

# 境界モデル

選ばれるための「コンセプト設計」フレームワーク

理論 → AIスキル化

---

指名購入

# 目的は 「選ばれること」

差別化は手段にすぎない

• 基準 × 他より上か



• 基準 ○ 顧客の望む未来へ届くか



# 「境界」とは何か

境界



内側 = 自社商品

理想へ最短で届く



外側 = 競合・他の手段

理想に届かない



- 1 内側 = 自社商品 : 理想へ最短で届く (価値を高める)
- 2 外側 = 競合・他の手段 : それでは届かない (価値が下がる)

# 最大の発明は 「分解」

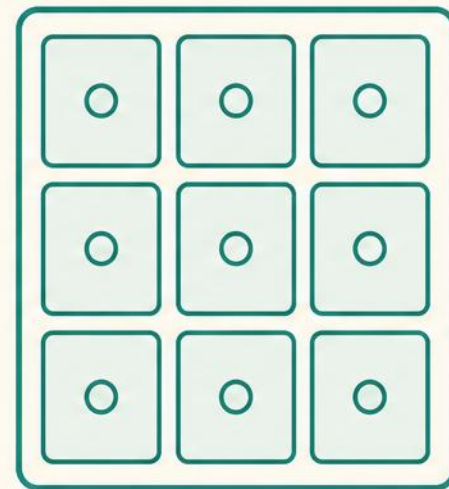
センスの技を、誰でも辿れる手順に

- 1 コンセプトを 3本柱 × 3要素 = 9マスに分解
- 2 = コンセプトメイクの民主化

BEFORE —  
センスの領域



AFTER —  
9マスの手順



**= コンセプトメイクの民主化**

# 構造：3本柱 × 3要素

	柱1	柱2	柱3
① ベネフィット……			
② アイデア……			
③ 証明・信念……			

↓ 縦 = 説得の階段

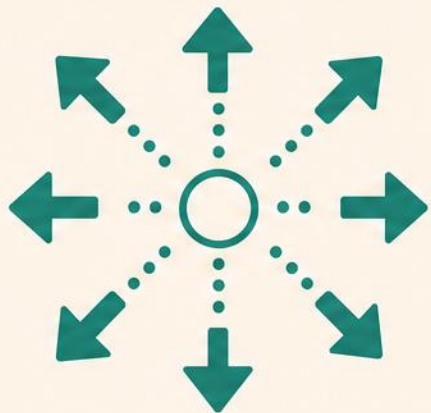
→ 横 = 訴求の角度

# 広げて、束ねて、落とす

コンセプトを結晶化させる3ステップ

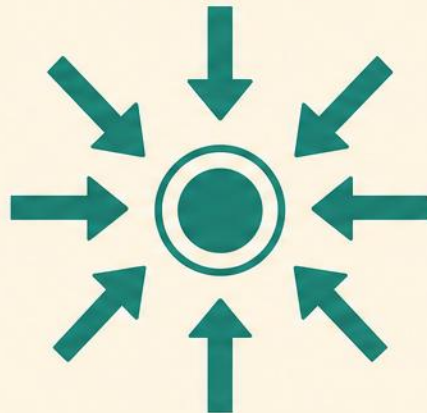
## ① 広げる

当てはめる



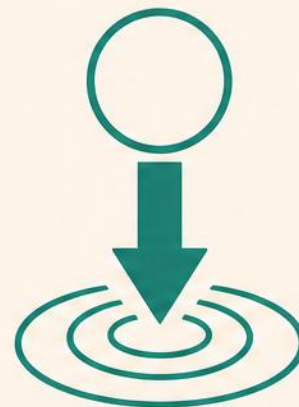
## ② 束ねる

統合する



## ③ 落とす

反映する



• 1 広げる：当てはめる

• 2 束ねる：統合する

• 3 落とす：反映する

# 作る手順：7ステップ / 3フェーズ

伝え方まで練り込むワンセット



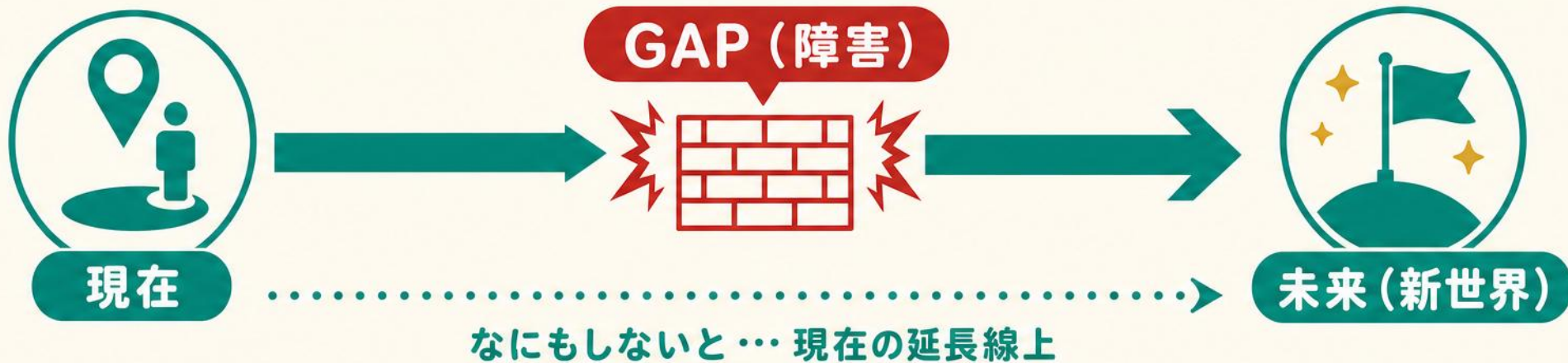
● リサーチ：①商品 ②顧客 ③競合

● コンセプトメイク：④当てはめ ⑤統合 ⑥再反映

● 映像プロット：⑦伝えてみる

# 新世界フレームワーク

- 現在 → (GAP・障害) → 未来 (新世界)
- 解決策 = 障害を越える唯一の手段



障害 = 競合に  
共通する問題点



解決策 = 唯一の手段  
(USP)

# 否定ではなく、望ましさを

- 競合を下げるのではなく
- 理想の未来に近いのはどちらかを示す



—— 並列論で書く（薬機法・景表法に配慮） ——

# 2つの設計はセットで効く

境界モデル

コンセプト設計

立ち位置

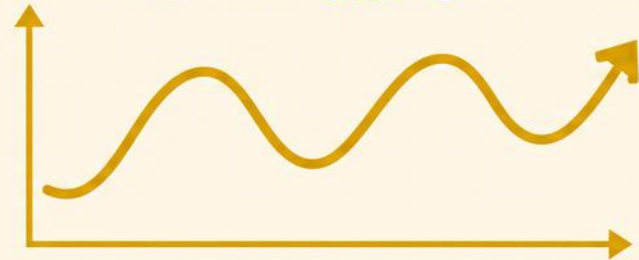


+

感情曲線

ストーリー設計

心の流れ



立ち位置 → 心の流れ へ引き渡す

● 境界モデル = 立ち位置を決める (何を主張するか)

● 感情曲線 = 心の流れを決める (どう伝えるか)

# 実例：着るゴッドハンド

— Naorun V2 — 3本柱を統合 —

## 1 柱1 リラックス × 神の手の再現



### ベネフィット

深いリラックスと整い



### アイデア

神の手の動きをウェアで再現

## 2 柱2 日常がリハビリ × 継続着用



### ベネフィット

日常がリハビリに変わる



### アイデア

毎日着るだけの仕組み

## 3 柱3 脱力 × GH施術再現



### ベネフィット

無理なく力が抜ける



### アイデア

GH施術の要点を再現

束ねる

# コンセプト = 着るゴッドハンド

実例：Naorun V2

# この理論を、AIスキルにした


誰でも回せるパイプラインへ

```
>_ /kyoukai-model
```



# 全体像：4フェーズ + 編集長

**1** ・Phase1  
三面リサーチ  
→ inputs



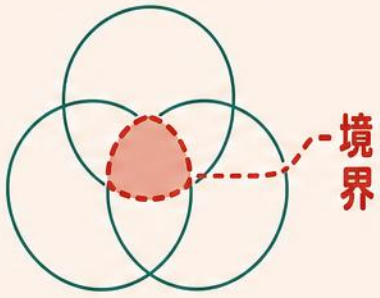
01\_inputs.md

**2** ・Phase2  
3本柱  
→ pillars



02\_pillars.md

**3** ・Phase3  
統合・境界  
→ boundary



03\_boundary.md

**4** ・Phase4  
伝える順番  
→ promotion



04\_promotion.md



編集長：境界の一貫性を監督



クリティック：90点ゲート

# Phase 1→2：リサーチして柱を立てる

## 1 P1

- P1 商品・顧客・競合を広く集める（分水嶺を探す）

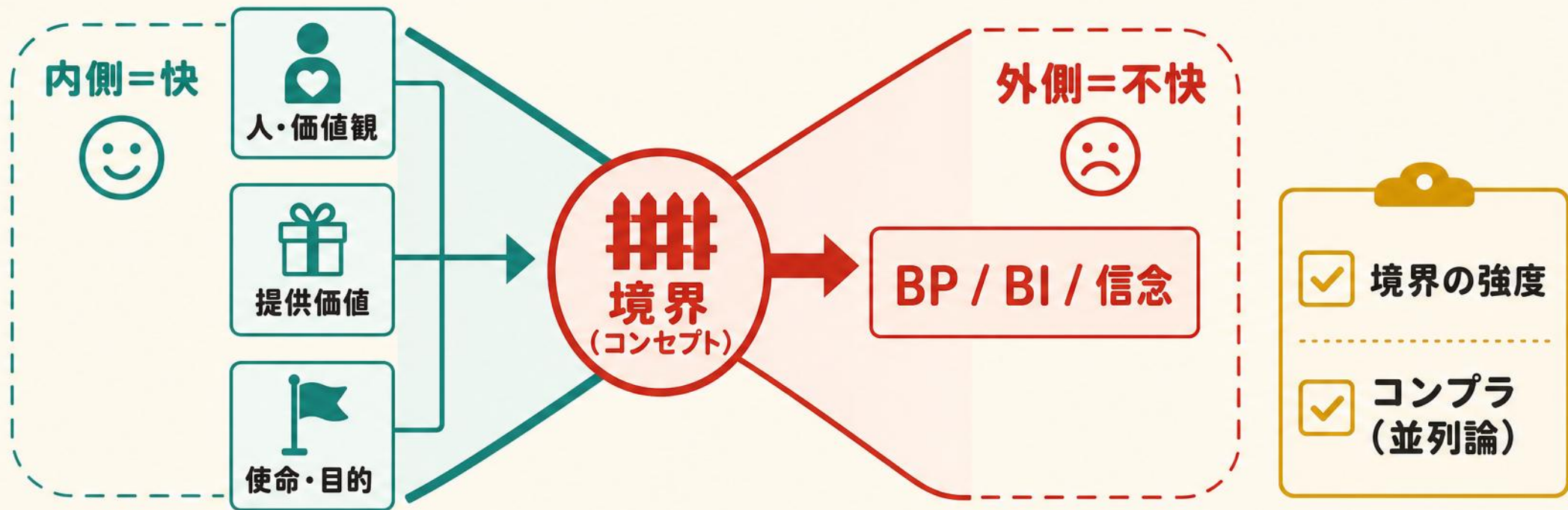


## 2 P2

- P2 各柱=ベネフィット + アイデア + 証明



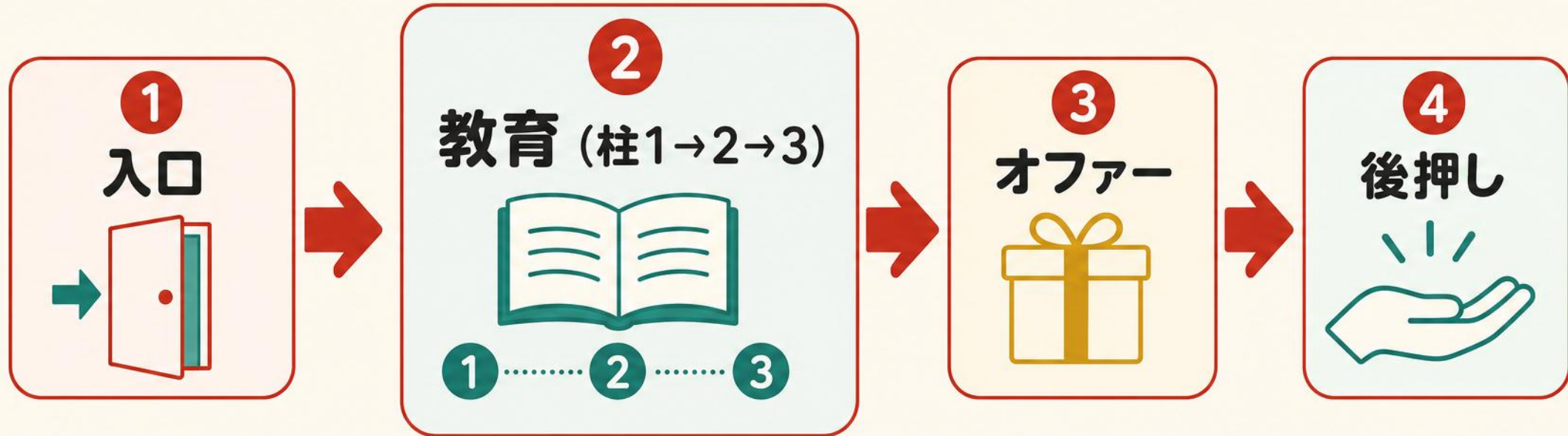
# Phase 3: 統合して境界を完成



- 1** 3柱を束ねて BP・BI・信念を抽出
- 2** 内側=快 / 外側=不快 を言語化
- 3** チェック: 境界の強度+コンプラ (並列論)

# Phase 4: 順番に伝える

- 入口 → 教育 (柱1・2・3) → オファー → 後押し



広告ならベネフィット単位で3方向

# 設計書はそのまま執筆へ

kyoukai-model → master-writer

## KYOUKAI-MODEL (設計)

1



・境界・BP・BI・信念 → メイン主張

2



・3本柱 → コアロジック

3



・伝える順番 → プロット・感情曲線

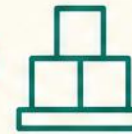


## MASTER-WRITER (執筆)

L1



L2



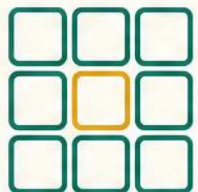
L3



# 選ばれるための、再現可能な設計



**1** 目的は指名購入（顧客の望む未来へ届くか）



**2** 発明の核は「分解」= 9マスで1個ずつ



**3** 要素+伝え方までワンセット

**/kyoukai-model 実行**