

PIIFPIIF卒業制作・企画（2022年度）

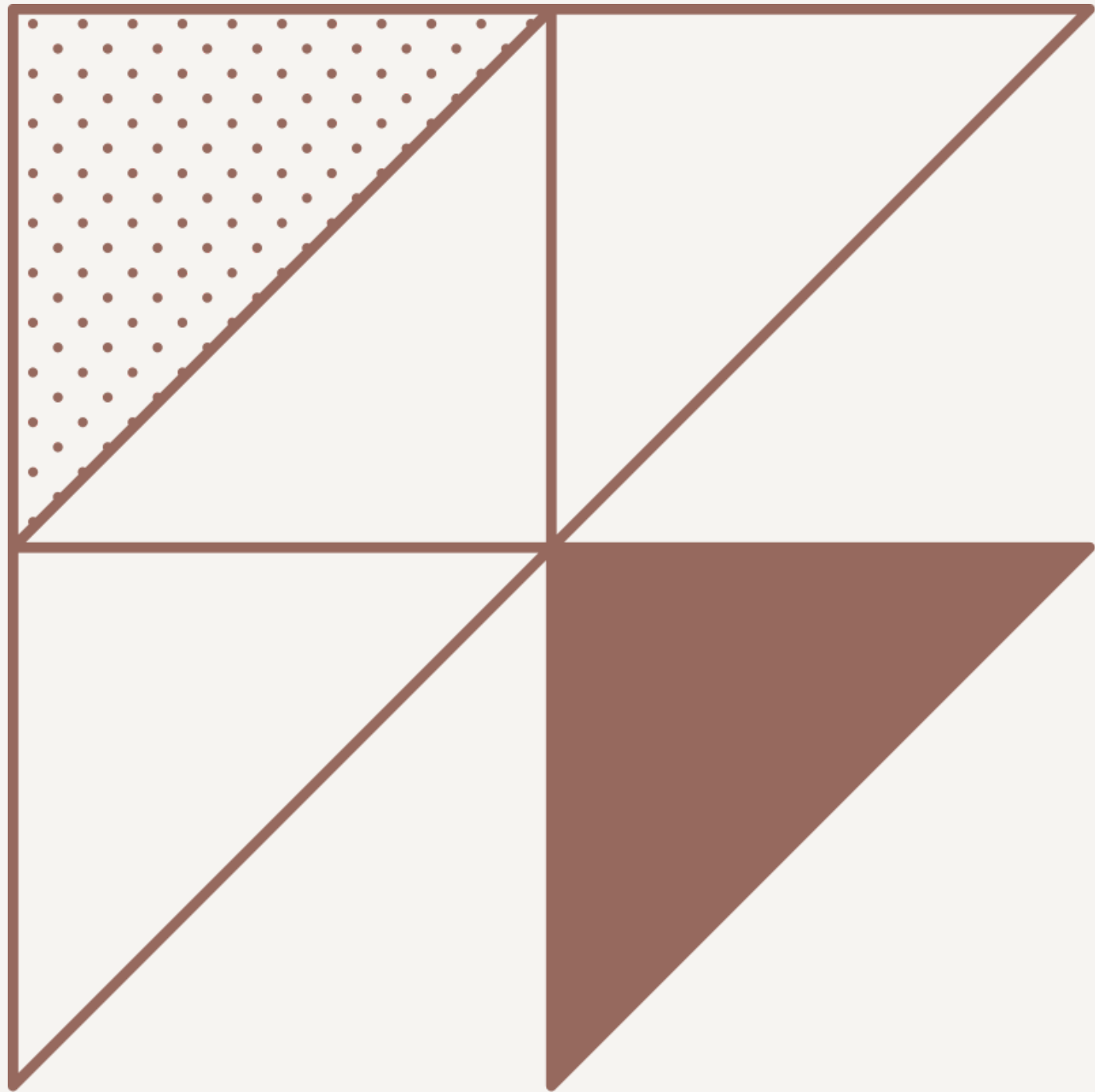
ビジネス企画書

映像で鹿児島島の魅力を全国に

YouTubeを活用した新しい地方創生の未来

FT190108 中尾優太

2023年1月10日



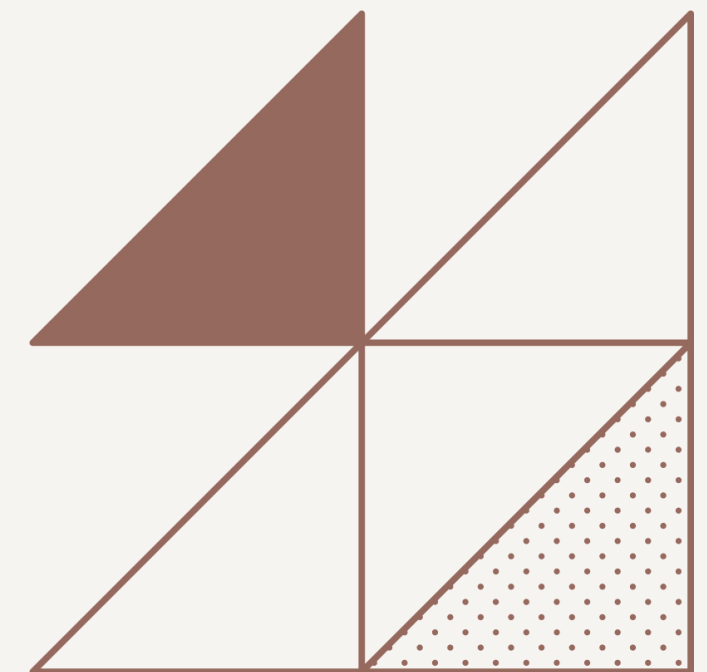
01 本事業の目的と動機

02 BMCによるビジネス案

- (1) Customer Segments (顧客セグメント)
- (2) Value Propositions (価値提案)
- (3) Channels (チャネル)
- (4) Customers Relationships (顧客との関係)
- (5) Revenue Streams (収入の流れ)
- (6) Key Resources (主なリソース)
- (7) Key Activities (主な活動)
- (8) Key Partners (キーパートナー)
- (9) Cost Structure (コスト構造)

03 今後の展望

04 謝辞



01 本事業の目的と動機

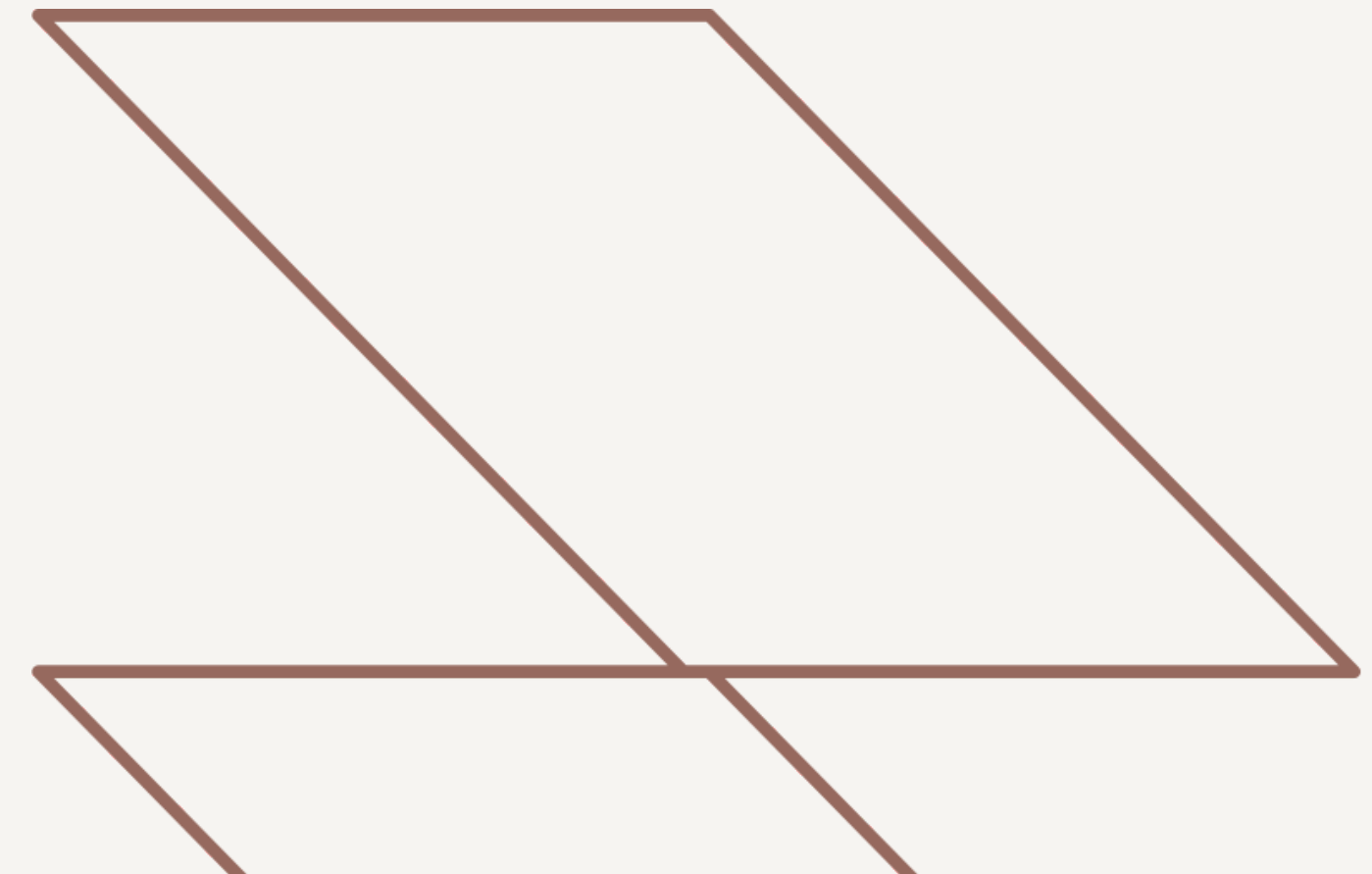
「映像で鹿児島県の良いところを鹿児島県外の人々に広める」

東京での約4年間における学生生活×日常生活

鹿児島県に関して

無知

無関心



02 BMCによるビジネス案



— 初年度 —

<p>KP キーパートナー </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 地方自治体 ② レンタル会社 ③ 視聴者 ④ 広告代理店 ⑤ キャンプ場管理者 	<p>KA 主な活動 </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 営業 ② 人脈・ネットワーク拡大 	<p>VP 価値提案 </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 無料での動画制作 ② YouTubeでの投稿 ③ 東京にいるが故のメリット ④ 綺麗な映像のキャンツー動画 	<p>CR 顧客との関係 </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 広告代理 ② 無償のコンサル契約 ③ YouTubeのチャンネル登録 	<p>CS 顧客セグメント </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 鹿児島県に何かしらの関係を持ち、PR映像を作りたいと考える人 ② PR動画を制作したい人 ③ 編集を委託したい人 ④ YouTubeを見ていてキャンプに興味のある2、30代男性
<p>CS コスト構造 </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 撮影・編集機材 (サブスク費用) ② その他諸経費 ③ 交通費 		<p>RS 収入の流れ </p> <ul style="list-style-type: none"> ① 本業からの収入 ② YouTubeでの収入 ③ 動画下請け 		
<p>KR 主なリソース </p> <ul style="list-style-type: none"> ① YouTubeチャンネル ② 撮影・編集機材 ③ バイク 		<p>CH チャンネル </p> <ul style="list-style-type: none"> ① YouTubeチャンネル ② Instagram ③ Twitter ④ HP 		

ビジネスモデル・キャンパスのフォーマット出所：SE Book. 『図解ビジネスモデル・ジェネレーションワークショップ』. 翔泳社. <https://www.shoeisha.co.jp/book/detail/9784798136967>(閲覧日:2023/3/14).

02 BMCによるビジネス案

— 3年後 —

<p>KP キーパートナー </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地方自治体 2. レンタル会社 3. 視聴者 4. 広告代理店 5. キャンプ場管理者 6. 撮影補助者 7. 有識者 8. 生産者 	<p>KA 主な活動 </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 営業 2. 人脈・ネットワーク拡大 3. 生産 4. 販売 	<p>VP 価値提案 </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 実績のある動画制作 2. YouTubeでの投稿 3. 東京にいるが故のメリット 4. 綺麗な映像のキャンツアー動画 5. キャンツアーをしてきた人が提案する日本茶を淹れるアイテム 	<p>CR 顧客との関係 </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 広告代理 2. YouTubeのチャンネル登録 	<p>CS 顧客セグメント </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 鹿児島県に何かしらの関係を持ち、PR映像を作りたいと考える人 2. PR動画を制作したい人 3. 編集を委託したい人 4. YouTubeを見ていてキャンプに興味のある2、30代男性 5. チャンネル登録をしている視聴者 				
<p>CS コスト構造 </p> <table border="0"> <tr> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集機材 (サブスク費用) 2. その他諸経費 3. 交通費 </td> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人件費 2. 生産・販売費 </td> </tr> </table>		<ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集機材 (サブスク費用) 2. その他諸経費 3. 交通費 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人件費 2. 生産・販売費 	<p>RS 収入の流れ </p> <table border="0"> <tr> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1. 本業からの収入 2. YouTubeでの収入 3. 動画下請け </td> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集料金 2. 商品の売上 </td> </tr> </table>			<ol style="list-style-type: none"> 1. 本業からの収入 2. YouTubeでの収入 3. 動画下請け 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集料金 2. 商品の売上
<ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集機材 (サブスク費用) 2. その他諸経費 3. 交通費 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人件費 2. 生産・販売費 							
<ol style="list-style-type: none"> 1. 本業からの収入 2. YouTubeでの収入 3. 動画下請け 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 撮影・編集料金 2. 商品の売上 							

02 BMCによるビジネス案

(1) Customer Segments (顧客セグメント)

初年度

- ・ 鹿児島県に何かしらの関係を持ち、PR映像を作りたいと考える人
- ・ PR動画を制作したい人
- ・ 編集を委託したい人
- ・ YouTubeを見ていてキャンプに興味のある20代、30代男性

3年後

- ・ 鹿児島県に何かしらの関係を持ち、PR映像を作りたいと考える人
- ・ PR動画を制作したい人
- ・ 編集を委託したい人
- ・ YouTubeを見ていてキャンプに興味のある20代、30代男性
- ・ **チャンネル登録をしている視聴者**

02 BMCによるビジネス案

(2) Value Propositions (価値提案)

初年度

- ・ 無償での動画制作
- ・ YouTubeでの投稿
- ・ 東京にいるが故のメリット
- ・ 綺麗な映像のキャンツアー動画

3年後

- ・ 実績のある動画制作
- ・ YouTubeでの投稿
- ・ 東京にいるが故のメリット
- ・ 綺麗な映像のキャンツアー動画
- ・ キャンツアーをしてきた人が提案
する日本茶を淹れるアイテム

- . . . 3年後にはない項目
- . . . 新たに加わった項目

02 BMCによるビジネス案

(3) Channels (チャネル)

初年度

- ・ YouTubeチャンネル
- ・ Instagram
- ・ Twitter
- ・ HP

3年後

- ・ YouTubeチャンネル
- ・ Instagram
- ・ Twitter
- ・ HP
- ・ **販売サイト**

02 BMCによるビジネス案

(4) Customers Relationships (顧客との関係)

初年度

- ・ 広告代理
- ・ 無償のコンサルタント契約
- ・ YouTubeチャンネル登録

3年後

- ・ 広告代理
- ・ YouTubeチャンネル登録

02 BMCによるビジネス案

(5) Revenue Streams (収入の流れ)

初年度

- ・ 本業からの収入
- ・ YouTubeでの収入
- ・ 動画下請け

3年後

- ・ 本業からの収入
- ・ YouTubeでの収入
- ・ 動画下請け
- ・ **撮影・編集料金**
- ・ **商品の売上**

02 BMCによるビジネス案

(6) Key Resources (主なリソース)

初年度

- ・ YouTubeチャンネル
- ・ 撮影・編集機材
- ・ バイク

3年後

- ・ YouTubeチャンネル
- ・ 撮影・編集機材
- ・ バイク
- ・ **従業員**

02 BMCによるビジネス案

(7) Key Activities (主な活動)

初年度

- ・ 営業
- ・ 人脈・ネットワーク拡大

3年後

- ・ 営業
- ・ 人脈・ネットワーク拡大
- ・ 生産
- ・ 販売

02 BMCによるビジネス案

(8) Key Partners (キーパートナー)

初年度

- ・ 地方自治体
- ・ レンタル会社
- ・ 視聴者
- ・ 広告代理店
- ・ キャンプ場管理者

3年後

- ・ 地方自治体
- ・ レンタル会社
- ・ 視聴者
- ・ 広告代理店
- ・ キャンプ場管理者
- ・ **撮影補助者**
- ・ **有識者**
- ・ **生産者**

02 BMCによるビジネス案

(9) Cost Structure (コスト構造)

初年度

- ・ 撮影・編集機材 (サブスク費用)
- ・ 交通費
- ・ その他諸経費

3年後

- ・ 撮影・編集機材 (サブスク費用)
- ・ 交通費
- ・ その他諸経費
- ・ 人件費
- ・ 生産・販売費

02 BMCによるビジネス案

(9) Cost Structure (コスト構造)

— 初年度 —

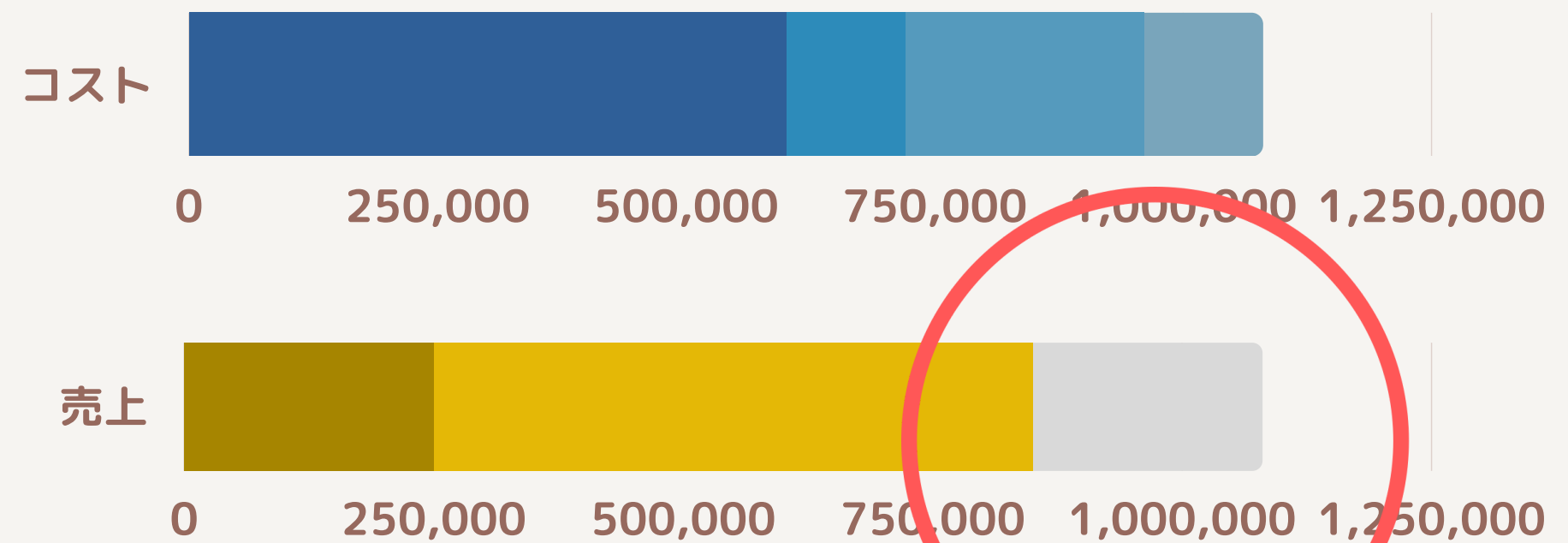
コスト		売上	
● 撮影・編集機材	¥600,000	● YouTubeにおける収入	¥250,000
● サブスク費用	¥120,000	● 動画下請け	¥600,000
● 交通費	¥240,000	● 赤字	¥230,000
● 接待費	¥120,000		

02 BMCによるビジネス案

(9) Cost Structure (コスト構造)

— 初年度 —

- 撮影・編集機材
- サブスク費用
- 交通費
- 接待費
- YouTubeにおける収入
- 動画下請け
- 赤字



※赤字分は本業からの収入で補填

02 BMCによるビジネス案

(9) Cost Structure (コスト構造)

— 3年後 —

コスト

● 撮影・編集機材	¥600,000
● サブスク費用	¥120,000
● 交通費	¥240,000
● 接待費	¥120,000
● 人件費	¥1,560,000
● 生産・販売費	¥300,000

売上

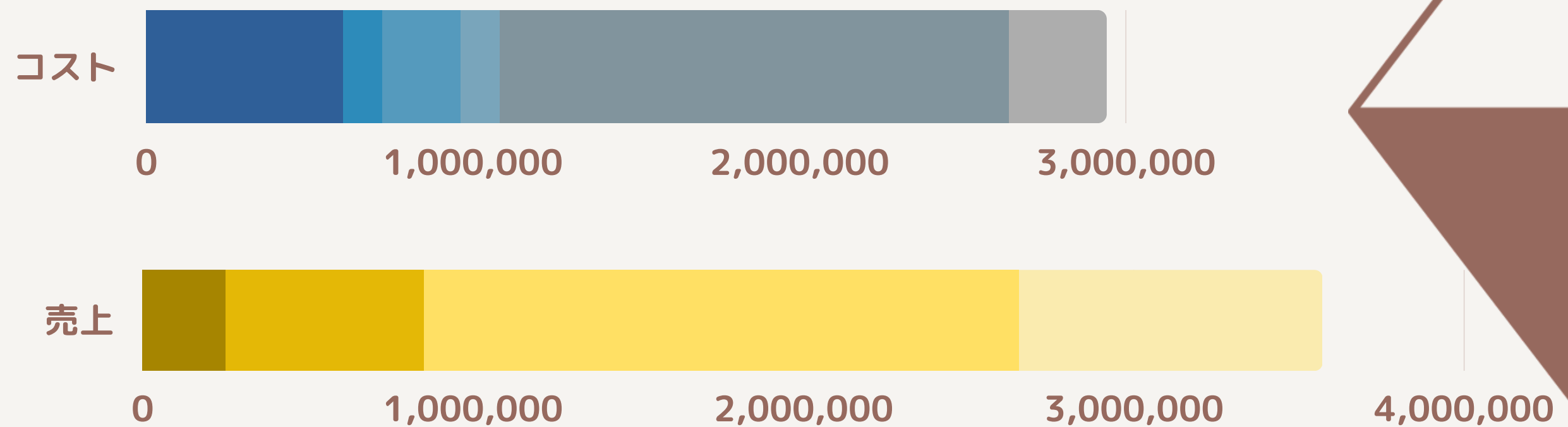
● YouTubeにおける収入	¥250,000
● 動画下請け	¥600,000
● 撮影・編集料金	¥1,800,000
● 商品の売上	¥920,000

02 BMCによるビジネス案

(9) Cost Structure (コスト構造)

— 3年後 —

- 撮影・編集機材
- サブスク費用
- 交通費
- 接待費
- 人件費
- 生産・販売費
- YouTubeにおける収入
- 動画下請け
- 撮影・編集料金
- 商品の売上



03 今後の展望

YouTubeチャンネル
の拡大

映像制作