

4章 自分らしく輝くための
「発信」の全て

お菓子作りを仕事にする
スイーツビジネススクール

Marimo Cafe

この動画で学べること

01 なぜ発信が大切なのか

02 発信への不安を取り除こう

03 発信メディアの特徴と使い分け

〔 オープンメディアの使い分け
ダイレクトメディアの使い分け

04 何を発信すれば良いのか

〔 オープンメディアでの発信
ダイレクトメディアでの発信

05 惹きつけられる発信とは

4-1 なぜ発信が大切なのか

marimoの例

【定義】発信とは...

情報や意見をインターネット上で複数人に向けて伝えること

私も開業する前から
発信を行っていました

ブログ



Instagram



Facebook



1. なぜ発信が大切なのか

発信すると、どんなことが起こったかというところ・・・

「お菓子教室を始めます！」
と告知したら

16席が満席に

【クックパッド】の
“秘密にしたいマフィン”
シリーズが大好きです!!

「ずっとブログを読んでいて
写真の雰囲気も好きです!!」

「夢を実現されて、
親のような気持ちです」

**初対面の生徒さんが
私のことをよく知っていたのです**



- ▶ 発信によって共感と信頼が生まれて、申込に繋がっていた
- ▶ marimoの雰囲気に近い人、前向きな人ばかりが集まった

1. なぜ発信が大切なのか

自然体で発信すればするほど

“自分の価値観に近い理想のお客様”が集まるという事

⇓ 例えば

大切にしている事

基礎を大事にする
or
時短で楽に

言葉の使い方

フレンドリー
or
丁寧

垣間見える人柄

優しい
リーダー的
おっちょこちょい

写真の世界観

柔らかい雰囲気
or
かっこいい雰囲気

1. なぜ発信が大切なのか

だからこそ、発信に大切なのは

あなたが「**どんな価値観**」を持っていて
「**誰**」に対して「**どんなメッセージ**」を届けるか



marimoのお菓子教室の例

Sample
01

価値観

製菓理論を学べばお店みたいに作れる

誰に

プロレベルのお菓子を作りたい女性

悩み

レシピ本を見てもできない
失敗の原因がわからない

どんなメッセージ

製菓理論を学ぼう！
基礎を学んでお家でもお店みたいに作ろう！

marimoのビジネススクールの例

Sample
02

価値観

誰にでも夢を叶えるチャンスがある！

誰に

お菓子作りを仕事にしたい・生きがいにしたい女性

悩み

何をすべきか分からない
人生を楽しみたい

どんなメッセージ

諦めないでチャレンジしよう！
好きを仕事にして人生を楽しもう！
疲弊しない働き方で、経済的にも豊かになろう！



理想のお客様を集める磁石だから！





HOMEWORK

WORK 01

あなたは「どんな価値観」を持っていて「どんな悩みを持った」
「誰」に対して「どんなメッセージ」を届けたいのか考えてみましょう

- あなたは、お菓子作りに対してどんな価値観を持っていますか？
- あなたの理想のお客様はどんなお客様ですか？
- その方は、どんな悩みを持っていますか？
- その方を引き寄せるためには、どんなメッセージが必要ですか？

4-2 発信への不安を取り除こう

2. 発信への不安を取り除こう

発信を始めるときには、不安がつきものです

知人に
知られるのが
恥ずかしい

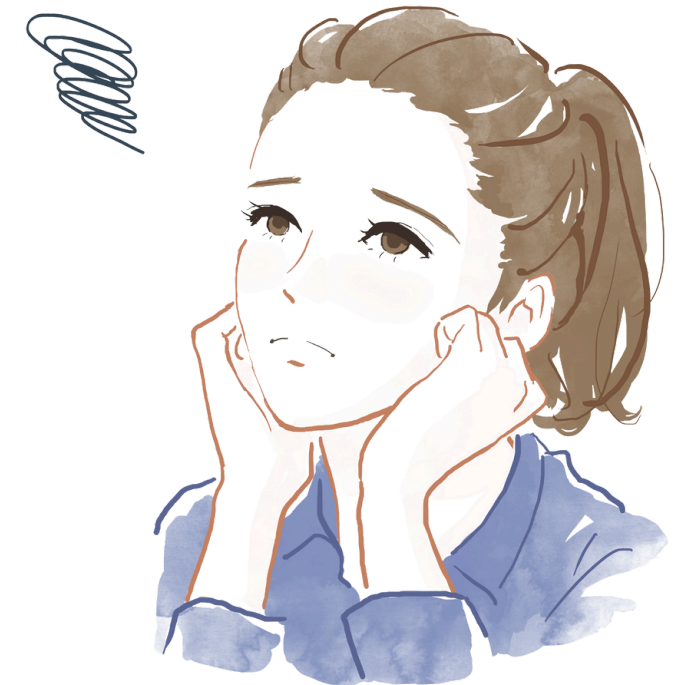
笑われるかな

批判的な事を
言われたら
どうしよう



未知のことへの不安は誰にでもあるもの

18年発信を続けているmarimoから
発信できるようになるマインドセットを
3つご紹介します！



発信できるようになるマインドセット

① 全員に好かれる発信は存在しない！

有名人も、歌手も、インフルエンサーも
100%全員から好かれる人はいません

2:7:1の法則



2

:

7

:

1

何をしても
好き

無関心

何をしても
嫌い

発信できるようにするマインドセット

全員に好かれようとする発信は、誰からも好かれたい

例) 休日の過ごし方についての投稿

- ☑ お菓子作り大好き！
休日は家でゆっくり作ります。インドア派～！

- ☑ スポーツと言えば野球だよね！休日は球場に行くよ！
アウトドア派～！

- ☑ 休日はやっぱり旅行だよね！
温泉大好き！家にいるなんてもったいない～！

発信できるようになるマインドセット

② あなたを好きな人だけが残れば良い

全ての人に個性があります

感覚が近い人同士が惹かれ合い
同じ価値観を共有できるのが幸せな交流です

似た者同士が集まると楽しいですよね♪

あなたが自分らしい発信をして、
それに惹かれた人だけが残れば良いのです

発信できるようになるマインドセット

SNSのフォロワーを外された時の考え方

時々・・・ 「2:7:1の法則」の2割以外の人も
あなたをフォローします

そして・・・ 「違ったわ」と思ってフォロワーを外しますが
気にしないでください！

早めに気づいてくれてラッキーです

発信できるようになるマインドセット

③ そもそも最初は、誰も見ていない

みんな忙しいです。

あなたの発信を
いちいちチェックしていません。

批判的なコメントが来るかも...なんて

自意識過剰です...!



まとめ 最終的には、あなたの発信（価値観）が好きな人だけが残ります

- ☑ 共感しない人は去っていきませんが、それで良いのです
- ☑ 発信を長く続けることで、
価値観の合うお客様が集まります
- ☑ 開業よりもずっと前から発信を続けることが大切です
- ☑ 開業時には、
すでにあなたの“ファン”が集まっている状態にしましょう



HOMework

WORK
01

【全員に好かれる人はいない】と理解しましょう

WORK
02

【自分の発信が好きな人だけが残れば良い】と
決めましょう

WORK
03

【SNSの反応を気にしすぎない】と決めましょう

4-3 発信メディアの特徴と使い分け

3. 発信メディアの特徴と使い分け

発信の大切さはわかったけど、何を使えば良いの？
SNSってたくさんありますよね...



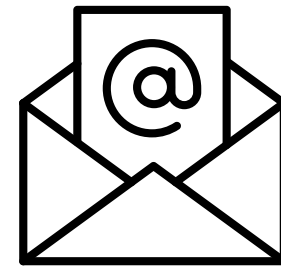
Facebook



Instagram



X



メルマガ



ブログ



YouTube



Tik Tok



公式LINE



ダイレクトメッセージ

SNSをビジネスに使う際には、それぞれ役割があります

3. 発信メディアの特徴と使い分け

オープンメディア

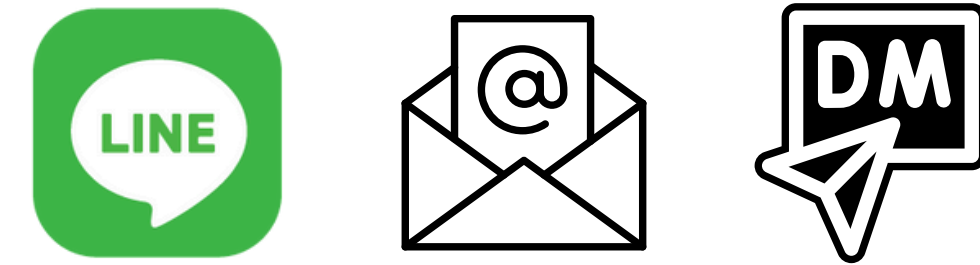
1対多への発信向き



- 誰でもアクセスできる
- シェア拡散も起こりやすい
- 投稿の表示はアルゴリズム次第

ダイレクトメディア

1対1のやりとりもできる



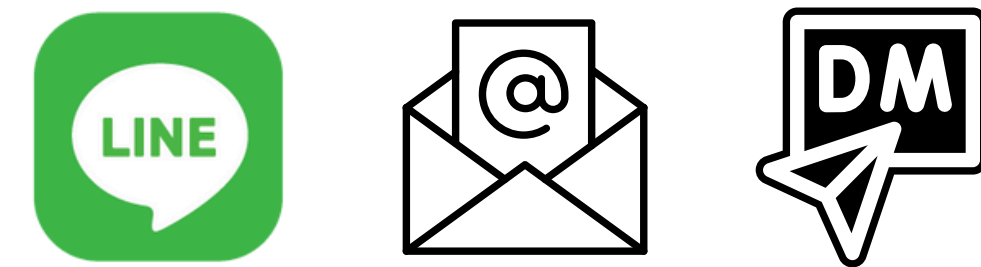
- クローズドな発信ができる
- 直接情報を届けられる
- 通知が届くことが多い
- 相手への到達率が高い

3. 発信メディアの特徴と使い分け

オープンメディアの役割
認知・ファン化



ダイレクトメディアの役割
売上を上げる



オープンメディアの更新だけでは
売上が立ちにくい...



ダイレクトメディアにも登録を促し
直接セールスを行う！

それぞれの役割を理解して、ビジネスに使いましょう

4-3-a オープンメディアの使い分け

a. オープンメディアの使い分け

オープンメディア
認知・ファン化



認知・ファンを増やすために、
オープンメディアは何を使ったら良いの？



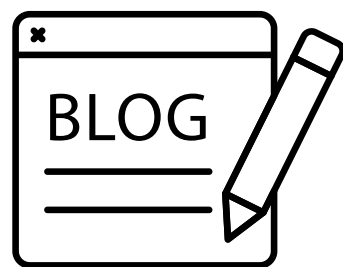
全てを始めるのは無謀...インフルエンサーだって得意なメディアがある
例) 渡辺直美さんはInstagram、ヒカキンさんはYouTubeなど

目的に合わせて選びましょう！

a. オープンメディアの使い分け

オープンメディアの分類

ストック型メディア
情報を蓄える



フロー型メディア

情報を流す・拡げる

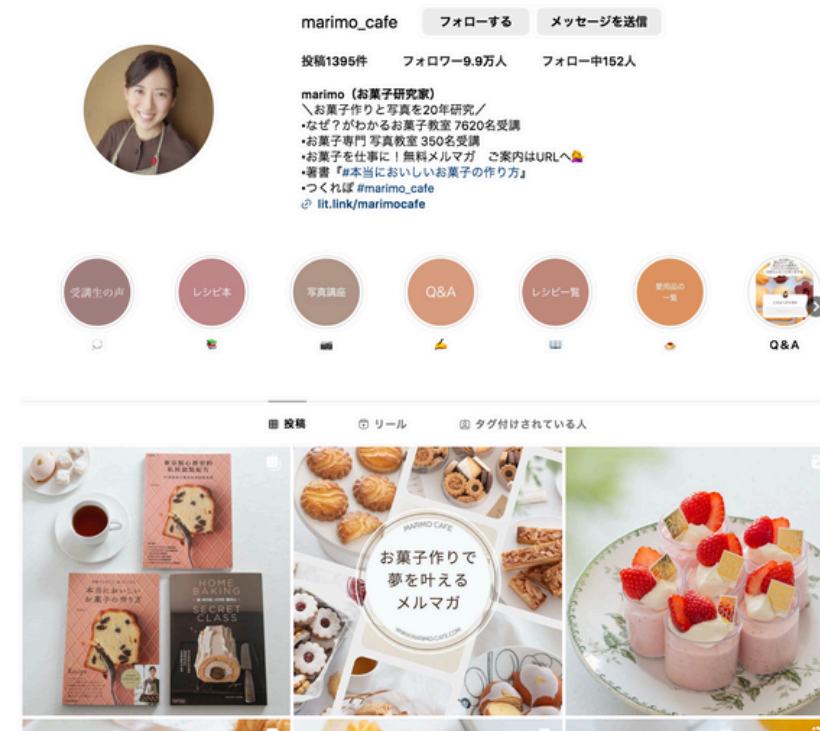
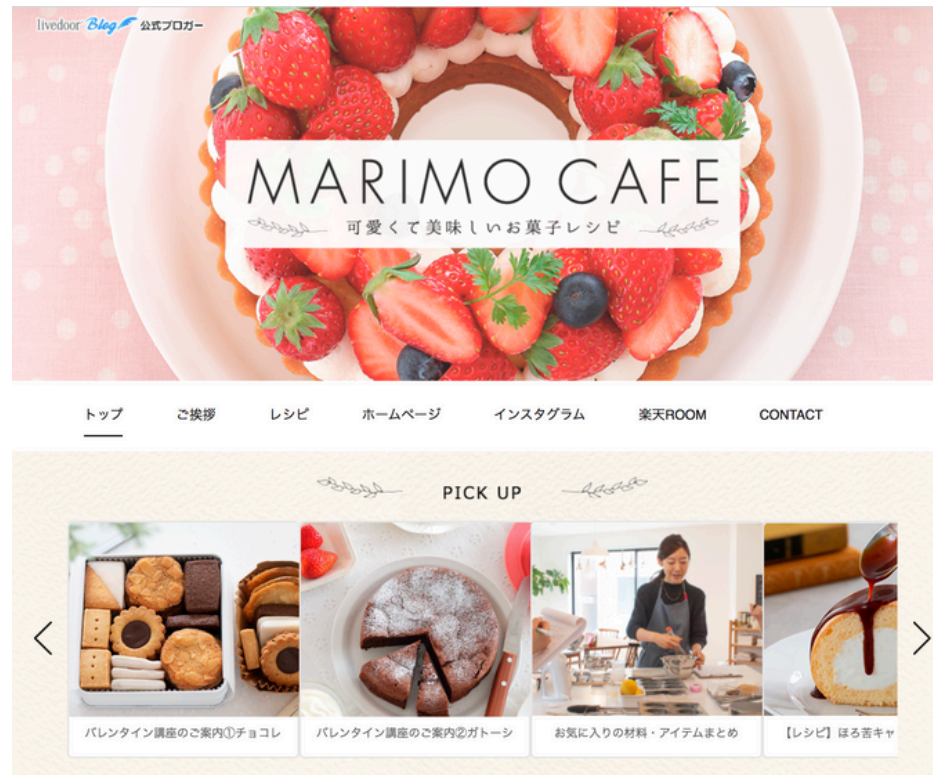


a. オープンメディアの使い分け

ストック型メディアの例

ブログ

Instagram



- ☑ 過去の情報がストック（蓄積）される
- ☑ コンテンツが資産になる
- ☑ 発信の世界観を一覧にしやすい
- ☑ 検索など外部からのアクセスを集められる

a. オープンメディアの使い分け

フロー型メディアの例

Facebook



- ☑ 絶えず新しい情報が流れていくメディア
- ☑ 共感される情報・役立つ情報・面白い情報などが拡散（シェア）されやすい
- ☑ 投稿は流れていくため、過去の投稿を遡るのには不向き
- ☑ 検索性は弱い

a. オープンメディアの使い分け

よくあるお悩み

力を入れて
ブログ記事を書いたのに
閲覧数が少ない...

Facebookで
反応の良い記事があったけど
流れちゃった...



そんなお悩みは



**ストック型のメディアとフロー型のメディアを
掛け合わせることで解決します！**

a. オープンメディアの使い分け

お悩み例①

力を入れて
ブログ記事を書いたのに **閲覧数が少ない...**



ストック型のメディアの記事（ブログやホームページ）は
拡散しないとアクセス数が伸びません



見てもらいたいページURLを

フロー型のメディア（FacebookやX）に投稿しましょう！

a. オープンメディアの使い分け

お悩み例②

Facebookで
反応の良い記事があったけど **流れちゃった...**



フロー型のメディアの記事（FacebookやX）は反響があっても
過去の記事として**埋もれてしまいます**



見てもらいたい投稿を
ストック型のメディア（ブログやホームページ）に再投稿しましょう！
資産になりますよ！

a. オープンメディアの使い分け

色々聞いたけど
一つに絞りたいです！ **オススメはありますか？**



一つ選ぶなら **Instagram** をお勧めします

発信（写真・動画・文章）、世界観の共有、個別メッセージのやりとり機能
ショップへの連携機能、ストーリーズからのURL誘導など
機能が装備されているからです

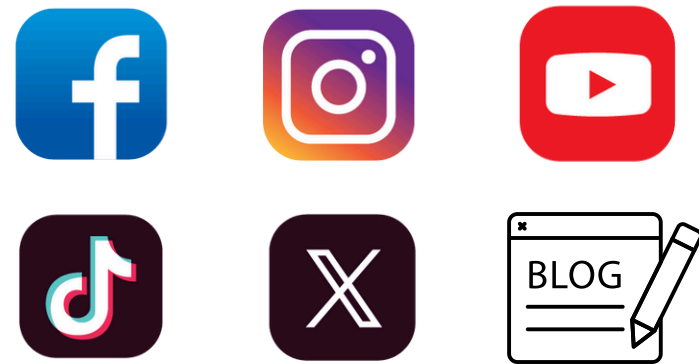
4-3-b **ダイレクトメディアの使い分け**

b. ダイレクトメディアの使い分け

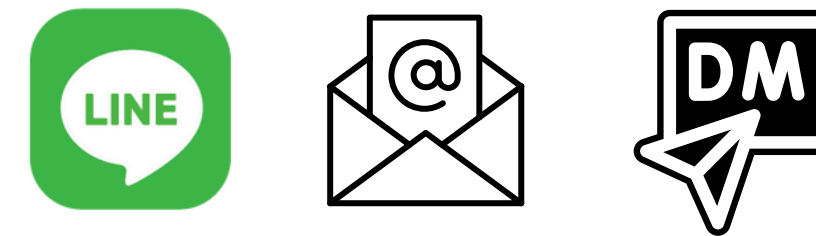
おさらい

こちらを説明していきます

オープンメディアの役割
認知・ファン化



ダイレクトメディアの役割
売上を上げる



オープンメディアの更新だけでは
売上が立ちにくい...



ダイレクトメディアにも登録を促し
直接セールスを行う！

両方の掛け合わせが重要

b. ダイレクトメディアの使い分け

オープンメディアのInstagramを使ってるだけじゃ
集客できないんですよ？

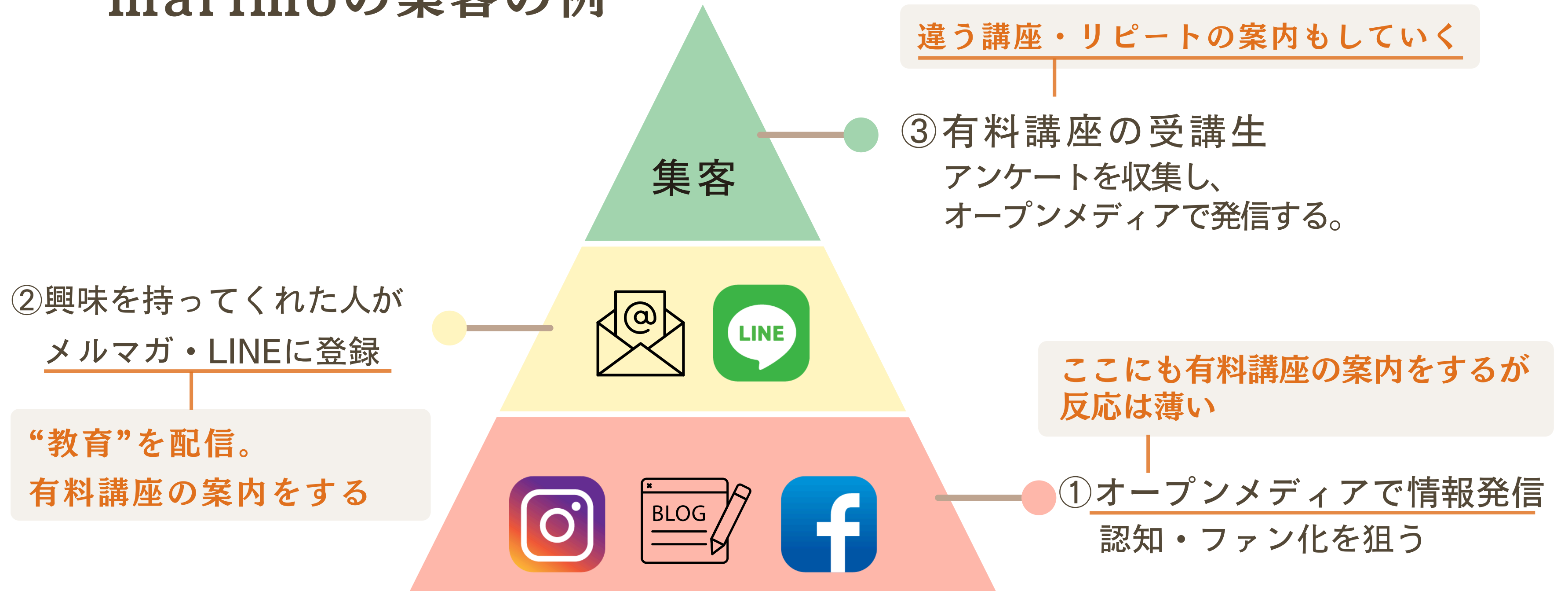
ダイレクトメディアはどれを使えば良いのでしょうか？
そもそも、どうやって集客しているんですか？



お客様が購入に至るまでの「動線」を
作っておくことが大切です！

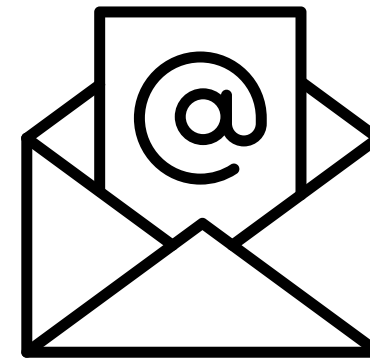
b. ダイレクトメディアの使い分け

marimoの集客の例



b. ダイレクトメディアの使い分け

売上を上げるためには、ダイレクトメディアの活用が必須



特に「公式LINE」と「メルマガ」が重要

両方とも、お客様に直接情報をお届けできるからです

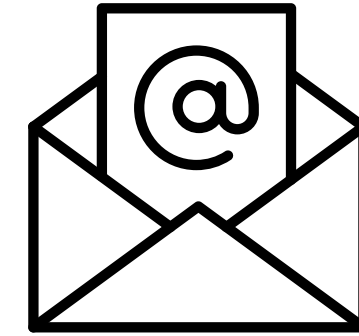
ただし、決定的な違いがあります...

b. ダイレクトメディアの使い分け

違い① 「お客様名簿(メールアドレス)が手に入るか」が違う



LINE株式会社が管理



あなたの元で管理

- Instagramにログインできなくなった...
- ブログサービスが終了した...

などの場合でも

メルマガで収集したメールアドレスさえあれば
お客様との繋がりを取り戻すことができます

安定した長期的ビジネスを構築するためにメルアドが必要なのです

b. ダイレクトメディアの使い分け

違い② LINEはアカウント停止リスクがある

LINE株式会社の判断で、アカウントが停止されたら
お客様リストがゼロになる可能性があります

メルマガの方がリスクが少ないと言えるでしょう

停止リスクの高い業種

ビジネス系（稼ぐ系、投資、アフィリエイト）

健康系（ワクチンなど）、スピリチュアル系など

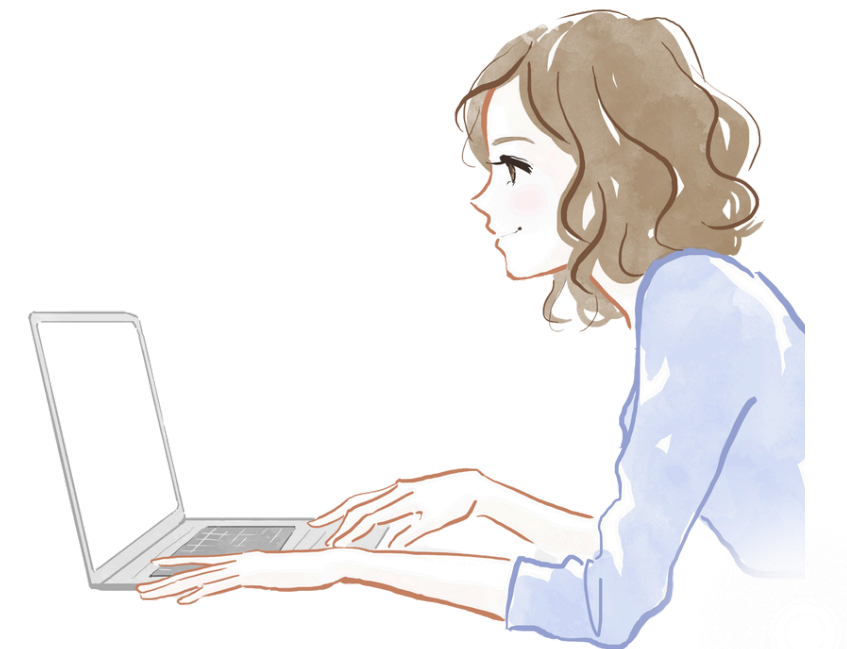
b. ダイレクトメディアの使い分け

違い③ メルマガの方が配信費用が安い

お友達に対して一斉送信をするためには費用がかかります。
LINEはその単価が、値上がりが続けています。

もちろんビジネスですから仕方のないことですが
お友達登録が増えるほど費用がかさみます。

メルマガの方が配信費用が安いです



b. ダイレクトメディアの使い分け

公式LINEとメルマガの比較

		
顧客名簿の安全性	△	◎
配信費用の安さ	△	◎
読者登録の気軽さ	◎	△
メッセージ開封率	◎	○
読者の読みやすさ	◎	○

b. ダイレクトメディアの使い分け

メルマガがお勧めなのはわかったけど
初心者にはハードルが高いです...



まずは公式LINEだけ始めて
後々余裕ができたなら、メルマガもスタートしましょう！

メルマガは長文を書くスキル・写真や画像を織り交ぜるスキル
配信スタンドの設定などハードルが高いのも事実
初心者さんは公式LINEだけ始めましょう！



- ☑ オープンメディア
Instagramで発信しよう！
- ☑ ダイレクトメディア
公式LINEを始めよう！
余裕ができたなら、メルマガもスタートしよう！



WORK
01

Instagramアカウント

- ① 作成しよう
- ② 仕事用・プライベート用アカウントを整理しよう

WORK
02

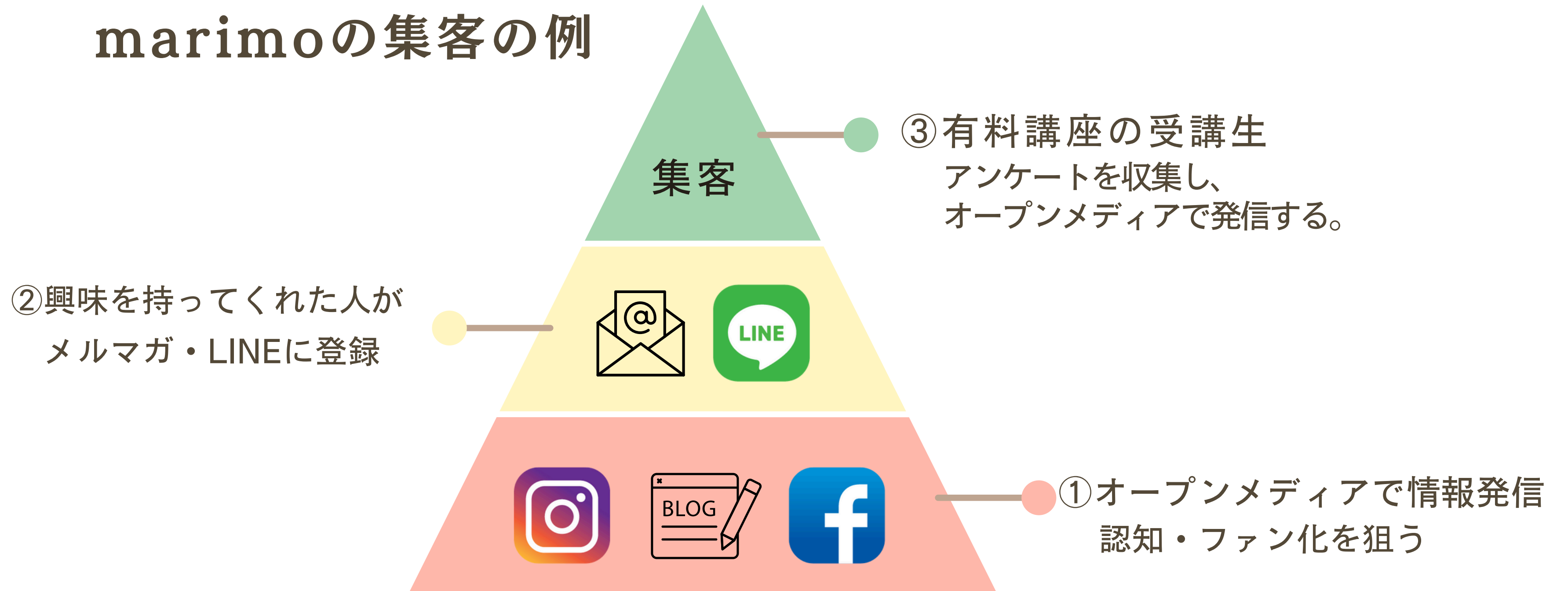
公式LINEアカウント

- ① 作成しよう

4-4 何を発信すれば良いのか

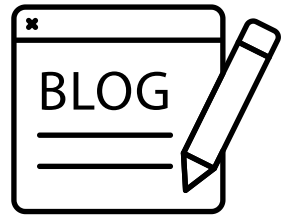
4. 何を発信すれば良いのか

おさらい marimoの集客の例



4-3-a オープンメディアでの発信

a. オープンメディアでの発信



オープンメディアで情報発信するポイント

信頼

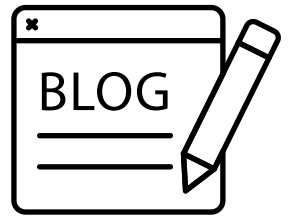
共感

憧れ

a. オープンメディアでの発信

信頼

(1) 頑張る姿



あなたが健気に頑張る姿は、見ている人に勇気を与えます
小さなことでも報告する気持ちで発信すると信頼に繋がります

例) お菓子教室を受講した

“こんなお菓子を学んだ”
“美味しくできたし勉強になった”



与える印象

前向きな人なんだな！
熱心ですごいな！
私も頑張ろうって思える！

例) シフォンケーキを失敗した

“底上げしてしまった”
“原因がわかるまで焼き続けます”



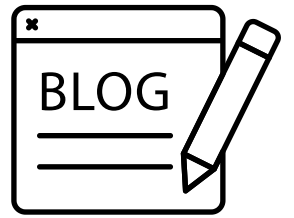
与える印象

今後が楽しみ！
成功するコツを聞きたいな！

a. オープンメディアでの発信

信頼

(2) 価値観・姿勢



あなたのビジネスの目的・価値を伝えておかないと
クレームに繋がることもある

例) 製菓理論に基づいたレッスン

“なぜそうするのかを解説します”
“美味しくできる温度を伝えます”



理想のお客様

詳しくて嬉しい!
価値観が合わないお客様

細かい事をいわれてめんどくさい

価値観が合わないお客様がレッスンに申込してしまうと、
「良くないレッスンだった」などと悪評を立てられる可能性がある

a. オープンメディアでの発信

信頼

(3) お届けする未来



あなたがお客様にどんな未来をお届けできるのか
どんな価値のあるサービス・商品なのか

例) くつろぎの空間でのレッスン

“忙しい女性にホッとする時間を”
“集中してリフレッシュできます”



理想のお客様

私のための教室！
価値観が合わないお客様
もっとスパルタで教えて欲しい

例) 猫モチーフ専門のお菓子屋

“全てのお菓子が猫の形です”
“見るだけでも癒されます”



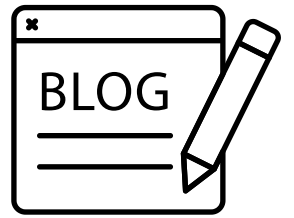
理想のお客様

あの人にあげよう！
価値観が合わないお客様
別に猫じゃなくて良いな～

a. オープンメディアでの発信

信頼

(4)実績・お客様の声



活動レポートや、掲載実績など、どんなお仕事をしているか
お客様にどんな変化があったかを伝えましょう

例)
デコレーションが
こんなに上達しました！

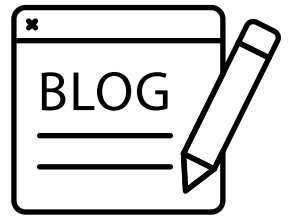


私も習ってみたい！
行くならこの教室！

a. オープンメディアでの発信

信頼

“顔出し”する

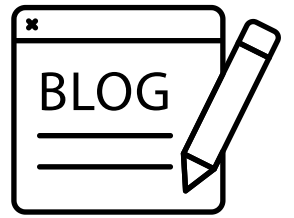


- ☑ 食に関わるお仕事は信頼が命
- ☑ 危険を感じる人から購入しない
- ☑ 顔出し＝責任感につながり、好印象
- ☑ イラストや横顔でも良い
- ☑ 文章が下手でも雰囲気やキャラが伝わりやすい

a. オープンメディアでの発信

信頼

信頼を失うNGリスト

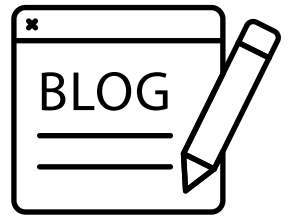


- ☑ メンタルが不安定
- ☑ 個人を特定した攻撃
- ☑ マイナスな気分になる発言
- ☑ 約束を守らない
- ☑ 唐突なPR案件

a. オープンメディアでの発信

共感

(1) 楽しそうな姿



あなたが楽しそうにお菓子を作る姿が周りに暖かさを与えます
楽しい！嬉しい！など、ポジティブな発信をしましょう

例) シュークリームを作った

“さっくりしてて美味しい！”
“膨らむのを見るのが好き！”

与える印象

お菓子作りって楽しそう！
いいな～私も食べたいな！

例) クッキーをプレゼントした

“職場で15時頃に配った”
“疲れが吹き飛ぶ！と喜ばれた”

与える印象

職場の雰囲気良くなりそう～！
楽しそうで良いな～！

a. オープンメディアでの発信

共感

(2) あなたの境遇



あなたがどんな状況なのかを伝えることで
人柄に厚みが出ます

例)

出身地、居住地、年齢

仕事（ワーママ、休職中、
フリーランス、会社員、主婦）

家族構成（一人暮らし、夫婦二人、
妊娠中、子育て中、離婚、再婚、
国際結婚）



与える印象

そうなんだ！私と同じ！

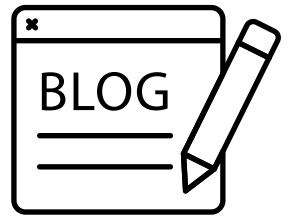
あの人と同じ！

地元が近いな！

a. オープンメディアでの発信

共感

(3) 過去の経験



あなたが過去に経験した苦悩や、乗り越えた経験を伝えることで
勇気付けられファンになる人がいます

例)

「満員電車での通勤が嫌だった」
「お菓子作り仲間がいなかった」
「自分に自信が持てなかった」
「ナッペ作業が苦手だった」



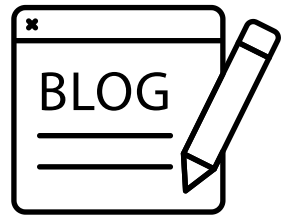
与える印象

そうなんだ！私と同じ！
そうやって乗り越えたのか！
参考になる！私も頑張ろう！

a. オープンメディアでの発信

共感

(4)好きなこと



お菓子作り以外の趣味や好きなことを発信しましょう！
あくまでもサブ的要素でストーリーズにさらっと...くらいが良いですね

例)

アーティスト、音楽
ファッション、映画
本、インテリア、スポーツ



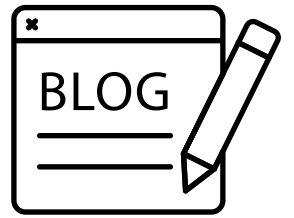
与える印象

そうなんだ！私と同じ！
素敵な趣味だな～！

a. オープンメディアでの発信

憧れ

(1) ライフスタイル



お菓子作りをしながら、どんな生活をしているのか
いいな～この人みたいに生活したい！と思うような内容

例)

3時のおやつに子どもの好きな
プリンを作りました♪



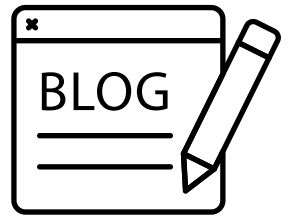
与える印象

いいな！羨ましい！
この人みたいになりたい！

a. オープンメディアでの発信

憧れ

(2) 人間関係



職場や友人、家族とどのような人間関係を築いているのか
素敵だな~と思うような発信

例)

大学時代の友人と3年ぶりに再会！
昔話に花が咲きました♪
お菓子をプレゼントしたら喜ばれました！



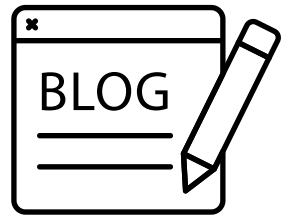
与える印象

いいな！羨ましい！
この人みたいになりたい！

a. オープンメディアでの発信

憧れ

(3) 挑戦や変化



どんな人生を送ろうとしているのか、何に挑戦しているのか
どんな変化があったのか、プロセスを発信

例)

会社の休日にお菓子教室へ
レシピコンテストに応募
SNS友達とオフ会



与える印象

いいな！羨ましい！
この人みたいになりたい！



オープンメディアで情報発信するポイント

信頼

共感

憧れ



WORK
01

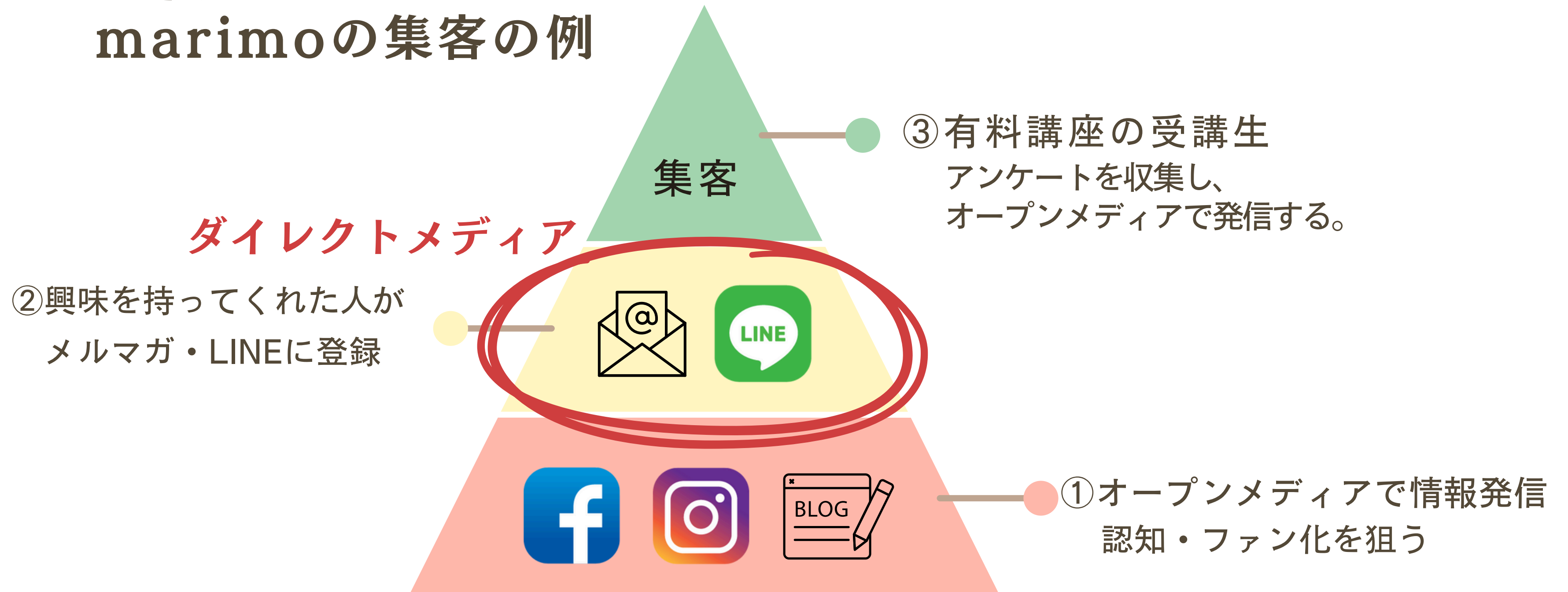
あなたの好きなInstagramアカウントを
3つ挙げてみよう

- ① 信頼につながった投稿を挙げてみよう
- ② 共感につながった投稿を挙げてみよう
- ③ 憧れにつながった投稿を挙げてみよう

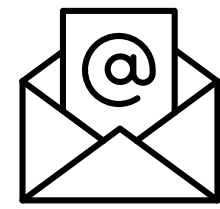
4-3-b **ダイレクトメディアでの発信**

b. ダイレクトメディアでの発信

おさらい marimoの集客の例



a. ダイレクトメディアでの発信



ダイレクトメディアで情報発信するポイント

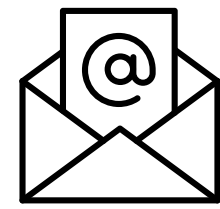
信頼

教育

a. ダイレクトメディアでの発信

信頼

専門知識



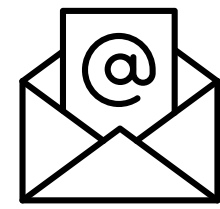
お客様が知りたい専門知識を、丁寧に解説して届ける事で
その人にとっての「先生」になれます
「この人のサービスにはお金を払う価値がある」と思ってもらえます

例) お菓子作りを仕事にする方法
子どものお菓子作り方法

a. ダイレクトメディアでの発信

教育

自分の商品の魅力



お客様が商品を買ってくれるよう
「あなたの商品を買うことで人生がプラスになる」という
価値観を育てていきます

例)

お菓子作り上達には
「製菓理論」を学ぶ事が大切！



製菓理論を学べる講座を
開講します



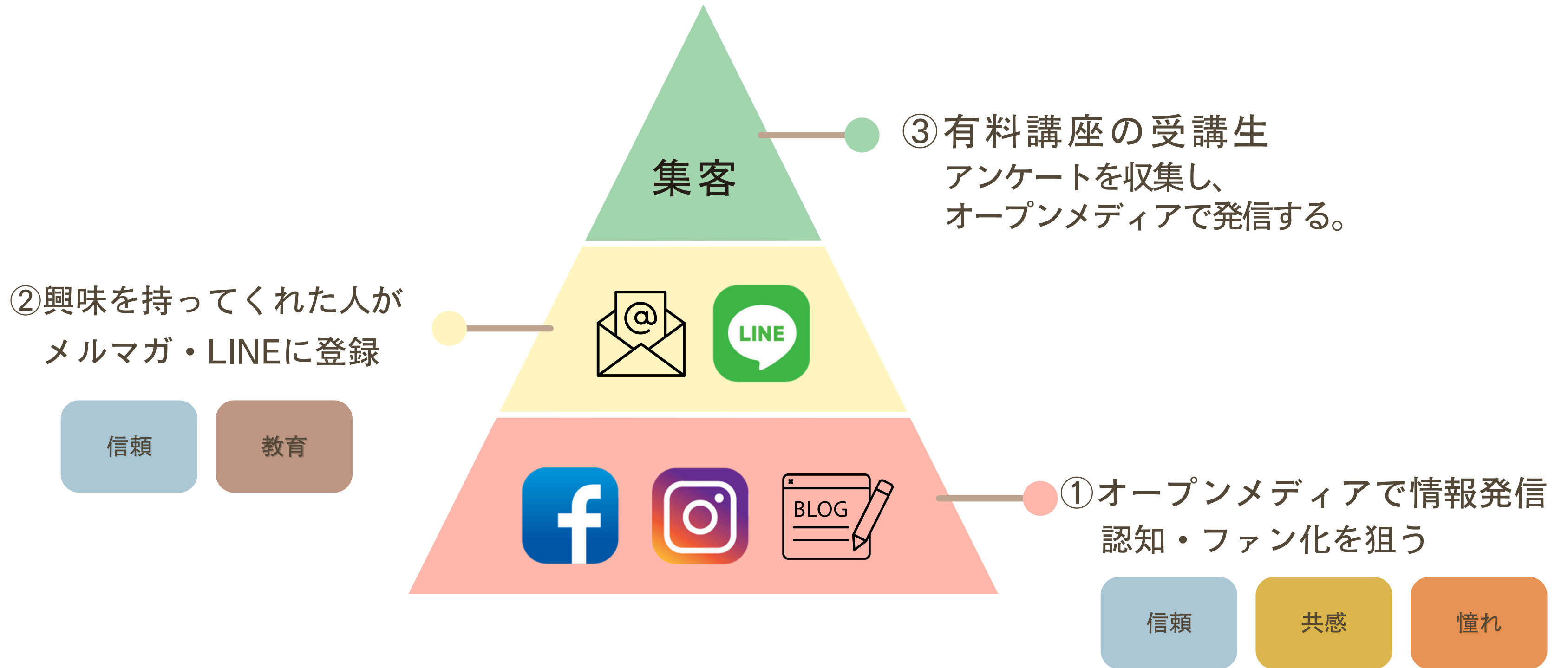
ダイレクトメディアで情報発信するポイント

信頼

教育



まとめ marimoの集客の全体図





HOMEWORK

- WORK 01** あなたが登録している公式 LINE アカウントを挙げてみよう
- WORK 02** どのように誘導されて登録したか、挙げてみよう
- WORK 03** そのアカウントからどんな情報が届くか、挙げてみよう
- WORK 04** そのアカウントから購入したものがあれば、挙げてみよう
- WORK 05** なぜ購入に至ったのか、理由を挙げてみよう

4-5 惹きつけられる発信とは

惹きつけられる発信とは

①美しい写真

お菓子の発信は「写真」が命！
「美味しそう！」「素敵！」「食べたい！」と思ってもらえるかが大切！



惹きつけられる発信とは

写真の役割

1. 見てもらうためのフック

2. 味見代わり

3. 信頼の蓄積

4. サービスのクオリティUP

5. レシピ開発では必須



初級レベル ● 35分
ワンボウルで簡単! 胡桃とチョコのド



初級レベル ● 60分
柚子のパウンドケーキ



中級レベル ● 80分
シャインマスカットのタルト



初級レベル ● 20分
牛乳で作る★ミルクーナわらび餅

惹きつけられる発信とは

写真の勉強方法

1. 学ぶ（書籍・写真講座）

2. 撮ってみる

3. アドバイスをもらい振り返る



📖 おすすめの書籍

『もっとおいしく撮れる！お料理写真10のコツ』佐藤 朗

惹きつけられる発信とは

②ストーリーがある

人は**ストーリー**が大好きです。

小説も映画も音楽も、**ストーリー**が魅力的だと
人気になります。

そのお菓子をなぜ作ったのか？誰と食べるのか？

お菓子の裏にどんな物語があるのかを発信しましょう！

惹きつけられる発信とは

③ポジティブな内容

情報を受け取る相手の気持ちを想像して発信しましょう！
心が温かくなるポジティブな内容が望ましいです。

日常で嫌なことがあっても、わざわざ発信する必要はありません...
ネガティブな内容に魅力はありません。



惹きつけられる発信とは

- ① 美しい写真
- ② ストーリー性がある
- ③ ポジティブな内容



HOMEWORK

WORK
01

美しい写真を撮るために、あなたに必要なことは何ですか？

WORK
02

あなたが作るお菓子にストーリーはありますか？

WORK
03

発信がポジティブなアカウントを見つけよう



- ☑ 発信は、理想のお客様を集めるために絶対に必要
- ☑ 全員に好かれる必要はなく、
あなたの発信が好きな人だけが残れば良い
- ☑ オープンメディア
Instagramで「信頼・共感・憧れ」につながる発信をしよう
- ☑ ダイレクトメディア
公式LINEで「信頼・教育」につながる発信をしよう
- ☑ お客様を惹きつける発信を意識しよう