

企画書フォーマット

企画書は**WORDファイル**で、下記項目を入れて作成してください。
次ページ以降にサンプルもございますので、あわせてご覧ください。

- **キャッチコピー**

2～3行のキャッチコピーを考えてください。

- **原書名**

サブタイトルがある場合は、サブタイトルもご記入ください。

- **著者名、著者略歴**

略歴については、どうしても情報がないようでしたら、「詳細不明」と書いていただければOKです。著者の既刊本があれば列記してください。

■邦訳がある場合→『邦題』（日本の出版社、出版年）

■邦訳がない場合→『原題（仮邦題）』

著作が10冊を超えるような場合は、全部書いていただく必要はございません。代表的なものを記載して、「他多数」と注記してください。

- **頁数、分野、出版社、刊行日、ISBN**

上記5つの情報について、調べがつく範囲でご記入ください。不明な項目がある場合は「不明」とご記入ください。刊行日については、できれば月日まで入れていただくと助かります。ISBNは13桁のもののみで結構です。

- **内容**

編集者に書籍を売り込むつもりで紹介文を作成してください。実用書の場合は、著者が勧めるメソッドや具体例を入れていただくとわかりやすくなります。また、想定読者層や書籍の特徴など、お気づきの点ございましたらご記入ください。

- **目次**

目次を翻訳してください。細かい小項目がある場合は、章タイトルのみで結構です。目次がない場合は、「目次なし」と記載してください。

- **amazonレビュー数、該当ページ**

現地amazonでのレビュー件数と、該当書籍掲載ページのURLをご記入ください。amazonのない国の書籍については、その国有力オンライン書店（韓国ならyes24など）の情報を記載してください。

- **この本のセールスポイント**

なぜ日本の出版市場で受け入れられる企画なのかなど、該当書籍のセールスポイントを簡潔にご説明ください（800字程度）。本の内容とこの項目が企画成立の重要なファクターとなります。必須ではありませんが、裏付けとなる客観的なデータ（現地のセールス情報、現地のレビューなどが掲載されたWEBページなど）があるとより説得力が増します。

いくらなら売れるのか？
買う気にさせる、価格設定テクニック
需要・収益・顧客満足度をアップさせる価格のチカラ

原書名：The Psychology of Price:
How to use price to increase demand, profit and customer satisfaction

著者：Leigh Caldwell

価格設定の専門家であると同時に、行動経済学の優れた研究者でもある。英国で最も人気のある行動経済学に関するブログ (www.knowingandmaking.com) を運営し、BBCニュースにもたびたびゲスト出演している。数学者と経済学者としての経歴を持ち、英国有数の価格設定コンサルタント会社Inonを創業、最高経営責任者を務めている。

【その他の著書】

■邦訳あり

- ・『サンプル』（〇〇社、XXXX年）

■邦訳なし

- ・『Sample 1（サンプル1）』
- ・『Sample 2（サンプル2）』

頁数：248ページ

分野：ビジネス／経済

出版社：Crimson Publishing

刊行：2012年11月2日

ISBN：978-1780590073

内容

ビジネスにおいて最も重要な問いのひとつは「価格をいくらにすべきか」である。経済学における答えは簡単で、「需要と供給が一致する点の価格」ということになる。しかし残念ながら、この簡単な答えは間違っている。

需要曲線は架空のものであり、消費者とは、純粋に価格のみを基準にして商品を購入するような合理的な存在ではない。そして幸いにも、合理的でない＝予測不可能ということではない。

本書では、価格設定の専門家である著者が、価格設定を強力な手段として用いて、商品やサービスの需要を高め、利潤を増やし、顧客からの評価を得る方法を説明する。そして、行動経済学と認知心理学における最新の科学的発見を活用した、ビジネスの収益を最大化するための具体的手法を提供する。

本書を読めば、多国籍企業で用いられているリサーチ方法や価格設定の手法に関して見識を深めることができる。ふつうは、価格設定コンサルタントが何万ポンドも請求するような見識だ。これを利用すれば、すぐさま設定価格を上げ、売り上げを

