

1 課題 Ploblem

- 社会人は学びたいが、時間や場所の制約で続かない
- 企業も教育効果が見えづらく困っていた

4 解決策 Solution

- リアルタイム授業
- チャット機能
- アーカイブ動画

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 生放送授業による双方向性
- 「学びのコミュニティ」という体験価値

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 有名講師とのネットワーク
- 教育業界での先行者優位

2 顧客セグメント Customer Segments

- 学び直しをしたい社会人
- 社員教育を必要とする法人

8 主要指標 Key Metrics

- 有料会員数
- 法人契約数
- 授業参加率
- 継続率

5 チャネル Channels

- 公式サイト
- アプリ
- SNS
- メディア露出

7 コスト構造 Cost Structure

- 授業制作費
- 配信システム
- 講師謝礼
- スタッフ人件費

6 収益の流れ Revenue Streams

- 個人の月額課金
- 法人契約