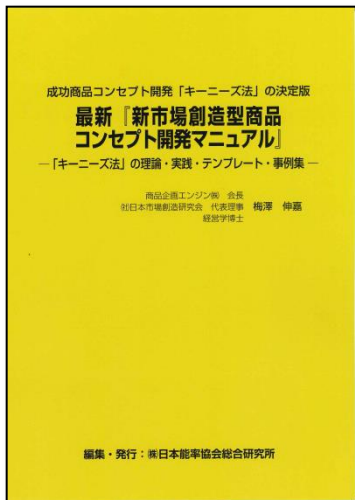




最新『新市場創造型商品 コンセプト開発マニュアル』

—「キーニーズ法」の理論・実践・テンプレート・事例集—

新市場創造型商品のコンセプト開発手法「キーニーズ法」の決定版！



著者：梅澤 伸嘉 経営学博士
一般社団法人日本市場創造研究会代表理事
商品企画エンジン株式会社社長

編集・発行：株式会社日本能率協会総合研究所
発刊：2015年3月25日
判型：A4判
頁数：381頁
価格：本体価格 48,000円+消費税



著者近影

お申込みはウェブからどうぞ
<http://www.jmar.co.jp/books/>

新市場創造型商品のコンセプト開発手法「キーニーズ法」の決定版

商品開発コンサルタントの第一人者である日本市場創造研究会代表梅澤伸嘉氏が、1969年に発表し、その後改良を重ね、数々のヒット商品やロングセラー商品をもたらせた、我が国唯一の商品コンセプト開発手法「キーニーズ法」の決定版。

本書は、新しい市場の創出をもたらす最初の商品(新市場創造型商品)のコンセプト開発の指南書です。実証されている理論の解説、手法と手順の説明、実践するために使用する各種テンプレート、豊富な事例で構成されており、「何を作ったら売れるか」を考えるすべての方における実践的マニュアルです。

目次
はじめに

序章 —コンセプト開発を軽視する者に成功の女神は味方しない
—「MIP」という成功商品の開発に興味をもち、コンセプト開発を動機づけていただくために—

- 1 成功の女神があなたを見捨てる連鎖
- 2 MIPが経済を発展させた歴史
- 3 長期経済不況の主要因
- 4 日本の新市場の大半は海外を手本
- 5 国産の市場を作った多くの商品は海外でも大活躍
- 6 経営者・メーカーは今こそ真の薄利の理由を直視すべし
- 7 中小企業こそ新市場創造で活路を開け
- 8 コンセプト開発重視こそ最重要経営課題
- 9 MIPが意図的に開発されない現実
- 10 その主要因がコンセプト開発の軽視
- 11 「何を作ったら売れるか」を教えてくれるのがコンセプト開発
- 12 「成功率向上」がこれからの経営の主流
- 13 そのために、まず補強すべき活動がコンセプトの開発
- 14 それが「強い売りモノ」を生み出す元
- 15 「強い売りモノ」を持つ企業が大企業に成長し、長寿・老舗企業として永続
- 16 「キーニーズ法」はMIPコンセプトを生み出す唯一の手法
- 17 巨象が小に勝てない理由。激戦市場でNo.1が保てる理由
- 18 多くの人が買わない(トライしない)理由と対策
- 19 私の失敗と成功
- 20 本書作成の意図

第1章 —キーニーズ法を理解するための基本となる4大梅澤理論

- 1-1 消費者ニーズ理論
- 1-2 C/Pバランス理論—ヒット商品とは何か?
- 1-3 未充足ニーズ理論—どんなニーズに応えたら商品は売れるか
- 1-4 新市場創造型商品(MIP)理論

第2章 —「キーニーズ法」
—新市場創造型商品(MIP)コンセプト開発手法

- 2-1 経営者のための「キーニーズ法」
- 2-2 「キーニーズ法」を使う前に知っておきたい「商品コンセプト理論」
- 2-3 商品コンセプトを魅力的に仕上げる工夫とノウハウ
- 2-4 「キーニーズ法」MIPコンセプト開発プロセスと企業成長関連図
- 2-5 「キーニーズ法」(狭義)のフロー
- 2-6 「キーニーズ法」ワークショップの準備

第3章 —「キーニーズ法」プロセス別アプローチ手法

- 3-1 プロセス①多くの消費者の「未充足の強いニーズ」の発掘
＜情報収集・インプットプロセス＞＜未充足の強いニーズ発掘プロセス＞
- 3-2 プロセス②「未充足の強いニーズ」に応える商品コンセプトの開発
＜アイデアのブレークスループロセス＞
- 3-3 プロセス③商品コンセプトの消費者受容性評価・改良
＜消費者の心の波長に合わせるプロセス＞
- 3-4 プロセス④表現コンセプト開発
＜伝達の知恵開発プロセス＞
- 3-5 プロセス⑤表現コンセプトの消費者受容性評価・改良
＜伝達の知恵開発プロセス＞

第4章 —新市場創造型商品コンセプト開発をサポートする有効な手法

- 4-1 NDS (Needs Detection Study)
- 4-2 シナリオストーリー
- 4-3 メラキア
- 4-4 アイデア出しの秘訣
- 4-5 カバ突破のケーススタディ
- 4-6 商品アイデアは湧き続ける
- 4-7 システムティックGDI
(システムティック・グループ・ダイナミック・インタビュー)
- 4-8 設計品質づくり
- 4-9 アイデアの評価—M/D分析—

図表一覧
あとがき

今だけ
お得な
セット割
!!

市場シェア長期ナンバーワン商品開発マニュアル 最新『成功商品開発マニュアル』

—新市場創造型商品(MIP)開発の理論・手法・実践編—



新市場創造型商品の開発理論と手法を 最も詳細に解説した超ロングセラー

日本市場創造研究会代表理事、梅澤 伸嘉氏の「梅澤理論」をもっとも詳細に解説。すぐに活用できるツール&ワークシートを多数収録。多くのヒット商品を生み出してきた「新市場創造型商品」開発の理論と手法。

本書は、「成功商品」の定義づけから、「成功商品開発」すなわち「新市場創造型商品開発」のための理論と手法、手順を豊富な図表類によりわかりやすく解説。また豊富なツール・フォーマットは、自社で活用することができるワークシートとして利用できます。商品開発・マーケティング担当者必携の書籍です。

一般社団法人日本市場創造研究会代表理事 梅澤伸嘉著
A4判・614頁・本体 46,000円+消費税・2004年12月初版発行

目次
序章 長期ナンバーワン商品の開発 ■MIPパワー■

I 理論&実践準備編

- 第1章 C/Pバランス理論
- 第2章 未充足ニーズ理論
- 第3章 MIP (Market Initiating Products) 理論
- 第4章 長期ナンバーワン商品開発システム (MIP開発システム)
- 第5章 MIP開発に求められる開発プロジェクトチームの運営と独創的環境づくり

II 実践マニュアル編

- 第6章 MIP開発の社内オーソライズ—新規事業分野の決定法と参入法—
- 第7章 Do-ーズの同定
- 第8章 商品コンセプトの開発
- 第9章 商品コンセプトの評価と改良
- 第10章 開発の対象となる商品コンセプトの決定
- 第11章 商品パフォーマンスの開発
- 第12章 表現コンセプトの開発
- 第13章 商品化と市場導入のための諸活動
- 第14章 C/Pバランス理論による広告開発
- 第15章 商品力(C/P)の最終評価

- 第16章 売り方開発
- 第17章 テストマーケティング
- 第18章 グループダイナミックインタビュー (GDI)
- 第19章 目的達成のための戦略アイデア発想法< SOS>—目的的なアイデアを生む発想のシステム—
- 第20章 発売後長期間市場で優位を保つためのメンテナンス法
- 第21章 これからの新商品開発と地球マーケティング—MIP開発は利再久留型消費社会を支える—
- 第22章 提言—21世紀は「新市場創造競争の時代」

【購入申込書】 FAX:03-6202-1294 WEB申込: <http://www.jmar.co.jp/books/>

※下記にご記入頂く個人情報は、弊社からの商品発送・新刊案内、サービスのご案内などに利用させていただきます。また、配送委託において弊社と機密情報保護契約を締結した委託業者に預託することがございます。弊社のプライバシーポリシーは弊社ホームページ (<http://www.jmar.co.jp/policy/index.html>) にて、ご確認頂けます。

書名	価格	
最新『新市場創造型商品コンセプト開発マニュアル』	本体価格 48,000円+消費税	冊
	MDBメンバー価格 45,000円+消費税	冊
書名	価格	
最新『成功商品開発マニュアル』	本体価格 46,000円+消費税	冊
	MDBメンバー価格 44,000円+消費税	冊
☆期間限定2冊同時購入パック☆		
最新『新市場創造型商品コンセプト開発マニュアル』 & 最新『成功商品開発マニュアル』	2015年5月29日まで 本体価格 74,000円+消費税	セット
	MDBメンバー価格 69,000円+消費税	セット

フリガナ		
貴社名		
ご所属		
フリガナ		
お名前		
ご住所	〒	
電話番号		ファクス番号
メールアドレス		