

JOC Consultation Program

商品開発システムの革新

システム開発プログラム

これからの商品開発は、

- 提案によって需要を創造する「魅力」の開発
- 生活提案型商品開発
- 差別化から独自化へ

I. プログラムの目的

- 経営戦略-マーケティング戦略-商品開発戦略の連動
- 商品開発の成功確率を高める
- 商品開発スピードを高める

こんな課題をお持ちなら

- ◆ 開発方向が定まらず、会社として「どのような価値としての商品」を提供すべきか、整理がついていない
 - ◆ 現場の開発担当者の思いつきがベースの商品開発になっているが、その判断が出来ない
 - ◆ 全体的なルールが明確ではないために、開発現場で無駄な作業が増えている
-

Ⅱ. ステップの詳細

■ STEP1. ポジショニングマップによるテーマ開発

- ・経営戦略・経営目標とこれからの商品開発の方向性の確認
- ・SWOT分析による、ポジショニングの確認
- ・目指すべき方向性を明確化して、整理する

■ STEP2. 時代・市場・生活価値観の変化を引き抜き、 変化のキーワードバンクづくり

- ・変化への気づく力を高める 気づき力開発手法
 - ・変化の本質を捉える訓練 キーワードバンク(上位概念化)
 - ・テーマ開発／コンセプト開発への手順
-

■ STEP3. 商品コンセプト素の開発

- ・概念からコンセプトの素への展開を身につける
- ・多数の「商品コンセプトの素」を作る
- ・「コンセプトの素」の作り方を身につける

■ STEP4. コンセプトの素の評価とコンセプトバンクづくり

- ・「コンセプトの素」の評価の意味
- ・「コンセプトの素」の評価の実際(調査票の作成/分析)
- ・ブラッシュアップによる「コンセプトの素」の練り直し
- ・コンセプトバンクとは? その活用方法について

■ STEP5. 詳細な商品コンセプト開発

- ・魅力的な商品コンセプトとは
- ・生活メリット＝ベネフィット開発
- ・ターゲット開発
- ・場面開発
- ・直接／間接競合商品の分析と「強さ」の明確化

■ STEP6. ワンペーパー企画書づくり

- ・コンセプトシートの活用事例
- ・実際に「コンセプトシート」を作ってみる
- ・社内全体のコンセンサスとしての「ワンペーパー企画書フォーマット」の作成

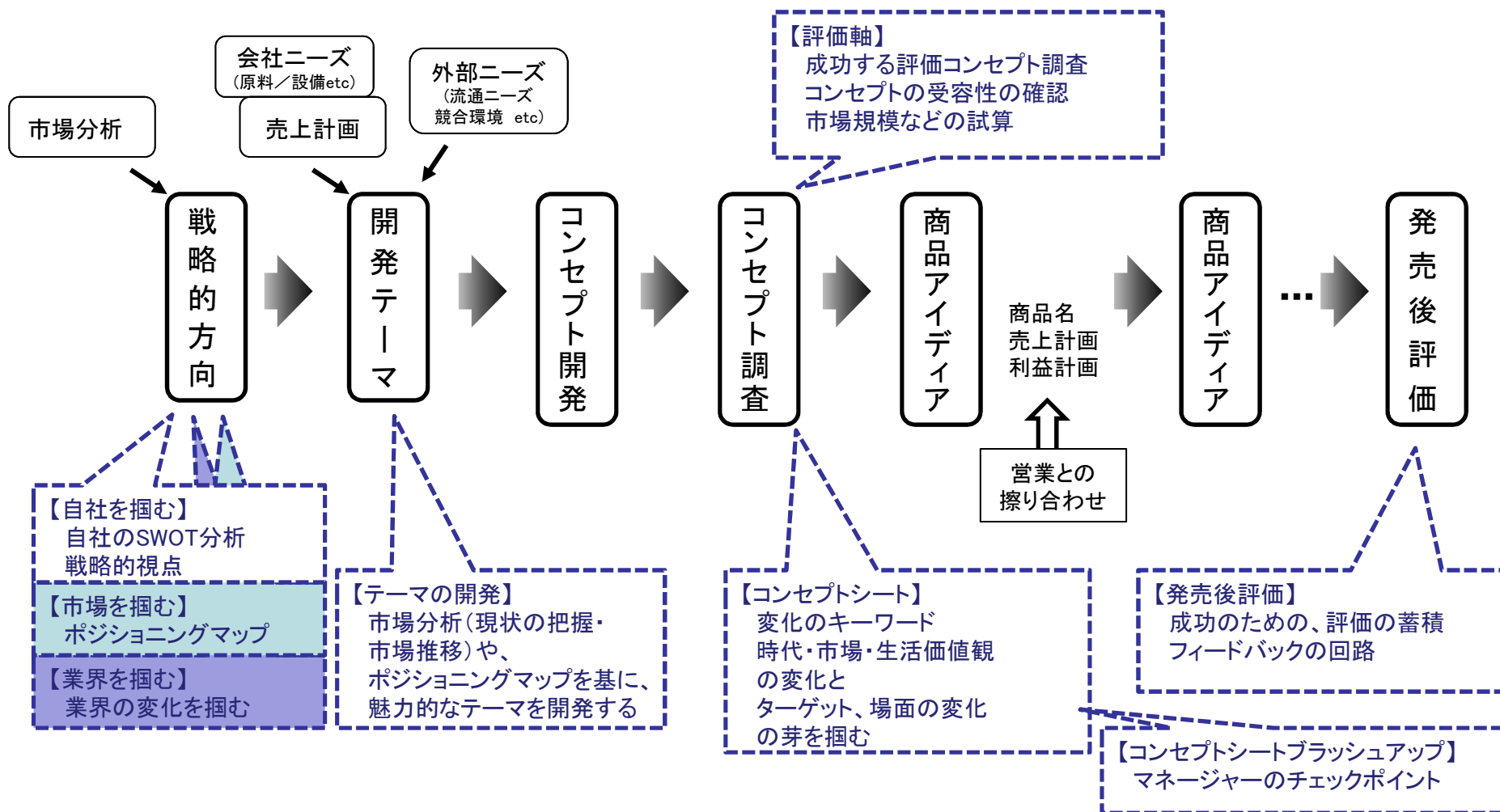
■ STEP7. 新しい評価軸の開発と評価システムの確立

- ・これからの消費者・市場の動きを先取りした、評価方法の確立
- ・消費者は何に価値を置いているのか(仮説と検証)
- ・商品において、提供すべき価値の現在とこれから
- ・どのような「評価」を継続的に捉えるべきか
- ・自社の「評価システム」の明確化

■ STEP8. 事後評価から商品開発へのFeed back・ Feed forward

- ・成功・失敗要因の分析による次回成功商品作り
- ・事後評価の手順とスケジュールの実際
- ・評価のポイントと調査・分析のポイント
- ・次期商品開発に向けての、Feed forwardポイント

Ⅲ. 開発の流れと、システム革新のポイント



IV. 運営方法

- 3時間×10回のコンサルティングプログラム

- 開発の責任者クラスを中心とした5～6名のセッションです
各STEPの時間が限られているため、事前に必要な整理をお願いすることがあります。

- 必要に応じ、また承認を得たうえで、日本オリエンテーションの客員研究員や、協力者に相談などを行います。(追加費用の発生はありません)

- 打合せは、基本として御社で行います

V. 担当コンサルタント

- **松本勝英** 日本オリエンテーション代表取締役／戦略担当ディレクター
シーメンスを経て、1970年マーケティング・コンサルティングを業務とする、日本オリエンテーションを設立。
食品、トイレタリー商品、薬品、家電商品、ミュージシャン、出版などパッケージ商品、耐久消費財およびサービス商品のマーケティング、新商品 戦略の立案を担当。現在、文化人類学、動物行動学、神経生理学、民俗学、言語学などを統合した「新人間学」とマーケティング戦略との融合を追求中。

- **川上義昌** 日本オリエンテーション主席客員研究員
花王株式会社の新規事業部門を主軸に、化粧品販売部長、食品事業部長として商品開発、ブランドマーケティング、エリアマーケティングの手法開発に力点を置く。
花王ソフィーナでは対面、セルフ双方のマーケティング手法を確立。
食品では花王健康エコナで食用油の市場を一変することに成功。共にヒット商品となった。
家庭品部門では販社経営にあたりエリアマーケティングの実践を指揮、同時に本社TCR委員会(トータル・コスト・リダクション)メンバーの一員としてコストダウンプロジェクトを推進。いまや花王文化の一つとして大きな経営効果をもたらしている。

■ 太田昌宏

(財)社会経済生産性本部コンサルティング部 主任経営コンサルタント

江崎グリコ株式会社入社後、菓子開発研究所にて、チョコレートの開発に従事。その後、社命によりテキサス大学ビジネススクールに留学、MBA(経営学修士)を取得。帰国後、菓子の商品開発に従事。10年間ポッキーのブランドマネージャーとして、新製品開発、広告を中心としたプロモーション、営業戦略等の市場導入策、商品リニューアル等ブランド全般の運営に従事。その間、ムースポッキーをはじめ、数多くの新製品を開発。その後、プリッツ、チョコレートのカテゴリーチーフとして、各ブランドマネージャーを統括。

(財)社会経済生産性本部認定 経営コンサルタントとして、食品メーカーの商品開発コンサルティングを中心に活動中。

立命館大学大学院及び湊川短期大学非常勤講師

お問合せ先

株式会社 日本オリエンテーション

担当 : 武内美奈

東京都文京区西片1-14-15

電話:03-5802-4151 FAX:03-5802-4152

URL: <http://www.jorien.com/>

VI. 問い合わせ先

お問合せ先

株式会社 日本オリエンテーション

担当 : 武内美奈

東京都文京区西片1-14-15

電話:03-5802-4151 FAX:03-5802-4152

URL: <http://www.jorien.com/>