

社会科学分野における大学の産学連携戦略

—提携の可能性と課題—

中山 健

[目次]

1. はじめに
2. 問題の所在
3. 分析の視点
4. ビジネス系大学の産学連携の現状
 - (1) 産学連携部署の概要
 - (2) ビジネス相談への対応可能性
 - (3) 企業に協力してもらいたい事項
5. ビジネス分野における大学経営と産学連携
 - (1) 大学における産学連携の意義
 - (2) 大学経営と産学連携
 - (3) 産学連携の利益
6. ビジネス系大学における産学連携の課題
7. 結語

1. はじめに

日本の産学連携活動は、1980年代中旬以降の急激な円高を機に多くの企業が海外へと生産拠点を移転したことによる国内産業の空洞化、国際競争力の低下、研究開発投資額の減少、欧米と比べた大学・大学院の劣悪な研究環境と基礎研究水準の立ち遅れ、米国におけるシリコンバレーの成功等を時代背景として、日本が科学技術創造立国を目指す必要性から1995年に「科学技術基本法」が制定され、その実行計画ともいえるべき「科学技術基本計画」(第1期は1996年)の中で大学と企業の連携の重要性と支援策の必要性が説かれたのが端緒となった。

その後、1998年の「大学等技術移転促進法」(TLO法)制定による技術移転機関の整備、1999年の日本版バイ・ドール法である「産業活力再生特別措置法」制定、2000年の国家公務員法改正による国立大学教員の企業役員兼業禁止の緩和、2001年の大学発ベンチャー1000社計画、2004年国立大学法人化といった産学連携推進を支援する政策が相次いで打ち出されたことで、産学連携活動は全国的に普及が進んだ。2009年度における大学の民間企業との「共同研究件数」は14,779件、特許権の実施件数は5,489件と、4年前に比べ共同研究件数で3,725件、特許権は実に4,206件も増加している(文部科学省 2010)。

こうした産学連携活動の専門領域をみると、ライフサイエンス、ナノテクノロジー、情

報通信といった理工系および医薬系分野がほとんどである。科学技術立国を目指すという観点から推進されてきた政策であることを考えると当然であろう。しかしながら、現実には文系分野においても知の創造が行われており、こうした分野においても大学と企業との連携は不可能ではないと考えられる。

そこで本稿においては、特に大学経営の視点から文系の中でも企業と密接な関連性のあるビジネス系分野の大学における産学連携の可能性と課題に関して、全国の大学を対象に実施したアンケート調査結果を分析することによって明らかにしたい。なお、国公立大学は2003年に制定された国立大学法人法によって2004年4月から法人化し、公立大学も2010年度時点で約7割が法人化（公立大学協会 2010）しているが、本稿ではそれらを国立大学、公立大学、あるいは国公立大学と略記する。また、社会科学分野の中でも企業との関連性が最も高いビジネス系（経済・経営・商・会計学等）分野の学部・学科を有する大学を対象とするが、本稿ではそれらを「ビジネス系大学」と略記する（理系等他の学部も有する総合大学も含める）。

2. 問題の所在

これまでの理工・医薬系分野における産学連携活動の活発化は、中央研究所の終焉やインテルの成功にみられるような closed innovation から open innovation（Chesbrough 2003）への転換の必要性が重視されたことが大きな要因になったといえる。多くの技術開発において外部資源の活用が効率的な成功をもたらしたことから、企業は連携相手の一つとして大学の重要性をこれまで以上に認識し始めたわけである。一方、大学が企業との連携に取り組むようになったのは、国が科学技術を振興するために大学と企業の共同研究を支援することになっただけでなく、大学経営における資金源の多様化を図る一環として、資源としての研究成果のライセンスが重要性を増してきたことも指摘される。

これら理工・医薬系分野での産学連携においては、主に大学が基礎技術を開発・特許化し、それを企業が活用して新製品・新技術を開発し、そこから得られた収入の一部が大学に還流するという流れが想定されていた。産学連携研究においても産学連携における大学、企業の機能と役割を論じたもの（原山優子 2003）、産学連携とイノベーションの関連を明らかにしたもの（馬場靖憲・後藤晃編、2007）、諸外国の産学連携実態を分析したもの（宮田由紀夫 2002）などがあるが、理工・医薬系の分野を対象にしたものがほとんどである。

一方、文系分野の産学連携に関しては、理工・医薬系のように大学の知の特許化するといったことは困難であろうが、たとえば企業の新商品アイデアを文系大学の学生や教員が発案するといったかたちでの企業と大学の連携（企画・開発面での協力など）は十分考えられる。しかしながら、それ以外にどのような連携方法があり得るのか、連携上の問題点は何かといった実態が明らかにされていないわけではない。また、文系分野においても、企業との関連性の高い社会科学系と、そうではない人文科学系分野では、適切な産学連携モデルの在り方も異なると考えられる。とりわけ大学への資金の還流ということが考えにくい文系分野では、産学連携のモチベーションが大学側では起きにくいいため、企業側は大学の知的資源を利用できても果たして大学側がどのような利益を得ていくべきかを明確化する

る必要があろう。

以上の問題意識に加えて、大学にとって産学連携のような社会貢献活動が教育、研究に次ぐ機能として認識されるようになった点も大きい。まず、2005年に大学審議会が高等教育の将来指針である『我が国の高等教育の将来像（答申）』を発表し、大学の使命にこれまでの研究・教育機能に加えて社会貢献機能を「第三の使命」として追加したことで、大学と地域の企業との関わりの重要性が喚起された（中央教育審議会 2005）。次いで翌2006年、教育基本法が改正されるが、同法において大学に関する項目（第7条）が新設されるとともに、大学の役割として教育、研究と並んで「研究成果の社会への提供」すなわち社会貢献機能が明確に規定された（文部科学省 2006 a；文部科学省 2006 b）。また、世界的にも先進国間で知識基盤社会における大学の社会貢献機能が強調されるようになってきており、OECDは高等教育機関による地域社会貢献の実態を調査・公表し、その推進の必要性を指摘している（OECD 編，相原総一郎他訳 2005）。こうした政策面の動向を考慮すれば、文系分野における産学連携においても知的資源や研究成果の社会還元は大学の使命ともなってきたといえるが、果たしてそうした一方向の資源の流れが可能かという疑問も生じる。

既存研究においては、近畿経済産業局が近畿圏の文系および芸術系分野における産学連携の現状を調査している（近畿経済産業局 2002）。国内での文系分野を対象にした最初の調査として価値があるが、文系と芸術分野における事例調査等から成果がみえにくい、報酬が低額である、といった特徴を明示している。しかしながら、近畿地域に限定した調査であり、アンケート等で産学連携の意義や役割を一般化された特質として抽出したものではない。またその後、中国地域を対象に文系分野の産学連携実態を調査・分析した報告書が公表されている（中国経済産業局 2005）。成果や要望等に関してアンケート結果とインタビュー結果は記述されているが、文系分野全般に渡る調査であり地域も限定されたものとなっており、役割や特質、意義などが記述されているものの、相互の関係性などについては明らかにされていない。

大学が提供できるものは何かという視点でこれまで調査・分析がなされてきたが、それ自身、具体的な項目を網羅していない。たとえば教員と学生で企業のホームページを制作したり、インターンシップ（就業体験）なども本来は大学と企業の連携活動であるが、インターンシップは別の調査で単独で行われている。また、産学連携が大学にとってどのようなメリットがあるかという点だけでなく、大学にとって企業から提供してもらうものは何かといった双方向で見ていく必要がある。大学は非営利組織だからといって、常に他者への協力だけでは組織間の連携の継続は困難となるためである。

本稿では、これら先行研究における欠点を補うため、大学が単に提供できるものだけでなく、大学が得られるものを明らかにする。またビジネス系分野に限定した全国調査を行うこと、そして学部を限定することで、具体的な項目やビジネス系特有の意義・メリットや役割、問題点を明らかにしようとした。また、分析にあたって、全体の傾向を検討するだけでなく、法人別（国公立大学と私立大学）、規模別（大規模大学と中小規模大学）という分析軸を設けて比較することにした（理由は後述）。質問項目は、連携ニーズの内容とその程度、連携への対応可能性と連携の意義・メリット、課題（連携の阻害要因）であり、全国の国公立大学（4年制）を対象にアンケート調査（質問紙・郵送）を実施した。

3. 分析の視点

分析の視点としては、まず国公立大学と私立大学を分けて各々の集計結果を見ていく必要がある。法人形態が違うだけでなく財源としての公的資金（運営費交付金、私学助成金）の割合も異なっており、そのため国公立大学の方が私立大学よりも公益性が高いといえる。文部科学省が産学連携に関して大学に対して実施するアンケート調査においても法人形態別に分析するケースが多いため、本分析においても国公立大学・私立大学別に比較することとする。

また、これに加えて規模の経済性が大学という組織に当てはまるのであれば、規模の違いも考慮に入れて分析する必要があるが、大学は非営利組織であるために「規模の経済性」といった場合、果たして企業のように規模の大小が平均費用の低減や経済効率性に結びつくのであろうか。この点については、中島・キースらが国立大学を対象として費用関数を用いた分析を行った結果、国立大学において規模の経済性が認められたという実証研究結果（中島英博，キース J. モーガン他 2004）が報告されており、私立大学においても Hashimoto and Cohn (1997) の実証研究により、小規模大学における規模の経済性、大規模大学での規模の経済性などが明らかにされている。これらの既存研究はコスト等数字で計測される要素を用いた大規模大学の有利性を示すものとして評価される。加えて産学連携においてはそうした要素以外に大規模大学が有する知名度や研究費等の優位性が一般に指摘されるため、それら諸点を勘案し、大規模大学と中小規模の大学を分けて分析することとする。

今回実施した質問紙調査においては、回収された164票の中央値をもとに大規模大学と中小規模大学に分類した（図表1参照）。その結果、国公立大学（49校）、私立大学（115校）のいずれも中央値である学生数3000人を分岐点としてほぼ半数の大学が両者に分類された。なお、調査の実施に当たっては、質問紙を用い刊行資料等から住所の確認ができた国公立四年制大学（727校）の産学連携担当課長または広報担当課長宛てに送付した。有効回収数は164票、回収率は22.6%である（調査時期は2010年2月）。

図表1 規模別にみた大学の割合

	中小規模大学	大規模大学
国公立大学（N = 49）	49.0%（24）	51.0%（25）
私立大学（N = 115）	50.4%（58）	49.6%（57）

（注）カッコ内は質問紙を用いた郵送調査による有効回答数（調査実施：2010年2月）

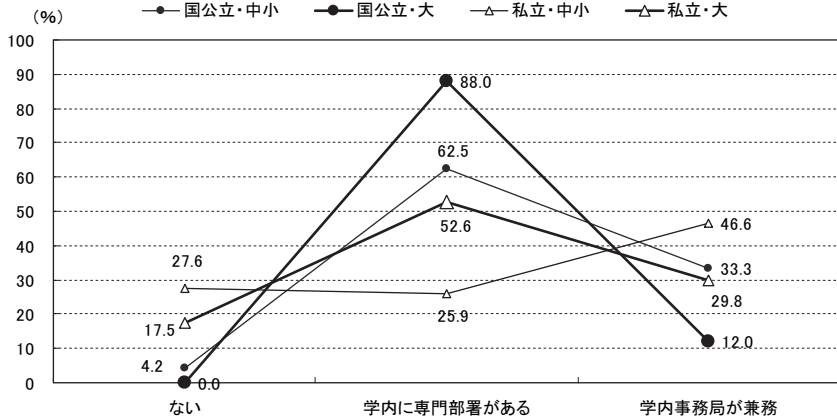
4. ビジネス系産学連携の現状

(1) 産学連携部署の概要

① 産学連携部署の有無

産学連携部署の有無に関しては、国公立大学（大規模）の全てにおいて産学連携を担当

図表2 産学連携部署の有無



する部署を有しており、ほとんど（88.0%）の大学が学内に専門部署を、12.0%の大学では事務局が兼務するかたちをとっている（図表2参照）。国公立大学（中小規模）でも産学連携担当部署がない大学は4.2%に過ぎず、約3分の2が学内専門部署を有する一方、3分の1は学内事務局が兼務している。

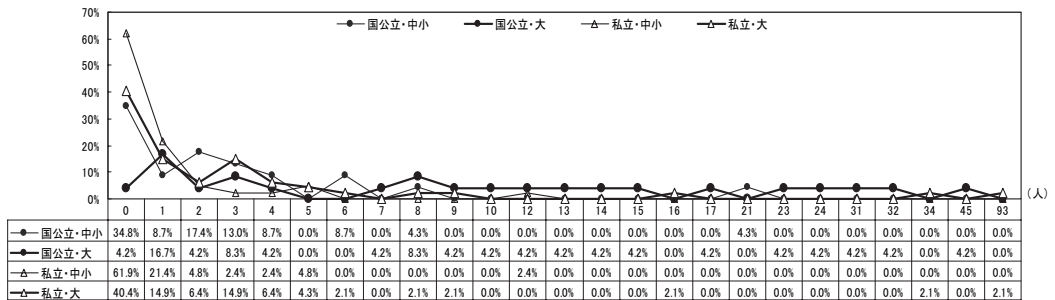
一方、私立大学（大規模）では、産学連携の担当部署を有しない割合が2割弱（17.5%）あり、専門部署を有する大学は半数程度（52.6%）、事務局の兼務が約3割（29.8%）ある。また、私立大学（中小規模）では、3割弱（27.6%）が産学連携を担当する部署を持っていない。学内に専門部署を有しているのは25.9%で、半数近い大学（46.6%）では事務局が兼務するかたちをとっている。

総じて、国立大学（大規模）の大半が産学連携の専門部署を有し、次いで国立大学（中小規模）、私立大学（大規模）、私立大学（中小規模）の順で専門部署の保有割合は低下している。

② 産学連携担当の専任職員数

産学連携担当の専任職員数に関しては、国公立大学（大規模）ではほとんどの大学で専任職員がいるが、国公立大学（中小規模）、私立大学（大規模）、私立大学（中小規模）の順で専任職員を有する割合も低下する（図表3参照）。

図表3 産学連携専任職員数



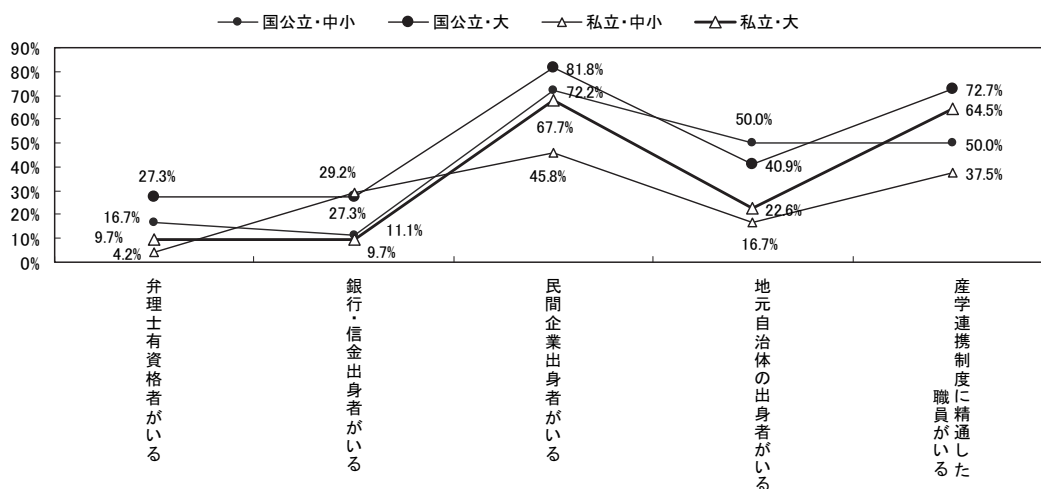
③ 産学連携担当専任職員の専門性

産学連携担当職員の専門性に関しては、国公立大学（大規模）では、民間企業出身者（81.8%）、産学連携制度に精通した職員（72.7%）が多く、弁理士有資格者や銀行・信金出身者も3割弱存在する（図表4参照）。国公立大学（中小規模）では、民間企業出身者（72.2%）、弁理士有資格者（16.7%）は国立大学（大規模）に次いで高い割合であり、また半数の大学に地元自治体の出身者が存在する。

私立大学（大規模）では64.5%で産学連携制度に精通した職員がいるだけでなく、民間企業出身者も約3分の2の大学で有している一方、地元自治体の出身者がいる割合は低い。私立大学（中小規模）では民間企業出身者（45.8%）、産学連携制度に精通した職員（37.5%）、地元自治体の出身者（16.7%）、弁理士有資格者（4.2%）のいずれも最も低い割合である。

総じて、国立大学（大規模・中小規模）で弁理士や民間企業出身者、産学連携制度に熟知した職員、地元自治体の職員など、専門性の高い人材を内部養成だけでなく外部からも積極的に登用しており、一方で私立大学とくに中小規模の私立大学では金融機関出身者を除いて専門性の高い人材の割合が他の法人・規模の大学と比べて低いことがわかる。

図表4 産学連携担当の専任職員の専門性



(2) ビジネス相談への対応可能性

① 相談対応可能性

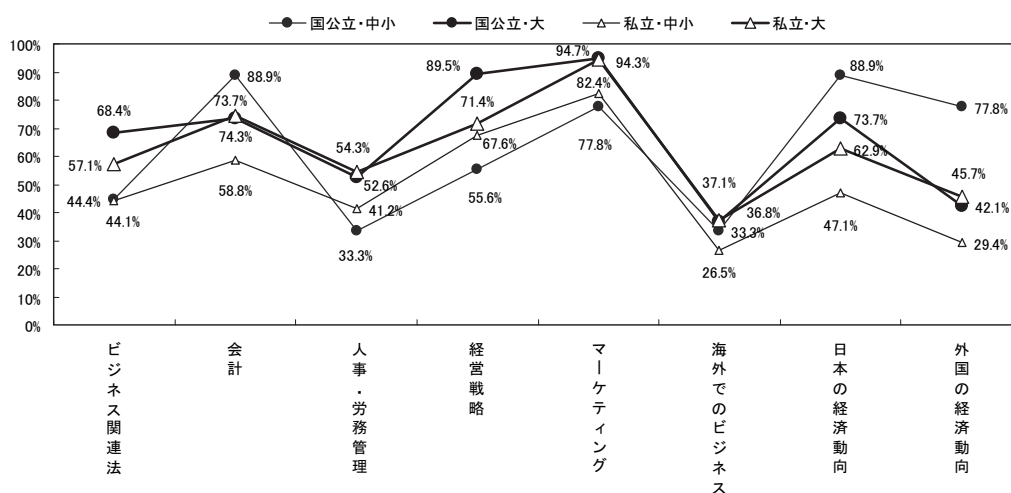
企業からのビジネス関連の相談に対して対応可能かどうかという設問に対して、概ね国公立大学、私立大学ともマーケティング、経営戦略、会計、日本の経済動向に関しては対応可能性が高いといえる（図表5参照）。法人別、規模別の特徴をみると、国公立大学（大規模）ではマーケティングでほとんどの大学（94.7%）が対応可能と答えており、経営戦略で約9割（89.5%）、ビジネス関連法で約7割（68.4%）が対応可能としている。マーケティング、経営戦略、ビジネス関連法の3領域に関しては他の法人・規模の大学を上回る高い比率を示しているのは国立大学（大規模）の特徴といえよう。

また、国立大学（中小規模）では、会計（88.9%）、日本の経済動向（88.9%）、外国の

経済動向（77.8%）に関して他の法人・規模の大学より強い領域であるが、人事・労務管理、経営戦略、マーケティングに関しては比較的弱い領域であるといえる。私立大学（大規模）では、ほとんどの大学においてマーケティング領域の相談事項に対応可能であり、経営戦略、会計領域でも7割以上が対応可能である。私立大学（中小規模）では、マーケティングや経営戦略については、7～8割の大学が対応可能であるが、ビジネス関連法、会計、海外でのビジネス、日本の経済動向、外国の経済動向に関しては、他の法人、規模の大学と比べて最も低い割合となっている。

法人と規模によって違いがみられるのは、日本の経済動向と外国の経済動向であり、国公立大学が比較的対応可能とする割合が高く、私立大学では相対的に低い傾向にある。一般に国公立大学では経済学部が多く、私立大学では経営学部や商学部といった学部が多い（経済学担当教員が少ない）ため、その影響ではないかと思われる。

図表5 ビジネス関連相談事項への対応可能な割合



② 対応可能者とその割合

ビジネス関連の各事項に関して、実施中なのか、実施中でなければ教員が対応可能なのか、学生が対応可能なのか、または教員と学生の両方で対応可能なのか、あるいは対応は困難であるのか、といった対応状況と可能性について各相談項目別に以下で検討する（図表6参照）。

1) 経営戦略立案への参加

経営戦略の立案については、規模によって違いがみられる。国公立大学も私立大学も大規模大学では1～2割程度が「対応は困難」としていて、残り8～9割の大学においては、実施中ないし教員や教員と学生による対応が可能とみている。しかしながら、中小規模大学においては、国公立大学（中小規模）で半数以上が、私立大学（中小規模）で32.4%が「対応は困難」と回答しており、小規模であるが故にこの領域を担当できる教員が少ないことが原因とみられる。対応可能者は、どの法人、規模の大学においても「教員」に集中しており、「教員と学生の両方で対応可能」なのは私立大学よりも国立大

学においてやや高い比率になっている。

2) 社外取締役への就任

企業の社外取締役への就任に関しては、私立大学で6割近くが「対応は困難」と回答しており、国公立大学でも中小規模大学で同比率が44.4%あるが、大規模大学では21.1%と低い比率になっている。国公立大学（大規模）では、経営戦略立案と同様、実施中・済との大学が15.8%あり、教員だけで対応可能との認識だけでなく、教員・学生の両方で対応可能との回答も2割程度ある。総じて私立大学よりも国公立大学での対応可能性が高いことがわかる。

3) 企業の組織改革・改変への協力

企業の組織改革・改変への協力に関しては、国公立大学、私立大学のいずれにおいても大規模大学では7割程度が対応可能であるが、小規模大学では半数程度に留まる。対応可能な場合の協力者としては国公立、私立大学ともに、ほとんどが教員を挙げている。

4) 企業の市場調査・来店者調査等への参加

企業の市場調査・来店者調査等への参加に関しては、「対応困難」との回答割合は1割程度（国公立大学（中小規模））ないしそれ以下であり、約9割程度の大学では対応可能あるいは実施中・済と回答している。実施中・済は、私立大学（中小規模）で約1割であるが、それ以外の大学では2～3割という状況である。国公立、私立大学ともに中小規模よりも大規模大学において実施中・済の割合が高い。誰が対応可能かという点については、教員・学生の両方で対応可能とする割合が国公立、私立を問わず最も高い割合となっている。

5) 新製品・サービスの共同企画開発

新製品やサービスの共同企画開発に関しては、回答割合の分布が前問と比較的似ている。すなわち対応困難とする割合が全般に低く、大半の大学では実施中・済ないし対応可能という状況にある。私立大学（大規模）では約3割（31.6%）が実施中・済である点の特徴的である。実施主体としては、法人別、規模別のいずれにおいても教員・学生の両方で対応可能とする割合が最も高く、次に高いのは教員が対応可能とする割合である。

6) 商品・サービスの広告宣伝企画

商品・サービスの広告宣伝企画に関しては、7割前後の大学が実施中・済ないし可能であるという回答を示している。ただ、実施中・済の大学はマーケティング関連のこれまでの設問（市場調査・来店者調査、新製品・サービスの共同企画開発）と比べると低い割合である。実施者としては、教員と学生の両方で対応可能とする割合が国公立大学のいずれにおいても高い割合を示しており、特に私立大学（中小規模）では40%に達している。

7) 経営診断・企業診断・改善提案

経営診断・企業診断・改善提案に関しては、国公立、私立大学のいずれも小規模大学において対応困難なところが3分の1程度存在するが、大規模大学では国公立大学で21.1%、私立大学で15.8%と低い割合である。また、実施中・済のところは私立大学（中小規模）を除いて1割程度存在する。対応可能な大学では、そのほとんどが教員で対応可能と答えているが、ここで想定されているのは、おそらく経営コンサルタントや

会計士、工場の生産管理マネージャーなどの実務経験を有する教員のことであろう。経営診断や企業診断、改善計画といった事項は極めて実践的、実務的であり、加えて多分野の知識を必要とすることから学生が対応するのは難しいため、こうした結果になったものと思われる。

8) 新入社員研修・管理職研修への講師派遣

新入社員研修・管理職研修への講師派遣に関しては、国公立大学と私立大学で差がみられる。国公立大学では対応困難とする割合は私立大学よりも少なく、対応可能な大学の割合が多い。また、実施中・済の大学は国公立大学で25～26%あるが、私立大学（中小規模）で8.1%、同・大規模大学では2.7%に過ぎない。ただ、国公立、私立大学ともにほとんどが「教員」が対応可能としている。こうした企業相手の研修においては、新入社員研修などで簿記や会計の基礎、マーケティング理論の基礎、日本や海外の経済動向といった初歩的な内容を教えるのは一般の教員でも可能であろうが、管理職研修となると現実の企業内の問題への対処方法などを教えることになるため、実務経験が必要な場合が多いと思われる。

9) 留学生による企業対象の語学教育

企業を対象とした語学教育に関しては、全般に対応困難な大学が多い。私立大学と中小規模の国公立大学では半数以上の大学にとって対応が難しいようである。実際に実施中・済なのは、国公立大学（大規模）の16.7%と私立大学の2.6%に過ぎない。学生で対応可能という回答が多いが、私立大学（大規模）では教員が対応可能との回答もある。これは、おそらくネイティブ教員のことを意味しているものと思われる。いずれにしても、留学生には本務である大学の授業があるため、本格的に企業向けの語学教育に取り組みとなると体系的な教育システムを構築したり、そこに参画する必要性が生じるが、それらは今後の課題といえるだろう。

10) 企業のホームページ作成への協力

企業のホームページの作成協力に関しては、対応困難であるとの回答が国公立大学（中小規模）で7割近い（66.7%）割合であり、国公立大学（大規模）および私立大学（大規模）で36.8%、私立大学（中小規模）で29.7%となっている。実施中・済の大学は各々1割程度ないしそれ以下である。対応可能者については、法人別・規模別に最も大きな数値をみると、国公立大学（中小規模）では教員、教員と学生（いずれも11.1%）、国公立大学（大規模）では学生が対応可能（31.6%）となっており、私立大学（中小規模）では教員・学生の両方が対応可能（35.1%）、私立大学（大規模）では教員と学生の両方で対応可能（23.7%）となっている。大規模な大学では学生だけで対応ができる可能性が高いが、小規模な大学では、その可能性が低いことが推測される。

図表6 企業からの経営相談に対応可能な割合

1) 経営戦略立案への参加

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	0.0%	33.3%	0.0%	11.1%	55.6%
国公立・大	15.8%	57.9%	0.0%	15.8%	10.5%
私立・中小	0.0%	56.8%	2.7%	8.1%	32.4%
私立・大	7.9%	71.1%	0.0%	2.6%	18.4%

2) 社外取締役への就任

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	0.0%	55.6%	0.0%	0.0%	44.4%
国公立・大	15.8%	42.1%	0.0%	21.1%	21.1%
私立・中小	0.0%	38.9%	0.0%	2.8%	58.3%
私立・大	5.3%	39.5%	0.0%	0.0%	55.3%

3) 企業の組織改革・改変への協力

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	0.0%	55.6%	0.0%	0.0%	44.4%
国公立・大	5.3%	52.6%	0.0%	10.5%	31.6%
私立・中小	0.0%	45.9%	2.7%	8.1%	43.2%
私立・大	2.7%	70.3%	0.0%	0.0%	27.0%

4) 市場調査・来店者調査等への参加

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	22.2%	11.1%	11.1%	44.4%	11.1%
国公立・大	31.6%	10.5%	15.8%	36.8%	5.3%
私立・中小	10.8%	18.9%	10.8%	51.4%	8.1%
私立・大	28.2%	15.4%	5.1%	43.6%	7.7%

5) 新製品・サービスの共同企画開発

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	22.2%	22.2%	11.1%	33.3%	11.1%
国公立・大	15.8%	36.8%	5.3%	36.8%	5.3%
私立・中小	10.8%	16.2%	10.8%	43.2%	18.9%
私立・大	31.6%	13.2%	2.6%	31.6%	21.1%

6) 商品・サービスの広告宣伝企画

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	12.5%	12.5%	12.5%	37.5%	25.0%
国公立・大	5.6%	22.2%	0.0%	33.3%	38.9%
私立・中小	2.7%	18.9%	13.5%	40.5%	24.3%
私立・大	19.4%	22.2%	0.0%	27.8%	30.6%

7) 経営診断・企業診断・改善提案

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	11.1%	55.6%	0.0%	0.0%	33.3%
国公立・大	10.5%	47.4%	0.0%	21.1%	21.1%
私立・中小	2.8%	52.8%	2.8%	5.6%	36.1%
私立・大	13.2%	71.1%	0.0%	0.0%	15.8%

8) 新入社員研修・管理職研修への講師派遣

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	25.0%	62.5%	0.0%	0.0%	12.5%
国公立・大	26.3%	52.6%	0.0%	5.3%	15.8%
私立・中小	8.1%	62.2%	2.8%	2.7%	27.0%
私立・大	2.7%	64.9%	0.0%	0.0%	32.4%

9) 留学生による企業対象の語学教育

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	0.0%	11.1%	33.3%	0.0%	55.6%
国公立・大	16.7%	11.1%	22.2%	22.2%	27.8%
私立・中小	0.0%	13.9%	22.2%	5.6%	58.3%
私立・大	2.6%	31.6%	7.9%	5.3%	52.6%

10) 企業のホームページ作成への協力

	実施中・済	教員が対応可能	学生が対応可能	教員・学生の両方で 対応可能	対応は困難
国公立・中小	11.1%	11.1%	0.0%	11.1%	66.7%
国公立・大	5.3%	10.5%	31.6%	15.8%	36.8%
私立・中小	8.1%	18.9%	8.1%	35.1%	29.7%
私立・大	7.9%	15.8%	15.8%	23.7%	36.8%

(3) 企業に協力してもらいたい事項

大学が企業側に協力してもらいたい事項に関しても10項目を用意し、実施中か、協力してもらいたいか、協力不要か、という選択肢を設けて、回答割合を法人、規模別に比較した。以下、各項目に関して考察する（図表7参照）。

1) インターンシップの受け入れ

インターンシップに関しては、今回挙げた10項目の中で最も実施割合が高い項目であり、特に国公立大学（中小規模）では全ての大学が実施している。次いで国公立大学（大規模）の78.9%、私立大学（中小規模）の77.1%、私立大学（大規模）の73.7%が実施している。実施していない大学でもほとんどが企業に協力してもらいたいと考えており、いずれは実施率も向上して、ほぼ全ての大学が企業との間でインターンシップを実施することが予想される。

2) ビジネス系科目への講師派遣

大学の講義（ビジネス系科目）への講師派遣に関しては、国公立、私立大学とも他の項目と比べて比較的实施率は高いといえる。特に大規模大学で高く、国公立大学（大規模）で63.2%が、私立大学（大規模）でも過半数（52.6%）が実施中である。また、実施中以外の大学でも、大半は企業に協力してもらいたいとの要望を持っていることがわかる。

3) 寄附講座の設置

寄附講座（冠講座ともいう）は寄附金を受けたり、講師を派遣してもらったりして講座を特設するもので、実施中のところは大規模大学が多い。国公立大学（大規模）では半数近い（44.4%）大学が設置しており、私立大学（大規模）でも約4割（39.5%）が設置している。協力不要との回答はほとんどなく、講座がない大学でも大半は企業に協力してもらいたいと考えていることがわかる。

4) 寄附金・奨学金の資金提供

寄附金や奨学金などの資金を企業側に提供してもらいたいかどうか、あるいは実施中かとの質問項目に関しては、規模別に違いがみられる。国公立大学（大規模）の約半数（47.4%）の大学、私立大学（大規模）の約4割（36.8%）の大学が実施中であるが、中小規模の大学では国公立大学では実施中0%、同規模の私立大学では11.4%と低い比率である。協力不要とする大学はほとんどないことから、大半の大学は企業に協力してもらいたいと考えている。

5) 起業したい学生へのアドバイス

起業したい学生へのアドバイス協力に関しては、実施中のところが国公立大学（中小規模）では皆無であるが、その他の法人・規模の大学では概ね13~16%程度が実施中としている。実施していない大学に関しては、協力不要とする回答は極めて少なく、大半の大学が企業に協力してもらいたいと考えていることがわかる。

6) 起業したい学生への投資支援

起業したい学生への投資支援に関しては、実施中の大学が国公立大学（大規模）で5.3%、私立大学（大規模）で7.9%、その他の法人・規模の大学では0%となっており、実施率は非常に少ない。一方、大学側は協力不要との回答は非常に少なく、半数程度ないしそれ以上の大学が企業側に協力してもらいたいとの要望を持っている。

7) 起業したい学生への開業場所の提供

起業したい学生への開業場所の提供に関しては、実施中のところは大規模大学であり、国公立大学で10.5%、私立大学で7.9%存在する。しかし中小規模大学では、国公立、私立大学とも0%である。協力不要とする大学は極めて少なく、国公立大学（大規模）で約7割（68.4%）が、その他の法人や規模の大学でも半数程度の大学が企業への協力を要望している。

8) ビジネス系学部・学科への社員の派遣

ビジネス系学部・学科への社員の学生としての派遣に関しては、法人別に実施率が異なる。国公立大学では、中小規模大学で11.1%、大規模大学では27.8%であり、私立大学では中小規模大学で5.7%、大規模大学で7.9%と国公立大学の方が実施率が高く、しかも大規模大学で高いという結果になった。一方、協力不要という大学の割合は少なく、4割以上の大学が企業側に協力してもらいたいとしている。

9) 大学院への社員の派遣

大学院への社員の派遣に関しても法人別に実施率が異なっている。しかも、いずれも学部への派遣より高い比率である。学部への派遣と同様、国公立大学では中小規模大学で25.0%、大規模大学では半数近く（47.4%）が実施中であり、私立大学では中小規模大学で9.1%が、大規模大学では15.8%が実施中となっている。一方、協力不要という大学も私立大学（中小規模）において4割近くあるが、これは大学院を設置していない大学であると思われる。実施していない大学においては大半の大学が企業からの派遣を要望している。

10) ビジネス系大学教員への研究協力

ビジネス系大学教員への研究協力に関しては、実施率が国公立大学（中小規模）で11.1%、国公立大学（大規模）で26.3%、私立大学（中小規模）で17.1%、私立大学（大規模）では18.4%である。大規模大学で実施率が高い傾向にある。協力不要という回答は私立大学に若干あるものの、実施していない大学の多くが企業に協力を要望している。特に国公立大学（中小規模）では、実施していない全ての大学が講師等教育面で協力してもらいたいと回答している。

図表7 企業に協力してもらいたい事項

1) インターンシップの受け入れ

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
国公立・大	78.9%	21.1%	0.0%	0.0%
私立・中小	77.1%	17.1%	5.7%	0.0%
私立・大	73.7%	23.7%	2.6%	0.0%

2) ビジネス系科目への講師派遣

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	44.4%	33.3%	22.2%	0.0%
国公立・大	63.2%	21.1%	5.3%	10.5%
私立・中小	45.7%	42.9%	8.6%	2.9%
私立・大	52.6%	31.6%	15.8%	0.0%

3) 寄附講座の設置

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	22.2%	44.4%	33.3%	0.0%
国公立・大	44.4%	44.4%	11.1%	0.0%
私立・中小	22.9%	48.6%	25.7%	2.9%
私立・大	39.5%	44.7%	15.8%	0.0%

4) 寄附金・奨学金の資金提供

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	0.0%	88.9%	11.1%	0.0%
国公立・大	47.4%	47.4%	5.3%	0.0%
私立・中小	11.4%	74.3%	11.4%	2.9%
私立・大	36.8%	55.3%	7.9%	0.0%

5) 起業したい学生へのアドバイス

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
国公立・大	15.8%	84.2%	0.0%	0.0%
私立・中小	14.3%	62.9%	22.9%	0.0%
私立・大	13.2%	63.2%	18.4%	5.3%

6) 起業したい学生への投資支援

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	0.0%	55.6%	44.4%	0.0%
国公立・大	5.3%	68.4%	26.3%	0.0%
私立・中小	0.0%	45.7%	54.3%	0.0%
私立・大	7.9%	63.2%	23.7%	5.3%

7) 起業したい学生への開業場所の提供

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	0.0%	44.4%	55.6%	0.0%
国公立・大	10.5%	68.4%	21.1%	0.0%
私立・中小	0.0%	48.6%	48.6%	2.9%
私立・大	7.9%	47.4%	39.5%	5.3%

8) ビジネス系学部・学科への社員の派遣

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	11.1%	66.7%	22.2%	0.0%
国公立・大	27.8%	44.4%	16.7%	11.1%
私立・中小	5.7%	40.0%	51.4%	2.9%
私立・大	7.9%	47.4%	42.1%	2.6%

9) 大学院への社員の派遣

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	25.0%	62.5%	0.0%	12.5%
国公立・大	47.4%	36.8%	10.5%	5.3%
私立・中小	9.1%	30.3%	21.2%	39.4%
私立・大	15.8%	60.5%	21.1%	2.6%

10) ビジネス系大学教員への研究協力

	実施中	協力してもらいたい	どちらともいえない	協力不要
国公立・中小	11.1%	88.9%	0.0%	0.0%
国公立・大	26.3%	68.4%	5.3%	0.0%
私立・中小	17.1%	57.1%	20.0%	5.7%
私立・大	18.4%	68.4%	10.5%	2.6%

5. ビジネス分野における大学経営と産学連携

(1) 大学における産学連携の意義

ビジネス系大学における産学連携の意義を明らかにするため、理工系大学にとっての意義と比較しながら考察するが、その際、法人別・規模別に上位7項目までの項目を挙げてみていく(図表8参照)。

まず上位2位までをみると、理工系大学にとってもビジネス系大学にとっても8~10割が産学連携の意義を「地域貢献」あるいは「社会貢献」と捉えていることがわかる。特に規模別にみると、最も高い比率は、大規模大学が社会貢献、中小規模大学が地域貢献であるという点が特徴的である。規模が小さい大学ほど地域をより重視し、大規模な大学ほど社会全体への貢献をより重視していることがわかる。次に指摘される意義は、理工系大学では「研究費の獲得」であり、ビジネス系大学にとっては「学生・ゼミナールの活性化」である。理工系大学では企業との共同研究などによって外部研究費を得られたり、金額も研究内容によっては高額になることもあるため、研究費の獲得手段の一つとして重要性が増してきたことが示唆される。一方、ビジネス系大学においては、得られる研究費が理工系に比べ極めて少なく、場合によってはほとんどない場合もある。また、マーケティング関連の連携を考えると、学生が主体になる場合も少なくないであろうから、そうした場合に学生やゼミナールの活性化に貢献するものとして捉えられている。

次いで、理工系大学では研究課題の解決、ビジネス系大学では、大学イメージ、信用力の向上が指摘されている。理工系大学では、企業との共同研究によって自らの専門分野の課題解決に役立つのであろうし、ビジネス系大学では産学連携活動が地元のマスコミ等で取り上げられる場合などに、大学のイメージアップに繋がるであろうし、イメージが向上すれば信用力も高まることになる。

これらに次ぐ順位に登場するのは、理工系、ビジネス系大学の双方とも企業との人脈形成である。また、これに次ぐのは、理工系大学では「大学イメージ・信用力向上」「大学収益の拡大」であり、ビジネス系大学では学生の就職先拡大、国立大学では研究費の獲得、ビジネス系大学では研究課題の解決が指摘される。

理工系大学における産学連携では、地域社会への貢献や大学のイメージアップ以外に研究費を獲得(あるいは大学収益の拡大)するという大きな目標・意義を有している。一方、ビジネス系大学にとっての産学連携の意義は地域社会貢献やイメージアップという点は同じであるが、それ以外に学生やゼミナール活動の活性化、学生の就職先拡大という目標、意義を有している点で違いがみられる。

これらの意義の相違は、連携相手である企業の業種の違いにも表れている(図表9参照)。理工系大学の産学連携相手は、国公立、私立大学ともに大規模大学の約9割が、中小規模大学でも7~8割が製造業との連携に重点を置いている。技術開発に協力することで企業から研究資金を得ることが出来、また新製品・新技術に結び付く共同開発を実施して特許を申請することで、それがやがて大学の収入増に結び付く可能性もでてくる。文部科学省の調べでは大学における特許出願件数は、2003年から2006年までの3年間で特許出願件数は2,462件から9,090件へと3.7倍に増加し、特許実施件数は同期間で185件から2,872件へと

図表 8 大学にとっての産学連携の意義（上位 7 項目）

理工系大学にとっての意義				ビジネス系大学にとっての意義			
国公立大学 (中小規模)	国公立大学 (大規模)	私立大学 (中小規模)	私立大学 (大規模)	国公立大学 (中小規模)	国公立大学 (大規模)	私立大学 (中小規模)	私立大学 (大規模)
1. 地域貢献 (100.0)	1. 地域貢献 (95.7)	1. 地域貢献 (82.8)	1. 社会貢献 (90.0)	1. 地域貢献 (100.0)	1. 社会貢献 (94.7)	1. 地域貢献 (91.4)	1. 社会貢献 (90.0)
2. 研究費の 獲得(89.5)	2. 社会貢献 (91.3)	1. 社会貢献 (82.8)	2. 研究費の 獲得(85.0)	2. 社会貢献 (88.9)	2. 地域貢献 (89.5)	2. 学生・ゼ ミの活性化 (88.6)	2. 地域貢献 (86.0)
3. 社会貢献 (73.7)	3. 研究費の 獲得(82.6)	3. 研究費の 獲得(69.0)	3. 地域貢献 (77.5)	3. 学生ゼミ の活性化 (77.8)	3. 学生・ゼ ミの活性化 (73.7)	3. 社会貢献 (85.7)	3. 学生・ゼ ミの活性化 (70.0)
4. 研究課題 の解決(57.9)	4. 企業との 人脈形成 (78.3)	4. 大学イメ ージ, 信用力向 上(65.5)	4. 研究課題 の解決(60.0)	3. 研究費の 獲得(77.8)	4. 大学イメ ージ, 信用力向 上(68.4)	4. 大学イメ ージ, 信用力向 上(68.6)	3. 大学イメ ージ, 信用力向 上(70.0)
4. 企業との 人脈形成 (57.9)	5. 研究課題 の解決(69.6)	5. 企業との 人脈形成 (58.6)	4. 企業との 人脈形成 (60.0)	5. 企業との 人脈形成 (55.6)	5. 研究費の 獲得(63.2)	4. 学生の就 職先拡大 (68.6)	5. 企業との 人脈形成 (62.5)
6. 大学イメ ージ・信用力向 上(47.4)	6. 大学イメ ージ・信用力向 上(65.2)	6. 学生の就 職先拡大 (44.8)	6. 大学イメ ージ・信用力向 上(55.0)	6. 学生の就 職先拡大 (44.4)	6. 企業との 人脈形成 (57.9)	6. 企業との 人脈形成 (57.9)	6. 学生の就 職先拡大 (55.0)
7. 大学収益 の拡大(42.1)	7. 大学収益 の拡大(56.5)	7. 研究課題 の解決(37.9)	7. ボランティ ア(50.0)	6. 研究課題 の解決(44.4)	7. 学生の就 職先拡大 (52.6)	7. 研究課題 の解決(46.7)	7. 研究課題 の解決(50.0) 7. 研究費の 獲得(50.0)

(注) カッコ内はパーセンテージ。

15.5倍の増加をしていることが判明しており、特許出願の増加に連れて実のなる収穫も得られることが期待される（文部科学省 2008）。

一方で、ビジネス系の産学連携の相手先は、国公立、私立大学ともに（自治体を除くと）サービス業、小売・卸売業がほとんどである。学生の就職先とも関係のある業種が多いため、インターンシップで参加することによる学生の就業意識の向上、商店街振興や街づくりにおけるゼミナール参加による学生やゼミの活性化、企業の新商品企画や広告宣伝等へのゼミナールでの参加といったかたちでの、いわば教育面や就職面での活性化に結び付く内容が多いといえる。ビジネス系大学の産学連携では、特に研究資金や収益を目的にしたものは少ないといえよう。特許化に関しては、国公立大学（大規模）において「特許化に結び付くテーマがある」と3割程度（「そう思う」＋「まあそう思う」）が答えているが、それ以外の大学では理工・医薬系のような特許化に結び付くテーマを扱っているケースは極めて少ないといえる。

図表9 連携相手の違い（理工系大学，ビジネス系大学）

1) 最も連携件数の多い業種（理工系の連携先）

	農林漁業	製造業	小売・卸売業	サービス業	自治体	NPO
国公立・中小	5.3%	78.9%	0.0%	5.3%	10.5%	0.0%
国公立・大	0.0%	90.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%
私立・中小	7.7%	69.2%	0.0%	3.8%	19.2%	0.0%
私立・大	0.0%	92.1%	0.0%	0.0%	7.9%	0.0%

2) 最も連携件数の多い業種（ビジネス系の連携先）

	農林漁業	製造業	小売・卸売業	サービス業	自治体	NPO
国公立・中小	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	66.7%	0.0%
国公立・大	0.0%	29.4%	5.9%	23.5%	41.2%	0.0%
私立・中小	3.0%	3.0%	27.3%	30.3%	33.3%	3.0%
私立・大	0.0%	13.2%	18.4%	28.9%	36.8%	2.6%

3) ビジネス系・特許化に結びつくテーマがある

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	0.0%	0.0%	55.6%	44.4%
国公立・大	15.8%	15.8%	31.6%	36.8%
私立・中小	2.9%	8.6%	48.6%	40.0%
私立・大	0.0%	12.8%	51.3%	35.9%

(2) 大学経営と産学連携

法人別・規模別を問わず，ほとんどの大学が地域重視を大学の経営戦略の一つと考えている。特に中小規模の国公立大学がそうした意識を強く有している。産学連携活動への参加が研究の向上に寄与するばかりでなく，学生の教育面でも寄与することを多くの大学が認識しており，これらも特に私立より国立大学において比較的強く認識されているようである（図表10参照）。

ビジネス系の産学連携においては，理工系の連携のようなハイリスク・ハイリターンとなる協働事業は少ない。ハイリスク・ハイリターンと回答（「そう思う」と「まあ（やや）そう思う」の合計値。以下同じ。）しているのは，国公立大学（大規模）では半数程度（53.0%），国公立大学（中小規模）では2割程度（22.2%），私立大学（大規模）で4割弱（38.4%），私立大学（中小規模）で3割程度である。すなわち国公立大学（大規模）で約5割（47.1%），それ以外では6～8割程度がローリスク・ローリターンと考えていることになる。大規模大学ではビジネス系であっても大きな事業を行うことが可能なのであろうが，中小規模大学や地方の大学ではそれほど大規模に事業を行うことは少ないと思われる。一般に，理工系や医薬系においては新技術・新製品・新薬が開発できるか否かといった場合には不確定な要素が多く研究開発投資が高額になる場合もあるが，ビジネス系を含む文系においては結果が不確定な協働事業が極めて少ないため，理工・医薬系に比べて多

くの場合、ローリスク・ローリターンとなる。

図表10 産学連携と大学経営

1) 地域重視は大学の経営戦略の一つ

	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	87.5%	8.3%	0.0%	4.2%	0.0%
国公立・大	72.0%	24.0%	0.0%	0.0%	4.0%
私立・中小	65.5%	24.1%	10.3%	0.0%	0.0%
私立・大	63.2%	21.1%	15.8%	0.0%	0.0%

2) 産学連携が教員の研究の向上に寄与する

	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	50.0%	41.7%	8.3%	0.0%	0.0%
国公立・大	40.0%	52.0%	8.0%	0.0%	0.0%
私立・中小	32.8%	51.7%	8.6%	6.9%	0.0%
私立・大	33.3%	57.9%	8.8%	0.0%	0.0%

3) 産学連携が学生の教育面に寄与する

	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	29.2%	58.3%	4.2%	8.3%	0.0%
国公立・大	40.0%	56.0%	4.0%	0.0%	0.0%
私立・中小	29.3%	39.7%	24.1%	5.2%	1.7%
私立・大	35.1%	49.1%	14.0%	1.8%	0.0%

4) ビジネス系の連携はハイリスク・ハイリターンである

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	0.0%	22.2%	66.7%	11.1%
国公立・大	5.9%	47.1%	35.3%	11.8%
私立・中小	8.6%	22.9%	51.4%	17.1%
私立・大	5.1%	33.3%	46.2%	15.4%

(3) 産学連携の利益

ビジネス系分野の産学連携においては、経済的利益を得ることが必要なのか、あるいはそうではない利益、つまり前述したような大学のイメージアップや信用力向上、研究課題の解決や就職率向上などの目に見えない利益が得られれば良いのかという問題が生じる(図表11参照)。

この問いに関しては、国公立大学(中小規模)では過半数(55.5%:「そう思う」と「まあそう思う」の合計値, 以下同じ), 同(大規模)では68.4%, 私立大学(中小規模)で86.5%, 同(大規模)では86.8%の大学が経済的利益よりも目に見えない利益が得られ

れば良いと回答している。国公立大学より私立大学が概ね高い割合ではあるが、いずれの法人・規模においても半数から9割近い大学が目に見えない利益を得られれば良いとしており、こうした傾向はおそらく経済的利益に結び付くことを想定する理工・医薬系とは異なる結果であろう。

図表11 ビジネス系の産学連携：経済的利益よりも目に見えない利益が得られればよい

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	11.1%	44.4%	44.4%	0.0%
国公立・大	31.6%	36.8%	31.6%	0.0%
私立・中小	21.6%	64.9%	13.5%	0.0%
私立・大	21.1%	65.8%	13.2%	0.0%

6. ビジネス系大学における産学連携の課題

ビジネス分野における今後の産学連携活動の重要性に関する設問（「そう思う」と「まあそう思う」の合計値；以下同じ）に関しては、法人別・規模別を問わず3分の2以上の大学（国公立大学（中小規模）68.2%、同（大規模）75.0%、私立大学（中小規模）74.5%、同（大規模）77.3%）が産学連携活動にもっと力を入れていきたいと回答している。ビジネス系においてもこれほど高い連携の意向があるにも関わらず、実態としてなかなか取り組むのが難しい面もあると考えられる。そこで、アンケート結果からビジネス分野における産学連携の課題を明らかにしたい（図表12参照）。

元来、ビジネス関連相談に対応可能な教員はそれほど多くいないと思われる。実際、国公立大学（中小規模）の半数（50.0%）、同（大規模）の約6割（57.9%）、私立大学（中小規模）の約8割（78.4%）、同（大規模）の約6割（56.4%）が担当可能な教員は少ないと答えている。

こうした担当可能教員の少なさは、産学連携件数の少なさにも表れている。国公立大学（中小規模）の55.6%、同（大規模）の約8割（77.7%）、私立大学（中小規模）の83.7%、同（大規模）の約86.9%が少ないと認識している。法人別・規模別にかかわらず大部分（8割前後）の大学において産学連携活動がビジネス系では思ったほど実施されていないことがわかる。

産学連携全般における課題として、「地元企業との連携にもっと力を入れていきたい」という設問（表は不掲載）に同意する割合は、国公立大学（中小規模）92.7%、同（大規模）の約8割（95.8%）、私立大学（中小規模）の86.2%、同（大規模）の約90.9%である。この数値からは、9割前後の大学が地元企業を重視する傾向にあることを示している。特に、ビジネス系分野における地元中小業との連携については、大規模大学の9割前後が、中小規模大学では7割弱が少ないと答えている。大規模な大学は大企業との連携が比較的多く、一方、中小規模の大学では大企業との連携が少ないことが予想されるため、こうした結果になったものと思われる。

いずれにしてもビジネス分野では産学連携活動自体が少ないこともあり、今後の産学連

携の活発化のためにはいかに企業のニーズと大学のシーズをマッチングさせるかが問題となる。理工・医薬系では、産学連携が普及するまでは、大学側の有する知的資源情報すなわちどのような研究者がいて、どのような研究を行っているかという情報が企業側からはわかりにくく、その後 TLO や産学連携部署の設置によって情報が双方向に流れるようになり、普及に弾みがつく一助になったともいわれる。ビジネス系の分野でも産学連携は未だ黎明期の段階にあると思われるが、同分野における大学の知的資源情報が企業に十分伝わっていないことに関しては、法人・規模にかかわらず 8～9 割の大学が認識している。TLO 等はあるものの、文系分野まで網羅しているところはまだ少ない。

また、一般に中小規模大学における知名度は大規模大学と比べ総じて低い。アンケートでは、私立大学（大規模）と国公立大学（大規模）の半数以上、私立大学（小規模）の半数、国公立大学（小規模）の 41.7% が、他大学と連合体を組織する必要があると回答している。こうした組織化は、小規模組織の知名度の不利性を克服するための有力な方法の 1 つになり得ると考えられる。

図表12 ビジネス系における産学連携の課題

1) ビジネス系課題・ビジネス関連相談に対応できる教員が少ない

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	12.5%	37.5%	37.5%	12.5%
国公立・大	10.5%	47.4%	31.6%	10.5%
私立・中小	27.0%	51.4%	18.9%	2.7%
私立・大	23.1%	33.3%	33.3%	10.3%

2) ビジネス系課題・産学連携の件数自体が少ない

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	55.6%	22.2%	22.2%	0.0%
国公立・大	33.3%	44.4%	22.2%	0.0%
私立・中小	40.5%	43.2%	10.8%	5.4%
私立・大	55.3%	31.6%	13.2%	0.0%

3) ビジネス系課題・連携先として地元の中小企業はまだ少ない

	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	55.6%	22.2%	11.1%	11.1%
国公立・大	50.0%	44.4%	0.0%	5.6%
私立・中小	36.1%	38.9%	11.1%	13.9%
私立・大	33.3%	53.8%	12.8%	0.0%

4) ビジネス系課題・大学の研究者情報（シーズ）を企業側が十分知らない

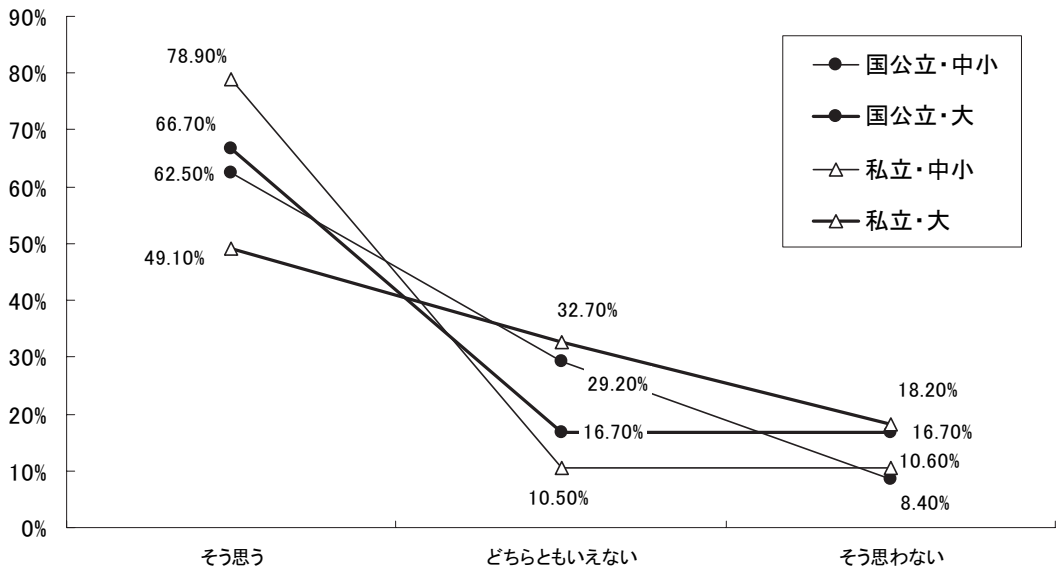
	そう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	55.6%	22.2%	22.2%	0.0%
国公立・大	57.9%	31.6%	10.5%	0.0%
私立・中小	35.1%	51.4%	13.5%	0.0%
私立・大	36.8%	44.7%	18.4%	0.0%

5) 小規模大学は他大学と連合体組織の形成が必要

	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
国公立・中小	16.7%	25.0%	58.3%	0.0%	0.0%
国公立・大	33.3%	20.8%	45.8%	0.0%	0.0%
私立・中小	17.2%	32.8%	44.8%	5.2%	0.0%
私立・大	18.2%	36.4%	36.4%	7.3%	1.8%

また、18歳人口の減少や4年制大学設置数（短期大学からの昇格を含む）の増加によって、大学の経営環境は厳しくなっており、加えて入試の多様化、9月入学・卒業制度の導入等によって教員の教学・事務的負担増を招いており、その結果、教育・研究活動以外の活動すなわち産学連携に割ける時間が十分取れないという教員も少なからず出てきている（図表13参照）。特に、私立大学（中小規模）において、8割近く（78.9%）の大学が業務多忙で産学連携が実施できる教員が少ないと感じており、国公立大学（大規模）で66.7%、同（中小規模）で62.5%、私立大学（大規模）でも約5割（49.1%）が同様の指摘をしている。

図表13 大学業務で忙しく産学連携が実施できる教員は少ない



産学連携の頻度はどのような問題点と関連性があるのかを明らかにするため、主たる課題を独立変数に、ビジネス分野における産学連携件数の少なさを従属変数に採用し、重回帰分析を行った（図表14参照）。

その結果、大学の規模や大学としての市民への開放度の高低などではなく、ビジネス関連相談に対応できる教員が少ないことや大学業務が忙しくて産学連携を実施できる教員が少ないことが大きく影響していることが明らかとなった。研究者だからといって実務ができるわけではないので、仕事上の問題や具体的な企業の経営問題に対処できるわけではないため、たとえビジネス関連の教員が多数いても、そうした実務上の問題に対応できれば企業との連携は難しい。また、たとえ対応可能な教員がある程度いたとしても、近年の業務多忙化の流れの中で学内や学会等の重要なポストに就いた場合には、企業との連携にまで時間を割く余裕がなくなっているのが現状であるといえよう。逆に、この2つの課題が解決できることになれば、大学としてもビジネス分野の産学連携にスムーズに取り組むことが可能となるだろう。

図表14 産学連携件数の要因分析（重回帰分析結果）

（従属変数：ビジネス系産学連携件数の少なさ）

	β	t
（定数）		1.667
ビジネス関連相談に対応できる教員が少ない	0.378***	3.955
経済的利益よりも目に見えない利益が得られればよい	0.157	1.747
図書館、公開講座等の一般市民への開放度は高い	-0.151	-1.691
大学業務多忙で産学連携が実施できる教員は少ない	0.225*	2.311
大学規模	-0.125	-1.386
adjR-square	0.253***	
N	98	

*<.05 **<.01 ***<.001

7. 結語

本稿では、これまでの理工系・医薬系を対象としていた産学連携が社会科学分野分野でどのような可能性を有するのかという視点から、大学から企業への知的資源の移転だけでなく、逆方向である企業から大学への移転可能な項目も取り上げ、実体面での動きとともに意義や役割、課題に関してアンケート調査データを分析しつつ考察した。ここでは、これら分析結果をまとめつつ新たに得られた知見として以下の諸点を指摘したい。

まず、産学連携の担当部署・人材と経営相談への対応可能性に関しては次の点が指摘できる。すなわち、私立大学よりも国公立大学で中小規模よりも大規模大学において専門部署ならびに専門人材（弁理士、銀行出身者等）を有しており、法人別に違いが有るものの総じてマーケティング（特に大規模大学）や経営戦略（特に大規模大学）、会計（国公立大学・中小規模）、国内外の経済動向（特に国公立大学・中小規模）などにおいて経営相

談に応じることは十分可能である。

実際の連携状況に関しては、実施中あるいは対応が可能なものもあれば対応が困難なものがあり、特に大学法人別・規模別に違いがみられる。まず、企業との連携の実施状況については、市場調査・来店者調査、新入社員研修・管理職研修（主に国公立大学）、新製品・サービスの共同企画・開発、広告宣伝、経営診断・企業診断・改善提案といった事項において10～30%の大学が産学連携を実施中である。その反対に企業との連携が困難なもの（対応は困難と回答した割合）は、経営戦略立案への参加（国公立大学の半数以上）、社外取締役への就任（国公立大学・中小規模の約4割、私立大学（大規模および中小規模）の半数以上）、企業の組織改革・改変への協力（国公立大学および私立大学の中小規模の4割強）、留学生による企業対象の語学研修（国公立大学・中小規模および私立大学（大規模および中小規模）の半数以上）、企業のホームページ作成への協力（国公立大学・中小規模の約7割）である。未実施の大学で対応可能と回答した大学における対応可能者に関しては、教員が主に対応可能なのは経営戦略立案への参加、社外取締役への就任、組織改革・改変への協力、経営診断・企業診断・改善提案、新入社員研修・管理職研修への講師派遣であり、学生が主に対応可能なのは留学生による企業対象の語学教育である。また、教員と学生の両方で対応可能なものとして市場調査・来店者調査等への参加、新製品・サービスの共同企画開発、商品・サービスの広告宣伝企画があげられる。

総じて（「企業のホームページ作成への協力」における国公立大学（中小規模）を除く）、いずれの項目に関しても概ね4割程度ないしそれ以上の割合の大学（法人別・規模別）において、産学連携を実施可能ないし実施中というのが現状である。実施率や対応可能性の特に高い項目としては、市場調査・来店者調査等への参加、新製品・サービスの共同企画開発といったマーケティング分野と、新入社員研修・管理職研修への講師派遣が挙げられる。大学規模別に着目すると、経営戦略立案、社外取締役への就任、組織改革・改変への協力、経営診断・企業診断・改善提案、留学生による企業対象の語学教育といった項目に関しては大規模大学の方が実施可能性や実施率が総じて高い傾向にあり、これはおそらく教員数や学生数（留学生を含む）が多いことが原因と考えられる。

次に、企業側の協力を得て行われる産学連携事項に関しては、最も実施率の高いものがインターンシップの受け入れであり、国公立大学（中小規模）の100%、その他の法人・規模の大学では7～8割が既に実施中である。企業側の協力を得て教育目的で学生を仕事現場に派遣するインターンシップ事業は、ほとんどの大学が実施している産学連携活動であるといえよう。次いで実施率（カッコ内の数値）が高い順に、ビジネス系科目への講師の派遣（国公立大学（大規模）の6割、その他の法人・規模の大学の4～5割）、寄附講座の設置（国公立大学（大規模）および私立大学（大規模）の4割、その他の法人・規模の大学では2割）、寄附金・奨学金の資金提供（国公立大学（大規模）の約5割、私立大学（大規模）の約4割、中小規模の私立大学1割、国公立大学0%）、大学・大学院への学生の派遣、ビジネス系大学教員への研究協力が挙げられる。しかしながら起業したい学生へのアドバイス、投資支援、開業場所の提供に関しては実施率が極めて低いか0%である。各項目に関して企業と連携していない大学においても企業側の「協力は不要」とするところは極めて少なく、半数程度ないしそれ以上の大学が企業の協力を必要としていることが明らかとなった。法人別、規模別にみると、インターンシップが概して中小規模大学

において実施率が高いものの、ビジネス系科目への講師派遣、寄附講座の設置、寄附金・奨学金の資金提供、起業したい学生への支援、大学・大学院への社員の派遣、ビジネス系大学教員への研究協力については、規模別では大規模大学、法人別では私立より国公立大学において高い実施率となっている。

以上の他、大学経営にとって産学連携が持つ意義やそこからもたらされる利益を明らかにした。意義に関しては理工系とビジネス系の産学連携を比較すると、共通の意義、異なる意義を見出すことが出来る。理工系、ビジネス系のいずれにおいても産学連携は社会貢献や地域貢献、大学イメージや信用力の向上、企業との人脈形成、研究課題の解決といった点で共通の意義を有する。しかしながら、理工系特有の意義として研究費の獲得や大学収益の拡大が重視され、その一方、ビジネス系特有の意義として学生・ゼミの活性化が重要視されている。また、大規模大学は地域貢献よりも社会貢献に産学連携の意義を見出す大学が多い反面、小規模大学では社会貢献より地域貢献としての意義を指摘する大学が多い。理工系の産学連携における対象企業は製造業がほとんどであるため技術開発や製品開発等ハイリスク・ハイリターンな共同研究が多く、他方、ビジネス系では主たる連携先がサービス業や小売・卸売業でありローリスク・ローリターンな共同研究が多いと言える。

大学経営からみた産学連携の位置づけとしては、8～9割の大学が地域重視を大学の経営戦略の1つと考えており、特に中小規模の国公立大学がそうした意識を強く持っている。研究・教育面では、産学連携活動への参加が研究の向上に寄与するだけでなく教育面でも寄与することがほとんどの大学において認識されている。また、ビジネス系産学連携の利益に関しては、国公立大学の過半数、私立大学の約9割が経済的利益よりも目に見えない利益を得られればよいとしており、研究費目的の理工・医薬系の連携とは異なる利益目的であると考えられる。

全体を通して、中小規模大学よりも大規模大学において連携の実施割合や対応可能割合が高い傾向がみられた。大規模大学の多くは伝統があり知名度も高い。それに加えてビジネス分野で企業との連携に対応できるだけの幅広い領域における知的資源（研究者、実務経験のある教員）を抱えていることのメリットが大きいと言える。逆に、中小規模大学では地域的な連携を組むなどして規模の不利性を克服することが重要となる。近年、そうした動きは、例えば京都で1998年に設立され、現在50の国公立大学・短大が参加している産学官連携組織である（財）大学コンソーシアム京都（財団法人大学コンソーシアム京都2010）、東京多摩地域の29の国公立大学・短大（正会員）が参加する地域連携組織（財団法人学術・文化・産業ネットワーク多摩事務局 2011）などのように、特に2000年以降、地元自治体も含めた産学官連携組織として各地で形成され始めた。

ビジネス分野の産学連携においては理工・医薬系分野にはない課題が存在する。企業とビジネス分野で連携をしたい大学は多いものの、実際には国立大学（中小規模）の半数、それ以外の法人・規模の大学でも8割程度が実態面での産学連携件数の少なさを指摘しており、それが連携推進上の課題であり阻害要因ともなっている。重回帰分析の結果、ビジネス関連相談に対応できる教員の少なさと大学業務の多忙化によって産学連携が実施できる教員が少ない点が連携件数の少なさの要因となっていることが明らかとなった。こうした課題解決のためには、研究者が実務問題に直接対応できるわけではないため、企業現場における経営問題に対処できる教員をいかに確保するかという点と、対応できる教員が多

数いたとしても年々大学の業務すなわち教育・研究・行政事務が多忙化しているため、連携に取り組む場合の各種業務負担の軽減措置等をいかに図っていくかという点を、政策的支援も踏まえて産学官の間で考えていく必要がある。

(追記) 本稿は、千葉商科大学学術研究助成金を得て調査・研究した成果である。

参考文献

- 馬場靖憲・後藤晃編 (2007) 『産学連携の実証研究』 東京大学出版会
- Chesbrough, H. (2003), *Open Innovation*, Harvard Business School Press. (大前恵一朗 (2004) 『OPEN INNOVATION』 産業能率大学出版部)
- 中国経済産業局, 2005, 『中国地域における文科系分野における大学の知的資源活用 (産学官連携) 形成方策調査報告書』
- 中央教育審議会 (2005) 『我が国の高等教育の将来像 (答申)』 文部科学省
- Hashimoto K. and E. Cohn (1997) “Economies of Scale and Scope in Japanese Private Universities,” *Education Economics*, Routledge, pp.107-115.
- 原山優子 (2003) 『産学連携—「革新力」を高める制度設計に向けて—』 東洋経済新報社
- 近畿経済産業局, 2002, 『関西地域の社文系・芸術系大学発事業創出・支援に関する実態調査』
- 公立大学協会 (2010) 『公立大学法人一覧』
- 宮田由紀夫 (2002) 『アメリカの産学連携—日本は何を学ぶべきか—』 東洋経済新報社
- 文部科学省 (2006 a) 『教育基本法』
- 文部科学省 (2006 b) 『教育基本法 (平成18年法律第120号) について』
- 文部科学省 (2008) 『平成19年度 文部科学白書』, 日経印刷株
- 文部科学省 (2010) 『平成21年度大学等における産学連携等実施状況について』
- 中島英博, キース J. モーガン, 鳥居朋子, 小湊卓夫, 池田輝政 (2004) 「国立大学における規模および範囲の経済性に関する実証分析」『名古屋高等教育研究 第4号』名古屋大学高等教育研究センター, pp.91-104.
- OECD 編, 相原総一郎他訳 (2005) 『地域社会に貢献する大学』 玉川大学出版部
- 財団法人大学コンソーシアム京都 (2010) 『Information 2010』
- 財団法人学術・文化・産業ネットワーク多摩事務局 (2011) 『ネットワーク多摩とは』 (<http://www.nw-tama.jp/>)

〔抄 録〕

社会科学分野における大学の産学連携戦略 —提携の可能性と課題—

中山 健

日本の産学連携活動は、日本が科学技術創造立国を目指す必要性から「科学技術基本計画」を端緒とした相次ぐ政策的支援だけでなく、企業の戦略提携の活発化、シリコンバレーモデルへの注目等を背景に1990年代中旬から増加を続けてきたが、その領域は医薬・理工系分野であった。しかし、現実には社会科学分野においても知の創出が行われており、特に企業経営と密接な関連性を有する経営・経済学分野での連携活動も不可能ではないと考えられる。また、医薬・理工系では知の提供とともに特許の取得や報酬の獲得といった双方向の連携モデルが成り立つが、社会科学系での連携モデルのありかたは同様にない可能性があるため新たなモデル構築が必要となる。

そこで本稿では、企業と関連性の高いビジネス系（経済・経営・商・会計学等）分野の学部・学科を有する大学と企業の連携のありかたについて、特に大学経営の視点から、設置主体の違い、規模の違いを考慮して、全国の大学にアンケート調査した結果を分析し、連携ニーズの内容とその程度、連携への対応可能性と連携の意義・メリット、課題（連携阻害要因）等を明らかにした。大学が企業に提供できる内容は少なくなく、マーケティング調査・企画や企業の研修等においては10～30%が現実に実施中であるが、一方で連携困難な要因も存在する。また、一方的に大学が提供するだけでなく、企業側に提供してもらいたい項目も多数存在し、それらが今後の提携関係継続のための潜在ニーズとして存在していることが判明した。提携の意義は法人別、規模別に特徴がみられるとともに、社会貢献や地域貢献だけでなく多様な項目から成り立っている。ただ、こうした企業との連携への希望は少なくないものの、ビジネス相談への対応教員の少なさ、大学業務の多忙化によって産学連携の実施が阻害されている面もあることが明らかとなった。