

「ジモティー」

1 課題 Problem

- 家具や家電を捨てると処分費がかかる
- リサイクルショップに持ち込むのは面倒
- 一方で「安くほしい」「タダでもらいたい」という人が必ずいる

4 解決策 Solution

- 写真をアップするだけで掲載可能
- チャット機能でやり取り
- 取引は基本的に直接会って引き渡し

8 主要指標 Key Metrics

- 掲載数
(どれだけ情報が集まるか)
- 成約数
(マッチング成立)
- アクティブユーザー数
- 地域ごとの利用率

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「地元でモノや情報を無料・簡単にやり取りできる」

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 地域名検索での強力なSEOポジション
- 無料掲示板としての先行者優位性
- ユーザー同士の口コミによる自然拡散

5 チャンネル Channels

- 「横浜市 譲ります」「東京 里親募集」など、地域名＋ニーズで検索するとジモティーが上位に表示されやすい仕組みを作りました。

2 顧客セグメント Customer Segments

- 不用品を処分したい人
(出品者)
- 安く入手したい人
(購入者)
- 地域情報を得たい人
(掲示板ユーザー)

7 コスト構造 Cost Structure

- サーバー・システムの運営費
- エンジニアやカスタマーサポートの人件費
- 広告宣伝費

6 収益の流れ Revenue Streams

- バナー広告
- 求人や不動産情報の有料掲載