

平成 28 年 4 月 8 日

「大学発ベンチャーの成長度と強い相関が見られる重要施策」 に関する調査をとりまとめました

経済産業省は、現存する大学発ベンチャーが 1,773 社と平成 26 年度調査時(1,749 社)より微増し、黒字化した大学発ベンチャーの割合も 55.6%と平成 26 年度調査時(43.1%)より増加していることを明らかにしました。また、平成 26 年度に特定した成長要因施策を細分化した施策から大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられるものを 11 個抽出しました。この 11 施策については、「大学発ベンチャー表彰」制度の審査基準に盛り込むこと等を通じて周知・普及を図ることによって、大学発ベンチャーの成長が更に促進されることが強く期待されます。

1.背景

産業競争力強化法の施行により 2014 年から国立大学のベンチャーキャピタルへの出資が可能となったことを踏まえ、平成 26 年度に「大学発ベンチャーの成長要因を分析するための調査」を実施し、大学発ベンチャーの成長に寄与すると考えられる 9 の成長要因施策を特定しました。平成 27 年度においては、9 の成長要因施策を詳細に分析するため、23 の「重要施策」に細分化し、この 23 の「重要施策」について、大学発ベンチャーの成長度との関係を改めて分析しました。

2.大学発ベンチャーの設立状況等について

平成 27 年度調査において存在が確認された大学発ベンチャーは 1,773 社であり、平成 26 年度調査時より微増していることがわかりました(平成 26 年度調査で確認されたのは 1,749 社)。また、平成 26 年度調査時は黒字化した VB の割合は 43.1%でしたが、平成 27 年度調査ではそれが 55.6%に増加していることがわかりました。

3.「大学発ベンチャーの成長度と強い相関が見られる重要施策」(11 施策)

「大学発ベンチャーの成長要因を分析するための調査」で特定した 9 の成長要因施策を細分化して設定した 23 の「重要施策」と大学発ベンチャーの成長度の相関分析を行い、11 の「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」を抽出しました。「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」の実施率を向上させる上で有効と考えられる方策について要因分析した結果、11 の「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」が以下の 3 つの類型に整理されました(下図参照)。

「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」(11 施策)		
大学発ベンチャーにおける施策の重要性の認識率が高い	<ul style="list-style-type: none"> ■ 資金面や事業面で、中心的に支援する資本提供者を確保する 	① 支援機関がより効果的な支援を行うことが必要
大学発ベンチャーにおける施策の重要性の認識率が低い	<p>大学発ベンチャーが施策の重要性を認識することと大学発ベンチャーの成長度に強い相関がみられる</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 市場の競争環境を認識するために競合調査等を実施し、製品を差別化する ■ 当初に想定していた事業の周辺で、製品ラインナップを増やすために、コア技術の応用先を複数探索する ■ 顧客・市場のニーズと製品を合致させるために、市場調査を実施し、事業に反映させる ■ 業界の営業販売経験者を社外から調達、またはアドバイザーとして体制に加える ■ 主力事業の最終的な「出口戦略」を策定する 	② 大学発ベンチャー自身における施策の重要性の認識率を高めることが必要
大学発ベンチャーにおける施策の重要性の認識率が低い	<p>大学発ベンチャーが施策の重要性を認識することと大学発ベンチャーの成長度に強い相関がみられない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 経営人材を(共同設立者・幹部社員・アドバイザー等として)体制に加える ■ 業界の研究開発経験者を社外から調達、またはアドバイザーとして体制に加える ■ 海外の研究開発・生産業務提供先の探索・交渉・実行をする ■ 外部の機関や個人のアドバイスを受けて、マーケティングプランを策定する ■ 外部機関(VCや事業会社)から国内市場の販路開拓の支援を受ける 	③ 大学発ベンチャー自身における施策の重要性の認識率を高めることに加え、支援機関がより効果的な支援を行うことが必要

4.「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」の望ましい実施態様

11の「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」から、(A)大学発ベンチャーが主体性を持って取り組むことが有効な施策と、(B)ベンチャーキャピタル等の支援機関から効果的な支援を受けて取り組むことが有効な施策を抽出しました(下図参照)。

カテゴリ	「大学発ベンチャーの成長度と強い相関がみられる重要施策」(11施策)	従業員成長率		売上高成長率		分類
		外部から支援を受けた	自力で実施した	外部から支援を受けた	自力で実施した	
基礎体制・環境	2 経営人材を(共同設立者・幹部社員・アドバイザー等として)体制に加える	10%	20%	16%	28%	(A)
	3 資金面や事業面で、中心的に支援する資本提供者を確保する	30%	10%	26%	33%	
研究開発	5 業界の研究開発経験者を社外から調達、またはアドバイザーとして体制に加える	13%	22%	19%	30%	(A)
	8 海外の研究開発・生産業務提携先の探索・交渉・実行をする	11%	13%	15%	54%	
プロダクト・マネジメント	10 市場の競争環境を認識するために競合調査等を実施し、製品を差別化する	18%	10%	17%	32%	
	11 当初に想定していた事業の周辺で、製品ラインナップを増やすために、コア技術の応用先を複数探索する	15%	9%	9%	35%	
販売力強化	15 顧客・市場のニーズと製品を合致させるために、市場調査を実施し、事業に反映させる	16%	10%	24%	34%	
	16 外部の機関や個人のアドバイスを受けて、マーケティングプランを策定する	18%	9%	31%	25%	(B)
	18 業界の営業販売経験者を社外から調達、またはアドバイザーとして体制に加える	23%	9%	33%	21%	(B)
	19 外部機関(VCや事業会社)から国内市場の販路開拓の支援を受ける	18%	14%	11%	40%	
出口戦略	22 主力事業の最終的な「出口戦略」を策定する	22%	15%	10%	43%	

創業初期の体制整備に係る施策(A)については、大学発ベンチャーの主体性が必要とされる傾向が強く、一方、販路開拓など製品販売期の体制整備に係る施策(B)については、支援機関からの支援の有効性が施策実施の効果に大きく影響する傾向があることが明らかになりました。

(本発表資料のお問い合わせ先)

産業技術環境局大学連携推進室長 宮本

担当者: 田附、西田

電話: 03-3501-1511(内線 3371)

03-3501-0075(直通)

03-3501-5953(FAX)