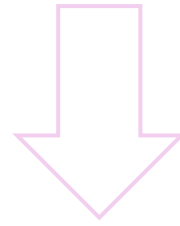











アイドル、芸能人のセカンドキャリア支援

芸能界を引退した後のサポートを目指す

芸能人として活動していても芸能界に残れるのは上位10%程度。
芸能活動は「お遊び」と思われてしまう現状もあるが、人を楽しませること、惹きつけることに特化してきたのでエンターテインメント力がとても大きな武器になる。また、厳しい芸能界を生き抜いてきたガッツ、コミュニケーション能力、積極性、セルフプロデュース能力に長けている。



芸能界で積んだ経験をセカンドキャリアに活かす

<p>パートナー </p> <p>主要なパートナーは誰か？ 主要なサプライヤーは誰か？ どのリソースをパートナーから得ているのか？ どの主要活動をパートナーが行っているのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リクルートなど の人材派遣、就職、 転職支援会社 	<p>主要活動 </p> <p>価値を提案するのに必要な主要活動は何か？ チャネルや顧客との関係、収益の流れに対してはどうか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業側からのス カウト方式 ・起業への人材紹 介 	<p>価値提案 </p> <p>顧客にどんな価値を提供するのか？ どういった問題の解決を手助けするのか？ 顧客のどういったニーズを満たすのか？ 顧客にどんな製品とサービスを提供するのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・なかなか出来な い経験（芸能活 動）を持った人材 だからこそ持って いるノウハウを企 業に提案できる 	<p>顧客との関係 </p> <p>顧客セグメントがどんな関係を構築、 維持して欲しいと期待しているのか？ ビジネスモデルの他の要素とどう統合されるのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・無数にある企業 と結びつける（人 材を紹介する） 	<p>顧客セグメント </p> <p>誰のために価値を創造するのか？ 最も重要な顧客は誰なのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引退後、卒業し たアイドル、芸能 人（男女問わな い） ・アイドルのセカ ンドキャリア支援
<p>コスト構造 </p> <p>ビジネスモデルにおいて特有の最も重要なコストは何か？ どのリソースが最も高価か？ どの主要活動が最も高価か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材コーディネーター ・人材、企業のリサーチ ・サポート 	<p>リソース </p> <p>価値を提案するのに必要なリソースは何か？ チャネルや顧客との関係、収益の流れに対してはどうか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・珍しいキャリア を持った人材 ・求人を出してい る起業 ・その二つをつな ぐネットワーク 	<p>チャネル </p> <p>どのチャネルを通じて顧客セグメントにリーチしたいか？ チャネルを顧客の日常とどのように統合すればよいのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナーサイト 	<p>収益の流れ </p> <p>顧客はどんな価値にお金を払おうとするのか？ どのように支払いたいと思っているのか？ 全体の収益に対して、それぞれの収益の流れがどれくらい貢献しているのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業→人材、人材→企業間の仲介料 	

・起業からのスカウト情報
・就職支援会社から紹介してもらった相性がよさそうな企業

