

■資料：基本構想と経営戦略、アクションプランの関係

以下の項目を、事前に十分議論しデザインしておくことが肝心である。

●ビジョン・基本構想

「こういう価値を実現します」

価値観が問われる→専門化・市民意見を反映 ○参加のデザインが重要
時代性を反映し、長期的な展望になる

何を求め、どこまで関わってもらうか。結果の可変性。意見の採用範囲。参加者の達成感。

●経営戦略

戦略＝勝つための作戦

価値が実現されたと言える必要な条件を設定したもの→成功の定義

目標値→成功の合格点が示されている

リソース（人、金、物、情報）の調達方法が書かれている

期限が明記されている

実現可能な姿として、短中期的な取組の柱が書かれているもの

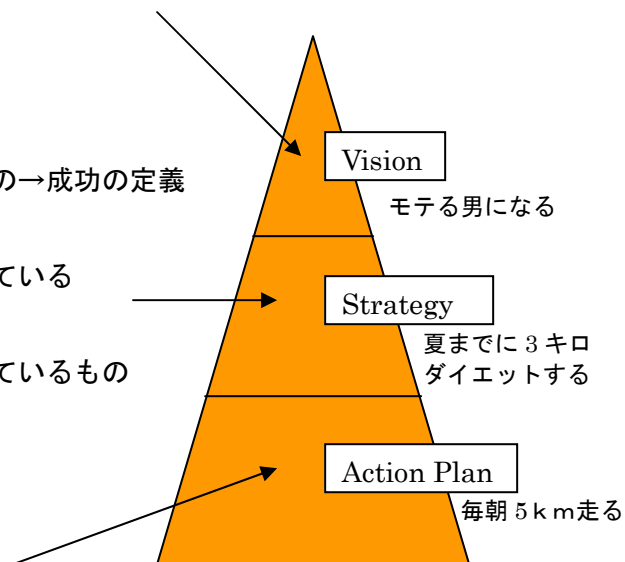
●実行計画・アクションプラン

戦略を達成するための具体的な行動計画

目標値の達成に寄与する

リソース（予算・人工）が配置されている

スケジュール化され工程管理の対象となる



★コンセプト

上記ヒエラルキーを構成する際の考え方

全体を通して盛り込むべき前提条件、統一感

単にやせるだけでなく
その過程の努力もアピールしていく

★成功シナリオ

効果的な取り組み順序、マイルストーンが描かれている

いわゆるドラマの台本

- 1 最初の1ヶ月で「痩せたね」と、周囲の期待を集める。
- 2 そこで自信をつけて、内面も同時に磨く。笑顔を大事に！
- 3 最終的に、痩せたことより、人間的に成長したと評価される。

○失敗の定義（失敗しないための予防線）

戦略＝成功の定義の裏返し

夏時点で体重増

○顧客は誰か

顧客の実像を把握しているか

誰をどういう状態にしたいか

文科系の知的な感じの女性をターゲットに、「爽やかな人」と思われたい。

検討より決定を、策定より実行を、やりっぱなしではなく検証を
- Plan Do See -