PRACTICAL GUIDE / MEETING DESIGN

ブランド刷新会議を「持ち帰り」で終わらせない、議題設計の5ステップ

ブランド刷新の意思決定｜部署案の比較・仮決定・承認の進め方

議事進行のコツではなく、限られた予算と期限のもとで施策案を比較し、次の実行条件を決める。

この資料で持ち帰ること

01

決める問い

会議で何を決めるのかを1つに絞り、範囲を広げすぎない。

02

比較条件

部署ごとの提案を、同じ評価軸・制約条件で並べて比べる。

03

承認条件

採用・保留・再確認の条件と担当者をその場で確定する。

ケース設定（すべて架空）

自社Aの新規購入者が保湿化粧水を選びにくい可能性がある。次の会議まで6週間、検討用予算の上限50万円。営業・商品企画・ECの3部門から案が出た。これらの数値は実績ではなく演習条件です。

実務ガイド / 02

会議の成果物は「議事録」ではなく「選択」

決める問いを1つだけ置く

「6週間以内に、初回購入時の選びにくさを検証するため、どの施策を先に試すか」。商品コンセプト全体の刷新や年間販促計画の承認まで同時に決めません。

- 決裁者：ブランド責任者
- 実施責任者：担当部門
- 資料不足なら保留条件を決める

承認が別途必要な事項

予算・表示表現・商品仕様・販路条件。会議の場で決め切れない要件は、どの承認ルートで確認するかまで記録します。

3 3案を同じ条件で比べる

提案	最初に確かめたいこと	制約・依存
営業：店頭POP更新	店頭で機能が伝わらず迷うか	小売店の設置許可、表示審査が必要
企画：全面パッケージ改訂	見た目が選択の障壁か	金型・在庫・薬事・販路調整で6週間には難しい可能性
EC：選び方導線の試作	初回訪問者がサイト上で迷うか	行動計測・制作担当・アクセス量を確認

この時点で決めてはいけないこと

「ECが一番売上を増やす」という結論は、データから導いていません。まず小さく検証し、他案との優先度を見直すという手順を比較しています。

実務ガイド / 03

制約に照らして、仮決定をつくる

判断条件	このケースでの判定	結果
6週間で着手可能か	EC案は試作可能な余地。店頭案は小売承認待ち、全面改訂は重い。	ECを先行候補
顧客課題に根拠があるか	3案とも初回購入者の迷いは未検証。	決め手不足
予算・審査が通るか	予算50万円以内の見積と薬事・表現確認が未完了。	条件付き保留

暫定判断

「ECの導線試作を優先して準備する。ただし初回訪問者の選びにくさが確認でき、見積と社内審査が承認された場合に着手」。これは成功施策の決定ではありません。

判断が逆転する条件

顧客の迷いが店頭に集中すると判明したら、店頭案を再評価する。ECのアクセスや計測が不足すれば、簡易ユーザー調査に切り替える。

実務ガイド / 04

45分会議の進行と、承認の流れを固定する

時間	議事・出すもの	責任
0–5分	決める問い・予算・期限を確認	議長／ブランド責任者
5–15分	顧客データ、競合観察、未確認を仕分け	分析担当
15–30分	3案を同じ評価軸で比較	営業・商品企画・EC
30–40分	採用・条件付き・保留を決裁	ブランド責任者
40–45分	担当・提出物・期限・再判断日を確定	議事担当

会議後に必要な連絡

議事録には「意思決定者」「何を決めたか」「条件を満たす確認材料」「誰が何日までに出すか」を残します。上位決裁や薬事確認が必要な案は、会議の仮決定と正式な発注承認を分けて扱います。

実務の分岐

合意した条件を満たす→正式承認へ。不足→担当者が確認。仮説が外れた→代替案を再審議。条件がない「持ち帰り」は認めない。

実務ガイド / 05

次の会議にそのまま使える決定票

今回の問い／決裁者／期限	
案A・B・Cと同じ評価条件	
採用／条件付き採用／保留の理由	
解除条件／依存部門と承認者	
担当者／提出物／期日／再判断日	

次の一手

「店頭・商品・ECのどれが正しいか」ではなく、今の不確実性を最も小さくできる案を、実行制約も含めて決める。

分析レポートの見本：typeatlas.jp/brand-report/sample ↗
無料相談：typeatlas.jp/brand-report/contact ↗