



コスメディ製薬社長

権 英淑



けん・えいしゆく 99年京都薬大院博士修了。国内外製薬企業などのR&D技術顧問を経て、01年神山文男相談役とコスメディ製薬を創業。08年世界初のマイクロニードル製品を事業化。21年から現職。薬学博士。中国吉林省出身、62歳。

## 研究の外に出る

優れた技術が、使われないまま埋もれていく現実がある。研究として評価されながらも、社会に届くことなく終わる技術は少なくない。それは本当に価値を持ったと言えるのだろうか。では、どうすれば技術を社会に届けることができるのか。私が出した答えは、研究の外に出ることだった。

博士号取得後、私は製薬メーカーの技術コンサルタントとして研究に携わった。顧問として技術を支える立場にしながら「この小さな発見を何かに生かせないだろうか」と思う場面が幾度もあった。

## 技術は社会に届くように

次第に技術を助言するだけでなく、自らの技術でモノづくりをし、製品として世の中に届けたいという純粋な研究者としての思いが強くなっていった。その思いを共有した神山文男とともに、コスメディ製薬を創業するに至った。

しかし、研究一筋で生きてきた私たちが企業経営の世界に足を踏み入れた時、正直に言えば何も分かっていなかった。研究者としての知識や技術には自信があっても、それを社会に届けるための「会社」という仕組みについては、まったくの素人だったのである。

創業当初、銀行へ口座開設に向かった際の出来事は今でも忘れられない。支店長から「趣味の延長で創業してはならない」と厳しい指摘を受けたのだ。研究者の発想

だけでは会社は続かない。その現実を、私たちは後の経営の中で痛感することになった。

大学発ベンチャーは「技術があれば成功する」と思われることもあるが、実際には技術と経営では、求められる力が全く違う。優れた研究成果があっても、事業として成立させなければならぬ。資金調達、人材確保、マーケティングなど、研究室では経験しなかった課題が次々に現れる。

### 資金・人材の壁に直面

現在、日本では大学発ベンチャーの数は増加しているものの、全体の起業に占める割合はごくわず

かである。政府の支援策により創業数は伸びているが、事業として持続的に成長できる企業は限られている。多くの場合、研究者自身が経営を担い、資金や人材の壁に直面する。こうした構造的な課題は、日本のイノベーションの大きなボトルネックの一つとも言えるだろう。

では、そうした中で何が私たちを支えたのか。振り返ると、それは「周囲の資源」だった。行政の補助事業や支援制度、専門家の派遣制度など、周りには多くの資源があった。GMP製造、知財、財務、労務といった分野は、当初の私たちには未知の領域だったが、多くの専門家の方々に支えられながら、一つひとつ理解を深め、日々の経営課題に取り組むことができた。

# 制度使い最短の道を行く

人も資金も設備も十分ではない中で、私たちはまず、持つ知識や技術をどこに生かせるのかを考えたい。経皮吸収治療の研究で培った皮膚浸透技術や高分子技術を、スキンケア化粧品、かぶれにくい絆創膏（ばんそうこう）、ドレッシング材などに応用できないか試みた。医薬品だけを出口と考えず、社会に届く最短の道を探したのである。その結果、私たちの技術は美容分野で、それまでにはない新しい技術として受け入れられた。開発した応用製品の上市により経営資源を得て、後のマイクロニードル技術の事業化にもつながった。

### 視野広げ価値見いだす

大学発ベンチャーが「自分で食べていく」ためには、持っている知識や技術を「誰に、何として届けるのか」を明確にし、その価値を最短で生かせる使い道を見極めることが欠かせない。視野を広げれば、これまで見えなかった景色が開け、社会の中で価値を生み出す力が湧いてくる。

その道のりは決して平坦ではないが、研究成果を製品やサービスとして世の中に届けられた時の喜びは、何ものにも代えがたい。時代や経営環境が変化しても、自社の強みを磨き続け、新たな価値を生み出そうとする挑戦に終わりはない。

技術は社会に届いてこそ価値がある。しかしその価値は一人では実現できない。多くの支えの中で初めて形になるものだと、私は実感している。

（次回は早稲田大学理工学術院教授の野中朋美さんです）