

文部科学省 令和3年度科学技術調査資料作成委託事業
研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)の
利活用促進に関する調査
報告書

MRI 三菱総合研究所

令和4年3月31日

セーフティ&インダストリー本部

本報告書は、文部科学省の令和3年度科学技術調査資料作成委託事業「研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)の利活用促進に関する調査」として、株式会社三菱総合研究所が実施した成果を取りまとめたものです。

従って、本報告書の著作権は、文部科学省に帰属しており、本報告書の全部又は一部の無断複製等の行為は、法律で認められたときを除き、著作権の侵害にあたるので、これらの利用行為を行うときは、文部科学省の承認手続きが必要です。

目次

1. 本調査の目的	1
1.1 本調査の背景と目的	1
1.2 本調査の実施方法	2
1.2.1 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析	2
1.2.2 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施	2
1.2.3 報告書の作成	2
1.3 実施スケジュール	3
1.4 本報告書の構成	3
2. 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析	4
2.1 研究支援サービス事業者に対するサービス利活用の現状及び取組の調査	4
2.1.1 調査方法	4
2.1.2 調査結果	6
2.1.3 調査分析とまとめ	19
2.2 サービス利用者に対する調査	21
2.2.1 調査方法	21
2.2.2 調査結果	23
2.2.3 調査分析とまとめ	28
2.3 非サービス利用者に対する調査	29
2.3.1 調査方法	29
2.3.2 調査結果	30
2.3.3 調査分析とまとめ	33
3. 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施	34
3.1 研究支援サービスの利活用を促進するための調査	34
3.1.1 調査方法	34
3.1.2 調査結果	34
3.1.3 調査分析とまとめ	38
3.2 周知活動の実施	39
3.2.1 実施方法の検討	39
3.2.2 実施内容	41
3.2.3 まとめ	48
4. 認定制度・認定サービスに対する提言	49

5. 本調査のまとめ	51
------------------	----

参考資料

- 認定制度・認定サービスのご紹介(パンフレット)

図 目次

図 1-1 実施スケジュール.....	3
図 3-1 パンフレット表紙.....	41
図 3-2 パンフレット目次.....	42
図 3-3 認定制度の紹介.....	43
図 3-4 認定サービス紹介のフォーマット.....	44

表 目次

表 2-1 研究支援サービス事業者へのヒアリング実施日	4
表 2-2 ヒアリングでの伺い事項	4
表 2-3 サービス利用者に対する調査の実施概要	21
表 2-4 非サービス利用者調査の実施概要	29
表 3-1 RA 協議会年次大会におけるセッション構成案	46
表 3-2 RA 協議会年次大会における認定サービス事業者からの発信方法	47

用語・略称の一覧

本報告書での表記	正式名称・意味など
A-PRAS	研究支援サービス・パートナーシップ認定制度。研究者の研究環境を向上させ、我が国における科学技術の推進及びイノベーションの創出を加速すると認められるサービスについて文部科学省が認定を行うもの。
URA	リサーチ・アドミニストレーター。大学等において、研究者とともに(専ら研究を行う職とは別の位置付けとして)研究活動の企画・マネジメント、研究成果の活用促進を行うことにより、研究者の研究活動の活性化や研究開発マネジメントの強化等を支える業務に従事する人材。
RA 協議会	一般社団法人リサーチ・アドミニストレーション協議会。

1. 本調査の目的

1.1 本調査の背景と目的

科学技術の振興やイノベーションの創出を進めるためには、研究者の研究時間や研究資金の確保などが必要であり、こうした研究者の研究環境向上に資するための支援をできるだけ多く行うことが重要である。このため、政府による支援だけでなく、優良な民間サービスの活用促進を検討すべきである。

そうした問題意識の下に、文部科学省では、民間事業者が行う研究支援サービスのうち、研究者の研究環境を向上させ、我が国における科学技術の推進及びイノベーションの創出を加速すると認められるサービスを認定する「研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)」を令和元年度より開始した。文部科学省が優良サービスを認定することで、大学や研究機関がそれらのサービスを安心して利用できるようになり、活用が促進され、研究環境が向上していくことを目指している。

一方で、我が国の研究環境を改善していくためには、優れた研究支援サービスを認定するだけでなく、その利活用促進に際し顕在化する課題や制度上の隘路について整理し、政府として必要な方策(補助金・委託費の執行ルールなど、制度の見直しも含む)を講じていくことが重要である。

そこで、本調査では認定された研究支援サービスの利活用の現状を調査するとともに、利用を拡大する上での課題及びその解決方策について分析した。併せて、研究支援サービスの利活用促進のための周知方策についても調査・分析し、その分析結果を基に実際の周知活動も実施した。

1.2 本調査の実施方法

本調査では、調査を進めるにあたっては、文部科学省と協議を行い、連携しつつ実施した。なお、文部科学省と行う協議や研究支援サービスの関係者含むヒアリング全般については、オンラインで実施した。

1.2.1 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析

これまでに認定された9件の研究支援サービスの事業者に対して、研究支援サービスの利活用の現状及び各サービスが研究者の研究時間の確保に向けて実施している取組についてヒアリングを行った。そこから、何らかの方策をとれば利活用が促進されるサービスや、研究者の研究時間の確保に資すると考えられるサービスから、4件の研究支援サービスを絞った。さらに、それらのサービスの利活用を拡大していく上での課題や解決方策について、研究支援サービス事業者から情報提供されるサービス利用者だけでなく、サービスの利用が少ない研究機関の研究者や事務担当者等、サービスの利用を拡大する上での課題を調査できるような者(以下、非サービス利用者とする)も含めたヒアリング調査を実施した。

なお、対象とするサービスやヒアリング対象者については文部科学省と協議し、決定とした。ヒアリング実施に際しては、文部科学省の担当者も可能な限り参加できるよう、ヒアリングの日程の調整を行った。また、調査・分析の際にも、文部科学省との打ち合わせを随時設定した。

1.2.2 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施

研究支援サービスの利活用を促進するための、研究者や大学、研究機関に対しての周知方法についてのヒアリングを行い、調査・分析を実施した。有識者については実際の研究現場の実情を把握している者、あるいは大学や研究機関の事務担当の実情を把握している者が含まれていることが望ましいため、1.2.1のサービス利用者及び非サービス利用者のヒアリングと併せて実施した。

また、上記分析の結果で得られた適切な周知方法を踏まえて、文部科学省と実現可能な範囲を協議の上、周知活動(形式は対面の方法に限定するものではない)を実施した。

1.2.3 報告書の作成

1.2.1～1.2.2により得られた調査内容を総合し、報告書としてとりまとめた。

1.3 実施スケジュール

研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)の利活用促進に関する調査の実実施スケジュールを図 1-1 に示す。

ヒアリングを先行して進めた上で、効果的な利活用促進のための周知方法を検討・実施する工程とした。

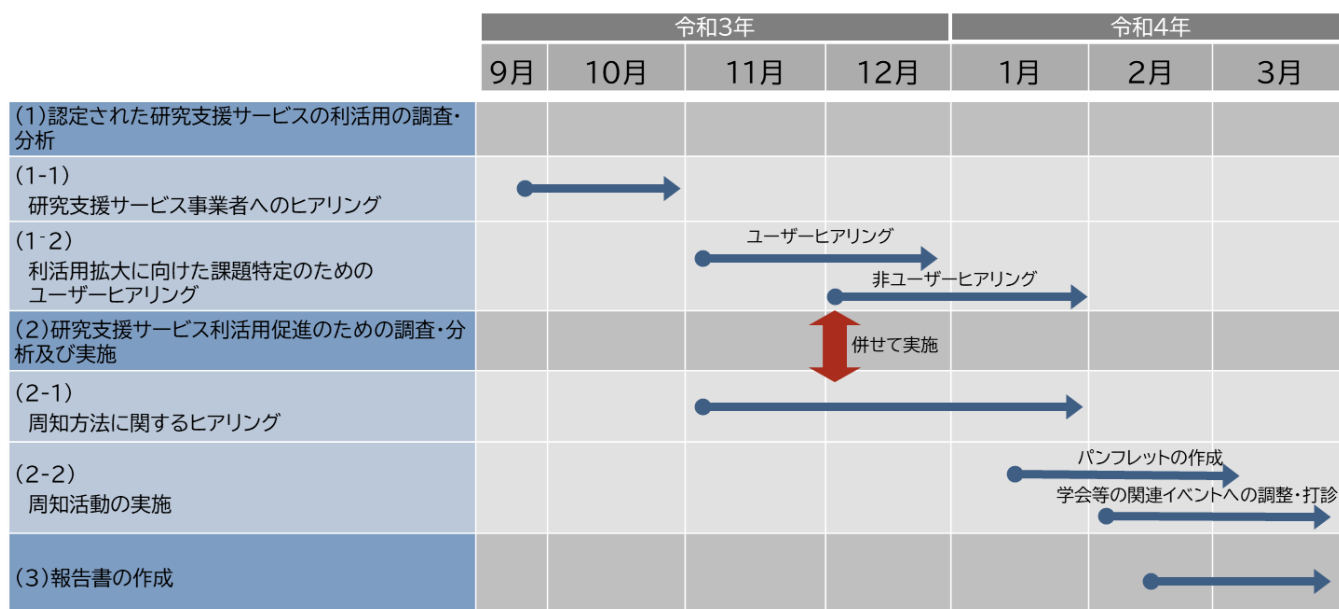


図 1-1 実施スケジュール

1.4 本報告書の構成

本章以降の、「2 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析」では、研究支援サービスの利活用の現状及び各サービスが研究者の研究時間の確保に向けて実施している取組についてのヒアリングの実施方法及びその結果をとりまとめた。また、それらのサービスの利活用を拡大していく上での課題や解決方策について、研究支援サービス事業者から情報提供されるサービス利用者だけでなく、非サービス利用者も含めたヒアリングの実施方法及びその結果をとりまとめた。

「3 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施」では、研究支援サービスの利活用を促進するため、研究者や大学、研究機関に対し周知方法についての調査結果及びその分析した結果をとりまとめた。さらに、上記分析の結果を基に実施した周知活動の実施内容を整理した。

2. 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析

2.1 研究支援サービス事業者に対するサービス利活用の現状及び取組の調査

2.1.1 調査方法

研究支援サービスの利活用の現状及び認定されている各サービスが研究者の研究時間の確保に向けて実施している取組について把握するため、認定されている全 9 件のサービス事業者に対して、ヒアリング調査を実施した。ヒアリングを行った事業者及び実施日について、表 2-1 に整理した。

ヒアリングでのお伺い事項について、表 2-2 にまとめている。ヒアリングでは、まず前提として各サービスの概要や展開見込み、広報活動の現状の確認を行った。その後、現状の認定制度によるサービス利活用への寄与度を確認するため、認定制度に認定されたことによる効果について確認を行った。最後に、利活用拡大に向けた課題・方策検討のため、現状のサービスにおける課題と認定制度への要望の確認を行った。

表 2-1 研究支援サービス事業者へのヒアリング実施日

ヒアリング先事業者	研究支援サービス名	ヒアリング実施日
ミュージックセキュリティーズ株式会社	Securite ACADEMIA(寄付)	2021年9月29日
リカケンホールディングス株式会社	リサイクルネットワーク、マルチベンダーサービス、ラボストックサポート、ZAICO、ZAI	2021年10月4日
日本電子株式会社	研究機器のシェアリングサービス	2021年10月4日
株式会社ジー・サーチ	JDream Expert Finder	2021年10月5日
カクタス・コミュニケーションズ株式会社	Impact Science	2021年10月8日
丸善雄松堂株式会社	J-DAC ジャパンデジタルアーカイブズセンター	2021年10月8日
Beyond Next Ventures 株式会社	BRAVE	2021年10月12日
READYFOR 株式会社	READYFOR College	2021年10月12日
株式会社リバナス	L-RAD	2021年10月14日

表 2-2 ヒアリングでの伺い事項

ヒアリング項目	概要
サービス概要	<ul style="list-style-type: none">サービス開始の経緯・時期、サービスの目的、内容・特徴サービスおよび利用者の拡大・展開予定
サービスの利用者	<ul style="list-style-type: none">サービスを利用している機関・研究者・プロジェクト件数、それらの属性

ヒアリング項目	概要
周知広報	<ul style="list-style-type: none"> • 事業者様自身が実施してきた周知・広報活動、およびその効果 • 普及に有効な周知・広報活動の内容・方法・媒体等
認定制度の効果	<ul style="list-style-type: none"> • サービス普及・展開における研究支援サービス・パートナーシップ認定の寄与度 • 認定が効果を発揮する場面(研究者の関心が高まった、事務担当者の了解が得やすくなった 等)
認定制度等への要望	<ul style="list-style-type: none"> • サービスのさらなる普及に当たっての課題 • 課題への対応・改善方策 • 研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)や政府に対する期待・要望

2.1.2 調査結果

各サービス事業者へのヒアリング結果として、表 2-2 のヒアリング項目に沿って、下記にまとめる。

(1) ミュージックセキュリティーズ株式会社(Securite ACADEMIA(寄付))

1) サービスの概要

ミュージックセキュリティーズは、いわゆる購入型・寄付型クラウドファンディングとは違い、事業型ファンドを提供している。事業型ファンドは事業そのものに投資する形になっており、この仕組みが大学発ベンチャーに適している。特にベンチャーでは社長が学生や研究者の場合、ビジネス経験がないため、資金調達だけでは継続・発展は難しいため、資金調達だけでなく、運用期間も資金提供者が寄り添って成長させる形となっている。研究の事業化には事業型ファンド、研究に対しては寄付(経済的リターンの無い投資)と分けて大学に提案している。

ベンチャーキャピタル等が資本参加するような株式投資との違いとして、議決権に影響せず経営の自主性が保たれること、また金融機関等からの融資との違いとして、担保や個人保証が必要無いこと、事業の成果(売上)に連動して分配されるため元本保証が無いこと、が特徴である。また一定の条件を満たせば資本性資金とみなされ、ミュージックセキュリティーズの事業型ファンドで集まった資金を元手に新たな資金調達につなげられる可能性がある。

2) サービスの利用者

サービスの利用者である連携先としては、東京大学・京都大学・信州大学に加えて、電気通信大学とも連携を始めている。当社の事業型ファンドでは出資元の確認が必要となり、本サービスでの支援者は身元確認が終了している。また、新規で寄付を行う支援者についても反社でないことを確認し、身元が確かな寄付金を大学へ送金している。

3) 周知広報

2022年1月現在は、大学数を増やすより、今契約している大学での案件を安定的に回していくことが重要だと考えている。すでに本サービスを利用したいという研究者の方の声も聴いており、1つ1つのプロジェクトを丁寧に対応し、大学内に新たな寄付スキームが構築されることを期待している。必要に応じて周知広報を行う予定。

4) 認定制度の効果

認定を受けたことで、京都大学医学研究科から利用したいという声掛けをもらった。認定を受けたサービスということで、大学の事務方への説明性が高まった形である。信州大学も、認定を受けたサービスということで、本サービスを選定したようである。研究者や大学事務にとって、サービス選定の基準として、認定の有無は重要と考える。

5) 認定制度への要望

サービスの課題として、目標金額を着実に集めることにある。研究者の方々は、研究や教育を行う一方で、寄付に関する事務手続きなどに対応いただいている。それに対して支援ができるように、法人の寄付者を募るなど、サービスの高度化を行っていきたいと考えている。

認定制度への要望としては、他の認定事業者との課題の共有を行いたいと考えている。そのような連携が可能かについて相談したいと考えている。

本認定制度と今後の政策とがつながっていくことを期待する。産官学金融機関連携で政策が動いていく中で、寄付と事業型ファンドを区別して連携できるようにすることが本サービスの役割と感じている。大学と民間企業をつなぐ立場として、認定制度は重要と考えている。

(2) 日本電子株式会社(研究機器のシェアリングサービス)

1) サービスの概要

2018年よりサービスを開始したきっかけは、慶応義塾大学の研究者より、装置を購入したいが予算が足りないという要望を持ち掛けられたことである。研究者の本質的なニーズは、装置自体の購入ではなく、その装置を使って得られる結果・データである。また当時、シェアリングや共用サービスが潮流として存在しており、800MHzの大型NMR(核磁気共鳴)装置の貸出事業を開始した。2020年からは、サービスを拡大し、TEM(透過型電子顕微鏡)の貸出も開始した。現在はオージェ電子分光装置を加えた3種類の装置を取り扱っており、研究者の使用頻度があまり高くない装置をシェアリングサービスの項目に追加している。

文部科学省の「ナノテクノロジープラットフォーム」事業では、利用者が研究機関の装置を幅広く使えるようにする事業を行っている。この事業においては、研究成果を原則公開する必要がある。日本電子のシェアリングサービスの利用者の多くはメーカーなどの企業であり、「ナノテクプラットフォーム」事業との差別化のためにも、研究成果を秘匿したいというニーズに応えている。

また、直近ではコロナ禍で移動が制限されてしまうような状況にあっても装置の使用が可能になるように、Web上で観察を行い、遠隔で操作できるような仕組みを作った。

シェアリングサービスでは、ビジネスとして実施している側面や、文部科学省の「ナノテクノロジープラットフォーム」事業と差別化を図ることから、利用料を高く設定している。日本電子は分析器メーカーであるので、一般の研究者が入手することが難しいハイエンドの装置を利用してもらうことを啓蒙活動として進める必要があると感じている。

現在は、シェアリングや装置開発、装置販売など、縦割りで業務を進めているが、今後は役割等を再整理して、様々なお客様のニーズに合わせたサービスを提供するようになっていきたい。シェアリングや受託分析など、単体のサービスのみでは顧客のニーズを満たすことができない。シェアリングを一つのアイテムととらえ、顧客が様々なサービスにアクセスできるように変えようとしている。

2) サービスの利用者

利用者は、大学やメーカーの分析部門に属する方が多い。そのため、顧客としては、「ナノテクノロジープラットフォーム」事業の対象者と同じ属性である。NMR装置は化学や薬学系の研究者が、オー

ジェ電子分光装置や TEM は材料系の研究者によく使われている。分野というよりは、どういった目的でどのような試料を分析するかによって用途は分かれている。

メーカーと大学では、圧倒的にメーカーの利用者が多い。大学関係者は資金的な観点から、本シェアリングサービスを利用しづらいようである。

リピーターと新規の割合は同程度である。新規の利用者を増やすための試み(初回無料)などは引き続き行っている。良い観察の成果が出た場合は継続して使ってもらえる可能性が高いが、良い成果が出ない場合は継続利用してもらえないことがある。

3) 周知広報

分析器の開発・販売から、サービスを提供する形へ転換したいと考えている。顧客へサービスの説明やアピールをする営業部隊を組織し、展示会や学会など、公の場での周知を行っている。

学会でも本サービスの宣伝をしているが、理科学機器のシェアリングサービスは、文部科学省の「ナノテクノロジープラットフォーム」事業など、既に世の中に選択肢が複数ある。「ナノテクノロジープラットフォーム」事業が制度として整っており、また、分析受託企業も複数存在している。そのような状況下において、日本電子のハイエンド機器を利用してまで必要な分析は何か、投資に値する解析なのか、と検討した結果、サービス利用のハードルが上がり、利用を見合わせる事例もあった。

4) 認定制度の効果

認定後の効果として、大学や官公庁からの問い合わせはあまり増えていない。利用者の大半がメーカーであり、大学・研究者の利用者は少ないことが起因すると考えられる。

ミドルエンドの機器のシェアリングサービスも進めているが、企業からの依頼や問い合わせの方が多いためである。大学・研究機関では各研究室で既に持っている装置が多い。全体として、大学や官公庁からの問い合わせは依然として少ない状況にある。1日の利用で30万～50万円程度経費が掛かるため、大学関係者の予算を踏まえると、利用が限定的になってしまうのではないかと推察する。日本電子としては、事業として成立するためにある程度の収益等を見込む必要があり、安易にサービスの価格を下げることも難しい状況である。

5) 認定制度への要望

利用してもらう際の予算付けについて、省庁から交付された予算内から使用できるような働き掛けをしてもらえれば良いと考えている。装置を購入してもらえるのが一番良いが、シェアリングサービスにも予算が使えることへの周知をもう文部科学省側からしてもらいたい。日本電子はまだ電子顕微鏡の製造販売メーカーとしての認識が強いため、シェアリングサービスも実施していることを顧客に啓蒙する活動が必要と考えている。

(3) リカケンホールディングス株式会社、MHC リユースサービス株式会社、株式会社 ZAICO(リサイクルネットワーク、マルチベンダーサービス、ラボストックサポート、ZAICO、ZAI)

1) サービスの概要

リカケンホールディングス株式会社と MHC リユースサービス株式会社、株式会社 ZAICO とが共同でサービスを実施している。MHC リユースサービス株式会社は、サービス申請時には日立キャピタルサービスという名前で、日立のリース部門として中古機器の売買を行っている企業である。株式会社 ZAICO は、特に理化学機器と関係があるわけではないが、IT ベンチャーとして日本で最も利用者の多い在庫管理システムのベンダー企業である。3 社で科学技術の基盤を支えていくためにこのサービスを立ち上げた。

昨今の SDGs なども考慮して、CSR の観点から中古業者との連携も必要ではないかといった理念の下、研究室に機器を販売するだけでなく、研究室の課題を解決するために、様々なサービスを展開している。そのため、中古品の流通に特化している MHC リユースサービス株式会社と連携することになった。中古品を扱うにあたり、リカケンホールディングスでは、既に新品の理化学機器を扱っており、販売している製品のメーカーが懸念を抱かないよう、メーカーとの調整も実施している。

2) サービスの利用者

バイオ系や化学系の分野の大学や研究機関方に多くご利用いただいている。

3) 周知広報

サービスの周知広報として、封書の発送を行っている。認定後、封書に認定を受けたサービスであることがわかるよう文言を変えたことで、新規企業との案件が増えた。具体的には、1000 件に送った結果、20~30 件新規顧客が増加する形となった。

登録者にはメーリングリスト(ML)を流しており、中古品はほぼ一品ものであるため、ML を流すとすぐに売れることが多い。ML では新着の情報や値下げの情報を流している。

4) 認定制度の効果

認定によってサービスとしての品質が担保されたと感じる。安心感は、ものを売買する際の選定の理由に関わってくるところであるため、認定の効果は大きい。

多くの研究者は科研費を利用しており、機器を購入・売買するにしても方法や指針が分からないということがあった。また資金が限られており、ヤフーオークションなどで細々と売買を行っているようなケースもあり、疑問を感じていた。リカケンホールディングスでは理化学機器のメーカーとして、以前は中古品の売買を抑制する立場であったが、考え方を改めてサービスを展開したこと、そして文科省から認定を受けたことで、広く受け入れられるようになったと考えている。

認定が効果を発揮する場面として、サービスの利用に際し、大学の事務方を説得する時が挙げられる。大学の事務方などは中古機器の売買についてネガティブに考えていたようである。認定され

る前は、中古だから利用できないという声があったが、文部科学省から認定を受けたサービスということで、研究者から使用の要望があった際の説明性が上がったことで、障壁がなくなり、利用者にとって買いやすくなった。

5) 認定制度への要望

情報共有の場の頻度を上げてもらいたい。課題解決の抽出をどのようにしているのか、互いの認定事業者と共有したいと思っている。また認定制度を広めていただき、ブランド力を高めてほしい。

科研費を利用して購入した物品の売却については、依然として課題となっている。理化学研究所など独立行政法人については、売買が進んでいない。何かしら現状の制度の中で、機器の売却が一つの手段であることを促していただければと思っている。JSTなどは倉庫に機器が山積みになっているようであるため、そういったところの売却を促すことができれば、基礎研究が進むのではと思っている。

研究開発法人で特にチャンスがあるという認識である。特に保安施設において、大量に機器を貯めているような状況のようなので、活用できないかと思っている。

(4) 株式会社ジー・サーチ(JDream Expert Finder)

1) サービスの概要

2013年から論文の文献データ検索サービス JDreamⅢのサービス提供を開始し、2016年から、JDreamⅢの情報源をもとに新しいサービスを提供できないか、検討を開始したところ、JDreamⅢの論文検索機能を応用し、ユーザーがキーワードを入力することで、その分野のキーパーソンを特定できるシステムを構築することとした。

2017年に、京都大学、理化学研究所を中心として産学官連携コンソーシアム LINC (Life Intelligence Consortium)が立ち上がり、まだ知られていない若手研究者の中から、将来有望な人材を発掘できないか、というテーマで活動していた。2019年にアルゴリズムを活用した若手研究者発掘手法を開発した。ジー・サーチで実証実験済の JDream Expert Finder の原型となるシステムに、LINC で開発した若手研究者発掘機能を追加して、2019年8月30日にサービスリリースした。

大学の教員を探す機能であるため、当初は企業側からの視点で考えていたが、URA が、実際の研究活動の中で、自校の研究者・教員を調べたいというニーズを持っていることが分かった。大学の現場では、自校の教員の研究活動が論文レベルで把握できていないという課題もあったようである。競争的資金公募への応募の準備をする際に、JDream Expert Finder が利用される事例がある。

2) サービスの利用者

サイエンス全般、特にライフサイエンス、化学、データサイエンスにニーズがある。大学全体よりも大学の特定の部署・部門、特にオープンイノベーション機構や産学連携本部、URA 推進室などから注目されている。

JDream Expert Finder を用い、連携可能性のある企業を探す際に利用している事例もある。

注目している教員の名前で検索し、類似した特徴を持つ研究者の中から、株式会社に所属している研究者を選び事前のスクリーニングに用いることもあるようだ。

3) 周知広報

認定を受けた際に、プレスリリースの掲載などを行った。また、サービスについて、動画や WEB サイト以外では、Zoom の無料セミナーを実施している。コロナ禍により、ウェブのセミナーが一般化し気軽に申し込んでもらえるようになった。ソリューションセミナーでは、社会的に興味関心の高い、マテリアルズ・インフォマティクス、デジタルツイン、マイクロプラスチック、カーボンリサイクルの 4 テーマにおいて、JDream Expert Finder を用い、研究者を探す事例を紹介している。

月に4回程度、テーマを毎回変えながらセミナーで紹介している。セミナー後のアンケートにおいて、参加者の方から、JDream Expert Finder について、より詳細な説明をしてほしい、といった要望を得ることもある。

参加者としては、大学関係者もいるが、割合としては企業関係者の方が多い。セミナーの内容としては、大学関係者が興味のある、連携可能な企業を探すテーマを含めて実施している。

4) 認定制度の効果

認定制度は、国立国会図書館の Web サイト(カレントアウェアネス)で知った。A-PRAS 認定制度の認知度について、大学のオープンイノベーション機構、産学連携本部、研究推進の部署などには、まだ本制度自体が浸透していないのではないかと感じている。

A-PRAS 制度がきっかけとなり、何件か問い合わせを受けたが、デモを含む詳細説明までつながったのは 2 件である。それ以外の大学は、A-PRAS 認定制度がなかったとしても利用していたと思われる。認定制度そのものというよりは、サービスの機能に興味を持ったのではないかと。認定前後でサービスの利用に関係する手続きの作業量自体は変わらなかった。

5) 認定制度への要望

2020 年度に、A-PRAS 認定業者間でのイベントをリアルで開催できなかったのが残念である。JST が開催している「イノベーション・ジャパン」のような、互いにサービスを紹介しあえる形式の交流イベントを期待している。オンラインだと、一方通行のコミュニケーションになりがちなので、今後は相互に聞きたいことを聞けるようになると良いのではないかと。

オープンイノベーション機構の予算は文部科学省から措置されている。大学から、当社のサービスを利用する際に、その予算で支出して問題ないか聞かれ、大学側が悩み、利用を控えた事例があった。大学からは、1 年間継続してのサービス利用は予算上難しく、特定の目的のために、サービスを 1 か月だけ使いたいというニーズが寄せられている。サービスの利用について相談した際に、大学内部での報告で、予算の執行が認められるのかという点で障壁になったという事例がある。

大学で広く一般に使ってもらう共通のサービスと、民間企業向けのサービスとを分けて提供することも考えられる。(本サービスは)大学全体で基盤として使ってほしいという思いがある。目的に応じて、様々なサービスや機能を気軽に使ってほしいが、大学や企業では、執行予算についての説明が大変であると同っている。特許庁の特許情報データベース、J-PlatPat のように広く開かれたもの

として、本サービスも、大学やアカデミアにも広く使ってもらえればと考えている。若手の研究者は、適切な時期に適切な助成を得られれば、より多くの成果が上げられると考えている。そのために、(アカデミア、大学、企業を問わず)必要に応じて手軽に利用してもらいたい。

(5) 丸善雄松堂株式会社(J-DAC ジャパンデジタルアーカイブズセンター)

1) サービスの概要

歴史資料の出版を事業の一つとして行っており、以前はマイクロフィルムやCD、DVDなどの媒体で出版を行っていた。10年ほど前からオンラインでの資料出版を始め、現在に至っている。他では見られないような、希少価値の高いものを対象にしており、多くは原資料・文書(もんじょ)類である。

無償型は広く公開する形に、有償型の方は学術機関向けになっている。有償型の場合、多くは資料所蔵機関にこちらから提案する形である。資料を所有するどの機関も、資料を広く使ってほしいという希望を持っているかと思うが、リソースなど様々な問題から、デジタル化にまで至っていない、あるいは公開に向けた資料そのものの整理ができていない、などの課題を抱えている。一方、ユーザーから見れば、たとえば、学生が見たいと思っても、許可がないと閲覧できない、また閲覧できても複製ができないなど、資料へのアクセス・利用にハードルがあることが多い。J-DAC で公開することにより、それらの課題を解決し、歴史資料のアクセシビリティの改善を果たしている。

有償のコンテンツは現在20点程度であるため、総数を増やしていきたい。また分野の範囲も広げていきたい。また、これまでは文字資料が対象であったが、音声資料なども対象にしていきたい。今よりも違う角度で広げていきたい。

2) サービスの利用者

利用者のターゲット層については、コンテンツに紐づく形だが、研究活動での利用がメインである。ただ、オンラインで歴史資料を出すことで、授業でも使えるようになったという声をもらっている。例えば、太宰治の原稿集が有償型にあるが、それらは授業でも活用してもらっている。また、遠隔地から資料を見に行く手間がなくなるという利点もある。特に移動を制限された、今回のコロナ禍で、オンラインならではの利点が大きくなっている。J-DAC 全体の契約機関数は150機関程度となっている。

3) 周知広報

有償型については、一つ一つのコンテンツが専門性のあるものであるため、その専門資料に興味を持っていただけそうな大学の研究者に営業している。それを通じてサービスの広報となっている。

また、有償型に関しても、検索までは無料でできるようになっており、HPで資料を検索して見つけたために、購入の要望が出るということがある。またツイッターを活用している研究者もいるため、研究者自身がこのサービスを広めることもある。

4) 認定制度の効果

認定制度の効果は、お墨付きをいただいたということが大きい。有償型であれば、個別のコンテン

ツを販売する前に、所蔵機関にオンライン出版をしないかという打診を行う。その際に、認定制度によるお墨付きがあるため、安心感を持ってもらえる。

5) 認定制度への要望

認定数は多くなくてもよいので、毎年ある一定数の事業者を認定されていけばよいと思っている。他のサービスを知ることで、こちらも勉強になる。

(6) カクタス・コミュニケーションズ株式会社(Impact Science)

1) サービスの概要

カクタス・コミュニケーションズ株式会社(以下、カクタス)は 19 年に亘り英文校正校閲・翻訳の「Editage」、を通して 50 万人以上の研究者の 200 万稿以上の論文執筆を支援してきた。そして、出版された論文に関する研究内容を世界に発信したいという研究者からの要望を踏まえて、2019 年に国際研究広報サービス「Impact Science」を立ち上げた。

現在、韓国・中国・シンガポール・イギリス・アメリカ他で「Impact Science」を展開しており、研究動画制作・ウェブサイト構築・インフォグラフィック制作・プレスリリースやレイサマリーの執筆、SNS 発信等を英語で提供している。国内外を問わず、国立研究所や大学、学会、出版社等の利用実績があるが、日本の研究機関によるご利用が世界で一番多い。

これらのサービスは、修士号や博士号を持つ社員サイエンスライター(150 名以上)や契約ライター(3000 名以上)により支えられており、対象となる研究分野は 1200 以上に渡る。また、ライターは全員英語ネイティブであり、英語の論文を元に直接英語でプレスリリースや研究動画を提供している。日本語への翻訳を挟まずに、英語から英語で広報物を制作していることが「Impact Science」の特徴である。

2021 年度から、さらにサービス内容を拡充しプレスリリース用簡易動画作成サービスや論文選出サービス他を開始した。

2) サービスの利用者

サービスのご利用は理系の研究成果発信が中心である。それは、国を超えても関心呼びやすいためであるが、今後は人文系も含めた日本の科学技術や研究知見をさらに発信していきたいと考えている。

3) 周知広報

「Editage」は B to C 事業がメインであり、主な利用者は個々の研究者であるが「Impact Science」は B to B 事業であり、現状では、大学などの研究推進・広報担当部局、URA 室とのやりとりが中心である。

サービスをご利用いただくにあたり、個々の研究者の科研費ではなくも、大学(全体)の広報予算が原資となる場合が多い。担当者は、職員だけではなく准教授や URA など多岐に渡る。

寄付等のクラウドファンディングとは連携可能であると考えている。寄付の依頼については、文章

で研究内容を伝えて寄付のお願いをするよりも、映像等で研究内容をまとめたほうが SNS 等においても拡散されやすいと思われる。

現在は RA 協議会他における講演を除くとプッシュ戦略が主であるが、マーケティングや Web 広報も活用するようなプル戦略についても検討中である。

4) 認定制度の効果

現在のサービス利用者のうち、どの程度が、A-PRAS 認定がきっかけとなってサービスを利用したのか調査することは難しい。営業活動をしている際に、文科省の認定を受けていることによってサービスを信頼してもらえている、と感じたことはある。

文科省による A-PRAS に関するアンケートがあれば、顧客から話を聞きやすいのではないかと考えている。A-PRAS 認定以前からの顧客に対し、A-PRAS 認定を取得したことを伝えた際、「ずっとこのサービスを使ってきてよかった。」という声があった。A-PRAS 認定を得られたことで、サービスを継続して利用してもらえる側面もあるのではないかと拝察されるためアンケート等による客観的調査を行いたい。

5) 認定制度への要望

事業者間の横の連携が本事業のさらなる発展に繋がると考えている。A-PRAS が特保(特定保健用食品)のように、多くの人に認知されるよう、一事業者として A-PRAS 広報に邁進したい。

(7) Beyond Next Ventures 株式会社(BRAVE)

1) サービスの概要

ベンチャーキャピタル業務と並行してアクセラレーションプログラム「BRAVE」を行っている。技術系のスタートアップ企業の創業初期段階に特化したアクセラレーションプログラムであることが特徴である。技術系のスタートアップ企業の創業チームの組成やビジネスプランのブラッシュアップ、ネットワーク構築など資金調達に直結する支援を行っている。JST の「START」(研究成果展開事業 大学発新産業創出プログラム)プログラムの事業プロモーターや NEDO「研究開発型スタートアップ支援事業(NEDO STS)」の認定ベンチャーキャピタルとなっており、スタートアップ企業の中で優れたチームに対しては、同事業への推薦を通じた資金獲得の支援も行っている。

2) サービスの利用者

約半数が大学に所属する研究者からの応募であり、残りの半数は起業したばかりのスタートアップ企業である。魅力的な事業の構築、優秀な経営メンバーの拡充、投資家からの資金調達の加速を目的に参加している。また、多数では無いものの、現職での研究開発プロジェクトを独立させ、カーブアウトベンチャーの起業を志す方からの応募もある。

「BRAVE」プログラムへの応募について、研究室の中心的なメンバーである教授や、准教授、助教の方が中心となって、合計 2~3 人で応募されることが多く、ビジネスサイドのコアメンバーが不足

している。「BRAVE」では独自のネットワークを通じて、事業立ち上げやスタートアップへの参画に意欲的な人材を募集し、これらのチームにアサインしている。スタートアップ企業についても同様の課題を抱えているケースが多く、プログラムの中で支援を行っている。

3) 周知広報

主に大学内の産学連携本部と連携し、オンラインでの告知イベント、広報物の頒布、個別研究者への声掛けを行っている。また、Facebook、Twitter といった SNS も活用している。大学内への広報という観点から、広報部に対しての活動は行っていない。

大学のほかにも、一部の学会で広報活動を行っている。

4) 認定制度の効果

認定制度については、より多くの研究者にサービスを知ってもらい、利用していただく目的で申請を行った。実際に研究者からのアクセス件数は増加しているものの、認知向上のために独自の取り組みも並行して行っており、A-PRAS の寄与度は検証の余地がある。

5) 認定制度への要望

認定サービスを使った企業に対して、箔だけではなく実利があると良いと考えている。例えば、オフィスが安く使える、創業融資にアクセスしやすくなる、知財や法務についての支援が得られる、人材採用の支援が得られる、広報活動の支援が得られる、文部科学省の公募の際に加点してもらえる、などといった実益があると良いと考えている。

(8) READYFOR 株式会社(READYFOR College)

1) サービスの概要

クラウドファンディングサービス「READYFOR」では、医療・研究分野、地域活性化分野、文化アート分野、ソーシャルグッドなどに対してクラウドファンディングを提供している。そのなかでも大学に特化した、「READYFOR College」というプログラムを展開している。研究、教育、大学の設備投資等のプロジェクトの実施の際に活用されている。特に、国立大学では、国からの資金を十分に調達するのが難しくなったことを背景に、外部資金・寄付金を調達することで、大学運営・研究・教育等を活性化させたい、といったニーズがある。そのニーズに応える形で 2017 年に「READYFOR College」をスタートした。お金を集める部分に関してはクラウドファンディングと同様の仕組みであるが、集まったお金を大学が寄付金として受け入れることができる。

プロジェクトについては、学生のやりたいことを応援する大学や、医療分野の研究開発に注力したい大学、設備の改修に資金が必要な大学など、大学によって様々である。それぞれの大学・プロジェクト実行者となる研究者などの意向を踏まえて、最適な進め方、サポートを提案している。

2) サービスの利用者

主な実行者は大学の教職員や研究者である。大学が認めた場合は学生も実行者になることができる。

READYFOR から大学に資金を渡し、その後、大学から各研究室や学生などに資金が渡される。

実際にプロジェクトを実施するとなると、大学内でのスキームが整っている必要がある。具体的には、学内規定の整理や作成、寄付金の取り扱い等について調整している大学が多い。一度クラウドファンディングで寄付集めを試してみたら提携を検討したい、という大学もあり、トライアルでプロジェクトを実施する場合もある。

3) 周知広報

大学への周知・広報については、今は問い合わせをいただくケースが多く、その半数以上が基金室や事務局からの問合せである。学内の研究者から、クラウドファンディングを行いたいという要望が上がり、基金室などが当社に問い合わせを行っているようだ。現在は、その問い合わせに対して、説明や資料、契約書の送付を行っている。資金調達や広報をしていく手段を増やしていきたいというニーズである。学生も含めて、自分たちが行っている研究の広報やアウトリーチを行いたい場合であっても、大学内部での整備が追いついておらず、悩んでいる研究者から、「READYFOR College」へ問い合わせを受けることもある。

プロジェクトを実施するための体制整備について、寄付のリターン(お礼の手紙など)発送や資金の管理などを大学のどの部署が行うのか、といった整理がつかないことがある。上層部がクラウドファンディングの導入に前向きであったとしても、事務方の作業は増えてしまうことがある。

4) 認定制度の効果

A-PRAS 認定を受けてから、プレスリリース等を通じて社外へ発信している。また、問い合わせ先へ送る資料に、A-PRAS 認定を受けたことを掲載している。認定を受けていることで大学に安心してもらえているのではないかと考える。ただ、A-PRAS 認定を受けたからといって、契約までの期間が短くなったということはこれまでない。

5) 認定制度への要望

「READYFOR College」を使ってもらうきっかけが欲しいと考えている。「READYFOR」は、日本初のクラウドファンディングサービスであるが、ベンチャー企業という理由でサービスの利用を足踏みされてしまう場合がある。特に、大学の事務に利用を前向きに検討してもらえるきっかけになればと思っている。

(9) 株式会社リバネス(L-RAD)

1) サービスの概要

2001年12月創業し、2002年6月に設立された株式会社リバネスは、現在70名程度の社員数で、約半数が博士号、残り半数も修士号を取得している。スタッフはアカデミアの研究者が直面している外部資金による研究費獲得の困難さを理解しており、特に若手研究者に対して、少額でもよいかから自由につかえる研究費を獲得して独創的な研究をしてほしいと考えており、40歳以下の若手研究者を対象にした「リバネス研究費」という研究助成を始めた。

リバネス研究費を主催するようになり、公募・審査・採択をする立場になって気付いたことは、採択できる研究アイデアの数は僅かであるが、不採択のアイデアが決して劣っているわけではないということである。そのため、不採択となった研究であっても次につながる方法を見つけたいという思いがあった。科研費等の公的な競争資金においても同様の構造が見受けられ、年間10万件程度の申請がある中、採択されるのは僅か25%程度に留まっている。

産業界の資金をアカデミアに活用してもらうことは有益であり、産業界という異なる目線で再評価することでアイデアが活きることもある。産業界としても新しいアイデアに出会う機会を獲得することができるため、両者にとってメリットがあり、アカデミア・産業界とも活性化できると考えた。埋もれたアイデアの活用を通じて、日本の国際競争力の向上を狙っていききたいという背景の下、2015年12月にL-RADのサービスをスタートさせた。

研究アイデアが盗用されてしまう懸念に対して、回避する仕組みをプラットフォーム上で構築している。具体的には、公開情報と非公開情報を明確に分けており、アクセスした情報に閲覧者の足跡が残るようにしている。

今後は関連するサービス開発していきたい。L-RADに登録されたアイデアは現在2000件あるが、登録数が増えてきた場合は、また違った新たな価値を提供できる可能性があると考えている。現在それを検討しているところである。利用者数が増えていく中で、活用の幅を拡げるサービスを検討していきたい。

2) サービスの利用者

サービスの利用にあたり、研究者は個人での登録が可能である。2021年10月現在では、7機関と連携しており、大学によっては産学連携部署がとりまとめているようである。その場合、研究者がL-RADに登録するには、研究者の合意が必要であり、産学連携部署が合意を取り付けることになる。

3) 周知広報

研究者側にとっては、どのような企業が閲覧しているのかを意識するはずであり、それを踏まえた広報を実施している。一方、企業側はどのような研究者がL-RADにアイデアを登録しているかを意識しているはずである。

セミナー開催や産学連携部署へのメール配信に加え、研究者と直接接点があった際にL-RADに関する案内をしている。また、クロステックプログラムの中で、企業の集中した閲覧が予想される時

期に、企業がどのようなアイデアを求めているのか、その分野や関心事項に関する情報をアカデミア側に積極的にアナウンスをしている。

4) 認定制度の効果

セミナーにおいて、L-RAD を説明した後に、文科省から認定されたことを言及している。A-PRAS 認定制度のことを全く知らない人もいるが、安心感にはつながるのではないかと感じる。

A-PRAS 認定によって投稿数が増えているかは特に把握していない。アカデミアの事務方にとって、信頼感醸成の効果について、事務手続き上の変化はないが、提案段階の営業はしやすくなったと感じる。

産学連携部署の協力が得られると活用がさらに進むと考える。産学連携担当が、研究者に対し迂闊なことを勧められないとして、L-RAD 利用におけるリスクを危惧していると感じることがある。

5) 認定制度への要望

認定制度の知名度がさらに上がるとよい。実態はよく分からないが、産学連携部署も登録に前向きと思われる研究者を選別して、声をかけている可能性がある。一方で、産学連携部署として、研究者と企業が直接コミュニケーションをとることは、どのようなコミュニケーションがなされているのかを把握できないため、不安を抱いていることもあるのではないかと感じる。研究者は企業と直接やりとることになっていない場合もあるため、産学連携部署が窓口となる場合もある。

認定制度への要望として、競争的資金の採択・不採択の通知の際に、あわせて、L-RAD の存在もお知らせいただけるとありがたい。

また、他の認定制度サービス事業者と連携について、一緒に広報活動を実施すれば効果的かもしれない。お互いのサービスの強みを活かした新たなサービスの検討はありえるのではないかと感じる。

2.1.3 調査分析とまとめ

ヒアリング調査のまとめとして、周知・広報活動、課題、認定制度の効果、認定制度への要望の4つの観点で以下にまとめる。

(1) 周知・広報活動

各サービスが独自に行っている周知・広報活動として、主に Web サイトや SNS での情報発信、大学への DM、展示会・学会での周知活動などが挙げられた。また能動的な活動以外では、研究者間でのサービス情報の拡散によりユーザーが獲得できた例があることも確認された。ただ周知・広報活動については、各サービスにおいて採用している方法にばらつきがあり、これはサービスによってアプローチ先(研究者、URA、大学事務)が異なることが原因と考える。

(2) 課題

各サービスが抱える課題について、そもそもサービスの内容に対する理解が不足している、大学内部での予算獲得時の説明が困難といった意見が得られた。これらの意見については、認定サービスの周知の際に、サービスの内容や費用対効果について十分に周知されていないことが原因と考えられ、周知用の資料などにおいて、掲載情報の再検討が必要と考える。

またその他の意見として、サービス導入による事務作業の増加、もしくは URA 業務との重複を懸念するために大学側が導入を渋っているという意見が得られた。これらの意見についても、上記と同様に周知活動の中での工夫が必要であり、サービス内容や事務負担増加に対する費用対効果が把握できるような周知が求められると考える。

(3) 認定制度の効果

認定サービスの効果について、最も多かったものとして、大学の事務への説明性が高まった、研究者などの実際のサービス利用者の安心感につながったという意見が挙げられた。文部科学省からの認定を受けていることにより、サービスの信頼度向上の効果が非常に大きいと考える。特にクラウドファンディングなどの、既存の大学機能にないようなサービスにおいて、この意見が多くみられ、認定による信頼度向上の効果を受けやすいと考える。

一方で、文書共有や機器シェアリングなどの、サービスの信頼度ではなくコンテンツの内容に依存するようなサービスについては、認定されたことによる効果はほぼないという意見が得られており、認定されていること自体により受ける効果はサービスの種類によってばらつきがあることが判明した。

(4) 認定制度への要望

認定制度への要望として、他認定事業者との情報共有の場の増加を要望する声が最も多くみられた。特に、他の認定サービス事業者との課題の共有をしたいという意見が得られており、今後も継続的に事業者間の共有の場の設定が必要と考える。

また、同じく多く挙げたものとして、認定制度自体の認知度の向上や認定サービスを利用することにより得られる効果の周知といった意見が見られた。これらについて、認定制度及びその中で認定されているサービスの認知度向上のため、実際にサービスの選定に係る URA や大学事務への効果的な周知・広報活動が重要であると考ええる。

上記、事業者へのヒアリング調査を通じて、認定サービスの利活用拡大のために以下のような施策が重要と考える。

- 周知・広報活動時の内容の再検討(認定制度の効果や費用が一目でわかるなど)
- 認定制度自体の広報の場の設定
- 認定サービス事業者間の情報共有機会の増加

2.2 サービス利用者に対する調査

2.2.1 調査方法

(1) 認定サービスの選定

利用者調査対象の選定に際し、9件のサービスを①寄付金・クラウドファンディングサービス②研究者発掘・マッチング系サービス③広範なアウトリーチ系サービス④その他の4つに分類した。①からは今後の広報活動により利用者の増加が見込めるミュージックセキュリティーズの「Securite ACADEMIA」、READYFORの「READYFOR College」を、②からはサービス普及の課題の焦点が絞しやすいリバネスの「L-RAD」を、③では今後のサービス拡大の可能性が高いリカケンホールディングス株式会社 MHC リユースサービス株式会社 株式会社 ZAICO の「リサイクルネットワーク マルチベンダーサービス ラボストックサポート ZAICO ZAI」を選定した。

(2) サービス利用者の選定

利用者のヒアリング先の選定にあたっては、サービス事業者の情報提供を依頼し、可能な範囲で、下記の異なる3属性をヒアリング先として選定した。

- 研究者
- URA
- 事務

認定サービスおよびサービス利用者の選定を踏まえたヒアリングを、下記の表 2-3 に示す通り実施した。

なお、本報告書では、ヒアリング先から要望があり、ヒアリング先が特定されない形でとりまとめている。

表 2-3 サービス利用者に対する調査の実施概要

ヒアリング先	属性	利用認定サービス	ヒアリング実施日
A 大学	URA	Securite ACADEMIA	2021年11月18日
B 大学	事務	Securite ACADEMIA	2021年11月24日
C 大学	URA	L-RAD	2021年11月26日
D 大学	URA	L-RAD	2021年12月6日
E 大学	研究者	リサイクルネットワーク マルチベンダーサービス ラボストックサポート ZAICO ZAI	2021年12月7日
F 大学	研究者	リサイクルネットワーク マルチベンダーサービス ラボストックサポート ZAICO ZAI	2021年12月8日

ヒアリング先	属性	利用認定サービス	ヒアリング実施日
G 大学	研究者	リサイクルネットワーク マルチバンダーサービス ラボストックサポート ZAICO ZAI	2021年12月9日
H 大学	事務	READYFOR College	2022年1月6日

2.2.2 調査結果

(1) ミュージックセキュリティーズ株式会社(Securite ACADEMIA)

1) サービス利用の経緯

サービス利用の背景として、科研費の申請に対する採択の比率が低下しており、特に若い研究者の科研費獲得が難しくなっている。その中で研究活動の支援、特に若手研究者の支援をしたいという研究科全体の意向があった。そのような中で、ミュージックセキュリティーズから寄付型のクラウドファンディングを提供できるプラットフォームがあると提案をもらい、2020年4月に包括的な契約を締結した。大学事務には、研究推進機構からサービス利用の旨の話が来た形である。

選定理由としては、認定の有無より、他のクラウドファンディングに比べて手数料が少ないことや反社チェックの体制が整っていたことの方が大きい。

2) サービス利用による効果

寄付について、目標を達成できたものもあれば、できないものもある。大学から寄付者への宣伝効果が難しく、特に基礎研究は広報・アピールが難しい。効果は思ったほど大きくないと感じる。一般の方々にアピールをして寄付をしていただくのは科研費とは違った形で負担が大きい。プラットフォーム自体は有効だが、現時点では満足できるものではなく、改善の余地があると感じている。

3) 認定制度の効果

文部科学省からの認定があったため、包括契約を結ぶ形となった。事務的な手続きを進めるうえで、サービスのブランドに対するお墨付きが重要であった。また、大学内ではクラウドファンディングでお金を集めるという発想がなかったため、新しい仕組みを導入するには、文部科学省が認定しているサービスであることが必要であった。研究者の安心感にもつながったと思われる。ただ、認定制度に関して、認知度はまだ低く、一般はもとより研究者にも知られていないと感じる。

事務としては、認定の旨はミュージックセキュリティーズの提案書で初めて知った。認定サービスに認定されていることによる大学へのメリットは不明である。サービス開始するにあたって、実績や信頼できる会社かといったことが重要であり、認定されているかどうかはあまり重要ではないと考える。

4) 認定制度への要望

認定サービス事業者及びその利用者の知名度を上げるために、広報面ではより一層のフォローをしてもらいたい。また、研究者にとって認定制度の話自体は肝要ではなく、「文部科学省が認定している」という事実が重要である。制度の認知度を上げることでサービスが拡がり、結果的に研究者が資金を獲得しやすくなればよいと考える。ただ、事業の性質によって制度の認知度が重要である場合とそうでない場合があると感じる。特にクラウドファンディングのサービスなどは文科省からお墨付きをもらっているというのは最低条件である。その上で、認定制度をどのように活用できるかとい

う視点が重要であると考え。

A-PRAS など文部科学省が実施している政策について、特に大学本部の事務担当者は知っている可能性がある。本来サービス導入するときは大学本部で検討して、各部局に周知がいくため、認定制度の周知先としては大学本部が適切である。通常の事業でも大学本部の方が文部科学省ともつながりがあるのではないかと考える。

(2) READYFOR 株式会社(READYFOR College)

1) サービス利用の経緯

科研費や外部資金と同じように、資金獲得の一つの手段としてクラウドファンディングを活用したいと考え、利用するに至った。READYFOR College を選んだ理由としては、他のクラウドファンディングと異なり、社会貢献の側面が強いため、大学での運用に適していると感じたためである。また、以前より READYFOR の担当者と交流があったことも理由である。大阪大学全体で READYFOR のクラウドファンディングを活用しており、社会貢献から基礎研究まで幅広いプロジェクトを実施している。現在までに 21 件成立している。医療系のプロジェクトが多いが、医療系以外の学部でもクラウドファンディングを有効活用していきたいと考えている。

2) サービス利用による効果

これまで、学内で設置した基金への支援者は卒業生や地域、企業の方が多かった。クラウドファンディングを通じて、全国から支援が集まるようになり、既存の基金支援者とは異なる層からの支援につながった。

3) 認定制度の効果

事業者からは文部科学省に本サービスが認定された旨の連絡はなかった。認定制度についても、今回のヒアリングを受けたことで初めて認識した所であり、これまでは認定制度や認定サービスについては認識していなかった。

認定制度や認定サービスに関する文部科学省からの情報について、学内のいずれかの部署は把握していると思うが、少なくとも渉外部門には届いていない。外部からの情報も多種多様であり、規模の大きな大学となれば情報を適切に共有・把握することも容易ではない。

4) 認定制度への要望

認定された際のメリットが READYFOR や一般の人も含めた多くの人に伝わると良いと考える。認定制度そのものが周知されるだけではサービスの利活用にまでつなげるのは難しい可能性がある。サービスについて相談できる相手がいることが重要である。また、周知広報時の情報として、大学側で新しいサービスの利用検討を進めるために、サービス内容や価格、既存の利用サービスとの差別化要素、有料サービスであれば費用対効果等のメリットが明確に分かると良い。運営費交付金等の圧縮で財務状況は年々厳しくなっており、費用が掛かるサービスを利用するハードルが上がっている。特に、継続的な費用が掛かるサービスは財源の確保が困難なため、財務担当との折衝の中で対応の

メリット示せなければ利用は難しい。

(3) 株式会社リバネス(L-RAD)

1) サービス利用の経緯

従来の企業のニーズ起点でシーズ(研究内容)を結び付ける活動の延長線上で、シーズ起点でのアプローチも実施するために、L-RADの利用を開始した。L-RADは、企業と秘密保持契約を締結していることや情報のトラッキングがしやすくなっているなど、研究内容の漏えいなどのトラブルが生じにくい仕組みになっているため選定した。

科研費への申請時期に、採択されなかった場合に備えて、産学支援課より研究者にL-RADを紹介している。マッチングの成功事例に関する情報は産学支援課に集約されている。連携事例の最初と最後の段階は、産学支援課が関与する仕組みとなっている。最初は、産学支援課経由で研究者に声をかけることがあるが、研究内容については教員と企業でやり取りをしている。最後の契約締結に関しては産学支援課が支援をしている。

2) サービス利用による効果

まだサービスの学内周知を始めて数カ月の段階であり、サービス利用による効果は測れていない状況である。基本的に、産学連携本部では周知活動までの実施であり、現在は利用状況を把握できるようになっていない。実際の運用は各研究者とリバネスに任せる形になっている。今後は産学連携本部でも利用状況を把握できるようにしていく予定である。

3) 認定制度の効果

文科省にオーソライズされているという点はメリットと考えられる。学内にも認定されたサービスである旨の資料を配布したことで、研究者への説明の際に安心感を与えるものと想定される。あくまで想定の内だが、事務方への説明時にも、認定されたサービスであるという点は、選定の際に効果があったと考えられる。

大学では、僅か数%の教員しかA-PRAS認定のことを認知していないのではないかと文科省から直接に周知されたと思われる財務担当との情報共有は特になされていない。A-PRAS認定について特筆すべきメリットは感じていないが、サービス導入する際には、A-PRAS認定の有無は大きいはずである。

4) 認定制度への要望

A-PRAS認定制度の認知度について、判断しづらいが、大学内で深く認知されているというわけではないと思う。どのようなサービスか、概要でもわかることが重要である。文科省からのトップダウンで、認定サービスを使うような指示があれば、サービスの普及に寄与するのではないかとと思う。

L-RADと府省共通研究開発管理システム(e-Rad)などとの連携があればよい。例えば科研費が認定された際に、L-RADに登録するかどうかのチェック欄があると、サービス利用の工数として非常に楽になる。

(4) リカケンホールディングス株式会社、MHC リユースサービス株式会社、株式会社 ZAICO(リサイクルネットワーク、マルチベンダーサービス、ラボストックサポート、ZAICO、ZAI)

1) サービス利用の経緯

研究室を立ち上げた際の、研究機器一式を揃える必要があるタイミングで、リカケンに声をかけていただき、サービスを使い始めた。

サービス利用のきっかけは限られた金額で安価な機器を欲しかったためである。新品／中古に特にこだわりがなかったが、研究室立ち上げのタイミングでリカケンによる中古品リサイクル事業の立ち上げがあり、声をかけてもらった。若手は実験装置を購入したいが、高額な新品は手が出ないのが実態である。たとえ、組織に共通する機器としての取扱いであっても使用の際のハードルが高い場合がある。しかし、最近の若手でも、自分たちで高額な装置を持ちたいという想いが一定程度あるのは事実。ただ、研究分野によっては、型落ちの装置で問題ないこともある。大学の研究者で中古品の購入を嫌がる担当者があるのは確かである。

2) サービス利用による効果

中古機器の購入の手続き自体に問題ない。一方で、研究者から機器を売却する際には、信頼ある業者であるリカケンや文科省から認定されている意義は大きい。事務手続きがスムーズに進んだのではないかと。

3) 認定制度の効果

A-PRAS 認定制度については、サービス代理店から聞くまでは、その存在を知らなかった。学内からの連絡は特になかった。

サービス利用の際に制度の存在を知らなかったが、認定があると優先使用のインセンティブが働くはずである。また、継続して使っても大丈夫だという安心感も付与される。文科省によるお墨付き効果の意味は大きい。認定制度によりサービス品質が保証されているはずと研究者は感じている。

事務から中古品の購入申請を敬遠された際に、文科省お墨付きを理由に、話が通りやすくなるはずである。品質保証の効果があり、スクリーニングの役割を果たしている。ただ、出所の分からない装置の導入は避けたく、出所をしっかりと確認することが必要である。信頼ある業者が取り扱うことも必要な要素であると考えられる。

認定前後で学内での利用者の変化、及び学内外への周知の観点での変化について、制度の有無により、手続きに特に変化はない。購入の際に、新品と中古品で取り扱う手続きに差異はない。

4) 認定制度への要望

A-PRAS 認定制度の認知度は、研究者も事務担当ともに高くない。リカケンのチャンネルを通じてしか、その存在を聞いたことがなかった。認定制度について、省内の若手発案ということであれば、その点を強調して、盛り上げるようなイベントを実施していけばよいのではないかと。

研究機器の購入に係る手続きについては特に問題ないが、研究機器売却時の学内手続きに手間が掛かっている。文科省から制度的な支援があると大変助かる。理由としては、売却の前例がないため。以前は譲渡・廃棄のみだった。一方で、廃棄は費用がかかる。自費での廃棄費用の捻出は避けたい。多くの場合は引き取り手を探した上で、譲渡しているのではないか。

リサイクルの専門知識を有する事業者、今回でいえば、リカケンのような業者に仲介いただけると、研究活動が効率的になるのは間違いない。機器売却時における文科省の支援を期待している。科研費で購入した機器の売却代金の取扱いで不明確な点があるからである。支援策としては、文科省から機器売却を明示的に問題ないと周知いただけるとよい。売却代金の取扱いについて関連する制度を規定する必要があるかもしれないが、まずは文科省から规则的に問題ないと言ってくれるとよいのではないか。

2.2.3 調査分析とまとめ

(1) サービス利用の経緯・効果

サービス利用開始のきっかけとしては、企業側からのアプローチによるところが大きい。

サービス利用による効果について、サービスにより様々であるが、当初の大学側の課題はサービス導入により概ね解決されている。

(2) 認定制度の効果

認定によるメリットとして、URA がサービスを選定する際に文科省からのお墨付きにより認定サービスへの信頼が高まる、研究者への説明時の安心感につながるという点がある。

一方で、認定制度の詳しい内容について、理解度は総じて高くなく、特に事務担当が認知しているケースは少ない。事務担当へ周知されていた場合、特定の事務手続きが効率化する可能性がある。

(3) 認定制度に対する課題・要望

認定制度の認知度向上が必要である。アカデミア全体への認知度向上が必要だが、学部事務担当には制度に関する情報が特に伝わっていない可能性がある。文部科学省からの情報を担当部署へ伝達できていない、特に規模の大きい大学の場合、学内情報共有が難しく、サービス選定の担当者への直接の周知が重要である。

周知の際の内容として、個々のサービス内容を俯瞰した情報、サービスの効果とコスト、また認定によるメリットなどが伝わることを望ましい。

周知の場として、各サービスと親和性の高い学会やシンポジウムと連携することが効果的な可能性がある。

文科省の他の施策・制度との連携策があると使いやすい。

2.3 非サービス利用者に対する調査

2.3.1 調査方法

研究支援サービスの利用を拡大する上での課題特定を目的に、非サービス利用者にヒアリングを実施する。本調査項目では、サービス利用が少ない研究大学に所属の URA に対し、認定制度及び認定サービスに対する認知度や印象等をヒアリングした。主な調査項目は以下の通りである。

- 認定サービスに対する、URA や研究支援関係の方々の認知度・学内での話題性
- 認定されたサービスに対する URA や研究支援関係の方々の印象
- 研究支援活動に日頃取り組むときに感じる課題
- 認定制度への要望

非サービス利用者調査の実施概要を表 2-4 に示す。

なお、本報告書では、ヒアリング先から要望があり、ヒアリング先が特定されない形でとりまとめている。

表 2-4 非サービス利用者調査の実施概要

ヒアリング先	属性	ヒアリング日時
I 大学	URA	2021年12月16日
J 大学	URA	2021年12月24日
K 大学	URA	2022年1月21日
L 大学	URA	2022年1月25日

2.3.2 調査結果

(1) I 大学 URA

1) 認定サービスに対する、URA や研究支援関係の方々の認知度・学内での話題性

認定制度について、今回のヒアリングを受ける際に初めて知った程度。ヒアリング前に、認定制度の紹介を、サイトを通じて確認したため、詳細までは理解していない。

認定サービスについて、一部事業の名称こそ知っているが、実際に使ったことはない。認定制度が発足する前からそれらの事業者が提供するサービスを利用していた。

本学では、寄付金やシェアリングサービスに関しては事務方の作業であり、URA の業務ではない。なお、総務部が基金(寄付金)についての業務を担当しており、部局ごとに研究大学促進事業と関連した契約手続きを行っている。

2) 認定されたサービスに対する URA や研究支援関係の方々の印象

次年度の科研費テーマや研究チームの検討に資するサービスに注目している。ただし、認定サービスの有料サービスを契約しなくても、類似の「KAKEN」や「J-STAGE」など既存のデータベースから共著者を探し当てることができるため、現在は内部のリソースで産学のマッチングを実施している。なお、毎日マッチングの作業を行うわけではなく、需要があった際にのみ行うため、定常的な費用賦課は常に気になるところである。

学校単位での契約ではなく、大学を跨いだ URA で利用できる体験サービスがあると良い。

3) 研究支援活動に日頃取り組むときに感じる課題

日頃の研究支援活動に必要なサービスとして、デザイン関係(例えば、大学のブランディングや広報)、サイエンスコミュニケーション、DX 化に長けたサービスがパッケージ化されていると利便性が高い。

また、学内で DX 化に取り組んだ際に、安全性を確認できるサービスも需要がある。研究者が研究に専念できるように、イベントのファシリテーションや大学横断の研修・トレーニング系のサービスがあると役に立つだろう。さらに、研究者自体のリカレント教育ができるサービスもがあると良い。大学全体の職員に対して、ファシリテーションやメンタルマネジメント、ラボマネジメントなど、それぞれのフェーズに合わせたリカレント教育が必要だと感じるからである。

その他の課題として、第 6 期科学技術・イノベーション基本計画に基づいた政策について、JST や文部科学省の趣旨自体、URA には伝わっているが、研究者自体にはあまり伝わっていないと感ずることがあるため、周知活動を注力すべきだろう。

(2) J 大学 URA

1) 認定サービスに対する、URA や研究支援関係の方々の認知度・学内での話題性

認定制度の存在は把握しているが、認定されているサービスを利用したことはない。産学連携部署での認知度は確認する必要があるが、本学全体として、認定制度の認知度は低いのではないかと。

2) 研究支援活動に日頃取り組むときに感じる課題

研究者の研究専念体制の確立が課題といえる。会議が多くなりがちで、研究者が研究に充てる時間が十分に取れていない。研究者が出席せずとも意思決定できる会議もあるはずである。

他の課題として、研究機器について、メンテナンス費用の捻出が難しくなっている。機器貸し出しのサービスを使うことで、トータルでの費用を下げられるサービスが望まれる。

(3) K 大学 URA

1) 認定サービスに対する、URA や研究支援関係の方々の認知度・学内での話題性

認定制度について、研究支援部門の会議を通じた情報共有があったため、認知していた。

個々の研究支援サービスについて、リサイクルネットワークや機器のシェアリングサービスについてはこれまで知らなかったが、L-RAD、JDream Expert Finder、BRAVE、READYFOR College については以前からサービスの存在を認知していた。

L-RAD は以前に導入を検討したことがあるが、研究者のシーズを外部に公開するメリットが明確にならず、研究者の意見も賛否が分かれたため、導入に至っていない。

JDream Expert Finder について、RA 協議会で分析に関するツールの紹介があったため認知している。ただ、本学では、同様の類似検索システムを使っている。

また、同学の研究者が BRAVE のプログラムに採択され、実際に活用している。ただし、認定制度を通じて利用したわけではない。

READYFOR College について、サービスを認知しており、導入の検討をしたが、学内の規定に合致しなかったため利用しなかった。導入する場合、規定変更が必要になる。

SecuriteAcademia に関して、導入ニーズがあった場合、学内の規定の調整から開始する必要がある。

英文による広報サービスとしては、既に別のサービスを利用し、独自に研究広報を行っている。

本部の広報と研究支援の広報との棲み分けを図る必要があり、継続的に資金を出すのが難しいため、必要に応じて外部にお願いをする仕組みが良い。

2) 認定制度への要望

認定制度に含まれるサービスの一覧があるとよい。

また、他大学での利用実績があれば判断が容易である。A-PRAS 認定サービスのリストでは、類似サービスがなく、同分野のサービス同士で比較評価することができないため、類似サービスが拡充

されるとよい。

URA や教員がサービス利用判断をする際に最も重要なのは、金額と実績に関する情報である。金額が明示されているとよい。実績は数値だけではなく、具体的な好事例、活用事例なども掲載があると良い。

ただし、財源として、運営費交付金を活用するのはハードルが高く、文科省から、認定サービスの経費支出に係る指針が示されれば、使いやすくなるはずである。

(4) L 大学 URA

1) 認定サービスに対する、URA や研究支援関係の方々の認知度・学内での話題性

認定制度の詳細を認知していない。一部メンバーは認定制度自体を認知していたが、認定されている個別サービスに関する知識はない。認定サービスの事業者とはこれまで接点があるが、そのサービスが認定サービスであることが知らなかった。事業者側からの積極的なアピールも感じていない。

2) 認定されたサービスに対する URA や研究支援関係の方々の印象

認定がもつ意味、そして、それを利用することにどんなメリットがあるのかが分かりにくい。

学内への周知に際しても、サービスのカテゴリや内容が様々であるため、周知のための説明が難しい。情報がコンパクトにまとまった紹介ウェブサイトがあると便利である。

また、英文校閲サービスは認定事業者に限らず、複数の事業者がサービス提供しているため、URA としてはこれだけを学内で推薦するのは公平性の観点で問題がある。

3) 研究支援活動に日頃取り組むときに感じる課題

外部機関から提供されるサービスに対して、最低限の品質保証があるとよい。一見、真偽の判断が難しいサービスのサイトを見かけるが、それらを排除したい。例えば、科研費の情報は様々な媒体に掲載されているが、実施主体等の情報がなく、非常に疑わしい。こうしたものを排除できると良い。

一方で、類似サービスの多いものは、その中でも質の高いサービスを認定制度で認定される仕組みがあるとよい。例えば英文校閲は多くの事業者が実施しているが、その質はバラバラである。ユーザー側にとって判断基準となるような認定制度が望まれる。

さらに、外国人研究者のため、研究費等に関する情報の英語版が欲しい。認定サービスについての情報の英語版もあると便利である。

その他、海外の研究資金獲得を検討したい場合、ガイドとなる情報がなく、実際に利用するには手続きが非常に大変である。海外の研究資金に関する情報提供や手続き代行を引き受けてくれるサービスは有用であろう。

2.3.3 調査分析とまとめ

認定制度及び認定サービスの認知度については、「初めて知った」「一部の認定サービスの名称を知っている」「研究支援部門の会議を通じた情報共有があり、聞いたことはある」程度であった。今回のヒアリング先において、認定制度・サービスともに認知度が低いため、制度・サービスの活用が進んでいないことが分かる。周知したい情報を URA にあらためて伝える意義・効果は大きいと考える。

認定サービスに対する印象については、研究費予算の獲得支援に関するサービスに高い関心を示す声が多かった。ただし、一部のサービスについては、URA の業務と重複しているとの印象も持たれている。サービス内容や導入に伴う具体の効果が理解されておらず、料金のみでの判断・評価に陥っており、サービス導入に躊躇していることが伺える。

研究支援活動に対する課題については、デザイン関係(大学のブランディングや広報)やサイエンスコミュニケーション、DX 化、セミナー支援、英語プレゼンテーション支援といった具体的な要望をヒアリングすることができた。また、海外の研究資金に関する情報提供、手続き代行サービスのニーズを確認することができた。

ただし、今回の調査は、一部の研究大学に所属する URA に対するヒアリング調査である。既存の認定サービスでカバーできていないサービスについては、今後も幅広くニーズを確認する必要がある。さらに、認定制度に限らず、科学技術関連の個々の政策情報の、大学の研究者への周知度も併せて向上させる必要がある。

3. 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施

3.1 研究支援サービスの利活用を促進するための調査

3.1.1 調査方法

研究支援サービスの利活用を促進するための調査として、2.2 サービス利用者に対する調査及び2.3 非サービス利用者に対する調査を実施する際に、周知・広報のための有効な方策も併せてヒアリングした。具体的には、表 2-3 及び表 2-4 に示したヒアリング先に対し、認定制度やその認定サービスをさらに認知・普及させていくために有効な方策をヒアリングした。

3.1.2 調査結果

認定制度及び認定サービスをさらに認知・普及させていくために有効な方策のヒアリング調査結果を整理した。(1)～(8)が認定サービスのユーザーで、学内向けと学外向けで周知活動に関する調査結果を整理した。(9)以降が非サービス利用者である。

(1) A 大学 URA

- 学内向けの周知

Securite ACADEMIA を利用している。活用中サービス情報について、メールや説明会開催に学内向知を図っている。関心のある教員はサービス・プログラムの存在については認識していると思われる。

本学研究科としての提案を外部情報として発信するため、大学にふさわしいテーマであるかは重要な視点となる。そのため、学内選考を実施しなければならない。選考に際し、科研費申請とはまた違った趣旨の書類作成が必要である。

- 学外向けの広報活動

自治体との協力による市民講座を通じて、外部発信した。130 名ほどの申し込みがあったが、市民講座の前後で寄付金集めに大きな違いは見られなかったと評価している。ただ、学外向け広報全般については、教員と事業者に依頼しており、研究科全体としての支援は行っていない。学外への広報についてはまだノウハウがなく、幅広い広報活動ができていないのが実状である。

(2) B 大学 事務

- 学内向けの周知

Securite ACADEMIA を利用している。特定の教員が認定サービスの利用を始めたことに関する学内向け周知を事務部としては行っていない。

- 学外向けの広報活動

研究科の HP 等に寄付に関する情報を掲載することはない。特定の研究に偏った広報は難しいた

めである。寄付のオーナーとなった教員が独自に周知・広報活動を実施しており、教員個人の活動として周知・広報を行っている。大学の保有する個人情報を活用した広報は規約上不可である。

(3) C 大学 URA

- 学内向けの周知

L-RAD を利用している。事業者作成のチラシを配って、学内周知を行っている。各研究者に話を伺っている状況ではあるが、今後、実績が広まれば、大学内全体に展開をする予定。現在はまだ様子見である。

- 学外向けの広報活動

学外向け広報は実施していない。

(4) D 大学 URA

- 学内向けの周知

L-RAD を利用している。科研費の提出時期等に、対象となる教員に向けてメールで周知している。具体的には、科研費のスケジュール情報を知らせるメールに同報する形で配信している。さらに、学内メルマガでも周知に努めている。

その他、導入当初に対面式の説明会を開催したほか、HP も活用して周知に取り組んでいる。

(5) E 大学 研究者

- 学内向けの周知

リカケンによる中古品活用に関するサービスを利用している。ユーザーである教員自身が、学内の若手研究者にサービスを紹介することはある。しかし、学内事務担当から教員に対し、サービスや認定制度の紹介することはない。

(6) F 大学 研究者

- 学内向けの周知

リカケンによる中古品活用に関するサービスを利用している。同僚の研究者に、中古品購入やその方法としてサービスを紹介することがあるが、組織的な周知はなされていない。

(7) G 大学 研究者

- 学内向けの周知

リカケンによる中古品活用に関するサービスを利用している。個々の研究支援のサービスに関して、学内の事務・産学連携本部といった組織から情報が入ってくることはない。

中古品活用に関するサービスについて、学内の他の研究者にサービスを周知したことはある。そこから、サービス利用者増につながったかどうかは不明。

なお、産学連携本部からは外部資金の獲得について促されることはある。その点について、リサーチマネジメントオフィスから外部の公募などの情報が届き、公募への申請の補助をしてくれるといったサポートがある。

(8) H 大学 事務

- 学内向けの周知

READYFOR によるクラウドファンディングサービスを利用している。プロジェクトに関するプレスリリースや同学の Facebook を通じて学内あるいは学外への周知活動を実施している。

また、学内の電光掲示板を活用した周知活動を実施している。

- 学外向けの広報活動

READYFOR ではなく大学が主導した周知・広報活動を実施している。地元 FM 局によるラジオ配信において、同学の教職員の活動紹介を通じてクラウドファンディングプロジェクトの広報を実施している。

さらには、大学周辺の主要な駅や施設において、チラシ設置によるプロジェクトの周知活動を行っている。

(9) I 大学 URA

認定制度のターゲットが不明瞭である。具体的には、研究者が利用するサービスなのか、URA が利用するのか、あるいは経営者が関与するサービスなのかが公開資料を見ただけでは、分からない。大学にサービスを紹介する際に、研究者向け、URA 向け、寄付担当者向け、総務広報向けなどのアイコンを付与すればよい。事務が情報を拡散するときに目安になるはず。

RA 協議会の大会を来年夏に東北大で開催する予定である。A-PRAS だけではなく、文科省の URA 支援に関する内容であれば、協議会にてスペースを確保し周知できると考える。RA 協議会内部の企画会議で認定制度や認定サービスを紹介することも可能である。メルマガなどの文章だけではなく、直接説明をする機会があったほうが興味を持ってもらえる確率が上がる。

(10) J 大学 URA

A-PRAS のサービスについて、認定があることによる実務的なメリット、例えば事務手続きや支払いが簡便になる、監査の省略が可能である、といったことにつながるのであれば、導入がしやすくなる。事務手続き側と研究者側の両面でメリットがあれば、大学として導入する理由になる。

また、他の利用者からの口コミがあるとサービスを使用する動機となりやすく、研究者にも紹介がしやすい。URA 同士でも、RA 協議会や個人的なつながりから情報を取得している。口コミの中で重要な情報として、第一にはサービスのクオリティが高いことである。次点として、事務手続きがどれだけ簡単であるかが重要である。品質が良く、研究者にとって手続きが面倒でないことが必要である。

メルマガでの周知は効果的ではない。大量のメールがある中で、メルマガの情報は埋もれてしまうため、元から興味がある場合でなければ確認は難しい。

その他、RA 協議会などでサービスを紹介するセッションを設けると効果的だろう。

文科省の HP については、URA も見ているが、情報収集目的であるため、主に審議会情報などを見ている。例えば A-PRAS の HP についても、他の URA から情報共有があれば口コミで広がっていく。

(11) K 大学 URA

認定サービスについて、学内で興味を持ちそうな部署がある。しかし、URA にしか該当する情報が届かない。他の部署にも情報が伝達されれば、大学としての利用につながるのではないかと。

URA や研究者が参加する委員会で研究者支援につながる情報を拡散するのが効果的である。全教員へのメールやメルマガについては、意味が薄い。委員会等の場を使った対面でお知らせするのが良い。

また、研究者がアクセスしそうな、同学の共用機器・分析機器センターの HP や大きな学会での周知は効果があると考えられる。

(12) L 大学 URA

学内で利用を進めるには、サービス利用の効果・メリットがまず重要である。特に利用のための予算確保が必要なサービスには、それに見合う十分な効果を説明できる必要がある。その意味で各サービスの利用実績も利用検討における重要な情報となる。現状の公開資料では実績の書き方がサービス毎に異なるので、揃えることができるとよい。さらに、具体的な実績を示し、自大学での利用シーンを想像できるようになるとよい。

サービス利用時に生じる懸念事項にあらかじめ答えておくことも重要である。例えば、クラウドファンディングであれば個人情報管理の問題、L-RAD なら研究アイデアの盗用といった問題が考えられるので、それを払しょくできる情報があるとよい。あるいは、サービス利用に当たっての手続き負担も気になる。

その他の観点としては、認定サービス利用の経費を、競争的資金その他の文科省の資金で賄えることが確約されるなら普及の後押しになると考える。ただその場合には、「(認定はされていないが)類似のサービスを利用する際に文科省の資金から賄うことはできないのか」といった疑問への回答も考えておく必要がある。

認定サービスのなかには、研究者が個別に利用できるもの、URA 等が利用しそうなもの、大学として契約・利用すべきものがそれぞれ混在している。「誰が」「どのように」利用するかといった情報を整理しておくとうい。

3.1.3 調査分析とまとめ

研究大学の事務担当者、URA、研究者に対し、認定制度やその認定サービスをさらに認知・普及させていくために有効な方策をテーマにヒアリングを実施した。

既存の情報に加え、対象利用者と口コミ情報を追加するだけでも効果的なツールとなる可能性が高い。また、利用シーンをイメージできる情報や懸念事項を払拭できる情報を重点的に整備すべきであるとの示唆が得られた。また、ヒアリングの際に提案いただいた RA 協議会のイベント参加について、非常に効果的と考えられる。

本ヒアリング結果をもとに、次節以降の周知活動の実施に向けた検討を進めていくこととする。

3.2 周知活動の実施

3.2.1 実施方法の検討

ヒアリング調査により、効果的な周知活動を実施するためには、レポートラインが異なると考えられる事務担当とURAのそれぞれに対し、効果的にリーチできる方法を採用することが有効であるとの結論が得られたため、それぞれの対象別に具体的な周知活動を以下の通り整理した。

なお、両者にとって効果的と考える周知方法として、セミナー開催も選択肢の一つであるため、併せて検討し、以下のとおり整理した。

【事務】

- 文部科学省からの「事務連絡」等による周知の検討
 - 「事務連絡」等を用いて、認定サービスの利用を奨励し、制度的にも支援することを正式に通知する
 - 特に、認定サービス利用に要する費用は、競争的資金等の直接／間接経費で利用可能であることを明記する
 - 財務系をターゲットにするなら、高等教育局からの発出が望ましい

【URA】

- パンフレットの作成
 - 主に研究支援者・URAを対象に、利用の手引きを作成。個別サービスへの問い合わせと、学内調整に利用可能な資料を意識
 - 各サービスの概要、利用メリット、活用事例、費用(概算)、トライアル利用の有無、FAQ、問合せ先の情報を含める
- 学会等の関連イベント等への参加
 - RA協議会および研究力大学コンソーシアムとの連携について、同組織への打診・調整を実施
 - 連携方法としては、同組織を通じたパンフレット・セミナー情報等の周知、来年度開催のイベントへの相乗りを想定。(例えば、RA協議会の年次大会で、「研究支援サービスの利活用」セッションを設け、認定制度・サービスの説明や、利用者からの報告を実施する、等)

【共通】

- セミナー開催の企画検討
 - オンライン形式を想定したセミナーのコンテンツと実施方法の企画・検討を実施
 - 「競争的資金等での支弁可能性」「具体的な利用メリット(費用対効果)」「利用者の生の声」の伝達を重視
 - 個別サービスだけでなく、認定制度そのものの認知度向上も重視し「認定されているサービスなら安心」という認識を広める
 - 実施方法としては、学会イベント等との連携・相乗りを検討(RA協議会の年次大会等)。

実施時期は要検討

本調査においては、実施時期を考慮した上で、研究支援サービスのメインユーザーであるURAを周知広報のターゲットに設定し、パンフレットの作成と学会等の関連イベント参加に向けた企画検討を実施することとした。

3.2.2 実施内容

(1) パンフレットの作成

認定支援制度自体の認知度向上、および認定サービスの利用方法の周知のためのパンフレットを作成した。作成したパンフレットのひな形を図 3-1～図 3-4 に示す。図 3-3 では、研究支援サービス認定制度の趣旨・概要及び、各認定事業サービスの特徴を研究支援の課題の観点から分類しており、読者のニーズに合わせて各サービスの該当ページを読んでいただくことを想定している。また、図 3-4 では、認定サービスの概要、利用メリット、活用事例、費用(概算)、トライアル利用の有無、FAQ、問合せ先の情報に加え、文部科学省からの認定理由を合わせて記載することで、認定サービスの利用検討時の判断材料を増強している。



図 3-1 パンフレット表紙

CONTENTS

	研究支援サービス・パートナーシップ認定のご紹介	1
01	国際広報 Impact Science/ カクタス・コミュニケーションズ株式会社	2
02	産学連携支援 L-RAD/株式会社リバネス	3
03	研究機器のシェア 研究機器のシェアリングサービス/ 日本電子株式会社	4
04	研究者探索 JDream Expert Finder/ 株式会社ジー・サーチ	5
05	研究資料のオンラインプラットフォーム J-DAC ジャパン デジタル アーカイブズ センター/丸善雄松堂株式会社	6
06	寄付プラットフォーム Securite ACADEMIA(寄付)/ ミュージックセキュリティーズ株式会社	7
07	研究成果の事業化・スタートアップ支援 BRAVE/Beyond Next Ventures 株式会社	8
08	研究資産の管理・売買 リサイクルネットワーク、マルチベンダーサー ビス、ラボストックサポート、ZAICO、ZAI/リ カケンホールディングス株式会社、MHCリユ ースサービス株式会社、株式会社ZAICO	9
09	クラウドファンディング READYFOR College/READYFOR株式会社	10

図 3-2 パンフレット目次

研究支援サービス・パートナーシップ認定のご紹介

研究支援サービス・パートナーシップ認定制度（A-PRAS）とは

民間事業者が行う研究支援サービスのうち、研究者の研究環境を向上させ、我が国における科学技術の推進及びイノベーションの創出を加速すると認められるサービスを文部科学省が認定し、研究支援サービスの多様な取組の発展を支援する制度です。



認定要件

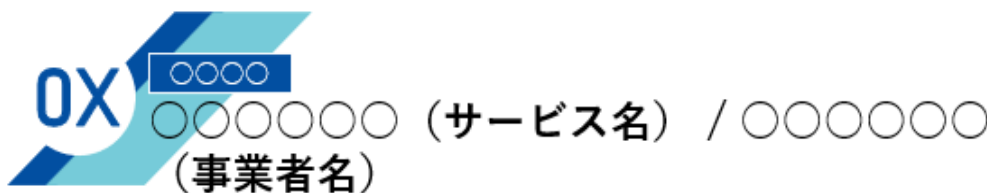
- ① 当該サービスが、研究者の研究環境を向上させ、我が国における科学技術の推進及びイノベーションの創出に貢献するものであること
- ② 当該サービスが、他の取組と比べて優れた特徴を有していること
- ③ 当該サービスを行う事業者が、大学、独立行政法人、研究機関やその研究者等と良好な関係（ネットワーク）を構築できるものであること
- ④ 当該サービスを行う事業者が、十分な管理運営体制及び財務基盤を確保していること
- ⑤ 当該サービスが、①に掲げる要件を満たすことに寄与する事業実績を有していること

A-PRAS: Accreditation of Partnership on Research Assistance Service

研究支援に関わる課題と解決へのアプローチ



図 3-3 認定制度の紹介



利用者も
示すアイ
コンの表
示



大学と READYFOR が提携し、研究・教育分野への寄附を
集める大学向けのクラウドファンディングプログラムです。
「大学が抱える課題を解決し、大学の魅力を伝えていく一
助になりたい」そんな想いで、「READYFOR College」を
立ち上げました。大学自らが取り組みを発信することで、

社会からお金を集めることができる。
若手育成や研究環境の整備など、クラウドファンディング
だからこそ届けられる支援がある。大学から未来を担う若
手を創出するために、「READYFOR College」を通して、
想いの乗ったお金の流れを増やしていきます。

特徴

豊富な実績をもとに体制を構築し、プロジェクト開始準備から終了ま
で専任の担当者がサポートします。クラウドファンディングの知見を
共有するだけでなく、それぞれのプロジェクトの特性も踏まえ達成ま
で伴走することで、業界全体の平均達成率が30%程度の中でも
READYFOR Collegeでは、97.7%[※]の達成率を実現しています。
※READYFOR Collegeでは2016年5月～2019年2月末までに実施されたプロ
ジェクトの達成率

利用メリット

テキストが入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○③○○
○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○⑥○○
○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○

文部科学省の認定理由

テキストが入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○③○○
○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○⑥○○
○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○



支援事例

1 回答文章が入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○
○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑥○○○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○
○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○○○○○○○○⑩
テキストが入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○

2 回答文章が入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○
○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑥○○○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○
○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○○○○○○○○⑩
テキストが入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○

FAQ

Q1 懸念点テキスト懸念点テキスト
懸念点テキスト懸念点テキスト

A 回答文章が入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○
○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑥○○○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○○○○○○○○
○○○⑩テキストが入ります①○○○○○○○○○○②

Q2 懸念点テキスト懸念点テキスト
懸念点テキスト懸念点テキスト

A 回答文章が入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○
○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑥○○○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○○○○○○○○
○○○⑩テキストが入ります①○○○○○○○○○○②

利用者の声

テキストが入ります①○○○○○○○○○○②○○○○○○○○○○
○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○⑤○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑥○○○○○○○○○○⑦○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○⑧○○○○○○○○○○⑨○○○○○○○○○○
○○○⑩テキストが入ります①○○○○○○○○○○②
○○○○○○○○○○③○○○○○○○○○○④○○○○○○○○○○

費用等

トライアル利用 あり なし

ご予望に応じて、2つのプランをご用意しております。
フルサポートプラン：ご支援総額の17%（+税）
シングルプラン：ご支援総額の12%（+税）

問合せ先
○○○○
Mail:○○○○

図 3-4 認定サービス紹介のフォーマット

(2) 学会等の関連イベントへの調整・打診

3.1 で示したヒアリング調査からも分かる通り、日常的に研究者と事務組織の双方と関与している URA 等の人材からは A-PRAS や研究支援サービスについても有益な意見が得られており、今後の普及・展開のためには彼らとの連携が重要と考えられる。一方で、ヒアリングにおいて A-PRAS や認定サービスについてよく知らないとの回答も多く、URA の間でも認知が進んでいない実態も確認できた。

こうした点を踏まえ、学会等の関連イベントとの連携については、特に URA との関係が強いものを優先的なターゲットとすることが望ましいと考えられる。現在、URA が多く参加する、もしくは URA に関するトピックが活発に議論されているイベントとしては、一般社団法人リサーチ・アドミニストレーション協議会(以下 RA 協議会)の年次大会が最も有力である。そこで本調査では、RA 協議会年次大会を念頭に、そこでの発信方法やコンテンツを検討した¹。

1) RA 協議会および年次大会の概要

一般社団法人リサーチ・アドミニストレーション協議会(RA 協議会)は、リサーチ・アドミニストレーター協議会(2015 年設立)を前身として、2021 年 4 月に設置された組織である。2021 年 7 月現在で 30 の組織会員と 600 名程度の個人会員、3 組織の賛助会員により構成されている²。

RA 協議会の設立目的

大学、高等専門学校、大学共同利用機関、公的な研究機関等が取り組んでいる研究活動活性化のための、分析、推進、管理、支援等の業務、いわゆるリサーチ・アドミニストレーションの定着・展開に向けて、リサーチ・アドミニストレーションに携わる人材の育成・能力向上、課題の共有・解決及び組織・体制・制度の検討等についての情報交換を通じ、我が国の大学等の研究力強化に貢献し、学術及び科学技術の振興並びにイノベーションに寄与すること

出所)RA 協議会『協議会概要』、<https://www.rman.jp/aboutus/outline.html>、2022 年 3 月 6 日確認

RA 協議会は、大学等におけるリサーチ・アドミニストレーションに関わる人材の育成や、組織・人材の連携・情報共有を行っており、主な活動の一つとして年に一度 2 日間にわたる「年次大会」を実施しており、これまでに 7 回実施されている(今年は第 8 回年次大会が 2022 年 8 月 30~31 日に開催予定)。

2021 年に開催された第 7 回年次大会では、「Zoom ビデオウェビナー」によりオンライン開催されており、ウェブ上の複数会場毎に一定時間毎の「セッション」が開催・運営されている。セッションの形態としては、RA 協議会会員が開催する「会員セッション」、企業等の賛助会員が実施する「賛助会員セッション」、非会員・非営利の関連団体等による「非営利団体セッション」、RA 協議会自らが開催する「特別セッション」「専門委員会セッション」等がある。また、こうしたセッション以外に、研究活動

¹ 現時点では、あくまでも RA 協議会年次大会で活動する可能性について検討したものであり、同年次大会への参加・活動を確約するものではない。

² 出所)RA 協議会『RA 協議会について』、<https://www.rman.jp/aboutus/>、2022 年 3 月 6 日確認

に関連した企業が実施する「ランチョンセミナー」や「ブース展示出展」が行われている。

2) セッション構成案

第7回年次大会では、各セッションにオーガナイザーを1名配置し、講演者が2～5名程度配置されていることが多い。オーガナイザーとしてはA-PRASを所管する文部科学省の関係者もしくはA-PRASの設計やサービス認定時の審査員等、A-PRASの趣旨・経緯に詳しい人材を配置することが望ましいと考えられる。

講演者については、実際に認定サービスを利用したユーザーの立場から、サービス利用の効果(研究支援の質向上・効率化、研究者からの反応等)や課題について事例を紹介いただくことが望ましい。前章のヒアリングからも明らかとなった通り、大学等現場の潜在的ユーザーは、サービスの利用検討に当たって具体的な活用事例や効果についての情報を求めており、そうした情報を同じ現場・ユーザーの立場から提供することが重要と考えられる。具体的な講演者は、認定サービスの提供事業者 に依頼してユーザーを紹介いただいて確保・調整することが考えられる。

また、上記の講演の前提としてA-PRAS自体の趣旨や制度・サービス概要についての説明を行うことが必要である。前章のヒアリングにおいても、A-PRAS自体の認知度がまだ十分でないこと、制度自体の認知度や信頼を高めることで「A-PRASに認定されたサービス」の信頼度が高まることも期待される。

以上を踏まえると、特別セッションの構成としては表3-1のような形が考えられる。

表 3-1 RA 協議会年次大会におけるセッション構成案

時間／累積 (分)	講演者	講演タイトル(仮)	概要
15／15	オーガナイザー (文部科学省担 当者等)	A-PRAS および 認定サービスのご紹介	A-PRAS の趣旨・経緯や、各認定 サービスの概要について説明を行 う。 A-PRAS 紹介パンフレットについ ても紹介。
15／30	講演者 1	事例 1:…の活用と効果	URA・研究者等、研究現場での認定 サービス利用者から具体的な活用状 況や効果・メリットについて事例を紹介。 。
15／45	講演者 2	事例 2:…の活用と効果	
15／60	講演者 3	事例 3:…の活用と効果	
15／75	講演者 4	事例 4:…の活用と効果	
15／90	全員 (聴講者含む)	全体討議	参加者全員が参加し、A-PRAS や認 定サービスを普及・展開するための 課題等について質疑・議論。

実際にセッションを実施する場合には、早急に RA 協議会へ正式な申し入れを行い、時間枠の確保その他のロジスティクスを含めた調整を進める必要がある。

3) 認定サービス事業者からのサービス紹介

前述の通り、RA 協議会の年次大会において民間企業がサービス紹介等の発信を行う方法としては、「ランチョンセミナー」や「ブース展示出展」の 2 つが考えられる。これらを実施するには、発信の内容だけでなく費用負担等の調整も必要であり、RA 協議会への申し入れと共に各事業者との調整を急ぎ進める必要がある。

表 3-2 RA 協議会年次大会における認定サービス事業者からの発信方法

方法	時間	費用(注)	概要
ランチョン セミナー	開催日の正午前後 の 1 時間	25~45 万 円	各事業者からの講演、参加者とのディスカッション等が可能。オーガナイザーを 1 名配置する必要がある。
ブース出展	開催期間中随時	30 万円	会場の所定の場所で、各事業者が個別にブースを設置し、サービスの発信を行う。

(注)費用は第 7 回年次大会の際のもの。回によって会場費等のコストが変わるため、費用負担額も変動し得る。ランチョンセミナーの金額に幅があるのは、実施する部屋の広さによって金額が異なるためである。

3.2.3 まとめ

研究支援サービスの利活用を促進するための調査として、サービス利用者及び非サービス利用者に対して、周知・広報のために有効な方策に関するヒアリングを実施した。ヒアリング対象者の属性は、事務、URA、研究者であり、サービスのユーザー層を網羅していると考ええる。

周知・普及のための既存の情報に対し、対象利用者と口コミ情報を追加するだけでも効果的なツールとなる可能性が高くなる感触が得られた。また、利用シーンをイメージできる具体的な情報を重点的に整備すべきとの示唆を得た。

本調査では上記のヒアリング結果をふまえ、認定支援制度自体の認知度向上及び認定サービスの利用方法の周知のため、主に URA をターゲットとしたパンフレットを作成した。研究支援サービス認定制度の趣旨・概要及び各認定事業サービスの特徴を研究支援の課題の観点から分類しており、読者のニーズに合わせて各サービスの該当ページを読んでいただくことを想定している。

さらに、ヒアリング対象者から提案いただいた RA 協議会のイベントを通じた周知は認知度向上に効果的と考えられるため、セッションの企画検討を実施し、セッション構成案を提示した。RA 協議会のキーマンともコンタクトを図り、開催準備に必要な情報を入手した。

4. 認定制度・認定サービスに対する提言

本章では、調査を通じて示唆された認定制度・認定サービスに対する当社の提言を記載する。

(1) 認定制度の認知度向上に向けて

サービス認定によるメリットとして、サービスを選定する際に文科省からのお墨付きにより認定サービスへの信頼が高まること、ユーザーとなる研究者への説明時の安心感につながるという利点がある一方、認定制度の詳しい内容について、アカデミアの理解度は総じて高くない。今後優先すべきは、本調査の目的と同様、認定制度の認知度向上であると考える。

また、アカデミア全体への認知度向上が必要であるものの、学部事務担当には制度に関する情報が特に伝わっていないため、文部科学省からの「事務連絡」等による周知も視野に入れるべきと考える。ただし、規模の大きい大学の場合、学内情報共有が難しい。サービスを選定する担当者への直接の周知方策も併せて実施する必要がある。

(2) 研究支援サービスの利活用向上に向けて

求められる研究支援サービスとしては、研究費予算の獲得支援に関するサービスに関心が高い。一方で、一部のサービスについては、URA の業務と重複しているとの印象も持たれている。サービス内容や導入に伴う具体の効果がユーザーとなる層に理解されておらず、料金のみでの判断・評価に陥りがちであるが、このことがサービス導入に躊躇する要因だと考えられる。

また、研究支援サービスを利用する上では、大学内でそのサービスを完遂する「ラストワンマイル」に対応できるかも重要である。大学のローカルルールの中でスムーズに手続きが可能か、当初期待される効果を上げられるかとも言い換えられる。こうした現場でのロジやきめ細やかな対応は、企業側も実績を重ねて積み重ねるものであるため、導入実績の多いサービスであれば対応できる可能性は高い。着実な実績積み上げが重要である。

さらに、認定されたサービス利用に係る費用については、科研費からも支出できるような制度的な連携ができると利便性はさらに高まる。一方で、特定の認定サービスだけを認めてしまうと不公平である点については制度設計の際に考慮すべきである。

利用度向上に向けた周知する際の情報として、個々のサービス内容を俯瞰した情報やサービスの効果とコスト、また認定によるメリットなど、利用者の視点に立った情報が求められる。今後も研究支援サービスの情報の拡充が必要である。また、本調査で提案した来年度の RA 協議会の年次大会を活用することで、認定制度やサービスの広報を行うことは可能である。正規のプログラムの中でセッションを企画できる可能性も高い。

(3) その他の研究支援活動について

既存の認定サービスでカバーできていないサービスについては、幅広くニーズを確認する必要がある。本調査のヒアリングにおいて、具体的なニーズとして、デザイン関係(大学のブランディングや広報)やサイエンスコミュニケーション、DX 化に関するサービスについて、具体の要望があったため

である。認定制度のさらなる利活用促進に向け、他大学にもそのようなニーズの有無を確認し、必要であれば、認定サービスの枠を拡充することも検討されたい。

5. 本調査のまとめ

科学技術の振興やイノベーションの創出を進めるためには、研究者の研究時間や研究資金の確保などが必要であり、こうした研究者の研究環境向上に資するための支援をできるだけ多く行うことが重要である。

本調査においては、認定された研究支援サービスの利活用の現状を調査するとともに、利用を拡大する上での課題及びその解決策について分析した。併せて、研究支援サービスの利活用促進のための周知方策についても調査し、調査を通じて有効と考えられる周知活動を実施した。

(1) 認定された研究支援サービスの利活用の調査・分析

これまでに認定された9件の研究支援サービスの事業者に対して、研究支援サービスの利活用の現状及び各サービスが研究者の研究時間の確保に向けて実施している取組についてヒアリングを実施した。ヒアリングで得られた結果を、周知・広報活動、課題、認定制度の効果、認定制度への要望の4つの観点で整理した。

そこから、9件のサービスを①寄付金・クラウドファンディングサービス②研究者発掘・マッチング系サービス③広範なアウトリーチ系サービス④その他の4つに分類し、①からは今後の広報活動により利用者の増加が見込めるミュージックセキュリティーズの「Securite ACADEMIA」、READYFORの「READYFOR College」を、②からはサービス普及の課題の焦点が絞りやすいリバネスの「L-RAD」を、③では今後のサービス拡大の可能性が高いリカケンホールディングス株式会社 MHC リユースサービス株式会社 株式会社 ZAICO の「リサイクルネットワーク マルチバンダーサービス ラボストックサポート ZAICO ZAI」を選定した。

さらに、それらのサービスの利活用を拡大していく上での課題や解決策について、サービス利用者に対し、ヒアリングを実施した。ヒアリング先の選定にあたっては、サービス事業者に情報提供を依頼し、可能な範囲で、異なる属性に対しヒアリングを実施した。

サービス利用者の調査結果については、サービス利用の経緯・効果、周知・広報活動、認定制度の効果、認定制度に対する課題・要望の切り口で整理した。

さらに、サービスをこれまで使ったことがない研究大学の URA に対し、認定制度及び認定サービスに対する認知度や印象等に関するヒアリング調査も実施した。

(2) 研究支援サービス利活用促進のための周知方法の調査・分析及び実施

研究支援サービスの利活用を促進するための調査として、サービス利用者に対する調査及び非サービス利用者に対する調査を実施する際に、周知・広報のための有効な方策も併せてヒアリングし、その結果を整理した。

その結果、周知・普及のための既存の情報に対し、対象利用者と口コミ情報を追加するだけでも効果的なツールとなる可能性が高くなる感触が得られた。また、利用シーンをイメージできる具体的な情報を重点的に整備すべきとの示唆を得た。

さらに、本調査では得られたヒアリング結果をふまえ、認定制度自体の認知度向上及び認定サービスの利用方法の周知のため、主に URA をターゲットとしたパンフレットを作成した。認定制度の趣

旨・概要及び、各認定サービスの特徴を研究支援の課題の観点から分類しており、読者のニーズに合わせて各サービスの該当ページを読んでいただくことを想定したつくりとなっている。

さらに、ヒアリング対象者から提案いただいた RA 協議会のイベントを通じた周知は、認知度向上に効果的と考えられるため、セッションの企画検討を実施し、セッション構成案を作成した。

以上

研究支援サービス・パートナーシップ認定制度(A-PRAS)の利活用促進に関する調査報告書

令和4年3月

株式会社三菱総合研究所
セーフティ&インダストリー本部
