

Title	若手研究者の基礎研究成果を効果的に産業応用へ結びつけるための広報支援手法について
Author(s)	千田, 和也; 松崎, 肇; 若月, 真
Citation	年次学術大会講演要旨集, 24: 966-971
Issue Date	2009-10-24
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/8786
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

若手研究者の基礎研究成果を効果的に産業応用へ結びつけるための 広報支援手法について

○千田 和也, 松崎 肇 (NEDO), 若月 真 ((株)テクノアソシエーツ)

1. はじめに

NEDO 産業技術研究助成事業（以後、若手研究 Grant と呼ぶ）においては、大学等の若手研究者の独創性を生かした技術シーズに助成し、産業界及び社会のニーズに応える産業技術シーズを育成することを目的としているが、若手研究者は総じて「若手故に広報力が弱い」という傾向がある。また助成研究者へのアンケート調査を行った結果、若手研究者は産学連携に向けて、「産業界への適用可能性に関する情報不足」「業界構造に関する情報不足」「人脈不足」等に課題を感じるとともにこれら課題を解決できる環境に置かれていないと認識している。

平成 12 年度から累計約 1000 件の若手研究者の技術シーズに研究助成を行っているが、優れた技術シーズが産業界及び社会で実用化されるためには、ファーストステップとして、当該技術を必要としている企業（ニーズ保有者）あるいは今後実用化を担う可能性がある企業（ウォンツ保有者：潜在的ニーズ保有者）の直接の担当者がその存在と価値を知る必要がある。

例えば、若手研究者が研究成果（技術シーズ）を迅速かつ分かりやすくニーズ保有者へ伝え、あるいは適時適切な情報発信によりウォンツ保有者を発掘し潜在的なニーズを顕在化させることは、民間企業が商品・サービスの広告・宣伝・広報・販売促進活動を行うことと同じ活動と考えられる。どんなに優れた商品・サービスも、広報・宣伝活動等を行い、ニーズやウォンツの保有者にその特徴や強み、得られる効用等を伝えなければ活用されることは無い。

公的資金を原資とする研究開発プロジェクトにおいては効果的・効率的な成果の創出が重要であるが、広報力の弱さが若手研究者の基礎的研究成果の実用化へ向けたボトルネックとなっているとしたら、その解決は喫緊の課題である。

本稿では、若手研究 Grant 事業を題材として、基礎フェーズの研究成果を効果的に産業応用へ結びつけるための広報支援手法のあり方に関する検討結果及び今後の課題について報告する。

2. 課題と作業仮説

平成 20 年度上期に実施した調査事業^{【参考1】}及び下期調査事業^{【参考2】}の実施に先立ってアンケート調査（複数回答可）を実施した結果、図 1、図 2 の通り、若手研究者は連携先企業の探索にいくつかの課題を抱えていることが明らかとなった。具体的には「①技術ニーズ（自らの技術成果の産業界への適用可能性）」や「②業界構造」に関する情報不足に加えて、「③人脈不足」が挙げられ、技術ニーズや業界構造を理解していたとしても、技術の売り込み先にあたる企業のキーパーソンとの人脈が不足していることが示された。また研究者ヒアリングからも、所属部署の上司が産学連携経験が豊富であり、かつ技術の適用先が上司（教授、グループ長等）と同一である場合は容易であるが、適用先の業界、企業が上司と異なる場合は主に①～③の観点から困難と感じていることが分かった。

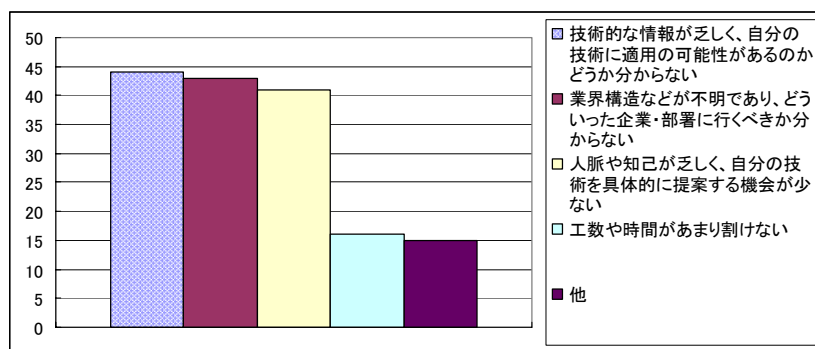


図 1. 新しい用途開拓や適用分野の探索・調査を行う際の課題（有効回答数：95）

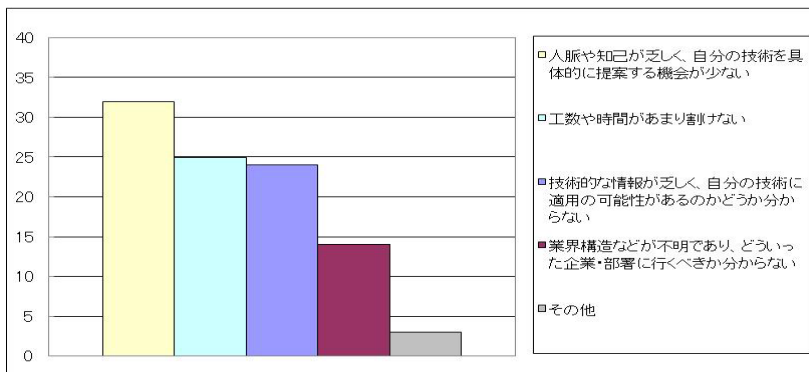


図2. 企業との連携探索のための活動における課題（有効回答数：62）

図1、図2ともに「①技術ニーズに関する情報不足」「③人脈不足」は課題として共通しているが、一方で「②業界構造に関する情報不足」と「④工数や時間が割けない」は2つのアンケート結果で課題として認識している者の比率に差異があった。これは有効回答数の違いによる影響も考えられるが、それ以外の要因として以下が考えられる。まず、平成20年度上期調査では「現在連携協議を進行中の企業の分野・業種以外の異業種・異分野への適用に向けた課題」に関する質問となっていたが、平成20年度下期の調査では現在連携協議を進行中の企業と同じ業種の別企業への適用も対象として「企業連携の探索における課題」を聞いたため、同じ業種であることから既にある程度、知見があるため、「②業界構造に関する情報不足」を課題として挙げる者が少なくなったことによるものと思われる。また、「④工数や時間が割けない」については、アンケートの時期の違い（図1：2008年4月、図2：2008年12月）、アンケート対象となった研究者の多忙さの違い等によるものと思われる。

また研究者ヒアリングの結果、①～③の課題を解決するために所属研究機関自体の産学連携課やコーディネータによる支援制度はあるが、人員が足りていないこと、また機関内における年功序列の考え方の他、若手研究者は特に研究と教育を主たる業とすべきという伝統的な考え方もあり、自らが積極的に産学連携に動き回ることやプレスリリース等研究成果の広報をすることへの障壁は高いという意見も多数寄せられた。

これらの調査結果から、若手研究者は一般に産学連携に向けて①～④のような課題を抱えており、これらの課題から基礎的研究成果の実用化へ向けた動きが停滞しているという理論仮説の下、これらの解決を効率的かつ効果的に側面支援し、適切なタイミングでの産業界との連携が実現できれば、研究成果の社会への還元が加速されるという作業仮説を置いた。

3. 方法

(1) 若手研究者の現状分析とNEDOによる側面支援策

若手研究者の大学等、所属研究機関においても様々な広報・情報発信ツールにより産学連携を支援しているが、所属研究機関においては若手から中堅、ベテランまで幅広い年齢層の研究者が在籍しているため、若手研究者に限定した重点的な支援ができる状況にはない。また助成者向けのアンケートの結果、根本的に一般的な大学等研究機関においては研究者数に対する広報や産学連携を支援する部門の職員数が少ないという意見も多数聞かれており、人的資源の要因からの限界があることが明らかとなった。

そこで若手研究グラントの助成成果がより迅速に企業連携に繋がるよう、所属研究機関での支援に加え、これを補完する形で本事業においても助成研究者のみを対象とした広報支援（側面支援）を実施することとした。前項で述べた①～③のような産学連携の課題の解決に加え、「工数や時間があまり割けない」という課題を抱える助成事業者も少ない負荷で気軽に新しい分野や用途の探索ができるよう、効率的な支援方法を構築することが非常に重要になる。さらに実施にあたっては「有効性」に留意し、各支援の実施後には効果測定を確実にを行い、効果を検証しながら実施手法を日々改善し、効果的な支援の実施に努めた。

具体的には、平成17年度～20年度において実施した広報・情報発信支援ツールは表1の通り。表1ではNEDO若手研究グラント事業においてこれまで実施してきた支援および実施手法の概要、実施対象、若手研究者向けの支援機会の実施比率についてまとめるとともに、全ては調査できていないが、主要な大学等研究機関においてこれまで行われている主な支援についてインターネット検索等によって調査し、対比して記載した。「若手研究者向けの機会」については、大学等研究機関においては若手向けに限定した支援は実施されておらず、NEDO若手研究グラントの助成者に対する支援が若手限定のものになるのは当然のことであるが、2.項で述べたような文化的な背景等から若手研究者が実施しにくい広報・情報発信ツールについて重点的に補完できるよう、支援メニューを構築していったことを示すため、

項目を設けた。

NEDO若手研究グラントの助成者向け支援				
広報媒体	手法	概要	実施対象	若手研究者向けの機会
メディア	NEDO & 所属研究機関による共同プレスリリース	・著名な学術雑誌への掲載や著名な表彰受賞、研究成果の実用化等の連絡を受けた者に加え、採択者全員にアンケート調査(助成期間中1回以上)を実施した上、成果が上がっている者と上がりがつつある者には共に積極的にリリースを推奨して実施。 ・研究初期～中盤段階での研究成果についてもタイムリーに世の中に発信することで早期の企業連携や明確な実用化イメージを捉えた目的志向型基礎研究の推進に寄与。 ・案件内容のレベルによりHP掲載のみ対応もありえる。必要に応じてプレスリリースHPに映像媒体も添付している。	著名な学術雑誌への掲載や著名な表彰受賞、研究成果の実用化等の連絡を受けた際、あるいは研究初期～中盤においても顕著な成果が出た際は適時適切に成果発信するようNEDOから推奨して希望者は全員実施。	◎ (若手限定のグラントのため重点的に実施)
メディア	HP、メルマガ等での情報発信	メルマガ登録者はNEDO事業実施者やNEDO事業に興味を持つ者を中心に約4万人である。基本的に産学連携志向は高い。	希望者は全員(プレスリリース案件は全件メルマガで情報発信される)	◎ (若手限定のグラントのため重点的に実施)
メディア	成果実例集(技術シーズ集)の作成、配布	作成した成果実例集はNEDOが保有する企業関係者DB(約2000人)に郵送する他、NEDOが出展する展示会(年6回)等で積極的に配布。	研究終了直後に原則、全員を対象に実施	◎ (若手限定のグラントのため重点的に実施)
メディア	表彰制度への応募支援、推薦	・平成19年度までは産学連携功労者表彰、先端技術大賞等の表彰制度を対象に毎年度実施。 ・平成20年度下期からは追加的に、まず現在実施されている表彰制度の中から若手研究者向けの表彰制度を抽出し、そのうち効果が高いと見込まれる4件の表彰制度について表彰制度の案内、説明、応募支援(11名)を実施。	顕著な成果が上がっている者や企業への簡易提案書送付等の結果、反響が大きかった者に積極的に声をかけ、表彰制度への申請を推奨。	△ (初年度検討のため、小規模に実施)
メディア	TV等のメディア報道の支援	平成20年度下期から実施。	プレスリリースや企業への簡易提案書送付等の結果、反響が大きかった者を中心に、TV等のメディアへの報道支援を実施。	△ (初年度検討のため、小規模に実施)
直接説明	簡易提案書(A4・1枚)作成による企業連携支援、技術面談機会の設定	・平成20年度下期から実施。 ・簡易提案書はシーズを探索している企業担当者の視点から作成。 ・作成した簡易提案書は長年培ってきた企業関係者DB300名以上およびNEDOが保有する企業関係者DB(約7000人)にも適宜連絡する等、分野横断的に積極的な配布活動を行っている。	採択者全員にアンケート調査(助成期間中1回以上)を実施した上、成果が上がっている者と上がりがつつある者には共に積極的に簡易提案書の作成を推奨。	◎ (若手限定のグラントのため重点的に実施)
直接説明	展示会出展支援	・イノベーション・ジャパン及び5つの各技術分野で最大規模の展示会への出展支援を実施。出展する展示会は研究者アンケートの結果に基づき希望多数の展示会に優先的に出展。 ・NEDO・JSTで主催するイノベーション・ジャパンでは、公開応募枠の他に別途NEDO枠を設定し、ブース出展の場および新技術説明会の場を提供。	希望者はほぼ全員	◎ (若手限定のグラントのため重点的に実施)
直接説明	京都会議、展示会、学会等での研究成果発表の場の提供	技術担当のプログラムオフィサー(PO)の目利きで推薦して実施。京都会議での若手プレゼンの他、平成19年度にはハイオマテリアル学会や各種展示会等でもプレゼンの場を提供。	POによる選抜	○
直接説明	多対多でのマッチングの場の提供	平成20年度上期に分野別(① 電子部品・半導体分野、② 建設環境・エネルギー分野、③ 医療機器分野)に開催し、それぞれ企業関係者10数名と若手研究者20名でのマッチングイベント(お見合い)を開催。	平成20年度上期に、採択者全員にアンケート調査(助成期間中1回以上)を実施した上、希望者に対して実施。	○ (初年度検討のため、実施数は3回と少なかった。研究テーマによっては参加可能な分野が無かった場合もありえる)

所属研究機関による支援				
広報媒体	手法	実施対象	若手研究者向けの機会	
メディア	機関による研究成果プレスリリース	顕著な成果が出た際や著名な学術雑誌への掲載や著名な表彰受賞等に、主に研究者からの申請を受けて実施。	△～○ (若手に限定した支援はしていないため)	
メディア	HP、メルマガ等での情報発信	申請者のみ	△～○ (若手に限定した支援はしていないため。発信先の規模に大小あり)	
メディア	技術シーズ集の作成、配布	主に事務局による選抜あるいは希望制。全研究者を対象に実施している機関もあり。	○ (若手に限定した支援はしていないため。配布先の規模に大小あり)	
直接説明	・研究機関の会員企業からのニーズ収集に基づく会員企業へのシーズ提供 ・TLO、産学連携課、ベンチャーキャピタルファンド等による技術の売り込み先探索支援、および直接面談の場の設定の支援	事務局による紹介シーズ技術者の選抜 (過去に繋がりありの企業、会員企業DB等、対象は限定的でせいまい印象。良かったという話は成約したという話は聞きません。(アンケート結果の生の声を入れる！)	△～○ (若手に限定した支援はしていないため)	
直接説明	展示会出展	事務局による選抜あるいは応募制	○ (若手に限定した支援はしていないため)	
直接説明	セミナー・交流会・シンポジウム・フォーラム等の開催	事務局による選抜	○ (若手に限定した支援はしていないため)	

表 1. 若手研究者の産学連携に向けた各種広報・情報発信ツール

(2) NEDOによる特徴的な側面支援の詳細

①多対多でのマッチングの場の提供

- ・平成20年度上期に分野別（i. 電子部品・半導体分野、ii. 建設環境・エネルギー分野、iii. 医療機器分野）に開催し、それぞれ企業関係者10数名と若手研究者20名でのマッチングイベント（お見合い）を開催。i～iiiの実施分野は、研究者アンケートの結果、希望が多数寄せられた分野に設定。
- ・業界別で企業関係者によるアドバイザー会議を設置し、当該業界へ新規参入する際のアドバイスを実施。
- ・実施に先立って行ったアンケートの際、アドバイザー会議に呼んで欲しい業種名や企業名の希望も募り、可能な限り、希望を反映してアドバイザー企業を選定。

②簡易提案書（A4・1枚）作成による企業連携支援、技術面談機会の設定

- ・A4一枚程度の技術提案書の作成指導を実施し、簡易提案書による企業関係者への研究成果情報のクイック開示と企業からのフィードバックの獲得、さらには面談設定の支援を平成20年度後期から新規で追加実施。
- ・大手企業（一部上場企業もしくは業界内上位企業）の新規事業開発部門、技術企画部門、研究開発部門等、新規技術のハンティングや産官学連携に関わるコアな企業従事者（300名以上）へ情報案内を実施。必要に応じ、別途、有する企業リスト（7000名以上）へ案内。

③ NEDO&所属研究機関による共同プレスリリース

- ・支援予定内容の説明の後、要望調査を実施し、その後、対象者へはターゲットとする業界、企業に合わせた広報マテリアルの作成指導と複数の記者會等を通じた広範なプレスリリース、さらには新聞、業界専門誌等への投稿の代行、問い合わせ獲得の仕組みの提供、反響のフィードバック等、プレスリリース広報に係る一貫した側面的支援を実施。
- ・加えてNEDOホームページと研究者の所属研究機関への同時掲載とともにNEDOメールマガジン（登録者：4万人）による周知、日経BP関連サイト等、業界専門のインターネット有料メディアへの掲載。
- ・①での「多対多でのマッチングの場」や①での「簡易提案書の企業関係者への送付」の結果得られた頻出質問への対応や追加的な付加情報を織り込むことで、ターゲットとする業界の関係者への効果的な情報発信も図る。

この他に、④表彰制度への応募支援、推薦、⑤TV等のメディア報道の支援等の特徴的な支援も実施したが、詳細は割愛する。平成20年度上期は①および③、平成20年度下期は②および③で支援を実施した。

4. 結果と考察

(1) 実施結果

若手研究グラントの助成者に対し、積極的に各種広報・情報発信支援（表1参照）を実施した結果、企業担当者からの多数の問い合わせと技術打ち合わせに繋がり、実施後速やかに企業との共同研究契約締結等に向けた交渉の実施が開始している（表3参照）。また、平成17年度および平成18年度に実施した広報支援の対象者は、支援の実施後1～2年を経過おり、最終的には共同研究契約等の締結や特許の実施許諾契約まで至っている者も多数あった（表2参照）。

表2の事例を参考とすると、企業からの問い合わせ件数のうち約半数（47%）が実際に企業との技術打ち合わせにつながっており、さらにその半数近く（42%）が実際に本格的な共同研究契約等や特許の実施許諾契約に繋がっている。一定期間経過後に改めて効果の検証が必要であるが、平成20年度に実施した広報支援対象者のうち、実際に企業等との技術打ち合わせに至った者（H20上期：12名、H20下期：17名）についてはその半数近く（計10件以上）が今後、企業との本格的な契約締結に至る可能性があると考えられる。

支援を実施した研究者からの生の声においても、「実際にプレスリリースを行ってから、問い合わせの件数が増えました。産学連携に関心の高い企業にご紹介を頂いていると感じています。」や「所属機関の産学連携部署を通じたPRではこれほどまでコンタクトを頂いたことはありませんでした。プレスリリース発行は初めての体験でしたが、手厚いサポートを頂いて、当方が想像していたよりもスムーズに発行して頂くことができました。」等、本支援を有意義であったと回答する者が約9割以上を占めており、他の1割についてもさらなる手法の改善の余地を指摘する点はあるものの概ね、肯定的な評価を得ていることから、表2、表3で示したような具体的な成果の観点からだけでなく、本支援が若手研究者自身にとり、その基礎的な研究成果の実用化に向けて、重要な側面支援となっていることが示唆された。

広報支援の結果得られた具体的な成果	件数
電話、メール等による企業からの問い合わせ（引き合い）	231
企業からの技術打ち合わせ依頼（詳細技術把握、技術的な相談の依頼）	108
共同研究等（受託研究、秘密保持契約、覚書、寄付金受入）契約の締結	28
特許の実施許諾契約等（技術指導契約を含む）の締結	17
新聞掲載（地方紙、業界紙、機関が発行する技術レポート等も含む）	66
講演依頼等の増加（学会、シンポジウム、セミナー等での招待講演、講演依頼）	69
所属機関等からのプレスリリースの実施	25
TV 報道等の取材	5
展示会への出展依頼	12

表 2. 平成 17 年度、18 年度に広報支援を実施した者（50 名）について、平成 20 年 4 月 4 日～11 日の期間にアンケート調査を実施。（回答率：72%）

平成20年度 前半支援^{※1} 実施終了後4ヵ月目の進捗^{※2}

広報支援の結果得られた具体的な成果	件数	比率
企業との打ち合わせ実施率	12/12	100%
企業との共同研究等に向けた交渉実施率	12/12	100%
その内、NDA締結、サンプル提供等を実施した率	6/12	50%
共同研究契約を獲得した率	2/12	17%

※1 ①多対多でのマッチングの場の提供、及び、NEDO&所属研究機関による共同プレスリリースによる支援の実施結果。
 ※2 実施終了後、4ヶ月目の進捗についてのアンケート調査結果から（回答率80% 15名中12名が回答）

平成20年度 後半支援^{※1} 実施結果

広報支援の結果得られた具体的な成果	件数	1件あたり獲得数・掲載率
・企業からのアドバイス取付けた件数	266/38	7.0
・企業との面談・意見交換等 ^{※2} の実施件数	123/38	3.2
・新聞等への掲載率	16/18	89%
・新聞等への掲載件数（地方紙、業界紙等を含む）	41/16	2.6

※1 ②簡易提案書作成による企業連携支援、あるいは、NEDO&所属研究機関による共同プレスリリースによる支援を実施した者（計38名）の実施成果。
 ※2 電話・メール等による意見交換を含む。
 ※3 NEDO・HP及び日経BP関連サイト等に掲載したプレスリリース等の詳細資料欄からダウンロードを取り付けた件数。

表 3. 平成 20 年度に広報支援を実施した者（50 名）について、平成 20 年 4 月 4 日～11 日の期間にアンケート調査を実施。（回答率：72%）

(2) 産学連携に至る構造

大学等の研究者が企業とのマッチング（連携）に至る方法は大きく下記の3つに分けられる。①、②いずれの場合においても、シーズ側による情報発信無しには成り立たず、積極的な広報・情報発信によってマッチングの実現可能性は高まるものと考えられる。

- ① シーズ側（研究者側）による各種広報・情報発信活動（表 1 参照）の結果、シーズ情報がニーズ・ウォンツ保有者まで届きシーズ技術の価値を知ること、あるいはウォンツ保有者がニーズ（シーズ技術が自社で利用できること）を認識してマッチングに至る。（論文投稿・特許出願も情報発信の一部にあたる）
- ② ニーズ・ウォンツ保有者が、自らの技術課題を解決できるシーズが無いか探していたところ、シーズ側の情報発信（シーズ保有者による直接説明やメディア媒体等を介したもの）に気付き、その価値を知ることによりマッチングに至る。
- ③ その他、シーズ保有研究者自らがベンチャー企業の立ち上げ等

(3) 広報・情報発信における 6 要素

各種広報・情報発信活動を実施した経験から、研究成果である技術シーズを、ニーズ保有者に伝えるとともに、ニーズ保有者がその価値を詳細に理解するためには6つの要素（下記①～⑥）が必要と考える。

① 適切なタイミングでの情報発信機会の提供

著名な論文等に採択された際やすぐにも企業連携ができそうな魅力的な研究成果が出た際等、適切なタイミングでの情報発信は重要である。また逆の見方をすると情報の受け手側（ニーズ・ウォンツ保有者）としても、ちょうど技術課題を感じている時や魅力的な技術シーズを切望している時に、タイムリーに有望な技術シーズに出会うと速やかにマッチングに至る。シーズ側とニーズ側の双方ともタイミングが重要である。

② 情報発信者の資質

最終的にマッチングに至るためにはシーズ側による技術シーズに関する直接説明の場は必要不可欠であるが、企業関係者へのヒアリングの結果、発信者によって連携の可否を決めるといった意見が多数あった。また当然のことながら発信情報の質も、発信者の資質に大きく依存する。

情報発信者の資質としては、産学連携経験の有無、やる気・熱意、誠実さ、説明の分かりやすさ、対応にスピード感があるか、有名か（招待講演を受けているか、産業界から注目を受けているか）、特許数・査読付論文数は十分か、論文の質や被引用度、競合他社との共有特許等阻害要因が無いか、等が挙げられた。

③ 発信情報の質

発信情報の質としては読者にとって分かりやすく、コンパクトに必要な情報がまとまっていることは重要である。問い合わせ獲得を目的（ミッション）とした戦略的な広報資料としては、持ち合わせている情報を全て発信情報媒体に記載しないことも必要である。

④ 発信先の適切さ（発信元と受け手とのマッチ度）

発信先に直接的なニーズ保有者および潜在的ウォンツ保有者が十分含まれていることは必要不可欠である。

⑤ 発信媒体の影響

当該技術のシーズ・ウォンツ保有者にあたる、各業界の企業担当者が多頻度かつ真剣にチェックしているような、適切な情報媒体に載せることは重要である。

企業側担当者が常時チェックする「情報媒体」には限界がある。昨今の世の中では、非常に情報過多であり、代表的な情報媒体に載せることは、広報・情報発信の有効性を大きく左右することになる。また、実際の広報支援の実施結果からも、「質」の高い媒体に載せることが企業からの反応を高めることは実証されている。また、ニッチな技術であり、技術ニーズが限定された企業等に存在する場合は、直接会いに行く、というアクションが効率的となる場合もある。

⑥ 情報の発信先範囲の規模

発信媒体の質（影響力）に加えてある程度、量（発信先範囲の規模）も必要である。但し、量だけでも効果は限定的であり、質と量をともに兼ね備えた発信媒体を活用することが重要である。

5. まとめ

- ・大学等研究機関の若手研究者に対して広報・情報発信支援を行った結果、多数の具体的な成果に繋がった。今回の支援対象者はこれまで支援を実施しなかった者と比較して、非常に迅速に企業連携に向けた協議が進捗している。この支援活動の結果として多数の技術シーズが社会へ還元されることで初めて、2. 項の仮説は妥当性が実証されるものと考えられる。
- ・過去の助成研究者成果に関する追跡調査の結果、産業用高出力紫外線レーザーに必要な光学結晶の研究開発事業（材料・プロセス分野）の研究成果が、タンパク質の結晶化技術（バイオテクノロジー分野）に適用された結果、より大きなアウトカムを生む等、助成研究者の成果が単一の産業界への適用、実用化に留まらず、当初想定されていなかった分野、業界の他用途へ適用されることにより、より大きな成果を生む可能性があることが明らかとなっている。本稿の仮説の通り、側面支援の結果、産学連携への課題が解決されれば、研究成果の異分野、異業種への適用の検討も広がり、各用途毎の要求等を視野に入れながら基礎的研究を推進することにより、技術シーズをより大きなイノベーションの核としていくことが可能になると考えられる。
- ・支援手法については年々改善を重ねつつあるが、有効性・効率性をより一層向上させるべく、継続して手法の改善の検討を進めていく必要がある。また助成研究者（シーズ技術保有者）の状況は研究者毎に異なっており、支援の効果を高めるためには、様々な支援手法を適切な時期に最適な組み合わせ（ベストミックス）で提供することが必要と考えられる。
- ・本事業では、若手研究者向けとしては一般の約 10 倍近い、規模の大きな助成金（年平均 1250～1500 万円）を提供し、多数の研究成果が出る環境にあることから、その研究成果の広報及び産学連携支援についても充実した支援が必要である。

6. 参考文献

- 1) NEDO「産業技術研究助成事業における研究成果の異分野適用可能性等に関する調査」成果報告書（平成 21 年 3 月 19 日）
- 2) NEDO「産業技術研究助成事業における大学等の研究者の産業界との連携強化に向けた広報支援調査事業」成果報告書（平成 21 年 3 月 19 日）