

「オイシックス」

1

課題 Ploblem

- 安全で美味しい食材を手軽に入
手できない
- 買い物に行く時間がない
- 食の安全に対する不安が強まって
いる

4

解決策 Solution

- 有機野菜の宅配
- レシピ付きミールキット
- 季節限定・テーマ別セット商品

3

独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「安全で美味しい食材を、自宅に、
時短で」
- レシピ付きで料理初心者でも簡
単に作れる

9

圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 生産者と直接契約した仕入れル
ート
- ブランドへの信頼(「安心安全」イ
メージ)
- 長年蓄積した顧客データ

2

顧客セグメント Customer Segments

- 健康志向の都市部の30～50代
- 小さな子どもを持つ共働き世帯
- 食の安全にお金を払う層

8

主要指標 Key Metrics

- 会員継続率
- 平均注文単価
- 新規顧客獲得数

5

チャネル Channels

- 自社ECサイト・アプリ
- 定期宅配(サブスク)
- 有名シェフ監修のコラボ商品

7

コスト構造 Cost Structure

- 食材の仕入れ・物流
- ECシステム運営
- 広告・キャンペーン

6

収益の流れ Revenue Streams

- 定期購入(月額課金)
- 単発注文(都度購入)
- セット商品・限定商品の販売