



ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」^{ヒント}

企画の100本メニュー

社会の活力をつくるマーケティング企画

企画の100本メニュー

081

1

提起する
問題・課題

高齢化と行政縮小に晒される 小さな村はどうあるべきか?

高齢化と行政縮小に負けない、これからの小さな村戦略

住民の幸福をつくる 小さな村

企画力・演出力・実行力で“地域の活力”をつくるマーケティング企画

地方行政の基本は「住民の幸福をつくる」ことです。しかし、高齢化と行政の縮小で、ゴミ処理や道路整備や事務処理などのインフラの実施で手がいっぱいです。そんな状況で「小さな村の活力をつくる」にはどうしたらいいのか？まず予算と手間をかけないで、「住民の幸福をつくる」アイデアを考えます。

同じ状況の村はたくさんありますから、全国の村からアイデアを集めます。

そして住民の「幸福な時間・幸福な空間」をつくるのがビジネスになる会社を探します。

本企画は、予算がかからないで住民の「幸福な時間・幸福な空間」と“地域の活力”をつくる企画です。



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。

高齢化と行政縮小に晒される 小さな村はどうあるべきか?

高齢化と行政縮小に負けない、これからの小さな村戦略

住民の幸福をつくる 小さな村

企画力・演出力・実行力で“地域の活力”をつくるマーケティング企画

2

新しい価値 の開拓

自分の手作りの佃煮が売れたら住民のお年寄りも幸福です。「幸福な時間」とは、住民が社会に参加して楽しめることです。「落の佃煮」「紫蘇巻き」「山椒の実の漬物」「木苺のジャム」「地鶏の卵」など、山の幸や海の幸や川の幸をみんなで作り、それが売れば幸福です。「幸福な空間」とは、ラフティングや魚釣りやサイクリングロードやキャンプや焚火ランドなど、小さな村の特長を生かして都市に住む人々の「幸福な時間」をつくることです。そして「幸福な時間」と「幸福な空間」をつなぐ企業を探します。この「地域の活力をつくるビジネス」を、楽しい「ドラマ・コンテンツ」で全国に訴求します。同じ状況の村はたくさんありますから、その会社は全国の「幸福な空間」づくりで、社会に貢献する新事業を立ち上げることができます。「地域の活力」をつくるマーケティング企画は、たくさんの人々の知恵を借りて、住民の「幸福な時間・幸福な空間」をつくる企画です。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

上記の事業を成功させるには「地元住民」と「連携する企業」の理解と参加が必要です。「ドラマ・コンテンツ」は「幸福な時間・幸福な空間をつくる小さな村」企画の要旨を楽しいドラマで訴求します。村が制作したドラマですから地元の人々は関心を持ってくれます。顔なじみの役所の人や可愛いペットが登場する、自分たちの「幸福な時間・幸福な空間をつくるドラマ」だから真剣に観てくれます。そのドラマは最後に「山の幸・川の幸を作る地元の人々」と「サイクリングやラフティングをする都市の人々」の笑顔が重なります。手作りの山の幸や海の幸のお土産を喜んで受け取る、パートナーや子どもの笑顔まで“地域の活力”の輪が広がります。

4

企画の目的 と効果性

まず企画を検討します。次に企画を「ドラマ・コンテンツ」にして、住民のみなさんや企業の経営者に観て頂きます。「ドラマ・コンテンツ」だと、楽しくて分かりやすく共感・共鳴を得やすいです。「ドラマ・コンテンツ」は他の町村や、企業への説得にオンラインで配信できます。情報と笑顔をつなぐ「活力づくり」で効果を上げます。

