



未来市場の予測・創造

未来市場の予測・創造

PTIの発展的活用 (1)

仮説：消費者にとって使いやすく、販売店にとって売やすく

未来のことは誰にもわかりません。しかし人間には未来を予測・推測するチカラがあります。PTIはそんな人間のチカラの一助になればと思います。例えば日本酒の国内売上高は減少しています。もちろんライフスタイルの変化にともなう嗜好の変化も原因していますが、何よりも販売店にとって日本酒の一升瓶や四合瓶は、重くてワレモノで、とても扱いづらい商品です。同様に一般家庭でもこれらの瓶は飲む時はもちろん、保管するにも廃棄するにも扱いづらい商品です。そこで売やすく、買いやすくというキーワードで、日本酒のパッケージをバッグインボックスにしてシミュレーションしてみました。

仮説：例えば日本酒を右イラストのようなバッグインボックスで商品化

PTIバッグインボックスイメージ



オシャレで便利なホームサーバー

家庭の食器棚や夏場は冷蔵庫内など、場所をとらずカンタンに設置でき扱いやすくなります。この収納性のよさは、狭小店舗などの業務用としての需要が見込めます。また容量が大きい商品単価が高くなることで、店舗によっては宅配などにも対応可能となり得ます。

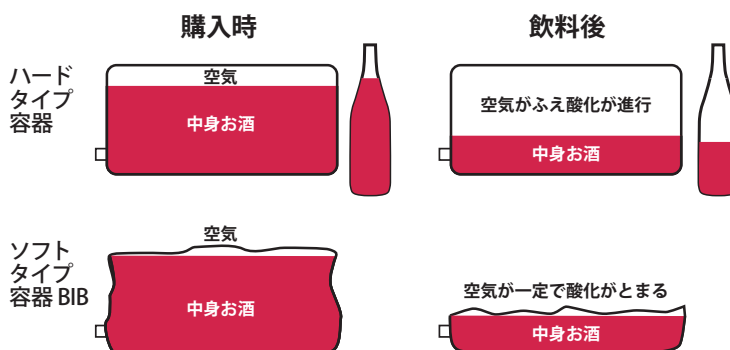


上はすべてPTI画像、下は冷蔵庫の写真にPTIを合成し、大きさや雰囲気をもシミュレーションした写真との合成画像



鮮度維持力にすぐれ美味しさ持続

このバッグインボックスは、開封後に新たな空気が混入しにくく品質の劣化速度が遅くなり、瓶やペットボトルよりも鮮度やうまさ長期にわたり持続します。ミネラルウォーターでは10リットル程度の大型のバッグインボックスが販売されていますが、大きすぎて一般家庭では扱いにくいようであり普及していません。しかし、お酒に限らずフレッシュジュースなど飲料全般で使えます。



ソフトタイプ容器は飲むと新たな空気が入らず収縮、うまさを維持

清潔で安全

弊社では過去にエコロジー推進を目的として、発泡スチロールの代替えとした保温力のあるチルド用のパッケージとして、アルミを蒸着させた段ボール箱を水産加工卸に制作納品した実績があります（下記画像）。このアルミパッケージは、発砲スチロールにはおよびませんが断熱性に優れ、さらに燃えるゴミとして扱え環境にやさしく、受け取った側も廃棄処分がしやすくエコロジーです。さらにアルミの持つ光沢感や高級感がギフトなどで話題になりました。

光で注目度アップ（最強の営業ツールとしての光るパッケージ）

表面をアルミ素材のメタル系バッグインボックスであれば、その放つ光（光沢感）が清潔で安全なイメージを演出でき、店舗内の照明に反射しひときわ目立ちます。また遮光性・断熱性・耐久性があり、一般的な紙パッケージと比べ結露や水濡れにも強くなります。そこでイラストで説明したような便利な使い方を提案し、さらに光沢をいかしたデザインを施すことで、美しさや高級感が演出できギフトなどにも使えるでしょう。市場で衰退気味の日本酒が、このように装いを新たにすることで顧客を生み出し新しい市場がひらけるのではないのでしょうか。特に近年海外での日本酒ブームは目を見張るものがあります。この形状の場合、輸出などにも適していますし、荷崩れや転落、落下などでの破損時も安全です。

PTIのイラストでは、このようなメタル系の光沢感をイラストで写真タッチに表現できます。アルミを活用したバッグインボックスは現在研究開発中です。



ビジネスメリット（デッドスペース削減▶販売効率向上）

例えば日本酒の場合、左側のバッグインボックスと、従来の4合瓶を店頭での売場面積あたりの販売効率を比較すると、バッグインボックスではデッドスペースが減少し坪単価売上高が2～3倍向上します（下画像参照：ほぼ同面積で4合瓶と比べ2～3倍の商品陳列が可能）。

売場イメージPTI



物流費削減（CO₂削減▶収益向上▶消費者メリット拡大）

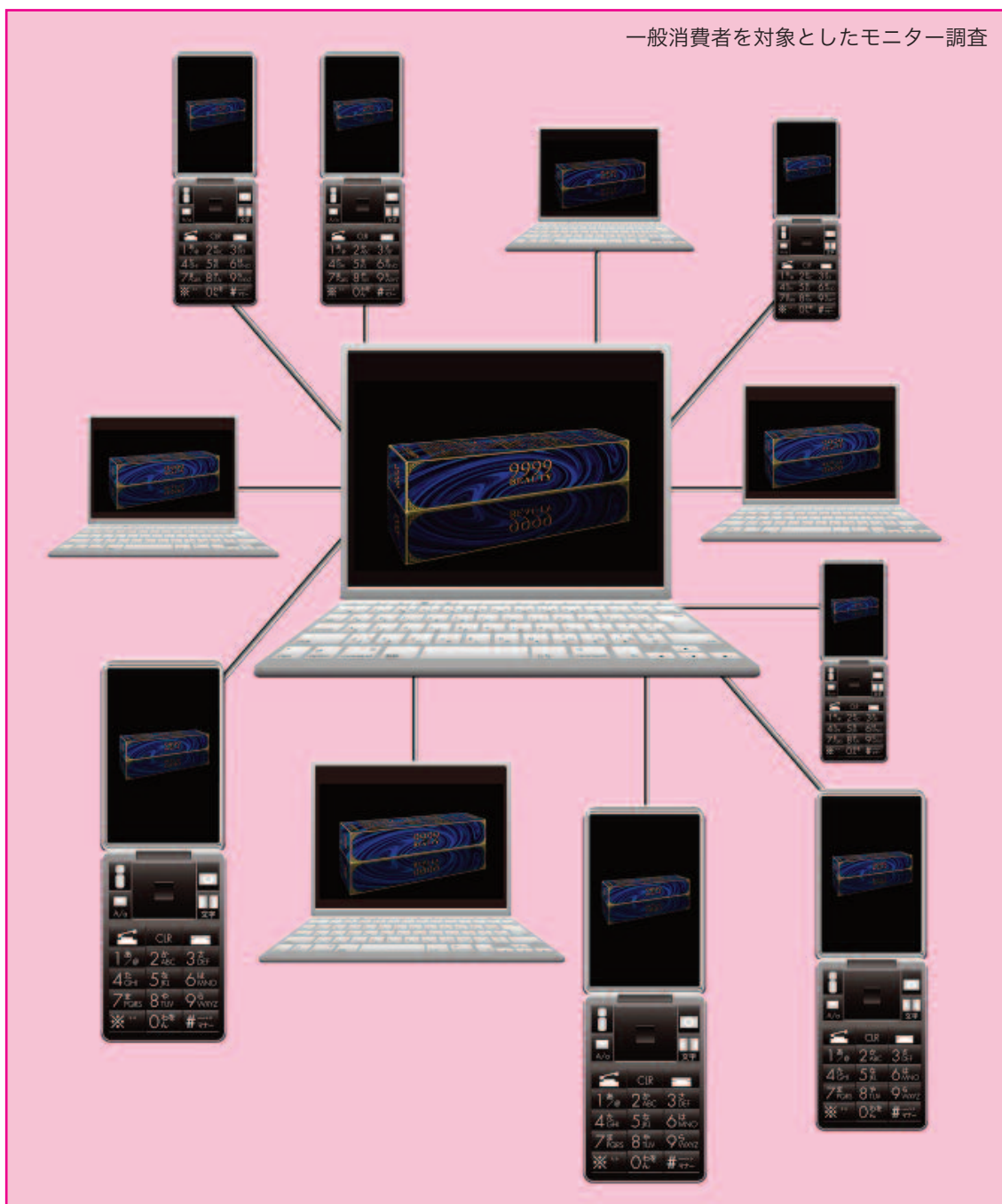
このことは単に売場の坪効率の向上だけでなく、物流を効率化しコストを軽減すると同時にCO₂を削減できます。またメーカーにとっては生産効率が向上、単価/リッターが下がり結果として消費者にとってお買得な価格を実現可能となります。さらに大型量販店などにおいては中置き陳列も可能となり、容量が多く商品単価が高いため宅配や通販にも対応しやすくなります。

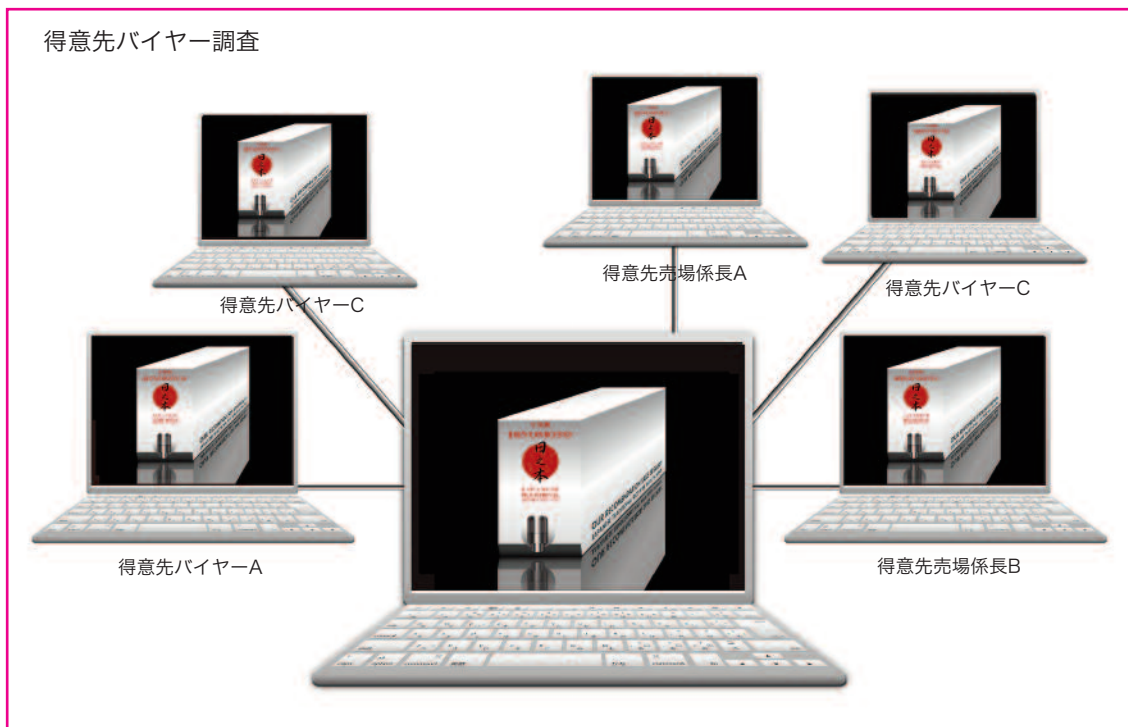
PTIの発展的活用（2）

一般消費者からバイヤー・売場までマイクロ&マクロリサーチ

顧客創造のための仮説の設定と検証

特に一般消費材などの開発では、生産する前にカタチが見えることで一般消費者（モニター）などに対しても、ITを活用した事前アンケート調査が容易に可能となり、マーケットレスポンスが取得できます（ホームページ内FRP参照）。





検証データから市場創造へ

さらにここで取得したマーケットデータを、小売業のバイヤーや売場の販売員たちに見せながらプレゼンしたりリサーチしていくと、仕入れを喚起させることが可能となります。

なぜならば大手流通チェーンなどのバイヤーは、仕入れるにあたりまず販売実績データを重要視します。しかしそれが新商品などで販売実績がない場合に重視するのが、仮説に基づいた市場のリサーチデータとなります。

商品開発の成功率を高める

近未来をリサーチする場合、従来プロトタイプを制作し製品の善し悪しについてリサーチをしてきました。このことはもちろん大切ですが、時間と手間と高額な費用がかかります。またプロモーションや流通などについては別途リサーチが必要となり、さらなる時間と手間とコストがかかります。

PTIでは、写真との合成やPTI同士との加工もカンタンにできるうえ、ITとの相性が良いため、パソコンや携帯電話によるさまざまなアンケート調査が時間と場所を問わずにカンタンかつスピーディーにできます。さらに営業戦略に基づいた多面的なリサーチをすれば、プロダクトのデザインパターンのみならず、販売方法や宣伝方法、さらには使い方のシーンなどの仮説を、同時に低コストでより詳細に検証することができます。特に市場創造時のポイントとなる新規の流通開拓戦略（仮説）の確認や修正ができることで、マーケティング精度が飛躍的に向上します。ご興味のある方は、弊社ホームページ内のFRP未来市場リサーチプログラムをご覧ください。

その結果、商品開発全体の時間と手間と経費の無駄を減らし、エコロジーでエコノミーなマーケティングを実現していくことが可能となります。