与件情報＝「問題文や依頼文で“あらかじめ与えられた”事実・条件・資源・制約」

です。  
 解答や提案の前提であり、ここから外れた“想像”は入れないのが原則。

# **何が与件か（例）**

* 事実・背景：沿革、顧客像、競合状況、現場の描写
* 経営資源：人・モノ・金・情報（得意技術、設備、ブランド等）
* 制約・意向：予算／納期／品質条件、法規、経営者の意向（Must/禁止）
* 定量データ：売上・構成比・成長率・歩留まり・廃棄率など
* 時制・因果：いつ起きたか、何が原因で何が結果か

# **使い方（TBCメソッドの型）**

1. 設問要求を抽象化（誰に・何を・なぜ）
2. 与件をマーキング（主語／強み・弱み／機会・脅威／制約／数字／時制）
3. 抽象化ブロックで整理（主語→強み/資源→課題→因果→制約→目的）
4. 具体→抽象→具体で答案化（与件の事実→一般ロジック→与件に戻した施策）
5. SWOT・因果・MD（品揃え・価格・在庫・販促・オペ）で漏れを点検

# **注意点**

* 与件に“書いてあること”だけで論を組む（勝手仮説NG）
* 制約語（〜できない／〜までに／〜を優先）を最優先で反映
* 数字は比較して意味づけ（前年比・構成比・差分）

# **ミニ例（ベーカリーDX）**

与件：直営2店／人気A商品／賞味期限2日／廃棄率5％／棚卸は紙／予算100万円／納期3か月  
 → 抽象：在庫・期限の可視化不足→廃棄発生／承認が属人→発注遅延  
 → 具体策：在庫・期限台帳の設計＋しきい値、棚卸入力→承認→発注のデジタル化、KPI＝廃棄▲2pt・棚卸時間▲50％

—  
 要するに、与件情報は「解答の材料」と「解答の限界」を同時に決めるもの。まず与件を正しく抜き出し・分類することが勝負です。