

SESSION THEME

機能紹介で終わらせない！ 刺さるDrupalデモの組み立て方

アクイアジャパン合同会社

岸 俊兵



DrupalCamp
Tokyo 2026



PROFILE



アクイアジャパン合同会社
リードソリューションエンジニア

岸 俊兵

経歴: 🐘 上野動物園

🇮🇳 在インド日本大使館

🇯🇵 外務省

🇨🇦 カナダのウェブ制作会社

🇧🇷 ブラジルのIT企業C/I&T日本支社

🩹 ジョンソン・エンド・ジョンソン

💧 アクイアジャパン (2019年1月～)





Drupalをデモする機会がありますか？



提案段階の
プレゼン



開発前の PoC



リリース前の UAT

デモが必要な場面は「意外とよくある」



デモがうまくいかない(刺さらない)本当の理由

現象

顧客のぽかんとした顔 /
質問もなく終了

真因

ゴールが見えず、途中で迷子に
なっている

いきなり細かい設定画面やログインから見せ
始めているから

現象

すでに見せた機能について
「できますか？」と聞かれる

真因

画面が動いただけで、記憶に定
着していない

実演の前後に「何をどう見るべきか」の言語化
が足りていないから

現象

「難しそう、複雑」という
フィードバック

真因

顧客の課題解決ではなく、単なる
「機能のカatalog説明」になっ
てい
る

相手にとって不要な機能まで良かれと思って
全部見せているから

Drupalは複雑じゃない

エンタープライズに多く採用されている、
Adobe Experience Manager や **Sitecore** 等の
ハイエンドCMSと**同等**の機能・アーキテクチャ

あとは、「見せ方」の問題

非エンジニア向け Drupalデモ 実例を紹介



刺らないデモ



刺さるデモ



DrupalCamp
Tokyo 2026

刺さらないデモとは？



DrupalCamp
Tokyo 2026

刺さらないデモの 3つの特徴



ニーズの不一致

顧客の欲しいものが分かっていない
状態で進めてしまう。



機能の過剰紹介

相手に不要な細かい機能まで全て見
せすぎてしまう。



一方的な説明

対話がなく、喋りっぱなしの独りよがり
なプレゼン。

刺さらないデモの例



DrupalCamp
Tokyo 2026

New Site

presalesdemo7-shumpel.acq...

📄 Pages

📁 CMS

🖼️ Media

🔗 Structure >

👤 API >

⚙️ Configuration >

👤 Users >

📄 Homepage Published

🖼️ Preview site

✎️ Edit

⋮

DRUPALCAMP TOKYO 2026

ホーム セッション Drupal Camp Tokyoについて



8月8日 18:00~19:30



刺さらない非エンジニア向けデモ：NG集

🐱「DrupalのCanvas機能を紹介します」

→ 😞 (Canvas?なにそれ知らない単語が出てきた... これ、自分に関係ある?)

🐱「まず、Pageリンクをクリックし、Add Pageボタンを...」

→ 😞 (結局なにができるの? 忙しいから早くして...)

🐱「あ、ちなみに、このコンポーネントはReactでエンジニアが自分で作ることができるのがすごく良くて...」

→ 😞 (こちらエンジニアじゃないんだから、できるか! もういい、内職しよ 🏠)

刺さるデモとは？



DrupalCamp
Tokyo 2026



刺さるデモの特徴



1. 顧客理解

事前に顧客の目的を深く理解し、文脈に沿ったストーリーを準備する。



2. 厳選した機能

全ての機能を紹介せず、課題解決に必要な機能だけに絞って見せる。



3. 双方向の会話

一方的な説明ではなく、対話を通じて顧客の反応を確認しながら進める。

刺さるデモの例



DrupalCamp
Tokyo 2026



コーディング不要のドラッグ&ドロップでコンテンツ作成デモ (Drupal Canvas)

1. ドラッグ&ドロップでページを構築

数分で凝ったレイアウトのページを作成し、情報発信の効率アップ

2. ページの雛形（テンプレート）のレイアウト変更(省略)

300ページあるニュース記事やイベント情報のレイアウトを一括変更

3. ヘッダー・フッター等の共通部分も簡単編集(省略)

「重要なお知らせ」や「タイムセール情報」などを瞬時に掲載



刺さるデモの特徴



1. 顧客理解

事前に顧客の目的を深く理解し、文脈に沿ったストーリーを準備する。



2. 厳選した機能

全ての機能を紹介せず、課題解決に必要な機能だけに絞って見せる。



3. 双方向の会話

一方的な説明ではなく、対話を通じて顧客の反応を確認しながら進める。

コーディング不要のドラッグ & ドロップでコンテンツ作成デモ (Drupal Canvas)

1. ドラッグ & ドロップでページを構築

数分で凝ったレイアウトのページを作成し、情報発信の効率アップ

2. ページの雛形(テンプレート)のレイアウト変更 (省略)

300ページあるニュース記事やイベント情報のレイアウトを一括変更

3. ヘッダー・フッター等の共通部分も簡単編集 (省略)

「重要なお知らせ」や「タイムセール情報」などを瞬時に掲載



明日から使える刺さるデモのコツ : 2点

1. ゴールを最初に見せる

(Last Thing First)

× **過程から見せる**: ログインや細かい設定画面から始めない。

○ **成果から見せる**: 顧客が一番見たい「最終的なビジネス価値(完成形)」を最初に見せ、開始2分で心を掴む。

2. 予告・実演・振り返り

(Tell-Show-Tell)

Tell(宣言): 「これから、作業時間が1/5になる機能をお見せします」

Show(証明): 実際の画面でサクサクと無駄なく実演する。

Tell(念押し): 「ご覧の通り、これで大幅なコスト削減が可能です」

※**ポイント**: デモ(実演)を、ビジネス価値(宣言と念押し)で挟み込むサンドイッチ構造で記憶に定着させる。



まとめ

01

機能の価値

DrupalはハイエンドCMSと同等。重要なのは「見せ方」による顧客の反応変化です。

02

顧客視点

刺さらないデモの原因は、顧客が見たい本質的な部分を提示できていないことにあります。

03

デモの構成

Last Thing First(結論から)とTell-Show-Tellの構成が、刺さるデモの鉄則です。

SESSION THEME

機能紹介で終わらせない！ 刺さるDrupalデモの組み立て方

アクイアジャパン合同会社

岸 俊兵



DrupalCamp
Tokyo 2026

