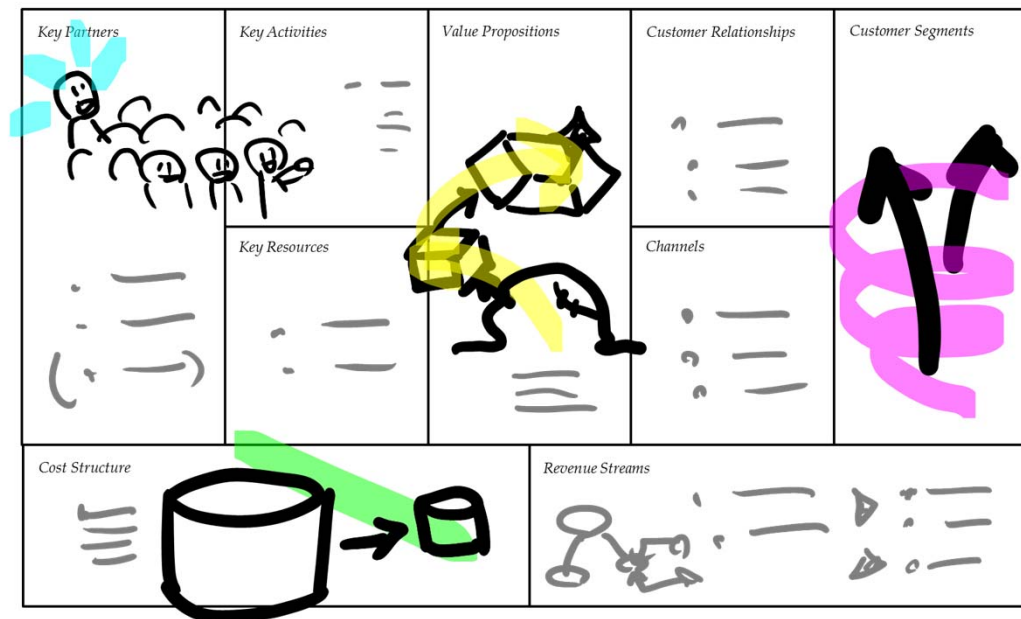


キャンバスの上でアイデアを拡げる



たとえば、BMCの記入例「5年後の本屋」

<i>Key Partners</i> 出版社 駐車場事業者 オフィスグリコ	<i>Key Activities</i> 配本と資金回収 駐車場の管理	<i>Value Propositions</i> ドライブスルー 意外な本と 出会う 集中読書スペース 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	<i>Customer Relationships</i> 暖かい対応 サービス全体の スマートな提供	<i>Customer Segments</i> 知的産業の ビジネスマン 学習と資格の 大事なビジネスマン 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> 本、物流、棚と 集金ボックス、 個室、駐車場		<i>Channels</i> 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> 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			<i>Revenue Streams</i> 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・・・

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

「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。）

Customer Segments

知的産業の
ビジネスマン

学習と資格の
大事なビジネスマン

試験勉強する大人

貸書齋の欲しい人

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

1. 番の人は1枚とる

2. その切り口から
想起できる
CSのアイデアを出す

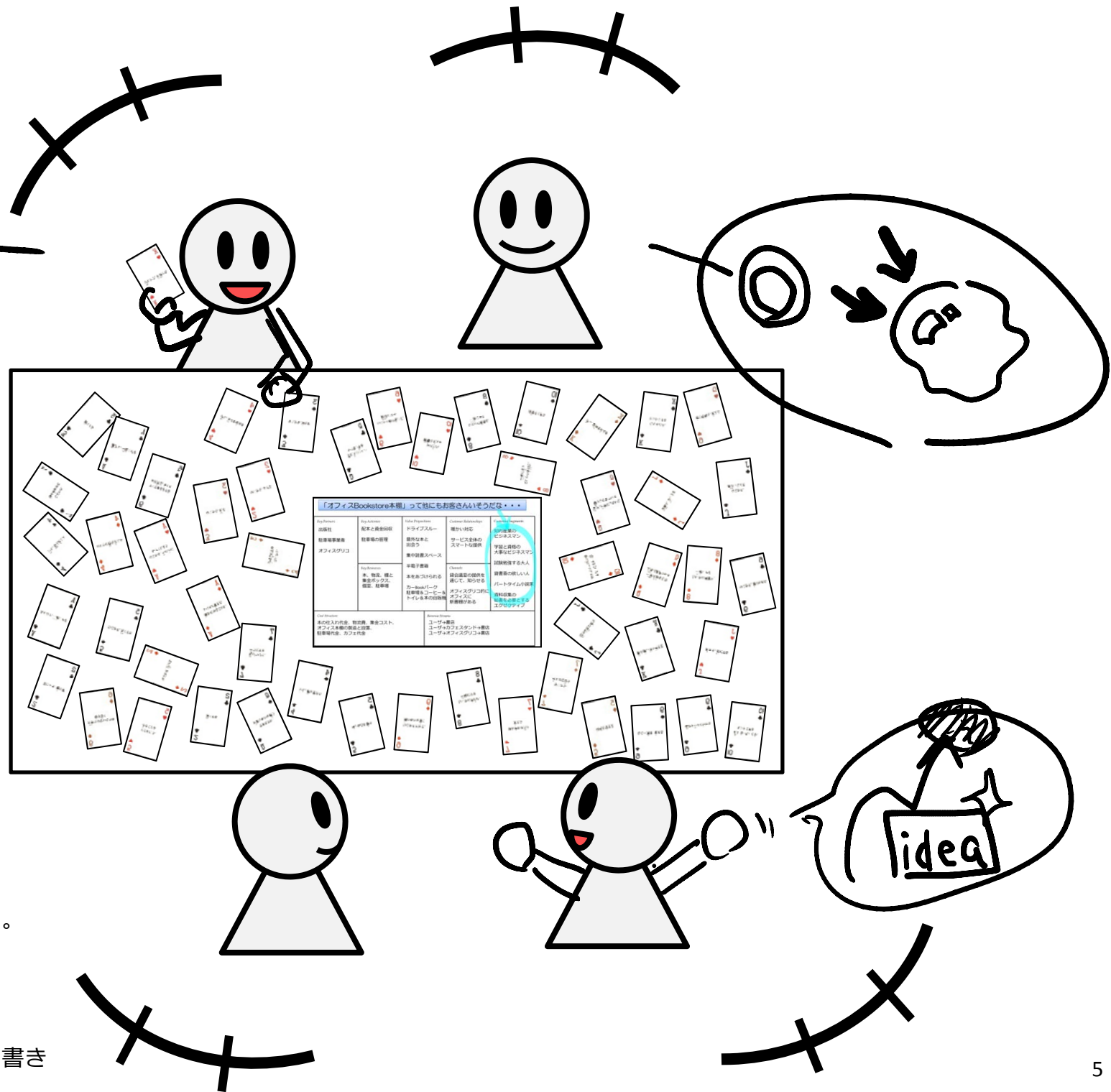
3. 他の人は

3a アイデアの
良い所をコメントする

3b 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
壁などに張っておく



結構出ましたね？

妥当な切り口から、順当なアイデアもあれば、
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

出典

リンク

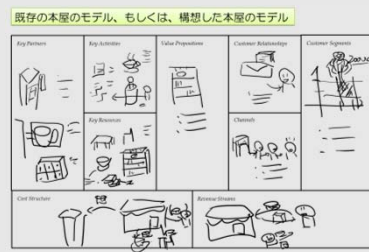
トランプ



『アイデアトランプ』



BMC



『ビジネスモデル・ジェネレーション』

