

「この世の中で一番偉い人間は企業家である」  
J.A. シュンペーター

**SIP**  
Strategic Investment Partners Inc.

**ベンチャーキャピタルから  
投資候補先へ提供する  
ビジネスアドバイスのキーポイントについて**

**エス・アイ・ピー株式会社**  
Strategic Investment Partners Inc.

齋藤茂樹

# 自己紹介 齋藤茂樹

齋藤茂樹は、起業家から転じたベンチャーキャピタリストである。彼のアプローチは、投資先のビジネス戦略、戦略的資本政策・提携・ビジネスモデルなどを企画し、自らのハイテクベンチャーのIPO経験や数多くのインキュベーション経験からくる視点から投資先企業の社長と同じ目線でのハンズオン投資を実施していきます。

**エスアイピー・フィナンシャル・グループ株式会社 代表取締役社長**  
**エス・アイ・ピー株式会社 代表取締役社長**  
**ストラテジック・アイアール・インサイト株式会社 監査役**  
**日本ベンチャーキャピタル協議会 (2008-現在)**  
**シンガポールVC&PE協会 会員**

1961年生まれ。東京大学経済学部卒業後、85年に民営化一期生としてNTTに入社。大企業向け通信ネットワークの販売・構築、料金・サービス契約約款のデザイン、認可業務等を担当、94年退社。97年、米国マサチューセッツ工科大学（MIT）スローンスクールにてハイテクベンチャーの経営を学び、MBA取得。その後、米国ネットスケープ・コミュニケーションズ入社、日本市場でのポータル・ビジネスを統括。（株）デジタルガレージでは、公開期の中心メンバーとして参画、代表取締役として大手企業への戦略的インターネット・ソリューションを提供。大企業とともに新規事業を立ち上げる手法「スポンサード・インキュベーション」を開発。2004～11年まではデジタルハリウッド大学院の専任教授として「通信と放送の融合におけるITビジネス論」「ベンチャーキャピタルビジネス論」の講義を行う。現在は、インターネットをはじめ幅広い領域で活動中。政府からの招聘等でイギリス、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、イスラエル、ロシア、中国、インドなどの国家間のビジネス交流にも広く関わる。有能なビジネス・クリエイター。著書「イノベーション・エコシステムと新成長戦略」丸善出版。日本ベンチャーキャピタル協会理事。ベンチャー学会会員。



# 東京アジア発グローバルVCとしてのSIPの源流

## ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN.

SIPでは、「この世で一番偉い人間は企業家である」という精神をもち、ベンチャー企業は、「資本主義のエンジンとなるイノベーション・システムの主役となるべき存在」と考えています。そして、起業家精神をもってベンチャービジネスを開拓し続けてきたベンチャーキャピタルとして、「企業家は生まれながらのものではなく、ベンチャーキャピタルとともにつくられていく」考えが、SIPの基本のスタンスです。



### SIPは、日本にベンチャーキャピタルを誕生させた齋藤篤により創業されました

齋藤篤は、JAFSCO在籍時代に日本初のLPS (Limited Partnership)であるベンチャーキャピタルファンドJAFSCO第1号を設立し、その後日本アジア投資株、CSKベンチャーキャピタル株の設立に寄与し、日本のベンチャーキャピタルの草創期から発展に携わって参りました。SIPは、その齋藤篤により米国流の高いROI (Return on Investment) を実現するベンチャーキャピタルを目指して1996年に設立されました。



### SIPはグローバルに展開する企業及びビジネスの「テクノロジー・ソース」から「アーリーステージ」、さらに「エクспанション」まで企業の成長するためのクロスボーダー展開を支援します

SIPは、「アーリーステージ」にあるベンチャー企業への投資こそが、ベンチャーキャピタルが業界として成り立ちうる存立基盤であると考えています。その上で、株式公開したのちも、証券市場において健全な企業価値の成長を遂げ、円滑な市場からの資金調達ができるための「エクспанション」の支援を提供することが必要であると考えます。「アーリーステージ」段階から、「エクспанション」段階に至るまで、ベンチャー企業が潜在力のある製品やサービスをクロスボーダーにより大きく展開することに貢献すべく、事業戦略・資本戦略の両面から「ハンズオン」支援をしていきます。

# 「イノベーション・エコシステムと新成長戦略」

次世代日本の成長戦略の柱になるべきは、ニュービジネスの企業群とそのニュービジネスを創っていく主体になれる大手企業とベンチャー企業である。このニュービジネスの一つひとつを木にたとえると、それらの木が森というクラスターを形成するようにつくりあげ、さらに森の中からまた新しい若い木が次々と新しい成長サイクルをつくっていくような生態系システム、すなわちエコシステムをつくりあげることこそが日本の、あるいはグローバル経済における共通の成長戦略である。本書では、この日本の成長戦略を考えるために、経済成長を引き起こすイノベーションとはどのような仕組みであるべきか、さらには自律発展的なエコシステムをどうつくりあげていくべきか、について具体的に議論を展開していく。

## イノベーション・ エコシステムと 新成長戦略

齋藤茂樹 著



イノベーションについて、ベンチャービジネスに精通した著者による緻密かつ明快な分析が提示されている。面白い。 東京大学教授 **伊藤元重**

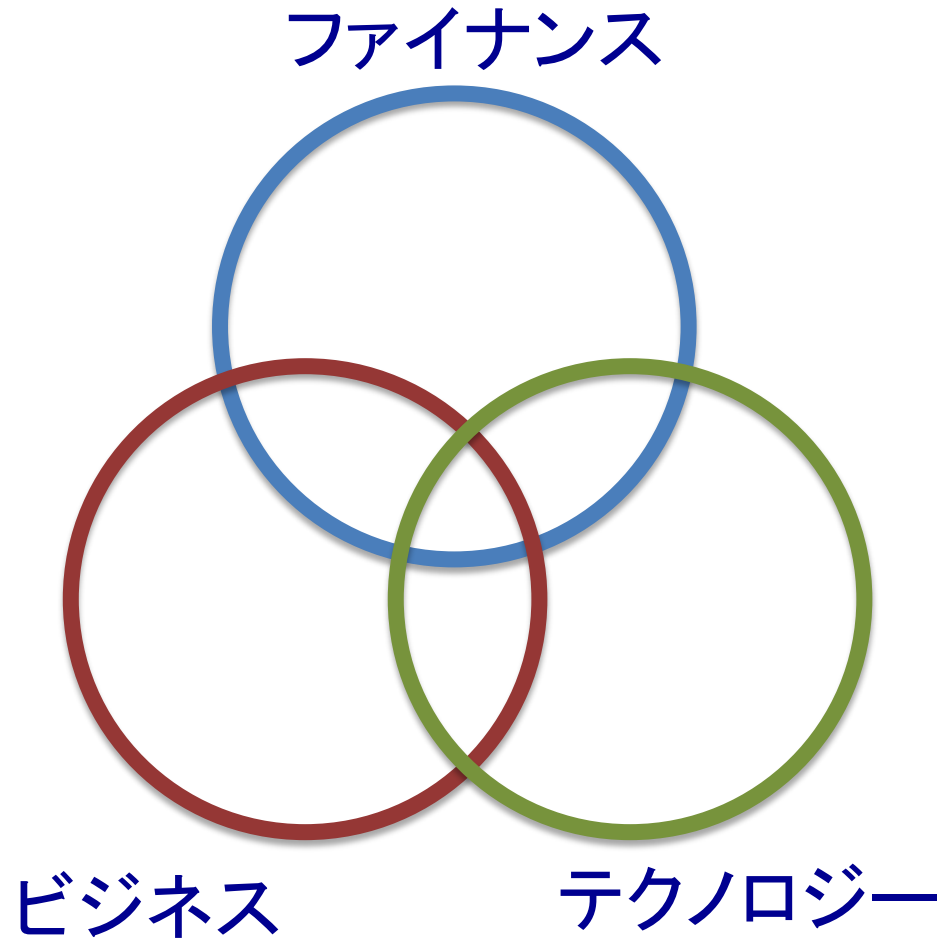
丸善出版

### 刊行によせて (日本ベンチャー学会前会長 一橋大学教授 伊藤邦雄)

本書の著者の齋藤茂樹さんは、こうした問題を熟知し、かつ私と同じ問題意識を共有してきた豊かな将来性をもった若きベンチャーキャピタリストです。齋藤茂樹さんは、アメリカのMITで教育を受け、アメリカの起業家精神や資本主義の実態を目の当たりにしてきました。それをベースに日本に戻ってからのベンチャーキャピタリストとしての経験に照らして、未来志向でわが国の羅針盤を提示したのが本書です。一緒に夢を追いかけ、この国を再び輝かせましょう

- 第1章 資本主義とイノベーション
- 第2章 インベンションとイノベーションの発展段階
- 第3章 大企業とベンチャー企業
- 第4章 リスクファイナンス・ビジネスのあり方
- 第5章 イノベーション・マーケット
- 第6章 グローバルマーケットをもう一度考える
- 第7章 イノベーション・エコシステム創造への挑戦
- 第8章 アントレプレニューアの生まれる社会

# ビジネスの見方の視点



ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN.

L. E. Shefsky

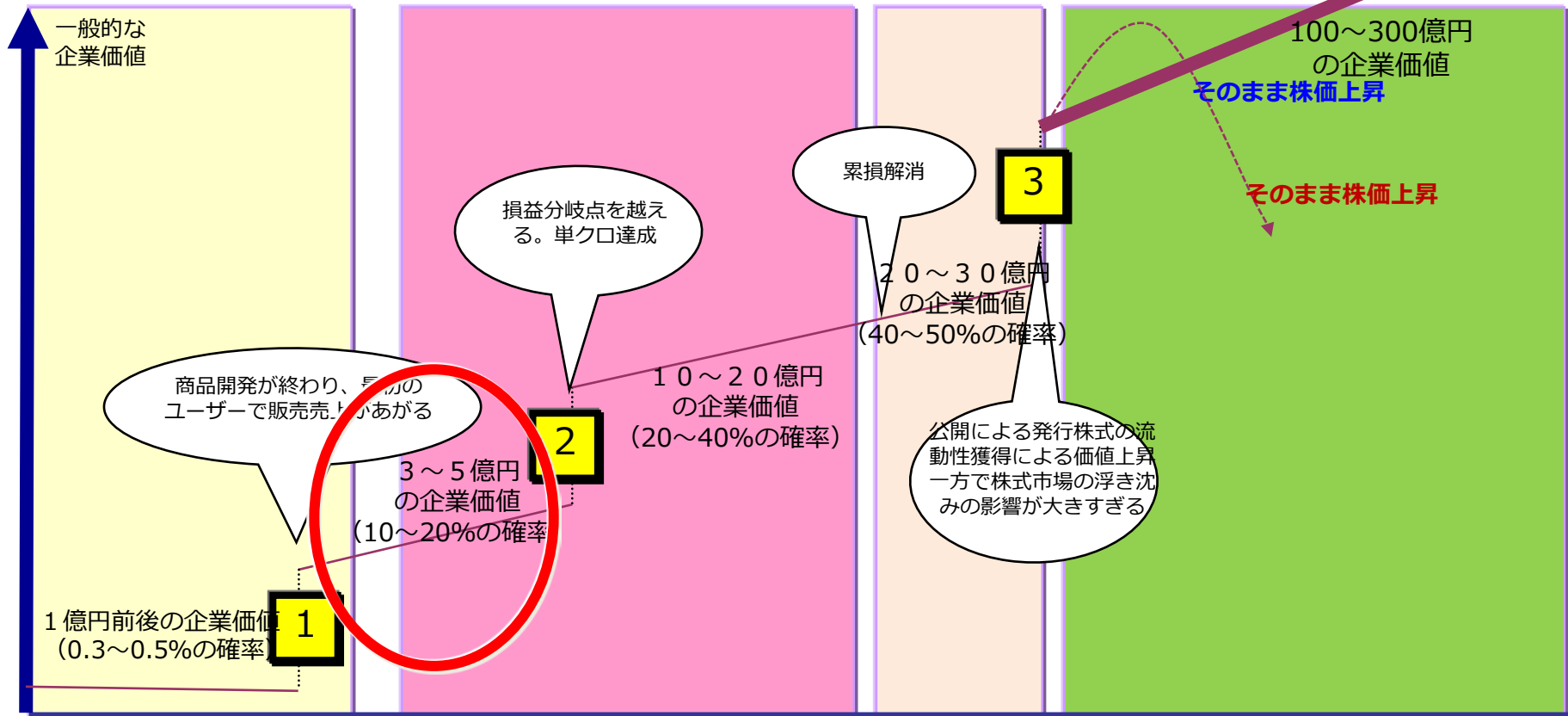
SIP

Strategic Investment Partners Inc.

# 企業の発展段階

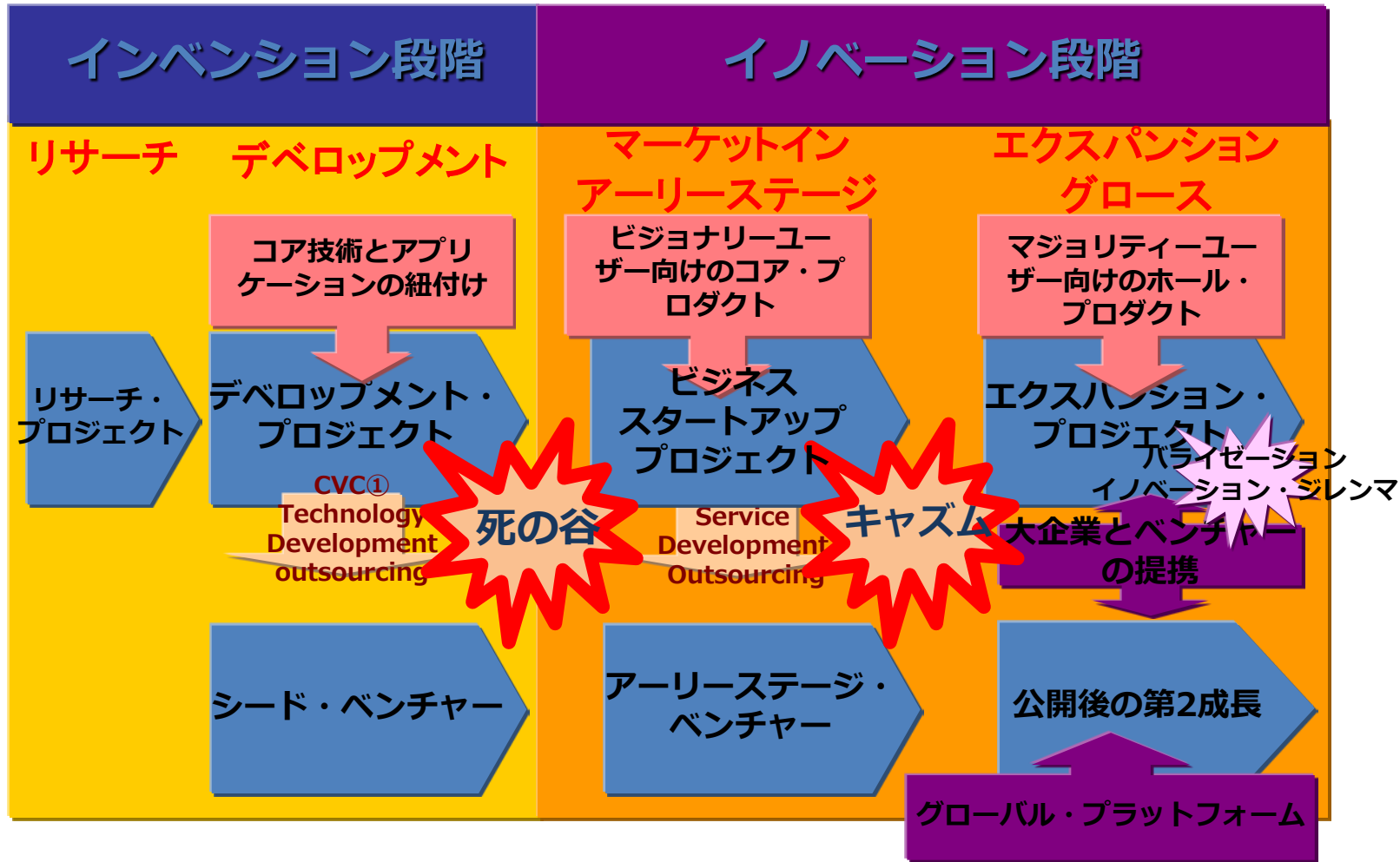
# ニュービジネスの成長発展ステージ

企業価値の本質的な源泉 1 商品がコンセプトから規格品になり売れるようになる。 2 販売のチャンネルが固まり販管費を越えキャッシュが増えていくようになる。 3 株式公開により株式に交換価値が生まれるようになる。



創業 【シード】 【スタートアップ】 【アーリーステージ】 【エクспанション】 【レイター】 IPO 【グロース】

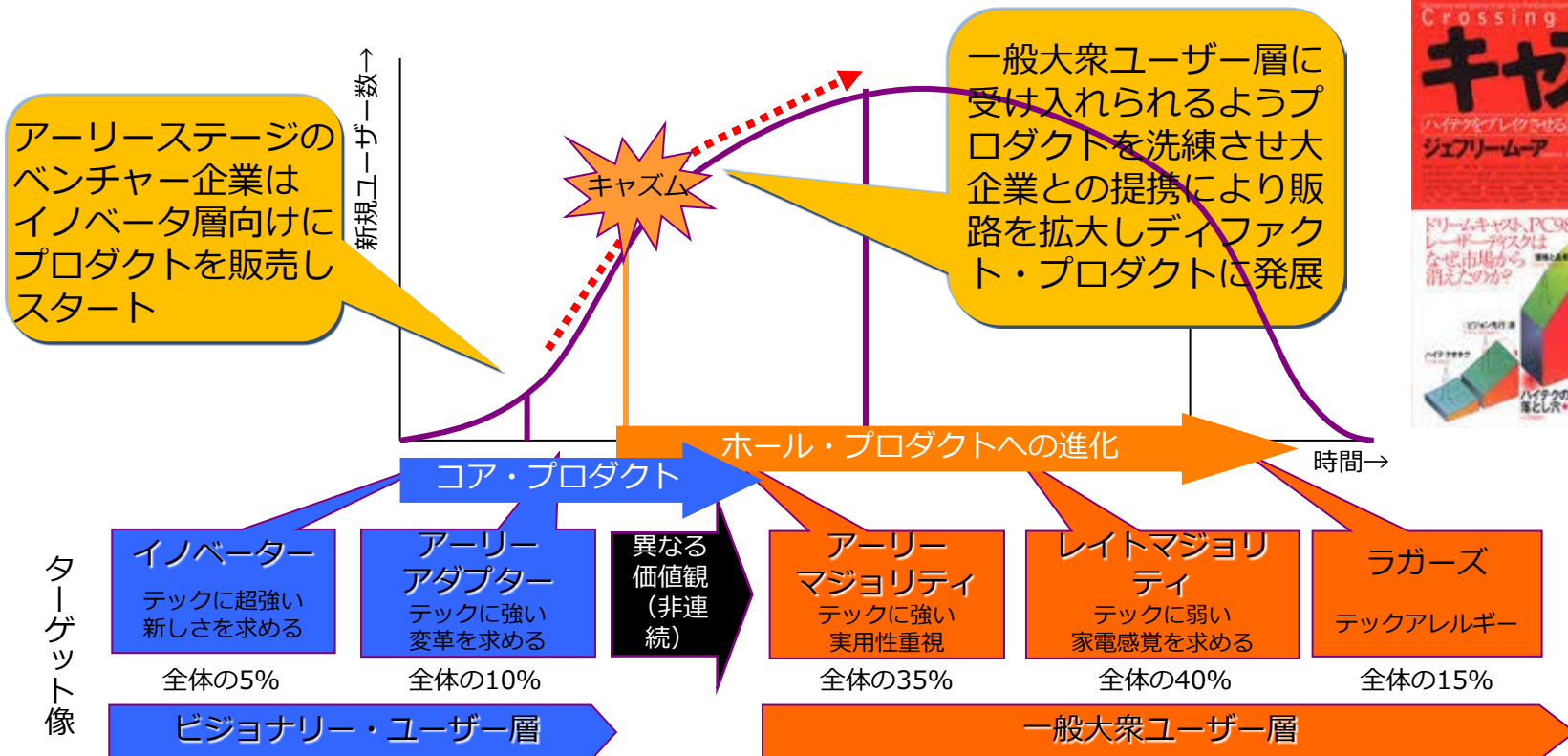
# ビジネスの発展段階





# ハイテク・マーケティングの理論 キャズム理論

企業が開発したプロダクトはコア・プロダクトと呼ばれるイノベーター層に受け入れられるプロダクト。このコア・プロダクトを一般大衆ユーザー層に受け入れられるホール・プロダクトに商品として進化させ、販売チャネルをもつ企業と提携しプロダクトを販売することでエマージング・グロースを輩出する。



\* 出所：“Crossing the Chasm” by G.A. Mooreに加筆

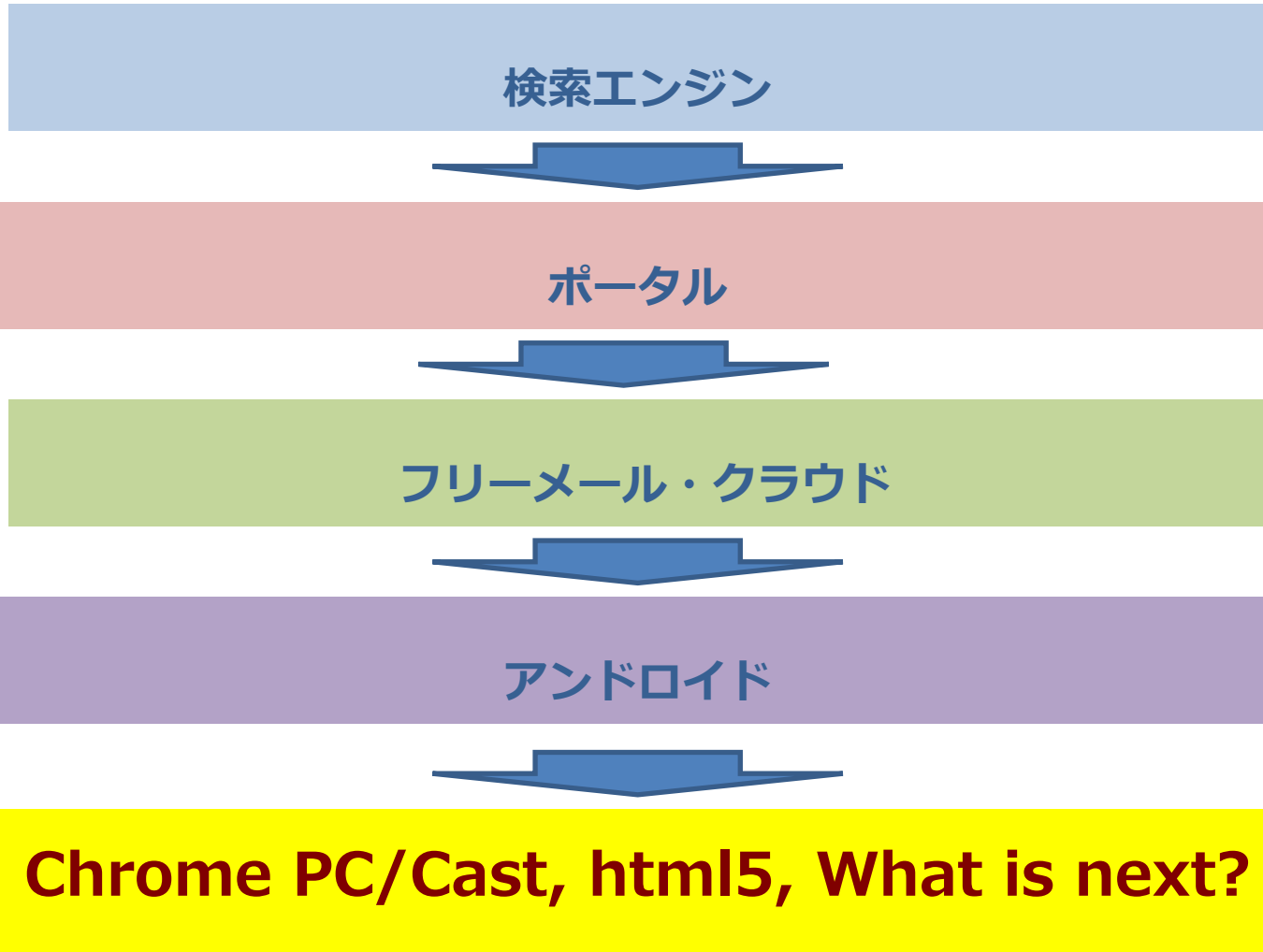
# インベンションとイノベーション

**蒸気機関車と、大陸横断鉄道の**

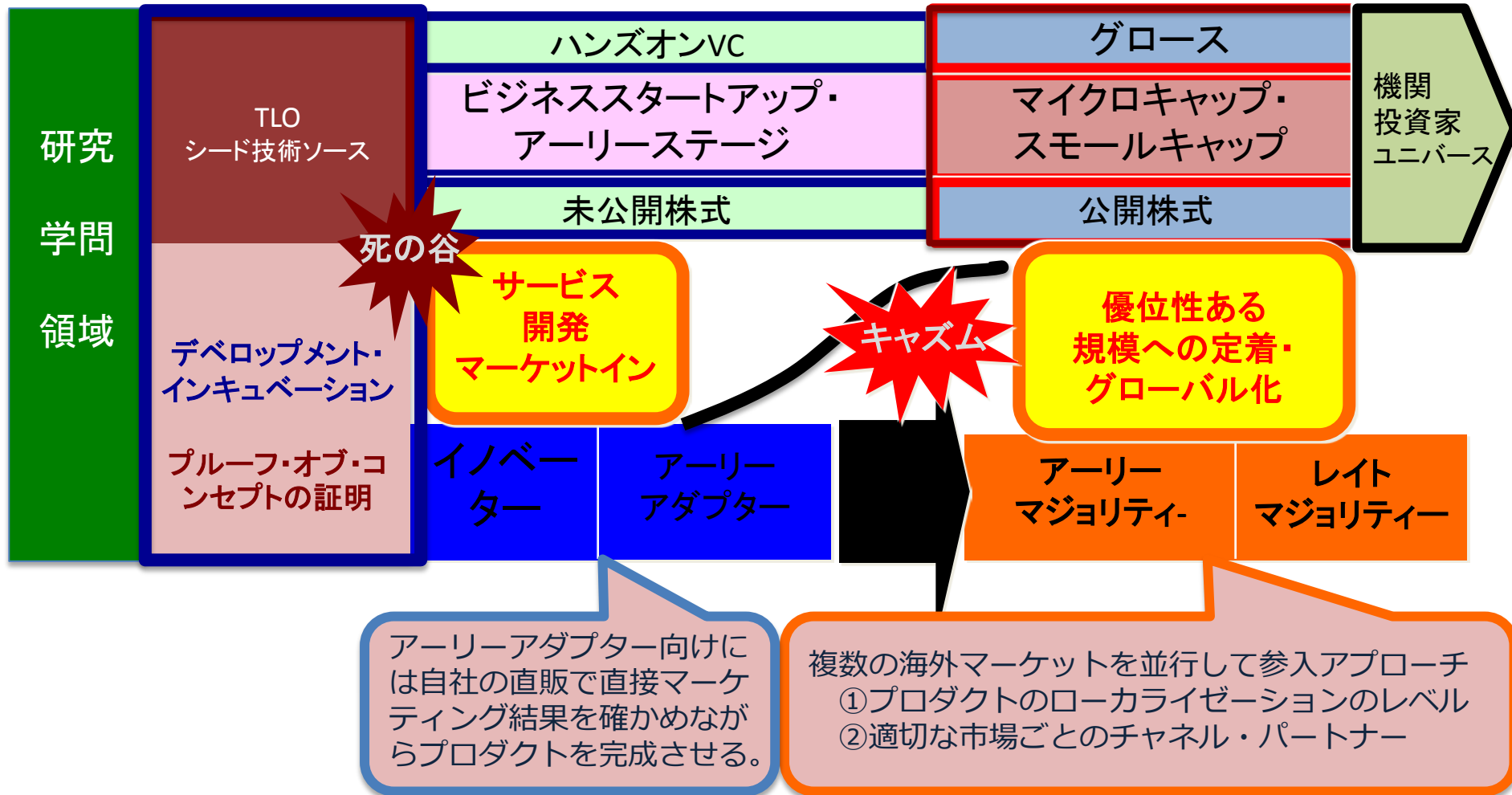
**どちらが人類のために**

**役立ったのだろうか？**

# グーグルのビジネスモデルの発展のケース



# ビジネスデベロップメントの展開段階



ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN.

L. E. Shefsky

SIP

Strategic Investment Partners Inc.

# ビジネス力の強さのポイント

# VCが対象とする企業と伝統企業の関係性

伝統的中小企業  
(銀行が主体)

中小企業型  
経営で生産  
してきた事業

一般商品を広く  
販売する事業

VCが対象  
する企業

新しい技術  
商品を基盤  
にした事業

技術が織り込まれ  
た付加価値生産商  
品を販売

地銀VCはこの両  
方をバランスを  
もってターゲット  
していくべき

# オペレーション実現性と事業採算可能性

## 【植物工場生産野菜の利益式】

**利益** = **P** × 供給量 - コスト (人件費 + **減価償却費** + 高熱水道費用 + 販売・物流費用)

【現在の植物工場の問題点】 採算性面で実用化で本格普及していくのには時間がかかる見込み

- 野菜の価格が利益率がそもそも低く採算性をとるのが厳しい
- 設備投資の減価償却コストがかかり、補助金前提なしでは採算性をとるのが難しい。



# 付加価値の高いビジネスのキーポイント

## ■ プロフィットビリティー → テクノロジー・ブランド

\* 等差係数的ビジネスモデル < 指数係数的ビジネスモデル

プロフィットビリティーが等差係数的ビジネスモデルの場合のビジネス展開 ⇒ フランチャイズ型ビジネス

\* 自らの経営ノウハウを販売してロイヤルティ収入をとることで等差係数と等比係数ビジネスの中間を狙う。

## ■ スケーラビリティー → 全国展開より本格的には海外展開へ



# 株価 = 企業価値が上がるビジネスのキーポイント

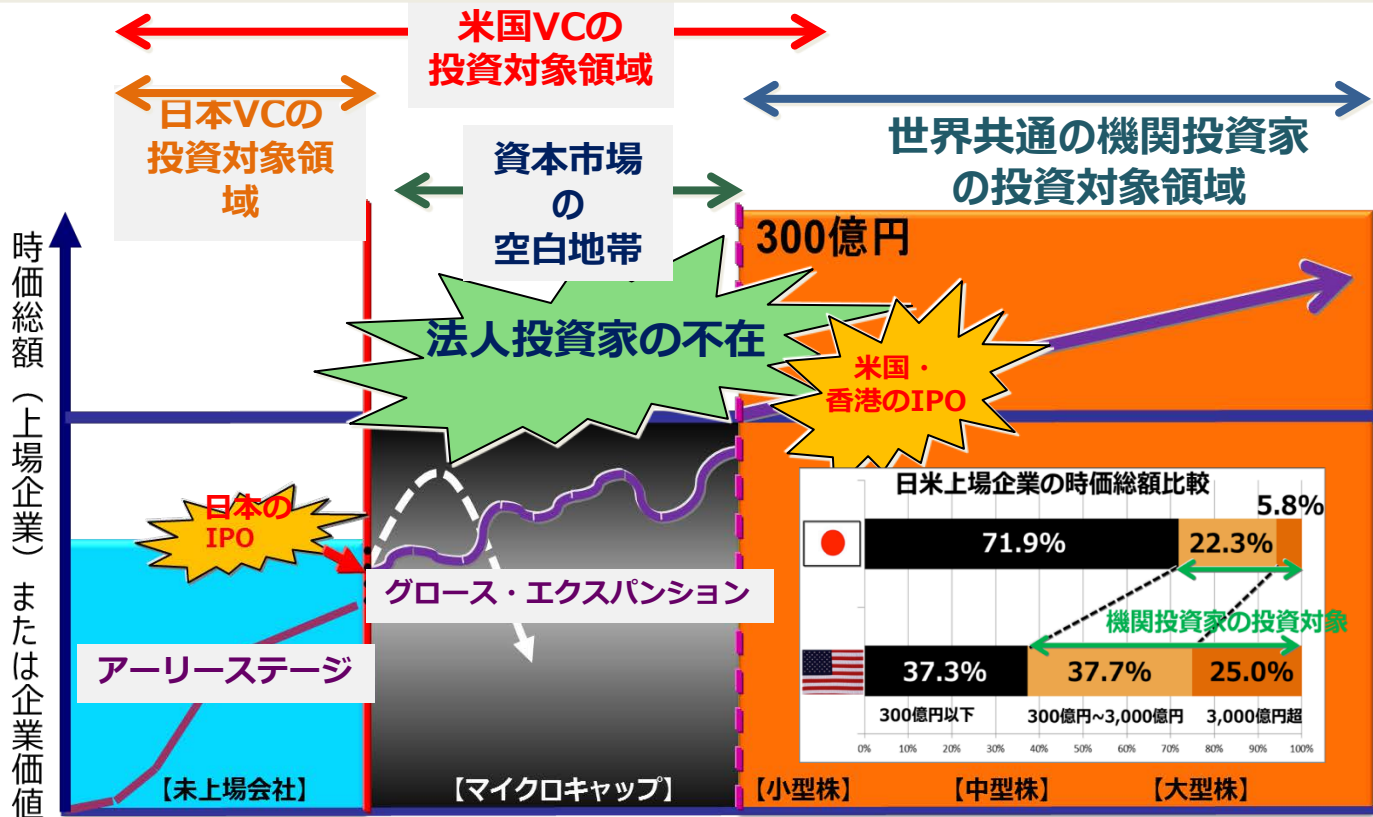
利益を安定・継続拡大できる事業基盤をつくっていくことと、PERの高いビジネスモデル・資本政策をつくっていくことはクオリティの高い経営をしていくための両輪。

1. 「顧客基盤の拡大」が「収益基盤の拡大」になるモデル
2. 製造業モデルはVC投資では要注意（ファブレスの利用・工夫） → ビジネスモデルを考えてアドバイスする
3. 株主数を拡大させていくことでより多くの法人投資家が投資できる体制の準備

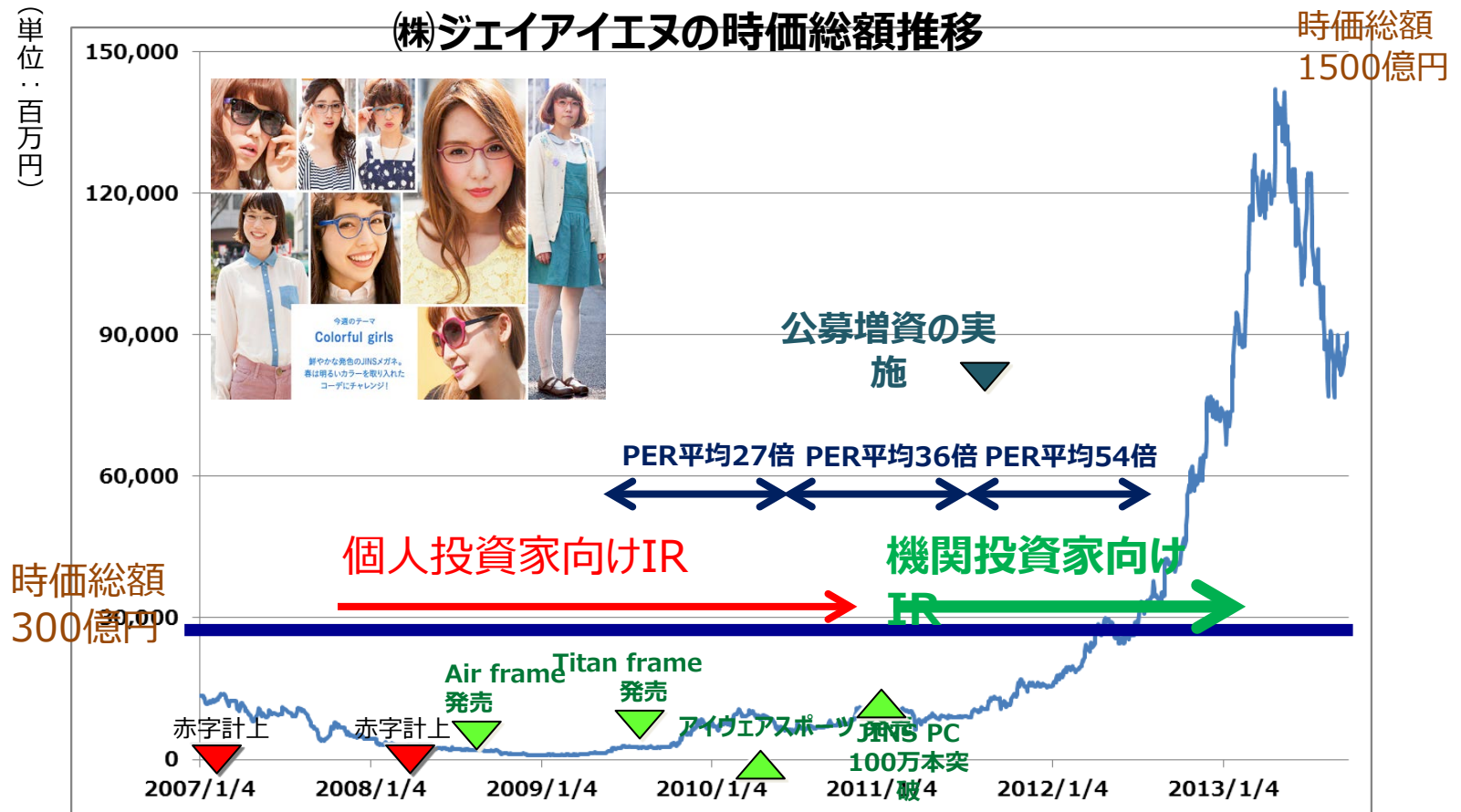
# マイクロキャップ市場の法人株主の不在

## 【マイクロキャップのジレンマ】

- ①日本のIPOでは機関投資家不在のため successful IPOが少ない。
- ②VCのロックアップ期間後にも、EXITが出来ず株式流動性が低く抑えられる。
- ③浮動株、株主数が伸び悩み、株価（PER）が過小評価される。



# 時価総額伸長の事例：ジェイアイエヌのケース



ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN.

L. E. Shefsky

SIP

Strategic Investment Partners Inc.

# 事例研究



# 欧米市場とアジア市場のグローバルアプローチ

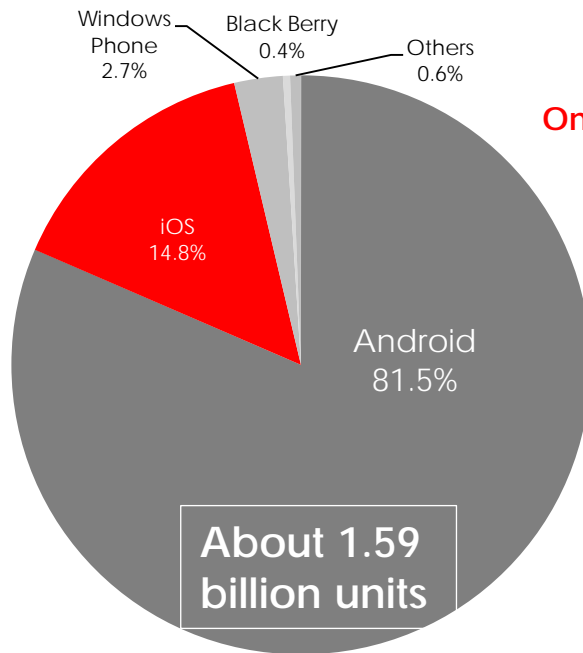
ビジネスモデル  
テクノロジートレンド

アジアの枠組み



# Smartphone OS Share

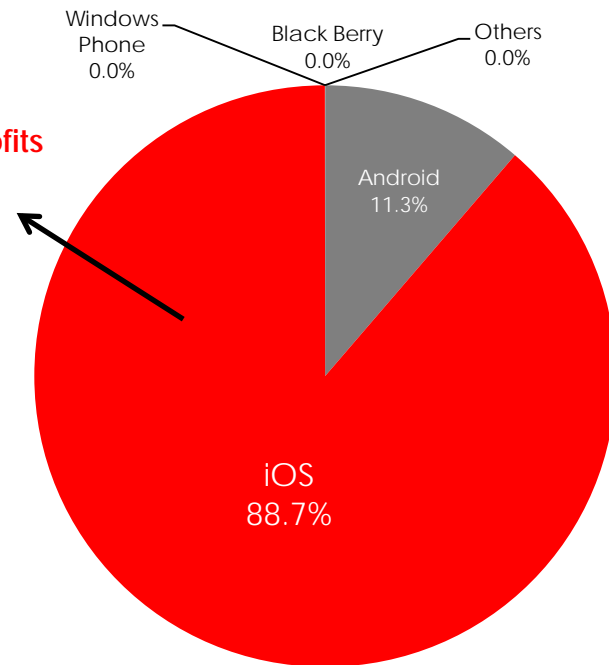
Top4 shipping smartphone OS  
2014



Only Apple make profits  
from smartphones  
sales

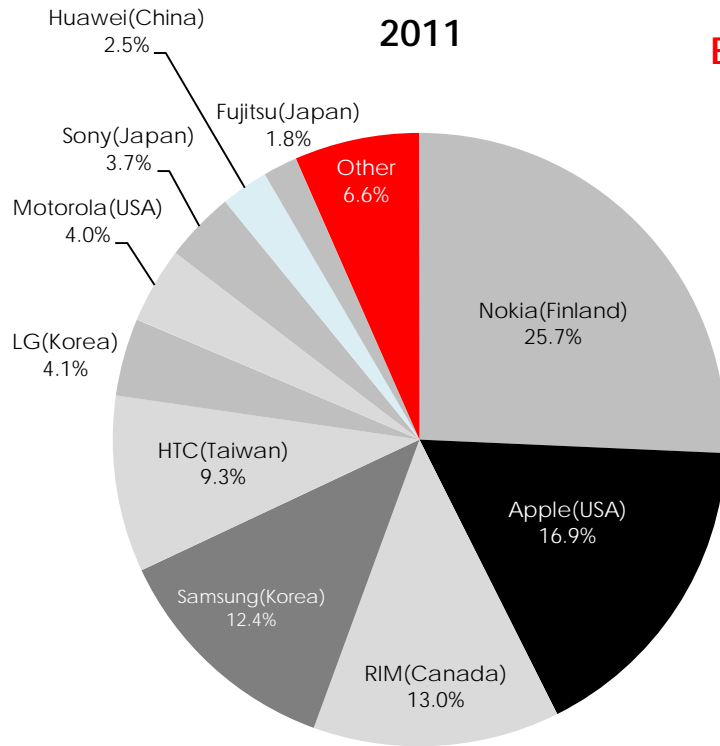


OS profit share in 4Q 2014  
(numbers are rounded up)

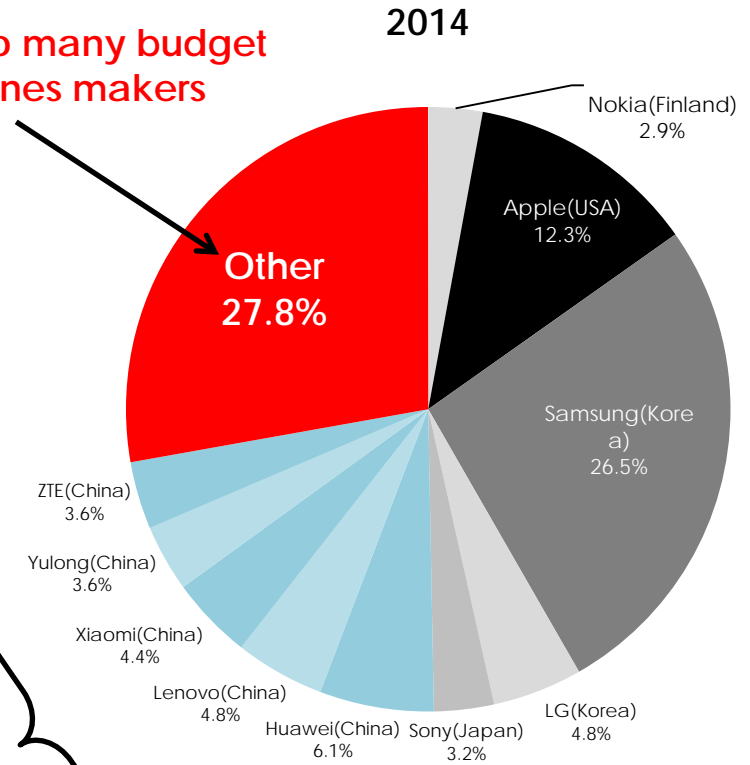


# Smartphone Market Share by Manufacturers / Makers

□ Global top 10 smartphone sales share trend



Existing of too many budget Smartphones makers



Total of the China : 22.5%  
Xiaomi and Yulong (Coolpad) are increasing the sales remarkably.

# GOOOTE – Business Strategy



+ 「something」



Design Budget Smartphones



Budget Smartphones as ad-media



Implementing budget smartphones as a "Contents Market"



# Concept of ARATAS

□ KAZE series : concept design

□ NAMI series : concept design



□ Chief creative officer of first ARATAS device



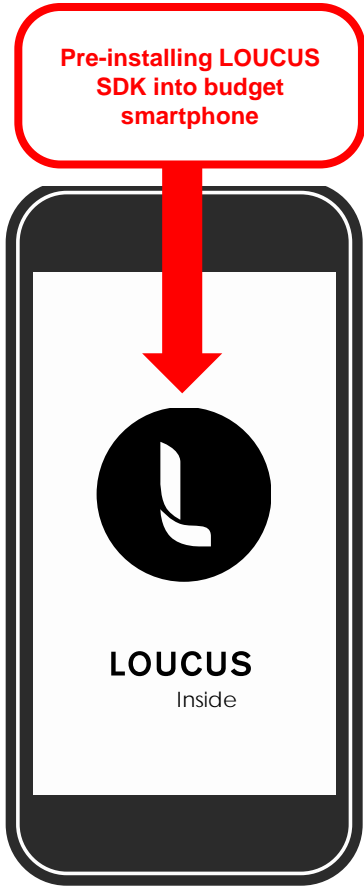
**ARATAS**

Designed in Japan



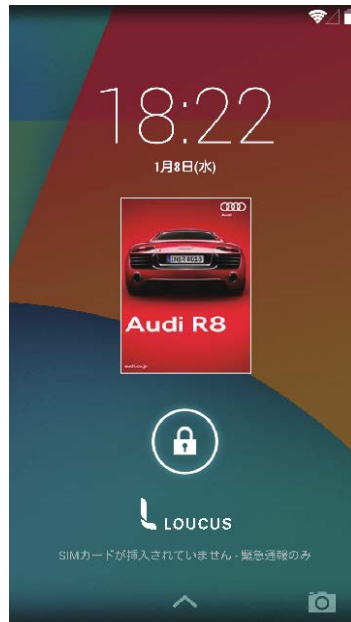
「 This is “Designed in Japan”, not in in other countries」

# LOUCUS – Partner of Ads Business



Pre-installing LOUCUS SDK into budget smartphone

Smartphone with LOUCUS SDK



Lock Screen

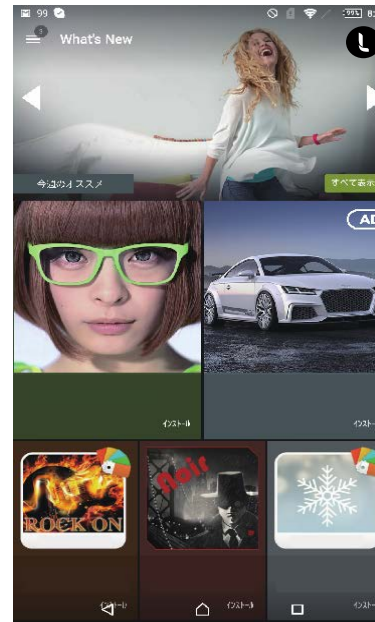


Image of LOUCUS

INMOBI™

Collaborating with GOOOTE for Ads-Business

gooute

Building Ads-Media and Ads-Product for Branded Manufacturers

LOUCUS

Gooute Pte.Ltd.

[www.gooute.com](http://www.gooute.com) / [info@gooute.com](mailto:info@gooute.com)

Copyright (c) 2015 Gooute Pte.Ltd. All Rights Reserved

# Demo



ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN.

L. E. Shefsky

SIP

Strategic Investment Partners Inc.

# 大企業とベンチャーのコラボレーション

# シリコンバレーのトライアングル・パートナーシップ

大企業 = プラットフォーム



ベンチャーキャピタル



ベンチャー企業 = プロダクト



where2.0 Inc.

Where 2 Technology

SEQUOIA CAPITAL  
THE ENTREPRENEURS BEHIND THE ENTREPRENEURS

産業金融  
インターメディアタリー

# 大企業の既存ビジネスと新規ビジネスの関係

