

# Facebook、Twitter等ソーシャル メディア全盛時代のスマートフォン 事業機会への取り組み

## OGC2011

ブレークスルーパートナーズ株式会社  
マネージングディレクター  
赤羽 雄二

[akaba@b-t-partners.com](mailto:akaba@b-t-partners.com)

[www.b-t-partners.com](http://www.b-t-partners.com)

<http://twitter.com/#!/YujiAkaba>

<http://www.facebook.com/yuji.akaba>

2011年5月31日

# ブレークスルーパートナーズは

- 「**日本発の世界的ベンチャー**」を1社でも多く生み出し、日本をもう一度元気にしたい
- 日本人に限らず、どこの国の方とも。**外国人大歓迎**
- **ベンチャー共同創業、経営支援**
  - 創業前、事業・サービス構想を徹底的にディスカッション
  - VCではなく、**共同創業者として参加(通常30%出資)**
  - 急成長を実現する経営力、組織力の強化
- Facebookアプリ、ソーシャルメディア、ガラケーソーシャルアプリ、iPhone・Androidアプリ、企業・特許情報サービス、TCP/IP帯域最適調整、電気自動車等..  
**Facebook、スマートフォンには2008年から注目**

# 内 容

1. Mobage、GREE、サイバーエージェント3社のスマートフォンでの戦い
2. 北米におけるスマートフォンソーシャルゲーム
3. 中国・アジアの事業機会
4. Facebook、Twitter等の最新状況とプラットフォーム化
5. 注目すべきウェブサービス・アプリケーション
6. ソーシャルメディア時代のビジネスチャンス

# 1. Mobage、GREE、サイバー エージェント3社の スマートフォンでの戦い

# この3社は

- ガラケーソーシャルアプリでの莫大な利益を投入
- スマートフォン時代での生き残りをかけた戦い

ngmoco:)

 OpenFeint



tencent.com

- ガラケーソーシャルアプリでは成功の方程式を見つけ、巨利を手にしたプラットフォーム3社
- スマートフォンでは後がなく、やるしかない状況
- 各社エースを投入し、不退転の決意で臨んでいる

## 2. 北米におけるスマートフォン ソーシャルゲーム

# 北米における主要スマートフォン ソーシャルゲームデベロッパー



# 3. 中国・アジアにおける 事業機会

# 中国



- 携帯ユーザー9億人突破
- 販売される携帯電話の28%がスマートフォン
- Androidユーザーが1100万人強
- Facebook、Twitterは禁止
- Facebook、Twitterクローンが爆発的成長
- GREEが最大手Tencentと提携
- DeNAも携帯SNS天下網を買収

出典: <http://techwave.jp/archives/51580331.html>  
[http://www.secondtimes.net/news/japan/20090706\\_dena.html](http://www.secondtimes.net/news/japan/20090706_dena.html)  
[http://wirelesswire.jp/Global\\_Trendline/201010211930-2.html](http://wirelesswire.jp/Global_Trendline/201010211930-2.html)  
<http://www.computerworld.jp/topics/move/191700.html>

# インドネシア

- Facebookユーザー世界第2位:3800万人
- Facebookが「インターネット」で、非常に安価
- 圧倒的にモバイルユーザー → スマートフォン化
- East Venturesが活動中。サイバーエージェントベンチャーズも投資
- ECナビがインドネシア向けにソーシャルマッチングサービスを提供開始
- ネット企業の台頭期で非常に注目されている

# 4. Facebook、Twitter等の最新状況とプラットフォーム化

# ソーシャルプラットフォームの確立



MAU約7億人~10億人が射程に

ほぼ全世界各国でトップSNS

モバイルユーザーMAU2.5億人

iPhone DAU 3950万人

Android DAU 2370万人



DAU1億4000万人(2月の平均)

10億ツイート/週

数十万アプリ

# ソーシャルプラットフォームの確立



700万ユーザー突破(1ヶ月で100万人増)  
3億8100万回チェックイン  
**foursquare APIを使った数百のサービス**



リアル・クローズド?  
早くAPIを...

## ユーザー特性、行動をAPIで提供 してくれるサービスプラットフォーム

# Facebookの国内での伸び

- 2月末のMAU\*250万人 → **340万人** (5/31現在)
- ユニークビジター2月600万人 → 3月**766万人** (ただし、PCのみ。ニールセン調査)
- 震災時に活発に利用され、定着した
  - Facebook「グループ」機能による業務連絡
  - 外国の友人からの見舞い、激励
  - ダウンなし。重くなることもなし

vs 携帯は使用不可能に。携帯メールも遅延
- **非常に多くのディスカッショングループが開始された**
- **ビジネス活用が爆発的に伸びている(告知、ファン醸成)**

\* MAU: Monthly Active User (その日から過去30日間にログインしたユーザー総数)

出典: <http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2011/04/mixi-twitter-fa-0f8b.html>

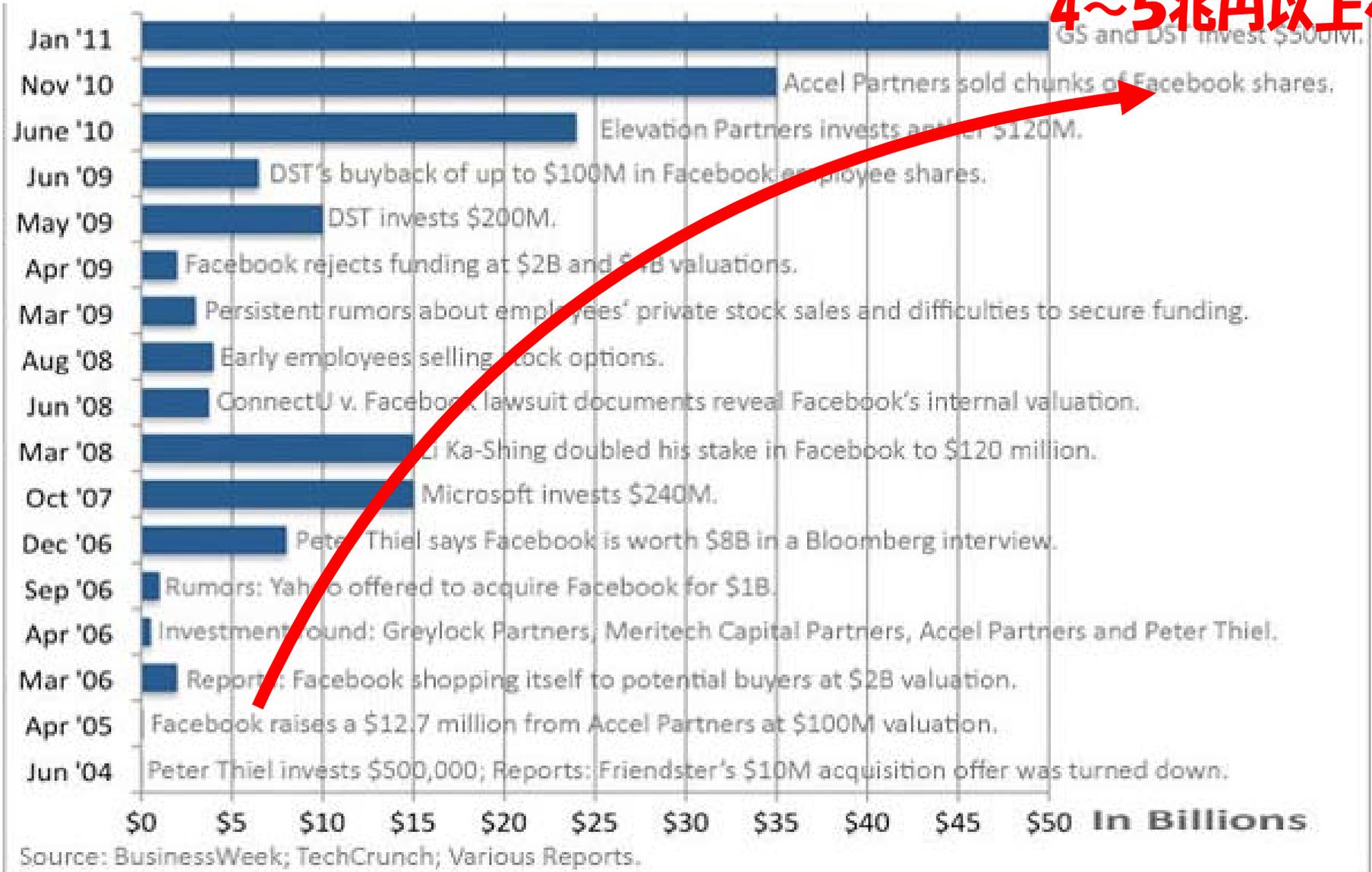
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

# Twitterの国内での普及

- 震災時に圧倒的な威力を発揮
- サービス停止がいっさいなく、**完璧だった**
- 公共機関の運行・混雑状況、地震・原発速報
- 一体感、コミュニティ意識の高まり
  - 支援要請とリツイート(ホリエモン等)
  - Pray for Japan他の激励メッセージ
  - 「枝野寝ろ」の社会現象化
- **リツイートへの慣れ、普及 → バイラル強化**
- 公式・非公式RTの理解、使いわけ定着
  
- Twitterによる情報収集が極めて効率的・効果的になった
- 少なくともB2Cにおいては、Google検索より多くの場合、早く的確
- Twitterでのキーワード検索、およびTwproでのプロフィール検索 (<http://twpro.jp/>) が有効

# Facebookの時価総額

時価総額  
4~5兆円以上へ



# 5. 注目すべきウェブサービス・ アプリケーション



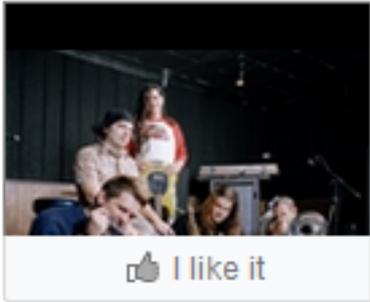
## 映画ファンの巨大SNS

- 50以上の映画の好みをインプットすることで確度の高いリコメンデーションをしてくれる
- 映画ファン同士でのコミュニケーション
- 数千万人以上が登録、月間ユニークユーザーが1000万人以上
- アドレス帳全員への招待などでスパムとも
- ソーシャルグラフに**インタレストグラフ**を重ねる

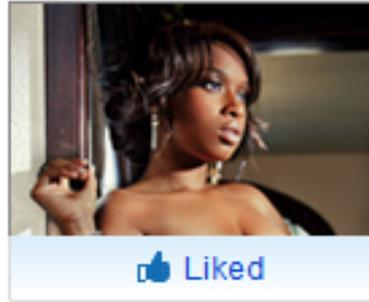
- 自分の好きな番組、映画、本などにチェックインし、今友達が何を楽しんでいるかをリアルタイムで知る
- 2000万の映画、本、アルバムの格付け済み
- 100万ユーザー、1億データポイント(いいね!、コメント、チェックイン等々)
- インタレストグラフ、テイストグラフを形成

# 自分の好みを1クリックでインプット

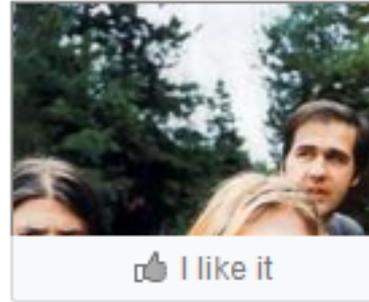
Rate **9** Recording Artists you like  
and start finding new favorites.



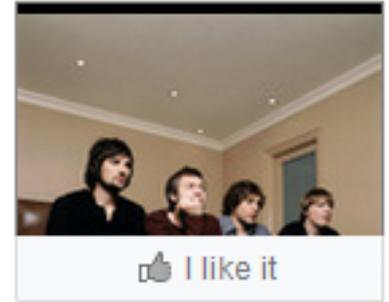
Less Than Jake



Jennifer Hudson



Nirvana



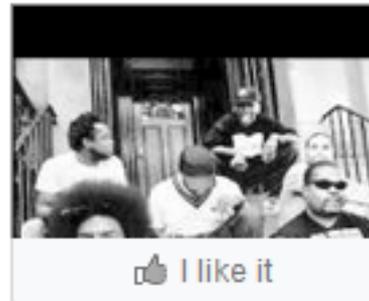
Kasabian



The Black Keys



Daft Punk



The Roots



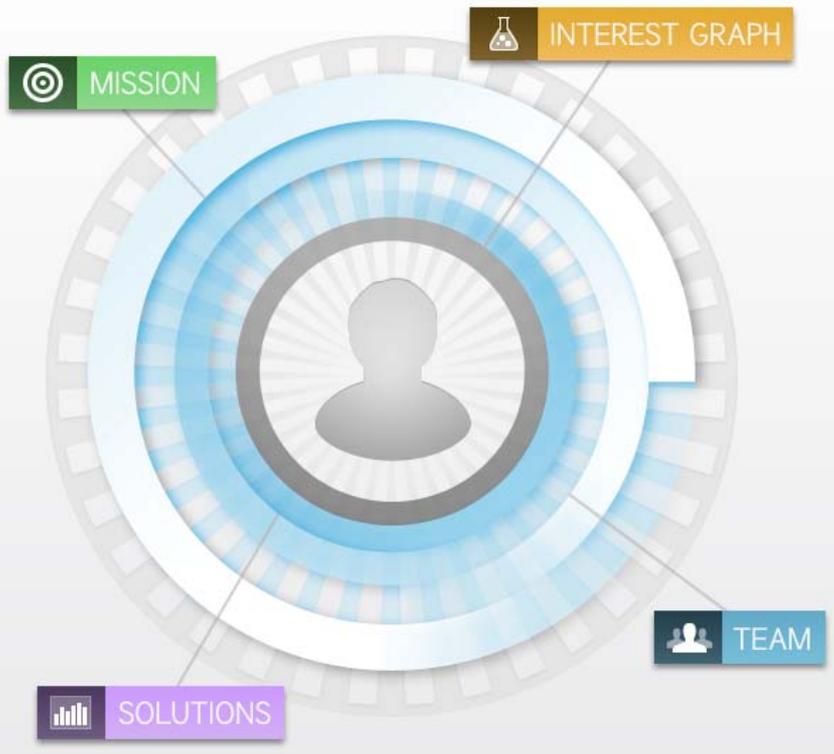
Miley Cyrus

[More Recording Artists »](#)

# Gravity: インタレストグラフ形成

## GRAVITY

Helping The Right Information Find You



- Facebook、Twitter、Foursquare等のストリームからインタレストグラフを作る
- Twitterの会話的データが比較的正確なベースを提供
- ソーシャルコマースへの重要なインプット



# 写真共有サービス Color

- 3月下旬、iPhone、Androidアプリリリース
- リリース前に33億円調達して話題に
- 近くにいる人(30m以内)と写真を共有
- 友達申請、承認なし。公開、非公開もなし
- ソーシャルグラフの概念を大幅に拡張
- 「ソーシャルグラフ」の自動調整

# そのジャンルの専門家、驚くほどの キーパーソンが答えてくれる Q&Aサイト

- 2010年1月サービス開始
- カテゴリー、質問、回答者をフォローできる
- 回答の質を担保するガイドライン、ユーザー相互レビュー、フィードバック
- え？こんな人が答えてくれるの？ という驚き
- 今は非常に役立つ。今後の質の維持が課題

# 気になる異性についてコメント LikeaLittle

## Latest Posts

Brunette haired girl liked at Franklin & Marshall College



girl that wears the grey peacoat all the time. I see you around pretty often and we usually smile at each other as we walk by, next time stop and say hi

36 mins ago

可愛い子がいてね…

Black haired girl liked at University of Pennsylvania



I was secretly hoping the library was closed for an excuse to spend a little more time with you

44 mins ago

図書館が開まったらいいなと思ってた…

Brunette haired guy liked at Vassar College



I like you a little.

46 mins ago

ちょっと気になってて…

- 2010年11月リリース
- 6週間で2000万PV
- 気になる相手について匿名でコメント、それがきっかけで出会える場合も
- ソーシャル性が非常に強い出会い系
- 全米の大学で話題沸騰
- 学校ごとにリリース

# 学校ごとにLikeaLittleの掲示板



Stanford University

f いいね!

Switch Campus

New flirt

Girl Boy Blonde haired at Ex. Student center

Is someone special around you?

Boom!

Filter

Search...



**Brunette guy** liked at **Cab in South Bend** 6 hours ago

I enjoyed our conversation in the cab while you were visiting my school - it was such a coincidence that you live 10 minutes away from my hometown. Should have gotten your number..

1 Like



**Brunette girl** liked at **Toyon Computer Cluster** 16 hours ago

Sexy Asian Girl sitting next to me working on your Sym Sys Pset. Aww yeah get that HCI on

1 Like



**Brunette girl** liked at **GSB Cafeteria** 2 days ago

You are working on some project. I am working on looking at you.

1 Like



**Blonde girl** liked at **no where** 4 days ago

I feel so lonely. there should be more dating on campus!

1 Like

Keep it positive & complimentary!

Click remove to get rid of full names, sexually explicit or offensive posts. This isn't the right place for that!

[Read our full rules](#)

Save your messages, posts, and more!

[Sign up now!](#)

Wanna help us?

[Become a moderator on LAL!](#)

Users Say

# 6. ソーシャルメディア時代の ビジネスチャンス

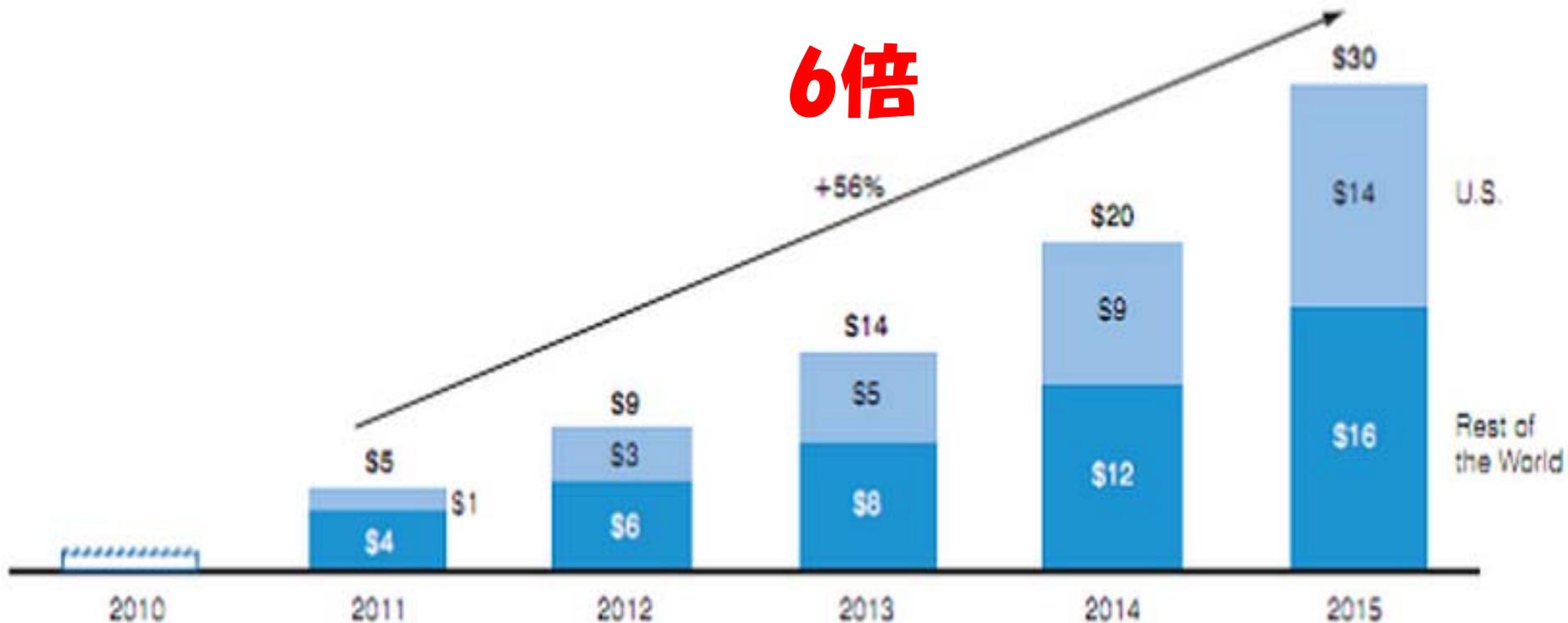
# 10～20年に一度の大変革期

- ガラケーソーシャルアプリ  
→ スマートフォン ソーシャルゲーム
- ゲーム以外の新サービス
  - すべての既存サービスがソーシャル化していく
  - ソーシャルコマース
  - オンライン・ツー・オフライン
  - さらに、今後、無数の新サービスが生まれる
- Facebook、Twitterのフル活用が大前提
- 開発者の変化
  - 自分が作らなければ誰か他の人が作る
  - 最初から世界が対象

# ソーシャルコマースの売上は2015年までに 世界で6倍に(B2Bがさらに上乘せ)

Booz & Company Estimate of Social Commerce Market Size (2010-2015; in US\$ Billions)

**2.4兆円**



(1ドル=80円の場合)

# オンライン・ツー・オフライン(O2O)

- オンラインで見つけてきた消費者を実世界の店舗に連れてくる
- 地域で使われるレストラン、コーヒーショップ、バー、ヨガ、テニスのレッスン、クリーニング等への集客
- **米国で1兆ドル(80兆円)規模の地域消費**がオンラインへと移り始めると考えられている
- 取引がすべてオンライン上で行われるため、実績の定量化が可能となる → KPIの改善が無数に

# MEGATREND: "O2O" Commerce\*\*

The Consumer Life Cycle			
	<i>Discover: Awareness/Consideration</i>	<i>Pay: Intention/Action/Purchase</i>	<i>Recommend: Loyalty/Advocacy</i>
<b>"Traditional" Online</b>	<p>People discover new <u>stuff</u> (e.g., clothes, electronics, etc.) and <u>experiences or services</u> (e.g., food, hair &amp; beauty, fix-it services, doctors) through branded ads. Display and rich media advertising help drive awareness and consideration but it's hard to measure efficacy. Generating "foot traffic" is still a primary goal of offline retailers and this is hard to do (or measure) online.</p> <p>Relevant companies: Yelp, Angie's List, YouTube, Facebook, Twitter</p>	<p>Direct marketing and search dominate here, comprising over 50% of online ad spend. However, <u>only 5% of stuff is bought online</u>. Most commerce is completed at physical premise (e.g., pay for meal at the restaurant).</p> <p>Sites that create "awareness/consideration" traditionally haven't combined "purchase intent" (e.g., Yelp, CitySearch and Angie's List are directories and don't "close the sale.")</p> <p>Relevant companies: Google (AdWords), eBay, OpenTable, Amazon, PayPal</p>	<p>Many social media sites create loyalty, and advocacy. But these metrics aren't as measurable (for now) in determining how they have contributed to a prospective customer's purchase decision and action.</p> <p>Relevant companies: Twitter, Facebook, blog tools (e.g., WordPress), Yelp, TripAdvisor</p>
<b>Location-based Services</b>	<p>Still in its infancy, these mobile-based companies have the potential to create location-based, spontaneous awareness and consideration. Marketers now interested in brand campaigns based on location.</p> <p>Relevant companies: Foursquare, Facebook Places, Twitter, Gowalla, Groupme</p>	<p>Companies can help customers "comparison shop" or seek real-time opinions via their mobile device. They can also create demand by sending location-based promotions, for example. But closing the sale through these companies may involve a mobile payment mechanism.</p> <p>Relevant companies: Foursquare, Shopkick, Square, Bump, WePay, PayPal, Boku</p>	<p>Companies can create loyalty/advocacy by the check-in (i.e., the new "status update"). There's also opportunity to tie location with loyalty points.</p> <p>Relevant companies: Topquest, Foursquare, Facebook Places, photo sharing sites</p>
<b>Social Commerce</b>	<p>New sites and services are emerging where users use social interaction and share what they want and what they buy.</p> <p>Relevant companies: Svvply, Pinterest</p>	<p>Many companies are mobile-based first and so integrating mobile payments with each company is critical to extract significant economic value.</p> <p>Relevant companies: Barcode Hero, Fashism, GoTrytOn</p>	<p>Sharing what you've bought/consumed turns users into advocates.</p> <p>Relevant companies: Blippy, Swipely, Apple Ping</p>
<b>Group Buying</b>	<p>These companies have used email marketing and social media to create awareness and consideration.</p> <p>Relevant companies: Groupon, LivingSocial, TownHog, FreshGuide, HomeRun, Yipit, Restaurants.com</p>	<p>These companies have cracked the initial code in tying discovery to buying, - effectively tying "discovery" to "purchase." Groupon is generating \$2BB in gross revenue in less than 2 years.</p>	<p>Group buying services create effective loyalty and advocacy because they can track purchase and consumption history.</p>

- Tying online buying to offline activity is the "online-to-offline" (O2O) opportunity. Traditionally, this has been difficult because of inadequate measuring and tracking.
- The closer a company is to the actual purchase, the bigger the opportunity. Thus companies in the middle column have had the highest revenues, profits and valuations.
- All companies in the first column can capitalize on the O2O opportunity and these columns may merge over time.

\*\* Alex Rampell, TrialPay Founder/CEO, coined this term in this TechCrunch article: <http://techcrunch.com/2010/08/07/why-online-to-offline-commerce-is-a-trillion-dollar-opportunity/>

# Lococom(ロココム)



街中で気になるお店の情報やクチコミを気軽にチェック！気軽にクチコミが投稿ができる！  
みんなで作る、みんなの街の情報サイト Lococom(ロココム)です。

**お店の情報・クチコミを探そう!!**

フリーワードから街・お店の情報を探す

エリア 例: 銀座 新宿

キーワード 例: イタリアン ラーメン

検索

都道府県から街・お店の情報を探す

北海道・東北	北海道	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島
関東	東京	神奈川	埼玉	千葉	茨城	栃木	群馬
甲信越・北陸	山梨	長野	新潟	富山	石川	福井	
東海	愛知	岐阜	静岡	三重			
近畿	大阪	兵庫	京都	滋賀	奈良	和歌山	

- 「みんなで作る街の情報サイト」 → O2O
- 街の情報を蓄積する新機能を4/21に追加

出典: <http://www.next-group.jp/press/corp/110425.html>  
<http://itunes.apple.com/jp/app/id431560335/>  
<http://www.lococom.jp/>



## 東京

千代田区 中央区 港区 新宿区 文京区 台東区 墨田区 江東区 品川区 目黒区 大田区 世田谷区  
渋谷区 中野区 杉並区 豊島区 北区 荒川区 板橋区 練馬区 足立区 葛飾区 江戸川区 23区以外

### 仕事

飲食/フード(144)

販売/ファッション(35)

家庭教師(0)

オフィスワーク(9)

超短期(日単位)(0)

その他バイト/パート(33)

### 住まい

貸したい(11)

泊まりたい(2)

ルームメイト募集(0)

駐車場/駐輪場/貸倉庫(0)

### 仲間/サークル

サークルメンバー募集(174)

飲み会/イベント告知(193)

習い事(52)

仲間募集(10)

### 売りたい/あげたい/交換

携帯電話/パソコン/家電(2)

家具/キッチン/雑貨(3)

スポーツルジャァ/ホビィ(1)

ベビィ/キッズ(0)

自転車/スクーター/車(0)

### 生活情報

飲食/フード(151)

食品/日用品販売(16)

クリーニング/コインランドリィ(2)

美容院/ネイル/エステ(10)

衣服/靴/バッグ(10)

車/自転車(3)

その他お店(30)

病院/歯医者(20)

ペット/動物病院(2)

教室(19)

施設/スポット(37)

# ビジネスチャンスは全分野

ソーシャル

ウェブ  
メディア  
コミュニケーション  
ネットワーキング  
マーケティング  
リコメンデーション  
広告  
コマース  
オンライン・ツー・  
オフライン  
EC  
決済

ゲーム  
プラットフォーム  
動画  
電子書籍  
電子出版  
ミュージック  
ラジオ  
テレビ  
映画  
：

すみません...

ここから大いに脱線します

でも、今日のトピックからは  
無視できない、大きな変化  
が世界で起きています

特に、OGCを  
Open, Global, Contents  
と見るのであれば . . .

世界では、才能がある人を支援し、イノベーションをさらに加速しようという動きがあります

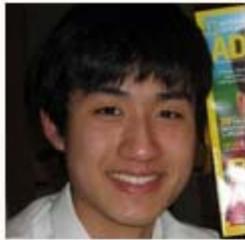
# PayPal創業者が24人の天才少年少女の 起業を全面支援

- PayPalを創業し、Facebookの立ち上げ期に大きく関与した投資家Peter Thiel氏
- **学校を休学することを条件に**、2年間で1人当たり10万ドル(800万円)提供
- 学校制度に代わって優秀な才能の開花を支援するため、専門家を多数動員し24人の起業を支援
- 情報技術、エネルギー、ファイナンス等の分野で

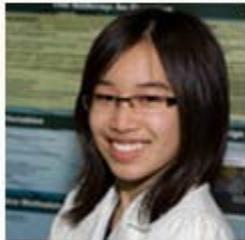
# 支援対象者の例



James Proudさん。9歳のときにプログラミングを独学。10代は学校に通いながら、コカ・コーラやUniversal Musicなどの大手企業の開発業務をこなし、**高校卒業後に音楽イベントに関する情報サービスに関するベンチャーを創業**



David Luanさん。**小学校3年生の時に大学入学。12歳でコンピューターサイエンスの学位取得。ホームロボットを開発中**



Eden Fullさん。**19歳のカナダ人女性。特許出願中の太陽光エネルギー関連技術を使って起業済み。太陽光の採取を効率化する技術で、10ドルの投資で発電効率が40%向上。ケニアの村落で実証実験中**



Faheem Zamanさん。SATと呼ばれる高校生の共通実力テストで常に驚異的な成績をおさめている。**モバイル決済の仕組みで途上国の金融のあり方を変え、経済的繁栄を実現したいとしている**

新サービス開発への少額投資が  
すさまじい勢いで増加中です

皆、モバイルサービス、つまり  
スマートフォンに注目しています



# スーパーエンジェル ロン・コンウェイ

ロン・コンウェイ

- シリコンバレーで最も尊敬されるエンジェル
- 数百社に投資
- **Google、Facebook、Twitter、PayPal、RockYou、Foursquare、Zappos、Y Combinator等に投資**

- 毎日5社、1週間に25社会い、1社投資
- 年間50社投資
- ビジネスプランではなく、デモを見て決定



# Y Combinator

- 2005年設立。これまでにDropbox、Airbnb等、**300社以上に出資**
- 1社**平均150万円**の少額出資

ポール・グレアム

- 年2回、公募から選んだチームが3ヶ月、シリコンバレーに集結し、サービスを開発(週次ミーティング)
- Facebook、Zyngaへの出資で有名なロシアのファンドDSTのユーリ・ミルナーが**参加全社に1200万円の転換社債を提供**

出典: <http://jp.techcrunch.com/archives/20110524y-combinators-paul-graham-were-looking-for-people-like-us/>  
<http://jp.techcrunch.com/archives/jp20101013about-ycombinator/>  
<http://goo.gl/OK6A>  
<http://www.chikawatanabe.com/blog/2011/02/bubble.html>



Dave McClure

# 500 Startups

- 2010年から本格的活動開始
- すでに**135社以上に投資**
- 1社当たり800～2000万円投資
- シリコンバレーでオフィス提供
- 日本のベンチャーにも2社出資
- Daveは大変親日家

# 日本でも同様の動きが一部は始まっている

- サムライインキュベート(榊原健太郎さん)
- ネットエイジ(西川潔さん)
- Open Network Lab(デジタルガレージ他2社)
- ECナビベンチャーズ LABS7
- GMO Facebook関連ベンチャーファンド
- サイバーエージェントベンチャーズ

**皆、スマートフォン、ソーシャルメディアに注目**

大きな変化は、  
Lean Startupが可能に  
なったこと

# Lean Startup(お金をかけずにさっさと立ち上げ)

- 4～5年ほど前から急激に主流になってきた、ビジネス立ち上げのアプローチ(シリコンバレーだけではなく、世界中で)
- 1～3ヶ月程度でさっさとサービスを立ち上げ
- 費用も数百万円以内(数十万円の場合も)
- Facebookの場合は、2004年にザッカーバーグが1人、数週間で開発
- サービス立ち上がり後に会社設立、資金調達

# Lean Startupが可能となった背景

- 安価で、非常に使いやすいクラウドの充実
- 開発環境、フレームワーク・ライブラリー等の整備
- iPhone、Androidの普及、Facebook、Twitter等APIを公開するプラットフォームの発展
- Facebook、Twitter等ソーシャルメディアの普及で、よいアプリ・サービスは一瞬で広まる
- サービス拡大時の資金調達が非常に容易

日本の動きをさらに加速したくて  
学生エンジニアに機会提供

# ブレークスルーキャンプ開催

- 15～20チーム、40～50名の学生エンジニア、プランナー、UIデザイナーを選抜
- 世界を目指すスマートフォンアプリ・サービスを2ヶ月で開発し、リリース(7月中旬～9月中旬)
- 東京でオフィス・宿泊場所を提供
- 全国の学生(高校生、大学生、大学院生、高専生、専門学校生)、留学生＋社会人2年目まで対象
- 先輩エンジニアによる、週次のセミナー・懇親会
- ビジネスプランコンテストや資金調達ではなく、まずは世界のダイナミックさを感じていただくため
- 協賛企業募集中

それ以外にも

# グリーンベンチャーサミット開催

- 7月23日(土)午後
- 日本中のクリーンテックベンチャーを集結
- クリーンテックの有名大手企業も一部招待
- アイアンドシー・クルーズ、サムライインキュベート両社と共催
- クリーンテックで世界をリードするために
- ピーク電力対策、各家庭の電力使用状況モニター  
のスマートメーター、太陽電池発電モニター等にも  
スマートフォンが活躍
- ソーシャルメディアサービスが非常に重要

まとめると

# 事業への意味合いは

ゲーム会社

スマートフォンプラットフォームに乗り、世界へ。  
独自プラットフォームの確立も。  
本来、地域情報とゲームを組み合わせたO2Oも

SAP

スマートフォン  
デベロッパー

スマートフォンプラットフォームに乗り、世界へ。  
独自のソーシャルプラットフォーム確立も。  
スマートフォン新サービス、EC等の展開も

携帯CP、  
ウェブ開発企業

ネット広告企業

スマートフォン、ソーシャルメディア向け広告、  
ソーシャルリコメンデーション、EC、O2O

EC企業

スマートフォンでのソーシャルリコメンデーション、  
ソーシャルコマース、O2O

その他全企業

ソーシャルコマース、O2Oのすべて。スマートフォン、  
ソーシャルメディア活用のすべて

# 積極的に動かない場合のリスクは

- 無数に湧いてくる超小型・超高速ベンチャーが1～2年で数千倍に成長するのを横目で見ると
- 様子見をしているうちに、挽回どころか到底追いつけないほど先に行かれてしまう
- ガラケーと違い、海外の無数のアントレプレナーがスマートフォンベースで乱入、殺到する
- 現業の収益ベースがずたずたになる

# 積極的に動くとしたら

- 学歴、年齢にこだわらず、できる人材に任す
- 特に、外国人、帰国子女、留学経験者
- 現場に任しきる
- 少額出資で外部リソースをネットワーク化
- Facebook、Twitter、英語使用の奨励
- 外部勉強会への参加奨励
- 社員の10%を毎年シリコンバレー等で1週間研修
- 早く失敗する

## 勉強会、セミナーへの参加

- **スマートやろうぜ！**
- **Startup Dating**
- **サムライベンチャーサミット**
- **インフィニティ・ベンチャー・サミット**
- **Codeが書ける起業家の会**
- **Innovative Weekend**
- **Bar Android (毎週月曜日@渋谷)**
- **他、無数**

# 世界についていくために、お勧めブログ

- **The Startup** <http://thestartup.jp/> (梅木さん、26歳。2009年卒)
- **世界を変えるスタートアップ** <http://gendai.ismedia.jp/category/startup> (鈴木仁士さん、22歳)
- **TechCrunch Japan** <http://jp.techcrunch.com/> (言うまでもなく)
- **TechCrunch** <http://techcrunch.com/> (日本語に訳されていない記事多数)
- **VentureBeat** <http://venturebeat.com/>
- **TechWave** <http://techwave.jp/>
- **Techdoll.jp** <http://www.techdoll.jp/>
  
- **Mashable** <http://mashable.com/> (この分野では必読。ただし、以下に日本語での紹介もあり)
- **ネクスパスブログ** <http://blog.nexpas.co.jp/> (町田龍馬さん、ニュージーランド、シンガポール留学、23歳)
- **Don't be Lame** <http://kenichinishimura.blogspot.com/> (西村顕一さん、シンガポール留学後2011年卒)
- **NPOにマーケティングの力を** <http://www.ikedahayato.com/> (イケダハヤトさん、2009年卒)
- **クローズドとソーシャルの交差点** <http://ststgc.posterous.com/> (瀬戸口翔太さん、大学4年)
- **Little\_shotaro's blog** <http://www.littleshotaro.com/> (植原正太郎さん、23歳、大学4年)
- **The Public Returns – 続・広報の視点**  
<http://goo.gl/u9XOT> <http://goo.gl/W8qbQ> <http://goo.gl/saf6z>
- **Social Media 360.jp** <http://socialmedia360.jp/>
- **Gamification.jp** <http://gamification.jp/>
  
- **Inside Facebook** <http://www.insidefacebook.com/>
- **All Facebook** <http://www.allfacebook.com/>
- **ReadWriteWeb** <http://www.readwriteweb.com/>
- **Social Commerce Today** <http://socialcommercetoday.com/>
- **Social Times** <http://socialtimes.com/>

# 日本発の世界的ベンチャーを！

いつでもご相談ください

24時間365日サポート

ブレイクスルーパートナーズ株式会社  
マネージングディレクター  
赤羽 雄二

[akaba@b-t-partners.com](mailto:akaba@b-t-partners.com)

[www.b-t-partners.com](http://www.b-t-partners.com)

# 略歴： 赤羽 雄二

- 東京大学工学部を1978年3月に卒業後、小松製作所で建設現場用の超大型ダンプトラックの設計・開発
- 1983～1985年、スタンフォード大学 大学院に留学
- 1986年、マッキンゼー入社。経営戦略、組織設計、マーケティング、新事業立ち上げなどのプロジェクト多数を14年間にわたりリード
- シリコンバレーのベンチャーキャピタルをへて、2002年、創業前、創業当初からの非常にきめ細かな支援を特徴とするブレークスルーパートナーズ株式会社を森廣弘司と共同創業し「日本発の世界的ベンチャー」を生み出すべく活動。ベンチャーの共同創業、経営支援
- 経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」、総務省「ITベンチャー研究会」委員、「ICTベンチャーの人材確保の在り方に関する研究会」委員、「事業計画作成支援コース」の企画立案および講師、「事業計画作成とベンチャー経営の手引き」著者
- 東京大学工学部「産業総論」講師、北陸先端科学技術大学講師
- ソーシャルアプリ、ソーシャルメディア、電気自動車等への取り組み