

JUSE活用事例シンポジウム講演資料(掲載用)

B to Bメーカーの ウォンツ型商品企画・デザイン

科学的商品企画手法の活用事例



2006.3.2.サンデン㈱
新商品企画センター長
大島 義典

事業概要

サンデン(株)大島義典

サンデンは、 つねに快適さを創造し続けます。

サンデンは、快適さを自在にコントロールする技術を、さまざまな領域で追求しています。
冷と暖に関する先進テクノロジーの開発にチャレンジし、その結実を人と地球のさらに豊かな明日へとつなげているのです。

自動車機器システム事業

自動車機器システム事業

快適な風、快適な空間、
快適な未来の実現に挑みます。

今後の車に求められる快適さの実現に向けて、サンデンはコントロール技術をはじめ、より高度な技術の開発を行っています。そしてそれが、カーエアコンシステム、コンプレッサー、エレクトロニクス、コンデンサー、アルミヒーターコア、建設機械用エアコンなど、

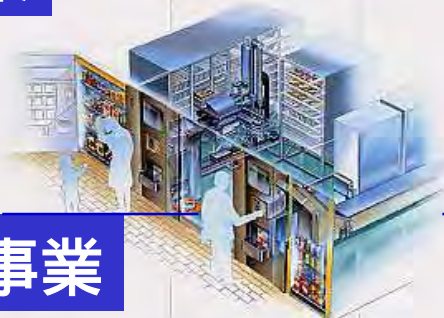


流通システム事業

流通システム事業

より新鮮に、よりおいしく。
食生活の豊かさをサポートしています。

食品をいつも新鮮に保つ、冷凍・冷蔵ショーケース、定額物流。24時間、おいしい食材が手軽に購入できる自動販売機。サンデンは、人と物の接点によって快適な環境をコントロールす



住環境システム事業

住環境システム事業

暮らす人の心地よさを
考え尽くした住環境をつくり出します。

生活する人はもちろん、街や地域にとって快適であること。サンデンは先進のコントロール技術を背景に、そんな環境をトータルにつくり出します。
石油暖房機から、セントラル冷暖房、そして環境機器まで、クリーンで、しかも効率的なシステムをお届けしているのです。



先進の快適環境を追求するサンデンは、 常に人のまわりに存在しています。

サンデンは、人の生活に必要な不可欠な環境の提案を行っています。例えば車。より高度な技術開発をもとに、車の快適空間を支えています。その他、食生活や住環境など、人にとって最も身近なところで、サンデンの技術は活躍しています。

自動車機器システム事業



■コンデンサー

従来のアルミフィンタイプに加えて、スーパーアルミフィンタイプを開発。性能向上による省動力化を実現。



■EVACシステム

人・自然・クルマの調和を大切にし、心地よい空間を作り出すサンデンのEVACシステム。最新技術に裏付けられた優れた信頼性と高品質が、快適なカーライフを演出します。



■エレクトロニクス

アルミ製別型エバポレーターPAD（プレート&フィン）。さらなる小型・軽量化・高性能化とフレキシブルな設計対応が可能です。



■コンプレッサー

カーエアコンの心臓部コンプレッサー。サンデンのワルブプレートタイプ、スクロールタイプは小型・軽量化しながら、高性能・高信頼性を実現（特許の絶頂）として、各国の名車に採用されています。

流通システム事業



■冷凍・冷蔵ショーケース

商品を最高の状態で保存・陳列することができます。省エネルギー、省スペース、省コストを実現しています。



■CVS、スーパー用大型ショーケース

多彩な商品をラインアップできるので、多種多様なニーズに対応できます。省スペース、省コストを実現しています。



■飲料自動販売機

設置先が容易で、維持・管理が簡単な自動販売機。水・炭酸飲料の自動販売機の開発など、つねに需要をリードし続けます。



■カップ式コーヒー自動販売機

コーヒー本来の味と香りをお届けします。いつでもおいしいコーヒーを、いつでも楽しめます。

住環境システム事業



■石油暖房機

クリーンで、効率的、しかも静かで、自然な暖かさを届けます。安全性や耐久性などにも配慮を重ねています。



■手指消毒器「で・さい・さ」

手に付着したバイ菌を消毒。飲料水や食品工場をはじめ、病院やホテル、オフィスなどで幅広く使用されています。



■除湿乾燥機

浴室のスペースを有効に活用して、洗濯物の乾燥を促すほか、浴室内のカビの発生を抑え、快適な空間をつくり出します。



■セントラル冷暖房・換気システム

ふく射熱と自然対流がもたらす理想的な環境。さわやかな冷房に加え、家中の空気をつねに新鮮に保つ換気システム。

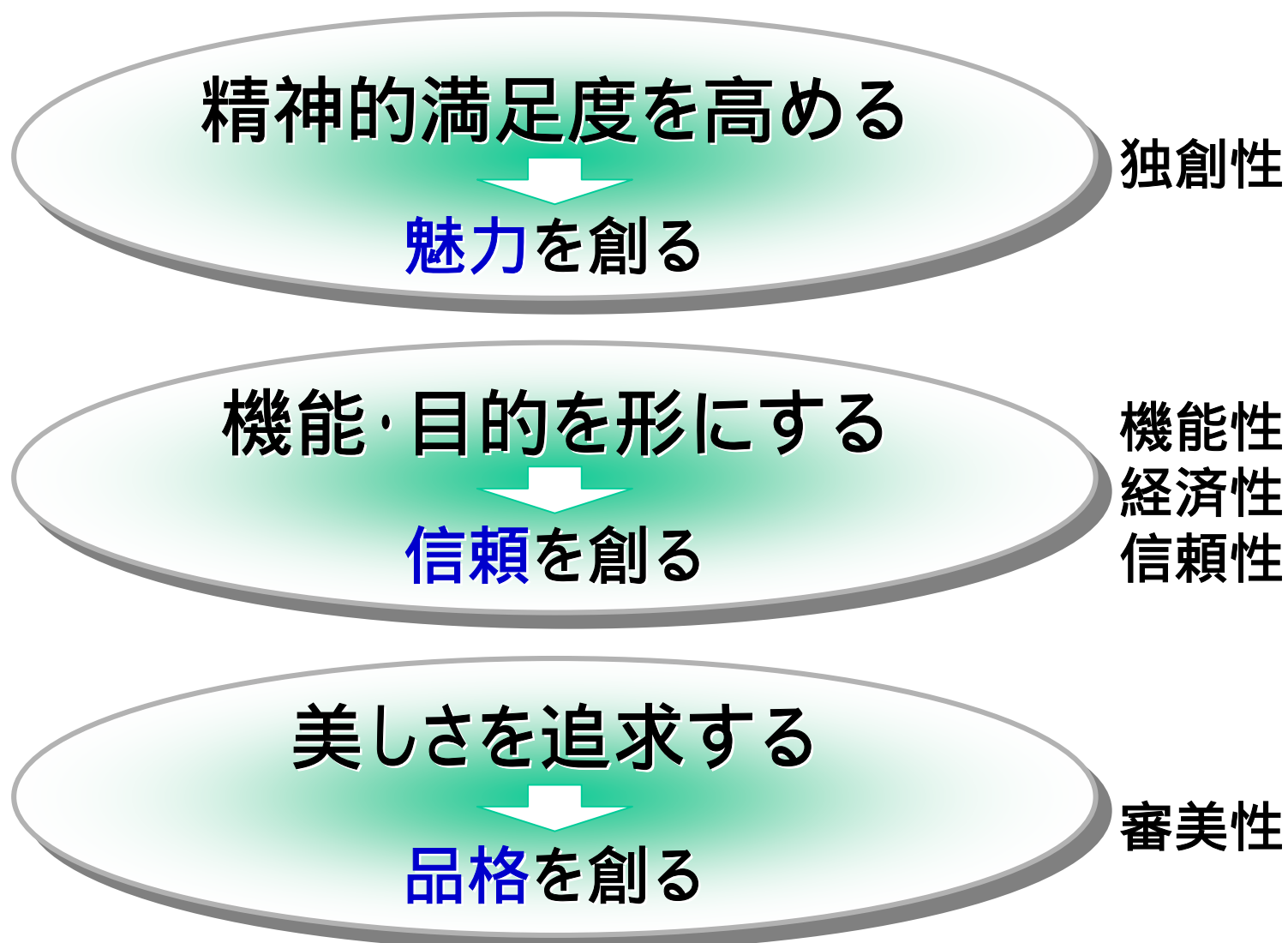
新商品企画センターの役割

サンデン(株)大島義典

役割



顧客感動の商品創りに貢献



サンデンのデザインとは？

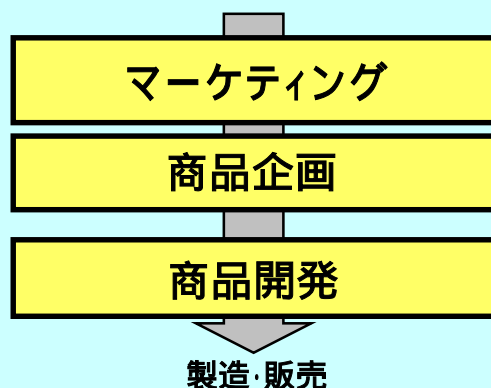
サンデン(株)大島義典

グローバルエクセレントカンパニーズ実現に向けての
企業魅力化とベクトルの一元化の有力な武器である

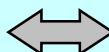
商品魅力化
顧客プレゼン魅力化

ブランドイメージ可視化
未来商品・生活提案

事業部門の商品上市活動



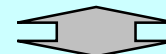
協業



協業

デザイン部門の2つの機能

マーケティングデザイン機能



プロダクトデザイン機能

デザイナーの
4つの視点

マーケッター : 時代を先取りしたコンセプト創出

アーティスト : コンセプトを反映した美的造形創出

エンジニア : コア技術・生産技術・材料知識の活用

マネージャー : 関連部門を動かしデザイン実現

ウォンツ型商品企画とは？

サンデン(株)大島義典

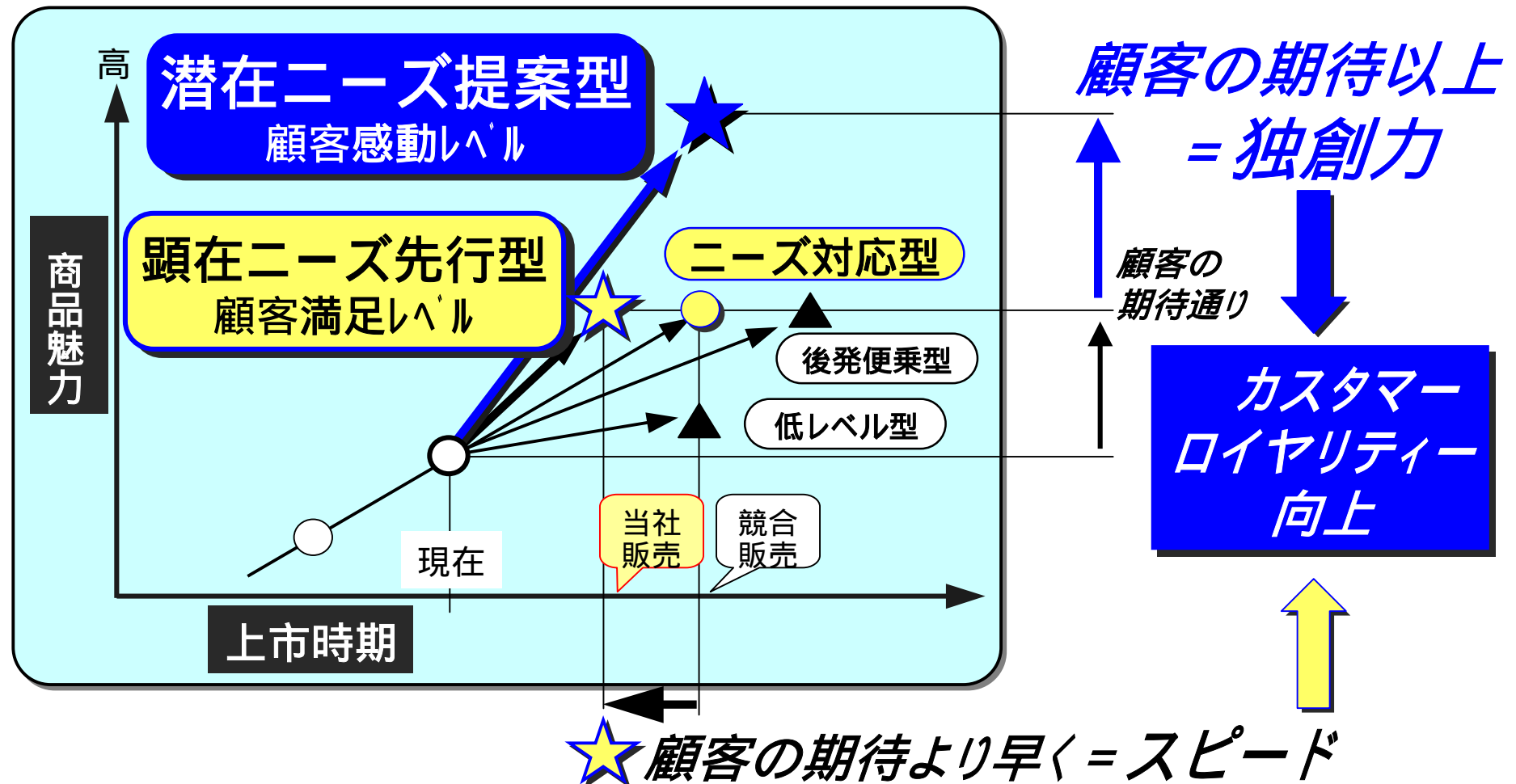
FROM

ニーズ対応型

TO

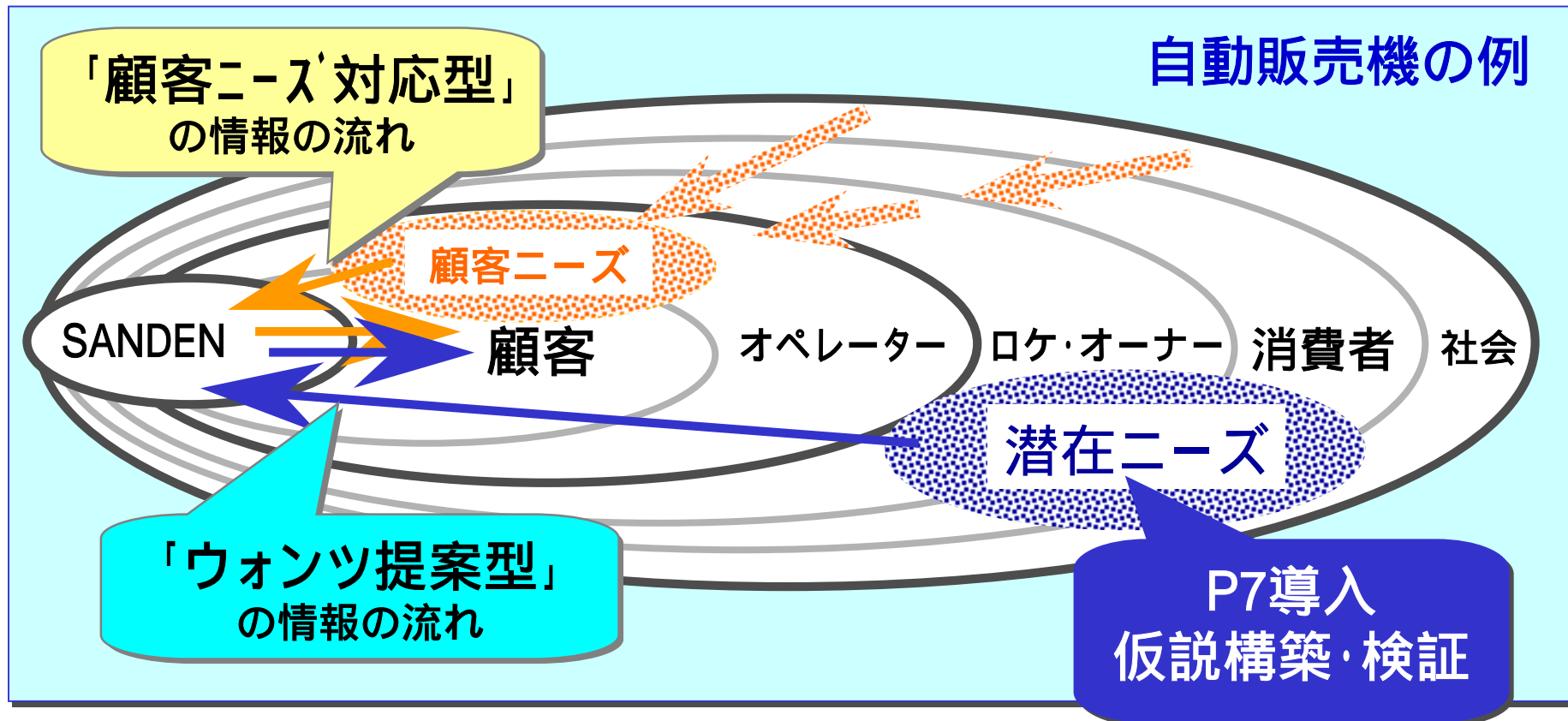
ウォンツ提案型

潜在ニーズ提案型



商品企画プロセス改革の考え方

サンデン(株)大島義典



ロケオーナーや消費者の潜在ニーズを先行して捕え
お客様の次世代商品を能動的に提案していく

商品企画七つ道具(P7)の概要

サンデン(株)大島義典

テーマ選定

商品開発ロードマップ

商品戦略

事業戦略

P7プロセス

感動商品の探索

感動商品の決定

調査

発想

最適化

リンク

グループインタビュー
アンケート調査
ポジショニング分析

アイデア発想法
アイデア選択法

コンジョイント分析

品質表

潜在ニーズの
発見、確認

創造的コンセプト
へ変換

最適コンセプト
の決定

研究・設計
へのリンク

「商品企画七つ道具」神田範明 編著参考

仮説構築(感性的プロセス)・検証(理性的プロセス)
のバランスが良い

ウォンツ型商品企画事例紹介

「消費者調査から生まれた新物品自販機」

日科技連「顧客価値創造ハンドブック」神田範明 編著に掲載

新物品自販機とは？

サンデン(株)大島義典

様々な商品を購入者に見せながら販売できる自販機

販売商品 の一例

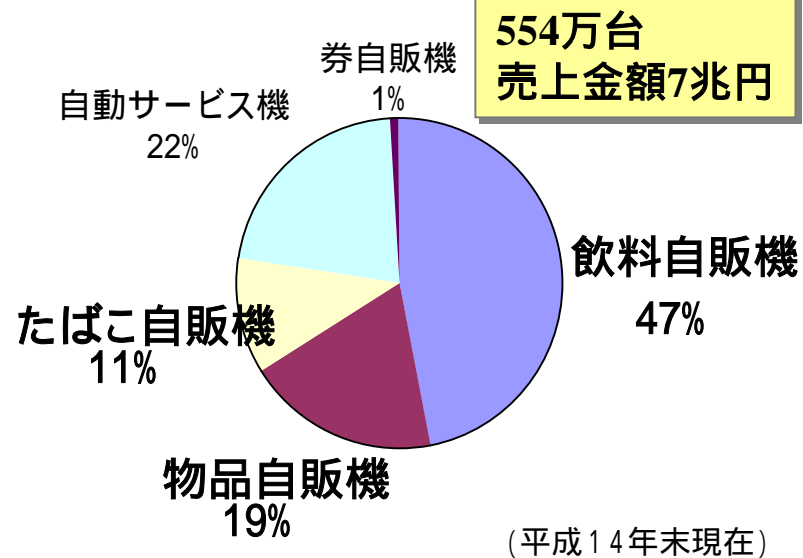
菓子、スナック、おつまみ、パックたばこ等のフック陳列商品
ガムやあめ、スナック、DVD等のボックス型商品
ストッキング、下着、軍手等の商品
おにぎり、サンドイッチ、デザート等の食品



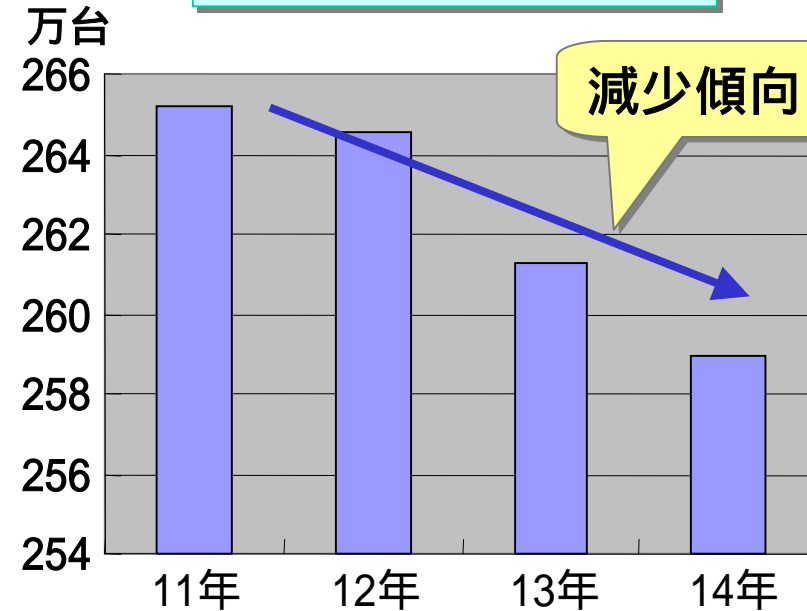
開発の背景

サンデン(株)大島義典

自動販売機 機種別の普及状況



飲料自販機の普及台数



アウトドアロケーション飽和状態

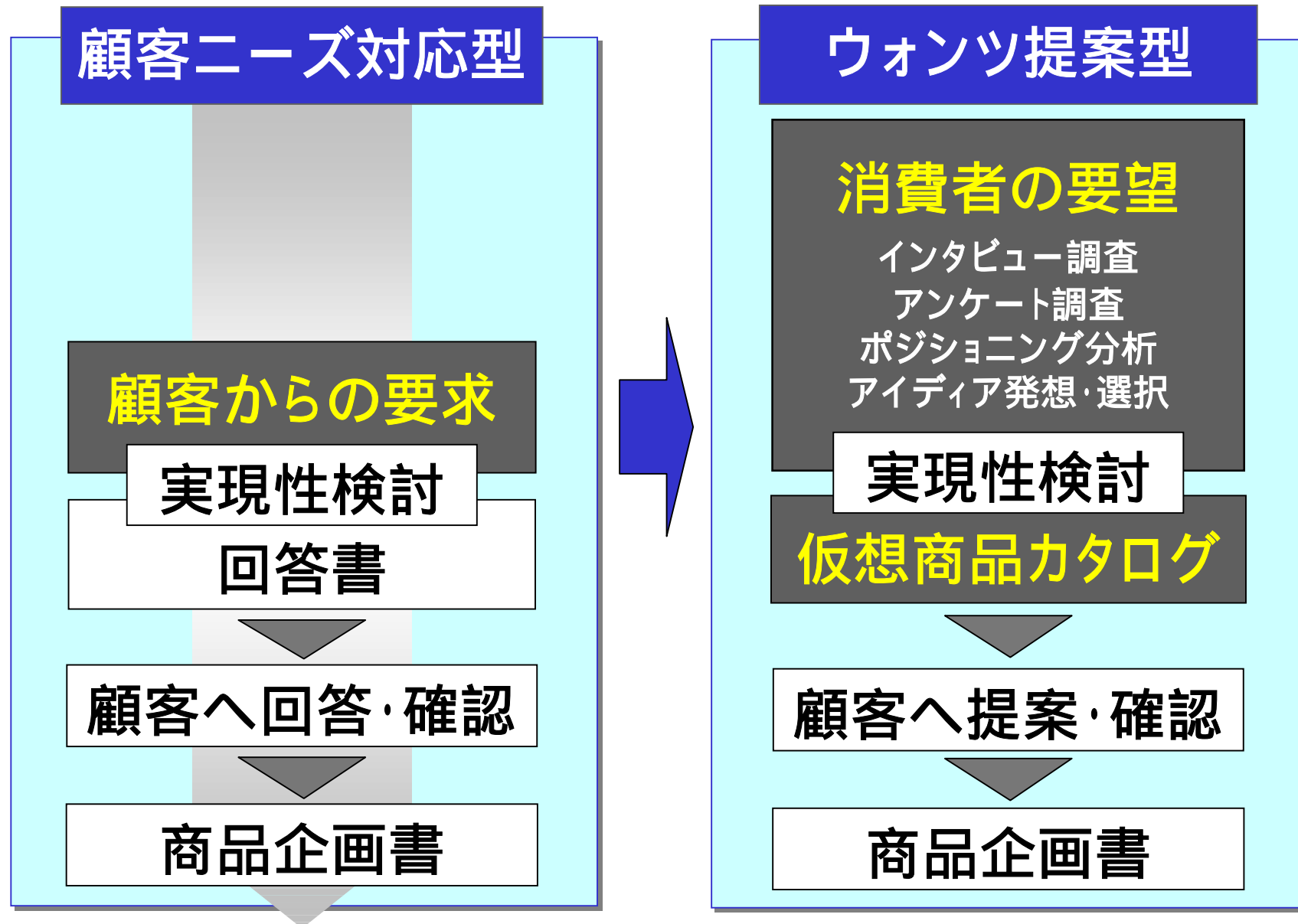
CVS台頭

社会的規制

インドアロケーション開拓の有力な商材開発

従来の商品企画プロセスとの比較

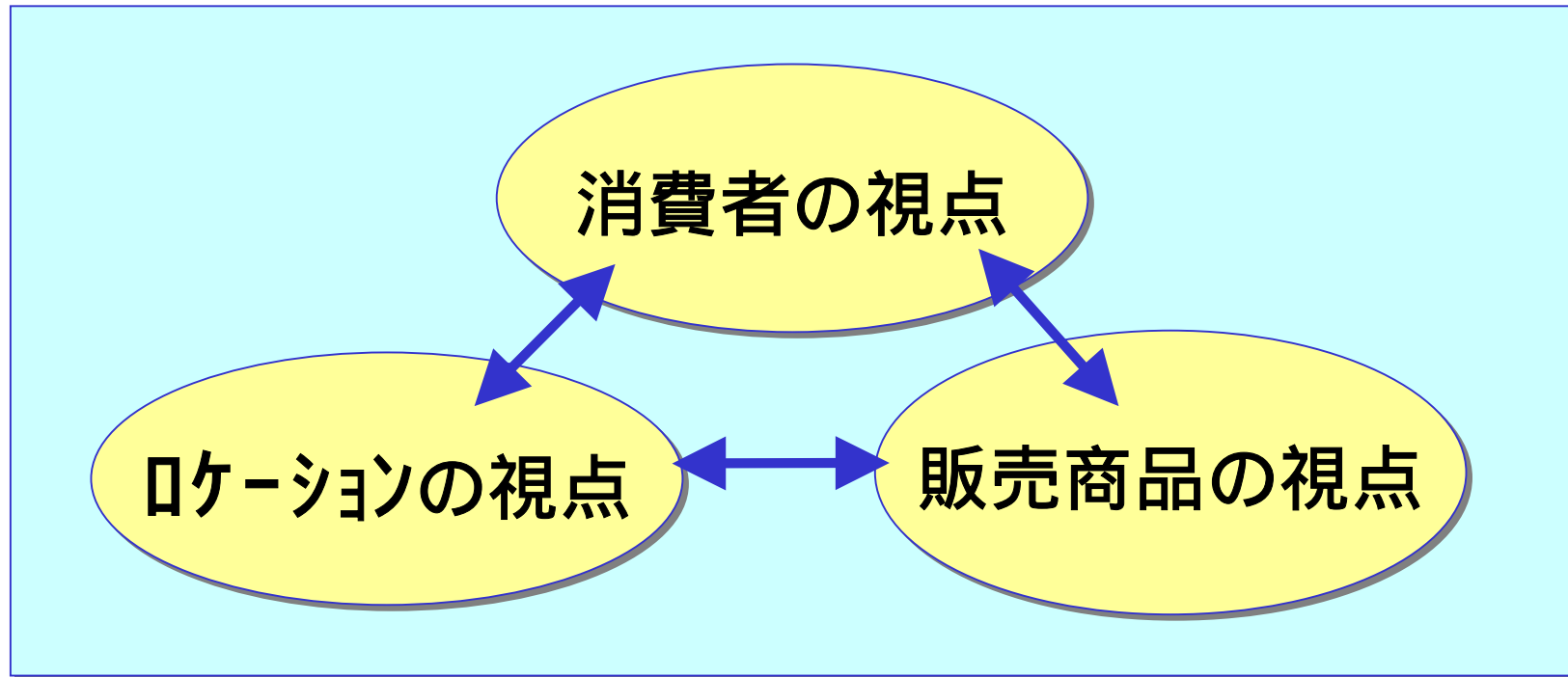
サンデン(株)大島義典



コンセプト創出の視点

サンデン(株)大島義典

「多品種販売が可能」という特徴
「消費者がどんなロケーションで何を買いたいのか？」



「グループインタビュー調査」「アンケート調査」「ポジショニング分析」手法採用
「消費者とロケーションと販売商品の関係性」について仮説構築・検証

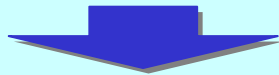
Step 1. グループインタビューによる仮説構築

コンセプト創出の視点から, 大学生の男女18名を対象に, グループインタビューを3回実施

自販機の消費者指向

- ・商品がよく見えていたほうがよい
- ・商品が食品の場合は賞味期限が心配
- ・商品がつぶれて出てきそう
- ・生ものは購入したくない
- ・扱っている商品が限られている
- ・商品の品質が怪しそう

飲料・たばこ以外の購入は消極的



飲料・たばこ以外を購入する場合のキーワード

「閉鎖的空間」「緊急性」「必要性」

商品企画プロセス

サンデン(株)大島義典

Step 2 . アンケート調査実施

大学生 205 名を対象に 2 回実施

ロケーションと販売商品関連

【4】 次の商品の自動販売機が以下の場所に置いてあったらあなたは買いますか？ 買いたい商品に○を付けて下さい。

(例) カラオケボックスの自販機でおにぎりを買いたいかな？

おにぎり

カラオケボックス ☐

販売商品

買いたい商品に○を付ける。正確な位置で印を付ける。

	おにぎり	菓子パン (コンビニパン)	ガム	アメ	アイスクリーム	携帯食品 (おにぎり、サンドイッチなど)	缶ジュース	紙パックジュース (600ml)	ペットボトル (1.5L)
カラオケボックス									
海の家									
合宿所									
旅館・ホテル									
遊園地・テーマパーク									
アミューズメントパーク・ゲームセンター									
スキー場									
駅									
学校・職場									

ロケーション

12のロケーションと
20の購入商品の関連

自販機で購入したくない理由

【4】 次の商品を自動販売機で購入したくない理由をお答えください。

(例) おにぎりについて おにぎりの賞味期限が心配だから自動販売機で購入したくない場合

非常にそう思う そう思う どちらとも言えない そう思わない 全くそう思わない

賞味期限が心配 |-----|

おにぎりについて 非常にそう思う そう思う どちらとも言えない そう思わない 全くそう思わない

自動販売機の衛生面が不安である					
賞味期限が心配					
形がくずれて出てきそう					
他の商品(おにぎりやジュースなど)が同時に買えない					
おいしくない					
商品の品質が信用できない					
添加物(保存料)が入ってそう					
商品がいつ入れられたかわからない					
温度管理がされてなさそう					
味などの選択肢が少なそう					
商品が手に取って見られない					

11のキーワードと
19販売商品の
因果関係

説明変数

目的変数

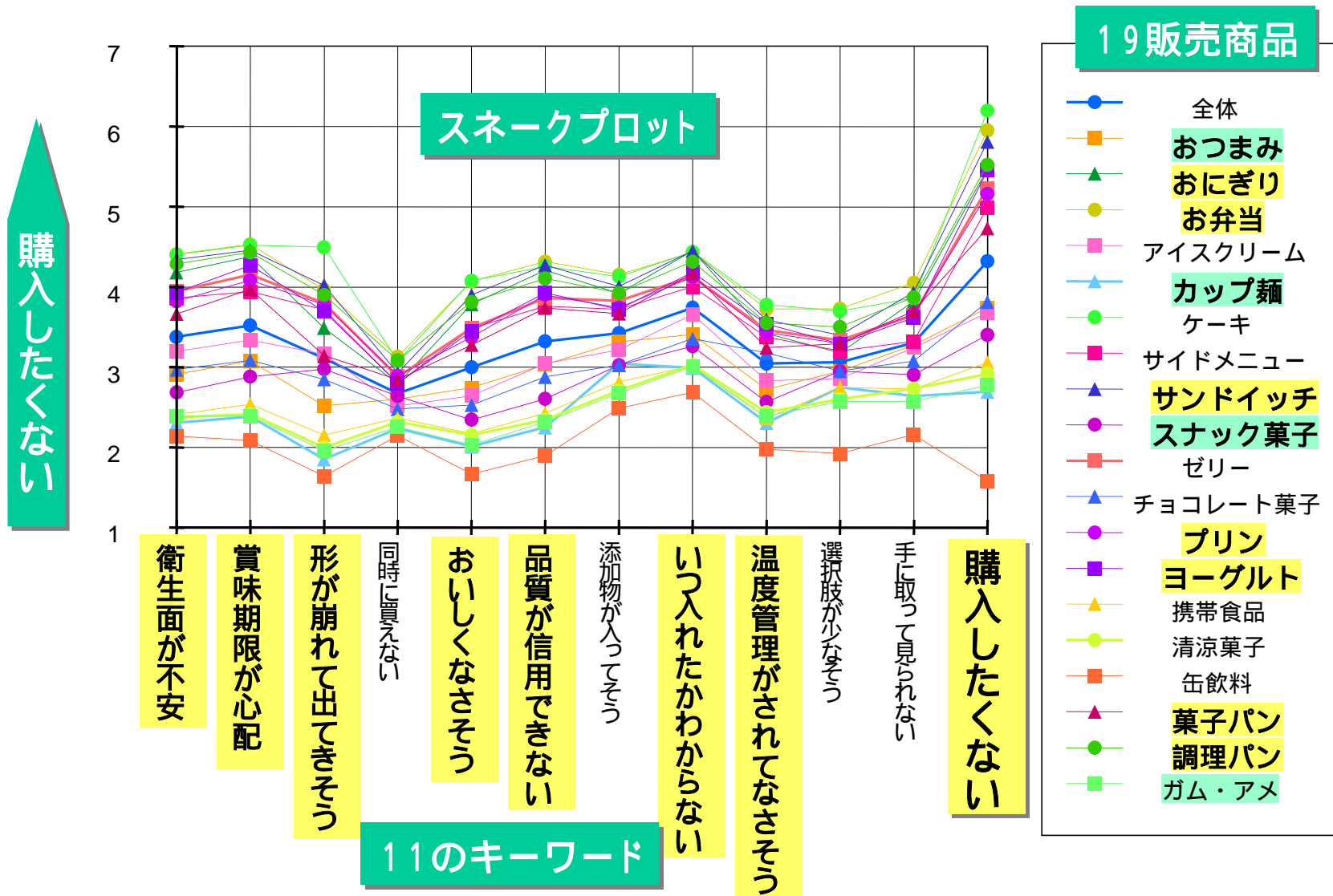
非常にそう思う けっこうそう思う 割合そう思う どちらとも言えない 割合そう思わない けっこうそう思わない 全くそう思わない

自動販売機で購入したくない |-----|

商品企画プロセス

サンデン(株)大島義典

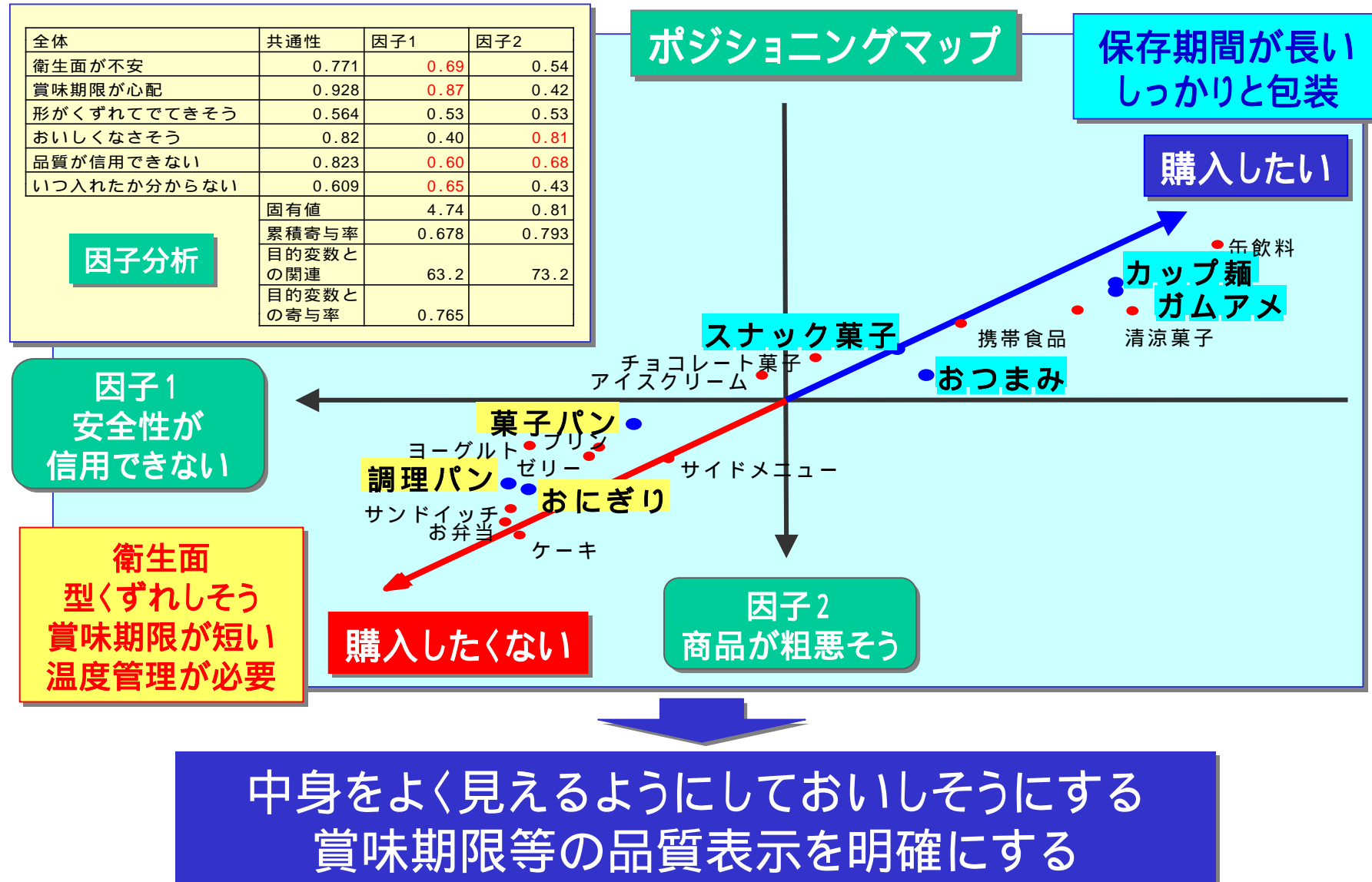
Step3 . アンケート調査分析1 / 自販機で購入したくない理由



商品企画プロセス

サンデン(株)大島義典

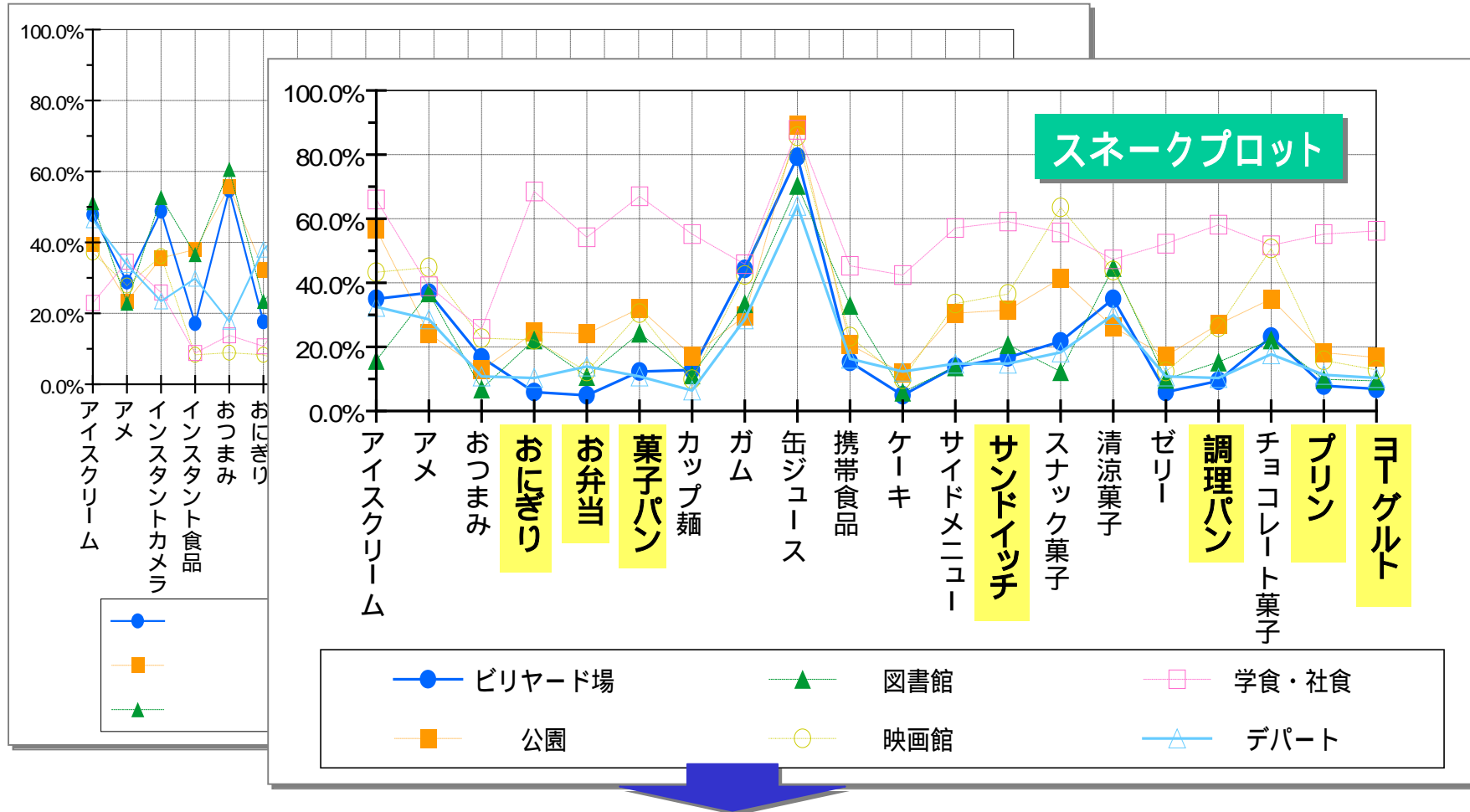
Step3. アンケート調査分析2 / 11のキーワードと19販売商品の因果関係



商品企画プロセス

サンデン(株)大島義典

Step 3. アンケート調査分析3 / 12のロケーションと20の購入商品の関連



「合宿所」「旅館やホテル」「学校や職場」では
色々な販売商品を購入する可能性が高い

Step 4 . 企画の方向性まとめ

販売商品に関する消費者指向を商品開発に反映

「賞味期限、品質、衛生面」についての
不安を取り除くことを主眼においたアイデア展開

ロケーションと販売商品の関係性を営業活動に反映

自販機を購入し市場に展開するターゲット顧客を選定
アンケート調査分析結果を踏まえた提案資料の作成など

Step 5 . アイデア展開・選択 / アンケート調査結果を反映

販売商品が良く確認できる
賞味期限がはっきりわかるような販売方法
商品を取り出し口まで運ぶ
品質を保つための保冷機能
多くの商品を販売できる

商品化A (仮想商品カタログ)

サンデン(株)大島義典

特 徴

一台で25種類の商品販売が可能

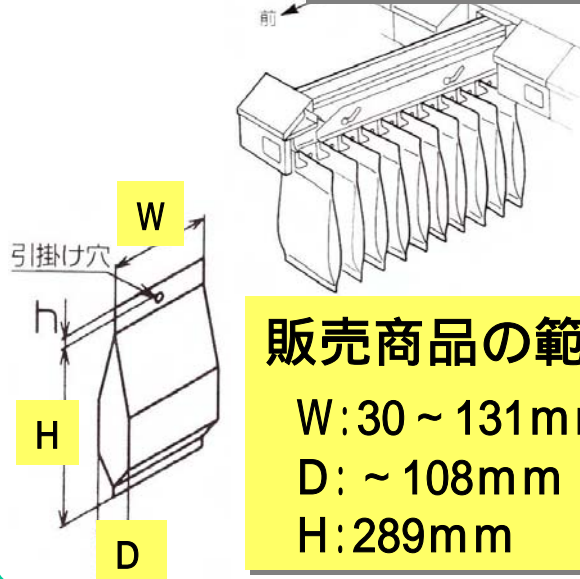
ガム、キャンディー、スナック菓子、菓子パン、日用品等の販売を可能にするフック式・傾斜式搬出機構搭載

販売商品の品質を保つための保冷機能付

賞味期限管理機能付

販売商品が良く見えるファインビューデザイン

フック式ラック



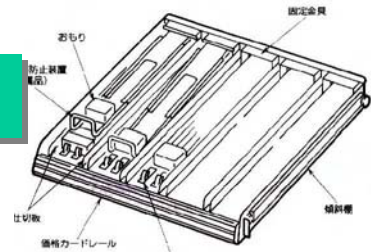
販売商品の範囲

W: 30 ~ 131mm
D: ~ 108mm
H: 289mm

ファインビューデザイン

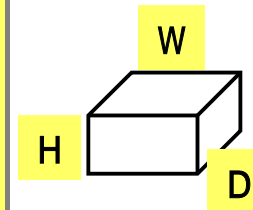


傾斜式ラック



販売商品の範囲

W: 70 ~ 130mm
D: 20 ~ 180mm
H: 10 ~ 60mm



商品化B (仮想商品カタログ)

サンデン(株)大島義典

特 徴

一台で18種類・288個のおにぎり販売が可能

商品の適温管理の為に「ホット&コールド機能」を搭載

食品を丁寧に扱うための

「商品を迎えに行き取り出し口まで運ぶキャッチャーメカ」搭載

販売商品が良く見えるファインビューデザイン

商品の適温管理

H/C庫室可変



ファインビューデザイン



X・Y駆動エレベーター

商品を
丁寧に扱う
キャッチャー
メカ搭載

待機位置から
指定コラムまで高速移動
業界一のスピードで
商品を迎えに行きます

商品を迎えに行きます

営業活動への反映と実績

サンデン(株)大島義典

本活動から生まれた各種調査分析資料の積極活用により、営業提案活動の訴求力、説得力が向上した。

顧客の評価も高く「サンデンさんは消費者指向について、ここまで研究しているのですか…」とのおほめの言葉も頂いた。

営業提案資料の企画制作は、デザイナーを活用し魅力を高めた。

新物品自販機シリーズは、インドアロケーション開拓の有力な商材として、職域、学校、病院、スポーツ施設などへの設置が進んでいる。

設置事例

サンデン(株)大島義典

3-2 無人売店 「たばこ、酒販店」

物販機市場の拡大

フレックスベンダー設置事例集



おつまみ、菓子、玩具、雑貨
葉巻をKV機で販売！

酒、ビール、飲料、アイス、たばこ
ガム、菓子の自販機コーナーと併設

◀ 店頭写真 ▼ おつまみ



設置事例

サンデン(株)大島義典

物販機市場の拡大

3-5 大学「学生売店自販機コーナー」

フレックスベンダー設置事例集



キャタピラコラム
により顧客ニーズ
に応えられた

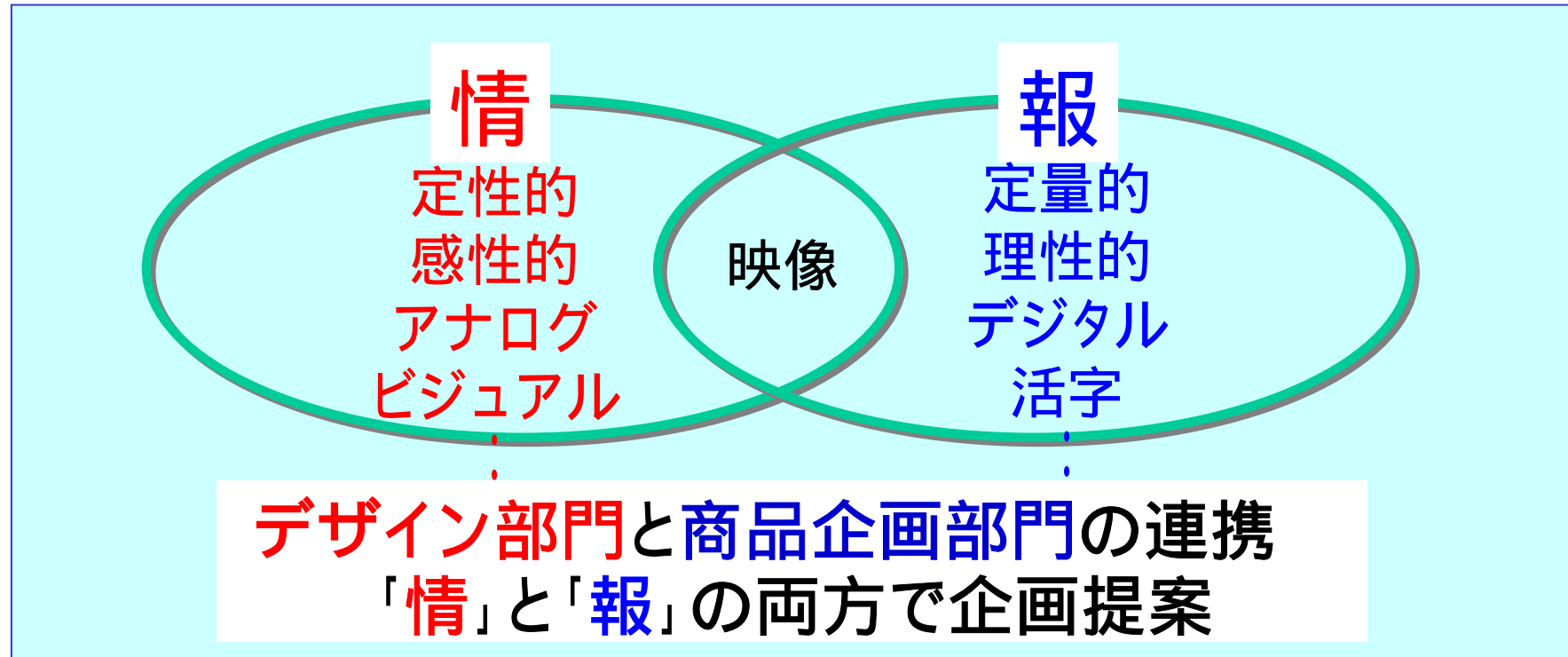


おにぎり

おわりに

サンデン(株)大島義典

デザイン部門と商品企画部門の連携



部門の「仮説構築力」「検証力」「表現力」「提案力」を高める

部門の「魅力」と「信頼」を高める

掲載されている著作物の著作権については、制作した当事者に帰属します。

著作者の許可なく営利・非営利・イントラネットを問わず、本著作物の複製・転用・販売等を禁止します。

所属および役職等は、公開当時のものです。

■公開資料ページ

弊社ウェブページで各種資料をご覧ください <http://www.i-juse.co.jp/statistics/jirei/>

■お問い合わせ先

(株)日科技研 数理事業部 パッケージサポート係 <http://www.i-juse.co.jp/statistics/support/contact.html>