

ヒント

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

イノベーション・マーケティング企画

企画の100本メニュー

040

1

提起する  
問題・課題

## 成熟した寿司業界の 新しい戦略はないか？

お寿司の世界標準を開拓するインターナショナルSUSHI

# インターナショナル SUSHI

日本人でも、外国人でも美味しい新しい国際寿司

カレー専門店「CoCo壱番屋」様がインドに出店して好調です。

インドの方々には本場のカレーにはない、非日常的な日本食のカレーに魅力を感じたのです。

そしてカレーは、ニューヨークやパリでも食べられている“世界標準のカレー”なのです。

一方、「インターナショナルSUSHI」は、世界のお寿司と日本のお寿司をミックスした世界標準のお寿司です。

もちろん「回転システム」や「AI対応」の最新型の機能を装備します。

海外の観光客の方だけでなく、日本人も「インターナショナルSUSHI」を食べてみたいと思っただけの企画です。



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。

## 成熟した寿司業界の 新しい戦略はないか?

## お寿司の世界標準を開拓する国際SUSHI インターナショナル SUSHI 日本人でも、外国人でも美味しい新しい国際寿司

### 2

#### 新しい価値 の開拓

リーズナブルでハイブリッドなメニューが多彩な回転ずしと本格・伝統的なお寿司が共存する中で「インターナショナルSUSHI」は、お寿司の世界標準をめざします。

ハワイやパリやロサンゼルスやニューヨークで食べた海外のお寿司の味と、日本の本物の味をミックスして、世界中の誰が食べても美味しく感じる「インターナショナルSUSHI」を開拓します。

日本のどの市町村であれ「インターナショナルSUSHI」があれば、安心して食べられるブランドにします。回転寿司でもなく、本格的な高級寿司屋でもない、海外の観光客もZ世代の若者も、誰もが安心して食べられる世界標準のお寿司を、高水準の味と調理とサービスでリーズナブルに提供します。

### 3

#### 3分ドラマ コンテンツ の活用

「インターナショナルSUSHI」の特長を、「3分ドラマ・コンテンツ」の楽しい“お寿司ドラマ”でWEBマーケティングで配信します。

お寿司の各種類のドラマ、美味しい食べ方のドラマ、材料のお米や魚のドラマ、日本の食文化のドラマ…。 “お寿司ドラマ”を観ると、お寿司がもっと美味しくなる仕組みです。ドラマには参加性演出やお寿司の握り方教室も入っていて、話題性と役に立つ内容を加えます。「インターナショナルSUSHI」の“お寿司ドラマ”は、各国の言語に翻訳して、世界中のお店で楽しめるようにします。

### 4

#### 企画の目的 と効果性

企画の目的は寿司業界に新しい風をつくることです。

新しい風とは、「インターナショナルSUSHI」の“世界標準の味”を楽しんで頂くこと、「3分ドラマ・コンテンツ」の“お寿司ドラマ”でお寿司の文化を楽しんで頂くこと、リアル×バーチャルのハイブリッド戦略です。

「どんなお寿司が美味しかったか？」という、お寿司コミュニケーションを工夫して、「インターナショナルSUSHI」の末永いお客様を開拓します。

