

ファストマーケティングは
“顧客理解を大切”に
コンテンツマーケティングの
伴走支援を行います。

FAST FAST MARKETING



目次 Contents

会社紹介	<u>3</u>
ワークショップのご案内	<u>12</u>
ワークショップの流れ	<u>15</u>
ホワイトペーパー制作実績	<u>24</u>
料金表	<u>29</u>



会社紹介

代表紹介



ファストマーケティング株式会社 代表取締役社長：峯林 晃治

営業、Webディレクター、SEOコンサルタントを経て、2013年にジャストシステムに入社。ネットリサーチ（Fastask）やBIツール（Actionista!）など主にBtoB領域のデジタルマーケティングに携わる。

特に、リード獲得を目的とした自主調査においては**7年間で累計400件以上**を企画、実施し獲得したリード（企業の名刺情報）は述べ**60000件**を超える。オウンドメディアの運用、メルマガ配信などで多数の商談創出実績あり。



<https://x.com/leadSparKing/>



ファストマーケティング



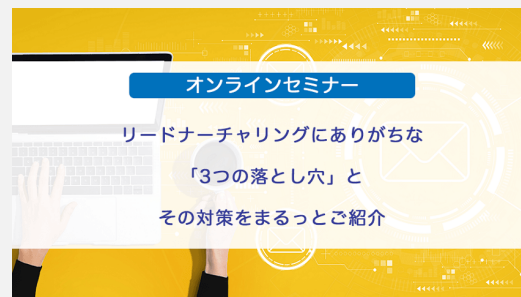
<https://fastmarketing-pro.com/>

会社紹介

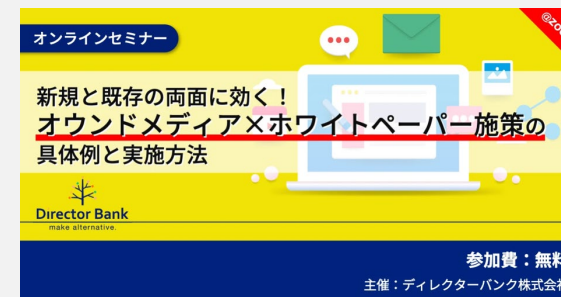
登壇実績



FaberCompany社セミナー



ディレクターバンク社セミナー



ディレクターバンク社セミナー



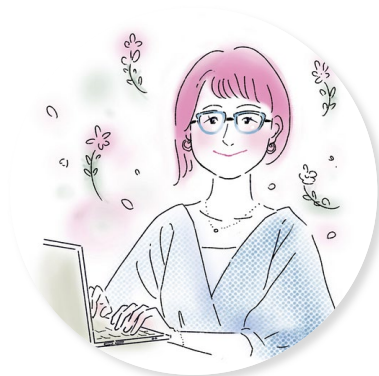
SEOならミエルカチャンネル
FaberCompany社セミナー



SEOならミエルカチャンネル
FaberCompany社セミナー

会社紹介

メンバー&パートナー紹介



ディレクター
伊藤芳菜

BtoB向けの編集ディレクター・ライター。SEO記事やホワイトペーパー、調査レポート、eラーニング教材などを制作。前職では海外を回りながら、フリーのセラピストとして活動。その経験を活かし、企業や人々の本質的な課題に寄り添ったコンテンツ制作を得意とする。



ディレクター
佐藤弘康

ライター、ディレクター、SEOコンサルタントとして活躍中。前職では営業職、コンテンツディレクターなどを経験。最近では勉強する楽しさを再認識し、いろいろな本を読んでいます。趣味は映画鑑賞で、一番好きな映画は「カッコウの巣の上で」。



デザイナー
富士綾香 (PHAINO DESIGN)

ニュージーランド在住のマルチデザイナー。越境フリーランスとして日本国内外の企業との取引実績をもち、資料作成や図解デザインを中心に幅広い領域のクリエイティブ制作を手がける。前職ではeラーニングやデジタル教材の制作に従事。



Web広告
株式会社タガタメ

Google/Yahoo!をはじめとしたあらゆる広告の企画提案から運用、また付随するクリエイティブの制作まで幅広くかつきめ細かく提供。企業が抱えるさまざまな悩みに、各領域のスペシャリストが寄り添い伴走。

その他、ライター、漫画家など常時30名弱

会社紹介

提供サービス

コンテンツマーケティング

●戦略設計

コンテンツマーケティングをしたいけれど、何からはじめてよいかわからない、どんなコンテンツを制作すればよいかわからない、といったご相談をよく受けます。ペルソナや顧客の意思決定プロセス、貴社の強みの整理を行い、独自の「ブースターモデル」の構築を支援します。



●内製支援・各種研修の実施

ホワイトペーパー制作の基本的な考え方から、構成案の作成方法、KPIや効果測定方法など、コンテンツマーケティングを内製またはハイブリッドで推進したい企業向けに各種研修を実施いたします。ホワイトペーパー以外にも、調査レポート、SEOなど**ご担当者の方が独り立ちできるように、支援**いたします。



各種コンテンツ制作および活用支援

各種コンテンツの企画から制作、活用方法のご提案まで、幅広く対応いたします。どのようなコンテンツを作成したらよいかわからない企業さまもお気軽にご相談ください。



調査レポート活用



ホワイトペーパー活用



マンガ活用



SEOコンテンツ活用

会社紹介

主な実績

大手通信系の
オウンドメディアで

CV数**10倍**

大手人事系メディアにて
難キーワードで上位表示

PV数**1.5倍**
CV数**3倍**

大手デジタル機器系の
オウンドメディアで

PV数**3倍**
CV数**10倍**

建設Tech系の企業の
オウンドメディア・広告運用で

デジタル経由の
CV数**3倍**

リードナーチャリングで

年間**800MQL**
70商談を創出

コンテンツマーケティングの戦略策定から実行まで対応可能です。

会社紹介

実績例①

企業名：株式会社ジャストシステム

業種：ソフトウェア

対象サービス：Fastask（ネットリサーチ）

施策：オウンドメディア・調査レポート

成果：月間400件の「リード獲得」



調査結果サマリー

スマホ利用者の73.8%に、「Web閲覧履歴を元にした広告配信と感じた」経験

スマホ利用者のうち、スマートフォンの使用中に「自身のWeb閲覧履歴などを元に、カスタマイズされた広告配信がなされていると感じたことがある」人は73.8%でした※1。

※1「頻繁に感じる」「ときどき感じる」と答えた人の合計。

カスタマイズ広告の認知状況
※調査中の調査結果は「スマートフォン」の調査結果（n=876）

おすすめダウンロード資料

Fastaskご紹介資料

セルフ型ネットリサーチ「Fastask」の特長や概要、料金などを紹介します。

【無料でDL】スマホ利用者の73.8%に、「Web閲覧履歴を元にした広告配信と感じた」経験

企業名

部署

役職

所属

住所

〒

国 都道府県 市区町村 番地

TEL

FAX

Eメール

パスワード

パスワードを再入力してください

送信する

Marketing Research Camp

対象サービス：Actionista!

施策：オウンドメディア・ホワイトペーパー

成果：1記事で月間200件のリード獲得



BIツールを比較するための前提知識



「BIツール 比較」で上位表示
比較表ホワイトペーパーDLでリード獲得

Data Management Lab

会社紹介

実績例①

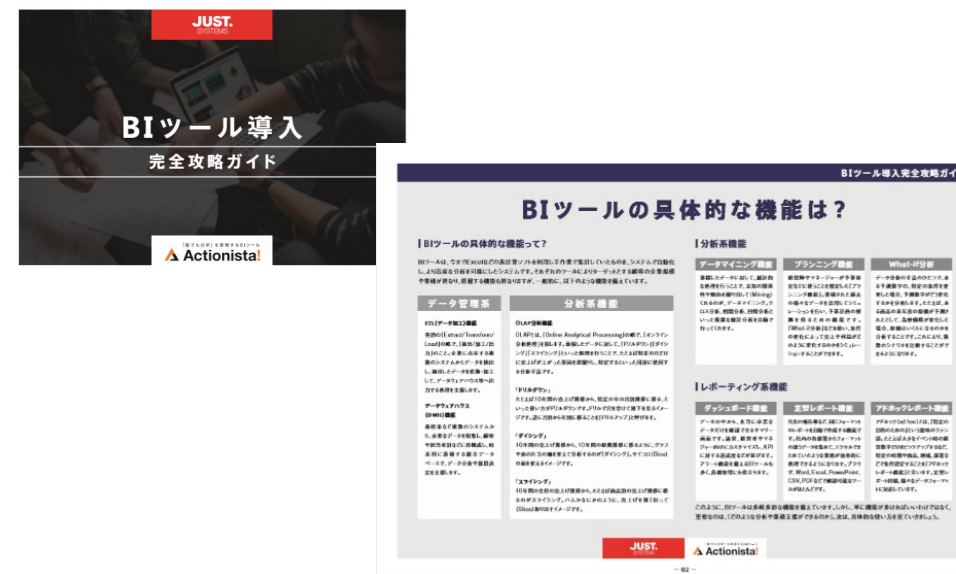
企業名：株式会社ジャストシステム

業種：ソフトウェア

対象サービス：BIトレンド Data Management Lab
 施策：オウンドメディアサイト設計・キーワード設計・
 記事構成・記事執筆
 成果：biツール 比較（2位）・biツール 事例（1位）



対象サービス：Actionista!
 施策：ホワイトペーパー（※別紙）企画構成・執筆



会社紹介

実績例①

企業名：株式会社ジャストシステム

業種：ソフトウェア

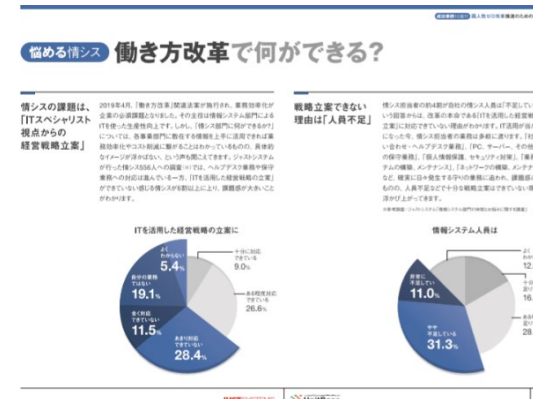
対象サービス：Actionista!

施策：企画構成・シナリオ執筆・ディレクション



対象サービス：UnitBase

施策：ホワイトペーパー（※別紙）
調査設計・実施・企画構成・編集・リライト



会社紹介

実績例②

企業名：株式会社インフォーマト
業種：電子請求書・電子契約書等

対象サービス：電子契約書
施策：オウンドメディア/リードナーチャリング
成果：年間800MQL・70商談を創出



●戦略設計

リード獲得、ナーチャリング用にマンガを作成



●キーワード順位

キーワード	順位
電子契約 仕組み	1位
電子契約 普及率	2位
取締役会議事録 電子化	4位
取締役会議事録	4位
商業登記電子証明書とは	6位
電子契約 保管	7位
電子契約 法律	9位

自社の強みを言語化したい
情報発信の戦略を構築したい方へ
コンテンツマーケティング
ワークショップのご案内



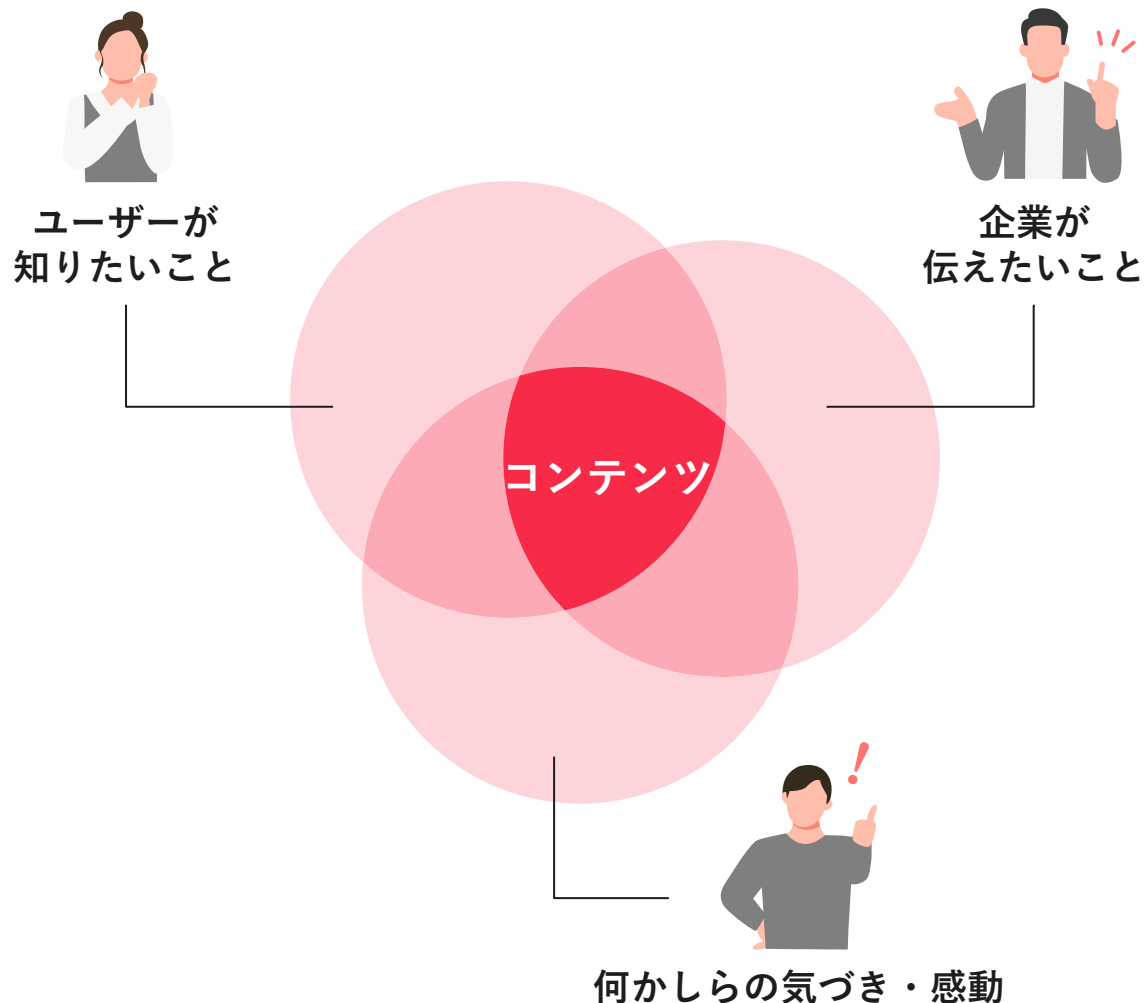
ワークショップのご案内

SEO・コンテンツマーケティングとは？

改めまして、コンテンツマーケティングとは、自社の伝えたいことと、ターゲットが知りたいことの接点を探り、コンテンツに成形しメッセージとして発信することです。

ターゲットが知りたいこと＝情報ニーズ

を整理することが、最も重要となります。

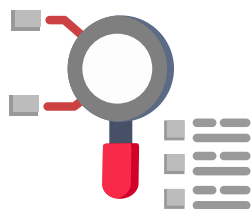


ワークショップのご案内

今回のお取り組みの全体像

コンテンツマーケティングによる商談創出

1. 分析フェーズ



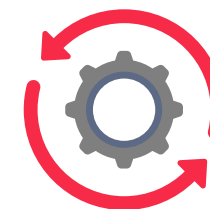
- ペルソナの明確化
- 情報ニーズの整理
- キーワードの洗い出し
- 重要度の整理

2. 戦略策定フェーズ



- キーワード選定
- 競合分析
- SEO分析
- 獲得予測

3. 実装・運用フェーズ



- コンテンツ開発
- Webサイト改善
- レポートニング

ワークショップの流れ



ワークショップの流れ

ワークショップの流れとポイント

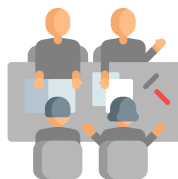
STEP1



ヒアリングと
ディスカッション
(Zoomを想定)

はじめに、商材に関する情報
とペルソナに関する情報をヒ
アリング&ディスカッション
させていただき、ペルソナ
シートを作成いたします。

STEP2



ワークショップ
(メンタルモデルとインサイトモデル)
※オフライン

ステップ①の内容をもとに
ワークショップを実施します。
最初のワークショップはペル
ソナのメンタルモデルと、
サービスのインサイトモデル
に関するワークショップを各1
時間、合計2時間を想定してい
ます。

STEP3



ワークショップ
(コンテンツマップ)
※オフライン

ステップ①の内容をもとに
ワークショップを実施します。
ペルソナごとに求める情報や
悩みを洗い出していきます。
各90分、合計3時間を想定して
います。

STEP4



戦略策定
(ブースターモデル構築)

①②③の内容をもとに戦略
シートを作成していきます。
各情報の優先順位付けなど
についてご協力をお願いいたし
ます。

※上記は2つのペルソナの場合です。3つ以上になる場合は別途ご相談させていただきます。

ワークショップの流れ

ワークショップのアウトプットイメージ

いただいた内容をもとに弊社で精緻化し、スプレッドシート等にまとめます

ビジネス上の
ターゲット属性

**①【営業企画/目的：商談創出】**

- 商談創出が主なミッション。展示会出展やショールーム活用は施策のひとつ。企業のブランド価値や商品の魅力を伝えたいが、コンセプトやレイアウト、デザイン、コンテンツ制作についてはナレッジやノウハウがない。また、大企業の場合、扱う製品によって部門が分かれていて、部門間の連携がうまくいっておらず、クロスセルできていない感じがある。
- 部署のイメージ：営業企画室、経営企画、マーケティング部門

②【広報・PR/目的：コーポレートブランディング】

- 企業のブランド価値向上がミッション。ショールームや企業ミュージアムなどによって、見込み顧客や地域の人々などに企業のブランド価値を伝えたい。デジタルコンテンツの活用も視野に入れている。
- 部署のイメージ：広報部、ブランド戦略しつ、経営戦略室、広報PRチーム

③【総務/目的：施設の管理、工場見学の実施、周年事業】

- 自社が保有する施設の管理を担当している。工場やオフィスの改修工事について関与し、窓口となることもある。また、社外向け（採用候補者や取引先、一般消費者など）に工場見学を実施する際には受付や案内などの実務を担当することもある。社員の教育や取引先の新入社員などの研修に工場を使うこともある。周年記念の際には、周年事業を統括することもある。
- 部署のイメージ：総務部、人事総務部、コーポレート部門

ターゲットが抱える
課題・イベント

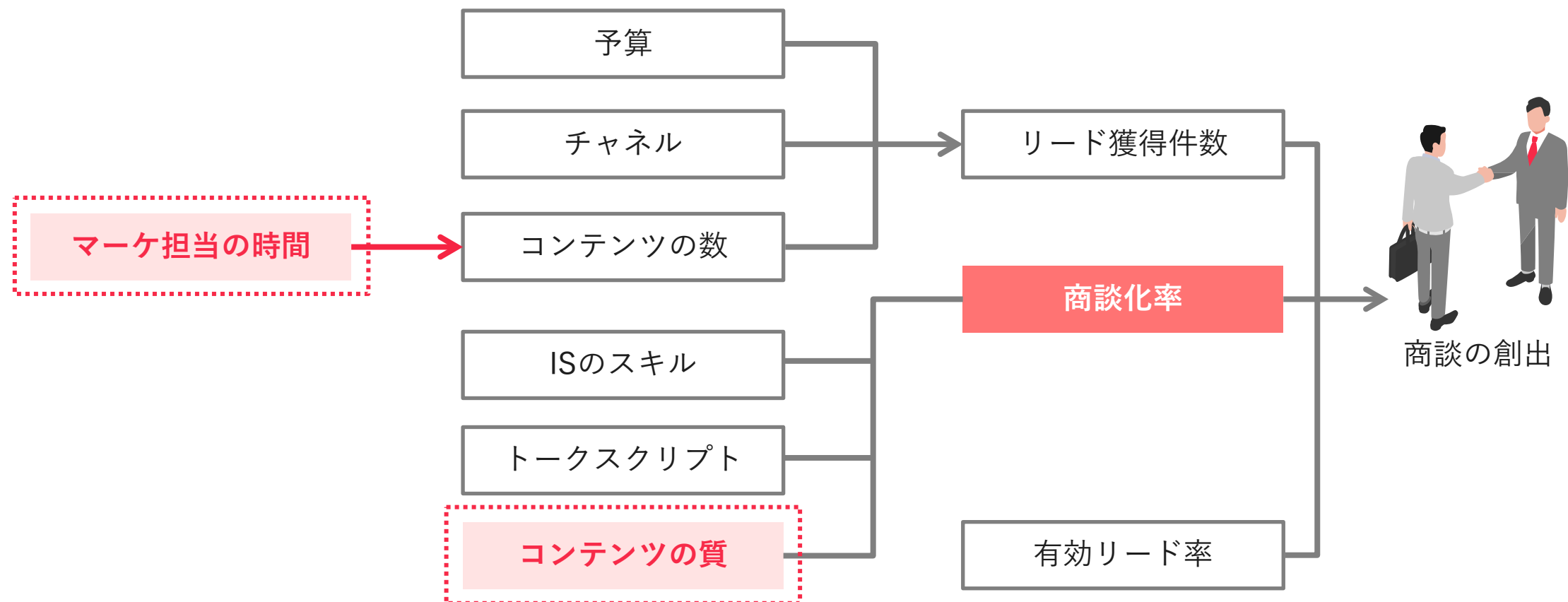


- より多くの人に企業のブランド価値や魅力が伝わる展示施設にしたいが、体験の設計や企画、デザイン、レイアウト、展示方法、コンテンツ制作について自社にナレッジやノウハウがない。
- 企業ブランドの価値や歴史、ビジョンなどを理解した上で、熱量高くベストなアウトプットを実現してくれるパートナーをお願いしたいが、探し方が分からない。付き合いのある業者にそのまま頼んでも、いいものが出来上がって来ない。なるべく一気通貫で頼みたいが、大手代理店に頼むと高額だったりする。

ワークショップの流れ

顧客の意思決定の流れを整理する（メンタルモデル）

ホワイトペーパー作成の場合



ワークショップの流れ

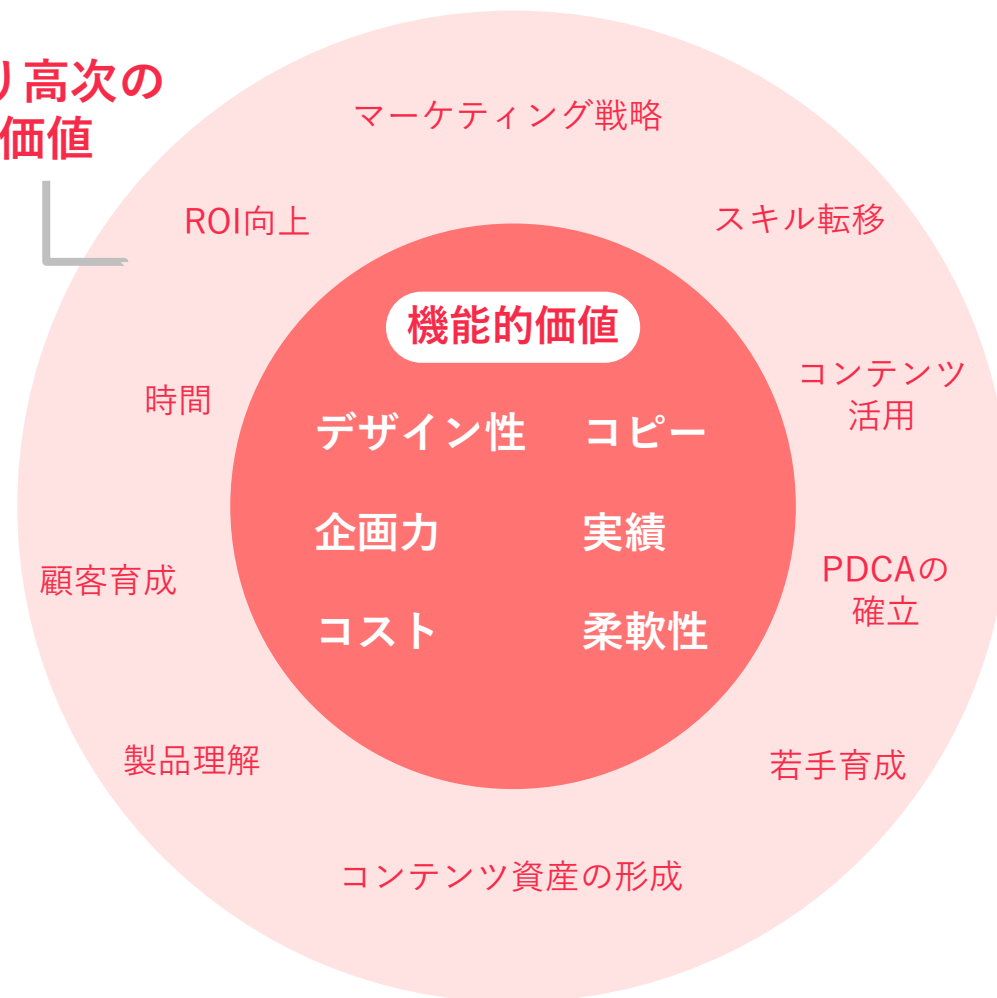
自社の提供価値を整理する（インサイトモデル）

ホワイトペーパー作成の場合

自社の提供価値を改めて整理しそれを拡張・グループ化することで、**顧客と接点を得るための“手がかり”**を見つけだすことが可能になります。



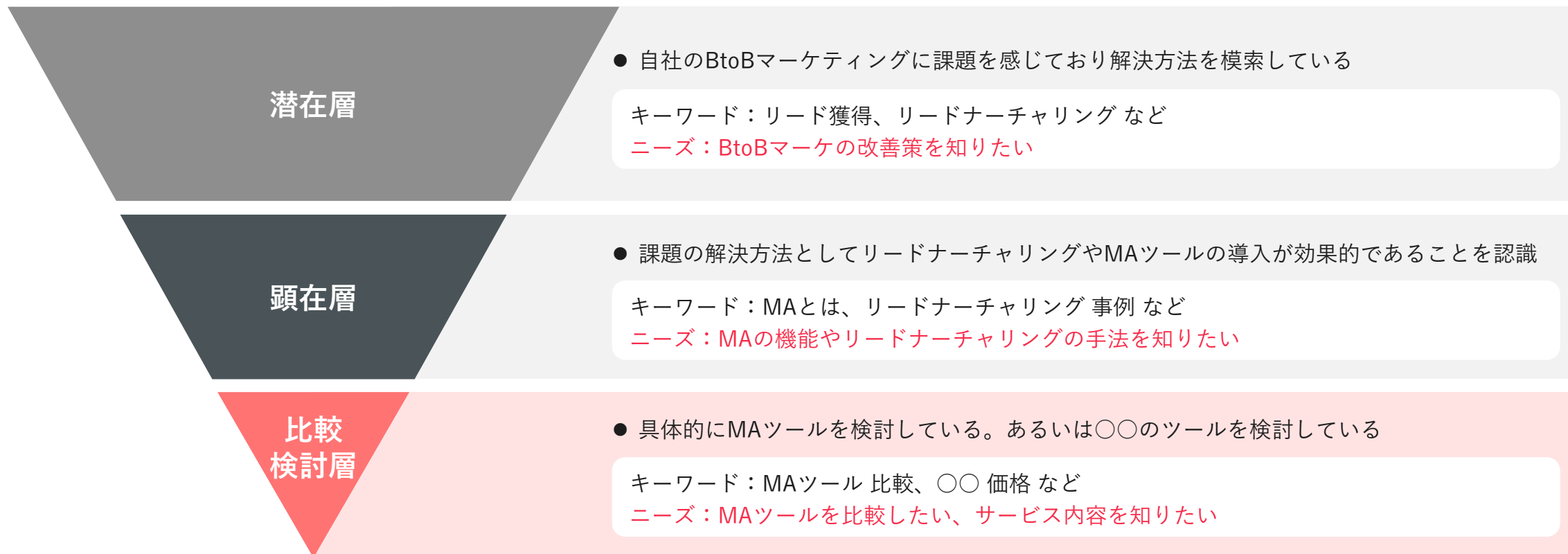
より高次の
価値



ワークショップの流れ

顧客のニーズを整理する

※今回はメンタルモデルをベースに実施します



必要に応じて定量・定性（インタビュー）調査を行います。

ワークショップの流れ

ワークショップのアウトプットのイメージ

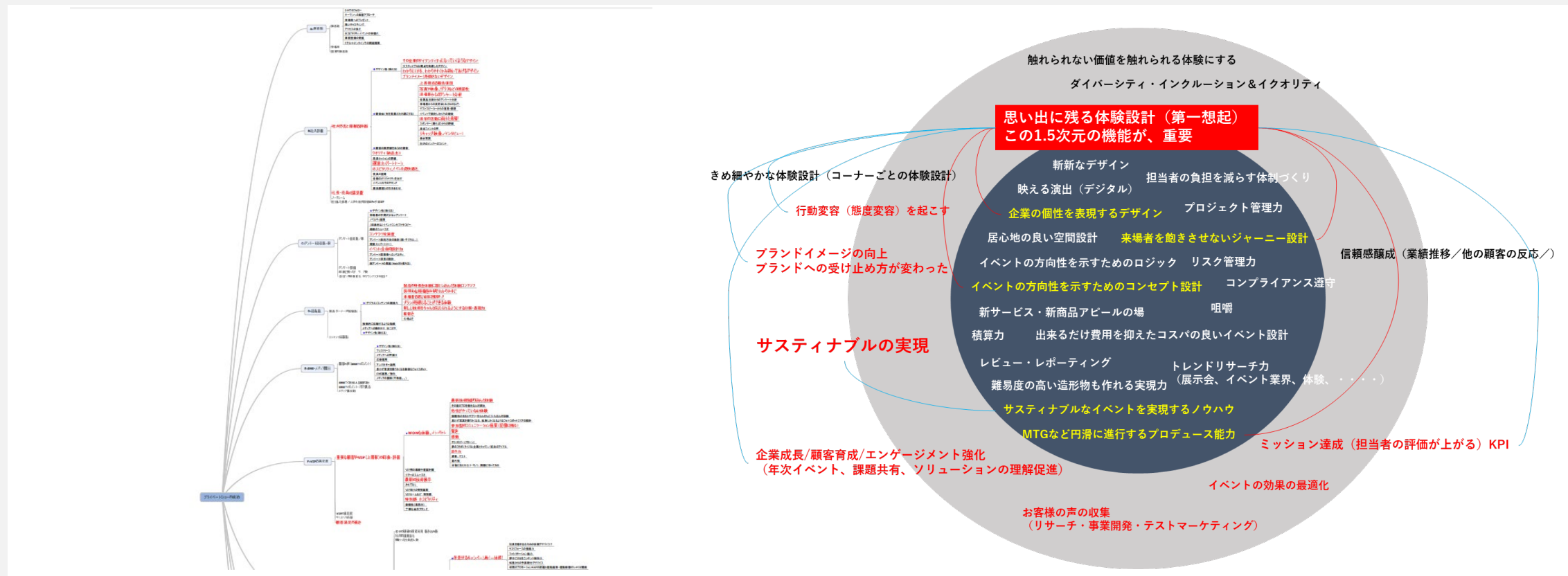
いただいた内容をもとに弊社で精緻化しスプレッドシート等にまとめます。

検討段階	カテゴリ/タグ	情報ニーズ	解決策の提示可否／具体的解決策・CTA	対応記事の有無	記事URL	深刻度	CTA有無
問題意識・興味関心	マーケティング施策	BtoBマーケティングの効果的な方法を知りたい	個社ごとに異なるが情報ニーズを整理することが重要	○		★★★★	○
問題意識・興味関心	マーケティング施策	予算をかけずに成果が出る施策を知りたい	SEO記事を自分で作る、ハウスリストへコラム配信など	○		★★★★	
問題意識・興味関心	業務効率化	マーケティング業務効率化のために役立つツールを知りたい	▲			★	
認知・情報収集	ホワイトペーパー	ホワイトペーパーの作り方を知りたい	自分で作れるテンプレートや作成講座、ウェビナー				
認知・情報収集	ホワイトペーパー	ホワイトペーパーの活用方法を知りたい	ホワイトペーパーを活用したシナリオ事例、ウェビナー				
認知・情報収集	BtoBコンサル	BtoBマーケのコンサル会社ってどんな会社があるの？	▲				
比較・検討	ホワイトペーパー	ホワイトペーパーの制作事例を知りたい	事例集				○
比較・検討	ホワイトペーパー	ホワイトペーパー施策を社内起案するための方法を知りたい	シミュレーションの作成方法、稟議フォーマット				○
比較・検討	BtoBコンサル	BtoBコンサルサービスの料金や他社との違いを知りたい	比較表				○
購入・継続	ホワイトペーパー	ホワイトペーパー制作からの納品までの納期や工程を知りたい	納品までのステップをWebページに掲載	○			
購入・継続	ホワイトペーパー	ホワイトペーパー制作後のアフターフォローはあるかを知りたい	アフターフォローやコンサルサービスを紹介	○			
購入・継続	インハウス化	最終的には自分たちでできるようになりたい	インハウス支援メニューの案内、作成講座、ウェビナー	○	○		

ワークショップの流れ

ワークショップのアウトプットのイメージ

いただいた内容をもとに弊社で精緻化し、マインドマップ等にまとめます。



ワークショップの流れ

ワークショップのアウトプットのイメージ

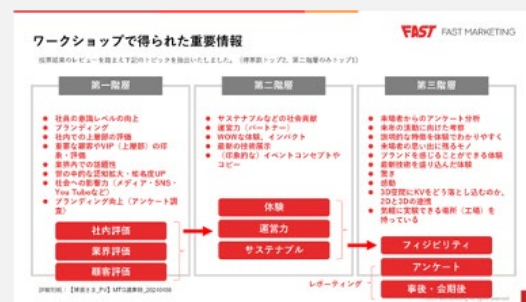
いただいた内容をもとに弊社で精緻化し、報告書並びに顧客攻略シナリオに昇華します。



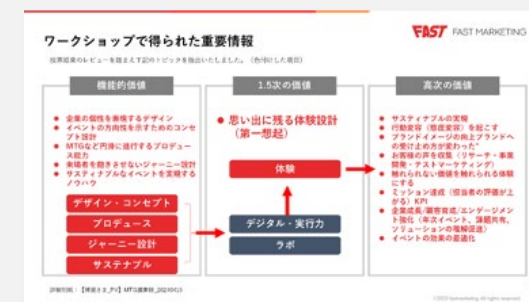
表紙



概念図



トピック抽出 (階層)



トピック抽出 (価値)



コンポーネント



顧客攻略シナリオ



顧客攻略シナリオ



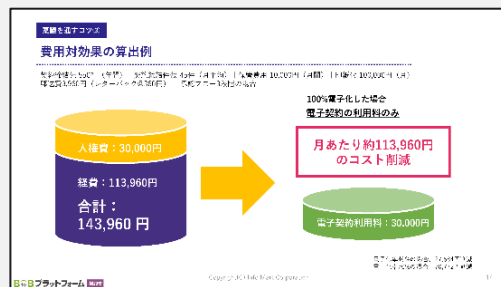
コンテンツ開発計画

ホワイトペーパーの 実績



ホワイトペーパーの実績 インフォーマットさま

電子契約サービス導入稟議を通す3つのコツ



3つのコツ

1. 社内説明会を開催するための事前準備

最高経営者や電子契約に携わる関係者それぞれに、協力してもらうためには、**それぞれの役割に応じてどのような作業が必要になるのかを具体的に説明しておく必要があります。**

そのために以下のことが必要です。

- ✓ 自社の現状に合わせた運用フローを明確にする
- ✓ 社内の役割分担を決める
- ✓ 電子契約サービスベンダーの営業担当とすりあわせる
- ✓ 役割に応じてフローや作業を明確にする
- ✓ あらかじめありそうな質問の回答例を作成しておく

Copyright © 2025 BtoB Platform Inc.

BtoBプラットフォーム契約書お役立ち資料

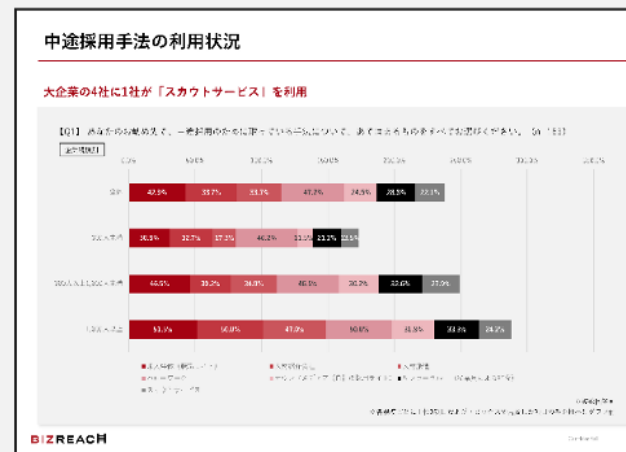
電子契約ってどう選べばいいの？

マンガでわかる、『失敗しない』電子契約の選び方

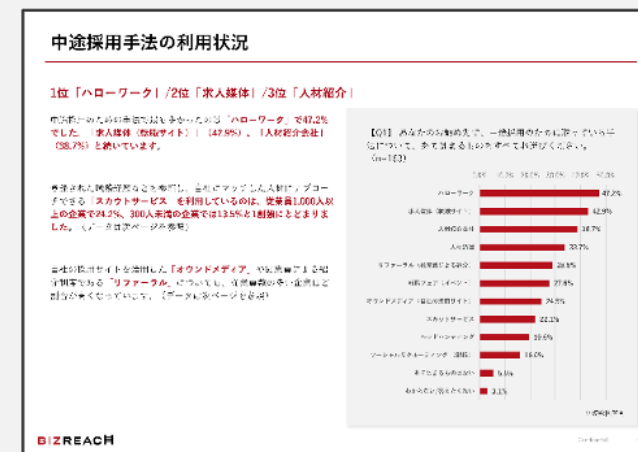


ホワイトペーパーの実績 ビズリーチさま

新型コロナにおける中途採用への影響



一目でわかりやすいカラー配色



グラフから読み取れる内容を抽出

ご相談

無料のWeb相談はお気軽にどうぞ

ファストマーケティングでは無料のWeb相談を承っております。
Web・メール・TwitterのDMでも受け付けております。



担当：Koji.Minebayashi
Koji.Minebayashi@fastmarketing-pro.com

✕ <https://twitter.com/leadSparKing/>



ご相談は下の問い合わせフォーム
または二次元コードからお気軽にどうぞ
FAST MARKETING

社名 ファストマーケティング株式会社

所在地 東京都板橋区富士見町15-5-105

設立 2022年10月

代表者 代表取締役社長 峯林晃治

事業内容 企業向けマーケティング支援
企業向け研修・育成
各種コンテンツ制作
Web制作