

気づく考えるつくる伝える デザイン活用術

②「商品開発で活用！その2」

今回は「市場」やユーザーのニーズの発見・気づきから発想した場合の商品開発のプロセスと、各プロセスの中で気をつける点について解説します。「ユーザーが求めているモノ」を「商品」へと組み替えるプロセスにもデザインが役立ちます。

今回は「市場」やユーザーのニーズの発見・気づきから発想した場合の商品開発のプロセスと、各プロセスの中で気をつける点について解説します。「ユーザーが求めているモノ」を「商品」へと組み替えるプロセスにもデザインが役立ちます。

「市場起点の商品開発の進め方」

1. 気づく ユーザーの視点に立ったニーズの発見	<p>日常の受注・加工生産の仕事で忙しいよ</p>	デザイン視点で見よう！ 普段見ていない所（市場）にどんなニーズがあるか見回してみましょう。日常業務から一度離れてみることから商品開発は始まります。	<p>こんな所にこんなニーズが！</p> <p>普段読まない分野の雑誌 普段行かないお店の店頭 異業種の展示会 街なかの観察</p>
2. 考える 観察・分析による要件検討	<p>足が…</p> <p>うちの技術で解決できるかも！</p>	デザイン視点で見よう！ どんな人がどんな時に嬉しいものか、商品の方向性を明確にした上で、最適な販売先を設定し、いくらで作れるか、先行商品とどう違う商品に仕立てるか考えましょう。	<p>仕様のにも値段的にもこれではお店に入らない…！</p>
3. つくる 試作と評価分析	<p>女性向けなので花も付けてみました！</p> <p>いいんじゃない？</p> <p>（本音）花は要らない…</p> <p>知り合い</p>	デザイン視点で見よう！ 市場起点の商品開発では市場調査が重要です。調査対象者が限られすぎでないか、本音を引き出す聞き方をしているか等に留意し、市場テストを重ね最終仕様を検証しましょう。	<p>グループインタビュー</p> <p>開発者の思い込みで作っていたなあ</p>
4. 伝える 価値の訴求方法の検討	<p>同じユーザーをターゲットにした同じ用途の商品の棚</p> <p>¥3000 ¥5000 ¥10000</p> <p>あまり差が無いから安いのにしようかしら</p>	デザイン視点で見よう！ 他社製品とどこが違うのか？商品説明やパッケージの工夫などで売り場での最適なアピールを検討しましょう。	<p>他社との違いはココ！</p> <p>重心安定！</p>

※デザイン視点とは、「その出来事に関わる様々な人の立場に立って、気付くための視点です。」

ユーザーが求めるものを発見・開発する商品開発には大手や競合が多いというリスクもありますが、その分、他社商品を分析に活用したり、そこからニッチ市場を発見できる利点もあります。ターゲットユーザーを綿密に観察・分析し、他社との差別化をしっかりと図った商品に仕立てることが大切です。

デザインをするときは、「モノ」ではなく、ユーザー本当に欲している「コト」は何か、欲求の本質に気づこうとする心構えでいることが大切です。

お問い合わせ先

総務相談グループ 知財・研究管理担当（あきた産業デザイン支援センター）

TEL 018(860) 5614 E-MAIL info@idsc-akita.net URL <http://idsc-akita.net>