

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つの  
- 初級編 -



お問い合わせは…

地域で愛される企業・お店になるお手伝い  
**売れる広告研究所**

受付時間：平日 9:30～20:00

**神戸  
本社** 078-261-9504

神戸市中央区御幸通 6-1-20 三宮山田東急ビル 4F

**東京  
支社** 03-6890-0583

東京都港区北青山 2-7-26 フジビル 28-2F

売れる広告研究所 検索

<http://urerukoukoku.com/>

# はじめに

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ  
**秘**

虎の巻「チラシ作成時に役立つ8つのコツ」をお手に取って頂き、誠に有難うございます。

この虎の巻は、今までチラシを活用したことがない方、又はチラシを作成したが、今まで効果がでなかった方、を対象に作成しています。

決して難しい内容ではなく、当たり前だと思う話もあると思いますが、これらのポイントを押さえていないチラシがあまりにも多く、目立っているのが現状です。とても勿体ないことです。

皆様には是非とも「**コツ**」を掴んでいただき、チラシを有効に活用して頂くことを期待しております。

この虎の巻では、大きく8つのポイントに分けてコツを説明しています。チラシの概要、メリット・デメリットから、原稿の書き方、配布方法まで、チラシの基本を分かりやすく説明しています。是非これらのポイントを押さえて、実際にチラシを試してみてください。

最も重要なポイントは、項目5・6にある、キャッチコピーとオファーです。このポイントを押さえているか否かで、チラシを読んでもらえるか、反応率を上げられるか(お問合せ、来店に繋がるか)が決まると言っても過言ではございません。特に競争が厳しい業界又は商品を扱われている企業様にとって、他社と差別化するための大きなポイントになります。自分で受け取った場合を想定して考えて頂くのも重要です。

それでは、虎の巻「チラシ作成時に役立つ8つのコツ」へどうぞ！

# 目次

---

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ  
**秘**

はじめに

1. チラシとは？
2. チラシのメリット・デメリットは？
3. チラシの目的は？
4. 原稿の基本形を知ろう！
5. キャッチコピーを考えてみよう！
6. オファーを考えてみよう！
7. 原稿作成時の注意点をみてみよう！
8. チラシを出してみよう！その前に…

おわりに

# 1. チラシとは？

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ  
**秘**

チラシとは、これから発売する商品やさらに拡販したい商品の内容を、広く一般に知ってもらうために作るものです。

チラシは情報を視覚的に伝達する為のものなので、これらの情報が「正しく」、「わかりやすく」、「正確」に伝わるようにする必要があります。

情報を整理し、わかりやすくレイアウトすれば、読みやすくデザインされたチラシになり、効果はよりいっそう高まることになります。

チラシやフライヤーは主に、次の方法で情報を伝達します。

## 【 配布する 】

### ◎新聞に挟み込む(新聞折込チラシ)

- ・宅配される新聞に折り込まれたものは、各種販売関係(スーパーマーケットやドラッグストア、各種小売店、不動産、新車、中古車など)やパチンコ店、求人募集が多い。

### ◎個々の住宅、マンション、アパートなどの郵便受けに投函する(ポスティング)

- ・宅配ピザやチラシ配布にこの方式が取られることが多い。

### ◎駅前、街頭など人通りの多い場所で配る

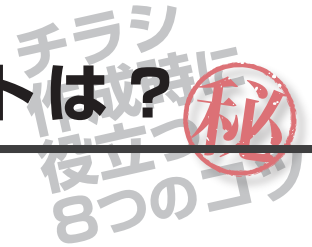
- ・飲食店や旅行会社関係が多く、受け取ってもらいやすいよう、ティッシュ等を付ける事も。

### ◎店頭でお客さんに渡す。商品とは特に関連性がない場合もある。

## 【 置き場を利用 】

チラシ置場や、人(ターゲット層)の多く集まる場所(例:鉄道駅、ファミリーレストラン、映画館など)に置いておくことで、手にとってもらう。

## 2. チラシのメリット・デメリットは？



チラシについての書籍や広告に「必ず成功」するような記述がしばしば見受けられます。しかしどんなマーケティング手法もそうですが、決して甘いものではありません。チラシも、その特性を理解した上でポイントを抑えて実施しなければ、うまく効果を出すことはできません。

## 3. チラシの目的は？

皆さんはチラシをどのような目的で活用されるのでしょうか？  
まずはこれを明確にしなければ、原稿を書くこともできず、見込み客にどのような行動を期待しているのかも分かりません。

一般的には次のような目的が考えられます。

- 1.ワンステップでの販売のため
- 2.ツーステップでの販売のため
- 3.セミナーなどの集客のため
- 4.自社の存在を認知させるため
- 5.ニュースリリースのため

それぞれの目的に応じ、原稿の書き方やお問合せ、来店数の違い、などが変わってきます。従って、自社の商品・サービスなどから、まずはチラシの目的を確定させましょう。尚、ワンステップ販売とはチラシによって購入の申し込みに直接繋げることです。この絶対条件としては**(1)誰もが知っている商品**で**(2)本当に価格が激安**であることが挙げられます。

しかしながら、1枚の紙に言いたいこと全てを載せるのは非常に難しいため、商品やサービスの販売目的にチラシを活用する多くの場合、ツーステップ販売を狙うこととなります。ツーステップ販売とは、まず問い合わせ、資料請求等により見込み客を獲得し、次段階以降で販売に繋げていく手法です。イベント案内、無料セミナーの開催などもツーステップ販売の一種とも言えます。

## 4.原稿の基本形を知ろう！

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ  
**秘**

一枚の紙のセールスレターには基本形があります。  
ストーリー性を持たせて順序良く配列することがポイントです。

### ①キャッチコピー

原稿は手に取ってから、ゼロコンマという一瞬で勝負が決まります。  
だからこそ、効果的なキャッチコピーを考えます。キャッチコピーで、次のスリッピンを読んでもらう流れを作るのです。

### ②スリッピン

キャッチコピーの後の数行です。ここまで読んでもらえると、後はジェットコースターを下るように、読んでくれる確率が急激にアップします。

### ③オファー

オファーとはチラシによって与えられる特典のことです。オファーが弱いと反応率も下がります。

### ④問合せの後押し

緊急性や今買うべきメリット、リスクがないことなどを記載します。ここまで来ると、追伸は必ず読んでもらえますので、ダメ押しをします。ここまで読んでくれた人を逃さないための工夫が必要になります。

### ⑤問合せ

できるだけ簡単に行動させます。その為に問合せ後の流れの説明を掲載したり、問合せのハードルが下がる文言を入れたり、連絡先・連絡方法を分かりやすくする必要があります。

### ⑥店舗情報

例えば、「お客さんに来店して欲しい!!」と願いつつチラシを作成するのであれば、「地図の解りやすさ」は必要不可欠です。駐車場・駐輪場の有無、交通インフラなどの情報も必要です。読み手を誘導する為に必要な情報をしっかりと載せる事が重要です。

以上が原稿の基本形です。

# 5. キャッチコピーを考えてみよう！

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ

原稿で最も重要といえるキャッチコピーについてご説明します。

キャッチコピーの目的とは読み手の注意と興味を引くことによって、次の一文を読ませることです。そのために一番重要なことは見た瞬間に「えっ？」「おっ！」の感情を持たせる必要があります。

つまり心理的に許される範囲のギャップを生じさせることです。そのギャップを埋めるための答えが知りたいがために、次の一文を読むようになります。

また、キャッチコピーの原則は

・**自己利益**

・**ニュース性**

・**好奇心**

・**気づき**

を意識します。

スポーツ紙や週刊誌の見出しを想像すると、分かりやすいかと思います。

(ご参考例)

「後悔しない！塾選びの5つのコツ」

「パパも大満足！夏のビール祭」

「個性が息づく家づくり お客様の要望にあった〇〇」

「わずか1週間でも変化を感じる！お腹の中から体質改善」

「大処分祭！お値打ち価格が目白押し」

それでは、皆さんの商材で考えてみましょう。

どんな商材でも「パッと見て、エッ？」の感情に結びつけることが重要です。

## 6. オファーを考えてみよう！

チラシ  
作成時に  
役立つ  
8つのコツ  
**秘**

もう一つ大事な項目、申し込みの一押しに重要なオファーについてご説明します。チラシには情報を伝えるだけでなく、行動を促す(問合せ・来店してもらう)目的があります。オファーこそお客様に行動を促してもらうために提供するものです。何かしらお客様にメリットがないと、行動を起こしてもらうことは簡単ではありません。逆にオファーに反応して頂いた方は、かなり有力な見込み客になります。以下にご参考例をあげさせていただきます。

### ①無料小冊子・資料・ガイドブック・見本提供

専門性の高い商品やサービスを提供する際に有効となるオファーです。  
「本当は教えたくなかった！反響が上がるチラシづくりの7つのコツブック」  
「新規客を顧客へと導く、誰でもできる接客術ブック」など。

### ②無料の体験

商品の使い勝手や便利さ簡単さが購入の決め手となる場合に有効なオファーです。

### ③セット価格・パッケージ価格

3点パッケージなど魅力的なセットとして提供します。これは、通常3点で購入しづらい、又は1点ずつ購入する時より、かなりお得な商品等に有効です。

### ④無料プレゼント

後一押しという場合に効果的です。  
「期間中に、ご来店の方に〇〇をプレゼント！」など。

### ⑤限定企画

意思決定を先延ばしさせないように期間を限定します。これは、その他のオファーと併用しやすいのでオススメです。  
「期間限定で〇〇円、先着〇〇名様」など。

### ⑥イベント・展示会

現物を見ないと不安に思われるような商材の際に有効です。

また、上記オファーを複数組み合わせると更に効果的に！



# 7.原稿作成時の注意点をみてみよう!



今までご説明した基本形、キャッチフレーズ、オファーは原稿作成の最重要点ですが、その他に細かいながらも重要点がいくつかあります。是非これらも加味して原稿を作成してみてください。

## ①相手(ターゲット)を想像する

チラシをうっても、気付いてもらえなければ意味がありません。気付いてもらう為には、できるだけターゲットを絞る事が重要です。年齢・性別・家族構成・居住地・職業・年収、価値観、課題・願望など。ターゲットによって、配布方法や、サイズ、仕様が決まります。

## ②専門用語は使用しない

専門的な業務内容をアピールする為のチラシの場合、専門用語ばかりでは内容が伝わりにくく、説明文が多くなるとインパクトに欠け、チラシの効果が発揮できません。パッと目を引く言葉や、文体を工夫し好奇心を書き立てる造語を用いるなど様々な工夫を必要とします。

## ③文字情報だけではなく画像やイラストを入れる

限られた枠内、ギリギリまで使いたいというお気持ちもあるかと思いますが、書き込めば書き込むほど見づらくなって読まれにくくなります。最低限の余白は空けるようにしましょう。画像やイラストを入れることで、状況をイメージすることができ、また書く内容もあまりにも情報を詰め込むと、見る人の焦点がずれてしまいますので、出来るだけポイントを絞って簡潔な文面に。

## ④サイズはB4又はB3

新聞紙を半分に折ったサイズ、ちょうどテレビ欄の大きさがほぼB4サイズです。折込チラシでもっとも多く使用されているサイズ。大きいことにより内容を具体的に表現できるのも魅力です。キャッチを大きくすることで「今日のお買い得商品」や、「店の訴求したいもの」を大きく打ち出すことができます。また、写真を大きく使えることも重要なメリットです。画像が大きいことで目につきやすく、消費者の関心がさらに高まるのです。

## ⑤「知りたい」気持ちを持続させる。

お客様の気持ちを持続させるには「なるほど!」「よくわかってるなぁ」等感情に訴えかける内容が必要になります。

全てに通じることですが、受け取る先方の気持ちを常に念頭において原稿を作成することが大事です。

## 8.チラシを出してみよう！その前に…



ここまでで原稿作成についてご理解頂けたのではないかと思います。何となく作成する原稿に比べて、はるかに効果が期待できるようなものができそうな気がしませんか？それでは、いよいよチラシを出してみましょう。但し、その前にすることがあります。

### ①反応を計測する「ものさし」を作ろう

何に成功し、何を失敗したのか。計測しなければ改善できず、毎回「運頼み」のデザインになってしまいます。ものさしを作る事は、次につながる一手を掴む為にとっても重要な事です。

- 例) ・どのようなお客様を集客できたか  
・どのような注文が多かったのか(クーポンは何が多く使用されたか)  
・前年と比較して売り上げはどうだったか  
・販促費に対して売り上げはどうだったか  
・他の媒体と比べどうだったか 等

### ②反応があったお客様にヒアリングすることを決めよう

チラシの中で何が気になったのか？どうして反応してくれたのか？等、項目をあらかじめ準備し、ヒアリングする事で今後の改善に活かすことができます。

## おわりに

虎の巻「チラシ作成時に役立つ8つのコツ」、最後までお付き合い頂き、有難うございました。おわりに反応率についてお話しします。

どのくらいの反応がくるか、正直「予測できない」としか申し上げられませんが、商材、業種、ターゲット、チラシの目的等によって大きく変わってくるからです。ただ一般的にチラシでは0.03%程度だと言われていています。また8つのコツを参考にして頂くことで、実際に多くのお客様が0.03%以上の反応を得ています。

しかしながら、最初から思ったような結果を得られるほど簡単なものではございません。PDCAを繰り返し行うことで、反応率を上げる事が最も重要です。是非「8つのコツ」をご参考にチラシをお試し頂き、今後有効な顧客開拓手段の一つとしてご活用頂ければ幸いです。そして皆様のご発展に繋がることを祈念しております。

それでは皆様とお付き合いできる日を楽しみにお待ちしております。

お問い合わせは…

地域で愛される企業・お店になるお手伝い

**売れる広告研究所**

売れる広告研究所

検索

<http://urerukoukoku.com/>

受付時間

平日 9:30 ~ 20:00

神戸  
本社

**078-261-9504**

神戸市中央区御幸通 6-1-20 三宮山田東急ビル 4F

東京  
支社

**03-6890-0583**

東京都港区北青山 2-7-26 フジビル 28-2F