

新型コロナウイルス（COVID-19）が スタートアップ企業に与えた影響

— ピンチとチャンスに分けたもの —

NPO 法人生態会 事務局 事務局長

西山 裕子

同志社大学大学院 ビジネス研究科 教授

山下 貴子

要約

2020年初頭に発生した新型コロナウイルス（COVID-19）は瞬く間に広がり、世界経済は打撃を受け、多数の企業が業績悪化に苦しんでいる。筆者の属するNPOでは、若く成長過程にあるスタートアップ企業への影響を理解するために、2020年4月（関西）と5月（全国）に量的調査を行い、7月に個別ヒアリングを行った。その結果、新型コロナウイルスによって今後ビジネスが「非常に良くなる」「良くなる」と答えたスタートアップは5月調査で36%あり、「非常に悪くなる」「悪くなる」の26%より多かった。ピンチかチャンスかを分けるのは、業種の違いが大きく、従業員数や設立年による差は見られなかった。地域別では、関東より関西の方がよりポジティブな意見が多く、政府の緊急支援対策にいち早く申し込むなど迅速な行動が見られた。定性的な調査からも、オンライン商談の増加や巣ごもり需要により、関西のスタートアップが、環境変化を成長の機会ととらえる姿勢が見られた。

キーワード

スタートアップ、新型コロナウイルスの影響、ピンチとチャンスに分けたもの、関西スタートアップ

1. はじめに

現在は、第四次ベンチャーブームとも呼ばれる時代であり¹⁾、AIやデジタル化のニーズが高まる中、新しい技術やサービスを基に成長しようとする新興企業（スタートアップ）への注目度は高まっている。関西にも2018年11月に投資家や起業家社長が理事となり、「関西の起業エコシステム活性化」を目指して起業支援NPOが設立された。スタートアップの資金調達金額は2012年以降伸び続けているが²⁾、その8割以上が関東圏に流れており（2018年時点）、関西スタートアップの調達は全国の5%に過ぎない。ベンチャーキャピタル（以下、VC）や事業会社、メディアも東京に集中しており、起業に必要な情報が関西では入手困難である。そこでこのNPOでは、関西で活躍する起業家との情報交換や相談会を毎月開催し、関西スタートアップ約400社のデータベース化や取材レポートの季刊発行を通じて、VCや事業会社との連携促進をしてきた。しかし、2020年2月中旬より、新型コロナウイルスの影響で、ほとんどのイベントや会合が中止となった。スタートアップはVCや事業会社と面談ができなくなり、期待される成長が滞る状況となった。連日

メディアからは、中小企業が打撃を受けているという報道がされている。大阪シティ信用金庫が大阪府内の取引先に行った調査（1,265社回答、2020年4月上旬実施）³⁾では、新型コロナウイルスで「すでに悪影響が出ている（67.1%）」「今後悪影響が出そう（29.2%）」と、96.3%が悲観的な状況であった。大阪市の調査（456社回答6月調査）でも、新型コロナウイルス感染症の拡大によるビジネスへの影響で、「マイナスの影響がある（あった）」（73.9%）と「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」（16.7%）と、全体の9割超（90.6%）が否定的であった⁴⁾。ただし、これらの調査は中小企業が対象であり、新市場を創出し、将来の上場やM&Aを目指す成長志向のスタートアップは異なる可能性がある。その固有の状況について理解が必要と考え、本稿で分析を実施した。なお、本稿でのスタートアップの定義は、「ユニークなテクノロジーや製品・サービスを持ち、事業拡大のために投資や融資を得て成長を目指す企業」とし、既存市場でゆるやかに成長する中小企業とは、別のものとしている。

II. 先行研究

泰 (2017) によると、1990年代後半から日本の若手起業家およびベンチャーが台頭し、2000年代前半に盛り上がりを見せた。しかしホリエモン事件などの不祥事や2008年のリーマンショックで日本のベンチャーコミュニティは大きく冷え込み、IPOは2006年に188社あったものが2009年は19社になるなど、激しく落ち込んだ。経済産業省のレポート (2020) でも、リーマンショック時の反省として、「リーマンショック後、日本の研究開発投資は長く回復せず、ビジネスの転換に失敗した」と、その後も悪影響が続いたとしている。一方、岩崎 (2020) は、「パンデミックや経済的混乱などの災禍は、新しいニーズや価値観、生活様相を誘発し、それらに対応するスタートアップの設立や飛躍をもたらす」として、2002年中国でSARS (重症急性呼吸症候群) の後にEコマースのニーズが高まりアリババ (1999年設立) の躍進につながったこと、2008年のリーマンショックがフィンテックの発展や、所有からシェアの価値観シフトでAirbnb (2008年設立) やUber (2009年設立) が人々に受け入れられることになったとしている。新型コロナウイルス対策に関するビジネスを行うスタートアップの個別の動きはメディアでも紹介されているが、日本のスタートアップにとっても、それを機運に成長する機会があると予測される。ただし、その実際の影響について、特に関西に焦点を当てて調査分析したものは先行研究では見られなかった。そこで本稿では、とくに関西のスタートアップが環境変化をどのようにとらえてどのように成長しようとしているのか、分析を試みた。

III. 実証分析

1. 調査概要

新型コロナウイルスが与えたスタートアップへの影響について、2回の量的調査を行った。一回目は、2020年4月16日～5月3日、関西本社のスタートアップに対してインターネット調査を実施し、64社の回答を得た⁵⁾。その後、他地域の状況を把握するために、全国のスタートアップを支援する一般

社団法人と共同で、2020年5月14日～5月26日、一回目と同じ内容で二回目のインターネット調査を行い⁶⁾、147社の回答を得た。上場企業・金融機関・行政など8社を対象外として除き、本稿では139社の回答を分析した。

2. スタートアップの属性

回答企業の設立年 (表1) を見ると、第一回調査では97%が10年以内であった。第二回も多少のばらつきはあるが、8～9割が2010年以降に生まれた、設立10年以内の若いスタートアップだった。本社所在地は、関西36社、関東が85社、その他18社である⁷⁾。

従業員数は、第一回調査では64%が5人以下の小規模な企業であり、すべての回答企業が50人以下に収まった。第二回調査では全体に従業員数が多くなっているが、それでもどの地域も約90%が従業員50人以下で、小規模な組織のスタートアップが回答していることがわかる。

3. 調査結果

(1) 新型コロナウイルスの影響

一回目の調査は、4月に関西本社のスタートアップだけに行った。新型コロナウイルスの影響でビジネスが「非常に良くなる (6%)」「良くなる (16%)」と、肯定的に答えた企業は22%であった。「悪くなる (36%)」「非常に悪くなる (14%)」で50%と半数が不安を表しているものの、緊急事態宣言の最中で悲観的なニュースが大変多い中、前向きな企業が2割も存在する。二回目の調査は5月に全国で実施した。全体では「非常に良くなる (10%)」「良くなる (26%)」と合計36%であり、「悪くなる (20%)」「非常に悪くなる (6%)」の合計26%より多い。4月よりコロナ禍での状況理解が進み、この機を活かすことができる具体的なイメージが掴めてきたことがうかがえる。

表1 調査回答者の会社設立年

設立した年	第1回調査 関西 (n=64)	第2回調査			
		関西 (n=36)	関東 (n=85)	その他 (n=18)	全国 (n=139)
2017～2020年	64%	33%	44%	56%	42%
2014～2016年	25%	25%	29%	17%	27%
2010～2013年	8%	19%	16%	17%	17%
2004～2009年	3%	11%	5%	0%	6%
2004年以前	0%	11%	6%	11%	8%
設立10年以内	97%	78%	89%	89%	86%

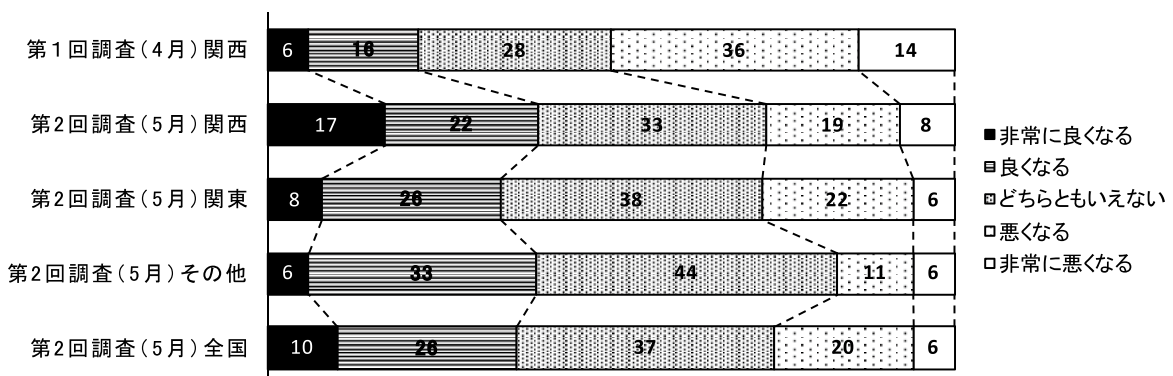
(筆者作成)

表2 従業員数

従業員数	第1回調査 (4月) 関西	第2回調査 (5月)			
		関西	関東	その他	全国
5人以下	64%	33%	36%	33%	35%
6～10人以下	25%	14%	18%	33%	13%
11～20人以下	8%	17%	14%	17%	18%
21～50人以下	3%	25%	16%	6%	16%
51～100人以下	0%	6%	4%	0%	6%
101人以上	0%	6%	12%	11%	12%
50人以下	100%	89%	85%	89%	88%

(筆者作成)

図1 新型コロナウイルスの影響 地域別



(筆者作成)

(2) 地域の状況

二回目の調査結果を地域別にみると、関西スタートアップは「非常に良くなる (17%)」「良くなる (22%)」で39%。関東が「非常に良くなる (8%)」「良くなる26%」で34%、その他地域が「非常に良くなる (6%)」「良くなる (33%)」で39%が前向きな回答だった。「非常に良くなる (5) - 非常に悪くなる (1)」としてスコア化し3地域について一元配置の分散分析を行ったところ、統計的に有意差はみられなかったものの、関西企業の「非常に良くなる」と答えた率は17%と高い。

「非常に良くなる」と答えた企業の自由記入を見ると、「テレワークに最適なサービスだから」「行動の変化でオンラインの要素が拡大するから」「遠隔医療機器のため」「オンライン診療が規制緩和されるから」「ウェブマーケティング事業で、今後オンライン上での営業活動が大事であると理解されるから」など業種による理由が多い。一方、「売上だけだと悪くなっている。しかし新しいビジネスモデルの構築などチャレンジできる事を多く発見できた。今後は良くなる」「サービスの付加価値向上、資金調達の選択幅上昇、新規営業先の販路拡大が見込まれるため。また、大阪を拠点としていることがポジティブに働く可能性があると感じる」という、前向きな姿勢かつ地方都市としての意気込みを示す意見があった。

(3) 業種別の分析—肯定的回答

二回目の調査結果から全国状況を見ると、「非常に良くなる」「良くなる」と回答をしたスタートアップは、ITやオンラインサービス、オンライン教育などの業種であった。在宅勤務やオンライン講義の増加、それに伴うソフトやサービスである。良くなる理由として選択肢から選ばれたのは (回答数50社、複数選択)、「売上の増加 (回答数36)」「新規の取引実現・交渉の促進 (33)」「オンラインイベントで営業機会が増加 (15)」「新規採用がやりやすくなる (12)」などが選ばれた。

(4) 業種別分析—否定的回答

上とは逆に、コロナの影響で打撃を受けているのは、対面ビジネス、飲食や観光である。また顧客が活動を停止したり

広告をやめた場合なども、取引中止などの影響を受けている。オフラインプロモーションサービス、販売プラットフォーム事業、アパレル、飲食店接客支援、リフォーム業など、リアルで会う必要があるスタートアップが、状況が苦しいと回答している。自由回答からは「広告主の広告費予算修正や縮小が起きる」「ニーズが減る」「オフラインイベント開催への影響」「顧客の業績悪化により新規プロジェクトが中止」「対面販売ができず、製品説明が難しくなる」「インバウンド、飲食、イベント向けのサービス提供をしていたから」「顧客の行動範囲の制限、購入金額の制限、生活必需品以外へのニーズの減少。」といった現状が示された。

状況が悪くなる理由として選択肢から多く選ばれたのは (回答数37社、複数選択)、「売上の減少 (回答数35)」「イベントや展示会の中止・延期 (18)」である。「VCからの資金調達中止・延期 (17)」「取引先の事業休止・倒産 (16)」も、スタートアップにとっては大きな問題である。自由回答を見ると「ものづくりのスタートアップとしては、資金調達環境が極めて厳しく、将来性のある技術や製品があっても、資金枯渇リスクから活動が限定されたり、規模の縮小を余儀なくされる可能性がある。」「観光客が激減」「外食市場のダメージ」「対面販売ができず製品説明が困難」「市場全体の停滞化による各事業の業績悪化」「中国工場の休業による事業開始遅延」といった理由が示された。

(5) 設立年や従業員数別の分析

設立年や従業員数区分で「非常に良くなる」「良くなる」と答えたスタートアップと、「非常に悪くなる」「悪くなる」と答えたスタートアップとを一元配置の分散分析で比較したが、有意差は見られなかった。⁸⁾すなわち、事業の経験値やマンパワーの大きさは、突発的な事態への対応とは関連性がないことが示された。

表3 「非常に良くなる」「良くなる」と答えたスタートアップの業種 全国

ITやアプリ	<ul style="list-style-type: none"> ・糖尿病や高血圧など生活習慣改善アプリ ・クラウドAI、ITソリューション開発提供 ・ネット広告、マーケティング ・クラウド人事評価、360度フィードバック
オンラインサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・Eコマース ・アプリで処方を受けられるサービス ・デジタルマーケティングに特化したフリーランスマッチング事業
オンライン教育	<ul style="list-style-type: none"> ・Eラーニング ・オンライン学習サービスの開発及び運営 ・“教えたい”と“学びたい”をつなぐマーケット運営
コロナ禍下のソリューション提供	<ul style="list-style-type: none"> ・倉庫内作業に特化した請負×人材派遣 ・宅配ピザ屋 ・医療者と企業をマッチング ・事業育成業、M&Aアドバイザー業、資金調達支援業 ・血液除去が不要で血管外膜まで見える新血管OCTの開発

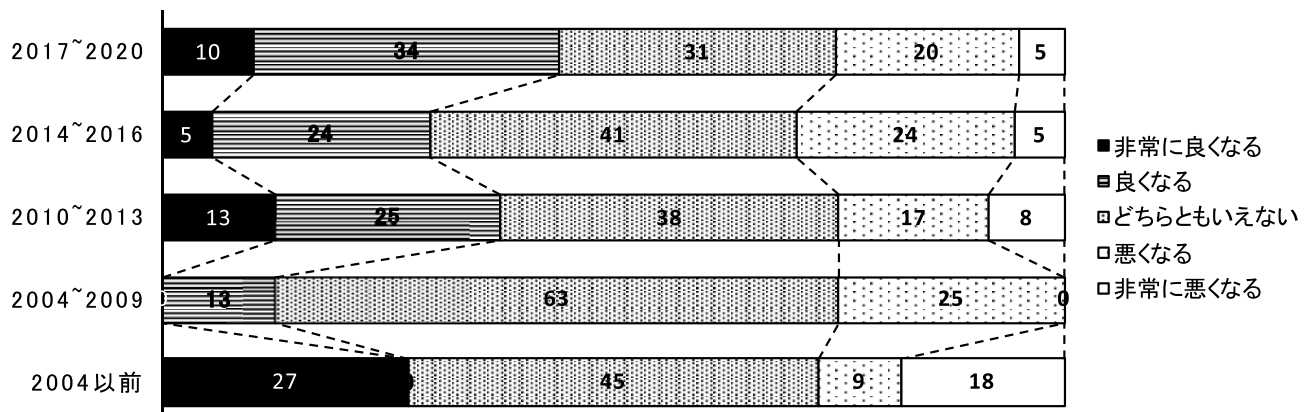
(筆者作成)

表4 「非常に悪くなる」「悪くなる」と答えたスタートアップの業種 (全国)

対面ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツチームや部活動向け映像分析アプリ開発 ・家事や育児のサポートビジネス ・求人メディア運営、広告代理業
飲食・観光	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店接客支援、日本酒プロモーション、イベントの企画運営 ・空手専門の旅行会社 ・おひとりさま向けグルメアプリ
顧客の活動停止	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス機器の製造販売 ・店舗の呼び出し効率化 ・機能性材料および関連技術の開発、製造、販売 ・再生医療技術を使用した感染症などの研究用細胞提供事業

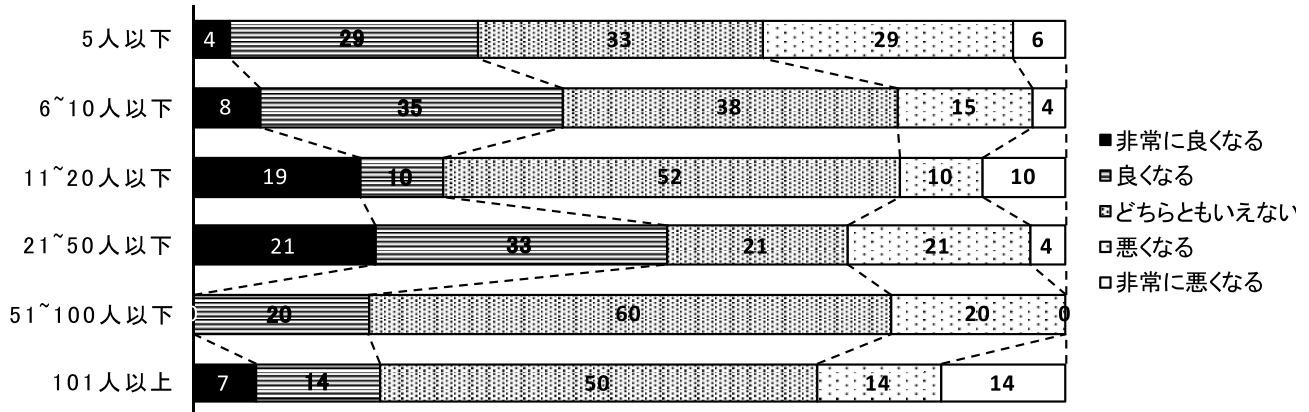
(筆者作成)

図2 新型コロナウイルスの影響 (創立年別)



(筆者作成)

図3 新型コロナウイルスの影響（従業員人数別）



(筆者作成)

(6) 緊急支援対策の申込状況

第二回目の調査では、関西のスタートアップ61%が、政府の緊急支援をすでに申し込んでおり、関東の40%、その他地域の28%より利用は多い。4月調査時点での関西スタートアップの緊急支援の申し込みは27%だった。対象企業が異なるので単純比較はできないが、時期も進み、具体的なアクションをとった企業が増えたと思われる。ビジネスが今後「非常に良くなる」「良くなる」と回答した企業が他地域より多かったのにも関わらず、関西のスタートアップは、支援対策を多く申し込んでいる。対策に素早く動いている企業が多く、もらうものはもらっておくという、関西人のたくましがうかがえる。

(7) 定性的調査

2020年6月～7月、関西スタートアップ10社を対象に新型コロナウイルスの影響で却って大きくビジネスが伸びている事例を個別ヒアリングする機会があった。その中の2社を示す。

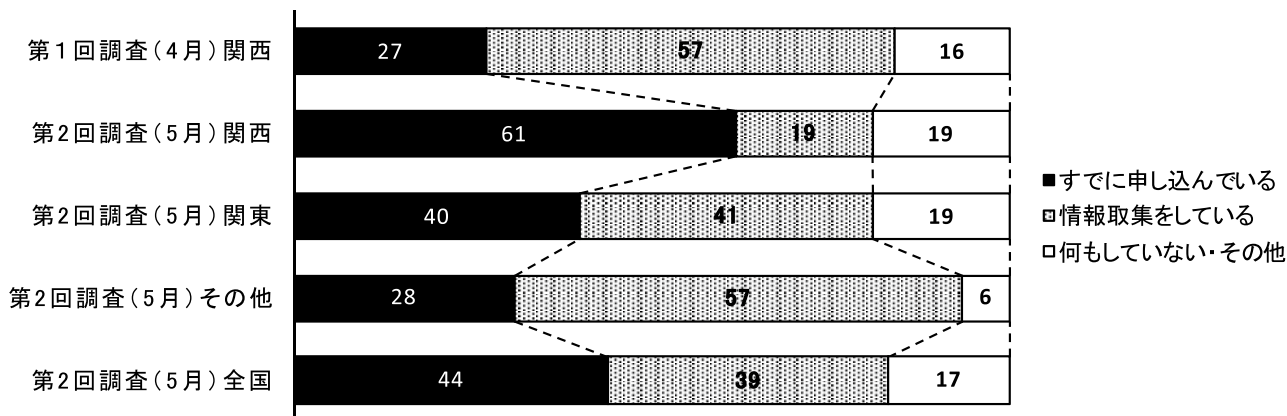
①X社（京都市、2014年設立、従業員20人）：壁に飾る、スマートスクリーンの開発運営。世界1000以上の風景動画を所有する。スクリーンが窓のように、世界各国の風景を写し、旅をしている気分になる・リラックス効果があると、個人宅に加え、病院や窓のないオフィスなどでも利

用されている。自粛や在宅勤務等の巣ごもり需要で、注文が増え資金調達も進めてより事業拡大を目指している。

②P社（大阪市、2016年設立、従業員2人）：保険外治療に特化した、電子カルテを開発運営。顧客は美容医療や皮膚科のクリニックで東京が多い。以前は商品説明や商談のために東京に出張していたが、コロナ後はすべてオンライン商談に変更。顧客側がオンラインでのやり取りを受け入れるようになり、効率的に商談ができて、成約数が増えている。

コロナ禍で業績を伸ばしている2社には、環境変化をうまくとらえて自社商品に反映し、機動的にチャンスをとらえていることがわかる。X社は、外出制限がかかる中で閉塞感を持っている顧客に少しでも開放的な気分が味わえるような商品を提案した。2020年5月～7月の間にも、3本のプレスリリースを実施し（①友人への紹介プログラム開始、②医療施設での環境改善検証、③「Go Toトラベルキャンペーン」で対象外となった東京都在住の方限定の割引提供）、積極的に自社の認知向上や試用を促進する活動を行っている。P社も同じく、自粛期間でも美容医療業界は活発であることに対応し、保険外治療を行う美容外科の電子カルテの営業にオンラインで力を入れて素早く成約数を増やすことに成功した。

図4 政府の緊急支援対策について



(筆者作成)

IV. まとめと今後の課題

新型コロナウイルスの影響で、悲観的な報道が多い中、スタートアップは業種によって、この変化が有利に働くこともあることが観察された。大企業は小回りが利きにくく突発的な事態に対応する動きが鈍い一方で、スタートアップは逆に環境変化を機会ととらえ迅速に立ち回っている。また関西は、他地域より前向きなスタートアップが多く、支援策も積極的に活用している。地方都市としてコロナ前から場所を問わない事業を手掛けるスタートアップも多い。オンラインコミュニケーションにも慣れており、他地域の顧客もオンラインの利用に抵抗が減ったことが追い風になっている。前向きで意欲的な精神を持つ関西の起業家達は、この機を大いに活かそうとしていることが分かった。過去の不況から、新しい技術やサービスを持つスタートアップが生まれ育ったように、日本で、また関西において、革新的なスタートアップがこの機に成長することを期待する。

しかしながら今回の調査の母数は137件と十分ではなく、また協力を依頼した団体も限定されている。スタートアップも多種多様な業態があり、それを支援する企業やVC、行政や大学機関も多々存在する。今後も引き続き、そのような機関とも連携して調査や観察を続けていきたい。

謝辞

調査の企画や設計実施を応援してくれた、NPO 法人生態会の理事・事務局スタッフ、共同調査を行った一般社団法人日本スタートアップ支援協会に深くお礼申し上げます。そして何よりも、調査に協力して下さったスタートアップ企業の方々、ありがとうございます。新型コロナウイルスにも負けず、変化を活かして革新を起し、新市場を創ろうと奮闘されているその姿に敬意を表します。

注

- ベンチャーブームについては諸説あるが、一般的に下記を指す。第一次:1970～73年, 第二次:1982年～86年, 第三次(前期):1993年～2000年, (後期)2000～2006年, 第四次:2013年～
- INITIAL 2020年3月27日基準より
- 日経新聞 中小企業「コロナ悪影響」が9割, 大阪シティ信金調べ(2020年4月16日電子版)
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO58131310W0A410C2LKA000/>
- 大阪市と公益財団法人大阪産業局の共同実施調査「新型コロナウイルスによる企業活動への影響」(2020年6月1日～8日実施)
<https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/cmsfiles/contents/0000498/498877/20200630kekka.pdf>

- 5) 当NPOの独自調査。NPOの持つ関西スタートアップのリスト企業へ、メールや問い合わせフォームから依頼、NPOのFacebookやTwitterでも告知。提携先企業からも告知協力。対象は関西に本社を置くスタートアップ企業。
- 6) 2020年5月14日～5月26日実施。一般社団法人の会員企業や、イベントや関係者を通じてスタートアップへ依頼。質問内容は、比較が可能になるように、4月実施のNPOの調査と同じとした。
- 7) 本社所在地詳細：
関東85社（東京都82、神奈川県2、千葉県1）、
関西36社（大阪府27、京都府7、兵庫県1、奈良県1）、
その他18社（北海道5、宮城県1、静岡県2、愛知県1、岡山県1、
広島県2、福岡県3、長崎県1、沖縄県2）
- 8) 第二回全国調査の回答の中で、「非常に良くなる」「良くなる」、
「どちらともいえない」、「非常に悪くなる」「悪くなる」の3グループに分けて、1要因の分散分析を行った結果、有意差は見られなかった。

引用文献

- 長谷川博和(2012)「ベンチャー企業の経営環境に関する最新課題」
『月刊 資本市場』No.322
- 泰信行(2017)「本格的幕開けの時代を迎えた日本のベンチャーコミュニティ」『月刊 資本市場』No.382 4頁-5頁
- 岩崎薫里(2020)「新型コロナ禍におけるスタートアップへの期待」
『日本総研 Viewpoint』No.2020-001, 6頁
- 経済産業省 産業技術環境局「コロナ危機を踏まえた今後のイノベーション政策の在り方について」2020, 6