

わた ひきのぶ みち 綿 引 宣 道

学位の種類 博士(経営学)

学位記番号 経(経営)第7号

学位授与年月日 平成17年7月7日

学位授与の要件 学位規則第5条第2項該当

最終学歴 平成9年3月
中央大学大学院商学研究科博士課程後期課程単位修得退学

博士論文題目 地方大学における産学共同の現場研究
—企業と大学の意識のギャップを中心として—

論文審査委員 (主査)
教授 大滝 精一 教授 権 奇 哲

論文内容の要旨

1 研究の目的と特徴

第一の目的は、産学共同研究についての企業と大学の行動基準と意識の違いを明らかにし、産学共同研究の成果を十分に発揮できる管理手法を探ることである。両者の存在目的が異なるため、産学共同研究に対する意識の違いが生じ、両者の行動基準が異なる。この違いを知ることは重要である。

第二の目的は、経済的に未発達な地方にある大学での共同研究を促進することである。既存の研究のほとんどは、有名大学と有名企業が多くある地域を対象としている。地方大学は研究分野と研究者が少ない上、労働集約型企業を対象となるため、共同研究を行うには不利な状況に置かれている。地方自治体や地方大学の戦略を策定するには、過去の研究は応用しにくいものである。

第三の目的は、産学共同研究の現場管理にとって有効な示唆点を提示することである。従来の研究では企業と大学を分析の最小単位としており、そのアプローチも技術論・戦略論的ないし歴史的なものが多い。従来の研究では、どのような人材を配置し実行していくかという問題に対して不十分さが残る。

第四の目的は、大学間比較を行うことである。研究対象とした3つの地方国立大学は、経済的環境も自然環境も似ている。しかし、学部数と教員数が少ないX大学は有名大学に匹敵する共同研究

実績をあげているのに対し、教員数の少ない総合大学であるZ大学は少ない実績しかない。Y大学はその中間にある。なぜそのような違いが出るのかを解明する。

2 問題の所在

大学との共同研究は企業にとって一つの効果的な研究開発戦略である。最近、基礎研究を得意とする大学との共同研究が画期的な革新を起こすための最善策であるという前提のもとで、産学共同についての政策立案と研究が行われる傾向がみられる。そして、多くの政策立案と研究は、概ね次のような前提に基づいている。

- 一、企業は共同研究に多額の試験を提供し、大学の施設と研究のレベルを高める。
 - 二、大学の研究室に企業が研究者を派遣し、研究が加速度的に進む。
 - 三、高度に専門的研究を行い、その結果から革新につながり地域経済に貢献する。
- 本論文では、これら前提の妥当性を企業と大学の両面から調査する。

3 企業の視点（第2部）

○企業の意思決定

調査によると、基本的に、大学研究者を捜すのはローレベルで行われ、実施の決定はトップレベルの決定事項となっている。また物品の提供についての決定はミドルレベルが担当し、人員の派遣については金銭・物品の提供がなくてもトップレベルの決定事項となっている。

大学との共同研究において企業が大学へ派遣する人員数は、文部科学省の統計では、約1人となっているが、企業側の回答ではそれより少ない。派遣人数が少ないのは派遣する部署の業務がそのままのため、現実的に人員派遣できないという事情による。結局、名目だけの民間等との共同研究となりがちで、実態は受託研究になってしまう。こうした実態は地方の大学だけでなく、有名大学でも同じである。企業は人員を通常の業務以外に回せないため、自社以外の研究施設での研究時間はわずかなものである。

○企業の選択基準

産学共同研究を競争優位獲得の手段とみると、ライバル企業との問題があるにもかかわらず、なぜ特定の大学研究者に集中するのか。これは、企業が大学の知名度で共同研究の対象を選択するのではなく、大学の設備と研究者個人の能力を基準にしているからである。調査結果からみると、産学共同研究は大学の研究室あるいは大学研究者個人との共同研究であって、大学との共同研究ではない。

しかし産業政策は、行動主体として大学と企業を前提としており、研究開発部門や研究室または大学研究者個人の行動指針を明らかにしていない。地方大学で件数が少ないのは距離が原因とされていたが、企業は無関係と回答している。人員を派遣できない事情と移動費用を考慮すると、近場から探さざるを得ず、地理的影響が結果的に影響することになる。

競争優位の獲得のためには研究開発活動は極秘に行われるはずだが、文部科学省の統計では、同

一の研究者にライバル企業が共同研究を申し込んでいる。これについて企業同士連合するようである。単独で競争優位を獲得するより、産業の育成目的があるようである。

一般に、企業は商品につながる開発が中心であり、基礎研究は苦手であるといわれる。

この弱みを補う形で共同研究が理想的といわれるが、その活動は企業の戦略に大きく依存するもので、大学と企業の間で研究と開発の棲み分けはない。

また、共同研究を戦略的に実行するなら、副次的効果を得るために人事戦略も含めて実行すべきである。諸外国の研究でも、インターンシップでできないことを共同研究で行い、優秀な学生を確保するきっかけを作るべきだという主張がある。しかし調査によると、企業はそれとは逆に共同研究を学生の就職と関連づけたがらず、研究補助者のアルバイト代も出さない。共同研究はあくまでも研究開発部門の決定事項で、人材確保は人事部の決定事項であるため、研究開発部門はこのような回答をせざるを得ないのが実態である。

○リエゾン・オフィスに求められる役割

リエゾン・オフィスは、企業と大学の間で研究内容や研究方針をはじめ情報の非対称があるために、これを解決すべく大学の組織として設立されたが、共同研究を経験した企業ですらその存在を知らず、知っていても利用する企業は少ない。その原因はリエゾン・オフィスの業務内容が知られていないことにある。多くの企業は、リエゾン・オフィスを利用せず、直接大学研究室に問い合わせるか専門家の紹介を受ける。誰かの紹介を受ける方が、裏書保証のような効果があるとみている。

4 大学研究者の視点（第3部）

○大学研究者の動機

一般的に大学の研究者が共同研究を行う動機は資金目的といわれる。しかし調査によると、分野ごとに若干違いはあるものの、全体的に共同研究の経験者は資金目的ではないと回答する傾向がみられる。資金よりは、自分の研究のためのヒントを得ること、または社会的貢献の動機の方が強い。実際に地方の企業と組む場合、金銭的には持ち出しになり、共同研究よりも技術指導が一般的で、社会貢献の気持ちがなければやれない。

共同研究に対する意思是、X大学が積極的で、Z大学が消極的である。共同研究と学生の就職との関係については、すべての分野において経験の有無にかかわらずそう思わないという回答が多い。

○なぜ共同研究をしたくないのか

信条を理由にした回答は少数で、条件が揃えば行うという意思が多い。企業の要求する研究内容に対する不満については、大学間では差がなく、理学分野の研究者が強い。時間不足については、大学間や分野間でちがいはみられない。設備不足については、大学間では違いがないが、分野間では違いがみられる。共同研究の評価に関しては、評価されない理由では、分野も大学も差がない。

しかし自由回答で、事務補佐や研究補佐、制度や手続き、資金が使えるまでの時間、守秘義務などの問題が指摘されている。現在の共同研究制度では、通常の業務に上乗せになるだけなので、よほどの意思がない限りしたくないと回答するのは自然であろう。

○共同研究の仲介者

知り合いの紹介、学会・研究会での知り合い、大学の同窓生経由が多く、自分から声をかけたのは15%である。リエゾン・オフィス経由はわずか5%に過ぎない。件数が少ないZ大学は、公設試験場とリエゾン・オフィスなどの公的組織に頼る傾向がみられ、X大学は大学研究者個人としての付き合いから始まる傾向がみられる。

5 結語

共同研究に関する従来の研究と政策は、基本前提を見直す必要がある。企業と大学は互いを知らず、企業は研究結果だけを望む。このような行動は大学側の不信を買うだけでなく、研究ノウハウを入手する機会を逃すことになる。大学も産学共同研究を教育に生かせず、早急に解決する必要がある。また、3大学間の共同研究件数の違いは、大学の分野による違いと、大学の会計システム・人事規則に縛られない組織をうまく利用するか否かにかかっている。

論文審査結果の要旨

本論文は、3つの東北地方の地方大学のフィールド調査をもとに、産学共同研究の当事者の実態を解明し、企業側と大学側の意識や行動の違いを明らかにするとともに、両者のギャップを埋める方策を提言したものである。全体は、本論文の産学連携研究における位置づけを論じた1部、共同研究に関わる企業の視点を論じた2部、及び共同研究に関わる大学研究者の視点を論じた3部の3つから構成されている。

まず1部では、産学連携研究のレビューを通じて、本研究がミクロ・レベルで共同研究の実行者の視点から行われるものであることが明らかにされる（1章）。また、対象となる国立大学（法人）での共同研究の現状が紹介され（2章）、合わせて調査方法が説明される（3章）。

次いで2部では、産学共同研究の経験を有する株式公開企業を対象に著者が実施したアンケート調査を中心に、企業側の産学共同研究の意思決定の特徴（4章）と産学共同の選択基準（5章）、及び大学研究者の探索方法と大学のリエゾン・オフィスに求める役割（6章）が詳細に分析される。そして、これらの各章を通じて、産学共同に関する通説と前提に対して疑問が投げかけられ、企業側が大学との共同研究に何を求めているのかの「実態」が明らかにされる。

これに対して3部では、東北の3つの国立大学（法人）の研究者を対象に実施されたアンケート調査やインタビュー及びケース・スタディをもとに、研究者の側の共同研究の動機（7章）、共同研究を阻害する要因（8章）、及び共同研究に至るプロセス（9章）が考察される。3部の各章では、研究者の共同研究の動機が、一般に言われているような研究資金の獲得では必ずしもないこと、共同研究を阻害する多様な要因が大学内に存在すること、リエゾン・オフィスは、期待された役割をはたしていないこと等が明らかにされる。

本論文の特長は、産学共同のミクロ・レベルから実行者の視点に立った分析がなされている点である。また、産学共同の前提や通説に疑問を投げかけ、豊富なデータを駆使して、企業と大学研究者の双方の当事者の共同研究に至る「本音」と、そのプロセスでの現実の問題点を解明し、それを解決するための方策（10章）を提言していることも、重要な貢献といえる。企業側と大学側のデータが非対称的であることや、3大学の比較が必ずしも十分でないこと等の課題はあるものの、本論文は、産学連携に関する研究に一石を投ずる貢献を行っているものと評価することができる。

よって本論文は、博士（経営学）の学位を授与するに値するものと判断する。