

1 課題 Problem

- 高級ブランドバッグは購入すると数十万円以上。簡単には手が出ない
- 使うシーンは限られており、購入しても利用頻度が低い
- 流行が移り変わりやすく、すぐに「古い」と感じてしまう

4 解決策 Solution

- アプリを通じた簡単な注文・返却システム
- バッグの在庫管理と高品質なクリーニング体制
- 保険や保証で高額商品の不安を払拭

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 月額定額でブランドバッグが使い放題
- すべて本物で、安心保証付き
- トレンドや気分に合わせて自由に選べる

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 他社が真似しにくいほどの豊富な在庫数
- 独自のクリーニング・物流ノウハウ
- 「正規品で安心」というブランド信頼
- 利便性と顧客体験を徹底的に設計したアプリ

2 顧客セグメント Customer Segments

- 都会で働く20～40代女性
- ファッションに敏感で、SNS発信にも積極的な層
- 「所有するほどではないが、ブランドを楽しみたい」というニーズを持つ

8 主要指標 Key Metrics

- 会員数の増加率
- 継続率(解約率の低減が重要)
- バッグの回転率(在庫の効率活用)
- 顧客獲得単価(CAC)とライフタイムバリュー(LTV)

5 チャンネル Channels

- アプリストア(iOS/Android)
- 自社Webサイト
- SNS広告やインフルエンサーによる口コミ拡散
- 雑誌やテレビなどのメディア露出

7 コスト構造 Cost Structure

- バッグの仕入れ・維持コスト
- 倉庫・クリーニング・配送コスト
- システム開発・運営費
- マーケティング費用

6 収益の流れ Revenue Streams

- サブスクリプション(月額課金モデル)
- 会員数×継続率が収益の基盤
- プレミアムプランなどの追加オプション収益