

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

042

1  
提起する  
問題・課題

## 「治療歯科」から「予防歯科」に 転換する方法はないか？

“歯磨きドラマ”で「毎朝の歯磨きを楽しくする！」

# 楽しい歯磨き ストーリー

歯磨きのレベルをつくり、歯磨き選手権で歯の健康に貢献する

日本は「スウェーデン人の80歳の自然歯約80%に対して、日本人の80歳の自然歯約20%」という状況の改善を目指します。

それは「治療歯科」にも増して、歯の健康を守る「予防歯科」に注力することです。

歯の健康を守る「予防歯科」を実施している歯医者さんの需要は高く、  
繁盛しています。少子高齢化で減少する歯科医院の対策にもなります。

「治療歯科」から「予防歯科」に転換する方法を開拓しました。



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。

# 「治療歯科」から「予防歯科」に 転換する方法はないか？

“歯磨きドラマ”で「毎朝の歯磨きを楽しくする！」

## 楽しい歯磨き ストーリー

歯磨きのレベルをつくり、歯磨き選手権で歯の健康に貢献する

### 2

#### 新しい価値 の開拓

歯磨きの目的の本質は、「白い歯」や「スッキリ気分」ではなく、「虫歯」や「歯槽膿漏」などを防ぎ、歯の健康を守ることです。

しかし多くの方は、「口の中のメカニズム」を詳しく知ることはありません。

個人差がある「虫歯菌」の事や、歯垢に生息する細菌が原因の「歯槽膿漏」の仕組みを、深く知らないまま毎日歯を磨いています。

「予防歯科」は「口の中のメカニズム」を患者に理解していただき、自分の歯を自分で守り、歯科医師がさらにバックアップするものです。

本企画は「口の中のメカニズム」を“歯磨きドラマ”で理解し、

“歯磨き選手権”で「毎朝の歯磨きを楽しくする！」モチベーションを高めます。

### 3

#### 3分ドラマ コンテンツ の活用

自分の「口の中のメカニズム」を知る“歯磨きドラマ”をつくります。

例えば口の中を宇宙に見立てて、宇宙服姿のパペットが、

前歯や奥歯の歯の状況を母と子に報告するという設定です。

そして「歯ブラシと歯磨き」「虫歯菌と虫歯」「歯垢と歯槽膿漏」などの

予防歯科の知識を楽しく正しく理解します。

子どもは「虫歯菌」との対決、母親は「歯垢」との対決などやる気がアップする目的を設定し、

“歯磨きドラマ”で「毎朝の歯磨きが楽しくなる！」ようにします。

付着した歯垢と戦うドラマ、「虫歯菌」が繁殖して襲ってくるドラマ…など、

“歯磨きドラマ”で歯磨きのモチベーションと効果を高めます。

### 4

#### 企画の目的 と効果性

“歯磨きドラマ”は歯科医院の待合室で放映し、ご家庭のお子様にはスマホやタブレットでご覧頂けるようにします。

“歯磨きドラマ”のキャラクターを活用して、絵本やカレンダーなどにも展開させて、

「予防歯科」の普及に努めます。更に「歯磨きレベル」をチェックできるドラマも制作します。

オンライン（発展的にオフライン）の「歯磨き選手権」を実施して、

日常的な予防歯科のデファクトスタンダードになるべく普及活動を加速させ、

歯科ビジネスの発展にも寄与いたします。

