Confidential

tryX

tryX

新規事業コンサルティングサービス
ご紹介資料

tryx-co.ltd

tryX

tryXは、新たなことに挑戦し続けるプロフェッショナルコンサルティング集団です。
tryXには、本質的な問いを立てることに長けた多様なプロフェッショナルが集まっています。
tryXの仲間は、コンサルタントでありながら机上だけでは物事は動かないことを痛感しており、自ら主体的に動くことができるプロフェッショナル人財です。

tryXは、自社サービスで得た知見やプロジェクトで得た様々なインサイトをお客様へ還元し、クライアントと伴走しながら共に試行錯誤し、サービスのグロースに貢献します。

会社概要

- 株式会社tryXは、2019年1月よりコンサルティング支援を行っている会社です。

社名	株式会社tryX（カブシキガイシャトライエックス）
設立	2019年1月23日
所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座1-22-11 銀座大竹ビジデンス 2F
代表取締役	関谷　拓治
URL	https://tryx-co.ltd/
事業内容	• 新規事業コンサルティング支援 • 事業戦略コンサルティング支援 • ビジネス特化のニュースアプリINFOHUBの運営

代表取締役社長
関谷　拓治（せきや　たくじ）

略歴
2013年に東北大学大学院工学研究科を卒業後、
日本アイ・ビー・エム株式会社にて**事業戦略コンサルタント**として従事。
大手企業様のデータ分析、業務改革、顧客データ活用、中期経営計画策定、**新規事業創出**などのプロジェクトに従事。
2015年に**webマーケティングベンチャーにてマーケティングオートメーションサービスの立ち上げ(PM)**及びリスティング、サイト制作、SEOなどのデジタルマーケティングのオペレーションに従事。
2018年にフリーランスとして独立。**新規事業**、マーケティング、事業戦略の領域で大手企業様を中心に支援。
2019年に株式会社tryXを創業し、代表取締役に就任。**新規事業**、事業横断、戦略、マーケティング、の領域でクライアント様を支援。

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

過去のクライアント様例

- 大手企業様を中心にご支援させていただいております。
- 守秘義務により、開示が出来ないお客様が多くなっております。ご了承ください。

エン・ジャパン

※8年以上継続中

企業②
東証プライム市場
上場企業
製造業様
売上：〇兆円

※6年以上継続中

企業③
東証プライム市場
上場企業
不動産業様
売上：〇兆円

企業④
東証プライム市場
上場企業
教育業様
売上：〇〇〇〇億円

企業⑤
某SaaS
会社

企業⑥
有名コンサルティング
会社

企業⑦
10億円以上調達済み
スタートアップ

企業⑧
有名コンサルティング
会社

企業⑨
某有名企業
ジョイントベンチャー

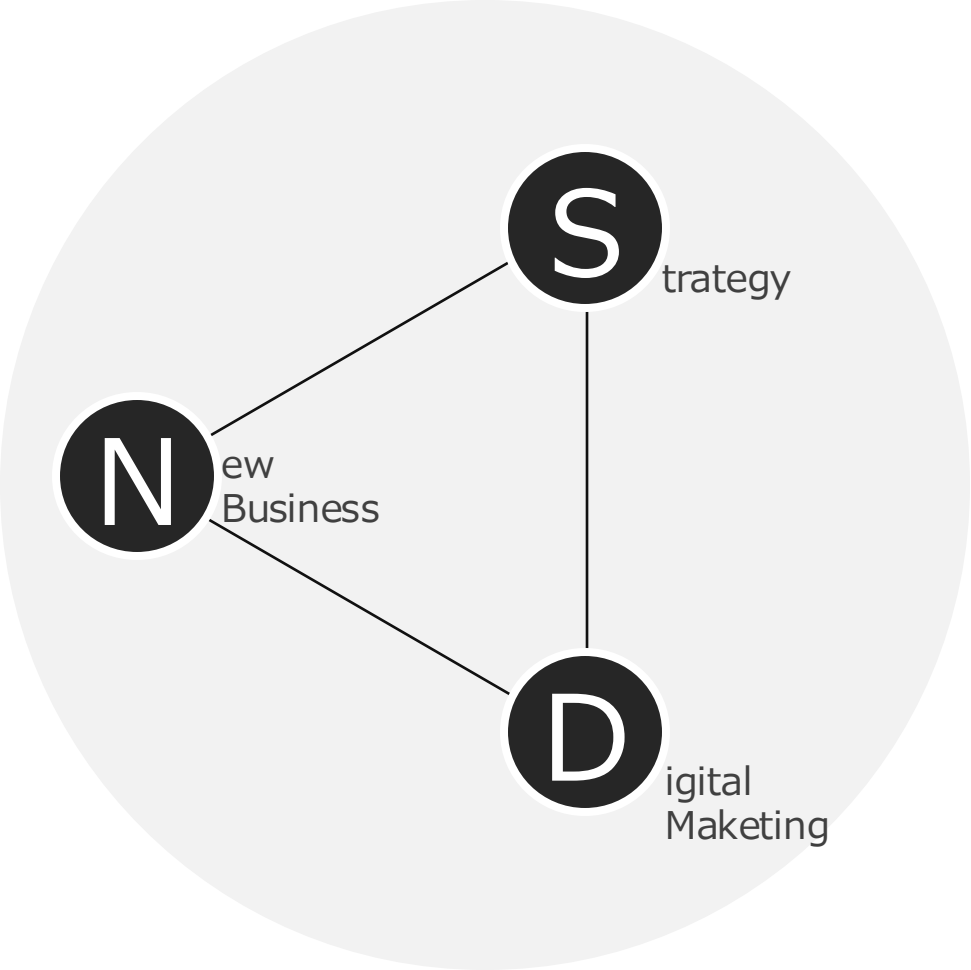
他

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

株式会社tryXとは？

- 株式会社tryXは、新規事業領域を中心とし、事業戦略、デジタルマーケティングに強みを持つコンサルティングファームです。



tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

新規事業コンサルティング支援全体像

	アイデア創出	企画		実行		
ステップ	IDEATION	PROBLEM FIT	SOLUTION FIT	PRODUCT MARKET FIT (PMF)	PRODUCT MODEL FIT	PRODUCT CHANNEL FIT
実施事項	• 複数のアイデアを見つける。 • アイデアを絞り込む。	• ターゲットユーザーを探す。 • ユーザーが直面している問題や、抱いている願望を明らかにする。	• コンセプトを作成する。 • コンセプトを検証する。 • プロトタイプを作成する。 • インタビューする。 • プロトタイプを改善する。	• 検証ポイントを明らかにする。 • MVPを定義し、開発する。 • MVPをリリースする。	• ビジネスモデルを策定する。 • 実行体制を準備する。	• マーケティング戦略を策定する。 • 実際にプロダクトを売り、ユニットエコノミクスを評価する。 • 検証と改善を継続して行う（アジャイル）。
成果物一例	• 内部環境/外部環境調査レポート • アイデアリスト • アイデア評価リスト	• ペルソナ定義 • 顧客プロフィール • 調査レポート	• コンセプト検証シート • 新規事業企画書 • 施策イメージ図 • ワイヤーフレーム • インタビューシート	• 検証項目一覧 • MVPサービス	• ビジネスモデルキャンバス • 売上/利益シミュレーション • 主要KPI • 業務フロー図 • システム図 • 組織体制 • ロードマップ • 必要予算 • 課題.リスク一覧	• マーケティング戦略 • 施策一覧
成功の要諦	• 拡散と収束のフェーズを明確に分けること。 特に、拡散のフェーズでアイデアを評価しないこと。	• 存在しない顧客を作ってしまわないこと。 • 仮説をぶつけないこと。	• 正しいターゲットに対してコンセプト検証すること。 • 素早くコンセプトを検証すること。 • Quick&Dirtyに進めて素早く知見を溜めること。 • 初期のコンセプトに固執しないこと。	• 正しい検証ポインを設定すること。 • 正しく、機能を削ぎ落とすこと。 • Quick&Dirtyに進めて素早く知見を溜めること。	• ビジネスモデルや運用を固めすぎないこと。 • 最初から作り込みすぎないこと。	• トライ＆エラー前提でプロジェクトを推進すること。 • ユニットエコノミクスを健全化させること。

©tryX Co.,ltd

支援方法

- 弊社に業務をご依頼頂く①伴走型支援と、弊社がアドバイスを行う②アドバイザー支援支援がございます。

①伴走型支援

- 弊社コンサルタントが主業務を行います。
- お客様は、週次ミーティングへの参加をお願い致します。
- 場合によっては宿題対応をお願いする場合がございます。

②アドバイザリー型支援

- 弊社で実施アプローチやフレームワークをご提示します。
- 上記に基づく業務は、お客様側でお願い致します。
- 弊社は定例ミーティング(1時間)に参加し、その場でアドバイスを行います。

©tryX Co.,ltd

①伴走型支援
アイデア創出

©tryX Co.,ltd

プロジェクト計画

- 8週間でプロジェクトを推進していきます。

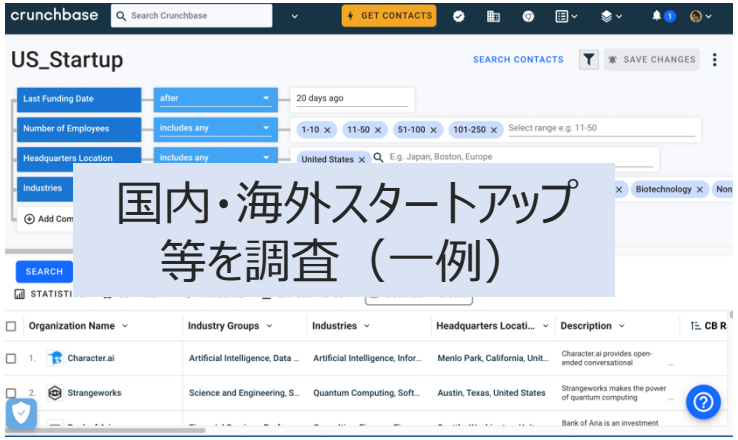
1週目	• キックオフ （顔合わせ/プロジェクトの目線合わせ）
2週目	• アイデア探索中間報告
3週目	• アイデア探索結果ディスカッション
4週目	• 評価軸検討①
5週目	• 軸、評価方法検討②
6週目	• 選定結果ディスカッション
7週目	• 事業概要具体化(1～3案)
8週目	• 最終報告

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

アイデア探索

- 以下一例ですが、様々なアプローチを用いて御社のアイデア探索を支援致します。



- 完全無人で、1杯450円で高品質のスペシャルティコーヒーを提供するサービス。
- リピーター向けのサブスクも
- 最先端のテクノロジーを生かし、日本で初めて牛乳を使ったカフェラテを無人店舗で販売

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

評価軸、評価

評価軸による絞り込み

- いくつかの評価軸に対して点数付け及び重み付けを行い、絞り込みを行います。
- 軸には、例えば緊急性、重要性、実現性、収益性、効果性、将来性、インパクト、優位性、展開性などがあります。シンプルに収益性や、費用対効果のみの数字で評価する場合もあります。
- 重要な事は、新規事業の目的に沿った評価軸にすることです。例えばこの新規事業が、中長期の拡大に向けた事業なのか、トライアルの事業なのか、また目標が売上なのか、利益なのか、顧客数なのかによっても方向性が変わってきます。認識を揃えるための重要な作業といえます。

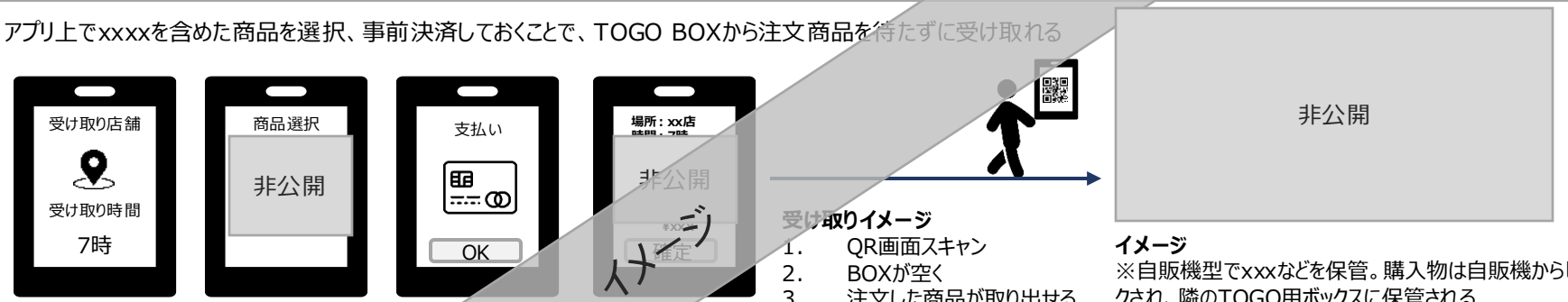
イメージ

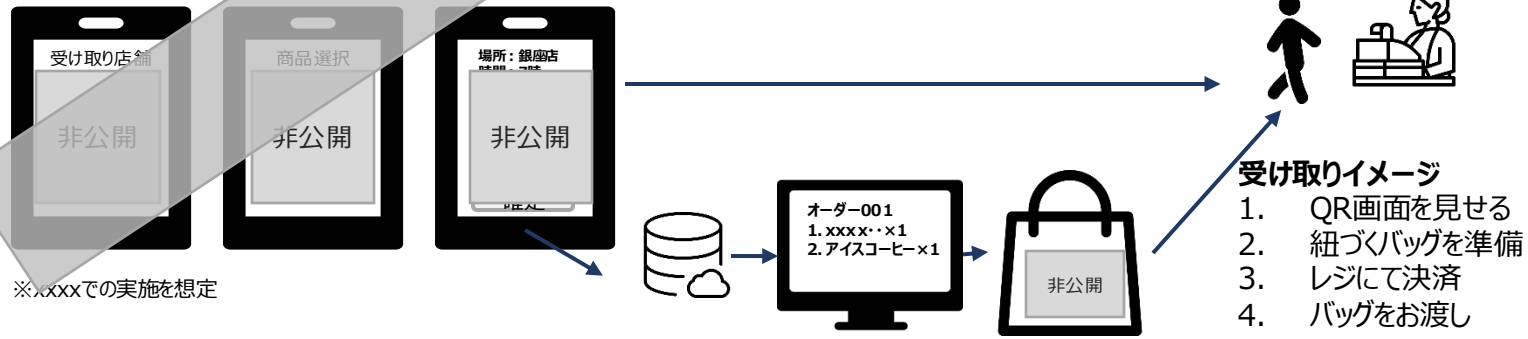
#	ジョブスペックNo	施策 顧客のジョブ	ジョブスペック	重要度	施策 施策内容	提供価値	起票者
	定義	※定義済みのため割愛	※定義済みのため割愛	◎：重要(Must have) ▲：あったらいい(Nice to have)	○○社が実施すべき施策案を記載	施策を通して顧客へ提供する価値	
1	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	事務局
2	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	事務局
3	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	▲	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	事務局
4	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	事務局
5	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	A
6	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	B
7	1	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	◎	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	B
8	2	改善に関する事項、非公開）	（詳細な定義、非公開）	▲	（機密情報のため、非公開）	（機密情報のため、非公開）	事務局

©tryX Co.,ltd

アイデアの具体化(一例)

課題	ニーズ	• コンビニでレジ混雑時、xxxxが面倒/周りに申し訳ない
	ユーザーイメージ	• 都会に住むビジネスパーソン（xxxx）
施策	概要	**• TOGO専用ボックスでのxxx及びxxx等の受け取り**
	xxのメリット	• 他社からの乗り換え、顧客とのタッチポイントの強化
	イメージ	アプリ上でxxxxを含めた商品を選択、事前決済しておくことで、TOGO BOXから注文商品を待たずに受け取れる
PoC	検証課題	**• TOGOサービスが、顧客にとって価値があるのか**
	イメージ	アプリ上でxxxを含めた商品を選択することでxxxxでピックアップ済みの商品を購入できる。
	次ステップへの判定基準	• TOGOサービス継続利用率





tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

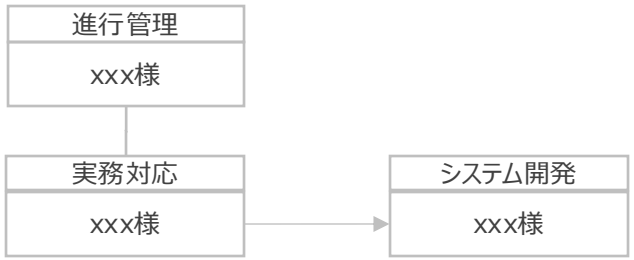
©tryX Co.,ltd

実行計画（一例）

概要
- Xxxxxxxx
- Xxxxxxxx

KPI
- Xxxxxxxx
- Xxxxxxxx

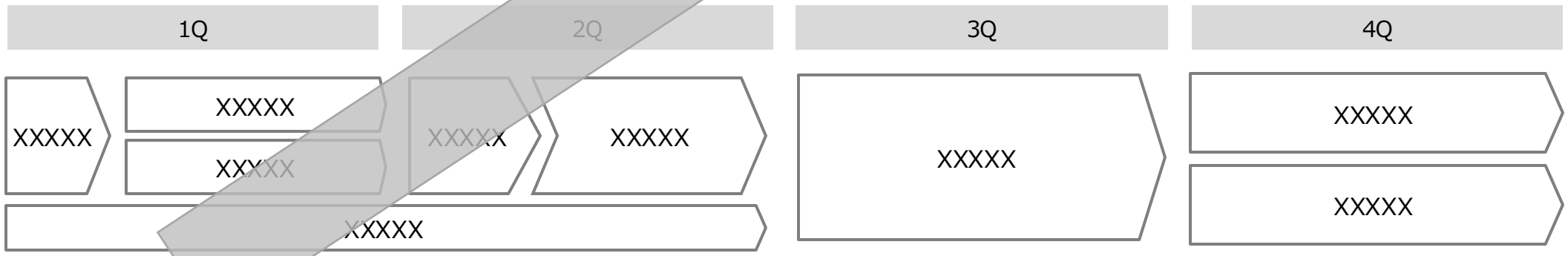
体制



予算
1. XXXXX：YY万円
2. XXXXX：YY万円

残論点
1. XXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXX

スケジュール



イメージ

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryXCo.,ltd

簡易シミュレーション例：レンタルスペース事業

- レンタルスペース事業は、コロナ前のXXX市であれば4000万円/年が見込める。
- 営業利益2億円へ到達するためには、シミュレーション結果を今より50倍（2億円/390万円）改善する必要がある。

簡易シミュレーション

- **XXX市の15歳～59歳までの人口は5.8万人**(XXX市役所HP)
- **XXX市の月間想定レンタルスペース利用数は、1,300人**
  - 月1以上利用率がおよそ2.2%(J-Net21_コワーキングスペース／レンタルオフィス)
- **想定売上**は、1,300人× 5,000円（仮） × 12ヶ月×市場シェア50%=**3,900万円/年**
  - 1日1,000円×月5回と仮定
  - 市場シェアを50%と仮定
- **想定利益は、390万/年**
  - 貸会議室サービスTKPの利益率10%（TKP IR/ただし、コロナ下では-2%である点に注意）

イメージ

出典
- XXX市役所HP
- J-Net21_コワーキングスペース／レンタルオフィス
- ClassBiz
- 山口のコワーキングスペース
- TKP IR

©tryX Co.,ltd

①伴走型支援
企画（～PoC）

©tryX Co.,ltd

プロジェクト計画

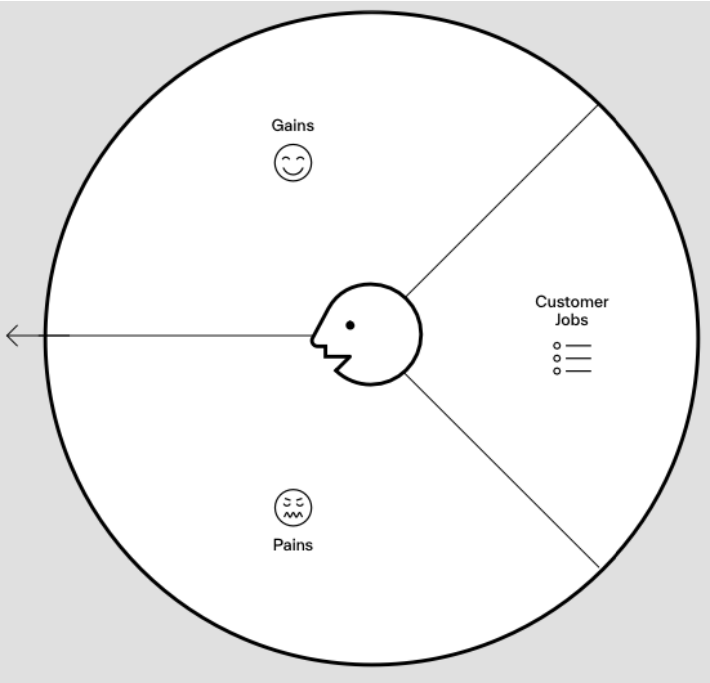
- 12週間でプロジェクトを推進していきます。
- 5週目あたりから外部ベンダーや関連するステークホルダーとの調整を進めていきます。

1週目	• キックオフ （プロジェクトの目線合わせ）
2週目	• 顧客プロフィール作成・ディスカッション
3週目	• 事業アイデアの価値検討、マッピング
4週目	• 顧客価値に基づく事業アイデアの改善
5週目	• 検証すべきコンセプト検討 • PoC概要検討 • 実行体制検討・調整
6週目	• PoC実行計画策定
7週目	• PoCフロー具体化 • 開発進捗管理・調整
8週目	• 検証方法・項目整理 • 開発進捗管理・調整
9週目	• PoC対象者選定 • 開発進捗管理・調整
10週目	• 内部テスト・改善リスト作成 • 開発進捗管理・調整
11週目	• リスク・懸念事項整理 • 受入テスト
12週目	• 最終報告

©tryX Co.,ltd

顧客プロフィール

- 顧客プロフィールを用いて、顧客の課題を整理します。

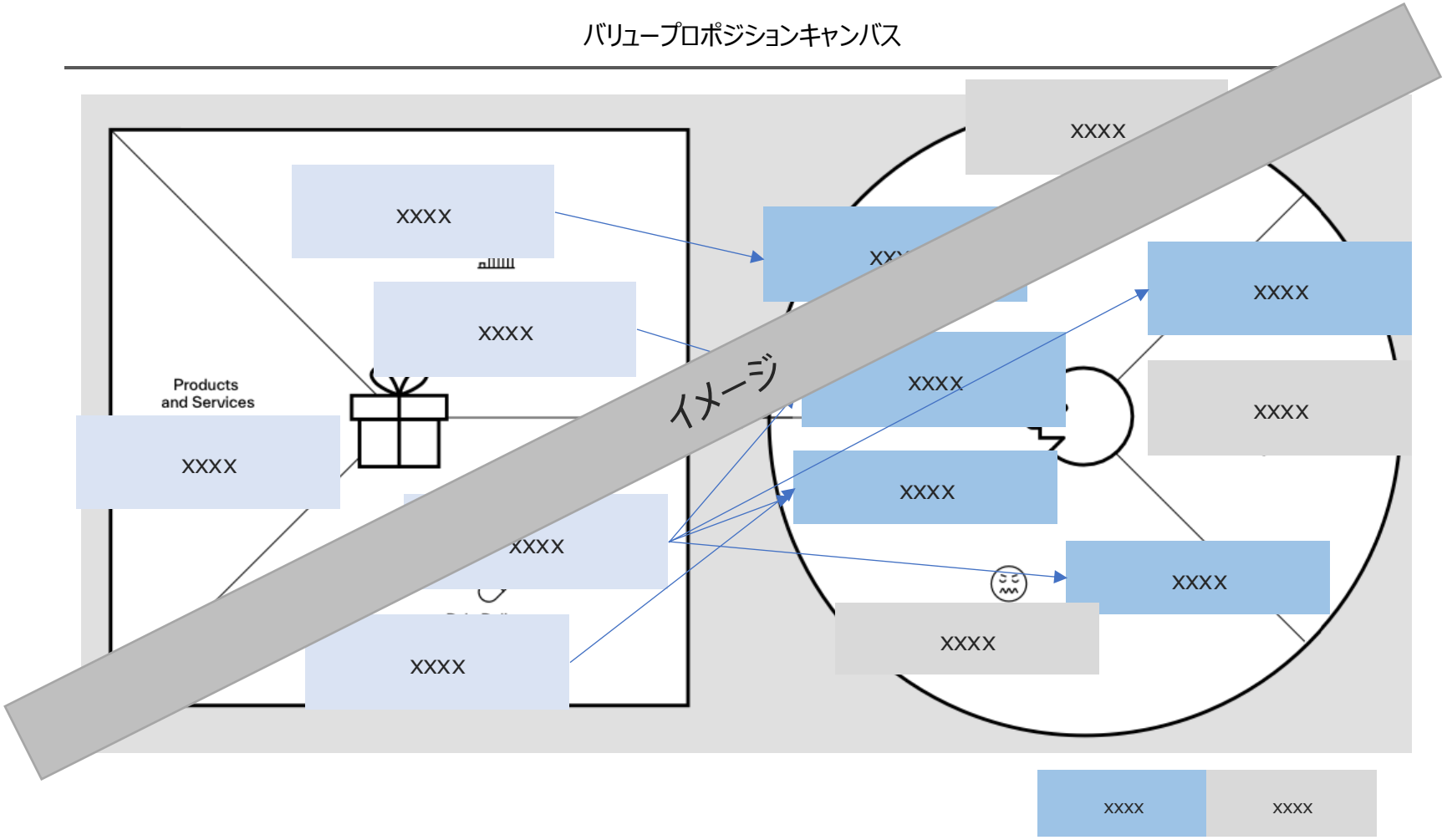


Customer jobs	• 顧客が人生や職業を通して成し遂げたいことを自分の言葉で表現したもの。
Gain	• 顧客が達成したいこと、または顧客が求める具体的な恩恵。
Pain	• 顧客の仕事に関する悪い結果、リスク、障害。

©tryX Co.,ltd

商品価値と、顧客ニーズのズレ整理

- 顧客プロフィールに対して、新規事業の持つ価値をマッピングし、どのニーズと紐づいているのか、紐づけを行います。



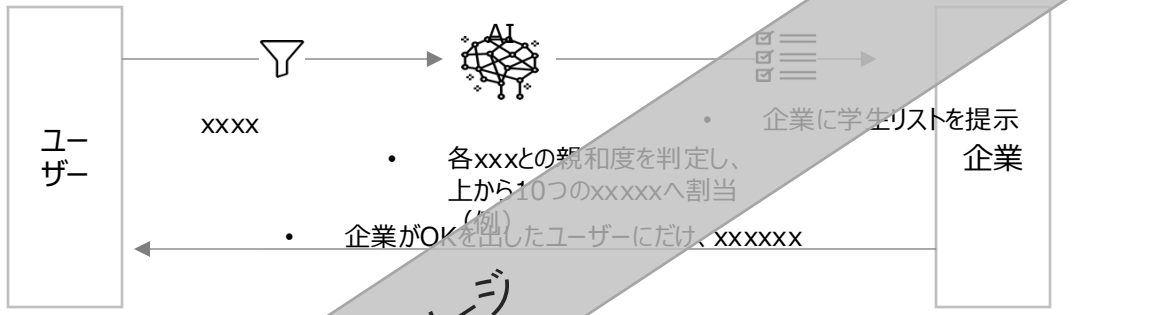
tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

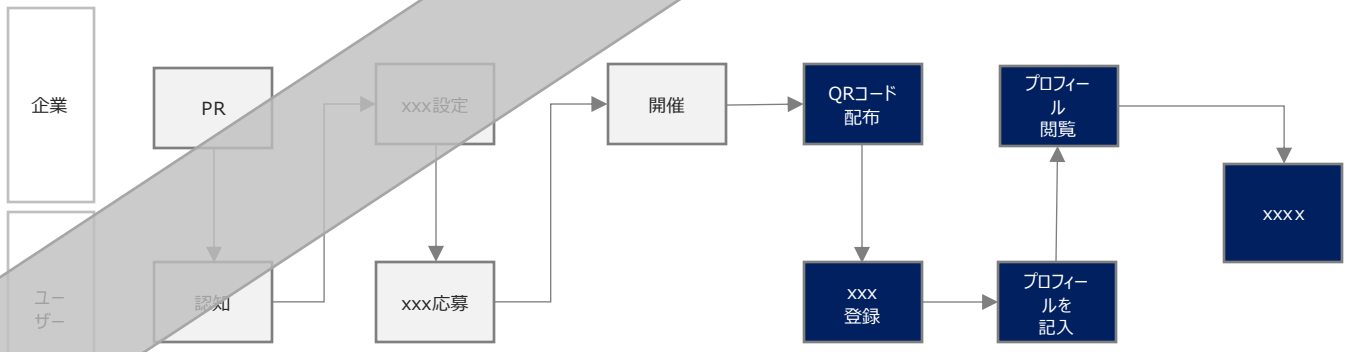
©tryX Co.,ltd

PoC概要検討

- 顧客価値に対して事業アイデアをアップデートしたうえで、PoCの概要を検討します。

検証項目	• xxxxサービスが、顧客にとって価値があるのか
検証方法	• アンケートでのNPSスコア、継続利用率
PoC イメージ	xxxxxxxxx
想定 フロー 概要	





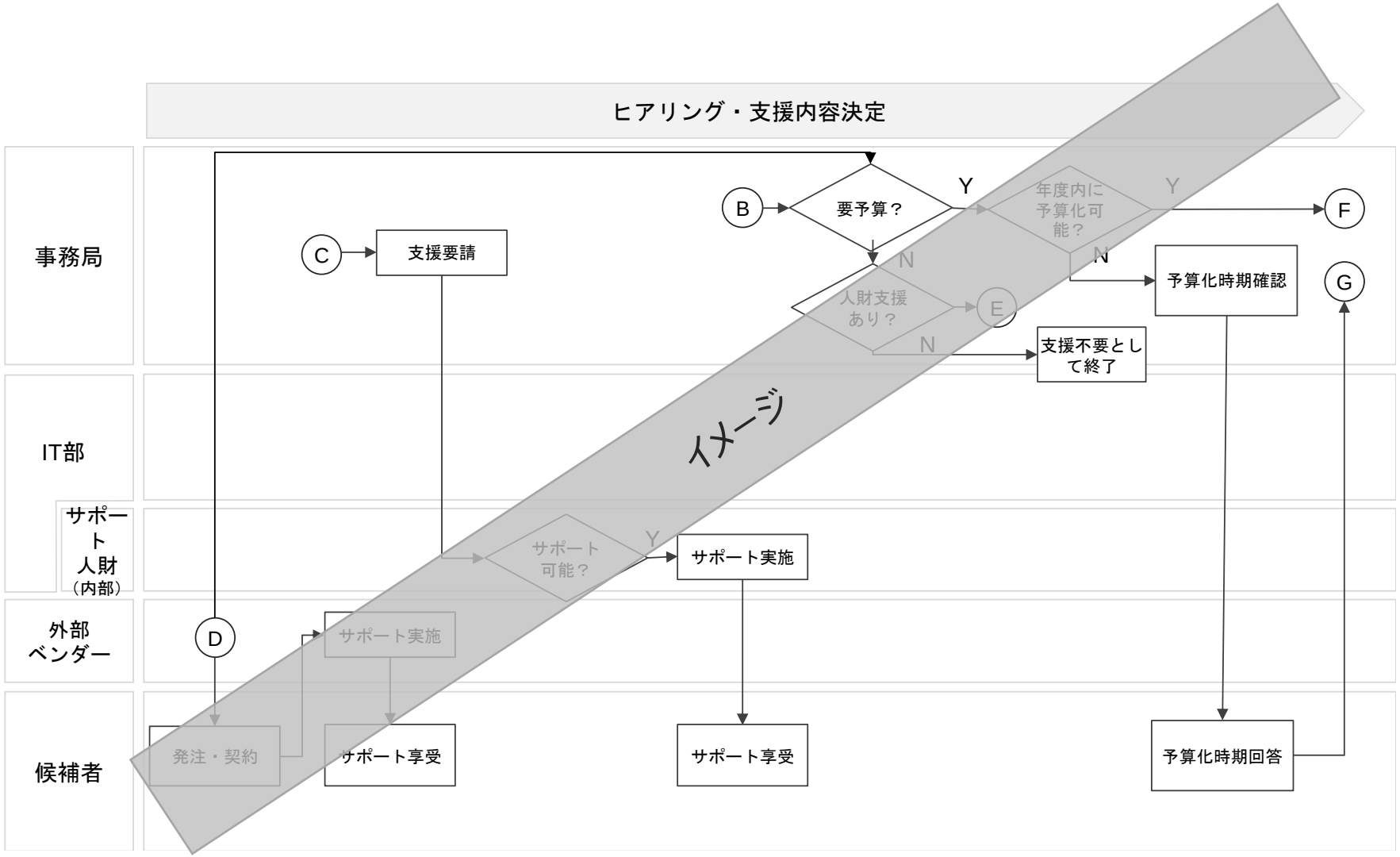
イメージ

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

PoCフロー具体化

- 各担当者及びシステム等を含めたオペレーションフローを具体化します。



tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

プロトタイプの例

- 事業アイデアに対して、適切なプロトタイプをご提案致します。
- 開発業務は本見積もり外のため、ご注意ください。

Figmaを使った簡易アプリケーション作成

守秘義務により
非公開

店舗を活用した体験試作

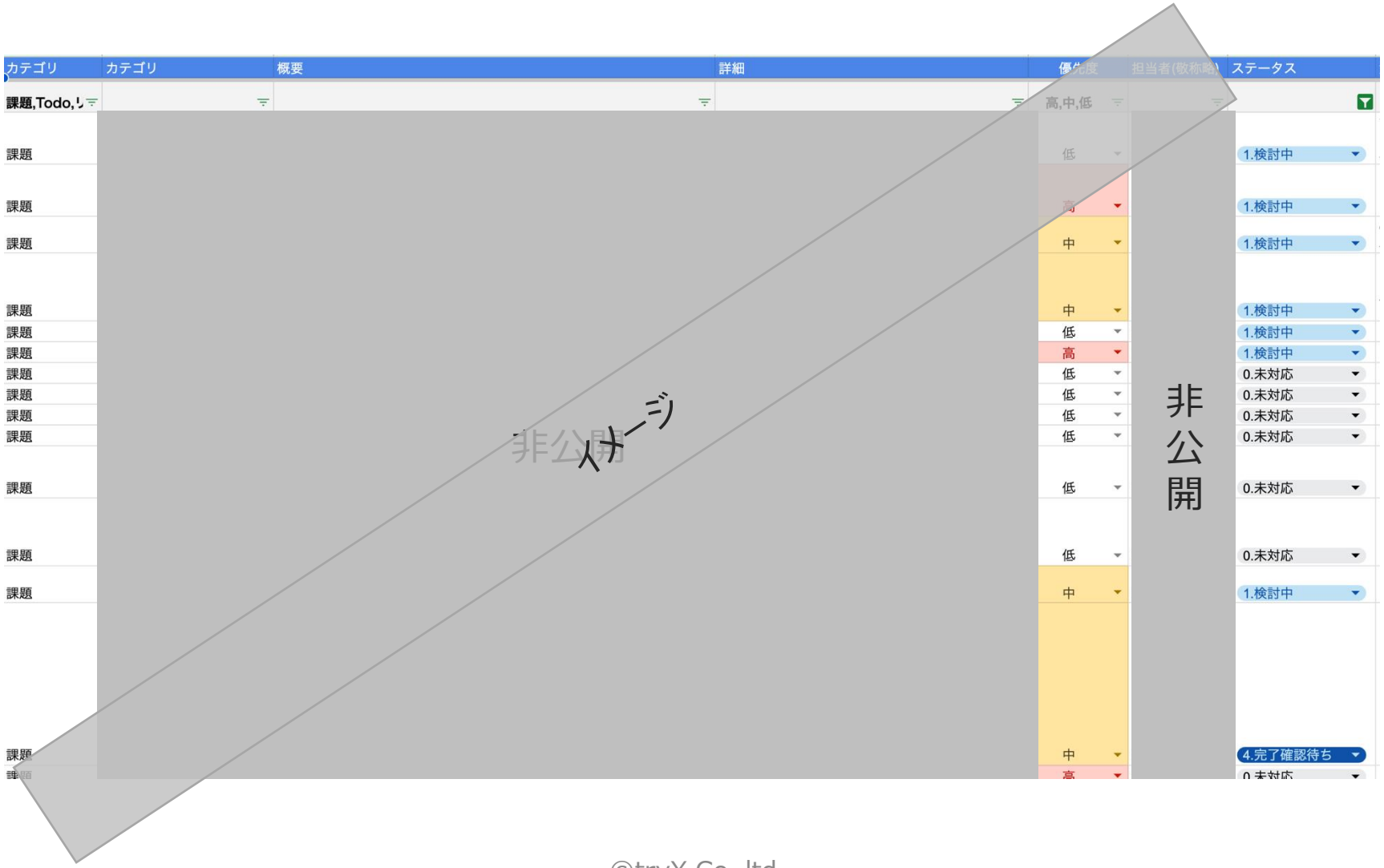
守秘義務により
非公開

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

進捗管理・課題管理

- 経験上、プロジェクトの進捗管理が得意ではないベンダー様が多い印象です。
- そのため我々がタスク管理等含め、プロジェクト進行をご支援致します。



tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

①伴走型支援
企画（PoC実施～施策評価）

©tryX Co.,ltd

プロジェクト計画

•PoC実施期間中や施策評価においては、ご希望の場合は必要に応じてサポート致します。

PoC 期間中

- メール・チャットなどでの確認、調整
- 月2回の定例での進捗確認
- プロジェクト・タスク管理
- 課題の抽出、暫定対応出し

PoC 終了後

1週目	• 施策結果まとめ、振り返り
2週目	• 改善点を踏まえた、ネクストアクション整理
3週目	• アップデート後の事業モデル検討
4週目	• 次フェーズ実施に向けたプロジェクト計画策定 • 最終報告

©tryX Co.,ltd

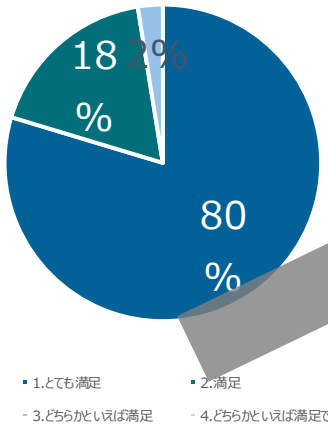
PoC評価

- 定量・定性両面で施策評価を行います。
- その上で、今後どうプロジェクトを進めていくべきかをご提案いたします。

定量評価

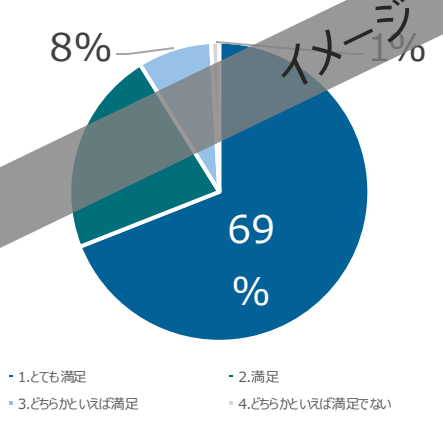
xxx満足度・合計

98%が満足と回答。



xxx満足度・合計

91%が満足と回答。



イメージ

定性評価

CASE1 （50代男性）
元々xxxとの接点が強いお客様。施策にご満足頂き、かつ今回の施策を通してxxxxの美味しさを再発見し、再びxxxxきっかけに繋がった

CASE2 （40代男性）
無料ドリンクや今回の施策など、xxxの企画に積極的に参加してくださる、ロイヤルティが高いと想定されるお客様。12回も体験し、実際にxxxxと異なる味の購入に繋がった。

CASE3 (50代女性)
xxxとの接点がほとんどない、かつxxxxが初めてというお客様に体験頂いた。先に味の説明を受けていたら選ばなかったかもしれないというコメントも頂いており、実際に気に入ったxxxxの発見、購入に繋がった模様。

CASE4 （30代男性）
xxxxを所持していないお客様。店舗内では具体的な行動変容は捉えられなかったものの、xxxx系の美味しさの再発見であったり、xxxxによる新たなxxxxの楽しみ方の発見につながった。

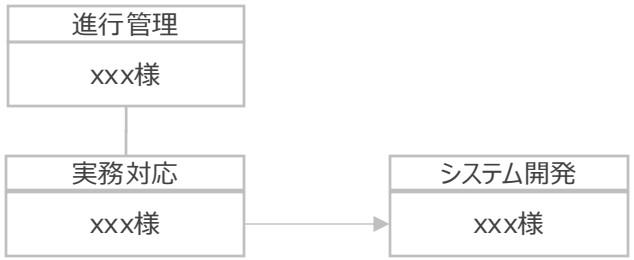
©tryX Co.,ltd

実行計画（一例）

概要
- Xxxxxxxx
- Xxxxxxxx

KPI
- Xxxxxxxx
- Xxxxxxxx

体制



予算
1. XXXXX：YY万円
2. XXXXX：YY万円

残論点
1. XXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXX

イメージ

スケジュール

1Q	2Q	3Q	4Q
XXXXX	XXXXX	XXXXX	XXXXX
XXXXX	XXXXX		XXXXX
XXXXX	XXXXX		
XXXXX			

©tryXCo.,ltd

その他アウトプット例ご紹介

©tryX Co.,ltd

大局観

外部環境変化

Politics
- 個人情報取得難易度の上昇
  - GDPR
  - クッキーが追えない

Economics
- 国内人口減少/国内労働人口減少
- GCPの落ち込み
- 世界情勢が不安定化（ウイルス）

Society
- フリーランス人口の拡大
- 開疎化
- 誰もが情報発信する時代に

テクノロジー
- AI技術発達
  - 翻訳性能の向上
- ロボットの浸透
- AR/VRフォーマット
  - 360度Viewに最適化された情報配置（スマホ画面にとらわれない）
- インタラクティブフォーマット
  - 難しすぎた場合に、レベルを下げたコンテンツを表示できる
- スマートウォッチ、スマートグラスでの表示
- 脳と直接リンクする・人体に埋め込む

ライフスタイル/行動変化

仕事
- リモートワークの増加
  - 都心→地方
- フリーランスの増加
- 転職増加
- 人材の２極化
  - 単純労働はロボット/留学生へ
  - 価値を生み出せない人と、出せる人に分かれる
  - ゼロイチ人材のニーズが高まる
- グローバル化
  - 日本人→外国人
  - 相対的に日本人の賃金が低い
- AIによる判断機会の増加
- 広告収入ビジネスが成り立たなくなる
  - 上流層は、お金を払ってサブスクへ
  - お金がない層には広告が集まらない
  - ターゲティング難易度が向上

エンタメ
- よりバーチャルな世界へ（VR/ゲーミフィケーション/脳内麻薬）
- コントロールできる変数が多いほど強い→リアル＜バーチャル

金
- 2極化が進み、中間層が減る

衣
- 地方化/VR化が進むと、ブランドが売れなくなる
- むしろ、バーチャルな衣装へのニーズが高まる？

ニーズ

企業
- オペレーション
  - 社内にナレッジを溜めたい
  - ゼロイチができる人材が欲しい
  - 国内外問わず、コスパよく優秀人材が欲しい
- 顧客獲得
  - 高所得層にアプローチしたい
  - 意思決定者にアプローチしたい

個人
- 高所得層に入りたい
  - 仕事に役立つ情報が欲しい
  - 自己成長したい
- やりがいのある仕事をしたい
- 人と繋がりたい
- フィルターバブルを破りたい
- 嘘の情報/価値のない情報を排除して欲しい

sample

Why now?

		ユーザーの変化	企業の変化
採用環境の変化	**1. job採用へのシフト**：専門性が求められる時代 **2. 1社、終身雇用の崩壊：**副業/複業の増加、転職前提へ 3. フリーランスの拡大	1. スペシャリストなスキルを身につける 2. 力のある人材は選択肢が増える	1. job採用へのシフト 2. 人材の囲い込みが困難に。 3. 社内スキルの蓄積が難しくなる
人材の質の変化	**1. 国の境界が溶ける(翻訳技術向上/リモートワーク)**：世界中の人間がライバルに。 **2. 仕事能力が2極化：**仕事ができる人と、できない人の差が拡大。 **3. AI/ロボットの浸透**：非クリエイティブな仕事がリプレイス	1. 人材価値が2極化し、優秀人材の価値が高騰。	1. グローバルレベルのスキルが求められる
To Be像の変化	**1. ロールモデル不在**：今までのベストプラクティスが通じない **2. VUCA**：未来の予測が困難に。		

sample

©2020 tryX Co.,ltd

Business Platform構想

•社内にはない新しい知識・スキルを①（社員自身による能動的な）人材育成 と②新たな人材獲得をクライアントが得られるプラットフォーム

人材

知識・スキル	現在	新たに獲得
現在	今	オペレーター等
新たに獲得	Platform as a Business Information	Platform as a Business Solution

sample

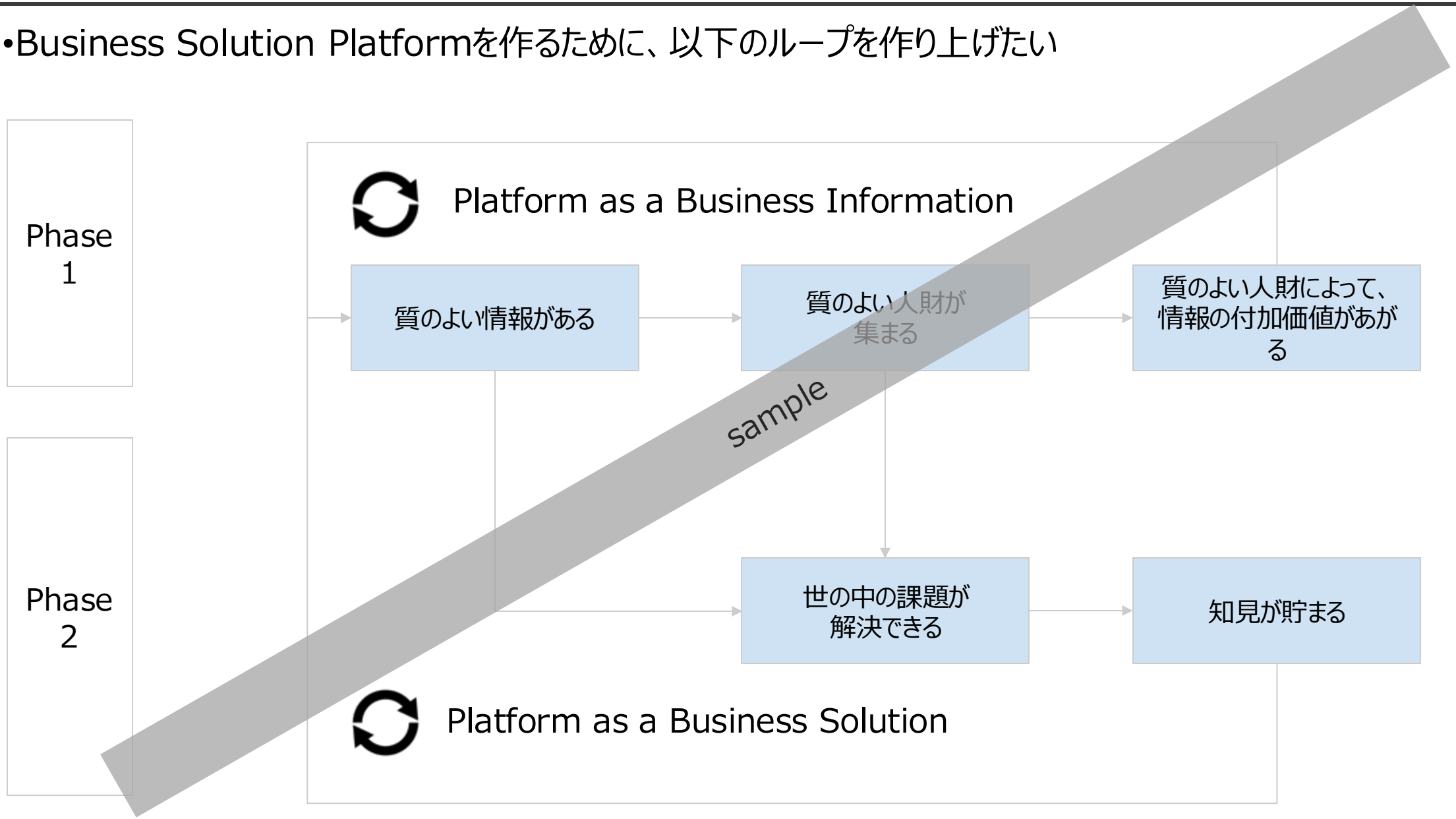
人材育成

人材獲得

©tryX Co.,ltd

つくりたいポジティブループ

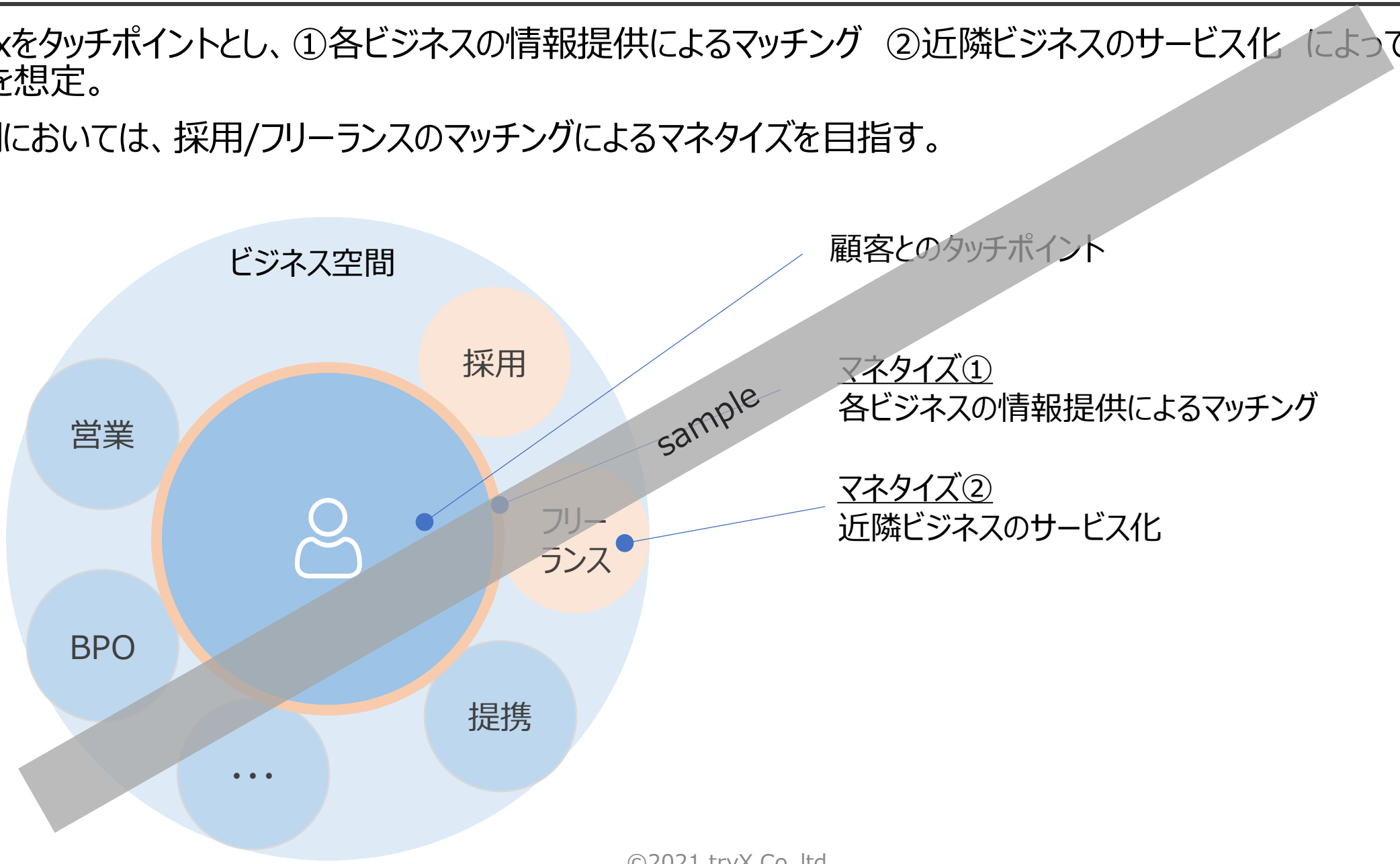
•Business Solution Platformを作るために、以下のループを作り上げたい



©tryX Co.,ltd

マネタイズ

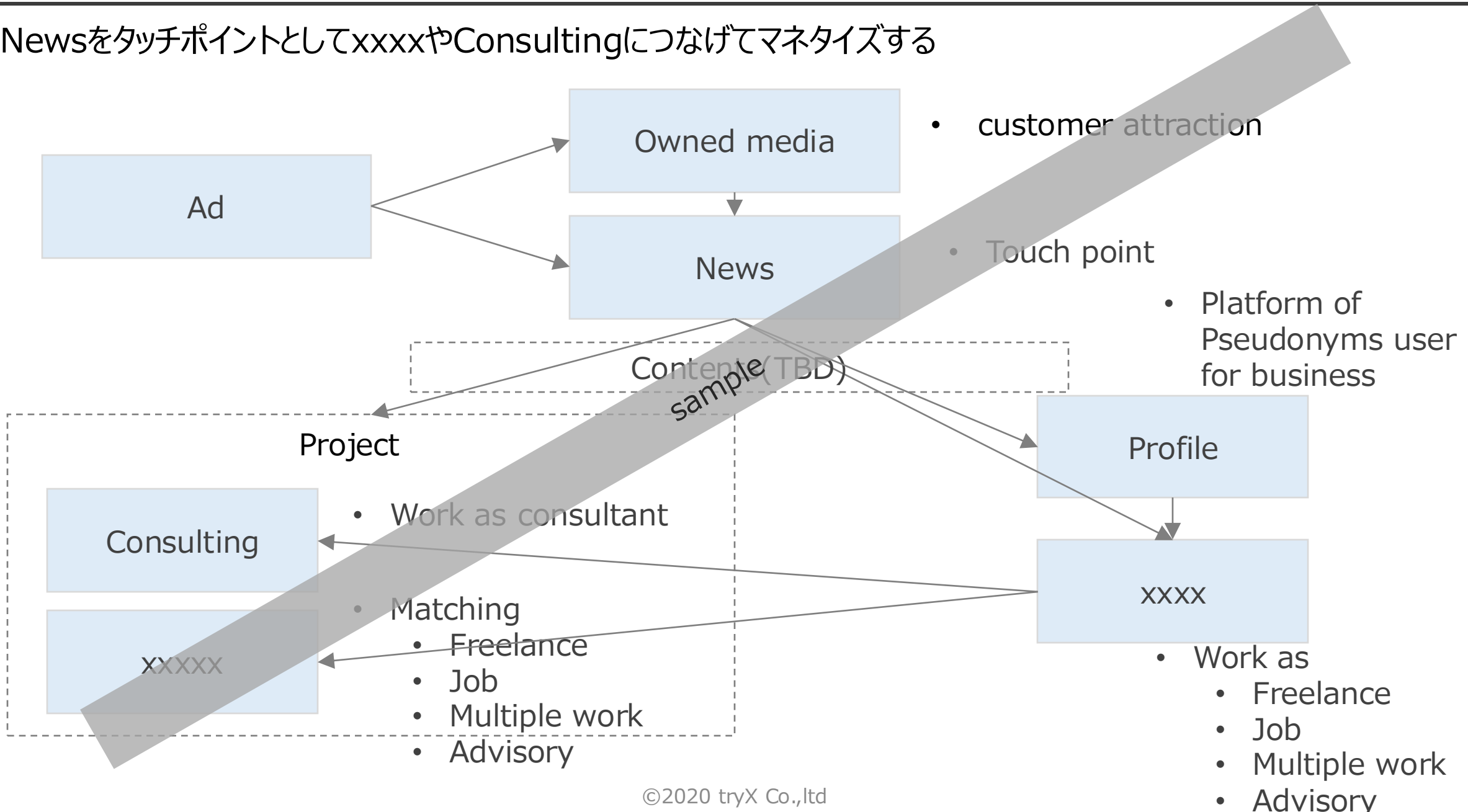
- xxxxをタッチポイントとし、①各ビジネスの情報提供によるマッチング　②近隣ビジネスのサービス化　によってのマネタイズを想定。
- 初期においては、採用/フリーランスのマッチングによるマネタイズを目指す。



©2021 tryX Co.,ltd

Business model

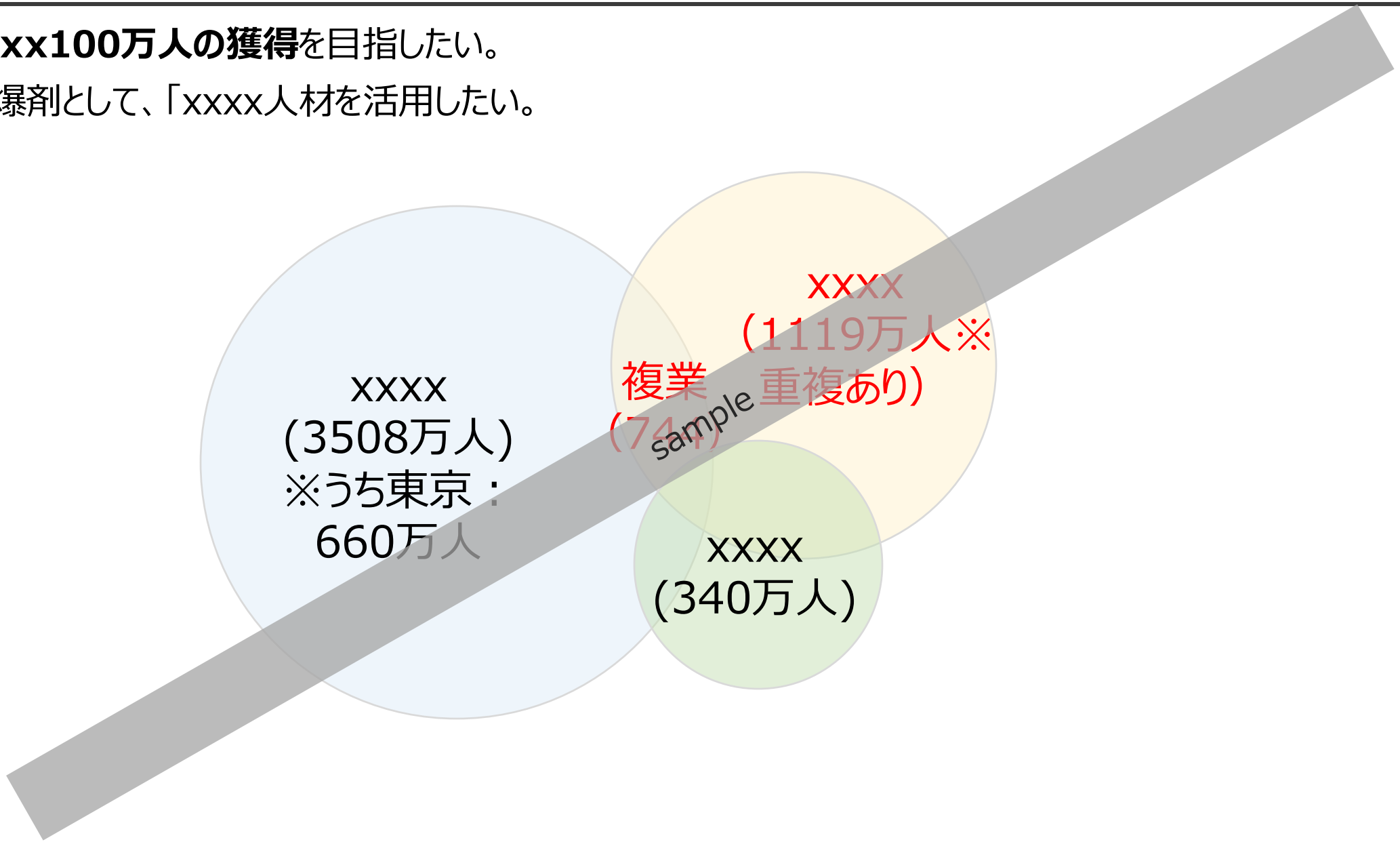
•Newsをタッチポイントとして xxxxやConsultingにつなげてマネタイズする



©2020 tryX Co.,ltd

課題解決ができる“xxxx”を集める（短期）

- **xxxx100万人の獲得**を目指したい。
- 起爆剤として、「xxxx人材を活用したい。



ターゲットのPainと既存のソリューション

ペイン	• xxxxxx
既存のソリューション	<u>リアルチャネル</u> • 有識者へのヒアリング • 展示会 • コンサルタント <u>紙媒体</u> • 新聞（日経新聞など） • 専門誌・業界誌 <u>オンライン</u> • Google検索 • 日経テレコン • NewsPicks • Feedly • メルマガ • メディア（HBR、ダイヤモンド・オンラインなど） • SNS(Facebook,Twitter)

sample

ビジネスモデル・キャンバス

KeyPartners	KeyActivities	ValuePropotition	CustomerRelationship	CustomerSegments
各教室 学校？ 決済会社	教室の開拓 教室の質の強化	定額で通い放題	カスタマーセンター	小学生の子を持つ親
	KeyResources 予約システム 各教室のチャネル		Channels 口コミ	

CostStructure	RevenueStream
サーバー代 人件費 営業開拓費	サブスクリプション

sample

©tryX Co.,ltd

利益シミュレーション

単位：千円

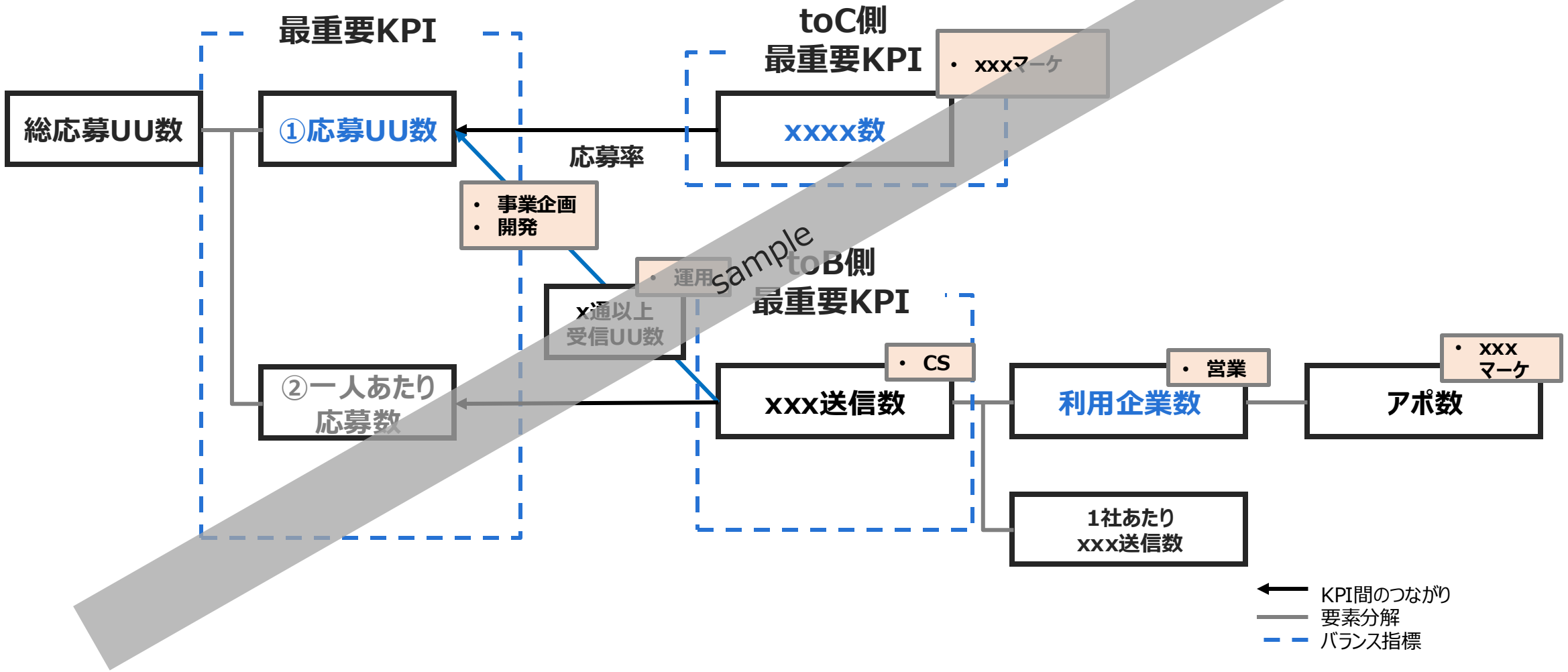
		1M	2M	3M	4M	5M	6M	7M	8M	9M	10M	11M	12M	通期
売上		150	203	287	387	507	651	841	1,088	1,409	1,827	2,370	3,139	12,857
	ユーザー数	100	136	191	258	338	434	560	725	939	1,218	1,580	2,093	2,093
	平均単価	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	手数料	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
原価		10	14	19	26	34	43	56	73	94	122	158	209	857
売上総利益		140	190	268	361	473	607	785	1,015	1,315	1,705	2,212	2,930	12,000
販売管理費		300	320	344	373	507	620	900	1,056	1,342	1,620	1,978	2,659	12,019
営業利益		-160	-130	-76	-12	-34	-12	-116	-40	-27	85	234	271	-19

合計クラス数	400	542	764	1,031	1,351	1,735	2,242	2,901	3,758	4,871	6,319	8,372	8,372
必要教室数	21	28	40	54	67	82	102	126	157	195	244	311	311

sample

重要KPI

- xxx事業部として次年度は**応募UU数を最大化させることが事業として今最も重要**であると考えているため、**すべての施策はこの指標に影響するもの**でなくてはならない。
- 各重要KPIに対して以下の組織が主体となってこれらの指標を伸ばしていくこととするが、その他の組織もこれらの指標に対して貢献することが重要である



sample

評価指標調査

- 既存資料より、以下のような指標を抽出した。

#	カテゴリ	指標	単位	評価方法	PJ施策評価で使える？	補足
	1販売	（非公開）	台/月	（非公開）	×	
	2販売	（非公開）	%	（非公開）	×	
	3販売	（非公開）	個/月	（非公開）	×	ECで買うことを目的にしている施策があれば、選択肢としてありうるが…
	4販売	（非公開）	%	（非公開）	×	ECで買うことを目的にしている施策があれば、選択肢としてありうるが…
	5登録	（非公開）	人/月		△	デバイス販売に繋げる場合は有効
	6登録	（非公開）	%		△	デバイス販売に繋げる場合は有効
	7ログ	（非公開）		（非公開）	△	
	8捕捉	デジタルで捕捉できる定着ユーザー数	人		◎	（非公開）
	9定着	単独利用（ソロユース）	%		△	この指標自体がゴール指標となるのかは不明。
	10新商品	銘柄認知率	%	アンケート調査	×	
	11新商品	認知内容	%	アンケート調査	◎	（非公開）
	12新商品	認知経路	%	アンケート調査	○	（非公開）
	13新商品	想起イメージ	%	アンケート調査	○	（非公開）
	14新商品	購入意向	%	アンケート調査	◎	（非公開）
	15新商品	認知者のトライ率	%	アンケート調査	◎	（非公開）

sample

評価指標調査結果

- 最終的に、以下の軸を選定。実際の施策内容によって、この中から適切なものを選定していく。

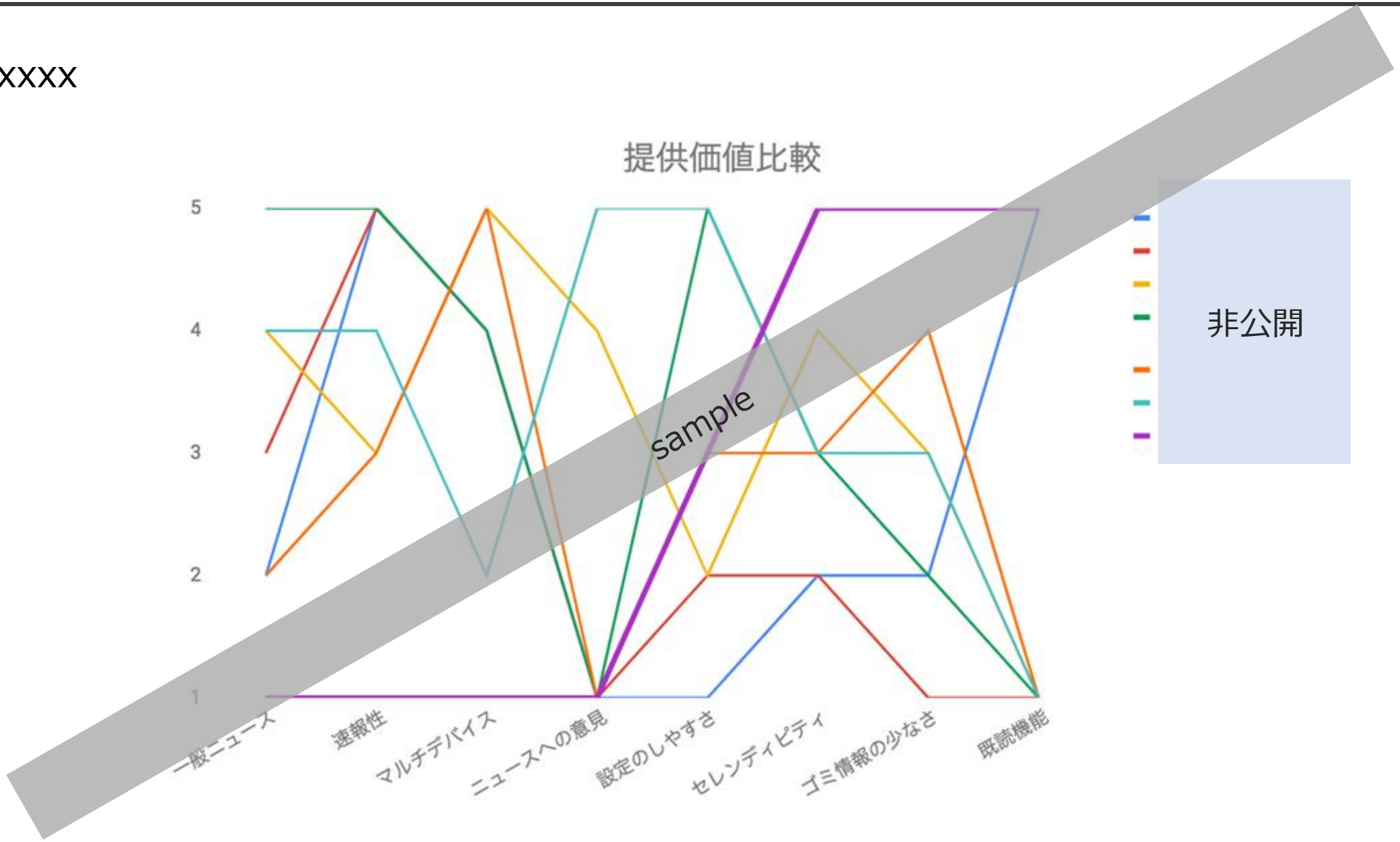
#	指標	定義	取得方法
1	ROI	（非公開）	購買データ、ログデータをもとに算出
2	定着ユーザー	（非公開）	ログデータ
3	定着ユーザー	（非公開）	（非公開）
4	購入意向	（非公開）	アンケート
5	xx頻度の変化	（非公開）	事後アンケート
6	認知者のトライ率	（非公開）	TBD
7	好意度	（非公開）	アンケート
8	認知内容	（非公開）	アンケート

sample

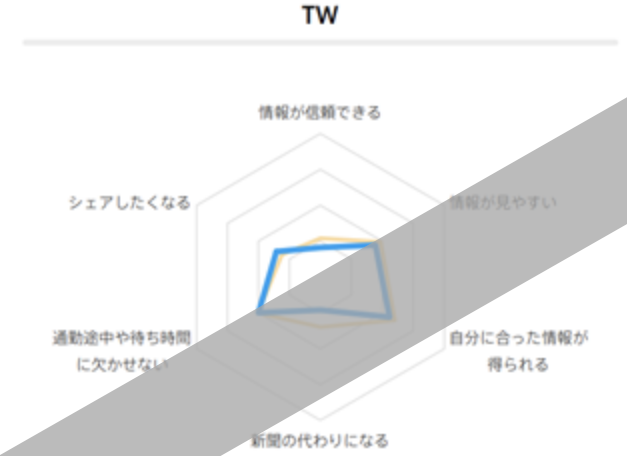
©tryX Co.,ltd

提供価値比較

- xxxx


提供価値比較
5
4
3
2
1
一般ニュース
速報性
マルチデバイス
ニュースへの意見
設定のしやすさ
セレンディピティ
ゴミ情報の少なさ
既読機能
sample
非公開

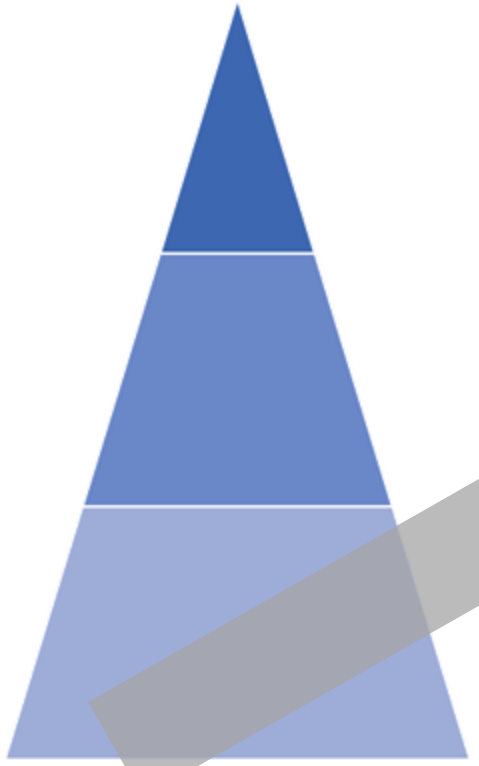
提供価値比較



sample

顧客に求める究極の行動

閲覧者



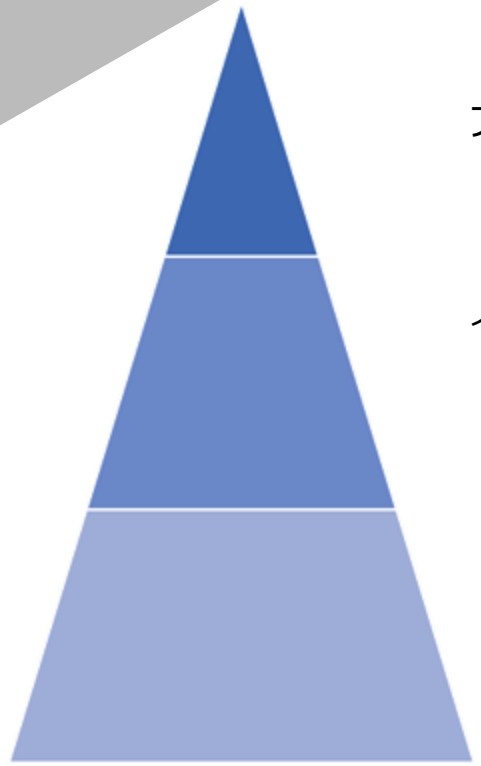
プレミアム層
→コミュニティサービスに課金している

アクティブ層
→毎日アクセスがある。

非アクティブ層
→月に数回のアクセス

sample

投稿者

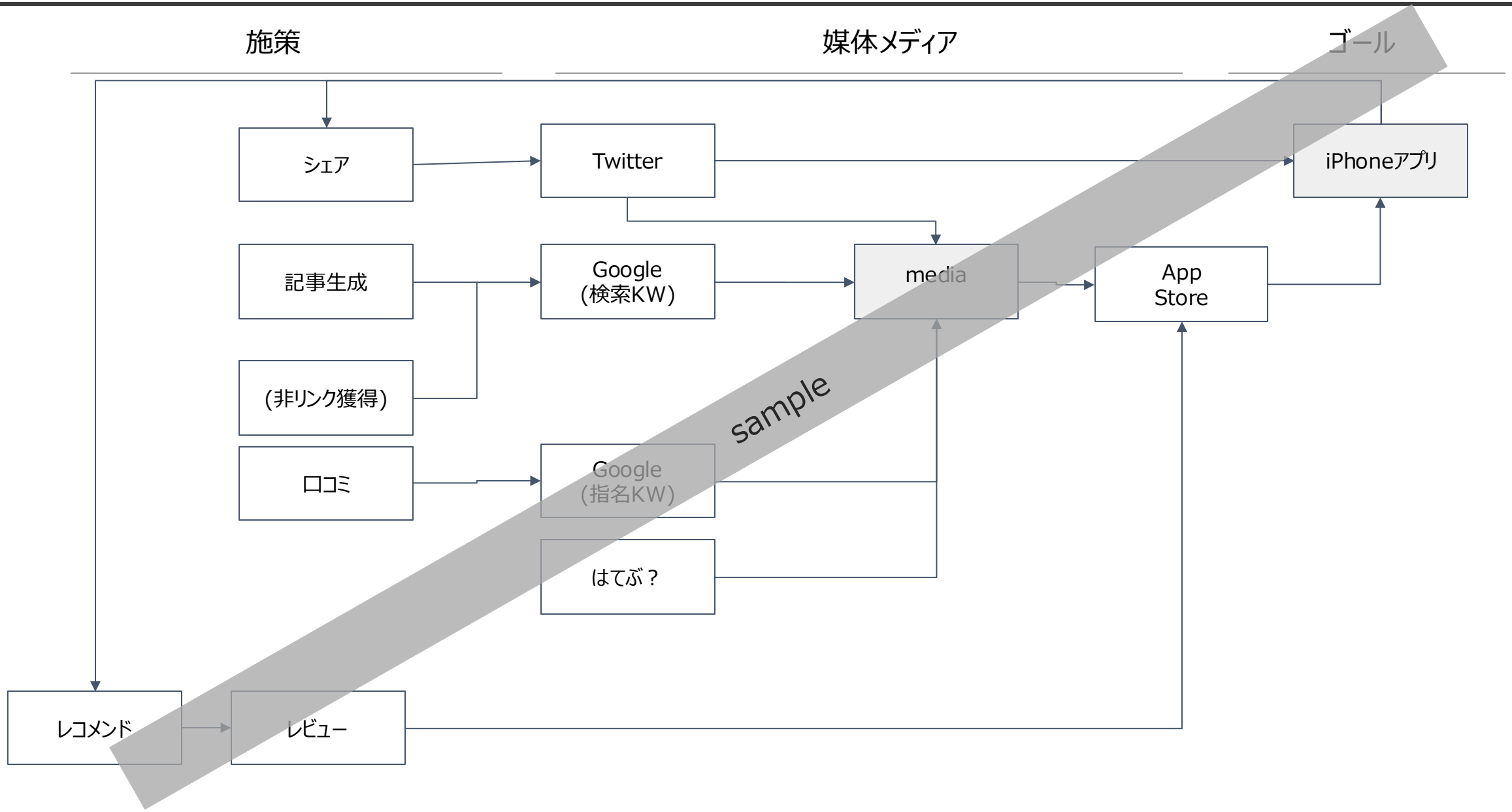


プレミアム層
→課金者が300人以上

インフルエンサー層
→課金者が100人以上

→課金者が99人以下

マーケティング全体像



©tryX Co.,ltd

マーケ戦略全体像(STEP1)

動機付け、トリガ設計
- xx

プッシュ通知
- xxx

メールで記事共有
- xxxx

今やるべきこと

ロイヤルに繋がる、コアアクションを見つける
- xxxx

xxxx

デザイン・文言の修正

登録までの文章変更

CVR:19%　率:73%　率:73%

記事閲覧 → App Store → DL → 登録画面表示 → 利用 → シェア

└ Twitter

アプリ内検索

広告閲覧
└ Twitter
└ Google

CTR:0.25

Twitterのリンククリック率が低い
ベンチマーク：38.6%
IH:22.7%
→プレースメントの問題（外部を使うとクリック率上がる）

sample

ゴールは、登録者xx人/日を目指す

└ ロイヤル顧客　・・・WAU　〇%
└ 一般顧客・・・それ以外　〇%
└ 離反顧客　・・・1カ月以上利用なし

集客アイデア

- キャッチーであること
- 深くユーザーに、刺さる事

→CVRに寄与

コアバリュー

- 真に使われる機能であること

→チャーンに寄与

©tryX Co.,ltd

コンテンツを見るまでの判断基準(意思決定要素)

•コンテンツを見るまでの判断基準として、以下が存在。
一方で、価格、手段等、プラットフォーム/フォーマット等で情報に出会う前にクリアできている基準も一定存在する。

観点	判断方法	具体的な判断
誰向けの情報なのか？	カテゴリ/タブ	自分の属性に関わる情報か？
何の情報なのか？	タイトル文章	自分が知らない情報であるか？ 自分が知りたい情報か否か→関心があるか否か
いつの情報なのか？	作成時間 →古すぎないか	古すぎると、役に立たない可能性がある（**前提の相違**） 古すぎると、他の人が既に知っている可能性がある（**希少性の損失**）
どこの情報なのか？	メディア名、 作者名	知っていれば、自分の頭の中での評価に応じて情報を判断
誰が賛同しているか？	シェア、星の数、レビューなど	信頼できる情報であるか？ 価値のある情報か？（**キュレーティング効果**）
どのような内容なのか？	画像/動画	どのような内容が分かるのか？
いくらなのか？	価格	費用対効果を上回りそうか？
どのように手に入れられるか？	登録手段など	該当の手間をかけてでも、見たいかどうか？

sample

©2020 tryX Co.,ltd

情報の役割

•課題を顕在化させることがxxxxの役割である。

	課題の潜在化	課題の顕在化	課題の解決		
ステップ	課題の発見	情報の調査	情報の整理・比較・判断	実行	評価
特徴	• 事故的な出会い • 受動的な情報収集	• 概要の理解 • 能動的な情報収集	深い情報の理解 • 能動的な情報収集		• 他データとの比較
現行のソリューション	• Twitter	• Google	• 一次情報 • 調査・レポート		• Google • 一次情報 • 調査・レポート

sample

©2020 tryX Co.,ltd

コンテンツの目的

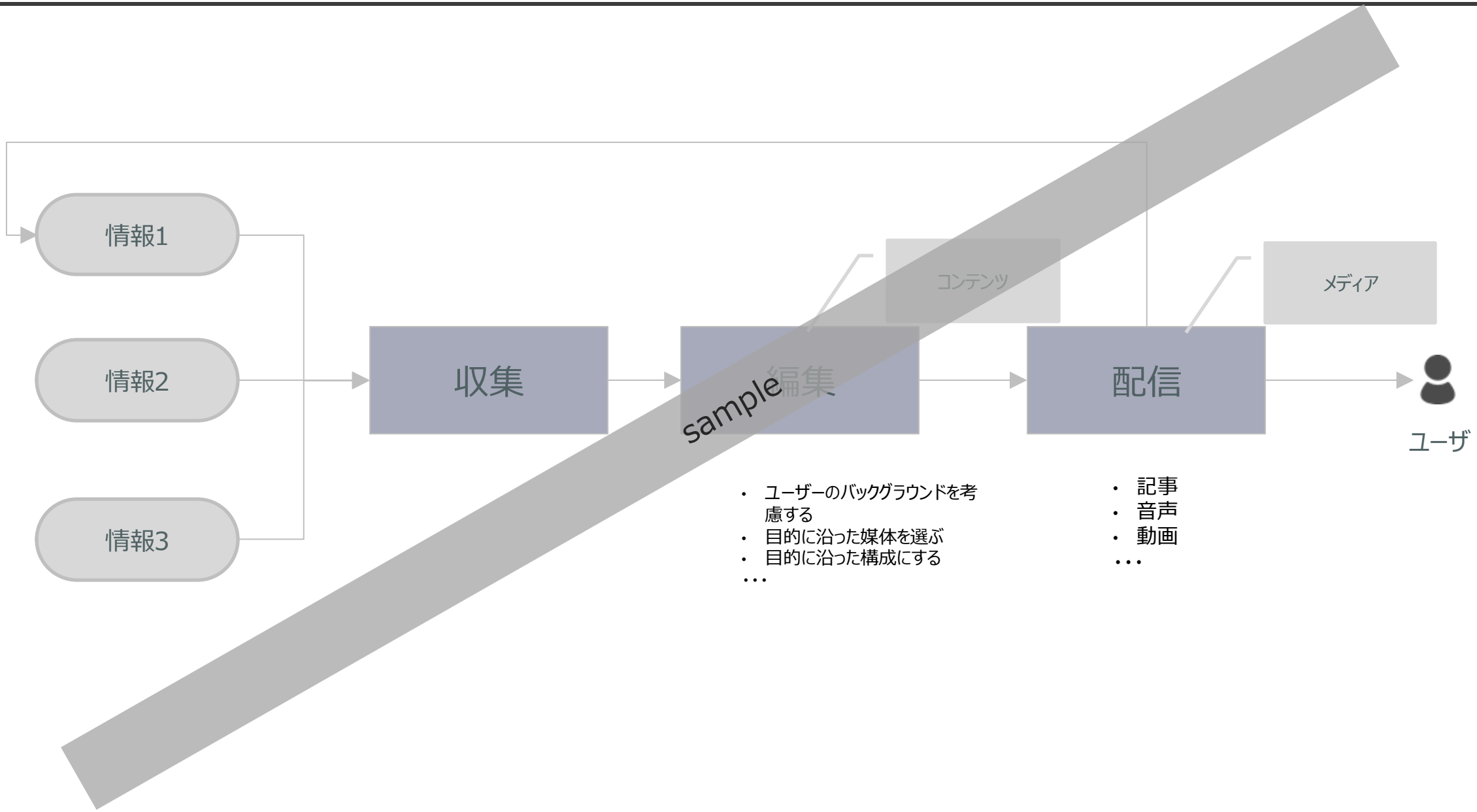
•自身の仕事に役立つ情報を届けたい

取得の目的	具体内容	INFOHUB ターゲット
コミュニケーションツール	情報を核として、コミュニケーションが進む	×
ものごとを進める	仕事の課題を解決するなど	◎
心理的安心	情報をキャッチアップすることで安心感を得る	△
本能的	ゴシップなど	×

sample

©2020 tryX Co.,ltd

情報がユーザーに届くまで



コンセプトシート

サービス名	Lespas				
カテゴリ1	B to Cプラットフォーム				
カテゴリ2	フィットネス				
軸	1	2	3	4	5
性別	男性				女性
年代	子供	中高生	成人	大人	年寄り
価格	無料	低価格	中間	高価格	高級
マネタイズ	無料	ショット	複数回	フリーミ	サブスクリプション
サービス媒体	リアル		リアル×v	web	アプリ
エリア	地域		国内		グローバル
情報公開	クローズド				オープン
使用者と決裁者	同じ				別
集客チャネル	リアル		リアル×web		web
質	低品質				高品質
安全性	低				高
スケールメリッ	弱				強い
利用頻度	低				高
同じレッスンは月3回まで					
キャンセルは2000円					

sample

課題管理表

#	タイプ	カテゴリ Lv.1	カテゴリ Lv.2	タイトル	詳細	優先度	対応責任者	起票日	完了予定日	実完了日	ステータス
	課題,Todo					高,中,低					1.未検討,2.検討中
1	Todo	LP	to C	β版であることを掲載		高		2020/11/08	2020/12/09	2020/12/08	7.完了
2	Todo	LP	to C	to C LP公開		高		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	7.完了
	Todo	LP	to C	転職用ウェイティングリストページ作成		中					7.完了
4	Todo	LP	to C	副業用ウェイティングリストページ作成		中		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	7.完了
5	Todo	LP	to B	to B LP公開		高		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	7.完了
6	Todo	PR	PRリリース	PR作成		中		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	
7	Todo	LP	to B	候補者例記載		低		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
8	Todo	Legal		to B側契約書作成		高		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
9	Todo	Legal		to C側契約書作成		高		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
10	Todo	オペレーション		オペレーション	https://docs.google.com/spreadsheets/d/	高		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
11	Todo	オペレーション		03の電話番号準	レンタルオフィスのところを使う？普通の電話番号をつかう？	中		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
12	Todo	ヒアリング		ピザスクでヒアリングを実施		中		2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
13								2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
14								2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
15								2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討
16								2020/12/08	2020/12/09	2020/12/08	1.未検討

sample

all

2024/10/11 2024/10/04 2024 10

カテゴリ	起票数	完了数	残
優先度：高	6	3	3
優先度：中	4	2	2
優先度：低	1	0	1
（未記入他）	0	0	0
合計	11	5	6

月次アクション数

カテゴリ	起票数	完了数	(差分)
優先度：高	0	0	0
優先度：中	0	0	0
優先度：低	0	0	0
（未記入他）	0	0	0
合計	0	0	0

©tryX Co.,ltd

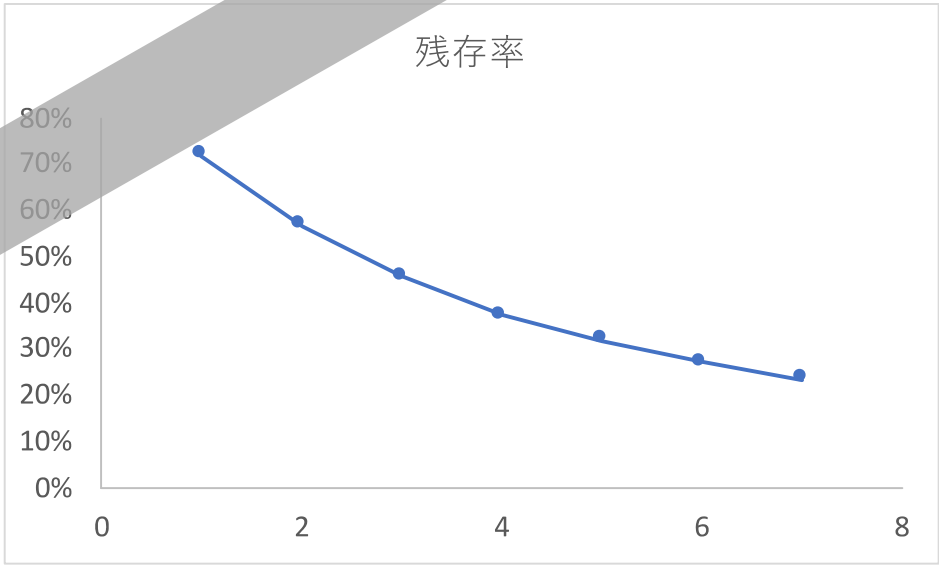
リテンションデータ分析

- 直近1年のデータで見ると、7日目の数字を比べると、業界標準よりも良いが、その後下げ止まらず、30日目リテンションは業界の半分以下。

直近のリテンション

	0 週目	1 週目	2 週目	3 週目	4 週目	5 週目	6 週目
	100.0%	39.6%	27.6%	20.9%	19.6%	15.5%	16.5%
11月29日 - 12月5日 183 人のユーザー	100.0%	41.5%	25.1%	19.7%	21.3%	12.6%	14.8%
12月6日 - 12月12日 228 人のユーザー	100.0%	42.1%	28.9%	25.9%	17.1%	14.0%	14.5%
12月13日 - 12月19日 269 人のユーザー	100.0%	39.8%	26.8%	20.8%	17.1%	12.3%	16.0%
12月20日 - 12月26日 333 人のユーザー	100.0%	41.1%	26.4%	17.4%	19.8%	18.6%	17.7%
12月27日 - 1月2日 298 人のユーザー	100.0%	35.9%	28.5%	18.5%	21.8%	18.1%	16.1%
1月3日 - 1月9日 246 人のユーザー	100.0%	34.6%	26.8%	23.2%	19.9%	18.3%	15.9%
1月10日 - 1月16日 259 人のユーザー	100.0%	33.6%	32.8%	25.5%	22.8%	15.4%	19.7%
1月17日 - 1月23日 229 人のユーザー	100.0%	43.7%	29.3%	18.3%	14.4%	12.2%	
1月24日 - 1月30							

過去1年間のユーザー残存率



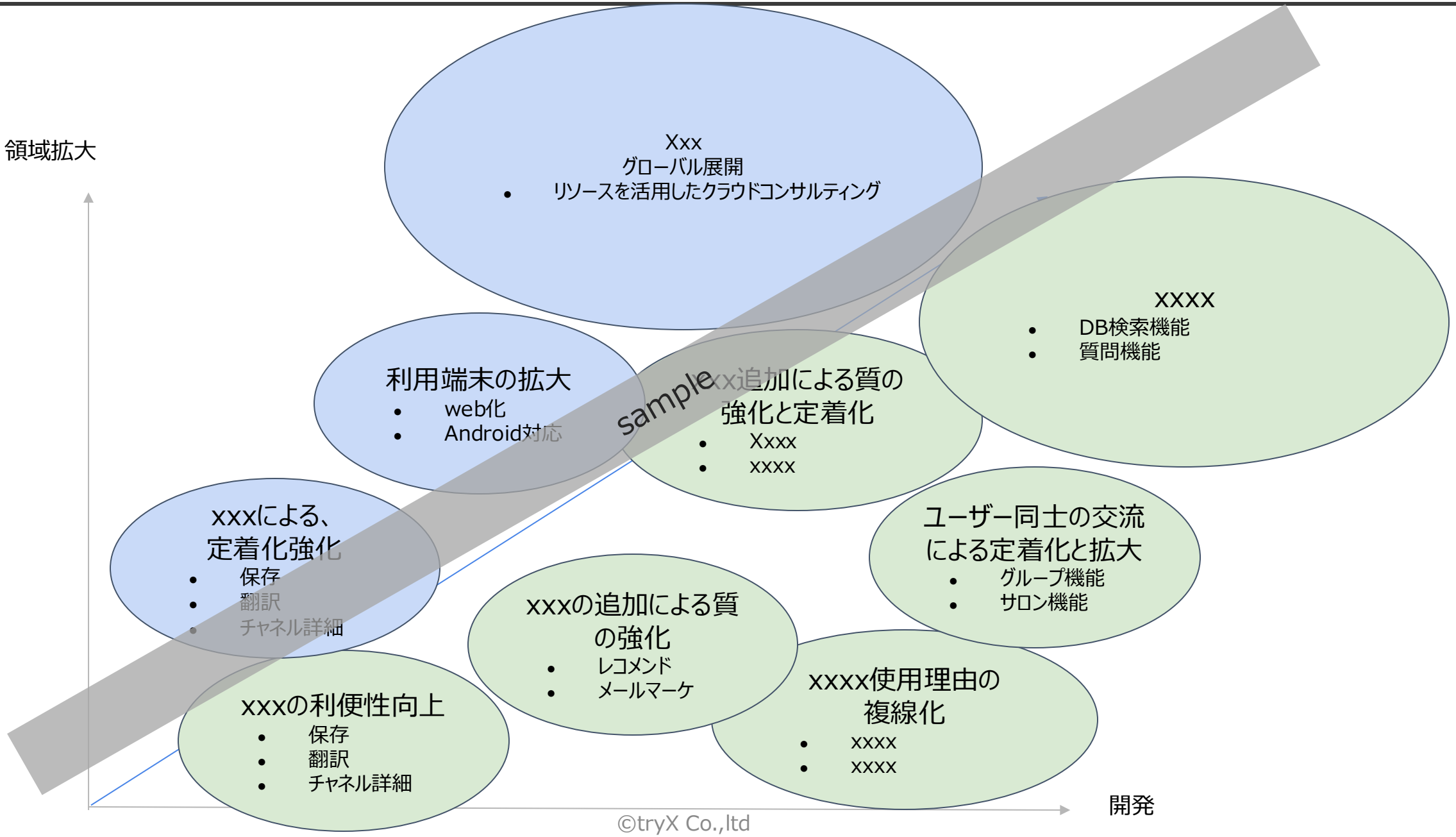
離脱	残存率
1日目	72%
2日目	57%
3日目	46%
4日目	38%
5日目	32%
6日目	27%
7日目	24%
8日以降	21%

離脱	残存率
7日目	19%
14日目	11%
30日目	4%

sample

©2020 tryX Co.,ltd

ロードマップ



©tryX Co.,ltd

tryXの強み

©tryX Co.,ltd

tryXのコンサルティングサービスにおけるコンセプト

実行されなければ意味がない

tryXは、机上だけでは物事は動かないこと、プランだけ語っても実行されなければ意味がないことを理解しています。

tryXのコンサルティングサービスでは、実行されることに最も重きをおいています。

社員のように自分で手も動かす

tryXは、従来の頭でっかちなコンサルタントとは異なり、みずから手を動かし物事を進めることができるコンサルティング集団です。

プロジェクトの成功のため、時には泥臭い事も積極的に支援します。

本質を見極めとにかくシンプルに

tryXは、小難しい理論や流行りにとらわれず、本質を見極めることに注力しています。

完璧な理論武装や計画に時間をかけるよりも、2割のアウトプットで8割の成果を出すことの方がカッコいいと考えます。
枝葉を取り除き、最も注力すべき点をシンプルにご提案します。

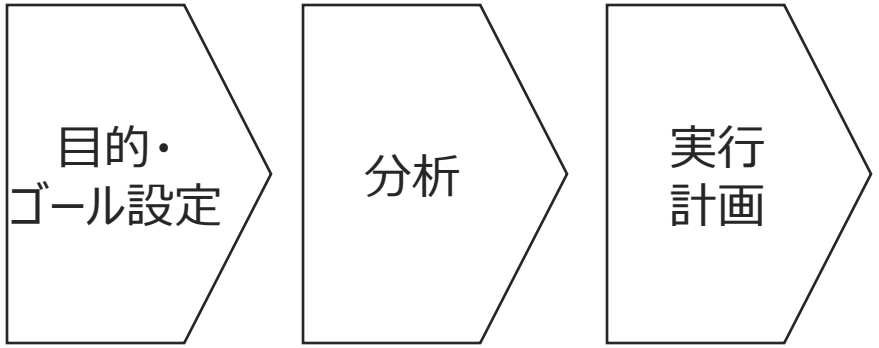
©tryX Co.,ltd

プロジェクトの進め方（一例）

- 戦略策定フェーズでは、実行可能であることを重きに置き戦略を策定します。
- 実行フェーズでは、アジャイルの考え方を取り入れ、実行プロセスを通して施策の精度を上げていきます。

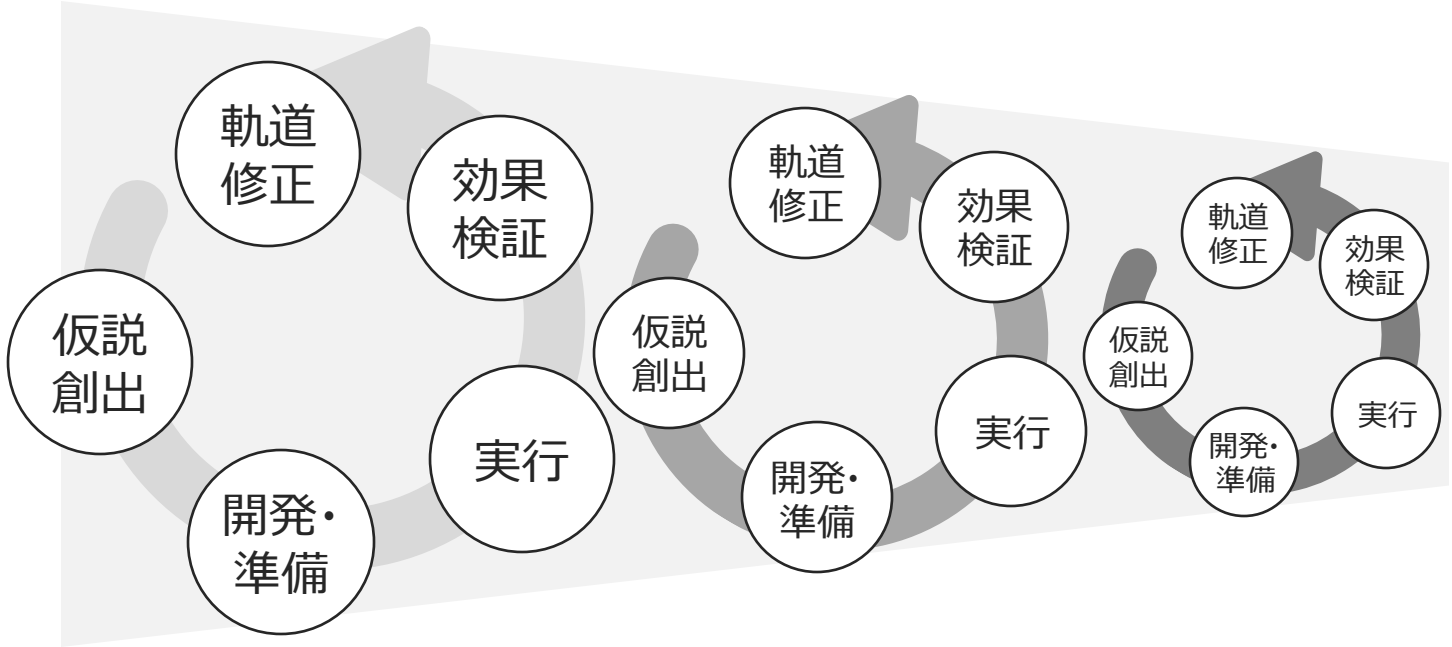
Strategy Planning

- 明確なゴール設定をした上で、分析を通して重要かつ実行可能な計画を作成します。



Agile Operation

- 仮説創出～実行～軌道修正のサイクルをクイックに回していくことで施策の精度を素早く上げ、効果を積み上げていきます。



tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

Why choose tryX?

1.一貫性

新規事業領域において、上流から下流まで
一貫したサポートをすることで成果にコミットします。

2.推進力

実行に重きを置いた計画や主体的な作業実施により
プロジェクトの推進力が大きく向上します。

3.信頼関係

一社員のようにプロジェクトを推進することで、信頼関係
を構築しながら進めます。

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

Company.

最適な意思決定と
その実現・実行を支援する

社名	株式会社tryX（カブシキガイシャトライエックス）
設立	2019年1月23日
所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座1-22-11 銀座大竹ビジデンス 2F
代表取締役	関谷　拓治
URL	https://tryx-co.ltd/
事業内容	• 新規事業コンサルティング支援 • マーケティングコンサルティング支援 • ビジネス特化のニュースアプリINFOHUBの運営

新規事業やマーケティングで
お手伝いできる事がありましたら、
株式会社tryXにお気軽にご相談ください。

お問い合わせ
https://tryx-co.ltd/contact/

今後の流れ

初回お打ち合わせ

まずはお客様のご状況について、お聞かせください。
具体的には以下のようなことをお伺いさせてください。

弊社よりご提案

お客様のご状況も踏まえ、弊社がご提案をさせて頂きます。
主に以下の内容をご提示致します。

契約ご判断

提案内容をご検討ください。
確度が高い場合はメンバーアサインに動きますのでお早めにご連絡お願いします。

プロジェクト稼働

契約締結後、プロジェクト稼働となります。

tryX
Strategy Consulting
New Business Consulting
Marketing Consulting

©tryX Co.,ltd

End of file

tryX