

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

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

095

提起する
問題・課題

収支が合わず廃線となる地方の 重要な足を継続できないか？

画一的サービスからコミュニティ特化型サービスへ

乗り降り自由 コミュニティバス

人流の活発化による地方経済の活性化までを考える

過疎化、少子化により人口が減り続ける地方において、鉄道が廃線となると
残る公共交通機関はバス移動のみです。

それすら収支が合わず廃線が検討されているのが実情です。

しかし、本当に利用者がいないのでしょうか。決まった停留所に決まった時間に回るバスの形を、
必要とされる時に必要とされる場所へ行ける形に変え、利便性と維持費圧縮の両立ができれば、

もっと違う未来が見えてくるのではないのでしょうか。高齢化が進むコミュニティに

寄り添った公共交通機関のあり方を考えます。

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。