

LESSON 17

ご提示したアイデアの中で、既存製品との差別化が最も期待できるのは、「9. 結合：『万年筆用』と『油性マーカー用』の2種類の紙を交互に製本するノート」です。

企画書の記述に基づく根拠は以下の3点です。

1. ユーザーの「相反するニーズ」を妥協なく解決できるため 企画書の「現状の課題」には、インクの裏移りに関して「油性マーカーを使うユーザーから苦情が多い」一方で、「万年筆ユーザーからは『滲みより紙の手触りが大事』という声もあり、一概にどちらが優先かは判断しにくい」と記載されています。既存の「現状より少しだけにじみにくい紙に変える」という妥協案ではどちらのユーザーも満足しきれない可能性があります。見開きで異なる紙を配置するアプローチであれば、このジレンマを根本から解決できます。

2. 競合が持っていない「機能面での明確な差異」になるため 競合商品の分析において、「機能面での大きな差異は見当たらず、どこも似たり寄ったりの印象」と結論づけられています。また、企画担当者自身が「社内で『何が新しいのか』と聞かれたときに、うまく答えられない」「競合と比べて『これが違う』と胸を張れるものが（中略）見えていない」と強い危機感を持っています。「1冊の中に性質の違う2種類の紙が交互に入っている」という仕様は一目で違いが伝わるため、「本当に『新しいノート』として出せるコンセプト」の中核になり得ます。

3. 「サイズ変更不可」という製造上の制約をクリアできるため 企画書内で「製造ラインの都合でサイズ変更が難しい」と明記されており、これが発想の行き詰まりの一因になっています。しかしこのアイデアであれば、ノート自体の縦横サイズは現行品のまま据え置きにできるため、製造ラインへの負荷というハードルを越えやすくなります。資材部門と新しい紙の調達コストについて協議するだけで実現の糸口が見える可能性があります。

【次点で期待できるアイデア】 「5. 縮小：極限まで薄くした（10枚程度）ノートの5冊セット（500円）」

- ・ 根拠: 「30穴バインダーに入れると他の書類が入らなくなる」という収納性の課題を解決しつつ、「もう少し多い方が良い」と「薄い方が持ち運びやすい」

というページ数に関する相反する意見を「使う分だけ持ち運ぶ・追加する」という形で同時に満たせます。企画書で想定している「だいたい500円くらい」という価格設定にも、セット売りにすることで納得感を持たせやすいメリットがあります。

これらのアイデアを軸に企画書をブラッシュアップしていくのが有効だと考えられます。例えば、本命の「2種類の紙を組み合わせたノート」を新商品として提案すると仮定した場合、次回会議の議題である「ターゲット（ペルソナ）の明確化」を先んじて行い、企画書の説得力を高めませんか？