

「シャボン玉石けん」

1 課題 Problem

- 合成洗剤による肌荒れやアレルギー
- 水質汚染や環境負荷への懸念
- 「安全な生活用品が欲しい」という消費者の声

4 解決策 Solution

- 合成界面活性剤・香料・着色料を一切使わない石けん
- 洗濯用、食器用、スキンケアなど幅広い製品展開

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「人と地球にやさしい、無添加石けん」
- 一筋数十年というブランドの信頼性

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 「無添加一筋」というぶれない理念
- 長年の歴史と顧客からの信頼

2 顧客セグメント Customer Segments

- 敏感肌やアレルギーを持つ人
- 子育て世代、特に小さな子どもを持つ家庭
- 自然派志向・エコ意識の高い層

8 主要指標 Key Metrics

- 顧客リピート率
- 新規顧客数
- ブランド認知度や口コミ件数

5 チャンネル Channels

- スーパーやドラッグストアなどの小売店
- 自社ECサイト、直営店
- 健康志向の雑誌や口コミ

7 コスト構造 Cost Structure

- 天然由来の原材料コスト
- 製造設備や品質管理への投資
- 広告宣伝・教育活動

6 収益の流れ Revenue Streams

- 石けんや洗剤の販売
- 繰り返し購入されるリピート需要