

◇「自分らしさ」を生かした商品コンセプトを開発する

# 商品コンセプト開発シート

## 商品コンセプトの開発

「商品コンセプト」とは、「買う前に欲しいと思わせる力およびその内容」であり、商品力を構成する一つの要素です。

農産物の場合は、商品をニーズに合わせて変化させることが難しいため、生産者側の「自分らしさ」を生かして、消費者のニーズに応えることのできる商品コンセプトを開発します。

商品コンセプトの開発には、以下のような「商品コンセプト開発シート」を活用すると良いでしょう。

**商品コンセプト開発シート**

その商品をごどんな消費者に向けて提供したいのか、買ってほしい人、食べてほしい人を具体的にイメージします。

商品（サービス）の名前 \_\_\_\_\_

ターゲット \_\_\_\_\_

ニーズ調査の結果等から、この商品コンセプトにより対応したいニーズを拾い上げて書き出します。

応えたいニーズ

- 
- 

ステップ1の自己分析で作成した「自分らしさ整理シート」やSWOT分析結果をもとに、自分たちの生産環境や生産技術、品種などの中で、新しい商品アイデアとして生かせると思われる項目を拾い上げて書き出します。

自分らしいアイデア

- 
- 

この商品を購入することによって得られる満足。「応えたいニーズ」の「○○したい」を「○○できる」に変更可。

消費者の満足

- 
- 

「自分らしいアイデア」や「消費者の満足」の内容を踏まえて、商品の特徴、セールスポイントを書き出します。

特徴

- 
-

## ＜商品コンセプト開発シートの作成手順＞

- ターゲット : その商品をどんな消費者に向けて提供したいのか、買ってほしい人、食べてほしい人を具体的にイメージします。ターゲットは、「全消費者」としても良いのですが、全ての人を対象とした商品は、商品のコンセプト自体が非常に曖昧で不明確なものになってしまいがちですので、消費者を絞り込んだ方が、ヒット商品の可能性は高まります。
- 応えたいニーズ : ステップ1のニーズ調査の結果等から、この商品コンセプトにより対応したいニーズを拾い上げて書き出します。こちらも、あまり欲張らないで、数点に絞って考えた方が良いでしょう。
- 自分らしいアイデア : ステップ1の自己分析で作成した「自分らしき整理シート」をもとに、自分たちの生産環境や生産技術、品種などの中で、新しい商品アイデアとして生かせると思われる項目を拾い上げて書き出します。ただし、現状の「自分らしき」(生産環境や生産技術、品種など)だけでは対応しきれないが、新しい技術や品種などを取り入れることによって実現可能なアイデアがある場合は、それを加えても構いません。当然、ここに挙げる「自分らしいアイデア」は、「応えたいニーズ」に対応したものであることが大切です。
- 消費者の満足 : この商品を購入することによって得られる満足であり、当然、「応えたいニーズ」が満たされることとなりますので、「応えたいニーズ」の「〇〇したい」を機械的に「〇〇できる」に変えるだけでも構いません。
- 特徴 : 「自分らしいアイデア」や「消費者の満足」の内容を踏まえて、商品の特徴、セールスポイントを書き出します。この「特徴」も、「応えたいニーズ」や「自分らしいアイデア」ときちんとマッチしているかチェックする必要があります。この内容は、後で商品販売の際のPOP等に活用できます。
- 商品(サービス)の名前 : 最後に、「ターゲット」、「応えたいニーズ」、「自分らしいアイデア」、「消費者の満足」、「特徴」を眺めながら、「商品(サービス)の名前」を決めます。

## 商品コンセプト開発シートの例

商品またはサービスの名前 「雪味ニンジン」ターゲット ニンジンが苦手な人

## 応えたいニーズ

- そのまま生で食べたい。
- 甘いニンジンが買いたい。
- 臭みのないニンジンが買いたい。

## 自分らしいアイデア

- 減農薬栽培
- 秋ニンジンを雪下で育て、春に掘り出す。
- 鮮度保持パッケージ

## 消費者の満足

- そのままスティックサラダなど生で食べられます。
- 甘くて臭みのないニンジンを買うことができます。

## 特徴

- 甘くておいしい完熟ニンジンです。
- ニンジン特有の臭みがありません。
- スティックサラダに最適です。

商品コンセプトは、得られたシーズやニーズ全てに対応したコンセプトを1つ作るのではなく、ある程度、絞り込んだ内容のものをいくつも作ります。

こうして作成した複数の商品コンセプトを検討しながら、取捨選択して商品化するコンセプト案を絞り込んでいきます。

## 〈引用文献〉

- ・星野康人(2010)『消費者ニーズに応える商品とは』H22年度アグリビジネス対応研修資料
- ・梅澤伸嘉・今村隆之・梅澤大輔(2004)『最新 成功商品開発マニュアル』株式会社日本能率協会研究所