

「ファーマーズ・ビジネス・ネットワーク」

1 課題 Problem

- 農業資材の価格が不透明で割高
- 大規模農家と比べて不利な立場にある
- 生産効率を最適化するためのデータ不足

4 解決策 Solution

- データ分析プラットフォーム
- 農業資材の共同購入システム
- データを活用した農業経営支援

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「農家が連帯して、大規模農家に匹敵する購買力を持つ」
- 「農家主体のデータ分析で合理的な農業を」
- 「農家のための、農家によるネットワーク」

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 蓄積された農家の集合データ
- コミュニティによる高い定着率
- 利用者が増えるほど価値が高まるネットワーク効果

2 顧客セグメント Customer Segments

- 小規模～中規模の農家（特に資材コストに悩む層）
- 将来的には農業関連企業や農業金融機関へも展開

8 主要指標 Key Metrics

- 登録農家数
- 購買額（取引量）
- データ利用率（リピート率）

5 チャンネル Channels

- 農家コミュニティへの直接営業
- オンラインプラットフォーム（ウェブ・アプリ）
- 農業関連イベントや口コミ

7 コスト構造 Cost Structure

- データ基盤の開発・運営
- 営業や顧客サポート
- サプライチェーン管理

6 収益の流れ Revenue Streams

- 会員制サブスクリプション料金
- 農業資材の販売マージン
- 将来的にはデータを活用した保険・金融サービス