アナリストの眼

大学発ベンチャーの事業化を支える連携の重要性

【ポイント】
1. 大学発ベンチャーの創出に向けた取組が進められるなか、その数は増加を続けており、2025 年度調査では 6,220 社と過去最高を更新した。
2. 研究成果やアイデアを事業化するには、研究、開発、製造、販売の各領域に応じた経営資源や連携相手が必要となる。
3. 大学との関係を基盤としながら、事業会社などが持つ知見や開発力、製造基盤、販売網を取り込み、持続的な成長につなげることが重要となる。

１．大学発ベンチャーの創出と増加

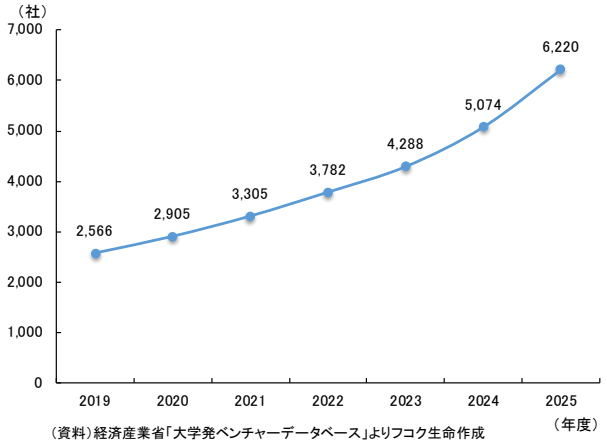
大学の研究成果や技術を生かした起業を促すため、大学発ベンチャーの創出を後押しする取組が進められてきた。経済産業省は 2001 年に「大学発ベンチャー1,000 社計画」を策定し、2004 年には 1,000 社を達成した。その後も、大学発ベンチャーの創出を支える取組が続けられている。科学技術振興機構（JST）の「大学発新産業創出プログラム（START）」では、大学等の研究者と事業化のノウハウを持つ人材を結び付け、起業前の段階から研究開発や事業づくりを支援してきた。近年では、こうした取組をさらに広げるため、文部科学省が 2022 年度第 2 次補正予算により、JST に 988 億円の「大学発新産業創出基金」を造成した。基金では、国際市場への展開を目指す研究成果への研究開発支援に加え、地域の大学等が連携し、起業につながる研究成果の発掘・育成などを進めている。

こうした創出に向けた取組が進められるなか、大学発ベンチャーの企業数は増加を続けている。経済産業省が 2025 年度調査で把握した大学発ベンチャーは 6,220 社となり、2020 年度調査の 2,905 社から 5 年間で倍増した。企業数、前年度調査からの増加数ともに過去最高となっている（図表 1）。

なお、大学発ベンチャーは、大学の研究成果を直接事業化する企業だけを指すものではない。経済産業省は、研究成果をもとに設立された企業のほか、大学との共同研究や技術移転に関係する企業、学生や教職員等が設立した企業なども大学発ベンチャーに含めている。

大学発ベンチャーの創出が進む一方、企業の設立は事業化の出発点にすぎない。こうした企業が研究成果やアイデア

図表１．大学発ベンチャー数の推移



（資料）経済産業省「大学発ベンチャーデータベース」よりフコク生命作成

を事業につなげるには、製品やサービスの開発に加え、製造・生産、販売・マーケティングなどにも取り組む必要がある。ただ、創業期には、事業に精通した人材の確保や、研究成果を事業につなげるためのネットワークづくりが課題となりやすい。そこで本稿では、大学発ベンチャーが大学・公的研究機関や企業などと既に実施している連携と、今後新たに希望する連携についてみていく。

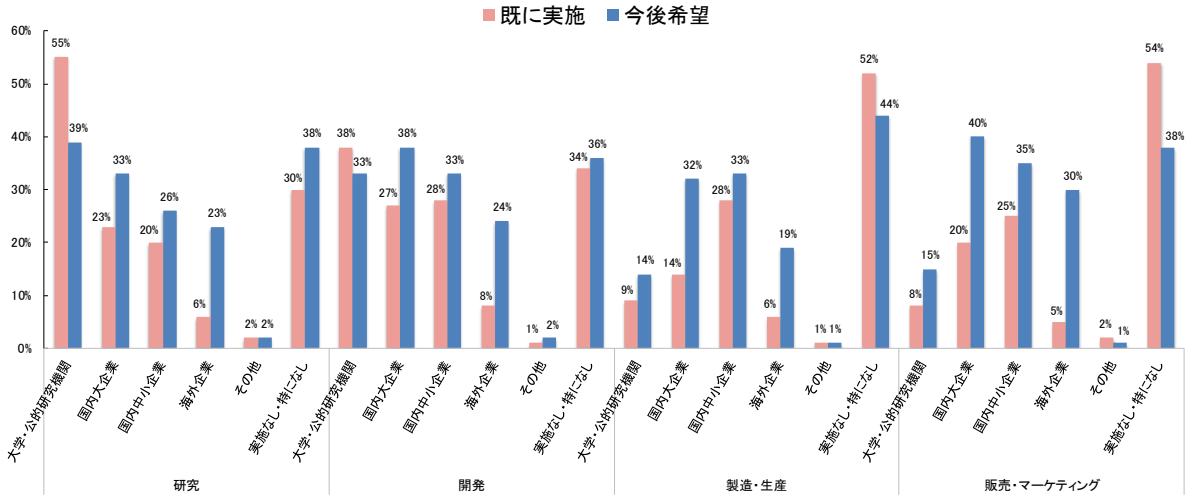
２．事業化に向けた連携の状況

経済産業省は2025年度に大学発ベンチャーを対象としたアンケートを実施し、527社から回答を得た。このうち連携に関する設問では、研究、開発、製造・生産、販売・マーケティングの各領域について、既に連携を実施した相手と今後新たに連携を希望する相手を調査している。連携先は、大学・公的研究機関、国内の大企業や中小企業、海外企業などである。

調査結果をみると、既に実施している連携の中では、研究領域における大学・公的研究機関との連携が55%と全体で最も高く、比較的多くのベンチャーで行われている。国内企業や海外企業については、研究、開発、製造・生産、販売・マーケティングのいずれの領域でも、今後の連携希望が既に実施している割合を上回っている。特に国内大企業や海外企業で両者の差が大きい。国内大企業との連携では、研究領域において既に連携を実施している割合が23%であるのに対して今後連携を希望する割合が33%、開発が27%に対して38%、製造・生産が14%に対して32%、販売・マーケティングが20%に対して40%となっている。海外企業との連携でも、研究が6%に対して23%、開発が8%に対して24%、製造・生産が6%に対して19%、販売・マーケティングが5%に対して30%となっている（図表2）。

こうした結果から、大学発ベンチャーの連携への関心が、製造や販売だけでなく、研究や開発を含む幅広い領域に及んでいることがうかがえる。一方、大学発ベンチャーは企業との連携を広げたいと考えているものの、実際の連携はその希望に比べて十分に広

図表２．大学発ベンチャーの連携先と今後の希望先



（資料）経済産業省「大学発ベンチャーデータベース」よりフコク生命作成
（備考）2025年度調査。複数回答。

がっていない状況にある。

３．連携先ごとの役割

大学発ベンチャーが企業との連携を広げていくには、それぞれの連携先にどのような役割を期待するのかを整理する必要がある。研究成果やアイデアを事業につなげていくうえでは、大学だけでなく、企業が持つ知見や機能も必要になる。大学からは研究成果や専門人材、知的財産などを得られる一方、企業との連携では、製品開発や製造に関する知見、顧客との接点や販路などを活用できる。

ただし、どのような連携が必要になるかは、事業内容や企業の置かれた状況によって異なる。研究開発に必要な設備や専門人材が不足している場合もあれば、製品化を進めるための経営人材や、顧客との接点が課題となる場合もある。まずは自社がどこに課題を抱えているのかを整理し、それを補える相手を見つけることが重要になる。

連携する企業によっても、期待される役割は異なる。大企業との連携では、共同研究や製品開発のほか、製造体制や販売網を活用できる場合がある。中小企業の中にも、特定分野の技術や加工・製造のノウハウを持つ企業があり、大学発ベンチャーの技術を製品化する際の連携先となる。海外企業との連携では、現地市場に関する情報を得たり、新たな販路を探ったりすることも考えられる。

４．連携を事業化につなげるために

連携先が見つかっても、それだけで研究成果や技術が事業につながるわけではない。その技術がどのような課題に生かせるのか、実際に誰が必要としているのかを確かめる必要がある。そのうえで、事業会社との連携を通じて、製品化や製造、販売までの進め方を具体化していくことが重要となる。

こうした連携を進めるうえでは、大学発ベンチャーと企業をつなぎ、その後のやり取りを支える人材も欠かせない。このような人材の確保・育成に向けた取組は進められており、大学発新産業創出基金では、地域の大学等が連携し、経営者候補や事業化支援人材の確保・育成に取り組んでいる。一方、経済産業省が公表した調査では、大学発ベンチャーの創出や増加に向けて不足している環境として、コーディネートや伴走支援を担う人材が最も多く挙げられており、人材の確保は引き続き課題となっている。

また、人材の確保を進めるだけでなく、その人材がどのような役割を担うかも重要である。大学発ベンチャーが抱える課題を整理し、連携の目的や双方の役割を明確にすることが求められる。大学発ベンチャーと企業がそれぞれ何を提供し、どのように取組を進めるのかを共有することが、連携を実際の事業につなげるための前提となる。

大学発ベンチャーにとって、大学との関係は、研究成果や人材の面で大切な基盤となる。一方、研究成果を製品やサービスにつなげるには、事業会社が持つ開発や製造の力、顧客との接点、販売網なども必要になる。事業化に向けた連携はまだ十分とはいえず、それぞれが抱える課題に応じて必要な企業や人材との連携を広げ、事業の成長に結び付けていくことが重要となる。

（オルタナティブグループ　前田 朝陽）