

UECインキュベーション入居企業と IMが心すべきことについて

このショート・レクチャーの狙い:

UECの一角を占めるインキュ。入居企業とIM等がインキュ事業の成功のために心すべきことを考える。

日時 2011年12月14日(水)18:00~18:15 15分間

場所 電気通信大学 西11号館 イノベーティブ研究棟5F

講師 安部 博文 Abe Hirofumi 博士(経済学) 中小企業診断士

電気通信大学 産学官連携センター

インキュベーション・マネジャー(IM)兼産学連携コーディネータ

本レクチャーの構成

- 1 UECの経営状態
- 2 大学発ベンチャーの位置
- 3 UECインキュが心するべきこと

全8スライド



▲2011年12月05日, UECインキュベーション施設入居企業交流会(第4回)の様子。

1 UECの経営状態

(1) 過去3年の損益計算書を連続比較する

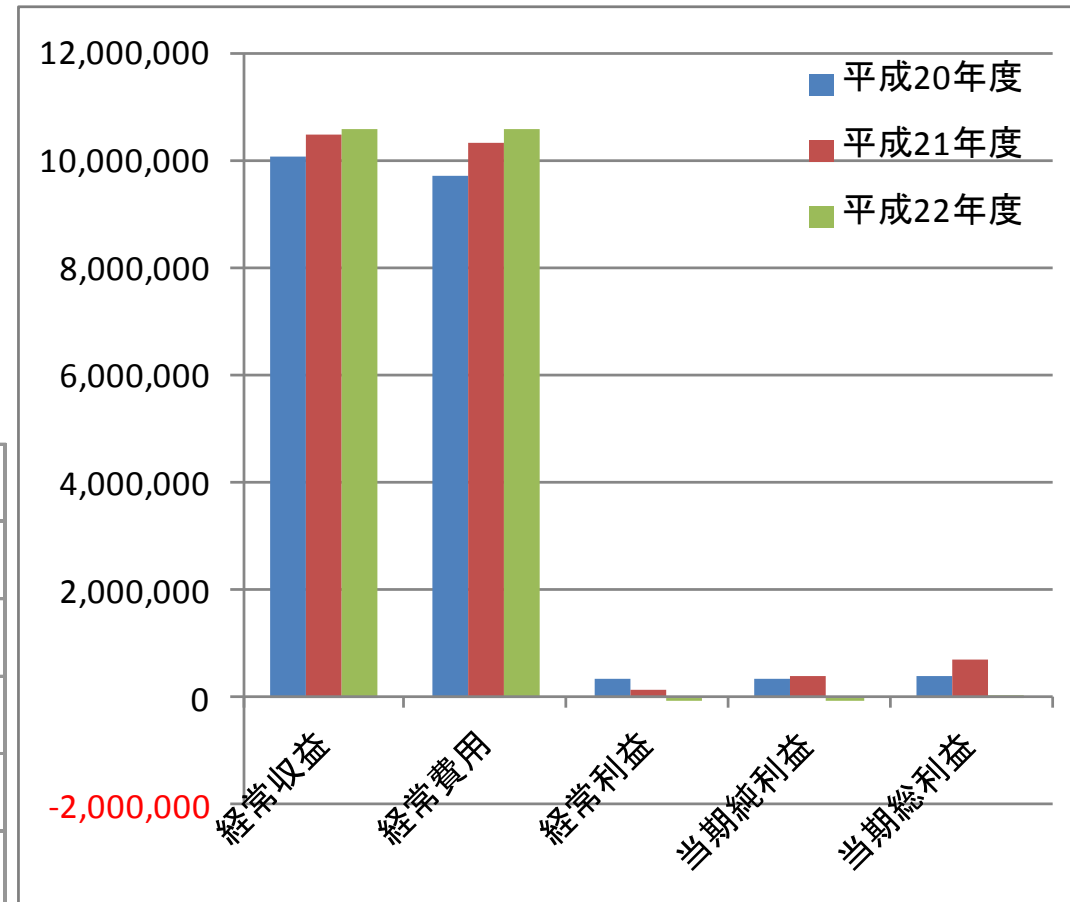
- ・UECは企業でいえば100億円企業である。
- ・平成22年度は経常利益，純利益ともに赤字となった。
- ・当期総利益は連続して黒字である。
- ・平成22年度は積立金の取崩を実行。

(2) インキュの立場から

- ・コストだけの存在になってはいけない。
- ・UECインキュとして貢献が必要である。

単位：千円

損益計算書	平成20年度	平成21年度	平成22年度
経常収益	10,056,455	10,467,286	10,557,133
経常費用	9,717,516	10,338,256	10,580,874
経常利益	338,939	129,030	-23,741
当期純利益	338,939	369,780	-19,936
当期総利益	392,386	678,940	49,491

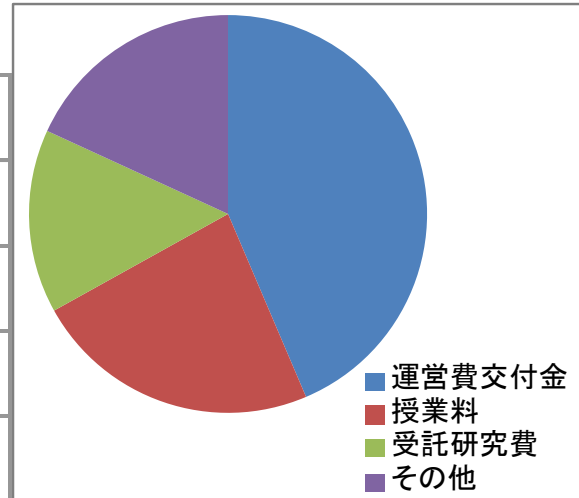


1 UECの経営状態

経常収益上位3項目

単位:千円

経常収益	10,557,133	100%
運営費交付金	4,601,557	44%
授業料	2,463,646	23%
受託研究費	1,576,360	15%
その他	1,915,570	18%



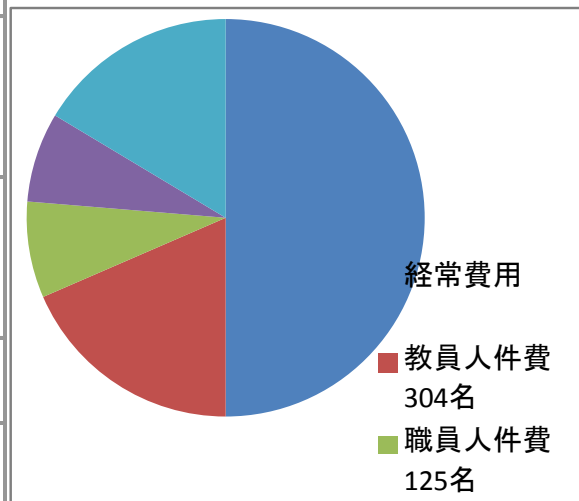
(1) 経常収益ベスト3

- ・第1位は運営交付金。
- ・第2位は授業料。
- ・第3位は受託研究。
- ・運営交付金＝国(文科省), 授業料＝学生, 受託研究＝企業を含む地域社会との関係の深さが伺える。

経常費用上位3項目

単位:千円

経常費用	10,580,874	100%
教員人件費 304名	3,910,756	37%
職員人件費 125名	1,656,794	16%
受託研究費	1,544,678	15%
その他	3,468,646	33%



(2) 費用上位3項目

- ・人件費が53%を占める。
- ・第3位に受託した研究を進めるための経費が来ている。上記の収益と関連している。

2 大学発ベンチャーの位置

(1) 産業の縮小・停滞

- ・IMD国際競争力順位の下落*： 1989~1993年，世界第1位 → 2011年，26位。
- ・世界のGDPに占める日本のシェアの下落*： 1994年，18% → 2009年，8%。
- ・廃業率が開業率を上回る状況が続く： 1991年から事業所数・企業数共に廃業率が開業率を上回る。
- ・事業所数，企業数共に減少： 2001年，470万社 → 2006年，421万社。
- ・日本の産業をけん引しているのはグローバル製造企業。とくに自動車関連産業が貢献*。

(2) 大学発ベンチャー

- ・経済産業省「大学発ベンチャー1000社創出計画(平沼プラン)」は，2004年度末には目標を達成。今後，大学発ベンチャーは数から質への転換期。
- ・研究者のシーズをイノベーションにつなぐまでの仕組みが弱い。
- ・研究，技術は一流。しかし，事業化(経営計画，販路開拓，人材育成)のマネジメントが弱い。
- ・ベンチャーがデスバレー超えをサポートする環境やリスクマネーが弱い。
- ・日本の理系の博士号取得者数は，アメリカの4分の1。日本より人口の少ないイギリスやドイツよりも少ない*。

*の出所は光川寛(本学産学官連携センター特任教授，東京工業大学特任教授)の東京工業大学ベンチャービジネス特論2011の講義資料「日本の産業を巡る現状と課題」。 5

3 UECインキュが心すべきこと

(1) 組織の理念や長期ビジョンをもつ

- ・何のため、誰のために技術を事業化するのか。
- ・外部に向けて説明する言葉を練る。

(2) 研究・開発と事業活動のバランスを強化する

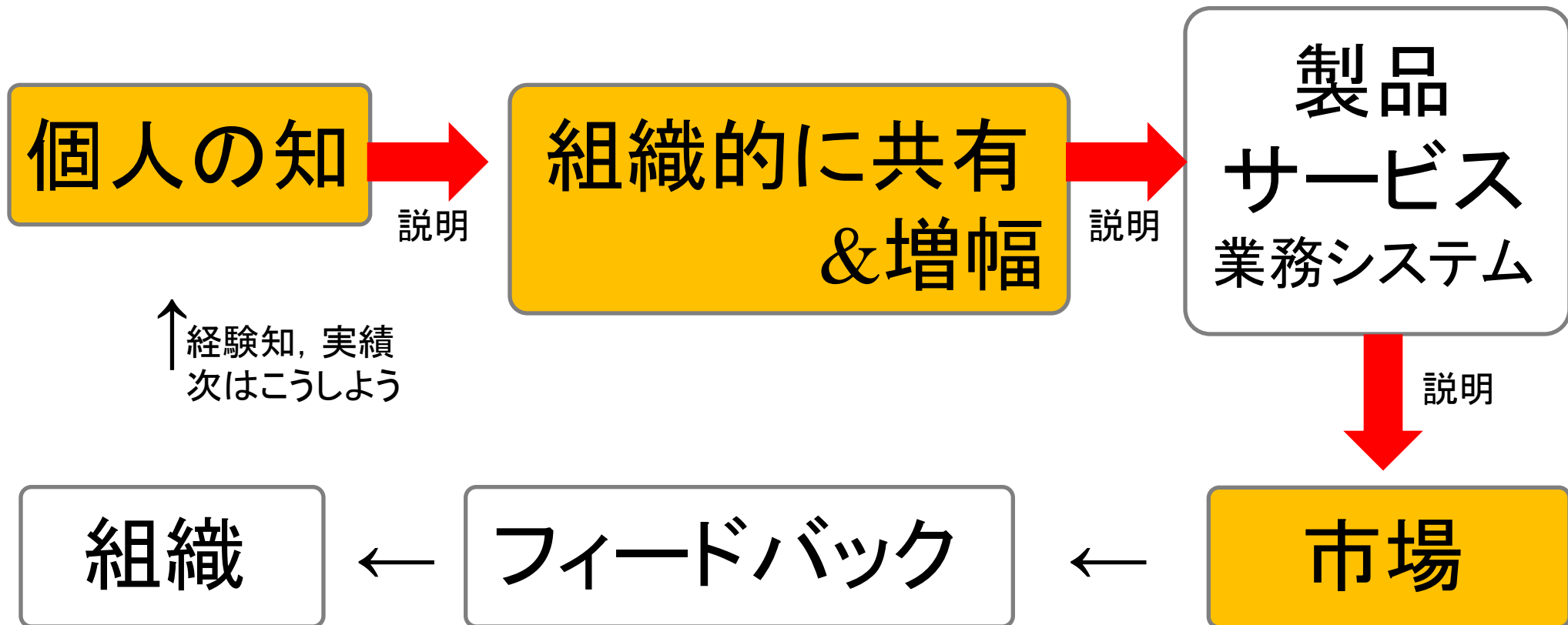
- ・お客様は誰か。
- ・わが社の製品、サービスは何か。
- ・わが社の製品やサービスは、お客様にどのような利便を提供するのか。
- ・結果的にわが社はどのようなイノベーションを起こし、お客様のイノベーションを促進するのか。
- ・独り相撲の研究、エンドレスの開発にならないよう。お客様の利便性を少しでも向上させるための告知・広報を忘れないよう。

(3) 電通大の多様な活動の一端を担う存在になる

- ・わが社の製品、サービスがお客様に喜ばれること。
- ・研究と事業化がバランスする大学発ベンチャーを目指す。
- ・電通大生のアルバイトの場。
- ・高校生、高専生の目に留まる、気になる存在になる。などなど。

3+ UECインキュのIMが意識していること

知識創造理論の視点から見ると赤色のプロセスに問題がある場合が多い。
説明はコミュニケーションである。言葉での的確・適切に説明する力が必要である。
そこでIM安部は主にファシリテーションでこの問題解決支援に焦点を当てている。



情と理を尽くし，相手に伝わる プレゼンと質疑応答を目指しましょう

- ・相手の話を最後まで聞き，真意を掴んでから応答しよう

END

Let's begin!