

コトウリ様 事業案内パンフレット

裏表紙

表紙

Special Present

／ すぐに使える /

**コトウリのノウハウ&ツールをプレゼント!**

本冊子を読まれて、少しでもWebマーケティングやコトウリの事業に興味を持ってくださった方に、以下の4つの特典をお贈りします。すべて中央のQRコードから入れる特設サイトにご用意していますので、自由にお使いください!

**プレゼント1**

マーケティング戦略の「打ち手」をまとめた**オリジナルマインドマップ**

マインドマップとは、頭の中で考えていることを書き出し、整理した図面のこと。Web担当・広報担当の方が、マーケティング戦略を立てる際の具体的な指針としてお役立てください。

**プレゼント2**

複数のWebコンテンツを一元管理できる**オリジナルテンプレート**

Webから発信するコンテンツは、ブログ記事や動画など様々な形式があります。それらを一元管理でき、チームメンバーとも共有できる便利なテンプレートです。これで工数を削減しましょう。



Present  
コトウリホームページ  
スペシャル  
プレゼントページへ

QRコード  
※上記のQRコードよりスペシャルプレゼントページにお入りください

PW:

**プレゼント3**

ホームページの活用方法を説明した**解説動画**

昨今のWebを取り巻く状況の解説から、それを踏まえたホームページの活用方法まで、動画が動画で詳しく、分かりやすく解説しています。

**プレゼント4**

対面orオンラインでお話しします**無料相談**

「メールじゃなくて直接話したい!」具体的に相談したいことがある!という方のために、無料相談も承っています。

**!** 選んでみるだけでももちろん、ツールのダウンロードや動画の視聴も無料、登録なども不要なので、よろしければコトウリのノウハウをご活用ください。



---

**事業概要**

<p>業 号 コトウリ</p> <p>事業内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページ活用支援 (SEO, コンテンツ制作)</li> <li>ホームページ分析 (レポート作成, 改善提案など), 企画, 制作, デザイン</li> <li>施設・プロジェクト支援</li> <li>社内向けセミナー (コンテンツマーケティング, SEO, SNSなど)</li> <li>OJTによるスタッフの育成</li> <li>コンテンツマーケティングの導入・活用支援</li> <li>ブランディング戦略立案</li> <li>PR・ブランディング</li> </ul> <p>および、上記に付随する一切の業務</p> <p>代表者 片岡 浩二 (インハウス登録済)</p> <p>営業時間 9:00~18:00</p> <p>休 日 土・日・祝日・夏季・年末年始, その他</p>	
--	---

OK

コトウリ

事業案内

デキルコト & デキないコト

インタビュー

NG

P.1

P.2

ごあいさつ

**「ホームページを使いこなせる人」にあなたを変えます。**

初めまして! Webマーケティングやホームページの活用・改善事業を手がけている「コトウリ」の片岡と申します。

皆さんのホームページはきちんと働いていますか? その働きぶりを正確に把握できていますか? 正直「No」という方が多いのではないのでしょうか?

でも、ホームページはきちんと手間をかけて育て、そして正しく使いこなしていけば、必ず**優秀な営業マンに成長し、利益をもたらしてくれます。**

そのために必須ともいえる手段の一つが**Webマーケティング**です。この冊子では、**インタビュー形式**でWebマーケティングに関する私の考えやコトウリの仕事の進め方などについてお答えしています。

ただ、普通のパンフレットと違うのは、コトウリの強みだけでなく、**できないコトも載せている点**です。できないコトもあえてオープンにすることで、いつかとは違った角度から、より深く、私の考えをお伝えしたかったからです。

この一冊を読み、少しでもWebマーケティングやコトウリに興味を持ち、共感してもらえたらとてもうれしく思います。

そして、そんなあなたを「ホームページを使いこなせる人」に変えるサポートができればとうれしく思います!



片岡 浩二

---

**index**

- #1 代表・片岡について **いつでも誰にでもまっすぐなWeb屋です!**
- #2 ホームページ活用支援事業について **貴社のホームページを1年以内にトップ営業マンに育てます!**
- #3 ホームページ制作事業について **ホームページ制作では「作品」ではなく「成果」をつくります!**
- #4 ホームページ分析事業について **不明瞭だったホームページの営業成績を「見える化」します!**
- #5 セミナー開催依頼について **可能なセミナーテーマはデジタルマーケティング全般!**

About KOTOURI

いつでも誰にでも  
**まっすぐなWeb屋です!** #1

**美味いお店を見つけること&マンガトークが好きなコトウリ**

**Q.1 美味いお店を見つけるコツは?**

**A.1 舌いけど驚かしてやるお店とか、サザリマンが揃ってるお店ですね。**

吉くから営業してると「舌いけど驚かしてやるお店って、長い間、顧客に支持されてきたら眠ってる訳ですね。あと、ランチタイムに「サザリマン」が到着するお店も、忙しい中でも時間を費やして並ぶ価値があると判断されてるところから「美味い」確率が高いですよ。

**Q.2 特に、どんなお店が好きですか。**

**A.2 安くても美味しいB級グルメです。**

例えば、餃子や唐揚げ、丼物、ラーメンとかですね。食べる前によく写真を撮るのですが、たいがい茶色い画像になります(笑)。

**Q.3 マンガはどんな作品が好きですか。**

**A.3 しゃかり状縁が回収されてる作品です。**

「しおとら」[3月のライオン]、最近では「ヒマワリの魔王」が好きです。

逆に、ストーリーが後付けの作品は苦手ですね、「ワンピース」とか、と言いつつ情性で読んでますけど(笑)。

200タイトルほど持ってるので、読むジャンルは幅は広いですよ、ぜひマンガトークしましょう!

**Q.4 ほかにはどんな趣味が?**

**A.4 アニメ、麻雀、銭湯が大好きです。**

特に、銭湯は週1くらいで行ってます。「頑張ってなー」って時は、美味しい物と銭湯が自分へのご褒美です。

**社交辞令は言うのも言われるのも苦手です。**

**Q.1 どうして社交辞令が苦手なんですか。**

**A.1 人生は短いからです!**

短い人生の中、黙っててもないことを言ってる暇なんてないです(笑)。

きちんと言いたいことを伝え合おう方が、時間的にもビジネス的にも、あと、人とのつながり的にもメリットありすぎて、絶対。

**Q.2 でも、営業マン時代は必要だったのでは?**

**A.2 いや、いつも本音で喋ってましたよ。**

営業マンの時も社交辞令とかお世辞とか、全然使ったことなかったですね。

いつも思ったことしか言わなかったですし、口にしたことは必ず言っていました。

**Q.3 損とかしませんでしたか?**

**A.3 もしも損したことが多かったです。**

逆に、そういう損したことを気に入ってくださったお客さんとは、深・長い付き合いができてたんで、得したことの方が多かったですね。

**Q.4 では、今後そのスタイルは変わりませんか。**

**A.4 はい、子どもの頃からこんな感じなんです。**

この頃から今までずっと、どんな仕事にも、どんな人にも、まっすぐに正直に向き合っています。

**ネットのお誘いは喜びます!**

カタチだけの約束は苦手ですが、ネットのお誘いは喜びますよ! B級グルメもマンガも、いろんな方と情報交換できたらうれしいです!

ワンポイント advice



## 制作 DATA

- 仕様：B5 / 8ページ / フルカラー
- 種類：事業案内パンフレット
- 事業内容：ホームページ活用・分析支援、Web マーケティング導入支援
- 制作目的：事業内容の説明、周知用
- 配布対象：イベント出店ブースにこられた方
- 制作期間：約2か月

## 制作の経緯

- 【背景】 コトウリさんが、クリエイティブ系イベントにブースを出される際の「企画」に使用したいとご依頼。  
6名のクリエイターに、コトウリの事業案内ツールを作ってもらい、どのツールが一番多く持って帰ってもらえるか、どのツールのQRコードからの流入が最も多いかなど、来場者の反応をツールごとに計測する企画にお誘いいただきました。
- 【ご要望】 「eパンフLabさんの自由に考えてください。こちらから要望はあえて出しません」とのことでしたので、自由に企画させていただきました。
- 【ご提案】 コトウリさんの5つの事業とご本人について「インタビュー」を実施。ポイントは、各事業の「できること＝特長・強み」だけでなく「できないこと」も併記した点です。  
一風変わった事業案内ですが、「できないこと」というワードをフックに、「なぜできないか」をしっかりと深掘りして載せることで、コトウリさんのWeb事業についての考え方やスタンスを、違う角度から伝えられると考え提案しました。  
通常の場合ではボツになりがちな企画ですが「面白そう」とOKに。  
当日の来場者へのアンケート投票でも1位を獲得できました。  
文字量多めのパンフレットになりましたが、きちんと作れば読まれる、伝わる、ということがわかりました。
- 【デザイン】 できること、できないことの違いをビジュアルでもわかりやすくするためほぼ2色で構成。また、誌面が単調にならないように、人のイラストを上下交互に入れて段差を作り動きを出しました。  
さらに、会場で目立つように、通常の「エディトリアル」なデザインではなく、あえて「グラフィック」寄りの表紙デザインを意識しました。

実をいうと当初は、以下の表紙デザインを制作していましたが、上記の理由からこの「エディトリアル」寄りの表紙デザイン案は、提案しませんでした。



このパンフレットが、会場で比較されながら選ばれる物ではなく、営業時に手渡しされるようなツールであれば、こちらの表紙案も同時にご提案し、選んでいただいていたと思います。