

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

コンテンツ・マーケティング企画

企画の100本メニュー

032

提起する
問題・課題

少子化が進む「ベビー服市場」を “感性”で突破できるか？

ベビー服は品質や機能から“愛情”へ

ベビー服 愛情物語

「ひとり・ひとりの赤ちゃん」へ愛情を届けるドラマ

日本のベビー服市場は、少子化で全体的に成長が鈍化しており出生数の低下で需要の減少は避けられない状況です。

しかし一人の赤ちゃんに対する支出や、

「質の高いベビー服(オーガニック・エシカルな素材・環境に配慮した商品)」には積極的に投資する傾向にあります。

そこで多くの人々が誕生を待ち望み祝福する「ひとり・ひとりの赤ちゃん」への、

“愛情が沢山つまったベビー服”の『ドラマ・コンテンツ』を制作いたします。

ベビー服に携わる全ての方(素材を作る方・ベビー服をデザインする方・作る方・売る方・そして買う方)の「想い」を

ドラマにする事で、ベビー服に愛情という“心の価値”を加えていきます。

また「赤ちゃん」が成長してからも観てもらおう事で、

自身が着たベビー服に詰まった“愛情”を感じられる物語を深めていくことで、市場の再生を考えます。

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。