企画書の作成ガイド

企画書は、アイデアを形にし、関係者の理解と承認を得るための重要なツールです。

効果的な企画書の構成と内容について、ステップバイステップでご紹介します。

背景・現状認識

市場動向・社会情勢

現在の市場環境や社会的背景を簡潔に説明します。

現在の課題・ニーズ

解決すべき問題点や市場ニーズを明確にします。

現状の取り組みや失敗例

これまでの対応策や失敗から学んだ教訓を共有します。

市場分析

市場規模

数値データを用いて市場の大きさを示します。

ターゲット市場

主要顧客層の特性や行動パターンを分析します。

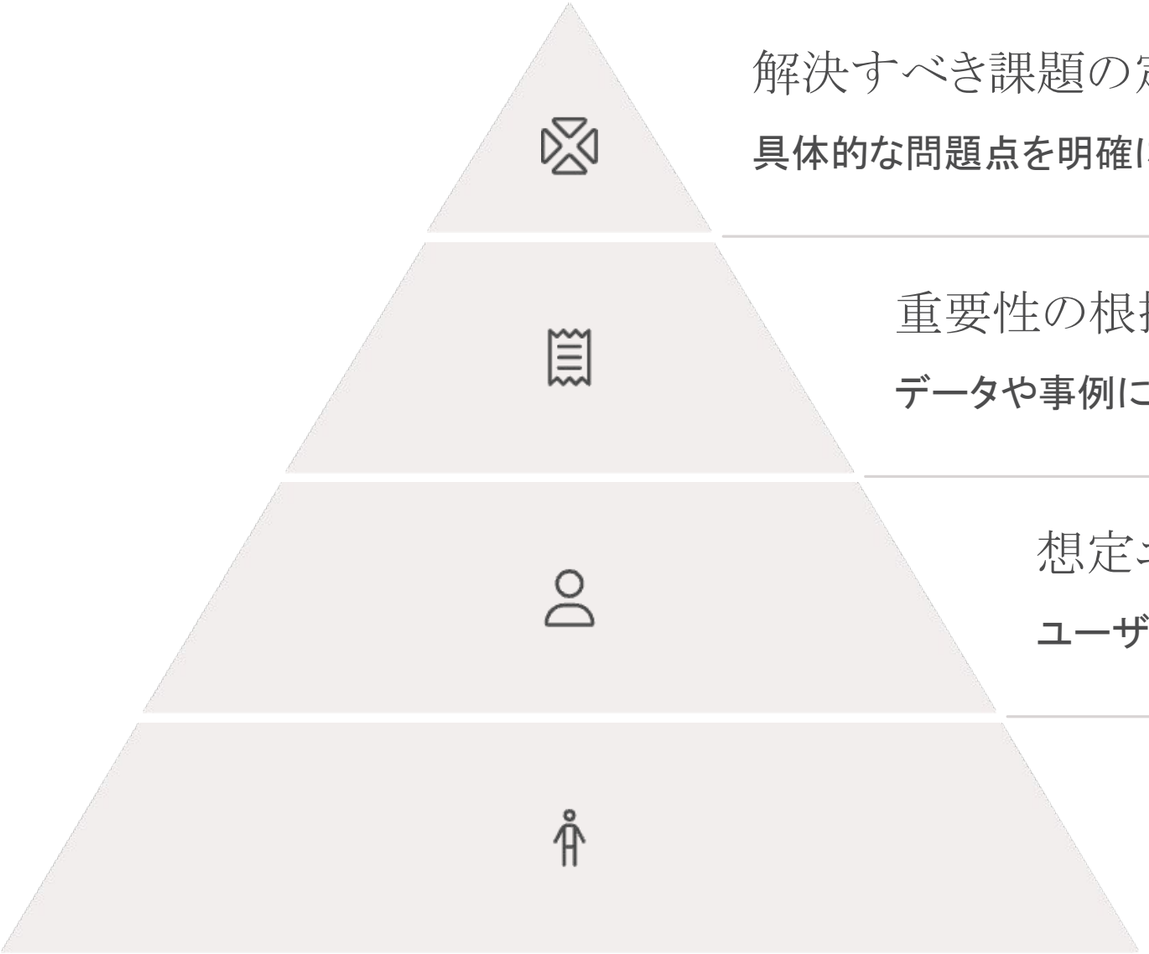
成長予測

今後の市場トレンドや成長可能性を予測します。

競合分析

SWOTやポジショニングで競合との差別化を明確にします。

課題の定義と仮説



解決すべき課題の定義

具体的な問題点を明確に定義します

重要性の根拠（エビデンス）

データや事例に基づく課題の重要性

想定ユーザー行動・インサイト

ユーザーの行動パターンと潜在的ニーズ

ペルソナ設定

具体的なターゲットユーザー像

解決策の提案

1

企画の目的・全体像

提案する解決策の概要と達成したい目標を説明します。

2

LLM活用方法

ChatGPTなどの最新技術をどう活用するかを具体的に示します。

3

差別化ポイント

競合との違いや独自の価値提案を明確にします。

4

実現性

技術的・時間的・法的観点から実現可能性を検証します。

実施体制とスケジュール

必要な人員構成

- プロジェクトマネージャー
- エンジニア
- デザイナー
- マーケティング担当

フェーズ別計画

- PoC（概念実証）
- MVP（最小実行製品）
- 本格導入

マイルストーンとKPI

- 各段階の達成目標
- 測定可能な成功指標

予算計画とリスク管理

初期費用

開発・環境構築にかかる費用

ランニングコスト

継続的な運用にかかる費用

リスクと対策

技術的・法的リスクと対応策

ROI試算

投資対効果の予測

期待効果とまとめ

定量的・定性的な期待成果

具体的な効果予測

スケーラビリティと応用性

将来的な拡張可能性

求める協力・承認事項

具体的なアクションリクエスト