

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

022

提起する
問題・課題

ランドセルに“心の価値”を 加える事はできるか？

“ランドセル”を「物」から「思い出」へ

子どもと歩む ランドセル・ストーリー

ランドセルは子どもの成長と共に“楽しい思い出”になる

日本のランドセルはデザインや機能性などを改良しながら進化し、
長期間の使用が可能になっています。

小学校1年～6年生まで基本同じランドセルを使用するので、
小学生時代の成長の記録と共に歩んでいきます。

そこで子ども達の成長と共に歩いていくランドセルの「初めて背負って登校した日」や
「背負わずに振り回しながら登校した日」などの、ランドセルとの“思い出”を
ご家族の方に撮影して投稿していただき、それを『ドラマ・コンテンツ(タイム・ラプス風)』にした
『ドラマ・コンテンツ』を制作し成長の記録として残していきます。

ランドセルと共に歩んだ日々を、小学校を卒業してからも
「本人やご家族との“楽しい思い出”」として未永く残していけたらと考えます。

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。