



vol. 72

## ペインポイント [Pain Point]

顧客が抱える「お金を払ってでも解決したい」と強く感じる悩み、不満、不便、課題(痛み)のこと

## 新たな発想の種

「ペインポイント」とは、消費者が製品やサービスを利用する際に感じる、「不満」「不便」「悩み」といった「痛み」のことです。

これは、単なる「あつたら良いな」というニーズ(求めるもの)とは異なり、消費者が「お金を払ってでも解決したい」と切実に思う、具体的で緊急性の高い課題を指します。「この作業が面倒だ」「効率化できないか」といった、購買行動を抑制するほど深刻な「困りごと」です。この「痛み」を解消することが、新商品の開発や既存事業の改善、新たな市場開拓の最大のチャンスにつながります。

ペインポイントを発見するには、消費者の声を待つだけでなく、日頃の行動をよく観察したり、リアルに想像したりすることが重要です。消費者が何に手間取っているか、どんな時に困った顔をしているか、といった「潜在的な不満の兆候」を見逃さないようにしましょう。分析の際は、具体的な「ペルソナ(架空の顧客像)」を設定し、「痛み」を深く掘り下げて考えると、解決すべき課題が明確になります。

成功事例として、洗濯の悩みを解消したP&G社の消臭剤「ファブリーズ」を紹介します。この製品は、「臭いは気になるが、頻繁に洗濯するのは面倒」という消費者のペインポイントに着目し開発されました。布製品の臭いを取るには「洗う・乾かす・畳む」という大きな手間が伴い、これが消費者の「痛み」でした。ファブリーズは、この「洗濯したくない」という「痛み」を、スプレーするだけで解消する手段を提供。その結果、市場シェア5割を超える大ヒット商品となりました。

消費者の「困った」に寄り添い、その「痛み」を取り除くことが、新たな価値創造の第一歩です。御社の技術や素材で、消費者のどんなペインポイントを解消できるか、ぜひ見つめ直してみてください。

※このカードは、新製品や新企画の着想を得ることを支援する目的で作成・配布しているものです

DESIGN YAMANASHI「ペインポイント」

発行日:2026年1月 編集・発行:山梨県産業技術センター 甲府市大津町2094

