

# TOKYO● CREATION

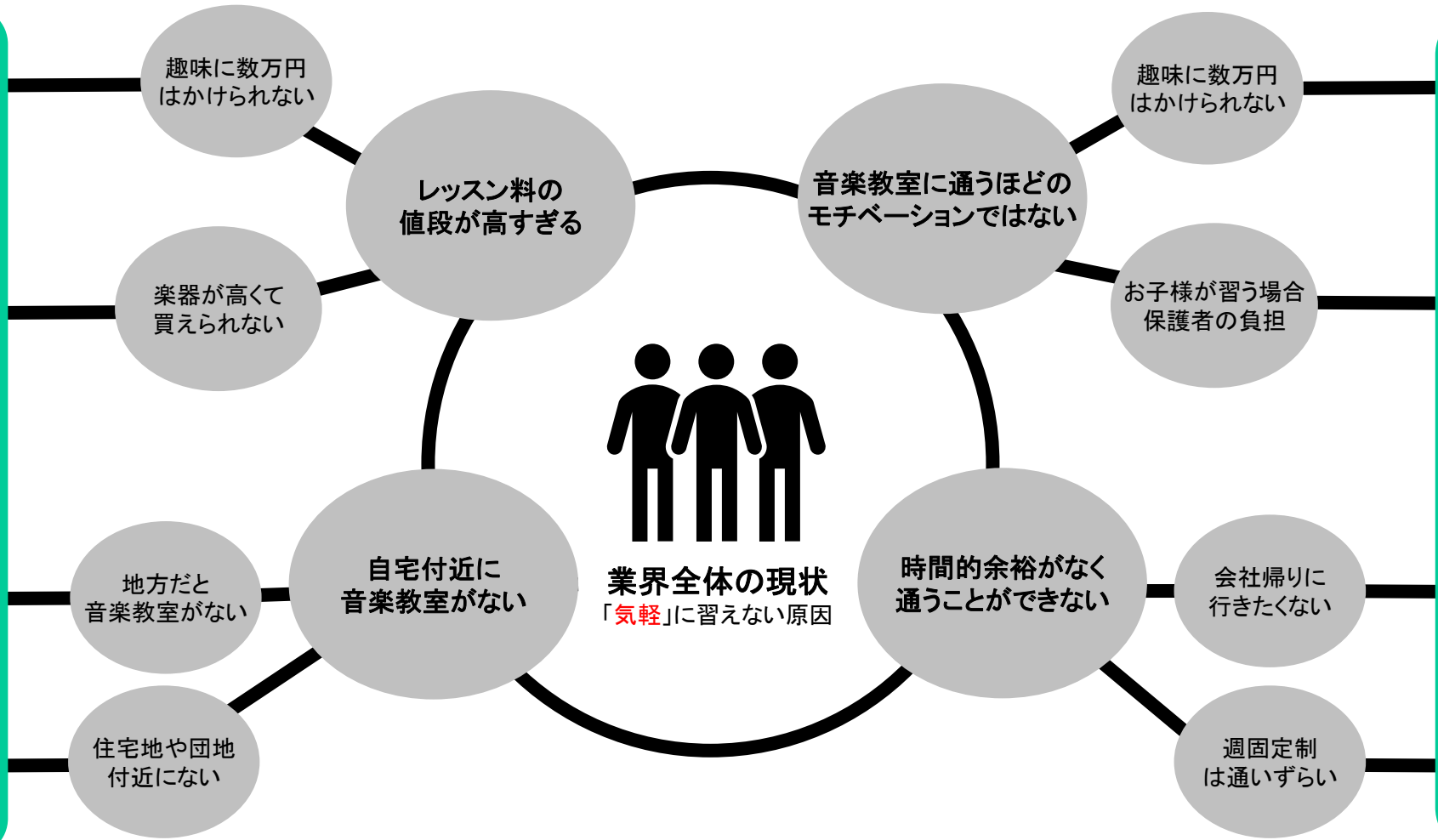
## 事業計画書

まず初めに、

## Q. 現市場で解決しなければいけない課題は何なのか。

気軽に始められない原因

気軽に始められない原因



A. こういった気軽に始められない「原因」を解決していく。



# What we doing ?

What is Our Goal & Target?

## 企業概要

弊社の目標と目的

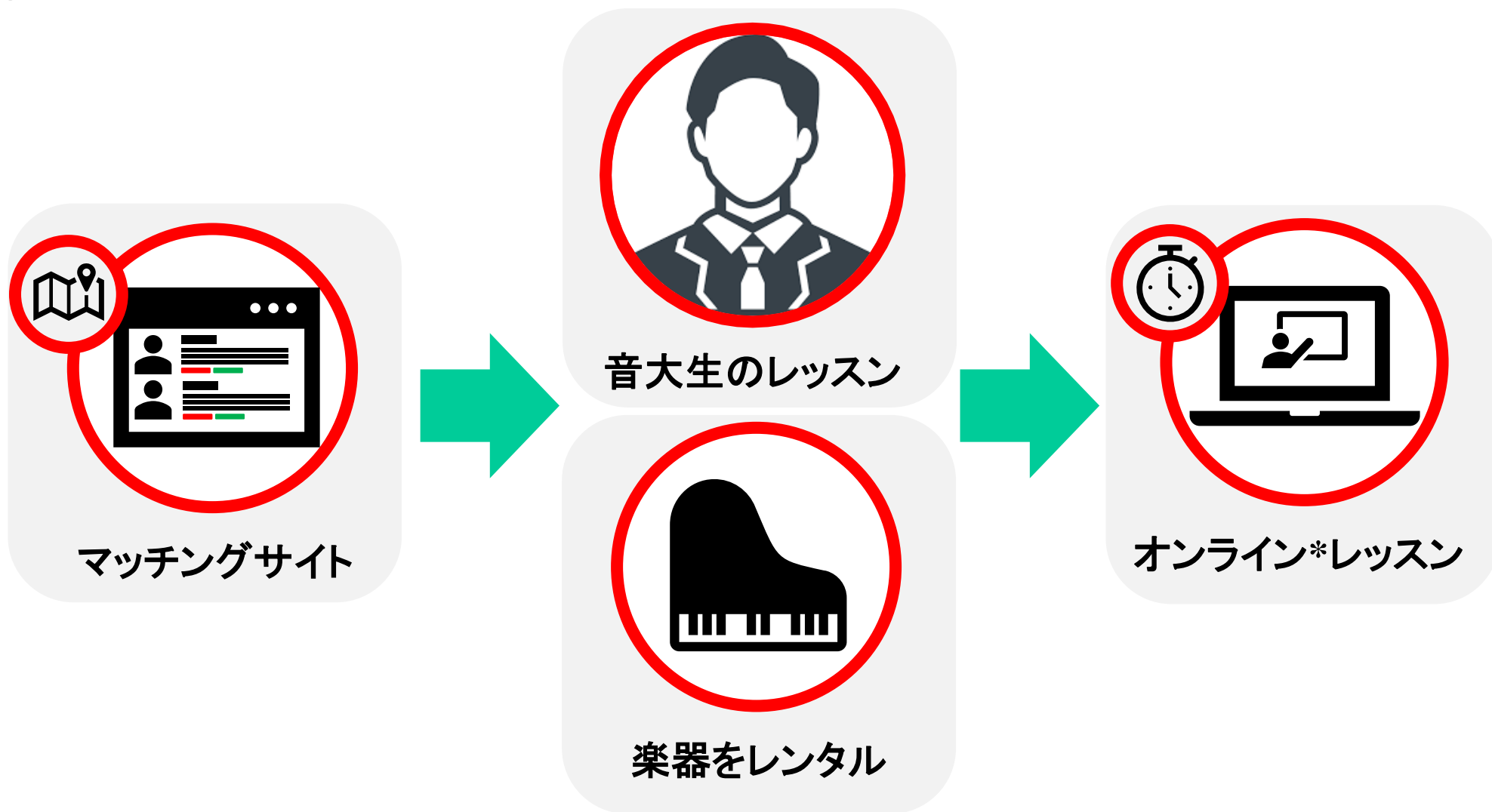
## PURPOSE:

すべての方が気軽に楽器を習えるサービスを提供する

⇒現時点の音楽教室(教育)は、場所・時間・価格等といった気軽に始められない原因が存在し、そういった原因を解決することで一部の方だけが楽しめる環境ではなくどんな場所にいるどんな方でも使えるようなサービスを提供する。

音楽を通して社会に貢献できるような事業にする

⇒最近の話題にもなっている「高齢化社会」・「引きこもり」・「PTSD」などといった社会問題などを音楽を通してコミュニケーションを図ることで貢献していけるような社会を創る。



行うビジネスモデル自体はとても**シンプル**。

## What services we do ?

マッチングを通して選択



### オンライン型レッスン（パソコン,スマートフォン,タブレット）

⇒音大生が講師となる為、オンラインレッスンの一般相場価格(3000円/30分)より50～60%の価格でレッスンが提供できる。また、顧客のニーズに合わせて講師や日時を自由に決めることができる。



### 自宅派遣型（家庭教師）

⇒予約サイトで予約した講師が受講者の家に訪問しレッスンを行う。マンツーマンのレッスンにより、より細やかな指導を行うことができる。また、オンラインレッスン時のインターネット接続不良がない。



### スタジオ予約型（自宅・職場付近のスタジオでのレッスン）

⇒通勤通学途中でレッスンをしたい場合や、個人情報などの露出をできるだけしたくない方に向いている。また、レッスンをグランドピアノでやってみたいといった方にも向いている。

必要な場合



### 月額型楽器レンタル

⇒レンタルをしてから2週間ほどは試用期間として無料で使い放題でき、試用期間が過ぎたその翌週から月額で2,3千円ほどで格安の楽器を大手からレンタルすることができる。

( CtoC ) マatchingサイトのモデル

TOKYO  
CREATION

# TOKYO CREATION



(ネットで簡単登録)

日本(全国)の  
音大生



希望の講師を選択

生徒さん  
(学生)

手順①

Web, App, から講師を予約

手順②

講師の空いている時間から日時を指定

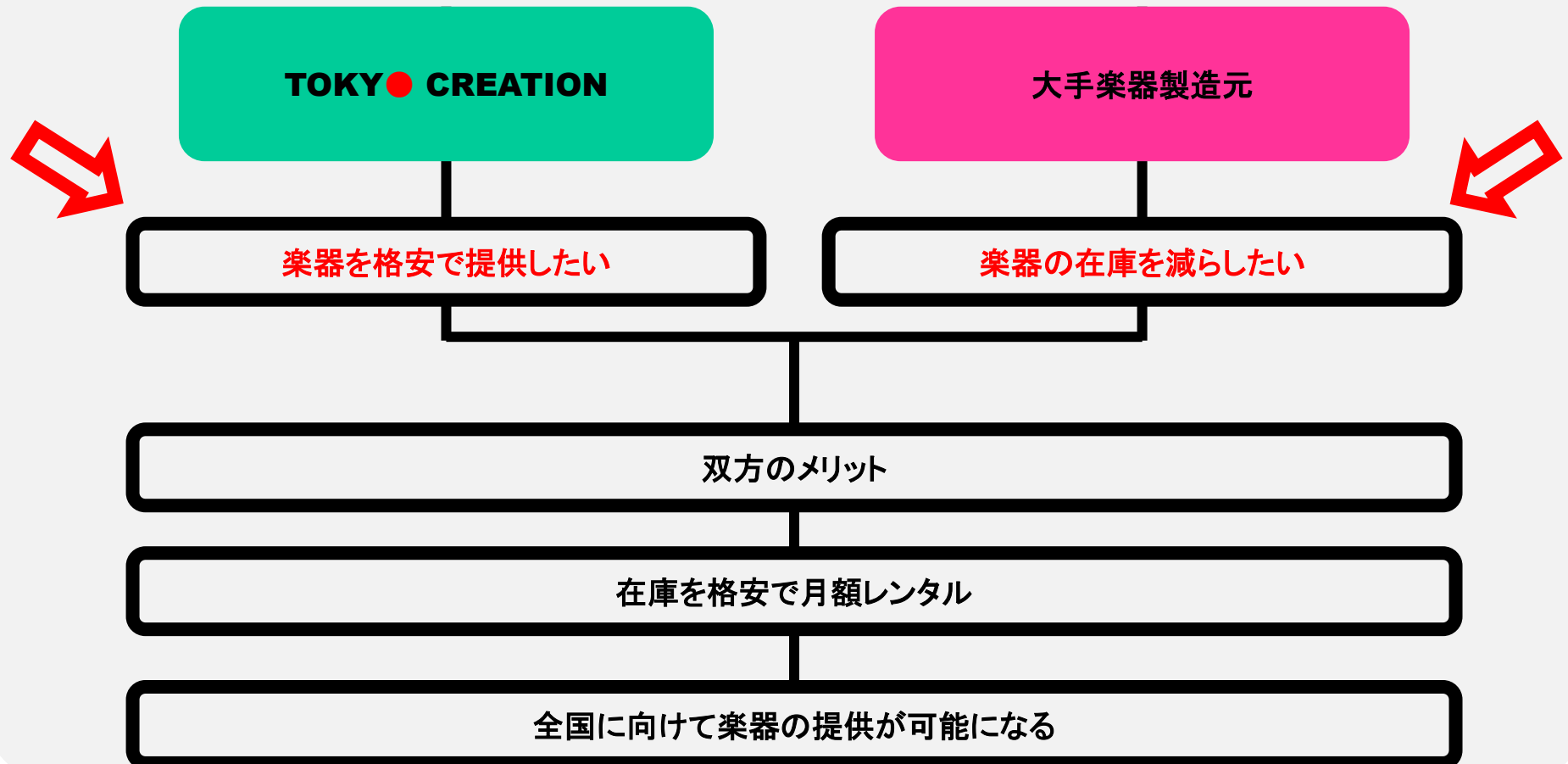
手順③

PayPal, クレジットカード, で決済

予約・マatching完了

レッスン開始

## 双方の企業にそれぞれの**メリット**がある



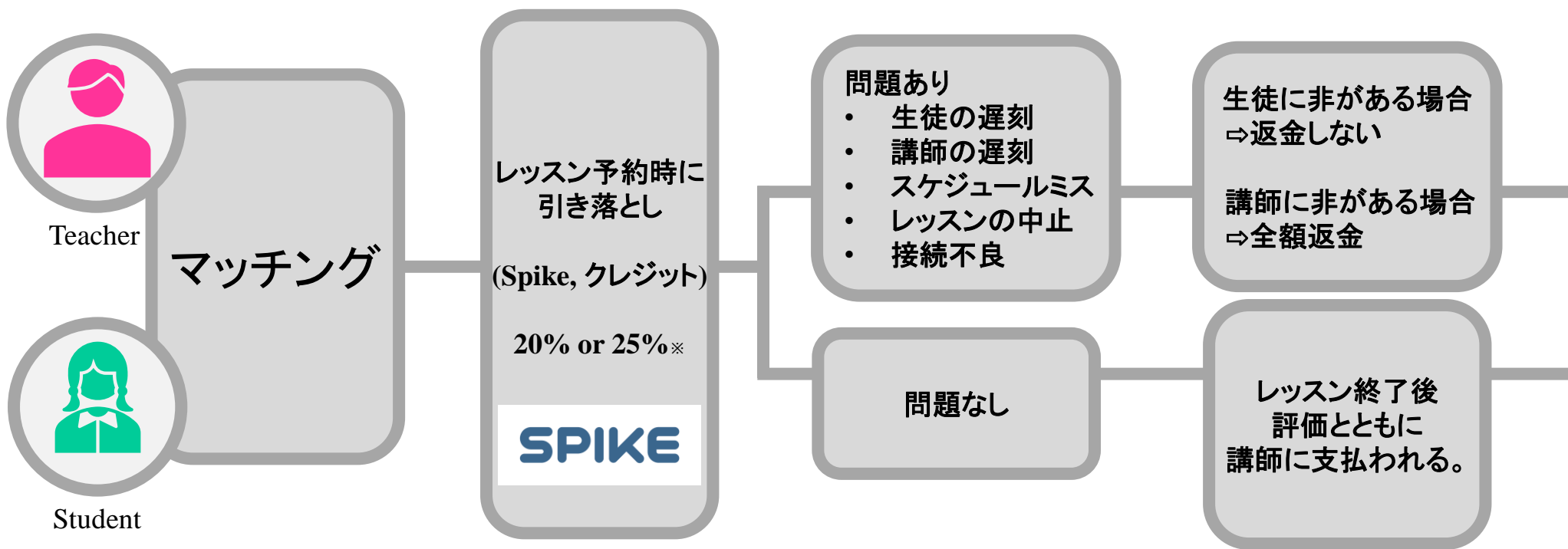


# ビジネスモデル・ビジネスフロー

**手数料について** (手数料は講師が設定した料金の上乗せにした合計。例えば1000円のレッスンだった時手数料20%は200円なので合計は1200円)

⇒ **25%**の場合・・・**2回以上同じ講師のレッスンを予約した場合**

⇒ **20%**の場合・・・**初めての講師で1回目のレッスンの場合**



主な収入源は、**手数料20%・25%**で、レッスン予約時に**Spike**や振り込みで**レッスン料**を払う

# SWOT & CROSS / 分析

## Strength

- 他の音楽教室に比べて圧倒的に安価
- 固定された日時や場所の指定がない
- 入会費などの費用がない
- サービスの利用は簡潔な会員登録のみ
- 講師陣は音大生によって構成される

## Weakness

- 生徒に明確な目標がないと続けにくい
- 細かい問題などに目が行き届きにくい
- 講師による生徒を独占されてしまう可能性  
(講師による生徒の引き抜き行為)
- オンライン上によるWi-Fi接続問題

### Strength × Opportunity

#### 積極戦略

- 講師を予約するためのプラットフォーム
- オンラインレッスンの導入
- 講師に音大生を採用する
- 安価に楽器が学べる

### Strength × Threat

#### 差別化戦略

- 万人向けにサービスを展開
- サービスを受けるまでの手順の簡化  
(入会など手間のとる作業がない)
- 日時・場所の指定に関する制約がない
- オンライン(レッスン・予約)の導入

### Weakness × Opportunity

#### 弱点強化戦略

- 定期的な生徒が発表する場を設ける  
(発表する場を設けることで目標ができる)
- 講師との定期的な面談、もしくはレポート
- レッスンのできる環境を整える  
(Wi-Fi環境・楽器等の設備を整える)

### Weakness × Threat

#### 専守防衛・撤退



## Opportunity

自社の新規参入のチャンスとなる外部要因

- 元々、子供の教育面から需要が高い
- 現在、音楽業界の価格が万人向けでない
- 音大生の生活自立支援になる
- 2016年の労働法改正から趣味に充てる時間が増えたことからの可能性

## Threat

自社を脅かす外部要因

- 疑似企業(ベンチャー)による市場の変化
- 大手企業によるサービスの疑似の可能性
- 講師と生徒のトラブルへの介入