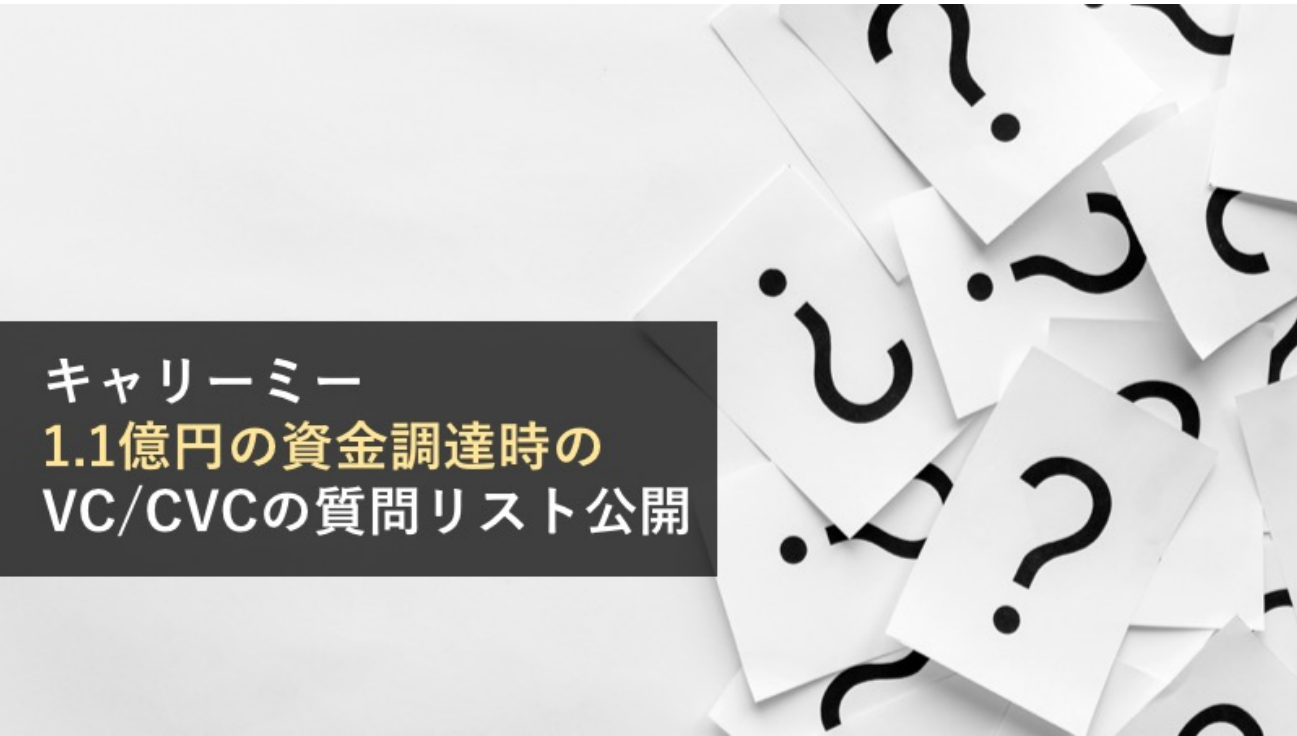




## キャリアミー 1.1億円の資金調達時の VC/CVCの質問リスト公開

株式会社 Piece to Peace は 2019 年 7 月に資金調達（エクイティ）しましたが、その資金調達期間中にあった投資家からの質問事項を代表の大澤がメモをしていたので、その質問リストと、それぞれに簡単な解説を付け足しましたので、ご参考ください。

以下、1 から 10 までは投資家の方全員に聞かれた質問です。

11 から 15 までは、多い順に聞かれた質問事項です。

最後の注意事項にもありますが、こちらのメモは他の方への転売や共有を禁止としておりますので、ご理解のうえご覧いただけますようよろしくお願いいたします。

競争優位性は？ これから大手が参入してきたらどう戦うのか？

【ポイント解説】

記事「[ピッチから 3 ヶ月弱で 1.1 億円の資金調達完了！早期の資金調達を実現するために最も意識したこととは？](#)」をご参考ください。

### 1. 資金用途とその投資結果（売上と利益）の整合性（ロジック）

【ポイント解説】

弊社の場合は、資金用途は、可能な限り「短期でスピード成長に貢献できる事」に投資する計画にしました。

弊社であれば、広告と採用（弊社の場合であれば正社員と業務委託のプロ人材双方）としています。

ポイントは、上記の通り「短期で成長させるドライバー」に成り得、かつ「現実的なプラン」であることです。なぜそのコストでその成長が得られるのか、を説明しきれする必要があります。

弊社の場合は、上場企業の類似企業の IR 資料を参考に「どれだけの営業人員でどれだけの企業獲得が可能か」、「どれだけの広告予算でどれだけのプロ人材獲得が可能か」を、十分達成できると思われる数値で作成しました。

## 2. サービス概要をもっと詳しく説明して欲しい

### 【ポイント解説】

記事「[「ピッチから3ヵ月弱で1.1億円の資金調達完了！早期の資金調達を実現するために最も意識したこととは？」](#)」をご参考ください。

特に以下について疑問があったようで、よく聞かれました。

- (ア)特に、個人事業主側はプロ人材と言われるレベルなのに、なぜ週2, 3で月20万円から30万円で済むのか。(すごく安いイメージ)
- (イ)個人事業主のイメージが湧かない。具体的にどんな人なのか？
- (ウ)副業とは違うのか
- (エ)いわゆるフリーランス紹介事業とは違うのか
- (オ)企業のニーズは理解できるが、なぜ個人が個人事業主になるのか。どんなニーズがあるのか。
- (カ)業務フロー

## 3. 今後のサービスについて

### 【ポイント解説】

CVC も VC も、今何をしている、よりも、「今後どうなるか」に興味があります。

弊社でいえば、「プロ人材のダイレクトリクルーティング（直接採用）」に移行するとプレゼンしていたので、以下のような質問は多くありました。

- (ア)現在のサービスが急成長しているのに、なぜダイレクトリクルーティング型（企業と個人事業主のプロ人材との直接マッチング）に移行するのか  
そうした質問の場合にも、  
「今のままで良いじゃないか」という異論がある場合、  
「概ね同意しているが、詳しく知りたい」という場合があります。

VUCA の時代と言われる世の中では、ビジネスも一か所に留まっていいては、たとえ成長しているビジネスであってもディスラプトされることも多くあります。

そのような中、「どう変化」させていくのか、それはどのような世の中の変化（人口構造や価値観など）を想定しているのか、を捉えつつ、事業を創造していく必要があります。

必ずしも、今の事業の延長上に将来のビジネスがあるとも限りません。

世の中の流れを考えたときに、どんなビジネスを運営していることが、最も良いポジショニングを獲得、急拡大できる確率が高いか、を合理的に突き詰めた理想像を考える必要があります。理想像であり、かつ、現実的に運営が可能なビジネスモデルを追い求める必要があります。

弊社の場合は、①自社でやらなくてもいずれ他社がやるであろうビジネスであり、②ダイレクトリクルーティングの方が、通常のマッチング（紹介）事業よりも人の手間がかからない分、効率的で、スケール化しやすい という2つの理由でサービスの移行を上記の通り決断しました。

#### 4. 自社が急成長できている要因

##### 【ポイント解説】

(ア)特に、なぜ個人が広告ゼロで月200人もの登録者がいるのか

(イ)なぜ企業、個人それぞれにCARRY MEを活用する理由があるのか（特に対価を支払う法人側にとっての価値は何なのか）

弊社の場合は上記2点に質問は集中しました。

「偶然成長している」ではなく、「意図して成長させることができ、かつ再現性があるものなのか（継続的に成長できるものなのか）」また、「競合も簡単に模倣し急成長できるのか」などを確認したいという意図があります。

個々のニーズに関しては、「それぞれに提供している本質的な価値」を自社で理解して説明できることが重要です。

例えば、弊社であれば、「企業はフリーランスを活用したいのではなく、自社に合う優秀な人材を即採用・活用したいので、そのレベルのプロ人材を1週間から3週間程度の短期間で見つけて採用までできること」が企業にとっての価値だと話しています。

もっと言えば、「採用が目的ではなく、成果が目的であるはずなので、成果を出せるプロ人材を、正社員よりは業務量が少ない分安く活用できる（年収1000万円レベルを月20万円から30万円）」ことが価値となります。

また、上記（ア）に関しては、弊社のSEOを中心とした一連の業務の流れを説明し、「それだけ検索し登録に至るだけニーズが強い分野」と印象付けることはできました。（一方でSEO自体は模倣不可能なものではなく、差別化要因とは成り得ないことも自社から説明しています）

#### 5. 今後、スピードをもってスケール化できる理由、具体的施策について

##### 【ポイント解説】

記事「[ピッチから3ヵ月弱で1.1億円の資金調達完了！早期の資金調達を実現するために最も意識したこととは？](#)」にあるとおり、スピードをもって実行可能かどうか、は非常に重要なポイントとなりますので上記記事を参考ください。

弊社の場合は、記事の通り人的リソース（プロ人材）を活用できること以外に、調達した資金での広告活用などをスピード展開の要旨として話しました。

## 6. その投資家との協業について

### 【ポイント解説】

CVCによっては、明確に投資して既存ビジネスとの連携・協業ができるプランがないと、投資しない、というスタンスの企業もあります。

## 7.

そうしたCVCは多くはありませんでしたが、「できれば協業可能性のある方が望ましい」ことは明確です。時間に余裕があれば、投資家ごとに、協業できそうな分野を複数提案する形を考えてプレゼンすることが望ましいでしょう。

## 8.

しかし、20社以上と話して理解できたことは、協業云々よりも、「事業そのものがスケール化できるかどうか」の方がはるかに重要な論点である、ということです。

記事にあるとおり、本筋に絞って考えをまとめて話した方が効率的かとは思います。

## 9. 今後も事業計画書の通りに急成長する理由

### 【ポイント解説】

投資家は、大まかな「なぜ事業計画書の通りに推移するのか、その根拠（定性的な理由と定量的な理由）」を知りたいと考えます。

投資家の殆どは、事業計画書の予想が、そのまま現実になるとは考えていないでしょう。

ポイントは、細かい数値ではなく、どの売上を、何に投資したらどの期間で得られるのか、その結果、コストを差し引いてどの程度利益が残るのか、その数値の考え方が投資家の感覚と違和感がないことが重要です。

もちろん、「何に投資して、どの程度の売上になるか」を実証できている、もしくは他社事例などで証明できればベストですが、容易なことではありません。

弊社でも1社の投資家からは、（広告はいままでかけないで集客できたことをアピールするも）「広告に投資して、どのくらい個人、企業を集められるかの実証がまだできていない段階では、いくら黒字化していても、このバリエーションでは投資できません。また違うステージでお声かけください。」とお話頂いたVCがありました。

結局、弊社としては他社事例を他社の IR 資料を参考に、根拠を創りました。

ちなみに、上場会社は業績や重要指標などの開示義務があるため、IR 資料に沢山のヒントや事例とできる数値があります。

上記の理由から、弊社では、事業計画書の数値づくりには、大半の時間を注ぎ込むことなく、「十分にスケール化できているという数字」かつ「現実的に達成可能な数字」として作成しました。

また、よく①順調だった場合、②通常のケース、③最悪のケース など3パターンで作成すべき、というような事業計画書指南書のようなものも見受けますが、弊社の場合はこれに沿わず、1パターンのみで作成しています。（もちろん、3パターンあっても良いかと思います）

## 10. 株主構成について（資本政策）

### 【ポイント解説】

「代表者以外の株主はどんな人物で、なぜ株主なのか」を聞かれます。

株主に反社会勢力の方や、そぐわない方がいないか、何人くらいの株主がいるのか（少ない方が望ましい）などを確認しています。

株主構成は「たとえ事業が成長しても、IPO や売却もできないケースもある」だけに、重要なポイントではあります。

## 11. 投資条件について

### 【ポイント解説】

以下の内容は最低限、聞かれます。

(ア) ヴァリエーションは交渉可能か（聞かれないこともあり）

(イ) 普通株か優先株か

(ウ) 意思決定の期限と、投資実行の期限

(エ) 他の投資先候補について（リードをとらない投資家も多く、他が投資するのであれば投資したい、という企業が多くあり）

(オ) IPO か売却か、いつ頃をめどに考えているのか

上記レベルは投資家に話す前に決めておくべきでしょう。

一般的な傾向としては、

- ・ ヴァリエーションは多少交渉可能にしておいた方がやりやすい（但し範囲を事前に決めておくべき）

- ・ 最近では優先株の調達が多い

- ・ 意思決定の期限は2～5か月後程度が多い

という状況かと思います。

## 1 2. 事業に込める想い、なぜこの事業を運営しているのか

### 【ポイント解説】

途中で投げ出さないか、最後までやり切れるか、を確認していることが多いでしょう。

トラブルや苦境に陥ることは事業運営時は多く想定されるので、そうしたときに乗り越えられる金銭面以外のモチベーションがあるかどうかを確認しています。

また、(どちらかといえば、という程度ですが) 社会的意義が大きい事業の方に投資をしたがる傾向にはあります。

が、事業者の想いを熱心に聞いてくれる投資家は少ない印象で、自社のヴィジョンを語ることの訓練に多くの時間をかけすぎることもないと思います。

## 1 3. 懸念点、想定できるリスクにおいて

### 【ポイント解説】

投資家は当然、投資にリスクはあるものと想定していますが、「どんなリスクがあるのか」まで明確にしたいと考えます。更に「経営者がどこまでリスクを把握しているのか」経営者判断の意味でも確認していると思います。

弊社でいえば、以下のようなリスクがあげられました。

(ア)中抜きについて

企業と個人が直接契約できるのではないかな? 予防策は?

(イ)法律上の課題

弊社であれば、偽装派遣と見なされる可能性など指摘されてこともあります。

(ウ)景気の悪化

(エ)これまであったトラブルとその対処例

事業において、上記レベルの細かさでの「想定できるリスク関連の質問事項」であれば、事前に考え、準備しておきましょう。

## 1 4. 代表者やパートナーなど主なメンバーののキャリアについて

### 【ポイント解説】

投資家は、経営者が優秀かどうか、困難時に耐えていけるかつ周囲に相談しながら進められるタイプか、経営者の優位性(得意な領域)と事業の特徴が合致しているか、などを確認しているのかと思います。

弊社の場合は、代表者の大澤について、以下を中心に聞かれました。

(ア)前回起業時にはどんな事業を展開し、どんな理由で売却したのか

(イ)大澤個人が得意なこと

1 5. チーム体制について（エンジニアはいるのか、CMO はどんな人なのか、正社員数は何人か？ など）

【ポイント解説】

「その事業においてどの人材を確保することが成長につながり、その人材は既に確保できているのか」、「確保できているのであればその人材はどんな人か」を確認したいという質問かと思います。

弊社であれば、マーケターの確保は必須ですが、弊社の事業モデル上、プロ人材は活用・採用し放題のため、そこへの懸念はありませんでした。

また、エンジニアの採用も確認されましたが、弊社ではシステムは外注しているため、エンジニアはゼロであり、大澤にプログラミングの知見がないことも正直に話していますが、ここがネックになることはありませんでした。

また、CFO もゼロなので、資金調達活動は全て代表者の大澤が実行しました。（シリーズ A までは必ずしも CFO がいなくても十分調達できると思います）

1 6. サービスをどこかに特化にする理由

【ポイント解説】

弊社のサービスの場合は、「マーケティングを中心としたプロ人材のシェアリング事業」のため、「なぜマーケティングに集中する必要があるのか」という質問は多くありました。

投資家の質問の意図

異論がある場合と、おおむね同意しつつもどんな意図があるのかを確認する場合があります。

異論がある場合：

「一気に全体に広げた方が良いのでは」

「エンジニアなど需要が顕在化している分野に特化したほうが成長するのでは」など。

なお、個人的には、（特に市場規模が大きく、参入障壁が低い場合）何かに特化する、ということはリソースが限られているスタートアップでは必須かと思います。スタートアップが全ての市場を刈り取れるほど競合が参入してこない市場は殆ど皆無かと思います。

ちなみに、弊社ではマーケティング中心に進める理由を、①企業、個人双方にニーズが強いこと、②競合がいないこと、③マーケティングの施策の多様化が進み、マーケティング分野こそ複数のプロ人材が必要であること（上記①の一部ともとれます）としています。

ここに違和感を感じたまま投資を決行する企業も少ないでしょうし、ここで理解を得られなければ、すぐに諦める（もしくは、投資家の意見が正しいかも、と考え直してみる）ほうが良いかと思います。

【他、参考情報】投資家から断られた理由 （多い順番に）

1. タイミング  
早期で決められる体制が自社にない
2. ステージがあわない  
もう少しレイトもしくは、シードで投資したい（したかった）
3. 参入障壁がなく、競合激化するため。成長市場であることはわかるが、現時点では CARRY ME 一社に決めきれない。
4. ヴァリエーションが高い
5. 自社とシナジーが難しそう
6. その後連絡なく、その間に投資が確定

※上記は、株式会社 Piece to Peace 代表取締役の大澤が資金調達時に投資家からの質問に大澤の個人的な観点をメモしたものであり、皆様限定でお送りしています。他の方への転売・共有は禁止とさせていただきます。

※上記は、資金調達ができることを保証するものではなく、あくまで参考程度としてご活用ください。

以上