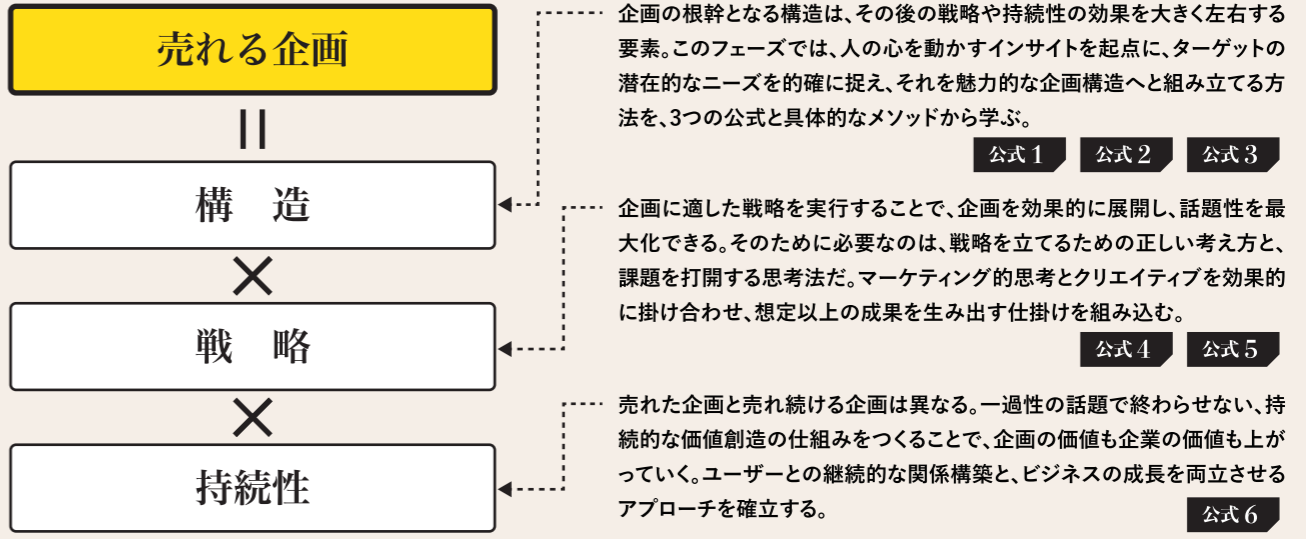


話題になる企画、ならない企画

ヒットの打率を上げる理由がある「企画の方程式」攻略講座

ヒットクリエイターが実践する“6つの公式”を紐解き、再現可能な企画力を体得する

“売れる”企画の方程式



公式1

話題になる企画の構造

世の中で話題を集めている企画には、共通の構造がある。始めに、ヒット作を生み出し続けるトップクリエイターの事例分析を通じて、企画とは何か、どうあるべきかといった本質を理解し、既存の枠組みを超えた企画を生み出す手法・視点を学ぶ。

元『週刊少年ジャンプ』編集長
Dr.マシロの最強企画術

鳥嶋 和彦
株式会社ブシロード
社外取締役

門外不出
僕の映像ディレクション秘伝

中島 信也
東北新社OND
CM Director

文脈を読み解き、
文脈を再構築する力

水口 克夫
株式会社Hotchkiss
代表 / アートディレクター

公式2

人の「心を動かす」インサイトの見つけ方

購買意欲や感情を引き出すには、ストーリーが必要だ。そのためには、顕在化したニーズだけでなく、人々の深層心理に潜む本質的な欲求を見抜くスキルが欠かせない。ヒット商品を生み出してきたクリエイターたちの経験から、潜在ニーズを的確に捉えるためのインサイト発掘術を身につける。

欲しい!をつくる『おもちゃ流企画術』から学ぶ企画の公式

大澤 孝
アイデア総研 代表

電信柱の陰から見てるタイプの企画術 永久保存版

福里 真一
ワンスカイ
Creative Director

顧客ストーリーから考える
コンセプトメイキング

細田 育英
ソニーデザインコンサルティング
Senior Designer

公式3

話題性を生む企画フレームワーク

企画の価値をどのように伝えれば人々の心に響くのか、実践的なフレームワークを学ぶ。売れる企画の中でも、特に重要な「違和感」「共感」「物語」の要素を理解し、それらを効果的に組み合わせる手法を習得。

『売れる』クリエイティブを生む30の法則

小西 利行
POOL INC.
Creative Director

越境したいマーケター・クリエイターのためのビジネスデザイン力養成講座

今井 裕平
kenma Inc.
Business Designer

ストーリー性をもった映像の企画と演出

早川 和良
FIELD MANAGEMENT EXPAND 会長
CM Director

公式4

バズらせるコンテンツ戦略

いい企画を作るだけでは不十分。人々に認知してもらい、共感を呼び起こすクリエイティブやコンテンツであることが絶対条件だ。誰もが拡散力を持った現代においては、メッセージの拡散力が重要視される。拡散のメカニズムを理解し、戦略的な話題づくりのスキルを身につける。

バーガーキング
クリエイティブ手法の裏側

野村 一裕
株式会社ピーケージャパンホールディングス
代表取締役社長

面白法人カヤック流の
つくり方

柳澤 大輔
面白法人カヤック
代表取締役CEO

どう伝えるか?の科学
クリエイティブサイエンス

松井 正徳
コピーライター
クリエイティブサイエンス合同会社代表

公式5

企画を形にするプロセスでも仕掛ける

企画アイデアは、実装プロセスで成果が大きく変化する。マーケティング×クリエイティブの思考術で、企画の打率を飛躍的に高める実践手法を解説。実装における壁の破り方や、理論を実践に移すための具体的なステップを体得し、アイデアの価値を最大化させる。

マーケ×クリエイティブの二刀流で、打率を10倍にする方法

中村 洋基
PARTY
Creative Director

コピーライター尾形真理子の「自問自答120分」

尾形 真理子
Tang
Creative Director

事業開発に欠かせない『N=1発想法』

野崎 互
スマイルズ
Chief Creative Officer

公式6

話題性と継続性を両立させる

一時的な話題づくりから、持続的なブランド構築へ。単なる「バズり」を超えて、文化を創造する企画とは何か。第一線で活躍するクリエイターの哲学と領域を拡張する手法を学ぶ。これからの時代に必要なスキルや姿勢を理解し、長期的な視点でのヒットメーカーを目指す。

越境するクリエイティブディレクション
そのプロセスと考え方

佐藤 可士和
SAMURAI
Creative Director

デザインだけをやっていても生き残れない

千原 徹也
れもんらいふ代表
クリエイティブディレクター

デザイン・オルタナティブ
~世の中にチャームングに異を唱えよ~

箭内 道彦
風とロック
Creative Director