

企画とは

「決めること」

である。

はじめに

「うちも面白いことやんなきゃいけないと思うんだよ。何かいい企画ないかなあ。何かこうパツと新しくてさ、みんながワーツと注目して、売上がグツと上がるような、いい企画を考えてよ。」

こんな風に、上司やクライアントから無茶振りされたことはありませんか。企画を考えて、と言われたから「まずは企画書を書かねば」と、パソコンを開くもの何も思い付かない。何とか書いた企画書を提出すると「うーん、いやー、悪くないんだけどさー、なんていうかさー、こういうんじゃないんだよなあ」と却下されてしまう。「なんだそれ」と心の中でツッコミつつ、こんなやりとりを繰り返していく。そのうちにもう何も思い付かなくなってしまった。こんな経験をした人は多いのではないだろうか。

そもそも、「企画」という言葉にどのようなイメージがあるでしょうか。就活生

の方だと、「何となく楽しそうな仕事」というイメージを持っていて、「企画職」を志望している人もいるかもしれません。また、「企画」と名のつく仕事に就いたものの、言葉のイメージとはほど遠い現実に失望したり、企画することに苦手意識を抱いてしまった方もいるでしょう。先ほどの例のように、上司やクライアントから指示されたとき、少しハードルが高くて面倒くさい作業だと感じるようになっていくかもしれません。

拙著『人がうごくコンテンツのつくり方』の出版後、「コンテンツをつくる以前に、そもそもどんなコンテンツにするか、企画が思い付かないんだよ。どうしたら企画力をつけられるか教えてほしいんだよね」と言われることが増えました。他にも「センスのある企画はどうしたら思い付くのか?」といった質問や「いい企画を出しているはずなのに、ぜんぜん通らない」といった悩みなど、「企画」について知りたいという声をいただくことがあります。

詳しく話を聞いていくと、相談をしてくださる方と私とでは、「企画」についての認識が違うということに気づきました。彼らは共通して、企画とはいわゆる「い

「企画を思い付くこと」だと思っていて「自分にはそういった先天的な才能がない」と考えていました。

私は企画とは、「決めること」だと思っています。厳密に言えば、「何かを実現するまでの過程で決まった結果」に過ぎないと考えています。ですから、企画には「先天的なセンス」も「神がかったひらめき」も必要ありません。「決める」だけで、企画になります。

「企画」ということを改めて考えてみよう、企画について書かれた本やブログを読み漁りましたが「アイデアを生むコツ」が書かれているものが大半で、「企画＝アイデア」でした。私は「アイデア自体には価値がない」と考えています。アイデアは世界中で毎日生まれています。そしてそのほとんどは誰にも認識されることなく消えていきます。認識されなかったアイデアはこの世になかったのと同じです。アイデアは「世に現れたときに価値を生むもの」で「可視化された価値が企画」です。「企画すること」はどんな人でもできます。企画とは「人生そのもの」だからです。このような言い方だと「急にどうしたんだ？」と感じてしまいますよね（笑）。大げ

さに聞こえるかもしれませんが、「生きる」ということは、大小さまざまな選択から「決めること」の連続です。決めることで「結果」がありますし、決めないと失敗することすらできません。決めることで企画として可視化され、価値を生み、人生は豊かになります。

ちよつと意味が分からないですよ。私もこの本を書いていくうちに、この結論にたどり着いたので、クイズの答え合わせのような感覚で読み進めていただければ有難いです。

今、日本では「企画する人」が極端に足りていないようです。周りの経営者の方々は「今、欲しい人材は企画して実行する人」だと口を揃えて言います。「企画する人」が優秀なわけでもないですし特別なわけでもありません。単純に不足しているのです。みんなが欲しがっている「企画できる人」にも簡単になることができます。本書では、企画という概念の整理から、ビジネスにおいて企画をするうえで必要な考え方、そして企画をするためのテクニックや思考法まで、幅広くカバーしたつもりです。「たくさんの方に読んでもらいたい」という下心もありますが、様々な

立場やフェーズから考えることで解像度が上がり「企画者」としての力が備わると
思います。

また、「分かりやすく読みやすく」を意識しましたので、「企画」について造詣の
深い方には退屈なところもあるかもしれませんが、あたためて「言語化されたもの
をインストールし直す」のもいいものだと思いますので、お付き合いいただければ
幸いです。

私は「企画」という本を書くということを「企画」しました。

本書が、人生をより豊かにする一助となれば幸いです。

はじめに.....002

序 章

企画とは何か

企画を再定義する.....016

企画Ⅱ「アイデア」という誤解.....020

「いい企画」なんて存在しない.....022

だから休日が企画.....025

「企画」とは人生そのもの.....027

決めることが価値を持つ時代.....029

制約が企画を生む.....031

企画とマネタイズはセット.....034

「企画」と「コンテンツ」と「メディア」の意外な関係.....037

第 1 章

生まれる企画

インプットしまくるだけで一流の企画者に……

「他人の思考を借りて」ラクにインプット……

15分の雑談でテクノロジーの恩恵を受ける……

現場でインプットはコスバがいい……

Twitterでラクに共感調査……

マスの空気感はテレビ10倍速で得る……

「情報ターミナル」になればもっとラク……

企画をストックすれば天才を装える……

「量が質を生む」もうひとつの意味……

067 063 058 055 053 050 047 044 042

第 2 章

人と企画

第 3 章

伝わる企画

「ユーザー」なんてこの世にいない	072
企画の要は「人起点で結び付ける」こと	075
感情無視で「とんでも企画」	079
人だけで企画になる	082
人は「自分以外を決めつけて安心する」生き物	086
やっぱりゴシップが好き	089
人は損をしたくない生き物	093
近年の日本は「孤独」と「デフレ」がテーマ	094
人を巻き込む	099
「フリ」のある企画とない企画	107
「みんなが知っている」は大きな資産	111
自分をペルソナにする	113

「置き替える」という最強の企画手法	116
ひとつだけ何かを置き替える	116
まるごと置き替える	118
主語を逆転させる	121
「違和感」しか気にならない	124
内容なんかより「画」で勝負	126
「参加型企画」は「参加させられる企画」	130
「世界観」という衣装	133
企画＝言葉	138
ダジャレから始める	139
パワーワードを使う	140
最強のパワーワードは「今」	143
漢字・ひらがな・カタカナ・アルファベットのバランス	145
企画は言葉で資産になる	149
困ったときの応急テクニク8選	151
4つの普遍欲×関係ないもの	152
「ランキング」と「2択」が最強のシステム	153
ライバルをつくる	156
とりあえず高くする	157

第 4 章

進む企画

とりあえずくくる	161
数で魅せる	163
人を「記号化」する	164
「企画すること」を企画にする	167
ネットコンテンツでこれから企画すべきこと	169
SNSコンテンツで変化が起きている	173
自分の企画を歴史にする	175
企画は「世に出すこと」で価値が出る	180
どこまでが企画なのか	181
何が何でも世に出す	186
人が介在すればするほど、企画は変わる	188
共犯者は宝物	190

企画をぐいぐい進める10の話	192
巻き込む人を決める	192
相手の脳内に映像を浮かばせる	195
企画書は「読ませるもの」ではなく「見せるもの」	198
仮タイトルは(仮)じゃない	201
とりあえず寝る	203
答えがないのが企画	205
企画は腐る	207
とりあえずググる	208
観測気球を打ち上げる	210
実現率が倍増する「先回り思考」	214
エゴサで渦へ飛び込む	216
分析するのは当たったときだけで	219
企画者としてのプライド	221
企画本位で進める	223

第 5 章

企画を受け取る

企画は共同作業.....	230
全レイヤーの目的を共有する.....	232
こだわりを見極める.....	236
ダメなものはダメ.....	239
「面白い企画」ってなんだ.....	242
「昔やったから」は最悪の断り方.....	244
インプットがないとジャッジできない.....	246
企画者をコスバよく働かせる方法.....	248

第 6 章

企画力の正体

企画力とはシステムである	254
企画力① インパクト力	256
企画力② 結び付け力	259
企画力③ 多産力	261
企画力④ 巻き込み力	265
企画力⑤ やり切り力	267
実績は企画力の証明ではない	270

おわりに	276
------	-----