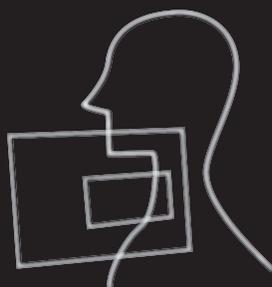


コンセプトマップ

ワンシート企画書の書き方



本テキストは、企画塾主催の通学講座である「マーケティングプランナー養成特別講座」のテキストを基に再編集したものです。

30年以上の歴史を持ち、数々の企業で取り入れられてきた企画塾流の企画書作成方法を学習できます。

はじめに

あなたが取り組む課題はなんだろうか？

「自社の増販増客」、「クライアントの増販増客」、「新事業の起ち上げ」、いろいろあるだろう。

このテキストでは、それら事業システムのスケッチを1枚の企画書としてまとめてほしい。まずは模索段階の手段としてで良い。とにかく描いて慣れること。

地図や組織図、図面などのように、1枚で企画の全体像をわかりやすく表現する、それがコンセプトマップだ。

目次

1. コンセプトマップとは	4
2. コンセプトマップ事例	6
3. 基本システムの描き方	8
4. ワンシート企画書へ	14
5. 考え方のポイント 拡大善循環	18
6. コンセプトマップ作成例	20

「マーケティングプランナー養成特別講座」テキストより抜粋

1. コンセプトマップとは

企画全体を表現するコンセプトマップ 商品・サービスのコンセプト(C)とターゲット(T)を押さえる

右図に示すのは事業の全体を表現するのに使われるコンセプトマップである。もちろんコンセプトマップで事業の全てが表現されるわけではない。しかし事業全体が分かりやすく表現されることは、以下と同じである。

- 見えない世界を地図にすると関係が分かる。この結果正確に目的地に到達できる
- 複雑な組織は、組織図にすれば一目瞭然に分かる
- 元素も周期律表によって、その性質の関係が一目瞭然になる
- 家を建てるにも図面を見せられて、はじめて実感が湧いてくる

ここにあげたことは、地図や図面をみても、すぐに現実になるわけではない。

だが、分かりやすいものがあって初めて明解なものが見えてくる。そして行動に移りやすい。複雑になればなるほど分かりやすくすることが必要なのだ。

あなたが、ユニークな事業や商品、そして販売促進システムを考えたとしても、それを実施することが関係者に利点をもたらす……という因果関係が明解に分かりやすくする手段を持たねば、企画は進まない。

知恵でのビジネスはなおさら分かりにくい
するとモノに頼ったビジネスにならざるをえない
結局あなたの知恵でのビジネスは遠のく

コンセプトマップは、相互理解の重要な手段である。

さて、コンセプトマップの利用方法は現実的には以下ようになる。

- 1・事業や一部の事業システムなどを構想する手段として利用する
- 2・膨大な事業企画のまとめに、分かりやすい表現手段として利用する

1は、新事業や事業システムのスケッチを行なう方法として使う。すると従来では困難だった多数の新事業や事業システム、さまざまな企画を処理し、提案することができるようになる。

2は、膨大な企画業務が、確実にわかりやすくまとまっていることから、経営者が意思決定しやすい状況が生まれる。

初心者は、難解であっても、まずは消化不良でもいいから、図版で理解し、とにかくシステム思考に慣れ、縦横にシステム発想ができるようになってほしい。