

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

051

提起する
問題・課題

高架下のデメリットを 逆に利用できないか？

デッドスペースからライフスペースへ

騒音をチャンスに！ 高架下活用

活用の難しい場所だからこそそのチャンス

高架下は「暗い」「うるさい」「汚い」など、デッドスペースの代表例とも言われ、有効活用の取組が多々なされつつも、まだまだ侵入防止柵で囲われた荒涼とした場所が多く見られます。

騒音や細長い敷地というデメリットを有効に活用する方法は無いでしょうか。

例えば、「うるさい」「危ない」といった理由で利用しにくくなっている公園などの子供たちの遊び場や

オリンピックで人気となったスケボー、エクストリームスポーツ等の練習場所、

日光を必要としない水耕栽培などの菜園利用、楽器の練習スタジオやアートスペースとしての利用など、

デメリットをメリットに変える方法を考えます。

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。