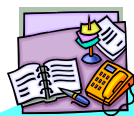


「はじめに」から「参考資料」まで



企画書づくりの基本フレームワーク集

- 企画を“書く”テンプレート -

MPS

Management Partners Staff



企画を“書く”ための基本ガイド

1 「提案＝企画」思考の手順

- 企画を押し進めるにあたって、常に心しておくべきことは、「この企画は、『誰に』提案(プレゼンテーション)するのか」ということである。企画は、意志を形に示していくプロセスである。

企て(発想)を **画**く(描出)プロセス

1. 企画を**する**。 …→ 自らの発想を練り上げるプロセス [論点明示]

何が起きているのか

何故そうなるのか

何が問題なのか

どうすれば良いのか

2. 企画を**書く**。 …→ 発想を多くの人と共有するプロセス [論脈設計]

問題点の整理

課題の抽出

解決策の提示

論理の構成

3. 企画を**描く**。 …→ 発想の具体化に共感を得るプロセス [論旨整理]

論理の流れ

カタチ(図像)化

言語(文章)化

タイミングをみた提示

「企画をする＝頭にメモする」 → 問題点, 課題を整理して、

「企画を書く＝紙に表現する」 → 提案の範囲と内容を確認して、

「企画を描く＝道具を駆使する」 → 見やすく、読みやすくつくっていくこと。

全てを一人でするのではなく、役割を決めるのもスタッフの仕事。

4. 企画を**現す**。 …→ 発想への納得度を強化する場 [論理展開]

「誰に」プレゼンテーションするのかが決め手

→ 顧客(生活者)の悩みに、はっきりと応えているか。

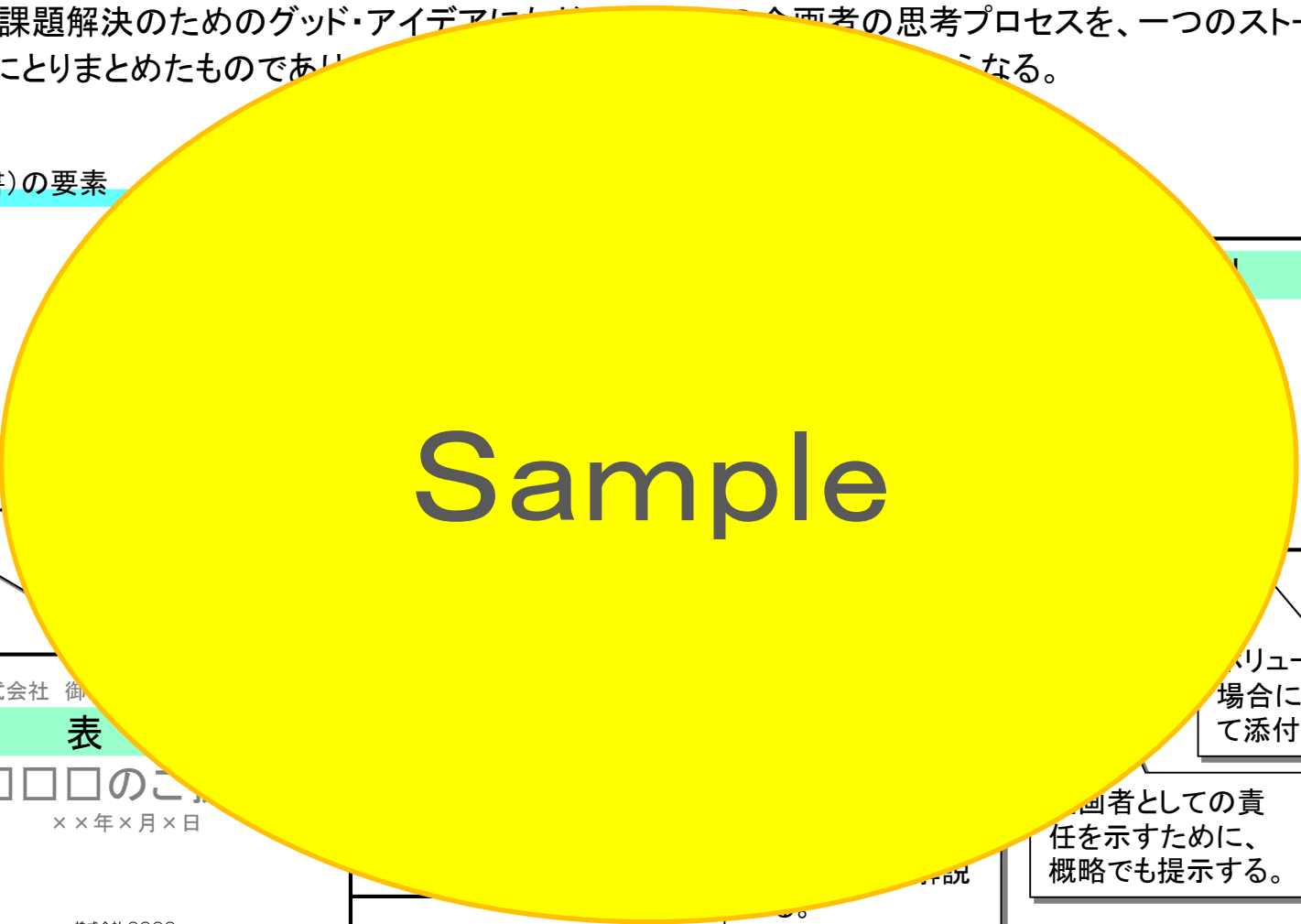
→ 企画の内容を評価するのは誰か。

2 企画を「書く」こととは・・・

(1) 企画書の構成

- 企画書は単なるアイデアを記述するメモではない。企画者が何を問題点・課題として捉え、それをどのようにすれば解決できるかを考えたプロセスをまとめたものである。
- つまり、課題解決のためのグッド・アイデアに止まらない。企画者の思考プロセスを、一つのストーリー（物語）にとりまとめたものであり、そのストーリーが重要になる。

企画(書)の要素



企画の背景や内容の売りポイントを簡潔に発信する。

〇〇株式会社 御
表
 □□□のご
 ××年×月×日
 株式会社 〇〇〇〇

リ्यूームがある場合には別冊にして添付する。

企画者としての責任を示すために、概略でも提示する。

〇〇〇〇

(2) 企画書構成上考えるべきこと

① 論脈 (Contents) を明確にする。

- 企画書の流れを組み立てること。目次は項目毎に各ページにリード文を入れ (※次頁)、リードを読むだけ
- 分析部は、良い。

② 文脈



Sample

①まず、主題をベースに書いてみる<台割り>

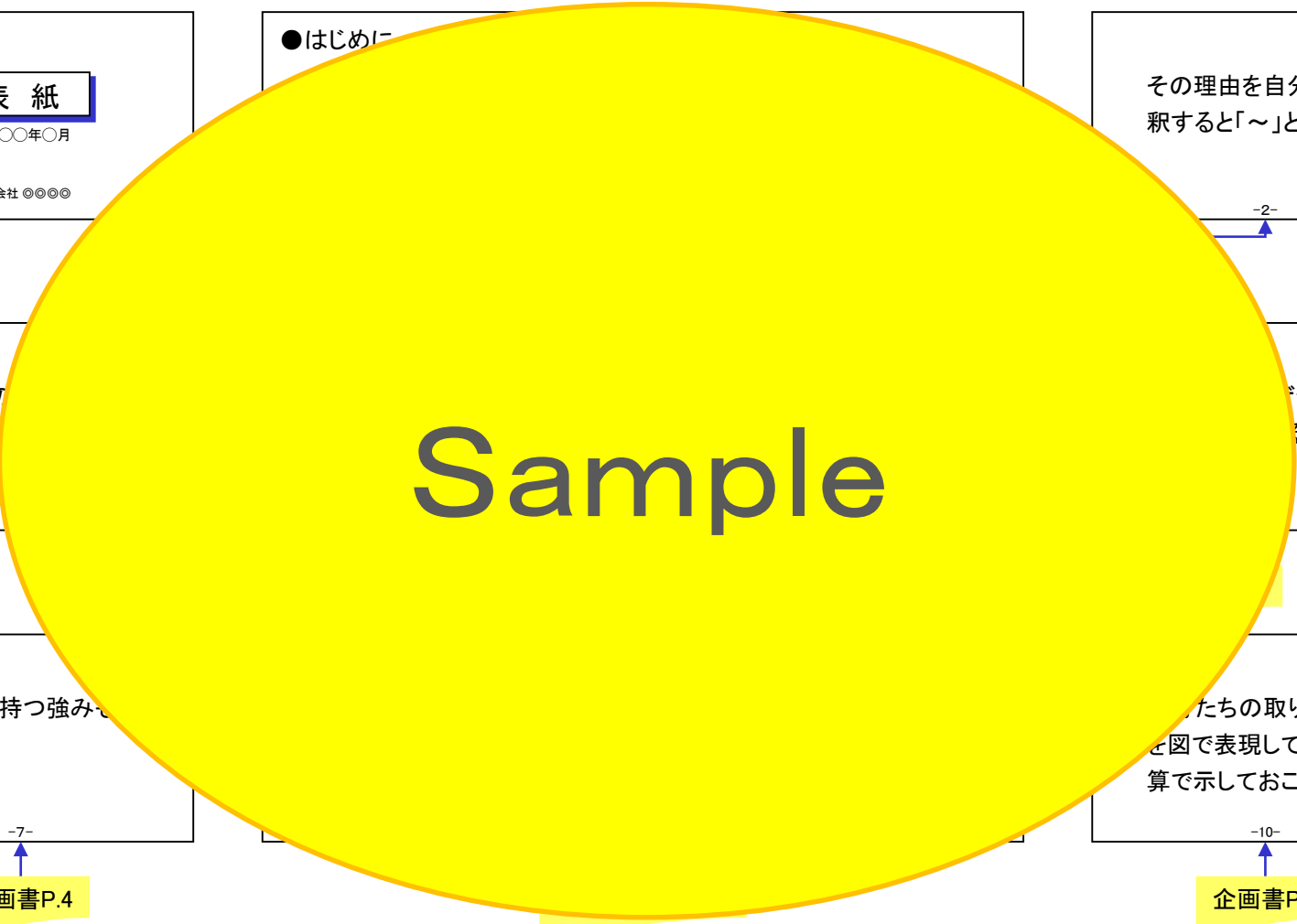
思いついたことを、自分の言葉で書いてみる。

〇〇〇 御中
表紙
〇〇〇〇年〇月
株式会社 〇〇〇〇

●はじめに

その理由を自分なりに解釈すると「～」と考えられる。

これからの
からみて
課題にな



-2-

ベット)にどん
るのかを言っ

新商品の持つ強み
よう。

たちの取り組み姿勢
を図で表現して、予算も概
算で示しておこう。

-7-

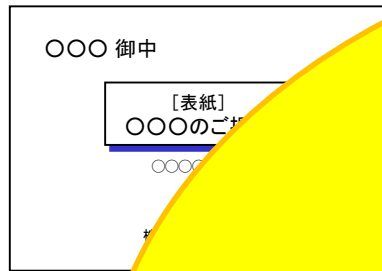
企画書P.4

-10-

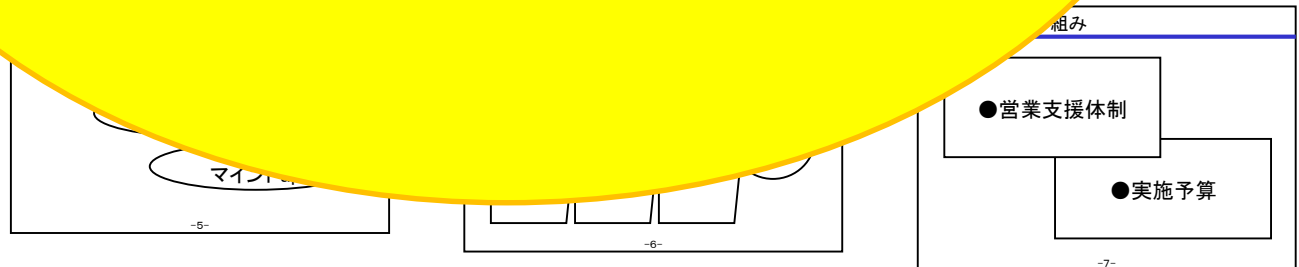
企画書P.7

②企画を書く(台割り)ことは、企画のフローづくり

- 企画を書く際には、提案場面での時間配分も意識した論理構成が重要である。
- 限られた時間の中で効率よく得意先に提案内容を理解してもらうためには、単に記述の表現ばかりでなく、全体構成のスムーズな流れが必要となる



Sample



提案の基本に沿って、自分の考え・想いをテキストを中心にして整理した台割例

ロイヤルアメリカンタバコ 御中

**コミュニケーション戦略
の基本的考え方**

20**.**.**

株式会社 ©©©©

●企画の意図・狙い

喫煙に関し規制が強化されていく社会環境にあつて、今後消費者とコミュニケーションすべき

近年の社会環境

喫煙に関する規制は年々強化されて

市場の推移

- 一. 喫煙率の減少
- 一. 市場規模の縮小

グラフ

市場が縮小していく中で、相対的なシェア維持できても、絶対的な売上は減少

様々な規制

既存の方法論が失われ、ブランドのシェアを奪われ

提案テーマ

規制内で可能な、新コミュニケーション・チャンネルの

と

りない時期、

る

の近年増加傾向に

業イベントにブース

会場というクロー

社製品喫煙者にト

クラブとの長期契約

タイプを掲出する

交渉と実施で平行して活動

- 様々なブランド、実施形態を管理・展開していくために、効果的なチーム編成を行う

飲食店タイアップ

- 既存のバー、カフェなどでマッチ等の喫煙具を提供し、レベルでのコミュニケーションを図る

喫煙所設置

- 街頭などの喫煙が禁止されているエリアに期間限定でブースを設け、喫煙機会を提供すると共に、ブランドに触れる機会を創出する

と

りない時期、

る

の近年増加傾向に

業イベントにブース

会場というクロー

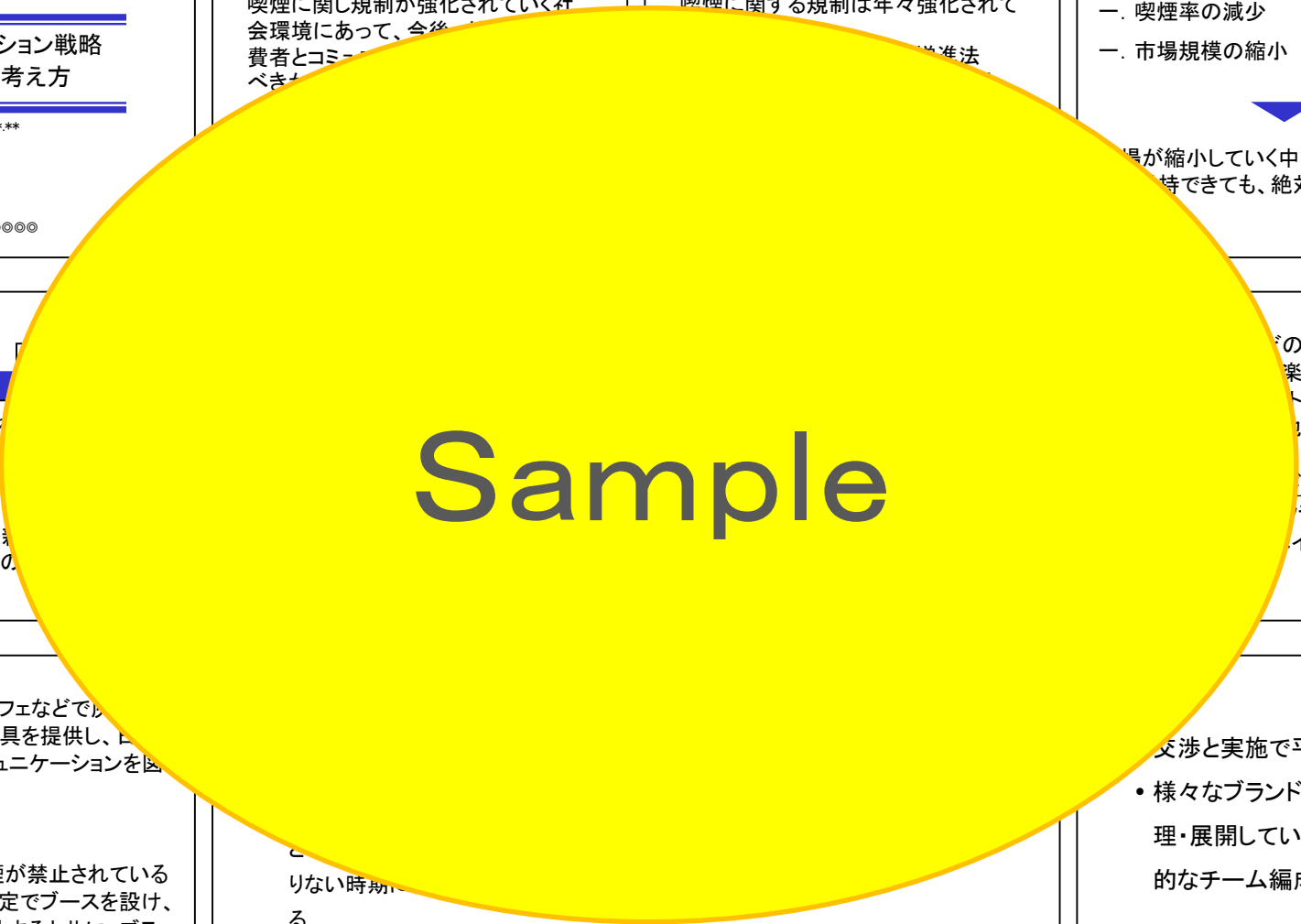
社製品喫煙者にト

クラブとの長期契約

タイプを掲出する

交渉と実施で平行して活動

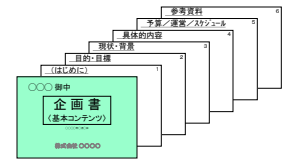
- 様々なブランド、実施形態を管理・展開していくために、効果的なチーム編成を行う





企画づくりの基本テンプレート集

- 「表紙」のテンプレート P.9
- 「はじめに」のテンプレート P.19
- 「目的・目標」のテンプレート P.29
- 「現状・背景」のテンプレート P.39
- 「具体的内容」のテンプレート P.49
- 「予算」のテンプレート P.59
- 「運営」のテンプレート P.65
- 「スケジュール」のテンプレート P.71
- 「参考資料」のテンプレート P.77



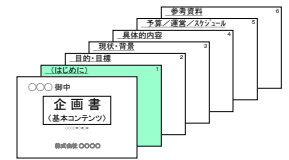
「表紙」のテンプレート

株式会社〇〇〇 御中

タイトル

××年×月×日

株式会社 △△△△

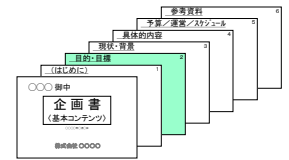


「はじめに」のテンプレート

●はじめに●

(テキスト)





「目的・目標」のテンプレート

リード文

★与件

《目標》

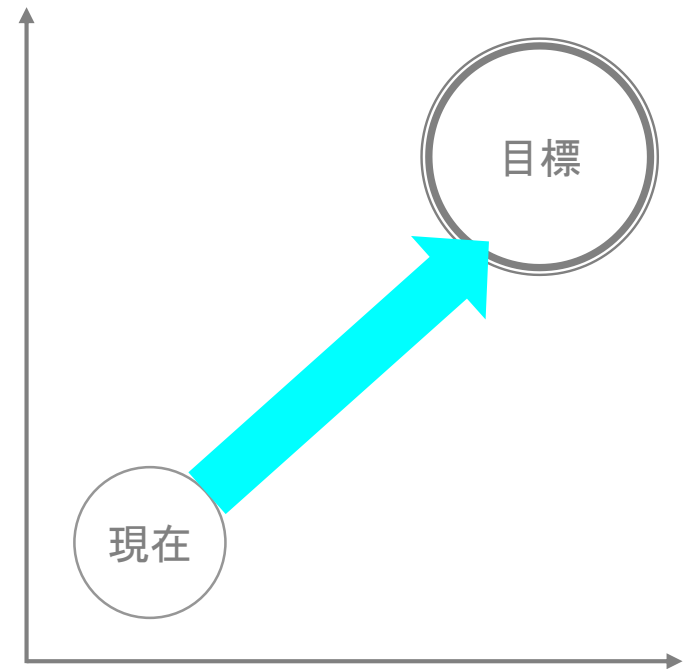
- 提示された目標を箇条書きで整理する。

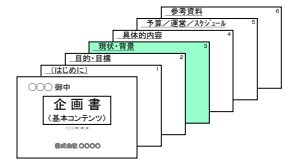
《その他の与件》

- 目標以外に示された与件を箇条書きで整理する。

- 企画者が「目標・与件」をどのように捉えたかをまとめる。

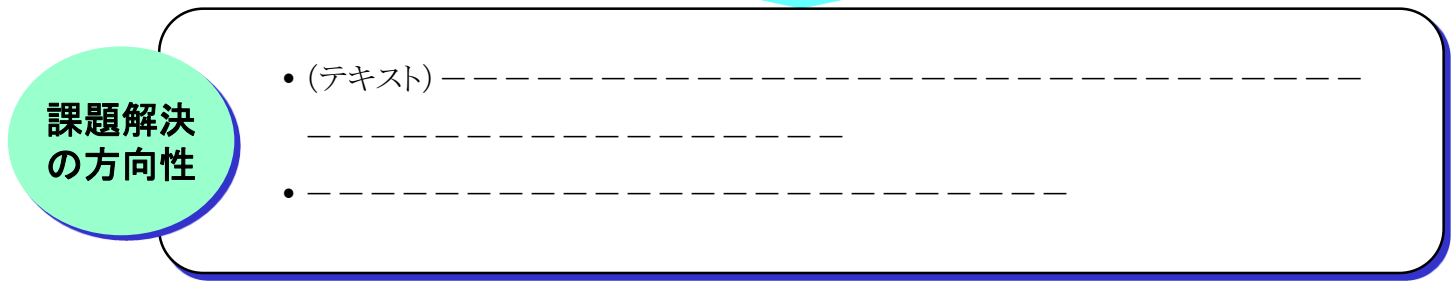
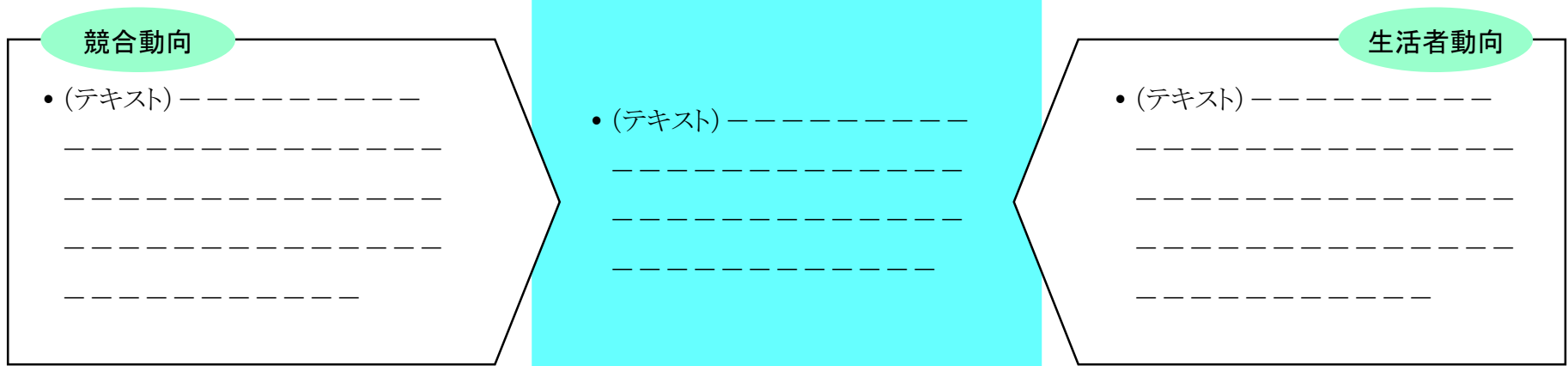
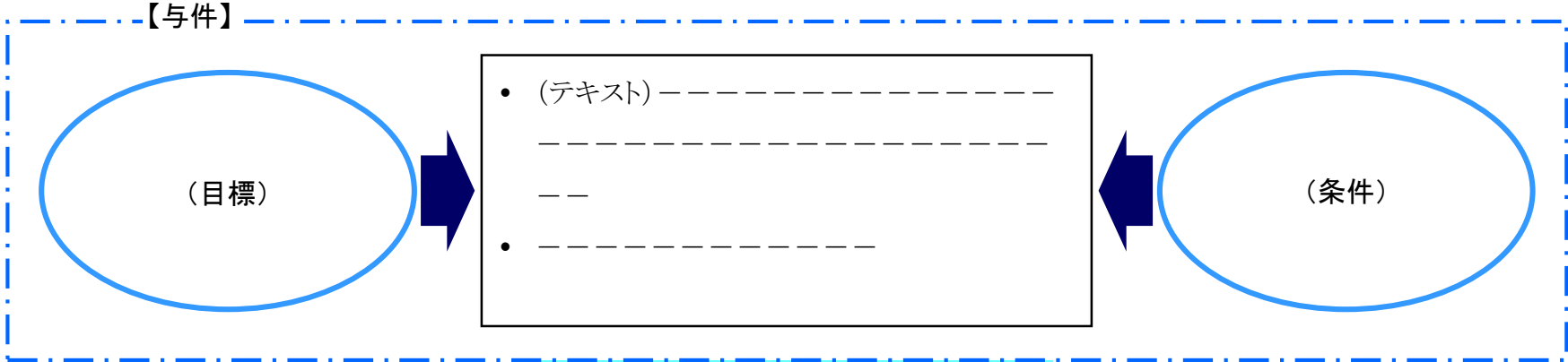
- 「目的・目標」の位置付けを図式化する。

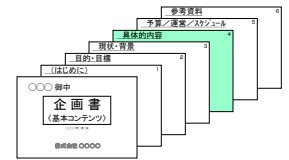




「現状・背景」のテンプレート

■ヘッダー





「具体的な内容」のテンプレート

■ ヘッダー

施策案①

(タイトル)

- (テキスト)

(施策案の考え方)

-

- (テキスト)

(具体的展開)

-

施策案②

(タイトル)

- (テキスト)

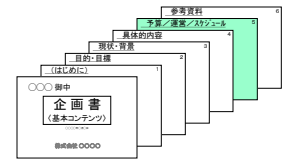
(施策案の考え方)

-

- (テキスト)

(具体的展開)

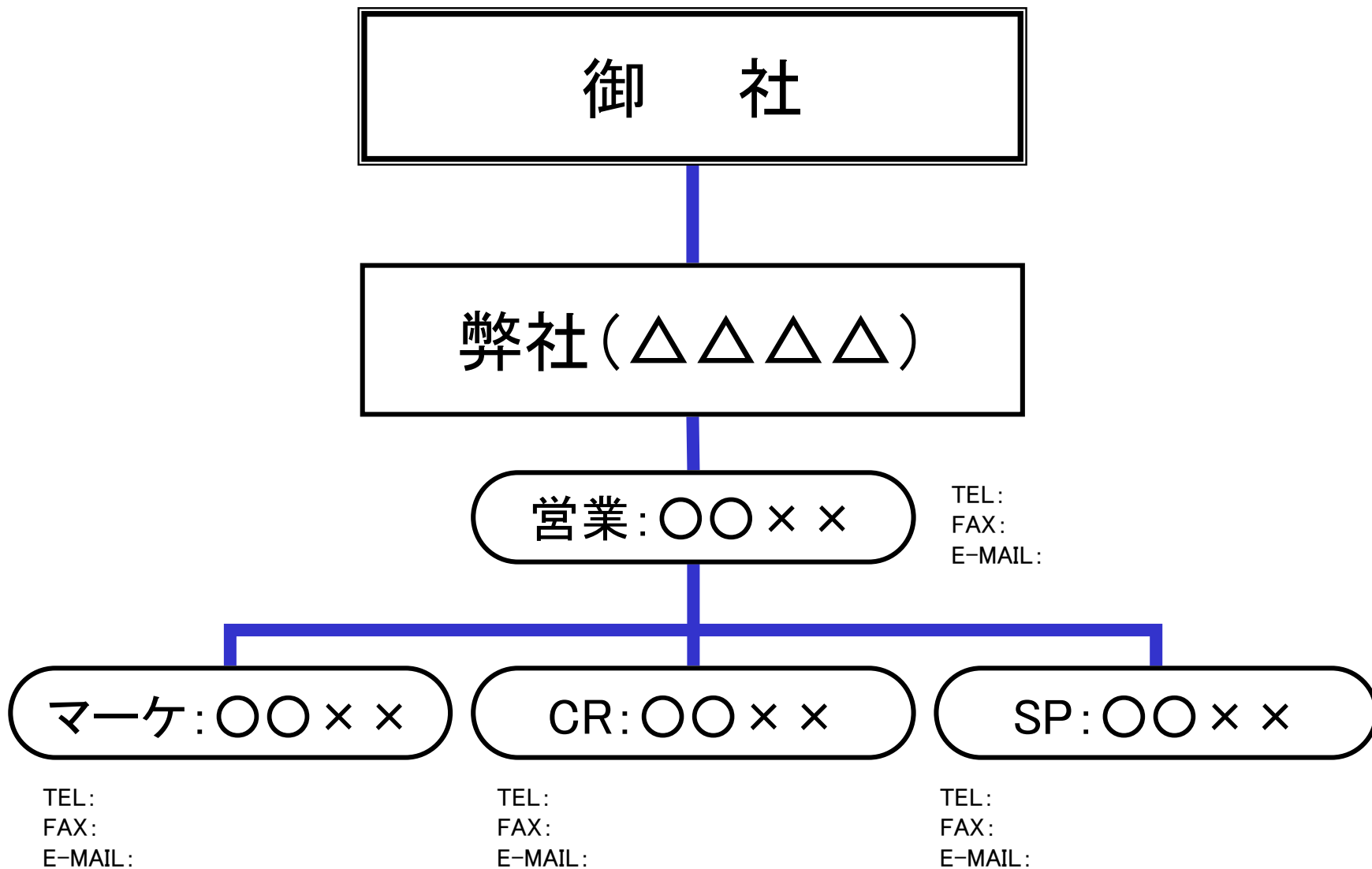
-



「予算」のテンプレート



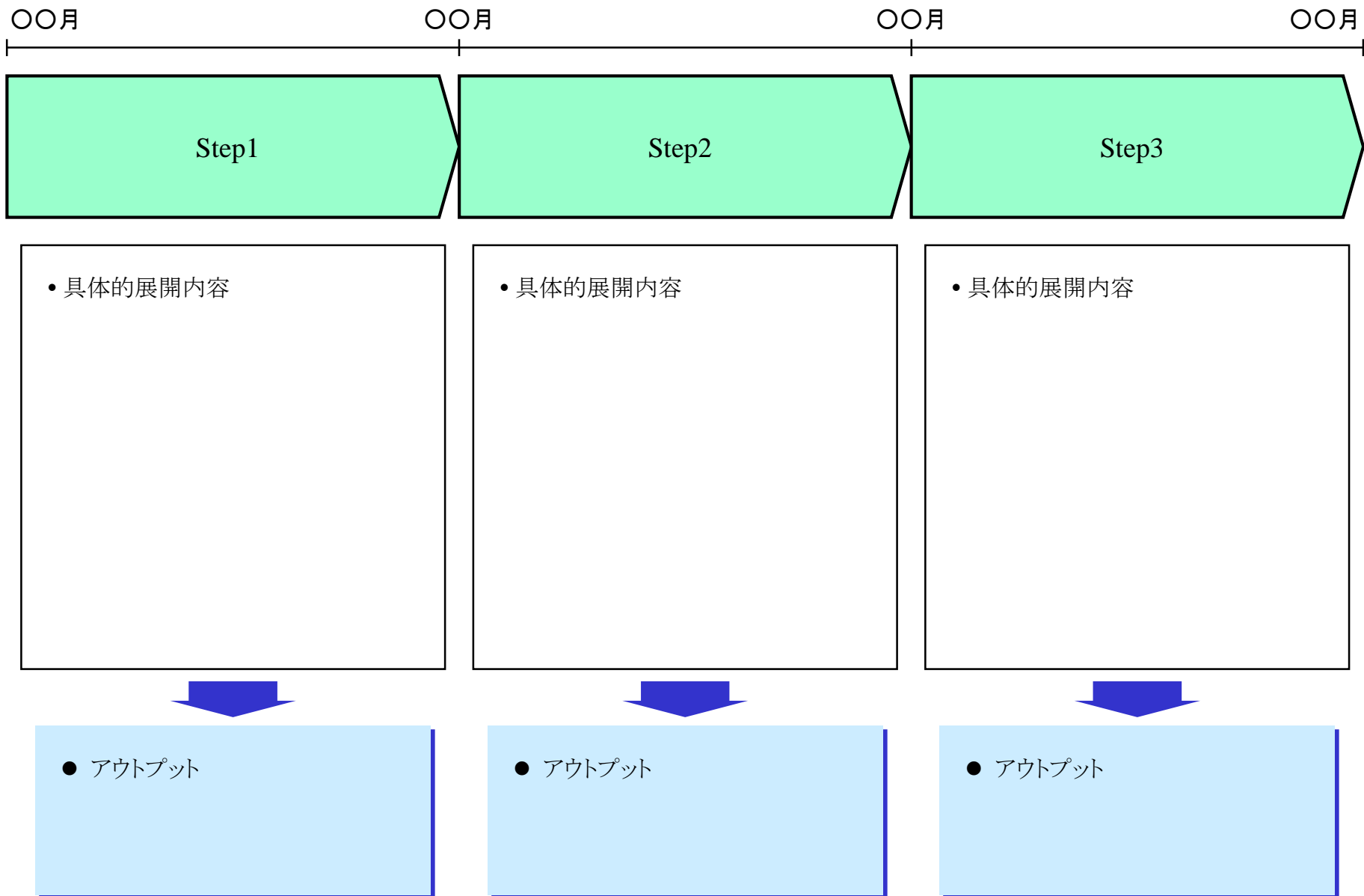
「運営」のテンプレート

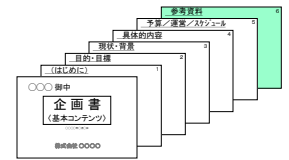




「スケジュール」のテンプレート

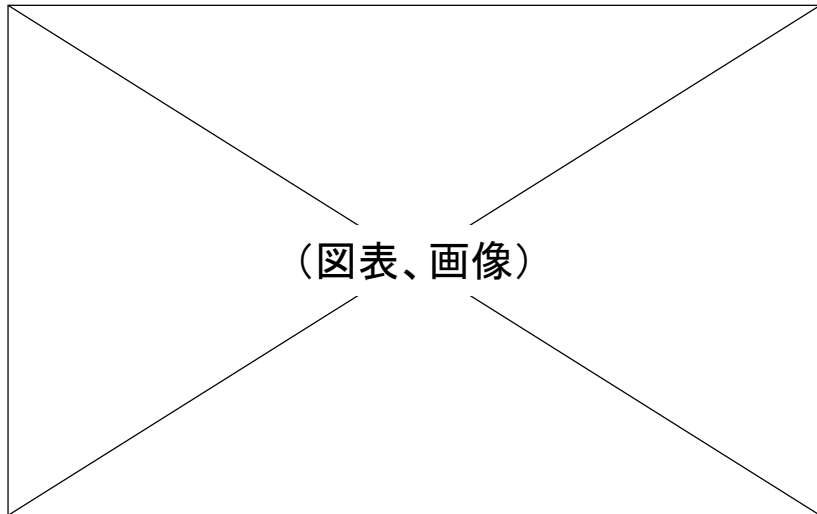
■ヘッダー



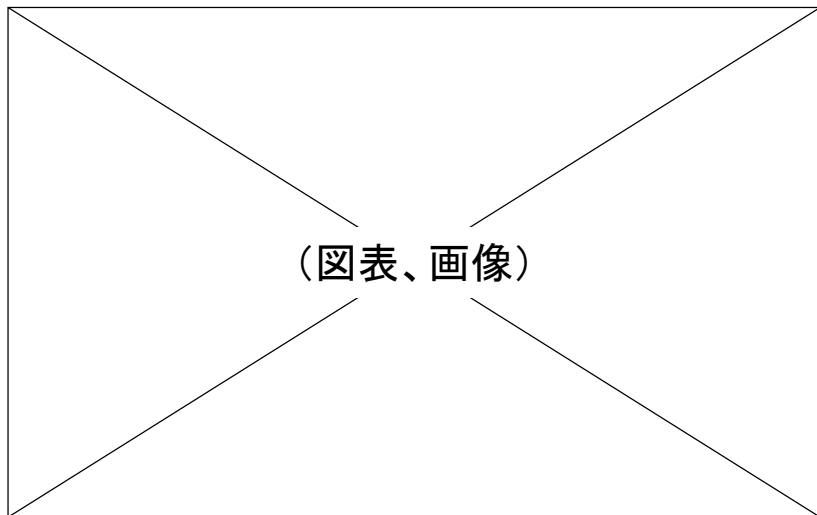


「参考資料」のテンプレート

■ヘッダー



(図表、画像)



(図表、画像)

- (テキスト) -----

- -----

- (テキスト) -----

- -----

「奥付」のテンプレート

(タイトル)

****年**月**日

株式会社 ○○○○

〒000-0000

東京都**区**町0-0-0 **ビル**F

TEL : 00-0000-0000

FAX : 00-0000-0000

E-mail : ****@*****.co.jp

URL : http://www.*****.co.jp

企画書づくりの基本テンプレート集



Management Partners Staff

株式会社 マップス

〒102-0083

東京都千代田区麹町4-3 紅谷ビル4F

TEL : 03-5226-0111

FAX : 03-5226-0113

E-mail : maps@mapscom.co.jp

URL : <http://www.mapscom.co.jp>

Sample版は以上です。

商品版(10,000円)では、企画書を“書く”ための**ガイド(前半7ページ分)**の完全版と、企画書を論脈に応じて適切なカタチで書くための**テンプレート集(全80ページ分)**を、**PPTデータ**でご提供します。

以下のURLから、ご購入ページにお進み下さい。

◆ 「企画書づくりのフレームワーク集」購入URL:

<https://easypay.jp/0BSR>

※ 自動決済サービス「Paypal」のページに移行します。手順に従って決済を完了して頂きますと、商品版をダウンロードできます。