

市井散文

起業編

起業、または見栄の発情

目次

	頁
2.1 覇権国家アメリカの覇権的起業	3
2.2 イギリスの起業事情 財政革命 2.0 なるか	12
2.3 ドイツ「ドイツ的」なるものを理解して見えてくる	17
2.4 フランス「フレンチテック」国家主導で周辺覇権へ	22
2.5 中国・インド	26
2.6 日本	28

市井の視点からは、起業とは見栄の発情に他なりません。以下、順に紐解いていきましょう。

2.1. 覇権国家アメリカの覇権的起業

誰もが知っているとおり、世界最大の起業大国がアメリカ。アメリカの起業の特徴を改めて振り返り、多角的に見つめ直し、これからを占ってみます。

捕鯨が起源のベンチャーキャピタル

専門外の視点からアメリカの起業実態を考察する数少ない利点はゼロベースから学べることにあり、まずはアメリカにおける起業と切っても切り離せないベンチャーキャピタルの長い歴史を振り返ります。

アメリカのベンチャーキャピタルの歴史はトム・ニコラスの「VC: An American History」に詳しく考察され、以下、その概要を引用します。

ニコラスは現代のベンチャーキャピタルの特徴の多くが 19 世紀のニューイングランドの捕鯨業などに共通するとして、今日までのベンチャーキャピタルの発展を 4 段階に分けて分析しました。

第 1 段階は北東部ニューイングランド地方の捕鯨業。19 世紀半ばのアメリカは捕鯨大国であり、世界の捕鯨船の約 4 分の 3 がアメリカで登録され、捕鯨航海に必要な資本は捕鯨代理人が医者や弁護士などの裕福な個人と捕鯨船の船長と乗組員とを仲介することによって調達されていたといえます。

航海の結果で生じた利益（損失）の分布は現代のベンチャーキャピタルのそれに似たロングテール型となっていました。少数ながら極めて高いリターンによって投資全体はそれなりのリターンを記録し、捕鯨業の中心地であったニューイングランドのニュー・ベッドフォードは繁栄し、捕鯨代理人は航海の共同事業家として業績ベースの報酬を受け取っていました。

しかし原油が鯨油に代わる代替的エネルギーとして登場すると、一部業者は他業種への転進を試み、19 世紀末には、ニュー・ベッドフォードの捕鯨ファミリー 22 家族の大半は綿業、銀行業、鉄道などの事業も手掛けていたといえます。綿業の製造工程をイノベーションしたフランシス・カボット・ローウェル (Francis Cabot Lowell) は「ローウェル・システム」と呼ばれる方式を確立し、株式会社ボストン・マニュファクチャリング・カンパニーを設立し、その株式をボストン・アソシエートと呼ばれた家族や親しい事業の関係者 12 名に保有してもらいました。彼らは今日いうところの「エンジェル投資家」ということになります。

これらの投資家は外部資本を導入するエージェントとしての役割も果たし、ローウェル・システムの革新的な技術と創造的な金融方法のミックスは大成功を収めます。

これら初期型産業の発展はそれにとまなう金融取引を専門に担う銀行業の発展をもたらしました。1790 年までにはニューヨーク、ボストン、フィラデルフィア、ボルチモアの主要都市には銀行が設立され、1800 年にはボルチモアではアイルランド人の亜麻布取引の専門業者によって最初の投資銀行「アレックス・ブラウン」が創業されています。

19 世紀前半の鉄道建設ラッシュ、そして 20 世紀初頭までの産業振興に重要な役割を果たしたのは JP モルガン商会でした。JP モルガンは議決権信託や取締役兼任など新たな金融手法を編み出し、金融資本主義の到来を主導することになります。ピッツバーグの銀行家アンドリュー・メロンはカーネギーやコークの鉄鋼業などへの融資で莫大な財を築き、投融資や役職兼任による企業支配はメロン・システムと呼ばれました。

この時期のアメリカ経済の急成長は富の集中をもたらし、アメリカ社会には大きな経済格差が生じました。これがファ

ミリー・オフィスによるベンチャー投資が盛んになった背景ですが、インターネット革命以降のアメリカの IT 企業の急成長や経済格差の広がりなど、21 世紀の現在と重なる点が興味深いところです。

その後、東海岸と西海岸においてベンチャーキャピタルのファイナンスが台頭し、今日でいう「エンジェル」や「スーパーエンジェル」と呼ばれる裕福な個人や小規模な事業体がベンチャー投資を手掛けるようになったといえます。

写真を事業化したジョージ・イーストマン (George Eastman) にはヘンリー・ストロング (Henry Strong)、自動車製造のヘンリー・フォード (Henry Ford) はウィリアム・マフィー (William Murphy) という資産家がバックについていました。

事業の成功によって財を成したメロン家、クロッカー家、フィップス家、カーネギー家、ロックフェラー家、バンダービルト家、ホイットニー家などの中からベンチャーキャピタルを創業するものが現れ、既にベンチャー・キャピタルという言葉はあったものの、1946 年創業の JH ホイットニー社 (J.H. Whitney & Company) はそれを初めて明確に投資クラスとして使用したことでベンチャーキャピタルの歴史に名を刻みました。

ニコラスのいう第 2 段階は 1940 年代から 60 年代かけて、ベンチャー投資のロングテールのリターン分布が認識され、リミテッド・パートナーシップの採用へと向かっていった時期です。この時期の商業銀行はリスク投資のノウハウを持っておらず、生命保険、投資信託その他機関投資家は十分な資金があったものの金融市場にはリスク資産への投資を仲介する仕組みがありませんでした。そこで機関投資家の資金をリスク資産に向ける役割を担って設立されたのが ARD です。ARD は 1957 年に DEC (Digital Equipment Corporation) への投資が大成功を収めます。しかし ARD はクローズド・ファンドとして組織されていたため従業員は投資対象会社の株式やストック・オプションを保有することを禁じられ、そのため投資対象会社が事業に成功し創業者が数千万ドルの資産を手にするようになっても ARD の投資担当者はせいぜい数千ドルのボーナスを支払われるだけであったといえます。

このインセンティブ・システムの欠点のため有能なスタッフは独立しリミテッド・パートナーシップ形態のベンチャーキャピタルを立ち上げ、その中にはグレイロック (Greylock & Company)、フィデリティ・ベンチャーズ (Fidelity Ventures)、パルマー パートナーズ (Palmer Partners) があります。

連邦政府もスタートアップへのリスク資本の提供不足という大恐慌以来の課題に対処することを目的として、1958 年に小企業投資会社 (Small Business Investment Company, SBIC) のプログラムを開始します。この制度は政府と各州で認可された組織 (SBIC) に対し、資金支援と税制上の優遇を認める制度でした。60 年代前半には多くの SBIC が創設されます (64 年にピークの 722 社)。ベンチャーキャピタルの組織形態として今日一般的なリミテッド・パートナーシップの最初は 1959 年にカリフォルニア州パロアルトで創業されたドレーパー・ガイサー・アンダーソン (Draper, Gaither & Anderson) でした。1965 年には東海岸でもグレイロック・パートナーズ (Greylock Partners) が創業されました。

この時期は政府の政策が重要な役割を果たし、1974 年に制定された従業員退職所得保障法 (Employee Retirement Income Security Act, ERISA) は年金基金のリスク資産への投資が増加するきっかけとなります。

第 3 段階は VC のロングテール・モデルが確認され、アーリー・ステージの投資を支える広汎なエコシステムが発展する 1960 年代から 80 年代までとされます。ソ連の宇宙衛星スプートニクの打ち上げ成功による危機感からの技術開発競争も背景に、特にスタンフォード大学が顕著といえます。この地域における VC 成長のキーパーソンはいずれも最大手の VC に成長しているアーサー・ロック (1961 年にデービス・ロック (Davis & Rock) を創設)、トム・パーキンス (1972 年にクライナー・パーキンス (Kleiner & Perkins) を創設)、ドン・バレンタイン (1972 年にセコイア・キャピタル (Sequoia Capital) を創設) の 3 人ですが、これら VC はインテル、ジェネンティック、シスコシステムズ等への投資から大きなリターンを実現しています。

VC サイクルが順調に動き始めるにつれ、成長したハイテク企業が VC を創設し投資を開始するコーポレート VC も多

くなり、GE、エクソン、ゼロックス、3M、インテル、グーグルなど大手ハイテク企業が名を連ねています。

第4段階は1980年代から2000年代初頭のVCの歴史の中で最も変動性が高かった時期です。投資分野は急速な技術開発があったコンピュータのハード、ソフト、通信、インターネット小売業等でした。ナスダック指数は1991年4月には500でしたが10年後の2000年3月には10倍の5,000を越えます。これだけ急激に株価が上昇する環境であればIPOは容易となりベンチャーキャピタル投資も活性化します。

VC投資の活況はIT投資を目指すベンチャーキャピタルの新規参入を伴い、オーガスト・キャピタル(August Capital)、レッドポイント・ベンチャーズ(Redpoint Ventures)、ベンチマーク・キャピタル(Benchmark Capital)、またコーポレートVCとしてはソフトバンクやインテルなどが挙げられます。

ITバブルは問題も引き起こしました。VC間の投資案件をめぐる競争が激しくなった為、審査に十分な時間を費やすことができなくなり、デューデリジェンスがおろそかになるリスクが生じました。個人投資家が高値の期待につられ市場に参入している間は良いものの、一旦期待が裏切られると、余裕のないスタートアップの資金繰りは行き詰まってしまいます。2000年春のITバブルの崩壊はこれらの危惧を一挙に現実化した。特にオンライン小売業ではIPO後1年もしないで破綻に追い込まれたペッツ・ドットコムはインターネット・バブルの仇花として語り継がれています。

このように、ニコラス氏はアメリカのベンチャーキャピタルの発展はロングテール型ペイオフとリミテッド・パートナーシップの組織構造が確立された過程として捉えていました。ハイリスク・ハイリターンの投資分野としてそれは自然な流れであったものと事後的に想像する限りです。

その一方で、ニコラス氏の考察を読んだ後の筆者の視線はハイリターンの部分に注がれています。ゼロから事業を興すのであるからリスクが高いのは当然です。しかし、そもそもハイリターンはどこから来るのか？

「株式上場や事業売却によるエグジット」、などと答える人が多いのが日本。

それは間違いではありませんが、視野狭窄であり、教科書的に当たり前すぎます。

他方、アメリカのベンチャーキャピタルにおいて、それは「巨大独占市場」です。

自分が見つけた、ないし創造する巨大市場を独占するのが起業であり、そうでなければ巨大な超過利益が得られないというのが彼らの当たり前。

強烈なエゴイズムと覇権志向が無ければ逆におかしい世界であり、巨大市場の存在と当該市場の独占・寡占を想定したイノベーションやビジネスモデルでなければ、それはアメリカ的な起業ではないでしょう。

日本近海まで捕鯨船を派遣し、許可なく江戸湾に入り込み力づくで日本に条約を結ばせた当時から、WEBの覇権者になった現在まで、アメリカは粗暴で覇権的であることで一貫しています。同じ幕末の来航でも儀礼を守って長崎に来着したのはロシアのプチャーチンでした。

技術へのアクセス、市場、資金、法制度が揃った望ましい環境でアメリカのベンチャーは自分が創った利己的なプラットフォームへの求心力を力づくで引き起こし、それを梃子に更に成長していく。求心力と破壊力とスクラップビルドの要素を持つ意味で、アメリカのベンチャーはエゴイズムの求心力たるや台風の威力に匹敵します。

そうやって成長したベンチャー起業が現在、アメリカの時価総額でずらり上位を占めています。

現在(2024 年 1 月)、アメリカの時価総額上位 30 社には IT 関連、半導体、医薬、金融等の各セクターにおける専門分野の世界的寡占的リーダーが並びます。

会社名	時価総額(10億ドル)	時価総額(兆円)	業種	創業年	寡占分野
マイクロソフト	2,894	423	IT	1975	OS+
アップル	2,824	412	IT	1976	携帯PCネットワーク
アマゾン	1,582	231	IT	1995	通販・クラウド
エヌビディア	1,393	203	IT	1993	半導体
アルファベットA	843	123	IT	1998	インターネット検索
アルファベットC	825	120	IT	1998	インターネット検索
メタ・プラットフォームズ	816	119	IT	2004	ソーシャルメディア
テスラ	699	102	電気自動車	2003	電気自動車
イーライリリー	602	88	医薬品	1876	医薬品開発
ブロードコム	522	76	IT	1961	ネットワーク製品
JPモルガンチェース	486	71	金融	1799	多国籍金融
ユナイテッドヘルス	480	70	医療	1977	マネージドケア
パークシャーハザウェイB	472	69	資産運用	1888	資産運用
ウォルマート	435	64	小売	1962	総合スーパー
VISA	420	61	金融サービス	1958	国際カードブランド
マスターカード	399	58	金融サービス	1966	国際カードブランド
エクソンモービル	390	57	石油	1882	国際石油資本
ジョンソン & ジョンソン	386	56	医療医薬品	1886	ヘルスケア製品
ホームデポ	357	52	小売	1978	ホームセンター
プロクター & ギャンブル	353	52	消費財	1837	生活用品
パークシャーハザウェイA	315	46	資産運用	1888	資産運用
コストコ・ホールセール	302	44	卸小売	1983	会員制小売
メルク	300	44	製薬	1668	医薬品・化学品
オラクル	293	43	IT	1977	法人向けソフト
アッヴィ	285	42	医薬品	2012	新薬開発
アドビ	272	40	IT	1982	クリエイターソフト
シェブロン	270	39	石油	1879	国際石油資本
セールスフォース	261	38	IT	1999	営業プラットフォーム
コカ・コーラ	259	38	飲料	1892	清涼飲料
アドバンスト・マイクロ・デバイセズ	256	37	IT	1969	半導体
2024年1月時点 対ドル日本円@146	19,991	2,919			

表 2.1

時価総額が日本円で 100 兆円超のトップクラスの企業は押並べて個人起業家により創業され成長しています。

彼らに共通する特徴として、自ら新たな市場を創造することで、当該市場が成り立った暁には当然のように寡占者として高い利益を得ること、そして当該市場は世界全体であることが挙げられます。

シュンペーターではありませんが、彼らをイノベーションへと突き動かすドライブは独占ないし寡占による超過利潤であり、結果として世の中が良くも悪くも変わるのであって、その逆の順番を想定するのはナイーブに過ぎるでしょう。

彼らが現在の覇権者であるならば、これからの覇権者にはどんな会社があるのでしょうか？アメリカにおける未上場のユニコーン企業 30 社を評価額順に並べたのが図 2.2 です。

会社名	評価額 (10億ドル)	評価額 (兆円)	業種	出資元ベンチャーキャピタル	戦略タイプ
SPACE X	150	22	宇宙開発	Draper Fisher Jurvetson, Rothenberg Ventures	宇宙覇権
Stripe	50	7	決済サービス	Khosla Ventures, LowercaseCapital, capitalG	代替、効率化
Databricks	43	6	データサイエンス	Andreessen Horowitz, New Enterprise Associates, Battery Ventures	代替、効率化
Epic Games	32	5	3D技術 娯楽	Tencent Holdings, KKR, Smash Ventures	新市場+ニッチ覇権
Fanatics	31	5	スポーツ専用EC	SoftBank Group, Andreessen Horowitz, Temasek Holdings	特定分野の覇権
OpenAI	29	4	AI	Khosla Ventures	新市場覇権
Chime	25	4	金融サービス	Forerunner Ventures, Crosslink Capital, Homebrew	代替、効率化
Miro	18	3	デジタル白板	Accel, AltalR Capital, Technology Crossover Ventures	代替、効率化
Discord	15	2	ゲームSNS	Benchmark, Greylock Partners, Tencent Holdings	特定分野の覇権
Gopuff	15	2	飲食料品宅配	Accel, SoftBank Group, Anthos Capital	特定分野の覇権
Ripple	15	2	ブロックチェーン	IDG Capital, Venture51, Lightspeed Venture Partners	プラットフォーム覇権
Plaid	14	2	フィンテック	New Enterprise Associates, Spar Capital, Index Ventures	代替、効率化
OpenSea	13	2	NFT マーケットプレイス	Andreessen Horowitz, Thirty Five Ventures, Sound Ventures	プラットフォーム覇権
Grammarly	13	2	文章AI	General Catalyst, Institutional Venture Partners, Breyer Capital	新市場+ニッチ覇権
Devoted Health	13	2	高齢者ヘルスケア	Andreessen Horowitz, F-Prime Capital, Venrock	特定分野の覇権
Faire	13	2	オンライン物品売買	Khosla Ventures, Forerunner Ventures, Sequoia Capital	特定分野の覇権
Brex	12	2	デジタルコンサルティング	DST Global, Ribbit Capital, Greenoaks Capital Management	特定分野の効率化
JUUL Labs	12	2	電子タバコ	Tiger Global Management	代替市場覇権
GoodLeap	12	2	住宅ローンサービス	New Enterprise Associates, BDT Capital Partners, Davidson Kempner Capital Management	特定分野の効率化
Deel	12	2	給与管理プラットフォーム	Andreessen Horowitz, Spark Capital, Y Combinator	特定分野の効率化
Airtable	12	2	法人管理プラットフォーム	Caffeinated Capital, CRV	特定分野の効率化
Rippling	11	2	人事管理プラットフォーム	Y Combinator, Kleiner Perkins Caufield & Byers	特定分野の効率化
Bolt	11	2	ECソリューション	Activant Capital, Tribe Capital, General Atlantic	特定分野の効率化
Alchemy	10	1	ブロックチェーン	DFJ Growth Fund, Coatue Management, Andreessen Horowitz	プラットフォーム覇権
Gusto	10	1	給与管理プラットフォーム	General Catalyst Partners, Google Ventures, Kleiner Perkins Caufield & Bvers	特定分野の効率化
reddit	10	1	ソーシャルメディア	Y Combinator, Sequoia Capital, Coatue Management	新市場の代替
Talkdesk	10	1	AIコールセンター	DJF, Salesforce Ventures, Storm Ventures	新市場+ニッチ覇権
Digital Currency G	10	1	暗号資産	Ribbit Capital, capitalG, Softbank Group	プラットフォーム覇権
ServiceTitan	10	1	管理ソフト	Bessemer Venture Partners, ICONIQ Capital, Battery Ventures	特定分野の効率化
Navan	9	1	費用管理サービス	Andreessen Horowitz, Lightspeed Venture Partners, Zeev Ventures	特定分野の効率化

2024年1月時点 FX@146円

表 2.2 アメリカのユニコーン企業 評価額上位 30 社 データ出所: CBInsights

アメリカ企業がインターネットを覇権した理由

時価総額でアメリカ最大の企業はインターネットのインフラ上で事業を運営し、事業領域を拡大してきました。

なぜアメリカ企業がインターネットビジネスで覇権を握れたのか？

その答えを探るにあたっては、まず「なぜフランスができなかったのだろうか？」という問いからアプローチしてみましょう。

●ミニテルで覇権を握れなかったフランス

私が通ったビジネススクールはフランスのフォンテーヌブローにあり、1996 年当時、世界で唯一成功していたといっってよいニューメディアであるミニテル(Minitel)が当地で普及していました。

初期ファミコンにも似たその端末を家庭に置き、電話回線を使って様々なサービスを利用できるのがミニテル、私のアパートにも端末がありました。

Minitel(Médium interactif par numérisation d'information téléphonique)は日本の郵便局と電電公社を合わせたような公社である PTT (Postes, Télégraphes et Téléphones;)が提供していたスクリーンとキーボード一体型端末による通信サービスで、無料電話番号案内、メールオーダー、電車航空券の購入、掲示板、ゲーム、デートサービスなどがありました。

1979 年に始まったミニテルですが、その後 1990 年代にかけ、ミニテル及び類似サービスは西欧諸国はじめ、ブラジル、シンガポール、カナダなど世界各国に広がりました。アメリカでも 90 年代前半に地域電話会社との共同でフランスのミニテルサービスが供給され、IBM 製 PC やアップル II の端末で利用できました。

ミニテルについては IEEE Spectrum の記事が分かりやすく、以下、当該記事から引用します。

IOT(the Internet of Things)が話題になる遥か前から、ミニテルは様々なホーム オートメーションに組み込まれ、ヒーター、ビデオレコーダー、防犯警報装置、スプリンクラーの遠隔制御が可能になりました。

ミニテルのオープン プラットフォームにより 1980 年代のフランスはデジタル実験の場となり、ミニテル起業家に信頼できるビジネスモデルを提供しました。米国のオンライン環境が地元の BBS や CompuServe のようなベンチャー企業が個別プラットフォーム内に限定されていた時代に、「ミニテル エコシステム」の技術インフラストラクチャーにより、ミニテルの利用者は豊富なオンライン サービスの恩恵を受けることができました。

1980 年代にビデオテック技術を使ったネットワークは他にもありましたが、オープン型のミニテルは多くのサービスプロバイダーが独自に運用できるようにした点でユニークでした。他のほとんどの国では、単一の組織がビデオテック システムのネットワークとサーバーの両方を集中管理していたのに対し、フランス テレコムはネットワークのみを監督していました。

たとえば英国では、Prestel videotex システム上のすべてのコンテンツは、中央郵便局に設置された IBM メインフレームでホストされていました。ドイツの BTX システムも同様に構成されています。米国では、オンライン情報の初期の民間プロバイダーである The Source のコンテンツはすべて、バージニア州マククリーンにある 1 つのコンピューター センターから提供されていました。101Online でさえ、サンフランシスコで短期間運営されていたミニテルのスピノフです。バイエリアでは、カリフォルニアストリートにあるオフィスにデータを保管していました。

ミニテル設計の利点には代償も伴いました。このネットワークでは X.25 プロトコルの非標準実装により私的に運営されているサーバーが相互に直接接続することができませんでした。代わりに、すべての接続はパブリック データ ネットワーク経由でルーティングされ、ホスト間の通信が効果的に集中化されました。この制約はキオスク端末システムを実装するために必要でしたが、各ホストが個別に州によって承認されることも必要でした。

すべてのトラフィックを中央ネットワーク経由でルーティングすることで、州がミニテルに対して検閲政策を導入する試みも可能になりました。既存の印刷業界による激しいロビー活動のため、キオスクにアクセスできるのは既存の出版社だけでした。しかしすぐに、サービスプロバイダーを志す者たちは、国家による承認を受ける資格を得るために、総称して「ゴーストプレス」として知られる偽新聞を印刷することで、この官制的障害を回避し始めました。流通市場でアクセス権を売買する人達もいました。ほとんどの場合、ミニテル側はこうした起業家の異端者たちを喜んで結びつけ、その過程で彼らの収益の 3 分の 1 を得ました。

ミニテルは、1990 年代の多くのインターネット支持者が想像していた厳格で静的なシステムとは程遠いものでした。パブリックとプライベート、オープンとクローズの橋渡しをするハイブリッド アーキテクチャは、世界中のオンラインサービスが苦境に立たされていた時代に、イノベーションと起業家精神のための豊富なプラットフォームを提供していたのです。

現在私たちが Web と関連付けているサービスの多くはミニテルに前身がありました。例えば食品宅配分野ではパリ市民が食料品を同日配達で注文できるサービスである 3615TMK(Tele-Market)がありました。Cortana や Siri が登場する前には、自然言語インターフェイスを使用してパーソナライズされた情報を提供するサービスである Claire や Sophie がありました。Ticketmaster が登場する前には Billetel があり、テレバンキングが存在する前にミニテルバンキングがありました。

ミニテルの利用量は 1993 年にピークに達し、ユーザーはさまざまなキオスク端末経由サービスを 9,000 万時間以上利用しました。しかし、その後ホーム コンピューティングとダイヤルアップ インターネット アクセスが普及するにつれて、使用量は減少していきます。熱心なユーザーは端末エミュレーション ソフトウェアを使用してミニテルにアクセスし続けることができましたが、他の多くのユーザーはそのまま移行しました。使いやすいミニテル端末とその単純なビデオテック インターフェイスは、かつては画期的であったものの、柔軟性に欠けていることが判明し、さらなる開発を妨げていました。

1990 年代以降も毎月数十万人のユーザーがシステムにアクセスし続けましたが、ミニテルはもはやフランスのテレマティクスの未来の輝く象徴とは思えませんでした。むしろ、それは日常生活の何の変哲もない部分であり、ラジオや電話と同じくらい眩しいものではありませんでした。そして 2012 年、長期的な継続運用の後に、ミニテルは終わりを迎えます。

そして結果的に、ミニテルの存在はフランスにおけるインターネット普及を他国より遅らせることになりました。アナログ家電で世界を席捲していた日本が WEB 時代に乗り遅れた事例と類似点があります。

● 国家による技術開発

アメリカに戻します。インターネットの起源といえるパケット通信コンピューターネットワーク(ARPANET)は 1960 年代から研究開発が始まっており、そこには国防総省の高等研究研究局(ARPA, Advanced Research Projects Agency)から資金が提供されていました。ARPANET では互いの拠点で情報をやり取りするために、通信をするための決まりごとである「プロトコル」として TCP/IP が採用され、通信プロトコルが標準化されることでどんなコンピューターでも情報をやり取りできるネットワークが構築され後にインターネットとして世界に普及していきました。

現在は当たり前のグラフィカルな WEB ブラウザですが、それが出現するまでは Lynx などのテキストベースのブラウザしかなく、画像を見ることは当然ながらできませんでした。世界初のグラフィカルなブラウザである Mosaic は 1993 年、アメリカの国立スーパーコンピュータ応用研究所で開発されたものです。

Mosaic をつくった Marc Andreessen 氏は Netscape 社を設立し、初の商用ウェブブラウザの 1 つである Netscape Navigator を新たに開発、Netscape は Windows、Mac、UNIX の X Window System で利用できることもあり、一般市民を一挙にインターネットの世界に招き入れました。Netscape の台頭に危機感を持ったマイクロソフトは独自に Internet Explorer をリリースし猛追、Netscape Navigator は徐々に姿を消していくことになります。

1993 年といえばクリントン政権が始まった年です。副大統領のアル・ゴアがやたらと「情報スーパーハイウエー」という記憶がありますが、氏は来訪してくるビジネスマンらに「インターネット 2」の資金援助をしたり、暗号化技術製品の輸出規制を続行するなど、積極的に後押しをしていたことが知られています。インターネット黎明期の氏の実際の貢献度合には諸説ありますが、いずれにせよ、ソビエト連邦が崩壊してアメリカの一極支配が始まり、その後に

日本のバブルが崩壊、クリントン政権が経済においても世界覇権に向かったのは事実です。

ARPA は DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) に名称を変え現在に至りますが、インターネット以外にも GPS (1989 年に人工衛星の打ち上げを開始、1993 年に GPS の運用開始が開始) の開発や、音声認識の Siri が DARPA の人工知能計画 Galo プロジェクトの産物であること、手術ロボットのダ・ヴィンチも DARPA から生まれた技術であることなど、公開情報だけでも多数の技術が民間転用されていきました。

人類初の人工衛星打ち上げをソ連に先行されたことが ARPA 設立 (1958 年) のきっかけであり、現在も DARPA のモットーは Creating and Preventing Strategic Surprise、つまり絶対に他国のサプライズを許してはならないのです。

ソ連崩壊後、サプライズを生みうる経済大国として日本がありましたが、ブッシュ政権時の日米構造協議 (1989 年)、クリントン政権で始まった年次改革要望書 (1994 年～2009 年) など、アメリカは着実に日本の弱体化を進める一方、日本は日本でエレクトロニクス産業はソフトウェアへの展開の発想を欠き、自滅していきます。

DARPA の開発力はペンタゴンの存在抜きには語れません。DARPA の最大顧客であり、かつ開発技術の実験場になっているのが世界最大の軍事予算をもつ国防総省であるのですから、少なくとも民主主義体制の国々で DARPA を凌駕する機関は生まれません。

私の視点からは、DARPA とペンタゴンや軍需産業が官製軍事エコシステムを形成し (インフラストラクチャー)、そこで生まれた基礎技術が民間主役の自由市場 (スプラストラクチャー) で競争により闊達に進歩していく、複層エコシステムともいえる技術開発構造がアメリカの開発力の強みに見えます。

DARPA が注力する中核技術には、材料、情報マイクロシステム、エレクトロニクス・フォトニクス、量子、宇宙、エネルギー、位置・ナビゲーション・同期が含まれます。

DARPA が取り組む最近の例に NASA との協働による DRACO (Demonstration Rocket for Agile Cislunar Operations) があります。原子力で飛ぶロケットをつくるもので、目的は火星有人ミッションでの使用であり、2027 年に打ち上げという想定下で、BWXT とロッキード・マーチンを開発企業に選定されました。

エネルギー分野の例として、DARPA は世界の米軍基地での利用を想定したレーザー ビームによるグローバルなワイヤレス電力伝送ネットワーク (POWER) を開発しています。彼らの発表によれば、光エネルギー放射プログラムである POWER において、伝播波はレーザーであり、高高度で送信する場合は長距離にわたって高いスループットを提供し、リレーはレーザーエネルギーを変換せずにリダイレクトし、エンドユーザーは狭バンドギャップ単色光起電力コンバーターを使用してレーザーエネルギーを電気に変換するといいます。

量子コンピューター分野ではハーバード大学と MIT にチームを配し、ノイズの多い中規模量子デバイスの最適化プログラム (ONISQ) において 2023 年、ロジカル量子ビット (qubits) による量子サーキットを初めて開発しています。

ことが軍事である以上、DARPA やペンタゴンでは非公表のプログラムが多数あっても何ら不自然ではなく、それは他国も同様です。しかしながら近年最も多くの国に侵攻したアメリカらしく、彼らが国家として行う「防衛」技術開発の目的が多分に防衛的ではない点が他国との違いであり、彼らの攻撃性、好戦性、野蛮性は技術開発やイノベーションにプラスに作用しているはずで、急速に台頭する中国の存在は DARPA の存在意義を再認識させ、宇宙開発や核融合などの重要分野で「サプライズ」を防がなくてはならない彼らは、もうしばらくは全力で事に当たってくるでしょう。

国防総省以外の国営機関の例を挙げれば、国防総省に次ぐ規模の保健福祉省から巨大な予算が投入されている NIH (国立衛生研究所) において新型コロナウイルスワクチンの研究開発にも関与しており、また DOE (エネルギー

省)は核融合の研究開発などに予算を投じています。

表 2.3 DARPA が注力する中核技術と近年のプログラム例

中核技術						
材料	マイクロシステム	エレクトロニクス・ フォトニクス	量子	宇宙	エネルギー	位置・ナビゲーション・同期
近年のプログラム事例						
・Falcon HTV-2 極超音速試験飛行体：世界中のどこへでも1時間以内に到達できるマッハ20の極超音速機						
・非対称透過シールド(市街戦闘用非対称素材)：「メタマテリアル」の活用により簡単に携行展開できる「非対称シールド」						
・LS3(Big Dog) 四脚ロボット：重い荷物を搭載したまま複雑な地形を半自律で踏破						
・CT2WS 認知技術危険通報システム：兵士の脳にある潜在意識のパターンから兵士が自覚する前に危険を察知						
・NAV ナノエアービークル：超軽量小型飛行体。翼を高速で羽ばたかせホバリングや飛行ができるハチドリ型ロボット						
・チェムボット：柔軟性の高い軟体ロボット						
・液体に溶ける衣料用シリコンチップ：一定時間後に体内で溶けてなくなる生分解性医療材料。戦場の兵士の遠隔医療が目的						
・コンドル(バルチャー)：偵察、監視、通信などを目的に、滞空時間5年以上の性能を備えた無人機						
・核熱推進ロケット(Nuclear Thermal Propulsion)：NASAと共に開発企業を支援						
・量子コンピューター：ノイズの多い中規模量子デバイスの最適化 (ONISQ)						

データ出所：科学技術振興機構 研究開発戦略センター、筆者加筆

●パソコンの普及

インターネットの事業領域をアメリカ企業が寡占する過程には、1990 年代に世界で一気に普及したパソコンのソフトウェアをアメリカが牛耳った影響があります。1993 年が初期の転換期であり、同年にマイクロソフトから Windows 3.1 が発売され、Windows 3.1 はいわゆる GUI(グラフィカルインターフェイス)を採用した OS であり、それまで主流だった MS-DOS から一気に使い勝手が良くなり、ウィンドウズがインストールされた NEC や富士通製のパソコンが一般家庭にも普及する足がかりとなりました。

前述のミニテル同様、用途の広がりに限定的なワープロがパソコンにとって変わられるのは時間の問題であり、パソコン端末の普及は同時に端末に予めインストールされた通信やブラウザ機能の家庭への普及を意味していました。

マイクロソフトとアップルが OS にメールやウェブブラウザを最初からインストールし始め、メール、検索へと事業領域の広がりが加速することになります。

●通信で稼がない

現在、インターネット上の事業領域を席捲するアメリカ企業は通信会社ではありません。彼らは検索エンジン、ソーシャルメディア、通販、クラウドの各領域の覇権者であり、通信ネットワークインフラ事業者ではありません。

彼らは通信会社の持つインフラを所与として、その上に各自が独占できる領域のパラダイムを創っていきました。逆から見れば、通信料で稼げる通信会社では彼らの持つインフラ上に新たな価値を築く発想が生まれにくいでしょう。

前述のミニテルが国営通信会社主導であったことや、日本での数少ない成功例の一つである i モードもプロパー社員ではない人材から生まれたことなどが上記の説を裏付けています。

有名な日本のインターネットベンチャーを俯瞰しても、大体が先行したアメリカの技術を真似し、境界の無いインター

ネットの特性を生かさず主に国内向けのビジネスモデルを展開しています。LINE は例外かもしれませんが、その出自は韓国。世界のありとあらゆる情報をカバーするインターネット領域のほんの小さな一部を事業領域に限定した日本の大手インターネット企業群は狭義の「インターネット企業」の定義には当てはまらないということもできます。

2.2 イギリスの起業事情 財政革命 2.0 なるか

同じアングロサクソンといっても、アントレプレナーシップに関しては、アメリカとイギリスでは事情が異なります。

金融業が経済の根幹に位置する点で共通するものの、前述のとおりアメリカでは官民総力で新たなフロンティアを創造し、覇権への衝動的ともいえるインセンティブに突き動かされているとしたら、イギリスはアメリカの影に潜みながらも、覇権意識を失った訳ではなく、その領域を慎重に選びつつ虎視眈々と独占支配を狙っているように見えます。

イギリスにおける最近の起業状況を振り返る前に、同国で一般的に起業家としてイメージされる人物例から特徴を探ってみましょう。

イギリスで著名な起業家たち

●David and Simon Reuben インド出身の世界的投機家

デビッドとサイモンのルーベン兄弟は英領時代のインドで生まれた実業家です。兄弟と母親は 1950 年代にボンベイからロンドンに移住し、金属スクラップとカーペットの仕事で稼いだ元金で不動産投資と金属投資を始めます。

1990 年代に兄弟はロシアを舞台にした金属取引で巨額の富を築きました。クリントン政権下のウォール街とオリガルヒによりロシアの資源が蹂躪されていた時、ルーベン兄弟は同国で債務超過に陥ったアルミニウム精錬会社を利用し、巨額の利益を得ます。

兄弟は 2000 年までにロシアの資産を売却し、その後は数多くの企業買収への資金提供や投資に携わり、事業領域は英国および海外の不動産、ベンチャー キャピタル、プライベート エクイティに広がりました。

不動産、金属、資源国家の崩壊に資金をつぎ込んで大儲けした彼らはプロパーな投資家というより優秀な頭脳と大胆さを併せ持った機に敏い投機家というべきでしょう。

●James Dyson 発明家、叩き上げ

ダイソンはダイソンブランドの発明家そして起業家であり、世に出たきっかけは自分の掃除機がうまく機能しない不満でした。彼はそれまで特に成功しなかった複数の発明経験がありましたが、ゴミが多くなればなるほど吸引効果が低下することに気づき、発明家として解決策を考案しました。

実用的なプロトタイプを完成させるまでには数年を要し、その過程で数千ものバージョンが作成されました。彼が掃除機に取り組んでいる間、家族を経済的に支えていたのは妻でした。

初期の製品が日本で成功したにも関わらず、英国の掃除機メーカーは特許を申請せず、その為、ダイソンは自らの会社を設立しました。それ以来の成功は周知の通りで、ダイソンはナイトの称号を与えられ、女王よりも多くの土地を購入するまでになります。ダイソン社には 1,000 人単位のエンジニアが勤務し、継続的な研究開発を通じて市場での地位を維持しようとしています。

●Denise Coates 家業のイノベーター

どちらかといえば起業家は家業を継いだイメージとは遠いものがありますが、デニス・コーツは例外であり、家業を継ぎながらも自らの才覚で新たに大成功を収めたことから、実業家であり起業家でもあるというイメージで捉えられてい

ます。

1974 年に父親が買収して始めた賭博店が成功した後、彼女は家業を継いで、チェーン店を展開し、近隣のチェーン店を買収するまでになりました。しかし、ギャンブルの未来はオンラインにあると彼女はますます確信するようになり、ベンチャーキャピタリストから資金を集めることができなかったとき、彼女は家族を説得して、自分たちの賭博店チェーンを元手に調達した資金を立ち上げにつぎ込むというリスクの高いギャンブルを始めます。それが bet365.com です。

彼女のギャンブルは成功し、Bet365 は大成功を収めます。コーツは大英帝国勲章を授与され、個人資産は数十億ポンドに増大しました。

家業を継ぎながらも、事業モデルのイノベーションで市場を拡大していった能力が起業家として評価されているものと思われます。

●Richard Branson 叩き上げ

有名な話ですが、彼は 16 歳で学校を中退し、雑誌を創刊し、その後通信販売のレコード事業を始め、21 歳で有人店舗のレコード ショップを経営を始めます。全てが順風満帆だった訳ではなく、輸出目的のレコード販売の取り調べを受け、母親は結果として生じた罰金と未払いの税金を支払うために実家を借り換えることになります。

レコードショップの成功をもとに、ブランソンはレコードレーベル、ヴァージン・レコードを設立、最初に契約したアーティストは大ヒットとなり、彼は他のレコードレーベルが世間体から手を出さなかったパンクロックのグループとも契約することに前向きでした。

ブランソンは音楽業界から多岐にわたる分野に手を広げました。ブランソンのヴァージン グループには現在、ヴァージン エアウェイズ、ヴァージン ホリデイズ、ヴァージン メガストア、ヴァージン モバイル、ヴァージン アクティブ、ヴァージン トレインズ、ヴァージン メディア、そしてヴァージン ギャラクティックが含まれています。

●Mahmud Kamani ケニア移民の家業イノベーター

マフムード・カマニの家族は、故郷ケニアでの戦乱を逃れ 1968 年に英国にやって来ました。彼らにはほとんどお金がなかったものの、父親のアブドラ・カマニは国際的なコネクションを利用して衣料品を輸入することに成功します。そしてアブドラ・カマニは、自分が築いたファッション事業を息子に引き継がせた時点で、富豪になっていました。

しかし、オンライン小売業者 boohoo.com を立ち上げ、一家の財産を数百万から数億に引き上げたのはマフムード・カマニでした。主にエイソスと競合する 16~24 歳をターゲットにしており、世界 100 カ国+に商品を販売しています。2014 年、同社は株式市場に上場され、カマニ氏は 2 億ポンド以上の利益を得ます。大金を手にしなが、彼はリラックスするよりは仕事に行きたいといい、仕事が彼の趣味だとしています。

ケニア移民のカマニですが、家業をイノベートして大成功した点ではデニス・コーツに共通します。

●Stelios Haji-Ioannou 外国富裕ファミリー

ステリオス・ハジ・イオアナは幅広いビジネスに投資、運営しており、それらは easyJet、easyCar、easyBus、easyPizza、easyHotel、easyOffice、easyProperty、easyGym、easyFoodstore を含む easyGroup です。これらはすべて、飾り気がなく低コストという同じ基本原則に基づいて運営されています。

イオアナは、1995 年に easyJet(easyGroup の最初の会社)を設立した時点で、すでに経験豊富なビジネスマンでした。イオアナはゼロから這い上がったわけではありません。彼が 25 歳で自身の海運会社 Stelmar Shipping を設立したとき、父親は彼に 3,000 万ポンドを援助していました。3 年後、彼は easyJet を設立し、現在では大手の一角を占めるよ

うになりました。イオアヌはキプロス出身の富裕移民ですが、一般大衆向けの低価格サービスという市場創造に貢献したことで彼を単なるぼんぼんと呼ぶ人は少ないでしょう。

●Philip Green 叩き上げ

彼は、トップショップ、トップマン、ウォリス、エヴァンス、バートン、ミス・セルフリッジ、ドロシー・パーキンス、アウトフィットを含むアルカディア・グループの会長です。15歳で学校を中退し、靴の輸入業者で働き、21才になると家族から2万ポンドをもらい、輸入ジーンズ販売事業を開始します。倒産した会社からデザイナーレーベルの在庫を買い取り販売するなど敏い商才を発揮しながら事業を拡大し、更には衣服会社や小売店を買収し、巨大化していきました。

同じ英国の実業家スチュアート・ローズ卿は、グリーンのことを「経済的センスと能力の点で、同世代で間違いなく傑出している」と評しています。

●Margaret and Helen Barbour 家業拡大

防水ジャケットで有名なBarbourブランドは、マーガレット・バーバーが生まれる前、勿論、彼女の娘ヘレンが生まれる前から存在していました。1894年にニューカッスルで防水ジャケットを販売する露店として設立されたBarbour社は安定した速度で拡大し、1964年までに売上高は10万ポンドに達し、カントリー衣料品市場に参入します。

バブアーのジャケットは伝統的にイギリスの田舎と結びついています。マーガレット・バーバーは家業に関心はなかったといいますが、その仕事に関してある種の天才性があり、バーバーを100人の従業員から1,000人以上の従業員に導きました。1997年にヘレン・バーバーが同社の副会長に就任し、2001年にはマーガレット・バーバーがデйм（ナイト同等の女性向け称号）に叙せられました。彼女はこの栄誉を「私だけでなく、会社にとっても名誉だった」と述べたといえます。

自分が始めた事業でないにも関わらず、マーガレット・バーバーが起業家としても高く評価されている理由には何があるのでしょうか。私は、伝統を重んじ、新しければ全て良いという訳ではないという英国的な保守思想と彼女の人格にあると考えています。

●Edwina Dunn and Clive Humby IT 夫婦

1989年、クライブ・ハンビーとエドウィナ・ダン夫妻はIT業界の仕事を辞め、ダンハンビーという名前の自分の会社を設立し、1994年に後にTesco Clubcardとなるアイデアを思いつきました。

今では当然のことにように思えますが、当時は電子クラブカードのアイデアは比較的新しく、その価値を実証する必要がありました。クラブカードは顧客ロイヤルティに報いるだけでなく、会社にもデータも提供することを示し、当時のTesco会長は「この件で私が怖いのは、私が30年経って知っていることよりも、3か月後の方が私の顧客についてよく知っているということだ」と語ったといえます。現在、大手小売業者はポイントカードスキームなしではやっていけないでしょう。

これはIT技術で特定分野の市場を創造したのですが、どちらかといえばアメリカ的な起業例といえます。

これら著名な起業人の例からイギリス的な特徴として挙げるとすれば、旧植民地や家業の存在があります。ブランソンやグリーンのように学業と無縁で若くから叩き上げて成功する例はスケールは違えど日本を含む世界各国に見られます。他方、ルーベン兄弟やカマニのように独特な上昇志向を持った旧植民地の人的資源はアメリカには無いものであり、また親から事業を引き継ぎ成功しても創業者と同様に起業家という評価はアメリカなどではされにくいでしょう。

アメリカではITベンチャーが時価総額の上位を独占し、未上場のユニコーン企業にも世界覇権を伺う企業がありまし

たが、イギリスの事情はどのようなのでしょうか。

ロンドン・ストック・エクスチェンジ(LSE)の時価総額上位 10 社は、シェル(石油)、リンデ(産業用ガス)、アストラゼネカ(製薬)、HSBC(商業銀行)、Unilever(化学品、生活用品)、アーム(半導体)、リオ・ティント(資源)、BP(石油)、グラクソスミスクライン(製薬)、ディアジオ(酒類)となっており、アームを除き全て伝統的産業の従来型リーダー達です。

その一方で、彼らの企業価値はアメリカの上位企業と比較して小さく、トップのシェルですらその時価総額は約 30 兆円、アメリカであればトップ 30 位の圏外に位置することになります。(2024 年 2 月時点)

LSE にはアメリカのナスダックに該当するセクションがありませんが、サブマーケットとして AIM(Alternative Investment Market)という下部市場があります。しかしながら、外為決済の WISE など、最近のベンチャーは LSE に直接上場する傾向が見られ、そのため AIM より比較的時価総額が大きめになっています。AIM は元々プロが未上場株式を取引する場であり、日本では提携先の日本取引所グループが Tokyo Pro マーケットを運営しています。

そのため、最初にイギリスのユニコーン企業の特徴を見てみましょう。

表 2.4 はイギリスのユニコーン企業(評価額 10 億ポンド以上)のベンチャーの例です。他国と異なりポンドの単位となり、評価時期は各社異なりますが、概ね 2020 年から 2022 年までに投資を受けた際の評価額となります。

表 2.4 イギリスのユニコーン企業の例

会社名	評価額 (百万ポンド)	評価額 (10億円)	出資ベンチャーキャピタル例	業種
Checkoutcom	35,500	6,710	Insight Partners, DST Global.	デジタル決済
Revolut	29,290	5,536	Softbank, Tiger Global Mgt.	外為、送金、暗号資産
Hopin	6,920	1,308	Accel, IVP, Coatue Management	ビデオ会議
OneTrust	4,530	856	Sands Capital, GIM	サイバーセキュリティ
Monzo	4,000	756	Tencent, General Catalyst, Accel, Passion Capital	デジタルバンキング
Graphcore	2,770	524	Robert Bosch VC, Samsung, Amadeus	AI 機械学習半導体
CMR Surgical	2,660	503	Ally Bridge Group, Cambridge Innovation Capital, Escala Capital, LGT, RPMI Railpen, SoftBank	ロボット医療
Starling Bank	2,500	473	Chrysalis Investments, Fidelity, Railpen, Qatar Investment Authority, Millennium Mgt, Goldman Sachs	ネット銀行
BrewDog	1,880	355	TSG Consumer Partners	醸造業
Zilch	1,770	335	GS, DMG Ventures	後払い決済
Gymshark	1,200	227	General Atlantic	スポーツウェア

出所: 企業発表データ、公開データ、筆者推定。対ポンド日本円@189円

ユニコーン企業の場合、特に事業や事業環境が不安定であると評価額が大きく変動する点に注意が必要です。実際に上表の上位に位置する Checkout.com や Hopin など上記評価より大幅に減少しています。

それらの注意点を鑑みつつ、数は多くはないものの、イギリスのユニコーンの特徴として以下の点が挙げられます。

- 金融分野: 暗号資産、フィンテック、ネット銀行など、金融分野での起業が比較的多い
- アメリカのユニコーンとの差異化: アメリカのユニコーンと直接競合しない事業領域

次に、AIM の時価総額トップ 30 社を確認します。

表 2.5 LSE AIM 時価総額上位 30 社

会社名	時価総額 (百万ポンド)	時価総額 (10億円)	業種
Jet2	2,808	531	航空運輸
Burford Capital	2,463	466	企業訴訟向け融資
Hutchmed (China)	1,925	364	医薬品
Global Data	1,660	314	データ分析
Yellow Cake	1,496	283	ウラン(エネルギー)
Yougov	1,401	265	広告
Keywords Studios	1,377	260	ゲーム、マルチメディア
Smart Metering Systems	1,268	240	エネルギーインフラ
CVS Group	1,216	230	ペット医療関連
Fevertree Drinks	1,206	228	炭酸飲料
Gamma Communications	1,163	220	B-to-B 通信
Next 15 Group	927	175	広告
Greencoat Renewables	851	161	風力発電等
RWS Holdings	821	155	言語AI
James Halstead	817	154	産業資材
Craneware	767	145	ヘルスケア
Alpha Group International	761	144	金融サービス
Serica Energy	735	139	石油、ガス
Sigmaroc	718	136	石灰、建設資材
GB Group	710	134	認証ソフトウェア
Uniphar	669	126	ヘルスケア
Renew Holdings	663	125	土木建設
Impax Asset Management	657	124	資産運用
Learning Technology	656	124	学習ソフトウェア
Judges Scientific	638	121	科学技術投資
Johnson Service Group	579	109	業務用衣料
Volex	575	109	総合電機メーカー
Ashtead Technology	550	104	洋上海中機器メーカー
Mortgage Advice Bureau	482	91	住宅ローン仲介
Cerillion	470	89	顧客管理システム
2024年2月時点 対ポンド日本円@189	31,029	5,864	

AIM の上位企業の業種は幅広く、衣料、炭酸飲料、建設、産業資材といった従来型セクターから IT、再生エネルギーなど近年の成長分野とされる業種までが含まれます

LSE、AIM、そしてユニコーンを含め、イギリスではアメリカのような覇権的、独占的な企業は少なく、各社の時価総額もアメリカと比べれば小規模である印象をうけます。

しかしながら、事業規模が小粒のまま上場でき、結果として時価総額も小型な企業が無数にある日本とも異なり、2021 年に LSE に上場した前述の WISE にしても時価総額は約 2 兆円という水準です(2024 年 2 月時点)。

LSE に上場する企業数は約 1,900 社、時価総額合計が約 3.6 兆ポンドとなっており、1 社あたりの平均時価総額は約 19 億ポンド(2023 年 7 月、日本円で 3,400 億円超)、3,900 社以上が上場する日本の平均を大幅に上回ります。

イギリスでは 17 世紀から隣の大国フランスとファルツ継承戦争、スペイン継承戦争、オーストリア継承戦争、七年戦争を戦う中、それらの戦費を国家的な財政イノベーションにより調達しました。その一つは 1694 年に設立したイングランド銀行を通じた国債の発行、他方が議会承認を経た体系的な課税・徴税制度でしたが、これら一連の「財政革命」を通じてイギリスは世界覇権を握っていきました。

筆者はイギリス最古参のマーチャントバンク(投資銀行)の一角であるクライノート・ベンソンに勤務した最期目があるのかもしれませんが、サッチャー政権で金融大国へと舵を切ったことや、永久国債の存在、そして現在有望なベンチャーに金融及びフィンテック企業が多いことなど、財政革命以降、彼らのどこかにある金融の遺伝子が脈々とつ

ながっているように思えてなりません。

先進国のみならず、発展途上の国々も人口動態の問題に直面することが明らかな現在、これまでの通貨の常識が各国で通用しなくなる可能性があります。アメリカの相対的国力の低下と BRICS+ とグローバルサウスの脱ドル化の動きも加速するかもしれません。

電子決済、暗号資産ないしその他の新たな通貨のパラダイムの展開を新たな財政革命としてイメージしているはずの彼らの動向からは、目が離せません。

2.3 ドイツ 「ドイツ的」なるものを理解して見えてくる

伝統的に間接金融が主体であるドイツでは、銀行が企業への貸し手のみならず株主であることもあり、そして借り手の企業形態は GmbH をはじめとする有限会社が圧倒的多数でもあり、株式市場はドイツ経済の小さな脇役たる位置にありました。

銀行は企業の監査役会へ役員を派遣し、寄託株式議決権の代理行使をするなど、資金と口の両方を出しました。この大陸型ともいえる長期投融資家主導型モデルは 1980 年代までのドイツ経済成長へ寄与したものと比較的好意的に評価されたものです。

しかし、1990 年代に入り、個人投資家や外国人投資家の増加に伴い、銀行をはじめとした大口株主は自らの持分を徐々に減らしていきます。まさに先進各国がイノベーションを育てようと躍起になる時期であり、ドイツでは 1997 年にノイアマルクト（直訳で新市場）が創設され、主に IT 系のベンチャー企業の上場機会を提供しました。それは日本で店頭市場からジャスダックに衣替えした時期にも重なります。

1993 年から 1995 年にかけて、私はドイツに駐在し、アメリカ資本のドイツ企業に勤めていました。既にバブル崩壊後とはいえ、まだ日本はエレクトロニクスでも世界のトップの一角に位置していた頃です。今でこそ日本のアナログ企業文化が後進的として欧米から蔑視されがちですが、当時、東芝、日立、NEC などがロータス 1-2-3 も備えたワープロを次々に世に出していました。

その一方、勤務先のケルン・オフィスには電話こそ各人にあれど、ワープロやコンピューターらしきものはオフィスに 1 台あっただけ、ペンと紙が仕事道具であり、日本との共通点といえば職場でタバコが当たり前であったことぐらいでしょうか。オフィスで机を突き合わせながら、コーヒーが大好きな同僚達とタバコをふかしながら談笑していたものです。

当時ドイツは東西統一の直後であり、旧東ドイツと西ドイツとの経済格差はまだ大きいものがありました。出張で車でベルリンに向かう途中、旧東独地域に入った途端にアウトバーンは突然穴ぼこだらけの道に一変し、中央分離帯も古びたガードレールだけという状態です。

欧州連合条約（マーストリヒト条約）が発効したのも 1993 年。欧州全体が統合に向かう中、ドイツは旧東ドイツとの統合の二重の変革期にありました。

1989 年 11 月、ベルリンの壁が崩壊した時、私は住友銀行の独身寮でそのニュースを見ながら、いたく感動したものです。しかし、それがいかに無知でナイーブであったと知ったのは、ドイツに住み、ドイツ人の同僚達の本音に接した 4 年後のことでした。

冷戦が自由主義体制の勝利に終わり、フランシス・フクヤマが歴史の終わり（The End of History and the Last Man）を出版した翌年、私はドイツ人の同僚と社用車で営業に出ていました。アウトバーンで渋滞に引っ掛かり、雑談を始

めてしばらくした時、ラジオのニュースを聞いた彼が快哉を叫びます。何だと聞けば、それは在独米軍の規模縮小と一部の撤退を報じたものであり、彼はやっとアメリカ軍が出ていくと言い私に喜びを隠そうともしませんでした。

彼の喝采は決して少数派のそれではありませんでした。ドイツ人は東と西の関係だけでなく、その上にあるアメリカとソビエトからの抑圧という2次元の葛藤を経験してきたんだと、私はガツンと殴られたようでもありました。

そして、彼らには自国の歴史の分断という苦悩が今も付きまとっています。第二次世界大戦の惨禍はナチスの所業であってドイツ国民に罪は無いというロジックで戦後やりくりした結果、戦後ドイツは謝罪を求められず、ソ連の脅威もあつてか再軍備も許されました。その一方で、連綿と続く歴史から1933年から1945年の部分をスパッと切り取るという荒療治は、その後のドイツ人の心理に消し得ない葛藤の種を植え付けてしまいました。戦争犯罪者のヒトラーですが、アウトバーンの敷設、フォルクスワーゲンの創設、農業政策など、事実として社会に確実にプラスとなった功績も見て見ぬふりをしなければいけないのですから、屈折するのはむしろ自然です。

ハンブルグに出張した時、道に迷った私の車が50人程のネオナチ集団に囲まれ動けなくなったことがありました。ゾーリングでトルコ人家族がネオナチに焼き殺されてから間もない頃です。チェーンで窓を割られそうになった時、この連中は轢いても仕方ないと腹を決め、前だけを見てアクセルを踏み、脱出できました。

宿に着き、落ち着いてから振り返った時、極右が屈折の一種の表れであるならば、その他大多数の一般人は各人が持つ心の屈折に何とか折り合いをつけているのだろう、と改めて感じたものです。

翌日、顛末をドイツ人上司のバルマン氏に報告したところ、“Herr Horiuchi, Sie müssen kämpfen”堀内さん、あなたは戦わなければいけない、と諭されました。彼は尊敬する人物がチェ・ゲバラと毛沢東という、逆に左の方に屈折した人でしたが、いずれにせよ、日本企業の現地法人ならネオナチと会えば逃げろと言われるところ、ドイツ企業にいた私の場合は「戦え」ですから、裏を返せばドイツ人の他の部下と同様に扱ってくれたともいえます。悪に対しその場しのぎで終わりがちな日本人と比べ、より本質的かつ原理原則に忠実なドイツ人的な言動でした。

私はドイツについて、歴史が彼らに課した抑圧から生じる負のエネルギーと、その一方で調和と強調を重んじる国民性は、何かのきっかけで大きなプラスの力を生み出す可能性があると感じています。それと同時に、戦後80年になるアメリカの支配で牙が抜かれてしまっていないかとも危惧をします。

これまでの起業家

最近の起業の考察に先立ち、これまでドイツ社会で起業家、ないし実業家としてどんな人達がいたのか、そして現在の起業家達は何が変わり、何が変わっていないのか、見ていきましょう。

ドイツ国内で従来から有名な起業家、事業家には以下の人物が含まれます。

Karl Hans Albrecht

カール・ハンス・アルブレヒトは、兄と協力しアルブレヒト・ディスコント(またはアルディ)と呼ばれるディスカウント・スーパーマーケット・チェーンを1946年に設立。戦後エッセンに戻ったアルブレヒトは、母親の店が戦争による破壊から免れたことを見つけ、そこで消費者に商品をより安く提供する概念で、営業を再開した。その後、ディスカウントスーパーのALDIは世界で1万店舗以上に成長したのは周知のとおり。

Hugo Ferdinand Boss

ヒューゴ フェルディナンド ボスは1885年にメッツィンゲンで末っ子として生まれる。1905年に兵役を終え、商人の下で見習いをし、織物工場でも働く。衣料品業界での経験を積んだ後、両親のランジェリー事業を引き継ぎ、ランジェリーとシャツの製造事業を運営した後、1924年に他の2人のパートナーと共に衣料品会社を新設し、後にヒューゴ ボ

スとして知られるようになる。当時、同社はスポーツウェア、作業服、レインコートの生産に注力し、当該期間中、ドイツの軍事グループの制服も製造、それによりビジネスが拡大し、BOSS ブランドとして確立する。

Dietmar Hopp

ディートマー・ホップは他の元 IBM 従業員であるハンス ヴェルナー ヘクター、クラウス チラ、クラウス ヴェレンロイター、ハツソ プラットナーとともに、1972 年に SAP SE を設立。同社は ERP の世界リーダーへと成長した。

Alfred Kärcher

父親がエンジニアだったことから、ケルヒャーも若い頃からテクノロジーやイノベーションに興味があり、シュトゥットガルトのバート・カンシュタットにあった父親の会社の代理店で働いた後、1935 年に独立。ドイツの大手航空会社ルフトハンザ社から、飛行機のエンジン加熱のために必要な暖気用ヒーターを開発。

また第二次世界大戦中、「暖気用ヒーター」の需要が高まり会社は急成長、1950 年、アルフレッドはヨーロッパで初の温水高圧洗浄機を発表、ケルヒャーは世界中に知れ渡り、専門メーカーとして不動の地位を築き上げる。

Carl Heinrich Theodor Knorr

1800 年にブラウンシュヴァイクで生まれたクノールは、コーヒー業界に携わる人々にチコリを販売することで自身の新興企業を設立する。数年後、クノール社は野菜や調味料の乾燥実験を開始、最終的には世界的に有名なクノール社の設立へとつながる。

Rudolf Dassler

ルドルフ・ダスラーはドイツのスポーツウェア・ブランド、プーマの創設者であり、アディダスの創設者アドルフ・ダスラーの兄。当初、兄弟は Gebrüder Dassler Schuhfabrik(ダスラー兄弟靴工場)という名前の靴会社のパートナーであったが、行き違いにより、彼らはそれぞれ独自の会社を設立する。

Karl Friedrich Rapp

カール・ラップは、起業家精神にあふれたビジョンと、エンジンの製造と販売で最高のビジネスを展開するという夢を持った機械エンジニアであった。ラップは前職の自動車会社で学んだことを活用し、最終的に BMW の一部となるラップ モトレンヴェルケを創設し、BMW は世界有数の高級車メーカーに成長。

近代の産業化でイギリスの後塵を拝したドイツですが、従来型の著名起業家の多くは 19 世紀から 20 世紀にかけてのドイツの急速な産業化の中で事業を興し、成長させ、軍需の追い風もあったようです。

彼らの事業分野に関しては、ドイツ経済の核である化学、自動車、電機といった重厚長大産業だけでなく、小売チェーン、食品、ファッションブランドを含む幅広い業種で世界的企業になっている点が特徴的です。

現在の起業家

冒頭に戻り、1990 年代以降のドイツのベンチャーの発展を振り返ります。

1990 年代の半ばといえば、インターネットの萌芽もあり、ドイツが国家として真剣にイノベーションに活路を求めた理由も想像に難くありません。

開設から 3 年後の 2000 年、世界的な IT バブルやドイツの個人投資家による投資ブームによりノイアマルクトの時価総額合計は 2,300 億ユーロを超えますが、バブルであったことがその後証明され、一部企業の粉飾決算で市場への信頼度低下は加速した結果、2002 年、ドイツ証券取引所はノイアマルクトを廃止します。

ドイツ株式市場では 2003 年に 2 種類の透明性基準が導入され、それ以降、市場は堅調に推移し、IT バブル崩壊後の株価低迷から抜け出すことができました。徐々ではありながら新規上場も増加し、比較的安定した株式市場は、世界的金融危機や EU のサブプライム危機の際にも比較的堅調であったドイツ経済の象徴ともいえます。

このようにドイツでは EU 域内で競争する大企業を中心に、株式の分散保有、市場からの資金調達、M&A の活発化などにみられるアングロ・サクソン型の企業経営が模索されてきました。その一方で、創業者やメインバンクが大口株主である伝統的な家族企業も数多く残っている実態も見られます。

ドイツのユニコーンベンチャーはイギリスに負けず劣らず、評価額 1 兆円以上の会社が少なくとも 3 社あり、評価額 10 億ドル超のユニコーンは 50 社以上あるものと推定されます(2024 年 2 月現在、筆者調べ)。

ドイツの最上位のユニコーン企業には以下があり、これらは世界的にも頭角を現していく可能性が高いでしょう。

Celonis

本拠地: ミュンヘン

事業内容: エンタープライズ・ソフトウェア

ビジネスモデルの特徴: 大手企業向けに業務プロセス分析と効率化のパッケージソフトを提供。

事業地域: 世界

N26

本拠地: ベルリン

事業内容: モバイルバンキング、スマートフォン上でユニバーサルバンキングサービスを提供

ビジネスモデルの特徴: スマートフォンの UI 設計・開発に特化し、金融サービス各社の商品を提供

事業地域: EU、アメリカ

Personio

本拠地: ミュンヘン

事業内容: 人事管理クラウド

ビジネスモデルの特徴: 多角的に従業員のパフォーマンスを高める仕組みのプログラム化

事業地域: 世界

Ottobock

本拠地: デューダーシュタット

事業内容: 義足など人工装具の製造

ビジネスモデルの特徴: 特定分野に特化した老舗企業

事業地域: 世界

Trade Republic

本拠地: ベルリン

事業内容: モバイルバンキング・投資・資産運用

ビジネスモデルの特徴: 使いやすいインターフェース

事業地域: EU

ドイツのユニコーン企業の上位 25 社は以下のとおりです。(2024 年 2 月現在)

会社名	評価額* (百万ドル)	評価額** (10億円)	出資ベンチャーキャピタル例	業種
Celonis	13,000	1,898	Qatar Investment Authority, Activant Capital, Alta Park Capital, Commonfund Capital	法人向けソフト
N26	9,000	1,314	Third Point Ventures, Coatue Management	デジタルバンク
Personio	8,500	1,241	Index Ventures, Accel, Meritech, Lightspeed, Northzone, Global Founders Capital	人事クラウド
Ottobock	6,000	876	EQT	医療機器
Trade Republic	5,400	788	Sequoia Capital, Thrive Capital, TCV, Project A Ventures	フィンテック
Flink	5,000	730	Doordash, Mubadala Capital, Carrefour	食品宅配
Wefox	4,500	657	Squarepoint	オンライン保険
Gorillas	3,100	453	Coatue Management, DST Global, Tencent, Atlantic Food Labs, Fifth Wall, Greenoaks	食品雑貨宅配
FlixBus	3,000	438	General Atlantic, Permira, TCV, HV Capital, Blackrock, Baillie Gifford	交通旅行プラットフォーム
Enpal	2,350	343	Blackrock Alternatives, ING, Pricoa Private Capital, UniCredit, Infrant	太陽光発電
NuCom Group	2,200	321	General Atlantic	Eコマース
Forto	2,100	307	Softbank Vision Fund 2, G Squared, Northzone, Unbound, A.P. Moeller	オンラインフォワード
Tier	2,000	292	SoftBank Vision Fund 2, Mubadala Capital, RTP Global, Novator, White Star Capital	電動スクーター
Volocopter	1,700	248	WP Investment	ドローン
Solarisbank	1,650	241	Yabeo, Samsung Catalyst Fund, HV Holtzbrinck Ventures	金融サービス
Scalable Capital	1,400	204	Tencent, Balderton Capital, HV Capital	資産運用
Choco	1,200	175	Bessemer Venture Partners, Insight Partners, Coatue, G Squared, Insight Partners	食品
Staffbase	1,100	161	Insight Partners e.Ventures, KIZOO, Capnamic Ventures, General Atlantic	法人向けサービス
Sennder	1,100	161	Accel, Lakestar, HV Capital, Project A, Next47, Scania Growth Capital, Earlybird	デジタルフォワード
GetYourGuide	1,100	161	KKR, Temasek	Eコマース
Contentful	1,000	146	Sapphire Ventures, General Catalyst, Salesforce Ventures	法人向けソフト
Worldcoin	1,000	146	Blockchain Capital, a16z crypto, Bain Capital Crypto, Distributed Global	暗号資産
Taxfix	1,000	146	Index Ventures, Valar Ventures, Creandum, Redalpine	会計アップ
Grover	1,000	146	Viola Fintech, Assurant and coparion	家電レンタル
Agile Robots	1,000	146	Abu Dhabi Royal Group, Hillhouse Ventures, Sequoia Capital, Softbank Vision Fund2	産業用ロボット、AI
Omio	1,000	146	Lazard Asset Management, Stack Capital Group, NEA, Temasek	旅行価格比較
Razor	1,000	146	L Catterton, 468 Capital, Presight Capital	ブランドマーケティング
InFarm	1,000	146	Hanaco Venture Capital, Bonnier Ventures, Cherry Ventures, Balderton Capital	水耕栽培
Seller X	1,000	146	Village Global, Cherry Ventures, Felix Capital	ブランドマーケティング
Berlin Brands Group	1,000	146	Ardian	家電EC

*評価時期は2020～2023年

**FX@146円

表 2.6 データ出所: CBInsights, Failory, Dealroom

ドイツのユニコーン企業リストを見る限り、「伝統的に得意な分野（旅行、ツール、企業向けソフト）」や、「フィンテック」、「エネルギー」、「ロジスティック」といった分野での成功例が目立ちます。

ユニコーン企業は押並べてグローバルな事業領域で比較優位性を持っており、ドイツのユニコーン企業グループも同様です。

エネルギー分野におけるドイツのユニコーン企業は特徴的で、太陽光や水耕栽培など、温暖化への意識が世界でも

最も高い国の一つである社会的、政治的な背景が彼らのビジネスモデルに表れています。

多くの方はその背景に近年の緑の党の台頭や主要中道右派政党の CDU の左派傾斜を挙げますが、それは正しいと思われる一方、ドイツ社会の環境意識は私が駐在していた頃から既に高かったのも事実です。ドイツでは 1993 年と 1994 年の夏は猛暑となりましたが、同時に日本でも猛暑となり、たまたま同じ日に読んだ日経新聞とドイツの経済紙の一面記事が真逆だったことを鮮明に記憶しています。日経は「猛暑によりエアコン好調」、ドイツ経済紙は「猛暑によりアウトバーン速度規制を検討」でありました。

高い環境意識はゴミの収集にも見て取れ、当時からドイツでは瓶を透明、茶色、緑に色分けして捨てなければいけませんでした。数年後に住んだフランスでは随分とルーズなところがあり、私の隣人達は燃えるものも燃えないものも一緒に出しており、私もそれに倣っていました。

再生エネルギーのベンチャーは政府の補助と表裏一体であり、経済効率を重視すれば原発の全廃も非合理的です。ロシアからのガスも断たれ、ドイツの基幹産業の交易条件が悪化し、経済全体が縮小しても、政府のエネルギー政策に U ターンの気配が見えない理由として、私は長年ドイツ社会に通底する環境意識や、何より物事の本質を重視し、原理原則に忠実な基質と関連していると考えています。

アメリカや日本にあるプラグマティズムのレンズを通してでは、ドイツを理解できません。

How より What (何をすべきかを熟考する)、偶然より修練、未来から逆算したのが現在、目標を定めたらそれ以外を見ない、といったドイツの特徴がベンチャーの世界でも良い意味で生かされた可能性があり、下記の分野などのユニコーン企業はドイツが今後世界をリードできる可能性を秘めていると思われます。

- Saas: 法人向けの機能特化型で比較優位性ある商品を開発、開発製品は世界に展開
- ロジスティクス: 非効率なフレイトフォワーディングの構造改革
- フィンテック: 将来の金融覇権を他国に譲らない

いずれにしても言えることは、他者の真似ではなく、自分達が世界で勝てる領域をしっかりと把握し、事業を起こしている、つまりベンチャーでありながら地に足がついているところが日本の諸ベンチャーとの違いであり、それが結果的に巨大な評価額に表れているのだと思います。

2.4 フランス「フレンチテック」国家主導で周辺覇権へ

アメリカは突出した例外として、前述の欧州 2 国と比べれば、フランスの起業実態は国主導で特に IT 分野での起業が中心になっている点が特徴的です。

2013 年以降、フランス政府によりスタートアップ向けの各種税制優遇策が展開されており、2015 年にはイノベーション拠出金制度が始まり、スタートアップへの投資にかかる法人税を減免できるようになりました。

この動きを加速したのがマクロン大統領です。彼は大統領就任直後の 2017 年 6 月、VivaTech 会場でスタートアップ支援強化策を発表しましたが、その内容は 100 億ユーロのイノベーション基金の創設、イノベーション投資への優遇税制、高度外国人技術者向け特別ビザの発給等が含まれていました。

当地に実際に住んだ経験から、筆者は同じ欧州でもイギリスに比べて大陸側のドイツやフランスには伝統的に社会主義的な思想が根柢にあると感じていますが、ここ最近のアントレプレナーシップを見る限り、いかにもフランスらしく、国家元首の呼びかけと国の優遇サポートが才能ある起業家達の背中を押しているようです。

筆者のフランス人の友人は皆自国の技術力にプライドを持っています。美食や芸術やロマンスなど一般的なフランスのイメージがある一方、古い話にはなりますが、1997 年に当地に住んでいた私にとってはフランスといえばエンジニアの国という印象がより強いものがあります。

数の数え方からして独特です。例えば 1997 を発声するにあたり、英語は日本語と同じ順で言いますが、ドイツ語では最後の 2 桁の順が 7+90 へと変わり、フランス語に至っては最後の 2 桁は 20X4+17、つまりミル(1000)・ヌフソン(900)・カトルヴァン(4x20)・ディセット(17)となり、構造そのものがユニークです。

0.375 と言えばアメリカ人も日本人もその通りにしか理解しませんが、パリ国立銀行のフランス人の同僚は瞬時に 8 分の 3 とフラクショナル化していました。どちらが優秀かは置いておき、彼らは数字や数学が好きなのです。

1997 年当時、現地エリート層の友人達と TGV(高速鉄道)に乗った時、彼らは私の新幹線自慢をニヤニヤしながら聞いていました。技術力でフランス人が日本人に負けるはずが無いだろうという訳です。

前述のとおり、当時フランスではミニテルというビデオテックス型のマルチメディアが普及しており、インターネットはまだ黎明期、オンライン・ブックストアのアマゾンというベンチャー企業の名はフランスでも一部の知識人しか知りませんでした。ひょっとしたら通信のニューパラダイムがフランス発で世界を変えていくのではという空気がまだありました。

その後、通信という枠の自縛によりミニテルは消えていき、皮肉にもミニテルが普及していた為にフランスでのインターネットの普及は遅れ、インターネットをインフラとした多くの覇権的ベンチャーがアメリカから生まれた一方、フランスの IT セクターは低迷期を迎えます。

当時フランス政府は無策であった訳ではなく、1997 年に首相になったジョスパンは IT 国家戦略に関わる野心的行動プランを策定し、1998 年には情報化社会のための政府行動計画(PAGSI)が採択されました。彼は情報化政策において「国民全員にインターネット接続を」をスローガンに、デジタル・デバイド対策に力を入れ、特に教育システムの中に情報リテラシーを組み込むことを目指し、地方雇用局や図書館、郵便局などの公共施設への無料インターネット端末の設置を推進し、徐々に情報化大国としてのフランスは復権していきました。

政府は更にソフトウェアやマルチメディアコンテンツ産業への投資と開発推進政策を進め、2005 年 7 月に開始された産業クラスター計画の一つ「キャップ・デジタル」には映像、マルチメディア、デジタル分野の 250 もの企業や教育・研究機関が集い、研究開発が行われました。日本に関連した例を挙げれば、ソニー・フランス社のロボット AIBO の人工知能や、「ファイナルファンタジー」の 3D グラフィックス技術はいずれもフランス企業によって開発されたものです。

2019 年になると、マクロン氏は「フレンチテック」第 2 フェーズに向け、ユニコーン企業を 2025 年までに 25 社にする中期目標を発表しましたが、その目標は前倒しで達成されています。

マクロン政権で IT セクターのユニコーン企業が複数誕生し、フレンチテックとして再生を遂げたのは決して彼が企画構築したものではなく、党派を超えた長年の整合的な国家戦略が生み出した結果と考えるべきでしょう。

フレンチテック第 2 フェーズ

2022 年時点でフランスのスタートアップ企業は 10,000 社以上あり、これらの新興企業は、2019 年に 54 億ユーロ、2020 年に 53 億ユーロを超える資本を調達し、2021 年には 1,240 億ユーロの資本を調達しています。

「フレンチテック」として知られるフランスの新興企業の世界は、いくつかのエコシステムに分かれています。これらのエコシステムはすべて、フランス政府、より正確には公共投資銀行によって積極的にサポートされています。これら

のさまざまなエコシステムの中で、多くのスタートアップ企業がさまざまなラウンドの投資を実現しています。

分野別の代表的なフレンチテックには以下の企業が含まれます。

- 広告・マーケティング(アドテック): Contentquare
- 金融・保険(フィンテック・アシュアテック): Lydia, Alan, Qonto, Lemonway
- フードテック: Frichti, Ynsect, Microphyt
- バイオテクノロジー・医療テック: Doctolib, Qare, Withings
- エンターテインメント・メディアテック: Voodoo, Deezer, Brut
- モビリティ・テック: BlablaCar, Cityscoot
- HR 及びワークテック: Malt, Klaxoon, PayFit
- 小売及び EC テック: Veepee, Back Market, ManoMano

表 2.7 フランスのユニコーン一覧

会社名	評価額* (百万ドル)	評価額** (10億円)	出資ベンチャーキャピタル例	業種
Doctolib	6,400	934	Eurazeo, Bpifrance	医療マーケットプレイス
Back Market	5,700	832	Eurazeo, Aglaé Ventures, General Atlantic, Generation Investment Management	家電リユースEC
ContentSquare	5,600	818	Bpifrance, Canaan, Eurazeo, Highland Europe, KKR, LionTree, SoftBank Vision Fund2	SaaS, 企業向けAI
Qonto	5,000	730	Valar, Alven, DST Global, Tencent, Tiger Global, TCV	SME向けフィンテック
Sorare	4,300	628	SoftBank Vision Fund2, Atomico, Bessemer Ventures, D1 Capital, Eurazeo, IVP, Liontree	スポーツNFTプラットフォーム
Mirakl	3,500	511	Permira, 83North, Bain Capital Ventures, Elaia Partners, Felix Capital	EC, SaaS
Alan	2,850	416	Temasek, Index Ventures, Coatue, Ribbit Capital, Exor, Dragoneer, Lakestar, TVG	オンライン医療保険
ManoMano	2,600	380	Dragoneer Investment Group, Temasek, General Atlantic, Eurazeo, Aglaé Ventures, Kismet Holdings, Armat Group	オンラインホームセンター
Voodoo	2,300	336	Goldman Sachs, Tencent, GBL	モバイルゲーム
Exotec	2,000	292	Goldman Sachs, 83North, Dell Technologies Capital	倉庫ロボティクス
BlaBlaCar	2,000	292	Accel Partners, Index Ventures, Insight Venture Partners, Lead Edge Capital, Vostok New Ventures	ライドシェア
Ankorstore	1,980	289	Index Ventures, Bain Capital, GFC, Alven, Tiger Global	ECマーケットプレイス
Vestiaire Collective	1,700	248	Balderton Capital, Ventech, Condé Nast International, Eurazeo, Idinvest Partners, Vitruvian	ファッションマーケットプレイス
Spendesk	1,500	219	Eight Roads Ventures	SME向けフィンテック
Ledger	1,500	219	Cathay Innovation, Groupe Arnault	暗号資産セキュリティ
Veepee	1,380	201	Qatar Holdings, Summit Partners	EC
Younited	1,160	169	Eurazeo, Crédit Mutuel Arkéa, Bpifrance, Goldman Sachs	融資フィンテック
OVH	1,100	161	KKR, TowerBrook	クラウドサービス
Dental Monitoring	1,000	146	Merieux Equity Partners, Vitruvian Partners	歯科AI
EcoVadis	1,000	146	Partech Ventures	法人向けリスク管理
Lydia	1,000	146	CNP Assurances, XAnge, New Alpha AM, Oddo BHF, Groupe Duval	個人向けフィンテック
Meero	1,000	146	Global Founders Capital, Aglaé Ventures, White Star Capital, Alven	ビジュアルAI
Shift Technology	1,000	146	Accel, General Catalyst, Iris Capital, Bessemer Venture Partners	保険不正検知AI
Swile	1,000	146	SoftBank Group International	福利厚生アプリ
Ynsect	1,000	146	Astanor Ventures, Bpifrance	昆虫食

*評価時期は2020～2023年

**FX@146円

データ出所: CBInsights, Failory, Dealroom

フレンチ・ユニコーンの特徴としては、以下の点が挙げられます。

- グローバル展開：ドイツのユニコーンと比較して、フランスのユニコーン企業の多くは世界市場に展開する
- 周辺領域の覇権：アメリカ覇権プラットフォームの周辺ないし下部の独自領域で独占を狙う。Back Market は高価な iPhone なければ成り立たない。ターゲット顧客セグメントの絞り込み、明確化(医療業界、SME,その他)がはっきりとしている。
- フィンテック：イギリス同様に、通貨やデジタル資産のニューパラダイムでの覇権狙い
- イギリス同様、旧植民地からの人的資源を活用

フランスのベンチャーキャピタル事情

ベンチャーキャピタルの動きに関しては、2020 年の 1,000 ラウンドに対して、2021 年のスタートアップ向け融資は 1,100 ラウンドでした。2021 年、フレンチテックは 7 つの巨大投資(つまり 2 億 5,000 万ユーロ以上のラウンド、2019 年以前には存在しなかったカテゴリー)、16 件のメガ投資(1 億ユーロ以上のラウンド)、およびユーロ間のセリエ C 事業 47 件を完了しています。

また、近年フランスでは「トラストベースの」シードラウンドが台頭しているといえます。この新しいバージョンのシード資金調達、すでにスタートアップを立ち上げ、売却に成功した起業家の個人的志向に基づくものです。

2017 年に開設された Station F は、フランスの資産家 Xavier Niel 氏が 30 億ユーロ(約 4300 億円)を投資したことにより創設されました。Xavier Niel 氏は日本での知名度はあまりないものの、フランスのスタートアップシーンを語るには欠かせないキーパーソンです。

2010 年に彼が設立した Kima Ventures は世界的にも活発な投資ファンドとして名を馳せています。Station F の成功はマクロン大統領によるユニコーン企業 25 社という目標の前倒しでの達成に寄与しました。

ベンチャーキャピタルなどの投資会社は税制優遇策を活用してスタートアップ投資を行っています。例えば Xavier Niel が率いる大手ベンチャーキャピタルである Kima Ventures は、税制優遇策を活用しつつ、1 社当たりわずか 5 万ユーロからの少額投資で知られています。Kima Ventures は少額投資ゆえの機動力の高さから世界中のスタートアップに投資を行っており、税制優遇策が投資の裾野を広げる効果を発揮しているといえます。

また、フランスらしいテックの展開の例に芸術分野の取り組みが挙げられます。フランス国立美術館連合は、所蔵品をデジタル化し、ウェブ上で無料公開するとともに、デジタルコンテンツのオンライン販売を展開し、さらにフランスは国内にある約 1,200 館の国公立美術館をはじめ欧州連合各国にある所蔵品のデジタル化に着手し、それにはルーブル美術館の所蔵する絵画や彫刻等のデジタルアーカイブが含まれます。

そしてフランス政府は 2017 年、外国人起業家を呼び込むためにスタートアップのためのビザを創設しました。このビザを取得すると、起業準備のために 1 年間フランスに滞在できます。

ビザ発給条件は、イノベティブなアイデアを持ち、フランスでの起業を目指していること。フランス語能力は必須ではありません。これによって、世界中から優秀な起業家人材がフランスに集まるようになり、エコシステムの活性化につながっています。

中でも注目されているのが、歴史的繋がりの深いアフリカ諸国からの起業家です。アフリカは成長が期待される市場であり、現地でビジネス経験を積んだ起業家がフランスでアフリカ市場をターゲットとしたビジネスを立ち上げる動きが加速しています。

このような環境からアメリカのトップ VC・Sequoia Capital や Index Ventures、Accel Partners もフランスのスタートアップ環境に熱い視線を注ぎ、担当者を設置しています。

日仏比較で見えてくるスタートアップ支援の課題感

ここまでフランスのスタートアップエコシステム概況を俯瞰してきましたが、政策面においては日本におけるスタートアップ政策もフランスに負けず劣らず充実したメニューをそろえています。

しかし、日仏の政策を比較したとき、日本のスタートアップ政策の弱点が垣間見えます。

●大企業の投資分野の狭さ

日本では通常、支援対象のスタートアップは同業もしくは関連業種に限定されるが、フランスでは全く無関係の事業を行うスタートアップでも、支援の対象とする場合が多いようです。

企業イメージ向上のためであり、スタートアップと経済全体の発展が自社利益にもつながるため、と多くの企業は回答しますが、大企業が自社ビジネスへの直接的な利益を要件とせず、支援の手を一斉に広げれば、スタートアップ起業の環境は大きく改善する可能性があり、それこそが短期間でフランスのエコシステムが急速に発展した真の理由であるとの指摘があります（JETRO フランスのスタートアップ・エコシステム発展の理由）

近年、環境配慮が企業イメージを問う一項目として定着しつつありますが、フランスではそこにスタートアップ支援が加わります。エアバスが設立した BizLab や、金融機関クレディ・アグリコルが設立した Village by CA のように大企業が主導してスタートアップ支援機関を創設した例は非常に多く、スタートアップに対する大企業の感度の高さが伺えるといえます。

対する日本は「官民による若手研究者発掘支援事業」が近年発足したものの、あくまで企業と若手研究者の共同研究・伴走が前提とされており、手放しの支援とは言い難い支援形態となっています。

2.5 中国、インド

ここまで米、英、独、仏の起業環境や将来の覇権的企業例について簡単に振り返りました。これからの世界の先進分野での市場覇権競争を俯瞰するにあたっては、中国とインドを抜きに語れません。今後半世紀ほどのスパンで世界を眺める時に、アメリカの覇権に対し覇権的に対抗する中国、その後をインドが別の姿で狙う図式が一般的な予想であれば、私も例外ではありません。

中国とインドに触れるとき、私独自の考えを述べるのは困難なものがあります。中国とインドは出張で何度か訪れ、事業家である友人達もいるものの、私自身は現地で暮らした経験が無く、私の中に十分に有用な一次情報と実体験が備わっていない為です。

実体験を何より重んずるのが私の基本姿勢である為、ここでは公表情報に関する簡単な考察に留めます。

まず中国の概要から。2023 年 4 月現在、世界最大のユニコーン企業は同国のバイトダンスであり、E コマースの SHEIN は 2 位の SPACE X に次ぐ 3 位の評価額、順位は下がりますが Xiaohongshu、Yuanfudao などのテック企業も評価額は優に 100 億ドルを超えています。

2021 年以降、当局のプラットフォーム規制の強化や不動産不況の波及もあり、テック系の有力新興企業の勢いが鈍化しました。その間、GAFAM はじめ NVIDIA といった覇権的技術をもった企業群、そして SMCi 等の周辺企業の時価総額の増大を受け、アメリカ企業主体の世界覇権は従来の想定より長続きするという声がある一方、中期的には

中国のテック企業群は盛り返し、いずれはアメリカを凌駕すると予想するものもあります。後者の根拠の一つには依然豊富な人材があり、2023年に1,150万人超が大学を卒業しましたが、彼らが生まれた2000年ごろから2016年にかけては出生数はおおむね横ばいであることから1,000万人超の大卒者数はしばらく続き、また中国の大学は理系の比率が高く、修士・博士への進学者も多い為、その高度技術分野への人材供給力に比肩するライバルは無いとの指摘も見られます。

株価は需給、金融政策、他資産価格その他諸々の要素により本源的価値(Intrinsic Value)以上のプレミアムがつくのは当たり前であり、反対に外部環境が変われば一挙に下がることになり、その時初めてバブルであったと認識されるという、株式に留まらず資産市場はそもそも実体経済とかけ離れた浮世の世界です。

ITバブル崩壊後、バフェット指標(時価総額合計/GDP)が改めて100%を超えてから早10年のアメリカ、現在の株価水準がバブルによるものかは兎も角、いつ暴落しても不思議ではありません。(図2.1参照)

株価ないし時価総額とはマネーつまり投資家のレンズを通した尺度であり、企業の総合力は別のところにあります。実体市場のパフォーマンス、技術力、人的資本、雇用、産業育成力、政府支援など、多面的に見れば中国の有力企業、特にユニコーン企業は決して侮れる存在ではありません。

国家主導型で共通し、会社のことをla sociétéと呼ぶフランス人、そして経済で中国と深く繋がっているドイツ人は、アメリカ人や多くの日本人とは違う中国観を持っています。

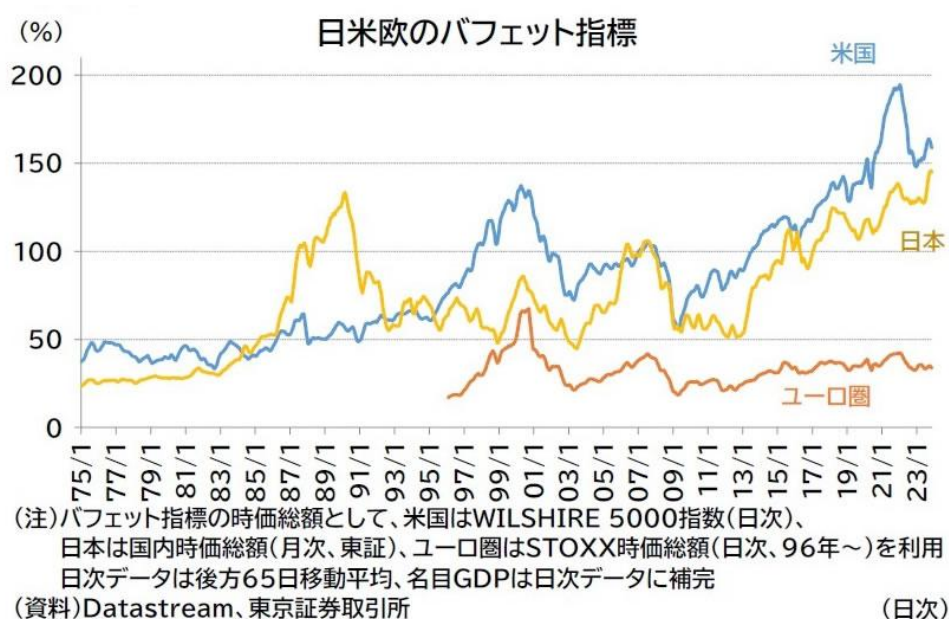


図2.1 出所 ニッセイ基礎研究所 2023年11月17日

インドに関しては、国策により世界3位の規模のスタートアップエコシステムを構築し、特にユニコーン企業については、イノベーション創出のみならず、大規模雇用創出の機会として重要視されています。2016年度(2016年4月～2017年3月)以前のユニコーン企業誕生数は年間平均1社程度だったものの、2017年度以降に飛躍的な成長を遂げ、2021年には年間44社誕生と最多を記録、2022年にも21社が誕生し、2023年8月現在のインド国内のユニコーン企業数は109社となっています。

実体経済(PPPベース)では既に世界最大の中国は、いずれ名実共に世界最大の経済大国になるとしても、人口動態のメガトレンド、インド系移民の世界的影響力の増大、多くのユニコーン企業が育っている実態などから、私は半

世紀後にはインドが世界最大の経済大国になっていると予想しています。

2.6 日本「起業、または見栄の発情」

最後に日本の起業についてです。

周知のとおり、前述の6か国と比較して、日本には世界的な起業例が圧倒的に少ないという現実があります。その理由について有識者といわれる人達は概ね似たことを言っていますが、それらを踏まえつつ、市井的観点から考察していきます。

まず開業率を見ます。図 2.2 は日本のここ 40 年間ほどの開業率と廃業率の推移ですが、バブル崩壊後はほぼ横這いの長期トレンドを示しています。図 2.3 の開業率の国際比較を見れば、日本の開業率は他国よりずっと低位で推移してきたことが分かります。この 40 年程の間、日本ではバブル最盛期の 1980 年代後半に開業率が最も高かったのですが、それでも諸外国と比べれば高い水準ではありません。

戦後の高度経済成長を経て生活水準が高まり、分厚い中間層の小格差社会が運営され、アメリカの経済的ライバルとなった結果のプラザ合意から生じたバブルは破裂し、平成以降は縮小均衡で現在に至るのが日本です。その文化的、社会的、制度的、経済的背景からすれば、「起業」というものはそもそも日本的な現象でないのかもしれませんが。

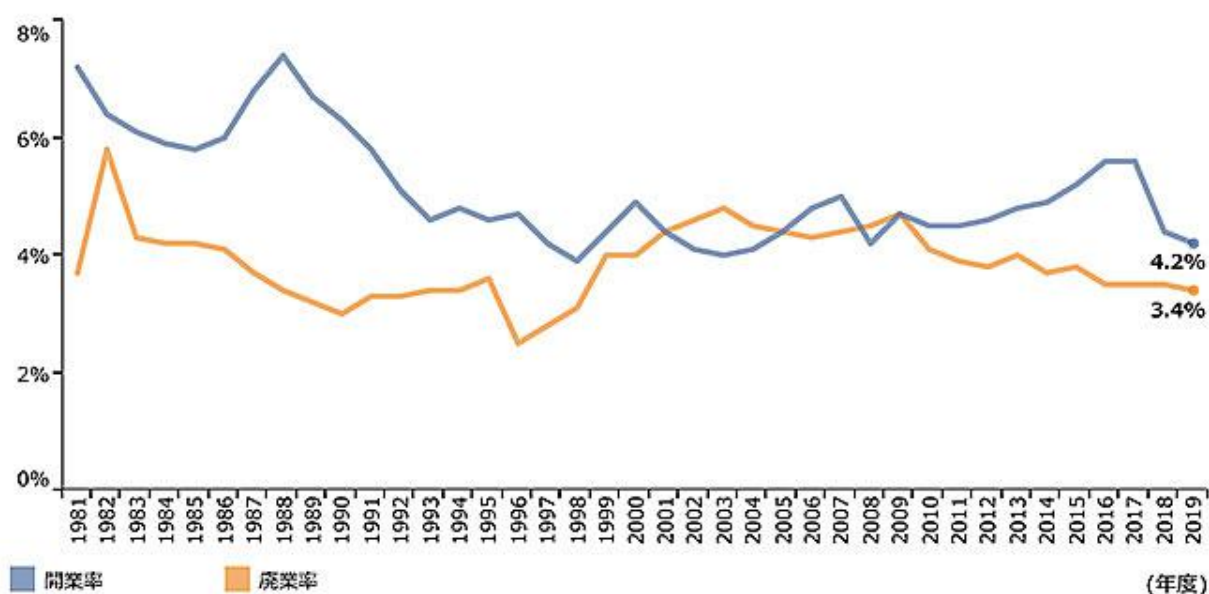


図 2.2 日本の開業率と廃業率の推移 出所: 中小企業庁 2021 年版 小規模企業白書

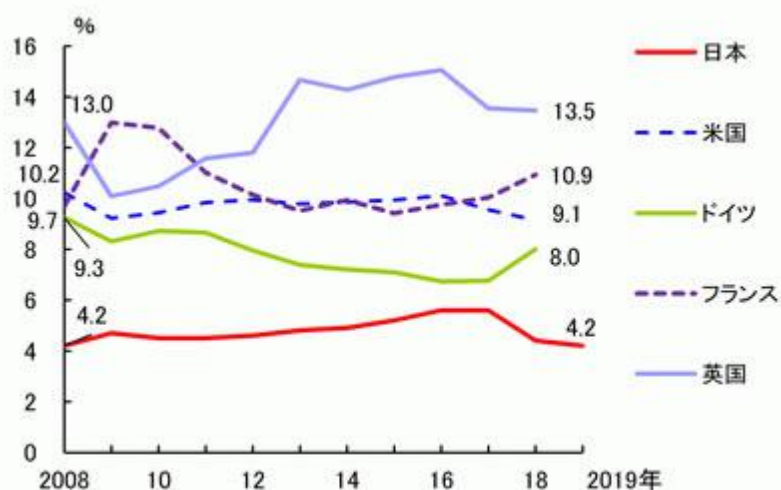


図 2.3 開業率の国際比較 出所: 中小企業庁 2021 年版 小規模企業白書

家畜化した日本人 …… 世界のリーダー企業がなぜ育たないのか

ベンチャー企業の将来を予想する上で欠かせないのが同国における先輩たる大企業達です。平成以降の日本企業は世界的に没落し、今日において世界的なリーダーとなりうる企業は稀となってしまいました。その原因を実体経済の端から観察すれば、はっきりと見えるものがあります。

●小粒化した政治家達

日米構造協議以降、日本は経済的にもアメリカの Vassal State ないし Vassal province に変容しました。ジョセフ・ナイのようなジャパンハンドラー達の帝国主義を見抜けなかった政治家達が日本をリードし、アメリカの要望に忠実な政治家や御用学者が重用され、結果として日本の比較優位性の源泉であった間接金融による低コスト資金（詳細はマネー編参照）、組織力から生まれるイノベーション、労使の近さによる労働参加モチベーションが失われていきました。プラザ合意以降、日本経済の封じ込めに成功したアメリカは、クリントン政権下でスーパーハイウェイをはじめとする情報改革を核に経済モデルの転換に成功します。

●低コストモデルで豊かになったこと

私が日本の経済モデルの比較対象にドイツを用いる理由には、製造業主体、間接金融、ステークホルダー経営などで共通しながら、経営哲学と戦略的思考が全く異なっている点があります。

戦後日独両国は急速な復興と経済成長を遂げ、GDP で世界 2 位になった頃から、日本は技術力でもドイツを超えたかのように信じ込むくらいがありました。が、欧州人は端からそう思っていない。

車や家電など、当時既にあった商品を安く、同等ないしより優れた品質で提供することで日本は豊かになりましたが、その競争力の在りかにおいて「品質」は十分条件たる位置づけであり、「低コスト」が絶対的な必要条件でした。日本企業の優れたイノベーションの多くは、いかに低コストで品質を上げるか、あるいはいかに品質を下げずにコストを下げるか、いずれにせよ低コストであることで成り立つモデルです。

当然ながら、低コストモデルは「サステナブル」であり得ません。西欧人からは欧米のアジア的模倣として映る日本的経済モデルは、韓国、中国に模倣され、競争力を失いました。

文明的文脈での日本の特徴の例として、住所を書く時に日本では外部から自分に向かう順ですが、欧米では自分から外部に向かう順であるように、彼らはまず自分が先立つ価値基準があります。そのため、他者の製品をより良く改良する行為は日本では模倣ないし低能とは見られませんが、欧州人はそれを模倣的振る舞いと見ます。

ドイツ企業にあっては、ドイツ的なブランド価値が必要条件であり、それは自動車だけでなく、前述のアディダス、Hugo Boss、ケルヒヤーに至るまで、多分野で共通するものです。

1995 年、社用車でドイツ人上司を乗せてアウトバーンを走っていた時、20 代だった私は一応管理職としてスコープオンというそれなりの車を用意してもらいながらも、できれば BMW が良かったなどと冗談まじりに生意気を言いました。すると上司は、BMW は早くても 30 代から、メルセデスは 40 代からの車なのだとゆっくりと、真剣に私に説明しました。それぞれのブランドにはそれ相応な人生経験が必要だという、欧州的品格の定義とドイツ人の自国ブランドへの強烈なプライドを目の当たりにした訳ですが、私が見る限り、ドイツ経済の高付加価値モデルは今でも変わっておらず、一人当たり GDP にしても日本を遥かに見下せる水準です。

「エネルギー危機でドイツ経済は自滅した」とラジオや紙面でアナリストを名乗る日本人が嘲笑するのを聞くにつけ、安くなければ売れないものを作っている君たちが何を言うかと、同じ日本人に対し侮蔑感を覚えたものです。

安くしなければ売れない経済モデルであるからこそ、中央銀行が自国通貨の大安売りを恥ずかしげもなく行えるのであり、その結果、付加価値型モデルへの転換はますます遠ざかり、人件費を抑えることで何とか可能となる「特売」を続けつづけ、やっと誤差の範囲程度の経済成長を達成したと成果を謳っているのです。

そのような連中が幅を利かせる日本が凋落するのは当たり前です。自国を救う道筋を示せない者達に他国を批判する資格はありません。

● 中途半端な国内市場規模

ドメスティックな事業領域でも上場できる市場規模が日本人が大志を抱かなくなった原因の一つです。マネー編で詳述したとおり、カネに乗っ取られかけている現在の日本は、後ろ向きにカネに支配される大衆と欲望からカネに支配される層に分かれ、後者で才覚ある中から、起業し株式を上場するシナリオに向かう人達も出てきます。

1 億人を超える市場規模はそこそこの成功でも大金を手に行けることから、彼らに異文化の外国で勝負するモチベーションが生じなくても不思議ではありません。

以前、ある上場企業が私の会社を買収しようとしたことがありました。法人向けソフトウェアの会社でしたが、彼らの事業規模が小さく、少しでも大きくするために弊社のような零細事業ですら欲しいと思ってしまうのです。話は流しましたが、彼らのような会社でも立派に上場できる日本、上場で数百億円やらの資産を手にし志を遂げたと満足できる社会では、世界覇権を目標とする欧米や中国の野心家達に個人としても対峙できません。

● 主権なき「国家」

主権という言葉は日本人のほとんどが誤解しています。そもそも主権 (Sovereignty) とは封建社会から国家へと変わり生じた、それぞれの国家が必然的に持つ最高で絶対の権利を指す意味で用いられてきたものであり、従ってその本質はもともと対外的な性格を持っています。

他方、日本国憲法にあるように、同一国内における権力者が誰であるかを定義する意味で使われる「主権」「主権者」という言葉は本来の意味での主権とは異なり、その解釈は対内的かつ非論理的です。

自国領土や自国民の生存権といった「主権」は論理的に考えなくとも当該国でなければ守ることはできません。A 国が B 国の主権を守れない理由は、A 国が B 国の主権を守った時点で当該主権が A 国のものになるからです。

私が外国人と主権について話す時、彼らは他国から侵害できない国の最高の権利という意味でソブリンないしソブリ

ンティという言葉を使います。領土や国民生命という主権を他国に守らせるという、国家の定義における普遍原則から逸脱した日本に主権は無い、つまり厳密には国家ではないとする説も成り立ち、いずれにせよ日本は独立国家とはいえません。

戦後の日本は護憲リベラルを中心とした主流派と拝米保守派で構成された政治社会であり、そのような人達がつくった場所に独立精神が涵養されないのは至極当然といえ、現在に至るまで、独立精神と一体である起業家精神が芽生える地盤が限られています。

自らの生殺与奪の権利を他者に預け、彼らに逆らう姿勢すら見せない者達、それを市井的定義では家畜といいます。

少なくともドイツ人達は家畜から脱しようとする気概があり、アメリカが好まないことを承知の上でロシアや中国とは是非々々で付き合い、起業においても彼らの世界的視野の幅は日本の起業家達とは比較になりません。

事業で成功し、他がうらやむ富裕さを得た日本の起業家がいたとしても、それが世界的な野望をもたない事業でなければ、一頭の家畜が少し居心地のよい隣舎に移っただけのことです。

私達日本人は戦後しばらくは自分達を囲む檻が見えていたはずですが、何も変わらないまま 80 年の時が経てば檻は透明化し、自分達が自由であるという勘違いに気付かなくなってしまいました。

国家的領域において皆が家畜民である私達日本人、個人的領域における独立性には 3 段階、すなわち「家畜」、「鉄道客」、「航海者」があることが観察できます。ここでいう独立性とは思想的、精神的、および経済的な独立性を総合したものであり、例としてエリートと呼ばれる層のほとんどは「鉄道客」であり、彼らの人生は先人たちが作った道筋の上を辿るだけのものであり、線路の外界を知りません。

「家畜」は他者がいないと生きられません、経済的に豊かで社会的地位の高い「家畜」もあり、それは自分で考えず、他者に与えられず、与えられるタイプです。

独立性の高いのは進む場所を自分で決め自ら操船する「航海者」ですが、日本社会では異端的です。鉄道客と航海者の間に「自動車運転者」を入れてもよいのですが、3 分類のほうがわかりやすいでしょう。

日本的文脈における起業とイノベーション

欧米で独占からの超過利益実現がイノベーションの源泉であるならば、良くも悪くもそれが欠けているのが日本です。

近代の西欧社会でイノベーションと表裏一体である「強烈なエゴイズム」、「技術への飽くなき探求心」、「圧倒的なハングリー精神」、つまり「無限の闘争的開拓性」が現在まで通底する一方、日本、特に平成以降の日本においては、そのポテンシャルに自ら蓋をしてしまっています。

現在、日本におけるユニコーン企業のリストにもそれが如実に表れています。

ユニコーンが 10 社余りに留まるという事実だけでなく、その数少ないユニコーン達の横顔を見れば、世界的競争力や独自性が無く、競合他社の真似を容易に許しかねない会社が目立ち、評価額でトップの Preferred Networks ですら世界で伍していけるとは思えません。

しかしながら、「技術探求型」の会社については例外であり、彼らの成功例は日本の道を開くヒントになるかもしれません。

2024 年 2 月現在、日本のユニコーン企業には以下のような技術探求型ベンチャーも含まれます。

- ・世界市場を想定して技術開発を続ける Triple-1
- ・宇宙ゴミ除去という普遍的価値あるニッチ分野に目を付けたアストロスケール

ユニコーンではないものの、核融合炉の関連機器の京都フュージョンエンジニアリングや石灰岩の TBM など、私達が活動する実体経済の現場からも伸びてほしいと期待する、世界的な伸びしろのある専門企業も存在しています。

かつてのベンチャー企業にも明るい未来につながる参考例があります。教育関連の某上場企業の創業家による MBO と株式非上場化です。私はニュージーランドの鉱泉水を輸入している関係で同国に移住した創業家の方とたまたま知己を得、当時彼らは現地での投資に注力していましたが、その後、祖業である日本の事業を立て直すとし、非上場化に踏み切ったのです。

日本の株式市場が企業の資金調達から投資家への還元の変化した以上、その場から離れるのは徳のある判断です。

このような創業家の存在は、株主資本主義の蔓延により、限定されたリスクしか負わない少数株主の過剰な権利主張に対抗する日本的な手立てとして有効です。

社会的リスク回避&物的飽和

他国と比べて日本に独特な社会環境に「社会的リスクを回避する傾向」と「物的飽和」が挙げられます。

この 2 つが所与である経済環境において、どんなに野心的な人間においてもリスクを抑える心理が働くため、成功を目指す多くの若者達は大企業・有名企業への就職を目指し、起業においてすら失敗を極端に避ける傾向があります。

昭和の後半時点で日本社会は物質的にほぼ飽和し、他国における大きな経済格差による変革への渴望や移民起業家達にある強烈な上昇志向が生まれる余地は、日本では非常に限定的なものです。

「無限の闘争的開拓性」が生まれる余地が小さい日本、そんな中でも技術探求以外の目的での起業もそれなりに存在しています。

上場企業が多すぎる日本

先進国の中で、対 GDP の上場企業数が最も多い日本、4,000 社近い会社の株式が上場しており、その大半の会社は事業規模や時価総額が小粒です。上場要件が緩く、私の会社に関心を示した前述の上場会社も当時の売上高が 8 億円程度かつ低成長でもありました。

平成に入り、どこからともなく「過剰債務が問題だ」と騒がれた日本企業は軒並み債務返済に走り、投資を控えるようになりました。日本の株式市場は企業が資金調達する方面での存在意義を失い、反対に株主への還元面は一方的に拡大し、配当は年に 30 兆円を優に超える規模になりましたが、それと表裏一体に、賃金は上がらず、マネー編で結婚を早々に諦めた A 君のような受動的マネー被支配者層を大量に産みました。

私は日本の最大の問題は急激な人口減による景気低迷により社会の持続性が見通せないことだと断定しています。もしそれが大した問題でないとする言説があるとしたら、それは非常に利己的で、将来世代への責務を認識しない不道德なものです。

マネー編に詳述されているとおり、急激な人口減の最大たる要因は若年層の貧困化による結婚の減少です。従って、

今の日本に必要なのは株主還元より若者達が結婚できるための賃金上昇なのです。

株高に関しても、常に変動する株式の性格上、それ自体をどうのこうの言っても仕方ありませんが、その結果として株主還元が高止まりするならば、労働分配率は抑圧され、前述のとおり価格弾力性が高いのが日本的モデルであるため、輸出企業の粗利拡大要素は円安ないし人件費抑制に限られる、つまり、株高の裏で大半の日本人の貧困状態は続くことになるのです。

証券業界当事者が日本企業の時価総額が小さいことを問題視するのはいいのですが、であれば彼らが最初にすべきは上場基準を厳格にし、上場会社を今の半分にすべきでしょう。上場基準に最低平均給与水準を新設し、例えばプライム市場であればそれを少なくとも 10 万ドル相当にすることです。プライムなのでありますから。

そして何よりも、新たに上場する企業が小粒では全く意味がありません。人口減少が進む日本ゆえ、これから上場するとすれば、世界で通用する力を求められて然り。これまでの考察から、世界と伍していける要件として挙げられる「無限の闘争的開拓性」ないし「技術探求型」が上場を要件とする起業には求められて当然となります。

しかしながら、期待株といわれるスタートアップをはじめ、ユニコーンですらも、上記 2 要件を満たさない会社が多数あるのが日本の実態です。

そのような起業を何と表現すべきか？ 世界の实態と比べるにつけ、「見栄の発情」以外に思いつきません。

見栄の発情

古今東西、動き続ける経済。他者に対する見栄は経済活動の活力であると言ったのはソースタイン・ヴェブレンでした。

翻って 21 世紀。世界中に物は広がり、行き届いた先進国の成長は停滞し、そんな時に見栄が見つけた格好の隠れ蓑の一つに起業がありました。

必需品が行き渡った日本において、私達の起業にはイギリスやフランスの移民達のように生死をかけた強烈なエネルギーから発生する性格はありません。

いつしか「勝ち組」「負け組」というフレーズが日本に表れました。本質において闘争的な世界の覇権的ベンチャーのドライバーが「勝ちたい」であれば、日本的ベンチャーのそれは「負けたくない」であり、その尺度は世間の目。究極の負けが破綻であるから、小粒になるのは自然なことです。

戦前派、戦中派が持っていた自国の歪な建付けへの抵抗感と自分達を支配する天辺までへの視座はどこかに消え、団塊以降の志の視点はするりと横に移り、才覚を持つ多くの者達の関心は同胞の群れの中での自らの誇示となってしまいました。

手っ取り早い成功者のシンボルが起業であり、それは見栄と切り離す事ができません。

ブクブクと発酵するように増長する起業、その主体が私達家畜であり、私の眼には日本の起業の多くが見栄の発情に見えるのです。

成功で得られる富や名声が従前の起業目的であるならば、昨今は社会的起業などという、まさに名称そのものが見栄えるスタートアップ達が恥ずかしげもなく新聞のヘッドラインを飾る次第であり、起業とは何かそれだけで格好良いものへ変容しました。いくら上品にしつらえたところで日本の起業に見栄は付き物、市井の眼からは、利他を謳う公

益起業の中にも見栄を偽善で覆っただけの沢山のまやかしか見えています。

純粹に歴史的、生物的観点から、見栄が原動力になる傾向は男性に顕著なようで、平均的に女性はより現実に忠実であると思われ、他者の眼を男ほど気にせず、そして男ほど金銭に支配されることもなく、高齢になっても見栄が行動原理になる例は少ないように見えます。

ヴェブレンが言うとおり、未開民族、野蛮民族、そして現代に生きる男達も、周りの男達への見栄や競争心が女性を獲得する原動力となっている点では何ら変わりなく、本能的に見栄で生きる定めである男達にとって、見栄の最も今日の象徴が起業なのかもしれません。

欧米に影響を受けたりペラルな戦後の風潮に長期景気低迷が加わった結果、伝統的男女分業と家族観は遺棄され、女性達も男に負けじと見栄を張るようになります。更に SDG を始めとする世界的な偽善同調圧力が増す中、女性起業家のマスメディアとの相性はかつてない高まりを見せ、男も女も見栄に支配された世界が広がります。

物的に飽和した日本社会、その中で終身雇用制は崩れ、大企業のトップが社員に副業を勧めるまで至った環境においては、起業に対する精神的ハードルは数段下がり、うまくやれば富と名声を一挙に手にできるアップサイドの魅力度は増し、起業そのものが目的化するの自然の流れだったのでしょう。

自分が開発または考案した新たな技術、形態、手法を実現する形のひとつであった起業本来の位置づけは、起業自体が目的となった時点で既に忘れ去られ、それら起業人の最終目的は上場または売却による富や名声というシンプルでマテリアルな見栄となり、結果的にそのような中途半端な起業が生み出す価値の領域は浅薄な自己実現の範疇に留まります。

当然ながら、彼らには自分達を囲んでいる檻の存在などには気付いていません。

日本発のベンチャーから世界基準が生まれないのも、むべなるかなということです。

見栄でない起業はあるのか？

就職ができず自ら商売を始めざるを得ない場合や、雇われ時と同じ事業を暖簾分けで営む場合もそれらを見栄と呼ぶのか？

自らの意志と資本で新しい事業をゼロから立ち上げることが真の起業である限り、前者は自営、後者は独立であっても起業ではありません。

では、所詮は見栄に過ぎないのが起業であれば、そこに意味はあるのか？

市井的な答えは「質問がナンセンス」となります。

社会的動物である以上、人間の行動には大なり小なり見栄がついてまわります。それが明示的すぎれば疎んじられますが、人格者とされる者が自分の素質に他者より優れたものを感じた時に内部に秘匿する満足感も見栄の暗示的発出であり、根本的に同じものです。

底辺の環境で生き抜く為の自己肯定すら、上を見据えている点で広義の見栄といえるかもしれません。

いつでも、誰にも見栄はつきもの。今日の日本を象徴する見栄のひとつが起業ということです。

従って、その起業に意義があるのかは、見栄の質に依拠する事になります。利己的な起業が雨後の筍のように出現する現在こそ、私は社会へ正の価値を提供する利他的な見栄が必要だと考えています。

小さなエゴイズムが見つけた隠れ蓑

「無限の闘争的開拓性」ないし「技術探求型」でなく、見栄である起業が有意義である為には、それが他者の為になる事業である必要があるでしょう。現代社会に蔓延した小さなエゴイズムが見つけた隠れ蓑に起業が使われている今日、道徳が備わる事業でなければ起業する意味は小さいです。

日本には道徳性と矛盾する起業が沢山あります。我欲による見栄で作られた会社は道徳を備えるに至りません。

「自分が好きな●●を社会に広げたい」「自分の開発した●●で社会を変えたい」「自分は起業で社会に認められたい」

日本における自己実現欲の過大化は起業だけに限らず、その背景には長期経済低迷や新自由主義・拝金主義の浸透が戦後リベラリズムの土壌で混ざりあった環境があります。

探求起業ができなければ、徳性起業がある

「無限の闘争的開拓性」が日本的でない以上、モチベーションの観点からは日本的な起業は探求型と見栄の発情型に二分できます。

探求型の起業には専門的な特性、特に技術に関する無限の探求心が求められる為、そのような才能が無い場合、まずは起業など考えないことであり、どうしてもしたいのであれば、「徳性起業」ないし「利他的起業」を薦めます。

我欲が生んだ会社は成長意欲が強く、成長に伴いステイクホルダーが増え、増加する彼らの要求を聞いていたら徳が生まれる余地が更に限られることになります。

徳を備えた起業は外見からはそれと分かりません。会社が生む徳とは社会全体の利益に資するものであり、自社以外の当該産業利益に資するか、その起業により社会から失われたものを差し引いた上で正の価値(Net Societal Value)を生み出しているかという尺度ではじめて確認できるものです。

意義のある起業とは、自分の富を得たり格好を良くするだけの見栄ではなく、競合をも含む他者にスコープを広げた見栄で成り立ちます。

徳を備える事業の助けになるのは事業準備段階で策定するミッションの存在です。そして、失敗しない起業に役立つのが起業時における自社の強みの確立へのコミットメント、そして控えめな資本で小さく始めることです。

ミッション

ここで言うミッションとは、会社の存在理由、つまり何を実現する会社であるかが書かれたものです。

ミッションは起業者の信念に基づいた会社の最高法規であり、役職員全員が事業運営で判断を迷う場面では必ず振り返る対象です。いくら儲かる機会があったとしても、ミッションと相反する内容なら捨てることを躊躇わないためのものです。ミッションに愚直である会社は、時間の経過と共に確実に社会に価値をもたらし、徳を備えていきます。

道徳的ミッションとは、その事業成長により競合含め他者利益を毀損しないものであり、事業運営においては、抽象的すぎず、具体的すぎないものが適します。

例えば自動運転技術を開発した起業であれば「自動運転技術で交通安全を広げる」というミッションステートメントは良い例です。会社の最重要目標はミッション達成であり、その達成度は上場や売上規模といった尺度では測れず、この場合は当該技術が救った人命や減らした事故の累計総数で計測される事になります。

自社優位点の確立

真の起業の定義は「これまでに無い新事業をゼロから立ち上げること」ですので、創業当初は予想外の事態が相次ぐでしょう。そこでジタバタとせずミッションに向かって歩き続ける為に必要なのが、見込み客に対し他者ではできない価値の提供です。

起業にあたっては、想定する物・サービスで顧客に与える価値はそれまで誰も提供していないものか、または他者が提供している場合でも自社の提供価値が絶対的に優れている部分があることを、起業人自らが確信することが求められます。

その条件を満たしていれば、例えば最初の1年で売上が上がらなくても、愚直に磨き続け、見込み客への売り込みを続けることです。裏を返せば、独自の優位性が無い場合、真の起業は不可能だということになります。

小さく始める

起業にあたっては最低限の資本でスタートすべきです。借金を原資にせず、その時の自己資金のうち問題ない範囲を資本金とすべきです。

ハイリスクでない真の起業はありませんので、まずは小さく生むことが第一。小さく生んで大きく育てば大成功、小さく生み潰さずに育てていくこと自体、容易ではありません。

起業時の陣容としては、できれば自分一人、次に家族、知人と始める場合は絶対の信用をおけることが条件です。開始後、一定の軌道に乗ったところで従業員の雇い入れを開始するとのがあるべき順番です。私も自分でゼロから事業をつくりましたが、起業というより独立自営というべき零細規模ながら、もし参考になるとしたら、私の場合はその順番を間違えたことです。

最初から従業員、全て正社員、を雇い入れ、顧客ベースの増加以上にお金がどんどん出ていきました。失業していた若者達を雇い、ささやか乍ら一緒に希望を持つこと自体は徳あるものですが、彼らの給与の源泉となる粗利が安定的に出せる段階になってから雇ったほうが、お互いにその後の展開に余裕が持てたはずです。

会社の所有権を分散させない為、できるだけ外部資本は入れるべきではありません。出資者が多くなれば、万が一破綻した時の責任範囲が広くなり、ミッション達成と相反する目的の投資家が混じることもあります。ここでも私は間違え、小額とはいえ良く知らない人からの出資を受け入れてしまい、苦劳しました。

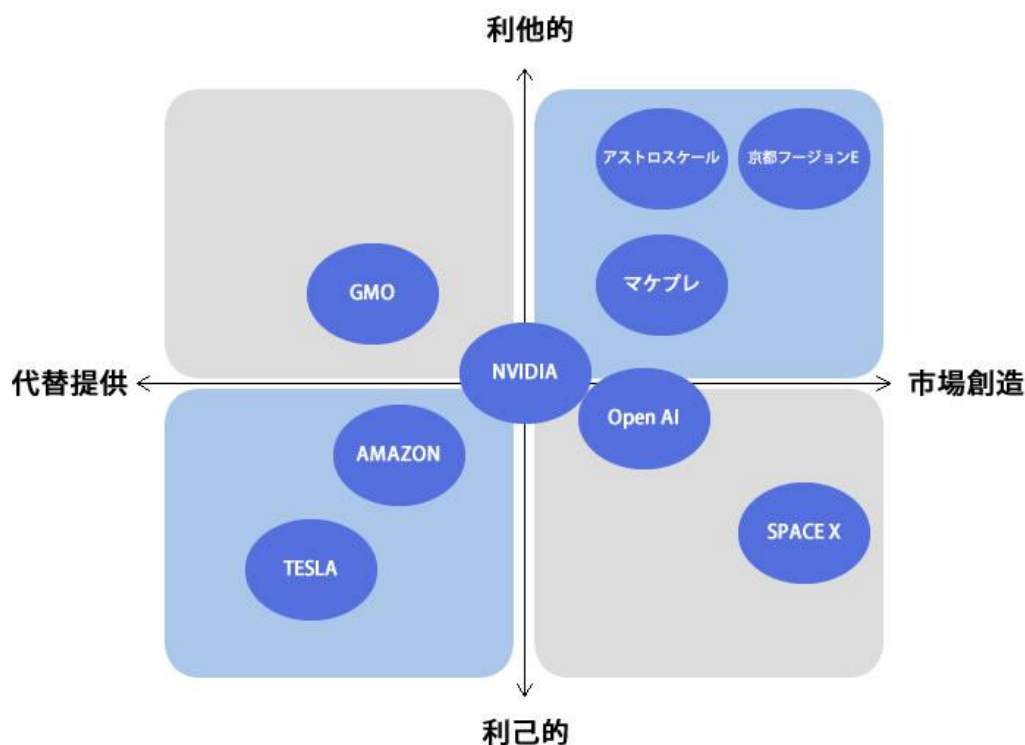
事業モデルが大型設備投資を要したり研究開発型などで最初から大金を要する場合、本当に当該起業でなければその価値は社会に提供できないのか、しっかりと考えた上で始めるべきです。拙速な起業という見栄の発露ほどみっともないものはありません。沢山の恥をかいてきた私は分かると思います。

市井的な起業分類

教科書的な起業論に対し、「道徳」「社会的意義」といった要素を加え改めてリシャッフルするのが市井的な起業分類です。業種、技術、事業モデル、成長性、先進性などは二の次となり、当該起業がいかに関利他であるか、いかに社会的意義があるかで分類するものです。当該事業が成功することによりその企業が得る利益より遥かに大きい価値を社会にもたらすものは利他的とし、その事業が既存市場の競合から奪うのではなくこれまで無かった市場を創造するものであれば社会的意義がある起業とします。

これらは定性的な評価であり、評価する人の価値観によっても位置づけは異なってきます。そしてこれら2軸の定義上、市場創造型の事業は利他的となる傾向がある点も踏まえながらも、これから日本で起業を考えたいという場合、自分が考える事業が真に人の為になるのかを確認するのに「社会的価値マップ(Societal Value Map)」が使えます。

図 2.4 既存事業の社会的価値マップ例



社会的価値マップの4領域のうち、最も価値の高いのが右上の領域(市場創造型&利他的)の事業、最も価値の低いのは左下(代替の提供&利己的)の事業と理解できます。

上図は分かりやすく国内外の有名企業を私の価値観でマッピングしたものです。自国バイアスで右上には日本企業の例から選びました。EVのテスラは政治的潮流に乗り世界的自動車メーカーになったものの、製造から廃車までのライフサイクルでのトータル温暖化防止効果は既存者と大差なく、バッテリー廃棄汚染や重い車両による道路素材公害などは既存エンジン車より環境を悪化させるため、社会的意義が低い商品で儲ける利己的事业であるだけでなく、既存エンジン車の代替品として、テスラの台頭は既存他社の雇用を奪います。

イーロン・マスク関連でいえば、現在世界2位のユニコーン企業であるSpace Xは利己的&市場創造型の事業です。宇宙という新市場を事業領域としているのは良いとしても、宇宙空間という本来公共であるべき場所に無数のスターリンク衛星を勝手にばらまき、光に反射する無数の衛星は暗い宇宙を明るくし、地球上の生物に悪影響を与えています。世界の誰もがネットと繋がれるスターリンクは彼にとって絶対善であり、夜空が少し明るくなったり、宇宙ゴミが増えることなど彼の価値観ではどうでも良いことであり、ネットと繋がらない価値があることなど想像すらできないのでしょう。

マスクに限らず欧米の宇宙起業家達に共通する「地球以外に人類が住める場所を見つけるんだ!」という進歩観は

啓蒙主義以来、自分中心に物事を考える西洋の近代的伝統です。その血統が支配的な欧米の起業文化と一般社会において、イーロン・マスク氏は英雄以外の何者でもありません。

その一方で、人類の居場所は地球にあるというウィリアム王子など、同じ欧米でも急進的な動きに懐疑的な層も当然ながら存在します。

いずれにせよ、先行者が独占するベンチャーの世界において、欧米のフォロワーとして成功してきた日本人が実力を発揮できる場所は技術探求の分野です。

目的別の起業分類

徳の有無を問わず、これまで世に出てきた起業は以下の通り目的別に分類できます。

●富の最大化の為の起業

経済に生かされる私達が大金に憧れるのは当たり前であり、雇われた立場では不可能な富を獲得できる可能性が起業の魅力です。長年の市井的な観察から、富の最大化に適していると思われる起業モデルを列举します。

これらの起業から得られる富の源泉には、報酬収入、配当、上場や売却時のキャピタルゲインが含まれます。

○アービトラージ型

「こうなればいいな」と希望する何かと現状との溝を埋める行動。金融界のアービトラージ取引(裁定取引)は同じ商品が別市場で異なる価格の場合の裁定取引で利鞘を稼ぐものですが、ここでいうアービトラージとは、実物経済における裁定的な事業展開を意味します。

アービトラージ型が対象とする現実と理想、希望、想定との間の溝の種類には以下が含まれます。

・時空の溝： 他国で先行した技術やノウハウを未開拓市場で事業化するもので、他市場ながら実際に売れた実績がある為、低リスクで確実性の高い事業モデルです。明治以降、日本のお家芸ともいえるものですが、2000年以降、典型的なのはインターネットの母国アメリカで生まれたインターネット関連ビジネスです。

例：ソフトバンク、GMO

成功要因：対象市場における既存販売力、スピード

・Valueの溝： 現状提供されているモノ・サービスの量的価値と本来満足できる水準との間の溝が新事業が得られる利益です。競合に対し類似商品で単なる価格競争をしかけるのと違い、それまでの慣習上で高価値高価格が当たり前である業界において、事業構造自体を低コストにして開始する点に特徴があります。

例：QBハウス

成功要因：既存業界の理解、事業基盤へのアクセス、

○生産性向上技術・仕組みの提供： 業務効率を高める技術、ツール、仕組みを提供するものです。

例：ファクスに変わる受発注システム

○成功手法の他業界応用： 特定の業界で成功した手法を他の業界で応用するもの。

・例：Water Direct 内容：定期契約を条件に携帯端末を無料で配るヤフーBBの顧客獲得手法を展開

○保護産業、既得権益型： 規制で自由競争が無いセクターへの参加、成功要因は伝手。

○レントシーキング：特定の権限へのアクセスを持つ限られた人間が通常では得られない利益を手にするスキームで、公営事業の民営化などでよく見られる他、温暖化が政治 이슈化した中での電気自動車も該当。狭い窓口の許認可事業が確実に成功できる典型例で、アクセスを持つエリート達がターゲットにする傾向がある。

例：再生可能エネルギー、電気自動車

○既存事業の独立運営、カーブアウト：自身が所属する組織が手がける既存事業と同じ事業を独立して行う暖簾分け、または企業の一部門を社外に切り出して運営するカーブアウト

例：建築業や飲食店の独立営業、大企業のカーブアウト

○フローのストック化（衆愚ビジネス）：従来は単発使用である当該商品を重複利用させる仕組み。中毒化が容易な弱者をコアターゲットとし、中毒化しやすいもの（享楽、鎮撫、短期金銭等）を提供する。比較的短期に巨額利益創出も可能な経営学的に秀逸な事業モデルであり、当該事業が成功した分、衆愚社会が進展する。

例：モバゲータウン等の課金ゲーム、パチンコ、金貸し、宗教業

●自己実現のための起業

○想いの実現型：利己的な願いの実現

例：人工流れ星

○チャレンジ型：自分の実力をリアルな場で試す

●自由のための起業

今自分の属する組織、業界、社会の枠から外に出、自身の実力で自由に生きる。見方を変えれば逃げでもあります。

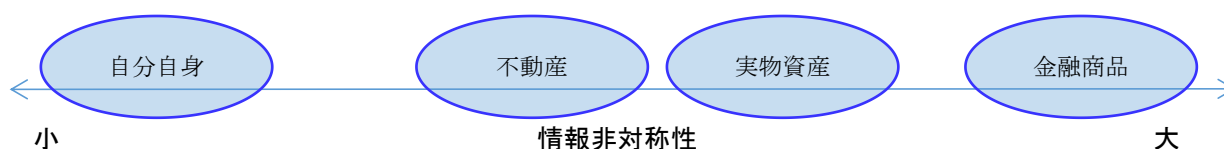
●投資としての起業

金銭的リターンを目指す点で「富を得るための起業」と重なり、無数の選択肢から自己に集中投資する点で「自己実現のための起業」と重なります。

私達一般人が働いて貯めたお金の中から基本使途（住宅、医療、教育）を除いた余剰資金が一定額ある場合、何らかの投資が検討されても不思議ではありません。

投資対象の資産は金融資産（株式、債券、投資信託、保険、その他金融商品）、不動産、芸術品、その他現物資産など様々ですが、それらを比較分析する際によく使われるのははリスクとリターンを2軸に置いたマップであり、そこにおける一般則として、回収までの期間が長い（若年層）ほど高リスク高リターン（株式など）に振りむけ、短い場合は低リスクの債券などに投資するのが鉄則です。

市井的な起業論においては教科書的投資理論はひとまず横に置かれ、実務上で重要な点として、投資専門家や資産家達と比較して対象資産に関する情報をどれだけ持てるかを確認します。一般市民が得られる情報は限られ、投資先資産に関する情報の非対称性（内部ないし専門家が持っている情報と一般人のそれとの差異）が運用パフォーマンスを左右する以上、市井的な投資先はより情報の非対称性が小さい方向に向かい、最も非対称性が小さい投資先に、自分自身があります。



事業化すべきと考える技術やアイデアがあり、自身の能力に自信を持ち、投資可能な余剰資金があるならば、自身への投資すなわち起業という選択は外から見ると高リスクではありません。反対に、体験を真の豊かさの尺度に据える人にとっては、その状況において起業をしなかったとすれば大きな機会損失になり得ます。

投資である以上、リターンを得ないといけません。一般的なベンチャー投資は事業や株式を売却して投資資金を回収する形態に限定されますが、もっと広く柔軟に投資を捉える市井的な起業には3つの投資スキームがあります。

- ・ Equity 型: 起業事業への投資家(所有者)としての立場から主に事業を運営し、株式又は事業の売却でリターン最大化を図ります。事業規模や成長性といった株式市場や潜在的な買い手企業にいかにより魅力的な財務パフォーマンスが達成できるかが鍵となります。金融的性格は株式投資と同じです。

- ・ Fixed Income 型: 筆頭出資者でありながら主に働く立場で事業に携わり、役員報酬などの期間収入を主なリターンとします。出口(イグジット)の概念は無いため事業売却で大金を得る事はなく、一方で経営期間が長期になる程リターンは逡増します。利益最大化は企業長寿化に劣後し、Equity 型より多くのステイクホルダーの利益を重視します。金融的性格は債券投資と同じです。

- ・ Mezzanine 型: Equity 型と Fixed Income 型のハイブリッドタイプ。会社の中心として働き、その報酬を主なリターンとしながら、長期的には事業売却も除外しないものですが、現実的にはこのメザニン型は当初から目的とするというより、Fixed Income 型で運用した結果としてたまたま売却に至る形態が多いものと思われます。

◎リターン・パラダイム: 起業だからできる自由な投資設計

産業の文脈という投資は機械やソフトウェアなど資本財を取得して商品というアウトプットを生産する事を指しますが、狭義の資本主義ないし金融的文脈という投資は金銭を増やす為に何らかの別資産に転換しリターンを得る事となります。

投資として起業にはこれら一般的な構造とは異なる側面があります。リターンの定義が金銭に留まらず、無限である事です。創造、自由、自立、挑戦、自己実現のいずれかに価値を置く人達にとって、それらを得る事や得るためのプロセスを経験することは金銭を増やす事より大事かもしれません。

彼らにとって投資リターンの計算は無意味です。分子は ∞ なのですから。雇われ人として安定的に禄を食む人生以外のシナリオも想像する彼らにとって、挑戦破れて失う金銭損失より挑戦しなかった場合の機会損失のほうが大きいのです。起業しなければ得られなかった経験全てが彼らの投資のリターンに加算される事になります。

金銭以外のリターンを手にするのは、ミッションを掲げて起業した場合にも当てはまります。

仮に、運動が嫌いな人々の健康促進のため、散歩やジョギングが楽しくなる仕組みを開発し、それで健康を広げる事をミッションとした起業があるとします。その仕組みで健康になった、あるいは健康的な生活を手に入れた人の累計が、同社の投資リターンになります。

このように自由な構想ができ裾野が広いリターンのパラダイムは拝金者には珍紛漢紛でしょうが、市井眼的にはこれこそが本来の起業の本質と考え、当方も実践しています。

●祖業としての起業

将来子孫の祖業ともなりえる事業を生み育てる。家族や親族と協力し、地域土着型、技能継承型の事業を始め、長期にわたり経営するものです。

多くの大企業も始めは家族企業ですが、祖業としての起業とは事業拡大を第一目的とせず、長期的かつ家族的な事業運営を目指す事を言います。

将来世代の繁栄を目指す世代間投資の性格を帯び、金銭回収の概念を持たず、時間軸を尺度とした利他的事業ともいえるでしょう。

業態の例：農地利用転業、食品製造、有人型小売、飲食店

●趣味の起業

本業の仕事をもちながら趣味的に起業をするものです。自らはパートタイムで経営に携わり、親族との協働の場合が多く、資産家以外は小資本で始める事になります。夫婦で相談して起業し、どちらかは勤めを続けるパターンはより現実的でしょう。趣味的といっても事前の周知な需要調査は必須であり、小規模ながらもゼロから資本を築く以上、軌道に載せるのは容易ではありません。

趣味起業の良い点としては、経営する経験自体から喜びを得られることや収支トントンで善しとできるハードルの低さが挙げられます。

趣味の起業で重要なポイントは、損失期間が長引いた時の引き際です。リタイア後の趣味起業を除き、子育て世代は猶更のこと、教育資金や生活資金を趣味起業に充ててはなりません。

趣味の起業は低リスクでそれなりに自己実現欲を満たす事ができ、更に文化的事業は物質的に飽和した日本において整合性が高いものがあります。

●利他の起業（Societal Entrepreneurship）

Societal Entrepreneurship というのは私の造語ですが、マネー編で書いたとおり、若者世代の相対貧困化が進み、将来世代に少しでも希望や幸福感をもたらす為には、自社利益の最大化より、当該産業全体の利益が大事であるという発想に基いた起業・事業形態です。

外部株主がいる企業はどうしても利己的に、つまり ROE の最大化といった経営指標が主体となりますが、ここでいう社会的な会社は真逆です。

例えば Societal Return On Equity (SROE、分子に実体的仕入、人件費、実体的経費、分母に株主資本を用いる)を最大化して経営を維持することを目標とすることなどが考えられます。

それはすなわち Non-Profit-Organisation ということになりますが、世に無数ある NPO の多くの実態は利益と役職員報酬給与の最大化を図っている偽善団体であり、決算書の建付け自体が純資産を積み増していける形態、つまり NPO とは名ばかりのものです。

上記の SROE を最大化するとすれば、それだけでは当然ながら早晚会社は潰れます。つまり、SROE 指標で経営しながらお会社が存続している事実をもって、その会社は立派な社会的企業といえる訳であり、そのためには、商品・サービスの付加価値が高いことを含め、独創性と経営スキルが求められます。

そのような社会的企業の経営ができた暁には、その起業人は企業経営だけでなく、産業経営の能力を得るに至ったことを意味します。

どうせ見栄を張るなら、そこまでの見栄を張るのが真の起業家です。

参考文献

CB Insights 2024.02

Julien Mainland, Kevin Driscoll, IEEE Spectrum 2017.06

Tom Nicholas, VC: An American History 2019

ドイツにおけるベンチャー企業と資本市場問題、慶応義塾大学出版会 2007

星野浩司, フランス情報化政策とミュージアムの教育普及における取り組み 2010.02

独立行政法人経済産業研究所 Special Report 2024 年 2 月

JETRO ビジネス短信 2023 年 8 月