

商品設計の正しいあり方

～売れる理由がわかる！商品開発のアウトプット～

売れる商品開発を実現するためには、一つひとつの商品の設計が市場やニーズに沿っている必要があります。それらが曖昧になってしまうと、その商品が売れる可能性は低くなっていきます。

本セミナーでは、どのようにして売れる商品をつくることができるのか、一つひとつの設計の仕方から分析手法まで徹底的に解説します。

「なんとなく」で商品をつくっていませんか？

まずは、下記の商品開発事例のアウトプットを見てみてください。商品開発は、ただ単に原価をみて価格を決めたり、なんとなくの方針から開発アイテムを決めたり、なんとなくの感覚から付加価値をつけているのでは成功しません。下記の例では、一つひとつの商品設計がどのようにして導き出されたのか示しています。自社での開発プロセスを振り返りながら、一つでもできていないと感じる項目があれば改善していく必要があります。

開発商品案		商品情報	
クリエイティブ/商品写真		③ 独自性	ビジネスシャツブランドの中で圧倒的なリーズナブル価格と多機能シャツ
		④ 便益	消臭、速乾、ストレッチ、ノーアイロン
※イメージ画像		解決できる悩み	・独自の消臭シート加工により夏場の汗のにおい悩みを軽減する ・速乾機能によりすばやく汗を吸収しべたつきを軽減する。 ・ビジネスシャツなのに動きやすく快適な着心地を提供する。 ・アイロンの手間を省く。
商品名		顧客体験	汗悩みを解決、さらりと快適に過ごせる驚きの多機能ビジネスシャツが低価格で得られる。
① 価格		⑤ キャッチコピー	汗におわない、アイロンいらず。働ける普段着。
¥ 2,490(税込¥2,739)		販売方法	店舗 自社EC 各種ECメール
② 中分類名			
シャツ			
小分類名			
ボタンダウン			

本事例はサンプルです。

これらの商品設計、
全てがデータと分析に基づいて
設計されています！

①	価格	プライスMD分析でプライスラインを分析し、競合分析と粗利率で詳細の価格を決定する。
②	中分類/小分類	粗利貢献度分析、ツキ管理分析から開発すべき商品分類を分析する。
③	独自性	自社の強み、市場分析を元に付加できる独自性を分析する。
④	便益～顧客体験	市場分析から顧客のニーズを把握し、競合分析から優位性の持てるリプレイスポイントを設定する。
⑤	キャッチコピー	商品設計を整理し、訴求ポイントを明確にして顧客体験をイメージしやすくする。



INFORMATION



売れる自社商品の開発をしたい とお考えの事業者の皆様へ

皆様の企業では、商品開発においてこのような経験をしたことはございませんか？

- ・商品を開発してみたものの、思うように売れなかった
- ・明確な商品開発のプロセスや手法が、担当者によってバラバラになっている
- ・商品の企画がこれで正しいのかわからない
- ・結果的に商品開発を先延ばしにしたり、あきらめている

商品開発は企業にとって常に大きな課題です。実際に商品を販売してみなければ、その商品が成功するのか失敗するのかわからない、という背景もあります。

ですが、実は売れない商品をつくってしまう理由は明確です。商品開発の原則は、その商品が「**市場**」「**顧客**」「**競合**」の3つの要素それぞれにマッチするようにつくことです。その商品自体が起因となって売れない場合、これらの3つの要素のいずれか、あるいは複数の要素の設計が間違っています。

もちろん、これら3つの要素それぞれに「当たり」となる商品づくりのヒントを見つけるためには、明確な手法と分析が必要です。しかし、商品開発においての最新手法では、**自社の取引データや検索行動データといった「データ」からヒントを導き出すことによって、精度の高い売れる商品をつくることが可能**になっています。

このような最新の手法を使えば、皆様の企業での商品開発がグッと楽になるはずです。

本セミナーでは、若手の担当者でも、**誰がやっても同じ高品質、高精度で商品企画立案ができるようになる**ための商品開発のプロセスを一からお伝えするだけでなく、データから確度の高い商品づくりをするための最新手法をお伝えします。

【全業種向け】売れる商品開発研修セミナー【お問い合わせNo. S096152】

開催日時: 2023年2月27日(月) 16:00～18:00 (ログイン開始15:30より)
2023年2月28日(火) 10:00～12:00 (ログイン開始 9:30より)
2023年3月 1日(水) 16:00～18:00 (ログイン開始15:30より)

開催方法: オンライン開催(zoom)

下記課題を感じる事業者の皆様はぜひ当セミナーをご活用ください

- ① EC事業の伸び悩みを打破したい事業者
- ② 新規顧客がなかなか定着しないとお悩みの事業者
- ③ 新しく商品をつくってみたが、売れ行きに悩んでいる方
- ④ どのようにすれば商品開発をすればいいのかわからない担当者や事業者
- ⑤ 商品開発のデータをつかった分析手法を知りたい方

講座内容

第1講座『商品開発の課題と最新時流』

株式会社船井総合研究所
データDXチーム 横窪 勇太



- ・商品開発で陥りやすいよくある開発プロセスの課題の原因
- ・開発プロセスレベルを底上げするための考え方と取り組み
- ・DX組織化のためのロードマップーデジタル人材育成と商品開発の関係性

第2講座『データから売れる商品をつくる！商品開発の最新手法』

株式会社船井総合研究所
データDXチーム 杉浦 茉歩



- ・売れる商品をつくるための基本の考え方
- ・商品開発の進め方
商品開発を進めるステップと分析手法
- ・売れる商品をつくるためのデータ活用の仕方
取引データを活用した開発すべき商品の見つけ方
検索行動データを活用したニーズの発見と商品づくり

第3講座『明日から商品開発を実践するために』

株式会社船井総合研究所
事業イノベーション支援部
ディレクター 大山 広倫



- ・デジタル人材不在の会社がデータ経営に取り組む方法
- ・データ経営によって描ける成長戦略

お問い合わせ

【全業種向け】売れる商品開発研修セミナー

主 催: 株式会社船井総合研究所
船井総研セミナー事務局

<E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp>

お問い合わせNO.S096152

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせ
NO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

自社商品開発の開発事例レポート

～実際の商品開発の現場から～

船井総合研究所がこれまでさまざまな会社のPB商品開発をサポートしてきた中での実際の成功事例を紹介します。これらの成功事例でやってきた商品開発の手法は実はどれも一緒です。本セミナーでは、その商品開発のより詳しい手法とポイントをお伝えします。

1 データから何が売れるか“可視化”する！商品開発事例3選

事例1 開発したビジネスカジュアルシャツが消化率80%の主力商品に！

一つ目の事例は、アパレル会社でのPB開発事例です。この会社ではデータを活用し、自社の取引データからもっとも開発すべき、粗利貢献度の高い商品分類「ワイシャツ」を特定し、PB開発商品としてビジネスカジュアルアイテムを強化していくことになりました。普段着としても、毎日の通勤着などビジネスカジュアルとしても使えることを重視しながら、市場分析、検索行動分析、ニーズ分析を踏まえて商品づくりを行なった結果、主力商品へ成長するPB商品をつくることができました。

事例2 新規商品カテゴリ付加、何を発掘すべきか検索行動データからアプローチする！

二つ目の事例は、新しく発掘する新規商品カテゴリをデータから見つけた事例です。この会社では、主力商品となっている商品カテゴリ以外に、売上をつくれる柱として新規の商品カテゴリ、キッチン家電を発掘することになりました。

このような、新規商品カテゴリを付加していく場合に役に立つのが、検索行動のビッグデータです。検索行動のビッグデータを時系列に追ってみていくことで、「誰が、どんなことをきっかけに、どんなことを求めて、何を探しているのか」を明らかにすることができます。セミナーでは、どのようにして自社のコンセプトから新規商品カテゴリを見つけていくのかお伝えします。

事例3 その商品のターゲット、間違っていない？外さないターゲットをデータから見つける

三つ目の事例は、商品のターゲット、そしてそのターゲットが求める商品の属性をデータから明らかにした事例です。このケースでは、今後自社顧客として取り入れていきたい若年層の女性に受け入れられる収納をつくるために、どのような性質をもたせるべきかという点において、検索行動データを活用した事例です。この例では、データの分析を進めていくことで、収納用品の購買動機が20代と40代で異なること、そしてそれぞれ求めている機能が異なることが見えてきました。

2 売れる商品をつくるための開発ステップとは

PB商品の企画立案

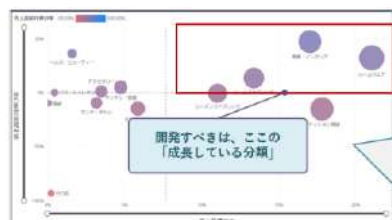


あなたの会社では、商品開発をする中で明確な手法が定まっていなかったり、なんとなくの感覚で議論を進めていることはありませんか？売れる商品開発のプロセスと手法は定義することができます。成功事例を生み出したどの会社でも、やっている流れと内容は基本的に同じで、それさえ理解できれば、どの担当者が企画を行なっても高水準の開発ができるようになります。セミナーでは、まずPB商品の開発プロセスと手法を一つずつ説明します。

3 自社取引データから開発すべき商品小分類を可視化する

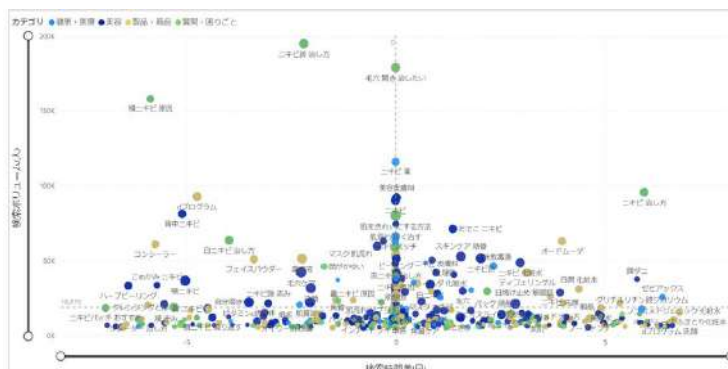
商品開発をする目的は、売上を上げることと、粗利率を高めることによって利益をあげることです。つまり、死筋の商品カテゴリの中から、新たに商品を開発しても意味がありません。商品開発の最初の壁はまず「何を」開発すべきなのか決めることです。ですが、成功する会社は自社の取引データから投資すべきカテゴリを見つけ、アイテムの投入を行なっています。セミナーでは、取引データを活用して効率よく利益をあげられる商品カテゴリを見つける考え方と手法をお伝えします。

粗利率配当表						
小分類	売上高	売上高構成比	粗利率	粗利率	平均粗利率	平均粗利率
メンズシャツ	970,000,000	10.0%	18.0%	18.0%	12.0%	1.0%
メンズコート/ジャケット	999,999,999	10.0%	18.0%	18.0%	11.5%	1.0%
メンズTシャツ	999,999,999	10.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
レディーストップス	134,095	0.0%	18.0%	18.0%	8.0%	1.0%
メンズジャケット	13,000	0.0%	18.0%	18.0%	8.0%	1.0%
小計	2,000,000,000	10.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
レディース小物	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
メンズ小物	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
レディース下着	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
メンズ下着	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
パルメ・ビュッフェ	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
バス・トイレタリー	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
その他	400,143,000	4.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%
小計	1,600,572,000	8.0%	18.0%	18.0%	10.0%	1.0%



4 顧客・競合・市場、全てのヒントがつまった検索行動データの活用方法

商品開発で失敗する理由は、自社が定めた顧客や市場が間違っているからです。逆に言えば、これらの正解がわかりさえすれば売れる商品をつくることはもっと楽になります。そして、そのヒントが詰まっているのが検索行動データです。これまで弊社が活用してきた検索行動データの分析事例を通して、どのようにニーズをつかんでくるのかお伝えします。



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

【全業種向け】売れる商品開発研修セミナー

お問い合わせNo. S096152

オンラインにて開催

※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

日時・会場

2023年 2月 27日(月)

開始 16:00 終了 18:00 (ログイン開始 15:30より)

お申込期限: 2月23日(木)

2023年 2月 28日(火)

開始 10:00 終了 12:00 (ログイン開始9:30より)

お申込期限: 2月24日(金)

2023年 3月 1日(水)

開始 16:00 終了 18:00 (ログイン開始15:30より)

お申込期限: 2月25日(土)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索

対象

全業種の企業の経営者、商品開発担当者

受講料

一般価格

税抜 10,000円(税込 11,000円)／一名様

会員価格

税抜 8,000円(税込 8,800円)／一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(ID: FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWeb上でご確認いただけます。
または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo. 096152を入力、検索ください。

お問合せ



Funai Soken

株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー担当事務局E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ: 横田 ●内容に関するお問合せ: 杉浦
※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

開催日程によって期限が異なりますので、ご注意ください。

■ 2023年2月27日(月) オンライン開催【申込締切日 2月23日(木)】

■ 2023年2月28日(火) オンライン開催【申込締切日 2月24日(金)】

■ 2023年3月 1日(水) オンライン開催【申込締切日 2月25日(土)】

