

UECインキュベーションと 早川地震電磁気研究所への期待

このショート・レクチャーの狙い:

大学発ベンチャーの弱点を検討し、UECインキュ事業の成功を目指すIM活動を説明する。

日時 2012年01月10日(火)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 貸借対照表
- 2 大学発ベンチャーの位置 その2
- 3 早川地震電磁気研究所への期待

全8スライド



▲2011年12月14日、UECインキュベーション施設入居企業交流会(第5回)の様子。

1 UECの経営 貸借対照表 資産の部

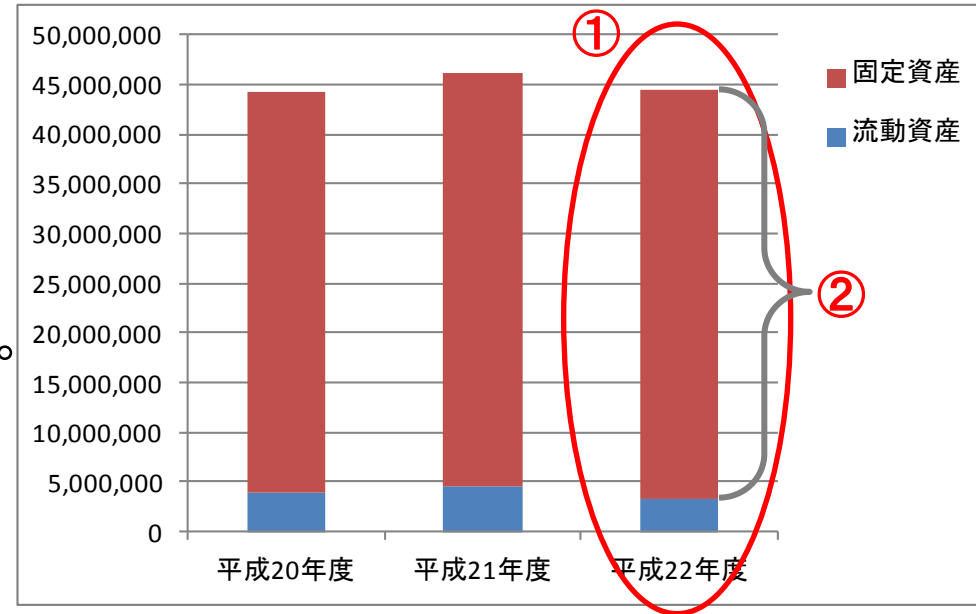
(1) 過去3年の貸借対照表・資産の部を連続比較する

- ① UECの総資産は444億円である。
- ② 固定資産の比率は総資産の93%である。
- ③ 固定資産のうち有形固定資産は99%である。
- ④ 有形固定資産のトップ2は土地と建物である。

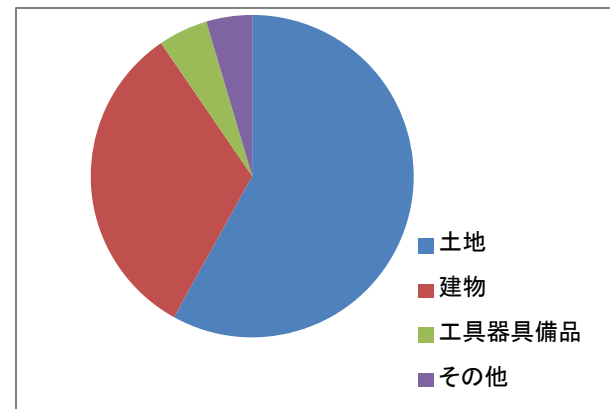
(2) インキュの立場

・インキュの建物は**有形固定資産の一部**である。

注) グラフでは固定資産が流動資産の上になっています。



単位: 千円



単位: 千円

③ 有形固定資産	40,669,773	100%
土地	23,610,400	58%
建物	13,174,327	32%
工具器具備品	2,017,821	5%
その他	1,867,225	5%

④

資産の部	平成20年度	平成21年度	平成22年度
時期	2010(H21)年3月31日	2010(H22)年3月31日	2011(H23)年3月31日
流動資産	3,977,212	4,640,371	3,224,546
固定資産	40,199,584	41,519,621	② 41,195,029
有形固定資産	39,760,434	41,275,338	③ 40,669,773
無形固定資産	138,136	244,230	225,147
投資その他	301,014	53	300,109
総資産	44,176,796	46,159,992	① 44,419,575

1 UECの経営 貸借対照表 純資産・負債の部

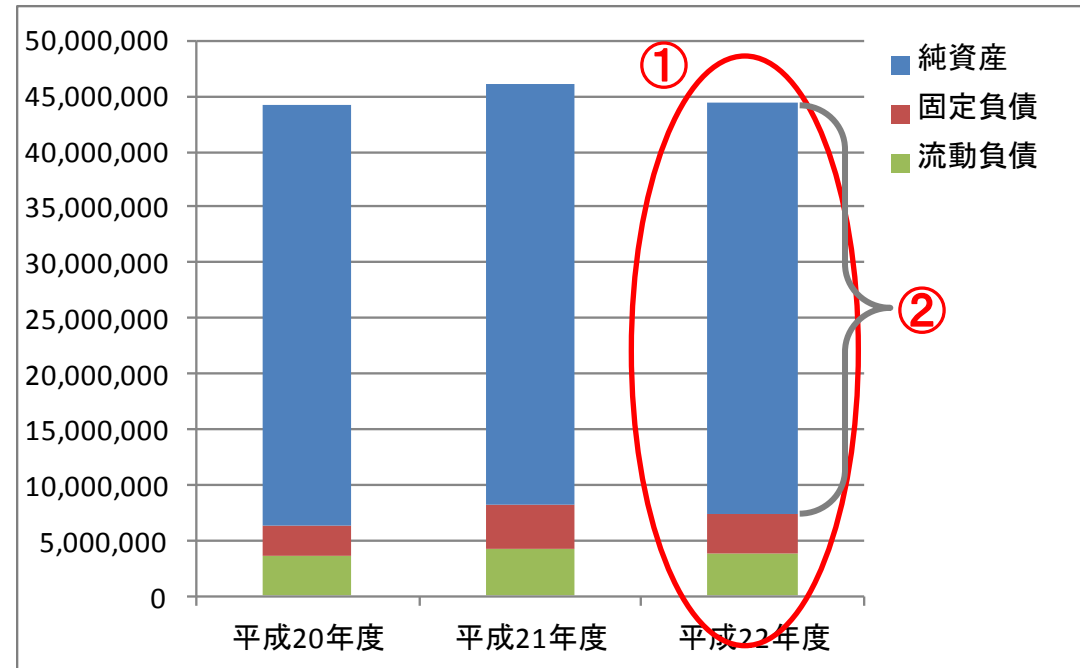
(1) 過去3年の貸借対照表

純資産・負債の部を連続比較する

- ① UECの総資本は444億円である。
- ② 純資産の比率は総資本の83%である。
- ③ 純資産のうち資本金は103%である。

(2) UECインキュとして

- ・ UECの活動として社会に貢献する。
- ・ 剰余金を食い潰す存在にならない。
- ・
- ・



注) グラフでは上から純資産・固定負債・流動負債の順になっています。

単位: 千円

負債・純資産の部	平成20年度	平成21年度	平成22年度
時期	2010(H21)年3月31日	2010(H22)年3月31日	2011(H23)年3月31日
流動負債	3,540,249	4,235,401	3,832,905
固定負債	2,891,280	4,026,511	3,607,189
純資産	37,745,266	37,898,081	② 36,979,481
資本金	37,969,766	37,969,766	③ 37,969,766
資本剰余金	-1,595,964	-1,322,154	-1,476,382
利益剰余金	1,371,464	1,250,468	486,096
総資本	44,176,796	46,159,992	① 44,419,575

2 大学発ベンチャーの位置 その2

(1) 産業の縮小・停滞:

(前回のデータを前提にしています)

一方で、成長するベンチャー企業・中小企業(企業数としては全体の4~5%)は新規雇用創出の50%強に貢献している*(忽那憲治 神戸大学大学院経営学研究科教授)。

潜在的な力を持っているものの、現状は低い成長性にとどまっているのが多くの大学発ベンチャーの状況のようです。主な原因として考えられるのは、「顧客を創るマネジメントの弱さ」と「開発と営業のアンバランス」でしょう。UECインキュの入居企業には、この原因を克服し、成長型企業を目指していただきたいと思います。IMはそのための支援を惜しみません。

(2) 大学発ベンチャー: 大学発ベンチャーは数から質への転換期

新しい技術(イノベーション)を、非価格的な差別化要因にして顧客に伝える。単発ではなく連続的なイノベーションによって、「既存の顧客」と「新規の顧客」を増やし、売上高と好利益を確保する。そのためには営業とマーケティングが不可欠。この点でもIMは支援を惜しみません。

*の出所: <http://www.b.kobe-u.ac.jp/~kutsuna/entre/forum.html>

3 早川地震電磁気研究所への期待

(1) 組織の理念や長期ビジョン

- ・何のため、誰のために技術を事業化するのか →人のため。安全な社会のため。
- ・外部に向けて説明する言葉を練る →講演会や著作の出版などトップによる広報活動。

(2) 研究・開発と事業活動のバランス

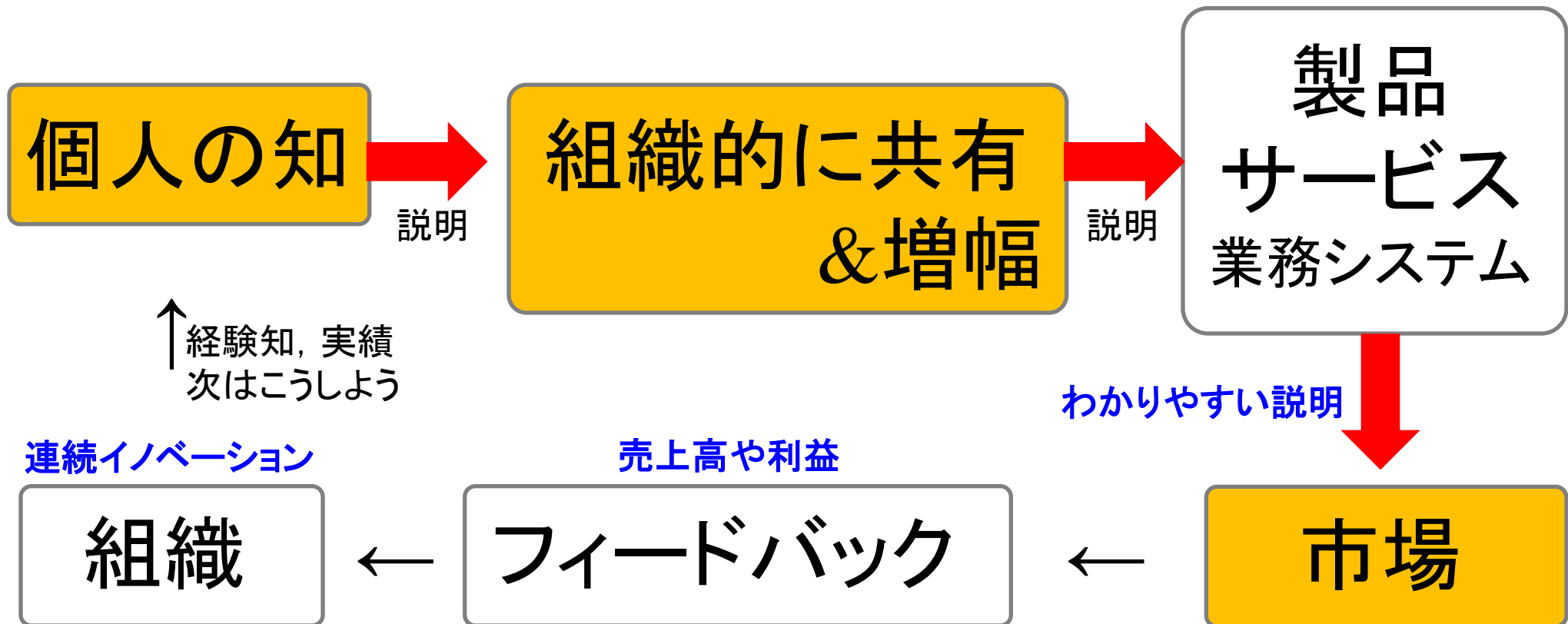
- ・お客様は誰か →震災リスクを回避する必要がある法人、個人。
- ・わが社の製品、サービスは何か →地震予知の情報提供サービス。
- ・わが社の製品やサービスは、お客様にどのような利便を提供するのか →地震予知。
- ・結果的にわが社はどのようなイノベーションを起こし、お客様のイノベーションを促進するのか →これまで不可能とされていた地震予知を現実のものにした。
- ・独り相撲の研究、エンドレスの開発にならないよう。お客様の利便性を少しでも向上させるための告知・広報を忘れない →講演会や著作の出版などトップによる広報活動。

(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 →◎

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!