

# 新市場創造型商品の開発手法【キーニーズ法】

## ——「未充足の強い生活ニーズ」の創造——

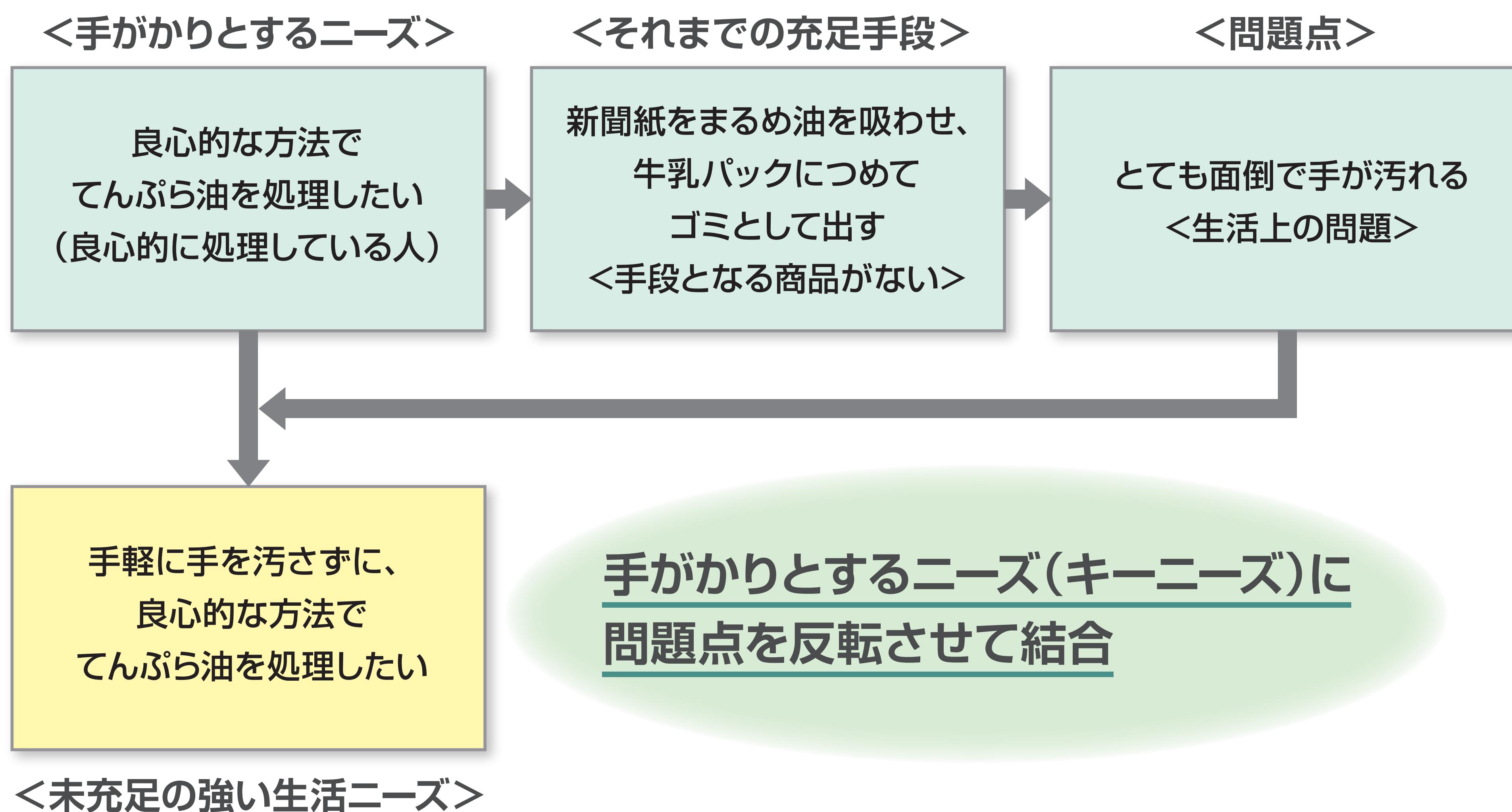
「新市場創造型商品(MIP)」は、それまでの商品では満たすことのできなかった生活上の問題を解決する、消費者にとって「未充足の強い生活ニーズ」に応える商品である。ただし、この「未充足の強い生活ニーズ」のほとんどは消費者自身も自覚していない潜在ニーズであることが多い。

そのため、「未充足の強い生活ニーズ」は消費者調査などで得られた手がかりとなるニーズをもとに、開発者が創造する必要がある。

そのための手法が「キーニーズ法(CAS分析)」である

### 《キーニーズ法(CAS分析)による》 《「未充足の強い生活ニーズ」創造の事例》

「テンプル(天ぷら油処理剤)」(MIP)が応えた「未充足の強い生活ニーズ」は以下のように創造された。



※上記分析は、梅澤伸嘉(2001)、『長期ナンバーワン商品の法則』、ダイヤモンド社.を元に一部改変しました。