

Title	消費者情報の活用と製品開発に関する考察
Sub Title	
Author	鈴木和人(Suzuki, Kazuto) 滝沢茂
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1994
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1994年度経営学 第1096号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001994-1096

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名

鈴木 和人

主査 滝沢 茂

副査 池尾 恭一

河野 宏和

所属

滝沢 茂 研究室

消費者情報の活用と製品開発に関する考察

本研究は消費者情報の活用と製品開発との関係を実証的に分析するものである。新製品開発にあたって、消費者ニーズを探るために企業は多様な分野に様々な調査手法で対応する。消費者調査の傾向としては、定性的な調査の重要性は従前より高まっていたが、なお、企業は微妙な消費者ニーズを捉えることは困難と感じており、消費経験にまで踏み込んだ調査が求められると思われる。しかし一方で、なぜその商品がヒットしたのか本当の理由はわからない、製品が意図したコンセプトと異なる用途で使われている、という声があることも事実である。本論文は、このような問題背景を捉え、開発プロセスの中のどのような段階で調査を行い、開発成果を高めるには収集された情報をどのように活用すればよいのか、必要な環境要因を見出すことにある。

実証分析を中心に、インタビュー・事例研究を混え仮説を検証する。その結果、市場に製品が導入されたあとも追跡調査をすることの有効性が見い出された。収集された消費者情報を活用し開発成果に結び付けるには、開発プロセス全体の効率化やシステム化が進んでいること、組織内外を通じた人材交流、情報共有度が高いこと、さらにマーケティング体制の中での技術担当者の参加度が高いことなどが重要な要因であることが看取された。これらの仮説を立証することによって、戦略的提言を導き出し本論文の結びとした。