

## 販路開拓

### ⑥国立大学法人北陸先端科学技術大学院大学

「北陸地域の活性化を目指した新産業創出と人材育成」(2016年優秀賞)

**受賞理由：**大学・研究機関等が連携して北陸地域の中小企業の技術・経営課題の解決を支援する、ワンストップ体制を確立。企業訪問により技術課題を把握し、産学官金連携による個別支援を行うほか、北陸地域全体の産学連携促進を意識したマッチングイベントを開催するなど、人材育成も含めて地域経済の活性化に貢献している。

#### (実施者)

国立大学法人 北陸先端科学技術大学院大学 産学連携本部 産学官連携総合推進センター

#### (事業の背景及び経緯)

本事業開始以前のわが国産業界の現状として「産業の空洞化」が大きな社会問題となっていた。この課題に対し、開学以来25年間多くの大手企業と産学連携実績のある本学として、北陸地域企業に対しても積極的に最先端技術支援を行い、この地域の活性化を目指した新産業創出と人材育成が不可欠との考えに至り、そのため北陸地域に特化したワンストップ型支援体制の確立が必要と考えていた。

一方、独立行政法人中小企業基盤整備機構では、全国各地の中小企業への支援を可能とする地域ネットワーク構築を目的とした「BIネットワーク構築支援事業」が2011年に公募開始となった。本学の目指す方向性が本公募事業の趣旨・目的に合致するとの判断から応募するに至り、採択を機に本事業の開始となった。

#### (事業内容)

北陸から新産業創出とそのための人材育成を目指すため、以下のような事業を展開している。

事業開始にあたり、2012年度北陸地域主要企業500社へのアンケートを実施した。また翌2013年度には民間調査会社の協力を得て、更に600社へも電話調査を行った。その結果から「産学連携による事業拡大には興味はあるが、本学の活動が見えにくく、気軽に相談できる環境にない」という回答を得たことを受け、現在本学の方針でもある「ニーズ志向の産学連携」の促進、つまり、大学側から積極的な企業訪問を行い技術課題の把握を実施した。この得られた情報を本学の武器として、(1)地域関係機関との情報交流を目的としたプラットフォームを構築(2)産学官金連携による個別企業支援ユニットを創設(3)それぞれの分野における人材育成も視野に地域活性化を図る。

#### (成果)

・「北陸メッセ」から「Matching HUB」イベントへの移行に伴う拡大状況

	2013年2月	2014年2月	2015年2月
(1) 参画機関数	共催 2、後援 3、大学 1	共催 4、後援 36、大学 4	共催 3、後援 52、大学 13
(2) 出展ブース数	45	88	166
(3) 参加者数	154	387	717
(4) 継続商談数		1.9/ブース	1.3/ブース

- ・「代表的な支援事例」として、(株)グランゼーラのゲームソフト開発に関し本学以外の大学との連携を提案。製品化されたゲームソフトは世界37国に配信。売上3億円、地元大学生の採用等順調な事業を展開。

### (事業に取り組み苦労したこと)

現在も苦労している点として(1)北陸三県下の県民性や商習慣の違い (2)産学官連携による企業支援を実施するためのコーディネーター人材の不足が挙げられる。

(1)については、例えば北陸地域企業に訪問コンタクトを入れた場合、全体の30%程度の企業へは訪問が実現するものの、県別内訳として福井県50%、富山県30%、石川県20%とバラツキがあり、北陸地域の活性化を目指すうえでは課題が残る。また各県大学の協力スタンスにも濃淡があり、更なる連携強化が求められる。

(2)については、(1)のような状況下でも多くの産学連携や企業連携案件情報が入るものの、今後のマッチング精度追求を考える上で、それをコーディネートする人材不足が課題と認識している。

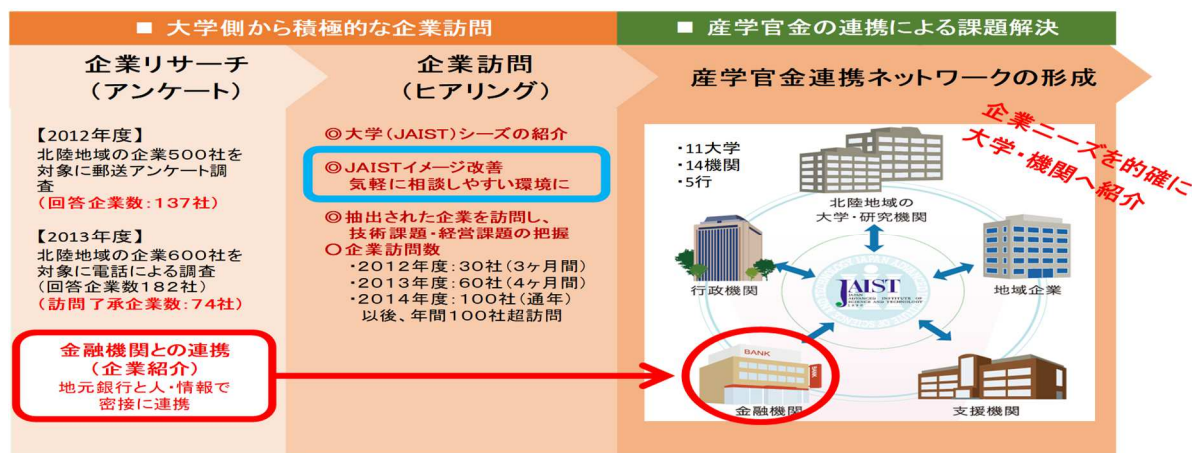
### (事業の成功要因)

例年開催している「Matching HUB」イベントでは、多くの企業や大学関係者にパネル出展者として参加していただいている。また通年活動による企業訪問で得られた課題についても同様に、本学として北陸地域企業に対し何らかのアクションを起こした後のマッチング精度向上が、事業成功のカギと考えている。そのような意味で、直近2回のイベント開催では、1~2か月後の継続商談件数が出展一社(者)あたり1.6件との好結果を得ており、この結果がその後の規模拡大につながっていると分析している。

通年活動の企業訪問や関係機関との連携構築で多くの企業情報を得ることになり、その連携関係が魅力となり新たな協力機関の参加を促し、多くの情報と人が集まることでマッチング精度が高まる、という好循環が現在の状況を生んでいる。



## 「ニーズ収集としての御用聞き活動」



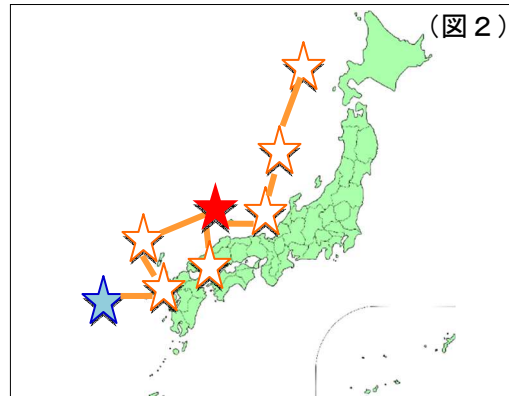
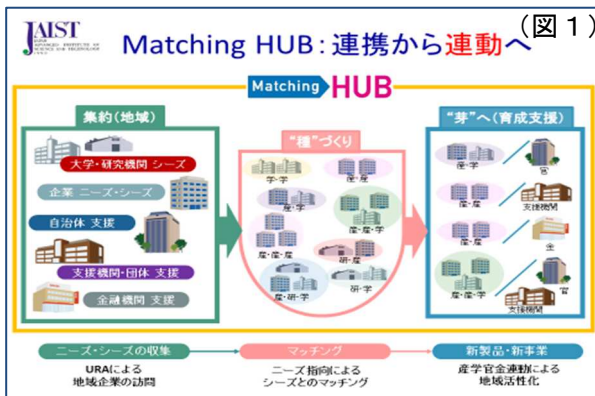


ブース数	45(企業・行政30、大学15)	88(企業・行政56、大学22)	166(企業・行政115、大学51)	226(企業・行政145、大学81)
参加者	154名	387名	717名	1,350名
参加大学	1	4	13	24
協力機関	共催2、後援35	共催4、後援36	共催3、後援52	共催4、協賛4、後援53

【受賞後の取組について】

イノベーションネットアワード受賞後、「Matching HUB」を単なるイベントではなく、地域イノベーション創生のための『産学官金連動システム』であると再認識した。

「Matching HUB」は、URA が集めた地域の大学や企業などのシーズやニーズ、さらには地域の行政や金融機関などからの支援を集約し、1 か所に集めてマッチングさせることでビジネスの種を作り、それを産学官金それぞれが機動的に連動することによって芽を出させ、新製品・新事業につなげるという本学独自の産学連携活動として広く認知されるようになった。さらに、この「Matching HUB」を『産学官金連動システム』として全国各地域に展開しネットワーク化することができれば、日本全体の活性化までもが達成できると考えている。(図1、図2参照)



「Matching HUB」における産学官金連動の取り組みは、地震・津波などにより被災した地域の復興支援にも直接活用できる。本学は、平成28年4月に発生した熊本地震からの復興支援を目的に熊本大学と連携協定を結び(図3参照)、両大学による被災企業を中心とした企業ニーズ収集のための訪問活動を開始した。その中で北陸と熊本を繋ぐ具体的な連携案件も出始め、これら取り組みを更に活発化させることを目的に平成29年2月28日、熊本大学内において「Matching HUB kumamoto 2017」を開催した。



熊本以外でも「Matching HUB」に関心や賛同を示す地方国立大学があり、現在、本格的な全国展開・ネットワーク化を目指した活動を進めている。