

オンラインで定性調査を行う プラットフォームサービス

顧客の声を、もっと手軽に、もっと深く

投資家向け資料

2025年5月10日

プレゼンター: Yuki Matsukura (@matsubokkuri)

目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 背景と課題
3. 市場分析
4. 競合分析
5. ターゲット顧客
6. サービス概要
7. ビジネスモデル
8. 収益計画
9. ロードマップ
10. チーム紹介
11. 資金調達計画

1. エグゼクティブサマリー

プロジェクト名: オンラインで定性調査を行うプラットフォームサービスの構築

ビジョン: 企業の顧客理解を革新し、より良い製品・サービス開発を支援する

市場機会: 国内オンライン定性調査プラットフォーム市場 約6億円～40億円（SOM）

差別化: 使いやすさ、効率性、コスト削減、スピード、インサイト品質

ビジネスモデル: SaaS（月額/年額サブスクリプション）

資金調達: シード資金として3,000万円を調達予定

チーム: P&G出身のビジネス担当と経験豊富なCTOの創業チーム

目標: 3年以内に国内市場シェア20%獲得、5年以内に東南アジア展開

2. 背景と課題

市場の課題

- **地理的・時間的制約**：従来の対面調査では場所や時間の制約が大きい
- **コスト効率の悪さ**：会場費、交通費、運営コストが高額（1回あたり40万～130万円）
- **スピード感の欠如**：調査準備から実施、分析まで数週間～数ヶ月かかる
- **多様な参加者へのアクセス困難**：特定属性の参加者集めが難しい
- **リモート環境への対応不足**：DXの流れに既存手法が追いついていない

解決策の必要性

- オンラインでの定性調査実施環境の提供
- 調査プロセス全体の効率化と自動化
- 地理的制約なく多様な参加者にアクセス
- 迅速な調査実施と意思決定の支援
- 質の高いインサイト獲得のための機能提供
- コスト削減（従来比50%以上の削減が可能）
- 調査結果の活用・共有の効率化

3. 市場分析 (1/2)

市場規模（国内）

- **TAM:** 約300億円～500億円
(国内定性調査市場全体)
- **SAM:** 約60億円～200億円
(国内オンライン定性調査市場)
- **SOM:** 約6億円～40億円
(国内オンライン定性調査プラットフォーム市場)

成長要因

- DXの加速による調査手法のオンライン化（年率15%成長）
- リモートワークの定着（コロナ後も約30%の企業が継続）
- コスト効率化ニーズの高まり
- 顧客理解の重要性増大（CX重視の経営トレンド）
- テクノロジーの進化（高品質ビデオ会議、AI文字起こしなど）

3. 市場分析 (2/2)

市場トレンド

- デジタルトランスフォーメーション (DX) の加速
 - 企業のDX投資は年率12%で増加中
 - マーケティング部門のDX予算は平均20%増加
- 顧客中心主義の台頭
 - 顧客体験 (CX) を重視する企業が5年で2倍に
 - 定性的な顧客理解への投資が増加

地域別市場機会

- 国内市場
 - 大企業を中心に定性調査のオンライン化が進行中
 - 特に消費財、IT、金融、小売業界での需要が高い
- 東南アジア市場（将来展開）
 - 急速な経済成長とデジタル化
 - 日系企業の進出増加に伴う調査ニーズ
 - 現地企業のマーケティング高度化

4. 競合分析

競合タイプ	主な企業/サービス	強み	弱み	差別化ポイント
従来型調査会社	大手マーケティングリサーチ会社	<ul style="list-style-type: none">・ブランド力・豊富な実績・専門知識	<ul style="list-style-type: none">・高コスト・スピード感の欠如・デジタル対応の遅れ	<ul style="list-style-type: none">・コスト（50%削減）・スピード（最短3日で実施）・セルフサービス型
ビデオ会議ツール	Zoom, Teams, Google Meet	<ul style="list-style-type: none">・普及率・使いやすさ・低コスト	<ul style="list-style-type: none">・調査特化機能なし・参加者管理機能なし・分析機能なし	<ul style="list-style-type: none">・調査特化機能・参加者管理・分析支援機能

5. ターゲット顧客

主要ターゲット

「顧客の生の声を迅速かつ深く理解し、データに基づいた意思決定を行うことで、ビジネス成果の向上を目指す、主に大企業および中堅企業の担当者およびそのチーム」

ペルソナ例：佐藤美紀（32歳）

- 役職: 大手消費財メーカー ブランドマネージャー
- 課題:
 - 市場変化への迅速な対応が必要
 - 「生の声」を手軽に継続的に聞き

顧客獲得戦略

- 初期ターゲット:
 - 消費財メーカーのマーケティング部門
 - IT企業のUX/製品開発チーム
 - 広告代理店のリサーチ部門

6. サービス概要 (1/2)

コア機能

- オンラインインタビュー支援
 - 1対1のデプスインタビュー
 - グループインタビュー（最大8名）
 - ビデオ通話、チャット、画面共有
 - 録画・録音機能
 - リアルタイム共同メモ
- 参加者管理
 - 募集、スクリーニング

分析・共有機能

- データ整理・分析支援
 - 自動文字起こし（AI連携）
 - 発言タグ付け・コーディング
 - キーワード抽出
 - 感情分析（将来機能）
- インサイト共有
 - チーム内共有機能
 - コメント・議論機能
 - ハイライト動画作成

6. サービス概要 (2/2)

差別化ポイント

- **使いやすさ**：直感的なUI/UX、最小限の学習コスト
- **効率性**：調査準備から実施、分析までワンストップ
- **柔軟性**：様々な調査手法に対応
- **コスト効率**：従来の対面調査と比較して50%以上のコスト削減
- **スピード**：最短3日での調査実施が可能
- **インサイト品質**：深い顧客理解を支援する専用機能

将来拡張機能

- **AI分析機能の強化**
 - 自然言語処理による高度なテキスト分析
 - 感情分析・表情分析
 - インサイト自動抽出
- **多言語対応**
 - 英語、中国語、その他アジア言語
 - リアルタイム翻訳機能
- **外部連携**

7. ビジネスモデル

収益モデル

- サブスクリプション型
 - 月額/年額課金
 - 複数の料金プラン
- 料金プラン構成
 - スタータープラン: 月額5万円
 - 月5インタビューまで
 - 基本機能のみ
 - プロフェッショナルプラン: 月額10万円
 - 月20インタビューまで

顧客価値提案

- コスト削減: 従来の対面調査と比較して50%以上のコスト削減
- 時間効率: 調査準備から実施までの時間を80%削減
- 地理的制約の解消: 全国/世界中の参加者にアクセス可能
- インサイト品質向上: 専用機能による深い顧客理解
- 意思決定の迅速化: 調査から分析までのリードタイム短縮
- 調査頻度の増加: 同じ予算でより多くの調査を実施可能

8. 収益計画

収益予測（3年間）

- **1年目: 6,000万円**
 - 有料契約企業数: 50社
 - 平均単価: 月額10万円
 - 解約率: 年間15%
- **2年目: 1億8,000万円**
 - 有料契約企業数: 150社
 - 平均単価: 月額10万円
 - 解約率: 年間10%
- **3年目: 4億5,000万円**

収益構造

- **売上総利益率: 80%**
 - 主なコスト: サーバー費用、API利用料
- **営業利益率:**
 - 1年目: -50%（投資フェーズ）
 - 2年目: 0%（損益分岐点達成）
 - 3年目: 20%（収益化フェーズ）
- **LTV（顧客生涯価値）: 約300万円**
 - 平均契約期間: 3年

9. ロードマップ

フェーズ	期間	主要マイルストーン	主要開発項目
フェーズ1 プロトタイプ開発と初期検証	2025/5/9 - 2025/7/1	<ul style="list-style-type: none">- コア機能プロトタイプ完成- ステークホルダー/クライアントデモ①	<ul style="list-style-type: none">- 基本的なユーザー認証- インタビュー画面 (WebRTC)- 録画・録音機能- 基本UI/UX
フェーズ2 α版開発と限定テスト	2025/7/2 - 2025/9/1	<ul style="list-style-type: none">- クライアント向けダッシュボード実装- α版ローンチ- ステークホルダー/クライアントデモ②- パネル管理機能基礎実装	<ul style="list-style-type: none">- ダッシュボード機能- プロジェクト管理- 参加者管理基本機能- 文字起こし機能（基本）- 初期分析機能

10. チーム紹介

ビジネス担当（P&G出身）

- 経歴: P&Gにて10年間マーケティング担当
- 専門: 消費者インサイト、製品開発、マーケティング戦略
- 実績:
 - 複数の新製品ローンチを主導
 - 消費者調査手法の革新
 - 年間1億円規模のプロジェクト管理
- 役割:

CTO（システム開発担当）

- 経歴: 大手IT企業で8年、スタートアップCTOを2回経験
- 専門: WebRTC、クラウドアーキテクチャ、UX設計
- 実績:
 - ビデオ会議システムの開発リード
 - 月間アクティブユーザー10万人規模のSaaS開発
 - 複数のスタートアップでの技術

11. 資金調達計画

調達予定額と用途

- 調達予定額: 3,000万円（シードラウンド）
- 資金使途:
 - 開発費: 1,500万円（50%）
 - エンジニア人件費
 - クラウドインフラ
 - 外部API/サービス利用料
 - マーケティング: 900万円（30%）
 - コンテンツ制作
 - イベント出展

資金調達スケジュール

- シードラウンド: 2025年6月（3,000万円）
 - 製品開発と初期顧客獲得
- プレシリーズA: 2026年6月（1億円）
 - 国内市場拡大と機能強化
 - 組織拡大（10名規模）
- シリーズA: 2027年6月（3億円）
 - 東南アジア展開
 - エンタープライズ向け機能強化

12. リスクと対策

リスク	影響度	発生確率	対策
技術的リスク WebRTC等の技術的課題	高	中	<ul style="list-style-type: none">・ 早期PoC実施・ 外部専門家の活用・ 代替技術の検討
市場リスク 競合の参入、価格競争	高	中	<ul style="list-style-type: none">・ 差別化機能の強化・ 早期に顧客基盤構築・ 継続的な市場調査
運用リスク システム障害、セキュリティ	高	低	<ul style="list-style-type: none">・ 堅牢なインフラ設計・ セキュリティ監査・ バックアップ体制
人材リスク 人材不足、人材育成の遅れ	中	中	<ul style="list-style-type: none">・ 魅力的な報酬体系・ リモートワーク対応

13. 成長戦略

短期的成長戦略（～1年）

- 製品の確立と初期顧客獲得
 - MVPの開発と検証
 - 初期顧客50社の獲得
 - 製品改善サイクルの確立
- マーケティング基盤構築
 - コンテンツマーケティング開始
 - 顧客事例の蓄積
 - 業界イベント参加

中長期的成長戦略（1～3年）

- 機能拡張と市場拡大
 - AI分析機能の強化
 - 外部ツール連携の拡充
 - 国内市場シェア20%獲得
- 地理的拡大
 - 多言語対応
 - 東南アジア市場への展開
 - グローバル企業向けソリューション開発

14. 財務予測

損益計算書（3年間予測）

収益

- 1年目: 6,000万円
- 2年目: 1億8,000万円
- 3年目: 4億5,000万円

費用

- 1年目: 9,000万円
 - 人件費: 6,000万円
 - マーケティング: 1,500万円

インフラ: 500万円

その他: 1,000万円

主要KPI

- MRR（月間経常収益）成長率
 - 1年目末: 500万円
 - 2年目末: 1,500万円（前年比300%）
 - 3年目末: 3,750万円（前年比250%）
- ユニットエコノミクス
 - CAC（顧客獲得コスト）: 50万円
 - LTV（顧客生涯価値）: 300万円
 - LTV/CAC比率: 6.0

15. 投資機会

投資メリット

- **成長市場:** オンライン定性調査市場は年率15%で成長中
- **差別化された製品:** 使いやすさと専門機能を両立
- **収益性の高いビジネスモデル:** SaaSモデルによる継続収益
- **検証済みの顧客ニーズ:** 初期顧客からの強いフィードバック
- **経験豊富な創業チーム:** 業界と技術の専門知識を保有

投資条件

- **調達金額:** 3,000万円（シードラウンド）
- **株式割合:** 15%
- **企業評価額:** 2億円（プレマネー）
- **資金使途:**
 - 開発費: 1,500万円（50%）
 - マーケティング: 900万円（30%）
 - 運転資金: 600万円（20%）
- **想定Exit:**
 - 5年以内のM&A

ご清聴ありがとうございました

お問い合わせ先

Email: contact@example.com

Web: <https://example.com>