

AOS が抱く東北大学のアントレプレナーシップに対する理念

大内二三夫（ワシントン大学名誉教授）、江藤哲郎（米国ワシントン州政府商務省日本代表）、岡部朋永（東北大学）

東北大学とワシントン大学間連携モデル「UW- TU:AOS(University of Washington - Tohoku University : Academic Open Space)」は 2017 年に両大学の学長による合意文書の署名により創設され、大学本部の支援と総括的なサポートでワシントン大学と東北大学における研究・教育連携でめざましい発展を遂げた。またシアトル近郊に位置するグローバル企業や政府機関と積極的に産官学連携を行うことで、AOS は東北大学の米国におけるゲートウェイの役割も担ってきた。そして 2022 年 4 月には両大学学長が再び合意文書に署名することにより第二期目が正式にスタートした。

AOS の第二期目では今まで培ってきた分野に加えて「DEI (Diversity-Equity-Inclusion) 」と「大学に於ける起業とアントレプレナーシップ」という新しい課題に取り組んでいくことにした。特に後者は日本政府が新しい資本主義実現会議決定として同年 11 月 28 日に打ち立てた「スタートアップ育成 5 ヶ年計画」と整合する。然しながら現在日本で起業するスタートアップは主に国内市場に留まり、社会や産業のペインポイントを解決するためにイノベーションを起こしグローバル展開を目指す米国の起業家とは根本的に起業の問題意識と事業の方向性が異なる。従って AOS は、東北大学が如何に「アントレプレナーシップ」に参入し、またグローバルな観点での「起業」を大学教育に取り組むかを、東北大学独自の理念として打ち出したい。若い学生に無理な起業を強いるのではなく、まずは日本を代表する大企業や中堅企業とグローバルのスタートアップとのマッチメイクに注力する。東北大学が良く知るそれら日本企業のニーズを整理し、一方でグローバルのスタート

アップが持つ最新のイノベーションとその事業性を把握する事で、精度の高いマッチメイキングに繋がる施策を構築し推進する。

従来の日本企業は技術の殆どを自前主義で賄っていて、事業もそれを支える研究開発も自社やグループ内での垂直統合の傾向にあった。そのため人材の流動も抑制されるなどの結果、破壊的なイノベーションが起きにくい。その反省の下に各産業界で近年オープンイノベーションへの取り組みが始まったが、それを更に加速し水平分業へ移行するためには、グローバルに破壊的なイノベーションや異質なカルチャーを受け入れる必要がある。そこでAOSは米国のスタートアップ企業との連携の為にインターフェース役となる。

米国ではシリコンバレーに多くのサクセスストーリーが生まれ、その地に集まるスタートアップの数や供給されるリスクマネーの規模は世界最大と断言している。しかし残念ながら、強いが故に日本企業との提携を求めるケースは少ない。彼らの多くは B2C (Business to Consumer) や C2C (Consumer to Consumer) で、特にソーシャルやシェアリングのスタートアップの成功パターンはグローバルに何千万人規模のアプリユーザーを無料で集めて企業価値を高めユニコーンとなる事であり、そこに多くの製造業を擁する日本企業群との提携によるメリットは見出せない。スタートアップ企業の生産物が「完成品タイプ型」である為、逆に日本企業をサプライヤーと見做す動きも出てきている。

一方で同じ西海岸でもシアトルのそれは「部品供給タイプ型」と断言してよいだろう。ボーイングの城下町として発展し、近年はアマゾン、マイクロソフトがリードするクラウドと AI を活用して興隆する多くのスタートアップは B2B (Business to Business) である。従ってシリコンバレーの場合それを使ってくれるユーザーを探すことで市場開拓をしているが、シアトルのスタート

アップは開発した「部品」の供給先を常に探しているのだ。そういった背景もあり元来が親日的な風土でもあるシアトルで育った多くの起業家は、日本企業と組む事で成長し今や GAFAM の一角となった前述の二社の様になりたいと欲している。スターバックスやコストコも日本で大成功している事実も、彼らを日本市場進出へと駆り立てる背景となっている。

従前その進出先として中国が持て囃されたが、ここ数年は米国の安全保障上の制約により、同盟国でありルールや価値観も近い日本が再び見直されている。そこに彼らのプロダクトである「部品」を調達できる日本の大手企業が顧客先として浮上している事も追い風と考えてもいい。しかしながら日本が中国の肩代わりになるだけでは日本にとって必ずしも得策になるとは言えない。実際、日本企業はスタートアップ企業から調達される「部品」をそのまま使うことは殆どなく、単品ではそれほどの興味は示さない。そこでもし参入している分野での障壁打破のためのコアコンピテンスとなるような技術が「モジュール」や「ソリューション」として示されるなら採用に向けて大いに説得力がある。

従って連携を成功させる為には、スタートアップ企業がまずその技術分野での最前線の状況を解説し、その上で自社のイノベーションがどのように日本企業の課題を解決するかを示す事が肝心である。そうすれば日本大手企業のマインドに響くようなスタートアップのプレゼンテーションが可能になる。このように日米両者の弱みと強みをよく理解した上で、AOS としては双方へのアドバイスする「高度コンサルテーション」を提供するつもりだ。それによりスタートアップ企業と日本企業のマッチメイクでの成功確率を上げることができ、このような考え方が東北大学のアントレプレナーシップの理念になることを期待したい。

東北大学の新しい展開として 2024 年には次世代放射光施設ナノテラスの運用が開始され、東北大学サイエンスパークへ数々の会社が参画し新しい官民共同体組織が生まれる。AOS としてはこうしたメカニズムを通して東北大学のアントレプレナーシップを推し進める場と考え、以下にその具体的なステラテジーを示す。

- 新創設のグリーンクロステック研究センターは、グリーン分野やサーキュラーエコノミーに関連する社会課題やビジネス課題の解決を目的として作られた産学共創イノベーションである。
- 日本では環境問題に対する意識は高いが産業との連携が不十分であり、欧米に大きく遅れをとっている。そのキャッチアップには環境に関するビッグデータの多面的集積が必要であり、先端科学技術の製品化・実用化に向けたデジタル化に関する取り組みが不可欠である。
- 従ってそうした取り組みにたけたシアトルをベースとしたデジタルやクリーンテック分野のグローバルスタートアップ企業と連携すれば、産業共創によるイノベーションエコシステムで東北大学に新しい起業のチャンスを見出すことができる。ひいてはグリーン施策による環境負荷の低減のみならず日本の「経済成長の雇用の創出」に繋がることになる。
- それらシアトルのスタートアップとの連携を、AOS を通してワシントン大学のスタートアップのアクセレータ組織である CoMotion と共同で推進する。
- 2023 年はワシントン州政府などが共同主催する以下のミートアップシリーズとの連携をスタートする。
 - 6月7日 WA State Tech Mission to Japan のスタートアップ約 10 社を東北大学に招聘し世代放射光施設ナノテラスや東北大学サイエンスパークを紹介し、グリーンクロステック研究センターに参画している日本企業へ彼らのコアコンピテンスを示す機会を作る。

- 9月22日 Japan Seattle AI Innovation Meetup の Day 2 をワシントン大学の CoMotion で共同で開催。参加する日本企業とのマッチング及び11月に来日するクリーンテックのスタートアップなどへのインタビューも行い、精度の高いマッチメイクに繋げる機会を創出する。
- 11月13日 WA State Cleantech Mission to Japan のスタートアップ約10社を東北大学に招聘しピッチイベントとディスカッション。6月と同様に、グリーンクロステック研究センターに参画している日本企業に彼らのコアコンピテンスを示し、精度の高いマッチメイクに繋げる機会を創出する。
- このように AOS としてはお互いにマッチングした企業がいかに相互に発展していけるかの「高度コンサルテーション」を推し進め、B2U2B (Business to University to Business) なる体制を打ち立てる。
- このような体型が仙台に達成されれば、「企業は仙台に来れば新しいものに触れることができ、AOS をとうして世界に繋がることができる。」という新たな付加価値を生み出す。

以上が AOS が抱く東北大学のアントレプレナーシップに対する理念である。