

【ショートレポート】 ベルリンにおけるスタートアップ事情から学べること

| | |
|-----|---|
| 著者 | 渡辺 パコ |
| 雑誌名 | DHUJOURNAL2019 |
| ページ | 94-96 |
| URL | http://doi.org/10.34482/00000087 |



ベルリンにおけるスタートアップ事情から学べること

What we can learn from eco-system of startups in Berlin.

渡辺 パコ Paco Watanabe

デジタルハリウッド大学 教授

日本においては(あるいは日本に限らずかもしれないが)世界のスタートアップの中心はシリコンバレーなどの米国にあると考えられている。最近では中国の深圳がここに加わることもあろう。そんな中「ベルリンはスタートアップの聖地」(武邑光裕, 2018)との宣言に出会い、「スタートアップのエコシステム」によって創発が連鎖的に繰り返されるベルリンとはどのような場所なのか、日本がベルリンに学べる点があるとしたらなんなのかを実際に見たいと考えた。2019年6月初旬、視察と私旅行をかねてベルリンに10日ほど滞在し、ベルリンの創発のエコシステムの一端を見ることができた。その概要をレポートする。

キーワード: スタートアップ、EU、欧州、ベルリン、コワーキング

1. ベルリンのスタートアップ「前史」

ベルリンのスタートアップ事情を理解するには「前史」を知る必要がある。言うまでもなくベルリンは東西冷戦の「象徴」となった都市であり、1961年から1989年までの28年間、ベルリンは壁によって東西に分断されてきた。第二次大戦の敗戦以前、ベルリンはドイツ(ドイツ帝国→ワイマル共和国→ナチスドイツ)の首都として栄えた。しかし第二次大戦後はドイツが東西に分断され、ベルリンは東ドイツの領域に存在する都市となり、ベルリン自身もドイツと同じく、東西に分断された。西ベルリンは、東ドイツという共産主義国家の中に浮かんだ資本主義国家の飛び地となった。さらに1961年には西ベルリンを取り囲む壁がソ連と東ドイツによって建設され、西ベルリンの孤立は深まった(東ベルリンは東ドイツの首都として東ドイツ国家の中心であり続けた)。

1989年にベルリンの壁が崩壊したとき、東ドイツ国家の消滅とともに、その首都だった東ベルリンの都市機能の多くも機能不全となり、また旧態依然の共産主義経営によって運営されていた多くのオフィスや工場も、西側との競争力を失って閉鎖されることになった。

一方、西ベルリン側はどうか? 東西分断時代にも西ベルリンは、資本主義工業国家である西ドイツの主要都市ではあったが、本国から離れて東ドイツの中に飛び地となっている場所に、積極的な投資は行われなかった。その結果、ドイツの主要な産業の立地は、ベルリン以外の都市、ハンブルク、シュトゥットガルト、フランクフルト、ミュンヘンなどに立地することになり、西ベルリンには主要産業の本社などは存在しない状態だった。

東西ドイツが統一され、ベルリンはボン(旧西ドイツの首都)に代わって新しいドイツの首都となったが、政治機能はベルリンに移転してきても、主要産業が移転することはなかった。統一ドイツ政府とベルリン市当局は、新たなベルリンの都市政策を必要としていた。しかし実際には、都市政策が立案され再開発が始まるより前に、ドイツや欧州の各地からやってきて新たな住民が住みつき始めていた。アーティスト、音楽家、そして新しいビジネスにチャレンジしようという人々だった。彼らは使われなくなった古い工場やオフィスを改造して、芸術を作るスタジオにしたり、クラブを作ってテクノサウンドで満たし、そこに若者たちが通い、夜通し踊った。起業家たちは生まれたばかりのインターネットで新しい事業を試みた。見捨てられた工場やオフィスを改造すれば、低コストで事業を始められることが魅力だった。

その様を武邑は「ヒッピー文化」と称しているが、政府や大資本の影響を受けずに、自然発生的に「おもしろいことをやろう」という文化と志の様はまさにヒッピー文化と呼ぶにふさわしい。米国を中心に、世界にヒッピー文化が生まれ、広がったのは、1960年代後半だが、そのヒッピー・スピリットはヒッピーが生まれた60年代以後の時代を形作った東西冷戦終結後の、冷戦の象徴の都市で復活したのである。

以下、ベルリンのスタートアップの事情をいくつかの観点で説明していくが、ベルリンを理解するためには、国や都市の政策ではなく、既存のビッグビジネスでもない、「空き地」に「人が集まってくる」ヒッピー的な文化に根ざしており、それがさまざまな形を取って現れていることを常に想起する必要がある。

2. AHOY! に見る「創発」の条件

ベルリンのスタートアップ事情を理解するために、コワーキングスペース「AHOY! Berlin」を訪問、取材した。ベルリンで最も有名なコワーキングスペースといえば、AHOY!とも地理的にも近い「Factory」があげられるが、コーディネーターの推奨もあり、AHOY!を選んだ。AHOY!はベルリン市内の中心地から北に数キロ、東京でいえば湯島〜駒込あたりを想像するとよいだろう。

2.1. 工場を改造することで、多様な機能を実現

AHOY!も前述のベルリンの事情にならい、使われなくなった牛乳工場を改造して作られている。工場としての設計のため、仕切りなしの広大な空間が確保でき、一方でリノベーションによって、小スペースの空間も多数用意されている。こういった自由度の高い空間が低コストで多数利用できる条件が、ベルリンのスタートアップ環境をなっている。市内を歩くと、あちこちに煙突が見えるが、近づいてみると使われていない廃工場で、再開発が進んでいるとはいえ、市内にまだ未利用空間が残っていることが想像できる。こうした空いている空間が、ベルリンのスタートアップ環境を支えている。

壁崩壊直後は大量の空きスペースが低価格でレンタルされた歴史もあり、初期に開業したライブハウスやクラブでは、今でも当時のままの賃料のところもある。そのため安いドリンク代だけのミュージックチャージなしで高品質なライブが楽しめることも多く、賃料を稼ぎ出すために悪戦苦闘する東京のライブハウスやクラブにはないゆったりした雰囲気がある。

AHOY! 自体がコワーキングスペースというスタートアップビジネスであり、そこに入居する起業家たちにとってはAHOY! が提供するインキュベーション空間はとて魅力的である。

基本的な機能は

- ①フリーランサーが利用できるフリーまたは固定のデスクスペース
- ②カフェ、ミーティングやセミナーなどに集まれるスペース
- ③数名規模のスタートアップ企業の入居できるミニオフィス
- ④メンバー同士、またメンバーと大企業や投資家が出会うイベント機能

からなっている。

特筆すべき点としては、次の2点がある。

2.2. ゆとりがあり、アートで刺激を受ける空間

AHOY! では、広い廊下やフリーアドレス空間などにアートが多数配置されている。壁面に描かれた絵画、20世紀中葉のラジオや自転車、古い機械の部品など、さまざまなものがオブジェとして配され(旧東ベルリン地域などに取り残されたものだ)、デスクも通路も日本では見られないゆとりがある。利用者が単位面積あたり少人数なので、人と人の距離が十分にある。個人で仕事をする際、邪魔されずに集中できると同時に、ふとPCから顔を上げれば、ほどよい距離に誰かいて、決して孤独ではない。窓が豊富で自然光がたっぷり入るのもすばらしく、季節や時間を感じることができる。

とはいえ、最も時間を感じられるのは、人の減り具合である。ドイツでは一般企業でも午前8時始業〜午後3時から4時に終業が一般的で、コワーキングスペースといえども遅くまで仕事をすることはほとんどない。17時には誰もいないのがあたりまえであり、訪問時期が夏だったこともあり、まだまだ昼間の明るさの時間から仕事を終えて、市内のクラブやライブハウス、レストランに出かけるのがベルリナー(ベルリンっ子)のライフスタイルである。

2.3. 出会いと交流の場をふんだんにつくる

「コワーキング」という状況を積極的に作っているのもAHOY! の特徴である。

各種のイベントが頻繁に開かれ、パーティや懇親会が併催されるので、さまざまな出会いが意図的に作られている。AHOY! のスタッフとしてコミュニティマネジャーが配置されており、メンバーのプロフィール(技術や指向、実績など)を把握しているマネジャーがメンバー同士をつなぐ役割を果たす。

資本家やエンジェルとの交流会やピッチも頻繁に行われているが、最近特に力を入れているのが、大企業とスタートアップやフリーランサーとの出会いの機会、今は大企業の新規事業にフリーランサーやスタートアップがともにコワークするのがひとつのトレンドとなっている。

たとえばシュトゥットガルトの大メーカーが、ネットを使った新サービスを検討しているときに、ベルリンでパートナーを探すといった事例がある。シュトゥットガルトもスタートアップが盛んではあるものの、かの地ではハードウェア系のスタートアップが多いため、ネットを使ったサービスを検討する場合はベルリンでパートナーを探すとのことだった。

こういった場面で、やはり個人情報保護が壁になることは多いというのは世界的に共通する課題であり、AHOY! でもメンバーから情報開示の許可を取らないと紹介できず、活性化の障害になっていると話していた。

とはいえ、人と人をつなぐ役割はSNSではなく、コミュニティマネジャーの人的な役割だというのは、重要な教訓といえる。

2.4. 「ゆるく」「飾らない」ベルリナー気質

「出会いとつながり」という観点で考えると、ベルリナーのフランクで型にはまらない気質も関係が深い。

ベルリンは豊かな街ではない。主要産業が乏しいこともあるが、東西分裂と統合という歴史もあって、エスタブリッシュメントと呼べるような伝統的な上流階級も明確には存在せず、街も高級住宅地とスラムというようなくっきりした貧富の格差を感じさせない。街ゆく人々の服装もカジュアルで、おしゃれな服やスーツを着ているビジネスパーソンを見かけることもほとんどない。

実際ベルリナーの認識としては「ベルリンはみんな貧しいから、ドイツのほかの都市の人からはちょっと嫌がられている。ほかの街が稼いだカネがベルリンに渡されているから」という意見も聞く。とはいえベルリナーとしてみれば、見栄を張らなくてもよい、カジュアルさが街の魅力になっているようだ。

このことは、フリーランサーや起業したばかりの経営者にとっては居心地の良さにつながる。外見を気にせず、Tシャツに短パン、サンダルでも気軽に平日の都心部を歩いて、そのまま商談に臨んでも誰も気にしない。だいじなことは実際に仕事ができるかどうかと、人として信頼できるかどうかだけだ。

この状況は外国人がベルリンに滞在して仕事をしたり、移民として街に住んで起業をすることに対しても偏見が少なく、仕事も始めやすいことにつながっている。このこととどこまで関係するかは不明ではあるものの、ベルリンでは街中や地下鉄の中で、見知らぬ人同士が話しているようすがよく見られる。車内で隣になり、着ているTシャツをどこで買ったかを聞かれて仲良くなったり、カフェで食べているものの話からつい話し込んだりといった光景が見られる。人口300万人を超える大都市でありながら、人と人の距離が近いことも、スタートアップ環境としてはプラスに働いている。

3. 欧州の文化的理解から見える「創造」

ベルリンに限らずだが、欧州のスタートアップに共通することとして、いわゆる「ゼロイチ」(ゼロからイチを創造すること)に対する質的理解が、米国とは異なることが指摘できる。

長く多様な文化を生み出してきた欧州では、新規性のあるものでも、まったく新しい創造物というのはそう簡単に生まれない、というより、そういう創造は起きない、という思想的理解がある。新しいものに見えても、それは従来からあったAと、まったく別の領域にあったBを組み合わせた、新しく解釈し直したものである、という創造に対する考え方だ。

これは大陸欧州の哲学を中心とする伝統的な学問の進め方にも根ざしており、新しいコンセプトはそれまであったコンセプトの理解と批判、それに対するコメントや批判の形を取って生まれるという伝統にも現れている。

この伝統に基づいてスタートアップを見ると、何もなかったところ(ゼロ)から、イチを生み出すということはむしろ「ない」ことであり、従来からあった価値と価値の出会いから新しい変質を生み出すことこそが重要である、という考え方になる。

これをスタートアップ環境として具体化すると、技術、文化、国籍など、異なるバックグラウンドの人々を多様に集め、出会う場を作ることが、スタートアップを増やすことになるという発想になる。

こういう視点から見ると、第2章で取り上げた各点は、まさに「ダイバーシティを上げ、出会いの場を増やす」ことであり、それが今のベルリンのスタートアップ環境を作っているという、一貫したストーリーが見えてくる。

実際、ベルリンではスタートアップ環境を整えるために、これまで「起業家やフリーランサー、職種、専門領域のラインナップの絶対的な数を増やすこと」が重要だったという説明は、説得力を持っている。現在のように専門分野が細分化していると、絶対数が増えなければ、創発に必要な機能や能力、技術において、どうしても「穴」があきやすくなる。あるサービスを実現するために必要な技術や人材が調達できない可能性が高まってしまふ。一定以上のスタートアップの量を実現するためには、担い手の多様性の絶対数が重要だというベルリンの考え方は、日本でのスタートアップ環境を整える際に参考にすべきだ。

4. 日本のスタートアップ環境を整えるための提言

以上のようなベルリンのスタートアップ環境から、日本においてもスタートアップ環境を整えるためにできることを整理してみよう。

4.1. スタートアップ増加を都市計画の中心にする

日本では企業やスタートアップを増やすことを町おこしや都市の発展の中核に据える例がまだ少ない(北九州市など、実践例もある)。しかし既存の大企業の収益性が落ち、発展から衰退への軌道に入っていることを考えると、新しい事業を増やすことは最も重要である。大企業優遇からスタートアップ優遇に大きく舵を切ることが重要であり、都市計画やビジョンの中核に据えるべきだ。

4.2. 多様な技術、能力を持った人々を世界中から集める

ベルリンは「アジアの一部」という意見も聞かれるが、ドイツ人以外にもトルコ系や東アジア系、アフリカ系など、多様な人々が生活している。集まる人も多様で、テクノロジー系、アート系、音楽関係、世界中の食、オルタナティブメティカルなどが見られる。

都市政策的な面からも、こういった分野で起業したりフリーランスで仕事ができる人に2~3年程度の就労可能なビザを発行している。逆に企業に雇われて働くためのビザ取得は厳しい。

多様性を持って新しい創造的な仕事や活動をしたいという意欲を持った人が集まりやすい政策をとることが重要だ。

4.3. 偶発的な出会いを演出するコワーキングスペースを増やす

AHOY!のようなコワーキングスペースが市内には多数あり、フリーランサーや起業した人々が低コストで仕事を始められる環境を用意することは重要だ。

さらにそこで、快適に仕事をするだけでなく、人と人との出会いが起きる仕掛けをすることと、それをSNSなどネットのツールに頼ることなく、リアルな関係をコーディネートするコミュニティマネジャーを置くことに大きな意味がある。

4.4. 全体的にフランクな人間関係をつくる

都市に集まってくる人々を孤立させることなく、スタートアップに向けたチャンスを感じさせるためにも、フランクに受け入れるための条件づくりが重要だ。

ベルリンでは地下鉄の乗り方ひとつとっても、掲示板などの情報はあまり充実していないものの、旅行者が迷っていると市民たちがすぐに声をかけて助けてくれる雰囲気がある。おもてなしというように気負うことなく、困っている人は助けるという自然な関係をつくろうとするところは都会的で居心地がよい。来訪者を「お客様」にするのではなく、自然に都市の一員に迎え入れる感覚は学ぶべきものがある。

5. おわりに

今回はベルリンにフォーカスして、考察してきたが、今後ともスタートアップが増え、それをテコに都市や地域が発展するためのメカニズムを解明すべく、リサーチと考察を続けていく。

【参考文献】

武邑光裕 (2018).『ベルリン・都市・未来』太田出版.

武邑光裕 (2018).『さよならインターネット—GDPRはネットとデータをどう変えるのか』ダイヤモンド社.

Startupeverywhere.com (2018). *STARTUP GUIDE BERLIN*

The Hundred/NKF Media GmbH(2018). *HUNDRED STARTUPS OF BERLIN 2018*