

in 新潟

第11期マーケティングプランナー養成特別講座

第4課題 講義

企画書フルパッケージ作成のポイント！

2019年 9月21日(土)

株式会社企画塾認定MPA(Master of Planning Adviser)
株式会社群馬マーケティングセンター／群馬企画塾
沼澤 啓吾



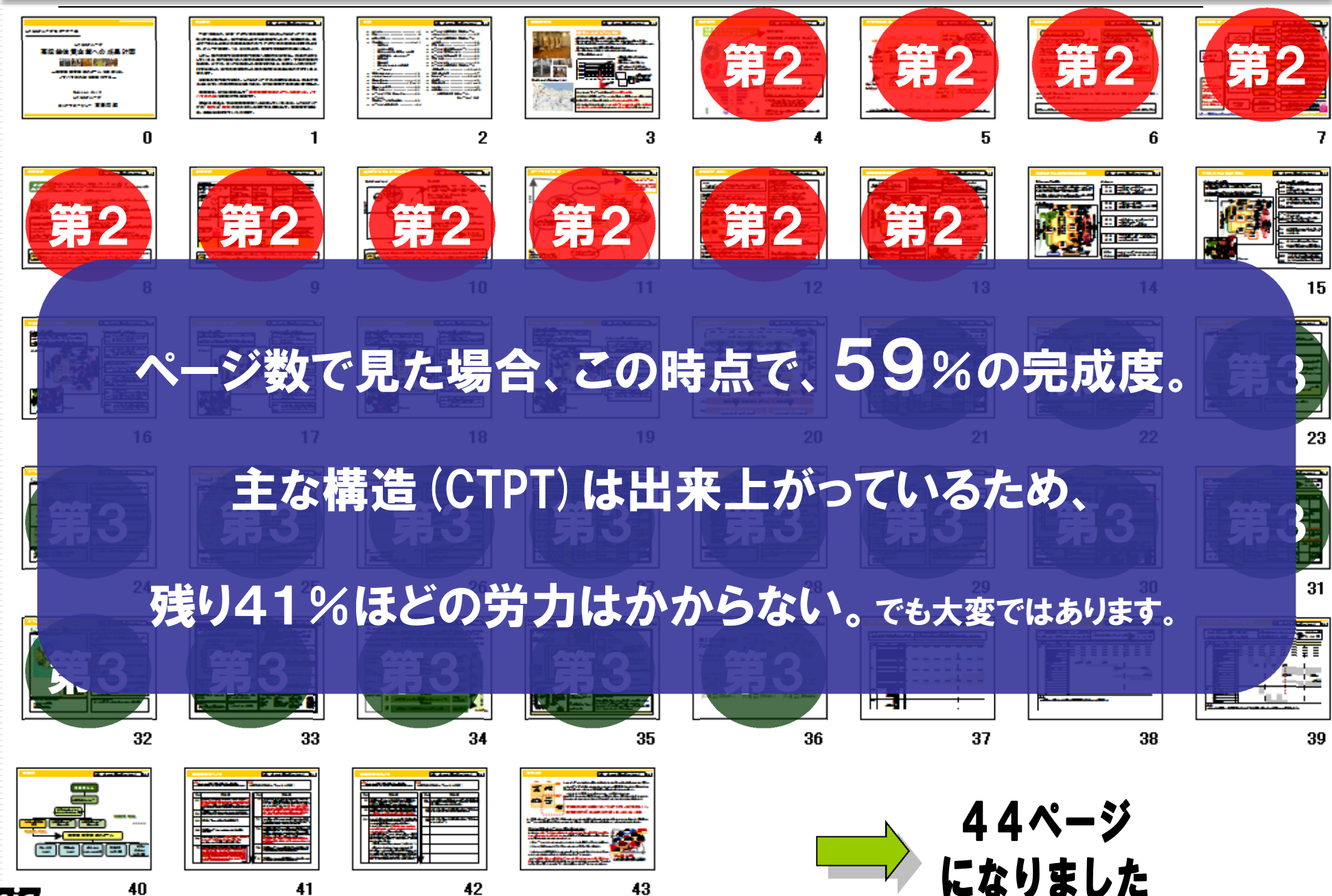
JMMO Marketing Information Center
株式会社 群馬マーケティングセンター
群馬企画塾

企画を立てる流れの中で、今、ここにきています。

企画立案のフロー



フルパッケージとは？



企画書作成上の留意点

①企画書は、誰のためのものか？

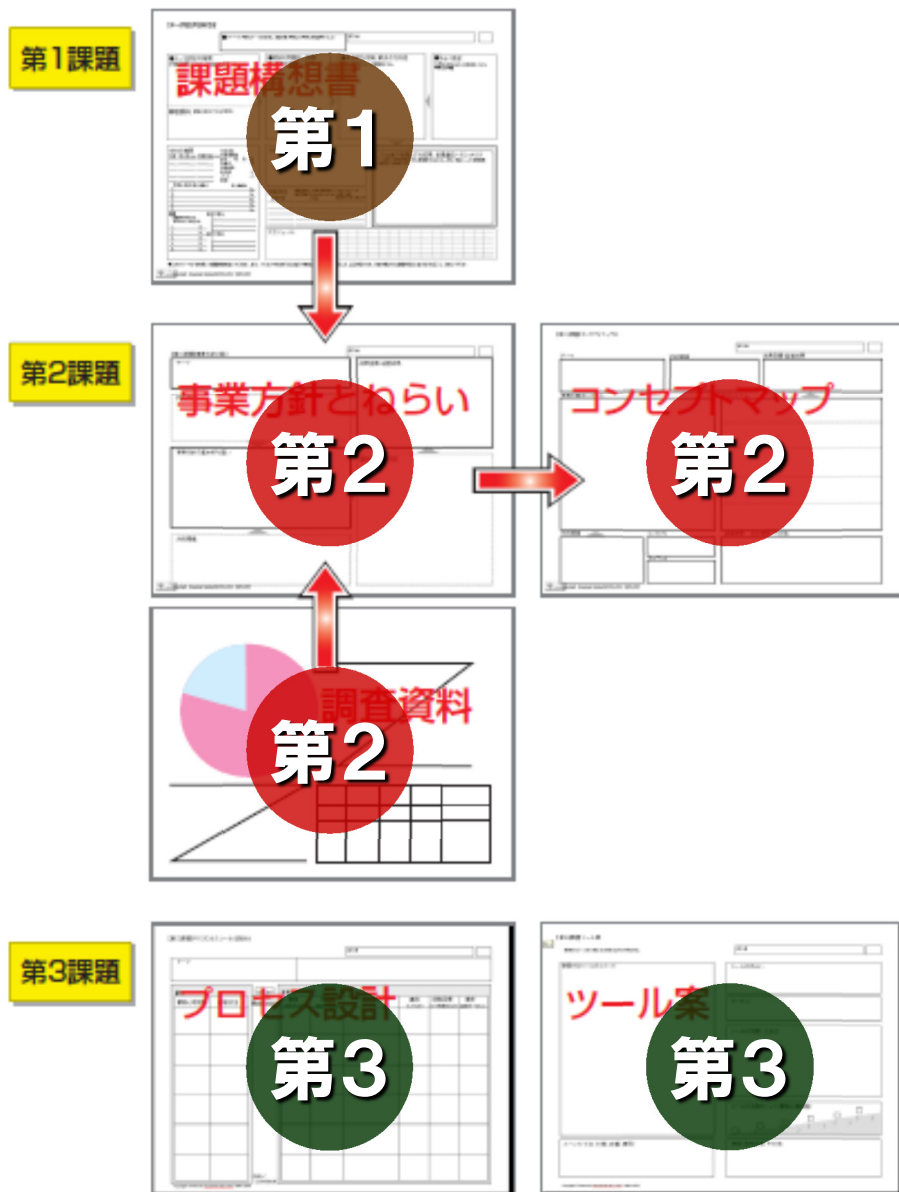
- 提出先は？（社内向け、クライアント向け）
- 決裁者は誰か？企画を実践するのは誰か？
- 誰かに協力してもらうのに無理はないか？実現性はあるのか？

②企画書は、ひとつの方向を向いているか？

- 足りないものはないか？余計なものは入っていないか？
- 寄せ集めになっていないか？
- ひとつのストーリーになっているか？
- 目標への矛盾、ズレはないか？

 企画を相手と共有し、実践可能とするシートが、フルパッケージ

フルパッケージの構成



すでに作成したシートも
ブラッシュアップOKです。
ぜひ修正・加筆してください。

- 必須 (01) 表紙
- 必須 (02) 目次
- 必須 (03) はじめに
- 必須 (04) 事業方針とねらい **すでに作成**
- 必須 (05) コンセプトマップ **すでに作成**
- 必須 (06) 基本システム
- 必須 (07) サブシステム(サブシステム数分)
- 任意 (08) 基本プロセス図
- 必須 (09) プロセス設計 **すでに作成**
- 必須 (10) ツール案(ツール数分) **すでに作成**
- 必須 (11) 予算・収支計画
- 必須 (12) スケジュール
- 必須 (13) 事業組織
- 必須 (14) 調査・参考資料 **すでに作成**
- 任意 (15) 仮説立案・戦略立案
- 任意 (16) 事例・兆候・増販増客カレンダー
- 必須 (17) 実践報告書
- プロローグ
- 意図・目的
- 企画全体
- 企画の構成
- 事業の動向
- 補足資料
- 受講者の活動状況

フルパッケージに必要な項目

表紙

必須

フルパッケージに必要な項目

必須	(01)表紙	
必須	(02)目次	プロローグ
必須	(03)はじめに	
必須	(04)事業方針と	意図・目的
必須	(05)コンセプト	すでに作成 企画全体像
必須	(06)基本システム	企画の構造
必須	(07)サブシステム(サブシステム数分)	
任意	08 基本プロセス図	
必須	(09)プロセス設計	すでに作成 事業の動態
必須	(10)ツール案(ツールの数分)	すでに作成
必須	(11)予算・収支計画	
必須	(12)スケジュール	
必須	(13)事業組織	
必須	(14)調査・参考資料	すでに作成 補足資料
任意	15)仮説立案・戦略立案	
任意	16)事例・兆候・増販増客カレンダー	
必須	(17)実践報告書	受講者の活動状況

Point

- 企画のタイトル・提出先名・企画者名(会社・部署)・提示日は必ず記入
- 提出先は誰なのかを再確認する
- サブタイトルや事業イメージ図などで視覚に訴えることも効果的

表紙

提出先

タイトル

サブタイトル
やイメージ図

提出先



提示日・
企画者名

タイトル

提示日・
企画者名



必須

Point

必須	(01) 表紙	プロローグ	
必須	(02) 目次		
必須	(03) はじめに		
必須	(04) 事業方針と	すでに作成	意図・目的
必須	(05) コンセプトと	すでに作成	企画全体像
必須	(06) 基本システム	企画の構造	
必須	(07) サブシステム(サブシステム数分)		
任意	08 基本プロセス図		
必須	(09) プロセス設計	すでに作成	事業の動態
必須	(10) ツール案件	すでに作成	
必須	(11) 予算・収支計画		
必須	(12) スケジュール		
必須	(13) 事業組織		
必須	(14) 調査・参考資料	すでに作成	補足資料
任意	15) 仮説立案・戦略立案		
任意	16) 事例・兆候	増販増客カレンダー	
	(17) 実践報告書	受講者の活動状況	

**企画の全体
像が分かる**

目次

目次	
■ 会館の方針と願い	P5
■ 受入プロセスと施設案内	P4
■ 会館施設フロアチャート	P6
■ コンセプトマップ	P7
■ 基本システム	P8
■ サブシステム・セカンドサブシステムの概要	P9
■ サブシステム	P9
1. 自律型遠隔操作装置	P9
2. オペラシステム	P10
3. 会館案内	P11
4. 緊急避難装置	P12
5. 緊急の工務	P13
6. 会館案内	P14
0-1 会館1階	P15
0-2 会館2階	P16
0-3 会館3階	P17
1. 舞台付ロビー	P18
2-1 基本	P19
2-2 同窓会対応	P20
2-3 三軒茶屋	P21
■ プロモーション	P22
PT設計1	P23
PT設計2	P24
PT設計3	P25
PT設計4(補完利用)	P26
PT設計5(アフターフォロー)	P27
■ シールド	
1. 0101ライナー	P28
2. 基本資料①	P29
3. 基本資料②	P30
4. バンプレット(北館・南館)	P31
5. 建築現場カメラ	P32
6. 舞台設計シート	P33
■ 建築資料	
1. 建築サービス建築資料①	P34
2. 建築サービス建築資料②	P35
3. 建築サービス建築資料③	P36
4. 建築資料	P37
5. 建築資料特号(会館・444会館地区)	P38
6. 設計・ローン建築・資金システム・デザイン	P39
7. 共有マーケティングターゲット決定	P40
8. FIVE FIVE分析	P41
■ スクジュール	P42
■ 経緯	P43
■ 設計計画	P44
■ 設計システム・デザイン	P45
■ 設計計画	P46
■ 設計計画	P47
■ 設計計画	P48
■ 設計計画	P49

ページにズレがないように

様々な工夫 で分かりや すく表現

- 企画の構成が一目でわかるようなものにする
- 項目とページにズレがないようにする
- 写真、サムネイル等を使って、わかりやすく表現するのもよい

目次

記入欄

黒澤芳樹

Contents

カメラ専門店A 増販増客プロモーション

はじめに
戦略の確定
戦略の促進～CIPIマーケティングとは

・・・3
・・・3
・・・4

進捗会写真・必ず成功キャンペーン

課題提案書
コンセプトマップ
基本システム
サブシステム ①②③

・・・6
・・・7
・・・8
・・・9/10/11

プロセス統計 1/3・2/3・3/3
ツールの全体像
具体的なツール案 1/4・2/4・3/4・4/4

・・・12/3/14
・・・15
・・・16/17/18/19

売上拡大のためのスケジュール
販促カレンダー

・・・20
・・・21

事業の収支計画

・・・22

実績報告書
事業総議
販促資料

・・・23
・・・24
・・・25

KANTO-ASAHI ADVERTISING INC.

B-5

はじめに

必須

はじめに

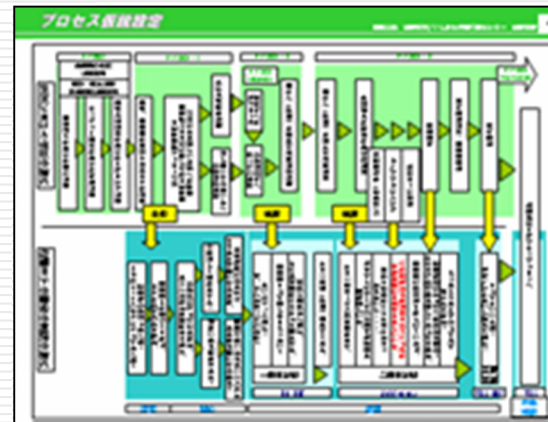
社内の部下や若い支援先などに向けた企画の場合は、インパクトを...

フルパッケージに必要な項目

必須	(01)表紙	プロローグ
必須	(02)目次	
必須	(03)はじめに	
必須	(04)事業方針と	意図・目的
必須	(05)コンセプト	すでに作成 企画全体像
必須	(06)基本システム	企画の構造
必須	(07)サブシステム(サブシステム数分)	
任意	(08)基本プロセス図	
必須	(09)プロセス設計	すでに作成 事業の動態
必須	(10)ツール案(ツールの数分)	すでに作成
必須	(11)予算・収支計画	
必須	(12)スケジュール	
必須	(13)事業組織	
必須	(14)調査・参考資料	すでに作成 補足資料
任意	(15)仮説立案・戦略立案	
任意	(16)事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意	(17)実践報告書	受講者の活動状況

Point

- 企画の意図、目的などを簡潔に表す
- 「この企画書を読んでもみたい」と感じてもらうことが重要。企画書の提出先が誰なのか、状況に合わせて書く
- 文章だけでなく、ポイントの箇条書き、図や写真などを用いると伝わりやすい



はじめに

ひとつ同じ屋根の下で、助け合い、自立した生活を送る。高齢者の方が安心して、自分らしく暮らせる「高齢者グループリビング」。私たちは、「自立と共生」を理念に掲げ、この考え方を普及につとめています。

高齢者グループリビング、それは新たな住まいと暮らしの選択肢。その公益性を多くの方に知って、いただくために。

「ずっと暮らしてきた地域の中で、自立した老後を過ごしたい」。高齢社会を迎えた日本では、これまでさまざまな施設が整備されてきましたが、その多くは画一的で選択の余地が少なく、高齢期を迎える人々の多様なニーズを深く満たすことができなかったといえるでしょう。生涯住み慣れた地域で、安心して、老後を自分らしく暮らすために、私たちNPO法人は、高齢者の方々が求める「新しい住まい」への切実なニーズを満たすために、『高齢者グループリビング』という新発想を多くの方に提案。自立と共生をもたらす地域主体の住まい・暮らし創出という考え方の普及・サポートにつとめています。

昨年度は、(財)さわやか福祉健康財団の理事長・堀田力氏をお招きし、セミナーを開催。「介護予防」という新発想、さらに『高齢者グループリビング』がもたらす健康やかなシニアライフにつき、ご講演いただきました。

今年度は、さらに地域に密着して、草の根的な普及活動を実施。各地でセミナーを繰り返し、入居を希望される方、グループリビングを建てたい方、事業主、マスメディアなどから多くのご理解・共感をいただきました。放送するテレビ番組、セミナーを通じて広報活動でも、「こんな“すまい”の存在を知り、安心した」「ぜひ高齢者グループリビングに関わりたい」と多くの熱心な声をお聞きすることができました。



上司や稟議が必要な大きな組織へは、誠実さをアピール

図や写真などの挿入

基本システム

必須

基本システム

フルパッケージに必要な項目

必須 (01)表紙	
必須 (02)目次	プロローグ
必須 (03)はじめに	
必須 (04)事業方針と	意図・目的
必須 (05)コンセプト	すでに作成 企画全体像
必須 (06)基本システム	すでに作成 企画の構造
必須 (07)サブシステム(サブシステム数分)	
任意 08 基本プロセス図	
必須 (09)プロセス設	すでに作成 事業の動態
必須 (10)ツールズ(ツ	すでに作成
必須 (11)予算・収支計画	
必須 (12)スケジュール	
必須 (13)事業組織	
必須 (14)調査・参考	すでに作成 補足資料
任意 15)仮説立案・戦略立案	
任意 16)事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意 17)実践報告書	受講者の活動状況

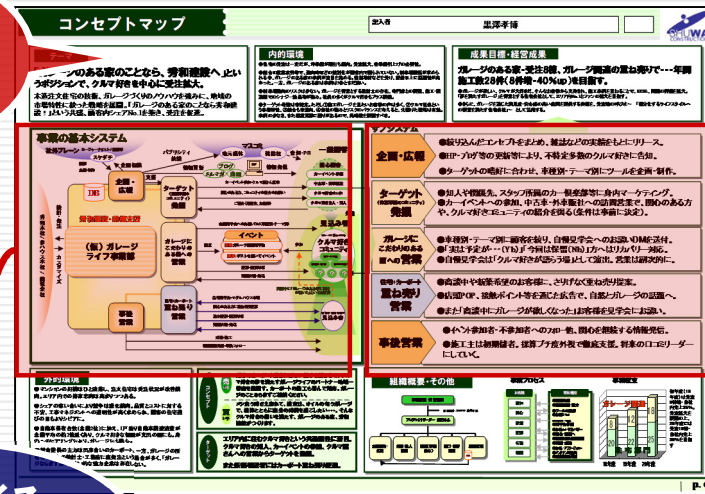
Point

●コンセプトマップから、基本システムだけを抜き出して一枚に表現する。

●コンセプトマップは「事業の全体像」を示す。それに対して、基本システムは「システム(仕組み)の全体像」を伝えるのに必要なシート。

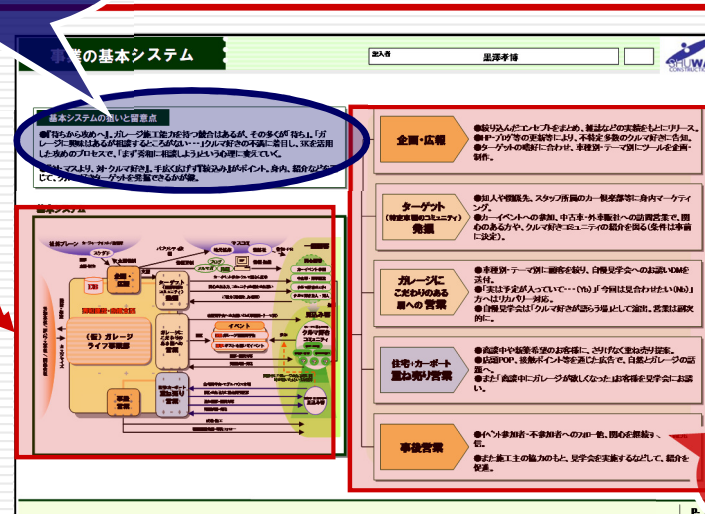
事業全体

新規でつくるのはココだけ。



コンセプトマップから

基本システム図へ。



システム全体

サブシステム

必須

フルパッケージに必要な項目

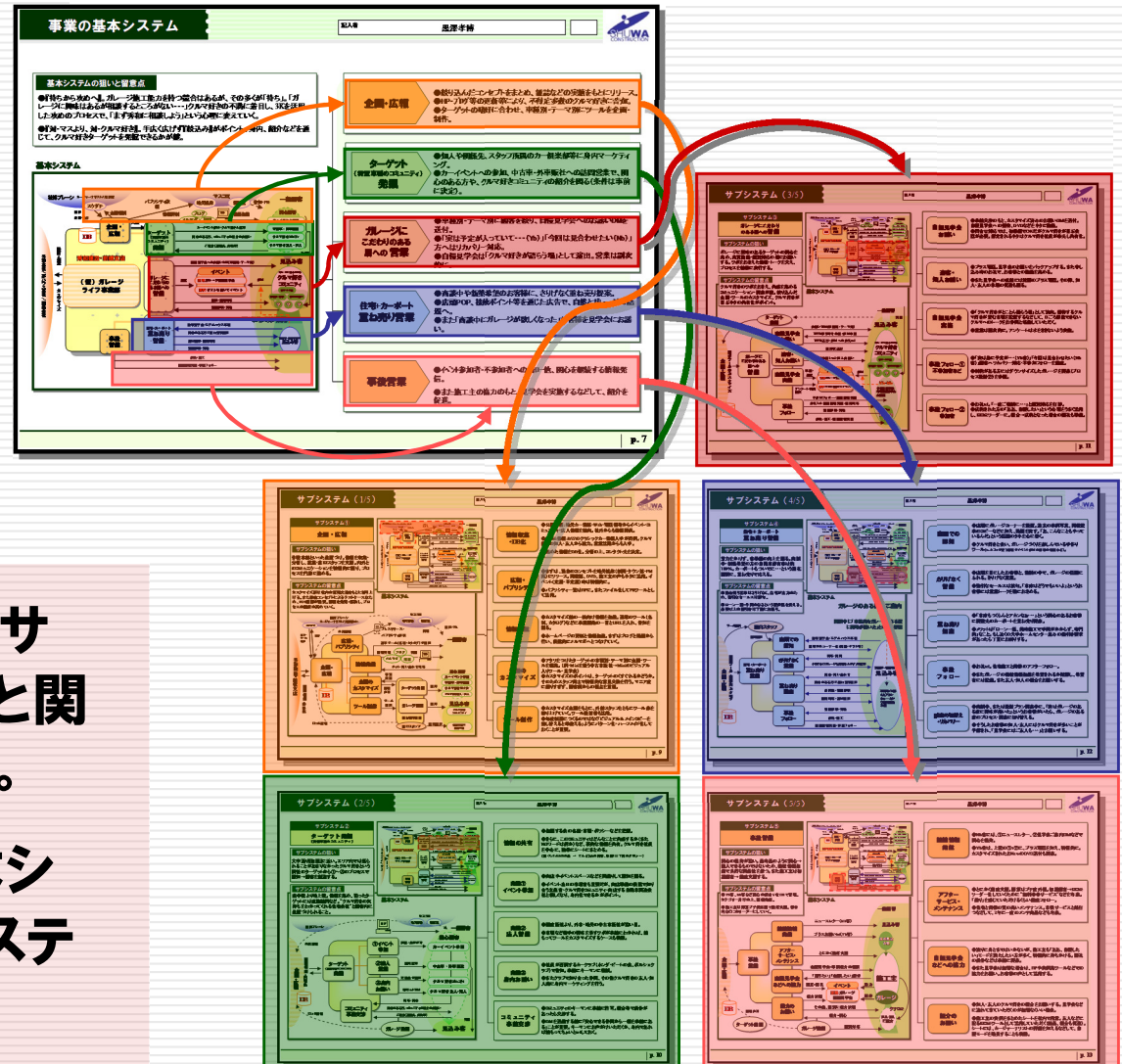
必須 (01)表紙	
必須 (02)目次	プロローグ
必須 (03)はじめに	
必須 (04)事業方針と	意図・目的
必須 (05)コンセプト	すでに作成 企画全体像
必須 (06)基本システム	企画的構造
必須 (07)サブシステム(サブシステム数)	
任意 08 基本プロセス図	
必須 (09)プロセス設	すでに作成 事業の動態
必須 (10)ツールズ	すでに作成
必須 (11)予算・収支計画	
必須 (12)スケジュール	
必須 (13)事業組織	
必須 (14)調査・参考	すでに作成 補足資料
任意 15)仮説立案・戦略立案	
任意 16)事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意 17)実践報告書	受講者の活動状況

Point

●基本システムで表現されているサブシステムを抜き出し、その詳細と関係性をひとつごとに図にまとめる。

●組織でいえば、会社全体=基本システムとすると、部や課がサブシステムといえる。

サブシステム



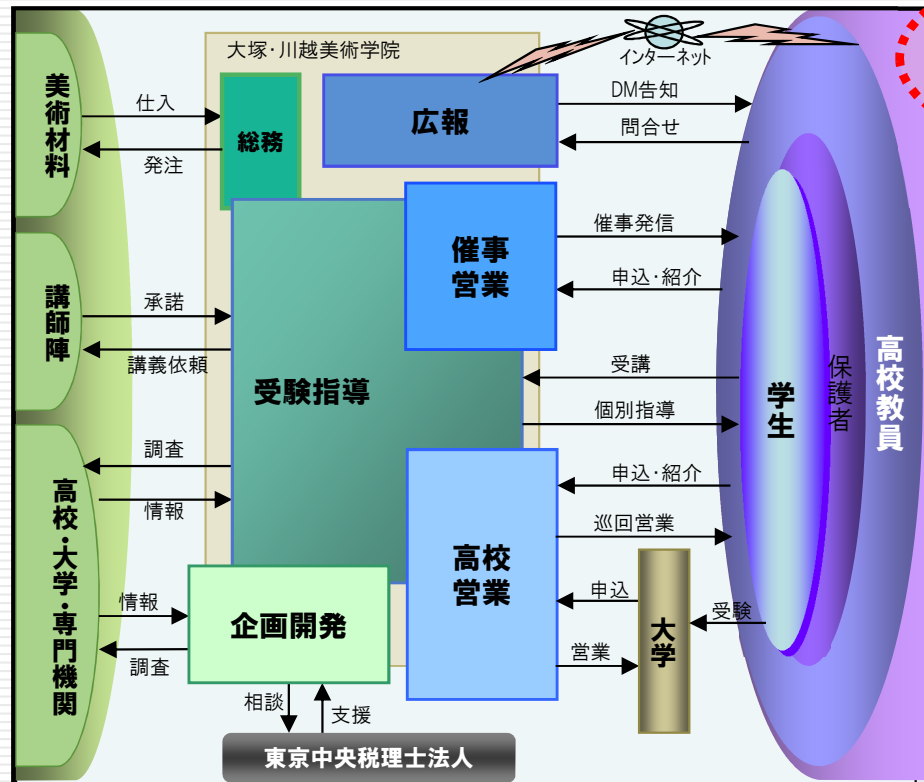
基本システム

基本システムの狙いと留意点

毎年4月の入学時期に、定員いっぱいに集客するための基本システム

大塚・川越美術学院のブランドを高めていくために、以下の2点を訴求
☐ 大学ごとの傾向と対策を熟知した限定5人の特別編成クラス
☐ 実技と学科の両立で無理なく有名美大への合格を可能にする

事業の基本システム



サブシステム

広報

☐ 定期的なDMの発送、☐ プラス電話、☐ リカバリー対応、
☐ キャンペーン告知、☐ ネット問合せ対応、☐ HPの定期的な更新、☐ SEO対策、☐ ブランディングを意識した広報活動

企画開発

☐ 入学状況・申し込み状況の調査、☐ 競合予備校の調査・情報収集、☐ 学生ニーズの調査、☐ 営業方針の検討、
☐ 入学案内・講習会案内パンフレットの作成、☐ 催事の企画立案、☐ 営業拠点の開発、☐ チラシの作成、☐ キャンペーンの立案、☐ アンケート内容の集計、☐ ブランディング戦略の検討
☐ アクションプランの作成・管理

高校営業

高校生営業
 浪人生営業

☐ 大学入試直後のチラシ配り、☐ 高校への直接営業・挨拶回り、☐ 入学案内・講習会案内の送付、☐ 営業スケジュールの作成

催事営業

進学説明会
 体験入学会

☐ 入学説明会の開催、☐ 体験入学会の開催、☐ 高校教員・進路指導窓口、
 保護者への状況報告、☐ 催事問合せ対応、☐ ブランディングを意識した催事開催

受験指導

個別指導
 一般講義

☐ 個人別の大学受験指導、☐ 一般講義、☐ 学生からの質問対応、
☐ 個別コンサルジュ、☐ 学生動向の情報収集、☐ 入試問題等の調査・分析、
☐ カリキュラムの編成、☐ 講師の教育指導

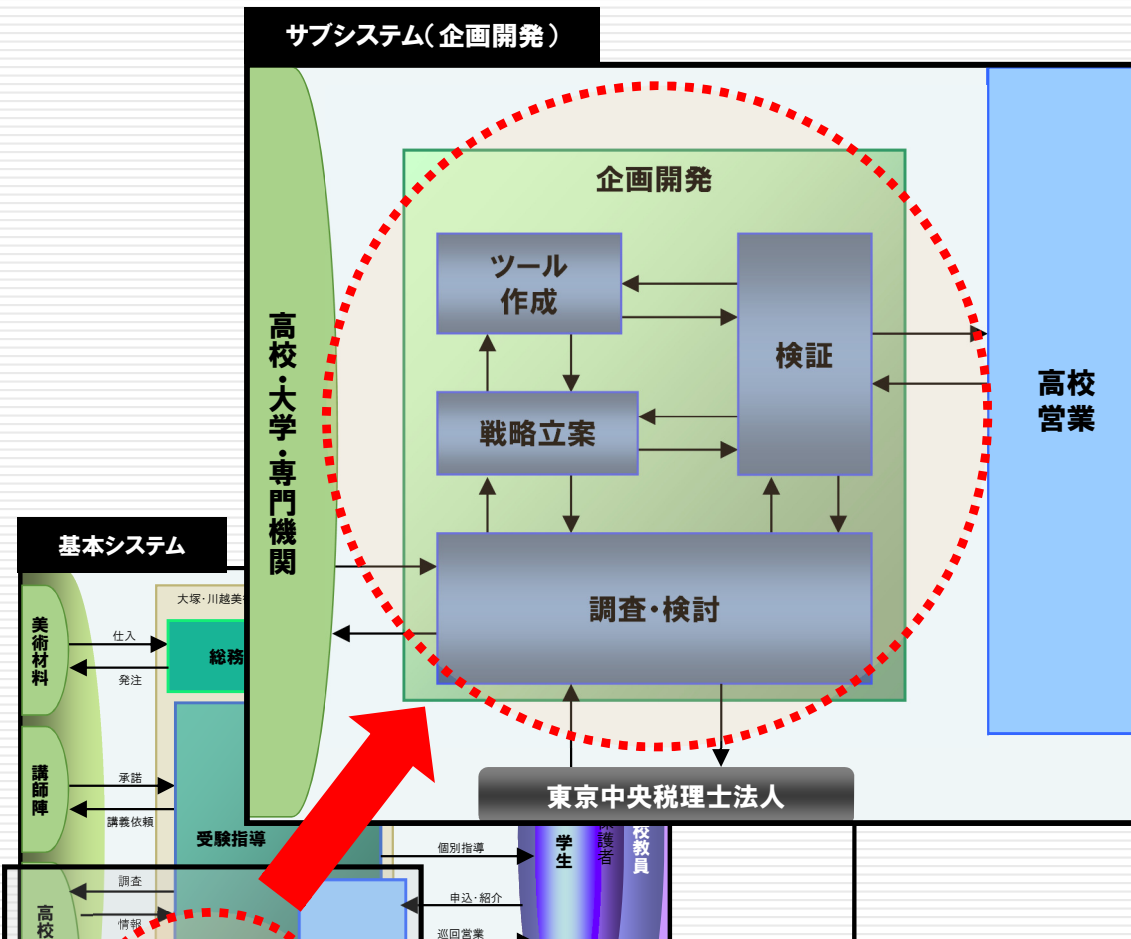
サブシステム

サブシステムの狙いと留意点

企画開発

- 高校営業・催事営業の有効性を常に検証し、誤謬の発見に努め、適時に詳細なデータを収集、正確なCTPTを設計する
- モチベーション維持も含めた目標達成度の管理を行う

サブシステム(企画開発)



サブシステムの細項目 (2ndサブシステム)

調査・検討

- 高校へ直接現地調査に行き、学生のニーズを直接聞き出す
- ニーズの変化には敏感に対処し、検討を怠らない
- 高校教師からの情報収集を定期的に行い熱心さをアピール
- 大学や専門機関へ直接現地調査に行き、学生の受入環境その他を調査する
- 競合予備校の情報収集、調査分析を定期的に行う
- 調査・検討の後は必ず実行検証を行う
- ブランディング戦略に役立つ情報を精査する
- 東京中央税理士法人と密に相談し合い、調査情報に誤謬が発生しないよう総合的視点から検討する

ツール作成

- 美大受験生向けのツールなので、色彩やデザインには徹底的にこだわりをもつ
- とはいえ、色彩・デザインにとらわれすぎず、マーケティング戦略を意識したツール作成を心がけることは言うまでもない
- ブランディングを意識したツール作成
- 常に顧客心理を考え、プロセスに則ったツールを作成する
- 催事営業部門との連携で、体験入学会や進学説明会で行ったアンケート結果をツール作成に役立てる

戦略立案

- 調査資料に基づいて具体的な戦略の立案を行う
- ブランディング戦略を必ず意識して戦略立案を行う
- アクションプランを作成して実行可否・目標達成度を検討すると同時にモチベーションの維持と管理を行う

全体を把握する**基本システム**、具体的な活動を明確にした**サブシステム**は、
全体と部分のズレを解消し、企画を成功に導く**両輪**。

サブシステムの役割

① 本来の目標を達成にするためにやるべきことが整理できる。



あれもこれもじゃ進まない。業務を整理しないといけない！

② 業務を細分化し、具体化することにより、分担業務が明確になる。



役割分担が明確になる。協力者に指示もしやすい！

③ 新しいスタッフにも、どの部分を担当して頂くか説明しやすい。



将来のことも見据えて事業をわかりやすく！

予算・収支計画

必須

予算・収支計画

フルパッケージに必要な項目

必須 (01) 表紙	プロローグ
必須 (02) 目次	
必須 (03) はじめに	意図・目的
必須 (04) 事業方針と	すでに作成
必須 (05) コンセプト	すでに作成
必須 (06) 基本システム	企画全体像
必須 (07) サブシステム(サブシステム数分)	企画の構造
任意 (08) 基本プロセス図	
必須 (09) プロセス設	すでに作成
必須 (10) ツール案(ツ	すでに作成
必須 (11) 予算・収支計画	
必須 (12) スケジュール	
必須 (13) 事業組織	
必須 (14) 調査・参考	すでに作成
任意 (15) 仮説立案・戦略立案	補足資料
任意 (16) 事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意 (17) 実践報告書	受講者の活動状況

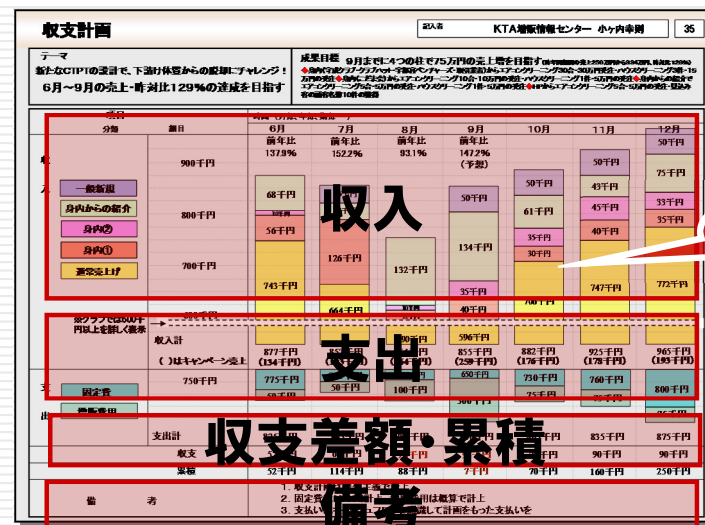
Point

●意思決定を行う上での重要なポイント。数字を詰め、現実味のある収支計画にする。

●数字だけを並び立てるのではなく、棒グラフや折れ線グラフを用いて見やすくすること。



折れ線
グラフ



棒グラフ

参考例【予算・収支計画】

テーマ CUBECAFE店舗改装で
女性客を呼び込み月商300万円達成！
～リニューアルオープンを機に
女性客の善循環システムを作る～

テーマ CUBECAFE店舗改装で
女性客を呼び込み月商300万円達成！
～リニューアルオープンを機に
女性客の善循環システムを作る～

成果目標	現状（9月） 12月目標 1月目標
◆11月～1月の平均月商280万達成 12月の月商300万円オーバー	平日の来店客数 18.5人 → 25人 23.5人 平日の売上高 40000円 → 75000円 70000円 平日の客単価 2200円 → 3000円 3000円 11月～1月の平均月商 230万（前年度） ⇒ 280万
	新規顧客名簿数 メルマガ登録 3人（日） （1日） 目標 210人分（25ヵ月累計）

成果目標	現状（9月） 12月目標 1月目標
◆11月～1月の平均月商280万達成 12月の月商300万円オーバー	平日の来店客数 18.5人 → 25人 23.5人 平日の売上高 40000円 → 75000円 70000円 平日の客単価 2200円 → 3000円 3000円 11月～1月の平均月商 230万（前年度） ⇒ 280万
	新規顧客名簿数 メルマガ登録 3人（日） （1日） 目標 210人分（25ヵ月累計）

	現状 (9月)	12月目標	1月目標
平日の来店客数	18.5人 ⇒	2.5人	23.5人
平日の売上高	40000円 ⇒	75000円	70000円
平日の客単価	2200円 ⇒	3000円	3000円
11月～1月の平均月商	230万円 (前年度)	⇒	280万
新規顧客名簿数 (1日)	メルマガ登録 3人 (日) 目標 210人分 (2.5ヵ月累計)		

項目 分類細目		時間（月毎、年毎、期毎・・・）																																								
		H20年11月	H20年12月	H21年 1月	H21年 2月	H21年 3月	H21年 4月																																			
収入	パーティ売上 ダーツ売上 通常売上	〈単位:千円〉 <table><caption>収入 (千円)</caption><thead><tr><th>項目</th><th>H20年11月</th><th>H20年12月</th><th>H21年 1月</th><th>H21年 2月</th><th>H21年 3月</th><th>H21年 4月</th></tr></thead><tbody><tr><td>パーティ売上</td><td>60</td><td>135</td><td>160</td><td>160</td><td>160</td><td>160</td></tr><tr><td>ダーツ売上</td><td>0</td><td>0</td><td>120</td><td>103</td><td>126</td><td>112</td></tr><tr><td>通常売上</td><td>1,830</td><td>3,000</td><td>2,580</td><td>2,197</td><td>2,674</td><td>2,388</td></tr><tr><td>収入計</td><td>1,890</td><td>3,130</td><td>2,860</td><td>2,460</td><td>2,960</td><td>2,660</td></tr></tbody></table>						項目	H20年11月	H20年12月	H21年 1月	H21年 2月	H21年 3月	H21年 4月	パーティ売上	60	135	160	160	160	160	ダーツ売上	0	0	120	103	126	112	通常売上	1,830	3,000	2,580	2,197	2,674	2,388	収入計	1,890	3,130	2,860	2,460	2,960	2,660
	項目	H20年11月	H20年12月	H21年 1月	H21年 2月	H21年 3月	H21年 4月																																			
パーティ売上	60	135	160	160	160	160																																				
ダーツ売上	0	0	120	103	126	112																																				
通常売上	1,830	3,000	2,580	2,197	2,674	2,388																																				
収入計	1,890	3,130	2,860	2,460	2,960	2,660																																				
収入計	1,890	3,130	2,860	2,460	2,960	2,660																																				
支出	増販増客費 固定費 仕入	〈単位:千円〉 <table><caption>支出 (千円)</caption><thead><tr><th>項目</th><th>H20年11月</th><th>H20年12月</th><th>H21年 1月</th><th>H21年 2月</th><th>H21年 3月</th><th>H21年 4月</th></tr></thead><tbody><tr><td>増販増客費</td><td>100</td><td>35</td><td>50</td><td>100</td><td>30</td><td>50</td></tr><tr><td>固定費</td><td>1,500</td><td>1,700</td><td>1,500</td><td>1,700</td><td>1,730</td><td>1,700</td></tr><tr><td>仕入</td><td>534</td><td>800</td><td>730</td><td>630</td><td>780</td><td>683</td></tr><tr><td>支出計</td><td>2,134</td><td>2,535</td><td>2,480</td><td>2,430</td><td>2,510</td><td>2,430</td></tr></tbody></table>						項目	H20年11月	H20年12月	H21年 1月	H21年 2月	H21年 3月	H21年 4月	増販増客費	100	35	50	100	30	50	固定費	1,500	1,700	1,500	1,700	1,730	1,700	仕入	534	800	730	630	780	683	支出計	2,134	2,535	2,480	2,430	2,510	2,430
	項目	H20年11月	H20年12月	H21年 1月	H21年 2月	H21年 3月	H21年 4月																																			
増販増客費	100	35	50	100	30	50																																				
固定費	1,500	1,700	1,500	1,700	1,730	1,700																																				
仕入	534	800	730	630	780	683																																				
支出計	2,134	2,535	2,480	2,430	2,510	2,430																																				
支出計	2,134	2,535	2,480	2,430	2,510	2,430																																				
収支		-244	600	380	30	450	230																																			
累積		-244	356	736	766	1,216	1,446																																			
備考		■パーティ売上は催事企画書②を参照。 ■2月の増販費はホームページ制作費含む。 ■11、12月の固定費は臨時アルバイト1名追加。1月からの固定費はアルバイト雇用を見越しての計算額にした。 ■仕入高は売上の27%で計上。																																								

必須

フルパッケージに必要な項目

- | | | |
|----|---------------------------|----------|
| 必須 | (01) 表紙 | ブローグ |
| 必須 | (02) 目次 | |
| 必須 | (03) はじめに | |
| 必須 | (04) 事業方針と すでに作成 | 意図・目的 |
| 必須 | (05) コンセプト すでに作成 | 企画全体像 |
| 必須 | (06) 基本システム | 企画の構造 |
| 必須 | (07) サブシステム(サブシステム数分) | |
| 任意 | 08 基本プロセス図 | |
| 必須 | (09) プロセス設計 すでに作成 | 事業の動態 |
| 必須 | (10) ツール案 すでに作成 | |
| 必須 | (11) 予算・収支計画 | |
| 必須 | (12) スケジュール | |
| 必須 | (13) 事業組織 | |
| 必須 | (14) 調査・参考資料 すでに作成 | 補足資料 |
| 任意 | 15) 仮説立案・戦略立案 | |
| 任意 | 16) 事例・兆候・増販増客カレンダー | |
| | (17) 実践報告書 | 受講者の活動状況 |

- プロセス設計から行動目標を抽出
- いろいろなことが同時進行で動く。混乱しないように、時間軸で整理する。カテゴリーごとに分けるのもよい。
- 期日を明確にすることで、計画倒れや延期に歯止めをかける

【第4課】スケジュール

		記入名				
テーマ						
項 分類	目 細項目	行動日程	時間の経過（月、日、年、時、分）			
備考						

[illegible]

【参考例】スケジュール

テーマ CUBECAFE店舗改装で
女性客を呼び込み月商300万円達成！
～リニューアルオープンを機に
女性客の善循環システムを作る～

成果目標 ◆11月～1月の平均月商280万達成
12月の月商300万円オーバー

	現状(9月)	12月目標	1月目標
平日の来店客数	18.5人 ⇒	25人	23.5人
平日の売上高	40000円 ⇒	75000円	70000円
平日の客単価	2200円 ⇒	3000円	3000円
11月～1月の平均月商	230万(前年度) ⇒	280万	
新規顧客名簿数 (1日)	メルマガ登録 3人(日) 目標 210人分(2.5ヵ月累計)		

項 分類	目 細項目	行動目標	時間の経過 (月毎、年毎、期毎・・・)					
			10月	11月	12月	1月	2月	3月
P T O 1	来店客調査	来店状況表記入継続						
	内部・外部調査	競合調査・ABC分析	10/8～11/1					
	フライヤー作成	完成・マーク引き	10/7～11/19					
	新メニュー表作成		11/19迄					
	フライヤー配布①	店頭設置交渉・スタッフ直渡し	11/17～19					
	駅前フライヤー配り		1/7～9					
	メルマガキット作成		11/2～11/21完成					
	メルマガ配信	文章構成・配信開始	12/15～19第1回目配信					
	フライヤー配布②	追加分700枚ポスティング 300枚店頭置き交渉	1/7～1/16(2月へ向けて再告知)					
P T O 2	店頭PR・お誘い電話		11/9迄					
	メルマガ登録推進	常連さんにはさり気なくPR	11/21～					
	メルマガ配信	月1継続配信	12/15～19第1回目配信					
	常連イベント告知	メルマガ特別号配信・店頭PR	2月下旬開催に向けて					
	プラス電話①	常連イベント告知	2月下旬開催に向けて					
	常連専用イベント		2月下旬開催					
	プラス電話②	ご無沙汰誘客	1/1～継続					
P T O 3	フライヤー集計	エリア別反応率の把握	月末に集計					
	フライヤー配布③	反応率大エリアへの 継続ポスティング	隔月ごとにポスティング					
	ホームページ作成	サイトHP+自社HP作成	一段落する2月中に完成					
	店内POP作成	パーティ予約詳細PR	1/15迄					
	パーティ需要の 獲得開始	店内POP・メルマガ配信	パーティ予約獲得強化期間					
	パーティ予約 事後フォロー	幹事様へお礼メール送信	パーティ後1日以内					
備考								

事業組織

必須

事業組織

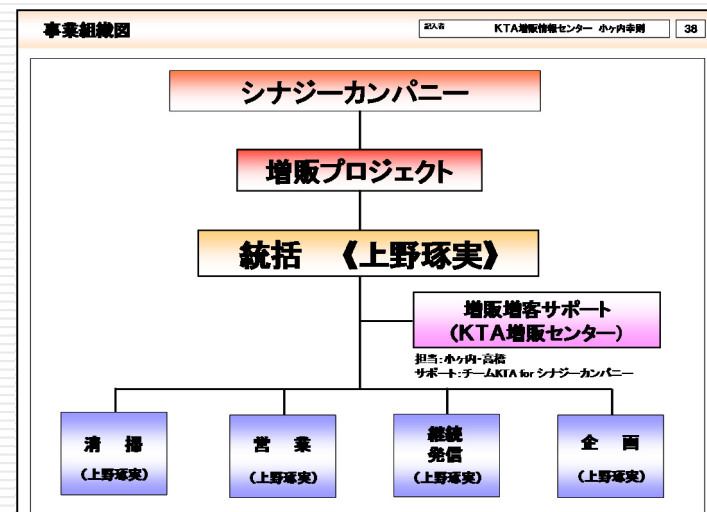
フルパッケージに必要な項目

必須 (01) 表紙	プロローグ
必須 (02) 目次	
必須 (03) はじめに	意図・目的
必須 (04) 事業方針と	すでに作成
必須 (05) コンセプト	すでに作成
必須 (06) 基本システム	企画全体像
必須 (07) サブシステム(サブシステム数分)	企画の構造
任意 (08) 基本プロセス図	
必須 (09) プロセス設計	事業の動態
必須 (10) ツール案(ツールの数分)	すでに作成
必須 (11) 予算・収支計画	
必須 (12) スケジュール	
必須 (13) 事業組織	
必須 (14) 調査・参考資料	すでに作成
任意 (15) 仮説立案・戦略立案	補足資料
任意 (16) 事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意 (17) 実践報告書	受講者の活動状況

Point

●この企画推進に必要な最低限の構成を組織図にする。各担当者名、外部協力者も入れるとよい。

●どんなに小さな組織でも、一人何役となっても、機能ごとに組織図をつくり、役割を明確にする。



必須

フルパッケージに必要な項目

- | | | |
|----|-----------------------|-----------|
| 必須 | (01) 表紙 | プロローグ |
| 必須 | (02) 目次 | |
| 必須 | (03) はじめに | |
| 必須 | (04) 事業方針と | 意図・目的 |
| 必須 | (05) コンセプト | 企画全体像 |
| 必須 | (06) 基本システム | 企画の構造 |
| 必須 | (07) サブシステム(サブシステム数分) | |
| 任意 | 08 基本プロセス図 | |
| 必須 | (09) プロセス設計 | 事業の動態 |
| 必須 | (10) ツール案 | |
| 必須 | (11) 予算・収支計画 | |
| 必須 | (12) スケジュール | |
| 必須 | (13) 事業組織 | |
| 必須 | (14) 調査・参考 | 補足資料 |
| 任意 | 15) 仮説立案・戦略立案 | |
| 任意 | 16) 事例・兆候 | 増販増客カレンダー |
| | (17) 実践報告書 | 受講者の活動状況 |

●非常に重要なシート。企画を絵に描いた餅に終わらせない。

- 行動記録をコンパクトに書く。成果・反省・改善点を整理。表現は自由。
- 後に残る。次の企画の参考書。



写真など入
れると◎

基本プロセス図

任意

基本プロセス図

フルパッケージに必要な項目

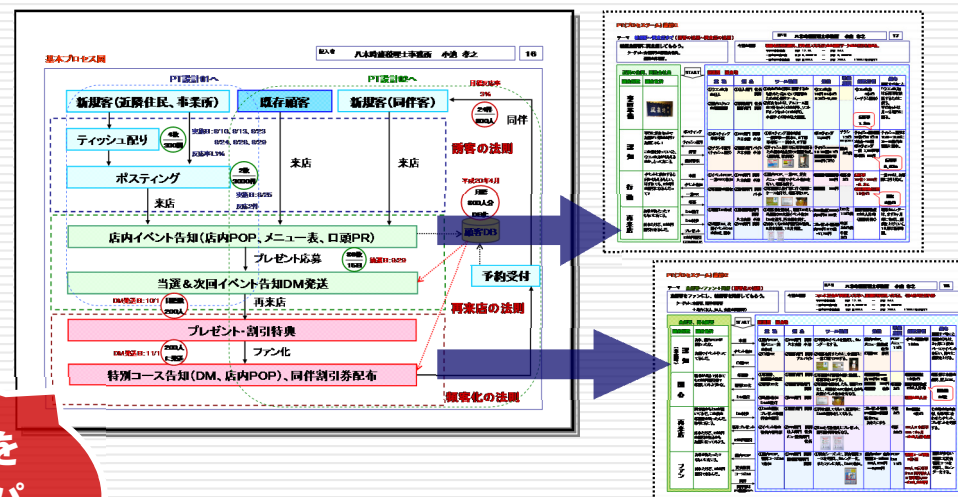
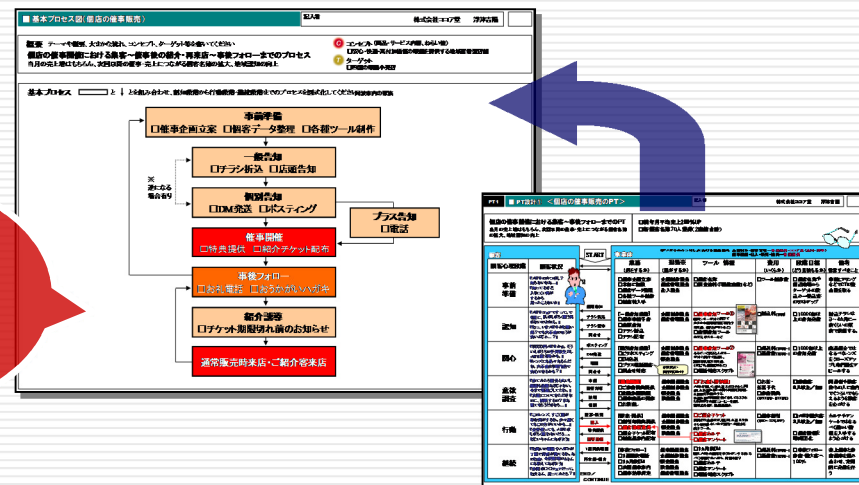
必須 (01)表紙	プロローグ
必須 (02)目次	
必須 (03)はじめに	意図・目的
必須 (04)事業方針とすでに作成	意図・目的
必須 (05)コンセプトすでに作成	企画全体像
必須 (06)基本システム	企画の構造
必須 (07)サブシステム(サブシステム数分)	企画の構造
任意 (08) 基本プロセス図	
必須 (09)プロセス設計すでに作成	事業の動態
必須 (10)ツールキットすでに作成	事業の動態
必須 (11)予算・収支計画	
必須 (12)スケジュール	
必須 (13)事業組織	
必須 (14)調査・参考すでに作成	補足資料
任意 (15)仮説立案・戦略立案	
任意 (16)事例・兆候・増販増客カレンダー	
任意 (17)実践報告書	受講者の活動状況

Point

●支援先など、企画書が初めての人にはとっつきにくいPT設計を、わかりやすく伝えるのに役立つ。

●特にPTが同時に複数動くときに、全体像を把握するのにオススメ。

複数のPTを一枚でコンパクトに表現。



任意

増販増客カレンダー

フルパッケージに必要な項目

- | | | |
|----|----------------------------|-----------|
| 必須 | (01) 表紙 | プロローグ |
| 必須 | (02) 目次 | |
| 必須 | (03) はじめに | |
| 必須 | (04) 事業方針と すでに作成 | 意図・目的 |
| 必須 | (05) コンセプトと すでに作成 | 企画全体像 |
| 必須 | (06) 基本システム | 企画の構造 |
| 必須 | (07) サブシステム(サブシステム数分) | |
| 任意 | 08 基本プロセス図 | |
| 必須 | (09) プロセス設計と すでに作成 | 事業の動態 |
| 必須 | (10) ツール案の作成と すでに作成 | |
| 必須 | (11) 予算・収支計画 | |
| 必須 | (12) スケジュール | |
| 必須 | (13) 事業組織 | |
| 必須 | (14) 調査・参考資料と すでに作成 | 補足資料 |
| 任意 | 15) 仮説立案・戦略立案 | |
| 任意 | 16) 事例・兆候 | 増販増客カレンダー |
| | (17) 実践報告書 | 受講者の活動状況 |

Point

●うまくいった企画を他の季節に水平展開する。催事販売には必須。

●売上が目標に達しない月、売上をもっと伸ばしたい月を事前に把握し、次の一手を考える。小売等の催事向きの業種以外でも活用されている。

[illegible][illegible]

参考例【増販増客カレンダー 飲食編】

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上目標	270万円	230万円	280万円	250万円	280万円	230万円	290万円	280万円	280万円	260万円	240万円	330万円
販促キーワード	お正月 新年会 同窓会 成人式	節分 ハロウィン 懇親会	人事異動 送迎会 ひな祭り ホワイトデー 春休み	就職・転勤 入学 お花見 歓迎会	G・W 行楽期 アト・ア 母の日	父の日 五月晴れ 初夏 ジューン ブライド	七夕 暑気払い ボーナス 夏休み	帰省 お盆 夏祭り 同窓会	残暑 秋祭り 人事異動	運動会 紅葉狩り 秋の味覚 ハロウィン	鍋シーズン 勤労感謝	忘年会 クリスマス
イベント	コース予約 キャンペーン	常連感謝祭 コース予約 キャンペーン vd・wd連動 イベント	送迎会予約 キャンペーン コース予約 キャンペーン	コース予約 キャンペーン		手作りビー フジャー キーデ ビュー	生ビール祭 り	生ビール祭 り	送迎会予約 キャンペー ン	ハロウィン パーティ	ボージョ ー解禁祭	忘年会フェ ア クリスマス パーティ
ターゲット	新規客	身内 常連客 新規客 女性客	新規客 自衛隊 女性客	新規客 自衛隊	全般	身内 常連客	新規客 常連客 女性客	全般	新規客 自衛隊	新規客 常連客 女性客	新規客 常連客	新規客 常連客 女性客
戦略商品	・コース料理 +飲み放題	・コース料理 +飲み放題 ・ワンコイン バー	コース料理 飲み放題 ・ありがとう クーポン	・コース料理 +飲み放題		・生ビール ・野菜料理 ・手作りビー フジャーキー	・生ビール ・野菜料理 ・手作りビー フジャーキー	・生ビール ・野菜料理 ・手作りビー フジャーキー	・秋の限定 メニュー	・秋の限定 メニュー ・お菓子	・秋の限定 メニュー ・ボージョ ーレヌーボー	・忘年会 コース ・シャンパ ン

フルパッケージ

第4	第4	第4	第4	第2	第2	第2	第2
0	1	2	3	4	5	6	7
第2	第2	第2	第2	第2	第2	第4	第4
8	9	10	11	12	13	14	15
第4	第4	第4	第4	任意	第3	第3	第3
16	17	18	19	20	21	22	23
第3	第3	第3	第3	第3	第3	第3	第3
24	25	26	27	28	29	30	31
第3	第3	第3	第3	第3	第4	第4	第4
32	33	34	35	36	37	38	39
第4	第4	第4	第4				
40	41	42	43				

→ 44ページ
になりました



フルパッケージに表現されなければならない事項

■その企画書は、誰のためのものか？

- ・決裁者は誰か。現場で動くのは誰なのか。
- ・誰かに協力してもらうのに無理はないか。実現性はあるのか。

■その企画を通して、何が達成されるのか？

- ・課題は整理できているか。目的・目標と企画の内容にズレがないか。
- ・達成の根拠、裏づけが示されているか。それにいくらかかるのか。

■そのために何をすればよいか？

- ・何をすると何ができるか。事業の仕組み(システム)は明確か。
- ・顧客心理段階に合わせて何をするか(PT設計)、いつまでに行うのか(スケジュール)。

■CTPTの構造を整理。これまでの課題をブラッシュアップ。

最後に

作成いただくフルパッケージは・・・

精度の高い「企画書」であり、マーケティングプランナーのスキルを証明する「ツール」でもあります。

●既に提出し、一度**完成**させているコンセプトマップもPT設計も、ブラッシュアップして作り直していただければと思います。

●フルパッケージの企画書は、何を根拠にどう行動するかが自分でわかることはもちろん、**企画書をもらった人が「困った時に開くと何を考え、どんな事をすればいいかがわかる」**と言うことを重要なポイントとして考えてください。

**※注 今までの課題を全て提出していても、第4課題のフルパッケージが提出されないと、講座を修了できません。
そのため・・・**

提出課題の確認

必須	(01)表紙	プロローグ
必須	(02)目次	
必須	(03)はじめに	意図・目的
必須	(04)事業方針とねらい	
必須	(05)コンセプトマップ	企画全体像
必須	(06)基本システム	企画の構造
必須	(07)サブシステム(サブシステム数分)	
	(08) 基本プロセス図	
必須	(09)プロセス設計	事業の動態
必須	(10)ツール案(ツール点数分)	
必須	(11)予算・収支計画	
必須	(12)スケジュール	
必須	(13)事業組織	補足資料
必須	(14)調査・参考資料	
	(15)仮説立案・戦略立案	
	(16)事例・兆候 ・ 増販増客カレンダー	
必須	(17)実践報告書	受講者の活動状況

テキスト182頁参照

10/15(火)
午前9時
締切り

フルパッケージ提出後に・・・

プレゼン時における留意点

■自分の話すスピードを確認すること

- ・人の話すスピードは速い人で1分間に300文字程度と言われています。原稿を作成し、時間を計ってみてください。
- ・すべてのシートに目を通すと時間が足りなくなる恐れがあります。評価ポイントを参考に優先順位や、話す順序を考えてください。

■パソコンの操作時間は侮れません

- ・操作時間は自分が思った以上に要します。練習時には操作をしながら原稿を読んでみてください。
- ・ページの飛ばし方も確認しておきましょう

■聴衆者は自分の思う通りには動かないものです

- ・見せたい資料を指示しても、人はなかなかそこに目を向けてくれません。必要以上に余分な時間を取っておきましょう。
- ・見せたい資料があちらこちらに飛ぶと、資料を探すのに集中してしまい、プレゼンが頭に入らなくなります。