

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」^{ヒント}



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

006

1

提起する
問題・課題

お酒の楽しみ方、 魅力は美味しさだけ？

日本酒との出会いをエンターテインメントに

日本酒

エンターテインメント戦略

美味しいに楽しいを加えて、新しい日本酒の楽しみ方を創る

日本が世界に誇る「日本酒/SAKE」は江戸時代の上方で精米・醸造技術が格段の進歩をみせ、大消費地の江戸へ「下り酒」として大人気を博します。

海外でも「SAKE」としてファン層を広げ市場を確立し、2018年の輸出金額は9年前の約3倍超にまで増加しています。しかし国内市場は1970年代半ばのピーク以降、減少を続けています。そこで日本酒の新たな復権を目指し、従来の販売促進視点ではない「新しい価値」「心の価値」から捉えなおし、日本酒とそれを楽しむ人たちのコミュニケーションを創造しファンを創ることから考えてみました。

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。

お酒の楽しみ方、 魅力は美味しさだけ？

日本酒との出会いをエンターテインメントに
日本酒
エンターテインメント戦略
美味しいに楽しいを加えて、新しい日本酒の楽しみ方を創る

2

新しい価値 の開拓

日本酒の良さは、四季折々の味わい方や各酒造で異なる豊かな個性と出会う喜びです。そして美味しいお酒とは味だけではなく、どこで誰と飲み、どんな時を過ごしたのかという、その場の物語によって醸されています。

美味しい記憶は楽しい記憶と共にあるのは誰しも覚えがあるのではないのでしょうか。その美味しさとの出会いの価値を記録する「日本酒マッチングアプリ」を作る企画です。アプリは飲食店でQRコードからダウンロード。

日本各地の銘柄の風土や歴史、また作り手たちのドラマに触れ、その履歴をアプリ上に記録します。さらに、全国の酒蔵のお酒を飲むことでゲームのように楽しみながら参加者にぴったりの「マイ日本酒」や、参加者好みの食事やシーンに合ったおすすめ銘柄など、マッチング成果を提供します。日本酒との出会いに新たな価値や喜びが生まれます。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

日本酒の起源は、すでに稲作があった縄文時代には、米を原料とする酒造りがあったと推測されます。古代から連綿と受け継がれ改良されてきた日本酒には、壮大な歴史のドラマがあります。現代の日本酒にも作り手の想いやドラマがあります。

お米、水、麴、杜氏の苦勞、そしてお酒を飲む人々の祝祭や人生の喜怒哀楽も重なり合って、日本酒の「3分ドラマ・コンテンツ」となります。

アプリ上で“うんちく”を超えたこだわりのドラマを観ながら味わう、日本酒の体験を通じその人にとって珠玉の日本酒に出会う瞬間を演出します。

4

企画の目的 と効果性

日本酒は日本が世界に誇る文化です。しかし多くの方はそれほど深く日本酒については知りません。この企画の目的は、ただ日本酒の売上を上げるのではなく、日本酒を楽しむという行為そのものに価値を見つけ、広く深い日本酒ファンを創り出すことにあります。

