

令和6年度東北地域の スタートアップにおける エコシステム形成に係る 基礎調査事業 報告書

2025年3月

株式会社ドゥリサーチ研究所

目次

1.事業実施の背景・目的	…	2
2.事業実施概要	…	3
(1) 地方スタートアップに係る動向調査	…	4
(2) 地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査	…	7
(3) 調査結果を踏まえた分析	…	19

1.事業実施の背景・目的

本事業の背景

- ✓ 東北地域では、大学研究・技術シーズを生かしたテック系スタートアップのみならず、非テック系スタートアップも輩出されるようになり、J-Startup TOHOKUの選定による支援も展開されているところ。
- ✓ 研究開発拠点が限定的な地方では、大学が知的財産を生む主要な機関として、スタートアップの発芽・輩出に対してその効果的な利活用が期待される。
- ✓ 東北地域発スタートアップには、資金調達や人材確保を目的に、東京に拠点を展開する事例がある。地方発スタートアップ・エコシステムの形成には、不足リソースを他地域で補完する選択肢が有益であると考ええる。

本事業の目的

- ◆ 以下を通して東北地域のスタートアップが創出される傾向、及び成長に必要なエコシステムの可能性の検討を行う。
 - ✓ 地方発スタートアップの状況や東京都に拠点を展開することのニーズ・効果等をデータやヒアリング等調査を通じて整理。
 - ✓ 東北地域大学発スタートアップにおける大学研究・技術シーズの関わりを整理。
- ◆ 東北地域と他地域（東京）との広域連携を含めた、より効果的・効率的な東北地域発スタートアップの成長に必要なエコシステムの可能性検討に繋げる。

2.事業実施概要

- 事業実施の背景・目的を念頭に、（１）地方スタートアップに係る動向調査、（２）地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査、（３）調査結果を踏まえた分析を実施し、現状と課題を踏まえた促進策の方向性等をまとめた。

（１）地方スタートアップに係る動向調査

①地方スタートアップに係る動向調査

本店・本社が東北及び東京以外の関東・中部に所在の**未上場スタートアップ**をリスト化

- 対象地域は**東北地域6県**（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）、**東京以外の関東地域**として新潟県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、**中部地域**として富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県 **15県**

②東北地域の国立大学発スタートアップに関する調査

東北地域の**国立大学発スタートアップのリスト化**

- 対象大学は東北大学、弘前大学、岩手大学、山形大学、秋田大学、福島大学の**6大学**

（２）地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査

東京に進出した経緯等を実際に**ヒアリング**する

- （１）①から「東京に支社かつ本店は東北所在のスタートアップ」、（１）②から「東京に本店を移したスタートアップ」を抽出：**計7社**ヒアリング

②在京VC（ベンチャーキャピタル）等へのヒアリング調査

スタートアップに精通する東京都所在のVCや支援機関、支援者へ**ヒアリング**する

- スタートアップが東京に拠点を設けることへの見解等について：**計9者**ヒアリング

（３）調査結果を踏まえた分析

①スタートアップの発芽（地政学的、学術機関（知財）の影響）に係る分析

視点例

- テック系／非テック系による差異
- 地政学的な影響（地域の特徴・カラーの影響）、大学等学術研究機関の有無が創出地域に影響が出るか等（創出の多さとの相関有無）

②他都道府県に拠点を開設するスタートアップの傾向に係る分析（ビジネス分野、目的等）

視点例

- ビジネス分野（事業分野）／大学発／地域別と東京進出との傾向
- 地方発スタートアップが東京等他都道府県に拠点を開設する実態傾向
- 在京VC・支援機関・支援者からの東京進出に対する見解

③東京と東北の広域的エコシステムの形成の実態に係る分析（現状と課題を踏まえた促進策等）

(1) 地方スタートアップに係る動向調査

①東京都本店以外の東北・関東・中部地方スタートアップに関する調査

- 本店が東北及び関東（東京都以外）、中部地方に所在する未上場のスタートアップをリスト化。
- リスト化したスタートアップについて、東京都への拠点設置状況等を調査。
- なお、本調査結果のリストは非公表。

自社保有データ+WEB検索

- ・ 自社保有非上場スタートアップ企業一覧 3,027社
- ・ 民間のデータベースやWEB等での検索

データベース例：

Crunchbase、スピーダ、STARTUP DB、initial

- ・ J-Startup選定企業
- ・ 大学発ベンチャー等実態調査

×

対象県：21県

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県

×

抽出要件

- ・ 設立年が2014年以降
- ※ただし、J-Startup選定企業は、設立年に限らず抽出
- ・ 複数のスタートアップ企業を対象としたデータベースでの掲載
- ※ただし、1 データベースのみの掲載もしくはデータベースでの掲載が無い場合でも、各種スタートアップ事業やプログラムでの実績、J-Startup選定企業、大学発ベンチャー等は採用



1,875社
抽出

項目	データソース等／備考
企業名	・ 企業HPからの収集・照合 ・ 国税庁法人番号公表サイト
設立年度	・ 企業HP、スタートアップ企業対象のデータベース等からの収集・照合 ・ 上記にて情報がない場合、法人番号公表サイトやWEB検索等による補完
本店所在地	・ 東北の場合は市町村、東北以外は都道府県名 ・ 企業HP、国税庁法人番号公表サイトからの収集・照合
ビジネス分野（※1）	・ 分野：「AI/制御」、「IoTデバイス/ICT/アプリ」、「サービス/プラットフォーム」、「モビリティ」、「ロボティクス」、「医工/バイオ」、「環境/エネルギー/社会」、「航空/宇宙」、「製造/素材・マテリアル」、「消費者サービス」、「金融・保険・不動産」 ・ 企業HPにおける事業概要からの区分整理 ・ スタートアップ企業対象のデータベース等における事業領域等
大学・研究機関発の有無（※2）	・ 企業HPやプレスリリース記事等 ・ 特許情報 ・ 大学発ベンチャー実態等調査DBからの検討
支社等拠点情報	・ 「都道府県」、「区分（支社、営業所）」、「開設年度」 ・ 企業HP、プレスリリース記事、WEB検索等 ・ gBizINFOからのデータ補完
法人番号	・ 国税庁法人番号公表サイト

(※1) 「サービス/プラットフォーム」にはICTやアプリケーションのなかでも、技術シーズの開発要素が低くサービス色の強いソフト開発、システム受託開発会社、DXソリューション提供会社なども含まれる。

(※2) 大学の技術シーズに基づく起業、大学研究者が起業や技術・製品開発等に関与、大学発ベンチャー認定を受けている等から判断した。

②東北地域の国立大学発スタートアップに関する調査

- 東北地域の国立大学発のスタートアップをリスト化
- リスト化したスタートアップについて、拠点開設状況等を調査。
- なお、本調査結果のリストは非公表。

自社保有データ+WEB検索

- 自社保有の大学発ベンチャー企業一覧 172社
- 民間のデータベースやWEB等での検索

データベース例：

Crunchbase、スピーダ、STARTUP DB、initial

- J-Startup選定企業
- 大学発ベンチャー等実態調査
- 調査対象大学のHPやプレスリリース資料等



対象：6大学

東北大学、弘前大学、岩手大学、
山形大学、秋田大学、福島大学



本調査における大学発スタートアップの要件

下記のうち1つ以上に当てはまる企業を「大学発スタートアップ」とし、各社のHPや各種プレスリリースやスタートアップ企業を対象とするデータベース等でその旨の記載があるものを抽出。

- 大学での研究成果に基づく特許や新たな技術・ビジネス手法を事業化する目的で設立された企業。
- 創業者の持つ技術やノウハウを事業化するために、設立5年以内に大学と共同研究等を行った企業。
- 大学研究者や職員、学生など、大学と深い関連のある者が、大学所属中もしくは卒業等を機に立ちあげた企業。
- 大学からの出資があり、かつ大学と深い関連のある企業。
- 調査対象大学における認定ベンチャー企業。



181社
抽出

項目	データソース等／備考
企業名	● 企業HPからの収集・照合 ● 国税庁法人番号公表サイト
設立年度	● 企業HP、スタートアップ企業対象のデータベース等からの収集・照合 ● 上記にて情報がない場合、法人番号公表サイトやWEB検索等による補完
本店所在地	● 東北の場合は市町村、東北以外は都道府県名 ● 本店移転歴有の場合は、移転前所在地と移転年度 ● 企業HP、国税庁法人番号公表サイトからの収集・照合
ビジネス分野	● 分野：「AI/制御」、「IoTデバイス/ICT/アプリ」、「サービス/プラットフォーム」、「モビリティ」、「ロボティクス」、「医工/バイオ」、「環境/エネルギー/社会」、「航空/宇宙」、「製造/素材・マテリアル」、「消費者サービス」、「金融・保険・不動産」 ● 企業HPにおける事業概要からの区分整理 ● スタートアップ企業対象のデータベース等における事業領域等
支社等拠点情報	● 「都道府県」、「区分（支社、営業所）」、「開設年度」 ● 企業HP、プレスリリース記事、WEB検索等 ● gBizINFOからのデータ補完
知的財産の有無	● 有：特許番号、取得時期、単願・共願の別、共願機関 ● 無：大学・研究機関の特許の優先活用の有無（有：当該機関名） ● 企業HP、J-Platpt、gBizINFO等
法人番号	● 国税庁法人番号公表サイト

(2) 地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査

(2) 地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査

- (1) 調査に基づき、「東京に支社を有し、本店は東北に所在するスタートアップ」、及び「東京に本店を移転したスタートアップ」に対して、東京へ進出した経緯等をヒアリング。(7社)
- また、スタートアップに精通する東京都所在のVCや支援者に対して、地方発スタートアップが東京に拠点を設けることに対する見解をヒアリング。(9者)
- なお、ヒアリング先、及び各ヒアリング結果詳細は非公表。

ヒアリング実施概要

実施時期	2025年2月～3月、1時間程度	
実施方法	オンライン（ツールはMicrosoft Teams）、または対面	
ヒアリング項目	①東京都に拠点を有する東北スタートアップ	②在京のVCや支援者
	(1) 企業概要 ・設立経緯・目的、経営者プロフィール、沿革、体制、ビジネスのコンセプト (2) 東京進出・拠点について ・進出の経緯や目的（進出時のステージ、抱えていた課題等） ・拠点の機能や役割 ・進出によるメリット／デメリット ※期待していたことも含む ・その他（活用した支援策やプログラム、出会ったVC等・事業パートナー・支援者・キーマン、東京進出が成功するための条件） (3) 知財戦略について ・考え方や戦略、取得知財、抱えている課題 (4) 今後の方向性及びその他 ・今後の成長に向けた方向性、抱えている課題、求める支援施策 ・その他ご意見	(1) 基礎情報・概要等 ・支援対象（ビジネス分野やターゲット、ステージ）、支援内容 (2) 地方発スタートアップの東京進出・拠点開設に対する見解 ・進出によるメリット／デメリット ・投資・支援先探索への影響 ・東京進出が効果的であるスタートアップの要件・条件 (3) 地方発スタートアップに対するご見解 ・スタートアップ創出を後押しする要因 ・支援者側から見た地方発スタートアップの可能性と課題 (4) ご意見・ご要望 ・地方で必要と思われる支援・施策 ・東京と東北圏域による広域連携の有効性・可能性 等

ヒアリング先

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査（以下7社）

- ・ 東京に支社を有し、本店は東北に所在するスタートアップ：4社
- ・ 東京に本店を移転したスタートアップ（大学発）：3社

②在京VC等へのヒアリング調査（以下9者）

- ・ スタートアップ支援経験・IPO支援経験が豊富な公認会計士：2名
- ・ スタートアップ支援経験・知財経営支援が豊富な弁理士：1名
- ・ 大手事業会社とスタートアップ・中小企業等とのマッチング支援者：1名
- ・ 事業プロデューサー／インキュベーションマネージャー：1名
- ・ ベンチャーキャピタリストとしての経験が豊富な企業支援専門家：1名
- ・ 創業支援施設のコミュニティマネージャー：1名
- ・ 起業家発掘・育成支援専門家：1名
- ・ 投資事業会社代表：1名

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査

ヒアリング結果要旨

1. 東京進出・拠点について

《理由の例》

●地元で集まらない人材確保、探索

営業人材、開発・技術人材、経営者・経営人材など（大手集積地ならばそこから流れてくる人材確保機会もあり）

●資金調達のため

開発費を負担いただけるパートナー探し、資金調達先の金融機関が都内にあり、支援いただいたVCの所在地が都内のため、地元での資金調達が難しくVC支援を通して都内に進出等

●上場を見据えて

証券会社も都内に集中、上場企業の勤務経験者・経理経験者も地元が少ない

●顧客となる大手企業が集積するとともに、全体としてエコシステムやその他リソースも充実している

《拠点が持つ機能の例》

●研究開発や製品開発機能

●広報・情報発信機能

●営業機能

●近辺にいる顧客等と直接会うための場所 ※リモート中心の企業では都内拠点の利用頻度が低いといった例もある

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査

(1) 東京進出・拠点について

《メリットの例》

●営業が効率的

実機・デモを顧客に見てもらえる、取引先と会うのに便利

●資金調達では対面の必要性が高い

●出会いとエコシステム

出会いの機会が多い、エコシステムに参加しやすい、
チャレンジングな人に出会える確率高い、コミュニティも
「当たり前前のレベル」が地方より高い

●入居施設

スタートアップにとってコスト的・スペース的に使い勝手
がよい入居施設がある

《デメリットの例》

●コミュニケーション・管理関係のコスト

拠点が分散するとコミュニケーションコスト・管理コスト
が高くなる、全体方向性を統一するには1拠点でFace to
Faceがよい、社内で熱量の伝播が難しい、リモートだと意
思疎通が取りにくく認識の齟齬がでる

●土地代、物価の高さ

製造業だと必ずしも東京にアドバンテージがあるとは限ら
ない

●地域への転勤

東京採用者の地域の拠点への転勤は難しいことが多い（別
途地元採用の必要性あり）

《東京進出が成功するための条件の例》

●ビジネスモデルを作りこんでから

東京は物価が高く、競争も激しい

●自身の業界の集積地、人同士の横のつながりが強いエリアを探すこと

そのような地では金融機関も新しい会社を探している

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査

(1) 東京進出・拠点について

《その他指摘点》

- 地方は物価が安価で生産・製造・倉庫は有利。地の利を生かせる事業ならば地方でも可能
- 東京はプレイヤーが多くコミュニティも複層的で、拠点開設により人材確保が極端に有利になるわけでもない
- 拠点施設におけるコミュニティマネージャーが人同士をつなぐ、交流促進のために重要（エコシステム形成のポイント）
- 本店が地域にあると逆に注目度が高い
- 研究開発（装置類）には試験のためにリアルの場所が必要
- 東京では不動産会社が積極的にラボ施設開設計画を進めている。ニーズがあり、資産価値の注目度が高い
- ビジネス領域等の変化・拡大によって、求める経営リソースとともに、拠点の必要性は変化。

(2) 知財戦略における課題、ご意見など

- 知財戦略を深く分かる人材が少ない
- 外国出願制度や支援施策の活用相談は県の知財総合支援窓口がはやい
- 発明者が大学研究者の場合、売り先が無いまま管理コストを支払い続けている場合が多い
- 大学研究者が発明した特許が既に公開されていると、その段階から事業化するリスクが高い

(2) 地方スタートアップに係る拠点開設に関する調査

①東京都に拠点を有する東北スタートアップに係る実態調査

(3) 今後の方向性における課題と求める支援、有効な支援など

《求められる、有効だと考えられる支援例》

●営業機会、知っていただく機会

分野等を限定したピッチイベントなどで確度が高い顧客候補のPR、都内VCへ1社単独では無くまとめて情報発信する支援

●パートナーとのマッチング

海外展開・貿易を一緒に取り組んでいただけるパートナー、自社製品を全国・世界に営業いただける商社等

●人材確保

経営人材・管理人材のニーズあり。獲得競争が激しい開発経験者とのマッチング機会。地域で埋もれているOB人材の発掘とマッチング支援

●ハード部分（大学共同ラボ等）

スタートアップが自前で研究室を持つのはリスクあり（ただし、機器の導入・管理コストや運営コストを考えると、母数が多い研究者層・テーマ等から対応するのがよい）

●地域と東京のエコシステムを繋ぐ、または使いやすくする支援

●早期のアドバイス

資本政策へのアドバイス（特に起業前時点）。VCへのプレゼン指導。事業内容に合わせた資金調達の選択肢アドバイス等

●東京での成功者が地元に戻ってきやすい状況づくり（やり方・モデルを地域に移転）

●行政の支援施策情報の収集強化

②在京VC 等へのヒアリング調査

ヒアリング結果要旨

(1) 東京進出への見解

《メリットや意義》

●大きくは資金調達／人材確保／事業機会確保

いずれの面でも東京の方が有利。資金調達は東京の方が規模大きい、シード期以降では地域内のみの調達では限界

●人材面（東京で多く、地方で少ない）

IRや調達業務の経験者、質の高い・優秀な経営人材、高いレベルを目指して人材が東京に集まる傾向

●提携先・パートナー発掘

顧客候補企業とその情報量も多い

●支援人材（士業等）について（東京で多く、地方で少ない）

スタートアップ支援が可能な支援人材、経営者を育てる・成長させることが可能な支援人材、優秀な弁理士（扱う件数も豊富でテクノロジーに強い、ビジネスの観点から権利を抑える支援が可能）

●つながり／出会い／コミュニティ

先進技術情報も含めて情報が集まる。ビジネスの中心として事業拡大への出会いが豊富。ピッチも東京でリアル開催の方が結果につながる。スタートアップ・経営者同士のネットワークが強力（同分野同士のつながり、リソースの紹介機能）

●その他

- ・地域ではスタートアップ自体への理解が低い。
- ・規制当局とのコミュニケーションでも有利。

②在京VC 等へのヒアリング調査

(1) 東京進出への見解

《デメリット》

●物価等の高さ

物価・人件費が高騰し拠点を設けるコスト大

●競争が激しい

淘汰される可能性大、自身が望むロケーション拠点開設が出来るとは限らず

●地域独自の支援施策・実証プログラムを使えない

《視認性、支援のしやすさ》

●VC・支援者は発掘しやすくなる

探索においてはプラスになる。イベントはリアル参加の方が圧倒的によい。一方で、地方大学の有望シーズへ効率的にリーチできない。地方企業は事前リサーチが難しい。首都圏大手企業は地域企業をあまり知らない。

●IPOに向けては地方はハードル

証券会社はIPO部隊も含めて首都圏に集中

●支援実務について

ハンズオン支援はプラス。深い問題・テクノロジーの会話は対面が有利。地方では企業側に上場経理担当者が不足。

※ただし、アドバイスやバックオフィス関係の支援はオンラインで問題なしとの意見も多い

②在京VC 等へのヒアリング調査

(1) 東京進出への見解

《東京進出が成功するポイント》

●ビジネスモデルが出来上がったステージ以降（およそアーリー以降）

ある程度形が出来上がった状態（PMF（Product-market fit）をしっかりと詰めた後）。ファン্ডを広げる／人のつながりを広げることが必要な段階。シード期よりもトラクションを取れて拡大が見えている段階。プロトタイプ・プロダクトが出来て顧客やパートナーを探す段階。

●組織的に育ち、地域拠点を任せられる人がいる段階。ビジョンをしっかりと持って進出した方が効果的。

《スタートアップが創出される要件》

●ハード・ソフトのインフラが必要

インキュベーション施設やラボ。補助金などの支援制度。大学・研究機関。パートナー候補企業。シード期対応のVC。

●コミュニティとコミュニティマネージャーの役割が大きい

情報発信とオフラインでの関係構築支援、事業のブレストが始まるくらい質の高い雑談が生まれる支援

《地方ゆえの利点》

●地方の方がターゲットになる領域もあり

過疎地域に対して提供するビジネス。農業（食品加工、流通が全部セットで）、広い場所が必要なもの（宇宙事業や大型エネルギー事業）、実証と製造・生産の場

●地方発の「理由」があるもの

地方ならではの技術に基づくもの（大学発シーズ等）。地方ならではの課題に対応するもの。研究開発は大学等研究機関に近いところが有利（実証以降は顧客が近いところ）

②在京VC 等へのヒアリング調査

(2) 地方発スタートアップに対するご見解

《スタートアップのハードル、スケールする企業の特長など》

●スタートアップは増えているがスケールする企業は少ない

想定顧客がどれだけいるのかが大きい（マーケット規模とシェア）。あくまでビジネスモデルが重要

●経営者の仲間の存在は大きい（経営者の悩みは経営者にしか分からず）

●その他

- ・上場自体がゴールになると上場以降が大変
- ・連携する大手事業会社にとって、スタートアップと中小企業の差異はなく、技術の尖り具合と顧客との親和性を重視

《スタートアップ、支援者側の課題感等》

【スタートアップ】

●スタートアップは知財戦略を後回しになりがち（かつ、あくまで出願戦略に留まっている可能性）

●オープンイノベーションマッチングでは基本的に自己アピールが上手い方が協業につながる

【支援者】

●マーケット規模やシェアの推定、資本政策について、必ずしも都内支援機関でも出来ているとは限らない

●「出願戦略」ではなく、プロダクトの魅力を抑える戦略を支援出来る人が地方で相対的に少ない

●IPO経験があっても大企業しか担当していない場合スタートアップ支援は難しい可能性

●地域VCもビジネスのマーケットが小さいと本来意図した役割を果たせない（域外スタートアップへの投資に繋がり得る）

●スタートアップ支援に向けた人材は、当該分野の経験やVC・土業等ではなく、あくまでビジネスリテラシーが高い人

②在京VC 等へのヒアリング調査

(3) 求められる支援策など

《求められる支援策、有効な支援策など》

●必要な知識・ノウハウの獲得支援 (信頼できる相談相手とともに)

資本政策の知識、競合比較・分析、リスクに対するミディケーション、VCとの付き合い方・見極め方 等

●イベント開催とピッチの支援

東京の活動経験が乏しければ投資家向けピッチへのアドバイス、ピッチと商談がセットのイベント 等

●東北地域－東京等との広域連携の可能性

東京圏域の支援者や拠点施設とのネットワーク構築（特にIPO経験人材は都心に多い）、地方のワンストップ窓口と都内拠点の連携、大手企業集積地への情報発信支援、都内支援者等を地域に呼び込むプロモーション・ブランディング、地域スタートアップを集約して都内にアプローチ、東京での成功者が地域へ方法論やモデルを移転する支援 等

●地方でスタートアップ理解を促進 (新しいことに取り組むカルチャー形成、学生等への情報発信含む)

●その他

- ・最初からM&Aを前提とする投資は少なく、他社との連携過程でM&Aが出口になることあり。技術を強みにしている企業は事業会社との関係性・連携でM&Aに結びつきやすい。
- ・デットファイナンスも重要。出資はエグジットに合わせた形で振り回される可能性あり。

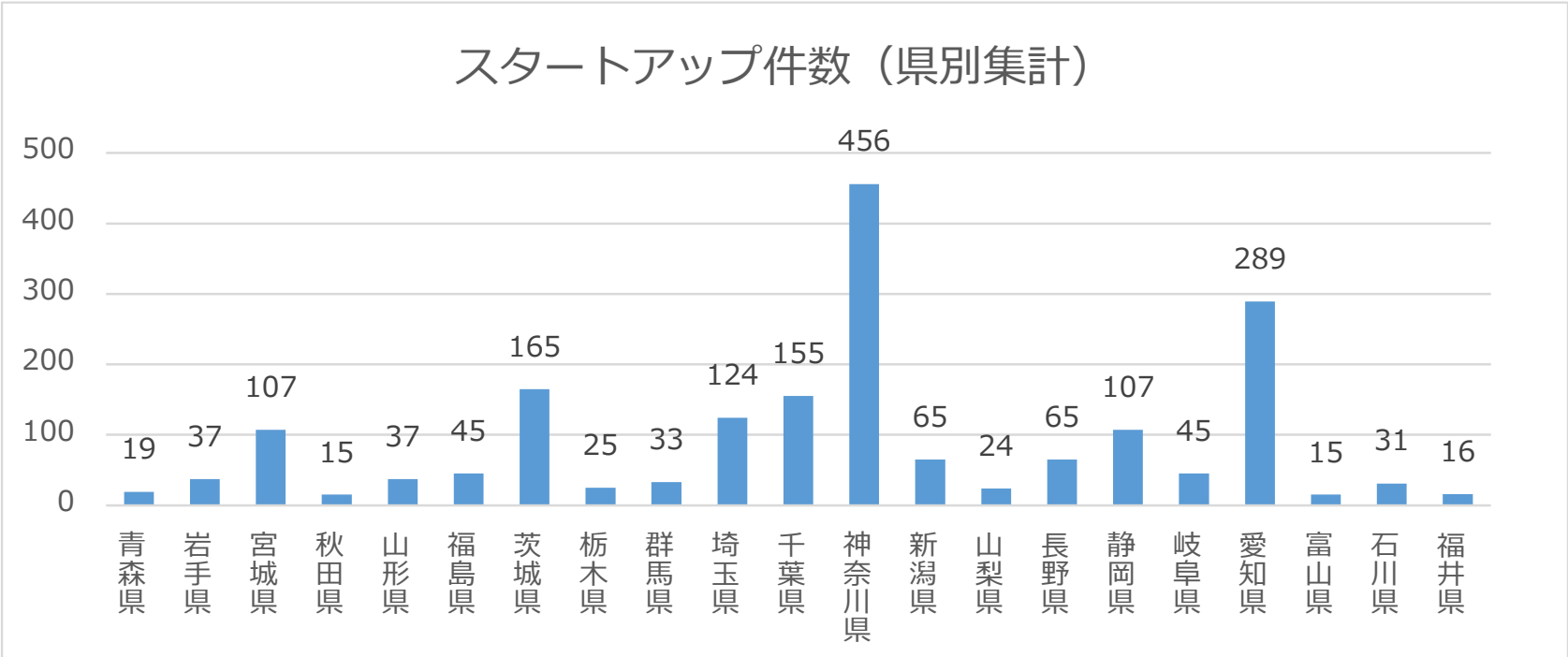
(3) 調査結果を踏まえた分析

① スタートアップの発芽に係る分析

● 本店所在地の県別集計の結果

地域	本店所在県	件数	%
東北	青森県	19	1.0%
	岩手県	37	2.0%
	宮城県	107	5.7%
計	秋田県	15	0.8%
	山形県	37	2.0%
	福島県	45	2.4%
260			
13.9%			
関東	茨城県	165	8.8%
	栃木県	25	1.3%
	群馬県	33	1.8%
	埼玉県	124	6.6%
	千葉県	155	8.3%
	神奈川県	456	24.3%
	新潟県	65	3.5%
	山梨県	24	1.3%
	長野県	65	3.5%
計	静岡県	107	5.7%
1,219			
65.0%			
中部	岐阜県	45	2.4%
	愛知県	289	15.4%
	富山県	15	0.8%
計	石川県	31	1.7%
	福井県	16	0.9%
396			
21.1%			
合計		1,875	100.0%

- 全体件数は1,875件。うち、**東北は260件（13.9%）**、関東が1,219件（65.0%）、中部が396件（21.1%）である。**首都圏がある関東が6割強を占め、そのうち東京と隣接する神奈川県が456件（24.3%）で県別に見ると最も多い**。関東ではそのほか、東京と隣接する茨城・埼玉・千葉が全体から見てもそれぞれ3～5番目の多さとなっている。改めて**東京を中心としたエコシステムによるスタートアップ輩出後押し**の効果が読み取れる。
- 中部では愛知が289件（15.4%）と全体で2番目の多く、中部圏における独自のエコシステム構築が輩出を後押ししていると考えられる。**東北のなかでは宮城が107件（5.7%）と最も多く、同様に東北圏域ではスタートアップ輩出の中心**となっている。

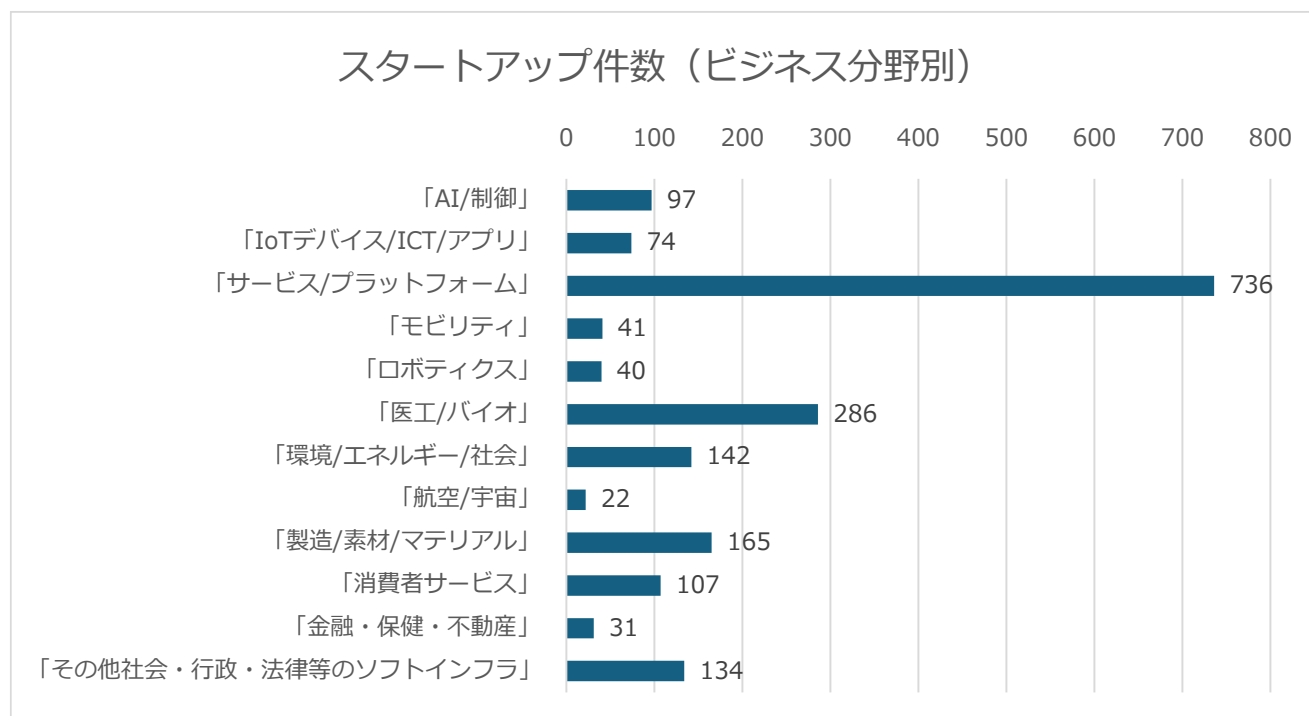


①スタートアップの発芽に係る分析

● ビジネス分野別集計の結果

- 全体件数1,875件のうち、「サービス/プラットフォーム」は736件（39.3%）が最も多く約4割を占める。次いで、「医工/バイオ」は286件（15.3%）、「製造/素材/マテリアル」が165件（8.8%）となっている。
- 「サービス/プラットフォーム」分野が広く創業しやすい分野であることが伺える。また、「医工/バイオ」や「製造/素材/マテリアル」は新規技術開発テーマとして比較的ウェイトが高かったことが伺える。

ビジネス分野	件数	%
「AI/制御」	97	5.2%
「IoTデバイス/ICT/アプリ」	74	3.9%
「サービス/プラットフォーム」	736	39.3%
「モビリティ」	41	2.2%
「ロボティクス」	40	2.1%
「医工/バイオ」	286	15.3%
「環境/エネルギー/社会」	142	7.6%
「航空/宇宙」	22	1.2%
「製造/素材/マテリアル」	165	8.8%
「消費者サービス」	107	5.7%
「金融・保健・不動産」	31	1.7%
「その他社会・行政・法律等のソフトインフラ」	134	7.1%
合計	1,875	100.0%

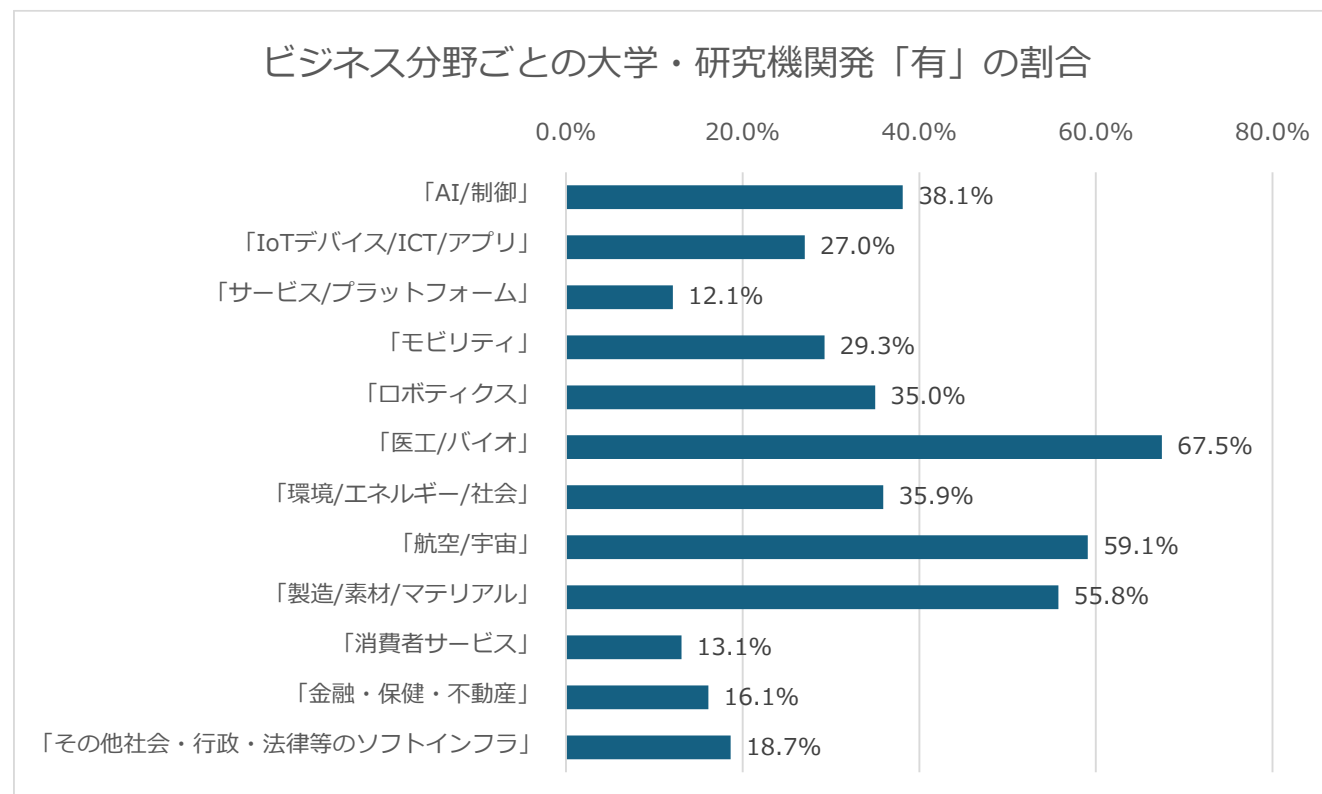


①スタートアップの発芽に係る分析

● ビジネス分野における大学・研究機関開発「有」集計の結果

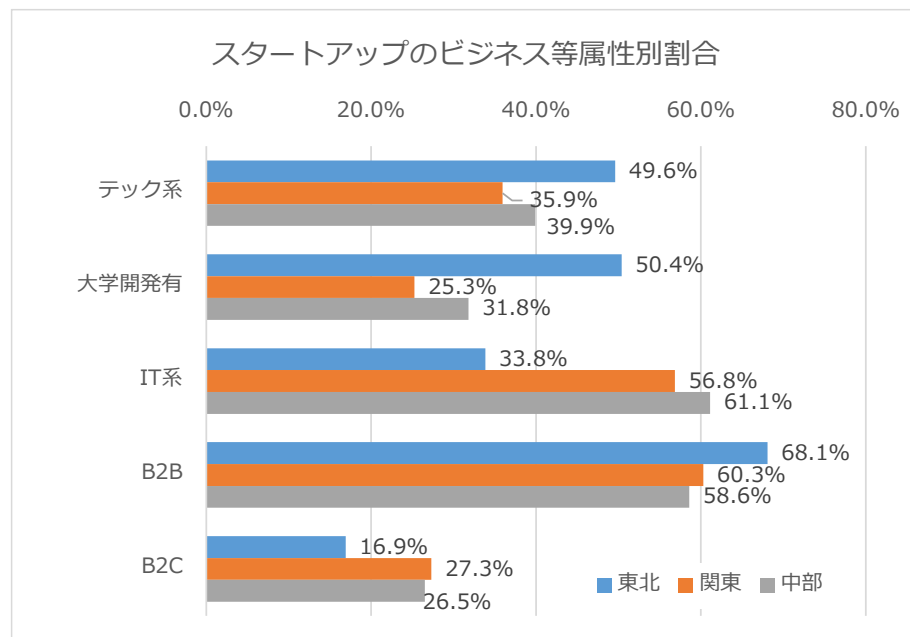
- ビジネス分野ごとに大学・研究機関の開発が関係していた件数の割合を見ると、「**医工/バイオ**」が**67.5%**と最も高く、次いで「**航空/宇宙**」(**59.1%**)、「**製造/素材/マテリアル**」(**55.8%**)となっている。これらのテーマは、**ディープテックとして大学等研究シーズ等に基づくことが比較的多い**と分かる。一方、「サービス/プラットフォーム」は12.1%と最も低く、大学等発研究シーズとは比較的關係が薄いことが分かる。

ビジネス分野	件数	大学・研究 機関開発 「有」	%
「AI/制御」	97	37	38.1%
「IoTデバイス/ICT/アプリ」	74	20	27.0%
「サービス/プラットフォーム」	736	89	12.1%
「モビリティ」	41	12	29.3%
「ロボティクス」	40	14	35.0%
「医工/バイオ」	286	193	67.5%
「環境/エネルギー/社会」	142	51	35.9%
「航空/宇宙」	22	13	59.1%
「製造/素材/マテリアル」	165	92	55.8%
「消費者サービス」	107	14	13.1%
「金融・保健・不動産」	31	5	16.1%
「その他社会・行政・法律等のソフトインフラ」	134	25	18.7%
合計	1,875	565	30.1%



① スタートアップの発芽に係る分析

● 各県スタートアップにおける「ビジネス分野」や「大学・研究機関開発「有」」等との関係



- 東北・関東・中部で見ると、「テック系（※1）」は東北が最も高く、同じく「大学・研究機関開発「有」」の割合も高い。また、サービス系を含む「IT系（※2）」は関東・中部はそれぞれ5割を超えるが、東北は3割強と最も低い。
- 顧客ターゲット（※3）ごとに見てみると、東北は「B2B」が他地域より高いが、「B2C」は低くなっている。
- 東北は消費者向けやサービス系含むIT系については他地域よりスタートアップの割合は低いですが、地域大学・研究機関発のディープテックやものづくりの集積などの特長がスタートアップ輩出に影響を与えていると考えられる。関東は、スタートアップ輩出も多いが、大消費地でもあるため、また、生産・製造拠点は地方の方が比較的に有利であるため、割合的には研究開発投資等の必要性が比較的低い消費者向けやサービス系が割合として多くなっていると考えられる。
- ものづくりの集積地としては中部も同様に、事業者向け(B2B)に強みが見られるが、より研究開発シーズによるディープテック系としては東北地域の方が輩出割合が多くなっている。

(※1) テック系：ビジネス分野タグにて、経済産業省所管の鉱工業技術かつ研究開発要素を加味して、「AI/制御」「IoTデバイス/ICT/アプリ」「モビリティ」「ロボティクス」「航空/宇宙」「医工/バイオ」「製造/素材/マテリアル」を選択している。

(※2) IT系：本調査で作成した「①東京都本店以外の東北・関東・中部地方スタートアップ」のリスト作成にて収集した、スタートアップ企業対象のデータベース等における情報、企業HPの情報等からIT関係をサービスを含めて広く選択した。ただし、ハード開発やコンサルティング要素が強いものは省いている。

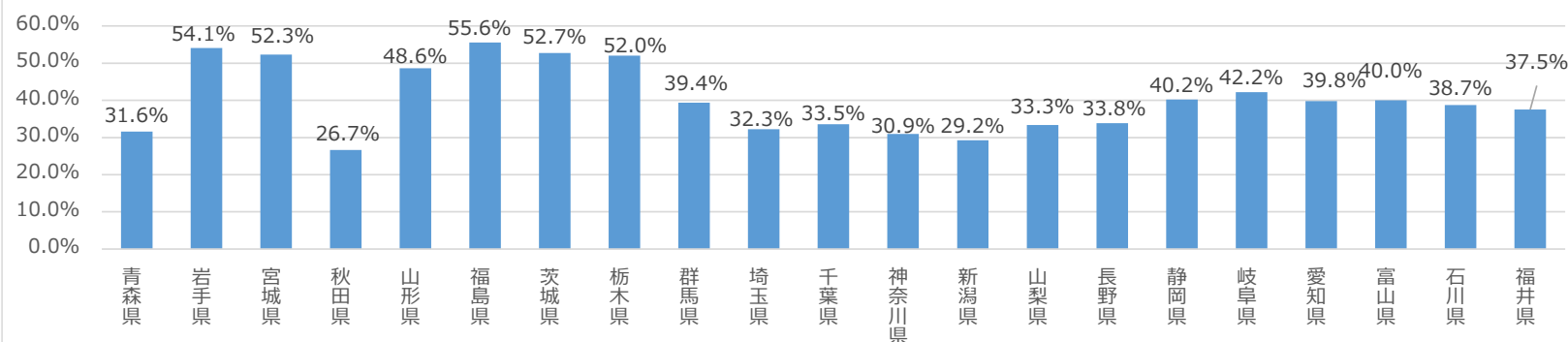
(※3) 顧客ターゲット：スタートアップ企業対象のデータベース等における情報、企業HPの情報等から判断した。ここでは、「B2BとB2C両方」に当たるものは省いて、集計には「B2B」のみ、「B2C」のみを活用した。

(3) 調査結果を踏まえた分析

① スタートアップの発芽に係る分析

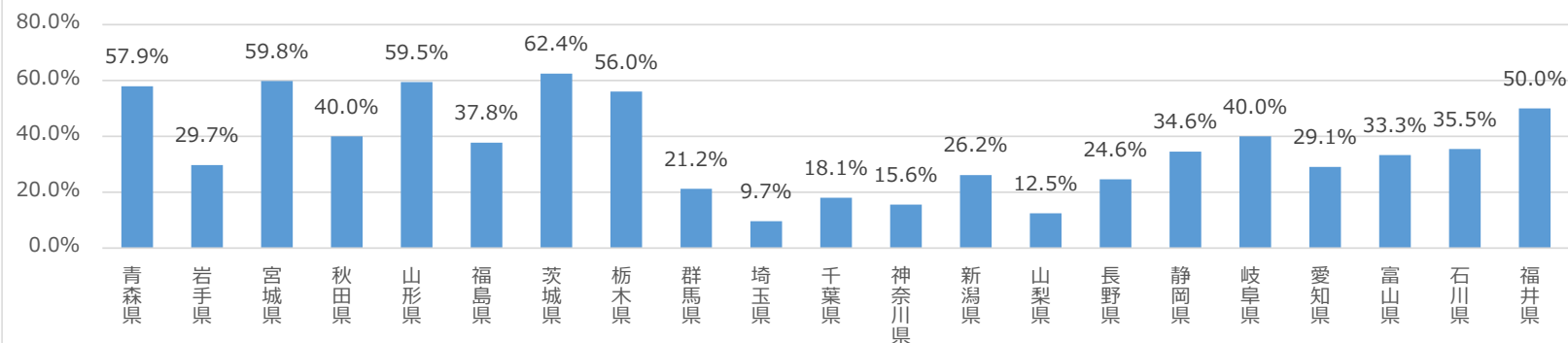
- 各県スタートアップにおける「ビジネス分野」や「大学・研究機関開発「有」」等との関係

テック系スタートアップ件数の割合（県別集計）



- テック系で個別各県を見ると、**東北でも岩手・山形・宮城・福島、そして北関東の茨城・栃木にて割合が大きい。**
- テック系に関わりが強い**ものづくり等産業集積や大学等研究機関の集積が影響を与えている可能性**がある。

大学等と関係ありスタートアップ件数の割合（県別集計）



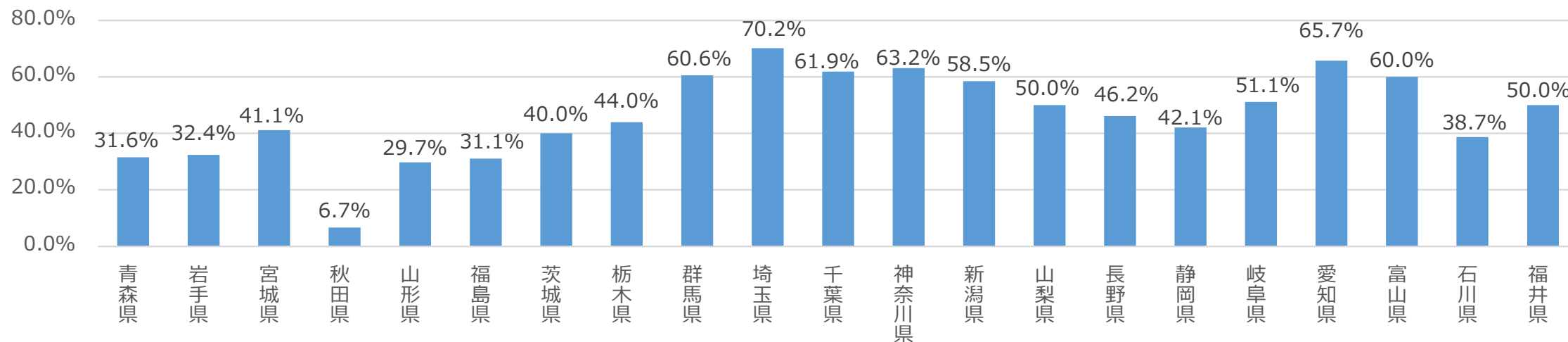
- 大学等・研究機関開発があるスタートアップを個別各県を見ると、東北では宮城・山形、北関東では茨城・栃木など、など、**産学連携が盛んで、特徴的な研究開発機能を持つ大学の立地とその周辺における活動が影響を与えている可能性**がある。
- 逆に、スタートアップ数自体の多さもあり、首都圏における割合は低くなっている。

① スタートアップの発芽に係る分析

● 各県スタートアップにおける「ビジネス分野」や「大学・研究機関開発「有」」等との関係

- IT系で個別各県を見ると、関東・首都圏が比較的割合が高く、中部では愛知や富山にて割合が大きい。ここにおけるIT系はサービス系、事業者向け・消費者向けサービスを含んでおり、**顧客候補やエンジニアなどのプレイヤーが多い地域にて割合が高い可能性**がある。また、生産や製造拠点が必要ではないため、必ずしも広いスペースが必要とは限らず、プレイヤーの多さも相まって首都圏でも比較的集中していると考えられる。

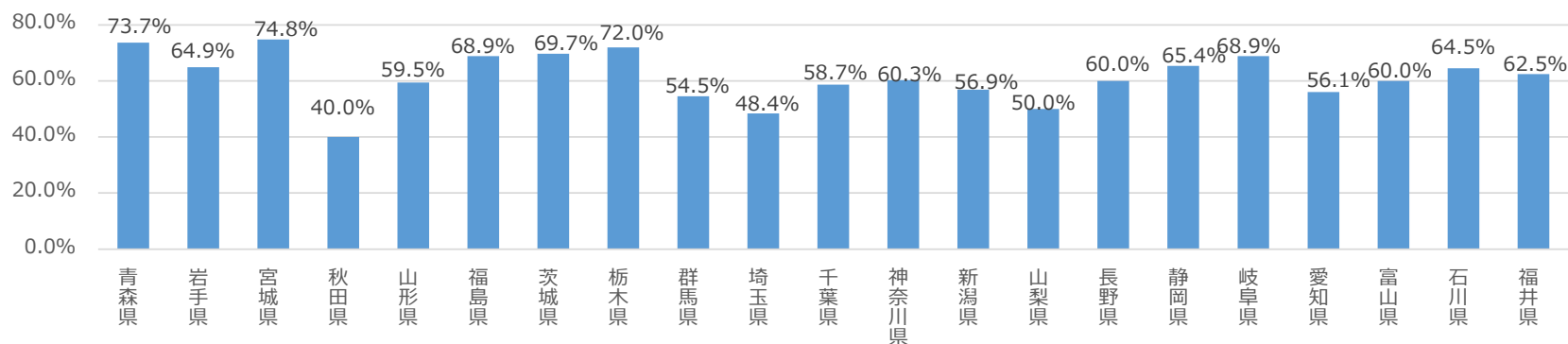
IT系スタートアップ件数の割合（県別集計）



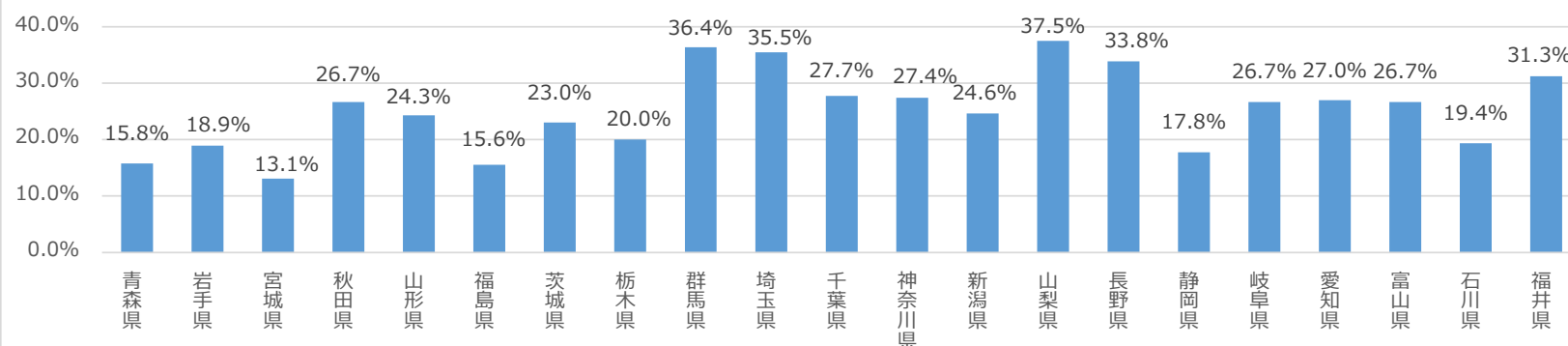
① スタートアップの発芽に係る分析

- 各県スタートアップにおける「ビジネス分野」や「大学・研究機関開発「有」」等との関係

B2Bスタートアップ件数の割合（県別集計）



B2Cスタートアップ件数の割合（県別集計）



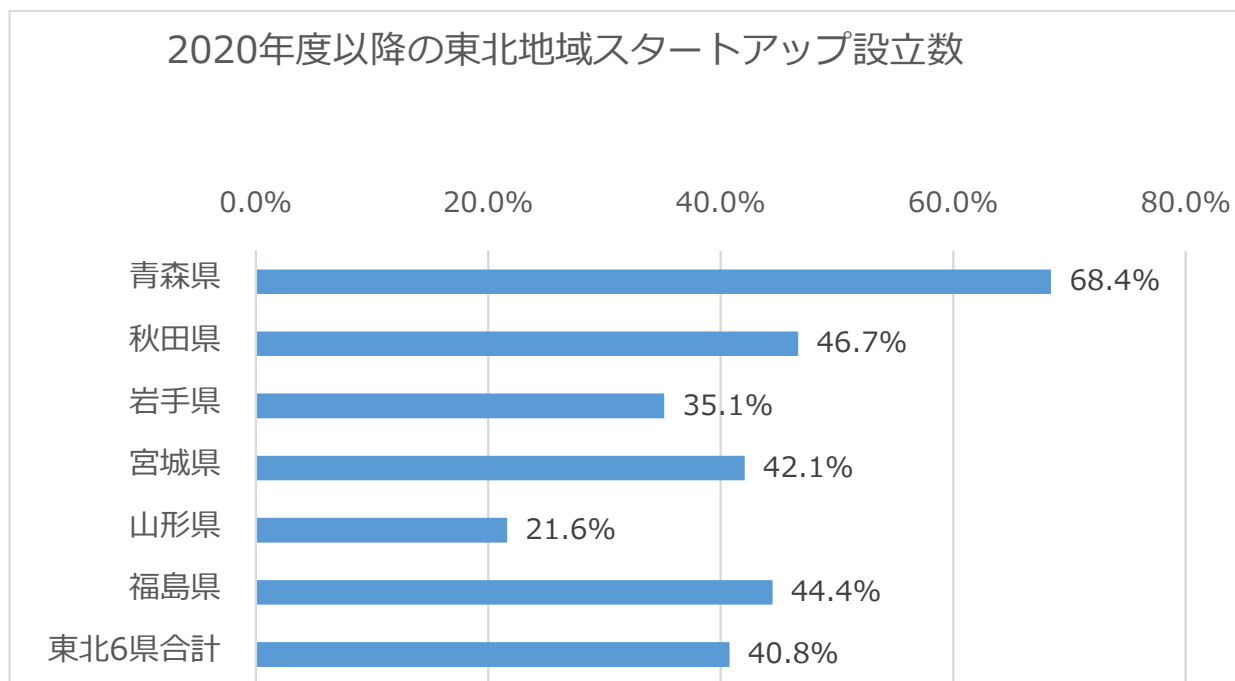
- B2B及びB2Cで個別各県を見ると、B2Bは比較的どの地域も4割以上と高い数値になっているが、**B2CはB2Bに比べて全般的に低い。**
- スタートアップが扱うビジネス領域として差があると考えられる（テック系はB2Bが多い等）。また、**人口が集中している関東・首都圏にて比較的割合が高い地域が多い。**

① スタートアップの発芽に係る分析

● 2020年度以降の東北地域スタートアップ設立数

- J-Startup TOHOKU開始年度でもある2020年度以降で設立された東北6県におけるスタートアップ割合を見ると、106件で全体260件のうち40.8%になる。
- 各県で見ると大きな差異があり、最も割合が高いのは青森県（68.4%）、最も割合が低いのは山形県（21.6%）になる。山形県は大学研究機関の誘致・開設によるサイエンスサイエンスパークがあり、スタートアップ設立がいち早く進んでいたためと考えられる。

本店所在県	全件数	2020年度以降	%
青森県	19	13	68.4%
秋田県	15	7	46.7%
岩手県	37	13	35.1%
宮城県	107	45	42.1%
山形県	37	8	21.6%
福島県	45	20	44.4%
東北6県合計	260	106	40.8%

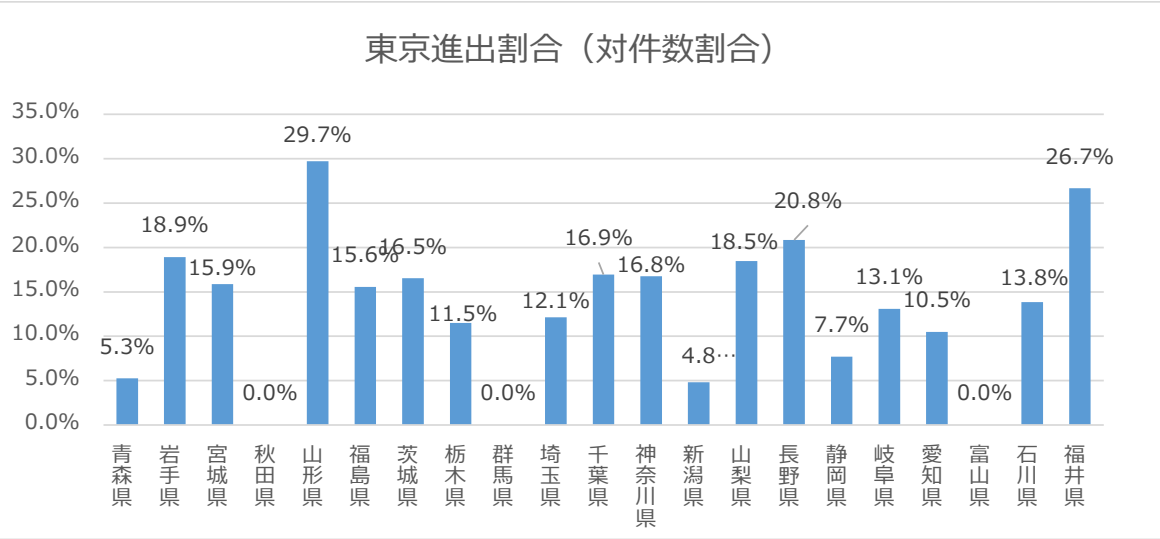


②他都道府県に拠点を開設するスタートアップの傾向に係る分析

● 東京進出の集計結果

地域	本店所在県	件数	支店等あり計 (※)	同一県内	県外（東京以外）あり	東京あり	海外	件数のうち、 東京進出割合	支店ありのうち、 東京進出割合
東北	青森県	19	2	0	1	1	0	5.3%	50.0%
	岩手県	37	13	5	4	7	0	18.9%	53.8%
	宮城県	107	32	11	15	17	4	15.9%	53.1%
	秋田県	15	2	1	1	0	0	0.0%	0.0%
	山形県	37	17	5	3	11	2	29.7%	64.7%
	福島県	45	17	8	9	7	2	15.6%	41.2%
	東北計	260	83	30	33	43	8	16.5%	51.8%
関東	茨城県	165	45	16	10	19	6	11.5%	42.2%
	栃木県	25	5	4	1	0	0	0.0%	0.0%
	群馬県	33	9	5	2	4	0	12.1%	44.4%
	埼玉県	124	35	13	4	21	2	16.9%	60.0%
	千葉県	155	40	11	9	26	0	16.8%	65.0%
	神奈川県	456	92	41	35	22	7	4.8%	23.9%
	新潟県	65	26	15	6	12	4	18.5%	46.2%
	山梨県	24	10	0	5	5	0	20.8%	50.0%
	長野県	65	13	6	2	5	1	7.7%	38.5%
	静岡県	107	28	13	4	14	0	13.1%	50.0%
	関東計	1,219	303	124	78	128	20	10.5%	42.2%
中部	岐阜県	45	7	3	4	0	0	0.0%	0.0%
	愛知県	289	92	34	36	40	9	13.8%	43.5%
	富山県	15	6	2	1	4	0	26.7%	66.7%
	石川県	31	11	6	1	6	1	19.4%	54.5%
	福井県	16	7	3	2	3	0	18.8%	42.9%
	中部計	396	123	48	44	53	10	13.4%	43.1%
合計		1,875	509	202	155	224	38	11.9%	44.0%

- 各県に本店を有するスタートアップのうち、支店を持つ企業の数と立地状況を整理した。東京進出の割合を見ると、大きな差異があるわけではないが、**関東と比較して東北・中部の東京進出割合の平均値は大きい**。県ごとで見れば、最も割合が大きいのは山形県で、次いで富山県、山梨県となっている（対件数の割合）。県ごとに首都圏とのビジネスの繋がりの強さと首都圏へのアクセスしやすさのバランスが関係している可能性が高い。



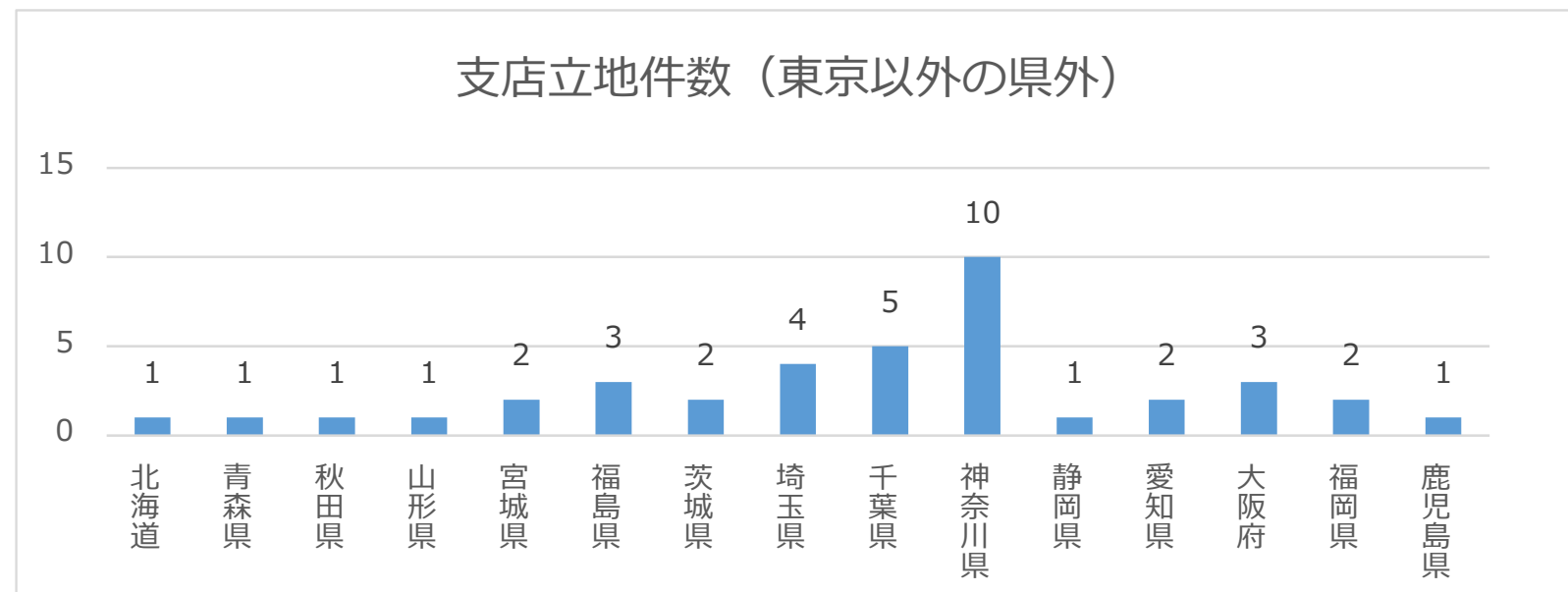
(※) それぞれのエリアの範囲（同一県内、県外（東京以外）、東京、海外）にそれぞれ1件以上拠点があれば「1」とカウント。県外（東京以外）も複数県に拠点を持っているケースがある。また、企業によっては「支店等あり」のなかでも、複数エリア（例えば同一県内、県外（東京以外）など）にそれぞれ拠点がある企業もある。

②他都道府県に拠点を開設するスタートアップの傾向に係る分析

● 東北地域スタートアップの県外（東京以外）支店開設状況

支店の場所	件数	%
北海道	1	2.6%
青森県	1	2.6%
秋田県	1	2.6%
山形県	1	2.6%
宮城県	2	5.1%
福島県	3	7.7%
茨城県	2	5.1%
埼玉県	4	10.3%
千葉県	5	12.8%
神奈川県	10	25.6%
静岡県	1	2.6%
愛知県	2	5.1%
大阪府	3	7.7%
福岡県	2	5.1%
鹿児島県	1	2.6%
合計	39	100.0%

- 東北地域に本店を持つスタートアップにおける東京以外かつ同一県外における支店開設状況を見ると神奈川県・千葉県・埼玉県の順に多い。**東京以外でも首都圏に支店を開設するケースが多い**ことが分かる。
- 神奈川県にも東北発スタートアップのリソース確保やビジネス拡大等に繋がるエコシステム、拠点、顧客等が比較的多い可能性がある。



②他都道府県に拠点を開設するスタートアップの傾向に係る分析

● 国立大学発スタートアップにおける拠点開設状況

大学名	件数	本店所在県	件数	%	支店等あり計	同一県内	県外（東京以外）あり	東京あり	海外	東京進出企業割合
東北大学	122	北海道	2	1.6%	1	0	0	1	1	50.0%
		宮城県	80	65.6%	24	12	9	10	2	12.5%
		山形県	2	1.6%	2	2	0	0	0	0.0%
		茨城県	1	0.8%	0	0	0	0	0	0.0%
		東京都	27	22.1%	9	0	7	3	1	—
		神奈川県	3	2.5%	1	0	1	0	0	0.0%
		岐阜県	1	0.8%	0	0	0	0	0	0.0%
		愛知県	1	0.8%	1	1	0	0	0	0.0%
		京都府	2	1.6%	1	0	1	1	0	50.0%
		大阪府	3	2.5%	1	0	1	1	0	33.3%
岩手大学	19	岩手県	14	73.7%	7	5	3	1	1	7.1%
		宮城県	1	5.3%	0	0	0	0	0	0.0%
		東京都	2	10.5%	0	0	0	0	0	—
		長野県	1	5.3%	0	0	0	0	0	0.0%
		海外（韓国）	1	5.3%	0	0	0	0	0	0.0%
山形大学	17	山形県	16	94.1%	5	1	2	4	1	25.0%
		大阪府	1	5.9%	1	1	1	0	0	0.0%
秋田大学	11	秋田県	8	72.7%	0	0	0	0	0	0.0%
		東京都	1	9.1%	0	0	0	0	0	—
		大阪府	1	9.1%	0	0	0	0	0	0.0%
		不明（登記なし）	1	9.1%	0	0	0	0	0	0.0%
弘前大学	10	青森県	8	80.0%	0	0	0	0	0	0.0%
		京都府	1	10.0%	0	0	0	0	0	0.0%
福島大学	2	福島県	2	100.0%	0	0	0	0	0	0.0%

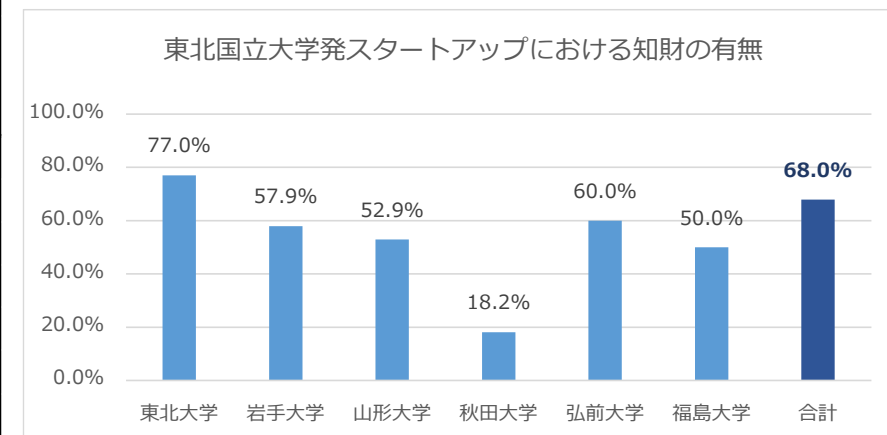
- 基本的に各大学とも、**本店所在地は、大学の所在地が最も多い**。そのなかでも、東京に本店を開設しているのは東北大学が27件（22.1%）が最も多く、次いで岩手大学が2件（10.5%）、秋田大学が1件（9.1%）である。
- 東北大学はそのほか、茨城・神奈川といった東京近隣の首都圏のほか、愛知や大阪といった中部・関西の中心都市へ本店を構える企業があるなど、大都市圏へより積極的な展開が見られる。一方、地元宮城に本店がある企業の東京進出は、12.5%と約1割強であり、必ずしも高いとは言えない。企業と大学技術シーズや研究者との結びつきの強さが関係している可能性がある。

②他都道府県に拠点を開設するスタートアップの傾向に係る分析

● 国立大学発スタートアップにおける知的財産の有無

- 各大学における知財の取得状況を整理すると東北大学が最も多く77.0%であった。**全大学で見れば68.7%で7割弱**になる。大学発スタートアップでは、7割近くで各大学の知財に基づく起業・事業展開を行っている。特に東北大学ではより起業・スタートアップ創出支援の体制を整備・強化しつつ、活発な知財に基づく起業等が行われていることが読み取れる。

大学名	件数	A：当該企業名にて出願あり（※1）	A/件数	B:当該企業名にて出願なし			A+B	(A+B) / 件数
				b1:関係者で出願あり（※2）	b2:使用許諾・権利移転の記載あり	B計 (b1+b2)		
東北大学	122	65	53.3%	26	3	29	94	77.0%
岩手大学	19	9	47.4%	2	0	2	11	57.9%
山形大学	17	7	41.2%	2	0	2	9	52.9%
秋田大学	11	2	18.2%	0	0	0	2	18.2%
弘前大学	10	2	20.0%	4	0	4	6	60.0%
福島大学	2	1	50.0%	0	0	0	1	50.0%
合計	181	86	47.5%	34	3	37	123	68.0%



(※1) j-platpatにて「企業名検索」結果に基づく。

(※2) 関係者出願あり：HP等による記載から、大学研究者、企業代表・役員・従業員、出資団体などで出願。ただし、使用許諾や権利移転等の明確な記載なし。

③ 東北と東京の広域的エコシステムの形成の実態に係る分析

広域エコシステムが目指す姿として、東北地域におけるスタートアップ輩出が増えているなか、更なる成長に繋がる展開を支援していく上では、成長によるフィードバック、東北地域－東京間の役割分担を通じた広域的なエコシステム形成が効果的な可能性。



(※) 地域の方が有利な機能等として、各大学の特色ある技術シーズや研究開発機能、生産・製造拠点、地方ならではのビジネス（第一次産業、まちづくり・観光など）、実証フィールドの提供（自治体支援施策含む）がある。

③ 東北と東京の広域的エコシステムの形成の実態に係る分析

- ◆ ビジネスの中心として東京にはスタートアップの成長に必要なリソースが集まり、成長に有利な拠点・エコシステム（コミュニティ含む）の存在がある。

リソース例

- 資金調達先（特にアーリー以降に対応したVC）
- 研究開発・製品開発人材、経営人材
- スタートアップの成長に対応できる支援者、会計士・弁理士等専門家、ビジネスリテラシーを持つ人材
- 上場支援・IPOにかかるリソース（証券会社、IR・上場企業経理実務経験者など）
- パートナー・協業先候補
- 顧客（大手川下企業等）
- スタートアップ支援拠点・入居施設、スタートアップ経営者のコミュニティ・ネットワークなど

- ◆ 東京エコシステムと連携することで、上記リソースの獲得支援や利活用を通して東北地域のエコシステム自体の強化が図られるものと思量。

創業期・シード期 （主に東京進出前）

- 各種知識獲得（資本政策、知財戦略、VC/CVC/事業会社）
- 市場性検討・ビジネスモデルづくり支援
- ピッチやプレゼンの指導
- 首都圏の情報獲得や目線獲得など

アーリー期以降 （主に東京進出）

- 資金・人材・パートナー等のリソース獲得支援
- IPO・上場にかかるリソース獲得支援
- 事業機会獲得支援
- コミュニティやネットワークへの参画支援など

③ 東北と東京の広域的エコシステムの形成の実態に係る分析

広域的エコシステムのイメージ

創業

シード

アーリー・ミドル以降

東北地域エコシステム

連携

東京エコシステム

地域支援機能、コミュニティ

プロモーション、マッチング
イベント、各社進出支援など

- ◆ 大学等技術シーズ活用、研究開発支援
- ◆ 地域課題の掘り起し支援
- ◆ インキュベーション施設の起業支援
- ◆ 地元VC・地域金融機関の支援
- ◆ 行政・支援機関による支援
- ◆ 地域コミュニティ構築 など

発信・
展開

- ◆ 資金調達
- ◆ 人材確保
- ◆ 事業機会確保
- ◆ IPO・上場に
- ◆ 協業・パートナー確保
- ◆ 支援人材確保
- ◆ 首都圏コミュニティ、
ネットワーク参加
- 必要なリソース確保

支援・交流

首都圏支援人材、コミュニティ・ネットワークメンバー

発信・展開の前から支援・交流で連携

など

- ◆ 資本政策の知識
- ◆ 知財戦略の知識
- ◆ VC/CVC/事業会社の知識
- ◆ 市場性検討・ビジネスモデルづくり
- ◆ 投資家向けのピッチ・プレゼン指導
- ◆ 首都圏の情報、熱量・目線 など

➤ 地域から東京エコシステムへ情報発信・展開を図るとともに、その前段階からも首都圏支援人材による支援等、地域エコシステムを補完・強化して、各社のブラッシュアップを図る。

③ 東北と東京の広域的エコシステムの形成の実態に係る分析

具体的な取組イメージ

- 東京でのマッチング機会（事前相談・ブラッシュアップ～ピッチ＋当日商談～フォローアップ付き 等）
- 人材交流（支援人材を東北地域へ招聘、セミナー講師やアドバイス支援事業 等）
- 東京の拠点施設・支援者・支援機関等の個別利活用支援（相談に応じた紹介、橋渡し・コーディネート 等）
- 在京VC・支援者・支援機関への情報発信
 - 東北地域スタートアップの紹介・プロモーション（情報媒体による発信）
 - 東北地域の強み・リソース紹介（大学等技術シーズ、国・自治体の取組や施策、実証フィールド紹介 等）
- 東北地域内への情報発信
 - 東京エコシステムのリソース利活用による成長の好事例（出会い方、コミュニティ等への参画含む）
 - 東京エコシステムの支援者・支援機関の活動内容、拠点の機能などの情報提供（セミナー 等）
- 東北地域でのコミュニティ形成とコミュニティマネージャーの育成、拠点間・コミュニティ間の連携支援など