

## 大学発ベンチャービジネス・「株式会社メディアサポートセンター」の設立

著者	安保 邦彦
雑誌名	東邦学誌
巻	33
号	2
ページ	101-103
発行年	2004-12-17
URL	<a href="http://id.nii.ac.jp/1532/00000054/">http://id.nii.ac.jp/1532/00000054/</a>

# 大学発ベンチャービジネス 「株式会社メディアサポートセンター」の設立

安 保 邦 彦

## 目 次

- 一 記者OBらの支援で活動
- 二 変わる時代背景
- 三 大学発VB
- 四 情報の良き媒介者として

### 一 記者OBらの支援で活動

東邦学園大学発のベンチャービジネス(VB)である株式会社メディアサポートセンター(名古屋市中区栄三丁目27番33号、ロータリーマンション栄505号)が発足し、9月から営業活動を始めた。活動内容を一口で言えば、世の中に知らせたいことがあった場合の「相談センター」といっていいだろう。具体的には、①企業、官庁、各種団体、個人などが行う広報案件に対する発表支援、②総務・広報担当者に対するメディアトレーニングおよび研修の開催、③IR(インベスターリレーションズ=投資家向け広報活動)に対する支援、④タウン誌、ミニコミ誌、各種情報誌(グルメ、音楽、映画、名所巡り、地方自治体の企画誌等)の企画、立案および製作、商店街の案内パンフ作成、⑤社史、自分史、記念誌等の企画、執筆である。

新会社は、株式会社中部圏ピー・アール・センターとの合併会社で、最低資本金制度(1円起業)を利用し資本金百万円である。出資割合は、安保邦彦51%、中部圏ピー・アール・セ

ンターが49%で、安保邦彦が代表取締役に就任した。大学発ベンチャーの設立は、医学、工学部など理系がほとんどで文系学部の教授によるものは全国的にも珍しく、この種の広報専門会社もあまり例がない。中部圏ピー・アール・センターは、①新聞記事の切り抜き業務の実施、②中部財界をはじめ中央財界の情報提供、③大手企業の異業種交流を目的とした広報研究会の実施等を行っている。

広報に慣れていない中堅・中小企業、個人では、情報開示の仕方に戸惑うことが多い。こうした際に、元新聞記者5名を含む役員のほかに新聞、放送記者OB、実務経験者らのアドバイザー7名が発表資料づくりや広報に関する研修会の手伝いをする。

### 二 変わる時代背景

世界経済は、1989年11月のベルリンの壁崩壊に始まる米ソ間の冷戦緩和と旧社会主義国の市場経済参加により大きな変化をみせている。日本の産業界は、これまで安い労働力を求めて中国、東南アジア諸国に進出していた。しかし、今日では、旧社会主義国の労働市場を狙った進出も目立っており世界最適価格を目指した競争が激化している。加えて世界は、航空機に代表される交通手段やIT(情報技術)の発達によ

り文字通り一体化している。一方、国内に目を移せば1990年代は、ビックバン（金融の大改革）により国内の金融機関の統合・再編が進み、株の持ち合い、系列化などに象徴される旧来の産業構造の変化が顕著である。

こうした世界内外の変化を受けて、日本では、第二次世界大戦後、50年間続いてきた社会体制の仕組みが揺らいでいる。すなわち、終身雇用、年功序列、労使協調、株の持ち合い、系列化、談合、同族経営、学歴重視等に代表される日本的慣行の見直しが顕著である。さらに2004年4月からは、国立大学の独立行政法人化による民営化が始まり、明治以来続いてきた高等教育改革が進むなど日本を取り巻く環境は大きな変化を示している。

### 三 大学発VB

日本は、経済の活性化策の一つとして1990年代後半から官民あげてベンチャービジネスの振興と新産業の創出に取り組んできた。わが国は、諸外国に比べてこれまで産学協同が進んでいない国の一つであった。しかし、最近、国立大学の独立行政法人化等により“大学発ベンチャー”が誕生するようになってきている。ところで、大学発VBの定義については、文部科学省と筑波大学が社会的通念として次の4つのタイプにまとめている。すなわち、①特許による移転型、②特許以外による技術移転（または研究成果活用）型、③人材移転型、④出資型で、このうち人材移転型とは、大学の専任教員がVBを設立することを意味する。また、出資型とは、大学が大学発VBに投資することである。従ってメディアサポートセンターの場合は、第二と第三の定義に当てはまる大学発VBとなる。新会社は、こうした時代の流れを先取りした東邦学園大学発のベンチャー企業である。

### 四 情報の良き媒介者として

近年、企業や官庁、各種団体等において、発生した出来事に対していち早く世の中に知らせる社会的責務が高まっている。最近における三菱自動車の相次ぐ欠陥車、温泉場の温泉でない湯の不当表示、関西電力の美浜原子力発電所の原子炉事故、NHKの聴取料を従業員が不正使用した問題、西部鉄道グループにおける持ち株の虚偽の届け出事件などにおける発表の不手際が耳新しいことである。

企業のコンプライアンス（法令順守）が声高に叫ばれるのもこうした社会的事件に対する当事者の責任を問う社会的風潮の高まりの結果といえよう。当事者にとって世間に知られたくない事柄でも速やかに知らせることは、人々の知る権利に対する義務といえる。

こうした発表がとかく遅れるのは、情報の出し手がどうやって知らせたら良いのか戸惑うと

朝日新聞 2004年9月1日

## 大学発起業、文系でも

ベンチャー経営論を専攻する東邦学園大学（名古屋市長東区）の安保邦彦教授（68）が、企業などの広報業務を支援する「株式会社メディアサポートセンター」（名古屋市中区）をPR会社と合併で設立したと31日、発表した。企業の不祥事が相次ぎ、情報発表の必要性が高まる中、

### 企業の広報支援

東邦学園大・安保教授

安保さんたち元新聞記者の役員やアドバイザーが経験を生かして助言する。1日から営業を始める。  
安保さんによると、大学発ベンチャーはIT関連や医療など理系分野が多く、文系分野は全国的にも珍しいという。問い合わせは同社（052・241・8423）へ。

ころに原因の一つがある。メディアサポートセンターは、情報の出し手、送り手、受け手の3者の良き媒介者としての役割を担いたいと考えている。ところで、これまで個人は、発表の手段、方法がなく松本サリン事件の第一発見者の方を含め、マスコミの“被害者”になるケースが多々あったように思う。近頃の大きな社会的事件では、当事者の内部から告発されるケースが多くなっている。メディアサポートセンターの活動の中では、経営基盤を安定させながらそうした個人に対する“お助け広報部”ともいうべき役割についても将来の検討課題にしたいと考えている。