

新潟県の起業家の輩出に向けて

平成 13 年 10 月

新潟経済同友会

目 次

はじめに

1. これまでの提言と実施状況	1
2. ベンチャー企業（起業家）について	2
1) ベンチャー企業の定義	
2) ベンチャー企業の必要性	
3) ベンチャー企業の成長段階	
3. 新産業創出関連の指標、数値	4
1) 事業所の開業・廃業率の推移	
2) 工業所有権申請件数	
3) 「中小企業創造活動促進法」認定企業の動向	
4. ベンチャー企業を取り巻く状況	7
1) 新潟県的主要な中小企業支援制度	
①ゆめ・わざ・ものづくり支援補助金	
②にいがた・ニュー・エジソン育成事業・ITベンチャー育成事業	
③ベンチャービジネス支援策「新産業創造事業」	
④新潟県産業創造支援協議会（N-Forum）	
2) 産業振興の予算	
3) 行政担当者	
4) 起業家養成プログラム	
①大学のケース	
②高等学校のケース	
5) 産学の連携	
6) TLO（技術移転機関）	
5. ベンチャー企業が次々と登場しない理由	21
1) 新潟県の人的特性	
2) わが国固有の理由	
①大企業主義	
②終身雇用と閉鎖的な市場	
③サクセスストーリーの少なさ	
④成功者に対する過剰な意識	
⑤インセンティブの少なさ	
⑥様々な理由による悪循環	

6. エンジェルとメンター	25
1) エンジェルについて	
①欧米のエンジェル像	
②わが国のエンジェル	
③エンジェルの投資傾向	
2) エンジェル税制について	
①エンジェル税制	
②エンジェル税制の拡充	
3) メンターについて	
①メンターとは	
4) 新潟経済同友会の新潟版メンター事業について	
①概要	
②課題と方策	
7. われわれの提言—起業家を輩出するために考えられる方策	33
1) エンジェル（個人投資家）による支援	
【方策】	
①投資事業組合の検討	
②中小企業向け投資に対する優遇税制のさらなる拡充	
2) 投資家と起業家のネットワークの構築	
【方策】	
①エンジェルネットワークの構築	
②新規事業成功情報の周知化	
3) 起業家育成プログラムの一層の充実	
【方策】	
①小中高校における起業家教育の実施	
②小中高校および大学における人事評価システムの導入	
8. 行政と民間の役割	38
1) 行政に期待される役割	
2) 企業や経営者に期待される役割	

おわりに

はじめに

新潟経済同友会では、平成8年5月に提言「新潟ベンチャー企業育成プラン-大競争時代のベンチャー企業を創出するために-」を発表しているが、そこでは、「新産業の創造・ベンチャー企業の創出」を実現していくために行政や大学の積極的な取組みの必要性を訴えるとともに、当会としても県内の産・学・官の連携の中で、その結節点、触媒として自らの役割と責任を全うし、また、各界と協力し、起業家のためのあらゆる支援を行っていくことを表明している。

この提言に添った当会の具体的な活動としては、「新潟ベンチャー出合いの場づくり」を行政に呼びかけたのをはじめ、起業家支援のための体制と風土づくりに向けて議論するためのシンポジウムの開催、米国のベンチャービジネスの実態調査を行っている。

一方、行政でもこの提言に応える形で、新潟県新産業創造支援協議会（N-Forum）の立ち上げをはじめ、各種の制度を創設するなど様々な施策を展開している。

また、平成9年9月には当会有志による「新潟版メンター」組織を発足させ、意欲のある起業家のニーズに応えるべく、窓口を開けているところでもある。

しかしながら、このような環境の整備の向上、各種施策の充実が図られているにもかかわらず、起業家を陸続と輩出するという状況にはなっていない。

制度や支援は、主役がしっかり立たなければ虚しいものに終わる。起業を志す人がいなければ、例えば、起業家に対する環境や施策がいくら整備、充実されても無用の長物になりかねない。

長引く景気の低迷が影を落としていることは、新規事業を計画する起業家にとっては心理的にも大きなマイナスの要素となっている。市場のグローバル化や少子・高齢化問題、雇用形態の変化など様々な状況が大きく変化し将来が不透明な中では、リスクを回避し、安定した生活を志向する「よらば大樹」の傾向が強いということは健全な考え方といえるかもしれない。しかし、安住の中には、新しい活力を創造することはできない。

今回の提言は、本県の起業を取り巻く現状と起業家の登場がなぜ少ないのかを考える中で、新しい活力を創造すべく、新規事業を実際に起こす人が数多く登場するための方策を提示することである。

1. これまでの提言と実施状況

われわれのこれまでの提言(平成8年5月「新潟ベンチャー企業育成プラン」)の内容と提言に対する実施状況は以下の表の通りである。

その多くは行政と民間が一体となって取り組むべきものである。今後とも提言の実現に向けて産学官の連携の強化が必要と考える。

提言「新潟ベンチャー企業育成プラン」に対する行政等の実施状況

-大競争時代のベンチャー企業を創出するために-

新潟ベンチャー企業育成プラン(提言)	実施状況	
プラン1 新潟起業家支援ネットワークの構築		
① 新潟起業家なんでも相談所 (起業家相談窓口の一本化)の設置	H9. 9月	新潟県新産業創造支援協議会(N-Forum)の事務局である県商工労働部新産業振興課(現在産業労働部産業振興課)に総合相談窓口を設置(「企業化情報案内所」) ※新潟版メンター組織の発足(同友会)
② 新潟起業家サポート協議会の創設	H8. 6月	新潟県新産業創造支援協議会(N-Forum)の設立
③ 事業評価委員会の創設	H12.	新潟県中小企業振興公社事業可能性評価委員会
プラン2 起業家育成計画		
① 「起業家養成講座」の設置	H9. 10月	新潟大学経済学部と当会との産学連携講座(同友会から講師派遣、起業家養成講座への布石)
② 起業家養成講座参加者への「奨学金制度」の創設	H13.	ビジネススクール集中講座(起業家育成型)
③ 「経営講座トップセミナー」の開催	H8.	ベンチャー実践ゼミナール
プラン3 新潟ベンチャー企業出合いの場づくり		
① 出合いの場づくり	H8. 6月	新潟県新産業創造支援協議会(N-Forum)の設立
② ビジネスプランの発表の場づくり	H8. 9月	N-Forumプレゼンテーション開催
プラン4 新潟版エンジェル育成計画		
投資事業組合の結成		
プラン5 新潟株式公開企業倍増計画		
株式公開企業倍増推進協議会の創設		
プラン6 起業家を尊重する風土づくり		
起業家表彰制度の創設		(参考)東北ベンチャーランド奨励金 一社100万円

2. ベンチャー企業（起業家）について

すでに、いたる場所であらゆる機会に述べられているのでここでは詳らかにはしない。認識の共有という意味合いを込めて確認するものである。

1) ベンチャー企業の定義

ベンチャー企業といえば、ハイテク技術を駆使して独創的な製品を開発し、新しいマーケットを創造する企業をイメージしがちであるが、ベンチャー企業については必ずしも明確な定義があるわけではない。

ここでは、「成長意欲の強いリーダーに率いられたリスクを恐れない若い企業で、商品の独創性、事業の独立性、社会性、さらに国際性を持った企業」（早稲田大学アントレプレヌール研究会の定義）を、一応ベンチャー企業と定義する。本来のベンチャーという意味からすると全く白紙から出発する「創業タイプ」こそベンチャー企業そのものである。しかしながら、衰退や低迷している中堅企業が発展を志向して、再活性化の手段として、新製品・新市場や新事業開発に取り組む、いわば「第二創業」という形態もまたベンチャー企業にふさわしい。

○ベンチャー企業のパターン

- ①企業からのスピアウト（業務の一部を分離し、独立した別会社として経営すること）による創業
- ②企業による「のれん分け」、親会社承認のもとでの独立
- ③企業主導による新規事業（社内ベンチャー、コーポレートベンチャー）
- ④大学や研究所の研究者・エンジニアによる創業
- ⑤その他（学生の創業、主婦の創業、個人事業主の新事業進出など）

2) ベンチャー企業の必要性

新潟県の製造業は下請けが多く、生産工場が主体であり、企画開発力や販売力の弱いのが実態である。

ベンチャー企業が必要とされるのは、産業を活性化し、新しい事業分野に事業の拡大を見出すことにある。その結果、関連産業への波及効果と雇用創出効果が期待される。ベンチャー企業自身に雇用効果の多くは望めないが、新しい市場を創造することで、関連の業界が活性化し、一定規模の事業所で雇用効果が期待される。

3) ベンチャー企業の成長段階

一般的にベンチャー企業の成長段階は、①スタートアップ期(揺籃期)、②アーリーステージ (成長初期)、③レイターステージ (成長後期から株式公開前期まで)、④新規株式公開の4段階に分けられる。

このうち、スタートアップ期は資金調達難、人材不足などが顕著にみられ、ベンチャー企業にとって最もリスクの高い時期である。この時期に米国ではリスクマネーとして、主に個人投資家(エンジェル)の資金が活用されている。しかし、わが国では、こうした投資家(エンジェル)は数少ない。

ベンチャー企業の発展段階

研究開発	創業	事業化	量産化	公開準備	株式公開
シード段階	スタートアップ	事業拡張期			
	スタートアップ	初期成長の段階	成長後期から 株式公開までの段階		
		アーリーステージ	レイターステージ		新規株式公開

※ベンチャー企業ブーム

<第1次>1970～1973年 第一次石油ショックでブーム消滅

<第2次>1983～1986年 1986年、ベンチャービジネスの「雄」と目されていた有望企業が相次いで倒産し、ブームが消滅したといわれたが、底流に変化なし

<第3次>1994年～ 平成のバブル崩壊後の21世紀を担う企業群に期待

松田修一監修「ベンチャー企業の経営と支援」日本経済新聞社より

3. 新産業創出関連の指標、数値

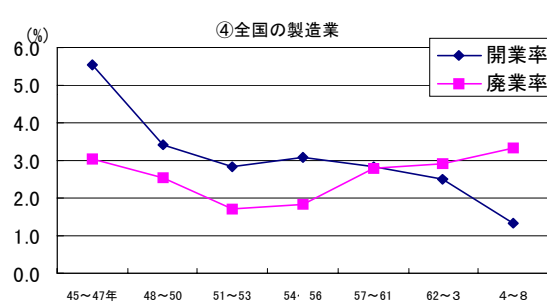
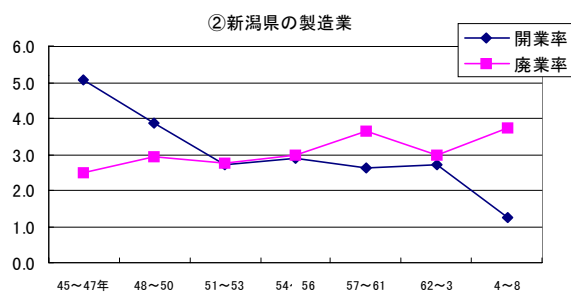
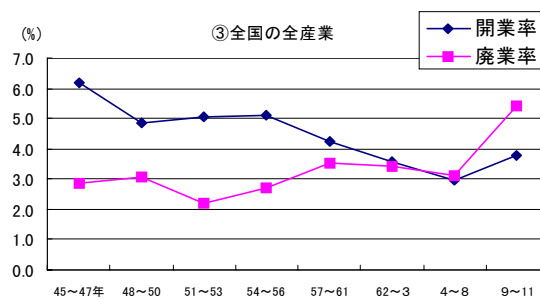
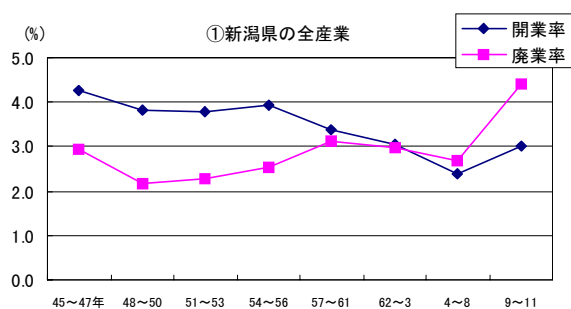
ここでは、地域経済の活性化の動向を判断する材料として新産業創出関連の指標、数値を確認する。

1) 事業所の開業・廃業率の推移

平成 9～11 年の全産業の開業率と廃業率は増加に転じ、本県、全国とも同じような傾向を示している。しかし、廃業率が開業率を大きく上回っており、事業所数は大きく落ち込んでいる。

また、平成 4～8 年における新潟県の製造業の開業率（年平均の開業数を期初の事業所数で除した数値）は 1.3% となり、昭和 62 年～平成 3 年の 2.7% に比べ 1.4 ポイント低下している。

昭和 40 年代半ばの 5% 台から 50 年代には 2% 台の後半に低下し、その後は比較的安定したものの、近年は再び急速な落ち込みを示している。また、近年本県の製造業の新規開業率が全産業の開業率と比較して落ち込み幅が大きく、かつその水準も低く、特に低調であることがうかがえる。



2) 工業所有権申請件数

新技術による創造的な製造業を中心とした技術開発の活力の目安となっている工業所有権の申請件数を全国、他県と比較してみる。平成 9～11 年の特許権の推移をみると、平成 11 年の特許権の申請件数は全国が 0.2%増加しているほか、宮城、群馬、石川、長野県で増加している中で、本県は 3.1%の減少となっており、全国 (0.2%増加) と比較しても低くなっている。

また、意匠権、商標権については、前年比増加しているものの、実用新案権では、平成 10 年と 11 年とも 2 桁の減少となっており、本県の創造的な活力源の低下が懸念される。

工業所有権申請件数

工業所有権	地域	1997 年	98 年	前年比増加率 (%)	99 年	前年比増加率 (%)
特許権	全国	350,807	359,381	2.4	360,180	0.2
	新潟県	1,425	1,467	2.9	1,417	▲ 3.4
	宮城県	1,180	1,339	13.5	1,405	4.9
	群馬県	2,047	2,085	1.9	2,357	13.0
	石川県	1,083	1,018	▲ 6.0	1,101	8.2
	長野県	2,158	2,238	3.7	2,590	15.7
実用新案権	全国	10,717	9,669	▲ 9.8	8,953	▲ 7.4
	新潟県	177	140	▲ 20.9	122	▲ 12.9
	宮城県	143	148	3.5	115	▲ 22.3
	群馬県	126	118	▲ 6.3	114	▲ 3.4
	石川県	58	72	24.1	67	▲ 6.9
	長野県	144	114	▲ 20.8	81	▲ 28.9
意匠権	全国	37,766	37,340	▲ 1.1	35,235	▲ 5.6
	新潟県	636	598	▲ 6.0	616	3.0
	宮城県	315	337	7.0	325	▲ 3.6
	群馬県	329	262	▲ 20.4	188	▲ 28.2
	石川県	271	138	▲ 49.1	271	96.4
	長野県	244	248	1.6	238	▲ 4.0
商標権	全国	114,389	96,845	▲ 15.3	104,252	7.6
	新潟県	1,250	815	▲ 34.8	817	0.2
	宮城県	658	562	▲ 14.6	471	▲ 16.2
	群馬県	766	498	▲ 35.0	565	13.5
	石川県	468	307	▲ 34.4	436	42.0
	長野県	1,054	844	▲ 19.9	885	4.9

資料：特許庁ホームページ

工業所有権

種類	保護対象	保護のための条件	保護期間
特許権	発明 (自然法則を利用した技術的思想のうち高度なもの)	・産業上利用可能性 ・新規性 ・進歩性	出願日から 20年
実用新案権	考察 (自然法則を利用した技術的思想の創作であって、物品の形状、構造または組み合わせに係るもの)	・産業上利用可能性 ・新規性 ・進歩性	出願日から 20年
意匠権	意匠 (物品の形状、模様もしくは色彩またはこれらの結合であって、視覚を通じて美観を起こさせるもの)	・工業上利用可能性 ・新規性 ・進歩性	設定登録から 15年
商標権	商標またはサービスマーク (文字・図形・記号を単独か結合させて、またはそれらと色彩を結合させて、商品または役務の出所を示すために使われるもの)	・自己の商品または役務を他人のものから識別させること	設定登録から 10年 更新可能

3) 「中小企業創造活動促進法」認定企業の動向

新規事業に取り組む中小企業への支援策として施行された「中小企業創造活動促進法」（平成7年4月施行）は、都道府県知事の認定によって創造的事業活動を行う中小企業（事業を営んでいない個人も対象）の研究開発や新製品、サービス等の事業化において、各種補助金や無担保の融資、税制面での優遇措置リース等によって支援するための法律である。

平成13年4月末における「中小企業創造活動促進法」の設定状況をみると、本県の認定件数は133件で全国12位となっている。平成9年4月末との増加数比較ではやや伸び悩みもうかがえる（本県増加数69件、全国18位）。

中小企業創造活動促進法都道府県別認定件数一覧

経済局名	都道府県名	A) 平成9年 4月 認定件数	B) 平成13年 4月 認定件数	B)－A) 増加数	増加率	経済局名	都道府県名	A) 平成9年 4月 認定件数	B) 平成13年 4月 認定件数	B)－A) 増加数	増加率
北海道	北海道	42	83	41	97.6%	近畿	福井	36	73	37	102.8%
東北	青森	15	53	38	253.3%		滋賀	20	113	93	465.0%
	岩手	37	101	64	173.0%		京都	65	214	149	229.2%
	宮城	20	45	25	125.0%		奈良	16	56	40	250.0%
	秋田	27	73	46	170.4%		大阪	161	746	585	363.4%
	山形	23	59	36	156.5%		兵庫	26	117	91	350.0%
	福島	8	74	66	825.0%		和歌山	15	57	42	280.0%
関東	茨城	14	48	34	242.9%		中国	鳥取	20	53	33
	栃木	14	41	27	192.9%	島根		13	31	18	138.5%
	群馬	18	68	50	277.8%	岡山		7	100	93	1328.6%
	埼玉	85	332	247	290.6%	広島		42	180	138	328.6%
	千葉	58	214	156	269.0%	山口		39	112	73	187.2%
	東京	348	1,767	1,419	407.8%	四国	徳島	21	86	65	309.5%
	神奈川	213	521	308	144.6%		香川	19	81	62	326.3%
	新潟	64	133	69	107.8%		愛媛	15	56	41	273.3%
	長野	66	227	161	243.9%		高知	16	42	26	162.5%
	山梨	16	59	43	268.8%		九州	福岡	52	270	218
静岡	132	436	304	230.3%	佐賀	14		35	21	150.0%	
中部	愛知	87	186	99	113.8%	長崎		25	56	31	124.0%
	岐阜	55	120	65	118.2%	熊本		11	37	26	236.4%
	三重	20	95	75	375.0%	大分		28	63	35	125.0%
	富山	21	91	70	333.3%	宮崎		18	52	34	188.9%
	石川	60	102	42	70.0%	鹿児島		19	50	31	163.2%
								沖縄	10	47	37
						合計	2,151	7,655			

中小企業庁経営支援部技術課

中小企業庁ホームページより作成

4. ベンチャー企業を取り巻く状況

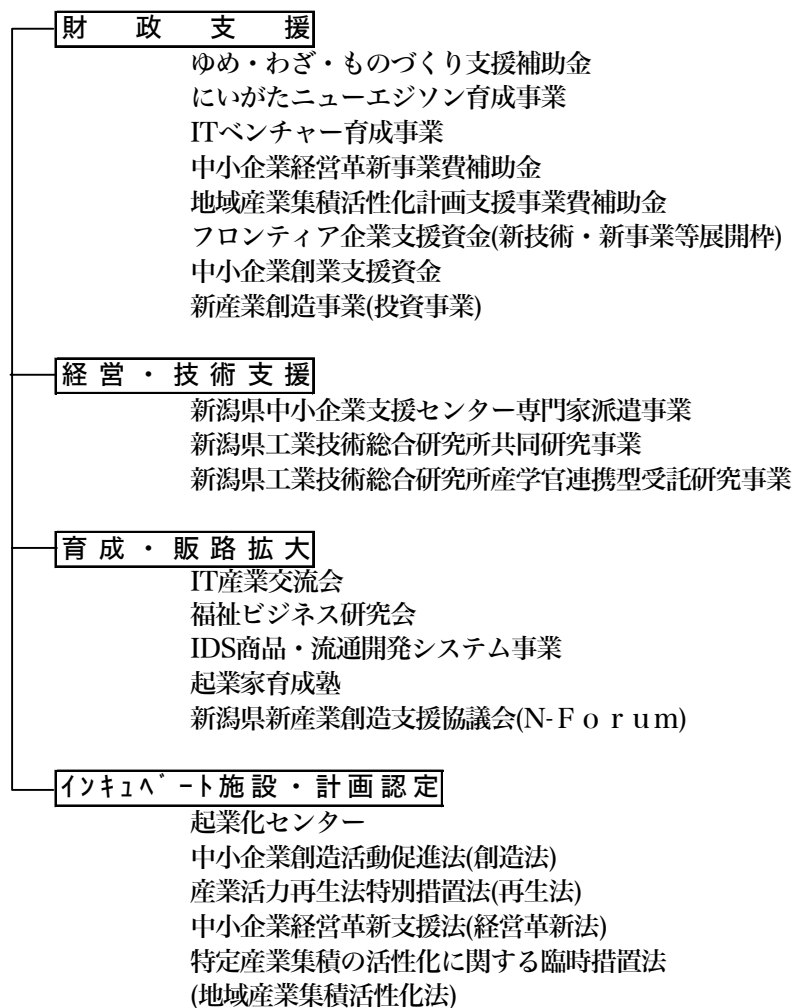
新産業創出関連の指標、数値からすると、本県の創造的事業の活力源の低下が心配されるが、ここではベンチャー企業を取り巻く状況をみている。

1) 新潟県の主な中小企業支援制度

産業の分野では早くから政府によって創業支援政策が打ち出され、創業促進が行われてきた。本県においても、各種の制度が創設され、様々な支援策が展開されているが、一部の制度を除いてその利用状況は活発とはいえない。

起業家を主役とするならば、制度や支援策は、いわば脇役である。脇役は主役がしっかり立つことでその存在感を増す。起業家という主役が次から次へと登場してくるような実効的な仕掛けが望まれる。

新潟県の中小企業支援制度体系(平成13年度)



(平成13年4月1日現在)

①ゆめ・わざ・ものづくり支援補助金

県内での新しい事業展開や有望な産業分野への進出を応援するため、中小企業者等が行なう新技術開発や新商品開発などの経費の一部を補助する制度である。平成2年に制度化され、これまでに500件以上の利用実績がある。年間数回の募集を行なっており、県内企業の技術開発に最も役立っている制度の一つとして評価される。

本補助金制度は多数ある支援制度の中では利用者にとって比較的に利用がしやすく、しかも返済無用となっているが、その原資はあくまでも納税によるものであり、有効に利用されなければならない。制度化されてから10年を経過していることから、過去の採択企業の現在状況、動向等についてアンケート調査やヒアリングを行なうなど、より有効に利用されるような検証作業の実施が望まれる。

新潟県ゆめ・わざ・ものづくり支援補助金実績

年度	応募企業(合計)	採択企業(合計)	総額(予算ベース)
H10年度	125件	69件	3億49百万円
H11	115件	64件	3億49百万円
H12	116件	65件	3億14百万円

制度名	内 容	補助金額	補助率
ゆめづくり	事業シーズを新たな事業展開に結びつけるための準備段階（企画・調査・立案及び事業可能性調査）に要する経費の一部を補助。	100万円以内	1/2以内
わざづくり	従来にない新しい技術、製品の研究開発、試作経費の一部を補助。	100～2,000万円以内	1/2～2/3以内
ものづくり	独自のデザイン開発や異分野技術の活用等による新商品開発に要する経費の一部を補助。	300万円以内	1/2以内

対象者：中小企業基本法第2条に規定する中小企業者または法人格を有する中小企業の団体。

②にいがた・ニュー・エジソン育成事業・ITベンチャー育成事業

ニュー・エジソン育成事業は、独創的な技術やアイデアをもとに、また、ITベンチャーは、情報技術（IT）を活用した独創的な事業アイデアに基づき、それぞれ新潟県内で新規に創業しようとする個人またはグループ（ニュー・エジソンの場合は、20才以上40才未満）に資金を提供する事業である。これまでの新潟県のベンチャー支援は既に企業として事業計画を持つ起業家に対して資金提供するという内容が主だったものであったが、これら二つの制度ではより広範な新産業育成を図るためにアイデアのみの段階でも支援することを目的としている。

いずれの制度も募集期間が年1回に限定されていることから、募集の時機を逸すると1年間待たなければならないケースも生じる。今後は年間を通して複数回の募集が望まれる。

にいがた・ニュー・エジソン育成事業（H11年度～）

（20～40才未満の若手起業家を対象。業種不問。県内の既存企業と共同で事業体を作る。補助限度額（単年度）2千万円、補助率2／3以内、補助期間最大3年間）

年度	募集期間	一次応募	認定者名と創業プランの概要
H11	H11.3.8～4.30	17件	①（株）新潟美人（インターネットを使ったマーケティングシステム、ホームページ制作） ②（有）ホーネットエンタテインメント（3次元コンピュータグラフィック、ホームページ制作）
H12	H12.2.28～4.28	21件	①（有）フラワー・イン・シーズン（温度処理等のシステム化による球根・球根花販売の多様化） ②（有）ケイテックエンジニアリング（高性能プリント基板製造装置の開発・製造・販売）
H13	H13.4.1～5.15	19件	①宮城貴介（N-MACH加工法（高速加工技術）を柱とするITを活用した横請けネットの確立） ②榎後雄（地元アマチュア・ミュージシャンを対象とするメジャー（プロ）へのプロデュース事業） ③加藤雅也、山田義紀（廃棄物総合管理分析システムの開発、環境システムの販売・導入）

ITベンチャー育成事業（H13年度～）

（ソフトウェア開発、情報処理技術提供、情報化支援等の情報技術を活用した事業を対象。補助限度額（年間）5百万円、補助率1／2以内）

年度	募集期間	一次応募	認定者名と創業プランの概要
H13	H13.4.1～5.15	8件	①清野武洋・松原潤（WEB制作・運営、販促を統合して請け負う戦略的システムの提供） ②小泉豊（中堅流通業者に現行のオンライン受発注システムに代わるシステムを安価に提供） ③植樹章生（中小建設業者にエクストラネット機能を利用する情報コラボレーションシステムを構築） ④長坂益一（新しいPOSシステムの流通拡大、宣伝効果を高めるプロモーションDVDの制作）

③ベンチャービジネス支援策「新産業創造事業」

本県のベンチャービジネス（VB）支援策「新産業創造事業」はベンチャーキャピタル（VC）に県中小企業振興公社が投資資金を預託する間接投資と、公社が直接資金を拠出する直接投資の二形態からなる。最近の不況などを反映し、12年度の間接投資の実績はゼロとなっている。直接投資も3000万円にとどまっており、年々減少傾向が続いている。

減少要因として、直接投資はこれまで他のベンチャーキャピタルが既に出資しているベンチャービジネスに対してのみと限定されていたため、「有望と思える案件でも手が出せないことがあった」など案件が限られており、機動的な支援ができなかったことがあげられている。

新潟県はこのような状況に対応すべく、13年度から外部の人間を交えた審査体制の強化を求めることを条件に、公社独自の判断でベンチャービジネスに出資できるように仕組みを改めた。

また、振興公社側でも投資案件決定にあたって、公社が外部に委嘱しているベンチャービジネス支援の専門相談員を中心に、公認会計士、技術アドバイザーなどを加えた「投資審査委員会」での協議を重要視しており、こうした機動的な対応は評価できる。

新潟県の投資事業の実績

投資年度	投資先数	投資金額	うち	
			間接投資	直接投資
8年度	4件	2億1000万円	1億1000万円	1億000万円
9年度	4件	1億9000万円	1億1000万円	8000万円
10年度	3件	1億1000万円	5000万円	6000万円
11年度	3件	6950万円	3000万円	3950万円
12年度	1件	3000万円	0円	3000万円
合計	15件	6億0950万円	3億0000万円	3億0950万円

④新潟県産業創造支援協議会(N-Forum)

新潟県では、平成8年6月に新潟県産業創造支援協議会（略称 N-Forum）を創設している。

この協議会は、同年7月から開始された「新産業創造事業」（投資による企業等への資金供給事業）と連携する中で、官と民の力を結集し、投資、融資、経営相談、技術指導、販路紹介などを通じて、創造的企業を総合的に支援し、産業の育成・振興を図ることを目的に組織されたものである（ベンチャー企業の育成に熱心な経営者、ベンチャーキャピタル、政府系・民間金融機関、大学、公認会計士、弁護士等を網羅した県と民間合同の協議会）。

これは、当会が平成8年5月に提言した「起業家サポート協議会」の内容・趣旨に合致しており、当会としては今後も積極的に支援・協力をしていきたい。

〔主な事業内容〕

・N-Forum プレゼンテーション

年間2回程度、具体的な事業計画を発表して支援者や協力者を募る「出会いの場」を提供する。自社の事業計画を発表することで、金融支援、共同研究のパートナー、業務・販売提携者その他の支援を募る。新技術・アイデアの事業化を図っている人が利用している。

なお、会場については、これまで新潟市と東京都のみであったが、今後はより多くの出会いを実現するために上・中越においても開催することが望まれる。また、毎回の発表に対する県の総括的な評価についても利用者へのフィードバック、次回参加者への情報提供としてできるだけ公表することが望ましい。

N-Forumプレゼンテーション開催(H8年～)

(ベンチャー企業が事業計画を発表し、資金及び販路開拓等における支援者を募る)

回次	開催日	出席者数	発表社数	会場
第1回	H 8年 9月	160名	13社	ユニゾンプラザ(新潟市)
第2回	H 9年 3月	90名	8社	ユニゾンプラザ(新潟市)
第3回	H 9年 7月	120名	7社	ハミングプラザVIP(新潟市)
第4回	H10年 3月	102名	8社	ハミングプラザVIP(新潟市)
第5回	H10年 9月	129名	4社	ホテル新潟(新潟市)
第6回	H11年 2月	76名	10社	ユニゾンプラザ(新潟市)
第7回	H12年 3月	77名	11社	ネスパス(東京都)
第8回	H12年11月	65名	8社	産業振興センター(新潟市)

※新潟県によると、H8、9年度のプレゼンテーション実施企業に対するアンケート調査の結果は次の通りであった。回答者の半数が電話等による問い合わせを受け、うち契約を交わした企業が5社、資金提供を受けた企業が2社。

2) 産業振興の予算

本県の一般会計歳出のうち、産業振興やベンチャー企業育成に深く関わる商工費は 10 年前と比較して約 3 倍となっており、歳出に占める割合も年々増加傾向にある。

しかしながら、例えば工業製造品出荷額と商工費の関係に対する農業粗生産額と農林水産業費の関係とを比べてみると、商工費予算の少なさが目につく。製造品出荷額は農業粗生産額の 15 倍であるのに対し商工費は農林水産業費の約半分となっている。

単純な比較はできないにせよ、商工費、とりわけベンチャー企業育成に係る新産業振興費については最重点事業のみに位置付けに見合った予算配分が望まれる。

一般会計歳出に占める農林水産業費、商工費の割合等の推移

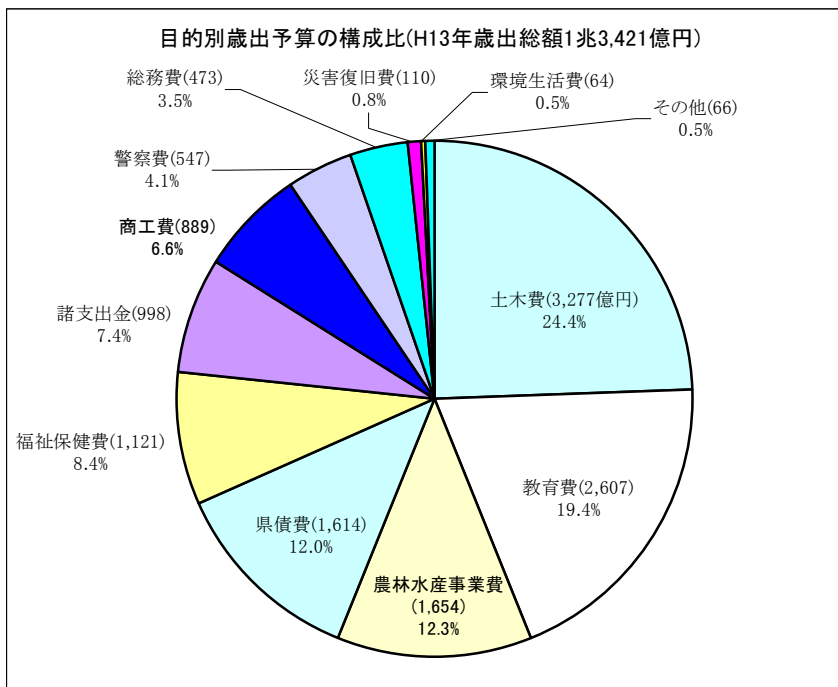
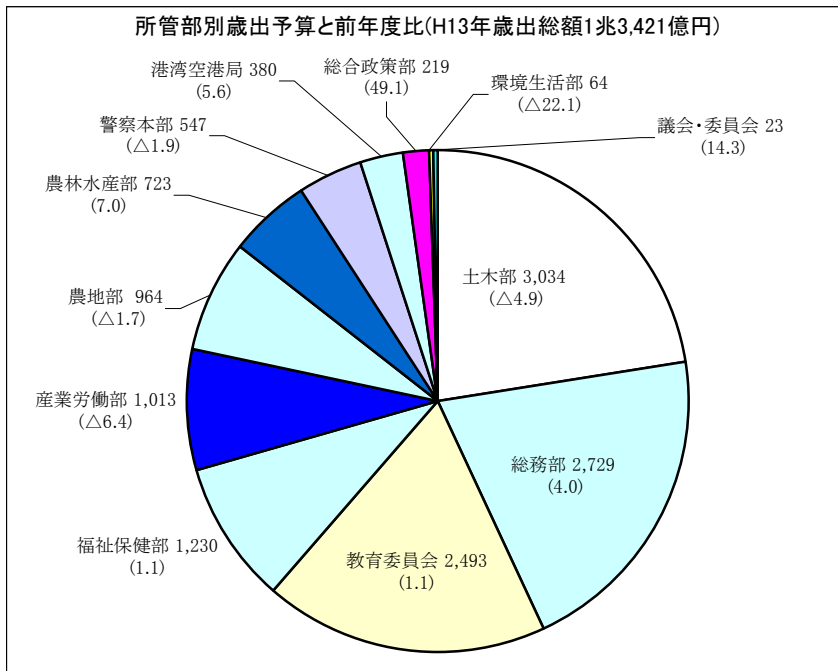
年	一般会計歳出 億円	農業粗生産額 億円	総農家数 千戸	農業就業人口 千人	農林水産業費 億円	歳出に占める割合	工業製造品出荷額 億円	全事業所数 事業所	従業者数 千人	商工費 億円	歳出に占める割合	新産業振興費 億円
H4	11,481	4,141	138	154	1,769	15.4%	51,432	20,066	295	307	2.7%	
H5	12,678	3,888	136	150	1,951	15.4%	49,162	19,383	286	427	3.4%	
H6	12,621	4,169	134	149	2,101	16.7%	48,423	18,783	279	453	3.6%	
H7	12,894	3,580	129	148	2,365	18.3%	49,542	18,262	272	555	4.3%	
H8	13,487	3,766	128	142	2,432	18.0%	51,683	17,859	268	545	4.0%	
H9	12,973	3,416	126	144	2,170	16.7%	52,753	17,387	264	487	3.8%	27
H10	14,084	3,330	125	144	2,134	15.2%	49,867	17,447	258	689	4.9%	27
H11	14,026	3,157	123	146	1,993	14.2%	46,597	16,691	247	748	5.3%	25
H12	13,403	3,141	116	145	1,621	12.1%	47,390	16,089	242	990	7.4%	26
H13	13,421				1,654	12.3%				889	6.6%	注) 31

一般会計歳出 H4～H11は決算、12、13年は当初予算

資料：新潟県統計年鑑、新潟県ホームページより

農業就業人口 調査期日前 1 年間に農業のみに従事した世帯員及び農業と兼業の両方に従事したが、農業の従事日数の方が多い世帯員
注) 産業振興費

単位/億円



3) 行政担当者

現在（平成13年8月末）、新事業創造に関して県の主たる所管は産業労働部産業振興課育成支援係となっているが、担当職員は6名である。これは平成12年度までの商工労働部新産業振興課時代の職員数と変わっていない。

ベンチャー企業の育成・支援にあたっては、ベンチャーの革新性や個性の評価が、従来の価値判断や総論的な賛否には往々にして馴染まないケースが多く、トップや担当責任者個人の信念、大胆な判断・行動で取り組むことが時に必要である。その場合トップから担当者への思い切った権限委譲が不可欠となる。

行政におけるベンチャー育成への取り組みにおいては、自ら積極的に志願する職員の配置、あるいは経験・実績のある人材を外部から採用するなど起業家的な意識や行動のできる適任者を充て、その担当者に任せるといった体制・組織の中で行っていくことが必要である。県職員には有為な人材が多いだけに、最初に人事ローテーションありきでは「新事業創出」にかける意気込みや熱意も半減してしまう。

行政改革、公務員数削減の流れの中にあっても、必要なところには増員するというメリハリのある対応は必要である。新潟県の長期計画の中の「新事業創出倍増」を前倒しで達成できるような適正規模の職員の配置と人事のローテーションに関しても定期的異動にこだわらない柔軟な対応が強く望まれる。

新潟県の長期総合計画(2001～2010) 「新事業創出倍増戦略」

指 標	単 位	実 績			目 標	
		1990年	1995年	1999年	2005年	2010年
①実質県内総生産額(2.3次)	億円	—	90,360	88,960	94,860	106,430
県内就業者数(2.3次)	千人	—	1,207	1,219	1,227	1,267
②開業率	%	3.3	4	2.6	3.9	5.2
③メンター支援対象事業数	件	—	—	—	150	300
革新的な自立型企业数	企業	—	38	114	150	200
関連指標						
NPO法人数	法人	—	—	22	100	150
有給従業者数	人	—	—	55	500	1,500

※「革新的な自立型企业」とは、「中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法」「産業活力再生法特別措置法」「中小企業経営革新支援法」の認定企業をいう

4) 起業家養成プログラム

①大学のケース

新潟経済同友会では、前回の提言書の中で起業家の育成環境を整えるプランとして「起業家養成講座」の設置を提言しているが、これは主に大学生、社会人を対象としたものである。現在県内においては新潟大学をはじめ、一部の大学においてベンチャー関連の講座はみられるものの実際にベンチャーを起こすまでに至るような実践的なプログラムは組まれていない。

しかしながら、必修課目のプログラムではないものの、起業家養成教育に向けた動きは徐々に見られている。

例えば、新潟大学においては将来の起業家を目指す学生を中心に「新潟大学ベンチャービジネスクラブ」が平成11年に組織されている。このクラブでは、ビジネスプランの書き方や会計学などの実務を学ぶほか、参加者が独自のアイデアを基に実際にベンチャー企業を興すことを目標として活動を展開している。

起業家育成計画(H8年提言)

【プランの内容】

(1) 「起業家養成講座」の設置

大学に、企業を創造する社会的経済的意義や、企業設立までの実務的なノウハウ、事業計画の立て方、資金調達の方法、会社設立にかかわる法律、会計学などの実践的知識が学べる、「起業家養成講座」を設置し、起業家の育成環境を整える。また、中高年を対象とした起業家養成プログラムの開発や、企業人が週末や長期休暇などを利用して、働きながら学べるビジネスコースなどを設置する。

(2) 起業家養成講座参加者への「奨学金制度」の創設

省略

(3) 「経営講座トップセミナー」の開催

全国や新潟のベンチャー企業の旗手を揃え、講師のそれぞれの経営理念等を語るセミナーの開催をする。現在の起業家が最も求めているのは、先人たちが何を考え、壁をどう乗り越えたかについての生の声であり、その期待に応えることが必要である。

②高等学校のケース

こうした大学の動きがある中、本県の高校においても起業家教育が試みられている。平成12年に県立新発田商業高校（情報処理科）では、米国における高校生向けの起業家育成プログラムの一つであるカンパニー・プログラム（Company Program）を手本にして、日本海側では初めて本格的な起業家教育が導入された。導入にあたっては、非営利団体（NPO）の「日本ジュニア・アチーブメント」が教育プログラムを無償提供している。なお、ジュニア・アチーブメントの活動に対しては、大手企業が支援、協力している。

このプログラムは、生徒達に模擬会社を半年間ほど運営させて企業が地域の中で果たす役割や経営のノウハウを学ばせるもので、模擬株式を発行して資金を集め、仕入れた商品を地域の住民に販売しながら、価格設定、広告、経理などの手法を身につけていくことなどを行うものである。

このプログラムに関しては国内で初めて導入されて間もないことから（平成11年11月早稲田大学高等学院が初導入）、今のところ導入した高校数は多くはないが、起業家精神溢れた教師を中心に関心は高まっており、今後多くの高校で導入することが期待される。

新発田商業高校の生徒・カンパニー・プログラムのスケジュール

月日	全体作業	
H12.9.13	ジュニア・アチーブメントよりのオリエンテーション	
9.19	社長選出、リーダーシップ研修(社外取締役講話、ケーススタディ)	
9.26	人事発表、定款作成(社名・取り決め全般)、資本金調達開始	
	A社(アイピロー(目枕))	B社(デザインキャンドル)
10.3	設立、製品計画、各部計画立案	設立、製品選定
10.10	製造、販売計画、銀行口座開設	アンケート作成、製品計画、銀行口座開設
10.17	製造、販売計画	
11.14	前期終了、貸金支払い	
H13.1.23	後期終了、貸金支払い	
1.30	決算	
2.6	清算手続き	
2.20	株主総会	

※カンパニー・プログラムにおける社外取締役の役割

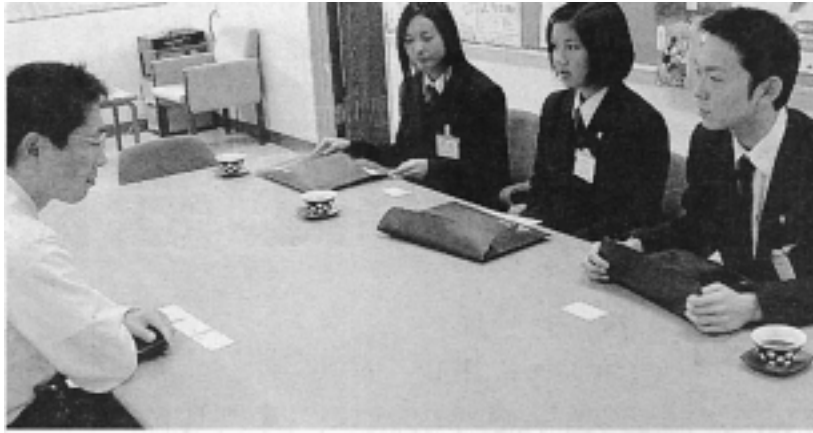
・経営に関する助言・指導、メンター役。教員の指導は原則禁止、適度な緊張状態を保つ。新発田商校の場合は、新発田商工会議所から2名、新発田信用金庫から1名の計3名が、週一回2時間出席した。

(米国における起業家育成教育の事例)

米国デラウェア州の5つの地域においては、「ジュニア・アチーブメント」という起業家育成教育を行う組織がある。これは小中高校生を対象としたビジネスと経済を理解するためのプログラムであり、約37,000人の子供たちが受講している(全米では約300万人が受講)。

「ジュニア・アチーブメント」は1914年に設立され、1950年に支部組織が整備された。この組織は、世界で最も規模が大きく、最も古い歴史を誇る、経済教育のためのプログラムを普及する非営利団体(NPO)である。

公立の小中高校ではこれを正課の授業として時間割に組み込んでいるところも多い。教える側は、地域内在住の一線のビジネスマンやリタイアした経営者たちで、その役割は、青少年が自由な企業活動を評価し、ビジネスと経済を理解し、さらに将来の労働力となるように、教育・指導することである。



自社製品のアイピローを売り込む、仮想会社「エリック」の相田社長(右)ら11月7日、新発田市

仮想ビジネス奮闘中

■新発田商高・情報処理科■

授業で「会社」設立

ろつそくと
「目枕製造」 配当目指し外販も

県立新発田商業高校情報処理科三年F組の生徒が、授業の一環で仮想会社の経営に乗り出した。十月に、株式会社「二社」を設立し、目の疲れをいやすアイピロー(目枕「めまくら」と、デザインキャンドル(ろつそくと)をそれぞれ製造。文化祭で販売したのに続き、七日には一社が初の外販に出かけた。社長を筆頭に、売り上げ目標の達成や株主への配当を目指して奮闘中だ。

仮想会社経営は、非営利団体「日本ジュニア・アチーブメント」が無償提供する教育プログラムを導入しての試み。一株百円の株式を百株発行し、十六週間のカリキュラムで会社設立から運営、清算までの企業活動を生徒が体験する。

昨年、東京の早稲田大学高等学院で国内初導入されたもので、今年九月から新発田商高も課題研究の授業として取り入れた。生徒が自分たちで定款を定め、友人、家族などから株主を募って資本金を調達。二社設立されたうち、

ポプリと天然塩入りのアイピローを商品とする「エリック」社は、株主への配当目標を一五%に設定。一個四百円で三百六十個を販売する計画だ。文化祭で八十個

を売り、評判も上々。ユウザーから使い心地を聞いた「市場調査」の結果、無異タイプも新たに開発した。七日には、相田登市夫社長ら三人が、NTTや、社

外取締役を派遣してもらっている新発田信用金庫などを訪問。緊張感を漂わせながら「ぜひこちらで販売させていただきたい」と商品を売り込み、販売日の約束を取り付けた。

ほかの社員もマーケティング部、経理部など配属先で奮闘。担任の須戸修教諭は「これまで習った知識の断片が、この活動を通じて生徒の中につながっている様子」と話す。

両社は今後、生産販売を本格化。二月に株主総会を開き、会社を清算する。

ジュニア・アチーブメントの代表的プログラム

<p>[テキスト]</p> <p>実際の生活との関わりを重視して経済を分かりやすく解説。</p> <p>[意思決定シミュレーション]</p> <p>経営者になって会社経営を模擬体験。</p> <p>[経営者の学校訪問]</p> <p>企業経営者が学校に行って生徒達に直接語りかける。</p> <p>[スチューデント・カンパニー・プログラム]</p> <p>実際に株を発行して資本金を集め、それを元手に仕入・製造・販売活動を行い、16週間に渡って会社経営を行う。</p>
--

米国のジュニア・アチーブメント・プログラムの内容

対 象	プ ロ グ ラ ム の 内 容
小学生向けプログラム	<ul style="list-style-type: none"> ① 家族の一員となるために必要なことの学習 ② 地域社会の一員となるために必要なことの学習 ③ 合衆国がどのように独立したかの学習 ④ 国家がなぜ貿易をするかについての学習
中学生向けプログラム	<ul style="list-style-type: none"> ① 個人の経済学 <ul style="list-style-type: none"> ・個人のスキルと利益とは何か ・人生のキャリアの広げ方 ・仕事をみつける技術とそのための教育の在り方 ・個人や家族の財産管理の方法 ・クレジットカードの使い方 ② 実際の企業活動 <ul style="list-style-type: none"> ・米国経済システムの原理 ・ビジネスの役割 ・生産や販売を伴うビジネスの起こし方 ・ビジネスの社会的責任 ・経済社会における政府の役割 ③ 国際的なマーケット <ul style="list-style-type: none"> ・国際貿易による利益 ・重要な国際経済問題
高校生向けプログラム	<ul style="list-style-type: none"> ① スチューデント・カンパニーの運営 <ul style="list-style-type: none"> ・キャピタルゲインを得るための株式の売り方 ・株式保有者への配当の方法 ・原材料の購入方法 ・製品の製造と販売の方法 ・会社の解散の方法 ② コンピュータシミュレーションによる企業運営 <ul style="list-style-type: none"> ・ハイテク産業の運営

出所：平成9年度中小企業白書

5) 産学の連携

地域が発展するには大学が果たす役割は大きい。一方で、時代のニーズに合わせ大学が発展するには地域や企業が大学に対して基盤を整備していくことも重要である。今後、少子化による学生の減少や大学経営に自助努力が求められる独立行政法人への移行により大学間の競争が激しくなる中で、大学と地域・企業が新しい協力関係を築き、実学的な交流のシステムを作り上げていくことが不可欠である。

新潟経済同友会では平成7年の提言「望まれる21世紀の新潟県像」の中に「人づくり戦略」として、学生に対する実践的な教育プログラムの提供の必要性を盛り込んでいたが、平成9年10月より5年間をかけて新潟大学経済学部にて当会会員を講師として派遣し、ゼミナール形式の授業を行うなど組織的・継続的に産学連携教育を行っている。

また、当会と時を同じくして新潟県商工会議所連合会でも同様の講座を経済学部と提携して開講している。

〔新潟大学経済学部と当会との協定科目〕

- ・開設科目「新潟の経営者-経営戦略論」、5年間の継続事業
- ・90分の授業を1日2回(講義とディスカッション)、2単位(正規科目)

(テーマ)

「企業のグローバル化」、「起業家精神」、「マルチメディアと新企業創造」、「21世紀の新潟の経営者」

(新潟大学のMBAコース)

新聞等の報道によると新潟大学は企業人や自治体職員を対象にした経営学修士(MBA)コースを創設し、平成15年度に開講を予定しているという。地元企業の振興などの地域の特色を出した講義などで独自性を打ち出し、企業や県、市町村との連携を強化することができ、企業、自治体職員が入学することで、産学官が情報交換をする場を提供できることになる。

当会としても新潟大学経済学部との協定科目は産学連携の第一ステップと考えており、次の段階としては実際の企業の起こし方やビジネスプランの作り方など、学生を対象にした起業家養成講座を待望していただけないか、ステップアップした、こうしたMBAコースの創設は大きな期待をもって見守っていききたい。開講が具体化した場合教室は、大学内キャンパスにとどまらず、駅前やビジネス街など人が集まりやすい場所にサテライト的に設置することを期待する。

(新潟大学にMBA)

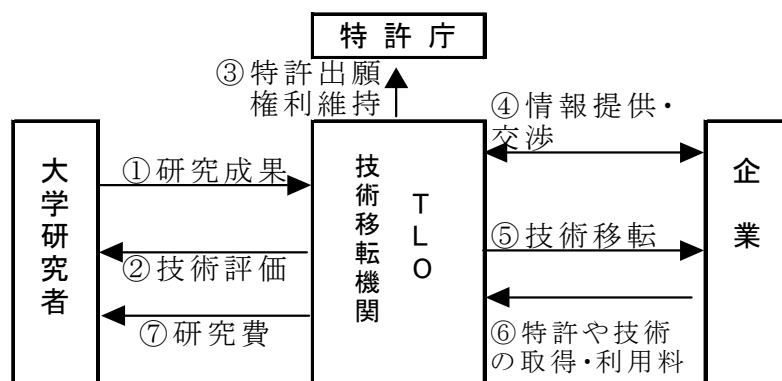
同大学の経済学部の大学院は現在、経済学と経営学の二つの専攻があるが、構想では経済学部の大学院に企業人向けの「ビジネス・マネジメント」と自治体職員向けの「パブリック・マネジメント」の二コースを創設。いずれも夜間部で定員は計20人程度を想定。講座はマーケティングや行政評価論などの基礎的な科目に加え、新潟の地域特性を考慮した科目を設ける。地場企業が県外、海外に目をむけるような経営戦略論の他、医療、福祉など経営学の枠を超えた講座などを検討しているという。(H13.5.9日本経済新聞記事より)

6) TLO (Technology Licensing Organization:技術移転機関)

TLOは大学に眠っている独創的な技術や研究成果を掘り起こし、ライセンス契約などにより、企業への橋渡しをするための機関である（実用化できる発明を特許にして民間企業に技術移転を行い、得られた対価（実施料収入等）で運営したり、次の研究資金として大学研究者や大学に還元したりする。権利侵害への対処や再評価など特許の管理も扱う）。

米国では、80年代にTLOが出現し、ベンチャー企業を中心に新規産業創出の原動力となった。わが国でも経済活性化への期待が大きく、特に中堅・中小企業にとって大学との垣根が低くなることが期待できる。

TLOの仕組み



(県内の状況)

TLOが一種のブームになっているが、県内ではTLO設立に関する動きは鈍い。しかしながら、TLOは研究者から技術を取得する費用がかかる一方、製品化した企業からロイヤルティ収入が入るまで時間がかかり、特許を売却しない限り、当初の収入は期待できない。当面採算が合わない覚悟が必要である。

中小企業にとってこれまで敷居の高い存在であった大学を活用しやすいものとして整備するためにも県内においてTLOの早期設立を期待するものであるが、その前に、企業の要望を学内に伝える専用窓口を設けたり、学内の技術、特に取得している特許の一覧表などを総点検し、大学のホームページ上で公開するなどのステップを踏む必要がある。

現状のTLOには、①国立大学には法人格がない、②経営基盤の脆弱さ、③産業界の関心の薄さ等、課題も多く、十分な技術移転の成果が上がっていない。早期に実効が上がるような、運営体制の整備が期待される。

承認 TLO=「大学等技術移転促進法」に定められた要件を備えている TLO は申請によって文部科学大臣および経済産業大臣の承認を得ることによって、同法に基づく支援（産業基盤整備基金（国の特別認可法人）の5年間の助成金や借入れ資金の債務保証等）を受けることができる。

承認 TLO（平成 13 年 8 月末現在）

承認日	関係大学等	TLO名		
平成 10 年	12 月 4 日	東京大学 京都大学、立命館大学等 東北大学等 日本大学	(株)先端科学技術インキュベーションセンター 関西ティー・エル・オー(株) (株)東北テクノアーチ (学)日本大学国際産業技術・ビジネス育成センター	
	平成 11 年	4 月 16 日	筑波大学 早稲田大学	(株)筑波リエゾン研究所 (学)早稲田大学知的財産センター
		8 月 26 日	東京工業大学 慶應義塾大学	(財)理工学振興会 (学)慶應義塾大学知的資産センター
	平成 11 年	12 月 9 日	山口大学	(有)山口ティー・エル・オー
12 月 24 日		北海道大学等	北海道ティー・エル・オー(株)	
平成 12 年	4 月 19 日	九州工業大学等 神戸大学・関西大学等 名古屋大学・名古屋工業大学等 九州大学	(株)北九州テクノセンター (財)新産業創造研究機構 (財)名古屋産業科学研究所 (株)産学連携機構九州	
		6 月 14 日	東京電機大学	(学)東京電機大学
		9 月 21 日	山梨大学・山梨医科大学	(株)山梨ティー・エル・オー
		12 月 4 日	工学院大学、東洋大学、東京都立大学等	タマティーエルオー(株)
	平成 13 年	4 月 25 日	明治大学 横浜国立大学、横浜市立大学等 徳島大学、香川大学、愛媛大学、高知大学、高知工科大学等	明治大学知的資産センター よこはまティーエルオー(株) (株)テクノネットワーク四国
			8 月 30 日	東京大学生産技術研究所 大阪大学等 熊本大学等

TLOホームページより

5. ベンチャー企業が次々と登場しない理由

支援組織が拡大し支援策を増やしたとしても、起業家そのものが増えなければ起業家は成長しない。ベンチャーのスタートアップの決め手は結局のところ起業家の意志であり、起業家の予備軍となりうる人々が、創業を目指しやすい仕組みをどのように作っていくかが重要なポイントとなる。わが国のベンチャー創出の試みは歴史が浅く、一部には成功を取めたベンチャーもみられるが、総体的には未だ大きな成果を生むまでには至っていないようである。しかし、ベンチャー育成の試みを着実に続けていけば、試行錯誤を通じて起業のノウハウが蓄積され、やがてはベンチャー企業が多数輩出されるはずである。

以下、新潟県人の人的特性とわが国でベンチャー企業が次々と登場しない理由としてあげられているポイントを重ね合わせ、何が問題なのかを探ってみる。

1) 新潟県の人的特性

まず、一般的にイメージされる新潟県人の人的特性を一言で示すとすると、「保守的」、「地味」、「忍耐強い」、「勤勉」、「堅実」などが上位にあげられる。

また、新潟県人に対してのある調査では、「今の生活に（非常に+やや）満足している」人は85%、「今の日本はまあ良い社会」という人も77%で平均より多く、多数が現状を肯定的に受け止めており、また「穏やかで変化のない生活をしたい」という人が多く、「新しいことを積極的に取り入れたい」という人はかなり少ないとした結果が出ている（NHK 放送文化研究所・編「現代の県民気質」）。

このほか、新潟県の人的特性は次のように整理される。

人的特性

- ・経済的には豊かであるが、あまりお金を使わない。
- ・もくもくと仕事をこなすタイプである。
- ・現実主義である。夢を語れない、追わない。諦めがいい。
- ・とりあえずやってみようという気概がない。
- ・PRが下手である。
- ・権威主義である。
- ・リーダーがない。個性がない。
- ・お祭りが下手、きらいである。

平成8年6月当会提言書「新潟イメージアップ戦略」より

以上をみると、新潟県人には保守的、伝統的な傾向が強く表われており、人的特性に関しては、「リスクをとって新しく業を起す」というイメージからは大きくかけ離れる。いわゆる「雪道あとから」である。

しかしながら、イメージはあくまでもイメージであり、必ずしも実態面を表わしているとは限らない。県内においてはこうした消極的なイメージを払拭し、官民あげて起業に取り組む雰囲気醸成していくことが必要である。

2) わが国固有の理由

①大企業主義

わが国では技術や商品よりも、会社の漠然とした信用や規模、知名度が優先されがちであり、またこれまでは優秀な人材は数の上では圧倒的に偏差値の高い大企業に偏在しているとされ、中小企業を大企業の下に位置づけようとする傾向が強かった。起業家を輩出する米国では、大学においても起業家教育が充実しており、将来の成長分野に積極的に挑戦する高学歴起業家が多い。

②終身雇用と閉鎖的な労働市場

最近では流動化しているというものの、わが国では終身雇用を採用している企業が多い。年功序列がベースにあり、人並みかそれ以上の給与が生涯にわたって保証される構造であれば、学生がこうした企業を指向することは極めて合理的な選択といえる。また、官民や民衆規制により新産業を起こす自由度が少なく、新しい製品やサービスを受け入れるまでに時間がかかる。

③サクセスストーリーの少なさ

今日の多くの大企業が起業によって勃興しているのは周知のとおり。しかし、現在経済界の成功者にベンチャーの経営者は少ない。また一時的にはマスコミ等で話題になり成功したかにみえても、その後急速に経営が悪化したり、倒産に追い込まれる企業も少なくない。しかも、一度失敗したら再挑戦は難しい。千に三つの成功であればこそベンチャー企業たる所以であるが、例えば米国のような若い世代による強烈なサクセスストーリーが極めて少ないといえる。

企業倒産件数(負債額1,000万円以上)

単位:件

	1981年	85	90	95	96	97	98	99	2000年
全国	17,610	18,812	6,468	15,108	14,834	16,464	18,988	15,352	18,769
新潟県	377	342	88	175	219	241	294	241	309
割合	2.14%	1.82%	1.36%	1.16%	1.48%	1.46%	1.55%	1.57%	1.65%

企業倒産負債額

単位:億円

	1981年	85	90	95	96	97	98	99	2000年
全国	26,925	42,357	19,959	92,411	81,230	140,447	137,480	136,214	238,850
新潟県	558	1,010	183	460	691	696	1,496	941	865
割合	2.07%	2.38%	0.92%	0.50%	0.85%	0.50%	1.09%	0.69%	0.36%

大型倒産件数
(10億円以上)

23

14

13

資料:東京商工リサーチ「全国企業倒産白書」

④成功者に対する過剰な意識

米国においては、開拓者精神を尊ぶ気風が、そのまま起業家に対する高い評価につながっている。これに対し、わが国では伝統、歴史を重んじる気風と横並びの意識が強い。大いなるリスクに打ち克ったサクセスストーリーを称えるのではなく、成功者を「成り上がり者」として見下す意識が根強い。根底には行き過ぎた拝金重視を善しとしない価値観が流れている。

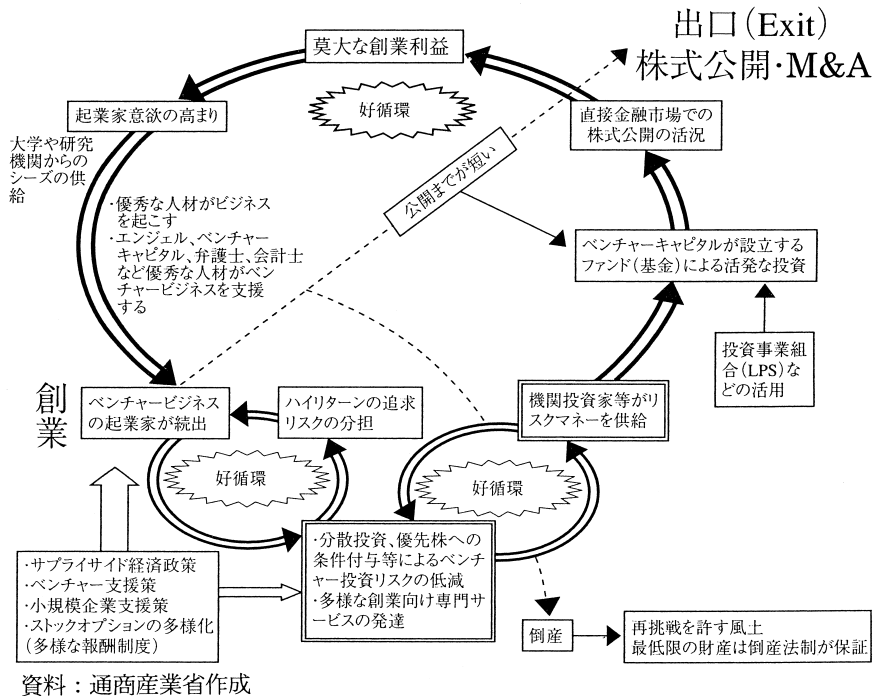
⑤インセンティブの少なさ

ハイリスクをとる起業家のインセンティブはハイリターンである。自社の株式を公開して株主としてのキャピタルゲインを得ることがハイリスクに対するインセンティブの柱となるが、これまでのわが国では株式を公開できる可能性が低く、創業者利益を得られる層が限られていた。株式市場には厳しい公開基準が存在し、公開社数が事実上規制されていたからである。また、ベンチャー企業のスタートアップ期から積極的に投資するエンジェル（個人投資家）も少なく、いわゆるリスクマネー供給は十分とはいえない。

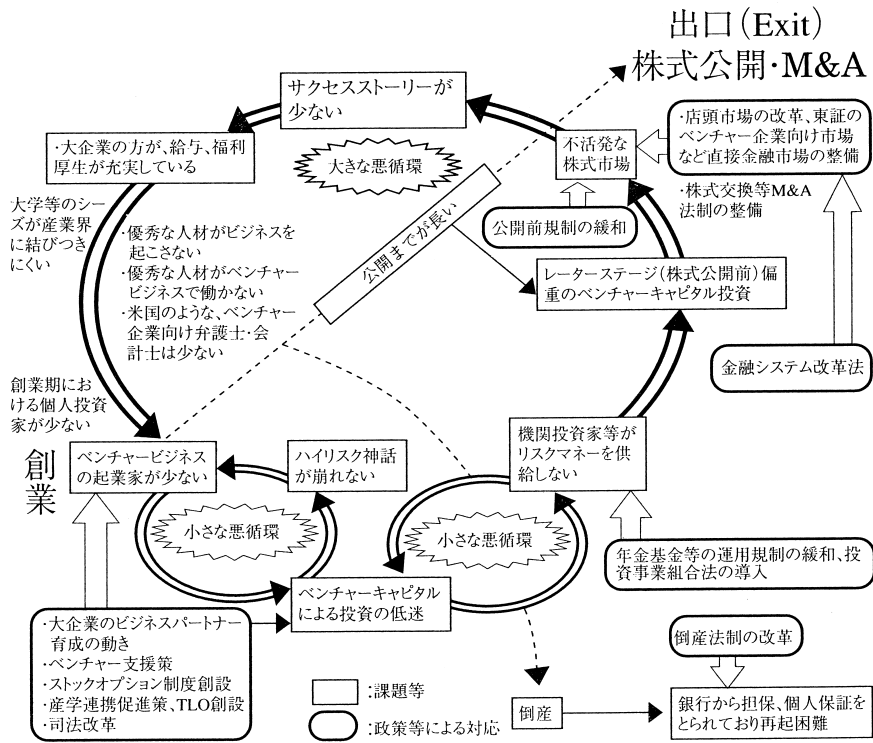
⑥様々な理由による悪循環

以上の理由の他にも、様々な要因が複雑に絡みあっている。多数の起業家が輩出しやすい環境が必ずしも整っていないことから、起業家に対するリスクのハードルは高く、ベンチャー企業を始めようとする人材がますます少なくなるという「悪循環」が生じている。

米国の創業の事業環境と好循環



わが国の創業の事業環境の課題と対応



6. エンジェルとメンター

1) エンジェルについて

エンジェルとは「アイデアと行動力で成功に自信あり」という起業家に、ポケットマネーで資金を提供する個人投資家のことである。

先進地の欧米ではエンジェルがベンチャー企業の育成において大きな役割を担い、特に創業期・立ち上がり期のベンチャー企業にとって最大の資金供給源になっている。

わが国でも店頭登録市場に公開を果たした企業のオーナーなど潜在的には、エンジェル予備軍は存在するが、未だエンジェルが十分に顕在化しているとはいえない。

①欧米のエンジェル像

欧米におけるエンジェル像をみると必ずしも大資産家ではなく、年収10～20万ドルの所得層がその中心である。年齢も比較的若い層である。その投資は、まず第一に起業家としての成功体験を持っている「リードエンジェル」といわれる人たちが中心となり、そこに弁護士、公認会計士などが協力する「サポートエンジェル」として投資に参加する形態で行われている。その他エンジェルについては次のような特徴もあげられる。

- ・不特定多数の個人であり、誰がどこにいるか正確に把握できない。このため金融機関やベンチャー・キャピタルのように起業家がエンジェルと簡単には接触できない。
- ・エンジェル自身が、投資する企業の分野に詳しい人が大多数を占める。
- ・資金提供を求めてきた起業家の意見をよく聞き、かつ経営のアドバイスやノウハウ、取引・経営情報の仲介等まで提供する。
- ・エンジェルの出資はスタートアップ期の企業が中心であるが、高リスクの投資を長期間継続するところが特徴。彼らの投資収益は、もちろん投資リスクの高い起業時に投資、成長し株式公開の時期に売却することにより得られる。

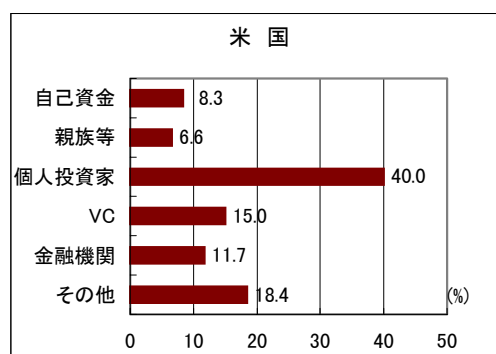
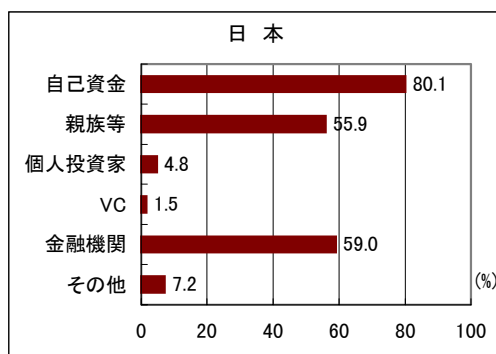
開業等初期段階の資金調達先

(日本)

開業等の初期段階の多くのベンチャー企業は、資金調達を自己資金に依存

(米国)

多くのベンチャー企業が個人投資家(エンジェル)から資金調達を行っている



中小企業庁「創造的中小企業実態調査」平成8年12月(複数回答)

欧米におけるエンジェル像

項目	米国	英国	カナダ
年齢	47才	53才	47才
性別	男性95%、女性5%	男性99%、女性1%	男性98%、女性2%
平均世帯年収	90,000ドル (1,080万円) →最低15万ドル (1,800万円)	46,000ポンド (782万円)	176,800カナダドル (1,414万円)
純財産	75万ドル (9,000万円) →最低100万ドル (1億2千万円)	31.2万ポンド (5,304万円)	136万カナダドル (10,880万円)
→家を除いた純財産	N. A.	10%未満が53%	10%未満が40%
起業家経験有り	83%	57%	75%
投資頻度	1.5年に1回の割合	1.5年に1回の割合	1年に1回の割合
拒絶割合 (→書類審査後)	9件のうち7件	8件のうち7件	10件のうち9件
平均投資金額	58,900ドル (707万円) →最低10万ドル (1,200万円)	10,000ポンド (170万円)	207,000カナダドル (1,656万円)
純財産のうちエンジェル投資により得られた割合	N. A.	10%未満が53%	10%未満が40%
投資に関する情報入手先	友人、業務上の知人	業務上の知人、友人	知り合いの起業家、友人、業務上の知人
投資先の主要業種	ハイテク関連メーカー サービス、 小売りまたは卸し、 金融または不動産	小売りまたは卸し、 サービス、 ハイテク関連メーカー	天然資源、 工業製品・消費財メーカー、 不動産
投資先の成長段階	スタートアップ56%、 その他初期段階24%、 レイターステージ20%	スタートアップ30%、 その他初期段階34%、 レイターステージ18%	スタートアップ30%、 その他初期段階15%、 レイターステージ43%
投資先までの距離	50マイル以内72%、 50マイル以上28%	50マイル以内54%、 100マイル以内67%	50マイル以内53%、 50マイル以上47%
投資先への関与	関与する人が83%	関与する人が69%	関与する人が85%
関与の形態	非常勤：コンサルティング	役員：コンサルティング	役員：コンサルティング
少数株主として活動	56%→過半数を持つのは僅か	81%	(過半数を持つ人が10%)
追加投資を望む人の割合	54%	75%	N. A.
投資可能金額	N. A.	5万ポンド (850万円)	N. A.

(出所) 「Informal Venture Capital」 Colin M. Mason&Richard T. Harrison
編 (1ドル=120円、1ポンド=170円、1カナダドル=80円で換算)。

②わが国のエンジェル

わが国のエンジェル投資は緒についたばかりであり、エンジェル像やエンジェル投資についての関連資料はほとんど見当たらない。但し、自らが株式公開をしている会社のオーナーで多額の資産を有している経営者がわが国の代表的なエンジェルとしてあげられる。本県のエンジェルについては今のところ目立った動きはない。

日本版エンジェルの事例

エンジェル名	投資する分野
牛尾治郎・ウシオ電機会長	情報通信・医療・福祉など
大川功・CSK会長	情報通信・マルチメディア・環境など
河原栄・河原社長	業種は問わない、女性経営者に限る
河合光政・ゼネラルエン지니어リング社長	業種は問わない。
北村陽次郎・イタリヤード社長	業種は問わない、京都の会社に限る
孫正義・ソフトバンク社長	コンピューター関連ソフト会社
中野晃・カウボーイ社長	カテゴリーキラーなどの小売り業
永森重信・日本電算社長	コンピューター関連を中心とした製造業
南部靖之・パソナグループ代表	ニューサービスを手がける企業

③エンジェルの投資傾向

多くのエンジェルは「投資家」である前に「熟練した実業家」でもある。エンジェルになることは投資を行なうことであるが、起業家に対して自らの経験を提供して、支援することが大きな動機になっている。

エンジェルの投資傾向の特徴としては、次のように整理される。

- ・エンジェル自身がよく熟知している分野に投資する

エンジェル自身がある分野に精通している実業家である。技術開発の動向や市場のトレンド、問題点や潜在的ニーズなどについても熟知しており、投資の可否の判断をしやすい。

- ・地域経済や産業を重視する

ベンチャー企業による産業活性化は地域経済の大きな刺激になる。

- ・自身が経営に投資することによって相互波及効果がある企業に投資する。

- ・理屈よりも情熱を重んじる

起業家の能力だけでなく、その起業家の持つ魅力、個性、人となり最終的にエンジェルの投資判断を大きく左右する。

エンジェルとは.....

もともとニューヨークのブロードウェイのミュージカルに資金を出した人々のことである。あるミュージカルの脚本があるとして、興行するには資金が必要となる。そのためプロデューサーが一般の富裕層に資金を募る。この資金提供者のことを、敬意を込めて「エンジェル」と呼んだ。

荒井裕之「エンジェル 起業支援の新しい投資家」宝島新書より

2) エンジェル税制について

①エンジェル税制

みずからのポケットマネーを提供・出資するといっても、こうした行動を継続、活発化させるためにはある程度のインセンティブが必要である。その大きなインセンティブとなりうるのが税制面の優遇措置である。

エンジェル税制は、一定の要件を満たした研究開発型のベンチャー企業に投資を行い、譲渡損失が発生した場合、その損失を株式譲渡益と通算した上で、損失発生翌年以降3年間にわたって繰り越し控除ができるというもので、平成9年6月に創設された。創設翌年の4月に、ベンチャービジネス4社とその個人株主35人に対してエンジェル税制適用条件の最初の確認書が交付されている。しかし、その対象や条件が厳しいことから、その後の2年間で利用実績は69件にとどまるという調査もあるなど、創設当初から見直し拡充の声が強かった。

なお、新潟県での適用実績は不明である。

○エンジェル税制の対象となるベンチャー企業の要件

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 設立以後5年以内で試験研究費・開発費の売上高に占める割合が3%超等、または設立1年以内で研究者数が従業員の10%以上を占める会社であること。② 店頭登録・上場会社でないこと。これらの子会社でないこと。③ 同族株主以外の保有する株式の割合が、出資後時点で3分の1を超えるものであること。 |
|--|

②エンジェル税制の拡充

平成12年度の税制改正では、中小・ベンチャー企業の振興のための税制上の措置が設けられ、これらの新規事業の育成に重点を置いた改正がなされている。

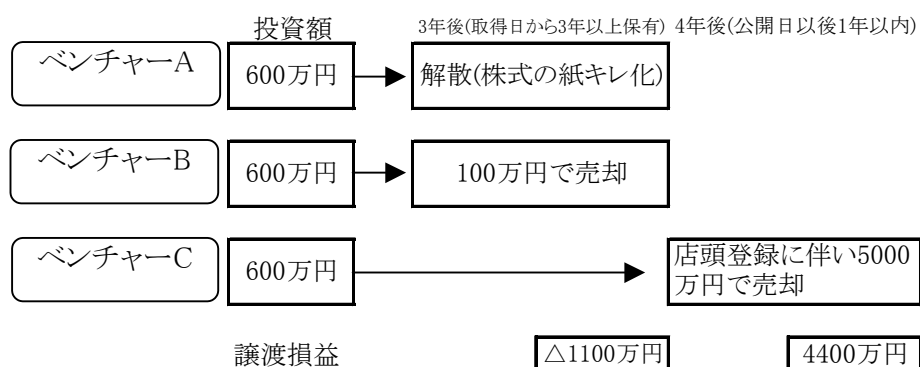
この改正においては、当初のエンジェル税制（譲渡損失の繰り越し控除）と創業者利益の配慮（譲渡益1/2軽減）、エンジェル税制の拡充（譲渡益1/2軽減）の重複適用が認められている。

○拡充エンジェル税制

エンジェル税制の対象となる特定中小会社の株式を平成12年4月1日から平成17年3月31日までの払い込みにより取得した一定の個人が、公開日において引き続き3年間所有していた株式を公開日後1年以内に証券会社経由で譲渡した場合は、譲渡所得金額の2分の1を課税対象とする特例が設けられた。この場合において、この特例といわゆる創業者利益の特例との重複適用が認められる。結果として、投資対象先の株式公開に伴う譲渡益が4分の1に圧縮され、4分の3が非課税となる。

エンジェル税制の仕組み(H9年度創設当初)

○最初の年にエンジェルがベンチャーA、B、Cに600万円ずつ投資した場合



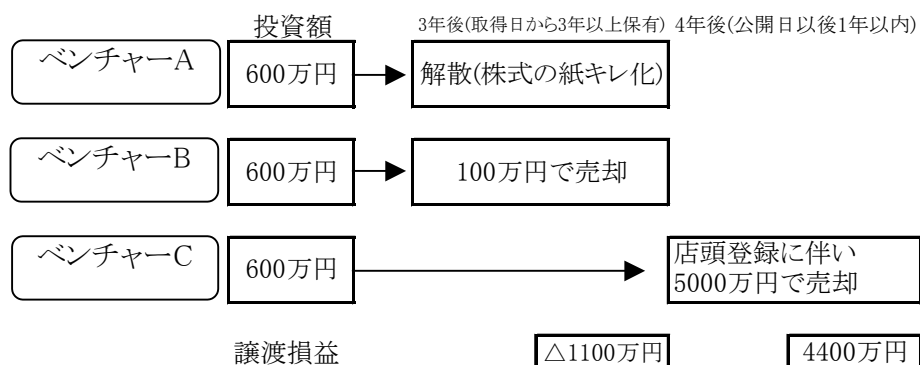
通常の課税 $4400万円 \times 1/2 \times 26\% = 572万円$

エンジェル税制 $(4400万円 \times 1/2 - 1100万円) \times 26\% = 286万円$

※保有期間3年超で、株式公開後1年以内に譲渡した株式についての譲渡益は、譲渡益の1/2に対して、所得税合わせて26%の申告分離課税となる。

エンジェル税制の仕組み(H12年度改正)

○上記と同条件(但し、株式払い込み期間は平成12年4月1日から17年3月31日まで)



通常の課税 $4400万円 \times 1/2 \times 26\% = 572万円$

エンジェル税制 $(4400万円 \times 1/2 \times 1/2 - 1100万円) \times 26\% = 0万円$
1/2軽減×1/2軽減→5年間の時限措置

3) メンターについて

①メンターとは

メンターとは起業家や企業経営者の諸処の相談に応じる人で、彼らが自発的に自らの能力を最大限に発揮できるよう支援をする精神的助言者、先輩経営者のことである。メンターの特徴と機能、メンターと管理者の違い、メンターの課題については以下のように整理される。

○メンターの特徴と機能

・相手を全面的に受け入れる	・言葉に頼らず姿勢で示す
・一人称で話す	・客観的・好意的・機会的な言葉で表現する
・時間を惜しまない	・感情に流されない
・短期的な期待を持たない	・損得で考えない
・聞き手に徹する	・相手と同じ視点に立つ
・最終的意思決定は相手に委ねる	

福島正伸「会社の元気はメンターがつくる」(ダイヤモンド社)より

○メンターと管理者の違い

	管 理 者	メ ン タ ー
目 的	相手が思い通りに動く	相手が自発的に努力
行 為	強制	激励
認 識	評価・分析	相手を認める
関 係	上司・部下	人間対人間
視 点	短期的成長	長期的成長
分 析	短期的成果	真因の分析
重点提示	手法・やり方	考え方・視点
相手の受容	束縛感	解放感
相手の対応	恐怖	尊敬

福島正伸「会社の元気はメンターがつくる」(ダイヤモンド社)より

○メンターの課題

<ul style="list-style-type: none"> ・指導が本格化する前に、起業家の考えを理解する必要があり、時間的余裕と捻出が必要。 ・相談者の意欲や事業企画内容によって、指導の姿勢に差が生ずる。 ・短期的には販路開拓が重要目標となるが、コスト的にかかる段階までは相談に応じられない。 ・内部情報の外部への流失の懸念、経営的拘束を受ける可能性がある。 ・支援はその場限りになりがち、メンター同士の交流が少ない。
--

4) 新潟経済同友会の新潟版メンター事業について

①概要

当会では平成9年9月に「新潟版メンター事業」を立ち上げている。この「新潟版メンター事業」は、独自の技術やアイデアは持っていますが、事業計画や財務、人事面などの経験不足により創業や事業運営につまづきかねない起業家に指導や助言を与えることで経営面、精神面から支援し、起業家の育成を通じて地域経済の発展に結びつけたいとする当会会員有志の集まりで、N-Forumの事業の一翼を担う形で設立したものである。

実質的な事務局として、県の産業労働部産業振興課育成支援係がメンターと起業家や企業との仲立ちをしている。当会のメンターは現在15名程度であるが、相談内容については、相談者が、事業計画書などを添付して、県や(財)新潟県中小企業振興公社の企業化情報案内所へ提出する。各案内所では、適切な相談者に紹介し、具体的なアドバイスをメンターが行うことになっている。

しかしながら、事業の事業受付の段階で事業計画書の持ち込みにまで至るケースは少なく、実際に当会メンターに相談する案件数は多くない。

(相談例)

- ・廃棄プラスチックの販路開拓への相談に対し、当会メンターがアドバイスを実施した。

②課題と方策

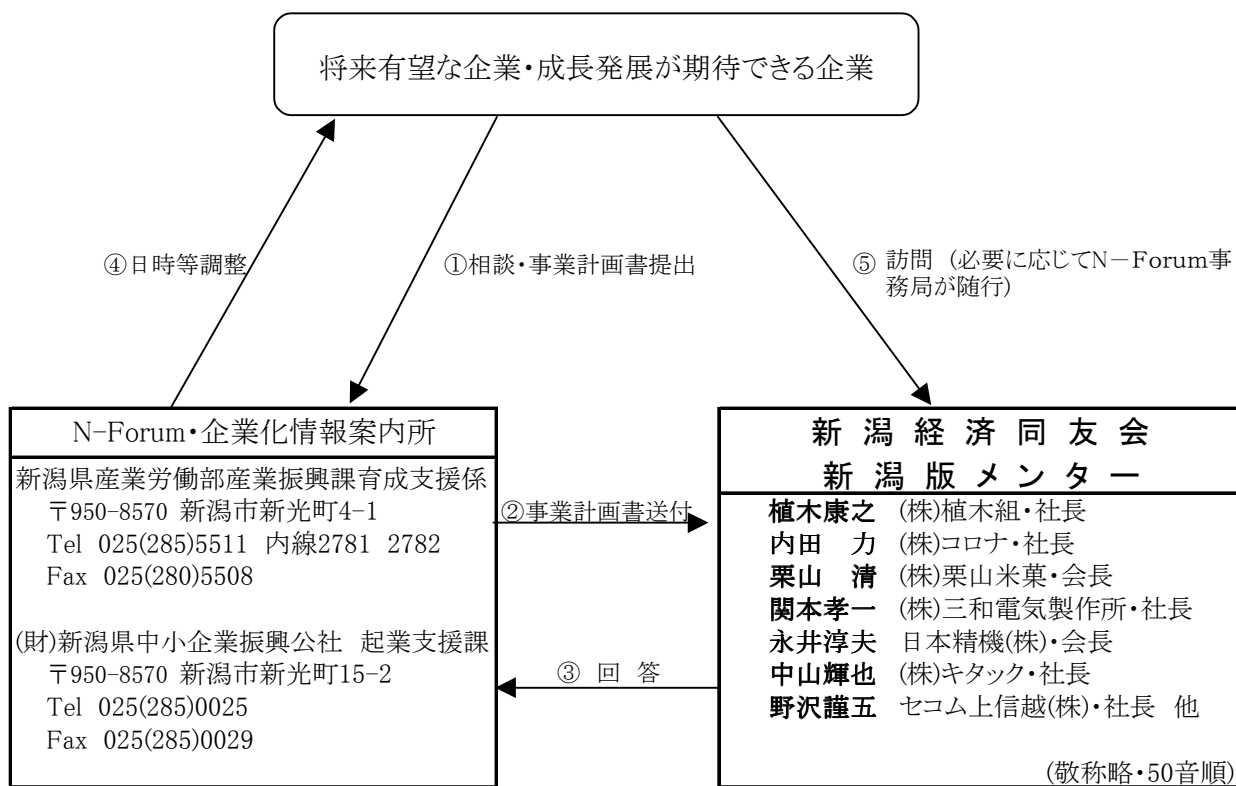
相談案件が伸び悩んでいる要因としては、相談事業を受け付ける前提である事業計画書を書ける、あるいは書く意欲がある起業家や経営者が少ないこと、また、メンター制度そのものが広く認知されていないこと、さらには自らの事業内容(内部機密等)をオープンにしない、メンターから指導されることにより経営的制約を受けたくない、専門領域に関わるメンターがいない(直接的な販路等のアドバイスを求めがち)ことなどがあげられる。

こうした中、新潟県も「公的メンター制度」を立ち上げており、これを受ける形で県の総合長期計画の中の新事業創出倍増戦略において、2005年の目標としてメンター支援対象事業数を150件、また革新的な自立型企业では150の事業を支援していくという数字をあげている。意欲的な数字だけに目標達成のためには官民の連携が必要である。

今後は当会メンター事業と県との機能の一本化を図るとともに、事業計画書の様式の簡素化や内部機密保持の徹底、相談後のフォローアップ体制の充実など、より機動的で使いやすい仕組みを作りあげていくことが望まれる。

同時に、起業家に対して新潟県の広報誌、ホームページを利用して支援事業の内容等について継続的に情報発信するなど広報の強化をする必要がある。その際、例えばホームページ上にメンターの得意分野に関する詳細なキャリアを掲載するなど、起業家が高い関心をもって相談したくなるような配慮をすることが必要である。

新潟経済同友会・新潟版メンター事業



7. われわれの提言—起業家を輩出するために考えられる方策

1) エンジェル(個人投資家)による支援

創業期・立ち上がり期においてはベンチャー企業にとって、資金調達難、人材不足が顕著にみられ、最もリスクの大きい時期にある。この期間は、公的機関での対応が難しく資金調達が極めて困難なケースが多い。したがって、この場合自己資金や親類などからの資金に依存せざるを得ず、資金調達面で限界が見えやすい。創業期に資金が円滑に投資される仕組みを整えることが起業家の輩出には不可欠であるが、行政に依存しない個人投資家による支援が望まれる。

こうした個人投資家による資金提供の重要性については、前回の提言においても認識しており、「新潟版エンジェル育成計画（プラン4）」の中において「投資事業組合（ファンド）」結成の検討を示唆している。しかしながら、法律上、ファンドの投資対象は株式会社に限定されること、そもそもベンチャー企業の場合は失敗に終わる可能性が高いにもかかわらず税制の整備等が充分でなかったこと、また参考事例としてあげていた「東北エンジェルパートナーシップ」の実質活動停止、新潟証券取引所の廃止などの影響も大きく、具体化するまでには至っていない。

【方策】

①投資事業組合（民間組織を基盤とした少額投資のエンジェルグループ）の検討

前述の通り、米国では必ずしも有力企業オーナーや金持ちだけがエンジェルとなっているわけではない。本県においても例えば年収1,000万円以上の事業者や勤め人が個人の蓄財を高めるとともに地域貢献の意識のもと、一口50万円～100万円単位の小口ロットを個人的に地域企業へ投資できるような組織を整備することが望まれる。また、それらの少額の投資をまとめて地域企業に投資する代行機関・組織が求められる。地域貢献の意味から、小口のベンチャー投資を募りそれを大きなロットにまとめ、地域のベンチャーキャピタル等とタイアップして、地域のベンチャー企業に投資する仕組みづくりの検討を経済界が中心となつて行う。

(参考事例)

○WWB ジャパン(東京、大竹薫代表)

- 女性による小規模事業の起業指導を手がけている。
- 女性企業家に的を絞った初の投資事業組合を設立。

(内容)

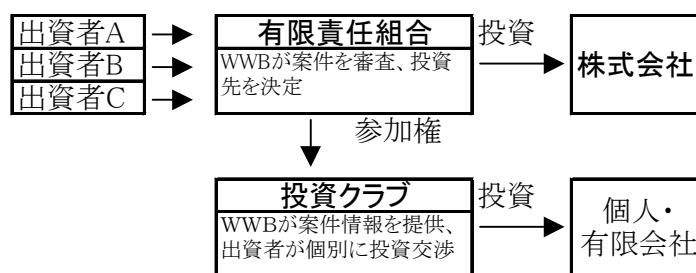
ファンド資金として一口 300 万円を 20 口、合計 6,000 万円を調達する計画で募集開始。

出資者はファンド設立時に 100 万円を支払い、具体的な投資案件が出てきた時に残りの 200 万円を払い込む。出資者の責任を出資額の範囲に限定する有限責任組合として設立。

教育や福祉、地域振興など社会性の高い事業計画を WWB ジャパンが選ぶ。1 件当たりの投資額は 100 万～1000 万円を見込む。

法律上、ファンドの投資対象は株式会社に限られるため、個人や有限会社にも出資できるように NPO として「投資クラブ」を別途設ける。ファンドの出資者がまず 100 万円を払い込めば、クラブの参加権を得ることができる。クラブでは出資者と起業家が個別に話し合って出資内容を決める。

WWB日本の「女性ファンド」の仕組み



②中小企業向け投資に対する優遇税制のさらなる拡充

エンジェルによる投資を促進するには何らかのインセンティブが必要であり、平成 12 年度に、エンジェル税制の拡充が行われたが、損失処理の負担を軽減することを柱にするにとどまっている。

投資促進のためにより大きな効果を生み出すためには、より多くの投資家を対象とできるように、現在認められていない所得との通算控除を行えるようになるといった抜本的な見直しが必要である。また、ベンチャー企業への再投資に際して譲渡益課税を繰り延べる制度がないこと、休眠状態にあるリビング・デッド株式の評価損を計上できないことなども見直すべき点である。

さらに優遇措置の対象を研究開発型企业に限定せず、経験や資格取得などの面で、一定の基準をクリアした一般の企業も対象にすること、相続税や贈与税も見直すことができれば、より多くのエンジェルが生まれる可能性が高まる。せつかくの制度の利用を促進し、形骸化させないためにもさらなる見直し、拡充が望まれる。

こうした税制の問題については国の施策ではあるが、当会としても随時研究、検討し、改めるべきところがあれば全国の同友会と連絡を取り合い、当局に対し積極的に要請を行っていくものである。

2) 投資家と起業家のネットワークの構築

現在、エンジェル（個人投資家）にとっては誰がどこでどんな企業を起こしているかを知る手だては多くない。自らのネットワークを中心に起業家にコンタクトするか N-Forum 等への参加により出会いを求めているのが実態であり、現状、エンジェルと起業家の十分なマッチングシステムがあるとは言えない。また、エンジェルからの投資を円滑にするためには、起業家側のディスクロージャーの充実が重要である。相互に十分な情報のやり取りができるようにエンジェルと起業家とを結ぶネットワークを構築することが望まれる。

一方で、外部の情報とのつながりは、起業家にとって大企業とは比較にならないほど重要な経営資源である。自前で発展させ蓄積できる余裕がベンチャーにはないからである。

起業家と別の起業家やベンチャー・キャピタル、エンジェル、大企業などの外部のプレイヤーを結びつけるネットワークと情報流通に関しての必要性は高い。

【方策】

①エンジェルネットワークの構築

起業家（ベンチャー企業）がエンジェルなど起業家をサポートする人たちにインターネットを介して容易にアクセスできるようなネットワークサービスを行政が主体となって充実させる。

例えば、県の N-Forum や中小企業振興公社等でプレゼンテーションを行ったベンチャー企業に関しては、企業の上承を得て県及び中小企業振興公社のホームページに企業紹介のポータルサイト(案内窓口)を構築して個人投資家との出会いの場を多く確保できるようにする。その他新聞やベンチャー関連の雑誌にも随時紹介・掲載するなど投資の呼び水となるような仕掛けを積極的に行う。

②新規事業成功情報の周知化

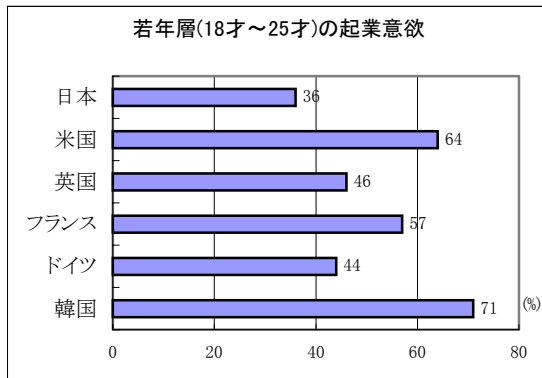
新規事業化に成功した企業（支援したメンター、エンジェルなども含め）の情報を①と同様のネットワークにより企業、本人の了解を得て紹介、広報し、県内の経営者、メンター、エンジェルが大いなる意欲と夢を持って新規事業に取り組む意識を醸成する。

3) 起業家育成プログラムの一層の充実

前回の提言書の中で提言した起業家の育成環境を整えるプランとしての「起業家養成講座」の設置は、主に大学生、社会人を対象としたものである。この対象を小学生にまで拡大させることによって起業家育成プログラムの一層の充実を図ることができる。

起業家育成については小さい頃からの経済教育の影響が少ない。この面では起業家教育が充実している米国の事例に参考とすべきものが多いが、知識・理解を重視したわが国と主体的で創造的な思考や行動を中心とする米国の教育手法の違いを考えれば、米国のシステムをそのまま導入することについてはいささか検討を要する点も多い。しかしながら、活発な創業が行われ、多くの起業家を輩出している米国の事実を具にみるとき、さらにまた、わが国の若年層の起業意欲のなさがうかがえる調査結果をみるとき、わが国においても米国同様、起業が身近な一つの選択肢であることを教育の早い段階で教えることの意義は大きいものがある。

すでにみたように、起業意欲涵養のために県内では高校が動き出している。大学でも本格的に起業家教育を取り入れ、学生の意識を変えていく必要がある。その場合、ベンチャー経営者の経験談等を聞くのも大切であるが、実際に起業する上で不可欠な事業計画の立て方や会計実務を教えるより上級の教育が期待される。



創業・ベンチャー国民フォーラムの調査による。調査はH12年11月に6カ国で各500人に電話アンケートを実施。「起業家を評価している」という回答は66%で3番目に多かったが、「家族が起業することに賛成する」と答えたのは33%と、6カ国で最低の数字となった。

出所:PHP「THE21」H13年5月号

【方策】

①小中高校における起業家教育の実施

米国では、多くの大学(500校以上)が産業界や内外の機関と連携して、ビジネスの現場で役立つ多様なカリキュラムを開発、提供している。学生は、こうした教育プログラムを通じて経営・起業スキルの習得や技術の商業化について学んでおり、その結果、優秀な起業家を多く育成、輩出している。県内においても新潟県の風土、環境に適したこうした起業家育成プログラムの開発に積極的に取り組み、大学のみならず小中高校の多くの学校で正規の教育過程に組み込まれることが必要である。ただし、プログラムを正規の教育課程に組み込んでいくためには教育効果の検証を行うなど、今後さらに多くの経験と段階を踏んでいく必要がある。県の産業労働部と教育庁とが連携した横断的な取り組みを期待する。

また、当面正規の課程に組み込まなくても、米国のようにNPOとの連携で起業家セミナーを開催するなど起業することに関して児童、生徒、学生に興味や関心をもたせること、さらに興味や関心を持った生徒に対しては、行政が主体となって「学生向けの相談機能」を持つ施設やホームページ等を整備・作成するなど「起業家マインドの高い」生徒たちのニーズに応えられるような受け皿の用意をすることも望まれる。

いずれにしても、自治体が運営する教育機関(公立の小中高校)においては、起業家輩出を念頭に置いた早い段階での教育が必要である。

②小中高校および大学における人事評価システムの導入

起業家育成に関しては、育成される側にチャレンジ精神を醸成することなどが求められるが、同時に教える側にも熱意と育成重視の姿勢が求められる。

起業家育成プログラムの実施については、小中高校においては、長い時間と専門外の知識が求められる、また大学においては論文重視の評価システムを反映して、ややもすると育成面に十分なエネルギーが注ぎ込まれていないという指摘も多い。

起業家教育を充実させるためには小中高校はもとより大学に教えることに対しての人事評価システムを導入することが望まれる。

8. 行政と民間の役割

1) 行政に期待される役割

県内における起業家が新しい事業に取組み、その中から成長志向のベンチャービジネスが数多く生まれるためには、成長を促進できるだけのビジネスチャンスが必要となる。行政においては、行政改革を進める中で民間のビジネスチャンスに繋がるような分野については、規制を緩和し、積極的にアウトソース（業務の外部委託）することによって民間を積極的に活用することが必要である。

また、ベンチャー企業の成長段階においては、企業と大学、公設試験研究機関等との連携をコーディネートすることが求められる。

公的な支援が、ややもするとその場限りで終わり、継続性が少ないことは、単年度予算主義や担当者の頻繁な人事異動も原因の一つと考えられる。しかし、ベンチャー企業の育成には、数年を要すると考えられることから、支援企業をリストアップして、継続的な支援方策を検討するとともに、企業発掘、育成担当者を専門職として別採用し、異動させないなどの思い切った人事上の制度導入も必要である。

ベンチャー企業の発掘のためには、時間と粘り強い調査が必要である。公的機関においても、専任職員を複数配置し、地域内の有望企業の発掘を積極的に行うべきである。

また、創業まもなく開発した製品などの販売実績をつくるとともに開発製品のPRを促進するために、地元自治体や大学が開発した製品などを先導的に購入できる仕組みづくり（発注マニュアル、購入資金など）を行うことも必要である。例えば、自治体などが必要とする環境関連機器などを地元企業から購入できる仕組み作りが求められる。

行政にはベンチャー育成を政策の最優先課題とし、それに対応できる組織変革を進めるとともにベンチャー育成の風土を地域に創りあげることが多いに期待される。

2) 企業や経営者に期待される役割

企業には、コア・ビジネスへの特化や組織のフラット化と権限委譲、アウトソーシングの活用等スピード重視の競争力ある経営が求められている。

経営者のトップダウンで、挑戦を尊び、失敗してもそれを糧に復活できるような企業風土の醸成が欠かせない。経営者自らが、創意溢れる優れたベンチャー企業を評価し、取り引きや出資を含めた提携を推進する等の戦略経営を目指すことが期待される。

また、企業の経営者は、例えば経営の第一線を退いた後に、各自が持つ有益な経験や人脈を活かし、メンターとして積極的に起業家支援を行うことも望まれる。

明確なビジネスプランの策定等に必要な経営知識や人的ネットワークは、一朝一夕に得られるものではないことから、多くの起業家は、資金とともに幅広いスキルやノウハウを求めている。特に、若い人や新たなことにチャレンジしたい人にとって、普段接することのできない人との出会いや、自分が目指す目標となる生きた手本は大事な財産となる。

ベンチャーの場合は企業という組織よりも、個人の力に頼むところが大きいことからメンターとしては本人が地域内におり、地域の事情に精通していること、起業家が直接接触できるという環境にあることは心強い。

また、企業の経営者が起業家にエンジェルとして出資をするとともに、相談役などの立場で積極的に経営参画することも望まれる。経営陣に経験豊かな人材が加わることで、ベンチャー企業の経営基盤が強化され、対外的信用も向上するからである。

さらに、行政に期待されるのと同様に企業、経営者もベンチャー企業に積極的に協力し、ベンチャー企業創出の気運を高めていくことが求められる。例えば、新しく開発され、市場に登場する製品については、用途や金額にもよるが、地域をあげて可能な限り購入することとし、さらには一消費者の立場にたって使い勝手やコストパフォーマンスなど、その製品に関しての意見・アドバイスを提供する、いわばモニター役を務めること、そしてこうしたモニター役のネットワークを構築することを通して、起業が続々と行われるための環境づくりを継続して行なっていくことが必要である。

おわりに

起業家が輩出するためには、起業家だけでは成り立たない。主役である起業家だけではなく、いくつもの種類の創業支援者群が縁の下で支えあって機能しなければならない。また、社会制度や人々の認識を起業家が活動しやすいものに変えていく必要もある。こうした社会や企業活動のインフラの変革には様々なシステムが相互に関連しあってかなければならない。

しかしながら、社会や企業活動のインフラが一朝一夕に変わることはなく、早急に変革の効果を求めること自体には無理があるようである。むしろ、わが国や地域固有の制度や慣行を利用しつつ、創業に有利な社会経済環境を整備することの方が重要である。

起業家を生み出す産業的インフラの整備とともに、起業家が本県に根付いていくことの一つには生活面での基盤や固有の魅力が欠かせない。アメリカのシリコンバレーに起業家が多く集まる理由の一つとして、気候や環境の良さが挙げられており、起業家・研究者・学者はもとより、その家族に人気が高いという。

地方は大都市に比べて、自然環境や文化に恵まれ、ゆとりある生活には適しており起業家のエネルギー源となり得る。

また、地域にはそれぞれに伝統的な文化や個性的な自然環境があつて地域の固有性をアピールできる条件を備えている。さらに、地域で生まれこの土地で事業に携わっている人々は、住民として地域に強い愛着や誇りを持っている。

インターネットを始めとする IT の活用により、地方においても情報格差はなくなり、また空港の整備により海外との移動も極めて便利になっている。それだけに、個性の強いベンチャー起業家を輩出したり、ベンチャー企業に集まる人々を引き付け定着させるには、仕事だけではなく、住みたくなる場所として、文化・生活面の特徴や優れた条件を整備し、地域をアピールしていくことも大事なことである。今後、人材面や企業の連携面でもボーダレスになり、海外の優れた人材を呼び寄せたり、特徴のある海外企業との提携も容易になることから、生活面での受け皿や魅力も重要な基盤となりえる。

こうした中、意欲溢れる起業挑戦者が次々と登場し、経済の活力を高めるには、結果の平等や仲間内の和に対するこだわりを再考し、機会の平等が実現し、個性や創造性、多様な価値観が尊重される社会風土の醸成することなどが重要である。自らリスクに挑戦して成功した人々を礼賛する風土とともに、成功の陰にある多くの失敗を糧に再度の挑戦を可能とする社会の実現が待たれる。

われわれ新潟経済同友会は多様な起業家が躍動する産業社会を実現していかなければならないと認識を新たに、今後とも各方面にできる限りの支援、協力を行なっていくものである。

例えば、同友会の会員は、新製品のモニター役を務めることのほかにも、起業家養成プログラムにおける講師やカンパニー・プログラムにおいて欠かせない存在となる社外取締役を引き受けることなどがあげられる。

事業化プロジェクト委員会 活動経緯

平成 9年 5月19日 第1回委員会

「エンジェルメンターについて」

講師：西澤昭夫氏 東北大学 教授

6月 6日 第2回委員会

「メンター紹介事業」への参画について

9月 9日 第3回委員会

「投資事業協同組合とその背景」

講師：福田俊介氏 日本合同ファイナンス部長

平成10年 2月16日 第4回委員会

「起業家支援から得られた教訓」

講師：前田直己氏 前田製管(株)社長

4月 7日 第5回委員会

「新潟で起業家支援を行うとしたら～問題点と対策」

講師：西澤昭夫氏 東北大学 教授

8月21日 第6回委員会

「新潟版エンジェル」について審議

10月26日 第7回委員会

N-FORUMの現状と問題点について

「ニューエジソン育成事業」について

講師：新潟県商工労働部 新産業振興課

「エンジェル税制の拡充と問題点」

講師：西澤昭夫氏 東北大学 教授

平成13年 2月22日 第8回委員会

「なぜ新規事業は成功しないのか」

講師：大江建氏 早稲田大学大学院 客員教授

5月21日 第9回委員会

提言(案) 審議

6月15日 最終案審議

8月21日 幹事会審議

以上

事業化プロジェクト委員会 名簿

委員長

敦 井 榮 一 [北陸ガス・社長]

副委員長

内 田 力 [コロナ・社長]
品 田 勇 [BSNアイネット・社長]
中 山 輝 也 [キタック・社長]

委 員

青 木 正 彦 [第一建設工業・社長]
植 木 康 之 [植木組・社長]
牛 木 藤 正 [牛木組・社長]
大 島 精 次 [新潟県異業種交流センター・理事長]
古 泉 肇 [亀田製菓・会長]
西 川 勉 [サイカワ・会長]
齋 藤 吉 平 [麒麟山酒造・社長]
佐 藤 実 [新潟運輸・会長]
佐 野 健 次 [新宣・社長]
須 貝 一 昭 [一正蒲鉾・常勤監査役]
田 邊 剛 [加賀田組・会長]
谷 藤 静 広 [日本政策投資銀行新潟支店・次長]
羽 生 郁 雄 [東日本電信電話新潟支店・支店長]
福 田 実 [福田組・社長]
藤 田 光 作 [新潟藤田組・会長]
古 川 賢 一 [日佑電子・社長]
古 川 武 [新潟サンリン・社長]
堀 一 [第一印刷所・社長]
本 間 茂 [本間組・会長]
丸 山 憲 一 [丸山車体製作所・社長]
皆 川 修 一 [新潟ケンベイ・社長]
明 道 宇 弘 [明道金属・社長]
山 下 菊 夫 [山下家具店・社長]
吉 岡 弘 道 [丸運建設・社長]
渡 辺 英 夫 [東和製作所・社長]
渡 邊 泰 則 [渡邊製作所・社長]
渡 辺 洋 一 [東京海上火災保険新潟支店・理事・支店長]

