

ビジネス講義

少ない枚数で効率化 今どきのチラシ攻略法

株式会社CrosspoJAPAMN

効率の良い方法はないの？

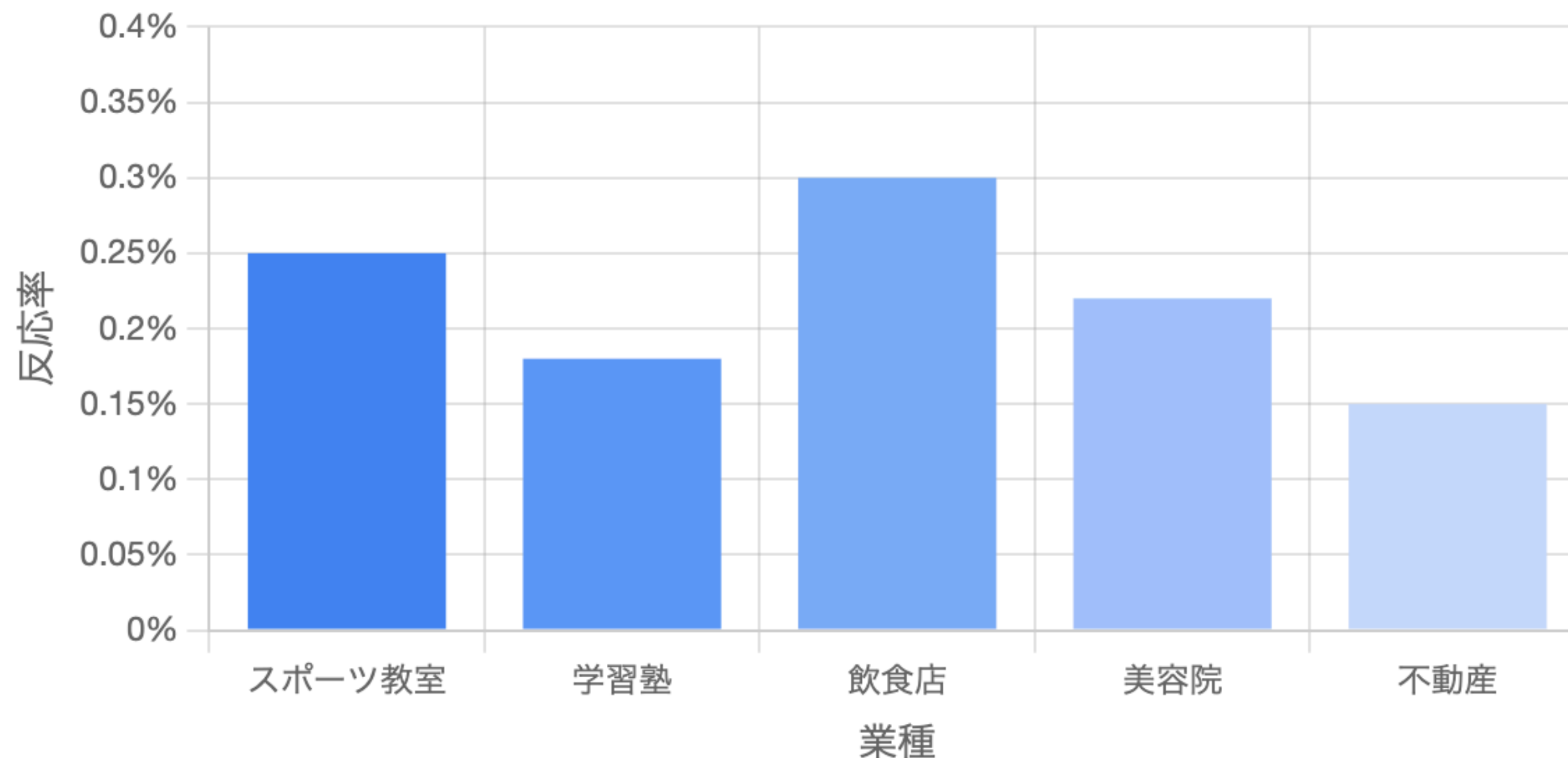
最小限の労力と費用で...

- ① 何を書いたらいいかわからない
- ② ポスティングしても登録されない
- ③ どのくらいが標準かわからない
- ④ どこに配ったら効率が良いか知りたい



チラシ戦略も年々変化しています

業界別チラシ反応率の実態



i チラシ平均反応率：0.1～0.3%（1000枚配布で1～3件の反応）

※マックスヒルズ調べ「国内スポーツクラブへの入会経路2018」によると、30代以上では「チラシ」からの入会経路が増加傾向

チラシ集客の課題

1000枚配布して
平均1～3件

その理由は...

従来型チラシの3つの課題



POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに効果測定が難しい

従来型チラシの3つの課題



POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに**効果測定が難しい**

ターゲティング精度の低さ

興味のない人にも届くため**効率が悪い**

従来型チラシの3つの課題



POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに**効果測定が難しい**

ターゲティング精度の低さ

興味のない人にも届くため**効率が悪い**

情報の伝達に限界がある

紙面の制約で**詳細情報が伝えられない**

ここのメンバーにとって
これは課題ではない

従来型チラシの3つの課題

POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに**効果測定が難しい**

→LINE活用で効果測定可能

ターゲティング精度の低さ

興味のない人にも届くため**効率が悪い**

情報の伝達に限界がある

紙面の制約で**詳細情報が伝えられない**

従来型チラシの3つの課題

POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに**効果測定が難しい**

→LINE活用で効果測定可能

ターゲティング精度の低さ

興味のない人にも届くため**効率が悪い**

→配布場所限定可能な規模感

情報の伝達に限界がある

紙面の制約で**詳細情報が伝えられない**

従来型チラシの3つの課題

POINT

費用対効果が見えにくい

大量配布でコストがかかるのに**効果測定が難しい**

→LINE活用で効果測定可能

ターゲティング精度の低さ

興味のない人にも届くため**効率が悪い**

→配布場所限定可能な規模感

情報の伝達に限界がある

紙面の制約で**詳細情報が伝えられない**

→LPとSNSの活用で補える

従来の多くが抱える課題は解決できる

ロゴ挿入

キャッチコピー・コンセプト(初心者から始める〜〜)

遊びで育てる 体操教室

対象：年齢や学年(入会してほしいターゲットを明確に)

教室の特徴

- 特徴1
- 特徴2
- 特徴3
- 特徴4
- 特徴5

教室詳細

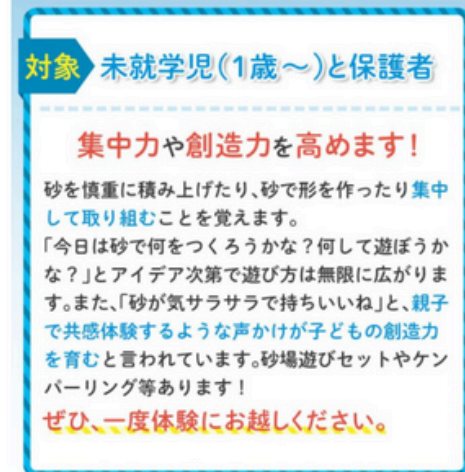
場 所
〜〜体育館
住所

時 間
火曜日 20:00〜21:00
水曜日 20:00〜21:00

代表 クロスボ太郎 ・肩書き1
・肩書き2

プロフィール
簡単な挨拶

体験会 無料開催中 お申し込みは [こちら](#) LPのURLへ飛ぶQR



解決できる3つのポイント

公式LINE活用で効果測定可能

学校や地域/配布場所を限定

LPとSNSを活用して補う

チラシ作成には重要な3つのポイントがあります

ターゲットの
明確化

明確な
目的設定

キャッチコピー
の工夫

チラシ作成には重要な3つのポイントがあります

ターゲットの
明確化

明確な
目的設定

キャッチコピー
の工夫

誰に向けての広告
「自分のこと？」
気づいてもらう

チラシ作成には重要な3つのポイントがあります

ターゲットの
明確化

誰に向けての広告
「自分のこと？」
気づいてもらう

明確な
目的設定

体験入会の申込み
イベント参加の予約
無料カウンセリング
(ゴールは1つ)

キャッチコピー
の工夫

チラシ作成には重要な3つのポイントがあります

ターゲットの
明確化

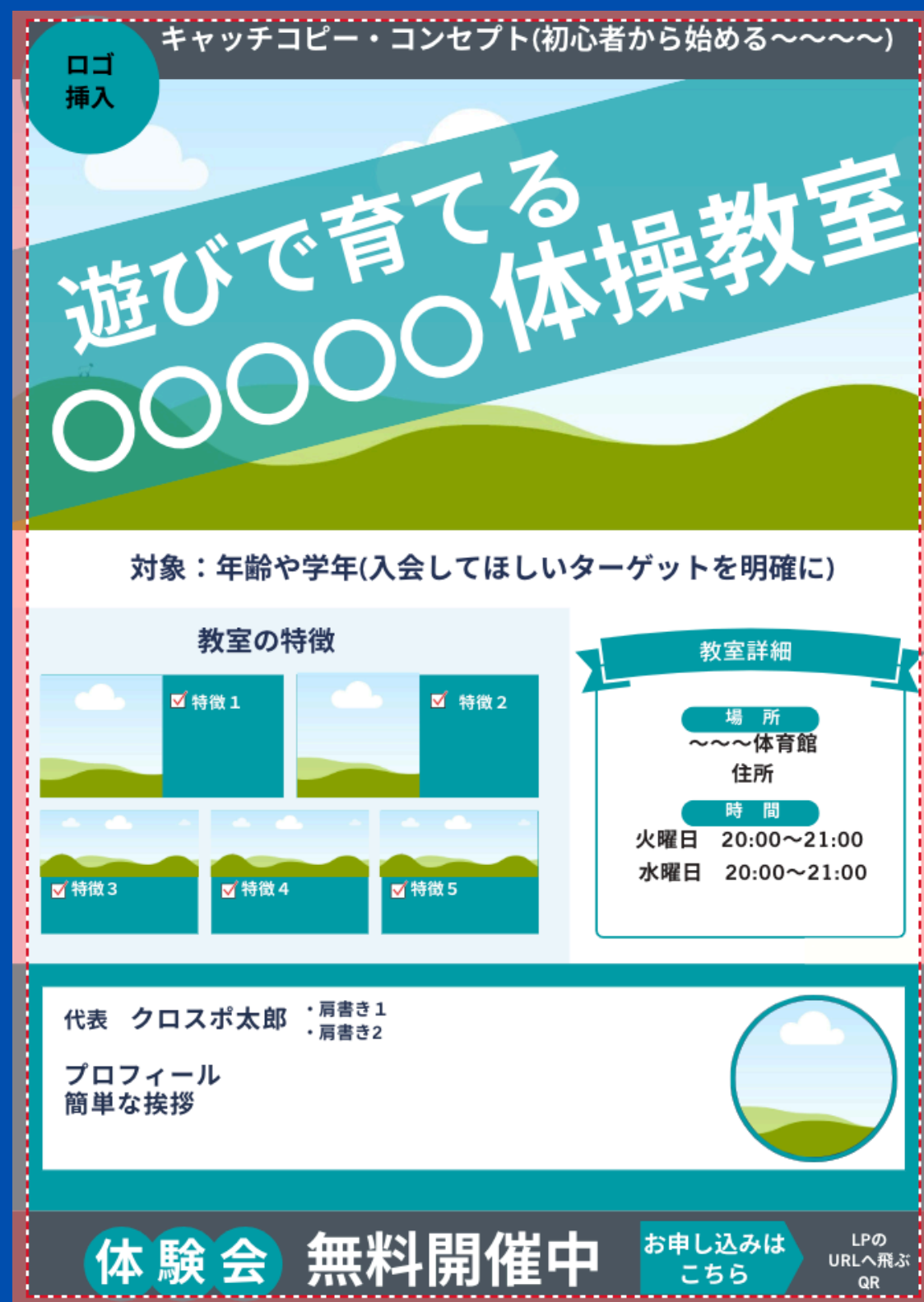
誰に向けての広告
「自分のこと？」
気づいてもらう

明確な
目的設定

体験入会の申込み
イベント参加の予約
無料カウンセリング
(ゴールは1つ)

キャッチコピー
の工夫

「夏休み2週間で変わる！
子どもの体力」
「はじめての習い事に
選ばれて15年」



必須要素

- ✓ 教室名・ロゴ
- ✓ キャッチコピー
- ✓ 具体的なメリット
- ✓ 写真・イラスト
- ✓ 開催日時・場所
- ✓ 連絡先・申込方法
- ✓ 特典・期限
- ✓ QRコード

レッスンの様子
指導者の雰囲気

ロゴ
挿入

キャッチコピー・コンセプト(初心者から始める~~~~)

遊びで育てる 体操教室

対象：年齢や学年(入会してほしいターゲットを明確に)

教室の特徴

特徴1

特徴2

特徴3

特徴4

特徴5

教室詳細

場 所
~~~体育館  
住所

時 間  
火曜日 20:00~21:00  
水曜日 20:00~21:00

代表 クロスボ太郎 ・肩書き1  
・肩書き2

プロフィール  
簡単な挨拶

体験会 無料開催中

お申し込みは  
こちら

LPの  
URLへ飛ぶ  
QR

# 必須要素

- ✓ 教室名・ロゴ
- ✓ キャッチコピー
- ✓ 具体的なメリット
- ✓ 写真・イラスト
- ✓ 開催日時・場所
- ✓ 連絡先・申込方法
- ✓ 特典・期限
- ✓ QRコード

レッスンの様子  
指導者の雰囲気

QRコードで  
登録率32%UP

# ユニバーサルデザインとは？

---

誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

わかりやすさ

見やすさ

読みやすさ

伝わりやすさ

使いやすさ



# ユニバーサルデザインとは？

誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

わかりやすさ

見やすさ

読みやすさ

伝わりやすさ

使いやすさ



わ！見よ！  
ついに...

# ユニバーサルデザインとは？

## 誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

わかりやすさ

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

見やすさ

読みやすさ

伝わりやすさ

使いやすさ

# ユニバーサルデザインとは？

## 誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

わかりやすさ

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

見やすさ

文字は大きめ（12～14pt以上）行間を広めにする  
明朝体よりゴシック体など読みやすい書体を使用

読みやすさ

伝わりやすさ

使いやすさ

# ユニバーサルデザインとは？

## 誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

### わかりやすさ

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

### 見やすさ

文字は大きめ（12～14pt以上）行間を広めにする  
明朝体よりゴシック体など読みやすい書体を使用

### 読みやすさ

背景と文字のコントラストをはっきり（黒文字＋白背景など）  
赤×緑など色弱者が区別しづらい組み合わせを避ける

### 伝わりやすさ

### 使いやすさ

# ユニバーサルデザインとは？

## 誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

### わかりやすさ

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

### 見やすさ

文字は大きめ（12～14pt以上）行間を広めにする  
明朝体よりゴシック体など読みやすい書体を使用

### 読みやすさ

背景と文字のコントラストをはっきり（黒文字＋白背景など）  
赤×緑など色弱者が区別しづらい組み合わせを避ける

### 伝わりやすさ

写真やイラストを使ってイメージしやすく、アイコンやピクトグラム  
で直感的に理解できる工夫。重要情報は囲み枠や太字で強調

### 使いやすさ



# ユニバーサルデザインとは？

## 誰にとってもわかりやすく・使いやすいデザインを目指す考え方

### わかりやすさ

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

### 見やすさ

文字は大きめ（12～14pt以上）行間を広めにする  
明朝体よりゴシック体など読みやすい書体を使用

### 読みやすさ

背景と文字のコントラストをはっきり（黒文字＋白背景など）  
赤×緑など色弱者が区別しづらい組み合わせを避ける

### 伝わりやすさ

写真やイラストを使ってイメージしやすく、アイコンやピクトグラム  
で直感的に理解できる工夫。重要情報は囲み枠や太字で強調

### 使いやすさ

QRコードを入れてスマホからすぐアクセス可能に  
手に取った人が「次にどうすればいいか」が一目でわかる導線設計

ロゴ  
挿入

キャッチコピー・コンセプト(初心者から始める〜〜〜)

# 遊びで育てる 体操教室

対象：年齢や学年(入会してほしいターゲットを明確に)

## 教室の特徴

特徴 1

特徴 2

特徴 3

特徴 4

特徴 5

## 教室詳細

場 所  
〜〜〜体育館  
住所

時 間  
火曜日 20:00〜21:00  
水曜日 20:00〜21:00

代表 クロスボ太郎 ・肩書き 1  
・肩書き 2

プロフィール  
簡単な挨拶



**体験会 無料開催中** お申し込みは [こちら](#) LPの URLへ飛ぶ QR

難しい言葉を避け、短くてシンプルな表現にする  
誰が読んでも「何を伝えたいのか」がすぐ理解できる見出し

文字は大きめ（12～14pt以上）行間を広めにする  
明朝体よりゴシック体など読みやすい書体を使用

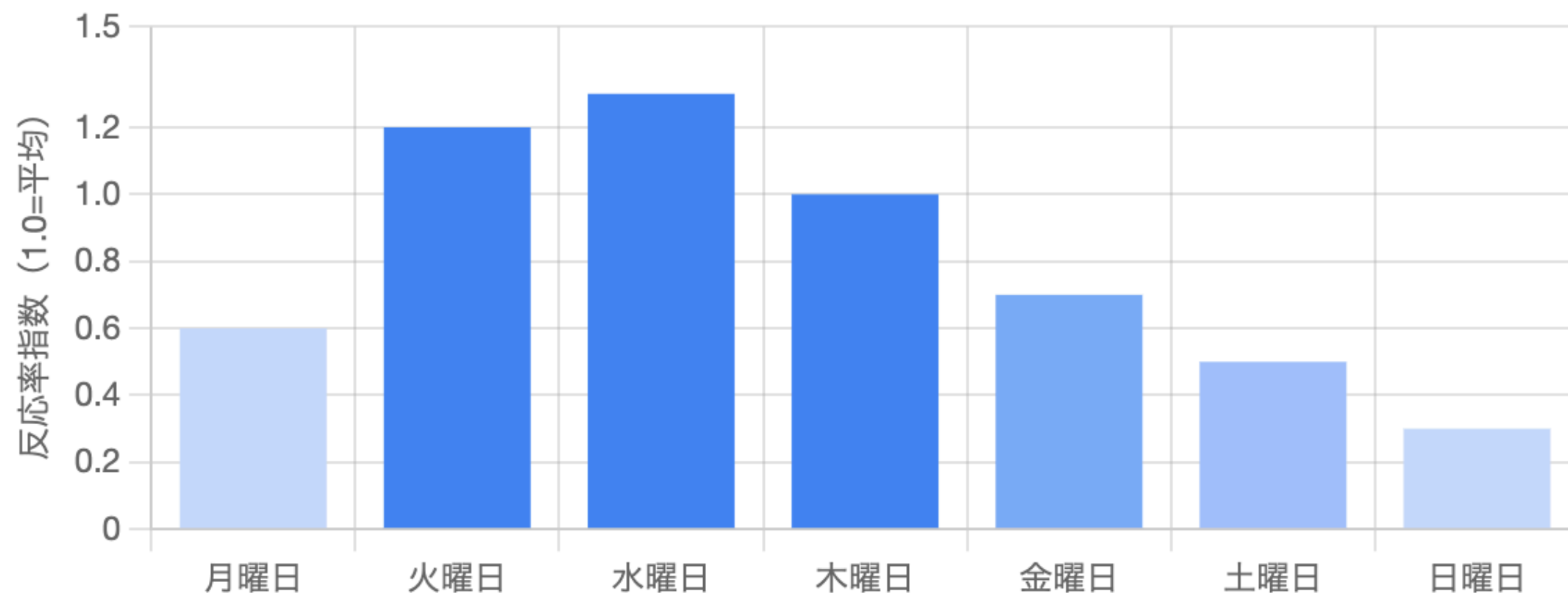
背景と文字のコントラストをはっきり（黒文字＋白背景など）  
赤×緑など色弱者が区別しづらい組み合わせを避ける

写真やイラストを使ってイメージしやすく、アイコンやピクトグラム  
で直感的に理解できる工夫。重要情報は囲み枠や太字で強調

QRコードを入れてスマホからすぐアクセス可能に  
手に取った人が「次にどうすればいいか」が一目でわかる導線設計

# 配布するタイミングも重要

## 最適な配布タイミング



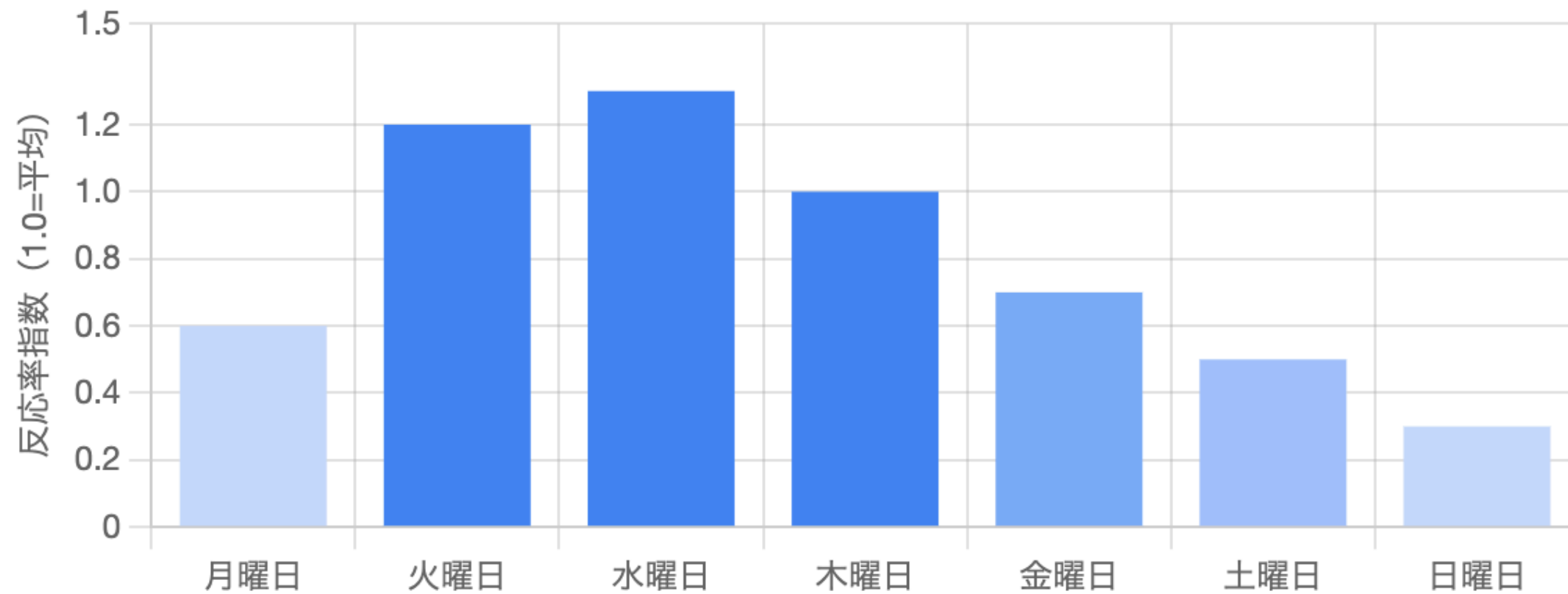
🕒 **最適配布日：火・水・木曜日**（週末の行動を計画する平日）

※体操教室の調査では、火曜配布で週末体験参加率が24%増加



# 配布するタイミングも重要

## 最適な配布タイミング



🕒 **最適配布日：火・水・木曜日**（週末の行動を計画する平日）

※体操教室の調査では、火曜配布で週末体験参加率が24%増加

火曜日の配布 参加率**24%UP**

火・水・木曜日  
(週末の行動を計画する平日)

# 反響率UPの実践施策と注意点

- ① **情報過多** 一枚に詰め込みすぎて読みづらい
- ② **電話番号のみ** 連絡手段が限られ障壁が高い
- ③ **ターゲット不明確** 誰向けかわからず響かない
- ④ **期限なし** 限定されないと行動しない
- ⑤ **抽象的な表現** 「具体的数字」を入れると反応率が32%向上

## 地域密着型体操教室の例

### JPCスポーツ教室安城店の事例

チラシとLINE公式アカウントの併用戦略。生徒の約180名中90%がLINEへ登録し、既存会員からの紹介が主な集客経路に。

反響率2.8倍アップ

## 子ども向けスイミングスクール

### エリア特化型配布戦略

1万枚のポスティングから500枚に削減しつつ、配布エリアを子育て世帯が多い住宅街に限定。チラシデザインを写真重視に変更。

反響率3倍・コスト80%削減

## テニススクールの成功例

### 地域イベントとの連携

地域の運動会やスポーツフェスで無料体験会の告知チラシを配布。火曜日と水曜日の14時～16時にターゲット層がいるエリアに絞り込み配布。

新規入会33%増加



## 見落とし注意ポイント

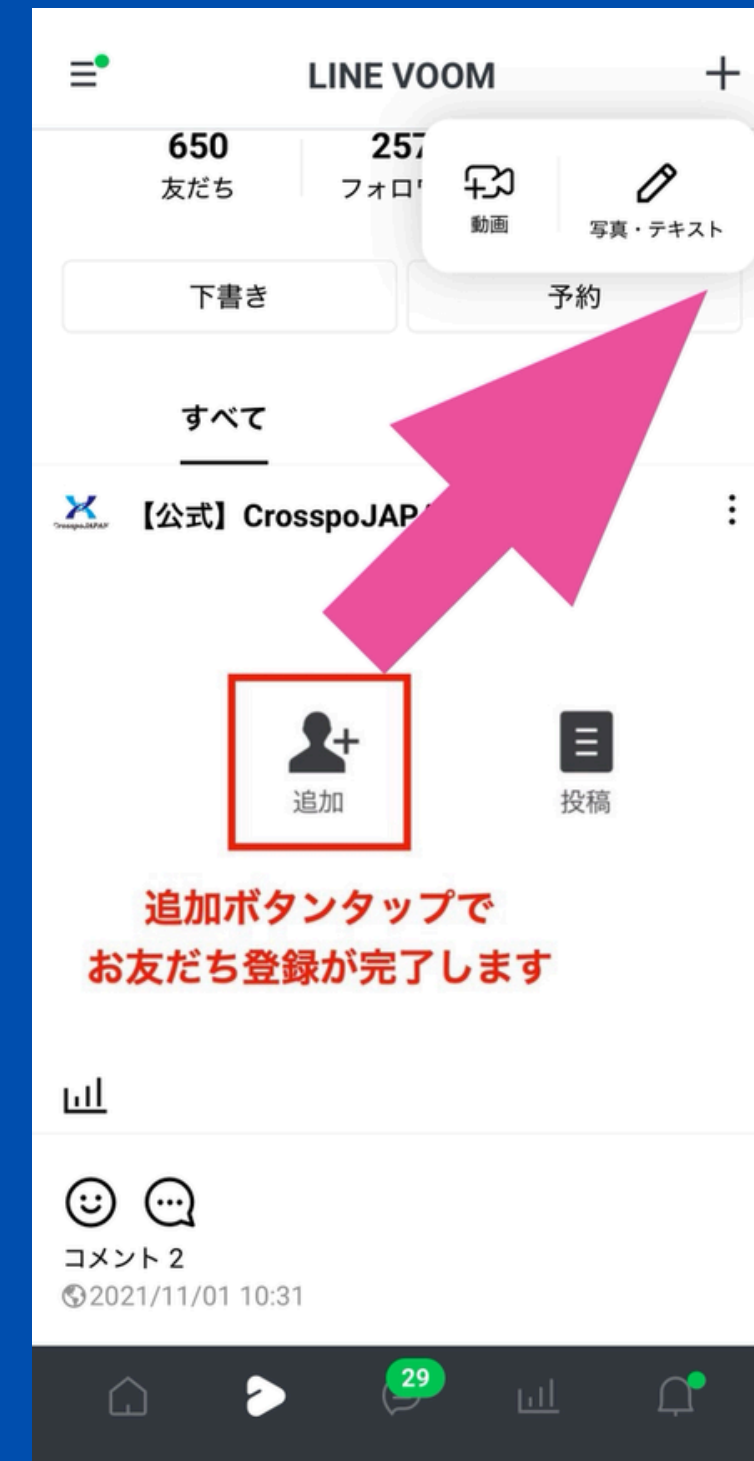
実はここで50%弱が  
離脱しています

わかりますか？

# VOOM投稿



# 画像を投稿する







CROSSPO PRESENTS

チラシクリエーターGP

DESIGN&CREATES





CROSSPO PRESENTS

# チラシクリエイターGP

DESIGN&CREATES

投票形式で最も反応が良くわかりやすい  
チラシを作成できるかを競うイベントです





- 
1. 会員であること
  2. 自分で作成すること
  3. Canvaを使うこと
  4. 自分の広告チラシであること
  5. 作成URLとPDFで期限内に提出





期限：9月30日23:59

---

1. 会員であること
2. 自分で作成すること
3. Canvaを使うこと
4. 自分の広告チラシであること
5. 作成URLとPDFで期限内に提出





# 投票方法は...

---

1. 会員投票(1人5ポイント)
2. 一般投票(1人1ポイント)

投票期間は10月10日～20日



# GRAND PRIX

---

お食事券 20,000円

ギフト券 5,000円

参加賞全員（忘年会まで秘密）