


<評価の方法> 日本経済新聞社の取材網を通じて新製品・サービスを集め、各分野の開発や販売の専門家と当研究所員とで構成する「評価委員会」で、チェックします。商品力の基準は①新規性=商品のコンセプトや技術、機能が新しい②使い勝手=使い勝手が良くなり、例えば使う場所や時間を拡大する③マーケティング=ユーザー設定が明確、商品のねらいが時代の流れに合っているなど④価格メリット=ユーザーにとってコストパフォーマンスが上がった⑤性能向上=性能やサービスの内容が向上した⑥市場への影響=市場を拡大し、他企業が追随するなどへの影響力がある⑦エコロジー度=環境対応、リサイクル性がある の7項目で、A優、B良、C並、D少し疑問、E疑問の評価判定です。表中の は未定ないし非公表のものです。<ヒット予報> 商品力に加え、営業力、広告戦略、販売チャネルなどを加味し、売れるかを予報します。

全国一律1万円の航空運賃サービス「超割」

<p>〔ヒット予報〕</p>  <p>80%</p>	<p>全日本空輸 03 - 5756 - 5675</p>
<p>〔商品力評価〕</p> <p>価格メリット (A)・B・C・D・E</p> <p>マーケティング (A)・B・C・D・E</p> <p>新規性 (A)・B・C・D・E</p> <p>総合評価 (A)・B・C・D・E</p>	<p>は3分の1以下となる。</p> <p>〔評価委員会の視点〕</p> <p>帰省客にはメリット大</p> <p>航空運賃が4月から届け出制に変わる結果、航空各社から出てきた新料金的一种だが「全国一律1万円」は各社の中で最も分かりやすい。期日が限定されるためビジネス用には向かないが、予定を立てた旅行にはいい。ただ、一般の旅行客の場合、パッケージの方が航空運賃・ホテル代などを込みにすると実質的に割安となるケースが多い。旅のベテランや、ホテルを利用しない帰省客などは利用価値が高い。商品として見た場合、新運賃制度が発足した結果を「全国一律1万円」として示した点が優れている。潜在的な旅行客を活性化する効果がありそうだ。ただ、申し込みが殺到し搭乗券を予約できない客が非常に多いと、失望感が広がりプラス効果ばかりとは言えない。</p>
<p>〔概要〕</p> <p>搭乗日は限られるが全路線、全席に適用</p> <p>搭乗できる日は限られるが、距離に関係なく全国どの路線も一律1万円となる。第一弾は4月17~23日、5月1日、6月1日の9日間に加え、12歳未満の子供だけ5000円で乗れる日として5月5日の子供の日を加えている。予約が必要でそれぞれ2月17~23日、3月1~7日、4月1~7日、3月5~5月4日に予約を取る必要がある。期日の限定はあるが、座席数の制限はなく全席が対象。短距離でも長距離でも同一料金のため、近距離は6割引き程度にしかないが、東京~沖縄、大阪~札幌の場合</p>	<p>〔企業からの回答〕</p> <p>原則、毎月を超割の日にした</p> <p>当面、3カ月ずつ、超割の適用日を発表していく予定だ。原則として毎月1日を超割の日とする方向で検討が進んでいる。ただし、4月1日のような、年度初めなど、特別の日は除くことになる。ほかに、子供の日のような記念日も対象とするよう検討中だ。例えば9月15日の敬老の日などを対象とする可能性が大きい。</p>

