新商品・サービス企画開発提案書

提案者：山田太郎　　　提案/作成日：202X年X月X日

|  |
| --- |
| 目的 |
| [1-2行で目的を簡潔に記述] 例：環境に配慮しつつ、利便性の高い次世代エコバッグを開発・販売し、持続可能な社会に貢献する。 |
| 商品・サービス概要 |
| コンセプト：[1行で核心を捉えた説明] 例：IoT技術を活用した、忘れずに持ち歩ける革新的エコバッグ  主な特徴：[箇条書きで3-4点]   1. スマートフォンと連携し、外出時に警告 2. 折りたたみ可能で超軽量（50g） 3. 耐荷重20kg、容量可変（10L-30L）   ターゲット顧客：20-40代のテクノロジー好きで環境意識の高い都市生活者[具体的に記述] |
| 市場分析 |
| 市場規模：国内エコバッグ市場 年間500億円（202X年）[数値と単位]  主な競合：[社名と特徴を1-2語で]   1. ABC社：ファッション性重視 2. ZYX社：高耐久性   差別化ポイント：IoT技術による利便性と環境配慮の両立 [1-2行で明確に] |
| 開発計画 |
| 期間：202X年9月1日 〜 202X年8月31日 [開始日] 〜 [終了日]  主要マイルストーン：[日程]：[イベント]   1. 202X年11月：プロトタイプ完成 2. 202X年3月：量産体制確立 3. 202X年7月：販売開始 |
| マーケティング戦略 |
| 価格：3,980円（競合より20%高だが、技術的優位性で正当化）[設定価格と根拠]  販売チャネル：自社ECサイト、大手ECモール、セレクトショップ [主な販路を列挙]  主要プロモーション施策：[具体的な施策を箇条書き]   1. インフルエンサーマーケティング 2. SNS広告キャンペーン 3. 環境イベントでのデモンストレーション |

|  |
| --- |
| 収支計画 |
| 初期投資：5,000万円  年間売上目標：  1年目：X千万円  2年目：X千万円  3年目：X億円  損益分岐点：販売開始後18ヶ月 |
| リスクと対策 |
| [リスク]：[対策]  技術的課題：外部専門家との連携強化  価格抵抗：無料アプリ提供による付加価値向上 |
| 結論 |
| [1-2行で提案の価値を強調]  IoT技術で差別化された本製品は、環境配慮と利便性を両立し、成長市場で高い競争力を持つ。 |
| 次のステップ |
| [具体的なアクション]  経営会議での承認取得  開発チームの編成と kickoff ミーティング実施 |
| 備考・資料 |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |