

複製・配布は自由です。ご自由にコピーまたはプリントアウトしてお読みください。

(C)2006 1mouke.com

## ウェブビジネス・商品開発のフレームワーク

Webプロデューサー 大和賢一郎

### 1 はじめに

本資料は、ウェブを活用したビジネスモデルを構築するにあたり、商品開発の工程・プロセスを分析・整理したものである。

### 2 目的

本資料の目的を以下に挙げる。

- ・ ウェブビジネスの成功に欠かせない「商品開発のプロセス」定義し、フレームワークとして公開する。
- ・ 各個人の商品開発戦略を策定するにあたり、具体的作業を決めるための「切り口」を提供する。
- ・ リソース(時間・資金)をバランスよく分配するための「業務工程管理」をサポートする。

### 3 商品開発に必要な5つの工程

商品開発に必要な「5つの工程(プロセス)」を以下に定義する。

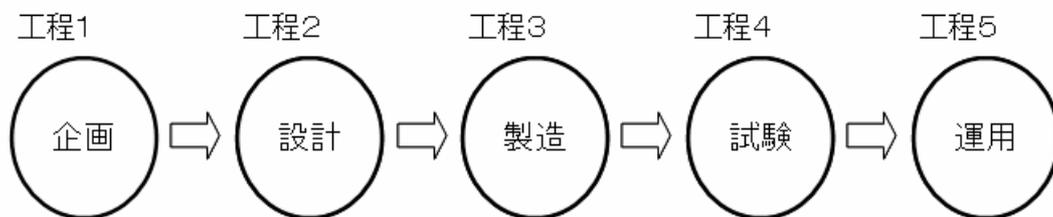


図1. 商品開発に必要な5つの工程

#### ●工程1. 企画

この工程では、商品の概念、コンセプトを決める。誰に、何を、どのようにして販売するのか？を考え、提供する「顧客価値」を定義する。同時に、収益性や市場トレンド、競合の存在など、あらゆる方面から実現可否を検討する。「思いつきのアイデア(石ころ)」を「魅力的な商品コンセプト(宝石)」に磨き上げていくプロセスである。

#### ●工程2. 設計

この工程では、企画を商品化するための、より具体的な取り決めを行う。課題(具体的にやるべき作業)を明確にするために、曖昧な点をなくし、スペック(仕様)を確定する。量やサイズについては「多い・少ない」というような表現ではなく「12cm・3kg」というように、定量的に記載する。商品の設計図を描き上げるプロセスである。

### ●工程3. 製造

この工程では、設計工程で文書化された「設計図」に基づき、商品を製造する。必要な材料を調達し、設計図どおりに組み合わせ、作り上げていく。量産品の場合、いきなり大量に生産することはしない。まず試作品(プロトタイプ)をつくり、イメージを具体化していく。「絵に描いた餅」を「食べられる餅」に変えていくプロセスである。

### ●工程4. 試験

この工程では「商品が設計図どおりに正しく作られているか?」を検査する。利用者(顧客)の視点で実際に商品を利用し、扱いにくい点などが無いかなどテストする。正常な使い方だけではなく、予想外の使い方(危険・無謀な使い方)もテストし、耐久性、安全性もチェックする。商品の「品質・信頼性」を高めるためのプロセスである。

### ●工程5. 運用

この工程では、商品を市場に流通させ、顧客に購入、利用してもらう。広告・宣伝などの販売促進活動も実施する。取り扱い説明マニュアルを準備し、ユーザーサポートの体制も整えておく。顧客の感想を聞き、満足度を調査することで、新たな課題が見つかることもある。次期商品開発・バージョンアップに向けたプロセスである。

このように、現在市場に流通しているすべての商品は、上記に示す「5つの工程(プロセス)」を経て開発されたものである。種別・カテゴリに関係なく、あらゆる商品・サービスは「川の流れのように、上流工程(工程1.)から下流工程(工程5.)に向かって、段階的に開発される」ものであると定義できる。

なお、ある特定の工程を省略することは望ましくない。たとえば「2. 設計」を省略し、「1. 企画」終了後いきなり「3. 製造」に飛んだとする。その場合、設計が不十分であるがゆえに、商品の設計図・スペック(仕様)が定まらず、意図しない商品が出来上がってしまう可能性が高い。そうなると、作り直しのコストがかかり、経済的に大きな損失となる。

もう1つの悪い例としては「4. 試験」を省略してしまうというのがある。商品を製造後、十分にテストをしないまま市場に出荷してしまうと、思わぬ事故やトラブル招く結果となる。当然、経済的損失および社会的信用の喪失は免れない。

#### 4 商品別・工程作業例一覧

以下に、商品種別ごとの「各工程における代表的な作業例」をまとめる。製造業／サービス業／情報ビジネス／などの種別に関係なく、あらゆる商品開発業務において、各工程での「やるべき作業」が必ず存在する。

表1. 商品別・工程作業例一覧

|   | 商品種別   | 工程1.<br>企画                    | 工程2.<br>設計                            | 工程3.<br>製造                   | 工程4.<br>試験                           | 工程5.<br>運用                   |
|---|--------|-------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| 1 | 住宅     | ワンルーム、都心、<br>独身女性向け           | 間取り、外壁、材質、<br>内装、設備、予算                | 工事業者発注、建<br>設、現場管理           | 構造、安全性、耐震<br>テスト、居住性                 | 販売、分譲、顧客対<br>応、クレーム処理        |
| 2 | 玩具     | 幼児向け電動室内<br>カー、高級外車仕様         | 車種、デザイン、サ<br>イズ、性能、価格                 | 工場ライン稼働、量<br>産、パッケージング       | 使いやすさ、安全<br>性、機動性、バッテリ<br>ー寿命        | 流通、販売、お客様<br>の声、幼児の反応        |
| 3 | 食品     | カップ式、インスタン<br>ト温ラーメン、野菜入<br>り | 容量、カロリー、栄養<br>素、麺の量、太さ、具<br>の種類、産地    | 工場ライン稼働、量<br>産、パッケージング       | 品質、保存性、味、<br>食感、保温性                  | 流通、販売、お客様<br>の声、売れ行き調査       |
| 4 | 家電     | 家庭用防犯カメラ、<br>子供部屋用            | サイズ、録画媒体、<br>録画時間、消費電<br>力、デザイン、価格    | 工場ライン稼働、量<br>産、パッケージング       | 録画テスト、耐久<br>性、電力消費量、操<br>作ミスへの対応     | 流通、販売、設置、<br>サポート、満足度調<br>査  |
| 5 | 出版     | 子育てコーチング、<br>中高生の子供を持<br>つ親向け | 著者、タイトル、目<br>次、ページ数、原稿<br>の書き方、装丁、帯   | 執筆、脱稿、編集、<br>装丁デザイン発注        | 校正、誤字・脱字チ<br>ェック、読みやすさ、<br>わかりやすさ    | 印刷、製本、流通、<br>販売、売れ行き調査       |
| 6 | ソフトウェア | 携帯電話用「音声認<br>識英和辞書」ソフト        | 収録語数、翻訳精<br>度、対応機種、イン<br>ストール方法、価格    | プログラミング、パッ<br>ッケージング         | 操作性、画面表示、<br>音声認識精度、操作<br>ミスへの対応     | 試用版公開、販売、<br>サポート、満足度調<br>査  |
| 7 | サービス   | 浴室専門の清掃代<br>行サービス、派遣          | 地域、時間帯、価<br>格、清掃方法、清掃<br>範囲、派遣人数      | 派遣者教育、清掃ト<br>レーニング、体制づく<br>り | 清掃スキル試験(知<br>識・実務)、顧客対応<br>力、清掃効果測定  | 告知、受注、派遣開<br>始、清掃後アンケー<br>ト  |
| 8 | ウェブサイト | 地方高校生向け「起<br>業教育・支援サイト」       | タイトル、内容、ペー<br>ジ構成、ボリューム、<br>ドメイン名、コスト | ページ制作、ドメイン<br>取得、サーバー申請      | 画面表示、リンク確<br>認、フォーム動作チ<br>ェック、わかりやすさ | アップロード、公開、<br>反応率、アクセス調<br>査 |

表1. からも分かるように「商品開発に必要な5つの工程」は、業態・業種を問わず、あらゆるビジネスに必要とされるプロセスである。

「住宅」や「玩具」のような、建築・製造業の場合、5つの各工程で必要となる具体的作業はイメージしやすい。マンションを建てるためには「設計図」が必要である。つまり「製造(建築)」の前には、必ず「設計」という工程が存在する。そして、設計図を書くためには「ファミリー向けか？ 独身向けか？」という基本コンセプトを決めなければならない。それが「企画」である。

では、代行サービス業のような「目に見えない(物理的に形のない)商品」を売るビジネスでは、どうか？ その場合も、必ず「5つの工程」を経て開発されなければならない。サービス業における「設計」とは「サービスの内容や条件を具体的に数値化すること」である。そして「製造」とは、サービス提供者(社員・パート・アルバイト)の教育・トレーニング・必要な道具の調達などを指す。

## 5 ウェブサイト制作における5つの工程

ウェブサイトの制作工程も、表1. に示すように、5つのプロセスを経て進められる。厳密に言えば「ウェブサイト」自体は「商品」ではない。しかし「ウェブサイト = ソフトウェア」と位置づけるならば、その制作は、ソフトウェアの設計開発プロセスとまったく同等になる。

しかしながら、「5つの工程を踏むことの重要性」を認識していない制作者は、十分な企画・設計をしないまま、いきなり「製造」に入ろうとする。具体的には、サイトのコンセプトやタイトル、方向性が定まっていない状態であるにもかかわらず、ホームページビルダーで「ページ新規作成」を始めてしまうのである。そして「ページが作れない」と悩むことになる。

ページが作れない理由の1つは「製造」のスキル不足かもしれない。その場合は、外部の制作業者に発注するという方法もある。しかし、本当の理由は「企画・設計を十分に行っていないから」かもしれない。つまり、制作者自身が「いきなり製造したくなる」という気持ちを抑えて、いかに「企画・設計に時間を費やせるか？」が、ウェブビジネス成功のカギと言えるのである。

— 以上 —