

日本のベンチャー企業と起業者に関する調査研究

- 平成 10 年度 -

科学技術庁 科学技術政策研究所

「ベンチャーと国際化の視点による新ビジネスモデルの創造」
調査研究チーム

榑原清則	近藤一徳
前田 昇	田中 茂
古賀款久	綾野博之

Survey on Start-up Firms and their Entrepreneurs in Japan

March 1999

Kiyonori SAKAKIBARA
Kazunori KONDO, Noby MAEDA, Shigeru TANAKA,
Tadahisa KOGA, Hiroyuki AYANO
Research Group on New Business Creation through
Entrepreneurship and Globalization
National Institute of Science and Technology Policy
(NISTEP)
Science and Technology Agency

目次

1	調査のねらいと方法	6
2	おもな発見事実	9
3	回答企業のプロフィール	12
	本社所在地	12
	会社設立年	12
	所属産業	13
	企業規模	14
	成長段階	15
	売上高研究開発費比率	16
	上場目的の有無	17
	上場の場所	18
	未公開株取引、ストックオプション、ワラント債	19
4	回答者（社長）のプロフィール	20
	性別	20
	年齢	20
	社長の学歴	21
	専攻分野	21
	社長在任期間	21
	何代目の社長か	21
	社長の前職	22
	社長の業務上の専門分野	22
	目標とする企業	23
5	創業経営者（起業者）のプロフィール	24
	起業年齢	24
	起業者の学歴	26
	起業者の前職	27
6	最狭義VBのプロフィール	29
7	重要な経営課題と起業成功の理由	31
	経営課題	31
	人材不足（質の不足）の内容	31

VB についての考え方.....	32
起業成功の理由.....	34
起業成功の外的理由.....	35
8 ベンチャーキャピタル.....	37
VC からの融資と投資.....	37
VC 選択の理由.....	37
VC への期待.....	38
VC による経営支援のレベル.....	40
有用な情報源（過去と将来）.....	41
9 公的支援の利用状況.....	43
公的施策の認知度.....	43
公的施策の利用度.....	44
公的施策の利用希望.....	44
公的施策への要望の強さ.....	47
10 税制をめぐる問題.....	49
税制上の優遇措置の認知と利用.....	49
投資への影響.....	49
希望する税制改革.....	50
11 国研および大学との関係.....	52
共同研究・開発の実施状況.....	52
同作業への興味が実行へ移らない理由.....	52
特許利用.....	53
特許利用への興味が実行へ移らない理由.....	53
12 むすび.....	54

図表目次

表 1 回答企業の本社所在地	12
表 2 回答企業の所属業種	13
表 3 回答企業の成長段階	15
表 4 研究開発志向型企業の産業分布	16
表 5 上場目的の有無	17
表 6 上場の場所	18
表 7 未公開株取引、ストックオプション、ワラント債への取組み	19
表 8 社長の学歴	21
表 9 社長の専攻分野	21
表 10 何代目の社長か	22
表 11 社長の前職	22
表 12 社長の業務上の専門分野	22
表 13 目標とする企業	23
表 14 創業社長の学歴	26
表 15 創業社長の専門分野	28
表 16 最狭義 VB の未公開株取引、ストックオプション、ワラント債への取組み	29
表 17 最狭義 V B 創業者の学歴	30
表 18 経営課題	31
表 19 人材不足（質の不足）の内容	32
表 20 起業成功の理由	35
表 21 起業成功の外的理由	35
表 22 V C からの融資と投資	37
表 23 V C 選択の理由	38
表 24 V C への期待	39
表 25 V C による経営支援のレベル	40
表 26 有用な情報源（過去と将来）	41
表 27 公的施策の認知度	43
表 28 公的施策の利用度	44
表 29 公的施策の利用希望	44
表 30 公的施策の認知度・利用度・要望度	45
表 31 公的施策への要望の強さ	47
表 32 税制上の優遇措置の認知と利用	49
表 33 投資への影響	49
表 34 投資への影響（相関分析）	50

表 35 希望する税制改革.....	51
表 36 共同研究・開発の実施状況.....	52
表 37 共同作業への興味が実行へ移らない理由.....	52
表 38 特許利用.....	53
表 39 特許利用への興味が実行へ移らない理由.....	53
図 1 回答企業の内訳.....	7
図 2 回答企業の創業年.....	13
図 3 全体および IPO 志向企業の過去 5 年間の売上推移.....	14
図 4 産業三分類による過去 5 年間の売上推移.....	15
図 5 会社設立年分布（R&D 志向企業とそれ以外と）.....	17
図 6 会社設立年分布（IPO 志向企業とそれ以外と）.....	18
図 7 社長年齢分布.....	20
図 8 起業年齢分布.....	24
図 9 年代別起業年齢.....	25
図 10 層別した起業年齢（売上高研究開発費比率と設立年による）.....	26
図 11 創業社長の前職.....	27
図 12 VB についての考え方.....	33
図 13 VC への期待（VC 利用 / 非利用）.....	39

1 調査のねらいと方法

「ベンチャー企業とは何か？」。これはベンチャー支援策を検討する際に常にぶつかる最初の、そして最も解答が難しい質問である。ベンチャー育成について考えるときに、しばしば手本にされるのは米国とりわけシリコンバレーの状況であるが、日本で“ベンチャー企業”、“ベンチャービジネス”、あるいは単に“ベンチャー”とよばれている企業の特徴や、それらの企業のおかれている環境、起業家および経営担当者の考え方は、シリコンバレーのそれとは異なるようである。しかしながら、実際にもしもそうした点で異なるところがあるとすれば、何よりもまず日本におけるそのベンチャー企業の実態を明らかにする作業が必要であろうということで、われわれは調査の第一歩として大規模かつ体系的な郵送質問票調査を行うことにした。

調査のねらい

この調査でねらったのは、ベンチャー企業支援の今後のあり方を検討するために基礎的データを取得し、それに基づいて問題点と課題を指摘することである。そのため、大別5つのカテゴリー、合計50の問いを含む質問票をデザインした（質問票については付録を参照のこと）。

- （１）日本の“ベンチャー企業”の特徴
- （２）ベンチャー経営者および創業者の特徴
- （３）ベンチャーキャピタルの役割と意義
- （４）ベンチャー支援に関わる公的施策の利用状況
- （５）大学および国立研究所の利用度、効果、要望

質問の多くは、該当項目のチェックを求める単純な方法である。それによって回答負担を軽減し、また回答者の恣意的な判断があまり入り込まないように配慮した。

調査対象

この調査では“ベンチャー企業”の範囲をできるだけ広くとるため、『日経ベンチャービジネス年鑑』1998年版の掲載企業を質問票調査の対象企業として選択した。同年鑑の企業掲載基準は以下のとおりである。

「日本経済新聞社が最近、新鋭注目企業として新聞、雑誌、書籍で取り上げたことのある企業（非上場、非店頭公開）を中心に 独自の技術、ノウハウを持っている ここ数年の成長率が高い 会社設立後比較的若い企業、もしくは社歴が古くても最近業種転換した企業 などを基準として選定した。選定に当たっては日本経済新聞社の全国支社・支局の協力を得た。対象企業に調査表を郵送、回答のあった企業に対し適宜確認取材したうえ、2400社を掲載した。従って、業績や資本金、従業員規模など画一的な基準は設けていない。」¹

われわれの質問票は上記の2400社すべてへ郵送した。回答依頼先は経営担当者（社長）自身。質問票発送

¹ 『1998年版日経ベンチャービジネス年鑑』、日本経済新聞社／日経産業消費研究所編、日本経済新聞社、1998年、2頁。

は 1998 年 8 月 14 日で、それに対する回答が 10 月 12 日までに届いたものを回答企業としてとりあげた。有効回答企業数は 1007 社で、回収率は 42.0%である。

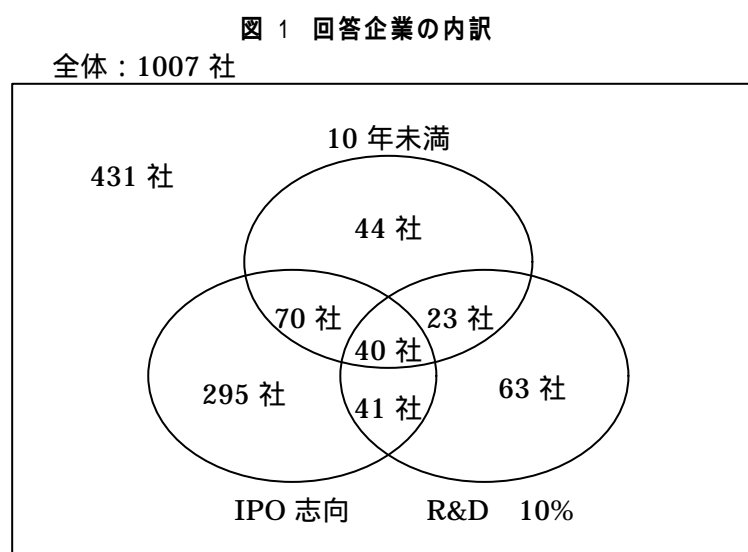
『日経ベンチャービジネス年鑑』を用いたのは、二千社以上におよぶ“ベンチャー企業”を幅広くとりあげた、日本で利用可能なほとんど唯一の企業名リストであるからである。しかし同年鑑の掲載基準は比較的ゆるいものなので、われわれが素朴にイメージする“ベンチャー企業”以外にも、文字どおり多種多様な企業が掲載されている疑いがある。そこで以下では、回答企業全体（1007 社）を分析のおもな対象とするけれども、そのほかに、次の 3 つの基準を導入して回答企業のサブセットをつくることにした。

- (1)研究開発志向の強さ（＝研究開発費の対売上高比率）。10%以上か未満か。
- (2)会社の若さ（＝設立以来の経過年数）。10 年未満かそれ以上か。
- (3)上場目的の有無（＝株式公開をめざしているかどうか）

カッコ内は操作的定義である。それに続いて、(1)と(2)ではカットオフ・ラインを示した。売上高研究開発費比率の 10%という比率と、設立以来の経過年数の 10 年という期間を、それぞれのカットオフ・ラインに選んだのは、まったく便宜上の手続きにすぎない。だが、その結果生まれる次の 4 つのサブセットはいずれも、回答企業全体（1007 社）と比較すると、普通にいわれる“ベンチャー企業”のイメージにより近い集合であろう。

売上高研究開発費比率が 10%以上の回答企業（167 社）
 設立後 10 年未満の回答企業（177 社）
 上場目的を持った回答企業（446 社）
 上記 3 つを同時に満たす回答企業（40 社）＝「最狭義 VB」

カッコ内は、われわれの回答企業に含まれる該当企業数である。参考までに、各集合の包含関係を図 1 に示す。



なお、図1のなかでは円が3つとも重なっている真ん中の部分に対応し、既述の3つの基準を同時に満たす回答企業の集合である。これは、感覚的には“ベンチャービジネス”という言葉で連想する企業にいちばん近い回答企業の集合であろう。それゆえそれを本報告書では「最狭義VB」とよぶことにする。

これら4つのサブセットも、以下の分析の対象として適宜とりあげることにはしたい。

2 おもな発見事実

以下では質問票に盛り込まれたほぼすべての質問項目について、項目ごとに回答結果をレポートしていく。その記述は個別的で細部にわたらざるを得ない。そのため、回答から得られた全体的パターンの概略をここで予め示しておくことが有用であろう。以下、9項目にわたって、おもな発見事実の要約を試みる。(1)ベンチャー企業の設立動向、(2)経営担当者(社長)のプロフィール、(3)社長のなかでとくに創業社長(=起業者)のプロフィール、(4)「最狭義 VB」の创业者の特徴、(5)起業成功の理由、(6)ベンチャーキャピタル会社の役割、(7)公的支援の意義、(8)税制改革への要望、(9)大学および国立研究所との共同作業。

(1) 会社設立年の分布をみると1970年以降の創業が多いが、それ以前に設立された会社も多く、幅広く分布している。ただし近年の傾向として、株式公開志向を持った企業(=「株式公開を目指す」と経営者が答えた企業)の新設が顕著に増え、また研究開発志向型企業(=売上高研究開発費比率が10%以上の回答企業)の創業も着実に観察できる。低調といわれる日本のベンチャービジネスにおける、これは明らかに朗報であろう。

(2) 回答企業の経営者は平均53歳であり、けっこう高齢である。そのうち创业者は約半分である。経営者の前職については、同族事業継承者、大企業スピンアウト、中小企業スピンアウトの三つが、それぞれ約2割ずつを占めている。

日本のベンチャー経営者が一般に高齢であることは、ここで改めて確認しておくべき点である。「熟年ベンチャー」という言葉がそれを表現するのに適当かもしれない。ベンチャー企業というと、若い人々が担う経営体をすぐに想像しがちであるが、日本の事実はそうではないのである。

(3) 起業者(=創業社長)に着目すると彼らの起業年齢は平均37歳で、そのピークは30歳から40歳代半ばまで広く分布している。それゆえ起業年齢は必ずしも高齢ではない。ただし、研究開発志向型企業とそうでない企業とを比較すると、意外なことに前者の研究開発志向型企業のほうが起業年齢がやや高い、ここ10年間で起業年齢の高齢化が進んでいる、の2点が重要である。また、創業経営者の学歴は非創業経営者のそれよりも低い傾向がある。

これらを勘案すると、日本においては、研究開発が強調され経営の中核に「技術」がおかれているケースでも、そこにおける「技術」とは多くの場合、長期の実務経験に基づく「熟練」の要素が強いものであると推測することができる。高等教育を直接的な基盤とした若者による技術系ベンチャーの起業は、日本では決して多くないといえよう。

(4) 回答企業にごく少数含まれる「最狭義 VB」(=強い研究開発志向、設立後10年未満、上場目的、という3つの条件を同時に満たす回答企業)にとくに着目すると、大企業をスピンアウトした技術系の高学歴者が、創業経営者としてそれを担っている。

それゆえ、日本の起業者には二類型あるように思われる。第一は、学歴は高くないが長年にわたる実務経験を基盤として起業した、刻苦精励型の起業者である。第二は、技術系の高学歴を背景に一旦大企業に入り、実績を上げたのちにスピンアウトした、ハイテクエリート of 起業者である。回答企業のなかでは前者が圧倒的に多いが、今後は後者が増える可能性がある。

(5) 経営担当者に起業成功の理由をたずねたところ、「適切な経営戦略」、「高い技術力」、「的確なマーケ

ット選択」が成功の三大理由にあげられている。これらはベンチャービジネスに限ったものではなく、どんなビジネスでも成功に欠かせない要因であろう。より興味深いのは「起業成功の外的理由」であり、「適切な銀行融資を利用したから」という答えが全体の6割近くを占め、圧倒的に多い。わが国ベンチャー企業の銀行融資依存が、われわれの調査結果でも明白である。

しかし、ここで注目すべきは、創業10年未満の比較的若いベンチャー企業に限ってみると、銀行融資への依存傾向がはっきりと減ることである。その代わりに重要度が増すのは、ベンチャーキャピタル（VC）支援と公的支援の2つである。また、研究開発志向型企业においては、銀行融資への依存度が減る反面、公的支援の意義が高まっている。

それゆえベンチャー企業に対する支援構造が、従来の銀行融資依存という単一的構造から、VC支援や公的支援をも含む多元化構造へと変化する傾向がある。

（6）それではVC会社は過去にどういう役割を果たし、今後どういう役割を期待されているのであろうか。われわれの調査によれば、これまで日本のVC会社は上場直前の「金回り」のサービスを中心とする、その意味で限られた業務を遂行してきた。そのため、ベンチャー企業のVC会社への期待はきわめて限定的である。そして、上述のように、ここ10年ほどでベンチャーキャピタル支援の意義が高まっているにもかかわらず、VC会社への今後の期待は依然としてきわめて限定的であり、その点は過去にVC会社を利用した経験を持つ企業の間で特にそうである。過去にVC会社を利用した経験を持つ企業は、将来的にもはっきりと限定的な期待だけをVC会社に対して持っているのである。

逆にいえば、アメリカにおけるごとき幅広いインキュベーション機能をVC会社に期待する声は、日本のベンチャー経営者の間にはまったくと言ってよいほど聞かれないのであり、その点はVCの利用経験を持つ企業の間でとりわけそうだということである。

（7）公的支援のメニューは近年顕著に増えているが、そのなかでは資金面および技術面からの支援施策と企業間交流支援に関わる施策が、認知度が高く、かつ利用度も高い公的施策の3大分野である。公的施策への要望をたずねたところ、今いちばん多いのは税制改革への要望であり、要望度が飛び抜けて高い。次に多いのは資金的支援である。資金繰りが難しい現状を反映した結果であろう。

（8）税制改革については、まず認知度と利用度がともに高い税制上の優遇措置は、中小企業に対する法人税軽減税率の適用および貸倒引当金制度の特例である。また、われわれの調査では、税制上の優遇措置は設備投資と研究開発投資を引き上げる効果を実際に持っているようである。

税制改革で希望するものは、法人税切り下げ、設備投資に対する法定減価償却期間の短縮、相続税率の軽減などである。しかしそれとはまったく対照的に、VBへの投資環境整備に関わる税制改革にはほとんど希望がない。いいかえると、税制改革への要望でおもに強調されているのは、現下の厳しい資金状況を直接的に緩和する方策なのである。

（9）最後に大学および国公立研究機関との共同作業について。大学および国研とベンチャー企業との共同作業は、計画中也含めると対大学27%、対国研16%で見いだされる。これらは決して小さい数字ではあるまい。しかし、共同作業への期待はそれ以上に広範囲に存在する。それでは、期待の割りに共同作業が広がっていないのはなぜなのか。そのおもな理由は、大学の場合「研究内容がわからない」ためであり、国研の場合「研究テーマ自体が産業ニーズに合わない」ためである。

大学や国研の活用はまだ緒に着いたばかりである。ベンチャー企業を日本にもっとたくさん生み出し、なかでも科学技術に基づくベンチャー企業を日本にもっとたくさん生み出していくためには、公共財としての大学および国公立研究機関の、いっそうの活用施策が望まれる。

3 回答企業のプロフィール

まずわれわれの回答企業の全体的なプロフィールをみていこう。以下で取り上げるのは、(1)回答企業の本社所在地、会社設立年、所属産業などの基礎的データ、(2)成長プロセスのどの段階に属し、どの程度の規模の会社で、売上高研究開発費比率がどのぐらいかを示すデータ、(3)上場に関する希望などである。

本社所在地

まず全回答 1,007 社の本社所在地をみると、東京が 255 社（構成比率は 25.3%）を占め、圧倒的に多い。次に多いのは大阪の 113 社（11.2%）である。30 社以上回答企業が集中している地域のみをあげると、表 1 のなかで網掛けをした 6 都府県である。東京・神奈川、関西、および愛知の三大都市圏が多い。

表 1 回答企業の本社所在地

都道府県	企業数/率	都道府県	企業数/率	都道府県	企業数/率	都道府県	企業数/率	都道府県	企業数/率
北海道	24 2.4%	埼玉県	25 2.5%	岐阜県	6 0.6%	鳥取県	4 0.4%	佐賀県	5 0.5%
青森県	3 0.3%	千葉県	28 2.8%	静岡県	28 2.8%	島根県	5 0.5%	長崎県	9 0.9%
岩手県	5 0.5%	東京都	255 25.3%	愛知県	47 4.7%	岡山県	12 1.2%	熊本県	6 0.6%
宮城県	9 0.9%	神奈川県	73 7.2%	三重県	12 1.2%	広島県	20 2.0%	大分県	10 1.0%
秋田県	6 0.6%	山梨県	5 0.5%	滋賀県	6 0.6%	山口県	11 1.1%	宮城県	2 0.2%
山形県	7 0.7%	長野県	29 2.9%	京都府	34 3.4%	徳島県	9 0.9%	鹿児島県	2 0.2%
福島県	10 1.0%	新潟県	24 2.4%	大阪府	113 11.2%	香川県	7 0.7%	沖縄県	3 0.3%
茨城県	11 1.1%	富山県	11 1.1%	兵庫県	34 3.4%	愛媛県	8 0.8%	合計 1007 100.0%	
栃木県	5 0.5%	石川県	11 1.1%	奈良県	7 0.7%	高知県	9 0.9%		
群馬県	10 1.0%	福井県	10 1.0%	和歌山県	12 1.2%	福岡県	25 2.5%		

会社設立年

回答企業のなかで、その設立年がいちばん集中しているのは 1970 年で、31 社である（図 2）。比較的多数の企業が設立された年代は、1970 年代前半、80 年代冒頭、80 年代後半、90 年代前半の 4 つである。

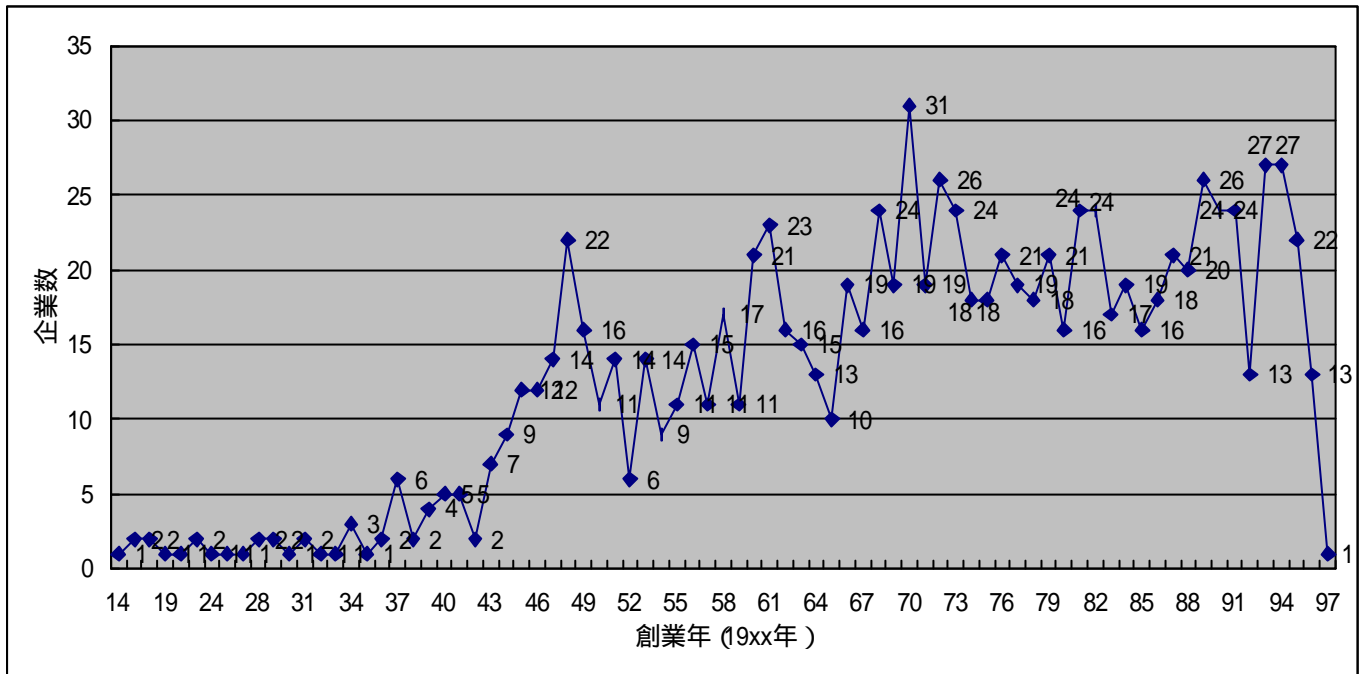
は第一次ベンチャーブーム（70～73 年）、と は第二次ベンチャーブーム（82～86 年）、は第三次ベンチャーブーム（94 年～）に、それぞれほぼ対応しているといえるかもしれない²。

会社設立年から逆算すると、われわれの回答企業の平均年齢は 28.6 年（標準偏差 17.1）である。バラツキはあるものの、必ずしも若くない企業がけっこう含まれている。

それゆえ、既述のように、会社設立年のデータを使って、設立後 10 年未満の会社（177 社）と 10 年以上の会社（830 社）とに回答企業を二大別し、以下の分析で適宜用いることとした。いうまでもなく、設立後 10 年未満の会社は、普通にいわれる「ベンチャー企業」のイメージにより近い存在であろう。

² ただし、「ベンチャーブーム」というのは、上場企業が相対的に多い年代を指した言葉であり、ここで確認した設立会社数の分布に基づく言葉ではない。

図 2 回答企業の創業年



所属産業

『1998 年版日経ベンチャービジネス年鑑』で採用されている業種分類をそのまま流用して、回答企業をその所属産業により分類し、それを製造業、情報産業、サービス業に三大別して示すと以下のような構成になる。

表 2 回答企業の所属業種

製造業			情報			サービス		
ガラス・セラミックス	13	1.3%	ソフトウェア	105	10.5%	サービス・その他	121	12.1%
その他製造業	113	11.3%	情報サービス	20	2.0%	住宅・建設	36	3.6%
化学・医薬品	45	4.5%	合計	125	12.5%	出版・印刷	11	1.1%
機械	98	9.8%				流通	72	7.2%
食品	38	3.8%				合計	240	23.9%
精密機械	75	7.5%				総計	1004	100.0%
繊維	23	2.3%						
鉄鋼・非鉄・金属加工	40	4.0%						
電子・電機	171	17.0%						
木材・紙	6	0.6%						
輸送用機器	17	1.7%						
合計	639	63.6%						

回答企業の所属業種でいちばん多いのは「電子・電機」の 171 社（17%）であり、次に多いのは「サービス・その他」の 121 社（12%）である。50 社以上の回答企業が集中している業種のみを示すと、表 2 のなかで網

掛けをした7産業であり、既述の2つに続く産業は その他製造業（113社）、ソフトウェア（105社）、機械（98社）、精密機械（75社）、流通（72社）である。

この産業分布を全体的にみると、従来型の製造業のみならず情報系もサービス系も、いずれの産業部分もそれなりに含まれた、偏りのない構成であるように思われる。

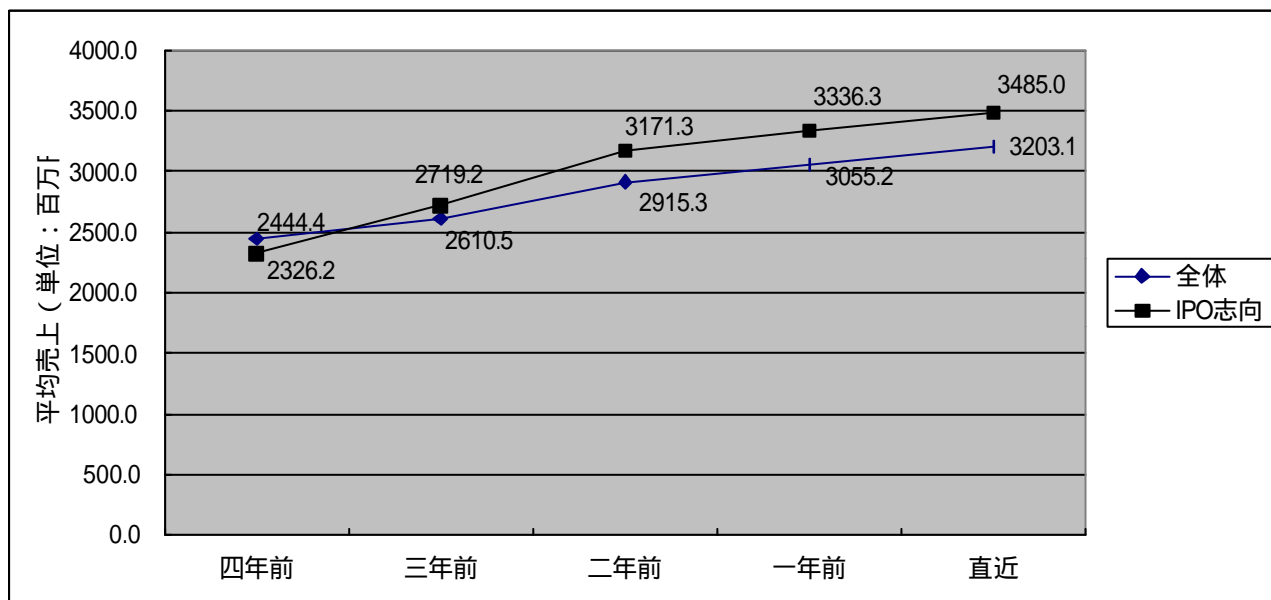
企業規模

直近のデータでいうと、回答企業の従業員数の平均は112.7人（標準偏差189.1人）、資本金の平均は2億200万円（標準偏差7億9300万円）、売上げの平均は32億300万円（標準偏差71億7500万円）である。

直近から4年前までの過去5年間の売上げ推移をみると（図3）、4年前の売上げ平均24億4400万円が直近で32億300万円と順調に拡大しているものの、その間における年々の伸び率の平均は6.5%に過ぎず、決して高くない。近時の経済環境を考慮する必要があるけれども、日本のベンチャー企業は成長性に乏しいというべきかもしれない。

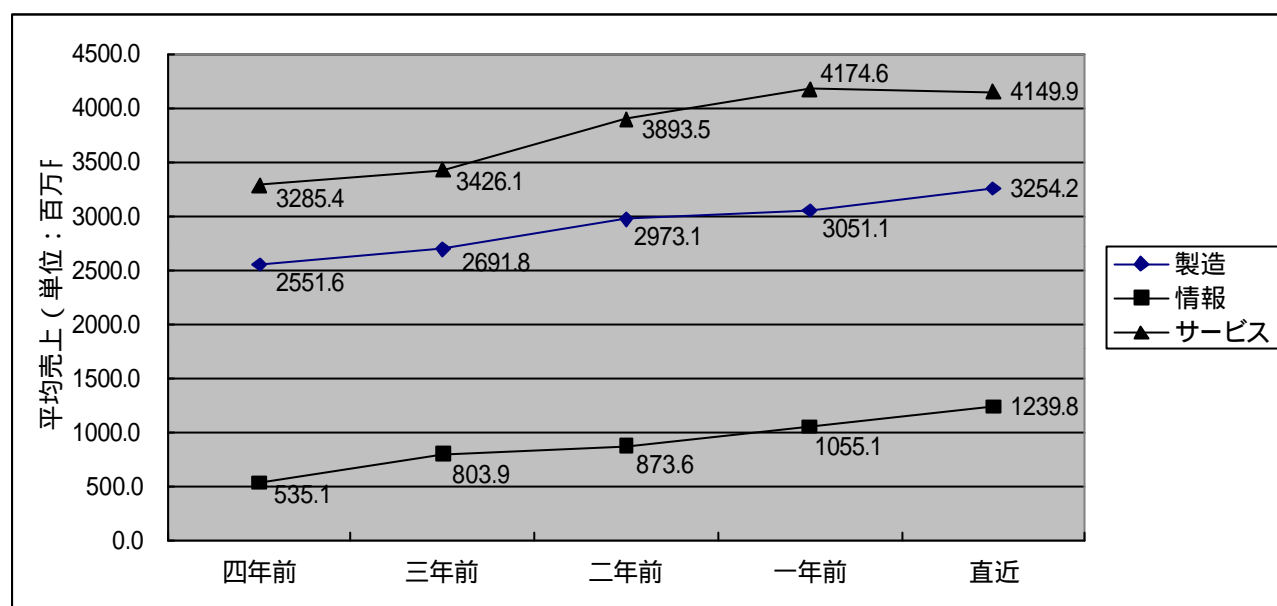
同じ図3のなかには、第1節でのべた「上場目的を持った回答企業」（446社）の売上げ推移も描かれている。それをみると、2本の軌跡はほぼ重なっており、上場目的を持った企業と回答企業全体との間に、売上げ推移で大きな違いがあるわけではないが、前者のほうが売上げの伸び率がやや大きいことがわかる。事実、年々の伸び率の平均は、上場目的を持った企業の場合9.5%で、回答企業全体のそれ（6.5%）を上回っている。

図3 全体およびIPO志向企業の過去5年間の売上推移



次に、産業三分類別の売上げ推移に着目すると（図4）、(1)売上げ規模はサービス系が最大で、以下、製造系、情報系と続いている、(2)情報系ベンチャー企業は平均売上げ10億円をようやく超えたところである、(3)サービス系ベンチャー企業は平均売上げ40億円を超えたあたりで伸び悩んでいる、といった点が見てとれる。

図 4 産業三分類による過去5年間の売上推移



成長段階

回答者（経営者）自身の認知によって成長段階別に回答企業を層別すると、われわれの回答企業で一番多いのはレーターステージ（経営基盤強化）に属する企業で、422 社（43%）にのぼっている。そして、アーリーステージ（成長初期）の 236 社（24%）とミドルステージ（本格的成長）の 232 社（23%）が、それに続いている。対照的に、スタートアップ（事業の立ち上げ）段階の企業は 78 社（8%）と少ない。また公開後の企業が、回答企業のなかに 6 社含まれている。

表 3 回答企業の成長段階

スタートアップ（事業の立ち上げ）	78 社	8.0%
アーリーステージ（成長初期）	236 社	24.2%
ミドルステージ（本格的成長）	232 社	23.8%
レーターステージ（経営基盤強化）	422 社	43.3%
～ 株式公開 ～		
公開後（公開後の新成長）	6 社	0.6%
合計	974 社	100.0%

スタートアップ段階の企業が全体の 10%未満と少ないことから、われわれが調査対象に用いた『日経ベンチャービジネス年鑑』の掲載企業のなかに、もともと一定のバイアス、すなわち創業後間もない企業が少ないというバイアスが含まれている可能性がある。なぜなら、おもに製品（サービス）が具体的に市場化された企業を新聞記者が取材し、その後年鑑に掲載した（市場化以前では取材対象になりにくい）取材時点と年鑑掲載時点との間にタイムラグがある、の二つが推測できるからである。

この推測が妥当かどうかはともかく、以下のデータをみていく際には、スタートアップ段階の企業が相対的

に少ない回答企業のデータであることを念頭におくべきであろう。

売上高研究開発費比率

直近の売上高研究開発費比率は、回答企業の全体平均で 6.5%（865 社）である。総務庁統計局「科学技術研究調査報告」³の売上高研究開発費比率を見ると、日本の会社の全体平均は 2.77%（1997 年調査）である。それゆえ、回答企業の売上高比率は日本の会社の全体平均より 2 倍以上も大きな値である。

次に、回答企業の売上高研究開発費比率を産業三分類の別にみると、製造 6.4%、情報 11.8%、サービス 3.8%であり、情報系企業の売上高比率が最も高い。

なお、売上高研究開発費比率の散布図を確認した上で、その比率が 10%以上の企業と 10%未満の企業とに回答企業を二大別し、前者をとくに「研究開発志向型企业」とよぶことにした。そうすると、研究開発志向型企业（167 社）の売上高研究開発費比率は平均 22.1%であり、そうでない企業（695 社）の平均 2.7%より有意に高い数値である（ $p < 0.01$ ）。

研究開発志向型企业の産業別分布（表 4）をみると、比率はさまざまだが「木材・紙」を除くすべての産業にそれが含まれている。それゆえ研究開発志向型企业というのは所属産業を超えた、その意味で産業横断的な企業類型であるといえる。

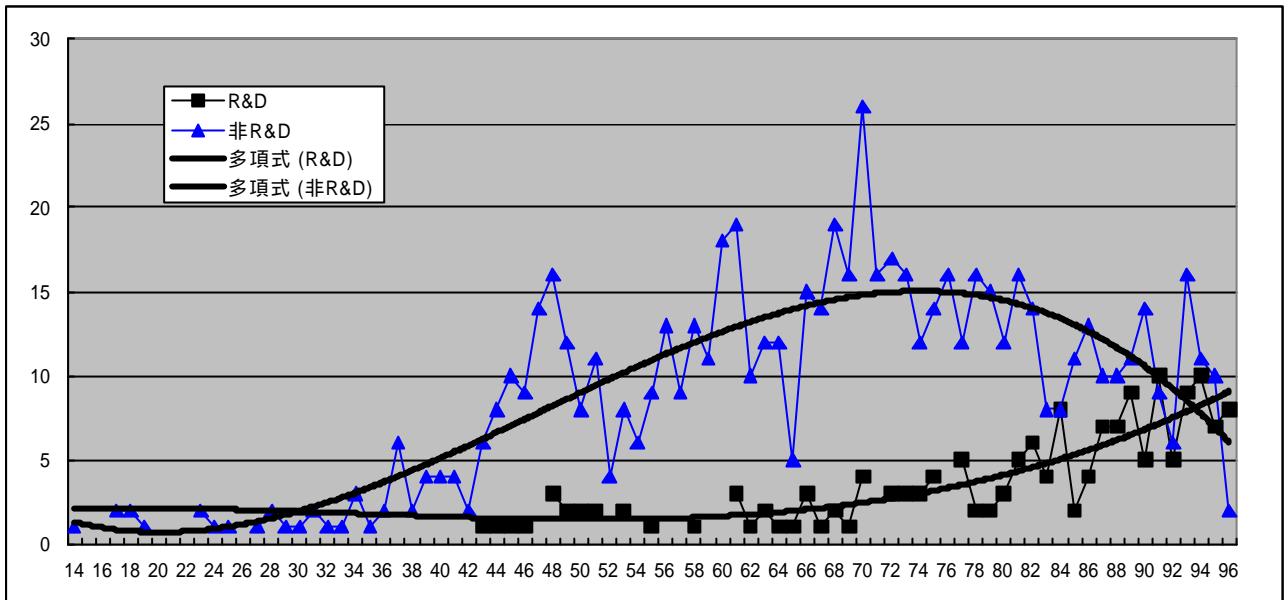
表 4 研究開発志向型企业の産業分布

業種	回答 企業 数	R&D企 業数	R&D企 業割 合	業種	回答 企業 数	R&D企 業数	R&D企 業割 合	業種	回答 企業 数	R&D企 業数	R&D企 業割 合		
ガラス・セラミックス	13	1	7.7%	ソフトウェア	105	35	33.3%	サービス・その他	121	15	12.4%		
その他製造業	113	25	22.1%	情報サービス	20	4	20.0%	住宅・建設	36	2	5.6%		
化学・医薬品	45	12	26.7%	合計	125	39		出版・印刷	11	2	18.2%		
機械	98	13	13.3%					流通	72	1	1.4%		
食品	38	5	13.2%					合計				240	20
精密機械	75	15	20.0%										
繊維	23	3	13.0%										
鉄鋼・非鉄・金属加工	40	4	10.0%										
電子・電機	171	28	16.4%										
木材・紙	6	0	0.0%										
輸送用機器	17	2	11.8%										
合計	639	108											

次に、会社設立年の分布を、研究開発志向型企业とそうでない企業との別にプロットし、分布の大まかな傾向をみるために多項式近似（5 次近似）を試みると、研究開発志向型企业の創業が近年増大しているような図が得られる（図 5）。ただし、売上高研究開発費比率は一般に創業時に高く、その後漸減することが多いから、この図はその推移を投影したいわば当然の図である。研究開発志向型企业の創業が近年とくに顕著に増大しているとは、この図からはいえないだろう。とはいえ、研究開発志向型企业の創業が日本においても着実に起きているとは少なくともいえるように思われる。

³ 総務庁統計局、「平成 9 年科学技術研究調査報告」、1998 年、16 頁。

図 5 会社設立年分布 (R&D 志向企業とそれ以外と)



上場目的の有無

将来、会社組織をどのようにしたいか、上場目的があるのかどうかについて、最も近い考え方を以下の4つのなかから一つ選んでもらった。その結果、一番多いのは「株式公開を目指す」で、回答企業全体の半数近く（46%）を占め、次に多いのは「現状規模を維持して収益基盤を強化する」で、37%を占めている。以上の二つで全体の85%近くに及んでいるから、それ以外の二つは明らかにマイナーな目的である。つまり回答企業の目的としては、成長志向で上場を目指すか、あるいは現状規模を維持して収益性強化に専念するか、その二者択一であるように思われる。

なお、「ある程度の収益を確保したら売却する」という積極的退出戦略をとる例はわずかに12社（1.2%）と、きわめて稀である。この点は、「退出戦略」(exit strategy)の重要度が高まっているアメリカのベンチャー企業との大きな違いである。

表 5 上場目的の有無

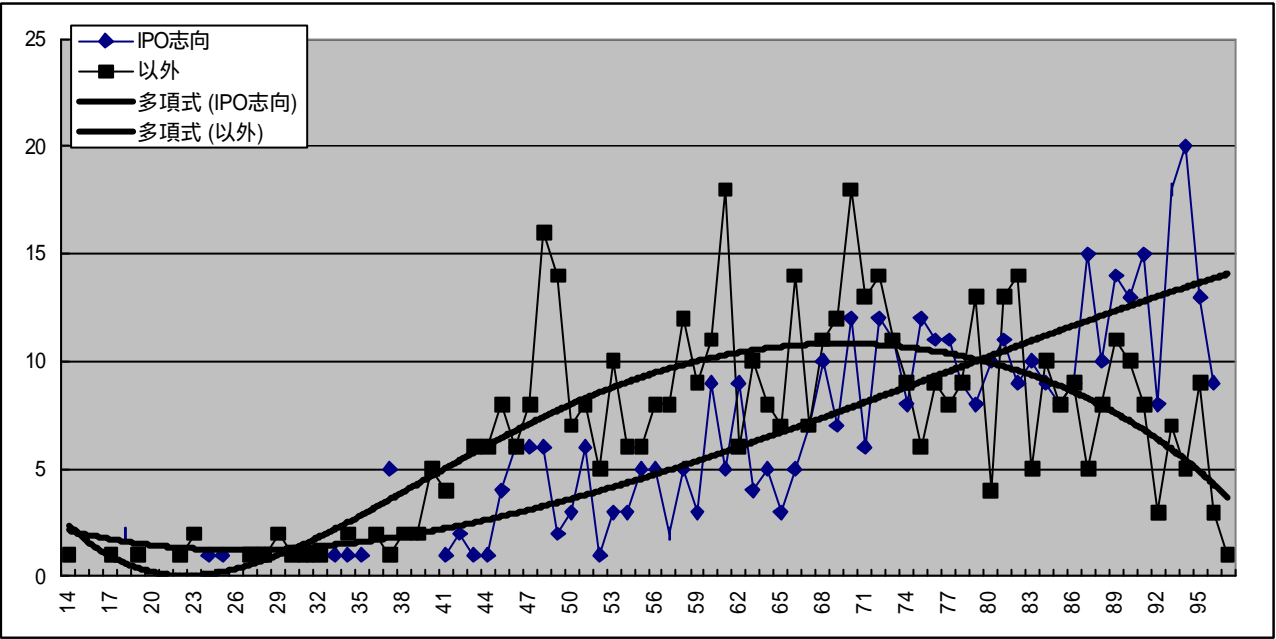
株式公開を目指す	446 社	46.1%
ある程度の収益を確保したら売却する	12 社	1.2%
組織規模は大きくするが株式公開は行わない	142 社	14.6%
現状規模を維持して収益基盤を強化する	367 社	37.9%
合計	967 社	100.0%

なお、既述のように、この上場目的の有無にかかわるデータを使って、上場目的を持った会社（446 社）とそういう目的を持たない会社（521 社）とに回答企業を二大別し、そのサブセットを以下の分析で適宜使うことにした。前者すなわち上場目的を持った会社は、普通にいわれる“ベンチャー企業”のイメージに近い存在

であろう。

この区別を使って、会社設立年の分布をみると図 6 のようになる。分布の大まかな傾向を示すために、図 5 同様の多項式近似（5 次近似）をここでも試みると、散布図にバラツキはあるものの、上場志向を持った会社の設立はほぼ一貫して増大するのに対し、そうでない会社の設立は 70 年代をピークに減少し、ちょうど 80 年ごろを境に両者が逆転していることがわかる。大きな傾向としては、株式公開への志向性が着実に高まる一貫した傾向が認められるのである。

図 6 会社設立年分布（IPO 志向企業とそれ以外と）



上場の場所

前問で「株式公開を目指す」と答えた会社について、どの市場を目標とするかを続けてたずねたところ、第一希望は店頭市場（本則）で、全体の 8 割近くという圧倒的多数を占めている。それに比して、「店頭市場（特則）」を目標とする企業は 14%と、きわめて少ない。また、一部に伝えられる米 NASDAQ への直接的上場希望は、われわれの回答企業の間ではきわめて限られている。未公開株市場への関心も低い。

表 6 上場の場所

1	店頭市場（本則）	335 社	77.5%
2	店頭市場（特則）	61 社	14.1%
3	未公開株市場	26 社	6.0%
4	NASDAQ	10 社	2.3%
合計		432 社	100.0%

未公開株取引、ストックオプション、ワラント債

未公開株取引についてどういう取り組み姿勢かを聞いたところ、すでに導入済みの会社も導入予定の会社もともに全体の１％台と、きわめて少数である。残りの会社は、興味のある会社とない会社とに二分され、意見が割れている。次に、ストックオプションについても同様で、既に導入済みと導入予定とを合計しても１０％に満たず、例外的会社に限られている。ただし「興味ある」と答えた会社は５６％と、半数を少し上回っている。それに対して、ワラント債については導入事例がやや多く、１４％（１２３社）に及び、少なくともこれまではストックオプションよりも現実的な選択肢として選好されてきたようである。

表 7 未公開株取引、ストックオプション、ワラント債への取り組み

	未公開株取引		ストックオプション		ワラント債	
	全体	(IPO志向)	全体	(IPO志向)	全体	(IPO志向)
導入済み	1.8%	(2.9%)	2.7%	(4.4%)	14.2%	(25.8%)
導入予定	1.4%	(2.4%)	7.2%	(13.1%)	3.5%	(7.2%)
興味ある	51.6%	(67.5%)	56.8%	(72.0%)	35.1%	(45.1%)
興味なし	45.0%	(27.1%)	33.1%	(10.6%)	47.0%	(21.9%)
合計	100.0%	(100.0%)	100.0%	(100.0%)	100.0%	(100.0%)

なお表7のカッコ内は、上場目的をもった企業のための回答分布である。上場目的をもった企業の場合、未公開株取引、ストックオプション、ワラント債の３つに「興味なし」と答えた会社がいずれも顕著に減る、導入済みと導入予定を合計するとワラント債が３３％で、いちばん多い、ストックオプションの導入企業はまだ少ない（４．４％）けれど、「興味ある」と答えた会社は７０％以上に及んでいる、といった点がよみとれる。上場目的を持った回答企業の間では、将来的にはストックオプションへの関心がとくに強いので、その点での環境整備が重要であろう。それによって、図6でみた上昇カーブをいっそう高くする必要がある。

4 回答者（社長）のプロフィール

次に、回答者すなわち経営担当者（社長）のプロフィールをみていこう。以下でとり上げるのは、(1)社長の性別や年齢、(2)学歴、(3)社長の在任年数、(4)創業社長か否か、(5)社長の職業上のバックグラウンド、(6)社長が目標と考える企業、などである。

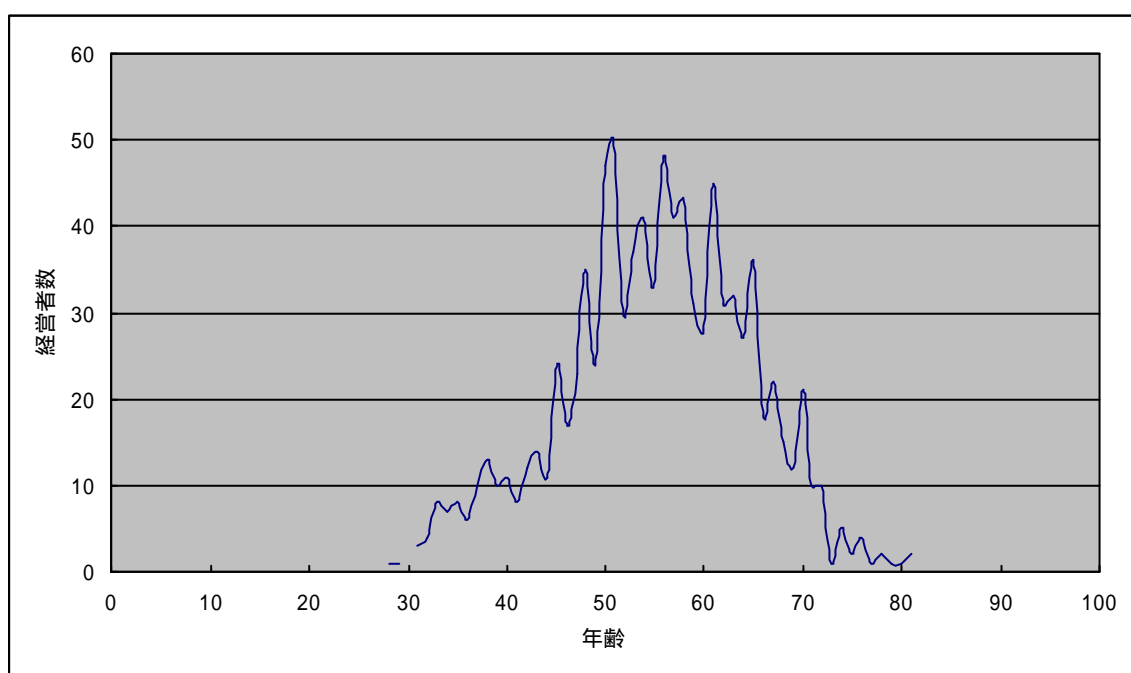
性別

回答企業 976 社中、女性社長は 18 社（1.8%）に留まり、残りはすべて男性である。

年齢

回答企業の社長の年齢は平均 53.5 歳（標準偏差 13.0 歳）である。日本のベンチャー企業の経営者はかなりの高齢者であるといえる。年齢の度数分布を図 7 に示す。三つの山のように見える頂点は、左からそれぞれ 51 歳（50 人）、56 歳（48 人）、61 歳（45 人）である。

図 7 社長年齢分布



ちなみに、設立後 10 年未満と 10 年以上とで回答企業を二分すると、社長の平均年齢は前者が 47.1 歳、後者が 55.1 歳である（ $p < 0.01$ ）。設立 10 年未満の会社の社長は 40 歳代で、たしかに相対的に若いけれど、それでも 40 歳代後半なのである。また、研究開発志向型企業とそうでない企業とで社長の平均年齢を比較すると、前者が 51.8 歳、後者が 54.6 歳で、研究開発志向型企業の社長のほうが若干若い。しかし「研究開発志向型企業でさえ社長の平均年齢は 50 歳を超えている」といったほうが、より適切かもしれない。

社長の学歴

社長の学歴を見ると、いちばん多いのは大学卒で、全体の 66% に及んでいる。次に多いのは高卒で、16% である。

表 8 社長の学歴

中学校	26 人	2.6%
高校	160 人	16.3%
専門学校・専修学校	42 人	4.2%
短大	47 人	4.8%
大学	646 人	66.0%
大学院	57 人	5.8%
合計	978 人	100.0%

専攻分野

前問で大学あるいは大学院卒と答えた回答者についてその専攻分野をたずねたところ、次のように分布している。広義の文系（上から 4 つ）と広義の理系（下 4 つ）とがほぼ半々の構成である。

表 9 社長の専攻分野

政治・経済	242 人	35.2%
人文・社会	28 人	4.0%
教育	10 人	1.4%
文系他	81 人	11.7%
自然科学	25 人	3.6%
工学	221 人	32.1%
医学・歯学・薬学	5 人	0.7%
理系他	75 人	10.9%
合計	687 人	100.0%

社長在任期間

社長の在任期間の平均は 13.5 年であるが、その標準偏差は 10.8 年で、大きなバラツキがある。

何代目の社長か

会社設立後何代目の社長であるかを聞いたところ、初代すなわち創業者が 488 人で最も多く、全体の 51% を占めている。次が二代目の 275 人（28%）、三代目の 112 人（11%）で、二代目と三代目を合計すると 4 割に達する。

日本では比較的多くの事例で、創業者がそのまま経営担当者になり、しかも長年にわたってそれを維持し続けるのであろう。創業と経営担当とが日本ではまだ未分離であることを示すデータである。

表 10 何代目の社長か

創業者（初代）	488 人	51.2%
二代目	275 人	28.8%
三代目	112 人	11.7%
四代目	47 人	4.9%
五代目以上	30 人	3.1%
合計	952 人	100.0%

社長の前職

社長の前職でいちばん多いのは同族事業継承者で、223 人（23%）に及んでいるが、それ以外は広く分布していて、特定の集中傾向はみられない。しかし大きくカテゴライズすると、同族事業継承者（＃１）、大企業出身者（＃２と＃５）、中小企業出身者（＃３と＃４）の３つが、それぞれ約２割ずつを占め、社長の前職の三大分野を構成している。学生は 37 人（3.8%）と、少ない。

なお同族事業継承者の多くは、いわゆる地場企業経営者であろう。そういう会社がけっこう含まれた回答であることは、以下のデータをみる際の留意点である。

表 11 社長の前職

1	同族事業継承者	223 人	23.3%
2	大企業技術	153 人	15.9%
3	中小企業管理	100 人	10.4%
4	中小企業技術	99 人	10.3%
5	大企業管理	86 人	8.9%
6	非同族内部昇進	75 人	7.8%
7	学生	37 人	3.8%
8	銀行	19 人	1.9%
9	コンサルティングファーム	8 人	0.8%
10	ベンチャーキャピタル	4 人	0.4%
	その他	153 人	15.9%
	合計	957 人	100.0%

社長の業務上の専門分野

社長の業務上の専門分野も、技術系と非技術系（営業および事務）とで、ほぼ半々の比率であり、その点で大きな偏りは見られない。

表 12 社長の業務上の専門分野

技術出身	452 人	46.3%
営業出身	347 人	35.5%
事務出身	94 人	9.6%
その他	82 人	8.4%
合計	975 人	100.0%

目標とする企業

回答者（社長）に、目標とする会社名を一社あげてもらったところ、ソニーの名前をあげる回答が飛び抜けて多く、100 社近くの回答であげられている。その次に多いのは京セラ、本田技研である。「トップ10」は以下の通り。

表 13 目標とする企業

1	ソニー	97 社	22.7%
2	京セラ	47 社	11.0%
3	本田技研	33 社	7.7%
4	米マイクロソフト	14 社	3.3%
5	キーエンス	13 社	3.0%
6	ソフトバンク	7 社	1.6%
6	米 3 M	7 社	1.6%
8	セコム	6 社	1.4%
8	松下電産	6 社	1.4%
8	東京エレクトロン	6 社	1.4%

回答企業合計

428 社

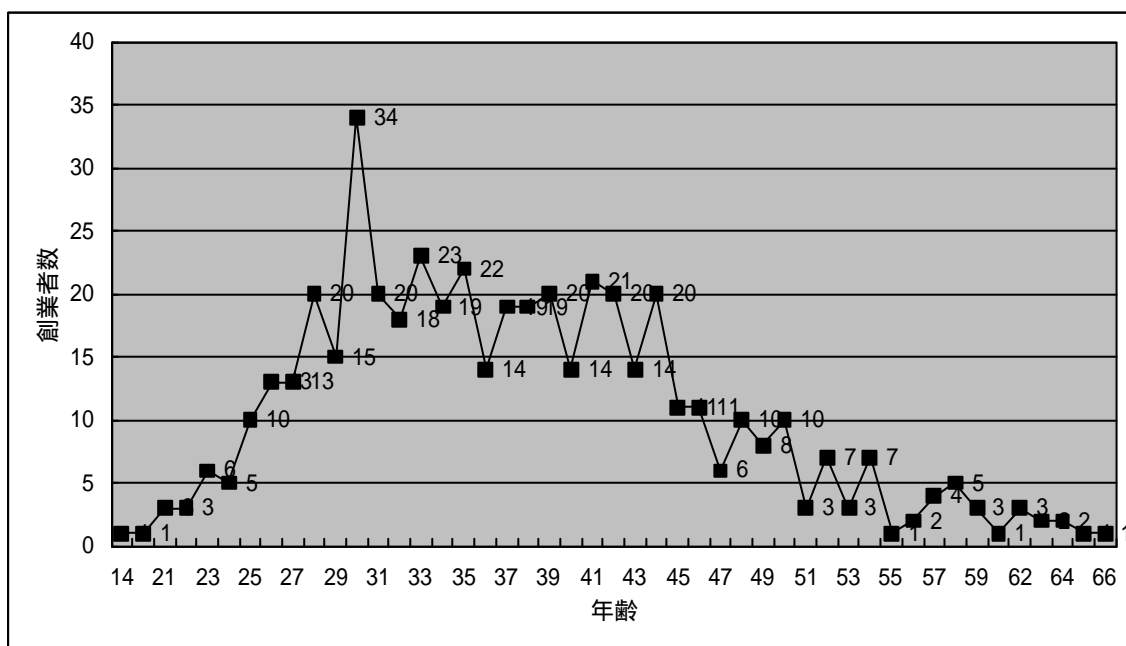
5 創業経営者（起業者）のプロフィール

以下では、回答者全体のなかでとくに創業経営者（＝自ら起業し、現在も経営を担当している回答者）に着目し、そのプロフィールについて特筆すべき点だけをいくつか指摘したい。

起業年齢

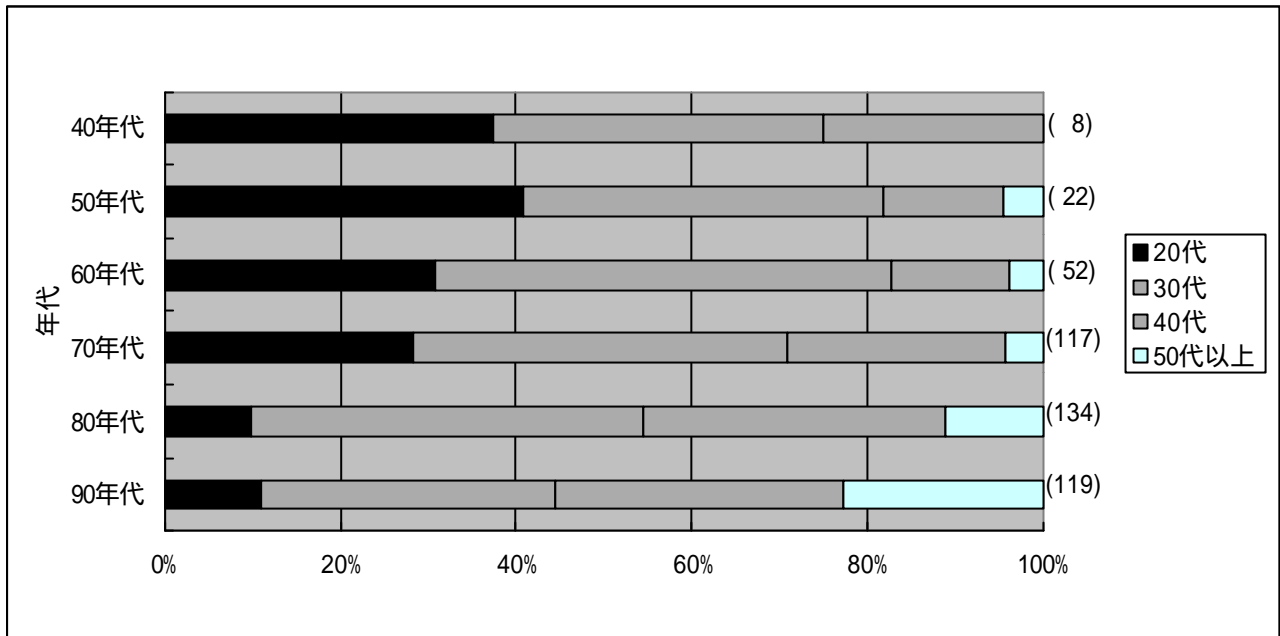
まず創業経営者の現在（調査した 1998 年時点）の年齢は平均 55.2 歳で、非創業経営者の平均（55.1 歳）とほぼ同じである。次に起業年齢、すなわち創業経営者の創業時の年齢は平均 37.4 歳である。度数分布（図 8）によると、最初のピークは 30 歳の 34 人で、それ以後 40 歳代半ばまでに創業している例が多い。この図をみるかぎり、過去において日本の起業者は必ずしも高齢ではなかったことがわかる。そして、既述の社長の平均年齢（53.5 歳）を併せ考えると、むしろ創業後の展開に時間がかかったことに、日本の第一の問題があるといえそうである。

図 8 起業年齢分布



起業年齢に関連した日本の第二の問題は、起業年齢自体の高齢化であり、この点は次の図 9 に明らかである。この図は起業年齢（＝創業経営者の創業時年齢）の構成比率を 1940 年代から 90 年代まで、年代別に示している。それによると、起業者の年齢層は、かつては 30 歳代が中心であったものが、近年 40 歳代と 50 歳代が増大し、とりわけ 50 歳代の構成比率が顕著に増えている。日本における起業年齢は明らかに高齢化しているのである。

図 9 年代別起業年齢



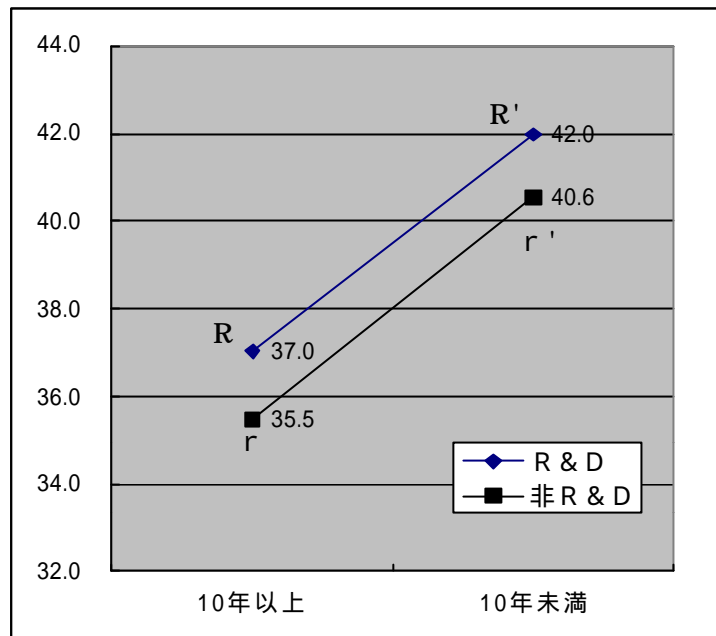
以上に指摘した「起業年齢の高齢化」という現象は、設立後 10 年未満企業と 10 年以上企業とを比較することで、改めて確認することができる。それによると、起業年齢の平均は前者が 41.3 歳で、後者の 35.7 歳より年長である ($p < 0.01$)。すなわち 10 年以上前と比較すると、ここ 10 年間に生まれてきた新しいベンチャー企業の起業者は 5 歳以上年長である。

起業年齢関連のもう一つのポイントとして、研究開発志向型企業とそうでない企業とを比較した場合のファインディングも重要である。その比較によると、起業年齢は前者の平均が 39.2 歳で、後者の平均 36.6 歳より年長である ($p < 0.01$)。起業年齢は研究開発志向型企業のほうが高いのである。これは研究開発志向型企業の場合、そうでない企業よりも、起業者自身の経験に基づく知識が重要であることを示唆している。

以上の 2 つを組み合わせるために図 10 を作成した。これは横軸に設立以来の年数 (10 年以上か 10 年未満か)、縦軸に起業年齢をとり、その起業年齢を研究開発志向型企業 (RR') とそうでない企業 (rr') の別にプロットした図である。この図から次の二つが分かる。

(横軸に直交する垂線を引いて任意に動かすと RR' と rr' の間にほぼ一定の距離があることから) 昔も今も研究開発志向型企業における起業者のほうが、そうでない企業の起業者よりも、1 年半程度年長である。(RR' と rr' の傾きがほぼ同じであることから) 研究開発志向型企業でもそうでない企業でも、ここ 10 年間に創業した起業者のほうが、それ以前に創業した起業者よりも、5 歳程度年長である。

図 10 層別した起業年齢（売上高研究開発費比率と設立年による）



それゆえ日本の場合、研究開発が強調され経営の中核に広い意味の「技術」がおかれるタイプのベンチャー企業において、その場合に創業の基盤となる「技術」とは、どちらかといえば長期の実務経験と経験知に基づく「熟練」(skill)の要素が強いものであることがうかがわれるのである。これは10年以上前もここ10年間も同様であるが、熟練の必要度は近年とくに顕著になっているようである。

このことは、起業に対する高等教育の影響が日本では昔から小さく、それが近年いっそう小さくなっていることを推測させるものである。この点は「起業者の学歴」の項でさらにみることにしよう。

起業者の学歴

創業社長の学歴を非創業社長のそれと比較対照すると（表14）構成分布全体に大きな違いはないものの、

表 14 創業社長の学歴

	創業社長		2代目以降	
中学校	21人	4.3%	5人	1.1%
高校	92人	19.0%	61人	13.2%
専門学校・専修学校	31人	6.4%	11人	2.4%
短大（高専を含む）	30人	6.2%	15人	3.2%
大学	278人	57.6%	348人	75.2%
大学院	31人	6.4%	23人	5.0%
合計	483人	100.0%	463人	100.0%

大学が20%近く減る反面、中学、高校、専門学校・専修学校、短大（高専を含む）が比率的にいずれも増え

る傾向がある。いいかえると、非創業社長（二代目以降）の典型的学歴は大学学部卒だけれども、創業社長の学歴はそれよりもわずかながら低いのである。

ちなみに、この学歴区分を仮に連続変量とみなし、中学校 = 1 点から大学院 = 6 点までの点数を与えて計算すると、学歴の平均値は創業社長 4.1、非創業社長 4.5 で、両者の間には統計的に有意な差がある（ $p < 0.01$ ）。

以上により、(1)創業社長の学歴のほうが非創業社長のそれよりも低い、(2)日本における起業は高等教育機関で受けた教育を直接的な基盤としたものではない、の2点が確かにいえそうである。

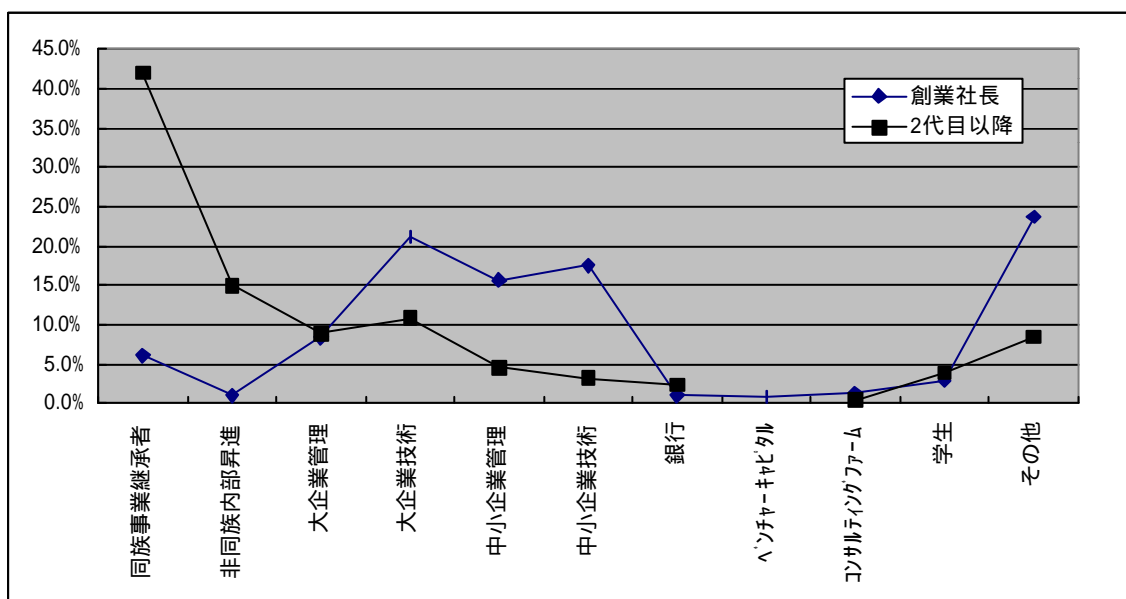
なおアメリカの起業家に関する調査は、大学学部卒ではなく大学院卒の起業者が多いという結果をしばしば報告している。それに比べると日本では、大学院レベルの高学歴をベースにした起業はほとんど例外に属する。この点は日米の大きな違いである。

大学や大学院などの高等教育機関をスプリングボードとした若者による起業が日本ではもともと稀であり、しかもこの状況は最近でもほとんどまったく変わっていないのが実態であろう。この点では、事態はむしろ悪化しているといったほうが正確かもしれない。しかし、日本に欠落しているものがそれだけ明快だということであり、それゆえ克服すべき課題がはっきりしているともいえる。科学技術を基盤とするベンチャー企業の育成のためには大学の活用が欠かせないということである。

起業者の前職

創業社長の前職は非創業社長のそれとは少し違っていて（図 11） 大企業技術、 中小企業技術、および 中小企業管理が相対的に多い。中小企業からスピンアウトして起業する場合は、バックグラウンドが技術でも非技術でもどちらでも問わないけれど、大企業からスピンアウトして起業する場合には技術系からの起業が多いということである。

図 11 創業社長の前職



したがって、社長の業務上の専門分野を見ても、創業社長の業務上の専門分野は「技術出身」がいちばん多い。

表 15 創業社長の専門分野

	創業社長		2代目以降	
技術出身	268	55.6%	172	37.4%
営業出身	162	33.6%	174	37.8%
事務出身	17	3.5%	71	15.4%
その他	35	7.3%	43	9.3%
合計	482	100.0%	460	100.0%

6 最狭義 V B のプロフィール

ここで最狭義ベンチャービジネスの特徴をスケッチしよう。最狭義ベンチャービジネスと本報告書でよんでいるのは、次の3つの基準を同時に満たす総数40社の回答企業である。売上高研究開発費比率10%以上、設立後10年未満、上場目的を持っていること。

この基準からみて最狭義 V B とは、研究開発志向が強く、設立後10年未満で、株式公開をめざしている、その意味で成長志向が強い会社の意である。

最狭義 V B については、該当会社数が少ないので、次節以下の分析で対象にとりあげることは原則的にできない。その全体的特徴を摘記すれば、次のとおりである。

第1に、最狭義 V B は圧倒的に東京に集中している。本社所在地をみると17社が東京にあり、それだけで4割以上を占めている。それ以外には、4社以上集中している道府県が一つもない。

所属産業では「ソフトウェア」の13社と「サービス・その他」の9社がまとまっているが、必ずしも情報系とサービス系だけではない。「電子・電機」の6社、「機械」の3社、「その他製造業」の3社など、製造業の幅広いカテゴリーにも存在する。

第2に、企業規模は、従業員数の平均が14.4人（標準偏差14.3人）、資本金の平均が1億1000万円（標準偏差1億8900万円）、売上の平均が2億1300万円（標準偏差4億8500万円）である。最狭義 V B は現状ではきわめて小さな経営体である。ただし過去5年間の売上推移をみると、年々の伸び率の平均は14.6%で、回答企業全体（6.5%）より伸び率は高い。

成長段階に関する回答者（経営者）自身の認知によると、アーリーステージ（成長初期）25社、スタートアップ（事業の立ち上げ）11社で、その二つで9割を超えている。

第3に、売上高研究開発費比率の平均は29.7%（標準偏差24.6%）で、回答企業全体の比率（6.5%）と比べると、きわめて高い数値である。

第4に、未公開株取引、ストックオプション、およびワラント債に対して、最狭義 V B は関心が高い（表16）。なかでもストックオプションについては、「興味なし」と答えた会社はゼロ社、導入済みと導入予定を合計すると14社（36%）というデータが示唆するようにきわめて高い関心を示している。

表 16 最狭義 V B の未公開株取引、ストックオプション、ワラント債への取組み

	未公開株取引			ストックオプション			ワラント債		
	最狭義 V B		（全体）	最狭義 V B		（全体）	最狭義 V B		（全体）
導入済み	1社	2.6%	（1.8%）	5社	13.2%	（2.7%）	12社	30.8%	（14.2%）
導入予定	2社	5.3%	（1.4%）	9社	23.7%	（7.2%）	5社	12.8%	（3.5%）
興味ある	28社	73.7%	（51.6%）	24社	63.2%	（56.8%）	18社	46.2%	（35.1%）
興味なし	7社	18.4%	（45.0%）	0社	0.0%	（33.1%）	4社	10.3%	（47.0%）
合計	38社	100.0%	（100.0%）	38社	100.0%	（100.0%）	39社	100.0%	（100.0%）

第5に、社長の平均年齢は47.2歳（標準偏差10.4歳）で、これは回答企業全体の53.5歳より6歳以上年少である。分布をみると、特定の年齢層への集中傾向はなく、30歳代前半から60歳代まで広く分布している。

何代目の社長であるかをみると、40 社中 37 社の社長が創業社長である。創業経営者の創業時年齢すなわち起業年齢は 37.4 歳で、これは回答企業全体のデータ（37.5 歳）とほぼ同じである。

その 37 人の創業社長について学歴をみると、一番多いのが 19 人の大学卒で、次に多いのが 7 人の大学院卒である（表 17）。最狭義 VB の創業経営者は相対的に高学歴だといえる。学歴における専門分野をみると 65 %が理系（残りが文系）ということで、理系が多い。また前職では、大企業からのスピンアウト 45.7%、中小企業からのスピンアウト 25.7%、銀行 5.7%、学生 2.9%、その他 20.0%であり、大企業スピンアウト組が目立って多い。

表 17 最狭義 VB 创业者の学歴

高校	5人	13.5%
専門学校・専修学校	6人	16.2%
大学	19人	51.4%
大学院	7人	18.9%
	37人	100.0%

以上を整理し、前節での議論とも併せ考えると、日本の起業者には大別二つのタイプがあるといえるように思われる。第一は刻苦精励型の熟年起業者であり、日本の起業者の圧倒的大多数を占めている。彼らは、学歴は高くないが長年にわたる実務経験を基盤として起業している。それに対して、第二は最狭義 VB で発見されたハイテクエリートの起業者であり、ごく少数例が観察できる。彼らは技術系の高学歴を背景に大企業に入り、テクノクラートとして実績を上げたのちに、スピンアウトして起業している。

このうち後者は、アメリカにおけるハイテク起業者の日本版かもしれない。だが日本の場合、そのタイプの起業者が現状ではきわめて少ないことと、まずは大企業に入り一定期間そこに滞留する関係で、起業年齢が高いことが特徴である。今後の動向としては、後者のタイプの起業者が事例的には増えるのではないだろうか。起業年齢が若くなるかどうかは即断できないけれども。

7 重要な経営課題と起業成功の理由

日本のベンチャー企業経営者は、何を重要経営課題として認識しているだろうか。また彼らは、そもそもベンチャービジネスについてどのような考え方を持っているだろうか。起業成功の理由は何であろうか。こうした点をこの節では明らかにしていこう。

経営課題

まず17の経営課題をリストアップし、そのなかから現在、経営課題と感じている問題点について3つまでの重複回答を求めたところ、次のような回答分布が得られた。回答比率が20%を超える上位5つの項目に着目すると、まず最も多いのは「人材不足（質の不足）」で、実に593社、全体の6割を超える会社が経営課題としてあげている。ちなみに「人材不足（量の不足）」（#10）という項目も質問票には含まれていたが、そちらを経営課題にあげたのはわずかに92社（9%）であり、現下の人材不足がおもに量ではなく質の問題であることを示している。2番目以下に続いているのは、販売力の不足（#2）、販売不振・受注の減少（#3）、同業他社との競争激化（#4）の3項目で、いずれも現在の景気低迷を投影した項目である。さらに、資金繰り難（#5）がそれに続いていて、まさに信用収縮を反映した結果になっている。

表 18 経営課題

1	人材不足（質の不足）	593 社	60.2%
2	販売力の不足	371 社	37.6%
3	販売不振・受注の減少	287 社	29.1%
4	同業他社との競争激化	270 社	27.4%
5	資金繰り難	228 社	23.1%
6	製品価格（販売価格）の引上げ難	176 社	17.8%
7	技術力の不足	174 社	17.6%
8	資本不足	162 社	16.4%
9	人件費の増大	136 社	13.8%
10	人材不足（量の不足）	92 社	9.3%
11	為替相場の変動	46 社	4.6%
12	公的規制	42 社	4.2%
13	納期等の取引条件の難しさ	33 社	3.3%
14	大企業等の進出	32 社	3.2%
15	人員の過剰	25 社	2.5%
16	原材料・仕入品の高騰	22 社	2.2%
17	取引先の海外シフトによる影響	21 社	2.1%
合計		985 社	

人材不足（質の不足）の内容

前問で「人材不足（質の不足）」が経営課題であると回答した企業に対して、「貴社に不足しており、外部から支援を得たいと考えている業務機能」を、以下の9項目から3つまでの重複を許して選択してもらったところ

ろ、研究開発（＃１）、マーケティング（＃２）、生産技術（＃３）というライン系三業務に回答が集中する反面、会計（＃９）、法務関連（＃８）、人事（＃７）、財務（＃６）などのスタッフ系業務をあげる企業は少ない。とくに、前問で「資金繰り難」の回答が多かったにもかかわらず、広い意味で「金回り」にかかわる会計と財務への回答傾向の低さは注目に値する。これら二つの業務は内部的に遂行可能ということかもしれないが、実業志向が強い反面「金回り」に疎い、日本のベンチャー企業経営者のバイアスを示しているようにも思われる。

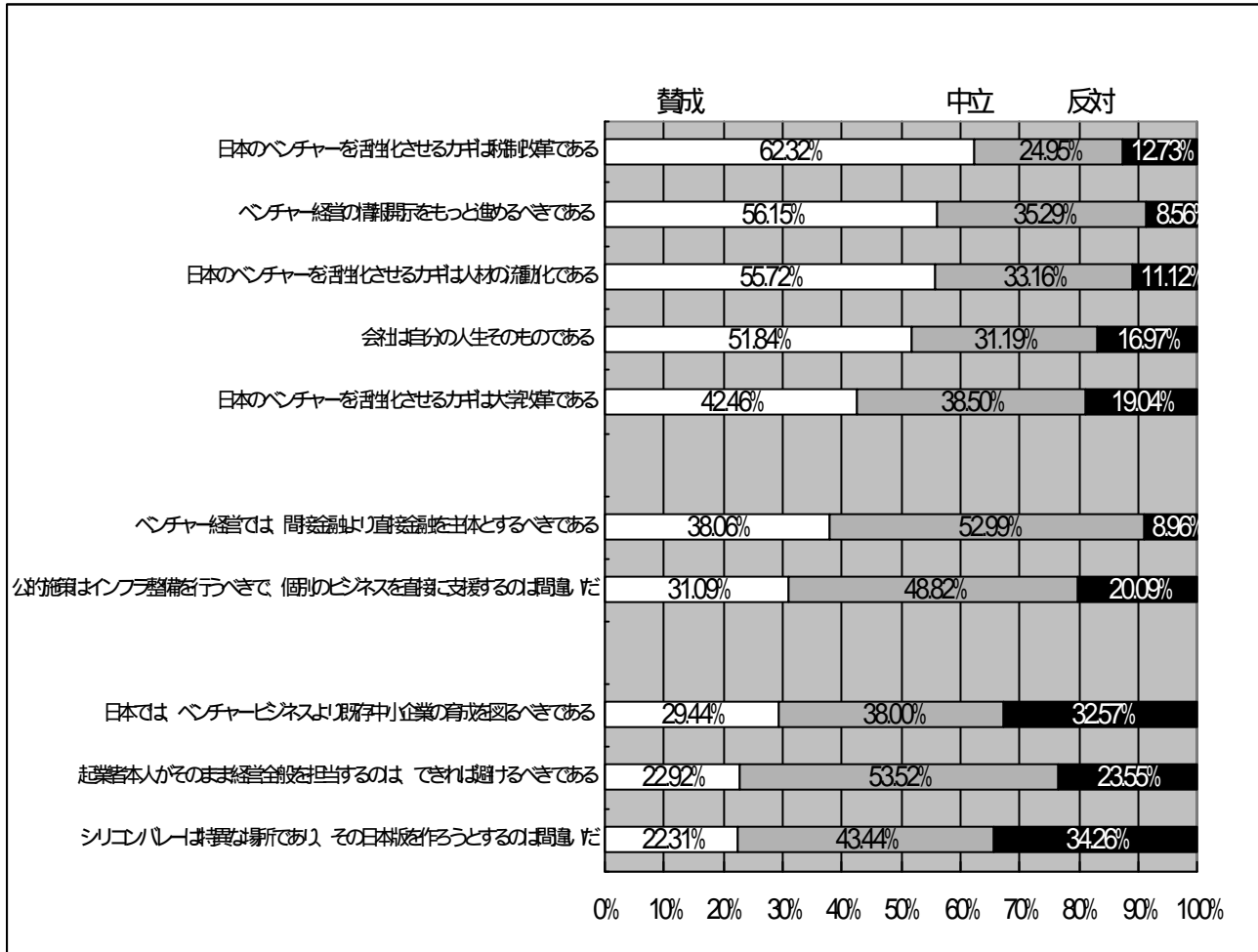
表 19 人材不足（質の不足）の内容

1	研究開発	347 社	59.2%
2	マーケティング	304 社	51.8%
3	生産技術	214 社	36.5%
4	経営企画	148 社	25.2%
5	経営管理	128 社	21.8%
6	財務	78 社	13.3%
7	人事	58 社	9.9%
8	法務関連	53 社	9.0%
9	会計	30 社	5.1%
合計		586 社	

VB についての考え方

ベンチャービジネス関連の考え方を一般的に記述した 10 の文章を与えて、その各々の文章に対する賛同の程度を 5 点法（1 点＝全くその通り；5 点＝全く違う）でたずね、回答の度数分布を賛成（＝回答 1 と 2 の合計）、中立（＝回答 3）、反対（＝回答 4 と 5 の合計）の構成比別に三大別したところ、図 12 のような結果が得られた。この図では、賛成比率の多いほうから順に文章が並べて表示してある。

図 12 VB についての考え方



賛成、中立、反対の構成比率の分布をみると、第一に、賛成の比率が最大で、以下中立、反対と、比率が順序よく小さくなる文章は、上の方から順に次の5つである。これらの文章については、おおむね賛成の方向で回答者の間にコンセンサスが存在するといえよう。

- 「日本のベンチャーを活性化させるカギは税制改革である」
- 「ベンチャー経営の情報開示をもっと進めるべきである」
- 「日本のベンチャーを活性化させるカギは人材の流動化である」
- 「会社は自分の人生そのものである」
- 「日本のベンチャーを活性化させるカギは大学改革である」

第二に、賛成が反対より多いけれど、それ以上に中立の比率が高い文章はその次の2つである。この2つについては、多くの回答者自身が賛成、反対を決めかねているか、あるいは総論と各論、建前と本音との間で揺

れ動いているのかもしれない。

「ベンチャー経営では、間接金融より直接金融を主体とするべきである」

「公的施策はインフラ整備を行うべきで、個別のビジネスを直接に支援するのは間違いだ」

最後に、残りの3つも中立の回答が多いが、どちらかといえば回答者の判断が反対（ネガティブ）のほうに傾いている文章である。

「日本では、ベンチャービジネスより既存中小企業の育成を図るべきである」

「起業者本人がそのまま経営全般を担当するのは、できれば避けるべきである」

「シリコンバレーは特異な場所であり、その日本版を作ろうとするのはそもそも無意味である」

なお、ここで次の2点を付言しておきたい。第1は税制改革への賛成の程度が最も高いことである。このファインディングは後述する表31の結果（45頁）と整合的であり、税制改革が焦眉の政策課題になるべきことを、日本のベンチャー企業経営者が強く求めていることを示している。

第2は、「会社は自分の人生そのものである」という文章と「情報開示をもっと進めるべき」という文章に対する賛成の比率がともに高いことである。会社に全人格的に打ち込み、したがって会社をプライベートな存在にとどめたいのであれば（そういう意識は現実に日本のベンチャー企業経営者の間できわめて強い）、投資家への情報開示は低くて良いはずであり、したがってこの2つの回答はある意味では矛盾したものである。この2つの回答には、日本のベンチャー経営者自身のアンビバレントな考え方、すなわち古い考え方と新しい考え方の同居、あるいは総論と各論、建前と本音の矛盾が投影されているのかもしれない。

起業成功の理由

企業成功の理由として、以下の7つのなかから一つを選ばせたところ、「適切な経営戦略」が一番多く、次いで「高い技術力」、「的確なマーケット選択」があげられている。これは格別ユニークな結果ではなく、むしろ常識的な回答である。この三つはベンチャー企業に限らず、どんな企業経営でも成功に欠かせない一般的要因なのだろう。ベンチャー企業にユニークなのは、その次の「とにかく始めること」かもしれない。12%近くの回答企業がそれを起業成功の理由にあげている。

同じ表20には、創業経営者のみの回答も並記されている。それによると、創業経営者の場合には、「とにかく始めること」を起業成功の理由にあげる回答が20%を超え、「的確なマーケット選択」や「適切な経営戦略」よりも回答比率が高い。また、「豊富な自己資金」が重要とみる回答が10%を超えていることも注目点である。

表 20 起業成功の理由

	全体		創業経営者	
適切な経営戦略	228 社	23.8%	79 社	16.4%
高い技術力	225 社	23.5%	116 社	24.1%
的確なマーケット選択	216 社	22.5%	96 社	19.9%
とにかく始めること	114 社	11.9%	98 社	20.3%
優秀な人材	113 社	11.8%	21 社	4.4%
厳格な損益管理	43 社	4.4%	15 社	3.1%
豊富な自己資金	18 社	1.8%	57 社	11.8%
合計	957 社	100.0%	482 社	100.0%

起業成功の外的理由

今度は、経営にとって外部的ともいえる要因を 4 つあげ、起業成功の理由として、そのなかで何がいちばん貢献したかをたずねたところ、回答企業全体のなかで最も多いのは「適切な銀行融資を利用したから」で 448 社、回答全体の 6 割近くを占めている。それ以外の理由は 3 つとも回答比率がはるかに小さく、とくに「ベンチャーキャピタルの支援」は最低比率（7.4%）である。日本のベンチャー企業が銀行融資に強く依存している事実（それ以外にあまり頼るべきものがない事実）が、この回答にはっきり現れている。

しかし、この起業成功の外的理由を、とくに「設立 10 年未満企業」、「研究開発志向型企业」、「および「上場志向企業」について調べ、それを全企業の回答パターンと比較してみると、事情は少し変わってくる。それぞれの比較から、次の 3 つが分かる。

表 21 起業成功の外的理由

回答内容	全体		10 年未満企業		R & D 志向企業		IPO 志向企業	
適切な公的支援を利用したから	124 社	16.4%	38 社	31.4%	35 社	28.7%	68 社	18.3%
ベンチャーキャピタルの支援	56 社	7.4%	22 社	18.2%	14 社	11.5%	42 社	11.3%
適切な銀行融資を利用したから	448 社	59.3%	44 社	36.4%	60 社	49.2%	205 社	55.1%
適切な経営コンサルティングを受けたから	128 社	16.9%	17 社	14.0%	13 社	10.7%	57 社	15.3%
合計	756	100.0%	121	100.0%	122	100.0%	372	100.0%

設立 10 年未満企業においては、銀行融資の意義が顕著に減る一方、公的支援とベンチャーキャピタル支援の二つを成功の外的理由にあげる企業が比率的に大きく増える。

研究開発志向型企业においては、銀行融資の意義が減る反面、公的支援を成功の外的理由にあげる企業が比率的に大きく増える。

上場志向企業においては、銀行融資の意義が 4 % ほど減るが、ちょうどその分だけ、代わりにベンチャーキャピタル支援の意義が増える。それ以外に分布上大きな変化はない。

それゆえ、回答企業を注意深く層別すると、必ずしも銀行融資のみに依存しているわけではなく、10 年未満の創業後間もない企業においては公的支援とベンチャーキャピタル支援の二つが着実に機能し始めているの

であり、また研究開発志向型企業においては公的支援の意義が大きくなっているのである。この2点は、とくに注目すべきファイナディングとして特筆に値するものだろう。上場目的を持った企業の間で VC 支援の意義が増大している点も、（小さな変化ではあるが）納得できる結果である。

すでにみたように、近年、研究開発志向型企業と上場志向を持った企業の新規創業が増える傾向がある。その背後にはさまざまな要因があるであろうが、公的支援とベンチャーキャピタル支援の二つが少なからぬ役割を果たしていることは間違いないであろう。この点は将来の政策課題の方向性をも示唆している。

8 ベンチャーキャピタル

近年、公的支援とベンチャーキャピタル支援の二つが、日本の一部ベンチャー企業の間で重要性を増していることが前節で明らかになった。それゆえこの節では、そのうちベンチャーキャピタル支援をまずとりあげて、日本のベンチャー企業経営者がベンチャーキャピタル会社をどう評価し、彼らのどういったサービスをこれまで享受してきたのか、そして VC 会社に将来的に何を期待しているのかを明らかにしよう。

VC からの融資と投資

これまでにベンチャーキャピタル会社のサービスを利用したことがある企業について、その利用金額の平均を融資、投資の別に回答してもらった結果が、表 2 2 である。融資の利用企業は 293 社、融資金額の平均は 7700 万円であるのに対し、投資の利用企業は 369 社、投資金額の平均は 1 億 3800 万円である。

参考までに、VC 一社当たりの投融資金額で一番大きいクラスターは、投資については 5000 万円未満の 149 社（有効回答企業数 212 社）、融資については 5000 万円未満の 82 社（同 122 社）である（算術平均は分布の偏りが大きいので代表性がない）。

利用企業数をみても金額をみても、ともに投資のほうが融資を上回っている。VC 会社が本来投資会社であることを考えれば、これは当然の結果である。しかしながら、表 2 2 でむしろ注目すべきは、融資の利用金額とその企業数が絶対値としては決して小さくないことである。これは本来の投資業務に加えて日本の VC 会社が融資業務にも本腰を入れて取り組んできたことを示している。

表 22 VC からの融資と投資

	全体			10 年未満			R&D 志向			IPO 志向		
	企業数	平均 (百万円)	標準 偏差 (百万円)	企業数	平均 (百万円)	標準 偏差 (百万円)	企業数	平均 (百万円)	標準 偏差 (百万円)	企業数	平均 (百万円)	標準 偏差 (百万円)
VC 数	542 社	1.5	3.3	106 社	2.3	4.7	99 社	2.0	4.3	294 社	2.3	4.0
融資	293 社	77.5	464.8	54 社	158.9	1018.2	58 社	164.0	982.4	153 社	73.3	196.8
投資	369 社	138.1	656.6	73 社	205.0	1159.2	70 社	222.3	1182.7	209 社	151.4	466.4

なお、この全体的回答を 10 年未満企業、研究開発志向型企業、上場志向企業の回答とそれぞれ比較すると、10 年未満企業と研究開発志向型企業については融資も投資も利用金額が明らかに大きいことが分かる。VC 会社のサービスを利用する傾向は、創業後間もない若い会社と研究開発志向の強い会社において、とくに強いといえそうである。しかし上場志向を持った会社については投資金額がやや大きくなる点をのぞき、大きな違いはない。

VC 選択の理由

これまでベンチャーキャピタルを利用したことがある会社に対して、なぜ特定のベンチャーキャピタル会社を選んだのか、その選択理由を 9 つの選択肢のなかから一つだけ選んでもらったところ、以下のような回答分布が得られた。

表 23 VC 選択の理由

1	資金力	64 社	23.8%
2	公開上場のための支援	56 社	20.9%
3	銀行、証券会社等からの紹介	54 社	20.1%
4	会社の信用力・実力	47 社	17.5%
5	唯一支援に応じてくれたところだから	16 社	5.9%
6	経営指導力	12 社	4.4%
7	技術評価の力	7 社	2.6%
8	担当ベンチャーキャピタリストの実力	7 社	2.6%
9	ネットワーク力	5 社	1.8%
合計		268 社	100.0%

それによると、選択理由の上位に並んでいるのは「資金力」(# 1)、「公開上場のための支援」(# 2)、「銀行、証券会社等からの紹介」(# 3)、および「会社の信用力・実力」(# 4)であり、これに「唯一支援に応じてくれたところだから」(# 5)も含めて上位 5 項目を合計すると、回答全体の約 9 割に達する。この回答から、日本のベンチャーキャピタル会社が既存金融機関系を中心とし、それ自体確立された大企業であって、「金回り」のサービスを主体とした上場直前のサービス業務を行ってきたこと、したがってそうしたものとして VC 会社選択の理由がきわめて限定的かつ消極的であることが分かる。

それに対して、米国で強調されるいわゆる「インキュベーション機能」に関わる項目（ネットワーク力、担当ベンチャーキャピタリストの実力、技術評価の力、経営指導力）は軒並み下位に並び、選択理由としてはまったく重視されていない。とくに米国の VC で最も強調される「ネットワーク力」が最低に位置づけられているのは、日米の VC 会社が似て非なるものであることを示唆していて、象徴的である。日本の VC 会社がインキュベーション機能を全然果たしてこなかったのも、ベンチャー企業の側でもその点に期待していないということだろう。

ここで浮かび上がってくる疑問は、VC 会社のサービスを実際に利用したことがある日本のベンチャー企業経営者の間では、そもそもインキュベーション機能に対する期待はまったく存在しないのだろうか、という基本的疑問である。彼らは何を期待しているのだろうか。

VC への期待

そこで、前問に続いて、「VC に対して一体なにを期待しているのか」をより直接的に聞くことにした。この問いでは、前問の「VC 選択の理由」で用いた 9 つの選択肢のなかから「唯一支援に応じてくれたところだから」と「銀行、証券会社等からの紹介」の 2 つを除き、残りの 7 項目をそのまま選択肢として用いている。

回答結果は表 24 のとおりである。ただしこの表は回答企業 641 社の集計であり、そのなかには VC 会社のサービスを利用したことがある会社も、そうでない会社も、ともに含まれている。だから、以下の表でまず見るのは、實際上 VC を利用したことがない会社も含めた、その意味で一般的な期待である。

表 24 VC への期待

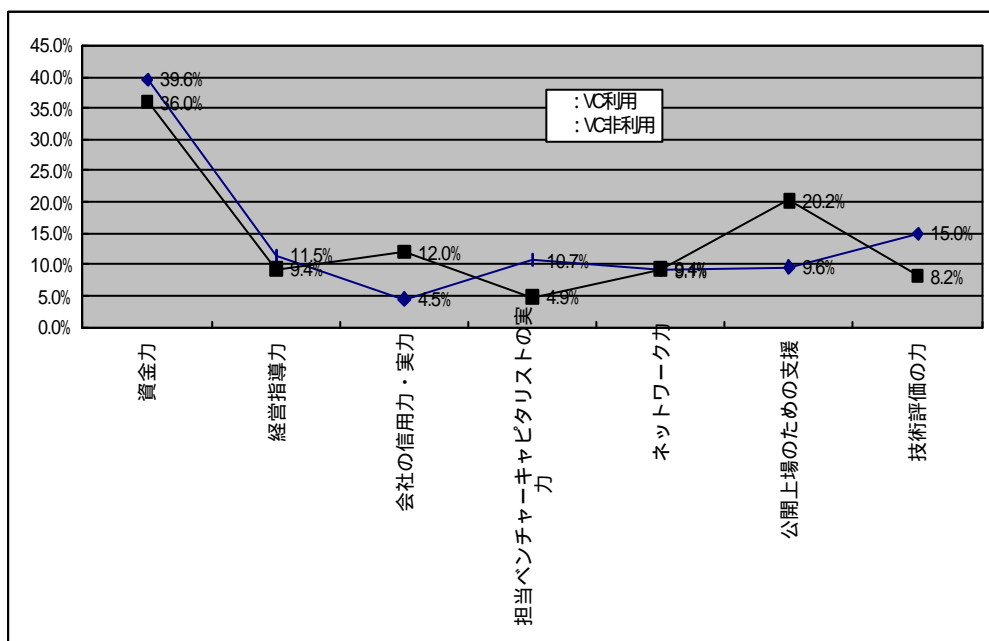
1	資金力	244 社	38.0%
2	公開上場のための支援	90 社	14.0%
3	技術評価の力	78 社	12.1%
4	経営指導力	68 社	10.6%
5	ネットワーク力	59 社	9.2%
6	担当ベンチャーキャピタリストの実力	53 社	8.2%
7	会社の信用力・実力	49 社	7.6%
合計		641 社	100.0%

それによると、「資金力」(# 1) と「公開上場のための支援」(# 2) が上位 2 項目になるのは前問の結果と同じである。日本の VC 会社が「金回り」を中心とする公開準備のためのサービス会社であるとの認識は広く定着しているといえる。

ただし、前問との比較でいうと、「技術評価の力」(# 3)、「経営指導力」(# 4)、「ネットワーク力」(# 5)、「担当ベンチャーキャピタリストの実力」(# 6) などインキュベーション機能に対する期待も、一般的期待としてはそれなりに存在する。これは、VC を利用したことがない会社が、VC 会社に対して単に「うぶ」なだけなのかも知れないし、あるいはそうではなくて、日本の VC 会社の不十分さを重々承知しつつもインキュベーション機能への期待がなお強いのかかもしれない。

この点を明らかにするために、この問に対する回答企業を「VC 利用企業」と「非利用企業」とに二分して、両者の間で VC 会社への期待が異なるかどうかを比較してみた。その結果をグラフ表現したのが、図 13 である。この図から次の二点が分かる。

図 13 VC への期待 (VC 利用 / 非利用)



- (1) VC の「資金力」に対する期待が大きいこと、「経営指導力」および「ネットワーク力」に対する期待が小さいこと、の2つについては、VC 利用企業とそうでない企業との間に違いがなく、広くコンセンサスが存在する。
- (2) しかし VC 利用企業は、そうでない企業に比べて、VC 会社の「会社の信用力・実力」を当てにする割合が高く、「公開上場のための支援」を期待する程度も高い。その反面、VC 会社の「担当ベンチャーキャピタリストの実力」と「技術評価の力」については、利用企業の期待の程度がむしろ低く、それをほとんど当てにしていない。

以上の結果から、VC 利用企業はその利用経験に基づき、日本の VC 会社に対してインキュベーション機能を期待することは将来的にも出来ないと強く考えているようである。彼らは VC 会社に対して上場準備に関わる「金回り」周辺の支援のみを期待しているのであり、VC 会社への期待は将来的にもきわめて限定的なのである。そのような利用企業の期待の乏しさに対比すると、VC を利用したことがない企業は相対的に明らかに「うぶ」であり、インキュベーション関連でより強い期待感を VC 会社に抱いているようである。

このファインディングは日本の VC 会社の実態、とくにその機能的貧困さを改めて裏書きしている。そして、少なくとも需要サイドを見るかぎり、この事態は将来的にも変わらないように思われる。インキュベーション関連では、当の起業家企業が VC 会社に多くを期待していないからである。しかし VC 会社がこのように貧困で、インキュベーション機能の担い手が社会的に欠落した状態が続けば、日本の起業家企業の成功確率は、残念ながら今後も低水準にとどまるだろうことが推測できるのである。

VC による経営支援のレベル

ベンチャーキャピタル等の外部支援者（適切なスキルを持っているという前提で）から経営支援を受けることを考えた場合、経営のどのレベルまでの参画が可能かを、次の5つのレベルに分けてたずねたところ、次のような回答分布になった。

表 25 VC による経営支援のレベル

事業計画を評価し、株主総会へ参画	76 社	11.5%
取締役会への参画	57 社	8.6%
必要に応じてコンサルティングサービス	423 社	63.9%
パートタイムで業務レベルから参画	41 社	6.2%
フルタイムで業務レベルから参画	64 社	9.6%
合計	661 社	100.0%

最も回答が多いのは「必要に応じてコンサルティングサービス」で、全体の6割以上に及び、飛び抜けた比率である。それに比べると、株主総会や取締役会への参画も、業務レベルでの参画も、可能性としてはきわめて限られている。外部支援に頼らずに経営を自前で遂行したいという経営者の強い意志の現れであろう。

念のため、VC 利用企業とそうでない企業との間に、この問に対する回答傾向に違いがあるかどうかを調べたが、言及すべき大きな違いは観察されていない。それゆえ「外部支援に頼らない」考え方は、VC 利用経験

の有無を問わず一般的なものだといえることができる。

このファインディングは、日本の VC 企業の貧困さを改めて示唆すると同時に、起業家企業が起業者自身のプライベートな持ち物のような存在であることをも示唆している。日本の VB では「所有と経営」は分離せず、会社は文字どおり起業家自身の私的所有物であって、外部からは閉ざされた神聖不可侵なもののようなものである。

そしてそうであれば、仮に VC 会社に十分なインキュベーション能力があったとしても、VC の介入の余地は限定されてきた可能性がある。利用金額で VC との関係をみると 5000 万円未満という比較的少額の関係が多いのは、じつは、VC 会社の影響力を薄める VB 側の努力の結果なのかもしれない。いいかえると、問題は VC 会社の機能的貧困さあるいはサービスの未熟さだけではないということである。VB の閉鎖的特徴を今後どう変えていったらよいだろうか。

有用な情報源（過去と将来）

事業運営にあたって実際上どういう情報源が過去に有用だったか、また今後の有用性はどうかをみるために、13 の情報源をあげて答えてもらった。過去に関する問いは「これまで事業運営にあたって役立った情報源はどこでしたか」であり、今後に関する問いは「今後、情報源として活用していきたいと思われるものはどれですか」である。これらの質問に対して3つまでの重複を許して答えてもらったところ、次のような回答分布が得られた。

表 26 有用な情報源（過去と将来）

	過去	順位	今後	順位
取引先	64.0%	1	49.7%	1
銀行	33.6%	2	25.2%	4
業界団体（例：ニュービジネス協議会、VEC）	26.8%	3	25.9%	3
公認会計士、税理士、弁護士	25.2%	4	19.0%	5
ベンチャー成功者	18.1%	5	19.0%	5
海外業界知人	16.0%	6	17.4%	7
経営コンサルタント、中小企業診断士	13.3%	7	13.6%	11
大学等の研究機関	13.2%	8	28.9%	2
国や地方自治体	11.0%	9	16.3%	9
ベンチャー勉強会	10.3%	10	13.8%	10
証券会社	9.6%	11	9.6%	13
ベンチャーキャピタリスト	6.4%	12	11.7%	12
ベンチャービジネス支援団体	4.4%	13	17.0%	8

（951 社）

（942 社）

この表は、「過去」に有用性が高かった情報源の順序に並べられている。この表から次の5点を指摘することができる。

- (1) 「取引先」が、過去において最も重要な情報源だったし、将来的にもまた最も重要な情報源であるとみられている。回答比率が飛び抜けているので、この点では広いコンセンサスが存在する。
- (2) 銀行の役割は過去においては二番目に重要な情報源であったが、将来的にはその有用性は低くな

る（#2 #4へ）とみられている。

(3)「業界団体（ニュービジネス協議会、VEC等）」や「公認会計士、税理士、弁護士」、「ベンチャー成功者」は、過去も将来も相対的に重要な情報源である。

(4)大学等の研究機関は、過去においては8番目と、格別有用な情報源ではなかったけれど、将来的には二番目に有用な情報源として強く期待されている。

(5)VCと証券会社が、過去においてはまったく有用な情報源でなかったし、また将来的にも全然期待されていない。というよりもむしろ、「今後」の最低順位に二つが並んでいるという順位の低さからみて、積極的にマイナスのイメージが確立しているように思われる。

このなかで、とくに最後の点は重要である。もしもそこでの記述が正しいとすれば、日本ではVC会社も証券会社も、VB関連で近い将来積極的な役割を果たすとは到底思われないからである。それほどネガティブ・イメージが強いのである。しかしそうであれば、間接金融から直接金融への移行というあるべき流れには明らかに沿わない動きを、日本の起業家企業は示すのかも知れず、それを放置しておいて本当に良いのだろうかという問題がある。この問題は、しばしば事業の立ち上げに際しまとまった額のリスクマネーが必要な技術系ベンチャーの場合、とりわけ深刻である。

要約すれば、VCに関連して次の2つが日本の重要課題であろう。第一はVC会社の機能的貧困さあるいはサービスの未熟さを今後どう改善していくか、という問題である。第二は、事業会社の側の閉鎖的企業概念をどうオープンなものに変えてゆくかという問題である。いずれも困難な問題であるが、その両方に本腰を入れてとりくまないかぎり、日本のVBの本格的発展はないであろう。

9 公的支援の利用状況

第7節の表21(33頁)に関連して議論したように、ここ10年間に、ベンチャーキャピタル支援と公的支援の二つが、日本のベンチャー企業の間で重要性を増している。また、研究開発志向型企业の間では公的支援の意義が大きいことも確かめられている。このうちベンチャーキャピタル支援については、現場の経営担当者がそれをどう認知しているかを前節で見てきた。そこで今度は公的支援に焦点をあてて、さまざまな公的支援の認知度、利用度、要望度を見たうえで、ベンチャー企業経営者によって、どのような公的施策が求められているかを、以下で明らかにしよう⁴。

公的施策の認知度

公的支援のメニューを29項目列挙して、まず各々の認知度を調べたところ、認知度「トップ10」は表27の通りであった(なお29項目の全体については後掲の表30を参照せよ)。

表 27 公的施策の認知度

1	債務保証	532 社	61.7%
2	研究開発向け補助金等	506 社	58.7%
3	融資	454 社	52.7%
4	株式・社債の引受	368 社	42.7%
5	ベンチャープラザ	361 社	41.9%
6	公設試験研究機関利用支援	355 社	41.2%
7	企業間交流支援	335 社	38.9%
8	研究開発型事業への税制措置	318 社	36.9%
9	経営指導	266 社	30.8%
10	日本型ストックオプション制度	258 社	29.9%
合計		861 社	

この表からおもなポイントを抜き書きすると、

債務保証(# 1)、融資(# 3)、株式・社債の引受(# 4)の3つはともに「資金面からの支援施策」である。

研究開発向け補助金等(# 2)、公設試験研究機関利用支援(# 6)の2つはともに「技術開発面からの支援施策」である。研究開発型事業への税制措置(# 8)もそれに関連する。

ベンチャープラザ(# 5)と企業間交流支援(# 7)の2つはともに企業間交流に関わっている。

要するに、(1)資金面および(2)技術開発面からの直接的支援施策と(3)企業間交流支援に関わる施策が、認知度の高い施策の三大分野である。

⁴ 公的支援の対象範囲は、施策ごとに広狭さまざまであるが、以下の議論ではその点は考慮されていない。

公的施策の利用度

次に前問と同じ 29 項目を用いて、各公的施策の利用の有無を聞いたところ、利用度「トップ 10」は表 28 の通りであった。

表 28 公的施策の利用度

1	債務保証	214 社	39.7%
2	研究開発向け補助金等	196 社	36.4%
3	ベンチャープラザ	111 社	20.6%
4	公設試験研究機関利用支援	98 社	18.2%
5	企業間交流支援	91 社	16.9%
6	研究開発型事業への税制措置	88 社	16.3%
6	融資	88 社	16.3%
8	株式・社債の引受	83 社	15.4%
9	人材確保・育成支援	61 社	11.3%
10	経営指導	51 社	9.4%
合計		538 社	

その表からおもなポイントを抜き書きすると、

債務保証（＃１）、融資（＃６）、株式・社債の引受（＃８）の３つはともに「資金面からの支援施策」である。

研究開発向け補助金等（＃２）、公設試験研究機関利用支援（＃４）の２つはともに「技術開発面からの支援施策」である。研究開発型事業への税制措置（＃６）もそれに関連する。

ベンチャープラザ（＃３）と企業間交流支援（＃５）の２つはともに企業間交流に関わっている。

要するに、前問で聞いた認知度とまったく同様に、資金面および技術開発面からの直接的支援施策と企業間交流支援に関わる施策が、よく利用されている施策の三大分野である。

ちなみに、「公的施策の認知度」と「公的施策の利用度」の回答間の相関係数は 0.91 である。認知の有無と利用の有無は、互いにきわめて高く相関している。

公的施策の利用希望

前問と同じ 29 項目を用いて、さらに各々の施策の利用希望の有無を聞いたところ、利用希望の「トップ 10」は表 29 の通りであった。

表 29 公的施策の利用希望

1	研究開発向け補助金等	359 社	49.9%
2	融資	272 社	37.8%
3	公設試験研究機関利用支援	246 社	34.2%
4	人材確保・育成支援	239 社	33.2%
5	研究開発型事業への税制措置	198 社	27.5%
6	債務保証	190 社	26.4%

7	新分野展開支援人材開発助成金	161 社	22.3%
8	営業支援	159 社	22.1%
9	設備導入支援	136 社	18.9%
10	企業間交流支援	121 社	16.8%
合計		719 社	

この表からおもなポイントを抜き書きすると、

研究開発向け補助金等（＃１）、公設試験研究機関利用支援（＃３）の２つはともに「技術開発面からの支援施策」である。研究開発型事業への税制措置（＃５）もそれに関連する。

融資（＃２）、債務保証（＃６）の２つはともに「資金面からの支援施策」である。

人材確保・育成支援（＃４）と新分野展開支援人材開発助成金（＃７）の２つはともに人材育成に関わっている。

要するに、資金面および技術開発面からの直接的支援施策は、認知度も利用度ともに高いが、利用を希望する比率もまた高いのである。そして、もう一つの分野として人材育成関係の施策への要望が強い。

ちなみに、「公的施策の認知度」と「公的施策の利用希望」、および「公的施策の利用度」と「公的施策の利用希望」の回答間の相関係数を計算すると、それぞれ 0.71、0.72 である。認知の有無、利用の有無、および利用希望の有無の３つは、総じて連関度が高いことが分かる。

さて次に、以上三つの問いの回答を、それぞれの平均値を基準に色分けして、表 30 を得た。ここで、網掛けを施した数値は平均値以上を、網掛けのない数値は平均値以下を、それぞれ示している。

表 30 公的施策の認知度・利用度・要望度

公的支援設問選択肢		認知度		利用度		要望度	
平均			24.8%		8.8%		17.1%
<u>総合施策</u>							
01	ベンチャーブラザ	361	41.9%	111	20.6%	83	11.5%
<u>「中小企業創造活動促進法」による支援施策</u>							
02	特定中小企業者（創業5年未満の特定業種企業）に対する設備投資減税等措置	235	27.3%	17	3.2%	43	6.0%
03	研究開発型事業計画の認定者への各種税制、信用保証、資金助成等措置	318	36.9%	88	16.4%	198	27.5%
04	研究開発者への研究開発促進保険等	73	8.5%	4	0.7%	66	9.2%
<u>「新規事業法」による支援施策</u>							
05	日本型ストックオプション制度	258	30.0%	18	3.3%	80	11.1%
06	産業基盤整備基金による債務保証・出資制度等	182	21.1%	29	5.4%	117	16.3%
07	欠損金の繰越期間の延長	211	24.5%	12	2.2%	89	12.4%
<u>事業に対する資金面からの支援施策</u>							
08	株式または社債の引受（ベンチャービジネス創造支援等）	368	42.7%	83	15.4%	106	14.7%
09	融資（新事業育成、地域中小企業活性化、新規開業支援、新事業振興等）	454	52.7%	88	16.4%	272	37.8%
10	債務保証（信用保証協会、VEC、三和ベンチャー育成資金等）	532	61.8%	214	39.8%	190	26.4%
11	設備導入支援	217	25.2%	31	5.8%	136	18.9%

事業に対する技術開発面からの支援施策

12	研究開発向け補助金・助成金・融資・債務保証	506	58.8%	196	36.4%	359	49.9%
13	公設試験研究機関、大学等の研究機関利用支援（技術交流、助成、融資）	355	41.2%	98	18.2%	246	34.2%

事業に対する経営面からの施策

14	経営ノウハウの習得支援（創業者研修等）	121	14.1%	14	2.6%	67	9.3%
15	経営指導（経営診断、ベンチャー・外からの出資受入支援、VEST、ベンチャー・プラザ等）	266	30.9%	51	9.5%	117	16.3%
16	人材確保・育成支援（人材確保支援、人材育成助成金等）	240	27.9%	61	11.3%	239	33.2%
17	営業支援（新商品テクノフェア、ベンチャー企業支援情報発信等）	178	20.7%	49	9.1%	159	22.1%
18	企業間交流支援（異業種交流支援、交流組織化支援等）	335	38.9%	91	16.9%	121	16.8%
19	事業所（低廉なスペース）支援	109	12.7%	13	2.4%	91	12.7%

通信分野関連施策

「特定通信・放送開発事業実施円滑化法」による新規事業支援施策

20	テレコムベンチャー投資事業組合設立	19	2.2%	0	0.0%	15	2.1%
21	出資・債務保証・低利融資・ストックオプション特例	65	7.5%	2	0.4%	43	6.0%

研究開発支援施策

22	先進技術型研究開発助成制度（通信・放送機構）	87	10.1%	7	1.3%	47	6.5%
23	研究開発型企業出融資制度（基盤技術研究促進センター）	134	15.6%	16	3.0%	89	12.4%

人材関連施策

24	新分野展開支援人材開発助成金	128	14.9%	10	1.9%	161	22.4%
25	ベンチャー出会いの場	103	12.0%	18	3.3%	65	9.0%

地域関連施策

26	地域産業創造対策（地方公共団体が取組む新産業創造のための財源措置）	128	14.9%	19	3.5%	66	9.2%
----	-----------------------------------	-----	-------	----	------	----	------

技術関連施策

27	独創的研究成果育成事業	85	9.9%	15	2.8%	118	16.4%
28	開発あっせん事業	40	4.6%	7	1.3%	99	13.8%
29	委託開発事業	73	8.5%	12	2.2%	88	12.2%

この表から、29項目をいくつかの回答カテゴリーに分けることができる。そのうち代表的なのは、次の4つのカテゴリーである。

（１）「認知度」、「利用度」、「要望度」の3つとも平均値以上の項目群。これは認知も利用もされ、そのうえ利用希望も高い施策で、次の6施策が該当する。 融資（変数09）、 債務保証（10）、 研究開発型事業への税制措置（03）、 研究開発向け補助金等（12）、 公設試験研究機関利用支援（13）、 人材確保・育成支援（16）。最後の を除くとすべて、資金面あるいは技術面からの直接的支援施策に関わる項目である。これらの施策については今後もいっそうの拡充・強化が望まれる。

（２）「認知度」と「利用度」が平均値以上だが、「要望度」が平均値以下の項目群。これは認知も利用もされたが、利用希望が少ない施策で、次の4施策が該当する。 ベンチャープラザ（01）、 企業間交流支援（18）、 株式または社債の引受（08）、 経営指導（15）。単なる交流支援は将来的意義に乏しいということと、経営への介入を忌避する姿勢が強いことが分かる。これらの施策については今後見直しの必要があるかも知れない。

（３）「認知度」が平均値以上だが、「利用度」と「要望度」が平均値以下の項目群。これは認知されたが、利用も利用希望もともに低い施策で、次の2施策が該当する。 日本型ストックオプション制度（05）、 特定中小企業者に対する設備投資減税措置（02）。要するにアイデア倒れで、当初話題になったものの実質的内

容が伴わず、すぐに忘れられた施策である。これらについては、より実効性の高い施策への差し替えが望ましい。

(4)「認知度」と「利用度」が平均値以下だが、「要望度」が平均値以上の項目。これは認知も利用もされていないけれど、利用希望が高い施策で、次の1施策のみが該当する。新分野展開支援人材開発助成金(24)。これについては希望が強いので、施策の強化・拡充が必要かもしれない。

公的施策への要望の強さ

今度は質問のスタイルを変えて、15の公的施策をあげ、その各々に対する要望の強さを調べるために、まず5点法の双極リッカート・スケール(1点=「要望」;5点=「きわめて強く要望」)で聞き、また、それぞれの施策がまったく意味を持たない場合には「無関係」を選ぶようたずねた、回答結果は、要望度の高い順に次のようになった。この表から、大きく次の三点が指摘できる。

表 31 公的施策への要望の強さ

順位	公的施策	要望度平均	s.d.	「無関係」
1	関連税制の是正	4.10	1.20	15.1%
2	個々のビジネスへの資金的支援(アーリーステージ)	3.95	1.23	24.6%
3	個々のビジネスへの資金的支援(ミドルステージ)	3.89	1.18	22.0%
4	店頭市場の活性化	3.77	1.25	31.4%
5	技術SeedとビジネスNeedを適切に結び付ける目利き人の増加	3.68	1.25	19.2%
6	個々のビジネスへの資金的支援(レターステージ)	3.65	1.25	18.7%
7	個々のビジネスへの資金的支援(創業以前)	3.54	1.37	36.2%
8	独立系ベンチャーキャピタルの育成	3.54	1.30	26.0%
9	政府(自治体)自身による製品(サービス)の買入れ	3.46	1.42	29.7%
10	プロの経営者の育成	3.41	1.25	24.7%
11	大学の「ベンチャー」化	3.33	1.28	24.6%
12	起業家育成教育の充実	3.32	1.26	27.8%
13	特則市場の活性化	3.21	1.28	42.6%
14	独禁法緩和	3.16	1.23	51.1%
15	行政の指導によるビジネス育成	2.90	1.38	35.8%

第一に、回答の総平均(=3.52)を基準として要望度の高い施策と低い施策とに二分すると、相対的に要望度が高い施策(総平均以上)は、上から次の8つである。関連税制の是正、個々のビジネスへの資金的援助(アーリーステージ)、個々のビジネスへの資金的援助(ミドルステージ)、店頭市場の活性化、技術SeedとビジネスNeedを適切に結び付ける目利き人の増加、個々のビジネスへの資金的援助(レターステージ)、個々のビジネスへの資金的援助(創業以前)、独立系ベンチャーキャピタルの育成。

このなかではまず税制是正への要望が第一順位で高いこと、個々のビジネスへの資金的支援がアーリーステージとミドルステージにおいて高いこと、の2点が顕著である。「店頭市場の活性化」は4番目に要望の高い施策であるが、これについては「無関係」とする回答も多い(31%)ので、広いコンセンサスが存在しないともいえる。店頭市場の活性化については懐疑説も根強くあるということである。

なお「個々のビジネスへの資金的支援」の要望度をステージ間で比較すると、アーリーステージが要望度最

高であり（＃２）、以下ミドルステージ（＃３）、レーターステージ（＃６）、創業以前（＃７）と続いている。それゆえ日本では、経営現場の声によるかぎり、相対的にアーリーステージとミドルステージの資金ニーズが目立つようである。その段階に焦点を当てたいっそうの資金的支援が必要かもしれない。

第二に、回答の総平均を下回り、その意味で相対的に要望度が低い施策を、要望度の低いほうから並べると、下から次の７つである。行政の指導によるビジネス育成、独禁法緩和、特則市場の活性化、起業家育成教育の充実、大学の「ベンチャー」化、プロの経営者の育成、政府（自治体）自身による製品（サービス）の買い入れ。

このうち から までの３つ（行政の指導によるビジネス育成、独禁法緩和、特則市場の活性化）は、要望度スコアが最低部類に属するのみならず、「無関係」とする回答も例外なく多い。これらの施策は要望度も関連度もともに低いので、要するに重要性が最も低いと認知されている公的施策である。また、教育関連施策への要望度（ 、 、 ）も高くない。これは、VB 経営にとって教育関連施策が重要でないということを示すのかもしれないが、あるいは単に、学歴をバネにした起業が日本で少ない事実を投影した結果かもしれない。

第三に、以上の二点も併せて表全体を鳥瞰すると、われわれの質問票調査の回答者は、税制や資金的支援など直接的支援施策には強い関心を示すものの、行政によるビジネスへの介入を嫌い、VB 振興に関わるインフラ整備関連の施策についても総じて関心が低いということができよう。現場の経営担当者の声として、当然といえば当然のことである。

10 税制をめぐる問題

公的施策のなかでベンチャー経営者の要望度が最も高いのは、何といても税制関連施策であった。そこで、こういった税制施策が求められているのか、税制上の優遇措置は果たして実効性があるのだろうか、希望する税制改革は何か、といった点を少し立ち入ってみていこう。

税制上の優遇措置の認知と利用

税制上の優遇措置を8つあげ、その各々の認知の有無と、実際の利用の有無とをたずねたところ、認知と利用とは、互いにほぼきれいに対応していることを示す結果が得られた。

認知の範囲が相対的に広いベストスリーは「中小企業に対する法人税軽減税率の適用」、「中小企業に対する貸倒引当金制度の特例」、および「中小企業新技術体化投資促進税制（メカトロ税制）」である。また、以上の3つの優遇措置は実際の利用の範囲も広い。

とくに最初の「中小企業に対する法人税軽減税率の適用」については、回答企業の79%が認知し、かつ65%が利用していて、認知の範囲、利用の範囲がともに飛び抜けて高い優遇措置である。

それとは対照的に、「基盤技術研究開発促進税制」と「エネルギー需給構造改革投資促進税制」の2つは、認知の範囲も利用の範囲もともに最低レベルの優遇措置である。

表 32 税制上の優遇措置の認知と利用

税制上の優遇措置	認知	順位	利用	順位
中小企業に対する法人税軽減税率の適用	79.0%	1	65.9%	1
中小企業に対する貸倒引当金制度の特例	63.6%	2	49.5%	2
中小企業新技術体化投資促進税制（メカトロ税制）	39.8%	3	31.4%	3
国公立研究機関へ支出された試験研究費の全額損金算入制度	29.4%	4	17.6%	5
特別試験研究費税額控除制度	27.1%	5	19.0%	4
中小企業技術基盤強化税制	27.0%	6	7.7%	6
エネルギー需給構造改革投資促進税制	18.2%	7	5.3%	7
基盤技術研究開発促進税制	18.1%	8	3.8%	8

投資への影響

現行税制上の優遇措置によって、それらの制度がない場合に比べて、実際に投資が増えたかどうかを、設備投資と研究開発投資の別にたずねたところ、次のような回答分布が得られた。

表 33 投資への影響

	設備投資	研究開発投資
全く変化しない	58.2%	60.4%
ほとんど増加していない	19.0%	15.7%
多少増加した	20.1%	21.0%
非常に増加した	2.5%	2.8%
合計	100.0%	100.0%

この表を見るかぎり、設備投資についても研究開発投資についても「非常に増加した」はわずかに2%台にすぎず、「多少増加した」と答えた企業も20%程度にとどまっている。

それでは、税制上の優遇措置は企業の投資活動にあまり影響していないのだろうか。その点を見るために、税制上の優遇措置の「認知度」、「利用度」、および「投資の増大」を次のような連続変量で定義したうえで、相互の相関係数を算出した。

税制上の優遇措置の認知度 = 表3-2で示した優遇制度のうち認知していた制度の数（最小0、最大8）

税制上の優遇措置の利用度 = 表3-2で示した優遇制度のうち実際に利用していた制度の数（最小0、最大8）

投資の増大 = 表3-3で示した回答に1点（＝全く変化していない）から4点（＝非常に増加した）までの値を与えた（最小1、最大4）

表 34 投資への影響（相関分析）

	投資の増大（相関係数）			
	設備投資		研究開発投資	
税制上の優遇措置の認知度	0.19	p<0.01	0.19	p<0.01
税制上の優遇措置の利用度	0.32	p<0.01	0.28	p<0.01

この相関表から、相関係数は必ずしも高くないものの、(1)税制上の優遇措置を認知する程度が高ければ設備投資も研究開発投資も増大する傾向がある、(2)税制上の優遇措置を実際に利用する程度が高ければ設備投資も研究開発投資も増大する傾向がある、(3)認知度と利用度の2つを比較すると優遇措置の認知度よりも利用度のほうが投資増大との連関が高い、の3点が読みとれる。

われわれがリストアップした税制上の優遇措置を認知し、利用した企業の間では、設備投資についても研究開発投資についても、投資が増大する傾向がたしかに認められるのである。それゆえ、税制上の優遇措置は投資への影響という点で実効性を持っていると言ってよいように思われる。

希望する税制改革

今後税制改革を行うとすれば、どのような改革を希望するかについて、9つの改革例のなかから3つまでの重複を許して回答してもらった。その結果、「法人税の切り下げ」が希望順位第一位であり、回答者の実に9割近くの希望が集中している。法人税切り下げへの希望はそれだけ強いということだろう。次いで「設備投資に対する法定減価償却期間の短縮」(#2)と「相続税率の軽減」(#3)の2つも、相対的に希望が多い税制改革である。

それに対して、回答者の間で最も希望が少ない税制改革は「ストックオプション税制の非課税上限の拡充」(#9)である。これはしかし、税制自体に問題がないというより、現在の株式市場の低調ぶりを投影した結果ではあるまいか。

「エンジェル税制の拡充」(#7)と「キャピタルゲイン課税率の軽減」(#6)についても希望が少ない。これも低調な株式市場と関連するが、同時にまた、投資より融資に依存した日本のベンチャー企業の実態を投影した結果でもあろう。

ストックオプション関連の税制是正も含めて、投資環境整備の要望は、現場経営者からは必ずしも出てこないということである。これらの点については現場発想ではなく、異なった視点からの取り組みが必要であろう。

表 35 希望する税制改革

1	法人税の切り下げ	864 社	89.4%
2	設備投資に対する法定減価償却期間の短縮	417 社	43.1%
3	相続税率の軽減	324 社	33.5%
4	欠損金繰延期間の延長	267 社	27.6%
5	赤字法人に対する各種税額控除制度の適用	210 社	21.7%
6	キャピタルゲイン課税率の軽減	145 社	15.1%
7	エンジェル税制の拡充	135 社	13.9%
8	贈与税率の軽減	117 社	12.1%
9	ストックオプション税制の非課税上限の拡充	99 社	10.2%

合計 966 社

1 1 国研および大学との関係

最後に、国公立研究機関および大学に対するベンチャー経営者の評価を明らかにしたい。

共同研究・開発の実施状況

「官」および「学」との共同研究・開発の実施状況を、国立研究所、研究機関特殊法人（以下国公立研究機関と略称）と、大学の別にたずねたところ、共同研究・開発を現在実施中と答えた回答企業は、対国公立研究機関で 10.9%、対大学で 19.7%であり、また計画中と答えた企業もそれに含めると、対国公立研究機関で 16.3%、対大学で 27.0%である。これらの比率から、その絶対値は必ずしも高くないものの、それでも無視できない比率の企業が共同作業に関わっていると言ってよいだろう。また国公立研究機関と大学とを比較すると、前者より後者との共同作業を選好する傾向がわずかに高いようである。

表 36 共同研究・開発の実施状況

	対国研	対大学
共同研究・開発実施中	10.9%	19.7%
共同研究・開発計画中	5.4%	7.3%
共同研究・開発予定なし（興味あり）	57.7%	51.6%
共同研究・開発予定なし（興味なし）	25.8%	21.3%
合計	100.0%	100.0%

同作業への興味が実行へ移らない理由

官および学との共同研究・開発の実施状況について前問で「共同研究・開発予定なし（興味あり）」を選択した企業に対して、なぜ興味があっても実行へ移らないか、その最大の理由をたずねたところ、次のような回答分布が得られた。

表 37 共同作業への興味が実行へ移らない理由

	対国研	対大学
どのような国公立研究機関（大学）があるかわからないため	19.5%	18.3%
各研究機関（大学研究室）の研究内容がわからないため	24.3%	30.6%
共同研究・開発のための手続き方法がわからないため	11.7%	9.3%
共同研究・開発のための手続きが難しいため	4.4%	1.8%
共同研究・開発で得られる成果の帰属に問題を感じるため	8.8%	5.8%
現状、共同研究・開発のテーマとなる課題がないため	26.4%	27.7%
その他	4.6%	6.0%
合計	100.0%	100.0%

対国公立研究機関と対大学との間に、回答比率の絶対値で大きな違いはないものの、実行へ移らない最大の理由は、対国公立研究機関の場合には「現在、共同研究・開発のテーマとなる課題がないため」（26.4%）であるのに対して、対大学の場合には「研究内容がわからないため」（30.6%）である。したがって、「産」との

連携を今後強めていくべきならば、官と学に対して次の２つのリコメンデーションが最も重要である。

国公立研究機関： 研究テーマ自体を産業ニーズに近づけることが必要
 大学： 研究内容を広く知らしめる努力が必要

なお国公立研究機関の場合、数値の絶対値は小さいものの、共同作業の成果の帰属に問題を感じる程度が相対的に高く（8.8％）、また手続きの難しさも共同作業の実行を妨げている（4.4％）ようである。

特許利用

国公立研究機関や大学の特許をビジネスで利用したことがあるかどうかについて、国公立研究機関と大学の別にたずねたところ、次のような回答分布が得られた。

表 38 特許利用

	対国研	対大学
利用したことがある	8.3%	9.5%
利用したことがない（興味あり）	62.7%	61.9%
利用したことがない（興味なし）	28.8%	28.4%
合計	100.0%	100.0%

対国公立研究機関と対大学との間に回答傾向の違いはなく、特許を利用したことがある企業は、いずれの場合も 10%未満にとどまっている。しかし、利用したことはないものの「興味あり」という回答がともに 6 割を超えている事実は重要である。国公立研究機関や大学の特許取得を促進すべきであろう。

特許利用への興味の実行へ移らない理由

官や学のセクターであげられた特許について前問で「利用したことがない（興味あり）」を選択した企業に対して、なぜ興味があっても利用に至らないか、その最大の理由をたずねたところ、次のような回答分布が得られた。

表 39 特許利用への興味の実行へ移らない理由

	対国研	対大学
どのような特許があるかわからないため	65.4%	69.0%
特許利用のための手続き方法がわからないため	11.0%	8.3%
特許利用のための手続きが難しいため	4.9%	3.8%
特許料に問題を感じるため	4.2%	4.3%
その他	14.2%	14.3%
合計	100.0%	100.0%

対国研と対大学との間で回答傾向に大きな違いはなく、いずれのケースでも「どのような特許があるかわからないため」という理由が回答の 6 割以上を占めている。国公立研究機関においても大学においても、取得特許の内容を広く知らしめる努力が必要であろう。

12 むすび

以上、われわれの質問票サーベイの結果を質問項目のカテゴリー別に見てきた。その結果は 1998 年時点の日本におけるベンチャー企業の実態を体系的に示すものといえよう。最後にこの節では、単純な要約に代えて、特記すべき二つのポイントを書き留めておきたい。

第一は、日本のベンチャービジネスにつきまとう悲観説についてである。日本のベンチャービジネスについてはよく悲観説が聞かれる。マクロの動向を鳥瞰するあまり伏在する動きに気づかないか、あるいは逆に事例単位の観察に終始しているからだろう。しかし、われわれの調査では、上場志向を持ったベンチャー企業が近年一貫して増大していることと、研究開発志向を強く持ったベンチャー企業が着実に生まれていることが観察されている。そしてまた、このような企業の創業には公的支援と VC 支援が重要な貢献をしていることも確かめられている。従来のように銀行融資のみに依存するのではなく、ベンチャー企業がいわば多元的な支援構造を享受するようになってきているのである。この多元的構造は、今後政策的にいつそう強固なものにしていく必要があるが、しかしすでに確認された事実のかぎりでも、日本のベンチャービジネスについて、必ずしも一方的に悲観する理由はないだろうということが、まずもって指摘したいポイントである。

第二は、ベンチャービジネス関連の公的施策を具体化する際のスタンスについてである。

ベンチャー関連の公的施策については、その有効性を疑問視する声が従来から根強く存在した。今でも実務家の間にそうした声があることは、われわれの聞き取り調査でも明らかである。たしかに、アメリカに範をとるあまり日本の実状に沿わない施策も少なくないであろうし、アイデア倒れでまったくの「空振り」に終わった施策もあるであろう。

だが、現実のベンチャー企業経営者はさまざまな公的施策をいま現に歓迎し、実際にもそれを認知し活用する度合いが増えているのである。この点はわれわれの調査結果に現れている。とくに創業後 10 年に満たない若い会社や研究開発を強調する会社では、公的支援の果たす役割が大きい。断片的で決定打に欠ける恨みはあるが、ベンチャー振興に関わる各種の公的施策は、近年たしかに機能し始めているように思われる。

しかしながら、現下の厳しい経済環境を反映して、ベンチャー企業経営者による公的施策への要望は比較的短期的かつ直接的なものが多い。そして、その要望に応えた施策が打ち出されてきた結果、なるほど公的施策の有効性は高まってきているものの、その公的施策への依存度もまた同時に高まる傾向がある。なかには特殊な事例として、公的施策への依存度が高くなりすぎた企業、たとえば成長がほとんど見込めないにもかかわらず公的施策に支えられて生き延びる奇妙な経営体さえ生まれているように思われる。機能し始めた公的施策が、結果として少なからぬ“living dead”⁵を生んでいる懸念なしとしないのである。

そこで、当面の政策課題としては、もちろんベンチャー企業の経営関係者の声を聴取し、彼らから出てくる資金繰り難などの要望に機敏に応えながらも、しかしそれだけにとどまらず、より長期的な視点に立った施策、たとえば投資環境整備や、大学および国立研究所の強化といった、インフラ整備関連の施策を進めていくことが重要である。これらの施策は、当のベンチャー企業関係者自身が強く要望するものでは必ずしもないけれど、

⁵ ここで「living dead」という言葉は、「内容の良い企業として成長してゆく芽はないが、しかし死ぬこともない企業」の意味で用いている。VC 会社の視点から言えば「業績が低迷しキャピタルゲインの期待は現実的でないが、売却も償却も難しい投資先」をさす。

しかし日本のベンチャービジネスの長期的振興、なканずく研究開発型ベンチャー企業やハイテク・ベンチャー企業の輩出のためには欠かせないものだからである。

整理すれば、公的施策を進めていく際の基本的スタンスは次の二つであるべきだろう。

- (1) 実務に携わる人たちの現場の声を幅広く聴取し、できるだけ具体的にそれに応える施策
- (2) そうした現場の声からは通常出てこないインフラ整備関連施策

このうち、後者のスタンスで施策をうちだしていくためには、あるべきベンチャービジネスに対する根本理念といったものが改めて重要になる。目先の処方¹に追われ、思い付きの施策を講じるのではなく、長い目で見て日本にどのようなベンチャービジネスが必要かが、もっと議論されなければならない。それはまた、科学技術立国・日本の将来を具体的に展望する議論でもあるはずである。