



MY FUTURE CAMPUS

ほくらの未来は、始まっている。

# 「企画書」の手引き

## 企画書の基礎

I そもそも、「企画書」って？

II 課題解決PJにおける「企画書」の基本形式と、構成について

## 企画書作成のポイント

III 企画書の構成と各ページのポイント（01～10）

## 企画書の基礎

まずは「企画書」の基本形式をイメージしてください。

# I そもそも、「企画書」って？

## ●企画書の目的

企画書の用途によって、その目的も内容も変わってきますが、

今回の場合は、企画書の受け手に「なるほど！それ、いいね！」と賛同したくなるよう心を動かすことです。

そのためには、受け手の状況を想像しながら、必要な情報を正しくかつ効果的に伝えることが重要です。

自分の意見や事実を表現することだけが、企画書の役割ではありません。

受け手に企画立案者であるあなたの意図を伝え、理解、納得してもらうためには、

どんな内容を、どのような順序で、どのように表現することで伝わっていくのでしょうか。

本書では、課題解決PJにおける企画書を作るときに押さえておく良いポイントをいくつかご紹介します。

これが正解だ、というわけではありませんが、

受け手が思わずワクワクしてしまう、皆さんならではの企画書作成にお役立てください。

本書とは別に、企画書の簡易フォーマットもご用意いたしました。

宜しければ、こちらも是非ご利用ください。

# Ⅱ 課題解決PJにおける「企画書」の形式と、構成について

## ①企画書の形式について。

企画書は、A4サイズでご提出下さい。なお、縦横や枚数の制限はございません。  
また提出時のファイル形式は、必ずPDFファイルでご提出ください。

## ②表紙には企画のタイトルと作成者の情報を記載。ファイル名の設定も忘れずに。

表紙には、「応募企業／企画タイトル／チーム名」を記載してください。下記参照。  
ファイル名は、「企業名・チーム名・所属大学名」とつけてください。（例）【企業名】チーム名\_所属大学名

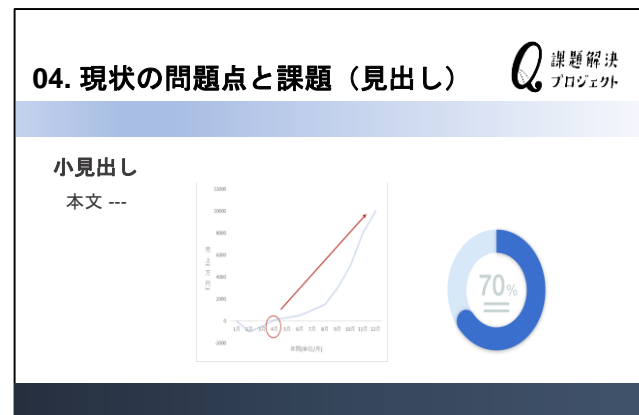
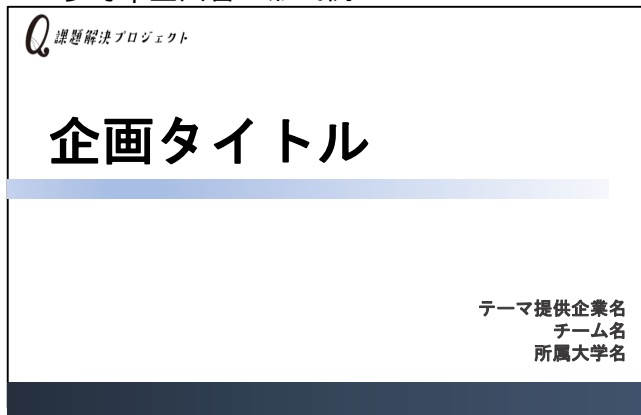
## ③デザインを統一、文字サイズは大小の強弱をつける。

→受け手が読みやすいよう、伝えたいことが伝わるよう、文字サイズで表現することも大切です。

## ④基本は「1シート1メッセージ」。

→プレゼンテーション資料は考えをまとめるものではありません。  
受け手に伝えたいことを伝えるための資料です。ですから絶えず「その資料で伝わるか」を意識することが大切。  
できれば各シートで伝えるメッセージは1つとして、そのメッセージを伝えるための資料を作成しましょう。  
企画書の構成については、右記をご参考下さい。

ご参考 | 企画書の形式例



## 例 | 企画書の構成

01. 表紙
02. 目次
03. はじめに
04. 現状の整理
05. 企画の目的
06. 企画の具体的な内容
07. 企画がもたらす価値
08. アクションプラン
09. 収支計画
10. 企画に対する思い
11. 参考資料

## 企画書作成のポイント

次に、企画書作成のポイントを01～10の構成ごとにお伝えします。

# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

## 01 | 表紙

Q 課題解決プロジェクト

# 企画タイトル

テーマ提供企業名  
チーム名  
所属大学名

表紙は、企画書の第一印象としてとても重要です。  
下記2点は必ず、記載しましょう。

- ・ 企画のタイトル（※左上もしくは中央記載を推奨）
- ・ ご提出者の属性（※右下記載を推奨）
  - ↳ 応募するテーマ提供企業名、チーム名、大学名

## 02 | 目次

02 | 目次（見出し）

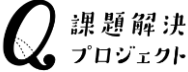
Q 課題解決プロジェクト

- 1、項目A(P2~5)
- 2、項目B(P6~7)
- ⋮
- ⋮
- ⋮

目次は企画書の順序に沿って項目を列挙しましょう。  
受け手に最初に企画の全体像を把握してもらうことが目的です。

# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

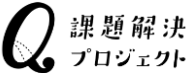
## 03 | はじめに

03. はじめに（見出し） 

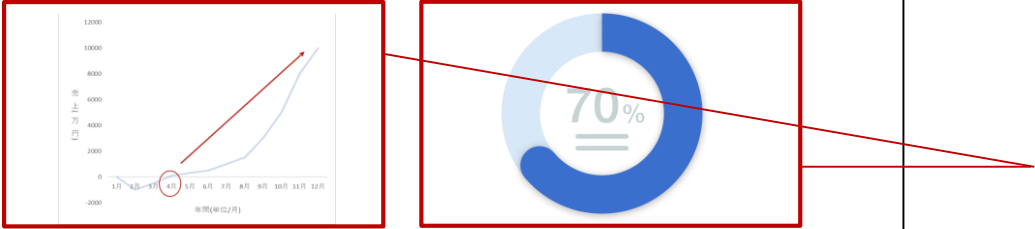
小見出し  
本文 ---

はじめにでは、みなさんが立案した企画の導入部分として与件の整理や企画立案に至った背景など、その後続く企画案の前座としての役割を果たします。  
与件の整理をすることで、企画を立案するにあたっての諸条件や目的の確認にもなります。

## 04 | 現状の整理

04. 現状の整理（見出し） 

小見出し  
本文 ---



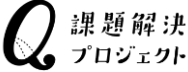
現状の整理では、インターネットや文献から収集した情報や関係者へのアンケートやインタビューの内容をもとに、現状の把握と分析をします。その上で、「**もっとこうなればいいのに**」といった理想を見つけ、なぜ今それが実現していないのかを明らかにします。

客観的事実となる情報を取り入れることで論理的な話の組み立てができ受け手に「納得感」を感じてもらいやすくなります。  
また左記のように図やグラフを挿入することで視覚的にわかりやすく伝えることができます。



# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

## 05 | 企画の目的

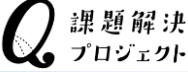
<b>05. 企画の目的（見出し）</b>	
小見出し 本文 ---	

企画の目的では、企画への考え方や方向性に加えて、売上・効果目標といった企画のゴールを示します。

このときに最も大切なのは「**企画の価値とユーザーのニーズを関係付けて考えること**」です。

ユーザーにとって価値があると感じてもらってこそ、企画に対するニーズが高まってきます。そのため企画を検討する際には、受け手となるユーザーの立場になって考えることが重要です。

## 06 | 企画の具体的な内容

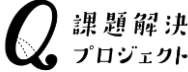
<b>06. 企画の具体的な内容（見出し）</b>	
小見出し 本文 ---	

企画の具体的な内容では、企画の概要、それを実現するための具体策を示します。

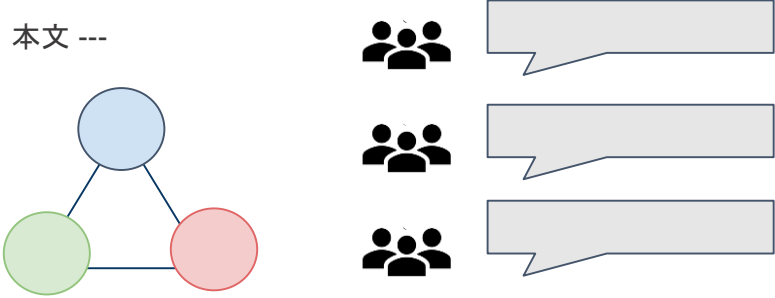
単なる企画の説明ではなく、**実現できそう！**と受け手の納得感を高めるために必要な情報を記載します。加えて、**実現してみたい！**と思わずワクワクしてしまう、**ストーリー**を組んで作成するとさらに良いでしょう。またできれば企画立案者だけでなく、第三者の視点で企画書に書いてあることが伝わるか、より分かりやすくするにはどんな情報があるといいかを確認してみることもおすすめです。

# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

## 07 | 企画がもたらす価値

**07. 企画がもたらす価値（見出し）** 

小見出し  
本文 ---



企画がもたらす価値では、05企画の目的でもお伝えしたユーザーにとっての価値に加え、ビジネスプランとして企画を継続的に提供し続けられるように、企画がもたらす価値を示します。  
より具体的に示すために、その関係性を表す図や根拠となる客観的な情報を記載することで受け手に「納得感」を感じてもらいやすくなります。

## 08 | アクションプラン

**08. アクションプラン（見出し）** 



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
作業A												
作業B												
作業C												
作業D												
作業E												
作業F												
作業G												

アクションプランでは、企画をカタチにし、提供し続けるために必要なことを示します。  
具体的には、誰が、いつ、何をどのようにするかといった項数の把握や進行スケジュール(各種×切)を明確にしていきます。  
左記のようなフローチャートや、時系列の表を用いると分かりやすいでしょう。  
その上で必要となるタスクを整理したり、協力してもらおうパートナー企業の有無も明らかになります。  
アクションプランに落とし込むことで、一層リアルに感じられます。

# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

## 09 | 予算・収支計画

### 09. 予算・収支計画（見出し）

課題解決プロジェクト

	1月	2月	3月	4月	5月
売上高	0	-1,000	-500	100	300

(例)売上目標を設定する上でのポイント

- ・この企画を実現するためには初期投資として、1,000万円が必要

【内訳】

- LA: ●●●万円
- LB: ●●●万円
- LC: ●●●万円

- ・4月には100万円の売上があり、以降黒字になる想定
- ・4月以降は上記のような推移で売上を得られるビジネスとなっており、今後期待できる

・参考文献は「\_\_\_\_\_」

予算・収支計画は、企画を実施するにあたりどれくらいの時間や資源的なコストがかかり、どれくらいの期間で回収できるのか?という情報を示します。この情報が抜けてしまうと、どんなにいい企画でも実施できるかどうか、投資対効果が良いかどうかの判断ができず、机上の空論になってしまいます。

せっかく立案した企画ですので、ここではできるだけ具体的な数字をもとに作成しましょう。

予算・収支計画のフォーマットなどを使用するのもおすすめです。

## 10 | 企画に対する想い

### 10. 企画に対する想い（見出し）

課題解決プロジェクト

小見出し  
本文 ---

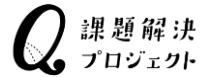
企画に対する想いでは、03~04の「はじめに」や「現状の整理」でも触れていた、立案者としての想いを示します。

この企画を実現させると何故良いのか、ご自身の願いや熱い想いを教えてください。ここで大切なのは物事の大小ではなく「企画立案者としての想い」です。

# Ⅲ 企画書の構成と各ページのポイント

## 11 | 参考資料

### 11. 参考資料（見出し）



- 企画書●ページ：図A  
著者名:“Web ページのタイトル”. Web サイトの名称. 更新日付. URL, (7ヶㇷ日)
- 企画書▲ページ：図B  
著者名:“Web ページのタイトル”. Web サイトの名称. 更新日付. URL, (7ヶㇷ日)

最後の参考資料では、調査結果や検討材料となるものは、企画書の受け手が実際に参照できるよう、参考資料として末尾にまとめておきます。盗用や剽窃であると判断されてしまわないよう、「自分の考え」と「出典先の考え」を明確に分けることがルールとして規定されています。また意見の客観性や正確性を説くためにも、参考文献やURLのデータや情報の明記が必要です。

以上