

- 活動目的 日本企業が画期的な新商品を生み出せないため、年々、利益率が低下している現状を鑑みて、マーケティング、新商品設計・開発、市場投入等の標準プロセスを研究して、自社に持ち帰り新商品開発に適用し、しいては日本企業全体の競争力を向上させる。
- 標準プロセス 元々新商品の成功率はx%以下と言われている。いくら性能の良い商品を開発しても他社が先んじてしまえば「敗け」。そして、一旦、市場に出せば簡単に撤退できない。
そのためには、新商品開発に関わるビジネスプロセスを標準化し、これをコンカレントに実施することで開発期間を大幅に短縮し、さらにデザイン思考等で個人のアイデアを湧き立たせる仕組みが不可欠である。現在、この2つの面で、日本企業は負けるのが必然となっている。
企業利益が向上しても設備投資が伸びないのは、この利益が一時的なことを自覚しているから。
- 成果物定義 レベル3までのプロセス図、プロセス概要、プラクティスなど。
(参考)プロセス参照モデル <http://vcpc.org/referencemodel> 特に、PLCOR、DCOR
業務参照モデル <http://process-design-eng.com/contents/model/refer-model-overview.html>
(対象) マーケティング(顧客価値の定義)、技術リサーチ(いわゆる”R“)
商品構想・商品企画(商品コンセプト)、機能設計・製造(量産)設計(いわゆる”D“)
初期ロット生産、テストマーケティング・市場投入準備・市場投入・市場投入後の評価
商品の撤退、設計修正
- 活動概要 月1回の午後(15時以降とか未定)
各回の半分は外部講師による経験談、半分はそれを受けた議論、標準プロセスへの反映
最終的に3年間くらいはかかると予想
- 募集メンバ VCPCのホームページ上で募集(2018年6月)、活動開始は7月から
参加資格はVCPCP会員、別途に月1万円ほどのWG会費(場所代や外部講師謝礼、無い場合もあり)
- WGリーダー (株)プロセスデザインエンジニアリング社代表

新商品開発プロセス全体

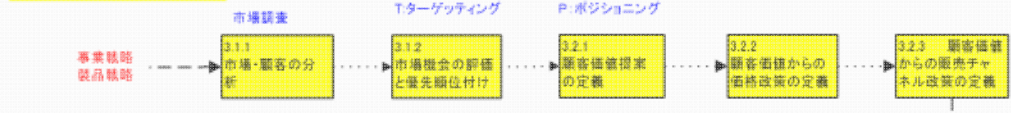


新商品開発プロセス全体

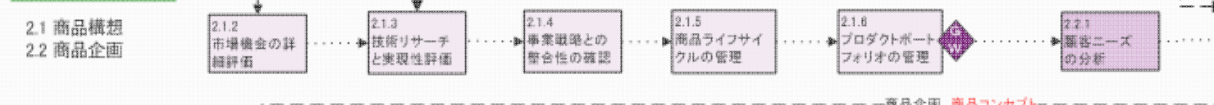
VCPC

バリューチェーンプロセス協議会

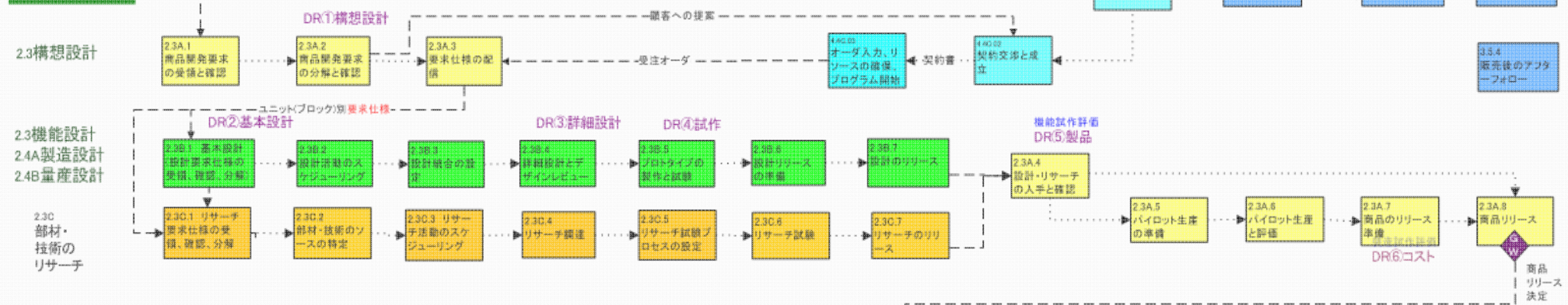
マーケティング(前)



商品構想企画



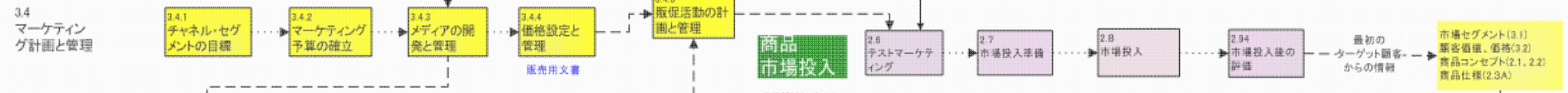
商品設計開発



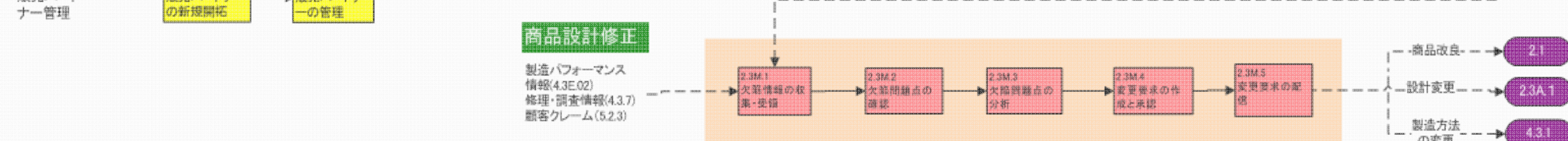
商品・サービス以外の設計開発



マーケティング(後)



商品設計修正



- 商品改良 → 2.1
- 設計変更 → 2.3A.1
- 製造方法の変更 → 4.3.1