

# 起業家支援室及び 学内カンパニー事業自己点検書

令和4年3月

岩手大学工学部附属ものづくりエンジニアリングファクトリー  
起業家支援室

## 目次

1	自己点検の目的	4
2	学内カンパニー事業の概要	5
2. 1	学内カンパニーの目的	5
2. 2	学内カンパニーの年間活動	6
3	起業家支援室の活動	7
3. 1	学内カンパニー公募活動	7
3. 2	学内カンパニー認定式	8
3. 3	学内カンパニー活動成果報告会	8
3. 4	起業家支援室主催ミニセミナー（起業家マインド支援研修）	9
3. 5	学内カンパニー広報活動	10
3. 5. 1	4月の新入生オリエンテーション資料	10
3. 5. 2	理工学部新入生向け学内カンパニー紹介	10
3. 5. 3	学内カンパニー起業相談会	10
3. 5. 4	学内カンパニー公募説明会	10
3. 5. 5	学内カンパニー認定式	11
3. 5. 6	オープンキャンパスでの学内カンパニーの紹介	11
3. 5. 7	大学祭（不来方祭）での学内カンパニー紹介	11
3. 5. 8	学内カンパニー紹介小冊子の作成	11
3. 5. 9	学内カンパニー成果報告会	11
3. 5. 10	新聞・TV等の取材	11
4	第3期中期期間での主な成果	12
4. 1	学内カンパニー事業全体	12
4. 2	第3期中の学内カンパニー事業の概況	13
4. 2	学内カンパニー活動に対する学生の満足度・評価	17
4. 2. 1	学生・教職員・学外アドバイザーへのアンケート（平成30年度と令和元年度）	17
4. 2. 2	学内カンパニーに関する卒業・修了者へのアンケート（令和2年度）	18

4. 2. 3 学内カンパニーに関する卒業・修了者へのアンケート（令和3年度）	21
<b>5. 自己評価と課題</b>	<b>23</b>
5. 1 評価できる点	23
5. 2 課題	26

## 1 自己点検の目的

ものづくりエンジニアリングファクトリー（ものづくり EF）起業家支援室による学内カンパニー事業は、平成 21 年度から 5 年間の文部科学省支援を頂いた教育改善補助事業の中の重要プログラムとしてスタートした。平成 26 年度からは、後継事業（5 年間）に採択されたものの、第 2 期中期目標・計画事業期間の終了とともに打ち切りになったが、その勢いの下、岩手大学の自主運営事業として全学的な取組として大学の支援を受けながら学内カンパニー事業は継続された。令和 3 年度は自主事業としての 6 年目、文部科学省支援事業スタートから 13 年目になる。理工学部を対象に始まったこの活動は、人文社会科学部、教育学部、農学部の全学学生に拡がり、また学務部、地域連携推進部、総務広報課、国際課などとのつながりも引き続き活発化している。この度、岩手大学第 3 期中期目標・中期計画期間（平成 28 年度から令和 3 年度）が終了し、次の第 4 期中期計画へ向けて新たな学内カンパニー事業を計画することになった。この節目に当たり、第 3 期中の起業家支援室及び学内カンパニー活動について、その成果や課題となる部分について自己点検を行い、評価出来る点と課題を抽出し、報告書として取りまとめた。この報告書が、新たな起業家支援室及び学内カンパニー活動の在り方の策定に資することを願っている。

## 2 学内カンパニー事業の概要

### 2.1 学内カンパニーの目的

学内カンパニーの発足時の目的は、理工学部（当時は工学部）学生が教育で得た知識を実践する場を理工学部 に設けることであった。

大学の他の学部では、教育で得た知識を実践できる場がある。例えば医学部では学生が身に付けた医学の知識を附属病院の組織の中で実際に体験し、知識の実践確認をするとともに、医療への使命感や病院の仕組み、仕事の流れなど総合的なことを理解していく。また、農学部では附属農場など、教育学部では附属校などで実践的な体験を積むことができる。しかし、従来の理工学部にはものづくりを総合的に体験できる場がなかった。研究室がそれにあたるのでは、という考えもあるかと思うが、工学が学問成果を社会へ還元することを重要な目的としていることから、企業活動という形態が重要である。そこで岩手大学では学内に教職員、学生、さらに企業との共同体で構成される仮想的な企業、学内カンパニーを設立し一般的企業のように事業開発活動を行う場を提供するに至っている。そこでは、事業企画から、設計、部品発注、試作、製作、さらには業績把握を行い、損益確認までを行うものであり、実践的であることも重要な側面である。



図1 ものづくりEF及び学内カンパニーのイメージ

学内カンパニー活動開始初期は教員が学内カンパニーの社長、代表を務めていたが、現在はすべての学内カンパニーの社長、代表が学生（学部生、大学院生）となっている。学生が主体となって学内カンパニーを運営し、新入社員への教育、事業目標の遂行を行っている。起業家支援室はできるだけ学生の自主性を尊重しつつ、予算管理、成果報告などに向けた支援を行っている。教員の方々には顧問教員、技術室職員の方々には技術顧問のという形で支援をお願いしている。また、外部企業の方々には外部アドバイザーという形で学内カンパニーへの支援をお願いしている。学内カンパニーへ参加している学生の所属は理工学部だけでなく、農学部、人文社会科学部、教育学部の全学に広がっている。学内

カンパニーの事業内容も、「ものづくり」だけではなく、「ことづくり」「ひとづくり」に広がっている。

## 2. 2 学内カンパニーの年間活動

学内カンパニー活動は、下記のような年間活動を基本とする単年度活動である

- 4月～5月 起業相談会  
前年度からの継続を希望するカンパニーおよび新規にカンパニー設立を検討している学生に対して、起業家支援室教員が相談を受け付け、カンパニー設立へ向けた事業計画書の作成を進める。
- 5月中旬 学内カンパニー公募説明会開催  
学内カンパニー公募のための説明会を実施。募集要綱の説明、提出書類の説明などを起業家支援室が担当して行う。その後、事業企画書の受付を行い、完成度を高めるための支援を行う。
- 6月中旬 学内カンパニー認定式  
提出された事業計画書を起業家支援室員の教員にて審査し、学内カンパニー認定を行い、認定式にて認定証を授与する。認定カンパニーへは謝金として支払う人件費と消耗品も購入に使う物品消耗品費の予算を配分する。
- 10月中旬 状況説明会開催  
中間の活動状況を奉公する発表会であり、事業の進捗状況、課題などを起業家支援室教員に報告、発表する。
- 10月下旬  
10月までの活動状況を踏まえて、各カンパニーの予算見直しを実施する。活動が活発で成果が見込めるカンパニーには増額、活動がうまくいかず、予算執行率の低いカンパニーは減額を行い、全体の調整を行う。
- 1月末 物品消耗品費の支出終了
- 2月末 人件費の支出終了
- 2月末から3月上旬 学内カンパニー活動成果報告会  
各カンパニーの紹介パネル、製作品（試作品を含む）を展示するパネル・成果展示会と各カンパニーからの今年度成果報告を行う。例年は学外アドバイザーなど学外者にも公開して、メディア関係者の取材も受けていたが、昨年度は新型コロナ感染の影響で参加者は学内関係者のみとした。学外者向けには報告会の様子を録画してYouTubeで公開した。

### 3 起業家支援室の活動

起業家支援室は、例年、以下の3つのイベントを基本として活動し、各カンパニー活動を支援、指導している。

- 学内カンパニー公募活動（4月～5月）
- 学内カンパニー公募説明会（5月上旬）
- 学内カンパニー認定式（6月上旬）
- 学内カンパニー活動成果報告会（年度末、2月末から3月上旬）

このほか、各カンパニーの顧問教員・技術顧問・学内アドバイザーとの連携、学外アドバイザーへの協力依頼、エンジニアリングファクトリー運営委員会報告などの他多様な学内外に向けた活動を行い、カンパニー活動への理解と協力を継続的に広めている。また、学内カンパニー活動は 学業優先を謳っており、研究室に所属する学生（学部4年生、大学院修士課程1,2年生）の指導先生に活動を行っている旨を連絡し、理解を得ている。

各カンパニーの活動状況については別掲にまとめた。次に、起業家支援室の活動を以下に報告する。

#### 3. 1 学内カンパニー公募活動

公募要領に沿って、理工学部・学生センターなどへの起業相談会開催のポスターおよび公募ポスターの貼り出し、ものづくり EF 起業家支援室ホームページへの掲載を行った。昨年度カンパニーメンバーへの働きかけ、また、講義時間の一部をお借りして、学内カンパニー活動紹介も小冊子を用いてのカンパニー活動紹介と公募説明会開催のアナウンスを行っている。令和2年度はコロナ禍のため、中止となったが、令和3年度は担当の先生方と調整し、時期をずらしながら理工学部8コースのすべての新入生に学内カンパニーの紹介を行う事ができた。

公募においては起業家支援室長による公募要領に基づき、次の4つのポイントを意識して、社会的な価値を産み出す意識の醸成に取り組んだ。

1. ベンチャー立ち上げにも繋がりうる実践的な取り組み
2. 事業性に富み、独自性、地域性、社会貢献性が高い取り組み
3. 地域企業等との連携によるものづくり、製品開発
4. 先端理工学、地域創生特別プログラムの活動をベースにしたものづくり、まちづくりコト作り

公募説明会においては、岩手大学の改組や第3期中期目標・計画期間で示された方向性、特に地域との連携性を意識して、より実践的な取り組み、事業性・独自性・地域性・社会貢献性が高い取り組み、地域企業との連携によるものづくり・製品開発などを積極的に支援することを説明した。

合わせて、6月上旬の学内カンパニー認定式までの期間、学生からの新規設立・入社希望

相談、継続カンパニーからの個別相談を受けるなどの活動を行い、学内カンパニー趣旨に沿う内容の企画については事業計画書の作成を指示し、認定に備えるよう指導している。

### 3. 2 学内カンパニー認定式

6月上旬に認定式を行い、学内カンパニーを認定している。人件費と物品消耗品費が予算配分される正カンパニーと物品消耗品費のみ予算配分される準カンパニーの2種類を認定している。準カンパニーとは仮想的ビジネスモデルの準備段階とみなされるカンパニーであり、活動状況から年度途中で正カンパニーへの昇格をすることが可能である。認定式においては起業家支援室長からの認定にあたっての学内カンパニーへの期待挨拶と、支援室教員から認定カンパニーと予算配分の紹介を行った後、カンパニー代表者への認定証の授与が行われる。認定式に引き続いて、支援室教員から学内カンパニー活動を行う上での各種連絡、注意点の説明を行っている。

なお、認定に伴い、新規の正社員カンパニーメンバー全員に対し、起業家支援室教員による個人面接を実施している。これは、カンパニー活動の趣旨の徹底を図るとともに、就職活動を控えた学生に対しては個人面接訓練となるよう両面の特長を有している。

### 3. 3 学内カンパニー活動成果報告会

例年、年度末の2月末から3月上旬にかけて、活動成果報告会を実施している。平成28年度から平成30年度は理工学部の12番講義室を使用していたが、令和元年度からはパネル展示、製作物の展示が同一フロアで行えることからコラボMIU会議室（盛岡市産学官連携研究センター）を使用している。

主なスケジュールとしては下記のようにになっている。（令和2年度例）

- 10:00-13:00 パネル・成果物展示会  
各カンパニーの紹介パネル、製作品（試作品を含む）を展示し、適宜カンパニー社員による説明員がついて来客に対応している。また、技術室による試作品展示・活動紹介を行い、カンパニー学生にも興味深く参考になっている。
- 11:00-12:00 カンパニーメンバー会議  
新型コロナの影響が出る前は全カンパニー社員・インターン生対象だったが、令和はメンバーを絞り、社長・代表、副社長・副代表および社長・代表の指名の者に限定した。来年度以降のカンパニー活動をより良いものにするために、代表に活動の振り返りコメントを發表してもらおうもの。カンパニー同士の交流を促す目的もある。
- 13:00-15:40 ショートプレゼンテーション  
各カンパニーからの今年度成果報告の他に、ビジネスプランコンテストに参加したカンパニーによるプレゼンテーションもおこなっている。
- 16:00-16:15 表彰式： 最優秀賞、優秀賞、奨励賞、特別賞の表彰



新型コロナの影響がなかった令和元年度までは学内外から、学外アドバイザー、新聞社などのメディア、一般企業の方も見えられ、カンパニーメンバーと、展示品を見ながら学生と多くの会話を楽しんでいただいていた。各カンパニーによるショートプレゼンテーションは10分間のパワーポイントや動画資料による活動のプレゼンテーションと質疑応答を行っている。民間企業の方々から「商品」の視点からの厳しい質問もあったが、それでも質問に対する的確な回答や興味深いアドバイスは、学生にとっては大変貴重な経験となっている。

また、平成29年度から令和元年度までは、最後に1時間ほどの時間で学外アドバイザーと見学者に参加いただく「懇談会」を開催した。参加した企業の方からは、学生に対するアドバイスが多く、「地域の困りごとをテーマに」、「社員も楽しく」、「機能を打ち出してPR」、「リアルなビジネスにつながる場合に問題生じる」、「学生のうちに起業するのが良い」、など、学生に対する貴重なアドバイスを戴いている。令和2年度は新型コロナの感染対策として、学外者は呼ばずに学内関係者のみの参加で行った。その代わりに、展示の様子やショートプレゼンテーションをビデオにて撮影・録画し、翌日YouTubeに公開した。当日の参加者は学内関係者中心で40名ほどであったが、YouTubeでの視聴回数は令和3年の3月20日で40回以上と予想以上に多くの方が視聴しており、今後もこの取り組みが重要であると認識した。

報告会中のカンパニーメンバー会議では代表・社長から「自カンパニー活動の達成度・満足度」のアンケートを公表してもらい、カンパニー活動の達成度・満足度をまとめている。令和2年度は例年に比べ達成度・満足度が低くなっていた。やはり新型コロナウイルス拡大による対面での活動ができない時期が多かったことが大きく影響している。

### 3. 4 起業家支援室主催ミニセミナー（起業家マインド支援研修）

起業家支援室では、カンパニー社員の起業家マインドを醸成するため研修に注力している（下記16テーマの研修）。

- ① NDA 秘密保持契約
- ② アイデアを出す方法
- ③ ビジネスマナー
- ④ ビジネスメール
- ⑤ プレゼンテーションの勘所
- ⑥ 会議の進め方
- ⑦ 企画の立て方
- ⑧ 原価を計算してみよう
- ⑨ 食事やお酒のマナー
- ⑩ 組織的な仕事の進め方
- ⑪ 報告書の書き方
- ⑫ 利益率

- ⑬ 理論的思考
- ⑭ 人脈の作り方
- ⑮ PM(プロジェクトマネジメント)基礎環境理解編
- ⑯ PM 詳細解説編

研修プログラムは平成 28 年度以前から準備していたが、計画的に受講者を募集したのは令和元年度からである。令和元年度は 8 月～9 月と 11 月～12 月の 2 期に分けて開講し、実施テーマ数 11、**延べ受講者 149 名**、令和 2 年度は 7 月～8 月に開講し、実施テーマ数 16、**延べ受講者 118 名**、令和 3 年度は 12 月に開講し、実施テーマ数 8、**延べ受講者は 61 名**であった。令和 3 年度は新型コロナの影響で当初予定していた 8 月～9 月の期間が対面での課外活動禁止期間となったため、開講が年末にずれこんだ影響が大きい。研修は学内カンパニー活動スタート直後に行った方が受講者も多く、効果も高いと思われる。受講者へアンケート結果からは講義内容・理解度・講義時間・講義時期ともに大変高い評価が得られた。(令和元年度：81～89%、令和 2 年度：94～99%、令和 3 年度：83%～90%) ただし、講義資料が古くなっているものも多く、今後随時更新していく必要がある。

### **3. 5 学内カンパニー広報活動**

#### **3. 5. 1 4 月の新入生オリエンテーション資料**

理工学部新入生のオリエンテーション時に配布する資料として学内カンパニーの紹介をするチラシを作成している。令和 3 年度は起業家支援室のホームページの他に、前年度に活動したカンパニーが作成した紹介用動画にアクセスできるように QR コードを記載した資料を作成した。また、学内カンパニー「iFive」はスマホアプリ「がんちゃんねる」のインストール用宣伝資料を全学の新入生向けに送付する資料に同梱してもらい、学内カンパニーの周知につなげている。

#### **3. 5. 2 理工学部新入生向け学内カンパニー紹介**

理工学部新入生に対し、基礎ゼミなどの講義時間の一部をお借りして、学内カンパニー活動紹介も小冊子を用いてのカンパニー活動紹介と公募説明会開催のアナウンスを行っている。

#### **3. 5. 3 学内カンパニー起業相談会**

3/E から学内カンパニー起業相談会のポスターを学内に掲示、「また学内ホームページに掲載して、学内カンパニー設立を検討している学生の相談に応じている。学内カンパニーへの応募のための事業計画書の作成の支援を行っている。

#### **3. 5. 4 学内カンパニー公募説明会**

5 月上旬に学内カンパニー公募説明会を開催している。公募説明会のポスターを学内に掲示、学内カンパニーホームページに掲載している。

### 3. 5. 5 学内カンパニー認定式

6月上旬にそれまで申請のあった学内カンパニーに対し、審査を行って正カンパニー、準カンパニーの認定を行う、認定式を行っている。認定式においては認定されカンパニーの事業内容を説明しており、だれでも聴講できるようにしている。認定式開催案内のポスターおよび認定式後には認定カンパニーの紹介をするポスターを作成し学内に掲示、および学内カンパニーホームページに掲載している。

### 3. 5. 6 オープンキャンパスでの学内カンパニーの紹介

8月上旬に開催されていたオープンキャンパスには学内カンパニーとして理工学部内に会場を確保し、学内カンパニーの紹介を行っていた。新型コロナの影響で令和2年度、令和3年度はオープンキャンパスがWEB開催になってしまい、対面での学内カンパニーの紹介ができなかった。

### 3. 5. 7 大学祭（不來方祭）での学内カンパニー紹介

令和3年度10月16日（土）、17日（日）に開催された大学祭に6つの学内カンパニーが共同で展示を行った。同時に、起業家支援室が作成している学内カンパニー小冊子を大学祭パンフレットと一緒に配布してもらうことによって、これまで接触のなかった学生にも学内カンパニーの周知ができた。

### 3. 5. 8 学内カンパニー紹介小冊子の作成

例年1月にその年度の学内カンパニー紹介冊子を作成し、イベントや新入生向け配布資料としている。令和3年度は例年より早く9月に作成した。そのため10月の大学祭での配布にも間に合う事ができた。年度末の最終版だけではなく、学内カンパニー認定後に速やかに配布できる、その年度の学内カンパニー紹介資料として役立てることができた。

### 3. 5. 9 学内カンパニー成果報告会

2/E～3/F に学内カンパニー成果報告会を開催している。開催にあたっては開催案内のポスターを作成し、学内に掲示、またホームページに掲載している。令和元年度までは企業、自治体関係者、マスメディアにも公開していたが、令和3年度は新型コロナ感染対策として学内者限定とし、学外者にはYouTubeでの配信で聴講してもらった。成果報告会では例年5カンパニー程度へ表彰を行い、表彰状と副賞の授与を行っている。表彰をうけたカンパニーを記載した成果報告会結果のポスターを作成し、学内に掲示、また学内カンパニーホームページに掲載してある。

### 3. 5. 10 新聞・TV等の取材

学内カンパニー活動に対する新聞、TV等のマスメディアの取材依頼には積極的に対応して、学外への学内カンパニー周知に努めている。特に令和元年度は9件と多かった。

## 4 第3期中期期間での主な成果

### 4.1 学内カンパニー事業全体

図2に第3期中の学内カンパニー数の推移、図3には社員数（代表、社員、インターンシップ）の推移を示す。第2期（2010年度～2015年度）から第3期に以降して全体的にカンパニー数及び社員数は増加傾向にあり、本事業が徐々に学内に認知されていく傾向を読み取ることができる。ただし、起業家支援室としてのマンパワーの問題を考えるとこれ以上を増やすことは難しく、また、いたずらに量的拡大を求めることも得策ではないと思われ、今後は質的向上を図ることに注力する必要があると思われる。質的向上のための評価指標なども今後定めて行く必要がある。

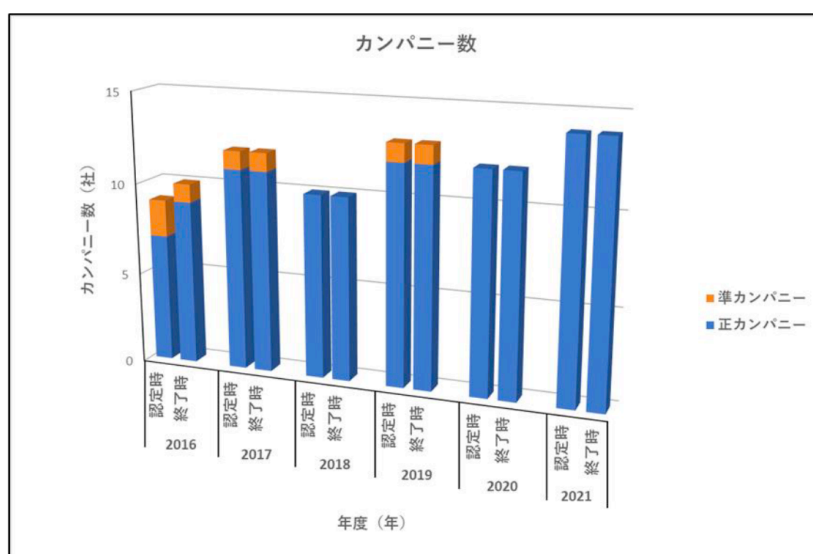


図2 学内カンパニー数の推移

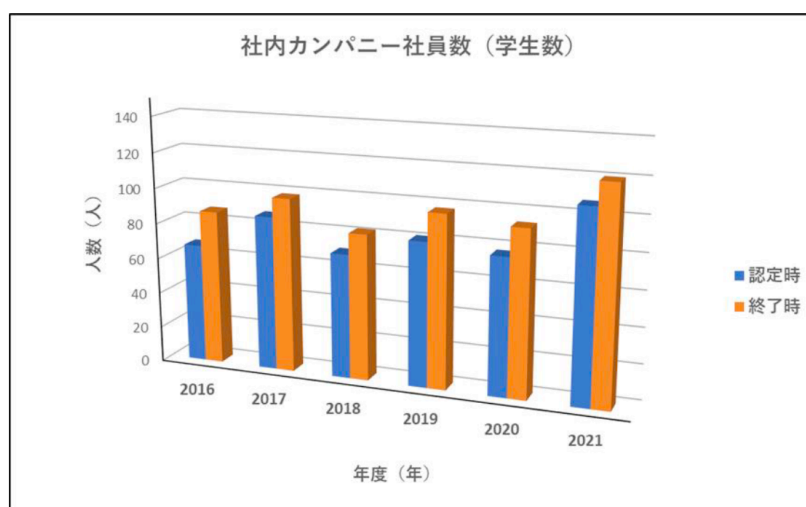


図3 社員数の推移

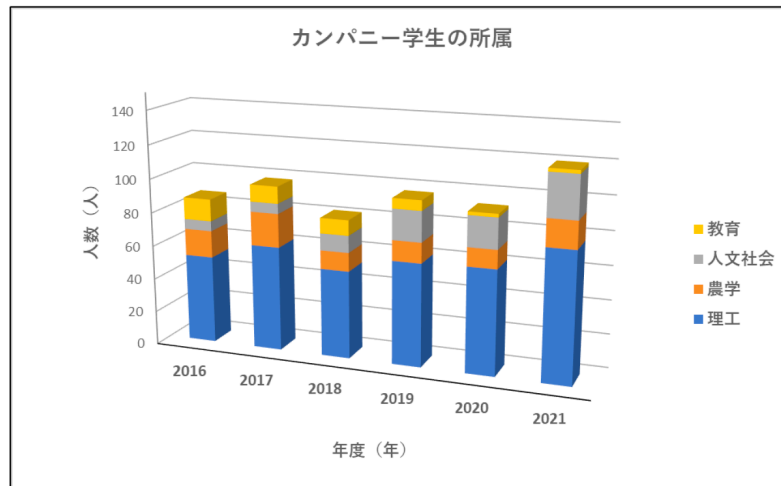


図4 社員数の出身学部の比率

図4には社員の出身学部の比率の推移を示す。理工学部が社員の60%程度になっているが、人文社会科学部及び農学部の割合もかなり高い。特に、コトづくりの面では文系の学生の貢献は期待される所であり、この傾向は好ましいものと考えている。

表1 第3期中の学内カンパニー事業の概況

西暦 元号	2016 平成28年	2017 平成29年	2018 平成30年	2019 令和元年	2020 令和2年	2021 令和3年
起業相談会(4月~5月)での相談件数	約10名	約10名	約10名	約20名	0名(新型コロナ影響)	17名
ポスター掲示居場所	理工学内掲示棟55ヶ所、理工学部生協ポップスタンド多数、学生センター掲示棟2枚	理工学内掲示棟55ヶ所、理工学部生協ポップスタンド多数、学生センター掲示棟2枚	理工学内掲示棟55ヶ所、理工学部生協ポップスタンド多数、学生センター掲示棟2枚	理工学内掲示棟55ヶ所、中央生協掲示棟2枚、学生センター掲示棟2枚	理工学内掲示棟55ヶ所、中央生協掲示棟2枚、学生センター掲示棟2枚、教育学部掲示棟2枚	理工学内掲示棟55ヶ所、学生センター掲示棟2枚
指導教員(起業家支援室教員)・4月時点人数	1名 補充:6/1~	2名	1名 補充:7/10~	2名	2名 1名9月に交代	1名 補充:5/12~ 5/12~2名
新入生オリエンテーションでの学内カンパニー紹介	理工学部2学科2コース総勢440名、学科コース毎	理工学部2学科2コース総勢440名、学科コース毎	理工学部2学科2コース総勢440名、学科コース毎	理工学部440名、全体オリエンテーションでの紹介	理工学部全体および学科コース毎での紹介も開催できず(新型コロナ影響)	理工学部全体オリエンテーションは開催できなかったが、学科コース毎での紹介実施
学内カンパニー認定式	○ 6/23	○ 3/20	○ 6/8	○ 6/6	○ 6/5	○ 6/8
学内カンパニー成果報告会	○ 3/3-4	○ 2/21	○ 2/28	○ 2/28	○ 3/3	3/2予定
オープンキャンパスでの学内カンパニー紹介(8月)	○	○	○	○	開催できず(新型コロナ影響)	ー
オープンキャンパスでの学内カンパニー紹介(10月)	○	○	○	ー	ー	延期開催 不実施で学内公開
ふるさと発見!大交流会 in Iwateでの紹介	○	○	○	○	開催できず(新型コロナ影響)	ー
ロボットアイデアコンテスト参加(秋)	○	○	ー	ー	ー	ー
外部ビジネスプランコンテスト参加(入賞数/応募数)	0	2/2	2/8	3/3	1/3	1+?/5
起業家マインド研修(延べ人数)	10名程度	10名程度	6名	149名	118名(希望者181名)	61名
新聞・雑誌掲載 TV放映	2件	2件	6件	8件	4件	3件

#### 4.2 第3期中の学内カンパニー事業の概況

第3期中の学内カンパニー事業の概況を表1に示す。この中から特徴的なものを以下に記す。

## (1) ビジネスプランコンテストへの参加状況

図5にはビジコンへの参加状況と入賞数の推移を示す。ビジコンへの応募は学内カンパニー活動と直接リンクするものではないが、対外的にアピール可能な活動をしていることや積極的な学生の存在を示す数値と見なすことができることから、応募数、入賞数の増加傾向は好ましいものと評価することができる。

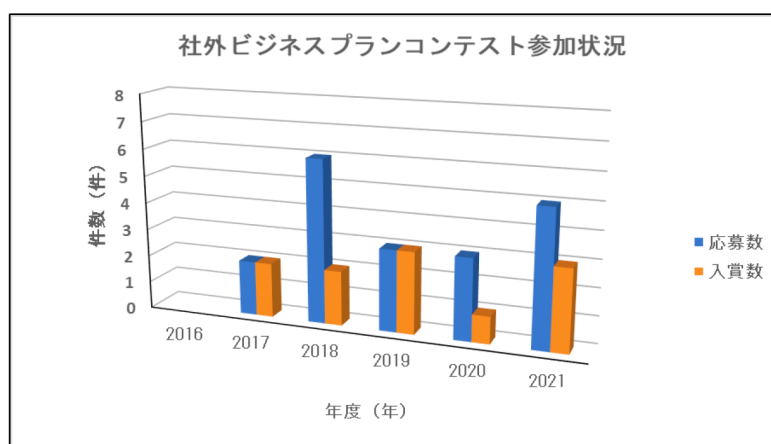


図5 ビジネスプランコンテストへの参加状況

## (2) 製品化・地域(学内)貢献

学内カンパニー活動の成果物は有形・無形いろいろとあるが、以下には、地域貢献にも繋がった事例を紹介する。

### ① 岩手大学研磨工業

スピードスケートは、スケート靴やブレードの他にメンテナンス用品にも費用がかかり、そのことが競技者やその保護者にとって大きな負担となり、発展への障害要因の一つになっている。本カンパニーは「岩手県のスピードスケートを技術面からサポートします」をキャッチフレーズに、従来品よりも所要時間が短時間で低コストかつ省労力なメンテナンス砥石器具を開発した。R-Keeper という製品名で日本トップクラスの選手、スピードスケート団体への提供を行い、好評を得ている。学内カンパニーの性格上、販売という形での収入を得ることはできないが、活動支援として多く寄附金を頂いている。特許も出願しており、事業化の基本が形成できた。今後はフィギアスケートなど他のブレードへの展開の可能性を探る。



図6 開発した簡易メンテナンス砥石と製作風景

## ② 銀河めっき工業

フォトリソ技術で高精細デザインを可能にする、岩手大学独自の分子接着技術を基に、岩手県の伝統工芸品である漆工芸品表面にメッキを形成する技術を開発している。メッキ厚が厚く、より堅牢な金/ニッケルメッキの新技术を開発して、岩手大学設立70周年記念盾を製作・海外大学からの参列代表に贈呈された。岩手県工業技術センターおよび(株)浄法寺漆産業、安比塗漆器工房のご協力を頂きながら、製品化開発を進めている。



図7 銀河めっき工業の製品

## ③ Morito (モリト)

岩手大学理工学部沿いの樹齢70年にも及ぶ歴史ある木々の伐採木を利用した一枚板のベンチや伐採木をプレート状にしてレーザー彫刻を施した「もくもくプレート」を製品化。「もくもくプレート」は前学長岩淵先生から海外フェローへの贈呈プレートの発注を頂き好評を博している。令和元年度は肴町活性化プロジェクトに参加し、永久使用可能な万年カレンダー、ハロウィーンキーホルダーなどのワゴン販売を行い、地域活性化に貢献した。



図8 Morito の製品群

## ④ 工房彩縁

岩手県沿岸部洋野町特産ムラサキウニから発生する大量のウニ殻を有効利用して、地域に貢献することが目的としたカンパニーである。ウニ殻から得られる赤紫系の色素にて布や糸の染色を行い、ウニ染めの製品を作る。ウニ染の技術を地元の方々や会社に提供し、地元の産業に定着させて 地元の活性化に結び付けた。実験を重ね染色技術や脱臭技術は確立できた。令和元年度は盛岡市肴町活性化プロジェクトワゴンセールでの製品販売も行った。販路拡大、製品開発や地域おこしへの活動を目指し、洋野町地域おこし協力隊の方々とは打ち合わせを行い、課題に取り組んでいる。



図9 ウニ染めハンカチ

⑤ iFive (アイファイブ)

「IT 技術を用いて岩手大学の学生生活の利便性を向上させる」という企業理念のもとスマートフォンアプリの開発を行っているカンパニー。事業内容は主に二つに分かれており、一つは岩手大学生を対象とした情報一元化スマートフ

ォンアプリ「がんちゃんねる」の開発・保守・運用であり、もう一つは岩手大学国際課の依頼により受託開発している岩手大学の留学生を対象とした「留学生ガイドブックアプリ」の開発・保守・運用である。どちらも最初のリリースは終えており、更なる機能の充実と安定運用に向けたアップデートを進めている。がんちゃんねるの通算インストール数は、Android 版と iOS 版合わせて 3489 インストールとなっており、2021 年度のインストール数は 814 インストールで、アクティブなユーザー数（現在も使用しているユーザーの数）は 683 である。岩手大学生の 10 人に 1 人は現在も使用している。



図 10 開発された学内向けアプリ

⑥ Anonas Lighting (アノナスライティング)

学内カンパニー制度発足時に設立のカンパニー。従来の LED ライトを主体とした製品から、一昨年度から新しいテーマに取り組んでいる。市販の防災ラジオを利用して緊急地震速報や J アラートなどの無線信号を常時監視する親機と、親機からの無線信号により、様々な動作を開始する子機とからなる総合防災システムを開発し、検証まで実施している。令和 2 年度は、民間企業および盛岡市危機管理防災課との共同研究を進め、盛岡市、宮古市などで実証試験を行った。製品開発の他、11 月には岩手大学防災・地域創生シンポジウムでの事例紹介、パネルディスカッションに参加した。また、岩手日報、朝日新聞への掲載や NHK での放映などメディアにもその活動が取り上げられた。



図 12 緊急告知防災ラジオを利用したシステム



#### ⑦ HND.Co (エイチエヌディーコーポレーション)

理工学部情報系の学生で起業したカンパニーである。ゴミの日スマホアプリを作成、自治体へ提供することにより、大学生、専門学校生を中心とした若者のごみの分類などによる問題を解決することを目指していた。iPhone、Android スマートフォン及びタブレットに対応したアプリケーションの開発を盛岡市環境部資源循環推進課と協力して行ったが、残念ながら盛岡市への本格提供はできなかった。岩手大学構内でのテストリリース、モニタリングで好評を得ていたこともあり、岩手大学環境マネジメント推進室との共同開発により、「盛岡市ごみの日」と「岩手大学内ごみ分別」を統合した「岩手大学ごみ分別統合アプリ」として正式リリースしており、岩手大学生のごみ分別意識の向上に貢献している。



図 13 ごみ分別統合アプリ

## 4. 2 学内カンパニー活動に対する学生の満足度・評価

### 4. 2. 1 学生・教職員・学外アドバイザーへのアンケート（平成 30 年度と令和元年度）

#### (1) 学生

学生からは活動に満足との声が多かった。

- ⑧ アプリ開発・リリースを通して製品を世の中に出すことの難しさを知った。
- ⑨ 自分の成長を実感した。
- ⑩ 活動を通じて様々な人とつながることができた。
- ⑪ ビジネスコンテストに出場するなど普通の学生では味わえないような経験ができた。
- ⑫ 製造の作業に参加させてもらったので、概ね満足。
- ⑬ 目標であった製品化ができた。
- ⑭ 学生のうちから企業として働けたのは良い経験になった。

課題としては

- 研究や就職活動と重なって両立が大変だった。
- 学内だけの繋がりを強める学外の人との交流も深めたい。
- カンパニーの認知度を高めていきたい。
- カンパニー同士の連携が強化されれば新たな発想や展開にもつながる。
- 人材（社員）を集めるのが困難だった。

## (2) 教職員の意見

- 学生が積極的に生き生きと活動している様子が見られた。
- 学生が自主的に起業体験できるので良いと思う。
- エンジニアだけでなく経営側のマインドを持たせることも必要。
- 他カンパニーとコラボして新しい製品展開ができないか。
- 地域企業と一緒に AI 技術を学びながらあたらしい機械を作るようなカンパニーを期待したい。
- 学外アドバイザーからは貴重なご意見
- 画期的な企画であり、事業化可能である。
- 学生の割にはよくやっている。世の中で充分通用するレベル。
- カンパニー活動をクラブ活動の文化祭行事で位置づけてはならない、金を稼ぐ目標値を定めてがつつやっしてほしい。

### 4. 2. 2 学内カンパニーに関する卒業・修了者へのアンケート（令和2年度）

令和元年度以前の3年間で岩手大を卒業・修了した24名に依頼し、回答は9名の方から頂いた。学内カンパニーへの満足度は高く、また就活や現在の仕事においても役立った、との意見が多かった。また、今後のカンパニー活動への期待も大きいものがあり、何らかの形で学内カンパニーへの支援を考えている、との意見も多かった。

- 研究とは別断面でも工学に携わっているという点で自信を持って就活に臨むことができた。
- 自分でやりたいと思うことを事業化したり、団来の代表としての人事や経理など、とても勉強になった。
- マイルストーンを意識する癖がついた。
- 公務員であるが、企業目線で考えることができる。
- 職場でも学生時代にアプリを作っていたことを自己紹介で役立てられている。

# 卒業生・修了生アンケートまとめ

本まとめは学内カンパニーで活動し、この3年間で岩手大学を卒業、もしくは修了した方々へのアンケートをまとめたものである。24名にアンケート送付し回答は9名の方から得られた。

## アンケートのまとめ

- ◆ 【在学時の所属および進路】  
理工学部専攻修了生6名、農学部卒業生、人文社会科学部卒業生、教育学部卒業生が各1名であった。進路は民間企業が8名、公務員が1名であり、地域は岩手県内が2名、岩手県以外の東北地域が1名、東北以外の日本国内が6名であった。8割近くが岩手県外への就職となっている。
- ◆ 【学内カンパニーの勧誘と参加の動機】  
勧誘は研究室・知人の紹介が主であるが掲示板ポスターを見ての参加が2名と意外に多かった。動機に関しては「就活に有利」、「活動内容（企業活動）に興味あり」が多く、全体の7割近くであった。バイト同様の報酬や起業は主な動機ではなかった。
- ◆ 【活動内容】就活・職場で役立っているか  
就活では9割の方が役立ったとの回答であり、特に面接官が学内カンパニーに興味を持ってくれたことで面接がスムーズにいったようである。また、9割近くが学内カンパニー活動の経験が現在の仕事に役立っていると回答。学内カンパニー活動の満足度ではやや満足、満足の合計が100%であり、今後も学内カンパニーに期待しているとの回答であった。
- ◆ 【教育研修】  
起業家マインド研修については半数が受講していなかったが、できれば受講しあったとの意見が多く、また受講者は満足度が高かった。⇒今後も受講を受けやすくする活動が重要である。
- ◆ 【支援体制】  
起業家支援室、指導教職員への満足度は高かったが、学外アドバイザーに関しては課題が見られた。半数以上の方が何らかの形で学内カンパニーへの支援を考えていると回答。  
⇒今後はこれらの方々からの支援を検討していく。  
また、学内カンパニーへの貴重なご意見が多数寄せられている。



図 14 アンケート結果(概要)

# アンケート(就活への役立ち)

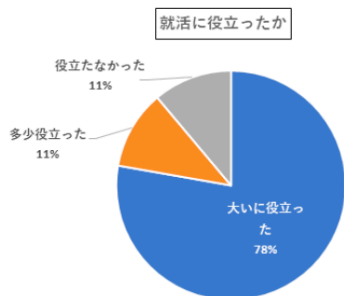
## 質問(活動内容)

- 就活において学内カンパニー活動が役立ちましたか
- 大いに役立った
  - 多少役立った
  - どちらとも言えない
  - 役立たなかった
- 役に立ったと思うのはどんなところですか(複数回答可)
- 学内カンパニーの話に面接官が興味を持ってくれた
  - 学内カンパニーの小冊子が役立った
  - 学内カンパニー活動で学んだ実践力が役立った
  - 学内カンパニー活動で経験した自己アピール(プレゼン)のスキルが役立った
  - その他( ) ← 記入して下さい

- ◆ 役に立ったと思うのはどんなところですか(複数回答可)
- ・9名中6名の方が学内カンパニーの話に興味を持ってくれた、と回答。  
⇒学内カンパニー活動は面接時の話題作りにも貢献している。
- ・その他2件のコメントがあった。

## アンケート結果

- ◆ 就活において学内カンパニー活動が役立ちましたか  
・9名中8名の方が役立った、と回答。



- ・研究とは別断面でも工学に携わっているという点で自信をもって就活に望むことができた。
- ・自分でやりたいと思うことを事業化したり団体の代表としての人事や経理などが、とても勉強になった

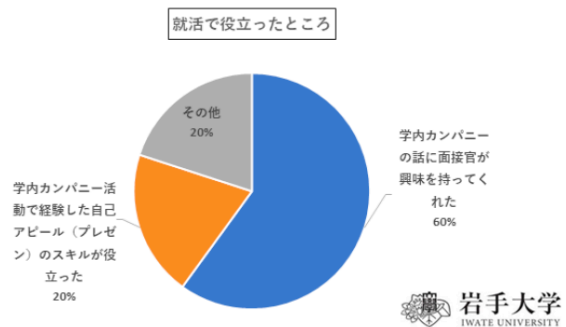


図 15 アンケート結果(就活への役立ち)

# アンケート(仕事への役立ち)

## 質問 (活動内容)

- 現在の仕事をする中で学内カンパニーでの経験が役立っていますか
- 大いに役立っている
  - どちらかと言えば役立っている
  - どちらとも言えない
  - 役立っていない
- 役に立ったと思うのはどんなところですか(複数回答可)
- 社会人としてのビジネスマナーを学べたこと
  - 職場内でのコミュニケーションがうまく取れること
  - 職場の課題に対して自分の意見を言えること
  - チームでの仕事でリーダーシップが取れること
  - その他( )

← 記入して下さい

### ◆ 役立ったと思うのはどんなところですか(複数回答可)

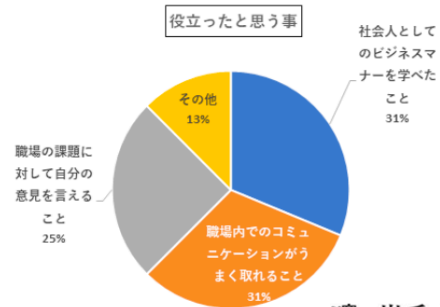
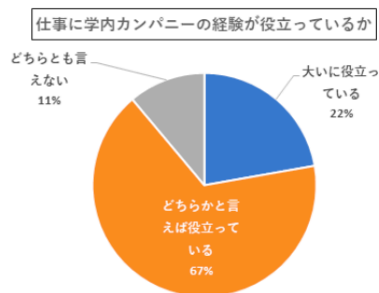
- ・ビジネスマナー、コミュニケーション能力が役に立っている
- ⇒ 起業家マインド研修やカンパニー活動が役立っている
- ・その他で2件のコメントがあった。

・マイルストーンを意識する癖がついた。

・企業目線を考えることができる。(インターンシップ等企業民間企業を全く経験しなかったため、カンパニーで経験したことが公務の仕事をする上でその視点が役立つことがある。)

## アンケート結果

- ◆ 現在の仕事をする中で学内カンパニーの経験が役立っていますか
- ・9名中8名の方が役立っている、と回答。



岩手大学  
IWATE UNIVERSITY

8

図 16 アンケート結果(仕事への役立ち)

# アンケート(満足度)

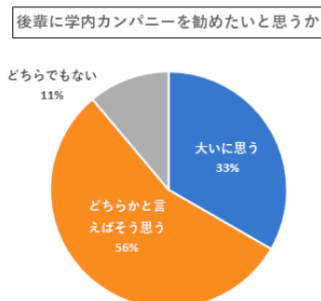
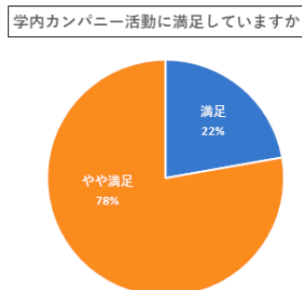
## 質問 (学内カンパニー活動満足度)

- 岩手大学の学内カンパニー活動を総括して、満足していますか
- 満足
  - やや満足
  - やや不満
  - 不満
  - どちらでもない

- 後輩に学内カンパニー活動を勧めたいと思いますか
- 大いに思う
  - どちらかと言えばそう思う
  - どちらでもない
  - どちらかと言えば勧めない
  - 勧めない

## アンケート結果

- ◆ 岩手大学の学内カンパニー活動を総括して、満足していますか
- ・全員が「満足」「やや満足」との回答
- ◆ 後輩に学内カンパニーを勧めたいと思いますか
- ・9人中8人が、後輩にも進めたいという意見であった。



岩手大学  
IWATE UNIVERSITY

11

図 17 アンケート結果(満足度)

#### 4. 2. 3 学内カンパニーに関する卒業・修了者へのアンケート（令和3年度）

学内カンパニー「ECL※」のOB・OGを中心に、学生時代に地域との協働、学内カンパニーなどの実践活動、国際交流活動等を行っていた卒業生（10名）に対し、当時の経験や取組を進めるにあたっての意見等についてアンケート形式により回答いただいたもの。（実施期間：令和3年12月1日～12月24日）

Q2 学生時代、最も印象に残っている課外の取組について、その理由も含めてお伺いします。【サークル、ボランティア、学内カンパニー、Let'sびぎんプロジェクトなど。アルバイトを除く。一定程度大学側のコミットメントがある取組を想定しています】

- 全国大会に出場し達成感を味わえた部活動。
- 学内カンパニー。学部関係なく、興味のある学生が起業の練習をすることができ、費用対効果算定やマーケティング戦略などの思考を養うことができたため。
- サークルと学内カンパニーです。仲間と何かをやり遂げることの楽しさを学びました。
- 学内カンパニー。今でも交友が続いているメンバーが多く、深い交友関係を築けたきっかけとなったため。
- 学内カンパニー。学生以外の「大人」との繋がりを持ち、自分たちがやりたい事や挑戦してみたい事とビジネスを初めて繋げて考える場だったから。似て非なる志や価値観を持つ学生同士が学部学科を超えて真剣に議論できる場でもあり、外部との関わりを広げるほど刺激的になると感じた。
- 学内カンパニー「ECL」。学部を超えた学生同士の繋がりを持つことで、多様な考え方に触れることができました。また、大学側と双方向の意見交換が行えたため、学生という小さな枠を超えて、より大きな枠で物事を考えられるようになったと思います。
- 学内カンパニー。就活生の悩みや留学前の悩みなど、学内外で起きていることについて解決するために組織はなにをしようか、自分はどんな行動を起こそうか、と考えることができたのは本当に貴重でした。社会では当たり前ですが、学内カンパニーで経験するまではそれらはなんとなく「自分ではない誰かがやってくれること」という考えだったので、主体性を持つということを体験できたと思います。あとは正直、学内カンパニーを通して出会えた、先輩や職員や学外の方との出会いが大事というのがあります。
- ジョブシャドウ(1日職場体験)が印象に残っています。ジョブシャドウを通して、親や教師以外の大人(社会人)を深く知ることが出来ました。また、自分の将来を考える際に「親の生き方や意見が全てではない」と、より広い視野で考えられるようになりました。また、早い時期から自分のキャリア選択への関心を高めることが出来たおかげで、自分が興味のある職種のインターンを経験したり、実際に働いている人と交流できる場に足を運んだり…と、積極的に行動することができました。

Q3 現在の仕事の中で役に立っていると感じている大学時代の経験についてお伺いします。【正課、課外を問いません】

- 海外留学、サークルでのイベント企画経験。
- 他の学部の授業に出て学んだ会計の知識。
- 職業柄全て役に立っているのですが、敢えて言うとするならば次のことだと思います。職場で1～3年目に、国際担当として年間30人の留学生の受け入れや姉妹校交流プログラムのアテンドを担当しました。大学時代に国際課でアルバイトをさせていただいた経験がそのまま役に立ったので、上司から褒められました。3年目～現在は、担任をしながら学校のキャリア教育（総合的な探究の時間）の中核を担っています。私自身が学生時代に”社会人”との関わりから学ぶことが多かったので、高校生にも同じ経験をさせようと、SDGsをテーマとして3年間で100社以上に協力してもらった授業を考えました。その成果として、大学の総合型選抜や公募制推薦の合格率が80%を超えています。授業を通してSDGsの知識はもちろんのこと、面接官に対して物怖じせず自己PRができるスキルが生徒に身に付いたと確信しています。
- 部活動。
- 教育実習、学内カンパニー、海外研修です。
- 研究室での日々の研究。自分で課題を見つけ、スケジュールを立てて実行という基礎が身についた。
- 学内カンパニーECLの活動です。ECLの活動では、様々なイベントを企画しましたが、企画の運営以上に「周知」の難しさや重要性を学びました。自分たちの活動を知ってもらい、応援してくれる人や一緒に活動してくれる仲間を見つけていかなければ、持続的・発展的な活動を行うことはできない、ということを感じました。仕事をするうえでも、情報発信や周知を徹底することや、その方法を工夫することを意識しています。

## 5. 自己評価と課題

### 5. 1 評価できる点

#### (1) 参加学生数の増加

第2期中期計画最終年度2015年度(平成27年)の学内カンパニーの参加学生数は約70名であったが第3期、2016年以降は増加傾向にあり、2021年度(令和3年)は12月末時点で約120名となっている。また、学生の所属は60%が理工学部で残りが農学部、人文社会科学部、教育学部であり、全学的な活動になっている。

#### (2) 学生主体での商品開発

学生主体で学外アドバイザー(企業の方など)、技術顧問の方々の協力を得て、商品開発につながった事例が多数できている。(岩手大学研磨工業のR-Keeper、iFiveのスマホアプリ「がんちゃんねる」、HNDによる「岩手大学ごみ分別統合アプリ」、Moritoのもくもくプレート、銀河めっき工業の岩手大学70周年記念プレートやjam、工房彩縁による肴町での商品販売など)これらの活動は実際の製品としてリリースすることがいかに大変かを実践的に学ぶことができている。

#### (3) 地域連携

Anonas Lightingは盛岡市や(株)ホーチキ、(株)宮古マランツなどと共同研究している「広範囲災害警報報知システム」の開発を行って、自治体関係者や地域住民の方々と接することにより実践的な地域貢献を学ぶことができている。また、HNDによる「盛岡市ごみ分別アプリ」は盛岡市へのリリースはできなかったが、盛岡市が市販の「資源・ごみ分別アプリ」導入をするうえで大いに役立ったとの評価を頂いている。

#### (4) 地域資源の活用

伐採木を活用してMoritoが取り組んだ岩泉町復興支援、工房彩縁が取り組んだ洋野町のウニ殻廃棄物を使った「ウニ染」は地域資源の活用として評価されている。

#### (5) 学内での事業受託、加工受託

iFiveが国際課より「留学生ガイドブックアプリの作成」、HNDが環境マネジメント推進室より「岩手大学ごみ分別統合アプリ」の作成を事業受託している。また、Iwate機能開発では研究室などから部品加工を受託している。これらのカンパニーでは一般企業と同様に見積書を作成し、納品書・請求書の提示まで行っている。直接の現金での授受はできないものの、お金の流れを経験でき、学内カンパニーが目指している企業の経営が体験できるようになり、起業家マインドの醸成にも役立っている。

#### (6) 卒業生・修了生の満足度

卒業生・修了生へのアンケート結果では、就活や実際の職場において学内カンパニー活動が役立っている、との評価を頂いた。

#### (7) 起業家精神を醸成するための研修

起業家精神を醸成する目的で開催している起業家マインド研修は2019年度(令和元年)から計画的に進めている。受講生の延べ人数は2019年度が149名、2020年度が118名、

2021年度は61名（新型コロナの影響で夏休み期間が課外活休止となった影響で少ない）であった。受講者へのアンケートでは満足度が80%～90%と高い評価であった。

#### （8）外部ビジネスプランコンテストへの参加

起業家精神の醸成のために有効である外部ビジネスプランコンテストへの参加を推進しており、毎年数件が入賞を果たしている。入賞しなくともプレゼン資料の作成や人前でのプレゼンの体験は社会人となったときに、非常に役立つものとなる。今後も積極的に推進していく。

#### （9）第3期中期目標期間（4年目終了時評価）に係る業務の実績に関する評価結果

学内カンパニー事業は第3期の中で重要な事業の一つとして数えられていたが、下記のように岩手大学における特筆すべき成果を挙げた授業であると評価されている。

##### <特記すべき点>

##### （特色ある点）

##### ○学内カンパニー事業の推進

修得した知識の実践と起業家マインド育成のために行っている学内カンパニー事業では、起業家支援室の教員が中心となり、理工学部新入生へ学内カンパニーの紹介や公募、学内カンパニーの経営ノウハウの提供や経理総務等の指導、学長裁量経費による経費の支援、学外アドバイザー（企業）との情報交換機会の提供等、学生が主体的に企画したビジネスプランの実現に向けた支援を行っている。（中期計画1-3-1-2）

#### （10）中期目標の達成状況報告書での高評価

2020年6月付けで公表になった中期目標の達成状況報告書において、下記のように高く評価されている。

##### ○自治体等と連携した地域活動への参画の推進

地域の中核的学術拠点として地域社会の活性化を先導するために、自治体等と連携した地域課題の解決を含めた地域活動への学生や教員の参画を推進している。

地域課題の解決と学生の活動環境を支援する「NEXT STEP 工房」の設置や、地域社会が抱える課題を募集し、卒業研究等のテーマとして解決に取り組む「地域課題解決プログラム」の実施、また教育で得た知識の実践とともに、学生の起業家マインドの育成のために取り組んでいる「学内カンパニー」では、地域の特産物を使用した製品の開発、盛岡市との防災に関する実証実験の実施、地域活性化プロジェクトのPR活動の実施など、大学の知的資源を活用しながら地域を活性化する取組を推進した。「学内カンパニー」では、アントレプレナーシップを醸成するためにビジネスコンテストにも参加し、キャンパスベンチャーグランプリ東北大会（日刊工業新聞社主催）で東北経済産業局長賞を受賞するなど目覚ましい成果も上げている。（関連する中期計画3-1-1-1）



○特記事項（小項目 1-3-1）

（優れた点）

・ 学生が協働して行う独創的なプロジェクトへの支援

教育で得た知識の実践と起業家マインドの育成のために行っている「学内カンパニー」事業では、起業家支援室の教員が中心となり、理工学部新生へ学内カンパニーの紹介や公募、学内カンパニーの経営ノウハウの提供や経理総務等の指導、学長裁量経費による経費の支援、学外アドバイザー（企業）との情報交換機会の提供など、学生が主体的に企画したビジネスプランの実現に向けて支援を行った。平成 30 年度には関係者（学生、学外アドバイザー、教職員）へ環境整備に関するアンケートを実施し、それを踏まえ新たにカンパニー活動の作業スペースやミーティングスペースを確保するなど環境の改善も行っている。その結果、学内カンパニー参加学生数は令和元年度 97 名となり（第 2 期中期目標期間終了時比 27 名増）、現在では学部を超え、様々な学部学生が集い活動する取組となっている。また、自治体や企業等と連携した取組や、ビジネスプランコンテストでの数多くの受賞など成果も上がり、他県の新聞での連載やマスメディアにも数多く取り上げられる注目度が高い取組となっている。（中期計画 1-3-1-2）

(B) 学生が協働して行う独創的なプロジェクトへの支援

学生が協働して行う独創的なプロジェクトへの支援として、教育で得た知識の実践（特にものづくりを総合的に体験する場）と学生の起業家マインド育成のための取組である「学生カンパニー」（別添資料 1-3-1-2-f）や、地域社会に相応しいテーマを学生が自主的に設定し、地域貢献活動を行う「Let's びぎんプロジェクト」（別添資料 1-3-1-2-g）等に重点的に支援を行った。

平成 21 年度から取り組んでいる「学内カンパニー」事業は、学内に仮想的な企業を設立し学生が事業活動を行う取組で、理工学部内にある起業家支援室が中心となり、学内カンパニーの経営ノウハウの提供や経理総務等の指導、学長裁量経費による経費支援、学外アドバイザー（企業）との情報交換機会の提供など、学生が主体的に企画したビジネスプランの実現に向けサポートを行った。また、平成 30 年度には関係者（学生、学外アドバイザー、教職員）へ環境整備に関するアンケートを実施し、それを踏まえ理工学部共用教育研究棟内に新たにカンパニー活動の作業スペースやミーティングスペースを確保するとともに、起業家支援室内に成果物展示コーナーを設置するなどの環境の改善も図った。

学内カンパニー参加学生数は令和元年度 97 名で（第 2 期中期目標期間終了時比 27 名増）（別添資料 1-3-1-2-h）、現在では学部の垣根を超え、様々な学部学生が集い活動する取組となっている。また、活動も活発化し、第 3 期中期目標期間中においては、盛岡市と協力し、防災ラジオと連動してテレビや照明が自動起動するシステムの開発や、岩手県沿岸の特産物であるウニの殻の色素を使用した染物を製作し、地元企業に製品を出荷するなど自治体や企業等と連携した学内カンパニーも数多く誕生している（令和元年度 13 社が活動）。学内ベンチャーへの可能性と学生の起業化マインド醸成のためビジネスプランコンテストにも参加し、東北経済産業局長賞（第 13 回キャンパスベンチャーグランプリ東北大会（主催：日刊工業新聞社・CVG 東北実行委員会））やアマゾンウェブサービスジャパン株式会社賞（X-tech Innovation2018 東北地区最終選考会）、大船渡ビジネスプランコンテスト 2019 ドリーム部門大学生の部最優秀賞（主催：大船渡ビジネスプランコンテスト実行委員会）を受賞するなど数多くの賞を獲得したほか、他県の新聞での連載やマスメディアにも数多く取り上げられ、注目度が高い取組となっている（別添資料 1-3-1-2-i）。

また、学生が協働して行う独創的なプロジェクト「学内カンパニー」事業に対する支援として以下の取組を実施した。

- ・理工学部内にある起業家支援室が中心となり、学内カンパニーの経営ノウハウの提供や経理・総務等の事務作業の指導、学長裁量経費による経費の支援、学外アドバイザー（企業）との情報交換機会の提供。
  - ・理工学部内に新たにカンパニー活動用の作業スペースやミーティングスペースを確保するなどの環境の改善。
- ※ これら支援の結果、市町村・企業と連携した事業の展開や、ビジネスプランコンテストでは東北経済産業局長賞の受賞など複数の学内カンパニーが賞を獲得するなどの成果を上げている。

以上の取組により、課外活動に参加したことがある学生の在籍者数に占める割合は、各年度平均で 80.5%となり、第 2 期中期目標期間終了時（79.1%）より 1.4%増加しており、学生の主体的活動を促す取組の成果が得られた。

## 5. 2 課題

### （1）活動場所の確保、整備

活動場所としては、理工学部内の起業家支援室および加工センターの一角が使えるようになっているが、理工学部以外の学部生が使うには距離が遠いことがあった。そこで、2020 年度に教育学部 2 号館 3 階に起業家支援室サテライトルームを整備したが、2021 年 9 月に建物の改修工事が始まり使えなくなってしまう。学内カンパニーの活動分野が広がるとともに、活動スペースをどのように確保するのかが、課題として残っている。

### （2）学生への周知

学内カンパニーへ参加する学生の所属は 40%程度が理工学部以外の学生である。そのメンバーが学内カンパニーを知るきっかけは先輩や同級生からの口コミというのが大半であり、理工学以外への学内カンパニーの周知ができていない。理工学内ではポスターの掲示や新入生向けの学内カンパニー紹介も支援室教員が行っているが、理工学以外の学部にはまだ回っていないのが現状である。新型コロナの影響で対面での宣伝活動が制約されるなかで、SNS 発信、動画配信などをさらに進めていく必要がある。

### (3) 企業との連携

新型コロナの影響もあり、企業との連携活動が低調になっている。学内カンパニー活動を地域企業などにもっと広く周知していくことが課題である。

### (4) 研修の高度化

起業家マインド研修として全 16 テーマを準備して行っているが、資料の中には内容が古くなってきており、更新していく必要がある。また、起業家支援室教員だけでなく、広く企業の方による生の声を聴く機会が必要である。

### (5) 製品化とカンパニーの継続

カンパニーの中には一過性の製品ではなく、継続して使用していただく製品を開発したカンパニーがあり (iFive や HND のスマホアプリなど)、そのアップデートなどをどのように引き継いでいくかが課題となっている。カンパニーを継続するための活動支援を充分行っていく必要がある。

## 添付資料

- 資料 1 各年度での活動状況のまとめ (一覧表とグラフ)
- 資料 2 卒業生・修了生アンケート結果 (抜粋)
- 資料 3 2021 年度 (令和 3 年度) 学内カンパニー公募要項
- 資料 4 2021 年度 (令和 3 年度) 学内カンパニー紹介
- 資料 5 過去 5 年の学内カンパニー一覧
- 資料 6 学内カンパニー宣伝用資料
- 資料 7 地域連携・対外活動事例
- 資料 8 学外ビジネスプランコンテスト入賞事例
- 資料 9 新聞等掲載記事
- 資料 10 理工学部附属研究施設・特別プログラム事業「年報」内の原稿