

TOPICS

アジア経済

第2段階入りした東南アジアのスタートアップ

日本総合研究所 調査部
 上席主任研究員 岩崎 薫里
 E-mail: iwasaki.kaori@jri.co.jp

SMBC Asia Monthly

東南アジアでは、これまでの10年間でスタートアップの発展における第1段階とすると、現在は人材面や資金面の拡充が進み、第2段階に突入していると捉えられる。

■スタートアップの活発な立ち上げと成長

東南アジアでは、持続的な経済成長に伴い中間層が台頭したところへ、インターネットとスマートフォンが登場し、それらを活用したデジタル・サービスを提供するスタートアップが2010年代入り後に相次ぎ誕生した。東南アジアでのスタートアップへのベンチャーキャピタル(VC)投資額は、2010年にはわずか1億米ドル(米ドル、以下同じ)であったのが、ピーク時の2018年には96億米ドルに達し、その後も高水準で推移している(右図)。スタートアップのなかから大きく成長し、推定時価総額10億米ドル以上の「ユニコーン」となる企業も相次いでいる。シンガポール、インドネシアを中心に、これまでに30社以上のユニコーンがこの地域で誕生した。

成長著しい東南アジアのスタートアップであるが、その事業内容は独自のビジネスモデルというよりも、米国や中国発のものを取り入れているケースが多い。これはひとつには、米国や中国にあって東南アジアにはないものが依然として存在し、それらを採用する余地が大きいためである。また、独自性の強い商品・サービスにつながるような研究成果を生み出せるほどの有力な大学や研究機関が、シンガポール以外ではほとんど存在しないことも影響している。

一方、東南アジアのスタートアップは、個人の生活上の課題を中心に課題解決型が多い。この地域全体がさまざまな課題を抱え、それがビジネスチャンスとなっているためであり、課題を解決できるのであれば、その手法の発祥地は関係ない、という考え方が浸透している。

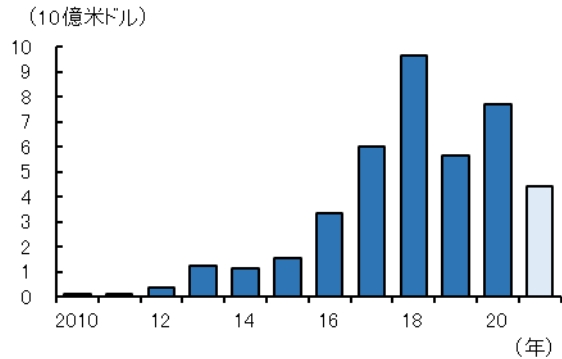
■相次ぐエグジット

スタートアップの立ち上げの活発化に伴い、IPO(新規株式公開)やM&A(合併・買収)等のエグジット(投資資金の回収)が少しずつ増えてきた。昨年ごろからは、10社前後のユニコーンがエグジットする、ないしエグジットを計画している。

スタートアップがエグジットを果たすことは、投資家や創業者が保有株式を売却してキャピタルゲインを得る点、そしてスタートアップを卒業する点で、ひとつのゴールである。しかしそれにとどまらず、その地域のスタートアップ事業環境をよりよいものへ導く役割も果たす。IPOの場合、創業者は引き続き経営に携わることが一般的である。しかし、M&Aで経営権を手放す場合、創業者は往々にして新たなスタートアップの立ち上げに挑戦する、もしくは、次はスタートアップを育てたいとして、投資家等スタートアップを支援する側に回る。スタートアップのチーム・メンバーも、IPOであれM&Aであれ、ストック・オプションの行使によって得た資金等を元手に、自分でスタートアップを立ち上げたり、スタートアップを支援する側に回ったりすることが多い。しかも、創業者およびチーム・メンバーは、新しいスタートアップを設立するにせよ支援するにせよ、それまでに蓄積した経験を活かし、経験不足に起因する失敗や回り道を回避する手段を提供することができる。

東南アジアでエグジット、しかもユニコーンによる大型エグジットがここに来て増加していることは、世代交代に加えて、スタートアップの事業環境の一層の拡充に向けた動きと捉えることができる。こうした点を踏まえると、東南アジアのスタートアップは発展の第1段階を終え、次の第2段階に移行しているといえる。

＜東南アジアでのベンチャーキャピタルによる投資額＞



(出所) Golden Gate Ventures, "Southeast Asia Startup Ecosystem 2.0", 2021, Cento Ventures, "Southeast Asia Tech Investment - 2021 H1", 2021
 (注) 2021年のみ1~6月の値。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

■スタートアップ事業環境の拡充

東南アジアのスタートアップを巡る状況について、発展の第1段階の初期にあたる10年前と、第2段階に突入した現在を比較すると、多くの点で変化がみられる(下表)。

まず、ヒトの面で、スタートアップを立ち上げようという人材が、10年前は限定的にとどまり、実際に立ち上げた人は、初めての起業であり相談相手も少なく、手探りで事業を運営せざるを得なかった。現在では、社会でスタートアップが認知され、ロールモデルも相次ぎ出現していることから、立ち上げ希望者が大幅に増えている。創業者の顔ぶれも多彩になった。また、カネの面では、前述の通り、スタートアップへの投資資金は10年前には少なかったが、スタートアップの数が増え将来性への期待も高まるにつれて、域内でのVCの設立や海外VCの進出等を通じて、投資資金が大幅に増加した。さらに、サポートの面で、10年前はほぼ皆無であったスタートアップの育成プログラムやエンジェル投資家が登場し、各国政府がスタートアップ促進策を講じるようになる等、スタートアップの支援体制の拡充が進んでいる。

<東南アジアのスタートアップを巡る状況>

		2012年 <第1段階>	2022年 <第2段階>
ヒト	スタートアップ起業家	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業希望者が少ない ・ 経験不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業希望者が潤沢 ・ 経験蓄積
	ロールモデル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 身近になし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 身近に多くの起業成功者
カネ	投資資金額	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3.8億米ドル(2012年) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 77億米ドル(2020年)
サポート	メンター、支援組織	<ul style="list-style-type: none"> ・ ほとんどなし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 多数のエンジェル投資家やメンター ・ 各種のスタートアップ育成プログラム
	政策支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 総じて拡充
ビジネスチャンス	課題解決	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人の課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人に加えて企業の課題解決

(出所) Golden Gate Ventures, "Southeast Asia Startup Ecosystem 2.0", 2021, United Nations, "World Population Prospects 2019", 2019を基に日本総研作成

このように東南アジアのスタートアップの事業環境が改善するなか、スタートアップが手掛ける事業領域も拡大しつつある。これまでは、個人を巡る買い物、移動、決済の課題を解消するためのオンライン・ショッピング、配車アプリ、モバイル決済等、個人向け事業が中心であった。しかし最近になって、業務効率化やデジタル化の支援等、企業の課題解決に挑む事業が相次いで登場している。東南アジアのスタートアップが個人の不便・不自由の軽減に貢献してきたように、今後は企業の生産性向上に貢献することが期待される。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。