

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

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

078

提起する
問題・課題

若年層の「果物離れ」を止める事はできるのか？

健康に美味しく！カラフル・フルーツ

ワールド“フルーツ” マルシェ

果物を食べたくなる！ドラマ

お米と同様に若年層では「果物離れ」が進んでおり、食習慣の変化で加工品やジャンクフードの摂取や、果物の代替品としてスイーツ・アイスクリーム等の甘味品を選ぶ傾向にあります。さらに近年は「果物の値上り」で果物を選ぶ優先順位は低くなる等の経済的要因も関係しています。そこで若者が果物を食べたくなる様な「朝に食べると体に良い・夜に食べるとお肌に良い」や、「簡単・手軽・低価格 フルーツジュース&スムージー」などの『ドラマ・コンテンツ』を制作し配信します。さらに大手流通店舗や青果店とコラボレーションして、ヨーロッパの“マルシェ”をモチーフにした売り場をつくる事で話題性を作り、SNSでの拡散で周知や実際に果物を手に取ったりして食する機会を創出し、「果物離れ」を止めていきます。

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。