



Google の IPO



2004年4月29日、Google社は業務報告書をSEC（証券取引委員会）に提出し、これが事実上同社のIPO（株式公開）の発表となった。このニュースはすでに日本でも報じられたので、すでに読者の方もご存じのことと思う。同社の地元シリコンバレーでこのニュースは「待ちに待った」「ついに来るものが来た」という表現で迎えられた。San Francisco Chronicle と San Jose Mercury News の地元2紙は発表後の1週間は連日この特集記事を組んだ。ウェブのニュースサイトやブログもこの話題で持ちきりで、シリコンバレーは異様な盛り上がりを見せた。

これだけ盛り上がる第1の要因は、「IT企業史上最大のIPO」を目の当たりにすることへの期待であろう。発表直後に株式市場の専門家が予想したIPO価格（発売株式数に初値を掛けた額）は27億ドル（\$2.7B）というとてもないものであった。表-1、表-2に最近の主な企業のIPO価格を並べた。表-1はハイテク企業のランキングだが、どれも大企業の子会社や事業部門のスピンアウトであり、IPOの時点ですでに大きな会社であった。一方ネットベンチャーでは表-2に挙げた大御所でも桁が1つか2つ下がる。その時々を経済状態があるので単純には比較できないが、GoogleはスタートアップでありながらIPOの時点ですでに大企業並の価格がついていることが分かる。その後同社はインターネットによるオークションというこれまでにない方式で株価を決めることを発表した。これでまた一体どれだけの値段がつくのだろうと、話題が持ちきりとなっている。

会社名	元の会社	IPO年月	価格
AT&T Wireless	AT&T	2000/04	\$10.6B
Agere Systems	Lucent	2001/03	\$3.6B
Lucent	AT&T	1996/04	\$3.0B
Agilent Technology	HP	1999/11	\$2.2B

表-1 主なハイテク企業のIPO価格（BはBillion（10億））

会社名	IPO年月	価格
Yahoo!	1996/04	\$390M
Amazon.com	1997/05	\$54M
Ebay	1998/09	\$63M

表-2 ネットベンチャー企業のIPO価格（MはMillion（100万））

ヒューレット・パッカード研究所

湯浅 敬 kei.yuasa@hp.com

Googleが創業されたのはわずか6年前である。当時スタンフォード大学の大学院生だったSergey BrinとLarry PageがGoogleという名の検索エンジンを作った。シリコンバレーのスタートアップにありがちだが、同社もまた2人の青年によって作られたのである。そのテクノロジーの肝は「ページランク」というもので、「たくさんリンクが張られているページにはより価値がある」という単純明解なものである。キーワードでページをサーチして候補が複数ある場合に、ページランクの高い順に並べて表示すればユーザが求めるページに早く到達できる。そうするとGoogleを利用するユーザが増え、利用者が増えればスポンサーサイトすなわち広告の効果が出る。つまりページランクはユーザにとってもスポンサーにとっても分かりやすいビジネスモデルなのである。

しかし一口にページランクといってもこれを集計するためには、定期的にインターネット上にあるすべてのページを調べ、相互に張られたリンクをすべて集めるといった気の遠くなるような膨大な手間と、それを支えるデータベースシステムが必要となる。このGoogleのデータベースがどのようなシステムで構成されているのかは同社の秘密事項であり、巷のアナリストたちにとって興味あるところである。ある人は「1日あたり2億件」といわれる検索数をこなすには、こんなデータベース構成になっていると予測する。またある人は今回SECに報告された会社の資産額から、「サーバに投資された金額はいくらくらいで、その金で買えるのはこんなシステムだ」などと予想してみせる。それによればサーバ数は1万台から10万台の間らしい。少しずつ成長していったにせよ、これだけのシステムを構築するには膨大な金額の投資が必要になる。それを行ったのが、エンジェルと呼ばれる投資家であり、Sequoia CapitalやKleiner Perkins Caufield & Byersというシリコンバレーを代表するベンチャーキャピタル（VC）である。またスタンフォード大学も設立に関与しているし、SUNやNetscapeの創立者たちもエンジェルやアドバイザーのかたちで絡んでいる。さらにビジネスが軌道に乗り始めると機関投資家からも金が集まってくる。とにかく、ベンチャー企業のお手本のような成長を遂げたGoogleは短期間で検索エンジンのトップに躍り出た。今や何かを知りたい場合にGoogleで検索することは常識となった。筆者も仕事上のことでも日常生活のことでも辞書より先にGoogle



コラム
アメリカ IT まわりの話題

を利用するようになってしまった。人に何か尋ねても、Just google it! と答が返ってくる。「google」は今や動詞にもなっている（日本語では「ググる」というらしいが、語感が悪い）。

そんなわけで黒字に転じた2年ほど前から Google が株式公開するのではないかという噂があった。「Google が上場すれば景気がよくなる」とか、「不動産の売買価格が上がっているのは、そのうち IPO で儲かった Google の社員が家を買うからだ」などというものまで、シリコンバレーの期待は高まる一方であった。なかなか IPO がないと、「Brin と Page が会社の機密を守りたいため（上場するには SEC にさまざまな情報を提出する必要がある）だろう」とか、「ストックオプションで儲けた優秀な社員が会社を辞めてしまうのを恐れている」などと邪推されるありさまであった。

シリコンバレーが今回の IPO に異様なまでに盛り上がっている第2の理由は、シリコンバレー的なギーク（技術オタク）を応援したいという気持ちもありそうだ。Google は会社が若くその社風は独特である。社員は若くてどちらかという「オタク」的な人を率先して採っているという。社内には Segway をはじめ玩具が転がっており、社員食堂は無料。技術系の社員には、週5日の勤務日のうち1日は会社の業務以外の自分の研究に当てるように義務付けられているという（Froogle や Orkut など Google 社が試験的に提供しているサービスはこの自由研究から生まれている）。ウォール街の投資家たちが見れば目を剥くような会社文化であろう。スタートアップの間はともかく、株を公開した大企業となってもこれを続けていけるのか？ Google の創業者がなかなか株式公開に踏み切らなかった最大の理由がこの独自の企業文化を守りたかったためといわれている。結局 Brin と Page に経営決定権を残すというかたちでの株式公開となった（今回株を買った人の議決権は制限される）。このような形式での株式公開には当然批判もあるのだが、「ウォール街のスーツ（背広組）の鼻を明かしてくれた」と喜ぶ人もいるのである。

第3の理由は第2に似ているが、「Microsoft に対抗するもの」としての期待である。「アンチ Microsoft」の風潮が強いシリコンバレーでは、Google は希望の星に見える。それは「Netscape もだめだった。Java もしてやられた。Google はやってくれるのではないか」というものである。実は IPO の発表直前に、Microsoft が Google を買収するのではないかという噂が出た。噂だけではなくこの計画が実際に検討されたことは事実らしい。今や検索エンジンはインターネットに必要不可欠なものである。ユーザーが何かを見るためにインターネットにアク

セスする際に必ず検索エンジンを通るようになれば、そこにはユーザーもスポンサーも集まる。つまり検索エンジンはインターネットシステムの要所を押さえ、金儲けの手段を握っているのである。PC の世界の OS を支配し、インターネットにもそのブランドを浸透させたい Microsoft にとって、検索エンジンで40%のシェアを取り事実上の標準となった Google は目の上のたんこぶなのである。Microsoft の MSN サーチに Google の技術とユーザーを取り入れようという思惑は、過去の同社の振舞いからして当然予想される。そして買収が失敗に終わった今、MSN に独自の（他社の買収も含めて）機能を加えて Google に対峙していくであろう。

Can Microsoft netscape Google? あるネットニュースにこう表現されていた。ここでは Netscape が「Microsoft 社があらゆる手段を使ってつぶしにかかる」という意味の動詞として使われている。Google は今回の IPO によって莫大な資金を得ることになるが、当然その資金を次の技術に投資していくことになるだろう。早くも Gmail というメールサービスや、PC 上の検索アプリケーションの開発を発表した。Microsoft への宣戦布告ととられているが、こうしてビジネスドメインを広げることによって、Yahoo! とも競合していくことになるであろう。

「異様な盛り上がり」の第4の理由は、技術力によって新しいビジネスを立ち上げて開花させたという事実そのものである。いわゆる IT バブルがはじけて経済が停滞するようになったのは2000年以降のことである。その前にインターネットブームがあり、Yahoo! や Amazon.com などビジネスとして成功する企業が現れた。しかしその後雨後の竹の子のように出現したドットコム企業の多くは技術よりもビジネスモデルを優先させ、技術者より MBA をもてはやすようなところもあった。結果として過剰な投資の多くは失敗し、バブルは崩壊、VC の資金は IT からバイオ産業に流れていった。そんな中、ページランクという技術一本でここまでビジネスを大きくした Google は、「独自の技術でビジネスを成功させる」というベンチャーの王道を進み、IT にもまだチャンスがあることを示した。このこと自体が後進を勇気づけていることは間違いない。検索エンジンの世界は Google と Yahoo!, MSN による寡占化が進み数が減ったが、今でも新しいプレイヤーが出現している。彼らは新しい検索技術を使って、第2の Google にならんとがんばっている。このことがシリコンバレーにとって一番重要なことであると信じていたい。

(平成16年6月15日受付)