

P R E S E N T A T I O N  
R U L E S

大野泰敬

Yasunori Ono

予算獲得率100%の企画のプロが教える

# 必ず通る 資料作成

## • はじめに

# 100%成功してきた 資料作成の秘密

**私** はこれまで、ソフトバンクでiPhoneの拡大戦略の実行、その他企画を具現化したり、CCC（カルチャ・コンビニエンス・クラブ）で新規事業を担当し、音楽配信サービスの立ち上げを行ったり、インテリジェンス（現パーソルキャリア）で新規事業責任者として従事したりしてきました。その後に独立し、クラウド型カンパニーのスペックホルダーを創業。公式サイトも営業担当もない会社ですが、プロジェクト単位で優秀な人材に協力を仰ぎ、大企業や公的機関と共創しながらビジネスを作るサポートなどを行っています。

## 100%成功してきたのは、 新規事業の予算を獲得すること

これまでに事業化したプロジェクトは68に上ります。ただし、事業がスタートしたからといって100%成功するわけではありません。成功するときもあれば失敗するときもあります。うまくいくように緻密な計画を立てても、リスクは必ずあります。私も含め、世の中には苦勞して立ち上げた事業が失敗に終わるケースは山ほどあります。実は、孫正義さん率いるソフトバンクもほとんどが失敗に終わることが多く、表に出ないものもたくさんありました。それだけ新しい事業を作ることは難しいことなのです。

そんななか、ふと私には100%成功していることがあると気づきました。それは、新規事業の承認を得て予算を獲得すること。会社の経



営層やクライアントを説得して資金を獲得することだけは、最終的に必ず成功してきました。では、どうやって説得して承認を得てきたのか。それを本書では、できる限りわかりやすく解説します。

## 事業企画の提案が通らないのは 起案者側に問題がある

新規事業の立ち上げをサポートしていると、「うちの会社は新規事業に向いていない」「役員が何もわかっていなくて困る」「プレゼンしても、ぜんぜん理解してくれない」といった声をたくさん聞きます。ただし私の経験から言えば、ほとんどのケースで起案する側、提案する側に問題があります。

ある事業アイデアコンテストで1000くらいの企画書が集まったのですが、そのうちの84%は事業計画が含まれず、KPIも設定されていませんでした。つまり、ビジネスとして検討する材料が揃っていないということです。残りの16%もかなり甘く見て分類した結果です。実際は、検討に値する企画書はたったの1%程度でした。ほとんどの場合、起案する側に問題があるというわかりやすい例です。

## 偏差値42だった私でもできるから、あなたでもできる

「新規事業の企画書なんて書けません。企画書も作ったことがないので作れません」「自分にはできないと思います。新規事業の立案なんて、頭の良い人にしかできませんよね？」などの意見もよく聞きますが、これも間違いです。私自身、大学に入学する際の偏差値が42しかありませんでしたから。面接とディベートだけで何とか大学に入学した私でも新しい事業を作ることができているので、普通の人ならきっとできます。あなたもできるはずですよ。

本書では、アイデアをどうブラッシュアップして伝わりやすい資料にまとめるかを解説しています。さらに、どうすれば企画のアイデアが思い浮かぶのか、プレゼンの際に何を気をつければいいのか、本書の内容を実行すれば、必ず承認の確率が上がるはずです。

## 実践の中で生み出した成功パターンを公開！

70近い事業を立ち上げてきた中で、数千の資料を作成してきました。その過程では資料作りに関する書籍も読みました。しかし、どれも机上の空論。フォントやデザインなどの小手先のテクニック本ばかりで、実践的なものが非常に少ないのです。

それなら自分で考えて作るしかないと思い、大学で学んだマーケティングの知識をベースにしつつ、試行錯誤しながら実践の中でブラッシュアップして行き着いたのが自分なりの成功パターンです。今回は過去の成功例を振り返り、抽象化したエッセンスを紹介。実践してきたノウハウを集約し、短時間で習得できるメソッドにまとめたものを一気に披露します。

本書で想定しているのは主に、新規事業を提案するプレゼンのための資料作りです。ただし今回のメソッドは、他の資料作成にも応用できる内容だと自負しています。必ず通る資料作成のポイントをわかりやすくレクチャーしますので、新規事業の企画提案書に限らず、あらゆる資料作りに役立ててみてください。

## ● 予算獲得率100%の企画のプロが教える必ず通る資料作成 目次

### はじめに

#### 100%成功してきた

資料作成の秘密 ..... 002

### 第1章

## 必ず通る資料の3つのポイント

優れた企画でも

伝わらなければ価値はない ..... 012

伝えられない人が陥りがちな

やってはいけないこと ..... 014

必ず通る資料作成の

3つのポイント ..... 016

## 第2章

# 勝ちパターンは「起承転結」のストーリー

「起承転結」を活用した勝ちパターン	020
分析結果を踏まえて問題提起するのが「起」	022
解決案を提案するのが「承」	032
実行した結果を示すのが「転」	042
明るいビジョンを語るのが「結」	052
4×4のストーリーが基本	058
プレゼンの長さに合わせて簡単にアレンジできる	060

## 第3章

# ロジカルに攻める 数字的根拠の集め方

便利なツールを使いこなせば データ収集も簡単	064
関連キーワードが調べられる 「グッドキーワード」	066
検索数の増減がすぐにわかる 「Googleトレンド」	068

検索ボリュームがわかる 「キーワードプランナー」	070
SNS の共有状況がリサーチできる 「BuzzSumo」	072
ターゲットのボリュームがわかる「Facebook」	074
日本の社会・経済・産業のことがわかる 「e-Stat」	076
あらゆる統計データを網羅する最強ツール 「statista」	078
Webサイトから競合分析をする「SimilarWeb」	080
競合のアプリを丸裸にする 「App Annie」	082
競合の過去の情報は 「PR TIMES」から拾う	084
データを読み解き企画内容を検証する	086

## 第4章

# 伝わりやすいシンプルな スライド作成術

誰にでもわかるように「シンプル」が基本	090
1枚のスライドに入れる情報量は できるだけ絞る	092

キーメッセージだけ伝わるくらいの気持ちでいい	094
色数は2～3色で十分	096
ビジュアルを活用して記憶に残りやすくする	098
フリーのハイセンスな写真が充実している 「Unsplash」	100
選びきれないほど豊富なアイコンを揃えた 「FLAT ICON」	102
動画作成は3つの要素を組み合わせるだけ	104
誰でもできる簡単な動画作成の手順	106
相手の趣向に合わせた演出を入れる	108

## 第5章

# アペンディックスで 完璧な資料に整える

アペンディックスがあって 初めて完璧な資料になる	112
4大要素を押さえれば質問されても怖くない	114
すべての質問を洗い出すから アペンディックスは数百ページに	116
膨大な競合資料は単純作業化で効率よく作る	118
アペンディックス作成の苦労は 2つの形で報われる	120



## 第6章

# 相手を安心させる プレゼンのコツ

視線を誘導し、思考をコントロールする	124
相手の疑問を先回りして回収する	126
膨大なりサーチ結果を見せながら説明する	128
プレゼンは練習の積み重ねが自信に変わる	130

## 第7章

# 68の新規事業を生んだ 企画脳の作り方

日常生活に企画のネタは 転がっている	134
企画者にとって 情報こそが最強の武器	136
情報は記憶に定着させて 初めて生きた情報になる	138
情報は整理して発信する	140
欲しい情報は自動的に 入ってくる仕組みを作る	142

情報を漏れなく送ってくれる 「Google アラート」	144
世間の興味と自分の興味を一覧できる 「Google ニュース」	146
気になるメディアの情報だけを拾える 「ニュースパス」	148
アイデアは「0 → 1」でなく 「1 → 10」で生み出す	150
アイデアが生まれやすくなる ビジネス思考の鍛え方	152

## おわりに

情熱と精神力で社会を変える	154
---------------	-----