



魅力的な製品を生み出す技術 特集

魅力的な製品とは

What Makes Attractive Products

梶川 隆 Takashi Kajikawa

●代表取締役専務

In today's world, there is such an abundance of things of all types in the marketplace that we can virtually get almost anything we want. Among the many products available, however, there are some that become hits and others that almost no one is interested in. What factors create this big difference in product popularity? And, what creates the difference in market share for products of the same uses in the same categories?

First of all, when we look at things from the standpoint of the buyer (consumer), the first test a product must pass is having the appearance (this includes, design, quality of finish, etc.) to attract the consumer who is looking for a product for a given purpose in a given price range. If your product doesn't catch the consumer's eye at this stage in the selection process, you are out of contention already. The second test is whether or not the customer perceives it as the real thing. In other words, does the consumer think the product has the originality and the clear identity that separates it from mere copies. If they see it as the real thing and it fits their personal taste, they are likely to perceive it as an attractive product they want to purchase. Of course, the product must also be sufficiently functional. Furthermore, brand image can be considered important in the consumer's motivation to buy. In short, I believe that the attractiveness of a product is determined by a combination of design, originality, identity, functionality and brand image. And, these are the factors that I consider in my everyday evaluations of product appeal.

Now, how do we create this kind of appealing product. A product maker must first have a full and detailed understanding of the customers' needs. Next, I think the makers themselves must come to like the product they are creating. And, I believe it is important for the creator to put something of his/her own soul into the product in a way that gives the product some kind of distinct character, like the personality in a human being. This character can then become the product's appeal.

I believe that if a person works with passion to create a product, the consumers will feel a sense of passion in that product. If a product is just created out of a sense of duty or with a feeling of passivity, the efforts that went into creating it will not be conveyed 100% in the finished product. But, if you put your soul into the creation of a product, I believe it will attract people and make them want to do all they can to obtain it. I think that the same elements can be seen in the arts like music and paintings. In other words, when people see or feel the soul of the artist in the work they are moved by it or experience feelings of affinity for it.

Therefore, to me, an attractive product is one that has clear identity, has originality and is one in which you can feel the soul of the person(s) who created it. And, isn't this the kind of product that impresses the customers as the real thing?

世の中、物あまり現象とやらで、昨今ではありとあらゆる種類の物が巷に溢れており、欲しいと思えば大体の物が手に入る時代になった。そんな世の中で、大いにヒットしている商品があるかと思えば殆ど見向きもされない商品もある。一体全体この差はどのようにして生まれるものなのか。同じ用途、カテゴリーの商品比較において、いわゆるマーケットシェアの差はどうして生じるのか。

先ず、買う側（消費者）の視点で考えてみると、ある目的をもって商品を買おうとする時、ある予算内では見ための印象（これはデザインとか、仕上がりの良さ等）が先ず第一の関門で、ここで消費者の目に引っ掛からないと予選落ちということになる。予選を通過すると次の関門は本物かどうか、即ち他者の物まねでなくオリジナリティーがあるかどうか、アイデンティティーがはっきりしているか、といったあたりが消費者の選択基準になり、それらが消費者の嗜好に合致すれば魅力的な製品という事で購入に繋がる訳である。勿論機能的には十分であることは大前提である。加えて、ブランドイメージも消費者の購入動機を左右する、大変重要な要素と考えられる。つまりデザイン、オリジナリティー、アイデンティティー、機能、ブランドイメージ、これらが組み合わされたものが商品の魅力という事になるのではないかと私自身常日頃考えている。

それではこのような魅力を持った製品はどうすれば創れる（企画、開発、製造の全て物づくりの総称として創の字を用いる）のかを創る側の視点で考えてみると、顧客のニーズを徹底的に理解することは当たり前前の事として、先ず第一に創る側がその製品を好きになる事だと思ふ。自分で好きになれないものを他人に好きになってもらおうとしても、これは大変難しいことになる。第2のポイントは自分の創る製品に自分の魂を植え込むこと、即ちその商品に品格、人間で言えば人格、を持たせる事が重要ではないかと思ふ。つまり人間が一人一人全て人格があるように、（製）品格を持った製品を創る事ができればそれがその製品の魅力となるのではないかと、つまりパッションをもった人が創ったものはパッションを消費者が感じるものになるのではないかと思ふのである。物創りにおいて少しでも義務感や受動的な気持ちを持つことは、それだけ商品としての魅力を減殺することになり、せっかくの努力が100パーセント生きないことになる。これは大変もったいない、残念なことである。これとは逆に精魂込めて創り上げた物は人を惹きつけ、何としても手に入れたいと思わせるものだと思ふ。これは音楽や絵画のいわゆる芸術の世界にも共通する要素だと思ふ。即ち作者の魂を、見る人、聞く人が理解しそれに共感して、感動するのである。

従って私にとっての魅力的な製品とはアイデンティティーが明確で、オリジナリティーがあり、創者の魂を感じられるものと言う事になる。こういう製品がいわゆる本物と言えるのではないか。

■著者



梶川 隆