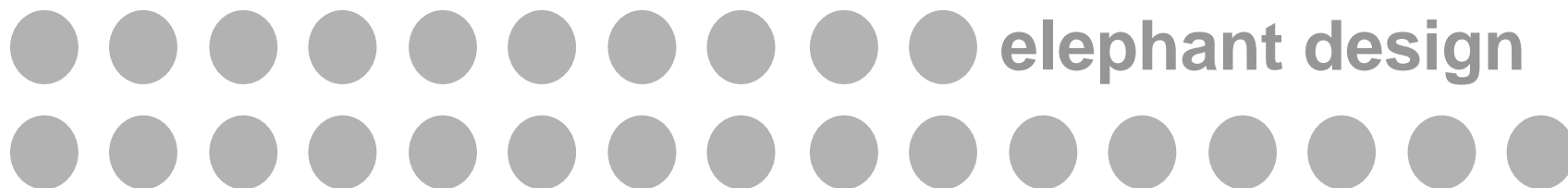


空想生活のご紹介

ネットで、ユーザーの「ほしい」を集めて商品化

2007年10月30日



1、空想生活のご紹介



『空想生活』は、webを使ったものづくりを支援しています。

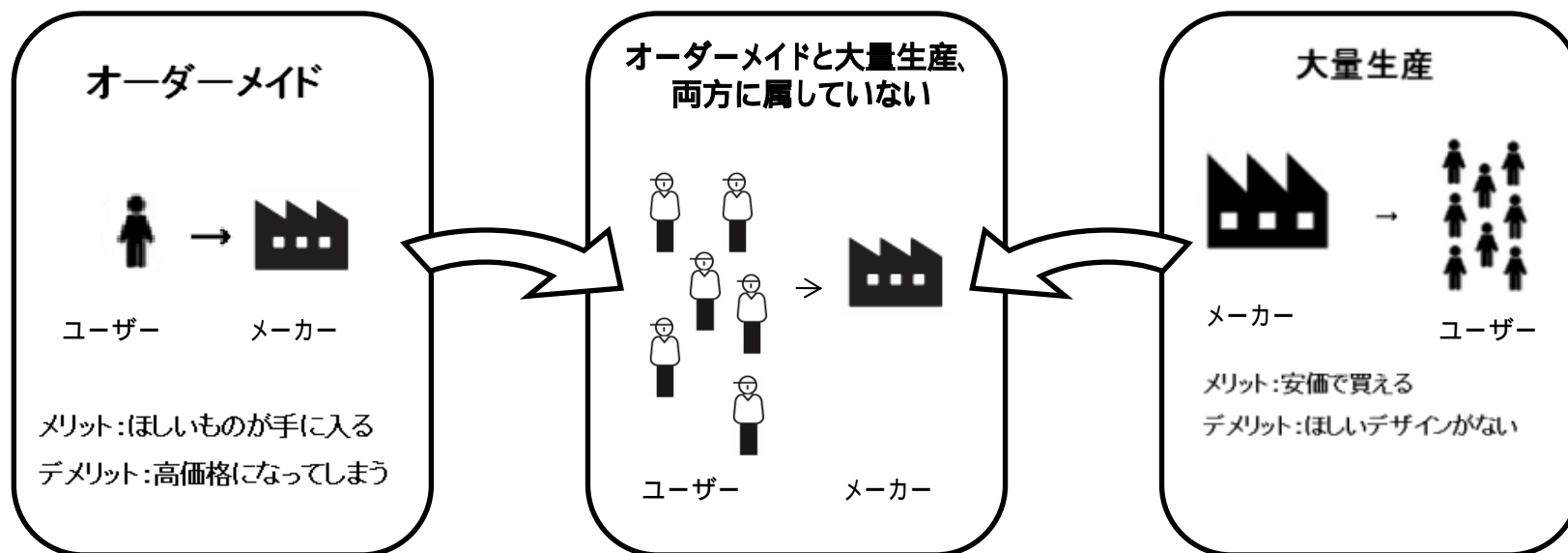


1、空想生活のご紹介



大量生産でもオーダーメイドでもないモノづくりの仕組みをご提供致します

商品化コミュニティによるリスクと効率の最適化



単品受注生産モデル

最小ロットの受注生産モデル

量産、在庫モデル

生産効率が悪い

リスクと効率の調整が自由

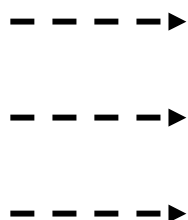
失敗時のリスクが高い

2、ゴールド化成様の事例



ゴールド化成様のご紹介 「東京丸の内働くオフィスワーカーの声をもとに商品開発をスタート」

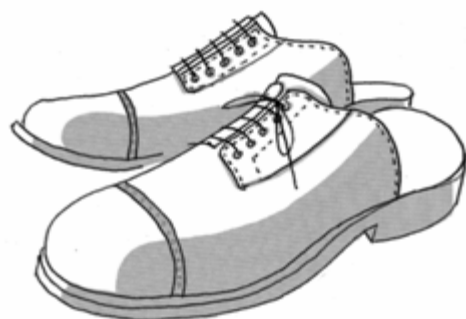
ユーザー



商品開発コミュニティ



メーカー



ほしい

集約



ライセンス

2、ゴールド化成様の事例



試作段階でのコメント

商品化コミュニティの意見反映前



いかにも『サンダル』という雰囲気を感じられないのはいいのですが『野暮ったい『革靴』を履いている』とも見られたくないんです。



このフォルムでは、なんだか会議室のスリッパを思い出してしまう。もう少し、シルエットを絞って欲しい。

もっと革靴寄り(高い)のコンセプトで良いのではないかと思う。

2、ゴールド化成様の事例



最終デザインに近い段階でのコメント

商品化コミュニティの意見反映後



フォルムが格段に良くなった。仕事だけではなく、プライベートでも履いてみたい。



デザイン的にはかなり良いです！素敵です！

メルマガ読者です。
このアイテムが少しでも早く製品化されるのを、楽しみにしております。今回の方が高級感があり、着脱もし易そうなので良いと思います。クオリティ次第では、もう少し値段がしても買うと思います。

3、ゴールド化成様の事例

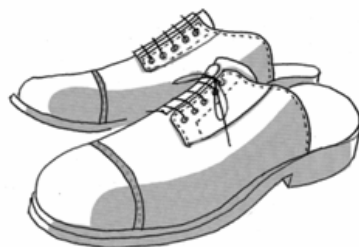


デザインの変化の流れ

製品開発の流れ



既存技術



コンセプト



初期サンプル(合皮)



合皮検討サンプル



合皮サンプル



本革ウイングチップサンプル



最終モデル(製品)

2、ゴールド化成様の事例



アンケート結果の比較



消費者の声を反映したことで購入希望価格が約3倍になった




商品化コミュニティの意見反映前



商品化コミュニティの意見反映後



| このプロトタイプをご覧になって、どのように思いましたか？ | |
|------------------------------|--|
| 5000未満 | 48  |
| 5000~ 12000 | 11  |
| 12000以上 | 0 |

| このプロトタイプをご覧になって、どのように思いましたか？ | |
|------------------------------|--|
| 5000未満 | 3  |
| 5000 ~ 12000 | 36  |
| 12000以上 | 18  |

希望価格帯は、低い部分に集中

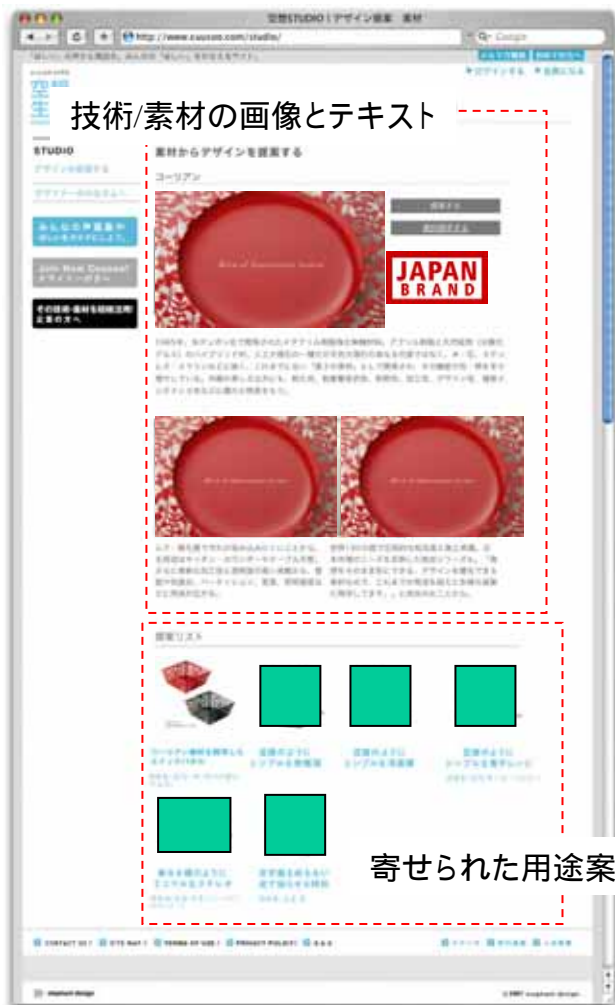
希望価格帯は、高価格帯にシフト

3、JAPANBRAND様 空想生活ご利用イメージ



1年目は技術・素材をwebに掲載し用途案、デザイン案を募集します。

技術/素材の掲載



技術/素材をwebに掲載



技術/素材を使った用途案を募集



商品企画のアウトソースが出来ます

3、JAPANBRAND様 空想生活ご利用イメージ



2年目は商品案(デザイン)について定量的、定性的マーケティングリサーチを行えます。

定量的なマーケティングリサーチ

マーケティングリサーチが簡単に行えます

デザイナーの提案にはユーザーから投票が集まります。
 投票を通じて以下の定量的な情報が得られます。

『投票数』 『購入希望価格』 『購入希望数量』



投票

投票入力フォーム

このアイテムにいくらまで払ってもよいかという希望価格と希望個数の記入をお願いします。商品化検討の際の参考にさせていただきます。

※全部必須ですが、メールアドレスは公開されませんのでご安心ください。

<投票いただいた提案について、商品化に向けた活動情報をお送りさせていただきます。>

※投票中のものをマイページで確認したい場合は、ログインしてから投票してください。

商品名: 漆秋草バスケット

メールアドレス:

お名前(氏名):

最大購入価格(予算): 円

個数:

3、JAPANBRAND様 空想生活ご利用イメージ



2年目は商品案(デザイン)について定量的、定性的マーケティングリサーチを行えます。

定性的なマーケティングリサーチ

マーケティングリサーチが簡単に行えます

デザイナーの提案にはユーザーからコメントが集まります。
コメントを通じて以下の定性的な情報が得られます。

『ビジターによるコメント(書き込み)』



3、JAPANBRAND様 空想生活ご利用イメージ



3年目はサイト上で販売支援を行えます。

販売支援

空想生活上で商品のPRが行えます

販売サイトへ購入希望者を誘導し販売支援を行います。

販売開始までに、コミュニティに参加しているユーザーは見込顧客になっています

空想生活



販売サイト

