



# ベンチャー創造協議会

[HOME](#) [ベンチャー創造協議会とは](#) [活動入会のご案内](#) [イベントカレンダー](#) [メールマガジン](#) [関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	



日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！【日本ベンチャー大賞表彰式】

2015年1月22日（木）10:00-20:30

ホテルニューオータニ 鶴の間

「オープンイノベーション」 & 「新規事業創造」をテーマに開催!

### 【開催趣旨】

「我が国ではベンチャーが数多く起業し、成長する環境が整っていない」という問題意識のもと、大企業・中堅企業とベンチャー企業との連携等を進め、既存企業における新事業創出促進も含めた日本経済全体でのベンチャー推進によるベンチャーエコシステムの創出のための取組として「ベンチャー創造協議会」(民間企業、団体、個人が参加。事務局：経済産業省)が平成26年9月に設立されました。その活動の一環として、今般、「新事業創造カンファレンス&Connect!」を日本ニュービジネス協議会連合会等と共同で開催するものです。このカンファレンスは、「既存企業とベンチャー企業の連携等を通じたイノベーション」をテーマにしており、「世界で最もイノベティブな企業」に選ばれたIDEOの副社長と、デザイン大国デンマークをリードするThe Danish Design CentreのCEOがオープンイノベーションについて語るパネルを皮切りに、欧米での新事業創出の取組、国内企業の先端的な新事業創出の取組についての講演やパネルディスカッションを繰り広げました。

企業にイノベーションを起こすには何が必要かなどを発見できる貴重な機会を提供しました。当日は大企業・中堅企業、ベンチャー企業、ベンチャー支援者等、約1000名の参加者があり、交流のための懇親会も開催されました。

■主催：ベンチャー創造協議会・経済産業省・公益社団法人日本ニュービジネス協議会連合会・一般社団法人東京ニュービジネス協議会 (Connect!)

■共催：政策研究大学院大学・JapanInnovationNetwork

■後援：日本ベンチャー学会、(一社)日本ベンチャーキャピタル協会、(公社)経済同友会、(一社)日本経済団体連合会、(一社)新経済連盟

■事務局：(株)野村総合研究所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル9F TEL 03-5533-2703



## 9:30 開場



イベント当日の朝は、寒い雨が降っていたにもかかわらず、受付スタートと同時に多くの来場者がつめかけ、会場となる「ホテルニューオータニ 鶴の間」の入り口には、我先にと開場を

待つ長い列ができました。イベント開始までの間、壇上のスライドには挑戦するアスリートたちの写真などとともに、偉人たちの名言を紹介。続々と席が人で埋めつくされている様子に、これから始まるイベントへの参加者たちの期待感の高まりを感じました。

そして、本日のイベント主旨やプログラムの説明の後、いよいよ本編がスタートしました！

次のページ: [第一部の講演](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)



## 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569

email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	

### 第一部 「創造性とデザインと組織 : Creativity, Design and Organization」

#### プログラム

**10:05-10:40 講演(1) IDEO共同経営者 Tom Kelley氏**



IDEO共同経営者 Tom Kelley氏

「世界で最もイノベティブな会社」に選ばれたグローバルなデザインコンサルティング会社 IDEOの共同経営者。UCバークレーのハース・ビジネススクール及び「東京大学i.school」にてエクゼクティブ・フェローを務める。一般社団法人Japan Innovation Networkの理事。最新のデザイン思考に関する本『クリエイティブ・マインドセット』を昨年出版。

**11:15-12:10 パネルディスカッション「オープンイノベーション & デザインシンキングについて語る」**

Tom Kelley氏、Christian Bason氏、モデレーター (一社) Japan Innovation Network 専務理事 西口尚宏氏



モデレーター (一社)Japan Innovation Network 専務理事 西口尚宏氏

一般社団法人Japan Innovation Network専務理事。日本防災プラットフォーム代表理事。長銀、世界銀行グループ、マーサー社役員、産業革新機構執行役員など経て現職。

## レポート

### 10:05-10:40 講演(1) IDEO共同経営者 Tom Kelley氏

「クリエイティブ・コンフィデンス」を持って、ジャンプする勇氣



「クリエイティビティ・オーガナイズーション」について今日は話したいとKelley氏。安倍晋三総理が年頭挨拶の中で語った「企業のダイナミズムを解き放つべき」という言葉を引用して、こう続けます。「ダイナミズムとは、すなわちクリエイティブ・コンフィデンス(創造力に対する自信)ではないかと私は考えます。これは誰もが持っているものです。ある調査では5000人が日本は世界でもっともクリエイティビティがあると答えているのに対して、日本人自身が本当に自分たちはクリエイティビティがあるのかと疑っているんです。しかし、これは生まれ持って、みんなが持っているもので、そもそも教える必要のないものなのです。安倍総理が言うように解き放ちましょう。本来の誰もが持つクリエイティビティを大切にすること。これがもっとも重要なことです」。

次に大切なこととして「本来持っているクリエイティビティにプラスして勇氣が必要です。飛ぶ！ ジャンプする勇氣です」と続けます。そして、会議に参加した際、多くの日本人たちが、会議の場でクリエイティブなアイデアを思いついたとしても、言ってもいいものかと躊躇しがちだと指摘。

「手を上げてもいいのか？ 批判されるかもしれない。人と違うと思われるかもしれない。企業において大多数と違うことはいけなことではないかと考えている人が多いようですが、そうではありません」。

上司や組織の上層部がクリエイティブなアイデアを評価していくことで会議や会社は必ず変わっていくのだとTOM氏は語り、そのために必要なキーがふたつあると続けます。

「共感」を得ることでテクノロジーとヒューマニティのバランスを取る



日本は非常にクールなテクノロジーが発展している国である一方、市場に出した際に売れないケースも多々ある。それにはテクノロジーとヒューマニティのバランスを取ることが重要だと話す。

「テクノロジーばかりを先行させず、ヒューマニティから始めたらどうだろう？ 人々のニーズを埋めるにはどうすればいいか、それは“共感”が重要です。ファッションやグラフィックのデザイナーのように考えながら、テクノロジーに応用してみるのです」。

そして、「共感」に着目することでテクノロジーとヒューマニティのバランスの取れたビジネスに発展した医療用スキャナの事例を紹介。スキャナの開発者は、ある日、自分が開発した医療用スキャナの中に入ることに子どもたちが怖がり、子どもの治験者80%に麻酔をかけていることを知ります。

「大きなスキャナの中に入ることを子どもたちが怖がり、また検査のためにスキャナ内でジッとしていることもできず、やむを得ず麻酔を打つことでスキャナに入ってもらっていた事実を知って、ヒューマニティを考えずに開発したことに、その開発者はショックを受けるのです」。

そこで、幼児教育などに携わる人たちなどからボランティアを募り、スキャナの機材本体の外側に子どもがワクワクするような海賊船のようなグラフィックを施します。そして、スキャナに入る前にこう案内します。

「いいかい！ ジョニー。今日は海賊の船に乗るんだ。でもこの中にいる時に動いたら敵の海賊につかまってしまう。ジョニーはじっとできるかな？」

これによって、従来は麻酔率80%だったところを10%にすることに成功。麻酔医を呼ぶ必要もなくなったことで、患者の検査率も高まったのだと言います。

「開発者の彼は共感から始めなくちゃいけないと気づいたんですね。そこで今度、彼は検査室にピニャコラーダのアロマをまいたんです。ピニャコラーダはハワイなど南国で飲むと幸せになる香りのする飲み物ですよ。親が緊張していると、そのストレスが子どもにも移りますから、親がピニャコラーダの匂いをかぐことでリラックスできるといいなと考えたのです。この方法でスキャンを使って検査をした子どもが『明日もここへ来ていい？』と母親に言っているのを聞いた時、これこそ成功だと彼は思ったと言います。彼はテクノロジーではなく、人の共感を得て、ヒューマニティへ変えることで成功しました」。

## スピーディで安価な「実験」の繰り返しによって成功へと近づく

また、「テクノロジーは複雑でなくてもいい。人から始め、数人を見ること」だと言い、自身の例を紹介します。スライド画面に映し出されたのは、東京のある駅のプラットフォームで、黄色とオレンジ色の左右色違いのシューズを履いた若い女性の後ろ姿の一枚の写真です。

「この様子を見て、彼女は間違っていると切り捨ててはいけません。そこに何かチャンスが生まれてくるかもしれないと考えましょう。私たちは彼女を見て、次の電車が来るまでの3分間だけブレインストーミングをしました。左右違ったシューズを履いているということは……  
(1)黄色とオレンジ色の靴を2足持っている (2)お友達と買って一足ずつ交換した (3)もしかしたら企業が左右色違いの靴を開発したのかもしれない」という意見が出ました」。

そこで、実際に左右違ったデザインの靴下を開発・販売して売上の伸ばしているカリフォルニアの企業を紹介。

複雑なテクノロジーでなくても、エンドユーザーを見ること、逆の発想をすること、そして「実験」の重要性を指摘しました。

「実験には悲しい失敗はつきものだが、スキージャンプ競技では転ぶ練習からするように、失敗をしないと、より高みには到達しないものだ」とKelley氏は言います。

「サイクロン式掃除機で有名なダイソン社。ここは実験の繰り返しによって作り出された企業です。ダイソンが日本に進出する前に、あの掃除機には5128のプロトタイプがあったそうです。よくここまで教えたものだと思いますが、それだけの実験を積み上げた結果、イギリスで一番の大企業へと発展しています」。

しかも、実験はスピーディーに安価で行って、プロトタイプをつくっていくことだと説き、その例として、ある子ども向けiPhoneアプリの例を紹介します。

「セサミストリートのエルモが画面に出て、指で触るとダンスをするアプリを開発したのですが、セサミストリートの著作権を持つ企業側はすぐ首を縦に振ってくれません。そこで、将来像を何かしらのかたちとして見せる必要があると考えました。会議の1時間前に、プロトタイプを見せないといけないという話になりましたが、キャラクターのエルモが実際に動いている映像をつくる時間がありません。そこでうちの社員のひとりに登場してもらい、彼の鼻の頭を触ると動く映像を45分で作って、会議に間に合わせ、先方からキャラクターの使用許可をもらうことができました」。

YESの後に、次の写真を見せたと言って、種明かしとなる写真をスライド画面にTOM氏が写すと、会場がドッと笑いに包まれました。その写真は、画面の部分がくり抜かれてiPhoneが描かれた張りぼての裏側にモデルの男性が立って、実際に鼻を触られるとおどけて見せている様子をビデオ撮影しているものだったのです。TOM氏が45分で作ったプロトタイプはiPhoneのアプリではなく、アプリで行われる世界をアナログな劇で見せたものでした。

「YESと相手に言わせるための一番近道なプロトタイプを考え、デモとして見せることです。相手に自分たちが考えていることをかたちにして見せること。これが説得材料になり、実験の核となります。勇気を持って、ぜひやってほしい」。

そして最後に、テクノロジーだけを優先せず、共感と実験とヒューマニティを大切にすることで、素晴らしい商品が生まれ、クリエイティブな組織を強化できるはずだと締めくくりました。

## 10:40-11:15 講演(2) The Danish Design Centre CEO Christian Bason氏

---



The Danish Design Centre CEO Christian Bason氏

デンマークのオープンイノベーションラボDanish Design Centre (DDC)のCEO。前職はデンマーク政府の児童教育省と雇用省、経済成長省の3省庁が共同設置しているフューチャーセンターMindlabの代表。大学の講師や政府機関のアドバイザーとしても活躍。著書に公共機関のイノベーションとデザインに関する『Design for Policy』や『Leading Public Sector Innovation』等がある。

**地元産の食材研究を徹底し、世界ベストレストラン首位に輝く**



デンマークと日本は食文化への関心の高さが共通点のひとつとしてあると、Bason氏はまず、世界最優秀レストランとして4年連続で輝いたデンマークのノーディックフードレストラン「ノーマ」の事例を紹介しました。「ノーマ」は現在、日本のマンダリンオリエンタルホテルに出店しており（現在終了 2015.1.9-31）、スタッフ総勢60人を引き連れ、食材はすべて日本産。しかも日本人でも驚くような日本産の食材を使っていると話題になっているレストランでもあります。

「ノーマはすべて地元食材を使ったレストランです。フランス産のフォアグラを使うのではなく、地元産の食材の素晴らしさに気づいたノーマのシェフ、レネ・レゼピ氏はハーブや野菜、猪などすべて地元食材を使うわけです。そこにイノベーションがありました。イノベーションがなければ世界最優秀には選ばれることはありません。マンダリンオリエンタルホテルに一時引越すのも大変なことですが、地元食材を使うという方程式を日本でも行うことで、自らにイノベーションを課しているんですね。コペンハーゲンのレストランの2階では食材研究のラボを設けて、日夜美味しい料理を研究しているのです。先ほどKelly氏がいったとおり、やはりイノベーションには実験が大事なのです」。

## IoT化のためのデザインシンキングやパートナー探しで大企業が模索



今日は「デザインシンキング」について話したいと、昨今、イノベーションアクターの定義が変化しており、未来を予見するのは以前にも増して難しくなっているとBason氏は指摘。そんな状況に大企業のトップは懸念を抱いており、今、企業は霧の中を旅しているような状態で経営しているのだという。

そこで、アクチュエータ専門メーカーのリナックを一例として紹介する。「リナックの製品は電動で高さを変えられるベッドなど医療・介護機器でシェアを持っていますが、それをうまく活用すれば、すべてのものをつなげられるという状況は理解しているのです。ですが、患者、看護師、医師などにどういった情報やサービスを提供すべきなのか、エクスペリエンスを提供するためには、どんな社会課題に目を向け、誰と組んだらいいのかわからないのです」。

また、たとえば家電をすべてWiFiを介して、スマートフォンやエネルギー、プロバイダなどと連動させて一元化するIoT化の必要性は感じているが、アプリの開発やエネルギーの測定といったIoT化に必要な技術の多くはスタートアップのベンチャーが持っているのが通常。大企業にはデザインシンキングがなく、またどうやってパートナーを探せばいいのか、協働していけばいいのか、模索しているケースが多いという。

「AT&Tは自分たちの事業を体系立ててオープンリソース化して、パートナーを見つける場を構築しました。すでに400件以上のスタートアップ企業の技術やアイデアを発見し、協業体制

を組むこともできました。自社のアイデアや技術が盗まれるという恐れを捨てて、リソースを社外に向けてオープンソース化を実現しました」。

そのほか、デザイン会社がデザイン・イノベーターとしてソリューションを提供するだけでなく、大企業とスタートアップ企業とのマッチングを行っている事例、おもちゃ会社レゴが低年齢化による市場縮小の課題を外部のコンサルタント会社と組んで市場開拓などに挑んでいる事例、コンビニエンスストアでも買えるスマートフォンの充電器のアイデアを考えたスタートアップ企業と、それをどうしたら製造できるかを考える大企業とのコラボを手助けし、中国の大手製造メーカーや小売店のネットワークとのマッチングを手助けすることで販社網を築き、大企業がサプライヤーになって関係が逆転したユニークな事例などを紹介しました。

## 活躍するスタートアップ企業が続々と生まれる「シビックイノベーション」

「スタートアップ企業でも何十億ドル規模のマーケットを形成することができ、小さくともリーダーになれることも、大企業と組むことによって新しい領域を開拓できることがわかったわけですが、では、こういった事例は我々に何を示唆してくれているのか」とBason氏。

スタートアップの新しいタイプの組織のリーダーは、生まれながらにしてデジタル機器に触れてきたデジタルエイジが多く、彼らは長年にわたって自身のキャリアを築くだけでなく、社会や世界のためになることをしたい、Kelly氏のプレゼンにあったように「共感」を大切にしたい、目に見える具体的なソリューションを築くことをしたいという想いがDNAの中に入っているような傾向にあると解説。複雑な技術ではなく、直感的に使える製品の製造が求められる中で、スタートアップ企業の多くは、人間のあらゆる問題を解決しようとして、デザイナーや技術者だけでなく、社会学者や人類学者といった多彩な職種の間が集まってプログラムを考えていくことで、パワフルな仕事環境をつくり上げているという。

次に、ただ単に収益を得るといったことだけでなく、社会をより良いものにするために価値を判断すればいいのかという意味で「シビックイノベーション」について紹介したいと、大企業、スタートアップ企業、市民ボランティアなど様々な立場の人を巻き込むことで行政サービスの効率化やまちづくり、政治的目標の実現などを行った、カリフォルニアやシンガポール、そしてコペンハーゲンの事例を紹介。

「コペンハーゲンは2050年までにカーボンニュートラルになるという野心的な政治的目標を掲げ、この目標のために手伝ってくださいと大企業、スタートアップ、アントレプレナーを呼び込んだことで、たくさんの協業が生まれました。自転車も大量生産され、現在はスーパーハイウェイも建築中です。このようにスタートアップ企業の環境は大きな都市で生まれているんです」

そして、The Danish Design Centreとしてはデザインとして社会に貢献し続けることで、多くの人をつなげ、皆がつながったことで起きることを検証しながら、それをオープンに透明性の高いプロジェクトにして伝えていくことで、社会をより良いものにしたいと、自身の使命を語りました。

## 11:15-12:10 パネルディスカッション「オープンイノベーション&デザインシンキングについて語る」

### 「2階建て経営」と「加速支援者」の重要性

まず、モデレータの西口氏から今回のパネルディスカッションの主旨や「Japan Innovation Network」を立ち上げた経緯などについて語られた後、大企業におけるイノベーターの人材育成や組織運営に関する課題と解決方法に関する3分のビデオが上映されました。

映像の中では、イノベーターの足を引っ張って現状維持をしようとする「えせ正義の味方」が存在し、それを傍観する人たちは新しいことに挑戦するやる気を失っていく構図を指摘。その構図を踏まえながらも既存事業発展と新事業創造を両立させた2階建て経営を両立させることや、人脈紹介やアイデアの提供でイノベーターをマーケットに押し出す加速支援者の存在の重要性を説くなど、新事業創造のエコシステムについて解説されました。

映像が終わったところで、Kelly氏とBason氏両者はステージへ。そして、西口氏は今流したビデオの感想をKelly氏に求めました。

「明確に企業の役割を言っていたと思います。特に加速支援者は周囲の知識につなげていく、という指摘は素晴らしい。これは日本だけの話ではなく、世界全体で言えます。自分は加速支援者になりたいと思っています。先ほどBason氏からレストランのNOMAについて語られましたが、NOMAも実際に2階建ての建築ですが、経営の構造もまさに2階建てと言えますね。1階ではパーフェクトな料理を提供する。そして、2階では新しい料理を日夜模索して開発している」。

また、Kelly氏は共感という視点でもイノベーターとかかわるあらゆるグループが共感する大切さ、またイノベーターが全体の文脈を理解する重要性について語り、Bason氏も同様に共感の重要性を指摘。さらに、イノベーターはベストプラクティス事例やベンチマークする企業などあらゆることに気をかける一方で、周囲への対話や敬意を忘れてはならない。さらにそれを組織として学習して、成功のパターンになっていくのかどうかを検証していかないといけないとBason氏は続けました。

## 常に好奇心を持って、学習することから新しいものは生まれる



「組織としての学習は日本にとって重要なテーマ。そこをもう少し説明してほしい」と西口氏に対し、Kelly氏は「たとえば、日本は高齢化社会が進んでいて、社会問題ですが、これは日本の企業にとって勝機です。高齢化社会になることで、やさしい気持ちを持って共感することができたならば、どうしたら高齢者がよりよい生活ができるのか、高齢者を見る子どもたちを手助けするには何をすればいいのかなど、そこに素晴らしいサービス提供ができたならば、世界に貢献することができます。高齢化社会であるがゆえに、日本には特別な勝機があるといえるのです」。

Bason氏は「トップのデザイン会社は好奇心を制度化する社風に長けているものです」と、先ほどKelly氏の講演で左右違う色の靴を履いている女の子の写真を例に出したことを例に取り、「まさにこういった周りに目を向けて、面白がることが重要。制度的に好奇心を促す文化が大事です」と話すと、Kelly氏は「好奇心は一生、生涯学習が重要」と画家のマティスを例に取って解説。

「マティスは80代後半で切り絵という手法を新たに学び、新たな素晴らしい作品を生み出しました。彼は80代の時にもう自分は何も学習する必要はないと思っていたら、あのような素晴らしい切り絵の作品はこの世に生まれなかったのですよね。私もマティスのようになりたいと思います。いくつになっても学習を続けたい。これは個人だけでなく、組織としても学習を続け、チャレンジすることが大切です」。

## 良い共感とは、賢い失敗とは？



「共感について、もう少し話したい」と西口氏。「野望、謙虚さというキーワードが出ていますが、良い共感、悪い共感というのはありますか？」とのユニークな質問に、Kelly氏とBason氏は笑い、Bason氏はこう話しました。

「インサイト、洞察力が大事です。良い共感とは洞察力です。この行動はこの会社にどういう意味を持つのかがわかったり、こういったふるまいは私たちにどう影響するのかと考えつくかどうか。内から外を見る。時には外から内を見るという考え方も重要です」。

それに対してKelly氏は「共感はいつもその人がいる立場に立ってみる、ということではないでしょうか」と、シリコンバレーでは最新のスマホや超高速のインターネットサービスがすべての家に導入されているエリアがある一方で、高速のインターネットもなく、ガラケーやシンプルでデザインで、重いデータをダウンロードすることは難しい開発途上国もあり、それぞれで必要とされるものはまったく違うとのこと。また、外国や地方に行った時に電車の並び方、レストランでのふるまい、子どもとの接し方でも違うように、旅行者のつもりで周りを見ることを提案。いつもとまったく違った発想やアイデアが浮かんでくるはずだと話す。



次に「アジアにおいて独特のパターンはあるだろうか？」という西口氏の質問には、Kelly氏は日本の組織における階層構造を指摘。上下関係の厳しさに日本の弱みが眠っているのではないかと伝えます。それに対してBason氏はヒエラルキーの構造を変えることよりも、ヒエラルキーのトップとなる意識決定機構に情報をしっかり送り込む仕組みづくりが大事ではないかと話しました。

また、「賢い失敗と、そうでない失敗の違い」はあるのかと西口氏が尋ねると、Kelly氏は米国防総省高等研究計画局「DARPA」に勤め、数十億の飛行機開発で何度も失敗を繰り返して、人々から「あなたは失敗を推進しているのですか？」と言われた際の言葉を紹介。「私は失敗を推奨しているわけではなく、失敗を恐れるという気持ちが生まれるのを防いでいる。失敗を恐れているは何もイノベーションは生まれないのだから」。

Bason氏は実際にフランスのアルプスの霧の中でスキーをした経験を話し、そこからとにかく小さく前に進んで様子を見ていくことだと、スモールステップの重要性を説きました。

そして、Kelly氏はデスクについて考えるのではなく、洞察力を学ぶためにも表に出て人を観察して、そこから学ぶこと。アクションを起こして、経験を積んでいくことが何よりも大切だと話しました。

## ビルから外へ！ アクションこそが世界を変える



残り時間が10分を切り、西口氏が日本の「ワークショップ流行り」について両者に意見を求めます。Bason氏は「デザインラボを始めた時、確かにワークショップを5年間に300回以上開催しました。後にその作業の評価をした時は非常に生産性が高かったと言われました。ポストイットの使い方に（笑）。それによって、ポストイットを製造する3Mも大変儲かったのではないかと思います。ワークショップを開催したことで起きたインパクトとしては小さかったという評価でした。結果、宿題となったのはアクションがないということです。行動がなければ経験にはならない。ビデオで取ったり、インタビューをしたり、外で観察したり。ビルの外で得た何かをワークショップにつなげていかないといけないと思います」。

Kelly氏は「ビルから外に出るためのリハーサルにワークショップをつなげたらいいと思いませんね。価値のあるワークショップとは『今日は楽しかったね』ではなく、ワークショップで出た1つか2つのアイデアを『来週やってみよう！』と実際に行うことができるのがいいワークショップではないでしょうか」。

そして、Kelly氏は、年下の人を師と仰ぐ「リバースメンター」を持つことを参加者に提案。「私にも素晴らしいリバースメンターがいますが、その彼は2000年に会った時、時計を持っておらず、『時計なくて大丈夫？』と聞くと『時計なんていらぬ』と応えました。今ならわかかりますよね。皆さん、携帯電話で時間を確認している。しかし、当時の私にはそれがわからなかったのです。私がもし、タイムックスやスウォッチの社長だったらどう思ったでしょうか？自分とは異なった世界、未来の世界をリバースメンターは教えてくれるのです。ぜひリバースメンターを持ってください。そして、面白い経験をさせてもらった、ではなく、明日からできることをヒントに持ち帰ることです」。



最後にメッセージを求められたKelly氏は、ビジネスはテクノロジーと人間性のバランスを取ることと、とにかく外へ出ることを強く勧めました。Bason氏は「我々そのものが実験であり、プロトタイプかもしれません」と。スタートアップ、ベンチャーから始まって、大手企業に姿を変えていく中で、常に自分はプロトタイプの段階、リハーサルをしている最中であり、今日より明日のほうが良いと考えて、ぜひダイナミックに行動してほしいとエールを送ります。そして「日本と結婚しているようなもので、支援はこれからも全力で惜しまない」というKelly氏の言葉を聞き、西口氏は二人こそがイノベティブな日本をつくるための加速支援者といえるのではないかと、パネルディスカッションの幕を閉じました。

次のページ: [第二部「Born Global: 欧州における新事業創造の動向」](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)



事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569  
email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	

### 第二部 「Born Global: 欧州における新事業創造の動向」

#### プログラム

**13:00~13:15 パネルディスカッションの企画内容についての説明&パネリストの紹介**



アストリアコンサルティング 森本晴久氏

Astoria Consulting Group代表。2001年より国内の機関投資家向けにPE/VC投資の運用と啓蒙を目的に教育セミナーを主催。

**13:15-13:30 講演「投資リターンの追求か、戦略的利益の追求か：CVCの道」**



Philips International シニアカウンシル/VP/Tilberg大学教授 Erik Vermeulen氏

Tilburg University、Tilburg Law and Economics Centerの商法・財政法教授。オランダのPhillipsにてシニアカウンシルを務める。企業発展の各段階において有効な資本源や、革新を推し進める際にVCが果たす役割など、企業のライフサイクルに焦点をあてた研究を行っている。

## 13:30-14:20 パネルディスカッション「CVCのベストプラクティスとKSF、戦略的投資家とVC市場との関係」

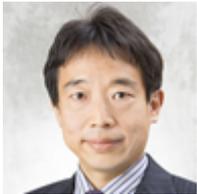
---

Erik Vermeuleon氏、BASF Venture Capital 齋藤浩樹氏、Intel Capital 出川章理氏、楽天 執行役員 事業開発室長 東林知隆氏 / モデレーター WM Partners 代表パートナー 松本守祥氏



BASF Venture Capital 齋藤浩樹氏

1993年BASFジャパン入社。研究、新規事業開発等を経て2013年より現職。日本でのベンチャー企業発掘及び投資を担当。



Intel Capital 出川章理氏

インテル・キャピタル日本代表、半導体技術、モバイル技術、IoT、クラウド事業分野を中心に15年にわたる投資実績。



楽天 執行役員 事業開発室長 東林知隆氏

06年より楽天グループにおいて、新規事業に関する調査・分析、投資戦略、資本・業務提携、企業買収・ノンコア事業の売却等を担当。



モデレーター WM Partners 代表パートナー 松本守祥氏

WMパートナーズ代表、元日本アジア投資社長、日本・米国・アジアで20年にわたる投資活動、複数のCVCファンドの運営経験。

## 14:20-15:20 パネルディスカッション「VC市場のエコシステム、CVCの知られざる活躍」

---

Top Tier Capital Partners MD Jessica Archbald氏、Knightsbridge Advisors Principal George Arnold氏、Amadeus Capital COO Alastair Breward氏、Pangaea Ventures ジェネラル・パートナー Chris Erickson氏、モデレーター Generation Origin Partner Kari Andersen氏



#### Top Tier Capital Partners MD Jessica Archbald氏

2005年にTop Tier Capital Partnersの代表取締役社長に就任。VC特化型FOFの創出および、日本を含む世界的な投資家ネットワークとの協業を専門とする。



#### Knightsbridge Advisors Principal George Arnold氏

2004年からKnightsbridgeのマネージング・ディレクターに就任するまで、Citigroup Private Equityの取締役兼ベンチャーおよび成長株式投資担当を務める。



#### Amadeus Capital COO Alastair Breward氏

2005年にAmadeus Capital Partners LimitedのCOOに就任。ITコンサルタントと弁護士の経験から、ファンド構築、法務、IR、財務、コンプライアンス等を担当。



#### Pangaea Ventures ジェネラル・パートナー Chris Erickson氏

Pangaea Venturesの創業者兼ジェネラルパートナー。2000年より主に、エレクトロニクス、エネルギー、ヘルスケア、サステナビリティの分野における先端マテリアルを専門とする。



#### モデレーター Generation Origin Partner Kari Andersen氏

2005年、Generation Originのパートナーに就任。ベンチャーキャピタル特化型のFOFについて幅広い知見を有する。

## ごあいさつ

---



政策研究大学院大学 客員教授 黒川 清氏

政策研究大学院大学客員教授、日本医療政策機構代表理事、GHIT Fund代表理事UCLA、東京大学、東海大学教授、日本学会会議会長、内閣特別顧問などを歴任。

## レポート

### 13:00~13:15 パネルディスカッションの企画内容についての説明 & パネリストの紹介

---



第2部の企画を担当した森本氏からはまず、企画の背景について語られました。従来、創業支援において「ベンチャー投資はどう行っていけばいいのか」といった入口の話が語られるケースが多いが、様々な投資の特徴を理解したうえで、出口の手段が広がると入口も広がり、リスクマネーが循環するはずだと発言。日本の場合、出口はIPOが圧倒的に多いが、アメリカの市場はM&AがIPOの倍あり、日本もさらに多様なイグジットをつくっていかなくてはならないという観点から、今回のテーマやゲスト選びをしたことを話し、それぞれのパネリストの紹介を行っていきました。

### 13:15-13:30 講演「投資リターンの追求か、戦略的利益の追求か：CVCの道」

---



「今日はCVCの素晴らしい世界に皆さんを誘いたいと思います」とVermeulen氏。2010年あたりからCVCが大きなブームになってきていると話し始め、まずはCVCの資金の流れについて解説しました。ベンチャーキャピタルから資金を得る方法に比べ、ベンチャー企業への投資額も大きくなるため、ベンチャー企業そのものも増えており、買収件数も増加。大企業の参入によるCVCができることで新しい市場も生まれ、IPO件数も増えているといいます。

90年代後半、CVCが増加していたが、バブルがはじけると、一気に大企業によるベンチャー投資は減少していったが、現在は上がってきており、今後は景気に左右されて減少することはないのではないかと多くの人が分析している。なぜならば、投資収益を求めていた従来と違い、CVCの役割が変わり、社内ベンチャーを支援することによってCVCが追い風となり、大企業が若返りしているケースが増加しているからだと言います。

また、GoogleやApple、サムスンなど「もっともイノベティブな企業」として上位にランクインした企業は、研究開発費も上位かといったら異なっていて、ベンチャー企業をCVCによって支援することで、R&Dの活動をアウトソースして、イノベティブな力を付けていると解説。CVCにかかわっていくことがいかに重要かここから変わるのではないかと話します。



そして、CVCの機能としての3つの選択を紹介。(1)子会社を設立して、スタートアップ企業に投資する方法。BMWの事例を紹介。(2)ファンドに投資する。ファンドが企業に対して最適化された戦略的投資をすることが可能。出版社が教育に関する新しいイノベーションを見つけようとして、ユニバーシティベンチャーファンドに投資をするといった発想で、新しい市場開拓にもなると解説。(3)VCへの投資。サムスンがイスラエルへの投資を考えた際、イスラエルのベンチャー企業を熟知しているという意味で、イスラエルの大手VCのピタンゴに投資したという事例を紹介し、こういった選択によって、イノベーションを自らの中に抱えることが可能になるのだと紹介しました。

その一方で、CVCを設立しても上手く機能させることができずに、活動を辞めてしまう大企業もあり、CVCを設立した企業の中で活動をしているのは52%だという分析もあると話します。その理由として、他社が行っているからといった理由で始めたはいいが、自社のなかでしっかり運営する力がないこと、CEOが変わってCVCへの関心が希薄になってしまったことなどを例に挙げ、CVCを設立して深く追求していくならば、独立性を持ってどういった成長を考えるべきかと事例を紹介しました。

最後に、今後CVCを設立しようとする企業へのアドバイスとして、他社がCVCをつくっているからといって安易に設立しないということ、財務収益をしっかりと考えること、VCとしての機能を持つこと、それができないのならば社外のVCとパートナーシップを組んでいくこと、エコシステムを十分に理解していくことなどを挙げ、Vermeulen氏は次のパネルディスカッションへとバトンをつなぎました。

### 13:30-14:20 パネルディスカッション「CVCのベストプラクティスとKSF、戦略的投資家とVC市場との関係」



まずは、各パネラーがそれぞれのCVCの概要や特徴などを話しました。斎藤氏は化学業界で150年の歴史やR&D活動費においては業界一であることを、東林氏は総合インターネットサービスとして企業買収で成長し、エコシステムとなっている企業であることや、CVC活動は2013年からアーリーステージの企業に着目した展開をしていることを紹介。

その中で、Vermeuleon氏は投資にはファイナンスがきわめて重要だと力説する一方で、出川氏は「20年やってきたラーニングから見ると、いかに技術が優れていて戦略的だと思っただとしても、財務的に成功していないと、結局は戦略的リターンが得られないというのを痛感しました。ですので、我々は事業パートナーである投資先にできる限りの支援をして、投資した会社が成功していくように努力していく。そこまですると、投資先の会社からファイナンスと戦略的リターンの両方が得られるというのが、調査結果としてあります。ファイナンスだけ、戦略的リターンだけという、どちらか片方だけ得るといった案件は、私が知っている限りありません」と話しています。



次に、参加者には事業会社の担当者も多いことから、松本氏はCVCをして良かったこと、苦労していること、チャレンジについてヒヤリング。



東林氏は「当社はピュアにVC活動だけを行っているわけではないので、ベンチャー投資という意味で言うと」と前置きし、様々な人のプレーンがレバレッジできるのが何よりも投資の良さだと発言。内向きではなく新しい情報や技術が入ってくることで、インスパイアされる環境が維持できることだと話す。出川氏は、投資したベンチャー企業の技術が自社とコラボレーションした結果、投資先がIPOなどをして成長してWin-Winの関係になっていくことは時間がかかるが、投資家冥利に尽きると言う。

斎藤氏は「先ほど、投資はファンナシカストラテジックかという話が上がりましたが、当社はかなりストラテジック寄りです。冒頭で研究開発費用が2500億円という話をしましたが、VCやニュービジネス投資の活動費はR&D活動の一部であるという考え方で研究開発費から出ているものです。外部テクノロジーやリソースを使うことは、技術スカウティングであると。ただ、年間で1000件以上のディールは集めていますが、そこから実際に投資できるのは1、2件。ただ、投資に至らないまでの1000件のうちの数十件は協業が生まれています。私は着

任して2年になります。が、ディールを探すのはかなり歩き回らないといけないので、それが私自身の苦勞ではあります」。



また、Vermeuleon氏は様々な事例を挙げながら、CVCの多くは戦略的リターンへの関心が高い嫌いがあるが、戦略投資だけを求めて行って投資先の企業を潰してしまったケースもあるので、やはりまずは財務的リターンがあるかないかが重要だと再度強調。

それを受けて松本氏は「これは当初のシナリオにはなかった話題だったけれど、Erikの話を聞いていると、最終的にはファイナンシャルリターンが重要ではないか？というわけだけど、出川さんの話を聞いていると、Win-Winでどちらも満たさないと上手くいかない。お二人の話を聞いているとどっちがホントがよくわからなくなる（笑）」と、出川氏に「ストラテジックか目的で始めたが、その成果が出ずに結果的に技術を盗んでしまったというような事例はあるか」と質問しました。



「私の知っている限り、技術を盗んだということになったことはないです（笑）。インテル社はマイノリティの投資が99%で、エコシステムをつくるために投資をしている。相手企業のIPは尊重して、むしろそれを生かしていく発想。ストラテジックが得られなかったケースというのは、商品をつくったら市場やプライスが合わなかった、シェアが伸びなかったといったことが多く、IPで揉めたことはほとんどないですね。インテルの事業は徹底的にCPUなんです。投資先はたとえばディスプレイや電池のメーカーだったりしますが、我々はあくまでもCPU屋。うちのCPUを生かすために、御社の技術が売れるために、一緒に市場をつくっていきましょう！という発想でやっています」。

最後に松本氏は「海外と日本のベンチャー企業の違いはあるのか？ 日本のベンチャー投資のシーンは変わったのか？」と質問。

それに対して東林氏は「私自身は日本と海外のくくりで考えたことがないですが、実感としてベンチャー企業が昔と変わったかという、最近優秀な方が起業している印象です。以前はアウトサイダー的な印象のある人が多く起業していたイメージですが、今はメインストリームに行く人がマーケットに出てきていますね。あとは、楽天出身の人にも多く会います（笑）」。



出川氏は「15年やっていますが、東林さんがおっしゃったように、実感としてベンチャー市場はとっっても良くなっていると思います。若い熱意を持って起業する人が増えていますし、グローバルで技術のレベルを見ても、日本は全然進んでいますよ！ただ、日本が苦勞するのは、経営の部分で外部から人を取るのが難しく、創業者がマネジメントも行っているケースが多いので、そこでスピード感が見劣りするというのはありますが、それでも日本は優秀な起業家が増えてきていると思います」。



斎藤氏は「私は10年も経験していないので、日本の起業家への要望に近いですが、ローカルなビジネスをする人が多いという印象。グローバルを意識していない。私どもとしてはグローバルに打って出るという人を求むというところがありますね。英語を話せないといった話ではなく、IPの取り扱いなどグローバルを意識するといったところですね」。

Vermeuleon氏は「ベンチャー投資そのものの金額は世界中で増えてはいますが、対日投資という意味ではあまり増えていない印象です。福岡でスタートアップの調査したことがあります。ゲームやBtoB、ソフトウェアが伸びています。日本では創業資金を自分で用意するというケースが多く、そういう意味でまだ投資家を信頼していないというのを感じます。投資家と起業家の信頼関係をつくることを大切にしていけば、日本の起業家の将来は明るいと思っています」。

なかなか聞けない話をゲストに披露してもらったこと、会場でシェアできたことを喜びとして、松本氏はパネルディスカッションを締めくくりました。

## 14:20-15:20 パネルディスカッション「VC市場のエコシステム、CVCの知られざる活躍」



まずは自己紹介の後、モデレータのAndersen氏からファンド・オブ・ファンズ (FOF) についての役割を聞くと、Archbald氏がリターンのある企業を見つけること、VC市場に何が起きているかを知らせること、投資先との関係を良くしていくことが役目だと言い、「多くの企業がファイナンシャルリターンを求めているので、FOFは投資ユニバースが大きいいため、そういった意味でも大きな役割があります。また、エコシステムの中で、ベンチャー企業業界における大きなレンズ的な役割も果たしているといえます」。



また、Arnold氏にはVCの現状をヒヤリング。いわく、ベンチャービジネスの業界はアップサイクルに入っており、魅力的な状況にあると言います。「イノベーションはあるか、市場を一変させる技術はあるか、グローバルな視点はあるかというのが投資の3つの大まかな基準だが、そういった基準を満たしている企業はファイナンシャルリターンも大きい」。



それを受けて、Andersen氏はベンチャー企業投資の歴史を振り返りながら、金融危機を経て、近年はリターンが大きくなってきており、内部収益率が20%以上で、業界利益が上がりやすい状況になってきたと話します。また、Erickson氏はヘッジファンドに関しては近年は上手くないと分析する一方で、ベンチャーファンドには資金が流れ込んでいる「追い風」だと表現しました。

FOFのメリットについて、Archbald氏がさらに話を進めます。「ベンチャー業界全体を俯瞰できることです。今や世界のどこで仕事をしていてもいいわけで、たとえば日本を拠点にビジネスを始めて、売上を得る市場はシンガポールということもできます。インターネット、アマゾン、クラウド...があることで、ビジネスはどこで始めても構わなくなりました。しかし、CVCや投資家にとっては問題が出るんです」。iPhoneが登場した10年弱前から加速的にイノベーションが起きており、近年イノベーションの速度が早いため、その情報収集の難しさを指摘。しかし、FOFの場合、市場トレンドを見るデータのポートフォリオを投資家に提供することができるため、業界や市場のトレンドを早くつかむメリットがあると話します。



次に、VCがかかわることでCVCは市場へのアクセスが広がるのかといった質問に、Beward氏は「YES。もっといえることは、多くの企業のポートフォリオを見ることができるので、細かい情報が得られます。CVCを設立することは勇気のあることかもしれないが、自社の事業にかかわるベンチャー企業に投資するならば、自分たちのチームの拡張版を社外に持つという考え方もできる」。Erickson氏は、投資は忍耐強く、長期的な展望でモノゴトをとらえることが重要だが、長期的な視点は日本の特徴でもあるのではないかと話します。

また、Beward氏は「銀行危機もあったことで、投資家が引いてしまっていて投資の合計は下がっているが、企業投資はかなり増えている状況。『パイナップルは高く売るよりも安いうちに買

え』というたとえがありますが、テクノロジーというパイは安いうちに買っていただきたいです（笑）」。



Archbald氏は「製薬会社など多くの大企業がもう自社ではR&Dをしていないケースが増えています。R&Dのベンチャー企業の様子を4・5年見て投資をして、さらに特別な関係を持ちたいと思った場合は買収するなど、関係を見たり、強化するために投資するケースもあります」とブランドに投資するよりもむしろ、ベンチャー企業への投資のほうが得だと考える向きもあると話します。

最後に、各パネラーからCVCの立ち上げを考える企業へのアドバイスをしてほしいと、モデレーターのAndersen氏。

Archbald氏は「エコシステムに自信を持ってください。たくさんのイノベーションがあり、投資が活発になっています。投資の半分がダメでもいいのだと考えてください。ひとつ成功すればいいのです。市場が機能していることを信頼して、ぜひご参加ください」。

Arnold氏は「トップの価値観が重要です。200万ドル投資しても金額がゼロになる可能性もあると認識してもらう覚悟も必要です。CVCを立ち上げてみたものの、1・2年で休眠状態になり、投資回収ができなかったという事例もあるでしょう」

Beward氏は「長期的視点にあると思います。他の投資とは違うものと考えてください。普通のビジネス経営とベンチャー企業への投資はまったく違うのです」。

Erickson氏は「日本の企業の方とよくお話ししますが、いろんな神話を耳にします。日本企業はテクノロジーでは外に目を向けていないと言いますが、それは本当ではありません。日本の企業は社外に、日本国外にいい技術があるという認識があります。日本企業は決定に時間がかかるとも言われていますが、以前に比べ早くなっています。ベンチャー企業投資は迅速な決定スピードが重要です。最終的には早く判断がくだされる傾向が昨今は見られます」。

## ごあいさつ



Andersen氏がパネルディスカッションを締めたところで、当初第2部の冒頭で挨拶を行う予定だった黒川清氏が登場し、パネリストに敬意を表しながら挨拶しました。黒川氏からパネリストの皆さんに「アベノミクスの中で、ベンチャー投資のチャンスはあると思いますか？ チャンスありでしょうか？」と問いかけると、「あります」との強い返事。その返事を受け、ベンチャー企業とのつながりから、新しい価値観が生まれる可能性、つながりによって思いもよらないテクノロジーが生かされた分野が見つかる可能性があることを示唆。そして東日本大震災

からさらに立ち上がっていく自信にもなりえるはずだと、英語と日本語の両方を交えて力強く話した黒川氏。黒川氏とパネリストの皆さんに盛大な拍手が送られました。

次のページ: [第三部「国内における新事業創造の動向」](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)



## 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569  
email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	

### 第三部 国内における新事業創造の動向

#### プログラム

#### 15:30-16:20 講演「富士通の新事業創出のチャレンジ」



富士通（株）執行役員常務CTO&CIO 川妻庸男氏

1977年東京工業大学工学部機械物理工学科卒 富士通入社後、システムエンジニアとして主に鉄鋼、化学のお客様を担当。ネットワークサービス事業本部長を経て、執行役員常務に就任。農業分野におけるデータ活用の試行や、キュレーター（データサイエンティスト）組織新設等、新分野開拓に向けていち早く取り組む。現職ではCTO&CIOを担い、テクノロジーの観点からビジネスの変革・創造を進めている。

#### 16:20-17:40 パネルディスカッション「大企業とベンチャーの連携の未来」

(株)東京放送HD・(株)TBSテレビ次世代ビジネス企画室長 兼投資戦略部長 仲尾雅至氏、シスコシステムズ(同) コーポレートディベロップメント シニアマネージャー 矢島英明氏、オムロンベンチャーズ(株) 代表取締役社長 小澤尚志氏／モデレーター (株)メンバーズ 代表取締役社長 剣持 忠氏



(株)東京放送HD・(株)TBSテレビ次世代ビジネス企画室長 兼投資戦略部長 仲尾雅至氏

番組制作・編成営業に携わった後、CS・BSデジタル放送やDVD販売の新事業を立ち上げ、現職では海外市場展開やベンチャー投資に取り組む。



シスコシステムズ(同) コーポレートディベロップメント シニアマネージャー 矢島英明氏

システム開発及び戦略コンサルティングに従事した後、投資銀行及びVCでの投資経験を経て2014年7月より現職。日本における投資・買収活動の責任者を務める。



オムロンベンチャーズ(株) 代表取締役社長 小澤尚志氏

2003年オムロン(株)に入社。材料技術、技術戦略、M&A等に携り、現在、事業インキュベーショングループ長とオムロンベンチャーズ(株)代表を兼務。



モデレーター (株)メンバーズ 代表取締役社長 剣持 忠氏

1990年 早稲田大学卒業後、日本合同ファイナンス(現ジャフコ)に入社。1995年、メンバーズを設立。2006年、名古屋証券取引所セントレックス市場上場。

## レポート

**15:30-16:20 講演「富士通の新事業創出のチャレンジ」**

---



川妻氏は自社開発した無人小型航空機「ドローン」を持って登場。「この場で飛行させるのだろうか？」と参加者一同の期待が高まっているのを見越して、川妻氏は「飛ばしません」と先手を打って会場が湧きます。3億円の対物保険に入っているものの、もしもホテル内で何かしらの機材を壊した場合、それ自体の保証はできても、その場の予約が入っている次の顧客の分まで保証できない保険ではないためなのだと理由を説明。しかしながら、建設機器メーカーのコマツは工事現場を空撮するためにすでに飛行したこと、紅白歌合戦でもライブで使用された例を紹介し、「社会的受容性」だと解説します。

そして「Googleの自走車が人を殺すことを許容できますか？」とちょっとショッキングな質問を川妻氏は参加者にぶつけます。日本では人間が起こした自動車死亡事故が年間4000人起きているが、もしも自走車が事故を起こして年間100人死亡したとした場合、後者のほうがいいのではないかと考えるのが社会的受容性だと投げかけます。かつて産業革命では多くのイノベーションが起きたが、その際にも社会的受容性とイノベーションとのぶつかり合いが起きたはず。ICT技術が一般化したら、また社会的受容性とイノベーションとの多くのぶつかり合いが起きる。そういう時代が来ているのではないかと、ここでドローンのデモ映像を紹介。アメリカンフットボールの練習の様子を写しながら、「ドローンの使い方はたくさんあるが、アプリケーションはまだアイデアが充足していない」と話します。



次に「富士通がどんなことを考えているかを紹介したい」と川妻氏。技術系ベンチャー企業が必要とされた起業コストはかつて5億円必要だったが、現在はオープンソースやクラウドなどの登場で50万円と1000分の1までに激減している現状を紹介。また、SNS業界で100万ユーザーを獲得するまでにかかった時間で比較すると、GREEで37カ月だったのが、LINEで3カ月、2週間程度で100万ユーザーを獲得した企業もあると解説し、今や自社でつくったものが受けるかどうかは、インターネットに投げてみたら、すぐ結果がわかる時代がきており、コンピュータベンチャーではない企業がソフトウェアやインターネット、IoT市場に参入し、その関連企業を買収するケースも増加していると話します。

そして「大企業は強みがないわけではない。信用力やブランド、大規模なビジネスを支えるための品質検査など支える制度や技術があるんですが、一方でそれが負い目にもなってしまいます。まず世の中に商品を出してみても、それが受けたなら品質を上げていこうといったチャレンジ行動が取りづらいんです」と川妻氏。その理由として、世に出した商品が叩かれた場合のブランドの棄損を危惧するからだ。そこで行動力の早いベンチャーとマッチングするのが、ベンチャーと組む意義ではないかと考えていると川妻氏は話します。「100個チャレンジして10個成功したらいいというのが、今の世界。失敗を見極めるのには半年も時間がいらぬ。それが今の時代だと私は思っています」。

次に、富士通が行っているベンチャー支援策として、ベンチャー企業とのこれまでの協業パターンを紹介。SNS

データを集めて分析するツールを販売する企業と自社のデータサイエンティストが組み、自治体が行う政策が住民二ズとマッチしているかを分析してコンサルティングするといった事業での販売協力の事業への出資の事例。電子機器の組立生産の計画を立てるソフトウェアベンチャー企業のために、3Dデータを活用して生産工程の計画を立てるソフトウェアの導入事例などを紹介。「富士通と組むメリットは、資金とIP、そしてチャネルだ」と、自社のCVCやこれからの新しい立ち上げ予定のファンドについても解説し、「海とも山ともわからないものを持っている人はぜひ来てほしい」と参加者に問いかけました。



今後強化したい分野として「ソーシャルイノベーション」だと、交通、環境、ヘルスケア、教育、農業などを挙げ、「以前、こう紹介した時にベンチャー企業の方に『富士通はコンピュータはあくまでもツール。どう使うかがポイントなんです』と、保有する特許が10万件規模あるが、生かされていないものが多数あるため、ベンチャーの持つ新しい技術と富士通の特許をぶつけると何かが発生する可能性がいっぱいあるのではないかと話します。

最後に、富士通が目指しているのは「ヒューマンセントリック・インテリジェントソサエティ」だと、キネクトの技術を使ってゴミを投げると、その落下点を予測してゴミ箱自身が動いてゴミをキャッチするYOUTUBEの映像を紹介。「これ、大好きなんです。なんで好きかというけど、ゴミ箱にICTを入れるという、わかりやすさ! このマイクや紙やどんなものでもいいけど、モノにICTという意識が入ることで、より便利になる。これがヒューマンセントリック・インテリジェントソサエティではないかと私は思っています」。

そして、「靴ってウェアラブルで最強だと思うんです」と「遊びの靴」と題した靴を紹介。そして靴にセンサをつけて、そのデータをクラウドに挙げ、世界中にオープンにする計画を発表し、「たとえば、ヘルスケアの分野やスポーツ、ダンスなど、この靴のデータを生かしたアプリケーションをつくろうとすると、あまりにもありすぎるので富士通だけではつukれない。だから、世界中の人につくってもらおうと思って」と川妻氏は実に楽しそうに話します。

そして、ソーシャルイノベーションの分野についてさらに紹介し、「電子カルテの分野で、富士通は日本のシェアを誇っているのですが、でもはたと考えるわけです。電子カルテの性能が良くなると、人は健康になるのだろうか? 病気は治るのか? と。違いますよね。そうすると、本当に健康にするにはどうなったらいいのだろうか? と考える」。生活やビジネスの様々なシーンにコンピュータシステムは入ってきて便利になってきたが、本質を変えたかといったらそうではないわけで、そこに踏み込んだ世界がヒューマンセントリック・インテリジェントソサエティなのだ。バーチャルとリアルワールドはつながっているようで実はつながっていない。そこを結びつけていくのが重要な技術なのだ」と話し、「日本発のグローバル企業として世界をのしていきたいと思っているので、どうぞよろしく! 」とベンチャー企業への投げかけようなかたちで講演の幕を閉じました。



ところが、ここで次のパネルディスカッションのパネリストの到着が遅れ、川妻氏が再度登壇。質疑応答を行うことに。「80年代、INS構想など家庭と技術をつなぐシステムが登場したこともありましたが、時代やニーズと技術がマッチしない早すぎたケースもあったかなと。技術トレンドのマッピングで、これはまだ早い、これはあと5年後じゃないかなといったサディションをいただけたらと思います」と参加者から質問がありました。

これに対して川妻氏は、「早すぎるというのは、先ほど言った社会的受容性も理由のひとつにありますが、CPUの性能などもあります」と、自社商品で早すぎた事例としてアバターソフトの「フィンフィン」を挙げ、今またアバターのトレンドがきていると悔しい思いを吐露。「ただ、単純にこれは今できる、できないとは、十把一絡げにはできないもので、ベンチャーの人と付き合っていると教わることも多いので、そういった中で考えていきたいです。質問の答えにはなっていないですが(笑)」と会場を沸かせました。

## 16:20-17:40 パネルディスカッション「大企業とベンチャーの連携の未来」

まずは、自己紹介と各社のベンチャー企業との連携の方針を話します。

仲尾氏は放送局としての特性を生かした新事業の創出や各現場の強化をCVC設立の目的と解説。矢島氏は買収につぐ買収で大きくなった自社だけに、社外とパートナーシップを組むことに慣れた企業特性がある一方で、日本での投資活動は十数年行われておらず、矢島氏入社によって再度始まったこと、クラウドとIoTに特化した投資を行っていることなどを発表。小澤氏は社内の新事業創出は90年代がピークで以降は下降している状況を踏まえ、世の中のニーズの多様化に自社内だけでの対応では困難と考えてベンチャー企業との連携を始めていると経緯を解説。ハードウェア系のベンチャー企業や大学などのベンチャーチームなどを対象に、プロトタイプ完成やブラッシュアップなどの支援を行うベンチャー支援プログラムについても紹介しました。



剣持氏は、大企業とベンチャーで今以上に資本提携や買収が増えたほうが日本でのイノベーションが増えるはずだと「大企業は自社ではできない新規事業開発をアウトソーシングできるメリットがあり、ベンチャー企業にとっては自社単独ではなかなかし遂げられない大きなスケールで展開できるメリットがある。VCにとってはエグジット先が増えるし、社会としてはチャレンジを応援する機運が高まるため、日本全体にとっても素晴らしい」と自論を展開し、ではそれらがどう役割分担した方がいいのかを、自分なりの視点で今日は聞きたいと本編へと入っていきました。

剣持氏は「オープンイノベーション系のイベントによく行きましたが、そこで大企業との連携に成功されている方に、大企業との連携に対する課題をお聞きすると、内政主義が強いので大変だという話がよく出てきます。成功している人でもそう言うんです。内部のR&Dが強くて、オープンイノベーションににくいのではないだろうか？ オムロンさんは内政の強いイメージですが、どうですか？」と小澤氏に降ると、苦笑しながらも小澤氏は「確かに、2000年代はまだまだ、当社は内政主義だったといえます。内部のR&Dが強かった。でもそこでかかる投資や時間を考えると、だんだん内情的に苦しくなってきたのかなと。ニーズの多様化で、ひとつの技術で刺さるアプリでいうと、その大きさが昔に比べて低くなっている。ひとつの技術で大きな事業にならなくなってきたので、そこで自社だけでR&Dを行う苦しさを感じて、経営陣の考え方も変化。まく過去を振り返ると、成功事例を見ると、内部の技術だけで上手くいったケースばかりではなく、外部の技術も取り入れながらやっていることがあることに気づかされる。そこで、オープンイノベーションとクラウドの両方を上手く組み合わせる方向性に経営陣も考え方が変わってきている」と経緯と現状を説明しました。



次に剣持氏は、矢島氏に「M&Aで大きくなった会社で、オープンイノベーション企業といってもいいですが、日本ではなく本国で投資活動をしたらいいのではないかとも思えますが…」と疑問をぶつけます。それに対して矢島氏は「今や投資活動の半分以上がアメリカ以外の国。エコシステムをきちんとつくりあげようという考え方が強く、そのシステムによろやく日本もなったといえますか。日本の投資環境をずっと見てきて、やっと日本ならではの価値を生み出すという運びになったところですよ」。

また、ディズニーがスタートアップ支援を始め、その提携先にはキャラクターの使用権を認めることを発表したという斬新な事例を紹介。同じくエンターテインメントを扱う企業として、仲尾氏に話を聞きます。「ディズニーのキャラクターの使用権の話は、我々にもインパクトがありました」と、キャラクターを扱うという意味ではタレントとの協業があるが、権利がまた異なるためディズニーの真似はできないが、デジタルソリューションサービスを持つ会社などはTBSという放送局が持つ個性や優位性を上手く生かして協業できるはずだと話しました。

そして、「大企業と組むメリットをそれぞれ教えてほしい」と剣持氏。



矢島氏はまず世界中に広がった販売網を挙げ、次にソフトウェアの企業だったとしても、シスコの製品と組み合わせて販売できる可能性や、ネームバリューを使うことで何らかの価値が見出せるはずだと話します。

小澤氏も「技術と市場開発」の2つを挙げ、「ハード系ベンチャーの悩みとして、プロトタイプはできるものの、BtoBとなると商品の耐久性や信頼性などの高いレベルが求められると思うのです。その時に、試験ノウハウなどもありますし、ものづくり部門からのサポートもあります。またグローバルメーカーというブランドや信用を使うことで事業開発しやすくなります」。

次に「どんなポリシーを持ってベンチャーとの連携を進めようとしているか。普段から心がけていることは？」と質問。仲尾氏は「対応な立場と信頼関係を大事にしています。ベンチャーの方が来るのを待つのではなく、自分たちからコミュニティに出て行かないといけないという危惧から、当社のCVCの仕組みをつくったというのがあります。自分たちが持っているものは違うものを持っている人と出会うということが重要ですから」。

矢島氏はVCからCVC勤務に転身した自身の経験から、VCの場合は投資家から預かったお金を増やすことが評価軸だが、CVCの場合は投資件数が1件もなくとも、事業にどれだけインパクトを与えたかが評価のポイントになるという違いを話し、そうすると、おのずとベンチャー企業とのかわり方も変わるものだと思います。社内の現場の人間とよく話をし、何に困っているかを聞くようにしていると、実は現場の人間のほうがベンチャー企業のこと

をよく知っていたり、すでに仕事の連携が進んでいたりするケースもあるのだと言います。「だったら、このまま連携を強化していくには投資したほうが良さそうだよね」といった感じで投資が始まったのが、去年の日本1号目の投資事例だと説明しました。



小澤氏は「ポリシーはベンチャーの方とは正直に話すことです。どうしても期待値としてヘルスケアなら大丈夫だろうかと言われがちですが、ヘルスケア部門だったら何でもいいのか、と聞いたらそうではないわけです。お互いの価値を模索して、互いにシナジーをつけられそうなら連携しましょうか、ということだと思っております」。

この小澤氏の意見に剣持氏が強く共感。「個人的に思うのは、大企業は力が足りないから連携したいのに、ベンチャー企業のビジネスを上から目線で採点するようないイベントは違うんじゃないかなって。小澤さんが言ったように、まずこういう技術がほしいんだとオープンにして、ベンチャーに伝えて、互いにメリットを感じたなら、じゃあ一緒にやろう！と対等に行うことですよ。この意見に小澤氏もうなずき、以前の企業スタンスなら事業構想や何が自社に不足しているかといった詳細をオープンにすることはなかったが、適切なベンチャー企業にはなかなか出会えないため、具体的にオープンにするには何が不足し、どんな社会課題に取り組みたいのか、さらにその課題分析までもオープンにするようになったと言います。



VCのキャピタリストも来場者に多いことを加味して「もっと破壊力のあるイノベティブなベンチャーがどんどん出てきてほしいですが、VCに早く投資してもらい、早くサービスを提供して、早くIPOして……と、ずっと増益を期待されていくなかで成長していくのはなかなか難しい。未公開前のリスク回避や、アドバイスが重要じゃないかという思いがあるのですが、CVCの立場として、VCとこういう組み合わせましょう、こんな課題があります、といったことを教えてほしい」と言う剣持氏に矢島氏は、「単独投資はしてはいけない」というシスコの鉄の掟を紹介。あくまでも事業会社であって、投資のプロではないことを肝に銘じて、事業のリスクは最大限取るが、投資のリスクはVCが取るべきだと「金融面は任せてくださいと自信を持って言ってくれるVCと組むことで、我々は事業面で最大限の支援をしていくというのが理想です」と話します。

また、剣持氏は大企業は意思決定速度が遅いことや、買収により多数の出向者が来て減益になったなどの事例を挙げ、そういったベンチャー連携の難しさに対してどんな配慮をしているか質問。

仲尾氏は「出資に関してスピーディに決裁する仕組みをつくりましたが、逆に事業提携に関してはじっくりならざるを得ないところがあります。放送局というのは完全に放送をしないといけないビジネスなので、ベストエフォートでも大丈夫か？というくらい慎重。ですから、たとえばデジタルソリューションサービスを導入する場合はサービスの安定への期待は当然です。あとは、ベンチャーへの投資段階ではお互いを縛る条件をつけないということです。テレビの宣伝を期待されたり、こういう番組つくってくださいと言われてしまうと、難しい」。

矢島氏は「日本での投資事例はまだ1件ですが、時間がかかったのは本当にすみませんと認めます（笑）。要因は意思決定権者が皆、アメリカにいるということなので、それをいかに縮めるかの努力をしているところです」。

配慮としては、あくまでも事業上のパートナーであり、その裏付けとして投資があるという考え方なので、互いに縛らないというのは重要ではあります」。

最後に、ベンチャー企業に期待することについて質問。

小澤氏は「市場をつくったり、市場に刺さるようにしたり、開発面でのサポートを我々がしますので、とにかく事業のアイデアと技術を高速に回してほしいということですね。本当に価値のあるものかどうか高速に検証して行ってほしいというところですね」。



仲尾氏は「様々な現場とのコラボレーションを求めています。スピードやデジタルソリューションといった、自分たちができないことに投資して時間を買いたい。その技術やアイデアはどこに刺さりそうかと探すことは我々が一所懸命やる部分です」。

矢島氏は「小回りや日本に根付くローカルなものづくりへの見地が弱い。そこを担う企業と出会いたいですね」。

それらを受けて、剣持氏は従来に比べ、大企業がベンチャー企業と連携することの重要性を強く認識し始めたことが、今回のパネルディスカッションでよりわかったと、大企業、ベンチャー、VCとより連携を強くすることが日本の元気をつくるのだとまとめ、パネルディスカッションをラップアップさせました。

次のページ: [日本ベンチャー大賞\(内閣総理大臣賞\) 表彰式](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)



## 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569  
email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム				関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	
			交流会	

## 日本ベンチャー大賞（内閣総理大臣賞） 表彰式

### 【日本ベンチャー大賞 概要】

日本ベンチャー大賞は、若者などのロールモデルとなるような、インパクトのある新事業を創出したベンチャー企業経営者を表彰し称えることにより、起業を志す人々や社会に対し、積極的に挑戦することの重要性や起業家一般の社会的な評価を浸透させ、もって社会全体の起業に対する意識の高揚を図ることを目的としています。

### 18:00-18:40 日本ベンチャー大賞（内閣総理大臣賞）、経済産業大臣賞、審査委員会特別賞の表彰



日本のベンチャー企業支援への新しい幕開けを感じさせる映像が流れ、日本ベンチャー大賞への期待感と緊張感が張りつめます。ステージに並んだ日本ベンチャー大賞審査委員会委員の皆さんを紹介の後、熱気高まる会場に安倍晋三内閣総理大臣が登場。挨拶ではこう述べました。

「安倍政権の最重要課題は、経済の再生です。この賞の創設が起爆剤となり、ベンチャー企業が次々と生まれ、世界をリードする新産業が作り出されれば、経済の好循環は力強く回転します。受賞者の皆さんが新しい力となり、日本が「起業大国」として、世界の中心で輝いていく。そういう日本になることを期待しております」（全文は[首相官邸ホームページ](#)にて）。

各受賞者の発表の後、「成長戦略を成功させる年。薄利多売型のビジネスから少量生産・高付加価値を目指していきたい。その担い手となっていくにはベンチャー企業の力が必要だと、ベンチャーを支えるために、ベンチャー創造協議会をつくりました。ベンチャーには挑戦してほしい、そして成長していただきたい。今回受賞した皆さんは、10、20年後の日本経済を支えるビジネスの中心になる方だと願っています」と経済産業大臣の宮沢洋一氏が語りました。



また、松田修一審査委員長から審査プロセスの解説がありました。

「153社から応募いただき、起業5年以内の企業が53%、中心は東京・大阪・愛知ですが、それ以外の地域からも25%の応募がありました。業種は時代背景もあってITサービス業が66%と多いですが、今回の受賞企業もそうですが、多様な業種が見られました。女性の応募が15%ありましたが、今回は30%以上に期待したいところです。評価軸としてはやはり『チャレンジ精神』。どのような動機で始められたかを重視しました。また将来成長性。大賞のユーグレナは、ジェット燃料も手がけるんだという壮大なビジョンがありますね。審査は153社を20社に絞り、さらにそこから5社を選出したかたちです。これから超高齢化社会を迎えようといえるわけですが、それをいろんな意味で活性化していくのがベンチャー企業だと考えます。今回選ばれた5社がそのロールモデルになってくれることを期待していますし、イノベーションするであろうと確信した会社であるといえます」。

その後、受賞者たちによる受賞コメントが続きます。当初3分の挨拶の予定が、皆、熱い思いがほとばしり、コメントを通して後進へのメッセージを送る人、目標を発表する人、さらなる支援を願う人などが続出。受賞者たちの熱いコメントに会場者の多くが胸を打たれ、受賞者たちに惜しめない拍手と喝采を送りました。

## 受賞者の紹介

**内閣総理大臣賞（日本ベンチャー大賞）：株式会社ユーグレナ**



株式会社ユーグレナ

<http://www.euglena.jp/>

**【事業内容】**

微細藻類ユーグレナ（和名ミドリムシ）を活用した栄養価の高い機能性食品の開発・販売。ミドリムシを用いた水質浄化プロジェクトやバイオ燃料の開発などにより、世界の食糧問題や環境問題などの解決を目指している。

### 【代表取締役・出雲充氏コメント】

「食べるミドリムシでバングラデシュの子どもたち100万人を、まずは栄養失調から救いたい。そして将来、首相が外遊に出かける際の航空機の燃料を国産ミドリムシ・バイオジェット燃料で提供できるようにしたい」

## 経済産業大臣賞（ベンチャー企業・大企業等連携賞） CYBERDYNE株式会社 × 大和ハウス工業株式会社

---

CYBERDYNE株式会社 <http://www.cyberdyne.jp/>  
大和ハウス工業株式会社 <http://www.daiwahouse.co.jp/>

### 【事業内容】



福祉ロボット「HAL」をはじめ、サイバニクス（人・ロボット・情報系の融合複合領域）を駆使した、医療・福祉・介護分野、生産現場、災害レスキュー、エンターテインメントで活用される人支援技術を展開している。大和ハウス工業の経営資源とCYBERDYNEの技術融合により、世界の医療・介護現場での労働力サポートや、高齢者や身体障がい者の自立動作支援などを行っている。

### 【代表取締役社長 山海嘉之氏コメント】

「高齢化社会に何とか寄与したいという思いで行っています。科学技術は人に役立ってこそ意義がある。世界の中でも日本がもっともイノベーションがある国にするために、次にチャレンジの人と一緒に応援していきましょう」



### 【代表取締役会長 樋口武男氏コメント】

「世の中の人の役に立つためにやっている」と山海さんから聞いて、当社のオーナーとまったく発想が同じだと共鳴した。志があれば事業は続くもの。志ある世の中に役に立つベンチャーを支えることで新事業を創出し、売上10兆円を目指していきたい」

## 経済産業大臣賞（女性起業家賞）： コイニー株式会社

---



コイニー株式会社 <http://coiney.com/>

### 【事業内容】

スマートフォンやタブレット端末にオリジナルのカードリーダーを接続することで、手軽にクレジットカード決済をはじめられるサービスを提供。キャッシュレス社会への貢献を目指している。

### 【代表取締役社長 佐俣奈緒子氏コメント】

「キャッシュレス社会を日本の隅々まで届け、世界中から日本を訪れる方に日本は便利だと思ってもらいたい。起業して3年ですが、女性であることで困ったことは一度もない。女性がビジネスをする基盤は整っているのので、ぜひ多くの女性たちにもチャレンジしてほしい」

## **審査委員会特別賞（地域経済活性化賞）： スパイバー株式会社**



スパイバー株式会社 <http://www.spiber.jp/>

### 【事業内容】

鋼鉄の340倍の強靭性を持つクモの糸の人工合成と20種類のアミノ酸の組み合わせにより、驚異的な性能を持つ素材を生み出すことができるメカニズムを応用。新素材を研究・開発し、ものづくりの概念を一変させることに貢献している。

### 【代表執行役 関山和秀氏コメント】

「自分の人生を使って最大限、人類・社会にとって貢献できることをしたいと考えた結果、バイオ分野で現在の事業をやっています。石油化学製品の依存からの脱却するための新しい産業になると考えています。」

## **審査委員会特別賞（ワークスタイル革新賞）： 株式会社クラウドワークス**



株式会社クラウドワークス <https://crowdworks.co.jp/>

### 【事業内容】

インターネットを通じて、世界中の企業と個人をつないで仕事を受発注できるクラウドソーシングサービス。全国25万人の個人の労働力と、4.4万社を超える企業を結ぶ仕組みを実現。新しいワークスタイルを提供している。

### 【代表取締役社長 吉田浩一郎氏コメント】

「上場をして自分の小ささを痛感しました。今日、この日本ベンチャー大賞の発表から20年で営業利益1兆円を目指します。働く人の笑顔をもっと増やしていきます。どうぞこれからも応援してください」



### 【記念撮影】

写真左より

萩田 伍	(一社) 日本経済団体連合会	副会長
池田 弘	(公社) 日本ニュービジネス協議会連合会	会長
松田 修一	早稲田大学	名誉教授
吉田 浩一郎	(株) クラウドワークス	代表取締役社長
関山 和秀	スパイバー (株)	代表執行役
出雲 充	(株) ユーグレナ	代表取締役社長
安倍 晋三	内閣総理大臣	
宮沢 洋一	経済産業大臣	
山海 嘉之	CYBERDYNE (株)	代表取締役社長
樋口 武男	大和ハウス工業 (株)	代表取締役会長
佐俣 奈緒子	コイニー (株)	代表取締役社長
板東 眞理子	昭和女子大学	学長
藤田 晋	(一社) 新経済連盟	理事 起業促進PTリーダー

次のページ: [Connect! 交流会](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)





## 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569

email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	

### Connect！ 交流会

**18:50-20:30 お酒とおいしい料理もあるカジュアルな交流会**



「Connect！」を主催する日本ニュービジネス協議会連合会・会長の池田弘氏が登壇し、日本ニュービジネス協議会は日本でもっとも早く「ベンチャー」という言葉を使った団体で、多くの大企業がベンチャー企業とかかわることで日本経済の発展につなげたいとの想いで、「Connect！」を始めたことを語り、一同乾杯！ 500人近い参加者が会場を埋め尽くし、活発な交流が展開されました。

日本ベンチャー大賞の受賞者たちの前には名刺交換と交流を望む人の列や、講演やパネルディスカッションに登壇したパネリストを囲んで真剣な表情で質問をする参加者の姿も印象的でした。また、空腹を待ちきれない参加者たちによって美しく並んだお料理はあっという間に姿を消していました。



イベントの最後は、第3部のパネルディスカッションでモデレータを務めた株式会社メンバーズの剣持忠氏が再登壇。

「4年前にConnect！を立ち上げて集まったメンバーは40人程度でした。その時、いつか政府に協力してもらって1000人規模の総理まで呼んだイベントができたらいねと話していたのですが、それが今日はすべてかないました。しかも、ベンチャーと大企業との連携の重要性を話してくださいました。うれしかったです。もっともっと新しいことをしようとする人、チャレンジする人を尊ぶ世の中に、皆さんでしていきましょう」と力強い言葉で、長きに渡った1日のイベントの最後を締めくくりました。



外では雨が降りしきる中で始まったイベントでしたが、参加者らの熱気のせいか、イベントの幕が閉じた頃には雨も上がり、澄んだ夜空には星が瞬いていました。

次のページ: [関連資料](#)

ページ: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#)

[Scroll Up ↑](#)



## 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569  
email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#)   [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.



# ベンチャー創造協議会

[HOMEベンチャー創造協議会とは活動入会のご案内イベントカレンダーメールマガジン  
関連資料](#)

## 日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect！ 開催レポート

プログラム					関連資料
第一部	第二部	第三部	表彰式	交流会	

### 関連資料

#### 当日の投影資料 (PDF)

- ・ [第二部 Chasing Strategic vs Financial Returns: How Should CVCs Operate?](#)
- ・ [第二部 Born Global: 欧米における新事業創造の動向](#)
- ・ [第三部 富士通の新事業創出のチャレンジ](#)
- ・ [第三部 大企業とベンチャーの連携の未来](#)

#### 関連リンク

- ・ [第1回「日本ベンチャー大賞」の受賞者を決定しました！（経済産業省 プレスリリース）](#)
- ・ [日本ベンチャー大賞表彰式の様子。（首相官邸WEBサイト）](#)
- ・ [第1回 日本ベンチャー大賞 パンフレット ダウンロード](#)

#### イベントのリーフレット

**日本ベンチャー大賞 新事業創造カンファレンス & Connect!**  
[日本ベンチャー大賞表彰式]

「オンラインイベント」、「新事業創造」をテーマとしたイベントを開催します!

2015.1.22 (木) 10:00-20:30 ホテルニューオータニ 麹の楼

カンファレンス-表彰式-無料  
Connect! 交流会: ¥3000

ホテルニューオータニ 麹の楼

**新事業創造カンファレンス&Connect!**  
[日本ベンチャー大賞表彰式]

時刻	内容
10:00	【開会】 新事業創造カンファレンス&Connect! 開会式
10:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
11:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
11:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
12:00	ランチタイム
13:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
13:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
14:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
14:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
15:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
15:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
16:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
16:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
17:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
17:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
18:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
18:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
19:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
19:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
20:00	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演
20:30	【講演】 日本ベンチャー大賞受賞企業 代表者による講演

日本ベンチャー大賞 (伊藤忠商事大賞) 表彰式

19:00-19:30 日本ベンチャー大賞 (伊藤忠商事大賞) 表彰式

19:30-20:30 Connect! 交流会

ページ: 1 2 3 4 5 6 7

[Scroll Up ↑](#)



### 事務局について

経済産業省 経済産業政策局 新  
規産業室内

TEL 03-3501-1569  
email [\[email protected\]](#)

[利用規約](#)   [プライバシーポリシー](#)

Copyright Ministry of Economy, Trade and Industry. All Rights Reserved.