

「City Farming with Okamura」

1 課題 Problem

- ・都市部オフィスの緑不足
- ・社員の健康・メンタル課題
- ・企業のESG/SDGs対応ニーズ

4 解決策 Solution

- ・水耕栽培システムの提供
- ・維持管理サービス
(植物の育成支援)
- ・食・農に関する教育プログラム

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- ・オフィスで野菜を育てるというユニークな体験
- ・社員の健康とチーム力向上を同時に実現
- ・企業ブランドの「持続可能性」をアピール可能

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- ・オフィス家具業界大手オカムラの信頼とブランド力
- ・設計から施工まで対応できる一貫体制
- ・SDGs/ウェルビーイングという強力なトレンドとの一致

2 顧客セグメント Customer Segments

- ・都市部に本社を構える大企業
- ・人事部門
(社員の健康やエンゲージメントを重視)
- ・CSR/サステナビリティ推進部門

8 主要指標 Key Metrics

- ・導入企業数
- ・契約継続率
(サブスクリプション更新率)
- ・社員参加率・満足度

5 チャネル Channels

- ・既存のオカムラ営業ネットワーク
- ・展示会やイベントでの実物体験
- ・ESG関連メディアでの情報発信

7 コスト構造 Cost Structure

- ・システムの開発・製造コスト
- ・導入・メンテナンス人件費
- ・広報・営業費

6 収益の流れ Revenue Streams

- ・設置機材の販売・リース
- ・維持管理の定額サービス
- ・ワークショップや研修の提供