

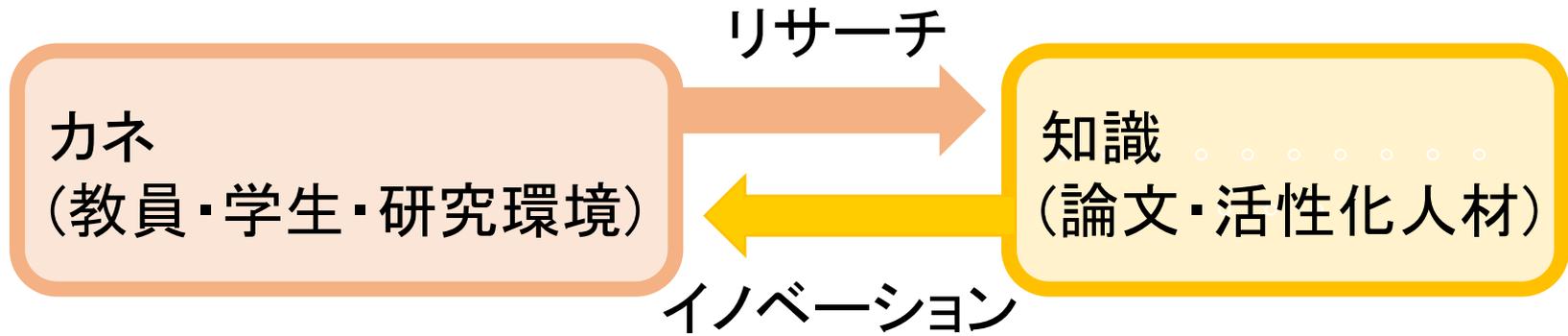
私が社会連携講座を 14年間運営してわかったこと

— 少なくとも大学の教員と学生は
研究で楽しめた。企業は？ —

工学系研究科 機械工学専攻 教授

中尾 政之

○大学の本音：大学も知識を循環させて稼ごう



- 生産分野では、ドイツが連邦と州の予算を注ぎ込み最強。
(大学の1拠点10億円、博士課程学生100人、
マニュファクチャリングに関して大学へ総額2000億円)
- 企業とセミクローズドで運営するときは社会連携講座、
オープンならば寄付講座。

○企業の本音：自前で全部やるよりはお得

- 国内の大学はオープンイノベーションのコストは低い。
(大学のパフォーマンスは高い?)
- ダメだったら3年後に更新しない。
(毎年、課題を見直して修正)
- 社会連携講座の共同研究契約は、試験研究費として経費に計上できる。
(大企業は奨学寄付金を計上できない)
- 特別共同試験研究費として30%の税額控除に計上できる。
(法人税の税率23.2%以上、ふるさと納税のようなもの)

○大学の本音：手っとり早く論文数を稼げ、 学生の就職も楽になる

- 若い教員は極めてしたたか！自分の本来やりたい方向へ舵を切る。（応用事例にして論文をもう1報）
- 企業へ成果を還流させるだけでなく、研究環境を充実させ、基礎論文もしっかり書く。（キャリアアップに貢献）
- 若い学生もしたたか！インターンシップ扱いになって早々に内々定ゲット。（研究に打ち込める）
- 自分の研究成果が、実際の製品に応用されて満足。（エンジニアは楽しい）

○実績(中尾が交渉して始めた講座、もちろん交渉不成立も数多い)

社会連携講座(12講座):

コマツ、UACJ、デンソー、日本総研、JT、AGC、トヨタ、三菱重工工作機械、古河電工、ソニー、クボタ、京セラ

寄付講座(2講座):

IoT(ビルゲイツ)、自動車(ラリー愛好者)

- これらのお金を機械系の若い教員たちが山分け。
- 常に約20人の特任教員・ポスドク・支援職員を雇用。
- 企業から社内ニーズを集めるために、企業と大学とをつなぐリエゾンが最も重要。

○シーズが先か、ニーズが先か？

- すべての社会連携講座でニーズが先。
(生産技術・機械設計の分野だから思想が“地上戦”？)
- 最初にニーズを話すきっかけは、先輩・同輩・後輩との飲み会。
(つまり、研究室、同窓会、運動会のコネから)
- 企業が大学のシーズである発表成果を見て、ピンポイントで共同研究を始めるときは、クローズドの共同研究契約か顧問契約。
(教育中の修士学生なんか当てにならない)