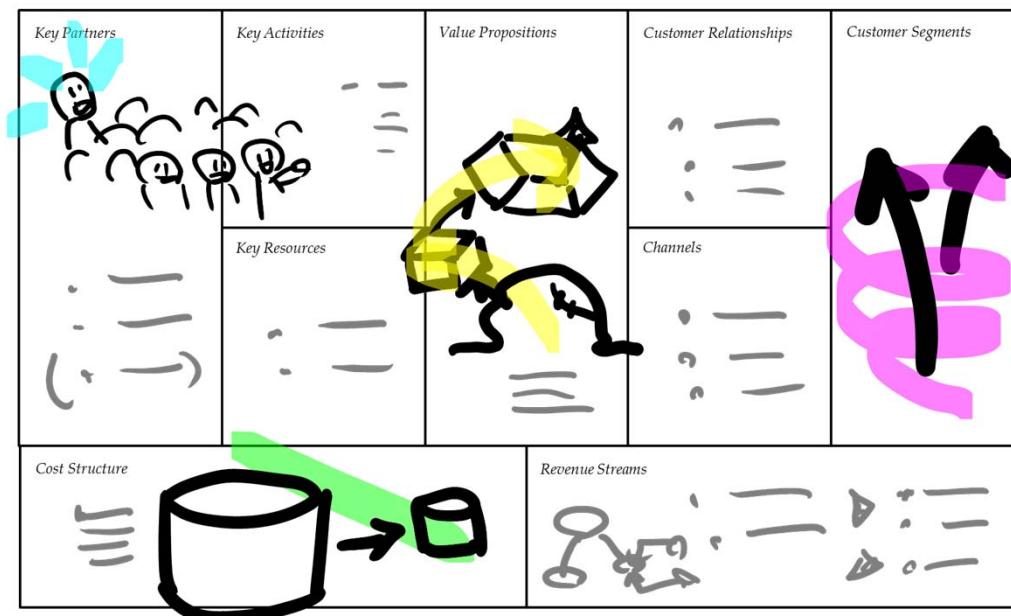


キャンバスの上でアイデアを拡げる



たとえば、BMCの記入例「5年後の本屋」

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
出版社	配本と資金回収	ドライブスルー	暖かい対応	知的産業の ビジネスマン
駐車場事業者	駐車場の管理	意外な本と 出会う	サービス全体の スマートな提供	学習と資格の 大事なビジネスマン
オフィスグリコ		集中読書スペース		試験勉強する大人
	<i>Key Resources</i>	半電子書籍	<i>Channels</i>	貸書斎の欲しい人
	本、物流、棚と 集金ボックス、 個室、駐車場	本をあづけられる カーブックパーク 駐車場&コーヒー& トイレ&本の自販機	貸会議室の提供を 通じて、知らせる オフィスグリコ的に オフィスに 新書棚がある	パートタイム小説家
				資料収集の 秘書を必要とする エグゼクティブ
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
本の仕入れ代金、物流費、集金コスト、 オフィス本棚の製造と設置、 駐車場代金、カフェ代金		ユーザ→書店 ユーザ→カフェスタンド→書店 ユーザ→オフィスグリコ→書店		

「オフィスBookstore本棚」って他にもお客さんいそうだな・・・

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
出版社	配本と資金回収	ドライブスルー 意外な本と 出会う 集中読書スペース	暖かい対応 サービス全体の スマートな提供	知的産業の ビジネスマン
駐車場事業者	駐車場の管理			学習と資格の大 事なビジネスマン
オフィスグリコ		半電子書籍 本をあづけられる カーBookパーク 駐車場&コーヒー& トイレ&本の自販機		試験勉強する大人 貸書斎の欲しい人 パートタイム小説家 資料収集の 秘書を必要とする エグゼクティブ
<i>Key Resources</i>			<i>Channels</i>	
本、物流、棚と 集金ボックス、 個室、駐車場			貸会議室の提供を 通じて、知らせる オフィスグリコ的に オフィスに 新書棚がある	
<i>Cost Structure</i>			<i>Revenue Streams</i>	
本の仕入れ代金、物流費、集金コスト、 オフィス本棚の製造と設置、 駐車場代金、カフェ代金			ユーザ→書店 ユーザ→カフェスタンド→書店 ユーザ→オフィスグリコ→書店	

「オフィスBookstore本棚」って他にもお客さんいそうだな・・・

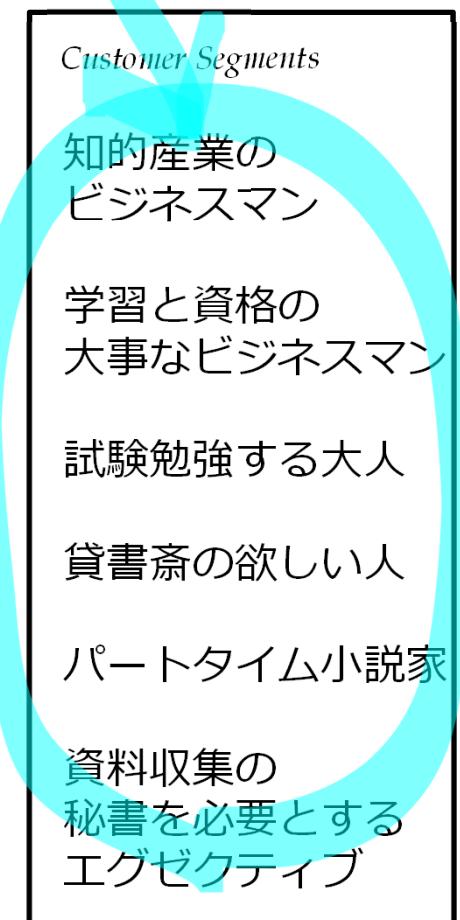
まずは、体験。 (~後から、学び)

グループ（3~4人）になってください。

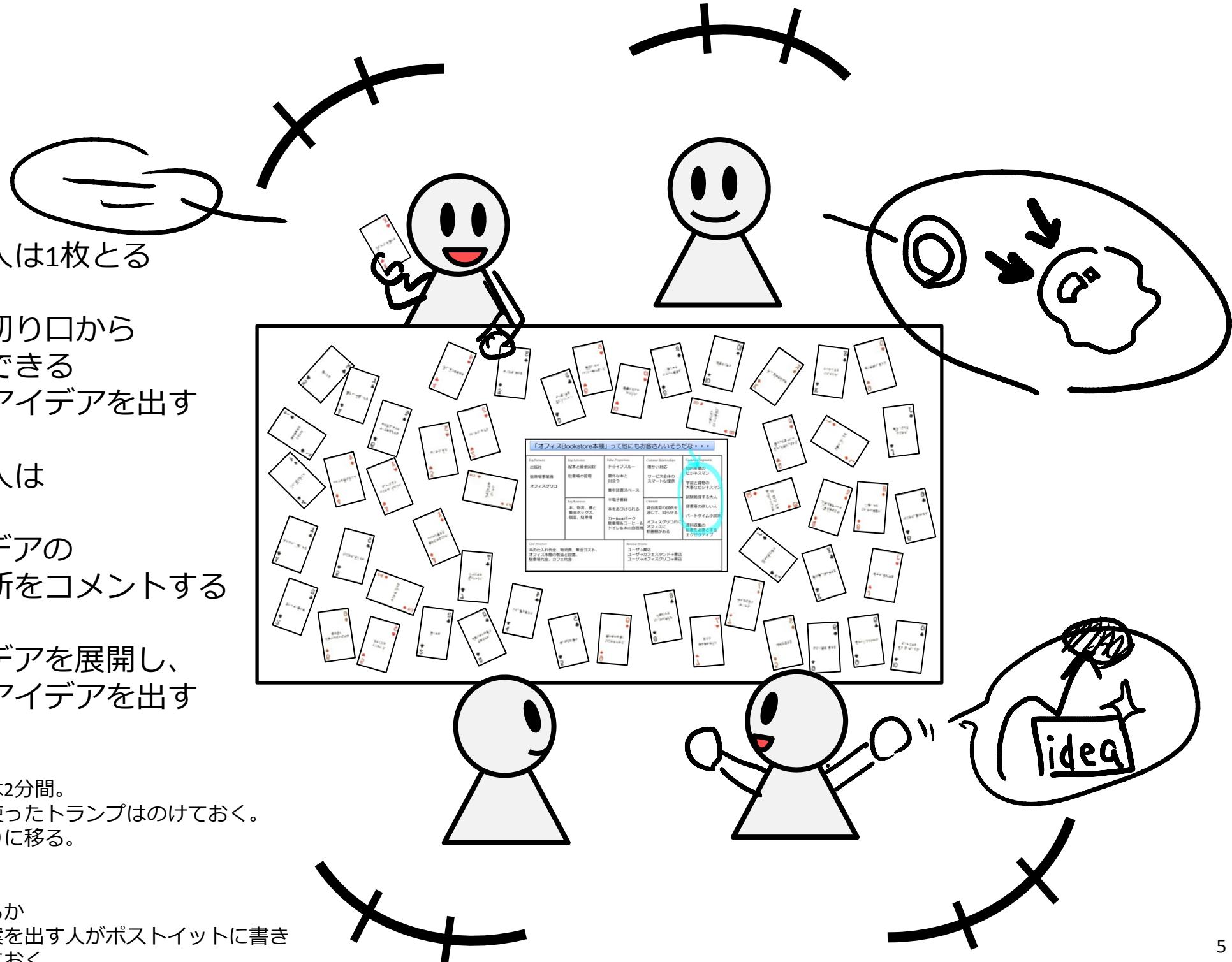
アイデアトランプで、
顧客セグメントを拡げてみよう

(大抵は、セグメント以外に、提供方法 (CH) や
提供するサービス (VP) についても修正のいる
アイデアが出ますが、それでOK！です)

(発想力の使い方で大事なのは
「どこか一つに着眼し、そこから大きく拡げる」というところです。)



- 番の人は1枚とる
- その切り口から想起できる
CSのアイデアを出す
- 他の人は
- a アイデアの良い所をコメントする
- b アイデアを展開し、派生アイデアを出す



時間 :
番の持ち時間は2分間。
時間が来たら使ったトランプはのけておく。
番は、時計回りに移る。

記録 :
記録係に任せるか
番の人や派生案を出す人がポストイットに書き
壁などに張ておく

結構出ましたね？

妥当な切り口から、順当なアイデアもでれば、
意外な切り口から新しい顧客セグメントも
出たはずです。

実現性の怪しいアイデアも、
やれなさそうだからからと言って却下せず、
ぜひ、ブラッシュアップしてみてください。

大抵の場合、「実現性と新規性はトレードオフ」なんです。

そのアイデアの欠けている所、ではなく、
新しい所に目を向けて、伸ばすようにしてください。

新しいアイデアを生み出すのが上手くなります。

引用知識、使用ツール

トランプ



出典

『アイデアトランプ』

リンク



BMC



『ビジネスモデル・ジェネレーション』

