



MP機構
Marketing Planners
NET CHANNEL

互幸会議
GOKO KAIGI

互幸会議にご参加ください!!

厳しい時代……あなたの**本業,副業,新事業?**

人生が豊かになる **CTPTMarketing**でビジネスが豊かになる

CTPTMarketingの原点.01

2023.10-01

10月 1/2

互幸会議・主宰

企画塾

株式会社企画塾・代表取締役塾長
高橋憲行

日本の大企業の問題は？

前回の
再確認

家電製品	80年代の日本No 1 から現在はチャイナ最強時代、日本は圏外へ
AV機器	80年代の日本が世界シェアほぼ独占、2010年から大半が中韓へ
半導体	日本ほぼ独占時代から、現在は半導体弱者へ
自動車	日本、ハイブリッドで業界席卷も、EV時代対応は、かなり遅れ



全体的な特色は、完成品は弱者になりつつあるが**部品.素材は強い**



- 1・チャンスを**果敢に狙わない**傾向が増えている（大企業病？）
- 2・大企業は**技術系より営業系**が相対的に増えている
- 3・新事業への投資が少ない、極めて少額（米中の3ケタ少）
- 4・性能向上を狙う職人氣質（**部品.素材は、B2B**で顧客は安定）

日本は、大企業病なのか？……CTPTMarketingが救う！！

日本の大企業の問題は？,02

戦後の焼け野原から、ベンチャー続出と高度成長!!



日本は世界最大の生産大国へ、GDP世界2位の大国へ



プラザ合意と円高、加えて**米国最大の経済敵国へ**



バブル崩壊と、失われた30年（経済大国から脱落寸前）



全体的な特色は、完成品は弱者になりつつあるが**部品・素材は強い**



- 1・下請け化した日本
- 2・国内でも日本の完成品減少
- 3・完成品のMarketingを知らない大企業
MassMarketingのみ(一部SNS)

CTPTMarketingが日本の大企業を救う!!

CTPTMarketingの原点

私の起業のケース

20歳代、無理やり就職させられるが...

学生時代
(1965~1971年)
実質的に
学生ベンチャー



デザイナー時代
デザインの草創期
需要はあるがデザイナーがない



大学院修了後、近大講師を
していたが、無理やり
就職させられる
デザイン事務所へ



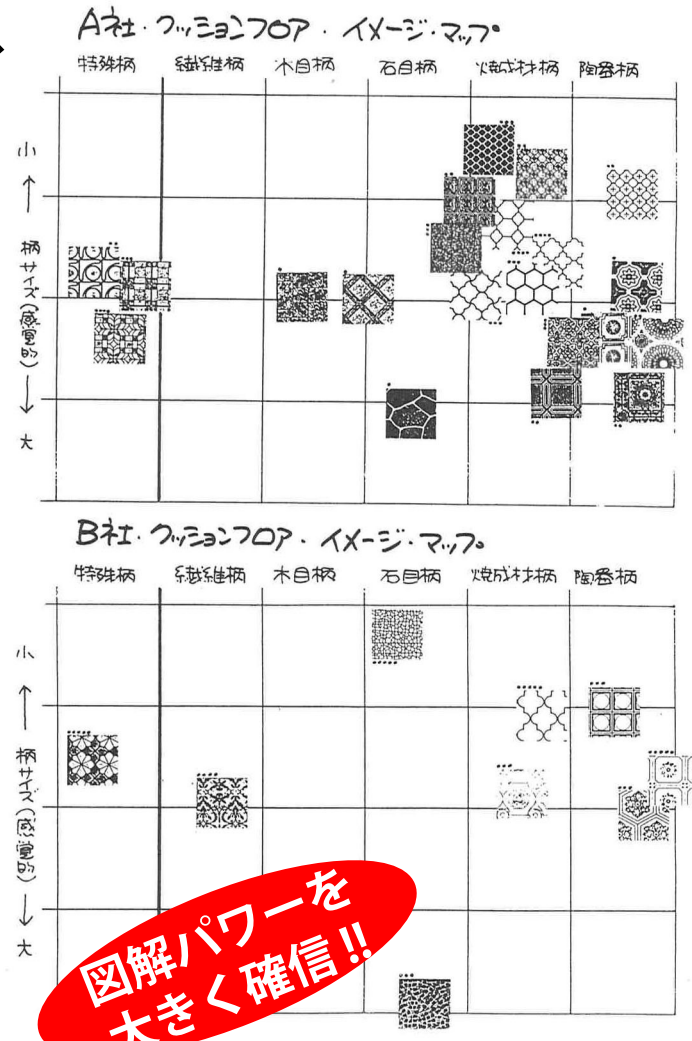
大企業の新事業担当



図解型方法論に
目覚める
米国のすごさを知る



運命的な書
に出会う
"Technological Forecasting in Perspective"
Erich Jantsh OECD刊



マッピングしたプレゼンが大好評と、新市場進出の大成功!!

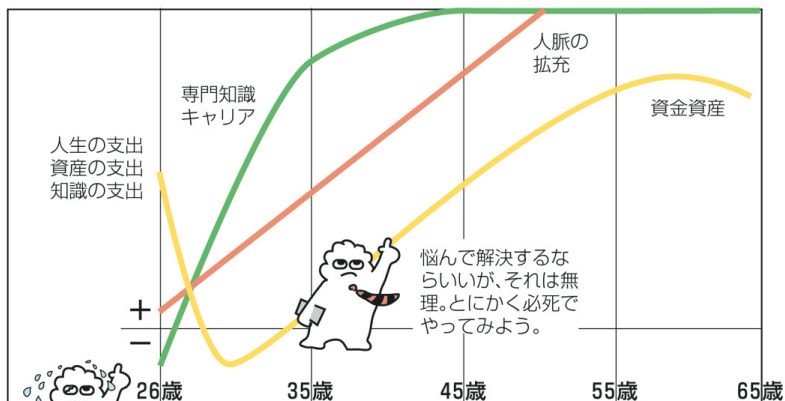
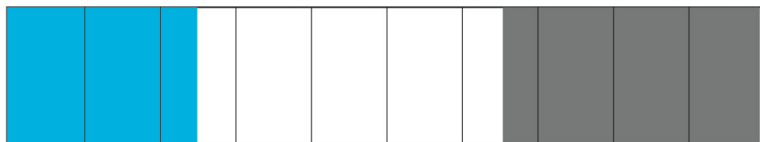
CTPTMarketingの原点

独立時に人生企画立案

●修了予定日

2011 / 10 / 07

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100



呼称
目標

呼称	蓄積期	握手期	実業期	統合期
●反省期	●専門技能の蓄積期	●業界や社内人脈と実業期	●社の内外の人脈と実業期	●若い世代への継承期
なにも疑問を感じないという無知な時代。反省しかない……。	自分の無力さを知る。徹底的に実務能力をつける時期とする。投資の時期で資金の蓄積は考えない。	専門家として実績を上げ、それによって人脈を拡大し、次の実業期へと繋ぐ。	創った人脈との関係で責任を持ちビジネスを推進する。会社へ最も貢献する時期。	実務にはさらに責任を持って推進。地方で60歳以降を目指し、ビジネス学校運営。

人生企画があったから、今がある



人脈、資金、技術(能力)なにもない
どうやって自分の能力を見せるか…
人生を4期に分ける
最初の期間を「蓄積期」として
人生40年をスタート

しかし65歳で人生をまっとうできず
現在に至る

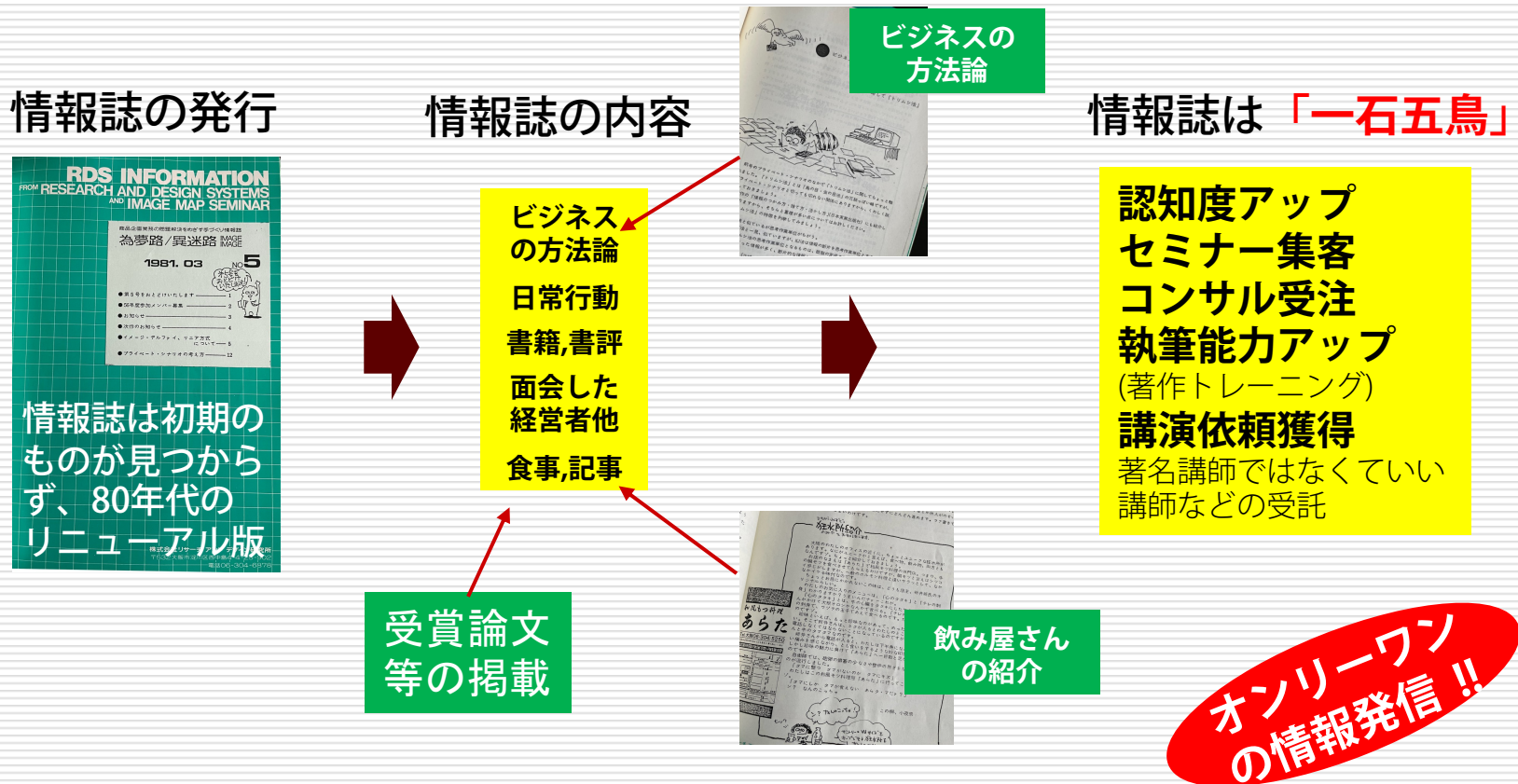
人生企画は
最重要企画!!

今だから重要性を語れる

CTPTMarketingの原点

起業時からCTPTMarketingを実践

情報提供、コミュニケーション（継続発信）を重点に実施した



大企業が広報誌を出していない時代に情報誌を・継続発信!!

CTPTMarketingの原点

情報誌の「継続発信」から仕事の依頼が続々

QC,TQCを超えた図解手段を提供し、起業からオファーが来た



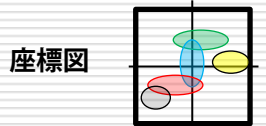
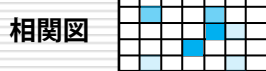
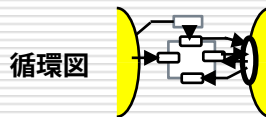
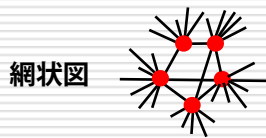
「～ならば～である」という因果関係の展開で論旨を結論に導く。企画書、報告書、書類等のボックス展開図は典型的なもの、フェーズ(局面)など段階的な表現として明示、下部にその内容を付随させるなどして業務の状況の推移を示すなど

階層と上下関係で分類された図解。典型的には組織図、組み立図、系統図、発展図などがある

階層関係はあるが、力学や関係性は薄い。上下関係や価格の高低など階層関係を表現するもの

階層性よりも順位関係を対象として明示する。売上高順位や人口順位、面積順、パレート法、因子分析の固有値などが一般的類似性、関係性等で分類され、整理された情報群として表現。TQCなどで多用された。特性要因図とかKJ法分類も水平関係図

目標達成のための業務手順化されたものなどが代表的。パレート法、ガントチャート法など、フローチャート全般も流れ図表現



表・グラフ

通信回線や社内連絡網、様々なネットワークが代表的で一般的にはコミュニケーション網を表現。人脈マップも網状図の一種

ビジネスは人、モノ、金、情報の循環で成り立つが、この表現はビジネスに不可欠。MPでの基本システム図は循環図で表現

時系列の横軸、量を表現する縦軸で変化をつかむ。未来予測にも適応。グラフも類似するが、過去現在未来をより意識した図

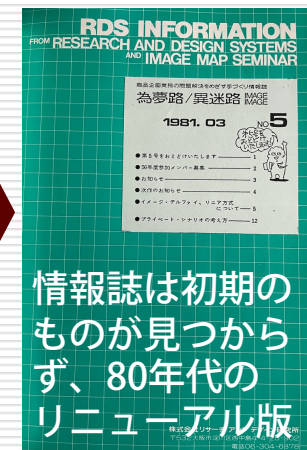
パラメータやキーワードを縦横の軸としてマトリクスを作る。できたセルには知識や情報が明確化され様々な判断に利用する

地図などが代表的な座標図。また縦横の尺度を直交させ、そこへ情報や知識をプロットしてマップ&ポジショニングを行う

アイコンに代表されシンボル、マーク、イラスト等が代表的。見てすぐにわかる特性がある。写真、画像、動画もここに含む

あまりに一般的に利用されているため、ここには特にとりあげない

情報誌の発行



情報誌は初期のものがみつからず、80年代のリニューアル版

情報誌で継続発信!!

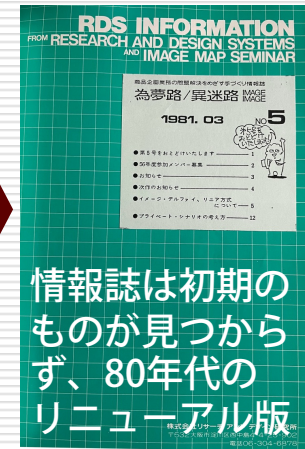
CTPTMarketingの原点

情報誌の「継続発信」から仕事の依頼が続々.02

図解の体系化も、QC、TQC時代には大きな力を発揮した

<p>図解</p> <p>理解対象</p> <p>論旨展開</p> <p>将来予測</p> <p>上下関係</p> <p>順位関係</p> <p>類似関係</p> <p>相関関係</p> <p>流動状態</p> <p>業務順序</p> <p>物体理解</p> <p>比較対象</p> <p>イメージ</p>	因果図	段階図	<p>関係図</p> <p>垂直関係図</p> <p>階層図</p> <p>順位関係図</p> <p>水平関係図</p> <p>流れ図</p> <p>網状図</p> <p>循環図</p> <p>変移図</p> <p>相関図</p> <p>座標図</p>						絵図	グラフ	表		
	●	●											
	○			○		○	○	●	○	○		○	
			●	●								○	○
	○	○	●	●								○	○
			○	○	●							○	○
					○			●	●	●		●	●
					○	●	●					○	
	○	●				●	●						
												●	
					○	○	○	○	○	○	○	○	○
												○	

情報誌の発行



情報誌は初期のものがみつからず、80年代のリニューアル版

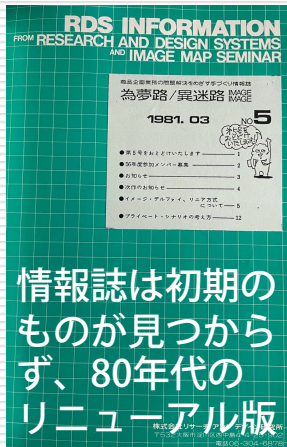
情報誌に次々
発表した!!

CTPTMarketingの原点

「継続発信」からセミナー開催「高質接触」へ

情報誌 → セミナー → コンサル依頼へ

情報誌の発行



セミナー開催依頼が…

大阪で開催していると
東京開催の要望も来る
大阪で月2セミナー開催
東京で月1セミナー開催

コンサル業務も続々

京都府からの依頼

ミノルタからの依頼

アサヒビールから依頼

松下電工からの依頼

三菱電機からの依頼

などなど……

情報誌と
セミナー効果!!

本を書いていない段階でコンサル依頼が……

CTPTMarketingの原点

自然に「3K」の実践をしていた

情報誌 → セミナー → コンサル依頼 の流れが完成していた



「核になるコンテンツ」は命



結果、コンサル業へ

CTPTMarketingがあったから、いいスタートアップ

他のやらないことを先駆けてやってきたから、なんとかなったか…

中小企業、起業開業、会計事務所はなおさら

コンサルタント業は、中小企業や起業開業にはCTPTMarketingが最適
究極のマイクロマーケティング、CTPTMarketingの強みを活用する

CTPTMarketingの強みをもつネットチャンネル会員

ネットチャンネル会員は、講師、コンサルに最適

いま「極めて厳しい時代」へ

前回の
再確認

見通しが暗い情勢、生活、社会、ビジネス情勢

「値上げラッシュ」も、情勢の不確実性も

企画の方法論
を多様に持ち

売上増の方法
増販増客の方法論を持ち

CTPTMarket
-ingを駆使し

会社も豊かに
自分も豊かに

なんの問題もありません

企画とCTPTMarketingが、あなたをパワフルに!!

ご清聴、ありがとうございました

膨大な、1万事例近い増販増客成功事例報告



毎年30事例を収録したCTPTMarketingの
成功事例「増販増客実例集」16巻

企画・マーケティングで**120冊超!!**
日本最大,最多の出力!!



詳細にツール類なども収録した
さらに本格的で緻密な

「**増販増客marketing実例集**」18巻

膨大なノウハウが、あなたをバックアップ



互幸会議・主宰会社

企画塾