

地方ベンチャーを育てる仕組みを作る(第2回)

過疎地における起業支援を全国に広めたい

2015.09.15

ベンチャーブームが続いている。「早朝イベントでベンチャーと大企業をつなぐ」の連載では、毎週木曜日の早朝に開催されるベンチャーのプレゼンの場「Morning Pitch(モーニングピッチ)」がどのように生まれてきたかを聞いた。今回は、同イベントの仕掛け人であるトーマツベンチャーサポート事業統括本部長の齋藤祐馬氏に、地方ベンチャーに注目する理由について話してもらった。その2回目をお届けする。

— 地方ベンチャーを成長させていくことは国の方針でもあり、齋藤さん自身の思いでもあると思いますが、喫緊の課題は何でしょうか。

齋藤:まずはやはり先ほどお話した、目線と支援者とお金なんです。東京だと何十億円と集められるベンチャーがどんどん出てきている。ベンチャー企業の戦い方って10億円調達ぐらいから規模感が変わるんです。それを超えられないといくら頑張ってもニッチなままで全然広がらない。誰にも知られずに死んでいくベンチャーも多かった。

一方で大企業は、どんなサービスでも一度は多くの人に知られてそして淘汰される。これが大きな違いだったんですが、10億円調達ができるベンチャーが何十社と登場したことで、例えばテレビCMを見ても、スポンサーの中でベンチャーの数も10社ぐらいになっている。ゲーム系のベンチャー以外の会社も登場します。

— 言われてみれば、確かに良く見かけるようになりました。

齋藤:これはすごい転換点です。マスのサービスをつくれる可能性が出てきた。すごく重要なことで、やっぱり地方でも資金調達ができるようになっていく必要がある。地方にも良いベンチャー企業が生まれてきており、ベンチャー投資の観点からも魅力が増してきていますが、ベンチャーキャピタルは実際にはほとんど東京の1拠点です。



モーニングピッチの会場。赤い上着のメンバーが運営スタッフ（写真/菊池一郎）

ここをつないでいくのが我々のミッションです。ビジネスモデルを考えても少人数で運営するベンチャーキャピタルはなかなか全国に拠点を持ってない。そこで我々の役割として地方のベンチャーの目線を上げて、ネットワークを作ることがある。

例えば福岡が盛り上がっているのは、やはり東京のベンチャーとのネットワークがあるからなんです。東京には福岡出身の起業家はたくさんいますが、彼らはよく凱旋をするんです。地元でイベントもよく開くし、今の市長は本気でスタートアップ都市の確立を計画している。一方で北海道や東北は、うまくつながっていない。地方の目線にとじてしまうと、ライバルがいなんです。なので5億円も売り上げがあればお山の大将になってしまう。

――なるほど。

齋藤:もっと東京の人たちとバチバチやってもらおう環境をどうつくるか? 支援者やお金の話に加えて必要なのは地方ベンチャーのPRです。良い会社でも、とにかく知られていない会社が多い。地方の地元紙には出ているんです。でも全国メディアに取り上げられないので、やはり知名度は上がってこない。そういったところを全国区へと導いていくのも我々の1つの仕事です。

――地方ベンチャーの特徴として、IT系というよりは、実業ベースのところが多い印象ですが。

齋藤:ITビジネスは情報を持っている、持っていないで優位が付きます。業界全体がすごいスピード感で動いているわけです。例えばソーシャルゲームでも、ほんの数年で競争のルールが何度も何度も変わっている。こんなに速いとおそらく地方にいて情報を取りながらやるのは難しいでしょう。

帯広にはスマホをつかってウシを管理する会社がある… 続きを読む