

新商品開発

Rearrange (再編)

- 魅力的品質≠高品質
- 価格破壊≠顧客創造
- 高性能≠利便性
- 開発者の魅力≠商品力

Eliminate (除去)

- 新「失われた世代」の価値観
- 考えない
- 硬直的、変わらない
- スルーする
- 言い訳風土

Substitute (代用・代替)

- 労働、時間、空間の外部化、自動化、デトックス
- 感情移入できる、感情が満たされる
- 安心感、信頼感

Combine (結合)

- モノ+空間+時間
- モノ+コト+α(感情)
- 主役と脇役のバランス見直し
- 目的と手段のバランス見直し
- 文化に深く根差したもの
- 市場ニーズ×自分目線ニーズ

Adapt (適応)

- ワクワクしない、飽き飽き感を変える
- 必需品
 - 面倒くさがらせない
 - 良さに気づいてもらう
 - 必要なサービスはたくさんある
- 好適品
 - 高品質、究極の追求は不要
 - ベットの様な愛嬌、パティ、「片腕」的な存在
 - 商品価値の原点回帰
 - 明るい将来を展望できる
- 期待
 - 年齢、性別を問わない当事者意識
 - 幸福感
 - 人間性を取り戻す(根本欲求)
 - 人間らしい生活、環境、文化
 - 心地よいもの、快適なもの
 - 不安感
 - ミライが想像できない(無い)もの
 - 小さなコミュニティに留まるもの

単なるモノは不要
機能だけでは無い

Put other use (転用)

- 顧客が顧客をつなぐ
- 顧客を大切にする
- ローカルビジネス
- マイクロマーケティング
- スナック経営に学ぶ
- イライラしている人の増加
- うっ憤はらし、意地悪な人の増加
- 感情のコントロール過多
- 若年増
- 自分中心、思いやりの欠如
- 撃たれ弱い
- 自問自答しない
- 等身大サイズの幸せ感
- お金を使わない、時間を使わない
- 未成熟のまま停滞
- 成功体験が無い
- 社会の変化
- 同じ環境で思考停止状態

Modify (修正変更)

- 開発マインド
 - 定着しない顧客志向
 - コトの開発が評価されない
 - 失敗への恐怖心
 - ものづくりへの執着
- 体制
 - 開発の言いなり
 - コンサルとの馴れ合い
 - 開発の共通言語
- マネジメント
 - オペレーション偏重主義
 - 数値目標偏重
 - 褒めるマネジメント
- 組織
 - 硬直的、変わらない
 - 再教育
 - 教育者の教育から
 - メンター制度の復活