

社会課題解決型スタートアップとファイナンス

岩崎 薫里

目 次

- 1. 社会課題解決型スタートアップの台頭
- 2. 米国の動向
- 3. 多様化する資金調達先
- 4. 日本の課題

これまでビジネス化が難しかった社会課題の領域にスタートアップが相次いで参入している。デジタル技術を駆使し、社会課題を解決しながら収益の最大化を目指している。こうした動きは米国でとりわけ顕著であり、多様な資金調達先がその資金面を支えている。従来型のベンチャーキャピタルに加えて、インパクト投資家やフィランソロピー組織からの投資マネーが目立つようになる一方で、ミドルリスク・ミドルリターンの投資手法も登場している。

1. 社会課題解決型スタートアップの台頭

(1) 社会課題とビジネスの関係

これまで社会課題の領域の多くはビジネスの手法では解決できず、またできたとしても事業規模を拡大することが難しかった。効果を手にするのが将来の不特定多数である、受益者が購買力に乏しく対価を求めづらい、1件ごとのロットが小さい割にコストやリスクが高い、などの要因による。このため、この分野は行政、ボランティア組織、NGO・NPOなどが担い、民間企業の参入は、規模も影響力も小さい社会的企業（ソーシャルビジ

ネス）が中心であった。

ところが、社会課題のうちビジネスの手法で解決可能な領域が、ここにきて拡大している（図表1）。その要因として以下の三つの追い風を指摘できる。

第一に、デジタル化の進展とともに、デジタルイノベーション、すなわちデジタルツールを活用したイノベーションの創出余地が拡大している。インターネットとスマートフォンの世界的な普及に加えて、人工知能（AI）をはじめとする各種デジタル技術が実装段階に入ったことが背景にある。デジタルツールの活用により、①ユーザーへのアクセスの改善、②製品・サービスの品質・性



岩崎 薫里（いわさき かおり）

日本総合研究所 調査部 首席主任研究員。1987年早稲田大学政治経済学部卒業。同年4月住友銀行（現・三井住友銀行）入行。1992年日本総合研究所（JRI）、2005年JRIアメリカ出向、2007年日本総合研究所調査部へ復帰、2011年現職。専門は内外のスタートアップ動向、日本のデジタル化政策・戦略。