

報道関係者 各位

2024 年 5 月 30 日
株式会社読売広告社
広報部

体感データから未充足ニーズを発見！

YOMIKO、『体感式！商品開発プログラム™』の提供を開始

第一弾として、ナイガイ社と共同で商品開発「踊るように気持ちよく家事ができる！」新感覚ルームシューズを発売

株式会社 読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：菊地英之、以下、YOMIKO）は、『体感式！商品開発プログラム™』の提供を開始いたしました。本プログラムは、コモディティ化によって未充足ニーズの発見が困難な現代において、**五感で感じていること（＝体感）から未充足ニーズを言語化**し、これまでにない新たな商品・サービスの開発を支援するものです。

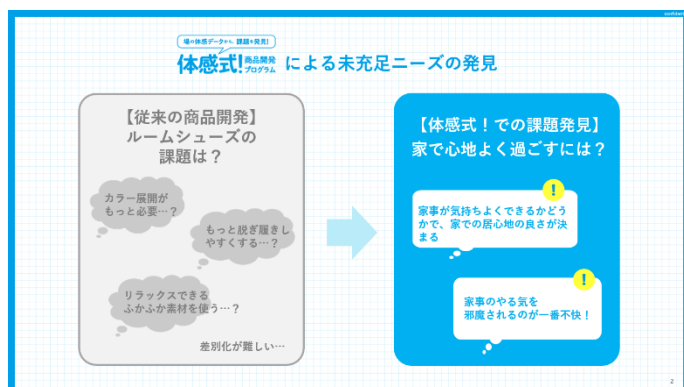
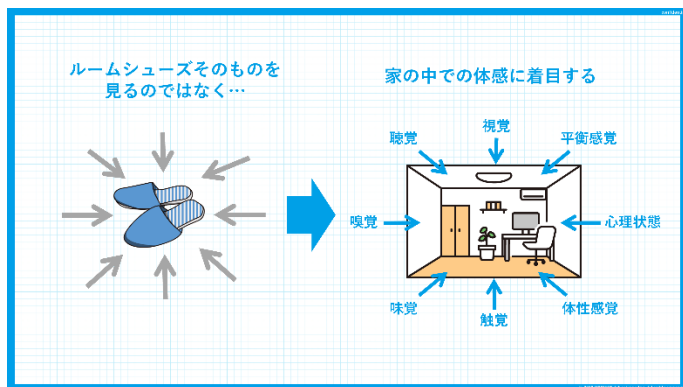
場の体感データから、課題を発見！

体感式！商品開発プログラム

本プログラム提供第 1 弾として、創業 103 年の老舗靴下メーカーである株式会社ナイガイ（本社：東京都港区赤坂 代表取締役社長：今泉賢治）と、新感覚ルームシューズ「くつしたうまれのニットシューズ おうちスキップ」を共同開発しました。



開発において、「ルームシューズの履き心地」そのものではなく、「イエナカの居心地の体感」に着目。本プログラムを用いて、家の中で居心地がいいと感じるとき・悪いと感じるときの体感を言語化。そこから見えてきたのは、「**足元のちょっとした不快が、家事に対するやる気を一気に削いでしまう**」という課題でした。具体的には、濡れた床・汚れた床を踏んで足裏が不快になる、落ちていた小さなおもちゃに気づかず踏んで痛い思いをする、スリッパ等が脱げそうになる・つまずく、といったことです。この未充足ニーズから「やる気を妨げず、気持ちよく家事ができるルームシューズ」を目指し、商品化に至りました。

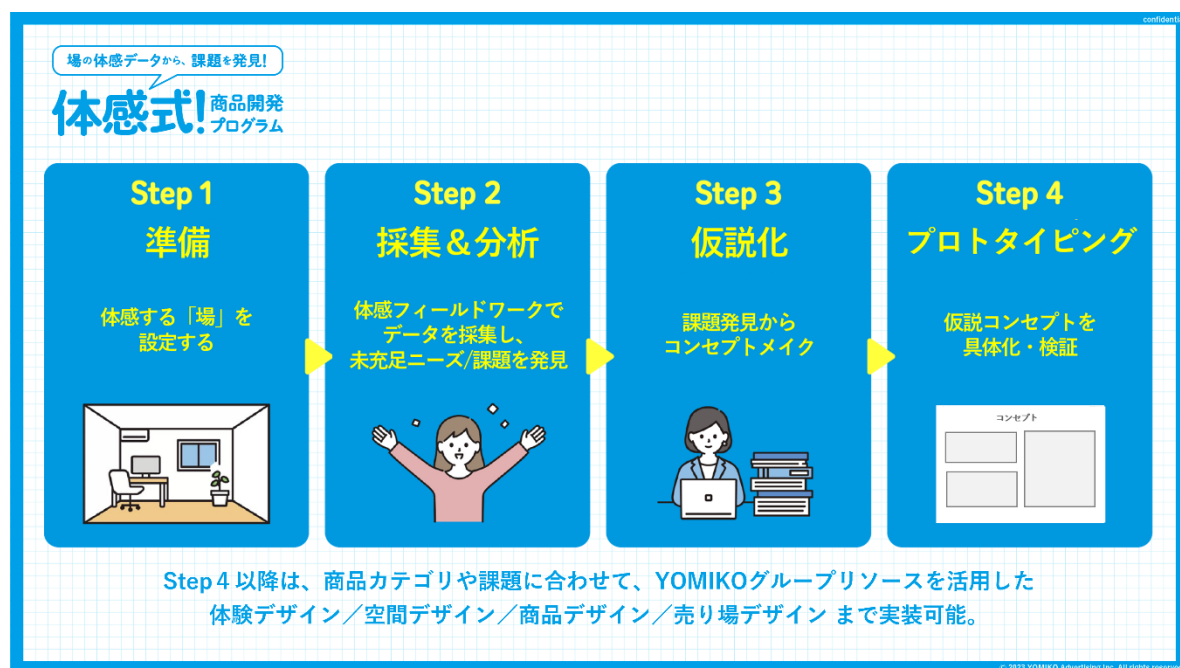


■「体感式！商品開発プログラム」とは

『体感式！商品開発プログラム™』とは、当社の都市生活研究所が有する都市生活者のインサイト発掘の知見をベースに“体感データ”による課題発見を支援するプログラムです。

本プログラムでは、五感で感じていること（＝体感）から未充足ニーズを言語化し、コンセプトメイクからプロトタイピング・実装まで行うことができます。

最大の特徴は、これまで言語化できなかった体感に意識を向ける新たなフィールドワーク手法と、そこで生まれた「体感データベース」の分析による課題発見です。開発者自身が生活者視点に立ち、自分自身の行動や感覚を微細に紐解くことで、従来の定量/定性調査では捉えきれなかったニーズの発見、多角的な商品アイデアの開発が可能になります。



■体感式！から生まれた「おうちスキップ」の開発背景

この『体感式！商品開発プログラム™』の第1弾として、当社がナイガイ社とともに共同開発したルームシューズが、「くつしたうまれのニットシューズ おうちスキップ」です。

〈開発プロセス〉

◇Point 1 体感採集をする“場”の設定

ルームシューズそのものを見るのではなく、「ルームシューズ＝家の中での居心地をつくるもの」と捉え、まずは「イェナカの居心地」を深掘するところからスタートしました。

◇Point2 開発チームメンバー自身が、自分の n=1 の体感を言語化

プロジェクトメンバー全員で、家の中で「居心地が良いと感じるとき（快）」と「居心地が悪いと感じるとき（不快）」の体感を、言語化をサポートするオリジナルフォーマットに記述。言語化しにくい体感も、オノマトペを用いながら記述していくことで、普段意識していなかった微細な体感の変化への解像度を上げます。

◇Point3 体感データの分析から課題発見

集まった記述から「イエナカ居心地体感データベース」を作成。多角的なデータ分析を通して、イエナカでの居心地における未充足ニーズや課題を発見。

◇Point4 発見した課題を“足で／ルームシューズでどう解決するか？”から商品コンセプト開発へ

ここで初めて「足」へフォーカス。発見した「イエナカの居心地ニーズ・課題」を、“足で／ルームシューズでどう解決するか？”を考えることで、ルームシューズのコンセプトアイデアへ。ユーザー層への検証も実施しました。



〈体感採集から見えてきた課題とコンセプト〉

◇イエナカでの居心地をつくるカギは“スイッチ&フィット”

家の中での体感を採集・分析する中で見えてきたのは、イエナカでの居心地の良さのカギは「やるべきことを終えた達成感・すっきり感」にあるということ。だからこそ、家事の“やる気”が入ると「快」につながりますが、そのスイッチが入らないと、そんな自分に対しても「不快」が溜まっていってしまいます。

気分や行動の ON/OFF スwitchを切り替えにくいイエナカだからこそ、やる気になるきっかけをいかにつくるかが、イエナカの居心地づくりの課題になることが分かりました。

気づき・居心地キーワード	関連する記述（抜粋）
イエナカでの「快」の特徴 （抜粋）	部屋がきれいになったすっきり感。見た目や清潔感だけではなく「（これまで目をつぶっていたけど）やっとやることをやってすっきり」という達成感や満足感 オノマトペに「～」「ー」「よよよ」など、伸ばす言葉が多い
イエナカでの「不快」の特徴 （抜粋）	ほこりや汚れに気づくけど、めんどくさくてやらない、けど不快、けどしたくないという板挟み状態。 足が不快の入口になることも多い。足から伝わる冷えが全身にいきわたるなど、足を不快から守ることが、体を不快から守ることにつながる ベタ、ベタ、ビチョ、など不快な触感を表現するオノマトペが目立つ
居心地づくりの キーワード ①スイッチ	外用・家用のギャップが大きい方が、帰ってきて着替えた時の解放感が半端ない。 （スウェット→スウェットより、スーツ→スウェットの方が解放！って感じ） 「いま自分は家用の自分」と思えるスイッチアイテムがある （家に帰ってきたらヘアバンドをする、など） 外から帰って来た時に、外で自分にまわりついてたものを、脱ぎ捨てることで、 「家に帰ってきた～」と一気に解放される 「外の家」以外でも、何かを始めるきっかけや、切り替えるきっかけがある

体感の記述分析例（抜粋）

さらに分析を続けていくと、履くことで家事へのやる気ができるようなルームシューズを作るには、ON 状態を持続させる“フィット”感が重要になることが分かりました。（例：自分の自然な動きについてきてくれると、動きたくなる／逆に、自分の自然な動きを制限・中断されると「不快」につながる）

これらの発見から、身体の微細な動きにフィットするシューズの象徴として「バレエシューズ」にヒントを得て、「踊るように家事ができるルームシューズ」を目指して開発・デザイン。100 年以上の歴史を持つナイガイ社の靴下づくりの技術によって、家事にまつわる様々な特徴的な姿勢にもフィットし助けてくれるルームシューズが完成しました。



〈“踊るように家事ができる”を体現する機能価値〉

- 足の形になじむ“ニット仕立て”
- 持ち運びにも便利。360° 自由に曲がる“やわらかゴムソール”
- 長く履いても疲れないふわふわ心地のインソールを採用
- “丸洗い OK”な清潔素材

◇株式会社ナイガイ商品開発担当者の声



量販部販売 1 課
工藤 加珠美氏

「課題発見型」というアプローチ方法で、これまでの商品にない、新しい市場を獲得する可能性が広がりました。また作り手側の弊社だけでなく、より購入者に近い方たちの声を活かすことができ、プロダクトアウトになりがちな点を解消できたと感じています。

今までモノ作り目線での提案ばかりでしたが、今回のプログラムでは消費者目線に立ちな
にが必要なのか、なにが求められるのかを改めて見直す機会となりました。五感で感じて
いることを言語化しそこから課題を発見し、コンセプト・モノ作りに落とし込んでいく作
り方が今までにはない部分だと感じました。



量販部販売 1 課
小宮 建亮氏



量販部商品課
堀田 さおり氏

普段から商品開発に携わっており、「ニーズを言語化する」ことは簡単なようでとても難
しくいつも頭を抱えている状態でした。今回プログラムに参加し、商品完成に至るまでの
プロセスが目から鱗で、今後の企画にも取り入れていきたいと思っています。ミーティ
ングひとつひとつが濃い内容でした。

◇関連リンク <https://www.naigai.co.jp/lineup/ouchiskip/>

■担当スタッフ

- ・都市生活研究所 所長代理 山下 雅洋
- ・都市生活研究所 プロジェクトクリエイションルーム 小関 美南
- ・都市生活研究所 プロジェクトクリエイションルーム 八木 日花里
- ・統合クリエイティブセンター 第2統合クリエイティブルーム 鹿毛 絵梨花
- ・ビジネスデベロップメント局 アセット&サービス開発推進部 高木 千
- ・ビジネスデベロップメント局 アセット&サービス開発推進部 原口 真央
- ・第1ビジネスプロデュース局 第1部 斎藤 彩
- ・株式会社読売クリエイティブスタジオ 第2クリエイティブルーム 川端 綾

■「体感式！商品開発プログラム」担当メンバー



■会社案内

株式会社ナイガイ

株式会社ナイガイは靴下を履くことで楽しめるライフスタイルを100年間こだわり続けて作り上げてきた“靴下づくり”の技術と情熱を通じて、これからの100年“素足以上に足どり軽く”新たな商品がみなさまの足元に広がることを目指しています。

URL : <https://www.naigai.co.jp/>

株式会社読売広告社

YOMIKO は、フルファネルマーケティングに基づく「コミュニケーションデザイン」を始め、市民がまちに対して持つ愛着や誇りである「CVIC PRIDE®ブランディング」、生成 AI やメタバースなどのテクノロジーを活用した「デジタルコンサルティング」、店頭基点の「インストアコンサルティング」などの強みを有しています。この独自性を発揮し、新たな「価値創造」に貢献することで、ビジネスと社会のサステナブルな成長のために、ともに変化へ挑戦する「GAME CHANGE PARTNER」となることを目指しています。

URL : <https://www.yomiko.co.jp/>

今後も読売広告社は、本プログラムの提供を通し、クライアント企業の事業成長に貢献してまいります。

サービス・取材に関するお問い合わせ

広報部 佐々木・大瀧 TEL : 03-5544-7104 / メール : koho_mail@yomiko.co.jp
株式会社読売広告社 所在地 : 東京都港区赤坂 5-2-20 赤坂パークビル <https://www.yomiko.co.jp>