



まずは、この無料レポートに興味を持っていただき、
ありがとうございます。

著者の鈴木ヒロタケ（寛武）です。

よく名前を読み間違えられることがあるため、こうして初めての方でも読めるようにカタカナ表記にするのがクセになっています。

このレポートの目的は

「開封率の高いメルマガの件名を簡単に付けられるようになる」 ことにあります。

件名＝メルマガの命

件名はメルマガの命です。

ここは絶対に手を抜けないポイントです。

メルマガには送信先メールアドレスや送信者名などメールが届いた時点で開封するかどうかの判断基準はいくつかありますが、件名が唯一と言っていいくらいの改良ポイントとなります。

そもそも件名でつまらなそうと思われたら読まれません。毎日届くメールの中で件名で目を引かなかったら多くのメールに埋もれてしまいます。

そこで自分が読者だと仮定して、どのようなメルマガだったら開封するかを考えてみてください。

やはり、件名で「おや？」とか「気になるなあ」って思ったら開封しますよね。

なので開封率を上げたかったら件名を工夫するようにしましょう。

そこでこのレポートでは開封率が上がる件名が簡単に作成できるように、7つのテーマに従って考える方法をレクチャーいたします。

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前 許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

～ 目次 ～

件名＝メルマガの命	2
はじめに	5
～見出し作成の5つのルール～	6
①得になること	8
②新しい情報	9
③好奇心を刺激すること	10
④明るい面・プラス面から書くこと	11
⑤手っ取り早く簡単であること	13
⑥相手に問いかけるように書く	14
⑦利用者の声を載せる	16
まとめ	17

はじめに

アメリカのコピーライターで、ジョン・ケープルズという人物がいました。

彼は1900年に生まれ広告業界の第一線で58年間も活躍し続けた先駆者で、今現在も世界中の広告に使われるキャッチコピーなどは、彼の考えたコピーや理論が参考にされているほど広告業界に影響を与えた人物です。

有名なのは音楽学校の通信講座の広告に使われた、

「私がピアノの前に座るとみんなが笑いました。

でも弾き始めると・・・。」

というピアノコピーと呼ばれるものです。



**They Laughed When I Sat Down
At the Piano
But When I Started to Play!~**

どうですか？気になりますよね？

続きが読んでみたいと思わされますよね？

人目を引きつける必要があるという点では
広告のキャッチコピーも、メルマガのタイトルも同じです。

先人の素晴らしい知恵を使わせていただきましょう。

ジョン・ケープルズは、キャッチコピーの作成には5つの要素がある
と言っています。

～見出し作成の5つのルール～

①得になること

②新しい情報

③好奇心を刺激すること

④明るい面・プラス面から書くこと

⑤手っ取り早く簡単であること

これらを意識した件名をつけることで、メルマガの開封率は高まります。

そしてさらに、私はここに2つのルールを追加することをオススメします。

それは、

⑥相手に問いかけるように書く

⑦利用者の声を載せる

です。

まとめると、以下のとおりです。

このレポートを印刷するなり、紙に書き写してディスプレイに貼っておくなどして、いつでも見られるようにしておいてください。

①得になること

②新しい情報

③好奇心を刺激すること

④明るい面・プラス面から書くこと

⑤手っ取り早く簡単であること

⑥相手に問いかけるように書く

⑦利用者の声を載せる

それぞれの具体例について解説していきます。

①得になること

自分（読者）にとって「得になりそうだな」と思われる件名は開封されます。

全ルールの中でも一番重要なルールです。

例えば、

「今なら50%OFF」

「10万円の副収入」

「家計応援価格」

「衝撃プライス」

「お求めになりやすい」

「増量中」

「メンバー限定特典」

「初回限定3大特典付き」

「記念特価」

「セットでお得」

「無料レポート進呈」

「無料クーポンプレゼント」

上記はすべてお得感のある表現ですが、その中でも目を引くものがあるのが分かりますでしょうか。

そうです、数字ですね。

数字を入れることによって具体性が増し、現実味を帯びた表現となり、パッと見たときにも目につきやすくなります。

ただし、日本人の場合「50%OFF」と「半額」では、「半額」の方が興味を惹かれるという結果もあるようです。

なので50%OFFの時だけは「半額」とした方がいいかもしれませんね。

②新しい情報

新しい情報は読者の目に留まりやすいです。

「おっ？」と思わせることができるからですね。

例えば、

「ついに始動」

「ついに登場」

「出ました」

「お待たせしました」

「新発売」

「新発見」

「新機能」

「New」

新商品のお知らせを行う際は、件名にこれらのワードを盛り込むことを意識しましょう。

③好奇心を刺激すること

個人的には2つ目に重要な要素だと思います。

「どういうことなんだろう？」とか「何が書いてあるんだろう？」と思わせるような書き方をすれば、読者は好奇心を刺激されて、ついついメルマガを開封してしまうということですね。

例えば、

「世の中の99%の人が知らないこと」

「ダイエットに失敗するのは〇〇が原因だった」

「あの日、私は人生のどん底にいました」

「私がピアノの前に座るとみんなが笑いました。でも弾き始めると・・・。」

続きが気になるように書くのがポイントですね。

件名が気になる→続きが読みたくなる→メルマガを開封する、という流れなのでメールの内容は件名の続きになるように書いてください。

件名と本文が関係ない内容になっているメルマガは、読者からすると内容詐欺みたいなもので信頼を損ねる結果となるため、その後のメルマガを読んでももらえなくなるかもしれません。

また、「好奇心」は他の「新情報」や「得になる」と組み合わせることで強力な見出しになりやすいとジョン・ケープルズは言っています。

④ 明るい面・プラス面から書くこと

ネガティブな表現やマイナス思考、マイナス感情な件名は多くの場合、読者から敬遠される要因となります。そのため、明るい面・プラス面を書くようにします。

例えば、

- × 「ネガティブ思考を捨てるには」
- 「ポジティブ思考の身に付け方」

- × 「いまだに痩せられないあなたへ」
- 「いますぐ痩せたいあなたへ」

- × 「仕事ができない人がやっている駄目な習慣」
- 「仕事ができる人が実践している良い習慣とは」

- × 「お金が無いが口ぐせになっていませんか」
- 「お金の心配から解放される方法」

通常は意識しなくても明るい、プラス表現の方が思いつくものですが、気分が落ち込んでいたり、重い内容のメールを書こうとすると、そちらに引きずられることがありますので注意しましょう。

こうしてみるとバツの方もなかなか興味を引きますので、メール本文で件名の主張に対する補完的な使い方をするのも良いかもしれませんね。

件名：お金の心配から解放される方法

本文：ついつい、お金が無いが口ぐせになっていませんか？そんなあなたに朗報です！・・・みたいな。

⑤手っ取り早く簡単であること

人というのは、苦勞をするよりもラクをしたい、
時間がかかるよりも手っ取り早く物事を終わらせたいものです。

そのため、どんなに良いことが書かれてあっても
「自分には無理そうだな」、「自分には関係ないな」と
思われたら開封されなくなってしまいます。

そこで、手軽さをアピールして「自分でもできそうだ」、
「簡単そうだな」、「そんなに時間がかからなそうだな」
と思ってもらうことが大切です。

例えば、

「1日5分でできる！メルマガのネタ収集法」

「初心者でも始められる！30分で終わる初期設定」

「わずか3ステップで完了」

手っ取り早く簡単さをアピールしようとする、
ついつい大げさな表現になりがちです。
そのときに注意しなければならないのが、
信頼できる内容になっているかということです。

例えば、「もっとラクな仕事でもっと収入アップしたい方へ」という非常に魅惑的な件名ですが、信頼性がなく、話がうますぎるということでかえって敬遠される内容になってしまっています。

⑥相手に問いかけるように書く

メルマガは配信者にとっては複数いる読者への一斉配信となりますが、受け取った読者からすれば一斉配信とはわかっていても気持ち的には1対1で送ってもらっているメールだと思っています。

そのため、常に1人の読者に向けて書くという視点を忘れてはいけません。

そして、自分に向けて書いたと思われる件名は開封率アップにつながります。

例えば、

「〇〇様だけにお伝えしたいことがあります」

「〇〇さん、こんなお話を知っていますか？」

「〇〇なあなたへ」

「あなたならどうしますか？」

このように読者の名前を入れたり、読者の情報を盛り込んだメールを「パーソナライズメール」と言います。

通常のメールよりも相手に響くので重要なメールのときに使うのをオススメします。

○○の部分に名前を入れるためには、あらかじめ名前を収集している必要があります。

また、利用している配信スタンドで○○部分に取得した名前を自動で置き換えて配信してくれる機能が必要となります。

もし、パーソナライズができなくても、「あなた」という表現でも十分効果はあります。

MyASPなら置き換え文字でパーソナライズメールも簡単に作れます！

※MyASPとはメルマガ配信スタンドのことです。

月額の利用料がかかりますが、ちゃんとしたメルマガ配信をするためには有料の配信スタンドはかせません。

弊社ではメルマガ配信をする方にはMyASPをオススメしています。

詳しくは[こちら](#)をクリックしてください。

このレポートをブラウザで見ている場合は、上記リンクをキーボードの「Ctrl」キー（Macの場合は「Command」）を押しながらクリックすると別タブで開きます。

もし、特定の相手に向けたメッセージにしないということであれば、ターゲットを明確にする表現を入れましょう。

例えば、

「30代女性必見」

「アフィリエイトターの皆さん」

などです。

メルマガの件名に「誰宛」なのかを含めることで、ターゲットとなる層の読者の興味を惹きつけることができます。

⑦利用者の声を載せる

今も昔もセールスにおける利用者の声というのは、他の利用者や見込み客の不安を払拭するのに非常に強力な武器です。

そのため、それを件名に活かせば読者に安心して開けるメルマガだと思ってもらえるようになります。

例えば、

「[感想] 本当にうまくいきました」

「[体験談] 何も知らなかったAさんの場合」

「続々とお申し込みが殺到しています」

「私が実践している○○なこと」

最後のは自分自身ですが、利用者の声なので自分のことでも問題はありません。

より具体的に「1週間で3kg痩せました」とか

「最初の月から売上が2倍になりました」といった数字が含まれていると、さらに興味を持ってもらいやすくなります。

まとめ

以上が7つのルールの解説です。

もう一度、7つのルールを貼っておきます。

～見出し作成の7つのルール～

①得になること

②新しい情報

③好奇心を刺激すること

④明るい面・プラス面から書くこと

⑤手っ取り早く簡単であること

⑥相手に問いかけるように書く

⑦利用者の声を載せる

それぞれを単独で使っても良いですが、
できるだけ他のルールと掛け合わせることで
開封率の高い件名にできます。

件名に迷ったときは、ぜひこちらの内容をご活用ください。

【発行者情報】

株式会社アスタ 鈴木寛武

Web : <https://astha.jp>

Email : astha.help.hr@gmail.com

規約に則り、私のメルマガである「無料レポートユーザー限定メルマガ」に代理登録させていただきます。

<https://astha-mail.jp/p/r/JKslQOFn>