



一般社団法人

日本市場創造研究会

第4回研究発表会

第6分科会 商品コンセプト開発の研究

2014年度テーマ

禁止看板を起点とした未充足ニーズの開発

メンバー

川原 正範	富士ゼロックス(株)
中村 隆之	神奈川工科大学 准教授
宮島 明美	(株)マーケティングコンセプトハウス
若山 高志	(株)バンダイナムコゲームス (リーダー/発表)

2014年11月29日

1. 2013年度の振り返り
2. 2014年度の研究概要(テーマ、目的、方法)
3. 研究結果の報告
4. 今後の課題

1. **2013年度の振り返り**
2. 2014年度の研究概要(テーマ、目的、方法)
3. 研究結果の報告
4. 今後の課題

「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)を使って商品コンセプトを開発した場合と、使わずに開発した場合の、それぞれの良いところ、良くないところを明らかにすることで、「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)の有効性について検証する。

実施内容

神奈川工科大学の学生の協力を得て、以下の2通りの方法にて商品コンセプト開発を実施し、それぞれの過程とアウトプットを比較した。

A : 学生主体の商品コンセプト開発

学生が自分たちで考え、自分たちのやり方で商品コンセプトを開発。ただし、梅澤氏が提唱するいくつかの理論を第6分科会メンバーが事前に講義すると共に、アウトプットはキーニーズ法のフォーマットを使用した。

B : 「キーニーズ法」を使った商品コンセプト開発

「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)を第6分科会メンバーが講義しながら、商品コンセプトを開発。

日時

8月7日(水) A : 学生主体の商品コンセプト開発

8月8日(木)、9日(金) B : 「キーニーズ法」を使った商品コンセプト開発

参加者

神奈川工科大学 情報メディア学科 学生 7人×3班の21名

キーニーズ法の有効性は証明されたのか？

限定された条件ではあるが、以下の2点において有効と判断した。

■どのような順序で何について話し合い、どのようなアウトプットを得ながら進めるかが商品コンセプト開発システムとして明確に構築されており、効率的にコンセプト開発が行える。

■「話し合いのルール」を活用しやすく、アイデアを広げて収束させる効果が最大限発揮されやすい。

その根拠

■ワークショップの観察より

■ワーク後の学生が発表した「学んだこと/感想」より

キーニーズ法を使うときに必要とされる要件

■それぞれのステップにおける目的とアウトプットの使い方を十分理解し、それぞれのアウトプットの完成度を担保する能力が必要。

■話し合いのルールを適切に運用することが必要。

■消費者に対する深い理解が必要。

キーニーズ法の有効性は証明されたのか？

限定された条件ではあるが、以下の2点において有効と判断した。

■どのような順序で何について話し合い、どのようなアウトプットを得ながら進めるかが商品コンセプト開発システムとして明確に構築されており、効率的にコンセプト開発が行える。

■「話し合いのルール」を活用しやすく、アイデアを広げて収束させる効果が最大限発揮されやすい。

その根拠

■ワークショップの観察より

■ワーク後の学生が発表した「学んだこと/感想」より

キーニーズ法を使うときに必要とされる要件

■それぞれのステップにおける目的とアウトプットの使い方を十分理解し、それぞれのアウトプットの完成度を担保する能力が必要。

■話し合いのルールを適切に運用することが必要。

■消費者に対する深い理解が必要。

「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)を使った商品コンセプト開発

- ①「手がかりDOニーズ」の収集
 - ①-1 問題が多くありそうな「行動」を出す
 - ①-2 「行動」にともなう「問題」を推測する
 - ①-3 「手がかりDoニーズ」を推測
 - ①-4 NFP判定により対象とするニーズを絞り込む
- ②「手がかりDOニーズ」の未充足化
- ③未充足の強いニーズに応えるアイデアの抽出
- ④アイデアの具体化と改良・変身
- ⑤商品コンセプトの原案作成
- ⑥商品コンセプトの完成

「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)を使った商品コンセプト開発

- ①「手がかりDOニーズ」の収集
 - ①-1 問題が多くありそうな「行動」を出す
 - ①-2 「行動」にともなう「問題」を推測する**
 - ①-3 「手がかりDoニーズ」を推測**
 - ①-4 NFP判定により対象とするニーズを絞り込む
- ②「手がかりDOニーズ」の未充足化
- ③未充足の強いニーズに応えるアイデアの抽出
- ④アイデアの具体化と改良・変身
- ⑤商品コンセプトの原案作成
- ⑥商品コンセプトの完成

「キーニーズ法」(ニーズアプローチ)を使った商品コンセプト開発

①「手がかりDOニーズ」の収集

①-1 問題が多くありそうな「行動」を出す

①-2 「行動」にともなう「問題」を推測する

①-3 「手がかりDoニーズ」を推測

①-4 NFP判定により対象とするニーズを絞り込む

「行動」は観察から出せる → ある程度妥当性が高い

「問題」は推測する必要がある → 妥当性を高めるのが困難

「問題」の妥当性を高められないか？

1. 2013年度の振り返り
- 2. 2014年度の研究概要(テーマ、目的、方法)**
3. 研究結果の報告
4. 今後の課題

「問題」の妥当性を高められないか？

「禁止看板」や「注意看板」

禁止されているという事は・・・

禁止されている「**行動**」をとる人がいる

「**問題**」が必ず存在する



禁止看板を起点とした未充足ニーズの創造



「キーニーズ法」の補完を目的とし、
「禁止看板」から抽出した「行動」を起点として
「問題」と「手がかりDoニーズ」を推測し、
そこから「未充足の強いニーズ」が
創造できるか否か検証する。

STEP1

「禁止看板」や「注意看板」をフィールドワークで写真収集する

STEP2

禁止看板を起点として未充足ニーズを創造する

STEP3

創造した未充足ニーズの「強さ」と「未充足度」を判定する

STEP4

どのような「禁止看板」において「未充足の強いニーズ」が創造できるか、因果関係を分析する

1. 2013年度の振り返り
2. 2014年度の研究概要(テーマ、目的、方法)
- 3. 研究結果の報告**
4. 今後の課題

収集した禁止看板の例



JR水道橋駅ホームにて



東京工科大学 洗面所にて



千代田区内の商店街歩道にて



横浜市内の住宅地にて



映画館にて



相鉄線海老名駅ホームにて

分析フォーマット

写真No. n51

作成 若山



記載内容

危険！ 駆け込み乗車禁止

背景情報

相鉄海老名駅のホーム

	誰か？	行動	問題	手がかりDoニーズ		未充足ニーズ	強さ	未充足度						
禁止される側	電車を利用する人で急いでいる人	電車に間に合うよう、扉が閉まりそうになっても駆け込んで乗車している	発車時間を遅らせてしまうと、車内で気まずい	できるだけ早く無駄時間なく目的地に到着したい	<table border="1"> <tr><td>N</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>F</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>P</td></tr> <tr><td>x</td></tr> </table>	N	O	F	O	P	x	<p>【BUT反転】電車を遅らせても気まずい思いをすることなく、(手がかりDoニーズ)</p> <p>【行動反転】電車に駆け込むことなく、(手がかりDoニーズ)</p>	×	◎
N														
O														
F														
O														
P														
x														
禁止する側	駅員と電車の運転士	駆け込みする人の様子を見ながら、扉を開けていたり、閉めかけた扉を開けたりする	電車の発車時間が予定通りにならない	安全に電車を発車させたい	<table border="1"> <tr><td>N</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>F</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>P</td></tr> <tr><td>O</td></tr> </table>	N	O	F	O	P	O	<p>【BUT反転】予定通りに、(手がかりDoニーズ)</p> <p>【行動反転】乗車する人に応じて扉を開け閉めすることなく、(手がかりDoニーズ)</p>	◎	◎
N														
O														
F														
O														
P														
O														

分析フォーマット

記載内容

「危険！駆け込み乗車禁止」

写真No. n51



危険！駆け込み乗車禁止

背景情報

相鉄海老名駅のホーム

誰か？	行動	問題	ニーズ	未充足ニーズ	強さ	未充足度
電車を利用する人で急いでいる	電車に間に合うよう、扉が閉まりそうになっても駆け込み	発車時間を遅らせてしまふと、車内で気まずい	発車時間着したい	【BUT反転】電車を遅らせても気まずい思いをすることなく、(手がかりDoニーズ) 【行動反転】電車に駆け込むことなく、(手がかりDoニーズ)	×	◎
禁止する側	見ながら、扉を開けていたり、閉めかけた扉を開けたりする	りにならない	い	【BUT反転】予定通りに、(手がかりDoニーズ) 【行動反転】乗車する人に応じて扉を開け閉めすることなく、(手がかりDoニーズ)	◎	◎

背景情報

相鉄海老名駅のホーム

N
O
F
O
P
x

N
O
F
O
P
O

分析フォーマット

写真No. n51 作成 若山



記載内容

危険！ 駆け込み乗車禁止

背景情報

相鉄海老名駅のホーム

誰か？		手がかりD _o ニーズ	未充足ニーズ	確六	未充足度
禁止される側	電車を利用 人で急いで 人	う できるだけ早く無駄時間 なく目的地に到着したい	【BUT反転】電車を遅らせ ても気まずい思いをするこ となく、(手がかりD _o ニー ズ) 【行動反転】電車に駆け込 むことなく、(手がかりD _o ニーズ)	×	◎
禁止する側	駅 電車の運 士 駆け込みする人の様子を 見ながら、扉を開けていた り、閉めかけた扉を開けた りする	電車の発車時間が予定通 りにならない	【BUT反転】予定通りに、 (手がかりD _o ニーズ) 【行動反転】乗車する人に 応じて扉を開け閉めするこ となく、(手がかりD _o ニー ズ)	◎	◎

禁止する側

分析フォーマット

写真No. n51

作成 若山



誰か？

行動

問題

手がかりDoニーズ

記載内容

危険！駆け込み乗車禁止

背景情報

	誰か？	行動	問題	手がかりDoニーズ		未充足ニーズ	強さ	未充足度
禁止される側	電車を利用する人で急いでいる人	電車に間に合うよう、扉が閉まりそうになっても駆け込んで乗車している	発車時間を遅らせてしまうと、車内で気まずい	できるだけ早く無駄時間なく目的地に到着したい	NOFOPx	【BUT反転】電車を遅らせても気まずい思いをすることなく、(手がかりDoニーズ) 【行動反転】電車に駆け込むことなく、(手がかりDoニーズ)	x	◎
禁止する側	駅員と電車の運転士	駆け込みする人の様子を見ながら、扉を開けていたり、閉めかけた扉を開けたりする	電車の発車時間が予定通りにならない	安全に電車を発車させたい	NOFOP	【BUT反転】予定通りに、(手がかりDoニーズ) 【行動反転】乗車する人に応じて扉を開け閉めすることなく、(手がかりDoニーズ)	◎	◎

分析フォーマット

写真No. n51

作成 若山



未充足ニーズ

■ BUT反転

■ 行動反転

NFP判定

ニーズの判定

■ 強さ

■ 未充足度

相鉄海老名駅のホーム

	誰か?	行動	問題	手がかりDoニーズ		未充足ニーズ	強さ	未充足度						
禁止される側	電車を利用する人で急いでいる人	電車に間に合うよう、扉が閉まりそうになっても駆け込んで乗車している	発車時間を遅らせてしまうと、車内で気まずい	できるだけ早く無駄時間なく目的地に到着したい	<table border="1"> <tr><td>N</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>F</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>P</td></tr> <tr><td>x</td></tr> </table>	N	O	F	O	P	x	<p>【BUT反転】電車を遅らせても気まずい思いをすることなく、(手がかりDoニーズ)</p> <p>【行動反転】電車に駆け込むことなく、(手がかりDoニーズ)</p>	×	◎
N														
O														
F														
O														
P														
x														
禁止する側	駅員と電車の運転士	駆け込みする人の様子を見ながら、扉を開けていたり、閉めかけた扉を開けたりする	電車の発車時間が予定通りにならない	安全に電車を発車させたい	<table border="1"> <tr><td>N</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>F</td></tr> <tr><td>O</td></tr> <tr><td>P</td></tr> <tr><td>O</td></tr> </table>	N	O	F	O	P	O	<p>【BUT反転】予定通りに、(手がかりDoニーズ)</p> <p>【行動反転】乗車する人に応じて扉を開け閉めすることなく、(手がかりDoニーズ)</p>	◎	◎
N														
O														
F														
O														
P														
O														

ニーズの強さの判定基準

ニーズの強さ → 基本: お金を払っても良いか?

他に考慮したこと

- 問題を認識できているか?
- 問題を問題と感じているか?
- 単なる説明になっていないか?

ニーズの未充足度 → 基本: 他に手段は無いか?

他に考慮したこと

- 禁止されていても問題なくできていないか?
- 禁止されなくても、常識的に行動しないのでは?
- 禁止看板を掲示することで用がすんでないか?

どのようなニーズが創造できたか？

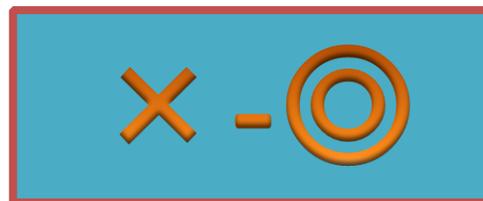


危険！ 駆け込み乗車禁止



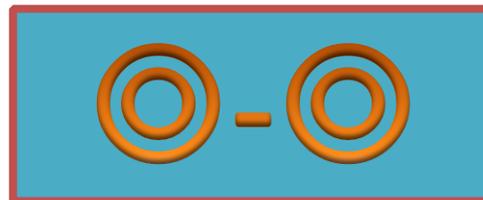
禁止される側

電車を遅らせても気まずい思いをすることなく、できるだけ早く無駄時間なく目的地に到着したい



禁止する側

乗車する人に応じて扉を開け閉めすることなく、安全に時間通りに電車を発車させたい



どのようなニーズが創造できたか？



ごみを置かないで！！



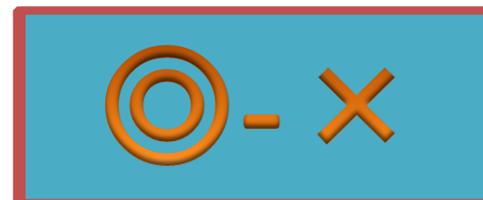
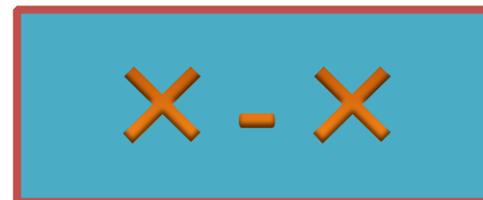
禁止される側

飲みかけの缶コーヒーを持つことなく、来た電車に乗りたい



禁止する側

飲みかけの缶コーヒーなどのゴミの処理に煩わされることなく、効率的に業務を行いたい



どのようなニーズが創造できたか？



ここは路上喫煙禁止区域



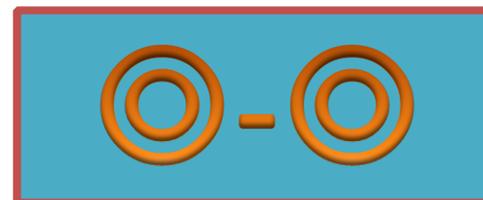
禁止される側

他の人から迷惑がられることなく、タバコを吸いたいときに吸いたい



禁止する側

たばこの火で洋服をダメにしたり、火傷を負う心配なく、自分の都合に応じて好きなように歩きたい



どのようなニーズが創造できたか？



犬のふんは飼い主が
始末しましょう



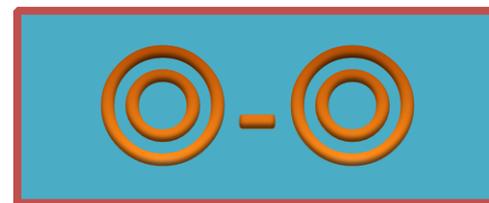
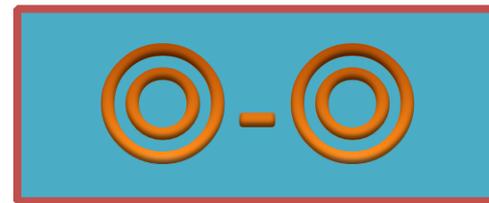
禁止される側

近所の人とふんの始末でもめることなく、
快適に犬の散歩をしたい



禁止する側

犬の散歩をする人の不始末でいやな思いや
面倒くささを感じることなく、家の周りを
きれいにしておきたい



どのようなニーズが創造できたか？

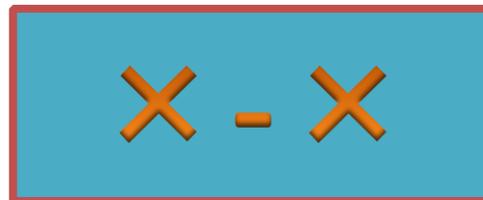


小型洗濯機で毛布などは洗えません



禁止される側

できるだけ安価に毛布の汚れや匂いを十分に落としたい



禁止する側

余計な修理費用を掛けることなく、売り上げを得たい



どのようなニーズが創造できたか？



衛生上、他のお客様の迷惑になりますので、おしめやペットの衣類などのご利用は、お断りいたします



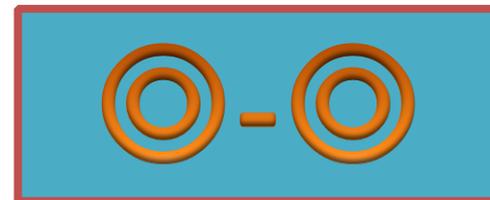
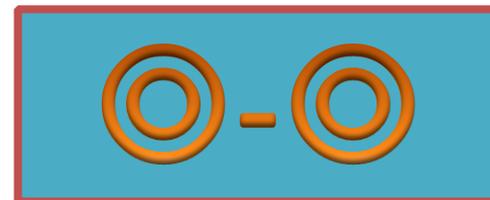
禁止される側

お店や他のお客とトラブルになるなど、面倒な思いをすることなく、できるだけ安価に排泄物やペットの汚れ物をきれいにしたい



禁止する側

汚物によって機会損失や余計な手間を被ることなく、利益をあげたい



どのようなニーズが創造できたか？

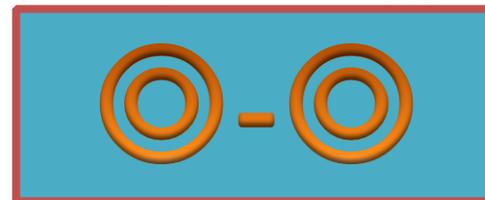


自転車・バイクを 放置しないでください



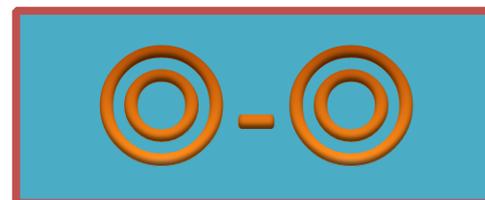
禁止される側

自転車を撤去され罰金を払う不安なく、安
価に楽に自分の都合に合わせて駅まで行き
たい



禁止する側

駅周辺を見回ったり放置自転車の撤去作業
をすることなく、駅周辺を歩行者に快適な
状態にしたい



どのようなニーズが創造できたか？

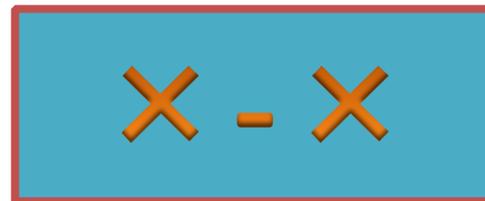


お荷物は膝の上に乗せ、
座席を詰めてご利用ください



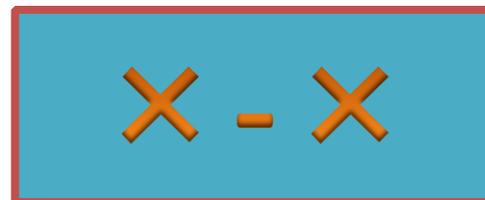
禁止される側

配慮や思慮のない人と人から思われることなく、荷物に煩わされることなくリラックスして座りたい

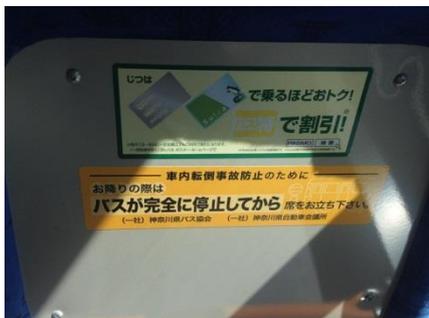


禁止する側

バスの中で席を空けるようにアナウンスすることなく運転に集中したい



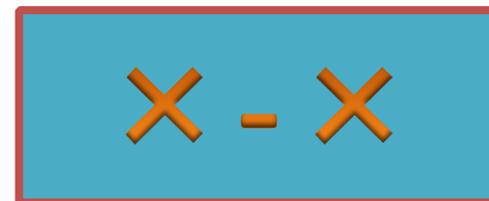
どのようなニーズが創造できたか？



転倒防止のために お降りの際は
バスが完全に停止してから
席をお立ち下さい

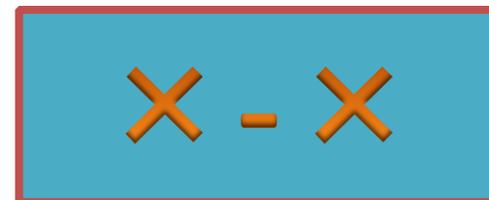
 禁止される側

急ブレーキで転んでけがをする心配なく、できるだけ早く降車したい



 禁止する側

席を立った人が転ばないように心配することなく、運転に集中したい



どのようなニーズが創造できたか？

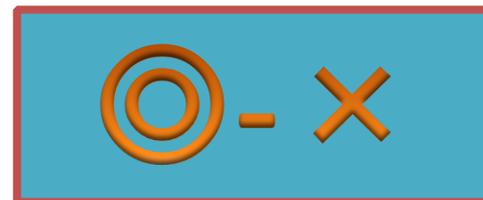


ドアにちゅうい



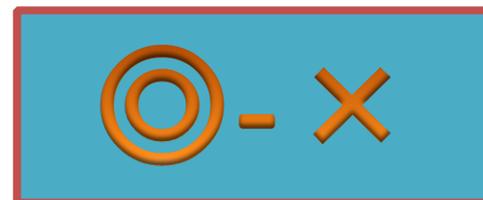
禁止される側

子供がエレベーターのドアに指を巻き込まれる心配なく、楽にフロアを移動したい



禁止する側

エレベーターの事故を確実になくしたい



どのようなニーズが創造できたか？

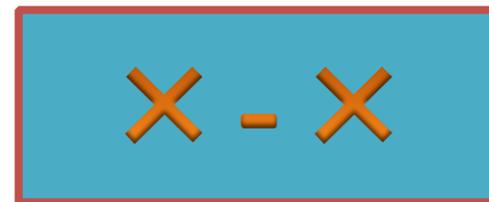


入居者以外のゴミ出し禁止



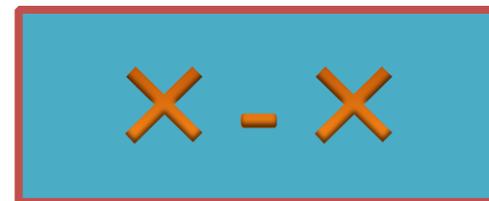
禁止される側

その地区の住民に見つかって気まずい思いをすることなく、家のゴミを早く捨てたい（自分の地区のゴミ回収日が過ぎてしまった人）



禁止する側

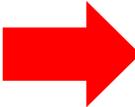
ごみを放置して住民から苦情を出されることなく、ゴミ回収費用と手間を節約したい（苦情に対する対応を含めて）



-  犬のふんは飼い主が始末しましょう

 犬のふんを拾ったり持ち歩くことなく、快適に犬の散歩をしたい
-  自転車・バイクを放置しないでください

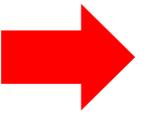
 自転車を撤去され罰金を払う不安なく、安価に楽に自分の都合に合わせて駅まで行きたい
-  衛生上、他のお客様の迷惑になりますので、おしめやペットの衣類などのご利用はお断りいたします
(コインランドリーの禁止看板)

 お店や他のお客とトラブルになるなど、面倒な思いをすることなく、できるだけ安価に排泄物やペットの汚れ物をきれいにしたい

-  犬のふんは飼い主が始末しましょう

 犬の散歩をする人の不始末でいやな思いや面倒くささを感じることなく、家の周りをきれいにしておきたい
-  自転車・バイクを放置しないでください

 駅周辺を見回ったり放置自転車の撤去作業をすることなく、駅周辺を歩行者に快適な状態にしたい
-  衛生上、他のお客様の迷惑になりますので、おしめやペットの衣類などのご利用は、お断りいたします
(コインランドリーの禁止看板)

 汚物によって機会損失や余計な手間を被ることなく、利益をあげたい

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

- 誰に問題が起こるのか？
- 行動がどのような問題につながるか？
- いつ看板の掲示を決めたか？
- どこに看板を掲示しているか？
- 何のために看板を掲示するのか？

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

● 誰に問題が起こるのか？

禁止される人

禁止する人

禁止される人と場所や商品を共有する人

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

- 行動がどのような問題につながるか？

公序良俗を乱す

危険が発生する

商売の運営上の障害になる

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

●いつ看板の掲示を決めたか？

商品や施設の設計時

設置・運営後

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

- どこに看板を掲示しているか？

公共の場所

私有地

交通機関

小規模な店舗

どのような要因が◎ - ◎ニーズと因果関係が強いのか、複数の切り口で分析した

●何のために看板を掲示するのか？

行動を抑制するため

行動を促すため

説明するため

事故発生時の責任を明確にするため

◎ - ◎ニーズが創造できそうなケース

- 禁止されている行動によって、その空間を共有する人に問題が発生し、共有する人や管理者とトラブルになる (犬のふん)
- 罰金等のペナルティーがある (放置自転車)
- 行動すると後ろめたいという心理が働く (犬のふん、コインランドリー)
- したい行動ができないことで不便を強いられる (放置自転車)

◎ - ◎ニーズが創造できなさそうなケース

- 禁止されている行動に問題を感じない、意識できない (座席にカバン、バスの離席)
- 既に一般常識となり、他の仕組みで補完されている (禁煙)
- リスクなく行動できている (コインランドリーで毛布)

◎ - ◎ニーズが創造できそうなケース

- 禁止している行動によって、その空間を共有する人に問題が発生し、クレームが発生する (コインランドリー)
- 禁止看板を掲示するだけでは効果が小さい (駆け込み乗車)
- 設計後に禁止看板を作成し掲示している (カップラーメ：未紹介)
- 見過ごすと行動する人が増えて状況が悪化する (放置自転車)

◎ - ◎ニーズが創造できなさそうなケース

- 問題が発生した時の責任を回避するための看板 (駅のエスカレーター)
- リスクが大きくて、行動する人がいない (エレベーター)
- すでに一般常識化しており、行動する人がいない (禁煙)
- 看板を掲示するだけで行動を抑制する効果が高い (ゴミを置くな)
- 禁止看板ではなく、案内や取扱いの説明をした看板 (使用中ボタン)

禁止看板を起点として未充足の強いニーズは創造でるのか？

今回、収集した禁止看板から数種類の「未充足の強いニーズ」を開発することができた。また、「未充足の強いニーズ」を創造できそうなケースについて一部明らかにすることができた。

キーニーズ法の補完として有効か？

キーニーズ法において行動・問題を見つけるうえでのバリエーションとして、一つの看板から3つの視点(禁止される人、禁止する人、空間を共有する人)から行動・問題・ニーズが出すことができる。

フィールドワークによって未充足ニーズを探す方法の一つになりうる。

【補足】

禁止看板に書かれていることは、行動を禁止されている本人に問題があるとは限らない。

ただ、「固めるテンブル」のように、本人に問題が無いように見えても、世の中の環境意識の醸成によって、時間がたつと本人が問題に感じるようになることがある。

今回の事例では、犬の糞の処理が同じケース。

仮説として、その行動は本人には問題が無くとも、周りに問題がある、というケースは、「世間の目」や「後ろめたさ」といった形で本人に問題が回ってくるので、一部の良心的な人のニーズに向けて商品を作ることは、もしかしたら長期的に売れ続ける商品になるかもしれない。

1. 2013年度の振り返り
2. 2014年度の研究概要(テーマ、目的、方法)
3. 研究結果の報告
4. **今後の課題**

1. フィールドワークの対象を広げる

今回街中でフィールドワークを実施した。これ以外に、商品パッケージ、取扱説明書、インターネット上、会社内など、様々な場面で今回の考え方が適用できるか検証する。

2. 企業の商品コンセプト開発につなげる

今回の注意看板の事例だけでは、様々な企業の商品コンセプト開発につなげられるか、結論が出せていない。汎用性を持たせた考え方に昇華させる。



一般社団法人

日本市場創造研究会

第4回研究発表会

第6分科会 商品コンセプト開発の研究

ご清聴ありがとうございました