

情報発信で新事業を推進する

# 事業革新

Business Innovation

## 情報発信・実務講座

— 2022年 9月版 —

効果的な情報発信をするための  
「実践力」を身につけませんか？



事業  
革新

2022.9.15

## ● 提供講座・全体図

**コンテンツ制作・情報発信講座** 「伝えたい」から「伝わる」へ

対象：ビジネスにおけるコンテンツ制作や情報発信に関わる人すべて 3p

**1.1** 「伝わる内容」×「適切な届け方」で情報発信の力を最大化する  
**コンテンツ制作・情報発信入門講座**

**1.2** アイデアをカタチにする  
**企画講座** 4p

**1.3** 読まれるための鉄則を知る  
**タイトル講座** 4p

**広報・PR 担当者向け講座**

対象：企業の広報・PR 担当 5p

**2.1** メディアの反応を促す  
**リリース作成術** 5p

**2.2** リスク回避と広報効果を両立する  
**メディア対応の基本**

**オウンドメディア構築講座**

対象：オウンドメディアを始めたい・やり直したい企業の方


**3** イチから解説。内製するには？頼む最の相場は？  
**オウンドメディアの作り方** 6p

**士業・コンサル向け講座**

対象：士業やコンサルなどの専門家

**4** 頼りにされる！選ばれる！  
**専門家の情報発信術** 7p

## ● 講師紹介



**20年のキャリアで培った  
プロの実践的なノウハウをお伝えします。**

合同会社 事業革新・代表  
メディア「事業革新」編集長  
小林 麻理

2000年早稲田大学法学部卒業、NTT データ入社。2003年に流通系出版社（商業界）に転職して以来約20年、出版・メディア業界でキャリアを積む。『販売革新』編集記者、IT ビジネス系出版社（翔泳社）の雑誌・書籍編集者などを経て2013年3月に独立。書籍／雑誌の編集者・記者として、100本以上のメディアコンテンツを企画、100社以上を取材、100冊以上の刊行に携わる。

2018年、社会保険労務士の資格を取得。その専門知識を活かして2019年 Web メディア「育 Work」、2021年「法令×HRM 同一労働同一賃金研究所」を立ち上げ。2021年、合同会社事業革新を設立、メディア「事業革新」「情報発信 企画室」を立ち上げ。 **講師実績については9p 参照。**

## ● 具体的でわかりやすいとご評価いただいています。



**目からウロコでした！**

同じ素材でも企画によってあれほど異なるアウトプットが出てくるとは目からうろこでした。当社製品に関しては、同じようなことを何度も何度も繰り返している点があったので、製品ごとに企画などを立てるなどしてみようと思います（1.1 入門講座受講）。



**プロでなくても読まれるコンテンツの書き方に納得！**

キャッチコピーばかり目がいきがちですが、決してそれだけではないという事が理解出来たことは非常に良かったです。プロでなくてもきちんと読まれるコンテンツの書き方は素晴らしく納得です（1.1 入門講座受講）。



**フレームワーク+実績・経験値ベースの解説がよい！**

曖昧で正解の無いコンテンツ制作に関して、指標になるフレームワークだけではなく、長期間にわたる実績/経験値ベースで要素や視点をご提供頂けたのが良かったです（1.1 共通・入門講座受講）。



**題材が具体的でわかりやすかった！**

例えでてくる題材が具体的で、特に実際に反響があった記事の企画ポイントを細かく解説いただけたのがわかりやすかったです。（1.2 企画講座受講）。



**概念からテクニックまで網羅されていて勉強になりました！**

よくあるNG例などを中心に、メディア目線で非常にわかりやすく解説いただきました。概念的な部分から今日から使えるテクニックまで網羅的な内容でとても勉強になりました（2.1 リリース講座 2.2 メディア対応受講）。

● 各講座内容のご案内

# コンテンツ制作・情報発信講座

対象：広報/PR・販促・オウンドメディア担当の方など、仕事でコンテンツの制作や情報発信に関わる方



## 1.1 コンテンツ制作・情報発信 入門講座

### 「伝わる内容」×「適切な届け方」の基礎を学ぶ

対象・お勧めの方：コンテンツ制作や発信の実務にはじめて関わる方、経験はあるけど我流のため体系的に学び直したい方、Webの知識も含めて情報発信の基礎をひと通り押さえたい方

情報発信のためにコンテンツを制作したい・制作してと言われたけど、何をどこから手をつければいいかわからないということはありませんか。本講座では、ビジネス目的を果たすためのコンテンツの作り方を解説。さらに、制作したコンテンツを発信するための手法についてもひととおり押さえられるようにします。

#### 【制作編】～「伝えたい」から「伝わる」へ

はじめに～コンテンツを制作してと言われたら？

1. 「何を」制作する？～スタート地点に立つために
  - 1 テーマ設定（企画）の視点とは
  - 2 見て・考えてみよう、同じ素材でも変わる企画
  - 3 キラリと光る「オリジナリティ」の出し方

2. 「どの要素を」使う？～情報価値を上げるには

- 1 「情報価値」のランクとは
- 2 情報収集の方法
- 3 必要要素の選択

3. 「どうやって」魅力を伝える？～読まれる工夫

- 1 ビジネス記事の構成とは
- 2 リードの検討
- 3 タイトル・見出しの検討

4. 「どのように」制作する？～編集・執筆・校正

- 1 内容にあった体裁の決め方
- 2 ビジネス文章をつくるコツ
- 3 仕上げの編集・校正のコツ

#### 【発信編】～「適切な届け方」を知る

5. ストックとフローで変わる考え方

- 1 ストック記事とフロー記事とは
- 2 ストック・フロー記事と発信手法の相性
- 3 様々な拡散と流入経路

6. 「検索」起点の発信 -SEOを理解する

- 1 SEOとは何か？基本のキ
- 2 内部・外部・コンテンツSEOとは
- 3 対策すべきシステム目線のSEOとは
- 4 状況を悪化させるブラックSEOとは
- 5 最強のSEO施策とは何か

7. 情報発信と「メディア」の基本

- 1 メディアとは
- 2 WEBの登場によるメディアの変化
- 3 ペイド・アード・オウンドとは
- 4 広告を使う・使わない世界を理解する
- 5 広告による発信・費用相場
- 6 既存メディア・SNSの利用層は？

おわりに・コンテンツを軸に費用対効果を最大化する

## 1.2 企画講座～アイデアをカタチにする

### 「企画して」さあ、何をする？ 実例を交えて具体的に解説

対象・お勧めの方：はじめてコンテンツの企画を担当する方、経験はあるけど我流のため体系的に学び直したい方、コンテンツ企画で行き詰まりを感じている方

仕事で「企画して」と言われたら、まず何をしますか？ 本講座では、企画とはそもそも何かから、実際のコンテンツ企画の事例を用いた差別化のポイント、企画書の書き方まで具体的に解説します。

1. ビジネス企画とは何か

- 1 様々なビジネス企画とよくある誤解とは
- 2 ビジネス企画のプロセスを理解する
- 3 良い「企画」とは何か
- 4 企画現場で避けたい「あるある」と「対策」
- 5 「ビジネス企画書」必要要素と書き方とは

2. ビジネスコンテンツを企画する

- 1 コンテンツ企画もビジネス企画の1つ
- 2 テーマ設定（目的とアイデア）
- 3 情報集と要素の選択（手段）
- 4 コンテンツ企画ならではの特徴・まとめ
- 5（編集）会議でPDCAを回す

3. 実例で見るコンテンツ企画

- 1 対象を絞ることで差別化した例
- 2 専門知識を読者目線に転換した例
- 3 「一歩」先を意識してテーマ設定した例
- 4 先進的だからこそ「実践例」を入れた例
- 5 「切り口」でオリジナリティを出した例
- 6 素材が同じでも「企画」が変わる例

4. 企画書を書いてみよう

- 1 「記事の企画書」の書き方
- 2 「取材依頼書」の書き方
- 3 「書籍の企画書」の書き方
- 4 企画書をスタートにPDCAを回す

## 1.3 タイトル講座～「読まれる」ための鉄則を知る

22年10月開講予定



### せっかくつくったコンテンツ、スルーされないためのセオリーとは

対象・お勧めの方：コンテンツが「読まれない」「クリック・開封されない」とお悩みの方

コンテンツを生かすも殺すもタイトル次第。「読まれる」というスタート地点に立つためのセオリーを解説します。

1. ビジネス「タイトル」の考え方の基本と役割

- 1 記事・セールス・メール…様々なタイトル
- 2 「タイトル」はなぜ必要か
- 3 タイトルに対するよくある3つの誤解

2. タイトル・基本のセオリーとコツは？

- 1 「短く」適切な文字数は？
- 2 「本質を捉える」その意味は？
- 3 「読者の設定」で最も気を付けたいこと
- 4 「具体的に」の実現方法
- 5 「キーワード」の探し方
- 6 「認知的不協」を起こす
- 7 「サイガニック効果」を使う

3. 記事の「タイトル」のつけ方

- 1 記事タイトルならではの特徵
- 2 「フロー」と「ストック」の視点
- 3 Web記事化するタイトル
- 4 実例で見る基本セオリーの実践・応用例

4. 「セールスコピー」の要所

- 1 セールスタイトル（コピー）ならではの特徵
- 2 「ベネフィット」～ということとは？
- 3 3つの「欲しい」レベルでの使い分け
- 4 実例で見る基本セオリーの実践・応用例

5. 様々なタイトル「あるある」を改善してみよう

- 1 開封されない「メルマガ」タイトル改善のコツ
- 2 人が集まらない「採用広告」タイトル改善のコツ
- 3 スルーされる「リリース」タイトル改善のコツ

# 広報・PR 担当者向け講座

リニューアル版・22年11月開講予定

## 2.1 メディアの反応を促す「リリース」作成術



### 「スルー」or「内容チェック」を分けるポイントを押さえる

対象・お勧めの方：メディア向けのリリースをはじめて作成する方・経験はあるけど我流なので学び直したい方

広報/PR担当の方が、一生懸命書き、メディアに送る「リリース」。集客が必要なイベントリリースであれば、メディアの反応や参加は切実かと思えます。

一方、メディアの現場にはそうした想いの込められたリリースが1日に何十件も送られてくるため、リリースのチェックは、業務の合間に行います。当然、すべてに目を通すことは無理です。

そこで、本講座では、忙しい編集者や記者の目に止まり、このリリースには目を通し、業務の合間を縫ってイベントに参加し、さらには記事化を検討しようというリリースとはどんなものか。広報/PR担当のために、効果的なリリース作成のポイントについて解説します。

- 1 イベントを企画し、リリースを打つ
  - 1 媒体ごとに違う興味の視点
  - 2 コンサル、PR、メディアごとの具体例
  - 3 スルーとチェックの分け目とは？
- 2 リリース作成のポイント
  - 1 メディアが弱い「タイトル」とは
  - 2 伝わりやすいリリースのポイント
  - 3 具体例で見る良い・悪いリリース
- 3 リリースの打ち方のポイント
  - 1 最適な「頻度」はある？
  - 2 イベント前、効果的なアプローチは？
  - 3 FAX時代の先入観・慣習を捨て去る

## 2.2 デキる！と思われるメディア対応

### リスク回避と広報活動の最大化を両立する

対象・お勧めの方：記者会を含めたメディア対応がある会社で、はじめて広報担当となった方・経験はあるけど我流なので学び直したい方

広報が接しなければいけない「メディア」は、情報発信力という頼りになる存在であるとともに、ときに誤った情報を拡散する危険な存在とも言えます。

本講座では、メディア向けのリリースの打ち方のポイントから、取材や記者会などにおけるメディアリスク(間違った・意図しない情報が拡散されること)を避けながら、広報活動を最大化するメディア対応の基本がひとつお知り学べるようにします。



- 1 ファーストコンタクト/集客
  - 1 リリースの打ち方・メールの送り方
  - 2 メディアが企業を取材する理由
- 2 取材
  - 1 取材を受けるかどうかの検討
  - 2 「取材対応者」への事前レクチャー
  - 3 取材当日対応とその後のフォロー
- 3 記者会
  - 1 「媒体」「人」ごとの来場目的を把握する
  - 2 当日の質問がない/ありすぎる場合
  - 3 リリース外の質問がきた場合
  - 4 「囲み」アリの場合の注意点

# オウンドメディア講座

## 3 オウンドメディアのつくり方

### メディアとは？内製するには？頼む際の相場は？

対象・お勧めの方：自社やプロダクト用に「オウンドメディア」を立ち上げたい方、立ち上げたけど、費用や効果、やり方などに疑問を感じ、やり直したい方向け

そもそも「オウンドメディア」とはなにか？から、実際にオウンドメディアを立ち上げ・運用する際に必要な実務についてひとつお知り解説します。

- 1 オウンドメディアとは？
  - 1 「メディア」とはそもそも何か
  - 2 ホームページやブログとどう違う？
  - 3 ペイド・アードメディアとは？違いとは？
  - 4 オウンドメディアは流行りもの？概念はいつから？
  - 5 オウンドメディアができること
- 2 オウンドメディアを立ち上げる
  - (1) Webサイトの構築
    - 1 WordPressなどの無料CMSで内製する
    - 2 有料のCMSを利用する
    - 3 Web制作を会社・個人に依頼する
  - (2) コンcept設計・全体企画
    - 1 内製する際の注意点
    - 2 外注する・コンサルタント会社の相場は？
  - (3) 個別のコンテンツ企画・制作
    - 1 内製する際の注意点
    - 2 個人(専門家・クリエイター)に発注・相場は？
    - 3 制作会社/編集者に発注・相場は？
- 3 オウンドメディアを運用する
  - (1) 拡散(広告以外)
    - 1 公式SNSを開設して拡散する
    - 2 SEO基本のキ
    - 3 その他(メディア提携など)
  - (2) 拡散(ネット広告)
    - 1 さまざまなネット広告の種類
      - ◆ Webメディア
      - ◆ SNS
      - ◆ YouTube
      - ◆ (ディスプレイ型) ターゲティング広告
      - ◆ リスティング広告
    - 2 社内で広告を運用する
    - 3 外注する
  - (3) その他・Webマーケティング施策
    - 1 さまざまなWebマーケティングの種類
      - ◆ SNSによるマーケティング
      - ◆ アクセス調査・解析によるマーケティング
      - ◆ SEO施策によるマーケティング
      - ◆ MA(マーケティングオートメーション)
    - 2 社内で実施する
    - 3 外注する
  - (4) WEBサイト運用
    - 1 構築支援サービスの提供主体は？
    - 2 内製・外注範囲の決定の視点



# 士業・コンサル向け講座



22年11月開講予定



## 4 専門家として頼りにされる！情報発信術

### 「伝える」技術とブランディングで選ばれる人になる

対象：情報発信で「差」を付けたい士業・コンサル業の方

「専門家」として頼りにされたい、選ばれたい、そのために「情報発信」に力を入れたい方向けの講座です。

#### 1 よくある専門家「あるある」と対策

- 1 「専門用語が多すぎる」問題と対策
- 2 「読者の関心とズレている」問題と対策
- 3 「前提をすつとばす」問題と対策

#### 2 専門家のコンテンツ企画・制作の基本

- 1 ブログ記事からスタートする
- 2 テーマの設定
- 2 情報要素の選択
- 3 全体構成を理解する
- 4 基本のコンテンツの組み立て方
- 5 読まれるタイトルのコツ
- 6 編集・校正のコツ

#### 3 専門家コンテンツが「埋もれない」工夫

- 1 対象を絞る
- 2 専門知識を読者目線に転換する
- 3 「情報要素」で勝負する

#### 4 様々な発信手法を活用する

- 1 ブログツールの選択のポイント  
～はてな、アメブロ・Note、WordPress
- 2 Webにおける様々な拡散手法
- 3 記事が上位表示される仕組み・SEO基本のキ  
～内部・外部・コンテンツ・ブラックSEO
- 4 SNSは利用層を理解して利用する  
～FaceBook・Twitter・Youtube…
- 5 「広告」の世界を理解する  
～既存メディア・SNS・リスティング広告

#### 5 自社・自分をブランディングする

- 1 ブランド・ブランディングとは
- 2 ブランディングとメディア
- 3 メディアに寄稿する～企画書の書き方
- 4 出版企画を持ち込む～企画書の書き方

## 企画・制作サポートサービス

対象：コンテンツを制作・情報発信に関してお悩みを抱えている、講座受講後のフォローや実際の添削もほしい企業様



- ✓ コンテンツのネタがない・尽きる
- ✓ 内容に自信が持てない・反響がない
- ✓ イラストや原稿…外部への発注方法がわからない
- ✓ 発信手法の工夫をもっと知りたい

などなど…企画・制作現場の各種お悩みに寄り添うべく、情報発信に関する企画・制作のコンサルサポートを実施いたします。講座のアフターフォローとしてぜひご利用ください。

#### ●内容（月次）

- ・情報発信改善 MTG の実施（1回～2時間・オンライン）
- ・情報発信に関するメール等での相談サポート
- ・コンテンツの添削1本付き  
（目安：～Word2枚程度／自社メディア記事・リリースなど）

#### ●価格（税抜き）

- ・スポット（単月）：7万円／月
- ・3か月契約：5万円／月

●お問合せ・お申込み：info@jigyokakushin.com

●ご案内・申し込み用サイト：<https://kikaku.jigyokakushin.com/seminar/after/>

## ●講座・ご提供価格（別途・税）

講座	所要時間	お試しプラン★	企業の情報発信力を強化する研修プラン		開講予定
		定額 ～2人	定額 ～10人	11名以降 +1名あたり	
<b>1 コンテンツ制作・情報発信講座</b>					
1.1 入門講座	2時間30分	1万円 →9,000円	5万円	5,000円	提供中
1.2 企画講座	2時間30分	1万円 →9,000円	5万円	5,000円	提供中
1.3 タイトル講座	2時間30分	1万円 →9,000円	5万円	5,000円	22年10月
<b>2 広報・PR担当者向け講座</b>					
2.1 リリース作成術	2時間	6,000円	3万円	3,000円	22年11月
2.2 メディア対応	1時間30分	4,000円	2万円	2,000円	提供中

講座	所要時間	受講料		開講予定
<b>3 オウンドメディア講座</b>				
オウンドメディアの作り方	2時間	1名 9,000円	同企業+1名あたり 1,000円	提供中
<b>4 士業・コンサル向け講座</b>				
専門家のための情報発信術	2時間30分	1名 8,000円		22年11月

## ●講座・ご提供方法

●形式：オンライン（ZOOM）

●お申込み→日程調整→開催。

火・水・木・金、AM（9時30分～）・PM（13時30分～）での調整になります。

社内の知識差を埋め、会社としての情報発信力を向上させる「研修プラン」をお勧めしております。

★ 講座を体験「お試しプラン」ご提供中！（1講座につき1社1回とさせていただきます）

●お支払い方法

開催日までに指定口座へ受講料のお振込みをお願いいたします。

なお、法人のお客様は請求書による後払いにご対応します（開催日・月末締め、～翌月末払い）。

・メールでのお問合せ・お申し込み先：info@jigyokakushin.com

・ご案内・お申し込み用サイト：<https://kikaku.jigyokakushin.com/seminar/list/>

※現在、お申し込み制のみになっております。日程固定の開催の際には、上記サイトでご案内します。

● 講師実績紹介

出版社勤務) 100冊以上の書籍/雑誌企画・制作に携わる



月刊「販売革新」の編集記者としてメディアキャリアをスタート。10年間の出版社勤務を通じ、IT、ビジネスの領域を中心に、100冊以上の雑誌/書籍編集に携わりました。

独立後) 多数のビジネス紙媒体で執筆実績を重ねる

「東洋経済」「ForbesJapan」「ダイヤモンド・チェーンストア」「FRANJA (フランチャイズチェーン専門誌)」「月刊マーチャンダイジング」など、多数のビジネス紙媒体で、編集・広告記事、両方の執筆実績を重ねました。



編集者・記者として) 100社以上の成功・成長企業を取材

編集者として、記者として100社以上の成功・成長企業を取材してきました。

アークス/アイリスオーヤマ/アトラエ/イートアンド/イオン/イオンクレジットサービス/イオンモール/イタンジ/杏番屋/伊藤忠食品/イトーヨーカ堂/インタースペース/ウエルシアホールディングス/ウオロク/HRBrain/エコス/SMBCファイナンス/SCSK/MHM法律事務所/エン・ジャパン/オオゼキ/オギノ/オラクル/カスタマーコミュニケーション/カスミ/カノー/カメガヤ/キッコマン/キャンドゥ/KPMGジャパン/ケンタッキーフライドチキン/コーナン商事/コープネット/ココ/コーラ/コダック/サミット/CFSコーポレーション/JAXA/進学研究会/成城石井/西友/セブンイレブンジャパン/セリア/セレクション/全日食/ダイエー/ダイシン/大地を守る会/ダイヤモンドシティ/たいらや/Tポイント・ジャパン/東急ストア/東急ハンズ/東急不動産/東信商事/トッパン・フォームズ/ドン・キホーテ/西松屋チェーン/日生協/日本HP/日本マイクロソフト/日本ユニシス/にんべん/ネットプロテクションズ/野田塾/バーガーキング/浜勝/原信/バリューコマース/パルシステム/パレモ/ピアゴ/B-Rサーティワンアイスクリーム/ビースタイル/ビズリーチ/ひらせいホームセンター/廣岡(コダック)/500Startups/フィナンシャル・エージェンシー/Plug and Play japan/文化堂/ペイレスシューソース/平和堂/マツモトキヨシ/マルエツ/三井不動産/ヤオコー/ヤマト運輸/ユアーズ/ユーコープ/ユニー/与野フードセンター/ライトオン/ライフ/ライフ&ワークス/リクルートマネジメントソリューションズ/リテイルコム/リテイルサイエンス/流通システムセンター/ループス/ルミネ/ロックオン/ロッテ/ワールド など...

有料紙媒体の品質を Web へ

企画・執筆記事がビジネスまとめサイトで話題に

企画・執筆した Web メディアへの寄稿記事が NewS Picks などのビジネスまとめサイトで話題に。



Google 検索でも上位を実現

いわゆる「SEO ライティング (調査キーワードを大量に盛り込むことで検索上位を実現する方法)」をせずに、検索上位を実現。



オウンドメディアを立ち上げ・運営

合同会社事業革新において「メディア事業革新」「情報発信-企画室」を、社労士事務所ワークスタイルマネジメントで「メディア育 Work」「法令×HRM 同一労働同一賃金研究所」を立ち上げ・運営中。



「いいものをつくっても黙っていても売れない」「伝わらなければ存在しないも同じ」—というのは、ホンダNシリーズをはじめ数々の企業ブランディングを手がけてきたクリエイティブディレクター佐藤可土和氏の言葉です。

企業やプロダクトの真価が「伝わる」ために必要な情報発信のセオリーを一緒に学びませんか？

## 事業革新 運営メディア

### メディア事業革新



<https://jigyoukakushin.com/>



### 情報発信 企画室



<https://kikaku.jigyoukakushin.com/>



# 事業革新

Business Innovation

## 情報発信・実務講座

提供：合同会社 事業革新

千葉県船橋市本町 6-18-19 第3山中ビル 401

<https://company.jigyoukakushin.com/>

お問合せ：info@jigyoukakushin.com