

1 課題 Problem

- 忙しくて温泉地に行けない都市部の人がいる
- 高齢者や体が不自由な人にとって温泉旅行は大きな負担
- 都市部に住む人々は、気軽に温泉体験ができない

4 解決策 Solution

- 温泉地から温泉水をタンク輸送
- 顧客の自宅や施設に配送
- 浴槽に入れて温泉を再現

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「自宅で本物の温泉体験ができる」
- 「非日常を日常に届ける」

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 特定の温泉地との独占的な契約
- 温泉輸送のノウハウ
- メディアに取り上げられやすいユニークさ

2 顧客セグメント Customer Segments

- 都市部に住む健康志向の個人
- 高齢者や介護施設
- 法人(福利厚生、イベント、ホテルなど)

8 主要指標 Key Metrics

- 月間契約件数
- リピート率
- 顧客獲得単価(CAC)

5 チャンネル Channels

- 公式サイトや電話予約
- 健康イベントや展示会でのプロモーション
- メディア露出による話題性
- 介護施設・法人との契約

7 コスト構造 Cost Structure

- 温泉水の採取・仕入れ費用
- タンク輸送や人件費
- 設備維持費(配送車両やタンク)
- 宣伝広告費

6 収益の流れ Revenue Streams

- 個人顧客からの配送サービス利用料
- 定期宅配プラン(会員制)
- 法人契約(イベントや福利厚生)