

# AI統合DAW - マーケティング戦略・GTM資料

対象読者: ビジネスチーム、支援者、広報担当者

バージョン: 1.0.0

最終更新日: 2025年6月19日

## 目次

- [1. 市場分析](#)
- [2. ターゲット顧客](#)
- [3. ポジショニングと差別化](#)
- [4. Go-to-Market戦略](#)
- [5. マーケティングチャネル](#)
- [6. 収益モデル](#)
- [7. 成長戦略](#)
- [8. KPIと成功指標](#)
- [9. リスクと対策](#)
- [10. ローンチタイムライン](#)

## 1. 市場分析

### 1.1 市場規模（TAM/SAM/SOM）

#### 1.1.1 TAM（Total Addressable Market）

- グローバルDAW市場: 2025年時点で32億ドル、2030年までに50億ドル規模へ成長予測
- 音楽制作ソフトウェア全体: 2025年時点で75億ドル市場
- AI音楽ツール市場: 2025年時点で9億ドル、年間成長率34%

#### 1.1.2 SAM（Serviceable Available Market）

- デジタル音楽制作者: 世界で約2,800万人（プロ・アマチュア含む）
- DAWユーザー: 約1,500万人
- 金額規模: 約15億ドル

### 1.1.3 SOM (Serviceable Obtainable Market)

- ・ **初年度:** 5万ユーザー（無料ユーザー4万人、有料ユーザー1万人）
- ・ **3年目:** 40万ユーザー（無料ユーザー30万人、有料ユーザー10万人）
- ・ **金額規模:** 初年度1億円、3年目15億円

## 1.2 市場トレンド

1. **AIツールの普及:** 音楽制作におけるAI活用が急速に拡大
2. **クリエイターエコノミーの成長:** 個人クリエイターの増加とコンテンツ需要の拡大
3. **音楽制作の民主化:** 専門知識がなくても音楽制作が可能に
4. **サブスクリプションモデルの主流化:** 所有からアクセスへのシフト
5. **クラウド連携:** リモートコラボレーションとクラウドベースのワークフロー
6. **モバイル制作:** スマートフォン/タブレットでの音楽制作の増加

## 1.3 競合分析

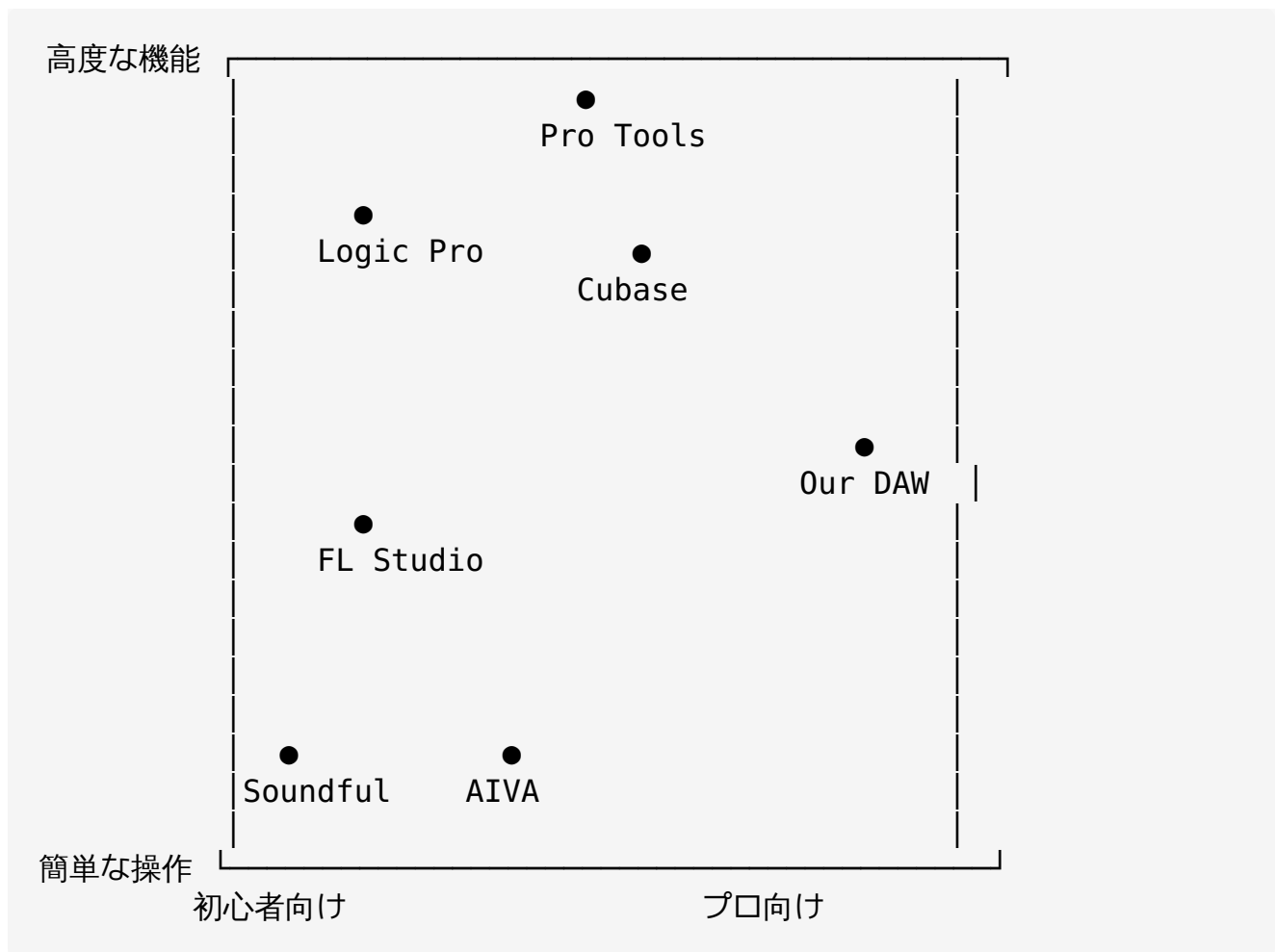
### 1.3.1 直接競合

競合	強み	弱み	差別化ポイント
AIVA	AIによる完全自動作曲	人間の創造性との融合が限定的	我々は人間の創造性を拡張、完全自動化ではない
Amper Music	企業向け音楽生成	個人クリエイター向け機能が少ない	我々は個人クリエイターに特化
Soundful	シンプルなAI音楽生成	高度な編集機能が限定的	我々はプロレベルの編集機能を提供

### 1.3.2 間接競合

競合	強み	弱み	差別化ポイント
Ableton Live	強力なライブパフォーマンス機能	学習曲線が急、AI機能なし	我々はAIによる直感的操作を提供
FL Studio	直感的なパターンベース作曲	録音機能が弱い、AI機能なし	我々はAIによる自動パターン生成を提供
Logic Pro	プロ品質のサウンド、Appleエコシステム	macOSのみ、学習曲線が急	我々はWindows対応、低い学習障壁

### 1.3.3 競合マップ



## 2. ターゲット顧客

### 2.1 主要ペルソナ

#### 2.1.1 初心者クリエイター「田中さん」

- ・ **プロフィール:** 25歳、会社員、音楽制作初心者
- ・ **目標:** 趣味で音楽を作りたいが、音楽理論の知識がない
- ・ **課題:** 既存DAWの複雑さに挫折、時間が限られている
- ・ **購買行動:** YouTubeで情報収集、無料版から試用
- ・ **価値提案:** AIによる簡単操作で挫折なく音楽制作を楽しめる

#### 2.1.2 中級クリエイター「佐藤さん」

- ・ **プロフィール:** 32歳、フリーランスデザイナー、趣味で音楽制作
- ・ **目標:** YouTubeやポッドキャスト用のオリジナル音楽を作りたい
- ・ **課題:** アイデアはあるが、完成まで時間がかかる
- ・ **購買行動:** オンラインレビュー重視、機能と価格のバランスを重視

- ・ **価値提案:** AIによるアイデア実現の高速化、創造的ブロックの解消

### 2.1.3 プロフェッショナル「鈴木さん」

- ・ **プロフィール:** 40歳、プロの作曲家、広告・映像音楽制作
- ・ **目標:** 効率的に高品質な音楽を制作し、納期を守る
- ・ **課題:** ルーティン作業に時間を取られ、創造的な部分に集中できない
- ・ **購買行動:** 専門フォーラムで情報収集、ROI重視
- ・ **価値提案:** ルーティン作業の自動化、創造的な部分への集中を可能に

### 2.1.4 教育者「山田先生」

- ・ **プロフィール:** 45歳、音楽学校教師
- ・ **目標:** 学生に音楽制作の基礎を効果的に教えたい
- ・ **課題:** 技術的な障壁が学生の創造性を阻害している
- ・ **購買行動:** 教育機関向けライセンス、サポート重視
- ・ **価値提案:** 学生が技術より創造性に集中できる環境、視覚的な音楽理論理解

## 2.2 ターゲット市場セグメント

1. **ホビイスト:** 趣味で音楽制作を楽しむ層（TAM: 約1,500万人）
  2. 年齢: 18-35歳
  3. 特徴: 技術的障壁に悩む、時間が限られている
  4. アプローチ: 無料版からのアップセル、ソーシャルメディアマーケティング
  5. **コンテンツクリエイター:** YouTuber、ポッドキャスター等（TAM: 約500万人）
  6. 年齢: 20-40歳
  7. 特徴: 効率を重視、ブランディングに音楽を活用
  8. アプローチ: インフルエンサーマーケティング、コンテンツマーケティング
  9. **セミプロ/プロ:** 収入を得ている音楽クリエイター（TAM: 約300万人）
  10. 年齢: 25-50歳
  11. 特徴: 品質と効率を重視、ワークフロー最適化を求める
  12. アプローチ: 専門メディア、デモ、ケーススタディ
  13. **教育機関:** 音楽学校、オンライン教育プラットフォーム（TAM: 約5万機関）
  14. 特徴: 学生の学習効率向上、実践的スキル教育
  15. アプローチ: 教育向けライセンス、カリキュラム連携
-

## 3. ポジショニングと差別化

### 3.1 ポジショニングステートメント

「AI統合DAWは、音楽制作の技術的障壁を取り除き、創造性を解放するための次世代音楽制作ソフトウェアです。自然言語による指示とリアルタイム予測機能により、初心者でも直感的に、プロでも効率的に、あらゆるクリエイターが自分のアイデアを形にできます。」

### 3.2 主要な差別化要因

1. **Agent機能:** 自然言語での指示によるAI音楽生成
2. 競合との違い: 他のDAWにはない直感的な音楽要素生成
3. 顧客価値: 技術的知識がなくても音楽制作が可能に
4. **Ghost Text機能:** リアルタイムMIDI予測・補完
5. 競合との違い: 創造的フローを妨げない自然なAI支援
6. 顧客価値: アイデアの発展と創造的ブロックの解消
7. **学習曲線の緩和:** 直感的なUI/UXと段階的な学習パス
8. 競合との違い: 従来のDAWより大幅に低い学習障壁
9. 顧客価値: 挫折せずに音楽制作を継続できる
10. **プロフェッショナル品質:** 高度な機能と品質を維持
11. 競合との違い: 簡易ツールではなく本格的なDAW機能
12. 顧客価値: 成長に合わせて長く使い続けられる

### 3.3 ブランドアイデンティティ

#### 3.3.1 ブランド要素

- ・ **ブランド名:** [製品名] (例: "Composer Copilot")
- ・ **タグライン:** "AIが奏でる、あなたの創造性"
- ・ **ロゴ:** 音楽とAIの融合を表現したモダンデザイン
- ・ **カラーパレット:** ディープネイビー(#1A2238)、パープル(#9C27B0)、ライトブルー(#03A9F4)
- ・ **トーン:** 革新的、創造的、親しみやすい、プロフェッショナル

### 3.3.2 ブランドストーリー

「私たちは、音楽制作の技術的障壁に悩む多くのクリエイターを見てきました。素晴らしいアイデアがあっても、それを形にする技術がないために挫折する人々。そこで私たちは、AIの力で誰もが自分の音楽的ビジョンを実現できる世界を創造することを決意しました。技術ではなく、創造性にフォーカスできる音楽制作の未来へ。」

---

## 4. Go-to-Market戦略

### 4.1 製品ローンチ戦略

#### 4.1.1 フェーズ1: プレローンチ（2-3ヶ月）

- ・ **目標:** 認知度向上、初期ユーザーリスト構築
- ・ **施策:**
  - ・ ティーザーサイトとメールリスト構築
  - ・ SNSアカウント立ち上げとコンテンツ発信
  - ・ インフルエンサー向け先行アクセス
  - ・ プレスリリース準備

#### 4.1.2 フェーズ2: ベータローンチ（1-2ヶ月）

- ・ **目標:** 製品検証、初期フィードバック収集
- ・ **施策:**
  - ・ クローズドベータ（招待制）
  - ・ ユーザーフィードバックループ構築
  - ・ バグ修正と機能改善
  - ・ 初期ユーザー事例作成

#### 4.1.3 フェーズ3: 正式ローンチ（1ヶ月）

- ・ **目標:** 市場投入、初期ユーザー獲得
- ・ **施策:**
  - ・ プレスリリース配信
  - ・ ローンチイベント（オンライン）
  - ・ インフルエンサーキャンペーン
  - ・ 有料マーケティング開始

#### 4.1.4 フェーズ4: 成長加速（3-6ヶ月）

- ・ **目標:** ユーザーベース拡大、収益化開始
- ・ **施策:**

- ・ コンテンツマーケティング強化
- ・ ユーザーコミュニティ育成
- ・ パートナーシップ拡大
- ・ 機能アップデートとPR

## 4.2 販売チャネル戦略

### 4.2.1 直接販売

- ・ **自社ウェブサイト**: メイン販売チャネル、フル機能
- ・ **アプリ内課金**: 無料版からのアップセル

### 4.2.2 間接販売

- ・ **Microsoft Store**: Windows向け配布
- ・ **Plugin Boutique**: 音楽プラグイン専門マーケットプレイス
- ・ **教育機関向け**: 一括ライセンス販売

### 4.2.3 パートナーシップ

- ・ **DAWメーカー**: プラグイン版の提供
- ・ **音楽教育プラットフォーム**: 教材としての採用
- ・ **ハードウェアバンドル**: MIDIキーボードメーカーとのバンドル

## 4.3 価格戦略

### 4.3.1 価格モデル

- ・ **無料版**: 基本機能 + Ghost Text機能（8トラック制限）
- ・ **Premium**: ¥1,980/月 または ¥19,800/年
- ・ **Pro**: ¥3,980/月 または ¥39,800/年
- ・ **教育機関**: 学生1人あたり年間¥5,000（10名以上）

### 4.3.2 価格設定根拠

- ・ **競合分析**: 主要DAWの価格帯（¥20,000-¥60,000）
- ・ **顧客価値**: 時間節約、創造性向上、学習コスト削減
- ・ **市場調査**: ターゲット層の支払い意欲（月額¥1,000-¥5,000）
- ・ **コスト構造**: AI API費用、開発・運用コスト

### 4.3.3 プロモーション戦略

- ・ **早期採用者割引**: ローンチ時30%オフ
- ・ **年間プラン**: 2ヶ月分無料

- ・ **紹介プログラム:** 友人紹介で1ヶ月無料
  - ・ **教育割引:** 学生・教育者向け50%オフ
- 

## 5. マーケティングチャネル

### 5.1 オウンドメディア

#### 5.1.1 ウェブサイト

- ・ **製品ページ:** 機能紹介、デモ動画、価格情報
- ・ **ブログ:** 音楽制作のヒント、ユースケース、アップデート情報
- ・ **リソースセンター:** チュートリアル、マニュアル、FAQ
- ・ **ユーザーコミュニティ:** フォーラム、作品共有

#### 5.1.2 メールマーケティング

- ・ **ニュースレター:** 月2回、最新情報とヒント
- ・ **オンボーディングシリーズ:** 新規ユーザー向け段階的ガイド
- ・ **リエンゲージメント:** 休眠ユーザー向けキャンペーン

#### 5.1.3 ソーシャルメディア

- ・ **YouTube:** チュートリアル、デモ、ユーザー事例
- ・ **Instagram:** 短いデモ、ユーザー作品ハイライト
- ・ **Twitter:** 最新情報、ヒント、コミュニティエンゲージメント
- ・ **TikTok:** 短いデモ、トレンド活用

### 5.2 アーンドメディア

#### 5.2.1 PR活動

- ・ **プレスリリース:** 主要ローンチ、大型アップデート時
- ・ **専門メディア:** 音楽制作、テクノロジー系メディアへのアプローチ
- ・ **インタビュー:** 創業者、開発者、ユーザーインタビュー

#### 5.2.2 インフルエンサー連携

- ・ **音楽プロデューサー:** 製品レビュー、使用例紹介
- ・ **音楽教育者:** チュートリアル、教育的コンテンツ
- ・ **テクノロジーレビュアー:** 製品レビュー、比較記事



### 5.2.3 コミュニティ構築

- ・ **ユーザーグループ**: 地域別、ジャンル別コミュニティ
- ・ **オンラインイベント**: ウェビナー、Q&Aセッション
- ・ **ユーザー作品コンテスト**: 定期的なコンテスト開催

## 5.3 ペイドメディア

### 5.3.1 デジタル広告

- ・ **Google広告**: 検索連動型、ディスプレイネットワーク
- ・ **YouTube広告**: 音楽制作関連動画視聴者向け
- ・ **SNS広告**: Instagram、Facebook、Twitter
- ・ **リターゲティング**: サイト訪問者、無料ユーザー向け

### 5.3.2 アフィリエイト

- ・ **音楽制作ブログ/サイト**: レビュー、比較記事
- ・ **教育プラットフォーム**: コース内での紹介
- ・ **紹介プログラム**: ユーザー間紹介報酬

### 5.3.3 イベント

- ・ **音楽制作エキスポ**: NAMM Show、Musikmesse等
- ・ **テックカンファレンス**: AI関連イベント
- ・ **オンラインワークショップ**: 定期的な無料ワークショップ

## 5.4 チャンネル効果測定

チャンネル	KPI	測定方法	目標
ウェブサイト	訪問者数、コンバージョン率	Google Analytics	月間10万PV、CVR 5%
YouTube	視聴回数、チャンネル登録者	YouTube Analytics	登録者1万人、動画あたり5千回視聴
メールマーケティング	開封率、クリック率	メールツール分析	開封率30%、CTR 5%
有料広告	ROAS、CPA	広告プラットフォーム分析	ROAS 300%、CPA ¥3,000以下

チャネル	KPI	測定方法	目標
インフルエンサー	リーチ、エンゲージメント	専用UTMパラメータ	投稿あたりリーチ5万、CVR 2%

---

## 6. 収益モデル

### 6.1 フリーミアムモデル

#### 6.1.1 無料版

- ・ **対象:** 初心者、学生、趣味ユーザー
- ・ **機能制限:**
  - ・ 8トラックまでの制限
  - ・ 基本エフェクトのみ
  - ・ Ghost Text機能（基本精度）
  - ・ エクスポート制限（WAVのみ、最大5分）
- ・ **収益化:** アプリ内広告（控えめ）、有料版へのアップセル

#### 6.1.2 Premium版

- ・ **価格:** ¥1,980/月 または ¥19,800/年
- ・ **追加機能:**
  - ・ トラック数無制限
  - ・ Agent機能（月間1,000回まで）
  - ・ 高度なエフェクト
  - ・ すべての形式でのエクスポート
  - ・ クラウド同期（10GB）

#### 6.1.3 Pro版

- ・ **価格:** ¥3,980/月 または ¥39,800/年
- ・ **追加機能:**
  - ・ Agent機能無制限
  - ・ 高度なAI編集ツール
  - ・ プロ向けエフェクト
  - ・ クラウド同期（50GB）
  - ・ 優先サポート
  - ・ コラボレーション機能

## 6.2 追加収益源

### 6.2.1 サウンドパック

- ・ **内容:** ジャンル別サウンド、サンプル、プリセット
- ・ **価格:** ¥3,000-¥10,000/パック
- ・ **戦略:** 内製+サードパーティ制作者とのレベニューシェア

### 6.2.2 教育コンテンツ

- ・ **内容:** オンラインコース、マスタークラス
- ・ **価格:** ¥5,000-¥30,000/コース
- ・ **戦略:** 音楽プロデューサーとの協業

### 6.2.3 API提供

- ・ **内容:** Agent/Ghost Text機能のAPI提供
- ・ **価格:** 使用量ベース課金
- ・ **対象:** 他のDAW、音楽アプリ開発者

## 6.3 収益予測

収益源	1年目	2年目	3年目
Premium版	2.4億円	7.2億円	14.4億円
Pro版	0.6億円	2.4億円	6.0億円
サウンドパック	0.3億円	0.9億円	1.8億円
教育コンテンツ	0.2億円	0.6億円	1.2億円
API提供	0.1億円	0.5億円	1.5億円
合計	3.6億円	11.6億円	24.9億円

## 6.4 ユニットエコノミクス

### 6.4.1 顧客獲得コスト（CAC）

- ・ **無料ユーザー:** ¥500/ユーザー
- ・ **有料ユーザー:** ¥10,000/ユーザー

#### 6.4.2 顧客生涯価値 (LTV)

- **Premium版:** ¥47,520 (平均利用期間24ヶ月)
- **Pro版:** ¥95,520 (平均利用期間24ヶ月)

#### 6.4.3 LTV:CAC比率

- **Premium版:** 4.75:1
- **Pro版:** 9.55:1

#### 6.4.4 損益分岐点

- **ユーザー数:** 有料ユーザー5,000人 (月間収益1,000万円)
  - **達成予測:** ローンチ後6-8ヶ月
- 

## 7. 成長戦略

### 7.1 短期成長戦略 (1年以内)

#### 7.1.1 製品主導成長

- **無料版の拡散:** ソーシャルシェア機能、作品共有
- **バイラル要素:** 「AIで作成」バッジ、SNS共有インセンティブ
- **オンボーディング最適化:** 初回使用での成功体験創出

#### 7.1.2 コミュニティ構築

- **ユーザーフォーラム:** 質問、作品共有、フィードバック
- **アンバサダープログラム:** 熱心なユーザーの活用
- **定期イベント:** オンラインワークショップ、Q&Aセッション

#### 7.1.3 機能拡張

- **月次アップデート:** 新機能、改善点の定期追加
- **ユーザーフィードバック反映:** 投票システムによる優先順位付け
- **プラットフォーム拡張:** プラグイン版の提供

### 7.2 中期成長戦略 (1-2年)

#### 7.2.1 市場拡大

- **国際展開:** 多言語対応 (英語、中国語、スペイン語等)
- **教育市場:** 学校、オンライン教育プラットフォームとの提携

- ・ **企業向け:** 企業向けライセンス、カスタマイズ版

### 7.2.2 製品拡張

- ・ **モバイルアプリ:** iOS/Android向けコンパニオンアプリ
- ・ **ハードウェア連携:** MIDIコントローラー最適化、専用ハードウェア
- ・ **プラグインエコシステム:** サードパーティ開発者向けSDK

### 7.2.3 パートナーシップ

- ・ **音楽配信サービス:** 直接アップロード機能
- ・ **SNSプラットフォーム:** コンテンツ作成連携
- ・ **ハードウェアメーカー:** バンドル販売

## 7.3 長期成長戦略（2-5年）

### 7.3.1 AI技術革新

- ・ **独自AIモデル開発:** 専用音楽生成モデルの構築
- ・ **リアルタイムコラボレーション:** AIアシスト付き共同作業
- ・ **マルチモーダル統合:** 映像、テキストからの音楽生成

### 7.3.2 エコシステム構築

- ・ **マーケットプレイス:** ユーザー作成コンテンツの売買
- ・ **クリエイターエコノミー:** 収益化ツール提供
- ・ **オープンプラットフォーム:** API公開、サードパーティ連携

### 7.3.3 新市場開拓

- ・ **ゲーム音楽:** ゲーム開発者向けソリューション
- ・ **映像制作:** 映像制作ワークフロー統合
- ・ **メタバース:** 仮想空間での音楽制作・パフォーマンス

---

## 8. KPIと成功指標

### 8.1 製品KPI

指標	定義	目標（1年目）
	月に1回以上アプリを使用したユーザー数	10万人

指標	定義	目標（1年目）
MAU（月間アクティブユーザー）		
DAU/MAU比率	日次アクティブユーザー÷月間アクティブユーザー	30%
平均使用時間	ユーザーあたりの月間平均使用時間	10時間
リテンション率	30日後も継続して使用しているユーザーの割合	40%
NPS（Net Promoter Score）	推奨度スコア	40+

## 8.2 ビジネスKPI

指標	定義	目標（1年目）
MRR（月間経常収益）	月間サブスクリプション収益	3,000万円
ARPU（ユーザーあたり平均収益）	総収益÷アクティブユーザー数	300円
有料転換率	無料ユーザーから有料プランへの転換率	5%
チャーンレート	月間の解約率	5%以下
CAC回収期間	顧客獲得コストの回収にかかる月数	6ヶ月以内

## 8.3 マーケティングKPI

指標	定義	目標（1年目）
ウェブサイト訪問者数	月間ユニーク訪問者数	10万人
コンバージョン率	サイト訪問者のうち無料登録した割合	10%
CAC（顧客獲得コスト）	有料ユーザー1人獲得にかかる費用	1万円以下
		40%

指標	定義	目標（1年目）
オーガニックトラフィック比率	全トラフィックに占めるオーガニック検索の割合	
SNSエンゲージメント	フォロワー数、いいね、シェア、コメントの合計	月間1万インタラクション

## 8.4 テクニカルKPI

指標	定義	目標
アプリクラッシュ率	セッション中にクラッシュした割合	0.1%以下
API応答時間	Agent機能のレスポンス平均時間	2秒以下
アップタイム	サービスが利用可能だった時間の割合	99.9%以上
バグ解決時間	重大バグの平均修正時間	24時間以内
アップデート頻度	新機能・改善のリリース頻度	月1回以上

## 9. リスクと対策

### 9.1 市場リスク

リスク	影響度	発生確率	対策
競合の参入	高	高	早期市場投入、コミュニティ構築、独自AI技術開発
市場成長の鈍化	中	低	複数の収益源確保、新市場開拓
ユーザー獲得の遅れ	高	中	マーケティング戦略の多様化、無料版の魅力向上
価格感度の誤算	中	中	段階的な価格テスト、柔軟な価格モデル

## 9.2 技術リスク

リスク	影響度	発生確率	対策
AI API費用の高騰	高	中	複数プロバイダー対応、使用量制限、独自モデル開発
パフォーマンス問題	高	中	徹底したテスト、段階的なスケーリング
データセキュリティ	高	低	厳格なセキュリティ対策、透明性の確保
技術的負債の蓄積	中	中	定期的なリファクタリング、技術的負債の可視化

## 9.3 運営リスク

リスク	影響度	発生確率	対策
チーム拡大の遅れ	高	中	採用パイプラインの構築、リモートワーク活用
キャッシュフロー問題	高	中	段階的な資金調達、支出管理の徹底
サポート負荷の増大	中	高	セルフサービス化、コミュニティサポート活用
規制変更	中	低	法務アドバイザーの確保、規制動向のモニタリング

## 9.4 法的リスク

リスク	影響度	発生確率	対策
AI生成コンテンツの著作権問題	高	中	法的アドバイザー確保、利用規約の明確化
データプライバシー規制	中	中	GDPR/CCPA準拠、データ最小化
特許侵害	高	低	特許調査、独自技術開発



リスク	影響度	発生確率	対策
ライセンス違反	中	低	ライセンス管理システム導入、定期的な監査

## 10. ローンチタイムライン

### 10.1 プレローンチフェーズ（2025年7月-9月）

時期	マイルストーン	担当	KPI
7月第1週	ティーザーサイト公開	マーケティング	メールリスト1,000件
7月第3週	SNSアカウント立ち上げ	マーケティング	フォロワー合計500人
8月第1週	インフルエンサー向け先行アクセス開始	PR	10名のインフルエンサー獲得
8月第3週	プロモーション動画公開	マーケティング	再生回数10,000回
9月第1週	プレスリリース配信	PR	掲載10媒体
9月第3週	ベータ版申込開始	マーケティング	申込5,000件

### 10.2 ベータローンチフェーズ（2025年10月-11月）

時期	マイルストーン	担当	KPI
10月第1週	クローズドベータ開始（500名）	製品	アクティブ率80%
10月第2週	フィードバックシステム稼働	カスタマーサクセス	フィードバック回収率50%
10月第3週	ベータ拡大（2,000名）	製品	バグ報告解決率90%

時期	マイルストーン	担当	KPI
10月第4週	ユーザー事例作成	マーケティング	事例5件
11月第1週	オープンベータ開始	製品	ユーザー10,000名
11月第3週	最終バグ修正	開発	重大バグゼロ

10.3 正式ローンチフェーズ（2025年12月）

時期	マイルストーン	担当	KPI
12月第1週	正式版リリース	全チーム	ダウンロード20,000件
12月第1週	ローンチイベント開催	マーケティング	参加者1,000名
12月第2週	インフルエンサーキャンペーン	PR	リーチ100万人
12月第2週	有料マーケティング開始	マーケティング	CPA ¥1,000以下
12月第3週	初回アップデート	開発	アップデート適用率90%
12月第4週	年末キャンペーン	マーケティング	有料転換率5%

10.4 成長フェーズ（2026年1月-6月）

時期	マイルストーン	担当	KPI
1月	コミュニティフォーラム立ち上げ	カスタマーサクセス	アクティブユーザー5,000名
2月	教育機関向けプログラム開始	セールス	契約10校
3月	モバイルアプリベータ版	開発	ダウンロード5,000件
4月	国際化（英語版）	製品	海外ユーザー10,000名
5月	マーケットプレイスベータ版	開発	出品コンテンツ100件
6月	大型アップデート（v2.0）	全チーム	MAU 10万人達成

---

**注:** このマーケティング戦略は市場状況や製品開発の進捗に応じて定期的に見直し、更新されます。