The Value Proposition Canvas

提供できる価値

顧客セグメント

製品/サービス

あなたが提供できる価値を具体化する製品/サービスをすべてリストアップしましょう。

顧客が機能的、社会的あるいは心理的課題に対処するのを支援するために、あるいは顧客が基本的ニーズを満たすことを支援するために、あなたはどのような製品/サービスを提供しますか?

顧客が次の役割を果たすために役立つ製品/サービスはどれですか?

購入者
(例：顧客が商品/提案を比較し、決定し、購入し、製品やサービスの引渡しを受けることを支援する製品/サービス)

共創者／コクリエイター
(例：顧客がソリューションを創造することを支援する、もしくは顧客のソリューションに価値を提供する製品/サービス)

移転／譲渡
(例：顧客が製品を処分したり、または他者へ移転したり、もしくは転売するために役立つ製品/サービス)

製品/サービスは、有形のもの (製造物、対面式カスタマーサービス等) 、デジタル/バーチャルなもの (ダウンロード、オンライン上でのアドバイス等) 、無形のもの (著作権、品質保証等) 、経済的なもの (投資ファンド、金融サービス等) 、様々な形態があり得ます。

すべての製品/サービスを、顧客にとっての重要度に応じて順位付けしましょう。

それらは顧客にとって必要不可欠なものですか、それとも取るに足りないものですか?

鎮痛作用～悩みを解決する

あなたの製品/サービスはどのように顧客の悩み／痛みを緩和するのか説明しましょう。あなたの製品/サービスは、顧客が仕事を遂行する前後や遂行中に悩んでいる、あるいはかつて悩んだことがあるネガティブな感情をどのように除去/抑制するのですか?

あなたの製品/サービスは、

何らかの削減効果を持っているか?
(時間、費用、労力等について)

顧客の気持ちを楽にできるか?
(フラストレーションや苛立ち、頭痛の種等の除去)

ソリューションの弱点を補強できるか?
(新機能、より良い性能や品質等)

顧客が直面している困難や課題を、最終的に解決することができるか?
(物事をより容易にする、顧客が何かを完遂するのに役立つ、障壁を取り除く等)

顧客が直面している、あるいは懸念している社会的悪影響を拭い去ることができるか?
(面目や勢力、信頼、ステータス等の失墜)

顧客が懸念しているリスクを回避することができるか?
(経済的/社会的/技術的リスク、あるいは何かがうまく行かない可能性等)

顧客に安心感を与えることができるか?
(大きな問題の解決、懸念や不安の解消等)

顧客が犯しそうなミスを抑制、あるいは回避することができるか?
(誤使用等)

顧客がソリューションを採用する際の障壁を取り除くことができるか?
(先行投資の抑制/不要化、習熟時間の短縮化、変化に対する抵抗の緩和等)

あなたの製品/サービスが軽減する顧客の痛みを、顧客にとっての痛みの強さに応じて順位付けしましょう。その痛みはかなり強いものですか、それとも軽度なものですか?

それぞれの痛みは、どのくらいの頻度で起きるかを示しましょう。顧客が仕事を遂行する前後や遂行中に起こるリスクは?

顧客が満足している既存のソリューションに匹敵できるか、または凌駕することができるか?
(特定の機能、性能、品質等について)

顧客の仕事を楽に／容易にすることができるか?
(習熟時間の短縮化、有用性、利便性、より多くのサービス、所有コストの削減等)

顧客が切望する社会的影響を 創り出せるか?
(顧客を立派に見せる、顧客に勢力拡大やステータス向上をもたらす等)

顧客が求めていることを提供できるか?
(良いデザイン、保証、特定の機能、より多い機能等)

顧客が夢に描いていることを満たすことが可能か?
(大きな成果を出す、負担を大幅に軽減する等)

利益創出の手段

あなたの製品/サービスがどのように顧客の利益を創出するのか説明しましょう。

あなたの製品/サービスは、顧客が期待する利点、切望する利点、または驚くような利点をどのように創出するのですか?

あなたの製品/サービスは、

顧客を満足させるような無駄の削減をもたらすことができるか?
(時間、費用、労力等について)

顧客が期待する結果、あるいは期待を超える結果を生み出せるか?
(より良い品質レベル、より多い価値/少ない無駄...)

顧客が成功／失敗を判断する指標と一致したポジティブな結果をもたせるのか?
(より良いパフォーマンス、より低いコスト等)

採用されることを容易にしているか?
(より低いコスト、より少ない投資、より良い品質、パフォーマンス、デザイン等)

あなたの製品/サービスが顧客にもたらす利益を、顧客への該当性の高さに従って順位付けしましょう。その利益は相当なものですか、それとも僅かなものですか?また、それぞれの利益がどのくらいの頻度で創出されるかも示しましょう。

顧客の痛み

顧客が仕事を遂行する前後や遂行中に悩んでいる、あるいはかつて悩んだことがあるネガティブな感情を説明しましょう。

代償が大き過ぎると顧客が感じるものは何か?
(時間がかかり過ぎる、費用が高すぎる、かなりの努力を要する等)

顧客が気分を害することは何か?
(フラストレーションや苛立ち、頭痛の種等)

現行のソリューションはどのような点で顧客の期待に達していないのか?
(機能の欠如、パフォーマンス、故障等)

顧客が直面している主要な困難や課題は何か?
(物事の仕組みの理解、仕事の完遂への障害、抵抗等)

顧客が直面している、あるいは懸念しているネガティブは社会的影響は何か?
(体面や威信、信頼、ステータス等の失墜)

顧客が懸念しているリスクは何か?
(経済的/社会的/技術的リスク、あるいは何かがうまく行かない可能性等)

顧客を夜も眠れないほどに心配させていることは何か?
(重大な問題、懸念、心配事等)

顧客が犯しがちな一般的なミスは何か?
(誤使用等)

顧客がソリューションを採用することを妨げているのは何か?
(先行投資、習熟時間、変化に対する抵抗等)

それぞれの痛みを、顧客が感じる痛みの強さに応じて順位付けしましょう。

その痛みはかなり強いものですか、それとも軽度なものですか?

それぞれの痛みは、どのくらいの頻度で起きるかも示しましょう。

顧客の利益

顧客が期待する利点、切望する利点、または驚くような利点を説明しましょう。利点には機能的な実用性、社会的利得、好ましい感情、費用削減なども含まれます。

どのような節約が顧客を喜ばせるのか?
(時間、費用、労力等について)

どのような結果を顧客は期待しているのか?どのような結果なら顧客の期待を超えられるのか?
(品質レベル、より多い/少ない何か...)

現在のソリューションには、顧客はどの程度満足しているのか?
(特定の機能、性能、品質等)

顧客の仕事をより容易に／楽にするものは何か?
(習熟時間の短縮化、より多くのサービス、所有コストの削減等)

どのようなポジティブな社会的影響を顧客は望んでいるのか?
(顧客自身が立派に見える、威信やステータスの向上をもたらす等)

顧客は今何を求めているのか?
(良いデザイン、保証、特定の機能、さらに多彩な機能等)

顧客が夢に描いているものは何か?
(大きな成果、大幅な負担軽減等)

顧客は成功／失敗をどのように評価するのか?
(パフォーマンス、コスト等)

ソリューションが採用される可能性を高める要素は何か?
(より低いコスト、より少ない投資、より良い品質、パフォーマンス、デザイン等)

顧客にもたらす利益を、顧客への該当性の高さに応じて順位付けしましょう。

その利益は相当なものですか、それとも僅かなものですか?

それぞれの利益が、どのくらいの頻度で創出されるかも示しましょう。

顧客の課題

あるセグメントの顧客が何を成し遂げようとしているか説明しましょう。「成し遂げようとすること」とは、顧客が遂行し完遂しようとする課題、または解決しようとしている問題、あるいは顧客が満たそうとしているニーズ等が考えられます。

顧客の業務上、成し遂げなければならない課題のうち、何を支援できるのか?(特定の作業の遂行または完遂、特定の問題の解決等)

顧客が社会的に成し遂げたい課題の何を支援できるのか?
(体面や威信、ステータス等の向上努力)

顧客が心理的に成し遂げたい課題の何を支援できるのか?
(外観、満足感、安心感等)

顧客が何の基本的ニーズを満たすことを支援するのか?
(コミュニケーション、性的欲求等)

顧客は本来の課題を完遂しようとする一方で、付随的な仕事において異なった役割を演じます。顧客が演じる以下の役割で、どのような仕事を成し遂げようとしているか説明しましょう。

購入者 (体面や威信、ステータス等の向上努力)

共創者 (外観、満足感、安心感等)

移転／譲渡 (例：顧客が製品を処分したり、または他者へ移転したり、もしくは転売するために役立つ製品/サービス)

それぞれの役割を、顧客にとってどれくらいの意義があるか、に応じて順位付けしましょう。それらは 必要不可欠なものですか、それとも取るに足りないものですか?また、それぞれの役割がどのくらいの頻度で起きるかも示しましょう。

それらの役割は制約や制限が課せられている可能性があります。どのような状況においてそれが果たされるのか要約しましょう。
(運転中、外出中等)

Copyright Business Model Foundry AG
ビジネスモデルキャンバスと *Strategyzer* の開発者

Strategyzer
strategyzer.com