

- なぜ日本のスタートアップのマクロ的な規模が小さいままなのかー長年の懸案のブレークスルー、他の先進国へキャッチアップの可能性
- 未上場株式の「市場を作る」を政策目標とすべき
 - 市場とは：発行（公募・私募）と流通は連続一体、双方が相当の規模、多数の発行企業と投資家の参加、流動性、一定の価格形成機能
 - 日本人のお金を日本のイノベーション、企業の新規事業挑戦に還流
- 規制改革の3本柱
 - ① 投資家の拡大（一般投資家の市場参加及び「特定投資家」の範囲拡大）
 - ② 情報開示規制の徹底による投資家保護
 - a. 投資判断に必要な情報を、発行企業の合理的な負担で開示させる。違反は厳格に取締まり。
 - b. 募集額と調達コストをどうバランス？ → 米国など先行国のプラクティスを踏襲、吸収
 - ③ 証券会社などの仲介機能を十全に発揮させる規制緩和（取引費用の軽減）
- 「市場を育成する規制改革」のPDCA
 - ベンチマークは「市場」、調達コストは発行企業に綿密ヒアリング、規制改革推進会議で定期的にフォローアップ

意見（川本明）

令和6年4月3日 スタートアップ・投資WG