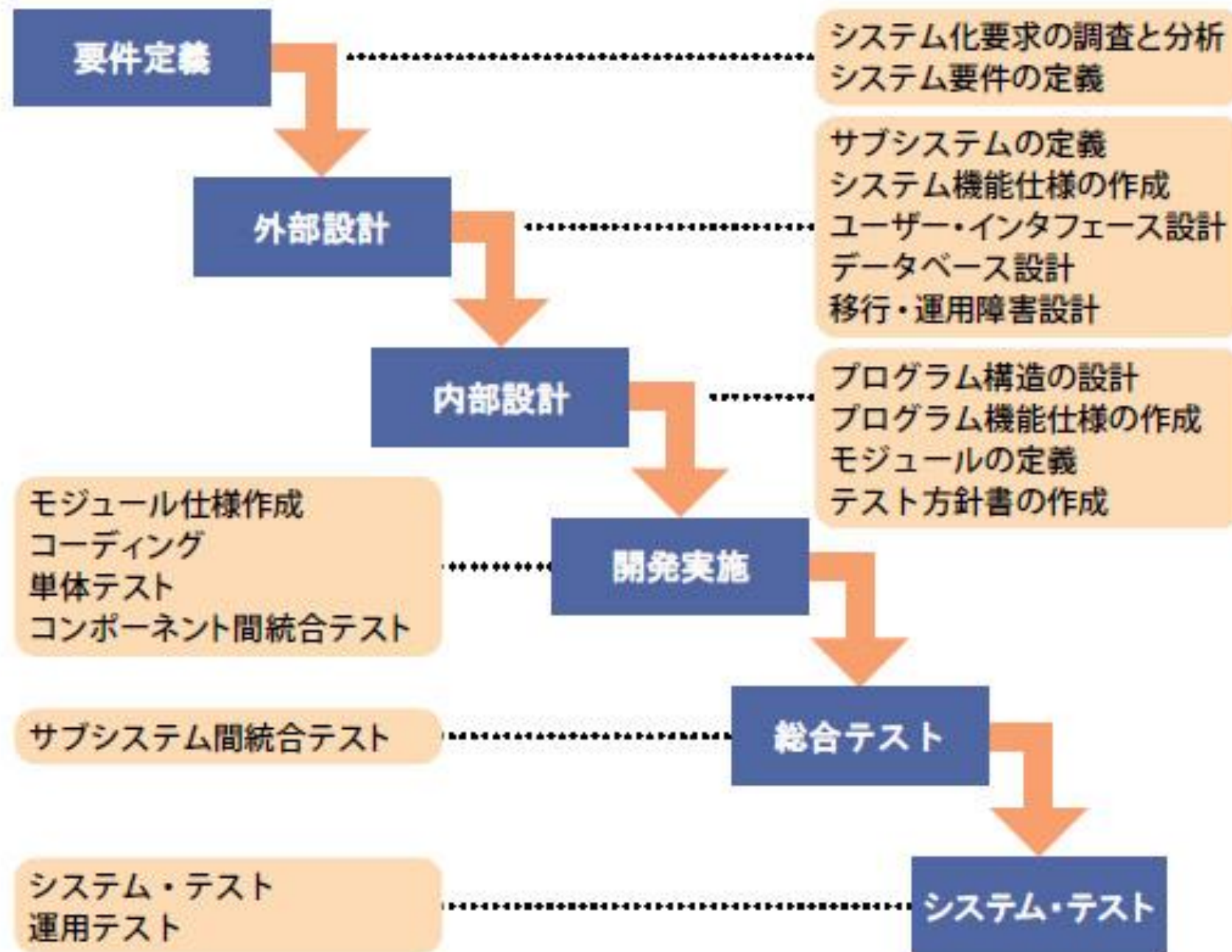


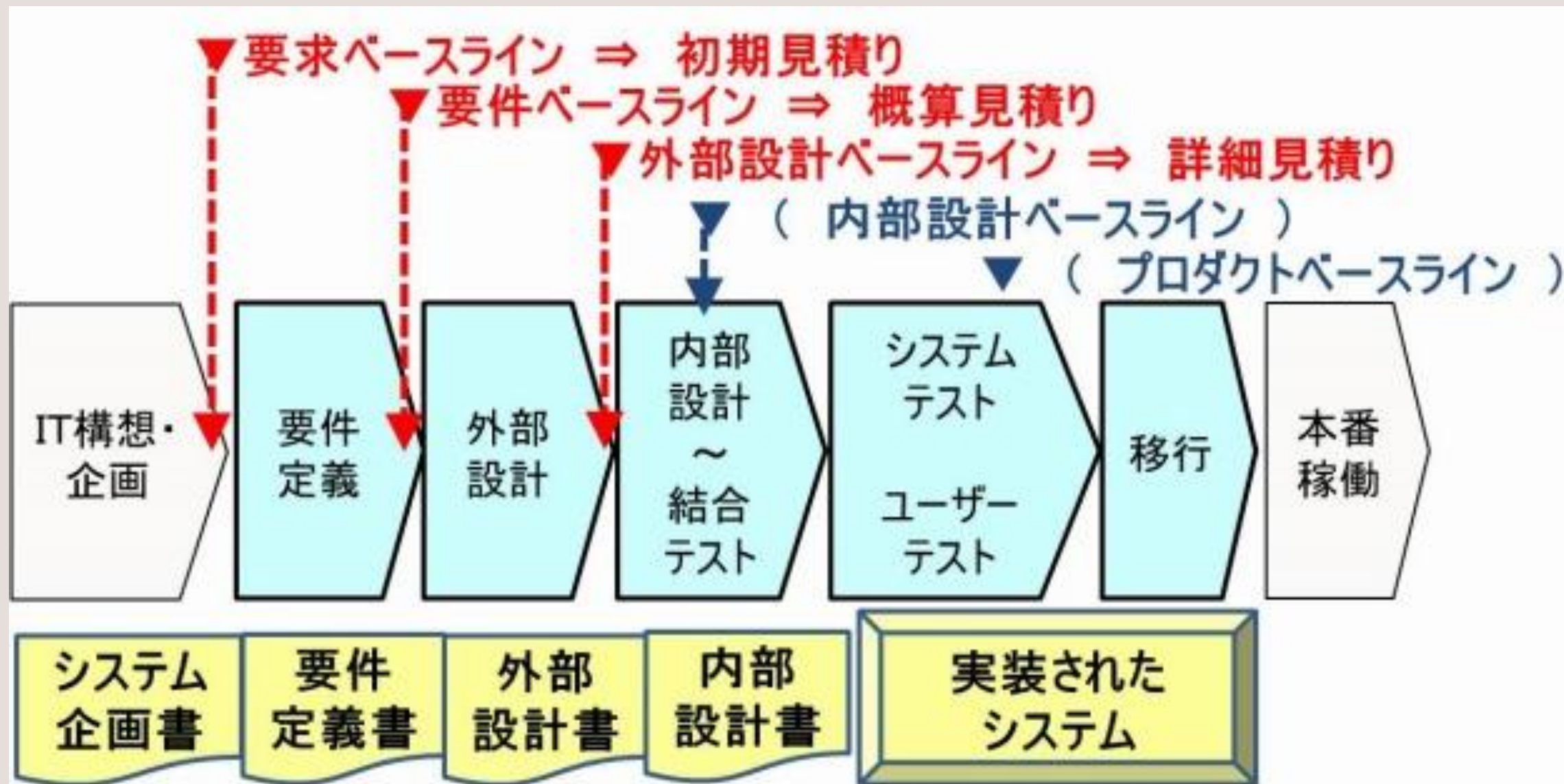



# システム設計実践演習 第2回

# 仕事の流れについて



# 仕事の流れについて



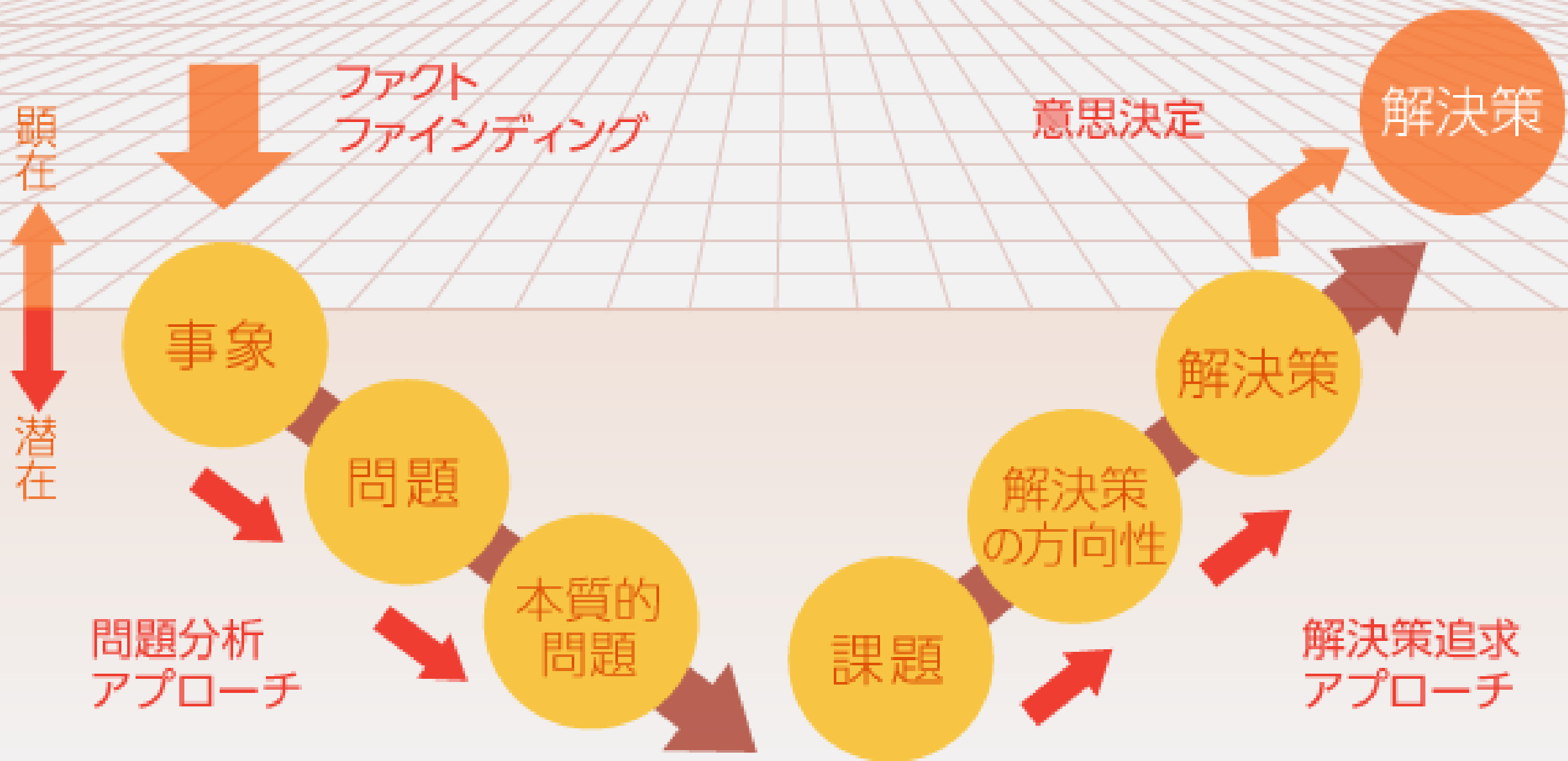


# 企画書

# ソリューションについて

1. 現状把握
2. どのような問題点があるか
3. 問題解決のために何かを変化させる
4. 変化させたことにより、何が影響されるか
5. 影響された世界は、どのような世界観になるか

## ■ 問題解決におけるV字モデル



# 企画書

考えたアイディアやプランをまとめ、文字や図にアウトプットした文書のこと。

プロジェクトのアイディアなどのやりたいことを実現するために**誰が見てもわかるようにまとめた文書**。

現状の問題が解決する・良くなると納得させる内容の文書を書く必要がある。



# 企画書とワンシート企画書について

企画書はスケジュール、予算、目的、目標など、関係者がプロジェクトについて知っておくべき情報をまとめた文書です。

この文書には、プロジェクトの詳細をまとめ、アイデアを売り込み、関係者からプロジェクトへの賛同を得られるような内容を盛り込まなければなりません。

そのため、企画書は複数枚におよぶことが多く初期段階のアイデアをまとめるには、まずワンシート企画書で整理を行うことがあります。



# 企画立案時に考慮すること

1. 現状分析
2. 企画の目的と全体像
3. 企画の具体的な内容
4. スケジュール
5. 収支計画

# 企画立案時に考慮すること

## 1. 現状分析

**現状の問題点・原因**、市場の動向、競合サービスなどを整理して示す。

## 2. 企画の目的と全体像

現状分析によりわかった問題点の中から、

**解決すべき課題の解決策**を出す。

どのように改善し、どのような状態を目指すのかを示す。

企画のゴール。

# 企画立案時に考慮すること

## 3. 企画の具体的な内容

「誰に」、「何を」

ターゲットに、サービス・製品を  
どのようなコンセプトで伝えるのか。

「どうやって」

どのようなプロセスで実施するのか、具体的な計画。

「効果」

**どのような効果**があるのか。

# 企画立案時に考慮すること

## 4. スケジュール

どれぐらいの期間をかけて実施するのか、スケジュールを示す

## 5. 収支計画

企画を立ち上げるためにかかる費用と回収できる部分(効果)

※ビジネスでは最重要ポイント

# 企画立案のステップ

◦STEP 1：資料を集め、理解する

**ベースになる情報**がなければ、  
**アイデア**なんて思いつくはずがない。

# 企画立案のステップ

## ◦STEP 2：着目する問題点を探す

- ・本質的な課題は何だろうか？
- ・テーマや課題に対して重要なポイントを選別する
- ・解決できそうな問題点はないか？
- ・自分の経験を活かせる問題点はないか？

不要な情報に時間を使うのではなく、効果的な情報収集を行う

# 企画立案のステップ

◦STEP 3：ターゲットを想像して問題と解決策を考える

- ・ターゲットはどんな人物か？
- ・ペルソナを作成し、具体的なターゲットをイメージ
- ・どんなことに悩みを感じていて、  
どうなりたいと思っているのだろうか？



# 企画立案のステップ

## ◦STEP 4：多面的・全面的にみる

- ・ターゲットを変更して、  
企画を見た時どのような付加価値があるか？
- ・そのサービスが一般化した世界には、  
どのような常識が生まれているか？
- ・他者から見ると、新たな問題を生み出すことはないか？
- ・様々な人から共感が得れるか？

# 企画立案のステップ

## ◦STEP 5：企画を大きく育てる

多面的に見ることで、全体像の世界観が見えてきます。  
サービスのみを提案するだけでなく、サービスが広がった世界を想像する。

この世界の、この部分をコンテンツとして提案する。  
付加価値を付ける。



# 企画書作成について

# 企画書の目的

これらの企画した内容を相手に伝えるために作成する。

企画は自身の中だけでは実現しない。

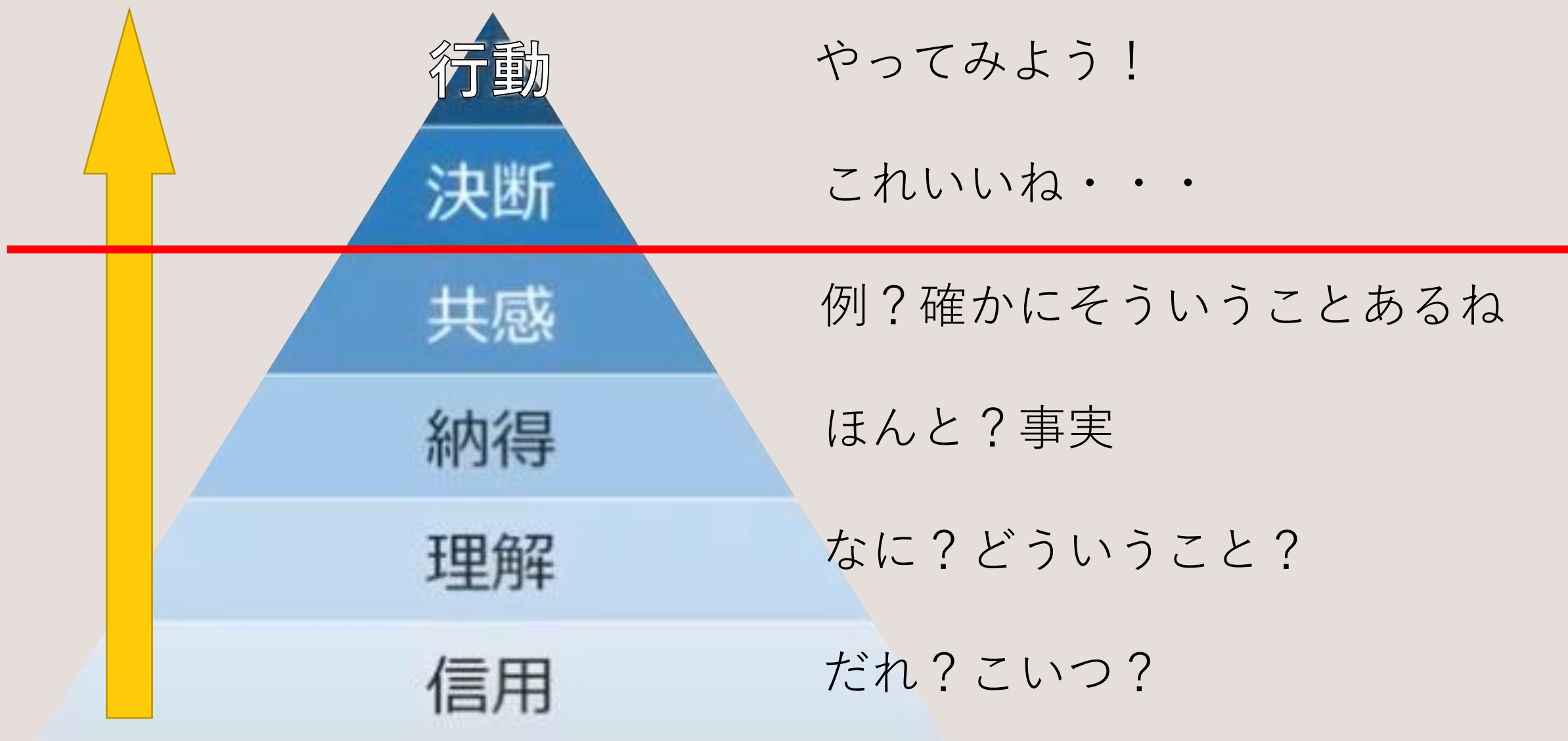
同僚、上司、社長、お客、使用者などに伝わってこそ仕事になる。

※補足説明が必要な場合は、企画書として完成していない。

目標は相手を「納得させる」こと。

更にいい企画書は、企画書だけで「共感させる」。

# 聞き手の心理プロセス



# 企画書の使い方 (上司やお客に企画を伝える)



企画書

# 企画書の使い方 (会議・プレゼンテーション・レビュー)





# 企画の構成要素

- 問題

**ヒアリング**や**市場調査**などで問題を把握する

- 原因

**統計データ**や**具体的な数字**を活用する

- 解決策

**具体的な解決策**を提案する

- 効果

企画が実現することで発生する**メリット**を提示する

# 企画書に含める内容について

- 現状分析

（現状の問題点、市場の動向、競合サービスなど）

- 企画の目的

（解決すべき問題点、目指すべきサービスなど）

- 企画の全体像

- 企画の具体的な内容

（誰に、何を、どうやって。ターゲット、広告など）

- スケジュール

（環境やトラブルなどにも配慮して作成する）

- 収支計画

# 企画書のレイアウト

企画書はWord、Excel、PowerPointなどで作成することが多い  
企画書のレイアウトはシンプルにする

例としては1項目1ページ(そのページで何を伝えたいか明確になるなど)。また図やグラフなどもあると良い

使用フォントは1つ、使用する色は3色(背景色、テーマの色、重要箇所の色)、文字サイズを統一、文字の配置を整える

# 企画書で注意すべき点

- 。文字は多すぎず、少なすぎず。

スライドほど情報が少なければ、何も伝わらない。

情報が多すぎれば、何を伝えたいのかわからない。

- 。図や具体的な資料やグラフなどわかりやすさに配慮する。

※補足説明も記載する。

## 6W2Hを意識する ※具体的になりやすい（必ず使う必要はない）

- Why 「なぜこの企画を実施する必要があるのか」
- What 「事業・サービス・製品は何か」
- Where 「どの市場に参入するのか」
- Whom 「どの顧客をターゲットとするのか」
- When 「いつ実施するのか」
- Who 「誰が実施するのか」
- How to 「どんな方法で実施するのか」
- How much 「いくら投資する・いくら資金で実施し、収益はどの程度になるのか」