

## アイデアの価値を見極める

新製品の商品化に際しては、成功の夢がふくらむ反面、「失敗したらどうしよう」と、悩みがつきものだ。斬新な新製品には先行する商品の販売データがないから、リスクは大きい。新製品の商品化にはビジネス的な価値判断が必要だ。

新製品の価値は、次の4つだ。①新規性…従来にない飛躍的な発想からできている、②創造性…工夫に工夫が重ねられている、③効果…コスト以上の効果がある、④市場性…ユーザー層が広い。これらのいずれが欠けても、成功は遠のく。

### ユニークな「付箋」<sup>ふせん</sup>“リップノ”

新学期を迎えて、文具売り場がにぎわっている。学生ばかりではない。社会人はオフィス形態がフリーデスクになり、自分専用の文具類を持ち歩かなければならない。

「使いやすい、携帯しやすい」そんな文具類を求めて、にぎわいを見せているのである。

たくさんの新製品が並ぶ中で、意外性で目立つのが、写真1のように一見リップクリームを思わせるステック状のもの。キャップを外すと、プラスチックの円筒ケースが現われて、ケースには細いロール状に巻き込まれたPETフィルムが入っている。写真2のようにPETフィルムの端を指でつまんでケースから横に引き出すと、巻物が解かれるように中身が出てくる。PETフィルムには約1cm幅の単位でミシン目が入っており、ミシン目を切り離すと、縦長の付箋になるのである。

つまり付箋がロール状に細巻きにされて、リッ



写真1  
スマートな付箋  
“リップノ”

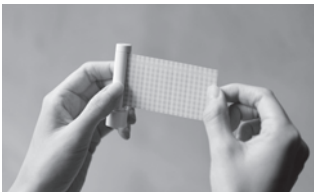


写真2  
ロール状になった  
付箋

プクリームを思わせる外観になっているのである。文具、事務用品メーカーの(株)カンミ堂(末永卓社長)が昨年末に商品化した。製品名は“リップノ”。発売後人気は急上昇だ。

### 利用価値を追求する

従来の概念で付箋といえば、小さな短冊状の紙の束だ。上から1枚ずつ剥がしながら使う。

従来の紙束である付箋とロール状の新製品“リップノ”を比較すると、まず付箋の既存概念を超えたスマートなデザインに驚かされる。使い勝手も良い。今までの付箋は、ペンケースの中でバラバラになったり、端が折れたり、ホコリで汚れたりしていた。“リップノ”は従来の欠点をすべて解消しているのだ。さらに、従来の付箋は一端が粘着部であったが、“リップノ”は中央が粘着部で両端には粘着剤がなく、どちらの端からも指で剥がしやすい。

(株)カンミ堂の末永社長はロール状の付箋を思いついたときに、「従来にないアイデアであるとは自信を持ったが、すぐに形にすることはがまんして踏みとどまった」と言う。

「このアイデアがなぜ必要か?」「ユーザーの使用シーンを、可能な限り想定する」など、「使用価値をあらゆる角度から検証した」と言う。そして「このアイデア商品を世に出す価値がある」と得心がいったので、商品化に踏み切ったと言う。

新製品はその斬新さに気がはやって、商品化を急ぎ過ぎる失敗がある。一度立ち止まって、新製品の利用価値をよく研究する必要がある。