

第4回 大学等の「知」の価値の可視化に係る課題検討 WG

議事要旨

【開催概要】

日時：令和4年11月28日 15:00-17:00

場所：オンライン開催（Teams）

出席者：渡部座長、青木委員、植草委員、河原委員、藤村委員、松本委員、山口委員

オブザーバー：内閣府、文部科学省、特許庁

【議事】

1. 大学の連携研究の国際化
2. 国立大学法人の会計基準の改定
3. 人材育成という価値の反映するための実務処理
4. 知の社会実装のための費目
5. 得られた収益の研究者への還元
6. 取りまとめ（案）についてのコメント

【議事概要】

1. 大学の連携研究の国際化

- アメリカでは、Sponsored Research が主流であり、ノウハウ提供はデフォルトではなく、成果の取り扱い制限条項は少ない。一方で、日本の共同研究は、ノウハウが常時共有され、知財も共願になることが多い。このような場合、アメリカでは Contract Research に分類される。
- アメリカでは、Contract Research に分類される場合、Fundamental Research Exemption の対象から外れる可能性があり、また研究成果についても公開制限がかかる可能性があることから、連携相手としてリスクが高いとみなされる可能性が高い。
- したがって、日本での産学連携研究は、アメリカでの Sponsored Research タイプの「受託研究」をスタンダードとした上で、ノウハウの共有や特許の共願といったものはオプションとし、それらオプションを選んだ場合に「共同研究」となる、といったように全体を再整理した方がよい。その上で、海外との連携研究を行う際は、「受託研究」を適用することを原則とするべきである。
- 企業側の行うべき研究を肩代わりすることで税法上の問題が生じるとはどうか。
 - アメリカでは大学は税法上の優遇を受けているが、契約の内容を見た上で、Contract Research である（Fundamental Research ではない）と判断される場合、課税される可能性がある。
- 日本の企業との産学連携でも Sponsored Research ベースとした「受託研究」が望ましいのか。
 - 基本的には Sponsored Research タイプの「受託研究」をベースにすること、そしてノウハウの常時供与や特許の競願をオプションとし、それらオプションを選んだ場合が「共同研究」になることの2点を、まずは「考え方」として整理することが重要である。

- 日本の大学と日本の企業の関係であれば、ある程度の信頼関係もあり、今まで「共同研究」で問題が生じているわけではないため、日本の企業との産学連携でもすぐに Sponsored Research タイプの「受託研究」をデフォルトに必要なは必ずしもないと考えられる。

2. 国立大学法人の会計基準の改定

- これまで国立大学法人は中長期的に積み立てをすることができなかったが、令和4年度から国立大学法人会計基準が改正され、今までの「目的積立金」とは別に、「引当特定資産」という枠組みにおいて、将来の施設・整備の更新や法人債の償還をするために中長期的な積み立てができるようになった。
- 但し、引当特定資産は目的が限定されているため、大学が「経営体」となり、戦略的に知のアセットに再投資できる存在となるためには「法定基金」の仕組みは別途必要である。

3. 人材育成という価値の反映するための実務処理

- 人材育成という価値を契約に反映する場合、教育プログラムとしての実施であれば、それに対応した契約の在り方があるので特に問題は生じていない。
- 共同研究の一環として人材育成も行う場合、共同研究の完遂に加えて、企業の人材を育成することも契約で明記しておけば十分なのではないかと考えられる。
- 共同研究に人材育成を組み込む際の値決めの方法として、ビジネススクールのような社会人を教育することを目的としたコースの授業料を参考に、〇〇円/人×△△人として考えられる。
- 必ずしも「人材育成費」ではなくてもよいかもしれないが、直接経費において、旅費交通費や書籍代以外の費目を大学として用意することが重要であると考えられる。
- コストだけではなく、大学の「知」の付加価値を反映した費目を大学として整備し、契約に含めることができるようにすることが必要となるのではないかと。
- 新しい費目を導入した際に、個々の大学教員に浸透しなければ、個々の産学連携においては計上が難しいままになってしまうため、学内での浸透を図ることも重要である。

4. 知の社会実装を見据えた費目

- 企業との共同研究の際、直接経費には旅費交通費や書籍代が計上されることが多い。一方で、事業化までみすえたとき、市場調査などのマーケティング費用や特許の調査費用の計上も必要となると考えられる。一方で、こういった費用は計上できないと誤解している場合もあるため、ガイドラインではこのような費用も直接経費で計上できることを明記したほうがいいのではないかと。
- 現在もギャップファンドではマーケティング費用や特許の調査費用を計上している。企業との共同研究の際も、企業のニーズが存在する可能性はあるため、選択肢として用意しておいてもよいかもしれない。
- 現在の企業はシーズのアプリケーションに興味を持っている。企業がスタートアップとの連携を行っているのはその証左である。そのため、市場調査や特許調査の重要性は高まると考えられる。
- これまでの課題解決型の産学連携では要素技術に関心があったため、アプリケーションを見据えた費用は必要がなかった。しかし、「問い」から始まる課題設定型の産学連携では必要になってくる。
- 大学も「知」の社会実装をおこなうことを明言するようになってきているため、大学教員も、マーケットのことを理解し、事業企画や商品企画について考える必要が生じている。

5. 得られた収益の研究者への還元

- 取りまとめ（案）では、産学連携で得られた収益は大学が中長期的な経営に活用することとなっているが、研究者の時間やノウハウを投じて得られた収益のなかには、研究者個人に還元するべきものもあるのではないかと考えている。
- 研究者によってニーズが異なるので、一律にどのようにするのかを議論することは馴染まないかもしれない。
- 研究者の還元の仕方も、給与として還元する方法もあれば、研究費として還元することもできるため、様々なパターンがあると考えられる。本 WG での取りまとめを大学で実装する際は、こうしたパターンを整理しておけると円滑に進められるのではないかと考えている。
- 大学の仕組みと研究者のニーズは様々であるため、統一的なものにしていくは難しい。しかし、それぞれのメリット及びデメリットを整理することは可能かもしれない。
- 研究者に研究費ではなく給与で還元する際、給与のベースアップは難しいとすると、ボーナスとして還元することが現実的な策になるのではないかと考えている。

6. 取りまとめ（案）についてのコメント

- 本検討の取りまとめは「ガイドライン」であるため、導入するか否かについて、各大学が自己判断することには賛成である。一方で、大学が方針を決定した後、企業に拒否権がある形で請求されると、企業側が社内を説得しにくくなるため、支払いが難しくなる。そのため、大学ごとに判断したあとは、可能であれば全ての企業に一律に適用する運用にする方が望ましいのではないかと考えている。
- 大学が産学連携という商品の値決めをするときに全ての企業に対して同じ値決めの原則を適用することは、対応の公平性を促すという意味で望ましいため、ガイドラインでも促進するのがよいのではないかと考えている。
- 値決めの公平性について企業と大学の間で信頼関係がない状況は問題であるため、基本的には大学として決めた原則は全ての企業に適用する方向でよいのではないかと考えている。
- 現在の取りまとめ（案）では「値上げではない」ことが強調されているが、それよりも費用が増えた分だけ、大学として対応できることの幅は広まり、また個々の企業との連携を深めることができるという効果の方を強調した説明の仕方にしたいのではないかと考えている。
- ガイドラインの効果についてどのように効果検証するのか。
 - 産学連携 1 件あたりの金額は、既にベンチマークしているが、今後も確認していく。
 - また、説明会の実施などを通じて、本議論の普及・浸透も図っていく。
- 大学の産学連携の実態を把握するために、産学連携の幅が広がっているため、共同研究のみならず、学術指導なども含め、広くエビデンスを取るべきだと思う。

以上

お問い合わせ先

経済産業省産業技術環境局

技術振興・大学連携推進課／大学連携推進室

電話番号

03-3501-0075（大学連携推進室）