

「Pavegen」

1 課題 Problem

- 再生可能エネルギーは「地味」で、一般人に体験されにくい
- 公共空間で「サステナビリティを可視化する仕掛け」が不足していた
- 企業や自治体が「環境意識をアピールできる手段」を求めている

4 解決策 Solution

- 床パネルの設置による発電
- データの見える化(歩数や発電量をディスプレイ表示)
- ブランドやスポンサー広告との連動(「〇〇社が支援しています」など)

8 主要指標 Key Metrics

- 設置されたパネル数
- 累計発電量／CO2削減量
- 導入施設数・イベント数
- SNSでの話題拡散数

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「歩くだけで電気が生まれる」という直感的で分かりやすい体験
- 一般人を「エネルギー生産者」に変える仕組み
- サステナビリティを“楽しく体験できる”演出

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 独自の発電技術と特許
- 「歩くだけで発電」という分かりやすいストーリー
- 環境意識の高いブランドや自治体との実績

5 チャンネル Channels

- 自治体や大企業への直接営業
- 環境関連イベントでの展示
- メディアやSNSでの話題拡散

2 顧客セグメント Customer Segments

- 自治体
(環境施策や公共空間での導入)
- 商業施設
(集客・PR効果を狙う)
- イベント運営会社
(話題性を提供)
- 空港や駅
(利用者体験を向上)
- 環境意識の高い企業

7 コスト構造 Cost Structure

- パネル製造費
- 設置工事や運搬コスト
- 研究開発費(技術改良)
- 営業・広報活動費

6 収益の流れ Revenue Streams

- 床パネルの設置費用
- メンテナンス契約
- イベント用の短期レンタル
- データや広告との連携収益