



研究テーマ：商品企画のシステム化について、同システムを用いた実際の商品企画実践

研究者：小久保 雄介  
KOKUBO Yusuke  
(経営経済学部 准教授)

【研究・開発の目的】

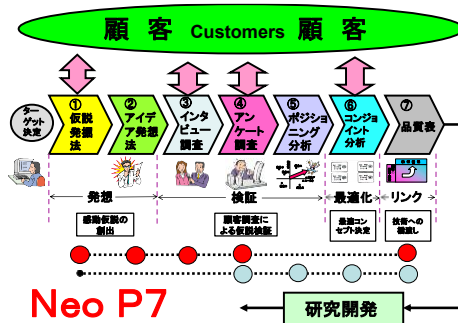
商品企画（開発）の現場では個人の資質による部分が非常に強く、いわゆる「カン・コツ・ヒラメキ」に頼るものでした。ヒット商品の影に失敗した商品が多く、運が支配している状態です。そのような状況では仮にヒット商品が出来ても何故ヒットしたのかはよく分かりません。大ヒットとまではいかないにしても、ある程度のヒット商品を出し続けることのできる誰でも使えるシステムティックな商品企画メソッドが必要です。

【研究・開発の概要】

システムティックな商品企画手法については神田（1995）、（2000）の商品企画七つ道具があります。この手法は顧客の声を聞き、それらを定性・定量的に検証することでヒット商品を企画する手法です。提唱されて以来、数百社での実践がなされた手法です。その後2013年に新商品企画七つ道具が開発されました（私もこの手法の一部を開発しています）。現在さらなる発展を目指し、商品企画メソッドの開発及びメソッドの検証作業を行っています。

【研究・開発の特色】

商品企画七つ道具は大量の良質なアイデアを用意し、それらを徹底的に検証するシステムです。アイデア自体の導出についてもシステムティックな手法を用い誰でも簡単に大量に作成することが出来ます。検証ステップにおいては定性・定量手法をバランス良く用い少人数→大人数とししっかりとした検証を行います。最終的なコンセプト策定ではコンジョイント分析を用い納得感のあるコンセプト作りを行うことが出来ます。



【今後の展開】

今後の展開としては今使用している新商品企画七つ道具の産学連携事例を積み上げるとともに、手法の改良を行っていきます。現在基礎研究には着手しており、現在の手法の弱点の洗い出し等など行っている最中です。

【地域・企業へのメッセージ】

商品開発を行うもどうも売れないなどのお悩みを抱えている企業の皆様、ぜひこの手法でヒット商品を開発する方法を学習してみませんか？