

# 300万人でもまだ足りない起業家



武蔵大学経済学部  
経済学部長・教授

高橋 徳行

## 高橋徳行氏 プロフィール

1956年生まれ。1980年慶應義塾大学経済学部卒業。1996年バブソン大学経営大学院修了(MBA)。2003年より武蔵大学経済学部教授。2015年より同大学経済学部長。

主著は、『新・起業学入門』(経済産業調査会)、『起業学の基礎』(勁草書房)、『アントレプレナーシップ入門』(共著、有斐閣)などがあり、訳書としては『アントレプレナーシップ』(共訳、日経BP社)などがある。日本ベンチャー学会理事、グローバル・アントレプレナーシップ・モニター(GEM)日本チームリーダーなどを兼任。

## はじめに

わが国の起業活動は低迷している、というのが定説である。国際比較をすると、最下位付近が指定席であり、官庁統計で開業率と廃業率が逆転してから30年近くが経過した。しかも、筆者の推計では、2008年のリーマンショック後、他の先進国と日本の起業活動「格差」は再び拡大している。ただ、その一方で、このようなわが国でも、300万人近い人が起業活動をしている。

成長戦略の柱の一つとして、開業率倍増計画があり、それは、実数値で考えると、現在300万人近く存在する起業家を600万人にしようとするものである。起業の成功は、ある意味で確率の世界であるから、起業家の数が増えると「成功する」起業家の数も増えるというロジックはもつともである。しかしながら、その一方で現に活動している起業家の可能性を十二分に引き出すことに目を向けることも大切である。

ここでは、わが国の起業活動の現状を国際比較と国内の地域間比較の視点から捉え、その後、開業率倍増計画の大きな目的の一つである地域活性化の中で、起業活動をどのように支えていくべきかを論じたい。

## リーマンショック後に起きたこと

グローバル・アントレプレナーシップ・モニター(以下、GEM)の2001年から2014年までの個票データ(1,284,605の個票)を使い、14年間の先進国の起業活動を一括して見たものが図1である。わが国の起業活動の水準は先進国中で最下位であることがわかる。

しかも、2008年のリーマンショックが起きるまでは、その差は少しずつ解消してきたものの、2009年以降は、起業活動「格差」が広がり始めた(図2)。英国が典型的な例であるが、多くの国々で、リーマンショックが起きた後、企業に勤めることのリスクが再認識され、自ら事業を始める人の数が増えた。

一方、わが国では、リーマンショック以降は、大企業志向がさらに強まったと考えられ、起業「活動」の前段階である起業「態度」を有する割合も相対的に低下し始めている。

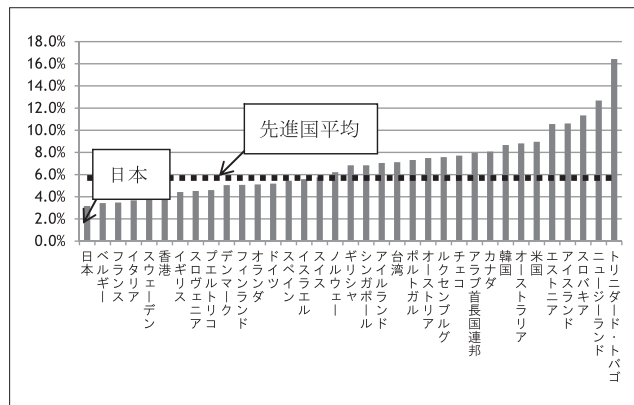


図1 わが国の起業活動水準の相対的地位 (2001～2014年)

資料：各年の Global Entrepreneurship Monitor (GEM: グローバル・アントレプレナーシップ・モニター) の個票データより筆者が作成

注) 1. 先進国とは、イノベーション主導型経済圏にあり、2001年以降 GEM 調査に参加したことがある次の国々を指している。米国、ギリシャ、オランダ、ベルギー、フランス、スペイン、イタリア、スイス、オーストリア、イギリス、デンマーク、スウェーデン、ノルウェー、ドイツ、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポール、日本、韓国、カナダ、ポルトガル、ルクセンブルグ、アイルランド、アイスランド、フィンランド、エストニア、スロベニア、チェコ、スロバキア、プエルトリコ、トリニダード・トバゴ、香港、台湾、アラブ首長国連邦、イスラエルの 35 か国。

2. 起業活動の水準は、GEM で使用されている Total Entrepreneurial Activities (TEA: 総合起業活動指数) のことであり、これは成人人口 (18-65 歳) のうち、何パーセントの人が、起業の具体的な準備をしているか事業開始後 3 年半未満であるかを表している。

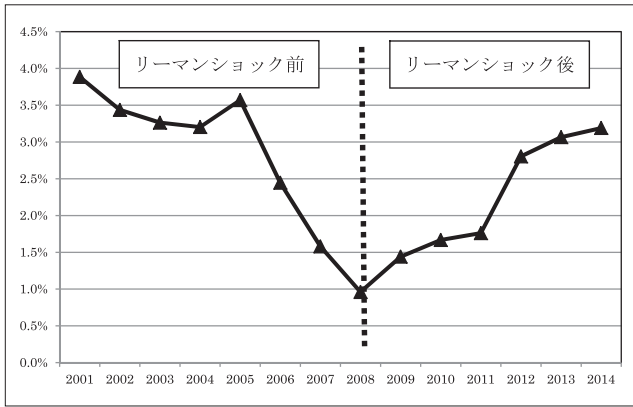


図2 わが国と先進国（平均）の起業活動水準の差の推移

資料：図1に同じ

## 地域別の起業活動と起業態度

安倍内閣の開業倍増計画は、地域振興と密接に関わっている。今回（2016年）の都知事選にも立候補した増田寛也氏が著した『地方消滅』のような事態を避けるための方策の一つが、新しい企業の誕生を通じた地域活性化である。

わが国の起業活動の水準は、先にも述べたとおり、先進国の中では最下位であり、その格差は拡大している。そして、国内に目を転じてみると、今度は地域間格差が存在している。首都圏が最も高く、北関東や甲信越・北陸・中部などで低くなっている。企業の誕生が最も求められている地域の起業活動が相対的に低迷しているという皮肉な状態である（図3）。

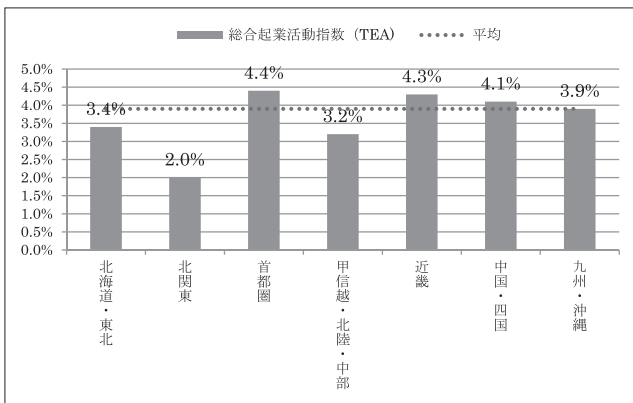


図3 地域別にみた起業活動の水準（日本）（2009～2014年）

資料：2009～2014年のGlobal Entrepreneurship Monitor (GEM: グローバル・アントレプレナーシップ・モニター)より筆者が作成

注) 1 北関東は、茨城県、栃木県、群馬県の3県であり、首都圏は、東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県である。

2 起業活動の水準はGEMの総合起業活動指数 (TEA) を使っている。

リーマンショック後の2009年から2014年のGEMの個票データ（11,626の個票）を使って、わが国の

地域ごとの起業活動の水準を比較すると、首都圏の総合起業活動指数（以下、TEA）が4.4%である一方、最も低い北関東はその半分にも満たない2.0%である。

なお、地域の括り方が大きいのは、GEMは国際比較をするために設計された調査であり、国内の地域間のバラツキまでは制御していないからである。そのため、これ以上、地域の分類を細かくすると（例えば、中国地域と四国地域を分けたりすると）、個票データ数が分析に耐えられなくなる。

起業活動の水準が低い理由は、さまざまな視点から議論することが可能である。その中で代表的なアプローチを2つに分けると、1つは産業経済学的アプローチであり、地域の経済環境を説明変数にして分析する方法である。失業率、地域経済の成長率、そして主要交通網へのアクセスの良しあし等の違いに着目するものである。もう1つは労働経済学的アプローチであり、ここでは起業活動を担う個人に着目する。つまり、個人の学歴、所得、そして起業にかかる意識などを説明変数に用いる。

ここでは、後者の視点、すなわち労働経済学的アプローチの視点から地域間格差の要因を見てみたい。起業「活動」は、ある日突然始まるものではないという前提に立つと、「活動」を始める前に「態度」が形成されると考えることができる（図4）。GEMでは、その態度を、①身近な起業家に関心を持っているか、②事業機会に注意を払っているかどうか、③起業に必要な能力等を意識しているかの3つに分けて、それぞれ、ロールモデル指数、事業機会認識指数、そして知識・能力・経験指数で表すようにしている。

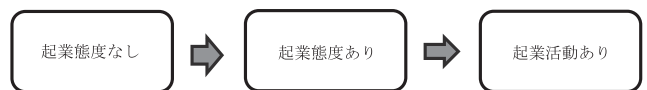


図4 起業プロセス

資料：筆者作成

例えば、国内で最も起業活動の水準の高い首都圏と、最も低い北関東を比較すると、首都圏のロールモデル指数は18.9%、事業機会認識指数は8.5%、そして知識・能力・経験指数は16.1%であるのに対して、北関東では、それぞれ12.2%、5.8%、そして10.2%と大きく下回っている（表1）。一般に、起業活動の水準と起業態度の水準は国同士の比較でも相関関係が見られ、かつ図4のように起業プロセスを捉えると、強い因果関係があることも推測できる。

表1 地域別にみた起業態度の水準（日本）（2009～2014年）

	ロールモデル指数	事業機会認識指数	知識・能力・経験指数
北海道・東北	14.8%	6.1%	11.0%
北関東	12.2%	5.8%	10.2%
首都圏	18.9%	8.5%	16.1%
甲信越・北陸・中部	14.7%	5.9%	11.4%
近畿	16.8%	6.3%	13.1%
中国・四国	13.8%	5.6%	11.6%
九州・沖縄	15.5%	5.7%	13.8%

資料：図3に同じ

注) 起業態度の水準の測り方は、次のとおりである。起業家や起業活動が身近なものであるかどうか（ロールモデル指数）は「過去2年以内に新たにビジネスを始めた人を個人的に知っているか」という設問、起業活動や事業機会への関心の高さ（事業機会認識指数）は、「今後6カ月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れると思うか」という設問、起業活動を始める準備等（知識・能力・経験指数）は、「新しいビジネスを始めるために必要な知識・能力・経験を持っているか」という設問に対して「はい」と回答した割合を使っている。

強い因果関係があるという推測の根拠は、図5に示した。すなわち、起業態度を有する人とそうではない人では、起業活動を行う割合がまったく違う。例えば、ロールモデル指数に該当する人では14.0%が起業活動を行っているのに対して、そうではない人では2.0%に過ぎない。知識・能力・経験指数では、その差はさらに拡大し、起業態度を有する人では19.9%が起業活動を行っているのに対して、そうではない人の割合は1.9%である。

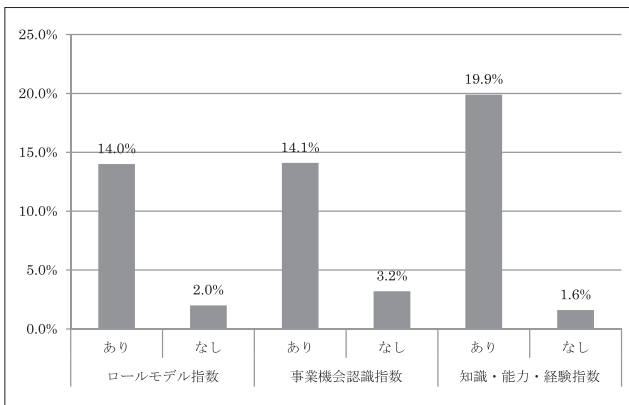


図5 起業態度の有無別の起業活動水準（日本）（2009～2014年）

資料：図3に同じ

このように考えると、起業活動を活発化するためには、①起業態度を有する人をいかに起業活動に導くかというアプローチと、②起業態度を有する人をいかに増やすかというアプローチをうまく使い分ける必要があることがわかる。そして、このような分析結果から、筆者は起業家教育や訓練の重要性を主張してきた。

## 300万人近い起業家の存在

「しかし、それでは全然間に合わない」という厳しい意見もある。起業態度に働きかける方法は、教育や意識改革のようなことが含まれるので、効果が出るまで時間がかかる。現在、すでに存在する起業家の力をさらに生かすことが求められているのだということである。

確かに、わが国の現状をみると、起業活動のために具体的な準備をしている人と起業後3年半未満の若い起業家の合計は約280万人と推計できる（図6）。これはGEMのTEAの定義に基づいた数字であり、具体的な準備をしている人が含まれている点に注意が必要であるが、この数字は決して小さなものではない。

ここでも、首都圏をはじめとする大都市圏への集中は起きているものの、最も少ない推計結果となった北関東でも8万人近い起業家がいる。

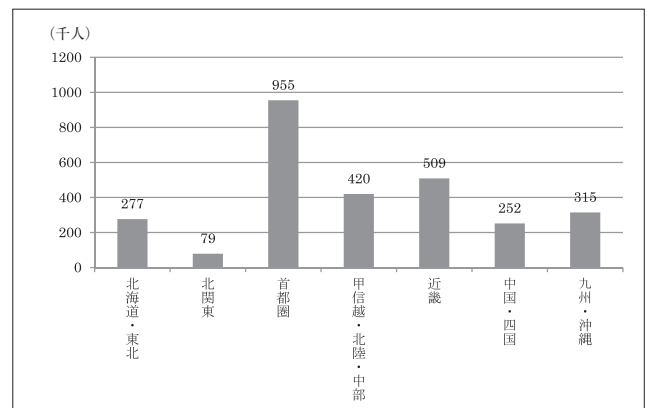


図6 起業活動の地域別の分布（日本）（2009～2014年）

資料：図3に同じ

注) 2013年時点の人口推計値に、各地域のTEAを乗じて求めた数字である

彼らや彼女たちがその能力を十二分に発揮し始めれば、地方も変わってくるに違いないし、そのような事例は全国いたるところで見ることができる。

日本再興戦略の事例の中にも取り上げられた高知県馬路村のゆず関連商品の事業や同じ四国の徳島県上勝町の葉っぱビジネスなどは超有名であるが、他にも、沖縄県読谷村では、廃墟化寸前であった大河ドラマ「琉球の風」のロケ地跡を、体験村に変えることで、毎年20万人近い観光客を集めるスポットに変身させた。ワインと言えば、ブルゴーニュやボルドーのように年間降雨量が500mm～800mm程度の場所を想像するが、宮崎県都農町の年間降水量4000mmを超えている。しかし、ここで作られる都農ワインは国産ワインの中で非常に高い評価を受けている。

これらの事例に共通する点は、素晴らしい起業家が、これらの事業の先導役になっていたということである。

ある。すなわち、高知県馬路村では東谷望史氏、徳島県上勝町では横石知二氏、沖縄県読谷村では國吉眞哲氏、そして宮崎県都農町では小畑 暁氏と赤尾誠二氏の2名である。

300万人もいるのであれば、各地域に先に紹介したような人たちが登場すれば、地方創生の課題は一気に解決するだろうと主張する人も少なくない。

## 第1起業者と第2起業者

起業者と一口に言っても、当然、さまざまな人たちがいる。一流、二流、そして三流という分け方は好ましくないが、事業を大きく捉える事ができる人とそうではない人がいることは事実であり、数の上では前者が圧倒的に少ない。

「しかし、それでは全然間に合わない」という批判に答えるとすれば、事業を大きく捉えることができる数少ない地方の起業者を大切に下さい、が筆者なりの回答になる。

通常のビジネスと異なり、地域で事業を興す場合、その利害関係は複雑であり、多くの人たちが反対のための反対をすることも珍しくない。新規事業に必要なアイデアや実行者は起業者側で用意できても、事業を始めるための経営資源は、地域の既存勢力から調達せざるを得ない。

既存勢力を敵に回して戦うことはできないのである。しかし、既存勢力は、新しいことには反対する傾向が強い。

この矛盾を誰がどのように解決するのか。

そのヒントが、第1起業者と第2起業者という概念整理である(図7)。一般に言われている起業者とは第1起業者のことである。第1起業者は、アイデアを考え、自ら行動して、新しい事業の立ち上げや継続に責任を持つ。しかし、一般に、第1起業者は、事業機会を見抜き、アイデアは豊富であるが、経営資源や地

域における影響力には乏しいことが多い。そしてその活用を拒む人たちの多くが地域の既存勢力の人たちになる。

このような硬直状態を解決する人が第2起業者である。第2起業者は既存勢力に影響力を持ちながら、第1起業者をサポートする人を指している。

大分県豊後高田市で昭和の町をコンセプトに商店街活性化を図ろうとした時、当時の若手メンバーが市長に直訴した。その説明を聞いた直後に市長が発した言葉は「せっかく掴んだテーマだか、あなた方の構想で死にかけた商店街が蘇るとは思えん」であったという。しかし、誰もが諦めた時、「でも一生懸命考えたことだ。頑張ってみろ」と言われ、プロジェクトが動き始めた。

「俺が好きにさせていることだ。文句があるなら俺に言え」「あなたは安心して良い。根回しは私がやっておく」「責任は私が取る。余計なことは考えるな」と言ってくれる人が、既存勢力の中にいるかが、地域の中では決定的に重要である。

かつてのように工場を誘致して地域の雇用を100人増やすのと、新しい事業を興して地域の雇用を100人増やすのでは、プロセスが全く異なる。

前者の場合は、純粹に100人の雇用が増えるだけである。しかし、後者の場合は、純粹に100人が増えるわけではない。1,000人増えて900人減り、結果的に100人が増える。そして900人が減少する中で、さまざまな批判が寄せられる。これらから第1起業者を守るのも第2起業者の役割である。

起業プロセスは、きわめて社会的な現象である。つまり、起業者自身の能力である人的資本と、起業者を取り巻く社会的資本の2つの要因に規定される。人的資本の象徴が第1起業者とすれば、社会的資本の象徴は第2起業者である。

地域の起業活動を考える時に、成果が思うように得られない要因の一つに、社会的資本の問題があり、中でも第2起業者の不足が大きいであろう。第1起業者の数を増やすことも重要であるが、それと同時に、第2起業者を増やすことができれば、第1起業者が倍増しなくとも、相当の効果が得られるに違いない。しかも、第2起業者は、政策立案者やそれに近い人たちが成ることができるものである。

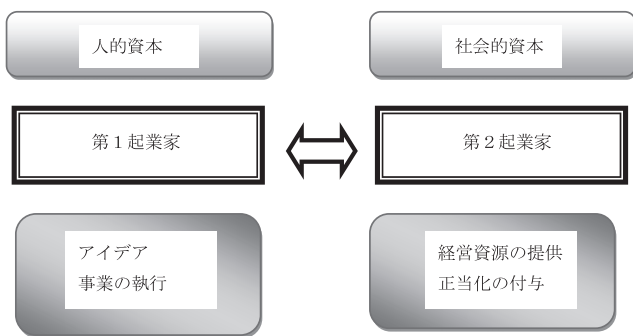


図7 第1起業者と第2起業者