

平成28年度産業技術調査事業
(大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査)

報告書

平成29年2月

野村総合研究所
Nomura Research Institute

目次

I. はじめに.....	4
1. 事業背景・目的.....	4
2. 事業内容と方法.....	5
(1) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査.....	6
(2) 大学発ベンチャーに関する基礎調査（追加アンケート）.....	7
(3) 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング.....	7
(4) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査のあり方に関する提言.....	8
II. 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査.....	9
1. 調査概要.....	9
2. 大学発ベンチャーの企業数.....	11
3. 分類別大学発ベンチャー数.....	12
4. 大学別大学発ベンチャー数.....	13
5. 業種別大学発ベンチャー数.....	14
6. 地域別大学発ベンチャー数.....	15
7. ベンチャー分類別業種割合.....	16
8. 大学発ベンチャーの事業ステージ.....	18
III. 大学発ベンチャーに関する基礎調査（追加アンケート）.....	20
(1) 大学発ベンチャー等データベースの立ち上げを想定した際の情報公開率.....	23
(2) 大学発ベンチャー等データベースの重要性や意義等.....	24
(3) 大学発ベンチャーの事業ステージ.....	26
IV. 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング.....	27
1. データベースのねらい・意義について.....	28
2. データベースのコンテンツについて.....	29
3. データベースの運用のあり方について.....	31
V. 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査のあり方に関する提言.....	32
1. 分析結果の整理.....	32
2. 有識者グループインタビューから得られた示唆.....	34
3. 大学発ベンチャーデータベースの仕様素案.....	35
4. 今後求められる取り組み.....	37
参考資料①大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査票.....	40
参考資料②追加アンケート調査の集計結果および調査票.....	42

1. 大学発ベンチャーに対するアンケート調査 調査結果.....	42
2. 「大学発ベンチャーに関する基礎調査」アンケート調査票.....	49

I. はじめに

1. 事業背景・目的

我が国の経済が持続的な発展を続けていくためには、連続的なイノベーションの創出が必要である。

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、新規性の高い製品により、新市場の創出を目指す「イノベーションの担い手」として高く期待されるものである。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増加し、平成15年度末には大学発ベンチャー1000社計画を達成するに至ったが、近年は、大学発ベンチャー新規設立数も頭打ちになっている。このような伸び悩んでいる大学発ベンチャーも多数存在することが指摘されている。かかる状況において、産業競争力強化法の施行により平成26年から国立大学のベンチャーキャピタル(以下、「VC」という)への出資が可能になり、かつ、実際にVCから大学発ベンチャーへ投資が行われ始めたことを踏まえ、法施行の波及効果を観測し、更なる施策検討の一助とするためにも、我が国の大学発ベンチャーの設立状況等の実態を改めて把握するための調査、分析を行うことが必要である。また、日本経済再生本部が策定した「ベンチャー・チャレンジ2020」（平成28年4月19日）において、今後、政府関係機関のコンソーシアム立ち上げ、各機関がこれまで活用してきたベンチャー支援、並びに支援対象ベンチャー企業等にかかる情報を共有することにより、支援策の最適化を促進していくことが期待されている。こうした状況を踏まえて、平成26年度産業技術調査事業（大学発ベンチャーの成長要因を分析するための調査）及び平成27年度産業技術調査事業（大学発ベンチャーの成長要因施策に関する実態調査）（以下、「27年度調査」という）において調査・把握した大学発ベンチャー設立状況や、ベンチャー企業の成長と相関がある要因施策等の情報を広く共有・活用していくことは、今後の大学発ベンチャーの支援に有効である。

そこで本調査では、昨年度に引き続き、平成28年度における大学発ベンチャー設立状況を把握することを目的に、調査を実施するものである。

2. 事業内容と方法

平成27年度「大学発ベンチャーの成長要因に関する実態調査」では、大学発ベンチャーの成長要因として、外部支援者とのつながりが非常に重要であることが分かった。この結果から、大学発ベンチャーの成長事例を創出していくためには、大学発ベンチャーと外部支援者を繋ぐための支援策が重要という方向性が示された。

それを受けて、大学発ベンチャーとその外部支援者候補となるベンチャーキャピタルや大企業等とのマッチングを行うこと等を目的とした、データベース構築事業が重要であるとの仮説を設定し、その検証のための調査を行った。

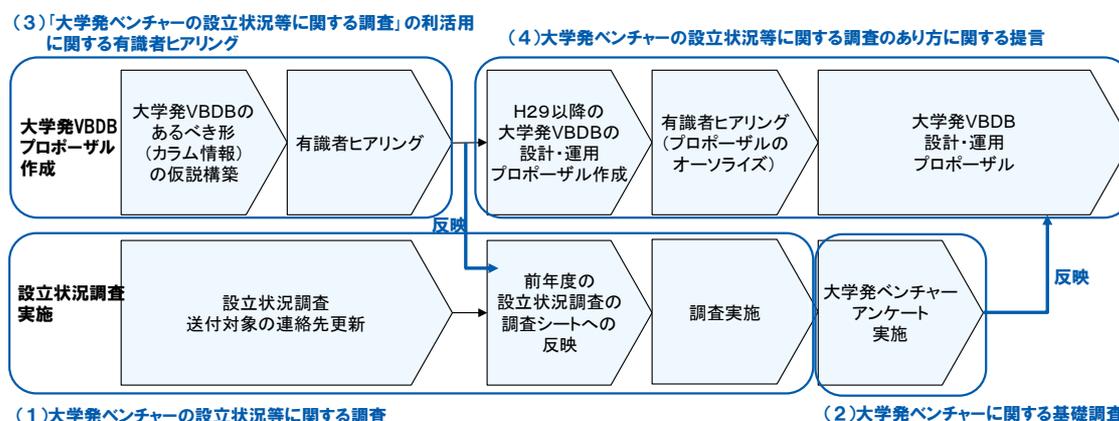
上記の事業背景・目的から、本事業では、まず平成27年度末時点における大学発ベンチャーを把握するために、「(1) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」を実施した。

次に、把握された大学発ベンチャーに対して、「(2) 大学発ベンチャーに関する基礎調査」を実施した。この(2)では、大学発ベンチャーに対するアンケート調査を実施し、大学発ベンチャー等データベースのプロトタイプとなる情報を収集するとともに、大学発ベンチャー等データベースに対する期待や意識についても回答を得た。

続いて、大学発ベンチャーを支援する取り組みに従事する様々な有識者に対して、「(3) 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング調査」を行い、大学発ベンチャー等データベースへの期待や在り方について、それぞれの観点から意見を得た。

最後に、上記(2)及び(3)で得られた情報を集約することにより、大学発ベンチャー等データベースの今後の在り方や、その整備に必要な事項、取るべき施策について、取りまとめた。

図表 1 調査全体フローと各調査項目



(1) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査

① 調査内容

大学発ベンチャーに対するアンケート調査を実施するにあたり、平成 28 年末時点における大学発ベンチャーの設立状況や事業概要、関連する大学の情報等を把握した。文献調査を実施した上で、次のように調査を実施した。

② 実施方法

大学発ベンチャーの設立状況や事業概要、大学との関係等を把握するために、全国の大学、高等専門学校、TLO、インキュベーション施設、都道府県等に対して、大学発ベンチャーに関するアンケート調査を実施し、各機関の合計で 597 件の回答を得た。なお、本調査では、下記の 5 つのうち 1 つ以上に当てはまるベンチャー企業を大学発ベンチャーと定義し、調査を実施した。

1. 研究成果ベンチャー：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ベンチャー
2. 協同研究ベンチャー：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ベンチャー
3. 技術移転ベンチャー：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ベンチャー
4. 学生ベンチャー：大学と深い関連のある学生ベンチャー
5. 関連ベンチャー：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

上記アンケート調査で把握した大学発ベンチャーについて、公開情報、電話、電子メール等による確認調査を実施したところ、平成 28 年末時点で企業活動を営んでいる大学発ベンチャー数は、1,851 社であった。

(2) 大学発ベンチャーに関する基礎調査（追加アンケート）

① 調査内容

大学発ベンチャーに対しては、追加アンケート「大学発ベンチャーに関する基礎調査」を依頼し、実施した。この調査では、大学発ベンチャーの現状マクロ把握と、大学発ベンチャー等データベースのプロトタイプ版への個社情報アップロードという、二つの異なる目的のため、大学発ベンチャーを対象に、経営状況や事業内容に関する情報を収集した。

② 実施方法

昨年度の調査報告書等をもとに調査票を作成し、アンケート調査を実施した（実施時期 2017 年 1 月 11 日～2 月 8 日）。回答者の希望に応じて紙媒体または E メール（Word 等の電子媒体の送付）による回答を回収した。実施の結果、1,959 社への発送に対し、332 サンプルの有効回答を得た（回収率 17%）。

(3) 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング

① 調査内容

大学発ベンチャー等データベースについて、その意義や期待、あるべき姿についてヒアリング調査を、研究者や会計士といった有識者、事業会社（大企業）や大学、ベンチャーキャピタル等に対して実施した。

② 実施方法

大学発ベンチャーに関する支援を主体的に実施している個人や機関を対象に、ヒアリングを実施した。ヒアリング対象は下記の通りである。

- ・ 有識者（研究者・会計士）：2 者
- ・ 大学（産学連携本部）：2 機関
- ・ 大学発ベンチャー：2 機関
- ・ 行政機関：1 機関
- ・ ベンチャーキャピタル（大学系：1 機関、民間系：5 機関）

計 13 者・機関

(4) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査のあり方に関する提言

① 調査内容

「(1) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」「(2) 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング」の結果を踏まえ、平成 29 年度以降に構築・運用を想定する「大学発ベンチャー等データベース」に関する仕様素案（プロポーザル）の作成と、民間のベンチャーキャピタリスト等からなる有識者に対するグループインタビューを踏まえたプロポーザルの検証を行った。

グループインタビュー対象者は、大学発ベンチャーの外部支援活動を積極的に展開する事業者等を選定し、下表にある 6 社・機関に対して実施した。

図表 2 グループインタビュー対象有識者

属性	機関数
大学系ベンチャーキャピタル	2 社
民間系ベンチャーキャピタル	2 社
オンラインデータベース事業者	1 社
大学産学連携部門	1 機関

② 実施方法

「(1) 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の追加アンケート、「(2) 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング」のヒアリング結果まとめを踏まえた、大学発ベンチャー等データベースのカラムや運用方法に関する仕様素案を作成した。

その上で、グループヒアリングにより、各項目の検証と修正を行った。

以上を踏まえて、今後の大学発ベンチャー等データベースのあり方について提言を行った。

II. 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査

1. 調査概要

図表 3 大学発ベンチャー設立状況調査の調査ステップ

各機関に 設立状況アンケート	<ul style="list-style-type: none">✓ 全国の大学・高専・TLO・インキュベーション施設・自治体の各機関に対して、把握している大学発ベンチャーに関する情報についてアンケートを実施。✓ アンケートでは、企業名、企業形態、設立時期、住所、製品・サービス該当、業種、関連大学・教員、大学との関係について回答いただいた。✓ 平成27年度の調査で回答した機関には、過去の回答データを記載した回答票を送付した。
アンケート集計・ 閉鎖企業等削除・ 重複回答統合	<ul style="list-style-type: none">✓ 各機関から回答があった大学発ベンチャーを集計し、重複回答があった場合は、回答結果を統合した。また、閉鎖した企業や大学が認定取消しをした企業は、集計の対象外とした。✓ 各機関からの回答が得られなかった存続企業については、過去データを集計した。✓ 集計した大学発ベンチャー宛に、追加調査アンケートを送付。住所不明で返送された大学発ベンチャーに対してのみ、東京商工リサーチ(TSR)のDBへアクセスし、存続状況を判断✓ TSRの情報をもとに、倒産、合併、休業、解散などが確認できた会社、及び、存続不明の企業については、集計の対象外とした^{※注}。

※注: TSRで、次の情報が得られた企業は対象外とした。①情報の更新が3年以上行われていない企業、②DBに登録がないあるいは特定できない企業③倒産情報等が掲載されていた企業

大学発ベンチャー設立状況調査の概要

■ 実施時期

- 2016年11月30日～12月18日

■ 実施対象

- 全国の大学、高専、TLO、インキュベーション施設、都道府県

■ 発送数・回収率

- 大学：780 発送・412 件回収（回収率 54%）
- 高専：57 発送・45 件回収（回収率 79%）
- TLO：38 発送・7 件回収（回収率 18%）
- インキュベーション施設：353 発送・104 件回収（回収率 30%）
- 都道府県 47 発送・29 件回収（回収率 62%）

(参考) 昨年度の発送数・回収数

- 大学：778 発送・406 件回収（回収率 52%）
- 高専：57 発送・41 件回収（回収率 72%）
- TLO：38 発送・11 件回収（回収率 29%）
- インキュベーション施設：353 発送・106 件回収（回収率 30%）
- 都道府県 47 発送・37 件回収（回収率 79%）

■ 調査項目

- 平成 27 年度調査の調査結果をもとに変更点（閉鎖企業、新設企業、企業概要情報）を確認した。
- 企業概要情報については、下記を確認した。
 - 企業形態・企業名・代表者名
 - 設立年月日
 - 連絡先
 - ✓ 住所、電話番号、web サイト URL、メールアドレス
 - 主な製品・サービス
 - 業種
 - 関連大学
 - ✓ 関連大学名、関係教員・学生名、関連 TLO 名
 - 大学との関係

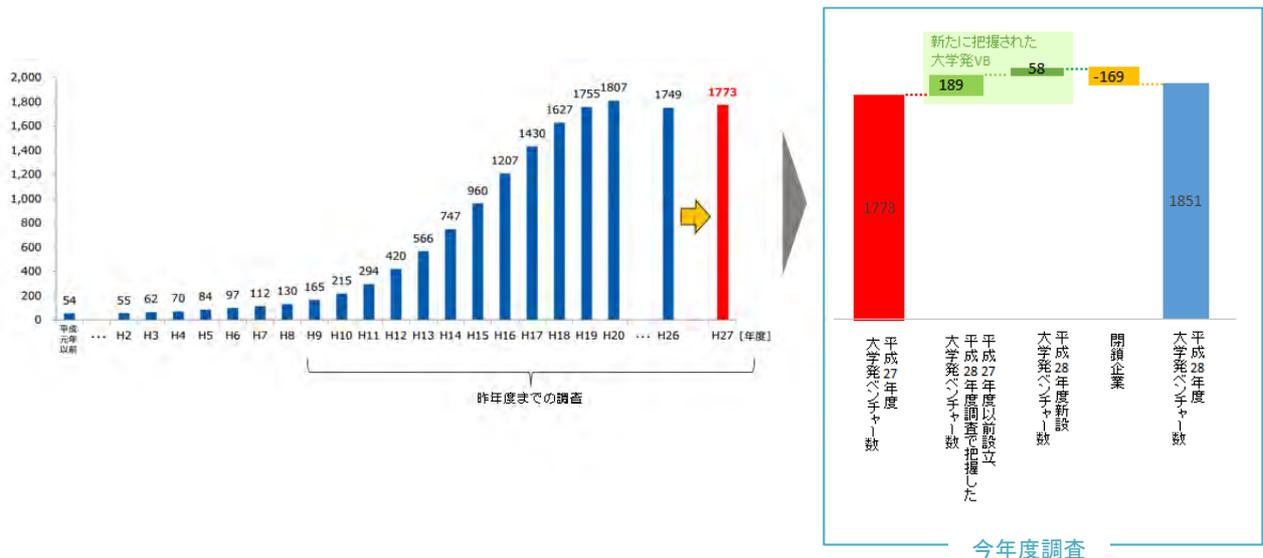
2. 大学発ベンチャーの企業数

今年度調査において、日本の大学における大学発ベンチャーと確認された企業数は、平成 27 年度調査で把握された大学発ベンチャーの企業数の 1,773 社より 78 社多い、1,851 社であった。

平成 28 年度調査において新たに把握した 247 社のうち、平成 28 年度新設企業が 58 社、新規把握企業（2016 年 3 月以前に設立されていた企業で、前回調査で把握できなかった企業）が 189 社であった。

平成 27 年度調査以降に閉鎖した企業は、169 社であった。

図表 4 大学発ベンチャーの総数（平成 26 年度調査）



3. 分類別大学発ベンチャー数

過去調査と同様に、大学発ベンチャーの分類を整理した。現存する大学発ベンチャー企業のうち研究開発ベンチャーに分類される企業がもっとも多く、1,114社であった。(大学、高専、TLO、インキュベーション施設、都道府県の回答結果から大学発ベンチャーを分類毎に集計した)

図表 5 大学発ベンチャーの分類整理 (平成 26 年度～平成 28 年度調査)

	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
	企業数	比率	企業数	比率	企業数	比率
1. 研究成果ベンチャー 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ベンチャー	1,069	61.1%	1,073	60.5%	1,114	60.2%
2. 協同研究ベンチャー 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ベンチャー	170	9.7%	172	9.7%	165	8.9%
3. 技術移転ベンチャー 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ベンチャー	65	3.7%	68	3.8%	73	3.9%
4. 学生ベンチャー 大学と深い関連のある学生ベンチャー	357	20.4%	377	21.3%	387	20.9%
5. 関連ベンチャー 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	88	5.0%	83	4.7%	112	6.1%
合計	1,749	100.0%	1,773	100.0%	1,851	100.0%

4. 大学別大学発ベンチャー数

大学別の大学発ベンチャーの企業数について、企業数が多い上位大学を掲載する。なお、ここで記載する関連大学別の大学発ベンチャーは、大学公認の大学発ベンチャーの設立数ではなく、本調査の規定に基づく大学発ベンチャーの設立数を示していることに注意いただきたい。大学、高専、TLO、インキュベーション施設、都道府県の回答をもとに、関連大学別の大学発ベンチャーを集計した。

図表 6 大学別大学発ベンチャー企業数

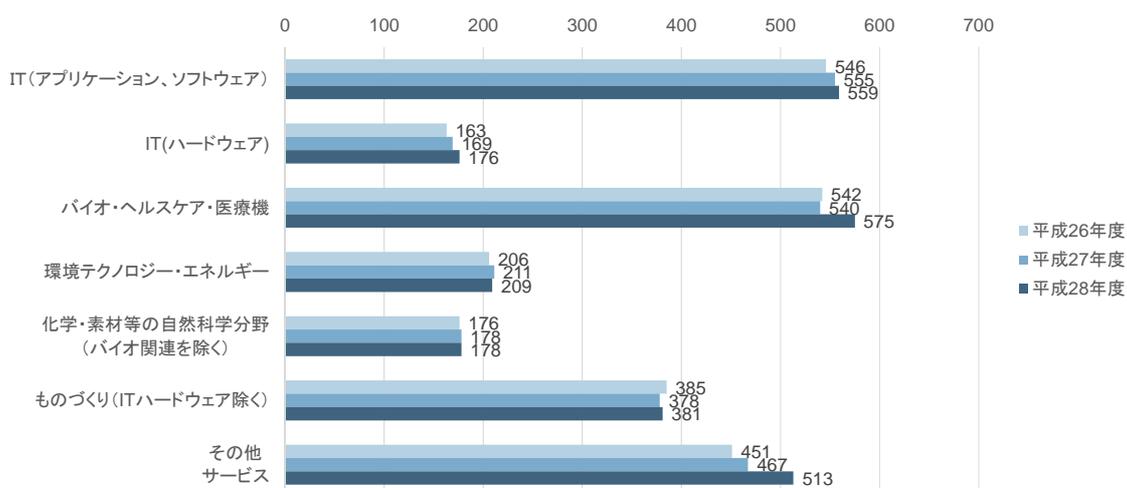
大学名	H26 年度		H27 年度		H28 年度	
	VB 数	順位	VB 数	順位	VB 数	順位
東京大学	196	1	189	1	216	1
京都大学	84	2	86	2	97	2
筑波大学	70	4	73	4	76	3
大阪大学	77	3	79	3	76	3
九州大学	62	6	63	6	70	5
早稲田大学	67	5	65	5	62	6
東北大学	53	8	50	8	53	7
東京工業大学	56	7	53	7	50	8
北海道大学	43	9	48	9	48	9
デジタルハリウッド大学	34	14	42	11	43	10
慶應義塾大学	38	12	40	12	42	11
九州工業大学	40	10	43	10	38	12
名古屋大学	35	13	33	14	38	12
広島大学	40	10	39	13	38	12
龍谷大学	33	15	33	14	36	15
立命館大学	28	16	29	16	33	16
会津大学	27	18	28	18	29	17
岡山大学	23	20	29	16	28	18
神戸大学	28	16	24	20	26	19
光産業創成大学院大学	27	18	26	19	25	20
グロービス経営大学院大学	0	213	0	234	23	21
名古屋工業大学	22	21	21	21	21	22
静岡大学	20	24	20	25	20	23
鹿児島大学	20	24	21	21	20	23

大学名	H26 年度		H27 年度		H28 年度	
	VB 数	順位	VB 数	順位	VB 数	順位
三重大学	18	28	21	21	20	23
東京農工大学	22	21	21	21	19	26
大阪府立大学	20	24	20	25	19	26
電気通信大学	18	28	17	30	18	28
鳥取大学	7	54	7	55	17	29
山口大学	18	28	18	28	17	29
岩手大学	16	33	18	28	17	29
横浜国立大学	14	34	15	34	17	29

5. 業種別大学発ベンチャー数

業種別では、IT(アプリケーション、ソフトウェア)、バイオ・ヘルスケア・医療機器、その他サービスに区分される大学発ベンチャーが多い。昨年度と比べると、特にバイオ・ヘルスケア・医療機器、その他サービスの企業が新たに多く把握された。大学、高専、TLO、インキュベーション施設、都道府県の回答結果から大学発ベンチャーを業種ごとに集計した。なお、ここでの業種別回答数は、複数回答可であることに注意頂きたい。

図表 7 大学発ベンチャーの業種 (平成 26 年度～平成 28 年度調査)



※複数回答可

6. 地域別大学発ベンチャー数

地域別では、東京の 506 社がトップであり、大阪府、京都府、神奈川県と続く。昨年度と比べて、順位に大きな変化はない。大学発ベンチャー企業の所在住所より地域別の大学発ベンチャー数を集計した。

図表 8 大学発ベンチャーの地域別企業数

都道府県	H26 年度		H27 年度		H28 年度	
	VB 数	順位	VB 数	順位	VB 数	順位
東京都	467	1	483	1	506	1
大阪府	112	3	123	2	122	2
京都府	106	4	110	3	114	3
神奈川県	113	2	105	4	107	4
福岡県	97	5	100	5	102	5
北海道	76	6	67	6	69	6
愛知県	67	7	64	7	66	7
宮城県	40	13	41	12	57	8
滋賀県	49	10	50	10	55	9
茨城県	59	8	54	8	52	10
静岡県	56	9	53	9	50	11
兵庫県	42	12	40	13	46	12
千葉県	36	14	37	14	41	13
広島県	44	11	43	11	41	14
岡山県	30	15	33	15	34	15
福島県	23	16	24	16	27	16
鹿児島県	20	20	20	18	23	17
岩手県	21	18	23	17	22	18
三重県	15	24	19	20	20	19
山口県	22	17	20	18	18	20
沖縄県	21	18	17	21	17	21
鳥取県	9	31	7	36	15	22
新潟県	17	22	15	23	15	23
埼玉県	17	22	15	23	15	24
岐阜県	15	24	17	21	15	25
徳島県	18	21	15	23	14	26
長野県	10	28	13	26	14	27

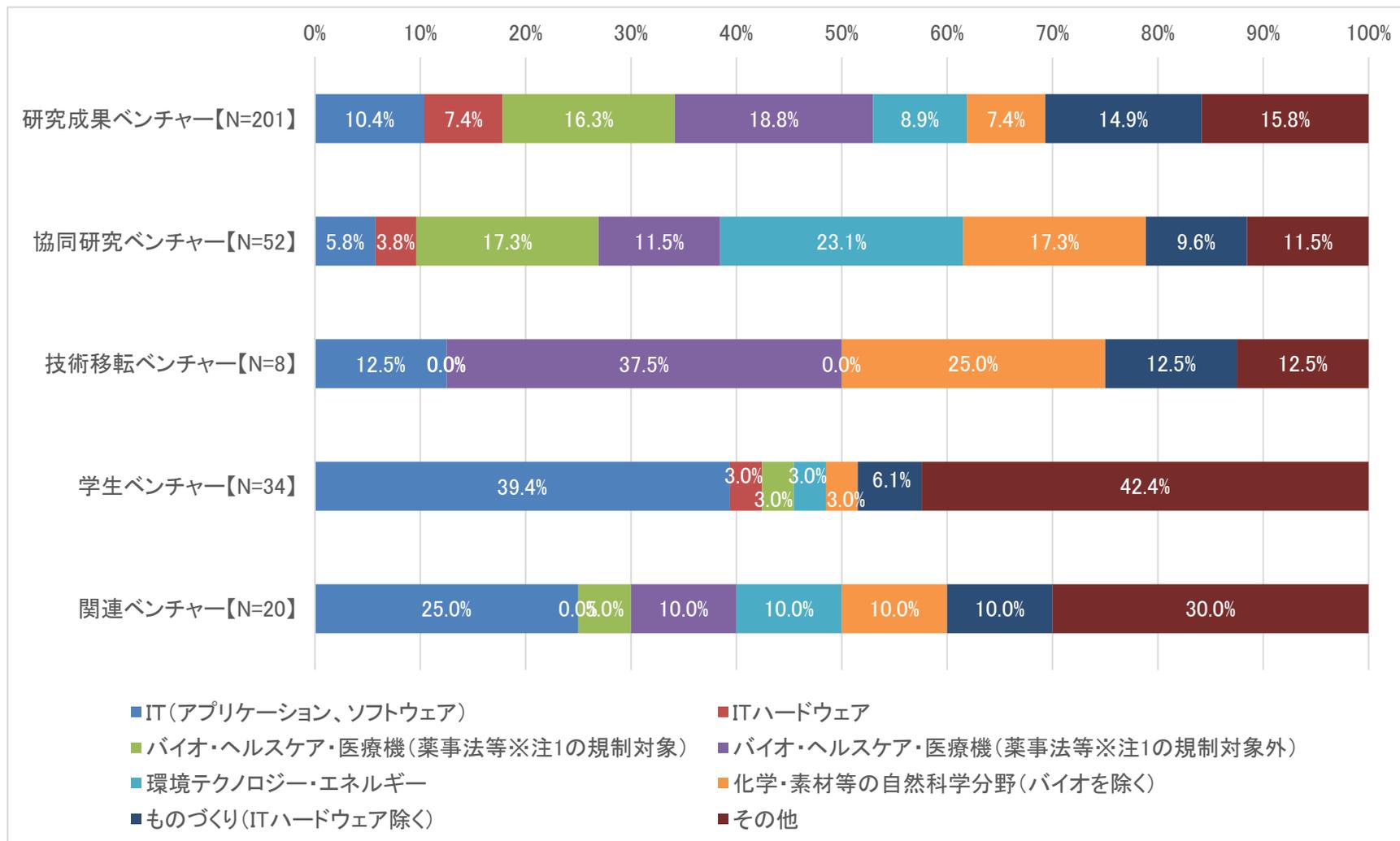
都道府県	H26 年度		H27 年度		H28 年度	
	VB 数	順位	VB 数	順位	VB 数	順位
山形県	8	34	10	31	14	28
熊本県	12	26	11	27	13	29
福井県	10	28	10	31	12	30
石川県	9	31	11	27	12	31
外国	—	—	11	27	12	32
大分県	10	28	9	33	10	33
高知県	7	36	7	36	10	34
群馬県	12	26	11	27	10	35
佐賀県	9	31	9	33	8	36
愛媛県	8	34	7	36	8	37
栃木県	7	36	7	36	7	38
島根県	5	44	9	33	7	39
長崎県	6	38	6	40	7	40
秋田県	6	38	6	40	7	41
和歌山県	6	38	6	40	6	42
奈良県	4	46	4	47	6	43
山梨県	5	44	6	40	6	44
香川県	6	38	6	40	6	45
青森県	6	38	5	45	4	46
宮崎県	6	38	5	45	4	47
富山県	2	47	3	48	3	48

7. 大学発ベンチャー分類別業種割合

本結果は「Ⅱ.大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」ではなく、「Ⅲ.大学発ベンチャーに関する基礎調査(追加アンケート)」にて把握されたものだが、その内容上、ここに記述する。

学生ベンチャーの業種は、IT(アプリケーション、ソフトウェア)が多く、約40%を占める。研究成果ベンチャーの業種に大きな偏りは見られないが、バイオ・ヘルスケア・医療機分野の割合が若干多い。また、協同研究ベンチャーはそれに加え、環境テクノロジー・エネルギー、科学・素材などの自然科学分野が多い。

図表 9 ベンチャー分類×業種

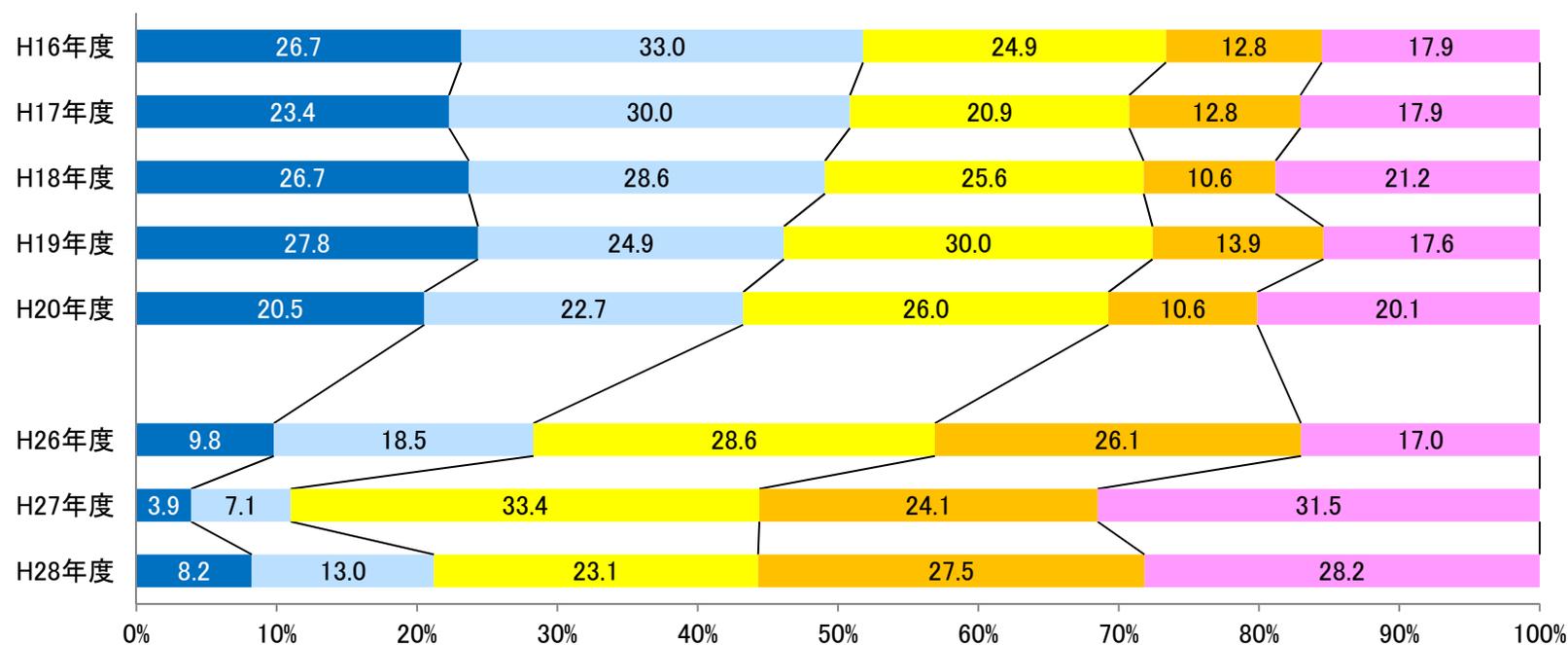


8. 大学発ベンチャーの事業ステージ

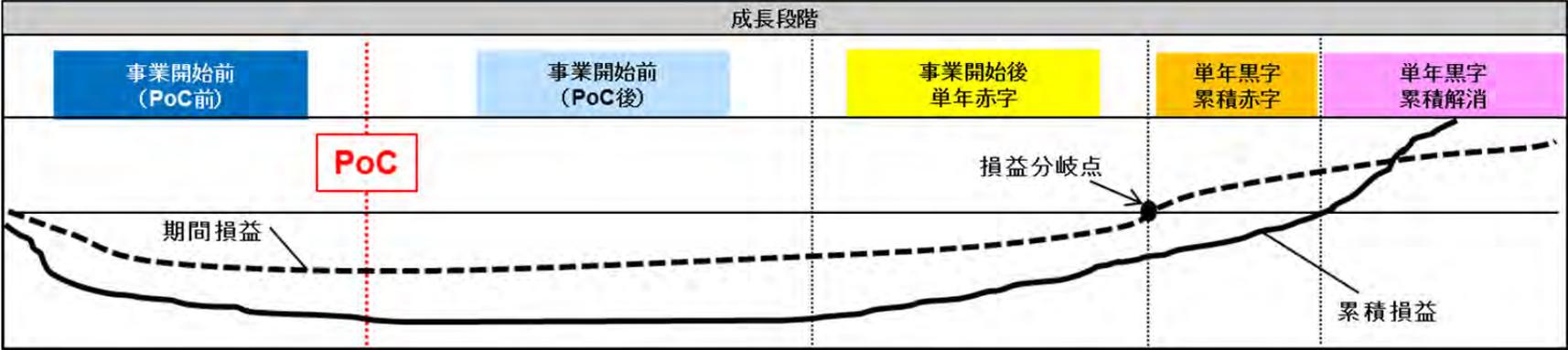
本結果は「Ⅱ.大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」ではなく、「Ⅲ.大学発ベンチャーに関する基礎調査（追加アンケート）」にて把握されたものだが、その内容上、ここに記述する。

単年黒字累積赤字～単年黒字累積解消の割合は大きく変わらなかった。昨年度調査に比べると事業開始前の割合が増加している。ただし、回答数は317であり、今年度確認された全てのベンチャーを表す結果でないことに注意いただきたい。

図表 10 大学発ベンチャーの事業ステージ (N=317)



図表 11 事業ステージ分類の定義



III. 大学発ベンチャーに関する基礎調査（追加アンケート）

本章では、「（１）大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の一環で実施した、大学発ベンチャーを対象としたアンケート調査について、取りまとめた。

- 実施時期
2017年1月11日～2月8日（紙、PDF、Wordでの回収分を含む）
- 実施対象
「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」にて把握できた全ての大学発ベンチャー
- 実施方法
郵送によるアンケート回答
希望者のみ Word ファイルをメールにて送信し、回答を受領
- 発送数・回収率
1,959 発送
（東京商工リサーチ DB を用いた企業存続確認作業前に発送）
回収 332 社（回収率 17.0%）

本アンケート調査で把握したいことは大きく以下の（１）～（３）通り

- （１） 大学発ベンチャー等データベースの立ち上げを想定した情報公開率
 - 来年度以降のベンチャー大学発ベンチャー等データベース立ち上げを想定し、本調査では大学発ベンチャーに次頁の設問を回答頂くとともに、大学発ベンチャー等データベース上での情報公開可否を把握した。

【大学発ベンチャーに関する設問】

- Q1-0. 会社名
- Q1-1. ご氏名
- Q1-2. ご役職を1つだけ選択してください
- Q2-0. 代表者名
- Q2-1. 郵便番号・住所
- Q2-2. 電話番号・FAX・Eメール
- Q2-3. ホームページ
- Q2-4. 設立時期
- Q2-5. IPO 時期、上場市場
- Q2-6. 関連する大学、学部、研究室、教員
- Q2-7. ベンチャー区分
- Q2-8. 業種区分
- Q2-9. 主力製品・サービスの供給形態
- Q2-10-1. 現在の事業ステージ
- Q2-10-2. 各事業ステージの到達年
- Q2-11. 資本金
- Q2-12. 特許
- Q2-13. 起業当初以前の大型補助金の採択
- Q2-14. 従業員数
- Q2-15. 売上高・営業利益
- Q3-0. 商品・サービス名
- Q3-1. 販売希望価格
- Q3-2. 商品・サービスの概要（3行程度）
- Q3-3. 商品・サービスの市場性（3行程度）
- Q3-4. 商品・サービスの競合優位性（3行程度）

(2) 大学発ベンチャー等データベースの重要性や意義等

- 大学発ベンチャーからみた大学発ベンチャー等データベースの重要性を把握するために【Q4-1】を設けた。また、「データベースを用いた情報発信ニーズ」を把握するために【Q4-2】を設け、最後に、大学発ベンチャーが感じるメリットを把握するために【Q4-3】を設けた。

【大学発ベンチャー等データベースに関する設問】

- Q4-1. 大学発ベンチャーデータベース（仮）は、貴社のビジネスにとってどれだけの重要性があるでしょうか。
- Q4-2. 今後大学発ベンチャーデータベース（仮）を通して、貴社として、情報発信をどれくらいしていきたいですか？
- Q4-3. 大学発ベンチャーデータベース（仮）が公開・運用されることは、貴社のビジネスにとってどのような価値があるでしょうか。

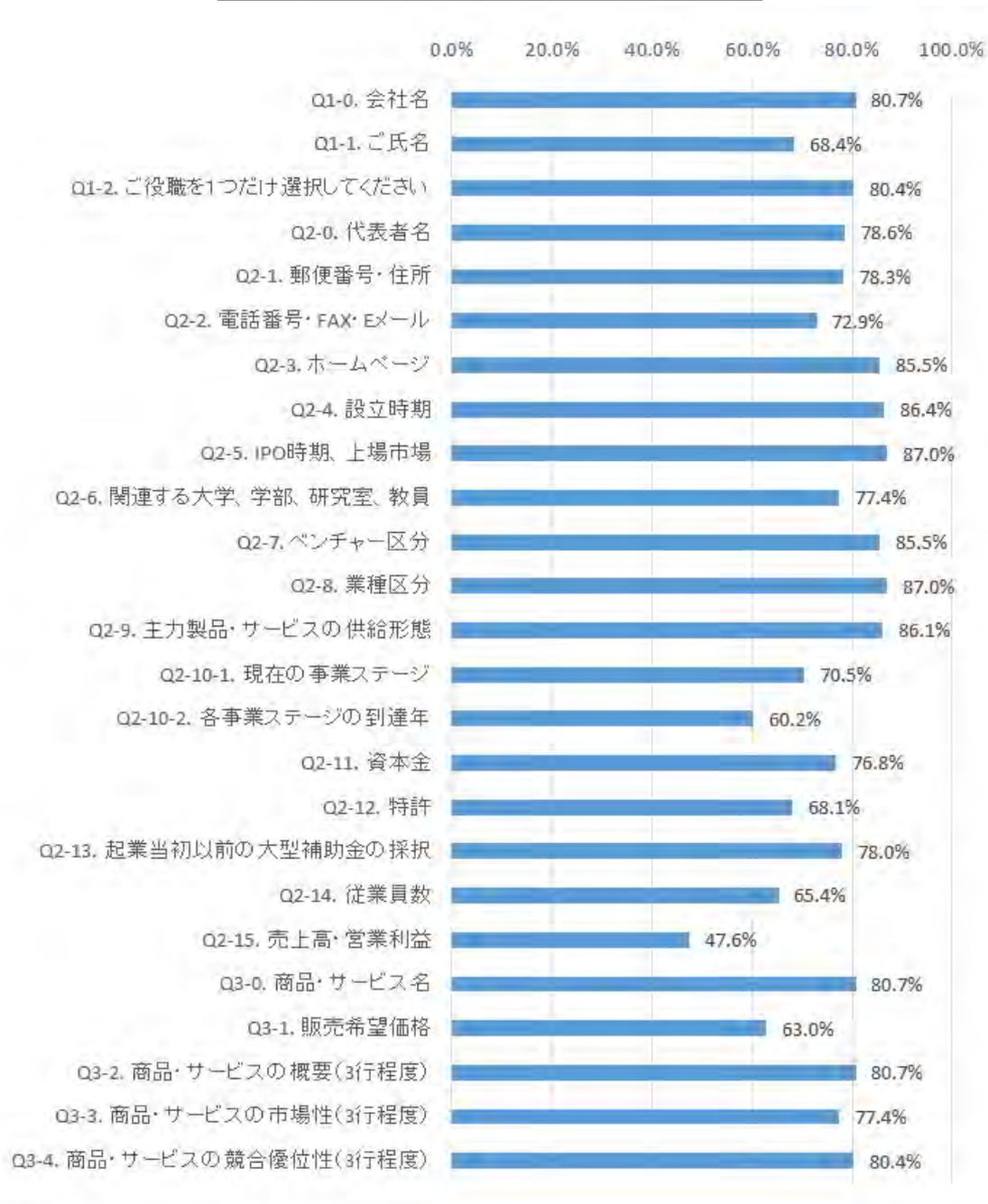
(3) 大学発ベンチャーの事業ステージ

- 昨年度からの継続調査として大学発ベンチャーの事業ステージを把握した。

(1) 大学発ベンチャー等データベースの立ち上げを想定した際の情報公開率

設問に対する情報公開率は47%~87%程度であった。公開率が最も低い設問は【Q2-15.売上高・営業利益】となった。

図表 12 設問別の情報公開率 (N=332)

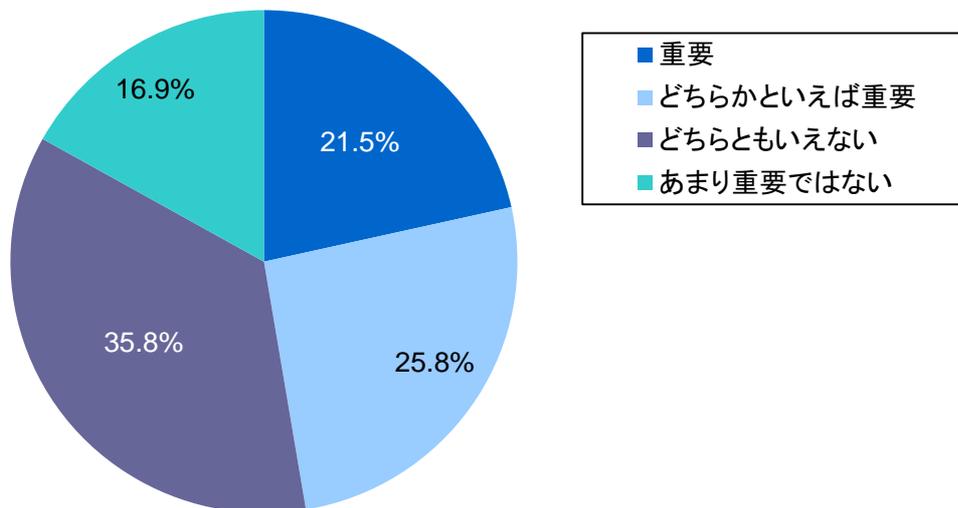


(2) 大学発ベンチャー等データベースの重要性や意義等

大学発ベンチャー等データベースの重要性に関して、「重要」「どちらかといえば重要」と回答したベンチャーは合計約 45%であった（図表 13）。裏を返せば、65%は重要とこたえておらず、大学発ベンチャー等データベースとしての機能の向上（メリットの増加）、データベース等情報発信ツールの重要性に関する啓蒙活動が求められると考えられる。

図表 13 大学発ベンチャー等データベースの重要性 (N=321)

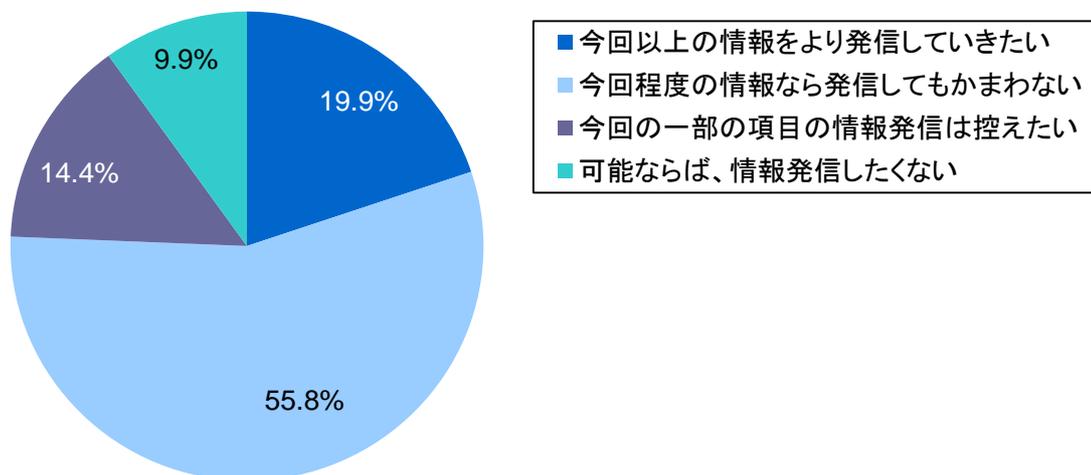
大学発ベンチャーデータベース(仮)は、貴社のビジネスにとってどれだけの重要性があるでしょうか。1つだけ選択してください【N=321】



大学発ベンチャー等データベースを通じた情報発信ニーズに関しては、約 20%の企業から「今回以上の情報をより発信していきたい」という意欲的な回答を得られた（図表 14）。また、「今回程度の情報なら発信しても構わない」と回答したベンチャーは約 56%である。そのため、約 76%のベンチャー企業は大学発ベンチャー等データベースを通じた情報発信について否定的ではないと思われる。

図表 14 情報発信に関する考え方 (N=312)

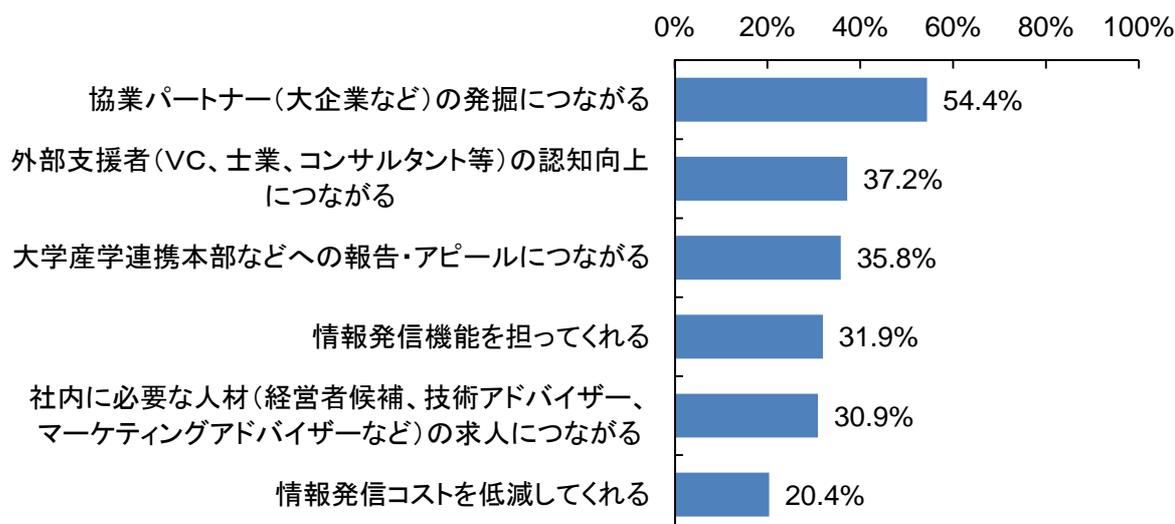
今後大学発ベンチャーデータベース(仮)を通して、貴社として、情報発信をどれくらいしていきたいですか？4つから1つだけ選択して下さい【N=312】



大学発ベンチャー等データベースを通じた情報発信のメリットに関しては、「協業パートナー（大企業など）の発掘につながる」ことが最も支持されるメリットとなった（図表 15）。

図表 15 大学発ベンチャー等データベースの価値 (N=285)

大学発ベンチャーデータベース(仮)が公開・運用されることは、貴社のビジネスにとってどのような価値があるでしょうか。あてはまるもの全てに○をつけて下さい【N=285】



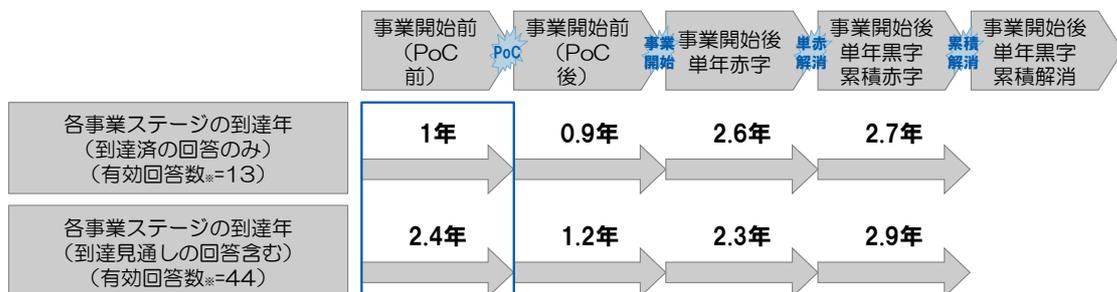
(3) 大学発ベンチャーの事業ステージ

大学発ベンチャーの現在の事業ステージに関しては、Ⅱ-7 で触れたため割愛する。現在の事業ステージに加えて、各事業ステージに必要となった年数（または必要となるだろうと想定している年数）を調査したため、ここではその結果を示す（図表 18）。ただし、有効回答数が少ないため、あくまでも参考程度にしていきたい。

すでに最終ステージに到達している企業の回答のみを集計すると、平均して PoC に 1 年程度かかるという傾向が得られた。その後、それぞれ「PoC 後～事業開始後単年赤字」に 0.9 年程度、「単年赤字～単年黒字累積赤字」に 2.6 年程度、「単年黒字累積赤字～単年黒字累積解消」に 2.7 年程度かかるという傾向が得られた。一方、上記の集計結果に、まだ最終ステージに到達していない企業の回答も含めると、平均して PoC に 2.4 年かかるという結果が得られた（その後のステージは上記の結果とほぼ同様であった）。以上から、成長前の企業は PoC に時間がかかると回答する傾向にあることがわかる。例えば「事業を立ち上げる前の企業にとって PoC のハードルが高く感じられている」「昔よりも PoC の難易度の高い商品・サービスを取り扱うベンチャー企業が増えている」「成長した企業は PoC をスムーズに終了させる傾向にある」等といったことがこの結果から言えるのではないかな。

図表 16 各事業ステージに必要となった年数（設問と結果）

【Q.2-10-2】各事業ステージの到達年をご記入下さい。（※非公開を希望する口）				
※各事業ステージ到達前の場合、到達見通をご記入いただき、到達見通年に○をご記入下さい。				
1. 事業開始前 (PoC前)	: 到達年・到達見通年	西暦()	年	
2. 事業開始前 (PoC後)	: 到達年・到達見通年	西暦()	年	
3. 事業開始後 単年赤字	: 到達年・到達見通年	西暦()	年	
4. 事業開始後 単年黒字累積赤字	: 到達年・到達見通年	西暦()	年	
5. 事業開始後 単年黒字累積解消	: 到達年・到達見通年	西暦()	年	



成長前の企業はPoCに時間がかかると回答する傾向にある

※ここでいう有効回答数とは全ステージの到達年(または到達見込み年)を回答した企業の数を示す

IV. 「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の利活用に関する有識者ヒアリング

有識者ヒアリング

I章に説明した通り、本項では、大学発ベンチャー等データベースの登録者（大学発ベンチャー）及びユーザー（大学やベンチャーキャピタル等）として想定される関係者の中から、大学発ベンチャー等への積極的な支援活動を展開していると見られる、下記の個人・機関を選定した。

- ・ 有識者（研究者・会計士）：2者
- ・ 大学（産学連携本部）：2機関
- ・ 大学発ベンチャー：2機関
- ・ 行政機関：1機関
- ・ ベンチャーキャピタル（大学系：1機関、民間系：5機関）

なお、民間系ベンチャーキャピタルのうち、事業会社を母体にするものはこのうち1社であり、その他は金融系が3社、独立系が1社であった。

本ヒアリングにおいては、特に大学発ベンチャー支援の取り組み内容、大学発ベンチャーと出会う上での工夫・課題、大学発ベンチャー等データベースへのニーズ等について聞き取った。

図表 17 ヒアリング調査における聞き取り項目と論点

項目	ヒアリング調査における論点
コンセプト (目的・意義)	<ul style="list-style-type: none">・ 大学発ベンチャーにとってどのようなメリットがあるものか・ ユーザーである外部支援者にとってどのようなメリットがあるものか
対象企業	<ul style="list-style-type: none">・ どれくらいの登録企業数を目指すべきか
主な ユーザー	<ul style="list-style-type: none">・ 事業会社、ベンチャーキャピタル、大学、政府はそれぞれユーザーになり得るか・関心を示すか
必要なカラム	<ul style="list-style-type: none">・ 下記の各項目についてどのようなデータ(カラム)が必要か<ol style="list-style-type: none">① 技術面② 経営面③ 商品・サービス④ 企業評価・実績

項目	ヒアリング調査における論点
付加価値サービス	<ul style="list-style-type: none"> • 特定のユーザーに対するクローズドなサービスに価値はあるか • どのようなサービスがあるべきか
実施体制・オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> • 大学の産学連携本部を巻き込んだ運用体制は現実的か • 大学発ベンチャーにアンケートを取るべきか • 大学発ベンチャーが直接入力・更新ができるシステムを作るべきか

1. データベースのねらい・意義について

まず、大学発ベンチャー等データベースの必要性については、全てのヒアリング対象者が、その重要性を認め、支持する意見であった。

その上で、本データベースが掲げるべき目的・意義については、大別すると、トップレベルのシーズを保有・活用する大学発ベンチャーや大企業等が集中する大都市圏に所在する大学発ベンチャーをさらに引き上げるため、という目的が適切と考える者と、著名な大学発だったり地方に所在する等の理由から、世間的には認知度の低い大学発ベンチャーの内、有力な企業を見出すため、という目的が適切と考える者に分かれた。

その他にも、ベンチャー企業の評価や見極めは、直接経営者にコンタクトを取らなければ分からないものの、その前段階のスクリーニングのための情報として、このようなデータベースが貴重であるという意見が複数あり、そのような回答をするヒアリング対象者の意見としては、その目的に立つのであれば、掲載情報の粒度は粗いもので構わない、と述べていた。

次に、本データベースの意義として、通常は各社WEBサイトや、ベンチャー関連イベント、関係者の紹介等によって断片的に集約している大学発ベンチャーの情報を、一つの媒体で網羅的に閲覧可能な点に、総じて高い期待が集まった。

加えて、英語での海外への発信を望む声が、複数のヒアリング対象者から聞かれた。これは、先進技術を強みとするベンチャー企業の多い大学発ベンチャーに置いては、日本に限らず、当該技術に関心を持つ主体との提携やビジネス関係を構築することが非常に重要であり、一方で大学発ベンチャー自身の発信力の限界から来る期待である。

また、データベースのユーザーとしては、（特にコーポレートベンチャーを持つ）大企業等の事業会社、ベンチャーキャピタル（大学系・民間系）が主要

ユーザーとなるという声が殆どであった。一方、ヒアリング調査前に、ユーザー候補として想定していた大学の産学連携本部等においては、「自大学発のベンチャー企業情報はある程度分かっている」、「他大学のベンチャー企業情報にはあまり関心が高くない」という理由から、主なユーザーとしては期待できないという意見が複数見られた。

取り扱う大学発ベンチャーの数については、多くのヒアリング対象者が、できるだけ多く掲載されることを望み、中には、設立状況調査で捕捉できている1800社程度の企業数が掲載されていることを望む声もあった。一方で、事業会社やベンチャーキャピタルから見て、提携や投資の価値が高いと思われる大学発ベンチャーが事前に絞り込まれているのであれば、少数でも構わない、とする意見も、少数ながらあった。

図表 18 大学発ベンチャー等データベースのあり方

項目	ヒアリング調査で聞かれた主な意見
コンセプト (目的・意義)	<ul style="list-style-type: none"> • 特定の大学発ベンチャーや大都市圏に所在するトップレベルの大学発ベンチャーをさらに引き上げる • 著名な大学発ではなく、地方部に所在することで埋もれている大学発ベンチャーを掘り起こす • 大学発ベンチャーに直接会って話し精査する手前の、スクリーニングのために用いる • 様々なリソースに分散し断片的になっている情報が一覧視できる • 海外への情報発信に役立つ
対象企業	<ul style="list-style-type: none"> • できるだけ全ての大学発ベンチャー(設立状況調査がカバーする1800社程度の規模) • 選りすぐりの大学発ベンチャー(数100社の規模)
主なユーザー	<ul style="list-style-type: none"> • 事業会社、ベンチャーキャピタル

2. データベースのコンテンツについて

ヒアリング対象者の殆どが技術や経営に関する情報が詳細であれば詳細であるほど良い、という希望を持つヒアリング対象者が多かったものの、詳細な情報提供を大学発ベンチャーに求めることは、データ管理を困難にし、データベ

ースへの企業登録率が低下するリスクに繋がることから、企業登録率を維持するためどこまで粗い情報を許容できるか、という観点で、本項目のヒアリングを行った。

特にベンチャーキャピタル各社の意見として、ベンチャー企業の評価、見極めのためには、結局は直接会うことが不可欠であるが、膨大な数のベンチャー企業の中から、有望な大学発ベンチャーの見当をつける上で、本データベースはスクリーニング用途で有用である、との見解が、殆どの関係者によって示された。

また、一部のヒアリング対象者からは、全てのデータを公開するのではなく、大学発ベンチャーに関わる一部の詳細なデータに関しては、条件を満たす特定のユーザーのみが閲覧できるような、クローズドのサービスが有効との意見も出た。類似の、特徴的な意見として、データ以外の付加機能を付けることを提案する意見もあった。具体的には、大学発ベンチャーと事業会社やベンチャーキャピタルをマッチングするサービス機能があれば、大学発ベンチャーとユーザーの双方にとって、本データベースの価値が上がる、というものであった。

図表 19 大学発ベンチャー等データベースのあり方

項目	ヒアリング調査で聞かれた主な意見
必要な カラム	<p>【技術】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 特許(番号・タイトル) • コア技術の第三者評価(論文の評価等) <p>【経営】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 経営者のバックグラウンド(学歴・職歴・職種・専門性等) • 関連大学・研究室 • 株主構成 <p>【商品・サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 市場性 • 競合優位性 <p>【評価・実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 資金調達(ラウンド・金額) • 民間企業による支援・提携実績 • 政府補助金の実績 • コンテスト等の表彰実績
付加価値 サービス	<ul style="list-style-type: none"> • 詳細な情報は条件を満たす一部ユーザーに対するクローズド・サービスとする

項目	ヒアリング調査で聞かれた主な意見
	<ul style="list-style-type: none"> • 会員登録したベンチャーキャピタルや大企業が、有望な大学発ベンチャーとマッチングできるプラットフォーム機能を付加する

3. データベースの運用のあり方について

将来の大学発ベンチャー等データベースのデータ回収、データ管理等の運用体制について、本ヒアリング調査前には、設立状況調査の手法同様に、産学連携本部を中心とした大学機関を介した情報収集が必要という仮説を立てて、調査を実施した。

その結果、殆どのヒアリング対象者からは、その手法に依存した運用は現実的ではないという意見が聞かれた。その理由としては、一社あたりの情報量が設立状況調査と比較しても大きくなるため、大学発ベンチャーを多く抱える大学機関の負担が過剰になってしまうこと、また、大学機関によっては、情報を入力する手段すらなく、結果として有用なデータベースにはならないリスクがあげられた。

他方、殆どのヒアリング対象者から提案があった意見は、大学発ベンチャーによるアンケート調査回答を促すための、明確なインセンティブを設けることであった。例えば、本データベースへの登録や更新をすることで、当該年度の政府の補助金事業の申請手続きが簡略化される等の、実質的なメリットがあることで、登録企業の充実が図れるというものである。

図表 20 大学発ベンチャー等データベースの運用のあり方

項目	ヒアリング調査で聞かれた主な意見
調査実施体制・オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> • 大学の産学連携本部に依存したデータ管理体制には限界があるのではない • 大学発ベンチャーに個別にアンケートする代わりに、回答した企業にインセンティブが働く仕組みが必要

V. 大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査のあり方に関する提

言

本章では、これまで報告した調査分析結果をとりまとめ、大学発ベンチャー等データベースのあり方について検討を行った。また、この取りまとめを踏まえて、ベンチャーキャピタリストを中心とした有識者によるグループインタビューを行い、その意見を集約した。

以上をもって、今後の大学発ベンチャーのあるべき姿と、その実現のために取るべき施策について、整理した。

1. 分析結果の整理

ここでは、追加アンケート調査及びヒアリング調査の結果をとりまとめ、大学発ベンチャー等データベースのあり方を整理した。

本データベースのコンセプトとして、大学発ベンチャーが、外部支援者（事業会社やベンチャーキャピタル等）と繋がることで成長するためのきっかけづくりとなるものである。簡易だが多数の項目の情報がカバーされており、初期スクリーニング用途で、事業会社やベンチャーキャピタル等によって使用されるものが望ましい。また、海外発信のため、英語対応していることも必要である。

次に、対象企業の規模としては、データ管理体制として、現実的には大学発ベンチャーへのアンケート調査形式によるデータ収集・メンテナンスが想定されることから、登録企業数は、そのアンケート調査の回収率に左右されることとなる。当面は、数 100 社規模のデータベースとなることが見込まれるが、別途議論を要する、大学発ベンチャーへの回答インセンティブ付与により、登録企業数を増やしていくべきである。

主なユーザーについては、大学発ベンチャー側にとっては、本データベースが事業会社やベンチャーキャピタルとのマッチング機会になるとの期待があり、事業会社やベンチャーキャピタルから見ても、大学発ベンチャーをスクリーニングし、望ましい企業と出会うきっかけづくりになると考えられている。

データベースのコンテンツとなるカラムについては、今年度の追加アンケート調査程度の設問であれば、多くの回答者から回答が得られることが分かった。

一方で、売上や利益、事業ステージの経歴等、過去を含む企業の経営実態の詳細について問う設問については、回答に前向きな大学発ベンチャーが必ずしも多くなく、設問設計に慎重さが必要である。

対ユーザーのサービスとしては、本データベースの目的も鑑み、大学発ベンチャーとユーザー（事業会社やベンチャーキャピタル等）のマッチング機能が有効であると考えられる。また、より多くの大学発ベンチャーによる登録を促すため、データベースに情報提供・登録をすることのインセンティブ付与の仕組みを設計することが非常に重要である。

図表 21 調査結果の全体まとめ

項目	追加アンケート調査結果	ヒアリング調査で聞かれた 主な意見	まとめ
コンセプト (目的・意義)	<ul style="list-style-type: none"> 大学発ベンチャーにとって、事業会社やベンチャーキャピタルとのマッチングに役立つ 大学機関(産学連携本部)へのアピールにもなる 	<ul style="list-style-type: none"> トップレベルのシーズを保有・活用する大学発ベンチャーをさらに引き上げる 埋もれている大学発ベンチャーを掘り起こす 外部支援者が初期スクリーニングのために用いる 断片的になっている情報が一覧視できる 海外への情報発信に役立つ 	<ul style="list-style-type: none"> 大学発ベンチャーが外部支援者(事業会社やベンチャーキャピタル等)と繋がることで成長するためのきっかけづくり 簡易だが多数の項目の情報がカバーされており、初期スクリーニングに使える 英語対応している
対象企業	<ul style="list-style-type: none"> 追加アンケートの回答企業は約 320 社(回収率の参考) 	<ul style="list-style-type: none"> できるだけ全ての大学発ベンチャー(設立状況調査がカバーする 1800 社程度の規模) 選りすぐりの大学発ベンチャー(数 100 社の規模) 	<ul style="list-style-type: none"> 当面は数 100 社規模ながら、できるだけ登録数を増加することを目指す(大学発ベンチャーへのアンケート実施を想定)
主なユーザー	<ul style="list-style-type: none"> 大学発ベンチャーにとって、事業会社やベンチャーキャピタルとのマッチングに役立つ 	<ul style="list-style-type: none"> 事業会社、ベンチャーキャピタル 	<ul style="list-style-type: none"> 事業会社、ベンチャーキャピタルを中心とした外部支援者

項目	追加アンケート調査結果	ヒアリング調査で聞かれた 主な意見	まとめ
カラム	<ul style="list-style-type: none"> • 下記の情報については大学発ベンチャーによる情報公開の意向が低い <ul style="list-style-type: none"> －売上・利益 －各事業ステージの到達年 －商品・サービスの販売希望価格 • 今年度の追加アンケート調査の設問項目の程度であれば情報提供に応じるという意見が過半数 	<ul style="list-style-type: none"> • 技術 • 経営 • 商品・サービス • 評価・実績 	<ul style="list-style-type: none"> • 今年度の追加アンケート調査と同等程度のレベルの項目 • 特に企業の金銭や経営状態に関わる情報については、これ以上深掘りしない
付加価値サービス	<ul style="list-style-type: none"> • － 	<ul style="list-style-type: none"> • 詳細な情報は条件を満たす一部ユーザーに対するクラウド・サービスとする • 会員登録したベンチャーキャピタルや大企業が、有望な大学発ベンチャーとマッチングできるプラットフォーム機能を付加する 	
調査実施体制・オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> • － 	<ul style="list-style-type: none"> • 大学の産学連携本部に依存したデータ管理体制には限界があるのではないか • 大学発ベンチャーに個別にアンケートする代わりに、回答した企業にインセンティブが働く仕組みが必要 	

2. 有識者グループインタビューから得られた示唆

本調査においては、設立状況調査、追加アンケート調査、ヒアリング調査が全て終わった後に、有識者によるグループインタビューを行い、各調査を踏まえて導き出された大学発ベンチャー等データベースのあり方について、さらに改善するためのアドバイスを有識者より集約した。

このグループインタビューからは下記のような点の示唆が得られた。

- ① データベースの網羅性を担保し、漏れのないデータベースであることで価値を高める
- ② 関連制度への応募条件にする（補助金や表彰制度等）、または、他のシステム（e-Rad等）にデータが共有される仕組みにすることで、大学発ベンチャーにとってのインセンティブを高める
- ③ 負えるコストの範囲内で、データベースのメンテナンスの仕組みを構築すること
- ④ 機械学習やテキストマイニング等の技術を活用して、検索機能及びその精度を充実させる
- ⑤ 英語対応を行うことで、成長途上の大学発ベンチャーが海外投資家と出会うきっかけを提供する

3. 大学発ベンチャーデータベースの仕様素案

上記の課題を踏まえ、今後、大学発ベンチャー等データベースの抑えるべき点について、以下の表の通りまとめた。

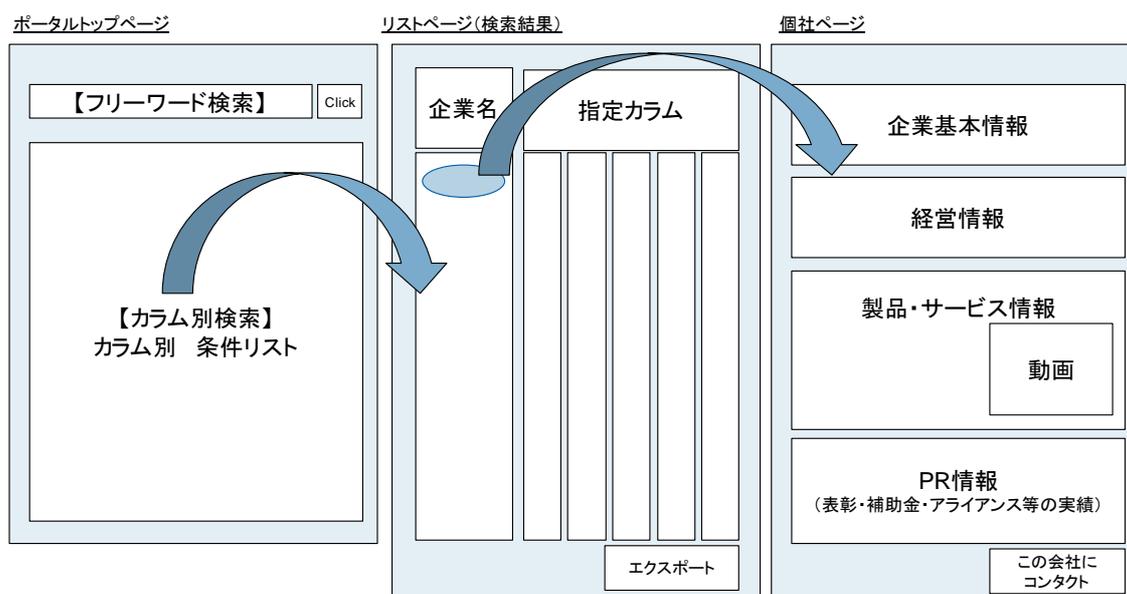
図表 22 大学発ベンチャー等データベース仕様素案

項目	要求事項
コンセプト (目的・意義)	<ul style="list-style-type: none"> • 大学発ベンチャーが外部支援者(事業会社やベンチャーキャピタル等)と繋がることで成長するためのきっかけづくり • 簡易だが多数の項目の情報がカバーされており、初期スクリーニングに使える • 英語での情報発信に対応している
対象企業	<ul style="list-style-type: none"> • 網羅性の担保のため、できるだけ登録数を増加することを目指す
主なユーザー	<ul style="list-style-type: none"> • 事業会社、ベンチャーキャピタルを中心とした外部支援者
カラム	<ul style="list-style-type: none"> • 今年度の追加アンケート調査と同等程度のレベルの項目 • 技術に関する情報は今年度以上に詳細に収集 • 特に企業の金銭や経営状態に関わる情報については、これ以上深掘りしない

項目	要求事項
付加価値サービス	<ul style="list-style-type: none"> 登録した企業(回答者)は表彰や補助金の申請において有利になるインセンティブ 他のシステムと連動することによる相互価値向上
実施体制・オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> 大学発ベンチャーに対するアンケート調査形式

これらを踏まえて、大学発ベンチャー等データベースのイメージとして、オンラインの検索機能を有するデータベース専用のWEBサイト例を図表23に示した。基本的な機能として、大学発ベンチャーの条件検索、その出力結果のリスト化、個別企業の詳細確認ができるような、階層構造である。

図表 23 大学発ベンチャー等データベースWEBサイトのイメージ

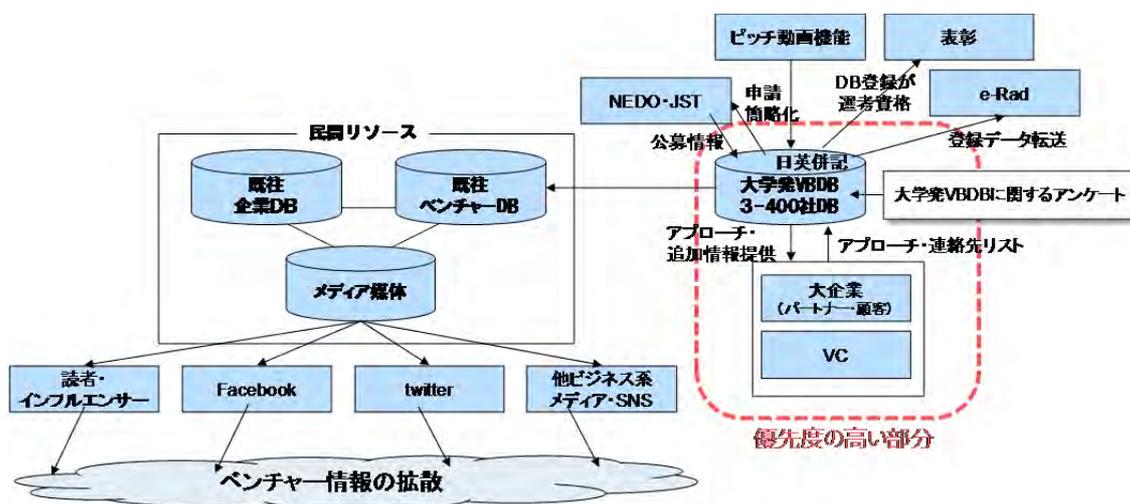


これまで論じられてきたように、大学発ベンチャー等データベースに登録する大学発ベンチャーや利用するユーザーにとって、インセンティブの担保は重要な要素であり、そのためには、大学発ベンチャーとユーザーのマッチング機能だけに止まらず、補助金申請や表彰等、大学発ベンチャーにとって重要な取り組みにおいて、このデータベースに登録していることで有利になるような仕組みの設計が重要である。

同時に、インセンティブを最大化するための方策の一つとして、メディアの機能を活用する方法もある。米国では、ベンチャー企業データベースである“Crunchbase”を所有するベンチャーメディア TechCrunch (AOL 社運営)が、データベース情報を利用して、ニュースで取り扱うベンチャー企業を検索、選定する等、有効利用している。これと類似の仕組みを持つような民間企業の事業と、大学発ベンチャー等データベースが連動することによって、登録している大学発ベンチャーの露出機会が増えるインセンティブが働く。

当面は下図の赤線枠内が本データベースの事業領域となるが、将来的には幅広く様々な主体や事業と連携することを念頭に、当初から全体を設計しておくことが重要であろう。

図表 24 大学発ベンチャー等データベースのエコシステム案



4. 今後求められる取り組み

以上の調査結果より、大学発ベンチャー等データベースについては、総じて肯定的な意見が多く、登録者側（大学発ベンチャー）の情報公開および閲覧者側（ベンチャー支援者、企業等）の有効活用について、実効性が担保されるものと思われる。

一方、実運用に向けた課題として以下の点が明確になった。

- ① データベースの網羅性を担保すること
- ② データベースのメンテナンスの仕組みを構築すること

③ 英語対応を行うこと

① データベースの網羅性を担保すること

データベースに求められていることは、大学発ベンチャーの詳細な情報が掲載されていることよりも、実態として存在する大学発ベンチャーが網羅的に収録されていること。データベースの網羅性を担保するためには、登録者側（大学発ベンチャー）の情報公開・登録に対するインセンティブを確保する必要がある。具体的なインセンティブを確保する方法として、以下の2点を想定する。

i. 官公庁の助成金との連携

各省庁・関連機関では、ベンチャー企業向けの補助金等助成金制度が多く施行されている。ベンチャー企業にとっては、これらの補助金等助成金の獲得は非常に重要になる一方、手続きの煩雑さも指摘されている。もし大学発ベンチャー等データベースへの情報登録をすることで、定型情報に関しては各種補助金等助成金の申請書への自動反映がされ、さらにはデータベースへの登録を各種補助金等助成金の申請のための必須要件とすれば、登録者側（大学発ベンチャー）の強いインセンティブとなるものと思われる。

ii. 各種表彰制度との連携

各省庁では、大学発ベンチャー表彰、日本ベンチャー大賞等、ベンチャー企業に対する各種表彰制度を実施しており、ベンチャー企業にとっては、事業拡大のためにもこれらの表彰は非常に重要となる。一方、表彰の際の審査対象の範囲の確定や制度の活性化が課題となっている。大学発ベンチャーに関しては、各種表彰を受けるための要件として、大学発ベンチャー等データベースへの登録を規定すれば、これも登録者側（大学発ベンチャー）の強いインセンティブとなるものと思われる。

② データベースのメンテナンスの仕組みを構築すること

大学発ベンチャー等データベースは、初期登録後のメンテナンスが実効性を担保するうえでの大きな鍵となる。一方、データベースのメンテナンスには毎年大きなコストがかかり、また蓄積されたノウハウのもと実施していく必要がある。民間の取り組みには、国内ベンチャー企業のデータを幅広く収録しているデータベース事業が存在し、卓越したメンテナンスノウハウを保有し、データベース事業単体での黒字化を実現している例がある。

民間事業者における黒字化は事業の継続性を意味するので、大学発ベンチャー等データベースは早期に既往の民間事業者に移管し、データベースのメンテナンスを含めた事業の継続性を想定することも重要である。

③ 英語対応を行うこと

大学発ベンチャー等データベースの登録者側（大学発ベンチャー）は、近年、他の追随を許さない技術力を持ってグローバル展開するケースが多く見られ、また政策としてもこのような流れを大いに期待したい。大学発ベンチャー等データベースを発信の場として位置づける場合、グローバル展開を見据え、データベースの英語対応は必須になる。

参考資料①大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査票

本事業で実施した「大学発ベンチャーの設立状況等に関する調査」の調査票を掲載する。

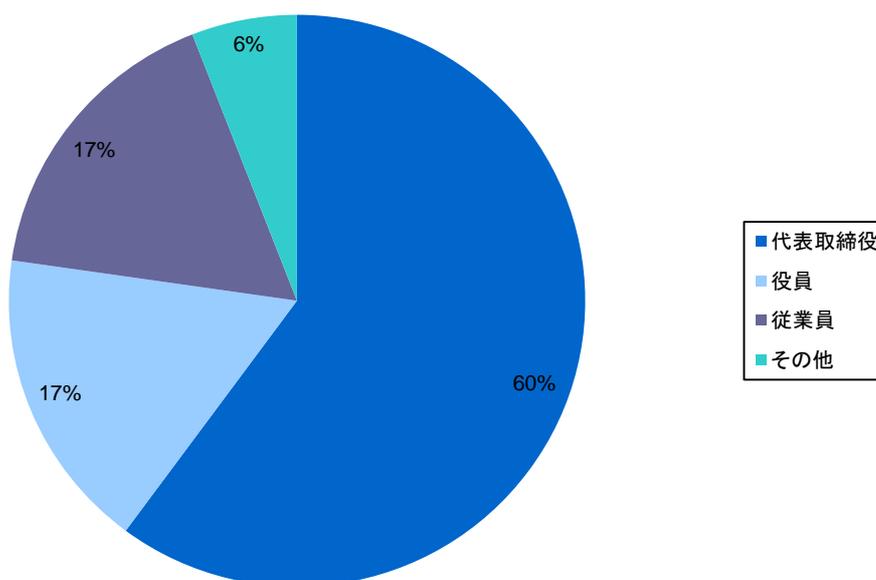
参考資料②追加アンケート調査の集計結果および調査票

本事業で実施した「大学発ベンチャーに対するアンケート調査」の集計結果と調査票を掲載する。

1. 大学発ベンチャーに対するアンケート調査 調査結果

図表 26 回答者の役職

Q1-2.ご役職を1つだけ選択してください【SA】【N=321】



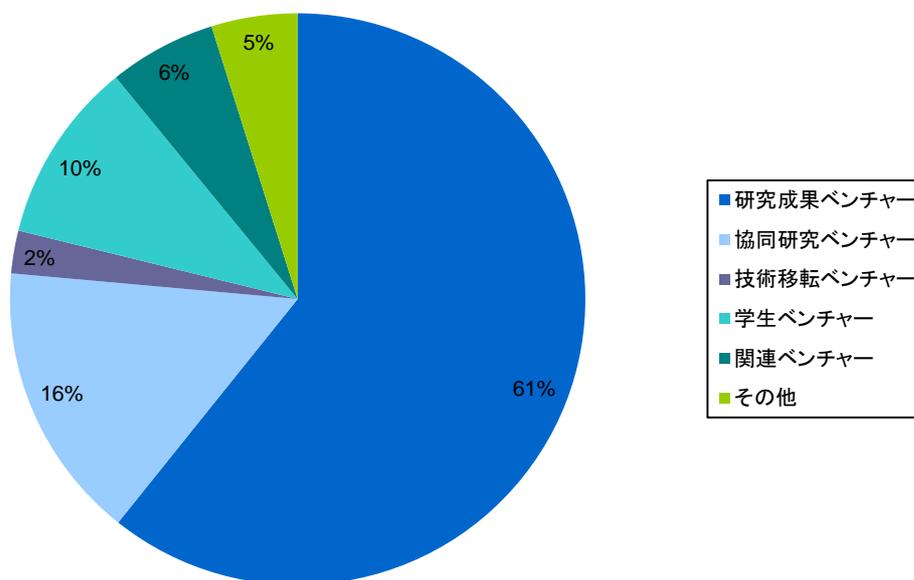
図表 27 回答企業の住所【SA】【N=332】

都道府県	%
東京都	17.2%
神奈川県	8.6%
大阪府	8.3%
福岡県	7.7%
京都府	5.5%
宮城県	4.3%
北海道	4.0%
滋賀県	3.4%
静岡県	3.4%
愛知県	3.1%
茨城県	3.1%
広島県	3.1%
千葉県	2.5%
兵庫県	2.2%
鹿児島県	1.8%
岡山県	1.5%
岩手県	1.5%
石川県	1.5%
鳥取県	1.5%
山形県	1.2%
福島県	1.2%
沖縄県	0.9%

都道府県	%
岐阜県	0.9%
熊本県	0.9%
埼玉県	0.9%
三重県	0.9%
山口県	0.9%
徳島県	0.9%
群馬県	0.6%
佐賀県	0.6%
新潟県	0.6%
長野県	0.6%
栃木県	0.6%
奈良県	0.6%
愛媛県	0.3%
宮崎県	0.3%
山梨県	0.3%
秋田県	0.3%
青森県	0.3%
大分県	0.3%
長崎県	0.3%
島根県	0.3%
富山県	0.3%
和歌山県	0.3%

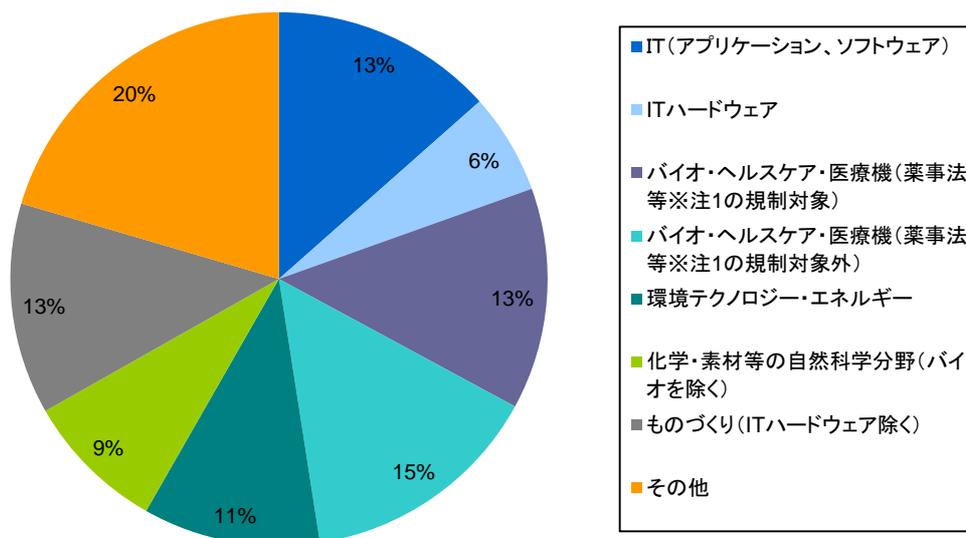
図表 28 大学との関係分類

Q2-7.大学との関係分野を1つだけ選択してください【SA】【N=324】



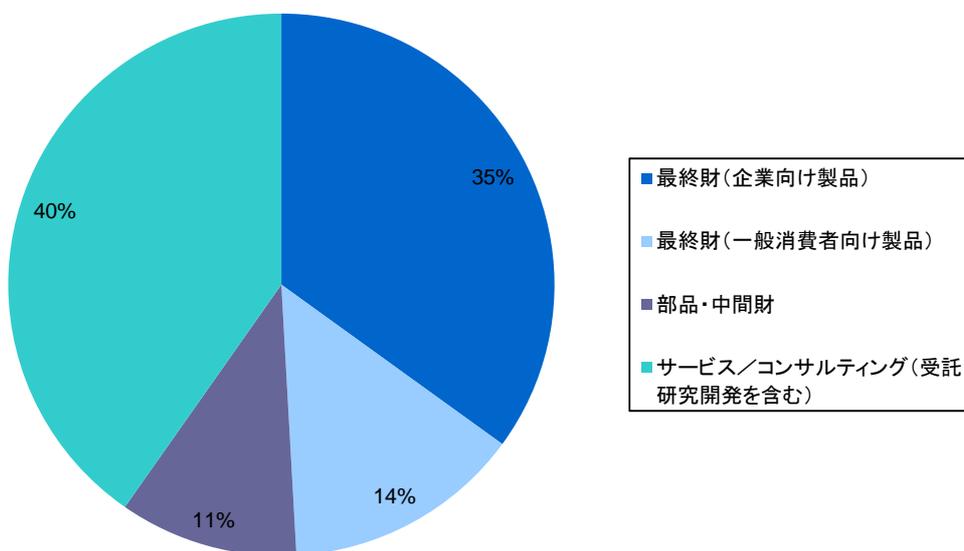
図表 29 業種

Q2-8.主たる業種を1つだけ選択してください【SA】【N=323】



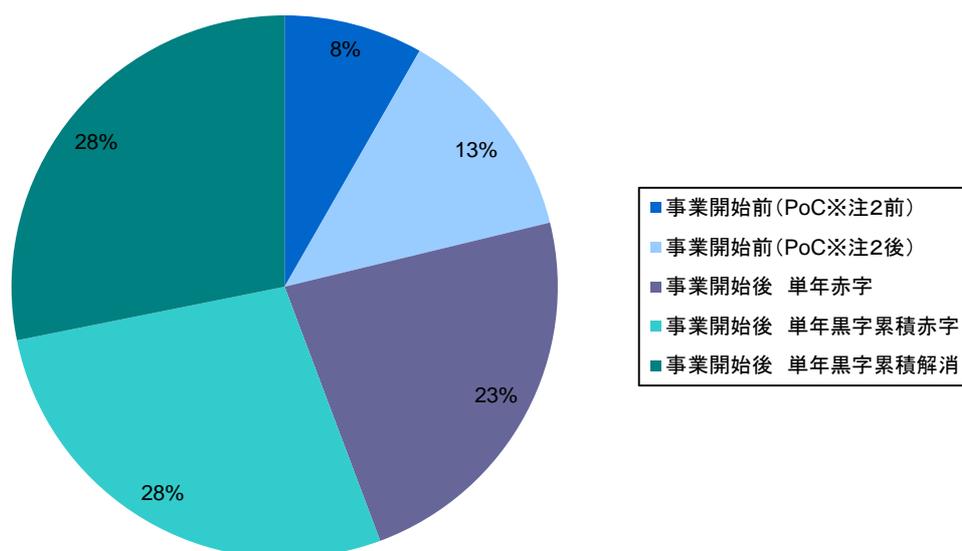
図表 30 製品・サービスの供給形態

Q2-9.主力製品・サービスの供給形態を1つだけ選択してください【SA】
【N=322】

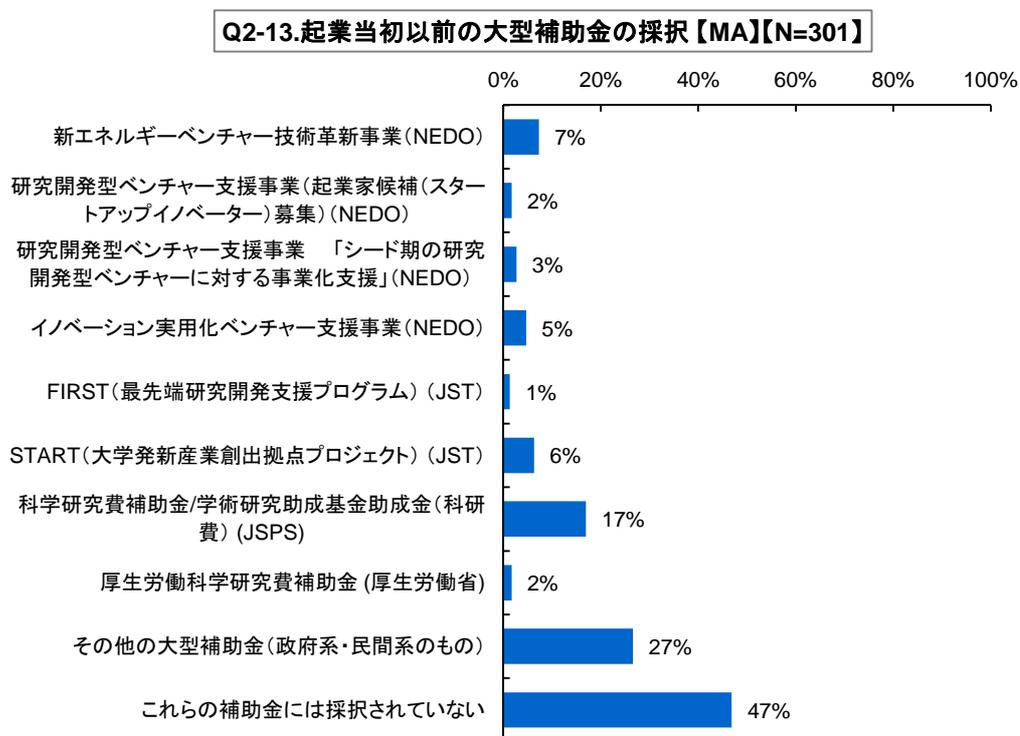


図表 31 製品・サービスの供給形態

Q2-10.主力製品・サービスからみた現在の事業ステージを1つだけ選択してください【SA】【N=316】

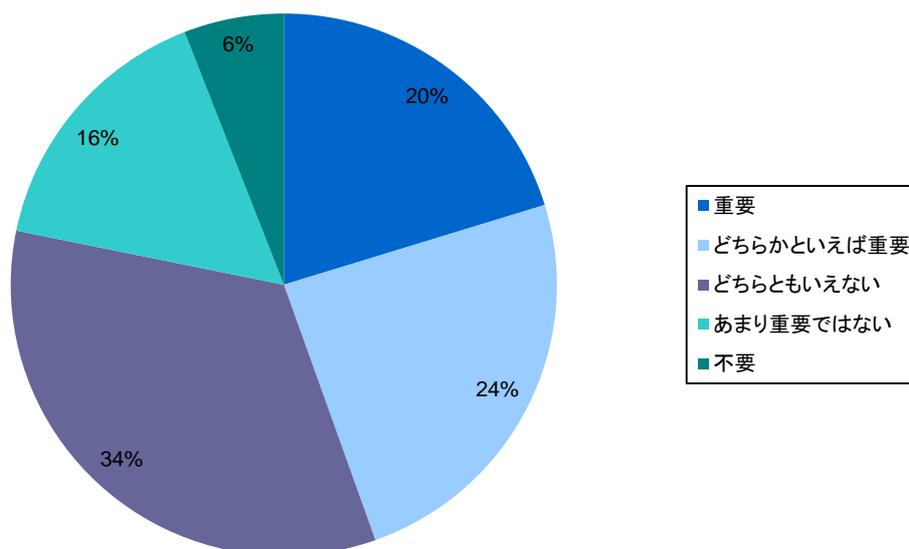


図表 32 大型補助金の採択



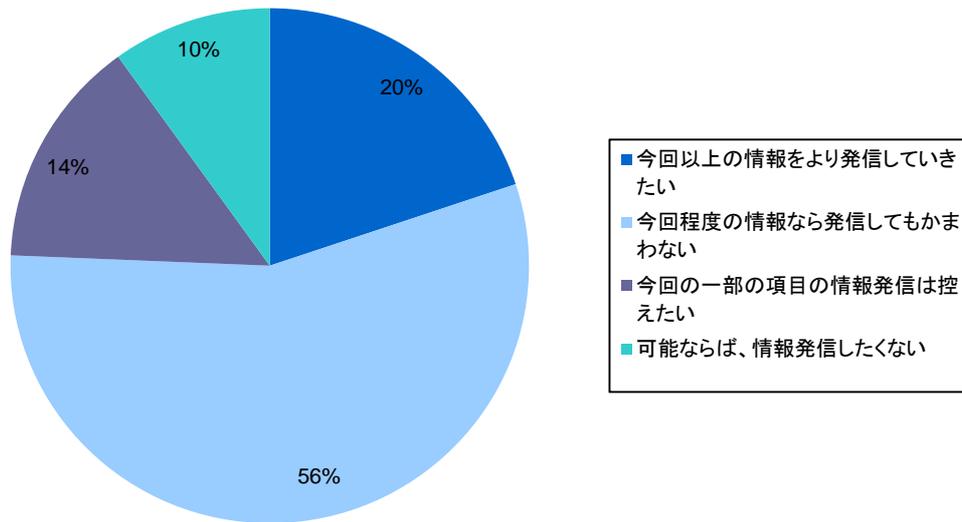
図表 33 大学発ベンチャー等データベースの重要性

Q4-1.大学発ベンチャーデータベース(仮)は、貴社のビジネスにとってどれだけの重要性があるでしょうか。1つだけ選択してください【SA】【N=321】



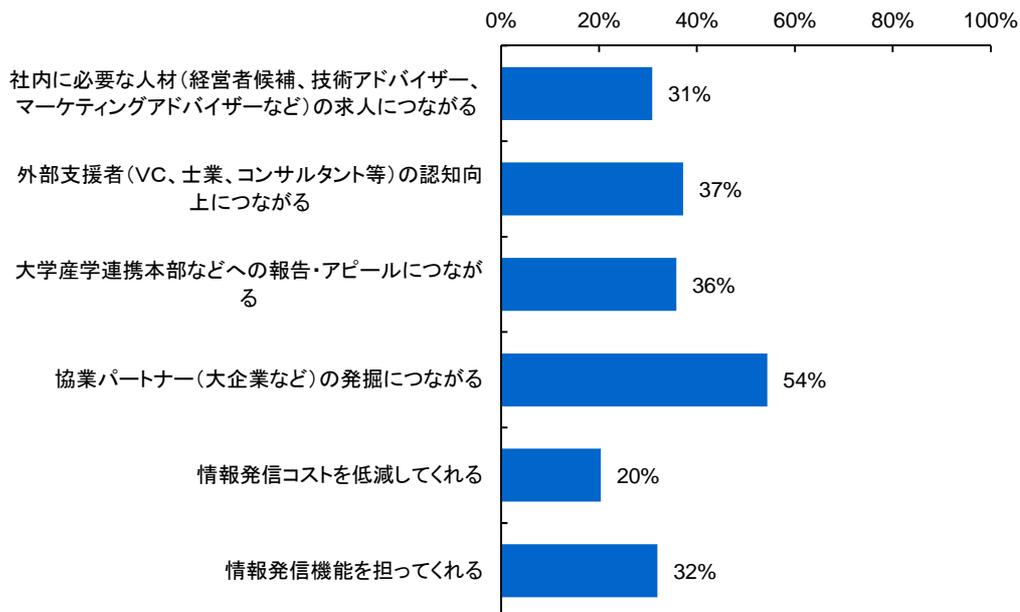
図表 34 情報発信ニーズ

Q4-2. 今後大学発ベンチャーデータベース(仮)を通して、貴社として、情報発信をどれくらいしていきたいですか？4つから1つだけ選択して下さい【SA】
【N=312】



図表 35 大学発ベンチャー等データベースに感じる価値

Q4-3. 大学発ベンチャーデータベース(仮)が公開・運用されることは、貴社のビジネスにとってどのような価値があるでしょうか。あてはまるもの全てに○をつけて下さい【MA】【N=285】



2. 「大学発ベンチャーに関する基礎調査」アンケート調査票

平成28年度産業技術調査
「大学発ベンチャーに関する基礎調査」
アンケート調査票

平成29年1月11日

調査実施機関：株式会社野村総合研究所

本調査は、株式会社野村総合研究所が経済産業省大学連携推進室より委託を受け、実施しております。本調査結果は、大学発ベンチャーの実態に関する研究や政策立案のために活用されます。

また、大学発ベンチャーの事業内容や魅力を、公に対して積極的に発信するとともに、民間企業や投資家等と大学発ベンチャーのマッチング等の新たな機会創出を目的として、本年度の調査結果については、試行的に個社情報を大学発ベンチャーデータベース（仮）として、PDF等の形式で一覧表にした形で、経済産業省のWEBページにて公開予定です。**「非公開を希望する口」のチェックボックスにチェックをいただければ、大学発ベンチャーデータベース（仮）では非公開とさせていただきます。**

本調査の趣旨をご理解いただいた企業様については、実態に即して率直にご回答いただけると幸いです。

平成29年1月25日（水）迄に、ご回答をお願いします。年始のご多忙な折に大変申し訳ございませんが、何卒ご協力お願い申し上げます。

返送の宛先：同封の封筒に入れて下記までご返送下さい。

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-2

大手町フィナンシャルシティ グランキューブ

〆切： 平成29年1月25日

電子ファイル（Word）でご回答を希望される方は meti-info@nri.co.jp までご連絡頂ければ、頂いたメールアドレスに返信する形で、本アンケート調査票と同様のワードファイルをお送りいたします。

大学発ベンチャーデータベース（仮）については、本年度の本調査結果を以って立ち上げるものをプロトタイプ版とし、次年度以降、順次発信する情報や運用形式を改善しつつ、拡充していくことを検討しています。

なお、株式会社野村総合研究所では、取得した個人情報を本アンケート調査にのみ利用し、それ以外の目的には利用いたしません。ご入力された個人情報は、平成29年4月末日をもってデータを完全に削除いたします。

（株）野村総合研究所 社会システムコンサルティング部
大学発ベンチャー調査担当

Tel : 03-5877-7372, Mail: meti-info@nri.co.jp

※注1 薬事法、再生医療等安全性確保法等

【Q.2-9】主力製品・サービスの供給形態を1つだけ選択して下さい。（※非公開を希望する□）

※複数項目がある場合は、主たる製品・サービスお知らせ下さい。

1. 最終財(企業向け製品)
2. 最終財(一般消費者向け製品)
3. 部品・中間財
4. サービス／コンサルティング(受託研究開発を含む)

【Q.2-10-1】主力製品・サービスからみた現在の事業ステージを1つだけ選択して下さい。（※非公開を希望する□）

1. 事業開始前(PoC^{※注2}前)
2. 事業開始前(PoC^{※注2}後)
3. 事業開始後 単年赤字
4. 事業開始後 単年黒字累積赤字
5. 事業開始後 単年黒字累積解消

※注2 PoC (Proof of Concept)とは、製品・サービスに繋がる新たな概念やアイデアの実現可能性を示すために、簡単かつ不完全な実現化を行うこと。本格的なプロトタイプングの前段階となる概念実証。

【Q.2-10-2】各事業ステージの到達年をご記入下さい。（※非公開を希望する□）

※各事業ステージ到達前の場合、到達見通をご記入いただき、到達見通年に○をご記入下さい。

1. 事業開始前(PoC 前) :到達年・到達見通年 西暦()年
2. 事業開始前(PoC 後) :到達年・到達見通年 西暦()年
3. 事業開始後 単年赤字 :到達年・到達見通年 西暦()年
4. 事業開始後 単年黒字累積赤字 :到達年・到達見通年 西暦()年
5. 事業開始後 単年黒字累積解消 :到達年・到達見通年 西暦()年

【Q.2-11】資本金（※非公開を希望する□）

（ ）円※2016年4月1日時点

【Q.2-12】特許（※非公開を希望する□）

※該当項目の保有・出願件数がない場合は、「0」件とご入力下さい。

保有件数(国内):()件※2016年4月1日現在までの累計

出願件数(国内):()件※2016年度の出願数

保有件数(海外):()件※2016年4月1日現在までの累計

出願件数(海外):()件※2016年度の出願数

【Q.2-13】起業当初以前の大型補助金の採択（※非公開を希望する□）

※貴社または貴社のコア技術の出自となっている研究室のいずれかが補助金を受けている場合は「1～9」を複数選択して下さい。いずれの補助金を受けていない場合は、「10」を1のみ選択して下さい。

1. 新エネルギーベンチャー技術革新事業(NEDO)
2. 研究開発型ベンチャー支援事業(起業家候補(スタートアップイノベーター)募集)(NEDO)
3. 研究開発型ベンチャー支援事業 「シード期の研究開発型ベンチャーに対する事業化支援」(NEDO)
4. イノベーション実用化ベンチャー支援事業(NEDO)
5. FIRST(最先端研究開発支援プログラム)(JST)
6. START(大学発新産業創出拠点プロジェクト)(JST)
7. 科学研究費補助金/学術研究助成基金助成金(科研費)(JSPS)
8. 厚生労働科学研究費補助金(厚生労働省)
9. その他の大型補助金(政府系・民間系のもの)(具体的に⇒)
10. これらの補助金には採択されていない

【Q.2-14】従業員数（※非公開を希望する□）

※常勤役員を含みます。

正社員（西暦 年 月）期（ ）名

非正規社員（西暦 年 月）期（ ）名

【Q.2-15】売上高・営業利益（※非公開を希望する□）

※該当年の営業利益が赤字の場合は、数字の前に半角でマイナス「-」をご記入下さい。

売上高（西暦 年 月）期（ ）円

営業利益（西暦 年 月）期（ ）円

Ⅲ. 最もご自慢の貴社の商品・サービス(ただし、市場に投入済みのものに限る)を一つだけご記入下さい。

【Q.3】商品・サービス名（※非公開を希望する□）

【Q.3-1】販売希望価格（※非公開を希望する□）

（ ）円

【Q.3-2】 商品・サービスの概要を 3 行程度でご記入下さい。（※非公開を希望する□）

※想定する顧客、商品・サービスの利用方法、顧客にとっての価値等をご記入下さい。

【Q.3-3】 商品・サービスの市場性を 3 行程度でご記入下さい。（※非公開を希望する□）

※当該商品・サービスの将来的な市場規模の展望やその背景・理由（例：特定疾患の患者は世界中に 1000 万人いるため等）をご記入下さい。

【Q.3-4】 商品・サービスの競合優位性を 3 行程度でご記入下さい。（※非公開を希望する□）

※類似の商品・サービス等の競合に対して強みや差別化のポイントになる特徴、シェアの想定規模等をご記入下さい。

IV.本調査の結果の一部を、個社情報をリスト化して経済産業省の WEB ページに「大学発ベンチャーデータベース(仮)」として掲載することに関するご意見をお聞かせ下さい。

【Q.4-1】 大学発ベンチャーデータベース(仮)は、貴社のビジネスにとってどれだけの重要性があるでしょうか。1 つだけ選択して下さい。（※回答は非公開）

1. 重要
2. どちらかといえば重要
3. どちらともいえない
4. あまり重要ではない
5. 不要

【Q.4-2】今後大学発ベンチャーデータベース(仮)を通して、貴社として、情報発信をどれくらいしていきたいですか？4 つから 1 つだけ選択して下さい。1,3,4 のいずれかを選択した場合は任意で具体的にご記入下さい。(※回答は非公開)

1. 今回以上の情報をより発信していきたい
(発信していきたい項目を具体的にご記入:)
2. 今回程度の情報なら発信してもかまわない
3. 今回の一部の項目の情報発信は控えたい
(情報発信上、ネックになる項目を具体的にご記入:)
4. 可能ならば、情報発信したくない
(情報発信上、ネックになる項目を具体的にご記入:)

【Q.4-3】 大学発ベンチャーデータベース(仮)が公開・運用されることは、貴社のビジネスにとってどのような価値があるでしょうか。あてはまるもの全てに○をつけて下さい。(※回答は非公開)

※大学発ベンチャーデータベース(仮)は、大学発ベンチャーの事業内容や魅力を、公に対して積極的に発信するとともに、民間企業や投資家等と大学発ベンチャーのマッチング等の、新たな機会創出をねらうものです。

1. 社内に必要な人材(経営者候補、技術アドバイザー、マーケティングアドバイザーなど)の求人につながる
2. 外部支援者(VC、土業、コンサルタント等)の認知向上につながる
3. 大学産学連携本部などへの報告・アピールにつながる
4. 協業パートナー(大企業など)の発掘につながる
5. 情報発信コストを低減してくれる
6. 情報発信機能を担ってくれる

【Q.5】大学発ベンチャーの育成支援について、国・VC・大学・公的機関に対する要望や、大学発ベンチャーデータベース(仮)、その他ご意見等ございましたらご自由にご記入下さい。(※回答は非公開)

以上で終了です。 アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

株式会社野村総合研究所

コンサルティング事業本部（担当：佐藤将史、夏目典明）

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-2

大手町フィナンシャルシティ グランキューブ

電話：03-5877-7348 E-mail：meti-info@nri.co.jp