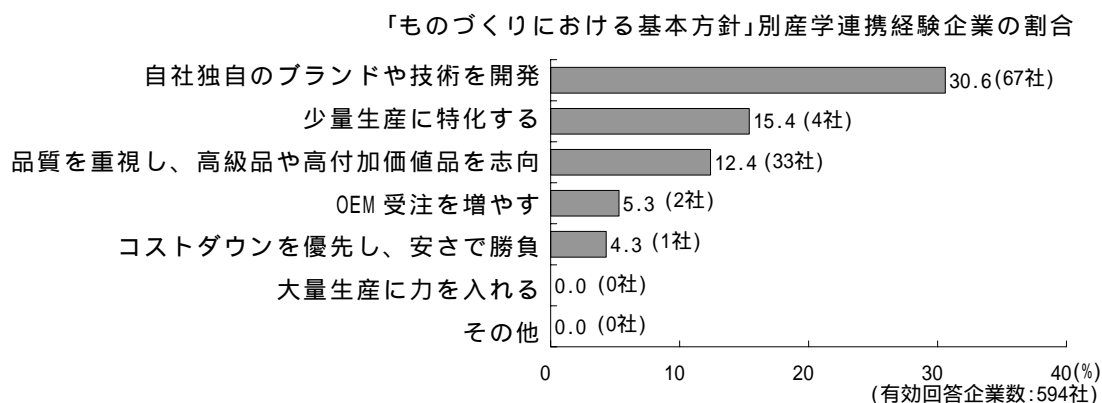


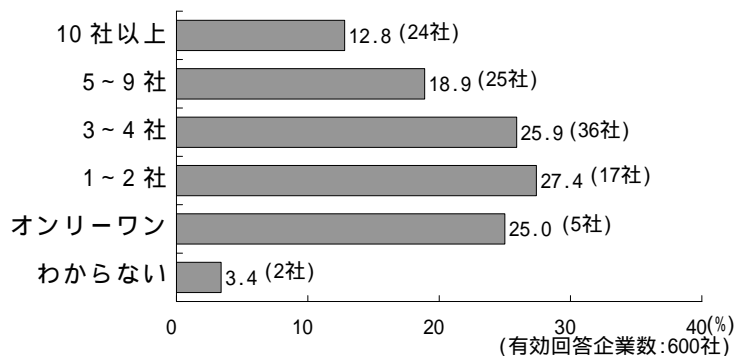
## 中堅・中小製造業における産学連携の取組状況に関するアンケート調査結果のポイント

**ポイント1** 競争力を持った企業ほど産学連携を実施している割合が高く、自社の強みにさらに磨きをかけようとしている意欲や姿勢がみられる。



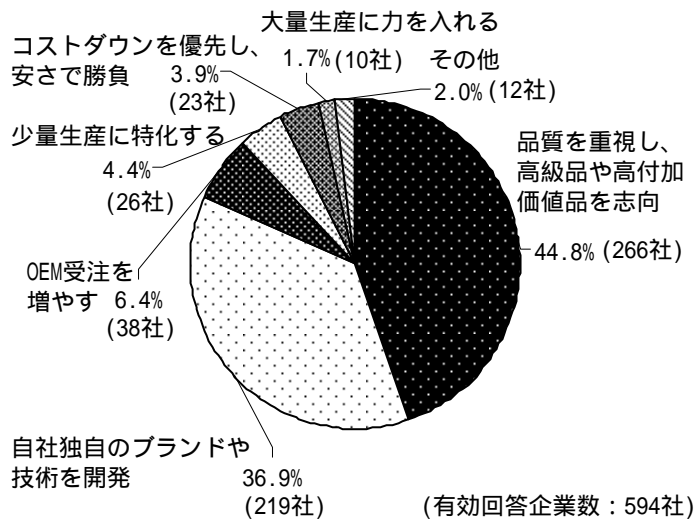
- ・質問7「産学連携の経験の有無」において、「経験あり」と回答した企業を、質問4「ものづくりにおける基本方針」別にクロス集計したところ、独自のブランドや技術開発を志向する企業が最も多く産学連携に取り組んでいる（30.6%）。

「主力製品・技術におけるライバル企業数」別産学連携経験企業の割合

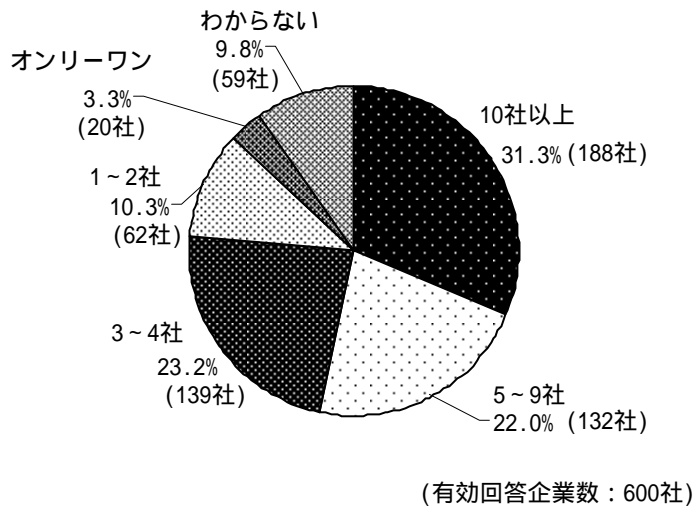


- ・また、同様に質問5「主力製品・技術におけるライバル企業数」別に、「産学連携の経験あり」と回答した企業をクロス集計したところ、オンリーワン企業やライバル企業が少ないなど、技術的優位性を確保している企業において、産学連携を実施しているケースが多い。
- ・以上の点から、一定の競争力を持った企業が産学連携を通じて、さらに強みに磨きをかけていこうとしている意欲や姿勢がうかがえる。

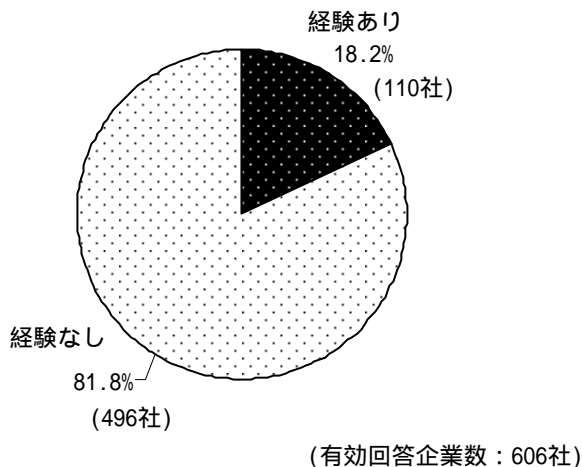
【質問4】ものづくりにおける基本方針  
 (全回答企業 606 社対象：  
 単一回答)



【質問5】主力製品・技術におけるライバル企業数  
 (全回答企業 606 社対象：  
 単一回答)



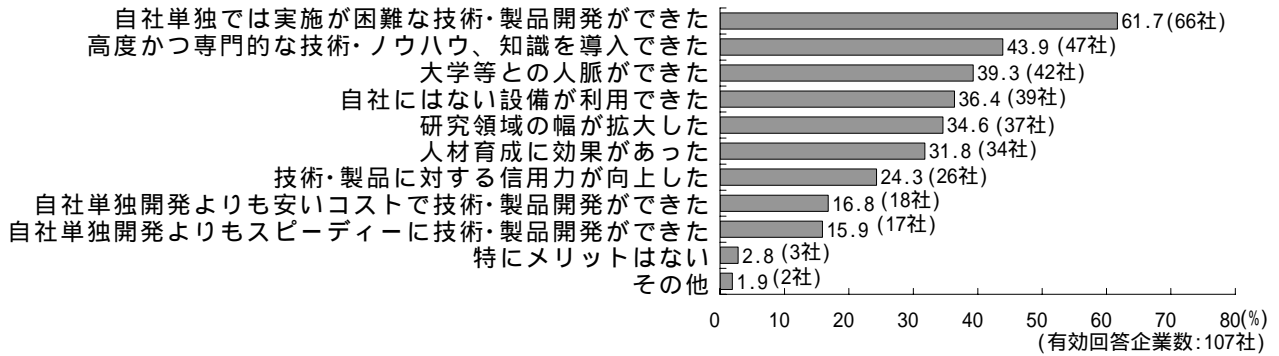
【質問7】産学連携の経験の有無  
 (全回答企業 606 社対象：単一回答)



**ポイント2** 産学連携の経験がある企業が感じているメリットは多岐にわたり、また、ほとんどの企業においてメリットを感じている。

**【質問 21】産学連携のメリット**

(産学連携の経験がある企業 110 社対象：複数回答)

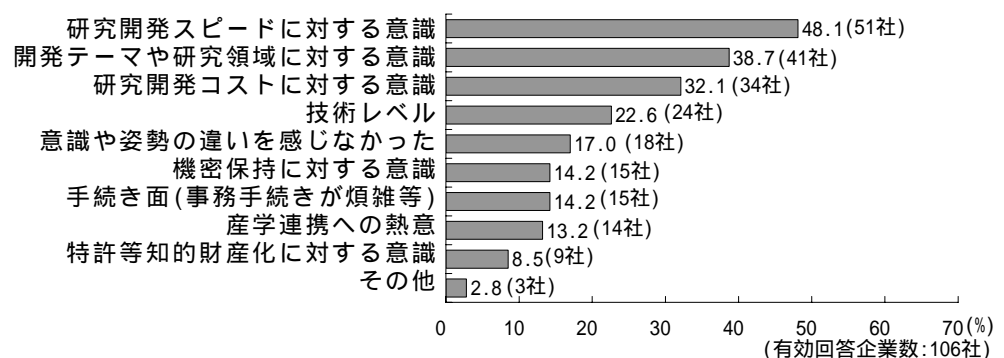


- ・「自社単独では実施が困難な技術・製品開発ができた」や「高度かつ専門的な技術・ノウハウ、知識を導入できた」、「研究領域の幅が拡大した」、「人材育成に効果があった」、「技術・製品に対する信用力が向上した」など、感じているメリットは多岐にわたる。
- ・また、「特にメリットはない」とする割合は僅かなことから (2.8%)、殆どの企業が何らかのメリットを感じているといえる。

**ポイント3** 連携相手である大学等に対しては、研究開発スピードやコスト、開発テーマや研究領域などに関して、意識や姿勢の違いを感じている企業が少なくない。

**【質問 23】連携相手との間で感じた意識や姿勢の違い**

(産学連携の経験がある企業 110 社対象：複数回答)

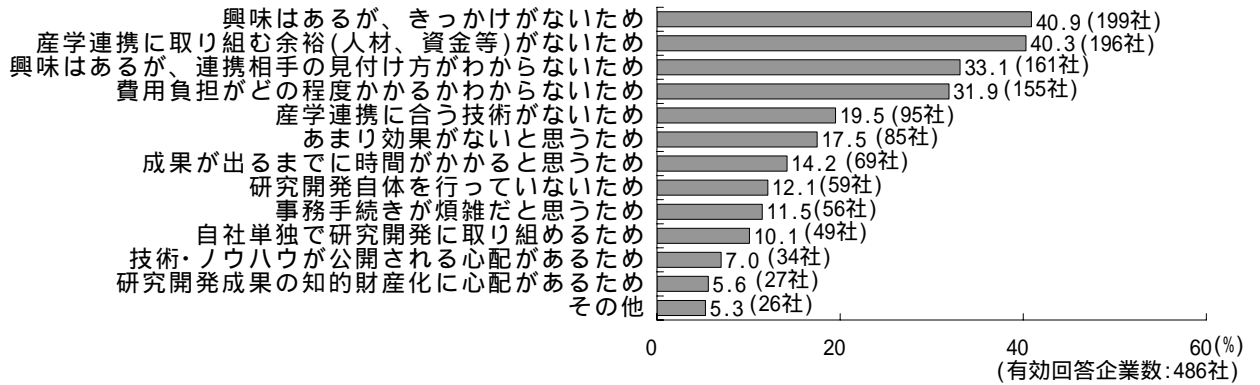


- ・研究開発スピードやコストに対する意識や、開発テーマ・研究領域に対する意識 (大学等は基礎研究重視、市場化への意識が薄い等) を挙げる割合が多い。特に、研究開発スピードについては、約半数 (48.1%) の企業が意識のズレを感じている。

**ポイント 4** 産学連携の経験がない企業であっても、産学連携への意欲は高く、きっかけづくりが重要。

**【質問 27】 産学連携を実施していない理由**

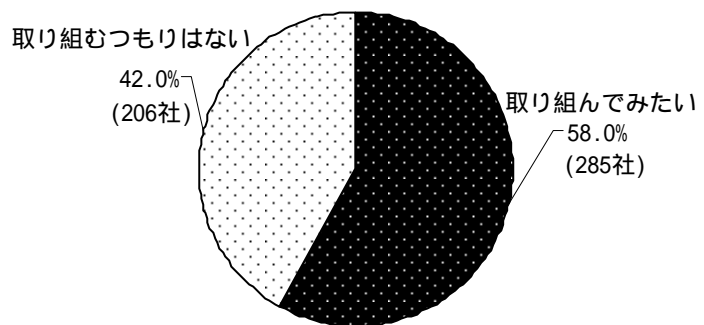
(産学連携の経験がない企業 496 社対象：複数回答)



・「興味はあるが、きっかけがないため」や「興味はあるが、連携相手の見付け方がわからないため」を挙げる割合が多く、決して産学連携を否定している訳ではなく、きっかけ作りに課題があることがうかがえる。

**【質問 28】 今後の産学連携への取り組み**

(産学連携の経験がない企業 496 社対象：単一回答)



(有効回答企業数：491社)

・産学未経験の企業でも、約6割が意欲を示しており、産学連携の潜在的なニーズは極めて高いことが読み取れる(58.0%)。