

# 炎の経営者

## BLAZE

革新ビジョンと戦略の構築

### 作業のポイント

充実感	過程を重視し、能力を発揮し続けることを目指す
アイデア出し	やると決定したことを書くのではなく、思いついたことを書く
拡散から収束	選択肢を広げてから絞り込む

精神集中	自分の持つすべての知識・経験・感覚を意思につなげる
集中取り組み	時間のカタマリを作って一気に進む
グレードアップ	今の自分より一段階上の自分になったレベルで描く
作業を信じる	終了時にはこれからすべきことが行列になっている

	経過	時間	作業名	作業開始時刻
作業 1	0:00	15分	自分を進めるシナリオ	
	0:15		ブレイン・レスト 5分	
作業 2	0:20	15分	マインドマップ	
	0:35		ブレイン・レスト 5分	
作業 3	0:40	15分	発想リスト1 経営革新計画の目的、戦略的事業分野	
	0:55		ブレイン・レスト 5分	
作業 4	1:00	15分	発想リスト2 経営体質経営者・組織	
	1:15		ブレイン・レスト 5分	
作業 5	1:20	15分	発想リスト3 品揃え・商品力	
	1:35		ブレイン・レスト 5分	
作業 6	1:40	15分	発想リスト4 見せ方・見せる機会	
	1:55		ブレイン・レスト 5分	
作業 7	2:00	15分	発想リスト5 新規事業・事業イメージ	
	2:15		ブレイン・レスト 5分	

作業 8	2:20	15分	5年シート	
	2:35		ブレイン・レスト 5分	
作業 9	2:40	15分	改善アイデア一覧表	
	2:55		ブレイン・レスト 5分	
作業10	3:00	15分	ワンシート企画書	
	3:15		ブレイン・レスト 5分	
作業11	3:20	15分	売上計画①	
	3:35		ブレイン・レスト 5分	
作業12	3:40	15分	売上計画②	
	3:55		ブレイン・レスト 5分	
作業13	4:00	15分	プロジェクト10① 10項目のプロジェクト抽出	
	4:15		ブレイン・レスト 5分	
作業14	4:20	15分	プロジェクト10② 10プロジェクトの内容	
	4:35		ブレイン・レスト 5分	
作業15	4:40	15分	事業計画のまとめ	
	4:55		ブレイン・レスト 5分	
作業16	5:00	15分	応援してくれる方へのメッセージ	
終了	5:15			

# 所信表明

## 自社と自分を進めるシナリオ

<p>①こうする</p> <p>自分の強化 学習・訓練・準備作業</p>		<p>→②こうなる</p> <p>強くなった自分の状態</p>	
<p>③こうする</p> <p>事業活動 商品・サービスの提供</p>		<p>→④こうなる</p> <p>理想とする未来社会 お客様の幸せ</p>	
		<p>→⑤こうなる</p> <p>他者からの評価 売上・出世・信用・給与</p>	

## マインドマップ



# (1) 事業革新計画の目的

## 現在の状況

主な事業内容	
創業年月	年 月
従業員数	
過去3年間の売上の推移	年 月度 年 月度 今期 月まで
借入金の額	

## 状況分析

反省 現在の事業を始めて____年、 いまの時期に 会社はこうなっていたかった 事業内容、売上・従業員規模	現在、第 期	
これまでの経営における がんばる理由 (夢・向上心) やらざるをえない理由 (危機感)		
やろうと思っていたながら やっていたいなかったこと		
現在の状況について 満足できること 不満に思っていること 事業のカタチ 事業のレベル 過去の考え方・行動	満足	不満
現在、抱えている問題	社外	社内
将来に対しての不安	社外	社内

## 当面のテーマ

理想像	
成功に必要なこと	

## 自分の意思

構想の概要 これから全社的に目指したいこと	
今後、自分の事業に最も重要なもの	
将来のためにこれから準備すること	
未来に向けて取り組む決意	
成功までの流れ 第1段階: まずは売れるための行動  第2段階: 成長路線に乗せる行動	

## (2) 戦略的事業分野

### 現在の事業

現在の主な事業分野	売上比率	外部環境動向	自社の優位性・弱点	動向推移・見通し
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

### 現在の市場規模と業種特性

<b>市場規模</b>	
一人(一社)あたりの年間消費額	
対象顧客層(エリア、性別、職業、ライフスタイル、固有ニーズ)	
対象顧客数	
対象顧客密度	
市場規模 (年間消費額×対象顧客数)	
対象顧客のうち買う意思のある人の割合	
リピート性・購買頻度	
<b>業界状況と自社の位置づけ</b>	
業界のレベル、進行スピードの速さ	
同業者・競合の多さ	
同業他社に対する優位性	
現在の業界の中での位置 (市場占有率・順位)	

### 成長ベクトル

<b>市場浸透</b>	
商品力・サービス提供力の強化	
販売力の強化	
未開拓のお客様の割合 新たなお客様の開拓	
新しい販売形態 受注型→陳列型 無店舗→店舗 多店舗展開 通信販売	
<b>市場拡大</b>	
市場を拡大したい理由 少数のお客への依存度と動向 主要取引先との人間関係	
拡大する方向 垂直展開…上流/下流 水平展開…異分野	
既存商品を提供したい全く違う顧客層、販路	
<b>商品拡大</b>	
取扱商品を拡大したい理由 既存商品分野の動向 事業のワンストップ化	
既存のお客様に提供したい別の商品項目	
<b>多角化</b>	
新商品を新市場に提供 (全く新規のビジネスのアイデア)	

# (3) 経営体質強化計画

## ① 経営者

### 経営者の考え方

経営者のタイプ	
経営・現場とで意識を向けるバランス	
お客様第一主義と自社の事情とで重要視するバランス	
事業へのこだわり	
必死になる理由・経験	
経営業務と現場仕事の工数割合	
質の高さ(求道者側面)と売れること(戦略化側面)とのバランス	
商品のよさと販売強化とのバランス	
カタチとレベルとのバランス	
経営者の望む方向	
質の高い会社(自分か少数にしかできない仕事)という方向にいくための改善項目	
規模の大きな会社にする(誰でもできる仕事)ための改善項目	
向上心・目標意識	

### 経営者の業務改善

経営者の調査・訓練・行動	
組織を動かす 共感を集める 尊敬される 販売に強くなる 事業の拡大をする お客様の支持を得る お客様の状況をつかむ 商品力に強みをつくる	
経営陣の仕事	
定例的経営業務の推進	
他人の意見を聞くための行動	
経営推進活動	
市場調査 品揃え調査 商品開発 顧客管理 販促企画 商品流通 営業組織強化 営業状況管理 資材調達 生産管理 経営計画 進捗管理 人材状況把握 ムードメイク 教育訓練 財務管理 資金管理	



## (4) 事業革新課題

### ① 商品・サービスの品揃え改善

主な取扱商品（もしくはサービス）、次にラインナップしたい商品（サービス）

商品名		原価と 売価	目標 販売数	商品の仕様 魅力、新しさ	現在の売上状況 準備状況
1	既 未				
2	既 未				
3	既 未				
4	既 未				
5	既 未				
6	既 未				
7	既 未				
8	既 未				
9	既 未				

**総合化**（品揃えの幅の拡大について）

目的	
新たに狙う顧客層	
新たな商品ジャンル	

**専門化**（品揃えの深さの拡大について）

目的	
充実させる商品群	
強化の内容	

商品・サービスの特徴

ブランドイメージ	
商品・サービスに共通するこだわり	
商品提供で期待する結果、効果	
新規性(目新しさ)	

商品アイデア

売れる理由	根拠	アイデア
商品と サービス	商品はサービスの何倍も売れやすい	
加工（粗利が上がる）	手をかけた分だけお金を払う価値を感じる	
結果を売る	お客様が買いたいのは結果である	
ニーズと ウォンツ	ニーズ型は需要が底固く、ウォンツ型は夢で育てる	
消費と投資	投資型事業は安さよりも効果	
対象者	告知方法に合わせた商品ジャンル選択	
買いやすさ	見やすさ、行きやすさ	
購買頻度	売れるための改善が効果を発揮	
単発業務と 継続業務	個客生涯売上高に着目	

## ② 商品力・サービス提供力のレベルアップ

### 魅力、優位性、売れる理由

<b>第一次品質</b>	
商品ジャンル	
効果効能	
品質	
量	
価格	
その他(味・楽しさなど)	
<b>第二次品質</b>	
名称、デザイン	
ツール ポスター、メニュー、 パンフレット、ラベル	
わかりやすさ	
その他(かっこよさなど)	
<b>第三次品質</b>	
接客態度	
スピード	
人柄、親しみやすさ	
その他(買いやすさなど)	

### 商品企画力・訓練作業

他社状況調査機能	
顧客ニーズの情報収集機能	
商品の製造提供能力	
作業の標準化	
不良防止体制	
原価削減	
納期遅延防止策	

### お客様満足度

最低裏切ってはいけない レベル	
お客様への思い	
最高レベルに近づくための アイデア	営業 提供 フォロー
そのために必要な 作業項目、訓練項目	
お客様の支持を得た状態	
支持を得つつけるための行 動	販路向け  エンドユーザー向け

### ③ 反応確率を高める見せ方の技術

#### 売りネタ

伝えたい内容 存在・知名度アップ	
優位性・特長	
ニュース・新規情報	
買いたい衝動の創出	
買う判断材料の提供	
わかりやすい表現	
社名	
業種、事業の定義、サブタイトル	
ブランド名、商品名	
ロゴ	

#### ソール・店舗など製作物

販促物 ホームページ、パンフレット ポスター、POP、封筒、名刺	
看板・車両	
制服など現場で目に触れるもの	

広告宣伝ツール お知らせ型／浸透型	
よだれ系／ウンチク系	
かみづら、テイスト	
キャッチコピー	
アクセント	
商品説明	
価格表示	
メッセージ性、夢を売る	
インパクト	
店舗などの施設	
立地、広さ	
外装	
店舗全面デザイン、入り口 開放度・開放感	
内装、店の雰囲気	
販売方式(対面／セルフ)	
席数、レイアウト	
厨房などの準備エリア	
商品群ごとの面積配分	
陳列、什器備品	

## ④ 見せる機会を創出する行動

### 新規客募集の流れ

お客様の状況	販促行動の目的	販売促進活動項目
知らない (対象とする分母)	アプローチ対象	
知っている	知ってもら ための行動	
	興味を持って もらうための行動	
興味がある	行動を起こして もらうための行動	
行ってみたい	来てもら ための行動	
のぞいてみる、 問合せをしてみる	接してもら ための行動	
入ってみる、 面談してみる	買ってもら ための行動	
買ってみる		

### 個別案内

人的販売、個別訪問、ダイレクトメール(郵便、電子メール)、電話アポ、紹介面談、その他

方法			
行動目的			
担当者・人数 作業量(工数) コスト(年間)			
販売数あたりの広告費			
情報の届く対象			
競合他社との違い			
情報ツール・情報量			
自社タイプ・商品タイプ との相性			
他の手法との相乗効果			

### マス広告

配布広告(ビラ配り、ポスト投函)、新聞折込広告、ダイレクトメール(郵便、電子メール・メールマガジン)、インターネット(ホームページ、バナー広告など)、媒体広告(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌)、パブリシティ(新聞雑誌などの情報欄の活用)、屋外広告(街頭看板、屋上看板など)、交通広告(鉄道、タクシー、バスなど)、店内広告(自社店内、協力会社店内)、その他

広告宣伝方法			
完成イメージ			
広告宣伝目的			
担当者・人数 作業量(工数) 初期コスト			
継続コスト(年間)			
年間回数・頻度			
情報の届く対象			
対象者のうち情報の届 く割合 対象者の反応把握方法			
競合他社との違い			
レスポンスタイム			
販売数あたりの広告費			
情報ツール・情報量			
自社タイプとの相性			
商品タイプとの相性			
他の手法との相乗効果			
注意点			

## ⑤ 新規事業

### 自己資源

動機 やりたいことがある 新事業をしたい 新事業をせざるを得ない	
---	--

### 事業アイデア

	事業アイデア	可能性・難易度
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

### 新事業構築作業

仮の決定	
その仕事は自分・自社(適材)に適所である理由	
自分・自社がその仕事(適所)に適材である理由	
既存業務との相乗効果	
思い(やりたい理由、自分だからこそできる理由)	
事業構築	
調査項目	
企画項目	
シミュレーション	
投資額の積算	
新規事業による期待売上効果 新事業年商・会社全体の売上	

### 事業化アイデア

事業内容	
商品・サービスの内容	
対象者とニーズ	
提供方法	
事業の特徴	
売上見込み(年商) 利益見込み	
準備するもの	
初期投資	

## (5) 将来イメージ

( ) 年後の事業内容

業種	
事業の名称	
サブタイトル	
主な商品やサービス	
対象となるお客様	
販売形態	

( ) 年後の事業の状態

<b>事業規模</b>	
想定するおよその売上規模 アップ額・率	
お客様の数 潜在・月間・日間	
従業員規模、事業所数	
<b>業務内容</b>	
毎日の商品準備作業	
お客様に知らせる作業	
お客様への告知材料作り	
商品・サービスの提供活動	
仕事の管理と見直し	
仕事の改善作業	
活動時間と日課	
お客様が自社を選ぶ理由	

見通しと決意

<b>見通し</b>	
確実に期待する売上高 最低必要な売上高	
予想される困難さ 不確定要素 難易度	
事業の難易度と自分の実力とのバランス	
クリアすべき課題	
<b>客観的意見</b>	
企画に対する周囲の人の評価 周囲の人からのアドバイス	
独善に陥らないための心がけ 感情のコントロール	
決意・覚悟 自分がかんばることで 何とかなるという確信	

成功ストーリー

まず売れるために 支持を得るカタチ・レベル 行動についての決意 主な行動項目	
成長路線に乗せるために アクションに向けた決意 経営資源作り作業 主な行動項目	
成功のために他に必要と考 えていること	







# 売上計画

		今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
		(H 年 月～ H 年 月期)	(H 年 月～ H 年 月期)	(H 年 月～ H 年 月期)	(H 年 月～ H 年 月期)	(H 年 月～ H 年 月期)	(H 年 月～ H 年 月期)
革新テーマ 目指す状態							
商品・サービスについての改善項目							
販売についての改善項目							
その他							
科目別・ 部門別 売上高  年額 (単位:千円)							
合 計							

# プロジェクト10

No.	プロジェクト名	プロジェクトの概要と 重点項目	行動内容、完成状態と予定時期			
			1ヶ月目( 月まで)	3ヶ月目( 月まで)	6ヶ月目( 月まで)	1年目( 月まで)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

## 事業計画の説明

経営革新計画のまとめ（作り上げる結果、行動項目）

応援して下さる方々へのメッセージ