

訴求ポイントを1つに絞るシート

商品の良いところを全部出し、軸に分け、相手と場面を決めて点をつけ、一番に言う1つを選ぶための5枚

この5枚でできること

- ☐ 訴求ポイントの候補を10個書き出せる
- ☐ 候補を12の訴求軸に振り分けられる
- ☐ 重さ、違い、根拠の3つの物差しで点をつけられる
- ☐ 選んだ1つを型に入れ、場面ごとに使い分けられる

使う順番

2ページで候補を出す → 3ページで軸に分ける → 4ページで相手を決めて点をつける → 5ページで1文にして場面に配る。

目次

2	候補を全部出す 特徴とお客さんにとっての良いことの書き出し欄
3	候補を軸に分ける 訴求軸12種類の表と振り分け欄
4	相手を決めて点をつける 相手の段階の表と3つの物差しの点数表
5	1文にして、場面ごとに使い分ける 1文の型、場面ごとの使い分け表、迷ったときの考え方

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた内容は、講座第6回の記事本文と、記事に示した資料（訴求の意味はデジタル大辞泉、景品表示法は消費者庁「表示規制の概要」）で2026年10月24日に確かめたものだけです。記入例はすべて架空の家事代行サービスです。

候補を全部出す

良し悪しはまだ考えない。10個を目標に

記入例は架空の家事代行サービスです。特徴の欄に「冷蔵庫の残りもので作り置きを3品」、お客さんにとっての良いことの欄に「帰ってから夕飯を作らなくていい」のように、左と右を1組で書きます。

特徴	お客さんにとっての良いこと

5個も出てこないとき。お客さんの声を読み返します。ほめられたこと、お礼を言われたこと、問い合わせで聞かれたことは、そのまま候補になります。

候補を軸に分ける

2ページの候補を、12の軸のどこかに入れる

訴求軸	何を言うか	入った候補
価格	安い、お得、払い方が楽	
品質と機能	できることや出来ばえ	
手軽さ	始めやすい、手間がかからない	
時間	早い、時間が浮く	
安心	失敗しない、守られている	
権威	専門家、資格、受賞	
人気	多くの人が選んでいる	
限定	数や期間が限られている	
新しさ	新しい方法、今の流れ	
悩みの解消	困りごとが無くなる	
理想の姿	こうなりたい、が叶う	
共感	気持ちをわかってくれる	

決まった分け方があるわけではなく、この講座での整理です。上の6つが理性の軸（比べて選ぶときに効く）、下の6つが感情の軸（なんとなく良さそうと感じるときに効く）です。

空っぽの軸に気づく。架空の家事代行では、感情の軸の候補がほとんどありませんでした。お客様の声から「週末が家事で終わる」のような言葉を拾って足します。

相手を決めて点をつける

相手が決まると、点に差がつく

相手の段階	どこで見るか	届きやすい軸
まだ頼むと決めていない	SNSの広告、チラシ	悩みの解消、理想の姿、共感
何社か比べている	検索の結果、比較のページ	品質と機能、価格、時間
申し込む直前で迷っている	申し込みページ、問い合わせの返事	安心、権威、人気

項目	書き込む
相手を1人に	
どこで見るか	

3つの物差しで点をつける

重さ → その相手がどれだけ気にしているか。声に何度も出てくるなら3点。違い → 競合が同じことを言っていないか。どこも言っているなら1点。根拠 → 写真、数字、仕組みで見せられるか。言うだけなら1点。

候補	重さ	違い	根拠	合計

同点なら相手に戻ります。架空の家事代行では「作り置きを3品」と「写真で報告」が8点で並び、まだ頼むと決めていない人に向けて作り置きを選びました。

1文にして、場面ごとに使い分ける

見出しで言うのは1つ。2番目と3番目は本文で支える

(相手) に、(訴求ポイント)。なぜなら (根拠)。

記入例 → 共働きのご家庭に、帰ったら夕飯が3品できている毎日を。なぜなら、冷蔵庫の残りもので作り置きをしてから帰るから。

空欄	書き込む
相手	
訴求ポイント	
根拠	

場面	相手の段階	一番に言うこと
SNSの広告		
検索の広告		
チラシ		
申し込みページ		

迷ったときの考え方

迷うこと	この講座での考え方
価格を一番にしてよいか	値下げで勝てる体力がないなら一番にしない。申し込む直前の後押しとして2行目以降に置く
2つ同時に言いたい	1つ目を見出し、2つ目をすぐ下の1行に分ける。1文に2つ入れると両方弱くなる
数字を書きたい	「利用者の7割」「通常の半額」は元の記録を残す。説明できない数字は書かない（第29回、第30回）