

フルーツのまちづくり講座 その2：まとめ

「企画書の書き方」講義＋ワークショップ

■概要/日時：平成 29 年 11 月 28 日(火)19:00～21:00、会場：「レンタルスペース花彩」、
参加者：13 人、参加費：1000 円（お菓子・フルーツを食べながら）

■構成/講義とワークショップで学んだ。講義のあと参加者は3グループに分かれ、あらかじめ参加者が出した企画のなかから事務局が選んだ案を課題に、検討し、企画書にするまでを試みた。最後に発表し、講師からアドバイスをいただいた。課題に合わせたイラストを講師が用意しており、企画書に活用した。

.....



講師：児玉敏昭(こだまとしあき)さん

(株)あえもん 社長。デザイナー、商品開発、WEBサイト構築、クラウド型予約受付システム運営など業務は多岐に渡る。(一社)紀の川フルーツ・ツーリズム代表理事でもある。百貨店や流通・製造業勤務があり、年に200枚の企画書を書いた経験を持つ。

<講義>

手段ばかりの企画書はダメ、企画意図を伝えよう。

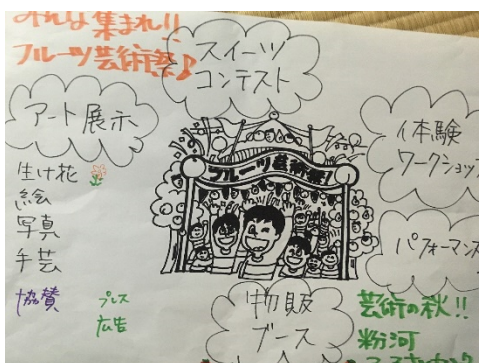
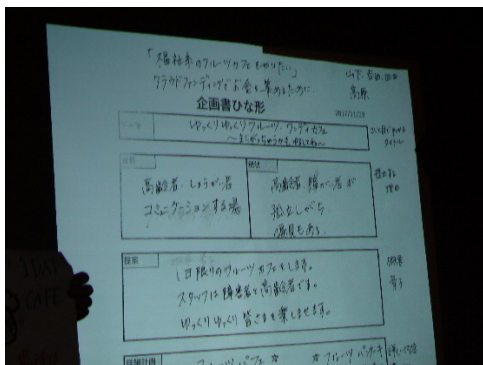
企画書は企画を通すためのものではない。通そうとすると自分の思いばかりが走り、客観的な目線がなくなる。企画書は、企画意図を理解してもらうものだ。書き方のコツとしては、①わかりやすく②客観的に③コンパクトに、が大事。

わかりやすくするためには、6W2Hの法則が基本。(Why なぜ、Who 誰が、Whom 誰に、What 何を、When いつ、Where どこで・どこに、How どのように・どうやって、How much いくらで・予算)昔は5W1Hだったが、今はWhomとHow muchが加わった。これを意識して言葉を選ぶこと。そして図や表を使って“見える化”する、イラストや写真など使った方がいい場合もある。

客観的に書くためには、慣れることもあるが、書いたら時間を置いて見直す、そして他の人に見てもらうといい。つまり一夜漬けではダメということだ。慣れていない人はとにかく少しでもいいから何か書き始めて、見直していくこと。よくあるのは「目的」と「手段」がひっくり返ってしまっている企画書。手段、つまり「どうしたいか」ばかりが先にあり、「何のために」が書かれていない企画書は企画意図が届かない。

企画書にフォーマットは無いので自由だが、コンパクトにA3の紙1枚で伝えられるように、とよくいわれる。

<ワークショップ>



ミカンチーム

課題：「福祉系のフルーツカフェをやりたい」クラウドファンディングでお金を集めるために企画書を書こう。

イチゴチーム

課題：「和歌山線などにフルーツの試食販売隊を」交通機関に理解を促し、協力をいただくために企画書を書こう。

キウイチーム

課題：「フルーツ芸術祭をやろう」そのための場とアート作品などを市内から募集するために企画書を書こう。

3チームは各課題に取り組んだ。企画書ひな型を使い、講師のイラストを利用しながら企画内容を発表した。素朴な思いつきが、企画意図をきちんと伝え、スケジュールまで見通して整理されていった。ここでは、発表に使ったものの紹介にとどめ、詳細は割愛する。

■企画内容を詰めていく段階で話が膨らんで大笑いや激論もあり、どのグループも「書く」時間が無くなってしまいました。でも、企画することの面白さを知り、企画書を書くツボと段取りは分かったと思います。「いままで企画書は一人で悩んで書いていたが、こうして何人かでワイワイ書くのはいいなあと思った」「もっと難しい内容かと思って来たが、とても楽しかった」などの感想がありました。市外からのご参加もあり、初めて同士が仲良くなったひとときでした。会場に駐車場がなく市役所からの送迎となりご不便をおかけしましたが、古民家の持つ雰囲気が高評価でした。(事務局)