

登録特典

急成長するビジネスモデル

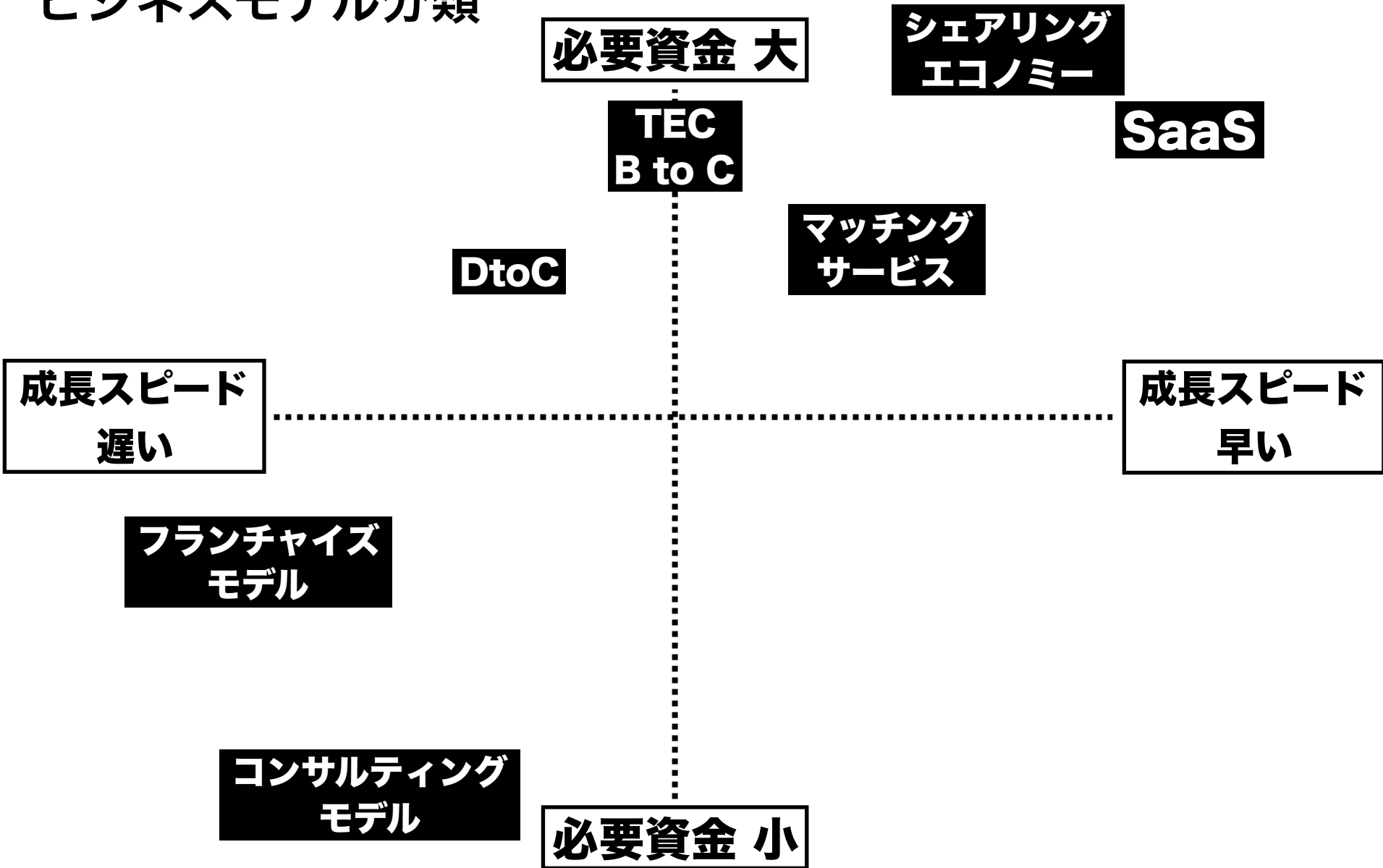
急成長するビジネスモデル

ビジネスモデルには様々な種類が存在します。

ビジネスモデル設計は新規ビジネススタートにおいてとても重要です。また、ビジネススタート後もビジネスモデルを調整、変化、改良し続けていくことが重要です。多くのビジネスは、一つのビジネスモデルから成り立つものではなく、複数のビジネスモデルを取り入れながら成長していきます。

この特典冊子は「必要な資金力」「成長スピード」「メリット・デメリット」等の視点から、トレンドのビジネスモデルを分析しています。皆様のビジネスモデル設計に活用していただければ幸いです。

ビジネスモデル分類



上場モデル、拡大モデル SaaS

ビジネスモデル

SaaSは「Software as a Service」の略です。

これまでパッケージで提供されていたソフトウェア製品がクラウドで提供されるようになりました。ユーザーは自分の使いたい分を決めて少額で始められて、解約もしやすいですが導入ハードルも低いです。

例) セールスフォース、マルケト、B-dash

メリット

トレンドの上場しやすい（試算しやすい）モデル
システムを整えばスケールが容易

デメリット

多額の開発資金が必要になる
競合が多いマーケット
中小企業を狙うと解約率が上回ってしまうことが多い



上場モデル、拡大モデル シェアリングエコノミーモデル

ビジネスモデル

物・サービス・場所などの個人、または法人が称している活用可能な資産を他の多くの人と共有・交換・貸し借りをすること成り立つ経済の仕組みをシェアリングエコノミーと言います。これを活性化するビジネスモデルがシェアリングエコノミーモデルです。

例) Uber、ラクスル、Airbnb

メリット

世の中の無駄をビジネスにするため、社会貢献度が高い
ユーザーが増えた時に、スケールしやすい

デメリット

ユーザー、サービス提供者の両方の数が必要
保険・補償制度の整備が必要
多額の初期投資資金が必要



上場モデル、拡大モデル **TEC B to C**

ビジネスモデル

コンシューマーの生活を劇的に変化させるシステムテクノロジーの開発と提供を行うビジネスモデルです。

ユーザーに対して有償サービスを販売したり、コンシューマーに広告を出稿したい広告主から広告費を獲得して成り立つビジネスモデルです。

例) Google、Facebook、LINE@、メッセージャー、チャットワーク

メリット

人材レベルの影響を大きく受けない
スケールがしやすい

デメリット

多額の初期投資がかかる
ユーザーが集まるまで利益があがらない



上場モデル、拡大モデル マッチングサービス

ビジネスモデル

売り手と買い手をマッチングさせるプラットフォームをつくり、そこに発生するサービスや取引から手数料を課金するビジネスモデルです。アパレルや中古品販売、サービス提供など、あらゆるマッチングビジネスが存在します。

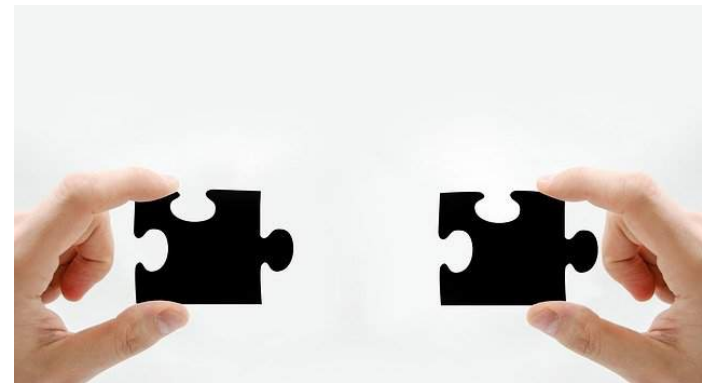
例) メルカリ、UBER、zozotown、ペアーズ

メリット

価値と価値を交換できる社会貢献度の高いビジネス
ユーザーが増えた時に、スケールしやすい

デメリット

ユーザー数が必要
ユーザーが集まるまで利益があがらない



上場モデル、拡大モデル **D to C (Direct-to-Consumer)**

ビジネスモデル

Direct-to-Consumerの略で、自社で立案、企画、製造した商品をどこの店舗や卸業者を通すことなく自社のECサイトで直接顧客へ販売するビジネスモデルのことです。『D2C』と表記することもあります。

例) Fabric Tokyo、Casper、Away、Glossier

メリット

中間マージンを削減し、利益率の高くなる
人材に頼らないスケールが可能

デメリット

販売チャネルを自分で整える必要がある
製造のための設備投資の資金がかかる



上場モデル、拡大モデル フランチャイズモデル

ビジネスモデル

フランチャイズとは、フランチャイズに加盟する人・法人が、フランチャイズ本部から、お店の看板、確立されたサービスや商品を使う権利をもらい、その対価をフランチャイズ本部に支払うという仕組みです。

例) 鳥貴族、一風堂、介護施設

メリット

ビジネスモデルがシンプル
多くの業界に応用できる
自己資金を抑えることができる

デメリット

スケールに時間がかかる
一定のブランド、認知度ができると利益がでにくい



上場モデル、拡大モデル

コンサルティングモデル (人や技術のマニュアル化)

ビジネスモデル

人の技術やサービスを他の人材に展開し会社を成長させるモデルです。事業立ち上げのちにスケールするためにTECを入れて効率化させることが多いです。サービスの一般化が難しいビジネスモデルです。

例) リンクアンドモチベーション、識学、船井総研

メリット

利益率が高い

デメリット

スケールが難しい

時間がかかる

人材の力に頼る必要がある

