

資金調達ピッチデッキ テンプレート（12枚構成）

IPO準備ロードマップ 監修：伊藤雅仁（経営戦略センター株式会社 代表取締役）

はじめに

本テンプレートは、シード～シリーズBラウンドのスタートアップが、VC・エンジェル投資家からの資金調達で使用する**標準的なピッチデッキ12枚構成**です。

数百件のIPO・資金調達案件に関与してきた知見をもとに、投資家が「知りたい順番」で情報が流れるよう設計しています。

12枚の全体構成

#	スライド	所要時間(目安)	目的
1	タイトル	10秒	第一印象・覚えてもらう
2	課題 (Problem)	60秒	共感・市場の切実さ
3	解決策 (Solution)	60秒	なぜ今この会社なのか
4	プロダクト	90秒	実物を見せる
5	市場規模 (TAM/SAM/SOM)	60秒	上限がどこまで伸びるか
6	ビジネスモデル	45秒	どう稼ぐか
7	トラクション (実績)	90秒	最重要 伸びている証拠
8	競合・差別化	60秒	なぜ負けないか
9	戦略・ロードマップ	60秒	次の3年で何を
10	チーム	60秒	実行できる理由
11	資金使途・マイルストーン	60秒	何にいくら使うか
12	調達条件・クロージング	30秒	希望調達額・バリュエーション

合計 約12分 でピッチ完了。質疑応答を含めて45～60分のミーティングが標準です。

各スライドの詳細ガイド

Slide 1: タイトル

構成要素 - 会社名・ロゴ - ワンライナー（一文で事業を説明） - プレゼンター氏名・日付

ワンライナーの作り方

[誰のための] [何を] [どうする] サービス

例 - 「中小製造業のための 受発注業務を デジタル化する SaaS」 - 「新卒採用に悩む成長企業のための スカウト特化型採用プラットフォーム」

避けるべき表現 - ❌ 「AIを活用した次世代ソリューション」（具体性なし） - ❌ 「世界を変える」（抽象的すぎ）

Slide 2: 課題 (Problem)

構成要素 - 誰が・何に困っているか（具体的なペルソナ） - その課題の深刻度（数字で示す） - なぜ既存の解決策では不十分か

書き方のコツ - 1スライドに課題は**最大3つまで** - 各課題に対し「〇〇によりxx円の損失」のように金額換算すると刺さる - 自社のプロダクトと関係ない課題は書かない

例：中小製造業向け受発注SaaS

年商5-50億円の中小製造業は、FAXと電話による受発注業務で**月平均80時間**を浪費。人件費換算で**年間400万円の損失**が発生している。既存の大手ERPは月額30万円以上で導入できない。

Slide 3: 解決策 (Solution)

構成要素 - 一言で解決策を表現 - 既存手法との違い（before / after） - コアとなる独自性（なぜこの会社だからできるのか）

よくある失敗 - プロダクト機能の羅列になってしまう - 競合との差別化を書いてしまう（→ Slide 8で書く）

書くべきこと - 「〇〇という独自の**アプローチ**で、課題を根本解決」 - 「〇〇だけが持つ**xxのデータ/技術/ネットワーク**」

Slide 4: プロダクト

構成要素 - スクリーンショット 2~3枚 - 主要な機能 3~5個 (絞る) - ユーザーの体験フロー

見せ方のポイント - **モバイル画面とPC画面** 両方見せる (BtoCはモバイル優先) - ユーザーが最も「便利」と感じる画面を1枚目に - デモ動画があれば投資家に別途送る (デック内に動画は入れない)

書かないほうが良いこと - 技術スタック (投資家の99%は興味なし) - セキュリティ認証の詳細 (別資料で対応)

Slide 5: 市場規模 (TAM/SAM/SOM)

構成要素 - TAM (Total Addressable Market) : 最大市場 - SAM (Serviceable Addressable Market) : 自社が狙える市場 - SOM (Serviceable Obtainable Market) : 3-5年で獲得可能な市場

計算の作り方

TOP-DOWN方式 (信頼性低いが作りやすい)

市場規模レポート × 自社の取り分

例: 「中小製造業向けITツール市場 2,000億円 × 10%シェア = 200億円」

BOTTOM-UP方式 (投資家に好まれる)

ターゲット企業数 × 平均ARPU × 獲得率

例: 「中小製造業 30万社 × ARPU年間24万円 × 1%獲得 = 72億円」

注意点 - TAM > 1,000億円ないとVCの検討テーブルに乗らない (目安) - SOM は現実的な範囲で (ここで盛ると信頼を失う) - 数字の出典を明記 (白書・矢野経済・富士キメラ等)

Slide 6: ビジネスモデル

構成要素 - 収益モデル (サブスク・従量課金・仲介手数料 etc) - 価格設定 (プラン別) - ユニットエコノミクス (LTV / CAC / Payback Period)

必ず記載すべきKPI - **ARPU** (顧客単価) - **チャーンレート** (解約率) - **LTV** (顧客生涯価値) - **CAC** (顧客獲得コスト) - **LTV/CAC 比率** (3倍以上が健全) - **Payback Period** (12ヶ月以内が理想)

注意点 - 数字の根拠 (実績 or 推定) を明示 - 推定の場合は「事業計画」と明記

Slide 7: トラクション（実績） ★最重要

構成要素 - MRR/ARR または売上推移グラフ - 顧客数・GMV等の定量指標 - 重要顧客のロゴ
(許可を得たもののみ)

右肩上がりのグラフが命 - 12ヶ月分の月次推移を必ず見せる - 直近の成長率 (QoQ = 前四半期比、YoY = 前年同月比) - 「なぜ伸びているか」の一文添付

Seedラウンドでトラクションが薄い場合 - β 版利用者数 - Waitlist登録数 - LOI (購入意向書)の数 - パイロット導入先ロゴ

やってはいけないこと - 累計値だけ見せる (単月成長が分からない) - 「前月比250%成長」(ベースが小さすぎて錯覚)

Slide 8: 競合・差別化

構成要素 - 競合マップ (2軸マトリックス or 機能比較表) - 自社の独自ポジション - 模倣困難性
(なぜ後発に負けないか)

書き方のコツ - 「競合なし」は絶対NG (調査不足と見なされる) - 直接競合・間接競合・代替手段すべて記載 - 軸は「価格×機能」以外を工夫する (例: 「導入の手軽さ×カスタマイズ性」)

模倣困難性の書き方 - データの蓄積 (先行利用者の利用データ) - ネットワーク効果 - スwitchングコスト - 独占的パートナーシップ - 特許・知財

Slide 9: 戦略・ロードマップ

構成要素 - 3年間のマイルストーン - 地域展開・プロダクト展開の順序 - 重要な意思決定タイミング

書き方

Year 1: プロダクト完成、100社導入、ARR 1億円

Year 2: 機能拡張、500社導入、ARR 5億円

Year 3: 海外展開、1,500社導入、ARR 15億円

よくある失敗 - 「10年で1,000億円」のような遠すぎる目標 - 具体的な施策が書かれていない

Slide 10: チーム

構成要素 - 経営陣の写真・氏名・役職 - 前職・主要実績 (1-2行) - アドバイザー・社外取締役
(重要人物がいれば)

書くべき実績 - 類似領域での起業・経営経験 - 前職での具体的成果（数字込み） - 当該領域の専門性

NG - 「〇〇大学卒業」のみ（実績にならない） - チームの人数は多く見せるより、**コアメンバーを濃く**

Slide 11: 資金使途・マイルストーン

構成要素 - 調達資金の使途（%グラフ） - 次ラウンドまでのマイルストーン - 現状のキャッシュ・ランウェイ

一般的な使途内訳

採用（エンジニア・営業）： 50-60%
マーケティング： 20-30%
プロダクト開発： 10-15%
運転資金： 10%

マイルストーン - 次ラウンド（シリーズAなら B）までに達成する指標 - ARR・顧客数・プロダクト指標を明確に - 達成時期の目安（〇〇年〇月までに）

Slide 12: 調達条件・クロージング

構成要素 - 希望調達額 - バリュエーション（Pre/Post） - ラウンドの種類（シード・シリーズA等） - リード投資家の有無 - タイムライン（いつまでに締めたいか）

注意点 - プレデック（事前送付版）では数字を伏せる選択肢あり - 口頭のみで伝える場合も多い - Pre/Postの記載間違いに注意

書き方例

調達額： 3億円
ラウンド： シリーズA
Pre-money Valuation： 12億円
Post-money Valuation： 15億円
希望クロージング： 2026年6月末

補足：ピッチデックの2バージョン戦略

① 投資家送付用デック

- メール等で事前に送る
- 12-15枚、各スライドに補足テキスト
- 音声なしで読んでも意味が通るように

② プレゼン用デック

- 対面/オンラインで話しながら使う
- 10-12枚、情報を絞ってビジュアル優先
- スピーカーノートに詳細を記載

よくある失敗Top5

1. **トラクションを見せない** → 1ページ目近くに持ってくる
2. **長すぎる (20枚超)** → 12枚に削る勇気
3. **文字情報が多すぎる** → 1スライドに要素3つまで
4. **ビジネスモデルが曖昧** → ユニットエコノミクスを明示
5. **競合を「いない」と書く** → 必ず存在する前提で競合マップ作成

チェックリスト

送付前に以下を確認してください。

- 全スライドのワンライナーが明確
- トラクション・数字に嘘がない（後日必ずDDされます）
- 画像解像度が低くないか
- フォントが混在していないか
- 誤字脱字チェック
- PDFで送付する（PowerPoint・Keynoteのままは非推奨）
- ファイル名: 社名_PitchDeck_YYYYMM.pdf

次のステップ

ピッチデックの作成が完了したら、次は以下のテンプレートもご活用ください。

- **VCタームシート読解チェックリスト**（近日公開）
- **資本政策テンプレート**（近日公開）
- **資金調達ラウンド完全ガイド**（記事）：<https://ipo-roadmap.jp/startup/funding-rounds/>

個別のピッチ内容レビューをご希望の場合は、経営戦略センターまでお問い合わせください。

- お問い合わせ: <https://ipo-roadmap.jp/contact/>
- 経営戦略センター: <https://strategy.jp/>