

北陸発スタートアップ育成に向けて ～キーワードは実証・共創・企業内起業～



調査研究部 主任研究員 田中 秀和

はじめに

「スタートアップ」という言葉を目にする機会が増えてきた。これは、2022年に政府が「スタートアップ創出元年」を宣言し、「スタートアップ育成5か年計画」を発表したことがきっかけであろう。

この計画では「スタートアップへの投資額を2022年の10倍を超える10兆円に増やし、スタートアップを10万社、ユニコーン^{*1}を100社創出すること」を目標に掲げ、①人材・ネットワークの構築、②資金供給の強化と出口戦略^{*2}の多様化、③オープンイノベーション^{*3}の推進を3本柱として、数多くの支援施策を実施している（図表1）。

この動きは、東京、大阪、名古屋などの大都市圏を中心として活発化しているだけでなく、全国の地方都市においても地方創生の重要な手段の一つとして取り組みが進められており、具体的な成果も見え始めている。

図表1 スタートアップ育成5か年計画の概要

目標	2021年実績	
スタートアップへの投資額	10兆円	8,827億円
スタートアップ企業数	10万社	16,100社
ユニコーン企業数	100社	6社

育成施策の3本柱

- ① 人材・ネットワークの構築
- ② 「資金供給」の強化と「出口戦略」の多様化
- ③ 「オープンイノベーション」の推進

出典：経済産業省資料より筆者作成

1 スタートアップの定義と必要性

(1) スタートアップとは

① スタートアップの定義

4、5年前までは、新規開業に関するセミナーなどの名称に「創業」「起業」「新規開業」という言葉が多く使われていたが、最近ではスタートアップという言葉が使われることが増えたと感じる。

スタートアップとは、広義には新規開業者全般を指すが、その定義は一つではなく数値基準もない。「スタートアップ育成5か年計画」に関する経済産業省の資料によると「新しい企業であって、新しい技術やビジネスモデルを有し、急成長を目指す企業」とされており、本稿ではこの定義に従って論じる。

なお、類似語として「ベンチャー」がある。これは1971年刊の『ベンチャー・ビジネス』（清成忠男ほか）を契機に普及した和製英語であるが、両者の境界は必ずしも明確ではない。東京大学のベンチャーキャピタル「東大IPC」によると、ベンチャーとスタートアップの違いは「イノベーション」と「成長スピード」の2点にある。新しい商品・サービス・事業を展開する点については共通しているが、ベンチャーは「既存のビジネスモデルをベースとする」のに対し、スタートアップは「新たなビジネスモデルを構築し、社会変革を目指す」という特徴がある。また、ベンチャーは「着実な成長」を目的に掲げるのに対して、スタートアップは短期間でIPO^{*4}やM&Aなどの出口

※1 ユニコーン：時価総額（企業価値評価額）が10億ドル（約1500億円）以上の未上場企業

※2 出口戦略：=イグジット（EXIT）。出資者が株式を売却し、投資資金の回収および利益の獲得を行うこと

※3 オープンイノベーション：組織の内部と外部の技術やアイデアを有機的に結合させて価値を創造すること

※4 IPO（Initial Public Offering、新規株式公開）：企業が株式を一般投資家に公開して証券取引所に上場すること

戦略を実施するために、「急速な成長を目指す」という点が異なる（図表2）。

図表2 スタートアップとベンチャーの違い

	共通点	イノベーションの特徴	目指す成長スピード
スタートアップ	新しい商品・サービス・事業を展開	新たなビジネスモデルを構築し、社会変革を目指す	短期間でのイグジット実現に向け、急速な成長を目指す
ベンチャー		既存のビジネスモデルをベースとする	着実な成長を目的に掲げる

出典：「東大IPC」HPより筆者作成

② 成長ステージと投資ラウンド

スタートアップの発展過程は、一般に「シード」「アーリー」「ミドル」「レイター」といった成長ステージに区分される。これに対応して資金調達投資ラウンド「エンジェル」「シード」「シリーズA～D」が設定されており、ステージごとに投資額や投資家のタイプも異なる（図表3）。

図表3 スタートアップの発展段階と投資区分

成長ステージ	投資ラウンド	スタートアップの状況	投資額 の目安	主な 投資家
シード	エンジェルラウンド	プロダクト・サービスが形になっていないアイデア段階	数百万円 ～数千万円	エンジェル投資家
	シードラウンド	大枠のビジネスが決まる段階（試作品の開発段階）	数千円 ～数億円	エンジェル投資家、VC
アーリー	シリーズA	ビジネスを開始した直後（製品の販売開始段階）	数億円 ～十数億円	VC、CVC
	シリーズB	製品・サービスが評価され、軌道に乗り始める段階	十数億円 ～数十億円	VC、CVC
ミドル	シリーズC	単月黒字となり、事業規模拡大が期待できる段階	数十億円	VC
レイター	シリーズD以降	安定的な収益を出せるようになった後の段階	数十億円	VC

出典：「東大IPC」HPより筆者作成

(2) スタートアップが求められる背景

政府は「スタートアップ育成5か年計画」において、スタートアップの意義（役割）として「経済成長のドライバー」「雇用の創出」「社会課題の解決」の3点を挙げている。日本経済は「失われた30年」と称されるように長期的な停滞が続いており、新興国のみならず同じ先進国である米国との比較においても相対的な地位が低下している。

成長に不可欠なイノベーションという観点では、一般的に既存企業のイノベーションは既存製品やサービスの改善などの「インクリメンタル（漸進的）イノベーション」が中心となるが、市場に

とって新しい製品やサービスを導入する「ラディカル（根本的）イノベーション」については、スタートアップから生み出されることが多いと言われている。ラディカルイノベーションは、その名のとおり、既存製品にとって代わるほどの破壊的なインパクトを与えることから、既存企業にとっては脅威にもなり得るが、新規参入するスタートアップにとってはメリットが大きく、市場で存在感を高めるための重要な戦略となる（図表4）。

図表4 イノベーションの種類

イノベーション類型	技術革新やビジネスモデルの特徴	例
インクリメンタル（漸進的）イノベーション	既存の製品やサービスを基に小さな改善を積み重ねる	パソコンの処理能力や機能向上
ラディカル（根本的）イノベーション	市場にとって新しい製品やサービスを導入し、既存製品に取って代わるほどの破壊的なインパクトを与える	ビデオレントラルに対する動画配信サービス

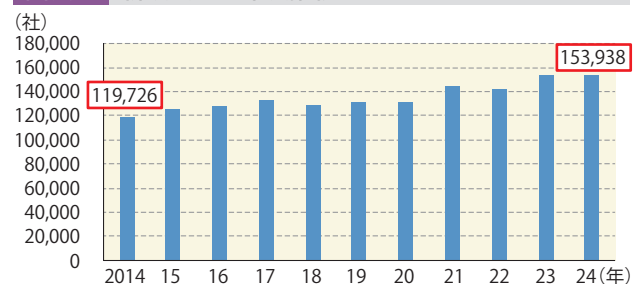
出典：各種資料より筆者作成

(3) 新設法人数・開業率の動き

スタートアップを生み出す上で、起業そのものを増やすことも重要である。新規開業者は経済の新陳代謝、活性化につながる重要な存在であるとともに、起業の機運向上により他者にも良い影響を与える。また、起業・開業後に全国・海外展開を目指すようなスタートアップに成長する可能性もある。

新設法人数は2014年から2024年までの10年で12万社から15万社へと約29%増加した（図表5）。

図表5 新設法人の年次推移



出典：東京商工リサーチの資料より筆者作成

一方、総事業所数に対する開業率と廃業率は図表6のとおりである。開業率は非一次産業全体で「2012～2014年の平均6.5%」から「2015～2021年の平均4.7%」へと低下しており、同期間

の廃業率「2012～2014年の平均6.6%」、「2015～2021年の平均5.5%」をいずれも下回る状況が続いている。

業種別では、2015～2021年の開業率は製造業が2.7%と最も低く、サービス業が5.8%と高い。また、2012～2014年と2015～2021年を比較すると、製造業とサービス業の開業率は▲0.7ポイントと落ち込みが小さいが、これまで比較的高かった小売業の開業率が▲2.6ポイントと大きく減少しているのが分かる。

図表6 業種別の開廃業率の推移(事業所ベース、年平均)

産業分類		①	②	③	③-①
		2012～2014年	2014～2016年	2015～2021年	増減
非一次産業全体	開業率	6.5	5.0	4.7	▲1.8
	廃業率	6.6	7.6	5.5	▲1.1
製造業	開業率	3.4	2.4	2.7	▲0.7
	廃業率	5.5	6.2	4.4	▲1.1
卸売業	開業率	6.2	4.4	4.3	▲1.9
	廃業率	6.8	7.1	5.2	▲1.6
小売業	開業率	6.4	5.5	3.8	▲2.6
	廃業率	7.7	8.3	6.2	▲1.5
サービス業	開業率	6.5	4.5	5.8	▲0.7
	廃業率	5.4	6.8	4.5	▲0.9

出典：総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス基礎調査」、「経済センサス活動調査」より筆者作成

2 スタートアップの育成施策

(1) スタートアップ育成支援プログラム「J-Startup」

経済産業省によるスタートアップ育成支援プログラムの一つに「J-Startup」がある。「世界で戦い、勝てるスタートアップ企業を生み出し、革新的な技術やビジネスモデルで世界に新しい価値を提供する」ことを目的としており、選定企業は官民のサポーターから各種支援を受けることができるほか、政府から評価されたスタートアップ企業として大きなブランドとなるものである。

政府は「J-Startup」企業として、2018年6月の第1次から2025年3月の第5次まで累計272社を選定している。事業領域別の内訳は図表7のとおり、バイオ・ヘルスケアが56社と最多で、製造22社、プラットフォーム22社、ロボティクス16社、宇宙15社、AI・IoTが15社となっている。

日本の強みであり、今後も強化していくべきと考えられる製造業、バイオ・AI・ロボットなどの先端技術に関する分野が多くなっている。

図表7 「J-Startup」の事業領域別の社数

事業領域別	第1次	第2次	第3次	第4次	第5次	計
バイオ・ヘルスケア	18	14	9	9	6	56
製造	8	1	4	5	4	22
プラットフォーム	3	7	5	6	1	22
ロボティクス	5	5	2	3	1	16
宇宙	5	1	1	0	8	15
AI・IoT	10	3	1	0	1	15
モビリティ	4	4	1	2	1	12
エンタメ	3	3	2	1	1	10
農業	2	2	2	1	2	9
エネルギー	3	1	2	2	1	9
建設	2	0	2	4	1	9
環境	1	0	1	1	3	6
FoodTech	1	1	1	2	1	6
その他	27	7	17	14	0	65
合計	92	49	50	50	31	272

出典：帝国データバンクの資料より筆者作成

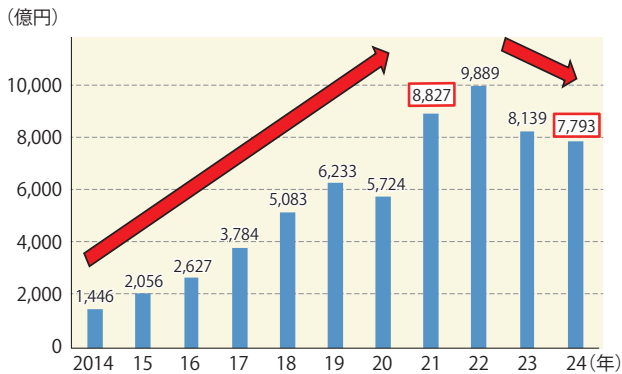
(2) スタートアップ育成5か年計画

「スタートアップ育成5か年計画」が始まってから本年11月で3年となる。前述のとおり、この計画において政府は、①10兆円規模の投資、②スタートアップ10万社の創出、③ユニコーン100社の創出の3点を目標に掲げている。現時点での成果としては、スタートアップの数は約1.5倍に増加しているが、投資額や企業規模の拡大はあまり進んでいないようだ。

まず、①10兆円を目標とする「スタートアップへの投資額」は、2021年の8827億円に対して2024年は7793億円と12%減少した(図表8)。金利上昇や地政学リスクの高まりなどから、スタートアップへの投資額が海外主要国で大きく減少していた時期であり(米国▲47%、中国▲56%、英国▲61%)、日本の減少幅は相対的に小さかったと言える。しかし、同年の米国の投資額は約2090億ドル(約31兆円〔1ドル150円換算])で日本の約40倍と、大きな開きがある。

次に、②10万社を目標とする「スタートアップの数」は、民間調査会社のデータベースを基にした政府資料によると、2021年の16100社から2023年には25000社と約1.5倍になった。

図表8 国内スタートアップへの投資額の推移



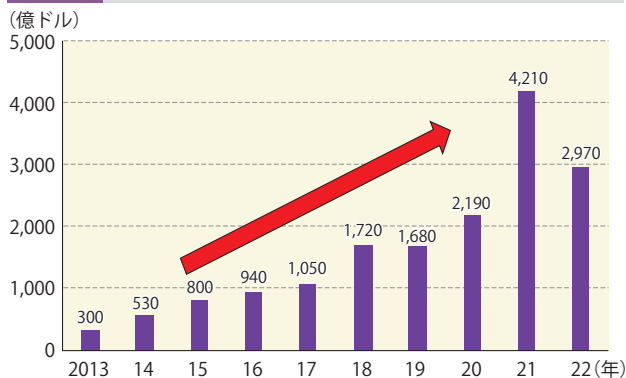
出典：スピーダ「Japan Startup Finance」より筆者作成

そして、③100社を目標とする「ユニコーンの数」は、2021年の6社から2025年5月には8社へとわずかに増加したが、米国715社、中国162社、インド69社、英国55社との差は大きい（出所：CBインサイツ、日本経済新聞社報道）。

(3) スタートアップ育成の強化に向けて

政府は「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画（2025年改訂版）」において、スタートアップ育成5か年計画の強化策を示している。この中で「地方におけるスタートアップの創出など人材・ネットワークの構築」に向けた方策として、「全国での高専発スタートアップ・エコシステムの構築」、「スタートアップ・エコシステム拠点都市等の機能強化」が挙げられている。また、日本の技術力の強みを活かして飛躍的な成長が期待できる「ディープテック・スタートアップ^{※5}へ

図表9 世界のディープテック関連のVC投資額



出典：経済産業省の資料より筆者作成

の資金供給の強化」を行う方針も掲げている。同分野への投資額は世界的に増加傾向にあり（図表9）、国内においても大学・研究機関との連携により拡大が期待される。

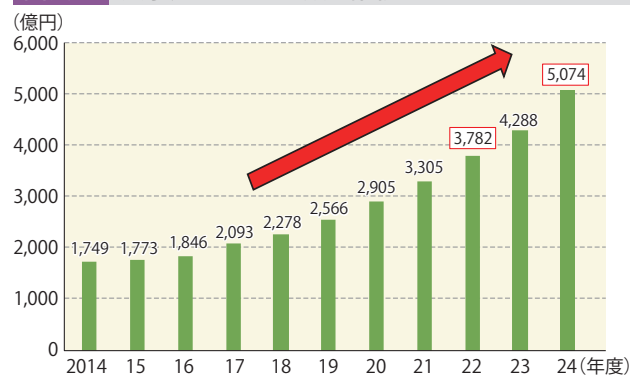
(4) 大学発ベンチャーへの期待

日本のスタートアップの立地の66.2%、資金調達額の78.5%は、ベンチャーキャピタルや大企業が集まる東京都に集中している（出所：経済産業省資料、STARTUP DB）。一方、「大学発ベンチャー」については、地方での設立が比較的多くなっていることから、東京一極集中を打開する存在として期待されている。

大学発ベンチャーは、スタートアップとは定義が異なるものの、大学などにおける革新的な研究成果を基にした研究開発型（特許活用・共同研究・技術移転）やIT関連が多く、革新的な技術やビジネスモデルによる起業が多いと考えられ、スタートアップ創出にも寄与すると考えられる。

「大学発ベンチャー実態等調査（経済産業省、令和6年度）」によると、大学発ベンチャーは2022年度の3,782社から2024年度の5,074社と約34%増加しており（図表10）、この新規増加のうち約57%は東京都以外の大学発となっている。

図表10 大学発ベンチャー数の推移



出典：経済産業省の資料より筆者作成

※5 ディープテック・スタートアップ：先端科学技術を活かして革新的事業を創出するスタートアップ

3 北陸地域の動向と事例

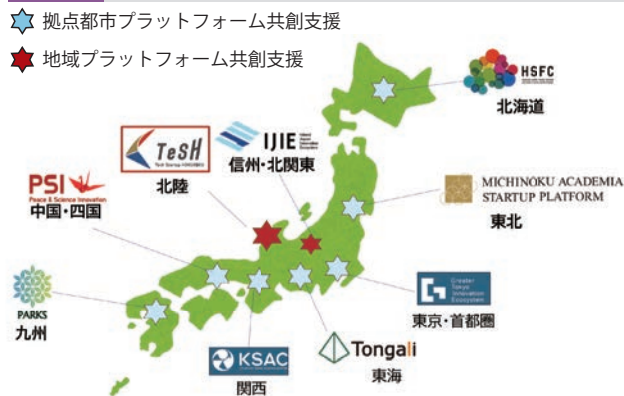
(1) 北陸のスタートアップ育成施策

北陸3県では各県のスタートアップ育成施策に加えて、3県合同での取り組みも始まっている。

●大学・高専発プラットフォーム「TeSH」

2024年1月、北陸地域の大学・高専発スタートアップ創出プラットフォーム「Tech Startup HOKURIKU (TeSH: テッシュ)」が、国立研究開発法人・科学技術振興機構のスタートアップ・エコシステム^{*6}共創プログラムに採択された(図表11)。TeSHは、北陸先端科学技術大学院大学と金沢大学を主幹機関とし、北陸3県の11大学と3高専が共同機関となっている。また、2025年10月時点で61の協力機関(自治体・経済団体・金融機関・民間企業など)と39の事業化推進機関(VC、CVC、アクセラレーター^{*7})というネットワークを築いている。「2033年度までにExitを2社、大学・高専発スタートアップを年間20社創出(累計100社)」という目標を掲げ、資金支援、案件掘り起こし、伴走支援などを実施している。

図表11 スタートアップ・エコシステム共創プログラムの採択プラットフォーム一覧



出典:「TeSH」HP 2025.3.24公表資料

●北陸3県合同コンソーシアム「HOSTEC」

また本年6月には、北陸3県によるスタートアップ支援の枠組みである「北陸スタートアップ・エコシステム・コンソーシアム (HOSTEC)」が、内閣府の第2期スタートアップ・エコシステ

ム拠点都市「NEXTグローバル拠点都市」に選定された。これは富山県、石川県、福井県それぞれの強みを活かしつつ、行政、大学、民間組織などの関係機関が一体となり、相互に連携してスタートアップ支援に取り組むものである。北陸ブランドと言える「医薬・ヘルスケア」「ものづくり」「繊維・宇宙」などを核として、北陸から世界へ飛躍するグローバル・スタートアップを創出することを目指している。

(2) 北陸のスタートアップの現状

●スタートアップ企業数

北陸のスタートアップの数について正確に把握することは難しいが、HOSTEC公表資料によると、各県のスタートアップ数(過去5年以内に設立)は富山県28社、石川県20社、福井県19社の計67社となっている。

●スタートアップの資金調達実績

スタートアップのVC投資などによる資金調達実績は、2024年は石川県9件16億円、富山県4件3億円、福井県1件0億円と、北陸全体で19億円(14件)となった。各都道府県の実績をみると、東京都が全国の77%と突出して大きく、金額上位5都府県で88%を占める。北陸におけ

図表12 スタートアップの資金調達実績(2024年)

	金額(億円)		社数	
全国	7,793	100.00%	2,869	100.00%
東京都	6,015	77.18%	1,940	67.62%
神奈川県	291	3.73%	125	4.36%
京都府	258	3.31%	79	2.75%
愛知県	192	2.46%	62	2.16%
大阪府	137	1.76%	90	3.14%
北陸3県	19	0.24%	14	0.49%
石川県	16	0.21%	9	0.31%
富山県	3	0.04%	4	0.14%
福井県	0	0.00%	1	0.03%

*資金調達額はスピーダの定義(成長投資に資すると考えられる「資本の増加」を集計対象とし、社債発行や借入は含まない。)
出典:スピーダ「Japan Startup Finance」より当所作成

*6 スタートアップ・エコシステム:起業家、投資家、支援機関、大学、政府、民間企業などが連携し、スタートアップを生み出す環境(枠組み)
*7 アクセラレーター:スタートアップなどの事業成長を加速させる支援プログラムを提供する団体・組織

るスタートアップの資金調達は、社数で全体の0.49%、資金調達額では0.24%に留まっており、国内GDPの2～3%という経済規模から考えれば、北陸のスタートアップはまだ浸透していない状況と言える（図表12）。

(3) 北陸のスタートアップの事例

数としては少ないが、有望なスタートアップも出始めており、一部をご紹介したい。

① 北陸唯一の「J-Startup」選定企業

アルム株式会社（石川県金沢市）

北陸で唯一、経済産業省の「J-Startup」に選定されている企業。製造AIを開発しており、2024年には、VCなどから7.6億円の資金を調達した。アイ・オー・データ機器やスギノマシン、田中精密工業など北陸の有力企業と連携して、事業拡大を図っている。

② 大学発のディープテック型スタートアップ

ファームランタ株式会社（石川県野々市市）

2022年に起業した石川県立大学発のスタートアップで、NEDO^{※8}のディープテック・スタートアップ支援事業にも採択されている。植物など天然由来の有用成分を微生物で発酵・生産し、次世代のサプライチェーンを構築していくことで、人類および地球の健康増進に貢献することを目指している。2025年にNEDO助成金とVC出資によって総計20億円の資金調達を行った。

③ 大学発の地域課題解決型スタートアップ

株式会社フィッシュパス（福井県坂井市）

福井県立大学発のベンチャー企業。代表者の故郷にある竹田川の環境悪化の原因を追求する中で、河川整備といった環境保全を担う漁業協同組合の経営不振や高齢化が環境悪化につながっていると分析し、オンライン遊漁券アプリを開発。現在は全国へのサービス拡大を図っている。

(4) 金沢大学の取り組み事例

今後、地方におけるスタートアップ創出を促進していくためには、大学が重要な役割を果たすことが期待される。北陸での先進的な事例として、金沢大学の取り組みを紹介する。

●起業家育成支援と大学認定ベンチャー制度

同大学では、2004年に「金沢大学ベンチャー・ビジネス・ラボラトリー」を設立し、起業家育成セミナー、アントレプレナーコンテスト、インキュベーション施設・設備貸与、コーディネータによるサポート、研究開発、社会実装の支援を行っている。2021年には「金沢大学認定ベンチャー」制度を創設し、事業化に向けて次のような支援を実施している。これまでに認定された企業は図表13のとおりである。

「金沢大学認定ベンチャー」への支援内容

- ・「金沢大学認定ベンチャー」のロゴマーク等の無償使用許諾
- ・大学ホームページでの認定事実の公開
- ・大学広報誌等での情報発信
- ・知的財産権の独占実施の許可（期限付き）
- ・各種展示会での出展・紹介
- ・提携機関への斡旋・紹介
- ・提携期間とタイアップした経営指導・支援
- ・各種補助金に関する情報提供
- ・各種表彰事業への積極的推薦

図表13 「金沢大学認定ベンチャー」の認定企業

企業名	事業内容
(株)キュービクス	遺伝子発現解析サービス
(株)バイオセラピー開発研究センター	食品・医薬品素材の研究開発
Ostics(株)	骨密度検査に関わる業務
(株)Kanazawa Diamond	ダイヤモンドの製造、加工、販売
(株)ムービーズ	自動運転システム開発、製造販売（ビジョンインキュベイト出資先）
X Cube Solutions(株)	インフラ点検の効率化、観光DX
(株)FMK Solutions	データ駆動型 植物由来素材の開発

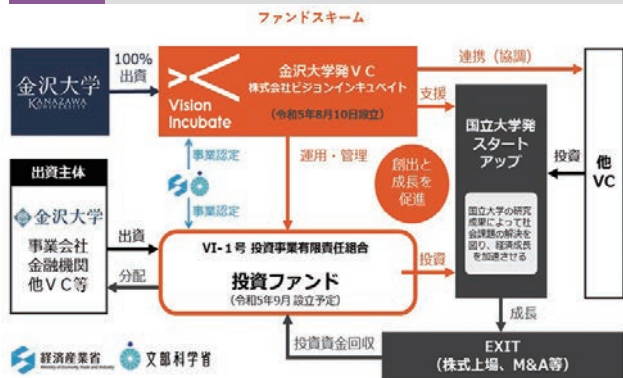
出典：金沢大学HPより筆者作成

●大学発VC「ビジョンインキュベイト」

2023年、同大学100%出資のベンチャーキャピタル「株式会社ビジョンインキュベイト」を設

※8 NEDO：国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構

図表14 ビジョンインキュベイトのスキーム



出典：「ビジョンインキュベイト」HP公表資料

立し、国立大学発スタートアップに投資するファンドを組成した（図表14）。このファンドには、金沢大学のほか北陸地域の金融機関も出資しており、2025年9月時点で9社への投資を実行している。ビジョンインキュベイトはGP（ゼネラルパートナー）^{※9}として出資し、投資ファンドの管理運営を行うとともに、金沢大学や外部機関とも連携してスタートアップの成長を支援している。

4 北陸におけるスタートアップ育成の可能性と方向性

(1) 「実証フィールド」としての活用

北陸地域では、医薬品・アルミ・繊維・建設機械・産業機械・眼鏡などの製造業が発展している。また、地域固有のさまざまな伝統文化・伝統産業・地域資源があり、自然豊かな環境も有している。そして、他の地方都市と同様に少子高齢化・防災・人手不足・空き家問題などの地域課題も多い。

これらの特徴は、スタートアップの実証実験の場となる「実証フィールド」として有効に機能し、イノベーションにつながる可能性があることが、先般のHOSTEC キックオフイベント（2025年7月）における討論会でも指摘されている。

このため、行政・商工会議所・商工会・企業団体が協力しながら「実証フィールド」として受け入れる体制を作り、広く・わかりやすくPRし、

取り組みを活性化させていく必要がある。地元のスタートアップ育成・創出を促進するとともに、地域外のスタートアップを誘致することで、地域の新産業創出や地域企業との共創・イノベーションにもつながるだろう。

2025年7月 HOSTECキックオフトークセッションより

北陸には地域課題解決型スタートアップが実証実験などを行う『実証フィールド』が豊富にあり、共創活動を行う場としての魅力がある。

(2) オープンイノベーションの活性化による「共創」

成熟した大企業は既存事業を重視する傾向があり、その結果、新規事業や革新的サービスの創出は難しいとされる。この課題を打破する鍵の一つがスタートアップとの協業である。スタートアップとの連携や、新商品・新技術の共同開発などの協業をきっかけとして、自社のイノベーションにつながるだけでなく、出資やM&Aに発展する可能性もある。

また、より取り組みやすい方法としては、スタートアップからのサービス利用・商品購入により、自社の事業の付加価値向上や効率化につなげて競争力を高めることも、広い意味での協業と言えるだろう。出資に比べ、低リスクでスピーディに多数のスタートアップと連携することができる。これは「ベンチャー・クライアント・モデル（VCM）」と呼ばれる手法であり、ドイツの自動車メーカーBMW社が取り入れている手法として知られている。

オープンイノベーションを活性化するためには、ニーズ・シーズを見える化することが必要だ。例えば、北陸3県の地域課題や経営課題などの「ニーズ」と社会実装を目指す研究成果である「シーズ」をテーマごとに分類して検索すること

※9 GP（ゼネラルパートナー）：無限責任組合員

ができるポータルサイトを前述のプラットフォームなどで設置し、スピーディに情報発信・探索ができるようにしてはどうだろうか。また、スタートアップがビジネスモデルをプレゼンする「ピッチ」だけでなく、テーマごとにディスカッションする「共創」の場を作ることもよいと考える。

そして、企業側としてはスタートアップのピッチイベントやマッチングサイトを通じて、自社の課題に合う技術やパートナーを探し、その動きを単発で終わらせることなく、継続的に情報を収集・発信し、スピード感をもって実証や導入を繰り返すことで、自社の競争力強化や新事業の芽につなげていくことが重要だろう。

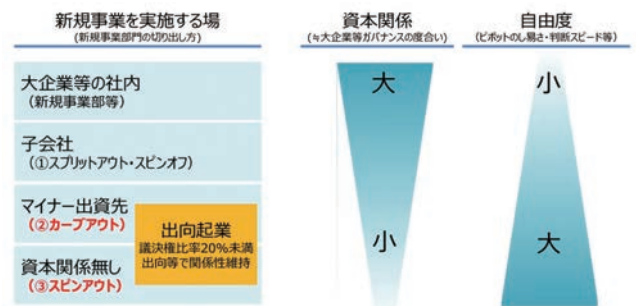
(3) 「企業内起業」の促進（企業内人材の活用）

北陸地域には、技術力の高い大企業・中堅・中小企業が多数ある。こうした企業内の人材（就労者）は、新しいアイデアや技術があり、起業に関心があったとしても、退職・独立はリスクが高いとして、起業に至らないケースが多い。

そこで、スタートアップ創出を増やすためには、行政や企業側の支援による起業や、新規事業に挑戦しやすい環境づくりが必要となる。例えば、イントレプレナー（企業内起業家）^{※10}の育成やスタートアップへの出向などにより、企業内の人材を積極的に活用することも有効であろう。企業にとっては、スタートアップと関わる機会を増やすことが刺激となり、企業内のイノベーション推進の機運を高めるとともに、新規事業開発のきっかけとなることが期待できる。

また、外部連携や成長スピードを加速させるためには、新規事業を社内を実施するだけでなく、社外に切り出すことも有効だと考えられる。具体的には、子会社として分離する「スピノフ」、外部資本の活用などにより出資比率を下げ関連企業から外す「カーブアウト」、資本関係を解消する「スピアウト」などがあり、目的に応じてさ

図表15 新規事業切り出しの種類



出典：一般社団法人社会実装推進センター HP公表資料

まざまな形がある（図表15）。なお、その際に社員は退職せずに既存企業に所属したまま新会社に出向する「出向起業」という形も選択肢として用意すれば、社員のリスクを軽減し、新規事業創出の促進や関係性の維持も可能となるだろう。

おわりに

これまでのスタートアップ育成支援は、各県それぞれの取り組みを中心として進められてきたが、2024年のTeSH発足、2025年のHOSTEC発足へと発展しており、北陸3県が連携して行政だけでなく、大学、地域の企業・金融機関などが協力し合う体制が整ってきた。

既存の民間企業には、スタートアップをうまく活用する姿勢が求められる。スタートアップの革新的な商品やサービスは既存企業の脅威となり得るが、WIN-WINの関係を築いて連携すれば、スタートアップ育成、自社の競争力強化、さらには地域産業活性化や地域課題解決にもつなげることができるであろう。

今後、北陸のスタートアップ・エコシステムが実効的に機能するために、積極的に情報発信・情報公開することで、関係者だけでなく学生や中小事業者も含めて多くの人を巻き込み、活性化していくことを期待したい。そして当研究所としても、スタートアップ創出による地域活性化に積極的に関わってきたい。

※10 イントレプレナー（企業内起業家）：企業内で起業家的な精神をもって、新しいビジネスモデルや製品、サービスを生み出す人材