



MP機構
Marketing Planners
NET CHANNEL

互幸会議
GOKO KAIGI

緊急特集 !!

企画.企画書の時代

～企画.企画書40周年～

益々厳しく
なる時代へ

2024.08

8月 特別号

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

企画.企画書の時代がスタート、そして40周年

発売後すぐ、夜の
ビジネス書ヒット10
に紹介される



1984年03月



1984年10月

即刻、次作の依頼
爆発的ヒットとなり
1985年ビジネス書
年間ベスト8へ
(八重洲ブックセンター調べ)

ビジネス界で社会現象化 !!

厳しい時代だからこそ、再び企画.企画書を考える

今なお続く、企画時代そして企画書 !!

方法論 → 企画書 → CTPT Marketingの核

1枚企画書のもつ俯瞰力、可視化力、そして図面・地図・写真

図面

テープカッターの三面図



地図



写真



法人向けパースディフラワープレゼント ...コンセプトマップ

目的
法人から個人へ「誕生日に花を贈るシステム」を提案し、法人需要を高め、フラワーショップの業績アップを図る

基本システム

法人顧客 → 注文 → フラワーショップ → 仕入機能 → 教育加工 → 営業企画 → 在庫管理 → 配送機能 → 対象顧客

サブシステム

- 営業企画: ●営業プロセスの設計、営業ツール制作、営業●事例研究を行い、お客様へ最善の提案を行う
- 商品開発: ●お客様の声に耳を傾けた、新商品の開発●パッケージ商品に添える、カード等の開発
- 仕入機能: ●安定した価格で仕入を行う 為の仕組みづくり●在庫管理、在庫調整
- 配送機能: ●配送のシステム化●配送におけるトラブル・クレーム対応
- 教育加工: ●技術、知識の共有化でレベルの向上、標準化●お客様へのサービスの開発、及び実践

内部環境

- 花需要の停滞傾向のなか、攻めの営業展開ができていない。
- 企画力・提案力の不足で、商品やサービスの差別化が図れない。
- 営業体制、営業経験がない。

ターゲット

- 女性と円滑なコミュニケーションを図る必要性の高い業界の法人に絞る。
- 保険会社、アパレル、美容室、化粧品業界、健康食品 などの

外部環境

- 誕生日に花を贈る習慣、また販路に活用している事例はあるが可視化していない。
- 競合のいないうちに本格化へ

家族の人生企画書

高岸 和香

●家族の目的: 妻と、2人の子供が幸せに暮らすこと。子供が自立し、自分らしい人生を送ること。

●妻の目的: 夫の健康を維持し、子供が自立し、自分らしい人生を送ること。

●夫の目的: 妻の健康を維持し、子供が自立し、自分らしい人生を送ること。

●子供の目的: 親の健康を維持し、自分らしい人生を送ること。

●家族のライフスタイル: 実際のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。家族のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。

●家族のライフスタイル: 実際のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。家族のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。

●家族のライフスタイル: 実際のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。家族のライフスタイルを再現し、将来のライフスタイルを予測する。この段階で、どう共有できるかを検討する。

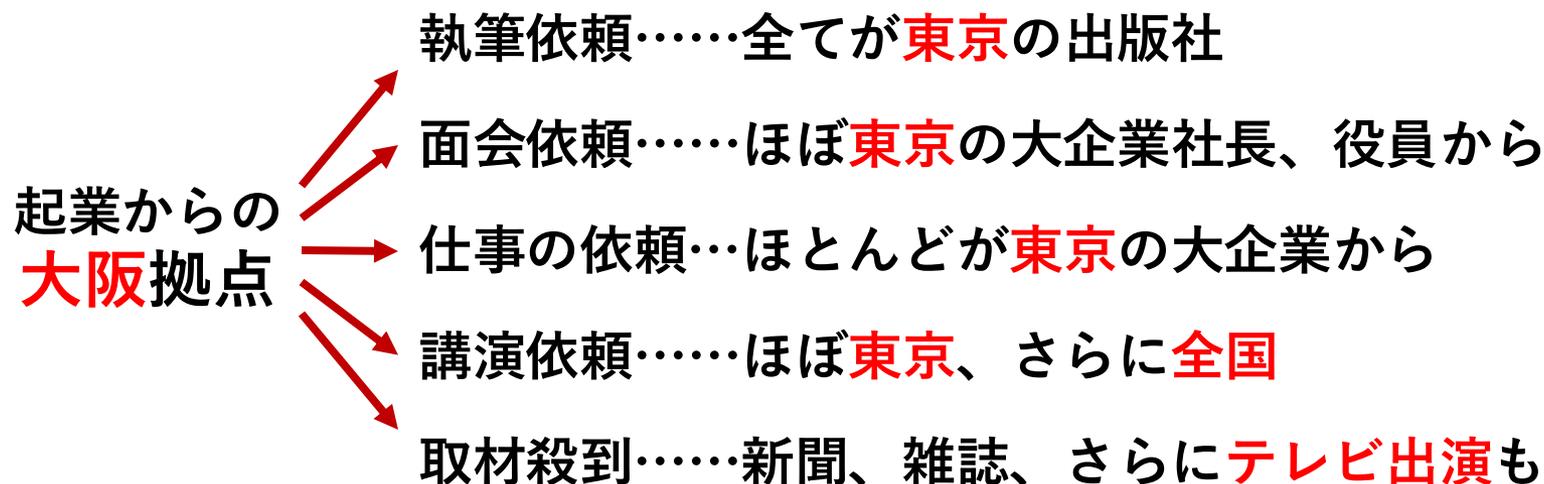
ワンシート企画書は、
図面・地図・写真と同じ
性格のもの
俯瞰力・可視化力が強い

1枚で全てがわかる
地図、海図をもたないで旅に、航海に出る人がいかに多いか。

世界的にも稀に見る図解型企画書!!

企画.企画書が社会現象化 !!

執筆依頼や面会、仕事、講演などが殺到する



拠点を大阪から**東京**へ

異常と言える状況だった !!

社会現象化の意味がわかるかと、その一例



真藤恒氏（しんとう ひさし）故人2003年没
電電公社最終代総裁、NTT初代社長・会長
80年代後半、総裁就任直後に面会、1枚企画書にご興味、しかし「役人には図解はムリかな、しかし1枚はいいね。」と。数ヶ月後「1枚起案書運動」が開始、公社の合理化効率化へ。



高原慶一郎氏（たかはらけいいちろう）故人2018年没
ユニ・チャーム創業者・初代社長・会長
80年代後半に面会、社員への講演ほか、プロジェクトをやろうという話に。当時プレゼンした1枚企画書は次ページに。
バブル崩壊で棚上げになったが1枚企画書に非常に共感。



森健一氏（もりけんいち）1938年生
日本初のワープロ発明者。東芝常務、東芝テック社長。
80年代後半、森氏東芝取締役時代にシンポジウムで一緒に登壇。企画書本に非常にご興味。すぐに業務を発注頂き、大阪から毎週東京の東芝本社へ出かけていた。



林雄二郎氏（はやしゆうじろう）故人2011年没。
経済企画庁で長期計画に関与、東工大教授、日本財団理事
長。情報社会を予見した書「情報化社会」を刊行。高橋は氏に感銘し東工大ニセ学生に。高橋が大規模シンポジウム「情報社会」をまかされた際、主講師に招聘。
氏も高橋の企画関連著作に関心をもたれ、情報社会との関連をご一緒によく語った。



佐々木正氏（ささきただし）故人2018年、103歳で没。
第二次大戦中にドイツでレーダー研究し、潜水艦で帰国した異色の経歴。シャープに転籍し、専務、副社長。
ソフトバンク孫氏の電訊機を1億円で購入。後に苦境も救ったことで有名。
高橋とは京都でシンポジウムにご一緒に登壇して後、親交。

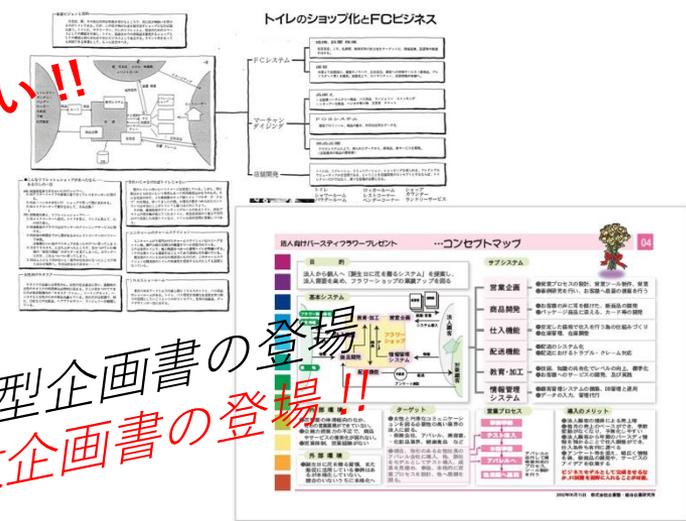
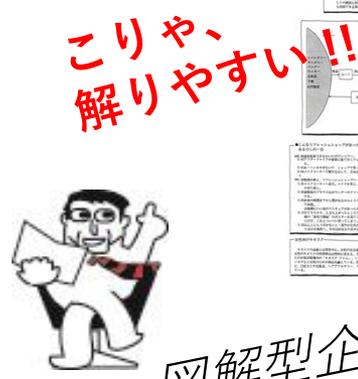
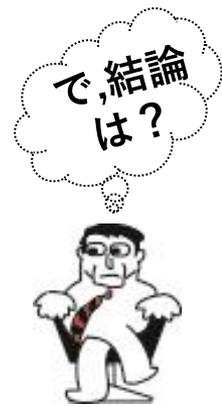


野田一夫氏（のただずお）故人2022年、95歳で没。
多摩大学名誉学長、事業構想大学名誉学長。ニュービジネス協議会(NBC)初代会長。当時、高橋著作を見て共感。すぐに下村専務へ大阪の高橋の事務所に出張を指示。協力を要請される。
事後、親交。高橋は大学教授などへの転身を何度も勧められて困ったとのこと。

超一流経済人他に多数、お会いすることに !!

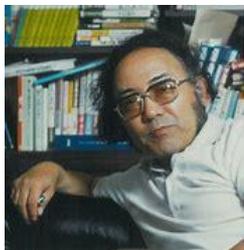
図解企画書は革命的だった!!

一流経営者ほど、1枚企画書で大絶賛!!



図解企画書、1枚企画書のインパクトは絶大!!

日本ナンバーワンクラスとの出会いも

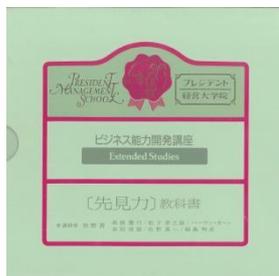


竹村健一氏(たけむらけんいち)故人、89歳で没。70～80年代、日本最高のジャーナリスト。80年代、彼の主宰するラジオ番組他に招かれて対談、事後、いろいろ親交。私の図解企画書に対し「これズゴイじゃないか、でも日本じゃアカンな。アメリカに行って発表したらええ、絶対世界的になるで……」と、独特の関西訛りで言われたが、日本であまりに多忙すぎたため、まだ果たせずにいる。



松下幸之助氏
パナソニック創業者

松下氏.カーン氏と高橋も関わった著作 (高額ビジネス教育書)



1998年、プレジデント社松下氏などの共著になることを知っていたら、断っていたと思う。発行後しばらくして、松下氏と京都のPHP本社で面会、当時、江口克彦副社長(後に参議院議員)からのアテンド。ちょっと緊張しすぎて名刺交換も忘れてしまった。



ハーマン.カーン氏
ハドソン研究所所長
世界的なコンサルタント

メディア関連色々

1985年以降 民放「おもしろサンデー」他、多数
1987年以降 NHK大阪でコメンテーターなど
1990年ごろ NHKミッドナイトジャーナルの年間コメンテーター依頼(時間がなく断る)
1992年ごろ テレビ朝日 朝まで生テレビ「環境問題」出演(事後、出演依頼何度も、しかし断る)
1990.07～12 ダイヤモンドExecutive 半年間巻頭連載
1992.12～1993.09まで 日経アントロポス「企画、企画書」関連で20か月長期連載
取材など多数、しかしメディアは1995年以降断る

80年代後半、ことに企画関連書刊行以来、爆発的に日本を代表する人たちとの交流が増えた!!



実にハイグレードな方と、お会いすることに !!

数々の失敗も…

全ての原点は人生企画から



現在77歳、人生最大の企画倒れ

死期は訪れず

人生企画のゴール(65歳)から12年を過ぎてしまった!!
 病気は小規模な会社経営やコンサルではデッドエンドを意味する。そのため健康に対する企画も真剣にやっていたのが結果、65歳を超えて生き延びている。

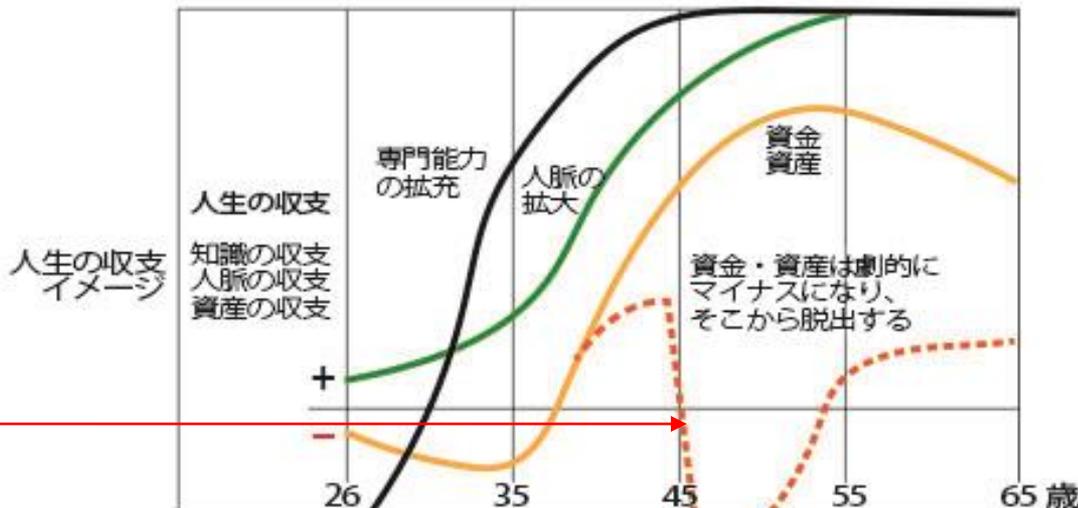
バブル崩壊で

5億円の負債!!

30人近くいた社員を2名にし再起へ
 資金資産は大きく狂ったが10年でほぼ完済(月額500万円程度返済していた)。

当時、関西学研都市の成功などを振興デベロッパーが関心を示し、多くのプロジェクトが舞い込んでおり、大きな負債を抱えたが、そちらを閉め、通信講座(現在のMP講座)や具体的なMarketing業務、出版や著作などの**企画中心**にシフト。

会社経営と個人への信用がまったく別で、**出版社が次々と執筆依頼を持ち込み、講演は全国から舞い込んだ。**



各期の呼称

各期の目標

現実はどうなったか

各期の呼称	蓄積期	握手期	実業期	統合期	
●反省期	●専門技能の蓄積期	●専門分野で人脈を作る。実業期	●得た人脈と仕事さらに実業期	●若い世代への継承期	
●各期の目標→	35歳までには著作を著す。	日本のトップ層とも人脈を造る。(ジキキラーになる)	社会貢献型のビジネスを構築する。	「ああ、いい人生だった」と65歳前にあの世に近く	
●各期の現実→	蓄積期の26～35歳まで、さらに握手期の半ばまでは、画いた目標以上の、驚くほどの成果があった。著書が多かった。ところが「好事魔多し」のことわざの通り、見事に厳しい状況が訪れる。それを克服したのも、CPTI Marketingの絞り込みの徹底が功を奏した。	学生時代に偶然入手したOECD刊行の「Technological Forecasting in Perspective」を読破。米国産業の底力を知る。自己流に改編した手法が大好評。若造のわりに専断される。30代前半に京都府の委嘱事業も受託するなど、順調。34歳で2冊の著作を出し、第1期の目標をクリア。	第1期2冊の著作は、7、8冊目の大ヒット著作に繋がる。(前々業参照)多数の大手経営者とも交流へ。企画型通信講座を開始。権威的のビッグ。コンサル業務は圧倒的に東京の大企業の業務が増え89年に東京進出。仕事は拡大。	社会貢献型ビジネスを構築するところから、厳しい事態に遭遇する。バブル崩壊に関連して負債を抱え、その額約5億円。約30人のスタッフを2名にし、ひたすら返済へ。握手期で知己となった人たちの協力もあり、この逆境を10年弱の期間で返済。	5億円返済後、会計事務所組織化に成功。 実質的に、人生企画は10年遅れたと実感。 実業期は、負債返済期になり、実業期が10年ずれて、65歳以降が、本来の統合期となったのが実感。現在は、会計事務所を通じて、中小企業や商店の活性化に尽力。
顧客(ターゲット)クライアント→	関西の大企業 京都府	東京の大企業 多数の著作の読者	東京の大企業 自治体、団体	会計事務所 コンサルタント	

人生企画立案後、10数年

起業 → 方法論 → 企画書 → CTPT Marketing

企画 → 増販増客.売上増!!



企業内企画業務が大変化

PCやグラフィックアプリとともに大変化

文章をいくら上手に駆使しても、リアルで精密な**モノづくり**をすることは不可能である



図面



文章や**会話**で、目的地に行くための説明をしても**目的地に辿り着く**のは難しい



地図



文章で、**美人や美しい光景**を説明しても写真や絵にすれば一瞬でわかる。百聞は一見に如かず



写真

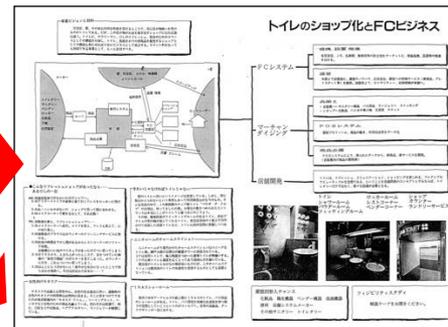


事業構造を文章や**数字**をいくら上手に駆使しても、事業の全体像やオペレーションは表現できない



企画書

図解型企画書



素早く全体像を明確に理解できる



図解型企画書が当然の時代になった !!

40年前に大変化

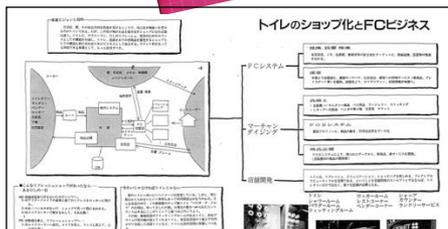
これからは、何がきっかけで大変化してゆくか



2冊の企画関連書が
爆発的ヒットし
ビジネス界が変わった
(1984年以後)

少し先取り

少し先取りしたことで
爆発的な変化の渦中を
体験することができた



事業構造の表現が
大企業を中心に
企業内で
劇的に変化した
(1984年以後)

PCやアプリの登場に
より、表現法が可能に
なった
(1990年以後より)
本格一般化は2000年以降

少し先取り



これからのビジネス界の変化は !!

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