

米国型目指す在京ネットベンチャー

「渋谷をインターネットビジネスのメッカにしよう」 99年3月、渋谷周辺のインターネット関連のベンチャー企業の経営者が集まって「ビットバレー構想」が発表された。初台や富ヶ谷、青山など、渋谷周辺にインターネット関連のベンチャー企業が多いことから(下図)、渋谷を日本のシリコンバレーにしようという内容だ。当初、「渋谷=渋い谷」という解釈から「ビターバレー(Bitter Valley)」と呼ば

れ、後に「ビットバレー(Bit Valley)」と改められた。

数人でスタートしたビットバレーのメーリングリストは、口コミや評判を聞きつけたマスコミの報道で参加者が増え、99年12月時点では約3000人に達している。ベンチャー企業の関係者のほかに、ベンチャーキャピタルや会計士などのサポーターやこれからインターネットビジネスを始めようとする学生などが参加している。

最近では渋谷だけでなく、東京全体をビットバレーと言うようになってきている。ビットバレーの活動を支援する非営利団体「Bit Valley Association」(<http://www.bitvalley.org/>)の松山太河ディレクターは「ベンチャー企業だけでなく、大企業のインターネット事業やベンチャーキャピタルとの協力関係の中で、日本のインターネットビジネスは発展している。シリコンバレーの大きさと比べても、東京全

渋谷周辺からスタートしたビットバレーだが、活動範囲は広がりつつある



体でビットバレーを形成していると考えるのが妥当」だという。

現実のコミュニケーションが不可欠

インターネットといえば、時間や距離による制約は比較的少ないように思える。しかし、実際には東京という狭い地域にインターネット関連のベンチャー企業が集中している。その理由をデジタルコンテンツのクリエイターを養成する「デジタルハリウッド」の杉山知之校長は、「インターネット産業は創生期にある。日ごろから会って話しあったりすることで、新しいアイデアや事業が生まれる」と解説する。

ビットバレー型ベンチャー企業の典拠例とされるのが、ビットバレー構想の提唱者、西川潔社長が経営するネットエイジだ。同社は99年5月にインターネット上での自動車販売事業「ネットディーラーズ」をソフトバンクに「数億円」(西川社長)で営業譲渡したのを皮切りに、分社化、買収、提携などで4つの関連会社を傘下に収め、事業を拡大している。ネットエイジから分社化し、電子商取引の支援事業を行うアクシブドットコム尾関茂雄社長によれば「事業売却、提携、買収などを猛スピードで繰り返しるのが、インターネット企業」の特徴という。

株式公開にこぎ着ける企業も

ビットバレーのベンチャー企業の中には既に成功例も出始めている。プロバイダー事業を行うインターキューは99年8月、店頭市場に株式を公開した。同社の熊谷正寿社長もビットバレー構想を推進する1人。公開直後から同社の株価は上昇を続け、99年12月中旬での時価総額は5000億円近くになっている。東京証券取引所の「マザーズ」

ボランティアが支えるビットバレー

ビットバレー関係者の定例会と云えるのが毎月第1木曜日に開催されている「BitStyle」という懇親パーティーだ。関係者のほかに、大企業のインターネットビジネス担当者やベンチャーキャピタルなどが参加する。回を重ねるごとに参加者が増加し、12月2日には1000人を超えた。会場では投資先や提携先探しの商談や、ベンチャー企業の社長自らが学生をリクルーティングする光景などが見られる。また、既に成功したベンチャー経営者が講演を行うのも特

徴。「成功者の話を聞くことで、ネットビジネスの勢いを感じ、自分もやる気になってもらう」のが主催者の狙いだ。

このBitStyleを主催するのが、ビットバレーの活動を支援する「Bit Valley Association」という非営利団体だ。メンバーはネット企業の経営者やインターネットでの起業を目指す学生などのボランティアで運営されている。学生の力を集めることができるのも東京圏にあるビットバレーならではと言える。



Bit Valley Associationの宮城治男事務局長(左)と松山大河ディレクター(右) 宮城事務局長は学生のインターシップを主催する非営利団体ETIC代表との兼務。松山ディレクターのようなベンチャー企業経営者や学生スタッフなど、ボランティアによる支援も大きい

ビットバレーでは既に成功したベンチャー企業が若いベンチャーを支援する側面もある。99年12月2日のBitStyleにはデジタルガレージの伊藤穰一会長(中央)とデジタルハリウッドの杉山知之校長(右)、カルチャー・コンビニエンス・クラブの増田宗昭社長(左)も姿を見せた (撮影: 2点とも菅野 勝男)



など新興株式市場の登場もあり、2000年中に公開を予定するベンチャー企業は多い。第2、第3のインターキューを狙って、「ベンチャーキャピタルなど多くの資金がビットバレーに流れ込んでいる」(アクシブの尾関社長)。

ビットバレーに追い風が吹いていることは間違いないが、この状況を警戒する声もある。やはり、ビットバレー構想の提唱者で、コンサルティング事業などを手がける米ネットイヤーグループの小池聡CEO(最高経営責任者)は、「米国のインターネット企業は何年も

かけて技術や経営手法を蓄積したうえで花開いた。日本では企業側が成熟する前に資金が流れ込んでしまった」と企業としての底の浅さを指摘する。また、デジタルガレージの伊藤穰一会長も、「今は完全にインターネットバブル。バブルを利用するのはよいが、それが弾けても生き残れるような仕事をしなければ駄目だ」と語る。ビットバレーが日本のシリコンバレーになれるかどうかは、バブルに流されない、しっかりした企業がどれだけ出てくるかにかかっている。

