



自分の「ビジネスモデル」を描いて、改良する ～ビジネスモデルキャンバス(1)



株式会社フロウシク
代表取締役/中小企業診断士
米倉 博彦

● 仕事をするということは、言い換えれば「誰かに、何かの物品・サービスを、何らかの方法で提供している」ということだ。これは、格好良く言えば「個人版ビジネスモデル」だ。業種は問わない。営業でも総務でも、社長でも平社員でもそうだ。

● 今回と次回の二回に分けて、「ビジネスモデルキャンバス」というツールを用いて、個人の「ビジネスモデル」を把握する手法について説明する。

■ビジネスモデルキャンバスとは

ビジネスモデルキャンバスとは、複雑なビジネスの「儲かる仕組み」を9つの要素に分けて、ビジネスの見取り図を作るためのツール(道具)だ。

比較的新しい手法で、日本では2012年に発売された「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」で紹介され、一大ブームとなった。

具体的には、9つのブロックにわかれた表(キャンバス)を埋めていくことで、自社のビジネスの特徴や、足りない箇所・うまく連携できていない部分などを明らかにする。(図1)



図1：ビジネスモデルキャンバス

当初はビジネスモデル、つまり企業における商売の仕組みを分析するための手法であったけれど、その汎用性の高さから個人の仕事や人生の分析にも使えることがわかり、実際に活用されている。(詳細は、「ビジネスモデルYOU」という書籍を参照)

■9つの要素

それではここから、ビジネスモデルキャンバスを構成する9つの要素をそれぞれ見ていこう。

①顧客(誰の役に立ちたい?誰のためになりたい?)
一番右の要素は「顧客」だ。あなたにお金(売

上や給料)を払ってくれる人は誰だろうか?営業職であれば上得意客の名前が入るかもしれない。営業サポート職であれば営業職が、経理部であればそこで創った数字やグラフを使って意思決定をする役員や経費精算の手続きをする自社の従業員が「顧客」になるかもしれない。

もちろん、直属の上司や監督者も「顧客」と言える。顧客は一種類だけではない。思いっただけ書き込もう。

②提供価値(どう役にたちたい?どうやってた めになりたい?)

①で決めた「顧客」に、あなたはどんな価値を与えているだろうか。キャンバスの中心にある「提供価値」の要素を考えて見よう。営業であれば、買い手が商品やサービスを使うことによる便益が「提供価値」だろう。営業サポートであれば営業職が日々の活動をやりやすくするための条件整備などがそれにあたるだろう。さて、上司も「顧客」だと私は言った。あなたは「上司」にどんな価値を与えているだろうか?

あなたが給料をもらっているのは、誰かに「価値」を与えているその対価だ。

③届けかた(どう知らせる?どう届ける?)

自分が考える「顧客」に、自分が持っている「提供価値」を、どうやって知らせるのか、どうやって伝えるのかが「チャンネル」の要素だ。どんな素晴らしい提供価値を持っていても、顧客がそれを知らなければ意味が無い。知ってもらい、使ってもらうために、自分には何をしているだろうか?



④関係づくり（どう顧客と関わり、接する？）



③で顧客に価値を提供できても、メンテナンスしなければいずれ消えてしまう。そこで、「提供価値」と「顧客」を結ぶもう一つの要素「関係づくり」が重要になる。メール、SNS、郵送、電話、定期訪問や業務外での交流など、関係を維持するためのいろいろな手法が考えられる。

⑤経営資源（あなたはどんな人で、どんな能力を持っているのか）



企業であれば、ここに入るのは「人・モノ・お金・情報」といった要素になる。個人の場合は、あなたが関心を持っている事柄（仕事上のもので、趣味でも）や、能力・スキル、個性、知識、経験、人脈、資格などがそれに当たるだろう。

顧客に価値を提供するために役に立つ経営資源を探してもよいし、逆に「自分は何を持っているか？」を考えて、そこから「自分は誰に、どんな価値を提供できるか？」と進めてもよい。（図2、図3）



図2：顧客→提供価値→経営資源



図3：経営資源→提供価値→顧客

⑥重要活動（あなたならではの、大事な仕事や取り組みは？）



経営資源を活かす、あなたがやっている大事な仕事、重要な取り組みはなんだろうか？それが「重要活動」だ。経営資源、つまり能力や人脈をたくさん持っていて、それを活かすための「重要活動」をしていなければ宝の持ち腐れだ。

経営資源と重要活動は必ず噛み合っていないなければならない。重要活動に必要な経営資源をまだ

持っていないのであれば、早急に習得するか、次で説明する「協力者」を確保しなければならない。

⑦協力者（あなたを助けてくれる人は誰？）



顧客に価値（商品やサービス）を提供したいのに、そのための能力を全て自分で持っているわけではないとしたら、他者の手を借りる必要がある。同僚だったり他部署の人間だったり、社外の専門家も協力者だ。精神的な支えという意味では、家族や友達も一種の「協力者」なのかもしれない。

⑧収入（その活動で何を手に入れるのか？）



収入源はなんだろう。勤め人であれば月給やボーナスがそれに当たる。福利厚生や研修費補助、退職金だって、見えにくいけれども、あなたが日々の活動で手に入れる報酬になる。

金銭に換算できないこと — 仕事の満足度や周囲からの評価、社会貢献などだって一種の「収入」として考えることができる。

⑨コスト（その活動に何を費やすのか？）



収入（金銭だけでなく精神的なものも含め）を得るために、あなたが費やしているものをここに書く。一番の項目は「時間」だろう。それ以外にも自己負担の経費、自己所有の資産（自家用車、自宅のパソコンなど）もコストとして考えられる。

コストには、「重要活動」や「協力者」との関係から生じるストレスや不満も含まれる。

■今回は事例とともに、ビジネスモデルキャンバスを詳しく説明します

今回は紙幅の都合で、各要素の説明だけで終わってしまった。

今回は、実際の事例（38歳男性、営業サポート職【仮】）をもとに、ビジネスモデルキャンバスの具体的な活用例について説明する。

<参考文献>

「ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書」アレックス・オルターワイルダー他 著／翔泳社

「ビジネスモデルYOU」ティム・クラーク著／翔泳社