

地域におけるベンチャー企業支援政策 ～ベンチャー企業の「革新性」をめぐる～

日本政策投資銀行松山事務所前事務所長代理
(現同行地域政策研究センター副主任研究員)

中 村 聡 志



1. はじめに

(1) 本稿の目的

1995年「中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法」(通称「中小企業創造法」)が制定されたことを一つの画期として、ベンチャー企業支援活動が急速に整備され、地域におけるベンチャー企業創出の必要性が叫ばれて久しい。この第3次ベンチャーブームと呼ばれる企業創出の流れは確かに、楽天的であるとか、あるいは松山を発祥の地とするサイボウズなど全国に急成長企業を生み、長い継続的な停滞の中、強いインパクトを与えてきた。

しかし、地域におけるベンチャー企業の創出、育成事業が各地で行われているにもかかわらず、地域において成功事例は決して積み上がってきているとは言いがたいのが現状であろう。

本稿は愛媛県におけるベンチャー企業支援政策をどのように考えるべきか、検討することを目的としている。

アプローチは色々と考えられるであろうが、本稿ではベンチャー企業を支援する根拠に焦点を当て、地域の政策課題とベンチャー企業支援という政策の関係を再検討し、より地域の実情に整合した政策を構想することに寄与したいと考えている。

(2) 「えひめビジネスインキュベーター研究会(EBIC)」の活動

その目的のため、「えひめビジネスインキュベーター研究会(EBIC)」の実績を活用して議論を進めたいと考えている。

「えひめビジネスインキュベーター研究会(以下EBIC)」とは松山大学の経済学部、経営学部、愛媛大学の法文学部、地域共同研究センター、(財)えひめ産業振興財団及び日本政策投資銀行松山事務所が、平成13年に自主的に創設した研究会で、特に社会科学系の大学・学部のベンチャー企業支援、創業・起業支援を試みている。

EBICにおいてはまずそれぞれの大学・学部がバラバラに実施していたベンチャー企業、創業・起業支援講座を、相互関連を持たせつつ、それぞれの役割分担を明確化するなど、企画全体に統一性をもたせることを行った。

その方針に基づき平成14年度、15年度と「産学官連携創業・ベンチャー企業支援セミナー」を開催した。これらは大学生を主な対象とするものの一般に公開されており、また両大学間の単位互換を一部認めるなど柔軟な受講を制度的にもサポートした。さらに講義録等をインターネット上で公開するなど、ここでの蓄積

の社会への還元も意図している。

また当講座の受講生が松山商工会議所が実施したチャレンジショップ事業に出店するなど、創業・起業人材の発掘などに一定の成果を上げている。

今回はEBICの活動のうち、松山大学経済学部の講義で関係者を招聘し、議論を行った結果を踏まえて、以下の議論を進めることとしたい。

2. ベンチャー企業の定義と「革新性」

(1) ベンチャー企業の定義

まず以下の議論で用いる「ベンチャー企業」という用語について定義をしておきたい。ここでは金井、角田2002を援用し、ベンチャー企業を「起業家によって率いられた革新的な中小企業」とする。なお、ここでいう「起業家」は文字通り「事業を起こす人」であるが、展開する事業（製品、サービスだけでなくそれを提供する方や顧客層の違いなども含む）にこれまでにない新奇性がある点に「革新性」を見ている。そのためベンチャー企業の「起業家」は一般の中小企業の「起業家」より、多くのリスクを負担し、独創性を発揮する人物であるとされる。

(2) ベンチャー企業支援政策と「革新性」

一般的なベンチャー企業支援政策の根拠のひとつとして開業率・廃業率のギャップ解消（図1参照）や雇用の

創出という課題が挙げられるが、企業数を増やすという目的を達成するためには、2の(1)で措定した「起業家によって率いられた革新的な中小企業」としてのベンチャー企業であることは必ずしも必要とされないとも考えられる。むしろ雇用創出ということであれば、確かに将来の成長性ではベンチャー企業の雇用創出力の潜在的可能性は小さいとはいえないであろうが、より高い事業リスクを考えるのであれば、ベンチャー企業にこだわらずに開業数増加を支援したり、既存企業の再生を支援することの方が有効という判断もあり得る。

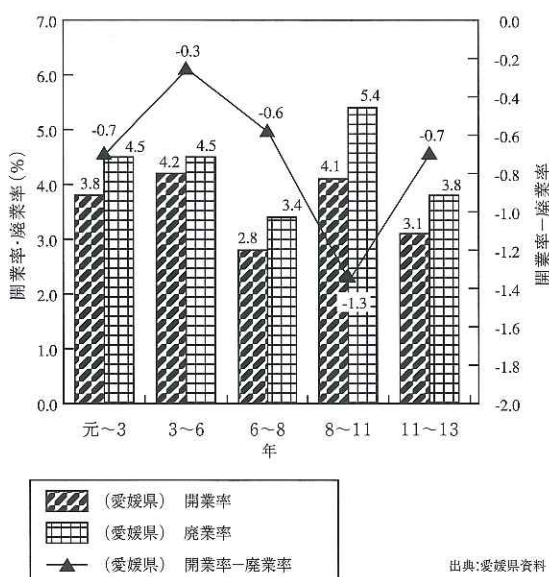
また、大学発ベンチャー企業創出の議論に見られるように、新たな技術シーズをビジネスと結びつけることで、バブル期以降の経済社会の停滞感を打破する主体としてベンチャー企業に期待する議論も、ベンチャー企業支援政策の重要な根拠として取り上げられる。しかし、地域の経済社会の状況を踏まえると、このような企業が頻繁に出現することは一般的には考えられていないのが現状であろう。そのためベンチャー企業支援政策が地域の身近な課題として認識されていないのではないかと懸念が拭えない。

それでは、これらのことを踏まえた上で「起業家によって率いられた革新的な中小企業」としてのベンチャー企業の支援が地域政策として何故必要なのであろうか。

ここで問題となるのは「革新」の内容ではないであろうか。2の(1)での定義では取りあえず「革新性」を「新奇性」に求めているが、これは「高度な技術を核に急成長し株式公開する企業」という我々がベンチャー企業に関し一般的に持っているイメージよりは広い概念であり、あらためてその内容について検討してみる必要がある。すなわち、「革新」の内容の検討を通じて、それらが愛媛県における政策課題とどのように結びつき、またどのように課題解決につながるかを明らかにしようというのである。そこでの検討を踏まえて、これまでのベンチャー企業支援政策が政策課題に十分対応したものなのか評価することが可能となり、今後の支援政策の方向性を考えるヒントになるのではないかと考えられる。

以下ではEBICの講義の中で提出された「革新性」の性

図1 開業率・廃業率の推移（非一次産業 愛媛）



格に着目したベンチャー企業の類型分けを道標にして、愛媛県という地域でのベンチャー企業の支援の在り方を考えていくこととしたい。

3. 「革新性」による地域ベンチャー企業の類型化

(1) 本章の問題意識

2の(1)においてベンチャー企業と一般的な中小企業の差を、ベンチャー企業を持つ「革新性」(新奇性)に求めてきたが、愛媛県のような地域において「革新性」を有する企業というのは存在するのであろうか。

そこで以下では、松井名津氏(松山大学経済学部)がEBICの講座の中で示した、ベンチャー企業の「革新性」に関する性格区分である「創造破壊型/組織調整型/気づき型」¹⁾に基づき、地域におけるベンチャー企業がどういった点で「革新性」を有しているといえるのか整理、検討していきたい。

(2) 創造破壊型/組織調整型/気づき型

①創造破壊型ベンチャー

第一の「創造破壊型」というのは新技術や新しいビジネスモデル等を携えて市場に参入し、旧来からの市場の枠組みを破壊して新しい市場を開いていくようなモデルである。これはシュンペーターの「創造的破壊」概念に引き寄せて議論される、最も巷間に流布しているベンチャー企業のイメージに近い類型である。

【事例1】(株)セルフリースサイエンス

愛媛大学の遠藤研究室が開発した無細胞タンパク質合成技術の特許管理等を目的に、2002年7月に愛媛大学関係者を中心に設立した会社(資本金5,750万円 2003年7月現在 本社横浜)。

この技術は小麦の胚芽から製造した反応液内で、遺伝子から多様なタンパク質を大量にかつ迅速に合成する技術で、実用が進めば、ゲノム創薬やバイオマテリアル、将来的には健康食品の開発等にも応用可能とされており、医療や製薬の技術プロセスに画期的な変化をもたらすと考えられている。

最近の地元大学のシーズを活かした起業促進政策の流れの中で大いに注目されている。²⁾

【事例2】(株)石材振興会

当社は松山市に本社等を置く墓石、石造エクステリア販売事業者(資本金160万円、従業員数70名)。

松山大学のサークル仲間が集まって1976年に設立した、今

でいう学生ベンチャーであるが、それまで職人的な待ちの営業が主であった石材業界において、顧客のもとに営業に行くという新たなマーケティング方式を開発し、そのビジネスモデルを普及させた企業として知られる³⁾。

この2つの事例は一見対照的である。前者は大学の研究室から出てきた最先端技術であり、地域の枠組みを離れ、新市場の創出も含め市場の枠組みそれ自体の見直しを迫る可能性を持つものであり、一方後者はある特定エリアにおける墓石という既存市場の新販売方式の確立の話である。「創造的破壊」のインパクトや影響範囲の広がりには違いがあるとはいえ、既存の市場枠組みの再編を先導する機能面においては共通といえよう。

このように、市場の枠組みの再編する力を「革新性」ととらえようとするのが「創造破壊型」モデルである。

②組織調整型

第二の類型は、「経済、社会は不確実に基づくリスクを慎重に判断し、その上であえて大胆にリスクを取る意思決定を行うような組織の指導者」という、マーシャルの「企業家」論に寄せて、そのような企業家が経営資源を適切に組織化して、「適応型の革新」を行うような企業類型を「組織調整型」モデルとしている。

3の(2)の①の「創造破壊型」モデルが非連続的な変化を重視しているのに対し、この「適応型の革新」は漸進的な変化を重視している。また、自らの経営資源または産業クラスター等外部の資源をどう活用していくかというマネジメントの側面が重視されたモデルといえよう。

【事例3】(株)アテックス

当社は松山に本社を置く機械メーカーで、昭和9年設立、戦後農業機械に参入し井関農機の協力会社となったが、昭和50年代から運搬車両の開発を行い、平成元年に福祉用電動車いすに参入した。当時は国内メーカーはスズキしかなく、中小企業の果敢な取り組みとして大きな反響を呼んだ。(資本金6,080万円、従業員数220名)

当社にとって電動車いすという新分野に参入するということは、昭和60年代初頭の円高や減反政策などの当社を取り巻く環境の急激な変化に対して、当社に蓄積されていた運搬車に関する技術や電動技術を融合させながら適応するプロセスであったといえる。⁴⁾

このアテックスのケースは自社を取り巻く環境の変化に対し、自社の経営資源を活かしつつ、計画的に新市場に参入していった点で、典型的な「第二創業」の事例といえる。EBICの講座においても他にも(株)いうらのような同様の事例を紹介している。

ただしこの環境変化への適応という側面だけ強調し過ぎると、これが「革新」といえるのか、という問題が生じる可能性がある。しかしこの事例のように、当社にとってリスクの高い新分野へ漸進的な改革を積み上げることで参入している点は、2の(1)で議論した「革新性」に係る特質を有しているといえよう。

③気づき型

第三の類型として、ネオオーストリー学派の経済学者カーズナーの理論に引き寄せ、「気づき型」モデルが挙げられている。これは市場で未だ認知されていない、または利用されていないビジネスチャンスを一いち早く発見し、素早く行動に移すという企業家の能力の一面を重視したカーズナーの考え方をベースにしている。すなわち、経済社会の中には言葉に出来ないような暗黙知や無意識の領域で持っている不満や欲求が存在するが、それらの存在に気づき、それをビジネスの形で解決、対応していくようなタイプである。

無論何かしらの不均衡にビジネスチャンスを見出すということは「創造破壊型」モデルにも、「組織調整型」モデルにも当てはまる。ただ、この類型を設定した背景には、「創造破壊型」のような市場や社会の再編をもたらす企図があるわけではなく、また「組織調整型」のような経済社会の変化への組織的適応過程でもない、日常生活の中で「普通の人」が行う活動を見ていかないと、ベンチャー企業の多様な側面を捉え切れないのではないかと、という問題意識があるといえよう。

【事例4】(有)素敵な時間マミーズファミリー

当社は増田かおり氏が、1995年に子育て支援サークルから法人化した、松山市に本社等を置く保育サービス業者。(資本金3百万円、従業員数正社員5名、パート43名)

子育て世代の母親のニーズに適切に対応し、ショッピングセンター内の託児施設を積極的に展開するなどして、現在では8箇所の託児施設の他、在宅保育、委託保育まで事業を拡大。⁵

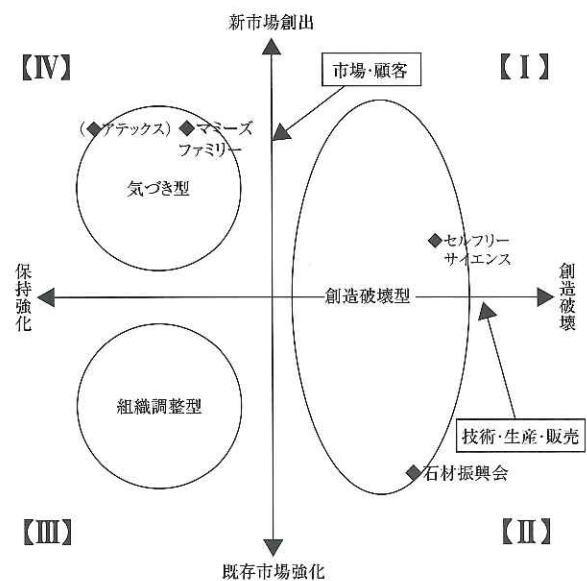
この類型についてどこまで「革新性」を認めるのかということに関しては議論はあろう。しかし【事例4】素敵な時間マミーズファミリー事業部について見れば、暗黙知や無意識の領域での不満や欲求を具体的なビジネスの形に表し、かつ解決に向けての具体的な活動を積み重ねていくことに「革新性」は見出すことは可能であり、その意味で2の(1)で措定した定義から考えた場合十分に「起業家に率いられた革新的な中小企業」に該当すると考えられるであろう。

④3類型の整理

この3類型の相互関係についてさらに整理してみることにする。

イノベーション形態を「技術・生産」と「市場・顧客」に関する変革の度合いで類型化を行ったアバナシーとクラークの業績等を参考に整理したのが図2である。横軸に技術・生産・販売方式の変革の度合いを、また縦軸に市場・顧客の開拓の度合いを置いて整理したものであるが、「創造破壊型」は技術・生産・販売方式の変革をもって新規市場、既存市場を問わず枠組みの見直しをもたらす点で象限【I、II】に、「組織調整型」は漸進的な技術・生産・販売方式の改革により経済環境の変化に適応していこうとする点で象限【III】に⁶、「気づき型」はこれまで暗黙知や無意識の領域にあるニーズ

図2 革新性の類型



阿部1995、今井2002を参考に筆者作成

を具体化し提供する点で象限【IV】に位置付けられると考えられよう。

この図2の整理からは2つのことがわかる。一つは「革新」をもたらす要素が技術のみでなく、生産・販売方式であったり市場・顧客との関係であったりと多面的に見ていく必要があるということである。

もう一つは各類型は技術・生産・販売や市場・顧客における変革の相対的な度合いによって類型化されており、その差異は連続的なものであるということである。すなわち、現実の企業はその時々々の環境や企業の発展経路によって「気づき型」であったり「創造破壊型」と、必ずしも固定的に一類型に属するわけではないのである。しかし、それだからといってこの類型化の意味が減じられるわけではない。むしろ「革新性」に関して、その内容がこれまで見てきたような多様性を有していることを認識することが重要なのである。

(3) 「革新性」の意味するところ

①地域経済社会構造の変革と「革新性」

先に2の(2)において「新奇性」という意味での「革新性」というのは「我々がベンチャー企業に関し一般的に持っている、高度な技術を核に急成長し株式公開する企業というイメージよりは広い概念である。地域経済社会の構造を変革するのは必ずしも高度技術を核とする企業ばかりでないと予想される」と考えた。果たして本当にそのような多様性を持った「革新性」が地域経済社会の構造を変革するということが出来のうか。

②「創造破壊型」の地域経済社会への影響

「創造破壊型」に関しては、新たな技術・生産・販売方法が新規市場を開拓したり既存の市場の枠組みを再編するシナリオを描いている。無論3の(2)の①で述べたように、全国あるいは世界レベルでの枠組み再編するものばかりでなく、特定エリアにおいて既存市場の枠組み再編を行うものであっても構わない。ここで重要なのはいずれの環境下であれ、「根本的革新radical innovation」(安部1995)や不連続な飛躍があることである。

確かに愛媛県の各地域の産業集積を見てもいずれかの時点で既存の市場の枠組みに挑戦し、自ら再編して

いった企業が存在する。例えば1970年代にバック入り花かつおで市場を再編したマルトモ(株)やヤマキ(株)等がそれにあたる。そういった飛躍が他地域、他企業に対する比較優位性をもたらすと同時に、その地域の特質を形成してきたのである。

また、今後の地域産業政策を考える上でも、他地域との差別化を行うためには比較優位性の確立が望まれることから、例えば大学発ベンチャー企業育成事業のような、飛躍を伴った新奇性を有するシーズの企業化支援事業が注目されることになる。

このような不連続な飛躍というのは、ある一定の経済活動のパターンが確立しているが、例えば生産機能の海外移転といったような現在の経済社会の状況とのミスマッチが解消できないでいる地域経済においては、課題解決の方向性として十分に魅力的である。加えて言えば単に経済的側面だけでなく、社会的課題に挑戦していこうとする意志のシンボルとしても期待されているように思う。従ってこのような企業が成功することは、単に一企業の問題にとどまらない社会的インパクトを持つ可能性があるといえよう。

ただ、そこには既存の枠組みの中では先行きの見通しが立たないことの裏返しとして、希望的観測も含めて不連続な飛躍を期待する心性が現れているのではなからうかとも考えられる。そのことは政策的に考えるならば、不連続であるが故に政策効果の発現が十分に予期し得ず、また、このような不連続な飛躍をもたらす企業家はやはり特殊な技術力やビジネス感覚を有している人に限られているのが現実であり、その意味では開業率の向上や雇用の吸収先と期待するには、たとえ将来的な成長を織り込むとしても、不確実性が高いといえよう。

③「組織調整型」の地域経済社会への影響

次に第二の類型の「組織調整型」についてであるが、前述の通りこの類型は漸進的で環境適応的な「革新」が特徴である。ただ漸進的な革新といっても場当たりの改良といったものではなく、【事例3】アテックスの事例のように体系的な計画に基づき既存の経営資源や新規開発を動員して実施される第二創業的な革新が念

頭に置かれている。

実際、地域産業の構造転換や地域産業再生を支えるのはこの「革新」類型が多いものと思われる。無論個々の企業が実施する自社や地域にとって新奇性のある変革というのは、経済社会に与える影響は必ずしも大きいとはいえないことも多いと考えられる（【事例3】のアテックスや前述のいうらの第二創業の事例は新市場創出を伴い比較的変革のインパクトが大きい方であろう）。しかし、そういった変革の積み上げが地域産業全体の活力をこれまでも維持してきたのであり、今後も活力の維持を可能ならしめるものと考えられる。その意味でこの「革新」類型の持つ意味合いは地域産業政策の中で大きな位置を占めているといえよう。

また、この「革新」の担い手は既存の企業経営者や従業員等が想定されるが、その意味でこの「革新」の担い手は比較的層が厚く、開業率－廃業率ギャップの解消や雇用の改善に寄与するものと考えられる。

④「気づき型」の地域経済社会への影響

次に第三の類型である「気づき型」であるが、この類型の地域経済社会に与える影響の最大のもの、意識化されていない地域ニーズの「掘り起こし」であることはこれまで述べた。すなわち、身近な地域において多くの人が漠然と感じている不満とか問題を明らかにし、ビジネスの形で解決していくという機能を、この類型は地域に対して有していることになる。そう考えるならば、こういった事業は、「地域コミュニティ内の問題解決と生活の質の向上を目指す住民主体の地域事業」（細内1999）というコミュニティビジネスの在り方の一つということが出来るであろう。したがって個々の事業は小さく、社会に対するインパクトも限られたものであろうが、「地域コミュニティ内の問題解決と生活の質の向上を目指す」ところに、他の類型には見られない重要な政策的意義が認められるのである。

また、このような事業は企業家ばかりでなく、「普通の人」にも門戸が開かれているところも特徴といえる。さらにその活動を行う主体は必ずしも企業である必然性はなく、事業型NPOであってもよいであろう。その意味ではこの類型は担い手の層の厚さやその広がり

に期待することが出来、開業率の向上や雇用の受け皿としての役割も期待出来るといえよう。

⑤「革新性」の類型と経済社会構造の変革

以上を整理すると表1のようになる。

そこからもわかるように、それぞれの企業類型が持つ「革新性」の地域経済社会への影響は、担い手の在り方、経済社会へのインパクトの与え方や強度という点で多様である。しかし本節の最初に記した「果たして本当にそのような多様性を持った「革新性」が地域経済社会の構造を変革するということが出来るのであろうか」という問いに対しては、それぞれの形で地域経済社会の変革に寄与し得るといえるのが、回答となる。

表1 「革新性」の類型と経済社会構造への影響

	創造破壊型	組織調整型	気づき型
革新の方向性			
技術・生産・販売	創造破壊	保持強化	保持強化
市場・顧客	新市場創出・既存市場強化	既存市場強化（新市場創出）	新市場創出
革新の特徴	創造破壊	漸進的革新	ニーズ掘り起こし
革新の担い手			
担い手の特徴	技術等を有する企業家	経営者	企業家・普通の人々
担い手の層の厚さ	薄	厚	厚
経済社会に対する変革のインパクト	（成功すれば）強	（個々の事業は）弱	（個々の事業は）弱
政策課題	新産業創出	地域産業再生	コミュニティビジネス振興
	地域競争力強化		生活の質の向上
	地域のシーズの活用	開業率－廃業率ギャップの改善、雇用の確保	
	経済構造の改革		

著者作成

4. 愛媛県におけるベンチャー企業支援政策

(1) 地域の政策課題とベンチャー企業

3. ではベンチャー企業の類型から「革新性」という概念の持つ多様性を見てきた。また、それぞれに類型の持つ特質やその担い手、また地域社会へ与える影響等について整理を試みたが、この整理において各類型はそれぞれ特徴があることがわかった。

さて、本章では地域政策としてのベンチャー企業支援を考えていくのであるが、その過程においてはこれ

ら「革新性」の類型を政策としてどう扱っていくのかという問題が論点となってくる。愛媛県という特定の地域において、地域の政策課題解決のためにベンチャー企業支援政策を行う場合、我々は「革新性」という問題をどのように考えるべきなのであろうか。

規範論的にいうのであれば、政策過程において、地域に如何なる課題が存在しているのかという情報を地域内の人々が共有し、その課題解決のためにどのような産業政策を実施すべきか地域内部で合意を形成するプロセスが存在する必要がある。すなわち、地域の政策課題を解決するに相応しい類型のベンチャー企業を支援することを選択するプロセスがもっと住民にも見えてくるべきであろう。

しかしこれまでの議論（また未だに全国レベルでの議論において）は、ベンチャー企業支援を「創造破壊型革新」の支援に偏る傾向が少なくなかったのではないかと考えられる。また、一方で地域においては最近では必ずしもベンチャー企業にこだわらない創業支援政策を充実させるなど、あえて「革新性」に踏み込まない政策判断に進んでいるようにも見えるように思う。

(2) 地域における「革新性」の支援

さて、愛媛県の政策課題を考えた場合、地域における「革新性」の支援政策をどのように考えればよいであろうか、表1に基づき私見を整理してみたい。

結論から言えば、この革新の3類型と地域政策とを考えたとき、愛媛県にとっていずれも重要な政策課題と位置づけられるといえる。

この3類型のうち、「創造破壊型」は既存の技術・生産・販売の枠組みと不連続な飛躍を伴った企業の創出を目指す点で「新産業創出」という政策課題に対応し、「組織調整型」は既存産業・企業の変化への適応型革新を目指す点で「地域産業再生」という政策課題と結びつきが強いと考えられる。そしてこの2つの政策課題は国内外の地域間競争に対抗しうる「地域競争力の強化」という政策課題にさらに結びついていくであろう。一方「気づき型」の場合は、具体的には前述のように地域の課題を明らかにし、その解決をビジネスの形

で図ることを促進する点で「コミュニティビジネス振興」という政策課題、さらにいえばそれを通じた「生活の質の向上」という政策課題と強く結びついていると考えられる。

これら政策課題間の比重の掛け方については県レベルと市町村レベルでは相違があろうし、また市町村でも規模や人口構成、産業構造、立地環境等の違いによっても優先度合いは違ってこよう。従って本稿において特定の種類に政策的に資源を集中投入すべしという議論は出来ない。

愛媛県内は各地に一定規模の産業集積が存在し、それぞれが固有の発展を遂げてきたが、今治地域のタオルや新居浜地域の金属加工の例を待つまでもなく、国際的な競争力が低下するとともに、海外移転や休業業が続出しており、その意味では地域産業の内発的発展を促すベンチャー企業の創出は、それが「創造破壊型」であれ「組織調整型」であれ喫緊の課題であることはいうまでもない。また、国策として大学等に所在するシーズを事業に結びつけ、広く日本の国際競争力向上に寄与させようとしている中、「創造破壊型」のベンチャー企業支援に力点が置かれるのも自然なことといえよう。

しかし、ベンチャー企業支援政策の議論の中に「生活の質の向上」という観点が十分に取り入れてこられなかった（あるいはそれらはNPO支援政策という別系列の政策と理解されてきた）ことは省みるに値するのではないだろうか。特に条件不利地域においても地域の問題を解決するような企業や事業型NPOが出現することが期待される現状を考えれば、このような「コミュニティビジネス振興」や「生活の質の向上」といった課題を、これまでのベンチャー企業支援政策の蓄積を活かして支援していく必要があるだろう⁷。

(3) 支援手段・方法

①ベンチャー企業支援策と「革新性」

次にベンチャー企業支援政策の手段と3類型の関係の整理を試みる。

ベンチャー企業の支援策には①事業計画化の支援、②事業立ち上げ・運営の支援、③事業環境の整備とい

表2 支援政策

政策手段	創造破壊型	組織調整型	気づき型
事業計画化支援	シーズ(技術、アイデア)とニーズとのマッチング		
	ビジネスプラン作成支援、創業時に必要な基礎知識提供、産学連携事業		
事業立ち上げ・運営支援	マーケティング支援オフィス、工場等確保支援、人材確保支援 知的財産管理、その他ビジネスサポート		
	補助金、融資、保証		
	ベンチャーファンド		
事業環境支援	起業家教育、企業家精神の涵養、科学技術教育、ビジネススキル教育 起業問題の啓蒙普及、地域環境の整備(住みやすさの向上)		

著者作成

った3つのレベルでの支援が考えられる。その支援の政策手段をまとめると表2の通りとなる。

表2はベンチャー企業の3類型と政策手段の2軸で整理しているが、政策手段はほぼ類型横断的になっている。創業を支える基本的な考え方はどのような類型であれ共通のものが多いということの意味していると考えられる。また、実際問題として表2に掲げられた支援策は既に実現化しているものも多く、ベンチャー企業支援策については愛媛県をはじめとしてメニューとしてはかなり整備されているといえよう。

②支援対象の特質と支援施策

しかし課題もある。表2においてはほぼ類型横断的に支援政策のメニューが並んでいるが、類型ごとに必要性の度合いに濃淡はある。

例えば、新たな技術や販売方法をもって市場に挑戦する「創造破壊型」であれば事業化計画支援では大学のシーズ移転やニーズとのマッチング、事業立ち上げ・運営支援ではマーケティング支援、知的財産戦略支援関心が置かれるであろうし、将来の成長を見込んだベンチャーファンド等からの投資による資金供給も重視されるであろう。

また漸進的で環境適応的な「組織調整型」であれば、事業計画化支援は新技術に関する相談等、事業立ち上げ・運営支援ではマーケティング支援やビジネススキル教育支援等に関心が持たれるであろう。

また、「気づき型」に代表される地域課題解決型のベンチャー企業の場合は、むしろ事業計画支援ではアイデアを如何に具体的なビジネスの形まで詰めていくかといったビジネスプラン作成支援に、事業立ち上げ・

運営支援では投資というよりも補助金や少額融資制度の問題に関心が集まろう。

以上からわかるように、政策的に支援する類型と支援メニューの間にはバリエーションがあり、それがうまく合致しているかどうか、自覚的に対応していくことが必要である⁷⁾。

③事業環境支援

また前節とは逆にベンチャー企業類型を問わず充実が必要な施策が、事業環境支援の中の施策メニューである。これはビジネス的なものの見方や、ビジネスに挑むことを評価する心性の涵養である。中でも特に初等教育からのビジネススキル教育や技術教育、起業家精神の涵養といった教育問題に絡む施策の充実が要請される。「気づき型」のように地域の問題解決とビジネスの考え方を融合させるところに特徴を持つものに関しては、ビジネスのものの見方を早い段階から身につけさせることは、「気づき型」企業の広がりを支える基盤づくりという点でも大事であると考えられる。

5. おわりに

以上、「起業家に率いられた革新的な中小企業」というベンチャー企業の定義からはじめて、「革新」の意味合いの多様性を検討し、ベンチャー企業支援政策において「地域競争力強化」のための「革新」を目指すと同時に「生活の質を高める」ための「革新」を目指す政策が必要であり、その支援手段もその目的の実現に適切なものを選択する必要があることを議論してきた。

いずれもベンチャー企業支援の関係者にとっては自明のことであるかとも思うが、ここでの整理を通じて、地域の「生活の質を高める」政策の位置づけに改めて「気づく」機会となれば幸いである。

(本稿は個人の見解であり、所属する機関の見解でないことをお断りする。)

<参考文献>

- 安部悦生1995「革新の概念と経営史」 由井常彦、橋本寿朗編『革新の経営史；戦前・戦後における日本企業の革新行動』有斐閣
- 今井雅和2002「企業家行動の源泉を探る；新潟県加茂の小企業経営者を事例として」 高崎経済大学附属産業研究所編『ベンチャー型社会の到来；起業家精神と創業環境』日本経済評論社
- 金井一頼、角田隆太郎編2002「ベンチャー企業経営論」有斐閣
- 鈴木茂1998「産業文化都市の創造；地方工業都市の内発型発展」大明堂
- 鈴木茂2003「ハイブリッド型ベンチャー企業；制度的厚みと地域の固有性」有斐閣
- 高寄昇三2002「コミュニティビジネスと自治体活性化」学陽書房
- 中小企業庁編2000「中小企業白書平成12年「IT革命・資金戦略・創業環境」ぎょうせい
- 中小企業庁編2002「中小企業白書2002年版「まちの起業家の時代へ～誕生、成長発展と国民経済の活性化へ～」ぎょうせい
- 中小企業庁編2003「中小企業白書2003年版～再生と「企業家社会への道～」ぎょうせい
- 細内信孝1999「コミュニティビジネス」中央大学出版部
- 松田修一2001「経営学入門シリーズ ベンチャー企業（新版）」日経文庫F29 日本経済新聞社
- 松山大学経済学部、日本政策投資銀行編2001「経済・社会政策特殊講義 研究会 ベンチャー企業と日本経済」松山大学経済学部
- 松山大学経済学部・経営学部、愛媛大学法文学部、同地域共同研究センター、日本政策投資銀行、(財)えひめ産業振興財団編2002「松山大学・愛媛大学公開セミナー 創業・ベンチャー企業支援セミナー 講義録」非売品
- 松山大学経済学部・経営学部、愛媛大学法文学部、同地域共同研究センター、日本政策投資銀行、(財)えひめ産業振興財団編2003「松山大学・愛媛大学公開セミナー 創業・ベンチャー企業支援セミナー」聴講メモ（なお、2003年度講義録は近日中に(財)えひめ産業振興財団のホームページ上で公開予定である）

¹平成15年度松山大学経済学部特殊講義「ベンチャー企業と日本経済」講義 2003.4.30及び2003年6月11日実施分（講師松井名津氏）聴講メモ

²2002年7月1日愛媛新聞記事参照

³平成15年度松山大学経済学部特殊講義「ベンチャー企業と日本経済」講義 2003年5月14日実施分（講師西松繁夫氏）聴講メモ

⁴平成15年度松山大学経済学部特殊講義「ベンチャー企業と日本経済」講義 2003年5月28日実施分（講師村田裕司氏）聴講メモ

⁵平成15年度松山大学経済学部特殊講義「ベンチャー企業と日本経済」講義 2003年5月21日実施分（講師増田かおり氏）聴講メモ

⁶「組織調整型」のうち「第二創業」のケースは新市場の創出を伴うケースも考えられるが（【事例3】で取り上げたアテックスの事例は福祉用電動車の新市場創出を伴っている）、漸進的改革により既存経済社会環境の変化に適応しようとする当類型の特徴に鑑みて、象限【Ⅲ】に位置付けた。

⁷ここでは誰がどのようなプロセスを経てこのような政策を決定し、実施するのかといった根本的な問題まで、残念ながら議論が及んでいない。受益範囲が限定される、または受益が間接的であるといった特徴からすると、協議会組織等を媒介として行政が中心とならざるを得ないであろうと考えられる。

Profile 中村 聡志

日本政策投資銀行地域政策研究センター副主任研究員

1963年6月11日生まれ。

1988年3月、東京大学経済学部卒業。

1988年4月、日本開発銀行(当時)入行。名古屋支店、地域開発企画部、岡山事務所等を経て、2000年4月、日本政策投資銀行松山事務所事務所長代理。2003年6月より現職。

著書に「中心市街地活性化のポイント：まちの再生に向けた26事例の工夫」共著 ぎょうせい 2001年がある。