

# マーケティングデザイン やろやせ!

Vol.5  
2025.2  
¥0

経営者視点で考え・動き・作る、マーケティングパートナーなフリーランス「しかけづくり」が小難しくとっつきづらいマーケティングや販促などについてやわらかくお伝えする広報誌です

## 【特集】

# 販促ツールや営業資料の作成、 他人に任せるか？自作するか？

販促ツールや営業資料は、企業の「顔」となる大切な存在です。

ただ、作成方法をどうするか悩むことも多いはず。

「プロに任せて効率的に進めるべきか？」

「自作して自社らしさを最大限表現すべきか？」

それぞれのメリット・デメリットを知ること、

あなたの会社に最適な道が見えてきます。本特集では、

両者の選択肢で直面する課題と、うまくいくポイントを解説します。



## 【おすすめ本】

デザイナーが社内にはない会社やフリーランスのための、販促ツールを作るようになった時に読むと、仕上がりに大きな差が出る本です。



## 【パソコン・スマホ・ネットのおすすめ】 今や主流!? 色々作れる「Canva」

スマホで撮った写真にちよろっと文字を入れたり、チラシなどを作ったりできる無料のツール!



## 古巣主催の展示会にさいたまスーパーアリーナへ行きました

先日、古巣である(公財)埼玉県産業振興公社が主催し、毎年1月下旬に行っている【彩の国ビジネスアリーナ】に行ってきました。当時の同僚や先輩など関係各位に会って半ば新年のご挨拶的な動きをすることが多いんですが…実は今回「とある実験」も兼ねての参加でした。出展企業のサイトを一通り見てから、とある条件に当てはまった企業を10社に絞り逆営業するというものなんですが、ただ訪問するより成果出ますね。



## 【発行・問合せ】

 しかけづくり

TEL : 080-5860-2626

〒330-0856 埼玉県さいたま市大宮区三橋 1-603-4

yamazaki@shikake.info <https://shikake.info/>

f koji.yamazaki.98 X @ShikakeYamazaki @しかけづくり



## 【特集】

# 販促ツールや営業資料の作成、 他人に任せるか？自作するか？

## 完璧な答えはないけれど…

自作の場合、作業に時間を取られすぎたり、クオリティが目標に達しなかったりすることがあります。

また、伝えたいメッセージが散漫になると、期待した効果が得られません。

一方外注では、作りたいもののイメージを的確に伝える難しさや、修正の都度かかる時間とコストが課題です。

どちらを選ぶにしても「完成形のイメージ」を事前に固めることが、こうした困難を減らす鍵になります。

## 目的とメッセージの一貫性 ～いずれにせよ必要なこと～

販促ツール作成の最初の一步は、「この資料で何を達成したいか」を明確にすることです。

顧客にとって何が重要かを考えメッセージを絞り込むと、資料が一貫した強いメッセージを持つようになります。

外注・自作に関わらず、このステップは成果を上げるためには重要なもので、見栄えや雰囲気よりも優先して考える事柄になります。

## 伝えたいことが多すぎて、 まとまらず整理できない時は？

販促ツール作りでよくある悩みの一つが、「伝えたいことが多すぎて整理できない」という状況です。この場合、まずは伝えたい項目を一通り全て挙げてから、(当該ツールを作るそもそもの目的や顧客像、商品別の利益率などの)状況に応じて優先順位を決め、伝えることを絞ることが重要です。

できればアタマの中で考えるだけでなく、何かしらのシートを使って見える化すると、よりスッキリと整理できます。

## 販促ツールを作るための「何かしらのシート」、作りました (無料：詳細は裏表紙にて)

しかけづくりでは、販促ツールの基本となる「何のために・誰に・何を伝えることで・どうしてもらいたいのか？」を、プロセスを含め顕在化するシートを作りました。ぜひ一度ダウンロードして試してみてください！

誰に 何を いつまで に	顧客に関することを思いつくだけ挙げてみよう 属性・状況・レベル感・悩み等・課題・願望・あるあるなど、キーワードを挙げよう	絞り込んでより具体的に つまり、一言で言うと…

## 伝えたいことを一人で考えるか？「壁打ち」を使うか？【告知】

1人で伝え方を考えるのもいいですが、誰かに壁打ち(自分の考えや悩みについて相手に話し、それに対してフィードバックをもらう)してもらうのも、自分にない視点や発見があっていいですよ。しかけづくり(山崎)も、オンラインにて壁打ち相手をするサービスをやっています。

日時要予約・申込は右記の URL から (¥10,000/1h : 税込)

<https://shikake.info/onlinesoudan/>



# 【おすすめ本】

外注さんが作った第一稿に対して、  
ビジネス視点で修正案が出せるように

チラシやバナーなどを作ることになってしまった方に向けて、「デザインの目的は?」「誰に伝えたいのか」など制作前の思考法やキャッチコピーなど、重要事項をまとめている本。バナーやプレゼン資料など会社の業務で必要になることが多い制作物のデザインポイントもビフォーアフターで紹介。

ちなみに著者は Instagram でデザインのコツについて色々発信しているので、要フォローです!



**(特典付き) デザイナーじゃなくてもここまでできる! 会社のデザイン業務困ったさんに贈る本**

著者: むかいさやか

ソフトカバー: 224 ページ

出版社: インプレス (2024/11/7)

ISBN-10: 4295020486

# 【パソコン・スマホ・ネットのおすすめ】

今や主流!? 色々作れる「Canva」なら、自作もカンタン!

名刺・ショップカード・チラシといった紙媒体や、SNS 用画像、プレゼン資料、珍しいところでは賞状やのし袋のテンプレートまである Canva。豊富なテンプレートをカスタマイズしてそこそこいい感じのものをサッと作るには最適なツールです (無料: 有料プランもあり)。

よろず支援拠点でも使い方の相談が多く、セミナーを開催するとすぐに満員になってしまう話題のツールです。

Web (<https://www.canva.com/>) で、

ログインして使えるのはもちろん、ダウンロード版 (Windows/MacOS/Android/iOS 全て対応) も一通り揃っています。「スマホ撮影した写真をちょっと編集して即 SNS」とかができてしまいます。

個人的には、いい感じのフリーフォントがすでに入っているのが使い勝手良くてよく使ってます。



ChatGPT で「PC 初心者向け用語集」を生成~csv ファイルで書き出して、Canva に読み込んで一気に 141 枚の画像を作る…なんてこともできます

# しかけづくりからのお知らせとか事例紹介とか

## セミナー・イベント情報 / 開催報告

開催予定

「無料で集客に効く Web の活用」  
2/17 @ 嵐山町商工会

ホームページがない/更新してない会社や、「行き方が分かりづらい」とよく言われるお店向けに、Googleビジネスプロフィールを中心に、Web活用の入り口を解説するセミナーです。

ちなみにチラシもしかけづくりで制作しています。



開催報告

「コーポレートカラー・フォント/キーイメージの決め方・使い方」  
1/28 @SHARED OFFICE 1000

色やフォント、使用画像をあらかじめ決めておくことのメリットについて触れるとともに、それらを決める際に考えておきたいポイントなどについても解説。

ちなみに本セミナーでの資料は、Canvaで作られています。



過去のセミナーで使用したレジュメはダウンロード可能です！

講師依頼ご検討の際などにご活用ください

<https://www.shikake.info/inquiry/#2>



## 販促ツールを作る前に考えを整理する「DN シート」を作りました！

チラシ等販促ツールを作る際に、載せたいものが多すぎる/何を載せていいかわからなくなった方向けの、思考整理用シートです。

### 主な入力項目

- ・ 作る目的  
(そもそも何をするために作るのか?)
- ・ 全体の営業・販促活動の中での位置付け  
(作るソレは、集客目的か? 顧客への情報提供か? クロージングのためのツールか?)
- ・ 顧客に関すること  
(単なる「40代女性」ではなく、状況や悩み事、レベル感、願望、あるあるなどのキーワード)  
→さらに「これを一言で言うと...?」の欄も作りました
- ・ 商品・サービスに関すること  
(4ステップで顧客目線に伝わりやすいキーワード・コンテンツに仕上げていきます)
- ・ 見た人にどうしてほしいのか?  
(期待する変化や行動: TEL・申込み・拡散・意識など)  
→セミナー時にはよくこれを「オチ」と言ってます。意外とこの要素が抜け落ちている販促ツールが世の中には多く、「ふーん」で終わってしまうことになりかねません。

作るもの		作る目的
全体の営業・販促活動の中での位置付け		
顧客に関すること	顧客に関することを思いっただけ挙げてみよう 属性・状況・レベル感・悩み事・課題・願望・あるあるなど、キーワードを挙げよう	絞り込んでより具体的に つまり、一言で言うところ
	① 商品・サービスをもっと深掘りしよう 顧客のメリット(ベネフィット)、特徴・利便性、他社との違い	② 絞り込んでより伝わりやすくしよう 項目分け・タイトルなどIPPOに合わせて凝縮・添削しよう
商品・サービスに関すること	③ 顧客目線になるようブラッシュアップ 属性・内容・言葉・イメージ・色など	④ 効果的な伝え方を考えよう コンテンツ・ビジネスなどをどう見せる? 他社のやり方なども参考に
	どうしてほしい? ・ どう思うようになってほしい? 見たことで期待する変化・行動(TEL・QR読み込み・申込み・拡散・意識)など	1つしか選べないならば? ズバリ...

DN シート

DNシート (PDF) はダウンロード可能です！

販促ツールの作成時などにご活用ください

<https://www.shikake.info/inquiry/#3>

