

# 企画づくりのプロセスシート

グループ名：すっかい

## STEP.1 課題へのアプローチ

【どんな地域課題があると思う？】  
ツールがあっても活用できていなく、隣の祭りですら知らない。

情報を発信していない

自己満で終わっている。  
発信した気になっているだけ。

それはどうして？

それはどうして？

## STEP.2 企画づくり手順

【課題解決へ向けての取り組みは？=企画】  
南陽市の宣伝部を作る！

<h3>企画への思い</h3> <p>俺がインフルエンサーになる!!</p>	<h3>背景 (地域課題)</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報が足りない。</li> <li>・ フェイスブックやHPなどのツールを有効活用できていない。</li> </ul>
--	---

### マーケティング分析

【社会の流行・人の気持ち】

- ・ インターネット、SNSの普及。
- ・ 南陽市のユーチューバーがない。

### ポテンシャル分析

【資源 (強みと弱み)】

- ・ PCに強い。
- ・ めがねが多い (度が強い)
- ・ 動画配信のノウハウが無い。(弱み)
- ・ 引き出しが多い。(みんな仕事別々)
- ・ インターネットに慣れ親しんでる。スマホ世代。
- ・ 時間、転校に左右されない。

### コンセプト・ミッション

- ◆目的  
新しいことにチャレンジし、外と中のネットワークをつなげる。
- ◆目標  
南陽市の魅力に気づく場、全国の人との交流の場を作る。
- ◆ねらい  
宣伝部を作る。

### 事業計画 (スケジュールと役割)

9月10日……沢山の意見を聞いて内容を詰める。  
10月……予算案完成。  
12月……動画を最低10個上げる。(目標)

※最低1ヶ月に1動画作成。

★ひとりよがり、思いつきの企画 (分析やミッションのない企画は共感が得られず思いも遂げられない)

## STEP.3 事業企画の6W2H

### WHY : なぜ (目的)

- ◆目的
- ◆目標
- ◆ねらい

同上

### 【事業名・テーマ】

同上

### WHAT : 何を (内容)

- ・ ユーチューブに宣伝動画を上げる。
- ・ 月1で上げる。
- ・ SNSのアカウントの作成。活用。(ツイッター、フェイスブック等)
- ・ 2チャンネルで炎上させる。(有名を勝ち取る)

### HOW : どのように (手段)

- WHO : だれが (主体)** すっかい
- WHOM : 誰に (客体・対象)** スマホ世代、ネット住民
- WHEN : いつ (時間)** 通年
- WHERE : どこで (場所)** インターネット上
- HOW MUCH : いくらで (予算)** 別紙参照