

平成 20 年度
経済産業省委託調査

平成 20 年度産業技術調査

「大学発ベンチャーに関する基礎調査」 実施報告書

平成 21 年 3 月

株式会社 日本経済研究所

平成 20 年度「大学発ベンチャーに関する基礎調査」実施報告書

目次

第1章 調査の目的と手法	1
1. 調査の目的	1
2. 大学発ベンチャーの企業数調査手法	1
3. 大学発ベンチャーに対するアンケート調査	2
4. 大学に対するアンケート調査手法	3
5. ベンチャーキャピタルに対するアンケート調査手法	4
6. TLO及びインキュベーション施設に対するアンケート調査手法	4
7. 大学発ベンチャー20 選の選定手法.....	4
8. 研究会の設置	5
第2章 大学発ベンチャーの創出状況	7
1. 大学発ベンチャーの企業数	7
2. 企業数の推移	8
3. 大学発ベンチャー1,809 社の経済効果.....	10
(1) 直接効果	10
(2) 経済波及効果	10
4. 大学発ベンチャーの事業分野	13
5. 大学別にみる大学発ベンチャー数	15
(1) 大学別創出数	15
(2) 平成 20 年度創出上位大学	20
(3) 累積ベースの上位大学	21
(4) 大学毎の事業分野の構成	21
6. 大学発ベンチャー所在地の地域別分布	23
(1) 設立数	23
(2) 都道府県別平成 20 年度設立のトップ 10.....	23
(3) 都道府県別累積ベースのトップ 10.....	24
(4) 地域毎の業種別企業集積の状況	25
7. 企業形態による分類	27
(1) 企業形態	27
(2) IPO（新規株式公開）	27
第3章 大学発ベンチャーの現状と課題	29
1. 企業業績	29
2. 事業ステージとその進捗状況	30

3.	大学発ベンチャーの直面する課題	32
4.	起業状況	33
	(1) 起業の段階	33
	(2) 複数の技術シーズの活用	33
	(3) 起業段階における準備状況	34
	(4) 起業前後の資金確保状況	37
5.	大学発ベンチャーの資金の需給状況	41
	(1) 現在の資金確保状況	41
	(2) 最も資金確保の困難な時期	42
	(3) 事業ステージからみた状況	43
	(4) VCの出資状況	45
6.	経営者の状況	49
	(1) 経営者	49
	(2) 補佐役	56
7.	出口戦略	57
8.	大学等による大学発ベンチャー支援の取り組み	59
	(1) 大学からみた支援の目的・意義、効果	59
	(2) 大学による支援状況	60
	(3) 大学OBを活用した支援	62
	(4) 創業早期における大学以外の支援（VCのハンズオン支援）	64
	(5) 大学を核とした支援者間の連携による大学発ベンチャー支援	65
第4章 今後の支援の方向性		67
1.	大学発ベンチャーの技術の高度化を促進する取組への支援	67
2.	大学発ベンチャーの成長促進のための研究開発に係る資金支援	67
3.	大学発ベンチャーの質の向上のための経営体制整備への支援	67
4.	大学を核とした支援機関の連携による支援	68
大学発ベンチャー20選 ～光る大学発ベンチャー20選～		69
資料編		81

第1章 調査の目的と手法

1. 調査の目的

我が国経済が持続的な発展を続けていくためには、イノベーションの連続的な創出を喚起し、経済構造の変革を図っていくことが喫緊の課題となっている。

大学発ベンチャーは大学に潜在する研究成果を掘り起こし、新規制の高い製品により、新市場を創出する「イノベーションの担い手」として期待されている。我が国の大学発ベンチャー数は、大学発ベンチャー創出促進を目的として平成13年度に制定された「大学発ベンチャー1000社計画（平沼プラン）」以降、産学官による積極的な支援を背景として次第に増加しており、平成15年度末には大学発ベンチャー1,000社計画を達成するに至っている。

昨年度実施した「平成19年度産業技術調査（大学発ベンチャーに関する基礎調査）」においては、大学発ベンチャーはその特徴として、技術に起因する脆弱性や、人材に起因する脆弱性を有することが指摘されており、そのための今後の具体的な課題としては、「資金面」、「人材面」、「販路面」の強化、また、フェーズとしては、特に創業早期（アーリー）段階での支援の重要性が提言されている。こうしたなかで、大学発ベンチャーの特徴を十分に踏まえ、大学も含めた関係各者が連携して大学発ベンチャーを支援していくことの重要性がより高まっている。

本件調査では、昨今の国際金融情勢や新興市場等の環境が変化する中で、大学発ベンチャーの設立状況や経営状況等について調査を行うとともに、大学発ベンチャーの現状や課題を整理し、特に①大学発ベンチャーに係る資金需要と資金供給との間にありうるミスマッチについて、②創業早期（アーリー）段階における大学発ベンチャーの課題と解決・支援策について、③大学発ベンチャー支援を実施している大学の支援策、体制整備等について調査分析し、今後の大学発ベンチャーの質的向上のための施策への反映に資することを目的とする。

2. 大学発ベンチャーの企業数調査手法

平成20年度末時点における大学発ベンチャーの設立状況を明らかにするため、次のように分析を進めた。

(1) アンケート調査の実施

大学発ベンチャーの企業数に関するアンケート票を全国の大学、工業高等専門学校、都道府県、TLO、インキュベーション施設等に送付した（図表1-1）。

図表1-1:調査票発送機関内訳

大学・工業高等専門学校	1249
TLO	47
インキュベーション施設	405
行政機関等	47
計	1748
うち回収件数	525
調査期間 平成21年2月～3月	

(2)大学発ベンチャー数の確定

上記(1)の方法により、平成20年度末時点における大学発ベンチャー候補として、2,649社の抽出を行い、次にWEB、電話、電子メール等による確認調査を実施し、事業概要、大学との関連等の確認を行い、平成20年度末時点で企業活動を営んでいる大学発ベンチャー数を1,809社確定した。

3. 大学発ベンチャーに対するアンケート調査

平成19年度調査で実施した大学発ベンチャーへのアンケート調査結果を踏まえ、大学発ベンチャーが直面する課題に関して仮説設定を行った上で、大学発ベンチャー向けのアンケート調査を行った。

(1)調査実施時期

平成21年2月4日～3月23日

(2)調査対象、実施方法

平成19年度に把握した大学発ベンチャー1,773社のうち、それ以降に消滅した企業や、所在地不明の企業等を除く1,728社を対象に、郵送による調査票の送付・回収（希望する企業にはWEB、電子メール、FAXにて回収）にて実施し、「コアベンチャー」280社、「共同開発ベンチャー」77社、合計357社（回答率20.7%）の回答を得た（図表1-2、図表1-3）。

なお、今後のアンケート結果分析は、主として「コアベンチャー」280社を中心に行っているが、必要に応じて「共同開発ベンチャー」の結果も参考にしている。

(注) コアベンチャー：大学で生まれた研究成果を基に起業したベンチャー、大学と深い関連のある学生ベンチャー
 共同開発ベンチャー：設立5年以内に大学と共同研究・大学からの技術移転・大学の施設等の利用経験があるベンチャー、その他大学から出資がある等大学と深い関連のあるベンチャー

(3)回収状況

図表 1-2: 送付・回収状況

	発送	回収	回収率
コアベンチャー	1,356	280	20.6%
共同開発ベンチャー	372	77	20.7%
全体	1,728	357	20.7%

図表 1-3：業種別回収数

	全体		コアベンチャー		共同研究ベンチャー	
	企業数	構成比	企業数	構成比	企業数	構成比
バイオ系	149	41.7%	117	41.8%	32	41.6%
IT系	57	16.0%	44	15.7%	13	16.9%
その他	151	42.3%	119	42.5%	32	41.5%
合計	357	100.0%	280	100.0%	77	100.0%

4. 大学に対するアンケート調査手法

各大学における大学発ベンチャーの創出状況を踏まえ、大学によるベンチャー支援の現況、今後の支援についての意向等について把握するため、大学（国公立大、私立大学）に対してアンケート調査を実施した。

(1)調査実施時期

平成 21 年 2 月 17 日～3 月 23 日

(2)調査対象、実施方法

平成 19 年度末において、大学発ベンチャーを 5 社以上輩出している大学等 155 校に対し郵送により調査票を送付・回収し、98 校（回収率 63.2%）の回答を得た（図表 1-4）。

(3)回収状況

図表1-4:送付・回収状況

	発送	回収	回収率
全体	155	98	63.2%

5.ベンチャーキャピタルに対するアンケート調査手法

ベンチャーキャピタルによる大学発ベンチャー支援の現況、また今後の支援についての意向等について把握するため、全国のベンチャーキャピタルに対してアンケート調査を実施した。

(1)調査実施時期

平成21年2月10日～3月23日

(2)調査対象、実施方法

ベンチャーキャピタル111社に対して郵送による調査票の送付・回収を行い、46件(回収率41.4%)の回答を得た(図表1-5)。

(3)回収状況

図表1-5:送付・回収状況

	発送	回収	回収率
全体	111	46	41.4%

6. TLO及びインキュベーション施設に対するアンケート調査手法

TLOやインキュベーション施設による大学発ベンチャー支援の現況、また今後の支援についての意向等について把握するため、全国のTLO及びインキュベーション施設に対してアンケート調査を実施した。

(1)調査実施時期

平成21年2月20日～3月23日

(2)調査対象、実施方法

TLO47校及びインキュベーション施設405施設に対して郵送による調査票の送付・回収を行い、81件(回収率20.0%)の回答を得た(図表1-6)。

(3)回収状況

図表 1-6:送付・回収状況

	発送	回収	回収率
TLO	47	18	38.3%
インキュベーション施設	405	63	15.6%
全体	452	81	20.0%

7. 大学発ベンチャー20 選の選定手法

(1)調査実施時期

平成 21 年 1 月 13 日～平成 21 年 3 月 27 日

(2)調査対象、実施方法

大学発ベンチャー支援機関、ベンチャーキャピタル、事業団体の関係者等からの情報収集により大学発ベンチャー20 選候補を挙げ、同候補に対するヒアリング等による情報を基に、研究会（8. 参照）での審議を経て、大学発ベンチャー20 選を選定した。

なお、選定にあたっては、成長が期待される大学発ベンチャーを選定することとし、前年度までに IPO をしていないこと、優れた技術を有していること、経営体制が整備されていること、VC 等金融関係者からの出資又は融資を得ていること、事業実績等を勘案して選定作業を進めた。

8. 研究会の設置

本件調査を効果的に進めるため、大学発ベンチャーの実態に詳しい有識者・実務家から構成される研究会を設置し、平成 20 年度内に 3 回開催した。研究会委員の構成を図表 1-7 に示す。

図表 1-7:「大学発ベンチャーに関する基礎調査」研究会委員名簿

(敬称略、50音順:平成21年3月現在)

委員長	西澤 昭夫	東北大学大学院 経済学研究科 教授
委員	綾尾 慎治	NPO法人日本MITエンタープライズ・フォーラム理事
委員	郷治 友孝	株式会社東京大学エッジキャピタル 代表取締役社長
委員	杉田 庄司	日本ベンチャーキャピタル協会 企画部長
委員	林 正浩	静岡大学 教授・イノベーション共同研究センター副センター長
委員	藤波 光雄	株式会社バイオフィロンティアパートナーズ 取締役
委員	牧 兼充	慶應義塾大学 大学院政策・メディア研究科/ SIVアントレプレナー・ラボラトリー ファウンダー
委員	丸山 正明	株式会社日経BP プロデューサー
委員	渡辺 孝	芝浦工業大学大学院 教授・工学マネジメント研究科長
オブザーバー	経済産業省	大学連携推進課
事務局	(株)日本経済研究所	

第2章 大学発ベンチャーの創出状況

1. 大学発ベンチャーの企業数

平成 20 年度末時点で事業活動を行っている大学発ベンチャーの総数は 1,809 社となっている。また、創出ベースで見ると 2,121 社となった。

これらの大学発ベンチャーを図表 2-1 に示すとおりに分類すると、「大学で生まれた研究成果をもとに起業したベンチャー」は 1,149 社で全体の 63.5%を占めている。また、大学と関連の深いベンチャー660 社（全体の 36.5%）の中では、「大学と深い関連のある学生ベンチャー」280 社（全体の 15.5%）と、相対的に多い結果となっている。

図表 2-1: 大学発ベンチャーの分類整理

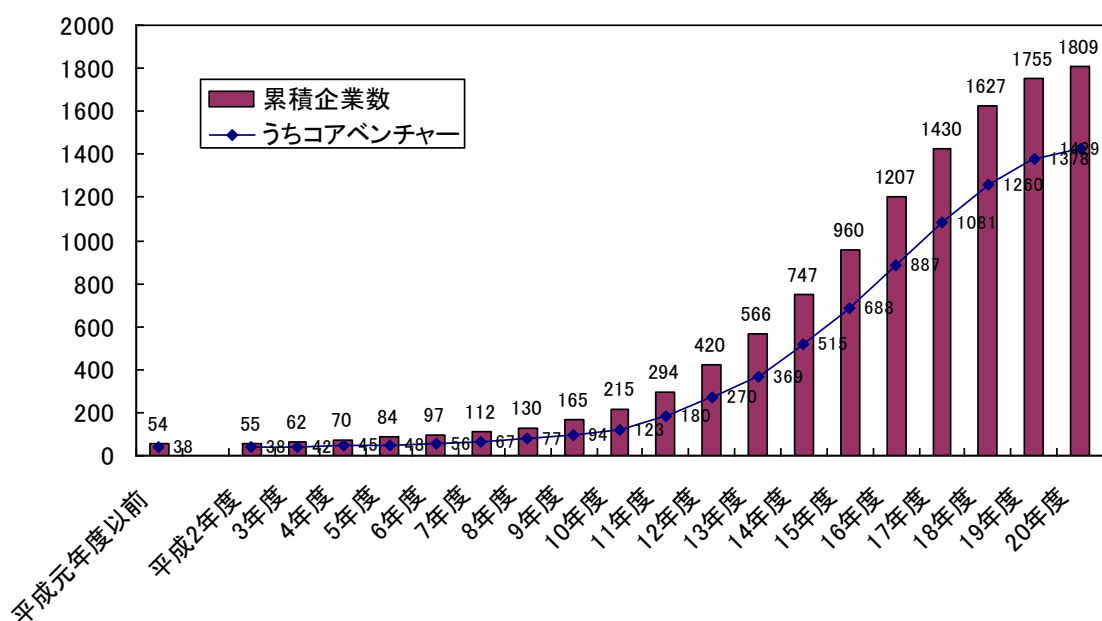
	企業数	比率
大学で生まれた研究成果をもとに起業したベンチャー (大学で達成された研究成果に基づく特許や新たな技術・ビジネス手法を事業化する目的で新規に設立された企業)	1,149 社	63.5%
大学と関連の深いベンチャー	660 社	36.5%
創業者の持つ技術やノウハウを事業化するために、 設立 5 年以内に大学と協同研究等を行った	218 社	12.1%
既存事業を維持・発展させるため、 設立 5 年以内に大学から技術移転等を受けた	68 社	3.8%
大学と深い関連のある学生ベンチャー	280 社	15.5%
大学からの出資がある等、 その他、大学と深い関連のあるベンチャー	94 社	5.2%
現在活動している大学発ベンチャー企業合計	1,809 社	100.0%
他社と合併し消滅した大学発ベンチャー	32 社	
倒産、清算等、活動停止した大学発ベンチャー	280 社	
設立された大学発ベンチャーの企業合計	2,121 社	
詳細が不明で確認が取れなかった企業	53 社	
その他、大学発ベンチャーの定義に該当しなかった企業等	475 社	
大学発ベンチャーとはカウントしなかった企業	528 社	
調査した企業の合計	2,649 社	

2. 企業数の推移

大学発ベンチャー数の年度毎の推移を見ると、平成10年の大学技術移転促進（TLO）法の制定以降、法体系の整備がなされたこともあり、増加傾向を示している。

また、コアベンチャー（「大学で生まれた研究成果を元に起業したベンチャー」と、「大学と深い関連のある学生ベンチャー」の合計）の推移を見ると、平成10年度までは全体の半数程度であったが、その割合は年々増加し、平成20年度調査結果では全体の約8割を占めるに至っている（図表2-2）。

図表2-2: 大学発ベンチャーの設立年度別企業数（単位: 社）

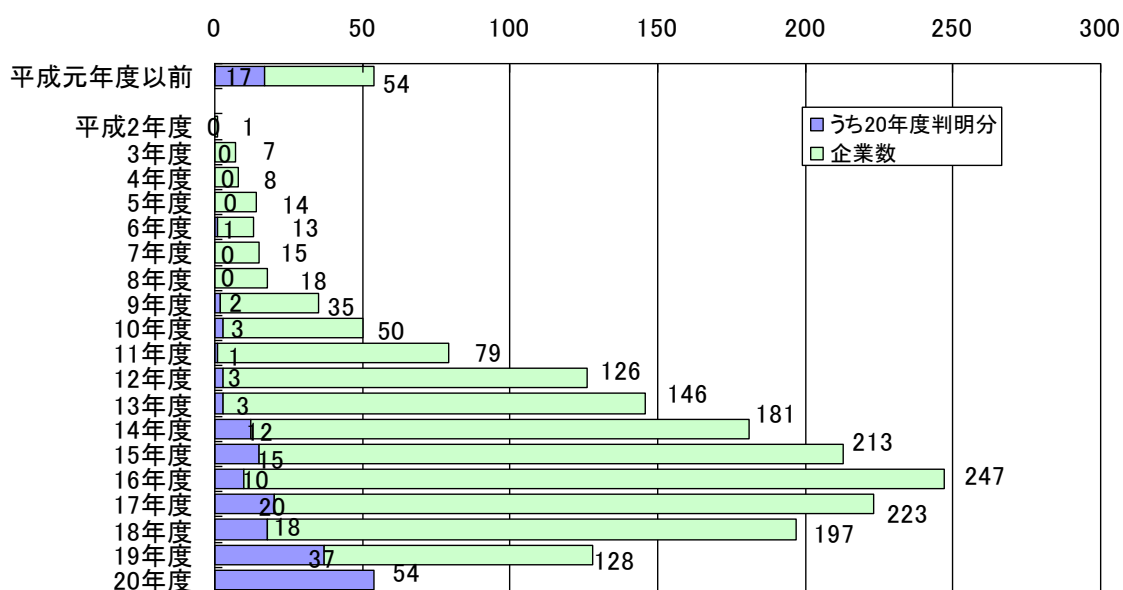


注：コアベンチャーとは、前頁の大学発ベンチャーの分類整理の中で、「大学で生まれた研究成果を基に起業したベンチャー」と「大学と深い関連のある学生ベンチャー」を足したものである。

なお、図表2-3に示した年度毎の設立数については、必ずしも設立年度内に全ての設立数が把握できていないのが現状である。その理由としては、「創業間もない」、「事業規模が小さい」等により、起業しているものの認知されていない企業や、年度後半に設立された企業があること等が挙げられる。このため、平成20年度調査においても、補足し切れなかった企業が存在している可能性がある。

しかしながら、こうした状況を勘案しても、平成16年度をピークとして新規設立数は縮小傾向にある。なお、平成20年度の新規設立数の減少は、経済・金融情勢の反映によるものと考えられる（図表2-3）。

図表 2-3: 大学発ベンチャーの年度別設立数の推移 (単位:社)



全体の設立数のうち、都市圏、地方圏の設立数について、平成 13 年度と比較してみると、地方圏での設立数の伸びが約 3.8 倍と都市圏の設立数の伸び約 2.7 倍を上回っている。これは、平成 19 年度の伸びと大きな差はない (図表 2-4)。

図表 2-4: 設立数における都市圏と地方圏の推移

	大学発ベンチャー数	
	うち都市圏	うち地方圏
平成 13 年度	317 社	249 社
平成 20 年度	868 社	941 社
平成 19 年度伸び率	約 2.6 倍	約 3.5 倍
平成 20 年度伸び率	約 2.7 倍	約 3.8 倍

注) 都市圏：(東京都・千葉県・神奈川県・大阪府・京都府・兵庫県)

地方圏：上記以外

平成 19 年度伸び率は平成 19 年度報告書の数値を活用。

3. 大学発ベンチャー1,809 社の経済効果

平成 20 年度末までに設立された大学発ベンチャー1,809 社の経済効果について、大学発ベンチャーの売上高と雇用者（従業者）を指標として推計を行った。なお、1,809 社が直接生み出す売上高及び雇用効果を「直接効果」とし、さらに直接効果が他企業（他産業）の生産誘発を通して生み出す総効果を「経済波及効果」（＝直接効果＋間接効果）とした。

(1) 直接効果

直接効果について、本アンケート調査で得た 1 社あたりの売上高¹（147 百万円）と、雇用者数²（9.5 人）を用いて試算したところ、市場規模は約 27 百億円、雇用者数は 17 千人と推計される（図表 2-5）。

図表 2-5: 大学発ベンチャーの直接効果

	直接効果	計算式
市場規模	約 27 百億円	147 百万 × 1,809 社 = 2,659 億円
雇用者数	約 17 千人	9.5 人 × 1,809 社 = 17,186 人

(2) 経済波及効果

直接効果に間接効果を加えた経済波及効果の大きさを次のように試算した。間接効果とは、上記の生産に伴い必要とされる他産業（他企業）からの資材やサービスの調達を通して、当該産業の生産規模（及び雇用規模）が波及的に拡大することを意味する。

なお、波及効果推計のための各種係数は、平成 17 年度産業連関表に基づき、以下の数値を採用する（図表 2-6）。

図表 2-6: 波及効果推計に用いる係数

平成 17 年度産業連関表に基づく産業平均の中間投入率 （生産額に占める他産業からの調達割合）	0.4796
平成 17 年度産業連関表に基づく産業平均の生産誘発係数 （需要 1 単位の増加がもたらす経済全体の生産増の割合）	1.681
平成 17 年度産業連関表に基づく雇用係数 （生産 1 億円に必要な従業者数）	6.9

¹ 有効回答数は 215 社

² 有効回答数は 206 社

生産活動に対応する他産業（他企業）からの資材・サービスの投入額は、直接効果（総売上高）×産業平均の中間投入率で導出でき、間接効果は、その額に生産誘発係数を乗じたものとなる。

総売上高	×	産業平均の 中間投入率	×	産業平均の 生産誘発係数	=	間接効果
2,659 億円		0.4796		1.681		2,144 億円

大学発ベンチャーの間接効果を含めた経済波及効果は、約 4,800 億円と推計できる。

直接効果	+	間接効果	=	経済波及効果
2,659 億円		2,144 億円		4,803 億円

一方、雇用誘発効果については、経済波及効果に雇用係数（6.9 人／億円）を乗じることにより求められるため、約 34 千人と推計される。

経済波及効果	×	雇用係数	=	雇用誘発効果
4,803 億円		6.9 人／億円		約 33 千人

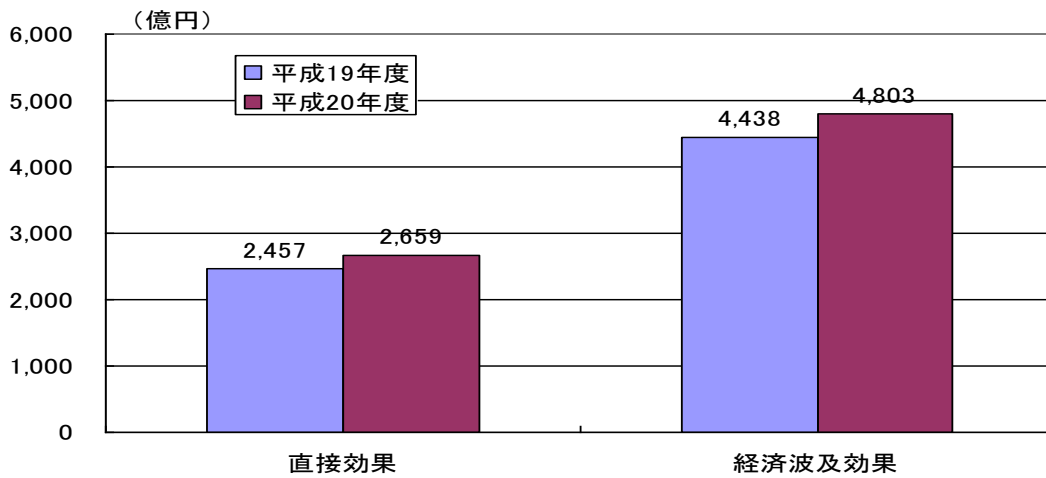
図表 2-7: 経済効果の推計

	直接効果	波及効果
市場規模	約 27 百億円 (約 200 億円増)	約 48 百億円 (約 360 億円増)
雇用者数	約 17 千人 (約 1,200 人増)	約 33 千人 (約 2,500 人増)

注：直接効果は、本アンケート調査を基に推計。表中（ ）内は平成 19 年度との増減を示す。

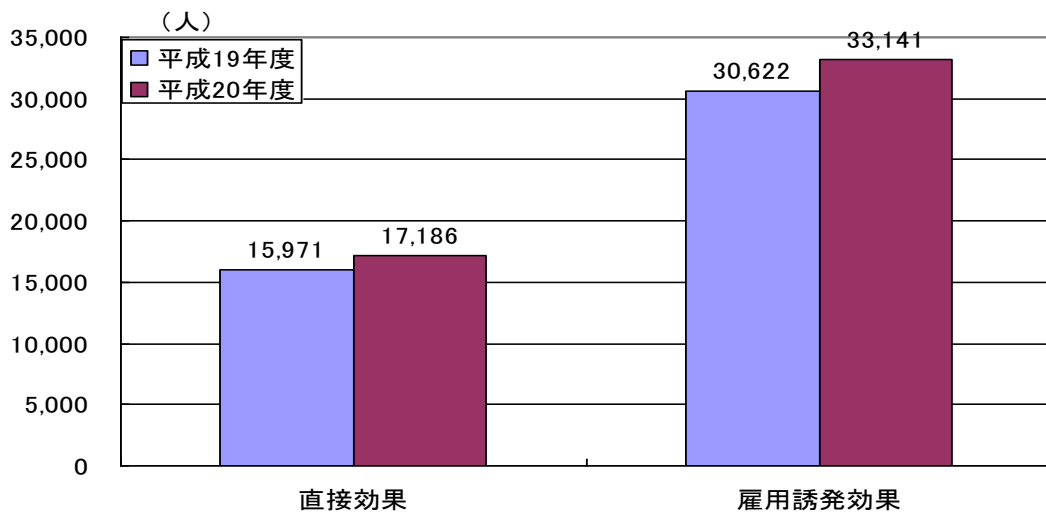
平成 20 年度の経済効果を平成 19 年度と比較すると、市場規模は直接効果で約 200 億円増加、経済波及効果で約 360 億円増加し、雇用効果は直接効果で約 1,200 人増加、雇用誘発効果で約 2,500 人増加となった。

図表 2-8: 経済効果の比較



注: 本年度調査時点での平成19年度の企業数1,755社、本年度アンケート調査で得た1社当たりの1期前の売上高(140百万円)で平成19年度の効果を試算。

図表 2-9: 雇用効果の比較



注: 本年度調査時点での平成19年度の企業数1,755社、昨年度調査における1社当たりの雇用者数(9.1人)で平成19年度の効果を試算。

大学発ベンチャーの経済効果は、創出数と個々の企業の成長を通じて増大するが、今後は個々の企業の成長に焦点を当てていくことが重要であると考えられる。

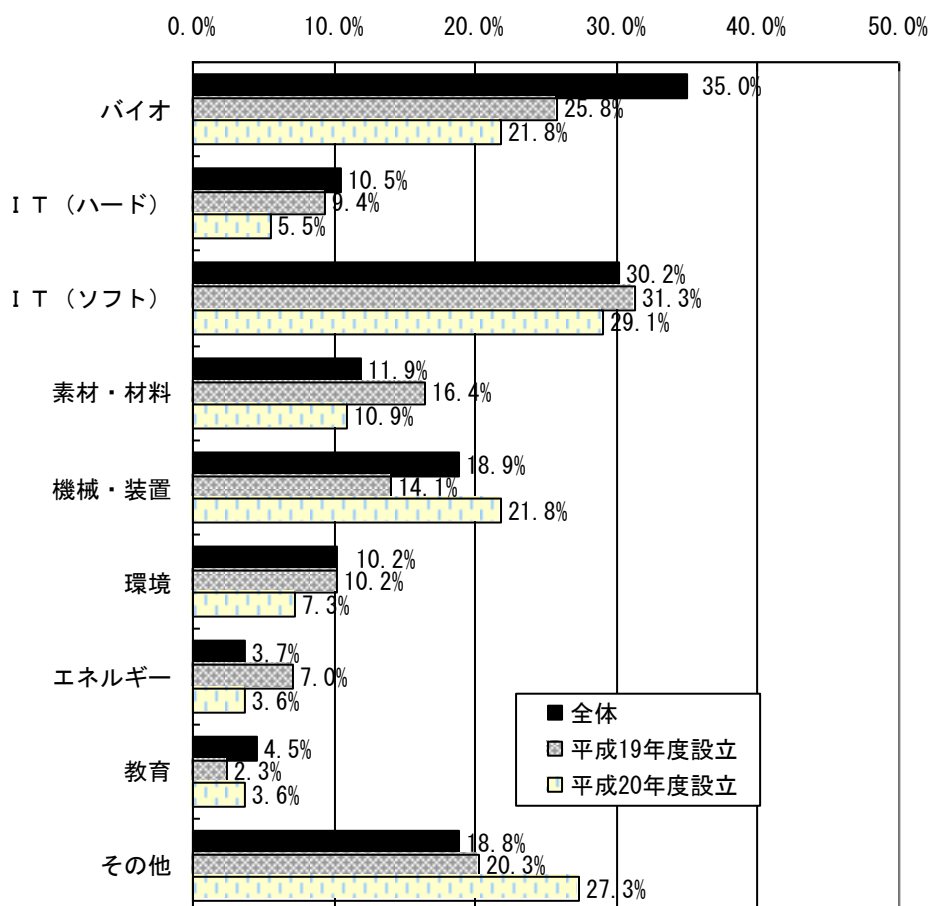
創出効果	大学発ベンチャーの創出数の増加
成長効果	個々の企業が成長することによる1社当たりの売上と雇用者数の増加

4. 大学発ベンチャーの事業分野

大学発ベンチャー1,809社について、バイオ、IT（ハードウェア）、IT（ソフトウェア）をはじめ8分野に分類した（図表2-10）。

これに基づき、大学発ベンチャーの事業分野をみると、大学の有する研究シーズを活用しやすいことからバイオ分野のシェアが35.0%と最も高いものの、平成20年度設立ベースでは21.8%とシェアを減少させており、これは、バイオ系ベンチャーへのベンチャーキャピタルからの投資の減少等も影響しているのではないかと考えられる。2番目にシェアが高いのはITソフト分野（30.2%）であるが、平成20年度設立ベースでは29.1%とシェアが若干減少している。一方、機械・装置分野の平成20年度設立ベースでのシェアは21.8%とシェアを増加させている。

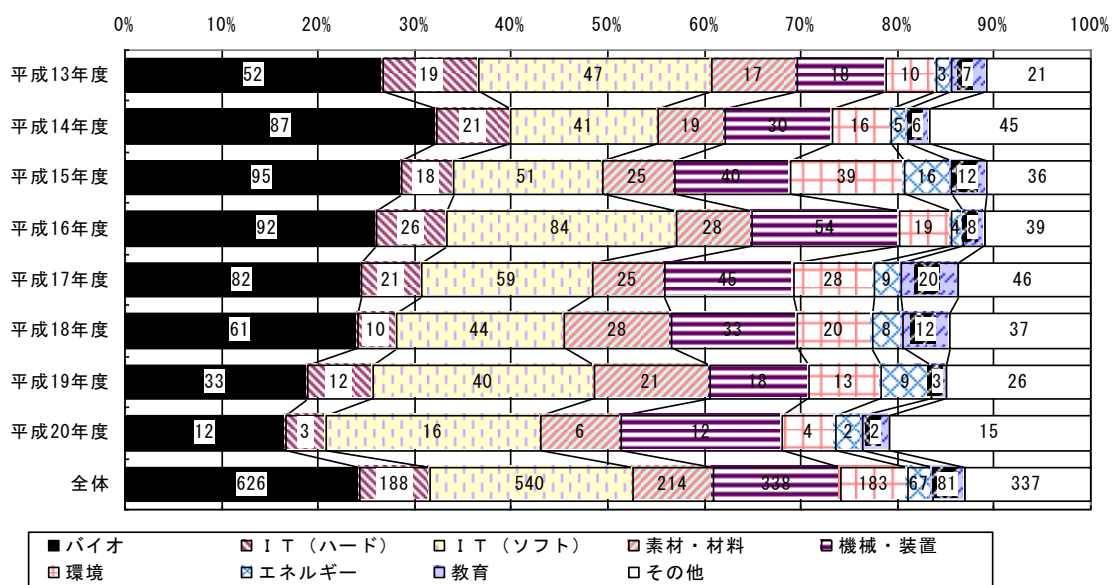
図表2-10: 最近設立された大学発ベンチャーの事業分野



注：1社で複数事業に関連する企業があるため、各事業分野の合計は100%を上回る。

また、設立年度別に見た事業分野の構成比については、複数の事業分野にまたがる企業が存在するため単純に比較できないが、バイオが減少傾向にある一方、素材・材料が増加傾向にあった。平成20年度設立分に関しては、設立件数が減少している中、機械・装置分野がシェアを伸ばしている（図表2-11）。

図表 2-11：年度別大学発ベンチャーの事業分野の構成



注：複数の事業にまたがる企業が存在するため、各年度の合計値と年度別の設立数とは異なる。

5. 大学別に見る大学発ベンチャー数

(1) 大学別創出数

大学発ベンチャー1,809社の創出母体となった大学等は252校ある。今回調査においては、厳しい経済環境を反映し、平成20年度の新規設立数(54社)は昨年度(128社)と比較して減少している。

図表 2-12: 大学発ベンチャー企業数(国立)

大学名	総数	FY20 新設	大学名	総数	FY20 新設
東京大学	125	4	鹿児島大学	10	0
筑波大学	76	4	琉球大学	10	1
大阪大学	75	0	東京医科歯科大学	9	0
京都大学	64	0	千葉大学	9	0
東北大学	57	1	香川大学	9	0
東京工業大学	57	1	大分大学	9	0
九州大学	55	5	山梨大学	8	1
九州工業大学	45	1	鳥取大学	8	1
北海道大学	43	2	愛媛大学	8	0
広島大学	38	1	山形大学	7	1
神戸大学	33	0	群馬大学	7	0
徳島大学	33	2	富山大学	6	0
名古屋大学	28	0	和歌山大学	6	0
岡山大学	28	1	室蘭工業大学	5	1
東京農工大学	25	0	新潟大学	5	0
岩手大学	22	0	宮崎大学	5	0
静岡大学	22	0	小樽商科大学	4	0
奈良先端科学技術大学院大学	20	1	帯広畜産大学	4	0
京都工芸繊維大学	18	0	弘前大学	4	0
三重大学	18	1	宇都宮大学	4	0
山口大学	18	0	埼玉大学	4	0
茨城大学	16	0	島根大学	4	0
金沢大学	16	2	高知大学	4	0
豊橋技術科学大学	15	0	北見工業大学	3	0
岐阜大学	15	0	秋田大学	3	0
横浜国立大学	14	1	北海道教育大学	2	0
名古屋工業大学	14	0	滋賀医科大学	2	0
北陸先端科学技術大学院大学	14	0	旭川医科大学	1	0
福井大学	13	2	福島大学	1	0
熊本大学	12	0	東京海洋大学	1	0
信州大学	11	0	筑波技術大学	1	0
長崎大学	11	0	浜松医科大学	1	0
電気通信大学	10	0	滋賀大学	1	0
長岡技術科学大学	10	1	奈良教育大学	1	0
佐賀大学	10	0	奈良女子大学	1	0

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

図表 2-13: 大学発ベンチャー企業数(公立大学)

大学名	総数	FY20 新設
会津大学	23	1
大阪府立大学	18	0
名古屋市立大学	8	0
大阪市立大学	8	0
京都府立医科大学	7	0
岩手県立大学	6	0
横浜市立大学	6	0
前橋工科大学	6	0
秋田県立大学	5	0
首都大学東京	5	0
兵庫県立大学	5	0
公立ほこだて未来大学	3	1
秋田公立美術工芸短期大学	3	0
静岡県立大学	3	0
滋賀県立大学	3	0
岡山県立大学	3	0
札幌医科大学	2	0
釧路公立大学	2	0
富山県立大学	2	0
県立広島大学	2	0
広島市立大学	2	0
北九州市立大学	2	0
宮城大学	1	0
福島県立医科大学	1	0
愛知県立大学	1	0
情報科学芸術大学院大学	1	0
奈良県立医科大学	1	0
京都府立大学	1	0
山口県立大学	1	0
福岡女子大学	1	0
長崎県立大学	1	0

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

図表 2-14: 大学発ベンチャー企業数(私立大学)その1

大学名	総数	FY20 新設	大学名	総数	FY20 新設
早稲田大学	74	6	中部大学	4	0
慶應義塾大学	51	3	産業医科大学	4	0
立命館大学	35	1	福岡工業大学	4	0
龍谷大学	27	0	鳥取環境大学	4	0
日本大学	23	1	東京慈恵会医科大学	4	0
東海大学	20	1	光産業創成大学院大学	3	0
デジタルハリウッド大学院	19	3	金沢工業大学	3	0
高知工科大学	17	0	九州情報大学	3	0
同志社大学	16	0	日本工業大学	3	0
東京理科大学	15	1	帝京大学	3	0
大阪産業大学	12	0	いわき明星大学	3	0
明治大学	9	0	広島国際大学	3	1
福岡大学	9	0	大阪電気通信大学	3	0
長崎総合科学大学	6	0	東京農業大学	3	0
千歳科学技術大学	6	0	多摩大学	3	0
東京女子医科大学	6	0	長浜バイオ大学	3	0
関西学院大学	6	0	東京電機大学	3	0
桐蔭横浜大学	6	0	湘南工科大学	2	0
聖マリアンナ医科大学	6	0	諏訪東京理科大学	2	1
名城大学	6	0	北海道工業大学	2	0
関西大学	6	0	上智大学	2	0
京都産業大学	5	0	京都薬科大学	2	0
青山学院大学	5	0	芝浦工業大学	2	0
中央大学	5	0	新潟工科大学	2	0
岡山理科大学	5	0	大阪工業大学	2	0
法政大学	4	0	東北福祉大学	2	0
神奈川工科大学	4	0	岩手医科大学	2	0
久留米大学	4	0	鈴鹿医療科学大学	2	0
神奈川大学	4	0	静岡理工科大学	2	0
工学院大学	4	0	徳島文理大学	2	0
藤田保健衛生大学	4	0	関西福祉科学大学	2	0
崇城大学	4	0	創価大学	2	0
北里大学	4	0	東北工業大学	2	0

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

図表 2-15:大学発ベンチャー企業数(私立大学)その2

大学名	総数	FY20 新設	大学名	総数	FY20 新設
日本女子大学	2	0	跡見学園女子大学	1	0
国土館大学	2	0	愛知東邦大学	1	0
京都造形芸術大学	2	0	千葉商科大学	1	0
阪南大学	2	0	豊田工業大学	1	0
広島国際学院大学	2	0	千葉工業大学	1	0
東洋大学	2	0	酪農学園大学	1	0
東北芸術工科大学	2	0	東京工科大学	1	0
呉大学	2	0	日本医科大学	1	0
八戸工業大学	2	0	吉備国際大学	1	0
武蔵工業大学	2	0	共栄大学	1	0
福山大学	2	0	倉敷芸術科学大学	1	0
和洋女子大学	2	0	大妻女子大学	1	0
四国大学	1	0	静岡文化芸術大学	1	0
大阪商業大学	1	0	星薬科大学	1	0
日本薬科大学	1	0	鈴鹿短期大学	1	0
山梨学院大学	1	0	玉川大学	1	0
高崎健康福祉大学	1	0	京都情報大学院大学	1	0
山口東京理科大学	1	0	大阪国際大学	1	0
就実大学	1	0	広島修道大学	1	0
東京歯科大学	1	0	中京大学	1	0
愛知産業大学	1	0	麻布大学	1	0
宝塚造形芸術大学	1	0	大阪薬科大学	1	1
会津大学短期大学部	1	0	関東学院大学	1	0
岐阜聖徳学園大学	1	0	東京医科大学	1	0
椋山女学園大学	1	0	東京工芸大学	1	0
近畿大学短期大学部	1	0	東北学院大学	1	0
金城学院大学	1	0	日本福祉大学	1	0
九州産業大学	1	0	舞上大学	1	0
奈良大学	1	0	兵庫医科大学	1	1
甲南大学	1	0	北海道医療大学	1	0
足利工業大学	1	0	北海道情報大学	1	0
金沢医科大学	1	0	北海道東海大学	1	0
神奈川歯科大学	1	0	了徳寺大学	1	0
神戸薬科大学	1	0			

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

図表 2-16: 大学発ベンチャー企業数(高専)

大学名	総数	FY20 新設
鹿児島工業高等専門学校	3	0
仙台電波工業高等専門学校	2	0
沼津工業高等専門学校	2	0
明石工業高等専門学校	2	0
呉工業高等専門学校	2	0
鶴岡工業高等専門学校	1	0
長岡工業高等専門学校	1	0
豊田工業高等専門学校	1	0
大阪府立工業高等専門学校	1	0
神戸市立工業高等専門学校	1	0
徳山工業高等専門学校	1	0
松江工業高等専門学校	1	0
佐世保工業高等専門学校	1	0
有明工業高等専門学校	1	0
熊本電波工業高等専門学校	1	0
八代工業高等専門学校	1	0

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

(2)平成 20 年度創出上位大学

平成 20 年度中に大学発ベンチャーを創出した上位校を見ると、最も多く創出した大学は早稲田大学（6 社）であり、次いで九州大学（5 社）、東京大学及び筑波大学（各 4 社）となっている（図表 2-17）。

図表 2-17: 平成 20 年度大学発ベンチャー創出上位大学

順位	大学	企業数
1 位	早稲田大学	6
2 位	九州大学	5
3 位	東京大学	4
3 位	筑波大学	4
5 位	慶應義塾大学	3
5 位	デジタルハリウッド大学院	3
7 位	北海道大学	2
7 位	徳島大学	2
7 位	金沢大学	2
7 位	福井大学	2

【参考】平成 19 年度調査の結果

順位	大学	企業数
1 位	岡山大学	8
2 位	東京工業大学	7
3 位	早稲田大学	6
3 位	筑波大学	6
5 位	東北大学	4
6 位	京都大学	3
6 位	デジタルハリウッド大学院	3
6 位	明治大学	3

(3) 累積ベースの上位大学

累積ベースで大学発ベンチャー数の多い大学トップ 10 校をみると、1 位は東京大学で 125 社であり、次いで筑波大学が 76 社である。上位 10 大学の顔ぶれは、順位の入替わりはあるものの、昨年とほぼ同じとなっている（図表 2-18）。

図表 2-18: 大学発ベンチャー設立大学トップ 10(累積ベース)

順位	大学	企業数	昨年度順位
1 位	東京大学	125	1 位
2 位	筑波大学	76	5 位
3 位	大阪大学	75	2 位
4 位	早稲田大学	74	3 位
5 位	京都大学	64	4 位
6 位	東北大学	57	7 位
6 位	東京工業大学	57	9 位
8 位	九州大学	55	8 位
9 位	慶應義塾大学	51	6 位
10 位	九州工業大学	45	11 位

注：本年度も昨年度と同様に設立ベースではなく、現在活動しているベンチャー数をカウントしている。

(4) 大学毎の事業分野の構成

設立上位 27 大学（20 社以上創出した大学）から創出された大学発ベンチャーの事業分野の構成をみると、東京大学は比較的全国平均に近い構成となっているが、バイオ系の割合が高く、素材・材料系、環境系の割合が低くなっている。バイオ系の割合が高い大学は、名古屋大学が 71.9%と最も高く、岡山大学、東海大学、北海道大学、大阪大学等で高い割合となっている。

IT は会津大学でソフト系 IT の占める割合が 84.0%と最も高く、九州工業大学、慶應義塾大学、奈良先端科学技術大学院大学等でも高い割合となっている。

素材・材料では、京都工芸繊維大学が 50.0%と全国平均に比べ高く値となっている。

図表 2-19: 設立数上位大学の事業分野の構成

大学名	バイオ	IT ハード	IT ソフト	素材・ 材料	機械・ 装置	環境	エネルギー	教育	その他	企業数
東京大学	44.2%	10.0%	28.3%	7.5%	19.2%	3.3%	1.7%	1.7%	7.5%	125
筑波大学	31.7%	7.3%	36.6%	6.1%	17.1%	9.8%	3.7%	4.9%	26.8%	76
大阪大学	54.5%	11.7%	16.9%	13.0%	23.4%	5.2%	0.0%	2.6%	13.0%	75
早稲田大学	21.9%	6.8%	45.2%	4.1%	6.8%	4.1%	0.0%	8.2%	28.8%	74
京都大学	48.5%	4.5%	28.8%	16.7%	13.6%	6.1%	1.5%	3.0%	15.2%	64
東北大学	20.0%	10.0%	25.0%	25.0%	25.0%	16.7%	5.0%	1.7%	5.0%	57
東京工業大学	17.2%	20.7%	37.9%	15.5%	22.4%	6.9%	10.3%	5.2%	24.1%	57
九州大学	45.3%	13.2%	28.3%	9.4%	24.5%	11.3%	1.9%	0.0%	13.2%	55
慶應義塾大学	28.1%	10.5%	54.4%	5.3%	12.3%	3.5%	1.8%	1.8%	12.3%	51
九州工業大学	11.9%	19.0%	57.1%	7.1%	11.9%	0.0%	0.0%	0.0%	19.0%	45
北海道大学	58.1%	4.7%	16.3%	11.6%	14.0%	11.6%	2.3%	2.3%	9.3%	43
広島大学	26.5%	2.9%	14.7%	20.6%	11.8%	14.7%	2.9%	8.8%	32.4%	38
立命館大学	7.9%	5.3%	44.7%	2.6%	10.5%	10.5%	2.6%	5.3%	21.1%	35
神戸大学	41.7%	8.3%	22.2%	5.6%	11.1%	11.1%	2.8%	0.0%	22.2%	33
徳島大学	40.7%	25.9%	33.3%	3.7%	25.9%	7.4%	0.0%	0.0%	7.4%	33
名古屋大学	71.9%	6.3%	18.8%	9.4%	21.9%	9.4%	6.3%	3.1%	0.0%	28
岡山大学	63.0%	0.0%	11.1%	7.4%	40.7%	18.5%	11.1%	0.0%	7.4%	28
龍谷大学	18.8%	9.4%	25.0%	18.8%	37.5%	9.4%	3.1%	3.1%	21.9%	27
東京農工大学	41.7%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	16.7%	8.3%	0.0%	4.2%	25
会津大学	4.0%	16.0%	84.0%	0.0%	12.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	23
日本大学	26.9%	7.7%	23.1%	7.7%	19.2%	15.4%	7.7%	3.8%	42.3%	23
岩手大学	13.6%	13.6%	9.1%	27.3%	18.2%	18.2%	0.0%	9.1%	18.2%	22
静岡大学	10.0%	35.0%	30.0%	5.0%	45.0%	5.0%	5.0%	5.0%	10.0%	22
奈良先端科学技術大学院大学	38.1%	9.5%	52.4%	19.0%	4.8%	9.5%	0.0%	0.0%	0.0%	20
東海大学	60.9%	8.7%	21.7%	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	8.7%	21.7%	20
平均	34.6%	10.4%	29.9%	11.8%	18.7%	10.1%	3.7%	4.5%	18.6%	1809

注：1社で複数事業に関連する企業があるため、各事業分野の合計は100%を上回る。

6. 大学発ベンチャー所在地の地域別分布

(1) 設立数

大学発ベンチャー1,809社の現住所をもとに、都道府県別の大学発ベンチャー所在数を図表2-20に示す。関東圏を中心とした都市部に大学発ベンチャーが集中している。

図表 2-20: 都道府県別大学発ベンチャー数

	都道府県	総数	全国比	FY20 設立数	全国比		都道府県	総数	全国比	FY20 設立数	全国比
北海道経済産業局		74	4.1%	4	7.4%	近畿経済産業局		338	18.7%	4	7.4%
	北海道	74	4.1%	4	7.4%		福井県	12	0.7%	1	1.9%
東北経済産業局		130	7.2%	2	3.7%	滋賀県	40	2.2%	2	3.7%	
	青森県	3	0.2%	0	0.0%	京都府	102	5.6%	0	0.0%	
	岩手県	24	1.3%	0	0.0%	大阪府	118	6.5%	0	0.0%	
	宮城県	54	3.0%	2	3.7%	兵庫県	53	2.9%	0	0.0%	
	秋田県	11	0.6%	0	0.0%	奈良県	5	0.3%	1	1.9%	
	山形県	10	0.6%	0	0.0%	和歌山県	8	0.4%	0	0.0%	
	福島県	28	1.5%	0	0.0%	中国経済産業局	124	6.9%	4	7.4%	
関東経済産業局		777	43.0%	27	50.0%	鳥取県	14	0.8%	1	1.9%	
	新潟県	11	0.6%	0	0.0%	島根県	7	0.4%	0	0.0%	
	茨城県	76	4.2%	1	1.9%	岡山県	33	1.8%	1	1.9%	
	栃木県	5	0.3%	0	0.0%	広島県	53	2.9%	2	3.7%	
	群馬県	14	0.8%	0	0.0%	山口県	17	0.9%	0	0.0%	
	埼玉県	21	1.2%	0	0.0%	四国経済産業局	51	2.8%	1	1.9%	
	千葉県	25	1.4%	3	5.6%	徳島県	18	1.0%	1	1.9%	
	東京都	432	23.9%	17	31.5%	香川県	9	0.5%	0	0.0%	
	神奈川県	138	7.6%	5	9.3%	愛媛県	8	0.4%	0	0.0%	
	山梨県	7	0.4%	1	1.9%	高知県	16	0.9%	0	0.0%	
	長野県	12	0.7%	0	0.0%	九州経済産業局	168	9.4%	8	14.8%	
静岡県	36	2.0%	0	0.0%	福岡県	107	6.0%	7	13.0%		
中部経済産業局		135	7.5%	3	5.6%	佐賀県	9	0.5%	0	0.0%	
	富山県	6	0.3%	0	0.0%	長崎県	17	0.9%	0	0.0%	
	石川県	21	1.2%	2	3.7%	熊本県	11	0.6%	0	0.0%	
	岐阜県	14	0.8%	0	0.0%	大分県	9	0.5%	1	1.9%	
	愛知県	78	4.3%	0	0.0%	宮崎県	5	0.3%	0	0.0%	
	三重県	16	0.9%	1	1.9%	鹿児島県	10	0.6%	0	0.0%	
						沖縄経済産業部	12	0.7%	1	1.9%	
						沖縄県	12	0.7%	1	1.9%	
						全国	1809	100.0%	54	100.0%	

(2) 都道府県別平成20年度設立のトップ10

平成20年度中に大学発ベンチャーが多く設立された都道府県のトップ10をみると、大学発ベンチャー設立大学トップ10に入る有力大学を擁する都道府県が並んでおり、本年度は設立数が少ない中で、地方圏も検討している（図表2-21）。

図表 2-21: 大学発ベンチャーの平成 20 年度設立都道府県トップ 10

平成 20 年度調査			【参考】平成 19 年度調査		
順位	都道府県	企業数	順位	都道府県	企業数
1 位	東京都	17	1 位	東京都	26
2 位	福岡県	7	2 位	岡山県	8
3 位	神奈川県	5	3 位	神奈川県	7
4 位	北海道	4	3 位	北海道	7
5 位	千葉県	3	5 位	茨城県	6
6 位	宮城県	2	6 位	宮城県	4
6 位	石川県	2	6 位	広島県	4
6 位	滋賀県	2	6 位	福岡県	4
6 位	広島県	2	9 位	京都府	3
			9 位	千葉県	3

(3) 都道府県別累積ベースのトップ 10

一方、累積ベースで大学発ベンチャーが多く所在する都道府県トップ 10 をみると、図表 2-18 で示した大学発ベンチャー設立大学トップ 10 に入る有力大学等を擁する都道府県が上位に入っており、その顔ぶれに大きな変動はない（図表 2-22）。

図表 2-22: 大学発ベンチャーの所在する都道府県トップ 10(累積ベース)

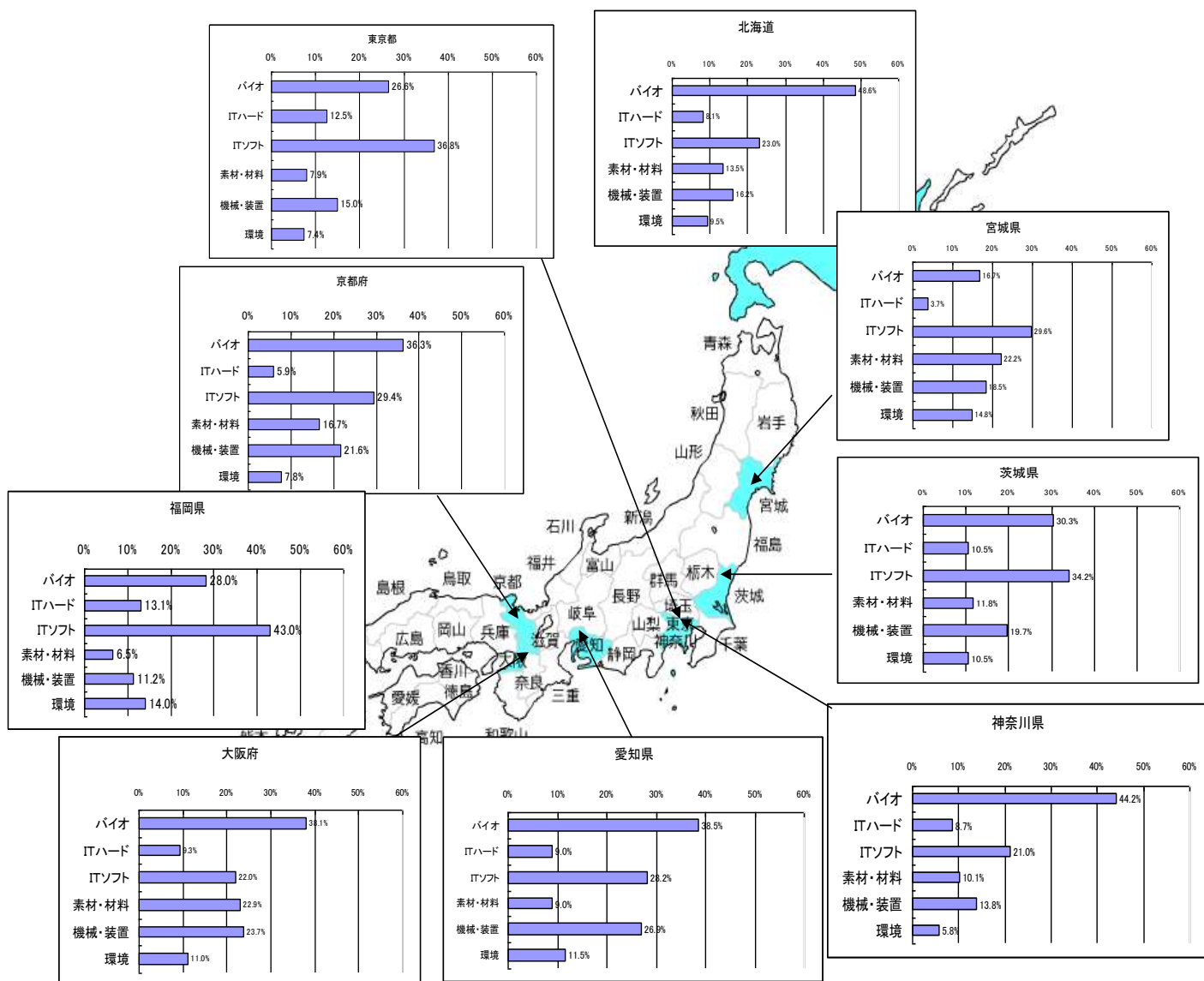
順位	都道府県	企業数	昨年度順位
1 位	東京都	432	1 位
2 位	神奈川県	138	2 位
2 位	大阪府	118	3 位
4 位	福岡県	107	5 位
5 位	京都府	102	4 位
6 位	愛知県	78	7 位
7 位	茨城県	76	8 位
8 位	北海道	74	6 位
9 位	宮城県	54	10 位
10 位	兵庫県	53	9 位
10 位	広島県	53	10 位

(4) 地域毎の業種別企業集積の状況

前掲の大学発ベンチャーの事業分野でみたように、大学発ベンチャーの事業領域としてはバイオ分野が最も多く、次いで IT（ソフトウェア）分野となっている。これを都道府県別設立数（累積）の上位と同府県における業種別の構成比を示した者が図表 2-23 である。

バイオ分野の比率が高いのは北海道、神奈川、兵庫となっている。IT 分野の比率が高いのは東京と福岡で、ソフトウェア分野はともに 4 割近い。また、大阪、京都では素材・材料が約 2 割、愛知は機械・装置分野が約 3 割となっており、いずれも全国平均よりも高くなっている。

図表 2-23: 都道府県別の事業分野の構成(累積上位の都道府県)



図表 2-24: 都道府県別事業分野の構成

都道府県	バイオ		IT・ハード		IT・ソフト		素材・材料		機械・装置		環境		エネルギー		教育		その他		企業数
北海道	36	48.6%	6	8.1%	17	23.0%	10	13.5%	12	16.2%	7	9.5%	4	5.4%	1	1.4%	27	36.5%	74
青森県	1	33.3%	3	100.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3
岩手県	5	20.8%	4	16.7%	6	25.0%	7	29.2%	3	12.5%	5	20.8%	1	4.2%	3	12.5%	5	20.8%	24
宮城県	9	16.7%	2	3.7%	16	29.6%	12	22.2%	10	18.5%	8	14.8%	2	3.7%	1	1.9%	7	13.0%	54
秋田県	8	72.7%	0	0.0%	1	9.1%	1	9.1%	1	9.1%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	11
山形県	5	50.0%	0	0.0%	3	30.0%	1	10.0%	1	10.0%	1	10.0%	1	10.0%	0	0.0%	2	20.0%	10
福島県	4	14.3%	4	14.3%	18	64.3%	0	0.0%	4	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	4	14.3%	28
新潟県	1	9.1%	2	18.2%	2	18.2%	4	36.4%	5	45.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	27.3%	11
茨城県	23	30.3%	8	10.5%	26	34.2%	9	11.8%	15	19.7%	8	10.5%	4	5.3%	5	6.6%	17	22.4%	76
栃木県	1	20.0%	0	0.0%	1	20.0%	1	20.0%	3	60.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
群馬県	3	21.4%	1	7.1%	2	14.3%	2	14.3%	1	7.1%	7	50.0%	1	7.1%	1	7.1%	3	21.4%	14
埼玉県	5	23.8%	3	14.3%	7	33.3%	4	19.0%	4	19.0%	3	14.3%	1	4.8%	0	0.0%	3	14.3%	21
千葉県	8	32.0%	5	20.0%	7	28.0%	3	12.0%	4	16.0%	1	4.0%	1	4.0%	0	0.0%	6	24.0%	25
東京都	115	26.6%	54	12.5%	159	36.8%	34	7.9%	65	15.0%	32	7.4%	11	2.5%	24	5.6%	91	21.1%	432
神奈川県	61	44.2%	12	8.7%	29	21.0%	14	10.1%	19	13.8%	8	5.8%	8	5.8%	7	5.1%	28	20.3%	138
山梨県	4	57.1%	1	14.3%	0	0.0%	1	14.3%	3	42.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7
長野県	4	33.3%	0	0.0%	1	8.3%	3	25.0%	3	25.0%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	12
静岡県	8	22.2%	11	30.6%	8	22.2%	1	2.8%	12	33.3%	1	2.8%	1	2.8%	1	2.8%	5	13.9%	36
富山県	3	50.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	6
石川県	11	52.4%	0	0.0%	3	14.3%	3	14.3%	3	14.3%	2	9.5%	0	0.0%	2	9.5%	7	33.3%	21
岐阜県	11	78.6%	2	14.3%	1	7.1%	3	21.4%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	1	7.1%	2	14.3%	14
愛知県	30	38.5%	7	9.0%	22	28.2%	7	9.0%	21	26.9%	9	11.5%	3	3.8%	3	3.8%	10	12.8%	78
三重県	7	43.8%	1	6.3%	7	43.8%	1	6.3%	3	18.8%	3	18.8%	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	16
福井県	3	25.0%	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%	4	33.3%	3	25.0%	0	0.0%	5	41.7%	5	41.7%	12
滋賀県	11	27.5%	2	5.0%	12	30.0%	4	10.0%	11	27.5%	7	17.5%	0	0.0%	3	7.5%	6	15.0%	40
京都府	37	36.3%	6	5.9%	30	29.4%	17	16.7%	22	21.6%	8	7.8%	4	3.9%	4	3.9%	18	17.6%	102
大阪府	45	38.1%	11	9.3%	26	22.0%	27	22.9%	28	23.7%	13	11.0%	6	5.1%	5	4.2%	18	15.3%	118
兵庫県	26	49.1%	1	1.9%	9	17.0%	5	9.4%	13	24.5%	7	13.2%	2	3.8%	0	0.0%	6	11.3%	53
奈良県	1	20.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
和歌山県	3	37.5%	1	12.5%	6	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	8
鳥取県	5	35.7%	0	0.0%	6	42.9%	1	7.1%	1	7.1%	3	21.4%	1	7.1%	0	0.0%	3	21.4%	14
島根県	2	28.6%	3	42.9%	3	42.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	1	14.3%	7
岡山県	17	51.5%	1	3.0%	10	30.3%	3	9.1%	10	30.3%	5	15.2%	3	9.1%	0	0.0%	3	9.1%	33
広島県	26	49.1%	5	9.4%	14	26.4%	9	17.0%	13	24.5%	5	9.4%	2	3.8%	2	3.8%	20	37.7%	53
山口県	2	11.8%	1	5.9%	6	35.3%	3	17.6%	5	29.4%	1	5.9%	0	0.0%	2	11.8%	6	35.3%	17
徳島県	8	44.4%	6	33.3%	9	50.0%	1	5.6%	3	16.7%	0	0.0%	1	5.6%	1	5.6%	0	0.0%	18
香川県	6	66.7%	0	0.0%	2	22.2%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9
愛媛県	5	62.5%	1	12.5%	2	25.0%	1	12.5%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	8
高知県	3	18.8%	2	12.5%	4	25.0%	3	18.8%	5	31.3%	2	12.5%	0	0.0%	1	6.3%	2	12.5%	16
福岡県	30	28.0%	14	13.1%	46	43.0%	7	6.5%	12	11.2%	15	14.0%	5	4.7%	3	2.8%	13	12.1%	107
佐賀県	1	11.1%	0	0.0%	3	33.3%	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	22.2%	9
長崎県	7	41.2%	5	29.4%	5	29.4%	0	0.0%	6	35.3%	5	29.4%	0	0.0%	2	11.8%	1	5.9%	17
熊本県	7	63.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	3	27.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	11
大分県	3	33.3%	1	11.1%	2	22.2%	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	33.3%	9
宮崎県	3	60.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	5
鹿児島県	5	50.0%	1	10.0%	1	10.0%	3	30.0%	2	20.0%	2	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	20.0%	10
沖縄県	7	58.3%	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	4	33.3%	0	0.0%	2	16.7%	12
合計	626	34.6%	188	10.4%	540	29.9%	214	11.8%	338	18.7%	183	10.1%	67	3.7%	81	4.5%	337	18.6%	1809

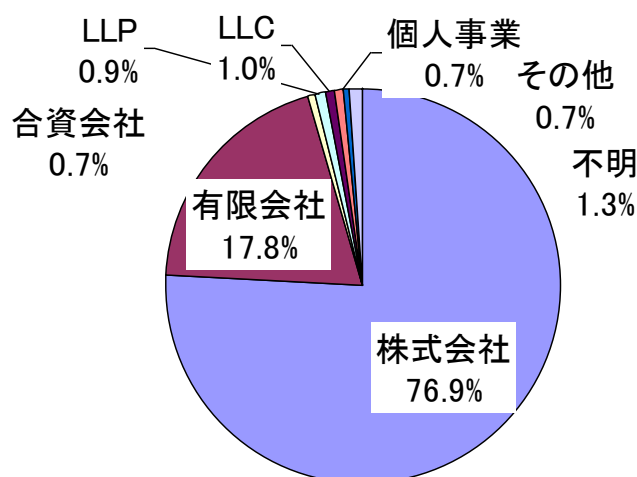
7. 企業形態による分類

(1) 企業形態

大学発ベンチャーの企業形態の分類を以下に示す。

図表 2-25: 大学発ベンチャーの企業形態

形態	平成20年度 累計	割合	平成19年度調査時 累計
株式会社	1,392	76.9%	1,331
有限会社	322	17.8%	354
合資会社	12	0.7%	15
LLP(有限責任事業組合)	16	0.9%	14
LLC(合同会社)	18	1.0%	15
個人事業	12	0.7%	14
その他(企業組合、共同組合、 有限責任中間法人等、NPOは除く)	13	0.7%	12
不明	24	1.3%	18
合計	1,809	100.0%	1,773



株式会社の形態をとる企業が最も多く、1,392社で全体の76.9%を占める。次いで、有限会社の322社で、この2つで全体の約95%を占める。

また、新たな企業形態として、産学連携やベンチャー企業同士の共同事業の促進などを狙ったLLP(有限責任事業組合)及びLLC(合同会社)の形態での設立も一部で見られている。

(2) IPO(新規株式公開)

平成20年3月現在、大学発ベンチャーで株式公開した企業は24社に上る。これを地域別みると関東圏に多く、事業分野(業種)別にみるとバイオ系の企業が半数以上を占めている。本年度のアンケート調査で回答のあった大学発ベンチャーの平均と比較すると従業員数は約5倍、売上高は約10倍となっている。

図表 2-26: 株式公開をした大学発ベンチャーの概要

地方（地方経済局単位）		業種	
関東	13社	バイオ系	17社
近畿	7社	I T（ソフト）系	6社
北海道	1社	その他	1社
中部	2社		
九州	1社		
24社の企業業績等の平均			
売上高	約14億6千万円	従業員数	約56人

第3章 大学発ベンチャーの現状と課題

1. 企業業績

大学発ベンチャーの直近の1社当たりの売上高（全体）は、146.7百万円であり、共同研究ベンチャーでは前年比増となったが、コアベンチャーでは減少している（図表3-1）。

営業利益は依然赤字が続いている。業種別ではIT系が収支相償程度となった他、「その他」（機械・素材等）業種は前年に比べ若干赤字幅が改善したが、バイオ系の赤字額は増加している。また、繰越損益も改善はあったものの、赤字額は高い水準が続いている。

図表 3-1: 企業業績（単位:百万円）

		サンプル数							
		全体	バイオ系	IT系	その他	全体	バイオ系	IT系	その他
資本金	設立時	—	—	—	—	—	—	—	—
	現在	268.5	448.2	68.1	165.6	283	120	49	114
売上高	前年	140.3	142.8	184.5	118.9	215	91	37	87
	直近	146.7	162.0	179.7	116.5	215	91	37	87
営業利益	前年	-110.3	-238.8	-4.4	-29.8	202	82	35	85
	直近	-109.6	-245.3	0.0	-23.7	202	82	35	85
繰越損益	前年	-181.8	-313.2	-27.3	-117.1	178	72	29	77
	直近	-135.6	-235.8	-13.7	-87.9	178	72	29	77

		サンプル数							
		全体	バイオ系	IT系	その他	全体	バイオ系	IT系	その他
資本金	設立時	59.6	57.8	45.5	66.9	192	94	25	73
	現在	278.4	439.1	84.6	137.9	192	94	25	73
売上高	前年	114.1	130.7	125.8	89.8	171	76	29	66
	直近	110.3	148.3	110.0	66.6	171	76	29	66
営業利益	前年	-120.8	-260.0	-11.3	-20.8	160	68	28	64
	直近	-120.8	-268.9	-6.6	-13.5	160	68	28	64
繰越損益	前年	-177.0	-345.5	-32.4	-59.7	145	62	26	57
	直近	-126.3	-249.0	-17.1	-42.6	145	62	26	57

		サンプル数							
		全体	バイオ系	IT系	その他	全体	バイオ系	IT系	その他
資本金	設立時	—	—	—	—	—	—	—	—
	現在	351.9	541.7	42.0	297.5	61	23	9	29
売上高	前年	242.2	204.0	397.4	210.3	44	15	8	21
	直近	288.0	231.6	432.4	273.4	44	15	8	21
営業利益	前年	-70.0	-135.6	23.2	-57.3	42	14	7	21
	直近	-66.8	-131.0	26.1	-54.9	42	14	7	21
繰越損益	前年	-202.9	-113.1	16.1	-280.6	33	10	3	20
	直近	-176.8	-154.0	15.5	-217.1	33	10	3	20

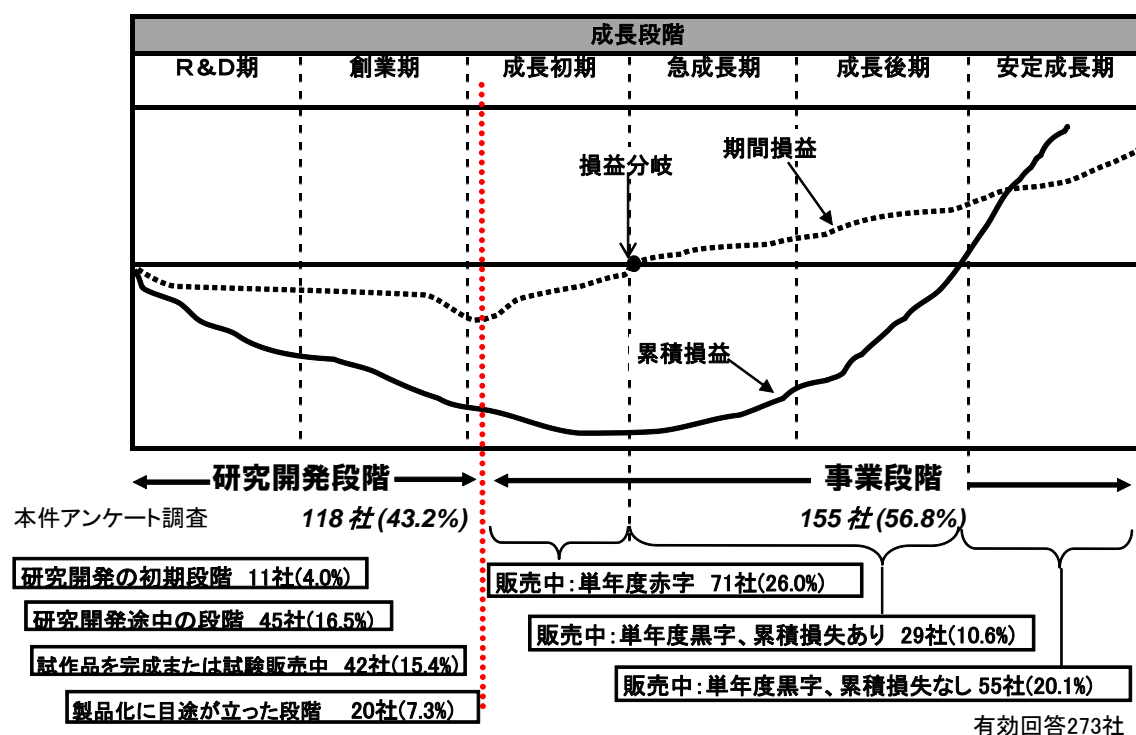
注：2年分のデータが取得できた企業が対象

2. 事業ステージとその進捗状況

コアベンチャーの回答企業の事業ステージを7段階に分け、さらに「研究開発段階」と「事業段階」に二分化すると、「研究開発段階」が43.2%（118社）、「事業段階」が56.8%（155社）となり、昨年度に引き続き「事業段階」に分類される割合が「研究開発段階」に分類される割合を上回っている。業種別にみると、IT系は「事業段階」の割合が66.7%と全体と比べて高い。またバイオ系では「事業段階」の割合は54.6%となっている（図表3-2）。

なお、「単年度黒字・累積損失なし」としている大学発ベンチャーは20.1%（55社）である。業種別にみると、IT系のうち33.3%がこの事業段階にあり、また、バイオ系のうち13.1%がこの段階に分類されている。

図表3-2：大学発ベンチャーの事業ステージ



	研究開発段階		事業段階	
全体	118社	43.2%	155社	56.8%
バイオ系	59	45.4%	71	54.6%
IT系	16	33.3%	32	66.7%
その他	43	45.3%	52	54.7%

【詳細】

上記の表を、段階について業種分野毎にさらに細かく見れば下記となる(単位:社)。事業段階の企業数の合計は合計に一致するが、1社で複数の分野に係る企業があるため、分野の合計は合計に必ずしも一致しない。

	合計		バイオ		IT		その他	
研究開発の初期段階	11	4.0%	5	3.8%	2	4.2%	4	4.2%
研究開発途中の段階	45	16.5%	31	23.8%	5	10.4%	9	9.5%
試作品を完成または試験販売中	42	15.4%	11	8.5%	7	14.6%	24	25.3%
製品化に目途が立った段階	20	7.3%	12	9.2%	2	4.2%	6	6.3%
製品又はサービスとして販売中(単年度赤字)	71	26.0%	43	33.1%	14	29.2%	14	14.7%
製品又はサービスとして販売中(単年度黒字だが累積損失あり)	29	10.6%	11	8.5%	2	4.2%	16	16.8%
製品又はサービスとして販売中(単年度黒字で累積損失なし)	55	20.1%	17	13.1%	16	33.3%	22	23.2%
合計	273	100.0%	130	100.0%	48	100.0%	95	100.0%

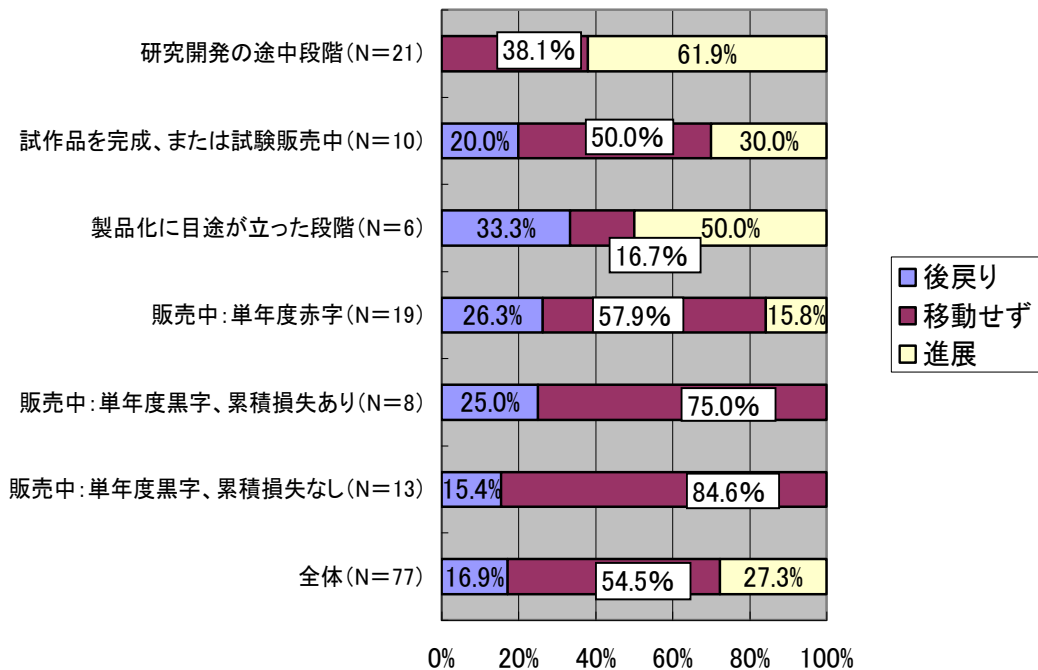
事業ステージの変化について、平成19年度調査と平成20年度調査の両年度とも回答した77社の変化をみると、事業ステージは約27%の企業で進展する一方、約17%の企業で後戻りしている。

「製品化に目途が立った段階」からの後戻りが高くなっている。これは、製品等に関するユーザーのニーズ等を反映し、研究開発や試作に立ち戻っているものと考えられる。また、平成19年度調査、平成20年度調査ともに「単年度黒字で累積損失のない」企業は11社（全体の13.3%）である（図表3-3）。

図表 3-3: 事業ステージの変化 (N=77)

(単位: 社)

平成20年度調査 \ 平成19年度調査	研究開発の初期段階	中研究開発の途中	試験販売中または試験販売済み	製品化に目途が立った段階	販売中: 単年度赤字	販売中: 単年度黒字、累積損失あり	販売中: 単年度黒字、累積損失なし
研究開発の初期段階							
研究開発の途中段階		8	4	1	3	1	4
試験作品を完成、または試験販売中		2	5		2		1
製品化に目途が立った段階			2	1	3		
販売中: 単年度赤字			3	2	11	2	1
販売中: 単年度黒字、累積損失あり					2	6	
販売中: 単年度黒字、累積損失なし						2	11

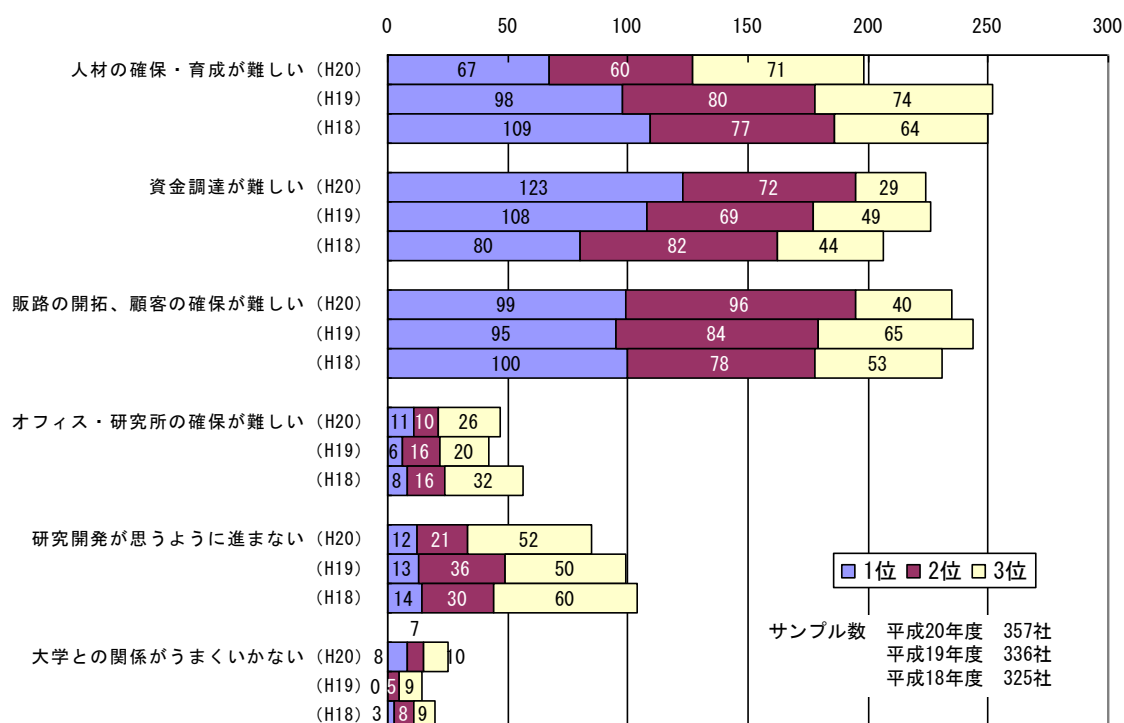


3. 大学発ベンチャーの直面する課題

大学発ベンチャーが、会社設立から研究開発、さらには製品化を図りつつ成長・発展する上で直面する課題は、人材の確保・育成、資金調達、販路開拓の3点である。

これらは、経済産業省が「大学発ベンチャーに関する基礎調査」の調査を開始した平成14年度以来一貫して確認されており、新たなチャレンジを踏み出した大学発ベンチャーにとって、常に直面している課題であり、平成18～20年度調査においてもこの傾向が認められる。なお、今年度調査においては、世界経済不況や厳しい金融情勢等を反映して「資金調達が難しい」を第1位とする回答が増加している（図表3-4）。

図表 3-4: 現在の直面する課題(単位:社数)



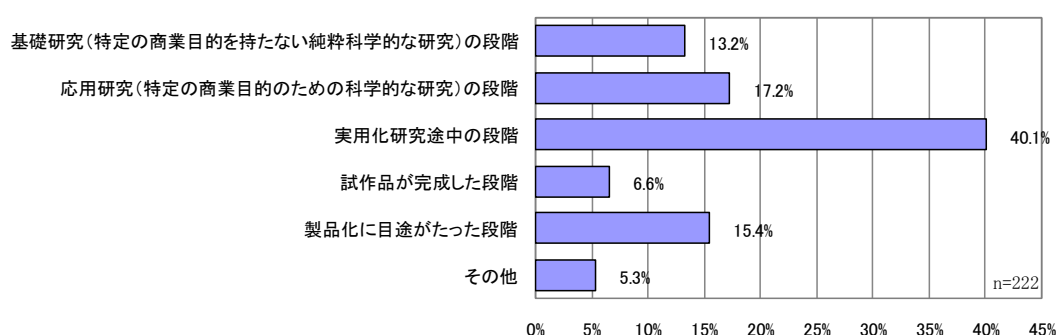
4. 起業状況

(1) 起業の段階

大学発ベンチャー（コアベンチャー）に、起業の段階を尋ねたところ、「実用化研究途中の段階」との回答した割合（40.1%）が最も高い。

これに、「応用研究（特定の商業目的のための科学的な研究）の段階（17.2%）」、「製品化に目途がたった段階（15.4%）」、「基礎研究（特定の商業目的を持たない純粋科学的な研究）の段階（13.2%）」と続いており、早期の段階の起業割合が比較的大きい（図表 3-5）。

図表 3-5： 大学発ベンチャーの起業段階（N=222）



(2) 複数の技術シーズの活用

大学発ベンチャーの中には、複数大学の技術シーズを活用して、自社の技術の強化を図っている企業もある。大学発ベンチャーの約 1 割（約 150 社）が複数大学の技術シーズを活用している。

こうした大学発ベンチャーからは、複数大学の技術シーズを活用した事業活動について、「自社の技術の高度化が図れる」との意見はもとより、「資金供給先と対応しやすい」、「外部関係者との連携が図りやすい」等の意見がある。

こうした複数大学の技術シーズを活用した大学発ベンチャーでは、起業時に比べ現在の資本金の増加率は約 50 倍と、単一技術シーズを活用した大学発ベンチャーの資本金の増加率約 3 倍に比べて、著しく大きいものとなっている（図表 3-7）。また、複数大学の技術シーズを活用した大学発ベンチャーのなかには、大手事業会社や国立研究所等との共同研究等が図られている大学発ベンチャーも見受けられる（図表 3-8）。

このように、大学発ベンチャーが複数の技術シーズを活用し事業を進めることは、研究開発型の大学発ベンチャーにとって、自社の技術を高度化させることのみならず、資金調達などにも効果があるものと考えられる。

図表 3-6: 複数大学の技術シーズを活用した大学発ベンチャーの資本金の推移

(単位: 百万円)

	設立時	現在	倍率
複数大学のシーズを活用した大学発ベンチャー	10.2	506.6	50 倍
単一技術シーズを活用した大学発ベンチャー	88.6	278.0	3 倍

図表 3-7: 複数大学の技術シーズを活用した大学発ベンチャーの例

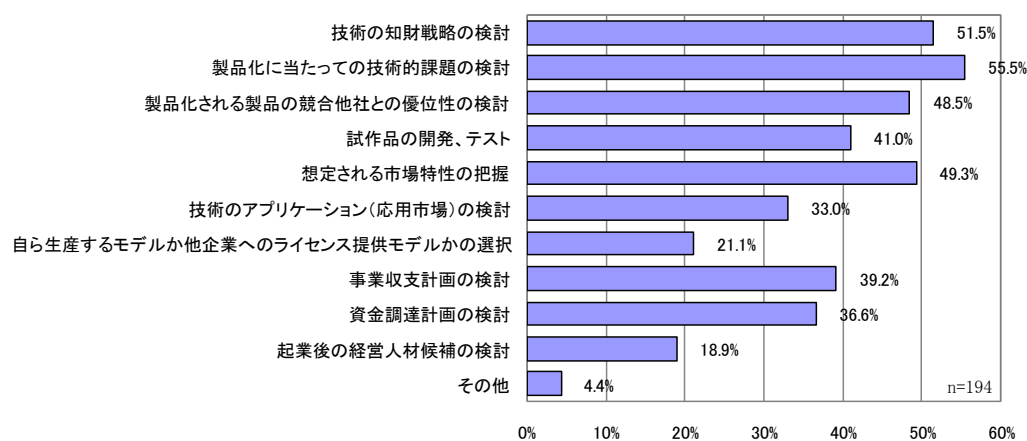
会社	業種	資本金(単位: 百万円)		VC出資の有無	関連する大学	共同研究ほか
		当初	現在			
A社(2002年設立)	バイオ	3	426	○	慶応義塾大学、大阪大学、神戸大学、岡山大学ほか	大手病院と共同研究
B社(2002年設立)	バイオ	10	463	○	日本獣医生命科学大学、東京大学、秋田県立大学ほか	民間病院と共同研究
C社(2002年設立)	バイオ	10	1,946	○	東京大学、帝京大学ほか	医薬品メーカーと共同研究
D社(2003年設立)	医療機器	1	295	○	岡山大学、九州大学、東北大学、東海大学	大手企業と組んで製造販売
E社(2007年設立)	バイオ	20	82	○	名古屋大学、愛知学院大学	医薬品メーカーと共同研究

(3) 起業段階における準備状況

大学発ベンチャー(コアベンチャー)に、起業にあたって準備した内容を尋ねたところ、「製品化に当たっての技術的課題の検討(55.5%)」、「技術の知財戦略の検討(51.5%)」、「想定される市場特性の把握(49.3%)」、「製品化される製品の競合他社との優位性の検討(48.5%)」等の回答割合が高い。

一方、「起業後の経営人材候補の検討(18.9%)」、「自ら生産するモデルか他企業へのライセンス提供モデルかの選択(21.1%)」、「技術のアプリケーション(応用市場)の検討(33.0%)」の準備割合が相対的に低くなっている(図表 3-8)。

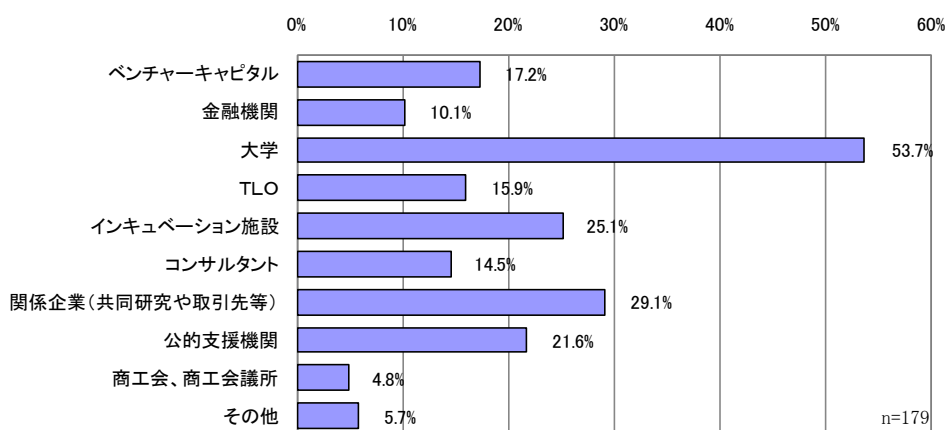
図表 3-8: 大学発ベンチャーの起業段階における準備状況(複数回答可 N=194)



起業時の準備を行うにあたって活用した機関は、「大学」が圧倒的に多い（53.7%）。これに次いで、「関係企業（共同研究や取引先等）（29.1%）」、「インキュベーション施設（25.1%）」、「公的支援機関（21.6%）」が多い。

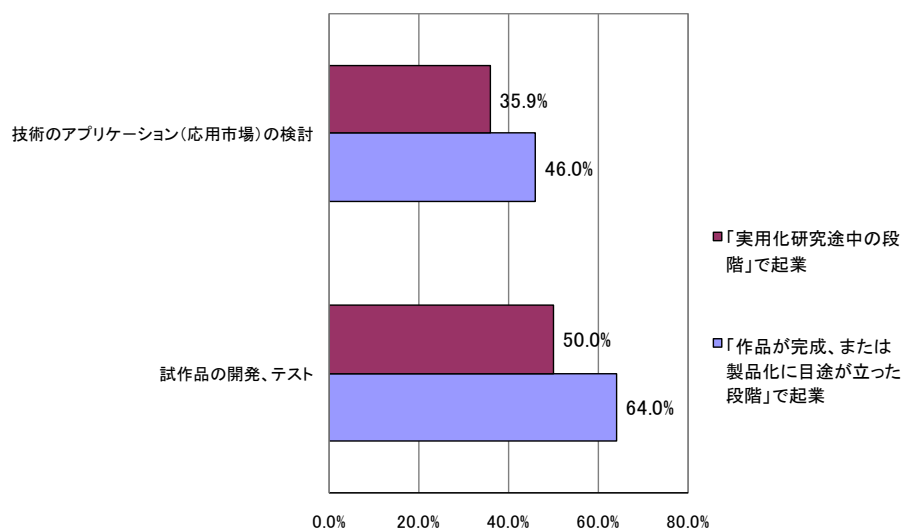
これらに比べると、「ベンチャーキャピタル（17.2%）」、「コンサルタント（14.5%）」、「金融機関（10.1%）」の活用機会は少なくなっており、こうした状況が、起業前の準備内容に影響を及ぼしていることが推察される（図表 3-9）。

図表 3-9: 大学発ベンチャーの起業段階における活用機関（複数回答可）(N=179)



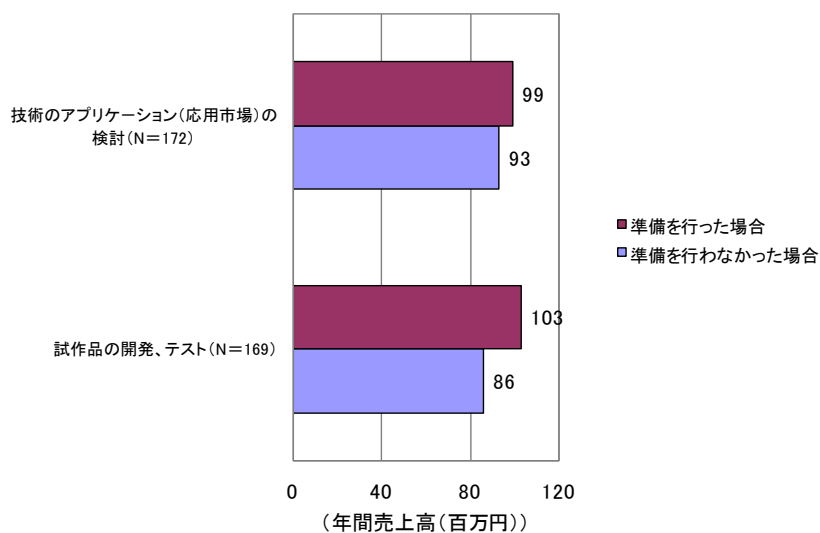
大学発ベンチャーが起業した事業ステージで最も多い「実用化研究途中の段階」と、それ以降の事業ステージである「試作品が完成した段階」及び「製品化に目途が立った段階」において起業した場合における準備状況を比べると、前者に比べ、後者は「試作品の開発、テスト」及び「技術のアプリケーション（応用市場）の検討」といった点で、起業化に向けた準備が進んでいる（図表 3-10）。

図表 3-10: 大学発ベンチャーの起業段階の準備状況 (N=114)



大学発ベンチャーが起業前に「試作品の開発、テスト」、「技術のアプリケーション(応用市場)の検討」といった準備を行った場合のその後に当該企業が得た売上高と行わなかった場合の売上高(直近)を比較すると、準備を行った方が売上高は大きい(図表 3-11)。このことは、起業前のこうした準備の重要性を示唆している。

図表 3-11: 大学発ベンチャーの起業段階の準備有無、売上高(直近)の関係



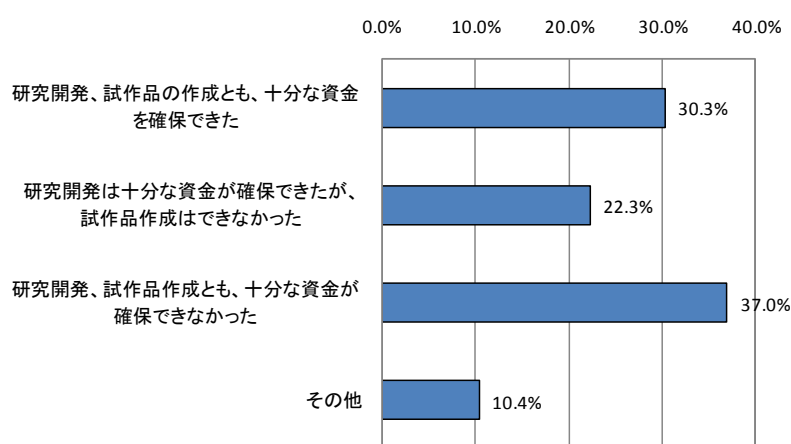
(4) 起業前後の資金確保状況

① 起業前の資金確保

大学発ベンチャー（コアベンチャー）に、起業前の資金の確保状況を尋ねたところ、「研究開発、試作品作成とも、十分な資金が確保できなかった（37.0%）」、「研究開発は十分な資金が確保できたが、試作品作成は十分な資金が確保できなかった（22.3%）」を合わせた約6割が、十分な資金確保ができていない（図表 3-12）。

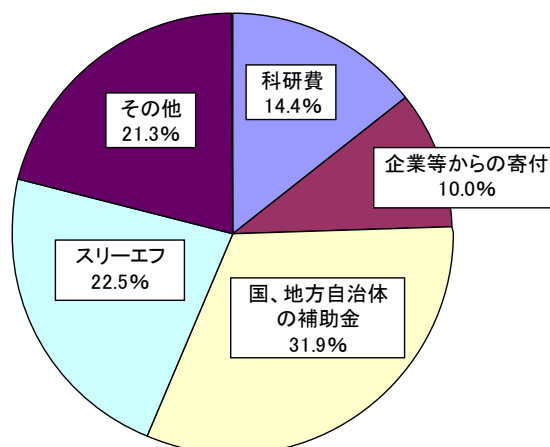
なお、具体的には人件費や機器購入費に充てるための資金の確保ができなかったことを指摘する向きが多い。

図表 3-12: 起業前の資金の確保状況 (N=192)



起業前の資金の調達方法は、「国、地方自治体の補助金（31.9%）」が最も多く、「創業者グループの自己資金、その家族、親しい友人からの調達（いわゆるスリーエフ）（22.5%）」、「科研費（14.4%）」、「企業等からの寄付（10.0%）」の順になっている（図表 3-13）。

図表 3-13: 起業前の資金調達方法 (N=160)



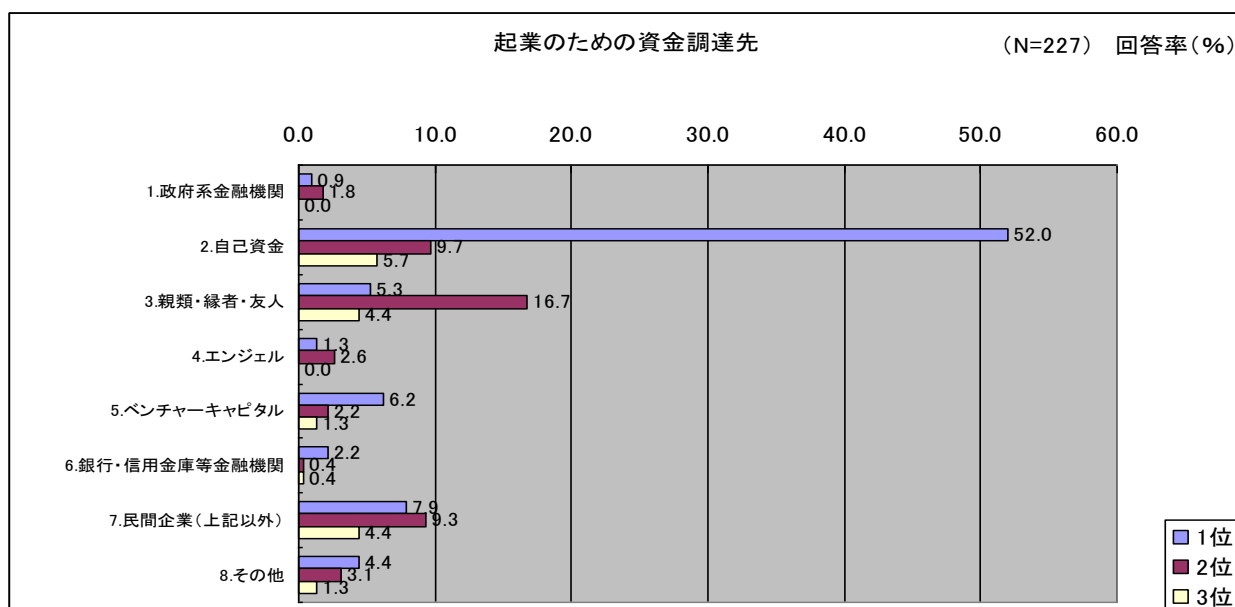
②起業時の資金確保

大学発ベンチャー（コアベンチャー）に、起業のための資金の調達方法（調達先）を上位3つまで尋ねたところ、「自己資金」との回答が顕著に多かった。次いで「親類・縁者・友人」、「民間企業（上記以外）」の順になっている。これらに比べると、「ベンチャーキャピタル」や「銀行・信用金庫等金融機関」の割合は著しく低い。

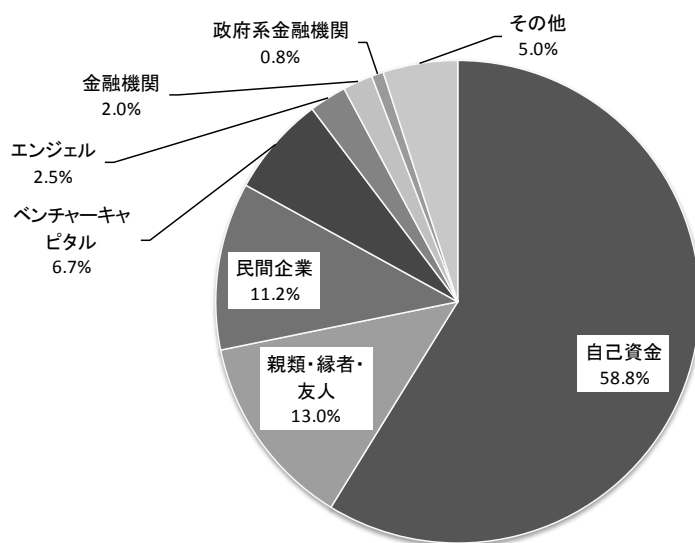
このように、起業段階の資金調達先は、（3）起業前と同様に、スリーエフへの依存が高くなっている（図表 3-14）。

なお起業時の資金の調達割合（方法別）では、約6割が「自己資金」となっている（図表 3-15）。

図表 3-14： 起業段階の資金調達方法(上位 3 つまで) (N=227)



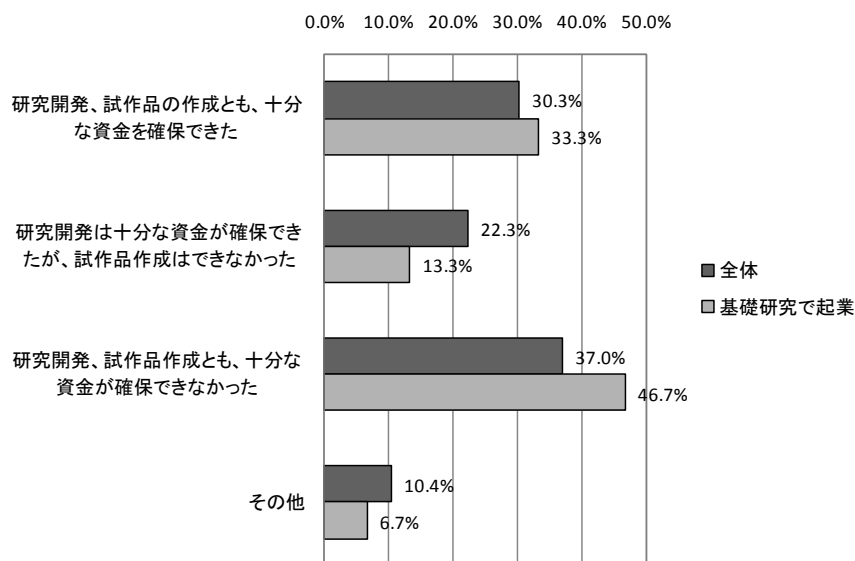
図表 3-15: 起業段階の資金調達(単純平均により試算) (N=172)



③基礎研究段階での起業における資金確保

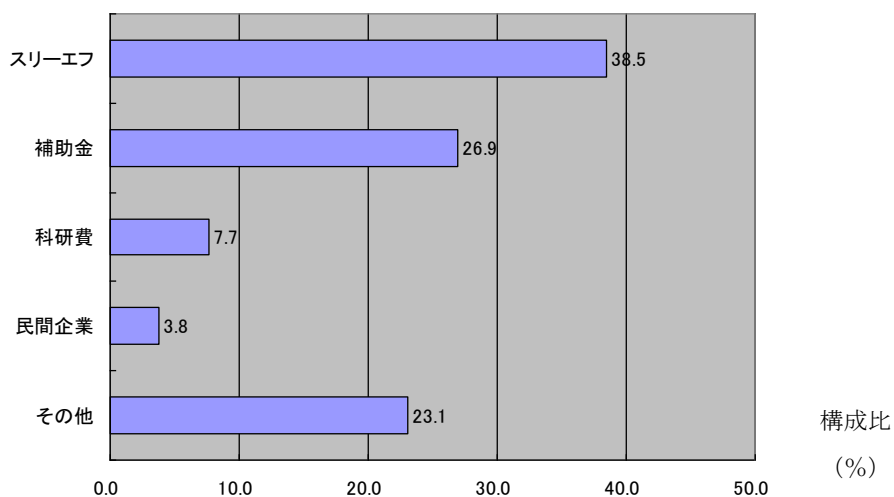
基礎研究（特定の商業目的を持たない純粋科学的な研究）の段階で起業した場合の資金確保状況は、起業前の資金確保状況全体に比べ、「研究開発、試作品作成とも、十分な資金確保ができなかった」と回答した割合が高い（基礎研究段階での起業の場合：46.7%、全体：37.0%）。基礎研究段階での起業では資金確保が厳しい状況がうかがえる（図表 3-16）。

図表 3-16: 起業前の資金の確保状況(「基礎研究で起業」の場合) (N=30)



こうした中、起業前の資金調達先は、主にスリーエフ（38.5%）や補助金（26.9%）となっている（図表 3-17）。

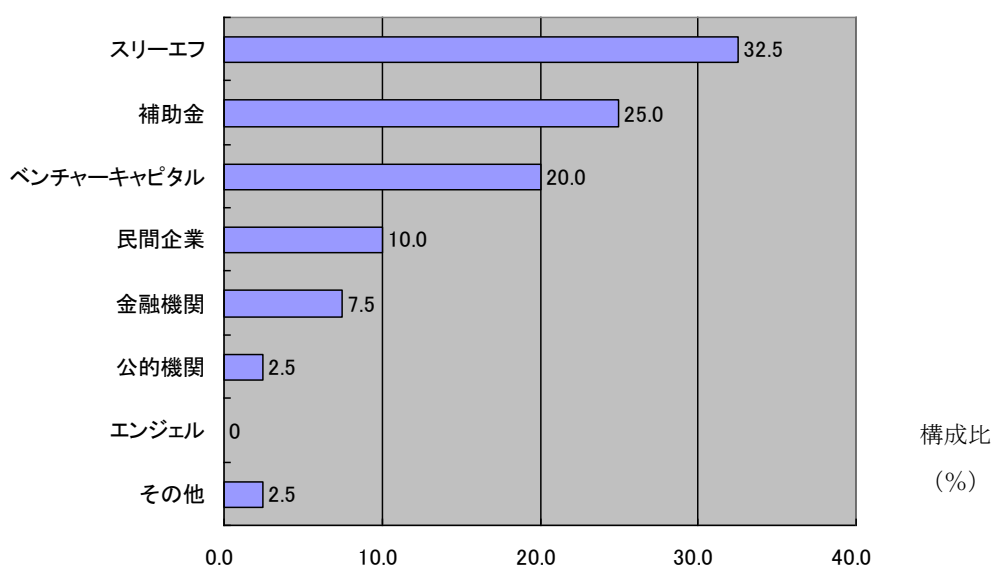
図表 3-17: 起業前の主な資金調達手法（「基礎研究で起業」の場合）（N=26）



注：各構成比は、回答のあった 29 社の割合の単純平均により算出

一方、起業直後の資金調達先をみると、スリーエフ（32.5%）、補助金（25.0%）に加え、ベンチャーキャピタル（20.0%）のウエイトも高い等、起業前に比べ、新たな資金調達先が加わっている（図表 3-18）。

図表 3-18: 起業直後の主な資金調達先（「基礎研究で起業」の場合）（N=29）



注：各構成比は、回答のあった 29 社の回答率（複数回答可）の単純平均により算出

こうした状況を「我が国においては、大学の研究室段階の研究開発費の確保が厳しくなっていくなかで、研究開発等の新たな資金確保を求め十分な準備をしないまま安易に起業するケースもある。こうした事が大学発ベンチャー停滞の一因となっている可能性がある。」と指摘する向きもある。

5. 大学発ベンチャーの資金の需給状況

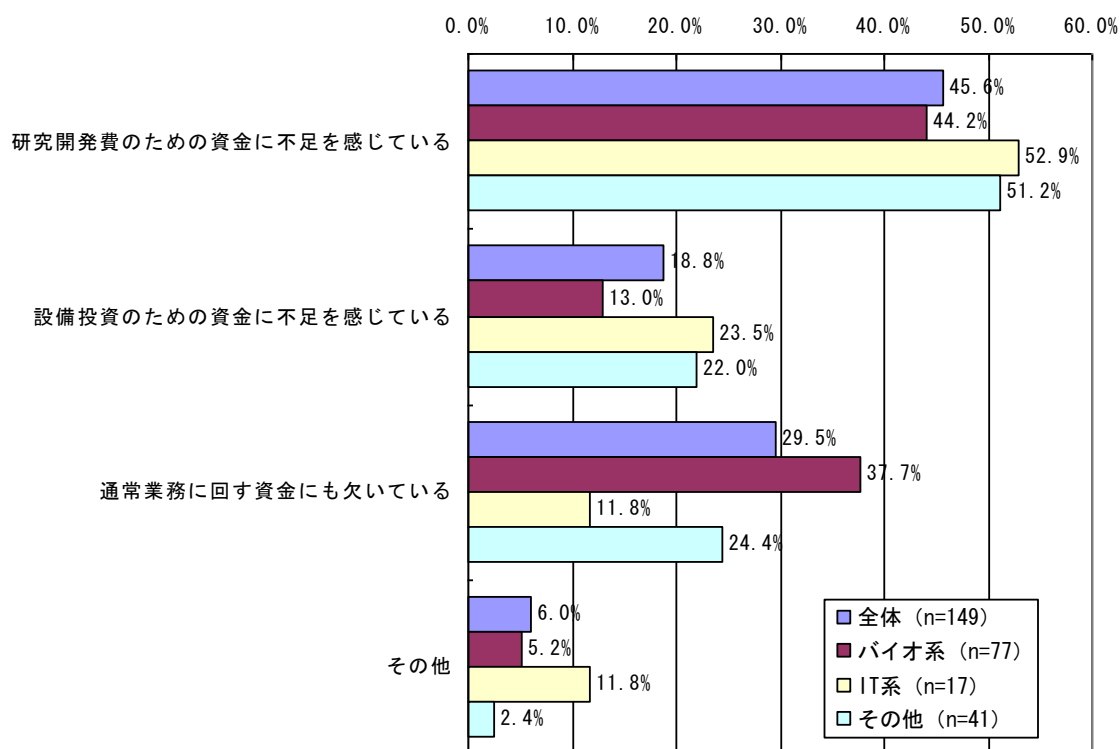
大学発ベンチャーにとって資金調達の困難性は大きな課題の一つである。ここでは、様々な側面から資金の確保状況を検討する。

(1) 現在の資金確保状況

大学発ベンチャー（コアベンチャー）は最も資金確保の困難な理由として、45.6%の企業が「研究開発のための資金に不足を感じている」と回答している。このように、大学発ベンチャーの資金確保の困難性は「研究開発段階」において顕著である。

またバイオ分野の場合、他業種に比べ「通常業務に回す資金にも欠いている」と回答する割合（37.7%）が高い等、厳しい資金繰りが窺える。（図表 3-19）

図表 3-19: 大学発ベンチャーの資金確保の状況 (N=149)

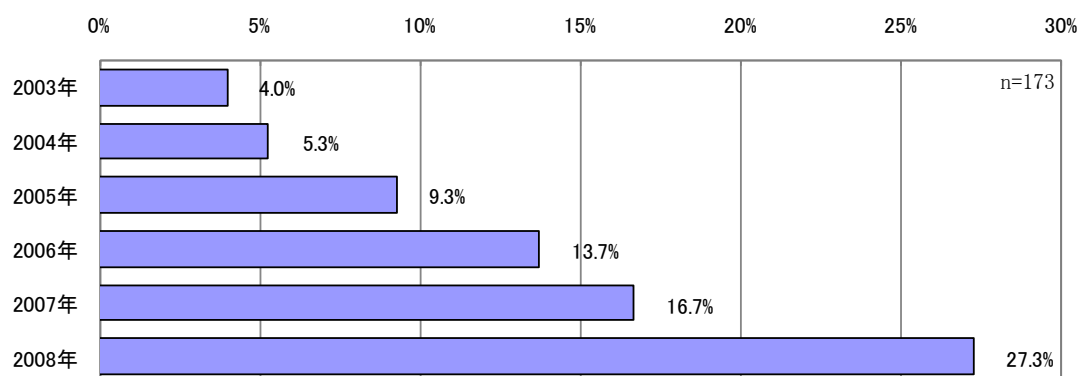


(注) 資金不足していると回答した 149 社対象

(2)最も資金確保の困難な時期

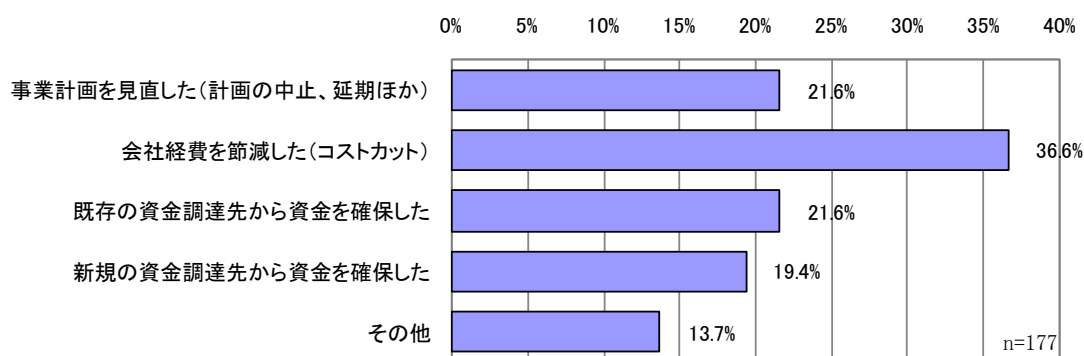
大学発ベンチャー（コアベンチャー）に、最近6年間（2003～2008年）で最も資金確保が困難な時期を尋ねたところ、2008年（27.3%）が1位となる等、年を追う毎に一段と資金調達が困難になってきている状況が伺える（図表3-20）。

図表 3-20: 最近6年間(2003～2008年)で最も資金確保が困難な時期 (N=173)



最も資金確保が困難な時期の対応としては「会社経費を節減した（コストカット）」が1位（36.6%）であったが、これに次いで「事業計画を見直した（計画の中止、延期ほか）」が同率で2位（21.6%）となっており、資金調達の困難さが与える事業計画への影響が懸念される（図表3-21）。

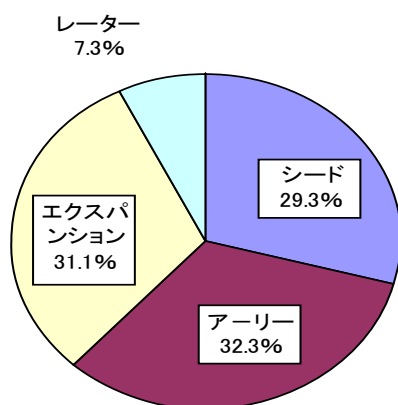
図表 3-21: 最も資金確保が困難な時期の対応(複数回答) (N=177)



(3) 事業ステージからみた状況

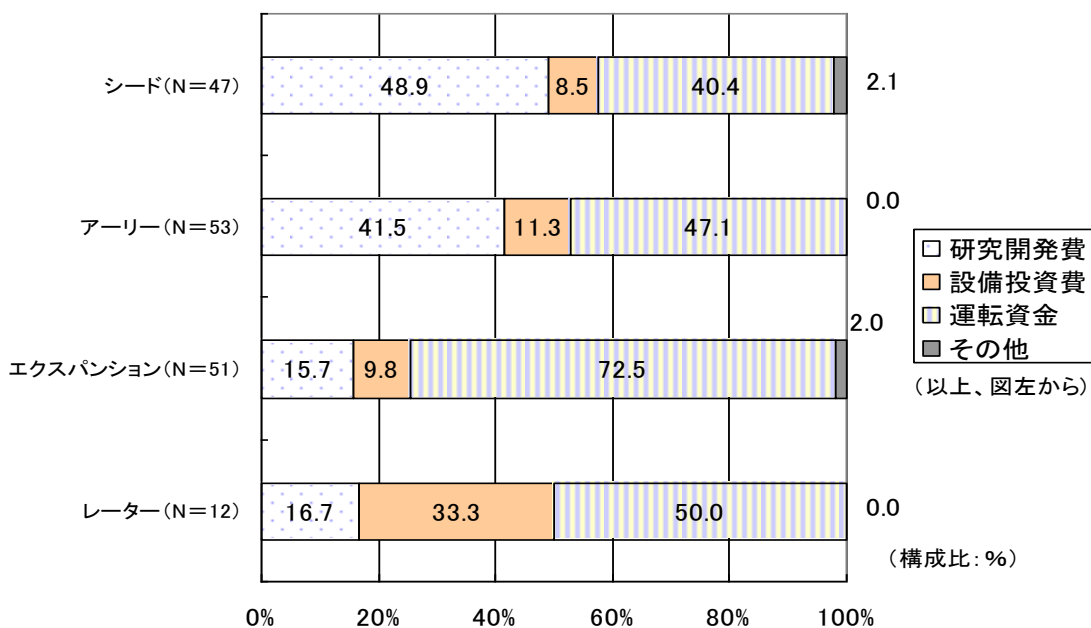
大学発ベンチャー（コアベンチャー）が、最近6年間（2003～2008年）で最も資金確保が困難な事業ステージは、シード、アーリー、エクспанションが各々約3割、レーターが1割弱となっている（図表3-22）。

図表 3-22: 最近6年間(2003～2008年)で最も資金確保が困難なステージ (N=164)



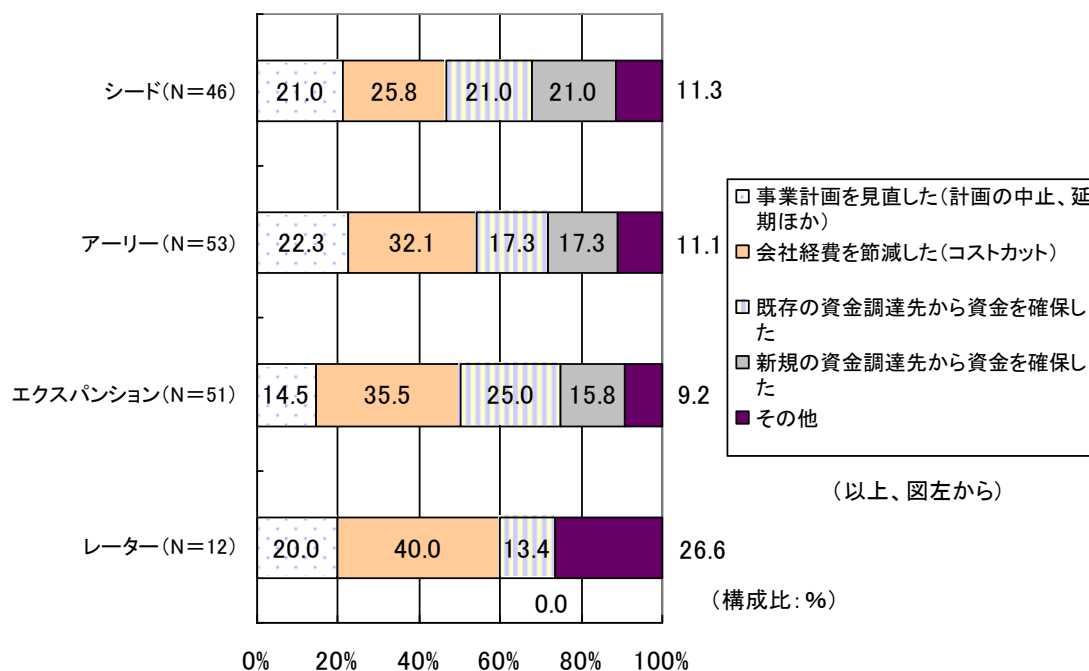
大学発ベンチャーが最も資金確保が困難であったと回答したステージにおいて、資金使途をみると、シード及びアーリーでは「研究開発費」及び「運転資金」、エクспанションでは「運転資金」、レーターでは「設備投資費」があげられている（図表3-23）。

図表 3-23: 最も資金確保が困難な時期における主な資金の使途(ステージ別)



シード及びアーリーを最も資金確保が困難なステージであったと回答した大学発ベンチャーでは当該時期の対応として「事業計画を見直した（計画の中止、延期ほか）」との回答の割合（シード 21.0%、アーリー22.3%）が、他ステージに比べ高い（図表 3-24）。

図表 3-24: 最も資金確保が困難な時期の対応(複数回答) (事業ステージ別)



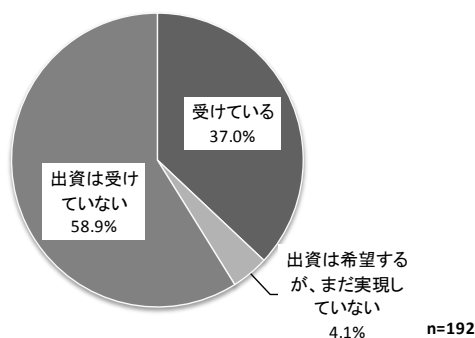
注：各回答の合計数が 100%となるよう構成比を算出している。

このように、創業早期の段階（シード及びアーリー・ステージ）では、資金調達の可否が事業計画に影響を及ぼす等、特に資金確保が重要な課題となっていることが窺える。

(4)VCの出資状況

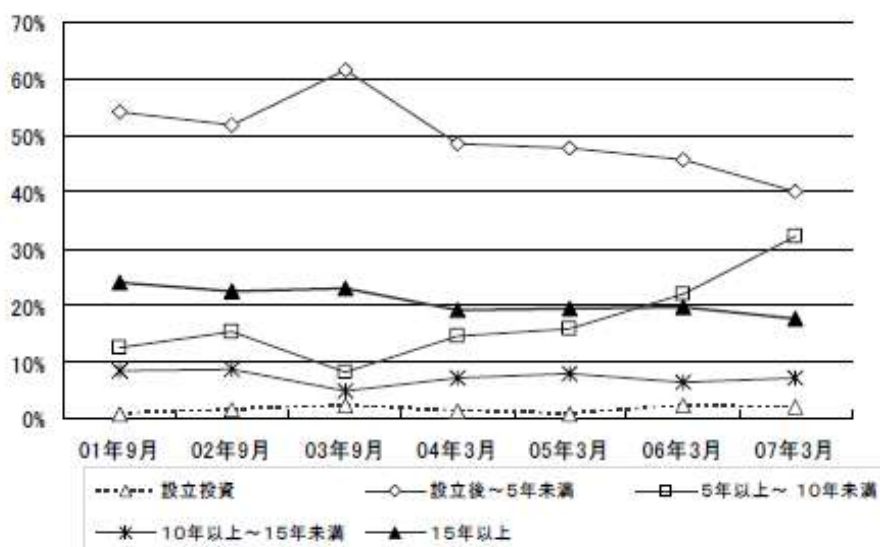
大学発ベンチャー（コアベンチャー）に、VCの出資状況を尋ねたところ、「出資を受けている（37.0%）」、「出資は希望するが、まだ実現していない（4.1%）」、「出資を受けていない（58.9%）」となっており、大学発ベンチャーへの資金供給が十分行われているとは言い難い（図表 3-25）。

図表 3-25: VCの出資の有無（N=192）



さらに、財団法人ベンチャーエンタープライズセンター『平成 19 年度ベンチャーキャピタル等投資動向調査/ファンド・ベンチマーク調査』では、ベンチャーキャピタルの投資対象ステージがレーターにシフトしていることを指摘している等、近年、創業早期のベンチャーを巡る資金供給は厳しい状況にあると言わざるを得ない（図表 3-26）。

図表 3-26: ベンチャーキャピタルの投資対象先



出所: 平成 19 年度ベンチャーキャピタル等投資動向調査/ファンド・ベンチマーク調査

なお、一部のベンチャーキャピタルにおいては、「投資収益の源泉はシードやアーリー段階のハンズオン投資にあり、エクспанションやレーター段階からの受動的な投資はリスクが高くリターンが少ない」との認識のもとで、戦略的に創業早期からのリード投資に注力する等の動きもみられる。

こうした事例としては、ユーテック1号ファンド（GP：東京大学エッジキャピタル社）（図表 3-27）、東北インキュベーションファンド（GP：東北イノベーションキャピタル社）（図表 3-28）のような大学発ベンチャー向けファンドがある。

また、これらのファンドの組成にあたっては、アーリーを中心としたベンチャー企業への投資促進を目的とする独立行政法人中小企業基盤整備機構によるベンチャーファンド出資事業（図表 3-29）の活用がなされており、大学発ベンチャーの創業早期の厳しい資金確保状況に対して、今後もこうした取組みを続けていくことが重要であると考えられる。

図表 3-27: ユーテック1号ファンド(東京大学エッジキャピタル社)

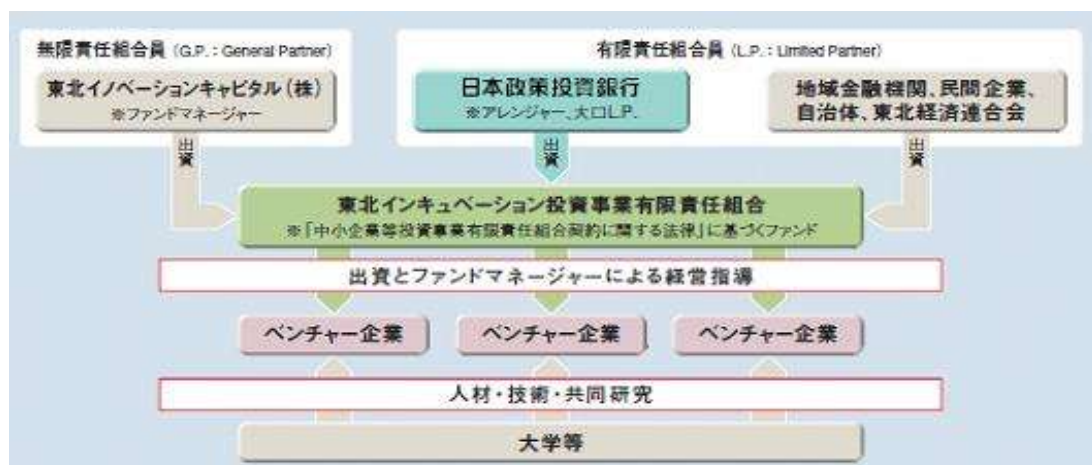
- 東大が公認する唯一の VC として、産業連携本部・東京大学 TLO との強い連携により、学内シーズ情報の早期取得が可能。
- 東大における発明は UTEC からの出資希望が確認されるシステムになっており、発明情報の入手が可能。
- 発明内容のヒアリングには UTEC 担当者が同席可能。
- TLO で開催される知財会議に UTEC からの参加が可能。



(出所：東大エッジキャピタル HP)

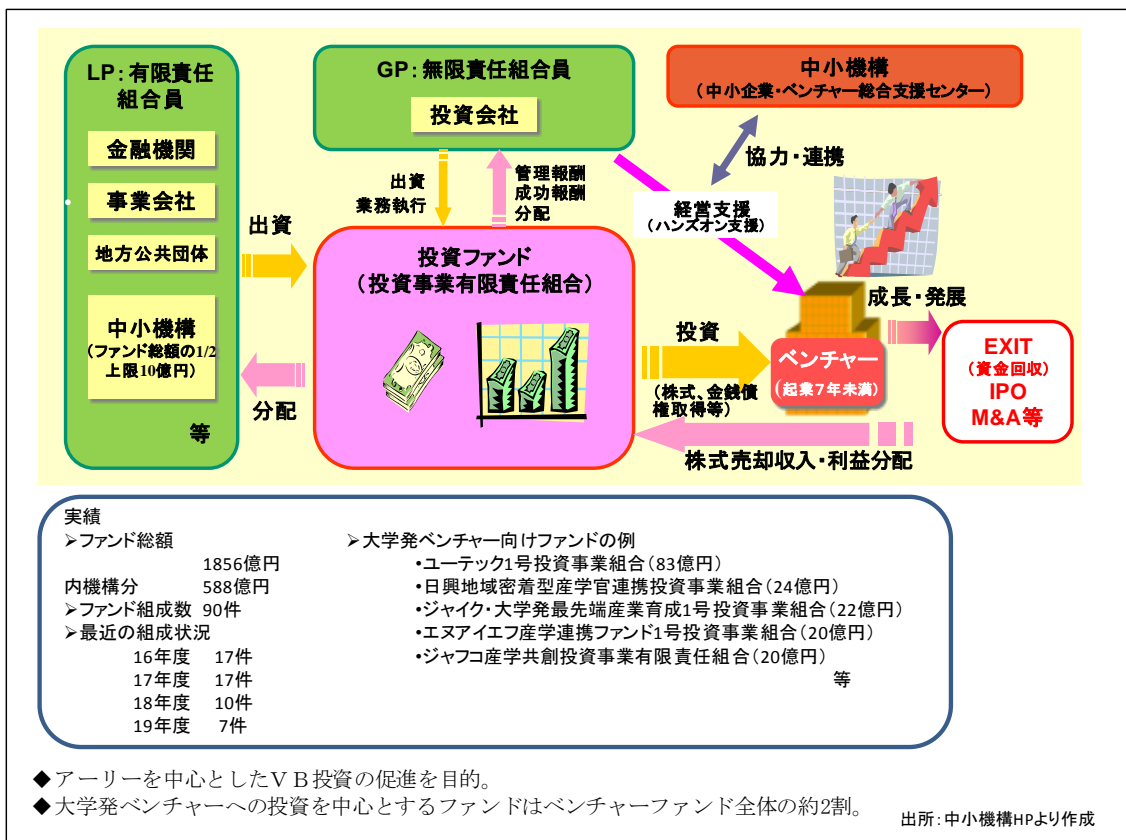
図表 3-28: 東北インキュベーションファンド(東北イノベーションキャピタル社)

- 高密度なハンズオンと大学等との連携
- 東北地方の各大学の地域共同センター等との連携、各県の中核的支援機関等とのネットワークを活用しシーズ発掘。
- ハンズオン型インキュベーションファンドとして、徹底した経営指導を行い、「大学発ベンチャー」のスタートアップを支援。



(出所：日本政策投資銀行資料より)

図表 3-29: 独立行政法人・中小基盤整備機構のベンチャーファンド出資事業



【参考】 大学発ベンチャー向けファンドの類型

産学連携ファンドのタイプ	投資対象の特徴	長所	課題	ファンド例
特定型 大学	特定大学から創出されたVBが対象の中心	大学発VBの創出母体である大学と密接な関係を有し案件発掘を図ることが可能	投資先候補となるベンチャー数が十分な規模に達していない大学は有望案件発掘が厳しい	ユーテック1号ファンド(東京大学エッジキャピタル)
大学非特定型	産学連携一般型	有望な投資先を広く探索・発掘ができるため、様々なポートフォリオ構築が可能	投資先の発掘に係る効率性が他のタイプに比べ低い	エヌ・アイ・エフ産学連携1号ファンド(大和SMBVCベンチャーズ)
	特定分野型	VCの専門性を活かして目利き・濃密なハンズオンを実行	対象分野自体の成長性が頭打ちになったような場合には大きな影響を被る	ウォーターベイン・テクノロジー1号ファンド(ウォーターベイン・パートナーズ)
	地域連携型	地域内所在の連携機関を通じた情報収集等によるきめ細かな案件発掘やハンズオン支援等可能	特定地域に限定するため、有望な投資先が十分確保できない	東北インキュベーションファンド(東北インベーションキャピタル)

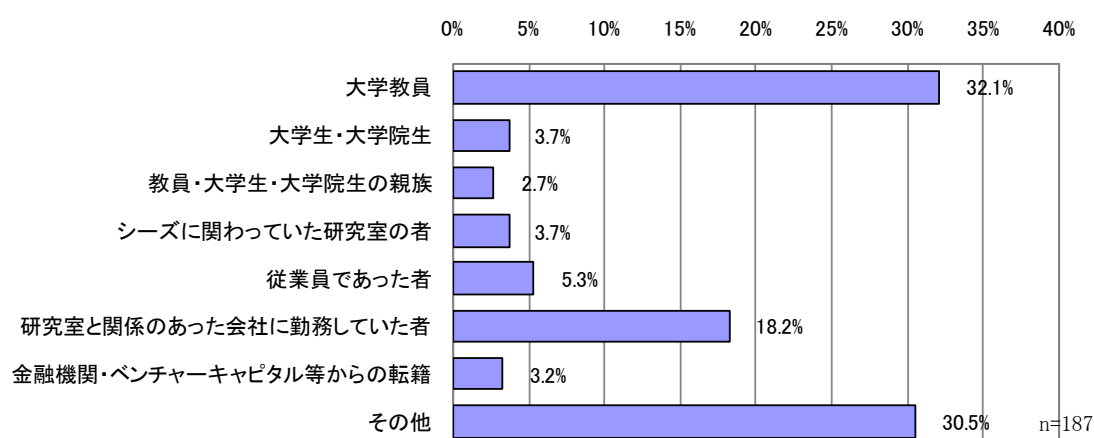
出所) 九州大学知的財産本部『大学発ベンチャー支援ファンド等の実態調査並びにベンチャー支援方策のあり方について』、2005年、日本インテリジェントトラスト(現・日本経済研究所)『技術移転促進のための大学連携型IPファンド形成可能性調査』、2008年を参考に作成

6. 経営者の状況

(1) 経営者

大学発ベンチャーの課題の一つとして、大学発ベンチャーの経営にふさわしい人材により経営が行われているかという点がある。この観点から大学発ベンチャーの代表取締役の経歴をみると、「大学教員（32.1%）」、「研究室と関係のあった会社に勤務していた者（18.2%）」が多い。「その他」も多いが、この中には「他企業での実務経験者（移籍・退職、VC・金融機関・一般企業）」等が含まれている（図表 3-30）。

図表 3-30: 現在の代表取締役の経歴 (N=187)

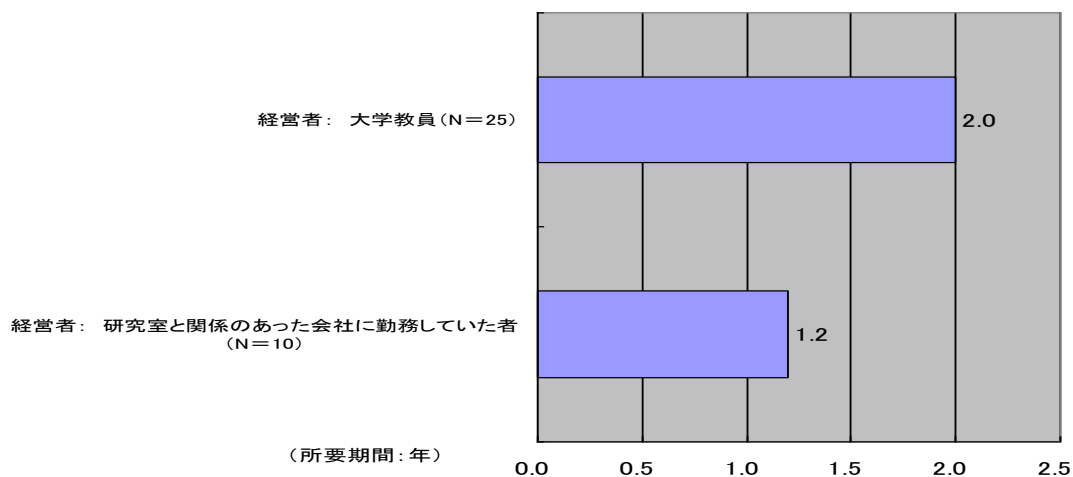


(注) 回答者：コアベンチャー企業（以下同様）

経営者が「大学教員であった場合」と「研究室と関係のあった会社に勤務していた者であった場合」の経営手腕を比較するため、両者が代表取締役を務めている企業における、シードからアーリーへ移行する平均所要期間をアンケートに基づき試算したところ、前者の2.0年に対し、後者は1.2年である（図表 3-31）。

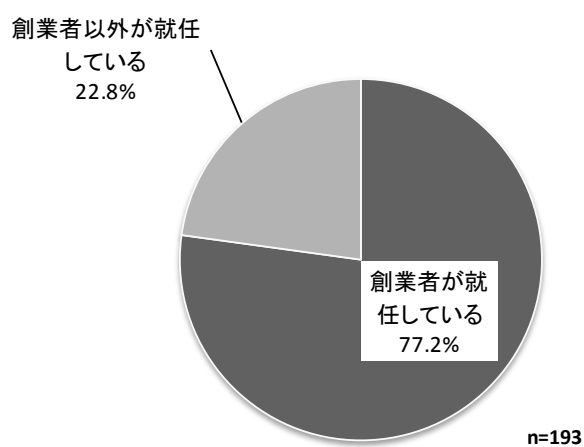
注：アンケートでは、2003～2008年の事業ステージを尋ねている。例えば、2003年にアーリーで2004年にシードと答えた場合、シードからアーリーへの移行期間は1年と見なした。

図表 3-31: シードからアーリーへの平均所要期間(経営者の属性別)(試算)



現在の代表取締役が創業者か否かの設問を行ったところ、創業者以外が就任しているのは約 2 割 (22.8%) である (図表 3-32)。

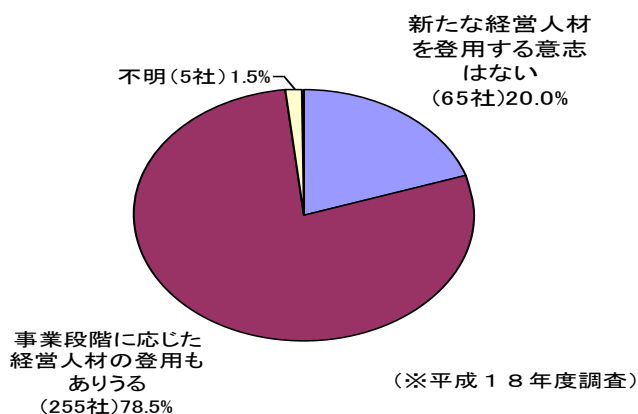
図表 3-32: 現在の代表取締役と創業者の関係 (N=193)



注: 3月5日時点のデータを基に作成しているため、回答社数は変動する可能性あり

一方、創業者から新たな経営者の交代を意図している企業は約 8 割 (78.5%) であることを踏まえると、外部等から経営者を招聘するニーズは高いが、実際に交代しているのはこの 1/4 程度に過ぎない状況が推察される (図表 3-33)。

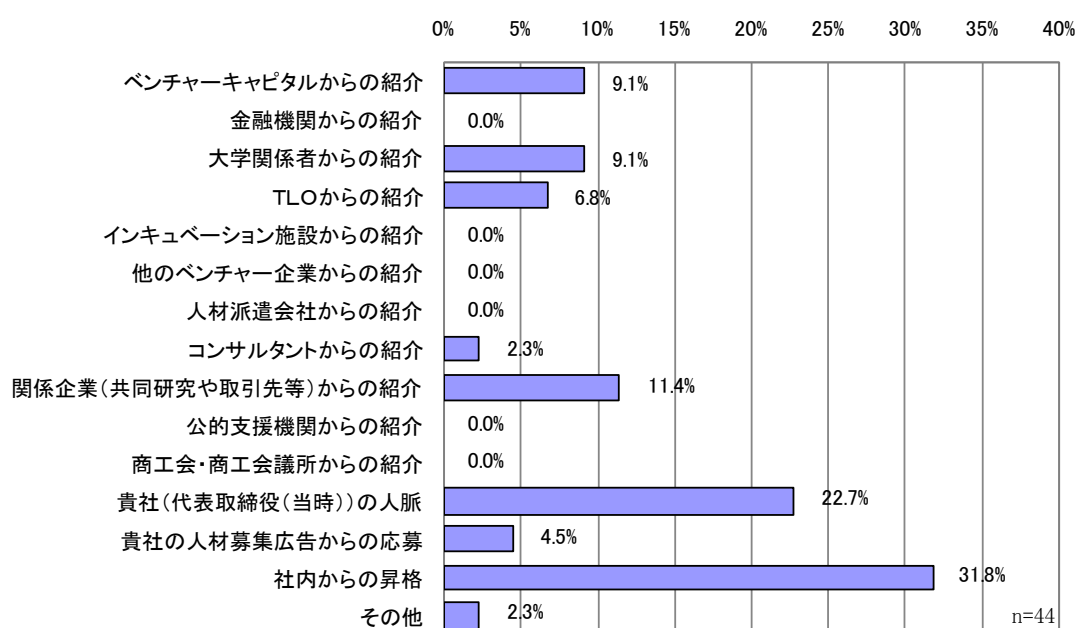
図表 3-33: 事業段階に応じた経営人材の登用の意志(N=325)



新たな代表取締役となった人材の採用ルートを見ると、「社内からの昇格 (31.8%)」、「会社 (代表取締役 (当時)) の人脈 (22.7%)」で過半を占め、外部の支援機関である「ベンチャーキャピタルからの紹介 (9.1%)」、「大学関係者からの紹介 (9.1%)」、「TLOからの紹介 (6.8%)」は少数にとどまっている (図表 3-34)。

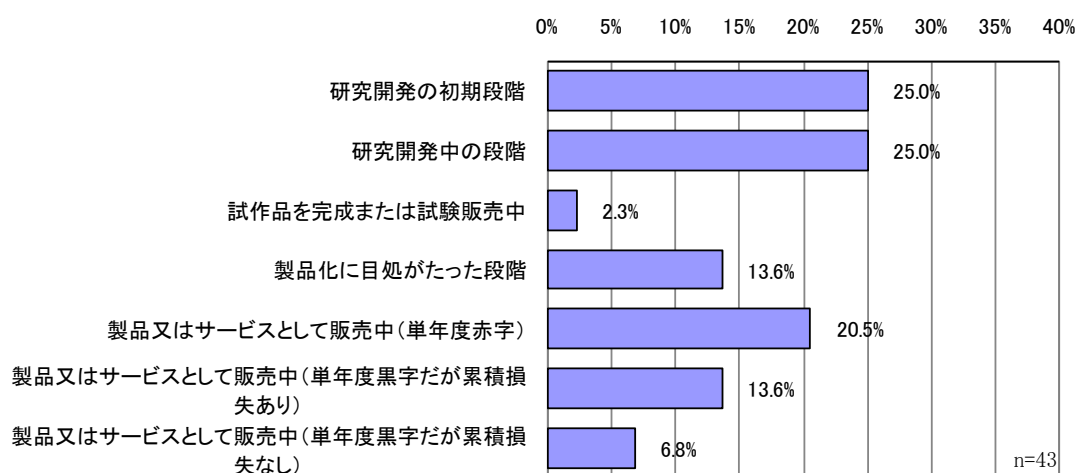
こうした経営者の採用ルートの制約が、スムーズな経営者交替を実現できない主因のひとつになっているものと推察される。

図表 3-34: 新たな代表取締役の採用ルート(N=44)



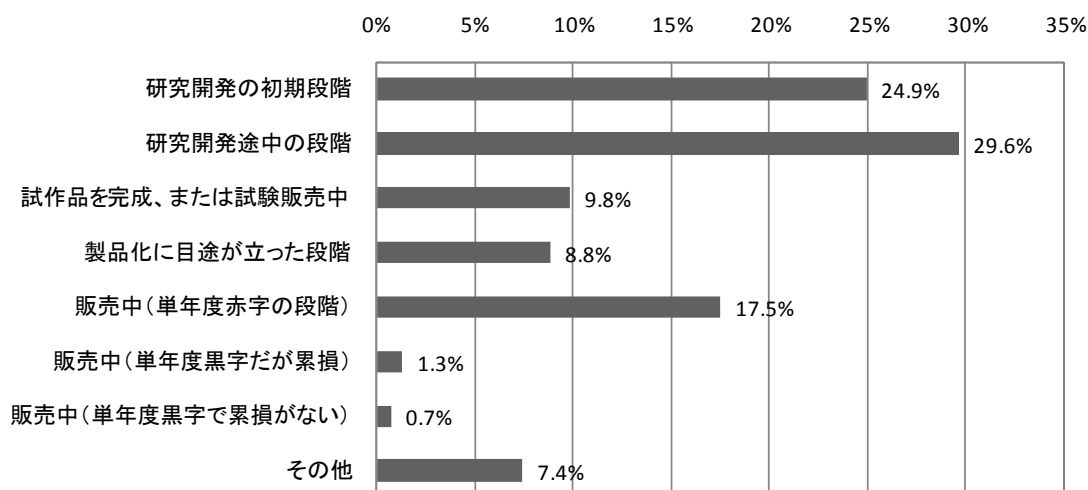
代表取締役の交代のあった企業に、交代時期を尋ねたところ、「創業研究開発の初期段階（25.0%）」及び「研究開発中の段階（25.0%）」の創業間もない段階で割合が半数に達するほか、「製品又はサービスとして販売中（単年度赤字）（20.5%）」も多い（図表 3-35）。

図表 3-35: 代表取締役に交代のあった時期 (N=43)



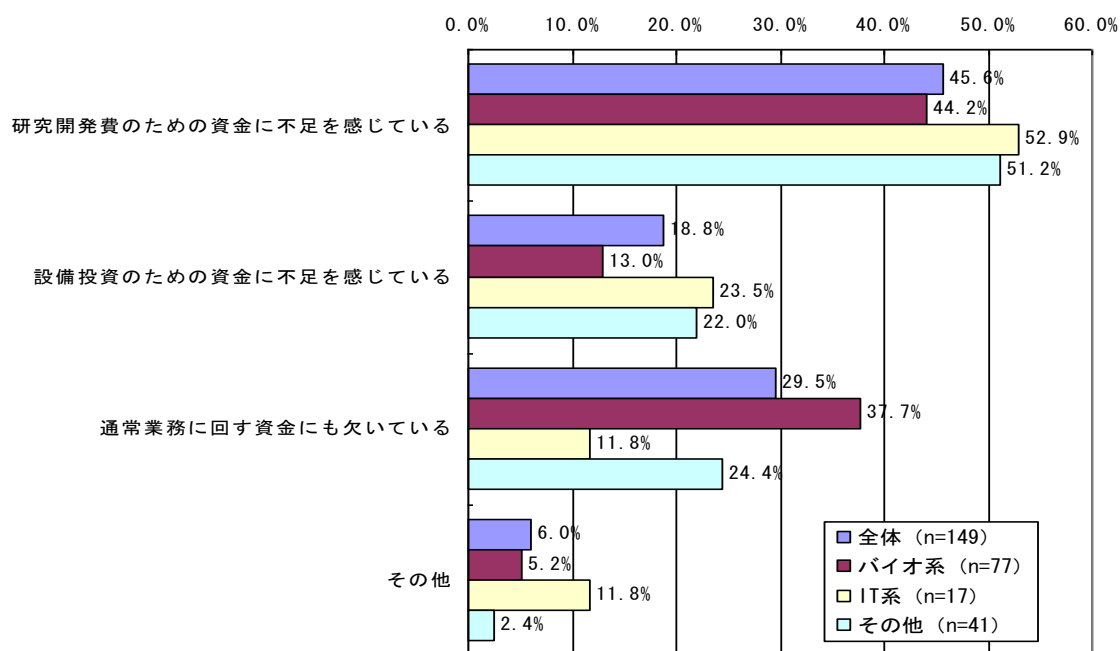
このように、創業早期の段階での経営者の交替は多いが、同時期は研究開発等のための資金が必要であり、経営者確保に充てる資金の確保が困難であることも経営者の交替が円滑に進まない要因のひとつであると考えられる（図表 3-36、3-19（再掲））。

図表 3-36: 資金確保が最も困難な時期



(※平成18年度調査)

図表 3-19: 大学発ベンチャーの資金確保の状況(再掲)

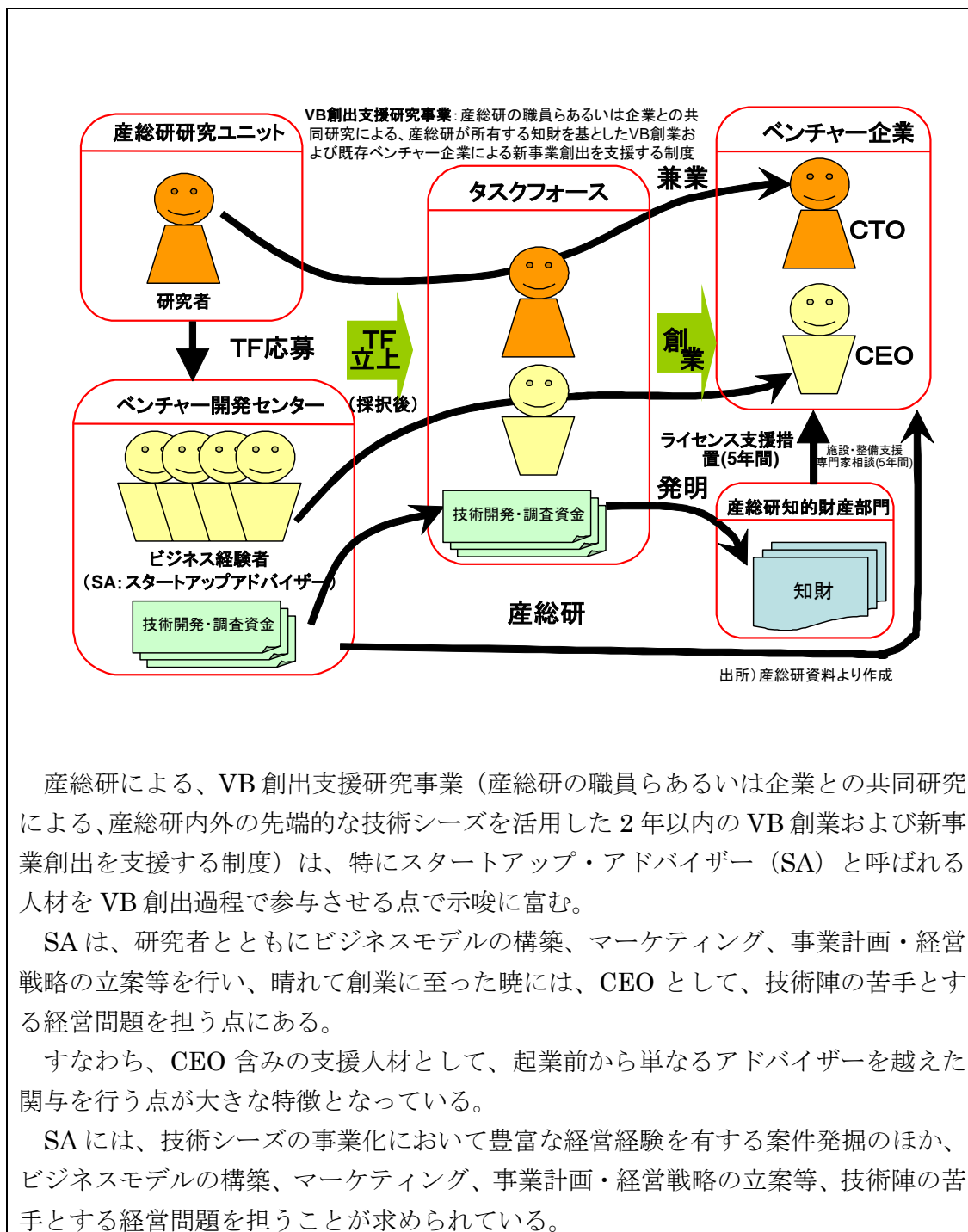


(注) 資金不足していると回答した 149 社対象

このように、「経営人材の発掘ができない」、「マッチングする者がいない」、「経営者確保に充てる資金が無い」等の理由から創業早期の経営課題に対応できる経営者を確保することが困難になっている。

こうした中、人材を発掘し、起業前の支援人材（CEO就任を期待）を確保している独立行政法人・産業技術総合研究所（図表 3-37）、ベンチャービジネススクールを開催し起業家育成支援を行っている かながわサイエンスパーク（KSP）（図表 3-38）、経営体制整備のための資金供給を行っている株式会社MMインキュベーションパートナーズ（図表 3-39）等の先進事例がある。

図表 3-37: 独立行政法人・産業技術総合研究所のSA制度



産総研による、VB創出支援研究事業（産総研の職員らあるいは企業との共同研究による、産総研内外の先端的な技術シーズを活用した2年以内のVB創業および新事業創出を支援する制度）は、特にスタートアップ・アドバイザー（SA）と呼ばれる人材をVB創出過程で参与させる点で示唆に富む。

SAは、研究者とともにビジネスモデルの構築、マーケティング、事業計画・経営戦略の立案等を行い、晴れて創業に至った暁には、CEOとして、技術陣の苦手とする経営問題を担う点にある。

すなわち、CEO含みの支援人材として、起業前から単なるアドバイザーを越えた関与を行う点が大きな特徴となっている。

SAには、技術シーズの事業化において豊富な経営経験を有する案件発掘のほか、ビジネスモデルの構築、マーケティング、事業計画・経営戦略の立案等、技術陣の苦手とする経営問題を担うことが求められている。

図表 3-38: かながわサイエンスパーク(KSP)のベンチャービジネススクール

KSPベンチャー・ビジネススクール

日本で初めて「ビジネスプラン作成」にフォーカスしたビジネススクールとして1992年にスタートしました。開校以来、ベンチャー企業社長、中小企業後継者、大企業新規事業担当者など、300名を超えるニュービジネスの担い手が本スクールを卒業され、各業界で活躍されています。

また、事業計画作成後の事業立ち上げに際しても、一貫してKSPのインキュベーションサポートを受けることが、可能となっています。



期間:	2006年5月24日(水)～11月24日(金) 全25日間
内容:	■本講座 20日間(金・土曜日実施、宿泊7回、120時間) ■選択講座 2回 5日間
会場:	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 かながわサイエンスパーク内
定員:	25名
参加対象者:	■新事業の責任者/候補者 ■関連会社社長/候補者 ■中小企業後継者 ■ベンチャー企業経営者 ■創業希望者

新入社員研修

KSP入居ベンチャー企業、川崎市市内中小企業など少人数採用企業を対象としたオープン型の研修です。

チームマネジメント力研修

主任クラスの中堅社員を対象とした、異業種交流組織向け研修。交流組織のメンバーを対象として実施しています。

新商品開発リーダー育成塾

川崎市市内中堅企業向けの受託研修として実施しています。

狙い: 自社企画商品、新規事業の創造
新商品アイデア公募制度とあわせて実施し、商品企画提案と新事業立ち上げ人材の教育を行います。(期間8ヶ月)

出所) KSP WEBページより

図表 3-39: 株式会社MMインキュベーションパートナーズ(MMIP)の経営体制整備のための資金供給

MBFの概要(イメージ)

- > 総額 30百万円程度
- > 投資対象 SFC-IV入居、メンター三田会からの紹介など、予め選別されているもので、日常の管理が容易な先。
- > 投資戦略 設立時から設立後2年程度の外部資金未導入先。創業者らの資金に本ファンドを追加的に投入することで、事業の急速な立ち上がりをサポートするもの。国金と同様のステージで、一般的なVCの手前。
- > 回収戦略 創業者らの了解を得たうえで、比較的短期間で、主に他の投資家や創業者自身への売却を狙う。IPOまで保有することもある。
- > 育成戦略 本資金を元に、IPOを狙える体制作りをサポートする。MMIPのBPA業務等を積極的に投入するほか、メンター三田会と密接に協力。

12 Copyright (C) 2008 MMIP All rights reserved.

出所: 慶應義塾大学KIEP事務局長 廣川克也氏 作成資料

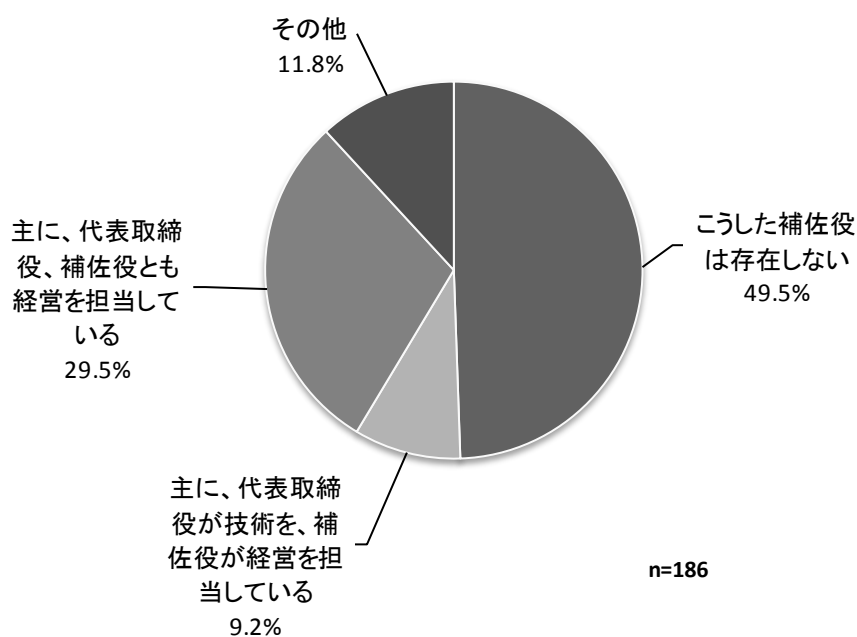
(2)補佐役

大学発ベンチャーが設立され、企業として成長していくうえでは、大学発ベンチャーの特性を把握しつつ、市場ニーズを踏まえ、企業経営に洞察力を有する等、代表取締役の経営マネジメントを補完し、会社経営に大きく貢献している社内の人材（「補佐役」）が重要となる。

こうした「補佐役」の存在の有無を尋ねたところ、「補佐役は存在しない」が約半数（49.5%）、ホンダのようなタイプの「主に、代表取締役が技術を、補佐役が経営を担当」は9.2%、「主に、代表取締役、補佐役とも経営を担当」が29.5%となっている（図表3-40）。

現状においては補佐役の普及状況は十分とは言えないが、大学発ベンチャーにおける経営体制の強化が求められる中、経営マネジメントに長けた「補佐役」の活用は今後、選択肢のひとつとして考えられよう。

図表 3-40: 補佐役の存在有無 (N=186)

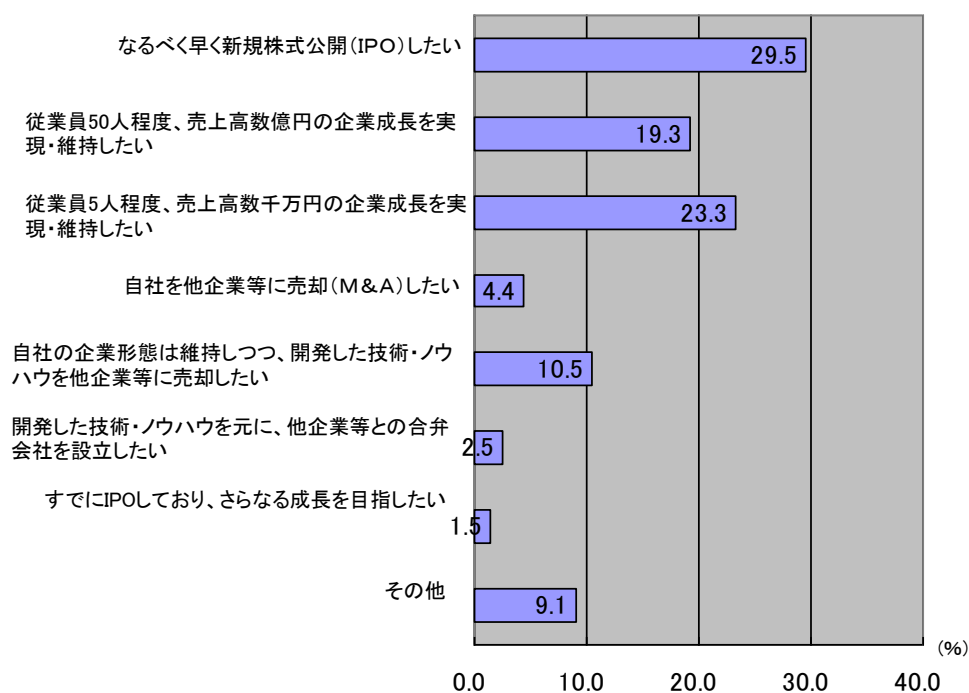


7. 出口戦略

大学発ベンチャーアンケート調査によると、大学発ベンチャーの出口戦略の意向は、「なるべく早い新規株式公開（IPO）」（29.5%）が最も多いが、これに次いで、「新規株式公開はしなくとも従業員 5 人程度 売上高数千万円の企業成長を実現・維持（23.3%）」、「新規株式公開はしなくとも従業員 50 人程度 売上高数億円の企業成長を実現・維持（19.3%）」、「自社の企業形態は維持しつつ、開発した技術・ノウハウを他企業等に売却したい（10.5%）」が多い（図表 3-41）。

米国のベンチャーでは M&A の件数が IPO の件数の約 3.5 倍と大きく上回っている（図表 3-44）。これに対し、我が国の大学発ベンチャーでは「将来、自社を他企業等に売却したい（M&A）」という回答は 4.4%に過ぎず、我が国においては M&A という選択肢が、大学発ベンチャー事業者に十分に認識されていない状況が伺える（図表 3-42）。

図表 3-41： 大学発ベンチャーの出口戦略(N=275)



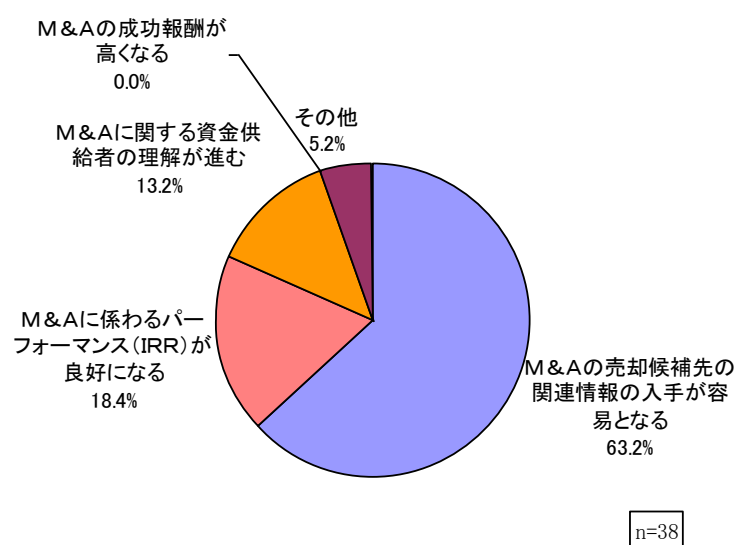
図表 3-42： 米国のベンチャーの出口戦略

	2006 年		2007 年	
	IPO	M&A	IPO	M&A
年間件数	57 件	363 件	86 件	305 件

(出所：財団法人 VEC 調査「2008 年ベンチャービジネスの回顧と展望」)

ベンチャーキャピタルに対し、産学連携ファンド等の出口戦略としてM&Aを検討するために重要な環境整備について尋ねたところ、売却先の関連情報の入手が容易となるとの回答が6割強(63.2%)となったほか、パフォーマンス(IRR)が良好になること(18.4%)、M&Aに関する資金供給者の理解が進むこと(13.2%)等の回答もあった(図表3-43)。

図表3-43: 産学連携ファンド等の出口戦略としてM&Aを検討するために重要な環境整備
(N=38)

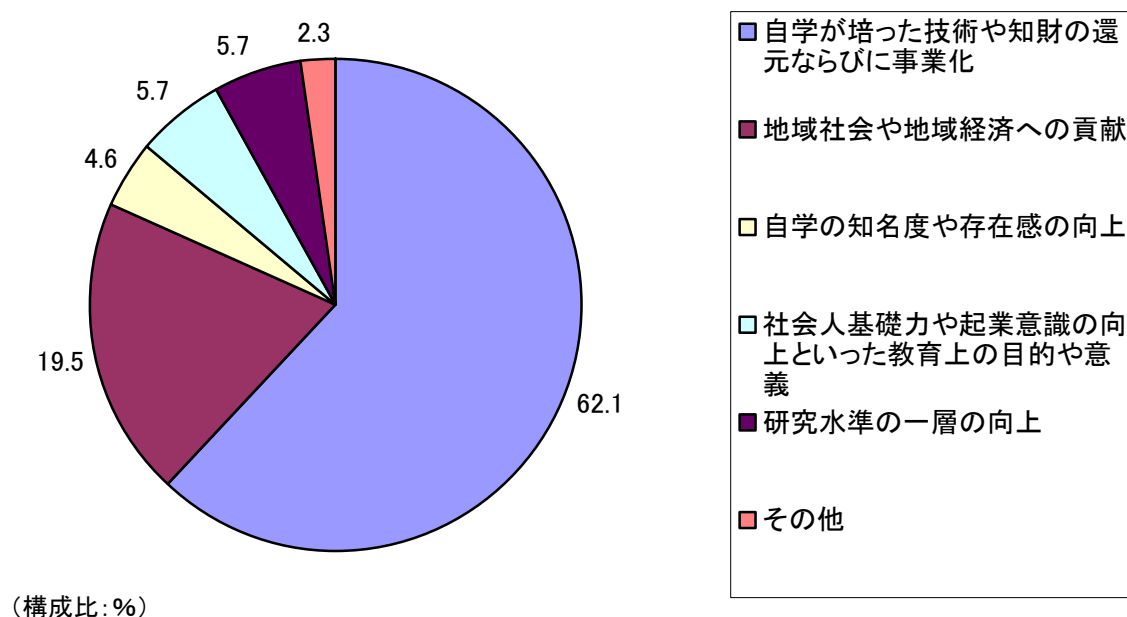


8. 大学等による大学発ベンチャー支援の取り組み

(1) 大学からみた支援の目的・意義、効果

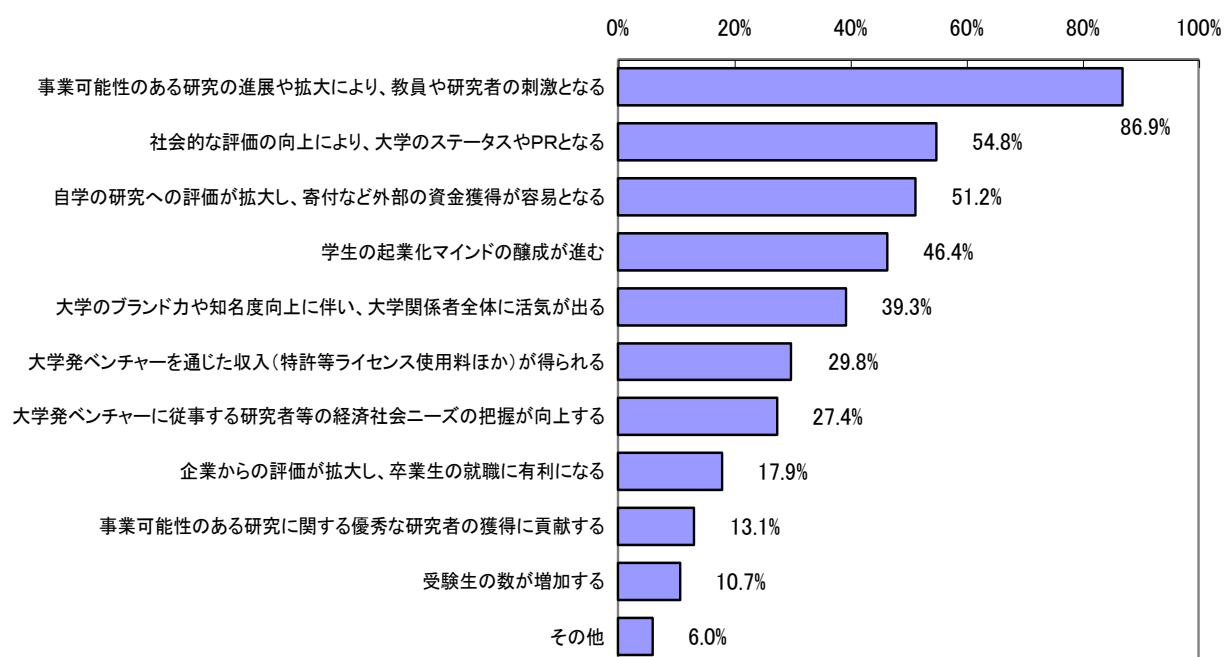
大学からみた大学ベンチャー支援の目的や意義を尋ねたところ、「自学が培った技術や知財の還元ならびに事業化」が過半（62.1%）を越え、これに「地域社会や地域経済への貢献」（19.5%）が続いている（図表 3-44）。

図表 3-44: 大学からみた大学ベンチャー支援の目的や意義（N=87）



また、大学発ベンチャー支援によりもたらされる効果（複数回答可）を尋ねたところ、「教員や研究者への刺激となる（86.9%）」、「大学のステータスやPRとなる（54.8%）」、「寄付など外部の資金獲得が容易となる（51.2%）」、「学生の起業化マインドの醸成が進む（46.4%）」の順に割合が高いなど、研究者の意欲向上、大学の知名度向上、経営的財源確保による研究体制強化に係わる回答が多い（図表 3-45）。

図表 3-45: 大学発ベンチャー支援により大学にもたらされる効果(複数回答可) (N=84)



n=84

(2)大学による支援状況

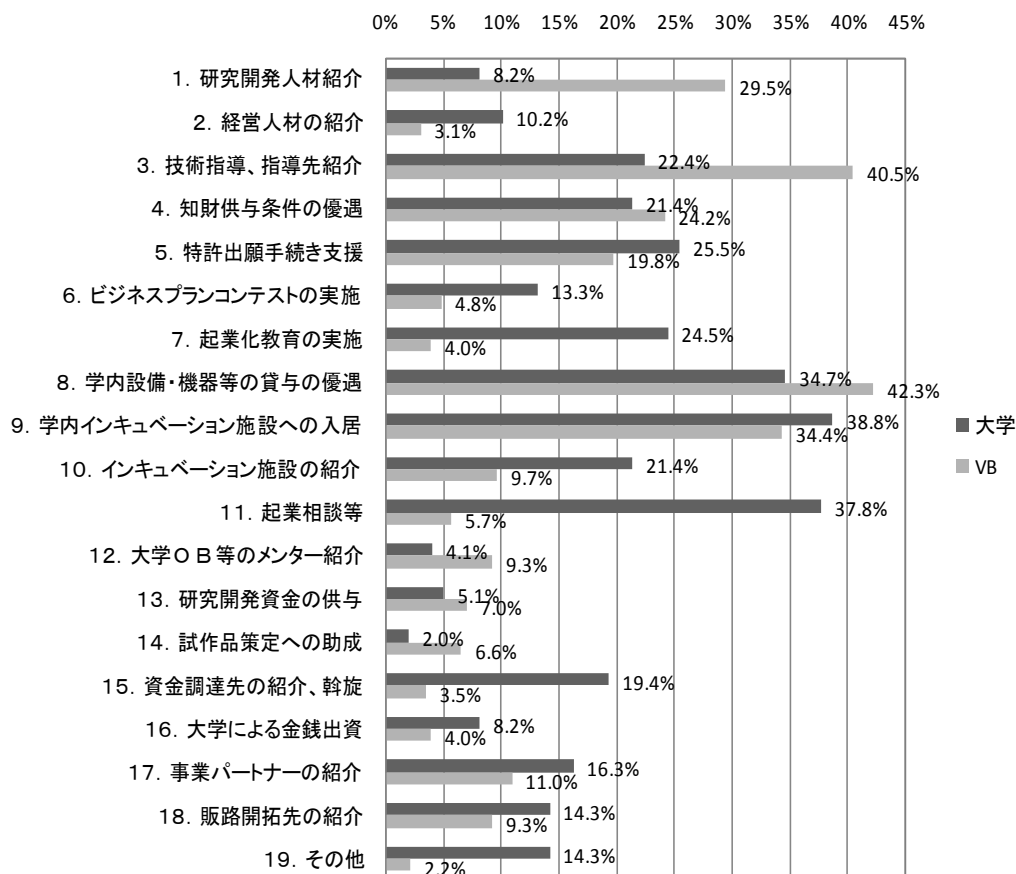
大学による大学発ベンチャー支援状況について、「支援を実施した大学の割合」と「大学の支援を活用した創業早期の大学発ベンチャーの割合」の支援毎に比較した(図表 3-46)。

「学内設備・機器等の貸与の優遇」(大学 34.7%、VB 42.3%)、「学内インキュベーション施設への入居」(大学 38.8%、VB 34.4%)といった支援では、実施する大学の割合が多いとともに大学発ベンチャーの活用割合も高いなど、大学発ベンチャーのニーズに沿った着実な支援が大学により実施されている状況を推察される。

「起業家教育の実施」(大学 24.5%、VB 4.0%)、「経営人材の紹介」(大学 10.2%、VB 3.1%)といった支援では、「支援を実施した大学の割合」が「大学の支援を活用したベンチャーの割合」より高い。これらは、大学が支援を提供するほどにはベンチャーに活用されていない状況を推察させる。

一方、「研究開発人材の紹介」(大学 8.2%、VB 29.5%)、「技術指導、指導先紹介」(大学 22.4%、VB 40.5%)、「試作品策定への助成」(大学 2.0%、VB 6.6%)等では、「大学の支援を活用したベンチャーの割合」が「支援を実施した大学の割合」より高い。これらは、ベンチャーのニーズに大学の支援が追いついていない状況を推察させる。

図表 3-46: 大学発ベンチャー支援の実施状況 (N=227(VB)、N=98(大学))
 ～①支援を実施した大学の割合、②大学から支援を活用したベンチャーの割合～



創業早期の大学発ベンチャーに対する大学による支援に関する有効性評価を 5 段階 ((注) 数字が大きいほど高評価) で、支援をする側 (大学)、される側 (大学発ベンチャー) の双方に行った。

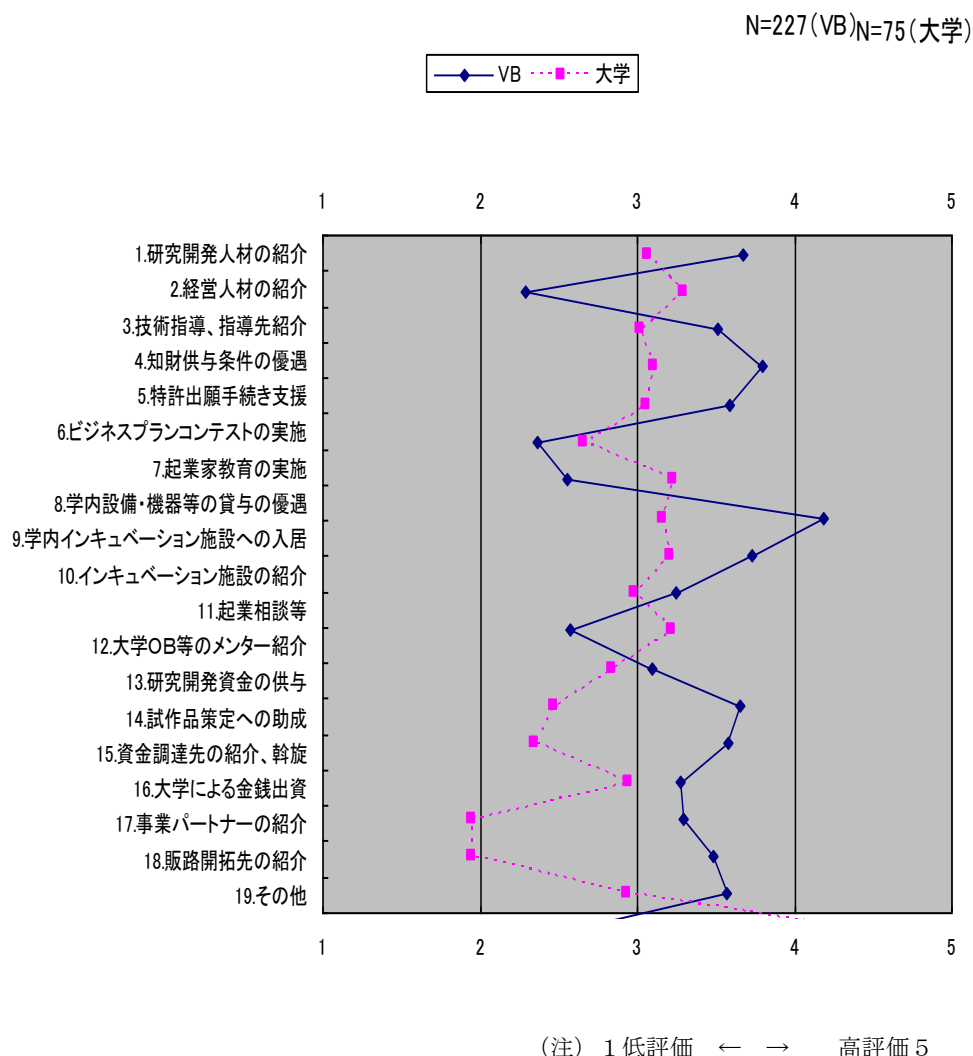
大学による支援のなかで大学発ベンチャーの評価が高い支援は、「学内設備・機器等の貸与の優遇 (4.2)」、「知財供与条件の優遇 (3.8)」、「学内インキュベーション施設への入居 (3.7)」となっており、一方、大学が有効性を高いとする支援は「経営人材の紹介 (3.3)」「起業化教育の実施 (3.2)」、「学内インキュベーション施設への入居 (3.2)」となっている (図表 3-47)。

創業早期の大学発ベンチャーの評価が高い「学内設備・機器等の貸与の優遇」、「学内インキュベーション施設への入居」、「知財供与条件の優遇」は、大学においても着実に実施 (各々34.7%、38.8%、21.4% (図表 3-46)) される等、創業早期の大学発ベンチャーのニーズに沿って支援が実施されていることが見受けられる。

一方、「起業相談」や「起業化教育」といった大学発ベンチャーの評価が低いにもか

かわらず大学の実施割合の高い支援については、大学発ベンチャーのニーズ等を踏まえ、支援方法の見直し等の検討をしていくことも必要であろう。

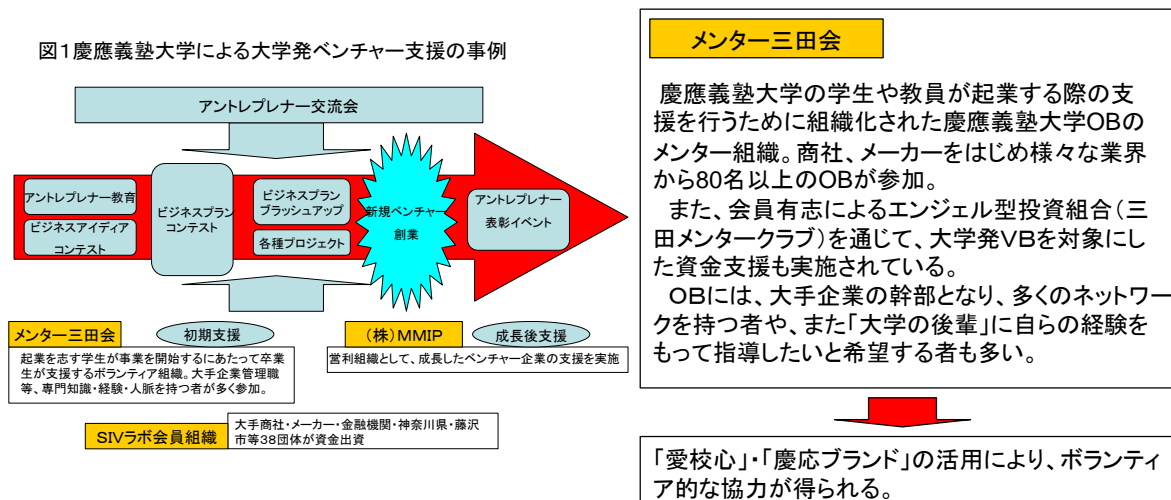
図表 3-47: 大学による各種支援の有効性評価(5段階)



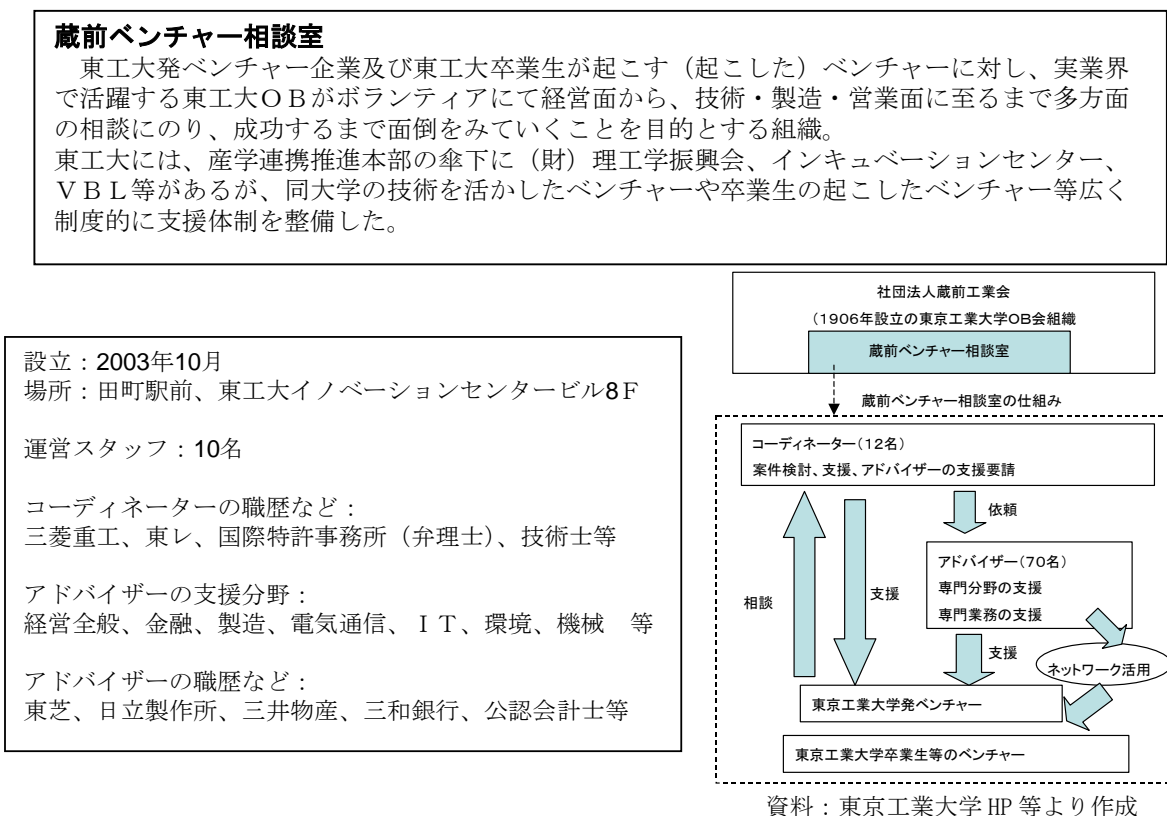
(3) 大学OBを活用した支援

一部の大学では、当該大学のOBで、企業における豊富な経営手法、ビジネスノウハウを有する者を「メンター」として活用することで、大学発ベンチャーへの支援を行っている。こうしたメンターによる支援は、メンター三田会（図表 3-48）、藏前ベンチャー相談室（図表 3-49）等で実施されている。支援を活用した大学発ベンチャーからは「大学によるメンター支援は確かに有益である。もっと魅力を高めるには、ベンチャーの起業や経営に実際に携わった人から、その経験を踏まえた具体的な経営アドバイスを頂きたい。」「メンターとして口を出したがる人全てが、ベンチャーにとって役に立つわけでは無い。十分な人選が必要だ。」といった意見もある。

図表 3-48: メンター三田会



図表 3-49: 蔵前ベンチャー相談室

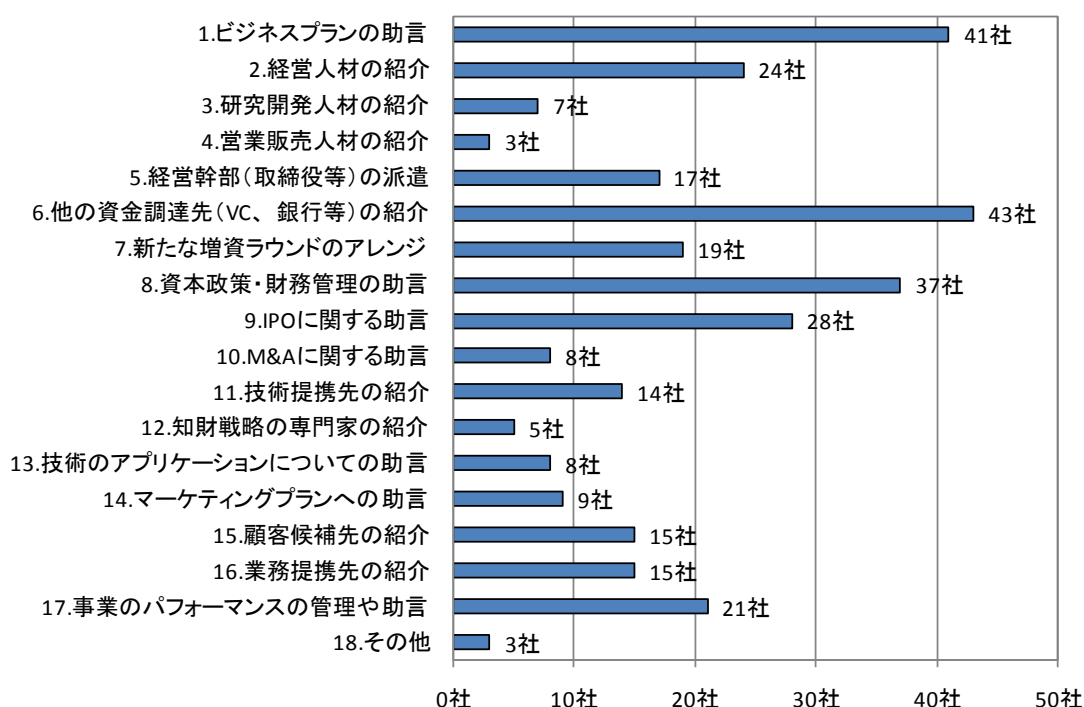


(4)創業早期における大学以外の支援(VCのハンズオン支援)

創業早期の大学発ベンチャーに対するベンチャーキャピタルのハンズオン支援内容をみると、多い順に「他の資金調達先（VC、銀行等）の紹介（43社）」、「ビジネスプランの助言（41社）」、「資本政策・財務管理の助言（37社）」、「IPOに関する助言（28社）」、「経営人材の紹介（24社）」となっている（図表 3-50）。

図表 3-50: ベンチャーキャピタルからの支援状況(複数回答可)

(N=71)



(注) ベンチャーキャピタルからの出資を受けていると回答した 71 社対象

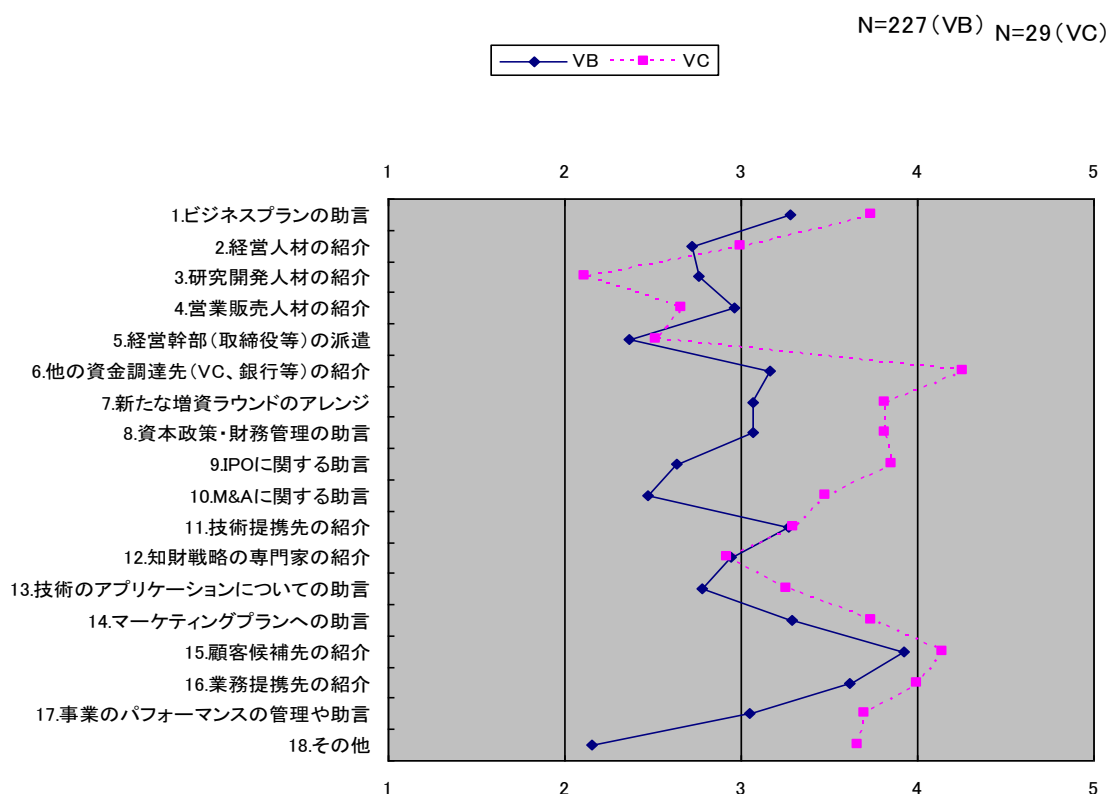
創業早期におけるベンチャーキャピタルによる支援の有効性評価を5段階（(注)数字が大きいほど高評価）で、支援をする側（ベンチャーキャピタル）、される側（大学発ベンチャー）の双方で実施した。

ベンチャーキャピタルの自己評価が高いのは、「他の資金調達先（VC、銀行等）の紹介（4.3）」、「顧客候補先の紹介（4.1）」、「業務提携先の紹介（4.0）」、「IPOに関する助言（3.9）」等である。

一方、大学発ベンチャーの評価が高い（期待が高い）のは、「顧客候補先の紹介（3.9）」、「業務提携先の紹介（3.6）」、「マーケティングプランへの助言（3.3）」、「ビジネスプランへの助言（3.3）」、「技術提携先の紹介（3.3）」等である。また、大学発ベンチャーの中には、「VCには企業経営に介入して欲しくない」といった意見もあった。

両者の評価を比較すると、ベンチャーキャピタルが将来も見据えた資金面や出口戦略をより重視するのに対し、大学発ベンチャーは相対的に短期的かつ実務的な内容を重視する傾向が窺える（図表 3-51）。

図表 3-51: 創業早期における各種支援の有効性評価(5段階)



(注) 1 低評価 ← → 高評価 5

(5) 大学を核とした支援者間の連携による大学発ベンチャー支援

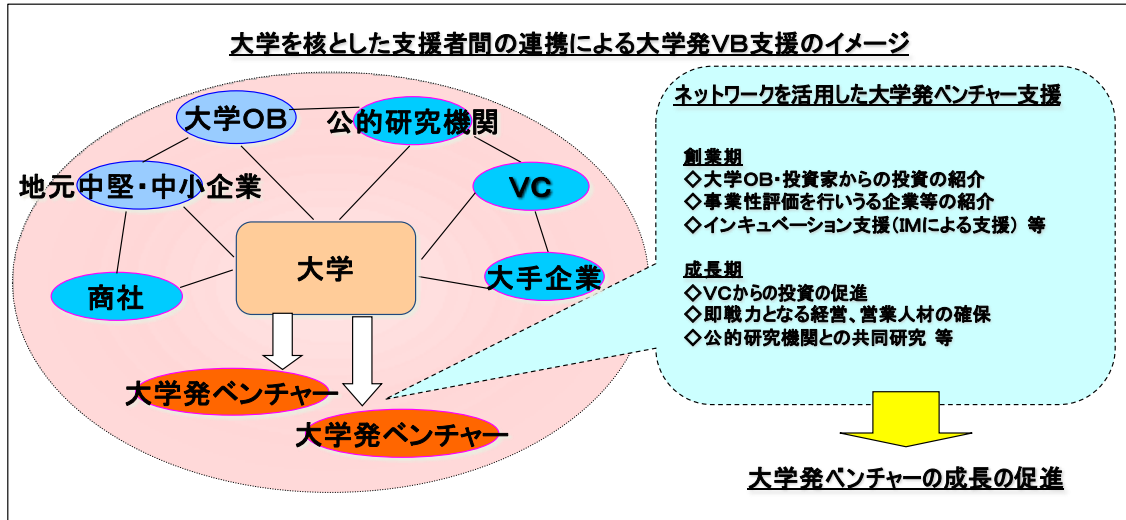
大学発ベンチャーにとって大学は、安心して頼りにできる支援機関である。しかしながら、大学は支援機関として「ヒト・モノ・カネ・ジョウホウ」のリソースを十分に持っていない。

大学により実施されている大学発ベンチャー支援のなかで、大学発ベンチャーの評価が高く、活用実績もあり、大学の実施割合も高い「学内設備・機器等の貸与の優遇」や「学内インキュベーション施設への入居」といった支援は、大学によって効果的かつ着実に実施されている支援とみなすことができよう。また、ベンチャーキャピタルによる支援のなかで、大学発ベンチャーの評価が高い支援は「顧客候補先の紹介」、「業務提携先の紹介」、「ビジネスプランの紹介」といった支援となっている。

大学やベンチャーキャピタル等が各々の特長を活かした支援を有機的に連携させることにより、優良な大学発ベンチャーの成長促進のための効率的かつ効果的な支援が展

開できると考えられる（図表 3-52、図表 3-53）。

図表 3-52: 大学と外部の連携によるベンチャー支援



図表 3-53: 大学を核とした支援者間の連携 ～大学関係者からのコメント(例)～

◆連携の可能性

- ・特にベンチャーキャピタルと連携し、プレシード段階から意見交換を行い、ビジネスモデルの検討、経営チームのアサイン、ビジネスプランの作成を進めることが、有力ベンチャーを効果的に創出する上で必要である。
- ・また、起業後もそのベンチャーへの適切な資金提供と経営基盤を固めることが可能となる。

◆連携のための課題

- ・ベンチャーキャピタルにもそれぞれ会社による特長があり、投資案件も異なる。有力なビジネスモデルを持つベンチャー企業に対してはヒアリングなどを行うことにより、キャピタリストとの共通の知識ベースを持つことが、有力ベンチャー創出や既存ベンチャーの紹介の上で重要であり、こうした活動を強化して行くことが課題である。

第4章 今後の支援の方向性

1. 大学発ベンチャーの技術の高度化を促進する取組への支援

大学発ベンチャーでは、大学研究室の単一の研究成果を活用した事業展開を図っている例が多い。しかし、単一の研究成果に基づく研究開発を進めるのみでは、必ずしも市場等から評価される技術や製品等に発展していくとは限らない。大学発ベンチャーが、市場動向も把握しつつ、自社の技術を高度化するために必要な関連の技術の活用を図っていくことも重要であると考えられる。

大学発ベンチャーの技術の高度化を促進するため、関連技術を必要としている大学発ベンチャーに対する関連技術へのアクセスを支援する機能を有する機関を支援していくことが重要であると考えられる。

2. 大学発ベンチャーの成長促進のための研究開発に係る資金支援

大学の優れた研究成果の実用化を進め経済社会に新たな価値を提供していく「担い手」である大学発ベンチャーの事業化の促進を図ることは、我が国経済成長の源泉の一つであるイノベーションの促進に貢献することとなる。

こうした大学発ベンチャーにおいては、技術シーズを事業化する過程で、その資金が最も不足するのは研究開発段階であり、大学発ベンチャーの事業を円滑化させるためには、その研究開発のための資金供給の質的量的な拡充を図っていくことが重要であると考えられる。

- ① 大学発ベンチャーの技術の礎となる大学における研究開発は、「試作品作成」に至る頃には資金が枯渇してしまっている例が多く、既存の補助金等だけでは「試作品作成」のための資金が十分に確保できていないのが現状である。そのため、将来の大学発ベンチャーの起業を目途とした研究開発において、「試作品作成」段階の資金の枯渇を防ぐために、大学における研究開発費の拡充を図ることが重要であると考えられる。
- ② 近時の金融・経済情勢の悪化のなかで、大手ベンチャーキャピタルを始めとしたベンチャー投資のレーターシフト等が進んでおり、研究開発段階の大学発ベンチャーへは民間のみでは十分なリスクマネーの供給が行われていないのが現状である。そのため、優れた技術シーズを有する大学発ベンチャーの研究開発を促進するためのリスクマネーの拡充を図っていくことが重要であると考えられる。

3. 大学発ベンチャーの質の向上のための経営体制整備への支援

大学に潜在する研究成果を掘り起こし、新規性の高い製品により新市場の創出を目指す大学発ベンチャーの更なる質的向上のためには、研究開発や技術面での資質を有する研究開発人材に加えて、経営や営業面での資質を有する経営人材を確保することが重要である。

しかし、大学発ベンチャーは、大学教員や学生等といった一般的には会社経営の経験が必ずしも豊富でない者により経営されていることが多く、また、経営資質を有する人材の確保を意図しつつも、こうした人材を獲得する手段や資金を十分有しているとは言い難いのが現状である。

そのため、大学発ベンチャーが経営人材を確保のための人材紹介機能の構築や資金面で支援が重要であると考えられる。

4. 大学を核とした支援機関の連携による支援

大学発ベンチャーにとって、大学は草創期に接触機会も多くまた、創出母体でもあることから安心して頼りにできる支援機関であり、大学にとっても、大学発ベンチャーを支援することは、大学の知財の社会還元という大学の使命に合致する。

しかしながら、大学は支援機関として「ヒト・モノ・カネ・ジョウホウ」のリソースを十分持っているとは言い難く、その実施している支援も効果的な支援も多いが、他機関が実施する方が効果的な支援も多い。

これらを踏まえると、大学発ベンチャーに対する効率的かつ効果的な支援を実施するためには、大学は国、地方自治体、地域の経済団体、各種支援機関などの外部機関との連携の強化を図ることにより、大学発ベンチャーへの支援を拡充していくことが重要であると考えられる。

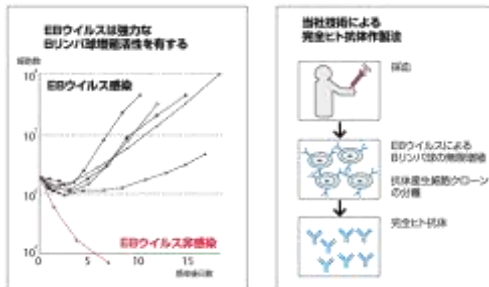
大学発ベンチャー20選

～ 光る大学発ベンチャー20選 ～

大学発ベンチャー20選（その1）

株式会社イーベック

代表者	代表取締役 土井尚人
本社所在地	北海道札幌市
事業内容	独自技術により完成させた完全ヒト抗体の販売
関連大学	北海道大学
URL	http://www.evec.jp/



出所：(株) イーベック ホームページ

【特徴、強み】

- 現在使用されている治療用抗体には、マウス抗体をスタート材料とし複雑な遺伝子組み換えによりヒト抗体に似せたものはある。しかし、副作用を完全には排除できないという問題点は解消されていない。この解決のために当社はヒト体内で感作された B リンパ球から完全ヒト抗体を作製する技術を確立した。

- 当社独自の手法により確立された完全ヒト抗体作製技術であるため、海外の抗体作製技術や関連する特許に依らない抗体開発を実現。製薬企業各社様の要望に応じた完全ヒト抗体作製も可能。

- 設立時より学外の経営人材が経営を執行している。

【今後の展開】

- 抗体作製に特化し、権利化した抗体をライセンスして成長を図り、IPOを目指す。

大学発ベンチャー20選（その2）

株式会社 音力発電

代表者	代表取締役 速水 浩平
本社所在地	神奈川県藤沢市
事業内容	音力発電や振動力発電を使用した商品の開発、製造および販売等
関連大学	慶應義塾大学
URL	http://www.soundpower.co.jp/



出所：(株)音力発電 ホームページ

【特徴、強み】

- 音や振動を電気に変える技術を活用して事業展開を行っている。応用範囲が広く国内だけでなく海外からも引き合いが多い。

- 研究開発型ベンチャーであるため、特許は最重要課題と認識しており、国内だけでなく海外でも特許を出願している。

【今後の展開】

- 将来はインフラからユビキタス機器等の電源まで、広い範囲での用途開発を目指している。また、防音や防振、免振の効果、医療やセキュリティー分野での応用も可能である。

- 将来的には研究開発ベンチャーからメーカーへの飛躍を考えた事業展開を計画している。

大学発ベンチャー20選（その3）

株式会社 クリーンベンチャー21

代表者	室園幹夫
社所在地	京都市南区上鳥羽大物町
事業内容	マイクロ集光型球状シリコン 太陽電池の実用化および事業化
関連大学	大阪大学、立命館大学、東京大学
URL	http://www.cv21.co.jp/



出所：(株)クリーンベンチャー21
ホームページ

【特徴、強み】

- ・松下で太陽電池の開発責任者だった室園氏が開発中止に伴い退職して、新たに旧知の大学関係者の支援を得てシリコン球を素子とした太陽電池を開発。基本特許も取得済みで他社の製品開発をガードできる段階にまで達している。
- ・室園氏の技術力、推進力が大きく、大学教授との連携、NEDO 事業の活用などに優れている。

【今後の展開】

- ・2009年度内での量産化をめざして工場用地を物色中。製品市場の80%は海外で、量産化後は欧州を中心に輸出を図りたい。
- ・2010年10月頃を目処に上場の予定。開発段階では中小企業投資育成の出資を得ているが、工場建設資金は日本政策投資銀行と協議中である。

大学発ベンチャー20選（その4）

株式会社 コンティグ・アイ

代表者	代表取締役 鈴木 繁三
本社所在地	岐阜県岐阜市
事業内容	微生物を使った土壌浄化・非食料を原料とするバイオエタノールの製造等
関連大学	岐阜大学
URL	http://www.contig-i.co.jp/

ソフトバイオマス由来のバイオエタノール製造方法



出所：(株)コンティグ・アイ 資料

【特徴、強み】

- ・岐阜大学の高見澤教授が発見した刈り芝（のセルロース）を糖化するのに適した酵素を応用して、芝等の非食料からバイオエタノールを製造する方法を開発。大学のシーズを実用化するための応用研究を自社で行い、どうすれば大学のシーズを実用化できるのかを見極めることができるのが会社の強み。
- ・鈴木社長曰く、従業員にやる気があるのが一番の強み。

【今後の展開】

- ・優秀な人材の確保が課題であり、人材確保のため上場による会社の知名度向上を目指している。
- ・現在は応用研究をやっているが、将来的には自社で基礎開発も手掛けていきたい。

大学発ベンチャー20選（その5）

株式会社 ジナリス

代表者	西 達也
本社所在地	神奈川県横浜市
事業内容	ゲノム解析技術開発等
関連大学	奈良先端大、東大等
URL	www.genaris.co.jp

全成分解析のための精密質量分析計



出所：(株)ジナリス ホームページ

【特徴、強み】

- ・同社は、奈良先端科学技術大学院大学とゲノム解析に関する共同研究や東大との共同研究による環境に配慮したバイオ技術の開発を進めている。
- ・ゲノムアノテーション解析を高精度で実現できるシステムを開発するとともに、世界的規模の民間ゲノムセンターである Agencourt 社との提携により、ゲノム解析サービスの多様化を実現。
- ・「次世代シーケンサー」（DNAを構成する配列を同定）による大規模データ解析のコスト低減のための技術を開発。

【今後の展開】

高精度で安価なゲノム解析技術により、医薬関係者以外にも、機能性化学品や環境に負荷の少ない化学品分野、環境分野、農水産分野、食品分野の顧客層開拓を進めている。

大学発ベンチャー20選（その6）

スパイバー 株式会社

代表者	関山 和秀
社所在地	山形県鶴岡市
事業内容	①再資源化可能な非石油系高性能タンパク質繊維素材の研究開発、②微生物モニタリング技術の開発
関連大学	慶應義塾大学
URL	http://www.spiber.jp



出所：スパイバー（株） 資料

【特徴、強み】

<高性能タンパク質繊維素材>

- ・コンピューターによりデザインされた新規フィブロインを自由に合成する技術（特許出願中、以下同様）。
- ・デザインされたタンパク質を安価に量産する技術。
- ・大手企業との戦略的なパートナーリング。

<微生物モニタリング技術（CELL-ID™）>

- ・バイオハザード及びバイオレメディエーション（土壌改良菌を使った汚染土壌浄化）に係わる技術。

<全般>

- ・次世代のスタンダードを見据えた研究開発。
- ・経営陣の役割分担。

【今後の展開】

<高性能タンパク質繊維素材>

- ・2～3年以内に新素材を商品化。

<微生物モニタリング技術>

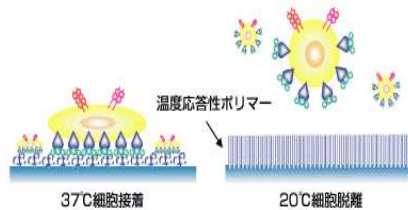
- ・行政と連携し業界標準化、海外展開も視野に。

大学発ベンチャー20選（その7）

株式会社セルシード

代表者	代表取締役社長 長谷川幸雄
本社所在地	東京都新宿区
事業内容	再生医療事業・再生医療支援事業
関連大学	東京女子医科大学
URL	http://www.cellseed.com/

<細胞剥離イメージ図>



出所：(株)セルシード ホームページ

【特徴、強み】

- ・温度応答性ポリマーを活用して細胞を傷つけずにシート状で回収する「細胞シート工学」という日本発・世界初の基盤技術が一番の強み。
- ・例えば販売については既存医薬品企業のインフラを提携で活用したり、製造は外部に委託したりするなど、外力をうまく使ったビジネスモデルを構築していることも大きな特徴の1つ。
- ・また競争力の源泉となる特許は、基本的に全て自社で管理している。

【今後の展開】

- ・基盤技術がユニークで海外でも高い評価を得ているため、グローバルな事業展開を志向している。
- ・「細胞シート工学」に基づく再生医療の実用化を通じて社会貢献することが設立当初からの基本理念。その実現のために、前例にこだわらない「挑戦と創造」をモットーに活動している。
- ・株式上場についても、既に具体的な準備を進めている。

大学発ベンチャー20選（その8）

株式会社 創 晶

代表者	代表取締役社長 安達宏昭
本社所在地	大阪府大阪市
事業内容	医薬候補化合物やタンパク質の結晶化受託
関連大学	大阪大学
URL	http://www.so-sho.jp/



出所：(株)創晶 ホームページ

【特徴、強み】

- ・結晶化受託に特化しており、研究や投資が効率的。顧客である製薬企業にとっては情報漏洩リスクが少なく委託しやすい。
- ・技術の高さのみならず、顧客に経過報告を密に行ったり、迅速な対応などで、顧客満足度の向上を図っている。営業支援について、三菱商事と提携している。

【今後の展開】

- ・シーズである高度なタンパク質結晶化技術をもとに、今後とも製薬会社からの受託を増やしていく。リピーターを増やしていくことで成長を図る。
- ・受託中心のビジネススキームであり、安定的かつ継続的成長を目指す。IPOは考えていない。

大学発ベンチャー20選(その11)

株式会社 ナノエッグ

代表者	代表取締役社長 大竹 秀彦
本社所在地	神奈川県川崎市
事業内容	DDS(ドラッグデリバリーシステム・薬物送達システム)技術であるナノエッグ、ナノキューブをベースとした創薬、化粧品・医薬部外品の事業化
関連大学	聖マリアンナ医科大学
URL	http://www.nanoegg.co.jp/



出所：(株)ナノエッグ資料

【特徴、強み】

- ・幅広いプラットフォームとなりうる、汎用性を持つ技術の存在。創薬一本ではなく、研究開発期間、資金回収サイクルの短い化粧品・医薬部外品へも展開。
- ・大学ブランドの利用、大学内での製品販売協力、大学との共同研究・施設賃借など大学との密接な連携。
- ・研究者・経営者の役割分担を明確にした。

【今後の展開】

- ・既存のナノエッグ、ナノキューブの組み合わせで配合する成分、薬効を広げる方向での展開。3-5年後の実用化を考え、新規技術の研究開発も実施中。
- ・海外企業との提携による海外展開。
- ・知名度、信用力を上げ、世界一の人材を集めるため、2年後を目途にIPOも検討中。

大学発ベンチャー20選(その12)

株式会社 バイオマーカーサイエンス

代表者	代表取締役 内田景博
本社所在地	大阪府大阪市
事業内容	疾病予防バイオマーカーによる機能性食品開発支援。薬剤応答性マーカー探索による個別医療の支援
関連大学	京都府立医科大学
URL	http://www.biomarker.co.jp/



出所：(株)バイオマーカーサイエンス ホームページ

【特徴、強み】

- ・大阪商工会議所の企画により91社が参加した「機能性食品開発研究会」で、座長を務めた京都府立医科大学消化器内科学吉川教授が、食品の疾病予防機能を評価する会社が必要と考えたことが、起業のきっかけである。そのため、起業時から市場や顧客が明確であったことが強みとなっている。
- ・同教授は臨床の教授であり、門下の医師はバイオマーカーの有用性を良く理解しているため、医療機関内における理解者や顧客として期待しうる。

【今後の展開】

- ・現在は食品会社等が主要顧客であるが、今後はバイオマーカーの探索技術を活かし医薬品開発支援分野で製薬企業との連携を進める。
- ・IPOの準備はしていくが、相応の評価が得られれば提携戦略も否定しない。

大学発ベンチャー20選 (その13)

株式会社 ペプチドリーム

代表者	窪田 規一
本社所在地	東京都千代田区
事業内容	医薬品候補の探索等
関連大学	東大等
URL	www.peptidream.com




【特徴、強み】

- 東大の菅教授により開発されたペプチドの合成、スクリーニング等に関する技術（RAPIDシステム）の活用により、特殊ペプチドを自在に創造することが可能となり、この特殊ペプチドによる医薬品候補の探索等を実施。
- 特殊ペプチドは生体内安定性や細胞膜透過性など従来にない特性を有し、低分子化合物、抗体医薬に続く次世代の医薬品候補物質としての期待もあり、海外大手製薬企業であるアストラゼネカグループ企業との共同研究を始め、複数の国内外大手製薬企業との共同研究を実施。

【今後の展開】

数多くある製薬企業からの引き合いを着実に共同開発に発展させていくとともに、特殊ペプチドの種類は多く、基盤となる技術の強化も重要。

【特殊ペプチドの特徴】

	小分子医薬	特殊ペプチド医薬	抗体医薬
			
分子量 (Da)	50~1,000	500~1,500 (4~14 aa)	50,000~150,000
膜透過性	○	△~○	×
生体内安定性	○	○	×~△
特異性	△	○	○
ライブラリー構築の容易性	○	○	○

出所：(株)ペプチドリーム 資料

大学発ベンチャー20選 (その14)

株式会社 光コム

代表者	興梠 元伸
本社所在地	東京都千代田区
事業内容	光コム発生器とその応用等
関連大学	東京工業大学
URL	www.optocomb.com

【特徴、強み】

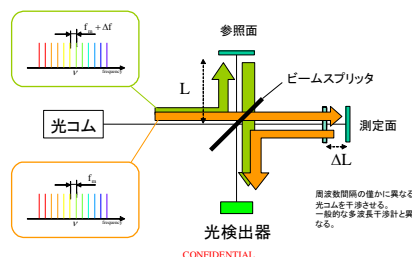
- 東工大の興梠氏の光コムに関する研究成果を活用し、光コム（光スペクトルの櫛）を「ものさし」として用いることで、高速かつ高精度な測長のための製品等を開発。
- 同社の製品を活用することにより、比較的大型（数メートル単位）をミクロン単位で既存製品の10倍以上の高速で測長（既存の製品では比較的大型の機器等はミリ単位での測長が多い）となる測長システムの構築することが可能。

【今後の展開】

- 同社技術の特徴が活かせる顧客層との共同研究により、顧客先の測長システムに併せた部品提供を目的に事業展開を進めていきたい。そのためにも、顧客層の潜在ニーズを汲める営業人材の確保が重要。

光コム測長計

- 周波数間隔・相対位相の正確な多波長 (=光コム) の干渉を利用する。



出所：(株)光コム 資料

大学発ベンチャー20選（その15）

ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ 株式会社

代表者	代表取締役社長 菅野隆二
本社所在地	山形県鶴岡市
事業内容	CE-MS を使ったメタボローム解析 及び関連事業
関連大学	慶應義塾大学
URL	http://www.humanmetabolome.com/



ヒューマン・メタボローム・
テクノロジーズ（株）
ホームページ

【特徴、強み】

- ・世界で最先端のメタボローム解析技術～CE-MS 法～（特許取得済）が強み。①多成分を、②高い精度で、③簡単に分析することが可能に。
- ・慶應義塾大学先端生命科学研究所（鶴岡市）と約6年間の共同研究を通じ、900種類以上もの代謝物質データベースを構築した他、様々な解析用ツールを開発したのが強み。
- ・創業時より、当社の技術が評価され、味の素株式会社他、大手食品・製薬企業との提携に成功したのが強み。
- ・ライフサイエンス分野で、経営経験が豊富な菅野を始め、技術の開発者である大学教授、バイオ分野での目利きとして著名なベンチャーキャピタリスト等により構成される経営陣が強み。

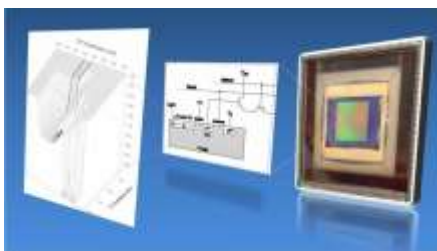
【今後の展開】

- ・海外市場に本格進出する。
- ・バイオマーカー探索研究を進め、医薬・診断分野で実用化させる。

大学発ベンチャー20選（その16）

株式会社 ブルックマン・ラボ

代表者	代表取締役 松山 武
本社所在地	静岡県浜松市
事業内容	CMOS 集積回路、イメージセンサの開発・設計
関連大学	静岡大学
URL	http://www.brookmanlab.com/



出所：(株)ブルックマン・ラボ ホームページ

【特徴、強み】

- ・静岡大学の川人教授の持つ技術と実用域に近いテーマ選定が大学発ベンチャー振興の時代背景にマッチした。
- ・イメージセンサの分野で世界的に有名な川人研究室の研究成果を活用できることが強み。
- ・当分野の技術を熟知している川人研究室の卒業生を即戦力として採用できた強み。
- ・世の中に必要とされていて、他社にマネできない技術を保有していることも強み。

【今後の展開】

- ・現在の受託開発から脱却してファブレスメーカーになるのが目標。

大学発ベンチャー20選 (その17)

メカトラックス 株式会社

代表者	代表取締役社長 永里 壮一
本社所在地	福岡県福岡市
事業内容	業務用アミューズメント機器 向け2足歩行ロボットの開発・販売
関連大学	九州大学
URL	www.mechatrax.com



出所：メカトラックス（株） 資料

【特徴、強み】

- ・アイデアを試作機として「早く・安く」具現化しつつ、市場開拓を行う能力に強み。
- ・技術も分かる経営者である永里社長、技術担当の古賀取締役という経営体制も強み。
- ・様々な人材との出会い・支援を可能とする、福岡地域の人的ネットワーク（綾水会、九州大学知財本部ほか）も強み。

【今後の展開】

- ・一般に、ロボット事業はその話題性と比較してビジネスモデルの確立が困難であるが、アミューズメント機器に応用することで、早期の事業化を実現した。将来的には、同分野で蓄積した技術とノウハウを活かし、社会に貢献するサービスロボット分野の開発・事業化を手掛けたい。

大学発ベンチャー20選 (その18)

株式会社 MECARO

代表者	代表取締役社長 村上信博
本社所在地	秋田県潟上市
事業内容	風力発電システム開発・設計、 制御ソフト開発・設計、電子機器・機械部品販売
関連大学	東京大学、秋田県立大学、足利工業大学、秋田高専、工学院大学 等
URL	http://www.mecaro.jp/



出所：
（株）MECARO
資料

【特徴、強み】

- ・要素技術（マグナス原理：1本の回転している円柱に風が当たると圧力の差が生じ、揚力が発生する）の開発において、戦略的に特許を取得し、当社独自ノウハウを有する。
- ・高専、大学、県、大企業を含めた産学官の連携を推進し、各々の強みを活用している。
- ・戦略的にプレスリリースを実施している。

【今後の展開】

- ・製品の信頼性向上、低コスト化を図る。
- ・風力発電の市場規模を拡大するよう尽力する。
- ・今後受注が増えれば、工場を建設し、2～3年後にIPOを含めたステップアップを検討する。

大学発ベンチャー20選 (その19)

株式会社 メドジェル

代表者	代表取締役 浅原智彦
本社所在地	京都市伏見区本木材町
事業内容	生物医学研究ツール、生体吸収性徐法 DDS 基材の開発
関連大学	京都大学
URL	http://www.medgel.jp/



出所：(株)メドジェル ホームページ

【特徴、強み】

・京大再生医科学研究所の田畑教授が開発した生体吸収性 DDS 材料等を大学、メーカーのツールとして提供。体内で不安定な薬物を安定化させ、さらにその分解吸収とともに薬物を徐々に放出させることが特徴で競合品がなく価格的にも優れている。

・経営および開発資金等で丸紅が支援。開発拠点の大阪・彩都ラボは動物実験用の共同施設も適宜利用可能である。

【今後の展開】

- ・メドジェルブランドの製品価値を高め、販路を積極的に開拓したい。
- ・中長期の研究開発資金の調達のためメーカー（繊維、化学等）などパートナーの確保を検討中。

大学発ベンチャー20選 (その20)

株式会社 モルフォ

代表者	代表取締役 平賀 督基
本社所在地	東京都文京区
事業内容	画像処理技術の研究開発及び製品開発ならびにライセンス
関連大学	東京大学
URL	http://www.morphoinc.com/



出所：(株)モルフォ ホームページ

【特徴、強み】

- ・独自の画像処理技術を核とした手ブレ補正（6軸）の技術が最大の強み。
- ・知財戦略にも力を入れ、国内外でも特許を取得。
- ・創業者である平賀社長は東京大学大学院 理学系研究科情報科学専攻(博士課程) 修了の博士（理学）。研究開発部門では同じく東京大学やその他の大学で博士をとっている若手が揃っている。

【今後の展開】

- ・国内の携帯電話市場は、市場が限られるため、海外の携帯電話市場にも参入している。
- ・携帯電話以外の分野（AV 機器等）の市場参入も検討。
- ・将来的には IPO も検討中。

* 資料編 *

1. アンケート調査票（コアベンチャー向け）
2. アンケート調査票（共同研究ベンチャー向け）
3. アンケート調査票（ベンチャーキャピタル向け）
4. アンケート調査票（大学向け）
5. アンケート調査票（TLO・インキュベーション施設向け）
6. 大学発ベンチャーの製品・サービスの紹介

**平成20年度産学技術調査
「大学発ベンチャーに関する基礎調査」
アンケート調査票**

調査実施機関：株式会社日本産学研究所

- 平成21年3月31日付迄の。
 - ①この用紙に直接ご記入のうえ、同封の封筒にてご返送
 - ②メールにてご返答（他）詳細は同封の「アンケートご協力お願い」をご覧ください
 - ③ファクスにてご返答（他）同上
- 〒字列かの方格でご回答をお願いします。
 卒業生のご多忙な中に大変申し訳ございませんが、ご協力をお願い申し上げます。

ご返答者のご連絡先をご記入下さい。

会社名	
ご氏名	
ご役職	1 代表取締役 2 役員 3 従業員 4 その他()
ご担当分野	1 マネジメント 2 会計・経理 3 営業 4 技術 5 その他()
電話番号	
E-mail	

貴社の概要に関してご記入下さい。

(1)会社名	
(2)代表者名	〒
(3)住所	
(4)電話番号・FAX	電話 FAX
(5)ホームページ	
(6)設立時期	年(西暦)
(7)関係する大学・学部・教室	大学 学部 教室

問1 もし、企業が対象であれば最も貴社の商品(サービス)が、市場に投入済みのものである(を一つだけ)ご記入ください。(非常に新規性が高く・ユニーク・斬新な商品(サービス)であれば、質問に広くPRして理解の促進に努めます。ご協力頂ければ幸いです。)

(1) 商品名	
(2) 長期的なターゲットとする(または予定している)主要顧客	
(3) 販売希望価格	円
(4) 商品の特徴(特に従来と比べて最大の特徴を教えてください)	
(5) どのようなPR活動を行っていますか(行う予定ですか)	
(6) 上記の内容とPR 貴社の概要のうち、(1)会社名、(2)代表者名、(3)住所、(4)連絡先(電話、FAX、ホームページアドレス)を報告書等において公表してもよろしいですか 1. 公表可 2. 公表不可	

問2 貴社の経歴に関してお伺いします。
問2-1 貴社は、下記のどの段階で創業されましたか。最も該当する項目に二つだけ〇をつけてください。

〈選択肢〉

1. 基礎研究(特定の産業目的を有する(純粋科学的な研究)の段階)
2. 応用研究(特定の産業目的のための科学的な研究)の段階
3. 実用化研究(基礎研究・応用研究の成果を製品、製法として実用化するための研究)途中の段階
4. 試作品の完成した段階
5. 製品化に目途がたった段階
6. その他(具体的に)

(3)事業内容																																		
(4)業種	<table border="1"> <tr><td>(バイオ・医療・介護)</td><td>IT系)</td><td>(その他)</td></tr> <tr><td>1 医薬品・医療機器</td><td>1 ゲーム・エンターテインメント</td><td>1 農林・林業</td></tr> <tr><td>2 再生医療・医療保険</td><td>2 エンターテインメント</td><td>2 製薬・医薬</td></tr> <tr><td>3 食品</td><td>3 その他のIT(ハード)</td><td>3 医療</td></tr> <tr><td>4 化粧品</td><td>4 医療IT/ヘルスケア</td><td>4 化粧品・化粧品</td></tr> <tr><td>5 繊維・衣類</td><td>5 その他ヘルスケア</td><td>5 その他</td></tr> <tr><td>6 ヘルスマネジメント・介護機器・医療</td><td>6 その他ヘルスケア</td><td>6 その他</td></tr> <tr><td>7 医薬品・医療の設計開発支援サービス</td><td>7 その他ヘルスケア</td><td>7 その他</td></tr> <tr><td>8 医薬品・医療の設計開発支援サービス</td><td>8 その他ヘルスケア</td><td>8 その他</td></tr> <tr><td>9 研究開発 企業・アパレル・食品・建設サービス</td><td>9 その他ヘルスケア</td><td>9 その他</td></tr> <tr><td>10 その他(バイオ・医療・介護)</td><td>10 その他ヘルスケア</td><td>10 その他</td></tr> </table>	(バイオ・医療・介護)	IT系)	(その他)	1 医薬品・医療機器	1 ゲーム・エンターテインメント	1 農林・林業	2 再生医療・医療保険	2 エンターテインメント	2 製薬・医薬	3 食品	3 その他のIT(ハード)	3 医療	4 化粧品	4 医療IT/ヘルスケア	4 化粧品・化粧品	5 繊維・衣類	5 その他ヘルスケア	5 その他	6 ヘルスマネジメント・介護機器・医療	6 その他ヘルスケア	6 その他	7 医薬品・医療の設計開発支援サービス	7 その他ヘルスケア	7 その他	8 医薬品・医療の設計開発支援サービス	8 その他ヘルスケア	8 その他	9 研究開発 企業・アパレル・食品・建設サービス	9 その他ヘルスケア	9 その他	10 その他(バイオ・医療・介護)	10 その他ヘルスケア	10 その他
(バイオ・医療・介護)	IT系)	(その他)																																
1 医薬品・医療機器	1 ゲーム・エンターテインメント	1 農林・林業																																
2 再生医療・医療保険	2 エンターテインメント	2 製薬・医薬																																
3 食品	3 その他のIT(ハード)	3 医療																																
4 化粧品	4 医療IT/ヘルスケア	4 化粧品・化粧品																																
5 繊維・衣類	5 その他ヘルスケア	5 その他																																
6 ヘルスマネジメント・介護機器・医療	6 その他ヘルスケア	6 その他																																
7 医薬品・医療の設計開発支援サービス	7 その他ヘルスケア	7 その他																																
8 医薬品・医療の設計開発支援サービス	8 その他ヘルスケア	8 その他																																
9 研究開発 企業・アパレル・食品・建設サービス	9 その他ヘルスケア	9 その他																																
10 その他(バイオ・医療・介護)	10 その他ヘルスケア	10 その他																																
(5)主力製品・サービスの供給形態	<table border="1"> <tr><td>1 農林材(製品)</td></tr> <tr><td>2 部品・中間材</td></tr> <tr><td>3 サービス/コンサルティング</td></tr> </table>	1 農林材(製品)	2 部品・中間材	3 サービス/コンサルティング																														
1 農林材(製品)																																		
2 部品・中間材																																		
3 サービス/コンサルティング																																		
(6)主力製品・サービスからみた事業段階	<table border="1"> <tr><td>1 研究開発の初期段階</td></tr> <tr><td>2 研究開発途中の段階</td></tr> <tr><td>3 試作品完成または試験販売中</td></tr> <tr><td>4 製品化に目途がたった段階</td></tr> <tr><td>5 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字)</td></tr> <tr><td>6 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字だが累積損失あり)</td></tr> <tr><td>7 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字で累積損失なし)</td></tr> </table>	1 研究開発の初期段階	2 研究開発途中の段階	3 試作品完成または試験販売中	4 製品化に目途がたった段階	5 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字)	6 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字だが累積損失あり)	7 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字で累積損失なし)																										
1 研究開発の初期段階																																		
2 研究開発途中の段階																																		
3 試作品完成または試験販売中																																		
4 製品化に目途がたった段階																																		
5 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字)																																		
6 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字だが累積損失あり)																																		
7 製品化はサービスとして販売中(単年度赤字で累積損失なし)																																		
(7)資本金	【設立時】 百万円 【現在】 百万円																																	
(8)従業員数	名																																	
(9)業種	<table border="1"> <tr><td></td><td>直近年度 (前年対比増減率 % 月)</td><td>一前期 (前年対比増減率 % 月)</td></tr> <tr><td>売上高</td><td>百万円</td><td>百万円</td></tr> <tr><td>営業利益</td><td>百万円</td><td>百万円</td></tr> <tr><td>経常利益</td><td>百万円</td><td>百万円</td></tr> </table>		直近年度 (前年対比増減率 % 月)	一前期 (前年対比増減率 % 月)	売上高	百万円	百万円	営業利益	百万円	百万円	経常利益	百万円	百万円																					
	直近年度 (前年対比増減率 % 月)	一前期 (前年対比増減率 % 月)																																
売上高	百万円	百万円																																
営業利益	百万円	百万円																																
経常利益	百万円	百万円																																

問2-2 貴社は、創業の際、どのような準備をされておりましたか。該当するものを全て〇をつけてください。

- 〈選択肢〉
1. 技術の知財権の検討
 2. 製品化に当たっての技術的課題の検討
 3. 製品化される製品の競合他社との優位性の検討
 4. 試作品の研究、テスト
 5. 想定される市場特性の把握
 6. 初期のマーケティング(広告宣伝)の検討
 7. 自ら生産するモデルから会社全体のプロセス構築やサプライズの構築
 8. 事業収支計画の検討
 9. 資金調達計画の検討
 10. 創業後の経営人材確保の検討
 11. その他(具体的に)

問2-3 問2-2でご答えになったご準備の際に、ご活用になられた機関等はございますか。該当するものを全て〇をつけてください。

- 〈選択肢〉
1. ベンチャーキャピタル
 3. 金融機関
 4. 大学
 5. TLO
 6. インキュベーション施設
 7. コンサルタント
 8. 関係企業(共同研究や取引先等)
 9. 公的支援機関
 10. 商工会、商工会議所
 11. その他(具体的に)

問2-4 貴社は、**起業前**、資金(研究開発費、試作品作成費)の確保状況はいかがでしたか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 研究開発、試作品の作成上も、十分な資金を確保できた。
2. 研究開発は十分な資金が確保できたが、試作品作成は十分な資金が確保できなかった。
3. 研究開発、試作品作成とも、十分な資金が確保できなかった。
4. その他(具体的に:)

問2-5 貴社は、**起業前**、資金(研究開発費、試作品作成費)をどこから確保しましたか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 親族費 2. 企業等からの寄付 3. 国、地方自治体の補助金(具体的に:)
4. その他(具体的に:)

問2-6 貴社は、**起業のための資金(資本金、借入金)**をどのように調達されましたか。上位3つまで、全体に占める大体の割合も命題 ご確認ください。

	【新調剤】	1位	2位	3位
調達先	7			
割合	6割	割	割	割

(選択肢)

1. 政府資金(税関費)
2. 自己資金
3. 親族・経営者・友人
4. エンジェル
5. ベンチャーキャピタル
6. 銀行・信用金庫等金融機関
7. 民間企業(上記以外)
8. その他(具体的に:)

(注) エンジェル＝創業期(0～1ベンチャー企業)に対し、資金の提供を行う個人投資家

問2-7 問2-4で「2、4」と回答された方のみにお聞きします。具体的に、どのような**内容の資金が不足されたか**をお聞かせください。【自由回答】

記載例) 研究開発を進めようとする段階での機材等の購入、人件費が不足した。

問3 起業後の、貴社の資金の確保状況についてお伺いします。

問3-1 起業後の、貴社の資金の確保状況(2003～2008年)について、お伺いします。各年の事業ステージ^aおよび資金の調達方法を記載してください。

(注) 経営年(2003～2007年)が、創業時の経営年、2008年が2期目です。

	【記載例】	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
事業ステージ(1つだけ○)	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター	1. シード 2. アーリー 3. アーリー 4. レーター
資金調達方法(該当するものを全て○)	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他	1. 補助金 2. 民間企業 3. エンジェル 4. ベンチャーキャピタル 5. 銀行 6. 親戚 7. 民間企業 8. その他

【記載例】 調達先

シリーズA：B(両側でbunder: limit, friend)の橋、創業期グループの自己資金、その他、親しい人からの調達

エンジェル＝創業期(0～1ベンチャー企業)に対し、資金の提供を行う個人投資家

*事業ステージの考え方

プレシード	起業前の準備段階
シード	起業後、研究開発の初期、または研究開発の途中の段階
アーリー	試作品を完成または試験販売中の段階、および製品化を目指した段階
エクスパンション	製品またはサービスとしての販売中の段階(単年度赤字及び単年度黒字だが黒字化が望まれる段階)
レーター	製品またはサービスとしての販売中の段階(単年度黒字が継続している段階)

(出所) (株)ベンチャーエンタープライズセンター「ベンチャーキャピタル投資状況」等を参考に、独自に編集調査結果が作成

問3-2 問3-1でお答え頂いた6年間(2003～2008年)のうち、最も資金確保の困難な時期はいつでしたか。その際の、主な資金の使い道は何でしたか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

最も資金確保の困難だった時期(一つだけ○)	1. 2003年	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()
	2. 2004年	
	3. 2005年	
	4. 2006年	
	5. 2007年	
	6. 2008年	

問3-3 問3-2でお答え頂いた、最も資金確保の困難な時期には、どのようにご対応されましたか。該当するものを全て○をつけてください。

1. 事業計画を見直し、(計画)の中途、短期3か月
2. 会社経営を調整した。(コストカット)
3. 既存の資金調達先から資金を確保した。
4. 新規の資金調達先から資金を確保した。
5. その他(具体的に:)

問3-4 現在の貴社における資金の確保状況についてお伺いします。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 資金は十分に確保されている。
2. 研究開発のための資金に不足を感じている。
3. 設備投資のための資金に不足を感じている。
4. 運営費に回す資金にも欠けている。
5. その他(具体的に:)

問3-5 今後の貴社の、事業ステージ^a別の資金需要(見込み)を教えてください。なお、ご不明な場合は、ご記載がなくても結構です。

*事業ステージ：「問3-1の分類」をご参照ください。

事業ステージ	金額
シード	百万円
アーリー	百万円
エクスパンション	百万円
レーター	百万円

問4 ベンチャーキャピタル(VC)からの出資やハンズオン支援の状況についてお伺いします。

問4-1 貴社におかれましては、ベンチャーキャピタル(VC)から出資を受けていますか。該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 受けている。 (問4-2へ)
2. 出資は希望するが、まだ実現していない。 (問4-5へ)
3. 出資は受けていない。 (問4-5へ)

問4-2 問4-1で「1. 出資を受けている」と回答された方のみにお聞きします。VCからの出資を受けた時期と金額、主な資金の使い道、事業ステージ^aについて教えてください。

*注 事業ステージ：「問3-1の分類」をご参照ください。

出資を受けた時期	金額	資金の主な使い道(一つだけ○)	出資者ステージ(一つだけ○)
【記載例】 西暦 2005年	35百万円	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター
西暦 年	百万円	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター
西暦 年	百万円	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター
西暦 年	百万円	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター
西暦 年	百万円	1. 研究開発費 2. 設備投資費 3. 運転資金 4. その他 ()	1. シード 2. アーリー 3. エクスパンション 4. レーター

問4-3 問4-1で「1. 出資を行っている」と回答された方のみにお問します。VC 上の出資支援に当たり配慮した事項をご記載下さい。【自由回答】

自由回答： 経営陣の強化を図った、ベンチャー支援の強化をVCに依頼した。

問4-4 問4-1で「1. 出資を行っている」と回答された方のみにお問します。VC から資金以外に経営陣に関するどのような支援を行っていますか。事業ステージ・a別に、該当するもの全てに○をおつけください。また支援の有効性について、ご評価ください。

*注：事業ステージ（「問3-1」の分類）をご参照ください。

支援内容	事業ステージ				支援の有効性 (有効だったものに○)
	シード	アーリー	エクスパンション	レター	
1. ビジネスプランの助言					
2. 経営人材の紹介					
3. 研究開発人材の紹介					
4. 営業開発人材の紹介					
5. 経営幹部（取締役等）の派遣					
6. 他の資金調達先（VC、銀行等）の紹介					
7. 新たな投資ファンドの紹介					
8. 資本政策・財務管理の助言					
9. IPO に関する助言					
10. M&A に関する助言					
11. 技術提携先の紹介					
12. 知財戦略の専門家の紹介					
13. 技術のアプケーションについての助言					
14. マーケティングプランへの助言					
15. 顧客提携先の紹介					
16. 業界提携先の紹介					
17. 事業のパフォーマンスの管理や助言					
18. その他()					

問6 大学からの支援状況についてお問します。

問6-1 貴社は、大学からのどのような支援を受けていますか。

事業ステージ・a別に、該当するもの全てに○をおつけください。また支援の有効性について、ご評価ください。

*注：事業ステージ（「問3-1」の分類）をご参照ください。

支援内容	事業ステージ				支援の有効性 (有効だったものに○)
	プレシード	シード	アーリー	レター	
1. 研究開発人材の紹介					
2. 経営人材の紹介					
3. 技術指導・指導助言					
4. 知財侵害事件の回避					
5. 特許出願手続の支援					
6. ビジネスプランコンテストの実施					
7. 起業化教育の実施					
8. 学内設備・施設等の貸与の提供					
9. 学内インキュベーション施設への入居					
10. インキュベーション施設の紹介					
11. 起業相談等					
12. 大学OB等のメンター紹介※1					
13. 研究開発資金の提供					
14. 特許品確権への助成					
15. 資金調達先の紹介、助言					
16. 大学による金銭出資					
17. 事業パートナーの紹介					
18. 顧客提携先の紹介					
19. その他(具体的に)					

注：※1： mentor(指導・助言する人)の大学が所属し、専門分野における知識・スキル・経験（経営他）・人脈等を豊富に持ち、ベンチャー企業に対し具体的な指導・助言等を行う人。

問6-2 特に創発事業(シード及びアーリーステージ・a)についてお問します。同ステージにおいてVCが提供する支援策について、貴社が望まれる程度を5段階で評価ください。

*注：シード及びアーリーステージ（「問3-1」の分類）をご参照ください。

支援内容	望む程度				
	（該当項目に○を付け○）				
	1	2	3	4	5
1. ビジネスプランの助言					
2. 経営人材の紹介					
3. 研究開発人材の紹介					
4. 営業開発人材の紹介					
5. 経営幹部（取締役等）の派遣					
6. 他の資金調達先（VC、銀行等）の紹介					
7. 新たな投資ファンドの紹介					
8. 資本政策・財務管理の助言					
9. IPO に関する助言					
10. M&A に関する助言					
11. 技術提携先の紹介					
12. 知財戦略の専門家の紹介					
13. 技術のアプケーションについての助言					
14. マーケティングプランへの助言					
15. 顧客提携先の紹介					
16. 業界提携先の紹介					
17. 事業のパフォーマンスの管理や助言					
18. その他()					

問6-2 特に創発事業(シード及びアーリーステージ・a)についてお問します。同ステージにおいて大学が提供する支援策について、貴社が望まれる程度を5段階で評価ください。

*注：シード及びアーリーステージ（「問3-1」の分類）をご参照ください。

支援内容	望む程度				
	（該当項目に○を付け○）				
	1	2	3	4	5
1. 研究開発人材の紹介					
2. 経営人材の紹介					
3. 技術指導・指導助言					
4. 知財侵害事件の回避					
5. 特許出願手続の支援					
6. ビジネスプランコンテストの実施					
7. 起業化教育の実施					
8. 学内設備・施設等の貸与の提供					
9. 学内インキュベーション施設への入居					
10. インキュベーション施設の紹介					
11. 起業相談等					
12. 大学OB等のメンター紹介※1					
13. 研究開発資金の提供					
14. 特許品確権への助成					
15. 資金調達先の紹介、助言					
16. 大学による金銭出資					
17. 事業パートナーの紹介					
18. 顧客提携先の紹介					
19. その他(具体的に)					

注：※1： mentor(指導・助言する人)の大学が所属し、専門分野における知識・スキル・経験（経営他）・人脈等を豊富に持ち、ベンチャー企業に対し具体的な指導・助言等を行う人。

問6 TLOからの支援状況についてお伺いします。

問6-1 貴社は、TLOからどのような支援を受けていますか。
事業ステージ・エリア別に、該当するもの全てに○をおつけください。
また支援の有効性について、ご評価ください。

※ 事業ステージ、「問5-1」の分類) をご参照ください。

支援内容	※事業ステージ					支援の有効性 (有効だった ものに○)
	プレ シード	シード	ブービー	エクスパ ンション	トナー	
1. 資金調達先の紹介						
2. 研究開発人材の紹介						
3. 経営人材の紹介						
4. 外部機関・専門家との連携し						
5. 事業パートナーとのマッチング						
6. 外資ベンチャーによるベンチャーリングの紹介						
7. シーズの事業性の評価						
8. 特許出願手続支援・指導						
9. 知財競争条件の整備						
10. 事業計画の作成支援						
11. 起業相談等への対応						
12. 起業家教育の実施						
13. インキュベーション施設への入居						
14. その他入居先の紹介・斡旋						
15. 施設関係者の紹介・斡旋						
16. 共同調査・共同研究の実施						
17. その他()						

問6-2 特に事業早期(シード及びブービー・ステージ)についてお伺いします。問5-1においてTLOが実施する支援策について、貴社が望まれる程度を段階で評価ください。

※ シード及びブービー・ステージ「問5-1」の分類) をご参照ください。

支援内容	望む→ ←望まぬ				
	(該当項目に○を付す)				
	1	2	3	4	5
1. 資金調達先の紹介					
2. 研究開発人材の紹介					
3. 経営人材の紹介					
4. 外部機関・専門家との連携					
5. 事業パートナーとのマッチング					
6. 外資ベンチャーによるベンチャーリングの紹介					
7. シーズの事業性の評価					
8. 特許出願手続支援・指導					
9. 知財競争条件の整備					
10. 事業計画の作成支援					
11. 起業相談等への対応					
12. 起業家教育の実施					
13. インキュベーション施設への入居					
14. その他入居先の紹介・斡旋					
15. 施設関係者の紹介・斡旋					
16. 共同調査・共同研究の実施					
17. その他()					

問7 インキュベーション施設からの支援状況についてお伺いします。

問7-1 貴社は、インキュベーション施設からどのような支援を受けていますか。
事業ステージ・エリア別に、該当するもの全てに○をおつけください。
また支援の有効性について、ご評価ください。

※ 事業ステージ、「問5-1」の分類) をご参照ください。

支援内容	※事業ステージ					支援の有効性 (有効だった ものに○)
	プレ シード	シード	ブービー	エクスパ ンション	トナー	
1. 資金調達先の紹介						
2. 研究開発人材の紹介						
3. 経営人材の紹介						
4. 外部機関・専門家との連携し						
5. 事業パートナーとのマッチング						
6. 外資ベンチャーによるベンチャーリングの紹介						
7. シーズの事業性の評価						
8. 特許出願手続支援・指導						
9. 知財競争条件の整備						
10. 事業計画の作成支援						
11. 起業相談等への対応						
12. 起業家教育の実施						
13. インキュベーション施設への入居						
14. その他入居先の紹介・斡旋						
15. 施設関係者の紹介・斡旋						
16. 共同調査・共同研究の実施						
17. その他()						

問7-2 特に事業早期(シード及びブービー・ステージ)についてお伺いします。問5-1においてインキュベーション施設が実施する支援策について、貴社が望まれる程度を段階で評価ください。

※ シード及びブービー・ステージ「問5-1」の分類) をご参照ください。

支援内容	望む→ ←望まぬ				
	(該当項目に○を付す)				
	1	2	3	4	5
1. 資金調達先の紹介					
2. 研究開発人材の紹介					
3. 経営人材の紹介					
4. 外部機関・専門家との連携					
5. 事業パートナーとのマッチング					
6. 外資ベンチャーによるベンチャーリングの紹介					
7. シーズの事業性の評価					
8. 特許出願手続支援・指導					
9. 知財競争条件の整備					
10. 事業計画の作成支援					
11. 起業相談等への対応					
12. 起業家教育の実施					
13. インキュベーション施設への入居					
14. その他入居先の紹介・斡旋					
15. 施設関係者の紹介・斡旋					
16. 共同調査・共同研究の実施					
17. その他()					

問8 創業初期(シード及びアーリースタージ)に、貴社が最も苦労された事項は何ですか。該当する項目を上位3つまでお選びください。

*注 シード及びアーリースタージ(「問9-1」の分類)を2段階ください。

	1位	2位	3位
選択肢番号			

(選択肢)

1. プロトタイプへの集客
2. 顧客人材の確保
3. 研究開発人材の確保
4. 営業販売人材の確保
5. 資金の資金調達
6. 出口戦略(IPO、M&A等)の検討
7. 研究開発
8. 知財戦略
9. 顧客開発戦略の策定
10. アライアンス戦略の策定
11. アライアンス戦略の策定
12. 教習開発(想定される市場や同業他社の業況把握を含む)
13. その他(具体的に:)

アライアンス: 4.Silver(同業)のサポート提供、企業同士の連携。

問9 貴社の経営陣についてお伺いします。

問9-1 現在の代表取締役は創業者の方ですか。該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 創業者が兼任している。(問9-2へ)
2. 創業者以外が兼任している。(問9-3へ)

問9-2 問9-1で「2」に回答した方のみにお伺いします。代表取締役の交代があった時期はいつですか。該当する項目全てに○をつけてください。

(注)複数回答が可能な場合、該当する項目が複数ある可能性があります。

1. 研究開発の初期段階
2. 研究開発中の段階
3. 試作品を完成または試製販売中
4. 製品化に成功した段階
5. 製品又はサービスとして販売中(単年度販売)
6. 製品又はサービスとして販売中(単年度販売だが累積損失あり)
7. 製品又はサービスとして販売中(単年度販売だが累積損失なし)

問9-6 代表取締役(現任)はどのような経歴の方が就任していますか。該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 大学教員
2. 大学院・大学教員
3. 教員→大学院・大学教員の経歴
4. トレーニング期間があった研究開発者
5. 営業員であった者
6. 研究開発関係のあった会社に勤務していた者
7. 企業側第一ベンチャーキャピタル等からの転職
8. その他(具体的に:)

問9-7 貴社には、代表取締役の経営マネジメントを継承し、会社経営に大きく貢献している社内の人材(以下、「継承型」と言います)はいますか。該当する項目一つだけ○をつけてください。

1. この人材は存在しない。(問10へ)
2. 主に、代表取締役が技術系、経営系が経営を担っている。(問9-8へ)
3. 主に、代表取締役、経営系も経営を担っている。(問9-9へ)
4. その他(具体的に:) (問9-9へ)

問9-8 問9-7で「2、~4」に回答が存在する」と回答した方のみにお伺いします。継承型の方の使用に当たり、貴社として譲渡したことは何ですが、最も譲渡する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 契約金、給与(兼任時)
2. 給与(専任)
3. ストックオプション
4. 今後の成長可能性
5. 会社の知名度
6. 地元での信頼関係
7. 研究(事業)の内容
8. その他(具体的に:)

問9-3 問9-1で「2」に回答した方のみにお伺いします。代表取締役(現在)はどのようなルートで就任されましたか。該当する項目に一つだけ○をつけてください。

1. ベンチャーキャピタルからの紹介
2. 金融機関からの紹介
3. 大学関係者からの紹介
4. ITからの紹介
5. インベンチャーレーション/創設からの紹介
6. 他ベンチャー企業からの紹介
7. 人材派遣会社からの紹介
8. ワンマンタレントからの紹介
9. 関係企業(共同研究や取引先等)からの紹介
10. 公的支援機関からの紹介
11. 原企業/旧企業関係者からの紹介
12. 貴社(代表取締役(当時))の人事
13. 貴社の人材募集広告からの応募
14. 社内からの昇格
15. その他(具体的に:)

問9-4 問9-1で「2」に回答した方のみにお伺いします。代表取締役(現在)は、就任に際し、どのような点に精力を費やされましたか。最も譲渡する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 契約金、給与(兼任時)
2. 給与(専任)
3. ストックオプション
4. 今後の成長可能性
5. 会社の知名度
6. 地元での信頼関係
7. 研究(事業)の内容
8. 貴社の人材からの紹介
9. その他(具体的に:)

問9-5 問9-1で「2」に回答した方のみにお伺いします。代表取締役(現在)が、就任後すぐに取り継がれた事項をお聞かせください。【自由回答】

記載例) プロトタイプ、事業計画、技術戦略、契約交渉を承継した。

問9-10 問9-2で「1、契約金、給与(兼任時)」と回答した方のみにお伺いします。補佐役の方の使用に当たり、それらの資金を、どのように確保されましたか。【自由回答】

記載例) 自己資金、ベンチャーキャピタルからの資金調達で対応した。

問10 貴社が現在、運営している経歴は何ですか。以下の中から該当する項目を上位3つまでお選びください。

	1位	2位	3位
選択肢番号			

(選択肢)

1. 人材の確保/売上が難しい
2. 資金調達が難しい
3. 取引の確保、顧客の確保が難しい
4. オフイス/研究所の確保が難しい
5. 研究開発が思うように進まない
6. 大学との関係がうまくいかない

問11 貴社が今後、企業経営を担う中で、最も重視していることは何でしょうか。最も譲渡する項目に一つだけ○をつけてください。

1. 高い企業成長を担う。なるべく早く新規株式公開(IPO)したい
2. 新規株式公開はしないが、従業員30人超え、売上高数億円の新規成長を実現/維持できればよい
3. 新規株式公開はしないが、従業員1人超え、売上高数千円の新規成長を継続/維持できればよい
4. 陪都、自社企業等に売却したい(買収)
5. 自社の企業形態は維持しつつ、新たな技術/ノウハウを他企業等に売却したい
6. 譲渡した技術/ノウハウを共に、他企業等の合弁会社を設立したい
7. すでにIPOしており、さらなる成長を担いたい
8. その他(具体的に:)

図12 大卒奨学金の育成支援について、図に対する感想やその他意見等ございましたらご自由にお書きください。



質問は以上です。ご協力誠にありがとうございました。

**平成20年度産業技術調査
「大学とベンチャーに関する基礎調査」
アンケート調査票**

調査実施機関：株式会社日本経済研究所

- 平成21年3月31日付迄の。
- ①この用紙に連続して記入のうえ、同封の封筒にてご返信。
- ②メールにてご回答（※詳細は同封の「アンケートご協力のご案内」をご参照下さい）のいずれかの方でご回答をお願いします。
- ※調査票のご返送に際しては必ずお名前、ご協力依頼申し上げます。

ご回答者のご連絡先をご記入下さい。

会社名	
ご氏名	
ご役職	1 代表取締役 2 役員 3 従業員 4 その他()
ご担当分野	1 マネジメント 2 会計・経理 3 営業 4 技術 5 その他()
電話番号	
E-mail	@

貴社の概要に関してご記入下さい。

(1)会社名			
(2)代表者名	ふり仮		
(3)住所	〒		
(4)電話番号・FAX	電話	FAX	
(5)ホームページ			
(6)設立時期	年(西暦)		
(7)関係する大学・学部・教員	大学	学部	教員
(8)事業内容			

問1 もし、公表が可能な場合は、貴社が大学と共同開発した最も自慢の貴社の商品(ただし市場に投入済みのものに限る)を一つだけご記入ください。(非常に新機軸が高くユニーク・斬新な商品をご希望し、貴院に広くPRして販路の促進に努めます。ご協力頂ければ幸いです。)

(1) 商品名			
(2) 具体的なターゲットとする(または予定している)主要顧客			
(3) 販売希望価格	円		
(4) 商品の特徴(特に従来と比べて貴社の特徴を教えてください)			
(5) どのようなPR活動を行っていますか(行う予定ですか)			
(6) 上記の内容とP1 貴社の概要のうち、(1)会社名、(2)代表者名、(3)住所、(4) (5)連絡先(電話、FAX、ホームページアドレス)を報告書等において公表してもよろしいですか	1. 公表可 2. 公表不可		

問2 ベンチャーキャピタル(VC)からの、大学の技術を活用した製品・サービスに関するハンズオン支援の状況についてお聞かせ下さい。

- 問2-1 貴社におかれましては、ベンチャーキャピタル(VC)から出資を受けていますか、該当する項目に一つだけ○をつけてください。
1. 受けている。 (問2-2へ)
 2. 出資は希望するが、まだ実現していない。 (問2-3へ)
 3. 出資は受けていない。 (問2-4へ)

(9)業種 工業実用に関する事業(25品)を除く	(バイオ・医療・介護)	(IT系)	(その他)
	1 医薬品・医療機器 2 再生医療・医療材料 3 食品 4 化粧品 5 農林・水産 6 化学・材料 7 先端材料 8 先端材料 9 先端材料 10 先端材料 11 先端材料 12 先端材料 13 先端材料 14 先端材料 15 先端材料 16 先端材料 17 先端材料 18 先端材料 19 先端材料 20 先端材料 21 先端材料 22 先端材料 23 先端材料 24 先端材料 25 その他	1 医薬品・医療機器 2 再生医療・医療材料 3 食品 4 化粧品 5 農林・水産 6 化学・材料 7 先端材料 8 先端材料 9 先端材料 10 先端材料 11 先端材料 12 先端材料 13 先端材料 14 先端材料 15 先端材料 16 先端材料 17 先端材料 18 先端材料 19 先端材料 20 先端材料 21 先端材料 22 先端材料 23 先端材料 24 先端材料 25 その他	

(10) 大学の技術を活用した主力製品・サービスの供給形態

1 最終財(製品)
2 部品・中間財
3 サービス/コンサルティング

(11) 大学の技術を活用した主力製品・サービスからみた事業段階

1 研究開発の初期段階
2 研究開発途中の段階
3 試作品を完成または試験販売中
4 製品化に目途が立った段階
5 製品又はサービスとして販売中(単年度限定)
6 製品又はサービスとして販売中(単年度限定だが累積損失あり)
7 製品又はサービスとして販売中(単年度限定で累積損失なし)

(12) 資本金 百万円

(13) 従業員数 名

(14) 業績

	前年度 (調査期間平成 年 月～ 平成 年 月)		一前年 (調査期間平成 年 月～ 平成 年 月)	
	売上高	百万円	百万円	百万円
営業利益	百万円	百万円	百万円	百万円
経常利益	百万円	百万円	百万円	百万円

問2-2 問2-1で「1」出資を受けている」と回答された方にお聞かせ下さい。大学の技術を活用した製品・サービスに関し、VCから貴院以外に経営面に関するどのような支援を受けていますか、該当するもの全てに○をおつけください。また支援の有無性について、ご詳細ください。

支援内容	支援の実施状況 (支援を受けたものに○)	支援の有無性 (有効だったものに○)
1. ビジネスプランの助言		
2. 経営人材の紹介		
3. 研究開発人材の紹介		
4. 営業開発人材の紹介		
5. 経営相談(取締役等)の派遣		
6. 他の資金調達先(VC、銀行等)の紹介		
7. 新たな経営戦略のアドバイス		
8. 資本政策・財務管理の助言		
9. IPOに関する助言		
10. M&Aに関する助言		
11. 技術開発の紹介		
12. 加配顧客の専門家の紹介		
13. 技術のアプリケーションについての助言		
14. マーケティングプランへの助言		
15. 顧客候補の紹介		
16. 業容開発の紹介		
17. 事業のパフォーマンスの管理や助言		
18. その他()		

問3-3 特に対策支援(シード及びアーリー・ステージ)についてお伺いします。両ステージにおいて大学の技術を活用した製品・サービスに關し、VCが実施する支援策について、貴社が望まれる程度を6段階で評価ください。

*注 シード・ステージ：起業前、経営開発の初期、または経営開発の途中の段階
 アーリー・ステージ：新作品を完成または開発段階中の段階、および製品化の目途が立った段階

支援内容	望む(→望まない)				
	(該当項目に○を打つ)				
	1	2	3	4	5
1. ビジネスプランの助言					
2. 経営人材の紹介					
3. 経営陣人材の紹介					
4. 営業開発人材の紹介					
5. 経営相談(助言等)の提供					
6. 他の資金調達先(VC、銀行等)の紹介					
7. 新たな投資ファンドのマッチング					
8. 資本政策・財務管理の助言					
9. IPに關する助言					
10. M&Aに關する助言					
11. 技術開発者の紹介					
12. 知財戦略の専門家への紹介					
13. 技術のアプリケーションに關する助言					
14. マーケティングプロへの助言					
15. 顧客開発者の紹介					
16. 融資開発者の紹介					
17. 事業のパフォーマンスの管理を助言					
18. その他()					

問3-2 特に対策支援(シード及びアーリー・ステージ)についてお伺いします。両ステージにおいて大学の技術を活用した製品・サービスに關し、大学が実施する支援策について、貴社が望まれる程度を6段階で評価ください。

*注 シード及びアーリー・ステージ：「問3-3の4位」をご選択ください

支援内容	望む(→望まない)				
	(該当項目に○を打つ)				
	1	2	3	4	5
1. 経営陣人材の紹介					
2. 経営人材の紹介					
3. 技術者集、指導者紹介					
4. 知財従事者への助言					
5. 特許出願手続の支援					
6. ビジネスプランのコンサートの実施					
7. 起業家教育の実施					
8. 学内設備・施設等の貸与の促進					
9. 学内インキュベーション施設への入居					
10. インキュベーション施設への入居					
11. 起業相談等					
12. 大学OB等のインター紹介*					
13. 研究開発資金の提供					
14. 新作品開発への助成					
15. 資金調達先の紹介、助言					
16. 大学による金融融資					
17. 事業パートナーの紹介					
18. 経営開発者の紹介					
19. その他(具体的)					

*インター：*1: zoshok(指導・助成する人)のカタカナ表記、専門分野における知能・スキル・経験(経営者)・人脈等を豊富に持ち、ベンチャー企業に対し具体的な指導・助成等を行う人。

問3 大学からの、大学の技術を活用した製品・サービスに關する支援状況についてお伺いします。

問3-1 貴社は、大学の技術を活用した製品・サービスに關し、大学からどのような支援を受けていますか。

該当するものを全てに○をおつけください。また支援の有効性について、ご評価ください。

支援内容	支援の実施状況 (支援を受けたものに○)	支援の有効性 (有効だったものに○)
1. 研究開発人材の紹介		
2. 経営人材の紹介		
3. 技術者集、指導者紹介		
4. 知財従事者への助言		
5. 特許出願手続の支援		
6. ビジネスプランのコンサートの実施		
7. 起業家教育の実施		
8. 学内設備・施設等の貸与の促進		
9. 学内インキュベーション施設への入居		
10. インキュベーション施設への入居		
11. 起業相談等		
12. 大学OB等のインター紹介*		
13. 研究開発資金の提供		
14. 新作品開発への助成		
15. 資金調達先の紹介、助言		
16. 大学による金融融資		
17. 事業パートナーの紹介		
18. 経営開発者の紹介		
19. その他(具体的)		

*インター：*1: zoshok(指導・助成する人)のカタカナ表記、専門分野における知能・スキル・経験(経営者)・人脈等を豊富に持ち、ベンチャー企業に対し具体的な指導・助成等を行う人。

問4 TLOからの、大学の技術を活用した製品・サービスに關する支援状況についてお伺いします。

問4-1 貴社は、大学の技術を活用した製品・サービスに關し、TLOからどのような支援を受けていますか。

該当するものを全てに○をおつけください。また支援の有効性について、ご評価ください。

支援内容	支援の実施状況 (支援を受けたものに○)	支援の有効性 (有効だったものに○)
1. 資金調達先の紹介		
2. 研究開発人材の紹介		
3. 経営人材の紹介		
4. 技術者集・専門家との連携		
5. 事業パートナーとのマッチング		
6. 外資のインターによるベンタリングの紹介		
7. TLOの事業性の評価		
8. 特許出願手続の支援・指導		
9. 知財従事者への助言		
10. 事業計画の作成支援		
11. 起業相談等への対応		
12. 起業家教育の実施		
13. インキュベーション施設への入居		
14. その他入居先の紹介・助言		
15. 経営開発者の紹介・助言		
16. 共同開発・共同研究の実施		
17. その他()		

問4-2 特に創産早産(シード及びアーリーステージ)についてお伺いします。同ステージにおいて大学の技術を活用した製品・サービスに關し、TLOが実施する支援策について、貴社が採られる程度を段階で評価ください。
 *注: シード及びアーリーステージ(問2-1の4位)をご選択ください。

支援内容	貴社へ					一貫しない
	(評価項目 1-5の合計)					
	1	2	3	4	5	
1. 資金調達先の紹介						
2. 研究開発人材の紹介						
3. 経営人材の紹介						
4. 外部機関・専門家との連携						
5. 事業パートナーのマッチング						
6. 外部メンターによるメンタリングの紹介						
7. シーズの事業性の評価						
8. 特許出願手続の支援・指導						
9. 知財競争条件の整備						
10. 事業計画の作成支援						
11. 起業仲間等への対応						
12. 起業家教育の実施						
13. インキュベーション施設への入居						
14. その他入居先の紹介・斡旋						
15. 販路開拓先の紹介・斡旋						
16. 共同調査・共同研究の実施						
17. その他()						

問4-2 特に創産早産(シード及びアーリーステージ)についてお伺いします。同ステージにおいて大学の技術を活用した製品・サービスに關し、インキュベーション施設が実施する支援策について、貴社が採られる程度を段階で評価ください。
 *注: シード及びアーリーステージ(問2-1の4位)をご選択ください。

支援内容	貴社へ					一貫しない
	(評価項目 1-5の合計)					
	1	2	3	4	5	
1. 資金調達先の紹介						
2. 研究開発人材の紹介						
3. 経営人材の紹介						
4. 外部機関・専門家との連携						
5. 事業パートナーのマッチング						
6. 外部メンターによるメンタリングの紹介						
7. シーズの事業性の評価						
8. 特許出願手続の支援・指導						
9. 知財競争条件の整備						
10. 事業計画の作成支援						
11. 起業仲間等への対応						
12. 起業家教育の実施						
13. インキュベーション施設への入居						
14. その他入居先の紹介・斡旋						
15. 販路開拓先の紹介・斡旋						
16. 共同調査・共同研究の実施						
17. その他()						

問6 インキュベーション施設からの、大学の技術を活用した製品・サービスに關する支援状況についてお伺いします。

問6-1 貴社は、大学の技術を活用した製品・サービスに關し、インキュベーション施設からどのような支援を受けていますか。実施するもの全てに○をお付けください。また支援の有効性について、ご評価ください。

支援内容	支援の実施状況 (支援を受けたものに○)	支援の有効性 (有効だったものに○)
1. 資金調達先の紹介		
2. 研究開発人材の紹介		
3. 経営人材の紹介		
4. 外部機関・専門家との連携		
5. 事業パートナーのマッチング		
6. 外部メンターによるメンタリングの紹介		
7. シーズの事業性の評価		
8. 特許出願手続の支援・指導		
9. 知財競争条件の整備		
10. 事業計画の作成支援		
11. 起業仲間等への対応		
12. 起業家教育の実施		
13. インキュベーション施設への入居		
14. その他入居先の紹介・斡旋		
15. 販路開拓先の紹介・斡旋		
16. 共同調査・共同研究の実施		
17. その他()		

問8 貴社が現在、大学の技術を活用した製品・サービスに關し、注目している領域は何ですか。以下の中から該当する項目を上位3つまでお選びください。

	1位	2位	3位
選択肢番号			

(選択肢)

1. 人材の確保・育成が難しい。
2. 資金調達が難しい。
3. 販路の開拓、顧客の確保が難しい。
4. オフ・オフ・研究所の確保が難しい。
5. 研究開発が思うように進まない。
6. 大学との関係が良好でない。

問7 貴社が今後、大学の技術を活用した製品・サービスを活用した企業経営を基盤とする中で、最も重視していることは何でしょうか。最も該当する項目に二つだけ○をつけてください。

1. 高い企業成長を目指す。なるべく早く新規株式公開(IPO)したい。
2. 新規株式公開はしなくても、従業員50人程度、売上高数億円程度の企業成長を実現・維持できればよい。
3. 新規株式公開はしなくても、従業員1人程度、売上高数千万円の企業成長を実現・維持できればよい。
4. 採算、非営利(企業等に売却したい(M&A))。
5. 自社の企業形態は維持しつつ、開発した技術・ノウハウを他企業等に売却したい。
6. 開発した技術・ノウハウを元に、他企業等との合弁会社を設立したい。
7. すでにIPOしており、さらなる成長を目指すたい。
8. その他(具体的に)

問8 大学発ベンチャーの育成支援について、貴社に対する要望やその他ご意見等ございましたらご自由にお書きください。

質問は以上です。ご協力誠にありがとうございました。

平成20年度企業技術調査
「大学発ベンチャーに関する基礎調査」
アンケート調査票

調査実施機関：株式会社日本経済研究所

- 平成21年5月より5月31日までに、
①この用紙に連絡ご記入のうえ、同封の封筒にてご返信
②メールにてご返信（注）詳細は同封の「アンケートご返答のお願い」をご参照下さい
③いずれかの方法でご返答をお願いします。
※返答のご多忙な中に大変申し訳ございませんが、ご協力をお願い申し上げます。

ご返信者のご連絡先をご記入下さい。

会社名	
ご氏名	
ご役職	1 代表取締役 2 役員 3 専業主 4 その他
ご部署	
電話番号	
E-mail	

貴社の概要に際してご記入下さい。

(1)会社名	
(2)代表者名	氏名
(3)住所	〒
(4)電話番号・FAX	電話 FAX
(5)ホームページ	
(6)設立時期	年(西暦)
(7)資本金	百万円
(8)従業員数	名

問1-3 問1-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。当初計画及び現在(実績)の事業ス tage-a 別にも、現在運用されている大学発ベンチャー等(※)のおおよそその投資割合及び達成率(金銭ベース)をご記載ください。
注：運用されているベンチャーは、数字をご記載ください。

※大学発ベンチャーの考査方法

シード	創業後、研究開発の期間、または研究開発の途中の段階
アーリー	製品を市場に出す段階(研究開発中の段階、および製品化に直前が属する段階)
ミッドステージ	製品化が完了して市場に出ている段階(研究開発完了)または製品化が完了している段階
レター	製品化が完了して市場に出ている段階(製品化完了)または製品化が完了している段階

(出典)ベンチャー・センター・アジア・センター「ベンチャー・キャピタル投資報告」等を
参考に、株式会社日本経済研究所作成

【記載例】 当初計画(項目1-1)の割合(%)、アーリー(項目1-2)、ミッドステージ(項目1-3)の割合(%)は(創業後)の割合(%)を指します。
現在：上記計画の達成率(現在までの実績)は、シードでは70% (10億/10億)、アーリーでは80% (10億/10億)、ミッドステージでは110% (4億/10億)の場合。

	1.シード	2.アーリー	3.ミッドステージ	4.レター
【記載例】				
(1) 当初計画 「a-1」(10億)	70%	80%	110%	90%
(2) 現在(実績) 「達成率」	70%	80%	110%	90%
【記載例】 (1)				
(1) 当初計画 「a-1」(10億)	80%	90%	100%	90%
(2) 現在(実績) 「達成率」	80%	90%	100%	90%
【記載例】 (2)				
(1) 当初計画 「a-1」(10億)	90%	100%	110%	100%
(2) 現在(実績) 「達成率」	90%	100%	110%	100%
【記載例】 (3)				
(1) 当初計画 「a-1」(10億)	90%	100%	110%	100%
(2) 現在(実績) 「達成率」	90%	100%	110%	100%

問1 大学発ベンチャーに対する、貴社のファンドへの期待感についてお伺いします。

問1-1 大学発ベンチャーに対する関心状況はいかがでしょうか、該当するものを全てに○をつけてください。

- <選択肢>
- GP (General Partner) として大学発ベンチャー等(※)に関心している。
 - LP (Limited Partner) として大学発ベンチャー等に関心している。
 - GPとして関心している一方ファンドで、投資対象先(企業)に大学発ベンチャーがある。
 - LPとして関心している一方ファンドで、投資対象先(企業)に大学発ベンチャーがある。
 - 大学発ベンチャーにVCの本社投資を行っている。
 - 大学発ベンチャーにCB、各関心している。
 - その他(具体的に)

※大学発ベンチャー等(※)：「●●大学-大学発ベンチャー」等の名称を有するファンドのみならず、実質的にファンドの設立投資先が大学発ベンチャーの資金も含まれる。

例1-1は大学発ベンチャーを主な対象とするファンド

1. と答えた方 → 問1-2
2. ~6. と答えた方 → 問1-3

問1-2 問1-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。大学発ベンチャー等(※)の創成年度を全てご記載ください。

(注) 創業年度は創業計画(※)の1次(注)と2次(注)の両方を、創業年度が異なる場合も記載してください。

(注) 創業年度：大学発ベンチャー等(※)が2000年度、2001年度、2002年度に創成している場合。

【記載例】

創業年度	2000年度	2001年度	2002年度
------	--------	--------	--------

創業年度	(1)	(2)	(3)	(4)
	年度	年度	年度	年度

問1-4 問1-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。当初計画に比べ現在の、大学発ベンチャー等(※)のパーフォーマンス(OPR)はどうか、該当する項目に二つだけ○をつけてください。

- <選択肢>
- 当初計画より著しく良いである。
 - 当初計画より良いである。
 - 当初計画並みである。
 - 当初計画より悪い。
 - 当初計画より著しく悪い。
 - その他(具体的に)

問1-5 問1-3において回答された、「創業初期(シード及びアーリーステージ-a)案件の投資計画の達成率(業績状況)」が、低いとお感じになられている方にお伺いします。

その主な理由として最も該当する項目に二つだけ○をつけてください。
※シード及びアーリーステージ「a」の定義、をご参照ください。

- <選択肢>
- 創業初期の投資総額が少なすぎる。
 - 創業初期-投資総額案件の出立価格が不明である。
 - 創業初期-投資総額案件のペーパーマネージメントが低すぎる。
 - 創業初期-投資総額案件の運用期間が見ずすぎる。
 - 創業初期-投資総額案件のベンチマークが低い。
 - その他(具体的に)

問1-6 問1-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。一番最近創成された大学発ベンチャー等(※)に注げる資金の確保状況はいかがでしょうか、最も該当する項目に二つだけ○をつけてください。

- <選択肢>
- 追加金源が十分確保されている上に、資金が十分確保されている。
 - 当初計画並みに、資金が確保されている。
 - 当初計画ほどには、資金が確保されていない。
 - その他(具体的に)

問1-7 問1-1で「1」を選択された方のみにお伺いします。当基金および現在(受託)の進学準備ファンド等(※)の出口戦略はいかがですか。それぞれ、現在とその投資割合及び運用基準(受託ペース)をご記載ください。
注:運用されているファンド別に、数字をご記載ください。

(※対象) 運用額(億円)が100(10億)、1000(100億)、5000(500億)のいずれか
のペーパーファンド(投資割合)をご記載ください。
例: 上記対象の運用額(現在運用)が、IPOが20%(10億×0.2)、M&Aが10%(10億×0.1)、VPOが1割(10億×0.1)の場合。

【記載例】

	1. 新規株式の株 IPO	2. 売却 (M&A)	3. セカンド 売却	4. VPO(買い)の 割合	5. その他 ()
⑩ 志望計画 (ペーパー)	1割	2割	割	1割	割
⑪ 現在(実績) (達成率)	20%	10%	%	11%	%

【例①】 ⑩

	1. 新規株式の株 IPO	2. 売却 (M&A)	3. セカンド 売却	4. VPO(買い)の 割合	5. その他 ()
⑩ 志望計画 (ペーパー)	割	割	割	割	割
⑪ 現在(実績) (達成率)	%	%	%	%	%

【例②】 ⑩

	1. 新規株式の株 IPO	2. 売却 (M&A)	3. セカンド 売却	4. VPO(買い)の 割合	5. その他 ()
⑩ 志望計画 (ペーパー)	割	割	割	割	割
⑪ 現在(実績) (達成率)	%	%	%	%	%

【例③】 ⑩

	1. 新規株式の株 IPO	2. 売却 (M&A)	3. セカンド 売却	4. VPO(買い)の 割合	5. その他 ()
⑩ 志望計画 (ペーパー)	割	割	割	割	割
⑪ 現在(実績) (達成率)	%	%	%	%	%

問2 大学ベンチャーに対する、投資先候補案件の選定方法等についてお伺いします。

問2-1 大学ベンチャーに対し、選定、投資先候補をどのように選定されていますか。下記質問紙から上位3つまでお選びください。

	1位	2位	3位
選定方法			

(選定法)

1. 銀行・信用金庫・信用組合からの情報収集
2. 証券会社からの情報収集
3. 他のVCからの情報収集
4. 大学からの情報収集
5. TI/Oからの情報収集
6. インベンチャー・キャピタル・ベンチャーからの情報収集
7. 関係企業(取引先等)からの情報収集
8. その他の個人・法人・ベンチャーからの情報収集
9. 講演会での情報収集
10. 一般情報の収集・分析
11. 投資先からの選り込み
12. その他(具体的に)

問2-2 大学ベンチャーの投資先候補案件の選定に係わる課題についてお聞かせください。【自由回答】

記載例) 情報収集手段(大学は10)における守備範囲の狭い(狭く)、入手できる情報の内容が限られている。

問1-8 問1-1で「1」を選択された方のみにお伺いします。進学準備ファンド等(※)の出口戦略として、特に売却(M&A)を検討し、具体的に何かされていますか。該当する項目全てに○をつけてください。

<選定法>

1. オンラインを使い、売却先(購入する企業)候補等の候補集約を行っている。
2. 売却先(購入する企業)として特定される候補企業に対し、早い段階から働きかけを行っている。
3. 売却先(売却されるベンチャー企業)の経営陣の情報が得られるよう努めている。
4. 売却先(売却されるベンチャー企業)から投資家(売却先)に会う主要な人材が抽出しにくいことから人材の情報が得られるよう努めている。
5. 売却先(売却されるベンチャー企業)の大口出資者の情報が得られるよう努めている。
6. 売却(M&A)の前提条件を社内にて規定している。
7. その他(具体的に)

問1-9 進学準備ファンド等(※)の出口戦略として、特に売却(M&A)を検討するために、どのような選定基準が必要とされますか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選定法>

1. M&Aの意思決定の関連性(買手)が容易になる。
2. M&Aに供するペーパーワーク(書類)が容易になる。
3. M&Aに関する資金供給者の情報が豊富になる。
4. M&Aの成功確率が高くなる。
5. その他(具体的に)

問1-10 問1-1で「1」を選択された方のみにお伺いします。今後、進学準備ファンド等(※)を組成する意思がありますか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選定法>

1. 今後も組成を検討したい。
2. 意思は組成するつもりはないが、経営環境が有利になれば検討する。
3. 意思は組成するつもりはないが、成功事例がでてくれば検討する。
4. ベンチャーの競争の激化(競争率)が厳しく、検討は難しい。
5. その他(具体的に)

問2-3 大学ベンチャーに対し、投資先候補案件の選定に関する情報収集を、卒業生アンケート別に、下記質問紙から上位3つまでお選びください。

*注: 卒業生アンケート(問1-3の5問)を2つお選びください。

事業ステージ	投資先候補案件に関する情報		
	1位	2位	3位
① シード			
② アーリー			
③ ミッドステージ			
④ リターナー			

(選定法)

1. ビジネスモデルの多様性(自ら企画、他企業へのライセンス提供等)
2. ビジネスモデルの成熟度
3. 経営人材の経験(社外取締役、経営マネージャーなど)と大学卒業生との関係性
4. 経営陣と人材の成熟度
5. 資金調達の能力(他社への、金融機関等の支援状況等)
6. 出口戦略(IPO、M&A等)
7. 製品と市場への適合性
8. 製品と市場の適合性の適合性
9. 投資の期待感
10. アドヴァンスト+1の意向
11. 選定される市場性(市場の潜在性・成長性、競争優位の意向)
12. 同社(大学ベンチャー)に対する卒業生との意向
13. その他(具体的に)

*注: アドヴァンスト+1: Advance(同社)の次の段階、企業成長の意思。

問3 創業早期(シード及びアーリーステージ)の大学ベンチャーに対する、貴社の技術評価についてお伺いします。

*注: シード及びアーリーステージ(問1-3の5問)を2つお選びください。

問3-1 貴社では、創業早期(シード及びアーリーステージ)の大学ベンチャーに対し、どのような情報に基づき、技術の優劣性(成長性、高付加価値性)を判断されていますか。下記質問紙から上位3つまでお選びください。

	1位	2位	3位
選定基準			

(選定法)

1. 社内の意見
2. 投資先(ベンチャー)の意見
3. 専任の専門家の意見
4. 志望(候補)先の関係者の意見
5. 投資(候補)先の社内・社外関係者の意見
6. 他のVCの意見
7. 大学の意見
8. TI/Oの意見
9. インベンチャー・キャピタル・ベンチャーからの意見
10. 今までの経験
11. その他(具体的に)

問3-2 創業早期(シード及びアーリーステージ)の大学発ベンチャーに対し、技術的優
在性(高度性、応用可能性等)を判断するうえで、貴社における評価について
お聞かせください。【自由回答】

【自由回答欄】創業、投資の商業プロセスに関する「シード期(初期)」「アーリーステージ」をより明確なものとするために、
大学や経営コンサルタント等の活用強化を図ってみたい。

問4 貴社の投資先(大学発ベンチャー)に対する、ハンズオンの支援状況についてお答えくだ
さい。

問4-1 貴社は、大学発ベンチャーに対し、ベンチャーキャピタル投資及びハンズオン支
援を行っていますか。該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 投資及びハンズオン支援の両方を行っている。(問4-2へ)
2. 投資を行っているが、ハンズオン支援は行っていない。(問4-5へ)
3. 投資及びハンズオン支援の両方を行っていない。(問5へ)

問4-2 問4-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。貴社の投資先(ベンチャー)と
ハンズオン支援組織(全体、大学発ベンチャー)をご記載ください。

時期	項目	人	社
現在	(1) 投資先(ベンチャー)	()	()
	(2) (うち 大学発ベンチャー)	()	()
	(3) ハンズオン支援組織	()	()
	(4) (うち 大学発ベンチャー)	()	()

問4-3 問4-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。貴社がハンズオンしている
大学発ベンチャーに対する、現在の主な支援内容を事業ステージご別に、下
記選択肢から一つだけ○をつけてください。

また、支援に關しての深層【自由回答】もご記載ください。

*注 事業ステージ「問1-3の公欄」をご参照ください。

事業ステージ*	主な支援	深 層
【初期期】	1	支援を実施するうえで、貴社側の能力が不足している。
(1) シード		
(2) アーリー		
(3) エクステンション		
(4) レイダー		

<選択肢>

1. ビジネスプランの改善
2. 経営人材の紹介
3. 経営開発人材の紹介
4. 経営開発人材の紹介
5. 経営開発(取締役)の推薦
6. 他の資金調達先(VC、銀行等)の紹介
7. 新たな増資(ファンド)のプラン
8. 資本政策(経営管理)の改善
9. IPに関する助言
10. M&Aに関する助言
11. 技術提携先の紹介
12. 知財戦略の専門家への紹介
13. 技術のアプリケーション(応用市場)についての助言
14. マーケティングプランへの助言
15. 顧客獲得先の紹介
16. 異業提携先の紹介
17. 事業のパートナーシップの管理や助言
18. その他(具体的に)

問4-4 問4-1で「1」と回答された方のみにお伺いします。貴社の投資先(大学発
ベンチャー)に對する、現在のハンズオンの支援人材の充足感について、最も
該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 充足している。(問4-6へ)
2. 不足している。(問4-5へ)
3. その他(具体的に)。(問4-5へ)

問4-5 問4-4で「2」と回答された方のみにお伺いします。今後、ハンズオンの支援
人材が足りないという状況に對して、どのように対応される予定ですか。最も
該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 社内内で、人材を育成する。
2. 外部から、ハンズオンできる人材をスカウトする。
3. 他のVCにハンズオンを依頼する。
4. 非営利(VC)に委託して対応する。
5. その他(具体的に)。()

問4-6 問4-1で「1」または「2」と回答された方のみにお伺いします。貴社が、特に
創業早期(シード及びアーリーステージ)にある大学発ベンチャーへのハン
ズオン支援策について、今後試みたい「施策」をそれぞれ一つお選びくだ
さい。

*注 シード及びアーリーステージ「問1-3の公欄」をご参照ください。

支援内容	強化したい施策				
	選択肢				
	1 2 3 4 5				
1. ビジネスプランの改善					
2. 経営人材の紹介					
3. 経営開発人材の紹介					
4. 経営開発(取締役)の推薦					
5. 経営開発(取締役)の推薦					
6. 他の資金調達先(VC、銀行等)の紹介					
7. 新たな増資(ファンド)のプラン					
8. 資本政策(経営管理)の改善					
9. IPに関する助言					
10. M&Aに関する助言					
11. 技術提携先の紹介					
12. 知財戦略の専門家への紹介					
13. 技術のアプリケーション(応用市場)についての助言					
14. マーケティングプランへの助言					
15. 顧客獲得先の紹介					
16. 異業提携先の紹介					
17. 事業のパートナーシップの管理や助言					
18. その他(具体的に)					

問5 貴社から見て、大学発ベンチャーの起業の、ベンチャー企業は、どのような準備をする
必要があると思われるか。該当するもの全てに○をつけてください。

<選択肢>

1. 投資の知財戦略の検討
2. 製品名に關しての長期的戦略の検討
3. 製品名に關する製品の特許化の検討
4. 知財法の調査、サポート
5. 想定される市場特性の把握
6. 技術のアプリケーション(応用市場)の検討
7. 既に企画するべきかを他企業へのインタビューやコンサルの調査
8. 事業収支計画の検討
9. 資金調達計画の検討
10. 創業後の経営人材候補の検討
11. その他(具体的に)

問6 貴社から見たら、大学発ベンチャーの創業早期(シード及びアーリーステージ)に
對する経営課題についてお伺いします。

*注 シード及びアーリーステージ「問1-3の公欄」をご参照ください。

問6-1 創業早期の大学発ベンチャーの経営課題に最も必要とされる資質は何であると
思われますか。最も該当する項目に一つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. ビジネスモデル構築能力
2. 外部資金獲得能力
3. 技術的知見・研究開発能力
4. 支援者とのネットワーク構築能力
5. 内部関係者の調整能力
6. 営業・販売能力
7. 商品開発能力
8. 市場開拓能力
9. その他(能力)

問6-2 現在、貴社がハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーの経営者は、上記の質問(問6-1)で回答した内容と異なる点がある場合は、最も該当する項目に一つだけチェックしてください。

<選択肢>

1. ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーのほとんどが、真している。
2. ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーの多くが、真している。
3. ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーの半分強程が、真している。
4. ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーの多くが、真している。
5. ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーのほとんどが、真している。
6. 否だが、ハンズオンしている創業早期の大学発ベンチャーは多い。
7. その他(具体的に)

1.、2.、3.、7. と答えた方 → 問7
 4.、5. と答えた方 → 問6-3

問6-3 問6-2で「3.、5.」と回答された方のみにお伺いします。今後、こうした状況に対して、どのように対応される予定ですか。最も該当する項目を一つだけお選びください。

<選択肢>

1. 会社が、代表取締役の交代を要請する。
2. 会社が、代表取締役の経営マインドを確立する人材(経営幹部)を派遣する。
3. 他のVCのIPばかりに頼りすぎ、経営陣、外資資金獲得力の強化を行う。
4. 金融機関と連携し、事業計画の見直し、外資資金獲得力の強化を行う。
5. 大学と連携し、研究開発、実用化のネットワークの強化を図る。
6. IPと連携し、知財の有効活用を検討する。
7. オンラインで知識と連携し、研究開発、商品開発の強化を図る。
8. 大手企業と連携し、営業-販売、商品開発の強化を図る。
9. コントラクトを活用し、ビジネスモデルを構築する。
10. 他に何をする予定はない。
11. その他(具体的に)

問6-4 問6-3で選ばれた内容も、実際に実現するうえでの課題についてお聞かせください。【自由回答】

回答例) 会社が社会企業型のスタートVCでない場合、会社単独でのハンズオンは実施しにくく、スタートVCの協力は不可欠である。

問7 大学発ベンチャーの育成支援について、貴社に対する要望やその他ご意見等ございましたらご自由にお書き下さい

質問は以上です。ご協力誠にありがとうございました。

平成20年度産実協調査
「大学教員ベンチャーに関する基礎調査」
「大学教員ベンチャー」への支援策などに関するアンケート調査票

調査実施機関：株式会社日本経営研究所

- この用紙にご記入のうえ、お返送（郵送）は5月31日までに、
①この用紙に直接ご記入のうえ、封筒の封筒にてご返送
②メールにてご返信（但し詳細は別紙の「アンケートご協力のご案内」をご参照下さい）
いずれかの方法でご返送をお願いします。
郵送先のご住所を必ず正確にご記入ください。ご協力に感謝申し上げます。

ご回答者のご連絡先をご記入下さい。

氏名	
ご所属	
ご役職	
電話番号	
E-mail	◎

第1 貴校における大学教員ベンチャー支援の考え方についてお伺いします。

第1-1 貴校においては、大学教員ベンチャー支援の目的や重点がどのようお考えですか、最も期待する項目に二つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 自校の培った技術や知見の活用を促すこと
2. 地域社会や地域経済への貢献
3. 自校の知名度や知名度の向上
4. 社会人基礎力や基礎技術の向上といった教育上の目的や意義
5. 研究水準の向上
6. その他

第1-2 貴校においては、大学教員ベンチャー支援の実施によりもたらされる効果としてどのような

のを期待されていますか、期待する項目すべてに○をつけてください。

<選択肢>

1. 事業可能性のある研究の進展や知見により、教員や研究者への評価が上がる。
2. 事業可能性のある研究に関する優秀な研究者の確保に貢献する。
3. 自校の知名度や知名度の向上により、寄付など自校への資金獲得が容易になる。
4. 企業からの評価が上がり、卒業生の就職や教育につながる。
5. 卒業生の数が増加する。
6. 大学教員ベンチャーを創出（創出等）により、研究開発の促進が図られる。
7. 学内の起業家マインドの醸成が図られる。
8. 大学教員ベンチャーに関する研究や知見の活用が促進される。
9. 支援にあたって連携する企業等との関係が強化され、結果的に知名度が向上する。
10. 社会的な評価の向上により、大学のステータスや知名度が上がる。
11. 大学のブランド力や知名度が向上し、大学間の競争に有利になる。
12. その他

第2 貴校における大学教員ベンチャー支援体制（支援担当部署）についてお伺いします。

第2-1 大学教員ベンチャー支援担当者の人員構成をご記入ください。

担当者の属性	人数
1. 大学正職員	人
2. 非常勤職員（任期付職員）	人
3. 非常勤職員（パートタイム、アルバイト）	人
4. 大学教員等	人
5. その他（具体的な）	人
合計	人

第2-2 大学教員ベンチャー支援担当者数について、最も期待する項目に二つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 現在の支援担当者数は適切である。
2. 現在の支援担当者数はやや不足している。
3. 現在の支援担当者数は大幅不足している。
4. その他（具体的な）

第2-3 大学教員ベンチャー支援で中心的な役割を担われている担当者の方の出自について、最も

期待する項目に二つだけ○をつけてください。

<選択肢>

1. 経済学・経営学
2. ベンチャー・起業家
3. 企業
4. 大学教員
5. 中央官庁職員
6. 自治体職員
7. 大学教員
8. その他（具体的な）

第2-4 大学教員ベンチャー支援のための担当者確保するための課題がご記入したところご記載ください。【自由回答】

（例）① 若い人材確保が難しい。② 地域社会との連携が不十分で、自校の知見が活用できない。

第3-1 貴校が大学教員ベンチャーに対し、過去5年間実施した支援内容をお伺いください（期待する項目すべてに○をつけてください）。

※。支援実施の効果（自由回答）、支援実施の満足度もお伺いください。

実施した支援内容 (実施した項目すべてに○をつけてください)	支援実施の効果 【自由回答】 (記載例：支援が好評だった、資金調達が増えた、等)	支援 企業数
1. 研究開発人材の紹介		社
2. 経営人材の紹介		社
3. 技術指導、指導者紹介		社
4. 知財権利関係の整理		社
5. 知財の権利関係の整理		社
6. ビジネスプラン（ビジネス）の策定		社
7. 起業家教育の実施		社
8. 学内起業・創出等の促進		社
9. 学内ベンチャー・創出への支援		社
10. ベンチャー・創出への支援		社
11. 起業家指導		社
12. 大学IPの導入（紹介等）		社
13. 研究開発資金の提供		社
14. 知財権利関係の整理		社
15. 資金調達への支援、助言		社
16. 大学による金融支援		社
17. 事業パートナーの紹介		社
18. 産官学連携の促進		社
19. その他（具体的な）		社

※第3-1 支援が実施される人の属性が性別、専門分野（理工学・工学・経済・経営・法学）、年齢、出身校、ベンチャー企業（非営利法人・営利法人）。

第3 貴校の大学教員ベンチャーへの期待の支援内容についてお伺いします。

問3-2 貴校が大学教員ベンチャーに対し支援を実施していく上での課題を、事業ステージ別に上位3つまでご記載ください。

	第1位	第2位	第3位
プレシード			
シード			
アーリー			
エクステンション			
レーター			

<選好数>

1. 支援担当者数が少ない
2. 支援担当者への能力が高い
3. 支援担当者による新しい人材の獲得が困難
4. 研究開発資金の調達のための期間が短い
5. 外部人材とのネットワークが弱い
6. 必要支援機関等との連携が弱い
7. 企業とのネットワークが弱い
8. 中核の資金調達先等とのネットワークが弱い
9. 特許での位置付けが明確でない
10. 学術機能的な設備がない
11. 支援担当者数が少ない
12. 企業支援の成果・実績が他校に劣っている
13. 教員退職等への懸念が行われている
14. その他(具体的に)

•注 事業ステージの定義

プレシード	起業の準備段階
シード	起業後、研究開発の初期、または研究開発途中の段階
アーリー	製品を完成または試験販売中の段階、および製品化に目的が立った段階
エクステンション	製品化またはサービス化して販売中の段階(毎年販売予定/販売実績中)が継続している段階
レーター	製品化またはサービス化して販売中の段階(毎年販売予定/販売実績中)が継続している段階

(注)①(旧)ベンチャー・エンタープライズセンター(旧)ベンチャー・キャピタル振興センター(現)日本経済振興センターが作成

問3-3 大学教員ベンチャー支援実施のための主な資金源について最も該当する項目に1つだけ○をつけてください。

<選好数>

1. 学内資金
2. 寄付金
3. 基金
4. その他(具体的に)

5

問3-4 大学教員ベンチャー支援に際し、過去3年間の外部組織との連携状況についてお答えください(該当する項目すべてに○)。また、連携の内容(自由回答)、有効性(段階評価)についてもお答えください。

連携している外部機関 (該当する項目すべてに○をつけてください)	連携内容【自由回答】 (注)①: 起業支援への共同開発、ビジネスプラン(計画書)の共同策定等	有効性				
		(該当項目1つだけ○)				
		1	2	3	4	5
①大学の大学						
②公的支援機関 (中小機構ほか)						
③商工会・商工会議所						
④ベンチャーキャピタル						
⑤金融機関						
⑥TLO						
⑦インキュベーション施設						
⑧研究機関						
⑨行政(国)						
⑩行政(自治体)						
⑪その他()						

問3-5 外部組織と連携した、大学教員ベンチャーへの支援の①可利性、②それを実施するうえで課題等についてご記載ください。【自由回答】

(注)①: ベンチャーキャピタル(VC)、TLO等と連携し、ベンチャーが保有する特許の共同開発を支援することが考えられる。そのほかには、大学教員ベンチャー、大学、VC、TLO等が協賛する場も考えられる。

6

問4 貴校が今後強化していきたい大学教員ベンチャー支援についてお答えください。

問4-1 専ら創業前期(シード及びアーリーステージ)にある大学教員ベンチャーへの支援強化について、貴校が今後強化していきたい点とご記載いただける(自由回答)をお答えください。また、支援を実施するうえでの課題があればご記載ください。【自由回答】

支援内容	強化していきたい程度 (該当する項目すべてに○)					支援を実施するうえでの課題 【自由回答】 (注)①: 他機関との連携が不可(大層)
	1 2 3 4 5					
	1	2	3	4	5	
1. 研究開発人材の紹介						
2. 経営人材の紹介						
3. 投資家・投資家紹介						
4. 政府系・自治体の連携						
5. 特許出願支援/支援						
6. ビジネスプラン/ビジネスの構築						
7. 起業化教育の実施						
8. 学内(校舎・施設等)の貸与の連携						
9. 学内(インキュベーション)施設への入居						
10. インキュベーション施設への紹介						
11. 起業相談等						
12. 大学(公募)ベンチャーコンテスト						
13. 研究開発資金の提供						
14. 特許出願支援への連携						
15. 資金調達先の紹介/助言						
16. 大学による金融支援						
17. 事業パートナーの紹介						
18. 顧問/監事の紹介						
19. その他 (具体的に)						

•注 創業前期(シード及びアーリーステージ)

シードステージ: 起業後、研究開発の初期、または研究開発途中の段階

アーリーステージ: 製品を完成または試験販売中の段階、および製品化に目的が立った段階

ベンチャー: (専ら)研究開発する人)の中心となる(民間)企業における(組織・スキル・経験)の提供)人、関係者を含む(専ら)ベンチャー企業に対し、具体的な(助言/助言)等を行う人。

7

問4-2 貴校では問4-1でご答えられた支援内容を推進するうえで、どのような具体的対応をされていますか。主な内容について、お答えください。【自由回答】

(注)①: 起業家教育を実施・強化するため、関係者で協議している大学(公募)を中心に関係者(人選)、カリキュラム作成の調整を進める。

問4-3 貴校が大学教員ベンチャーへの支援を行うに当たって、課題(例: 制度上の課題等)がございましたらご記載ください。【自由回答】

問5 大学教員ベンチャーの育成支援について、問2に対する回答やその他ご意見等ございましたらご自由にお寄せください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

8

平成20年度産業技術助成
「大学発ベンチャーに関する基礎調査」
「大学発ベンチャー」への支援策などに関するアンケート調査票

調査実施機関：株式会社日本経済研究所

- この用紙にご記入のうえ、封筒(封)または直封筒に入れ、この用紙の裏面に記入のうえ、同封の封筒にて封筒(封)の裏面に「(印) 詳細調査用の「アンケート」ご返付のお願い」をご記載下さい。それ以外の方でご返答をお願いします。尚書おのりご貼付はご不要です。ご協力をお願い申し上げます。

ご回答者のご連絡先をご記入下さい。

貴姓社名	
ご氏名	
ご所属	
ご住居	
電話番号	
E-mail	

質問1-1 貴組織が大学発ベンチャーに対し過去3年間実施した支援内容を教えてください(複数回答可)。また、支援内容の効果を【自由回答】、支援企業様についてもお答えください。

実施した支援内容 (複数回答可。項目すべてに○をつけてください)	支援効果の効率 【自由回答】 (記載例：支援効果が得られ、資金調達に成功した。等)	支援 企業名
1. 研究開発人材の紹介		社
2. 経営人材の紹介		社
3. 技術指導、指導の紹介		社
4. 実証機や設備の提供		社
5. 特許出願手続の支援		社
6. 起業相談等の実施		社
7. 設備・機材等の貸付の提供		社
8. インキュベーション施設への入居		社
9. 起業相談等		社
10. インターネット		社
11. 研究開発資金の提供		社
12. 特許出願手続への助成		社
13. 資金調達への紹介、助成		社
14. 事業アドバイザーの紹介		社
15. 産学連携の紹介		社
16. その他 (具体的に)		社

のびマーク：www.nobimark.com(登録商標)のマークが印刷された用紙に記入し、同封の封筒(封)に入れ、封筒(封)の裏面に「(印) 詳細調査用の「アンケート」ご返付のお願い」をご記載下さい。それ以外の方でご返答をお願いします。

質問1 貴組織が大学発ベンチャーへの過去の支援状況についてお伺いします。

1

2

質問1-2 貴組織が大学発ベンチャーに対し支援が実施して上での経験や、事業ステージ別・以上段階まで「支援」がたい。

	前1位	前2位	前3位
ブレンード			
シード			
アーリー			
エクステンション			
リーダー			

- <選択肢>
1. 支援内容が豊富である。
 2. 支援内容が豊富である。
 3. 支援内容が豊富である。
 4. 研究開発資金の提供等のための対策が少ない。
 5. 外資系企業との連携が強い。
 6. 産学連携関係の連携が強い。
 7. 企業との連携が強い。
 8. 資金調達支援のネットワークが強い。
 9. 産学連携の連携が強い。
 10. 支援内容の効果が大きい。
 11. 企業支援の成果・高成長の事例が多い。
 12. 産学連携の関係者への関心が強い。
 13. その他(具体的に)

※ 事業ステージの説明

ブレンード	起業の準備段階
シード	起業後、研究開発の段階、または研究開発後の段階
アーリー	実用化と市場化に向けた開発段階、および製品化に目処が立った段階
エクステンション	製品化またはサービス化して市場での展開(単独事業)または新規事業の展開(複数事業)が求められる段階
リーダー	製品化またはサービス化して市場での展開(単独事業)または新規事業の展開(複数事業)が求められる段階

(出所)「大学発ベンチャー」アンケート調査レポート「大学発ベンチャー」の支援策に関する調査結果(2008年)、(株)日本経済研究所作成

3

質問1-3 大学発ベンチャー支援に際し、過去3年間の支援内容と支援状況についてお答えください(複数回答可)。また、支援内容【自由回答】、有効性(効果)についてもお答えください。

選択している支援内容 (複数回答可。項目すべてに○をつけてください)	支援内容【自由回答】 (記載例：創業セミナーの開催、技術指導等)	有効性				
		強い	やや強い	やや弱い	弱い	不明
① 大学						
② 公的支援機関 (中小機構等)						
③ 産学連携推進センター						
④ ベンチャーキャピタル						
⑤ 産学連携推進センター						
⑥ T.L.O.						
⑦ T.L.O.インキュベーション施設						
⑧ 研究開発						
⑨ 行政機関						
⑩ 産学連携推進センター						
⑪ その他()						

質問1-4 貴組織と連携した、大学発ベンチャーへの支援の①の項目、②を支援するうえで、貴組織が実施した支援策についてお答えください。【自由回答】

記載例：ベンチャーキャピタル(V.C.)等とも連携し、ベンチャー支援する目的で共同出資を検討することをお勧めした。その結果には、大学発ベンチャー、大学、V.C.、T.L.O.、インキュベーション施設が連携する基盤ができた。

4

※2 貴機関が作成されている「大学教員ペーパー実況表」についてお読みください。

※2-1 中に「貴機関のペーパー実況表」の欄に「貴機関の大学教員ペーパーへの実況表について、貴機関が作成されている」と記載されている場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-2参照】

実況表項目	記入していただく欄					実況表を作成する方への質問 【※2-2参照】 注：欄外、右欄外の欄外に記入可
	記入する欄					
	1	2	3	4	5	
1. 学長・副学長						
2. 学長・副学長の補佐						
3. 学長・副学長の補佐						
4. 学長・副学長の補佐						
5. 学長・副学長の補佐						
6. 学長・副学長の補佐						
7. 学長・副学長の補佐						
8. 学長・副学長の補佐						
9. 学長・副学長の補佐						
10. 学長・副学長の補佐						
11. 学長・副学長の補佐						
12. 学長・副学長の補佐						
13. 学長・副学長の補佐						
14. 学長・副学長の補佐						
15. 学長・副学長の補佐						
16. その他 (人数別)						

※2-2 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-3 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-2 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-3 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-4 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-5 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

※2-6 貴機関のペーパー実況表について、欄外に記入する場合は「貴機関」を記入してください。また、実況表を作成する人での欄に「貴機関」を記入してください。【※2-1参照】

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（1）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
1	コア	有限会社国際感性デザイン研究所(広島国際大学ベンチャー)	広島県	ラクマットレス	病院、福祉施設	入院患者は必ずといってよいほど褥瘡もち、その理由は低反発のウレタンマットを使用するから。本商品は高分子によるバネ特性をもつ高反発マットレスで、褥瘡原因をすべてクリア。病院での治験も大成功。	これからテレビ等の活動を行う(すでに新聞に広報済み)
2	コア	株式会社脳機能研究所	神奈川県	感性スペクトル解析システムESAM	商品開発、環境計測、ニューロマーケティング	ヒトの心の状態を喜・怒・哀・楽の独立した4感分に分離して、その時間変化を表示、感性が数値化できることがユーザーで新商品・環境に対する満足感、意識化の心状態が判定できる。	積極的には行っていない。SNSメディア利用者の口コミが頼りで、この点が小規模ベンチャーの問題点でもある。
3	コア	株式会社移動ロボット研究所	千葉県	屋外自律移動ロボット	大学、研究機関で屋外実環境でのソフトウェア開発用。	経量で使いやすい。RT、ミドルウェア開発用プラットフォーム実環境対応で四輪独立サスペンション付	学会等の展示ブースで紹介。
4	コア	株式会社VRスポーツ	香川県	健康家族	全国民・家族(赤ちゃんからお年寄りまで対象とした健康ソフト)	パソコンの知識がなくても家庭で使える健康ソフト・類似商品はない。(病院・業務用はある)	ネット販売、店頭販売(健康関連施設)、一括注文販売(業界団体、企業)
5	コア	株式会社iMott	神奈川県	耐フレッチング摩耗シム	機械・大型構造物で締結構造で作る物、及びこの製造会社。	これまで防げなかったフレッチング摩耗を大幅に低減出来る新製品。	HPにアップする予定。展示会で公開。
6	コア	株式会社つくばスポーツインテリジェンス	茨城県	スポーツドック	プロ、アマ向け 体力測定、動作分析サービス	VICONを用いた3次元動作分析。	HP、ロコミ
7	コア	株式会社L.V.M.C.	東京都	リポコラ	一般女性	コラーゲンの三次構造を維持したまま、ヒフ角層への親和性を計るためにリポソームを組み合わせた点。	インターネット
8	コア	長良サイエンス株式会社	岐阜県	植物性グルコシルセラミド	食品、薬品、化粧品会社及び大学の研究員	世界初の商品で純度99%の標準品	ブース展示、各業界誌に公告
9	コア	株式会社セバングマ	福岡県	膜完全性試験用試薬	医薬品メーカー(膜のユーザー)	安価、高感度	学会、業界での展示会および直接膜ユーザーに
10	コア	株式会社マスターオブサイエンス	東京都	MIN6細胞株	製薬会社(糖尿病治療薬開発企業)	繰り返し継代培養に耐えて当初の機能を貫して維持することのできるインスリン分泌細胞株を提供すること	糖尿病治療薬開発企業へ候補薬の血糖降下作用を確認することが可能。企業の開発・薬理など担当者との面談
11	コア	有限会社超音波材料診断研究所	愛知県	非線形超音波による不完全接合部画像化技術	鉄鋼業界:微細介在物検出:不完全接合部検出 自動車:溶接凝固境界検出:スポット溶接境界測定	従来のパルス超音波法はスキ間(空気)と金属の音響インピーダンス差(音速×密度)を利用するので、介在物・密着亀裂・溶接凝固境界の検出は極めて困難である。非線形超音波法は界面の持つ非線形性を利用することでこれからの検出を可能にする。	・HP・学協会での発表・専門書出版(ものづくりのための超音波非破壊評価・検査・着実堂2009.3月出版)
12	コア	株式会社光子発生技術研究所	滋賀県	"Mirrorcle"ーみるくらーCV4	高度分析、非破壊検査	高度分析では大型射光で行う分析を自社ラボで行うことができる。非破壊検査では大型の構造物を高分解能で、又はミクロンオーダーで深さも達成。	国内外展示会への出展、ウェブサイト、学会等での発表。
13	コア	マイクロモグラーフイー株式会社	山形県	眼底検査装置 EG-SCANNER	医療機関	眼底の断層像取得	販売店経由で学会発表PR
14	コア	アルプラスト株式会社	兵庫県	簡易型細胞培養システム	大学病院・研究所	安価に、ハードとソフトが一体になった、信頼性の高いセルプロセッシングシステムです。	
15	コア	フルドウェアテクノロジーズ株式会社	埼玉県	タンパク質結晶化チップ(国際宇宙ステーションで使用 JAXA依頼)	タンパク質を研究している企業、大学、国研、特に創薬(ガン用)を研究・開発企業。	マイクロ流体チップであること。小型、安価、デイトリウム(試薬等)が少くない。	弊社HP、2/16、17、18 ビックサイト、ナノテク展
16	コア	ベキニット株式会社	東京都	チタン繊維製電極	水電解水素発生装置	直径20mmのチタン繊維焼結体のため、表面が平滑でかつ多孔体であり、電解効率が大幅に向上する。	直販、ウェブ上でPR。
17	コア	ジェノダイブファーマ株式会社	神奈川県	マイクロサテライトマーカーによる(創薬ターゲット 副作用因子)解析	製薬企業、CRO		
18	コア	株式会社植物エネルギー	北海道	すずしろの花	前向きに生きようとする人々	世界に1つだけの最高の手づくり石けん	企業秘密
19	コア	ガイア協同組合	広島県	パンプーテコガーデンシステム		竹炭を使用した屋上・壁面緑化システムで、竹炭の保水力を利用し、ほとんど灌水の不要な、メンテナンスフリーシステム。	ホームページ・展示会・マスコミ等の取材
20	コア	有限会社緒方材料科学研究所	北海道	高純度DNA	光デバイス、電子デバイスメーカー	世界で唯一の販売	売りこみ
21	コア	株式会社あの津技研	三重県	アゴクリン	濁水浄化処理 浚渫汚泥処理 農畜産排水浄化処理	(1)塩水中でも凝集固化機能を有する。(2)処理土壌は再分散しないが、耕すことは可能。(3)主原料は製紙かす焼却灰で、循環型社会構築に寄与する。	環境関連の展示会出展。*経産省の「新連携事業」認定。*愛知県の「リサイクル商品として「あいくる材」認定。
22	コア	株式会社バイオマスター	神奈川県	CAL脂肪移植術	乳がん患者の乳房再建、胸部インプラントの置換	人工物による治療に対して、副作用がなく、且つ、自然なバスト形成できる。	インターネット中心。

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（2）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
23	コア	株式会社アップウェル	福岡県	ラクトフェリンホワイト	メタボが気になる方(但し、トクホではないため表示不可)	ヒト試験において、プラセボ群に比して有意な減量効果を得た。また、他のラクトフェリン品に比して、約6倍の抗菌効果。	現在 口コミのみで販売している。
24	コア	株式会社OSU Health Support Academy	大阪府	運動指導サービス	自治体、民間企業、個人	医学的、科学的、経験的に支えられたエビデンスに基づく楽しい運動指導サービス	ホームページ、営業活動
25	コア	株式会社十勝生ハム製造研究所	北海道	(2年間熟成した)骨付生ハム	レストラン、ホテル	わが国でも数少ない、国産豚肉を使用したもの。2年間の長期熟成したものの。	イベントの時に試食
26	コア	株式会社ハイファジェネシス	神奈川県	微生物培養物(菌体、抽出物)	製薬企業	新種を含むバリエーションが豊富。かび、放線菌、コノコを主体に合計約2万株を保有	ホームページ、パンフなど
27	コア	株式会社X線技術研究所	大阪府	蛍光X線分析装置	材料分析、環境分析	軽量小型、高感度	ホームページ、広告(含インターネット)
28	コア	株式会社アライドレーザー	京都府	レーザー微細加工装置 軟X線細胞顕微鏡	半導体、電子部品メーカー、医療材器	加工物に応じたアプリケーションを提供できるレーザー加工材、世界初のコンパクト顕微鏡	展示会
29	コア	株式会社FITUT研究所	東京都	インターネットを利用した道路トンネルの火災シミュレーション	高速道路各社とその関連業者	手元のPCにデータを入力することにより、該当道路トンネルの火災時の煙の挙動が入手でき、トンネル利用者の安全対策にデータを提供できる。	ホームページ・面談P.R.・学会
30	コア	バイオプロジェクト株式会社	宮崎県	もうもう太郎	家畜業	牛の腸内細菌を適正に修復するため、牛の恒常的ゲリ(50%以上の牛が症状を示す)を抑える。	ホームページ 販売員による普及
31	コア	有限会社服部エスエスティ	熊本県	スッポン甲羅、腹甲 粉末	コラーゲン&カルシウムの摂取を希望する顧客	・スッポンの甲羅 復甲のみを乾燥→微粉末に加工した従来にない製品・動物試験の結果も良好(販売資料には使用不可)	店頭にて、サンプルを配布して、現品を確認願ひ、その後は通販にて、定期的購入を期待。
32	コア	メジエップ株式会社	愛知県	マイクロはんだジェット噴射装置	実装(パッケージング)業界	はんだを飛ばして はんだ付けないしは配線をコンピューターコントロールで行う。	行っていない、現在 使用試行中。試用装置として販売。
33	コア	株式会社三次元メディア	滋賀県	3次元ビジョンライブラリ「TVL」	自動車メーカー、電機メーカー、ロボットメーカー、産業機械メーカー	高精度、自動3D認識	HP、展示会
34	コア	有限会社シーオーテクノロジー	福井県			超臨界二酸化炭素(scCO2)を用いる、PET繊維の加工	特定企業と研究中
35	コア	エフシー開発株式会社	茨城県	研究用燃料電池膜電極接合体	燃料電池及び燃料電池用材料・部材の研究開発に携わる大学・国公立研究機関、民間の研究所	顧客の研究目的に応じた個別仕様の膜電極接合体。	FCエキスポ(東京ビッグサイトで毎年2月開催)、電気化学会大会(年2回開催)、FCシンポジウム(毎年1回)に毎回展示。営業担当者が顧客を巡回。
36	コア	NUエコ・エンジニアリング株式会社	愛知県	ラジモ	プラズマ中のラジカル測定装置	プラズマ中等反応室内の原子状ラジカル(H, N, O)は、電荷を有してない発光しないなどの特性を有しているため、従来の手法では測定不能でありました。今回、特殊な光源を開発し、その測定(絶対密度)を可能とした。	セミナーショーなどで展示
37	コア	ナノフoton株式会社	大阪府	レーザーラマン顕微鏡(ラマンー11)	企業、大学、国立研究所の研究者	材料を構成する物質を非破壊で光学的に観測できる装置で、他社に比べて極めて高速にラマン像を観測可能。	ホームページ、科学誌広告、展示会出展
38	コア	有限責任中間法人高知予防医学ネットワーク	高知県	特定保健指導用指導ソフト「メタボンジュール」	保健指導事業者、病院等	問診による基本情報の入力と健診による検査値から問題点を自動で抽出、それに基づくアドバイスコメントを自動生成。指導及び改善率のデータ蓄積による栄養・運動の最適な指導方法の提示(蓄積された豊富なデータを基に解析し、そこで得た医学的根拠のある指導方法の提示が可能)経験の有無を問わず、適切な指導ポイントがわかる(健診データは直接読込、解析だからソフトにお任せ、表示された指導方法から選ぶだけ)ハイパフォーマンスソフトが初期投資が少なく導入可能、しかも個人情報保護機能を備えた専用ノートパソコン使用でセキュリティ。	
39	コア	株式会社キッヒット	福岡県	たねちゃん(おしゃべり機能付)	独り暮らしの年長者、若者および介護施設やデイケアサービス等の施設	付属CDを購入者のPCに挿入し対話コンテンツをインストールし、たねちゃんを接続して、たねちゃんとの会話を楽しめます。従来商品と比して認識力がよく、一般会話、昔話、しりとりなどが出来ます。	弊社のネットショップ、ブログ、メルマガおよび関係者の人的ネットワークによるPR
40	コア	株式会社データスピット	三重県	トラブル管理支援システム mini mamo(ミニマモ)	製造業などで生産設備を運用している企業、設備管理や品質管理に必要な企業	データベースに入力された「ことば」を使って、完全に自動的に情報を分類整理することができる。知識辞書を自動生成することが最大の特徴です。	日本設備管理学会等での発表、展示等およびホームページでのPR

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（3）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
41	コア	コスメディ製薬株式会社	京都府	microhyala	婦人(30~60才)	効果が明確な化粧品(効能は、しわ及び美白)	当社は現在OEM生産であり技術宣伝が主。販売会社(アトバンストメディカルケア社)はホームページ、機関誌、店頭等でPR。
42	コア	株式会社アドヘルス研究所	熊本県	上肢用CPM装置 AH706	整形外科の病院・医院 リハビリテーション等	仰臥人位で使用できる・前腕の回内・回外を自然に促して複雑な運動が可能・ユーザフレンドリーな操作性を備えたデザイン・患者が安心してリハビリを主体的に行える。	医療学会等でのPR(実演、ポスター等)パンフレット
43	コア	環境電子株式会社	福岡県	メダカを使った水質自動監視装置	地方自治体(県、市、町)の水道局	誤報が少ない、価格が安い、精度が高い。	地方自治体の水道施設主に浄水場の1件1件を飛び込み営業で売り込む活動。
44	コア	株式会社メディネット	神奈川県	免疫細胞療法総合支援サービス	直接的:がん治療を実施する医療機関 間接的:がん患者	先端的医療である免疫細胞療法の実施に不可欠な技術・ノウハウ、細胞加工施設、資材・試薬、医療管理システム等を、医療機関に対して包括的に提供。個々の患者に最適なオーダーメイド医療を可能すべく、複数の治療技術を実用化。	医療従事者向け:専用Webサイト、学術情報季刊誌、学会でのランチョンセミナー 一般向け:Webサイト、新聞等での広告
45	コア	有限会社筑波バイオテック研究所	茨城県	ハイブリッドバイオマス変換装置	食品工場、ファミリーレストラン、スーパーマーケット	食品残渣5t/d処理を行ないペレット燃料、液状に転換する。CO2制限は年間250t程度である。食品残渣の量・質でコストは変化する 1t/d以上が望ましい	ホームページを中心に、ロコミ
46	コア	株式会社アレナビオ	茨城県	細胞レベルのバイオアッセイによる機能評価	健康食品メーカー 医薬品会社	医薬品原料、食品原料の健康促進機能を簡便に評価。	ホームページ 展内会等
47	コア	電子システムデザイン株式会社	静岡県	低雑音スイッチング電源	CD製造業者	極めて低雑音	展示会に出展
48	コア	株式会社JAPAN MAGGOT COMPANY	岡山県	医療用無菌ウジムシ	糖尿病等の壊疽治療を行う病院	糖尿病等の壊疽により、足の切断を余儀なくされた患者の足をウジムシに壊疽部分を食わせて治す治療法。	学会発表、HPIによる告知。
49	コア	ベクセル・テクノロジー株式会社	神奈川県	ソーラシミュレータ	太陽電池を研究開発もしくは製造する企業、研究機関	疑似太陽光源として小型、卓上型で高品質(均一光量)なうえに操作上の付加もつ機能	展示会におけるデモ、学術論文における使用実績の紹介(ユーザーが出版物に使用設備として記載せず)業界誌による広告、国立研究機関での使用実績。
50	コア	株式会社創知	東京都	XLUS(カイクラス)White	大手メーカーの研究開発及び事業部門の企画部門	数万件の特許情報を、自動的に1枚のレーザー図に表現可能。他社と異なり、論文データ、判例データなどテキストリッチなデータであればいずれも応用でき、汎用性が高い。	プレスリリース、DM、知財情報システム等の雑誌掲載 HP、イベント出展など。
51	コア	株式会社ウエナビジョン	兵庫県	ハンディスコープ型電子めがね	ロービジョン者	矯正視力0.3以外の弱視者でもくっきり見える細膜投影式電子ビューア	ロービジョン者の展示会etc
52	コア	ガイストン株式会社	大阪府	教材ロボットBeautoシリーズ	教育機関(中~高、高専、大学)企業の研修題材として。	ものづくりとプログラミングがバランス良く学べる教材ロボット製品センサとモータの仕組み、プログラムの基礎で学べる「Beauto Character」や、当社のノウハウにより安価で充実した開発環境を実現した倒立振り制御教材「Beauto Balancer」など幅広いラインナップを揃えている。	専門誌、学会誌での広告、教員同士のネットワークによる普及
53	コア	株式会社セラノステック研究所	愛知県	テーラーメイド、メディカルサポート	クリニック又は健診センター経由地域住民及び企業従業員	3万例以上のデータ及び血液バンクを基盤に学術的裏付けが高い。介入効果のある生活習慣病的を絞り、遺伝子リスク、バイオマーカー、環境リスクから包括的に発症リスクを独自にアルゴリズムで判定。	クリニック、健保、企業への商品説明、各種展示会への出展、学術講演会、健保対象の講演会での発表。
54	コア	株式会社バイオメッドコア	神奈川県	OVA-OML	研究者(大学企業)	少量の抗原量で効率良く免疫誘導が行われる。	展示会への参加・代理店からの販売
55	コア	クリノ株式会社	宮城県	CRAS(細胞呼吸活性測定装置)	生殖医療技術研究所	細胞(受精可、胚細胞等)の品質評価を行う上で、形態学的(主観的)評価以上により精密かつ非侵襲的に測定が可能である。	主要学会展示及び生殖医療技術研究所等への個別訪問及びデモンストレーション
56	コア	株式会社マイクロフェーズ	茨城県	カーボンナノチューブ合成装置	研究開発部門、技術者	低価格ながら、高性能のカーボンナノチューブを合成することができる。誰でも使える設計。	カタログを展示会で配付。
57	コア	バイオアカデミア株式会社	大阪府	ストレプトリジンO毒素	(1)医学・生物学研究者 (2)診断薬メーカー	ストレプトリジンは溶血レンサ球菌の産生する毒素で、診断薬の原料細胞学的研究用試薬として重要である。しかし菌体が生産する量は微量なので純度の高い毒素を得ることは極めて困難であるため非常に高価である。弊社では細菌体として大量に生産して高度に精製する方法を確立したので世界一の品質の製品ができた。	弊社のホームページ、学会の抄録集での広告、バイオ月刊雑誌の広告、Eメール、販売会社からの宣伝

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（４）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
58	コア	先端フォトニクス株式会社	東京都	高速大容量光配線実装基板の設計	電機メーカー 通信機器メーカー	従来の電気配線基板に比べて、光配線を用いることにより(1)低消費電力化 (2)高速化(最大10~40Gbps)が可能となります。	新聞掲載(日経・日経産業、日刊工業にて実績) WEBニュース(日経BP Tech-on)、業界イベント(インターオプト展、FUE展、JPCAショー)
59	コア	合同会社希少糖生産技術研究所	香川県	D-ブシコース(試薬)	食品産業(甘味料)	天然に存在する量が極めて少なく、希少糖(国際希少糖学会の定義)の1種である。血糖値の上昇抑制、肥満防止などの生理活性が報告されている。砂糖の7割程度の甘味で、さっぱりした甘さが特徴である。	特定保健用食品に申請し(関連会社)、認可されれば甘味料として食品産業にPRの予定、現在は、試薬販売会社へ納入し、販売会社を通じてPR。
60	コア	株式会社STAC	神奈川県	ミニチュア拡散スクラバーによる室内空気汚染ガス簡易測定装置	分析機器関係業者、環境計測関係業者、ビル管理者、	拡散スクラバー法を用いた室内空気汚染ガス(ホルムアルデヒド)をコンパクトな捕集管(ミニチュア拡散スクラバー)で捕集し、LEDを光源として使用した簡便な比色計により、現場において迅速にホルムアルデヒド濃度を精度良く測定できる。	ガステック株式会社が製造と販売を行っている。
61	コア	株式会社農研室	佐賀県	青果「バラフ」	都心部ホテル(帝国ホテル等)高級スーパー 百貨店(伊勢丹、三越等)	塩味と酸味のある新野菜、キラキラとした水泡状の細胞が表面にある為、見た目に美しい。	食品展、農産品展などへの出展、ホテル、百貨店等への直接営業。
62	コア	株式会社セルクロス	東京都	@CELL LAN @CELL LAN TM	オフィスユーザー	簡単に導入ができて、情報漏洩がなく、セキュアで干渉を受けず、安定通信が可能な無線LANシステム	展博への出展 ホームページへの掲載
63	コア	有限会社ロボットテクノス	長崎県	水中ロボット「海猫」	官公庁、調査会社、漁業、発電所	コンパクトで底質を巻上げない可変ベクトルプロペラ1個で航行可能。沿岸駅500m以内なら作業船不要。	HPやロボット展示会、各種イベントへ出展
64	コア	株式会社ツーズ	広島県	幹細胞自動培養装置「ゆりかご」	幹細胞研究を行なっている研究機関	弊社の技術である、間葉系幹細胞の「超増幅技術」を自動化した、世界初の装置です。	学会や展示会等での発表によるPR・HPによるPR
65	コア	株式会社疲労科学研究所	大阪府	産業疲労。ストレス検診システム	安心、安全を最優先とする公共交通機関公共インフラを掌る電力会社、ガス会社、不規則な就業を行っているIT関連企業、メンタルヘルス対策に積極的な企業	自覚症状を見る疲労専門、問診表と生体データ(自律神経データより解析)との組み合わせで医師が診断する検診システムであり競合他社にはないサービスの提供を行っている。	自社によるセミナー、シンポジウムの開催。産産者支援の「新連携」関連展示会出展・医療関連展示会出展
65	コア	株式会社ピークル	岡山県	in vivo SiRNA送達キャリアの受託製造	ヒト肝細胞を研究している研究者の内、SiRNAの送達を目指している方。	SiRNAをin vivoで標的細胞に送達させることは困難である。当社のSiRNA送達キャリアは、静脈内投与により、ヒト肝細胞を移植した動物モデルにおいて、ヒト肝細胞にSiRNAを送達することが可能である。	HP上でのPR、学会等でのPR。
66	コア	株式会社エコソリューションネット	大阪府	バイオ活性剤「ESW-1」	排水処理施設を有する食品工場	対象は排水処理施設の中の生物反応槽。本剤(液体)を水で1000倍程度に薄めてから投入すると、生物処理の問題(バクテリア、スラム)が解決する。	パンフ、ホームページを作成。教員等スタッフの人脈を伝えて売り込みを行う。(不特定多数の顧客を相手にする製品ではない。)
67	コア	株式会社ワインレッドケミカル	東京都	イムノグロマト用金コロイド	診断薬メーカー	イムノグロマト作成時に高濃度Auコロイドで安定に抗体をつけることができ感度の高いキットが作成できる。	ホームページ
68	コア	サンケアフェューエルズ株式会社	茨城県	三菱・SCFバイオディーゼル(BDF)プラント	主に廃食油を大量に出している法人	JIS規格を超える高品質のバイオディーゼルを製造 日本で唯一の連況反応式で割安な製造コスト。	三菱化工機社と共同での営業
69	コア	株式会社レーザーシステム	北海道	レーザースクライプシステム用光学エンジン	半導体製造装置メーカー 半導体デバイスメーカー	従来のダイヤモンドカッター式スクライプ装置に比べて「切りしろの縮小」「チップの歩留まり向上」「切りくずの削減」「ランニングコストの低減」「加工速度の向上」等の効果が見込める。	半導体デバイスメーカー等から加工ニーズ、要望等をいただき、これに対しレーザー加工の企画・提案、サンプルへの加工等を行う。
70	コア	株式会社緑水学舎	大阪府	SIMERUSフロート	一般園芸ユーザーから小規模緑化事業者まで	動力を必要としないのでどこでも簡単に設置でき、安価。製品自体が土の乾湿をセンサし、自動給水を行う。水の排出ロスがないため、節水効果、排水による汚染がほとんどなく、また雨水利用も可能。※植物工場の養液栽培とは異なる。	ホームページ(http://www.simerus-rg.com)
71	コア	株式会社なうデータ研究所	福岡県	NaU DSP	大学病院(診療支援システム「オーダ検証」)→(例) 検診会社(健康管理ASP)報告書の自動作成)→(例) サービス業(大規模顧客管理システム)→(例) 機器メーカー(製造ノウハウ共有システム)→(例)	Java等の言語と比較してコード量を約4分の1に、開発時間を10分の1に!「プロセス」と「ルール」を分けて実装し「ルール」部分を「ルールベース」として管理「ルールベース技術を活用して純国産ソフトウェア」	営業活動
72	コア	株式会社イオックス	大阪府	銀、銅、各種金属酸化物ナノ粒子	総合電子部品メーカー	大量に安価で提供できます。	HP以外は個別に企業訪問をしています。
73	コア	有限会社植物育種研究所	北海道	高機能性タマネギ「さらさらレッド」	健康に気を使っている方	タマネギは野菜として健康イメージがあるが、当社が開発した新品種「さらさらレッド」は、機能性成分グルセチンを一貫してタマネギと比較して数倍多く含む。	新聞、TV、取振

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（5）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
74	コア	株式会社東京農大バイオインダストリー	北海道	エミューモイスチャーオイル(30ml)	エミュー(走鳥類)の脂肪を精製したエミュー油を原料とし、保湿性に優れている。		
75	コア	ファルマフロンティア株式会社	京都府	肥満・糖尿病チップ解析システム	大学研究者・企業研究者	インフォマティクスに強くない一般の生物研究者がDNA-Microarrayデータの持つ意味を解釈することが容易に出来るようになる、解釈サポート受託	ホームページ、学会ブース
76	コア	株式会社イーグル技術研究所	石川県	憩いの枕	一般顧客	安全、安心として環境に優しい商品を地元の伝統、工芸文化技術に基いて開発している。石川県木の能登ヒバ(あすなろ)の香りを生かし癒しの枕を開発、2008年グッドデザイン賞を受賞した。	これまでに口コミのみで600個販売好評を得ている。本年度より委託販売を積極的に進める。現在中小企業基盤整備機構のインキュベータを拠点としているが家賃も高く、金沢市内での新店舗へ移店予定である。
77	コア	株式会社SPD研究所	静岡県	SPD装置KM-25	大学・研究機関	薄膜製造装置、溶液タイプの原料であれば使用可能 原料選択の幅が広い 複雑な形状の薄膜形成に威力を発揮	学会発表 各種展示会へ出展
78	コア	イーラムダネット株式会社	神奈川県	ハイビジョン光Kランシーバ(光ネットワークインタフェースボックス)	CATV、大学、企業(工場内)	ハイビジョンリアルタイム光伝送可能(遅れない)サイバホスピタル、遠隔教育、遠隔手術へ適用可	展示会、新聞発表、学会発表など
79	コア	株式会社ECI	東京都	TAXIScan-FL(蛍光細胞動態解析装置)	公的研究機関、研究所	細胞の走化性運動を再現性よく観察	代理店経由で実施
80	コア	株式会社アペライド・マイクロシステム	東京都	ニードル式ディスプレイ	ハンダ、接着剤塗布、マスク、薄膜形成、LEDを扱っているメーカー	ピコリットルオーダーの液体を塗布可能	展示会、ホームページ、技術発表会等
81	コア	有限責任事業組合C.P.プロジェクト	大阪府	過熱水蒸気発生装置一式	食品製造業、ドラム管再生、環境浄化事業	コンパクト設計 クライアントの要求に応じ変化	講演会 大学シーズ発表会への出展
82	コア	株式会社ビーエムジー	京都府	各種ポリマー(医療用) アクリリコック(義歯床材料)	国内外の販売会社 各大学研究室	医療用生体内分解吸収性ポリマー 人体に優しい義歯床用材料	DM
83	コア	株式会社植物ハイテック研究所	奈良県	「モンテ・レハーブ」野性スイカゼリー飲料	美容飲料→女性、一般、エステ、健康食品店 肝硬変予防→アルコール多飲、生活習慣病等の対象者	アフリカ・カラハリ砂漠に自生する野生種スイカにはアミノ酸の一種であるシトルリンを多量に含んでおり、活性酸素消去能がある。美容、アンチエイジング、肝機能改善等に有効である。	新聞、雑誌、各種展示会を通じてPRしている。
84	コア	株式会社MCBI	茨城県	DeView	研究所・製薬企業	生活試料中のタンパク質・ペプチド解析データの解析ソフトで多群比較解析が容易	・ウェブサイト ・学会シンポetc
85	コア	桃太郎源株式会社	岡山県	Ad-RZIC	前立腺ガン、悪性中皮腫及び他の固形癌に対する治療剤で現在治療法の確立されていない進行性ガン、転移性ガン、また悪性腫瘍の患者様	現在の癌治療の課題である「癌細胞の選択的破壊」と「抗癌免疫活性(免疫療法)」の二課題の解決で、かつ安全性の確立された、手法がおこなえる新規治療剤(アズ)RZIC製剤を前立腺ガン、中皮腫に直接局所投与することで腫瘍の消失又は顕著な縮小効果とバイスタンダー効果さらに抗癌免疫活性による肺転移層への治療効果	パンフレット及びWEBページによる広報・地元(岡山)財界、企業への働きかけ、紹介・中国経済産業局 エンジェル税制 事前確認第1号
86	コア	株式会社デンタルアロー	北海道	プラチ・ナノテクト	口腔内粘膜に問題をかかえておられる方。(抗ガン治療etc)	東大ベンチャーの(株)アプト社との共同開発。白金ナノコロイドの抗酸化能力を高いレベルで商品化した。	
87	コア	有限会社エスアイディー	静岡県	液体濃縮装列「水太郎」	福祉作業施設の経営改善(障害者収入の増額が可能になるビジネスモデルの提案(地域活性化)温泉観光業者及び、製塩業者、他。	省エネルギー型(24時間無人運転) 常温気化式(一切の加熱減圧等を加えない)	ホームページを開設しPR手段としている http://www.s-id.jp
88	コア	有限会社ラビックス	福島県	e安否	100~1000人規模の法人など	携帯電話を使った緊急連絡網システム。・自動集計。・組織図を作成可。・リーズナブルな価格。・カスタマイズ可。・返信するまでしつこく送信される。	ネット広告がメイン ・代理店
89	コア	日本環境計測株式会社	福岡県	MIJ-14PAR 光子センサー	気象・農業・林業	耐候性、低ドリフト、良好な温度特性	ホームページ、ロコミ
90	コア	団塊サポート株式会社	埼玉県	WEBサイト「団塊サポート.com」内「生きがい羅針盤」	団塊世代・中高年世代	リタイア前後からの40年間分のキャッシュフロー表をかんとん入力で試算でき、ゲーム感覚で提供	地方自治体の「団塊世代講演会」などで案内中
91	コア	フェアリーフェイス株式会社	東京都	ステラウィンドウ	宇宙、天文に興味のある一般人	宇宙、研究機関との連携により取得した網羅的な宇宙のデータな写真	あまり行っていない。
92	コア	ラドネット東北	宮城県	診断支援業務	病院 放射線診断	精度の高い診断	ホームページなど
93	コア	株式会社 苗屋	福井県	マイクロフローラ	一般顧客	一定期間メンテナンスフリーで蘭などの植物を觀賞できる。	展示会等への参加を行っている。
94	コア	株式会社広島バイオメディカル	広島県	ニフトリモノクローナル抗体受託製サービス	診断薬企業、製薬企業	弊社技術を用いることで、既存方法では取得困難なターゲットに対して網羅的かつ高親和性のモノクローナル抗体が取得可能となります。	展示会への出展

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（6）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特長	PR活動
95	コア	ストレックス株式会社	大阪府	卵細胞傾斜培養装置TECS	不妊治療施設、畜産	受精卵・未受精卵へ物理的刺激を与え、従来の培養系を崩さずに卵管内の胚移動の一部を再現する。	学会展示、及び全国不妊治療施設・畜産系へのデモンストレーション・デモ機貸出等。
96	コア	株式会社COCO・WA・DOCO	東京都	ココダフォン	コールセンタシステム構築ベンダ様	ベンダフリーな点	人脈による営業
97	コア	株式会社リバネス	東京都	科学雑誌『someone』記事掲載	大学広報・企業のCSR部門	大学や企業が持つ科学技術を分かりやすく文章とイラストを用いて紹介する記事であること。また、掲載される雑誌『someone』は全国の高校に7万部配布されていること。さらに、そのすべてが学校が送料を負担して取り寄せを行い、購読をされていること。	高校へのFAXでの案内、WEBでのプレスリリース、HPでの情報発信
98	コア	(株)関西総合情報研究所	大阪府	建設業界向け電子納品統合支援ツール「Logicalシリーズ」	土木建設CADベンダおよび公共団体(工事発注者)	標準仕様であるSXFに準拠した確認、検証作業の高速処理	建設CALS/EC建設CALS/ECIに関するイベント出展
99	コア	株式会社 生物学応用研究所	神奈川県	健康食品素材の医薬品GLP準拠安全性試験/ヒト疾患モデルマウスを用いた健康食品素材の有効性試験	健康食品メーカー/食品メーカー/健康食品分野に二次展開する異業種企業	これまで健康食品メーカーの多くは、新食品素材について詳細な安全性試験を実施していませんでした。しかし、本年4月からの第三者認証制度の開始を受けて、これらのエビデンスデータが必須となってきました。そこで、弊社は医薬品GLP(Good Laboratory Practice)安全性試験機関と協力体制を構築し、健康食品素材向けの医薬品GLP準拠安全性試験を提供しています。	ヘルスビジネスマガジン社や食品化学新聞など食品業界誌で、すでにパブリシティ活動は行っていますが、これからは継続し、さらに拡大する予定です
100	コア	株式会社オンチップ・バイオテクノロジー	東京都	オンチップ・フローサイトメーター「FISHMAN」	大学等研究機関(細胞や細菌の研究者)製薬会社(創薬スクリーニング)医療機関(診断用途)	当社は世界に先駆け使い捨てチップ型のフローサイトメーターを開発した。使い捨てチップを用いることで、これまでのフローサイトメーターより、小型、簡単操作を実現し、チップ交換によりコンタミネーションフリーで直ぐに解析を開始できる。これまでのフローサイトメーターより高検出感度で、細胞のみならず細菌の検出・解析も可能である。当社は、本装置によりフローサイトメーターをより手軽な研究ツールとすることを目指している。	展示会への出典
101	コア	株式会社ファーストメカニカルデザイン	埼玉県	高性能ミラーマウント(MM1000S)	研究機関及び大学等	長期安定性と比類なき操作性	口コミやホームページでの紹介及び商社による営業
102	コア	株式会社名城ナノカーボン	愛知県	単層CNT	大手製造業	高品質、単層CNT	ホームページ、展示会
103	コア	有限会社シーバイオン	香川県	エステナードスキンケア(化粧品)	一般女性	海洋微生物による糖鎖を使用	
104	コア	ファーマコセル株式会社	長崎県	BBBキット	製薬企業・研究機関		HP、展示会、訪問
105	コア	株式会社 愛媛キャンパス情報サービス	愛媛県	動物実験申請・審査システム	動物実験、DNA実験等の各種実験を管理する大学等の機関	申請書のWeb入力と、審査過程の電子化	受託先への説明以外は特に行っていない
106	コア	株式会社 トゥー・ユー	愛知県	不審者画像の携帯送信システム「Your Security」の開発を含む会員制サイト「Honeyface」 http://www.honeyface.co.jp	一人暮らしの女性	市販のwebカメラとインターネットを活用し、webカメラが動体を捕らえたら自動的にメールで知らせるセキュリティシステムである。HDの記憶容量も移動体検知のときのみセーブするため、長時間記憶が可能である。	PPC広告
107	コア	株式会社アイカムス・ラボ	岩手県	マイクロアクチュエーター	株式会社ソニー・トプコン	プラスチックマイクロ歯車を用いたアクチュエーターにより、小型・軽量・低価格・オイルフリー	個別営業
108	コア	株式会社テクノフェイス	北海道	フォトミックサービス	一般ネットユーザ、企業広報部門等	PCに一切ソフトをインストールすることなく、ブラウザのみで高機能なマンガスタイルの画像編集ができます。	展示会、旅行代理店タイアップによる広告、Web記事、プロモーションサイト運営など
109	コア	株式会社スカイライト・バイオテック	東京都	LipoSEARCH	脂質代謝異常を伴う疾患をターゲットにしている研究者及び製薬会社	50マイクロリットルという極少量で詳細な血清脂質を測定できる。	
110	コア	自然免疫応用技術株式会社	香川県	Somacy	飼料メーカー、食品メーカー、化粧品メーカー	特許物質のため、従来品はない。	展示会出展、研究成果に関する論文執筆、専門誌への投稿、産学支援機関との連携
111	コア	合資会社バイオコム・システムズ	福岡県	SKIN-CAD(経皮治療システム開発用薬物動態解析ソフト)	製薬企業、大学、研究機関	経皮吸収を伴う薬物動態解析ソフトとしては国内外で唯一の商品	自社ホームページ、代理店によるPRおよび学会・論文発表による学術的PR
112	コア	株式会社ナノエッグ	神奈川県	マリイアンナノキューブエマルジョン	一般消費者	保湿カアアップ	折り込みチラシ、DM
113	コア	有限会社バイオデバイステクノロジー	石川県	DEP-Chip シリーズ	研究開発部門	バイオセンサ構築に最適の高感度、高精度ディスプレイ印刷電極	HP、BioEXPOなどの展示会でPR

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（7）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
114	コア	株式会社クロモリサーチ	愛知県	HAC ベクターを用いた安定発現細胞株の樹立受託サービス	製薬会社、大学等研究機関	トランスフェクション法あるいはウイルスベクターを利用した一般的な遺伝子導入法と異なり、HAC ベクターは細胞染色体への遺伝子挿入を伴わず細胞染色体外で維持されるため、外来遺伝子を希望する制御のもと長期安定に発現する細胞株を作製できます。	ホームページ、販売提携会社を通じた営業活動
115	コア	(有)いわて西澤商店	岩手県	雑穀と大地のめぐみのパン	健康志向の大都市圏の消費者、主婦、子供さん	ブランブレッドに近い、噛めば噛むほど味の出るヒエ入り全粒ライ麦食事パン：岩手の伝統的畑作二戸在来ヒエを使用、このヒエは、動物実験で血糖値を下げ、血中の善玉ホルモンのアディポネクチン及びHDL-コレステロール濃度を高めることがわかっている(Biosci. Biotechnol. Biochem., 73(2), (2009))。成分的特徴として悪玉脂肪のトランス脂肪酸は含まない。	東京都北区のタウン誌への広告、東京都北区のペーカリーでの販売をアンテナにする。地元新聞等へのパブリシティ。
116	コア	(有)QPS研究所	東京都	小型衛星搭載用管理基板	JAXA、大学等、制御機器メーカー	ルネサスH8やPICなどのシングルチップコンピュータを組み込んだデータ収集装置	地球衛星開発に興味を持つ中小企業グループ、大学研究室等へのPR
117	コア	有限会社マロニエ技術研究所	栃木県	光触媒活性テスター (PAM-NT1)	光触媒製品を製造する企業の開発部門、大学、研究機関、建築施工業者	光触媒活性度の測定時間を従来の10分の1以下の時間(3~5分間)で測定可能。	展示会等での発表
118	コア	金沢電子出版株式会社	石川県	eラーニングコンテンツの制作とLMS(学習管理システム)の構築	金沢大学	対面講義のeラーニング化	各種展示会(eLearning Worldなど)への出展とユーザーへのパンフなどによる宣伝
119	コア	株式会社 Oncomics	愛知県	OncoPDT-PanC	健康診断や人間ドック受診者	すい臓癌に対して血液を使用した一次スクリーニング検査	医療機関にダイレクトメールや学会等で展示会出展
120	コア	ネオケミア株式会社	兵庫県	炭酸ガスバック剤「エコツージェル」	ニキビなどの肌のトラブルに悩む人、およびスキンケアやアンチエイジングに対する意識の高い人	炭酸ガスの経皮吸収による血行促進とポーア効果で皮膚を健康に美しくするだけでなく、世界初の部分痩せ効果が得られる(神戸大学医学部で実証研究中)。	経済産業省や特許庁、近畿バイオインダストリー振興会議、千里ライフサイエンス振興財団等開催の技術フェア等での製品展示、学会や学術雑誌での発表、新聞・雑誌等の取材。
121	共同	ヒュービットジェノミクス株式会社	東京都	コホートを基盤としたヒト臨床試験(食品の科学的エビデンスを提供)	大手食品会社	永年培って来た地域コホートを利用して、食品の機能評価をヒトの臨床試験データを用いて行うもので、大手食品会社からはデータの信頼性に関し、高く評価され、単なる受託に止まらず、企画提案(ソリューション)型の事業となっている。	食品会社への直接の企画提案、中期的な契約による信頼関係の構築を目指している。
122	共同	有限会社にゆうとん倶楽部	長野県	玉ねぎの皮粉末(食品)	メタボリックシンドローム対応、生活習慣病予防効果	特許乾燥方法により従来の乾燥品の数倍の機能性を確保。現在の食品から摂取不足の食物繊維、ミネラル、アミノ酸が豊富。最も重要成分は「ケルセチン配糖体」(ポリフェノール)が人身に吸収され易い構成。	生活習慣病予防、アンチエイジング対応、メタボリック予防改善
123	共同	株式会社ケンテック	大阪府	ファインコーティングナノ	超硬合金型への1μm以下の耐摩耗セラミックコーティングを必要とするお客様	従来の1mm以下の薄膜ではなし得なかつた高い密着性	展示会、HP
124	共同	アワーズテック株式会社	大阪府	エネルギー分散型蛍光X線分析装置 ourstex101FA	道路会社・鉄道会社	軽量・可搬・迅速分析・高感度	展示会出品、分析サービス、web 広告
125	共同	銀河通信株式会社	岩手県	デザイン二次元コード	一般企業	従来のQRコードは白黒だが、それに単色の線やマークを(色つき)合成しても、読みこめる。	新聞などに取材依頼。
126	共同	株式会社バーネット・インターナショナル	大阪府	絹衣化粧品	中高年女性、肌の弱い女性向	保湿性が長時間持続	インターネット、ロコミ、取材
127	共同	横浜国立大学 CSRセンター 有限責任事業組合	神奈川県	(1)CSRのマネジメント・システム規格(ISOでもまだつっていない) (2)地域志向CSRマネジメントシステム規格(3)CSR用リスクマネジメントツール・リスク評価ツール(析出表)(4)各規格やツールの解説書	中小企業やNPOを中心とするすべての事業体	(1)CSRに取り組むために、事業体内にしくみが必要だが、それを容易に構築できる。(2)環境、品質、情報セキュリティなど多様なマネジメントシステムを統合する軸となる。(3)中小企業にとっても有効に利用できる。	・HPIに掲載(https://www.csr-yokohama.net/)→ https://www.csr-yokohama.net/ がわかります
128	共同	株式会社M2ウイン	熊本県	サソ・ベッピン	40~50代女性	千種類の成分のみを使い、水や熱を加えない特殊製法により製造して無添加化粧石けん。泡立てネットで泡立てた泡で、洗顔等髪の毛から全身に使え石けん。	泡立てて、手につけて洗っていただき、この石けんの良さを体感して頂くデモステレーションを店頭で実施中。
129	共同	株式会社TTE S	東京都	W. I. M システム	道路管理者 今後は、重量物の配送に関する業種にも売り込みたい	橋梁を通過しているトラックなどの速度・重量が瞬時に把握可能。従来品は止まらなければ、重量を測定できなかった。	コンテナトラック配送センターなど、素速く、総重量が知りたいであろう業種に移り込みたい。
130	共同	株式会社プログウォッチャー	東京都	SHOOTI BUZZソリューション	WEB上で商品の告知、販売を行っている企業全て。	ネット上の消費者の意見を集め販促用のWEBサイトに招示するサービス	展示会への出展/プレスリリース/広告(WEB)

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（8）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
131	共同	株式会社チャフローズコーポレーション	神奈川県	水虫薬「MOIYA」(米国で承認)	水虫患者	・廃棄物であるホタテ貝殻を原料としている。・米国内の他社市販水虫薬より効能があると答えた人は70%以上。・一切の副作用がない。・価格は量産により、現在品の半値以下に出来る。	米国内でリーフレット、デモ宣伝の外、TV、新聞、雑誌の宣伝を行なう予定。国内では輸入許可を取っていないので宣伝不能。
132	共同	株式会社東日本技術研究所	茨城県	ホテル イルミネーション	法人	比べるものがない、新しい製品	直販、ホームページ、新聞、ダイレクトメールその他
133	共同	ブラゲノム株式会社	大阪府	簡易型真贋判定装置	ニセモノ被害をこうむる企業	目視で簡単に判定出来る	講演会、個別顧客訪問。
134	共同	ヴィヴイドワークス株式会社	東京都	CRANES	公官庁	一般のユーザーが本システム上で行った議論をツリー構造化し、それらの小旅路が全体の議論の趨勢にどのように影響しているのかを論理的な指標化手法により視覚化することができます。これにより、普段は専門的であったり、話のつかみどころがなくてなかなか理解できなかった身近な政策に関する議論がより分かりやすくなります。	特になし
135	共同	株式会社マグナデザインネット	沖縄県	高性能ダイバーシティLSI SSCD-J2	カーナビメーカー等	既存4ダイバー方式と比較して、性能的にさほど差が無いが、安価にシステムが組める。車載地上デジタル放送受信システムに最適である。	高性能、安価！
136	共同	STEMバイオメソッド株式会社	福岡県	マイクロスフェアアレイ	国公立の研究機関及び病院の研究科	生細胞の3次元凝集塊(スフェロイド・スフェア・EB)を均一サイズで、認意寸法に形成することが可能である。長期間の大量培養で、かつ細胞機能が均一に維持できる。	専門的はな学会での講演・ポスター発表と併設展示会へ出展。(日本再生医療学会、日本神経科学会)顧客先でのセミナー、プレゼン活動。
137	共同	株式会社システム・シェイパー	福岡県	STILAccessTM	ソニー株式会社、株式会社半導体理工学研究所センター 他	半導体のテストパターンSTILを慢文解析する機能を提供し、半導体のテストコストとテスト品質の向上のためのソフトウェア開発を効率化するためのCADソフトウェア。	テストパターン編集の効率化と品質向上に効果的
138	共同	有限会社デジタルヒューマン・テクノロジー	東京都	平均人頭模型およびデータ	メガネ、ガスマスク、化粧品、ヘッドフォンなど頭に装着する製品の適合設計に、あるいは、ヘッドフォンの音響伝達特性評価に。	日本人男性、女性の実測頭部形状(50名)を平均化した、かつ、M:croCTで取得した詳細な耳たぶ形状をそなえた模型・データです。	ホームページのみ
139	共同	株式会社プロジェクトアイ	愛知県	人命救助ロボット	消防・安全局・自治体	大災害時倒壊家屋に閉じ込められた人の許に五機を駆けつけ、血圧、心拍・体温・血流量を無侵襲で検出可能なバイタルセンサを備え、赤外カメラにより状況確認をしながら、被災者の声の確認と心音・体温の確認を行い、確実な救出とトリアージを迅速に行う。そして被災者情報画像と医療データを遠隔の災害拠点病院へ送信し、医師の診断の下で救助活動を実施する人命救助ロボットである。	・横浜市安全管理局、長岡市消防本部、名古屋消防本部を開発に参加してもらって、営業活動もしている。・横浜開港150周年記念フェスティバルで実演した。あいちロボットフェスタに展示した。ロボットビジネスフォーラムに参加した。・日本集団災害団災害医学会、日本生体医工学学会、プライマリケア学会、国際災害医学会等学会発表で広くPRした。・名古屋都市振興会大学発ベンチャービジネスプラザランプリ受賞、公的助成金申請も行い、あらゆる機会をPRに活用。
140	共同	RoboPlusひびきの株式会社	福岡県	全方位移動ロボット WITH	大学等研究機関	オムニホイールと呼ばれる車輪を三方向に配置することで、全方位に移動可能である。また、様々なオプションを搭載可能である。	ターゲットは、大学等研究機関であるので、学会の展示ブースや、産学連携展示会への出展
141	共同	ネイチャーテクノロジー株式会社	北海道	アロマパッチシート(商品名:貼ろうハーブ)	0歳から100歳までの幅広い使用層 メイン層は、40代以降女性	・天然の香り成分のみを主成分とする。・衣服に貼りつけて使用する為、安全性が高い。・様々な効果について、医学データを取得している。	・主要なドラッグストア、イオン店舗での全国販売。・地域に密着したルートでの販売(観光土産店を含む)。・有名人にモニター使用をしていただいている。
142	共同	株式会社ジェイテック	兵庫県	放射光施設向けX線ナノ集光ミラー	Spring8、高エネ研、ESRF(フランス)API(アメリカ)など世界中の放射光施設	世界トップレベルの集光能力を有する集光ミラー及びその集光装置世界トップレベルの表面ナノ形状加工技術を使った各種ミラー	展示会等
143	共同	バイオシステムメディカルテクノロジー株式会社	岡山県	中空糸型細胞培養器及システム化	細胞研究者、バイオ人工・臓器の使用病院及研究機関	中空糸に布織物の組合せで、細胞床をして効率良く培養が可能	展示会、論文、学会発表
144	共同	株式会社ジャパン・ティッシュ・エンジニアリング	愛知県	自家培養表皮ジェイス	医療機関	患者に移植した治療するシート状の組織で、そのほとんどが患者の表皮細胞で構成されている。正常な皮膚組織1cm ² 程度から約3週間て全身をおおうのに十分な培養表皮の作製が可能。2007年10月に国内第1号の再生医療製品として製造承認を取得(適用対象は重症熱傷に限られている)。2009年1月からは公的健康保険が適用されている(留意事項あり)	学会、自社HPでの紹介、研究会の開催など
145	共同	ALGAN株式会社	京都府	紫外線ガードチェッカー UVia(ユヴィア)	化粧品関係、UVカットフィルム関連企業	サンスクリーン剤などのUV対策商品の効果を簡単計測できる商品です。	HPでの広告、及び個別企業への売り込み

大学発ベンチャー 製品・サービスの紹介（9）

No.	種類	会社名	所在地	商品名	具体的にターゲットとする主要な顧客	商品の特徴	PR活動
146	共同	株式会社クラロ	青森県	コンパクトデジタルスライドスキャナー TOCO	医療機関 研究機関 教育機関	・全視野オートフォーカス ・コンパクトモデル ・お求めやすい価格設定	学会等での展示
147	共同	ケムテックイノベーションズ	置いた件	触媒式フロン分解装置	廃棄物処理業者	従来の燃焼法と異なり600℃程度の低温で、フロン類の完全分析が可能。メンテが容易、省エネ。	提携先の(株)環境総研がPR。瀧田の人脈。
148	共同	トータルケア・システム株式会社	福岡県	使用済み紙おむつリサイクルプラント	自治体と連携した使用済み紙おむつ処理事業者	使用済み紙おむつを水溶化処理することによって、バルブとプラスチック、汚泥に分離回収し、バルブは建築資材、プラスチックはRPF（固形燃料）、汚泥は土壌改良剤の原料として活用。燃却処理に比べCO2排出量は1/6程度。	(1)新聞、雑誌、テレビなどの取材によるPR (2)各種公演会での発表や工場見学でのPR (3)環境関連コンテストへの応募(例:大学発ベンチャービジネスモデルコンテスト)
149	共同	株式会社STCシステム・ジャパン	鳥取県	リカロ入りソーセージ	業務用 飲食店等		HP(既存) 添付の「リカロ伝説」を効果的な方法で公表したい