



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

ショッピング・エンターテインメント企画

企画の100本メニュー

063

1

提起する
問題・課題

お客様の“楽しい体験”を売る ショッピングを考えられないか？

お客様の“楽しい体験”を売るWEB時代のショッピングモール

ドラマチック ショッピングモール

10代・20代・30代・40代...世代別の夢と楽しさを売る新しいシステム

eコマースが進んで、ショッピングモールは大転換を迫られています。

大転換の方向性をさぐると、WEB時代・AI時代が進化しても、お客様が求めるのはリアルの“楽しい体験”であることは間違いのないと思います。

難しいのはリアルの“楽しい体験”を集めて、それを商品化してビジネスとして成功させることです。

本企画はたくさんの集客力を持つショッピングモールの強みを活かして、

“楽しい体験”を売るショッピングモールを開拓する企画です。

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。

お客様の“楽しい体験”を売る ショッピングを考えられないか?

お客様の“楽しい体験”を売るWEB時代のショッピングモール

ドラマチック ショッピングモール

10代・20代・30代・40代...世代別の夢と楽しさを売る新しいシステム

2

新しい価値 の開拓

生活者は「鑑賞する趣味」から「参加・体験する趣味」へと比重が移ってきています。「ドラマチック・ショッピングモール」は、その「参加・体験する趣味」に焦点をあてました。スポーツひとつを取ってもアウトドアからインドアまで、また静的なヨガからアクティブなトライアスロンまで多種多彩。カラダひとつでできるモノ、お気に入りのツールやギアにこだわるもの。最新カメラ機材での写真やムービー撮影など参加・体験型の楽しさと喜びに、年齢・性別問わず多くの方が気づいています。趣味を楽しむための、専門性の高い商品販売の市場も大きく広がっています。お客様の“楽しい体験”の世代ごとの販売区画をつくり、“楽しい体験”を提供し、ショッピングゾーンを構成します。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

「ドラマチック・ショッピングモール」は、「参加・体験する趣味」の「ドラマ・コンテンツ」で感情をゆさぶる体験を提供します。例えば、俳句なら「自然への人間の驕りをたしなめる…俳句の本質に出会うドラマ」を制作します。技巧や技術ではなく、自然を感じて俳句を詠むことが人生の重要な体験であることを実感して頂くものです。店舗には俳句の旅にふさわしいファッショナブルなアウトドア衣装やウォーキングシューズ。また季語を美しく撮るためのデジカメ機材。商品部門の垣根を超えたゾーン構成が魅力的な売り場演出になります。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的はeコマースではできないリアルの強みを活かすことです。「商品をお店」から「楽しい体験をお店」に転換して、ショッピングモールビジネスの未来を開拓します。

