日本総研
The Japan Research Institute, Limited

「脱・競争」の新商品開発支援

オンリーワンの商品作りを目指して

次世代の国づくり

Copyright (C) 2009 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

日本総研
The Japan Research Institute, Limited

価格競争に巻き込まれないオンリーワンの商品作りの鍵は、「脱・競争」！！
業界の常識や主流からあえて「はずれる」ことで新しい市場を創ることを目指します。

1 こんなことでお悩みではありませんか

〇良いものは作っているのに、値段競争に巻き込まれている
〇スーパーなど流通業向けのＰＢや低価格品が増えて、収益構造が悪化している
〇新商品は定期的に出しているが、大きなヒットにはならない
〇社内からは新商品に関するいいアイデアがなかなか出ない。商品企画ができる人材が不足している

2 オンリーワン商品作りの鍵

価格競争から脱却しませんか。キーワードは「脱・競争」！！

実際、**業界の「常識」を覆した結果**、値段を下げることなく（むしろ高くても）、
ヒットする商品が出てきています！

他社にはない独自性を持った「オンリーワン」の商品なら、

〇規模は小さくても「その分野でのパイオニア」になれる＝独自のカテゴリーが築ける
〇その商品について、営業が流通や顧客に自信を持って「語ることができる」
〇その商品についての「ファン」を作ることができる
〇結果として、ライバルメーカーとの「価格競争」から脱却できる
⇒だから儲かる！！

3 独自性・オリジナリティの生み出し方

「他社とは違うモノを考えろ」というのは簡単です。しかし、どうすればいいのか、お悩みでしょう。
「どこから考えたら良いの？うちにはアイデアマンもいないし・・・」と考えられる方が多いのではないでしょうか。
しかし実際は、「面白いことを次々考えてくる」アイデアマンの意見が市場に受け入れられるとは限りませんし、たまたま「突然のひらめき」から生まれたホームランよりも、コンスタントにヒットが打てることのほうがビジネスでは重要なのです。

⇒「アイデアマン」も「突然のひらめき」も必要ありません
きちんとしたステップを踏めば、ユニークな商品コンセプトを生み出すことは可能です

コンセプト作りの3ステップ

①自社なりの「アイデアの素」を作る
アイデアの素は切り口次第！
業界の常識からの「はずれ方」のコツを見つけましょう！

↓

②「コンセプト」として表現する
「ユニーク」と「奇抜」は違います。
具体的なお客様像、お客様の喜ぶ姿がイメージできるかがポイント！

↓

③検証する
顧客のYES/NOに一喜一憂せず、その「理由」「背景」に注目し
深めることで、共感されるオリジナリティが生まれます。

次世代の国づくり

Copyright (C) 2009 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

4 私たちがお手伝いできること　コンサルティング概要

具体的にユニークな新商品のコンセプト作りをお手伝いするとともに、
貴社の「ユニークな新商品を生み出す力」を鍛えるお手伝いをいたします

新商品開発において、ぶつかりやすい壁は・・・

①「発想を変えたい」「常識を捨てたい」と思ってはいても、なかなか新しい発想ができない、従来のやり方を変えられない、もしくは、「発想を変える」ことがどういうことなのかがよくわからない

②独自性を追求するあまり、「ユニークだが、市場やお客様のニーズからずれたもの」になってしまう

③商品に自信はあるのに、思ったほど売上が伸びない、もしくは、取り扱ってほしい店に、商品のよさを伝達できない

といったことではないでしょうか。

そこで・・・

1. 常識を超える＝発想を跳躍させるお手伝いをします

市場のトレンドを押さえながら、業界の主流から「はずれ」、「常識をすてる」ためのさまざまな発想法、ツールを、弊社独自に開発しております
貴社が新たな発想で商品のコンセプトを作り上げるお手伝いをいたします

2. 市場・顧客のニーズにフィットするコンセプトに磨き上げるお手伝いをいたします

実際にマーケットに意見を聞くなど、仮説として描いたコンセプトを「検証」することを通じて、新商品のコンセプトを、市場のニーズをとらえたものに磨き上げる支援をいたします

3. 新商品を意図したお客さまに届けるための支援をいたします

営業力強化やブランドづくり等のコンサルティングを行ってきたマーケティングのプロの視点から、新商品をどのように「意図した市場」に戦略的に導入するかについて、営業・流通・コミュニケーションといったマーケティング全般の戦略・施策作りをお手伝いいたします。

株式会社 日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
E-mail: rcdweb@ml.jri.co.jp

本資料の著作権は株式会社日本総合研究所に帰属します。

Copyright (C) 2009 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.