

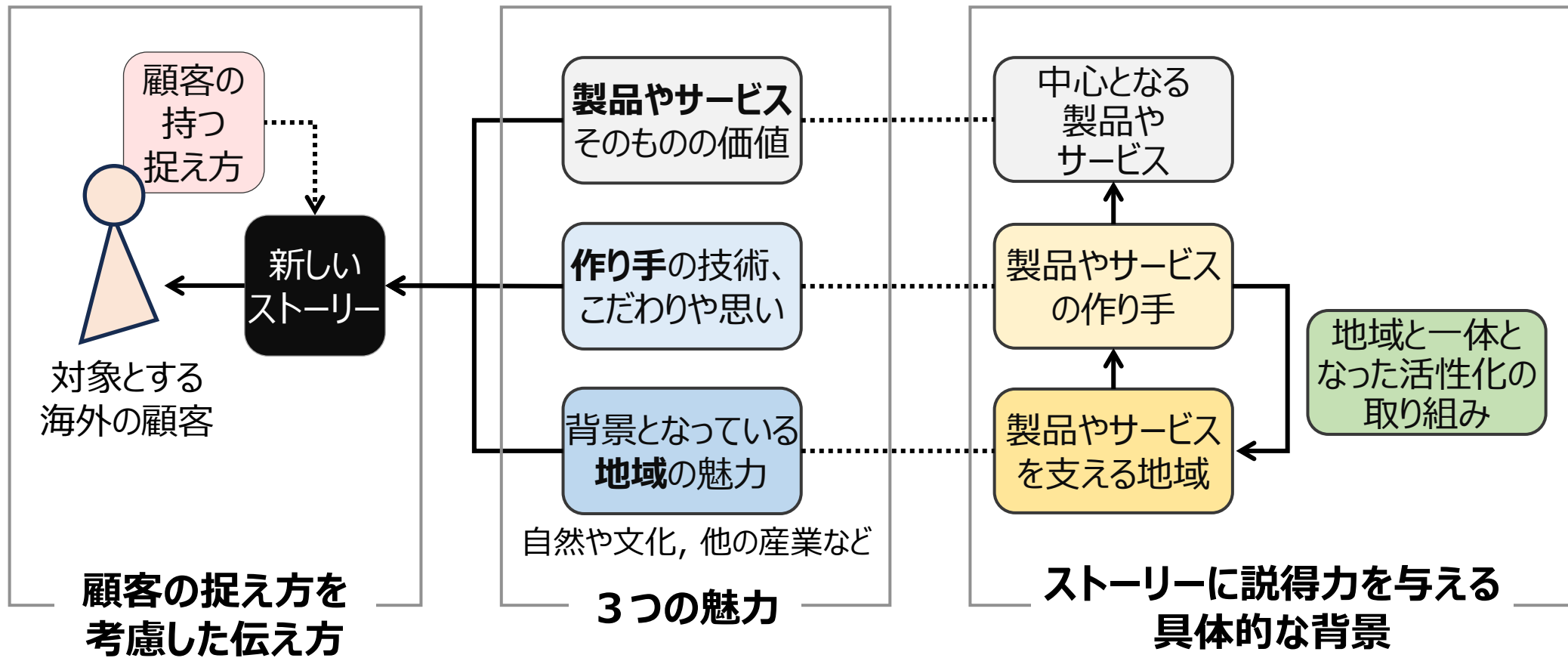
# 「事業のストーリーを磨き上げるフレームワーク」

## 21の CJPF モデル事例を分析

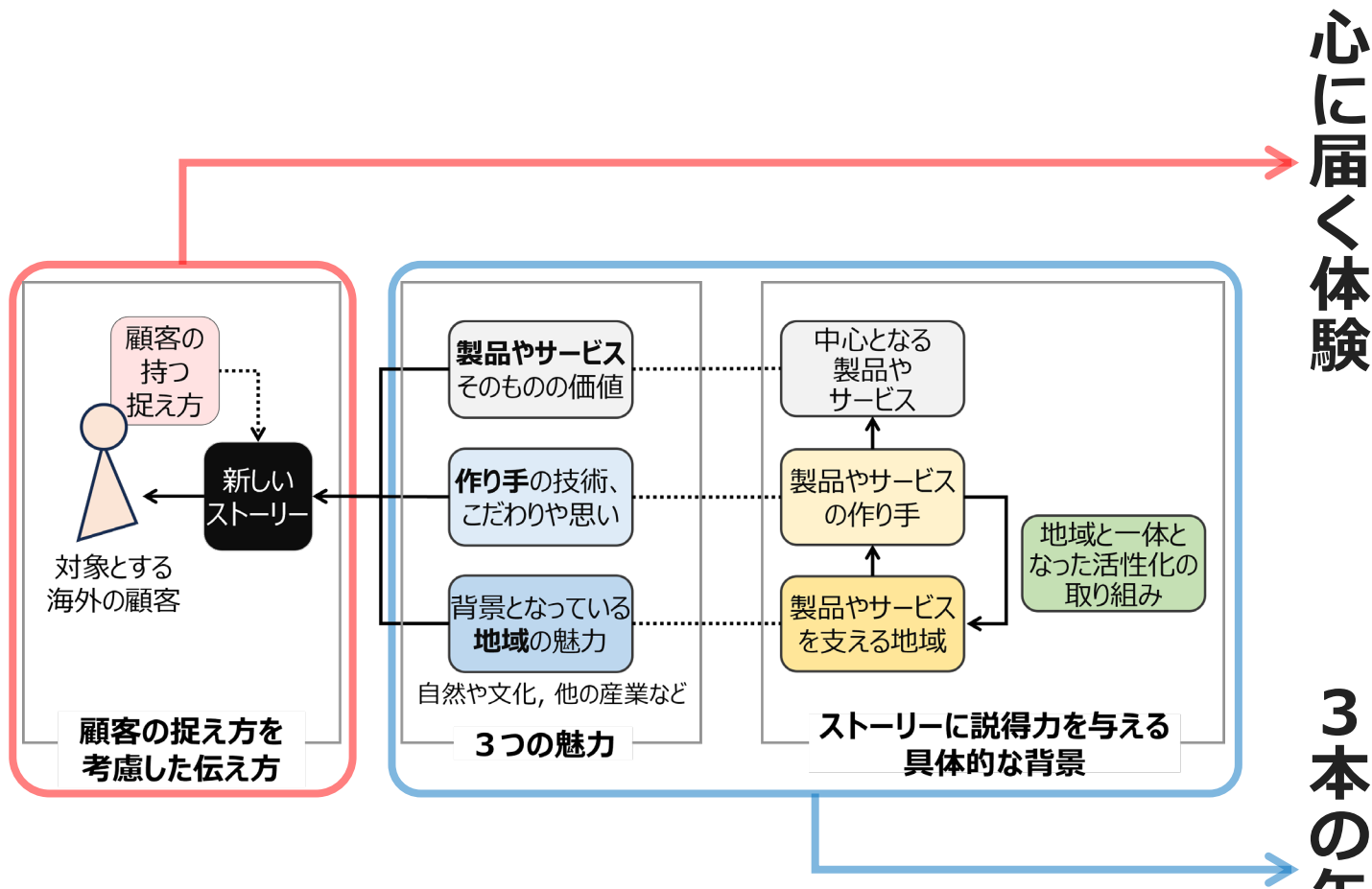


“伝わる” 事業ストーリーを考えるための  
フレームワークを開発

# “製品・サービスの魅力” を伝えるストーリーの構造

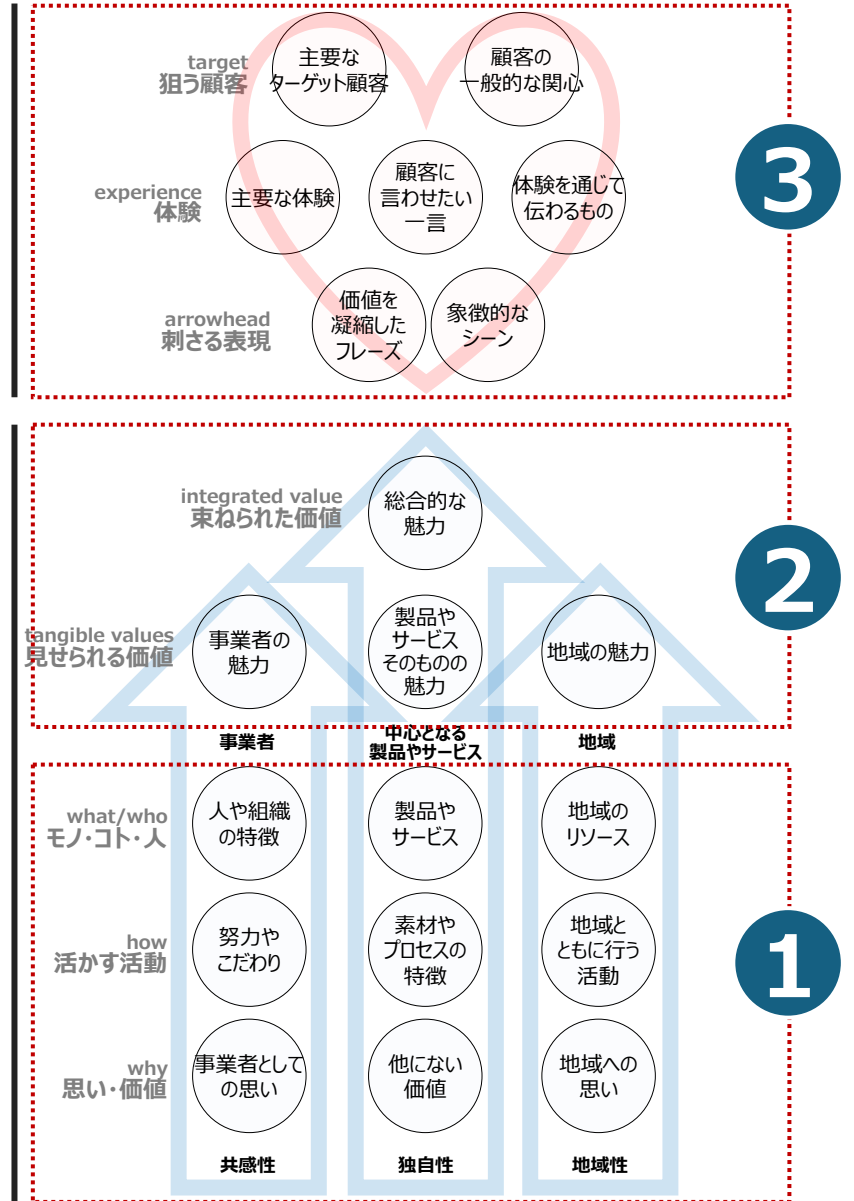


# 事業のストーリーを検討するためのワークシート



心に届く体験

3本の矢



# 自らの事業を振り返る

## ① 3本の矢（シャフト）

what/who  
モノ・コト・人  
どんな人・もの・風土？

how  
活動  
どんなことが行われている？

why  
思い・価値  
こんな思いや価値を大切に

### 事業者

人や組織  
の概要

努力や  
こだわり

事業者と  
しての思い

### 中心となる 製品やサービス

製品や  
サービス

素材や  
プロセス  
の特徴

他にない  
価値

### 地域

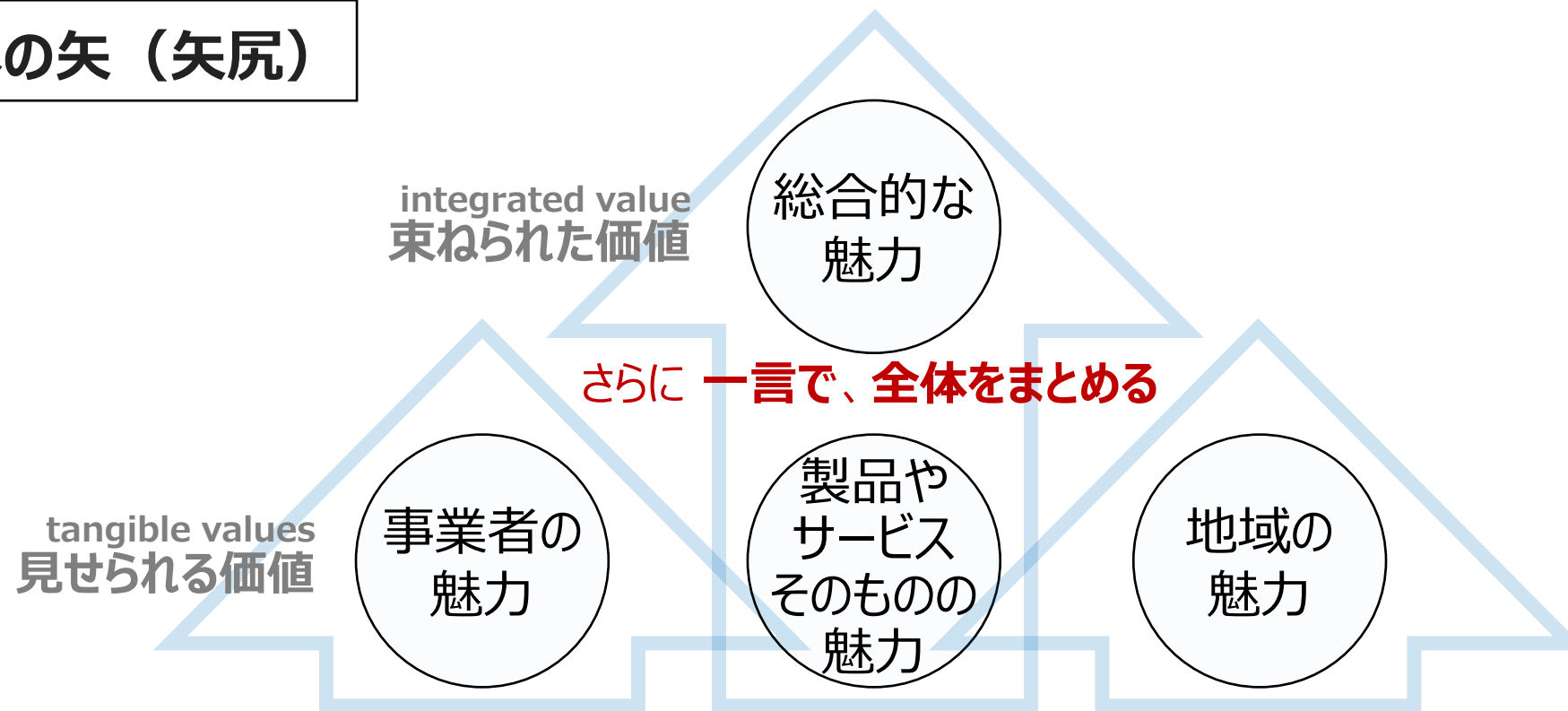
地域の  
リソース

地域と  
ともに行う  
活動

地域への  
思い

互いに関連  
した内容となる  
よう見直す

## ② 3本の矢（矢尻）



製品やサービスそのもの、事業者、地域 それぞれの魅力

伝えたいさまざまな魅力を  
短い言葉でまとめる

# 魅力をどんな顧客に、どうやって伝えるか

## ③ 心に届く体験

target  
狙う顧客  
どんな人に届けたい？

experience  
体験  
その人がどんな体験を  
得られる？

arrowhead  
刺さる表現  
その体験を象徴する言葉・画像



ターゲット顧客とその体験を想定し、  
象徴的な言葉と画像で伝える

# 様式①

what/who  
モノ・コト・人  
どんな人・もの・風土？

how  
活動  
どんなことが行われている？

why  
思い・価値  
こんな思いや価値を大切に

## 事業者

人や組織  
の概要

努力や  
こだわり

事業者と  
しての思い

## 中心となる 製品やサービス

製品や  
サービス

素材や  
プロセス  
の特徴

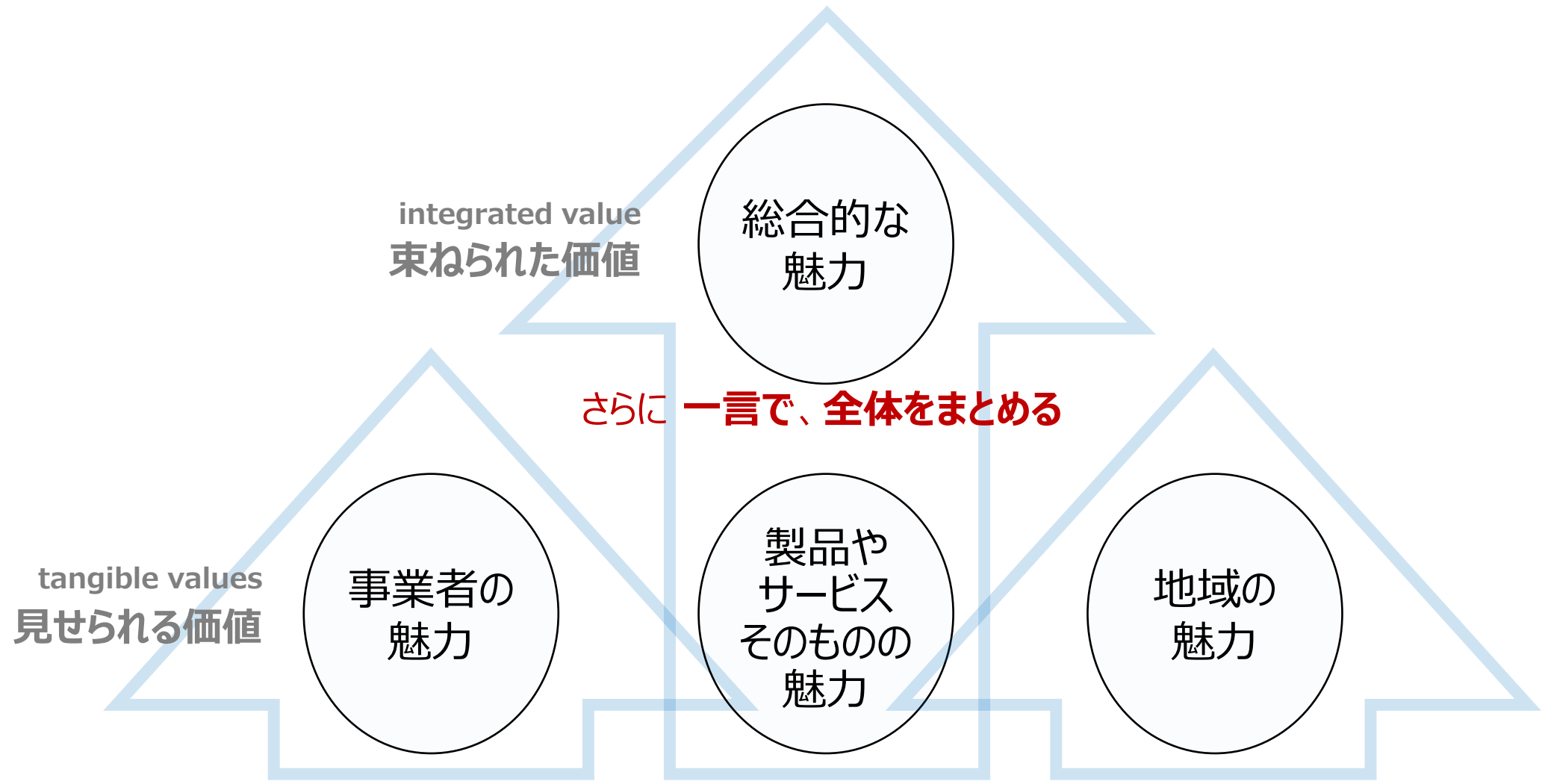
他にない  
価値

## 地域

地域の  
リソース

地域と  
ともに行う  
活動

地域への  
思い



製品やサービスそのもの、事業者、地域 それぞれの魅力

# 様式③

