



# Biz Com

<http://www.rikkyo.ac.jp/sindaigakuin/bizsite/graduate/bizcom.html>

2019年夏号

— 今こそ知りたい! 話題の企業Now —

2019  
VOL.59

CONTENTS

01 巻頭インタビュー 「WeWork」

03 「WeWork」教授コメント 深見・冨田先生

04 秋のおすすめ授業

05 ビジネスデザイン研究会(BD研)活動報告

06 ホスピタリティ研究会活動報告

07 JBCC参加チーム紹介

08 中国語 留学生に向けて



米ニューヨークに拠点を置くWeWorkはミゲル・マケルヴィ、アダム・ニューマンの2人により創業された。世界28カ国105都市で485拠点のコミュニティ型ワークスペースを運営し、起業家やフリーランサー、企業などに貸し出している。日本ではソフトバンクとの合弁会社として2018年2月に初拠点をオープン。2019年4月現在、日本全国で16拠点を運営。※7月時点では19拠点を運営。11月には神戸にも進出する予定。

人と人をつなぐことで活気と刺激を生み出し、世界中のイノベーションの可能性を最大限に引き出すコミュニティ型ワークスペース、WeWork。2018年に日本に初上陸し、急速な勢いで都市部を中心に拠点数を増やしています。

また上場に向けての準備も進めており、超大型上場と話題になっています。拠点ができるといよいよフル入居状態となる同社の魅力や今後の展開に迫っていきます。

## — 場所ごとの入居メンバーの特色

日本も含めたグローバルの環境において、メンバーの40%が大企業で残り60%が中小企業スタートアップやフリーランスだそう。日本では企業に限らず地方自治体などの行政もメンバーとして加わってきており、多岐にわたるメンバーで構成されてきている傾向がみられるとのこと。ただ、エリアによる属性もあり、原宿は比較的スタートアップ、丸の内は大企業が多くメンバーとして加わっている傾向があるといえます。当キャンパスが置かれる池袋のWeWorkメトロポリタンプラザビルにおいては、標準的に様々な業種や規模

の企業・団体からフリーランスがメンバーとして登録しているとのこと。

WeWorkはなんと12時からビールが飲み放題! ビールを飲みながら打ち合わせや商談後にビールで乾杯!なんて光景も。対応して下さった平位さんの「好きなものを飲んでください」という言葉に甘えてビールを頂く編集委員の末満さん。



## — Mission & Slogan

【Mission】 Create a world where people work to make a life, not just living

【Slogan】 Do What You Love

WeWorkは上記のMissionとSloganを掲げています。その実現のために以下の3つの取り組みがなされていました。

- ① Community Development
- ② Business Enhancement
- ③ Workを促す環境作り



オフィスに置いてあるマグカップ Sloganがしっかりと刻まれている



### ① Community Development

- オリジナルのSNSを通じたオンラインでのメンバー間の交流
- ビジネスからライフスタイルまで、様々な種類のイベント企画。

### ② Business Enhancement

- コミュニティスタッフによる国内の拠点だけでなくグローバル拠点でのメンバー間マッチングもサポートしている
- WeWorkオリジナルのSNSアプリによるメンバー間の交流

### ③ Workを促す環境作り

- TGIF (Thank God It's Friday)ではなく、TGIM (Thank God It's Monday)と思ってもらえるような働きかけ 例)月曜日に美味しくオシャレな朝食をメンバー皆で楽しめるイベントを行っている
- インテリアのハード面に限らず、コーヒーやビールなどを無料で提供や授乳室の設置することで気持ちよく働けるオフィスデザインの構築



4/1 (Mon) TGIM: お稲荷おこわモーニング  
4/2 (Tue) 起業のダークサイド/夜桜みんなで  
行かナイト!  
4/3 (Wed) ~体験! マイクロローンの世界~  
/ガトーショコラ試食会  
4/4 (Thu) ニューメンバーオリエンテーション  
/ヨガイベント

「1週間のイベントのスケジュール表」(取材時4月) 曜日ごとに屋内外問わずに様々なイベントが開催されていた。

## — WeWorkが掲げるMissionへの想い

一番力を入れているところはコミュニティー作りです。私たちの仕事はメンバーさん間のコミュニケーションを円滑にしたり、メンバーさん達の交流のきっかけが生まれるスペース作りになります。また、コミュニティーチームというチームが、受付業務だけでなく、メンバー方などから「こういうイベントをしたい」という要望に対し、調整したり、企画したりしてい

ます。それらが我々の一番の付加価値だと思います。

WeWorkのミッションは「ただ生きるためではなく、人生を満たすために働く世界を創造する」ということ。

スローガンとしては「Do What You Love」という本当に自分が好きなことをしようという環境を作っていく。このミッションやスローガンはメンバーさんがやりたいことをきちんとできている環境作りをしていくっていうのに紐づいていっていると思います。

## — グローバルコミュニティを持っていることの強み

WeWorkの特徴として、グローバルコミュニティーを築いていることです。海外にある拠点のコミュニティーチームと連携することで、日本にある拠点のメンバーさんを海外拠点のメンバーさんとつなげることができます。例えば、日本にある拠点メンバーの企業の方が海外で商談をしたいというご希望に対して、アレンジをするなどお手伝いしたことが過去に事例としてあります。



担当していただいた平位さんと取材陣

## — 今後の展開

2018年は月1のペースでオープン。2019年は2倍にしたというのが目標。去年の拠点が11ぐらい。

今年は30ぐらいにしたいというのは掲げています。今あるのが、東京、横浜、大阪。あとは名古屋も5月にオープンする予定。

一部都市で次々とオープンさせているのは、拠点同士のコラボが生まれるということもあるし、自分のライフスタイルにあわせて、同じ都市でも、違う拠点でも活動できることを目指しています。

## — 取材後の感想

取材をして感じたのは単にコワーキングスペースの提供をしているだけでなく、Mission&Sloganを明確にしており一貫したコミュニティづくりを徹底的に行っている点に強みの源泉があるということでした。

今回取材に伺ったWeWorkメトロポリタンプラザビルは月51,000円から利用でき、全世界のコミュニティと繋がれます。(ホットデスク料金:共有エリア利用)

ぜひ一見の価値有りです。気になる方は下記QRコードから!



Q・これだけ評価されているWeWorkですが2018年決算もフリーキャッシュフロー(FCF)は赤字でした。  
Q・それにもかかわらず、資金調達時の企業価値評価が2兆円を超えているのはなぜなのか？

— その理由についてRBSの富田先生・深見先生にお聞きしました。 —

解説

富田賢教授

## 「WeWorkはDCF法で企業価値が高くつく典型例」



現在、RBSにて、「ベンチャー金融論」、「テクノロジー&ストラテジー」の講座で教鞭を執る傍ら、本業ではベンチャーキャピタリストとして米国や星国等のスタートアップ企業に投資している。投資先や自社ベンチャーキャピタルを株式上場(IPO)させた経験も有する。ことがあるだけでなく、東証1部上場企業の新規事業立ち上げのためのコーポレート・ベンチャーキャピタル・ファンド(CVC)を複数本、受託運用しており、カリフォルニアロングビーチのWeWorkに入居しているAIベンチャーにも投資している。日経BP社『日経ビジネス』主催セミナーにて、CVCや新規事業立ち上げのセミナー講演多数。著書に「新規事業立ち上げの教科書」、「IoT時代のアライアンス戦略」など。

DCF法(ディスカунテッド・キャッシュフロー法)による算出で将来性を考慮して企業価値評価が巨額になっているということです。

その背景として、私もカリフォルニアやシンガポール、オーストラリアなどでWeWorkを多数見かけることが多く、LAのロングビーチのWeWorkの入居企業への投資もしていますが、WeWorkは現在、世界中に多店舗出店を凄いスピードで進めていますね。

そのため会社からお金が多く出ることで、キャッシュフロー(以下:CF)としては当然赤字になります。

しかし、事業モデルとしては将来、CFが黒字になると予想されるため、DCF法で見れば、現在FCFが赤字であっても企業価値が高く評価されるわけです。

スタートアップ企業の場合は特に、最初の数年は営業キャッシュフローが赤字になることが多く、その後、大きくキャッシュフローが伸びていくことが予想され、リスクプレミアムを上乘せしたリスクレートで、現在価値に割り引いたとして、企業価値(バリュエーション)が高く見積もられることがあります。WeWorkは、まさにそういったケースの典型例と言えるでしょう。

## 「WeWorkの提供価値はネットワーキング」

資金を集めているということは、WeWorkは同業他社が創出できていないなんらかの付加価値を提供しており、それが利益を生み出すと投資家が判断していると考えるのが素直だろう。ではWeWorkならではの付加価値は何かといえば、人と人、組織と組織をつなぐネットワーキングではないか。

魅力的な人や企業を最初を集めてくる為には、誰かが種火を付けなければいけない。その種火を一生懸命燃やしていますっていうのが今のWeWorkの状況だと思うな。

魅力的なタレントを中心としたコミュニティーを作って、フォロワーを入居者としてロックインさせれば、相場よりも高額の利用料収入を得ることができるという戦略を採用しているのかもしれない。その戦略にのっとっていると仮定して見れば、今やっている投資はすごく合理的。

— ではWeWorkはそういったところだよ。

要はタレントとのマッチングの場なんだろうね。MBAだって、提供価値に知識やスキルだけではなくてネットワークの創出も含まれる。一緒にビジネスを作り出すパートナーと出会う機会というのは重要なんですよ。つまりネットワーキングは、付加価値創出の大きな要素だね。コミュニティーを自分で作れない人がシリコンバレーで起業をして、毎日カフェでお茶したからって、突然エンジェル投資家が見つくて投資してくれるわけじゃないでしょ。まずはシリコンバレーエコシステムの内部に入らないといけない。というか、インナーサークルには、多くお金払ってでも入りたくないわけじゃない。



解説

深見嘉明准教授

専門情報通信技術、特にウェブやインターネット技術戦略、プラットフォーム戦略、標準化戦略。研究テーマは、オープン標準を活用した技術戦略や、企業とコミュニティにおける協働を通じたイノベーション。現在RBSにて「テクノロジー・マネジメント」「テクノロジー・マーケティング」講座で教鞭を執る傍ら、特定非営利活動法人リンク・オープン・データ・イニシアティブ理事、オープンデータ流通推進コンソーシアム技術委員会(総務省)委員、IPA共通語彙基盤ワーキンググループ委員、横浜オープンデータソリューション発展委員会理事を歴任し、ウェブ標準ならびに標準仕様を準拠したオープンデータ普及を推進している。

ニワトリ・卵問題ってあるよね。いいコンテンツがあるから、いい人が集まるという因果関係があるんだけど、最初はコールドスタート問題にぶちあたる。それを脱するためには、最初に種火をいれなきゃいけない。だから、種火をくべる目的で資金を投じるっていうのは、戦略としては自然だし、投資家はそれを理解して資金を投じているんじゃないかな。