

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」<sup>ヒント</sup>

# 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

021

提起する  
問題・課題

## 薄れつつある日本の文化を つないでいく事はできないか？

お箸と共に「日本」を知る

# “お箸文化”は 日本の未来をつくる

日本独自の文化継承を“お箸を通して”楽しくつなげる

お箸は日本に奈良時代に伝わり、日用品だけでなく工芸品としても全国に普及しました。しかし近年は日本人の食文化や家庭環境の変化にともない“お箸”を使用する場面や回数も減っています。

さらに学校給食にて使用されている「先割スプーン」によって、幼少期から『“お箸”が使いにくい物』として根づいた事で『お箸文化』が徐々に薄まりつつある状況となっています。

そこで“お箸”の歴史や作法を伝えていく事で、「日本文化の繊細さ・美しさ」など薄れつつある日本の文化について“お箸”を通して学んでいける『ドラマ・コンテンツ』を制作し、家庭や学校でお子様に観ていただくオンライン展開で広めます。

さらに「お箸×食器×食品」のメーカーとコラボレーションした「食事が美味しく・楽しくなる」リアルキャンペーンなどオフライン展開も実施します。オンライン・オフラインのハイブリッド戦略で、“お箸”文化を通して日本の未来を考えます。

**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。