

マーケティング・企画力



企画立案の進め方

課題設定・ゴール定義 | アイデア発想法（ブレスト等）

実施時間

最小: 45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

課題設定・ゴール定義 | アイデア発想法 (ブレスト等)

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

企画の構造と要素

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 2

論理的思考と課題設定

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 3

アイデア発想法（ブレスト等）

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 4

企画書の骨格作成

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

企画の構造と要素

- ・ 企画とは：課題を解決するアイデアを形にすること
- ・ 「思いつき」と「企画」の決定的な違い
- ・ 企画の3要素：課題・解決策・実行計画
- ・ 良い企画の5条件：新規性・実現性・収益性・独自性・説得力
- ・ 脳科学の「創造性」：制約があるほどアイデアが生まれる
- ・ 企画の種類：新規事業・商品開発・販促・業務改善
- ・ 企画立案のプロセス：情報収集→分析→発想→選択→具体化
- ・ 情報収集フェーズ：市場・顧客・競合・自社を知る
- ・ 3C分析：Customer・Competitor・Company
- ・ PEST分析：政治・経済・社会・技術のマクロ環境
- ・ SWOT分析：強み・弱み・機会・脅威
- ・ クロスSWOT：強み×機会で戦略を導く
- ・ 心理学の「情報バイアス」：情報が多すぎると判断が鈍る
- ・ 企画の骨格：目的・背景・提案・効果・実行計画・予算
- ・ 目的の明確化：「何のために」を一言で表す
- ・ 背景の説明：「なぜ今必要なのか」を証明する
- ・ 提案内容：「何をするのか」を具体的に
- ・ 期待効果：「どうなるのか」を数字で示す
- ・ 実行計画：「誰が・いつ・どうやって」を明示
- ・ リスクと対策：「何がダメになりそうか」を事前に考える
- ・ 行動経済学の「プロスペクト理論」：損失を避ける心理
- ・ 実践ワーク：企画の骨格を1枚のシートで整理してみよう

詳細カリキュラム Unit 2

論理的思考と課題設定

- ・ ロジカルシンキングとは：筋道を立てて考える技術
- ・ なぜ論理的思考が必要なのか：説得力が段違いになる
- ・ 脳科学の「前頭前野」：論理を司る脳の部位
- ・ 論理的思考の3要素：主張・根拠・結論
- ・ 演繹法と帰納法：2つの論理展開
- ・ 演繹法：一般論から個別事例へ（三段論法）
- ・ 帰納法：個別事例から一般論へ（パターン発見）
- ・ MECE（ミーシー）：モレなくダブリなく
- ・ ロジックツリー：問題を枝分かれさせて整理
- ・ Why（原因）ツリー：「なぜ？」を掘り下げる
- ・ How（解決策）ツリー：「どうする？」を広げる
- ・ What（要素）ツリー：「何がある？」を分解する
- ・ 心理学の「認知の階層化」：複雑を単純に分ける力
- ・ 課題設定の重要性：間違った課題は時間の無駄
- ・ 「課題」と「問題」の違い：現状と問題の設定
- ・ イシューツリー：本質的な課題を特定する
- ・ 「何が本当の課題か？」を見極める質問
- ・ As-Is / To-Be分析：現状と理想のギャップ
- ・ ギャップを埋める施策が「企画」になる
- ・ 行動経済学の「フレーミング」：課題の定義で解決策が変わる
- ・ 課題の優先順位付け：緊急度×重要度マトリクス
- ・ 実践ワーク：ロジックツリーで課題を整理してみよう

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。

詳細カリキュラム Unit 3

アイデア発想法（ブレスト等）

- ・ アイデア発想とは：量が質を生む
- ・ 脳科学の「拡散思考と収束思考」：広げてから絞る
- ・ブレインストーミング：最も有名な発想法
- ・ブレストの4原則：批判禁止・自由奔放・質より量・便乗歓迎
- ・なぜ批判禁止なのか：心理的安全性が創造性を生む
- ・心理学の「評価懸念」：評価を恐れると発言しなくなる
- ・ブレストの進め方：テーマ設定→発散→収束→選定
- ・ファシリテーターの役割：全員から引き出す技術
- ・オズボーンのチェックリスト：9つの視点でアイデア発想
- ・転用・応用・変更・拡大・縮小・代用・逆転・結合・再配列
- ・SCAMPER法：7つの質問でアイデアを変換
- ・マンダラート：3×3のマスを埋めてアイデアを広げる
- ・ マインドマップ：中心から放射状に発想を広げる
- ・ 行動経済学の「アンカリング解除」：最初のアイデアに縛られない
- ・ 強制連想法：無関係な言葉を結びつける
- ・ ランダムワード法：辞書を開いてキーワードから発想
- ・ 類比発想法：他業界の成功事例を応用する
- ・ 「もしディズニーだったら？」の質問
- ・ 逆転発想法：常識の真逆を考える
- ・ 「あえて〇〇しないとしたら？」の問い
- ・ 一人ブレスト：AIを使って無限にアイデアを出す
- ・ ChatGPT・Geminiで100個のアイデアを10分で生成
- ・ 実践ワーク：ブレストで50個のアイデアを出してみよう

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

企画書の骨格作成

- ・ 企画書とは：アイデアを「伝わる形」にする技術
- ・ 企画書の目的：承認を得る・共感を得る・行動を促す
- ・ A4一枚企画書：シンプルが最強
- ・ 心理学の「認知的流暢性」：読みやすさが説得力を生む
- ・ 企画書の基本構成：表紙→目次→各章→まとめ
- ・ 表紙のインパクト：タイトルで勝負が決まる
- ・ キャッチーなタイトルの作り方：数字・疑問・ベネフィット
- ・ エグゼクティブサマリー：忙しい人は最初の1ページしか読まない
- ・ 背景・課題：「なぜこの企画が必要なのか」を証明
- ・ データで現状を示す：数字が説得力を生む
- ・ 目的・ゴール：「何を達成するのか」を明確に
- ・ SMART目標：具体的・測定可能・達成可能・関連性・期限
- ・ 提案内容：「何をするのか」を具体的に説明
- ・ 5W1Hで抜け漏れなく記載
- ・ 実行計画：スケジュール・担当・マイルストーン
- ・ ガントチャート：時系列で全体を見せる
- ・ 予算・リソース：「いくら・誰が・何を使うか」
- ・ 費用対効果（ROI）：投資に見合うリターンを示す
- ・ リスクと対策：「何が失敗要因か」を先回りして書く
- ・ 行動経済学の「損失回避」：リスク対策が安心を生む
- ・ KPI設定：成功を測る指標を明示
- ・ まとめ：最後にもう一度ベネフィットを強調
- ・ 実践ワーク：企画書の骨格をA4一枚で作成してみよう

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。

ユニット一覧

UNIT 1 企画の構造と要素

- 企画とは：課題を解決するアイデアを形にすること
- クロスSWOT：強み×機会で戦略を導く
- 行動経済学の「プロスペクト理論」：損失を避ける心理

UNIT 2 論理的思考と課題設定

- ロジカルシンキングとは：筋道を立てて考える技術
- What（要素）ツリー：「何がある？」を分解する
- 課題の優先順位付け：緊急度×重要度マトリクス

UNIT 3 アイデア発想法（ブレスト等）

- アイデア発想とは：量が質を生む
- マンダラート：3×3のマスを埋めてアイデアを広げる
- ChatGPT・Geminiで100個のアイデアを10分で生成

UNIT 4 企画書の骨格作成

- 企画書とは：アイデアを「伝わる形」にする技術
- SMART目標：具体的・測定可能・達成可能・関連性・期限
- まとめ：最後にもう一度ベネフィットを強調



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: 45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。