



【テンプレート付】この一冊で丸わかり！

ペルソナ設定ガイドブック

ガイドブック目次

1. そもそもペルソナとは？
2. なぜペルソナ設定が必要なのか？
3. ペルソナ設定の手順
4. ペルソナシートの主な項目
5. ペルソナ設定のポイント
6. 【付録】ペルソナシートテンプレート

① そもそもペルソナとは？

「ターゲット」よりも詳細かつ
具体的な情報を持たせた顧客像のこと！

① そもそもペルソナとは？

ペルソナとは「架空の顧客像」のこと

ペルソナとは、マーケティング戦略立案のために作成される「架空の顧客像」を指します。

意味が似ている用語に「ターゲット」がありますが、ペルソナは**ターゲットから因数分解的に作られる顧客像**です。

そのため**情報の具体性が強い**点が特徴となっています。

【ターゲットとペルソナの関係イメージ】



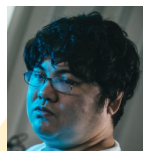
【ターゲット】

20代男性, 東京23区在住,
年収400~600万円, 独身



【ペルソナA】

あだ名「ゆたぽん」, 28歳, 大学生時代から付き合っている女性と同棲中, 渋谷のITベンチャーのマネージャーポジション, 年俸600万円



【ペルソナC】

相田和成, 23歳, 女性との交際経験がない, 大学在学中に始めたアフィリエイトサイトが成功した, 就職せず個人事業主をしている, 年収500万円



【ペルソナB】

愛称「コースケ」, 25歳, 忙しさがたまって交際していた女性と最近破局, 新卒3年目の不動産営業マンで、担当はレジデンス, 固定給450万円+インセンティブ

② なぜペルソナ設定が 必要なのか？

パーソナライズされているほど
広告の効果が高まるように、
効率よく成果を上げるには
ペルソナ設定が必要！

② なぜペルソナ設定が必要なのか？

ペルソナ設定 = 人カパーソナライズ広告のようなもの

「ペルソナ設定なんて細かいこと面倒くさい。ターゲットがあれば十分では？」という声もあると思いますが、ターゲットだけでは顧客像が大雑把すぎて、どんなメッセージが刺さりやすいかイメージしにくいという難点があります。つまり**基本的なターゲット戦略だけでは効率が悪い**のです。

一方、ペルソナのように詳細な顧客像に対してなら、どのようなメッセージが刺さるかがより具体的にイメージしやすくなります。パーソナライズ広告が効率よくCVを獲得するのと同じように、**ターゲット戦略も顧客イメージが細かく決まっているほど成果が上がりやすくなる**のです。

もちろん成果を上げるには適切なペルソナ設定が必要ですが、コツをいくつか掴めば簡単に作れるようになります。

② なぜペルソナ設定が必要なのか？

ターゲット戦略だけだと……



【ターゲット】
20代男性, 東京23区在住,
年収400~600万円, 独身

20代って、新卒？ それともアラサー？ もしかしたら大学生かも。

400~600万円ってことは月給で33~50万円？ 振れ幅大きすぎない？

情報が大雑把すぎて具体的にどんなメッセージを伝えればいいのか考えるのが大変。最悪、数撃ちや当たる作戦気味になってしまう。

ペルソナ設定も行えば……



【ペルソナA】
あだ名「ゆたぼん」, 28歳, 大学生時代から付き合っている女性と同棲中, 渋谷ITベンチャーのマネージャーポジション, 年俸600万円

年俸600万円ならお金の余裕ありそう。平均的な同年代よりリスクとれそう。

ITリテラシーは間違いなく高い。管理職ならではの悩みが多そう。

顧客の悩みや願望がイメージしやすく、
「この人を口説くならこんなやり方が刺さりそう」といったことが考えやすくなる！

② なぜペルソナ設定が必要なのか？

ペルソナ設定にはこんなメリットも！

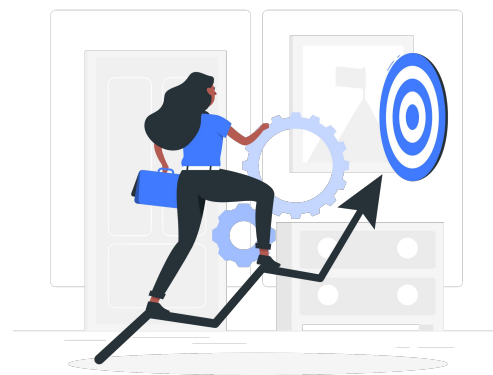


● チーム内の認識ズレが防げる

ペルソナをあらかじめ決定・共有しておくことで、チーム内でターゲットに対する**認識の統一**を図ることができます。また、ミーティングや打ち合わせの進行もよりスムーズになります。

● PDCAが回しやすくなる

大雑把なターゲット戦略のみだと、コンテンツごとにイメージされる顧客像がバラついてしまいます。しかしペルソナに沿って戦略・戦術を実行していけばそうした**バラツキが減り、よりPDCAを回しやすくなります。**



③ ペルソナ設定の手順

1. 情報を集める
2. 情報の傾向を探る
3. ペルソナを作る

③-1. 情報を集める

最も重要なのは、ペルソナ設定によって成果が上がらなければならない、ということです。そのため情報収集の段階においても、**どのようなペルソナを立てればより効果が出るかを念頭におきましょう。**

性別や年代、収入、趣味嗜好など、ペルソナ設定に必要な情報をあらかじめ定めて、狙いをつけるようにしましょう。

狙いをつける上で守っておきたいポイントは右記を参考にしてみてください。

【情報収集のポイント】

- **ターゲット戦略を元にする**
ペルソナはあくまで大元となるターゲット戦略から組んでいくようにしましょう。例えばターゲットでは「女性」とされているのに、男性の情報を集めるのは間違いです。
- **自社の売上に特に貢献しているセグメントを選んで情報収集する**
すでに売上有る場合は、売上のうち過半数を占める層や、LTVが上位の層の情報を集めてペルソナ設定に活かしましょう。
- **売上などの過去データがない場合、自社のポジショニング戦略と相性の良さそうなセグメントを選ぶ**
売上など参考となるデータがない場合は、自社商材の強みと相性が良さそうな層を仮説立てて情報収集しましょう。この場合は綿密なポジショニング戦略も必要です。

ペルソナ設定に必要な情報の集め方①

顧客アンケート・座談会



顧客イメージを掴むにあたって最もストレートな方法は、やはり**顧客に直接聞く**ことです。ペルソナシートを元に質問を作ると、あとで項目が埋めやすくなります。

アクセス解析ツール



顧客向けに何かしらサイトを提供しているなら、アクセス解析ツールのデータも重要な情報となります。**客観的なデータが得られる**ため、バイアスがかかりやすいアンケート・座談会の情報とセットで参考にとするとよいでしょう。

ペルソナ設定に必要な情報の集め方②

社内インタビュー



顧客に直接聞くのが難しい場合は、**日頃顧客と接している営業担当やカスタマーサポートスタッフ**から、顧客についてヒアリングするとよいでしょう。

SNS・Q&Aサイト



TwitterやYahoo! 知恵袋といったサイトは顧客の生の評判が見られます。投稿だけでなく**プロフィール**も見たり、商品名だけでなく**商品の関連キーワード**を使って調べたりするとよいでしょう。

③-2. 情報の傾向を探る

情報が集まったら、集めた情報を整理して**傾向を探ったり、よく共通する点がないかを調べたり**しましょう。そしてターゲット設定では広く捉えていた要素を細かく捉え、実際にターゲットを絞り込むための下準備をしていきます。

年代は「年齢」に
絞り込む

例えば30代なら30歳なのか、39歳
なのかで属性が大きく異なる

収入に加えて「金銭感覚」
や「貯蓄状況」も

「つい外食や服に出費しがち」
「預金の他、株で資産運用している」
など、経済的状況の詳細を書き出す。

職業なら「役割」や
「悩み・目標」も

「営業担当で体育会系の職場にいる」
「成果低迷の原因がわからない」
など、仕事全般の詳細を書き出す。



元々のターゲット設定が広く、ペルソナが複数考えられる場合は、この段階で**簡易的なペルソナ**（年代や性別、職業の詳細といった重要な項目だけ設定されたもの）をいくつか作っておきましょう。そうしておくことでペルソナ作りが楽になる他、どの候補を作り込んでいくべきか事前に優先順位をつけやすくなります。

③-3. ペルソナを作る

集めた情報が整理できたなら、
いよいよペルソナの設定をしていきましょう。

すでにシートがあるなら項目を埋めるように
書いていけばOKです。シートがない場合でも、
後の見出しで代表的な項目を示すので、そちらを
参考にしつつペルソナを作ってみてください。



【ペルソナB】

愛称「コースケ」、25歳, 忙しさがたたって交際していた女性と最近破局, 新卒3年目の不動産営業マンで、担当はレジデンス, 固定給450万円+インセンティブ

今回は**冒頭でも例に出たペルソナB**を元に、スキマ時間の学習をサポートするオーディオブックサービスのマーケティングを担当したとして具体例を示してみます。

③-3. ペルソナ設定の手順 > ペルソナを作る

オーディオブックサービスのペルソナの例

基本情報

顔イメージ



名前 宮内 康介

性別 男

年齢 25歳

家族構成 一人暮らし（両親は健在、弟がいる）

居住地 中野

職業 不動産会社の営業担当

年収 450万円

詳細

仕事における役割 新築の高級分譲マンションの営業・販売を担当している。新入社員の教育もしている

休日の過ごし方 ジム通い, YouTube, とくとき勉強会・セミナー

情報の集め方 Google検索やYouTubeが中心。スキマ時間ではスマホだが、自宅ではパソコンを使う

悩み とにかく忙しく、勉強する暇がないことに焦りを感じている。少ない時間で効率よく勉強できないか悩んでいる

願望・欲求にまつわるストーリー

職場はゴリゴリの体育会系。激烈な環境ではあるが、同期と比べるとそれなりに良い結果を出してきた。

今年こそは年間成績1位を狙っているが、実務があまりにも忙しく、インプットの時間が中々取れないのが悩み。新入社員の教育を担当していることも相まって、なおさら自分の考えを整理してまとめることの重要性を感じている。

もともとの向上心は強いほうだが読書の習慣はなく、書籍よりもWebの記事、活字よりも動画を参考にしがち。オーディオブックの存在は知っているが、使ったことがない。情報収集もしていないため、どう役立つかわからない。

④ ペルソナシートの 主な項目

1. 基本プロフィール
2. 性格や悩みといった定性的情報
3. 経済的状况
4. 人間関係
5. 仕事の詳細
6. 休日の過ごし方
7. 頭の中にある言葉
8. 商材の認知度
9. 情報の集め方

④ ペルソナシートの主な項目

④-1. 基本プロフィール

ペルソナになくってはならないのが、年齢や性別といった基本的な属性情報です。

ペルソナにどのような情報を盛り込んでいくかは業種や施策によって異なりますが、**基本属性はどのような場合でもおおむね項目が共通しています。**

あらかじめテンプレ化してしまっ、使い回せるようにしておくと便利でしょう。

基本プロフィールの例

名前・愛称	年齢	性別
年収	居住地 (必要に応じて勤務地も)	職業
家族構成 (実家暮らしなのか、一人暮らしなのか)	顔のイメージ (イラストではなく写真で)	性格 (安定か挑戦か、理性的か直感的かなど)

性格って何を書けばいい？



「性格を誰にでも伝わるよう短くまとめるのが大変」な場合は、「ディグラム性格診断」がおすすめです。診断結果は「台形型1」「N型3」という風に名前がついているため、性格欄に**「ディグラム診断ではN型3」**という風に簡潔にまとめられます。

④-2. 性格や悩みといった定性的情報

人生に対する価値観や、趣味嗜好をペルソナシートに書くことで、ペルソナの**人となり**が**イメージしやすくなります**。

もちろん想像で書くのではなく、得られたデータを参考に書くようにしましょう。根拠のない情報を盛り込むことが、ペルソナ設定におけるやりがちな失敗のひとつです。

特に**悩み・欲求、夢・願望**といったような項目は**ストーリー仕立て**で書くようにするとよいでしょう。

【定性的情報の例】

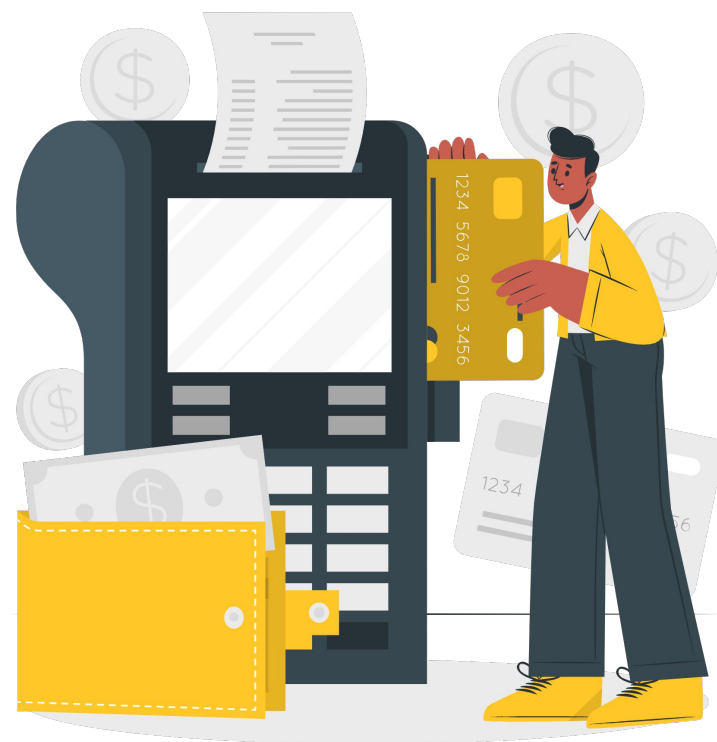
- 人生に対する価値観
- 物事の優先度（仕事か、お金か、家庭か等）
- 流行の敏感度
- 趣味
- 口癖
- コンプレックス
- 悩み・欲求
- 夢・願望
- どんな家庭で育ったか
- 幼少期の原体験

④-3. 経済的状況

ペルソナのお金にまつわる情報も詳細に書き込んでいくことが多いです。

高額商材であれば年収だけでなく、**預貯金額、資産ポートフォリオ、日本円以外の資産も含めた保有資産総額**といった情報が特に重要となってくるでしょう。

また、年収や貯金などの定量的な情報だけでなく、「常に節約のことを考えている」「収入はそこそこだが浪費癖がある」といった**定性的な情報**もペルソナの具体化に必要です。



④-4. 人間関係

ペルソナの行動や考えに影響を与えるであろう人間関係も、ペルソナシートによく盛り込まれる情報です。

具体的には、**親兄弟との関係性や恋人・配偶者の有無**などが挙げられます。

網羅的に書くのは効率が悪い上に返って分かりづらいので、ペルソナに大きな影響を与えそうな人間関係を中心に書き込むようにすると良いでしょう。

【人間関係の例】

- 親兄弟との関係性
- 友人の数や付き合いの頻度
- 職場での立ち位置や人間関係
- 恋人・配偶者の有無
- 子どもの有無
- SNSの使い方



④-5. 仕事の詳細

社会人は時間の大半を仕事に費やしています。そのため、**仕事の中身がペルソナに与える影響も非常に大きい**といえるでしょう。

現在の状況だけでなく、必要に応じて転職回数や職歴なども含めれば、ペルソナの仕事に対する価値観や向き合い方が見えやすくなります。

また、BtoBの場合は企業や決裁者の情報も重要です。そのため担当者のペルソナとは別に、**企業ペルソナ**と**決裁者ペルソナ**を作っておくようにしましょう。そうすることで後々、営業戦術がスムーズに立てられます。

【仕事の詳細の例】

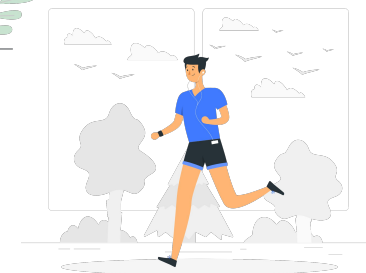
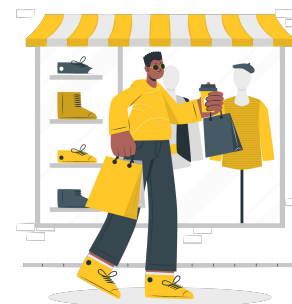
- 業種・職種
- 部署・役職
- 具体的な業務内容
- 上げている成果
- 目標
- 在籍年数
- 転職回数・職歴
- 管理者の場合、直属部下の人数
- 仕事に対する価値観
- やりがいを感じているか

④ ペルソナシートの主な項目

④-6. 休日の過ごし方

休日は趣味や遊びに使うのか、それなら具体的にどんなことをしているのか。それとも勉強することが多いのか、それならどうやって情報を集めているのか……などなど、**ペルソナの休日を細かなところまで具体的にイメージして書き込んでいきましょう。**

商材のジャンルの「顧客の可処分時間をどのようにして獲得するか」ということがマーケティングの鍵となる場合、ペルソナの休日の過ごし方を考えることは特に重要です。



④-7. 頭の中にある言葉

ペルソナが日々頭に思い浮かべている言葉、すなわち**キーワード**をペルソナシートに盛り込むことも少なくありません。キーワードがあれば、どんなキャッチコピーにするかや、どんなコンテンツ戦略をとれば良いかなどに直接役立ちます。



④-8. 商材の認知度

商材について知っているか、興味はあるのか、実際に使ったことはあるかなどといった商材への認知度もペルソナ設定では重要です。

商材に対してだけでなく、**商材のジャンルに対する理解度の深さ**や、**競合や代替品の利用経験**はあるかについても書いておくと、その後のステップでペルソナを活かしやすくなります。

【商材の認知度の例】

- 知っているか、知らないか
- 興味はあるか、ないか
- どれくらい詳しいか
- 使ったことがあるか
- 現在使っているか
- なぜ使い始めたか
- なぜ使うのをやめたか
- 競合商材や代替品の利用経験
- その分野に対する理解度

④-9 . 情報の集め方

マーケティングを仕掛ける上で重要なのは、顧客がいるところや見ているものにメッセージを届けるということです。

従って、ペルソナがどのようにして情報を集めるかについて書くことも当然、重要となります。

どんな**媒体**を好むのか、どんな**デバイス**を使っているのか、どんな**タイミング**で集めるのかなど、できる限り具体的に書いていくようにしましょう。

情報の集め方の例

テレビ	雑誌	新聞
ラジオ	ニュースアプリ	動画サイト
ブログ	SNS	本
口コミ	Q&Aサイト	セミナー
パソコン	スマホ	タブレット
通勤中に	ランチや休憩中に	仕事中に
休日を使って	家事の合間で	帰宅後の空いた時間で

⑤ ペルソナ設定のポイント

1. データを基にして設定する
2. 具体性を持たせる
3. PDCAを回す

⑤-1. データを基にして設定する

ペルソナ設定でよくやってしまう失敗は、担当者の思い込みや偏見で項目設定してしまうことです。

例えば「30歳のITエンジニアで、趣味はマンガ、アニメ、ゲーム」という情報があったとしましょう。「休日は多分インドア派で交友関係も少なめだろう」と思った人もいるかもしれませんが、しかし、もしかすると**休日は交際している女性と買い物に行くのが一つの気晴らし**かもしれませんし、**一緒にゲームを遊んでいる友人がたくさんいる**かもしれません。

ペルソナが一つの仮説なのはそうですが、各項目はしっかりデータに基づいて設定するようにしましょう。でなければ**ニーズを捉えそこねたり、重要なインサイトを見落としたり**する可能性があります。

⑤-2. 具体性を持たせる

ペルソナ設定でやってしまいがちなのは、例えば「動物が好き」や「趣味は読書」のような抽象度の高い情報を盛り込んでしまうことです。

「動物が好き」であれば、**「大型犬が好き。よくInstagramで犬の投稿を探していて、気に入った投稿をリストで整理している」**といった風に。「趣味は読書」であれば、**「それまではビジネス書や実用書ばかり読んでいたが、三体をきっかけにSF小説にもハマりはじめた」**というくらい具体性を持たせましょう。

まるで「ストーカーなのか」というくらい詳細に書き込んでいくことで、刺さるアプローチが作りやすくなったり、メンバー間の認識ズレが少なくなったりします。


⑤-3. PDCAを回す

ペルソナ設定は一度終わればよいというものではありません。ペルソナ自体はあくまでデータに基づく仮説でしかないため、望んでいる成果を出すには、**想定されるニーズやペルソナ自体の見直し**が定期的に必要なとなります。

つまり他のマーケティング施策同様、ペルソナ設定もPDCAが必要なのです。

また、たとえ問題なく成果が上がっていたとしても、顧客を取り巻く環境が変化したり、基本的なターゲット戦略の見直しがあったりすればペルソナの見直しをしなければいけません。

ペルソナと実際の顧客像の乖離は限りなく少ない状態が理想です。PDCAを通して市場の変化をどんどんペルソナに反映させるようにしましょう。

The background is a dark, textured collage of various documents and papers. Some papers are clearly legible, showing text and images. One paper in the upper right has a green image of a plant. Another paper in the lower left has a blue image of a plant. The overall aesthetic is professional and academic.

⑥ 【付録】

ペルソナシート

テンプレート

⑥ 【付録】ペルソナシートテンプレート



写真探しのおすすめサイト

[ぱくたそ](#)

[写真AC](#)

[amanaimages](#)

達成したいゴール

悩み・欲求にまつわるストーリー

基本情報	
名前	
性別	
年齢	
家族構成	
居住地	
職業	
年収	

詳細	
性格	
趣味嗜好	
経済的状況	
情報の集め方	
休日の過ごし方	
職場における立場、業務内容	
キーワード	

メール配信におけるペルソナ施策は『blastmail』におまかせ！

『blastmail（ブラストメール）』は2020年で9年連続 顧客導入数シェアNo.1を獲得したメール配信サービスです。

開封率・クリック率といった効果測定を始めとし、ターゲット配信や効果測定といった**ペルソナ施策をサポートする機能**が豊富に備わっています。

無料お試しが可能なので、ぜひ操作感やメルマガ配信のイメージを掴んでください。



[ブラストメールの詳細はこちら ▶](#)

[ブラストメール無料お試しはこちら ▶](#)



お問い合わせ先

TEL: 03-6675-9281 (土日祝を除く10:00-17:00)

Mail: support@blastmail.jp