

業種 (番号 記入)	1	1製造業 2建設業 3卸売業 4小売業 5飲食業 6サービス業 7その他	主な取扱 商品・製品等	畳、い草小物等						
資本金	万円	年間 売上高	1,800万円	従業員 数	常時雇用 役員(法人)	0人 0人	パート 専従者	0人 0人	創業 年月 (西暦)	1970年 9月
指導日		主な指導項目								
9月9日(水)		新商品開発におけるコンセプトの明確化								
9月14日(月)		商品デザインのブラッシュアップおよびPOP・リーフレットの記載事項について								
10月8日(木)		原材料確保および生産体制の構築について								
指導 分類 (番号 記入)	9	10	1経営全般 2創業 3事業承継 4事業計画 5資金 6法律・特許等 7税務 8労務 9販路・取引 10開発・技術 11 IT・情報化 12生産・品質管理 13店舗・不動産 14記帳 15倒産防止 16その他()							
相談 内容	現在、畳の原草を使用した消臭剤の商品開発を行っている。開発に当たり、商品コンセプトの設定やターゲット設定、商品価値の表現方法、販売価格の検討など、販売に向けた様々なアドバイスが欲しい。									
相談時 における 課題・ 問題点 等	試作開発中の商品について、明確なターゲット設定やコンセプトが明確になっていない。 また、商品自体の完成度も低いいため、正式販売に向けたブラッシュアップが必要である。 原材料となるい草の原草の確保についても不確かな部分が残っているため、納入量や納入時期などについて 生産農家との具体的な詰めが必要である。									

指導概要(指導日毎)

9月 9日(水)

【新商品開発におけるコンセプトの明確化】

まず、ターゲットについての検討をおこなった。

どのような人が、どのような場所で、何のために、どのような使い方をするのかなど、具体的な利用シーンを想定した。玄関、下駄箱、リビング、寝室、クローゼット、トイレ、車などの様々な場所で使用でき、用途が幅広いことが分かった。次に商品の特徴や効果・効能を洗い出した。

い草にも種類があり、通常は畳表として使用するため、泥で洗って加工しているが、今回の商品で使用するの泥で洗う前の原草である。原草のほうが芳香性が高く、カビが生えづらいという特徴がある。

空気の浄化、抗菌、消臭、芳香、リラックスなど様々な効果・効能がある中で、ターゲットの利用シーンにマッチする空気の浄化と芳香(リラックス)というキーワードを打ち出していくこととした。

他の消臭・芳香剤との差別化については、化学物質を使用していない自然素材の「Natural Aroma」であることをアピールしていくこととした。

9月 14日(月)

【商品デザインのブラッシュアップおよびPOP・リーフレットの記載事項について】

今回の商品は、ロール状にしたい草を縁で巻いたものであり、縁の柄は数多くある中から代表的な5種類を採用している。

5種類すべてが伝統的な柄で、それぞれ「魔除け」「平穩」「出世」「金運」「絆」などの意味が込められている。

これらの柄が持つ意味合いをそれぞれ5つのモチーフにし、消費者の嗜好に合わせて選べるようにした。

さらに、5色の配色についても検討した。

今後の生産体制にもよるが、決まった5色の1セットだけでなく、春夏秋冬の四季ごとに異なる配色に変更していく4セットバージョンも視野に入れていくこととした。

季節ごとに衣替えをしていただくイメージで買い替えていただき、室内インテリアのアクセントの一つとして利用してもらえることも期待できる。

5色の意味合いについては、店頭に掲示するPOPやパッケージの中に入れるリーフレットに説明書きをすることとした。前回検討した利用シーンのイメージ写真や原材料であるい草の産地紹介、特徴、効果・効能、取り扱いの注意点なども記載する。

パッケージは当初紙製の筒であったが、中身が見えるクリアな素材に変更した。

商品を使用する際に台座となるい草マットも付属でつけることとした。

さらに、陳列中にい草が日焼けして変色してしまうのを防ぐため、UVカット機能のあるフィルムを貼ることとした。

販売にあたって必要になる品質表示の明記方法についてもアドバイスをした。

10月 8日(木)

【原材料確保および生産体制の構築について】

改めてい草の生産地である××県〇〇市へ訪問し、今回の商品の原材料となるい草の原草をどれだけの量仕入れることができるのか、またどのようなスパンで仕入れることができるのかを確認してもらった。

結果、1軒の農家と契約できる可能性が出てきた。毎秋に収穫したい草を原草として加工してもらい、納品してもらおう予定である。

ただし、原草の加工量には制限があるため、通常の畳表を使用したものも価格帯の違う商品として展開していくことを提案した。販売価格についても検討し、畳表バージョンを×××円前後、原草バージョンを〇〇〇円前後に設定することとした。

畳表バージョンはカビが生えやすいというリスクが伴うため、商品化する前に一定の期間をかけて様々な状態で保管しながら状態変化を観察する必要があることをアドバイスした。

また、商品に対する消費者の反応を収集するため、商品説明書内にQRコード記載して自社ホームページへ誘導した上でアンケートや口コミに繋げていく仕組みについてもアドバイスをした。

今後の課題・専門家の意見、総括等

今回の支援を通じて、試作の状態から販売できる状態まで大きく変化した。ただし、量産して安定的な売上を上げるためには、量産対応してくれる連携先や販路が必要である。今後、早い段階で見つけていただきたい。