

ビザスク

成長可能性に関する説明資料

2020年3月10日
株式会社ビザスク

会社概要

会社名	株式会社ビザスク
所在地	東京都目黒区青葉台4-7-7 住友不動産青葉台ヒルズ9F
設立日	2012年3月
事業内容	ビジネス分野に特化したナレッジシェアリングプラットフォームの運営
代表取締役社長CEO	端羽英子
役員数	107人（2020年2月）
主要株主	経営陣、 DCMベンチャーズ、DBJキャピタル、みずほキャピタル、 ベンチャーユナイテッド、サイバーエージェント・キャピタル



Vision

世界中の知見をつなぐ

Mission

組織、世代、地域を超えて、
知見を集めつなぐことで、
世界のイノベーションに貢献する

経営陣



代表取締役社長CEO 端羽英子

東京大学卒業後、ゴールドマン・サックス証券、日本ロリアルを経て、MITに留学しMBAを取得。国内投資ファンド ユニゾン・キャピタルにてバイアウト投資に5年間携わった後、ビザスクを立ち上げる。



取締役COO 瓜生英敏

東京大学大学院修了後、ゴールドマン・サックスにて国内外の多数のテクノロジー企業に対するM&A/資金調達の助言業務に約19年携わった後、ビザスクに参画。コア事業「ビザスク」の拡大と海外展開を担う。



執行役員 事業法人部長 田中亮

早稲田大学卒業後、住友商事での化学品トレード、採用・人事コンサルティング会社を経て、15年7月にビザスクに参画。採用、CS等の様々な業務立ち上げを担った後、事業法人向けサービス全般を統括。



執行役員 PF事業部長 七倉壮

一橋大学卒業後、日本政策投資銀行にて地方経済調査や中堅・大企業向け長期融資、DBJキャピタルにてベンチャー投資に携わる。16年5月にビザスク参画、現在はプロフェッショナルファーム担当。



取締役CTO 花村創史（共同創業者）

横浜国立大学大学院修了後、日本技芸にてグループウェア rakumoの立ち上げメンバーとして開発を主担当、GREEではゲームプラットフォームのユーザー獲得チームに所属。創業期からビザスク開発に携わり、13年12月にフル参画。



取締役CFO 安岡徹

東京大学卒業後、JPモルガンを経て、国内投資ファンドのユニゾン・キャピタルにおいてバイアウト投資に14年間携わり、投資先企業の取締役等として価値向上を実現。ビザスクではコーポレート業務全般を統括。



執行役員 FIG事業部長 井無田ゆりか

慶應義塾大学卒業後、JPモルガン証券にてNY/東京の内部監査に8年、資産運用部門にてマーケティングを担当。16年1月にビザスクに参画し、事業部長として仕組み化を牽引。コンプライアンス担当役員を経て、金融法人担当。



執行役員 ビザスク開発グループ長 田中慶之

東京工科大学大学院修了後、大日本印刷に入社し、自然言語処理技術の研究開発や写真共有SNSの立ち上げに従事。その後、GREEにてネイティブアプリ開発のプロジェクトマネージャーを経て、17年4月にビザスクに参画。

カンパニーハイライト

1. 「1時間単位の知見提供」が生み出す大きな市場
2. 好循環型のビジネスモデルが生み出す
 - a. 圧倒的な国内アドバイザーデータベースと高い参入障壁
 - b. 顧客数の成長と高い顧客エンゲージメント
3. 大きく広がる成長余地
4. 財務ハイライト

ビザスクとは

- ビジネス領域に特化した日本有数のナレッジシェア・プラットフォーム
- 「スポットコンサル=1時間インタビュー」という短時間取引を、テクノロジー x 高度なオペレーションでマッチング



依頼者：アドバイス/調査ニーズ

マッチング実績 **累計47,000件超** ※2020年1月末時点

時間単価が高い社外の知見も複数活用

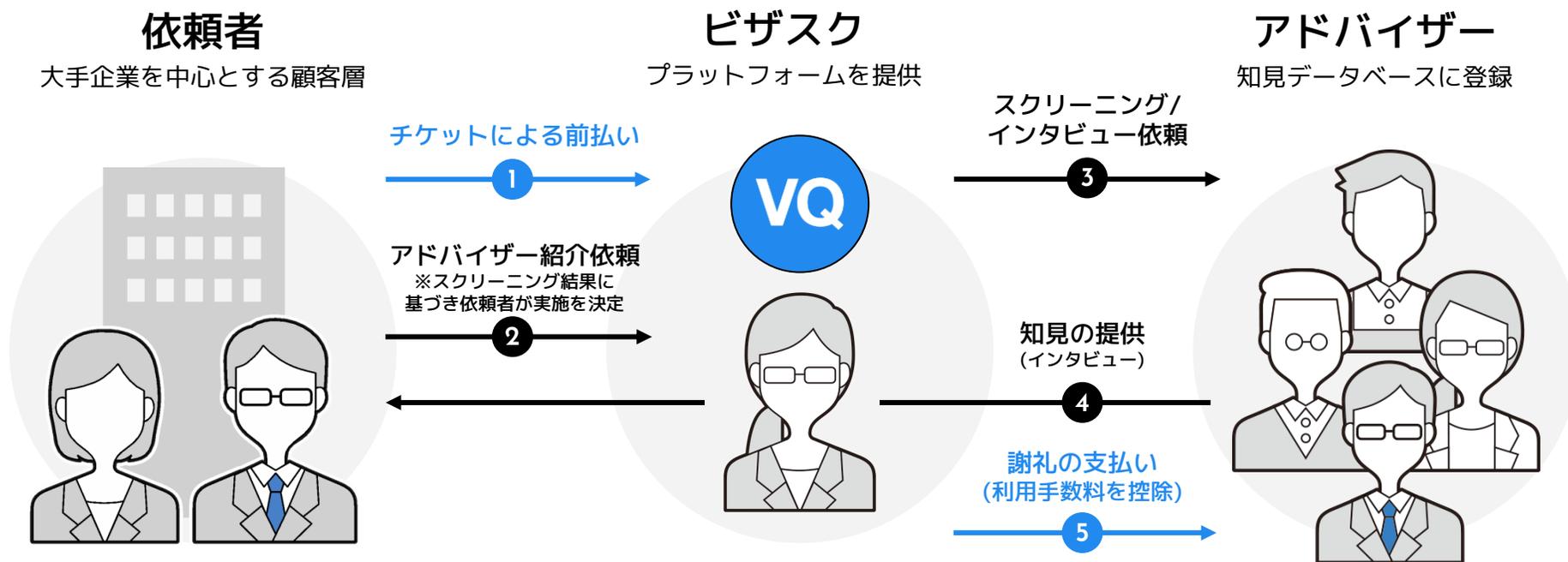
登録者：ビジネス知見を活かす機会

100,000人超 ※2020年1月末時点

忙しい人もスキマ時間を活かして活躍

(参考) ビザスクinterview (フルサポートのスポットコンサル)

- ビザスクスタッフがマッチングをフルサポートする、**ビザスクのコアサービス**
 - ご依頼案件毎に、アドバイザーの候補者リストを作成
 - 事前にスクリーニングアンケートを実施、高精度なマッチングを実現
 - 実施日の日程調整までサポート

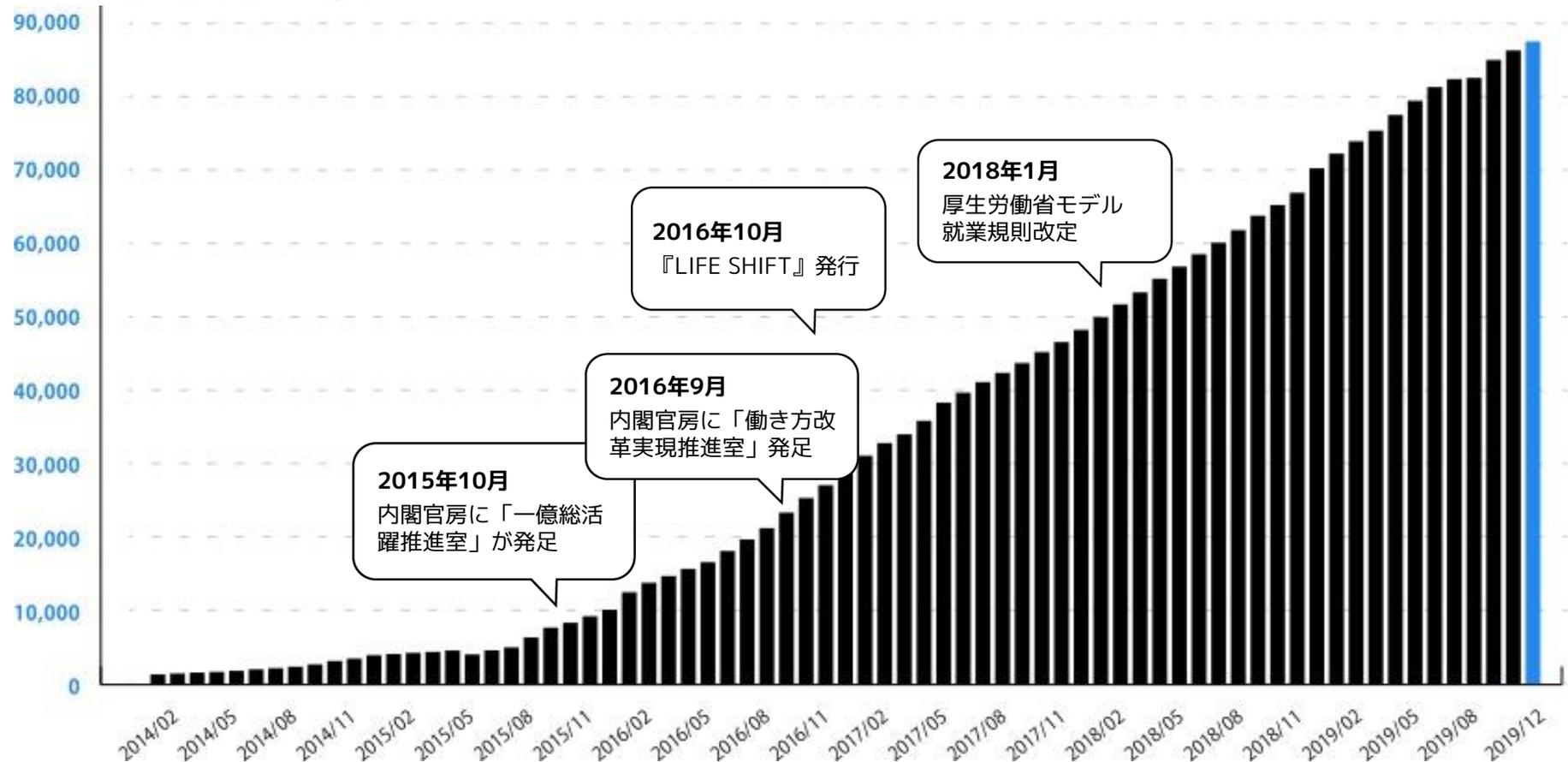


- サービスの流れ
- お金の流れ

「1時間」だから参画する多様なアドバイザー

- 「働き方改革」黎明期から、個人の新たな活躍機会を提唱
- あらゆる業界・職域をカバーする、国内約90,000人が登録

(人) 国内登録者数の推移



※ 2019年12月31日時点算出。各月末時点の退会者を除く。「国内登録者数」は、当社日本語webサイトにて登録をした人数の合計であります。国内登録者は、知見を提供する個人（アドバイザー）と、これを求める個人（ビザスクliteにおける依頼者。また、ビザスクliteを活用するための契約を締結した法人に所属し、当該契約に基づき登録された個人を含む。）に分かれております。いずれの登録者もアドバイザーとしてフルサポート形式「ビザスク」及びセルフマッチング形式「ビザスクlite」で活動することができ、また、依頼者として「ビザスクlite」を利用することができます。

1時間インタビューの価値

- 説得力のある一次情報を提供
- レポートや書籍より広範・ピンポイントな情報収集手段
- 1時間ならではの気軽さ、1時間ならではの出会い

新規事業の創出

- ・ 新規参入に向けた初期調査
- ・ ユーザーインタビュー
- ・ 技術的アドバイス
- ・ 出口探索

組織・業務課題の解決

- ・ 組織/制度に関する事例調査
- ・ 業務プロセス改善

投資先の デューデリジェンス

- ・ 投資検討業界の初期調査
- ・ ユーザーインタビュー
- ・ サイトビジット

事例インタビューより抜粋

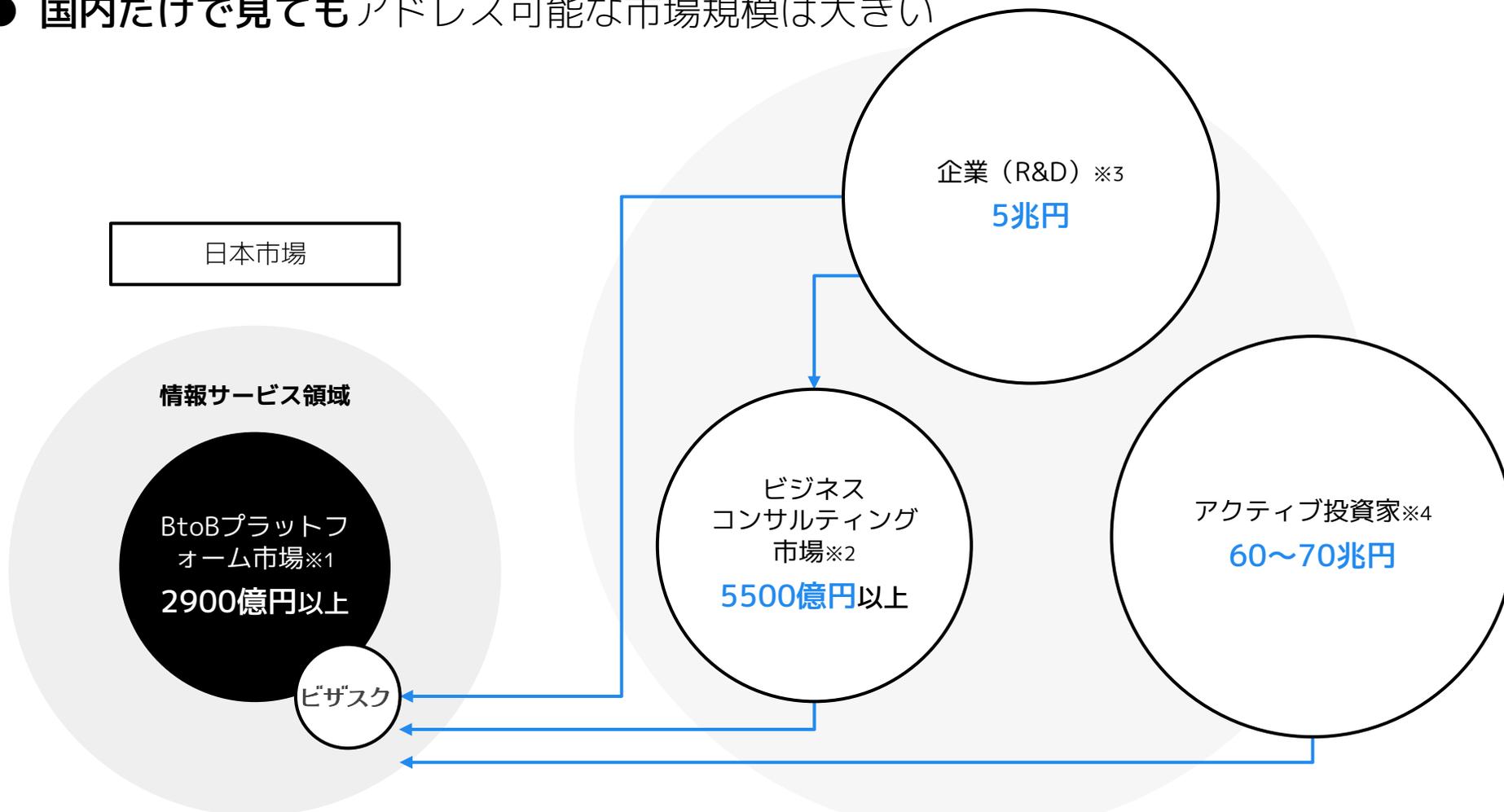
業界経験者の生の声ならではの
“説得力”, “肌感覚”, “現場感”

1時間インタビューならではの
“レポートとは異なり、対話型で深掘りしていける”
“業界の影響力のある方に出会えた”
“スポットコンサルなら比較的手ごろな金額”

ビザスクならではの
“求めている情報を持っている方に出会うための、
時間を含めたコストを下げる事が出来る”

広域な市場機会

- 国内だけで見てもアドレス可能な市場規模は大きい



※1 出所：経済産業省 特定サービス産業動態統計調査「情報サービス業」の「データベースサービス」及び「各種調査」より、当社作成（※2018年度）

※2 出所：IDC Japan, 3/2018より、当社作成（※2022年予測値）

※3 出所：総務省 平成30年 科学技術研究調査より当社作成 / 企業の研究開発費の総額より人件費、原材料費、資産購入費、リース料を除く

※4 出所：東京証券取引所他「2017年株式分布状況調査結果の概要」及び投資信託協会統計データより、アクティブ投資家の運用額を当社にて推計

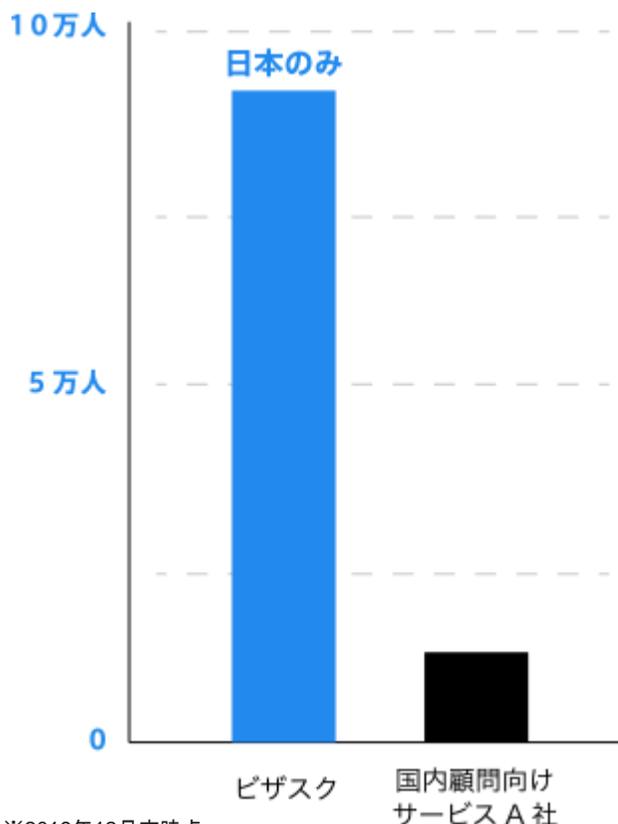
カンパニーハイライト

1. 「1時間単位の知見提供」が生み出す大きな市場
2. 好循環型のビジネスモデルが生み出す
 - a. 圧倒的な国内アドバイザーデータベースと高い参入障壁
 - b. 顧客数の成長と高い顧客エンゲージメント
3. 大きく広がる成長余地
4. 財務ハイライト

国内約90,000人が幅広い業種/業務を網羅

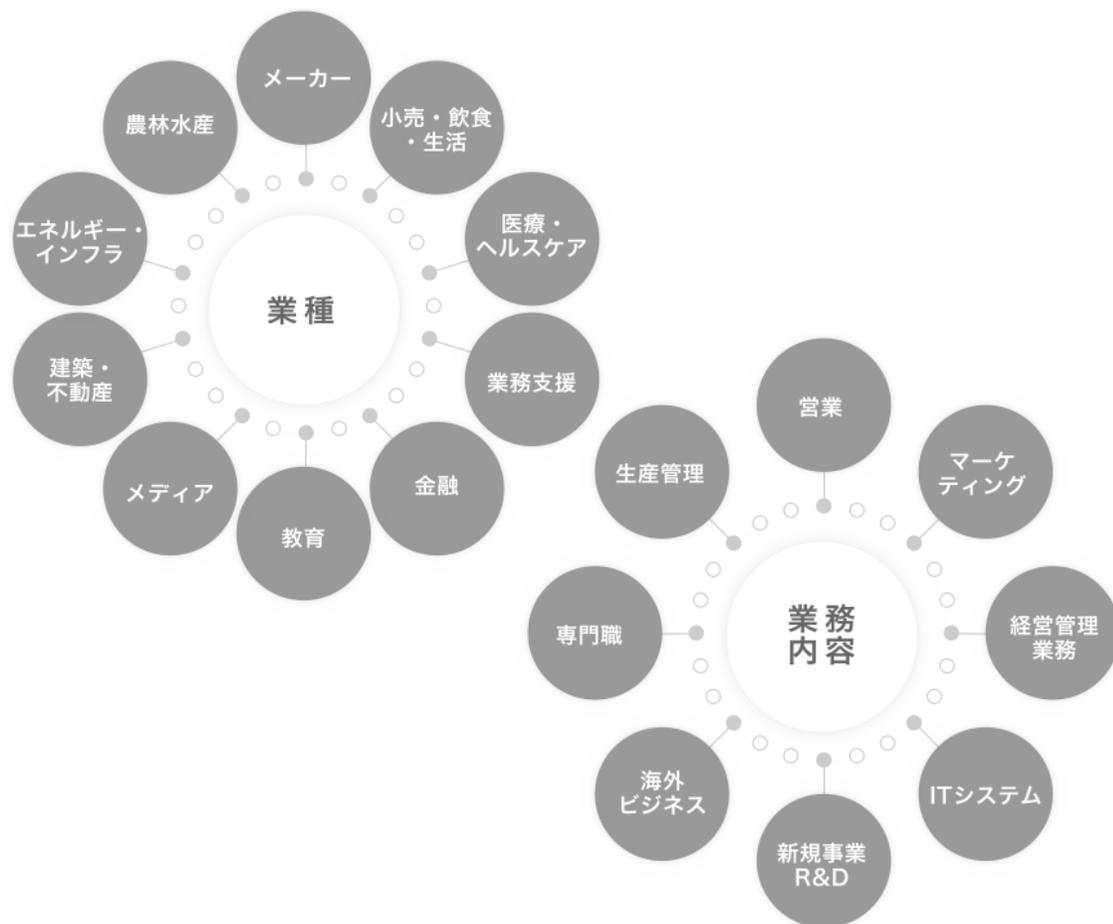
- 既存の専門家ネットワークと比較して、ビザスクは登録者が多く、対象層が広い
ため、幅広い業種・業務を網羅することが可能

登録者数



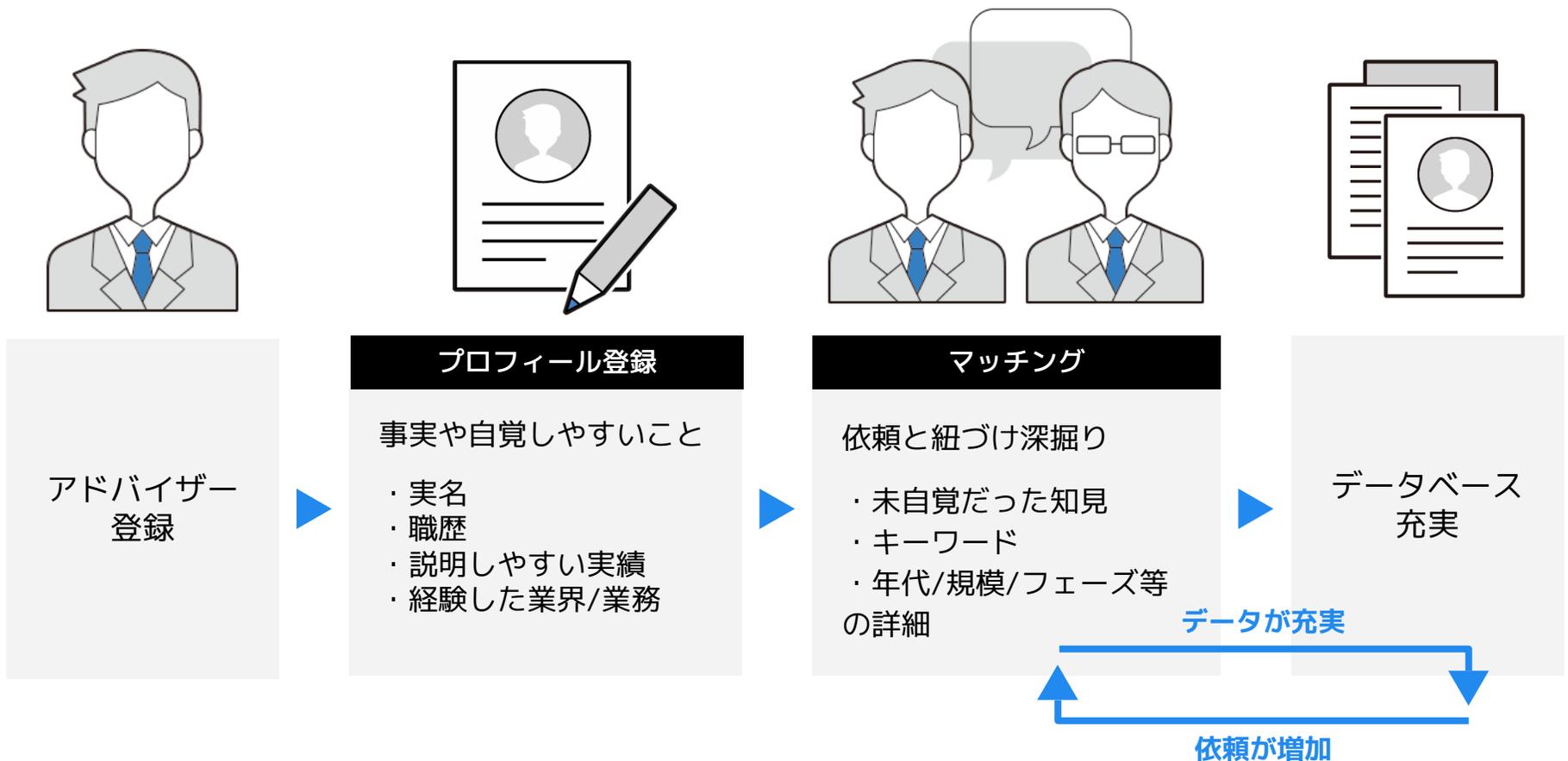
※2019年12月末時点

ビザスクのアドバイザーの経験領域



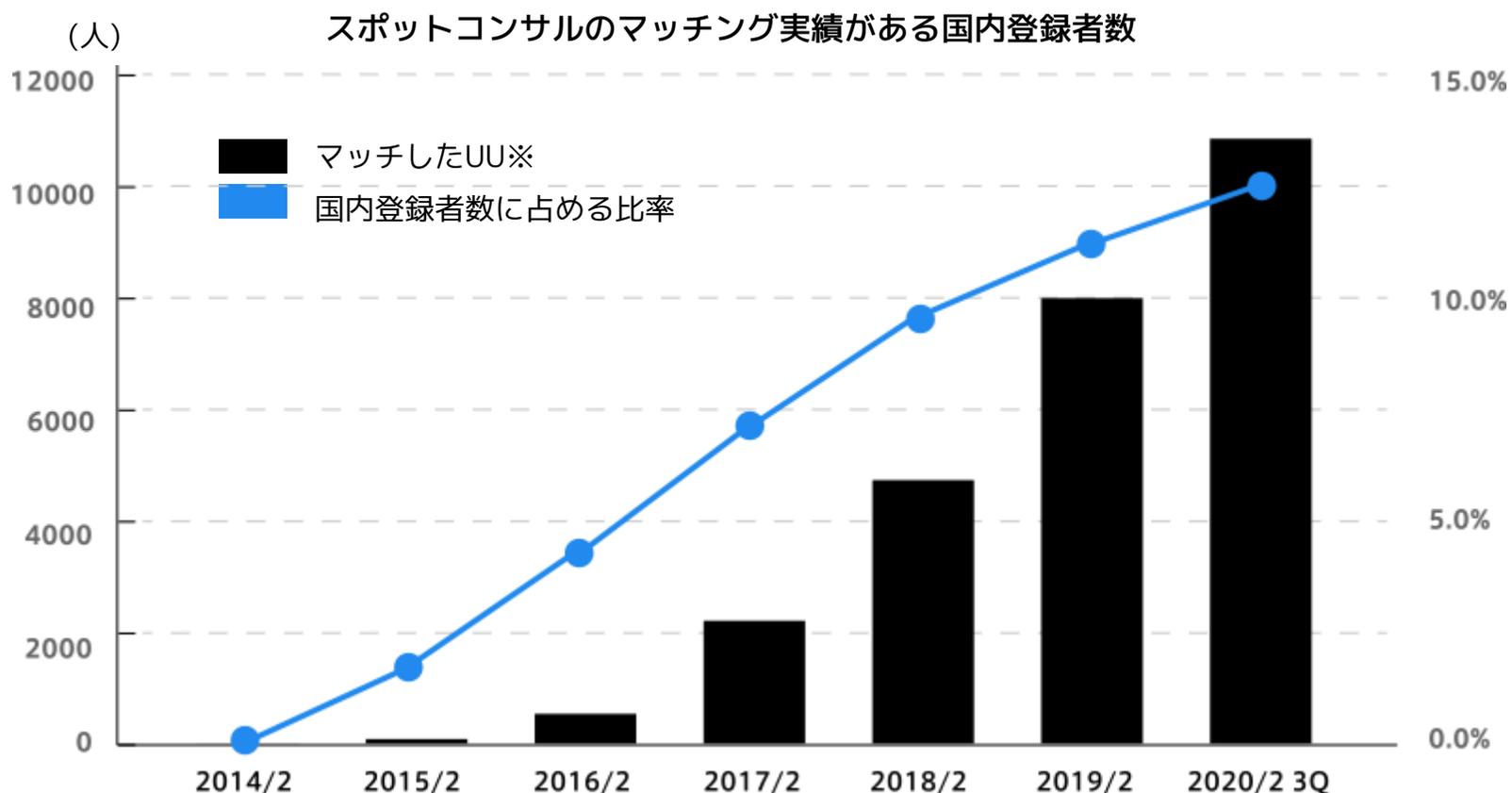
プラットフォームの価値が向上するメカニズム

- アドバイザー増 x マッチング時に収集される情報の蓄積 = データの量&質の向上
 - ▶ プラットフォームの価値向上「求める知見が迅速かつピンポイントに見つかる」
 - ▶ さらなる依頼増へ
- アドバイザーの知見のデータベース化が**高い参入障壁**に直結



データベースの価値は着実に向上

- アドバイザー総数が増加する中、マッチング実績があるアドバイザーの割合も向上
 - データベース拡充とアドバイザー数拡大の双方で、マッチング数は成長
 - 今後のアドバイザー数増の余地は引き続き大きい



※スポットコンサルを実施した経験のある国内登録者数をいい、2回以上の経験を有する国内登録者については、1人とカウントしており、重複を除外しております。

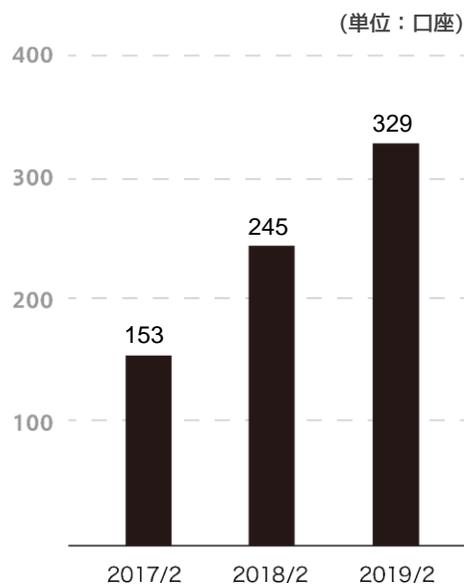
カンパニーハイライト

1. 「1時間単位の知見提供」が生み出す大きな市場
2. 好循環型のビジネスモデルが生み出す
 - a. 圧倒的な国内アドバイザーデータベースと高い参入障壁
 - b. 顧客数の成長と高い顧客エンゲージメント
3. 大きく広がる成長余地
4. 財務ハイライト

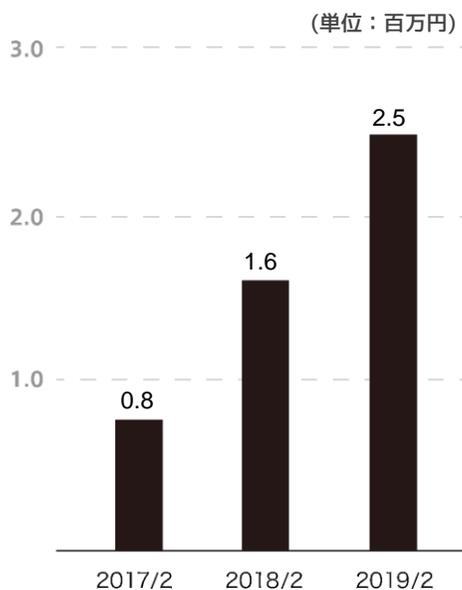
顧客数の増大×高いエンゲージメント = 取扱高^{※1}の成長

- 顧客数の増加と高いエンゲージメントが高い成長をもたらす

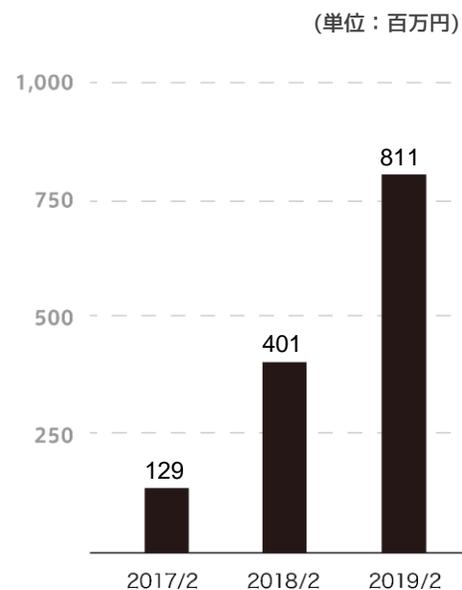
法人クライアント口座数^{※2, 3}



1口座あたり
スポットコンサル取扱高^{※4}



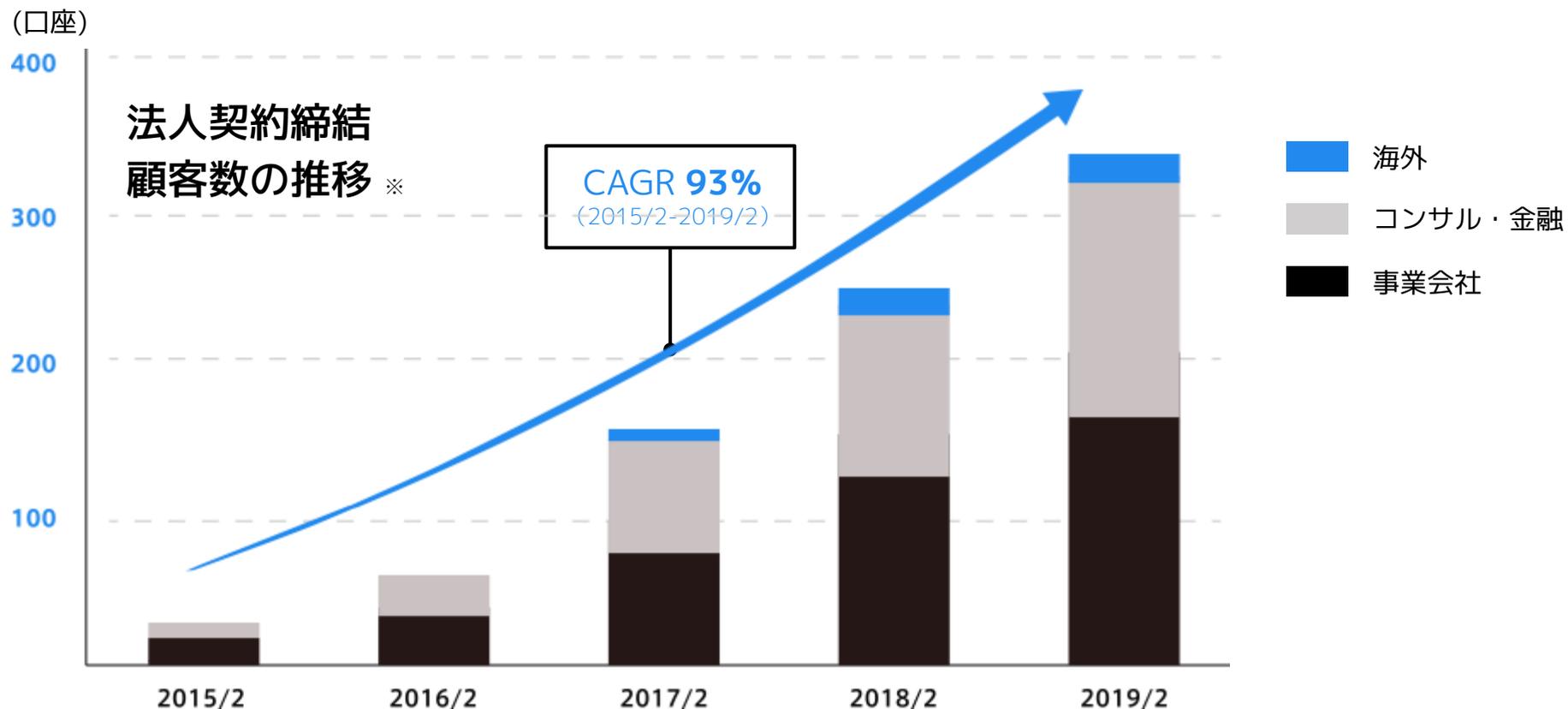
スポットコンサル取扱高^{※5}



1. 「取扱高」とは、当社の知見プラットフォーム事業において当社が顧客から得た対価（知見提供取引毎に顧客と合意した値引控除前の数値であり、アドバイザーへの謝礼を含みます）の合計をいいます。
2. 「法人クライアント」とは、法人契約を締結し、フルサポート形式「ビザスク」を活用する法人顧客をいい、「ビザスクlite」のみを活用する法人顧客は含まれません。
3. 「法人クライアント口座数」とは、法人クライアントの中で、法人契約に基づき各集計時点から起算した過去1年間において「ビザスクinterview」を活用した法人クライアントの合計であります。同一法人において複数の部署が別途契約を締結した場合には、複数カウントとなっております。
4. 「1口座あたりスポットコンサル取扱高」は、「スポットコンサル取扱高」を「法人クライアント口座数」で除したものであります。
5. 「スポットコンサル取扱高」は、取扱高のうち「ビザスクinterview」によるものをいい、各期末時点を起算日として過去12か月間を対象に集計した「ビザスクinterview」によるもののものであります。

アクティブ顧客数の拡大

- プロフェッショナルファーム、事業会社、海外企業と、幅広い顧客基盤で成長



※期中で取引実績のある法人クライアント口座数

多種多様な大手事業法人が利用

導入企業例

TOYOTA

Panasonic

Asahi

Orchestrating a brighter world
NEC


KONICA MINOLTA

Tomorrow, Together
KDDI

DAICEL

 **MITSUBISHI
ELECTRIC**
Changes for the Better

OMRON

kuraray

今日を愛する。
LION

 **住友理工**

MOTION & CONTROL™
NSK

 東京メトロ

TEIJIN

LIXIL

NTT DATA

RICOH

ZEON

 SB Innoventure

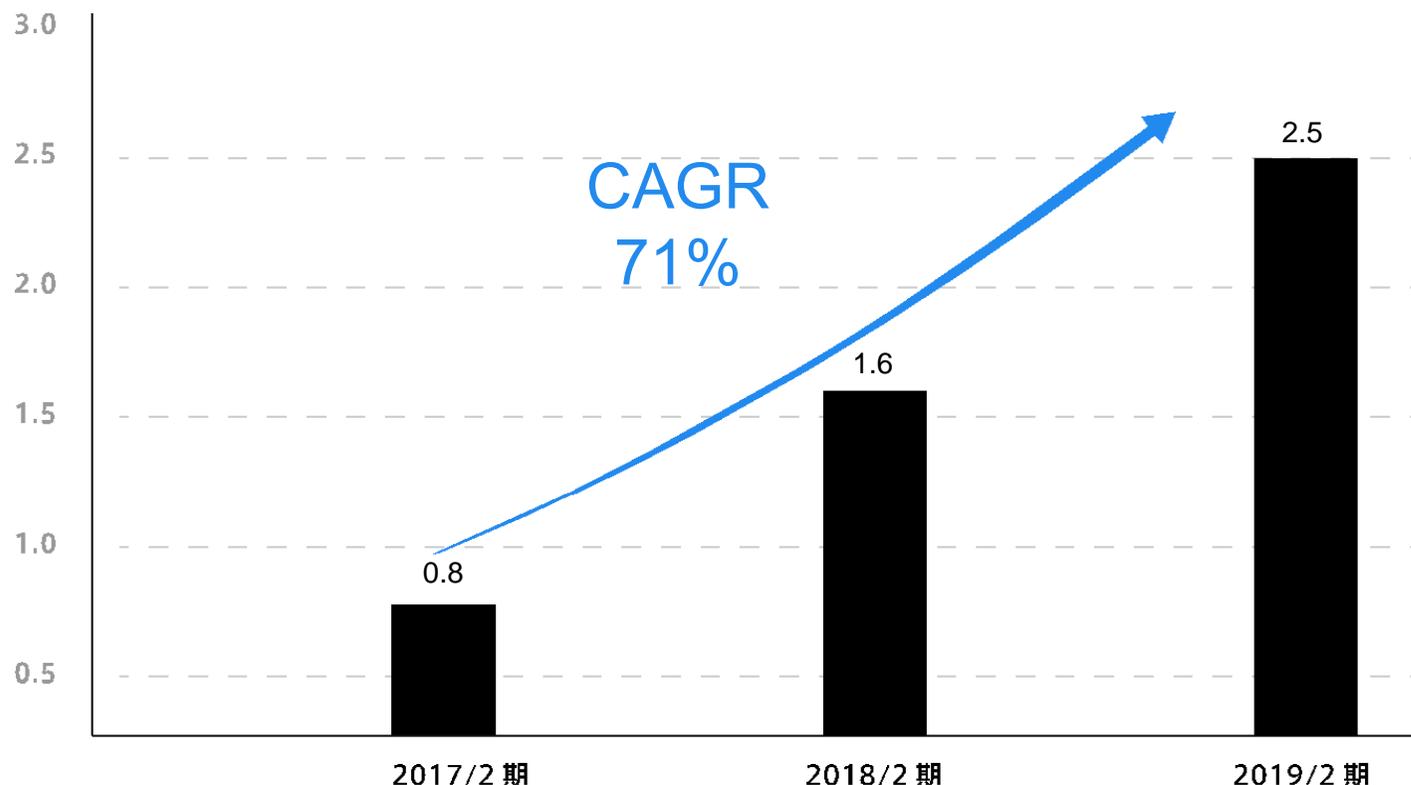
高い顧客エンゲージメント①

- 顧客数だけでなく、顧客あたりの取扱高も大きく向上
- プラットフォームの価値向上が高い顧客エンゲージメントを実現し、成長を牽引

1口座あたりスポットコンサル取扱高

※

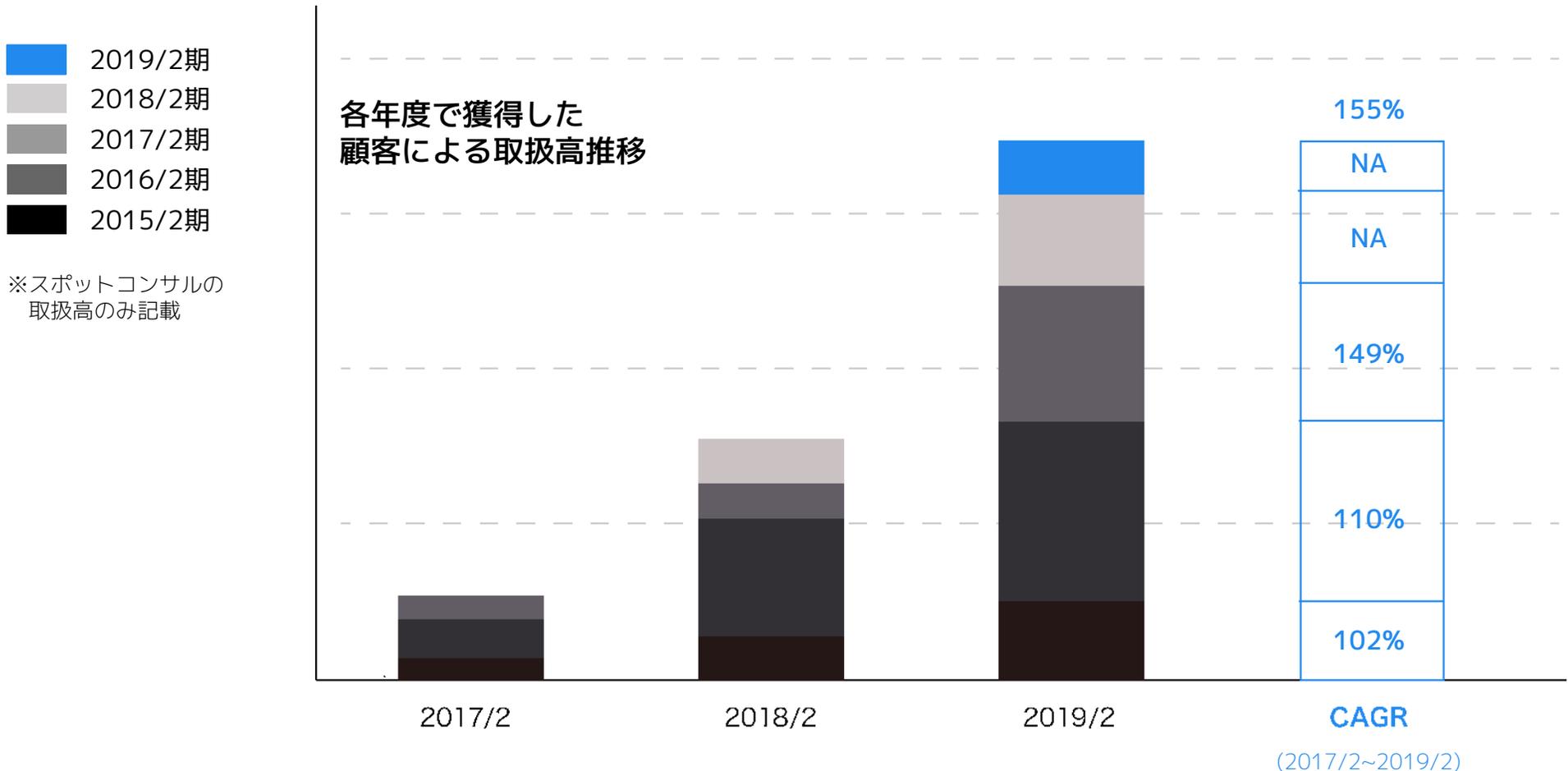
(単位：百万円)



※ 「1口座あたりスポットコンサル取扱高」は、「スポットコンサル取扱高」を「法人クライアント口座数」で除したものであります。(P.16参照)

高い顧客エンゲージメント②

- 獲得年度別では、取扱高※はCAGR100~150%で成長
- 各年度の新規獲得顧客の影響を除くと、高い顧客エンゲージメントがより明確に



※取扱高とは、当社の知見プラットフォーム事業において当社が顧客から得た対価（知見提供取引毎に顧客と合意した値引控除前の数値であり、アドバイザーへの謝礼を含みます）の合計をいいます。

カンパニーハイライト

1. 「1時間単位の知見提供」が生み出す大きな市場
2. 好循環型のビジネスモデルが生み出す
 - a. 圧倒的な国内アドバイザーデータベースと高い参入障壁
 - b. 顧客数の成長と高い顧客エンゲージメント
3. 大きく広がる成長余地
4. 財務ハイライト

1

国内市場の顧客拡大

- A. プロフェッショナルファームへの浸透
- B. 事業法人へのリーチ拡大

2

データベースを活用した新たな商材開発

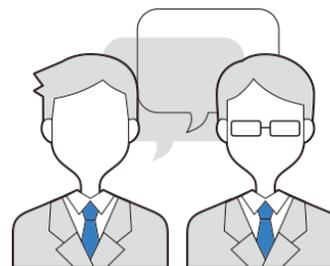
- A. サーベイ/業務委託
- B. webマッチング事業

3

今後の海外市場の取り込み

1A：プロフェッショナルファームへの浸透

- プロフェッショナルファームは、情報サービスへの予算が大きい
 - コンサルティングファーム：部門・部署拡大による利用者数を拡大
 - 金融：大手優先でアカウントを拡大



プロフェッショナルファームの例

- 戦略系コンサル
- 総合/IT系コンサル
- シンクタンク
- 会計系コンサル
- 再生系コンサル
- 人事系コンサル
- 外資系投資銀行
- 国内証券
- M&Aアドバイザリーファーム
- 投資ファンド
- ベンチャーキャピタル
- アセットマネジメント / ヘッジファンド
- 都銀/地銀他国内金融 他

顧客浸透度

新規開拓
↓
部署内で浸透
↓
他部署へ展開

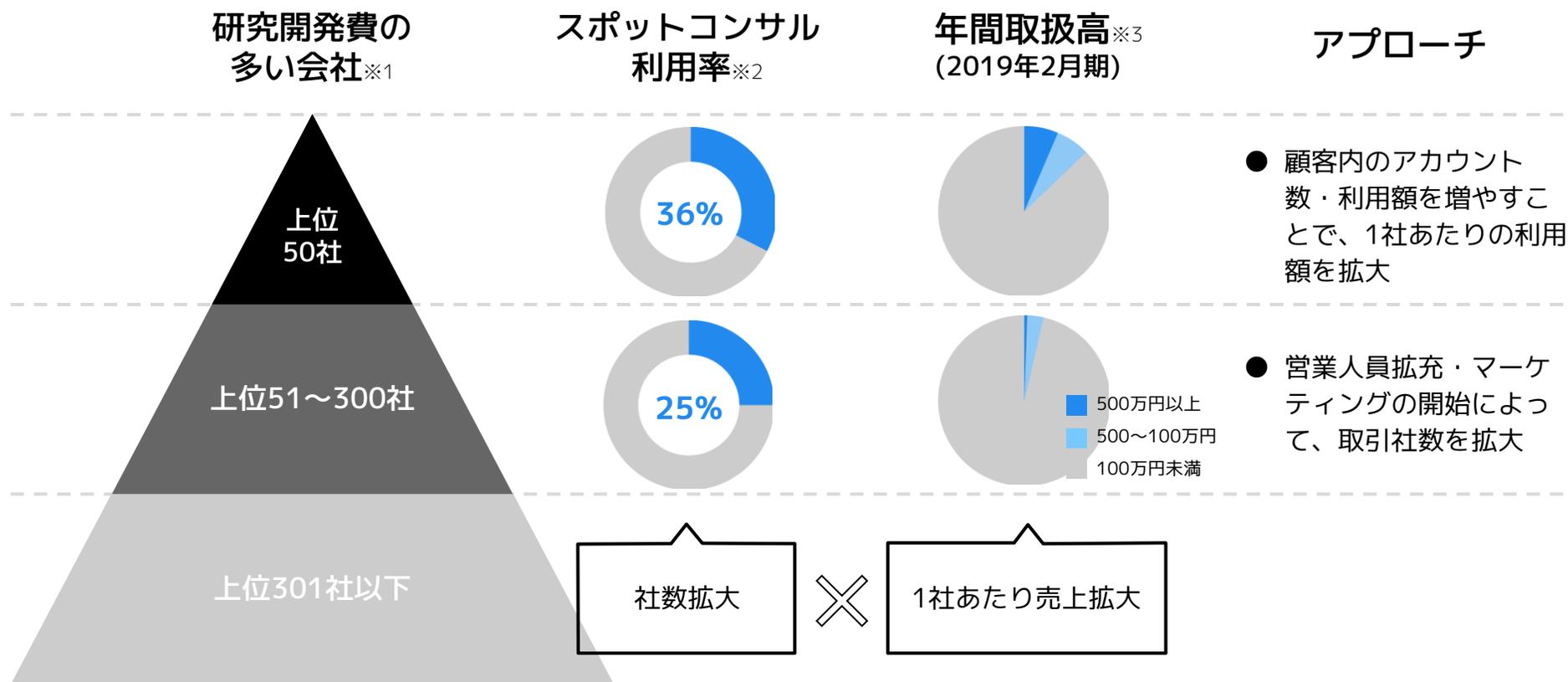
利用額

一人当たり
利用金額の
増加



1B：事業法人へのリーチ拡大

- 研究開発費の多い会社から優先的に、
 - 既存リーチを活かし、1社あたり利用額を拡大
 - リアル/デジタル双方でマーケティングを開始、取引社数を拡大



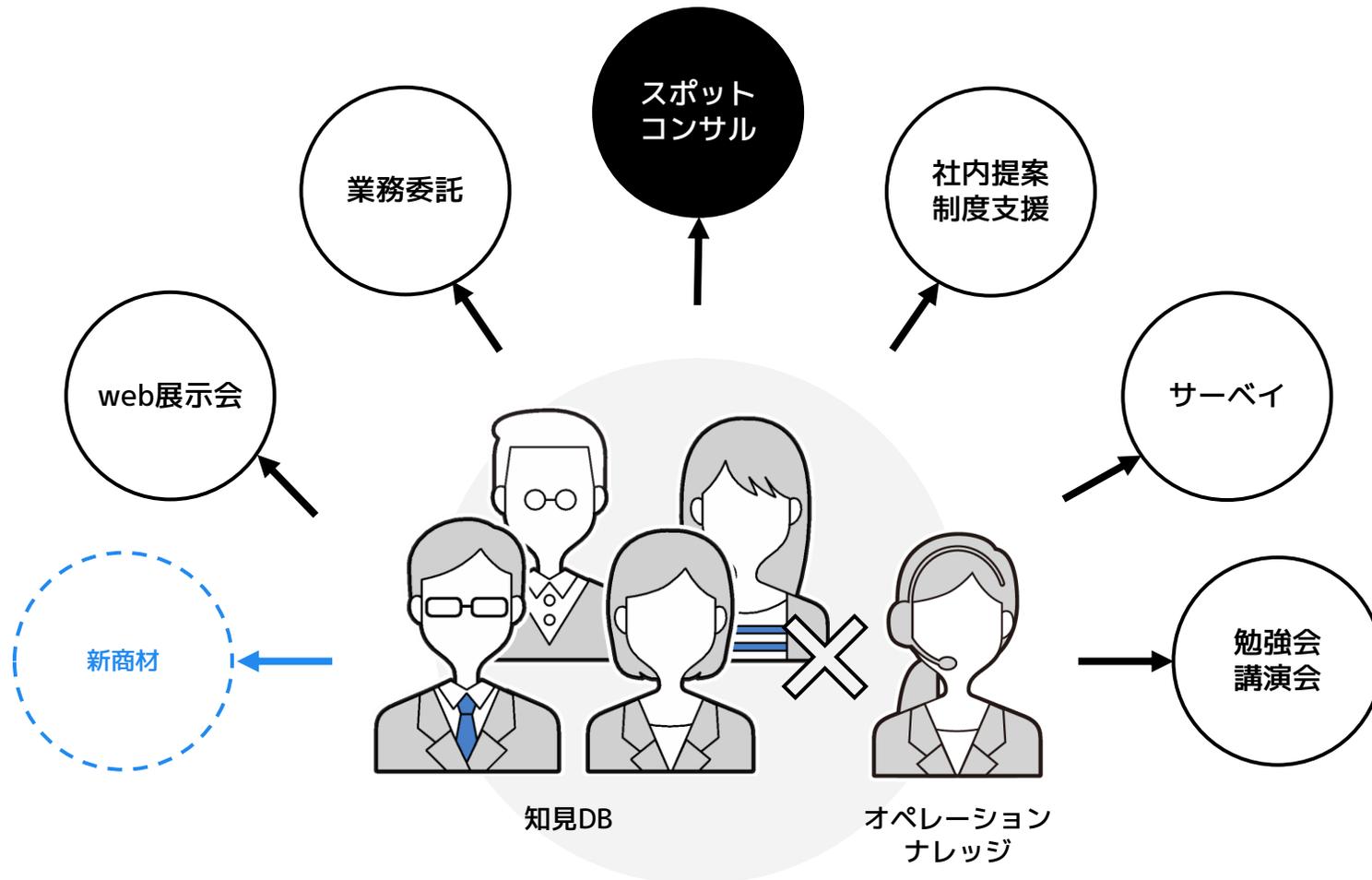
※1 「研究開発費の多い会社」出所：開発費ランキング:各社決算発表・有価証券報告書（東洋経済オンライン調べ）より、当社作成

※2 当社におけるスポットコンサル利用：研究開発費上位企業において2017年3月～2019年2月まで「ビザスクinterview」利用実績有顧客

※3 研究開発費上位企業における2019年2月期のスポットコンサル年間取扱高

2: データベースを活用した新たな商材開発

- データベースとオペレーションナレッジを活用して様々な新商材を開発
- アドバイザー活躍機会の拡大、データベースのさらなる拡充へ



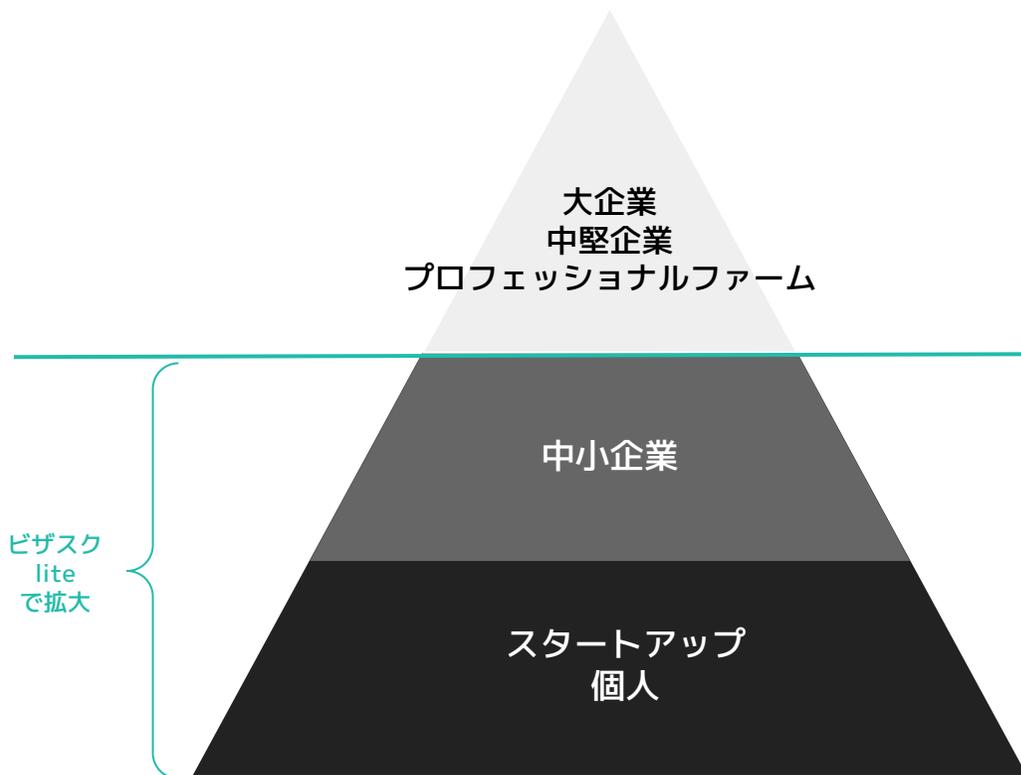
2A：新たな商材開発 サーベイ / 業務委託

- 1時間という短時間取引ならではの強みを進化させた「エキスパートサーベイ」
- スポットコンサルからの移行等、ビザスクの強みを生かす新たな業務委託も提案

	エキスパートサーベイ	業務委託
概要	<ul style="list-style-type: none">● 複数アドバイザーからオンラインで回答を回収	<ul style="list-style-type: none">● 期間を設け業務を依頼● スポットコンサルからの自然な移行も
活用ケース例	<ul style="list-style-type: none">● ユーザー調査● 技術活用への意見収集	<ul style="list-style-type: none">● レポート作成● ハウツー指導
アドバイザーへのインパクト	<ul style="list-style-type: none">● スキマ時間のさらなる有効活用● 1案件あたり稼働アドバイザー数の増加	<ul style="list-style-type: none">● シニア/フリーランスのアドバイザーの活躍余地拡大
アドバイザーDBへのインパクト	<ul style="list-style-type: none">● アドバイザーが持つ知見の収集範囲拡大	<ul style="list-style-type: none">● アドバイザーが稼働できる時間等の情報が追加

2B： 新たな商材開発 ビザスクlite (セルフマッチング)

- 中小、スタートアップ、個人へと顧客層を拡大
- クライアントとアドバイザーのマッチングを効率化

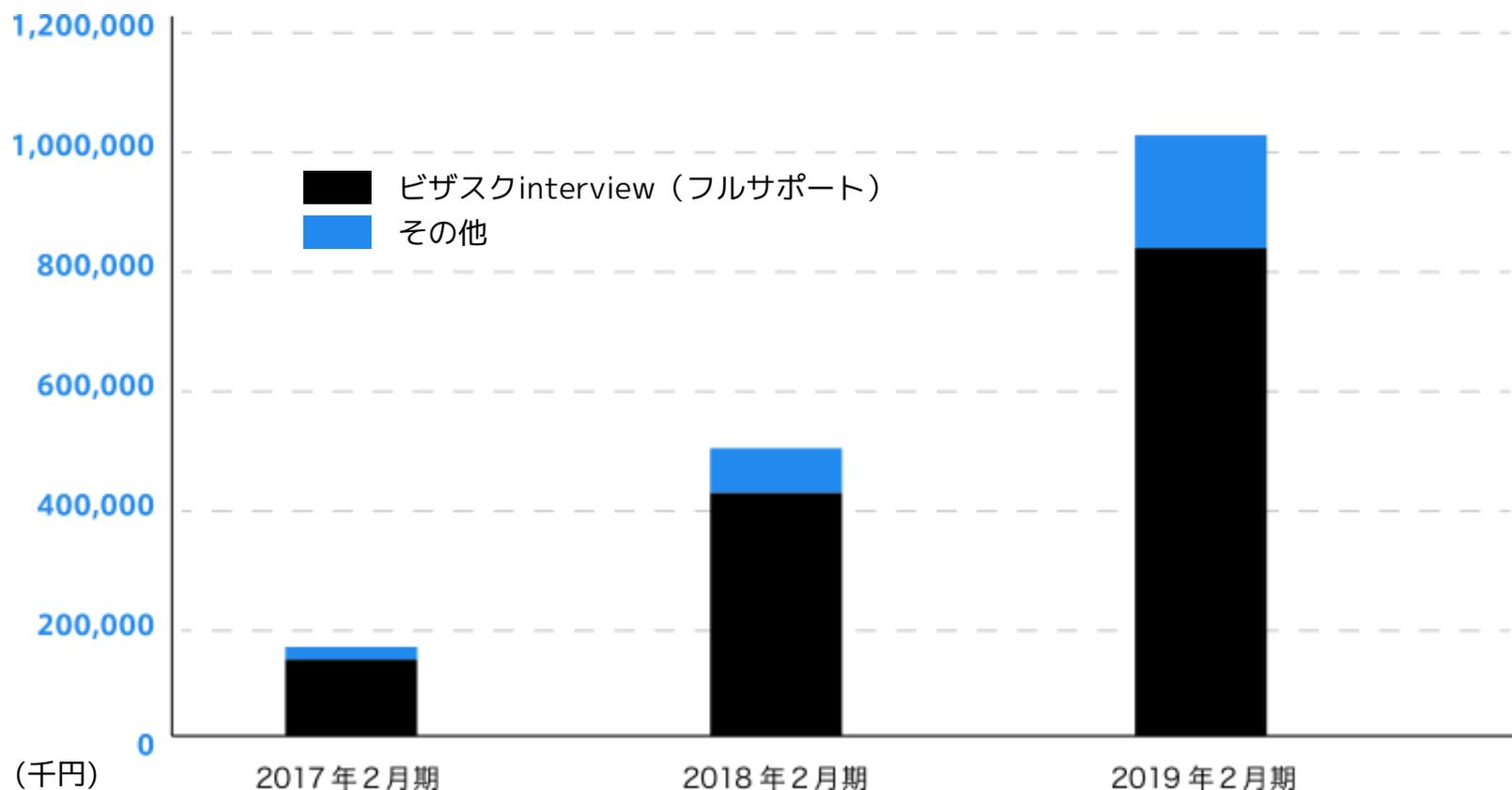


- **ビザスク (フルサポート)** で想定するクライアント層
- 現在の主要クライアント層
- マッチングに**当社人員が介在**

- **ビザスクlite (セルフマッチング)** で想定するクライアント層
- マッチングは、クライアントとアドバイザーが**web上で自ら行う**

(参考) コアビジネス/新商材の取扱高へのインパクト

- コアビジネスであるビザスクinterviewは着実に成長
- データベースを活かす新商材群の取扱高への寄与も拡大中



3：強みを活かした海外展開の加速

- OUT-IN、IN-OUTのニーズを獲得しながら、海外展開を加速
 - 2020年1月にシンガポールオフィスを開設
 - 当社業界で長年の経験を有する人材を責任者として採用



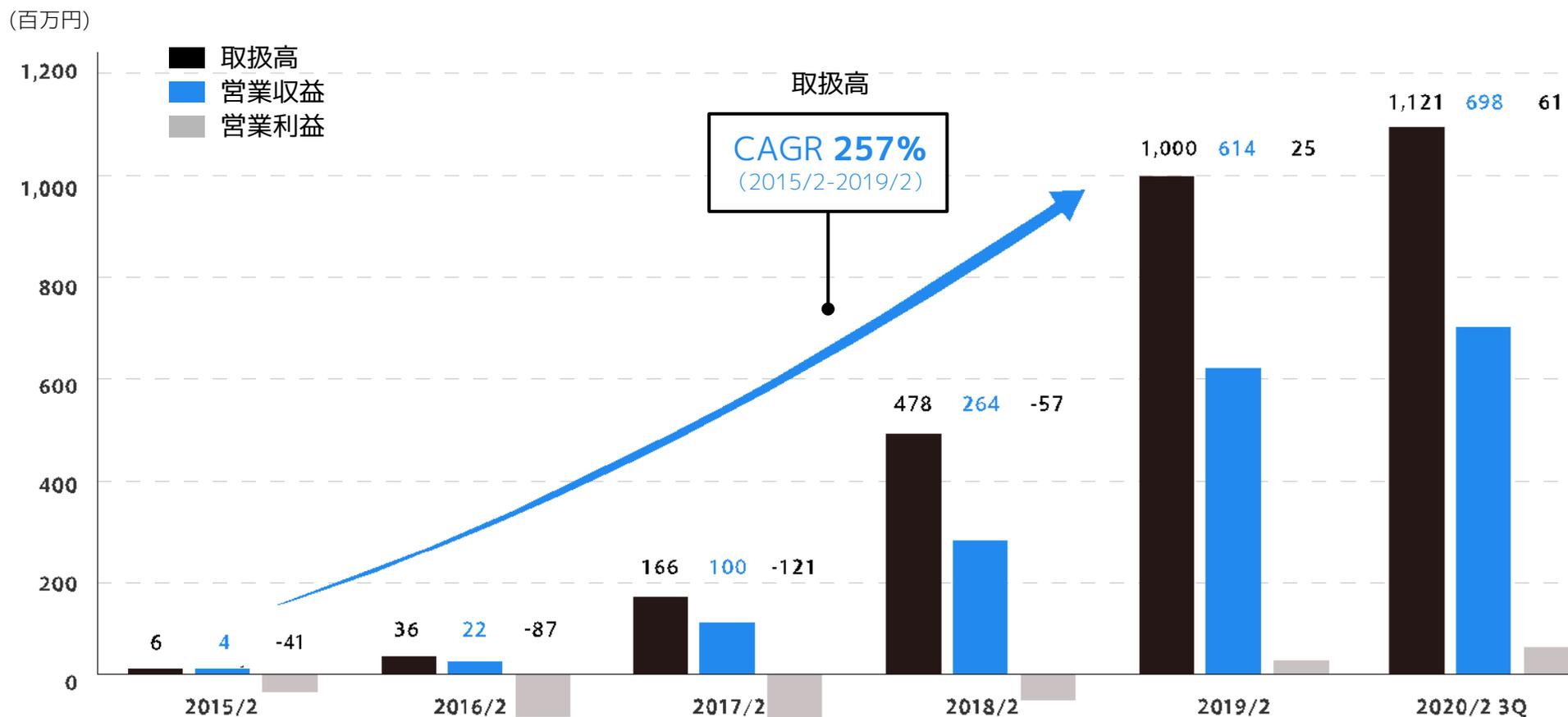
	当社の強み	戦略
Out - IN (海外企業⇒日本)	<ul style="list-style-type: none">● 圧倒的な国内データベース	<ul style="list-style-type: none">● グローバル顧客の海外拠点を開拓● 海外拠点開設による営業、マーケティングを開始
IN - Out (国内企業⇒海外)	<ul style="list-style-type: none">● 国内マッチングのノウハウ● 本格投資前のフェーズでのマッチング実績は30カ国超● 大手事業会社へのリーチ	<ul style="list-style-type: none">● チーム/システムへの投資● 海外アドバイザー獲得への投資● 顧客へのマーケティング

カンパニーハイライト

1. 「1時間単位の知見提供」が生み出す大きな市場
2. 好循環型のビジネスモデルが生み出す
 - a. 圧倒的な国内アドバイザーデータベースと高い参入障壁
 - b. 顧客数の成長と高い顧客エンゲージメント
3. 大きく広がる成長余地
4. 財務ハイライト

財務ハイライト

- 国内有数の知見プラットフォームとしての競争優位性を発揮
- なかなか見つからなかった知見が、迅速かつピンポイントに見つかる、情報サービスとしての価値を実現

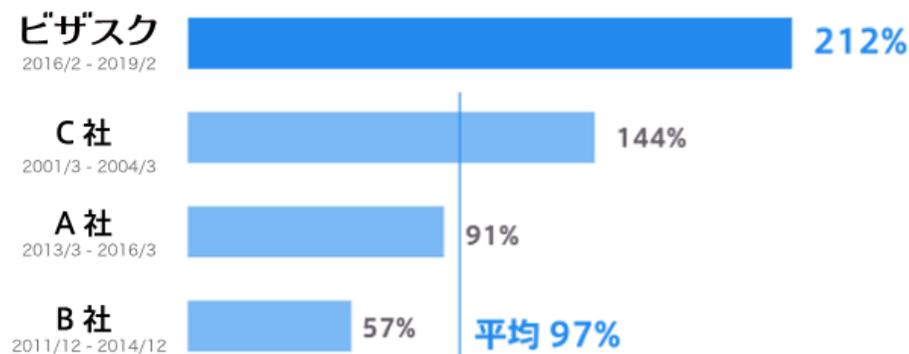
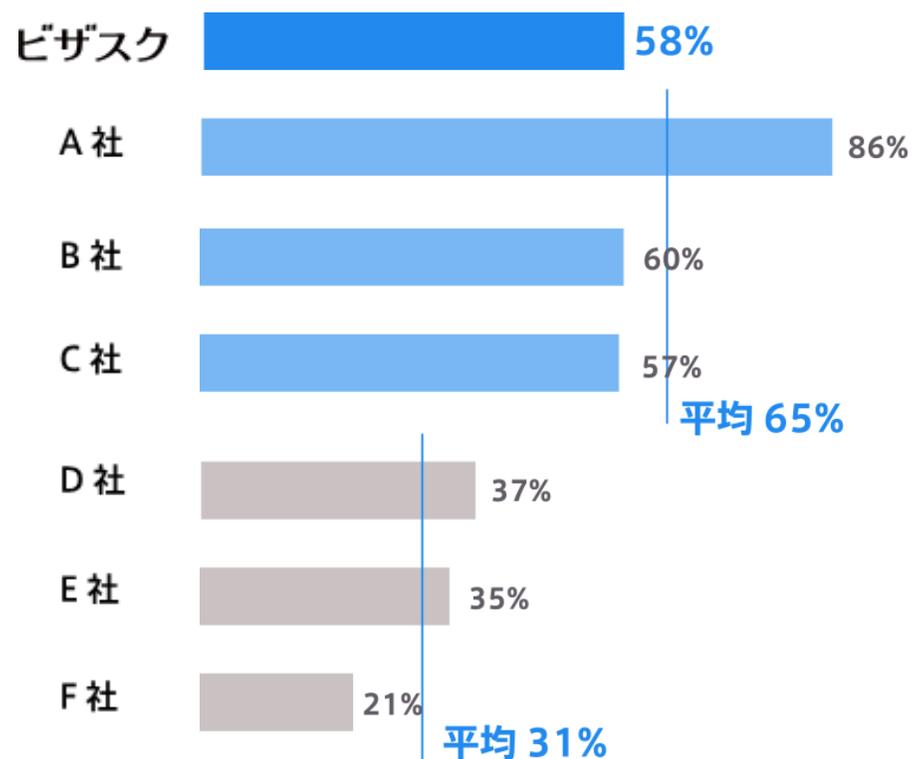


ユニークなビジネスモデルがもたらす成長性と高マージンの両立

- 情報サービス企業の一角としての高いマージンプロファイル
- 一方で情報サービス企業群における際立って高い成長性

売上総利益率 ※1

トップライン3yCAGR ※2、※3



※1 直近2期の平均値を掲載。当社については営業収益÷取扱高。
※2 事業規模に応じた成長率を比較するため、トップラインが初めて10億円を超えた期とその3期前の期を参照。
※3 当社は取引高CAGRの数値を記載

規模拡大と効率化による収益性向上

- 開発投資で、知見のマッチングスピードを大幅に改善
 - 顧客、アドバイザー双方の拡大もあり、効率向上に寄与
- 今後は、AI技術活用によって更なる効率性向上を目指す
- 2019/2期4Q の一人当たり「ビザスクinterview」取扱高は約3百万円/月（※）
※ 「ビザスクinterview」取扱高を、「ビザスクinterview」に従事する従業員数で除した金額（エンジニアや管理部門を除く）



06

補足資料

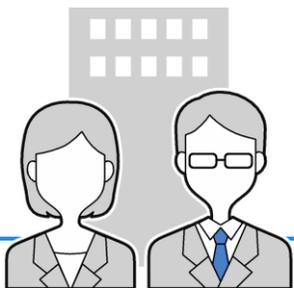
沿革

2012年3月	株式会社walkntalk設立
2012年12月	「ビザスク」β版運用開始
2013年7月	経済産業省「多様な「人活」支援サービス創出事業」を受託
2013年10月	「ビザスク」を正式リリース
2014年11月	株式会社ビザスクへ商号変更
2016年10月	オープンイノベーション推進室設置
2016年12月	帝人「One Teijin Award」の包括的支援プロジェクトを受託（社内事業提案制度支援の初案件）
2017年4月	海外対応専任チーム「VQ Global」を発足
2018年1月	BtoB向けのwebアンケート調査「ビザスクexpert survey」を提供開始
2018年2月	第4回「日本ベンチャー大賞」女性起業家賞（経済産業大臣賞）を受賞
2018年6月	経済産業省により「J-Startup」企業に選定
2019年6月	「ビザスクweb展示会」リリース
2019年8月	サービス名称を整理（フルサポート形式「ビザスク」、セルフマッチング形式「ビザスクlite」、グローバル対応強化に向けてサービス英語名称を「VQ」へ）
2019年12月	シンガポールに駐在員事務所を設立
2020年1月	セルフマッチング形式「ビザスクlite」においてチームプランを提供開始 登録者数10万人を突破

サービス一覧

ビザスク
(フルサポート)
大手企業・コンサルティング
ファーム向け

ビザスクlite
(セルフマッチング)
中小・ベンチャー企業向け



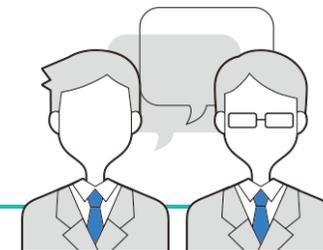
ビザスク interview

1時間単位での
対面インタビュー／電話会議
ビザスクメンバーがフルサポート



ビザスク expert survey

BtoBの特定領域における
オンラインアンケート調査



ビザスク lite

1時間単位での
対面インタビュー／電話会議
web上でセルフマッチング



ビザスク 業務委託

幅広い業界のエキスパートが
柔軟な時間設定でご支援



ビザスク project

アドバイザーの知見を活用しつつ
社内事業提案制度を伴走支援



ビザスク web展示会

登録アドバイザー全体から募る
「アイデア募集」

料金体系

	ビザスク (フルサポート)	ビザスクlite (セルフマッチング)
特徴	ビザスク担当者が候補者を スクリーニング/提案/日時調整 AIを導入、過去の同種マッチング情報を解析、ご依頼案件での活躍が期待されるアドバイザーを即座に絞り込み	依頼者がセルフでアドバイザーを 公募/指名
検索可能なユーザー	100%	48% ※「全てのユーザーから依頼を受ける」に 同意したユーザー（2017年5月～2019年12月）
外部 リクルーティング	無料で実施	なし
インタビュー費用	平均 9万円 /1時間 ※エキスパートのご経験によって変動	平均 1.5万円 /1時間 ※エキスパートの設定によって変動
ご請求方法	チケット事前購入 実施毎にチケット枚数から消化	面談日時決定時に事前決済 (クレジットカード)

免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新又は改訂を行う義務を負うものではありません。