

2014年度後期 消費者行動II  
商品企画書 フォーマット

商品企画書には次を含めること:

1. 市場機会分析

- 1-1. 開発目標、本プロジェクトの戦略上の位置づけ
- 1-2. 資源・環境分析 ←課題1「二次データ収集による資源・環境分析」
- 1-3. 顧客分析(定性調査、定量調査) →市場創出機会((潜在)顧客ニーズ) ←課題2「顧客インタビュー調査結果」
- 1-4. 顧客ニーズと顧客セグメンテーション・ターゲティング ←課題3「STP表」  
(ターゲットとする顧客規模(予測される創出市場規模))

2. 提案コンセプト

- 2-1. 顧客ニーズ、顧客ターゲティングに応じたコンセプト案 ←課題4「コンセプト」
- 2-2. コンセプト案についての顧客定性調査結果 ←課題5「顧客インタビュー調査と修正コンセプト」
- 2-3. コンセプト案についての顧客定量調査結果 ←課題6「コンセプト定量(アンケート)調査計画」  
(PI(購買意図程度)、コンセプトを構成する商品属性に関する評価を含む)

3. 需要予測

- 3-1. コンセプトPIをもとにした需要予測(ターゲット顧客規模中のシェア予測、売上・コスト・利益予測)
- 3-2. コンセプトPIをもとにした開発目標の達成可能性・達成程度分析

4. 投資提案

- 4-1. 今後の開発のための必要資源(開発期間、予算、人材、データ)、リスクと対策案

提出期限:1月9日、5-6限

3. 需要予測 と、4. 投資提案 は、可能であればよい。