

「エアークローゼット」

1 課題 Ploblem

- 毎日の服選びに時間がかかる
- 服を買っても着回しに困る
- クローゼットが服であふれている
- 似合う服がわからない

4 解決策 Solution

- 月額制レンタルサービス
- スタイリストがユーザーの好みに合わせて洋服を選ぶ
- 自宅に届き、着たら返却するだけ

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「プロが選んだ服を、買わずに着られる」
- 所有しなくても、ファッションを楽しめる新しい体験

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 豊富なスタイリストネットワーク
- 顧客ごとの「似合う服データ」の蓄積
- データを活用した高度なレコメンド

2 顧客セグメント Customer Segments

- 20～40代の働く女性
- 忙しい共働き世帯の女性
- トレンドを楽しみたいけれど買う時間がない人

8 主要指標 Key Metrics

- 継続率(解約率)
- 顧客獲得単価(CAC)
- 顧客生涯価値(LTV)

5 チャネル Channels

- 公式サイト・アプリ
- SNS広告やインフルエンサーの口コミ
- PR記事や雑誌掲載

7 コスト構造 Cost Structure

- 洋服の仕入れ
- クリーニングや物流コスト
- スタイリストの人件費
- 広告・マーケティング費

6 収益の流れ Revenue Streams

- 月額サブスクリプション料金
- オプション(延長・追加アイテム)