

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。

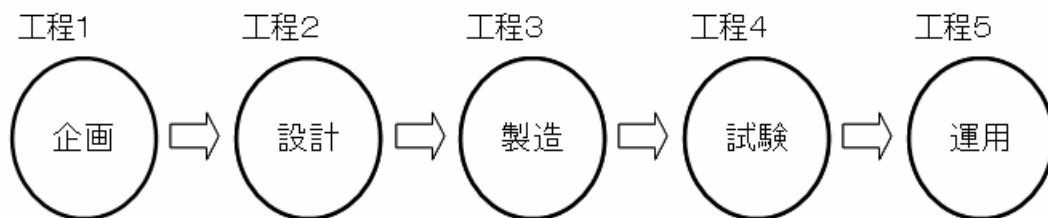


図1. 商品開発に必要な5つの工程

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