

「賃貸物件検索カナリー」

1 課題 Problem

- 賃貸物件検索サイトは情報量が多すぎて探しにくい
- スマホでの操作性が悪く、使い勝手が悪い
- 内見予約や問い合わせが面倒で非効率

4 解決策 Solution

- アプリ中心のサービス設計
- チャット機能で不動産会社とスムーズにつながる
- 内見予約の簡略化
- 検索条件の保存やレコメンド機能で効率化

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「スマホで完結する賃貸物件検索」
- シンプルで分かりやすいUI/UX
- 内見予約までアプリ内で完結できる利便性

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 若者に刺さるUXデザイン
- 「スマホ完結型」の先行ポジション
- ユーザーデータを活用した改善サイクル

2 顧客セグメント Customer Segments

- 都市部に住む20～30代の若年層
- 初めて一人暮らしをする学生・新社会人
- 転勤や引越しが多いビジネスパーソン

8 主要指標 Key Metrics

- アプリダウンロード数
- 月間アクティブユーザー (MAU)
- 問い合わせ件数・成約件数

5 チャンネル Channels

- App Store / Google Play
- SNS広告や口コミ拡散
- 大学や不動産仲介会社との提携

7 コスト構造 Cost Structure

- アプリ開発・運営費
- サーバー維持・データベース管理
- 広告宣伝費

6 収益の流れ Revenue Streams

- 不動産会社からの広告掲載料
- 問い合わせや成約数に応じた成果報酬型課金