

【報道関係者各位】

2025年7月29日

オイシックス・ラ・大地グループの総合力で認知促進から流通拡大までを一気通貫で支援 オンライン、オフラインのアセットを活用した新広告ソリューションサービス本格始動 ～ファーストパーティーデータ活用で、より効果的なターゲティングが可能に～

食品のサブスクリプションサービスを提供するオイシックス・ラ・大地株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：高島宏平、以下 当社）は、リテールメディア領域において、商品の認知・理解促進から流通拡大までを一気通貫で支援する広告ソリューションサービスを2025年7月29日（火）から本格始動いたします。リテールメディアの市場規模が拡大する中、当社が保有するEコマース、実店舗のアセットを活用し、広告主様の販路開拓、需要促進を支援すると共に、お客様に新しい食材、商品との出会いをお届けしてまいります。

URL：<https://ad.oisixradaichi.co.jp/retailmedia-adsolution-lp>

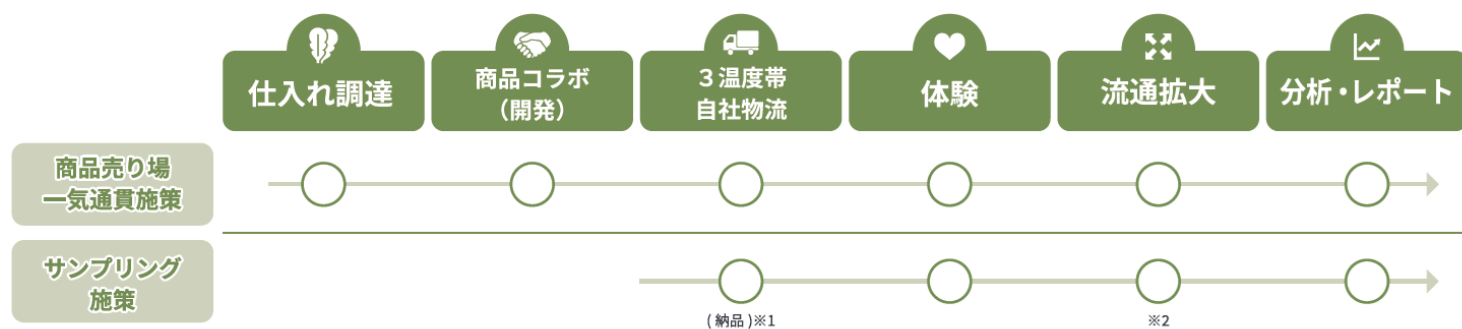
Oisix ra daichi

■ 本格始動の背景

リテールメディアとは小売企業が提供している広告媒体を指し、近年は“デジタル広告の第3の波”として世界的に注目されています。特に、第三者によるWeb上での追跡技術「サードパーティクッキー」の規制強化により、企業が自社で収集するファーストパーティーデータの価値が一層高まっており、日本国内の市場は2028年に1兆円規模に達すると予測されています（※）。（※）出典元：株式会社CARTA HOLDINGS／2025年1月発表

当社でも2023年から、Oisixの定期会員基盤を活かし、購買データや属性に基づくサンプリングや、「Kit Oisix」とコラボした商品売り場連動型広告を展開しており、導入した国内の食品メーカー様、海外の日本向け輸出企業様及び貿易振興団体様からは、「食べ方の提案を通じた商品価値の訴求」と「需要拡大」施策に高い評価を頂いております。

2024年にはシダックスグループ、ノンピ株式会社（以下 ノンピ）、株式会社アグリゲートを相次いで子会社化し、当社グループのオフラインチャネルを強化。こうしたアセットの拡充と実績を踏まえ、従来の施策を体系化・強化し、新たな広告ソリューションサービスとして本格始動するに至りました。



※1：事前に成分及び規格の商品審査をさせていただきます。

※2：サンプリング実施後のお客さま評価が一定基準を超え、諸条件を満たした場合、オンライン販売による流通拡大が可能です。

オンライン / 食品定期宅配 (計 47 万会員)



オフライン / 実店舗



本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）

■当社リテールメディアの強み

①オンライン、オフラインでの事業展開

当社グループでは、「Oisix」「らでいっしょぼーや」「大地を守る会」のEコマースに加え、実店舗のチャネルも展開していることから、商品と売り場連動型のコラボレーション設計が可能です。オンラインとオフラインの両チャネルを活用して一貫した価値提供ができる体制は業界内でも数少なく、当社グループの強みです。（※自社調べ）

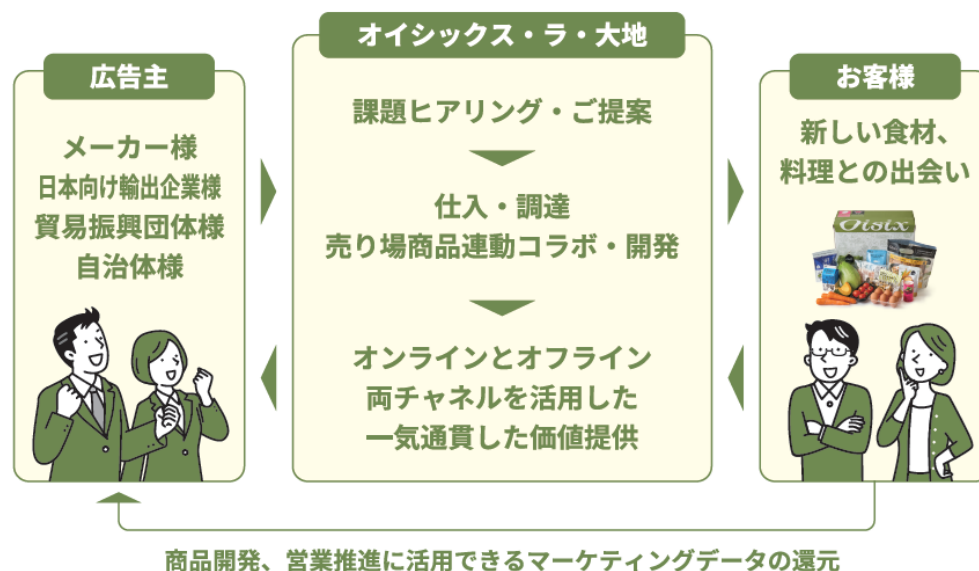
②「食べる」体験までの、一気通貫の支援体制

食材の仕入れ・調達、商品コラボ（開発）、販売までを一気通貫で支援する中で、広告主が訴求したい「背景にある価値」や「新しい食べ方」の提案を、「体験」としてお客さまに伝えることができます。

③効果的なターゲティング広告

Oisixのファーストパーティーデータ（企業が自社で収集した顧客データ）を活用して、顧客の興味、関心や購買履歴に基づいて、より効果的なターゲティング広告（サンプリング）が可能になりました。例えば、「腸活」に関する商品を多くご注文頂いているお客さまに、腸内環境改善商品をお届けするサンプリング施策などを今後展開する予定です。

当社リテールメディアのビジネスモデル



■サービス導入事例

Kit Oisixとのコラボ（開発） 展開チャネル：Oisix.com

例：カリフォルニアくるみ協会様

【課題】

くるみを“食材”として使う認識が浸透しておらず、汎用性が十分伝わっていない

【ソリューション】

- 素材単体での販売ではなく、ミールキット「Kit Oisix」とコラボし、栄養価訴求と合わせ、サラダのトッピングとして新しい食べ方を提案

●導入企業（一部）：カリフォルニア・レーズン協会様 他



▲「Kit Oisix」とコラボした「たっぷりケールのチーズくるみサラダ」

サンプリング 展開チャネル：Oisix.com

例：カゴメ様（アーモンド・ブリーズ）

【課題】

リニューアルタイミングにメーカー発信のTVCMなどのマスプロモーションと連動し認知と喫飲体験を拡大させ、流通拡大にもつなげたい

【ソリューション】

- 関心のあるお客さまが自主的にカートに入れて受け取るサンプリング手法を実施
- お客さまからの好評の声を受け、オプションの定期サブスクリプションサービス内でも販売し、流通を拡大

●導入企業（一部）：大塚食品様 他

まろやかなコクと、心地よく
広がるアーモンドの余韻

低糖質なのに飲みごたえがあり、ビタミンEや食物繊維、カルシウムが含まれます。ほどよい甘さがカラダに染み渡り、おいしく健康・美容を応援します。

【プレゼント】アーモンド・ブリーズ無糖200ml



商品
0円 税込0円

入れる

▲サンプリング画面

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）

例：アラスカシーフードマーケティング協会様

【課題】

シーフードの調理が苦手、面倒を感じているユーザー向けに手軽に食べられるメニューを提供したい

【ソリューション】

- ・Oisix：電子レンジで手軽に調理可能なレンチンメニューの開発販売
- ・旬八青果店：オリジナル弁当の開発販売

●導入企業（一部）：カリフォルニアくるみ協会様 他



▲旬八青果店とのコラボPRポスター

<サービス概要>

- ・名称：Oisix ra daichi ADs
- ・広告主：食品メーカー様、海外の日本向け輸出企業様及び貿易振興団体様、官庁・地方自治体様
- ・機能：
 - －企画：コンセプト提案、商品コラボ（開発）、サンプリングなど
 - －流通：Ｅコマース（Oisix、らでいっしゅぼーや、大地を守る会）、実店舗（旬八青果店、シダックスグループ、ノンピ、ショップインショップ（提携スーパーマーケット店舗内にOisix売り場を展開））
 - －レポート：マーケティングデータ還元
- ・お問合せ：<https://ad.oisixradaichi.co.jp/retailmedia-adsolution-lp>

オイシックス・ラ・大地株式会社について

オイシックス・ラ・大地株式会社は、「Oisix」「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」の国内主要ブランドを通じ、安心・安全に配慮した農産物、ミールキットなどの定期宅配サービスを提供しています。子会社に、事業所、学校、病院などの給食事業を展開する「シダックスグループ」、買い物難民向け移動スーパー「とくし丸」、米国でプラントベース食材のミールキットを展開する「Purple Carrot」などがあり、食の社会課題を解決するサービスを広げています。また、「サステナブルリテール」（持続可能型小売業）としてSDGsに取り組み、サブスクリプションモデルによる受注予測や、ふぞろい品の積極活用、家庭での食品廃棄が削減できるミールキットなどを通じ、畑から食卓まで、サプライチェーン全体でフードロスゼロを目指しています。

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）