

カップルで性行為を改善していくアプリケーション開発

事業計画書

目次

- 1, 想定顧客
- 2, 提供価値（商品・サービス概要）
- 3, ユーザーインタビュー結果
- 4, アーリーアダプターのペルソナ
- 5, 市場規模
- 6, ビジネスモデル
- 7, ビジネスモデルキャンバス
- 8, 競争優位性と経営戦略
- 9, 数値計画
- 10, 事業体の概要

想定顧客

顧客の特徴

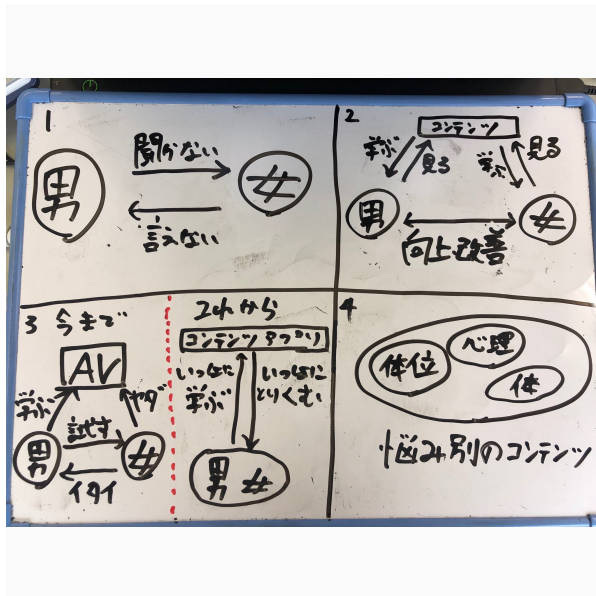
20~29歳、女性、会社員、学生、専業主夫/主婦、セックスに不満があり、積極的に改善していきたいと考えている女性、彼氏が意見を聞いてくれないことに不満を持っている女性、改善したいが改善方法が分からない女性、

顧客が抱えている課題

パートナーとのセックスに関するコミュニケーション不足から満足するセックスができていない。

提供価値（商品・サービス概要）

カップルで共同して性行為を改善していくコンテンツ
を提供するアプリケーション。



主な機能、特徴

- 男性、女性、カップルそれぞれが陥る課題に対してソリューション動画を提供する。
- カップルのレビューによるコンテンツのアップデート
- カップルの改善度合いに応じた順位付けと報酬の付与

市場販売価格：2,000円（税抜き）

ユーザーインタビュー結果

インタビューした人数

50人（うち21-30%がお金を払う意思を示した）

なぜ課題を解決できていないか

男性が話を聞いてくれない。

何をしたら改善できるか分からない。

ユーザーインタビュー結果

現状の対策

女性とはかくあるべしという固定概念にとらわれて性のニーズを表明できない環境になっている。言ったら男性が傷つくかもしれない、等
(費用：0円/年)

現状の対策への不満

効果が低い

アーリーアダプターのペルソナ



パートナーとのセックスに不満、不安を抱えているもののそれを表明できない20代～40代の女性。セックスに対してポジティブ、またはややポジティブな印象を持っており、機会があれば自分の体と自分たちのセックスを改善していく前向きな意思のある方。

市場規模

市場の定義

市場・業界	世界（世界）
金額規模	500億円
顧客規模	58万人
今後3年間の成長見込み	1～1.5倍未満

市場のセグメンテーション

ターゲットセグメント	20代～40代、夫婦、未婚カップル
金額規模	250億円
顧客規模	20万人
今後3年間の成長見込み	成長しない

ビジネスモデル

セックス改善アプリ

初級編 (一部有料)

男性の心理 (無料)
女性の心理 (無料)
セックスの問題 (無料)
誘い方 (有料)

中級編 (有料)

女性器の扱い方
男性器の扱い方
オーガズムとは何か
カップル別最適体位

上級編

SMの始め方
催眠セックス
ラブホ予約 (別機能)

悩みはじめ



悩み中

取り組みはじめ



解決



悩み解決

ビジネスモデルキャンバス

KP パートナー	KA 重要なアクション	VP 顧客価値	CR 顧客との関係	CS 顧客セグメント
<ul style="list-style-type: none"> ・設計 ・デザイン 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性、カップル、男性と別確度でのアプローチ ・ストレスなく日常使いができるデザイン設計 ・コンテンツの充実 	カップルで共同して性行為を改善していくコンテンツを提供するアプリケーション。	<ul style="list-style-type: none"> ・主収入源：月額制などの定額課金 ・副収入源：売り切り 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客の特徴：20~29歳、女性、会社員、学生、専業主夫/主婦、セックスに不満があり、積極的に改善していきたいと考えている女性、彼氏が意見を聞いてくれないことに不満を持っている女性、改善したいが改善方法が分からない女性、 ・顧客が抱える課題：パートナーとのセックスに関するコミュニケーション不足から満足するセックスができていない。
	KR リソース		CH チャネル	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒト：商品・サービス企画、営業、経営・財務・管理 ・モノ(無形)：ブランド、セックス技術に関する動画コンテンツ、顧客基盤 		app store	
C\$ コスト構造		R\$ 収益の流れ		
<ul style="list-style-type: none"> ・研究開発費 ・人件費（販管費） ・広告宣伝費 		<ul style="list-style-type: none"> ・主収入源：アプリへの課金のサービス料金 ・副収入源：カップル向けのグッズ販売の商品代金 		

競争優位性と経営戦略

新規性と競争優位性	<ul style="list-style-type: none">・既存の課題に対して新たな解決方法を発見した・類似の商品・サービスは「ラブコスメ」です・自社の商品・サービスの優位性：Twitterで培ってきたブランドと女性ファンの悩みに寄り添ったコンテンツ提供が行える点。またユーザーとのコミュニケーションを通じてぐたいてきに悩み可決してきた実績。机上の空論ではない圧倒的な実績。
経営戦略	4万人のフォロワーと協業パートナーを合わせた20万人超への拡散力を中心として、性に悩むカップル、女性を中心に良質な動画コンテンツを提供する。
成長戦略	初期ユーザー後、UI/UXとコンテンツの改善を行い有料版をローンチし、リアルイベントの開催や物販を通じて女性、カップルが望む性体験を提供する。またオリジナルホテルの企画を行い、すべての体験をホテルに集約させる。

数値計画

検討開始 / リリース

2021年4月 / 2021年7月

概算必要資金

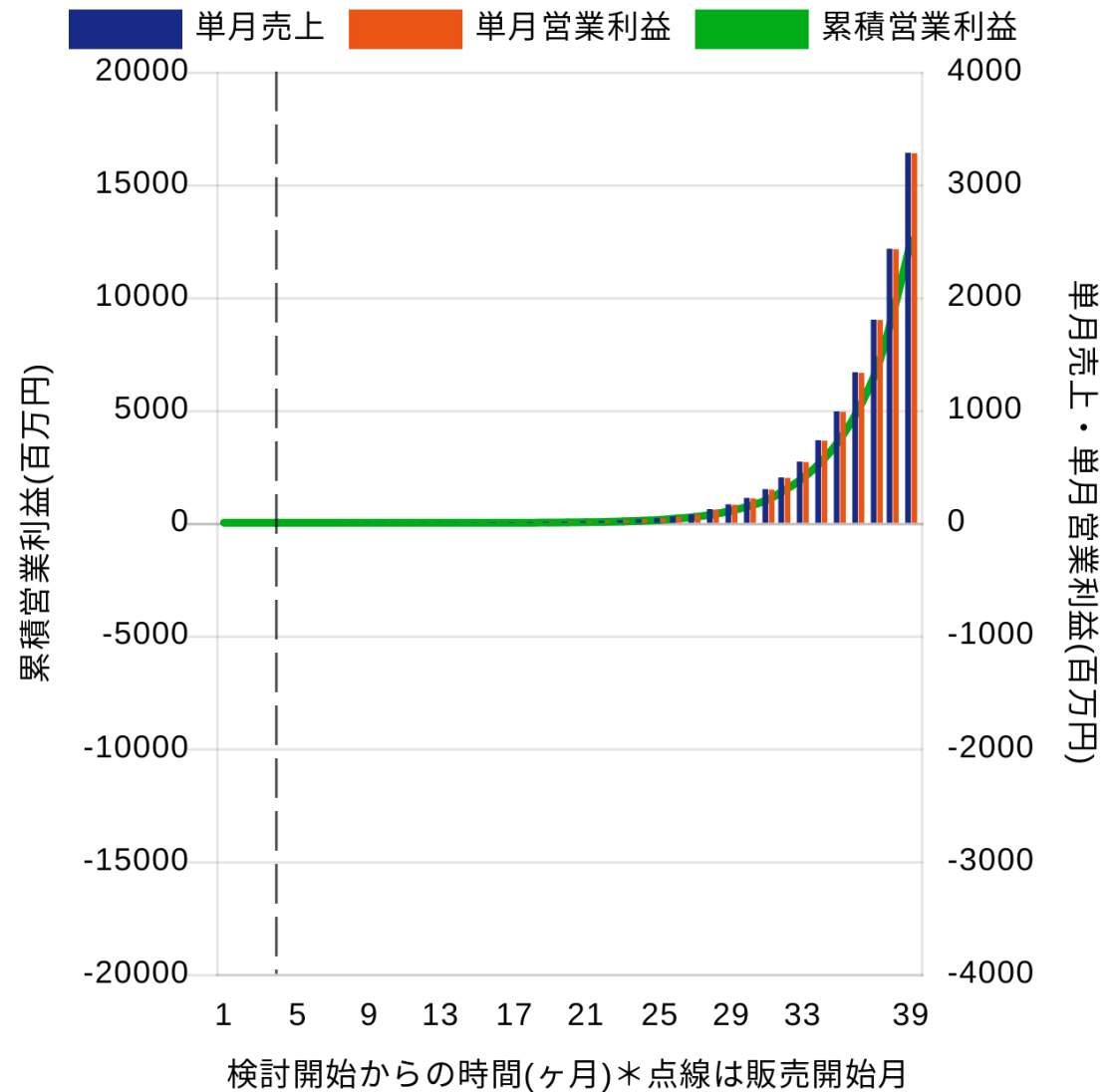
7,363,995円

単月黒字

達成時期	2022年04月 (13ヶ月後)
単月売上	894,000円
単月販売数	447件

累損解消

達成時期	2022年09月 (18ヶ月後)
累積売上	17,581,500円
累積販売数	7,644件



*このページでは、概算必要資金とおおよその累損解消時期の把握のため、すべての開発・設備投資費用を減価償却せずに使用した期間内で按分しています。

数値計画

簡易PL (商品・サービス提供開始3年まで)

単位(百万円)

	販売開始前	1年目	2年目	3年目
	2021/4～2021/6	2021/7～2022/6	2022/7～2023/6	2023/7～2024/6
①売上	-	6.1	279.9	12,307.6
②売上原価	-	2.5	3.0	5.0
③売上総利益 (①－②) (売上比%)	-	3.6 (59.1)	276.9 (98.9)	12,302.6 (100.0)
④販売費・一般管理費	△ 0.8	△ 8.6	△ 18.4	△ 44.7
人件費	△ 0.7	△ 3.9	△ 13.7	△ 39.0
広告宣伝費	0.0	△ 0.5	△ 1.0	△ 2.0
研究開発・設備投資費	0.0	△ 3.0	△ 2.5	△ 2.5
家賃・水道光熱費など	△ 0.1	△ 1.2	△ 1.2	△ 1.2
その他の経費	0.0	0.0	0.0	0.0
⑤営業利益 (③－④) (売上比%)	△ 0.8	△ 5.0 (△ 81.6)	258.5 (92.4)	12,257.9 (99.6)

事業体の概要

事業体の種類	まだ組織はない
資本金	なし
活動予算	なし
メンバー	1名 (営業担当者：1名)
チームの強み	専門性（セックスに関しては誰よりも学び、実践し、悩みを解決してきた）

事業体の概要

ミッション

貴女を解放する

教育、世間体、トラウマ。様々な経験から作られた”女性らしくあるべし”という固定概念をテクノロジーの力で打ち破ることで、“貴女”を解放します。

事業体の概要

ビジョン

貴女が性を謳歌できる社会を作る

女性への固定概念を作ってきた社会を変えることで貴女が性を謳歌できるようにします。