

ものづくり中小企業の商品開発支援～商品企画基礎講座

○小池 真生*1)

1. 目的・背景

国際競争力が問われる中、国内のものづくり中小企業の「高付加価値化による他社との差別化」は急務である。売れる自社ブランド商品を有する企業の多くは、デザインを単に「外観意匠（色・形）」ではなく、事業構想全体として捉えている。

システムデザインセクターでは、商品開発を試みる中小企業のために、事業構想を基に商品開発に必要なプロセスを身に付けてもらう目的で、実践講座として商品企画基礎講座を平成15年から毎年開催している。

2. 実施内容

①事業戦略（マーケティング、アイデア創出技法など）、商品企画、デザイン展開（試作）、デザイン検証など商品開発のためのプロセスを学ぶ（図1）。

②思いつきや独りよがりの商品企画ではなく、客観性のあるデータを重視した、説得力のある商品企画書作りを学ぶ。

③知的財産権の知識に基づいた商品開発方法や、中小企業の実情に合わせた実際的な権利取得方法、防衛方法を学ぶ。

④グループワークやプレゼンテーションにより、他業種の受講生からの意見を聞き、社内では出てこない発想や問題処理方法を知り、自社の位置などを客観視する。

⑤表、図面、絵、写真などを資料として、パネルやパソコンを使って自分の企画を分かりやすく伝え、企画内容を共有するプレゼンテーション技法を身に付ける。



図1. 講座風景

3. 受講の結果

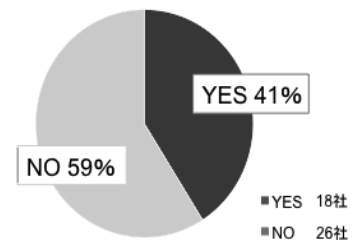
本講座は、主に製造業、サービス業の代表者や商品開発担当者が受講している。

受講企業を対象にアンケートを実施した結果、41%の企業が講座中に取り組んだ製品などが商品化されたと回答した。また、75%の企業で講座中取り組んだ製品が直接商品化に至らなくても、学んだ内容がその後の商品開発につながっていることが分かった（図2）。

自社内の体制については、社内で新たな技術開発、技術研究に発展したと答える企業が26%あり、受講生が社内の開発体制に貢献する見込みも伺えた。企画の社内共有が、周囲を動かすことに関係している。

本講座を通じて、受講企業が都産技研の施設・利用効果について実感できるため、講座受講後、機器利用や依頼試験、オーダーメイド開発支援などの個別支援に移行するケースも増えている。

①-1 講座中に取り組んだ製品等が商品化されましたか？



②-1 講座内容が、他の自社製品・商品の開発に利用できましたか？

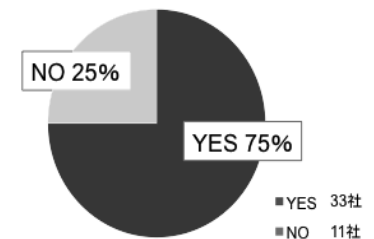


図2. 受講企業向けアンケート結果

*1)システムデザインセクター