

# 表題 (ベンチャー起業立地論における情報格差)

—副題 (立地要因における情報力・情報格差)—

所属機関 氏名 (高知工科大学大学院起業家コース 大友 邦久)

ベンチャー企業が起業する際、どこに立地するかは、大きな問題である。「企業の所在地と成功・失敗は関係ない」との意見もある。しかし、ベンチャー企業の少ない資源でのスタートにおいて、最適な立地戦略はあると思う。ベンチャー企業が、アジア・日本で起業する際、先行研究も踏め、重要な要素はいくつかある。カントリーリスクも考慮しなければならないが、情報力がこれから重要と考える、情報力・情報格差にも言及する。

## 1 序論

### 1.1 背景

近年における情報通信の高速化、飛行機等交通機関の利便性増加等により、グローバル化の進展が著しい。インドでのソフト開発等、「どこで立地するかは関係ない」との意見もあるが、世界戦略の中での企業(起業)立地戦略の見直しが求められている。

### 1.2 目的

本研究の目的は、21世紀初頭の今、新たに起業するベンチャー企業の、普遍的立地戦略を構築することにある。

企業における技術革新競争力は、色々挙げられると思う。優秀な人材であり、知的財産権であり、企業文化・風土であるかもしれない。しかし、本研究ではベンチャー企業の初期段階で重要と思われる立地戦略に絞った。中央研究所を有しない技術系ベンチャー企業にとって、技術シーズ、ニーズを絡めた立地は重要であり、ローテクベンチャー企業においても、接触効果・支援・人材確保等立地戦略は必要と思うからである。

21世紀は、産業革命を経て、IT革命の時代に至り、大量生産から個人、知の時代へと移行してきている、企業における頭脳部分の集積と、活性化が重要となる。企業の競争力はブランド力、コスト力であり、イノベーション力であると言われる。イノベーション力は、競争環境のみでなく、知的な共有、刺激による自己超越により促進される。

イノベーションを支える都市基盤、その他支援等

のインフラも重要である。またアジアでは、カントリーリスクへの考慮も重要である。しかし、本論文では、情報力が重要であることを検証したい。併せて情報格差に関しても言及したい。

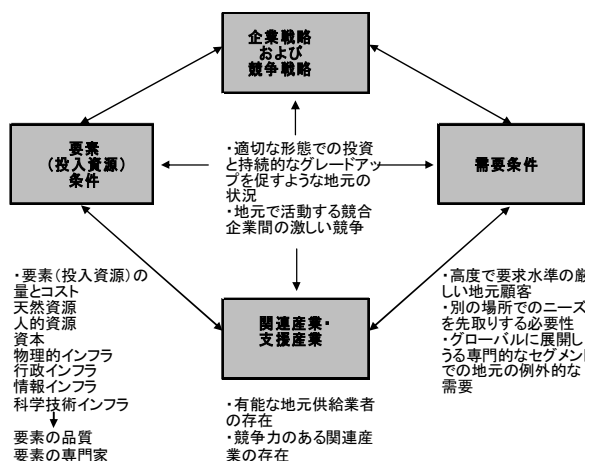
## 2 先行研究

本研究の立地要因を分析する上で、重要と思われる3つの先行研究を示す。

### 2.1 ダイヤモンドモデル

マイケル・E・ポーターは、「ある国を本拠として活動する国が、一貫したイノベーションを誘発する能力を持っているのはなぜか」の疑問に対する一つの解として、4つの属性にあるとしたダイヤモンドモデル(図表2.1)を構築した。

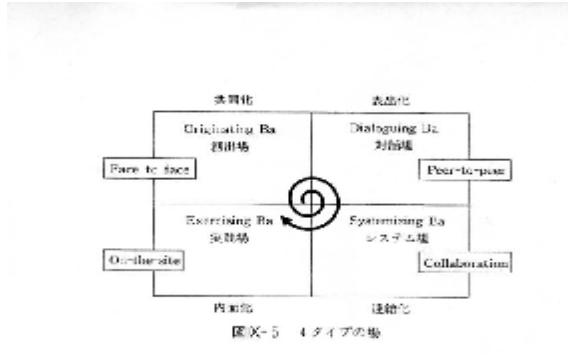
図表2.1 立地視点のダイヤモンドモデル



2.2 「場」の理論

また野中郁次郎は、知識創造的実在であるコミュニティの構成単位を、「場」と定義したが、その知識変換のスパイラル過程を図表2. 2 (場における知識変換のスパイラル) に示す。

図表2. 2 場における知識変換のスパイラル

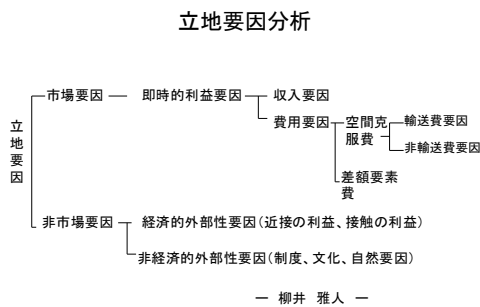


注) イノベーションとベンチャー企業 P287 八千代出版

2.3 経済空間論での立地要因分析

柳井 雅人は、「形式知はグローバル展開し、暗黙知は地域的・場所的に、特定の場所に固着する。さらに移転性は、地域又は都市の労働力、市場、天然資源、交通・通信インフラなどの立地条件に左右される。」とし、立地要因を市場要因と、非市場要因とに分けて示した(図表2. 3)。

図表2. 3 経済空間論での立地要因分析



注) 経済空間論 33P 原書房より抜粋

上記先行研究より、都市基盤を含めたインフラ、接触情報・暗黙知・制度・文化等の非市場要因が立地要因として分析対象になることが示される。

3 起業立地の考慮すべき要因分析

立地要因を分析すると、ベンチャー企業が起業する

際、望ましい都市、クラスターに属するのが最適と思われるが、仮説できる起業する側としての都市の役割を列挙すると

- T-① 厳しい (高レベルな) 消費者の眼
- T-② 大市場又は大市場への近接
- T-③ 交通アクセスの容易・利便性
- T-④ 国際空港・港への近接
- T-⑤ ライバルの存在、競争環境
- T-⑥ 地価、オフィス賃借料の安さ
- T-⑦ 関係先 (社内関係も含む) との近接
- T-⑧ 経営陣の故郷
- T-⑨ オフィス取得の容易さ
- T-⑩ 立地による企業イメージの向上
- T-⑪ 心理的イメージの良さ
- T-⑫ 豊かな自然
- T-⑬ 行政機関の税制・援助金・インフラ等の支援
- T-⑭ 弁理士、公認会計士、弁護士の支援を受けやすい
- T-⑮ 国際都市、外国人の長期滞在が可能
- T-⑯ 文化都市、大学都市で知的刺激がある
- T-⑰ 人材の確保が容易
- T-⑱ 資金調達がしやすい
- T-⑲ 自由で公正で、治安がいい
- T-⑳ よそ者を受け入れる許容性、進取性

さらに起業する側として、クラスターの役割を列挙すると、

- K-① 同業・異業種ベンチャー企業同士の技術・知的・情報交流
- K-② ライバルの存在、競争環境
- K-③ 研究機器・材料・購買・評価等の研究開発に必要なサービス提供
- K-④ 独立・個性を維持した球体性
- K-⑤ 意図 (目標) を持った自己組織性
- K-⑥ 経営・マーケティング・ファイナンス・法律等への支援
- K-⑦ 共同購入、共同広告・発信
- K-⑧ 行政・各種機関からの支援
- K-⑨ 人材確保・教育訓練
- K-⑩ 外部とのネットワーク支援
- K-⑪ IT 環境の整備
- K-⑫ 知名度が高い

等が挙げられるのではないかと。これらをベースにアンケート調査を行った。

3.1 マザーズ等新興企業群のアンケート調査

マザーズ等新興企業群のアンケート調査は、以下の内容で行った。

3.1.1 対象企業

マザーズ、ヘラクレス、ジャスダック等(一部東京1部含む)に、2000年以降上場又は公開した、新興企業群589社(『東洋経済新報社『会社四季報2004年第4集』2004年10月発行より抽出)の中より、無作為抽出(原則、あるポイントからの一定間隔抽出)で、東京都区内、その他地方都市でバランスをとり(約4割対6割)、情報通信92社、サービス60社、電機機器46社、機械18社、不動産18社、卸14社、小売り15社、建設13社、精密機器11社、化学11社、食料品8社など、計360社に、経営企画室長宛の郵送方式により、アンケート調査を行い、92通の有効回答(回答率25.6%)をいただいた。

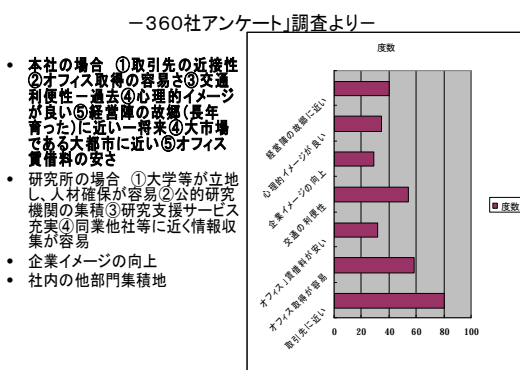
3.1.2 結果

結果は図表3.1に示すが、経営陣が考える、重要な本社、研究所立地要因は何か。

研究所の立地では、大学、公的研究機関、研究支援、同業他社等への近接・情報交換が上位を占め、知的・産業クラスターの必要性が、確認されたが、本社においては、取引先の近接性、オフィス取得の容易さ、交通利便性等の都市基盤に重点をおいている。

本社立地に関して、「経営陣の故郷」は、ある程度予想された結果であるが、上位に位置した。

図表 3.1 新興企業群が考える立地重要要因



経営陣が考える重要な立地要因の相関は、共分散構造分析等試みたが、「情報収集」、「人材確保」、「取引先に近い」の相関が高いとの、未完成ながら中間結果がでている。

3.2 ベンチャー企業の潜在現在価値分析

ベンチャー企業が起業するスタート時点において、5年後、10年後までに獲得する利益を最大化する為には、現在どんな価値(潜在価値も含め)を有すればいいのかを考え、図表3.2に示す。

図表 3.2 潜在現在価値分析

- ベンチャー企業への投資判断、又は企業価値を分類する手段として計算式を解説するに現在価値の応用)
- IPV(潜在現在価値) =  $\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$
- 潜在価値の項目は全て金額換算
- 要素① 売上上げ要因(売上の10%から90%)
  - ①経営者の価値
  - ②人的資源の価値(共同経営者、従業員)
  - ③資本(自己資本+他人資本)
  - ④ネットワーケージ(協力者、顧客等)
  - ⑤ブランド力
  - ⑥知的財産
- 要素② 情報力(ITインフラ、同業者、ユーザーからのチャンネル、関係ある機関)
  - ⑦の人件費
  - ⑧の法人税費
  - ⑨の法人格
  - ⑩経営環境(税、経費)
  - ⑪のコンプライアンス(社会的責任(文化、歴史...), 政治的要素、規制制約)
  - ⑫の流通コスト(時間、輸送費、出荷費)
  - ⑬の事務コスト
  - ⑭の税金

全ての項目が重要であるが、この中で、⑭の情報力の重要性をあぶり出し、検証していきたい。

4 情報力

4.1 IT革命

情報力に関しては、人材の重要性の顕在化に比較し、まだ経営面での重要性が十分認識されたとはいえない。ここにベンチャー企業との接点を述べたい。

小資本・少人数の起業家が起業立地する際、「IT革命」は大きな支援となりました。つまり「IT革命」は2つの強力な支援システムを提供したのです。ひとつは、

「・・・前略 「IT革命」の歴史的真意は、実は「CN革命」なのである。

そして、CNの普及が引き起こす社会的問題は、第一義的に空間の問題である。単純的にいって、CNの要点は、それまで離れ離れの場所にあり、それぞれ勝手に情報を処理していたコンピュータを空間的に結びつけ、連動させることにある。もちろん、それらのコンピュータの端末の前にはそれぞれ人間が座っているのであるから、そのことによって、コンピュータ自身はさほど外観を変えぬまま、情報処理の機械からコミュニケーションの機械へとその役割を変えてしまったのである。後略・・・」

—「立地論入門」松原 宏編著 108P 田村 大樹著部分 古今書院 2004年12月20日 —

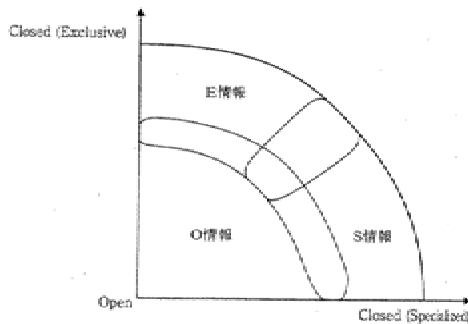
さらに、上記の田村氏の説明文に書かれていないが、二つ目としてビジネスのダウンサイジングが挙げられると思う。大企業、ベンチャー企業において従来に比較し、少人数・小規模のスマール・サイズ

でのビジネス展開が可能となったのである。

#### 4.2 暗黙知としての情報力

情報力を考える場合、公開情報とは別の接触情報、「場」のなかで生まれる暗黙知(2.2、2.3節参照)は、より重要な要因である。一部の人・重役・機関しか知らないE情報を含む、田村 大樹の情報の分類(OSEモデル)を4.2図表に示す。

図表4. 2情報の分類 (OSEモデル)



「経済空間論」20P 田村 大樹作成

#### 4.3 情報格差

情報格差を分析する場合、私は以下の3つに分類する。

- ①国・都市(地域)によるIT基盤格差
- ②国・都市(地域)による接触・「場」情報の格差
- ③情報機器の利用能力、情報収集・整理能力差及びそれによる収入・地位の格差(情報リテラシー)

①、③はその国の文化・歴史・総合技術力に左右されるが、②は「産業クラスター」等の高度人材の集積が大きなウエイトを占めると考えられる。

日本国内において、携帯電話・高速インターネット環境は、ほぼ全国的に整備されているが、②の情報格差は大きく存在する。1例として、イベント数を挙げる。

図表4. 3イベント数格差

都府県名	イベント施設名称	2006年度イベント数	特記事項
東京都	東京ビッグサイト	287	近隣に幕張メッセがある
大阪府	インテックス大阪	84	他にマイドーム大阪がある
福岡県	アクロス福岡	2007年4月 19	イベント、就職説明会等
高知県	文化プラザカルポート	2007年4月 15	講演会、コンサート等

(ホームページで調査)

#### 4.4 沖縄の産業立地としての魅力・情報力

情報力に関しては、4.1節に述べたハード面だけ

でなく、4.2、4.3節に述べた接触等による情報収集・発信、情報格差等も考慮しなければならないが、沖縄県への立地を仮定し、その点を分析してみたい。

ベンチャー企業にとって、沖縄県への立地魅力は、

- ①人件費、事務所費が安い
- ②海外と異なり、言葉・習慣などの問題がない
- ③通信費の助成(東京、大阪間など高速回線を県の費用負担で無料解放)
- ④アジアに近い
- ⑤人材育成策(国立沖縄工業専門学校、沖縄科学技術大学院大学等)
- ⑥税制優遇(後に説明)
  - 1. 法人税の35%控除
  - 2 若年者の雇用に対する助成金
  - 3 投資に対する助成金
- ⑦付加価値の向上

- 1. バイオ産業の育成(医薬品、バイオエタノール)
- 2. 金融特区、自由貿易特区

等があり、沖縄では、様々な取り組みを行っているが、人材面では、アジアに近い割には東京、福岡市に比較し国際的人材・留学生が少ない問題があり、情報力に関しては、コールセンターからソフトウェア開発へシフトすることによる付加価値向上、インターネット等のハードの整備は進んでいるが、クラスター等の接触情報に関しては、まだ不十分であり、情報格差が存在すると言わざるをえない。

## 5 結び

人材の重要性に比較し、情報力に関しては、ビジネス応用面での認識が、世間ではまだ不十分であると考えられ、本研究でも重要性・情報格差等のあぶり出しを始めたところである、今後の課題としたい。また情報力に関して、ベンチャー企業がどのように有効に活用していくか、立地論に絡めて、今後の研究課題としたい。

#### 参考文献

- 1. マイケル・E・ポーター 『競争戦略論II』竹内 弘高訳 ダイヤモンド社 1999年8月
- 2. 野中 郁次郎 『イノベーションとベンチャー企業』 八千代出版 2002年2月
- 3. 柳井 雅人 「経済空間論」原書房 2004年3月31日
- 4. 松原 宏「立地論入門」古今書院2004年12月20日