っているためだと考えられる。

なお、今後実施したい産学連携の内容、分野についての問いでは、「大学発ベンチャーの共同事業化」、「大学特許の活用」、「共同での公的研究開発助成制度への応募」が上位3つをしめた。

（福岡県異業種交流協議会メンバーである中小企業を対象としたもの）



（ものづくり総合展産学連携道場ブースを訪れた企業を対象としたもの）



(2) フェア連携事業

前述のとおり、展示会に、産学連携道場ブースを設置し、5つの研究成果品を出展した。大学による展示の従来型の無人パネル展示ではなく、5つのブースとも、成果物の展示、デモンストレー

ション、セミナー及び終日完全アテンド体制で臨んだ結果、来場者の評判は良く、集客や個別相談も多かった。

このような形での大学からのアピールは、シーズ型の産学連携を進める上で、もっとも効果的な手法の一つであると考えられる。

11月には、再度、別のフェア（ITフェア2004）への出展を計画しており、その際も、携帯電話を使用した情報提供のデモンストレーションなど、大学の研究成果が目に見え、また、わかりやすいような工夫を施すこととしている。



（3）テーマ別産学交流会&オープンキャンパス

大学の敷居の高さを解消するためには、前述のフェアのように、大学が積極的に外へ出て行くことも有用である一方で、大学への人の流れをつくる呼び水として、大学を舞台とした事業も必要であると考えた結果、10月15日（水）、九州大学において、「機械・機械加工・材料」、「環境ビジネス」、「電気・電子・情報」の3つをテーマに、大学内の3つの講義室にわかれて、産学交流会を開催することとしている。（本原稿作成時には、未開催であるが、企業等関係者から約180名、大学関係者から、約60名の参加申し込みを得ている。）

通常の交流会と異なる点が2つあり、その一つは、事前に発表テーマ等を周知せず、当日、プレゼンやアピールを希望する企業及び大学関係者が自由に発表を行うこととしている点と、交流会終了後に、オープンキャンパス（研究室訪問）を実施し、自由に大学内を回れることとしている。（研究室訪問も、100名以上の参加希望がある。）

（4）大学発ベンチャーマッチング交流会

前述のアンケート結果で、今後、実施したい産学連携の内容、分野として、回答が多かった「大学発ベンチャーの共同事業化」に着目して、大学発ベンチャーを目指す教官等を発表者として、聞き手には、大学発ベンチャーに関心があり、共同事業化をも視野にいれている中小企業のオーナー経営者を集めることとしている。来年1月に開催予定であり、5つの大学と2つの機関から、大学発ベンチャーの構想をもっている教官等の代表選手を集めて、開催することとしている。

マッチングにあたっては、各種の支援機関等のサポートも受けながら、その市場性や需要、資金調達なども十分に検討し、産学連携による大学発ベンチャーの成功の可能性を高め、それ自体が、「死の谷」に陥らないための対策も施す予定としている。

3. テーラメイド産学連携の提案

産学連携道場におけるこれまでの活動、及び今後の活動予定の中から、産学連携の推進手法として、「テーラメイド産学連携」を提案する。

個別具体的な産学連携を進めるためには、3つの基軸を押さえておくことが重要であるとする。

3つの基軸とは、シーズ型、ニーズ型、併用型といった連携型軸、共同研究、知財、大学発ベンチャー、インターンシップといった分野軸、そして、レベル、熱意、熱度といったマインド軸であり、産学連携の個別の案件（個別の企業と大学の組み合わせ）ごとに、この3つの基軸の最適条件の特定を、できるだけ、正確に、かつ、迅速に行い、最適な三角形をトレースすることが、個別具体的な産学連携を進めるポイントになると考える。

この三角形は、個別の組み合わせごとに、多様な形状がトレースされ、その形状ごとに、最適なコーディネート、支援を行っていくことが、「テーラメイド産学連携」である。

これまでの産学連携は、大型紳士服専門店における既製品「吊し」の産学連携であった。これらの吊しの服では、体にピッタリあったり、似合ったりする人がいる一方で、その逆の場合も多く、総論段階では順調であっても、各論になると足踏みしてしまう傾向が強かった。

今回、提案する「テーラメイド産学連携」は、仕立屋が、一着、一着、注文者の体型、希望、趣味等にあった服を仕立てるように、産学連携に係るコーディネーターが、企業と大学のそれぞれの組み合わせにあった三角形（医療で言えば、遺伝子的なもの）を調べて、その一つ一つごとに、適切なコーディネート及び支援を行うものであり、本日、ご紹介した「産学連携道場での実践（実戦）」は、「テーラメイド産学連携」の第一歩である。

