

2. 日本版シリコンバレーは実現出来るか

このようなシリコンバレーの状況を日本でも実現したいという機運は以前からある。しかしながら、シリコンバレーは米国の文化や歴史的な背景を下に成立してきたエコシステムであり、異なる国でシリコンバレーのような多様で活力のあるエコシステムを実現することには、工夫が必要である。

ここで、エコシステムを構成する要素が重要であるが、これを今から全て物理的にある地域に結集させることは必ずしも容易でなく、長い時間や多くの資金が必要となり、それでも確実に実現できるかは保証されない。一方、近年の情報通信技術（ICT）の飛躍的進展は多様で大量の情報を物理的な距離に関係なくやりとり出来、また交通輸送の発達是人や物の移動を迅速にし、その面でも物理的に離れていることの影響を軽減している。

このような社会の変化を捉えて、シリコンバレーのスタートアップ促進機能を、あたかも日本にあるがごとく活用する可能性が大きくなっている。

3. スタートアップ@Reality2.0

ここで、科学技術振興機構研究開発戦略センターの調査研究で提唱されている現在及び将来の Cyber Physical Systems (CPS) を見据えた Reality2.0 が大きな可能性を提供する(岩野和生氏)。Reality2.0 は ICT の急速な進歩により、実空間とサイバー空間が別に存在するのではなく、様々な形で入り組み合い、一体不可分になる、状態を指している。現代人にとっては、目の前にある実世界若しくは物理的な対象と、ネットワークなどで繋がった世界若しくは対象に大きな差異が無くなりつつある。サイバー空間を介することで、空間的、物理的な制約が大きく解消され得ることになる。つまりシリコンバレーではスタートアップの促進に必要な要素が空間的、物理的に同一の場所に存在するが、Reality2.0 の世界では空間的、物理的に同一の場所でなくとも、CPS を通じてあたかも目の前にあるかのごとく必要な要素を揃えることが可能となる。Reality2.0 が提唱するところでは、このように必要な要素を CPS から抽出する仕組みを実体定義レンズと称しているが、スタートアップを促すエコシステムの実現に向けて必要な要素を抽出することで、

- ① 物理的結集であったシリコンバレーの要素を CPS により、結集する
- ② CPS の中でオープンなスタートアップ文化を涵養する

が出来るのではないかと期待される。

様々な資源や機能を世界中から組み合わせた起業例
～自ら生産設備を所有しない新たな製造業の出現～

従来の製造業では、自ら生産設備を有し、製品の企画、設計、試作、量産化まで一貫して自社の中で行う生産方式が主流であった。しかし、IT革命が進展する中、3D-CADによる設計や、3Dプリンタによる試作、NC(Numerically Controlled)工作機械による量産など、製造業における各プロセスのデジタル化が進展するとともに、設計、試作、量産を個別に請負い、製造業を支援するサービスも登場してきた。他方、グローバル化の進展により、これらのサービスが国の垣根を越え、新たな製品を作りたいメーカーにとって、世界中から必要な材料・生産設備を調達できる状況が整ってきた。

このような中、現実世界の機能とサイバー空間上にある機能を組み合わせ、外部から経営資源を調達しつつ、比較的少人数で起業を行う事例が生まれている。

○ 株式会社UPQ (アップキュー)

2015年、株式会社UPQを立ち上げた中澤裕子氏は、外部の設計業者、中国の製造工場、ベンチャーキャピタルの資金、ネット通販を活用して、スマートフォン、タッチパネル式透明キーボードなど、統一したデザインなど自らのアイデアを構想してからわずか2ヶ月、一人で製品化を実現した。

○ 株式会社カブク

2013年設立の株式会社カブクの創業者稲田雅彦氏は3Dプリンタを有する複数の工場と協力してこれをネットワーク化し、企業や個人に立体成型サービスを提供している。注文が入ると、30ヶ国以上に数百ある工場の中から、注文内容に沿った製造が可能な工場を人工知能が割り出し、生産する仕組みになっている。

このように、製造業においては、外部の生産設備やサービス等を活用した新たなものづくりの形が生まれつつあり、自らの経営資源が乏しい起業家等にとっても、新しい起業の可能性が広がっている。

(参考資料)

- ・「新ものづくり研究会 報告書」経済産業省（平成26年2月）
- ・「新・産業創世記 消える垣根（3）自前がベストですか？パートナーは世界中に」
2015年9月8日 日本経済新聞電子版
- ・「迫真 トヨタがほれた男」2016年6月7日 日本経済新聞朝刊第2面

起業に必要な要素をサイバー空間上で提供する新たなサービス例

製造業に限らず、外部の経営資源の活用可能性が高まっている。様々な先行研究で起業家が抱える課題として挙げられる、資金、人材、顧客・販路等に対し、比較的安価なコストで調達を可能としうる民間サービスが生まれている。

○ クラウドファンディング等の資金提供プラットフォーム

インターネット経由で事業に賛同する不特定多数の人々から資金調達を可能とするクラウドファンディングはすでに一般的なものとなりつつある。その仕組みは、資金提供者への対価に応じて様々であるが、非金銭対価型は見返りが無い寄附型、もしくは事業の成果物等を見返りとする購入型等があり、いずれにしても、いかに事業の趣旨に賛同する人を集められるかが重要となると考えられる。

○ クラウドソーシング等の外部委託プラットフォーム

従来、従業員が果たしていた機能を、不特定多数の人々に対し、インターネット経由の公募等でアウトソーシングを行うプラットフォームであるクラウドソーシングの利用が広まりつつある。仕組みとしては、発注者の業務募集に対して、プラットフォームに登録しているワーカーが自らのアイデア等を提案し、発注者が採用した案件に対してのみ報酬が支払われるコンペ型、データ入力等の比較的簡単な作業を、多数の受注者に分散させて依頼するタスク型、受発注者間で条件を交渉し調整するプロジェクト型などが存在する。IT やデザイン、記事執筆などの業務が多いが、翻訳、法務、財務、建築等、多様な仕事が集まるプラットフォームも存在する。

○ ビッグデータ等を活用した営業支援システム

顧客情報等の営業活動に関わる情報をビッグデータ等の形で情報システムやクラウド上に格納し、これを分析することで新たな顧客の獲得等を効率的に行うための情報システムである営業支援システムも生まれている。例えば、株式会社 WEIC が提供するクラウド型営業支援システム『SALES BASE』では、独自の企業情報データベースと AI を組み合わせ、見込顧客を抽出するサービスを提供している。さらに、同社のコールセンターからその見込顧客のニーズ情報の収集、新規アポイントメントの確保、営業担当のスケジュールへのアポイントメントの反映まで行うことができる。

このように、起業家にとって注目すべきサービスが多数生まれているが、これらをただ活用すればよいという問題ではない。これらの機能を、起業家のビジネスモデルに即した形で必要に応じて活用する、起業家自身の力が問われると考えられる。

(参考資料)

- ・『少額投資は創業を活性化させるか クラウドファンディングの意義と課題』小野有人、みずほインサイト 日本経済、みずほ総合研究所、2014年10月7日
- ・総務省「ICTの進化がもたらす社会へのインパクトに関する調査研究」(平成26年)
- ・株式会社 WEIC web ページ (<http://weic.co.jp/salesbase/reason/>)