

「株式会社 ALE」

1 課題 Problem

- イベント主催者
- 「他にはない圧倒的な演出を提供したい」という課題がある。
- 観光事業者
- 「観光資源の差別化が難しい」という課題がある。
- 研究機関
- 「高精度な大気データが不足している」という課題がある

4 解決策 Solution

- 人工衛星を打ち上げ、流れ星粒子を放出する仕組み
- 粒子の大気圏突入を制御して流星を発生させる技術
- その過程で得られるデータを研究機関に提供する

8 主要指標 Key Metrics

- 人工衛星の打ち上げ成功率
- イベント契約数・スポンサー契約数
- データ提供件数

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 世界初の「人工流れ星」という唯一無二の体験
- 科学研究に役立つ「大気データの収集」
- エンタメと科学を融合した新しい市場の創出

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 世界初の人工流れ星という特許技術
- 宇宙研究者・大学・研究機関とのネットワーク
- メディアが取り上げざるを得ない話題性

5 チャンネル Channels

- 大規模イベント主催者や都市との直接提携
- メディア露出(人工流れ星という話題性はニュースになりやすい)
- 科学コミュニティや大学との共同研究
- 企業スポンサーへの営業活動

2 顧客セグメント Customer Segments

- イベント主催者
- オリンピックや万博など、世界的なイベントで新しい演出を求める主催者
- 観光事業者・都市
- 観光資源として流れ星ショーを導入したい都市や自治体
- 企業スポンサー
- 自社のブランドを人工流れ星と結びつけたい広告主
- 研究機関
- 得られる大気データを必要とする大学や研究者

7 コスト構造 Cost Structure

- 人工衛星の開発費・打ち上げ費
- 流星粒子の研究開発費
- 人件費や運営費
- 広報・営業活動

6 収益の流れ Revenue Streams

- イベント主催者や都市からの「人工流れ星ショー」の導入費用
- 企業スポンサーによる広告モデル
- 研究機関や政府へのデータ販売