

仕事と企画すること

企画というとたいへん難しいもの、あるいは一部のスタッフだけがする仕事と考える人がいます。しかし、けっしてそういうものではありません。たしかに企画には、新規事業企画とか新製品企画など会社全体を動かすようなものもありますが、それだけを指しているわけではないのです。

例えば日々の仕事のなかでは、「それならこうしよう」と口頭で確認し合い問題解決する場合がありますが、問題解決策やその手順を書類にまとめることも少なくありません。特に初めて取り組む解決策で、しかも多くの人に関係するものであれば、解決策の目的、手順、役割分担などを明確にしないと、共通の目的に向かって動くことができません。このときに必要なものが“企画する力”であり、できあがった書類が“企画書”なのです。

そう考えると企画する機会や必要性は、普段のなかにたくさんあるのではないのでしょうか。だから企画する力を学習するにあたり、もしあなたが「企画とは特別なこと」「特定の仕事をしている人にだけ必要なもの」と考えているのなら、その考え方を改めることから始めなければなりません。

企画することの本質は「考えること」そのものです。世の中に考えずに済ますことができる仕事はありません。仕事をするとは考えることと言ってもよいのです。だから企画する力はすべての人に必要なものなのです。

企画するとはどんなことか

Q1

あなたの目の前に他の人が作った企画書があり、現状、目的、解決方法と手順、実施する上での費用、期待する効果などが書かれています。あなたは、企画書に書かれていることのなかで、まずどの部分を見ますか？ また、その理由は何ですか？

上記に対する回答は、あなたが企画書を作るときに何を大切にしているかを表しているとも言えます。Q1について、順を追って考えてみましょう。

(1) “企画”にはどんな意味があるか

“企”は、「くわだてること」「計画すること」ということを表します。くわだてるには「爪先立つ」^{つまさき}、「思い立つ」、「もくろむ」などの意味があります。また“画”には、「はかりごと」「もくろみ」という意味があります。

つまり、“企画”とは、くわだてること、たくらむことです。しかも「爪先立つ」のように、かかとをあげて遠くを見る、遠くを望むという意味があるのです。だから、企画とは現状より少し先のことを考え、あることを実現するためのものということになります。

「たくらむ」というと、悪だくみという言葉があるように、良くないこととして使われる場合もあります。しかし、悪だくみは“悪巧み”と書き、“企”や“画”とはまったく無縁のものです。

企業の“企”も同じ意味です。“業”は「仕事」とか「つとめ」という意味ですから、企業活動とは、本来、何かや誰かの役に立つために「くわだてる」ことです。そしてもちろん、その企業の一員であるあなたにも、何かの役に立つために「くわだてる」ことが期待されます。だから、前項で述べたように、企画することは一部の人にだけ必要なものではなく、すべての人にとって自分の仕事のひとつと考えなければならないものなのです。

(2) 企画を構成する要素とは

「企画とはくわだてること」という考え方を理解したとしても、それだけで企画できるわけではありません。まずは、企画の中身として何が必要かを明確にしていきましょう。企画の基本的な要素は、次の3つです。

① 目的

その“くわだて”は、何を解決・実現しようとしているのか。すなわち「何のために」という目的を明確にする。

② 課題

①を達成・推進するために「何に取り組めばよいのか」と課題を設定する。

③ 行動計画

②を進めるために「どのような手順で実行するのか」と行動計画を立てる。

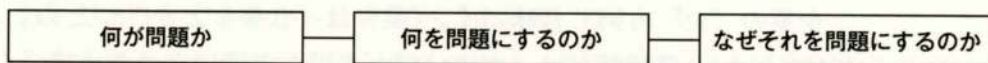
Q2 前記の3つを見て「〇〇と同じではないか」とか「〇〇と似ている」と思い浮かぶものはありませんか？ ここまでの学習を振り返り、思いつくことを記述してください。

□ ①その企画は何を解決・実現するためのものなのか

「これは問題だから何とか解決しなければならない」とか「何とかこんなことを実現したい」という思いがないと、企画そのものが始まりません。

では、そのような思いの背景にあるものは何でしょうか。それは、現在の仕事や今後に対する高い問題意識ではないでしょうか。そう考えると企画は特別なことではなく、日々、問題意識を持って仕事に取り組んでいけば、おのずと生まれてくるものと言えそうです。

ここで第3章第2節で学習した問題の定義について振り返ってみましょう。問題の定義とは、



の3つを明確にすることでした。

Q3 「これを解決・実現するために企画しよう」という企画のテーマに至るまでにどのような思考プロセスがあると思いますか？ 問題の定義（P24）を参考にして考えてください。

企画のテーマが設定されるまでには「**さまざまな事象や状況の中から、これを特に取り上げて取り組めば、この問題を解決できる**」という思考プロセスがあると考えられます。すなわち、企画の「目的」は、問題解決のプロセスである「問題との出会い」→「問題の状況把握」→「問題の定義」の流れのなかから導き出されるものなのです。

□ ②企画テーマを達成・推進するために、何に取り組めばよいのか

目的を明確にすることによって、何を目指しているのか方向性を表すことができます。ただ、方向性だけでは具体的とはいえません。

次は方向性に沿って企画テーマを達成・推進するための“課題”を設定することが必要です。課題は実際に取り組む事柄であり、その設定の仕方によって企画テーマを達成・推進できるかが左右されます。もし課題が企画テーマの方向性から外れていると、不十分な結果になりかねません。

適切な課題を設定するには、解決・実現しなければならない問題の本質を理解することです。本質を理解するとは、問題を深く掘り下げ、根本にあるさまざまな問題点を明らかにすることであると、第3章のCase 4を通して学習しました。振り返って確認してください。

□ ③課題をどのような手順で実行するのか

課題が設定できたら、次は「どのような手順で行うか」の行動計画です。行動計画の骨格は、日ごろよく使っている“5W2H”が基本です。

「なぜ」は、すでに目的の段階で明確になっており、特に重要なものは、「誰が」「何を」「いつ」「どのような方法で」「費用は」の“3W2H”です。

●5W2H

誰が	[Who]
何を	[What]
なぜ	[Why]
どこで	[Where]
いつ	[When]
どのような方法で	[How to]
費用は	[How much]

以上のことから、企画の3要素は「問題解決の基本プロセス」をていねいに進めていくことによって、明確になっていくということがわかります。解決したい問題や実現したい事柄があり、それをいかにして達成しようかと方法を考え、具体的に計画することが企画なのです。

(3) 目的が企画の命

Q1について、あなたはどのように答えたでしょうか。実は、「その企画は、何を解決・実現するためのものなのか」という「目的」に注目してもらいたいと考えての設問でした。

企画を構成する3つの要素はすべて大切です。ただ、そのなかで「何のために」という目的が特に重要であり、それは企画の“命”なのです。

企画では、「なぜそれを行うのか」を明確にすることがたいへん重要です。「なぜそれを行うのか」は、企画者の思いであり、その背景にある問題意識そ