

# PartnerScope for Corundum Corp.

パートナー探索を数週間から数分へ

## 課題：ボトルネック

Corundum Corp.は10年以上にわたり、オープンイノベーションとベンチャービルディングの専門性を築いてきました。戦略的パートナーシップを通じて、初期段階の技術を実際のビジネスに変えることに長けています。

しかし、パートナー探索は依然としてボトルネックです：

「Corundum Corp.にはビジネスアイデアを持つ顧客（スタートアップなど）がいて、投資家、技術提供者、製造業者などのビジネスパートナーを見つける支援が必要です。最善の方法は何でしょうか？」

現状のベースライン：

顧客1社あたり	
所要時間	100～200時間（平均150時間）
時間単価	¥10,000
合計コスト	¥1,500,000

データベース検索、ウェブサイト調査、経験と勘に基づく適合性評価、顧客フィードバックへの対応、優先順位が変わるたびに調査をやり直す—価値ある仕事ですが、時間がかかり、スケールしにくい作業です。

## PartnerScopeで何が変わるか

段階	現在	PartnerScope導入後
要件整理	手動インタビュー、メモ取り	AIガイド付き会話（10分）
パートナー調査	データベース+ウェブ検索	マルチソースAI検索（5分）
候補評価	スプレッドシート、勘	構造化された多次元スコアリング（10分） 即時再ランキング（2分）

段階	現在	PartnerScope導入後
修正サイクル	調査やり直し	
合計	100～200時間	1時間未満

コスト比較：

	時間	コスト
手動プロセス	150時間	¥1,500,000
PartnerScope	1時間未満	約¥10,000 + API費用¥200

## ディスカバリーチャット

パートナー探索で最も時間がかかるのは、顧客が本当に必要としているものを理解することです。ディスカバリーチャットは、ガイド付きの会話でこれ进行处理します。

**仕組み：** - AIコーチが顧客のビジネスについて戦略的な質問を投げかける - パートナータイプ、必須要件、成功基準、警戒すべき点を抽出 - 検索準備が整った構造化ブリーフを出力

2つの使い方：

オプション	方法	タイミング
コンサルタント主導	顧客ミーティング中にチャットを実行	通常のワークフロー
顧客セルフサービス	ミーティング前にチャットリンクを顧客に送付	顧客が事前準備、ミーティングは構造化ブリーフから開始

セルフサービスオプションでは、顧客が自分の時間でインテークを完了でき、最初のミーティングは発見的な質問ではなく、実行可能な要件から始まります。

## 全体ワークフロー

1. ディスカバリー — ガイド付きチャットで構造化された要件を抽出

2. 検索 — AIがデータベースとウェブを同時に検索し、明らかなパートナーと見落としがちなパートナーを発見
  3. 評価 — 20社の候補を市場適合性、技術シナジー、戦略的整合性などでスコアリング（重み付け調整可能）
  4. 修正 — 候補の除外、優先順位の調整、詳細分析—再検索不要
- 

## コンサルタント向け：よくある質問

「AIが重要なことを見落とししたらどうする？」 顧客に渡す前にすべてをレビューします。AIは候補を生成し、あなたが判断を下します。専門性の代替ではなく、高速で動くリサーチアシスタントと考えてください。

「クライアントタイプごとにカスタマイズできる？」 はい。評価軸と重み付けは調整可能です。製造業者を探すハードウェアスタートアップと、チャネルパートナーを探すSaaS企業では、異なる基準を適用できます。

「顧客にどう説明すればいい？」 方法論は透明です—顧客は評価基準とスコアを確認できます。多くの顧客は構造化されたアプローチを評価します。それは厳密さを示すものです。

「機密性は？」 顧客情報はセッション内に留まります。顧客データはAIモデルのトレーニングに使用されません。検索クエリは外部APIに送られますが、機密性の高い顧客詳細ではなく、パートナー要件のみが含まれます。

「自分の仕事の価値が下がる？」 逆です。データ収集に費やす時間が減り、戦略的アドバイス、関係構築、ディールファシリテーションに多くの時間を使えます—あなたの専門性が最も活きる部分です。

---

## 品質管理

あなたの専門性は中心に残ります—ただし、生のリサーチではなく、厳選された候補に適用されます：

- 検索前に要件をレビュー
- 評価基準と重み付けをカスタマイズ
- 他のツール（Gemini、OpenAI Deep Research）と比較
- 判断と業界知識に基づいて修正

勘は消えません—最も重要なところに適用されます：データ収集ではなく、適合性の評価に。

---

## 顧客が受け取るもの

- 適合理由付きの企業プロフィール

- 信頼度レベル付きの多次元スコア
  - 強み、懸念点、次のステップ
  - 透明で説明可能な方法論
- 

## 次のステップ

1. 今後の顧客エンゲージメントを選択
  2. 通常プロセスと並行してPartnerScopeを実行
  3. 結果と所要時間を比較
- 

## 将来：Corundumデータとの統合

PartnerScopeは既存の知識と接続することで、より強力になります：

データソース	実現できること
過去のパートナーシップ	「以前うまくいった企業に似た企業」を発見
顧客履歴	過去の顧客をパートナーとして推薦することを回避
社内ネットワーク	既存の関係を通じた紹介を表面化
ディール実績	どのパートナータイプがどの顧客タイプで成功するかを学習

これにより、PartnerScopeは汎用ツールから、Corundumの10年の専門性と関係性を反映したツールへと進化します。

---

*PartnerScope* — イノベーションのスピードでパートナーを発見

東京大学リサーチ、2026年