



ベンチャー企業はこうして成功する

青木 保一／(株)デュオシステムズ

日本のベンチャー企業ブームを単なる一時的な流行で終わらせないようにするためにも、ビジョンと実現力を持ったベンチャー企業の活躍が期待されている。その一方で、ベンチャー企業だけでなく、大企業や大学も含め、ベンチャー支援のための環境づくりも重要な課題である。新しい技術が可能にする新しいライフスタイルを人々に提供し、人々の21世紀を担うのは、いま、生まれつつあるベンチャー企業であるに違いない。

ITベンチャー企業への期待

IT(情報技術)業界では、いま、インターネットビジネスという追い風が吹いている。この追い風はITベンチャー企業にとってもまたとないチャンスであり、多くのITベンチャー企業がこの追い風に乗って成功しようと考えている。欧米や日本では、確かに、モノだけによって提供されるサービスはある意味で成熟期を迎えている。このような状況の中、これからはよりソフトな情報技術によって世の中を大きく変えていこうという考え方自体は決して悪い話ではない。しかし、最近の株価で示されるような世の中の大きな期待に、果たしてITベンチャー企業は本当に応えることができるのだろうか。

ベンチャー企業にとっての成功とは

ベンチャー企業を成功させるポイントは、未来を描くこと、その未来に貢献する方法を考えること、貢献に対する分け前をきちんともらうこと、である。

最近、日本でもベンチャー企業に対する評価が高まっていることは歓迎すべきことだが、そのために未来を描いたり貢献方法を考えたりするよりも分け前をもらうことばかり考えるベンチャー企業が増えているのだとしたら、憂うべき問題である。

小さなベンチャー企業にとって、資金調達は確かに難しい問題である。どんなに良い(と信じる)アイデアを持っていたとしても、それを具体化するためには資金が必要となる。そのためにも、IPO(新規株式公開)等により株式市場からの資金調達を可能にすることには大きな意味がある。しかし、IPOは、それ自体が成功なのではなく、あくまでも成功のための1つの手段でしかない。本当の成功は数年後あるいは数十年後の世の中に対してその企業が与えたものによって判断されるべきである。その意味での「成功」は、常に「未来を描き、貢献方法を考える」ベンチャー企業でなければ得られない。

ベンチャー企業の存在意義

ベンチャー企業の社会的存在意義は新しい価値観の具体化という点にある。

地域、制度、文化等の違いによる世の中の価値観の多様性はグローバル化によって減少に向かう一方で、これからは、新しい技術等によって可能となるさまざまなビジョンやアイデアが価値観に多様性をもたらす中心的な役割を担うようになる。これからの世の中にとって、ベンチャー企業は多様性を生み出す原動力としてなくてはならない存在なのである。

また、さまざまな価値観が次々と創り出される状況の中では、それらの価

値観の比較評価に多くの人々が直接参加できるようにすることも重要になってくる。ベンチャー企業にとっては、自分たちの信じる価値観が人々にとってどのように役立つかを経済の尺度で測れるように具体化し、価値観に対する人々の評価に基づいた競争を可能にすることも重要な役割の1つである。

このような社会的存在意義から考えても、ベンチャー企業が本当の意味での成功を得るためには、新しい価値観や具体化のための仕組みを提示することが非常に重要だといえるのである。ベンチャー企業は他の企業と同じことをやっているだけでは競争に勝つことはできないことを忘れてはならない。

長期的ビジョンに基づくビジネス

ベンチャー企業にとって(逆説的に聞こえるかもしれないが)長期的ビジョンに基づくビジネスには成功のチャンスがある。

日本では一般に「現金」は最も安定した(絶対的な)価値を持っていると信じられている。しかし、時間というファクタを考慮すると、その価値は常に変化する相対的なものでしかないので分かる。これは単に複数通貨間の為替変動リスクというような問題ではない。たとえば、異常気象で食糧が不足すると現金の価値は相対的



に下がることになる。この種の問題は世界共通通貨ができたからといって解決するようなものではなく、異常気象に強い植物を開発したり異常気象そのものの予測や回避を可能にするような技術を手に入れることでしか根本的には解決できない。経済はあくまでも実体を測る尺度でしかないことを忘れてはならない。残念ながら、現時点での経済的指標はこのような長期的価値（公共的価値といってもいいだろう）を測るのが苦手である。そうかといって、国や地方自治体等の行政なら長期的価値を測るのがうまい、というわけでもない。

その一方で、エネルギーや食糧、環境といったような将来（現在といった方がいいかもしれない）の世界が抱える実体面での問題はすでに数多く指摘されているが、それらの問題の深刻度を評価するための具体的で普遍的な尺度として我々が頼れるものは現状では「お金」しかない。世界が着実に問題のある未来に向かっていく中で、誰かが未来に対する予測（予想）に基づいて長期的価値を「お金」の世界の指標に変換することにより、今の「お金」を将来のさまざまな問題のためにできる限り有効に使えるようにすることは重要な課題である。

行政がこのような役割を十分に果たしていない現状では、将来予測に基づく長期的（公共的）価値評価やそれらの評価に基づいた具体的なビジネスには大きな潜在的チャンスがある。資金調達手段さえあればベンチャー企業がこういった長期的価値型ビジネスを創り出すことも不可能ではない。実際に、公共的価値を追求するNPO（Non Profit Organiation）等の団体がこのところ注目を集め始めているが、これらの団体は限定された資金調達手段の中でのある種の公共型ベンチャー団体といえるだろう。新しい価値観の具体化という観点からは、長期的価値を現時点での経済的指標へと変換するというような話こそベンチャー企業が最も活躍できる場であるように感じる。資金調達のための仕組み（ルール）を整備することができ

ば、ベンチャー企業が公共事業を肩代わりしていくという将来像も決して夢物語ではない。

技術の持つ社会的影響を考える

新しい技術により今までできなかったことが可能になるということは確かに新しい社会的価値を生み出す大きな力となるが、反面、そういった新しい技術が新しい社会的問題の原因となることもあり得る。

最近では、情報技術と並んで、遺伝子工学等のバイオ技術にフォーカスしたベンチャー企業も注目を集めている。たとえば、自分の遺伝子を調べることによって将来どんな病気にかかるリスクが高いかが分かれば、リスクを減らすための予防策を講じたりすることが可能になるという意味でメリットはある。しかし、個人の遺伝子情報が生命保険料算定や入社試験で利用されたりするようになると、技術の進歩を喜んでばかりもいられない。

技術系の小さなベンチャー企業だからといって、技術をどう使うかは社会の問題だから関知しない、という考え方は世の中には受け入れられない。ベンチャー企業にとって、新しい価値観を具体的に提示するということは、技術の持つメリットだけでなく問題点についても人々に分かりやすく説明し、問題点をどのように回避するのかということまで具体的に考えた上でビジネスを提供することなのである。もちろん、技術の持つ社会的な問題点を回避するための具体策を考えること自体も、ベンチャー企業にとってのビジネスチャンスにつながる。ベンチャー企業は、技術が社会に与えるプラスの影響やマイナスの影響を評価し、プラス面を増幅しマイナス面を抑制する具体的なプランによって、社会から評価されるのである。

情報技術の果たす役割

ITベンチャー企業は、長期的価値や社会的影響をどう考え、情報技術に対する世間の期待に対してどう応える

ことができるのだろうか。

情報技術は「人」を強く意識した技術である。もともと情報技術は人とモノの間をつなぐ技術として発達してきたが、最近のインターネットの普及によって人と人をつなぐ技術という面からも情報技術の重要性が注目を集めるようになってきた。人と人をつなぐメディアとしての情報技術には大きく分けて2つのメリットの可能性がある。1つは、人々のコミュニケーション活動が必要とするモノの消費をこれまでよりも少なくできる可能性があることである。もう1つは、人々のコミュニケーション活動の中身そのものを効率化できる可能性があることである。キャッチコピー的にいえば、前者は「環境に優しい情報技術」、後者は「人に優しい情報技術」ということになるだろう。

たとえば、電子商取引や在宅勤務等には「環境に優しい情報技術」という側面がある。これらの「環境に優しい情報技術」は、単に紙やエネルギーといったモノの世界の無駄を減らすだけでなく、人々のライフスタイルを環境への負荷を少なくする方向へと変えていくという意味で大きな可能性を持っている。また、マルチメディアやグループウェア、自動翻訳等には「人に優しい情報技術」という側面がある。これらの「人に優しい情報技術」は、基本的には集団としての人々の活動や意思決定を支援する技術であり、さまざまな人々にそれぞれの能力や考え方を集団の中で生かすチャンスを広く提供することによってより理想の形に近い民主主義の実現に貢献できる可能性がある。

しかし、情報技術は必ずしも良い面ばかりのバラ色の技術ではない。子供がゲームばかりして勉強しないなどと嘆く親も多いが、情報技術によってもたらされるバーチャルな世界には確かに新たな問題もある。情報技術の進歩により他の人々やモノというリアルな世界との接点を失ってバーチャルな世界だけに閉じこもってしまう

人々が増えてしまうのは社会にとっても望ましいことではない。家でも職場でも一日中コンピュータの前に座っているだけの生活というのは果たして人間らしい生活なのかどうか疑問である。

バーチャルな世界は、地球環境を含む限られたリアルな世界をより大切にし、リアルな世界の価値をより高めるための技術として大きな価値を持っている。人やモノがあってこそその情報技術なのである。ITベンチャー企業は、技術だけの未来を考えるのではなく、人々の未来を考えなければならない。

ITベンチャー企業のこれから

ベンチャー企業を成功させるためには、ベンチャー企業自身の努力に加えて社会環境や経済環境もベンチャー企業が力を発揮しやすいように変わっていく必要がある。

資金調達面では、日本でもベンチャー企業のための新たな株式市場が動き始めつつあるが、現時点ではまだ十分にその機能を果たしているとはいえない。高額の株式はもっと積極的に分割して手軽に売買できるように

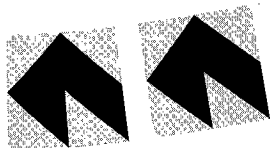
したり、ベンチャー企業向けの投資組合や各種ファンドの整備により多くの投資家が専門家の評価に基づいて投資先を選べるようにする必要があらう。人材面でいえば、今の日本では自分からベンチャー企業を作ったりベンチャー企業で働こうという人々がまだまだ少なすぎる。ベンチャー企業を支える人材を増やすためには、大学等における教育のあり方も変わる必要があるように思う。法律や制度面でも、ベンチャー企業が数多く集まるような新しい技術分野では依然として整備が追い付かない状況である。最近、ビジネスモデル特許等が注目されてきているが、日本で実際の裁判になったらどういった結果が出るのか、興味よりもむしろ不安を感じてしまう。技術の中身について判断できる法律家や政治家の必要性を痛切に感じる。

同時に、ベンチャー企業自身も自分たちの社会的役割を認識し、社会から必要とされる存在になるよう努力する必要がある。

インターネット関連の情報技術の中でも、消費者向けで内容が分かりやすいB2Cは脚光を浴びやすいためか多くのベンチャー企業が取り組んでい

るが、もう少し地味なB2Bやインターネットシステムを支える基盤技術、開発支援環境等では日本のベンチャー企業は細々としか活動していないように見える。私の会社(デュオシステムズ)は設立以来、オブジェクト指向に関連する技術コンサルティングやシステム開発を10年くらい続けている。その間、オブジェクト指向の世界でも言語、開発環境、分散環境、データベース、分析設計方法論等にかかわるさまざまな技術が進歩してきた。これらは、これからの情報技術の中でも非常に重要な役割を果たす技術である。最近では、オブジェクト指向に関する技術的蓄積を生かして、コミュニティウェアやJavaのメトリックス評価ツールの開発を行ったりもしているのだが、幸か不幸か激しい競争にはさらされていない。これからのITベンチャー企業には、ぜひ、こういった地味だが大切な分野での成功をねらってほしい。ベンチャー企業に対する社会的評価を高めていくためにも、「成功」を目指す数多くの新しいベンチャー企業と一緒に競争できることを願っている。

(2000.4.12)



大企業にとってのベンチャー起業

遠藤 宏/NTTデータ

青木氏が挙げられた、ベンチャー企業を成功させるポイント、企業の存在意義、長期的ビジョンに基づくビジネス、技術の持つ社会的影響を考えると、情報技術の果たす役割などの論旨は、ベンチャー企業のみならず大企業にとっても共通する事項である。

大企業にとっては、ニュー・エコノミーという産業革命の中で、「大企業病」という精神構造の話だけでは片付けられないパラダイムシフトが興っており、青木氏のお説ごもっともというだけでは済まされない課題が山積し

ている。今回、大企業の立場で、起業を推進し、ベンチャー企業とどのように競争(または「協創」、「共創」)していくかについて意見を述べたい。

ベンチャー企業の迅速さに大企業はどう対抗するか?

製造業を中心としたこれまでの企業の競争力を決めていたのは、「土地」「資本」「労働」であったが、IT時代の3要素は、「アイデア」「スピード」「実現能力」である。アイデアさえ

抜群であればベンチャー・キャピタルの出資を受けるなど必要な資金は世界中から集まってくる。大企業の起業プロセスにおいて、迅速さを含めた支援制度をどう実現するかを考えたい。

大企業には社内ベンチャー制度、社内公募制度など年齢不問、役職不問で事業実行できるリーダが活躍する仕組みがあるが、事業プロセスには依然オーバーヘッドが存在する。

最近米国では、ビジネス・コンセプトの迅速な創造と展開、および評価を



大企業としての主戦場、ベンチャー企業とのかかわり

これまで大企業の起業家にとって、ベンチャー企業の迅速さに伍していくための施策およびベンチャー事業のリスク低減の施策を述べたが、大企業はどこを主戦場として事業展開していくべきなのか。私は、大企業はベンチャー企業との一騎討ちではなく、ベンチャー企業との協業による「協創」「共創」を狙うべきだと思っている。このためには、大企業はベンチャー企業に比して、より大きなビジョン、アイデアの創造が必要である。

青木氏の大望に負けない大きなビジョン、アイデアを創造すると同時に、社内のインキュベーション・テーマの事業化、ベンチャー企業との連携を進めて、起業家マインドを持った社員にとって、組織の論理や会社がつけたルールと個人の自由な発想がうまくマッチするような仕掛けを作りたい。

(2000.4.16)

支援する新しい事業創造のメカニズムとして「アクセラレータ」が注目されている。起業家が事業を興すにあたり資金繰りや人材確保など会社設立に必要な事項にエネルギーを費やし、マーケティングと開発業務に費やす時間がほとんど残されていないという問題を解決するため、適正な商品を市場にいち早く参入することに集中させ、残りの業務を肩代わりするサービスを提供している。

さらに、もう一步踏み込んで、アイデアを持った起業家に対して、企業オペレーションに必要な設備や回線などのインフラをも提供する「インキュベータ」も出現している。大手企業が起業家のアイデアを利用して自らのR&D活動に結び付けるために操業支援をするものであり、これらの例に習い、社内アクセラレータ制度や社内インキュベータ制度を設けることにより投資決定プロセスや起業段階におけるオーバーヘッドを減らすことができるのではないかと考えている。

プロフェッショナル・マネジメントチームの編成

米国においては、シーズやアーリ

ー・ステージからレイター・ステージ、IPOおよびその後の事業展開に至る企業の成長過程において、経営者の交替がよくみられる。アイデア創出、コンセプト創造から最終的に新事業の開始に至るまでの道のりの中で、アイデア創出段階では自由なアイデア、発想に基づいた「夢」を語ることが必要だし、新規事業を開始する段階では、Time-to-marketなどのOperational Performance評価、ROI（投資対効果）などの経済的指標（Financial Performance）による評価が必要で、目的、段階に応じてまったく異なる評価・管理手法を適用しなくてはならない。また、事業の規模に応じて最適な経営者、アドバイザー・ボードを選任できる仕掛けを持っておくべきである。

新事業創造のためには、これらを満足するマーケティング、ファイナンスと提携、操業（Business Operations）、開発の4機能についてのプロフェッショナル・マネジメントチームが必要である。このチームが社内のインキュベーション・テーマを拾い上げ、ベンチャー企業との戦略提携を実施し、R&Dから開発、マーケティング、管理部門とすべてのプロセスを改革することが必要と考えている。



ベンチャー成功の具体的ヒントは何？

宮西 洋太郎／公立はこだて未来大学

青木さんのご意見の要点をまとめますと、「ITベンチャー企業成功のポイントは、長期的視点から、新しい価値観や具体化のための仕組みを提示することである。また、社会的責任や技術のマイナス面にも十分な考慮を行うべきである」です。指摘されていることは、至極もっともで、概して賛同できます。しかし、これからベンチャー企業を創立しようとしている方々の参考となったでしょうか、もう少し具体的なヒントが望まれるのではないのでしょうか。青木さんご自身

の成功の秘訣がまだ十分には披露されていないのではないのでしょうか。私はベンチャー企業を創立したいと思ったことはありますが、実際に創立した経験がありません。そのため、適切な意見を述べられるか自信はありませんが、青木さんのご意見に賛同してばかりいては議論になりませんので、意見を申し上げます。

まず新しい価値観の具体化という点についてですが、ベンチャー企業は価値観を提供するというよりも具体的に、新しい製品、新しい仕組み、新

しいソフトウェアを提供することが役割だと思えます。大成したベンチャー企業（HP社、MS社、ソニー、ホンダ、松下等）もそれらを提供し、成功して大企業になっています。価値観は後に評価されるものでしょう。したがって、この点は、「近未来の人々の生活で必要と予測される、新しい製品または新しい仕組みを、新しい技術を用いて、迅速なスピードで世の中に提供すること」と置き換えてはいかがでしょうか。もちろん、実際にそれらを提供し、成功するには、ニーズとしての

技術とシーズについての具体的かつ詳細な知識が必要となってきます。そしてそれに加えて大企業にはできない柔軟なアイデアとスピードが成功へのポイントだと思います。大企業は意思決定に多くの管理者が関与するため、どうしても突飛なアイデアは却下され、また行動も遅くなります。そこがベンチャー企業の付け目です。たとえば古いですが、弁慶と牛若丸との闘いのように、相手のスピードの数倍で自分が動けば、必ずや相手を倒すことができるでしょう。最近の大企業でも、社内公募制度や社内ベンチャー制度を取り入れ意思決定スピードの改善を図ろうとする企業も散見されますが、それらは例外的であり一般的な大企業の意思決定スピードは、研究開発でも年度計画という仕組みがあり、多大な社内資料を作成しなければならず、よほど緊急かつ重要なものを除き、概ね1年、速くて半年くらいです。ベンチャー企業の場合、この数倍、数十倍のスピードを出すことができます。

次に、ベンチャー企業が収益をあげることに没頭せず、社会的な責任をもって行動すべきであると指摘されていますが、個人的には全面的に賛同したい点があります。しかし、ベンチャー企業は失敗すれば明日から飯の食い上げとなります。ベンチャー企業としては、まずは収益をあげることに専念せざるを得ないと思います。余裕ができれば、社会的責任を考えれば

よいし、市場と社会がその企業の存在価値を評価してくれるのではないのでしょうか。むしろ、大企業になっても、社会的責任を感じずに、唯我独尊で収益と規模拡大に没頭している会社があるとすれば、それは非難されるべきことだと思います。

それから技術のマイナス面についても同様です。ベンチャー企業としては、そこまで考える余裕はないと思います。現在の法律に抵触しない限り、新しい技術を世の中に積極的に出していけばよいと思います。評価は市場とマスコミを含めた社会が行いますし、法制度の問題も含めて社会全体として対処すべき性質だと思います。ベンチャー企業は、今までには存在しないが、将来評価される可能性のある種を世の中に出していくことが役割だと思います。つい先日にもガソリンに代替する低価格燃料(天然ガスとアルコールを使用)を開発した国内のベンチャー企業の事例が報道されましたが、数十年後の石油枯渇が予想されているおり、大変興味深い新製品です。その燃料にかかる税金なども、これから社会(国民、立法、行政、司法)が決めていくことでしょう。

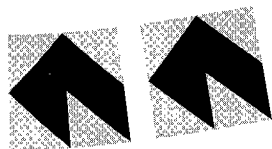
しかしながら、手放しで収益追求に没頭するのではなく、上記社会的責任と技術のマイナス面について、ベンチャー企業創立者は無関心であってはならず、ベンチャー企業が大成したとき、それらが重要になってくることの意識は当初から持つておくべきこと

だと思いますし、そうあってほしいです。この点では青木さんのおっしゃる通りだと思います。

ベンチャー企業成功のまとめとしての意見を述べます。学問に王道なしとよくいわれますが、ビジネスにも、これを聞けば成功間違いなしといった安易な道はないと思います。地道なシーズおよびニーズの情報収集、必要技術の研鑽、集中的な考察、そこから出るひらめき、参入のタイミング、資金の調達、そして岩をも砕く強い意志力、闘争心といったところでしょうか。

最後に、大学教育とベンチャー企業とのかかわりについて述べます。結論でいいますと、大学側の意識も変わりつつあり、ベンチャー企業の起業家を養成しようという傾向が強まりつつあります。私の所属する大学では、情報系の大学ですが、技術追及のみではなく、「情報マネジメント論(情報系ベンチャー企業の創業と発展に関する分析)」、「企業家としての自立(ベンチャー経営とベンチャー支援)」といった教養科目が用意されています。また、教員にもベンチャー企業を経営した経験者も多く含まれています。大学の方針の1つにチャレンジ精神が挙げられ、ベンチャー企業を起こす勇氣ある学生を育てるといったことが謳われています。

(2000.4.18)



明日のベンチャー企業

青木 保一 / (株)デュオシステムズ

大企業にとってもベンチャー起業は重要課題であるという遠藤氏のご意見、より具体的な成功のポイントをという宮西氏のご意見、さまざまな立場でベンチャーの成功について真剣に考えている人々がいるという意味でも非常に心強く感じる。ここ

では、遠藤氏や宮西氏の観点から、少し補足をしてみたい。

大企業にとってのベンチャー

私自身、大企業の方と一緒にベンチャー性の高い研究開発プロジェク

トを何度か経験したことがある。そこで感じるのは、大企業の「人」の優秀さである。特に日本の大企業は、小さなベンチャー企業よりもはるかに多くの優秀な「人材」を集めている。もちろん、資金力の面でも、大企業の方がベンチャー企業よりも優ってい



ることは言うまでもない。しかし、その一方で、そういった「人材」や「資金」を持っていながら、現状ではそれらが有効に活用されていないということも実感した。

問題は2つあるように思う。1つは、大企業のこれまでのビジネスと利害が対立するような新しいビジネスを立ち上げるのが難しいことであり、もう1つは、意思決定に関与する人間が多すぎて明確な方向性を定めにくく「人材」や「資金」を目標に向かって集中できないことである。前者は、これまでの蓄積という大企業の強みが逆に新しいベンチャーを始める上での足枷になってしまうという話で、かなり本質的な問題である。これまでも、IT業界のような変化の激しい業界では、多くの大企業は既存の仕組みを破壊するような新しい仕組みに投資できずにベンチャー企業に遅れをとってきた。後者は、直接的に利害が対立しているわけではないが、個人の強力なイニシアティブが発揮しにくいために新しいことを始めるのが難しいという話である。これについては、遠藤氏もご指摘のように、最近は大企業でも社内ベンチャー制度等により改善が試みられるようになってきているが、ここでは、ベンチャー企業と大企業との「協創」や「共創」の形として、後者だけでなく前者の問題に対する解決も含めて「社外ベンチャー」を提案してみたいと思う。

私がここでいう「社外ベンチャー」とは、大企業の「人材」と「資金」を大企業本体と隔離して社外でしばらく育てるという考え方である。基本的には、ベンチャー企業（あるいはアイデアを持つ個人）に対して大企業とベンチャー・キャピタルとが出資を行い、事業が成功したらM&A（企業の合併・買収）により大企業が買い取る、というスキームであるが、子会的になってしまわないようにベンチャー・キャピタルも加えて大企業の出資比率を抑えることでベンチャ



ー企業自体がイニシアティブをとれるようにし、単なるベンチャー企業投資になってしまわないように大企業からは資金だけでなく「人材」も提供する、という点が重要である。短期的には大企業の既存ビジネスと利害が対立するが長期的には大企業側にもメリットをもたらすようなケースでは、このような「社外ベンチャー」も検討の価値があるように思う。

具体的な成功のポイント

私が書けなかった具体的なポイントについては宮西氏にほぼ代弁していただいた感があるが、少し補足しておきたい。宮西氏も「学問に王道なし」と書かれているが、ベンチャー企業が最も注意すべきものは「安易な成功体験」である。その意味で、私として言えるベンチャー企業にとっての具体的な成功のポイントは「何度も失敗すること」である。

学問でもビジネスでも、実際には成功しているときよりも失敗したときの方が多くの教訓を得ることができるのだが、失敗の話はなぜか（当たり前かもしれないが）あまり広まらない。失敗体験を持つことはベンチャー企業にとってはある種の資産となる。また、同じことをやっても、タイミングや運によって成功することもあれば失敗することもある。成功のためには、1回の失敗だけで諦めずに繰り返し何度かチャレンジするこ

とも重要である。失敗から学ぶ謙虚さと、何度失敗しても諦めないというこだわりやしつこさが、ベンチャー企業の成功につながるのである。

失敗を許す周囲の環境も大切である。日本では、一度失敗すると二度と立ち直れなくなるというような雰囲気があるが、失敗を恐れて誰も新しいことに手を出したがらなくなるようではベンチャーにとっていい環境とはいえない。ベンチャーを支援するということは、単にリスクを受けだけでなく、失敗に対して寛容な心を持つことによりベンチャーが育ちやすい環境を精神面からも支援することだと思う。この点からも、宮西氏の大学のようにベンチャー起業家育成を謳う大学が増えることは喜ばしいことである。

21世紀はもう目の前

ハイウェイを走る車が20世紀の象徴だとしたら、21世紀の象徴はケーブルの中を光速で静かに走る情報だろうか。テクノロジーは人々のライフスタイルや社会の仕組みを変える力を持っている。企業の寿命という話があるが、今は安定しているように見える大企業でも、1世紀を超えるような歴史を持つ企業はほとんどない。そもそも、すべての企業は最初はベンチャー企業なのである。技術が可能にする新しい選択肢を人々に提供し、人々の21世紀を担うのは、いま、生まれつつあるベンチャー企業であるに違いない。

(2000.4.24)



議論の続きは、次のURLをご覧ください。 <http://www.ipsj.or.jp/magazine/interessay.html>