



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

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

097

提起する
問題・課題

“幸福な街づくり”を 具体化できるのか？

“人々の、自然の、都会の幸福”など『幸福を感じる空間』をつくる

幸福な街づくり 幸福なコミュニティ

幸福をドラマにして、皆が参加する「幸福な街」

地方行政の本質は「生活の基盤をつくる」と「住民の幸福をつくる」ことです。

しかし幸福という概念が難しく、幸福な街づくりに着手できませんでした。そこで本企画は幸福という概念を“幸福な空間”という概念に転換して、「100の幸福な空間」が集まる街をつくっていきます。

そのために住民の方が生活している中で感じる「幸福な空間」を、

例えば「海が好きな人の幸福・山が好きな人の幸福・自然が好きな人の幸福・都会が好きな人の幸福」など具体化した『ドラマ・コンテンツ』を制作して配信いたします。この様に“幸福を感じる空間”が、

100コンテンツも集まれば“幸福な街づくり”のモデルが出来上がります。

そして住民の方は自分の街が“幸福な街”である事を認知し拡散して、全国に“幸福な街”が広がっていきます。

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。