



かんたんに売れる
良い商品を作るときに
押さえないアイデア構築



株式会社LibraCreation

目次

- 01 なぜ商品アイデアが重要なのか？
- 02 顧客ニーズを深掘りする方法
- 03 売れる商品アイデアの5つのポイント
- 04 アイデアを形にするステップ
- 05 シンプルなアイデアでも売れる「ストーリーテリング」
- 06 商品アイデアの持続的改善と成長



1 なぜ商品アイデアが 重要なのか？



アイデアの重要性



商品アイデアは、**顧客のニーズ**に応えるための第一歩です。

売れる商品と売れない商品の違いは、アイデアの段階でどれだけ顧客の課題を深く理解し、**解決策を提案**できているかにかかっています。

具体的なポイント



01

**アイデアの質が
成功を決める**

市場に求められる
商品であることが重要



02

**顧客ニーズと
アイデアの一致**

顧客が本当に
必要としているものを
提供する



03

**市場調査を通じて
潜在ニーズを把握**

表面的な課題だけでなく
潜在的な課題に
目を向ける



**あなたの商品アイデアを考え、
それが顧客のどのような課題を
解決するのかを明確にしよう**

2 顧客ニーズを深掘りする方法



顧客ニーズの正確な理解



商品アイデアの成功は、顧客のニーズを**正確に**理解することから始まります。

顧客が抱える「困りごと」や「願望」を深掘りし、そのニーズに**応える**商品を開発することが求められます。

具体的なポイント



01

SNSやレビューを活用したリサーチ

顧客の声を直接収集し
ニーズを特定する



02

ターゲットインタビュー

直接的なフィードバックを
得ることで
リアルなニーズを把握



03

問題解決型アプローチ

顧客が解決したい
具体的な問題に
焦点を当てる



**顧客の「困りごと」を
5つリストアップし、
それを解決する
方法を考えてみよう**

3 売れる商品アイデアの 5つのポイント



売れる商品開発のポイント

商品が売れるかどうかは、アイデアが次の**5つのポイント**を満たしているかに大きく依存します。

これらのポイントをチェックすることで、商品開発の**成功率**を高められます。



具体的なポイント



- 💡 **簡単さ** : 誰でもすぐに使える・始められる
- 💡 **独自性** : ほかにない価値や特徴をもつ
- 💡 **顧客の声** : 実際のニーズに即した設計
- 💡 **ベネフィット** : 顧客が得られる具体的な成果
- 💡 **価格とのバランス**
: 顧客が価値を感じる価格帯

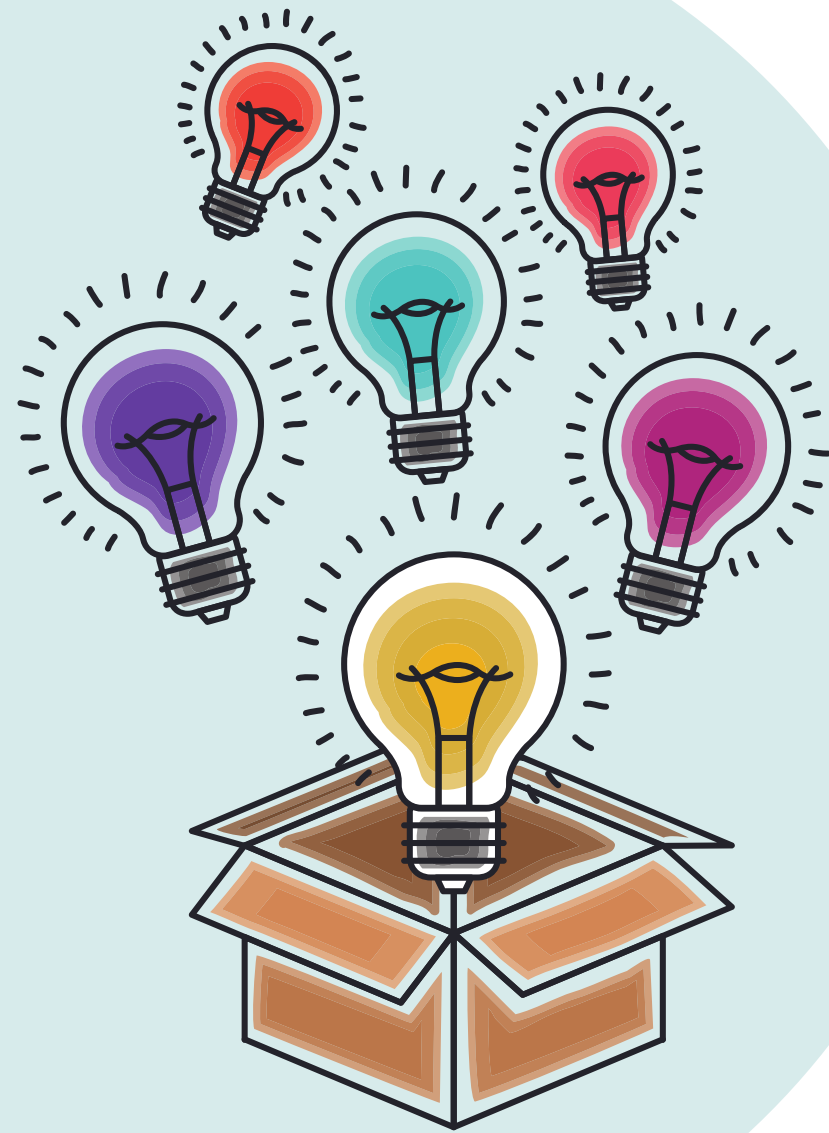


**あなたの商品アイデアを
5つのポイントで評価し、
どこを強化するべきかを
考えてみよう**

4 アイデアを形にするステップ



アイデアを形にするステップ



アイデアを形にするための具体的なステップを踏むことで、商品開発を**効率的**に進められます。

このステップは、**顧客ニーズを反映**しながら、実際に売れる商品を作るためのプロセスです。

具体的なポイント



01

顧客ペルソナの設定

理想的な顧客像を
明確にする



02

顧客の 購買ストーリー作成

顧客が商品を使うまでの
流れを把握



03

試作品の作成と テストマーケティング

実際の市場で
フィードバックを収集

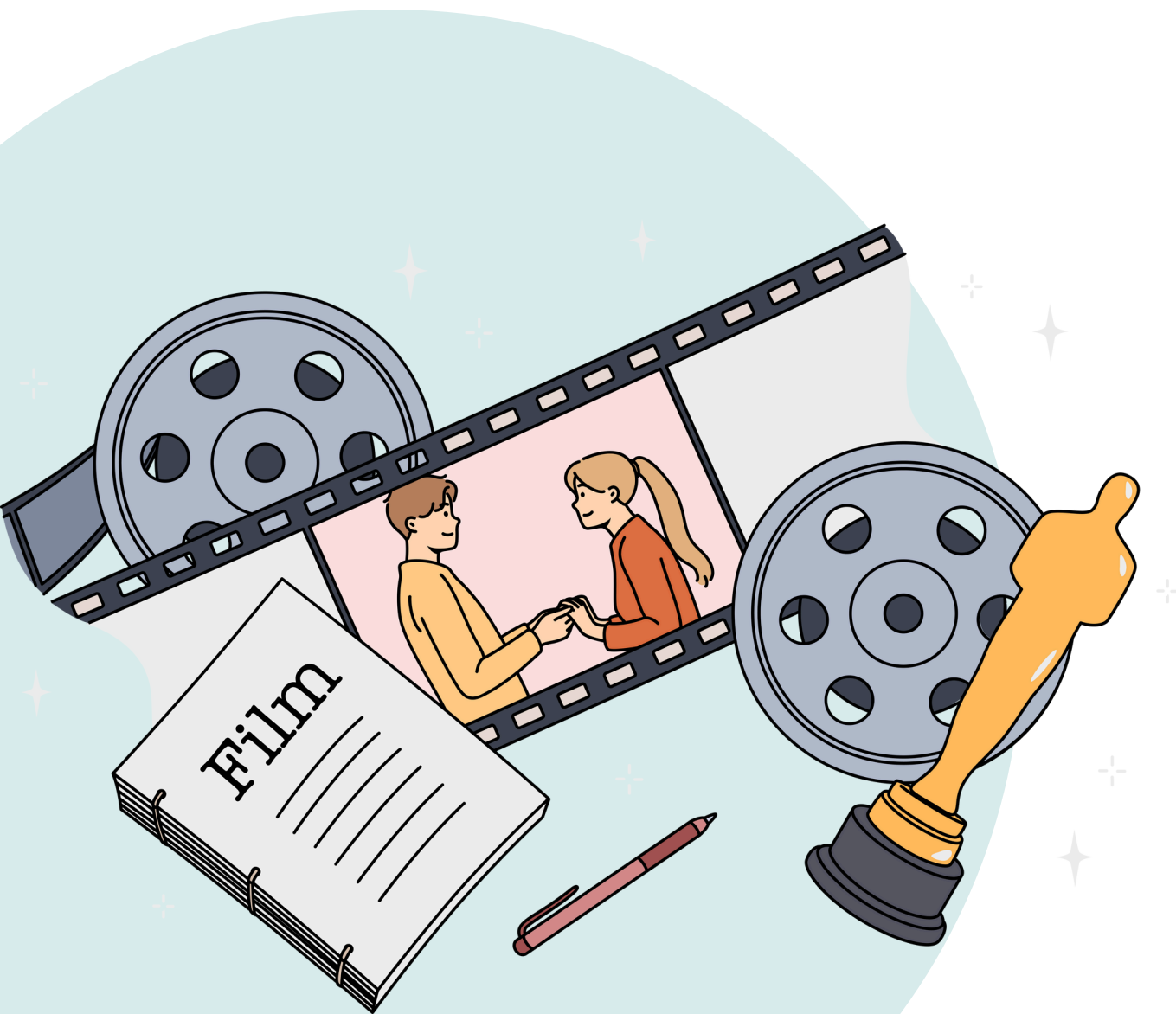


**あなたの商品アイデアに基づき、
試作品を作成するための
ステップを計画してみよう**

5 シンプルなアイデアでも売れる 「ストーリーテリング」



ストーリーテリングとは？



ストーリーを通じて商品の**背景**や価値を伝えることで、顧客との信頼関係を構築しやすくなります。

シンプルな商品でも、強力なストーリーがあれば売上を伸ばすことができます。

具体的なポイント



01 商品開発の背景

なぜこの商品を開発
したのかを伝える



02 顧客が成功する 未来像

商品を使った後の
理想の姿を描く



03 実際の成功事例

どのように
成果を得たかを事例紹介



**あなたの商品に関連する
エピソードを考え、
それを基にした
ストーリーを作成してみよう**

6 商品アイデアの持続的改善と成長

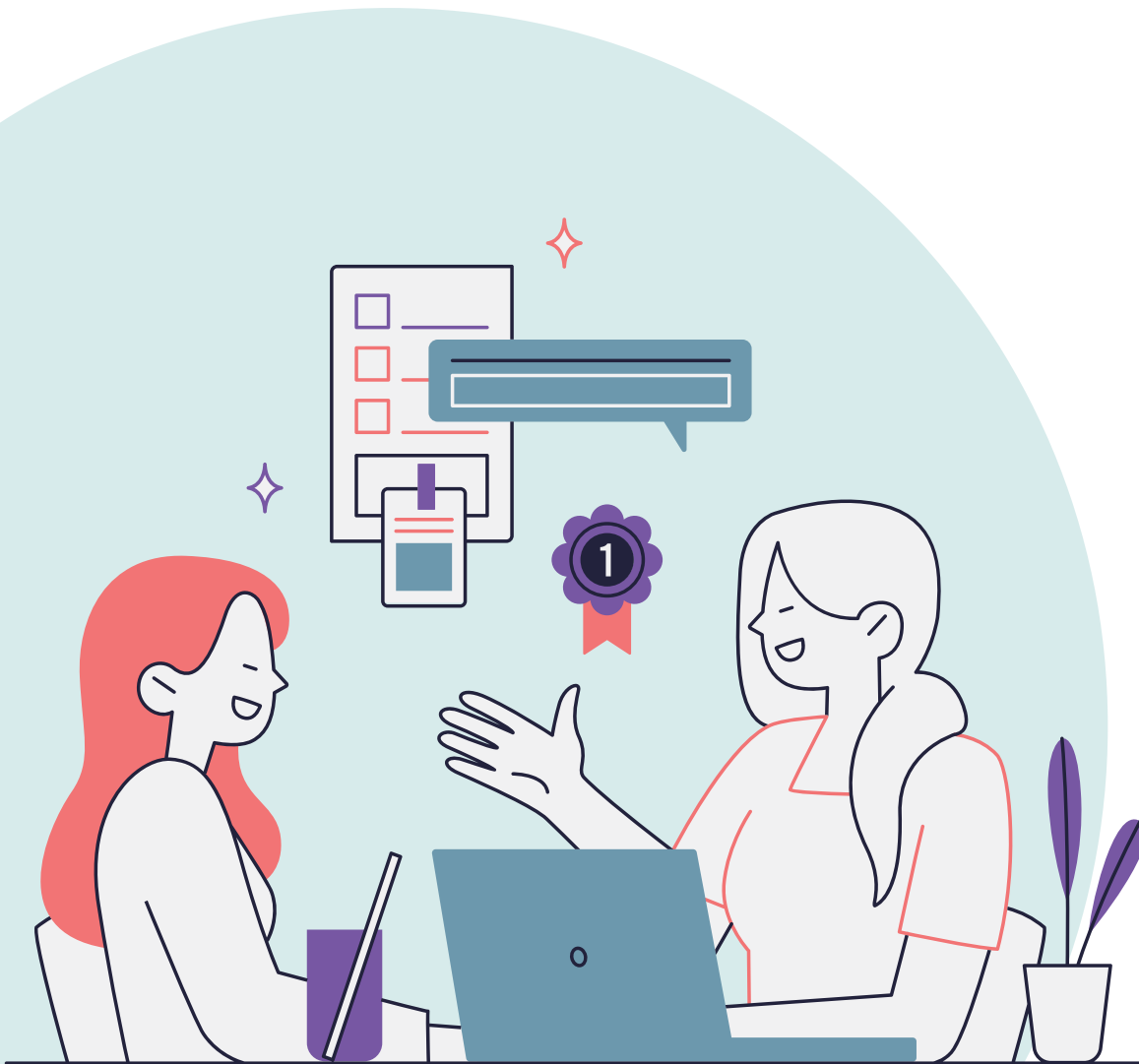


商品の持続的な改善



一度作った商品でも、顧客からのフィードバックをもとに改善を続けることで、**長期的**に売れ続ける商品へと**成長**させることができます。

具体的なポイント



フィードバックの収集

⇒顧客の意見をもとに改良を重ねる。



リピート購入を促す

⇒定期的なアップデートや特典の追加。



商品ラインナップの拡大

⇒顧客ニーズに応じて新商品を追加。



**既存の商品について顧客から
フィードバックを得て、
次の改善点を考えてみよう**

END

