平成 30 年度　証券ゼミナール大会

第 6 テーマ

# 日本における
# 中小・ベンチャー企業の資金調達について

中部大学　　藤井ゼミナール

鈴木班

## 目次

序章・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.3
第１章　中小企業・ベンチャー企業の定義・・・・・・・・・・・・・・・p.4
第１節　中小企業の定義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.4
第２節　ベンチャー企業の定義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.4

第２章　中小企業が抱える問題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.5
第１節　中小企業の資金調達・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.5
第２節　中小企業の資金構造・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.7

第３章　ベンチャー企業が抱える問題・・・・・・・・・・・・・・・・p.8
第１節　ベンチャー企業の資金調達・・・・・・・・・・・・・・・・・p.8
第２節　ベンチャーキャピタルについて・・・・・・・・・・・・・・・p.12

第４章　公的金融について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.14
第１節　中小企業の公的金融・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.14
第２節　ベンチャー企業の公的金融・・・・・・・・・・・・・・・・・p.19

第５章　中小・ベンチャー企業における課題と課題についての提言・・p.25
第１節　中小企業の課題による提言・・・・・・・・・・・・・・・・・p.26
第２節　ベンチャー企業の課題による提言・・・・・・・・・・・・・・p.28

終章・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.34

参考文献・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.35

## 序章

近年では、東京オリンピックに向け宿泊施設が多く建てられ、建設業界への需要が増加傾向にある。そのため経済が活発になり大きな経済効果が産まれている。この効果の波に乗りうまくいった起業もあるが、反対に成長に伸び悩む起業も存在する。オリンピックが起爆剤となり、成長した企業はこのような特殊な行事がなくとも成長していくことが重要である。

我が国における問題として、少子高齢化などがあるがこのままの状態が続くと、高齢者が増え労働者である若者が減っていく。若い世代が減っていくと、雇用者も減ることや企業を立ち上げる人も減ってしまう。今の日本は、人口減少とともに少子高齢化という困難な問題に陥っている。その現状の中で、どういった企業活動をするか、どのような事業を展開し起業をしていくか課題である。

中小企業庁によると、企業全体のうち中小企業の割合は 99.7%であるから、企業数も多いし、中小企業が創出する雇用者数も大企業に比べ大きいことから雇用者は中小企業が大部分を占める。このことから、中小企業は必要な存在であるし、新たな雇用を創出する起点となるベンチャー企業も雇用創出に大きな役割を持つ。しかし、中小企業には資金調達などの課題がある。中小企業は大企業と違い企業の信用性がないことや、大企業は一回で大きな融資を受けるのでそれに比べ、一回で少ない融資を受ける中小企業とでは、一回あたりの企業の調査にコストがかかる。そのため、金融機関から資金調達しにくい傾向にある。

上に述べた日本の社会問題や、企業の規模に対しての問題を考慮した上での資金調達方法を考えなければならない。そこで本稿では、中小企業とベンチャー企業との違いを明確にし、第１章で中小、ベンチャー企業の定義を述べ、第２章、第３章で中小、ベンチャー企業の調達方法をまとめる。第４章では、公的金融がどのような効果をもたらすのかを記し、第５章に課題と課題の解決策である提言をする。

# 第 1 章　中小ベンチャー企業の定義

## 第 1 節　中小企業の定義

日本の中小企業の定義は中小企業基本法第 2 条によって以下のように定められている。

図表 1　中小企業基本法

| 業種分類 | 中小企業基本法の定義 |
|---|---|
| 製造業その他 | 資本金の額又は出資の総額が 3 億円に以下の会社並びに常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社及び個人 |
| 卸売業 | 資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人 |
| 小売業 | 資本金の額又は出資の総額が 5 千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社及び個人 |
| サービス業 | 資本金の額又は出資の総額が 5 千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人 |

出所：中小企業庁「中小企業の定義について」より筆者作成
（http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/g_book/h21/teigi.html）

中小企業は日本の企業のうち 99.7%を占めており、従業者数は日本全体の 4013 万人のうち約 2784 万人が働いている。このように中小企業はまず、雇用の担い手として日本を支えていることがわかる。

次に中小企業の特徴として地域の経済の活性化が挙げられる。人口規模の小さい地方では中小企業の企業数・従業員数の占める割合が高い傾向にあり、製造業を中心に生産性の向上を図り、多くの中小企業があることで競争力が増し地域経済を活性化させている。加えて、中小企業は独立企業ではなく大企業の下請を事業活動にしている場合が多く、大企業を支える役割も担っていることがわかる。

## 第 2 節　ベンチャー企業の定義

中小企業は企業の規模を表す言葉であり、「中小企業法」によって資本金、従

業員数などに明確な規定がある。ベンチャー企業とは、時代の移り変わりを背景に、新技術や新製品を軸に急成長している企業を指す。一方で、ベンチャー企業はこのような法律による明確な取り決めはなく、厳密な定義もないが、一般的には新技術や新製品を軸に急成長している企業を指すことが多い。

経済産業省は、原則として設立 10 年未満かつ従業員 100 名以下の企業を前提として、以下の項目のいずれかに該当する企業をベンチャー企業として選定している。

（1）新しい技術やビジネスモデルを中核とするイノベーティブな企業

（2）急速な成長が期待される企業

（3）高い達成意欲を持つ起業家に率いられる新興企業

例えば、この項目に当てはまるような企業は、IT ベンチャーやロボットベンチャーなどといった今後注目する分野の企業がある。

## 第 2 章　中小企業が抱える問題

### 第 1 節　中小企業の資金調達

日本の銀行は戦後、大企業への融資を中心に行っており中小企業は資金調達に苦戦していた。その後、安定した大企業は社債や株式発行などの直接金融に変更していき、銀行は中小企業に融資することでお金を流通させ、中小企業の成長が活発化した。バブル崩壊後は、中小企業に対する貸し渋りや貸し剥がしが問題になった。日本の中小企業の資金調達の手段として、直接金融は日本では大企業が利用する手段であり中小企業にはあまり普及していない。そのため中小企業では、国内銀行や信用金庫、信用組合、労働金庫、農林中央金庫、農業協同組合などの民間金融機関の融資、政府系金融機関の融資などの間接金融を中心に資金調達をしている。金融機からの視点で貸出をする際の審査において借り手に返済能力があるのかなどの問題で円滑に資金調達ができない問題を解消するためにリレーションシップバンキングが組み込まれている。大企業も中小企業も自己資本比率を上昇し借入金の比率は低下させるという動きはあるが、中小企業の借入金の比率は大企業と比べ高いままである。また、従業員規模が小さい企業ほど自己資本比率が低く、借入に依存している。しかし自己資本比率が低い企業は不安定な企業とみなされ融資を受けられないといった資金

調達が困難な企業も存在する。

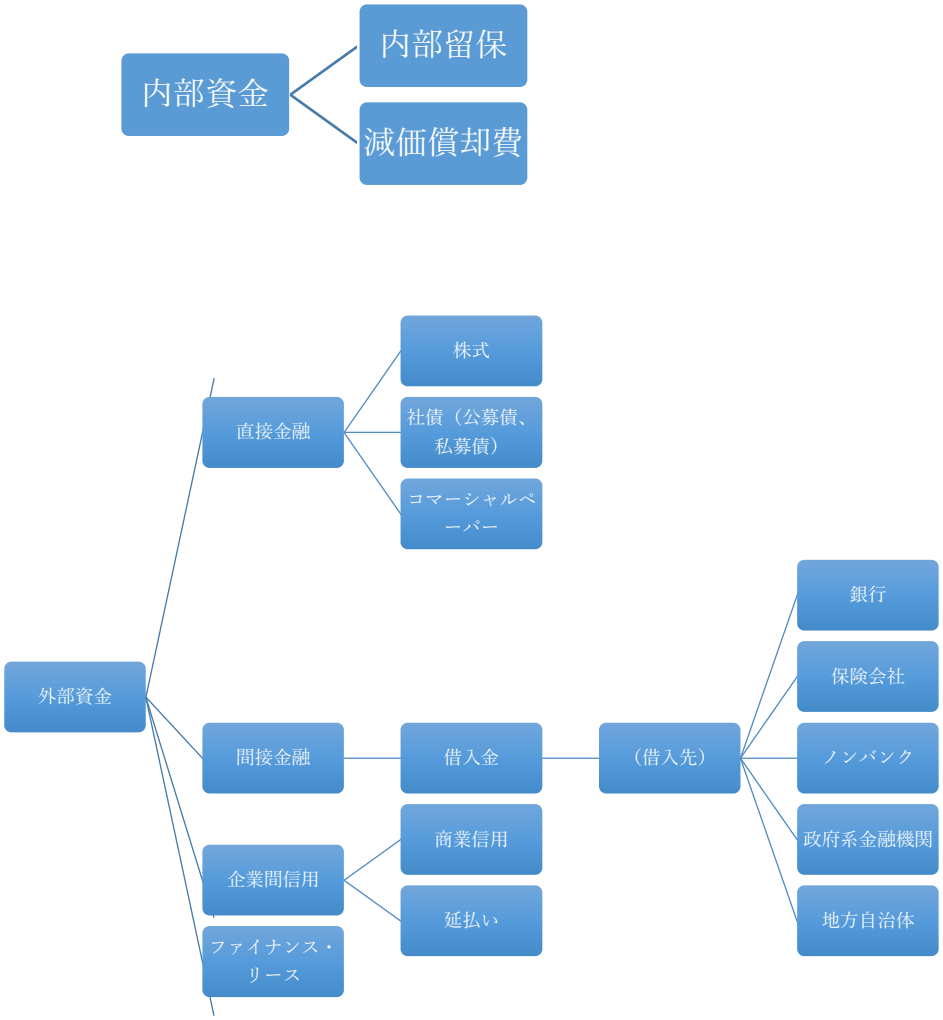
「企業は通常、事業活動においては売上げ代金の回収よりも仕入れ代金や諸経費の支払いが先行することが多い。したがって、代金回収までの支出を補うための運転資金が必要となる。それだけではなく、店舗や機械設備、車両といった固定資産を取得するのに設備資金が必要になる場合もある。」

（薮下・武士俣（2006）『中小企業金融入門第２版』p.51.52）から参照

売り上げを回収することは重要であるが、それに至るまでの費用も視野に入れ資金の使い方には気をつけなければならない。

企業が利用できる主な資金手段をまとめると、図表２のようになる。

図表２　中小企業の資金調達手段




出所：薮下・武士俣（2006）『中小企業金融入門第２版』p.52.から筆者作成

（１）内部資金と外部資金

事業活動を通じて自ら資金を生み出すか、外部から資金を調達するかによって、内部資金と外部資金の二つに分類される。内部資金は利益を蓄えた内部留保や減価償却費であり、その範囲内で必要な資金をまかなうことができればそれは理想である。しかし、内部資金だけでは不十分なため、ほとんどの企業が外部資金に頼っているのが現状である。そして、目先の利益のことだけを考えてしまっていると、翌月資金が足らないといった事が起こりうる。これについては、次節で説明する。

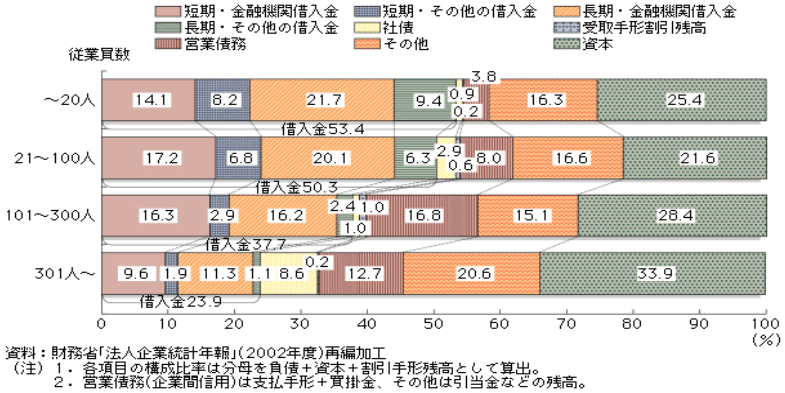
## 第２節　中小企業の資金構造

企業の資金繰りは、大企業に比べて厳しい。この課題を考えるのに当たって肝となっているのが中小企業と大企業の資金調達構造の違いである。

「中小企業では自己資本より借入金の割合が高く、反対に大企業は借入金よりも自己資本の割合が高い。」（中小企業庁調査課（1986）『図でみる中小企業白書』p.118）から参照

図表３では企業の資金調達構造を従業員規模別に示している。ここからでは従業員規 20 人以下の企業では、自己資本の割合が 25.4%であるのに対して、借入金の割合は 53.4%である。一方で、従業員規模 301 人以上の企業では自己資本の割合が 33.9%であるのに対して、借入金の割合は 23.9%である。つまり、従業員規模が小さい企業ほど資金調達の大部分を借入金に依存しているのだ。そのため、中小企業は機関の貸し渋りや貸しはがしなどの貸し手の貸出態度にとても大きく影響を受けやすい資金調達構造になっている。

図表 3　中小企業の資金調達構造




出所；中小企業庁；1．中小企業の資金調達構造の特性

http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H16/16chusho/hakusho/H16/html/16241110.html から引用

先ほど、記したように企業のほとんどは外部資金に頼っている。外部資金は、調達先や調達方法によって大きく二つのグループに分けられる。

一つは資本市場を通じて資金供給者、いわゆる投資家から直に資金を調達する直接金融である。もう一つが、資金供給者と資金需要者との間に金融機関が入って資金を調達する間接金融である。間接金融の最も典型的な例が銀行借入でありつまり、中小企業は間接金融に多くを依存しており、直接金融は中小企業にとって利用しにくいものだと考えられる。

# 第 3 章　ベンチャー企業

## 第 1 節　ベンチャー企業の資金調達

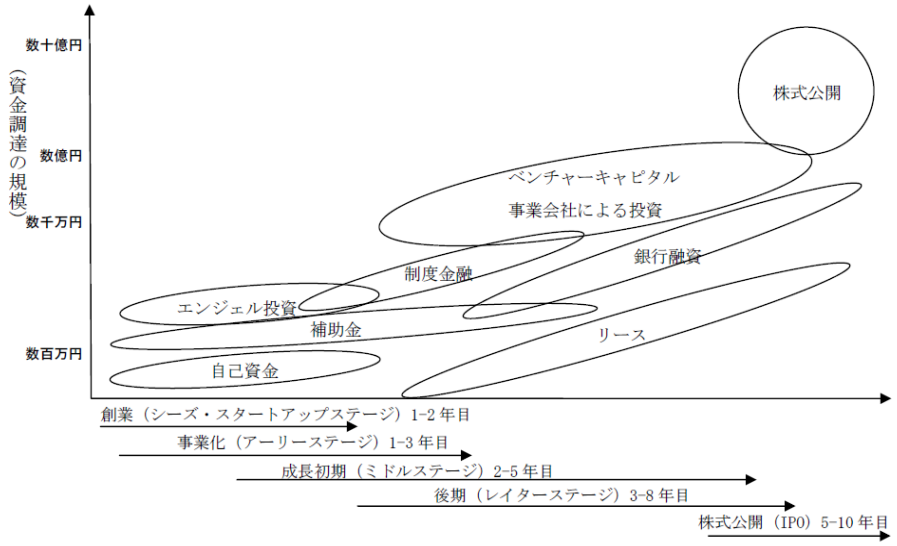
ベンチャー企業が成長するには、設備資金、開発資金、営業資金などが必要である。例えば、「企業を起こそう」と考えた場合、一人で起業し社員を雇うための資金はゼロだと考える。商品を生産して、その商品を売れば、初めてお金が入ることになる。しかし、お金を回収するには時間がかかる。そもそも最初の商品を作るには資金が必要になる。そのため、自己資金で起業する以外に、お金を借りなければならない。

企業が成長段階ごとに、どんな資金がどの程度必要なのかを予測し、事前に

最適な資金調達をすることが望ましいといえる。起業したばかりのベンチャー企業はまだ事業実績がないため、金融機関から直接融資してもらう「プロパー融資」の審査を通過するのは難しい。そのため、創業期の開発段階にあるベンチャー企業でも検討しやすい資金調達の手段を考える必要がある。

その成長段階は、主に 4 つに分けられている。第一段階は創業（シードステージ・スタートアップステージ）。第 2 段階は事業化（アーリーステージ）。第 3 段階は成長初期（ミドルステージ）。第 4 段階は後期（レイターステージ）。第 5 段階は株式公開（IPO）である。まず、創業段階においては、ベンチャー企業を立ち上げる準備期間であり、主に自己資金とエンジェル投資と公的補助金である。事業化段階においては事業を立ち上げてから、企業が軌道に乗るまでの過程であり、第 1 段階の資金調達手段に加えてベンチャーキャピタルや事業会社による投資、金融機関などによる制度金融、リースなどが用いられる。成長初期の段階は事業拡大を目指している段階であり、自己資金やエンジェル投資に代わって銀行融資が新たに用いられる。後期段階は事業が発展・成熟化して、事業規模の拡大スピードが低下してくる段階で、後期や株式公開の段階になると制度金融や信用保証が用いられることが少なくなる。ベンチャー企業成長段階の後に位置づけられる株式公開も重要な資金調達手段である

図表 4　ベンチャー企業の成長段階に応じた資金調達手段




出所：大和総研　2012「ベンチャー企業の資金調達」より引用

<file:///C:/Users/bs16043/Desktop/12030201capital-mkt.pdf>

成長段階別に応じた資金調達で述べた方法以外にも、ベンチャー企業に適している資金調達方法がある。

(1) 公的助成・補助による支援制度

研究開発プロジェクトからベンチャー企業を起業し、その直後から支援を受けるような典型的なケースでは、各省庁及び地方自治体の助成金や補助制度がある。相手が国や知事体であれば安心な上に、原則として返済の必要がないので、その点は大きなメリットだと言える。

(2) 金融機関からの融資・担保・保証

経済政策の一環として、民間銀行では敬遠しがちな起業などをサポートする融資を行っている。政府系の金融機関が中心になり、直接・間接的な融資による多様なベンチャー支援を行っている。当面のスタート資金が乏しいベンチャー企業は、無担保・無保証の政府系融資を活用する。ベンチャー企業のなかでもスタートアップの場合は「新創業融資」を検討する事がいいだろう。新しく事業を始める人や、事業を始めて間もない人が事業資金を借りる制度としてはもっとも現実的である。

(3) 普通社債

金融機関等からの借入ではなく、普通社債発行による資金調達である。返済条件や返済期間が明確で、株式に転換されない。長期資金不足の時に活用できる。

(4) 転換社債型新株予約権付社債

転換社債は、普通社債と株式との中間の資金調達方法で、発行時に定めた転換価格と転換期限などの条件により株式に転換できる社債である。

(5) ベンチャーキャピタル (VC)

ベンチャー企業に投資するビジネスを展開している投資会社(投資ファンド)である。上場しそうなベンチャー企業に投資し、上場後に株式を売ることや、株式譲渡などで利益を得ることを主としている。

(6) クラウドファンディング

これは、インターネット上で事業の情報や製品のアイデアを公開し、多くの

人から資金を調達する方法で、その代わりに投資者に見返りを返す。ベンチャー企業の場合、エッジの利いたサービスを提供している場合も多く、上手く PR すれば、出資者の目に留まりやすい点がある。

クラウドファンディングには大きく分けて４種類あり、それを整理したものが図表５となる。

図表５　クラウドファンディングの種類

| | |
|---|---|
| 購入型クラウドファンディング | 製品アイデアなどに支援者が出資し、出資金額に応じたリターン（製品など）を送る |
| 寄付型クラウドファンディング | プロジェクトに対して支援者がお金を寄付する |
| 融資型クラウドファンディング(ソーシャルレンディング) | 資産運用した個人から小口の資金を集め、それを融資する |
| 株式投資型クラウドファンディング | 資金を出資してもらうかわりに未公開株を提供する |

出所：筆者作成

購入型、融資型、株式投資型クラウドファンディングはリターンを前提に行うものであり、寄付型クラウドファンディングではファンとして支援したいという人が行うものである。

## 第２節　日本のベンチャーキャピタルについて

日本のベンチャー企業が､期待している資金調達は､次の図表のようになる。

図表６　ベンチャー企業の期待する資金調達の割合

| 資金調達先 | 設立以来の累計 | 過去１年間 | 今後の期待 |
|---|---|---|---|
| 本人・親戚・知人 | 83.1 | 33.0 | ― |
| エンジェル | 17.5 | 8.5 | ― |
| ベンチャーキャピタル | 33.9 | 14.8 | 47.6 |
| 銀行融資 | 42.3 | 42.6 | 49.2 |
| 公的機関 | 16.9 | 11.9 | 38.9 |
| 民間企業（国内） | 22.2 | 9.7 | 45.9 |
| 機関投資家（国内） | ― | ― | 11.4 |
| 海外資本 | 2.3 | 1.7 | 10.3 |

注：重複回答がある。単位は％

出所：VEC 調査「2010 年度ベンチャービジネスの回顧と展望」2011 より筆者作成

多くのベンチャー企業はスイートマネーという本人、親戚、知人の資金でスタートし、銀行融資を受けて成長してきたわけだが、今後さらに成長しようとして、ベンチャーキャピタルからの投資や公的機関からの支援、事業連携先の国内企業からの資金調達を望んでいることがわかる。

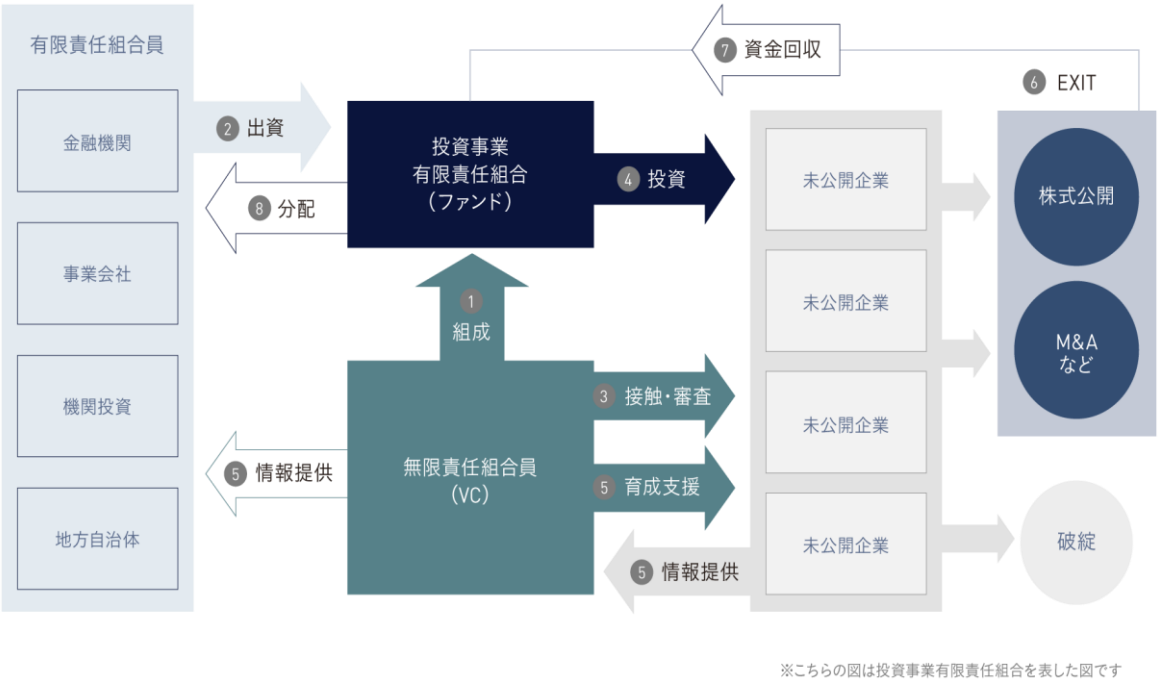
今後の期待の項目で銀行融資の割合が高い中、ベンチャーキャピタルの割合も高い。そこで、ベンチャーキャピタルに焦点を当ていく。

図表７　ベンチャーキャピタルとは

| |
|---|
| ① 投資家から資金を集めてファンドを作る |
| ② ファンドから複数のベンチャー企業に投資をして株式を取得する |
| ③ 投資先企業の経営を支援して成長を促進する |
| ④ 当該企業の IPO や M&A を機に株式を売却しキャピタルゲインを得る |
| ⑤ その収益を投資家に分配するという事業を展開している。その過程において、ファンドの管理報酬と成功報酬（一定以上の投資リターンを投資家に分配できた時の報酬）で収益を得る |

出所：石井芳明　「東洋経済　online」＜https://toyokeizai.net/articles/-/78192＞より参照

5　図表８　ベンチャーキャピタルの役割




出所：Future Venture Capital　「ベンチャーファイナンスの基礎知識」＜https://www.fvc.co.jp/knowledge/＞より引用

10　ベンチャーキャピタルは大きな資金を動かせる組合であり、出資する企業に支援をし、その企業の情報を他の機関に提供し出資金を集めている。

はじめに、VC がファンドを組成し、無限責任組合員としてファンドの管理運

営を行う。組成されたファンドへの出資を募り、ファンドの趣旨に賛同された方々が出資を行う。これにより、投資に必要な資金が確保される。VC が様々なルートからベンチャー企業にアプローチし、投資を行うか否か審査を行っている。審査を通過したベンチャー企業に対して、ファンドより投資を行うことが決定される

出資だけでなく、投資を行ったベンチャー企業に対して、VC が育成支援を行っている。(ただし、ハンズオンのスタイルをとる VC の場合である。ハンズオフのスタイルをとる VC は投資後の育成支援は行わない)

また、育成支援の過程で投資先企業から VC、VC から組合員へと情報提供がなされる。

投資を受け入れたベンチャー企業が株式上場するなどして、ファンドの保有株式を売却等することを EXIT（出口）と呼ぶ。投資先の企業が EXIT することにより、資金回収を行っている。ファンドは回収した資金を出資者に分配し、最終的に出資者に清算される

## 第 4 章　公的金融について

### 第 1 節　中小企業の公的金融

この章では中小企業に対する公的支援について主に論じていく。

中小企業経営における課題の一つに資金繰りの問題がある。企業が経営を営むとき、いわゆる「カネ」は重要な経営資源である。中小企業の多くは資金が潤沢ではない。そこで、中小企業は必要な資金を獲得するために外部から調達し、その多くは金融機関からの融資に依存している。中小企業が資金調達を行う金融機関には、民間金融機関と政府系機関が存在する。民間金融機関には、都市銀行、地方銀行、第二地方銀行、信用金庫、信用組合がある。中小企業に対する公的支援は多岐にわたるが最も一般的に知られているのは、日本政策金融金庫、商工組合中央金庫という２つの政府系金融機関による直接貸し出しである。このうち地方銀行、第二地方金庫、信用金庫、信用組合を地域金融機関と呼ぶ。特に信用金庫、信用組合、政府系金融機関の 3 つを中小企業専門金融機関という。これら機関による貸出残高は、2016 年 12 月末時点で２３．５兆円と中小企業向け貸出残高の９％に上っており、長期低利の資金を供給する役割を果た

してきた。先ず、先述したように一般的に知られる政府系金融機関について視点を向ける。

（１）政府系金融機関

政府系金融機関は、中小企業の保護、育成など政策を遂行するために設立された金融機関であり、日本政策金融公庫と商工組合中央金庫がある。政府系金融機関は民間金融機関では採算上融資が困難な中小企業に対する設備投資などの長期資金の供給を行い、民間金融機関の補完機能も持っている。日本政策金融公庫は 2008 年に国民生活金融公庫、中小企業金融金庫、農林漁業金融公庫を統合し、民間金融機関が行う金融を補完し、国民一般や中小企業者などが資金調達を目的として設立された。小口の事業資金融資などを行う国民生活事業や中小企業への長期事業資金融資などを行う中小企業事業などを行っている。商工組合中央金庫は中小企業等共同組合その他主として中小規模の事業者を構成員とする団体およびその構成員に対する金融の円滑化をはかるために必要な業務を営むことを目的として 1936 年に設立された。中小企業団体及びその構成員に貸出を限定している点や日本政策金融公庫では扱っていない預金業務を行っている点が特徴である。

（２）信用補完制度

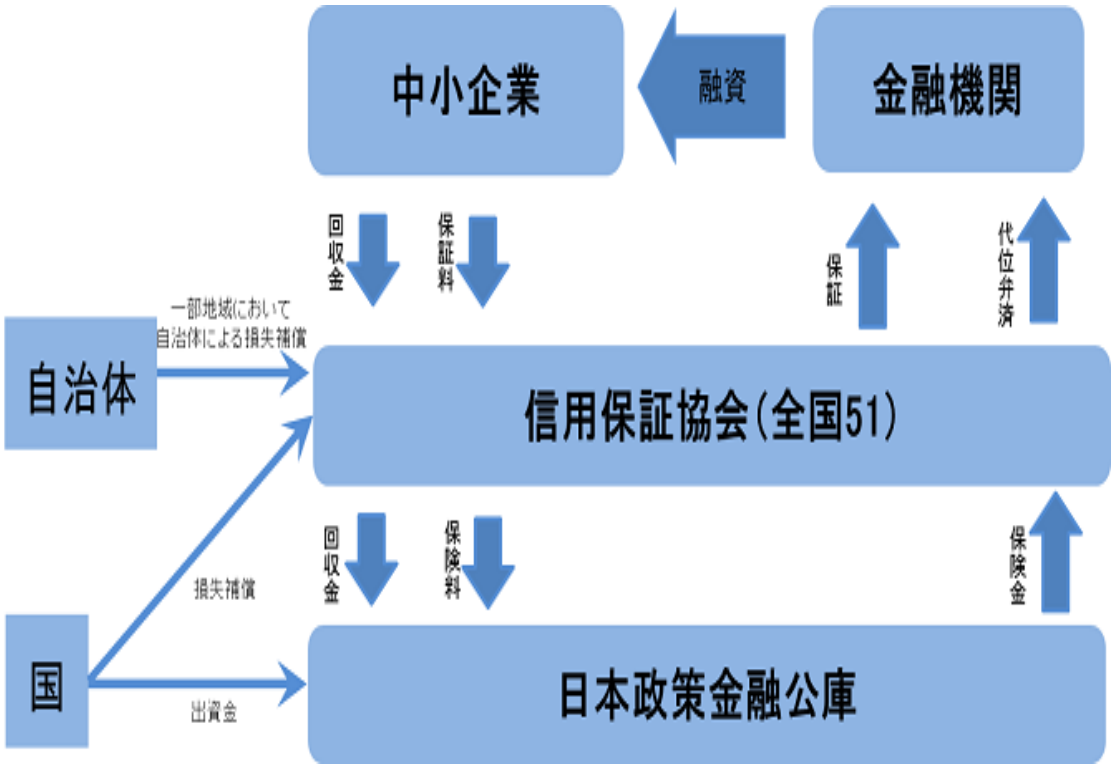
信用補完制度とは、中小企業者等、金融機関、信用保証協会の三社から成り立つ「信用保証制度」と信用保証協会が日本政策金融公庫に対して再保険を行う「信用保険制度」の総称のことをいう。信用保証協会は、地方公共団体、金融機関等から出えん金や負担金を受けることにより、信用保証業務に伴うリスクに対する資金的な裏付けを行い、信用保険制度により、代位弁済に伴う負担が軽減される。これにより信用保証協会は、さらに広範な中小企業者等の金融を円滑にすることが可能になる。一般に、中小企業は信用力に乏しく民間金融機関だけで資金繰りを円滑に進めることは困難である。そのため各地の信用保証協会が、事業者の民間金融機関からの借入れに対して保証を行い、返済が滞った際には、代わって債務の支払いを実施（代位弁済）している。

現行の信用補完制度は、以下の二つの保証制度を柱としている（各々最大で

２億８千万円まで保証可能)。

一般保証では融資額の８０％を保障し、２０％を金融機関が負担（責任共有制度)。ただし、小規模事業者、創業者等に対する保証は１００％保証である。セーフネット保証は、自然災害時や構造不況業種を対象に、一般保証とは別枠で融資額の原則１００％を保障している。

図表９　信用保証協会の役割




出所：中小企業庁「信用補完制度の見直し」より引用

http://www.chusho.meti.go.jp/kinyu/shikinguri/hokan/index.htm

（３）信用保証協会

信用保証協会は、信用保証協会法に基づき、中小企業・小規模事業者の金融円滑化のために設立された公的機関である。事業者が金融機関から事業資金を調達される際、信用保証協会は「信用保証」を通じて資金調達の支援を行う。

メリット

１、　融資枠の拡大を行い取引金融機関のプロパー融資と保証付き融資の併用により、融資枠の拡大を可能にする。

２、　ニーズに合わせた保証制度を利用できる。

３、　長期の借り入れができる。

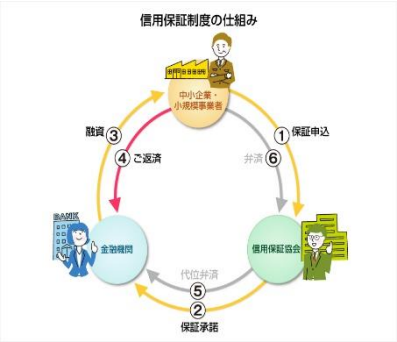
４、　原則として、法人代表者以外の連帯保障人は必要ない。

５、　担保がなくてもご利用できる。不動産担保に過度に依存しない保証の推進に努めている。

（４）信用保証制度の仕組み

信用保証制度は、基本的に中小企業・小規模事業者、金融機関、信用保証協会の三者が当事者である。中小企業者が金融機関から事業資金を借り入れる際、信用保証協会が公的な保証人になることで、資金の流れを円滑にする制度のことである。

図表 10　信用保証制度の仕組みと流れ




出所：全国信用保証協会連合会「信用保証協会と信用保証制度」より引用
http://www.zenshinhoren.or.jp/guarantee-system/

（５）ＳＢＩＲ制度

ＳＢＩＲ制度（中小企業技術革新制度）とは中小企業者等が研究開発のための補助金・委託費等の中から、中小企業者等が研究開発成果を活用して事業を行えるものを選びＳＢＩＲ特定補助金等として指定し事業化を支援する制度である。ＳＢＩＲ特定補助金等の交付実績のある企業には事業への支援策として日本政策金融公庫の低利融資を受けることができる。また「ＳＢＩＲ専用サイト」においてＳＢＩＲ特定補助金制等の交付を受けた中小企業者等に各々専用ページを設けることで研究開発成果や事業化・商品化情報などを自由に掲載し

ＰＲなどすることが可能となる。現在、ＳＢＩＲ制度に参加している省庁は総務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省の７省である。

ＳＢＩＲ制度が始まった 1998 年はバブル経済崩壊後であり実質経済成長率もマイナス２パーセントを記録し、開業率が廃業率を下回り去っていく企業が多かった。しかしアメリカでは実質経済成長率が４パーセントを越え開業率が廃業率を上回り好調な経済状況を維持した。このアメリカでのベンチャー企業の活発な状況はアメリカでのＳＢＩＲ制度が一要因として考えられた。そして日本はアメリカの後を追うようにこの制度を取り入れた。日本は毎年行われる閣議決定でＳＢＩＲ特定補助金等の支出目標額を定めている。2018 年度は過去最高額であった昨年度と同額の 460 億円に決定した。

（６）情報の非対称性について

金融取引だけでなく経済活動における取引において、売り手と買い手（金融取引の場合は貸し手と借り手）の間に情報の格差が生まれる場合、取引が円滑に行われないという問題が生じる。例を挙げると、借り手が将来、本当に返済してくれる借り手かどうか、つまり借り手の経営能力や事業の成長性に関する情報は、借り手自身は認識しているかもしれないが貸し手には通常わからないことがある。こうした状況のことを情報の非対称性という。この情報の非対称性が存在する場合、情報を持たない貸し手は、たとえ本当は返済が見込める借り手であっても見分けることが困難なため、返済を受けられないことを心配して資金を貸そうとしない状況が生まれる。

（７）リレーションシップバンキング

情報の非対称性がある場合、金融機関は資金を企業に貸すときにその企業の経営状況や課題を知らない場合、金融機関は心配である。その不安を取り除くためにリレーションシップバンキングというものがある。リレーションシップバンキングの定義として「金融機関が顧客との間で親密な関係を長く維持することにより顧客に関する情報を蓄積し、この情報を基に貸出等の金融サービスの提供を行うことで展開するビジネスモデルを指すのが一般的である」（引用

「金融審議会金融分科会第二部会報告」(2003 年 3 月 27 日)) とされている。このリレーションシップバンキングでは親密な取引関係を持つ貸し手と借り手の間では、そうでない場合と比べて貸し手が借り手のことを理解することで金融機関は企業に対し不安が緩和される。しかし、リレーションシップバンキングに関する本格的な実証実験は始まったばかりであり問題が山積みである。例えば、どのような借り手および貸し手に効果があるのか、長期的な、幅広い取引関係が金利を下げ、資金制約を緩和するという以外にメリットはないのか、景気など外的条件に関係なく効くのかなど実証分析が必要である。

## 第 2 節　ベンチャー企業の公的金融

ベンチャー企業のような創業間もない企業には、事業に必要な資金の調達が困難であるという問題が存在している。問題を解決するには資金調達を円滑に行える支援を政府、地方自治体はしていかなければならない。なぜなら、企業にとって民間金融機関というのは、資金調達の面で利用し経営活動の中で長く関係が続くので、企業と民間金融機関との関係が崩れないことが重要な事であり、このために支援が必要だからだ。公的金融の政策には公的機関が企業に融資をする制度がある。この制度は民間金融機関とは違った利点があるため設けられている。ほかに、補助金や助成金などの公的機関でしか扱えないものや、税制による投資家に対しての支援制度がある。

まず、公的融資について触れ、補助金、助成金について、そしてベンチャー企業の投資促進税制のことに詳しく整理する。

### （1）日本政策金融公庫

政府による機関であり、民間の金融機関とも連携して活動も行う。創業支援はもちろん、東日本大震災の復興の支援、セーフティーネットに関する支援、全国に広がる支店が地域活性化を促している。

日本政策金融公庫の融資は民間の銀行といった金融機関よりも審査は通りやすく、低金利である融資制度が期待できる。そこで、ベンチャー企業に合う新創業融資制度について３つの融資制度を挙げる。

図表 11　日本政策金融公庫の創業支援融資概要

| | |
|---|---|
| 新規開業資金 | ・利用するには 10 の要件の中で 1 つでも満たしていればよい。<br>・限度は 7200 万円まで融資でき、保証人は必要になる場合が多い。 |
| 女性・若者・シニア起業家支援資金 | ・女性または 35 歳未満のものか 55 歳以上のものが融資をできる。<br>・限度融資額と保証人については上と同じ。 |
| 新創業融資制度 | ・要件は事業を新たに始める、税務申告 2 期を終えていないもの。<br>・雇用創出などの要件。自己資金の要件がすべて満たされるものが利用できる。限度融資額は 3000 万円で無担保、無保証人である。 |

出所：日本政策金融公庫「新創業融資制度」から筆者作成

https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_shinsogyo_m.html

5　民間の金融機関よりも審査が通りやすいような要項になっている。無担保で融資を受けることができる新創業融資制度も、ベンチャー企業に対して有効である。実際に、どのくらいの企業が日本政策金融公庫の創業融資を使っているのか公表しているので、それが図表 12 となる。

10　図表 12　平成 29 年度事業報告

| | 融資先数 | 融資金額 |
|---|---|---|
| 創業融資 | 28116 先 | 1911 億 |
| 新事業育成資金 | 1318 先 | 620 億 |

出所：日本政策金融公庫　「平成 29 年度事業報告」から筆者が作成

https://www.jfc.go.jp/n/company/pdf/f_statements10_01.pdf

昨年 1 年間で日本政策金融公庫が融資した会社は三万にもなり、それだけの

会社が利用した事が確認できる。

（２）日本商工会議所

マル経融資（小規模事業者経営改善資金融資制度）

商工会議所等で経営指導を原則 6 ヶ月以上受けた人に、無担保、無保証人で日本政策金融公庫が融資する制度である。商工会議所地区内で一年以上業務をすることも要件なので、これこそ地域に対しての政策であるといえる。2000 万まで借りることができ、利率は 1.11％と低利率でもある。

（３）制度融資

各都道府県の地方自治体が企業に向け融資を行うこと。制度融資の中にベンチャー荷関するものは創業融資、産業強化融資の制度がある。東京都の創業融資であるならば創業のために、都内に会社があり、創業から五年以内で創業融資を利用できる。産業強化融資では設備増設や海外開拓、新製品開発などのために融資ができる。

（４）補助金・助成金

経済産業省や法人、都道府県などの地方自治体が提供するお金。募集期間があり、その期間に応募し、通ることで補助金を受け取ることができる。基本、無償で提供するので、返済など必要ない。

実際の助成金で、池田泉州銀行のニュービジネス助成金がある。2018 年 10 月 31 日までの募集だが、とてもよいビジネスだと認められると最高額 300 万円助成される。また、三菱 UFJ 技術育成財団の助成金、研究開発助成金がある。これも最高で 300 万円助成される。技術力を見られ、事業化できそうだと評価されることで研究開発資金を助成する。

中小企業庁は過去に創業促進補助金を募集している。店舗、オフィスの借入金や設備費等の創業に関する補助金を提供している。茨城県では、いばらき宇宙ビジネス支援事業の補助金がある。こういった補助金には募集件数の上限があり、応募すれば受けられるというものではない。このように、募集期間が決められ条件もそれぞれ違い、認められることにより補助金、助成金がもらえる。

（５）ベンチャー投資促進税制

ベンチャー企業に投資するファンドであり、産業競争力強化法にて投資計画が経済産業大臣に認定されたファンドを通じてベンチャー企業に出資する企業が、出資額の５割までとし損失準備金を積み立て、損金計上することができる制度。

産業競争力強化法は事業の成長段階にあった支援策を行うことで産業競争力を強化させる。そして、30 年 5 月 16 日一部が改正された。創業の普及啓発による次世代の担い手確保に関して、創業についての関心者が少ないことを解消するため、市町村が策定する創業支援事業計画の対象に、創業の普及啓発の取り組みが追加された。それが次の図表 13 である。

図表 13　今回、改正されたことで追加される事業

創業普及啓発事業

具体例----------起業家教育

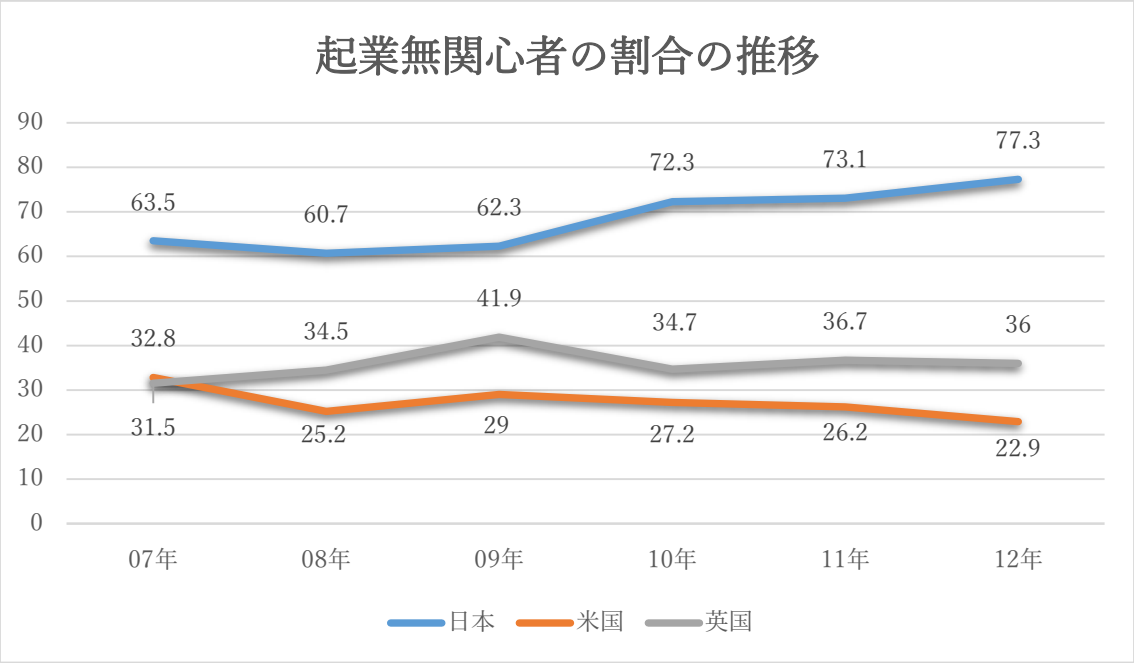
事業対象の実施者----------教育事業者、NPO 等
事業対象の参加者----------創業普及啓発の対象者

出所：経済産業省　「生産性向上特別措置法案　産業競争力強化法等の一部を改正する法律案について」より筆者が作成
http://www.meti.go.jp/policy/jigyou_saisei/seisanseisochihoukyoukahou/pdf/gaiyou-2.pdf

この事業を追加したのには、日本における創業への関心の低さが物語る。今日、創業するものは増えてきたがさらに活発化させるためには、創業を促す活

動が重要となってくる。ベンチャーエンタープライズセンター「起業家精神に関する調査」報告書によると創業に関心が低いものの割合について主要な国と比べると、アメリカ、イギリスは低いものの、大きく離れ日本が高い割合である。図表 14 ではそれがグラフに示されている

図表 14　起業無関心者の他国との比較




出所：ベンチャーエンタープライズセンター「起業家精神に関する調査」報告書　平成 26 年より筆者作成

http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/h29/html/b2_1_1_2.html

（６）エンジェル税制

ベンチャー企業に対して、個人投資家が投資を行った場合、投資時点と売却時点のいずれかの時点で税制上の優遇措置を受けることができる。

まず、ベンチャー企業に投資した年に受けられる優遇措置には優遇措置 A と B に分かれる。A と B の違いは、簡単にいえば A が所得税の控除であり、B が株式譲渡益の控除である。

優遇措置 A

ベンチャー企業への投資額―2000 円をその年の総所得金額から控除される。＊控除対象となる投資額の上限は、総所得金額×40％と 1000 万円のいずれか低い方となる

優遇措置 B

ベンチャー企業への投資額全額を、その年のほかの株式譲渡益から控除される＊控除対象となる投資額の上限なし

2 つ目に、未上場のベンチャー企業株式を売却した年に受けられる優遇措置がある。売却したときに損失が生じてしまう場合、そのほかの株式譲渡益と相殺でき、それでも相殺できない損失は翌年以降 3 年に渡り相殺可能となる。

エンジェル税制を適用できないベンチャー企業もあるので、すべてができるわけではない。ベンチャー企業要件と個人投資家要件を満たした上で、エンジェル税制を使えるわけである。それを確認するためにエンジェル税制要件判定シートと呼ばれるものがあり、ひとつずつ画面を見ながら優遇措置は受けられるかの判断ができる。要件に関しては多いのでここでは記さない。

ベンチャー企業に対するエンジェル税制なので、中小企業といった成長している企業との格差があり税制の意味があるものでなくてはならない。税制の支援により投資する人を増やすことが目的であるし、それからエンジェル投資家がまた別の企業に投資をする機会でもある。そして、ベンチャー企業に投資する投資家の投資意欲を高める事が重要である。

ベンチャー企業白書の調査によると、ベンチャー企業が政府に要望することは助成金、補助金による制度であった。やはり助成金、補助金は無償でもらえるから、融資制度と比べてしまうと無償がいいとなるだろう。

図 15　ベンチャー企業の創出・成長のための政府等の政策面に関する要望

| 項目 | 回答者数 | 比率 |
|---|---|---|
| 助成金・補助金制度等 | １５ | 25.9% |
| 資金調達 | 9 | 15.5% |
| 企業環境の整備 | 6 | 10.3% |
| 地方 | 5 | 8.6% |
| 支援制度全般 | 3 | 5.2% |
| 海外展開 | 2 | 3.4% |
| 人材 | 2 | 3.4% |
| その他 | １６ | 27.6% |
| 合計 | ５８ | 100% |

出所：ベンチャー企業白書２０１７　「ベンチャー企業の創出・成長のための政府等の政策面に関する要望」より筆者作成
http://www.vec.or.jp/wordpress/wp-content/files/2017_VECYEARBOOK_JP_VNEWS_01.pdf

資金調達といい、上から二つはお金に関することである。資金がなければほとんど何も始められないし、企業として行動することが難しくなる。助成金や補助金にしろ､様々な機関で行っているのですべてを把握するのは無理に近い。そこでベンチャー企業としては、自社に有益な支援を知りたいと思うのだが、それをうまくベンチャー企業に伝わることが支援を活用することにもつながる。

## 第 5 章　中小・ベンチャー企業における課題と課題についての提言

### 第 1 節　中小企業の課題による提言

先ず、提言の前に課題の確認をとる。

直接金融で資金を調達できなくても、間接金融が円滑であれば問題はないはずである。しかし、中小企業は間接金融においても一筋縄ではいかないことがある。

原因の一つは貸し手における規模の経済が働いているためと考えられる。貸し手、つまり金融機関からの資金供給者において、融資金額が大きくなればなるほど融資を実行するために必要な審査費用などの単位あたり貸出コストは低下する。つまり、融資金額が小さいほど、審査コストが割増してしまうため、金融機関は融資金額が低い中小企業よりも融資金額が高い大企業を優先するようになる。そのため、中小企業の資金調達が難しくなってしまう。

原因の二つ目として、情報の非対称性が挙げられる。

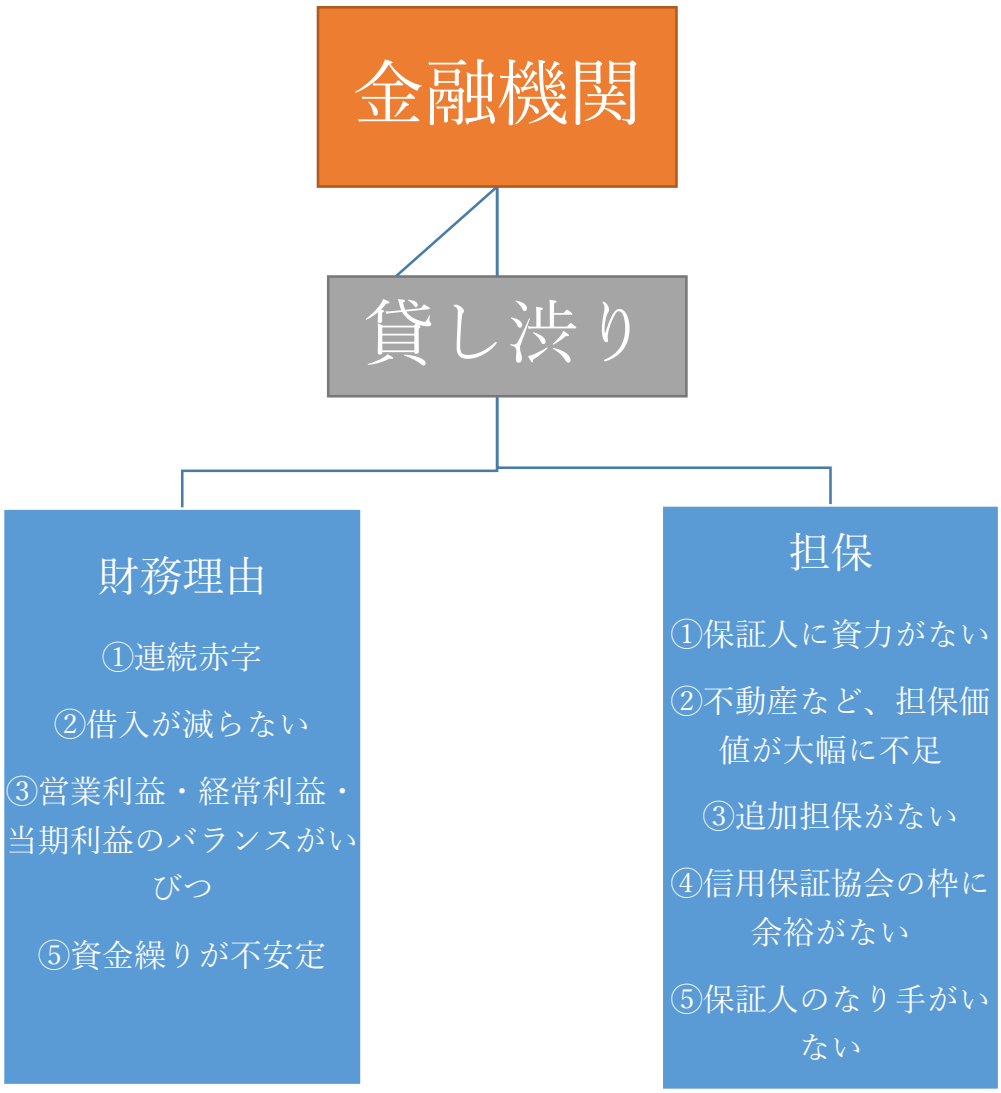
情報の非対称とは取引相手の一方が、金融取引をする際に重要な情報を同じレベルに把握していないことである。情報の非対称が起こってしまう理由としては、借り手、つまり企業よりも貸し手である金融機関の方が社会的責任は強く、情報開示が義務づけられていること。貸し手（金融機関）が借り手（企業）の情報を収集することに、コストがかかってしまうことの二点が挙げられる。

大企業の場合は、企業情報を広く開示しており、融資判断する際の情報が入手しやすい。また、会計監査が会社法義務付けられているため、財務諸表の把握も比較的容易である。しかし、中小企業は、一般的に企業情報があまり開示されていない場合や、財務データの整備を怠っている企業もあるため、金融機関に情報収集のコストがかかってしまう。そのため、中小企業は資金調達が難しくなってしまう。

原因の三つ目としては、担保が弱いことだ。金融機関では情報の非対称性が強く借り手（ここでは企業）に関する情報が入手できない場合にそのリスクを穴埋めするために担保を要求する。一般的に中小企業が金融機関から融資を受ける際には不動産を担保とする。しかし、中小企業の中には不動産を十分に保有していないことも少ない。大企業は中小企業に比べ、担保となる不動産を所有しているため、融資を受けにくい。

図表 16 には金融機関に狙われやすい貸し渋り理由を示したものであるが、やはり中小企業は当てはまるケースが多いことがわかる。

図表 16　貸し渋りになる理由




出所；岡内幸策(1999)『貸し渋りに克つ経営』p.23.より筆者作成

課題の確認をしたところで、課題に対して提言をする。解決策の一つは、情報の非対称性の問題を解消するために中小企業が自ら企業情報の開示に努めることや、財務諸表の信頼性を高める必要がある。また、メガバンクに比べて融資を受けやすい地方銀行などの金融機関と長期的な取引関係を築くことも重要である。

解決策の二つ目は過度に依存した金融機関からの借入金ではない資金調達方法をみつけることがよいと考えられる。一例を挙げると、少人数私募債による

資金調達がある。一般的な公募債と異なり、比較的に規制が緩く、時価評価による財務内容を公表する必要がないのが特徴である。また、スタートアップを行うベンチャー企業においても有効な資金調達手段となっている。

## 第２節　ベンチャー企業の課題による提言

国内市場が成熟している日本では、新しい市場を開拓する力のあるベンチャー企業への注目が高まっているが、米国などのベンチャー先進国と比べると、日本にはベンチャー企業を興し成長へと導く環境があまり整っていないという課題がある。いかなる業種の企業であっても、企業として利益を上げるためには会社自体の存在、そして商品やサービスを世の中に知ってもらわないことには始まらないのだ。そのために PR や広報活動は必要不可欠である。具体的には、以下のような点が課題として挙げられる。

１．企業によるベンチャー投資促進税制
２．ベンチャー企業に投資した個人投資家への税制上の優遇措置（エンジェル税制）
３．起業家人材育成事業や支援人材育成事業
４．女性、若者、シニア起業家支援資金
５．ベンチャー企業と大企業のマッチング支援（ベンチャー創造協議会）
６．システムにしてもやり方にしても組織にしても「属人的」である
７．基本的な考えの属人的な人が多い
８．会社の広報活動が圧倒的に下手
９．深刻なリソース＆人手不足

などが挙げられる。そして、施策として
１．企業によるベンチャー投資促進税制
２．ベンチャー企業に投資した個人投資家への税制上の優遇措置（エンジェル税制）
３．起業家人材育成事業や支援人材育成事業
４．女性、若者、シニア起業家支援資金

と、ベンチャー企業を取り巻く環境を整備するため、経済産業省ではこのような施策を実施している。しかし、今後はより大きな組織を作ろうとすると、少数精鋭で属人的なこれまでのやり方のままでは、本当に太刀打ちできなくなってしまう。

組織の分母が大きくなり、さらに価値観や考え方も多様化していくなかで、誰か一人でも「周りが優秀だから、自分が未達でも大丈夫」などと思ってしまったら、恐らく全員が成長できないまま、怠慢な組織になってしまう。

起業したばかりで広報活動に力を入れる余裕がない、ある程度軌道に乗ってきてからPR活動をすれば十分と考えている人も多いかもしれない。しかし、どんなに素晴らしい商品やサービスを持っていても、世の中に認知されなくては社会に存在していないも同然といっても過言ではない。知ってもらってこそ利用者が増え、販売数が増え、会社の利益へとつながっていくのだ。

よってもし何も動かなければ、無名企業のまま埋もれていってしまうかもしれない。だからこそ、会社を設立する段階から、PR・広報戦略を練り、積極的に実行していくことが企業の成長へとつながるのが鍵となるのだ。

創業したてのベンチャー企業でいうと、よほどの話題性がないかぎりは商品やサービスはおろかで企業名もまだ知られておらず、まさにゼロからのスタートである。すでに名の知られている大企業やそのジャンルで地位を確立している企業であれば、少しの情報発信でも新商品やサービスを紹介してくれる機会は多くなるのだ。しかしながら、まだまだこれからという創業直後のベンチャー企業では、機会を得るのがなかなか難しいのが現状である。人手がない、とにかく忙しいなどで後回しにしてしまうこともあるが、PRや広報活動に力を入れることの重要性を理解しておく必要がある。

よって、お金を出してメディアに商品を露出する宣伝とは違い、PRや広報は、企業がメディアへ情報発信をし、商品やサービスに興味を持ってもらえてはじめて、記事などで取り上げてもらえる。逆にいうと、お金はかからないが、興味をもたれないものは取り上げてもらえないのだ。つまり企業側の努力なくして、PR・広報活動は成り立たないのである。

とはいえ、ただ闇雲にテレビや雑誌、Web メディアに取り上げてもらおうと思っていても、どうしたらいいのかわからない、という人が多いのではないか。まずは、「世の中の人にどのような会社だと認識されたいのか」、「どのように商品やサービスを広めたいのか」を考えてみる。その際に大切なのは、より具体的な目的や目指す形を決めることである。形さえ見えてくれば、広報戦略が見えてくるはずである。

とにかく、自社のサービスを知ってもらいたい、利用者を増やしたいのであれば、サービス認知が目的となる。そのためには、どのようなユーザー層に認知されたいのか。対象のユーザー層に認知されるためには、どんな媒体に向けて広報活動をしていけば良いのかが重要になる。一つ一つの課題から適切な方法を考えることによって、目的と戦略が少しずつ明確になってくるはずである。

優秀な人材がほしいという目的の場合は、まず企業認知が必要となる。起業したてのベンチャー企業は創業者がそのままであり、いわば企業の顔となって動いているケースが多いため、経営者の顔が見えづらい大企業よりも企業認知・企業広報がやりやすい面もある。会社を立ち上げた経緯、企業の理念やミッションなど、社長自らが熱く語り、メディアを通じて発信していく。そうすることで、会社の具体的なイメージが伝わりやすく、結果的に商品やサービスのファンが増加、人材獲得につながることが期待できる。

また、我が国には 100 万人を上回る潜在的な起業家が存在し、起業に関心を持つ人々は多い。まずは、そうした潜在的な起業家にとっての課題を除去することが、起業の促進には必要である。起業家にとって起業時の最大の課題となっているのは、起業資金の調達である。資金に関しては、その大半を自己資金や身内、友人から調達しているのが現状であるが、起業活動が我が国経済に与える影響と起業のリスクを考えると、政策的な支援が必要とされる。

（１）具体的な PR・広報の施策案

１）　プレスリリースを出す

お金がかからず、かつ、すぐにでもできる商品認知のための広報として、まずは「プレスリリース」が挙げられる。プレスリリースとは、新聞社や雑誌社、テレビ局などの報道機関に向けた情報の提供・発信を意味する。「ニュースリリ

ース」とも呼ばれ、広報活動の第一歩といえる手段である。

たとえば、新商品を発売した場合、その商品の特徴やアピールポイントをどのようなシーンで使えるかなどを簡潔にまとめ、メール・FAX・郵送などで取り上げてほしいメディアに向けて送る。受け取ったメディアの記者に興味を持ってもらえれば、プレスリリースに書いている情報を元に記事がつくられたり、もっと詳しい話が聞きたいと取材依頼が来たりする場合がある。各メディアの連絡先が入手できれば自ら送付できるが、難しい場合はプレスリリース配信会社のサービスを利用することもできる。1配信3万円前後のサービスが多いようで、なかにはスタートアップ限定で一定期間のプレスリリース配信サービスを無料で利用できる限定キャンペーンを行っているところもある。

２）特定のメディア企画を持ち込む

一度に多くのメディアに向けて情報発信するプレスリリースとは別で、狙いを定めたメディアに直接企画を持ち込むのも広報戦略のひとつ。不特定多数に情報発信をするよりも、例えば、自社の商品やサービスに興味を持ってくれそうな記者や編集者に直接情報を持っていくことで、記事として取り上げてもらえる確率はより高くなる。

ただし、そのためにはメディアや媒体研究は欠かせないのだ。この雑誌なら興味を持ってもらえそう、という相手を探してみること。例えば、ライバル会社の商品をすでに取り上げている記事があれば、その媒体は同じジャンルの商品に興味がある、読者層にウケがいいと予想することができるのだ。署名記事であれば担当者が把握でき、連絡先が分からない場合は、企業の代表窓口に電話をして担当部署へつないでもらうこともできる。とにかく積極的にアプローチする行動力が、PR・広報には必要になってくるのだ。

３）メディアキャラバンを行う

「メディアキャラバン」は、自社の商品を持って新聞社や出版社の各部署をまわり、商品アピールをすること。プレスリリースだけでは伝えきれない商品の魅力を、直に相手に訴えることができる。必ず記事に掲載してもらえるという確約がとれるわけではないが、ただプレスリリースを送るよりも、遥かに掲載率は上がるはずだ。また、記者や編集者と名刺交換ができるため、その後の

広報活動にも活かせる絶好のチャンスである。その際にハードルとなるのが、各メディア担当にアポイントを取ること。ただでさえ忙しい記者や編集者に時間を割いてもらうことは、なかなかに大変なこと。すでに連絡先を知っている、知り合いがいる場合は別だが、初めての場合は、アポイントの前にまず連絡先を入手するところから始めなくてはならないのだ。まずは、訪問したい部署とは別部署にでも知人がいる会社からスタートし、少しずつコツを掴むというのも一つの手である。これまでに知り合った人脈を駆使して、ぜひメディアキャラバンを実施すること。また、ある程度まとまった金額（多くの場合は10万円以上）が必要にはなるが、PR会社に依頼すれば、アポ取りからキャラバン代行までをお願いすることもできるので、予算に余裕があれば検討してみるのもひとつ手かもしれない。

４）社長自らがメディア露出する

先に「ベンチャー企業は、創業者がそのまま企業の顔になりやすい」と述べたが、そのメリットを最大限に活かす広報活動が、社長自らメディア露出するというアイデアである。例えば、それほど頻繁に商品を発売しない場合、プレスリリースなどを出す機会も少なくなってしまう。スタートアップしたばかりのベンチャー企業であればなおさらである。そこで、使えるのが「社長のPR」なのだ。

自社のホームページはもちろん、機会があれば積極的に社長の顔を出すこと。そして、社長が持つ強みを全面にアピールし、キャラクターや会社に対する想いと起業した背景などを発信していくことが大切である。最大にして最強のブランディングになることが期待できるのだ。

５）専門知識を持つ人材資質

営業面に力を入れることになる社長の参謀として、管理業務を統括する人材を採用すると良い。最適なのは、事業会社で仕事をしたいと考えている公認会計士などである。日常的に役割分担を基本とした業務の進め方が根本にある公認会計士は、仕事を属人化させないやり方を徹底している。これは基礎能力が高くないとできないのだ。

管理部門を統括することは会計や経理、総務、人事、システムなどの管理業務を網羅して、まとめ役になるということである。事業計画全体を経営者とともに連動させ、業務をブラックボックス化させない仕組みを継続的に構築する能力が公認会計士には備わっている。このような公認会計士の多くは監査法人での業務を経験している。様々な業種や規模の企業の監査業務に関わってきているため、企業が成長していく過程も疑似体験も把握できるのだ。他社の良いエッセンスを取り入れながら成長企業特有のビジネスサイクルにもポータブルスキルで適応できる。かつ、勉強意欲が高く、資格学校の同期生や監査法人時代の仲間など、知識や最新情報を共有できるネットワークや人脈がある点も公認会計士の強みである。

さまざまなPR・広報手段を述べてきたが、数回メディアに露出するだけで、取材件数が芋づる式に増えていくことも珍しくはない。記者や編集者は、専門誌、地方のエリア誌などを企画のヒントにしていることが多々あるが、どんなに小さな機会でも、露出できるチャンスはすべて活かしていくこと。どうしても自社で広報活動を行うことが難しい場合は、外部への依頼も検討することも良い判断である。初期投資はある程度必要だが、一度認知された企業・商品・サービスは、その後大きく飛躍できる強みとなる。今一度、PR・広報の重要性を考慮して、できることから始めてみてはいくことが鍵になるのだ。製品や技術のイノベーションを伴いながら新たな事業創出を目指すベンチャー企業は、ベンチャーキャピタルやファンドの投資によって成長するというのが基本的なビジネスモデルとなっている。

ベンチャー企業は日本の経済を活性化する存在として期待されているが、ベンチャー先進国と比べると起業する人材やベンチャー企業をサポートする施策がまだまだ少ないため、国はさまざまな取り組みにより環境整備を進めている。

## 終章

先ず本文を振り返るが、中小企業とベンチャー企業が違うということを明確に定義し、その上で中小企業、ベンチャー企業のそれぞれに対応する資金調達方法を示した。企業が行う資金調達は、依然として間接金融による金融機関から借りる調達方法が多い傾向にある。間接金融が中小企業で多い中で、間接金融のことはもちろん、さらに間接金融以外の資金調達を第 2 章、第 3 章では述べた。第 4 章では、公的金融が中小、ベンチャー企業に対して様々な支援が有効であり、実用できるものを選考した。第 5 章で、大企業と中小企業の違いから問題点を出し、その提言を論じた。

提言では、中小企業では大企業と比較すると、情報の非対称性が資金調達力の面で劣ることを挙げた。この差を埋めるために、金融機関と長期の関係を築くことで信用を高めることと、金融機関を介さずに資金調達をすることを提示した。もう一つの提言は、企業のことを認知してもらうことである。融資する側や投資家側からみれば、まず企業のことを知ることが最優先である。それを踏まえた上で、融資や投資するかを決める。最近では、SNS などのインターネットを使った PR 方法がある。幅広い人に認知されれば、そこから人のつながりができ個人投資家に発展していくことも考えられる。

最後に、日本の経済がどうあって欲しいか述べる。中小、ベンチャー企業の資金調達を円滑にすることは、企業の成長度合いの増加が図られる。うまくいくならば、さらに雇用を創出し所得が増えるようになり経済が活性化され、多くのものやお金が流通することになる。一人でも幸せになる人が現れて欲しいし、何か原因があって働けない人も減って欲しいと願う。それを実現できるような社会に少しずつ変わっていくことを望む。

**参考文献**

・植田浩史、本多哲夫、義永忠一、関智宏、田中幹大、林　幸浩（２０１４）『中小企業・ベンチャー企業論　～
グローバルと地域のはざまで～　新版』有斐閣コンパクト

・家森信善（２００４）『地域金融システムの危機と中小企業金融』千倉書房

・一般財団法人商工総合研究所（２０１５）『金融環境の変化と中小企業』出版は著書と同じ

・小野　有斗（２００７）『新時代の中小企業金融』　東洋経済新報社

・岡内幸策（１９９９）『貸し渋りに克つ経営』東洋経済新報社

・相馬一天（２０１６）『中小企業金融としてのＡＢＬ』日本経済評論社

・中小企業庁調査課（１９８６）『図でみる中小企業白書』

・松田修一（２０１４）『ベンチャー企業＜第４版＞』　日本経済新聞出版社

・薮下、武士俣（２００６）『中小企業金融入門第２版』東洋経済新報社

・渡辺努、植杉威一郎（２００８）『検証中小企業金融』日本経済新聞出版社

参考 Web 資料

・石井芳明　「東洋経済　online」＜https://toyokeizai.net/articles/-/78192＞

・経済産業省　「生産性向上特別措置法案　産業競争力強化法等の一部を改正する法律案について」
http://www.meti.go.jp/policy/jigyou_saisei/seisanseisochihoukyoukahou/pdf/gaiyou-2.pdf

・全国信用保証協会連合会　「もっと知りたい信用保証」
http://www.zenshinhoren.or.jp/guarantee-system/

・全国信用保証協会連合会「信用保証協会と信用保証制度」
http://www.zenshinhoren.or.jp/guarantee-system/

・中小企業庁「中小企業の定義について」
＜http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/g_book/h21/teigi.html＞

・中小企業庁ＳＢＩＲ「中小企業技術革新制度について」
http://www.chusho.meti.go.jp/faq/faq/faq07_sbir.htm

・中小企業庁；「１．中小企業の資金調達構造の特性」
http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H16/16chusho/hakusho/H16/html/16241110.html
・中小企業庁「信用補完制度の見直し」
http://www.chusho.meti.go.jp/kinyu/shikinguri/hokan/index.htm
・日本政策金融公庫「新創業融資制度」
https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_shinsogyo_m.html
・日本政策金融公庫　「平成 29 年度事業報告」
https://www.jfc.go.jp/n/company/pdf/f_statements10_01.pdf
・ベンチャー企業白書２０１７　「ベンチャー企業の創出・成長のための政府等の政策面に関する要望」
http://www.vec.or.jp/wordpress/wp-content/files/2017_VECYEARBOOK_JP_VNEWS_01.pdf
・ベンチャーエンタープライズセンター「起業家精神に関する調査」報告書　平成 26 年
http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/h29/html/b2_1_1_2.html
・大和総研　「ベンチャー企業の資金調達」
＜file:///C:/Users/bs16043/Desktop/12030201capital-mkt.pdf＞
・Future Venture Capital 「ベンチャーファイナンスの基礎知識」
＜https://www.fvc.co.jp/knowledge/＞