

新たな 連携へ

他制度産学官連携人材との協働

産学官「金」連携の制度化

キーワード：金融機関・地域連携・中小企業・表彰制度

本事例の関係者

山梨大学
産学官連携・研究推進機構
山梨中央銀行他2行
自治体(3市)
商工会議所
文部科学省産学官連携
コーディネーター

客員社会連携コーディネーター制度の創設

【要約】

コーディネーターは最初の頃、ひたすら学内を歩いてシーズを理解し、中小企業を歩いてニーズを求めた。しかしながら、中小・零細企業が圧倒的に多い山梨地域においては、大学特許情報(シーズ)を個別に企業に紹介する活動は非常に効率が悪く、紹介する特許情報が、その時点における企業ニーズにヒットする確率はきわめて低い。日常的に企業と親しい関係を維持しておく必要があるが、簡単ではない。

地域企業との接触頻度が高いのみならず、担当企業の経営方針、事業計画まで知っている銀行員にとって、企業の技術課題を聞き出し、大学との連携による解決を提案することは比較的容易であるとともに銀行にとってもメリットがあると考えられた。しかも県内をくまなくネットワークが張り巡らされている。産学官連携の重要性、特許や共同研究の簡単な知識を理解してもらうことで優秀なコーディネーターが誕生する。

【きっかけ】

「客員社会連携コーディネーター制度」は既に包括連携協定を締結していた地方銀行との連携の中から生まれた。銀行員は県内を中心にくまなく巡回し、社長等経営の中心人物と親しく面談している。その中で、技術課題が話題になることも多く、大学研究者とのマッチングで課題が解決できれば三者ともメリットがある。平成18年、少人数(1銀行・8名)でのスタートとなった。

【段取り・プロセス】

平成18年、制度として開始した。最初の8人は名刺肩書きにその旨記載したが、1年間研修もせず、全て個別案件の処理であった。人数が少なかったこともあり、制度のフィージビリティ・スタディーであったといっている。それにもかかわらず、結果として1年間でニーズ持ち込みが24件あり、うち6件が共同研究等に結実し、「産・学・金」とともにメリットを実感できた。

2年目、研修会を実施し、委嘱制度を導入した。大学も組織として対応する体制を作った。3年目からは3銀行(41名)、3市(5名)、1商工会議所(1名)と拡大、4年目(平成21年度)からは84名に拡大する。

初年度から銀行員が大学研究者を訪問し、銀行員の言葉で書く“ビジネスチャンス直行便”を発行して企業から好評を得ている。さらに平成20年からは優秀コーディネーターを顕彰する表彰制度を導入した。

【成果・結果や活動後の変化】

山梨県で工業に分類される企業数は2,800。うち99%までが中小企業であり、専任の開発研究者を持たない場合が多い。また、今ある問題を短期間で解決したいというニーズがほとんどであって、いわゆるニーズ調査が困難なケースが多く、効率の悪い業務となる。銀行員は県内を中心にくまなく高頻度で巡回し、社長等経営の中心人物と親しく面談している。

制度発足以来3年、客員社会連携コーディネーターから寄せられた企業ニーズ情報は50件であった。それらニーズ情報に対しては全て大学コーディネーターが対応し、同行によるニーズ精査、研究者紹介へと進める。場合によってはコーディネーターネットワークを用いて他大学、工業技術センター等へ照会することもある。これら情報50件のうち共同研究5件を含めて12件に対して具体的な協力関係を持った。その他7件は他大学等へ紹介している。



客員社会連携CD
委嘱式(H21年1月)

要員、件数推移

年度	人数	件数	共研
18	8	24	6
19	8	17	4
20	47	9	2
21	84	-	-

成功の事例

地域の大学、地域の企業、地域の銀行

●産学・金 3者のために

無理なく、実質的にコーディネーターを大幅に増員する方法があった。銀行（員）にとって新たな顧客サービスの提供というメリットとなり、中小企業にとっては大学へのアプローチの第一歩が踏み出せる。

●銀行マンによる大学研究者紹介

銀行マン自ら大学研究者を訪問し、インタビュー。銀行員の言葉で研究者、そして研究内容を紹介する。“山梨大学発ビジネスチャンス直行便”として2～3頁のカラー印刷リーフとしてまとめられ、2ヶ月に一度、県内にくまなく郵送または手交されている。この分かりやすい情報発信は企業からも非常に好評で、ビジネス直行便を見たことが共同研究へ進むきっかけとなった事例もでている。

●客員社会連携コーディネーターの表彰制度

平成20年度から表彰制度を導入した。その年に客員コーディネーターとしての活動が目ざましかった人を学長が表彰した。本制度の銀行内外へのPRとして、また、個人のモチベーション向上手段として、効果を期待している。

失敗の事例

初期研修は必須だった

●大学で協力できること、できないことを知っておいてもらうことが必須

制度の開始当初、研修等を実施せずスタートしたため、若干の混乱が生じた。客員コーディネーターに大学との共同研究の大前提である、共同研究テーマになり得るもの、不可能なものを理解しておいていただくことは必須である。“〇〇石を枕に入れたら糖尿病が治った。医学部の先生と一緒に研究して欲しい”という申し出を大学が受けることはない。またヒト、特に患者に依頼して行う研究は倫理に関する慎重な考察が必要であり、この辺りはコーディネーターが対処する必要がある。これらを見逃して遠方から企業の社長に来学要請しては迷惑をかけるのみでなく、二度と大学と仕事をしようとは考えられなくなってしまふ。

さらに、できれば知財、契約の基礎知識、現在大学で行っている研究分野等を大雑把にでも頭に入れて置いていただく必要もある。

最近では新しく委嘱するコーディネーターにはこの辺りの研修を実施して効果を上げている。

産学官連携の新たな展開に向けた提言

銀行マンも産学官連携の担い手

初訪問した企業で、本当のニーズを聞き出すことは困難であり、本当の声を聞きだせるまでには相当の時間と努力が必要である。また、大学シーズ（特許）を持つ企業の訪問でマッチングが成立する可能性は極めて低い。特に中小企業の多い地方では企業ニーズ調査、シーズ紹介は効率の悪い業務である。

しかし、自分たちの周りには本当の声を自然に聞きだせる人たちがいる。銀行員がその最も近い候補者であろうと思う。

初期研修、銀行等单位での事例発表を中心とした研修会、同行によるOJT、表彰制度等々、研修、モチベーション維持のための工夫は必要である。

実際、山梨大学の経験では効果が見えている。何と云っても、産、学、金それぞれにとってメリットがあるからこそ続いている制度と考えられる。

銀行と連携し、銀行員とパートナーとして結びつき、産学官連携を進展させることを提言する。

新たなる 連携へ



ビジネスチャンス
直行便

成功と失敗の 分かれ道

どうしたらより多くの人を巻き込んだ喜びとなるか、それを考えることが、地域への貢献につながると思う。

☆コーディネーターの一言

どうしたら大学が地域の中小・零細企業のお役にたてるか？
地域の知の拠点として何が出来るか。
できることを実行していきたい。