

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」



企画の100本メニュー

コンテンツ・マーケティング企画

企画の100本メニュー

002

1

提起する
問題・課題

成熟したチョコレート市場を 活性化する企画はないか？

「3分ドラマ・コンテンツ」で、チョコレートの秘密の味をさがそう！

チョコレート “秘密の味”シリーズ

3分ドラマで5つの味の秘密をさがす、Z世代のチョコレート・ストーリー

成熟したチョコレート市場の活性化をテーマに、10代から20代前半のZ世代へのアプローチを考えてみます。

本企画はチョコレートの味覚をドラマチックに膨らませて広めます。

「チョコレート“秘密の味”シリーズ」を5つのドラマに仕立て、

秘密の解明を楽しみながら商品の魅力の本質に迫ります。

例えばマリー・アントワネット時代のフランス王宮の厨房を舞台に始まる興味深いストーリーです。

ING
CORPORATION

商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

成熟したチョコレート市場を 活性化する企画はないか？

「3分ドラマ・コンテンツ」で、チョコレートの秘密の味をさがそう！

チョコレート “秘密の味”シリーズ

3分ドラマで5つの味の秘密をさがす、Z世代のチョコレート・ストーリー

2

新しい価値 の開拓

チョコレートは、人類の歴史の中の貴重なスイーツです。スイーツの文化を高めたマリー・アントワネット時代のフランスの王宮の厨房で、どんなことが起こっていたのか？素材をどのように入手して運んだのか？カカオの焙煎の工夫やミルクや砂糖や香辛料との融合はどのようにしてできたのか？そのためにどのような人々が活躍して、そして危機に晒されたのか？「チョコレート“秘密の味”シリーズ」は、これらのチョコレートの歴史を、アニメーションとパペットを駆使して、Z世代をひき込むドラマを創作します。チョコレートの味の秘密は5つ設定し、5つのドラマを通じてお客様を秘密解明のドラマへと誘います。5つの秘密の合言葉を察知した人には楽しいことが…。その秘密の味を探すストーリーです。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

ドラマで提示する秘密とは、例えばチョコレートの「誕生の秘密」と「歴史の秘密」と「製造技術の秘密」と「味覚の秘密」と「食べ方の秘密」です。それをマリー・アントワネットの侍女が調査して、女王に報告するという形式です。お茶目なアントワネットは侍女の報告を遮って、お客様に謎解きを仕掛けます。「この謎が解けたら、私に連絡してね」。お客様は「チョコレート“秘密の味”」の謎解きをして、マリー・アントワネットと対決することになります。「あなたはマリー・アントワネット様に勝てますか？」と侍女が刺激します。お客様に提示されるのは「5枚のチョコレートの5つの味の秘密」です。謎解きに勝てばマリー・アントワネットからご褒美が貰えます。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的は、お客様にストーリーに参加して頂くことです。ストーリーに参加して、お茶目なマリー・アントワネットに勝つことです。しかし、マリー・アントワネットに危機が襲います。ファッションや文化を大切にした女王をフランス革命が襲ったのです。チョコレートの歴史や製法や文化や味覚の秘密を、フランス革命の歴史のドラマを織りまぜた大胆なストーリー展開で魅せていきます。

