

女性に売れる言葉とデザイン



「なんか好き」に見える化する技術

橋本夏子



女性に選ばれるマーケティング、コンテンツ、企画、ブランド…のつくり方。

女性誌編集歴20年以上の著者が、女性の心理を読み解き、「女性に選ばれる企画・表現」のつくり方を体系化。特別な感性がなくても実践できる、リサーチ・言語化・デザイン設計のノウハウを、基礎から応用まで丁寧に解説します。女性向けプロモーションで悩むすべての人に向けた、“売れる理由”がわかる実践書です。

本書の前半では、女性ならではの感性の構造や、「なぜその表現では響かないのか」「どんなビジュアルが“わかってきている”と思わせるのか」といった女性の購買心理の“地図”を描くための基礎知識をわかりやすく解説。

後半では、実際のプロモーション現場や商品企画にすぐ応用できる、インタビュー・キャッチコピー・世界観設計・SNS活用などの応用スキルを具体的に紹介します。

かゆいところまで手が届く、女性をターゲティングしたマーケティングの本の新バイブル！

「なんとなく可愛い」や「女性ウケしそう」では、もう届かない。この一冊では、“なぜそれが響くのか？”を、言葉・色・デザインの視点から徹底解剖。

現場で使える具体例を交えながら、女性の心に届く企画・クリエイティブの勘所をわかりやすく解説します。

たとえば、こんなポイントに悩んだことはありませんか？

- ◎女性に選ばれる色と、色がもたらすイメージとは？
- ◎季節ごとの女性人気カラーと心理効果とは？
- ◎フォントは女性にどんな印象を与える？
- ◎幅広い年齢層に届けるにはどんなデザインが有効？
- ◎年代別女性に響く言葉とは？
- ◎年代別女性に響くビジュアルとは？

《目次》

- 第1章 「なんとなくピンとこない…」を解消する女性購買心理の法則
- 第2章 女性の心に届く“言葉”の設計
- 第3章 “女性に届く”をカタチにするデザインの力
- 第4章 女性の購買心理をひもとく実践「感性インタビュー」
- 第5章 共感され選ばれるブランドの世界観設計
- 第6章 WEB×SNS×UGCを連動させた女性ターゲティングの新ルール
- 第7章 女性の感性を翻訳し読み解く実践テクニック

《著者》橋本夏子（はしもとなつこ）

コンテンツプロデューサー／編集者／女性マーケティング戦略アドバイザー

慶應義塾大学法学部卒業後、読売広告社で広告営業を経験し、出版社へ転職。

16年にわたり女性誌編集に携わり、副編集長も歴任。その後、Yahoo! グループの女性向けWEBメディア「TRILL」編集長を務めるなど、20年以上にわたり女性メディア全体の企画・編集・プロデュースを手がけてきた。

これまでに女性ユーザー1万人以上への取材、著名人インタビュー約100件、ファッション撮影1000件超に携わり、“女性に届く言葉とビジュアル”を現場で磨いてきた実践派。独立した現在も女性メディアでの企画・執筆・撮影を行う現役編集者として、日々“女性に響く言葉とデザイン”をアップデートしながら、実務に落とし込んで提案。百貨店・商業施設・アパレル・コスメブランドなどの広告キャンペーン・ポスター・WEB制作なども企画・プロデュースしており、「女性に響く世界観づくり」を強みとする。

《書誌情報》

本体価格-----1800円
ISBN-----978-4-86680-325-8
ページ数-----288
判型-----四六判並製

初版 5500部（2025年6月）