

報道関係者 各位

特定非営利活動法人 Japan Venture Research と株式会社富士通総研との共同研究
「Web2.0 企業の実態と成長の動向」調査レポートを発表

特定非営利活動法人 Japan Venture Research (以下、NPO 法人 JVR という。所在地: 東京都渋谷区、代表理事: 北村 彰) と、株式会社富士通総研 (以下、富士通総研という。所在地: 東京都港区、代表取締役社長: 長谷川 展久) は、このたび「Web2.0 企業の実態と成長の動向」について共同で調査・研究を行い、その結果を発表いたしました。

本調査は、日本で初めて、Web2.0 企業に対して一定の定義を与え、設立から上場に至るまでの資本政策に関するデータを収集することで、ICT ベンチャー企業との比較、投資家の動向、成長の過程等、様々な観点から分析を行ったものです。富士通総研が企画、研究を担当、そして JVR の保有する資本政策データベースにより JVR がデータの分析、調査を行いました。

調査対象は、1994 年以降に設立され、2003～2007 年 3 月までに新興市場に上場した 287 社の企業の中から、各社の「業務内容」、「サービス／製品の内容」、「ビジネスモデル」等を検討して ICT 企業 120 社を選定、さらに Web2.0 企業の定義を行い、同様の方法で 17 社を抽出しました。

調査結果は、2 ページ目以降の調査レポート(一部)を参照してください。

■ Japan Venture Research について

NPO 法人 Japan Venture Research は、ベンチャー企業と VC とをつなぐ接点のデータを集めることで、それぞれの実態を調査、分析できることを目標とし、2006 年 8 月 1 日設立。未公開企業の資本政策情報のデータベース化を行い、そのデータベースを用いてベンチャー企業への資本政策支援、企業価値評価分析、VC 投資分析などを行っています。

■ 本件に関するお問い合わせ

特定非営利活動法人 Japan Venture Research

担当: 一ノ瀬

TEL: 03-3780-1455

info@jvr.jp

<http://www.jvr.jp>

株式会社富士通総研

担当: 経済研究所 上級研究員 湯川 抗

TEL: 03-5401-8392

kou.yukawa@jp.fujitsu.com

<http://jp.fujitsu.com/group/fri/>

Web2.0 企業の実態と成長の動向

2007 年 8 月 30 日

株式会社富士通総研
NPO 法人 Japan Venture Research

本レポートに掲載されております情報は、データ的内容及び、記事に関しては正確さに細心の注意をはらい、万全を期しておりますが、人為的、機械的、取材過程におけるミスなど誤りがある可能性があります。

また、本レポート上の情報は、投資判断の参考として投資一般に関する情報提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する最終的な決定は、ご自身の判断と責任においてなさるようお願い致します。富士通総研および Japan Venture Research では、当該情報に基づいて被ったいかなる損害についても、一切の責任を負うものではありません。

本レポートを全文または一部転載する場合、内容を引用する際は、富士通総研および JVR による承諾が必要です。引用をご希望の際は担当までお問合せください。

株式会社富士通総研 kou.yukawa@jp.fujitsu.com
NPO 法人 Japan Venture Research info@jvr.jp

 富士通総研



1. 調査の目的(Why 2.0)

2004年以降、「Web2.0」というコンセプトに対する関心が高まると共に、「Web2.0 的ビジネス」を行う企業が注目を集めている。Web2.0 的ビジネスとは、「ユーザー参加型」の仕組み、あるいはそのために必要な技術開発を行うビジネスと捉えることができるが、国際的に見ても、こうしたビジネスを行っているのは既存の ICT 企業ではなく、主にベンチャー企業である。

海外では、Web2.0 企業に対する投資動向等が、徐々に明らかにされ始めているものの、日本においては、Web2.0 企業に対して一定の定義を与えて分析した調査は行われておらず、ベンチャー企業の資本政策の実態に関する正確なデータも把握されていない。したがって、これらの企業の実態だけでなく、成長を促すための施策、あるいは VC や大企業の関わり方も不明なままである。

本調査は、日本で初めて、Web2.0 企業に対して一定の定義を与え、設立から上場に至るまでの資本政策に関するデータを収集することで、ICT ベンチャー企業との比較、投資家の動向、成長の過程等、様々な観点から分析を行った。

2. 調査結果(Findings)

2.1. Web2.0 企業と ICT 企業との比較

- Web2.0 企業は、公開時に ICT 企業の約 2.3 倍の市場価値を生み出している
(→4.1. ICT 企業と Web2.0 企業の平均時価総額比較)
- Web2.0 企業には、公開時に ICT 企業の約 1.3 倍の資金調達に成功している
(→4.1. ICT 企業と Web2.0 企業の公開時の平均調達金額比較)
- Web2.0 企業は、ICT 企業や一般のベンチャー企業よりも高い期待をかけられている。
(→4.1. ICT 企業と Web2.0 企業の公開時の PER 比較)

2.2. Web2.0 企業への投資効果と投資家の特徴

- Web2.0 企業に投資した VC は最大 805 倍、平均でも約 27 倍ものリターンを得ている。
(→4.2. Web2.0 企業に IPO までに流入したリスクマネー)
(4.3. Web2.0 企業に対する VC の投資効果)
*通常、10 倍程度のリターンでも非常に収益性の高い投資と考えられる
- VC の初回出資ラウンドの方が事業会社の初回出資ラウンドよりもはやい。Web2.0 企業はまず VC で確保した後に事業アライアンスを狙っている可能性がある。分析対象とした企業の事業成長にとっては、事業会社からの出資を得ることは必須とも考えられる。
(→4.2. Web2.0 企業に IPO までに流入したリスクマネー)
- Web2.0 企業に積極的に投資をしていない大手 VC がある一方で、銀行系の VC の一部は積極的に投資をしている。
(→4.4.VC 投資実績ランキング)
- 総合商社の一部が Web2.0 企業に積極的に投資をしている一方で、既存の大手 ICT 企業、SIer は Web2.0 企業にほとんど投資を行っていない。
(→4.5.事業会社投資実績ランキング)

2.3. Web2.0 企業の特徴

- ・ 日本の投資家は「2.0」という言葉が流行する以前からユーザー参加型ビジネスに注目していた可能性が高い。

(→4.6.設立年と上場年の分布)

- ・ IPO を果たした Web2.0 企業に関して、時系列的にリスクマネーの流入状況のベンチマーキングを行った結果、これらの企業は、資金調達タイミング、売上高の増加など成長のスピードが非常に速い等、資本政策に一定の特徴が見られる。

(→4.7.各ラウンドと事業成長への影響分析)

(→4.8.成功する Web2.0 企業のラウンドと事業成長からみた資本政策ベンチマーク)

- ・ 同様に、成功する Web2.0 企業に対する投資を行う際にも、一定の法則性がみられる。

(→4.7.各ラウンドと事業成長への影響分析)

(→4.8.成功する Web2.0 企業のラウンドと事業成長からみた資本政策ベンチマーク)

3. 調査方法(Approach)

既に上場を果たしている Web2.0 企業を、以下のような方法で、定義・抽出した上で、JVR の保有するデータベースを用いて、各社の資金調達の方法や時期、投資家に関して、ICT 企業と Web2.0 企業の比較など、様々な観点から分析した。

本調査が可能であったのは、我が国ベンチャー企業の資本政策の実態に関する日本唯一のデータベースを JVR が構築していたこと、及び富士通総研にはこれまで、インターネット企業を定義し、調査分析するノウハウが蓄積されていたためであり、本調査は富士通総研と JVR の共同研究として実施した。

3.1. Web2.0 企業の定義

本調査における Web2.0 企業の定義：ユーザー参加を促すことで企業の価値を向上させている ICT 企業、そのためのアプリケーション開発、技術開発を行っている ICT 企業¹

- ・ アプリケーションの例：ポッドキャスト、タギング、SNS、マッシュアップ、wiki 等
- ・ 技術の例：AJAX、RSS、SOA、CSS、XHTML、Atom 等
- ・ ICT 企業の定義：業種分類が情報通信業に属する企業及び、インターネットを用いたビジネスを専業としている企業
- ・ 参考) 先行調査である、Venture One (March 21, 2007)の Web2.0 企業の定義

「Web2.0 企業とは、UGC、ネットワーキング、コラボレーションなどの手法を用いてユーザーの参加を促進する動的なインターフェイスを中心にビジネスモデルを展開している企業である。アプリケーションには、ポッドキャスト、タギング、SNS、マッシュアップ、wiki が含まれている。これらのアプリケーションに使用されるテクノロジーには、AJAX、RSS、SOA、CSS、XHTML、Atom やその他のリッチなインターネットアプリケーションが含まれる。(ある一定の基準にあうかどうかをケース・バイ・ケースで判断)」

¹ 本調査においては、「ユーザー参加を促すことで企業の価値を向上させている」企業とは、ユーザー自身がコンテンツを作成しているかどうか、つまりユーザーの参加により、その企業にとってのユーザーに対する付加価値が向上しているかどうかを考慮した。

3.2. Web2.0 企業の抽出方法

- 分析対象企業：1994年1月1日以降設立 2003年1月1日～2007年3月30日の間に上場した企業
 - 考え方：インターネットを一般の個人ユーザーが活用できるようになって以降設立された企業（現在のインターネット企業のほとんどを補足できる）。
 - 分析対象市場：JASDAQ、東証マザーズ、大証ヘラクレス、名証セントリックス、札証アンビシャス、福証 Q-Board
 - 考え方：東証 1 部、2 部等の既存市場に上場するベンチャー企業もあるが、これらの企業は、平均的なベンチャー企業から逸脱している可能性が高い。
 - JVR データベースを基に、以上の条件に適合する企業 287社を抽出
 - 287社全てのホームページを閲覧、各社の「業務内容」、「サービス/製品の内容」、「ビジネスモデル」等を検討した上で、上記の ICT 企業の定義を基に ICT 企業 120社を抽出
- 同様の方法で、120社の中から、上記の Web2.0 企業の定義を基に 17社を抽出