



LINE@キャンペーン
ありがとう特典

知識・技術・経験・感性を武器にビジネスをする
女性起業家の必須アイテム

渡すだけで仕事が舞い込む名刺づくり 15のポイント

あなたの強みを言葉で魅せる!
FORTE 代表
売れるコトバクリエイター 石川奈穂

もくじ

はじめに	1
名刺は2タイプに分かれる	2
仕事が舞い込む名刺づくりのポイント～内容編～	4
仕事が舞い込む名刺づくりのポイント～デザイン編～	8
石川奈穂の名刺レイアウト	15
さいごに	17

はじめに

口下手、人見知り、引っ込み思案、営業経験ゼロ…。

起業当初、私は自分で自分を売り込むことに不安しかありませんでした。

でも、やるしかない。

そこで、名刺を武器にして、たくさんの人と会うことを実践しました。

知識、技術、経験、感性を武器にビジネスをする人は、その人そのものが商品です。

つまり、**覚えてもらってナンボ!**なのです。

名刺に関する本を読みあさり、1200人以上の名刺を研究し、風水も少し取り入れて、自分の名刺を作り込んでいきました。

名刺の戦略が功を奏し、6枚配っただけで2人から執筆やコンサルティングの依頼が入るなど、仕事が途切れず、人脈も一気に広がりました。

SNS集客が浸透した今でも、実際に会って人脈を広げる重要性は変わりません。

私が研究、実践し、効果があった名刺メソッドをこのPDFに集約させましたので、ぜひ参考にしてください。

名刺はあなたの分身です!

あなたの魅力と価値を伝える名刺を作り、成功を引き寄せましょう!

名刺は2タイプに分かれる

名刺は、大きく分けて2つのタイプがあります。
あなたはどちらを使いますか？

連絡先カード

社名、部署名、役職名、氏名、住所、電話番号など、単に勤め先と連絡先を書いただけの名刺。

インパクトはなく、「この人、どんな人だったっけ…」「この人、何屋さん？」と思われ、名刺ホルダーで仮死状態になるか、ゴミ箱行き。

会社名で戦うサラリーマンならこれでOK。

渡すだけで仕事が舞い込む名刺

コンセプト、キャッチコピー、コンテンツなどが書いてあり、与えられる価値が明確にわかる名刺。

「メリットある人だな」と思わずにいられないため、「相談したい」「もっと話を聞きたい」と言われ、大切に保管される。

知識、技術、経験、感性を武器にビジネスをする個人事業主におすすめ。

名刺は2タイプに分かれる

渡すだけで仕事が舞い込む名刺を使うと
どんなことが起こるかというと…

相手がすぐに
興味を持ってくれるので、
出合いの質が高くなりました
(ウォーキング講師 S様)

融資してもらいにくい業種でも
銀行の支店長に名刺が渡って
信用が得られ
融資を受けることができました
(エステサロン オーナー T様)

相手が名刺を熟読し始めます!
いったん離れてもすぐに戻ってきて
「詳しく話が聞きたい」と
言ってもらえ商談に繋がりました
(外資系保険会社 O様)

名刺は2タイプに分かれる

つまり、渡すだけで仕事が舞い込む名刺を使うと
説明しなくてもあなたの**魅力**と**価値**が伝わり、
お願い営業をする必要がなくなるのです!

名刺が**勝手に営業してくれる**のです!

実際に、私もこんなことが日常茶飯事です。

- ☑一度に大勢の経営者と名刺交換した数日後、突然電話がかかり、仕事の依頼が。(もちろん私は、その方と名刺交換したことすら覚えていないのに…)
- ☑ビジネス交流会で名刺交換したとたん、熟読し始め、「HP文章で悩んでるんです。添削してください!」とHP監修の依頼が。
- ☑名刺を渡し、講座をやっていることを付け加えたら、値段も聞かずに「講座行きます!」と申込が。

渡すだけで仕事が舞い込む名刺づくりのポイント～内容編～

あなたが**何屋さんか、どんな価値を提供できるのか**がわかる名刺にしよう!



1 コンセプトを書く

短いワンフレーズで、自身のビジネスの特徴、魅力を表したコンセプトをわかりやすい言葉で書きましょう。

最も簡単でシンプルな型：「AをBにする」にあてはめる
(例)あなたの強みをコトバで魅せる!



2 自分キャッチコピーを書く

「何ができる人なのか」、自身の価値を10～15文字前後で表しましょう。

最も簡単でシンプルな型：生み出せる価値 + 職種
(例)売れるコトバクリエイター



3 ターゲットに呼びかける

どんな人を対象にしているかを伝えましょう。
「あ!私のことだ!」と共感してもらえることが重要です。

最も簡単でシンプルな方法 : ターゲットの悩み、欲求を箇条書き



4 商品・サービスを書く

名刺を受け取った人は、「具体的にどんなサービスをやってるの?」という疑問を持ちます。

具体的な商品・サービスを明記すると、仕事につながりやすくなります。

価格の表記は、お試し商品(フロントエンド商品)だけでOK。



5 実績を書く

信頼を得るには、実績を伝えることが不可欠です。
これまで携わってきた具体的な仕事の内容を書いたり、
誰もが「すごい!」と感じる数字(〇%、〇人、〇回、〇円など)で示しましょう。



6 ビジネスプロフィールを書く

過去、現在、未来が伝わるビジネスプロフィールを書きましょう。
プロフィールであなたの人柄、信念、ビジョンを示すことで共感が生まれます。
また、先に自己開示することで、相手に安心感を与える効果があります。

名刺に掲載するときの文字数の目安 : 250文字



7 アクションを促す情報を書く

あなたの名刺を見て興味を持った相手が最後に感じる疑問は、「どうやって連絡とったらいいの?」です。
相手が迷わず行動できるよう、“出口”を明確にしておきましょう。

掲載例 : HP、ブログ、メルマガ、LINE@へリンクするQRコード
Facebookの名前検索バー
「お問い合わせはメールで」などのひと言

渡すだけで仕事が舞い込む名刺づくりのポイント～デザイン編～

名刺を作る時、ほとんどの人が“デザインありき”で考えます。

美しくかっこいいデザインはとても大切ですが、
デザインを考える際に注意すべきことがあります。

それは…

そのデザインは、ターゲットにウケがいいか？

そのデザインは、ターゲットにとって読みやすいか？

そのデザインは、あなたのブランディングに合っているか？

つまり、自分の好みよりも、
ターゲット視点と、どう魅せたいかが重要なのです！



8 プロフィール写真を載せる

おひとりさま起業女性は、提供している商品・サービスと顔を覚えてもらってナンボ。

ブランディングに沿ったファッションで笑顔の写真を載せましょう。
真正面は証明写真のようになるので、すこし斜めの写真がおすすめ。

必ずプロのカメラマンに撮影してもらいます。素人が撮った写真は絶対にNG。

Q 似顔絵でもいいの？

A 写真がベストですが、顔を記憶させるものが何もないよりはベターです。

写真の配置



ターゲットが左脳派なら
名刺の右側に、左向きで。



ターゲットが右脳派なら
名刺の左側に、右向きで。





9 屋号、社名のロゴを載せる

ひとりで起業した場合、ロゴ制作の必要性を感じないかもしれませんが、信頼性を高める意味では意外と重要。
名刺の左上に載せましょう。



10 名前は上下真ん中に

おひとりさま起業女性の場合、名刺の主役はあなたです。
名前は大きな文字で載せましょう。

名刺の上下真ん中のライン上が理想です。
下半分に載せることは避けてください。

名前が読みにくい場合は、ふりがなをつけます。





11 文字の字体は明朝系orゴシック系で

ターゲットが女性の場合：明朝系

ターゲットが男性の場合：ゴシック系

丸ゴシック系はあまりおすすめしません。**ポップ体**は絶対にNGです。



12 文字の大きさは読みやすさ最優先

小さすぎる文字はNGです。

小さい文字がギュッと集まっていると読む気が失せるので、余白を使って読みやすくしましょう。



13 色は3色まで

使う色は3色までに抑えます。

文字は黒が基本。

黒と、写真にある色はカウントしません。

メインカラー : サブカラー : アクセントカラー = 7 : 2 : 1

ブランディングした色と合わせましょう。



14 形は標準サイズで

日本の名刺の標準サイズ91mm×55mmを使います。

名刺ホルダーに入らないサイズは扱いに困るため捨てられます。

アメリカンサイズ(89mm×51mm)、ダイカット、角丸名刺は避けましょう。



15 紙の種類はブランディングで選ぶ

ブランディングに沿った紙を選びましょう。

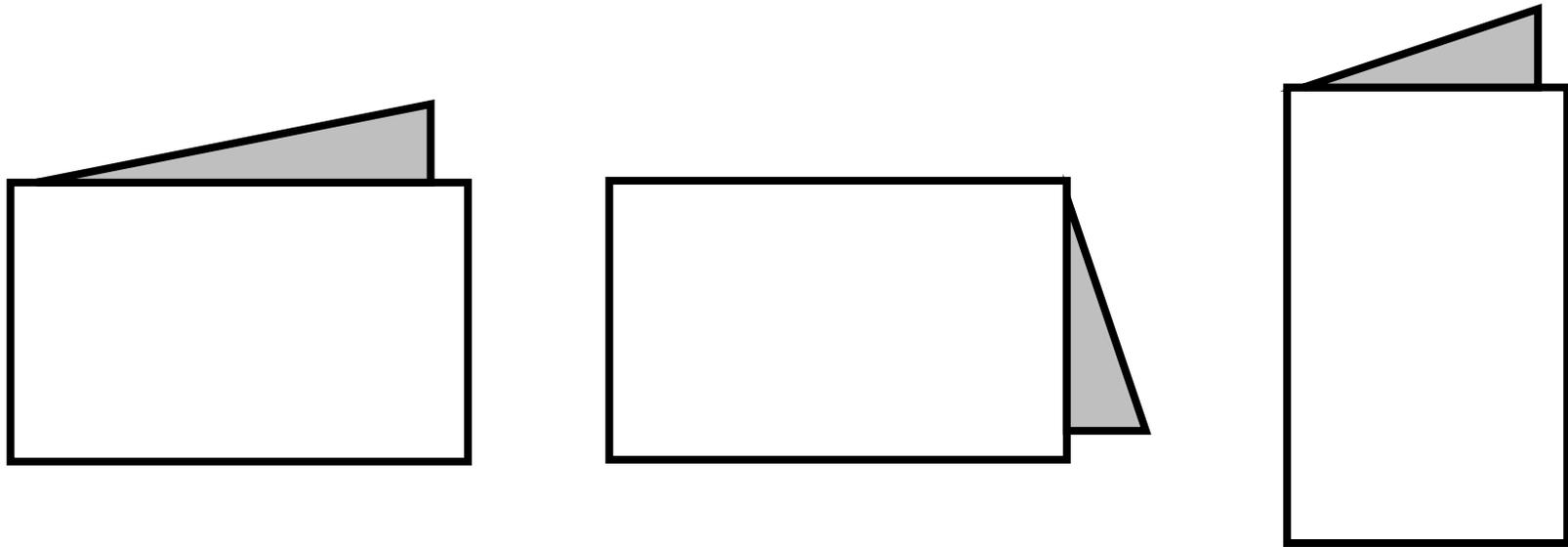
例えば、着付け教室など和をテーマにした職種なら、和紙でもいいでしょう。

色付きの紙は避けた方が無難。白い紙が基本です。
薄すぎる、厚すぎる紙も避けましょう。

渡すだけで仕事が舞い込む名刺づくりのポイント～デザイン編～

15のポイントを読んでお気づきのことと思いますが、これだけの要素を両面に入れることは困難です。

そこで、二つ折り名刺にすることをオススメします。



では実際に、どんな感じでレイアウトを考え、どういう風に各要素を書けばいいのか？という疑問に、次のページでお答えします。

わたくし石川の名刺を見本として掲載しましたので、参考にしてください。

石川奈穂の名刺レイアウト①

見本

私が駆け出しのセールスコピーアドバイザーだった時の名刺です。
当時はまだ写真を載せず、似顔絵を使っていました。
稚拙な部分が多々ありますが、反応が良かったためご紹介します。

ロゴは左上に

表面



コンセプト **何者か**

自分キャッチコピーと
名前は真ん中に

共感

ターゲットの悩みを箇条書き
「私のことだ!」と思わせる

行動を促す
QRコード

出口

安心

ターゲットの悩み、欲求に合わせた
ビジネスプロフィール

これまで手掛けた案件

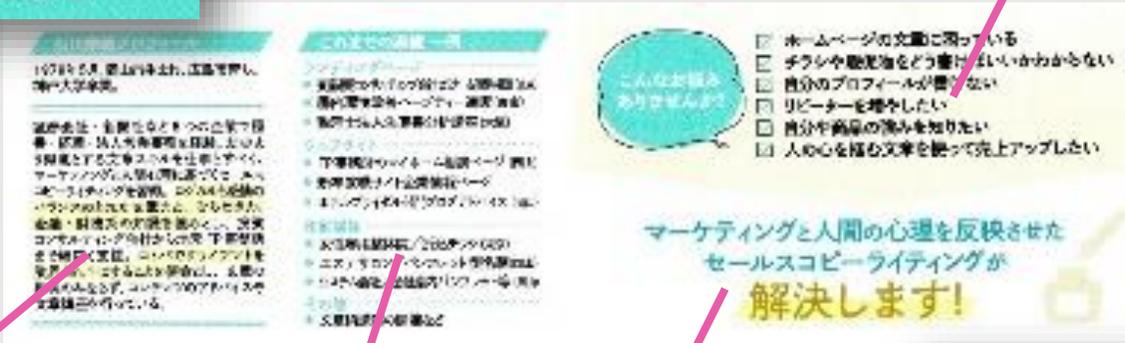
信頼

中面

解決策を提案

**疑問への
先回り**

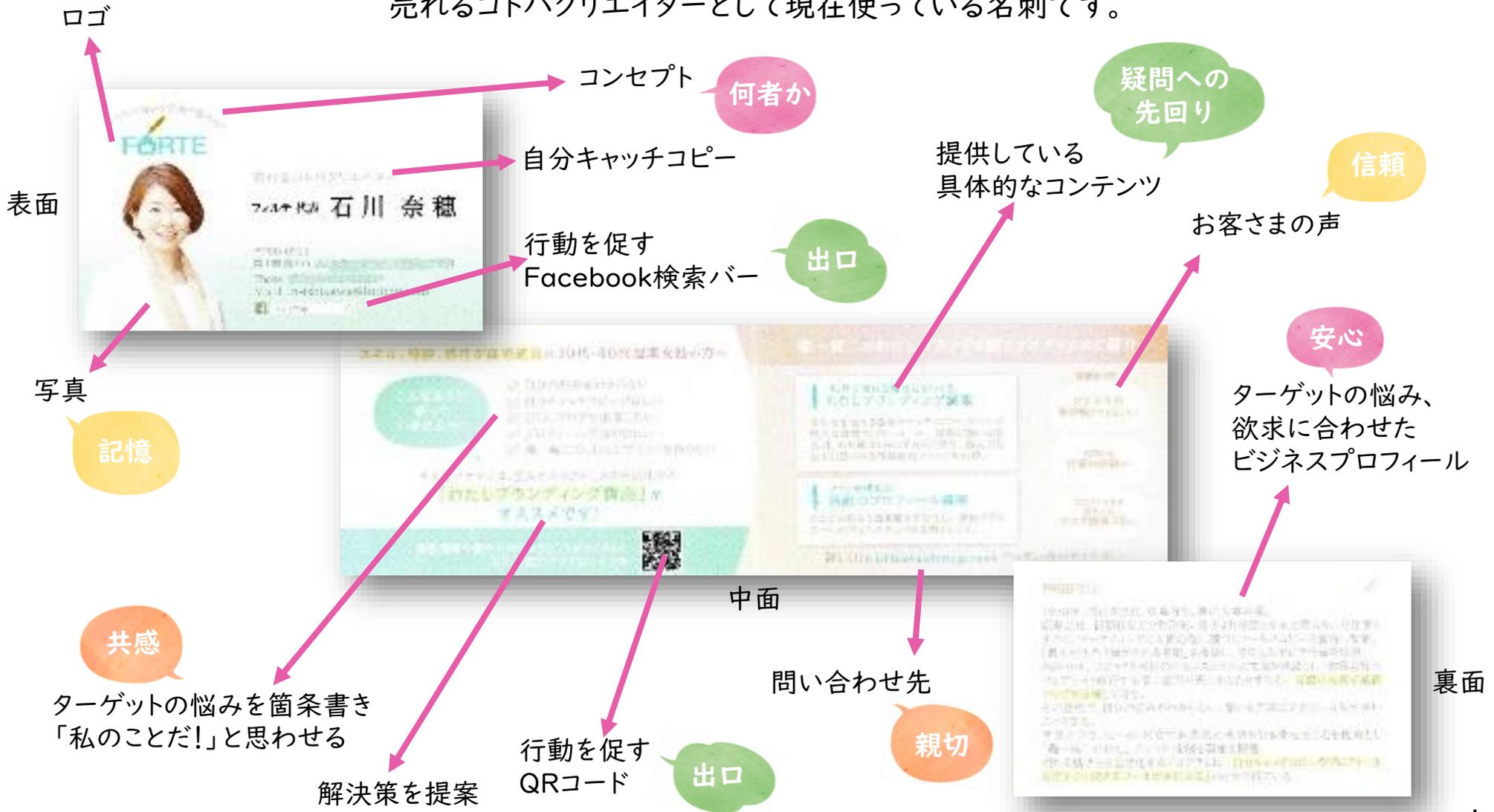
提供している
具体的なコンテンツ



裏面

石川奈穂の名刺レイアウト②

言葉と文章から魅せ方を創り、ブランディングを提案する
売れるコトバクリエイターとして現在使っている名刺です。



さいごに

おひとりさま起業女性にとって、集客は大きなテーマになります。名刺を武器にすることで、リアル集客がとても楽になるので、ぜひ15のポイントを踏まえて名刺を作り込んでくださいね。

名刺はあなたの分身です！

名刺はあなたの「格」を表します！

安っぽい名刺を使っていたら、あなた自身が安っぽい人に思われてしまいます。だから、自分でデザインしたり、自宅のプリンターで印刷したりしてはいけません。

デザインはプロに。印刷は印刷業者に依頼しましょう。

また、これで完成!ということもありません。節目節目で文言の内容とデザインを見直して、ブラッシュアップしてください。

売れるコトバクリエイター 石川奈穂について

1978年、岡山生まれ、広島育ち。神戸大学卒業。

証券会社、新聞社などで勤務後、幼少より得意とする文章スキルを仕事とすべく、マーケティングと人間心理に基づくセールスコピーライティングを習得し起業。

口下手、人見知り、引っ込み思案、営業経験ゼロという社交性に乏しい性格を補うべく「渡すだけで仕事が舞い込む名刺」を構築し、売り込みゼロで仕事を獲得。強み分析、ロジックと感情のバランスがとれた文章を得意とし、建築会社のウェブサイト修正で年間1億円の売上をもたらすなど、文章の技術で業績アップを支援してきた。

その過程で、自分の強みがわからない、想いを文章にできない女性が多いことを知る。コトバの力で30~40代女性起業家の成功を引き寄せることを使命とし「唯一無二のわたしブランド」を創る講座を開催。

売れる魅せ方を言語化するプログラムは、「自分キャッチコピーやプロフィールなどすぐに使えるツールが手に入る」と好評を得ている。

