

ベンチャー企業のイメージと実態

丸 川 晃

I. 問題の提起

ベンチャー・ビジネスとかベンチャー企業とかいう言葉は、日本では最早常識的な用語として、連日のように新聞や経済雑誌などで喧伝されている。ところが、このベンチャー企業といわれるものの実態は何か、どのような内容の企業を指すのかという問題になると、それ程明確ではないようである。

まず、ベンチャー・ビジネス、ベンチャー企業という言葉は和製英語であって、アメリカでは New Venture とか Corporate Venture と呼ばれる企業群は存在していても、これらに対して Venture Business という言葉は使われていない。

「ベンチャー・ビジネス」を広辞苑で引いてみると、「新製品、新技術や新しい業態などの新機軸を実施するために創設される新生の中小企業」とされている。簡にして要を得た規定と考えられるが、この段階から事態は複雑になる。即ち、これは和製英語であるから、当然に日本の実情に即した規定である筈だが、「新製品、新技術や新しい業態」とは何を指すのか、「創設される」とあるが、創設する主体は何か、またこの範疇には創設事業、企業のみで、既存企業が新規事業を始めた場合は入らないのか、更に「新生の中小企業」とあるが、新生とは何か、また無数に存在する中小企業とベンチャー企業との間には境界線はあるのか等々、疑問を抱きだしたら際限がない。これは広辞苑の規定であるから恕すとして、実際に日本では、このベンチャー・ビジネスないしベンチャー企業は常識語であるとしても、この課題に関して理論的に明確に規定した文献は殆ど見当たらないようである。

本稿は、日本のベンチャー企業（本稿では煩わしさを避けるため、この主題となる企業群については、日・米共に「ベンチャー企業」と略称することにした）に関する規定を中心にして、これを巡る諸問題について様々な角度から接近することにより、現状で日本のベンチャー企業とは何なのかを改めて検討してみることを意図している。

低迷を続けている日本経済を再活性化する手法としては、ヒト、モノ、カネの投入量を増加させていく成長方式は既に過去の遺産となり、技術革新的、創造的な中小企業ないしベンチャー企業が続々と誕生して、これらが経済のダイナミズムを主導していくことが強く期待されている。そして、この動向を促進、支援するための施策は各方面で様々な方法で措置されている現状にあるが、これらの対象になる筈のベンチャー企業とは何なのか、この種企業の簇出を意図する目的は何なのかというような、極くプリミティブな問題を不明瞭なままでのような施策を進めていっても、種々の混乱を拡大するだけで、望まれるベンチャー企業の輩出にとっては必ずしも前向きに機能しないのではないかという疑問が生じる。

このような問題意識の下で、本稿では、ベンチャー企業とは何かという課題を提起して、まず日本で官公庁、学者、実務面から提出されている規定や、3回にわたるベンチャー・ブーム時のベンチャー企業観について展望すると共に、この企業群分野では遥かに先行しているアメリカの場合について、中小企業一般にみられる特性を前提にして、このような環境のなかでベンチャー企業を区分するものは何かについて検討する。次に、日本の場合について、ベンチャー企業という企業群を厳密に規定することの困難性を中心にして、これを特徴付ける課題、諸条件、その効果などについて、アメリカの場合と対比しながら検討して、日本的なベンチャー企業を規定付ける方向を示唆する。最後に、ベンチャー企業を規定付ける可能性のある1、2の新しい経済理論について解説した上で、以上を総括して改めて日本のベンチャー企業の特异性や問題点について触れてみたい。

II. ベンチャー企業とは何か？

1. ベンチャー企業の規定にみられる多様性

ここでは、現状の日本ではベンチャー企業がどのように把握されているかについて、幾つかのケースを引用してみた上で、現在までに3回にわたって発生したベンチャー・ブームを通じて、ベンチャー企業の位置付けが次第に変化してきた推移について眺めてみよう。そして、ベンチャー企業については日本よりも遥かに先行しているアメリカの状況について、中小企業一般との対比という形で展望して、アメリカ的なベンチャー企業とは何かを浮き彫りにして、日本的なそれを検討する参考にしたい。

イ. ベンチャー企業に関する様々な規定

たまたま手元にある幾つかの日本語文献によって、ベンチャー・ビジネスないしベンチャー企業という言葉が、学界、または実務的にどのように規定されているかを眺めてみよう。

まず初めに平成8年版「中小企業白書」をみると、この700頁にのぼる大冊の報告書では、ベンチャー・キャピタルという言葉は随所にみられるが、ベンチャー・ビジネスないしベンチャー企業という言葉は、意識的にか、または無意識的にか、理由は不明であるが一切使用されていない。但し、わが国経済の構造改革を推進する担い手としての「市場高度型」、 「技術高度化型」、または「独自性追及型」などの特色をもった中小企業の方向性については、詳細に分析されている¹⁾。

次に、シリーズ・ベンチャー企業経営3、「ベンチャーファイナンスの多様化」という手引書を見ると、この本では、例えば「創造的中小企業」即ち「ベンチャー企業」²⁾という表現がみられ、また「VBの定義、その概念につ

注1) 中小企業庁編、平成8年版中小企業白書、1996年、360頁以降。

2) 秦信行・上條正夫編著、シリーズ：ベンチャー企業経営3、「ベンチャーファイナンスの多様化」、日本経済新聞社、1996年、14頁。

いては、当時（60年代後半）から明確なものがあつたわけではない。十人十色というか、捉え方、表現方法に多少の違いがあつた。」として、清成忠男教授によるベンチャー企業の規定、「技術開発、デザイン開発に特化した企業で、知識集約化の典型」という言葉を引用して、自らの規定は意識的に避けているように見受けられる³⁾。

更に、このベンチャー企業研究に関しては第一人者の清成忠男教授本人による規定をみると、例えば「日本の中小企業」で、同教授が執筆された第2章「経済の構造変化と中小企業」では、中小企業を「変革の主体としての中小企業」ないし「革新的中小企業」と「(経済構造の) 変化の影響を受ける中小企業」とに分けられて議論されており⁴⁾、ベンチャー企業という言葉は直接的には使用されていない。また同教授の近著「ベンチャー・中小企業優位の時代」では、大量のルーティン・ワークの効率的な処理に馴染んでいる経営者キャピタリズムとは対照的に、中小・中堅企業の部門で創造的なビジネスを展開する企業家 (Entrepreneur) 活動を軸にして、不確実性という意味でのリスクを積極的に引き受けて動く経済主体としての「企業家キャピタリズム」、「創造的中小企業」ないし「新興企業」(Emerging Companies) 時代の到来を謳っておられる外⁵⁾、「昨今のアメリカ経済の回復も、大企業の復活よりも、企業家セクターの改革に依存している。ニッチ市場を確立した独自の中小・中堅企業が数多く登場している。顧客の問題解決を通じて新たな市場を創造しているのである。大企業はそうした「新興企業」と「戦略的提携」を行うことによって、再生のきっかけをつかんでいる。」⁶⁾と指摘されている。更に、「新・中小企業は、自立型人材によってリードされる自立型企業であるといえよう。……新・中小企業の構成メンバーの中心は、企業

3) 秦信行・上條正夫編著、上掲書、40頁。

4) 土屋守章・三輪芳朗編「日本の中小企業」、東京大学出版会、1989年掲載論文「第2章 経済の構造変化と中小企業」：清成忠男、25頁。

5) 清成忠男著「ベンチャー・中小企業優位の時代」、東洋経済新報社、1996年、11頁。

6) 清成忠男著、上掲書、21頁。

家と自立型専門的人材である。』⁷⁾という表現がみられる。

また今井賢一教授は、少し古い「情報ネットワーク社会」を取り上げてみると、ここではコンテストブル理論を背景にして、各々の戦略的立場からの区分を展開されている。即ち、まず「小企業」(ベンチャー・ビジネス)は、その企業に固有な技術をもち、市場も焦点を定めて適所(niche)を見出し、そこを深掘りしていく。次に「中堅企業」にはA、B型があり、A型は技術を特定化し、市場の種類を拡大していき、B型は市場を特定化し、その市場に必要な技術を多様化していく。そして「大企業」は技術も市場も多様化するという面的な戦略をとるとされている⁸⁾。

最後に実務的にみた場合、野村総研月報で発表されたレポート「米国ベンチャー経営の本質」によると、ベンチャー企業は、「第一に事業内容や技術に新規性、独創性があり、第二に強い成長指向を持ち、第三に株式市場を活用し、第四に産業イノベーションに貢献する企業である。」として、「一般的に日本でベンチャー企業というと、第一の新規性、第四の産業イノベーションのところが強く意識される。これに対して第二、第三のところはあまり意識されていないように思われる。」とされている⁹⁾。

誤解を恐れないで、上掲のベンチャー企業に関する2、3の規定について

7) 清成忠男著、上掲書、157頁。

8) 今井賢一著「情報ネットワーク社会」、岩波新書285、1984年、131頁以下。

9) 野村総研月報、1996年4.10号、42頁。なお、このような議論を重ねていくと、本稿の主題である「ベンチャー企業とは何か」を問う前に、その前提として既定の事実として使用している「中小企業」について、一体この言葉は何を意味しているものなのか?という問題を改めて提起しておく必要があるかもしれない。例えば、「中小企業とは何か」(小林端雄、瀧澤菊太郎編、有斐閣、1996年)では、中小企業論の各分野にわたる権威者が改めてこの問題を提起された上で、包括的な検討が加えられている。ここで検討されているような課題について深く考えていけば、中小企業論を専門としていない筆者にとっては更に混乱が増すのみであり、収集がつかないことになる。従って本稿では、「中小企業」といえば、上掲書に掲載されている瀧澤菊太郎教授の論文「中小企業とは何か」で提起されているような中小企業に対する観方の総てを包括しているものと考えて(上掲書6~25頁参照)、この問題については深く言及しないで、以下の議論を進めていくことにしたい。

コメントしてみよう。

清成教授の論旨によれば、まず、中小企業は既存ないし変化の影響受動型および革新主導型とに区分され、後者が経済発展の起動力であるとされている。ここで既存、革新型中小企業の区別は、中小企業の類型的分析としては極めて大きい示唆を与えるものであるが、両類型の経済学、経営的意味での境界が曖昧なことが問題になろう。そして、後者の創造的ビジネスを展開する企業家活動を軸としたリスク・テイキングの精神が強い企業家キャピタリズムないし新興企業時代が到来し、この種企業の続出がアメリカ経済の回復に大きく寄与しているとされる。むしろベンチャー・バブルと呼ばれるに近いとされる程ベンチャー・ブームが加熱しているといわれる現在のアメリカの場合については¹⁰⁾、確かにこの言葉が妥当する状況であろうが、といってこのような事態をそのまま日本の現状に適応するには、幾つかの局面にわたる検証が必要なのではあるまいか。更に、「既存の大企業は新産業の創出を期待する訳にはいかない。実際、この数年、多くの大企業が新規事業に挑戦しているが、その殆どが失敗に終わっている。大企業には新規事業を起こすノウハウや企業家精神が欠けている。いまや大企業体制の根本的な改革が不可欠なのである。」¹¹⁾と主張されて、単純ともいえるような大企業衰退論、新興中小企業勃興論を展開されているようである。しかし、特定の大企業では果敢な改革を推進しており、既存の大企業を何でもひと纏めにして議論することには、街の経済評論家ならばいざ知らず、学者の発言としては抵抗を感じざるを得ない。

また今井教授は、「情報ネットワーク社会」を上梓された頃には新しい競争理論とされていた「コンテスタブル市場理論」を援用して、この理論に従いながらユニークなニッチ技術、ノウハウの開発および事業化によって参入障壁を形成して、超過利潤を生む情報・通信系の新しい企業の参入条件について検討されている。即ち、「hit-and-run 参入の可能な市場」であるコンテ

10) 益田茂著「メガ・ベンチャー」、東洋経済新報社、1997年、20頁。

11) 清成忠男著、上掲書、33頁。

スタブル市場とは、市場に利潤機会が存在すると速やかに参入が起こり (hit), また既存企業の対抗措置により利潤機会が消滅すると即座に市場から退出できる (run) という市場で、この市場が成立する条件は、第一に、参入に際して既存企業と同一の需要条件と費用条件との下で、潜在的参入企業が競争できること、第二に、退出に際して、参入時に投資された投資額が回収可能であること (sunk・コストがゼロを意味する) という場合に可能になるものとされる¹²⁾。この「コンテスタブル市場理論」については、理論的には、これらの諸前提条件が非現実的であることを主な理由として、最近では、当時のこの理論に対する評価は過大であったとされているが¹³⁾、ベンチャー企業の新規参入に関する一つの動態理論的根拠について記述されている数少ない文献であるといえよう。

以上のように、現状の日本では、ベンチャー企業に関する規定には極めてバラエティがみられるようで、これらから類推される若干の素朴な疑問、問題点として、次のような項目があげられよう。

その第一は、意識的にかまたは無意識的にか、もともと経済的には意味不明瞭なベンチャー企業という用語を直接使うことを避けている文献が多いようで、これに代わって「市場高度型」、「創造的中小企業」や「新興企業」というような言葉が用いられる場合が多いことであって、推測を遅くすれば、アメリカ的なベンチャー企業の規定を念頭において、これを如何に日本的な感覚にマッチさせるかに意を用いた結果として生じた、日・米の経済環境およびベンチャー企業に関する実態の差が、バラエティに富んだ曖昧な規定を続出させているとも受け取られる。

第二は、従って、日本の経済環境、企業・経営システム、新設企業の実態などを背景として、これに即したベンチャー企業に関してオーソライズされた適切な規定が少ないことであって、特に日・米のベンチャー企業について、

12) 西田稔・片山誠一編「現代産業組織論」、有斐閣、1991年掲載論文「第2章参入障壁とコンテスタビリティ理論」、26頁。

13) 植草益編「日本の産業組織」、有斐閣、1995年、9頁。

両国の歴史的、社会的、文化的かつ経済的背景には著しい相違がみられるにも拘わらず、これらを同一視して議論するのは妥当ではあるまいし、また様々な誤解を招く恐れがある。

第三は、更にベンチャー企業について、第一および第二の視点に立って、経済ないし経営理論的な観点から提起されている規定が殆どみられないことであって、このために筆者が収拾し得た文献は極めて少ないにしても、上掲の今井教授が提起された規定は希れなケースであるとみられる。

そして第四は、既存の大、中堅、中小企業、特に中小企業とベンチャー企業との間の区分や関連付けなどが曖昧模糊としていることで、上記第一に示したような用語からは、中小、零細企業一般の中からベンチャー企業なるものを特定することは困難でなかろうかとみられ、これらの技術軸、事業軸ないし戦略軸を明確にしておく必要がある。

何れにしても、現状の日本では、ベンチャー・ビジネスないしベンチャー企業という用語は、ジャーナリスティックな使用の場合は別として、経済・経営理論的な観点からみた場合、未だに確固とした市民権を獲得した規定は提出されていないように見受けられる。日本のベンチャー企業に妥当する普遍的な姿は、未だに殆ど標準化されていないのが実態であるといえよう。

ロ. ベンチャー・ブームの特徴

ベンチャー企業について昨今の現実には、この話題が新聞に掲載されない日は殆ど無い程で、中央官庁や地方公共団体、更に民間団体や企業などを含め、ベンチャー企業育成・支援策が手厚く措置されつつあり、主に投資事業組合の設定や自己資金などを源資として、虎視眈眈と適当な投資先を探求しているベンチャー・キャピタルは既に130社程度にのぼっているなど、世は挙げてベンチャー・ブームにあるといわれる現状（1996年から97年初頭）では、世間は、単なる新設の中小企業ではなくて、経済活性化の担い手としてのベンチャー企業が簇出することに大きい期待を抱いている筈である。この意味でここでは、日本で現在までに3回にわたって発生しているベンチャー・ブームの推移をトレースして、各時代に展開されたアメリカの動向と対比し

ながら、時代によりベンチャー企業に期待する内容が変化している状況を展望してみよう。

ベンチャー企業が喧伝された時期は、日本では現在までに3回あり、各々の時期に期待されたベンチャー企業像にはニュアンスに相違があったようで、この点も日本でベンチャー企業の規定を混乱させている一因になっているものと推定される。清成教授は「これまでわが国においては、3回のベンチャー・ブームが指摘されてきた。しかし、これはジャーナリスティックなブームにすぎず、ベンチャービジネスは徐々に増えてきた。現実は一過性のブームではなく、連続性がみられる。……ベンチャー・ブームは、資金供給サイドのブームという特徴を有している。」¹⁴⁾と指摘されており、過去3回のベンチャー・ブームは、ベンチャー・キャピタルや証券市場の規制緩和など資金供給サイドの動向が、ベンチャー・ブームと相関関係にあることを指摘されている点が注目される一方で、このブームは、必ずしもジャーナリスティックなブームに過ぎなかったのではなく、むしろ経済的にみて各々のブームは何らかの根拠をもって発生したものであったと共に、何れのブームも性格、背景が相違していたことに留意する必要がある。

第一次ベンチャー・ブームは、1972年から74年にかけて発生した。この時期のブームは、当時のアメリカでミニコン、半導体関連などのハイテク企業の活発な勃興、その成功を見習って、日本では当時の金融緩和を背景にして、銀行や証券が主導する形で、初めてベンチャー・キャピタル(?)が誕生した時期と軌を一にしていたところに特徴があったが、いわゆるベンチャー企業は殆ど生まれなかった。

アメリカではこの時期に、1958年に制定された中小企業投資法に基づいて金融・税制面の優遇措置を講じるSBIC (Small Business Investment Company) 制度の創設以降、既に多様な分野から進出したベンチャー・キャピタルが定着しており、これらの投資先として、例えばボストン・ルート128号線沿いでは軍需、宇宙開発関連の新規企業やミニコンのDECやデー

14) 清成忠男著、上掲書、84頁。

タ・ゼネラルなどが、またシリコン・バレーでは、フェアチャイルド、更にこれから独立したインテルなどの半導体メーカーが、New Ventureとして次々に大成功をとげた事例などを観察した結果として、日本でもベンチャー・キャピタルを興して新しい独立系中小企業を育成しようとした動きは炯眼であったといえよう。

しかし、71年にはニクソン・ショック、73年には第一次石油ショックが起こったとはいえ、日本は未だ高度成長の夢から覚め切れない時期で、当時の新技術、ハイテク関連事業の多くは既に資源面で利のある大企業が挑戦しつつあったし、また部品、加工系列などは完成の度を高めつつあって、ニッチ分野を迫及する特徴のある独立系中小企業の勃興についての社会的ニーズはそれ程高まっていなかった。また新分野といっても、日本では具体的には焦点が定まっていなかった。その上、物的担保重視の間接金融が最盛期であり、直接金融は余程の条件が満たされていないと不可能で、証券市場も閉鎖的であったし、結局この時期のベンチャー・ブームは、その実態が伴わなくて、石油ショック後の不況到来により泡沫と化してしまったといえる。これを現時点から回顧すると、ベンチャー・キャピタル設立を初めとする一連の動きは、その投資対象が明確ではなく、未だ諸規制も多くて、そのモードのみが先行したという意味でも、時期尚早であったと評価できよう。

次の第二次ベンチャー・ブームは、ほぼ1980年代前半を通じて発生したブームであった。既に明白になった長期的な経済の低成長を背景にして金融緩和が継続したことが、銀行（地方銀行を含む）、証券、外資系によるベンチャー・キャピタル設立ラッシュをもたらした上、82年には投資事業組合の組成、未公開企業のワラント債発行、83年には株式店頭市場の公開基準が大幅に緩和されたことなどにより、独立系中小企業の新設や株式公開などに関する制度面からの規制は大幅に緩和されて、これら中小企業に対する支援体制の大枠がほぼ確立された時期であったが、この時期にもベンチャー企業の誕生は小数に留まった。

この時期のアメリカでは、双子の赤字、ドル高などに示されたように経済

基盤の脆弱化が著しく、Made in Japan の乗用車、半導体などの対アメリカ輸出が洪水のごとく増加を続け、ビック3の苦境、DRAMメーカーの停滞に象徴される大量生産システム時代が終焉した時期であった一方で、中小企業投資促進法（80年）、経済再建租税法（81年）などの促進措置も取られた結果、例えばアップルによるアップルIIの成功（77年）、IBM-PCの発売（81年）、コンパックの発足（82年）や、サン・マイクロシステムズがRISC、UNIXを武器としたワーク・ステーションの発売（83年）などが続出した。医療制度改革を契機にしたヘルスケア産業の勃興、環境規制の強化に対応して誕生した環境産業の急成長の外、農業・植物バイオはモンサントなどの大企業が手掛けだしたのに対して、医薬品バイオ分野ではアムジェン、ジェネンテックなどのバイオ・ベンチャーが育ち始めたのがこの頃であったなど、光と影の時代であったといえる。

日本では、この時期でもアメリカの趨勢を模倣して、大企業が独占的に供給する体制を整えたパソコンやワーク・ステーションなどは別として、ソフトウェア関連の新規中小企業が続出したし、バイオ関連分野の研究開発も始められたが、これの殆どは事業化できなかった。そして特に注目される動向は、この頃から新規事業所開業件数の純増が減少に転じ始めて、この傾向は現在では開業率がマイナスという憂慮すべき事態になっていること、しかも1981～86年間の開業率の業種別寄与率をみると飲食店1.2%、サービス業1.1%、小売店1.0%、そして製造業は僅かに0.4%で、廃業寄与率も0.4%であったから、純増寄与率はゼロであったという事実である。結局、この時期のベンチャー・ブームも、85年以降の円高の下で、経営基盤が脆弱なソフト・ハウスを初めとして倒産が続出したことで終熄してしまい、80年代後半はバブルに浮かれて、大数観察的には、この時期にも日本独自のユニークな独立系中小企業またはベンチャー企業の設立は殆ど定着しなかったといえる。

そして第三次ベンチャー・ブームは、1990年代に入ってバブル崩壊以降、特にその半ばになってから盛り上がった。90年には生・損保、事業会社系ベ

ンチャー・キャピタルが新規参入を果たし、特定新規事業実施臨時措置法(89年)の制定などを端緒として、特に95年以降、通産省や中小企業庁(中小企業創造活動促進法の制定を初めとする一連の助成法)のみならず、郵政、労働、自治、農林省などや、地方公共団体(90年の大阪府研究会発型企業新興財団の設置などを嚆矢として急増している)からもベンチャー企業支援、育成策が講ぜられ、赤字会社でも株式公開を可能とする店頭登録特則銘柄(特則銘柄)制度の発足(95年)、ストック・オプションの制限付き導入など、従来のベンチャー・ブームとは異なって、むしろ新規中小企業を創設するための支援、育成策の拡充、要するに諸規制の緩和を通じてこのブームを造りだし、煽っているところにその特徴がみられる。即ち、現時点で進行中のこのブームは、掛け声の方が先行して、実態が後から付いてくることを期待しているブームであるといえよう。

この間アメリカでは、レーガン政権などが実施した規制緩和(運輸、金融、通信など)により、ユニークな技術に基づいてグローバル規模でデファクト・スタンダードを確立したマルチメディア、通信、ネットワークおよびインターネット関連の新規企業が続々と誕生した外、バイオ、医療、環境関連などのハイテク分野、サービス、小売りなどの新旧事業に属する新しい企業も次々と出現して、これらが現在のアメリカ経済のダイナミズムをリードし、経済構造を改革しつつある。他方、投機的色彩が強いベンチャー・キャピタル、粉末的企業も続出して、ベンチャー・バブルの傾向さえみせているという。アメリカでは、いわゆるベンチャー企業を支援するリスク・マネーを円滑に還流させる役割を担う株式市場がNASDAQ(National Association of Securities Dealer Automatic Quotation)で、これの登録企業群の殆どは即成長企業群とされており、90~95年間に新規雇用310万人のうちで50万人の雇用を創出したのが、総雇用数の2.5%を占めるに過ぎないNASDAQに登録している5,000社に代表されるベンチャー企業群であったといわれる。しかし、年間で400~800社がNASDAQに新規登録する一方で、300~700社が最低時価総額基準などに抵触して登録廃止になっている

ように¹⁵⁾、多産多死型の厳しい競争原理が貫徹しているというこの市場推移が、アメリカのこの種企業群の動向とスライドしている、またはこれを象徴しているといえよう。

この時期には、アメリカの推移とは対照的に、むしろ日本の現実には暗い現象の方が優位になりつつある兆候がみられた。その1、2の事実をあげると、1990年前後から企業の新規開業率が大幅に低下して、これを廃業率の方が上回る逆転現象が続いていること、しかもこの減少を続けている新規開業は、中・高年層の脱サラ開業的な傾向が強く、業種的には、ハイテク関連事業からは程遠い旧来の個人向けサービス業や小売り、飲食業などに片寄っており、20～30歳前半の若年層や高学歴層による起業が極めて低調なことに注目すべきであろう。なお、最近のベンチャー・キャピタルの初回投資対象をみると、従業員50人以上、資本金1億円以上、設立後20年以上の企業がほぼ半数を占め、この初回段階の総投資額に占める割合は17%程度（94年）となっていた¹⁶⁾。

以上を総括すると、何れのベンチャー・ブームも、アメリカの動向に刺激を受けて起こったものであり、第一次、第二次ベンチャー・ブームは殆ど実効は上がらなかったという評価が可能であり、また第三次ベンチャー・ブームはややニュアンスが異なっているようで、創造的な中小企業設立が期待され、またこれを育成するために様々な施策が講ぜられている状況の下で、漸くそのムードが醸成されつつあるところに、特徴が求められるであろう。

2. アメリカの中小企業とベンチャー企業

以上のように日本では、現在のところ、ベンチャー企業という和製英語は、率直に言って未だに曖昧にしか把握されていないようである。しかし、元々この種企業群の意義、効果などについては、アメリカで展開されている

15) 日本興業銀行産業調査部編「米国新成長ビジネス」、日本経済新聞社、1996年、186頁。

16) 日本総研「Japan Research Review」、1995年5月号、25～28頁。

状況の学習結果によるものであったという意味で、ここでは観点を変えて、アメリカのベンチャー企業を特徴付けるために、まず中小企業一般（アメリカでいう Small Business から Intermediate Business 程度の企業を総称するものとする）の特性について眺め、これとアメリカ的なベンチャー企業とを対比することにより、日本のベンチャー企業を特徴付ける足掛かりにしたい。

イ. アメリカの中小企業にみられる特殊性

平成8年の中小企業白書は、1980年代から90年代前半にかけてアメリカの中小企業がマクロ経済の活況に果たした役割について、雇用増加効果（この間の全産業雇用者増加数1,864万人のうち87%の1,628万人が中小企業であったという）、高水準の新規企業創造活動およびこれを支えている環境条件の整備¹⁷⁾について詳細に分析を加えており、特にシリコン・バレーの実態を紹介して、約10万社（1993年現在）近い企業の地域集積のメリットについて力説している。白書では、シリコン・バレーの評価として「シリコン・バレーの企業家創造システムは、わが国と異なる社会基盤を背景に成り立っている。このシステムすべてがわが国に導入できるものではないと思われるが、地域における企業の発展の例として非常に示唆に富んだものであると考えられる。」¹⁸⁾とされて、なかでも企業家を中心とした基礎研究、資金供給、施設支援、教育支援、ソフト支援の各セクターの整備、企業間の柔軟なネットワーク化による協力関係の形成が重視されている。

ここでわれわれの議論にとって注目されるのは、白書では、日本の場合は勿論、アメリカについても、いわゆるベンチャー企業については、中小企業一般のなかで議論されているようで、なかでもシリコン・バレーの企業集積については「企業家創造システム」という表現を用いて、慎重にベンチャー

17) 中小企業庁編、上掲書、561頁以下を参照した。特に、中小企業の技術革新や研究開発を支援するため、1982年に制定された Small Business Innovation Development Act（中小企業イノベーション促進法）により、研究開発対象の評価やその可能性、実現調査資金の融資、商業化後には連邦政府の購入もできるようにして、この結果、種々のハイテク商品が生まれたとされている（上掲書、570～571頁）。

18) 中小企業庁編、上掲書、573頁。

企業という言葉が避けられているようである。換言すれば、白書で取り扱われているベンチャー企業とは、中小企業一般のなかで成長が期待されている新産業分野、ないし「市場高感度型」、「技術高度化型」や「独自性追及型」の方向性を担うべき特定の企業グループという取り扱いを受けているように見受けられる。

このような観点に立った場合、ベンチャー企業とは、その国の中小企業一般が有する特殊性を前提にして、このなかから特定の条件を具備した企業群であると見做すことができよう。この意味でここでは、ベンチャー企業の発展については日本に比べて遥かに先進国であるアメリカの場合を取りあげて、その中小企業一般の特殊性について概観し、このなかからベンチャー企業といわれるグループが特定される根拠を抽出することによって、日本のベンチャー企業を規定するための参考としたい。

しかし、アメリカの中小企業一般については、その特殊性を日本のそれと比較する場合、日本で主として議論されているような歴史的、構造的局面にウエイトを置いた分析ではなくて、中小企業の望ましい方向性、その果たすべき役割などに重点が置かれているようで、日本で議論されているのと同様な基準でその全貌を把握することは困難であるが、2、3の文献に当たった結果として、次のような特徴があげられるようである¹⁹⁾。なおアメリカでは、中小企業を従業員数による区分に従って、100人以下の企業を Small Business ないし Little Business, 500人以下を Intermediate Business, そして1,000人以下を Large Business, 1,000人以上を The Largest Business と表現しているという。

アメリカの中小企業一般にみられる特殊性の第一は、中小企業といえども、その経営マインドとしては、大企業の場合とほぼ共通した精神が貫かれていることである。即ち、個人の自由、独立、創造性を尊重し、そして金銭

19) アメリカの中小企業一般に関して纏めた日本語の文献は非常に少ないようで、以下の記述は、主として、たまたま入手した長島俊男著「アメリカの中小企業」、同友館、1988年を参照した。

的成功を勝ち取るというフロンティア精神の発揮が基本であり、従ってリスクを担う起業家にとっては参入も退出も全く自由であり、フェアかつ自由な競争を行って、不正取引を嫌悪する性癖が強いといわれる。

第二は、中小の企業形態としては、個人 (Proprietorship)、パートナーシップ (2人、又はそれ以上の人達が契約を結び、各パートナーは資産・負債、利益、損失の責任を負い、契約期間、あるいは倒産やパートナーの1人が死亡した場合にその契約は終了する) および株式会社の方式があげられ、その経営は、各起業家が自由に設定する理念、戦略計画の下で、独自性をもって創造的に進められていくため、大企業に従属するというような観念は極めて薄く、むしろ、中小企業は大企業と対等にまたは対抗して、独自の分野で発展していかねばならないとする風潮が強いことである。

第三は、連邦政府、州政府などの中小企業政策としては、中小企業の自由な開業およびその意欲を促進、刺激させるような施策に重点が置かれ、しかも小規模でのスタートが推奨されているようで、特に、中小企業の増加は雇用機会の創出に役立つということが重視されており、現在でも旺盛なハイテク企業の創設および成功が、その結果として雇用を増加させていることが、一つの政策的な成功としても喧伝されている。

第四は、中小企業の雇用問題としては、マイノリティ雇用に関する政策が重視されており、企業側と明確な雇用契約を締結し、産業別組合による職種別賃金水準は企業の大小の区別なく影響しているようで、大企業と中小企業との賃金格差は殆どないといわれている上、ストック・オプションなどの手段を使用して従業員のインセンティブを高めているケースが多いことである。

第五は、中小企業のオーナーの報酬も大企業と同様に比較的高水準であり、必要とする事業資金の調達方法は、間接金融の手段は殆ど用いられず、工場、設備、店舗などの固定資産新增設にはリースを多用して初期投資の負担を軽減しており、企業家の自己資金、友人やエンゼルなどによる投融資、ベンチャー・キャピタルの出資、ファクタリングを含む金融会社からの借入などに依存していることである。

第六は、起業家の積極的な意思によるM&Aが多いことで、例えばオーナーが老齢化して、余生を自由な生活で楽しみたい時には、世襲が可能な場合、または後任の有能な経営者が見つかった場合などを除いては、会社の売却には抵抗を感じないし、また企業の運営が軌道に乗った時期に、そのオーナーができるだけ高値で売却して、再度新規の起業に挑戦するケースも多い。

そして第七は、起業家が新しい事業を創設して、健闘空しくこれが失敗に終わったとしても、この失敗を挺子として再び事業を興すケースは幾らでもあり、また社会もその再発足を容認していることである。

以上のような項目により、アメリカの中小企業一般にみられる特徴を網羅できているかどうかについては断定できないにしても、日本のそれと対比した場合は、その構造的な特殊性をほぼ伺うことが可能であろう。確かに共通している特性は少なくないにしても、いわゆるアメリカ的、日本的経営の基本的相違点に係わる問題と同質の局面について、著しい相違点、ないしギャップの存在が指摘できよう。なかでも、創造的でダイナミックな起業にチャレンジするフロンティア精神の発揮、大企業と対等に渡り合う社会的、制度的な慣習、独創性の発揮、そしてこれに失敗しても再起を図れるような社会環境などは、日本の場合と比べてみると、むしろその経済社会に属する人々が共有する価値観、換言すればその「文化」から生まれた著しいコントラストであるとしても過言ではあるまい。

ロ. アメリカの中小企業対ベンチャー企業

次の課題として、アメリカの中小企業一般が保有する以上のような特徴を前提にして、このなかからいわゆるベンチャー企業群が特定付けられるような特殊性を巡って、2、3の視点から展望してみたい。なおここでの議論は、野村総研月報（96.4.10号）に掲載されていた「米国ベンチャー経営の本質」から多くの示唆を得ていることを付記しておきたい。

まず、アメリカでベンチャー企業といわれるものは、その中小企業一般について特記されている上記のような特徴点は、その総てを一様に具備しているものと見做される。換言するとアメリカのベンチャー企業は、中小企業一

般のなかで、これらと差別化される幾つかの著しい特徴点を保有する比較的小数で、かつ独特の性格を保有した企業グループに対する総称であるといえよう。その独自性の基本は、そもそもの新企業発足の段階から、起業家自身の新事業に対する信念、思想、それへの取り組み方、明確な目標設定の内容などの点で、中小企業一般とは著しく相違していることに求められよう。要するにアメリカのベンチャー企業は、その中小企業一般と比較すると、事業の安定的推移よりも敢てリスク・テイキングに徹し、高成長、高収益性を追及して、その結果としての株式価値の最大化を求めて、個人として金銭的な成功を得ようとする目的意識、独創的な戦略などの諸特性を、遥かに明瞭かつ強烈な形で打ちだしていることに、その特殊性が求められると要約されよう。

アメリカのベンチャー・キャピタルは、投資先企業（＝ベンチャー企業）に対して、その株式公開（NASDAQ）を前提にして、年率で一般に最低30～35%という、通常の中小企業では足元にも及ばない程高率の株式収益率（要求内部投資収益率＝IRR）を求めている点があげられている²⁰。即ち、株価が年率35%程度で上昇することを要求するという過酷な条件が課されている訳で、この条件は、常識的に考えても中小企業一般が容易に達成できるような水準ではなく、ベンチャー企業でも余程の高成長、高収益性を維持しなければ達成困難なハードルであろうし、実際に、このハードル・レートを跳躍し得る高成長のベンチャー企業は、ベンチャー・キャピタル投資対象企業のなかでも約1割程度に過ぎず、残りの4割は倒産ないし縮小、5割は標準の35%よりも低成長、低収益企業であるという実績がもたらされている²¹。

これ程高率の株式収益率が要求される根拠は、ベンチャー・キャピタルに

20) 野村総研月報, 1996年4.10号, 44頁によれば, アメリカのベンチャー・キャピタルが要求するIRR(要求内部投資収益率)35%という数字は, これ自体厳密なものではなく, 各ベンチャー・キャピタルによって異なるもので, インタビューの結果としてほぼ30～35%程度とする回答が多かったため, 35%という数字をIRRの代名詞として使うとされている。

21) 野村総研月報, 1996年4.10号, 43頁。

とっては、倒産した投資先も含めた投資平均利回りを可能な限り高めることにより、資金提供先に高利益を還元する必要があること、起業家にとっては、たとえ超高コストの資金であっても、必要資金の導入によって事業が高成長を持続できれば、起業家のリターンも上昇するというメリットを享受できることになる。逆に、年率35%以上の株価上昇が見込まれると期待されるようなベンチャー企業には、リスク・マネーが集中すると共に、そのストック・オプションを求めて最高級で最適な人材も集まってくるという累積効果もたらされて、その企業は更に高成長をとげる可能性が生まれることになる。

次に、以上の特殊性から当然に派生するベンチャー企業の経営指向としては²²⁾、第一に、その企業業績の評価基準は、過去の経営の蓄積としての資産内容や収益力を基準とする中小企業一般の場合とは異なり、株式市場またはM&A市場による将来の期待収益力の最大化にあるとされる。

第二は、競争戦略に関するもので、程々の市場シェアを維持していれば、安定的に生き永らえる可能性が大きい既存事業の中小企業一般の場合とは異なり、超高成長率、高収益率を達成するために、たとえニッチ市場であっても、常に市場のトップ・シェアの確保、独走体制を目指しているということである。この典型としては、技術や事業コンセプトの独創性が基幹となるコンピュータ・ソフト、通信分野などがあげられ、これらの事業では技術進歩が急速であるため特許権による囲い込みは殆ど通用せず、新技術を圧倒的なスピードで普及させて、デ・ファクト・スタンダードを達成することが最大の競争手段になる。

第三に、組織体制についていうと、中小企業一般を含む既設企業が常とするトップ・ダウンのヒエラルキー体制とは違って、まず目的とする明確な事業計画があって、これに最適の人材を配置して、フラットな形のプロジェクト・チームなどの弾力的かつ効率的な体制（タスク型組織）が編成される。

そしてベンチャー企業群が手掛ける事業は、既述のようにリスクが極めて大きい故に「多産、多死」型の企業グループであって、ハイテク・ベンチャ

22) 野村総研月報，1996年4.10号，50～51頁。

一企業についてみると、起業後5年間生き延びられる確率は50%、ベンチャー・キャピタルが投資、その他の支援を行っても、株式公開ができるベンチャー企業は、先に触れたように僅か1割程度に過ぎないといわれている程厳しいもので、アメリカでも中小企業一般の場合には、恐らくこれ程の「多産、多死」はあり得ないものと推測される。

また、ベンチャー企業の狙い手である創業者＝起業家は、アメリカでも一部のアグレッシブな人材がチャレンジして、猛烈に働く企業戦士の場であり、従って巨額の報酬によってのみ報いられる職場であるとされる。そしてその創業者は、役割分担を可能とする複数人数である場合の方が起業の立ち上がりは早い、成長期に入ると、意見の相違などによりその一部が辞任する確率が高く、ベンチャー企業では一般に創業者の2/3は成長期の段階で会社を去るといわれている。創業者が辞任する確率の高低はあっても、その理由は別として、この点については中小企業一般とベンチャー企業とは一致しており、むしろ、アメリカでは社会的に容認されている自由というものであろう。この点は、成功企業、安定企業を現金化するための手段としてのM&Aについても共通している。

以上、アメリカのベンチャー企業は、中小企業のなかでは、特に高度の成長指向（従ってリスク・テイキングな革新的技術に基づく）および株価指向を意識的に強く打ち出した企業グループを指し、その結果としてアメリカの経済活性化、構造変化に多大の影響を与えている企業グループと規定できるであろう。

III. 日本のベンチャー企業にみられる特殊性

上述のように日本では、第三次ベンチャー・ブームの進捗状況をみても、漸くその試行錯誤が始まった段階であると評価される程度であり、このような実態を反映してか、ベンチャー企業とは何かについては、学識経験者による規定でも、また実務的にも、現状では必ずしも統一されていないように見

受けられる。またアメリカでは、New Business, Corporate Venture などといわれるベンチャー企業の続出は、現状はむしろバブル的ともいわれる程の加熱状況にあつて、先行きがやや懸念されるにしても、正常な革新的ハイテク企業の続出がアメリカ経済の活性化に大きく寄与していることは明白である。ここでは、このようなアメリカのベンチャー企業に関する状況も参考にしながら、日本でベンチャー企業といわれているものは、取敢ず「中小企業グループに属している特定の条件を具備した企業を指す」という程度に留めて、日本の現状を前提にしたベンチャー企業の規定について、幾つかの局面から更にもう一步踏み込んで検討してみよう。

1. 日本のベンチャー企業を巡る規定のオルタナティブ

イ. 常識的なベンチャー企業の属性

現状の日本で、ベンチャー企業に関する見方については、今までの検討から推して、これを2種類の議論に要約できると考えてよからう。ここで、現状のアメリカで活躍しているベンチャー企業の動向を基準として規定しているものを「アメリカ型」、日本の実態を前提にして規定していると考えられるものを「日本型」とすれば、前者の型は、主として学者や実務家などによって採用されている規定が多く、また後者の型は、敢ていえば中小企業白書で展開されている内容がその典型であるといえよう。

「アメリカ型」の基準では、総てが巧妙に体系化されているようである。革新的技術を軸として、起業家がリスクに挑戦して新企業を設立する。これの将来性が見込まれるならば、ベンチャー・キャピタルがそのアーリー・ステージからレイター・ステージに至る迄、資金調達、経営指導、その他必要とする各局面について強力にバック・アップして、可能な限り迅速に株式を公開させることにより、起業家、ベンチャー・キャピタル共に膨大なキャピタル・ゲインを獲得できる。そして、このような起業家による新しい成長企業の継続的な続出が、イノベーションの波及や雇用の創出などを誘発して、経済全体の活性化に貢献しているというプロセスが重視される。そして日本

の場合は、このような基準に依拠して、起業家による革新的技術の停滞およびリスク・テイキングの消極性、ベンチャー・キャピタル活動の保守性やこれを巡る諸制約、株式公開基準面の様々な制限、伝統的事業を主力とする企業の株式公開が多いことや、公開迄の企業歴が極めて長いこと、新企業設立のインセンティブが極めて弱いことなど、克服しなければならない様々な制約条件が議論的になっている。

これに対して「日本型」の特徴は、現状の中小企業の実態に即して、新しい中小企業のビヘイビヤに焦点を定めて議論されていることである。平成8年中小企業白書に依拠して、例えば中小製造業の場合を取り上げると²⁴⁾、この白書自体の性格から、所管事項以外のこと（例えばベンチャー・キャピタルなど、なお、ベンチャー・キャピタルについては、現在のところこの監督官庁は存在しない）には触れられていない点が制約になることを前提にして眺めてみよう。

まず、例えば、今後の発展が期待される、または有望と考えられる企業類型として「市場高感度型」、「技術高度化型」、「独自追及型」や「コーディネート企業」などの創造的企業がその典型としてあげている。「市場高感度型」は、きめ細かく変動する市場ニーズに対応することが、国際的にも競争優位性をもち得るとするもので、「市場ニーズ即応型企业」および「小ロット対応（多品種小量生産）型企业」に細分され、「技術高度化型」は、長年にわたって蓄積してきた高度の熟練技術とハイテク設備およびこれらの更なる高度化により、競争優位性を保有するタイプで、超精密加工型企业および試作開発型企业がある。また「独自追及型」は、自らの独自の経営発想、ノウハウの蓄積によって、他社との差別化を図る方向で、独走的製品開発型企业、独自生産工程・ノウハウ保有企業などがあげられている。

何れのタイプの企業についても具体例が詳細に示されている外、新規企業の開業率が廃業率を下回っている実態に大きい危惧を示し²⁴⁾、更に起業者年

24) 1996年中小企業白書によれば、廃業率が開業率を上回った時点は1990年で、以
(次頁脚注へ続く)

齢の高齢化、起業動機としては既存企業からの「スピノフ型」や「分業型」の増加、自己資金の不足、資金調達の困難性が起業にとり最大の障害要因になっていること、起業の事業内容はハイテク事業が極端に少ないことなどの問題点が、実例をあげながら指摘されている。このように「日本型」では、日本の中小企業のなかで、特定の条件を具備した企業パターンとして、ベンチャー企業が把握されているといえよう。

ここで注意を要することは、この日本のベンチャー企業を規定する「アメリカ型」、「日本型」という分け方は、何れも相互に対立する規定ではなくて、「アメリカ型」は、「日本型」を或る程度前提にしながら、アメリカでの動向を基準として、日本のベンチャー企業にみられる特殊性を指摘しており、また「日本型」は、「アメリカ型」を念頭に置きながら、日本の実態について分析、評価が進められていると考えられることで、いわばベンチャー企業という言葉が明記するか、それとも日本の実態から推して、意識的に不明確なベンチャー企業という言葉を選んでいるか、という程度の相違に過ぎないともいえるかもしれない。

しかしながら、このベンチャー企業の規定に関する「アメリカ型」ないし「日本型」という分類は、一つの基本的な問題を孕んでいるものと考えられる。即ち、この「アメリカ型」は、アメリカのベンチャー企業を一つの理想形であると見做して、これを学習した結果を日本に援用したものであるとしても、この理想形は、アメリカの国情、経済状況を背景にして生まれたものであって、これがどの程度日本的な基盤に移植できるかどうかについては、以下のような基準から、改めて検証する必要があるということであろう。

この分野では遥かに先行しているアメリカのベンチャー企業にみられる特性は、まず、大企業の場合と共通して、その文化、社会、歴史的に培われた

際この逆転現象が続いており、なかでも製造業の廃業率が5%近くと最大で、小規模な程廃業率は高く、最近では特に繊維、プラスチック加工、ゴム、皮加工、電気器具、精密機械などの分野で廃業率は高まっている。また、95年度末の最低資本金の引き上げも、廃業率の上昇に影響しているともいわれている。

自由競争を基とした経済システム、いわゆるアメリカ的経営、これらに起因する諸制度、競争システム、戦略などの特殊性を基盤として生れたものであり、しかも現状では逆にこの種企業グループが、伝統的なアメリカ企業一般の経営システム、戦略などの改革に、多大の影響を及ぼしつつあることである。

次に、ハイテク企業の続出、これを資金面、経営面からバックアップするエンゼルやベンチャー・キャピタル、税制面、地域的な育成策、その他の間接的な支援措置、NASDAQの盛況などを包括するアメリカのベンチャー企業体系は、これが全体として一つの相互依存的な、ないしはバランスが取れた形で、アメリカで普遍的に根付いている諸システムを前提にして展開されていることである。即ち、アメリカのベンチャー企業が有する頑強さ、その絶大な影響力を産みだしているのは、特定のアメリカ人のチャレンジ精神、自由、独立、創造性という性格から始まって、上記のような充実したサブ・システムの整備、更に技術革新の強力な影響力などが、アメリカ的な感覚で相互に補完し、整合しあって、トータル・システムとしての「ベンチャー企業市場」を形成していること、しかも、環境変化、技術進歩の様相などの変化に伴って、アメリカのベンチャー企業が対応する方法も徐々に進化、変貌しつつあることなどがあげられる。

従って、アメリカのベンチャー企業に固有の感覚を日本に導入しようとする意図が強くみられる「アメリカ型」については、これを特徴付ける上記のような各個別システムは、日本に移植して効果を挙げるのが可能なものと、日本的体質からくる制約によって導入しても効果が薄いと考えられるものを選別する必要があるのみならず、この移植により形成される「アメリカ型」の「ベンチャー企業市場」が、トータル・システムとして有効に機能するかどうかの是非も含め、冷静な再検討が必要であろう。

この問題について典型的な一例としてシリコン・バレーについてみると、中小企業白書の表現を借りれば、極めてユニークな総合的「企業家創造システム」²⁵⁾が形成されている。企業家（起業家）を中心として、これをバック

25) 中小企業庁編，上掲書，573頁。

アップする幅広い基礎研究（スタンフォード大学など）、資金供給、産業集積、ソフト、施設、教育支援セクターが形成されており、自由競争という基本精神の下で（この前提は規制緩和）、設計・開発分野に特化して、業界標準を確立し、グローバルな範囲でサプライヤーも含めた情報ネットワーク化を達成して²⁶⁾、これらを統合することにより強力な威力を発揮して、世界の情報、通信革命を主導している現状にある。そして、このシリコン・バレー方式は、アメリカでもむしろ異常な地域とされ、これの他地域への移植については必ずしも成功していないようである²⁷⁾。例えば徹底した規制緩和の下での自由競争、ヒト対ヒトのネットワーク化、人材の流動化も含む産学協同、資金供給体制、起業家の敗者復活に対する社会的評価などについては、日本でも部分的には急速に変革されつつある分野はみられるにしても、シリコン・バレー方式のトータルとしての徹底した自由競争、合理主義、個人主義という文化、価値観の決定的な相違については、超え難いものがある。

ロ. 日本のベンチャー企業を特徴付ける2, 3の課題

以上のような観点から、日本のベンチャー企業を「アメリカ型」および「日本型」という類型に分けて検討することにした場合、この現実を起業家精神、新規企業、ベンチャー・キャピタル、株式公開市場、経営指導、連邦、地方政府の支援策、大学との協同研究などにわたる各分野について個別に諸問題を検討することによって、ベンチャー企業育成、強化にとってより望ましい方向を目指すための直接、間接の環境整備が必要であると同時に、これらの各々がバランスのとれたトータル・システムとして構築されるべきであるという観点からの検討も必要であろう。ここでは、このような意味合いから、日本のベンチャー企業について、これを規定付ける両パターンを念頭に置きつつ、その問題点を巡って幾つかの視点から検討してみたい。なお以下では、いわゆる個々の「ベンチャー企業」を狭義のそれ、この周辺に形

26) アナリー・サクセニアン著、大前研一訳「現在の二都物語」、講談社、1995年、246頁。

27) 日本経済新聞社編「シリコン・バレー革命」、1996年、日本経済新聞社、244～245頁および250頁。

成されている支援体制全般を網羅したトータル・システムとしての「ベンチャー企業市場」を広義のそれとを区別して、議論を進めていきたい。

まず、狭義の「ベンチャー企業」についてみると、ここで主役になるのは、個々の起業家のマインド、新・旧企業、その事業内容とその成否の可能性などであって、これを周辺から支援するのが、資金、経営指導面ではエンゼルのベンチャー・キャピタル、その環境整備を図るべき国や地方公共団体など、そして基礎研究などの局面から支援するのは大学などである。そして、過去の第一次、第二次ベンチャー・ブーム時とは様相が一変して、現在の第三次ブーム時になると、日本の現状で軋轢無しに実施が可能と考えられる殆どの環境整備、支援体制は殆ど出尽くしているとしても過言ではあるまい。

しかしながら、ここでの基本的な問題の第一は、日本の現状で地殻変動的な影響を及ぼすようなベンチャー企業が続出しえない最大の原因として、社会的土壌として起業家の多くで企業家精神（Entrepreneurial Spirit）の欠如ないし脆弱なことがあげられていることである。この原因を要約すると、戦後の日本社会で精神的な基盤として培われた平等主義思想に基づく諸障害があげられる²⁸⁾。創造性を否定するような均一的な教育制度から始まって、いわゆる日本の経営、税制などの諸制度の殆ど総てについて平等主義が貫徹しており、この平等主義は「機会の平等」から「結果の平等」に移り、更に「悪平等」になってしまったといわれ、またこの思想が日本で強力な規制体質の温床にもなって、弱者保護という目的で極めて細部にわたる例外規定が定められ、これらが自由競争否定の源となっていることが多い。

次の問題は、最近の日本では、新規企業の開業絶対数が低い上、その率が低下傾向にあること、廃業率との間で逆転現象が生じている外、企業の創業者、経営者の年齢が高齢化してきていることなどから、中小企業が本来保有している筈のダイナミズムを喪失しつつあることが懸念されている点である²⁹⁾。もともと企業数が減少していくような状況の下では、経済も活性化す

28) 中谷巖著「日本経済の歴史的転換」、東洋経済新報社、1996年、227～228頁。

29) 中小企業庁編、上掲書、329頁以降参照。

る筈はないが、日本経済の裾野に幅広く広がっているユニークな技術指向の中小企業数が減少していくような状況にあるとすれば、確かにこの事態は由々しい問題になる。この辺の実態は必ずしも明瞭ではないが、例えば東京の大森、蒲田や北関東、大阪の堺などの中小企業は、衰退が取り沙汰されているといっても、独自の技術とネットワークを有効利用して、上下左右の広範かつ迅速な技術拡散効果を通じて構造改革、事業転換に成功している中小企業も少なくないことからみて、それ程懸念することはないかも知れない。

第三の課題は、日本経済の活性化に貢献するところが大きいと考えられる産業、情報処理、ネットワーク、通信関連のハードおよびソフト・ウェア、医療関連、サービス、小売り関連など、アメリカ経済に大きな刺激を与えているハイテク・ビジネス、ニュー・ビジネス分野の新企業が簇生する兆しがさほどみえないことである。特にアメリカの情報・通信関連産業は、この国の企業や個人などが情報化投資に注力している結果として、広範な国内市場が形成されていることを背景として、技術革新のスピードとコスト面との優位性を確立して、グローバルに圧倒的強さを誇る産業として、アメリカ経済の活性化にとって最強の影響を与える牽引力になっていることは、日本の現状とは余りにも対照的な姿である。

広義の「ベンチャー企業市場」に目を移すと、日本の現状で、例えば中核企業とサプライヤーとの間の系列関係に典型的にみられるように、このシステムが制度的、戦略的に極めて有効かつ強固に相互補完性を構築しているものと比較すれば、トータル・システムとしての「ベンチャー企業市場」および諸制度の現状は、それら自体、未だに殆ど相互に補完性、統一性を保っておらず、その基盤となるべき支配的な経済の原則に沿った形でも機能していない、またはこの辺が曖昧で、何処かで歪められたものになっていることがあげられる。従って、実態の推移よりもムードや施策の方が先行したり、先進的な局面と後進的なそれとが混在したりして、混乱を引き起こしている嫌いがある。なかでも戦後、高度成長期以来のマインド的、制度的遺産の少なからずが現在なお温存されて、グローバル規模で支配的となりつつある競争

原理の変化に取り残されている感のあることが大きい問題になる。

上記の問題の系として提起される課題は、広義の「ベンチャー企業市場」について、これに関与している各当事者達の間で利害関係が複雑に錯綜している上、これらの各々が補完、整合し合っていないことがあげられる。

起業家の多くは、企業家精神を発揮してリスクが大きく先行き不透明な新事業に敢て挑戦するよりも、できるだけ安定的な既存の商売を続けながら、可能であれば事業を拡大させて金儲けしたいということしか念頭にない筈だし、ベンチャー・キャピタルは投資リスクの軽減に汲々として、必要とする投資先の支援システムの整備もこれからのことであるし、また証券会社は、株式公開の幹事会社を狙って手数料収入の増加に専念するし、細かい政策的整備は散発的かつ相互に関連なく打ちだされているが、お上の直接的な民間指導は既に過去の遺物になっているというように、各関連分野の当事者達にとってはボタンの掛け違いになっている有様で、各サブ・システムが相互関連を保ちながら有効に働いて、共存、共栄が図れるようなメカニズムが作動していないことが問題視される。更にここでは、本来は広義の「ベンチャー企業市場」の重要な一当事者になるべき需要者ないし消費者ニーズ、欲求の充足という観点からの接近は、殆どみられないのが実情である。

このように、日本のベンチャー企業に関して指摘される特殊性は、起業家、ベンチャー・キャピタル、証券市場等々から構成されている広義の「ベンチャー企業市場」では、この市場を形成している各々の主体が、別々の発展法則、独特な歴史性、制度、慣習を有しており、これらが「ベンチャー企業市場」でいわば合体し、互いに補完、整合し合い、利害関係を共有する相互関連的、構造的な作用を強めることにより、これらがトータルとして、観点の相違から特定化、パターン化されたものが「アメリカ型」ないし「日本型」のベンチャー企業であるとするのが可能であろう。そして、後者と比較して前者は、日本の実態に適応した形の統合的システムとして、これを構成する各サブ・システムが合理的に相互補完性を確立する迄に至っていない、または不十分である点に、様々な局面に多様な齟齬が生じている深因がみら

れると考え、また前者では、漸進的なカイゼンにより事態は変化していくものとも伺われる節がある。

2. ベンチャー企業に求められている役割

イ. ベンチャー企業を規定する諸条件

起業家を自称する人が、大企業などからスピニング・アウトしたり、ユニークなニッチ技術を開発したり、またはたまたま話のあった面白い事業の構想に乗るなど、それぞれ千差万別の目的で、企業家自身が出資したり、または有志を募って出資を依頼して、新しく独立企業を設立したとしよう。この新設企業が、言い尽くせないような苦境に何度も遭遇し、その度にこれを克服して社会的に認知されるような企業に発展していく過程では、乗り越えねばならない様々な障壁が横たわっている。日本の実情を前提として、これら障壁の主要なものを指摘、描写するという形で、今までの議論と一部重複するところもあるが、新設の独立系中小企業が成功したベンチャー企業として一般に認知されるまでのプロセス、およびそのための諸条件について検討してみよう。

その第一条件は、技術、市場、制度・規制面で、この新設企業が新しく特定市場に新規参入することを妨げているかもしれない多様な障壁をクリアーすることである。産業組織理論的のいうと、新規参入に必要とする資本量から生じる障壁、規模の経済に基づく障壁、製品差別化に由来する障壁、絶対的費用の障壁の外、コンテストビリティ理論によるサンク・コストの発生をもたらす障壁もさることながら、既存企業による先行的特許権取得やデ・ファクト・スタンダードの確立、広告支出の増額や製品種類の増加などによる障壁等々があげられており、日本では、特に競争を規制する様々な制度・規制面の厚い障壁、および資金調達面からの障壁を克服することが最大の問題になっている。ベンチャー企業を含む新設の中小企業は、バイオ・ケミカル分野のように起業後も大規模な研究・開発投資を必要とするようなケースでない限り、規模の零細性、設立目的の明確化、ニッチ市場指向、競争および資金的条件の限界性などの参入障壁の多くをクリアーできたからこそ、現状

で存立し得ていることになる。

第二の条件として、新企業の事業ないし製品（サービスなどを含む）の差別化を巡る諸条件に関する問題を摘出してみよう。新規企業にとっては、既に顕在的、潜在的市場が存在するか、または革新的な製品であれば何がしかの潜在的市場が見込まれることを前提にして、直接ないし間接的に既存企業群との間で発生する競争を回避することは殆ど不可能であろう。この競争形態には、顧客に対して価格競争をとる場合と非価格競争をとる場合とに分けられ、新規企業としては、まず価格競争をできるだけ避けるために、一般的に「差別化最大化の原則」(Principle of Maximum Differentiation)に従う誘因が強いであろう³⁰⁾。そして差別化は、垂直的差別化（製品の品質やサービスによる差別化）と水平的差別化（顧客の嗜好による製品差別化）とに区分され³¹⁾、近頃では前者も相対的に重視されてきているが、未だ確固たる経営基盤が確立していない新設企業の悲しさで、品質やサービスの向上も製品のバラエティの増加を図ることに限界があって、何れは熾烈な価格競争に巻き込まれる恐れが大きい。そして垂直的ないし水平的差別化を果たして、可能な限り競争を回避しながら、しかも類似の競合相手から需要を奪っていく能力をもった恵まれた中小企業（これをベンチャー企業と呼ぶとすれば）には、高成長性、高収益性、またその起業家には高額のキャピタル・ゲインという特典が与えられることになる。

そして第三は、事業の展開に伴って発生するヒトやカネの不足をどのようにしてカバーしていくかという、資源条件に関する障壁である。まず、労働の流動性が低い日本では、質、量共に適切な従業員を適切な時期に採用することは極めて困難であって、これの成否が将来の発展にとっては一つの鍵となる。また資金調達の問題は、少なくとも企業が株式を公開できるようになる頃迄は付きまとして、カネの切れ目が縁の切れ目ということで、起業家を

30) 「差別化最大化の原則」とは、後で起こる可能性が高い価格競争をできるだけ避けるために行う差別化（製品、立地、その他）の原則に関する理論である。植草益編、上掲書、第6章、「製品差別化」（西村清彦）125～127頁参照。

31) 植草益編、上掲書、131頁。

常に悩ませる最大の問題になる。事業が多少でも軌道に乗るまでは、提供できる適当な担保が殆どない場合が多いため、リスクの高い事業である程、金融機関からは一定限度以上の資金調達は極めて難しい。しかし、その事業の将来性に魅力があれば、資金援助ないし債務保証をしてくれるエンゼルにタイミング好く遭遇するか、更にベンチャー・キャピタルからの資金調達は、その出資条件に適合する場合に限って、必要資金の調達は可能になる³²⁾。アメリカでは、ベンチャー企業とはベンチャー・キャピタルが投資する企業を指している、とさえいわれているようだ。

第四は、上掲のような諸障壁を克服する経営力、戦略指向をもっている筈の起業家自身に係わる問題である。まず、起業家が新規企業を興すに当たっては、泡沫的な企業を設立する場合は別として、たとえ平凡な既存事業の場合であっても何らかのリスク・テイキングでないケースを見つけるのは困難であろう。次に、起業家自身が卓越した経営者であることは、実状をみる限りそれ程多くなく、例えば、創業当初は事業のニッチ性によって順調に滑りだしても、暫くして第二、第三の障壁を戦略的に充足できず、資金不足や価格競争に巻き込まれて消滅をやむなくされる中小企業、ベンチャー企業が余りにも多いのが現実であろう。しかも、功を焦るあまりの近視眼的かつ野心的で、保有する経営資源の質的、量的制約に意を用いない場合も少なくなく、特に、順調に成長の波に乗った中小企業ないしベンチャー企業で、ワマン的、カリスマ的リーダーシップを発揮していった起業家の結末は、成否相半ばするものがある。更に、企業規模が次第に拡大して、垂直的ないし水

32) 日本のベンチャー・キャピタルは、従来はレイター・ステージにある中小企業、ないしベンチャー企業に対する投資が中心であったが、最近ではかなりアーリー・ステージにある企業に対しても投資を増加させているようである（「週刊エコノミスト」97年、3/18号、65頁）。しかしこの場合でも、独禁法による持株会社に関する制約から50%以上の株式を取得できず、従ってベンチャー・キャピタルの投資時に起業家が自前で相当巨額の株式を追加保有する必要が生じること、他方ベンチャー・キャピタルとしても、過半数の株式を取得すると、投資先企業の経営責任を一手に引き受けねばならぬことになるため、経営支援体制が未整備な現在では困難であることなど、様々な問題点を孕んでいるようである。

平的差別化の程度が高まるのに対応して、組織、経営システムを効率化し、従業員のインセンティブや責任・権限の明確化の問題を如何に処理していくかが、起業家にとっては最大の試金石になることは、ベンチャー企業を含む中小企業一般について共通している。

このように新設の独立的中小企業の発展プロセスを辿ってみる限り、日本の伝統的な諸条件を前提にすれば、中小企業のなかにベンチャー企業と称される企業グループが存在するとしても、これを中小企業一般が辿る成長、発展のプロセスと比べて、相違点を見つけるのはそれ程容易ではあるまい。この段階で、ベンチャー企業を中小企業一般から強いて分ける基準を求めると、「差別化戦略に特徴をもった中小企業」という程度の表現しかでてこないであろう。

ロ. ベンチャー企業のもたらす効果、影響について

既述のように、第三次ベンチャー・ブームの特徴は、国、地方公共団体などが様々な形で広義の「ベンチャー企業市場」育成、支援策を、むしろ事態の進展に先行して措置しているところにあるといえる。この背景となっているのは、昨今の日本経済を再び活性化して成長力を取り戻すためには、画期的なイノベーションや新規ビジネスが続々と生まれるような体質に転換することが不可欠だという認識がもたれていることであろう。このような考え方は、90年代に入ってからアメリカ経済が、過去20年間近くにわたる不振を乗り越えて、見事に再活性化を果たしたという事例に刺激されたものである。

即ち、80年代後半以降のアメリカでは、規制緩和などのアメリカ政府による政策変更、個人の消費動向の変化、情報関連・通信分野の技術革新と平行して、一方で鉄鋼、自動車など不振を極めていた巨大既存製造業企業群が、大規模なレイオフ、不採算部門の廃棄、M&A、経営システム全般にわたる抜本的再編成、JIT、海外進出、情報ネットワークの高度利用などによるドラチックな企業改革が功を奏して、その多くが一定の生産性向上を回復したこと、他方で、半導体、ソフトウェア、情報・通信、ビジネス・サービス、医療、小売りなどの技術革新的なニュー・ビジネス分野で、日本でベン

チャー企業と称されている既設および新規企業の躍進がダイナミックな展開をみせていること、この二点がアメリカで経済の再活性化を達成できた基本的な構図であるとされ、日本では、前者の既存企業のドラスチックな改革はさておいて、後者のような技術革新的色彩が濃厚な分野で、特に新設企業のダイナミックな勃興、成長に、経済再活性化の尖兵としての役割を担わせようという強い意図が伺われる。

アメリカでは、後者のニュー・ビジネス分野で活躍している企業は、「企業家セクター」、即ち「企業家 (Entrepreneur) を担い手とする中小・中堅企業部門……不確実性という意味でのリスクを積極的に引き受け、創造的なビジネスを展開する経済主体である。」³³⁾であるとされる。

これを具体例でみると³⁴⁾、情報処理分野でいえば、パソコン関連では INTEL (1968年設立)、Microsoft (1981年設立) などが、既にグローバルな規模でデ・ファクト・スタンダードを確立しており、Compaq (1982年設立) は、高級機から普及機への転換によりパソコンのトップ企業に躍進し、80年代後半から90年代前半にかけて続々と設立された LAN、WAN 関連企業の多くも、既に国際的に確固たる地位を樹立しており、インターネット関連では、Netmanager や Netscape Communications などが90年代に入ってから設立にも拘わらず、既に業界標準化を達成している。また小売店をみると、Office Depot (86年設立、オフィス・サプライ第1位)、CUC International (73年設立、カタログ販売第1位)、PetSmart (87年設立、ペット食品のカテゴリー・キラー)、Gymboree (76年設立、子供服専門) などの新しい容態が、アメリカ人の消費行動の変化に対応して、ディスカウント化、専門化を徹底することによって高成長を果たしている。

情報処理・通信分野のユニークな技術開発、その事業が与えている影響については、ここで中途半端に説明する要はあるまい。一例をあげると、世界のコンピュータを双方向的に結ぶネットワーク化やインターネット、イント

33) 清成忠男著、上掲書、16頁。

34) 日本興業銀行産業調査部編、上掲書、第2、3、4、5章参照。

ラネット関連技術の発展を取り上げただけでも、個人間のコミュニケーションについても、また企業内外にわたる情報の共有化、これに対応したドラチックな企業改革、アウトソーシングや24時間取引などの新しい形態の商取引の勃興をもたらしているなど、正に革命的ともいえる影響を及ぼしつつある。また、価格破壊などを伴う新しくユニークな小売りチェーンの普及は、消費者にとっては歓迎されることであり、その経済的影響は図り知れない程大きいものがあることは容易に認識できよう。何れの場合にも、競争は極端に熾烈であり、それにも拘わらず敢て新技術、新しいアイデアを引っ提げた新しい企業が続出している現状であって、マクロの観点からすれば、80年代以降に新規参入したベンチャー企業の活躍は、既存の枠を脱して根本的な改革を果たした大企業も含め、アメリカの経済、産業構造を変革する程の強烈なエネルギーを発揮しつつある。

このように現在のアメリカではベンチャー企業の活躍が著しく、これの経済的效果、影響は測り知れないものがあるが、これを日本という場に敷衍した場合、問題は、単にベンチャー企業を育成、支援する必要があるというような範囲のものではなくて、日本経済全般にわたる今後の構造変化に関する問題の一環として把握する必要があると考えられる。

既述のように、ベンチャー企業の活躍は、アメリカ経済が再活性化を果たし得た主要な理由の一翼を担っており、その他の要因と共に複合的な効果を発揮して達成した栄光である。要は、競争の自由（規制緩和との関連で）とこれを源泉とする情報処理・通信関連技術の革新とを基盤として、起業の問題一つを取りだしても、広範かつ先進的な国内市場、多様な価値観を有する社会的風土、流動性の高い労働市場、リスク・マネーなどの存在など、アメリカン・ドリームの実現にとって恵まれた社会環境が整備されているように、これらの諸要因が整合性を保って有効に累積的機能を発揮しているところに、現状のアメリカ経済が活性化した根拠が求められるであろう。

残念ながら現状の日本では、一言でいえば、このような整合性を保った規制緩和や経済的、社会的環境に関する整備の進展については、未だそのビジ

ョン、方向性も明瞭ではなく、いわばカオスの状況にあるため、いわんや中小企業、ベンチャー企業が活発に簇生するための諸条件が急速に整備されたとしても、その結果として出現するベンチャー企業群が日本の経済、産業構造の改革にどのような影響を与えるかという予想については、具体的に議論できるような段階ではないであろう。

しかし、企業改革、空洞化などの進行に伴って発生する雇用問題や、製造業、非製造業を問わず抱えている生産性向上問題の解決にとって、ダイナミックな中小企業、ベンチャー企業の簇出が、一つの大きい課題であることは、日本でもアメリカの場合と変わらない。この課題について、既に多くの識者が指摘しているところを要約すれば、主として短期的および長期的課題に分けられよう。前者は、短期的に効果を発揮すると考えられる諸規制の緩和が中心となり、また後者の問題としては、日本人一般、特に若者の敢てリスクに挑戦するベンチャー精神を醸成するような施策、特に一律的な詰め込み主義に象徴される教育面の抜本的改革が急務であろう。そして、この長期的課題については、今後予想される社会、文化、経済環境の変遷に伴って、日本の風土に沿った形で、段階的に改革されていくものと推測される。

ここで留意を要する問題は、日本では、無数の既存中小企業群によって、伝統的で複雑な経済構造が形成されていることである。周知のとおり、古くは明治以来企業家精神を発揮して経済、各産業の発展に寄与してきた中小企業は無数にあって、その少なからずが経済をリードする代表的大企業に成長しており、時には大企業による中小企業の収奪といういわゆる「日本経済の二重構造」の問題が議論的となったこともあるが、特に戦後の高度成長期以降は、組立・加工産業を初めとする多くの産業で、大企業と中堅、中小企業との間で意識的ないし自然発生的に形成されていった中核企業とサプライヤーとの取引、競争、分業の密接な関係、技術、技能、ノウハウ、資源を共有する継続的、共栄的かつ多重的な相互依存関係、系列化ないしネットワークの確立、ユニークな技術を保有する独立系中小企業が存在などが、グローバル競争優位性の形成に貢献したことは疑う余地はない。そして、90年代に

入ってからの急速かつドラスチックな経済構造の変化に伴い、これら中堅、中小企業の少なからずが苦境に陥っている現状にあって、新規企業に対する支援策もさることながら、ユニークな技術力を蓄積している既存中小企業グループの再活性化を果たすための諸施策の整備も、現状の経済を再活性化するためには必須の条件であることを、ここで明記しておきたい。

IV. 日本的ベンチャー企業の発展を求めて

以上、日本の特殊性を念頭に置きながら、ベンチャー企業を規定する諸要因、およびこれを巡る主要な問題について検討してみたが、これまでの議論は、例えばアメリカの実情との対比、中小企業一般と比較した場合の特殊性、ベンチャー企業自体が当面している発展を阻害する諸障壁等々の問題に終始していた。そこでここでは観点を変えて、まずベンチャー企業の典型としてのハイテク系企業を取り上げ、この種企業のビヘイビヤーに関する最新の経済理論の1、2について展望した上で、結論的に、日本でいわゆるベンチャー企業が続出して、期待される効果を発揮するための諸条件を検討するという立場から、改めてこの種企業の規定について若干の提案を試みたい。

1. ハイテク・ベンチャー企業を巡る経済理論

翻ってここでは、いわゆるハイテク系といわれる企業の性格、ビヘイビヤーについて、最近議論されている経済理論から得られる示唆を展望することにより、ハイテク・ベンチャー企業の規定に接近してみたい。なお、入手できたレポートは極めて僅少なため、筆者の解釈などに重要な誤解が予想される可能性のあることを、前以てお断わりしておきたい。

ハイテク・ベンチャー企業といえば、普通はアメリカで、ベンチャー企業が主導して急速な成長をとげている情報処理・通信関連のハード・ソフトウェア、ヘルスケア・医療・バイオ、個人・企業向け新規サービス分野など、研究開発やハイテク技術に基づく新しいタイプの企業を指すものとし

て、以下これらを一括して「ハイテク企業」と略称したい。

「ハイテク企業」の経済理論といえば、その古典として J. A. Schumpeter のビジョンによって提起された、技術革新のリーダー的役割を占めるのは大、中小企業のいずれかという、いわゆる「シュンペーター仮説」があげられる。この仮説は、種々の実証分析の結果として、現状では、イノベーション推進の主役になるのは、大企業、中小企業の何れともいえない、という結果になっているようである³⁵⁾。

ここでいう「ハイテク企業」に関する新しい経済理論の特徴は、既存の経済理論に依拠して形成されていた既存産業、企業の行動、競争システムに対して、これと対照的な形で、特に90年代に入ってからアメリカで顕著な発展をとげているハイテク産業、企業のビヘイビヤを念頭において形成された理論であり、しかもこれら新・旧理論は、相互に対抗的ではなくてむしろ共存的であり、かつ後者の方が競争優位性を支配しつつあることを主張しているところに、その特徴が伺われる。

イ. A. S. Grove の戦略変換点

初めに INTEL の前 CEO, Andrews S. Grove がその近著 “Only the Paranoid Survive” で提起している新理論について眺めてみよう。本書は、A. グローブがスタンフォード大学のビジネス・スクールで行った講義を基にして纏められ、彼の口癖になっている信念を題名にしたものといわれ、本書で展開している論理も、INTEL 経営の経験を基にして構築されたものと考えられる。即ち INTEL は、1971年に世界で初めて4ビットのMPUの開発に成功して、DRAMの技術進歩についても先端を切っていたが、日本製

35) シュンペーター仮説とは、第一に、個人の起業家、発明家よりも大企業による研究組織の方が、技術革新の重要な担い手になりつつあること、第二に、独占的市場支配力を革新企業に保証することが研究開発誘因を確保する手段として必要不可欠であること、という二つの命題である。しかし、今までの実証的な研究によれば、第一の仮説は、イノベーションの担い手は、大企業とも中小企業ともどちらともいえないという結論になっており、第二の仮説は、イノベーションの進展にとって、企業規模や市場集中度は余り重要でないという方向が示されているようである（植草益編，上掲書，岡田羊祐「研究開発と特許制度」を参照した）。

製品の輸出攻勢、その他で価格が暴落して、経営危機に陥った時期を契機にして、大量生産型のDRAM事業からは完全に撤退してMPU事業に専念することとした結果、パソコンの急速な普及が幸いして、そのシェアの80%程度を握る世界の半導体関連企業に発展したことが、この論理のバックボーンを形成しているといえる。

A. グローブは、まず戦略変換点 (Strategic Inflection Point) という用語を設定する³⁶⁾。この変換点は、(産業ないし企業の成長) カーブのスロープが凸から凹へ、または凹から凸へと変わる点であり、事業に関する旧来の戦略図が消滅して新しいそれに道を譲り、その事業が新しい高地に達することを許容する場合、または旧来の構造、事業運営、競争形態から生まれる諸力のバランスが、新しいそれに移行する時に起こるものとする。そして、コンピュータ業界を取り上げて、この変換点の前後で、業界構造、競争形態面でどのような変化が起こったか、この変化が如何なる結果をもたらしたかについて、詳細に分析している。これを要約すると、以下の通りである。

古い時代のコンピュータ業界は、垂直的統合 (Vertical Alignment) を確立していた。IBM, DEC, Sperry Univac, Wang などその代表としてあげられ、何れも半導体、その他部品の製造、コンピュータの組立、OS、応用ソフトなどこれらハード、ソフト共に、研究・開発、生産から流通、販売に至る迄のプロセスを、各社が各々自前で垂直的に統合した構造を形成していた³⁷⁾。この垂直的統合によるメリットとしては、ハード、ソフトの開発、製造、販売、サービスの総てが社内で一貫して行われること、またデメリットとしては、これらのプロセスのなかで一部でも齟齬を来すと、プロセス全体が崩壊してしまうことであるという。

そしてMPUが登場すると、このMPUが、コンピュータ産業の中核的地位を確立したことを起動力として、この産業の全構造が抜本的に変化し

36) Andrew S. Grove, "Only the Paranoid Survive", DOUBLEDAY, 1996, pp. 32~33.

37) Andrew S. Grove, *ibid.*, p. 40.

てしまい、この時期に新しい水平的なコンピュータ産業（Horizontal Industry）³⁸⁾が成立した。例えば、半導体はINTEL, Motorola, RISCsなどの各メーカーが開発、生産を担当し、コンピュータの製造・組立はCompaq, Dell, Packard Bell, Hewlett-Packard, IBM, Appleなどが担当し、またOSや応用ソフトはMicrosoft, その他のソフト・ハウスが開発、販売を行い、これらハード、ソフト製品の流通・販売は、小売店、スーパーや通信販売などのバラエティのある経路で専門業者が行うというように、半導体の生産からコンピュータの販売に至る迄の各プロセスを各々専門的、分業的に担当する企業群が出現した。このようなコンピュータ産業の構造面、競争面にみられた大激変の時期が、グローブのいう戦略変換点の時期に該当するが、A. グローブ自身は、この時期を断定するのは困難であるとして、多くの垂直的コンピュータ企業がレイオフやリストラを敢行していた時に、全く新しい水平的企業が出現したという1980年代末に設定しているようである³⁹⁾。

A. グローブが規定している水平的構造を確立した各コンピュータ企業の特徴は、各専門分野で血で血を洗うような熾烈なシェア競争を展開することになるが、この競争に当たったの原動力となるのは大量生産、大量販売であって、生きるも死ぬもこれに基づいたコスト優位性（Cost Effectiveness）に依存しており、その戦略の基本として、顧客に実質的な便益を与えないような差別化は無意味であること、如何に時間的に他社に先んじてスピーディに動くかがシェア獲得にとって最善の手段であること、また効率性、生産性向上に必要とする巨額の設備投資を実施して、規模の利益を達成することによって、コストをカバーできる価格を設定できることを指摘している⁴⁰⁾。

われわれのベンチャー企業の規定にとって、上述のA. グローブが提起した理論が示唆を与える点は、次のようなものであろう。

その第一は、全く初めて世にでる革新的なハード、ソフト製品ではなく

38) Andrew S. Grove, *ibid.*, p. 42.

39) Andrew S. Grove, *ibid.*, p. 45.

40) Andrew S. Grove, *ibid.*, p. 51.

て、性能、品質、価格などで既存製品に比較して格段の進歩がみられ、かつ顧客のニーズにマッチした同一使途の新規製品を提供する新しい企業が、交換点を経て出現するという考え方は、例えば或る商品がライフ・サイクル上のピークから成熟期に入る段階で、技術進歩により全く新しい発想で飛躍的に性能などを高度化した製品が出現するという現象は、過去にも繰り返して経験した事実であったように、成熟期に達している既存の製品や事業分野は、旧来の生産、流通、販売システムを打破していく新しいハイテク企業が挑戦できる豊かな対象であって、このような意味での交換点は、日本でも多くの既存事業で出現している。但し日本では、交換点をクリアーした新企業群が大勢を占めるに至っていないことが一つの問題であろう。

第二は、日本では垂直統合的システムは、現在のところ若干は崩れつつあるにしても、既存大、中小企業の専売特許になっている観があるが、これからは、その得意とする組立・加工産業分野を初めとして、水平的企業の出現が活発化することは時代の潮流であろう。新しい「ハイテク企業」にとっての水平的システムは、ビジネス・チャンスの増大を意味している。相対的に狭い分野に技術開発力を集中して、これを駆使する専門性を駆使することによって高度の競争優位性を確立して、既存の垂直統合的システムを切り崩す能力を発揮するような既存、新規のハイテク企業が現われることが期待される分野である。特に日本では、情報ネットワークの整備や金融システムの再編などにより、ユニークな技術を保有する多数の既存中小企業が活性化を果たして、「ハイテク企業」に転換することが焦眉の急であろう。

第三は、A. グローブが主張している水平的企業の場合、コンピュータ業界の特殊性でもあるが、特許ではなくて、デ・ファクト・スタンダードを確立しても、相似の技術、システムを有するライバルとの間で熾烈な競争が展開されて、結局はコスト競争に陥るため、絶対的な競争優位を確立するためには、大量生産、大量販売体制確立しか途は残されていないとする論旨である。この論理は、INTEL 運営の経験に基づいて提起されたものであって、後述のように、この大量生産、大量販売というのは、従来の収穫逓減型のそ

れではなくて、INTELのほぼ独占的なMPUにみられるように、新しい収穫逓増型の生産・販売方式であるところに、その特色が求められることに留意する必要がある。

ロ. Brian W. Arthurの収穫逓増理論

最近の日本でも、複雑系(Complex System)についての関心が高まってきている。そして経済、企業経営システムの分野でも、その多様性、進化・ダイナミズムの観点から、これらを一つの複雑系として把握することにより、新しい経済、経営理論が誕生しつつある。その著しい特徴は、新古典派経済学の完全自由競争に基づいた完全合理性の貫徹という基本的前提とは対照的に、ヒトの合理的思考、行動には限界があること(boundedly rational)を前提にして、社会的制度はこの限定合理性に対処するために生まれたものであり、これは環境変化に応じてより望ましい形に進化していき、しかも戦略的には補完性を保っている(Strategic Complementarity)とする考え方を基本にして、経済、経営の多様な仕組み、制度などを再検討する「比較制度分析」論が理論的、実証的に進められて、既に多くの実績があげられている⁴¹⁾。

B. アーサーが提起している「ハイテク企業」の収穫逓増理論⁴²⁾も、このような理論の一分野について、ドラスチックに新しい考え方を提起したものであって、ここでも「ハイテク企業」の規定について示唆するところが大きいものと考えられる。

B. アーサーによれば、新古典派経済学では、大量生産方式に基づいた経済原則の仮定は収穫逓減法則(Law of Decreasing Returns)に依拠して、

41) 青木昌彦／奥野正寛編著「経済システムの比較制度分析」、東京大学出版会、1996年、10頁。青木昌彦著「経済システムの進化と多元性」、東洋経済新報社、1995年、第1章などで、この比較制度分析の意義などが解説されている。

42) Brian W. Arthur, "Increasing Returns and New World of Business", *Harvard Business Review*, Jul.-Ayg. pp. 100~109. なお、この論文の邦訳は、週刊ダイヤモンド編集部、ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス編集部、「複雑系の経済学」、第2章に掲載されており、本稿では、後者を参考にしつつ、一部を原文により修正した。なお、引用頁は、「複雑系の経済学」によった。

単一の市場均衡の成立、その安定性および意思決定者の完全合理性を主張しているとする。これに対して、経済の発展、技術進歩によって経済行動を決定するメカニズムは、収穫逓減から収穫逓増法則（Law of Increasing Returns）へと推移しており、この法則は複数の市場均衡、その不安定性、意思決定者の限定合理性を生みだす。即ち、「収穫逓増とは、成功者は更に成功を重ねる傾向、優位性を失った者は益々その優位性を喪失していく傾向のことである。」⁴³⁾とする。しかし収穫逓増のメカニズムは、収穫逓減のそれと対立するものではなくて、むしろ並存するものであり、また収穫逓増理論は、従来の経済理論を崩壊するのではなくて、それを補完するものであり、前者は伝統的な製造業分野、後者は新しい産業、知識主導型の産業を支配しており、この両世界には各々異なった経済原則、行動、スタイル、文化が適用され、各々の世界には異なる経営、戦略、規制が必要になるとしている。

そして、「ハイテク企業」について収穫逓増法則が機能する根拠として、B. アーサーは次のような要因を挙げている⁴⁴⁾。

即ち、その第一は製品を創出するコスト（up-front costs）の特殊性であって、ハイテク製品は一般に上市までの懐妊期間が長期にわたる上、研究開発費用も巨額にのぼるため、製品単位当たりのR/D費が極めて高くなるが、供給量が増加して単位当たりの限界費用が減少すれば、収益は急速に逓増することである。

第二は、ネットワーク効果（Network Effects）が著しいことであって、その製品の使用者が特定のシステムを使えば使う程（デ・ファクト・スタンダードが成立するため）、そのシステムの使用者が増加していくので、正の外部性が生まれることである。

そして第三は、顧客適合性（Customer groove-in）であって、同じく使用者が特定のシステムをトレーニングするために投資した場合は、たとえ他システムがバージョン・アップして機能を高めたにしても、学習したシステ

43) Brian W. Arthur, 上掲書, 50頁。

44) Brian W. Arthur, 上掲書, 59~62頁。

ムからは容易に変更しようとはしないことである。

更にこの収穫逓増理論は、ハイテク企業のみならず銀行、保険、レストラン、小売りのようなサービス産業の場合でも、特定部門での運営如何により顧客が増加していけば、その効果を緩やかに発揮するものとしている。

以上のような収穫逓増法則をここでいうハイテク企業に適用するためには、2、3の条件を必要としよう。

その第一は、B. アーサーの収穫逓増理論は、ハイテク企業といっても、事業が或る程度の目処がついた段階の、ミドルないしレイター・ステージのそれには適用可能であっても、アーリー・ステージのそれには殆ど適用できまいと考えられることであろう。第二は、B. アーサーが主張しているように、「ハイテク企業」では収穫逓増が働くにしても、A. グローブのいう水平的ハイテク企業などでは、新製品の寿命が短い上、価格競争に陥る可能性が大きくなって、収穫逓増から収穫逓減に変化する場合も多いことである。更に第三の問題は、日本では伝統的な中小企業の多くも、また「ハイテク企業」と称される企業群の少なからずにしても、売上高ないしその狙い目の市場は、国内を指向する限り、相対的に狭小で、成長性も低水準であって、かつ研究開発投資額も小さいため、収穫逓増理論が働くとしても極めて緩やかなものであろうということである。

このような制約はあるが、新しい収穫逓増的な考え方は、現状の日本では「ハイテク企業」に働く影響はマイルドであるにしても、今後は収穫逓増法則に従う新しい「ハイテク企業」が続々と出現することが期待されるという意味で、現在のところは、この法則が「ハイテク企業」を規定する最も先端的な経済理論であるといえよう。

2. 日本のベンチャー企業新興に向けて

イ. ベンチャー企業再論

今までのところ、日本の現実を背景としたベンチャー企業の規定に関する議論を中心として、アメリカのそれを参照しながら、幾つかの観点から検討

してみた結果として、漸くその核心となる問題に接近したものと考えられる。

グローバル競争の激化に対応した形で、現在進行しつつある日本経済の激変期に当たり、官公庁、財政、金融、教育などの分野でも改革の烽火が上がっており、目下のところその先行きは不透明ながら、内外のプレッシャーもあって徐々に進展していくものであろう。しかし企業の場合は、企業規模の大小を問わず、自らの改革を進捗しなければ忽ちのうちにその存続さえ危機に陥る可能性があるという苛酷なグローバル競争条件の下で、ドラスチックな改革が進行している。最早、大、中小、既存、新設企業を問わず、生き残りの途は独自の技術開発力あるのみという逼迫した状況裡にあって、社運を賭して事業転換、組織のフラット化を初めとする効率化、ネットワーク化などの構造改革を推進すると共に、伝統的な日本的経営からの離脱に注力している企業が増加している。この垂直的統合の典型としては、中核企業を頂点とするサプライヤーの系列化が変質しつつあることがあげられ、高度成長時代に確立した部品の固定的な取引関係を止揚して、グローバルな範囲でより高品質でより低コストの製品を柔軟に求めていくという水平的な方向は、むしろ必然的な姿であろう。

「アメリカ型」のベンチャー企業待望論は、このような経済激変期に当面しているからこそ提起された一つの卓見であるかも知れない。しかしながら、既に検討したように、現在の日本では、「アメリカ型」のベンチャー企業が続々と培養されるような社会的、経済的環境の整備については、既述の短期的課題に関していえば、これを満たす可能性は徐々に醸成されつつあるとしても、その長期的課題については容易に超え難い障壁が余りにも多々あるため、実際には、この「アメリカ型」は、たとえ出現したとしても僅少に留まり、当面のところは、この種企業の続出による特効薬的な影響、効果を期待するのは無理というものであろう。

より現実的な方向としては、まず短期的課題を段階的に解消しながら、「日本型」のベンチャー企業の勃興を促進させることの方が、実情に即していると共に、期待する影響、効果も比較的容易に発揮し得る確率が高いもの

と考える。ここでの留意点は、この短期的な課題の解決は、個々別々に関連性なく行われるのではなくて、既に度々強調したように、「ベンチャー企業市場」として相互補完性を保った形で行われる必要がある。そして長期的課題については、「日本型」の進展に対応しながら、新しく形成される日本的な諸条件を視野に入れた感覚によって、その改革が推進されることが望まれよう。

しかし、ここで問題となるのは「日本型」の新規中小企業、ベンチャー企業の勃興では、現在の日本が期待しているような画期的なイノベーションを生みだし、全体として経済のダイナミズムを取り戻せる牽引力となり得るかという疑問が生まれることであろう。

アメリカの新規企業開業数は毎年約70万件弱で、常に開業率が廃業率を上回っており、しかも情報・通信、ソフトウェア関連企業の創業が非常に多いことが、アメリカ経済のダイナミズムに大きい刺激を与えているといわれる。これに対して日本では、開業数は10万件前後に過ぎず、開廃業率はマイナスになっており、しかも新規企業は伝統的な既存事業分野が圧倒的に多いというのが現実であって、この事実のみから推しても、「日本型」では到底期待されるような役割を果たすのは役不足であるという結論になるかもしれない。

この問題については、例えば情報・通信、ソフトウェア関連分野にみられる日・米間の技術開発力を巡る格差は既に極端に開いており、今更如何に努力を重ねてもアメリカの水準を凌駕することは、余程の革新技術でも開発しない限りは不可能な深淵であるといわれている。幸いなことに、これらのグローバルに先端を切るようなハイテク産業はさておいても、伝統的な既存事業分野でも革新的な変革を達成することにより、まだまだ未開拓分野の余地は少なくないものと考えられる。小売業一つを取りだしても、後述のように規制緩和、その他の条件さえ整備されるならば、消費者のニーズに沿った形への多種、多様な形の収益通増的な効果をもたらす改革が可能なケースも少なくないものと推定され、地方に所在するこのような小売業の活性化が地

域経済に対する影響は、恐らく測り知れない程大きいものがある。

もう一つの問題は、この「日本型」ベンチャー企業と中小企業一般との関係に係わるものである。日本でも、統計面からみると、特定の企業についてアンケート調査、聞き取り調査を行った結果などを例外として、中小企業のなかからベンチャー企業を特定し得る資料は全くない。統計面から、両企業グループを明確に区分する基準が存在しないからである。従って、ベンチャー企業の趨勢的な動向を察知するためには、中小企業一般の大勢を観察して、これから類推する以外には方法がないというのが現状である。

一例として、白書で指摘されている中小企業の創業に関する現状の問題点を取り上げてみると⁴⁵⁾、経営者が高齢化していること、女性の創業者も徐々に増加していること、その創業経緯は独立創業型やのれん分け型が減少して、スピノフ型や分社型が増加していること、創業業種ではサービス業が中心になっており、また創業の阻害要因をみれば、自己資本および出資の資金調達不足、特定のノウハウを有する人材の確保難、経営に関する知識、ノウハウの不足などがあげられている。これら中小企業一般の創業を巡る問題点は、日本でベンチャー企業といわれる特定企業群の創業についても、恐らくそのままの問題点が適用されるものと推定せざるを得ないであろう。事実、関係官公庁や調査機関などで実施されたベンチャー企業の断片的な調査結果をみても、殆ど相似の結論が伺われるようである。このような意味合いからいえることは、現状の日本では、ベンチャー企業とは、統計面からみてもまた現実的にも、中小企業のなかで特定の条件を備えているグループという、極く平凡な規定が妥当するのではあるまいか。但し、問題はこの特定の条件であって、実態に即していえば、第一に、社歴の新旧、長短および企業規模の大小はさほど問わない、第二に、既存事業の改革、新規ないしハイテク事業で、成長力が相対的に高い、第三に、その経営者はいわゆる起業家精神を発揮しているケースもみられるが、僥倖なども大きく作用していること、第四に、株式指向は一部企業の場合を除き現状ではそれ程強烈ではないこ

45) 中小企業庁編、上掲書、346～353頁。

と、などの諸要因があげられよう。

ロ。「日本型」ベンチャー企業の方向性

現状の日本で、ベンチャー企業の活発な出現が熱烈に待望されている根拠を再度要約すると、90年代に入ってからアメリカでは、経済、企業経営の大変革が進展している一環として、いわゆるベンチャー企業群の勃興がニュー・ビジネス、ハイテク事業の発展を主導している状況を学習して、日本でも、経済成長の復活を期するためには技術革新が必須であり、これを担う尖兵として「アメリカ型」ベンチャー企業の勃興を支援しようという発想が根底にある。ここで注目すべきは、同時にアメリカでは、新しい事業が続々と生まれ、特にサービス業などを中心として大規模な新陳代謝がダイナミックに展開されている一方で、既存産業の典型としての鉄鋼、自動車メーカーなども一定の活力を復活させているという事実である。

このような動向を現在の日本に敷衍する場合の諸問題点については、既にその概要に触れたので、ここでは日・米経済、企業経営の現状のコントラストを考慮にいれた経済の活性化を議論するに当たっての課題として、大企業のビヘイビヤールおよび上述した「日本型」ベンチャー企業の規定を巡る問題を取り上げて要約することにより、これをもって本稿の結論に変えたい。

まず、現状の日本がアメリカの状況と著しく異なるのは、大企業に諸資源が相対的に集中しているという事実に絞られていることは否定できず、従って、今後展開されるであろう大企業のビヘイビヤールが、日本経済の活性化にとって一つの大きい鍵となることは間違いないであろう。しかし、大企業一般についてはイノベーションの推進力にはなり得ないとする意見も強いが、この根拠は、大企業では未だに旧態依然たる組織文化、経営管理システム、開発・生産体制などを温存させているため、これらを克服するのは極めて困難であるとするを前提にした議論であろう。二度にわたる石油ショック、更に円高を克服してきた日本の大企業は、その当時とは環境条件は激変しており、また現在は低迷を続けながら将来を模索中であるにしても、その少なからずは柔軟に転換能力を発揮して更なる改革を進めていって、今後の経済

活性化にとって中核的な役割を果たす可能性が大きいものと考えられる。

次に、「日本型」ベンチャー企業を上記のように規定した場合、まず、過去に第一次、第二次とベンチャー・ブームが起こったといわれるが、この分野の発展にとって障壁になっていた政策的な諸規制は次第に撤廃、緩和され、ベンチャー・キャピタルも本来の機能を整備しつつあり、特則市場などの発足で株式公開も容易になってきているという意味で、日本では、今回の第三次ブームの過程で、恐らくベンチャー企業が積極的に増加するための環境は、漸く本格的に整いつつある段階であると評価できよう。これを裏返せば、日本で期待されているようなベンチャー企業が続々と誕生する可能性があるのは、むしろこれからのことであるともいえよう。但し、更に短期的課題の殆どが解決され、長期的課題についても、その構造的な改革方向について具体的に目処の付くことが、その前提条件になろう。そして、これから勃興する新規企業は、当分の間は「日本型」ベンチャー企業が中心になるだろうが、「アメリカ型」ベンチャー企業のウエイトも次第に増加していくものと予想される。

ここで、当分の間は「日本型」ベンチャー企業の勃興が主流になると想定した場合、次に、これがどのような分野の事業に新規参入できる可能性が大きいかという課題、即ち新規ドメインの方向性が、俎上にのぼるであろう。この問題は、それこそ多種・多様な事業およびその技術進歩のグローバルな趨勢、見通しや競争条件などを前提として、しかも国内では、今後の規制緩和の方向、外国企業を含む競合企業との関係、その他の参入障壁諸条件を考慮に入れた総合的な検討を要するので、一概に議論することは極めて難しい。

観点を変えてこの問題を展望すると、平成8年版中小企業白書では、「市場高感度型」、「技術高度化型」、「独自追及型」や「コーディネート企業型」などのタイプを持った企業が、情報・通信、住宅、医療・福祉、環境、流通・物流、生活・文化などの各関連事業で活躍することが期待されている⁴⁶⁾。これらの産業は、常識的にみても、グローバルな視点から今後の成長が予想

46) 中小企業庁編、上掲書、533～554頁。

される部門であり、現に「日本型」ベンチャー企業が相当程度の活躍実績をあげている分野で、諸条件の整備が推進されることを前提にすれば、今後共簇生することが期待されている。これらのなかから、特に経済活性化に対して広範な影響を与えると考えられる特定の事業分野を取り上げて、望ましい「日本型」ベンチャー企業の勃興という観点からの接近は可能であろう。

これらの事業の特徴としては、第一は、国内市場を目指す事業が主流をなしており、従って、この面から日本経済全般に与える影響は極めて大きいと考えられる事業であって、住宅、医療・福祉、流通・物流、生活・文化関連事業などがあげられる。第二は、海外、特にアメリカを主体にして技術進歩の面で既に格段の格差が生じているため、これに追従せざるを得ない事業として、国内でも今後の発展が熱望される情報・通信、医療・福祉関連事業などがあげられ、ベンチャー的な企業を含む海外企業の参入も増加して、競争が更に熾烈化する分野であろう。第三は、既存の伝統的な体制を打破して活性化を狙うという合理化効果を発揮し得る事業であって、情報・通信、環境、流通・物流、生活・文化関連などの事業があげられ、このうち情報・通信事業の影響については最早多言を要さず、流通・物流分野については、組織的な小売業、本格的なカテゴリー・キラーやコンビニなどの業容はまだまだ成長の余地がある一方で、日本独自の複雑怪奇な伝統を有する卸売り、問屋を介在させている流通経路の合理化も俎上にのぼることになる。

問題は、以上にあげたような事業分野は、日本では、今後の成長事業として、ベンチャー企業の独占場ではなく、既存大、中堅企業群の多くも、膨大な資源を動員し、それこそ社運を賭して、分社化などの形を含め、事業拡大、新規参入を虎視眈眈と狙っている分野であることで、これに対抗して新しく独立企業を興すことは、余程斬新な技術、アイデアを有し、卓越した経営能力をも兼ね備えた起業家でないと、その成功は覚束ないであろう。この結果として、最近では雨後の竹の子のように簇出している、非常に狭い範囲の専門性を有する情報・通信関連の個人的企業のように、その狭隘な専門性の範囲からは飛躍できないで零細のままに留まって、大局的には殆ど影響を与

えないケースが増加していく可能性も考えられる。

日本の現状は、金融制度のみならず、政治、社会、教育、経済などの全般にわたって、ビック・バンが強く要請されている時代である。しかし、これら各分野に深く根付いている日本的な伝統としての保守性、平等主義の精神は、ドラスチックな変革を容易には許容しないであろう。狭くは、ベンチャー企業一般についても同様の趣旨が妥当しよう。しかし逆に、こういう精神状態から離脱するためにこそ、企業、事業面でいわゆるベンチャー企業の新興が叫ばれているとも表現できる。ベンチャー企業一つをとってみても、既述のように、問題は山積している現状にあるが、むしろ「日本型」、「アメリカ型」を問わず、ベンチャー企業が次々と誕生していく事実の方が先行すればする程、制度的、構造的に相互補完性を保った有効な「ベンチャー企業市場」が、後追いの的に形成されていく可能性が大きいであろう。この意味で、今後2、3年間にわたるベンチャー企業一般の推移が注目されるところである。

[追記]

本稿校正時に、中小企業庁の担当責任者から、ベンチャー企業に関してヒヤリングする機会を得た。このヒヤリングの内容は、恐らく中小企業庁の公の見解および責任者の私的意見が織り交ぜられているものと考えられるが、本稿の内容に関連して極めて示唆に富んだ見解であったため、その概要を「追記」として掲載させて戴くことにしたい。なお、この見解についての解釈、表現などはヒヤリングの際に筆者が受けた印象に基づくもので、総ての文責は筆者にあることをお断りしておきたい。

1. ベンチャー企業ないしベンチャー・ビジネスの規定について

ベンチャー企業をその他企業と明白に区分する確実な基準がないこと、従って、ベンチャー企業ないしベンチャー・ビジネスという言葉自体が厳密な分析に値する概念ではないことから、平成8年度中小企業白書ではこの用語

を使っていない。即ち、企業はその発足段階とか新規事業参入段階などには、例外なく大なり小なりの不確実性を内包しているものであって、この意味でスタート段階、躍進段階に位置している企業は総てベンチャーであるといえる。そして、企業は常に発展、変化していく筈のダイナミックな存在であるという前提に立って、その過程で資源上の困難が発生した際に支援の手を差し伸べる中小企業政策が、いわゆるベンチャー育成策であると考えている。要するに、企業の事業内容などの属性ではなくて、むしろその成長プロセスに則して、スタート・アップ時、技術的飛躍時など特定の段階にある企業をいわゆるベンチャー企業とみる。

2. 創造的事業活動ないし創造的企業という用語について

白書では、特定中小企業にみられる「創造的事業活動」という特殊性を重視して、いわゆるベンチャー企業に対応するものとして「創造的企業」という言葉を用いている。この創造的企業は、創業期の企業と研究開発に積極的に取り組む企業とに分類される。この場合、何れの企業群についてもドメインの新規性、または新規事業を推進する企業に特定する必要はない。即ち、新規企業ないし技術進歩を推進する企業であれば、技術変化に伴って新しいビジネス・チャンスが発生し易いという意味で、これらの企業はドメインの新規性を内包しているからである。従ってこの種企業については、ドメインではなく、むしろそのビヘイビヤの特殊性に着目して把握すべきであり、また企業の新設、既設にこだわる必要もないものとする。普通の企業でも、新しい分野で勝負しようとする意欲があれば、いわゆるベンチャー企業になれるということである。

3. 日・米のいわゆるベンチャー企業の相違について

アメリカの場合についても、いわゆるベンチャー企業を定義している文献は見たことはない。一つの経済現象として、新しい事業分野で成長している企業をベンチャー企業と呼んでいるが、これを企業の内在的諸条件によって説明している文献はないようだ。白書でいう特定中小企業の創造的事業活動という把握の仕方は、アメリカ的なベンチャー企業の把握とは異なっている

にしても、また両国の産業構造上の相違を考慮に入れたとしても、日・米この種企業の本質的なビヘイビヤールにはそれ程の相違があるとはみていない。これに関連する問題で、日・米間にみられる最大の相違点は、ベンチャー・キャピタルが投資先企業の経営に参画する意思があるかどうかであって、両国に支配的に根付いている間接、直接金融の差異が、この分野にも顕在化しているとする。この場合、直接金融の最大のポイントは、株主として何らかの形で経営にコミットメントして、その結果としての成功に対する貢献度をキャピタル・ゲインとして獲得することにあるという意味で、投資先企業に対して何も支援しないで、またその成長には何も寄与しないで、キャピタル・ゲインだけを享受しようというのは邪道であろう。