

キャリーミー(株式会社 Piece to Peace)

## シリーズ B 資金調達（融資・投資）における質問/論点リスト



キャリーミー（株式会社 Piece to Peace）は、シリーズ B として 2022 年 5 月までに総額約 3.5 億円の資金調達（うちエクイティ 2.5 億円）を実施しました。

その内訳ですが、エクイティとして、NVCC9 号投資事業有限責任組合（無限責任組合員：日本ベンチャーキャピタル株式会社）をリード VC として約 1.1 億円、プロパティエージェント株式会社・（ひまわり G5 号投資事業有限責任組合）ちばぎんキャピタル株式会社・山梨中銀 SDGs 投資事業有限責任組合（山梨中銀経営コンサルティング株式会社）・静岡キャピタル 8 号投資事業有限責任組合（静岡キャピタル株式会社）よりそれぞれ約 3,000 万円、その他個人投資家から約 2,000 万円です。

融資として、千葉銀行から 4,000 万円、三井住友銀行・武蔵野銀行・日本政策金融公庫からそれぞれ 2,000 万円です。

このシリーズ B において、

①VC 等から主にあった質問事項や論点

②融資における重要ポイントまとめ

を、公開します。

回答事例は、あくまで事例に過ぎず、このような回答がどう解釈されたかは定かではありません。その点ご留意の上、本資料をご活用ください。また、本資料は他の方への転売や共有を禁止とさせていただきます。ご理解いただきますよう、宜しくお願い致します。

### ①シリーズ B での資金調達において、VC 等から主にあった質問事項や論点について

シリーズ B で各投資会社からあった質問事項や主要論点と、それらに対する回答事例を以下にまとめます。（回答事例はあくまで事例に過ぎず、このような回答がどう解釈されたかは定かではないことをご承知おきください。）

#### **【質問事項 1】急増する競合とどう差別化を図っていくのか**

シリーズ A と同様、差別化については全ての VC から質問があった。（まるで質問マニュアルにあるかのようなようでした・・・）

シリーズ A の際は、「将来、本当にプロ人材市場は巨大な市場になるのか？」も論点となったが、シリーズ B では弊社の実績もでき、かつ世の中の動向（フリーランスの台頭、中途採用の難易度、企業側の受け入れ態勢、競合）から、「プロ人材」という市場の有無については説明する必要性がなくなった。

差別化については、「現在弊社の提供するサービスが他社とどう違うのか」という点と、「将来、一層の競合が参入してきたときにどう戦うのか（なぜ勝てるのか）」の 2 点について説明した。

#### ○ 他社との違い

詳細は記事をご覧くださいと思いますが、「日本で唯一、7 年間のプロ人材のスクリーニングを実施し、かつマーケティング等事業グロースに強い分野でプロ人材の登録者数を 1 万人以上抱えているプラットフォーム」であり、この強みは、年数を経るごとにさらなる強みになっていく（プロ人材は 1 人で 1 年間に複数案件も担当することから評価 DB が累積されていく）」ことを強調した。箇条書きにすると、他社との違いは以下と説明した。

- 1 「実務型」プロ人材であるという点
- 2 「副業」ではなく本業にコミットできる起業家やフリーランスである点
- 3 マーケティングを中心とした事業グロースさせる分野に強い点（非エンジニアであり、顧問とも異なる領域）
- 4 手間を惜しんでプロ人材や登録フリーランスのスクリーニングを省く企業が多い中、独自の 3 段階の審査を実施していること、そこに工数、年数をかけていること。

○ どう勝てるのか

- 1 目指すところは「課題解決プラットフォーム」であり、他社にはない課題解決プラットフォームとは「プロ人材紹介業」ではなく、オンライン（ダイレクトマッチングプラットフォーム）とオフライン（アナログでの面談記録やコミュニケーションスキルやソフトスキル、企業との相性など評価しにくい部分）をあわせて、「法人の課題を解決できるプラットフォーム」である。ノウハウ不足とリソース不足の両方で悩む課題が多い中、両方を同時に、オンラインとオフラインとあわせて解決できるプラットフォームになることを目指しており、ここは他社にはない役割であること。
- 2 累積された法人課題と、プロ人材のスキルデータ（優秀さの把握）上記の通り、プロ人材の評価 DB や、また、法人課題も累積されていくことの強み。先行優位性が効いてくる、と説明。

**【質問事項2】 今後、どのようなマーケティング施策でグロースさせていくのか**

自社の強みが、マーケティングを中心としたプロ人材、であることから、自社でもマーケティングのプロ人材を7名活用して急成長させていることを説明した。その際に、今後、どのようなマーケティング施策を展開していくのか、それらの施策が効果的な根拠への質問も多く頂いた。

以下は、一般的ではあるが、施策リストである。「なぜ効果的なのか」については、一般的な数字でもってシミュレーションしたので、ここについては省略させて頂く。

1. タクシーCM （本田圭佑さん主演）
2. 合わせて、動画広告の展開（YouTube、Meta 等）
3. LP 改善
4. ウェビナー（自社開催と他社開催）
5. 展示会
6. 広報 PR 施策としての「カンファレンス」開催
7. 協業・代理店施策

より重要なことは、上記のような施策は誰でも思いつくが、「優秀な人材が運用し、結果を踏まえて改善していく PDCA をまわす体制が必須」であり、キャリーミーは既に CMO の毛利（CMO すら業務委託、現在は取締役）を中心に、正社員＋プロ人材でこの体制が確立されていた（PDCA もある程度まわせる体制）ということであり、ここを強調した。

### 【質問事項 3】 本田圭佑氏活用の効果

一部の VC から質問があったのが、「著名人を活用すると本当に成果が出やすいのか」だった。「プロ人材」という市場を切り拓くには①著名人、かつ、②プロとしてのイメージに合致する人の活用が必須と考えており、以下について説明した。

- 活用用途：デジタル広告だけでなく、タクシーCM、展示会、パンフレット、イベント（PR）等での活用を説明
- 成果の証明：LP で本田氏を活用した際と一般人の CVR の差や、メタ広告でのクリエイティブ事例とその成果

### 【質問事項 4】 エクイティストーリー

シリーズ A では「本当に上場までいけるか」が主要論点だったが、シリーズ B では「上場したとして、時価総額いくらになるのか？」も論点となった。

ここに関しては、上場会社での経営者としての経験がなく、また CFO としての知見もなかったため、準備不足を痛感させられた。

結局、既に上場しているサーキュレーション社や、みらいワークス社を参考にされていた。「新しい課題解決プラットフォームを創る」とビジョンを掲げてきただけに、腑に落ちない点もあったが、こちらの甘さが露呈した点であり、反省点である。

### 【質問事項 5】 シミュレーション

事業計画書と実績面での KPI、他指標を中心とした、「現実的な確度」を 3 度、4 度の MTG を重ねて確認をされた VC もあった。

そこでは、わかりやすい「新規獲得」や、逆に未知の課題解決プラットフォームの指標は確認されず、論点となったのは、既存ビジネスでの「継続率」だった。

つまり、いくら営業に注力し売上を伸ばしても、解約が相次いだら、売上は積みあがっていかない、という話である。

例えば、具体的には当時の数字として継続率が 80%程度であったが、事業計画上は、今後の目標を 85%程度にあげていく、その根拠は・・・という資料を提出していたが、ここに対して疑問を感じた VC からのシミュレーション依頼だった。

※上記の数字は実際とは異なります。

もっと言うと、その VC の視点としては、「今後下がる可能性も強く感じるが、なぜ上がるのか」という点に疑問を感じた VC からの確認事項だった。

## 【質問事項 6】お客様へのインタビュー

法人と個人（プロ人材）へのインタビュー、ヒアリングを依頼された。ここは圧倒的に双方への価値提供、満足度という意味で自信がある分野だったので、有難かったし、実際にここへのヒアリング結果も「投資決定の決め手になった」とのコメントも頂いたこともある。

### ○ 法人

クライアント複数社（4～6 社）の紹介とインタビューを実施頂いた。  
クライアントは弊社が選定した。

### ○ 個人

プロ人材複数人（4～6 人）の紹介とインタビューを実施頂いた。  
プロ人材は弊社が選定した。

## 【シリーズ B を振り返って】反省点

もしシリーズ B での資金調達前に「もっとこうしておけば良かった」という後悔があるとすると、以下の点である。

### ○ CFO にコミット頂く領域を増やす

キャリーミーは優秀な業務委託での CFO（キャリーミー登録人材）を活用していた。公認会計士の資格をもち、MBA 保有、大手監査法人での IPO 監査の経験も豊富である、という方だ。

ただし、大澤のミスで、事業計画書の作成、資金調達のアドバイス、融資時の金融機関との交渉という 3 つを CFO への主な依頼分野としてしまった。エクイティストーリーや資金調達のための資料作成までは依頼しておらず、この部分まで依頼すべきだった、と今は後悔している。

### ○ リードから優先的に当たるべき

どの VC がリードをとれるのかを事前に整理して、リードをとれる VC に優先的に当たる、ということをすべきだった。

ただし、最初の 10 社程度は感覚を掴むためにも敢えて、優先順位の低い投資家にプレゼンしてみることをお勧めする。

また、Web を見ただけではあたかもどの VC、CVC も「リードをとれる」かのようには記載されている。ここは VC 事情に精通した元 VC や CFO 人材でないと、整理できないと思っている。

## 【シリーズ B を振り返って】決め手（なぜリード VC から資金調達できたのか）

結果的には、リード VC である NVCC とは出会って 2 ヶ月程度で 1.1 億円を投資頂くことが決定した。その要因をあくまで主観ではあるが、以下にまとめさせて頂く。（VC によって、また担当者によって何を重視すべきか、はかなり大きく変わるので、以下を重視すればよい、というものではありません。）

### ○ 信頼

記事にも記載させて頂いた通り、キャリーミーの前身である shAIR 時代に一度資金調達の相談をし、プレゼンさせて頂いて審査までかけて頂いた方である。当時の劣悪な財務状況から V 字回復させた経営力、というよりも恐らく胆力、逃げない姿勢、そこへの信頼があったのだと思う。

### ○ 粗利の実績

既に当時、粗利で月 2,000 万円以上の粗利を生み出しており、かつ急成長させていた。

VC によっては今よりも将来を重視する VC も多いが、「現時点で年間 2 億円以上の粗利を生み出している」という安心感は、投資担当者としても社内での「投資委員会」での審議にかけられる際はあるのだろう。（ドリームインキュベータでも投資担当もしていたので、この気持ちは非常に理解できる）

### ○ マーケティング体制と営業体制

マーケティングは上記の通り、通常のスタートアップが優秀な人材で PDCA をまわす体制を創ることが困難なのに対し、既にプロ人材と正社員でその体制を構築できていることが評価されたのではないかと思います。

また、アウトバウンドでの営業（いわゆるテレアポ）を実施していて、しかもそこから毎月成約が生まれていることに驚かれていた。その泥臭さ、貪欲さも評価されたのだと思っている。

## 【シリーズ B を振り返って】運も重要な要素

最後に、自らコントロールできない部分ではあるが、運が味方した、と思っている。

### ○ タイミング

資金調達しやすいタイミング、バリュエーションが付きやすいタイミング、とそうでないタイミングがある。2023 年 10 月時点ではかなり厳しい状況のようだが、キャリーミーが資金調達したタイミングでは、まだ資金調達しやすいタイミングだった。

自社でコントロールできることがあるとすると、資金需要はなくとも、どこかで資金調達する予定であれば、良いタイミングでもって（早めでも）資金調達しておくことをお勧めしたい。

○ VCの方針と、担当者の方針

どの VC のどの担当者と出会えるか、も本当に運でしかない、とは思う。強いてコントロールできる部分があるとする、やはり紹介が一番有効なので、調達済の経営者、CFO に良い担当者を紹介頂くのが良いかと思う。また、同じ VC でも担当者によって解釈も異なるので、審査中・検討中でなければ、違う担当者にあたってみる、ということも一つの選択肢かと思う。

以上

②シリーズ B における資金調達（融資）での重要ポイントまとめ

シリーズ B では、3 行プラス公庫から合計 1.1 億円の融資を頂きました。

内訳は、千葉銀行様から 4,000 万円、三井住友銀行様、武蔵野銀行様、日本政策公庫様からそれぞれ 2,000 万円ずつという形です。

シリーズ B 時点での資金調達（融資）でポイントとなった部分を以下、説明致します。

1. 保証協会の枠内であれば融資を得るのは比較的容易

今回融資頂いた金融機関から、共通のご提案があった。それは、「信用保証協会の枠内であれば、すぐにご融資させていただきます」だ。

「信用保証協会」とは、中小企業等が金融機関から融資を受ける際の潤滑油的な役割を果たす機関である。具体的には、公的機関である信用保証協会が中小企業などの債務を保証すると、金融機関からの融資を受けやすくなる。

ただし、金利以外に、借入金額や借入期間などに応じた保証料というコストを負担しなければならない。

弊社の場合は、保証協会の限度枠が 6,000 万円で、保証料は 189.1 万円だった。

1. 【千葉銀行】 融資金額：2,000 万円×2 本のうち 1 本が保証協会枠。  
どちらも大澤が連帯保証人契約  
保証料：577,500 円
2. 【三井住友銀行】融資金額：2,000 万円  
大澤の連帯保証人契約あり  
保証協会枠で、保証料：736,000 円
3. 【武蔵野銀行】融資金額：2,000 万円  
大澤の連帯保証人契約あり。  
保証協会枠で、保証料：577,500 円
4. 【日本政策金融公庫】融資金額：2,000 万円  
連帯保証人も、保証料もなし。

この保証協会枠内であれば比較的容易に融資は受けられる、という印象は受けた。

ちなみに、日本政策金融公庫様からも融資額は 2,000 万円だったが、こちらが 1 行あたりの融資額と同額だったのは偶然であり（公庫は独自の審査、限度額決定のルールがあるらしい）、また個人保証などは一切なく借り入れることができた。

逆に、保証協会枠「外」で融資を受けることは相当ハードルが高い、と感じた。（特に当時の弊社では急成長していたものの、黒字化する根拠を説明する必要があった。

こちらが審査に通るのにはハードルが高い印象だ）

## 2. 保証協会の枠「外」でも 2,000 万円の融資を受けられた理由

しかしながら、結果的に、千葉銀行様から保証協会枠外で 2,000 万円（合計で 4,000 万円）の融資を頂けた。

その理由は以下だと、あくまで主観だが理解している。

### (1) 紹介

弊社の社外取締役からの紹介であったこと、その紹介をしてくれた社外取締役が代表として経営する会社も同行様から融資を受けていたこと、さらに紹介頂いた方が支店長という役職だったこと、が大きい。

### (2) 既存事業と新規事業を分けて資料を作成したこと

既存事業と新規事業があり、既存事業だけであれば、月次で既に黒字化していた。そこを資料で証明しつつ、「融資頂きたいのは新規事業部分においてです。新規事業が万が一軌道にのらなければ、既存事業だけを残し、そこから得られる利益で返済します」と言い切れたことが大きかった。

### (3) 融資の目的

融資の目的・用途を新規事業におけるシステム開発としていた。

融資は商品の製造など形になるもの、資産として残るものだと審査が降りやすい、と聞いたことがあったので、その通りに実行したのだがこれが功を奏した。（別の銀行からも、「マーケティングへの費用捻出であれば融資できなかった」と言われたこともあり、上記の噂は正しいと個人的には思っている）

### (4) 実績

大きな費用をかけることなく、売上・粗利は急成長していた（1 年間で 2 倍程度）、かつ粗利額も月次 2,000 万円程度あがっていたことから、黒字化するだろう、という予想が立てやすかった、ということもあると思う。

### (5) 保証協会枠と保証協会枠「外」の抱き合わせ

協会枠は安全（ほぼ 100%返済される）だが、それだけ利率が低い。保証協会枠外だと、一定リスクはあるが、それだけ利率が高い、つまり銀行にとっては収益性が高い。これらを組み合わせて提案できたこともプラスだったと思う。（保証協会枠外だけで合計 4,000 万円の融資依頼は通らなかったのではないかと、思っている）

### 3. 他（補足）：地銀とのアライアンスは難しい

- (1) B2B の法人等で「地方展開するにあたり、地銀と提携しよう」と考えているスタートアップ等が多いのではないか？

ここは、意外に相当ハードルが高い、ということをお伝えしたい。

弊社は、投資や融資を頂いた複数の金融機関様とアライアンスの話は投資時点や融資時点では頂いていた。

しかしながら、アライアンスの実行段階となると、各銀行の事情（営業が売りやすいかどうか、十分な手数料が入るか、他競合サービスとの違いが明確かなど）により、実現するのはハードルが一定レベルでは高いと実感している。

以上