

商品企画に関する支援計画書 (例)

| | | | | |
|----------------|--|-----------------------|---|---------------------------------------|
| 作成日 | 平成 24 年〇月 〇日 | | 指導員名 | ** 光一 |
| 支援企業 | 株式会社 B 食品工業社 | | | |
| 本社所在地 | 〒250-0630 神奈川県足柄下郡箱根町仙石原**** | | | |
| 企業からの要望 | ①地元水産品を使った老人向け商品を開発したので販売したい。 ②OEM生産が中心だったので、新しい販売ルートを構築したい。 ③自社ブランドをPRしたい。自社ブランドの認知を得たい。 | | | |
| 支援期間 (第1段階) | 平成 24 年〇月 〇日～ 平成 24 年〇月 〇日 (相談回数 5回) | 連携する 支援機関 (連携P) | 研究開発: ** 県食品開発センター (紹介) 資金繰り: ** 信用金庫 | |
| 支援目標・ テーマ | 新商品のブラッシュアップ、事業計画等の見直し等を進め、ブランディングや販路開拓なども含め、市場導入までの総合的支援を実施する。 | | | |
| 支援内容 | 1. 第1段階として、商品の完成度を高め事業計画を確定する。 2. 第2段階で、ブランディング・販路開拓を進め、市場導入の計画立案と実行を支援する。(第2段階から、専門家や連携パートナーを編成) | | | |
| 支援機関の 体制 | 経営指導員 | ** 六輔 | 企業の 受入体制 | リーダー: ** 社長 メンバー: ** 開発室長 の2名体制 |
| | 専門家 | ** 俊輔 | | |
| | 事務担当者 | ** 瑛作 | | |
| 窓口相談日 | 活動骨子 | | 検討内容 | |
| 第1回 4月20日 | 相談商品の確認 経営概況の確認 | | <ul style="list-style-type: none"> 相談依頼表に基づく事業概況確認 商品企画チェックリスト活用による商品力評価 商品化計画の適正評価 経営概況 資金繰りの確認 商品企画の行動計画作成 | |
| 第2回 5月15日 | 商品コンセプトの確定 | | <ul style="list-style-type: none"> 市場動向 顧客の限定と顧客ニーズ 購入決定要因・商品の基本仕様 以上を通した商品コンセプトの確定 | |
| 第3回 6月2日 | 商品企画書の作成 | | <ul style="list-style-type: none"> 商品の市場性 訴求点、差別優位性 商品仕様 価格、原価率 生産方式 流通ルート 等を盛り込んだ商品企画書の作成 | |
| 第4回 6月28日 | 商品の市場検証 | | <ul style="list-style-type: none"> 市場検証方法、項目の確定 顧客(消費者・購入者)に対する検証 流通、ビジネスパートナーに対する検証 | |
| 第5回 7月23日 | (第2段階への移行を考え…)市場導入計画の検討 | | <ul style="list-style-type: none"> 市場検証結果に基づいて以下を確定する。 プレス発表や商品PRの場の設定 提携店の設置、試食提案などの計画 生産準備計画、資金繰り計画 など | |

商品企画チェックリスト (食品の事例)

- 商品の構想段階／企画段階／販売準備段階で、商品企画チェックリストを活用して自己評価を行い、検討の漏れをなくしましょう。
- チェックリストは、活用することで追加の視点が発生します。その都度チェックリストに加え、自社に適したものを完成させましょう。

| No. | チェック項目 | チェックの内容 | 評価 (例) |
|-----|----------|--|--|
| 1 | 商品・事業の狙い | 事業ドメイン、ターゲット顧客、流通ルート、 プロダクト・ミックス(品揃え)、 技術開発・商品開発の進め方 | 未検討: × 構想レベル: △ 企画レベル: ○ 実行レベル: ◎ |
| 2 | 商品コンセプト | 物理的訴求点と心理的訴求点 業界他製品との差異、 グレードやブランドイメージ ユーザーベネフィット、流通ベネフィット | |
| 3 | ターゲット顧客 | 子供／団塊ジュニア／ヤングミセス 甘党／辛党、味の嗜好 生活パターン／住まいの条件 調理機器、調理技術の有無 | |
| 4 | 利用場面 | 朝／昼／夕／夜の場面 時間的制約、物理的制約 メイン／サブ／ワンモア／付け出し | |
| 5 | 競合製品 | 直接競合品／競合企業 間接競合品／処方的差異／顧客差異 | |
| 6 | 効用 | 料理のコツや熟練 おかずの提案、調理法提案、味の提案 時間的効用、調理環境的効用 鮮度保持、作りたての味 家庭でできない味、入手困難な味 | |
| 7 | 商品の訴求点 | 素材、味、調理法、出来映、調理時間、 環境対応性、ビタミン・カルシウム補給 パッケージ、価格、技術、安全、物流効率 | |
| 8 | 価格・販売目標 | 直接競合品から見た価格 間接競合品から見た価格 顧客のカスタマーバリュー価格 流通マージン政策からの価格 | |

| | | | |
|----|--------------------|---|--|
| 9 | 意匠・デザイン | デザインの明確さ、パッケージ、内容量、キャラクター、意匠統一、ネーミング | 未検討: × 構想レベル: △ 企画レベル: ○ 実行レベル: ◎ |
| 10 | 競合差別化ポイント | 競合製品を具体的に比較 (比較項目は、当該 15 項目) | |
| 11 | 流通ルート | 直販/Net/特定小売/PBの基本戦略 ターゲット顧客を考えた小売店 陳列場所、抱き合わせ商品 | |
| 12 | ビジネスパートナー | 有効ビジネスパートナーの有無 ビジネスパートナーの形態 業務提携・販売提携の可能性 ビジネスパートナーの要求事項 ex) 形状、大きさ、味の濃さ、内容量、 調理方法、時間、 | |
| 13 | ソフト技術 利益源泉となる技術 | 調理器具、調理方法、レシピ勘どころ、開封、リサイクル、効果測定方法、利益源泉となる技術の搭載とブラックボックス化 | |
| 14 | 生産技術・内外製区分 | 生産技術の差別化、独創化のシーズ、 生産技術シーズ充足度、内外作区分構想 初期投資の必要性、回収期間 生産方式、生産システム構想 | |
| 15 | 目標コスト | 目標とする原価率（付加価値率） ・素材調達コスト ・製造コスト ・物流コスト ・販売促進、割引等 | |
| 16 | 他社追随の障壁 | 素材調達の障壁 素材一次加工技術の障壁 生産技術面の障壁 特許・パテントによる障壁 流通施策の障壁 | |

商品企画聞き取り項目 (例)

➤ 商品・販売ルート of 市場検証には、聞き取りシートを作成して情報を集めましょう。

1) 消費者向け聞き取り項目

| | 聞き取り項目 | ヒアリングの要点 |
|----|-----------------------|------------------------------------|
| 1 | 素材としての分かりやすさ | 食品の場合は素材の理解度、食材イメージ |
| 2 | 安心、安全、健康な食品としての分かりやすさ | 感度と重要性の確認、気になる部分の確認、内容物・表示方法の評価 |
| 3 | 食品の特徴の理解 | 食品の特徴を5つ以内で説明して確認 |
| 4 | ライバル商品の想定 | 消費者が考える類似商品の確認 |
| 5 | パッケージの評価 | 開封のしやすさ、保存しやすさ、廃棄しやすさ、表示の分かりやすさ |
| 6 | 調理のしやすさ | 必要とする調理器具、調理時間、調理の流れ、盛り付け、片付けのしやすさ |
| 7 | 食べやすさ | 嚥下・咀嚼性、部位のばらつき、割きやすさ |
| 8 | 味、香り、見た目のきれいさ | ずばり、美味しいか／まずいか？ 改良希望があるか？ |
| 9 | 食べた満足感 | 内容量、食べ合わせ食材の是非、再購入の意思 |
| 10 | 値ごろ感、買いやすさ | 具体的な価格水準を提示してヒアリング |

2) 需要家（給食施設などを想定して）向けの聞き取り項目

| | 聞き取り項目 | ヒアリングの要点 |
|---|-----------------|-----------------------|
| 1 | <上段1)消費者と同じ項目> | |
| 2 | 調理施設、調理器具、調理体制 | どの程度の調理が可能か？ の確認 |
| 3 | 発注と在庫の基準 | 発注頻度・ロット、在庫方式等を確認 |
| 4 | パッケージ、表示、適正容量 | 内容量、パッケージの方法等について |
| 5 | メニューのきめ方 | メニューサイクルを通して取引の可能性を確認 |
| 6 | 人気メニュー、入所者の希望 等 | 調査データがあれば閲覧依頼 |
| 7 | 食材コスト、希望価格 | 原価率、単価価格等を確認 |

3) 流通業者（食品卸などを想定して）向け聞き取り項目

| | 聞き取り項目 | ヒアリングの要点 |
|---|----------------|--------------------|
| 1 | <上段1)消費者と同じ項目> | |
| 2 | 取引可能性の確認 | 取引の可能性及びその条件を確認 |
| 3 | 要求される品質保証体制等 | 取引メーカーとしての組織条件等を確認 |

制作著作 独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部 支援機関サポート課

作成担当 青木 弘一（平成23～27年度 全国支援ネット統括マネージャー）
地域支援機関等サポート事業 ホームページ
<http://www.smrj.go.jp/keiei/chikiryoku/index.html>