

TO GAIN CLIENTS WITH A BUSINESS CARD



# 仕事<sup>が</sup>舞い込む 名刺<sup>の</sup>レシピ

知識・経験  
技術・感性を  
ウリにする  
女性起業家むけ

なにから考えたらいいの？  
どうやってつくるの？

名刺づくりには  
手順があります

FORTE 代表  
売れるコトバクリエイター 石川奈穂

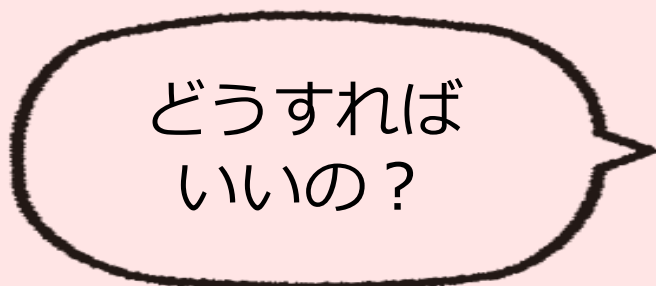
こんにちは！  
売れるコトバクリエイターの石川奈穂です。

このたびは  
『仕事が舞い込む名刺のレシピ』を  
ダウンロードいただき、ありがとうございます。

私は「売れるコトバでつくる わたしブランド  
講座」を主催しております。

その一部を学べる「仕事が舞い込む名刺講座」  
も開催しておりますが、その際、受講生さんから  
こんなお悩みをよく聞きます。

## 「名刺をつくりたいけど どうすればいいかわからない」



「名刺をつくりたいけど  
どうすればいいかわからない」

という漠然としたお悩みの正体は、実は3つあります。

1 つめが なにを書けばいいのか

2 つめが どこに書けばいいのか

3 つめが どう書けばいいのか です。

名刺づくりで困っている方の多くは、

- いきなり「どう書けばいいのか」を考えている
  - はじめからキレイな言葉や文章で書こうとしている
- という傾向があります。

だから、「書けない…」と作業が止まるのです。

## 名刺づくりは、手順がポイント！

仕事が舞い込む名刺づくりの手順を知って、  
集客と売上につなげていただければと思います。

仕事が舞い込む名刺に盛り込む要素はこんなにたくさんあります。

- 会社名、屋号、店名のロゴマーク
- 会社や事業のキャチコピー
- 名前
- 自分につける肩書キャッチコピー
- ふりがな
- 郵便番号、住所
- 電話番号、FAX番号、メールアドレス
- Facebook検索ボックス
- ターゲットへの呼びかけ
- こんなお悩みありませんか/こんな方にオススメ
- 商品・サービスの3つのポイント
- 商品・サービスのコンテンツ
- 各コンテンツの説明文
- お客様の声
- これまでの実績
- 誘導したい“出口”のQRコード
- “出口”へ促す言葉
- ビジネスプロフィール

などなど… 上記に限らず他にもいろいろ！

「小さな名刺に、これ全部書くの??」  
「自分の場合は、どうすればいいの??」  
と思いますよね。

では、次のページから、手順を追って考えましょう！

## STEP 1 なにを書くか を決めましょう！

どの要素を盛り込めばいいのかをハッキリさせれば、名刺づくりがはかどります。  
一覧表を参考に、あなたの名刺に必要な要素を決めていきましょう。

	盛り込む要素	判断基準	あなたの場合は？
1	会社名、屋号、店名のロゴマーク	ある方がベストですが、個人事業主の女性の場合は必須ではありません。	いる いない
2	会社や事業のキャッチコピー	自分の事業のウリを表すワンフレーズはぜひ載せましょう。	いる いない
3	名前	当然ですが、フルネームで載せましょう。	いる
4	自分につける肩書キャッチコピー	「代表」「取締役」以外で、「〇〇アドバイザー」等があると何屋さんか伝わりやすくなります。	いる いない
5	ふりがな	名前が読みにくい場合は記載が必要です。ローマ字でもいいでしょう。	いる いない
6	郵便番号、住所、電話番号、FAX番号、メールアドレスなど	自宅住所を載せたくない女性もいます。その場合は、メールアドレスなど確実に連絡が取れる手段を明記しましょう。	いる
7	Facebookの検索ボックス	Facebookの友だち申請歓迎の意思表示です。ビジネスに使っている場合はぜひ載せましょう。	いる いない
8	ターゲットへの呼びかけ	事業内容がわかりにくい場合におすすめ「〇〇な方へ」と書くことでどんな人を対象にした商品サービスなのかを伝えます。	いる いない
9	こんなお悩みありませんか？ こんな方にオススメ！	事業内容がわかりにくい場合におすすめ。「あ、私のことだ」と思ってもらえます。箇条書きで3つor5つ載せましょう。	いる いない

# TO GAIN CLIENTS WITH A BUSINESS CARD

	盛り込む要素	判断基準	あなたの場合は？
10	事業の3つのポイント	事業内容がわかりにくい場合や、同業他社が多い場合に有効です。ウリ、特徴、同業他社との違いなどを見せることで選んでもらいやすくなります。箇条書きで3つ。	いる いない
11	商品・サービスの名前(コンテンツ)	提供しているコトを具体的に書いて、何屋さんかを伝えます。仕事の依頼につながる可能性が高まるのでぜひ載せましょう。(例：「仕事が舞い込む名刺講座」)	いる いない
12	各商品・サービスの価値を伝える文章	上記の商品サービス名の下に、それを買うことで得られるイイことを書きましょう。50文字程度がおすすめ。	いる いない
13	これまでの実績	成果や効果の実績を数字で示せば、信頼、信用になります。実績が武器になる方はぜひ載せましょう。	いる いない
14	お客さまの声	成果や効果が数字で表しにくい事業の場合におすすめの記載方法です。10~15文字で、3つ程度。	いる いない
15	“出口”のQRコード	HP、メルマガ、ブログ、LINE@、Instagramなど情報発信している場合は、自分のことをより深く知ってもらうために載せましょう。	いる いない
16	“出口”へ促す言葉	遷移先を見ることのメリットが明確でないと人は行動しません。QRコードを記載するなら必要です。(例：「〇〇のコツ配信中！」)	いる いない
17	ビジネスプロフィール	コンサル、コーチ、講師業など、経歴やビジョンが特に重要な事業の場合は載せた方がよいでしょう。ストーリーや価値を伝え、共感と信頼を得ます。	いる いない
18	プロフィール写真	知識、経験、技術、感性を武器にする女性起業家の場合はぜひ載せましょう。名前は覚えてもらえなくても、顔は覚えてもらえます。	いる いない

## STEP 2 どこに書くか を決めましょう！

次はザックリとしたレイアウトを考えます。  
できあがりイメージしやすくなりますよ！

しかし、ここで新たな疑問が発生します。



両面がいいの？  
二つ折りがいいの？

この答えは、  
「要素をどれくらい盛り込むかで決まる」です。

ひとつの目安として、以下の要素を入れる場合は、  
どうしても面積が必要になりますので二つ折りを  
オススメします。

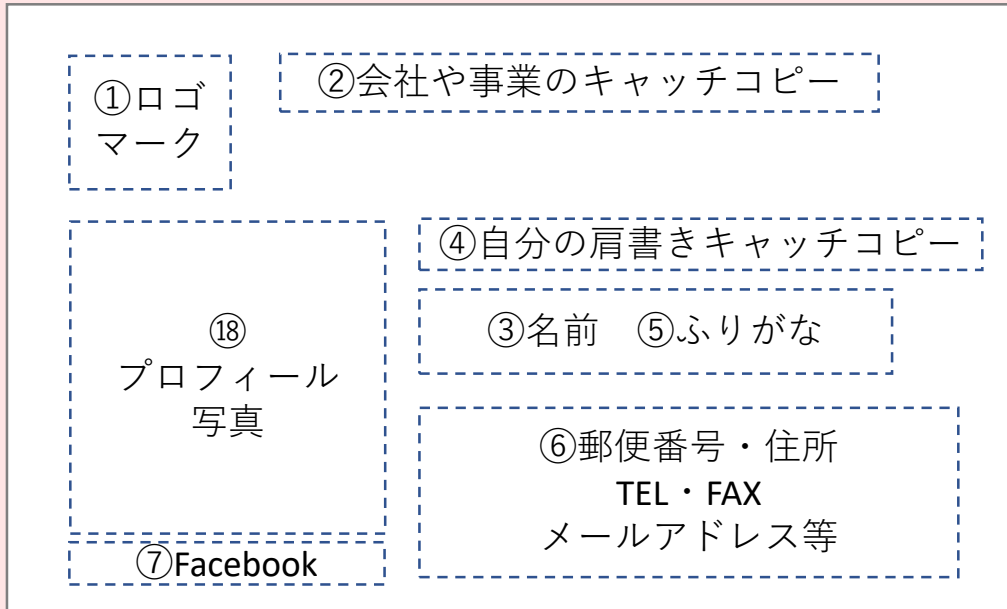
- ・ 事業の3つのポイント
- ・ これまでの実績
- ・ お客様の声
- ・ ビジネスプロフィール

これらを  
盛り込む場合は  
二つ折りがオススメ

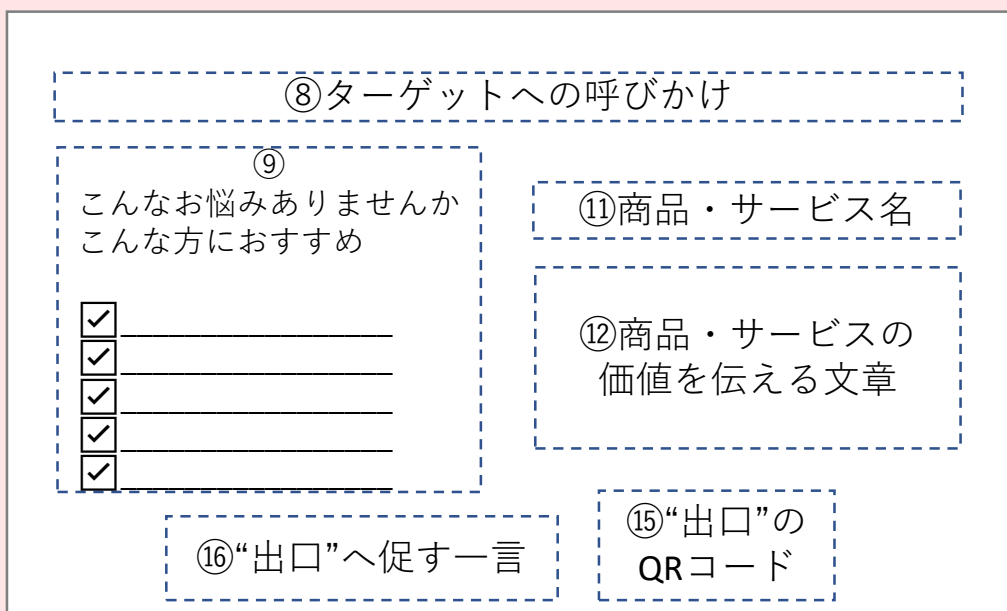
それでは、レイアウトを考えていきましょう！

## 両面レイアウトの一例

表



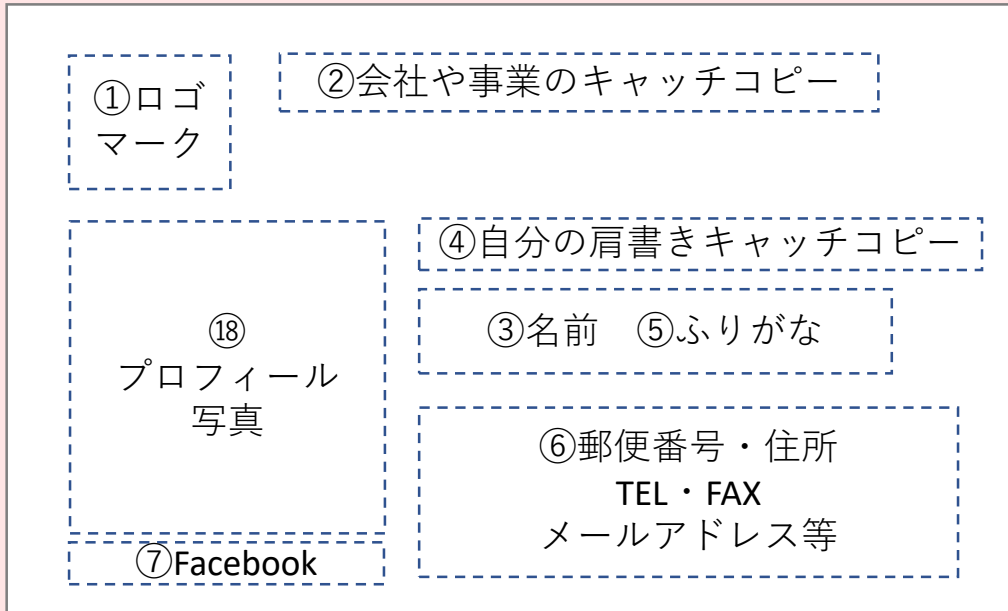
裏



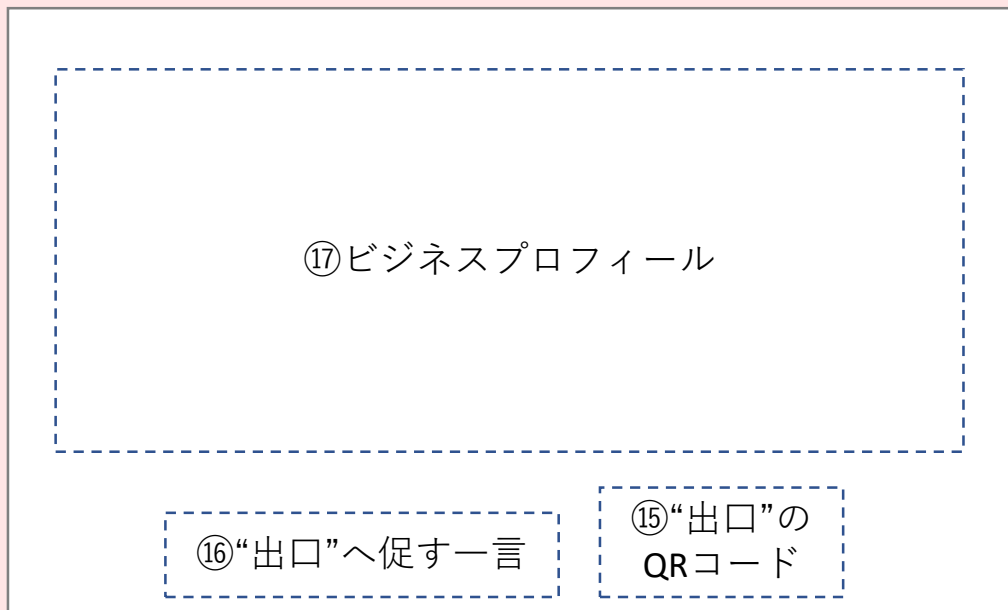


## 二つ折りレイアウトの一例

### 外面表



### 外面裏



## 二つ折りレイアウトの一例（つづき）

### 内面 1

<p>⑩会社や事業の3つのウリ</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. _____</li><li>2. _____</li><li>3. _____</li></ol>	<p>⑬これまでの実績</p> <p>⑭お客様の声</p>
--	-------------------------------

### 内面 2

<p>⑧ターゲットへの呼びかけ</p>											
<p>⑨</p> <p>こんなお悩みありませんか こんな方におすすめ</p> <table border="0"><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>_____</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>_____</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>_____</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>_____</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>_____</td></tr></table>	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	<p>⑪商品・サービス名</p> <p>⑫商品・サービスの 価値を伝える文章</p>
<input checked="" type="checkbox"/>	_____										
<input checked="" type="checkbox"/>	_____										
<input checked="" type="checkbox"/>	_____										
<input checked="" type="checkbox"/>	_____										
<input checked="" type="checkbox"/>	_____										

レイアウトは自由ではありますが、  
**人の心理に沿って配置**することが重要です！

## STEP 3 どう書くか のポイント

言葉と文章でどう伝えるかは最大の悩みどころですね。

自分の強み、ウリ、他者との違いを普段から言語化しているかどうかキモになります。

特に名刺は面積が狭いため、ちょっとしたコツが必要です。

ぜひこちらを参考にしてください↓↓↓

### 名刺にのせる言葉と文章をつくる 5つのポイント

1. 説明書きではなく  
あなたが**与えている「ハッピー」**を書く
2. **具体的**に書く
3. **専門用語、業界用語を使わない**
4. なくてもよい言葉は**削ぎ落す**
5. 漢字：ひらがな(カタカナ) = **3：7**

はじめての名刺づくりだと、  
何から手をつけたらいいか迷いますが、  
このPDFでご紹介したSTEP 1～3の順で考えれば作業が楽になるはずですよ！

**ぜひ、あなたの強みとウリが伝わる名刺をつかって、集客と売上につなげてくださいね！**

## PROFILE

FORTE 代表 売れるコトバクリエイター 石川奈穂

1978年、岡山生まれ。  
証券会社、新聞社などで秘書、証券事務、  
法人営業事務を経験。



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、営業力ゼロを補うため「渡すだけで仕事が舞い込む名刺」を構築し、売り込みなしで仕事を獲得する。

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、建設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、言葉の技術で業績アップを支援している。

また、文章を書くことが苦手な女性起業家を対象に、売れるコトバによる魅せ方をつくる講座を開催。

売れっ子起業家の必須アイテムである自分キャッチコピー、ビジネスプロフィール、名刺、WEBサイトなどの指導と監修を行っている。