

「どっかで聞いたことあるようなアイデアばかり問題」の解決法とは？

アイデアが面白くない、の基準って何？

「なんとなく面白くない」の本質を説明します。

成熟したカテゴリーにおいて、アイデアが面白いかわからないかは、「既存路線の上での進歩のアイデア」なのか、「新たな路線を生み出す路線変更のアイデア」なのかで決まっています。

カテゴリーが生まれて間もない場合は、進歩でも消費者に価値を感じてもらえます。しかし成熟してくると、進歩に消費者は価値を感じないからです。

イノベーションとは、路線変更

「ストーリーとしての競争戦略」などの著者である一橋大学大学院教授の楠木建氏は、イノベーションについて次のような趣旨のことを述べています。

イノベーションの日本語訳の「技術革新」は、本質を表現していない。技術は日進月歩、つまり進歩というのは「既存の路線」の上で起こることであり、それはイノベーションではない。新たな路線を生み出すこと「路線変更」がイノベーションなのだ。

プロジェクトの進め方

★面白くないことの事前共有

みなさんが担当しているカテゴリーにおける「既存路線」って何でしょうか？ あらかじめ「既存路線」の仮説を出し、それを上司の方やチームで共有しておけば、面白いこと＝新路線を見つけられる可能性は高まります。

★具体的なプロジェクトの進め方

- 1) 新路線を生み出したい領域を設定する
- 2) 既存路線の仮説だしを行う
- 3) スペースファインダー※を行い、市場のホワイトスペースを見つけ出す
- 4) ホワイトスペースに対して新路線名をネーミングする
(=ひとこと化メソッド※の活用)

会いにいけるアイドル、〆まで美味しい鍋つゆ等の「路線変更」の例

◎AKB48／秋元康氏
既存路線：会えないアイドルへの憧れ
新路線：会いにいけるアイドル

◎ディズニーランド／ウォルト・ディズニー氏
既存路線：子供が楽しむ遊園地
新路線：大人が夢中になれる場所

◎〆まで美味しい鍋つゆ／ミツカン
既存路線：いろんな味の鍋が楽しめる鍋つゆ
新路線：〆まで美味しい鍋つゆ

◎白髪に変えるワックス／シルバーアッシュ
既存路線：アンチエイジング(白髪を隠す)
新路線：エイジングを楽しむワックス

提供価値

顧客を動かす隠れた心理を発見し、アイデア開発を支援する

アイデア開発の支援領域

新製品、新サービス開発
広告・プロモーション戦略
など、あらゆるマーケティング課題

3つの技術

- ①独自のインサイトリサーチ手法
- ②アイデア創出のプログラム
- ③統計解析・データ分析のスキル

2004年の創立以来、
一貫してインサイトリサーチによる
アイデア開発支援を提供しています

600案件以上の実績

クライアント企業

- ・売上高 **1兆円以上** **17社**
- ・東証 **1部上場** **28社**
- ・ニューヨーク証取上場 **1社**
- ・ロンドン証取上場 **1社**

インサイトやアイデア開発支援に関する寄稿、講演は、
海外も含め **多数**



インサイトリサーチにおける
日本で最初の専門書を
2006年に執筆
中国・韓国でも出版されています



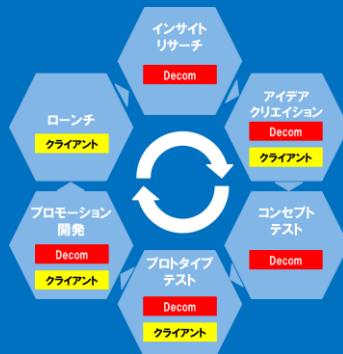
ソリューション

- **デビルインサイト** 人間のダークな側面を捉える
- **買わない理由(わけ)** 買わない理由を聞かずに、買わない理由を明らかにする方法とは？
- **新奇事象リサーチ** 普通の人のちょっと変わった行動を大量に集めて、次のアイデアを導く
- **スペースファインダー** トренд事象はあるが、マスプロダクトが存在しないホワイトスペースを発見する
- **ひとつこと化メソッド** 優れたアイデアは、ひとつことで表現できる。その強い「ひとつこと」を導き出す方法とは？
- **インサイトの検証法** そのインサイトは確かか？数字で検証結果を示すには
- **インサイトセグメンテーション** インサイトをもとに市場をセグメンテーションする
- **五感リサーチ** 消費者が商品に求める“五感”をリッチに言語化する
- **ポテンシャル・ファインダー** ブランドが持つ潜在能力を発見する方法とは？
- **エスノグラフィ四大準備** エスノグラフィ・行動観察を不発に終わらせないための「四大準備」とは？
- **データサイエンス&アート** 消費者のネット上での膨大な行動事実データを起点に、インサイトを見出しアイデア開発を行う
- **インサイトマンダラ** インサイトを定量化し、数理統計で一枚絵にする
- **ブランドブック** ターゲットのインサイトからオポチュニティを発見し、ブランド戦略をブックにまとめます
- **エキスパートインタビュー** エキスパートの見立て通じて未来を予測し、インサイトを見い出す
- **カスタマージャーニー** インサイトを捉えたジャーニーを描く
- **アイデア開発ワークショップ** インサイトリサーチの結果を刺激にアイデアを創る

手法

ビジュアル刺激法(デプス、Web-PC、モバイル、CLT) / 行動観察 / ホームビジット / ビデオエスノ / ソーシャルメディア分析 / 文章完成法 / エキスパートインタビュー / HUT & MROC / ストーリープロジェクションテクニック(物語投影法) / インサイトベースのセグメンテーション / テキストマイニング / インサイトの定量化 / 多変量解析 / ワークショップ

プロジェクト



研修

インサイトリサーチによるアイデア開発

