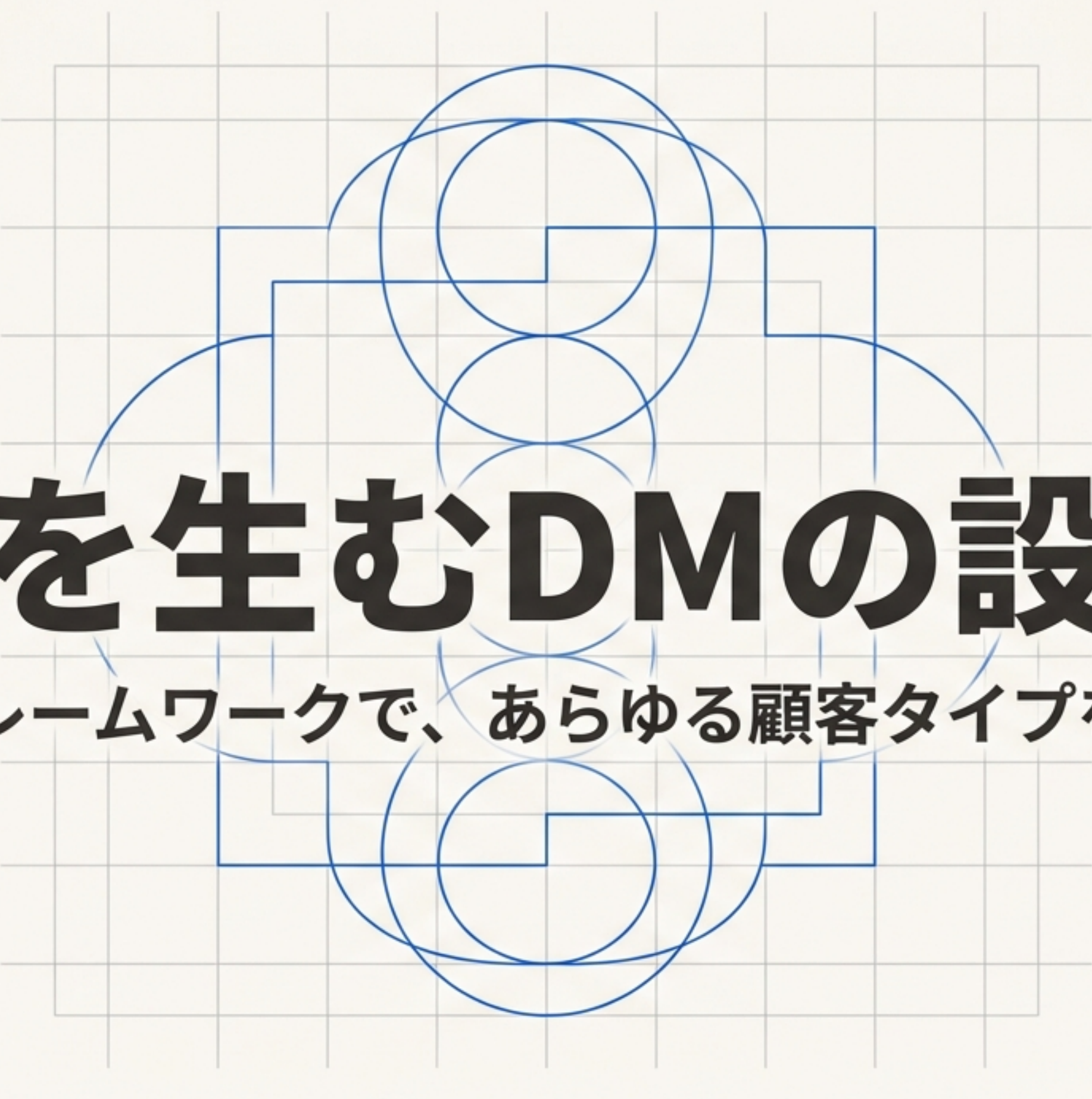


The background features a light gray grid. Overlaid on this grid are several blue geometric shapes: a central square with rounded corners, and four circles that overlap each other and the square. The circles are arranged in a 2x2 pattern, with each circle's center at the intersection of the grid lines.

成果を生むDMの設計図

16分類フレームワークで、あらゆる顧客タイプを攻略する

なぜ、多くのDMは読まれずに捨てられるのか？



1つのメッセージは、すべての人の心に響くわけではない。

答えは「読者別の役割分担」。DMを科学する16分類アプローチ

This framework is built on a simple, powerful equation. It recognizes that reader psychology directly impacts how they process information and make decisions.

4つの心理タイプ × 2つの情報処理・行動特性 = 16の読者ペルソナ

(4 Psychological Types)

(2 Info-Processing/Action Traits)

(16 Reader Personas)

この分類は、DMにおける「見る順番」「情報量の好み」「決断スピード」に強く影響します。



① 理性型：数字と論理で判断する人々

① 分析家タイプ (Analyst Type)

DMで見える所

数字・比較表・実績一覧

有効なDM要素

「反応率〇%（業界平均〇倍）」、小さな表・グラフ

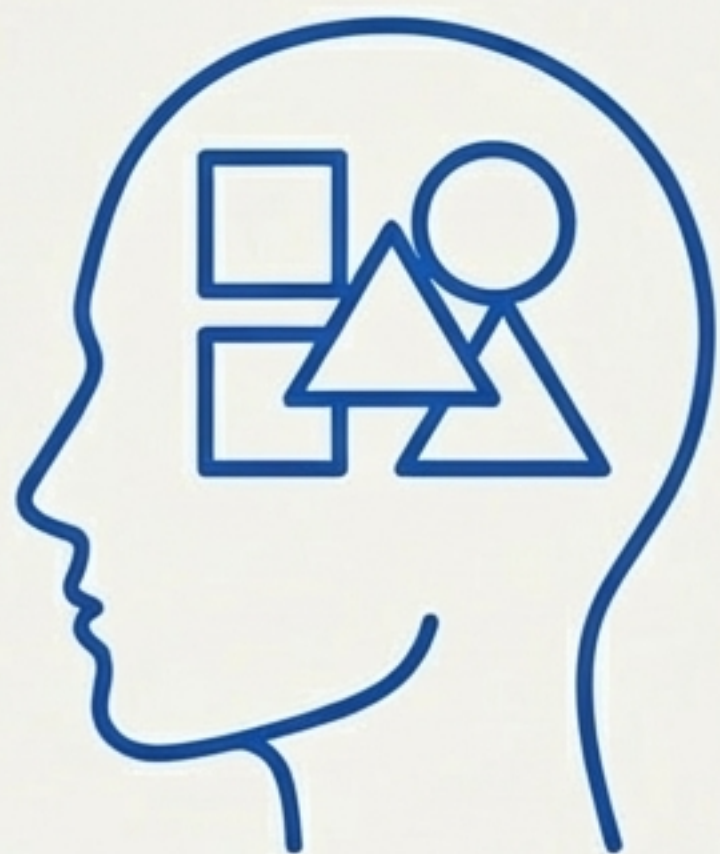
② 設計者タイプ (Architect Type)

DMで見える所

フロー図・仕組み説明

有効なDM要素

「DM → QR → 通知」の図解、手順を番号付きで



① 理性型：数字と論理で判断する人々

③ 検証型理性派 (Verification-Oriented Rationalist)

DMで見える所

裏面・注釈・細かい文字

有効なDM要素

実データ注記「※実測値」「※○社平均」

④ 経営判断型 (Executive Decision-Maker Type)

DMで見える所

結論だけ

有効なDM要素

「費用対効果が合うか?」「失敗しないか?」

THE FOUR PILLARS：読者の心理を分解する



② 感情型：共感とストーリーで動く人々

⑤ 共感家タイプ (Empathizer Type)

DMで見える所

ストーリー文

有効なDM要素

社長の一言、顔写真＋短文

⑥ 体験共鳴タイプ (Experience-Resonator Type)

DMで見える所

Before / After

有効なDM要素

「DM前→DM後」の変化、focus on transformation over raw numbers.

THE FOUR PILLARS：読者の心理を分解する



② 感情型：共感とストーリーで動く人々

⑦ 応援型タイプ (Supporter Type)

DMで見える所

人柄・姿勢

有効なDM要素

「〇〇業界を本気で支援」、思いメッセージ

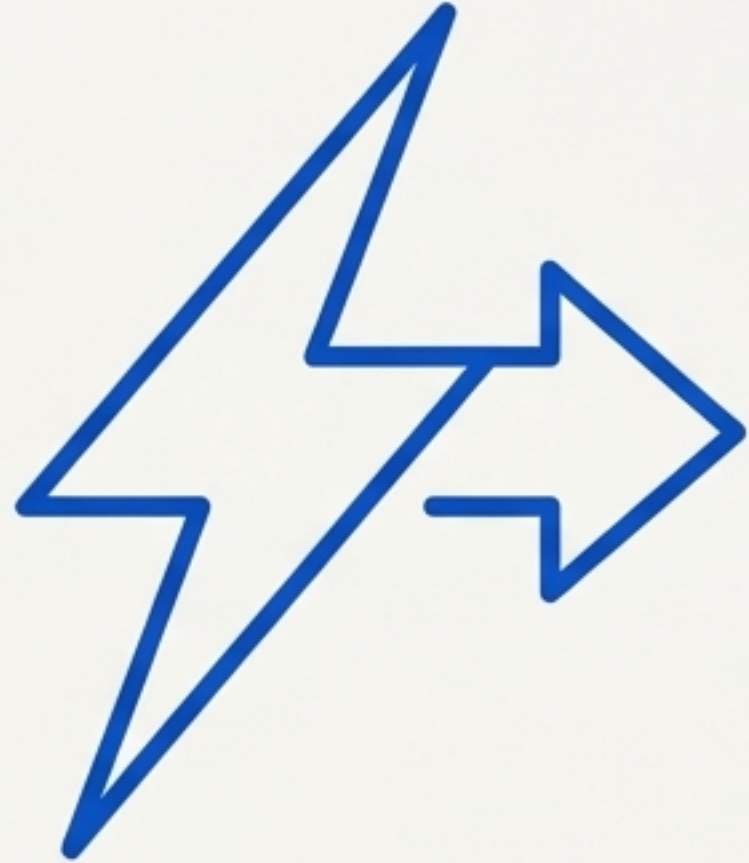
⑧ 不安共感型 (Anxiety-Empathy Type)

DMで見える所

悩みの言語化

有効なDM要素

「こんな不安ありませんか?」、課題列举



③ 行動型：すぐに動きたい人々

⑨ 即断即決型（Quick-Decision Type）

DMで見る所

表面キャッチだけ

有効なDM要素

「今すぐ」「〇日で開始」、期限・限定

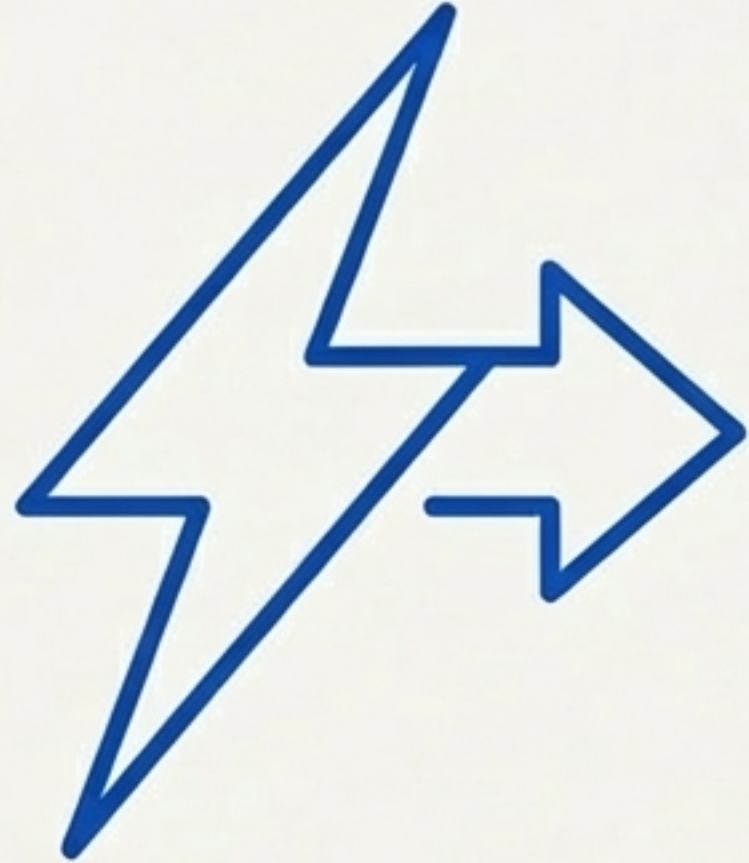
⑩ 実験型（Experimenter Type）

DMで見る所

小さく試せるか

有効なDM要素

「テスト導入可」「1回だけOK」



③ 行動型：すぐに動きたい人々

⑪ 成果最優先型 (Results-First Type)

DMで見る所

結果事例

有効なDM要素

「〇通で〇件獲得」

⑫ 面倒嫌い型 (Hassle-Averse Type)

DMで見る所

手間があるか

有効なDM要素

「丸投げ」 「準備不要」



④ 慎重型：失敗を避けたい人々

⑬ 前例重視型（Precedent-Focused Type）

DMで見える所 導入社名

有効なDM要素 ロゴ・業界名

⑭ 保証重視型（Guarantee-Focused Type）

DMで見える所 リスク回避要素

有効なDM要素 返金保証、解約条件



④ 慎重型：失敗を避けたい人々

⑮ 比較検討型（Comparative Shopper Type）

DMで見る所 他社比較

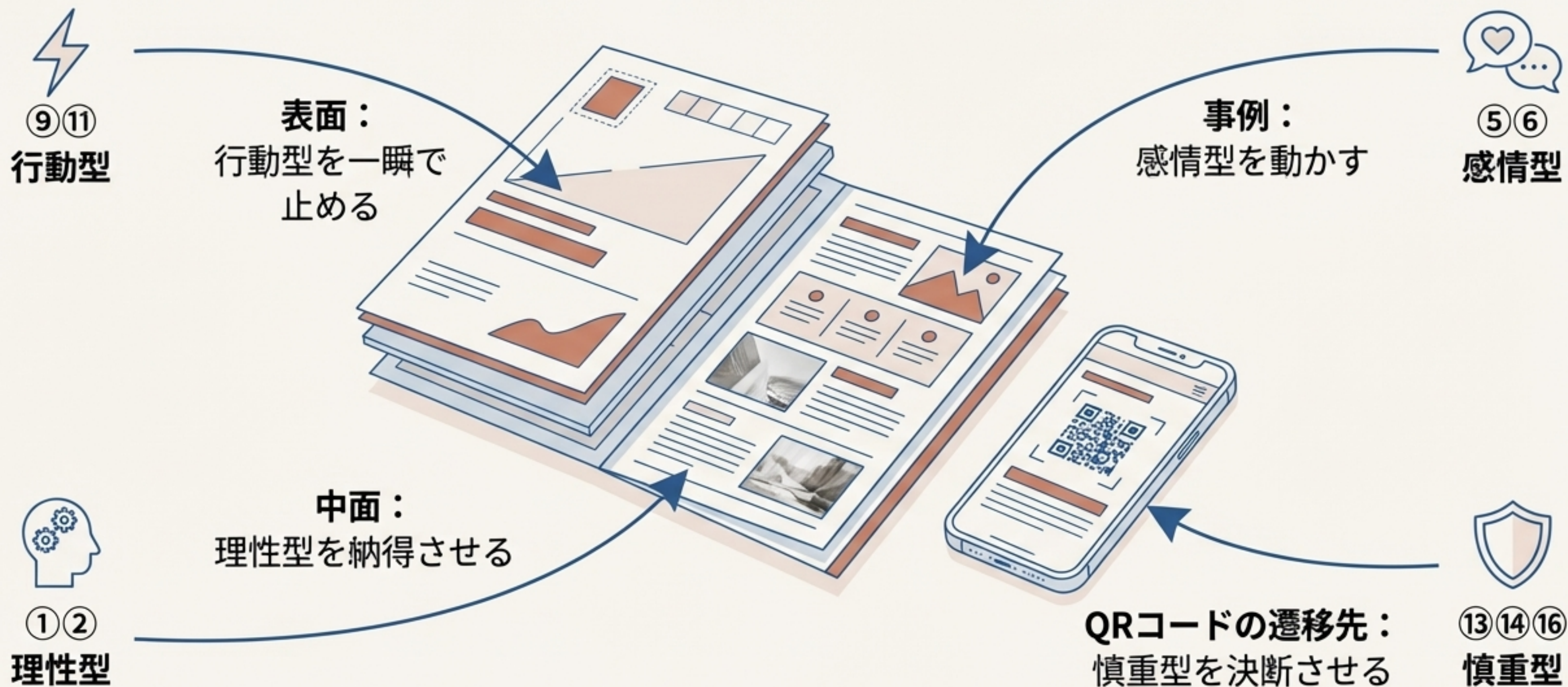
有効なDM要素 「他社DMとの違い」

⑯ 決裁補助型（Decision-Support Type）

DMで見る所 上司説明用材料

有効なDM要素 「社内説明に使える資料」、QR先にPDF

これが結論。成果を最大化するDMの「役割分担」設計図



**DMは「読む人別に役割を
分担した設計物」である。**

(A Direct Mail piece is "a designed object with roles shared among different readers.")