

2014年後期 商品開発 課題「商品企画提案書」

これまでの演習内容をもとに、次の項目を含めた商品企画提案書を作成し、用意すること。

提出日:2015年1月21日(水)3限授業時

各自、A4縦の冊子のかたちで2部用意。(図書館開架のため)

企画提案書に含めるべき項目:

商品企画プロジェクト名

想定所属組織(開発チーム等)

...どこに所属する開発者として、誰に提案するのか(事業部長、銀行、共同経営者等)を想定すること

0. 概要

1. 開発目標・指標(戦略上の位置づけ)

...年間売上、市場シェア、利益率、市場投入時期

2. 環境・資源分析と市場創出機会

3. (潜在)顧客ニーズとセグメンテーション&ターゲティング

4. コンセプト案(デザインを含む)

...コンセプトに対するデザイン(具体的にどのようなものかの表現、すなわちスケッチ等)を含めること

5. 提案コンセプトに対する顧客定性評価知見

6. 提案コンセプトによる開発目標達成可能性とリスク

...提案コンセプトのPI(購買意図(5or7段階評価)はどの程度か

そのコンセプトPIの場合、売上はどれ程に想定されるか(複数シナリオを用意) ←「想定売上の導出手順」参照*
(PIの導出は、本来はアンケート調査(定量調査)によるが、今回は定性調査(インタビュー調査)をもとに推測する。)

7. 資源投資提案(今後の開発に必要な資源)

...人材(開発チーム)、予算、データ、今後の開発スケジュール

* 想定売上の導出手順

1. 購買意図(PI)の導出

5or7段階評価によるその人(ターゲット顧客)の購買意図

例: A: あなたは、このコンセプトの商品がスーパーで売られていたら—

Q: 5 ——— 4 **3.7** — 3 ——— 2 ——— 1
 絶対買う 多分買う わからない 多分買わない 絶対買わない

2. 購買意図を購買可能性(%)に置き換え

例: 購買意図: 5 ——— 4 **3.7** — 3 ——— 2 ——— 1
 絶対買う 多分買う わからない 多分買わない 絶対買わない
 ↓ ↓ ↓ ↓ ↓
購買可能性: 100% — 50% — **35%** — 0% — 0% — 0%

3. 想定売上を導出

想定売上 = ターゲット顧客数(n) × ターゲット顧客の購買可能性(%) × 想定客単価(円)

(期間(年間、月間、週間、等)も想定すること)

(客単価はコンセプト記載の商品値段をもとに)