

第8章 インターネット企業

インターネット企業

日本版シリコンアレーは生まれるか 単なる出会いからアイデア集積の「場」醸成へ

最近「ネット企業」と呼ばれるインターネット関連企業が注目されている。米国経済の好況もこのネット企業による新しいサービスや、インターネットの発展に伴う情報化投資などによるものであるというのが通説であり、ネット企業に対する期待が高まるのも当然といえよう。このような企業の振興策として一般に証券市場や法制度の整備などがいわれているが、これらの制度改革はネット企業のみならずベンチャー企業全体の発展にも必要であろう。ではネット企業に特有な性質や発展のパターンはあるのだろうか。

米国のネット企業の実態をみると特定地域に集積することで発展してきているように思われる。本稿では、サンフランシスコのマルチメディアガルチ、およびニューヨークのシリコンアレーに関して述べた後に、わが国にこうした地域が生まれる可能性に関して考えてみたい。

近接立地の重要性

マルチメディアガルチやシリコンアレーは全米でも注目されるネット企業の集積地だが、これらの地域では市全体の20分の1以下程度の面積に、マルチメディアガルチで約6割、シリコンアレーは約5割のネット企業が集中的に立地し、著しい発展を遂げている。このような発展は企業の集積とどのような関係があるのだろうか。以下では集積と発展の関係を以下の3点から説明する。

①コンテンツ制作

ネット企業のおもな製品とはホームページなどのコンテンツ、およびそれを活用したサービスである。そこで第一に、コンテンツの制作作業について考えてみる。

一般的にコンテンツの制作にはビジネスプランを構築する経営者のほかに、それをウェブで実現するためプロデューサー、

クリエイター、プログラマーなどのさまざまな人材が必要とされる。また、「アマゾンコム」のようなウェブサイト構築にはマーケティング、データベース開発、物流の専門家等も必要とされ、こうした専門家のコラボレーションによってネットビジネスが可能になる。

また、コンテンツの制作には常にスピードが要求される。ハードやブラウザーなどの技術進歩やネットワーク拡大のスピードからコンテンツの陳腐化は急速に進むため、ネット企業は常に作品のタイムトゥマーケットの極小化、つまり迅速なインターネットでの公開が求められる。このように、ネット企業はさまざまな分野のスペシャリストが必要とされると共に変化への迅速な対応を迫られている。

②企業のプロフィール

第二に、集積地の企業を創業年と企業の規模からみてみる。企業の創業年をみるとほとんどの企業が90年代になって生まれており、どちらの地域でも94年以降に設立された企業が半数以上を占めている。また、企業規模をみるとサンフランシスコでは約7割が25人以下、ニューヨークでは平均従業員数が13人であり、圧倒的に小規模の企業が多いといえる。以上のことからベンチャー企業が大多数であることが推測できる。

③仕事の進め方

第3に、専門家達の仕事の進め方について説明する。一般にネット企業はさまざまなフリーランサー達とプロジェクトごとに協力してチームを結成して作業を行

ない、プロジェクトが終われば解散する。才能のあるフリーランサーをプロジェクトベースで容易に調達できる事が産業の発展に重要だったといえる。

こうした専門家達は個人のネットワークを使って職を探し、企業もその時のプロジェクトに応じて必要なメンバーを口コミの情報で調達する。彼等はNPOが催すパーティなど、さまざまな機会を通じて常に情報収集に努めているため、プロジェクト発生時に迅速な対応ができる。このように、これらの地域ではインフォーマルなコミュニケーションを通じた情報収集が一般的になっている。また、基本的に各プロジェクトは専門家同士のフェーストゥフェースのコラボレーションが必要不可欠であり、そうした専門家達はそのプロジェクトをコントロールしたいと考えたと企業を興す。現在、これらの地域で成功している企業の多くがこのようにプロジェクトから派生して起こっている。

このように、これらの地域では想像以上にテンポラリーな企業文化が生まれている。戦略的パートナーシップのすばやい組み替えが、最良のビジネスパターンだという認識が普及し、自分達の得意な分野を活かして仕事をすることが容易になっている。

④集積による発展のメカニズム

以上のことから、ネット企業の集積と発展のメカニズムを考えると図1のようになる。コンテンツ制作にはさまざまな才能を集積して短期間で仕事を進める必要があるため、専門家達はインフォーマルなコミ

資料2-8-1 ネット企業のプロフィール

	サンフランシスコ	ニューヨーク
創業年	94年以降の創業が約6割 1994～97年創業 (64%) 1990～93年創業 (26%) 1980年代創業 (10%)	94年以降の創業が約9割 1996年以降創業 (24%) 1994～96年創業 (64%) 1994年以前創業 (12%)
従業員数	25人以下が約7割 ～10人 (44%) 11～25人 (28%) 26人～ (28%)	平均従業員数13人

出所 "A Survey of the Interactive Media Industry in San Francisco" Coopers & Lybrand (1997). "2nd New York New Media Industry Survey" Coopers & Lybrand (1997)を元に富士通総研作成

コミュニケーションを通じて迅速にプロジェクトチームを組織し、フェーストゥフェースのコラボレーションを行い、足りない才能や技術を補って仕事を進める。このような活動を行うには企業や専門家同士が近接していることが重要だったといえる。近接性によって構築された互いをサポートするためのネットワークは、交換できる情報の幅を広くすることで更なるコミュニケーション、コラボレーションを促すとともに、新しいアイデアや作品を生み出すプロダクトイノベーションのためのネットワークとしても機能している。一度こうしたさまざまな才能が濃密に接触する「場」が形成されると、それが人材を呼び込み、新しいアイデアが創出される頻度も高まって産業全体が発展することになる。このようにネット企業には集積することで加速的に発展していく性質があるといえる。

東京のネット企業集積状況

それでは日本にもこうした地域は生まれようとしているのだろうか。大都市にこうした企業が集積していると推定し、東京都区部におけるネット企業の集積状況を

把握するための調査を行った。その結果、東京都心5区(千代田、中央、港、新宿、渋谷)には現在約600社のネット企業が立地していることがわかった。特に港区と渋谷区の一部(赤坂、青山、原宿、渋谷、恵比寿の一带)に都心5区のネット企業のうち4割以上の企業が立地している。また、千代田区神田近辺でも集積が生まれている。このように都心5区の中でも特定のエリアで集積が進んでいる。

また赤坂から渋谷に至る地域には日本のネット企業の代表とされるような企業が生み出されている。たとえば、赤坂から六本木のエリアにはマザーズに上場した「オン・ザ・エッジ」などがあり、青山には常に最新のインターネット技術を駆使する「ドリームアーツ」などがある。そして渋谷には店頭公開を果たして1000億円企業になった「インターキュー」などがある。また、これらの地域には「マクロメディア」をはじめ、「ダブルクリック」といったマルチメディアガルチやシリコンアレーで成功を取めた企業も進出している。

そして、ネット企業のムーブメントとして話題になった「ビットバレー」も渋谷を中心とした活動である。ビットバレーは昨年

2月に渋谷に拠点を置くベンチャー企業の代表者が渋谷をシリコンアレーのようなネットビジネスの拠点にしようと呼びかけたことから始まり、これをきっかけに知り合った起業家や専門家達は頻りに意見交換を始めるようになった。7月には「ビットバレーアソシエーション」^{Jump01}という任意団体が組織され、企業家や専門家達に対して情報交換のための「場」を提供するなど、意見交換やコラボレーションを促そうとしている。このようなことから考えると、赤坂から渋谷にかけてのエリアは日本のシリコンアレーの最有力候補といえよう。

集積による発展にむけて

マルチメディアガルチやシリコンアレーのネット企業の発展は、非常に柔軟な企業組織をもったベンチャー企業の集積によるものである。こうした集積による発展パターンは日本でも起こり得るのだろうか。現在、日本では大規模な構造改革によってさまざまな産業界から多様な人材が放出されつつあり、こうした現象はさまざまな才能を必要とするネットビジネスにとって大きなチャンスと考えられる。今後、世界に通用するネットビジネスを振興するには現在の企業集積を活かし、さまざまな才能が交流できるような「場」を醸成することが重要であろう。また、ネット企業においては想像以上に柔軟な企業組織が求められるため、企業だけでなく個人にも意識の大変革を迫る事になるだろう。企業も個人もこうした新しい潮流をいち早く理解し、積極的に取り込んでいく事が望ましい。

ビットバレーを一時的なブームとして終わらせないためにも、集積を活かした出会いの場から新しいアイデアや企業が生まれねばならない。企業の集積をどのように事業に活かしていくのか、つまり本当に日本版シリコンアレーが生まれるかは起業家達の経営手腕や努力にかかっており、今後注目したい。

(湯川抗 株式会社富士通総研経済研究所)

^{Jump01} <http://www.bitvalley.org>

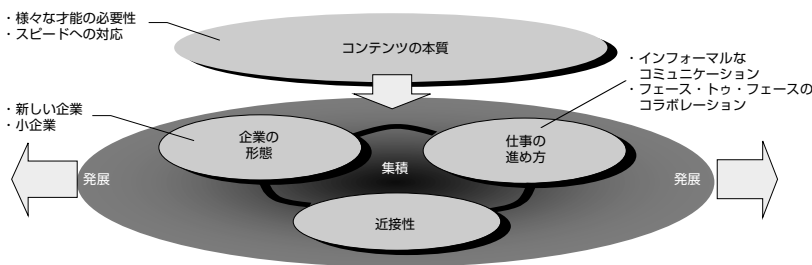
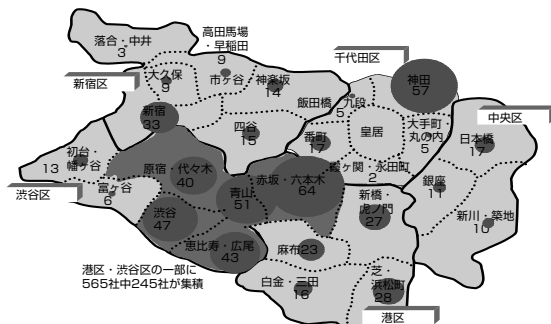


図1 ネット企業集積と発展のメカニズム

資料2-8-2 ネット企業集積地域と集積度



出所 富士通総研作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp