

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

029

提起する  
問題・課題

## ベビーグッズを消費型から 循環型に変えられるか？

「使って消費する」から「使って循環させる」へ

# 環境にやさしい サーキュラー“ベビーグッズ”

ベビーグッズを循環させて“心の交流”も創出する

少子化が進む日本では“ベビーグッズ”は、一昔前の様な“おさがり”は少なくなり、常に新しいものを購入し、使い終わったら処分する消費型となっています。また「使った物を差し上げる・頂く」事に対して抵抗感のある親も増えた事で、一層消費型への傾向が強くなりました。しかし最近の“ベビーグッズ”は再利用・リサイクル対応の商品や、自治体や企業も“ベビーグッズ”のリサイクル・リユースに力を入れています。この様な「サーキュラーエコノミー」の活動を『ドラマ・コンテンツ』で全国に配信します。ママ友や妊婦・新生児支援等の病院及びグループに拡散しながら「サーキュラーベビーグッズ」のコミュニティを拡げて交流していきます。さらに「環境にやさしい！サーキュラーベビーグッズ施設」を企業・自治体が協力してシャッター街となった商店街に設置します。「サーキュラーベビーグッズ」のコミュニティが商店街にて活動する事で、商店街に「人が集い・活気が戻る」好循環が生れると考えます。

**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。