

Lean Model Canvas Template

<p>課題 課題 1~3 個を挙げてください</p> <p>2</p>	<p>ソリューション 価値提供を形にした際のサービス概要</p> <p>4</p>	<p>独自の価値提案 課題が解決されることで ユニークな価値提案になっているか</p> <p>3</p>	<p>圧倒的な優位性 ビジネスモデル全体を通じて 大手の競合にもできない優位性</p> <p>9</p>	<p>顧客セグメント サービスの想定ユーザ、規模</p> <p>1</p>
<p>既存の代替品 現時点でその課題はどう解決されているか</p>	<p>主要指標 成功や進捗度合いを図る指標</p> <p>8</p>	<p>わかりやすいコンセプト 顧客に商品サービスを 最もわかりやすく伝えるフレーズ</p>	<p>チャネル 顧客に対してサービス認知、検討、利用を 促すための導線</p> <p>5</p>	<p>アーリーアダプター 早期のユーザーとして他の消費や ユーザーに影響を与える顧客層</p>
<p>コスト構造 価値を提供するために発生する原価を可能な限り具体的に算出</p> <p>7</p>			<p>収入の流れ 収益化プランとして「マネタイズポイントおよびそこまでのルート」を記載</p> <p>6</p>	

Lean Model Canvas Template

例：飲料メーカー〇〇 サブスクモデル「〇〇〇〇〇〇」を想定

課題 課題 1~3 個を挙げてください ・自宅でもおいしい生ビールを飲みたい ・業務用のサーバーを置く場所はない ・電気代やガス代がかさむ	ソリューション 価値提供を形にした際のサービス概要 サブスク型での生ビールサーバー + 宅配生ビールサービス 「〇〇〇〇〇〇」	独自の価値提案 課題が解決されることで ユニークな価値提案になっているか ・自宅でも本格的な生ビールを飲める ・サーバーから注ぐ特別感	圧倒的な優位性 ビジネスモデル全体を通じて 大手の競合にもできない優位性 ・独自のサーバー設備 ・ビールが劣化しない特殊容器 ・配送オペレーション ・限定版の自社ブランドクラフトビール	顧客セグメント サービスの想定ユーザ、規模 ・飲み会などが少ない主婦層 ・夫婦など複数人でビールを飲むことが多い層 例) 子供の手が離れた40~50代の夫婦層 ・家で生ビールを飲みたいコアなビール好き
既存の代替品 現時点でその課題はどう解決されているか ・缶や瓶ビール ・泡を作るアタッチメント ・手軽な居酒屋(ちょい飲み) ・業務サーバーのレンタル	主要指標 成功や進捗度合いを図る指標 ・テストマーケティングプレ 会員獲得数〇〇人 ・継続意思のあるユーザー ・新規MRR獲得数 ・Churn Rate	わかりやすいコンセプト 顧客に商品サービスを 最もわかりやすく伝えるフレーズ 大きな設備が必要なく、電源さえあればいつでも自宅でサーバーから注ぐ生ビールが飲めるサービス	チャンネル 顧客に対してサービス認知、検討、利用を 促すための導線 ・初期フェーズは広告も少なく、 自社 EC での限定直販 ・全国展開時は、TV CM等メディア広告、 体験会、家電量販店での拡販	アーリーアダプター 早期のユーザーとして他の消費や ユーザーに影響を与える顧客層 ・人口密集度の高い首都圏の特定ユーザー限定でテストマーケティング ・配送頻度や設備の改良ができてから 全国展開
コスト構造 価値を提供するために発生する原価を可能な限り具体的に算出 ・専用のビール製造ライン ・サーバー設備開発費用 ・設備配送料		収入の流れ 収益化プランとして「マネタイズポイントおよびそこまでのルート」を記載 ・月額〇〇円でのビール樽+サーバー収益 ・追加のビール樽による収益		