

## 《 リーンキャンバス作成のご参考 》

リーン(Lean: スリムな、無駄のない)キャンバス(Canvas: 画布)は、9つの要素(②~⑩)を一つの表にした、ビジネスモデルを表すツールです。課題や価値のエッセンスを一目で見渡して共有が簡単なことから、スタートアップの検討などで世界中で使われています。

以下は顧客主導型の記入順の例です。当コンテストのエントリーシートでは、この順番に並べてあります。スタートアップの半分は当初計画を変更するといえますから、作った後のブラッシュアップが本質です。7/16(火)夕切のプレエントリーでは、本学教員からのコメントを得ることが可能ですので、ぜひご利用ください。

① ビジョンと情熱のストーリー		<ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業の背景となる課題やニーズは何でしょうか。</li> <li>・なぜ、他にもないあなたが、その課題に注目しましたか。</li> <li>・そのあなたが、この事業によって達成したいビジョン(理想像)は何ですか。</li> </ul> あなたの「 <b>熱い思い</b> 」をご記入ください。
② 顧客セグメント(ターゲット顧客)	セットで	<ul style="list-style-type: none"> <li>・課題の解決を必要としているのは誰でしょうか(お金を支払ってまで解決したい企業や人)。</li> <li>・アーリーアダプター(真っ先にあなたの解決策を受け入れるだろう顧客)は誰ですか。</li> </ul>
③ 課題		<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客が解決を必要としている課題は何ですか。</li> <li>・その課題を解決している既存品はなんですか。</li> </ul> 課題が多すぎる、という際は一度顧客セグメントに立ち返ってみることが重要になります。上位3つくらいを目安にするとよいでしょう。
④ 独自の価値提案		<ul style="list-style-type: none"> <li>・⑤の解決策によって、顧客が手に入れることのできる喜びは何ですか。</li> </ul> 既存事業であれば、お金を払って買ってくれる顧客はなぜ自社から買ってくれるのか?を検討すると良いと思います。 <b>光技術の活用(可能性含む)についてもご記入ください。</b>
⑤ 解決策		<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客が抱えている課題を、どのように解決しますか。</li> <li>・その解決策は、顧客が必要とし、お金を払ってくれるものになっていますか。</li> </ul> これが、事業として取り組む活動の基盤になっていきます。
⑥ チャンネル(販路)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品・サービスを、どのように顧客に届けますか。</li> </ul> 営業・販路開拓について、複数の経路があると良いでしょう。
⑦ 収益の流れ(収益モデル・収益・粗利益等)	セットで	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コストをまかない、利益を得るための、収益源は何ですか。</li> <li>・販売開始1年目~5年目までの売上・営業利益計画および根拠は何ですか。</li> </ul> (根拠→売上 単価×販売数など、売上原価→原材料費等 販売管理費→広告費、光熱費、交通費等)
⑧ コスト構造(顧客獲得・流通・人件費等)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客に商品やサービスを届けるために必要なコストは何ですか。</li> </ul> 開発および販路開拓に必要な経費の項目と金額などをお書き下さい。現実的なビジネスの構造をしっかりと捉えるヒントになります。
⑨ 主要指標(計測する主要活動)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の進捗や到達度を測るものは何ですか。</li> </ul> 顧客候補があなたを見つけ、検討、発注、定着、他の顧客候補の紹介など、顧客側の動きを見える化し、事業強化へのヒントにするものです。
⑩ 圧倒的優位性(強みや差別化ポイント)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・他社は持っていない、独自の優位性は何ですか。</li> </ul> 簡単にコピーできない自社の強みです。競争して初めてわかる側面もあり、思いつかない場合、「何があれば圧倒的か」という視点で、他の要素とともに検討するのも手です。

次の3大リスクについて、各項目間の矛盾や実現可能性について検討すると、さらによいと思います。

- (1)課題(③課題 ⑤解決策 ④価値 ⑨主要指標) (2)チャンネル(②顧客セグメント ⑥チャンネル)  
(3)収益(⑦収益 ⑧コスト)

そしてこれらを支える①ビジョンと情熱のストーリー、が大切です。