

起業を前提としたビジネスモデルの開発

所属 ヘルスケアDXゼミ

齊藤 太紀

saitotaiki0127@gmail.com

開発における問題点

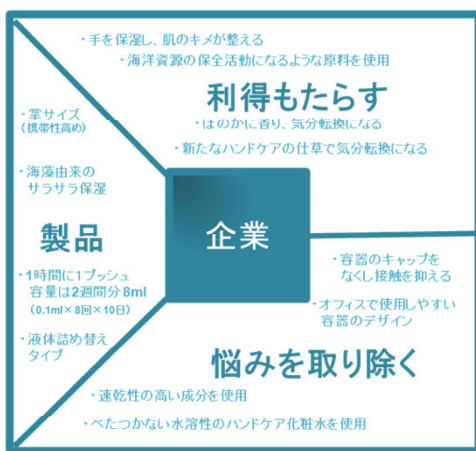
直観的に速乾性のあるハンドケアが売れる気がしたが、論理的に説明できない。誰が対象で具体的などのような機能を持った商品が売れるのかわからない

手法・ツールの適用による解決

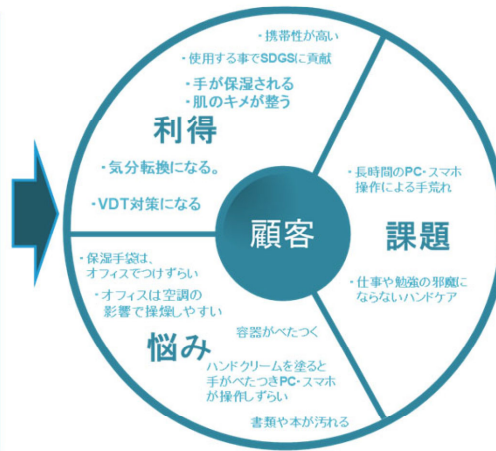
本講座にて受講したVCP分析を活用する事でそもそも何が悩みで何がメリットなのか、課題を明確にする事が出来た。また、解決へ向けた企業側のアプローチも整理する事が出来た。

VCP分析による提供価値の整理

顧客への提供価値



戦略セグメント



課題を明確化する事で対象ユーザーと対象年齢を設定

長時間のPC・スマホ操作による手荒れ
仕事や勉強の邪魔にならないハンドケア

1日10時間以上のスマホ・タブレット・PC利用者
30代～40代のユニセックス

検証後の主なご意見

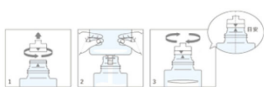
- ・PC・スマホがべたつかないなら使いたい。
- ・モビリティが高くどこでも持ち歩けるとよい
- ・化粧水は国内製造品が良い。
- ・買いに行くのがめんどくさい
- ・小さく機能的な見た目がいい

商品案

PC・iPad・スマートフォンを長時間利用する方向け
ハンズフロント（手のひら）ケア化粧品

raputos (ラピュトス)

サスティナブル海洋美容液
(詰め替え用)



本製品



付属品

<POINT 1> PCやスマホ操作で生じた指先・手のひらのダメージケア

<POINT 2> 持ち運べるミストでいつでもハンドケア

<POINT 3> 速乾性が高くべたつかない最小限の成分

<POINT 4> 南太平洋の海を連想させる「流木の香り」

スマートエスイー:スマートシステム＆サービスおよびDX推進を担う人材の産学連携育成