

Bottle Humidifier 価値創造戦略企画

Concept

ターゲットは健康・美容・介護
 本企画で「健康・美容・介護」というターゲットを打ち出すことは、最終的な購入者がはっきりすることにつながる。つまり、加湿器購入者の意識の高い方の困り込みをすることで、特化した今迄にない新しい選択と新しいサービスの提供が持続的に見える。

パーソナル空間を最適化
 PCで働く時間が長い方は、PC回りの空間を浄化するだけでなく、**森林浴空間**を得たり、涼感を得たり、保湿効果を得たりすることが出来る。
 自宅で過ごす時間にも同様の環境空間を得られるとともに、毎日の良い睡眠導入に導いたり、睡眠中の風邪感染を予防したり、肌の乾燥を防止できる。

安全、科学、選択

女性、子供、高齢者をターゲットにするため、には「安全性」と信頼できる「エビデンス」のある素材が大切。
 また、画一的でない「幅広い選択ができる自由さ」を持たせることも、ボトル加湿器の成功に欠かせないポイント。

Illustration



Outline

加湿器10の用途用法

本企画が提案する名称は「ライフサポート・サービス」。左図の10のサービスを提供しますが、当初は最も話題性が高いと予想される「水素」「風邪感染予防」「脳活性・睡眠導入」の3つのミスト噴霧素材の先行を考えています。

「健康」

風邪の感染は、体温の低下に伴って免疫力が低下する睡眠中です。感染リスクは一年中ですが、高齢者にとっての風邪はあらゆる面で健康リスクへとつながります。

「美容」

美肌の敵は「乾燥」と「酸化」といっても過言ではありません。水素ミストは抗酸化効力に加えて肌への適切な水分を補給します。また、ボトル水のレジオネラ菌発生を防止し、超音波加湿器の肺炎リスクを除きます。

「介護」

- ①介護現場特有のニオイを持続的に消します。
- ②体力が低下した高齢者の感染予防ができます。
- ③高齢者の崩れがちな睡眠を改善します。
- ④低下した脳活動を活性化します。