

スペックの最適化を目的とした商品開発①

【メーカー事例】

- 他ユーザーに波及効果を与えるターゲットを把握する。
- そのターゲットにとって魅力的な丸ノコのスペックと訴求ポイントを探る。

<工法解析>

【調査事項】

- 作業内容、作業頻度、作業環境、作業特性
- 実態・意識・ニーズの把握

【調査手法】

- プロユーザーアンケート(面接法、調査法)
 - 一般ユーザーアンケート…69項目についての評価
- 数量化Ⅲ類、クラスタ分析

- 対象商品(丸ノコ)、ターゲット(造作大工)、の設定
- ターゲットニーズの体系化(属性の決定)

<コンジョイント分析>

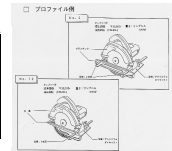
- ①製品を模したプロフィール
(コンジョイントカード)を、
プロユーザーヒアリングにて評価

属性: 重さ、価格、定規、カード材質、定番

【プロフィール一覧例】

NO	定盤材質	価格	重さ	ガード材質	定規形式
1	マグネシウムダイキャスト	¥29,000	3,200g	プラスチック	1本足(T型)
2	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-

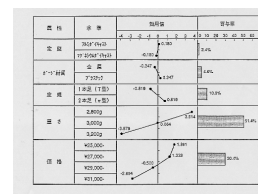
【コンジョイントカード例】



- ②もっとも重要な属性はどれか、
またその中で最適な水準は何かを
コンジョイント分析にて抽出

→寄与率が最も高いのは「重さ」
→「重さ」の効用値がプラスに転じるのは3,000g以下

【分析結果例】



- 商品開発コンセプトの決定
- ・重さは2,900gを切る
- ・価格は刃付き、ユーザー販売価格で¥27,000以下である

【結果・活用事例】

- ユーザーの購入実態・市場におけるユーザー層の把握と、他のユーザーに最も波及効果を持つターゲットが特定できる。
- 分析によって、重さや価格等の要素の最適な水準を組み合わせた商品コンセプトが確立できる。