



# 小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員・税理士 小栗 悟

岐阜本部 〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町1-3 岐阜第一生命ビル 4F

TEL : 058-264-8858 FAX : 058-264-8708

名古屋本部 〒460-0002 名古屋市中区丸の内一丁目16-15 名古屋フコク生命ビル 6F

TEL : 052-222-1600 FAX : 052-222-1611

Email : [info@otc-oguri.com](mailto:info@otc-oguri.com) <http://www.otc-oguri.com>

2016年3月7日(月)

## 企画業務と“見える化”

企画書とは目的達成のための設計図で“見える化”がよく活用されます。

例えば、展示会への出展を足がかりとして市場開拓・販路開拓を図ろうとする場合に、“見える化”を大いに活用した「展示会出展企画書」を作成し、上司の承認を得て実行に移す必要が生じます。この例で企画書作成の実務的方法を以下に解説致します。

### 企画の基本“CTPT”と“見える化”

企画の基本フレームとして次のように“CTPT”を活用して企画書を検討、記述し、その中で“見える化”を工夫します。

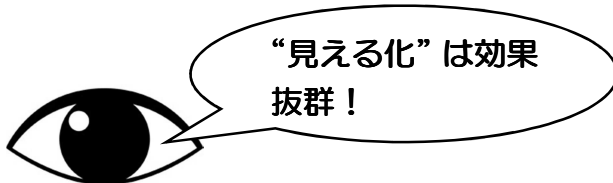
	企画書・CTPT	検討・記述内容(例)
0	企画書のタイトル	〇〇展示会出展企画書
1	前回の反省点と対策	〇〇が不十分であったため、今回は△△を改善する
2	C : Concept 展示会で訴求するポイントの設定	自社商品の「USP(注)」を“見える化”して訴求
3	T : Target 今回のターゲット及び目標(案件開拓件数等)	・健康志向の商品販売に関心を持つ法人 ・目標：提案のアポどり、〇件以上
4	T : Tool&Event	展示に用いるツール・

	USPを“見える化”してアピールする具体策	デモンストレーション・トーク方法の工夫
5	P : Process 展示会の準備等実行方法、結果確認までのプロセスを“見える化”	横軸に月日等時間軸をとり、プロセスに従った作業名を□のマスの中に書き、時間軸に合わせて矢印でつなぎ“見える化”。分担して同時並行作業になる場合がある

(注)「USP」:Unique Selling Proposition(独自の販売提案) 自社商品の「強み」を強調して「販売機会」において提案すること。

### 経営者・管理者の留意点

展示会への出展目的は、自社商品へ優良顧客の関心を引き付け、取引の足がかりを得ることにありますから、自社商品のSWOT分析・3C分析等から「USP」の定義及びその“見える化”について関係者の衆知を集めて創意工夫することが協力体制を築く上で効果的です。社員の能力開発を図るチャンスとしても活用できるでしょう。



“見える化”は効果  
抜群!