

**【調査報告書】**  
**特許情報を活用した**  
**大学及び大学発スタートアップの企業連携促進調査研究事業**

---

2026年3月27日

株式会社テックコンシリエ

# 目次

---

1. エグゼクティブサマリー
2. 本調査事業の概要
3. 先行事例調査の実施
4. 大学及び大学発SUの企業連携支援の実施
5. 事業成果の普及啓発のためのワークショップの開催
6. 事業成果の普及啓発のためのオンラインセミナーの開催
7. SUOUI調査、AC連携調査事業のフォローアップ調査の実施
8. 「大学・大学発SUのための企業連携提案マニュアル（2026年版）」の作成

# 第1章 エグゼクティブサマリー

# エグゼクティブサマリー

## 本調査事業の背景と目的

### 本調査事業の背景と目的

- 大学の研究成果の社会実装には企業との連携が不可欠である一方、特に海外企業との連携については、探索手法や提案ノウハウが体系化されておらず、実務レベルでの実行が難しい状況にある。
- 令和5年度・6年度の調査により、特許情報を活用した企業探索および連携提案の基本的な枠組みは整理されたが、これを現場で活用可能な形に落とし込み、海外企業連携にも展開することが課題であった。
- 本調査では、大学・大学発スタートアップ（以下、「SU」）が国内外企業との連携を実行可能とするため、特許情報を起点とした企業探索・提案プロセスの高度化と、実務に即した支援手法の確立を目的とした。

### 実施事項

- 本調査では、大学・大学発SUの企業連携実務の高度化に向け、以下の取組を実施した。
  - ① **委員会による検討**  
有識者による討議により、海外企業連携を見据えた探索手法・提案プロセスの方向性を整理した。
  - ② **先行事例調査**  
日本・米国大学へのヒアリングにより、企業探索・アプローチ・契約運用の実態を把握し、課題と示唆を抽出した。
  - ③ **大学・大学発SUへの企業連携支援**  
国内の大学・大学発SUの企業探索・提案・面談・フォローアップまでの一連プロセスを実践し、有効性を検証した。
  - ④ **普及啓発のためのワークショップ・オンラインセミナーの実施**  
企業連携に向けた探索・提案手法の実践的な習得機会の提供および知見の横展開を実施した。
  - ⑤ **過去調査事業のフォローアップ調査**  
令和5年度・6年度の支援後の成果・課題・ボトルネックを把握し、実務上の改善点を整理した。
  - ⑥ **「企業連携提案マニュアル（2026年版）」の作成**  
上記の調査・実証結果を体系化し、「2025年版」を改訂する形で、実務において活用可能な形に整理した。

# エグゼクティブサマリー

## 先行事例調査の実施

### 実施事項

- 国内大学における企業連携の実態を把握するため、企業連携実績が豊富で、かつ規模の大きい大学を中心に選定し、**海外企業との連携探索の方法、企業アプローチの手法、提案資料の作成方法**などについてヒアリング調査を実施した。
- 米国大学も同様に企業連携実績が豊富かつ規模の大きい大学を中心に選定し、**TLOを中心とした企業探索の仕組み、公開技術情報やデータベースを活用したスカウティング、企業連携の提案プロセス**などを調査した。
- 国内外の大学における企業連携の体制やプロセスを比較し、**大学シーズの企業提案の方法、契約・フォロー体制、成果評価の仕組み等**について整理した。
- これらの調査結果を基に、日本の大学・大学発SUが海外企業との連携を進めるうえでの課題と、今後必要となる支援の方向性について検討した。

### 主な結果・考察

- 国内大学では、**海外企業探索の手段が展示会や研究者ネットワークに依存する傾向**が強く、体系的な企業探索やターゲティングの仕組みは十分に整備されていないことが確認された。また、研究成果の提案は技術説明中心となるケースが多く、**市場課題や企業ニーズと結び付けた提案設計や標準化された提案フォーマットは十分に確立されていない**。
- 一方、米国大学では人的ネットワークに加え、**公開技術データベースやデジタルプラットフォームを活用したデータドリブン型の企業探索**が行われており、TLOを中心とした体系的な連携体制が整備されている。また、**Technology Brief等の標準化された提案資料や契約テンプレート、KPI管理**などにより、企業との交渉や連携プロセスの迅速化と透明性確保が図られている。
- これらを踏まえると、日本の大学が海外企業との連携を拡大するためには、**研究シーズの市場課題起点での整理、企業探索のデータドリブン化、提案資料や契約プロセスの標準化**など、プロセスと支援基盤の整備が重要である。

# エグゼクティブサマリー

## 大学及び大学発SUの企業連携支援の実施

### 実施事項

- 大学および大学発SUの研究シーズ9件を対象に、企業探索から連携提案までの企業連携支援を実施した。
- STEP1では、研究者・支援者へのヒアリングを通じて**研究シーズの特徴や応用可能性を整理**し、特許情報や公開情報を活用して**国内外の連携候補企業の探索**を行った。
- STEP2では、抽出した企業に対し、**研究シーズの技術内容、想定用途、市場可能性を整理した連携提案資料を作成**し、国内企業および米国企業へのアプローチを実施した。また、**企業との初回面談・提案プレゼンテーションを通じて企業側の関心領域や検討条件を把握**し、**フォローアップ会議等を通じて連携可能性の検証**を行った。
- これらの実践を通じて、大学・大学発SUの企業連携提案プロセスの有効性や課題を整理し、支援手法の改善点を検討した。

### 主な結果・考察

- 支援対象9シーズのうち複数の案件で企業への提案・面談が実施され、**国内企業だけでなく米国企業への提案にも取り組むなど、海外企業連携の可能性を検証**した。
- 特に、**第三者紹介（VC、コンサルタント等）や既存ネットワーク、SNS等を組み合わせ**て企業側の適切な窓口へ接続することが、海外企業との初回接点を形成するうえで有効であることが確認された。
- 初回面談では技術説明だけでなく、**企業の課題を想定したPoC設計や事業化シナリオを示すことで、短時間でも意思決定に必要な論点を共有**できることが明らかとなった。
- 一方で、連携が進まなかった案件では、**研究者側のコミットメントや研究成果の実証データ不足、連携に向けた事前準備の不足**などが課題として顕在化した。
- これらの実践から、企業連携提案を成功させるためには、**提案前の事前ゲート（研究者コミット、知財状況、提供可能データ）の整理、複数のアクセスチャネルの確保、組織内役割分担の明確化**が重要であることが示唆された。

# エグゼクティブサマリー

## 普及啓発のためのワークショップの開催

### 実施事項

- 大学研究者や大学発スタートアップに加え、URA・TLO職員、弁理士、自治体、金融機関等の支援者を対象に、**オープンイノベーションに直結する「企業連携設計の型」を学ぶ実践型ワークショップ**を開催した。
- 特許情報と市場情報を活用した企業探索、ターゲット企業の絞り込み、価値提案の言語化、初回面談のアジェンダ設計までを一連のプロセスとして解説し、**ケース討議やグループ演習を通じて実践的に習得するプログラム**を実施した。
- ワークショップは東京、熊本、名古屋の3地域で開催し、研究支援者や産学連携担当者を中心に計50名程度が参加した。参加者には、**企業ターゲット選定の手順、初回打診メールの雛形、面談アジェンダ例など、実務で活用できる提案テンプレート**を共有した。

### 主な結果・考察

- ワークショップ形式は高い評価を得ており、参加者満足度は「非常に満足」「満足」が96%と高く、**企業連携手法を体験的に学ぶ形式が有効**であることが確認された。
- 特許情報と企業情報を組み合わせた企業探索手法についても理解度は高く、**企業分析に基づく連携提案の考え方は一定の理解を得ることができた**。
- 一方で、参加者からは**特許分析の具体的手法、企業選定ロジック、提案書作成方法など、実務レベルで活用するための具体的手順をより詳しく学びたい**というニーズが強く示された。
- また、企業連携においては「**企業探索・企業接触・提案ストーリー設計**」が重要であり、企業の中期計画やアニュアルレポート等を踏まえた企業分析と提案ストーリー構築の重要性が再認識された。
- 今後は、成功・失敗事例を用いたケーススタディや、実際の研究シーズを用いた提案演習など、**より実践的・ケース型の学習機会への期待が高い**ことが明らかとなった。

# エグゼクティブサマリー

## 普及啓発のためのオンラインセミナーの開催

### 実施事項

- 大学研究シーズの海外企業連携をテーマに、「日本の研究シーズはどうすれば海外企業に届くのか」を題材としたオンラインセミナーを開催し、海外企業との事業連携経験を有する企業・大学関係者を招き、研究シーズを国際企業連携につなげるための実践的な考え方を共有した。
- 基調講演では、米国企業との事業連携の実体験をもとに、国際連携を進めるうえでの意思決定や信頼構築のポイントを解説した。
- パネルディスカッションでは、特許情報を活用した大学と企業の連携促進をテーマに、海外企業へのアクセス方法、提案書のポイント、事業化に向けた検討プロセスなどについて議論した。
- 特に、研究シーズを「面白い研究」で終わらせず、企業が事業として検討できる状態まで引き上げるための市場仮説、役割分担、ロードマップ設計の重要性について共有した。

### 主な結果・考察

- セミナー参加者からは、海外企業との連携に向けた具体的な実践方法への関心が高く、海外企業へのアクセス方法や提案の進め方について一定の理解促進につながった。
- 一方で、アンケートでは海外企業の探索方法、ターゲット企業の選定、提案書作成など実務的なノウハウをさらに深く学びたいというニーズが多く示された。また、海外企業連携では①企業探索②企業接触③連携推進人材の3点が主要課題として挙げられ、大学において国際連携を推進できる人材や経験の不足が指摘された。
- さらに、講義型セミナーによる知識共有だけでなく、実際の研究シーズを題材としたワークショップや個別伴走支援など、より実践的な支援への期待が高いことが確認された。
- これらの結果から、大学の国際企業連携を促進するためには、海外企業探索手法の共有、提案ストーリー設計の高度化、人材育成を含む実践型支援の充実が重要であると考えられる。

# エグゼクティブサマリー

## SUOI調査、AC連携調査事業のフォローアップ調査の実施

### 実施事項

- 令和5年度のSUOI調査事業および令和6年度のAC連携調査事業の支援対象であった大学・大学発SUの研究シーズについて、**事業終了後の成果や活用状況を把握**するためフォローアップ調査を実施した。
- 調査対象はSUOI調査事業の約20シーズ、AC連携調査事業の12シーズとし、**支援対象関係者を対象としたWebアンケートを中心に定量・定性情報を収集**した。
- 調査では、**支援事業で作成された検索式、ターゲットレポート、連携提案書等の活用状況や、企業との連携進展状況、事業化検討の進捗**などを確認した。
- また、アンケート結果の集計・分析を通じて、**企業連携の成果やボトルネックを整理し、今後の大学支援施策に向けた改善点の抽出**を行った。

### 主な結果・考察

- 支援プログラム全体の満足度は高く、「非常に満足」「満足」が約89%となり、**企業連携の進め方や知財活用に関する知見の提供は一定の有効性が認められた**。一方で、実際の共創成果に至るケースは限定的であり、**共同研究・事業提携の実施（16%）や具体的検討の進行（16%）**に対し、**意見交換のみで終了したケースも一定数確認された**。
- 支援成果として最も多かったのは「**企業探索・提案手法の獲得**」であり、**短期的な事業化成果よりも企業連携の方法論を習得する効果が大きい**ことが示された。
- また、企業探索やマッチングの難しさは依然として大きく、**適切なパートナー企業の発見や企業ニーズとの整合、オープンイノベーションを受け入れる企業の不足が課題として挙げられた**。さらに、**支援成果の組織内展開には一定のハードルがあり、時間不足、展開資料の理解の難しさ、価値の見えにくさなどが課題として指摘された**。
- 今後は、**契約交渉、資金調達、知財戦略、海外展開など、企業連携を実装段階へ進めるための実務支援へのニーズが高い**ことが確認された。

# エグゼクティブサマリー

## 「大学・大学発SUのための企業連携提案マニュアル（2026年版）」の作成

### 実施事項

- 大学・大学発スタートアップによる企業連携提案を支援するため、既存の「**企業連携提案マニュアル（2025年版）**」を**基礎に2026年版を作成した**。
- 生成AIの活用、海外企業との連携対応、企業アプローチ手法などを追加し、初回面談から具体的な協働検討へ進めるための実務マニュアルとして整理した。

### 主なポイント

- 以下の点を中心にアップデートした。
  - **研究者のコミットメント、提供可能データ、知財・公開方針などを事前に確認し、連携提案に着手可能かを判断する「事前条件チェック」をSTEP1の前段に追加**。研究シーズの成熟度や外部連携の前提条件を整理し、提案活動の効率化を図る。
  - 国内企業だけでなく海外企業との連携も想定し、**特許検索、公開情報収集、交渉慣習などの違いを整理**。国内企業との連携とは異なる**探索・提案時の留意点をコラム形式で提示**し、大学が海外企業にも視野を広げて提案できるようにした。
  - **企業探索、連携仮説の整理、提案骨子作成などの作業において、生成AIを「作業補助」として活用する方法をコラム形式で提示**し、効率的な情報整理や仮説構築を支援する具体的な活用例を紹介した。
  - カンファレンス参加、第三者紹介、SNS、大学ネットワークなどを整理し、**企業との関係構築から初回接点獲得までのアプローチ方法を体系化**した。実務担当者が実際に取り得る企業接点形成の方法を成功確率重視で例示した。
  - 初回面談では**企業課題に対する「仮説提示」に重点を置き、2回目以降の面談で協働内容やビジネスモデルを検討する二段階提案プロセス**を提示した。初回接点の獲得と継続的な協議につなげるための提案の進め方を整理した。

## 第2章 本調査事業の概要

## 調査の背景・目的

- 大学の研究成果（シーズ）の社会実装には企業との連携が不可欠であり、また大学発SUの事業化においても他社との協力が重要となる。
- INPITが実施した「特許情報を活用したスタートアップ等のオープンイノベーション支援調査研究事業（令和5年度）」（以下、「SUOI調査事業」）及び「特許情報を活用した大学等の企業連携促進調査研究事業（令和6年度）」（以下、「AC連携調査事業」）では、国内企業に関する探索手法や連携提案手法を取りまとめ、公表した。
- 今後は、大学の研究支援者やSU担当者がこれらを短期間で活用できるよう普及を進める必要がある。分野や研究段階、市場によっては国内で連携先が見つからず海外企業との連携が必要となるが、大学・大学発SUはその探索・アプローチ方法について十分な知見を有していない。海外企業との連携手法を調査・公表し、INPITの知財支援や大学向け研修に活用することが、シーズの社会実装促進に資すると考えられる。また、令和7年度からは国研も対象とする外国出願補助金が始まり、現地企業との連携を進めるうえで本調査成果が有効に活用されることが期待される。
- 本事業では、SUOI・AC連携調査の成果物を活用し、**研究支援者やSU担当者が連携提案を短期間で形にできるようワークショップを実施し、意見を反映して改良を図る。さらに、海外企業を対象とした探索・提案手法を調査し、大学や支援機関へのヒアリングを行う。これらを踏まえ、複数の大学シーズや大学発SUについて特許情報を活用したターゲットレポートを提供し、海外企業へのアプローチや提案資料作成を支援し、有効性を検証する。**

# 調査の背景・目的

- 令和5年度に実施したSUOI調査事業では、優れた技術を持つSU20社を対象として、オープンイノベーション（OI）を促進するための伴走支援を実施し、事業開発（Biz-Dev）人材が不足していることに起因するオープンイノベーションの機能不全を指摘し、その解消を目指した「連携マニュアル」が策定された。

### 実証研究の背景とアプローチ

- 優れたスタートアップの技術を迅速に社会実装につなげるべく、オープンイノベーションの促進が求められている一方で、これに必要な連携候補の探索と提案には課題が多く、日本のオープンイノベーションは停滞している。
- 本調査事業では、優れた技術を有するスタートアップに対し、連携の可能性が高いアライアンス先を効果的に把握できるターゲットレポートを提供する。また、連携候補に対する連携提案の作成支援も提供し、これらの取組がオープンイノベーションの促進に寄与するか検証を行った。

	Step1 連携候補の探索フェーズ	Step2 連携候補への提案フェーズ
Before	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「情報不足」や「出会う機会の少なさ」によって、偶発的な出会いに頼ってしまう...</li> <li>・ 出会う場合は、ビッチやマッチングイベント、紹介など偶発的なもので、地域的な制限を受けてしまう。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「技術漫談」、「単なる技術シーズの紹介」で終わってしまう...</li> <li>・ 連携先の興味事項に適合するよう自社技術の提案を効果的に行う必要があるが、リソース不足で容易ではない。</li> </ul>
After	<h4>ターゲットレポートの活用</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ビジネス課題を起点に、特許情報を活用して客観的に連携候補を探索。</li> <li>・ スタートアップが有する技術に関連する特許情報を抽出・分析を行うことで、連携可能性の高い連携候補のリストを作成。</li> </ul>	<h4>連携提案書の作成</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ バックキャストから構想した価値創造メカニズムを組み込んだ連携提案を実施。</li> <li>・ 自社と連携先の双方の資源を組み合わせ、未来のユーザーの求める価値を提供する「価値創造メカニズム」を組み込んだ連携提案書を作成。</li> </ul>

これらの取組がオープンイノベーションの促進に寄与するか検証を行う

Step 2 提案フェーズ	検証項目
⑤ 連携提案書の作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 支援対象スタートアップのニーズを踏まえ、連携候補を選定し、連携候補へのアポイントを取る。</li> <li>・ 支援対象スタートアップと連携候補の協業により期待できる未来の提供価値を構想する。</li> <li>・ 提供価値から逆算して商品・サービス案およびビジネスモデル、それらを提供するための双方の資源を特定し、これらを組み合わせた価値創造ストーリーの構築を行う。</li> </ul>
⑥ オープンイノベーション促進の効果検証	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 連携候補へ交渉を行い、その結果を振り返る。</li> <li>・ 連携提案書の改善ポイントの抽出と今後のに向けたアクションを提示する。</li> </ul>

### スタートアップのための事業会社との連携マニュアル

■ 貴社と当社のアライアンスが生み出す提供価値を以下のように構想します

■ 今回のプロジェクトでは総研総研の「ビジネスモデル図解」(https://zukai.co/research/bizgram)を参考に作成しています。

双方の協業の成果を生かし、以下のビジネスモデルによって「稼ぐ仕組み」が設計できると考えました。

貴社が\*\*\*、当社が\*\*\*の役割を果たし、ユーザーが\*\*\*できるようにする

本マニュアルでは、SUのOI支援者がスタートアップの強みを引き出し、事業化に結びつけるための対話の在り方を例示した。企業に提案する際には、シーズの紹介ではなく「価値創造メカニズム」と具体的なビジネスモデルの提示が必要であるとしている。

# 調査の背景・目的

- 令和6年度に実施したAC連携調査事業では、SUOI調査事業の大学版として、大学の12の研究シーズを対象に企業連携を促進するための伴走支援を実施した。研究支援者は、企業の探索・連携のための情報分析や連携提案の経験が少ないことから、プロセスを解説した企業連携マニュアルを策定した。

## ⑥フォローアップと効果検証

### フォローアップ調査の結果から得られた示唆

- 以上のアンケート調査より、本調査研究事業における支援について、以下のとおり効果と課題を結論づける。

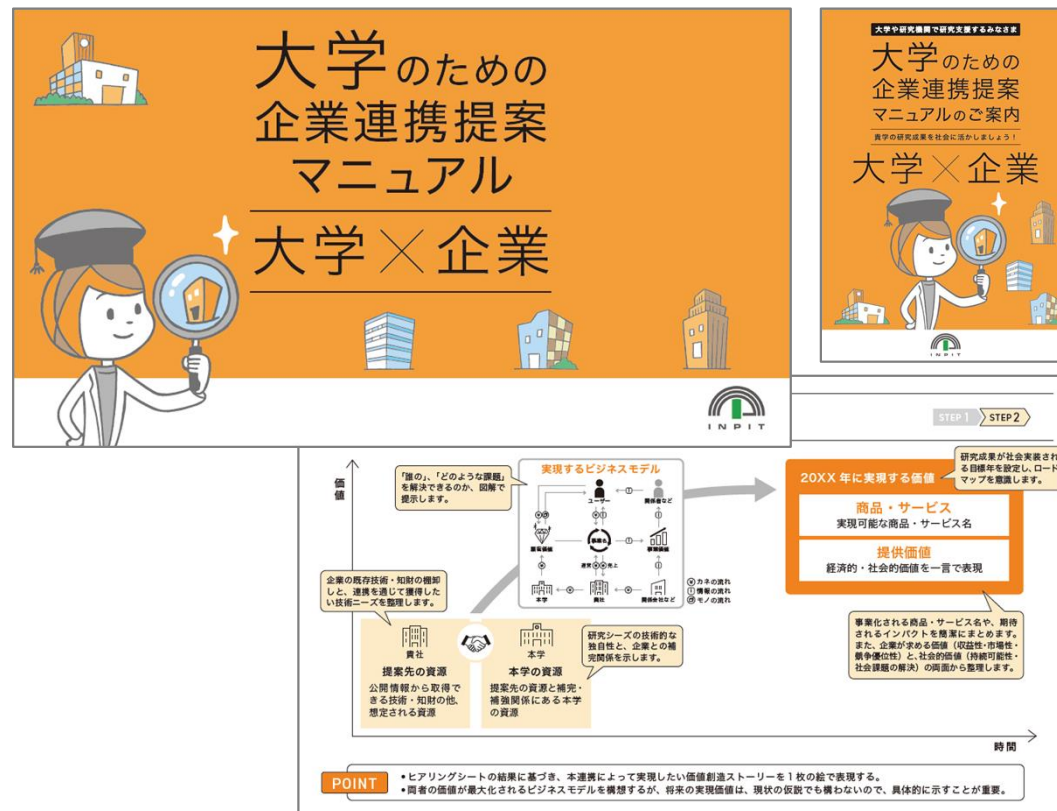
#### STEP1：連携候補企業の探索・選定

効果	特許情報を活用した企業探索の有効性
企業の技術的関心を把握しやすい	「特許情報をもとに企業を選定する手法は、これまでにない視点を提供し、新たな企業との接点を得るのに有効だった」という声が多数聞かれた【2-1】。 特許情報の客観的な分析を通じて、大学等の側の主観や既存のネットワークに頼らないアプローチが可能となった。
非特許情報との組み合わせにより、企業の選定精度が向上	「特許情報だけでなく、IR情報や市場動向を組み合わせることで、より適切な企業が選定できた」との意見が寄せられた【2-5】。 特許情報に加え、企業の事業戦略や市場動向を考慮したことで、実際に連携可能性の高い企業が抽出されたケースもあった。
企業選定の精度向上の必要性	「リストアップされた企業の中には、既にその技術分野から撤退していたり、開発を停止している企業も含まれていた」という指摘があった【2-2】。 企業の最新の事業動向や開発状況を把握するため、より多角的な情報収集が必要。
課題	特許情報を活用した検索方法の理解
	「特許検索式の作成や適切なキーワード選定の方法について、もう少しサポートが欲しかった」という声が多数あった【2-4】。 特許情報を活用する手法に慣れていない研究支援者も多く、検索の精度を高めるためのトレーニングが求められる。

成することで、相  
理したことが奏  
の人脈や学会  
かる。  
「具体的に  
の連携につな  
ツシアップが求

向上	められる。
課題	企業への提案資料作成の負担
	「企業向けの提案資料作成に時間がかかり、負担を感じた」という意見が多数見られた【3-2】。 研究支援者のスキル向上とともに、生成AIなどのツールを活用し、資料作成を効率化する方法が必要。
	連携先企業との調整に関するサポート不足
	「企業側との交渉や調整について、もっと具体的なサポートが欲しかった」という声が挙げられた【3-3】。 研究支援者自身が企業とのコミュニケーションを円滑に進められるサポートが必要。

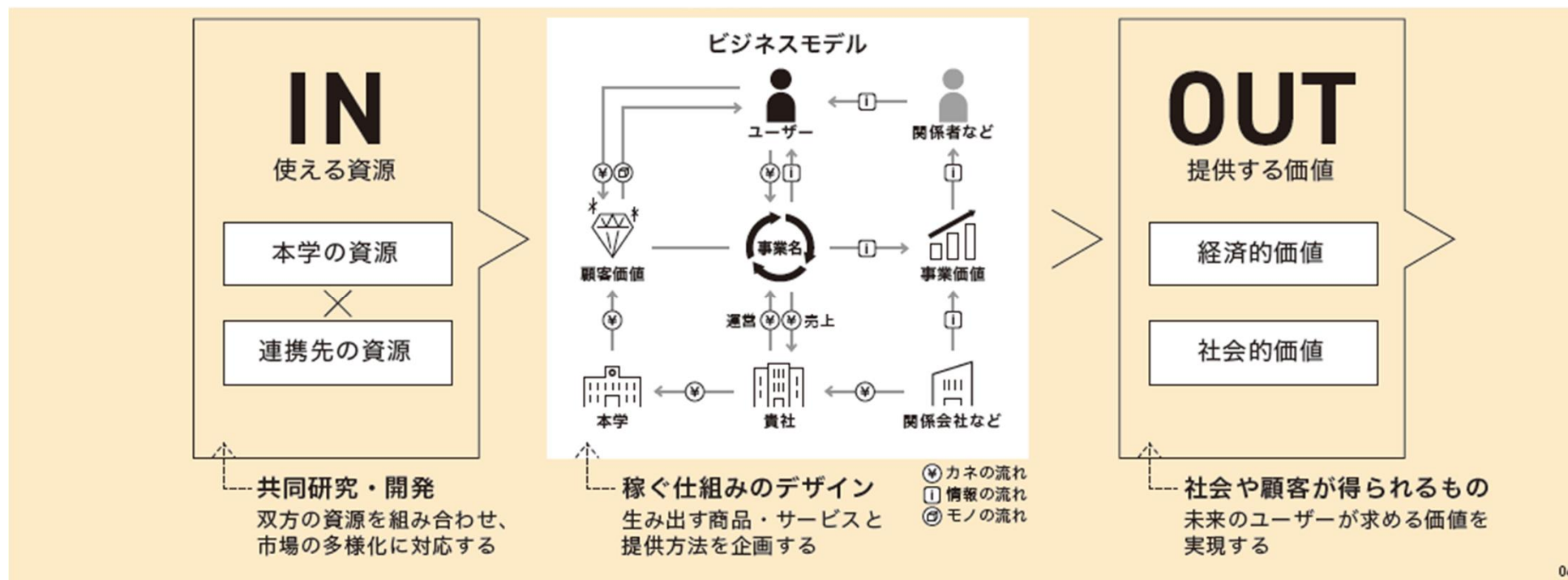
112



本マニュアルでは、特許情報を出発点にした企業連携のフローを体系化し、大学の研究支援者にもわかりやすいステップ形式で解説した。提案資料作成のひな形と注意点を併載することで、実務支援に直結する内容となっている。

# 本調査事業で大学及び大学発SUに実現いただきたい提供価値

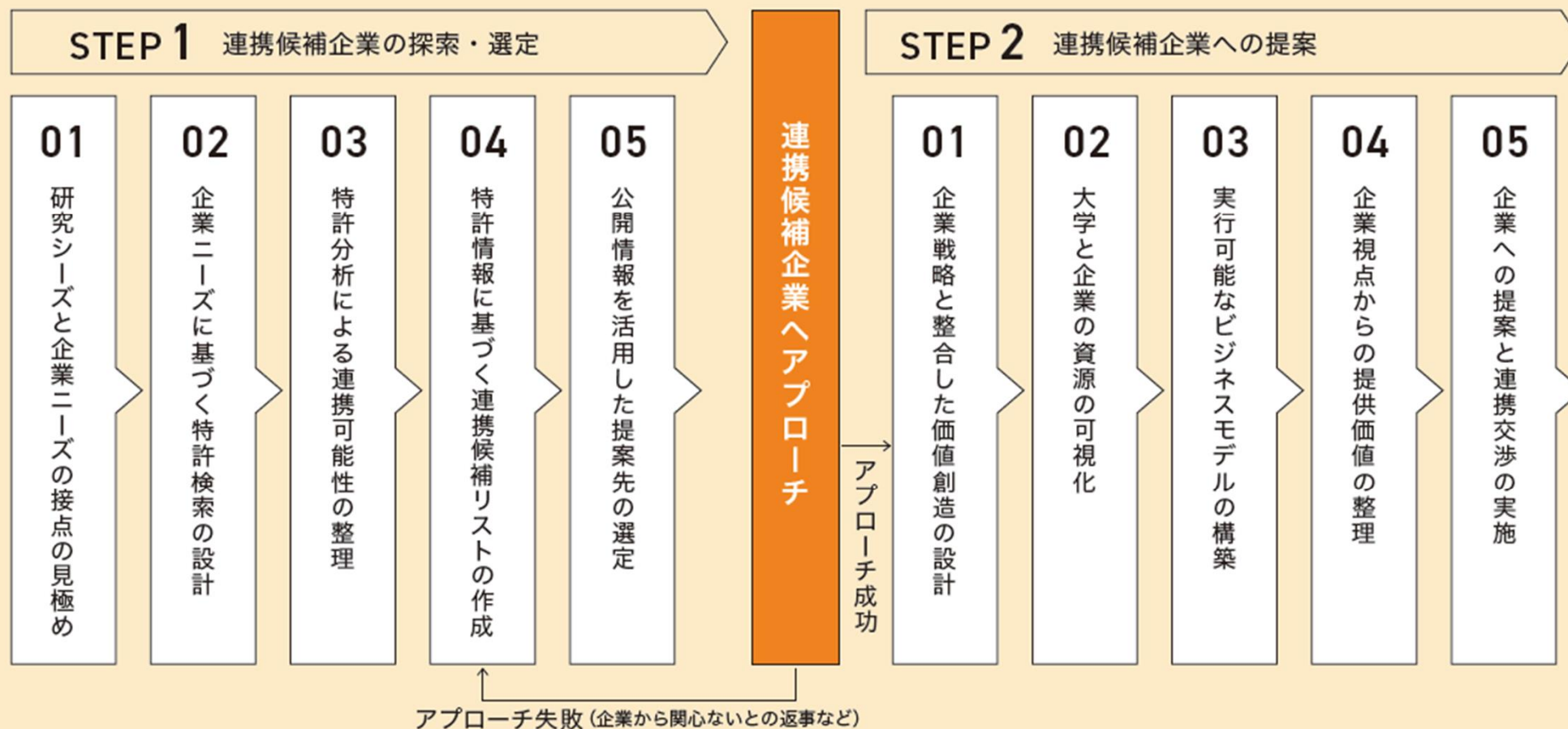
- 特許情報が技術や地域に関して網羅的かつ正確であっても、情報が単に列挙されているだけでは、連携の実現にはつながらない。重要なのは、複数の情報を有機的に結びつけ、「その研究シーズで何ができるのか」「それによってどのようなビジネスモデルが構築でき、どのような提供価値が生まれるのか」という、企業に伝わる明確なストーリーを構築することである。
- その際、研究シーズを一方向的に提示するのではなく、あらかじめ社会や企業のニーズを見極め、連携先企業の事情や組織体制、ガバナンスの理解を踏まえて、双方の有形・無形の資源が生み出せる価値を構想することが重要である。さらに、それをビジネスモデルとして整理し、マネタイズに至る一連の仕組み（＝価値創造メカニズム）を一貫した仮説として提示することで、企業との建設的な連携の実現につながる。



# 企業との連携創出に向けたステップと本調査事業の支援範囲

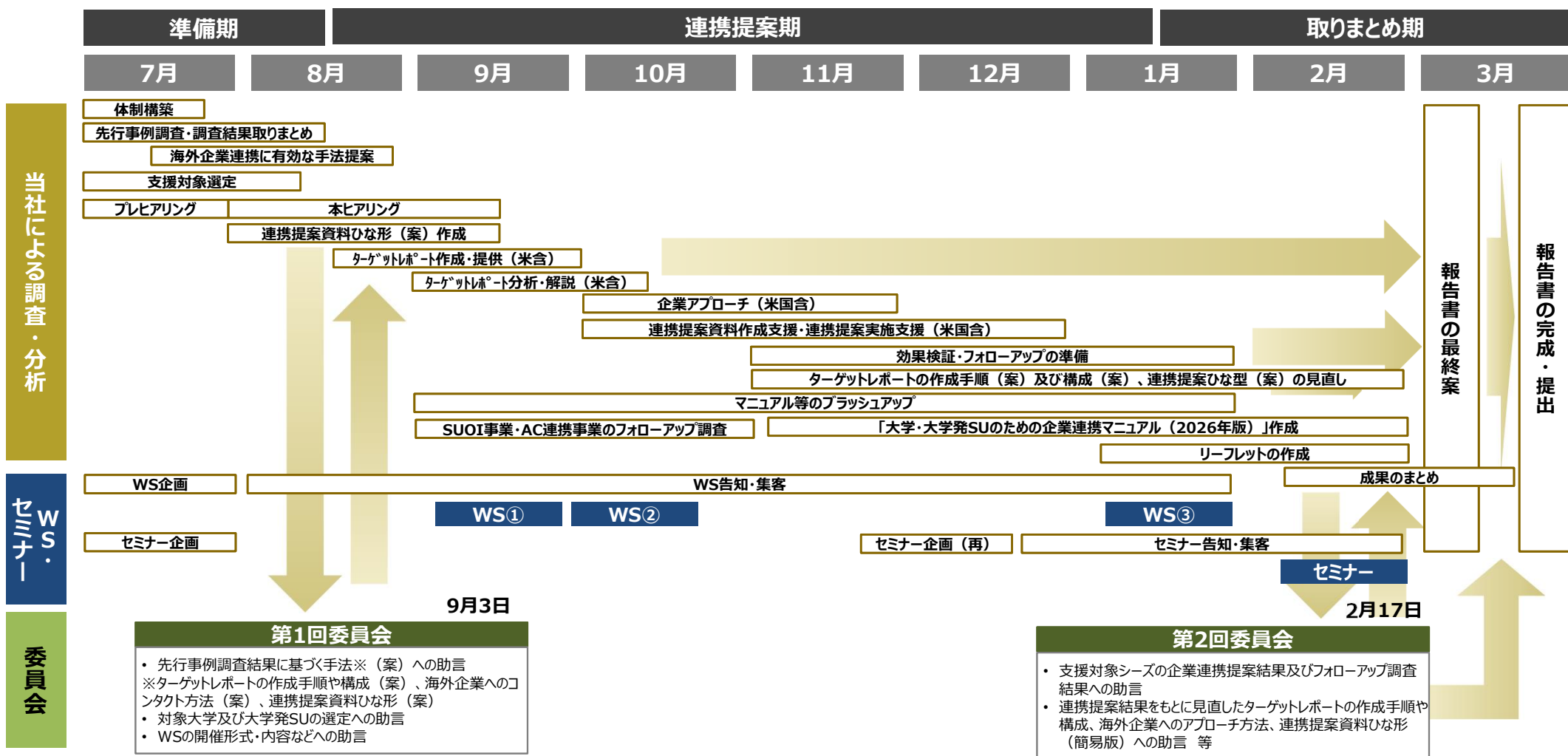
- 本調査事業では、以下の「大学のための企業連携マニュアル」で示されたSTEPに沿って、国内外の特許庁に出願された特許情報を活用することで、大学・大学発SUが効率的に日本または米国の連携候補企業を探索・選定し、連携候補企業に「刺さる提案」を作成することを支援した。
- 特に今年度は、積極的に海外企業へのアプローチや提案資料作成を支援し、有効性を検証した。

連携までの流れを、STEP1: 連携候補企業の探索・選定と、STEP2: 連携候補企業への提案に分けて説明します。



# 本調査事業の全体スケジュール

- 事業全体を「準備期」（8月中旬まで）、「連携提案期」（1月中旬まで）、「取りまとめ期」（3月まで）の3期に分けた。準備期で、研究シーズの推薦を受け、プレヒアリングを実施した後、連携提案資料（案）を作成した。連携提案期には本格的なヒアリングに入り、レポートの作成、分析・解説、連携提案資料の作成支援を実施した。委員会は2回開催し、調査報告書とマニュアルの最終確認をして、完成・提出した。



# 第3章

## 先行事例調査の実施

# 先行事例調査の目的と実施要領

## ■ 目的

本調査は、海外企業との連携を前提とした企業探索・選定手法および連携提案手法を整理することを目的とした。

国内大学では、人的ネットワークや技術説明中心の提案に依存する傾向があり、海外企業連携に必要な「市場・課題起点での提案設計」や「意思決定者に届くアプローチ手法」の確立が課題となっている。そこで、海外連携実績を有する国内大学等および米国内での連携実績を有する米国大学等の実務を調査することで、実践的手法と改善の方向性を明らかにすることを狙いとした。

## ■ 実施要領

### ① 企業連携実績を有する大学・支援機関へのヒアリング

海外企業との連携経験を有する国内大学（およびTLO・VC等）、米国内での連携実績を有する米国大学（およびTLO・VC等）を対象に、企業探索の起点、アプローチ経路、提案資料の構成、交渉・契約プロセス等について詳細にヒアリングを実施し、実務上の工夫や課題を抽出した。

### ② 企業探索・提案プロセスの傾向・特徴分析

日米大学におけるそれぞれの連携体制やプロセスを整理し、企業探索の方法（人的ネットワーク／データ活用）、提案設計の考え方、契約・フォロー体制の傾向・特徴から、示唆を明確化した。

### ③ 今後の大学・大学発SUにおける米国企業との連携に向けた考察

上記調査で得られた知見を基に、大学・大学発SUを対象とした海外企業候補へのアプローチ方法の助言および提案資料作成支援を行うための、実務への適用可能性を検証した。

# ヒアリング先一覧

- ヒアリング先として、日米の企業連携実績が豊富かつ規模の大きい大学を中心に選定した。特に、米国大学の選定においては、ライセンス収入額のランキングデータを参考にした。

分類	#	大学等名
国内	1	A大学
	2	B大学
	3	C大学
	4	D大学
	5	E大学のVC
米国	1	F大学
	2	G大学
	3	H大学
	4	I大学
	5	J大学
	6	K大学

# 主なヒアリング項目（国内）

## ■ 国内大学に対して実施したヒアリングの主な質問項目は以下のとおりである。

1. 海外企業を対象とした連携先探索の手法
2. 連携候補先企業へのアプローチ方法（コンタクト、連絡先交換や連絡方法）
3. 分野によって企業へのアプローチ方法が変わるのか（医薬系だと企業ではなく特定の医師に先にアプローチするか等）
4. 効果的な連携提案の手法（連携提案資料）
5. どのような分野で連携提案を行ったか。連携提案を行う分野に偏りがあるか。
6. 連携提案を実施したうえで感じている課題
7. 知財の収支についてのKPIを設定しているか（例えば、人件費等も含めて黒字化することをKPIにしているか等）
8. 海外企業と連携することについての大学等内部での整理・規程
9. 海外企業（特に米国）と連携する際の契約手続き～共同研究の実施及びその後の進め方や留意点

# 国内大学に共通して見られる傾向・特徴

- 国内の複数大学へのヒアリングを通じて、海外企業連携の実務において共通して見られた課題・特徴を整理した。

## 1. 海外連携探索の手段は限定的で、ネットワーク依存が強い

- 展示会・学会・カンファレンス（BIO Internationalなど）や研究者個人の人脈・ネットワークを通じた探索が中心である。
- LinkedInなどのSNS活用は限定的で、体系的なスカウティング体制までは構築されていない。

## 2. アプローチは「商談型」・「紹介型」中心で、事前設定やマッチング機構の活用が主流

- 多くの大学が30分面談などの事前アポ型商談を採用している。
- 海外企業との直接交渉よりも、紹介・既存ネットワークを通じたアプローチが一般的である。
- 特定のSUや産学連携支援機構では、ポートフォリオ提示やWeb事前面談など、一部システム化された手法も見られる。

## 3. 分野ごとのアプローチに大きな差異はなく、既存テーマへの依存が強い

- 医薬・ライフサイエンス分野が中心で、既存の共同研究テーマ延長線上での連携が多い。
- 新領域・異分野連携（例：工学×社会科学）は限定的である。

## 4. 提案資料やテンプレートは存在するが、形式の標準化は不十分

- 商談会用テンプレートや共通フォーマットはあるものの、大学ごとに個別カスタマイズしていることが多い。
- 一般的に1～4枚程度の資料で対応しており、体系的なポートフォリオ提示には至っていない。

# 国内大学に共通して見られる傾向・特徴

## 5. 研究成果の提案・編成は分野や大学の特性に依存

- 医学・バイオ分野などライフサイエンスでの成果が多く、工学系での国際連携は限定的である。
- 提案後のフォローアップは資金面や体制面で課題。

## 6. 提案後の課題：資金・継続性・フォロー体制の不足

- 多くの大学で、連携提案後に必要となる試作品・サンプル製作費、PoC実施費、外国出願費用等の不足がボトルネックとして指摘された。また、伴走支援体制やマイルストーン管理の仕組みが未整備で、提案後の検討が継続しにくい。
- 短期的なイベント・単発支援に依存する傾向が強く、継続的な関係構築に課題がある。

## 7. KPI設定・成果指標は存在するが、測定・運用の成熟度は低い

- KPI設定（例：収入額、契約件数）を明示する大学もあるが、運用・分析までは未整備である。
- 成果報告やKPIの基準や定義が統一されておらず、分析・意思決定に十分活かされていない。

## 8. 安全保障・情報管理体制は大学ごとにバラつき

- 全大学で安全保障輸出管理や情報管理ルールを有しているが、運用レベルに差がある。
- 状況に応じて政府方針や法令対応を追随する形が多く、独自規定を整備している大学は少ない。

## 9. 契約面では海外大学・企業との条件調整が大きな負担

- 知財の帰属、マイルストーン設定、支払条件などは、国内外での慣行の違いから調整負担が大きい。
- 契約実務は大学本体で完結せず、弁護士・弁理士等の外部専門家への依存度が高い。
- 米国企業との契約では、株式報酬や成果連動型条件など、日本では一般的でない条件への対応が課題となる。

# 主なヒアリング項目（米国）

## ■ 米国大学に対して実施したヒアリングの主な質問項目は以下のとおりである。

1. 米国内企業を対象とした連携先探索の手法
2. 連携候補先企業へのアプローチ方法（コンタクト、連絡先交換や連絡方法）
3. 分野によって企業へのアプローチ方法が変わるのか（医薬系だと企業ではなく特定の医師に先にアプローチするか等）
4. 効果的な連携提案の手法（連携提案資料）
5. 連携提案を実施したうえで感じている課題
6. 知財の収支についてのKPIを設定しているか（例えば、人件費等も含めて黒字化することをKPIにしているか等）
7. 知財収入の内訳（ライセンス、譲渡、訴訟、Material Transfer Agreement（MTA）等）

# 米国大学に共通して見られる傾向・特徴

- 米国の複数大学へのヒアリングを通じて、海外企業連携の実務において共通して見られた課題・特徴を整理した。
- 1. 産学連携探索は「ネットワーク主導+データドリブン」のハイブリッド型
  - 教員・卒業生・起業家・企業幹部などの人的ネットワークを基盤としつつ、公開技術DB（PitchBook、In-Partなど）やライセンスサイトを併用している。
  - 教員・TLO・外部機関（VC、企業アクセラレータなど）が一体で探索に関与する体制が整っている。
  - 商談会や学会参加だけでなく、デジタルプラットフォームを活用した定常的なスカウティングを実施している点が特徴である。
- 2. 企業へのアプローチは「ターゲティング+パートナーシップ前提」
  - 面談やピッチは個別に最適化され、対象企業の技術・市場領域に即したターゲットリスト型アプローチを採っている。
  - 教員や学生自身が初期コンタクトを取るケースも多く、TLOが事後的に契約支援を行う。
  - 一方的な提案ではなく、共同研究・PoC・ライセンスをセットで提案する傾向が強い。
- 3. 分野ごとのアプローチ差は小さく、運用手法の共通化が進む
  - 医薬・ライフサイエンス・エンジニアリングなど分野を問わず、同一の契約・評価プロセスで運用している。
  - 「研究成果の成熟度（= Technology Readiness Level。以下、「TRL」）」や「社会実装可能性」に応じてテンプレート化された手順が整備されている。
  - ただし、バイオ領域では共同研究前の初期審査が厳格であり、倫理・規制対応を重視している。

# 米国大学に共通して見られる傾向・特徴

## 4. 提案資料や交渉プロセスは体系化・スピード重視

- PitchBookや自大学TLOのWebサイトに「ライセンス概要（1枚ブリーフ）」を公開している。
- 提案は、サプライチェーン／既存パートナー企業との補完関係を意識して作成している。
- 契約・支払い条件・タイムラインも明確化され、迅速な意思決定と透明性を担保している。

## 5. 提案プロセスでは「スピードと期待値管理」が最重要課題

- 企業側の意思決定速度・投資判断文化の違いにより、交渉が長期化する傾向がある。
- 「研究段階の価値（pre-commercial value）」に対する認識差が課題となりがちである。
- 担当者の交代や季節要因（学会シーズン等）による停滞も発生しやすく、継続的な伴走型マネジメントが求められている。

## 6. 知財収益KPIは「件数＋社会的インパクト」型へ進化

- 収益額のみならず、ライセンス件数・スピンアウト数・社会実装成果（Impact over income）など複数指標を活用している。
- KPIは大学ごとに異なるが、金銭的成果よりも社会還元・エコシステム形成を重視するところが共通している。
- 一部の大学では年次で定量KPIを設定し、TLOが達成度を公表している。

## 7. 知財収支の内訳は非公開ながら、集計と報告制度は確立

- AUTM（Association of University Technology Managers）への年次報告を通じ、統計レベルでの透明性を確保しているが、個別案件レベルのライセンス収入・MTA・訴訟等の詳細は非公開である。
- 一部の大学は総収益額を公開しているが、ライセンス種類別の開示は行わない。

# 今後の大学・大学発SUにおける米国企業との連携に向けた考察

- 国内・米国双方のヒアリング結果を踏まえると、日本の大学における海外への提案力を強化するためには、単なる「活動の促進」ではなく、プロセスとインフラの再構築に焦点を置いた支援が必要であると考えられる。

区分	テーマ	概要	今後の支援策のアイデア
戦略面	市場・課題起点の提案への転換	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の大学は技術起点ではなく、米国企業のR&amp;D課題やESG課題を理解した課題起点の提案へ転換。</li> <li>・企業課題・市場動向データを踏まえた提案設計を推奨。</li> </ul>	連携提案資料のフォーマットを、課題発見型のものにブラッシュアップし、標準化（すでに実施開始）。
	技術成熟度×知財優位性の見える化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提案時に技術のTRLとポジションを明確化し、米国で標準とされる。Technology Brief形式（数枚の技術概要シート+事業提案）を導入。</li> </ul>	Technology Brief標準フォーマットを作成。
体制・仕組み面	TLO・URAのデータドリブン化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教員ネットワーク任せではなく、商談履歴・成約率などをデータで管理する体制へ。</li> <li>・提案活動を可視化し、KPI分析を可能にする。</li> </ul>	UNITTやRA協議会、全国大学TLOなどとの共通的支持（データ基盤化など）を提案。
	大学横断の共同海外展開チーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個別大学では存在感が弱く、分野別パッケージでの一括発信が効果的。</li> <li>・米国VC・AUTM・JETRO等との連携強化。</li> </ul>	米国の支援機関との連携などにより大学のための国際マッチングイベントを開催。

# 今後の大学・大学発SUにおける米国企業との連携に向けた考察

区分	テーマ	概要	今後の支援策のアイデア
実務面	契約・提案プロセスの迅速化・標準化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学内承認プロセスの遅さが大きなボトルネック。</li> <li>・米国企業はNDA/Option/MTA/Licenseの標準テンプレートを活用。</li> </ul>	学内審査の迅速化を促すモデルプロセス策定。
	提案後フォローアップの仕組み化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米国では提案後のフォロー報告（Follow-up Report）で信頼を維持。</li> <li>・進捗率や面談件数などをKPI管理。</li> </ul>	大学ごとの連携進捗を可視化する仕組みを提案。
人材・教育面	国際交渉リテラシー教育の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米国企業との交渉では、期待値調整・契約理解・リスク説明が重要。</li> <li>・URA・TLOの国際交渉スキル育成が急務。</li> </ul>	ケース演習型プログラムとして全国展開（すでに実施開始）。今後、「国際ライセンス実践講座」などのセミナーの開催を検討。
	成果の可視化とストーリーテリング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米国企業は「収益＋社会的インパクト」の両面を重視。</li> <li>・日本も社会実装ストーリーを明確にする必要。</li> </ul>	成果可視化テンプレートを策定し、成功事例集を継続発信。

## 第4章

# 大学及び大学発SUの企業連携支援の実施

# 大学及び大学発SUの企業連携支援の目的と実施要領

## ■ 目的

先行事例調査で整理した企業探索・提案手法について、実際の大学シーズおよび大学発SUに適用し、その有効性と実務上の課題を検証することを目的とした。

併せて、令和5・6年度の調査成果である「企業連携提案マニュアル」の改善点を抽出し、海外企業連携を見据えた実践的な支援手法として高度化することを狙いとした。

## ■ 実施要領

### ① 支援対象シーズの選定

大学からの推薦を受け、分野バランス（ものづくり／医薬・バイオ／情報通信）や研究者の意欲、海外連携可能性等を踏まえ、9つの大学・大学発SUの研究シーズを選定した。

### ② ヒアリングによる課題・価値の整理

技術の優位性、解決課題、市場性、想定企業等を整理し、提案設計の前提となる情報を構造化した。

### ③ ターゲットレポートの作成・分析

特許情報等から国内外の連携候補企業を抽出・分析し、連携可能性の高い候補を可視化した。

### ④ 企業候補の選定およびアプローチ支援

日米を対象に候補企業の絞り込みを行い、具体的なアプローチ方法や接点構築を支援した。

### ⑤ 連携提案資料の作成・提案支援

企業視点での価値整理やビジネスモデル設計を踏まえ、提案資料の作成および面談・交渉の支援をした。

### ⑥ 効果検証・フォローアップ

ヒアリング等により支援成果や課題を把握し、成功要因・ボトルネックを整理するとともに改善点を抽出した。

# STEP1 連携候補企業の探索・選定のプロセス

- 研究シーズと企業ニーズの接点を起点に、国内外の特許情報を活用して技術領域を分析し、日米の連携候補企業を探索・選定した。ヒアリング、特許検索・分析、公開情報調査を段階的に行い、連携提案先となる企業を抽出した。

STEP1 では、連携候補企業の探索・選定を行います。

## STEP 1 連携候補企業の探索・選定

### 01

#### 研究シーズと企業ニーズの接点の見極め

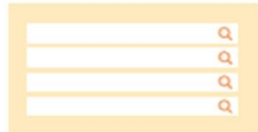
研究支援者が、ヒアリングシートを用いて研究者と協議し、企業と連携する目的や大学側の課題・ニーズを把握し、探索の方向性を探る。



### 02

#### 企業ニーズに基づく特許検索の設計

企業の技術ニーズに合致する特許情報を検索するための方法を構築する。検索の範囲やキーワード設定を適切に行う。



### 03

#### 特許分析による連携可能性の整理

企業ごとに特許情報から連携の可能性を分析し、根拠を整理する。ヒアリングシートと照合し、連携の目的が達成できるかを検証する。



### 04

#### 特許情報に基づく連携候補リストの作成

特許情報をもとに、具体的な連携候補企業を抽出する。出願に関する客観的な指標を用いて評価し、妥当性を確保する。



### 05

#### 公開情報を活用した提案先の選定

特許以外の信頼性の高い公開情報（最新のIR情報、HP、ニュースリリース等）を活用して連携可能性を分析し、提案先を選定する。



### POINT

- ターゲットレポート（大学が保有する研究シーズとシナジーが期待される企業の特許出願を抽出し、ランキング付けした企業リスト）を作成し、特許情報から連携候補企業を探索する。
- また、ターゲットレポートから抽出された連携候補企業に対して、非特許情報（最新のIR情報、HP、ニュースリリース等）から、連携目的の共有可能性を探り、連携候補企業を複数社選定する。その際、研究者のこれまでの企業との共同研究の実績やCOI（利益相反）、技術説明会や展示会での企業との名刺交換の状況を配慮する。

# STEP2 連携候補企業への提案のプロセス

- STEP1で抽出した連携候補企業に対し、研究シーズの価値や企業との協業可能性を整理した連携提案資料を作成し、日米の企業へ提案を実施した。大学と企業双方の資源やビジネスモデルを整理したうえで、面談や意見交換を通じて具体的な連携可能性の検討を進めた。

STEP2 では、連携候補企業への提案を行います。

## STEP2 連携候補企業への提案

### 01

#### 企業戦略と整合した価値創造の設計

研究支援者が、ヒアリングシートを用いて連携による新価値創造のストーリーを作成する。企業の戦略や市場トレンドと整合性を持たせる。



### 02

#### 大学と企業の資源の可視化

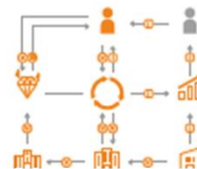
大学と企業のそれぞれが持つ具体的な資源（技術、人材、施設等）を整理し、相互補完の関係を示す。



### 03

#### 実行可能なビジネスモデルの構築

連携による収益構造や事業の持続可能性を示す。実行可能なモデルとするため、市場性や収益性を精査する。



### 04

#### 企業視点からの提供価値の整理

企業との連携により技術の融合と市場の開拓を実現することで、新たな社会的価値、経済的価値をもたらすステップを提示する。



### 05

#### 企業への提案と連携交渉の実施

「連携提案資料」を作成し、事前に十分に準備を行ったうえで、企業にプレゼンし、意見交換を行うとともに、連携に向けた交渉をする。

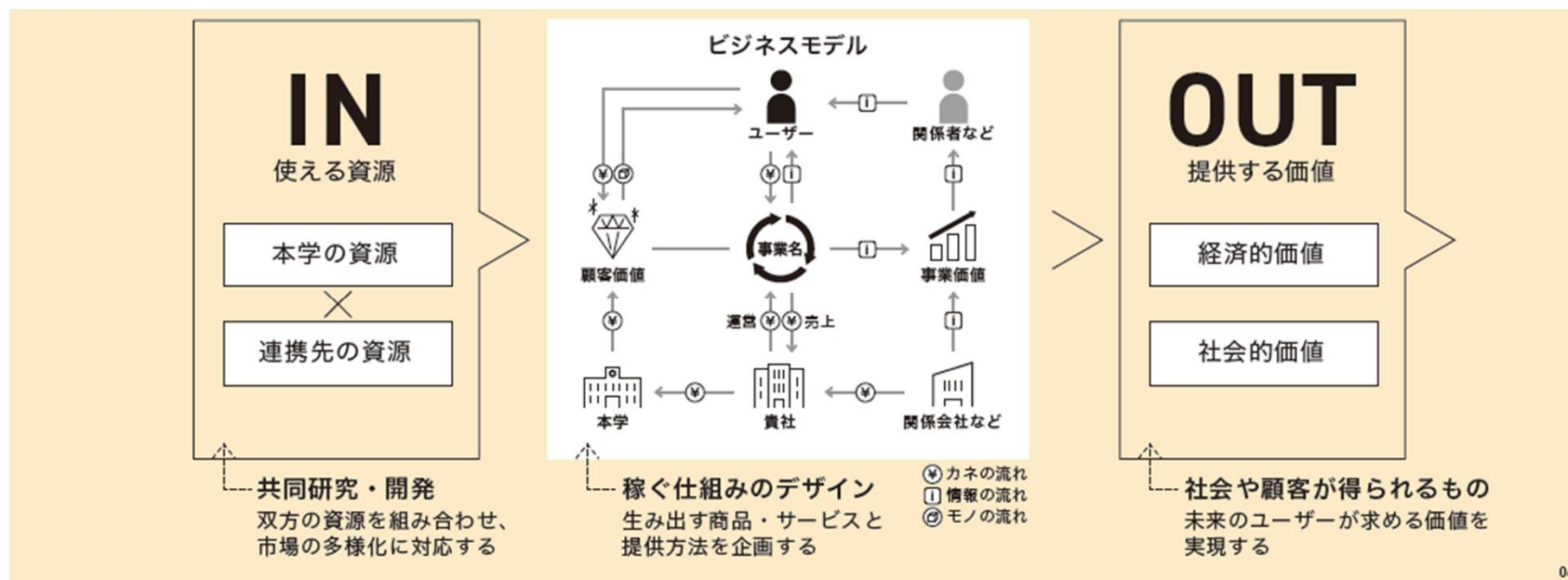


### POINT

- アプローチに成功した連携候補企業とアポイントを取り、「連携提案資料」を作成のうえ、実際の連携交渉に進む。
- 連携提案資料の作成に際しては、①本学の資源 × 連携先の資源（IN）、②ビジネスモデル、③経済的価値 × 社会的価値（OUT）を明確化し、連携候補企業にマッチした価値共創メカニズムを構築する。
- 学内で、ロールプレイなどにより、連携候補企業とのディスカッションの準備を十分に行い、アジェンダに沿って連携交渉を進める。

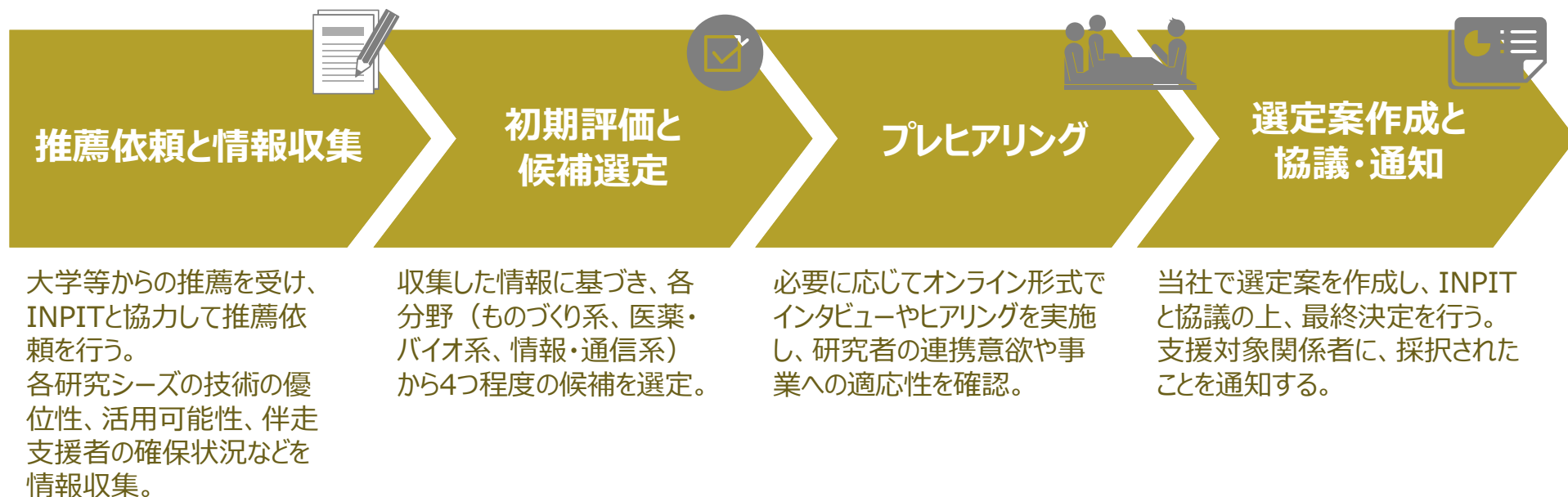
# 支援対象シーズの選定方針

- 支援対象は、大学等からの推薦を受けるものとし、以下の3分野から9シーズを選定した。
  - **ものづくり系**（ドローン、自動車、工作機械、医療機器、バッテリー、3Dプリンタ等）：2シーズ
  - **医薬・バイオ系**（ゲノム創薬、新素材、食品、農業等）：5シーズ
  - **情報・通信系**（大容量通信、フィンテック、自動運転、ヘルスケア、ゲーム等）：2シーズ
- 支援採択では、「**価値創造メカニズム**」が成立しうる研究シーズであることを確認した。
  - 研究支援者、研究者ともに**レスポンスが早く、フットワークが軽いこと**、**事業化の可能性が期待できること**
  - 連携候補企業側が共感できる、長期的な視点で社会にインパクトを与えうる「**ビジョン**」を持っていること
  - 「**ビジョン**」が実現された暁に、**経済的価値、社会的価値などの価値創出**が見込めること
  - 研究支援者が**マーケティングの意識**を持ち、価値創出から逆算（バックキャスト）により**ビジネスモデル**を構想できること
  - ビジネスモデルを機能させるのに、**研究シーズのどの強みが活かせるか、何が不足しているのかを仮説立て**できること



# 支援対象シーズの選定方針

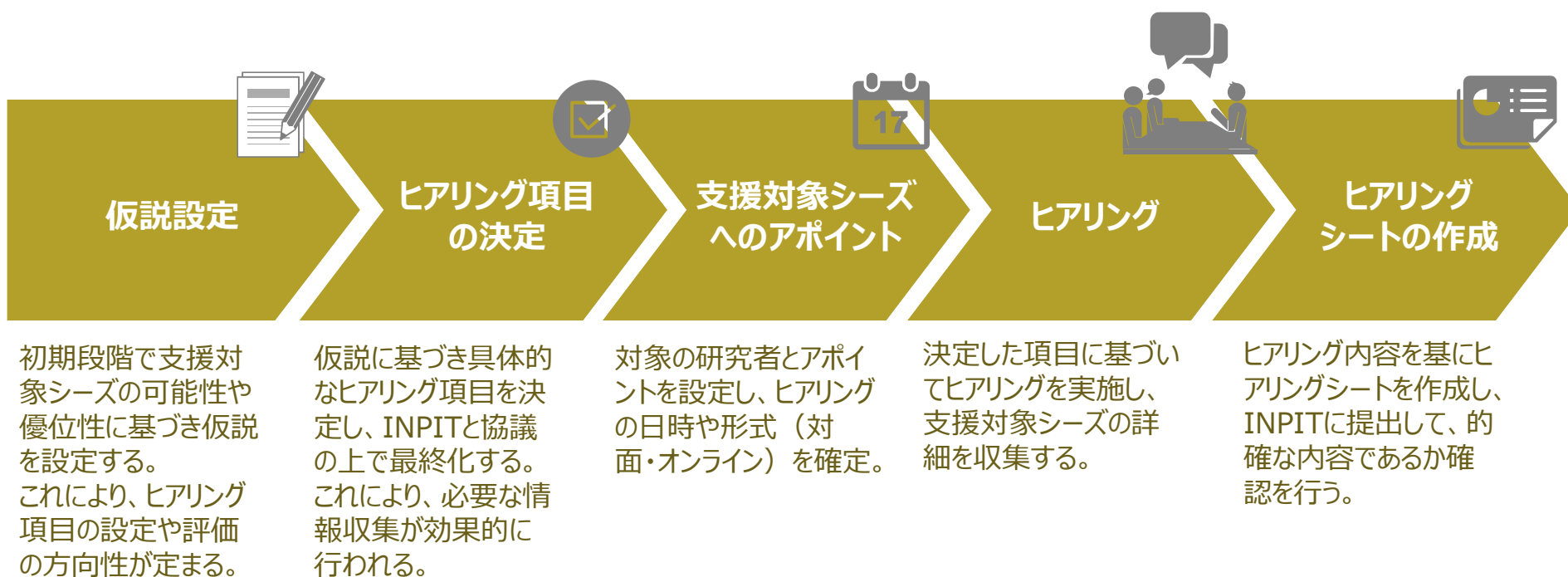
- 支援対象となる研究シーズの選定プロセスは、以下の流れで実施した。



ターゲットレポート作成のための本ヒアリングへ

# ヒアリングの実施方針

- 支援対象に対するターゲットレポート作成のためのヒアリングを進めるにあたり、以下のプロセスを取った。



ターゲットレポートの作成へ

# ヒアリングシートの作成

- ヒアリングシートをもとに検索の範囲やキーワード設定を適切に行い、企業のニーズに合致する特許情報の検索式を構築した。

## 01 研究シーズと企業ニーズの接点の見極め ①

STEP 1

STEP 2

研究支援者が、以下のヒアリングシートを用いて研究者と協議し、企業と連携する目的や大学側の課題・ニーズを把握し、探索の方向性を探ります。

1 研究シーズの情報			
大学名	正式名称を記入（例：〇〇大学〇〇研究所）		
所在地	都道府県＋市町村（キャンパス名も記載）		
窓口担当者（部署・氏名）	産学連携や知財管理を担当する部門の具体的な担当者名		
連絡先（TEL／メール）	確実に連絡が取れるメールアドレスと電話番号		
URL	研究室やプロジェクトの公式ウェブページのリンク（ある場合）		
研究支援者名（URA等の部署・氏名）	URAや産学連携担当者の氏名（複数可）		
研究者名（学部学科・研究室・氏名）	研究シーズの主要研究者の氏名と所属情報		
研究テーマ／プロジェクト名	連携提案にも使用できるよう、企業に興味を持ってもらうための明確なタイトル（例：「AIを活用した新規バイオマテリアル開発」）		
2 レポートの作成対象となる技術課題と解決手段			
社会的意義	この研究シーズが社会や産業にどのようなインパクトを与えているか？ 研究が社会や産業にどのような価値をもたらすのかを簡潔に記載する（例：「環境負荷の低減」「高齢化社会への貢献」など） インパクトのある表現を使用すると、連携提案資料のストーリー策定にも役立つ。		
技術の概要	<table border="1"> <tr> <td>【どのような技術課題やニーズに対して】 研究者とともに、研究シーズが解決しうる社会課題や産業課題は何かという視点から、企業が抱える可能性のある技術課題は何か、その技術を必要とする市場はどの分野かを洗い出し、企業の技術的な課題にどう貢献できるかを具体的に記載する。 例：「手術時の感染リスク低減が課題である」「省エネルギー化と環境負荷低減が必要」「食品の鮮度保持技術の向上が求められている」</td> <td>【どのように解決する技術であるのか】 左記の技術課題に対する解決手段として、研究シーズを記載。コア技術の構成要件や強みを分かりやすくポイントを絞って要約する。 この欄では、専門外の人にも伝わるように書いておくとよい。 例：「当技術は、従来の〇〇よりも△△%効率を向上させ、□□のコストを削減できる特徴を持つ」</td> </tr> </table>	【どのような技術課題やニーズに対して】 研究者とともに、研究シーズが解決しうる社会課題や産業課題は何かという視点から、企業が抱える可能性のある技術課題は何か、その技術を必要とする市場はどの分野かを洗い出し、企業の技術的な課題にどう貢献できるかを具体的に記載する。 例：「手術時の感染リスク低減が課題である」「省エネルギー化と環境負荷低減が必要」「食品の鮮度保持技術の向上が求められている」	【どのように解決する技術であるのか】 左記の技術課題に対する解決手段として、研究シーズを記載。コア技術の構成要件や強みを分かりやすくポイントを絞って要約する。 この欄では、専門外の人にも伝わるように書いておくとよい。 例：「当技術は、従来の〇〇よりも△△%効率を向上させ、□□のコストを削減できる特徴を持つ」
【どのような技術課題やニーズに対して】 研究者とともに、研究シーズが解決しうる社会課題や産業課題は何かという視点から、企業が抱える可能性のある技術課題は何か、その技術を必要とする市場はどの分野かを洗い出し、企業の技術的な課題にどう貢献できるかを具体的に記載する。 例：「手術時の感染リスク低減が課題である」「省エネルギー化と環境負荷低減が必要」「食品の鮮度保持技術の向上が求められている」	【どのように解決する技術であるのか】 左記の技術課題に対する解決手段として、研究シーズを記載。コア技術の構成要件や強みを分かりやすくポイントを絞って要約する。 この欄では、専門外の人にも伝わるように書いておくとよい。 例：「当技術は、従来の〇〇よりも△△%効率を向上させ、□□のコストを削減できる特徴を持つ」		

ここで整理した「技術課題と解決手段」の情報は、企業の特許情報を活用した連携候補の探索に活用します。特許検索や提案の際に、企業の関心を引く課題と解決手段を明確に整理しましょう。

## POINT

- 社会的意義はシンプル＆インパクトのある表現にし、この時点で企業が興味を持ちやすい内容を心掛けておくとよい。
- 研究シーズから創出される技術の概要を「専門外の人でも理解できるレベル」に調整し、簡潔かつ具体的に言語化する。
- 技術課題と解決策（どのような課題にどうアプローチできるか）を明確にする。

# ヒアリングシートの作成

- ヒアリングシートをもとに検索の範囲やキーワード設定を適切に行い、企業のニーズに合致する特許情報の検索式を構築した。

## 01 研究シーズと企業ニーズの接点の見極め ②

検索式の精度は、ここで設定したキーワードの質に大きく左右されます。企業の関心を引きやすい表現を意識しながら整理しましょう。

STEP 1

STEP 2

### 3 連携候補を抽出するためのキーワード

キーワード	<p><b>【課題・ニーズキーワード】</b> 上記の課題・ニーズを、企業が事業活動を実施する中で抱える課題を表すキーワードに変え、5～10個程度挙げる。 例：「食品の鮮度を長期間維持する技術を開発しています。」⇒「食品ロス削減」「物流における鮮度管理」「高付加価値食品の保存」</p>	<p><b>【技術要素キーワード】</b> 上記の技術の特徴や効果を、企業が特許検索で使うような技術キーワードに変え、5～10個程度挙げる。特許分類（IPC、CPC）を参考にしてもよい。 例：「ナノレベルでの酸化防止効果を持つフィルム技術を開発しています。」⇒「ナノ粒子酸化防止コーティング」「高分子バリアフィルム」「抗酸化ナノ材料」</p>
-------	---	---

### 4 現在の研究段階

進捗状況	研究がどの段階にあるかを明確に記載（基礎研究・応用研究・プロトタイプ開発・実証実験・市場投入準備など）。企業がどの時点で参画できるかを示す。 例：「現在、プロトタイプ作成段階。共同開発パートナーを募集し、実証実験を行いたい」
保有特許	取得済みの特許があれば、特許番号・出願人・出願日 を記載。共同特許（共同出願）の場合は共同出願先企業や実施条件の概要を追加。 例：「特許第〇〇〇〇号：〇〇技術を活用した高性能フィルター」
主要な研究論文	研究成果が学術的にどの程度確立されているかを示すために、代表的な論文のタイトル・発表年・掲載誌 を記載。企業が技術の信頼性を判断しやすくなる。 例：「〇〇学会誌 2023年掲載：〇〇技術を用いた新材料の開発」

### 5 連携先の想定

業界	研究成果が活用できる 具体的な業界名 を記載（自動車・バイオテクノロジー・食品・IT・医療機器 など）。対象とする業界を明確にするために細かく。 例：×「製造業」→〇「電子部品・半導体製造業界」
技術分野	連携が期待できる 技術領域 を明確に記載（例：AI、ロボティクス、ナノテクノロジー、再生医療、環境技術）。企業が求める技術と一致させるよう具体的に。 例：×「AI技術」→〇「AIによる画像解析技術（医療診断向け）」
想定企業	連携を希望する企業の 具体的な社名 を記載（例：トヨタ自動車、富士フィルム、武田薬品、日立製作所 など）。研究技術と親和性の高い企業をピックアップする。 例：「〇〇社は、同様の技術領域で過去に特許を取得しているため、技術連携の可能性が高い」
特許情報	想定企業が関連特許を保有している場合は、特許番号や技術内容を記載すると、より提案の説得力が増す。 例：「特許第〇〇〇〇号（△△技術）に関連する研究シーズ」

検索結果の確からしさを検証するため、想定する連携先企業を具体的にリストアップしましょう。業界・技術分野・企業名を明確にすることで、連携候補企業の選定精度が向上します。

### POINT

- 研究段階を（基礎研究・応用研究・プロトタイプ・実証実験など）明確にする。
- 保有特許・研究論文は企業視点で重要なものを厳選する。
- 連携候補企業を明確化するため、業界・技術分野・想定企業を具体的に記載する。
- 想定企業の特許情報を追加すると、ターゲットレポートの精度が向上する。

# ヒアリングシートの作成時に心掛けたこと

- ヒアリングシートの作成では、「未来から逆算して価値を設計する」→「技術と論理で裏付ける」→「検索可能なキーワードで言語化する」という流れで情報を整理すると、効果的な連携提案の出発点となる。

## 1. 価値の視点で全体像を構想する

- 「何のための研究か」「社会や産業のどんな課題を解決するか」を簡潔かつインパクトある言葉で記載し、企業へのストーリー提案に備える。
- 研究成果から導かれる将来的な価値（経済的・社会的）を見据え、価値提供の全体像を構想する。

## 2. 技術的・論理的な裏付けを固める

- 企業ニーズとマッチさせるには、どのような技術課題にどうアプローチするのかを論理的に整理することが重要。
- 研究のフェーズ（基礎研究／応用研究／プロトタイプ等）や権利状況を明示し、企業側の判断材料を揃える。

## 3. 検索・提案に向けたキーワードを精緻に設計する

- 後のマッチング精度に直結するため、5個以上を目安に構成要素単位で洗い出し、検索軸として活用可能な状態にする。
- これまでの連携履歴や対象技術分野を踏まえ、具体的な企業名や特許情報、想定される産学連携の形態も記載しておくことで、提案の実効性が高まる。

## 4. 検索イメージをあらかじめ立てておく

- 検索結果が検証できるように、事前に想定業界や技術分野、連携スキームの候補を明確にし、検索式立案の着眼点を持つたうえでヒアリングを行う。

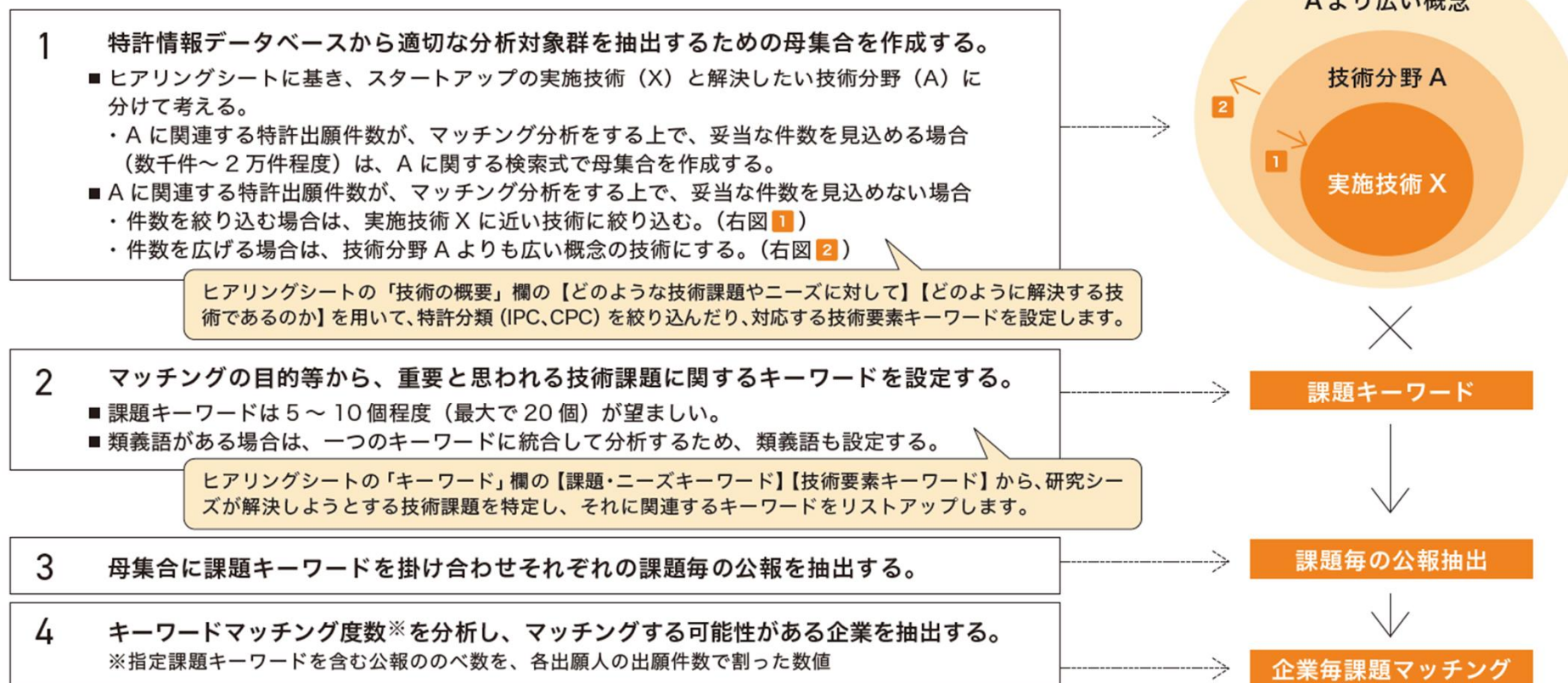
# 検索式の策定プロセス

- ヒアリングシートをもとに検索の範囲やキーワード設定を適切に行い、企業のニーズに合致する特許情報の検索式を構築した。

## 02 企業ニーズに基づく特許検索の設計

STEP 1 → STEP 2

ヒアリングシートをもとに検索の範囲やキーワード設定を適切に行い、企業のニーズに合致する特許情報の検索式を構築します。



# STEP1

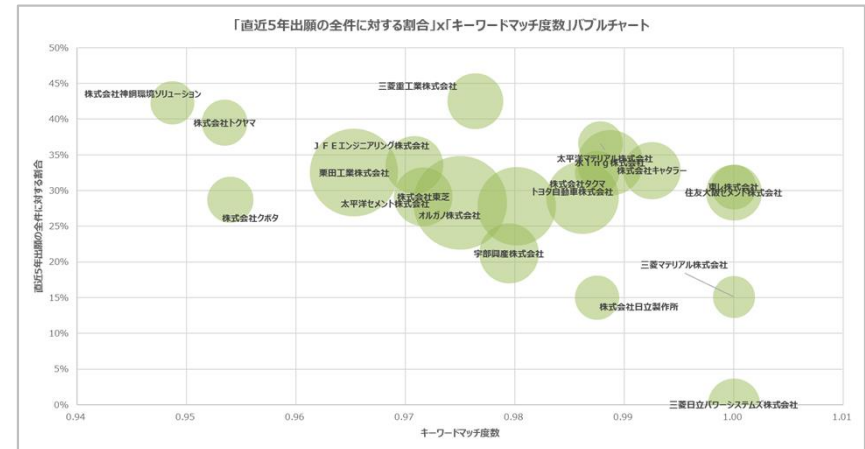
## 企業リスト及び「キーワードマッチング度」×「直近5年出願率」チャートの作成

- リストアップした企業のうち、**事業との合致度、出願時期、出願の継続性**の1次～3次選定および、**タイプ別分析**により候補企業を絞り込んだ。

### 企業リスト

No.	プレイヤー (社名)	キーワードマッチング度	直近5年出	出願件数	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	太平洋セメント株式会社	0.975	28.30%	360	0	16	46	64	43	36	26	27	36	24	21	14	7
2	東田工業株式会社	0.965	32.50%	317	0	20	25	30	31	41	33	34	33	27	27	15	1
3	オルガノ株式会社	0.980	27.80%	252	0	11	10	25	37	33	38	28	19	12	22	14	3
4	トヨタ自動車株式会社	0.986	29.00%	217	0	15	27	35	21	12	23	21	15	14	19	15	0
5	水ing株式会社	0.989	33.90%	177	0	13	22	17	18	17	11	19	15	23	10	9	3
6	宇部興産株式会社	0.979	21.20%	146	0	7	14	16	18	19	14	27	21	10	0	0	0
7	株式会社理髪	0.972	29.10%	141	0	5	23	20	19	16	11	6	13	8	16	3	1
8	JFEエンジニアリング株式会社	0.971	33.60%	137	0	10	21	15	4	16	15	10	17	3	13	13	0
9	株式会社キヤラー	0.993	32.80%	134	0	4	10	14	22	14	13	13	13	16	10	5	0
10	住友大阪セメント株式会社	1.000	29.70%	128	0	5	22	18	14	10	10	11	13	10	9	5	1
11	三菱重工株式会社	0.976	42.50%	127	0	9	12	16	17	5	9	5	6	17	20	9	2
12	三菱日立パワーシステムズ株式会社	1.000	0.00%	112	0	12	23	15	15	23	17	7	0	0	0	0	0
13	株式会社クボタ	0.954	28.70%	87	0	1	10	12	5	11	15	8	5	6	9	5	0
14	株式会社トヨタ	0.953	39.50%	86	2	4	14	4	3	8	8	9	10	12	9	3	0
15	東レ株式会社	1.000	30.50%	82	0	2	12	13	7	8	6	9	9	7	6	3	0
16	太平洋マテリアル株式会社	0.988	36.60%	82	0	9	5	8	13	8	3	6	11	4	8	5	2
17	株式会社タカマ	0.988	32.50%	80	0	8	8	9	5	10	9	5	8	6	6	6	0
18	株式会社日立製作所	0.988	15.00%	80	0	9	10	14	15	9	8	3	4	6	1	1	0
19	株式会社神鋼環境ソリューション	0.949	42.30%	78	0	2	9	9	7	6	8	4	6	8	14	4	1
20	三菱マテリアル株式会社	1.000	15.10%	73	0	3	8	7	12	7	11	14	7	3	1	0	0
21	三浦工業株式会社	0.972	18.10%	72	0	4	9	9	12	11	7	7	6	3	1	3	0
22	住友金属鉱山株式会社	0.938	13.80%	65	0	2	3	8	13	14	8	8	4	2	3	0	0
23	日立造船株式会社	1.000	29.70%	64	0	2	9	11	8	5	6	3	6	7	5	1	0
24	イオン株式会社	1.000	20.60%	63	0	6	15	7	7	8	5	2	2	5	4	2	0
25	シナジ株式会社	1.000	29.00%	62	0	0	0	14	11	4	7	8	8	5	4	0	1
26	JFEスチール株式会社	0.984	19.70%	61	0	5	9	8	8	7	7	5	2	5	5	0	1
27	日本電子株式会社	1.000	30.40%	56	0	3	10	7	6	5	3	5	7	4	3	2	1
28	メタウォーター株式会社	0.927	38.20%	55	0	1	9	5	7	5	4	3	5	1	6	7	2
29	富士電機株式会社	0.981	40.70%	54	0	3	12	5	0	1	4	7	6	13	2	1	0
30	エヌイーケムキャット株式会社	1.000	20.00%	50	0	0	0	4	7	13	7	9	5	2	2	1	0

### 「キーワードマッチング度」×「直近5年出願率」チャート



企業リストでは、検索式によって構築された母集団において、出願件数降順で「社名」「キーワードマッチング度数」「直近5年出願率」「出願件数」「経年での出願件数」を確認することができるように整備した。

リストアップされた企業が、どの技術分野に、どの程度関心を示しているかを確認し、研究者とともに研究シーズとの親和性を議論した。

出願件数が特定の時期に急増している企業は、新規技術に力を入れている可能性が高いため、その背景を分析することにした。

また、大学・大学発SUの研究は企業の即時的なニーズに直結しないことが多いため、長期的視点での連携が期待できる企業を優先した。

企業リストから作成した「キーワードマッチング度」×「直近5年出願率」のバブルチャートを作成した。

右上のゾーンは、近年特許出願が急増している企業が多いため、新規事業や技術開発に積極的な可能性があることから、重点的に分析し、研究者とともに企業の関心度や事業戦略との整合性を確認した。

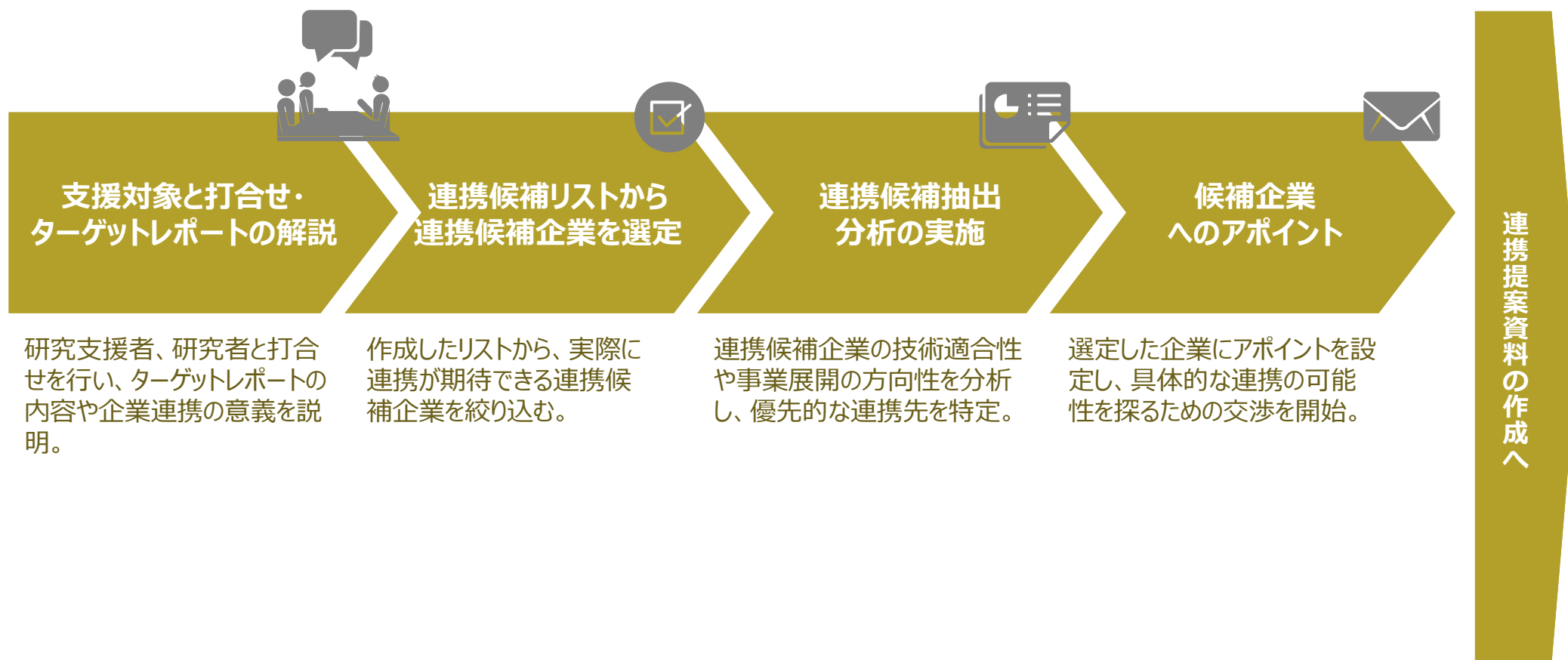
右下や左上のゾーンの企業も、研究シーズとの補完関係がないかチェックした（競合ではなく、補完技術としての連携の可能性）。

本バブルチャートを活用する際には、企業リストで特許の共同出願状況を調べ、他の大学等と既に連携している企業を見つけたり、研究シーズの特許が引用されている企業を特定し、技術的に関心がある企業を探索するなどの工夫をした。



# 連携候補企業の選定の流れ

- 候補企業の選定については、以下の流れで実行した。



# 連携候補企業の選定基準

- ターゲットレポートを使用し、以下の要領で出願トレンド、事業開発タイプ、キーワードの合致性などの出願に関する客観的な指標を用いて、「マッチング候補企業絞り込み」リストから候補を抽出した。

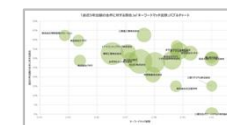
## 研究者と相談し、以下の観点から連携候補企業を抽出する

### 出願トレンドからの考察

- 本分野で、**出願傾向が上昇ないし維持されている**企業をマークする。
- 最近、特に出願が大きく伸びている企業は、実際に出願された特許とともに、IR情報などからその理由を探り、課題解決に研究シーズが貢献しうるかを探る。

### タイプ別分布図からの考察

- **右上に分布している**企業（＝キーワードマッチ度が高く、近年の特許出願が積極的な企業）をマークする。
- 右上の企業が少ない場合は、左上、右下の順に候補企業を探る。



### キーワードとの合致性からの考察

- 検索式策定時に選定した**キーワードとの合致度が高い**企業をマークする。
- 研究シーズを生かすうえで、特に重視したい課題キーワード（＝解決するうえで、研究シーズが特に生きる特徴キーワード）から候補企業を探る。

### 個別の特許情報からの考察

- 上記3つの考察により絞り込んだ各候補企業について、個別に特許の内容を確認し、**近年の特許から相手方の課題感や関心事**を探るとともに、提案するとすれば、どのニーズに着目するかを検討する。

## 連携候補企業リストを作成

「特許出願トレンド」だけでなく、企業の事業戦略や市場動向も考慮し、業界の競争環境や企業の特許ポートフォリオを分析するように努めた。また、「個別特許情報」を深掘りし、企業ニーズに合わせた提案の方向性を定めた。

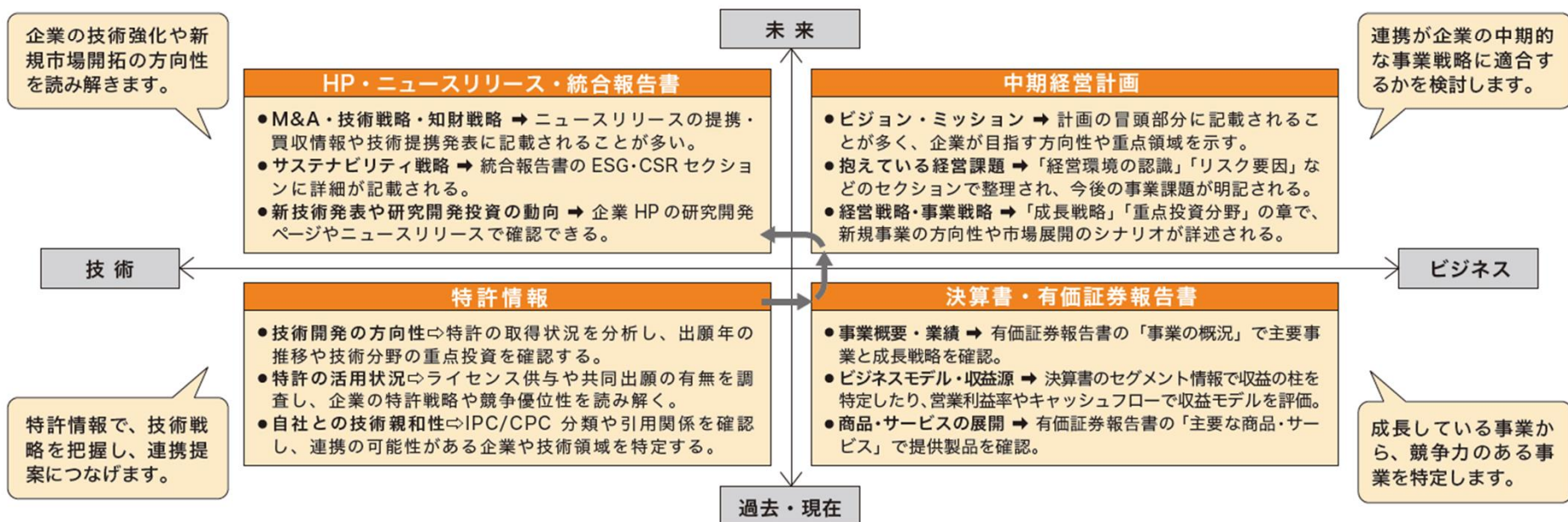
# 連携候補企業に関する公開情報の収集

- 公開情報から、連携候補企業が過去・現在から未来の視点で、どのような技術を持ちどのように活用してビジネスを展開しようとしているのかを整理した。

## 05 公開情報を活用した提案先の選定 ①

STEP 1 → STEP 2

- 連携候補企業との間で、どのような事業化シナリオを描けるのか、解像度の高い仮説を立てることができるかという視点で、連携候補に関する公開情報を集めます。
- 連携候補が過去・現在から未来の視点で、どのような技術を持ち、それを活用してビジネスを展開しようとしているのか整理しましょう。



### POINT

- 「技術 × ビジネス」のつながりを意識し、過去・現在から未来に向けて、企業が研究シーズをどのように活用できるのかを明確にする。
- 矢印の順に、まず特許情報から過去の技術開発を把握し、次に決算書で現状のビジネス活用を確認するとよい。さらに中期経営計画で将来の方針を読み解き、最後にニュースリリース等から企業の技術強化等の方向性を特定すると効果的である。



# 特許分析で掘り下げた観点

- 連携候補企業が保有する特許のうち、最新かつヒアリング時に抽出したキーワードと合致している特許を優先的に抽出し、内容を分析した。

## 【特許分析の例】

優先順位	企業名	発明者	出願年	対象	課題	当該企業が用いた解決手段	必要となるスペック
1	A社	○×○郎：○○工場（2011年） ⇒Journal of MMIJより ○木○男 ○山○三 ○中○正	20XX年	●●●電解スライムからの有価金属の回収方法	●●●製錬プロセスにおける●●●電解工程では中間産物として銀、白金族、セレン、テルル等の有価金属が濃縮された●●●電解スライムが得られ、●●●浸出、溶媒抽出等の処理を組み合わせた工程で処理することにより有価金属を分離回収することができるが、pH調整剤として尿素を添加しており窒素を除去するための排水処理が必要であったり、還元後液に由来する金の回収ロスを減らすために●●●電解スライムを塩素浸出する工程スライム浸出に繰り返すことで処理フロー全体として白金族元素の回収効率が低下するという問題があった。⇒pH調整剤を添加することによる課題	●●●電解スライムを塩素浸出して得られる塩素浸出液を溶媒抽出し得られた抽出液（有機相）を塩素で洗浄するに際し、水を添加して塩素を希釈し水相の割合を増加させる。 ⇒尿素を添加する必要がなくなった	●●●電解スライムのスラリーから金回収。 ●●●反応時間4時間、反応温度85℃の条件で塩素浸出処理。 ●●●金の還元率は61.0%以上。 （金還元処理前の有機相中の金濃度に対する、金還元処理前の有機相中の金濃度と金還元処理後の有機相中の金濃度の差分値の百分率） ●●●還元処理において金の還元に伴って不純物元素（例えばセレン、テルル等）も一緒に還元されない。
2	B社	○野○子 ○本○夫 ○上○隆	20XX年	●●●酸性Sn含有貴金属触媒回収液からの貴金属の回収方法	●●●従来、触媒●●●コロイドを沈殿物として多孔性●●●フィルター上に濃縮し沈殿物を流動体で逆洗浄することにより多孔性●●●フィルターから沈殿物を除去し、沈殿物を●●●混合物で可溶化して溶液を形成し触媒●●●コロイドを含有する流動体から触媒●●●を回収する方法では、逆洗浄における薬品使用量は多くさらに排水処理工程における負荷が増大することから生産性が低く工業上不利であった。⇒触媒●●●コロイドを用いたことによる課題	酸濃度を調整した●●●酸性●●●含有●●●触媒回収液を含む水溶液を活性炭に接触させることで貴金属を回収。	●●●300℃で5時間減圧下で前処理の必要？ ●●●水溶液の酸濃度が高いほど●●●回収率が高くなる。 ⇒水溶液の酸濃度調整は必要？ ●●●空間速度500/h以上で水溶液を通過させた場合であっても高い回収率を維持することができる。（例：空間速度1000/hの時、●●●回収率90.5%）
3	C社	○井○宏：開発部プロジェクトマネージャー（2020年）⇒第XX回市村清新技术財団より ○中○博 ○田○志	20XX年	気体濃縮装置	従来の気体濃縮装置ではアミン系吸収剤が低温条件下（例えば20℃未満）で●●●●●の吸着が進行することから、夏場は外気温度が高いためにハニカムロータを介した●●●●●の吸脱着が起り難くなり、冬場は外気温度が低いことからヒートポンプの外気温度との熱量バランスが取れないことで通年を通して安定した●●●●●濃度の高いガス供給が出来ないという課題があった。⇒アミン系吸収剤を使用することによる課題	所定の原料気体に含まれる●●●●●を吸着及び脱着可能とされ、●●●●●を吸着する吸着ゾーンと●●●●●を脱着する脱着ゾーンが少なくとも設定されるハニカムロータと、ハニカムロータの吸着ゾーンに導入される原料気体を冷却する冷却部と、ハニカムロータの脱着ゾーンに導入される原料気体を加熱する加熱部と、ハニカムロータの吸着ゾーンを通過した吸着済み気体を加熱又は冷却する熱交換器と、冷却部をなす蒸発器、及び、加熱部をなす凝縮器を有するヒートポンプとを備える気体濃縮装置。	●●●●●を低温（例えば10℃）で吸着可能。 ●●●●●湿分（水分）も含めて二酸化炭素を吸着可能。 ●●●●●を比較的低温（例えば40℃）で脱着可能。

# 開発・事業分析で心がけたこと

- 候補企業の有価証券報告書から、研究開発費と、出願数、売上高の関係性を分析し、候補企業の比較を行った。

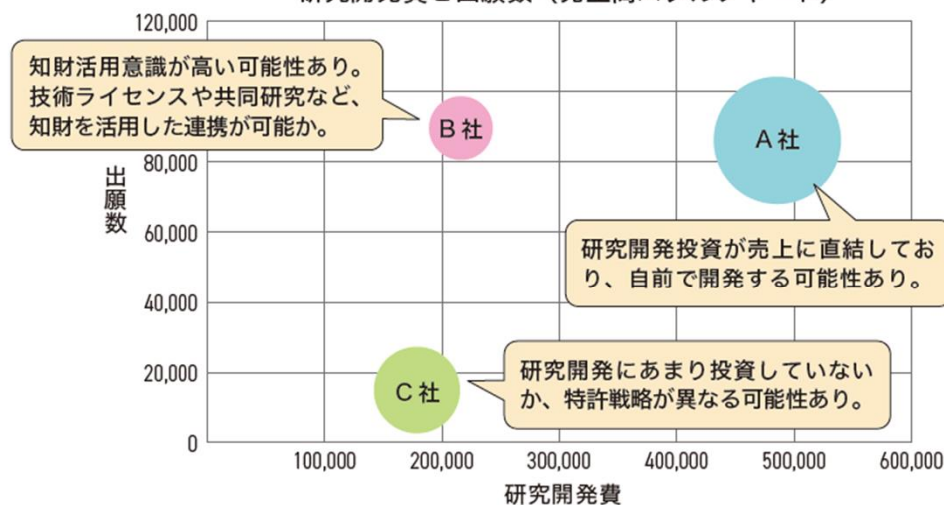
## 05 公開情報を活用した提案先の選定 ②

STEP 1 → STEP 2

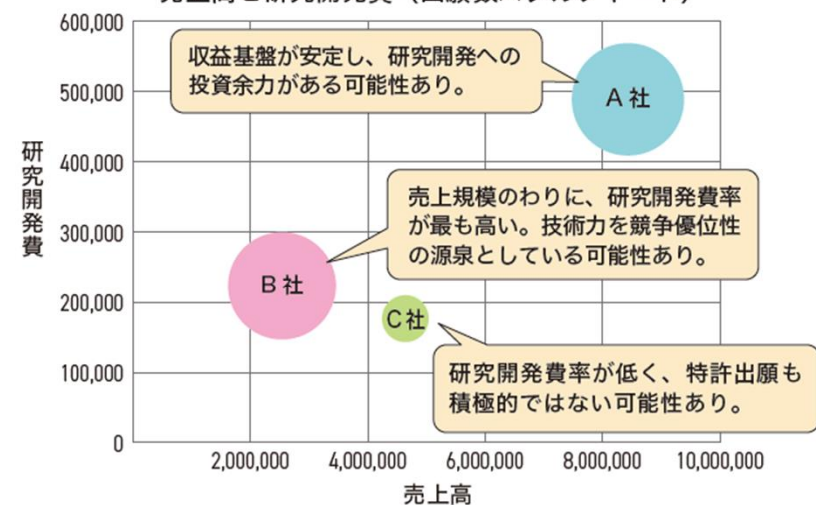
3社程度に絞り込んだ企業の研究開発費、売上高、出願件数等のデータを図表で見える化し、連携可能性を考察します。

連携候補	研究開発費（百万円）	売上高（百万円）	出願件数（件）	研開費率（%）
A社	491,200	8,496,420	86,626	5.8%
B社	221,800	2,682,655	89,215	8.3%
C社	178,388	4,657,147	15,176	3.8%

研究開発費と出願数（売上高バブルチャート）



売上高と研究開発費（出願数バブルチャート）



### POINT

- バブルチャートのサイズ・色の意味を明示し、視覚的に比較しやすくする。
- 研究開発費の大小と、企業の戦略的な方向性の関係を補足し、解釈の深みを持たせる。

# 開発・事業分析で心がけたこと

- 連携提案を効果的に行うには、研究シーズが連携先の興味事項に適合することが望ましい。
- 連携候補企業の研究開発情報から現在の開発の方向性を探り、提案先を決める材料として提示した。

## 連携候補企業の研究開発情報の探索

### ① 有価証券報告書の確認

- 企業のIR情報として最も重要なものであり、容易に参照できることから、その企業の状況を探る情報として活用できる。
- **「研究開発活動」は有価証券報告書の中段に記載されており、社外にアピールしたい事業に密着した研究を提示している会社が多い**ため、そこに記載された内容はその会社の未来の方向性を探る材料として好適である。
- 「研究開発活動」を抽出し、大学の研究シーズや解決したい技術課題と関係ありそうなワードがあれば、「赤字」で明示するなどして、関連性をイメージしてもらえよう努める。
- **有価証券報告書からは研究開発費もわかる**ので、右図の様な出願数との対比バブルチャートなどの分析もできる。**企業によっては事業セグメント毎の研究開発費が開示されている**ので、その場合は、さらに詳細に事業毎の関連特許との相関性を探る事も可能である。

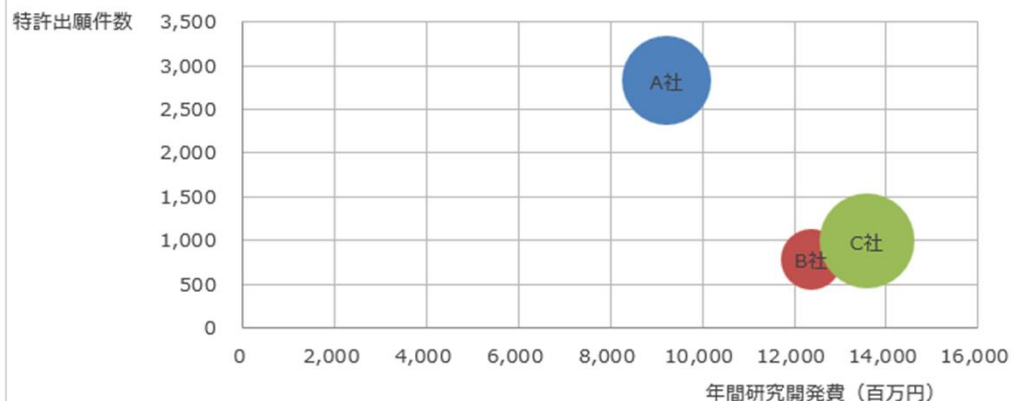
### ② 企業HPの確認

- HPという利点を生かして、より一般向けの宣伝材料として研究開発内容をわかりやすく提示している会社も多い。
- **企業によっては、かなり詳細な技術論文をデータベースとして開示しているところもある**。有価証券報告書の「研究開発活動」記載内容と合致するようなものがあれば、その会社の現在の重点テーマである確度も高い。

## 連携先選定材料としての考察

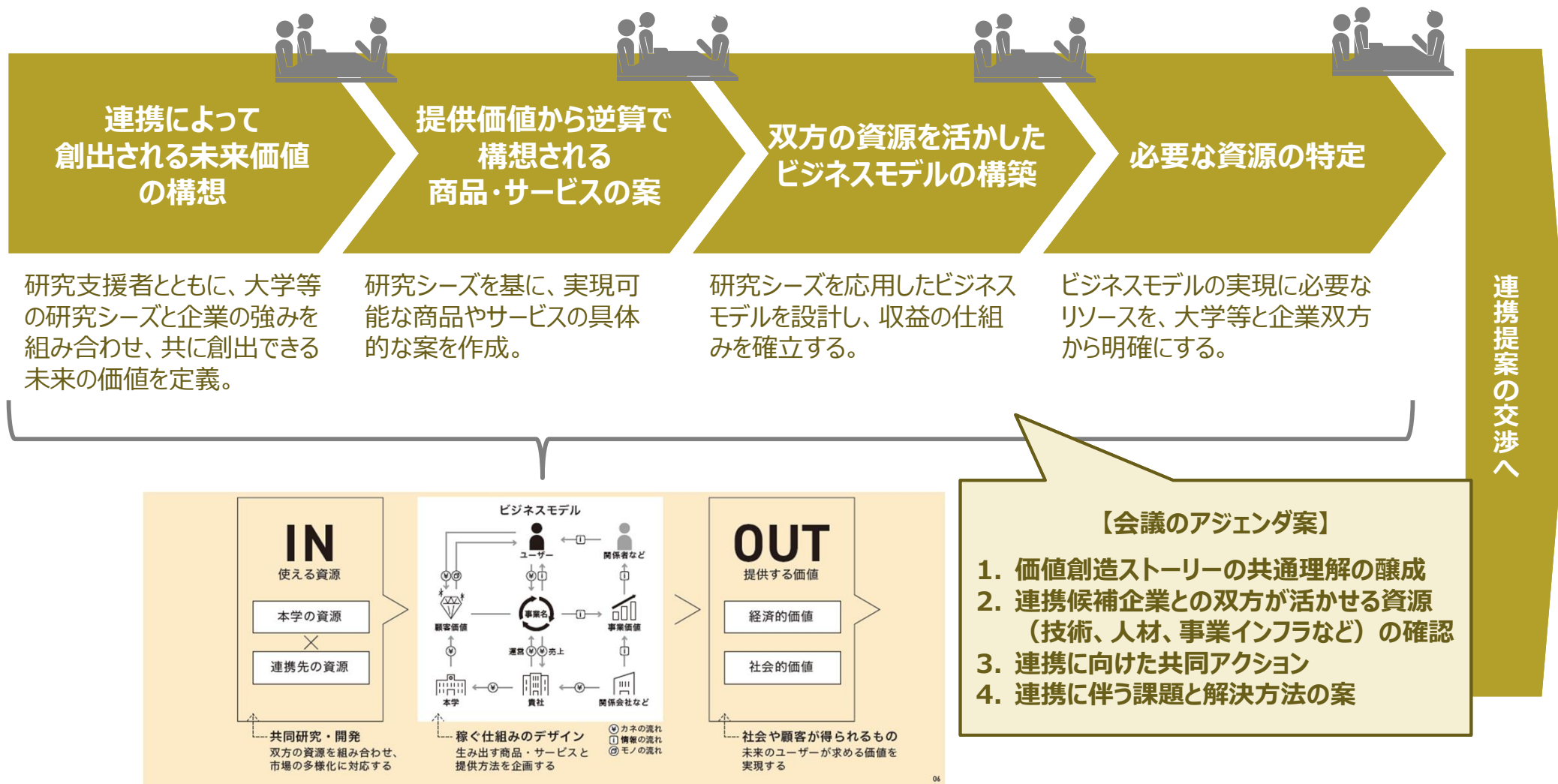
- 研究開発状況やバブルチャートグラフの結果の考察として、連携候補先数社それぞれについて、比較のポイントがどこにあるのかをわかりやすく説明する。
- 例えば、下図からは、「**A社は既に積極的に特許出願していることから自社で課題解決手段を持っている（すなわち大学の研究シーズが入り混む余地はない）ことが想定される。**一方、**C社は研究開発に力を入れているものの、出願数が増えておらず、苦戦している可能性があり、大学として貢献できる余地がある。**よって、**第一候補としてC社を推薦したい**」などの考察もできる。
- このように、支援専門家としてアドバイスしたいポイント（一押し of 企業とその理由など）があれば一言添えることを心がける。

研究開発費と出願数（売上高バブルチャート）



# 「協働提案版」連携提案資料の作成の流れ

■ 連携提案資料の作成については、以下の流れで実行した。



上記のプロセスを統合し、連携提案資料としての価値創造ストーリーを構築する。

# 「協働提案版」連携提案資料の作成イメージ

- 連携提案の作成に際しては、「価値創造メカニズム」を実現するための戦略構築の流れに沿った構成として、以下の1～3に従って連携提案資料を作成した。

## 【連携提案の構成】

大学等の研究シーズでは、学術的な意義や技術的独自性を強調するため、ストーリーの中に研究の背景や新規性の要素を追加した。

商品・サービスのイメージ提示の部分を、大学等の技術から生まれる具体的な応用事例や想定される市場ニーズに置き換えた。

### 1. エグゼクティブサマリー

① 価値創造ストーリーの  
1枚絵

② 商品・サービスの  
イメージ提示

③ 初回打合せ時の  
論点提示

IN  
使える資源

① 本学の資源  
×  
連携先の資源

### 2. 価値創造メカニズム

② ビジネスモデル

③ 事業環境の見通し

OUT  
提供する価値

④ 経済的価値  
×  
社会的価値

ビジネスモデルの構築に際して、学術的な研究の将来展開や社会的インパクトを評価し、事業環境との相乗効果を示した。

経済的な収益だけでなく、社会的インパクトや産業全体への影響力を具体的に示し、研究の社会貢献度を強調した。

### 3. アクション提案

① 双方のアクション案

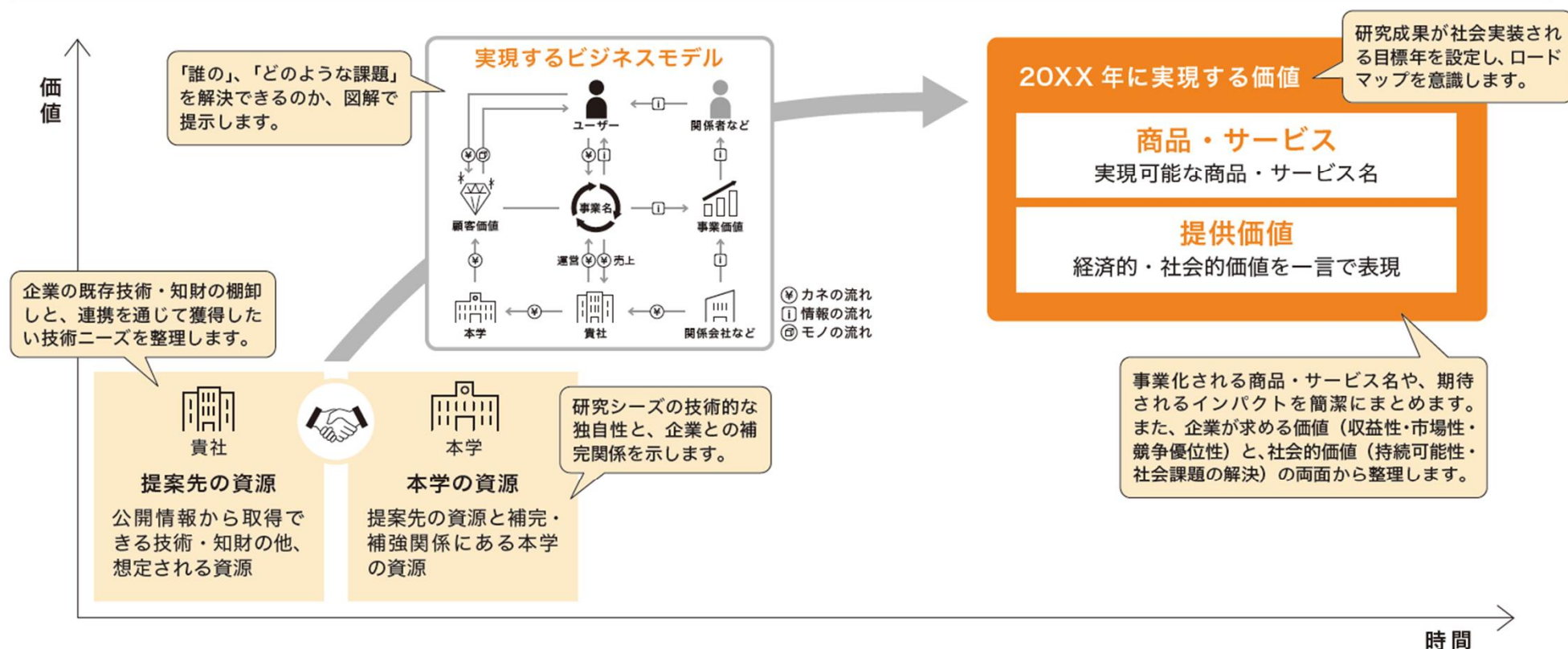
② 意思表示のナラティブ提示

# 「協働提案版」連携提案資料の内容

- 連携提案資料のエグゼクティブサマリーとして、大学・大学発SUの研究シーズと企業の技術・事業戦略を踏まえ、双方の資源を組み合わせるビジネスモデルと将来価値を整理した。これにより、企業との協業により実現する商品・サービス、提供価値、社会的インパクトを示し、連携の意義を簡潔に提示した。

## 01 企業戦略と整合した価値創造の設計 ③

STEP 1 → STEP 2



## POINT

- ヒアリングシートの結果に基づき、本連携によって実現したい価値創造ストーリーを1枚の絵で表現する。
- 両者の価値が最大化されるビジネスモデルを構想するが、将来の実現価値は、現状の仮説でも構わないので、具体的に示すことが重要。

# 「協働提案版」連携提案資料の内容




- 大学・大学発SUと企業が保有する技術、特許、人材、研究基盤などの資源を整理し、双方の強みと補完関係を可視化した。連携により創出できる技術的シナジーと共同研究の可能性を示し、企業との協業の具体的な基盤を明確にした。

## 02 大学と企業の資源の可視化

STEP 1

STEP 2

大学と企業それぞれが持つ具体的な資源（技術、人材、施設等）を整理し、相互補完の関係にあることを示します。

	 貴社		 本学
技術	<p>企業のコア技術や製品化された技術の強み、研究基盤、特許情報を基に、把握できる競争優位性を記載する。企業の研究開発の方向性や、他社との差別化ポイントを明確にすることが重要。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高精度な金属加工技術を保有し、航空機・自動車部品に適用。</li> <li>AIを活用した画像解析アルゴリズムを開発済み。自動運転・医療画像診断への応用が可能。</li> </ul>		<p>連携提案において大学が提供できる研究シーズを示す。企業の技術と補完関係にあるか、共同研究の可能性があるかを明確にする。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>触媒を活用した環境浄化技術。排ガス処理・水質浄化システムへの応用を想定。</li> <li>新規バイオマテリアルの開発。高分子材料と生体適合性の向上を目指す。</li> <li>量子ドットを利用した高感度センサーを研究中。光学計測への展開を検討。</li> </ul>
関連する特許	<p>企業が保有する、または関連が深いと考えられる特許を記載する。特許の技術範囲や応用分野を明確にし、連携の可能性を探る。具体的な特許番号・名称、その特許技術がどのようなものか、どの産業や用途に適用可能かを示す。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特許第 XXXXXX 号：超耐熱合金を使用した航空エンジン部品</li> <li>特許第 YYYYYY 号：リチウムイオン電池の長寿命化技術</li> </ul>		<p>本事業に関連しそうな大学側の特許をリストアップする。企業の技術課題と適合するものを選び、連携の可能性を示す。研究成果が反映された特許情報、企業の技術とどう補完し合うか、産業応用や共同開発の可能性を示す。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特許第 WWWWWW 号：太陽光発電の変換効率を高めるナノ材料</li> <li>特許第 AAAAAA 号：抗菌性高分子コーティング</li> </ul>
その他の資源	<p>企業の研究開発体制、設備、人材、資金力など、企業の強みとなる資源を記載。有価証券報告書や HP の情報から、企業の資本力や研究開発の方向性を把握する。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年間 R&amp;D 投資額：500 億円、研究開発拠点 5 か所</li> <li>専門技術者数：120 名（化学系 40 名、機械系 50 名、電気系 30 名）</li> </ul>		<p>大学が持つ研究施設や人材、共同研究に利用できる資源を記載する。産学連携を推進するために利用可能な設備・組織を示す。</p> <p>例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○○大学ナノテクノロジー研究センター（X線分析装置、クリーンルーム）</li> <li>博士研究員 30 名（材料科学・電気工学・バイオ分野）</li> <li>共同研究可能な国際連携プロジェクトあり</li> </ul>

### POINT

- 提案先の資源については、持ちうる技術資産や特許情報について列挙し、事前調査をしていることをアピールする。
- 相手方の情報から技術文献や特許情報だけでなく、プレスリリースやニュースなどの外部発表情報から得た事業方針についても記載する。

# 「協働提案版」連携提案資料の内容

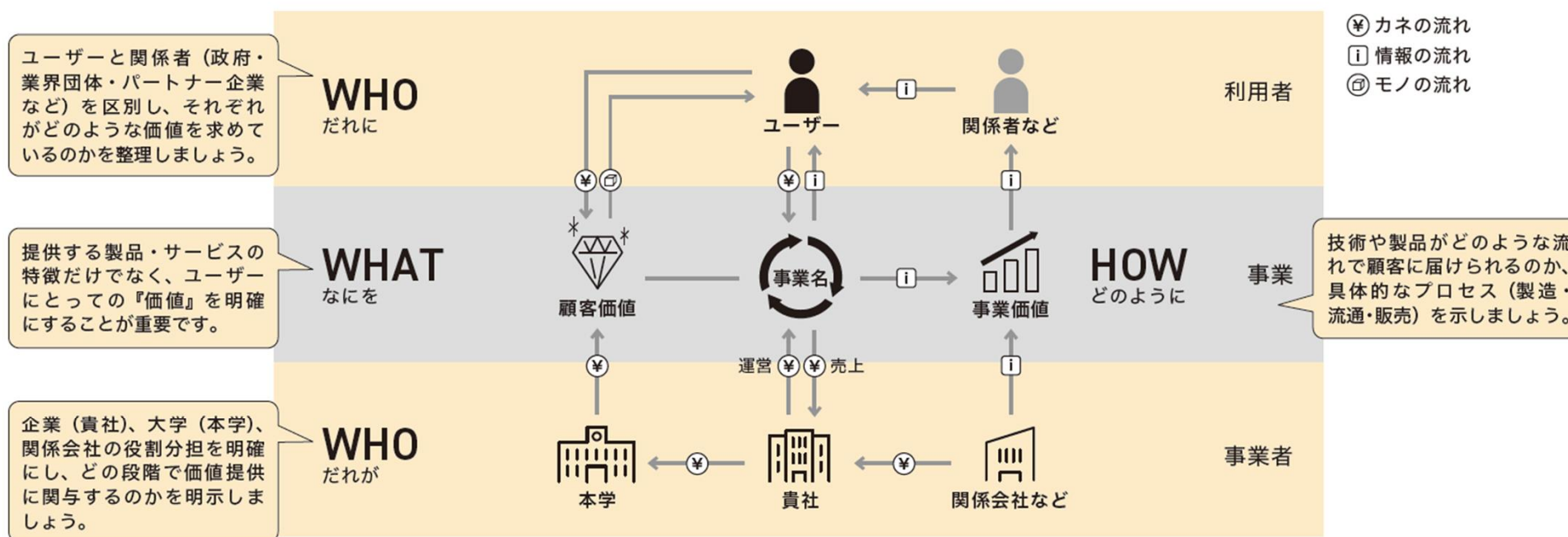
- 大学・大学発SUと企業の連携によって実現する事業のビジネスモデルを整理し、誰に・何を・どのように価値を提供するかを明確化した。利用者、事業、事業者の関係を可視化することで、収益構造や役割分担を整理し、実行可能な事業モデルを示した。

## 03 実行可能なビジネスモデルの構築 ①

STEP 1 → STEP 2

連携による収益構造や事業の持続可能性を示します。実行可能なモデルとするため、市場性や収益性を精査します。

【参考文献】近藤 哲朗著「ビジネスモデル 2.0 図鑑」(KADOKAWA)



### POINT

- 利用者、事業、事業者に分け、3×3のマトリクスでビジネスモデルを表現する。
- 提案先や自社の役割分担を明確にしつつ、顧客への価値提供プロセスを具体的に提示する。
- 図の3W1Hのほか、社会実装が近く、早期に事業化できる場合と、社会実装が遠く、しばらく共同研究を続ける場合など、When (いつの) ビジネスモデルとするかを議論する。

# 「協働提案版」連携提案資料の内容

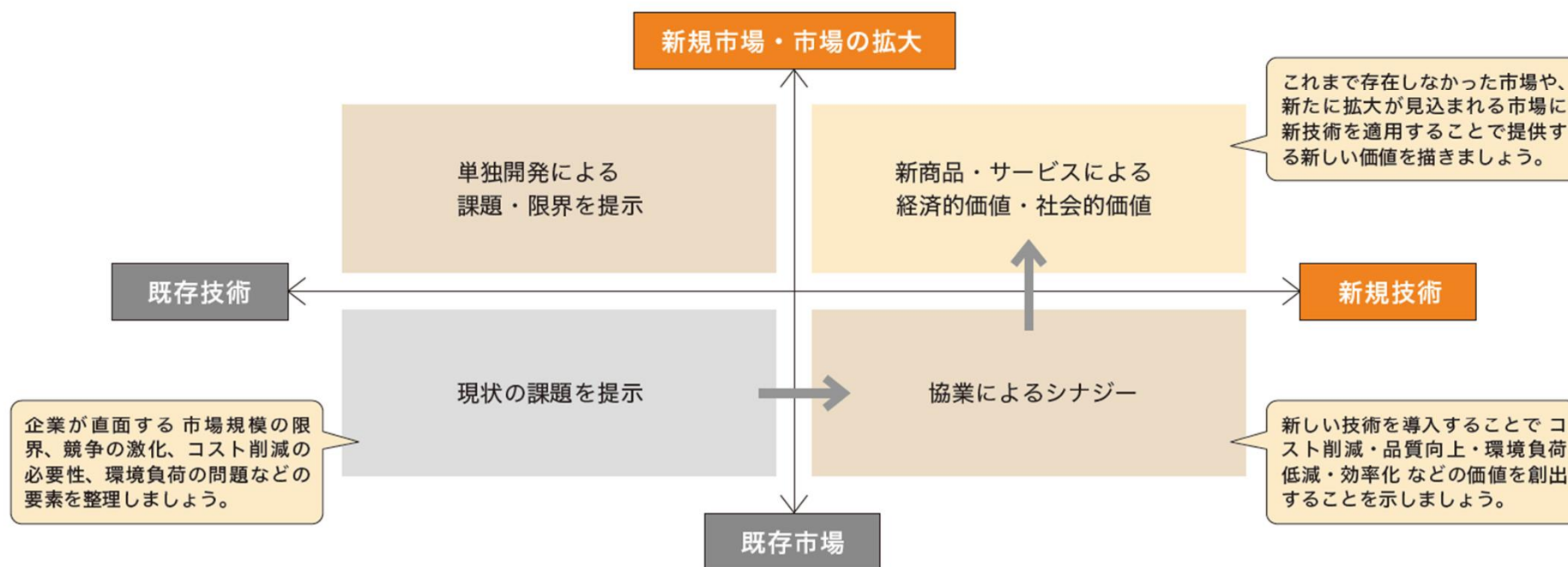
- 大学と企業の連携によって実現する新たな商品・サービスの価値を、企業視点から経済的価値と社会的価値の観点で整理した。既存技術・既存市場の課題を踏まえ、新規技術の導入や協業によって創出される新市場やシナジーを示した。

## 04 企業視点からの提供価値の整理

STEP 1

STEP 2

企業との連携により技術の融合と市場の開拓を実現することで、ターゲット顧客とその先にある未来の社会に対して、どのような新たな社会的価値、経済的価値がもたらされるのかを2軸のマトリクスで提示します。



### POINT

- 企業にとっての経済的価値（売上増加、コスト削減、市場拡大）を具体的に示す。社会的価値（環境負荷低減、健康・福祉向上、地域貢献）もCSR・SDGsの観点から明確にする。
- 既存市場・既存技術での課題を明確にし、それが新規市場・新規技術によってどのように解決されるか整理する。

# 「協働提案版」連携提案資料の作成時に心がけたこと（1/4）

- エグゼクティブサマリーにおいては、未来に両者で実現する価値創造ストーリーを1枚絵で示しつつ、具体的な商品・サービスイメージを提示し、初回打ち合わせでの論点として、想定しているビジネスを実現する上でハードルとなる規制・リスクを提示した。
- 価値創造ストーリーは、提案側の一方的な都合によるものではなく、相手方の事情に配慮し、各種情報から組織体制やガバナンスを理解しながら構築するように配慮した。

## 1. エグゼクティブサマリー

### ①価値創造ストーリーの1枚絵

### ②商品・サービスのイメージ提示

### ③初回打合せ時の論点提示

- 単なるシーズの紹介ではなく、提案先の立場に立って魅力を感じられるような未来価値を考える。将来の実現価値は現状の仮説でもいいので、具体的に示す。
- 「\*\*\*技術の革命」、「いつでもどこでも\*\*\*」など、興味を惹くようなワードも意識する。
- この一枚絵は、これ以降のページとの整合性が大事なので何度も振り返りながら練る。

- 一見するだけで提供価値が即座にイメージできるようなイラストや写真を選定し、その魅力が伝わるような言葉を添える。
- 採用するイラストや写真は著作権フリー素材を使うこと。提案先企業のHPなどに提案内容にズバリ一致する魅力的なイラストや写真があり、それを使用する際は「貴社HPから引用」として敬意を払う。

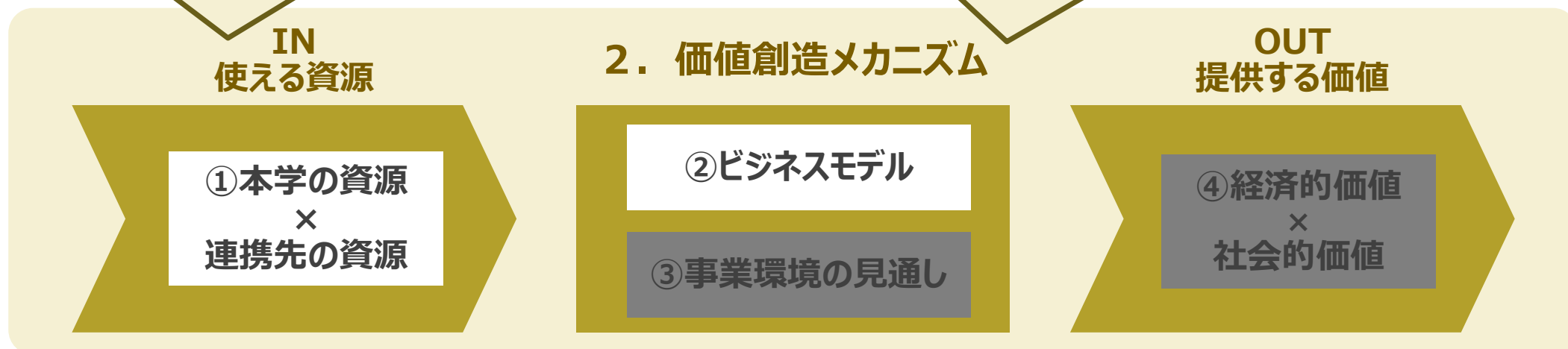
- 想定しているビジネスモデルを構築していく上で障壁となる、具体的な法規制や商流上の課題などに言及しておく。
- 夢物語だけでなくリスクも事前に議論するという姿勢を示すことで、信頼度を高めるように努める。

## 「協働提案版」連携提案資料の作成時に心がけたこと（2/4）

- 価値創造メカニズムの前半部では、双方で使える資源とビジネスモデルについて提示した。
- 特に、提案先の資源については、公開されている技術資産や特許情報を列挙し、事前調査を行っていることをアピールした。

- 提案先には、単なる売り込みでなく、相手のこともしっかり調べた上での提案であると感じ取ってもらいたい。よって、「連携先の資源」としては、相手の自尊心に刺さるようなグッドニュースや、提案するテーマに関係しそうな公開技術情報を列挙する。
- 「本学の資源」では技術の信頼性もアピールしたいので、なるべく世間からの評価の裏付けとなる受賞歴、公的認定実績等を列挙する。

- 連携先と本学及びその他のステークホルダーとの関係性やお金の流れが、プレゼン時間内にシンプルにわかりやすく伝わるように努める。
- 本調査事業では図解総研の「ビジネスモデル図解」(<https://zukai.co/research/bizgram>)を参考に作成している。

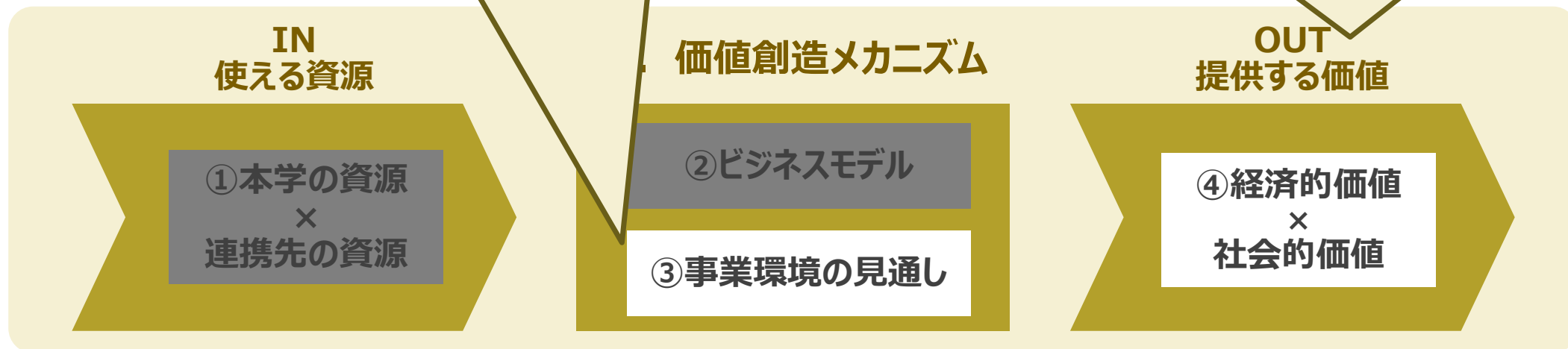


## 「協働提案版」連携提案資料の作成時に心がけたこと（3/4）

- 価値創造メカニズムの後半部では、3C分析による事業環境の見通しと、2軸のフレームワークによる提供価値の創出ストーリーを表現した。
- 連携によって強みを発揮することでどのような勝ち筋が狙えるのか、どのような社会的価値・経済的価値が生まれるのかという仮説を提示した。

- 提案を3C（Customer・Competitor・Companies）で整理する。特にマーケットの規模感は、提案先企業としても最も気になるポイントであることから、仮説でも良いので記入する。
- 数字の確実性にこだわるよりも、フェルミ推定などにより、納得感のある規模感を示せることが重要。

- 本調査事業では、「既存技術・新規技術」×「既存市場・新規市場/市場の拡大」の2軸のフレームワークを用いて、単独開発よりも共同連携した方が経済的にも社会的にも未来価値に繋がるというストーリーを意識して描いている。
- このステップを明確化しておくことが、このあとのアクションプランにもつながる。



## 「協働提案版」連携提案資料の作成時に心がけたこと（4/4）

- 提案の最後として、連携に向けた最初のアクションを提示しつつ、意思表示として熱いメッセージを記載した。
- アクション提示では、連携のゴールに至るまでのプロセスを「ガントチャート」で示しつつ、各所のマイルストーンと最初のアクションを具体的に提示した。

- 法規制対応や技術開発の時間軸をマイルストーンとともに示しつつ、最初のアクションを具体的に提示する。
- あまりに遠い未来だと事業の実現性がイメージしにくくなり、魅力に欠けることも注意しつつ、「これならできるかな」という現実感をイメージしてもらうことが大事である。

- 連携への意思表示とともに、相手方の企業理念と研究者がもつ研究にかけた思いの共通性／近似性をアピールする等、最後に共感いただけるような熱いメッセージを考える。

### 3. アクション提案

①双方のアクション案

②意思表示のナラティブ提示

# 「初期仮説版」連携提案資料の作成の流れ

- 今年度は、委員会の有識者よりいただいた助言を参考に、海外企業に提案する大学・大学発SUに関しては「初期仮説版」連携提案資料を作成した。
- 具体的には、以下の流れで実行した。



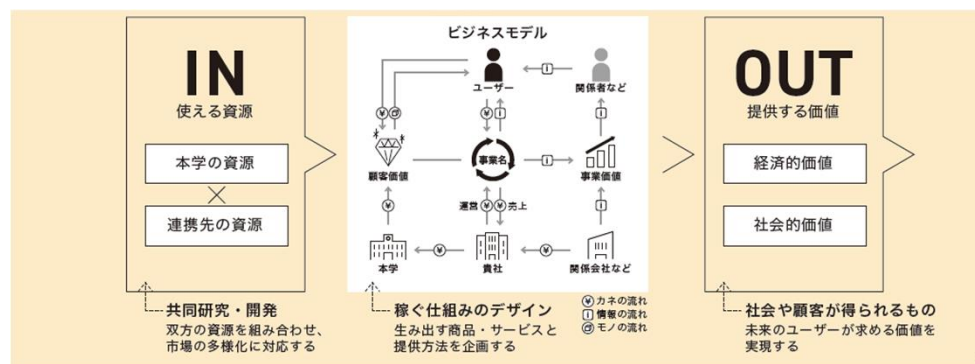
STEP1で抽出した企業に対し、大学ネットワークや展示会、紹介などを通じてアプローチし、初回面談の機会を創出する。

研究シーズの特徴や差別化ポイントを整理し、企業が理解しやすい形で技術の価値を説明する。

技術の応用可能な領域や実証・導入実績を整理し、企業が活用イメージを持てる形で提示する。

大学と企業の役割を整理し、短期・中期・長期の視点で共同開発の方向性を示す。

初回面談へ



上記のプロセスを統合し、価値創造ストーリーの特に「IN」の部分を重視した構成とする。

# 「初期仮説版」連携提案資料：エグゼクティブサマリー

## 背景と目的

研究分野

連携の目的

コア技術

ターゲット応用領域

- 研究シーズの核心が一目で伝わるよう、背景・技術の進化・連携の意義を簡潔に整理する。
- 相手企業が「自社との接点」を直感的に把握できる構成を意識してまとめる。

## 技術の概要と進化の過程

過去

従来技術の限界：

現在

現在の研究で達成した改善点：

未来

最終的な目標と競争優位性：

実証済みの\*\*を礎に、私たちは\*\*に向けた共同開発を開始する体制を整えております

# 「初期仮説版」連携提案資料：コア技術の紹介

- 技術の特徴と差別化ポイントを一目で理解できる形で整理する。
- 実験データ・論文・特許など、技術の確からしさを裏付ける根拠を並べて明確にする。

## コア技術

技術図／模式図

主な特徴：

---

---

---

## 科学的根拠

実験データ／グラフ

主要な研究論文：

---

主要な特許：

---

受賞歴：

---

私たちの研究シーズは、\*\*と\*\*により確かな根拠を備えております

# 「初期仮説版」連携提案資料：応用領域と導入実績

## 想定される応用領域

用途①

用途②

用途③

- 技術がどの領域で価値を発揮するのかを具体的に示し、実績がある場合はその信頼性を簡潔に補強する。
- 企業が自社での活用をイメージできるよう、用途と実証結果をわかりやすく整理する。

## 導入実績（例）

プロジェクト:

プロジェクト期間:

連携先:

参加メンバー:

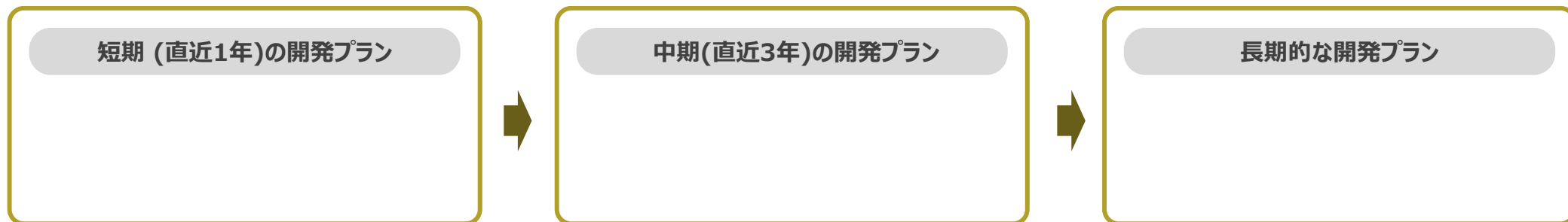
成果:

写真など

産業が直面する\*\*の課題に対して、確かな実証結果をもって応えることができます

# 「初期仮説版」連携提案資料：共同開発ロードマップのご提案

## 共同開発ロードマップ（案）



今後の応用領域の拡張案:



## 連携のご提案

私たちから提供できること：

---

---

---

---

貴社に求めていること：

---

---

---

---

- 連携後の開発ストーリーを相手企業が具体的に描けるよう、短期・中期・長期の見通しを簡潔に整理する。
- 双方の役割や期待を明確に記載し、連携の実現可能性が一目で伝わる構成を意識する。

ともに未来の価値を創り出すパートナーとして、ぜひ連携の可能性をご検討いただければ幸いです

# 連携提案支援の実施結果

- 国内の大学4機関および大学発SU5社を対象に、「企業連携提案マニュアル」に沿って、STEP1、STEP2を伴走し、各シーズの内容に応じて、海外企業を含む連携候補の探索、アプローチ戦略の設計、提案資料の作成、企業への提案実行とフォローアップまでを一貫して支援した。以下、その結果を整理する。
  - 9シーズ中、日米の両方で連携提案を希望したのは5シーズに絞られた。採択時には全シーズが海外への提案を目指したいとの希望であったが、検討が進む過程で、特に研究者の意向により、「日本のみ」に絞りたいとの申し入れが4件ほど出てくる結果となった。
  - 5シーズのうち、実際に米国企業への提案にチャレンジしたのは3シーズであった。そのうち2件は提案プレゼンまで実施し、1件はプレゼン準備中の段階まで進んだ。なお、準備中の案件は、VCが求める追加データ（検証、実装要件等）が現時点で揃わなかったが、再挑戦に向け、研究を加速しているところである。
  - 実行した米国企業へのアクセス方法は以下のとおりで、第三者紹介やSNSが鍵となった。
    - 第三者紹介（VC）を経由して、企業の投資部門に接続してもらった。
    - 事務局より、SNS（LinkedIn等）を通じて直接接点を開拓した。
    - 連携候補企業が事務局のクライアントであり、担当部門経由で適任者の紹介を依頼した。
  - 一方、2シーズが途中で断念することになった。主因は、研究者側のコミットが未形成であったことによる。
    - 提案先へのアプローチ開始後に研究者が「時期尚早」を理由に難色を示した。
    - 事業開始後に、研究者が連携の推進に慎重な姿勢を見せ始めたが、最終的には、研究者の体調不良により打ち切った。

# 実践を通じた事務局・支援者の所感

## ■ 海外企業連携は「候補探索」以上に「到達導線」「準備要件」が成否を分けた

- 海外企業連携の難所は候補企業の抽出そのものよりも、意思決定者に届くアクセス設計と、連携に向けた準備がどれほどできているかにあることが明確になった。

## ■ うまく進んだ要因（再現性のある型）

- 第三者紹介（コンサルタント、VC等）を起点に、企業側の適切な窓口（投資・事業開発）に接続することができる。
- 初回面談では、技術説明による信頼性形成とともに、「相手の課題を想定したPoC設計」として提案を組み立てたことで、短時間でも意思決定に必要な論点を共有できる。
- ①簡易版→②初回面談→③求められる要件の引き出しの段階設計により、初回接点獲得と検討継続の両方を狙う。

## ■ つまずきの本質（途中断念から得た示唆）

- 断念の主因は、提案先が決まった後に顕在化する研究者側のコミットが十分に形成されていないことである。（優先度・負荷・タイミング・合意形成など）
- 海外連携は、研究活動そのものの熟度に加えて、組織内のコミュニケーション（“覚悟と役割分担”を明確化）、提案前の事前準備（特許出願、データ整備等）が不可避である。

# 実践を通じた事務局・支援者の所感

## ■ 企業連携提案を高度化するためのポイント

### □ 事前ゲートを強化する

研究者のコミット、提供可能なデータ、守秘・知財方針（必要に応じて権利化状況を含む）、連携形態の想定をチェックリスト化するのはどうか。

### □ 提供可能な技術情報やデータに関しては、相手方の要求を先回りする

VC/企業が求める検証・実装要件を想定して整備しておく必要がある。一方で、初回の面談でPRできる論文、特許、受賞歴などの技術情報も整理しておく。

### □ アクセス手段を複線化する

第三者紹介、SNS、大学接点などを“チャンネル別手順”として形式知化し、打席数を安定的に確保しておく努力が欠かせない。

### □ 組織内の支援体制を明確化する

研究者・大学TLO/産学連携部門等の役割分担を、案件着手時点で合意形成しておく必要がある。

# フォローアップから得られた示唆

- 本事業では、各大学・大学発スタートアップに対して、連携提案後にフォローアップ会議を実施し、提案に対する企業側の反応や評価、検討が進まなかった要因、今後の連携可能性等について整理した。以下は、その分析を通じて得られた主な示唆である。
  - 「相手の意思決定構造」を踏まえた提案設計（誰がGOを出すか）
    - 企業の窓口はあくまで入口であり、最終的な意思決定は事業部、R&D、法務、投資部門など複数の関係者によって行われる。
    - そのため、「誰がどの観点で判断するか（技術性・事業性・リスク等）」を事前に想定し、提案内容の力点を設計することが重要である。
  - “断られ方”を標準化する（負け筋の学習）
    - 提案が進まない理由は「技術が未熟」「データ不足」だけではなく、タイミング、優先順位、社内リソースなど複合的である。
    - 面談後に失注・保留理由を整理・蓄積し、次回提案に活かす仕組み（学習サイクル）を構築することが有効である。
  - “提供価値”を価格・契約に落とし込む視点（連携形態の設計）
    - 共同研究に限らず、ライセンス、試験提供、共同出願、評価受託、販売提携など、複数の連携形態を前提に整理する必要がある。
    - 初期段階から「どのような契約形態で出口を想定するか」の仮説を持つことで、企業側との議論が具体化しやすくなる。

# フォローアップから得られた示唆

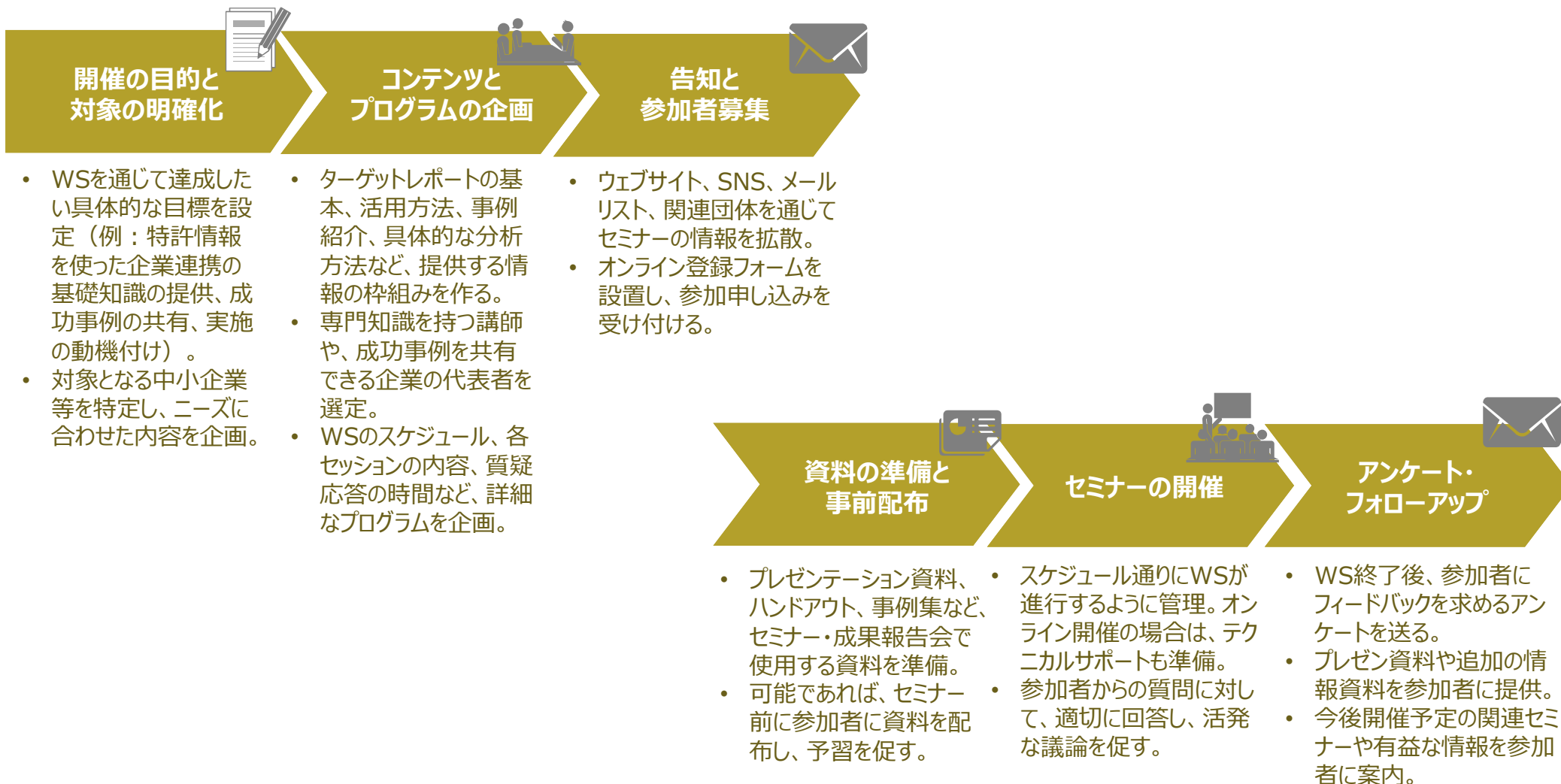
- **提案対象の「選び方」(“強い相手”だけを狙わない)**
  - 採択時点では有望と考えられたシーズであっても、実際の提案段階では経験や体制の不足が顕在化するケースが見られた。
  - そのため、いきなり大企業を狙うのではなく、アーリーアダプターとなり得る中小企業やスタートアップ等から実績を積む戦略も有効である。
- **成果物の運用(資産化)(検索式・候補リストの鮮度管理)**
  - ターゲットレポートや候補企業リストは作成して終わりではなく、時間の経過とともに価値が低下する。
  - 優先順位の見直しや情報更新を継続的に行い、再利用可能な“資産”として運用することが重要である。
- **支援の「時間設計」(研究者の稼働前提でプロジェクトを組む)**
  - 研究者は本業が多忙であるため、提案活動は後回しになりやすい。
  - 面談日程を先に確保し、そこから逆算して準備を進めるなど、「時間は自然には生まれない」前提で設計する必要がある。
- **海外特有: 言語・文化より“法務/コンプラ”が壁になる**
  - 海外企業との連携では、言語や文化以上に、守秘義務、知財の扱い、データ共有範囲など法務・コンプライアンス面のハードルが高い。
  - 初期段階から想定される論点を整理し提示しておくことで、双方の不安を低減し、検討の前進につながる。

## 第5章

# 事業成果の普及啓発のためのワークショップ<sup>o</sup>の開催

# ワークショップの開催までのフロー

- 大学・大学発SUのニーズに合わせたワークショップを実施し、特許情報を活用した海外企業との連携の有用性と活用方法の周知啓発を行った。



# 開催趣旨、対象者等

## 【開催趣旨】

- 大学研究者やスタートアップ等の方々に加え、その支援者(弁理士・弁護士、中小企業支援機関の相談員・指導員等、自治体、金融機関、大学等の職員) 向けの実践型プログラムとし、オープンイノベーションに直結する“連携設計の型”を学ぶ機会とする。
- 特許情報と市場データを基に、狙う企業の絞り込み、価値提案の言語化、初回面談のアジェンダ設計までを一気通貫で習得し、ケース討議とグループ演習により、連携仮説の立て方と提案テンプレートの使い方を身に付けることができる。また、成果物として、ターゲット選定の手順、初回打診メールの雛形、面談アジェンダ例を持ち帰ることができる。

## 【主な対象者】

- 大学等でURA・産学連携コーディネーター・TLO職員として研究支援を実施している方
- 研究成果や技術シーズを企業に効果的にアプローチし、連携機会を創出したい方
- 産学連携に限らず、大学等の知財を戦略的かつ効果的にマネジメントしたい方

## 【参考資料と関連開催のご案内】

- 本イベントは、INPITが令和6年度に実施した調査事業で作成した「大学のための企業連携提案マニュアル」をベースに実施（マニュアルの内容は本イベント内でご紹介するため予習は不要）

# ワークショップの開催要旨

## 第1回 東京開催

- 開催日時：令和7年9月18日（木）16:00～18:00（2時間）
- 会場・規模：貸会議室ナチュラルックお茶の水駅前店
- 参加人数：31名
- 講師：株式会社キャンパスクリエイト 高橋めぐみ氏、株式会社テックコンシリエ 鈴木健二郎



## 第2回 熊本開催

- 開催日時：令和7年10月23日（木）13:30～16:00（2時間半）
- 会場・規模：熊本城ホール 大会議室A1
- 参加人数：18名
- 講師：株式会社テックコンシリエ 鈴木健二郎



## 第3回 名古屋開催

- 開催日時：令和8年1月27日（火）13:30～16:00（2時間半）
- 会場・規模：タイムオフィス名古屋 ABルーム（最大48名）
- 参加人数：24名
- 講師：株式会社テックコンシリエ 鈴木健二郎



# ワークショップの告知画像

## 第1回 東京開催

知財は ことから。



INPIT (独立行政法人 工業所有権情報・研修館)  
特許情報を活用した大学及び大学発スタートアップの  
企業連携促進調査研究事業



明日から使える！

### 大学のための『企業連携力強化ワークショップ』

【日時】

2025年9月18日 (木)

16:00～18:00

【場所】

貸会議室NATULUCK

御茶ノ水駅前店

※東京科学大学湯島キャンパス  
より徒歩10分



講師  
株式会社キャンパスクリエイト  
高橋めぐみ



ファシリテーター  
株式会社テックコンシリエ  
鈴木健二郎

## 第2回 熊本開催

知財は ことから。



INPIT (独立行政法人 工業所有権情報・研修館) 主催

【午前の部】  
知財マネジメントセミナー

【午後の部】  
企業連携力強化ワークショップ



### 大学研究支援者向けセミナー&ワークショップ in 熊本城ホール

【日時】

2025年10月23日 (木)

10:00～12:00 知財マネジメントセミナー

13:30～16:00 企業連携力強化ワークショップ

【場所】

熊本城ホール 大会議室A1



ファシリテーター  
株式会社テックコンシリエ  
鈴木健二郎

## 第3回 名古屋開催

知財は ことから。



INPIT (独立行政法人 工業所有権情報・研修館)  
特許情報を活用した大学及び大学発スタートアップの  
企業連携促進調査研究事業



明日から使える！

### 大学・SUのための『企業連携力強化ワークショップ』

【日時】

2026年1月27日 (火)

13:30～16:00

【場所】

タイムオフィス名古屋

愛知県名古屋市中村区名駅2-41-10

※名古屋駅1番出口より徒歩1分



ファシリテーター  
株式会社テックコンシリエ  
鈴木健二郎

# 第1回 東京ワークショップのアジェンダ

- ワークショップのアジェンダは、大学・大学発SUが特許情報を活用した企業連携の効果を理解し、実際に自学・自社で活用できるようにすること、また大学・大学発SUの支援者は、より相手に寄り添った提案ができるようになることを目指し、以下のように設定した。

## ワークショップのアジェンダ（東京）

開催日:令和7年9月18日（木）16時～18時

開催会場:貸会議室ナチュラルお茶の水駅前店

講師：高橋めぐみ（支援専門家。ミニ講演を担当）、鈴木健二郎（全体事業責任者。グループワークのファシリテーションを担当）

時間帯	内容	担当	概要
16:00-16:05	開会の挨拶	INPIT 杉田様	開催の主旨・目的、昨年度・本年度事業のご紹介
16:05-16:15	グループワークの説明&質問受付	TC 鈴木	受講時の注意点等の事務連絡、グループワークの進め方
16:15-16:55	グループワーク	TC 全員がサポート	①題材となる研究シーズの内容理解 ②課題と解決策の検討 ③特許検索と連携企業の絞り込み（非特許情報分析）
16:55-17:10	各グループの発表	TC 鈴木	各グループがPCで絞り込み結果を発表、他グループからの質問受付
17:10-17:15	支援専門家（講師）からの講評	CC 高橋氏、米内氏	昨年度の支援結果を踏まえたフィードバック
17:15-17:25	質疑応答	TC 鈴木	全体からの質問を受け付ける
17:25-17:30	休憩	-	BGMを流す
17:30-17:50	講演	CC 高橋氏	STEP2の進め方と留意点
17:50-17:55	INPITによる支援事業のご紹介	INPIT 杉田様	iAca等の支援事業のご紹介
17:55-18:00	事務局連絡と閉会	TC 鈴木	アンケートのお願い等

# 第2回 熊本ワークショップのアジェンダ

## ワークショップのアジェンダ（熊本）

開催日:令和7年10月23日（木）13時半～16時

開催会場:熊本城ホール 大会議室A1

講師:鈴木健二郎（全体事業責任者。グループワークのファシリテーションを担当）

時間帯	内容	担当	概要
13:30-13:35	開会の挨拶	INPIT 杉田様	開催の主旨・目的、昨年度・本年度事業のご紹介
13:35-13:45	グループワーク①の説明&質問受付	TC 鈴木	受講時の注意点等の事務連絡、グループワーク①の進め方
13:45-14:25	グループワーク①（40分）	TC 全員がサポート	①題材となる研究シーズの内容理解 ②課題と解決策の検討 ③特許検索と連携企業の絞り込み（非特許情報分析）
14:25-14:40	各グループの発表（15分）	TC 鈴木	各グループがPCで絞り込み結果を発表、他グループからの質問受付
14:40-14:50	質疑応答	TC 鈴木	全体からの質問を受け付ける
14:50-15:00	休憩	-	BGMを流す
15:00-15:05	グループワーク②の説明&質問受付	TC 鈴木	グループワーク②の進め方
15:05-15:35	グループワーク②（30分）	TC 全員がサポート	④価値創造ストーリーの構築 ⑤連携提案資料の穴埋め
15:35-15:45	各グループの発表（10分）	TC 鈴木	各グループがPCで絞り込み結果を発表、他グループからの質問受付
15:45-15:50	INPITからの講評	INPIT 杉田様	昨年度の支援結果を踏まえたフィードバック
15:50-15:55	INPITによる支援事業のご紹介	INPIT 杉田様	iAca等の支援事業のご紹介
15:55-16:00	事務局連絡と閉会	TC 鈴木	アンケートのお願い等

# 第3回 名古屋ワークショップのアジェンダ

## ワークショップのアジェンダ（名古屋）

開催日:令和8年1月27日（火）13時半～16時

開催会場:タイムオフィス名古屋 ABルーム

講師:鈴木健二郎（全体事業責任者）、日本弁理士会東海会の弁理士の先生方（グループワークのファシリテーションを担当）

時間帯	内容	担当	概要
13:30-13:35	開会の挨拶	INPIT 杉田様	開催の主旨・目的、昨年度・本年度事業のご紹介
13:35-13:45	グループワーク①の説明&質問受付	TC 鈴木	受講時の注意点等の事務連絡、グループワーク①の進め方
13:45-14:25	グループワーク①（40分）	TC 全員がサポート	①題材となる研究シーズの内容理解 ②課題と解決策の検討 ③特許検索と連携企業の絞り込み（非特許情報分析）
14:25-14:40	各グループの発表（15分）	TC 鈴木	各グループがPCで絞り込み結果を発表、他グループからの質問受付
14:40-14:50	質疑応答	TC 鈴木	全体からの質問を受け付ける
14:50-15:00	休憩	-	BGMを流す
15:00-15:05	グループワーク②の説明&質問受付	TC 鈴木	グループワーク②の進め方
15:05-15:35	グループワーク②（30分）	TC 全員がサポート	④価値創造ストーリーの構築 ⑤連携提案資料の穴埋め
15:35-15:45	各グループの発表（10分）	TC 鈴木	各グループがPCで絞り込み結果を発表、他グループからの質問受付
15:45-15:50	INPITからの講評	INPIT 杉田様	昨年度の支援結果を踏まえたフィードバック
15:50-15:55	INPITによる支援事業のご紹介	INPIT 杉田様	iAca等の支援事業のご紹介
15:55-16:00	事務局連絡と閉会	TC 鈴木	アンケートのお願い等

# 参加者へのアンケート項目

- 1. 本ワークショップの全体的な満足度をお聞かせください。**  
(3段階評価：非常に満足した～あまり満足しなかった)
- 2. 【STEP1（グループワーク①）】ターゲット企業の抽出に特許情報や企業データを活用する方法について、理解は深まりましたか。**  
(3段階評価：非常に理解できた～あまり理解できなかった)
- 3. 【STEP2（グループワーク②）】価値提案からビジネスモデルとそれに必要な資源を構想し、提案する方法について、理解は深まりましたか。**  
(3段階評価：非常に理解できた～あまり理解できなかった)
- 4. 本ワークショップで用いた「大学のための企業連携提案マニュアル」について、わかりづらかった点や不足している情報等ありましたら教えてください。**  
(自由記述)
- 5. 本ワークショップのグループワークは、実務に役立つと感じましたか。**  
(3段階評価：非常に役立つ～あまり役立たない)
- 6. 演習成果や提案テンプレートは、実務に活用しやすい内容でしたか。**  
(3段階評価：非常に活用しやすい～あまり活用できない)
- 7. ワークショップの進行や時間配分はいかがでしたか。**  
(3段階評価：非常に適切だった～あまり適切でなかった)

# 参加者へのアンケート項目

**8. ファシリテーターの説明・支援は分かりやすかったですか。**

(3段階評価：非常に分かりやすかった～あまり分かりやすくなかった)

**9. あなたの業務（大学のURA・産学連携担当、スタートアップの事業開発担当、金融機関担当者等）に、このワークショップはどの程度マッチしていましたか。**

(3段階評価：非常にマッチしていた～あまりマッチしていなかった)

**10. 今後、どのようなテーマや形式のワークショップがあれば参加したいと思いますか。**

(自由記述)

**11. 本ワークショップを通じて得られた気づき・今後の実務への活用アイデアがあれば教えてください。**

(自由記述)

# アンケート調査から得られた示唆

## ■ ワークショップ形式は高い満足度を得ている

- Q1の本ワークショップの全体的な満足度については、「非常に満足」「満足」が96%（48/50名）と高く、企業連携手法を体験的に学ぶ形式は参加者から概ね好意的に評価されている。

## ■ 特許情報を活用した企業探索の考え方は理解された

- STEP1の企業抽出手法については「理解できた」「非常に理解できた」が96%であり、特許情報と企業情報を組み合わせた探索手法は一定の理解を得た。

## ■ 一方で、実務で使うための具体的手順へのニーズが強い

- 参加者からは、以下の観点で実務レベルの具体的手順をもっと知りたいという声が挙がった。
  - 特許分析の具体的な作方法
  - 企業選定ロジック
  - 提案書作成方法

## ■ グループワークの時間が不足していた

- 進行自体は概ね評価されたが、「もう少し時間が欲しい」「2.5～3時間程度必要」との声が複数あり、演習型プログラムとしては時間が不足していたことが示唆される。

# アンケート調査から得られた示唆

## ■ 第1回（東京）では、ワークショップの目的がやや曖昧であった可能性

- 第1回ではツール紹介なのか、マニュアル説明なのか、事例紹介なのか、実践演習なのか目的がやや不明瞭だったという指摘があった。2回目以降ではツールの紹介や、それを使ったワークを省略するなどにより、適宜プログラムに変更を加えることで解消できた。

## ■ 企業連携では「企業探索・企業接触・提案ストーリー」が重要と再認識

- 参加者の気づきとして、以下の観点から企業分析と提案ストーリー設計の重要性が再確認された。
  - 企業の中期計画やアニュアルレポートの活用
  - 企業への提案にはストーリー設計が必要
  - マッチングは特許だけでなく企業戦略も重要

## ■ 実践型・ケース型ワークショップへの期待が高い

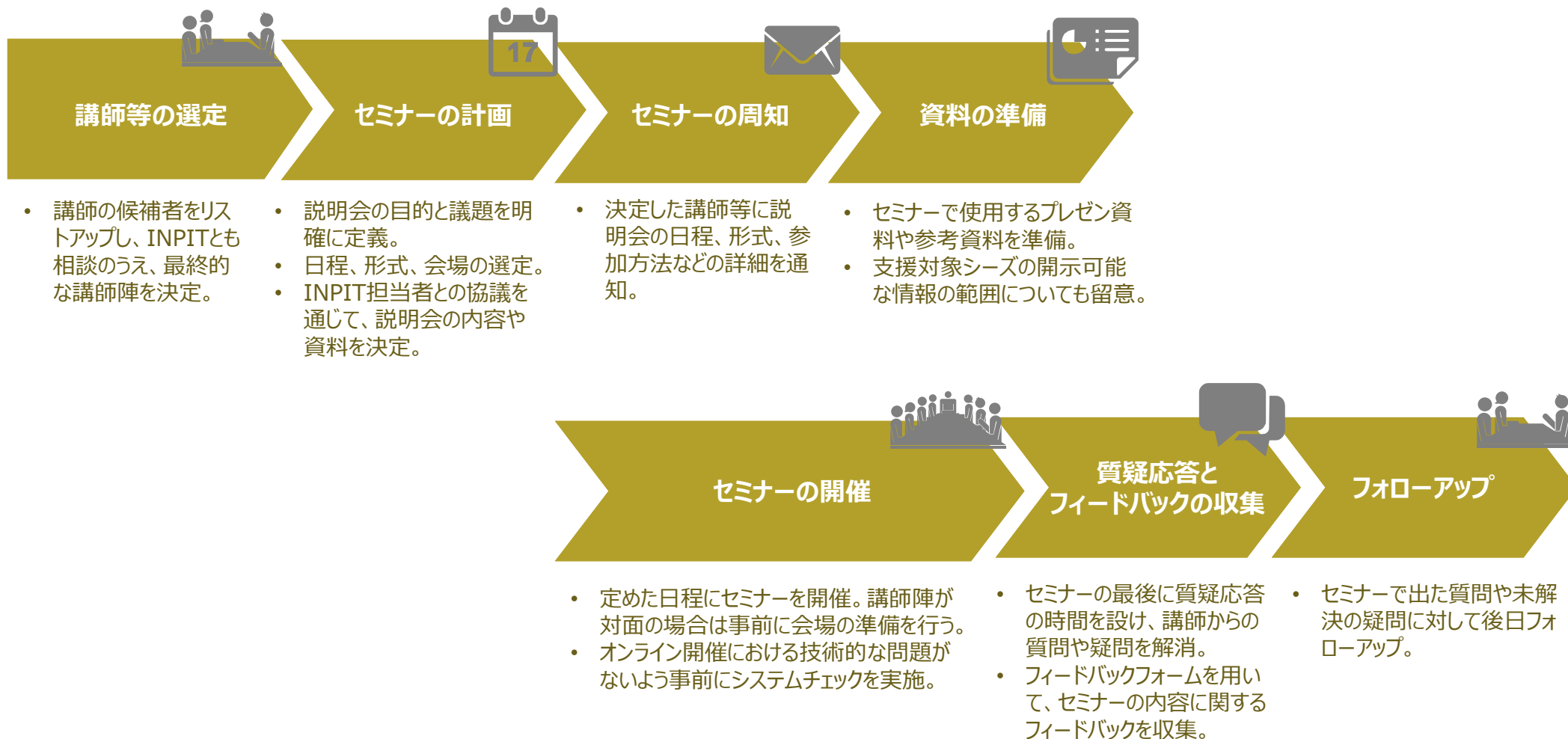
- 今後の要望として、より実務に近いケース型・実践型の学習機会へのニーズが強いことが分かった。
  - 成功・失敗事例のケーススタディ
  - 実際のシーズを使った提案作成
  - 分野別ワークショップ（医療・バイオ等）
  - AIを活用した特許分析

## 第6章

# 事業成果の普及啓発のためのオンラインセミナーの開催

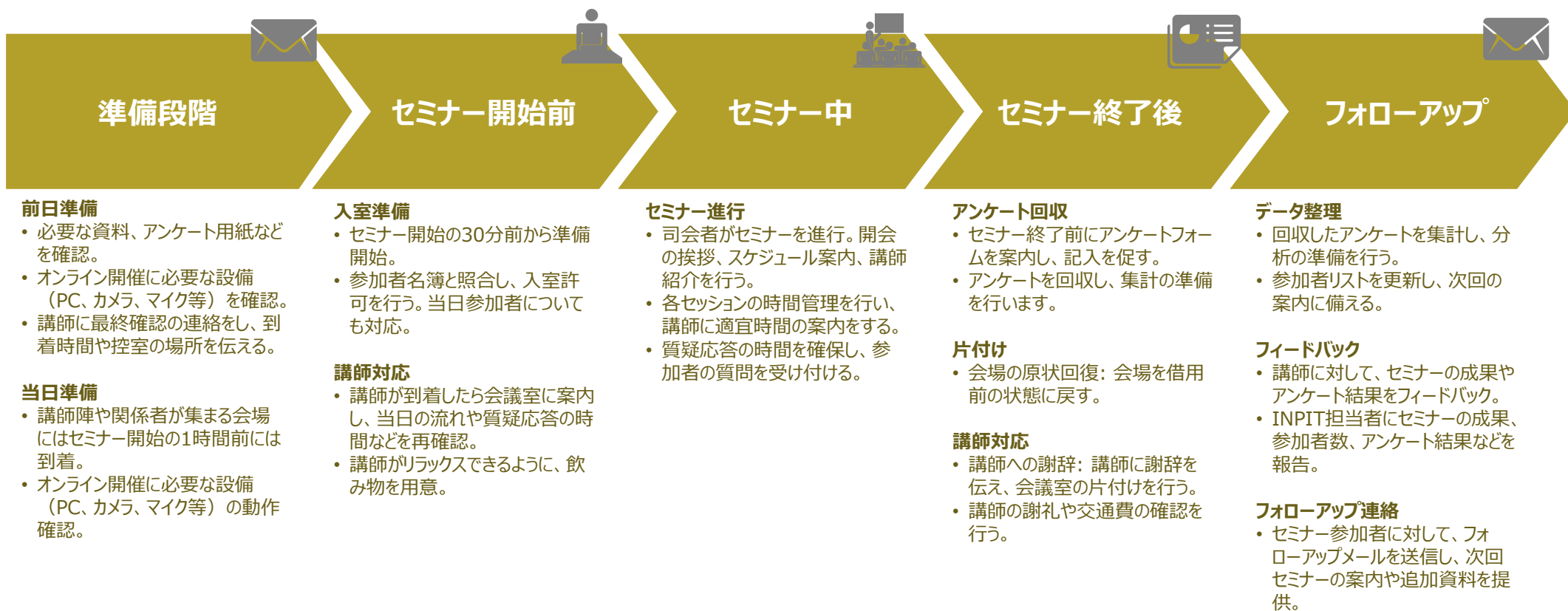
# オンラインセミナーの開催までのフロー

- オンラインセミナーを開催し、基調講演と有識者とのパネルディスカッションにより、特許情報を活用した海外企業との連携の有用性と活用方法の周知啓発を行った。



# オンラインセミナーの当日の設営

- オンラインセミナー当日（及び前後）の具体的な事務局の業務は、以下の流れで実施した。



# オンラインセミナーの告知画像



INPIT (独立行政法人 工業所有権情報・研修館)  
特許情報を活用した大学及び大学発スタートアップの企業連携促進調査研究事業

知財は ここから。



## オンラインセミナー

# 日本の研究シーズはどうすれば海外企業に届くのか ～"アクセス力×提案力"で切り拓く国際企業連携～

2026年2月27日 (金)  
16:00～18:00



(株)IntraPhoton  
本蔵俊彦



京都大学  
イノベーションキャピタル(株)  
上野博之



ImVisionLabs株式会社  
板倉健太



INPIT  
田村佳孝



㈱テックコンシリエ  
鈴木健二郎



Zoomによるオンライン配信

# 開催企画

## ■ タイトル :

日本の研究シーズはどうすれば海外企業に届くのか～アクセス力×提案力で切り拓く国際企業連携～

## ■ 告知方法

- INPITホームページ
- テックコンシリエの各HP、PR Times（登録者3000人程度）、メルマガ、SNS等
- Peatixの告知ページ

## ■ 登壇者

### □ 基調講演

- 株式会社IntraPhoton 本蔵俊彦氏

### □ パネルディスカッション

- モデレータ :

テックコンシリエ 鈴木健二郎

- パネラー :

ImVisionLabs株式会社 板倉健太氏

株式会社IntraPhoton 本蔵俊彦氏

京都大学イノベーションキャピタル株式会社 上野博之氏

INPIT 田村佳孝氏

# 開催企画

## ■ 時間・様式等

- 時間：2時間
- 様式：オンライン開催
- 登壇：支援先の大学発SU、有識者（大学VC、大学発SU起業経験者）、INPIT、事務局
- 申込者数117名、参加者89名

## ■ 開催スケジュール

- 2月27日（金） 16：00～18：00
  - 16:00～17:00 基調講演
  - 17:00～17:50 パネルディスカッション
  - 17:50～18:00 質疑応答

## ■ 告知開始日

- 1月20日（火）

# アジェンダ

## 1. 本事業の背景とねらい（5分程度）

- 講師：INPIT 杉田氏

## 2. 本事業の大学・大学発スタートアップの支援スキームの説明（10分程度）

- 講師：テックコンシリエ 鈴木

## 3. 基調講演：挑戦の実体験から語る

「米国企業との事業連携、マネジメントにおいて挑戦して初めてわかった成功へのポイント」（45分程度）

- 講師：IntraPhoton 本蔵氏
- 内容（案）：米国企業との事業連携・マネジメントの実体験をもとに、挑戦を通じて見えた成功の勘所を解説。国際連携を前に進めるための実践的な意思決定と信頼構築のポイントを提示する。

## 4. パネルディスカッション：特許情報を活用した大学と企業の連携促進（50分程度）※詳細は次頁

- モデレータ：テックコンシリエ 鈴木
- パネラー：ImVisionLabs 板倉氏、IntraPhoton 本蔵氏、KYOTO-iCAP 上野氏、INPIT田村氏
- 内容（案）：今年度のImVisionLabs社の実践事例を踏まえ、国際企業連携において提案時に直面するリアルな課題と意思決定のポイントを議論する。また研究シーズを連携へと前進させるための次の一手を、多角的な立場から明らかにする。

## 5. 質疑応答（10分程度）

# ディスカッションパート（50分）のキークエストション

## ■ 自己紹介+ポジショントーク（10分）

- INPIT田村様以外の4名のパネラーの皆様に画面共有できる資料をご用意いただき、自己紹介をしていただく（3分/人）。

## ■ キークエストション①：狙った海外企業に、どのようにアクセスすれば対話のテーブルに着けるのか？（10分）

- 単なる問い合わせや紹介依頼ではなく、意思決定者につながるための現実的なアクセス経路を整理する。
- イベントやネットワーク活用、第三者の介在、SNSの活用など、実務で有効だった手法を共有する。

## ■ キークエストション②：【初回面談】海外企業は、提案書のどこを見て“検討に値する”と判断しているのか？（10分）

- 初回の面談では、課題設定、技術内容の信頼性（科学的根拠）や実績、実行体制、用途仮説などが初期判断で重視されるのではないか。
- 研究シーズが「面白い」で終わらず、次の議論に進むための最低条件を明らかにする。

## ■ キークエストション③：【2回目以降】研究シーズを“事業として議論できる状態”に引き上げるために何が必要か？（15分）

- 本事業では、さらに踏み込んだ市場/事業仮説（スケール性）、役割分担とロードマップの設計が重要であると考えている。
- 2回目以降の面談で、大学・スタートアップ側が事前に整えるべき視点を具体化する。

## ■ 海外企業連携にチャレンジする大学・大学発スタートアップへのメッセージ（5分）

- 上記のキークエストションとは別の観点でもOK。

# 参加者へのアンケート項目

1. **普段、大学・大学発SUの企業連携活動とどのように関わっていますか。**
  - ① (大学・SU側の立場から) 連携候補企業を探索
  - ② (企業側の立場から) 連携候補の大学・SUを探索
  - ③ 企業や大学・大学発SUの外部支援者
  - ④ その他 (自由記述)
2. **本セミナーを通じて、海外企業との連携に向けたアクセスや提案の進め方について理解が深まりましたか。**

(5段階評価：非常にそう思う～まったくそう思わない)
3. **現在、海外企業との連携を検討・推進するうえで、特に課題だと感じている点はどれですか。(複数回答可)**
  - ① 海外企業の探索・ターゲット選定が難しい
  - ② 狙った海外企業へのアクセス方法が分からない
  - ③ 海外企業に刺さる提案内容・提案書の作り方が分からない
  - ④ 技術・研究シーズを事業として説明することが難しい
  - ⑤ 提案後の検討プロセスや意思決定の流れが見えない
  - ⑥ 知財・契約・役割分担の考え方に不安がある
  - ⑦ 社内・学内での合意形成や体制づくりが難しい
  - ⑧ 海外連携を推進する人材・経験が不足している
  - ⑨ 現時点では特に課題を感じていない
  - ⑩ その他 (自由記述)
4. **本セミナーを踏まえ、今後「試してみたい」「見直したい」と感じた点はありますか。(複数回答可)**

(自由記述：例：提案書の構成、アクセス方法、ターゲット設定 等)
5. **今後、INPITや本事業に期待する支援内容・テーマがあれば教えてください。**

(例：伴走支援、個別相談、実践ワークショップ 等)

# アンケート調査から得られた示唆

## ■ 海外企業との連携に関する「具体的な実践方法」へのニーズが高い

- Q2の海外企業との連携に向けたアクセスや提案の進め方について理解が深まったかという設問に対して、「非常にそう思う」「そう思う」が78%（18/23名）を占め、海外企業へのアクセス方法や提案の進め方について一定の理解促進につながったと評価されている。
- 一方で、提案書の作成方法、アクセス方法、ターゲット設定など実務的なノウハウをさらに学びたいという声が多く見られる。

## ■ 海外企業連携では「探索・アプローチ・人材」の3点が主要課題

- Q3の海外企業との連携において現場で特に感じている課題については、以下が多く挙げられている。
  - 海外企業の探索・ターゲット選定
  - 狙った企業へのアクセス方法
  - 海外連携を推進できる人材・経験の不足

## ■ 単発セミナーよりも「伴走支援・実践型支援」が求められている

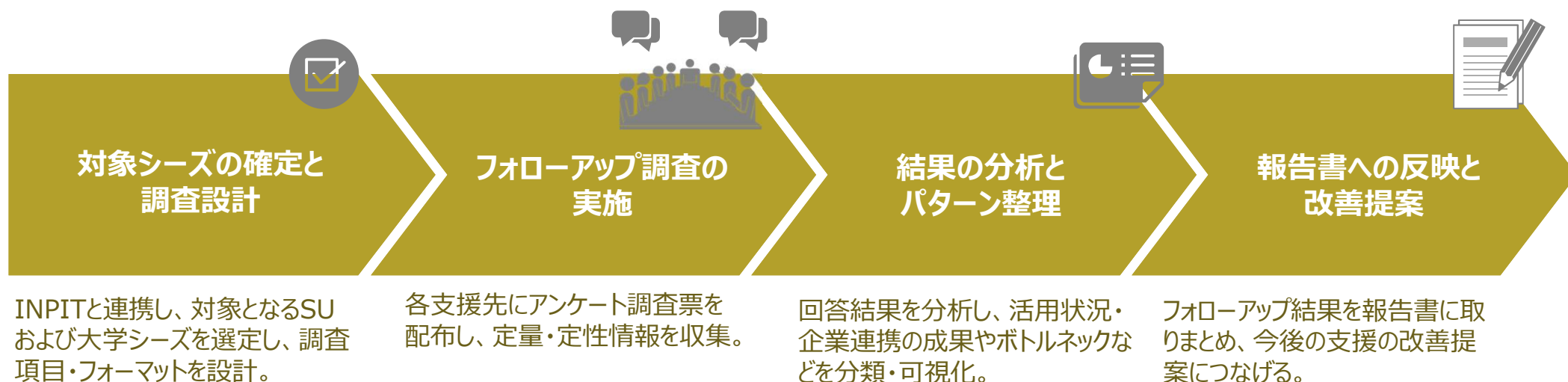
- Q5の今後期待する支援内容・テーマについては、以下の要望が複数挙がっている。講義型の情報提供だけでなく、実際の企業連携を進める実践支援への期待が高いことが示唆される。
  - 実践ワークショップ
  - 個別相談・伴走支援
  - 市場調査や事業計画作成支援
  - 特許マップや知財DDなどの分析手法

## 第7章

# SUOI調査、AC連携調査事業のフォローアップ調査の実施

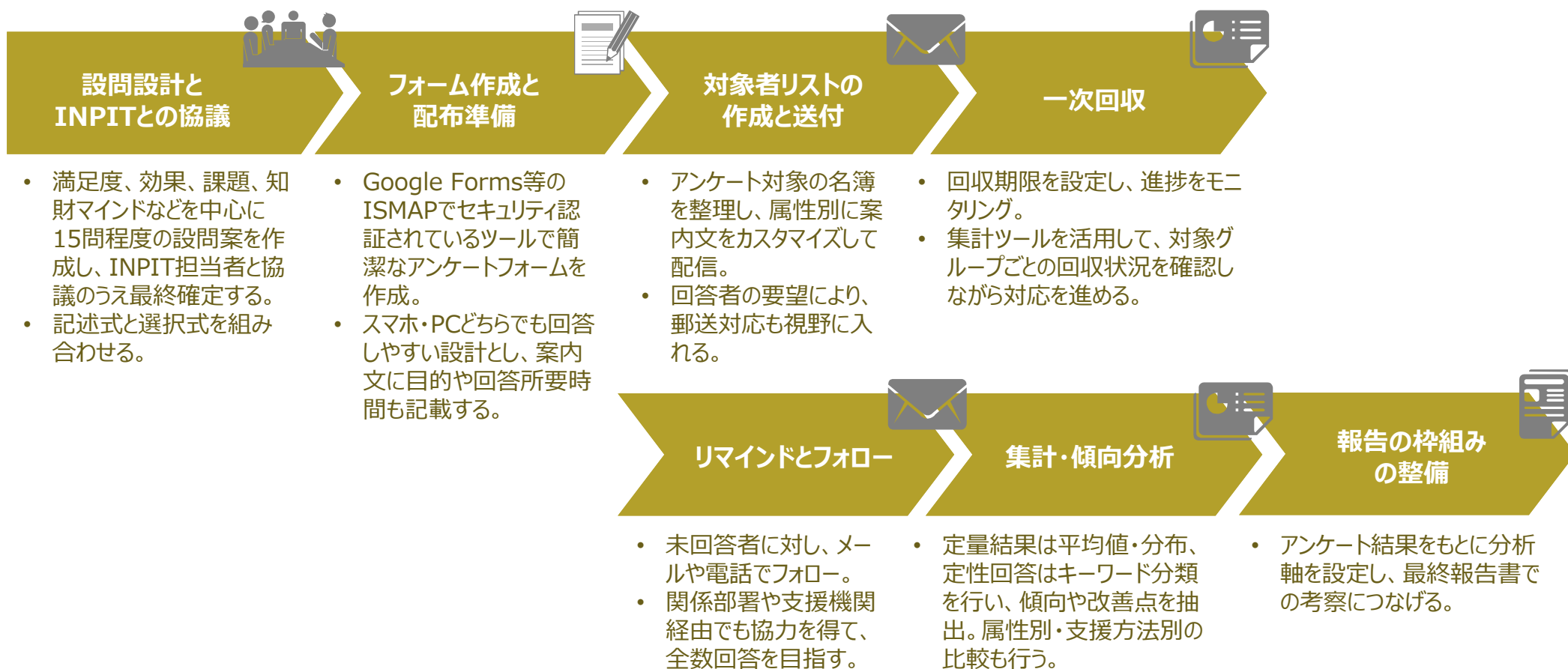
# SUOI調査事業、AC連携調査事業のフォローアップ調査

- SUOI調査事業（令和5年度）及びAC連携調査事業（令和6年度）での支援先であったSU及び大学のシーズについて、事業終了後に生じた成果（検索式やターゲットレポート、連携提案書の活用等）の把握、および連携提案先企業との現状と課題の把握を目的として、フォローアップ調査を行った。
- 調査対象は、SUOI調査事業の20シーズ程度、AC連携調査事業の12シーズとした。



# アンケート調査の実施フロー

- 主に支援対象シーズの関係者に対してWebアンケートを実施し、満足度や効果、課題を定量・定性の両面から効果的に把握することを狙いとしたプロセスとした。



# 参加者へのアンケート項目

## 1. 本支援全体への満足度を教えてください。

(3段階評価：非常に満足した～あまり満足しなかった)

## 2. ご自身の業務や事業にとって、本支援の内容は有益でしたか。

(3段階評価：非常に有益だった～あまり有益でなかった)

## 3. 専門家による支援の頻度や対応は適切でしたか。

(3段階評価：非常に適切だった～あまり適切でなかった)

## 4. 支援でどのような成果が得られましたか。(複数回答可)

- ① 連携先との共創（共同研究、事業提携等）
- ② 連携先の探索・提案手法の獲得
- ③ 知財価値の再認識
- ④ 組織内の意識改善
- ⑤ その他

## 5. 連携提案プレゼンを実施した相手先企業とのその後の状況について教えてください。

- ① 共同研究や事業提携等を実施中
- ② 共同研究や事業提携等に向けて具体的な話が進んでいる
- ③ 数回意見交換等をしたが共創につながらなかった
- ④ プレゼン後のやり取りはない
- ⑤ その他

# 参加者へのアンケート項目

6. 支援内容は自社／自組織の課題に即したものでしたか。

(3段階評価：非常に即していた～あまり即していなかった)

7. 貴組織内で本支援の知見や資料、成果を展開・共有しましたか。

- ① した
- ② 今後する予定
- ③ していない
- ④ 未定

8. 本支援を通じて、貴組織の「企業連携」のあり方に変化はありましたか。

- ① 非常に変化した
- ② 変化した
- ③ あまり変化しなかった

9. 支援に関連するワークショップ、セミナー等には出席されましたか。

- ① した
- ② していない
- ③ 分からない

# 参加者へのアンケート項目

---

**10. 今後も、同様の大学・スタートアップ支援プログラムに参加したいと思いますか。**

**11. 今後、企業連携に関して期待する支援内容やテーマを教えてください。**

- ① 契約交渉
- ② 知財戦略
- ③ 資金調達
- ④ 海外展開
- ⑤ 人材育成
- ⑥ その他

**12. 本支援の改善に関するご意見・ご要望があればご記入ください。**

(自由記述)

# アンケート調査から得られた示唆

## ■ 支援プログラム全体の満足度は概ね高い

- Q1の本支援全体への満足度については、「非常に満足」「満足」が約89%（17/19名）を占めており、全体として支援内容に対する評価は概ね良好であった。

## ■ 支援の有益性は一定程度認識されている

- Q2の自身の業務や事業にとって、本支援の内容は有益であったかという設問に対し、「非常に有益」「有益」と回答した割合も約79%であり、企業連携の進め方や知財活用に関する知見は一定の価値を提供していると評価された。

## ■ 支援の最大の成果は「連携手法の獲得」にある

- Q4の支援で得られた成果として最も多かったのは、連携先の探索・提案手法の獲得（11件）であり、短期的な事業成果よりも、企業連携の方法論の習得という効果が大きかった。

## ■ 直接的な共創成果に至るケースはまだ限定的

- Q5の連携提案プレゼンを実施した相手先企業とのその後の連携については、以下の状況である。
  - 共同研究・事業提携を実施中：16%
  - 具体的な話が進行中：16%
- 一方で、意見交換のみで終了（37%） ややり取りなし（31%） も多く、実際の共創につながる割合はまだ限定的である。

# アンケート調査から得られた示唆

## ■ 企業探索・マッチングの難しさが依然として課題

- Q6（支援内容は自社／自組織の課題に即したのか）、Q8（本支援を通じて組織に変化はあったか）から得られた不満の理由として、以下が挙げられており、連携候補企業の選定やマッチング精度の向上が重要課題となっている。
  - 適切なパートナー企業が見つからない
  - 企業側のニーズとのズレ
  - オープンイノベーションの受け皿がある企業が少ない

## ■ 組織内での展開には一定のハードルがある

- Q7の組織内で本支援の知見や成果を共有したかという設問に対し、共有した割合は69%だが、未展開の理由として以下が挙げられ、成果の組織内普及の仕組みが課題として浮かび上がった。
  - 時間的余裕がない
  - 展開用資料が分かりづらい
  - 展開する価値が見えにくい

## ■ 今後は実務的テーマ（契約・資金・知財戦略等）への支援ニーズが高い

- Q11の今後期待する支援テーマとして、契約交渉、資金調達、知財戦略、海外展開などが挙げられ、企業連携の実装段階に関する実務支援へのニーズが高いことが確認された。

## 第8章

「大学・大学発SUのための企業連携提案マニュアル  
(2026年版)」の作成

# 「大学・大学発SUのための企業連携マニュアル（2026年版）」のねらい

- 経験不足・リソース不足を生成AIで補い、国内に閉じない海外企業への視野を持たせることで、初回面談に向けた「簡易提案」から着実に連携検討を進められる構成へアップデートする。
  
- 主な改訂ポイントは、以下の5点：
  - ① **連携提案に着手できるかを見極める「事前条件」を明確化**

研究者コミット、提供可能データ、知財・開示方針、想定連携形態を事前に確認し、「できる／やめる」の判断を早期化。
  - ② **国内・海外企業の双方に対応できる提案設計へ拡張**

海外企業連携の場合の国内との違い（特許検索、公開情報の集め方、交渉時の慣習）を整理し、留意点として提示。
  - ③ **生成AIを“作業補助”として組み込む**

企業探索、仮説整理、提案骨子作成などをAIで効率化し、人は判断・設計・対話に集中。
  - ④ **「連携候補企業へのアプローチ」を成功確率重視で例示**

カンファレンスの参加、第三者紹介、SNS、大学ネットワーク等を整理し、日常的な関係構築から初回接点獲得までの進め方を明示。
  - ⑤ **仮説提示（初回面談）⇒協働設計（2回目以降の面談）の二段階設計に刷新**

初回面談は“会うための簡易提案”、その後に“意思決定用の本提案”へと段階化し、打席数と継続率を両立。

# 「企業連携マニュアル（2026年版）」の構成

- 連携提案マニュアル（2025年版）の増補版として作成し、以下の構成とした（赤字は新規追加の章）

## 1. はじめに

## 2. 連携提案までの流れ

## 3. STEP1：連携候補企業の抽出・選定

- ① 研究シーズと企業ニーズの接点の見極め
- ② 企業ニーズに基づく特許検索の設計
- ③ 特許分析による連携可能性の整理
- ④ 特許情報に基づく連携候補リストの作成
- ⑤ 公開情報を活用した提案先の選定

## 4. 連携候補企業へアプローチと初回面談用資料「初期仮説版」の作成

## 5. STEP2：連携候補企業への提案

- ① 企業戦略と整合した価値創造の設計
- ② 大学と企業の資源の可視化
- ③ 実行可能なビジネスモデルの構築
- ④ 企業視点からの提供価値の整理
- ⑤ 企業への提案と連携交渉の実施

## 6. さいごに

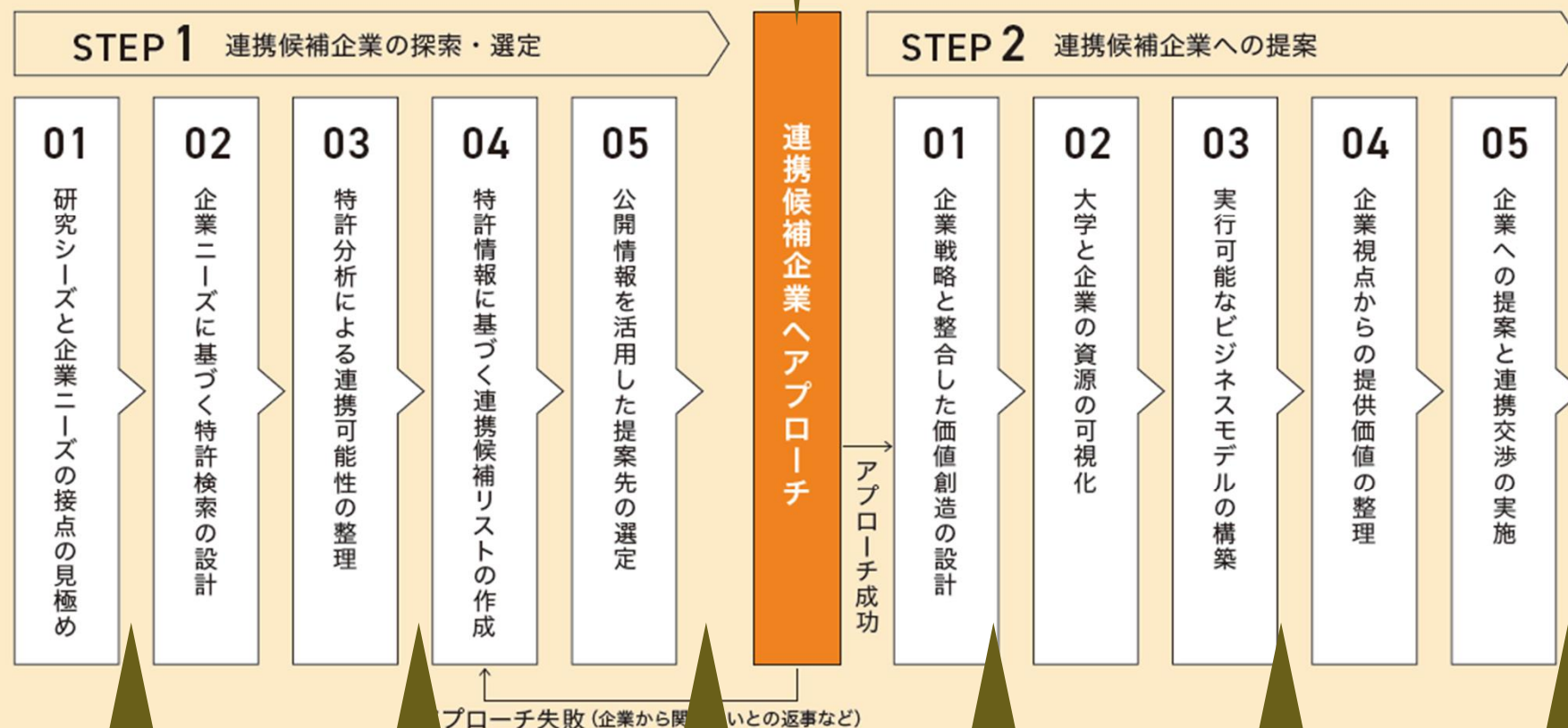
# 具体的な修正箇所

④「連携候補企業へのアプローチ」を成功確率重視で例示  
「連携候補企業へのアプローチと初回面談」のページを新たに追加

①連携提案に着手できるかを見極める「事前条件」を明確化  
STEP1の前段に「事前チェックリスト」として追加

⑤仮説提示⇒協働設計の二段階設計に刷新  
追加した「アプローチ」のページに「初期仮説版」の解説を挿入

連携までの流れを、STEP1: 連携候補企業の探索・選定と、STEP2: 連携候補企業への提案に分けて説明します。



08

②国内・海外企業の双方に対応できる提案設計へ拡張、③STEP1/STEP2の作業に生成AIを“作業補助”として組み込む  
STEP1、STEP2内の各タスクの該当する箇所に、「コラム」を追加

# 連携提案マニュアルの見方

- 全体をSTEP1、アプローチと初回面談及びSTEP2に分け、各段階の成果物の作成例と留意すべきポイントを解説する構成は、2025年版を維持した。
- ただし、2026年版で挿入したコラムについては、この構成に限らない。

## タイトル

各STEPを構成する段階ごとにタイトルを表示する。

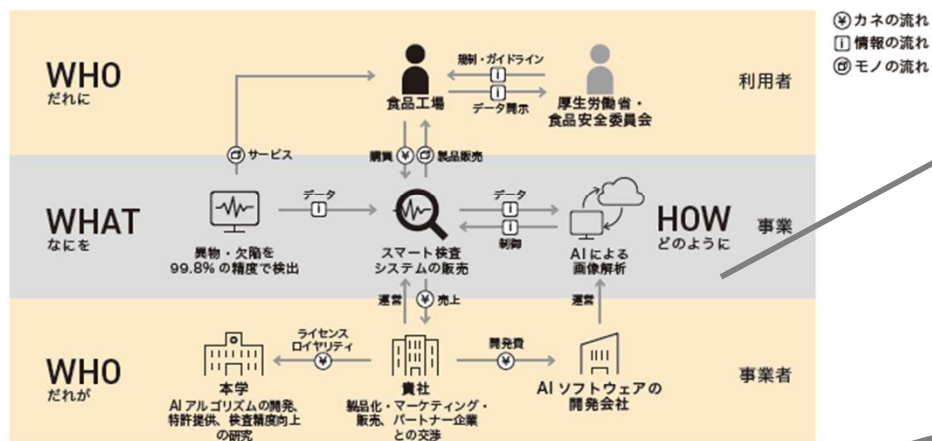
## 概要説明欄

上部に各段階の概要と実行時の心構えについて記載する。

### 03 実行可能なビジネスモデルの構築 ② 例：AIを活用したスマート検査システムの事業化

STEP1 STEP2

- 社会実装が近く、早期に事業化できる場合のビジネスモデルの例を示します。
- 市場ニーズが顕在化しており、技術の成熟度が高い場合、短期間で事業化を進めるシナリオを設計します。



## イメージ図

記載すべき事項とともに  
サンプルとなるイメージ図を例示する。

## ポイント

下部に実行時に気をつけるべき  
ポイントを記載する。

### POINT

- 企業が持つ既存の生産・流通・販売チャネルを活用し、スムーズに市場投入できる仕組みを描く。
- 事業化スキーム（ライセンス供与、共同開発、生産委託など）を明確にし、収益モデルを具体化する。

# 連携提案マニュアルの普及策の提言

- 連携提案マニュアルの普及策としては、一般的に以下に挙げられるようなリーフレットの作成・配布のほか、オウンドメディアによる広報、説明会・セミナー、パネルディスカッションによる周知、業界団体や関係機関と連携した普及策が考えられる。

リーフレット	連携提案マニュアルを紹介するリーフレットを作成して配布。
広報誌・HP	広報誌やHPなどのオウンドメディアによる広報。
説明会・セミナー・パネルディスカッション	マニュアルを解説するための説明会・セミナー・パネルディスカッションの開催。
業界団体・関係機関との連携	産官学コンソーシアムや大学コミュニティとの連携による普及。

## リーフレットのイメージ





**TECH**  
**CONSIGLIE**  
make it happen, make it possible

**特許情報を活用した  
大学及び大学発スタートアップの企業連携促進調査研究事業**

請負先 株式会社テックコンシリエ  
東京都千代田区鍛冶町一丁目10番6号

<https://tech-consiglie.com/>