

起業家70名のストーリーから投資家が紐解く、成功の原則

- ・スタートアップを成功させるためには何が必要なのか？
- ・何をすべきで、何に気をつけるべきなのか？

日々、多くの起業家の皆さんに身近に接しているベンチャーキャピタルの視点から、これらの問いに答える事業成長の原則を紐解きたく、本書を執筆しました。

筆者は独立系のベンチャーキャピタルであるDIMENSIONファンドに所属しており、日々スタートアップへの投資と経営支援に従事しています。弊社はその前身となるドリームインキュベータ時代の実績を含めると、20年の期間にわたり150社を超えるスタートアップへの投資を実行し、そのうち32社が上場（2023年3月現在）しています。

出資・支援先は、ポケットーク（累計100万台を突破したIV通訳機を提供）、カバー（世界に7000万人のファンを持つ、VTuber事務所を運営）、LegaiOn Technologies（AIによる契約審査システムを提供）などです。

スタートアップが成功する確率は100社に1社とも、1000社に1社ともいわれる中で、出資先の5社に1社の上場実績は「高打率」と表現されることもあります。その成果を実現するため、弊社は厳選集中投資の方針を掲げています。投資担当のフロントメンバーで毎月100社を超える起業家の方にお会いし、弊社の支援がマッチしそうな企業を探し出します。そして、さまざまな角度から調査や分析・お客様や有識者へのインタビューを重ねた上で、やっと月に1社出資するか否かという割合です。その過程で我々が検証している視点や、出資後の起業家への伴走支援で得られた知見を本書でお伝えできたらと思っています。

もちろん、スタートアップの主役は起業家および経営陣、さらには各社で働く従業員の皆さんであり、投資家は黒子的な存在にすぎません。ですので、本書はリアルな実践例として上場・未上場の起業家の実際のエピソードを軸にしながら、投資家としての客観的な観点を織り交ぜて考察していきます。起業家のリアルな軌跡をケーススタディとして、具体的なイメージをつかんでもらえればと幸いです。これまで弊社オウンドメディアの取材に応じてくださった70名を超える起業家の皆

課題を発見するプロセスは難易度が高いが、逆に一度取り組むべき課題が明確になると大きく前進する。実際に多くの起業家も、これまでの過去の経験からふとビッグアイデアを閃いたり、人とのつながりの中で画期的なアイデアが浮かんだりして事業化に至っている。

本ステージで紹介する2名の起業家は、「自分自身が感じた課題を元に、起業する」「得意領域の課題で、起業する」といった手法で課題を見つけ、大きく事業を成長させている。ぜひ彼らの実例を参考にして、自分たちならではの「の課題を見つけていこう。」

Stage:1 「課題発見」のキープポイント

Stage:1

- やりたいことをやるだけでなく、そこに自分の得意を重ねる
- その市場は伸びるか、その市場で勝てるかを掘り下げる
- リサーチは今の瞬間にも始め、断続的にアップデートし解像度を高める

Stage:1

課題発見
～事業の核となる、アイデアを見つける～

本ステージで登場する起業家

Case:A

弁護士ドットコム株式会社

元榮太一郎さん Taichiro Motoe

1975年生まれ。弁護士ドットコム株式会社 代表取締役社長。2001年弁護士登録。現アンダーソン・毛利・友常法律事務所勤務後、2005年法律事務所オーセンスを設立。同年法律相談ポータルサイト「弁護士ドットコム」を創業。2014年に弁護士として初の東証マザーズ上場を成し遂げ、2016年参議院議員選挙にて当選。財務大臣政務官、参議院文教科学委員長などを歴任し、2022年に任期満了をもって参議院議員を退任。



Case:B

カバー株式会社

谷郷元昭さん Motoaki Tanigo

1973年生まれ。カバー株式会社 代表取締役社長CEO。慶應義塾大学理工学部を卒業後、イマジニア株式会社でゲームソフトのプロデュースを担当、携帯公式サイト事業を統括。モバイル広告企業ユナイテッドの創業に参画後、株式会社サンゼロミニッツを創業。日本初のGPS対応スマートフォンアプリ「30min.」を主軸としたO2O事業を展開し、株式会社イードへ売却。2016年にカバー株式会社を創業。



課題の発見

初期の起業家に共通する課題の見つけ方

そもそも、スタートアップの起業はどのように始まるのだろうか。起業家がメディアなどで取材されるときにはすでにビジネスが一定規模になっていることが多く、さらに多くの人が従業員として働く場合には、会社の規模が一定以上になるのが一般的だ。そのため、起業前や起業直後のことについては、あまり具体的なイメージを持っていない人も多いかもしれない。

我々ベンチャーキャピタルの仕事は、日々さまざまな起業家と会うことに始まる。コロナ以前は対面での面談が多かったが、今はZoomやGoogle Meetなどオンラインツールの浸透で効率的に起業家と面談できる環境が整い、その数もぐっと増えた。さらに、問い合わせも多かったり、資料のみ拝見したりする方の数も含めると、少なくとも毎月数十名、ピッチイベントなどがある多い月には100名に迫る月もある。

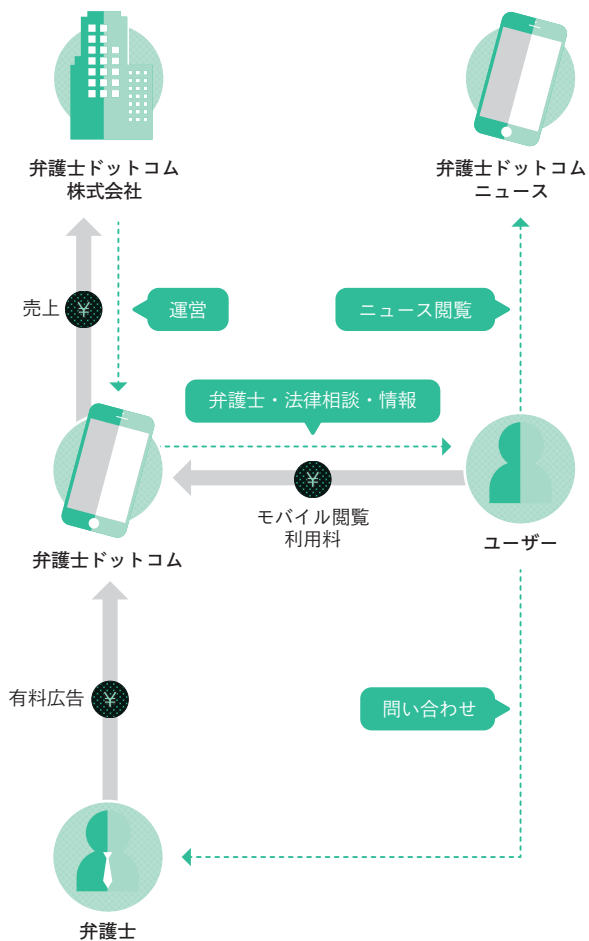
連日起業家の方と話していく中でも、起業家のステージはそれぞれだ。筆者のファンドでは主に創業初期〜数年以内のシード&アーリーステージと、上場まで2〜3年以内に迫ったレイターステージを対象としている。そのため、売上も組織も整いつつあり、いざ、上場を実現せん”とする起業家とお話することもあれば、彼らが事業をスタートしたばかり、あるいは事業を開始する前からご相談いただくこともある。

後者の場合、まさに、これだ！ という課題を発見し動き始めたばかりの状況で一緒にすることになる。何度かそういったことを経験する中で、そこには1つの共通項、いかなれば王道の流れのようなのがあるのではないかと感じ始めた。



図 1-1 虎ノ門のCICにて開催された起業家向けイベントの様子

弁護士ドットコムビジネスモデル



自分自身が感じた課題を元に、起業する

弁護士ドットコム株式会社 代表取締役社長 元榮太一 郎さん

Case:A (インタビュー記事初出#2017年11月)

元榮さんがたどった課題発見のプロセス

- 1 不運な物損事故に遭遇、弁護士が身近でない社会課題に直面する
- 2 引越し比較サイトから、事業の着想を得る
- 3 それらの体験と関心を組み合わせ、事業化を計画
- 4 課題解決を実現すべく、誰よりも早く行動に移す
- 5 アイデアを積極的に周りに話し、仲間を集める



課題のキーポイント

やりたいことだけではなく、そこに自分が得意なことを重ねる

実際に起業を検討中、もしくは起業したばかりの起業家の方とお会いすると、実は、「なんとなくマーケットがありそうだから」「この市場が急速に成長しているから」など、漠然としたビジョンで突き進んでしまっているケースも多い。

ITの発達で起業のハードルが下がり、昔と比べてサービスを生み出しやすくなっている。また、本書を執筆中の2023年現在では、資金調達環境はかつてないほどに整ったものになっており、お金を集めることのハードルもぐっと低くなった。まだ製品やサービスがなくても、アイデアだけをもった起業家に投資が実行されるケースさえある。

しかし、投資家向けのプレゼンだけが非常にうまくても、あるいは素晴らしいビジョンを滔々と

語ることでできたとしても、それだけでは事業を創造することは難しいのが現実だろう。ユーザーの心理を深く理解し（そのユーザーが自分であれば、さらに推進しやすいはず）、市場にプロダクトをフィットさせる。その過程では、ユーザーの課題を明確に把握することが必須となってくる。

起業家のプレゼンを聞いていて、対象とする市場やビジョンはそれらしく聞こえるのに、何かがおかしい、なんだかしっくりこない、と違和感を覚えるときがある。そこには、課題を自分事として、リアルにとらえきれない起業家の姿がある。そこには、ユーザー数や売上などの指標が爆発的に成長しない結果になってしまうことが多い。まず自らが取り組もうとしている課題は「ホンモノ」か、手触り感を持っているか、誰の、どんな課題を解決しようとしているのか、一度立ち止まって考えてみてほしい。具体的な検証方法は、次のステージで紹介したい。

“やりたいことをやる。そのために起業する”という考え方について、賛同する方も多い。起業には膨大なエネルギーが必要になるため、自分が心を燃やせるテーマに取り組むことが必要条件であることは間違いない。また、起業家本人が強い思いを持っている事業ほど事業のキモになる部分での解像度があり、事業構築のペースも速くなる。また、そういった起業家は応援されやすく、投資家のお金が集まる傾向があることに間違いはないだろう。