

第37回 I B I Cスペシャルセミナー

『商品開発の方法には二つある』

講師 ワクタル 代表 飯尾 渉 氏

【日時】平成23年3月15日(火) 18:30~20:30

【主催】今治地域地場産業振興センター

【参加費】無料

【開催地】じばさんセンター 4階 第1研修センター

【参加者】19名

今回は、第3回いまばり本気販促デザイン塾の体験編として、ワクタル代表飯尾渉氏をお迎えし、商品企画と販売戦略のお話をさせていただきました。

商品を開発する・販売する上で大切なことは、顧客や消費者のニーズを理解したうえで、求めているだけの数量を作っていくと、大量に在庫を抱え込む心配もなく、売れる可能性も高くなります。その上「付加価値」を付けると、商品に価値が出て、多少値段が高くともお客様が満足して納得しているのであれば商品は売れます。

「付加価値」って難しいようですが、例えば宝石を、原石のまま売ってもあまり価値がありませんが、それを研磨するなどきれいに加工することで、宝石としての価値がプラスされます。これを「付加価値」といいます。

その宝石に金や銀を使って、有名なデザイナーにアクセサリにしたとします、そうすると市場での価値は更に高くなりますが、これを「高付加価値」をつけるといいます。なるほど!と思いますが、消費者にメリットがなければ売れないので、目的に最適かどうかの判断は、難しいと思いました。

後半では、(株)八木酒造部さんの新開発商品『梅酒』を使った3D分析をワークショップしました。

商品を販売していく上で、①どんな消費者が求めているのか ②どんなニーズで ③どうやって満たしていくのか を各班ごとに分析し、発表してもらいました。販売までに、たくさんのプロセスがありますが、細かく分析し社会情勢や、自社の強みを足していくことで、素晴らしい商品が生まれることがわかりました。



Profile/飯尾 渉 (いいお・わたる)

- ・ITコーディネーター、アートディレクター
- ・昭和45年西条市生まれ。
- ・武蔵野美術短期大学後、大阪のデザインプロダクション会社、松山市の広告代理店、原印刷株式会社企画室を経て、デザインディレクターとして平成16年に独立。
- ・感性と論理の両立のもとで、愛媛の地元企業のブランドづくり、商品企画、販売戦略等の支援をおこなっている。

