

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

011

提起する
問題・課題

成熟した日本のカレー文化を 突き抜ける方法はないのか？

カレーは“作る・食べる”だけのものではない

新しいカレーに挑戦！ カレー エンターテインメント

カレーの新たな楽しみ方・魅力を開拓する

日本のカレーは1872年に横浜から入って、そこから日本人に拡がり「日本独自のアレンジ」で現在まで発展し、

日本における『“カレー”は国民食』と言われるほど成熟しました。この日本のカレー文化に、

「新しい価値」を見つけ出す事は出来ないでしょうか？

カレーを作って食べるという平面的な要素を、「誰といつ作って・誰といつ食べる」といった

カレーを“楽しむ時間・空間の価値”など立体的な要素を加えた「ドラマ・コンテンツ」を制作して紹介します。

『季節(四季)カレー・感動カレー・ミステリーカレー・マラソンカレー』などの様に、

“一人でも、家族や友人とでも”楽しみながら過ごす時間・空間をイメージする『ドラマ・コンテンツ』を活用して紹介することで、

新たな「日本のカレー文化・市場」を開拓したいと考えます。

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。