

小さな  
会社の

## キャッチコピーの作り方

チラシ・  
ネット広告

カッコいいコピーは作れなくても、効果のあるコピーは作れるようになる！

### 効果が見込める キャッチコピーの よくある 7つのタイプ //

#### 1 ターゲット限定タイプ

ポイント 「自分の事」として認識させる

- ▶ 10人未満の会社の「忙しい社長」のためのクラウドサービス！
- ▶ 45歳ビジネスマンのゼロから始める英会話
- ▶ 学歴を気にしてあきらめていたあなたへ。転職のためのスキル習得

#### 2 ベネフィットタイプ

ポイント 「得られる未来」を想起させる

- ▶ 人生が変わる！徹底的にコミットする個別指導！
- ▶ 自身の価値をブラッシュアップ！ビジネスシーンの時計選び！
- ▶ 夫が惚れ直す！マイナス10歳の肌年齢！

#### 3 らくらく簡便タイプ

ポイント 「簡単にできる」と思わせる

- ▶ テープを聴くだけで英語が学べる！
- ▶ サプリを飲むだけでみるみる痩せる！
- ▶ 1日5分のお手入れでキレイになる！

#### 4 フィアアピールタイプ

ポイント 「ゆるやかな恐怖心」を与える

- ▶ もし事故にあったら、残された家族は大丈夫？
- ▶ 本当に大丈夫？間違いだらけのダイエット
- ▶ 老後のための失敗しない投資入門
- ▶ 初心者が陥りやすい5つの落とし穴

#### 5 好奇心タイプ

ポイント 「好奇心」で興味をひく

- ▶ 偏差値35のワタシが難関大学に合格した理由
- ▶ なぜあの人はトップ営業マンになれたのか
- ▶ フツアの会社員が月収を20万円アップさせた秘密とは
- ▶ さえない僕がどのようにして理想の結婚相手と出会えたか
- ▶ 実は凄かった！ダイレクトメールの開封率！
- ▶ ココだけの話…正直こんなに効果があると思わなかったんです。でも…

#### 6 問題解決タイプ

ポイント 「解決方法」を提示する

- ▶ 低いコストでも、継続して新規顧客を獲得する5つの方法
- ▶ つらい花粉症、鼻づまりを軽減する魔法のマッサージ

#### 7 数字訴求タイプ

ポイント 「数字」で説得力をあげる

- ▶ 30秒に1本売れている！話題の健康茶
- ▶ お客様に支えられて。契約本数300件突破！
- ▶ リピーター続出！顧客満足度94%のハウスクリーニング

参考文獻 「売る広告」デイヴィッド・オグルヴィ（海と月社）  
「伝え方が9割」佐々木圭一（ダイヤモンド社）  
参考サイト 「一行バカ売れ」川上哲也（角川新書）  
「みんなのコピー」copymarketing.net

まとめ  
以上、キャッチコピーをよくある7つのタイプに分類しました。いくつかのパターンを掛け合わせることで、さらに魅力的なキャッチコピーが生まれます！

# マスメディアの巨人 正力松太郎

読売新聞社長・日本テレビ放送網社長・読売ジャイアンツ初代オーナー

1885~1969

しょうりき まつたろう

## 虎ノ門事件

大衆の心を掴み新規読者を獲得したのでしょうか？

1923(大正12)年12月27日、皇太子・摂政宮の裕仁親王(後の昭和天皇)が帝国議会開院式に向かう途中、虎ノ門交差点で無政府主義者の難波大助に狙撃を受けた暗殺未遂テロ事件がおこりました。

その答えは「返報性の原理」です。「返報性の原理」とは、他人から何かの恩恵を施されたら、自分も何らかでお返しをしなくてはならない」という人間社会にある「行動原理」です。

時の山本権兵衛内閣は総辞職。警視庁警務部長の正力松太郎(1885~1969)も引責辞職しました。

正力松太郎は「春の博覧会」「夏の納涼大会」「秋の菊人形大会など魅力的なイベントを企画・開催します。

## 5年で4倍の発行部数

翌年、正力松太郎は経営難でわずか発行部数5万部足らずの『読売新聞』を買収して38歳で第7代社長に就任しました。

これらイベントの無料入場券の配布を潜在顧客に行い、アプローチしていきます。イベントの入場券を受け取った相手は「新聞を購読しなくちゃ悪いよな」という心理が働き、同時に勧められる新聞も購読するようになります。

わずか5万5000部だった部数は、1926(大正15)年に9万部弱になり、1930(昭和5)年には22万部に達しました。

こうした手法で「読売新聞」は飛躍的に部数を伸ばします。

## 大衆を動かした「返報性の原理」

大衆の好む新聞を作れ！ 見出しへのこだわり

正力松太郎は、どのようにして

正力の紙面方針は、徹底して大衆受けのする新聞を作ることでした。正力は毎日、編集局に顔を出し、記者たちに「大衆の好む新聞を作

れ！紙面を派手にせよ！」と檄を飛ばしました。

見出しもキャッチーな文言を求め、写真の選定や大きさにも口を出したそうです。

## 大衆のニーズを常にキャッチ！

「囲碁・将棋名人戦」やベープ・ルース(1895~1948)を来日させた「アメリカ大リーグ選手招待」など話題性のあるイベントは人々の注目を集め、『読売新聞』の存在感が高まりました。

1934(昭和9)年には『讀賣巨人軍』を創設し日本にプロ野球を定着させました。

戦後は、1953(昭和28)年に初の民間テレビ局「日本テレビ放送網」を開局。街頭にテレビを設置し、テレビの普及に尽力します。

正力松太郎は、大衆のニーズを常にキャッチし共感を呼ぶマーケティング手法で、日本にマスメディアを根付かせました。

### 〈参考資料〉

山田風太郎『人間臨終図鑑』(徳間書店)  
佐野眞一『巨怪伝』(文藝春秋)  
有馬哲夫『原発・正力・CIA』(新潮社)

読売新聞ホームページ『読売新聞へようこそ』

## 薩摩藩・島津家の教え

### 男の順序

- 一、何かに挑戦し、成功した者
- 二、何かに挑戦し、失敗した者
- 三、自ら挑戦しなかったが、挑戦した人の手助けをした者
- 四、何もしなかった者
- 五、何もせず批判だけしている者

1600年、関ヶ原の戦いで、敗れた西軍の中に敵陣を突破し決死の撤退を敢行。徳川家康を震え上がらせた一人の勇猛な武将がいました。『鬼島津』こと島津義弘です。

この薩摩藩・島津家に伝わるのが、薩摩藩の教え『男の順序』です。

島津義弘を筆頭に歴代の藩主は、挑戦する人物を求めました。

幕末には西郷隆盛、大久保利通、大山巖ら明治維新の中心人物を輩出し、時代を大きく変革させました。

薩摩藩といえば、大河ドラマでおなじみの天璋院篤姫が、1872(明治5)年から赤坂福吉町の旧相良邸(現在の赤坂溜池タワー)で、約5年間過ごしました。

## マケのモン

前回の発行から数ヶ月経ってしまいましたがどうか2号も発行するはこびとなりました。3号はもう少し早いペースで出せるようにしたいと思います。皆様のお役にたちますように。 株式会社ADA 代表 遠藤健太郎

ご意見・お問合せはメールにて受付

info@ada-creative.co.jp

ホームページ随時更新中 makenomon.jp

