



地方独立行政法人

岩手県工業技術センター

IWATE INDUSTRIAL RESEARCH INSTITUTE

デザイン思考による 商品企画支援ツールの開発

技術シーズ創生研究事業 プロジェクトステージ（平成31年度-令和2年度）

担当者

産業デザイン部

○長嶋宏之

内藤廉二

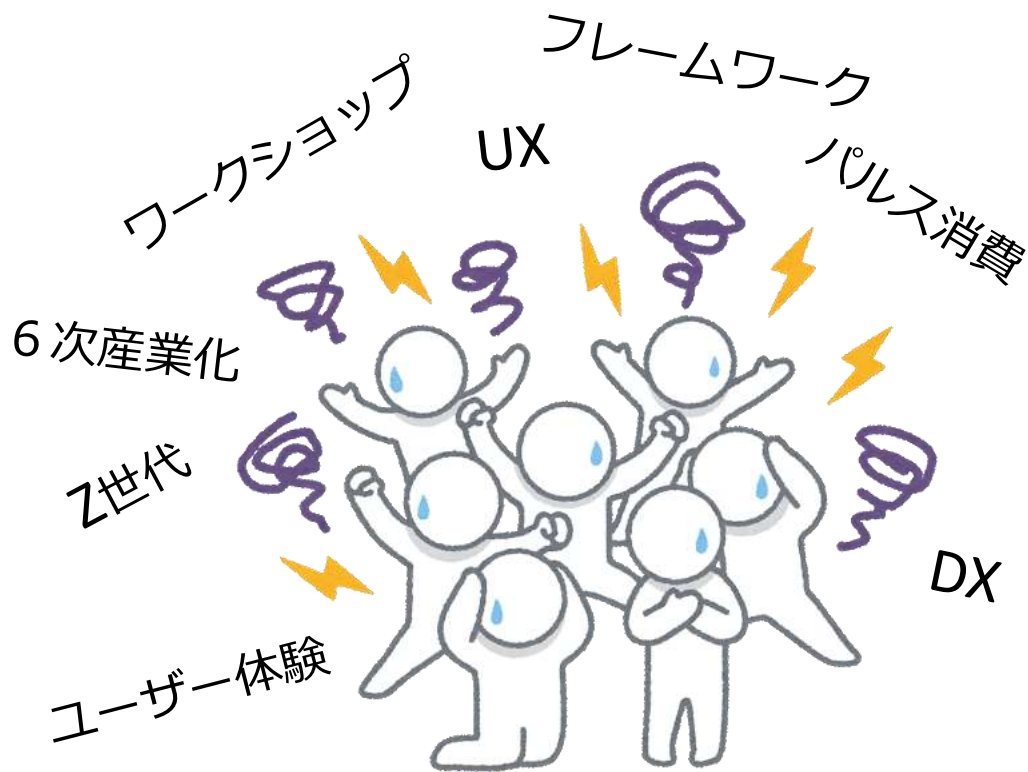
永山雅大

小林正信

令和3年7月16日 岩手県工業技術センター 成果発表会

新商品開発 とはいっても

何から進めたらいいんだろう？



研究の背景・必要性

本県産業の
商品競争力を
向上する

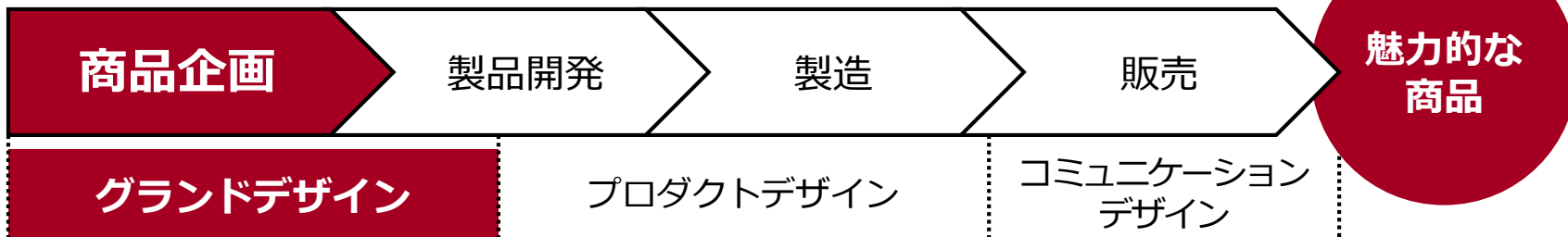


モノづくりからコトづくりへの転換が必要



デザイン視点からアプローチ

〔商品開発プロセス〕



➡ **コトづくり**のためには、
商品開発の入り口「**商品企画**」の強化が必要。

研究目的・方法

商品価値創造を
デザイン視点のアプローチで進められる

岩手県内企業が活用できる 商品企画支援ツールの実現

内容

2019年	調査 ツール開発	先行事例調査 プロトタイプ設計
2020年	ツール開発	検証・改良 実証試験

目指す支援ツール

商品開発を行う際の

思考過程を可視化し、

デザイナーではない担当者でも

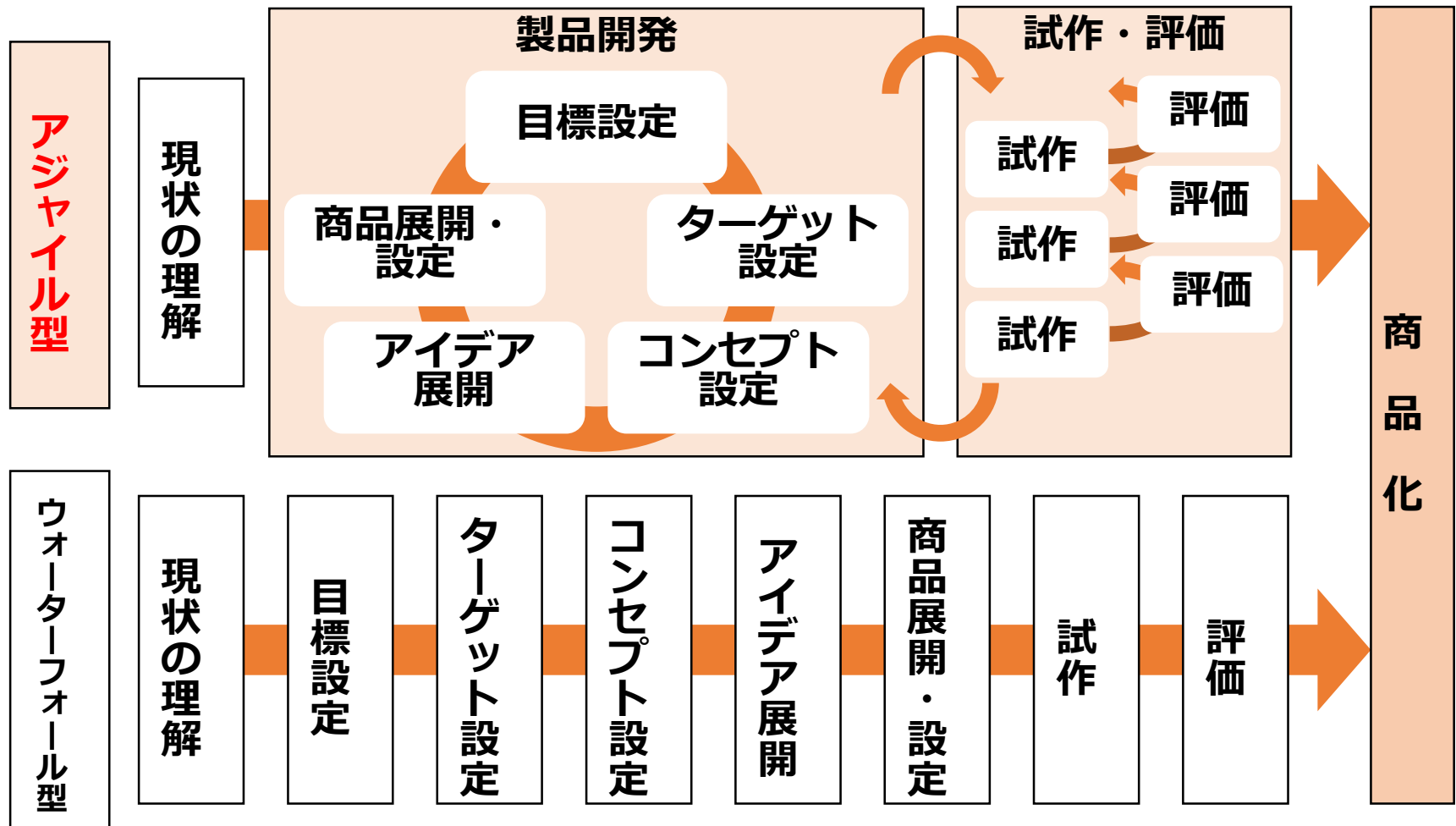
進行管理を行うことが可能なツール

支援ツールの開発ポイント

1. 当センターの**支援ノウハウ**を基に制作
2. 商品開発の**全体像と現在位置**がわかる
3. **開発状況が可視化**され、
情報共有できる
4. 今行うべき**必要な行動**がわかる

支援ツールのコンセプト

開発するツールは**アジャイル型支援**

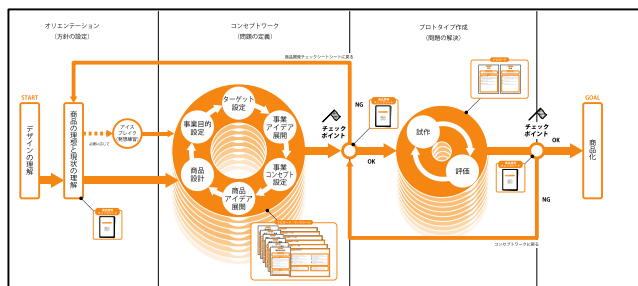


支援ツールの構成



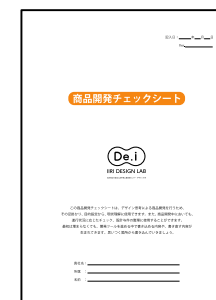
De.idea
IIRI DESIGN LAB
商品開発支援ツール

ナビボード



ナビツール

商品開発チェックシート



ナビカード

ナビシート

ナビカード

事業目的設定

このカードの目的
お客様がどのような効果を求めるかを明確めます。

方法

- 事業の目的の設定
- 自社の「強み」の整理
- 事業成功の競争の設定

結果 (設定目標)

「私がこの事業をおこなうのは、お客様に
とって欲しいからである！」

ナビシート

事業目的設定 期別 業 内項目 年 月 日 冊

あなたは「なぜ」これをやって見ようのですか？

内強みの整理 (強み、APF...)

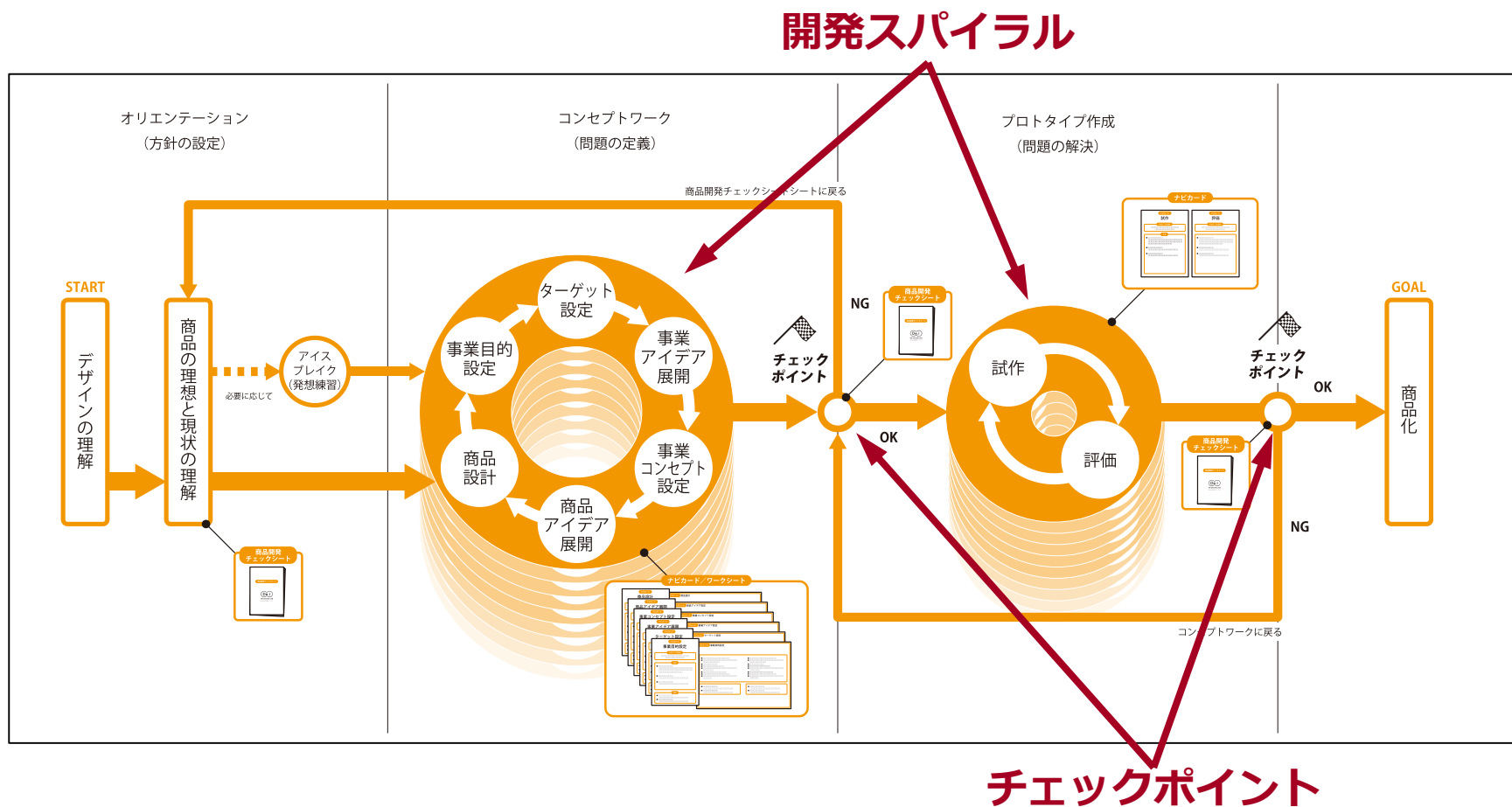
内強みの整理 (強み、APF...)

内強みの整理 (強み、APF...)

内強みの整理 (強み、APF...)

私がこの事業を行うのは、お客様に
とって欲しいからである！」

ナビボード



コンセプトワークを中心に開発スパイラルをナビゲートする進行表
輪状の経路を何度も周回しブラッシュアップするのが特徴

商品開発チェックシート

各設問に回答することにより、商品開発の全体像を把握

記入日：____年__月__日
Ver. _____

商品開発チェックシート

De.i
IIRI DESIGN LAB
www.iiri-design.com TEL: 03-5727-1100

この商品開発チェックシートは、デザイン思考による商品開発を行うため、その足掛かり、目的設定から、開発期間に活用できます。また、商品開発中においても、進行状況に応じたチェック、設計条件の整理に活用することができます。最初は埋まらなくても、開発ツールを進める中で書き込める内容や、書き添う内容が生まれてきます。思いっぴく活用から書き込んでいきましょう。

責任者： _____
所属： _____
名前： _____

表紙

「なぜ」

この「なぜ」は、顧客の「なぜ」を掘り出すためのツールです。顧客の「なぜ」を掘り出すことで、顧客の「なぜ」を掘り出すことができます。

あなたは「なぜ」これを作ったのですか（ビジョン）

「なぜ」を掘り出すためのツールです。顧客の「なぜ」を掘り出すことで、顧客の「なぜ」を掘り出すことができます。

**理由
(WHY)**
※ビジョン

「どのように」

この「どのように」は、顧客の「どのように」を掘り出すためのツールです。顧客の「どのように」を掘り出すことで、顧客の「どのように」を掘り出すことができます。

「どのように」を掘り出すためのツールです。顧客の「どのように」を掘り出すことで、顧客の「どのように」を掘り出すことができます。

**方法
(HOW)**
※事業コンセプト

「何を」

この「何を」は、顧客の「何を」を掘り出すためのツールです。顧客の「何を」を掘り出すことで、顧客の「何を」を掘り出すことができます。

「何を」を掘り出すためのツールです。顧客の「何を」を掘り出すことで、顧客の「何を」を掘り出すことができます。

**何を
(WHAT)**
※商品コンセプト

「目指す商品」

この「目指す商品」は、顧客の「目指す商品」を掘り出すためのツールです。顧客の「目指す商品」を掘り出すことで、顧客の「目指す商品」を掘り出すことができます。

「目指す商品」を掘り出すためのツールです。顧客の「目指す商品」を掘り出すことで、顧客の「目指す商品」を掘り出すことができます。

目指す商品

理由 (WHY) ・ 方法 (HOW) ・ 何を (WHAT) で構成

※参考「WHYから始めよ！」サイモン・シネック、日本経済新聞出版社、2012

商品開発チェックシート

理由 (WHY) : 事業の目的 (ビジョン) を確認する頁

「なぜ」
⋮
ここでは、「誰か」に対して考えてみましょう。
自分たちがやりたいコト、作りたいモノではありません。

「なぜ」は、信念や価値観です。
これから行おうとするコト、作り出すモノの理由がわかることで、
その次の行動がみえてきます。

あなたは「なぜ」これを作って売るのでか〈ビジョン〉
「
_____」
(e.g. お客様に新しい食の形を提案したい、子供の笑顔を作りたい、etc.)

01

あなたは
なぜ
これを作って
売るのでか

商品開発チェックシート

方法 (HOW) : 事業コンセプトを確認する頁

新しい (H2+00) は何をするものですか (事業コンセプト)
「 _____ する、新しい (H2+00) 」

1. 新しい (H2) は誰が使うものですか (ターゲット)

使う人は誰ですか (名前) _____
使う人の年齢・性別は _____
使う人の職業は _____
使う人の国籍・出身地・居住地は _____
使う人の財布の中は _____
使う人の好きなものは _____
使う人の趣味は _____
使う人の家族は _____
使う人の習慣は _____
使う人の特徴は _____

その人は何のために新しい (H2) を使うのですか

その人の目的は _____
効果・利益 (ベネフィット) は _____
その人はいつ使いますか (e.g. 年/季節/月/週/曜日/日にち/時間帯) _____

どのような機会・状況で使いますか _____
その人はどこで使いますか (場所) _____

その人は新しい (H2) をどうやって手に入れますか

どうやって手に入れますか (e.g. 買う、もらう) _____

買う人は誰ですか (名前・関係) _____
買う人の年齢・性別は _____
買う人の職業は _____
買う人の国籍・出身地・居住地は _____
買う人の財布の中は _____
買う人の好きなものは _____
買う人の趣味は _____
買う人の家族は _____
買う人の習慣は _____
買う人の特徴は _____
買う人はどこで買いますか (e.g. スーパー、コンビニ、ネット通販、etc.) _____

買う人は何のために買うのですか _____
買う人はいつ買いますか (e.g. 年/季節/月/週/曜日/日にち/時間帯) _____

どのような機会・状況で買いますか _____
それは高い買い物ですか、安い買い物ですか _____

2. その人は新しい (H2) を使った結果どうなりますか

お客様にどのような良いコトがありますか _____
お客様に何か都合の悪いコトがありますか _____

02

誰が

何のために使うのか

どうやって手に入れるのか

ユーザーベネフィット

商品開発チェックシート

何を (WHAT) : 商品コンセプトを確認する頁

新しい (何) は何ですか (商品コンセプト)
「 _____ な、新しい (何) 」

1. この新しい (何) は何が特徴ですか
特徴はなんですか _____
その特徴はなぜ生まれますか _____
その理由は? _____
その特徴が良いのですか _____
その特徴でお客はどれくらいになりますか _____
その特徴であなたはどうなりますか _____

2. この新しい (何) はどのようなモノですか
原材料は何ですか _____
その材料はどこから入手しますか _____
その材料は誰が作りますか _____
その材料はどこで作りますか _____
その材料はどうやって作られますか _____
その材料をなぜ使いますか _____

3. この新しい (何) はどうやって作りますか
この新しい (何) は誰が作りますか _____
協力者はいますか。その協力者は誰ですか _____
作るのにどれくらい時間がかかりますか _____
ある期間でいくつ作れますか _____

4. この新しい (何) はいくらで売りますか
いくらで売りますか _____
そのうち原価はいくらですか _____
そのうち材料費はいくらですか _____
そのうち人件費はいくらですか _____
そのうち光熱費はいくらですか _____
そのうち営業・広告費はいくらですか _____
そのうち外注費はいくらですか _____
そのうち利益はいくらですか _____
いくつ売れたら良いですか _____
いくら売れたら良いですか _____

5. どのように売りますか (商品設計)
誰が売りますか _____
どこで売りますか _____
いつ売りますか _____

6. 現在の競合はありますか
ほかに同じ目的の自社商品/サービスはありますか _____
それは何ですか _____
他社の競合商品はありますか _____
それは何ですか _____
他社に潜在的な競合 (同じ目的の競合) 商品/競合サービスはありますか _____
(e.g. TV の競合は他社製 TV でなく Youtube)
それは何ですか _____

03

特徴

材料

作り方

値段

売り方

競合

商品開発チェックシート

目指す商品

ほにやらら = 『 _____ 』

04







開発当初から
既存商品／サービスに
捉われないよう、
あえて曖昧にするために

開発商品を



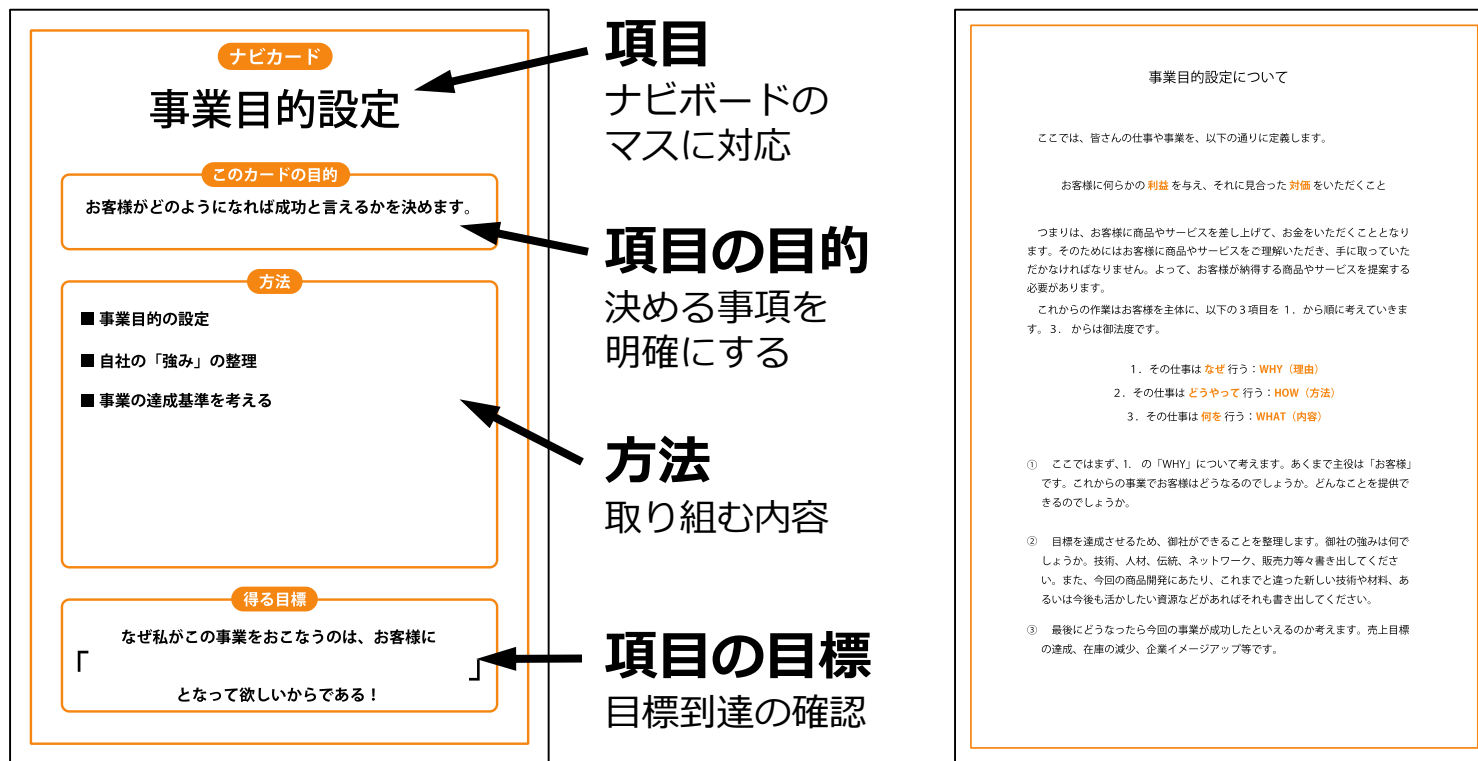
として表現

ナビカード・ナビシート

ナビカード	事業目的設定	ターゲット設定	事業アイデア展開	事業コンセプト設定	商品アイデア展開	商品設計
カードの目的	ユーザー目線で事業の成功指針を定める	ターゲットユーザーを明確にする	本事業でのユーザーベネフィットを検討する	事業の方向性・内容を決める	商品仕様のアイデアをできるだけ出す	商品の仕様を決める
紹介する手法	-	ペルソナ	マインドマップ カード式ブレインストーミング	ポジショニングマップ	イメージ収集 アイデアスケッチ	ポジショニングマップ
対応ナビシート	事業目的設定 	ターゲット設定 	マインドマップ カード式ブレインストーミング 	ポジショニングマップ 事業設定 	イメージ収集 アイデアスケッチ 	イメージボード 商品設計 

ナビカード

ナビボードの各マス毎の手順・手法を説明するカード
マスでの目的と目標到達を確認できる



表：項目の目標設定

裏：項目の解説

ナビシート

ナビカードに対応した作業用ワークシート

ナビシート タイトル：事業目的設定 周回： 周 作成日： 年 月 日 No. _____

あなたは「なぜ」これを作って売るのでですか？

『 _____ 』

御社の強みは何ですか？

内的なもの (技術、人材・・・)	外的なもの (販売力、ネットワーク・・・)
---------------------	--------------------------

今回活かすものはありますか？
(技術、材料、資源・・・)

この事業はどうなったら成功ですか？
(売上げ、知名度向上・・・)

私がこの事業を行うのは、お客様に

「 _____ 」

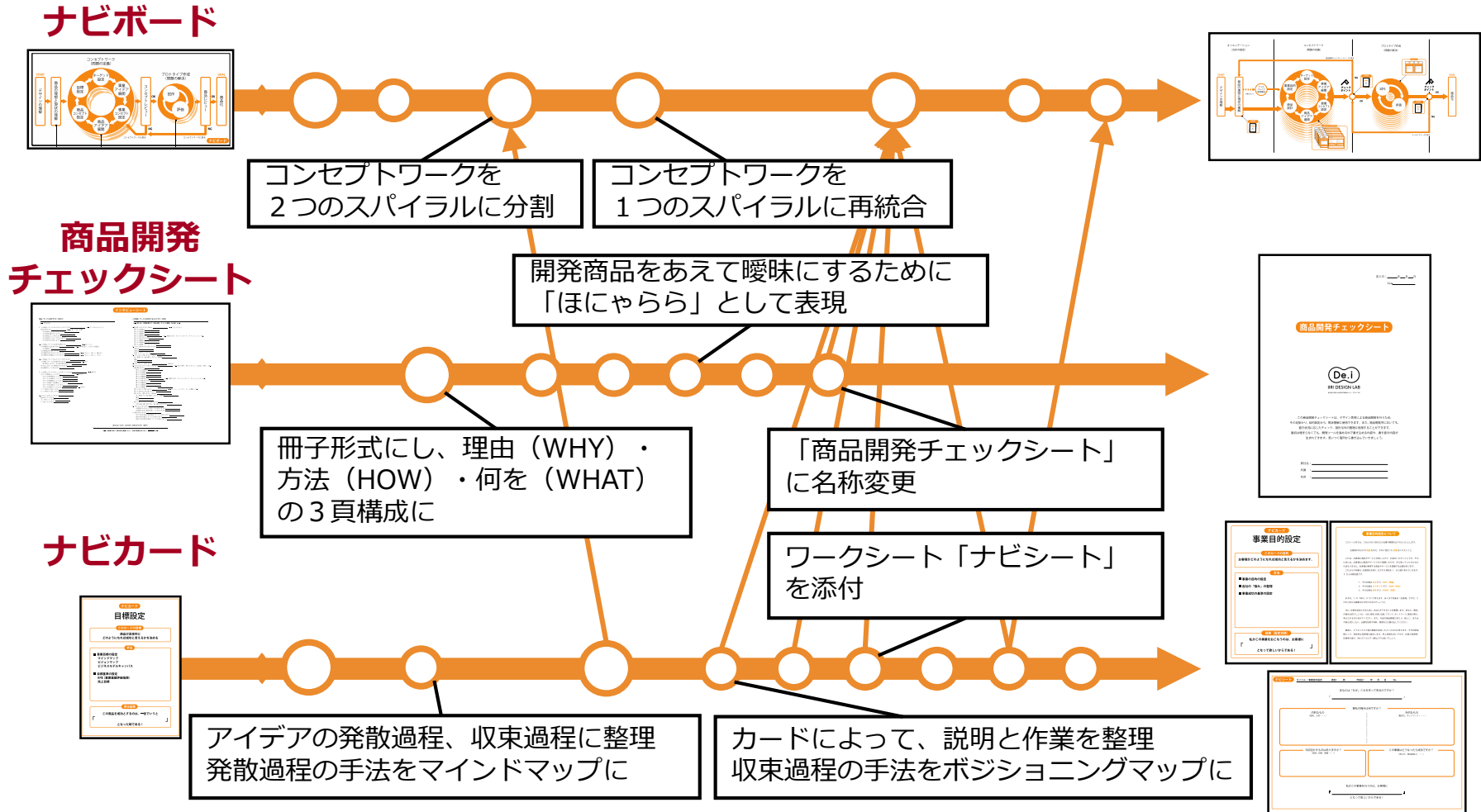
となって欲しいからである！

支援ツールの検証・改良

(一部抜粋)

検証時の意見	修正内容
商品 という単語を使うと、先に商品ばかりを考えてしまう	単語 商品 を、抽象化した単語 ほにやら に変更
インタビュー内容は、商品開発の確認項目ではないか	インタビューシート から 商品開発チェックシート に名称変更
設問全体が見えると、商品ありきの回答になるのでは	シートから冊子にし、各ページ毎に Why → How → What と構成
既存製品・サービスについての質問が「はい/いいえ」だけで答えられてしまう	はいの場合の回答欄 「それは何ですか」 を追加
開発商品が見えていないと答えられない設問がある	開発途中では空欄でも良い

支援ツールの検証・改良



アジャイル型開発により、随時修正を反映

支援ツールの検証・改良

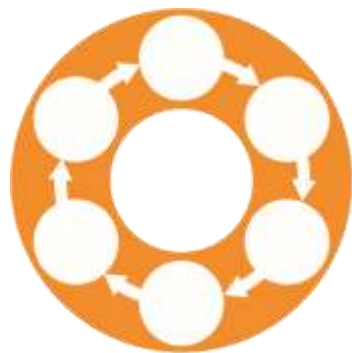
工業デザイナーの意見

- ・ 全体的に良くできている。アジャイル型の行程により、**商品開発の進め方が直線的でない現状を反映している**
- ・ 商品企画の段階で**流通や販売の過程**も盛り込むようにした方がよい
- ・ 各企業でのツールの**使い方に自由度を設け**、それぞれに合せた使い方で構築してもらうことが望ましい

今後の展開

- ・ 県内企業での導入実証
- ・ 商品開発支援ツールキットの配布
- ・ ツール使い方セミナーの開催
- ・ 共同研究などでの活用





De.idea

IIRI DESIGN LAB
商品開発支援ツール