

マーケティング・企画力



説得力のある企画書作成術

ストーリー設計 | データとビジュアルの活用

実施時間

最小: 40分～
推奨: 4時間程度

実施形式

オンライン / 対面 / ハイブリッド /
LMS / eラーニング

対象者

企画担当 / マーケティング担当 / 中
堅社員

試作版です。掲載・カスタマイズに関するご相談はお気軽にどうぞ。

講座概要 / 対応可能形式

講座概要

ストーリー設計 | データとビジュアルの活用

対応可能形式

- オンライン
- 対面
- ハイブリッド
- LMS / eラーニング

カスタマイズ可能項目

- 対象者・階層に応じた内容調整
- 研修時間（実施時間からの拡張・短縮）
- 実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）
- 業界別ユースケースの差し替え
- 社内ルール・既存制度への反映
- 演習データ・事例の差し替え

受講環境

- オンラインツール: Zoom / Google Workspace
- PC（カメラ・マイクが利用できる環境を推奨）
- 詳細な受講環境は実案件のヒアリング後に調整します。

上記は講師として対応可能な共通条件です。講座個別の確定仕様ではなく、実案件ではヒアリング後に調整します。



カリキュラム概要

Unit 1

企画書の基本構成

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 2

ストーリー設計のコツ

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 3

データを活用した根拠の示し方

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 4

AIを活用した企画書ドラフト作成

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

本ページは各ユニットの見出しのみを掲載しています。ユニットごとの全項目は後続の「詳細カリキュラム Unit X」ページに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は実案件のヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 1

企画書の基本構成

- ・ 説得力のある企画書とは：読み手を動かす力
- ・ 企画書が通らない3つの理由：不明確・根拠不足・魅力不足
- ・ 脳科学の「説得の3要素」：論理・感情・信頼
- ・ ロゴス（論理）・パトス（感情）・エトス（信頼）のバランス
- ・ 企画書の黄金構造：問題提起→解決策→効果→実行計画
- ・ 問題提起パート：「このままでは危険」を示す
- ・ 心理学の「危機感」：不安が行動を促す
- ・ 解決策パート：「こうすれば解決」を提示
- ・ 効果パート：「こんな良いことがある」を強調
- ・ Before / After：変化を視覚化する
- ・ 実行計画パート：「実現可能」を証明
- ・ 行動経済学の「現状維持バイアス」：変化への抵抗を解く
- ・ 読み手に合わせた構成：経営層・現場・外部の違い
- ・ 経営層向け：結論ファースト・数字重視・ROI明示
- ・ 現場向け：具体性・実行可能性・メリット
- ・ 外部向け：信頼性・実績・差別化
- ・ ピラミッドストラクチャー：結論から始める
- ・ PREP法：結論→理由→事例→結論
- ・ 1スライド1メッセージ：詰め込みすぎない
- ・ 視線の流れ：Z型・F型レイアウトを意識
- ・ ホワイトスペース：余白が読みやすさを生む
- ・ 実践ワーク：企画書の構成を型に当てはめてみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 2

ストーリー設計のコツ

- ・ ストーリーテリングとは：物語の力で人を動かす
- ・ なぜストーリーが説得力を生むのか
- ・ 脳科学の「物語記憶」：ストーリーは忘れられない
- ・ データだけでは人は動かない：感情が行動を促す
- ・ ストーリーの基本構造：起承転結
- ・ 起：現状の問題を提示する
- ・ 承：問題が深刻化する展開
- ・ 転：解決策の登場（企画の提案）
- ・ 結：ハッピーエンドの未来を描く
- ・ ヒーローズジャーニー：主人公の成長物語
- ・ 顧客を「ヒーロー」に、商品を「魔法の剣」に見立てる
- ・ 心理学の「感情移入」：共感が説得力を生む
- ・ ペルソナストーリー：具体的な人物で語る
- ・ 「田中さんは困っていました…」から始める
- ・ 成功事例ストーリー：「他社はこうして成功した」
- ・ 社会的証明の力：「みんなやっている」が効く
- ・ 失敗回避ストーリー：「このままだと失敗する」
- ・ 行動経済学の「損失回避」：失うことへの恐怖
- ・ ビフォーアフター：劇的な変化を見せる
- ・ 数字で変化を示す：「50%改善」「3倍の効率」
- ・ ビジュアルストーリー：画像・グラフで感情を動かす
- ・ 映画の予告編のような企画書：ワクワクさせる
- ・ 実践ワーク：企画をストーリー形式で語ってみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 3

データを活用した根拠の示し方

- ・ データが説得力を倍増させる理由
- ・ 「なんとなく」ではなく「数字で証明」
- ・ 脳科学の「数字の信頼性」：具体的な数値が記憶に残る
- ・ 3種類のデータ：事実データ・比較データ・予測データ
- ・ 事実データ：現状を客観的に示す
- ・ 比較データ：Before/After・自社vs競合
- ・ 予測データ：「こうなる」の未来を示す
- ・ 信頼できるデータソース：公的統計・業界レポート・学术论文
- ・ 総務省・経産省・帝国データバンクのデータ活用
- ・ 一次データと二次データ：自社調査vs既存データ
- ・ データの見せ方：グラフの種類と使い分け
- ・ 棒グラフ：比較に最適
- ・ 折れ線グラフ：推移を見せる
- ・ 円グラフ：構成比を示す
- ・ 散布図：相関関係を可視化
- ・ 心理学の「視覚優位性」：グラフが理解を助ける
- ・ 数字の魔法：%・倍率・増減で印象を操作
- ・ 「50%増加」vs「1.5倍」：言い方で印象が変わる
- ・ 行動経済学の「フレーミング効果」：同じ事実でも見せ方次第
- ・ 「90%成功」vs「10%失敗」：ポジティブ表現を選ぶ
- ・ 数字を印象的に見せる工夫：大きなフォント・色・強調
- ・ データの注意点：嘘をつかない・誤解を招かない
- ・ グラフの軸を操作して印象を変える悪用例
- ・ 引用元を明記する：信頼性の担保
- ・ 実践ワーク：データを3種類のグラフで表現してみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 4

AIを活用した企画書ドラフト作成

- ・ AIで企画書作成が10倍速になる時代
- ・ ChatGPT・Copilot・Geminiを企画書作成に活用
- ・ 脳科学の「認知負荷軽減」：AIが単純作業を肩代わり
- ・ AIに企画書を作らせる基本プロンプト
- ・ 「〇〇についての企画書を作成してください」の指示
- ・ 詳細指示で精度を上げる：目的・背景・ターゲットを明示
- ・ 企画書の構成案をAIに作らせる
- ・ 「目次を10個提案してください」で骨格完成
- ・ 各章の内容をAIに書かせる
- ・ 「背景パートを300文字で書いてください」
- ・ タイトル案をAIに大量生成させる
- ・ 「キャッチーなタイトルを20個提案して」
- ・ 心理学の「選択の自由」：AIが複数案を出すから選べる
- ・ データ分析をAIに依頼する
- ・ 「このデータから傾向を分析してください」
- ・ グラフ作成の指示：「棒グラフにしてください」
- ・ 競合分析をAIに任せる
- ・ 「〇〇社と××社の違いを比較してください」
- ・ SWOT分析をAIに作らせる
- ・ 「〇〇事業のSWOT分析をしてください」
- ・ 行動経済学の「時間価値」：AIが生む時間を戦略思考に使う
- ・ AIの限界を理解する：最終判断は人間が行う
- ・ AIが生成した内容をファクトチェック
- ・ ハルシネーション（幻覚）：嘘を見抜く目を持つ
- ・ AIを「叩き台製造機」として使う発想
- ・ 実践ワーク：AIで企画書の叩き台を10分で作成してみよう

Excel「計画書ver2」G列のライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

ユニット一覧

UNIT 1 企画書の基本構成

- 説得力のある企画書とは：読み手を動かす力
- 行動経済学の「現状維持バイアス」：変化への抵抗を解く
- ホワイトスペース：余白が読みやすさを生む

UNIT 2 ストーリー設計のコツ

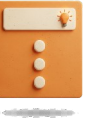
- ストーリーテリングとは：物語の力で人を動かす
- 心理学の「感情移入」：共感が説得力を生む
- 映画の予告編のような企画書：ワクワクさせる

UNIT 3 データを活用した根拠の示し方

- データが説得力を倍増させる理由
- 折れ線グラフ：推移を見せる
- 引用元を明記する：信頼性の担保

UNIT 4 AIを活用した企画書ドラフト作成

- AIで企画書作成が10倍速になる時代
- データ分析をAIに依頼する
- AIを「叩き台製造機」として使う発想



研修スタイル / 講師 / 相談

講師として対応可能な範囲

実施形式: オンライン / 対面 / ハイブリッド / LMS / eラーニング 最小実施: 40分～（要点を絞った導入構成） 推奨実施: 4時間程度（1ユニット1時間目安／詳細カリキュラム・演習を含む構成）（カスタマイズ相談例）・ 対象者・階層に応じた内容調整・ 研修時間（実施時間からの拡張・短縮）・ 実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）・ 業界別ユースケースの差し替え・ 社内ルール・既存制度への反映・ 演習データ・事例の差し替え（実施前ヒアリングで調整する項目）・ 対象者の階層／前提知識・ 受講環境・ 配信ツール・ 演習データ・ 社内固有事例の差し替え※ 本資料はカリキュラム設計例です。最小実施では要点を絞って扱い、詳細カリキュラム・演習を含む場合は、1ユニット1時間を目安に、対象者・目的・実施形式に応じて時間配分を調整します。

講師プロフィール

氏名: 準備中 経歴サマリ: 準備中 強み: 準備中 登壇可能講座: 52 件 / 13 カテゴリ

この講座をベースに、貴社向けカスタマイズをご相談いただけます。

お問い合わせ／カスタマイズ相談はサイトのお問い合わせ欄からご連絡ください。