

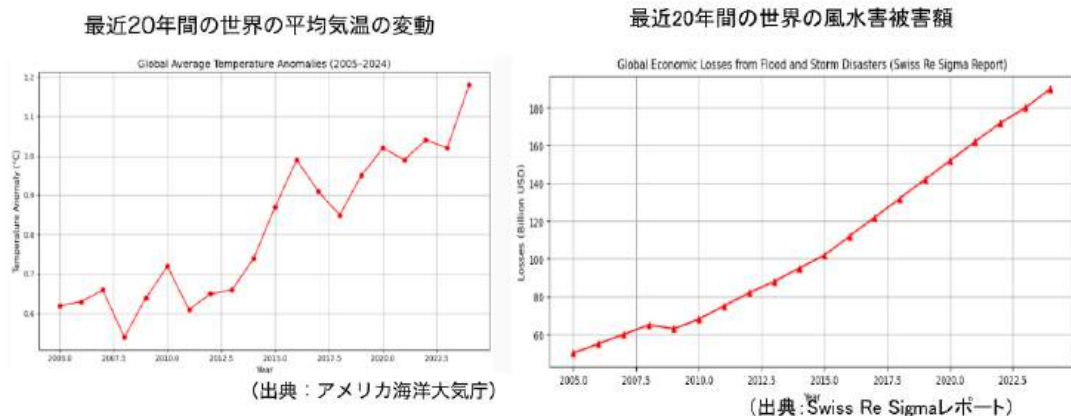
Contents

- 巻頭言 ～気候適応テクノロジースタートアップの最新動向～
- まきチャレ2024開催記念インタビュー 「株式会社ドラミカンパニー」
- CVCインタビュー 「株式会社Macbee eight」
- 国内スタートアップ紹介 「株式会社 Sales Marker」
- 豆知識『GX巨額ファンドを味方に ― グリーンイノベーション基金×CVC戦略』

巻頭言 ～気候適応テクノロジースタートアップの最新動向～

株式会社CFスタートアップパートナーズ
代表取締役出縄 良人（公認会計士）

今年は沖縄～近畿地方では例年より3週間も早く梅雨が明け、関東や他の地方でも梅雨明けこそまだですが、早くも6月の真夏日の日数が過去最高を記録するなど、今年の夏は昨年以上の猛暑が予想されています。日本だけでなく、近年、世界各地で気候変動による災害が深刻化しています。欧州でも過去に例のない猛暑に見舞われたほか、ブラジルやバングラデシュでの大規模洪水、サブサハラ・アフリカでの干ばつによる食糧危機など、気候変動はもはや「将来の脅威」ではなく、「現在進行形の危機」となっています。下図は最近20年間の世界の平均気温の推移（1990-2000の平均気温に対する変動：左）と、最近20年間の風水害による被害総額の推移（右、単位：10億USD）です。



このような気候変動への危機意識を背景に、Climate Adaptation Technology（気候適応技術）への関心が急速に高まっています。これは、従来のCO2排出ガス削減等の気候変動緩和技術とは次元が異なり、災害や環境変化に対する「レジリエンス（回復力）」を高めることを目とした技術群です。そこで、今月は世界の気候適応技術スタートアップについて考察したいと思います。

最新データによると、気候適応テクノロジースタートアップへの投資件数は前年比40%以上の成長を記録し、CVC（コーポレート・ベンチャーキャピタル）も投資を活発化させています。背景には以下の要因があると考えられます。

- ・EUのPPWR（包装・包装廃棄物規制）などの規制強化
- ・保険業界による気候リスク分析ツールの需要拡大
- ・企業のESG目標における「レジリエンス」重視の傾向

世界の代表的な気候適応テクノロジースタートアップとしては、以下があげられます。

会社名	所在地	事業または技術の内容
ClimateAI	米国	農業・食品産業向けAI気候変動レジリエンスプラットフォーム
FloodMapp	オーストラリア	洪水予測・リアルタイムマッピング
Amogy	米国	アンモニアを内燃機関の燃料として利用する技術
炭素回収技術研究機構	日本	高性能の二酸化炭素吸着材の開発及び製品化
Ucaneo	ドイツ	空気中の二酸化炭素の直接回収（DAC）プラント
Terradot	米国	岩石風化を活用した空気中の二酸化炭素回収と土壌改良
Kettle	米国	気候リスクに基づく再保険モデル
Desolenator	オランダ	太陽熱による淡水化技術
Regrow Ag	米国	再生型農業のモニタリング
Applied Carbon	米国	農業残渣をその場で分解してバイオ炭化して土壌に戻すモビリティ

農業、水資源、インフラ、エネルギーなど多様な分野での適応ソリューションを提供しているこれらの気候適応テクノロジースタートアップに対して、CVC投資も活発化しています。上記のうちTerradotとApplied CarbonにはMicrosoft Climate Innovation Fundが投資をしているほか、Amogyには、ヤンマーベンチャーズや商船三井のCVC、MOL Switchが投資をしています。また、炭素回収技術研究機構は、当社のサポートによりDPO（Direct Public Offering）で5千万円のシード調達を行いました。

社会にとって不可欠となりつつある気候適応テクノロジー。当社が企画運営を務めている「まきチャレ2025」にもこの分野のスタートアップが多くエントリーしています。海外10か国73件を含む168件の応募から選出されたセミファイナリスト37社は、本レポート配信日の6月30日に、以下の牧之原市の特設WEBサイトに公表されます。

<https://www.city.makinohara.shizuoka.jp/soshiki/39/56730.html>

今後、牧之原市の産業とのコラボ案を含むビジネスプランのブラッシュアップと、クローズドピッチ審査を通じて、ファイナリストが選出されます。ファイナリストは8月10日の午後3時からオープンピッチ審査に臨みます。詳細は次号のマンスリーレポートにてご案内します。ご期待ください。

まきチャレ2024開催記念インタビュー

今回は、「まきチャレ 2024」で視聴者賞を受賞した「株式会社ドラミカンパニー」にインタビューを実施しました。同社が歩んできた道のりや受賞の背景、これからの展望などについて、じっくりとお話を伺っています。ぜひご覧ください。

【まきチャレ2024記念インタビュー | 株式会社ドラミカンパニー】

DX × リラクゼーションによって進化する新たなヘルスケア事業とは？



2024年11月、第3回となる牧之原市チャレンジビジネスコンテスト（以下、まきチャレ2024）の表彰式が開催されました。

まきチャレ2024は、牧之原市の「産業資源」と「観光資源」を活用して、自らの事業を地域と共に発展させるビジネスプランを全世界のスタートアップ企業から募集し、評価するビジネスコンテストです。昨年に引き続き、第3回開催である今回もEXPACT代表の高地が審査員として参画しました。

本インタビュー企画では、まきチャレ2024で視聴者賞を受賞された株式会社ドラミカンパニーの代表 長谷川 幸弘さんに、ドラミカンパニーの社風や提供しているサービス、まきチャレでの発表内容についてお聞きしました。

株式会社ドラミカンパニーの起業の背景・サービス

一本日は貴重なお時間をいただきありがとうございます。よろしくお願いします。

よろしくお願いします。

一まずはじめに、長谷川さんのご経歴と、株式会社ドラミカンパニーの設立に至った背景についてお聞かせください。

私は21歳の頃に初めて起業し、それから経営者を続けて今年で26年目となります。最初は中古車販売業の事業から始めて、今までで30以上の事業を立ち上げてきました。現在はその中の20個ほどの事業を運営しています。

ドラミカンパニーは、「もみかる」というリラクゼーションサービスを作るにあたって、「もみかる」のフランチャイズ展開を目的に12年前に始めた会社です。起業のきっかけとなったのは、すでにマッサージ店のフランチャイズ展開という同様の事業を始めていた同業他社さんの存在でした。当時その企業のマッサージ店は急速に数を増やしていて、よく目に留まるので「なぜこんなに増えるのか？」という疑問を持っていました。

その頃、北陸エリアでパチンコ情報誌の出版業を行っていた私たちの会社のアルバイト募集に、たまたまその企業で働いていた方が応募してきたことがありました。その方にお話を伺うことができ、当時マッサージ店が増えていた理由が分かったんです。その後、このビジネスモデルなら拡大することができるという確信を自分の中で持つことができたので、まずは試しにやってみようということになりました。

まずは、先ほど述べた同業他社さんとはサービス内容に少しずつ差異をつけて、その企業の店舗の近隣に出店することから始めました。その結果、すぐに成果を上げることができたので、早速フランチャイズ展開を始めようということになり、ドラミカンパニーの設立に至りました。一号店が富山市から始まったことには、このような背景があります。

一成長しているサービスの観察からアイデアを得て、ドラミカンパニーの起業に至ったのですね！御社の社訓「己の誠を尽くして生きる」にはどのような思いが込められているのでしょうか？

私たち経営者の業界に限った話ではないですが、働く人はみんな利害でつながっていることは長年商売をやってきてよく感じていることです。でもそれは、人と人の関係という点で考えると少し寂しいことでもあると思います。とはいえ働く人たちも、なんだかんだ言っても実際は自分のために働いていたりするわけで。ただ全員に共通しているのは、個々が幸せになることを目的としていて、仕事はその手段であるということだと思います。少なくともそう言った価値観の方は多いんじゃないでしょうか。

なので、働く人たちが自分の選択で、自分の好きな場所で好きなことをして生きていけるという状態がその人にとって本当に幸せなことだと思います。ドラミカンパニーで働く上で、社員たちには自分に嘘をつかずに、自分の好きな選択をしてほしいし、もし嫌だったらやめればいいと思っています。それでも何かのために頑張りたいければ、そういう機会を会社側が提供するようにしています。なので、自分の心というか、気持ちというのを社員たちにはよく理解してほしいなという思いがこの社訓には込められています。



一働く中でも自分の気持ちに正直であってほしいという素敵な思いが込められているのですね。そのような社訓を持つ御社は、どのような社風をお持ちなのでしょう？長谷川様にとって、株式会社ドラミカンパニーやその社員の方々はどのような存在ですか？

私にとって社員たちは、家族のような、パートナーのような存在です。特に当社が他の会社さんと違うところは、社員にはある種好きにしてくれればいいと思っていますところです。私が社員たちに対して持つ愛情というのは、もし実現したい何かがあったり、こういうことがしたい、というような思いがあれば、それが実践できる場というかチャンスを提供してあげたいと思う気持ちだと思います。実現するしないは最終的には本人次第ですが、その機会を設けてあげるところまでは私の経営者としての仕事だと思っています。

一社員たちが熱意を持って挑戦できる場を提供したいという長谷川さんの経営者としての姿勢に感銘を受けました。続いて、株式会社ドラミカンパニーがご提供されているサービスについてお聞かせください。

ドラミカンパニーでは様々なサービスを提供していますが、その中でも「もみかる」は、体、頭、足、リンパなどを含む全身マッサージを提供しているサービスです。「もみかる」というのは「気軽な手もみ屋」という意味で、一般の相場よりも安く抑えた価格でサービスを受けられるのが特徴となっています。フランチャイズという形で全国に「もみかる」の店舗を広げており、現在は100店舗ほどにまで拡大しています。

また、それに付随する形で、少し前から、「気軽なエステサロン」をテーマにした姉妹ブランドの「サロンドもみかる」の併設を始めています。「サロンドもみかる」では業界相場の半額で美容サービスを提供しています。

一 誰もが気軽に利用できるリラクゼーションサービスを提供しておられるのですね！御社のホームページでは「もみかる」にIT技術を活用している例が紹介されていますが、IT技術によって「もみかる」はどのように進化しているのでしょうか？

まず、当社のマッサージ店で使用している予約システムやPOSレジといったシステムは全て自社開発となっています。また、そのシステムを軸にして、働く人たちのアプリケーションや、フランチャイズのオーナーさんたちが分析をするためのシステムなどを自社開発し、運用しています。これらのシステムによって、バックオフィスの業務まで含めて大半のことを包括的に一本化や効率化ができる仕組みを作っています。

さらに、IT技術を活用することで、「もみかる」を単なるリラクゼーションサービスから革新的なヘルスケア産業に転換させています。現在は、当社が持つ顧客データベースを活用するための顧客用アプリというのを開発中で、実現できれば顧客の一人ひとりがアプリで自分の健康データを色々な角度から取得できるようになります。

このアプリ上で健康データを集約できるようになれば、今度はAIを用いて、お医者さんの知見を元に一人ひとりに合わせたアドバイスを提供できるようになります。例えば、健康状態に悪化が見られた時に、こういったものを食べるといいですよ、とか、こういうサービスを受けた方がいいですよ、といった提案をパーソナルに行ってくれるようなシステムを作ろうとしているところです。

このサービスの目的は、病気や体調不良を直すことではなく、お客様が健康データやアドバイスを通じて自分自身の健康意識を高めていけるようにするという点になります。その結果、いわゆる予防医療や健康寿命といったものにつながっていくことを実現させようというのが「もみかる」をIT技術によってヘルスケア産業に転換するプランの狙いです。

一 自社開発のシステムを使ってサービスのDXを成し遂げているだけでなく、AIを活用したサービスの展開も目指しておられるということですね！



まきチャレ2024での提案内容

ーこの度は、まきチャレ視聴者賞の受賞おめでとうございます！まきチャレ2024にて長谷川さんが発表された「牧之原市を日本一の超最先端デジタルヘルスシティにしませんか？」というご提案の内容についてお聞かせください。

まきチャレ2024では、先ほどご紹介したような健康データをベースにしたシステムを牧之原市に導入し、牧之原市に住む人の健康を見える化・促進するプランをご提案させていただきました。具体的には、スマートウォッチのようなウェアラブル端末を市民の皆さんに配布し、先ほどのアプリをプラットフォームとして近隣の健康・医療サービスとも連携する、というようなことができますと考えています。

このような取り組みを通して、牧之原に住む人々が元気に働ける時間が増え、またそのようなサービスがアピールポイントとなることで市外からの人口流入量が増えるという地方創生の効果を期待しています。これから労働生産人口がどんどん減っていく時代の中で、外から新しい人材を獲得するというのは牧之原市にとって難しいことだと思います。そういった意味では、ヘルスケアサービスを通して、今いるお年寄りの方々が元気に働ける時間を伸ばし続けていくことも大事なことだと思います。

ー生産人口の減少という地方の課題に一石を投じる素晴らしいプランだと思います！牧之原市で御社の事業を展開することで、どのような価値が生まれるとお考えでしょうか？

当社のアプリケーションを導入することで、地域の企業や商店、一次生産者といった人々に恩恵をもたらすことができると考えています。例えば、アプリと近隣のクリニックやその他サービスを連携させることで、地域住民が地元のサービスを必要に応じて積極的に利用するように促すことができます。

また、健康についてはある程度の年齢層の方であれば誰でも興味を持つものだと思うので、市内の様々な個人や企業との連携が可能だという風に考えています。



ー まきチャレに参加されたきっかけは何でしたか？

最初のきっかけは、まきチャレの発起人である出縄さんの紹介でした。自分自身、このようなビジネスコンテストに参加した経験がなかったので、自分の体験としてやってみたいという気持ちがあったのが大きな理由です。

ー まきチャレが初めてのビジネスコンテストだったのですね。長谷川さんがまきチャレに参加されて感じた印象についてお聞かせください。

経営者人生の中の一つの思い出として、とても良い経験になったと感じています。コンテストでは、色々な人がそれぞれ全く違うアイデアを持っていることに驚きました。また、海外企業さんがたくさんいたので、海外の企業のレベルの高さというのを感じられたのはすごく良かったです。どのスタートアップさんも、自分の事業に本気で取り組んでいるんだというのが伝わってきました。

今後の展望

ー まきチャレでの受賞を受けて、株式会社ドラミカンパニーの今後の展望について教えてください。

ドラミカンパニーは、リラクゼーション・サービスからヘルスケア事業への完全なる転換というのを目的として活動しています。当社は今第三者から見れば、多分マッサージ屋さんという印象を受けると思います。フランチャイズのオーナーさんたちも同様に、マッサージ屋さんという認識の中で働いています。このような状況から、人様に聞かれた時に「うちはヘルスケア事業者です」と堂々と言えるようにすることを目指しています。

現在、展開している店舗はそのテストをする場であり、最終的にはデータビジネスに転換させていくのが最大の目的です。なので、IT技術やAIを積極的に駆使していくことが今後の大きな流れになると思います。

ー 最後に、長谷川さんの経営者としての豊富な経験を元に、起業に興味がある読者の方々に対して一言アドバイスをお願いします。

起業するとか事業を作るといった時に、変に頭を働かせて、これが儲かるからその事業を始めるということは多分失敗する可能性を高めていると思います。事業の成功と失敗について、ひとつ間違いなく言えることは、その人がその事業についてあまり分かっていないとしても、確信のない自信でもいいから、自信を持ってワクワクしながら続けていけるというのが成功の要因だと思います。

ー IT技術を駆使してリラクゼーションサービスからヘルスケア事業への進化を目指すドラミカンパニーの事業戦略に興味を引かれました。長谷川さんの経営者としてのマインドセットについても、貴重なお話を伺うことができました。改めて、本日はインタビューにご協力いただきありがとうございました！

〈企業概要〉

【会社名】 株式会社ドラミカンパニー

【URL】 <https://dorami.co.jp/>

【設立日】 2013年8月

【所在地】 静岡県静岡市駿河区西脇11-1 2F

【代表者】 代表 長谷川 幸弘

企画/監修：出縄（株式会社CFスタートアップパートナーズ）

取材・執筆：石山（EXPACT株式会社）



CVCインタビュー「株式会社Macbee eight」

起業家からCVC代表へ 正田氏が語るMacbee eightの投資戦略と注目の領域



“投資だけでは終わらない! Macbee eightのCVC戦略”

起業家としてキャリアを重ね、現在は株式会社Macbee eightの代表取締役としてスタートアップの成長を支援する正田 英之氏。今回のインタビューでは、Macbee PlanetグループのCVCとして設立されたMacbee eightが展開する独自の投資戦略や、CVCとしての実践的な取り組みについて深掘りしました。

彼らが目指すのは、単なる資金提供ではなく、マーケティング支援を通じて投資先とともに成長する“共創型CVC”のあり方。生成AIによって広がる新たなビジネスチャンスや、

スタートアップが直面しがちなマーケティング課題への向き合い方、そして正田氏自身の起業家としての経験から投資家へと転身した背景まで。

現場視点のリアルと、これからのCVCの可能性が詰まった内容をお届けします！

正田さんのキャリアについて

ー まずは、これまでのご経歴についてお聞かせいただけますか。

正田氏：私のキャリアは、大学4年生のときに起業したことから始まりました。当時はまだ「スタートアップ」という言葉が今ほど一般的ではなく、自分自身が起業家になるという意識もあまりなかったのですが、「自分で何かを創り上げたい」という想いは強く持っていました。学生時代は、プログラミングを独学で学びつつ、受託開発や他社とのサービス共同開発など、いくつかのビジネスにチャレンジしていました。ただ、自己資本で事業をスケールさせることの難しさを痛感し、「本当に大きなビジョンを実現するには、エンジニアリングの経験が必要だ」と感じるようになりました。

そこで、一度エンジニアとして就職し、約1年半、技術力を磨くことに専念しました。その後、フリーランスとして独立し、東南アジアをはじめ世界各地を転々としながら、次の事業を模索していました。ちょうどその頃、Instagramが急成長していたことに着目し、それを活用したフリマアプリを立ち上げました。これは2度目の起業で、複数のベンチャーキャピタルから資金調達も行い、初めからアメリカ市場向けに展開しました。しかし、想定以上に競争が激しく、結果として撤退・解散を決断することになりました。

ー その後は、どのような方向へ進まれたのでしょうか？

正田氏：起業と失敗を繰り返す中で、再び起業する際にも「大きな事業を作りたい」という思いは変わりませんでした。ただ、2016年前後はスマホアプリの新サービスが一巡し、新たなマーケットが生まれにくい状況にありました。そこで、「次にくる波は何か」と考えた時、当時注目されはじめていたVRに可能性を感じ、再起を図る形で起業しました。

設立当初はVR領域に注力し、とりわけ広告市場に目を向け、VR×広告という切り口でサービス展開を進めました。しかし、VR映像のBtoC市場は思ったように成長せず、事業の方向転換を余儀なくされました。

そんな中、もともと私たちはVR事業で培った強みを持っていたため、そこを活かして「3DCG×広告」をスマートフォン向けに展開するサービスとして『3D AD』を立ち上げました。このサービスは2018年にリリースし、比較的順調に成長。リリースからおよそ3年で年商10億円規模にまで拡大し、その後、売却に至りました。



Macbee Planet参画後の取り組みとCVC設立背景

—Macbee Planetグループにジョインされてから現在までのご経歴について教えてください。

正田氏：Macbee Planetグループ参画と同時に、Macbee Planetの執行役員に就任いたしました。AlphaとMacbee Planetは、それぞれまったく異なる文化を持った組織です。Macbee Planetは、いわゆる一般的なビジネスパーソンが多い会社である一方、Alphaはエンジニアに最適化されたカルチャーと組織設計をしていたため、最初はそのギャップを強く感じました。

そのため、最初に取り組んだのは「文化の橋渡し」です。具体的には、社内のコミュニケーションツールをSlackに、ドキュメント管理をNotionに変更するなど、Alpha側の文化をMacbee Planetに少しずつなじませるための基盤整備を行いました。また、Alphaでは11時始業という体制だったのですが、それを受け入れてもらうための交渉なども、M&A成立後の約半年間で進めました。その上で、オフィスの統合を行い、本格的なPMI（Post Merger Integration）フェーズに入りました。

当時、Alphaの3D AD事業は順調に成長しており、エンジニアの追加リソースはさほど必要としていませんでした。一方で、Macbee Planet側にはエンジニアリソースを投下することで、さらに成長を加速できるという確信があったため、PMI以降はエンジニアをMacbee Planetに寄せ、同時にテック文化を組織に取り入れることで、全体の成長戦略を描いていきました。

ー現在、CVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）としての活動もされていますが、その設立の背景と目的について教えてください。

正田氏：もともとMacbee Planetでは、一部のスタートアップ企業に対して個別に出資を行っていましたが、単なる資金提供にとどまらず、出資先と事業連携を図ることで、双方にとってシナジーを生み出すような成功事例がいくつかありました。そうした事例を通じて、「このスキームは非常に良いのではないか」という話になり、より本格的に取り組むために、CVCの機能を組織として明確に切り出すことにしました。

たとえば、あるクリニック系の投資先企業には、出資と同時に当社がアフィリエイトやマーケティングの支援を行う形で伴走させていただきました。事業の立ち上げ初期から我々が関与し、マーケティング支援を通じて投資先企業の成長を後押ししました。その成長とともに、我々に任せていただける広告予算も増え、結果として当社側の事業も大きく拡大することができました。

こうした「出資と伴走支援による相互成長」の成功体験をベースに、CVC機能を体系化したのが「Macbee eight」の設立背景です。

ー Macbee eightに正田さんがアサインされたのは、ご自身が出資を受けたご経験も関係しているのでしょうか？

正田氏：そうですね。自分でゼロから事業を立ち上げた経験があることに加えて、出資を受けた側としての経験や、M&Aによる事業売却の経験もあります。一方で、個人としてエンジェル投資のような形で、スタートアップにいくつか出資をしてきたこともあり、VC業務についても一定の知見を持っているという自負があります。そうした経験が組み合わさって、今回のアサインにつながったのではないかと考えています。

また、起業家にもいろいろなタイプがあると思うのですが、たとえば特定領域に深い専門性を持つタイプと、広く複数の領域に一定の理解がある中でビジネスチャンスを見出していくタイプがいると思っています。私はどちらかというと後者で、特定領域に特化しているわけではないものの、幅広い領域をある程度理解したうえでビジネスを構想するタイプです。

そういった意味でも、さまざまな分野のスタートアップと関わるCVCの仕事には、比較的自分のスタイルがフィットしているのではないかと感じています。

ー Macbee eightを設立されてから、想定通りに進んでいる部分と、逆にご苦労されている点について教えてください。

正田氏：正直なところ、あまり“想定通り”には進んでいないというのが実感です。現在の課題として感じているのは、CVCとしてMacbee Planetグループとシナジーのあるスタートアップを常に探索しているものの、そのシナジーを具体的に創出するのが想像以上に難しいという点です。

というのも、我々の取引先の多くはBtoC企業なのですが、スタートアップ市場全体を見たときに、BtoCモデルのスタートアップ自体が非常に少なくなってきました。たとえばアメリカの市場でも、BtoCスタートアップの割合はおよそ10%前後と言われており、さらにその中で広告やマーケティング領域で勝負している企業となると、数はごく限られてしまいます。

そのため、そもそもの“母数”が少ないなかで、有望な企業を見つけ、投資し、バリューアップにつなげるというのは、まさに“茨の道”だと感じています。とはいえ、だからこそやりがいもある領域ですし、今後も粘り強く取り組んでいきたいと思っています。



投資判断・戦略と投資先への支援について

一 貴社の投資判断や戦略について教えてくださいか？

正田氏： 当社の投資判断の軸は、大きく二つあります。

一つ目は、どれだけキャピタルゲインを見込めるかという観点です。つまり、投資先がどの程度スケールしうるか、成長ポテンシャルを見極める力が問われる部分です。

二つ目は、Macbee eightとしての事業とのシナジーをどれだけ見込めるか、という点です。一般的なVCと異なり、当社ではこの「シナジー」の部分特に重視しています。

私たちは、単に出資してエグジットを目指すというスタンスではなく、「これから成長していく余力のあるスタートアップ」に対して投資を行い、当社のマーケティング支援などハンズオンで伴走することで、より大きな成長へと導き、最終的に大きなIPOにつなげていくという考え方を

持っています。我々のマーケティング力を活用することで、実際に事業成長につながるかどうか。そこを重視して投資判断を行っているのが、Macbee eightならではの戦略だと思っています。

一 貴社として、特に強化されている支援領域について教えてください。

正田氏：当社では、投資を実行する前の段階で、弊社のマーケティング支援メンバーと投資候補先のマーケティングチーム、あるいは経営者の方との顔合わせを行い、投資後にどのような支援が可能かをすり合わせた上で投資判断を行うようにしています。

支援内容の中心はマーケティング領域で、特にアフィリエイトの運用や予算型広告の運用においては、我々が“代理店的な立ち位置”で支援に入らせていただく形が主です。ただし、従来の広告代理店とは考え方が大きく異なります。

というのも、一般的な広告代理店は「広告予算を増やせば増やすほど自社の利益が増える」構造にあり、ときにクライアントの成長よりも代理店側の都合が優先されてしまうことも少なくありません。私自身、3D ADの広告プロダクトを展開していた時に、代理店の売り方と自分の価値観にギャップを感じ、「もっとクライアント目線で動くべきではないか」と強く思った経験があります。

一方で我々は、出資を通じてクライアントと同じ方向を向ける関係性を築いているため、「ただ広告予算をもらう」のではなく、「出資先（クライアント）の成長を実現すること」が何よりも重要だと考えています。これが、通常の外注とは大きく異なる点です。

特に注力しているのは、ToC領域のスタートアップにおけるマーケティング支援です。中でも、広告運用によって事業のスケールが見えてきているフェーズの企業に投資・支援を行いたいと考えています。逆に言うと、これからプロダクトを出すような段階で、まだ広告の実績がない会社に対しては、現時点では少し早いと見ています。

一 マーケティング支援において、どのような観点を大切にされていますか？

正田氏：多くの企業は、どうしても表面的な数字で物事を判断してしまいがちだと感じています。たとえば「ユーザー獲得数」をKPIに設定していた場合でも、媒体A・B・Cに広告を出稿して、それぞれ100件ずつユーザーを獲得できたとなると、単純に「すべて同じ成果」と見てしまうケースが多いんです。

しかし実際には、その“100件”は全くイコールではありません。ユーザーの質に大きな差があることもありますし、そもそもユーザーがその広告を意図的に見たのか、たまたま目に入ったただけなのか、といった要素も大きく影響します。たとえば、媒体Bでは、ある動画に付いていた広告がたまたま再生されたことで成果としてカウントされてしまう、といったケースもあるんです。

そうした「数字の裏側にあるロジック」まで把握せずに、単に「ユーザー獲得＝1件」と捉えてしまうと、正しい評価ができません。だからこそ我々は、その部分にきちんと向き合い、支援先にとって本当に意味のあるマーケティング成果を可視化し、正しく評価できるよう支援したいと考えています。

このギャップは、クライアントや広告代理店側の視点と、媒体や広告プロダクト側の視点の間にある“見えない壁”とも言えます。そして多くの場合、その両方を深く理解しているプレイヤーはなかなかいません。

私は、かつて代理店側の立場に立っていた経験があり、同時に、自社で広告プロダクトをゼロから開発してきた側の立場でもあるので、両方の裏側を理解しています。だからこそ、単なる数字にとどまらない、正しいマーケティングの評価軸を支援先に提供できると考えています。



今後の展望・起業家へのメッセージ

—Macbee eightとしての今後の展望やビジョンについて教えてください。

正田氏：現在、Macbee eightは成果報酬型の広告市場において、業界No.1のシェアを誇っています。しかしながら、まだ我々が手をつけられていない領域や、これからさらに進化させられる可能性を持った分野が、マーケティング市場の中には無数にあると感じています。

とはいえ、マーケティングという広大な領域を、我々だけの力で網羅するのは現実的ではありません。だからこそ、志を共にするスタートアップの力をお借りしながら、それぞれの強みを活かして新たな市場や価値を共に創っていきたいと考えています。

スタートアップと手を取り合うことで、単なる投資先ではなく、共創パートナーとして一緒に業界を切り拓いていく。そんな関係性を築きながら、Macbee eightとしてもより大きなインパクトを残していきたいと思っています。

ー 現在起業されているスタートアップの皆さま、また起業を検討されている方々へ、ぜひメッセージをお願いします。

正田氏：この10年ほどで、日本のスタートアップシーンは大きく盛り上がってきた一方で、ある種の“飽和感”のようなものも感じ始めています。実際、「これだ」という明確なビジネスチャンスを見出せず、苦勞している起業家も多く見してきました。

しかし、近年到来した「生成AIの波」は、これまでにないほどのポテンシャルを秘めていると感じています。これは、まさに今この瞬間が、新しい価値を生み出すための大きな転換点であり、大きなチャンスだと思っています。

BtoB、BtoCを問わず、アメリカのように日本より少し先を走っている市場では、すでに生成AIを活用したスタートアップが次々と誕生し、急成長しています。一方、日本ではまだプレイヤーの数も少なく、競争の余地が大きく残っている状態です。

だからこそ、このタイミングでの起業は、非常に意義があり、大きな可能性を秘めています。ぜひ、恐れずに一步を踏み出し、成長市場の波に乗ってスケールしていったほしいと思います。私たちも、その挑戦を全力で応援していきたいと考えています

ー正田さん、本日は貴重なお話をありがとうございました！

事業家として、投資家として、そして伴走者として、多くの挑戦と向き合ってきた正田さんのお話には、リアルな経験に裏打ちされた説得力と、起業家への温かいまなざしが溢れていました。

投資とは、単なる資金の提供ではなく、同じ目線で未来を見据え、ともに挑戦する姿勢である。そんなCVCのあるべき姿を、Macbee eightの取り組みから改めて教えていただいた気がします。

正田さん、そしてMacbee eightの今後のさらなるご活躍を、心より楽しみにしております！



【本記事で紹介させていただいた 株式会社Macbee eight様】

[会社名] 株式会社Macbee eight

[所在地] 東京都渋谷区渋谷3-11-11 IVYイーストビル[URL（親会社Macbee Planet）]

<https://macbee-planet.com/>

[CONTACT]

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfnFCorTy68-4F1otZU4wabpTkpKXsbvAlMlh_YT5fcP3MsWg/viewform

監修：出縄 良人（株式会社CFスタートアップパートナーズ）

取材：西川 塁（EXPACT株式会社）

執筆：赤星 綾菜（EXPACT株式会社）

国内スタートアップ紹介

今回は「株式会社 Sales Marker」の1社を取り上げます。



営業の「負」をなくし、セールスの未来を最適化するインテントセールスプラットフォーム

【事業概要】

株式会社Sales Marker（以下Sales Marker）は、「未来のセールスを共創する」をミッションに掲げ、営業の非効率を解消するインテントセールスプラットフォーム「Sales Marker」を提供する日本のスタートアップです。従来の営業活動における課題、特に「誰に」「いつ」「何を」提案すべきかというボトルネックに対し、AIと顧客の行動データを活用した革新的なアプローチで解決を図っています。同社は、企業が営業戦略をデータドリブンで最適化し、より効率的で生産性の高い営業活動を実現できるよう支援することで、営業担当者の負担を軽減し、企業の売上向上に貢献しています。

【主要サービス】

○Sales Maker

Sales Markerは、企業のウェブサイト閲覧履歴やメディアでの情報収集など、顧客の「興味・関心」や「課題解決意欲」を示す行動データをAIが分析し、具体的な商談につながる可能性の高い企業を特定するインテントセールスプラットフォームです。このプラットフォームは、以下のプロセスを通じて、営業活動を抜本的に変革します。

1. インテントデータ分析：顧客がどのような情報に触れているか、どのようなキーワードで検索しているかといった行動データをAIが解析し、潜在的なニーズを検出します。
2. リードの特定と優先順位付け：解析されたデータに基づき、今まさに製品やサービスを求めている可能性のある企業を特定し、営業がアプローチすべきリードに優先順位をつけます。これにより、無駄なアプローチを削減し、効率的な営業活動を可能にします。
3. パーソナライズされたアプローチ支援：特定されたリードに対して、彼らの関心や課題に合わせた最適なメッセージやコンテンツを生成する支援を行い、商談化率の向上に貢献します。
4. データ連携と営業戦略の最適化：CRMなどの既存システムとの連携も可能で、営業活動全体を可視化し、データに基づいた営業戦略の継続的な改善をサポートします。

これにより、営業担当者は、これまで経験や勘に頼りがちだったリードの発掘からアプローチまでを、データに基づいて効率的に実行できるようになり、営業活動の成果を最大化できます。

【同社が解決したい課題】

○営業収入の安定化と効率化

多くの企業が抱える「営業の非効率性」という課題に対し、Sales Markerは「誰にアプローチすべきか分からない」「適切なタイミングが掴めない」といった営業の「負」を解消します。顧客が自社の製品やサービスに興味を持っているタイミングをAIが検知することで、営業担当者は質の高いリードに絞ってアプローチできるようになり、商談化率や成約率の向上、ひいては営業収入の安定化に寄与します。これにより、営業担当者は「確度の高い顧客」に集中できるため、時間やリソースの無駄をなくし、営業活動全体の効率を大幅に向上させます。

○営業リソースの最適化

新規顧客の開拓や既存顧客へのアプローチにおいて、限りある営業リソースをいかに効率的に配分するかは企業の大きな課題です。Sales Markerは、AIが潜在顧客のインテント（購買意欲）を捉えることで、営業担当者が最も効果的なアプローチ先に集中することを可能にします。これにより、属人的になりがちだった営業活動を標準化し、営業組織全体の生産性向上と、より戦略的なリソース配分を実現します。新規参入企業やスタートアップにとって、少ないリソースで最大限の営業効果を生み出すための強力なツールとなります。

【同社が選ばれる理由】

1. 高精度なインテントデータ分析 Sales Markerは、膨大なインターネット上の行動データから、企業のウェブサイト閲覧履歴、関連キーワード検索、メディア記事の閲覧状況などをAIが多角的に分析し、高精度なインテントデータを抽出します。これにより、従来の営業手法では見つけられなかった「潜在的なニーズ」を持つ企業を特定し、営業アプローチの質を飛躍的に高めます。
2. 営業戦略のデータドリブン化 経験や勘に頼りがちだった営業活動を、データに基づいた科学的なアプローチへと変革します。AIがリアルタイムで顧客の行動をモニタリングし、最適なアプローチタイミングやコンテンツを提案することで、営業担当者はより確度の高い商談に集中できます。これにより、営業プロセス全体の最適化と、売上向上に直結する成果を実現します。
3. 多岐にわたる連携と柔軟な活用 Sales Markerは、既存のCRMやSFAツールとのシームレスな連携が可能です。これにより、導入企業は現在の営業フローを大きく変えることなく、Sales Markerのインテントデータを活用できます。また、ターゲット企業リストの作成からアプローチメッセージの最適化まで、営業活動のあらゆる段階で柔軟に活用できるため、企業の特定のニーズに合わせたカスタマイズも容易です。

【活用事例】主要サービス『Sales Marker』における業界実績

○『HRBrain』Sales Markerで大企業へのアプローチを効率化

タレントマネジメントツールを提供するHRBrainは、従来のABMツールでの課題をSales Markerで解決。

- インテントデータで検討中の企業を特定
- セールスシグナルで興味度合いを把握
- 直通電話番号で直接アプローチ

さらに、Salesforceと連携することで、顧客データの一元管理と営業活動の効率化を実現。



(HPより引用)

結果、リードタイムを半減させ、大企業との商談成立数を増加。インサイドセールスのモチベーション向上にも貢献しました。

【その他導入事例】

○GO株式会社: 交通業界で商談獲得の主要因を特定し、3ヶ月以内に売上貢献を達成しました。

○NTT印刷株式会社: BPO人材SaaSの分野で、特定のターゲットに合わせたUSPピッチを調整し、効果的なマルチチャネルアプローチを通じてアポイント獲得率を倍増させ、商談成約率を3倍にしました。

【今後の展望】

株式会社Sales Marker は、AIとインテントデータ解析技術をさらに進化させ、「未来のセールス」を世界中で共創することを目指しています。国内市場での実績を盤石にしつつ、将来的にはグローバル市場への展開も視野に入れています。AIによる顧客の「顔色を伺う」技術の深化や、セールスパーソンの業務効率を最大化する新機能の開発を通じて、営業の「負」を根本からなくし、企業と顧客双方にとってより価値のある商談を生み出すプラットフォームへと進化していくでしょう。

【経営陣】



(HPより引用)

小笠原 羽恭（おがさわら うきょう） Sales Marker 株式会社 代表取締役 CEO

新卒で野村総合研究所に入社し、新規事業開発に従事。その後、戦略コンサルティングファームにて、新規事業戦略・営業変革・DX推進プロジェクトを多数リード。

2021年に株式会社Sales Marker（旧：CrossBorder株式会社）を創業。国内初の「インテントセールス」を実現するソリューション『Sales Marker』を開発・提供し、BtoB企業の営業・マーケティング活動における"顧客起点"の成長戦略の確立を支援。インテントセールスの第一人者。

さらに2025年、『Sales Marker スーパーエージェント』をリリース。営業に限らず、企画、マーケティング、人事、経営など多様な職種の業務において、意思決定・資料作成・タスク実行・記録管理などをAIが一気通貫で支援することで、生産性と成果を飛躍的に高める革新をもたらしている。

一般社団法人生成AI活用普及協会（GUGA）協議員。著書に『AIエージェント時代の成長戦略『インテントセールス』 - 組織の成果を最大化するための革新的アプローチ』（翔泳社）がある。

【受賞歴】

2023年「Forbes 30 Under Asia List」選出

2024年「The Wall Street Journal Next Era Leaders」受賞

【参考リンク】

[公式HP](#)

[会社概要](#)

[ニュース](#)

[プレスリリース](#)

[note](#)

監修：出縄 良人（株式会社CFスタートアップパートナーズ）

執筆：片山（EXPACT株式会社）

 豆知識 『GX巨額ファンドを味方に ― グリーンイノベーション基金×CVC戦略』

EXPACT株式会社
代表取締役 高地 耕平

日本政府は、2050年カーボンニュートラル実現に向けて、総額2兆7,564億円・最長10年の「グリーンイノベーション基金（GI基金）」を創設しました。

この基金は、脱炭素大型プロジェクトを支援し、技術革新を促進することを目的としています。しかし、スタートアップ単独での採択は難しく、CVC（コーポレートベンチャーキャピタル）を核とする「CVC＋親会社＋大学＋スタートアップ」の4者連携が成功の鍵となります。

欧州では、2024年上半期だけで約1兆2,536億円がクライメートテック分野に投資されていますが、日本はその1/30前後にとどまっています。日本におけるクライメートテック投資は、欧米と比較して低いものの、特にCCU（カーボンキャプチャー・ユーティリゼーション）やDACCS（直接空気回収）などの未投資領域には、大きな投資機会が潜んでいます。

これらのホワイトスペースに対する投資は、将来的な市場の発展を牽引する鍵となり、特にCVCファンドがリスクマネーを提供することで、事業化に向けた多くの障壁を打破することが可能です。

GI基金が“ゲームチェンジャー”と呼ばれる理由

日本は、2050年カーボンニュートラル実現を目指し、総額2兆7,564億円・最長10年の「グリーンイノベーション基金」を創設しました。

GI基金は、研究開発から社会実装までを一貫して支援し、脱炭素社会の実現に向けた技術革新を促進する重要なプラットフォームとなっています。

日本において、社会実装を担う資本や人材、リスクマネジメント体制を整えることが求められており、スタートアップ単独では採択が難しい状況です。そのため、多くの採択案件は、大手企業や大学を含むコンソーシアムによって構成されています。

代表的な採択事例：JGC MIRAI Fund × Enecoat Tech（京都大学発）

● プロジェクト概要

ペロブスカイト太陽電池の社会実装を目指す大型プロジェクトです。JGC MIRAI Fund（CVC）が主幹となり、日揮HD（親会社）が量産・事業化を担当、京都大学（大学）が研究シーズを提供し、エネコートテクノロジーズ（スタートアップ）が技術実証・事業化を推進しています。

● 採択背景

このプロジェクトは、2021年にNEDOグリーンイノベーション基金（GI基金）に採択されました。スタートアップ単独では難しい大型プロジェクトを、産学官金の連携で突破し、ペロブスカイト太陽電池の量産化・社会実装に向けた先進事例となっています。

● 成果

プロジェクトは、ペロブスカイト太陽電池の「軽くて・薄くて・柔軟」という特性を活かし、従来の太陽電池では設置が困難だった耐荷重の小さい工場屋根やビル壁面などへの設置を可能にしました。これにより、再生可能エネルギーの導入拡大とエネルギー安全保障の両立を目指しています。

エネコートテクノロジーズは、京都大学の研究成果を基に設立され、技術開発を推進。2021年12月には、NEDOの「次世代型太陽電池の開発」公募にスタートアップとして唯一採択され、試作ライン立ち上げやサンプル供給を開始しました。

2021年にJGC MIRAI Fundが主幹となり、京都大学発のエネコートテクノロジーズと連携し、ペロブスカイト太陽電池の開発プロジェクトがGI基金に採択されました。

このプロジェクトは、ペロブスカイト太陽電池の「軽くて・薄くて・柔軟」という特性を活かし、従来の太陽電池では設置が困難だった耐荷重の小さい工場屋根やビル壁面などへの設置を可能にし、再生可能エネルギーの導入拡大とエネルギー安全保障の両立を目指しています。

エネコートテクノロジーズは京都大学化学研究所の研究成果をもとに設立され、ペロブスカイト太陽電池の開発・製造を推進。2021年12月、NEDOの「次世代型太陽電池の開発」公募にスタートアップとして唯一採択され、屋外向け大型モジュールの試作ライン立ち上げやサンプル供給を開始するなど、社会実装に向けて着実に進展しています。

プロジェクトの目標は、900cm²サイズのパネルで変換効率18%、劣化率1.0%/年、稼働年数15年、パネル単価2,500円（154円/W相当）、発電コスト20円/kWh相当の実現です。すでにフィルム

モジュールで変換効率21%（7.5cm角）を達成し、30cm角以上のフィルムモジュールの試作も開始しています。

JGC MIRAI FundはCVC（コーポレートベンチャーキャピタル）としてリスクマネーを供給し、日揮グループのエンジニアリング技術とエネコートの先端技術を融合させて「どこでも発電所™」の社会実装を目指しています。

この連携は、大学発スタートアップ・大手企業・CVC・公的ファンドが一体となったGX分野の先進事例であり、日本の脱炭素イノベーションと再生可能エネルギー普及の加速に大きく貢献しています。

大阪・関西万博では、ペロブスカイト太陽電池がバスターミナルの屋根やスマートポール、パビリオンなど複数の場所に設置されており、次世代再生可能エネルギー技術の社会実装の象徴的な事例となっています。

各プレイヤーの役割分担

- **CVC（コーポレートベンチャーキャピタル）**
筆頭出資者としてリスクマネーを供給。事業開発やネットワーク支援。財務リターン（優先分配型）と戦略リターン（新規事業・技術獲得）の両立。
- **親会社/子会社（大手事業会社）**
量産設備や販路など実装インフラの提供。社会実装・事業化フェーズでの主導。量産投資のコミットメント。
- **大学**
研究シーズや先端技術の供給。基礎研究・技術検証。知財創出・人材育成。
- **スタートアップ**
技術の実証・事業化推進（Technology Readiness Level7以降の実証リード）。機動力とイノベーション推進。社会実装に向けたプロジェクトマネジメント。

成功パターン”の要因分析

プロジェクトの成功には、以下の要因がありました。

1. **共同研究契約で「知財帰属」と「KPI配分」を明文化**
知財帰属やKPI配分を契約書で明確に定め、各プレイヤーの役割に応じた貢献度に基づくKPIを設定しました。
2. **スタートアップの役割：TRL7以降の実証フェーズをリード**
実証・社会実装段階では、スタートアップがプロジェクト推進の中心となり、実証データの取得やユーザー企業への導入実証を担当しました。
3. **親会社の役割：量産投資を約束**
実証段階で成果が出た場合、親会社は量産設備投資や販路開拓、社会実装をコミットしました。

4. CVCの役割：優先分配型のリターン設計

財務リターンとして優先株式を用いた分配設計を行い、戦略リターンとして新規事業や技術獲得を目指しました。

この「4者連合」モデルは、単独では社会実装が難しいディープテック領域において、資金・技術・事業化・知財・人材を総合的に束ねる“成功パターン”として今後も広がることが期待されています。

審査のツボー 経営者コミットメントとステージゲートの突破

WG出席義務とモニタリング

審査では、経営者の年度ごとのWG出席義務や進捗報告が重視されます。KPI未達や出席拒否が続くと、事業中止や国費返還の勧告を受けることがあります。

また、プロジェクト成功には、名義貸しや体制未整備、KPI未整合といったよくある落とし穴を回避するための対策が不可欠です。

よくある“落とし穴”と回避策

落とし穴	具体例	回避策
名義貸しコミット	CEOが代理出席・資料丸投げ	CEO自身がロードマップをプレゼンし、Q&Aに即答
体制未整備	専任PM不足で進捗停滞	PMOを設置し、月次報告を自動化
KPI未整合	研究KPIと事業KPIがズレ	研究→実証→量産のゲートで共通指標（KPI）を設定

日本と欧米のGXスタートアップエコシステム比較

日本のクライメートテック市場は、欧米と比較して投資額が低いものの、未投資領域には大きな成長のチャンスがあります。特に、CCUコンクリートやDACCS技術の分野は、今後ますます重要となることが予測されており、高いリターンが期待できます。

欧米の投資規模

欧州：2024年上期だけで€7.4bn（約1.25兆円）がクライメートテックに投資

- SiftedやStatistaの集計によれば、2024年上半期（H1）だけで欧州のクライメートテック投資額は€7.4bn（約1.25兆円）に達しています。これは前年同期比で減少傾向にあるものの、依然として欧州テック投資の中で最大規模のセクターです。

PwC調査：世界の気候テック累計調達額が6000億ドル超

- PwCの「State of Climate Tech 2024」レポートによると、気候テック分野の累計調達額は6000億ドル（約96兆円）を突破しています。

日本の現状と例外

2020年：日本のVC投資額は米国の約1/33

- クライメートテックに特化したデータではないですが、経済産業省や複数のスタートアップ投資統計によれば、2020年の日本のベンチャーキャピタル投資額は米国の約1/33にとどまっています。欧州主要国と比較しても大きな差があります。

例外的成功事例：Sustechが評価額800M USD超

- 日本のスタートアップ「Sustech」は、2024年の資金調達ラウンドで評価額8億ドル（約1,240億円）を突破し、国内でも数少ないユニコーン候補となっています。
- SustechはAIを活用した再エネ発電量予測や電力市場向けの最適化技術、再エネ発電所の設計・建設などを手がけ、国内外の投資家から高い評価を受けています。

ホワイトスペース（未投資領域）の探索

GI基金の投資分野には、次世代太陽電池や水素、カーボンリサイクルといった分野が盛り込まれており、これらはすでに多くの企業や機関によって研究・開発が進められています。

しかし、**CCUコンクリート**や**DACCS**（直接空気回収）などの分野は、まだ社会実装が進んでいない領域です。

これらの領域は、気候変動対策として今後ますます重要になることが予測され、**未開拓の市場**をターゲットとする投資は極めてリスクも高いですが高いリターンを期待できる可能性があり、検討の余地があります。

- CCU（Carbon Capture and Utilization）コンクリートは、CO₂を回収・固定化しつつ建設材料として活用する革新的技術ですが、日本国内では社会実装例や採択プロジェクトがまだ限定的です。

たとえば、鹿島建設やデンカなどがNEDO委託事業でCCUコンクリートの開発・実証を進めており、大阪・関西万博での実証や住宅・地盤改良への適用なども始まっています。

- 経産省のネガティブエミッション市場創出検討会資料でも、CCUコンクリートやバイオ炭、DACCS（直接空気回収）などは「未投資・未社会実装領域」として今後の成長余地が大きいと明記されています。[ネガティブエミッション市場創出に向けた検討会 とりまとめ案（参考資料）](#)

グリーンイノベーション基金（GI基金）の投資領域は、「グリーン成長戦略」に基づく重点分野および「**GX実現に向けた基本方針**」に沿った**主要分野**が中心です。これらは、**2050年カーボンニュートラル実現**に向けて社会実装までを見据えた長期・大規模プロジェクトが対象です。

主な投資領域（重点14分野）

1. 洋上風力・太陽光・地熱産業（次世代再生可能エネルギー）
2. 水素・燃料アンモニア産業
3. 次世代熱エネルギー産業
4. 原子力産業
5. 自動車・蓄電池産業
6. 半導体・情報通信産業
7. 船舶産業
8. 物流・人流土木インフラ産業
9. 食料・農林水産業
10. 航空機産業
11. カーボンリサイクル・マテリアル産業
12. 住宅・建築物産業・次世代電力マネジメント産業
13. 資源循環関連産業
14. ライフスタイル関連産業

具体的なプロジェクト例（分野別）

- 洋上風力発電の低コスト化
- 次世代型太陽電池（例：ペロブスカイト太陽電池）の開発
- 大規模水素サプライチェーンの構築
- 再生可能エネルギー由来の水電解による水素製造
- 製鉄プロセスにおける水素活用
- CCUS（CO₂回収・利用・貯留）、カーボンリサイクル
- 新素材・バイオものづくり
- 資源循環、廃棄物処理技術

クライメートテック領域のCVC戦略

日本のクライメートテック市場における投資規模は、特に他の先進国に比べて低いため、**CVCファンド**が果たす役割はますます重要になっています。

CVCファンドは、リスクマネーの供給だけでなく、産学官金の連携を推進し、スタートアップの社会実装を支援する重要な役割を担っています。

特に**ペロブスカイト太陽電池の開発**を含む大型プロジェクトでは、CVCが筆頭出資者としてリスクマネーを供給し、事業化や量産を加速しています。

トランプ政権下でのGX戦略の変化とその影響

トランプ政権下でのグリーントランスフォーメーション（GX）戦略の変化は、アメリカ国内外のエネルギー政策や気候テック投資に大きな影響を与えています。以下にその主なポイントを整理します。

1. 化石燃料重視への回帰

トランプ政権は「エネルギードミナンス」を掲げ、石油・天然ガス・石炭など化石燃料の増産と輸出拡大を強力に推進しています。これにより、国内エネルギー産業の活性化とインフレ抑制を狙っています。石油・天然ガスの採掘許可の迅速化や関連プロジェクトの承認手続きの簡素化が進められています。

2. 環境規制の大幅な緩和

バイデン政権下で強化された火力発電所や自動車の排出規制、燃費規制などが緩和されました。メタン排出などに関する連邦基準の見直しや、環境保護庁（EPA）の機能縮小も示唆されています。州による独自の環境基準設定を制限し、連邦レベルでの規制緩和を徹底しています。

3. 再生可能エネルギー・EV支援の縮小

インフレ抑制法（IRA）やインフラ投資雇用法に基づく再生可能エネルギーや電気自動車（EV）関連への補助金・税控除が見直され、縮小または撤廃の方向です。洋上風力発電の開発制限や、EV購入への税控除の縮小など、再エネ・クリーンエネルギー分野への支援が大幅に後退しています。

4. 国際協調からの離脱・支援縮小

パリ協定からの再離脱を表明し、国連に正式通知済み（2026年1月27日離脱予定）。緑の気候基金（GCF）など、途上国向けの気候変動対策資金支援も撤回しています。国際的な環境協定における「米国優先」方針を強調し、国際連携よりも国内産業の保護を重視しています。

5. ESG投資や気候関連開示ルールの見直し

ESG投資（環境・社会・ガバナンスを重視した投資）への圧力を強め、主要金融機関に対し国際的な気候ネットワークからの脱退を促しています。気候関連情報開示ルールの見直しや、ESG投資を制限する法規制も導入されています。

経済成長と持続可能な未来に向けた投資機会

アメリカの政策転換は、気候テック投資におけるホワイトスペース（未開拓領域）を生み出しています。投資家は、これらの未開拓領域に注目し、投資を行うことで、持続可能な社会の実現とともに、経済的なリターンを追求することが可能です。

今後、特に注目すべき投資分野として、特に、カーボンキャプチャー技術や次世代型太陽電池、

気候適応技術などは、今後の成長が期待される分野です。これらの分野への投資は、社会的な意義とともに、経済的なリターンも見込める可能性があります。

これらの分野は、脱炭素社会の実現に向けた中核技術となり、CVCファンドがリスクを分散しながら戦略的リターンを最大化するための重要な投資機会となるでしょう。

カーボンキャプチャー技術

CO₂を回収・固定化しつつ建設材料として活用するCCU（Carbon Capture and Utilization）技術は、国内では社会実装例や採択プロジェクトがまだ限定的です。これにより、CCU技術の開発・実証を進めるスタートアップにとっては、投資家からの関心を集めるチャンスとなっています。

DACCS（直接空気回収）技術

大気中のCO₂を直接回収し、再利用する技術は、将来のカーボンキャプチャー技術の中でも高い需要が見込まれています。

再生可能エネルギーの新技术

ペロブスカイト太陽電池など、次世代型太陽電池の開発は、軽量・薄型・柔軟性といった特性を活かし、従来の太陽電池では設置が困難だった場所への導入が可能となります。これにより、再生可能エネルギーの普及拡大が期待されます。

気候適応・レジリエンス技術

気候変動による影響を緩和・適応するための技術、例えばAIを活用した災害予測や水資源管理技術などは、今後の気候変動対策において重要な役割を果たすと考えられます。これらの分野への投資は、社会的なニーズの高まりとともに拡大しています。

グリーン水素

水素を利用したエネルギーシステムの構築は、脱炭素社会を実現するための中核技術となるでしょう。

バイオ炭技術

農業廃棄物や木材チップなどを炭化し、土壌改良や炭素固定に活用する技術で、農業分野での応用が期待されています。

GI基金は日本における脱炭素技術の商業化を加速させる重要なプラットフォームとなりますが、未投資領域には多くの投資チャンスが存在します。

CVCファンドは、これらの新技术の社会実装を支援し、リスクを分散しながら戦略的リターンを最大化できるため、今後の成長市場で重要な役割を果たすことが予想されます。

クライメートテック分野における官民共同投資を通じて、CVCファンドは持続可能な未来の創造に貢献できる可能性があります。

このように、GI基金とCVC戦略の連携は、日本の脱炭素社会実現に向けた重要なステップとなり、今後の成長市場において大きな役割を果たすことが期待されます。

参考資料・公式情報

- [NEDO グリーンイノベーション基金 事業概要](#)
- [JGC MIRAI Fund × Enecoat Tech プレスリリース](#)
- [NEDO 採択プロジェクト一覧](#)
- [PwC 「State of Climate Tech 2024」](#)
- [Sifted 「European Tech 2024 in Data」](#)

(以上)

本稿は、株式会社CFスタートアップパートナーズの監修のもと、EXPACT株式会社が委託を受けて編集しています。

編集担当：難波（EXPACT株式会社）