

足りないものと学習計画シート

記入例

会社・事業名
はなまる茶房（架空）

記入日
2026年10月

作った人
自分

架空の会社の記入例です。第1章で作った4つの材料から、足りないものを最大3つ書き出し、読む項目を決めます。

1 4つの材料（ひと言で）

材料	ひと言でまとめると
第1章-1 ビジネス全体図	ギフト向けの茶葉メーカー。ECと店舗と催事で販売
第1章-2 数字の整理表	顧客数2,000人×客単価3,000円×年2.5回
第1章-3 声のメモ	決め手は「包装」「贈り物にしやすさ」
第1章-4 施策の棚卸し表	準顕在層向けが弱い。効果が不明な施策が多い

2 足りないもの（最大3つ）

足りないもの	根拠（どの材料から分かった？）	読む項目
1. リピートの仕組みが弱い	購入回数が年2.5回。リピート向けの施策はメルマガだけで、効果も不明（第1章-2・4）	LTV・RFM分析／メール・LINE・CRM／計測の設計
2. 決め手（包装・贈り物）が施策で伝わっていない	お客様は包装を挙げるが、SNSや催事では品質ばかり伝えている（第1章-3・4）	ペルソナ設計／STP戦略／ブランディングの基本
3. 準顕在層向けの施策が弱い	「ギフト お茶」のようにカテゴリで探す人に出会う施策が、効果不明のチラシだけ（第1章-3・4）	検索エンジンとSEO／サーチコンソール／Web広告①

3 学ぶ順番と、最初に取り組むこと

①リピートの仕組み → ②決め手の伝え方 → ③準顕在層向けの施策

最初に取り組むこと

まず、メルマガの開封率とリピート率を数字で見られるようにする。

足りないものと学習計画シート

会社・事業名

記入日

作った人

第1章で作った4つの材料を見比べて、足りないものを最大3つ書き出します。根拠には、どの材料から分かったかも書きます。読む項目は、「はじめに」の学習マップから選んでください。

1 4つの材料（ひと言で）

材料	ひと言でまとめると
第1章-1 ビジネス全体図	
第1章-2 数字の整理表	
第1章-3 声のメモ	
第1章-4 施策の棚卸し表	

2 足りないもの（最大3つ）

足りないもの	根拠（どの材料から分かった？）	読む項目
1.		
2.		
3.		

3 学ぶ順番と、最初に取り組むこと

学ぶ順番

最初に取り組むこと