

## 目次

**この資料のマンガは全てマンガ作成ツールで作っています**

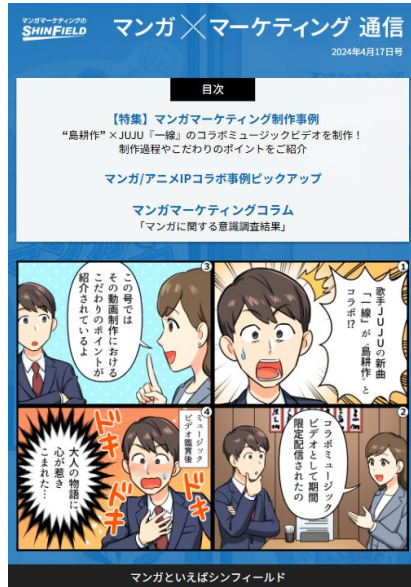
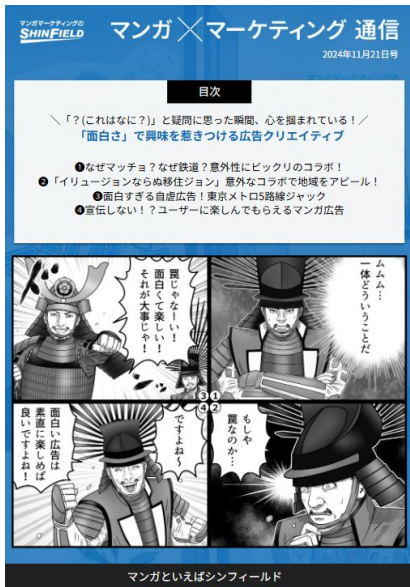
- ① \ マーケティングで使える！自作したマンガの活用方法 /  
**最短5分！1本15分で作ったマンガ活用事例**
- ② \ 絵が描けなくても大丈夫！誰でも簡単にマンガ作成 /  
**マンガを無料トライアルで作ってみましょう！**
  - ・マンガの効果を高めるマンガの作り方
  - ・マンガで効果を生む確率をさらに高める7つの方法



## マーケティングで使える！自作したマンガの活用方法 最短5分！1本15分で作ったマンガ活用事例

### 活用事例① ホワイトペーパーや企画書・資料の表紙

#### 概要を端的に伝える最適なツール



ホワイトペーパーなどの資料の表紙に活用することができます。資料の要点を4コマ漫画で伝えることができ、マンガで内容に興味を持ってもらえることができ、読まれるキッカケとなります。実際にこのマンガ×マーケティング通信では、毎回表紙に4コマ漫画を掲載しています。その他、チラシやパンフレットなどにも活用できます。

### 活用事例② メールマガジン

#### 「テキストだけだと読まれない…」そんな悩みを解決するアイキャッチに使える！

ユーザー参加型マーケティング事例3選！これは思わず参加してしまう... [記事](#) [D](#)

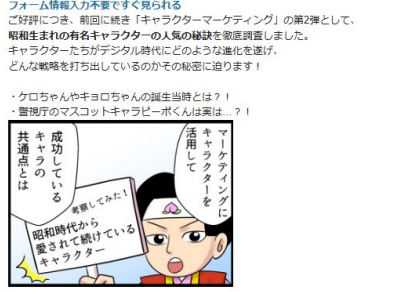
株式会社シンフィールド (テスト) <info@mangama...> 10月24日(木) 17:52 ☆ 10自分+  
株式会社シンフィールド  
シンフィールド様  
いつもお世話になっております。  
マンガマーケティングのシンフィールド小林です。  
【マーケティング通信】  
あなたはきのこの山脈、たけのこの聖域のどちらでしょう？



今回ユーザーを見事に巻き込んだユーザー参加型のマーケティング事例を3つ紹介させていただきます。

成功のコツを学ぶ！昭和生まれのキャラクターが今も愛される理由 [記事](#) [D](#)

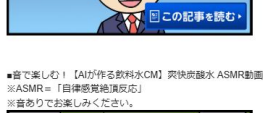
株式会社シンフィールド (テスト) <info@mangamarket...> 10月8日(火) 16:38 ☆ 10自分+  
株式会社シンフィールド  
シンフィールド様  
いつもお世話になっております。  
マンガマーケティングのシンフィールド東です。  
【マーケティング通信】  
フォーム情報入力不要ですぐ見られる  
ご好評につき、前回に続き「キャラクターマーケティング」の第2弾として、  
昭和生まれの有名キャラクターの人気の秘訣を徹底調査しました。  
キャラクターたちがデジタル時代にどのような進化を遂げたか、  
どんな戦略を打ち出しているのかその秘密に迫ります！  
・ケロちゃんやキヨロちゃんの誕生当時とは？！  
・監視野のマスコットキャラヒーローくんは実は...？！



成功しているキャラクターを、活用して！昭和時代から愛されているキャラクターを、マンガマーケティングに活用して！

【飲料水から学ぶマーケティング戦略手法 3選】

■全国各地の小売店の棚から森永製菓「inゼリー」が消えた？  
24年3月期の売り上げは過去最高の兆し  
「inゼリー」が店の棚から消えた  
一体何が起ったんだ！  
[この記事を読む](#)



■音で楽しむ！【AIが作る飲料水CM】爽快炭酸水 ASMR動画  
※ASMR = 「自律感覚地境反応」  
※音ありでお楽しみください。



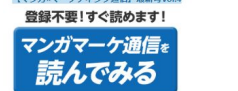
AIが作る飲料水のCMを見つけたぞ。キーワードは「音」じゃ。この動画を観る。

【色違いが上手く展開性が高まるUIデザイン 3選】

■オヤシタタン(バク)英音プロテイン飲料  
パッケージのカラーリングと商品の訴求要素である「取り」や「夜」のイメージをよりよく届けよう  
LPを見るにはこちら

■常盤館特別園(水虫館特別園)  
天然のサゴの色の合いをモチーフに、カラフルだけどおちついたポップな雰囲気を実現しています。  
LPを見るにはこちら

■WELLP (ウェルプ) 公式サイト(健康ケア商品)  
新色にも写真にもナチュラルな色合いを用い、天然の素材にこだわっている商品の特徴を引き出しています。  
LPを見るにはこちら



これらはデザイン性が高い。UIデザインです。登録不要！すぐ読めます！マンガマーケティング通信を読んでみる。

メールマガジンにマンガを掲載し配信することもできます。メールマガジンでは件名で興味を惹き開封してもらった後に、いかにコンテンツへ誘導できるかが重要です。そのためにはまずメールの内容を読んでもらう必要があります、マンガは読んでもらうアイキャッチとして活用します。実際にマンガ×マーケティング通信発行を案内するメールでは、毎回1コマ漫画を掲載しています。





## 絵が描けなくても大丈夫！誰でも簡単にマンガ作成！ マンガを無料トライアルで作ってみましょう！

### マンガの効果を高めるマンガの作り方

マンガ作成ツールである「マンガフィールド」を活用してマンガを無料で作成することができます。まずは「マンガフィールドとは何か？」「なぜ15分でマンガを作ることができるのか？」その理由を下記の動画を観て確かめてください。

#### 2分で理解できる！マンガフィールドとは！？



<https://youtu.be/VG-KWxyT69s>

**重要！** マンガは読んでもらえなければ意味がない！  
広告やPRなどビジネスで活用するマンガは“作り方”が重要！

マンガ広告のように、マンガをビジネスに活用すれば必ず結果が出る！ということはありません。通常の広告と同じで掲載してみるまでどのような結果が出るのかは分かりません。しかし、良い結果を生む確率を高めるためにクリエイティブを工夫することは、一般的な広告でもマンガ広告でもできます。

ここからは、マンガ広告によって良い結果を生む確率を高めるマンガの作り方を5つ紹介します。

無料トライアルでマンガを作る際の参考にしてみてください。



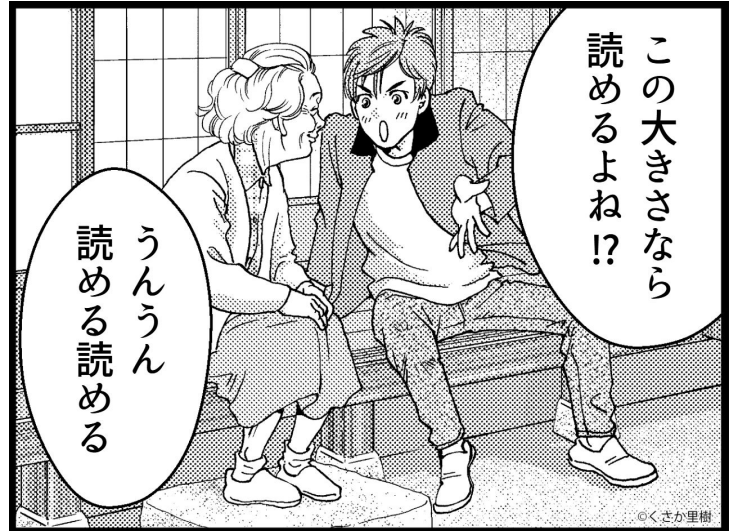
## ①文字は大きく見やすく



文字が小さいと  
読みたい気持ちにならない



マンガフィールド上の  
フォントサイズ「72」推奨



マンガ広告では“まず読んでもらって内容を伝える”ことが大切です。**セリフの文字が小さいと読みづらく、その時点で読む気が失せてしまう**可能性があります。また、なんとか読めるサイズで作っていても、Webで掲載する際に画像のサイズが小さくなると、文字も比例して小さくなります。どこでマンガを使うのかを考えてフォントサイズを選びましょう。

## ②文字数は少なく



セリフが多いと読みづらく  
マンガの良さが半減する



セリフは詰め込み過ぎず  
余裕を持たせると読みやすい



マンガで多くのことを伝えたい気持ちは分かります。だからと言って全て伝えようとするとうき出しの中が文字だらけになってしまいます。これではテキストで伝えているのと変わらず、マンガの効果が半減します。マンガ広告では**伝えたいことをできるだけ絞って短いセリフになるように工夫**しましょう。

## ③ 強調箇所は少なく

✖ 強調箇所が多いほど  
強調されない

○ 強調箇所は1画面1か所  
多くても2か所にとどめる



マンガ広告では伝えたいメッセージを装飾し、強調することで目立たせることができます。しかし、強調箇所は少ないから目立つのであって、多いと目立ちづらくなると同時にユーザーの注意が散漫し、記憶に残りづらくなります。**1画面のマンガでは強調箇所は1か所、最大でも2か所にとどめることをオススメします。**



## ④ 「。」 「、」 句読点は使わない



句読点があると  
その分文字数が多く見える



句読点を使わずできる限り  
吹き出し内にゆとりをもたせる



娯楽用のマンガでも句読点は使われない傾向にあります。**マンガ広告でも句読点は不要です。**「。」 「、」 の句読点があると、その分吹き出しの中の文字量が多く見えます。吹き出しの中の文字数はできるだけ少なくすることがマンガ広告では大事ですので、句読点は使わないようにしましょう。

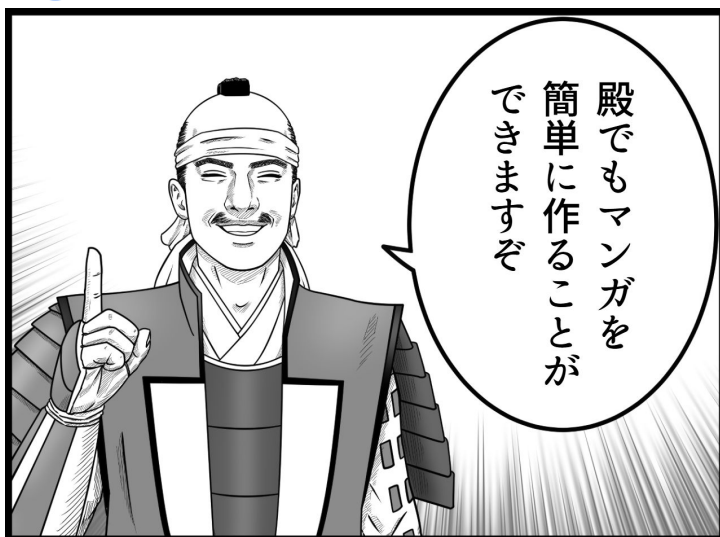
## ⑤ マンガで全てを伝えない



一度に多くのことを伝えると  
記憶に残りづらくなる

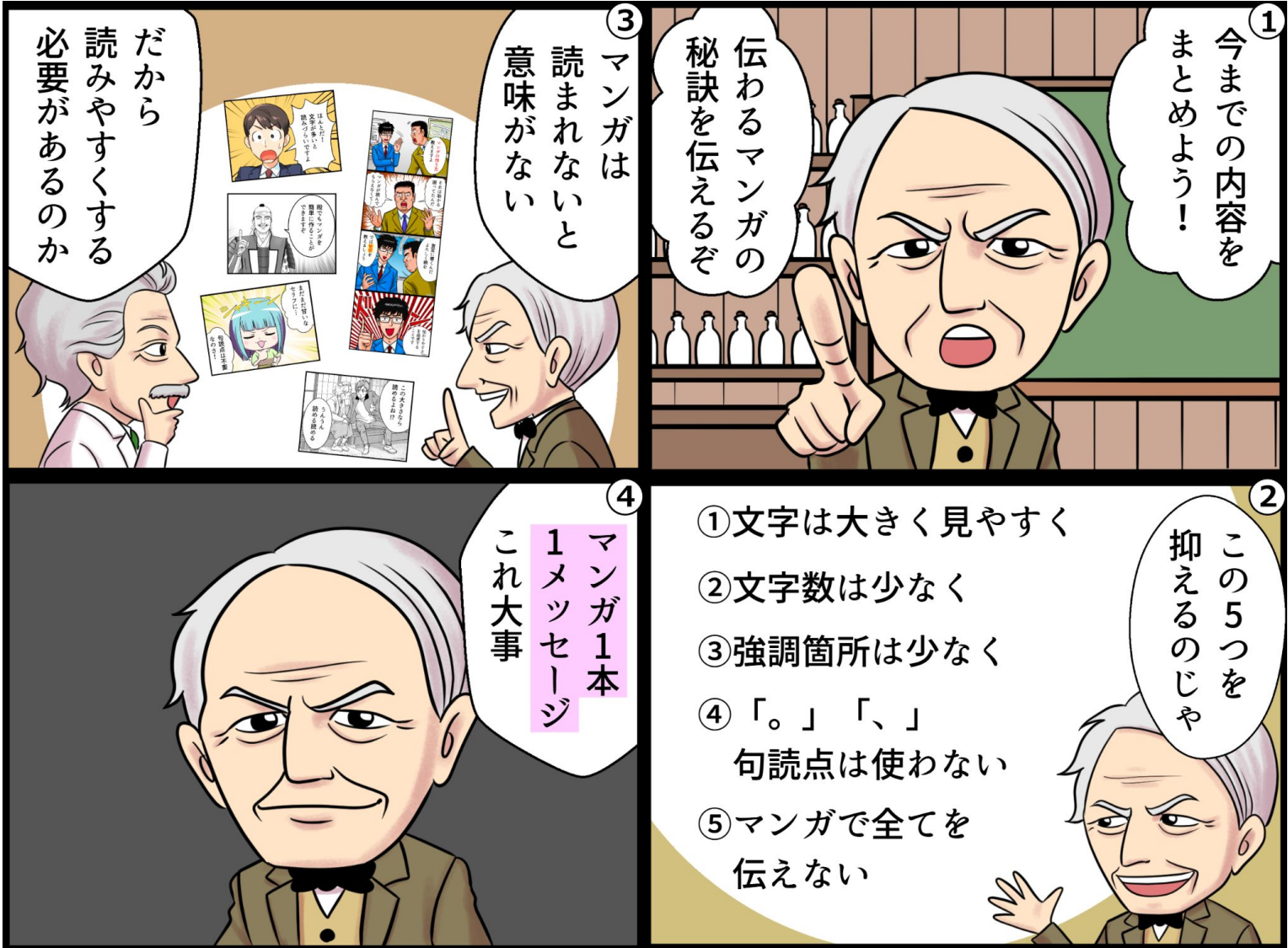


1コマ1メッセージで  
分かりやすく伝わる



伝わるマンガ広告のポイントは、**多くのことを伝え過ぎないこと**です。1コマで伝えることは1メッセージ。4コマ漫画で伝えることは1メッセージ。1ページのマンガで伝えることは1メッセージ。伝える内容を1つに絞ることで伝わりやすいマンガになります。マンガ広告では複数のメッセージを同時に伝えることは避けましょう。

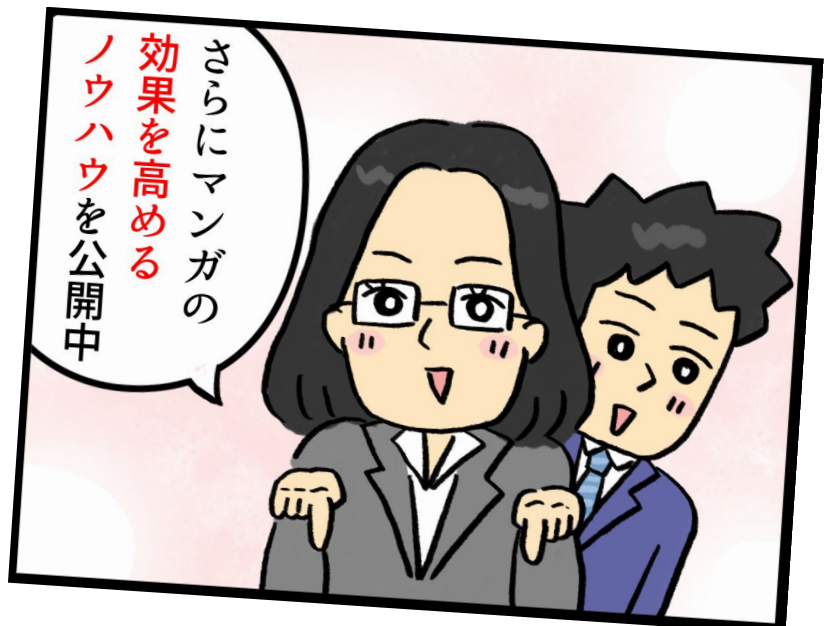
## まとめ



マンガ広告の効果を高める  
方法は“マンガの作り方”  
だけではありません。

マンガの目的も重要です！

次のページへ続く...





## マンガで効果を生む確率をさらに高める7つの方法

マンガクリエイティブ®の作り方の他に、効果を高める方法があります。

それがマンガの「目的」を決めることです。ここからは「目的別」にマンガの効果を紹介します。



### 7つの目的別マンガ

#### ①アイキャッチのためのマンガ

マンガは目立つという効果があります。アイキャッチとして目を惹き付けるためにマンガを活用することができます。

オススメ活用場所：Webサイト・メルマガ・チラシやパンフレット・SNS・展示会やイベント

#### ②続きを読ませるためのマンガ

マンガで続きが気になるような情報を伝えます。気になったユーザーをコンテンツへと誘導します。

オススメ活用場所：ランディングページ・バナー広告・メルマガ・ページのFV・チラシやパンフレット・SNS

#### ③親近感を抱かせるためのマンガ

日本人にとってマンガは子供の頃から親しまれているため、親近感を持ってもらいやすいツールとなります。難しいサービスや分かりにくいサービスを紹介する前にマンガを活用することで、親近感が湧き読むハードルを下げることができます。

オススメ活用場所：チラシやパンフレット・商品サービス紹介ページ・資料・オウンドメディアの記事ページ

#### ④理解度を高めるためのマンガ

テキストなどで一度伝えたことの要点を再度マンガで伝えることで、情報が整理され理解度を高めることができます。重要な情報をマンガで再度伝えると効果的です。

オススメ活用場所：ランディングページ・商品サービス紹介ページ・オウンドメディアの記事ページ

## マンガで効果を生む確率をさらに高める7つの方法

### ⑤ メリットを伝えるための連載マンガ

商品やサービスのメリットをマンガで伝えます。ポイントはマンガ1本につき1つだけメリットを紹介することです。メリットの他にも、注意点・効果的な使い方などを1つずつ紹介してもいいでしょう。連載マンガとして毎回公開していきます。

オススメ活用場所：オウンドメディア・SNS・商品サービス紹介ページ

### ⑥ 行動を促すマンガ

問い合わせや資料請求に繋げるための特典やキャンペーン、問い合わせた方が良い理由など、オファーを強化する内容をマンガで伝えます。

オススメ活用場所：ランディングページ・問い合わせや資料請求ページ・申込や登録ページ

### ⑦ 1メッセージを伝えるための1コマ漫画

1コマ漫画は目に留まるため、読んでもらえる可能性を高めることができます。最も伝えたいメッセージを1コマで伝えましょう。また、セリフ付きのイラストのように活用することもできます。たとえば下記の1コマ漫画のように、続きに誘導するような使い方ができます。

オススメ活用場所：ランディングページ・オウンドメディアの記事ページ・商品サービス紹介ページ

お伝えさせていただいたマンガ広告の作成ノウハウを  
今すぐ試してみませんか？





## 無料トライアルお申込みの流れ

今までお伝えした内容を基に、実際にマンガを作ってみましょう。無料トライアル申し込みの流れは下記です。

### ① 「マンガフィールド」 サービス紹介ページより問い合わせ

問い合わせはこちらから↓  
<https://lp.manga-field.net/>

### ② 弊社担当よりご連絡

トライアルを実施するアカウント数、メールアドレスなどをヒアリングさせていただきます。

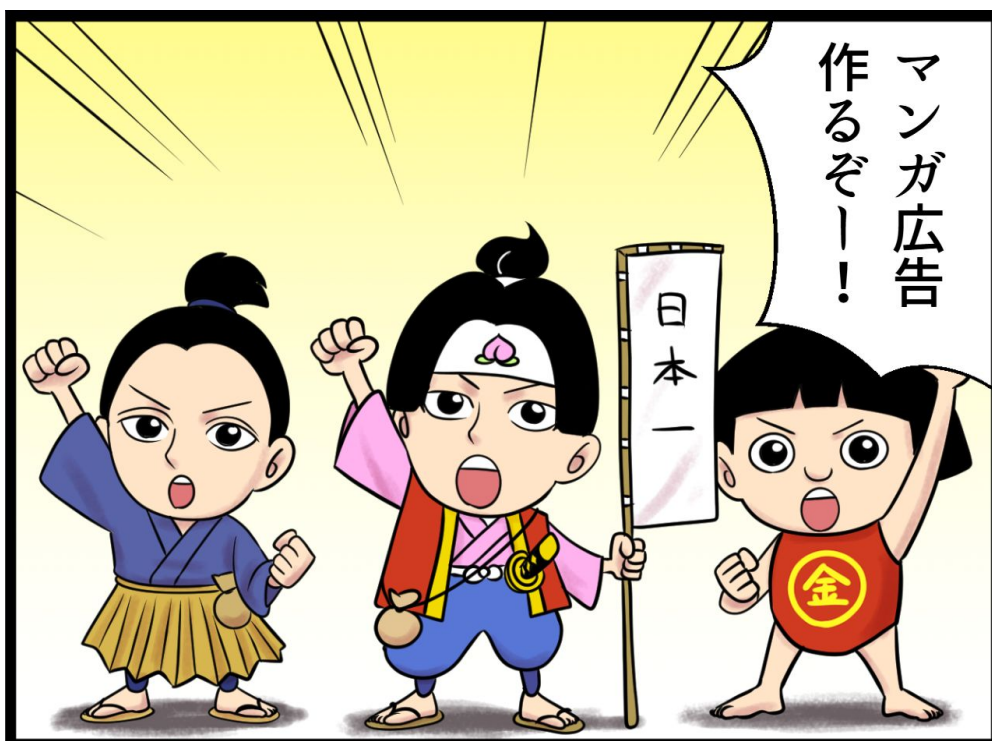
### ③ 無料トライアルアカウント発行

トライアルを実施する担当者様宛てにメールが届きます。

### ④ トライアル実施

アカウントが発行されてから1週間無料でマンガを作ることができます。1週間を経過しトライアル期間が終了するとアカウントにログインできなくなります。自動で有料アカウントへ移行されることはありませんのでご安心ください。

ぜひ一度ご自身でマンガを作成し、マーケティングなどへの活用をお気軽にご体験ください。



## “マンガといえばシンフィールド”

シンフィールドは2009年にマンガをマーケティングツールとして活用し集客支援するという新しい価値を生み出したパイオニアです。

### <弊社関連サイト>



#### シンフィールド公式サイト

<https://shinfield.co.jp/>

企業情報・事業紹介・採用情報  
理念や社会活動を公開しています。



#### マンガマーケティングjp

<https://mangamarketing.jp/>

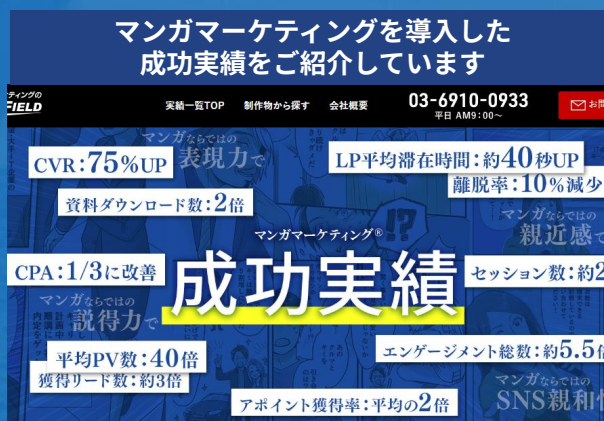
マンガマーケティングに関する情報、制作実績や登録マンガ家一覧を公開しています。



#### web-manga.net

<https://web-manga.net/>

マンガ制作サービスの紹介と  
制作事例を詳しく公開しています。



#### 成功実績サイト

<https://mangamarketing.jp/success/>

マンガを活用した施策における成功実績を  
数値で公開しています。

お読みいただきありがとうございました