



ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」<sup>ヒント</sup>

# 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

064

1

提起する  
問題・課題

## 商品を販売するシステムを エンターテインメントにできないか?

リアルショッピングモールを楽しいテーマパークに転換する

# 「ショッピング・エンターテインメント」 コラボレーション

お客様の“楽しい体験”を売るコラボレーション戦略

お客様は商品の事を詳しく知りません。靴・香水・歯ブラシ・スプーン・石鹸・ヘアスプレーの事を深くは知りません。例えば、紀元前に生まれた靴の歴史や、バビロニア時代に誕生した歯ブラシの歴史には、ファンタジー映画のようなストーリーがあります。私たちが実際に使っている商品の歴史や、効果的な使い方まで知って頂ければ、お客様の「商品を使う喜びや幸福感」が倍増します。本企画は、ショッピングモールのお客様の買い物を、商品メーカーとコラボレーションして、お客様の“楽しいショッピング”を演出するシステムです。

**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。

# 商品を販売するシステムを エンターテインメントにできないか?

リアルなショッピングモールを楽しいテーマパークに転換する  
「ショッピング・エンターテインメント」  
コラボレーション  
お客様の“楽しい体験”を売るコラボレーション戦略

## 2

### 新しい価値 の開拓

ショッピング・エンターテインメントは、お客様と商品の“楽しい出会い”を演出するショッピングモールをつくる企画です。具体的には、ショッピングモールを楽しいミニ・テーマパークにして、お客様の心をつかんで、WEB時代の未来を開拓する企画です。内容は、商品のメーカーとコラボして、コーナーごとに立体絵本のような世界観をつくり、映像・DJ(ディスクジョッキー)・パペット・着ぐるみ…と、お客様が楽しいコミュニケーションを展開します。コラボレーション先は、例えば即席ラーメンコーナー・化粧品コーナー・飲料コーナーなど…各メーカーのオンライン戦略に合わせて、商品とのリアルな“楽しい出会い”を演出します。WEB時代が進んでもお客様はリアルな“楽しい体験”を求めますから、リアルな集客力を前面に打ち出して、各企業のハイブリッド戦略に貢献します。

## 3

### 3分ドラマ コンテンツ の活用

「ドラマ・コンテンツ」は、商品のことを詳しく知らないお客様に、商品の誕生や歴史や製造技術や商品の裏話を、“楽しいドラマ”で訴求するものです。例えば、紀元前に生まれた靴や、バビロニア時代に誕生した歯ブラシや、日本で生まれた即席ラーメンや、石鹸の香りの秘密や、ウイスキーの普及には、ファンタジー映画のようなドラマがあります。それらのドラマは生活に密着したドラマですから、お客様は真剣に楽しんでくれます。販売促進ではなく、商品と人類(お客様)のドラマチックな出会いを、“楽しく演出”してテーマパークのような触れ合いをつくります。

## 4

### 企画の目的 と効果性

リアルな楽しい演出は、お客様にとっても商品メーカーにとっても重要なことなので、リアルとバーチャルのハイブリッド戦略をビジネスの柱にはいかがでしょうか? 「リアル×コンテンツ動画」の、楽しいエンターテインメントを開拓して、ショッピングモールのビジネスの未来を開拓します。

