

○石井力重（東北大工学）

1. はじめに

景気回復に向けて、付加価値の高い新産業創出が求められる各地域においては、イノベーションの担い手の1つであるベンチャー企業の創出・成長に関する効果的な支援が重要となっている。これまで、多くの研究者によって、ベンチャー創出・成功の要因に関する研究がなされている。それら先行研究では、さまざまな要因が述べられている。しかしこうした要因の影響度合いといったものを定量的に分析した研究はいまだに少ない。各地域は、自地域の強みを生かし、限りある資源を効果的に投入するにあたり、検討材料になるような知見が求められている。今後、ベンチャー創出・成功の要因に関する定量的な研究はますます重要性を増していく。

2. 研究の概要

これまでの私の研究では、大学発ベンチャーの創出と地域的要因に関する定量分析を行ってきた。先行研究を調査しベンチャー創出の地域的要因を抽出し、分類した。具体的には、地域の「政策」「産業」「知的資源」「支援機関」である。これらを代表する指標をおのおの選定し合計で10の要因を採用した。大学発ベンチャー企業数と10の要因の地域的分布の相関関係の分析を通じ、特に事業分野別の分析をおこない、10の要因の影響度合いを研究してきた。

今回の研究では、東北地域のベンチャー企業を訪問し、それら10の要因の創業への影響の有無について、インタビューを行った。その結果、10の要因のうち、いくつかについては、影響するという回答を得られたが、それ以外の要因もあげられている。本発表ではそこで得られた発見と考察を述べる。（10の要因：「大学高専」「3次産業」「2次産業」「1次産業」「経産省系プロジェクトの採択数」「文科省系プロジェクトの採択数」「共同研究センタ」「TLO」「インキュベータ」「公設試」）

3. 調査対象・調査方法

調査対象は、「東北地域」の「大学発ベンチャー及び技術系企業」を対象とした。

■調査対象地域選定の理由：

東北地域は次の特徴を持つ。「中央」に比べて、ビジネス環境で劣る「地方」であり、さらに、そうした各地方の中でも、特に経済回復の遅れているエリアである。全国的に見ても、有利なビジネス環境とはいえない「東北」に立地するベンチャーが、なぜそこで創業したのかを調査することは、ベンチャー創出・成功の研究をする上で、貴重な示唆を与えてくれる可能性が高い。

■調査対象企業

調査対象企業は「東北のベンチャー支援機関が支援対象としている企業」と、「DND（大学発ベンチャー支援サイト）で公表されている東北地域の大学発ベンチャー」である。（表1）

調査方法は、「10の要因の創業への影響の有無」と「フリー回答による創業の地域的・非地域的要因」について、質問票を用いてのインタビューである。

表 1: インタビュー対象企業の属性

分類記号	大学との関係	起業家人材	類型
Ap	創業当時から	教授等	大学発ベンチャー(教官型)
As	創業当時から	学生	大学発ベンチャー(学生型)
Ab	創業当時から	元企業勤務者	大学発ベンチャー
B	創業後 5 年以内	元企業勤務者	大学発ベンチャー
C	創業後 6 年間以降に	元企業勤務者	産学連携・第二創業型ベンチャー
D	大学との関係なし	元企業勤務者	自社開発型ベンチャー

4. 結果

ベンチャー企業各社に「創業の地域的・非地域的な要因」をインタビュー調査したところ、「創業の要因」について先行研究に見られるものが、今回の調査でも見られた。特にこの東北にフォーカスした本調査では、創業の要因は「起業家の属性」によって大きく異なる、ということが観察された。「法人設立時点」では大学の関係がない B・C・D タイプは、さほど 10 の要因がさほど影響をしていない。むしろ、現在行っている革新的な事業に取り組み始めた時期(=第二創業期)において、10 の要因は影響を与えている。また、法人設立時点で立地する地域を選ぶ要因としては、「住みよい住環境」や「個人のネットワーク」といった、その地での生活の質や活動・つながりを重視する回答が多く見られた。

東北におけるベンチャーの創業の要因として「(10 の要因も含め、)地域的な要因」と「地域的なものではない要因」をあわせて、各分類における創業の要因を整理すると以下ようになる。

「B・C・D タイプ」では、創業に影響を与える要因としては、

「アントレプレナーシップ」+「企業勤務経験+ α 」+「暮らしたい住環境」

(もしくは「住環境」ではなく、「地域での人的ネットワーク」という例もある。)

市場感が、世界を向いている、という特徴がある。起業家自身の業界経験・人脈があるため、東北のビジネス環境の乏しさが比較的問題にならない。

「Ab タイプ」では、創業に影響を与える要因としては、

「アントレプレナーシップ」+「企業勤務経験+ α 」+「大学の先端技術とその事業化に必要なリソース」

市場感が、世界を向いている、という特徴がある。大学との密接なコンタクトのため、大学の近隣地域に立地される。(創業以前に)長期に渡り、大学との関係を育成している。

「As タイプ」では、創業に影響を与える要因としては、

「起業に強い興味(グループで)」+「大学に関係する事業機会(発注・ブランド・リソース)」

市場感は、大学及び近隣地域を向いている、という特徴がある。オフィスの立地は、大学との関係性から、大学周辺に立地される。これまでの調査実施企業は、非テクノロジーベンチャーであり、短期に急拡大はしないが、創業当初から堅実に収益を出している。経営課題は会社が俗人的であり「起業家=収益の源泉」といった状況にあり、組織としての収益モデルの確立に課題をもつ傾向にある。

「Ap 型」では、創業に影響を与える要因としては、

「気概・志し」+「自身の研究してきた先端技術」+「ビジネスパートナー」

(ビジネスパートナーは自地域とは限らない)

市場感は、世界を向いている。オフィスの立地は、自分の勤務する大学の近隣地域に立地される。産業界からの事業化のオファーや起業にあたっての指南なども影響している。先端技術の確立までは、経産省系プロジェクトなど、国の支援が大きな効果を発揮している。

5. 考察

今回の東北地域の調査では以上のことが見られた。経産省の調査を始め、先行研究にみられる要因と大きく異なるものではなく、タイプごとの要因を掘り下げた形になった。創業の際に、何があったためにその地域にてオフィスを構えたのか、という当初の研究の視点から基づき考察を行う。

- (1) 創業に関して 10 の要因の影響を受けているタイプ(Ap・As・Ab)と、あまり影響を受けていないタイプ(B・C・D)が見られた。後者の場合は、現在のような革新的な事業に着手する時期(第二創業期)に、10 の要因に影響を受けているという回答が多数見られた。このことから、10 の要因は、地域の既存の中小企業が、革新的な事業を行うこと(第二創業)も含めて、地域からベンチャーを創出する要因となっているということが分かった。また 10 の要因以外にも重要なものがあることが分かった。
- (2) 多くの回答に共通して見られたことは、「地域の大学の存在」及び「地域の多様なセクターの人達とのネットワーク」であった。また、「地方自治体の行う支援」にも比較的多く見られた。
- (3) このことから考えて、10 の要因は、先行研究で見られる要因のうち比較的变化の緩やで、しっかりした指標を持った「機関」をベースに要因を選択してきたが、先行研究に言及されるような、「地域における多様なセクターの人達とのネットワーク」は非常に重要であり、分析を行ううえで、この要因を代表する指標を取り込む必要を感じた。また、地方自治体の行う支援も、革新的な事業に取り組む企業にとって実際に有効であり、この要因を代表する指標を取り込む必要性を感じた。

なお、今回の調査は東北というビジネス環境の比較的乏しい地域であるために、前述のような特徴が集中的に見られた可能性もある。今後は、他の地方や中央にも調査分析が必要である。また、今回のインタビューでは見られなかったが、大学発といえども、大学以外の要因が支配的であるケースも、十分考えられる。(宮城県では、東北大学発のベンチャーは39社であるが、宮城県に立地する大学発ベンチャーは、31社のみ(経済産業省 2005))。そうした大学発ベンチャーの創業者は大学人以外の人材、つまり、「Ab・B タイプ」であることが予想される。この部分についての研究は、これまでの調査では得られなかった新たなベンチャー創出・成長の知見が含まれる可能性がある。

6. まとめ

今回の分析を通じて、起業家のタイプに応じて、何がベンチャー創出の要因であるのか、また、それに対して地域ができることを、以下にまとめてみたい。

▼「Ab・B・C・D 型」

「ハード的な支援」よりも、住環境のよい地方部では、「起業家候補人材を多く呼び込み」、さらに「個人的なネットワークを多様に行うような場作り」を、長期的視野で行うことが必要である。具体

的には、既存企業の新規事業をおこなうオフィスの誘致、ネットワーキングをベースにする場作りといったことが考えられる。

▼「As型」

学内における「起業家講座」や、地域における「若年層むけの起業家教育」、「ビジネス志向のネットワーキング」などが有効であると考えられる。また、起業家候補人材が、「大学に関する事業機会や経営資源(仕事の発注・ブランド・大学の知的／物的リソース)」を認識し活用ができるように、大学がそうした支援体制と姿勢作りを継続的に行うことが、効果的だと考えられる。

▼「Ap型」

事業化可能性の高い分野の研究者に、「事業化の指南やメンターとして好影響を与えるような、産業界の人物とのネットワーキング」を行うことが有効だと考えられる。

7. 今後の課題

本研究から得られたことを考慮すると、先行して行ってきた10の要因を用いた相関分析では、分析対象とした大学発ベンチャーが「企業名を公表可」と回答している比較的事業段階が進んだ企業群であったため、[創業の要因]だけでなく[成長(もしくは第二創業)の要因]も含まれていたと考えられる。インタビューでも、成長のある段階で10の要因が影響を与えた、という回答は多くみられた。今後の課題としては、以下のことが考えられる。

- ①今回得られた知見をもとに、他地域も調査し、都市部と地方部での要因の違いを分析する。
- ②これまでの10の要因などで行って来た分析を「ベンチャー創出」に関する要因から、「ベンチャー成長」に関する要因へと、研究方法を発展させる。成長のパターンを類型化し、タイプごとに成長の要因を分析する。

8. 参考文献(文献多数につき、一部のみ掲載)

- 大学発ベンチャー支援サイト(DND) <http://dnd.rieti.go.jp/> (アクセス:2005年3月18日)
- 東北ベンチャーランド推進センター http://www.tvlc.jp/venture/index_sk.html (アクセス:2005年9月1日)
- 経済産業省「平成15年度大学発ベンチャーに関する基礎調査」結果について(速報)2004年4月
- 経済産業省「平成16年度大学発ベンチャーに関する基礎調査」結果について(確報)2005年6月
- 石井力重「大学発ベンチャー創出とビジネス環境因子の相関に関する分析」『産学連携学会第3回講演予稿集』2005年5月
- 石井力重「大学発ベンチャー創出と地域環境に関する分析」『研究・技術計画学会第19回講演要旨集』、2004年10月
- 今井賢一・秋山喜久『ベンチャーズ インフラ攻めの「セーフティネット」をつくる』NTT出版株式会社、1998年12月
- 金井一頼・角田隆太郎『ベンチャー企業経営論』有斐閣、2002年4月
- 近藤正幸・長谷川光一「日本の大学発ベンチャーの産業別・地域別・起業者別属性」『研究 技術 計画』Vol20、No.1、2005年3月
- 近藤正幸『大学発ベンチャーの育成戦略—大学・研究機関の技術を直接ビジネスへ—』中央経済社、2002年3月
- 高橋徳行『起業学入門—新しく事業を始める人のために—』財団法人通商産業調査会出版部、2000年3月
- 前田昇『スピノフ革命』東洋経済新報社、2002年4月
- ジェフリー・A・ティモンズ『ベンチャー創造の理論と戦略—起業機会探索から資金調達までの実践的方法論—』ダイヤモンド社、1997年2月