

通る企画書の構成案 テンプレート&フレームワーク集

0) まず最初に押さえる「企画書の流れ」

企画書は基本的に、次の流れで組むと読み手（意思決定者）が迷いにくくなります。

1. エグゼクティブサマリー（結論を、1分で読める分量でまとめる）
2. 現状分析・問題提示（なぜ今やるのか、放置できない理由を提示する）
3. 目的と全体像（何を目指して、どう変えるのか、ビフォー・アフターを明示する）
4. 具体策（「CTPT：コンセプト・ターゲット・プロセス・ツール」で実行像を描く）
5. スケジュール・予算・収支（コストとリスクを提示し、実現性を証明する）
6. 目標・ゴール（成功した時の付加価値を添えて、やってみる価値を伝える）

1) 企画書を書く前の作業テンプレ

1-1. 企画の方向性シート（現状→課題→解決→効果→計画）

- 現状分析（事実）：
 - 現状のデータ／観察結果：
 - 現場の声（要点）：
 - 参考情報（統計・資料）：
- 課題（現状から導かれる問題）：
 - 課題1：
 - 課題2：

1) 企画書を書く前の作業テンプレ

1-1. 企画の方向性シート（現状→課題→解決→効果→計画）

- 解決策の提案（打ち手）：

- 施策案A：
- 施策案B：

- その効果（期待インパクト）：

- 期待効果（定量）：
- 期待効果（定性）：

- 予算・スケジュール（骨子）：

- 予算レンジ：基本案 / 簡易案 / 拡充案
- 期間レンジ：フェーズ1（短期） / フェーズ2（中期） / フェーズ3（長期）

1) 企画書を書く前の作業テンプレ

1-2. ターゲット整理シート（混同しやすい2つを分ける）

- 企画のターゲット（届けたい相手・市場）：

- ターゲットの定義：
- なぜこのターゲットか（根拠）：
- ターゲットの課題／ニーズ：

- 企画の運営主体（実行する責任者・体制）：

- 主体（部門／役割）：
- 関係部署：
- 外部連携（ある場合）：

1) 企画書を書く前の作業テンプレ

1-3. 企画概要（要旨）テンプレ（箇条書きで先に作る）

- 課題（1行）：
解決策（1行）：
- 何がどう変わるか（インパクト）：
成功の指標（数値目標 or 到達水準）：
必要なリソース（ヒト・モノ・カネ）：
意思決定者に求める判断（承認やネクストアクション）：

1) 企画書を書く前の作業テンプレ

1-4. 作成ツール選定メモ（作りやすさ重視）

チェック	注意事項
<input data-bbox="160 399 202 440" type="checkbox"/>	使用ツール（例：PowerPoint／Keynote／Google Slides）：
<input data-bbox="160 554 202 595" type="checkbox"/>	追加ツール（必要なものだけ）： <input data-bbox="330 595 372 635" type="checkbox"/> マインドマップ <input data-bbox="330 647 372 687" type="checkbox"/> 計算・データ整理 <input data-bbox="330 699 372 740" type="checkbox"/> 作図 <input data-bbox="330 752 372 792" type="checkbox"/> インフォグラフィック <input data-bbox="330 804 372 845" type="checkbox"/> ガントチャート <input data-bbox="330 857 372 897" type="checkbox"/> 画像／動画編集 <input data-bbox="330 909 372 950" type="checkbox"/> 素材集 <input data-bbox="330 962 372 1002" type="checkbox"/> フローチャート／グラフ作成

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

以下を“章”としてそのまま使えます。空欄を埋めていく方式です。

2-1. エグゼクティブサマリー

- 提案の結論（何をやるか）：
- 狙い（なぜやるか）：
- 提供価値（誰が・どう喜ぶか）：
- 期待効果（定量／定性）：
- 必要な判断（承認事項）：
- 必要リソース（概算）：

書き方の型（1段落で）：

「○○という課題に対し、□□を実施する。結果として△△を達成する。実行に必要な予算・期間は××で、承認してほしい判断は◇◇である。」

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

| 2-2. 現状分析・問題提示

- 現状（事実・データ）：
- 現状が生む問題（何が困るか）：
- 放置した場合の不利益（リスク）：
- 本企画で扱う課題の定義（範囲を明確に）：
- 課題の重要性（なぜ価値があるか）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

2-3. 企画の目的と全体像

- 目的（何を改善／実現するか）：
- 解決すべき課題（優先順位つき）：
- 施策の全体像（施策群の関係を図解（ポンチ絵））：
- 目指す状態（具体的でポジティブなゴール像）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

2-4. 企画の具体的な内容

CTPTテンプレ

- **C：コンセプト（核となる考え方）：**
- **T：ターゲット（ペルソナ）：**
 - 属性：
 - 状況：
 - ニーズ：
- **P：プロセス（実行手順・導線）：**
 - 1) 準備
 - 2) 実行
 - 3) 振り返り
- **T：ツール（実現手段）：**
 - 使用ツール／仕組み：
 - 運用方法：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

2-4. 企画の具体的な内容

追加で入れると通しやすい補助要素（必要な場合だけ）

- 施策の優先度（なぜこの順番か）：
- 関係者と役割（ロール（誰が何をするか））：
- 成果物（アウトプット定義）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

2-5. スケジュール・予算・収支計画（実現性の証明）

スケジュール（ざっくり→詳細の順）

- 全体期間：
- 主要マイルストーン：
 - M1（例：準備完了）：
 - M2（例：中間報告）：
 - M3（例：施策完了）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

| 2-5. スケジュール・予算・収支計画（実現性の証明）

予算（ヒト・モノ・カネ）

- 人件費（工数）：
- 外注費：
- ツール／利用料（「初期費用」と「月額」）：
- その他（広告費、制作費等）：
- 合計（概算）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

| 2-5. スケジュール・予算・収支計画（実現性の証明）

収支・ROI（可能な範囲で）

- 投下コスト（初期費用と運用費用）：
- 見込まれる利益／メリット：
- ROIの考え方（どう算出するか）：

2) 企画書テンプレ（基本構成6要素：そのまま章立てに使える）

2-6. 施策の目標・ゴール（結論＝締め）

- 取り組む課題（再掲）：
- 解決策（再掲）：
- 目標（数値目標 or 到達水準）：
- 期待される状態（ゴール）：
- 次のアクション（承認後に何を始めるか）：

3) 企画書の“型”テンプレ

| 3-1. 1枚企画（ワンページ）テンプレ

- タイトル：
- 課題（現状→問題）：
- 提案（何をやる※図解（ポンチ絵）の使用も検討）：
- 価値（効果）：
- 実行（体制・スケジュール・予算概算）：
- 求める判断（承認事項とチェックボックスを用意）：

3) 企画書の“型”テンプレ

3-2. スライド企画（6枚構成）テンプレ

1. エグゼクティブサマリー（結論・判断依頼）
2. 現状と課題（データ）
3. 目的とゴール（ビジョンと数字で成功定義）
4. 施策（CTPT）
5. 実行計画（スケジュール・予算・収支/ROI）
6. まとめ（期待効果・次アクション）

4) フレームワーク集

4-1. 6W2H

- **Why（なぜ）**：社会的背景／競合状況／実施理由
- **What（なに）**：実現したいこと（事業・製品・サービス）
- **Where（どこで）**：参入マーケット／利用シーン
- **Whom（だれに）**：ターゲット（顧客側）
- **When（いつ）**：実施時期／スケジュール
- **Who（だれが）**：主体（実行側）
- **How to（どうやって）**：方法（施策・プロセス）
- **How much（いくら）**：予算／投資／収益見込み

4) フレームワーク集

4-2. 3C分析

Customer（市場・顧客の「不満」や「諦め」を言語化）

- 市場規模：
- 市場の成長性：
- 顧客ニーズ：
- 顧客の消費行動：

Competitor（競合の弱みと競合に手を出さない理由を推測）

- 競合シェア：
- 競合の特徴：
- 新規参入・代替品の脅威：
- 競合のポジション：

Company（自社だけの強みを再定義）

- 企業理念・ビジョン：
- 既存事業・製品の現状：
- 保有リソース（ヒト・モノ・カネ）：

4) フレームワーク集

| 4-3. SWOT分析 テンプレ

Strengths (強み)

- 得意なこと：
- 他社にない点：
- ターゲットが評価する点：

Weaknesses (弱み)

- うまくいっていない取り組み：
- 原因：
- 必要リソース：

4) フレームワーク集

4-3. SWOT分析 テンプレ

Opportunities（機会）

- 売上・利益拡大にプラスの外部環境：
- PEST分析（政治・経済・社会・技術）を元に具体例（法改正／政治／景気／金利／人口動態／生活スタイル等）：

Threats（脅威）

- マイナスに働く外部環境：
- 具体例：

5) 「読み手に刺さる」ための最終調整チェックシート

5-1. 客観性

チェック	注意事項
☐	根拠データがある
☐	データの解釈が書かれている
☐	課題の重要性（価値）が示されている

5) 「読み手に刺さる」ための最終調整チェックシート

5-2. 数値目標

チェック	注意事項
☐	定量目標（KPI）：
☐	達成時期（2-5. スケジュールと整合性を取る）：
☐	測定（運用後、「誰が・何のツールで・いつ集計するか」）：
☐	定性目標（必要なら到達水準で）：

5) 「読み手に刺さる」ための最終調整チェックシート

5-3. 読みやすさ

チェック	注意事項
☐	1枚（1章）に詰め込みすぎしていないか
☐	適度に余白と箇条書きで、要点を瞬時に拾えるか
☐	重要ポイントが先に書かれているか

※2026年2月時点の情報をもとに作成しています