

Deloitte.

デロイトトーマツ



Withコロナ時代のイノベーション戦略

～大企業等300名緊急アンケート結果から考える～

デロイトトーマツ ベンチャーサポート株式会社

2020年5月

はじめに

2020年5月初旬現在、COVID-19は世界中で猛威を振るっており、ここ数十年で類を見ない全世界での公衆衛生上の危機となり、経済活動、イノベーション活動、スタートアップにも深刻な影響を及ぼしている。

感染拡大のピークアウト、ソーシャルディスタンスを解除した際の第2波、第3波の感染の抑制については判断が難しい状況ではあるが、中国をはじめ世界各地で経済活動が再開され始めている。4月下旬までに2500万人を超える失業者が発生している米国でも、経済活動再開の議論が活発化してきている状況であり、日本でも近く経済活動をどのように本格的に再開するかの議論がされるものと考えられる。

このような状況の中、イノベーション活動をどのように再開、継続するか、各企業は難しい判断を迫られている。

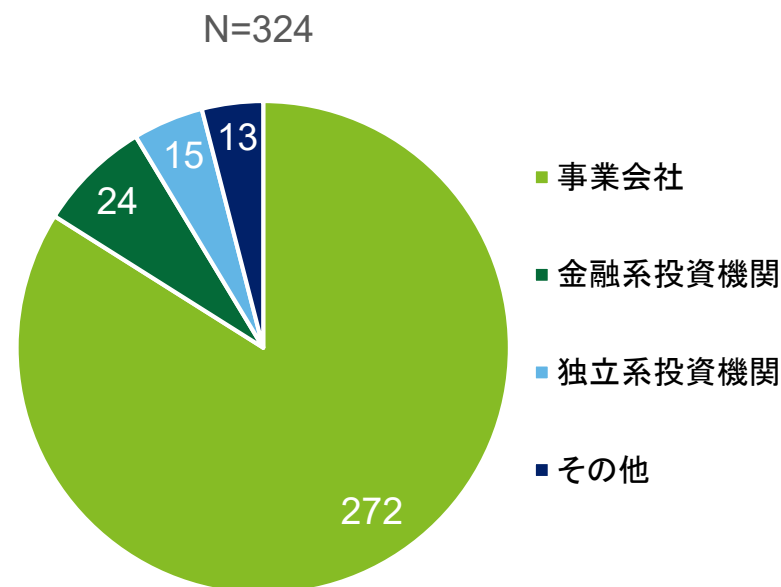
本稿では、「Withコロナ時代のイノベーション戦略」と題して、大企業およびベンチャーキャピタル(VC)300名超に実施したCOVID-19のイノベーション活動への影響調査アンケートの結果を踏まえ、「現在」「Withコロナ」「Postコロナ」の時間軸でのどのようにイノベーション活動を行うかについて考察する。

基礎とした調査結果の概要および回答者属性

アンケート調査の概要

- 調査名:
COVID-19(新型コロナウイルス)のイノベーション活動への影響調査アンケート
- 調査方法:
Webを通じたアンケート調査
- 調査対象:
大企業・VC等のMorning Pitch会員*1
324名
- 調査期間:
2020年4月17日～2020年4月22日
- 実施主体:
デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社
(DTVS)

回答者属性



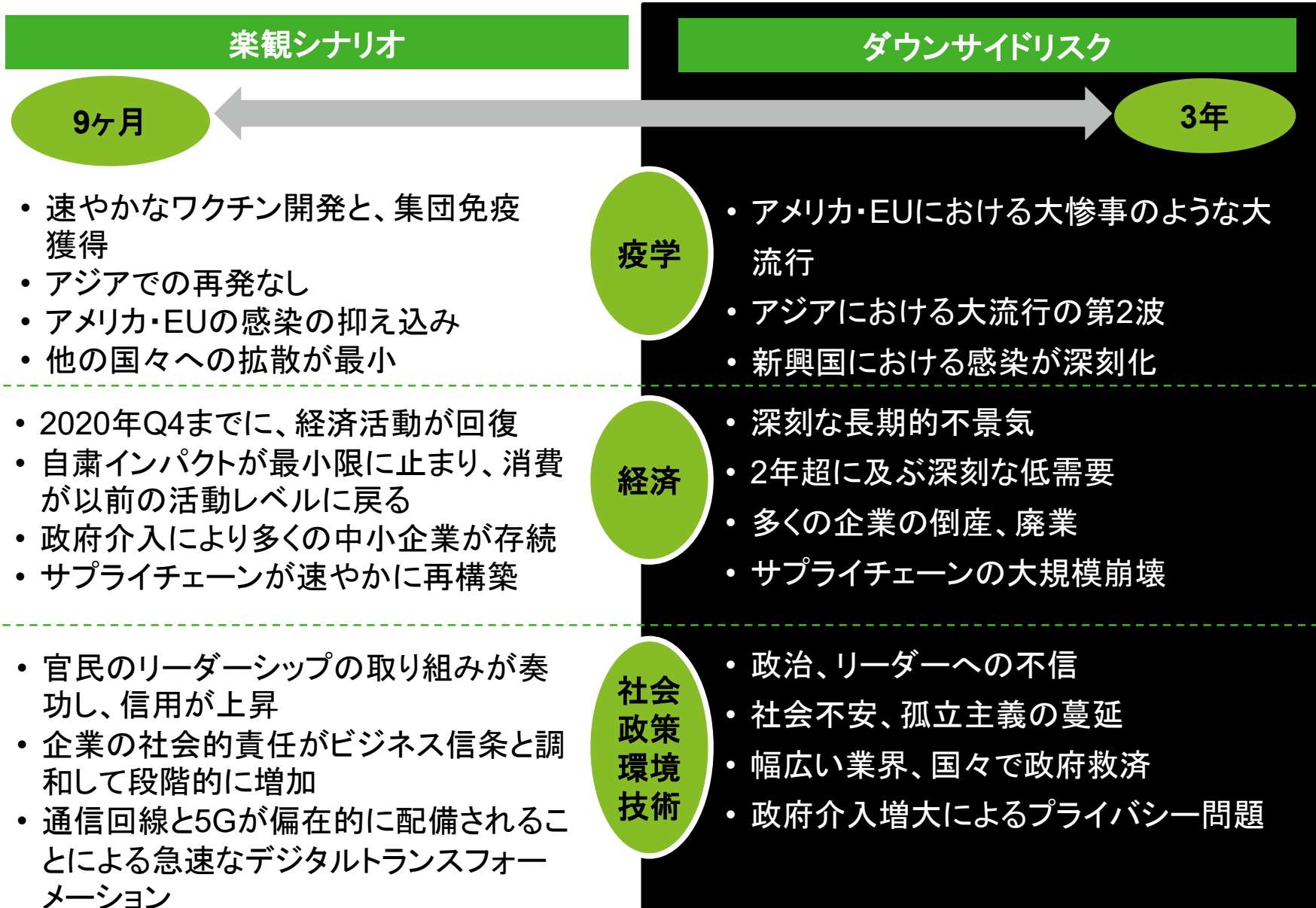
*1:DTVSと野村証券が主催するベンチャー企業と大企業の事業提携を生み出すプラットフォーム”Morning Pitch”

*2:小数点第1位について四捨五入しているため合計が100%にならない箇所が存在する

Executive Summary

- COVID-19の影響を受けて、50%を超える大企業がスタートアップとの協業を含めたイノベーション活動を3割以上減少させる見込みである。
一方で、スタートアップへの投資を行うVCは、不況期こそが良質のスタートアップを生み出すと考えており、この機会こそチャンスであるにとらえている。日本のVCの約25%、グローバルでも約30%のVCがスタートアップへの投資を増加させる意向である。
- COVID-19環境下では時間軸を意識してイノベーション戦略を立てることが肝要となる。まずは、イノベーション活動に取り組む意義、領域を明確にし、予算削減および活動縮小を最小限にとどめる。その後、Withコロナ期で成果の出やすい領域に集中し、Postコロナ期の中長期を意識した新規事業創出に活動を広げることが有効と考えられる。
- Withコロナ期には、セールスプロセスのデジタル化、プロダクトの遠隔提供、省人化、遠隔での顧客対応など、比較的短期で成果が見込めるデジタルトランスフォーメーション関連項目にフォーカスすべきと考えられる。
- Postコロナ期で重要になる新規事業創出においては、80%を超える企業が“人の価値観の変化”“ワークスタイルの変化”に新規事業機会を見出している。
スタートアップは、デジタルトランスフォーメーションの加速、規制の緩和といった機会を活用して、新たな顧客層の開拓、遠隔での新商品開発、政府との協力などによりビジネスモデルを急速に変革している。
- 顧客のニーズが急速に変化する環境下では、急速にモデルを変革できるスタートアップと共創することが有効である。今こそスタートアップと協力し、変革を起こす時である。

現時点でCOVID-19の影響を完全に予測することは困難である



COVID-19による環境変化が激しい中で、
時間軸を意識して段階的に対応していくことが重要となる

	今 Respond: 対応 Prepare Manage Continuity	With コロナ Recover: 回復 Learn and Emerge Stronger	Post コロナ Thrive: 成長 Prepare for the Next Normal
時間軸	1ヶ月～3ヶ月	2ヶ月～9か月	6ヶ月～18ヶ月
目標	状況を把握し 対応方針を策定 活動を再開する	環境に合わせて イノベーション活動を 最適化させる	ビジネスモデルを刷新 新規事業を創造する

目次

【Respond】

状況を把握し対応方針を策定、活動を再開する

【Recover】

環境に合わせてイノベーション活動を最適化させる

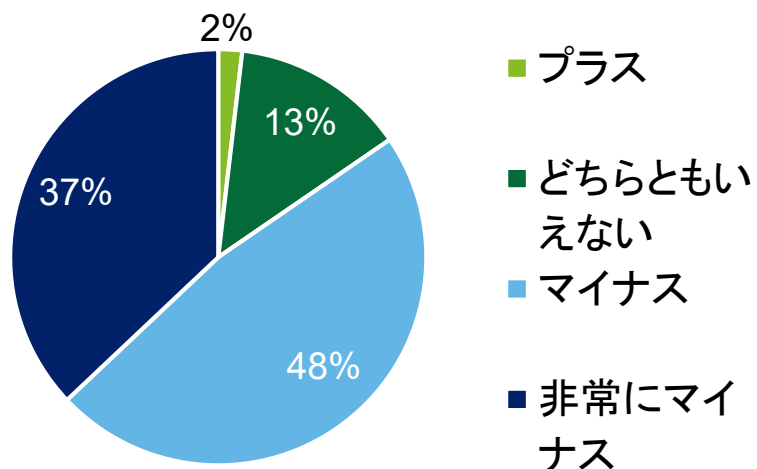
【Thrive】

ビジネスモデルの刷新、新規事業の創造

85%の企業がCOVID-19が事業に与える影響をマイナスと回答しており、62%の企業が影響が6ヶ月超に及ぶと回答している

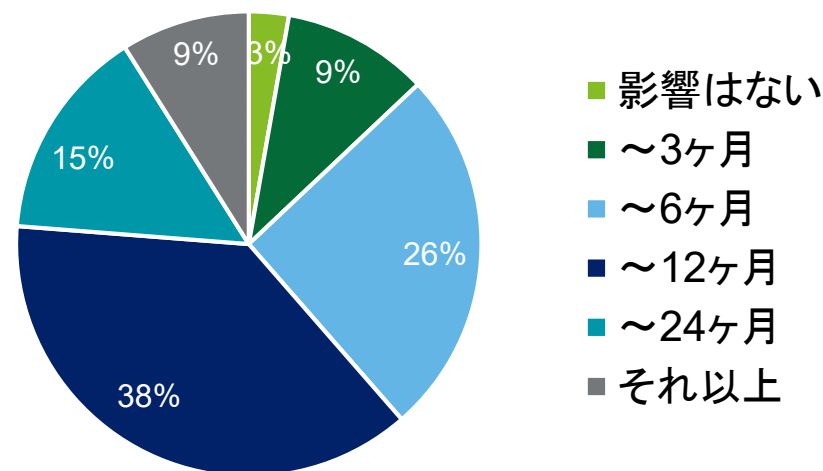
「COVID-19が貴社に与える影響全体について教えてください」

【全業種】
COVID-19が事業に与える影響
N=324



「COVID-19が貴社の活動に影響を与える期間はどの程度と考えられますか？」

【全業種】
事業活動に影響を与える期間
N=324

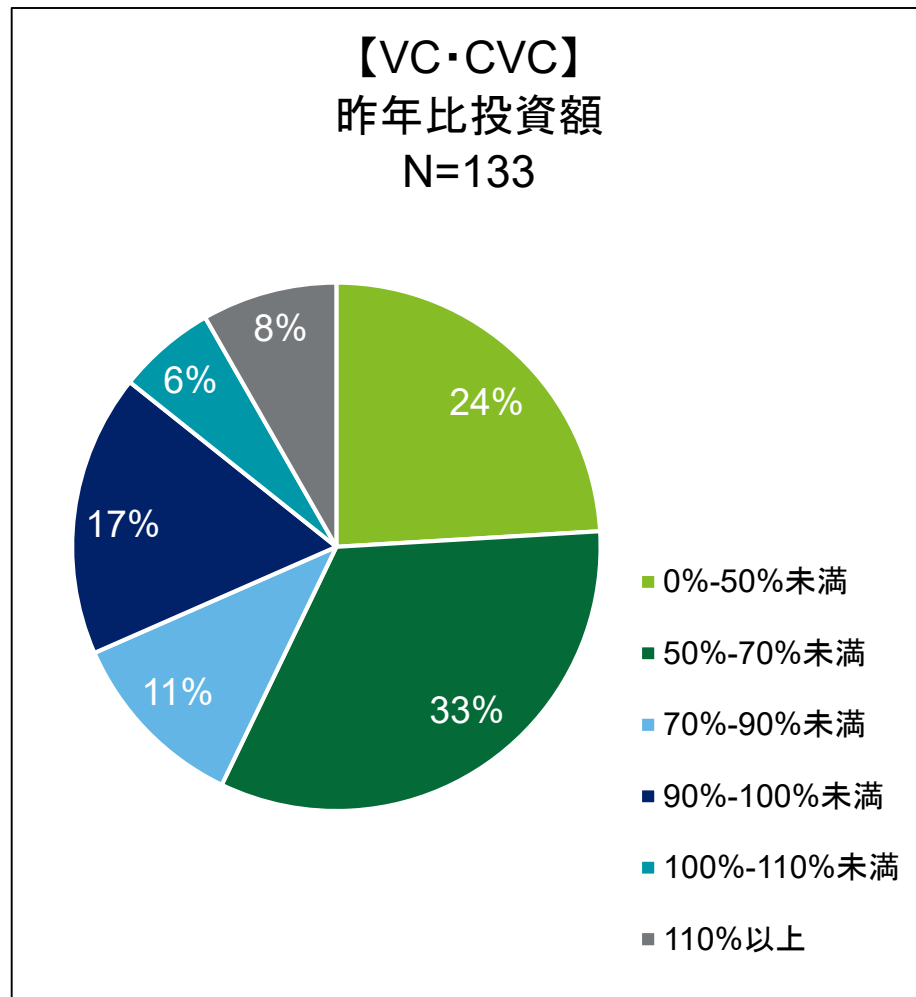
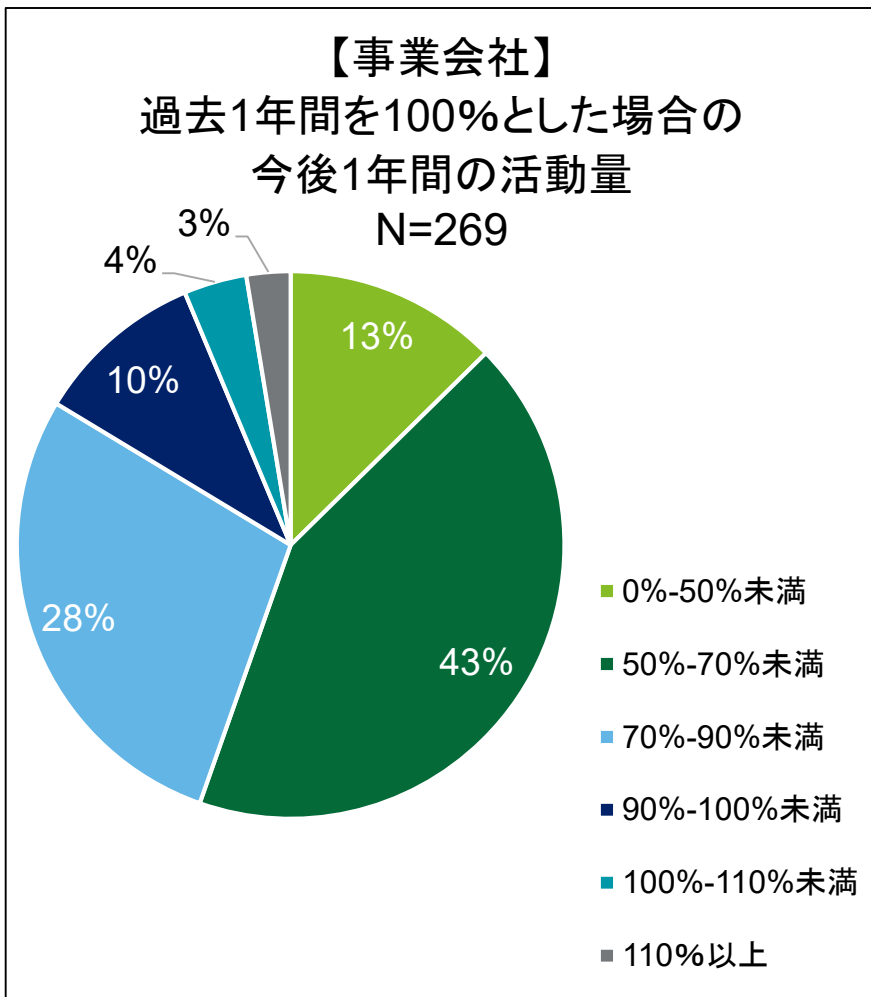


出所: デロイト トーマツ ベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

イノベーション活動および投資活動を昨年比30%以上減少させる企業が50%を超えている

「過去1年間を100%とした場合、今後1年間の活動はどの程度になると考えられますか？」

「昨年と比べてどの程度の投資額になると予想していますか？」



出所: デロイト トーマツ ベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

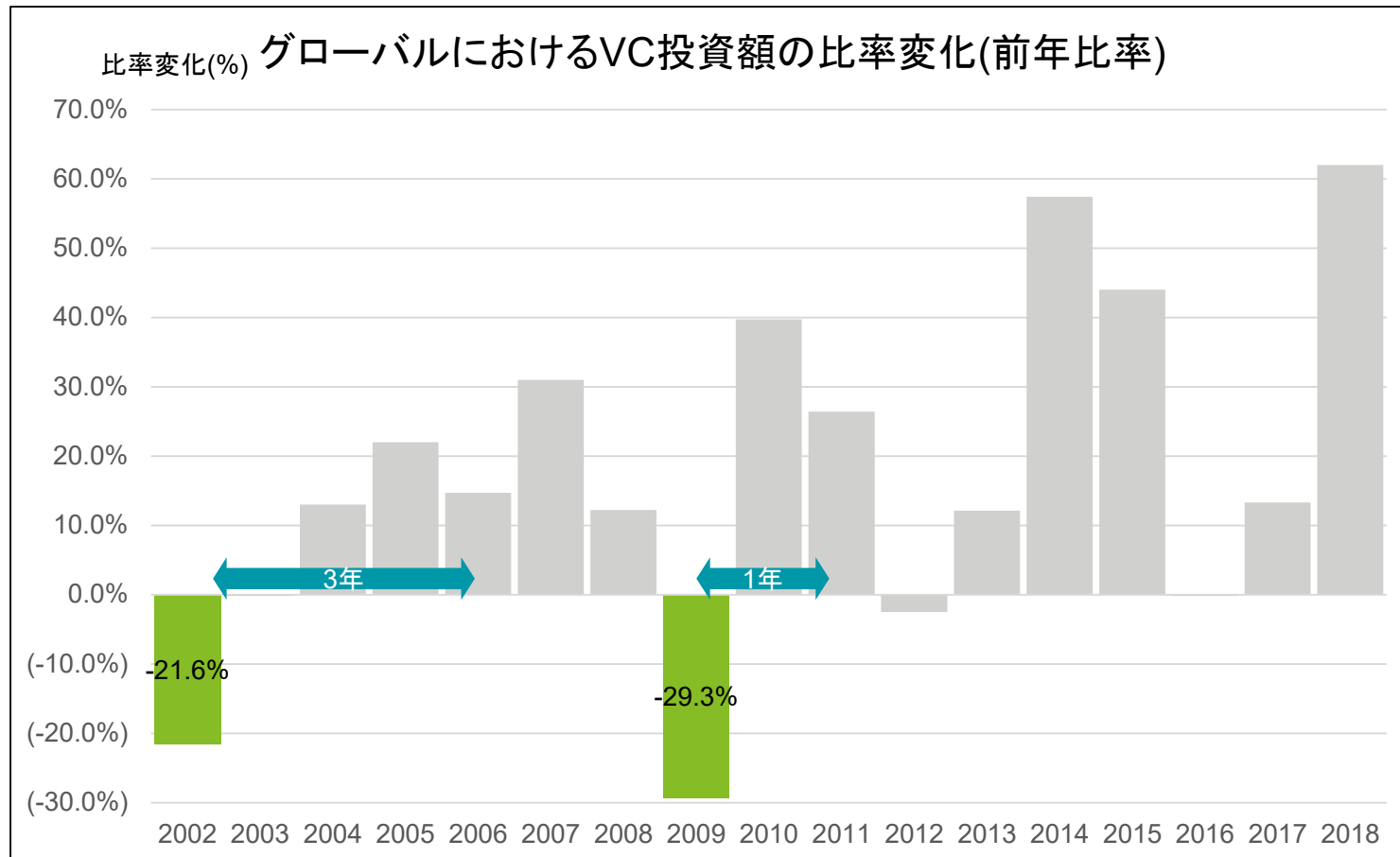
2000年～2002年のドットコムバブル崩壊、2007年～2008年の金融恐慌の直後では、グローバルのVC投資額が前年比で21.6%から29.3%落ち込んだ

景気後退の後、グローバルのVC投資が元の水準に回復するまでには、一定の期間を要した

グローバルにおける景気後退後のVC投資額の変化

凡例

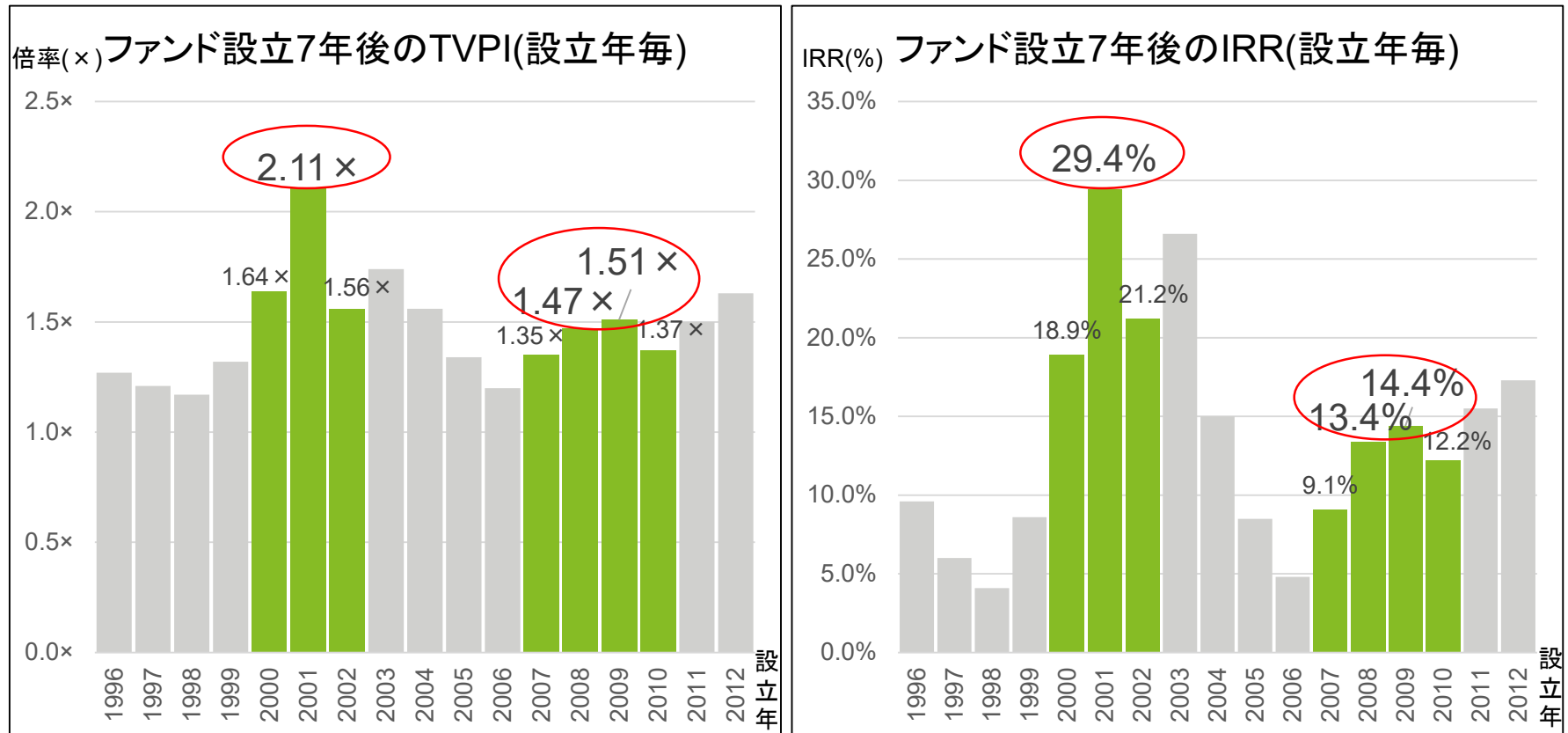
回復期間



出所: <https://startupgenome.com/reports/COVID-19-impact-startup-ecosystem>よりデロイトトーマツベンチャーサポート株式会社作成

一方で、ドットコムバブル崩壊および金融危機の時期に組成されたファンドのパフォーマンス(TVPI,IRR)が過去最高もしくはそれに準じる水準となっている

グローバルでのファンドの設立年とパフォーマンス



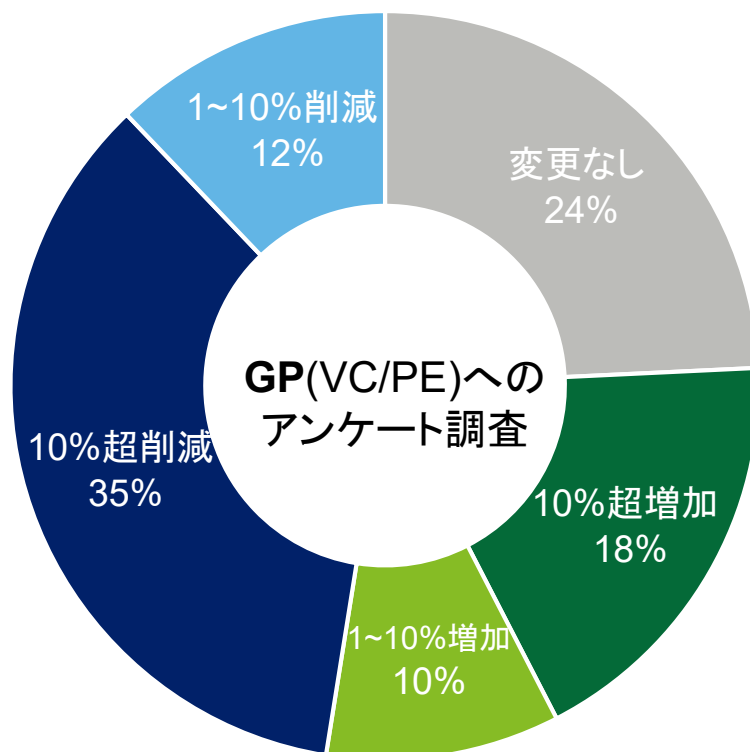
出所: <https://pitchbook.com/news/reports/q2-2020-pitchbook-analyst-note-buyout-funds-in-times-of-crisis>

よりデロイト トーマツ ベンチャーサポート株式会社作成

グローバルで見るとGPの約30%が投資を増加させる意向

直近でのグローバルVC調査におけるGPのスタンス

2019年と比べた2020年の投資ペースの見込み(2019年比)



■ 変更なし ■ 10%超増加 ■ 1~10%増加 ■ 10%超削減 ■ 1~10%削減

出所: <https://pitchbook.com/news/articles/investors-are-cautious-on-private-markets-during-shutdowns-pitchbook-survey-shows>

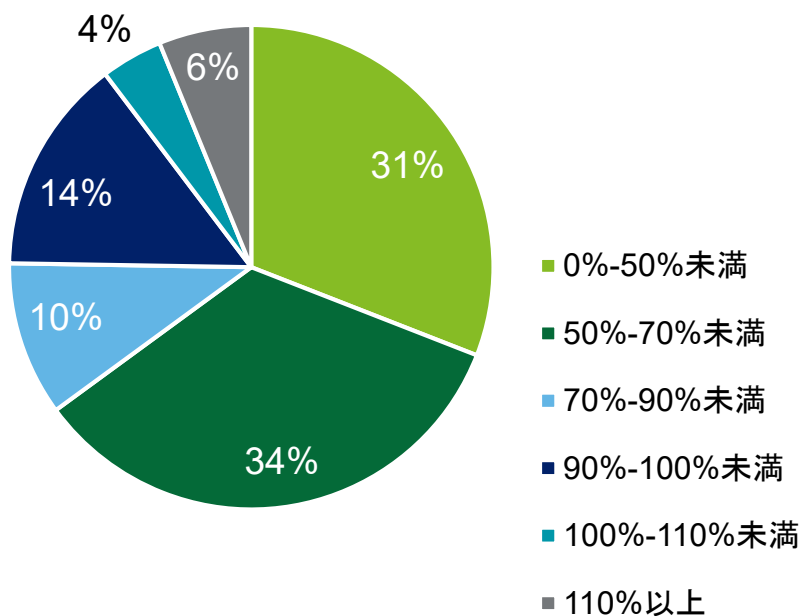
よりデロイトトーマツベンチャーサポート株式会社作成

投資の増加を見込むCVCは10%にとどまるが、約25%のVCが投資を増加させる意向

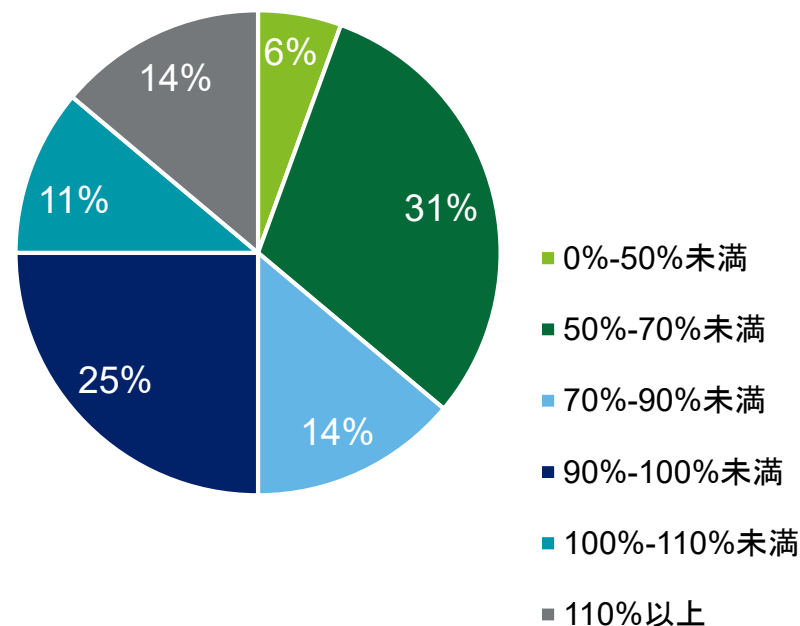
「昨年と比べてどの程度の投資額になると予想していますか？」

「昨年と比べてどの程度の投資額になると予想していますか？」

【CVC】
昨年比投資額
N=97



【VC】
昨年比投資額
N=36



出所: デロイト トーマツ ベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

景気後退局面に素晴らしい事業、企業が育つとも考えられている

Google や PayPal は、ドットコムバブルの不況の余波を乗り越え成長し、Airbnb、Square、Stripe は世界金融危機の真っ只中に設立された。50社超のユニコーンが2007年～2009年の金融危機に設立された。

出所: <https://startupgenome.com/blog/impact-of-covid19-on-global-startup-ecosystems>

“多くのアマゾンのような素晴らしい会社が厳しい時代を経験して生まれた。
厳しい時代は経営を筋肉質にし、少しの資本で多くのことを成し得る体質にする。”

“A lot of the best companies like Amazon and many of them have been born through tough times. It makes you cost-efficient and you achieve a lot with little monies.”

“(顧客体験を重視しプロダクトを磨き上げる)正しいことをしているプレーヤーが生き残る。
顧客体験ではなく、資本でパワープレーを仕掛けてくる会社は苦しむことになるだろう。”

“So I think the right players would survive but the players who use capital as a source of comparative measure — instead of customer experience — they will potentially struggle.”

出所: <https://techcrunch.com/2020/04/16/delivery-hero-ceo-shares-what-hes-learned-about-managing-logistics-during-a-pandemic/>

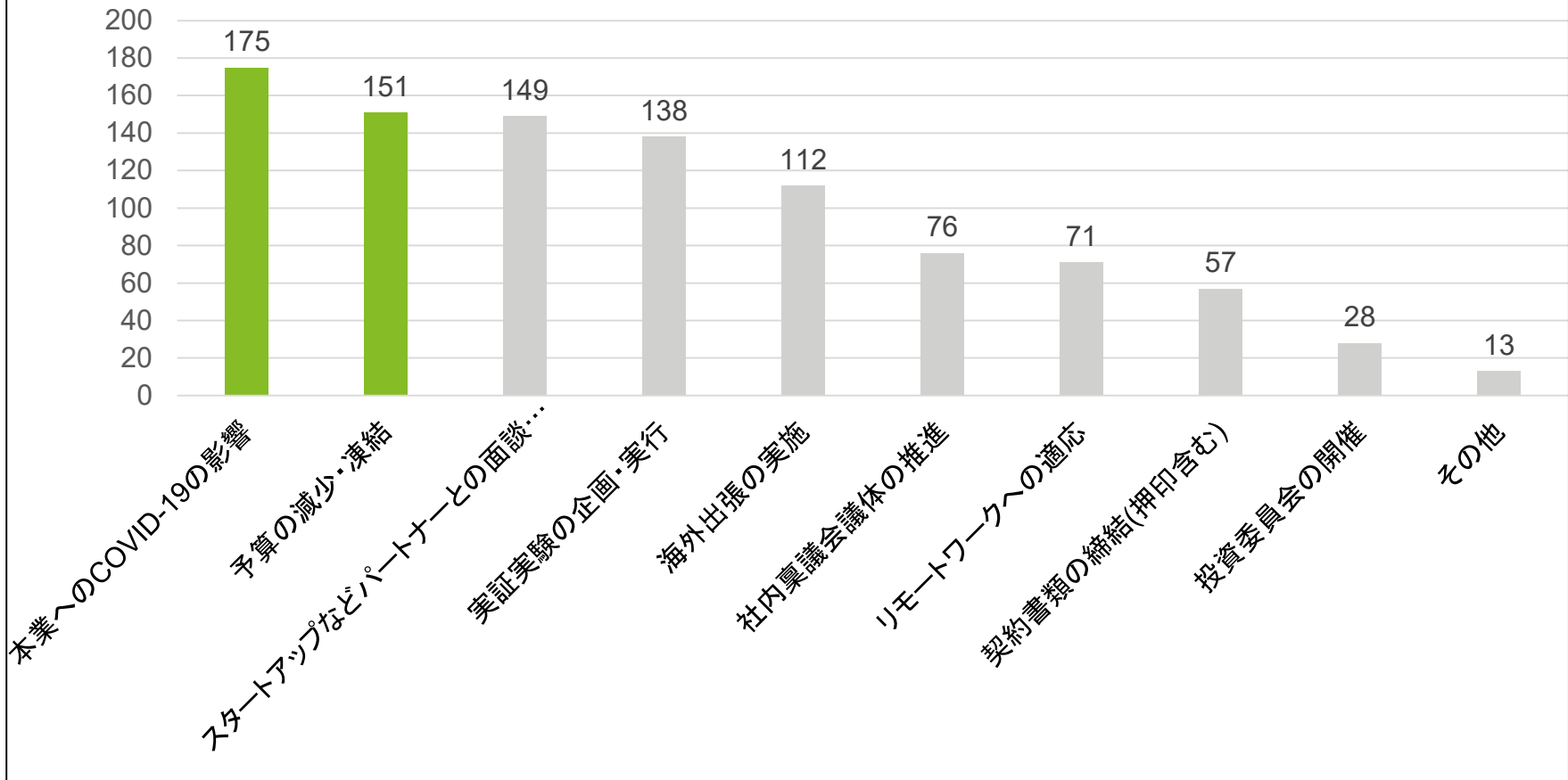
イノベーション活動、スタートアップ協業を推進するうえでの最大の課題は、本業への影響、予算の凍結となっている

「現状イノベーション活動、スタートアップ協業を推進する上で課題となっている事項には何がありますか？
あてはまる事項すべて回答してください。」

【事業会社】

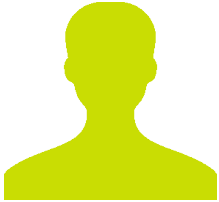
イノベーション活動・スタートアップ協業を推進するうえでの課題

N=268 (複数回答)



出所：デロイトトーマツベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

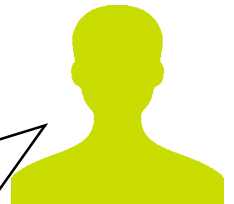
イノベーション活動に今取り組む意義、注力領域を明確にすることが重要になる



サービス業
オープンイノベー
ション組織代表

将来の不況期を予測して準備していたイノベーション活動に取り組む意義の説明資料を活用して、COVID-19の影響発生後すぐに取り組む意義を説明した。結果、活動の制限を最低限に抑えることができた。

金融危機の際にも活動を続け、VCおよびスタートアップ企業への出資を継続した。その際の活動のパフォーマンスが高く、結果が出た実績がある。現状では、バーチャルイベント、遠隔会議を活用してスタートアップへの発掘、接触を続けている。



企業CVC代表者



製造業
オープンイノベー
ション組織代表

全社アジェンダに入っている重要案件と、取り組みが具体的にあっており経費削減効果、成果が見込めるDX(デジタルトランスフォーメーション)関連の取り組みなどに絞って、イノベーション活動を推進する方針である。

【Respondまとめ】

項目	考察
COVID-19の イノベーション活動 への影響と対応	<ul style="list-style-type: none">・85%の企業が事業へのマイナスの影響を見込んでおり、60%超の企業がCOVID-19の影響が半年以上続くと考えている。50%超の企業が昨年と比して30%以上イノベーション活動および投資額を減少させる見込みがある。・不況期にこそ良質のスタートアップが生まれていること、不況期のファンドパフォーマンスが高いことを示し、今こそオープンイノベーションの絶好の機会であることを経営陣およびマネジメントに説明する必要がある。
本業の不振、予算削減 への対応 取り組み意義の説明	<ul style="list-style-type: none">・50%超の企業が、本業の不振、予算の削減をイノベーション活動を推進する課題として挙げている。・経営上の重要アジェンダ、成果の出やすい遠隔化・非接触化などのDXにフォーカスし、厳しい環境下でもイノベーション活動を継続する意義を明確化することが望まれる。

出所: Morning Pitch Channelの入山章栄教授とのセッションおよび各種リサーチ結果をもとにデロイト トーマツ ベンチャーサポート作成

【Respond】

状況を把握し対応方針を策定、活動を再開する

【Recover】

環境に合わせてイノベーション活動を最適化させる

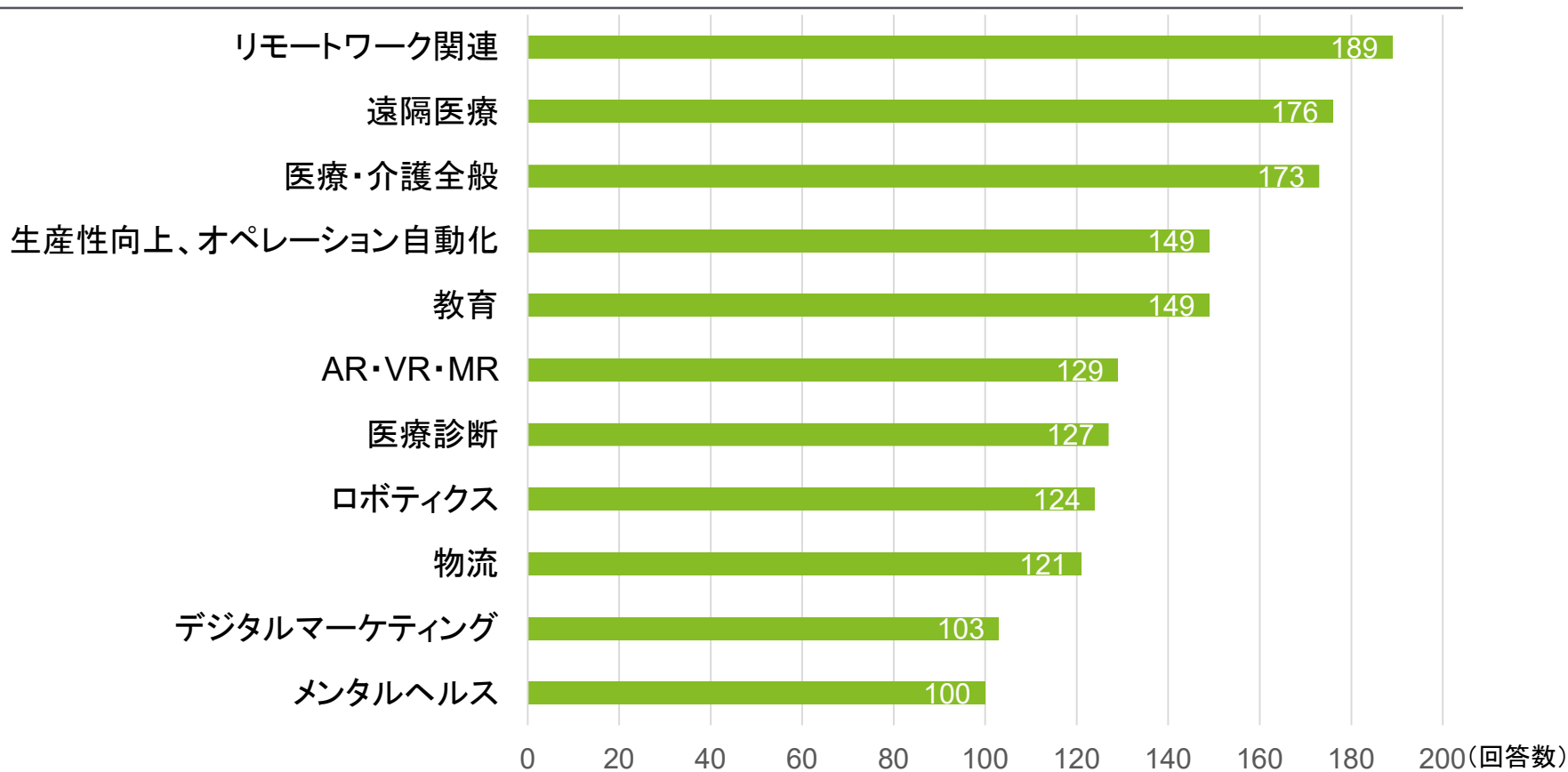
【Thrive】

ビジネスモデルの刷新、新規事業の創造

遠隔、非接触対応のためのDX関連事業での新規事業開発の増加が予測されている

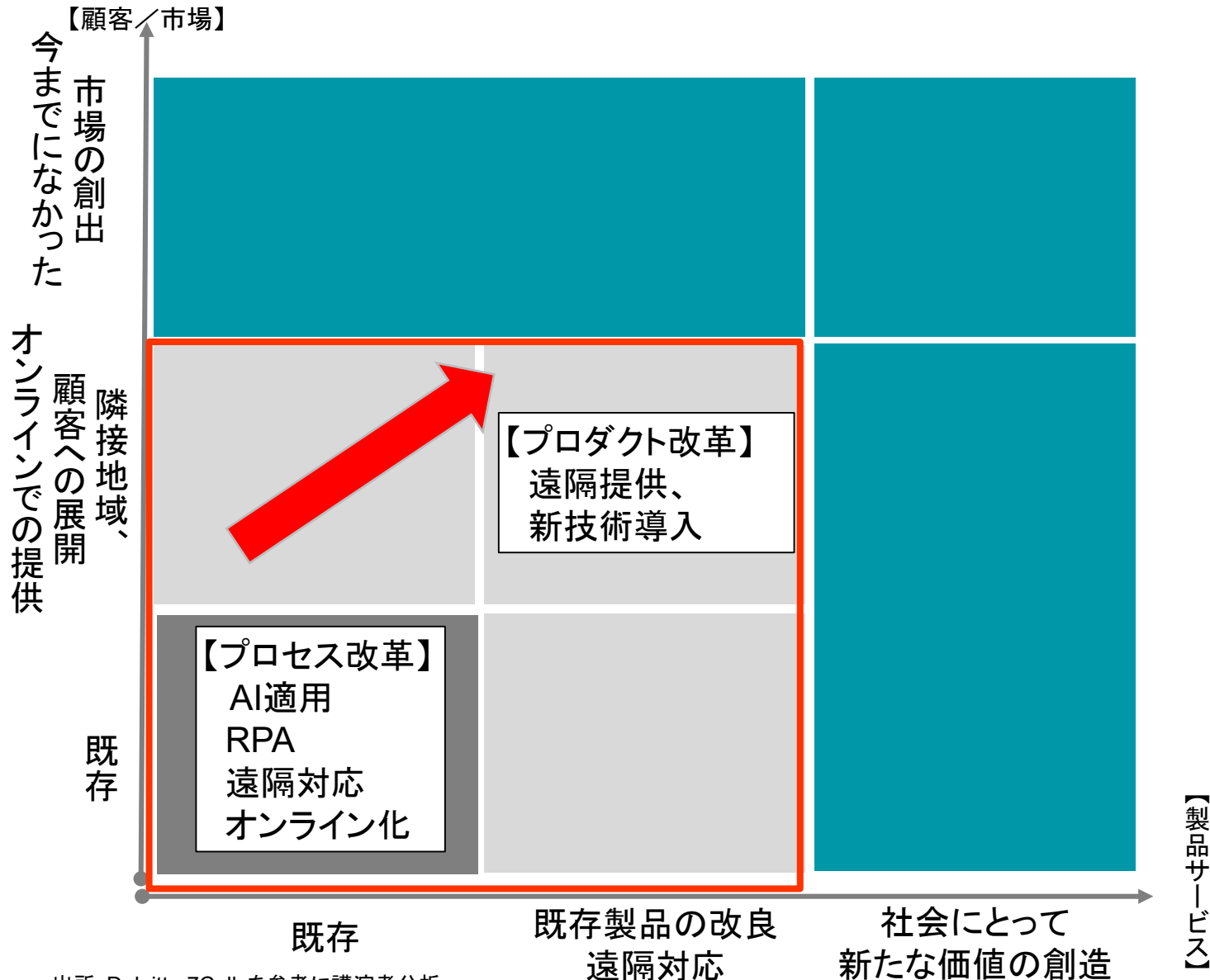
「今後どのような領域での新規事業開発が増加すると考えますか？あてはまる事項すべて回答してください。」

今後新規事業開発が増加する領域
(N=270、大企業担当者へサーベイ実施 複数回答可)



【Recoverにおけるフォーカス領域】

比較的短期の時間軸では遠隔、オンライン対応による自社プロセスおよびプロダクトの最適化が有効と考えられる



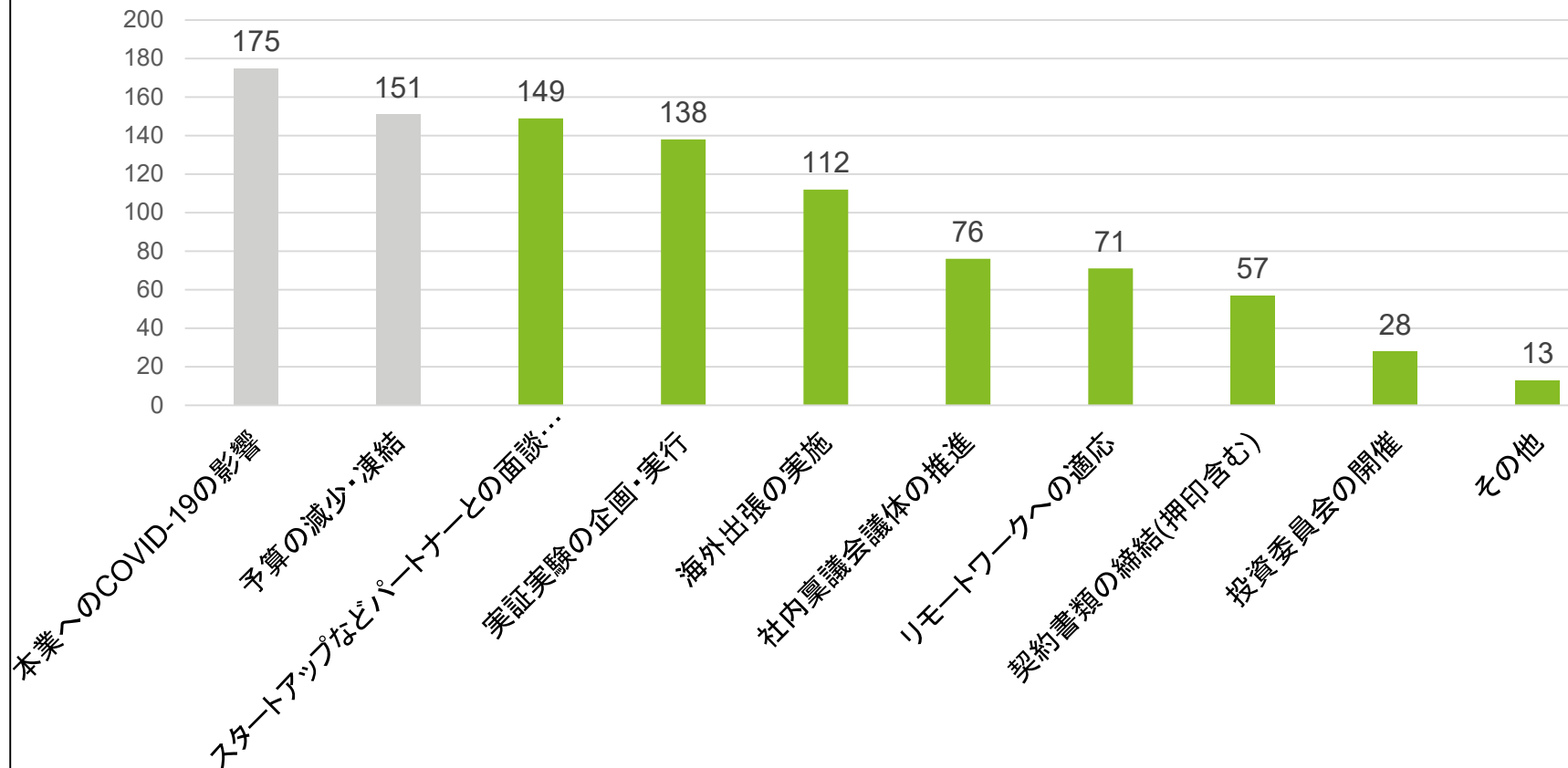
イノベーション活動、スタートアップ協業を推進するうえでの主要な課題は、 対面でのコミュニケーションや遠隔への対応が主要な課題となっている

「現状イノベーション活動、スタートアップ協業を推進する上で課題となっている事項には何がありますか？
あてはまる事項すべて回答してください。」

【事業会社】

イノベーション活動・スタートアップ協業を推進するうえでの現状の課題

N=268 (複数回答)



出所: デロイト トーマツ ベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

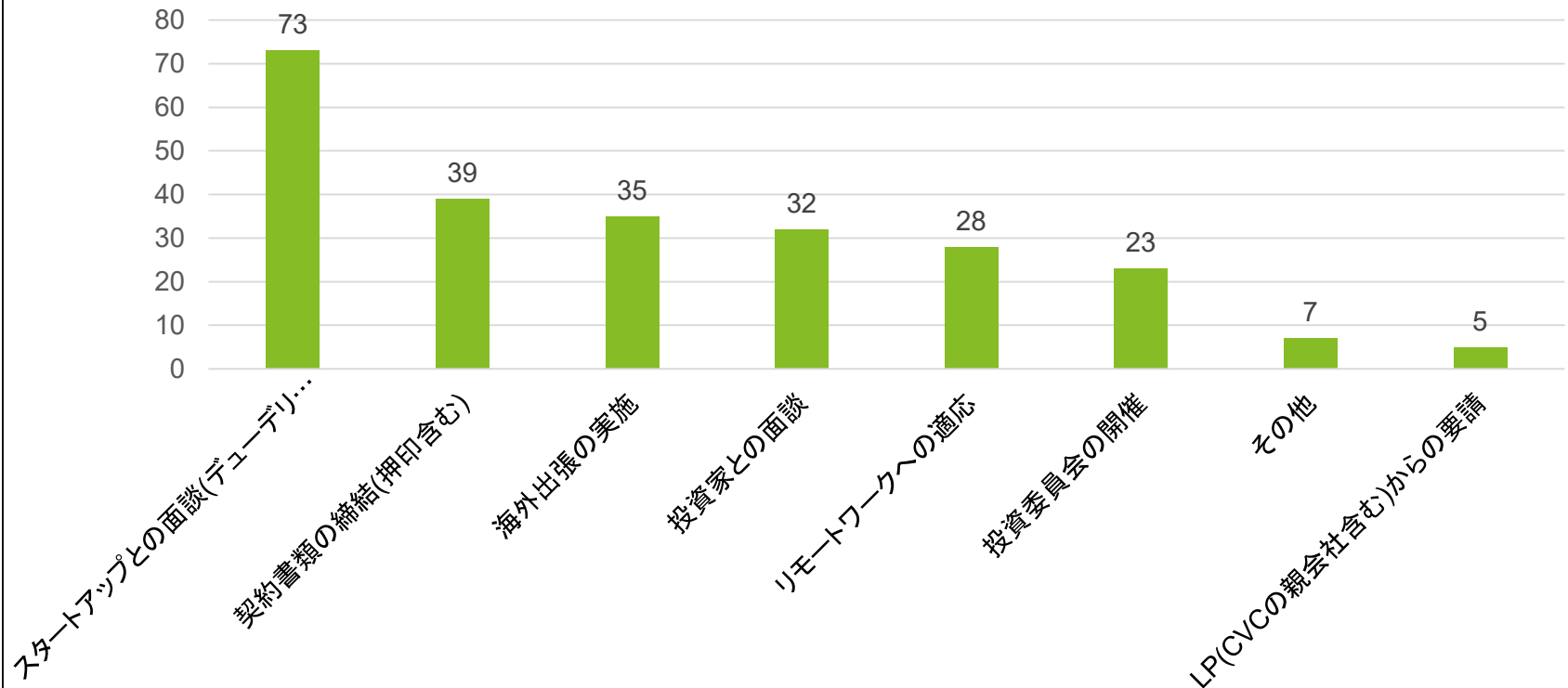
投資活動においては、同様に対面でのスタートアップとの面談の実施、デューデリ ジェンスの遂行、その他遠隔でのコミュニケーションが大きな課題となっている

「現状イノベーション活動、スタートアップ協業を推進する上で課題となっている事項には何がありますか？
あてはまる事項すべて回答してください。」

【VC・CVC】

投資活動を推進する上で課題となっている事項

N=116(複数回答)



出所: デロイトトーマツベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

【Recoverまとめ】

項目	考えられる対応策
<p data-bbox="170 475 488 515">領域のフォーカス</p> <p data-bbox="150 578 508 668">COVID-19で苦しむ 事業部への貢献</p>	<ul style="list-style-type: none">・COVID-19環境下では、遠隔対応、非接触対応のデジタル化での新規事業開発に期待が寄せられている。COVID-19の自社への影響を分析し、セールスプロセスのデジタル化、プロダクトの遠隔提供、省人化など自社への影響が大きい分野でスタートアップ活用の可能性を検討することが有効であると考えられる。・COVID-19の環境下では、事業部が従来より更に既存事業に集中する力学が働くと考えられる。イノベーション活動の推進のためには事業部を従来より強力にサポートすることが必要である。
<p data-bbox="141 932 521 1022">自社のイノベーション プロセスの最適化</p>	<ul style="list-style-type: none">・情報の探索に関しては、アクセラレーターなどのオンラインイベントを活用する。・一度、面談した相手に対してはオンラインでも商談を進める。・現状をアフターコロナに向けた実証実験の最適の機会ととらえ、実証実験についてもオンラインの環境、結果を重視し推進することが有効と考えられる。

出所: Morning Pitch Channelの入山章栄教授とのセッションおよび各種リサーチ結果をもとにデロイト トーマツ ベンチャーサポート作成

【Respond】

状況を把握し対応方針を策定、活動を再開する

【Recover】

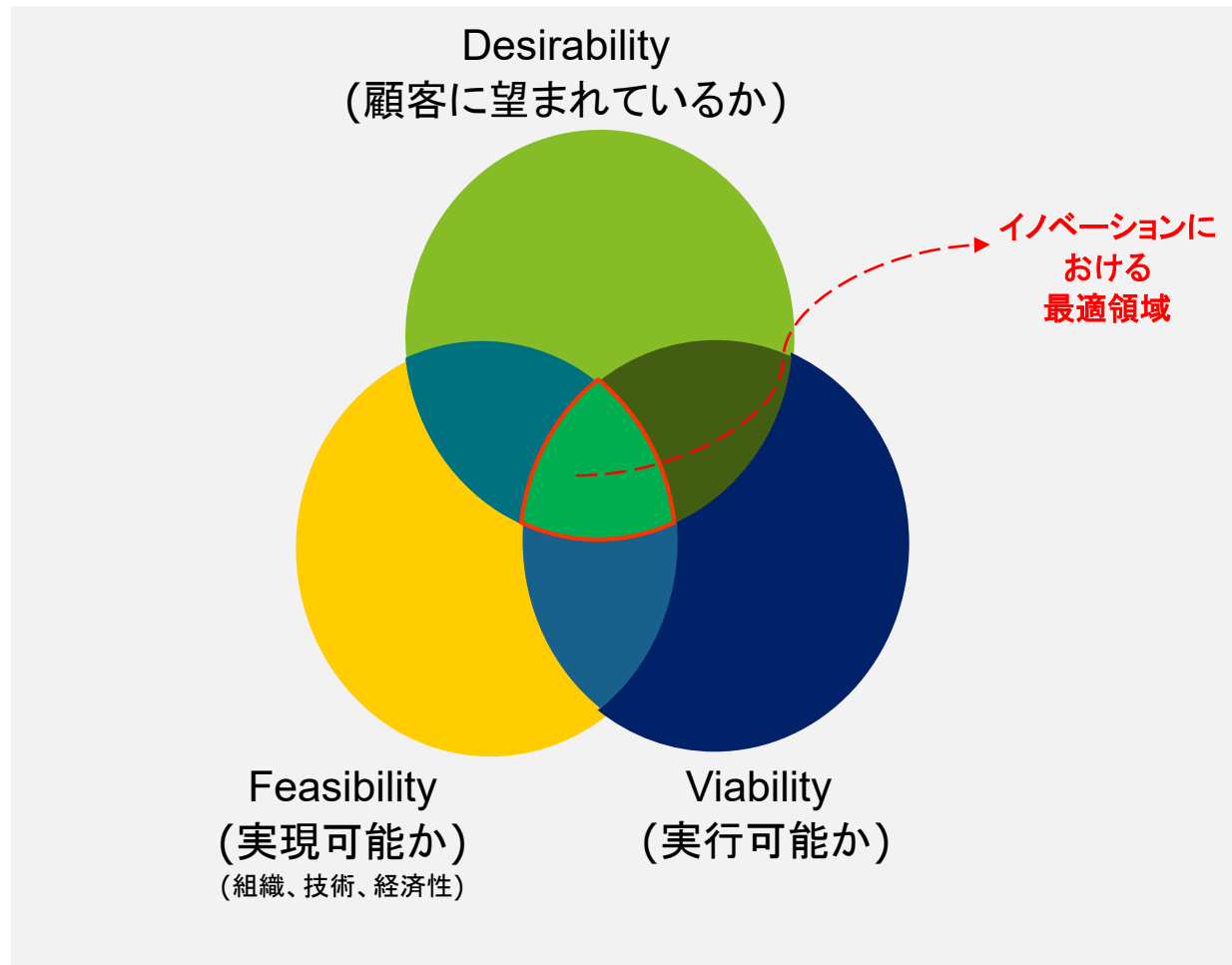
環境に合わせてイノベーション活動を最適化させる

【Thrive】

ビジネスモデルの刷新、新規事業の創造

COVID-19の環境下では、顧客ニーズ、実現可能性、実行可能性が大幅に変動、イノベーションのまたとない機会が到来している

Testing Innovation Framework (DVF)

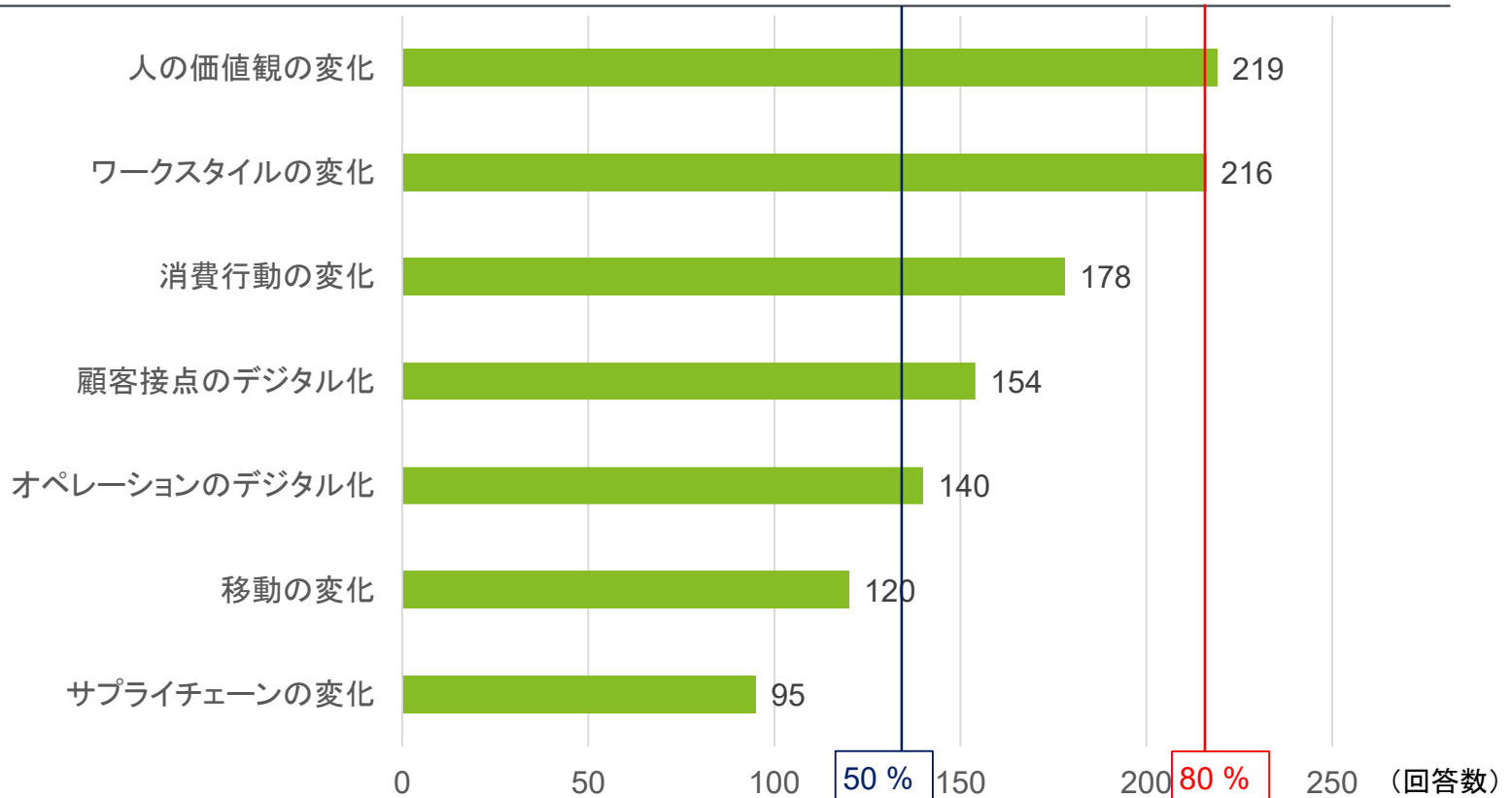


【顧客の変化、機会の変化】

80%以上の事業会社が“人の価値観の変化”“ワークスタイルの変革”を新規事業の機会として捉えている

「新規事業を構想する上で機会ととらえている事項をすべて回答してください。」

新規事業を構想する上で機会ととらえている領域 (N=270、大企業担当者へサーベイ実施 複数回答可)



出所: デロイト トーマツ ベンチャーサポートが実施したオープンイノベーションへの影響調査をもとに作成

【機会の変化】

著名ベンチャーキャピタリストのメアリー・ミーカー氏の見解



ベンチャーキャピタリスト
メアリー・ミーカー氏

- COVID-19による社会の変化については、まだわかり始めたばかりの段階
- 過去に、ウイルスによって世界が大きく変わったこともあるが、今回は科学とテクノロジーの力で影響が抑えられる可能性もある

【医療】

- テクノロジーとヘルスケアが結びつき、遠隔診断、ポイントオブケア、自動化やAI導入が進む
- 科学者やその他専門家はより大きな「声」を手にした
- 世界規模で「ドリームチーム」により昼夜問わず研究が進んでいる

【在宅】

- DXが加速し、新しいワークライフバランスが確立されつつある
- 今のところ在宅勤務はうまくいっている、今後の課題としては以下が挙げられている
 - ・在宅: オフィス比率の最適化
 - ・文化の維持、トレーニング
 - ・人材管理、セキュリティ
 - ・オフィスエリアの活用方法

【オンデマンドエコノミー】

- モビリティや宿泊関連は需要減も、日用品やフードデリバリーは堅調である
- オンデマンドエコノミーはこのままプレゼンスを保ち、就職口としても存在感を発揮する

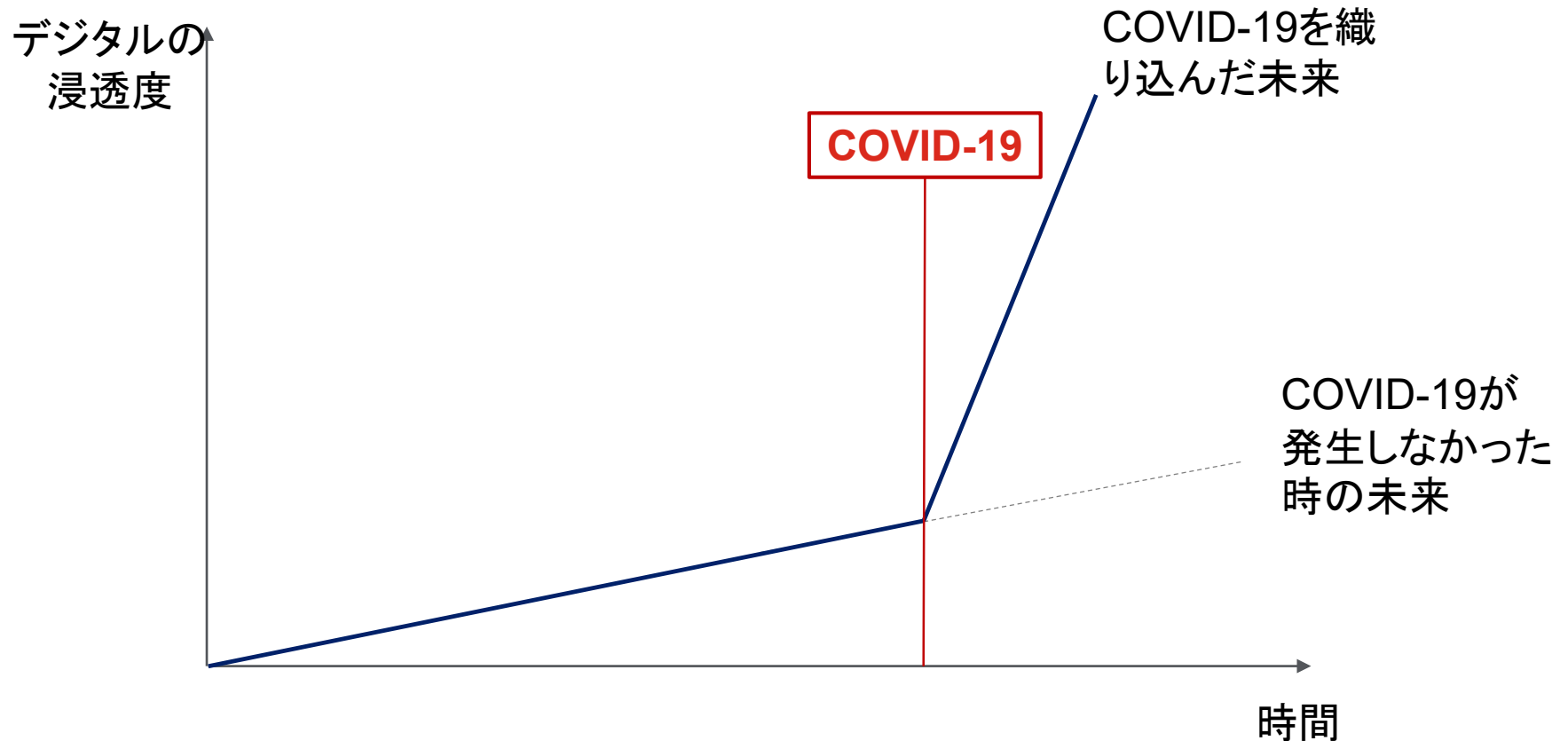
【今後】

- 今回の問題の解決には、大規模かつ論理的な、政府、ビジネス、起業家の関与が必要

【実現可能性への影響】

今回のCOVID-19の影響でデジタル化の流れが急激に加速化し、リーチし得る顧客層、顧客数が変化し、取り得るビジネスモデルが変化する可能性がある

デジタルシフトのスピード



【実行可能性への影響、受入環境、規制への影響】

COVID-19により、規制緩和が進み、新たな環境が生まれる

政府、企業によるデータ活用が進み、プライバシーの問題にも注目が集まる



歴史学者
サピエンス全史著者
ユヴァル・ノア・ハラリ氏

- 緊急時の時限的ルールは、撤廃されるまで長い時間を要することが多い
- 通常では起こりえないスピードで各種決定がなされているとともに、完全ではないテクノロジー等も使われることになる。
- 今回のCOVID-19危機が、「監視の歴史」における重大な分岐点になるかもしれない。「皮膚より上」から、「皮膚の下」の監視へと劇的な移行が起きているだけに、その懸念は強くなる。

これまで取得されていた
主な個人情報

COVID-19対策で始まる
「皮膚の下」の監視

位置

通話

決済



生体情報
(体温、血圧等)

「ニューノーマル」に？



経済学者
大不平等著者
フランコ・ミラノヴィッチ氏

- COVID-19対策は長く残る。テロ対策で始まった空港での検査が今もそのままになっている。
- 生き延びるために、政府が大きな力を持つようになる。ただし、一度持った力を弱めることは難しい。

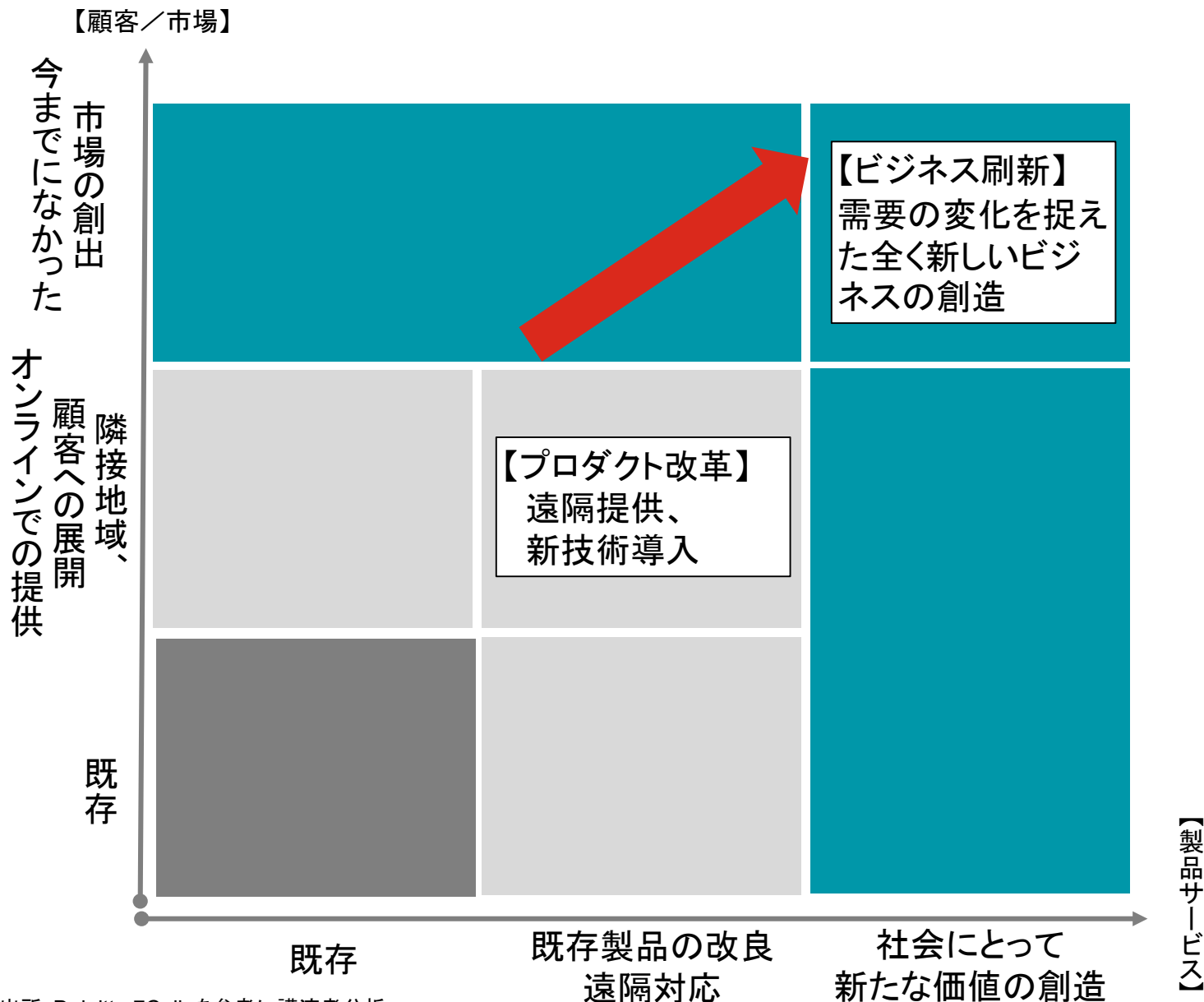
COVID-19の環境下では、顧客ニーズ、実行可能性、実現可能性が大幅に変動、イノベーションのまたとない機会が到来している

赤字: 大幅な変化が想定される項目

評価基準		検討項目
Desirability	顧客からの魅力度	顧客のニーズ
		市場競争力
		価格
		マーケティング/ブランディング
Feasibility	実現可能性 (組織、技術、経済性)	顧客基盤
		パートナー要件
		オペレーションモデル
		サプライチェーン機能
		営業 / 販路
		テクノロジー / システム
Viability	実行可能性	顧客の受入環境
		規制/政策/法的障壁
		難易度(投資額の制約/リソース調達を含む)

【Thriveにおけるフォーカス領域】

時間軸を意識しながら変化する環境の中で対応していくことが重要となる



スタートアップを中心にビジネスのトランスフォーメーションが始まっている

ビジネス刷新の例

	企業名	Without Corona	With Corona
新商品の提供 新顧客への展開	Airbnb	宿泊予約、訪問先の現地での“ローカル体験”サービスの提供	オンラインでの体験サービスを提供開始
	Uber, Uber Eats	ライドヘイリング ToC向けの宅配 サービスを提供	ToB 向けの宅配 個人宅間の宅配 小売りからの宅配を開始
遠隔需要への対応	Miro	デジタルホワイトボードなど 在宅・遠隔でのリアルタイム コラボレーションツール開発	Fortune100の80%が顧客 になり、\$50Mを追加調達 陣容を1.5倍に拡大予定
	ClassPass	ジムのフィットネス セッションの予約サービス	ライブストリーミング トレーニングの提供開始
規制緩和の活用 政府との協力	LabCorp	がんや糖尿病の在宅での 検査キットを開発	EUAを活用してCOVID-19の 在宅テストキットの初FDA認可
	Ola	モビリティプラットフォーム ライドヘイリングサービス提供	政府と協力し、市場で170万 人以上の農業従事者と 車両の動きを追跡管理

出所: 各社HPなどからデロイトトーマツベンチャーサポート株式会社作成

【Thriveまとめ】

項目	考察
COVID-19とイノベーションの関係	<ul style="list-style-type: none">・COVID-19により、イノベーションに影響を与える各要素(DVF)に変革が起こっており、今こそがイノベーションの絶好の機会である。・Postコロナの時代を見据えて、ユーザーが求めるものの変化に着目して新規事業を構想することが重要となる。
Desirabilityの変化 (顧客に望まれるもの)	<ul style="list-style-type: none">・80%超の企業が、COVID-19による人の価値観、ワークスタイルの変化に、50%超の企業がDXに事業機会を見出している。・人の価値観の変化としては、リーダーシップへの信頼、情報利用への認識、孤立主義、地域コミュニティの見直しなどが挙げられる。・ワークスタイルの変化においては、地理的空間的制約からの解放、多様性の受容などが大きなテーマとなる。・これらの変化はCOVID-19終息後も一定割合、一定期間継続すると考えられる。
Feasibilityの変化 (実現可能性)	<ul style="list-style-type: none">・COVID-19の影響でDXの流れが急激に加速化し、リーチし得る顧客層、顧客数が変化し、採算が成り立つビジネスモデルが大幅に変化する可能性がある。・例えば、従来と比して顧客獲得コストが激変し、今まで成り立たなかったビジネスが採算性を確保できるようになる可能性がある。

【Thriveまとめ】

項目	考察
Viabilityの変化 (実行可能性)	<ul style="list-style-type: none">・COVID-19の影響で、グローバルでの遠隔ヘルスケアサービス、位置情報とヘルスデータの統合解析、検査キットおよび治療薬の認可、無人配送などの規制が緩和されている。・データに対する規制、考え方が変化し、信頼できる主体がデータを有効に活用することに対する理解と期待が高まる。政府がデータを扱うパートナーとしてテックジャイアントやスタートアップとの協業を進める動きもある。
スタートアップおよび オープンイノベーション への期待	<ul style="list-style-type: none">・スタートアップは、デジタルトランスフォーメーションの進展、規制の緩和といった機会を活用して、ビジネスモデルを急速に変革している。・Uberは、デリバリー領域において、個人間の宅配を開始するとともにBtoB向け、小売り向けに顧客層を拡大している。ClassPassは、複数ジムが利用可能なサブスクリプションからオンラインフィットネスへと移行している。ライドヘイリングサービスを展開するOlaは、政府と連携して位置情報、本人確認画像を活用した追跡管理システムを提供し、情報インフラへと発展を遂げている。・急速な対応が求められるCOVID-19環境下においては、迅速なピボットが可能なスタートアップとのオープンイノベーションを検討することが重要となる。

COVID-19による環境変化が激しい中で、
時間軸を意識して段階的に対応していくことが重要となる

	今 Respond: 対応 Prepare Manage Continuity	With コロナ Recover: 回復 Learn and Emerge Stronger	Post コロナ Thrive: 成長 Prepare for the Next Normal
時間軸	1ヶ月～3ヶ月	2ヶ月～9か月	6ヶ月～18ヶ月
目標	状況を把握し 対応方針を策定 活動を再開する	環境に合わせて イノベーション活動を 最適化させる	ビジネスモデルを刷新 新規事業を創造する
対応	他社活動・動向理解 取り組み意義の説明 活動の再開	短期で成果が見込める 領域への集中 プロセスの最適化	新環境でのニーズ洞察 規制変更への着目 グローバルベンチマーク

COVID-19の環境下におけるイノベーション活動について相談窓口を開設するとともに、 今後もウェビナー等を通じた情報発信を行います

今回の調査結果を踏まえたご相談と今後の情報発信について

① COVID-19下でのイノベーション活動に関する相談窓口の開設

COVID-19の環境下におけるイノベーション活動に関するご相談については、以下URLまでお問い合わせください。

DTVS受付窓口 <https://tohmatu.smartseminar.jp/public/application/add/2039>

② COVID-19下でのイノベーション活動に関するウェビナーの開催、Morning Pitch Channelでの視聴

今回のアンケート結果をもとに4月27日に早稲田大学ビジネススクール教授・入山章栄氏と議論したセミナーの様子をMPチャンネル(Youtube)にて配信しています。併せてご覧ください。

<https://www.youtube.com/watch?v=NxMadNBfrBs>

③ COVID-19関連テーマのMorning Pitchの開催(検討中)

今後もMorning PitchではCOVID-19関連のテーマを扱っていきます。

<http://morningpitch.com/>

【編著者】

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 COO 木村 将之

mkimura@deloitte.com

【特別協力】

早稲田大学ビジネススクール教授 入山 章栄

【執筆協力】

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 熊谷 健介

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 松本 寛子

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 竹内 豪

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 前出 忠彦

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 澁谷 勇人

デロイトトーマツベンチャーサポート株式会社 吉田 哲郎

Deloitte.

デロイトトーマツ

デロイトトーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイトトーマツ合同会社並びにそのグループ法人(有限責任監査法人トーマツ、デロイトトーマツコンサルティング合同会社、デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイトトーマツ 税理士法人、DT弁護士法人およびデロイトトーマツコーポレートソリューション合同会社を含む)の総称です。デロイトトーマツグループは、日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に1万名を超える専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイトトーマツグループWebサイト(www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte(デロイト)とは、デロイトトウシュートーマツリミテッド(“DTTL”)、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人のひとつまたは複数指します。DTTL(または“Deloitte Global”)ならびに各メンバーファームおよびそれらの関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTLはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市(オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む)にてサービスを提供しています。

Deloitte(デロイト)は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務およびこれらに関連するプロフェッショナルサービスの分野で世界最大級の規模を有し、150を超える国・地域にわたるメンバーファームや関係法人のグローバルネットワーク(総称して“デロイトネットワーク”)を通じて Fortune Global 500®の8割の企業に対してサービスを提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約312,000名の専門家については、(www.deloitte.com)をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異にする可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。



IS 669126 / ISO 27001