

当財団では、2021年度より、「中部社研ITフォーラム」、「中部社研セミナー」、「SDGsセミナー」を再編し、刻々と変化する社会・経済情勢に対応したテーマを取り上げ、「中部社研時事フォーラム」として開催しております。

本レポートは、第13回（2024年1月29日）でのご講演をもとに概要を執筆いただいた「スタートアップをはぐくむ地域とエコシステム」（調査季報「中部圏研究」Vol.227掲載済）の続編として、第15回（2024年4月12日）でのご講演「中部地区のスタートアップの特徴と成長への課題」をもとに、講師の一般社団法人中部圏イノベーション推進機構理事・事務局長の田中裕章氏にその概要を執筆いただいたものです。

中部地区のスタートアップの特徴と成長への課題



一般社団法人中部圏イノベーション推進機構
理事・事務局長 田中 裕章

1. はじめに

令和元年6月に内閣府、文部科学省、経済産業省の連名で、Beyond Limits. Unlock Out Potential～世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成戦略～が発表され、静岡を含む中部地区も拠点都市として選定され、都市や大学のみならず、企業も巻き込んだスタートアップの成長戦略が実践されている。

中部地区は、2019年7月に一般社団法人中部経済連合会と名古屋市がイノベーション推進拠点である中部圏イノベーション推進機構（ナゴヤイノベーターズガレージ）が開所され、また、愛知県が2024年10月の開始を目指したインキュベーション施設STATION Aiの開業が予定されるなど、スタートアップ支援の取り組みが官民協力のもと強化されてきている。

中部地区は製造業、特に自動車に関係する製造業が多く存在し、古くからあるものづくりの地域が、どのようにしてこの新しい流れであるスタートアップの育成を進めるかについて取りまとめておく時期にあると考える。

今回の時事フォーラム開催にあたり、中部地区のスタートアップの特徴と成長の課題について述べる。

2. 中部地区のスタートアップ育成の取り組み

2. 1. スタートアップの数

図1にスタートアップの各都市別の割合を示す。

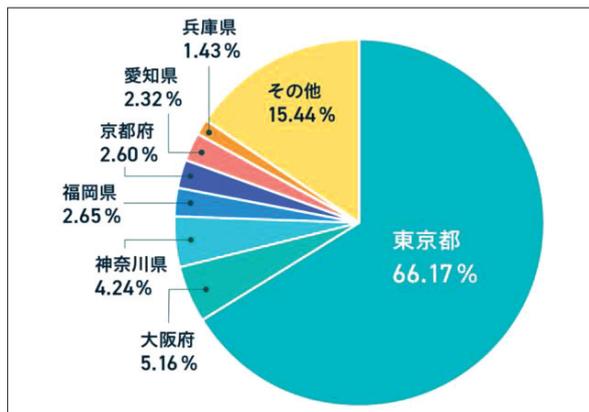


図1 スタートアップの都市別割合

日本のスタートアップの大半が東京都を拠点としてビジネスを展開していることがわかる。ついで、大阪府、神奈川県、福岡県の順であり、中部地区のスタートアップの全国に対する比率は非常に小さい。実数で見ると、2022年までの累計では、東京都が10,395社、大阪府810社、神奈川県666社、福岡県417社、京都府408社であり、つ

中部地区のスタートアップ支援活動

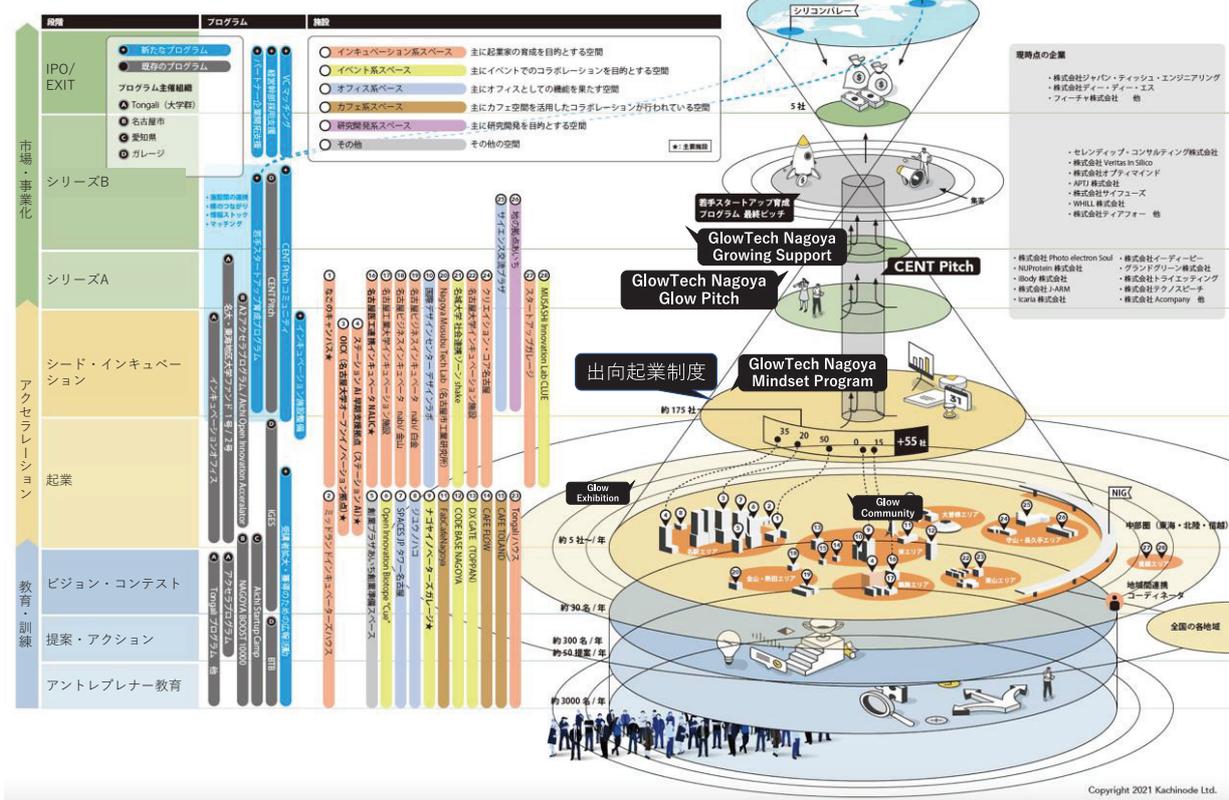


図2 中部圏のスタートアップ育成策

いで愛知県は364社となっている。以上のことより、スタートアップを育成する活動も非常に重要であることがわかる。

2. 2. 中部地区のスタートアップ支援活動

図2に、中部地区のスタートアップ支援活動の全体像を示す。図の左側に、スタートアップの成長段階を示す。アントレプレナー教育やビジョンやアイデアコンテストなどの教育・訓練を受け、起業後インキュベーション施設などで成長のための活動を行い、シリーズAから段階的にスケールに向けて会社を発展させていく。それぞれのレベルに応じてサポート・教育プログラムが準備されており、スタートアップや起業を目指す人は目的に応じた教育を受けることができる。図の右に、スタートアップが成長するまでに活動する主な内容を示す。これらの活動は後述する。

図3に、図2に示した成長段階でスタートアップが外部とコンタクトをとる項目を抜粋して示す。現在、中部地区24大学が参加するアントレプレ

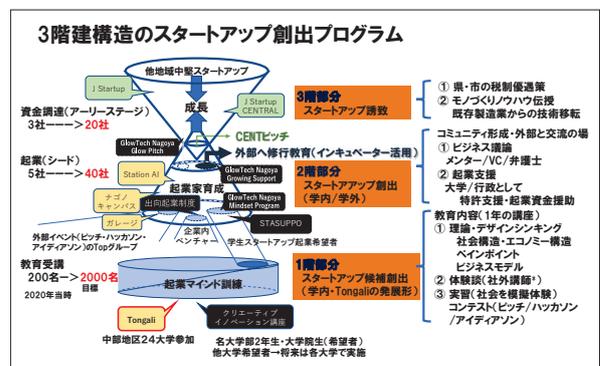


図3 三層構造のスタートアップ創出プログラム

ナーシップ教育事業としてTongaliという名の活動が実行されている。また、名古屋大学では、2023年度より、1年生の全学部生2200人に向けたアントレプレナーシップ教育を開始している。これらの大学での活動により、起業マインドの醸成が行われ、起業家として巣立っていくことが期待されている。ただし、教育現場と実際の起業となると少しギャップがある。実際に起業するまでには名古屋市が推進しているスタートアップのコミュ

ニティ活動STASUPPO（スタサポ）や、企業から起業を目指す人たちを支援する経産省や一部の企業で導入されている出向起業制度が起業しやすい環境を作り出している。名古屋市には、ナゴヤイノベーションズガレージや、なごのキャンパス、2024年10月にオープンを予定しているSTATION Aiなどの施設があり、これらを有効に利用することも必要である。さらに、名古屋市が実施しているGlow Tech Nagoyaは、アーリー期のスタートアップのマインドを育成する場として活動が進められている。さらには、CENTピッチ（中部圏オープンイノベーションピッチ）などもスタートアップを成長させるための施策として、他の地域とは異なる活動となっている。

このように、スタートアップ創出のために、1階部分では、スタートアップ候補の創出を進め、2階部分でスタートアップを創出する活動となっている。また、3階部分に示したスタートアップ誘致については、県外に出て行ったスタートアップを呼び戻すことで、先輩起業家の層を厚くし、サポート体制を構築することも重要であると考え追加した。また、ものづくりが中心である企業が多いことから、ものづくりに関係するスタートアップを中部圏に呼び込むことで、地域の特性を踏まえたスタートアップと従来からビジネスを展開している企業とのマッチングが進み、活性化が図られることになると考える。このためには、県や市が税制優遇措置を講じることで、中部地区のものづくりを基盤とする企業が、ものづくりのノウハウをスタートアップに伝授する、既存製造業からの技術移転を実施するなど、官民で協力して推進することが必要であると考え。

以下、中部地区の活動状況について個別に説明する。

2. 3. Tongaliの活動

図4を用いて、大学を中心としたスタートアップ教育・育成活動 Tongaliについて説明する。コアメンバーとして、名古屋大学、名古屋工業大学などの5大学と名城大学、中京大学などのメンバー24校で構成されている。Tongaliで連携機関

として活動している大学を中心にして、コンソーシアムのメンバー全ての大学が積極的にスタートアップの教育・育成・支援およびその環境整備に取り組んでいる。コアメンバーを対象として、名古屋大学・東海地区広域大学ベンチャーファンドを運用するとともに、スタートアップ準備資金やEDGE-NEXTなどの資金を使ってスタートアップを支援している。また、メンバーに対しては、仮説検証プログラムの実践や、起業に向けた各種セミナーの実施。さらには、アントレプレナーシップ教育を実施している。



図4 Tongali教育

Tongaliベンチャー制度の全体概要を図5に示す。

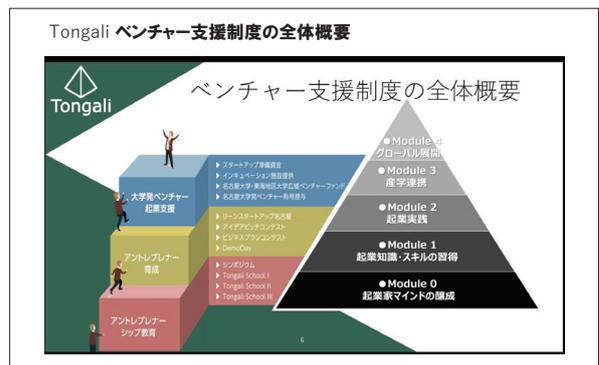


図5 Tongali ベンチャー支援制度全体概要

これは、3段階から成り立っており、アントレプレナーシップ教育、アントレプレナー育成、大学発ベンチャー起業支援を実施している。アントレプレナーシップ教育では、①シンポジウム、②Tongali School I、③Tongali School II、

④Tongali School IIIから構成される。また、アントレプレナーシップ育成では、①リーンスターアップ名古屋、②アイデアピッチコンテスト、③ビジネスプランコンテスト、④DemoDayを実施している。さらに、大学発ベンチャー起業支援では、①スタートアップ準備資金、②インキュベーション施設提供、③名古屋大学・東海地区大学広域ベンチャーファンド、④名古屋大学発ベンチャー称号授与を行なっている。

2. 4. J-Startup CENTRALの活動

図6にJ-Startup CENTRALの活動を示す。



図6 J-Startup CENTRALの活動

J-Startup CENTRALを推進する目的は、愛知県及び浜松地域に本社があり、グローバルな活動を目指す有望なスタートアップ企業に対して集中支援を行うことによって、選定企業の飛躍的な成長を促すことを目的としている。審査基準、選定方法については、図6を参照のこと。J-Startup



図7 J-Startup CENTRAL企業 I



図8 J-Startup 企業 II

CENTRALに選定されている企業を図7、図8に示す。2024年時点で、J-Startup に選定された8社を含めて45社が選定されている。

2. 5. Glow Tech Nagoya

図9に名古屋市が主催しているGlow Tech Nagoyaの概要を示す。



図9 Glow Tech Nagoya

Glow Tech Nagoyaは、世界に羽ばたくアーリー期のスタートアップの支援を目的として2021年から毎年開催されている。特徴的なのは、シリコンバレーで活動している、または活動していた講師陣による指導がされることである。プログラムは3つの項目から成り立っており、アーリー期のスタートアップがシリコンバレーのマインドを学び、起業の考え方やビジネスモデルを構築するGlobal Mindset Program、ピッチを実施することで、資金調達を得るためのメンタリングを受ける権利を獲得するためのGLOW Pitch、GLOW

Pitchで上位8社に対して行われるメンタリングを核としたGrowing Support Programである。Growing Support Programでは、実際に資金調達を目的としたメンタリングがなされている。

2. 6. 中部圏オープンイノベーションピッチ

図10に中部圏オープンイノベーションピッチ(CENTピッチ)の概要を示す。

中部圏オープンイノベーションピッチ(CENTピッチ)

目的: 中部地区のスタートアップと企業とのマッチングを図る

主催: ナゴヤイノベーションズガレッジ/カチノデ

地域企業 Needs ピッチ スタートアップ Seeds

マッチング

これまで全43回 130社(チーム)参加
今後の予定:5月8日、6月5日

実施の形態: ガレッジとZoom併用

参加企業: 60社~120社
スタートアップ: 3~5社

■タイムスケジュール
10:00~ 5分ピッチ・5分コメント
11:00~ 登壇企業との個別ミーティング

■コメンテーター
中部地区で活躍するスタートアップ、メンター、コンサルタント経験者
岩木勇一郎様: 株式会社スピード 代表取締役社長
藤田康雄様: 株式会社MTG Ventures 代表取締役
秋野隆弘様: 株式会社ミライオビエースト 代表取締役
シリコンバレー駐在経験かつ中部地区企業の方による発表指導、マッチング提案
中村真一郎様: DENSO International America, Inc. Senior Vice President

■聴講企業: 自動車関連会社、エネルギー関連会社、銀行など

対象とするスタートアップ
Level1: 起業前、起業直後
Level2: マッチング、ファウンディング

CENTピッチ聴講申し込み
<https://centpitch-20240508.peatix.com/>

2024年05月08日

CENT Pitch - 中部圏オープンイノベーションピッチ #43

図10 中部圏オープンイノベーションピッチ

中部地区のスタートアップと企業とのマッチングを図ることを目的として、2020年にスタートし、毎月、第1水曜日(年始や長期連休は変更の場合あり)に開催されている。これまで、161社が登壇している。聴講者は、イノベーションや新規事業を起こすことを目的とした企業の方やスタートアップへの投資を目的としたベンチャーキャピタルの方など、毎月平均で70~80名程度の方が参加している。また、不定期ではあるが、他の機関(Plug and Playや北陸経済連合会)とテーマを決めて開催している。

登壇社については、特に分野を絞っていること

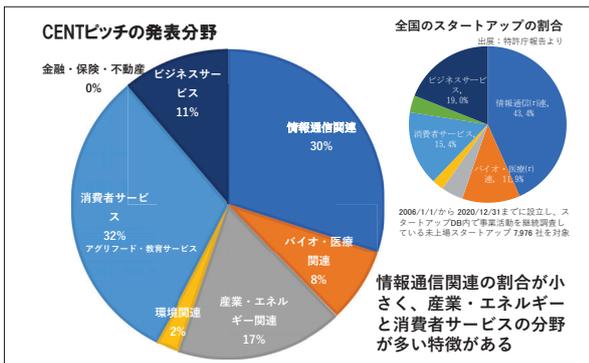


図11 CENTピッチ登壇企業の分野

はないため、これまでの登壇社を分析することで、中部地区のスタートアップの特徴が現れると考える。図11は、これまでの登壇企業の内訳を示したものであり、図11の右に示した全国のスタートアップの割合に対して情報通信関連の割合が少ないことがわかる。また、産業・エネルギーと消費者サービスの分野が全国の割合よりも大きく、製造業を中心としたビジネスが展開されている中部地区の特徴を表していると考えられる。

3. 成長への課題

3. 1. 開業率、廃業率の推移

図12と図13は、2022年度に中小企業省が発表したスタートアップの開業率と廃業率の推移を示したものである。これからわかることとして、日本の開業率は、他国に対して非常に低く、欧米各国が9%以上を保持しているのに対して、日本は5.1%であることから、日本は開業しにくい環境であることが推察される。

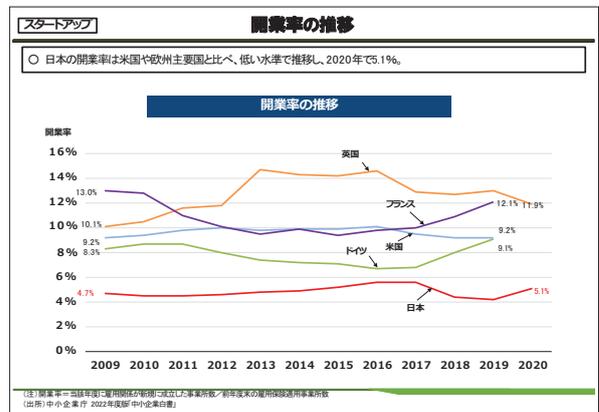


図12 開業率の推移

また、図13から、日本の廃業率は非常に低く、開業すると、長い間事業を維持しようとする傾向が高いことがわかる。



図13 廃業率の推移

以上のことから、スタートアップを育成するためには、開業率をいかに高めるかが重要であることが言える。開業率を高めるためには、

- ①助成金の活用は投資家とのマッチングによる資金調達の支援
- ②コワーキングスペースの提供などのインフラ整備
- ③起業教育プログラムの実施やメンタープログラムといった教育、トレーニングの充実
- ④ピッチイベントや業界イベントなどのネットワーキングの機会
- ⑤起業手続きの簡素化、税制優遇措置などの規制緩和
- ⑥海外市場へのアクセス支援、国内市場の拡大によるマーケットアクセス環境整備
- ⑦起業家同士のコミュニティの形成

があげられる。前述した通り、STATION Aiやなごのキャンパスといったインフラ整備、Tongali、Glow Tech Nagoyaなどで実施されている起業教育、CENTピッチなどのネットワーキングの機会はすでに行われている。これらの活動をさらに強化することでスタートアップの数の増加が見込めると思う。一方、中部地区としてベンチャーキャピタルの数が少ないという課題を抱えていることから、資金調達の支援、さらには、起業しやすい環境作りとして規制緩和などの策を今後さらに充実させていくことが必要であると考えます。

また、図14に示すように、アクセラレータが早い時期で関与することにより、廃業時期が早くなっ

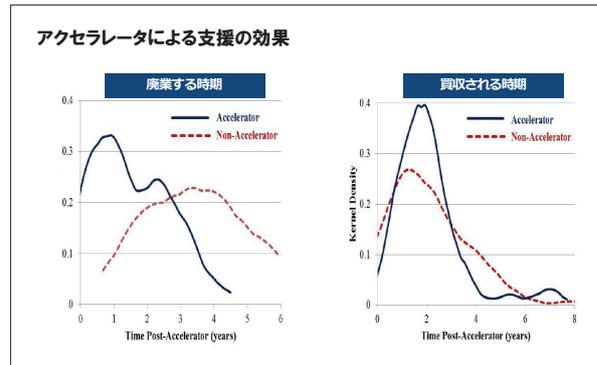


図14 アクセラレータによる支援効果

ていることから、アクセラレータの関与を有効に利用することにより、継続、廃業の判断を早くし、リスクを負わないスタートアップの支援が可能になると思われる。

3. 2. 成長への課題

図15にGlobal Entrepreneurship Monitorの調査から、起業が望ましい選択肢であるかという考え方が日本は他国に比べて半分以下の割合であることから、起業マインドが低いという課題を抱えている。このことから、社会へのスタートアップの認知を進めることが、スタートアップの数を増加させる方向につながると考える。

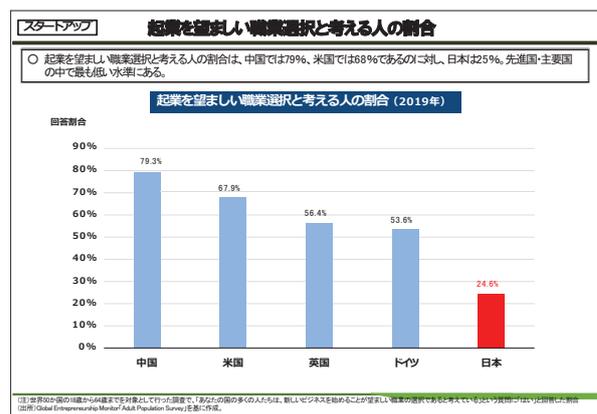


図15 起業が望ましいと考える割合

日本の企業とスタートアップを多く輩出しているシリコンバレーの仕事の仕方についての比較を図16に示す。

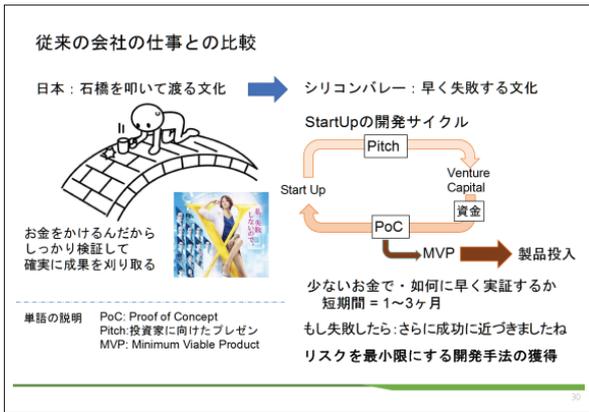


図16 日本の会社の仕事との比較

シリコンバレーと日本の会社の仕事の比較をしてみると、日本は失敗を恐れるあまり、石橋を叩いて渡るとい風土が根付いている一方、スタートアップを多く輩出しているシリコンバレーでは、開発のサイクルを小さくして、早いサイクルを実行することにより、早く失敗する文化が根付いている。失敗した場合でも、成功に近づいたという評価が与えられるなど、失敗に対する考え方も大きく異なっている。これは、ナゴヤイノベーションズガレッジで実施している異業種交流会の議論からも、イノベーションを起こすためには、起業に対する意識の変革のほかに、失敗を許す風土の醸成が必要だとの結論が出されており、今後、企業と教育界で取り組むべき項目であると言える。

図17にNetflixのインシアド教授の著書である、CULTURE MAPのチームの特徴分析結果を示す。

この分析結果から、特にコミュニケーション法を比較すると、Netflixはローコンテキストなコミュニケーション法をとる一方、日本は対照的に、ハイコンテキストなコミュニケーション法を取ると言われており、スタートアップのように、顧客や投資家に対して自分の思いをぶつけて商品のファンになってもらう、または、投資家の共感を得るためには、ローコンテキストな説明法、つまり、自分の思いをしっかりと強調できるプレゼンテーション法を身につけることも必要であると言える。

さらに、図18に示したように、日米のイノベーション創出マインドを比較すると、日本の企業は、

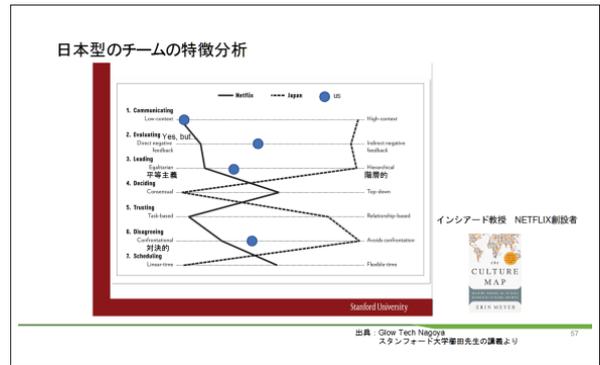


図17 日本型チームの特徴分析

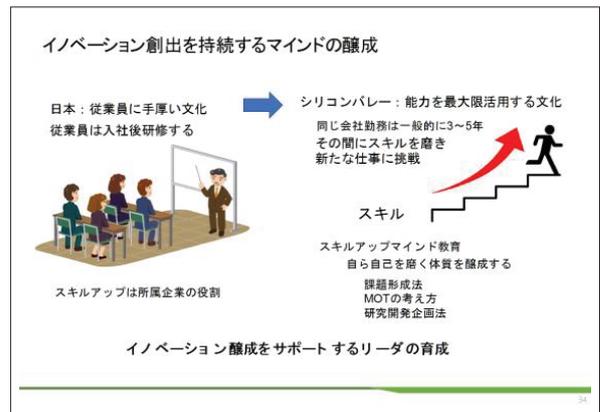


図18 イノベーション創出マインド醸成

従業員に対して、スキルアップ教育などの教育を手厚くすることに対し、シリコンバレーでは、自ら新たなスキルを獲得し、能力を最大限に活用する文化があり、この考え方をスタートアップの起業家に植え付けることで、新たなスキルの獲得のもとに、挑戦する文化が醸成されると考える。

4. 中部地区のスタートアップ支援活動

4. 1. 中部地区の起業家と支援との関係

図19に、筆者が中部地区のスタートアップの起業のきっかけを2022年に調査した結果を示す。調査対象者は、TongaliとBeyond the Borderのアントレプレナーシップ教育の受講生とインキュベーション施設のイベントに参加し、起業を考えているアントレプレナーシップ教育を受けていない人とした。これによると、Tongaliなどのアントレプレナーシップ教育を受けた人と受けなかった人で、起業する割合はいずれも、28%と26%であ

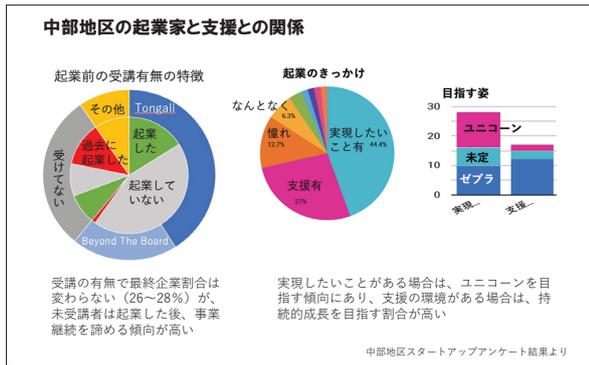


図19 起業家と支援との関係

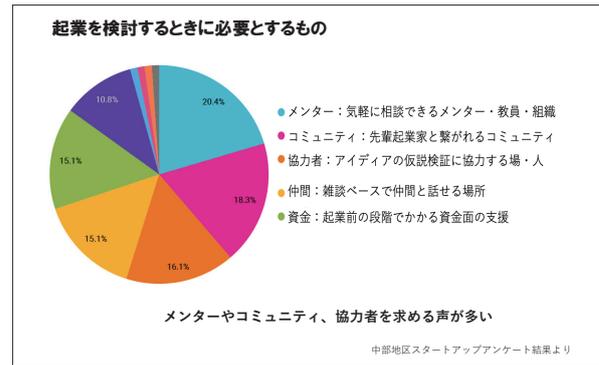


図20 起業の検討に必要なもの

り、大きな差はないことがわかった。ただし、過去に起業したことがあると回答した人が、アントレプレナーシップの教育を受けていない人の群に多く存在していることがわかり、起業した結果、起業を継続できていない割合は、アントレプレナーシップ教育を受けなかった人が、起業を継続できなかった割合が多いことがわかった。

さらに、起業のきっかけを聞いたところ、実現したいことがあるという起業家が44%いることがわかった。次に多かったのが、支援者があると回答した起業者が続いた。さらに、実現したいことがあるから起業したと回答した起業家と、支援者があるから起業したと回答した起業家に、企業がどのような状態になることを希望しているかについて聞いたところ、実現したいことがあると答えた起業家が目指す姿がユニコーンであると回答した割合が多い結果となった。このことから、アントレプレナーシップ教育を通じて、自分のやりたいことを明確化し、起業につなげることで、スケールを目指すスタートアップとなると言え、アントレプレナーシップの教育の方向性が示された。つまり、起業を継続し、成功に近づけるために、アントレプレナーシップ教育は大きな役割を担うことになると言える。

図20に、起業を検討するために必要なものを聞いたところ、気軽に相談できるメンターや教員、組織が第1位となった。インキュベーション施設は徐々に中部地区にも増加傾向にあるが、起業を目指す学生や会社員が初期段階で相談する相手がいないことに悩みを持っていることが伺え、2位

にコミュニティが挙げられていることから、起業の相談ができる場としてコミュニティを活用し、メンターになる人を探すことのできる場の提供が重要であると言える。また、起業後、自らの能力だけではビジネスを継続できないことから、協力者の存在が望まれていることがわかった。

5. まとめ

中部地区のスタートアップの特徴と、成長への課題について述べてきた。中部地区でスタートアップを輩出し続けるためには、スタートアップの起業を提案する文化の情勢と継続的な活動が望まれる。また、スタートアップを継続するためには、スタートアップをサポートする技術者や起業マネジメントのプロが必要とされ、企業に勤務している人が、スタートアップを技術的にサポートしたり、外部からマネジメントのプロを招聘したりするなどの環境整備が必要となってくる。

さらに、企業内で新規ビジネスを立ち上げるイントレプレナーシップの拡大を図るとともに、企業として、スタートアップへの転職を容認する文化や、スタートアップの経験者を企業が受け入れる文化の醸成が進むことが必要である。

このような企業を巻き込んだエコシステムの拡大により、中部地区においてスタートアップの成長が進むことを期待する。