

事業戦略スクール「知足」

ビジネスモデルキャンバス

Business Model Canvas

CONTENTS

SECTION

01

ビジネスモデルキャンバスとは

SECTION

02

ビジネスモデルキャンバスの活用方法

SECTION

03

Before / After

SECTION

04

まとめ

SECTION

05

ダウンロードコンテンツ

SECTION

06

課題

ビジネスモデル キャンバスとは

企業のビジネスモデルを視覚化し、
構造を1枚のシートに整理するフレームワークです。

▼ ビジネスモデルキャンバスは、事業の仕組みを整理するための
9つの要素で構成されています。

01.顧客セグメント

ターゲットとする
顧客層や市場

02.課題

ターゲット顧客が
抱えている課題

03.独自の価値提 案

競合と差別化するポイント

04.ソリューション

課題に対して
提供する解決策

05.チャネル

顧客にどのように
価値を届けるか

06.収益の流 れ

収益を生むための仕組み

07.主要指標

成果を可視化するための
数値を設定

08.コスト構造

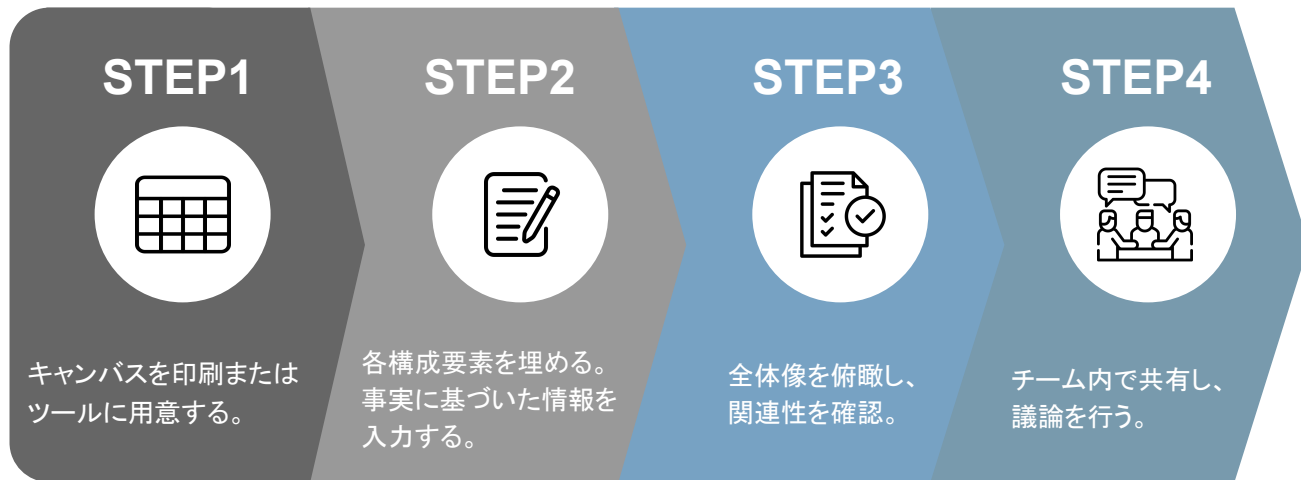
ビジネス運営に必要な
主要なコスト

09.圧倒的な優位性

競合に簡単に
真似されない強み

ビジネスモデル キャンパスの 活用方法

ビジネスキャンバスモデルは複雑なビジネス構造を簡潔に整理し、戦略の全体像を把握しやすくなります。特に、新規事業の立ち上げや既存ビジネスの改善において、効果的なツールとなります。



キャンバスに記載した内容は、必ず検証(顧客インタビュー、データ分析)し、実行可能性を確認する。

SECTION

03

Before / After

Before

After

2.課題	4.ソリューション	3.独自の価値提案	9.圧倒的な優位性	1.顧客セグメント
	7.主要指標		5.チャネル	
8.コスト構造			6.収益の流れ	

2.課題	4.ソリューション	3.独自の価値提案	9.圧倒的な優位性	1.顧客セグメント
・商品数が多すぎて 選択に時間がかかる ・本当にお得が分から ないクーポンやセー ル情報の氾濫 ・環境に配慮した商品 が見つけにくい	・環境に配慮した商品 を探しやすくする「エコ認 証」タグ付け	・「流行」「お得」 「環境意識」の3つを 単に両立させる オンラインショッピ ング体験 ・信頼できるレビュー やデータを基にした 安心感のある購入支 援	・インフルエンサーと の 緊密な関係構築に よる 最新トレンド情 報の独占	・20代～30代の オンラインショッピ ング利用者 ・SNSやインフルエン サーの影響を受けや す く、流行に敏感。 ・コストを重視し、クー ポンやセール情 報に敏 感。 ・環境や社会的責任を 重視する。
	7.主要指標		5.チャネル	
	・コンバージョン率 ・平均購入額 ・クーポンやセールの 利用率		・公式ECサイト ・専用アプリ ・Instagramや TikTok広告	
8.コスト構造			6.収益の流れ	
・ECサイトやアプリの開発・運営費用。 ・SNS広告やインフルエンサーへの協力金。 ・顧客満足度を高めるための迅速かつ信頼性の高い配送。 合計：〇〇万円			・会員費で送料無料、限定商品アクセスなどの特典を提供。 ・メーカーやブランドとのコラボ商品で追加収益。 合計〇〇万円	

Beforeの説明

ビジネスモデルキャンバスを作成しない場合の問題点として次のようなことが挙げられます。

問題点

01

顧客層や価値提案が明確でない

チーム間でターゲットや価値提案に対する認識が異なり、戦略がまとまらない。
顧客との接点を増やすチャンネルが不適切になり、成果があがらない。

問題点

02

コストと収益のバランスが取れていない

どの活動やリソースにどれだけのコストがかかっているのかが整理されない。
収益の流れが不安定なため、長期的な事業計画が立てられない。

問題点

03

パートナー関係が整理されていない

事業運営において重要なパートナーシップが整理されず、協力関係が不明確になり、
効率的なビジネス展開が難しくなる。

Afterの説明



POINT

- **顧客を深く理解する**: 顧客が直面している問題や望んでいる価値を具体的に理解する。
- **9つの要素を連動させる**: 顧客セグメント、価値提案、チャネル、収益の流れなどが互いに矛盾しないようにする。

2.課題	4.ソリューション	3.独自の価値提案	9.圧倒的な優位性	1.顧客セグメント
・商品数が多すぎて 選択に時間がかかる ・本当にお得か分からないクーポンやセール情報の氾濫 ・環境に配慮した商品 が見つげにくい	・環境に配慮した商品 を探しやすくする 「エコ認証」タグ付け	・「流行」「お得」 「環境意識」の3つを 簡単に両立させる オンラインショッピ ング体験 ・信頼できるレビュー やデータを基にした 安心感のある購入支援	・インフルエンサー との緊密な関係構築 による最新トレンド 情報の独占	・20代～30代の オンラインショッピ ング利用者 ・SNSやインフレン サーの影響を受けや すく、流行に敏感 ・コスパを重視し、 クーポンやセール情 報に敏感 ・環境や社会的責任を 重視
	7.主要指標		5.チャネル	
	・コンバージョン率 ・平均購入額 ・クーポンやセールの 利用率		・公式ECサイト ・専用アプリ ・Instagramや TikTok広告	
8.コスト構造			6.収益の流れ	
・ECサイトやアプリの開発・運営費用 ・SNS広告やインフルエンサーへの協力金 ・顧客満足度を高めるための迅速かつ信頼性の高い配送。 合計：〇〇万円			・会員費で送料無料、限定商品アクセスなどの特典を提供 ・メーカーやブランドとのコラボ商品で追加収益 合計〇〇万円	

●ビジネスモデルキャンバスは、**ビジネスの全体像を 1 枚で把握できる**

●チームで共通認識を持ちやすく、
戦略やアクションへの落とし込みがスムーズ

●定期的に見直し、
情報をブラッシュアップすることが重要

ダウンロード
コンテンツ

このコンテンツで説明した Beforeのビジネスモデルキャンバス が
ダウンロードできます。

2.課題	4.ソリューション	3.独自の価値提案	9.圧倒的な優位性	1.顧客セグメント
	7.主要指標		5.チャネル	
8.コスト構造			6.収益の流れ	

▼ダウンロードリンクはこちら

https://docs.google.com/presentation/d/1T5AIKyMRC1Oog6iNFFwpN7C8O30_a7NUSb91Lv5aKqc/edit#slide=id.g325d577ef29_3_801

以下の手順に沿って、ダウンロードしたビジネスモデルキャンバスを活用し、構造を1枚のシートに整理しましょう。

STEP

01

顧客と価値を明確にする

誰がターゲット顧客なのかを特定し(顧客セグメント)、顧客が求める価値や解決したい課題を整理する(価値提案)

STEP

02

顧客に価値を届ける仕組みを設計する

顧客に価値を届ける手段(チャネル)と、顧客との関係をどのように構築・維持するかを具体化する

STEP

03

収益とコストの仕組みを考える

どのように収益を得るのか(収益の流れ)と、事業に必要なコスト(コスト構造)を整理する

STEP

04

全体の整合性を確認し、改善する

キャンバス全体を見直し、9つの要素が一貫してつながっているか確認する必要に応じてチームと共有し改善を重ねる