

— 研究成果の要約 —

本研究は、産学連携による共同研究や大学特許のライセンスの必須要件である、大学シーズと企業ニーズのマッチングを効率的かつ効果的に行う手法を開発するための調査研究である。

本研究では、国内大学・TLO32 機関、国内企業 53 社に対してアンケート調査を行い、200 通の回答を得た（回収率 40.5%）。また、国内 10 大学とドイツ 5 機関にヒアリング調査を行い、大学シーズと企業ニーズのマッチングにおける課題を整理し、その対応策について検討した。

(1) 調査から得られた解決すべき課題

- ・ 大学と企業とのマッチングは、研究テーマ設定時、研究実施時、研究成果活用時のそれぞれで考える必要がある。研究テーマ設定時には大学は特許情報の利用が企業より少なく、また研究実施時にはデータの収集より試作品などの目に見える成果を志向する傾向があり、マッチングの継続的なフォローアップが必要であることが示唆された。
- ・ 大学も企業も産学連携をほぼ 9 割の回答者が希望し、その意義を見出していたが、企業は約半数しか大学の特許に実用性が乏しいために期待はしていない。
- ・ 大学に共通した課題は、企業ニーズの取得、大学シーズの把握、人材の育成であった。
- ・ 人的課題については、大学側の産学連携コーディネーターや知財マネージャーなどの「目利き」となる人材の育成、能力向上であり、組織的課題としては、大学から企業への情報発信機能の拡充が挙げられた。
- ・ ライフサイエンス系と IT・ナノ材料系の回答者では、前者は基礎研究傾向、後者は応用研究傾向の考えが認められ、産業分野別で産学連携や特許の考え方に相違があることがわかった。
- ・ 大学の個性によっても、ニーズ志向／シーズ志向、共同研究志向／ライセンス志向などの違いがあることが示唆された。

(2) 課題解決のための対応策

世界でも有数の実績を残しているドイツ・マックスプランク・イノベーションでは、目利き機能の向上が特に重要との指摘があり、課題解決のためのアクション・プランとして、北海道大学では目利き機能の拡充（顧問弁理士制度や知財コンサルティング）を始めており、一定の成果を得つつある。また、大学シーズの情報発信機能も整備中である。

(3) マッチングのベストプラクティスに向けた提言

大学シーズと企業ニーズのマッチング成功確率を高める実践的手法の提案をまとめると次のとおりである。

- ① 大学はもっと情報公開（学会発表、論文発表、HP）に期待。企業ニーズを知る努力を。
- ② 企業はニーズをもっと情報公開を。産学連携窓口の整備も。
- ③ 大学は自己の個性や態様に合った産学連携・知財活動を。
 - ・自分の大学に合ったやり方は何か？
（シーズ重視／ニーズ重視、共同研究重視／ライセンス重視など）
 - ・対象とする産業分野の特性で大学に期待されているのは何か？
（基本特許／応用特許、独占的実施許諾／パテントプールなど）
- ④ マッチングのための大学シーズと企業ニーズのミスマッチ要因を認識する。
 - ・テーマ設定時：大学は原理解明重視、企業は特許取得重視である。
 - ・テーマ実行時：大学も企業も目的の志向が変わる（学術志向↓、製品志向↑）。
 - ・テーマ終了時：研究成果の「実用化」の判定は企業が大学よりも厳しく行う。
- ⑤ マッチングのための大学シーズのあり方として、
 - ・大学研究者は企業ニーズを知る努力を。特許ももっと調べること。
 - ・大学からのシーズ発信を（学会発表、論文発表、HP など）。企業はウオッチしている。
- ⑥ マッチングのための大学の産学連携・知財部門はフォローアップを。
 - ・知財活用の点から研究者にコンサルティングを（目利き）。
 - ・研究進捗時も有用な特許技術にするためのフォローアップを。
 - ・専門性と経験のある弁理士と連携して優れた特許を（腕利き）。
- ⑦ マッチングのための組織運営として、
 - ・大学知財／TLO 活動を成功は 10 年かかる仕事と認識する。
 - ・知財／連携コーディネーターの資質とネットワークが鍵（口利き）。
 - ・専門性高く、経験のある人材の登用及び育成を。

以上のとおり「マッチングは自己の大学の個性を知り、目利き+腕利き+口利きの総合力で」ということになるだろう。