

日本オリエンテーション評価研究所の
「商品力」評価システム
開発プログラム

企画提案書

正しい「判断」を可能にする客観的な「評価」を強力サポート！

I. 「商品力」評価システムの目的

- ・ 「商品力」を評価することによって商品の成功確率を高める
 - ・ 開発の早い段階で評価をすることによって、有望なテーマに人、時間、費用を集中し、効率的な開発を行う
 - ・ 商品力の改良改善を行い、より魅力のある商品にブラッシュアップする
-

Ⅱ. 「商品力」の評価とは

「商品力」とは3つの力によって構成されている

「商品コンセプト力」

- ・ 購入のフックで商品コンセプトをわかりやすく表現して消費者へ提示したときに消費者が購入したいと思ってくれるか

「製品力」

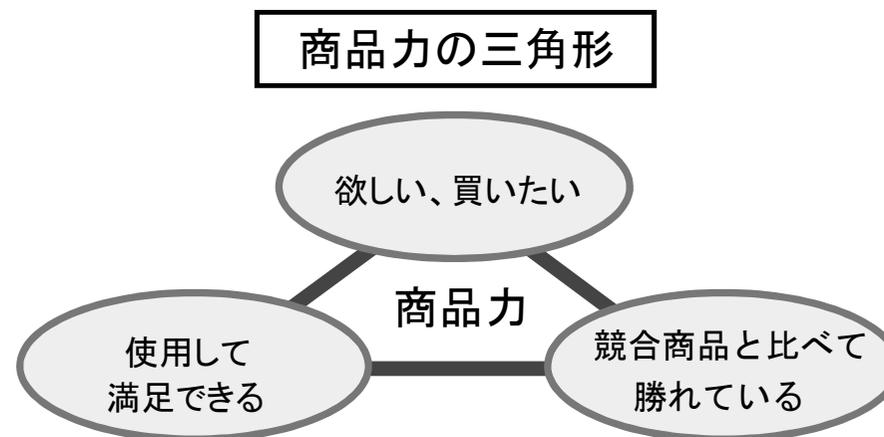
- ・ 製品を使用したときに商品コンセプトに期待していた通りで、満足できるか

「競争力」

- ・ 競合商品があった場合、競合商品と比較して、勝てるか

成功するためには、商品コンセプト力、製品力、競争力が優れていなければならない

これら进行评估することが商品力評価システムの役割



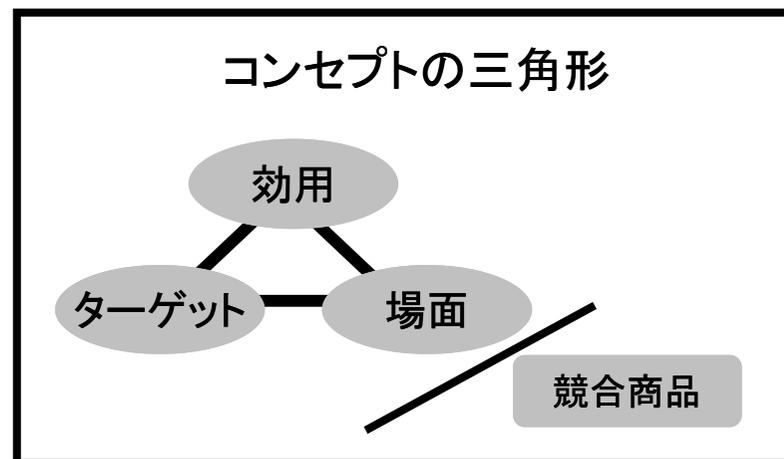
Ⅲ. 商品力評価フロー

ステップ1：商品コンセプト力評価①

- ・「商品アイデア開発」→商品アイデアフラッシュ
- ・「キーコンセプト評価」
- ・多数のアイデアを「キーコンセプト」（ひとくちコンセプト）として表現し、消費者の評価にかけ、その中の魅力的アイデアを次の商品コンセプト開発へ

ステップ2：商品コンセプト力評価②

- ・「商品コンセプト開発」商品コンセプトを具体的に表現する
- ・「商品コンセプト評価」商品コンセプトを消費者の評価へ



ステップ3：製品力評価

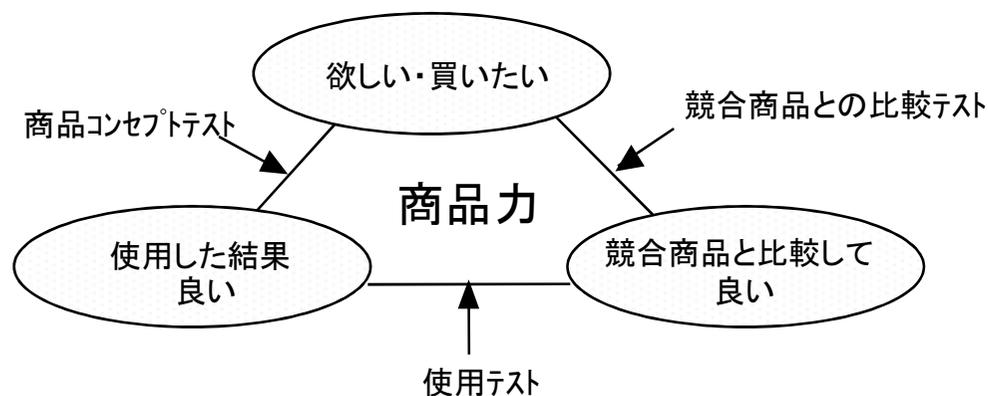
目的は、商品コンセプト＝製品の評価（商品コンセプトと製品が合っているか）と商品コンセプト・製品の改良改善

- ・「試作づくり」 評価されたコンセプトを開発部門で試作
- ・「使用テスト」 試作品をテストにかける

ステップ4：競争力評価

- ・評価された製品と競合商品との比較テスト（比較して勝てるか）

以上のテストを通して、商品コンセプト力、製品力、競争力のある商品を市場に出すことにより、成功の可能性を高める



IV. 商品コンセプトテストについて

商品コンセプトテストとは

- ・商品コンセプトをわかりやすく表現して消費者へ提示した時に欲しい・買いたいと思ってくれるかを調べる

コンセプトボードの開発

- ・消費者に提示するコンセプト表現の開発

評価項目

- ・消費者の魅力の度合いを評価するための評価項目の開発
- ・特に嗜好性の高い食品のコンセプト評価の評価項目は重要になる

評価方法

- ・定量、定性の調査方法、およびネットの調査方法の特性を生かした調査方法の開発

分析

- ・GO、NOGOの決定のための基準値の設定
- ・商品コンセプトの独自の特性がどう評価されているかの分析
- ・魅力的ターゲットの支持があるかの分析
- ・ブラッシュアップのための情報収集

これからの商品コンセプトテスト

- ・新しい評価項目の開発
 - ・商品の特性にあった評価方法の開発
-

V. 製品カテスト、競争カテストについて

製品カテストー使用テスト

- ・ 使用テストとは
- ・ 使用テストの方法
- ・ 分析

競争カテストー比較テスト

- ・ 比較テストとは
 - ・ 比較テストの方法
 - ・ 分析
-

VI. 評価組織の役割について

専門的な評価チームを、商品開発部門トップ直属機関として

- ・ 各商品開発プロセスにおいて、GOまたはNOGOの具申をする
 - ・ 分析結果に基づいて、商品開発チームとより魅力的な商品力にブラッシュアップするための情報、アイデアの提案
 - ・ 自社独自の、評価項目、評価方法、評価基準の開発
 - ・ 評価感性を高め、商品力評価能力の向上を図る
-

VII. 評価システムづくり、運営のポイント

- ・ 調査は、「コンパクトな規模&シンプルな内容&回数を多く」
→ 積み重ねることによって判断基準作り、NORM開発につながる
- ・ 結果分析・読み込みは、「重視する特性が評価されているか+与件」から
→ 与件=企業力や目標値・販促や流通戦略・商品カテゴリー・参入市場の状況
(顕在・潜在・創造) 等

評価項目は時代に合わせて対応、重視度の違いを

- ・ 例：生活ディライト項目の入れ込み等

分析結果にもとづく商品コンセプトのブラッシュアップは、企画者と評価者の協働が望ましい

- ・ 評価者は商品企画経験者が適任

クリエイションとエヴァリュエーションの一体化を

- ・ クリエーターの想い+エヴァリュエーターによる消費者の声の吸い上げの反映
-

VIII. コンサルティングとして

1. 商品力評価システムの開発
2. 商品力評価システムの運用
3. 商品力評価能力の向上

のコンサルティングが可能です。