

ライティング・文書作成



提案書・企画書のライティング

基本構成 | 説得力ある論理展開・データと根拠

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

全社員 / 若手・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

基本構成 | 説得力ある論理展開・データと根拠

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

提案書の基本構成

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 2

説得力のある論理展開（ロジカルシンキング）

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 3

データと根拠の示し方

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 4

読み手の心を動かすストーリーテリング

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

提案書の基本構成

- ・ 提案書とは：「やりたいこと」を承認してもらう文書
- ・ 企画書・稟議書・提案書：目的は同じ「説得」
- ・ 脳科学の「意思決定」：相手の脳を動かす技術
- ・ 提案書が通らない3つの理由：不明確・根拠不足・魅力不足
- ・ 理由1：何をしたいのか不明確
- ・ 理由2：なぜやるのか根拠が弱い
- ・ 理由3：やる価値が感じられない
- ・ 心理学の「説得の6原則」：相互性・一貫性・社会的証明・好意・権威・希少性
- ・ 提案書の黄金構成：背景→課題→提案→効果→計画→予算
- ・ 1. 背景：なぜ今この提案が必要なのか
- ・ 市場環境・社内状況・問題意識
- ・ 2. 課題：何が問題なのか
- ・ 現状のギャップ・困っていること
- ・ 3. 提案：何をするのか（核心）
- ・ 具体的な内容・方法・実施内容
- ・ 4. 効果：やるとどうなるか（メリット）
- ・ 数値目標・期待される成果
- ・ 行動経済学の「利得フレーミング」：得られるものを強調
- ・ 5. 計画：どうやって実行するか
- ・ スケジュール・体制・役割分担
- ・ 6. 予算：いくらかかるか
- ・ 費用の内訳・投資対効果（ROI）
- ・ エグゼクティブサマリー：1ページで全体を要約
- ・ 忙しい経営層は最初の1ページしか読まない
- ・ 脳科学の「第一印象」：最初の数秒で決まる
- ・ 実践ワーク：提案書の骨格を1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。

詳細カリキュラム Unit 2

説得力のある論理展開（ロジカルシンキング）

- ・ ロジカルシンキング：筋道を立てて説得する
- ・ 「感覚」ではなく「論理」で納得させる
- ・ 脳科学の「前頭前野」：論理的思考を司る部位
- ・ 論理の3要素：主張・根拠・証拠
- ・ 主張：「〇〇すべきです」
- ・ 根拠：「なぜなら△△だからです」
- ・ 証拠：「実際に□□というデータがあります」
- ・ 演繹法と帰納法：2つの論理展開
- ・ 演繹法：一般論から個別へ（三段論法）
- ・ 「全ての人間は死ぬ→ソクラテスは人間→ソクラテスは死ぬ」
- ・ 帰納法：個別から一般へ（パターン発見）
- ・ 「A社成功・B社成功・C社成功→この方法は有効」
- ・ 心理学の「認知バイアス」：論理の罠に注意
- ・ ロジックツリー：問題を分解する
- ・ Why（原因）ツリー：なぜを深掘り
- ・ How（解決策）ツリー：どうするを広げる
- ・ MECE：モレなくダブリなく
- ・ 全体を網羅・重複を排除
- ・ 行動経済学の「フレーミング効果」：言い方で印象が変わる
- ・ ポジティブ表現：「成功率90%」vs「失敗率10%」
- ・ 因果関係を明確に：AだからB
- ・ 「〇〇すると△△になる」の矢印を示す
- ・ 反論への対策：予想される疑問に先回り
- ・ 「コストが高いのでは？」→「投資対効果は〇〇倍」
- ・ 脳科学の「防衛反応」：反論を先に潰すと安心する
- ・ So What?（だから何?）：常に問い続ける
- ・ Why So?（なぜそう言える?）：根拠を確認
- ・ 実践ワーク：ロジックツリーで提案を整理しよう

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

データと根拠の示し方

- ・ データが説得力を生む：「感覚」ではなく「数字」で
- ・ 脳科学の「数字の信頼性」：具体的な数値が記憶に残る
- ・ データの3種類：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
- ・ 「売上は1000万円」「顧客数は500社」
- ・ 比較データ：Before/After・自社vs競合
- ・ 「前年比120%」「業界平均より30%高い」
- ・ 予測データ：「やるところなる」の未来
- ・ 「3年後には売上2倍を見込む」
- ・ 心理学の「未来イメージ」：具体的な未来を描くと行動する
- ・ 信頼できるデータソース：公的統計・業界レポート
- ・ 総務省・経産省・業界団体のデータ
- ・ 出典を明記する：「〇〇によると」
- ・ 引用元がないデータは信用されない
- ・ 行動経済学の「権威の原則」：信頼できる情報源が鍵
- ・ グラフの活用：視覚的に訴える
- ・ 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：相関を可視化
- ・ 脳科学の「視覚優位性」：グラフは文字の6万倍速い
- ・ 数字のマジック：%・倍率・増減で印象を変える
- ・ 「50%増加」vs「1.5倍」：同じ意味でも印象が違う
- ・ ポジティブ表現を選ぶ：「90%成功」vs「10%失敗」
- ・ 事例・実績の提示：「他社もやっている」の安心感
- ・ 社会的証明：みんながやっていると感じる
- ・ 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はNG
- ・ 実践ワーク：データを使って提案に説得力を持たせよう

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

読み手の心を動かすストーリーテリング

- ・ ストーリーテリング：物語の力で人を動かす
- ・ データだけでは人は動かない：感情が行動を促す
- ・ 脳科学の「物語記憶」：ストーリーは忘れられない
- ・ なぜストーリーが効くのか：共感・記憶・行動
- ・ 共感：自分ごとを感じる
- ・ 記憶：物語は覚えやすい
- ・ 行動：感動すると動く
- ・ 心理学の「感情ヒューリスティック」：感情が判断を決める
- ・ 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（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
- ・ 行動経済学の「損失回避」：ピンチを強調する
- ・ 「このままでは〇〇になる」の危機感
- ・ 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
- ・ ビフォーアフター：劇的な変化を見せる
- ・ 「導入前は〇〇だったが、導入後は△△に」
- ・ 脳科学の「コントラスト効果」：対比が印象を強める
- ・ 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：みんながやっている安心感
- ・ 数字をストーリーに：「30%増」ではなく「100万円の利益」
- ・ 具体的なイメージが湧く表現
- ・ ビジュアルストーリー：画像・動画で感情を動かす
- ・ 映画の予告編のような提案書
- ・ 感情に訴える言葉：「未来」「チャンス」「可能性」
- ・ 実践ワーク：提案をストーリー形式で語ってみよう

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 提案書の基本構成

- 提案書とは：「やりたいこと」を承認してもらう文書
- 3. 提案：何をするのか（核心）
- 脳科学の「第一印象」：最初の数秒で決まる

UNIT 2 説得力のある論理展開（ロジカルシンキング）

- ロジカルシンキング：筋道を立てて説得する
- Why（原因）ツリー：なぜを深掘り
- Why So?（なぜそう言える?）：根拠を確認

UNIT 3 データと根拠の示し方

- データが説得力を生む：「感覚」ではなく「数字」で
- 行動経済学の「権威の原則」：信頼できる情報源が鍵
- グラフの軸を操作して印象を変える悪用はNG

UNIT 4 読み手の心を動かすストーリーテリング

- ストーリーテリング：物語の力で人を動かす
- 行動経済学の「損失回避」：ピンチを強調する
- 感情に訴える言葉：「未来」「チャンス」「可能性」



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。