



2021年が飛躍に向けた
転換点となるのか、活況を呈した
国内スタートアップM&A

— EYスタートアップM&A動向調査 2021 —

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
2022年5月30日



EY

Building a better
working world

日本において、スタートアップを対象としたM&Aの案件数は増加傾向にあり、かつ大型化しているため、スタートアップにとっては、IPOと並ぶ有力なEXIT手段になりつつあります。本稿では、国内スタートアップへのM&A動向や特徴を概説します。

要点

- ▶ 2021年の国内スタートアップを対象としたM&Aの件数は、前年比58%増の143件となり、調査開始以降、過去最高となった。
- ▶ M&Aの大型化、グローバルプレーヤーの参入という意味でも、2021年は画期的な1年となった。PayPalがPaidyを3,000億円で買収した案件は、その象徴的な事例と言えるだろう。
- ▶ 新興企業と非上場企業で買い手企業の85%を占める構造は大きく変わっていないが、買収先の事業内容は「BtoB」、買収目的は「既存事業強化」が大きく増加した。

調査方法と用語の定義

- ▶ 株式会社ユーザベースが提供するスタートアップデータベース「INITIAL」の2022年3月21日時点のデータ、および各社から発表されたプレスリリースや経営者インタビュー記事などの公開情報に基づき、EYが独自に集計・分析を実施した。
- ▶ 本稿において「スタートアップ」とは、日本国内の未公開企業であり、独自のテクノロジーや製品・サービス、ビジネスモデルを持ち、事業成長のための投資を行い、事業成長拡大に取り組んでいる企業を指す。
- ▶ 本稿において「M&A」とは、50%超の株式を取得すること、または事業譲渡により事業を取得することを指す。

目次

1 国内スタートアップのM&A件数は前年比58%増と大きく躍進	02
2 グローバル企業も参入しスタートアップM&Aが大型化	03
3 BtoBスタートアップを対象としたM&Aが大幅増	05
4 M&A対象は会社設立から2～4年のスタートアップが最多	07
5 引き続き新興企業がスタートアップM&Aをけん引	08
6 「既存事業強化」を目的としたスタートアップM&Aが増加	09
7 まとめ	13



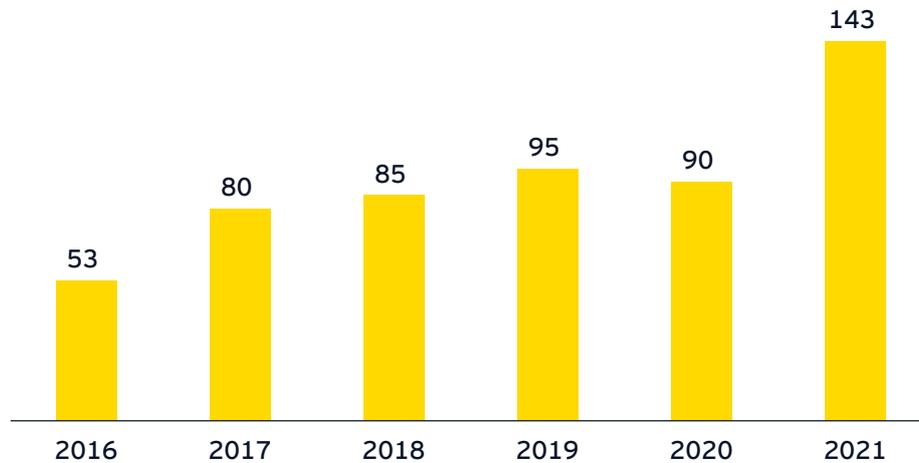
1

国内スタートアップのM&A件数は前年比58%増と大きく躍進

国内スタートアップを対象としたM&Aは、これまで増加傾向にありましたが、図表1に示す通り、2021年は前年比58%増の143件と大きく増加し、調査開始以降、過去最高の件数となりました。ビジネスの現場では、引き

続き新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の影響が続いていますが、スタートアップへのM&A意欲は衰えるどころか、むしろ高まっていると言えそうです。

図表1 国内スタートアップを対象としたM&A件数の推移

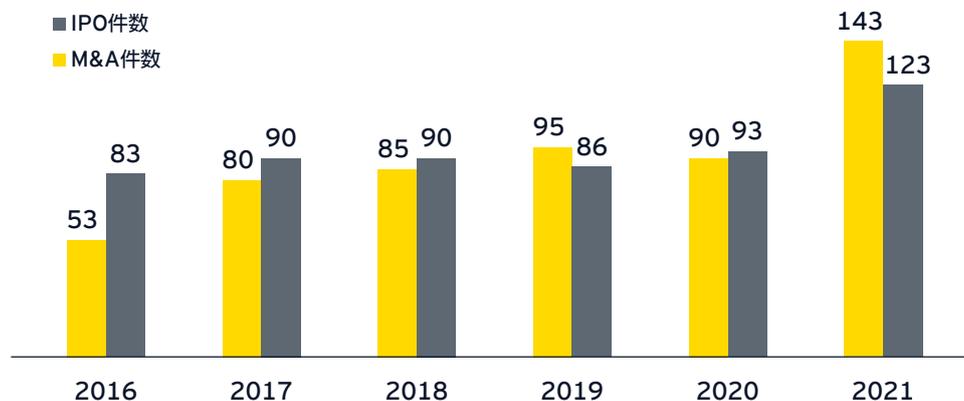


注) INITIALにおける公表日をベースに集計
出典: INITIAL (2022年3月21日時点) を基にEY分析

また、国内スタートアップを対象としたM&A件数と国内IPO件数との比較を、図表2に示します。2021年の国内IPO件数は123件と、こちらも前年比で32%増加したものの、M&A件数の方がさらに高い伸びを示した

ため、2021年はM&A件数がIPO件数を16%上回る結果となりました。国内でもスタートアップのEXIT手段としてM&Aが定着しつつあると言えそうです。

図表2 国内スタートアップのM&Aと国内IPOの件数比較



注) M&A件数はINITIALにおける公表日をベースに集計、IPO件数にはTOKYO PRO Marketは含まない
出典: INITIAL (2022年3月21日時点) を基にEY分析

2

グローバル企業も参入し スタートアップM&Aが大型化

ここでは、2020～2021年のM&A案件の買収額を見ていきたいと思ひます。まず前提として、買収額は非開示となっている案件も多く、2020年の90件のうち、INITIALで買収額が確認できたものは17件でした。2021年は、143件のうち、INITIALで買収額を確認できたものが27件、それ以外の開示資料などから買収金額が確認・推定できたものが5件で、合計32件でした。このように、買収額についてはデータ入手に限界があるものの、金額が大きめの案件では開示される傾向にあります

ので、まず金額が大きめの案件を中心に動向を考察してみたいと思ひます。

2020年の買収額が確認できた17件のうち、買収額が10億円以上のものは、図表3に示す通り4件でした。この中で最も買収額が大きかったのは、マネーフォワードがアール・アンド・イー・シーを約13億円で買収した案件でした。

図表3 2020年のスタートアップM&A案件における買収額(10億円以上の案件)

公表日*1	買収企業	売却企業(事業)	事業内容	買収額(億円)*2
2020年7月31日	株式会社マネーフォワード	株式会社アール・アンド・イー・シー	金消込・債権管理の自動化システムの開発・運営	13.3
2020年1月10日	フィードフォースグループ株式会社	アナグラム株式会社	インターネットマーケティング支援事業	12.5
2020年12月18日	株式会社LITALICO	福祉ソフト株式会社	介護報酬請求ソフトの開発・販売	10.5
2020年2月27日	株式会社JMDC	ミーカンパニー株式会社	医療系データベースの開発・販売	10.5

*1 INITIALにおける公表日

*2 買収額は一部推定値を含む(0.1億円未満は四捨五入)

出典: INITIAL(2022年3月21日時点)、各社プレスリリースを基にEY分析

次に、2021年の買収額を確認できた32件のうち、買収額が10億円以上となったものは、図表4に示す通り18件となり、2020年よりも大幅に増加しました。中でも、PayPalがPaidyを3,000億円で買収した案件は、スタートアップ業界では過去に例が無い大型案件であり、世間に大きな衝撃が走ったのは記憶に新しいところです。2021年は、Paidyも含め、100億円以上のメガディールが3件(M&A後の業績次第で100億円超と

なる可能性があるARTham Therapeuticsを加えると4件)、20億円以上の案件で見ても11件となっており、M&Aの大型化が一気に進んだ1年となりました。

また、PayPalだけでなく、Googleがpringを100億円で買収しており、国内スタートアップの買い手企業としてグローバルプレーヤーが参入してきたことも、2021年の特筆すべき事象と言えるでしょう。

図表4 2021年のスタートアップM&A案件における買収額(10億円以上の案件)

公表日*1	買収企業	売却企業(事業)	事業内容	買収額(億円)*2	備考
2021年9月8日	PayPal Holdings, Inc.	株式会社Paidy	後払い決済サービスの開発・提供	3,000	
2021年7月2日	株式会社ディー・エヌ・エー	株式会社IRIAM	バーチャルライブ配信アプリ運営	120	
2021年8月31日	Google International LLC	株式会社pring	無料送金アプリ企画・運営	109	
2021年11月30日	科研製薬株式会社	ARTham Therapeutics株式会社	治療候補薬の研究開発	55~127	買収時に55億円、その後の開発進捗に応じて最大約72億円の追加支払い
2021年5月13日	株式会社PKSHA Technology	株式会社アシリレラ	RPAロボット管理・制御ソフトウェア開発	50~	買収時に45億円で90%を取得、残り10%は買収後の業績連動で決定(残り10%の買収下限は5億円)
2021年12月12日	株式会社ポーラ・オルビスホールディングス	トリコ株式会社	カスタマイズサプリメントの製造販売	33	
2021年7月2日	株式会社ディー・エヌ・エー	日本テクトシステムズ株式会社	認知症医療関連アプリ・サービスの開発	30	株式交換でのM&Aであるため、効力発生日の株価で算出
2021年3月12日	朝日インテック株式会社	株式会社A-Traction	腹腔鏡手術支援ロボットの開発	27~35	買収時に26.8億円、買収後に一定条件クリアで最大8.6億円の追加支払い
2021年3月10日	freee株式会社	株式会社サイトビジット	電子契約支援サービス運営	28	
2021年8月31日	SBIファイナンシャルサービスズ株式会社	株式会社FOLIOホールディングス	資産運用サービス・運用基盤提供	21+α	第三者割当増資(約21億円)と既存株主からの一部譲渡にて連結子会社化
2021年11月30日	株式会社マネーフォワード	HiTTO株式会社	HRチャットボットの提供	20	
2021年8月27日	株式会社ブレイド	株式会社Emotion Tech	顧客・従業員体験管理システムの提供	17	
2021年5月11日	株式会社デジタルハーツホールディングス	株式会社アイデンティティー	求人広告販売・IT人材エージェント	16	
2021年3月26日	株式会社スズケン	エンプレース株式会社	医療介護関連SNS運営	15	
2021年2月15日	株式会社ギフトィ	ソウ・エクスペリエンス株式会社	体験ギフト商品の企画・販売	15	
2021年7月14日	株式会社Macbee Planet	株式会社Alpha	広告プラットフォームの開発	12	
2021年10月22日	株式会社NTTドコモ、株式会社メドレー	株式会社ミナカラ	オンライン薬局の運営	12	NTTドコモ(85.1%取得)とメドレー(14.9%取得)で共同買収
2021年5月21日	株式会社インテージ	株式会社リサーチ・アンド・イノベーション	購買データに基づく広告サービス	11	

*1 INITIALにおける公表日

*2 買収額は一部推定値を含む(1億円未満は四捨五入)

出典: INITIAL(2022年3月21日時点)、各社プレスリリースを基にEY分析

3

BtoB スタートアップを対象とした M&A が大幅増

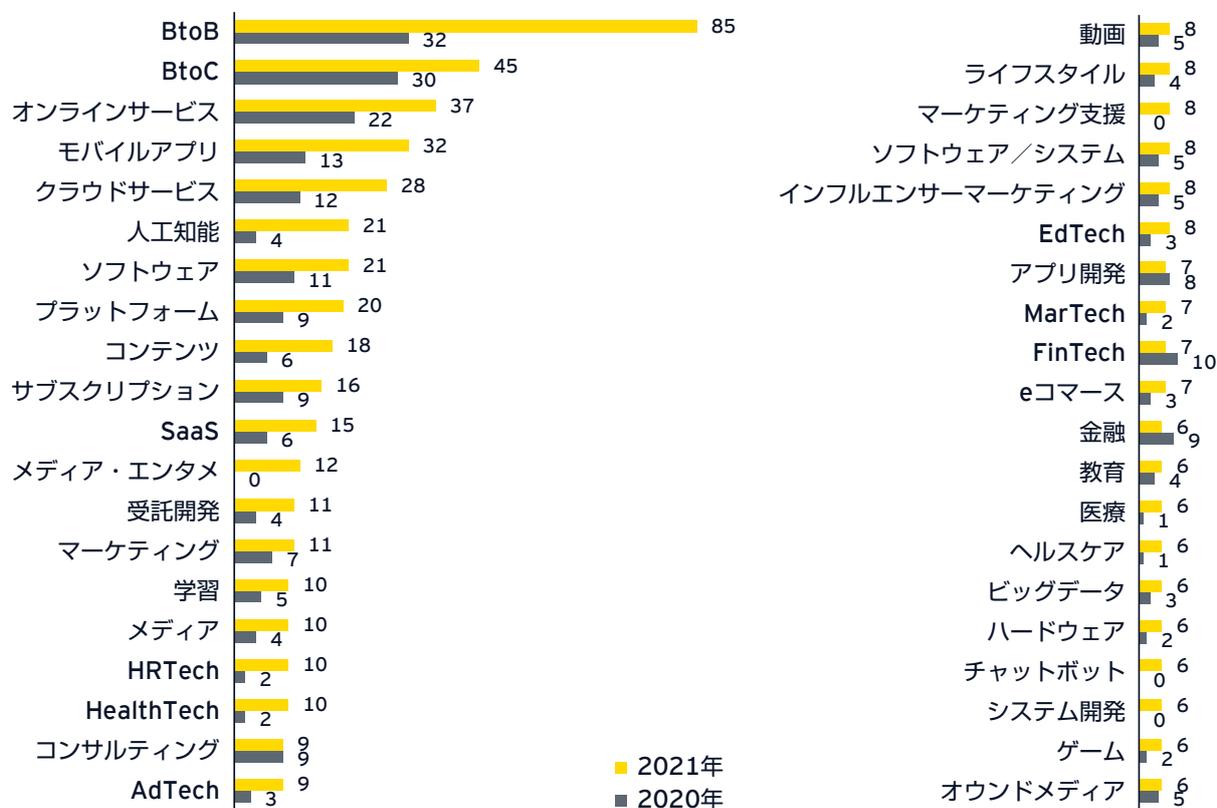
ここでは、2021年にM&A対象となったスタートアップ143社が、具体的にどのような事業を行っていたのかを見ていきたいと思います。スタートアップは新しいビジネスモデルで事業を行っていたり、新規市場を創出するような取り組みを行っているため、複数のセクター（産業）領域にまたがっていたり、複数のビジネスモデルを併用することもあり、一般的にスタートアップの事業分類は複雑になりがちです。そのため、ここではINITIALによるスタートアップの分類手法を活用して分析を行いました。

INITIALでは、スタートアップのセクターや事業内容に基づき、独自にタグを付与しています。そこで、2021年にM&A対象となったスタートアップ143社にどのようなタグが付与されていたかを集計・分析した結果を、図

表5に示します。また、図表5では、比較のために2020年にM&A対象となった90社について付与されていたタグを集計した結果も掲載しています。なお、INITIALでは1つのスタートアップに複数のタグを付与しているため、図表5においても、1つのスタートアップが複数項目に該当していることに注意しながら見ていきましょう。

図表5によると、M&A対象の多くが何らかの形でITを活用するスタートアップであるものの、前年と同様にさまざまなタグが登場しており、多様な事業を手掛けるスタートアップが対象になっていることが見て取れます。図表5には記載しきれませんでした。143社のスタートアップで累計281種類のタグが登場し、そのうち221は対象が3社以下となっており、ロングテール型で事業内容が分散していました。

図表5 2020～2021年にM&A対象となったスタートアップの事業内容別件数

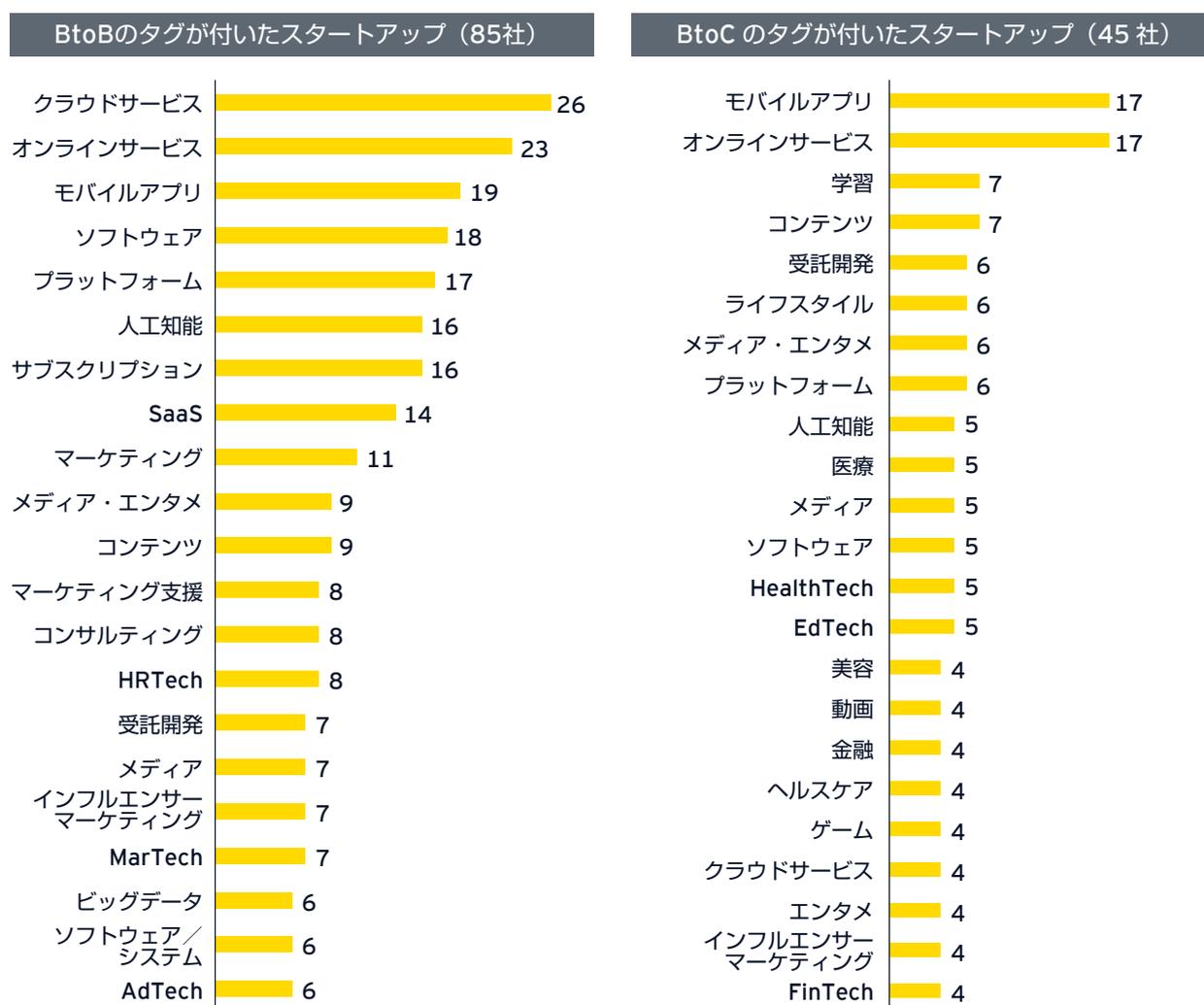


注) M&A対象となった企業にINITIALが付与していた事業内容を表すタグを、付与数が多い順に掲載。各社に複数のタグが付与されており、2021年にM&A対象となった143社には1社あたり平均6.7個、2020年の90社には1社あたり平均5.4個のタグが付与されていた
出典: INITIAL (2022年3月21日時点) を基にEY分析

また、前年との比較で特徴的だったこととしては、「BtoB」の大幅な増加が挙げられます。前年は「BtoB」が32件、「BtoC」が30件とほぼ拮抗していたのですが、2021年は、「BtoC」は50%増の45件だったのに対し、「BtoB」は166%増の85件と大きく躍進しました。そこで、「BtoB」と「BtoC」で、それぞれどのような事業内容のスタートアップがM&A対象となったのかを分析した結果を、図表6に示します。図表6によると、「モバイルサービス」「オンラインサービス」「ソフトウェア」といった多くの事業に共通するタグを除いて見たときに、

BtoCでは特定領域への偏りは見られず、多くのタグが7社以下で並んでおり、多様な事業内容の企業が幅広くM&Aの対象になっていることが見て取れます。一方、BtoBでは、「クラウドサービス」「プラットフォーム」「人工知能」「サブスクリプション」「SaaS」「マーケティング」といったタグが上位に登場し、それ以降は多くのタグが10件以下でロングテールになっており、トレンドとなっているビジネスモデル・技術を獲得するためのM&Aがけん引している様子が見て取れました。

図表6 2021年にM&A対象となったスタートアップの事業内容別件数 (BtoB vs BtoC)



注) M&A対象となった企業にINITIALが付与していた事業内容を表すタグを、付与数が多い順に掲載。各社に複数のタグが付与されている
出典: INITIAL (2022年3月21日時点)を基にEY分析

4

M&A 対象は会社設立から 2～4年のスタートアップが最多

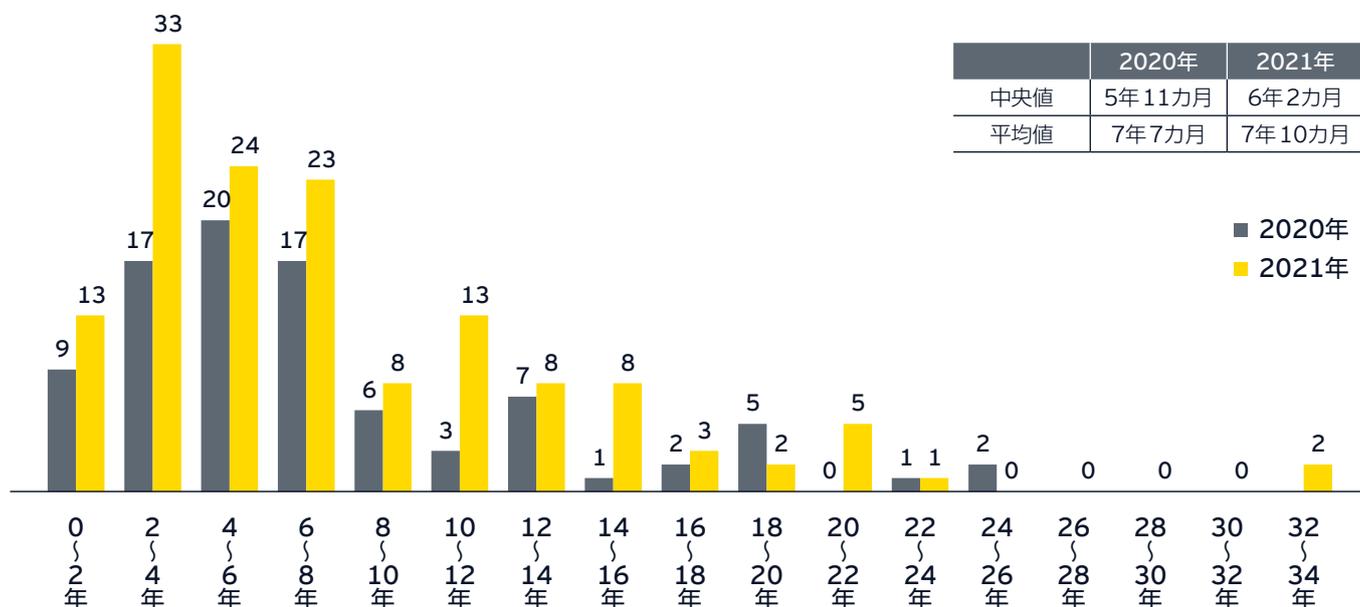
ここでは、2020～2021年にM&Aの対象となったスタートアップが、会社設立からどのくらいの期間を経てM&Aに至ったのかを見ていきたいと思ひます。会社設立からM&Aまでの期間別(2年刻み)に件数を集計した結果を、図表6に示します。なお、図表6には事業譲渡の案件も含まれていますが、譲渡対象となった事業の開始時期を個別に特定することが困難であったため、ここでは事業譲渡案件についても、会社設立からのM&Aまでの期間で集計しています。

図表7によると、2021年に最も件数が多かったのは、会社設立から2年以上4年未満(33件)であり、2020年で最も件数が多かった4年以上6年未満(20件)よりも早まっており、創業から間もない若い企業に対しても、積極的にM&Aが行われていることが見て取れました。中央値と平均値で見ると、ともに2021年の方が

前年よりも若干(約3カ月)長くなっていました。また、2020年・2021年ともに、会社設立から12年未満のスタートアップが全案件の8割を占めていました。つまり、2021年は件数ピークが若干早まって2年以上4年未満となったものの、全体としてM&A対象が若い企業にシフトしているわけではなさそうです。

なお、2021年に最も件数が多かった会社設立から2年以上4年未満という、一般的にはアーリーステージのスタートアップであることが想定されます。スタートアップM&Aにおいては、利益が出るようになって確立できた事業を買うというよりも、ビジネスモデルが未成熟な段階であっても、自社で立ち上げるよりも時間を買うことができるので、買収後にその事業を自ら完成させる、もしくは自分たちの事業に組み込む、という姿勢で買手企業がM&Aを行っている様子が見えがえします。

図表7 2020～2021年にM&A対象となったスタートアップの会社設立からM&Aまでの期間別件数



	2020年	2021年
中央値	5年11カ月	6年2カ月
平均値	7年7カ月	7年10カ月

注) 図中では、「2年以上4年未満」を「2～4年」と表記
出典: INITIAL (2022年3月21日時点)、各社ホームページの情報を基にEY分析

5

引き続き新興企業が スタートアップM&Aをけん引

ここでは、2021年のM&A案件を対象に、買収企業が上場企業か非上場企業か、さらに上場企業については、2000年以降に上場した企業か、1999年以前に上場した企業かで分類して集計しました。

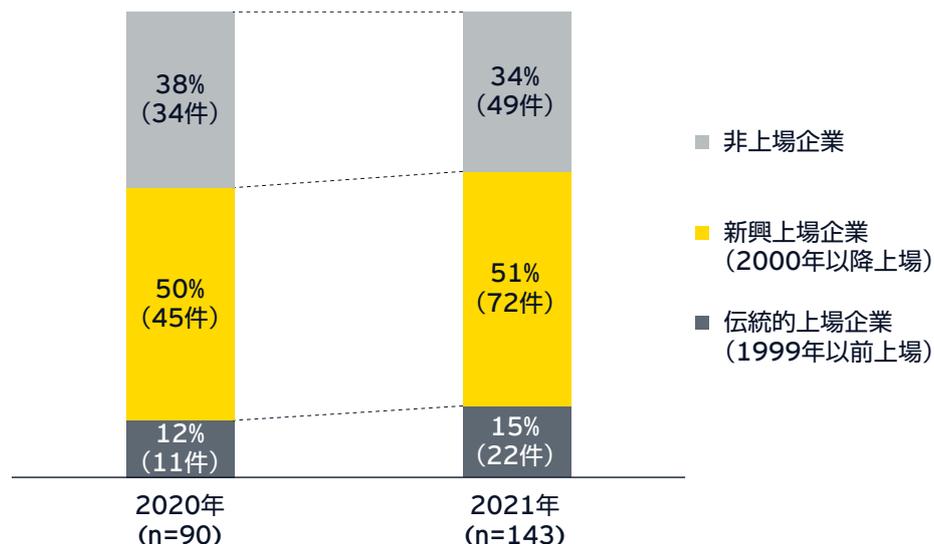
これは、日本で新興市場が開設した2000年¹を1つの区切りとして、1999年以前に上場した企業を「伝統的上場企業」、2000年以降に上場した企業を「新興上場企業」と簡易的に分類し、「伝統的上場企業」「新興上場企業」および「非上場企業」のうち、どのような企業がスタートアップの買収主体となっているかを分析することを目的としています。なお、買収主体が上場企業の子会社は親会社、前身企業がある場合は前身となる企業の上場年月で分類しています。

図表8に示す通り、スタートアップM&Aの買い手企業としては、新興上場企業が全体の半分を占め最多であり、それに非上場企業が続ぎ、両社で全体の8割を超え

ており、傾向としては前年と大きく変わらず、引き続き2021年も新興企業（非上場企業と新興上場企業）が国内のスタートアップM&Aをけん引しているという構造が見て取れます。

伝統的大企業については、構成比では前年の12%から15%へと微増にとどまっているものの、実際の件数を見てみると、前年の11件から2021年は22件と倍増しており、伝統的大企業もスタートアップM&Aにかなり積極的になってきた様子がうかがえます。伝統的上場企業は、この10年間でCVC（コーポレート・ベンチャーキャピタル）を次々に設置して、スタートアップとの協業からマイノリティ投資にまで踏み込み多くの経験を積んできました。ここからさらに踏み込んで、スタートアップM&Aを行う件数が今後も伸びていくのかについては、筆者も注目していきたいと思います。

図表8 2020～2021年のスタートアップM&Aの買手企業の分類



注) 買収主体が上場企業の子会社である場合は親会社の上場年月を採用し、前身企業が上場していた場合は当該前身企業の上場年月を採用

出典：INITIAL（2022年3月21日時点）を基にEY分析

1. 東証マザーズは1999年11月、ナスダック・ジャパンは2000年6月に開設

6

「既存事業強化」を目的とした スタートアップM&Aが増加

ここでは、スタートアップM&Aの買い手となる企業がどのような目的でスタートアップを買収しているのかを分析するために、図表9に示す枠組みでスタートアップM&A案件を分類し、目的別のM&A件数を集計しました。図表9に示す通り、まずは獲得対象がすでに事業として一定程度確立している会社もしくは事業を買収する案件（事業獲得）と、事業そのものというよりも、要素技術や人材といった特定のリソース獲得を目的とした案件（リソース獲得）に分類しています。案件の分類は、M&Aのプレスリリースにおける「買収目的」の記載内容や、買い手企業／被買収企業の経営者インタビュー記事などの公開情報に基づいて行っています。

事業獲得については、買収した事業が自社の既存製品・サービスとは異なるもので、かつ買収後も単独の事業として維持・発展させていくことが意図されている場合

は、「新規事業創出」に分類しています。また今後、買収した事業を自社の既存事業に組み込む形で運営していただくことが意図されている場合は、「既存事業強化」に分類しています。

リソース獲得の案件については、「人材獲得」と「技術獲得」に分類しています。「人材獲得」に分類したのは、買収した事業を活用していただくことよりも、むしろ獲得した人材のリソースやノウハウを、買収した事業に限らず幅広く活用することが意図されている案件としています。また、買収対象の事業を単独の事業として運営していくのではなく、獲得した技術資産（特許、ソフトウェアなど）を自社の事業に活用することが意図されている場合は、「技術獲得」に分類しています。技術獲得の買収対象の多くは、事業としてはまだ成立していないアーリーステージの会社となっています。

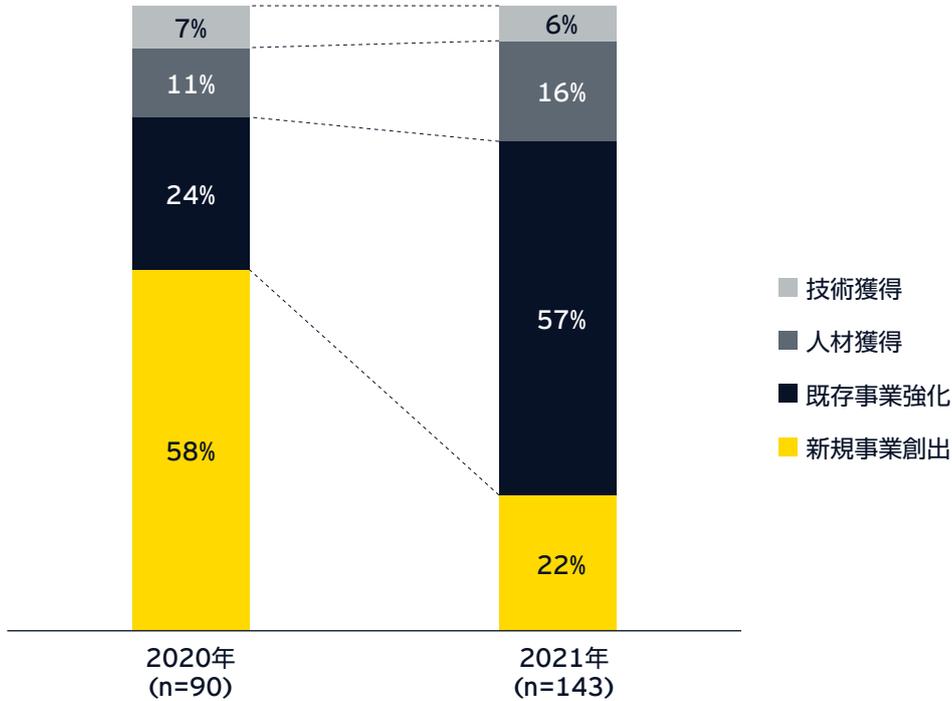
図表9 買収目的の定義

獲得対象	買収目的	定義
事業獲得	新規事業創出	既存顧客に提供する新規サービスの獲得、新たな事業の展開など新規事業創出のため
	既存事業強化	新規市場、顧客基盤の獲得や本業に関連する事業といった既存事業強化のため
リソース獲得	人材獲得	エンジニアや経営人材の獲得のため（買収した事業に限らず、自社の既存事業も含め幅広く活用する想定）
	技術獲得	技術資産（特許、ソフトウェアなど）を獲得し、自社事業に活用するため

図表9に基づき、2020～2021年のスタートアップM&A案件を買収主体別に分類した結果を、図表10に示します。2021年は前年と比較して、「新規事業創出」

を目的としたM&Aが前年比36ポイント減の22%と大きく減少しており、逆に前年比33ポイント増で57%となった「既存事業強化」とほぼ逆転する形となりました。

図表10 2020～2021年のスタートアップM&Aにおける買収目的



出典：INITIAL（2022年3月21日時点）、各社ホームページ、プレスリリースなどの公開情報を基にEY分析

では、これらの変化がどこで起きているのかを見ていきたいと思えます。図表10の内容を割合ではなく件数で示したものを、図表11の左側に「全案件」として示し、その右側に買収主体別（『伝統的上場企業』『新興上場企業』『非上場企業』）の内訳を示しています。

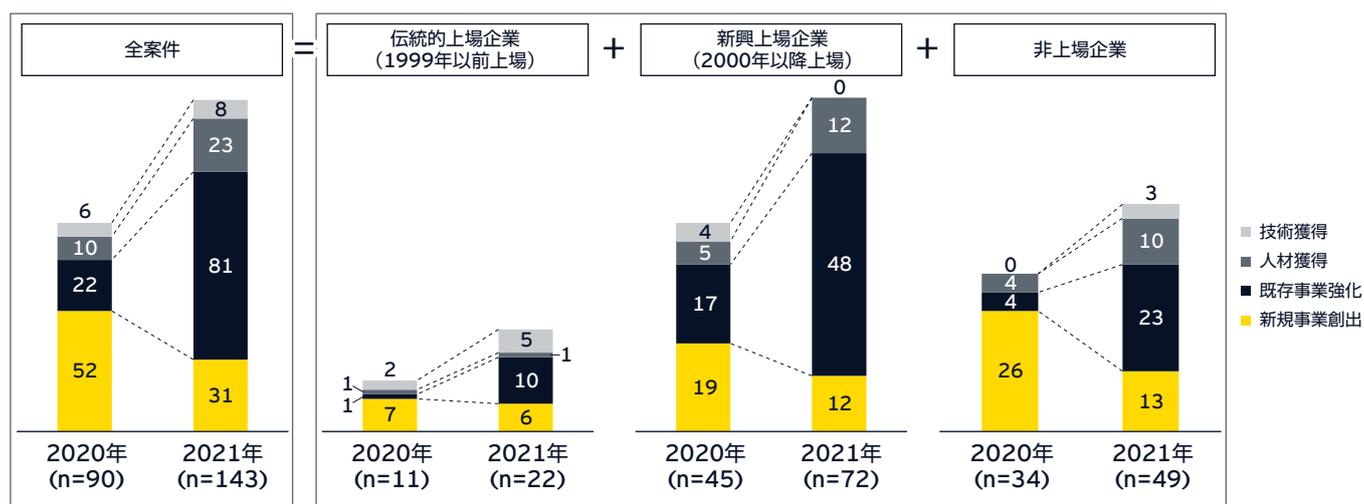
図表11の買収主体別の内訳を見ていくと、「伝統上場企業」のスタートアップM&Aにおいては、「新規事業創出」はほとんど減少しておらず、「既存事業強化」などの増加分が上積みされており、伝統的上場企業においては「新規事業創出」への意欲はさほど衰えておらず、むしろ他目的でのM&Aへの意欲も高まったと考えることができそうです。

一方、「新興上場企業」と「非上場企業」においては、「新規事業創出」のM&A件数が大きく減少すると同時に、「既存事業強化」のM&A件数が大きく伸びており、新しいことに取り組むよりも、既存事業を強化する方向にニーズがシフトしたと言えそうです。M&Aを行った背景は個別案件ごとに異なるため、市場全体としてなぜこのようなシフトが起こったのかを考察するのは容易ではありませんが、1つの仮説として、以下のようなことが背景にあるのかもしれない。

- ▶ 一般的に「伝統的上場企業」は既存事業がある程度成熟しているため、スタートアップには新規事業への期待の方が高い傾向がある。一方で、「新興上場企業」や「非上場企業」は既存事業が成長過程であるため、まだまだ既存事業に集中的に投資を行い、本業を伸ばしていくことに注力する傾向がある。

- ▶ しかし、2020年は新型コロナウイルス感染症が広がり、市場環境が激変する中で、多くの企業が売り上げ減を補うため、もしくは事業内容のピボット(転換)を行うため、新規事業に取り組む必要性が出てきた。
 - ▶ そのような状況下、「新興上場企業」や「非上場企業」では創業者が大胆な意思決定を迅速に実行できる傾向があるため、平常時よりも多くの「新規事業創出」を目的としたM&Aが迅速に実行に移された。
 - ▶ 2021年は、世間が徐々に新型コロナウイルス感染症への対応に適合していく中で、「新興上場企業」や「非上場企業」は従来の状況に戻りつつあり、「新規事業創出」よりも「既存事業強化」に重点を置くようになった。
- 以上は、今回入手・分析したデータから直接的に読み取れたものではなく、あくまでも筆者の1仮説であることはご了承ください。

図表 11：2020～2021年のスタートアップM&Aにおける買収目的(買収主体別)



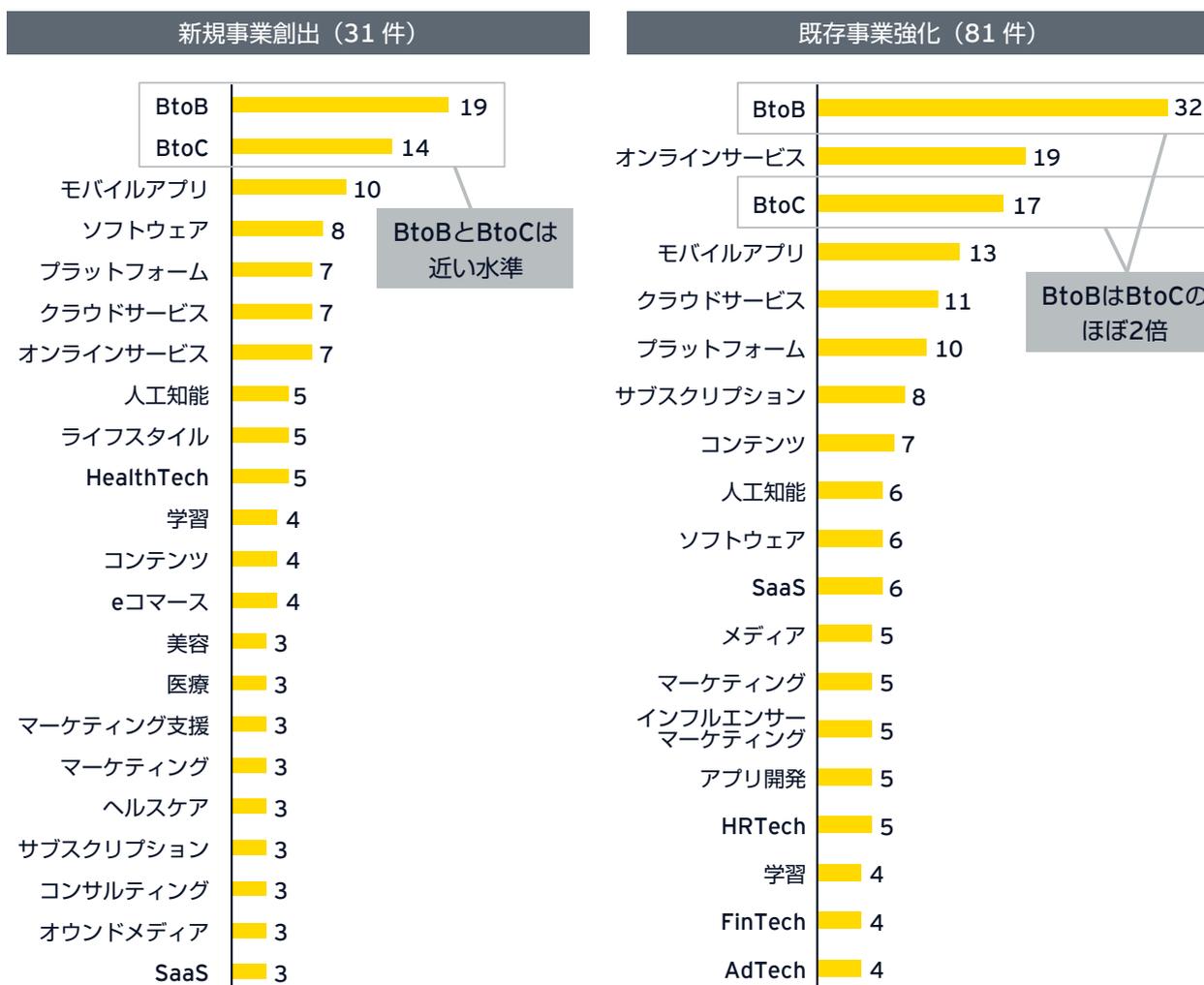
出典：INITIAL (2022年3月21日時点)、各社ホームページ、プレスリリースなどの公開情報を基にEY分析

では次に、2021年の「新規事業創出」(31件)と「既存事業強化」(81件)のM&A案件において、それぞれどのような事業内容のスタートアップがM&A対象となったのかを見ていきたいと思います。第3章と同様に、M&A対象となったスタートアップにINITIALが付与していたタグの数を集計した結果を、図表12に示します。

図表12によると、「新規事業創出」においては「BtoB」と「BtoC」の件数が近い水準にあります。一方、「既存事業強化」

においては「BtoB」が「BtoC」のほぼ2倍の件数となっています。さらに「クラウドサービス」「プラットフォーム」「サブスクリプション」「人工知能」「SaaS」などのタグが上位に並んでおり、BtoB事業を行っている買い手企業が、既存事業を強化するためにトレンドとなっているサービス・技術を獲得した案件が「既存事業強化」の件数増をけん引している様子が見て取れます。

図表12：2021年にM&A対象となったスタートアップの事業内容別件数(新規事業創出 vs 既存事業強化)



注) M&A対象となった企業にINITIALが付与していた事業内容を表すタグを、付与数が多い順に掲載。各社に複数のタグが付与されている
出典：INITIAL (2022年3月21日時点)、各社ホームページ、プレスリリースなどの公開情報を基にEY分析

7

まとめ

2021年は、国内スタートアップM&Aとしては画期的な1年となったのではないのでしょうか。M&A件数が大幅に伸び、過去最高となっただけではなく、Paidyの3,000億円に代表される大型M&Aの成立、PayPalやGoogleといったグローバルプレーヤーの参入と、話題に事欠かない1年となりました。

今回、PayPalとGoogleは、ともに決済サービスを手掛ける国内スタートアップを高いバリュエーションで買収し、日本市場でのサービス強化を図っています。今後は、有望なスタートアップを海外企業と奪い合うような時代になるのでしょうか。そのときに日本企業が買い負けしてしまうのだと、せっかくのイノベーションの果実の「最もおいしいところ」を全て海外企業に持っていかれ

てしまうような事態にもなりかねません。しかし、このようなグローバルプレーヤーの動き方が新たな刺激となることで、日本企業によるスタートアップM&Aも活性化・成熟化するきっかけになるとも考えられるのではないのでしょうか。

筆者は、国内スタートアップM&Aの件数や買収額が伸びていること自体は、日本経済の活性化につながる明るい兆しだと考えています。足元では、市場でのハイテク株の動向に変化の兆しが出ていたり、地政学的なリスクの高まりといった外的環境変化もありますが、2021年が今後のさらなる飛躍に向けた転換点となるのか、引き続き動向を見ていきたいと思っています。

2021年は、日本国内におけるスタートアップM&Aの件数が143件と調査開始以降、過去最高となりました。また、Paidyの3,000億円を筆頭に大型M&Aが複数成立するなど、画期的な1年でもあり、BtoBスタートアップを対象とした既存事業強化を目的としたM&Aが増加したことも、2021年の特徴でした。

【共同執筆者】

青木 義則

EY Startup Innovation 共同リーダー EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
ストラテジー・アンド・トランザクション EY パルテノン マネージング・ディレクター パートナー
スタートアップ、イノベーション、テクノロジー、M&Aによる企業変革を支援。趣味は体操競技の観戦。

杉野 弘直

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社 リードアドバイザー シニアマネージャー
TMT セクター、EY Private を中心に、M&A アドバイザリー業務に従事、スタートアップ案件にも関与をしている。

※所属・役職は記事公開当時のものです。

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world (より良い社会の構築を目指して)」をパーパスとしています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150カ国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起 (better question) をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EY Japanについて

EY Japanは、EYの日本におけるメンバーファームの総称です。EY新日本有限責任監査法人、EY税理士法人、EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社などから構成されています。なお、各メンバーファームは法的に独立した法人です。詳しくはey.com/ja_jpをご覧ください。

© 2022 EY Japan Co., Ltd.
All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY Japan株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp

Contact

青木 義則

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
パートナー
yoshinori.aoki@parthenon.ey.com