



日本経済が少子高齢化・人口減少という構造的課題に直面する中、イノベーションによる成長を支える原動力として、スタートアップに注目が集まっている。特に2022年11月に政府が掲げた「スタートアップ育成5か年計画」は、日本のスタートアップ・エコシステムを欧米・中国に並ぶ水準へ引き上げる国家的戦略である。本稿では政策の概要、進捗状況、各成長フェーズの特徴や課題について整理し、中小企業診断士の役割を展望する。

1 国内スタートアップの動向

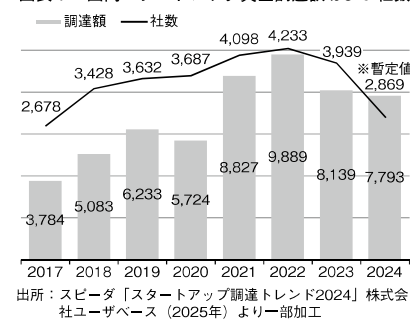
「スタートアップ育成5か年計画」は、2022～2027年度の期間において、日本国内のスタートアップ環境を飛躍的に改善するために策定された。政策の柱として、①人材・ネットワークの構築、②資金供給の強化と出口戦略の多様化、③オープンイノベーションの推進が掲げられている。これらを通じて、2027年度までに年間投資額を約10兆円、ユニコーン企業数を100社、スタートアップ総数を10万社とする目標が示されている。

2024年時点では年間投資額、ユニコーン企業数、スタートアップ総数は1～2割程度しか達成でき

ていないものの、大学発スタートアップ4,288社（2027年目標5,000社）、創業ベンチャー支援26件（同70件）と一定の進捗は確認されている（経済産業省『「スタートアップ育成5か年計画」の進捗状況について」2025年）。

資金調達動向としては、2013～2022年にかけて国内スタートアップに対する資金調達額は9,800億円超と増加傾向にあったが、2023年以降は8,000億円程度で推移（図表1）。資金調達社数は足元減少していることから、1社あたりの調達額と調達に難航する企業の増加が確認できる。

図表1 国内スタートアップ資金調達額および社数



2 ベンチャーの定義と成長ステージ

ベンチャーについて明確な定義はないものの、経済産業省の有識者会議において「新しく事業を興す『起業』に加えて、既存の企業であっても新たな事業へ果敢に挑戦することを包含する概念」とされており、事業年数等は要件とされていない。スタートアップについてもさまざまな解釈が存在し、明確な定義はないが、IPOを目指している企業や、創業年数が短い企業が想起される。

そこで本稿については、スタートアップはベンチャーに内包されるものとし、以降はベンチャーに統一して述べることとする。

ベンチャーはビジネスをゼロからスタートし、拡大していく。この成長ステージにもさまざまなとらえ方があるが、ベンチャーエンタープライズセンターの「ベンチャー白書」では、シード、アーリー、エクспанション、レイターと定義している（図表2）。

なお、エクспанションは、ミドルと呼ばれることも多く、以降はミドルとして説明する。

図表2 ベンチャーの成長ステージ

ステージ名	企業の状態
シード	商業的事業がまだ完全に立ち上がっておらず、研究および製品開発を継続している企業
アーリー	製品開発および初期のマーケティング、製造および販売活動を始めた企業
エクспанション（ミドル）	生産および出荷を始めており、その在庫または販売量が増加しつつある企業
レイター	持続的なキャッシュ・フローがあり、IPO直前の企業等

出所：一般社団法人ベンチャーエンタープライズセンター「ベンチャー白書2024—ベンチャービジネスに関する年次報告」（2024年）

3 シード～レイターの特徴と支援

ベンチャーの成長には、ステージごとに異なる課題と支援ニーズが存在するため、その成長ステージを意識した適切な支援を行うことが重要である。ここでは、シード・アーリー・ミドル・レイターの4段階に分けて、それぞれの特徴と中小企業診断士としての支援のあり方を整理する。

(1) シードステージ

①特徴

ビジネスアイデアの検証段階。概念実証（POC：Proof of Concept）や最低限の機能を備えた製品・サービス（MVP：Minimum Viable Product）が完成するかどうかの状況。収益は未発生またはごく少額。少人数のチームで活動している。

②課題

- ・資金調達
- ・ビジネス検証、初期メンバーの採用
- ・法務、会計支援

③支援ニーズ

資金調達については、自己資金には限界があり、エンジェル投資家、シードVCからの調達が必要となる。また、ビジネス検証、採用・チーム形成、法務・会計支援については、アクセラレーターやメンターによる伴走支援が求められている。

中小企業診断士が担う役割は、「メンター」の立ち位置である。このシードステージにおいては、やりたいことが漠然としている企業や、課題が明確になっておらず次のステップが見えていない企業が多い。そこで、SWOT分析・3C分析などで現状の事実を整理し、やりたいことを明確にするための「壁打ち」を経営陣と繰り返すことで、ビジネスの解像度が高まってくる。