

大学発ベンチャーとGovernance コーポレートガバナンス

各務茂夫（東京大学大学院薬学系研究科助教
（日本CFO協会主任研究委員））

大学発ベンチャーへの 期待の高まり

シズメータの「経済発展の理論一九二二年」を持ち出すまでもなく、経済発展の主体すなわち革新イノベーションの担い手は、企業者、起業家・アントレプレナーである。既存の枠組みから脱却し、新しい商品、新しい生産方法、新しい販路、新しい組織といったイノベーションを経済社会に導入することによって、古い仕組み、考え方を破壊し、新しいものを創造する。創造的破壊（イノベーション）が経済成長の基本的メカニズムである。換言すれば、先見性と独創性に富み、リーダーシップに溢れた企業者とイノベーションの存在こそが経済発展の鍵である。

私は大学でライフサイエンス系（生物、医学、薬学、歯学、農学）の大学院・学部（に所属しているが、国立大学の法人化二〇〇四年度から）と産学連携の機運の高まりの中で、ライフサイエンスは我が国の将来を担う有望な分野として位置付けられている。さらに大学は、「大学発ベンチャー」等を通して医薬系分野の研究成果を社会にうまく還元することを強く期待されるように

なってきた。まさに大学がイノベーション創造の拠点として、産業・経済発展において、大きな役割を演じることが求められているのである。

「大学発ベンチャー」という馴染みのなかつた言葉がマスメディアに登場するようになってきた。二〇一一年五月に経済産業省が発表した「新市場・雇用創出に向けた重点分野・通称「平沼プラン」である。イノベーションの基盤整備」という中で、大学発の特許取得件数を一〇年間で二〇倍、大学発ベンチャー企業を三年間で一〇〇〇社にすることを目標と宣言したことが大きなインパクトを持って受け止められた。大学は本来、基礎研究をベースとした独創的な知識と技術の集積地であり、その「宝の山」を本腰入れて開拓することによって我が国経済を活性化させると狙った。こうした中、二〇一二年末現在で、大学発ベンチャーは五〇〇社を超えた。

大学発ベンチャーの本質

大学発ベンチャーには大きく分けて三つのタイプがある。

(一) 大学または大学教員が所有する特許あ

るいは大学で培われた研究成果ならびに習得した技術等をベースに外部の人材が起業するタイプ
(二) 大学やTLO（技術移転機関）がベンチャー企業への設立に際して、あるいは既存のベンチャー企業に対して出資するタイプ。

(三) 大学の教員や技術系職員あるいは学生自らがベンチャー企業設立者となるか、または役員としてその設立に深く関与するタイプ。

そもそも、大学での研究成果を広く社会に還元しようとするならば、事業としての枠組の中に、本来は大企業が持っている市場への広範な対応力を具備せねばならない。ところが、大学での研究は基礎に重点が置かれ、さらに先端性の追求が前提になっている以上、大学の知見・技術というのは大企業の視点に立てば「足の長い」、しかも極めてリソースの高い投資ということになり、手を出すのが難しい。そうなると、研究成果の本質を技術的に一番理解し、社会還元を切に願う大学人が、自分なやるしかないと思つのは当然のことかもしれない。このように考えると、タイプ(三)の大学研究者が自ら出資し、経営にも「コミット」していくタイプが求められているのかもしれない。現実にわが国の場合、このタイプの大学発ベンチャー

が多くなっている。

ライフサイエンスにおいては、特に大学発ベンチャーが求められる構造的背景がある。わが国において、約25%のライフサイエンスの研究者が約一四万人のうち、約七〇%が大学に所属している。以下参照。これは自然科学全体の研究者総数約六三万人に占める大学のシェアが二七%、企業のシェア六六%であることと比較すると、ライフサイエンスの特徴が際立っていることが分かる。つまり、ライフサイエンスにおいては産業のイノベーションの源泉が大学にあるのであり、大学の研究成果を産業化する有効なメカニズムが求められる必然性がある。

大学発ベンチャー「ユニバーサリティ」がバリエーションが必要

米国において、一九七三年に「T・エンプラー」両教授によって開発された遺伝子組み換え技術の応用を目的として、一九七六年に設立された「シエンテック」社は、大学発ベンチャーの元祖ともいえる存在だ。その後、シエンテックに続く数多くの新興バイオベンチャーが株式上場を実現した。米国におけるバイオテクノロジーの発展の歴史は、まさに大学発ベンチャーならびに産学連携の歴史そのものといえることができる。わが国においても、二〇数年の遅れはあるが、今後、多くの大学発ベンチャーが上場企業の仲間入りをすると予想されている。

ただし、ここで留意すべきことがある。上場

を果たし、パブリック・カンパニーとして経済社会の「公器」となった大学発の新興企業が、長期的な視点に立てて将来の主役を担う企業に大躍進を遂げるには、大学発ベンチャーの生い立ちに起因した構造的ないくつかの課題を克服する必要があるからだと。

大学発の新興企業では、創業者である研究者も経営に参画することになるが、創業者の視野の狭さから、武家の商法に陥ったり、戦略的に重要な意思決定において経営判断を誤ったり、創業者の独走・暴走が致命的となってしまう可能性がある。

しかも、上場後のさらなる企業成長を実現するには、激化が予想される競争を意識した事業経営が求められるようになる。単なる技術一本槍の「子事業」から脱却し、新たな革新イノベーションを追求し続けるための幅広い見識が必要になるが、現経営陣が十分な経験とスキルを具備していることはまれである。

そもそも大学発ベンチャーは大学の基礎研究成果の事業化という色彩を帯びており、介入する技術の理解において、事業者と市場、投資家との間の情報の非対称性、情報の不完全性が生じやすい。先述したように、ライフサイエンスにおいてはその傾向がより強い可能性がある。したがって市場における健全な取引を担保するために、情報開示の徹底と、投資家の視点に立ったコミュニケーションが強く問われる。しかし、実態が不確かにもかわらず、市場で形成さ

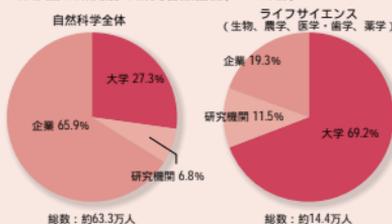
れた「夢」をそのまま放置しようとする誘惑が常に経営者にある。

これらの課題は、大学発ベンチャーにまさしく「ボレトガバナンス」の確立を要求することを意味している。社外取締役、あるいはサイエンスフィック・アドバイザリーボード、マネジメンツ・アドバイザリーボード等の活用を通して、広い視野から戦略の妥当性を担保する不断の努力が必要である。また社会の公器としてベンチャー・キャピタル等の投資家や株式・証券市場から常に信頼を勝ち得るために、情報開示を含め最大限の配慮がなされなければならない。

大学の知が産業と融合し、新たなイノベーションを生み出すことができるかどうかは、わが国にとって死活問題だ。

したがって、その中で鍵となる役割を演じる大学発ベンチャーが健全な発展を遂げることは極めて重要なこととなる。大学発ベンチャーの本質的アクセラレーターといえるべき構造的課題を克服することが肝要であり、そのためにはしっかりとした「ボレトガバナンス」の確立が不可欠となる。

わが国の所属別の研究者数割合(2001年度)



総数：約63.3万人

総数：約14.4万人

ライフサイエンスのイノベーションの源泉は大学にある

出所：総務省統計局