

## 1 課題 Problem

- 健康的な食事を続けるのは難しい
- 忙しくて自炊する時間がない
- 外食やコンビニでは栄養管理ができない

## 4 解決策 Solution

- 管理栄養士が監修した糖質オフメニュー
- 冷凍でストックでき、レンジで簡単調理
- サブスク型で定期的に届く安心感

## 3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「美味しく・便利に・糖質管理ができる宅配弁当」

## 9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 糖質管理に特化したブランドポジション
- 管理栄養士チームの存在
- 先行者優位と急速な市場シェア拡大

## 2 顧客セグメント Customer Segments

- ダイエットやボディメイクに励む20～40代
- 忙しいビジネスパーソン
- 持病や生活習慣病予防で糖質管理が必要な人
- 共働き家庭で時短を求める層

## 8 主要指標 Key Metrics

- 継続率(解約率)
- 平均客単価(LTV)
- 顧客獲得単価(CAC)

## 5 チャンネル Channels

- 自社サイト・アプリでの直販
- SNS広告・インフルエンサーとのコラボ
- YouTubeやWeb広告での認知拡大
- テレビCMでのマスマーケティング

## 7 コスト構造 Cost Structure

- 食材調達・メニュー開発費
- 製造工場の運営コスト
- 冷凍配送の物流コスト
- 広告宣伝費

## 6 収益の流れ Revenue Streams

- 定期購入による安定収益
- セット数を増やすことで単価を引き上げ
- 継続利用によりLTVを最大化