

## レジュメ 5

## ヒアリングから顧客ニーズを検証するワークショップ

## 実施日時・場所

日時: 2015年5月25日(月) 10:00~12:00 / 場所: 第一会議室

ヒアリングの  
目的

1. 客観的な立場の人から、競合品についての生の情報を獲得する
2. 同様に、新製品案について、生の情報を獲得する
3. 競合品から新製品案への期待スイッチ率など、顧客ニーズの検証を行う

出席者と  
役割分担  
(プロジェクトメンバー)

質問者(2名): プロジェクトリーダー ○○○○(メイン)、 営業課 △△△△(サブ)  
 記録者(2名): 総務課 ◇◇◇◇、 調達課 ▽▽▽▽  
 録音録画係: 製造二課 ■■■■  
 お茶出し等のアテンド係: 経理課 ●●●●

## 事前準備

1. 身近な人(家族、友人、社員など)からヒアリング対象者を5人程度選定しお願いしておく
2. 消費者白書、家計消費状況調査などから、市場と顧客の定量情報を入手しておく  
(商圈人口や世帯数、ターゲット人数など)
3. インタビューの質問事項とヒアリング用チェックリストを作成しておく
4. 期待スイッチ率が試算できる質問内容を考える
5. 当日の役割分担を決めておく(録音や録画、お茶だし、アテンド、質問者、記録係)
6. 必要に応じて、録音や録画できる機器を準備する
7. 競合品を5点程度用意しておく
8. その他、お菓子、お飲み物、お土産、謝礼など  
 ※誰が、いつまでに、どれを準備するかを決定しておく。

	時刻	所用時間	内容	説明
1	10:00	10分	アイスブレイク	参加者にお集りいただいた目的と今日のタイムテーブルを説明。互いに自己紹介をする。
2	10:10	30分	競合品の評価	競合品を評価する。それらをテーブルに並べ、それらの利点や不満に関して、参加者同士に自由におしゃべりしてもらう。自由発言を通じて、顧客のニーズを探る。
3	10:40	30分	新製品案の検証	仮説である新製品案を検証する。 新製品案を説明し、「このようなアイデアはいかがでしょう?」「利用者はどう思うでしょう?」などと質問し、参加者からの意見を聞き取る。 最後に、期待スイッチ率が試算できる質問をする。「こんな新しい商品があったとします。いつも使っている商品から切り替えますか?」など。
4	11:10		ヒアリング終了	準備した御礼やお土産を手渡す。参加者は退席、見送る。
5	11:10	50分	ヒアリング内容のまとめ	今日のヒアリング内容を共有し、ホワイトボードにまとめる。 「競合品」と「新製品案」を客観的な視点から、顧客ニーズの検証を行う。 加えて、事前に準備した定量情報を交えて、新製品案を評価する。最終的には、スイッチ率、獲得シェア、売上高見込みを算出する。 今日のまとめを行い、次回までの宿題を確認する。
6	12:00		終了	

## 本レジュメ作成

作成日: 2015年5月13日(水) / 作成者: 製造一課 ○○○○