

Re:Style



“挑戦”を楽しむ世の中に

2025 | 11

NO.1

特集
挑戦を支える
セールスデザイン

経営者の背中 | Interview

「売れるデザイン」を社会のスタンダードに セールスデザイン講座 主催・上野健二さんに聞く

「セールスデザイン」と聞いて、どんな仕事を想像するだろうか。
「デザインでモノを売る」という言葉は簡単に聞こえるが、それを職業として成立させ、体系化して
教えている人は少ない。上野さんは、その第一人者として多くの企業や個人を支えてきた。

「セールスデザイン」という新しい概念

上野さんが提唱する「セールスデザイン」とは、感覚ではなく、成果をつくるためのデザインである。単に見た目を整えるのではなく、「誰に」「何を」「どの順番で」伝えるかを論理的に設計し、デザインを“売れる仕組み”として再現する。デザイン・コピー・マーケティング・ライティング、それらをひとつの“売れる仕組み”として体系化した考え方だ。

この発想は、10年間勤めたデザイン事務所所で生まれた。3か月で9割が辞めるほどの過酷な環境の中で、「フリーターには戻らない」という思いだけで必死に食らいついた。やがて気づいたのは、どんなに美しくても売れなければ意味がないという現実。その気づきが、後の「セールスデザイン」を生む原点となった。

「売れる」をつくるために考える

独立後、上野さんは“売上を上げるデザイン”を徹底的に実践した。知人の飲食店向けに制作したLP（ランディングページ）では、公開直後から問い合わせが増加。ネイルサロンのLPでは、新規予約がカレンダーいっぱいになり、「デザインが直接、成果を変える」ことを確信する。以降、クライアントの課題を分析し、売れるための構成を一つひとつのデザインに落とし込んでいった。目的を果たすために、言葉とデザインを往復しながら、再現性をもって結果を生むデザインを提供し続けている。「セールスデザインは、センスではなく仕組みです。感覚的になんとなく良いではなく、なぜ売れるのかを説明できることが大事なんです」と語る。

病気と再生—思考が現実を変える

10年前、過労とストレスからメンタル病を発症。激しいめまいと嘔吐に苦しみ、「一生薬と付き合うように」と医師に告げられた。しかし彼は薬を手放し、走り始めた。朝のランニングで成功をイメージするトレーニングを続けた結果、症状は改善。以後、毎朝のゆるランとビジュアライゼーションは欠かせない習慣になった。そして「思考が現実を変える」——この感覚は彼の仕事や教育スタイルにも通じている。

教えることは、共に挑戦すること

上野さんが運営する「セールスデザイン講座」は、開講から約10年。これまでに約600名が学び、未経験から3か月で月商100万円を達成する受講生も少なくない。

PROFILE

上野健二（44歳）

Ueno Kenji

株式会社セールスデザインラボ 代表取締役
セールスデザイン講座 主催／代表講師
セールスデザイナー・ディレクター

大阪府出身。1980年生まれ。デザイン会社勤務を経て2012年独立。年間100本以上のランディングページ制作に携わり、数億規模の売上に貢献。現在は「売れるデザイン」を学ぶオンライン講座を運営し、初心者から経営者まで幅広い受講者を指導。数多くのセールスデザイナーを輩出している。

「自分がつくるより、仕組みを教えた方が多くの挑戦が生まれる」と気づいたのが転機だった。クライアントの依頼が増え、自分一人では手が回らなくなったとき、「仕組みを渡せば、人は自分で走り出す」と確信したという。講座ではスキルと共に“考える力”を重視する。「ビジョンや戦略といった上流の理念を明確にしなければ、下流の実行はブレる」と語り、その言葉には、原点を問い続ける経営者としての生きた哲学がにじんでいた。





「ひとつのデザインが会社を救うことがある 挑戦する人の背中を押すのは、クリエイティブの力です」

スピードと一点突破、そして撤退

彼のビジネス哲学の根底にあるのは“スピード”だ。「1 か月に2 本作る人より、30 本作る人の方が成功するのは当然。失敗は前提です」と語る。そのなかで、上野さんが尊敬してる人に挙げたのが孫正義氏。「先に全力で攻めて、あかんと思ったら即撤退する。その速さがすごい」と話す。これは武田信玄の「風林火山」に“海”を加えた戦略といい、その柔軟さと決断力は、上野さんのスタイルそのものと言ってもいいだろう。兆しを掴んだ

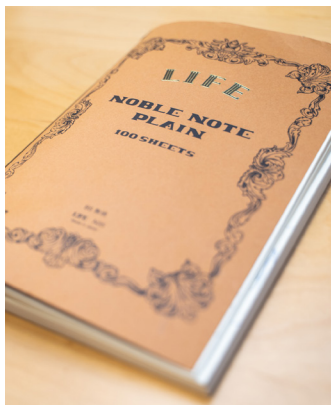
ら一点突破、ダメなら即撤退。準備より実行、完璧より行動。そのリズムで、彼はビジネスを走らせてきた。

「夢中になる人を増やしたい」

上野さんの経営理念も明快だ。「夢中になる人を増やしたい」。仕事に没頭し、時間を忘れるほどのゾーンに入るあの瞬間を、できるだけ多くの人に体験してほしいという。そのために彼は、「セールスデザイン」を社会のスタンダードにしようとしている。「売れるデザインが当

たり前になれば、雇用が生まれ、経済が動く。10 代から70 代まで、成果を生むデザインを扱える人が増えれば、日本はもっと面白くなるはず」と語る。そこにあるのは、デザインを超えた“生き方のデザイン”。自分の仕事を通じて、人が夢中になれる環境をつくる——その姿勢こそ、まさに彼の掲げるビジョンを体現しているように思えた。

(文・Re:Style 編集長オオトモ)



My Essentials 愛用品紹介

LIFE ノーブルノート (B5 無地)

10 年以上、仕事のすべてのアイデアを書き留めているノート。プロジェクトの構想やキャッチコピーの断片、講義で話す内容まで、すべてこの一冊から生まれる。「デジタルも使いますが、最初の発想は手で書くのがいちばん速いんです」。そしてページをめくると、挑戦の軌跡と次のビジョンが並んでいる。使い込むほど味わいを増す表紙も、上野さんのクリエイティブを象徴する相棒だ。



創造が生まれる現場



伝統を超えて、可能性を解き放つ。
アートが問いかける、新しい挑戦。

群馬県出身のデザイナーが挑むのは、伝統とアートの境界を揺さぶる「ダルマ」の再解釈だ。

古来より縁起物として、願いを込めて片目を入れ、成就とともにもう片方を入れる——そんな祈りの象徴であったダルマ。彼女は、あえて目を入れずに残すことで「完成させない造形物」として提示している。そこには、個々の感性によって意味を見出せる余白を残したいという、アーティストとしての意志が込められている。

幼少期から訪れてきた群馬の「ダルマ市」も、彼女の原点だ。真っ赤なダルマが無数に並ぶ光景は圧倒的でありながらユーモラスで、一つひとつに個性を感じさせた。その体験が「伝統と自由が共存する存在」としてのダルマ像を形づけ、制作

の出発点となっている。

彼女にとってダルマは、ただの縁起物ではない。立体的なアートボードであり、個人の願いや価値観を映す象徴的な存在だ。オーダーを通じて依頼者ごとの思いを宿し、一つとして同じものがないダルマを制作している。伝統の力強さを踏まえながら、時代に合わせた自由で個性的な表現を追求しているのだ。

そして今回の作品モチーフは「だるまの目」。本来であれば願いを込めて片目を入れるはずの目が、ここでは無数に増殖し、だるま全体を覆い尽くす。目はひとつの祈りを超えて連なり、形そのものを侵食するように広がっていく。モノクロームで描かれた姿は軽やかで可愛らしくもありながら、不穏さを漂わせ、見る者に落ち着いたかない感覚を呼び起こす。

黒一色の背景に白い部分だけが浮かび上がり、だるまは抽象的な存在へと変貌する。祈りや願いの形は解体され、純粹な視覚パターンとして再構築される。可愛さと気味悪さという相反する要素が共存することで、この作品はただの縁起物でも装飾でもなく、「見る」という行為そのものを揺さぶるアートピースとして立ち上がっている。

PROFILE

Rina

群馬県出身のアーティスト。
20代から様々なデザイナーと共に活動し、トップアーティストたちとともにパリを訪れるなど、国際的な創作経験を積む。地元・群馬の伝統工芸「ダルマ」に強くインスピレーションを受け、現在はオリジナルのダルマデザインをライフワークとして制作。



か けい 家系のアップデート #1

本コラムでは、家族を“受け継ぐ”だけでなく“共に創る”ための仕組みとして、ファミリーオフィスという考え方を紹介します。資産よりも理念を。つながりを未来へデザインするための視点を探ります。

家族の未来をデザインする — ファミリーオフィスと 「家系の革命」

「家族の幸せを守る仕組み」と聞くと、多くの人が保険や貯金、相続、マイホームを思い浮かべるでしょう。けれど世界では、もう一步進んだ考え方が広がっています。それがファミリーオフィス（Family Office）です。ファミリーオフィスとは、一族の資産・事業・理念を次世代に継承していくための専用組織。簡単に言えば、「家族のための会社」です。資産運用や税務対策にとどまらず、教育、事業承継、社会貢献など、家族全体を長期的に支える仕組みとして機能します。欧米ではロックフェラー家などの名家がこの仕組みを活用し、100年以上にわたり繁栄を続けています。彼らが継いでいるのは財産だけでなく、「社会にどう貢献し、何を残すか」という家族の理念です。

一方、日本では『ファミリーオフィス』という考えがまだ限られた層にしか知られていません。多くの家庭では相続や節税といった“結果の処理”に意識が向き、「どんな家系を未来に残したいか」という設計思想が欠けがちです。その結果、せっかく築かれた事業や資産が、次の世代で途切れてしまうケースも少なくありません。本来、家系とは過去の遺産ではなく、未来を共に創るプロジェクトです。努力や経験を整理し、次世代が活かせる仕組みとして残す。この発想が、これからの時代に求められる「家系経営」の第一歩です。私はこれを「家系の革命」と呼びます。家系

の革命とは、家族をひとつのチームとして再設計する取り組みです。たとえば、家族会議で“我が家のミッション・ビジョン・バリュー”を話し合う。事業や不動産を見える化し、リスクと役割を整理する。教育や社会貢献の方向性を共有し、次世代と共に運用する。こうしたステップを通して、家族は“受け継ぐ側”から“創り出す側”へと進化します。

ファミリーオフィスは家族を守る仕組みであり、家系の革命はそれを時代に合わせて進化させる思想です。この2つが融合すると、家族というチームは経済的にも精神的にも持続可能な共同体へと変わります。大切なのは「何を持っているか」ではなく、「何を次の世代に残したいか」という設計思想。それを言語化し、共有し、行動に移すことで、家族は血縁を超えた“理念の共同体”へと成長していきます。家族は最も小さな社会であり、最も身近な経営体です。守るだけでなく、未来をデザインする。その発想の転換こそが、100年続く豊かさを生み出す「家系の革命」の始まりです。

hida.kakeru●税理士の家庭に生まれ、幼いころから数字と人の人生設計に触れて育つ。

「お金の話を通して人を幸せにする」ことをテーマに、経営・相続・教育など幅広い領域で活動中。専門知識だけでなく、人の心に寄り添うコーチング的アプローチを大切にしている。

俺の一冊

My Life, My Book

人生を変えた一冊、仕事の指針になった一冊等々。
このコーナーでは、経営者の皆さんが選んだ「俺の一冊」を集めました。
あなたの本棚に、新しく加わる一冊をぜひ探してみてください。

剣の天地

池波正太郎

上泉伊勢守は圧倒的に強いが無益な殺生を嫌い、戦国武将から旅人になっても静かに剣の道に生きた生き様は本当に心震わせる一冊だと思います。

(50代 / IT事業 / 代表取締役)

商売心得帖

松下幸之助

30代前半に今後のビジネス考えた時読み漁っていたのが松下幸之助だった。フリーランスやスモールビジネスが増える日本で今この本は日本人の忘れた心を取り戻すことができるだろう。松下電気の創業当時や中小企業の時の教訓が書かれている。商いは飽きない。本当にそう思う。

(30代 / コンサルティング業 / 会社役員)

あたりまえのアダムス

ロバート・アップデグラフ

「あたりまえのことをあたりまえに行うこと」の重要性、凄みを思い出させてくれる物語。コピーライター時代に先輩から紹介された本ですが、本棚の一番、目に届く場所に置いています。絵本のような薄い本ですが、開くたびに大事な事を思い出させてくれるバイブルです。

(50代 / 映像制作 / 代表取締役)

DIE WITH ZERO

ビル・パーキンス

3年前に読んだ『DIE WITH ZERO』。お金は死ぬ前に使い切らなければ意味がないと説き、浪費ではなく「計画的に使うこと」で人生を最大化する方法が語られています。中でも「思い出は複利」という言葉が響き、身体が動くうちに大切な思い出を積み重ねることの価値を実感しました。

(30代 / Web広告代理店 / 代表)

超訳 孫子の兵法

許成準

『孫子の兵法』は、戦術よりも戦略の本質を学べる古典。ビジネスを戦争に見立て、いかに資源を配分し勝ち筋を描くかを教えてくれます。単なる戦略書ではなく、経営の根幹を考える上での指針となる一冊です。

(40代 / Web制作・マーケティング支援 / 代表取締役)

愛すること (The Art of Loving)

エーリッヒ・フロム

愛は感情ではなく、学び、磨くべき技術だと説く一冊。精神論に偏らず、「愛するには何ができればいいか」を具体的に示しています。哲学的でありながら、人生にも仕事にも通じる深い洞察に満ちています。

(30代 / 化粧品ブランド / 代表取締役)

協賛企業様のご紹介

セールスデザイン講座

株式会社センバツ

合同会社トランジア

アルファプラス有限公司

編集後記

まずは、上野さん、Rina さん、hida さん。こちらの勢いだけのお願いに「いいよ」と快諾して出て頂いたこと、本当に感謝しています。そして、協賛というかたちで応援してくださった企業みなさまにも、この場をお借りして心より御礼申し上げます。みなさんの支えがあって、ようやく一冊、かたちにすることができました。

とはいえ、初めての雑誌づくり、正直想像以上に大変でした。取材の進め方や時間配分、紙面のつくり方等、入社1年目の新人が聞くようなことを元編集者さんに沢山質問したり、レイアウトや構成も普段からお世話になっている方々と相談して進めたり、さらに最後の最後、実際に印刷してみたら色味やトーンが全然違ってひとり愕然としたりと、幾度となく

心が折れそうになりながらも、ようやく完成までたどり着きました（感動）

そして最後に、「Re:Style」のこれからについてもお話していくと。当然まだまだ始まったばかりの小さな雑誌ですが、“挑戦を楽しむ”というコンセプトのもと、これからもさまざまな人の姿や想いを伝え、長く続く雑誌に育てていきたいと思っています。さらに、雑誌づくりを一緒に楽しむ仲間を募集するため、雑誌づくりサークルも今後立ち上げる予定です。活動やイベント情報は Instagram で定期的にお知らせしていきますので、ご興味のある方は、右横の QR コードからぜひフォローお願い出来ればと思います。それでは、これからも「Re:Style」を末永く応援していただきますよう、何卒よろしくお願いいたします。



編集長 オオトモ

福岡在住。映像制作とSNS構築を軸に活動。脱サラしその後法人化。雑誌『Re:Style』の企画・販売・取材・編集・デザインまですべてを手がける。“挑戦を楽しむ”をコンセプトに、経営者やクリエイターのストーリーを丁寧に掘り下げ発信している。趣味はバイクと屋台での飲み会が好き。

Instagramはこちら





2025 | 11
NO.1

Re:Style

“挑戦”を楽しむ世の中に