

材料発ベンチャー

シリコンバレーのエレベーター ピッチに参加して

*ロータスアロイ株式会社；代表取締役

**株式会社ロータスサーマルソリューション；取締役会長
大阪大学；名誉教授
中嶋 英雄

10年ほど前、文部科学省による我が国の大学発ベンチャー企業1000社を創立させる目標の下に多数の大学発ベンチャー企業が設立されたが、期待するほどの成果が上がらず縮小気味である。その中で、アベノミクスの一環として経済産業省とNEDO(新エネルギー・産業技術総合開発機構)は我が国の代表的なベンチャー企業の優れた技術を米国やイスラエルに売り込み、我が国の産業の活性化を図ろうとしている。2015年2月に経産省とNEDOは我が国を代表するベンチャー企業10社を選定し、米国サンフランシスコ郊外のシリコンバレーにて多数の米国投資家の前で我が国のベンチャー企業の技術売り込み企画を実施した。私が代表取締役を務めるロータスアロイ(株)もその10社のうちの1社に選定された。本稿は我が国の若手研究者や学生にベンチャー企業の面白さを周知させると同時に、我が国のベンチャー企業育成に消極的な姿勢が産業の活性化を抑制している一因になっているという現状紹介を込めて書いたものである。

2月中旬、その10社の代表者がシリコンバレーにおいて自

社技術の売り込みを行うため、東京で3日間、スタンフォード大学ビジネススクールの数名のスタッフから特訓を受けた。このプレゼンテーションを「エレベーターピッチ」と言う。「エレベーターピッチ」とはエレベーターに乗っている15秒から30秒の時間内にたまたま乗り合わせた投資家にプレゼンテーションをし、ビジネスチャンスをつかむテクニックである。上司への報告や自己アピールにも有効な手段として注目されており、その起源は米国サンフランシスコのシリコンバレーにあると言われている。特訓では英語で3分間と5分間のピッチ訓練が繰り返し行われ、目標時間を10秒以上超えれば不合格でやり直し、発表はスクリーンを見ながらやるのではなくアイコンタクトしながらオーディアンスを見ながら、訴えかけるように、ジェスチャーも入れながらと細やかな指導があり、practice, practice...の繰り返しであった。カスタマー(顧客)を満足させるには、..カスタマーはベンチャー企業が素材メーカーであれば素材を製品化する製造業者であり、投資家であり、その先に見えるのは消費者である。如何に売り込むか、世界オンリーワンであるか、ライバル製品との差別化、優位性、低コストか、他の製品への波及効果はどうか?更なる発展性が見込めるか?社会に貢献できるか?などのすべてを盛り込んでいるか、などが必須の事項である。特訓中、発表者以外の9名は図1のようなカラーの帽子をかぶり、プレゼンテーションを高く評価するコメント、批判するコメント、カスタマーの立場から見た意見、投資家の立場から見た批判を的確に言わなければならない。これらのコメントターの出来具合もスタンフォードのスタッフから評価される。まさに息をつく暇もないほどで、Retiredした私は正に学生気分であった。特訓後もスタンフォードのスタッフと電子メールで多数回やり取りをして、よ

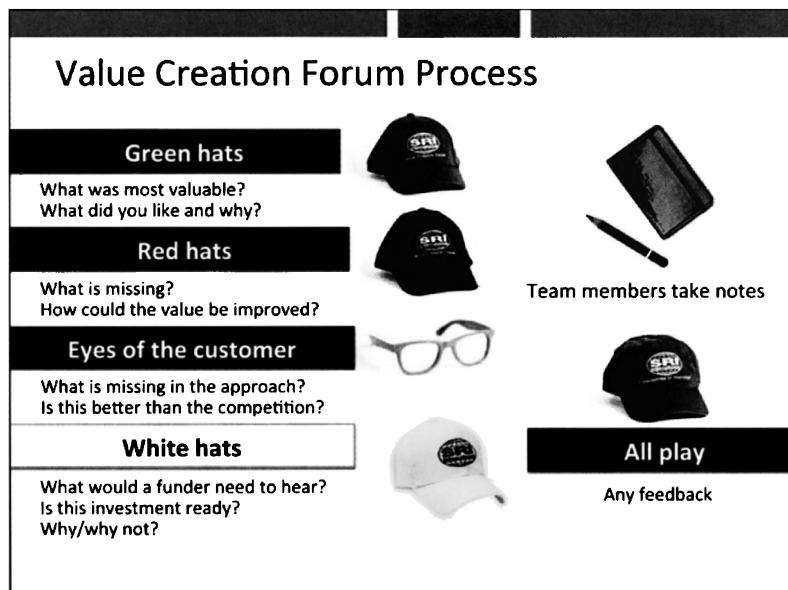


図1 エレベーターピッチの価値評価のためのオーディアンスの役割分担。

* ロータス金属の研究開発企業 <http://www.lotus-alloy.jp>

** ロータス金属を用いたヒートシンクの製造企業(2016年2月創業)

うやく1カ月間かけて数枚のプレゼンテーションのスライドが出来あがった。私の長い研究生活の中で、わずか3分、5分間のプレゼンテーションに数十回の練習(リハーサル)を繰り返し、5枚のスライドに1カ月間もかけて作成したという経験は初めてであった。

3月中旬、それらの10社の代表者はNEDOの派遣でシリコンバレーに赴きFour SeasonsホテルでCross-Pacific Technology Innovation Partnershipのイベントが行われた。さらに、私を含む5社の代表者は経済産業省によってテキサス州オースティンに派遣され、米国南西部最大の産業見本市SXSW2015-Tech Ranch Austinでも同様のプレゼンテーションを行った。ここでは前者のみ説明する。シリコンバレーはスタンフォード大学のキャンパスの近くにあり当日午前中はNEDOの立会いの下で最後のリハーサルが行われた。午後前半は各社が簡単なブースを設け、訪れる投資家一人一人に説明を行った。来訪者には米国人投資家、インド人系投資家だけではなく日本企業の海外駐在員などもいた。東京や大阪の見本市でブースを組んで説明する機会に比べて質問内容がよりストレートで厳格であり真剣に査定をしていることが読み取れた。午後の後半には10社が3分間のエレベーターピッチタイプのプレゼンテーションを100名以上の米国人らの投資家の前で行った。私はプレゼンテーション中に投資家の強いまなざしと関心の強さを肌で感じた。国内でかつてこのような緊張感ある、感激的な体験をすることはなかった。プロ、素人の投資家、個人、企業の投資家を問わず、我々ベンチャー企業人と直接、話し合い、reasonableと納得

する投資家、不足を指摘する投資家、査定する投資家など、さまざまであるが、皆のめり込んで聞いてくるし、厳しいながらもベンチャーを育成しようとする、人間味を感じた。その後、数名の投資家が私に会うために来日し、弊社もグローバル化が期待されている。米国は競争社会であるが、このように投資家がベンチャー企業を育て上げようとする積極的な意欲ある雰囲気を感じる事ができた。そうであるから、米国では億万長者も含めたベンチャー企業が育つのだと実感することができた。

我が国の若手研究開発者や学生にこのようなexcitingな感激を与える機会ができれば、多くのチャレンジングなアイデアや研究成果をもった研究者や学生にベンチャー企業の起業化への意欲ができ、彼らが投資を勝ち取り事業の夢を自ら主体性をもって実現させることができるであろう。若者にもっと夢多き道が開けるのではなからうか?ただ残念なのは現時点で、我が国は投資家と言っても名ばかりで、失敗を恐れるばかりに、石橋をたたきだけで橋を渡ろうとしない。ベンチャー企業を育てようとする強烈な意欲も余裕もないというところであろうか。政府や経産省などがいくら旗を振っても産業界や一般投資家の理解と協力がなければベンチャー企業は育たないことを多くの人々がよく理解することから始めるべきであろう。

(2016年2月29日受理[doi:10.2320/materia.55.273])

(連絡先: 〒530-0001 大阪市北区梅田 1-1-3-267

(大阪駅前第3ビル2階267号室))