

# 懸賞・プレゼント当選 の基本ノウハウと 上位賞品獲得のカギ

懸賞・プレゼント当選研究会

Copyright (C) 2006 Interface All Rights Reserved

許可なく本書の一部または全部を複製、転載することを禁じます。

このたびは無料レポートをダウンロードいただき、ありがとうございました。

いつの世も、「懸賞・プレゼント」は、私たちに夢を与えてくれる楽しいイベントですね。

インターネットの普及が進むにつれて、応募が簡単でハガキ代が要らないことから、主婦や学生を中心に、手軽なネット懸賞への応募が激増しています。

しかし、お手軽なだけに、懸賞・プレゼントの賞品も増えてはいるものの、それ以上に、応募者も、取り扱う懸賞サイトも増えているため、最近では当たる確率も低くなってきているようです。

この無料レポートは、かつて懸賞・プレゼントを募集する仕事にも関係していた私の経験から、当選しやすくなる基本的なノウハウをまとめたものです。

とくに、上位の賞品をねらうためには、ぜひお読みいただきたいポイントも書かれています。

これをお読みになれば、当選確率がきっとアップすると思いますので、ぜひお試しください。

なお、このレポートをダウンロードしてお読みいただく方には、無料メールマガジン「めざせ億万長者！ツキと幸福を呼ぶ当選・成功の法則」を登録させていただきます。（登録は当方が代理で行いますので、手続きは不要です）

このメルマガは、あなたの人生そのものにツキ・幸運が訪れるためのノウハウを提供するもので、懸賞にも役に立ちます。また、「懸賞当選の裏技」なども、特集で書いていきますので、ぜひ一度お読みください。

## 目 次

はじめに	…	4
1 当選確率を上げるために	…	5
2 インターネットとはがきの応募の仕方	…	7
3 当たりやすい懸賞に応募する	…	9
4 応募数を増やす	…	12
5 応募条件があるとき	…	13
6 上位の賞品をゲットするための必須条件	…	15
7 応募の際に注意すること	…	18
おわりに	…	20

## はじめに

懸賞に当選するコツというのは、たくさんあるわけではなく、いくつかのポイントを押さえれば、直接的な効果はすぐに出てきます。

懸賞マニアの方なら、この無料レポートに書かれているノウハウの多くは、ご存知だと思いますので、あまり参考にならないかもしれません。

これから、ネット懸賞に挑戦しようという方には、大変役に立つと思いますし、今応募している方も、とくに上位の賞品に当選することについては、応募の仕方を誤解して、チャンスを逃している方も多いように思いますので、有益なノウハウになるとと思います。

ここでは、私自身の経験や、懸賞・プレゼントに関わってきた業者の方から聞いた情報をもとに、募集する側から見ると、こんな点が重要と思われることをまとめています。

ただし、すべての懸賞・プレゼントが、必ずこのような方法で募集、抽選、当選者の決定を行っているわけではありません。

では、これから、具体的な懸賞・プレゼントの当選ノウハウに入って行きたいと思います。

## 1 当選確率を上げるために

### ■主催者の立場で考えよう

最初に、当選するために考えるべき、基本的なポイントをお伝えします。

懸賞を募集する主催者は、お客様への利益の還元や慈善事業で懸賞を募集しているわけではありません。

募集する側には、募集する明確な目的があるのです。

ですから、応募する側も、その目的や対象に合わせた対応をすると、当たる確率がぐっと上がります。

### ■募集の目的を知る

まず、懸賞募集の内容をよくご覧ください。

よく読めば、そこには主催者が何のためにこの懸賞募集をしているかが、すぐにわかります。

応募する人にそれが理解されないような懸賞では、懸賞募集をする意味がありません。

目的はよくわからないけど、賞品だけは高価なものが並んでいるような懸賞は、個人情報の取得が目的の怪しげなサイトの可能性がありますし、そういうサイトは賞品も最初から用意されていないことが多いので、注意してください。

多くの場合、懸賞募集の目的は次のようなものです。（悪質なものは除く）

- (1) 新製品を PR したい
- (2) 売上を増やしたい
- (3) 商品の認知度やイメージをアップしたい
- (4) 商品の認知度や使用の感想を知りたい
- (5) この商品をどのような層が買っているかを知りたい
- (6) この商品にどのような層が関心があるかを知りたい
- (7) 会員にして、見込み客を囲い込みたい

- (8) 次に商品を宣伝するための個人情報を集めたい
- (9) 会社の知名度やイメージをアップしたい

だいたい、こんな所だと思います。

そこで、応募する側としては、主催者がどんな目的で募集しているのかを考え、それに対応した応募の仕方をします。

アンケートなど記入・入力する項目について、目的に合わせた「主催者が求める回答」をすることが、当選の秘訣です。

とくに「コメント」欄は重要です。

#### ■ 目的に合ったターゲットを考える

主催者がその商品を売りたい「対象となる顧客」は誰か？を考えましょう。

テレビコマーシャルなどを見ていれば、その商品を売りたい「ターゲット」は大体わかりますよね。

募集する側としては、ターゲットに関心をもってもらうために懸賞募集するわけですから、その層の人に応募してほしいし、当てたいのです。

また、ターゲットは、同じ層に口コミで宣伝してくれますし、モニターとして協力もしてもらえます。

ですから、20代の女性をターゲットにした商品なら、男性や50代の女性には、まず当たらないと思った方がいいでしょう。

こういう場合は、性別、年齢をごまかして出すしかありません。

ただし、ハガキ応募の場合、抽選する側はたくさんの応募ハガキを見ているプロなので、字体や文章表現で年齢がバレる可能性がありますから、娘さんなど、その世代の人に書いてもらいましょう。

コメント欄も同様に、ターゲットにふさわしい感想や意見・要望を書いてください。

## 2 インターネットとはがきの応募の仕方

### ■ ネット応募は出しまくる

インターネット懸賞の最大の特長は、無料で簡単に応募できることです。

多数の賞品を当てている人達が口をそろえて言うのが、「とにかく、毎日できるだけたくさん出す」ということです。

「下手な鉄砲も数打ちゃ当たる」ことの典型が、このネット懸賞なのです。

競争率が高くても、ほしいと思うものなら、時間さえあれば、どんどん出しましょう。

### ■ ハガキは厳選して応募

ハガキは、郵便代も手間もかかりますから、とても当たりそうもない懸賞は避けて、比較的当たりやすいものを選んで応募しましょう。

インターネットでもハガキでも、どちらでも応募できるものは、ハガキの応募は手間と金だけ不利になります。

(ただし、良心的な主催者は、応募を二種類に分けて、手間暇かけて応募して来たハガキの方を優遇している所もあるという話を聞いたことがあります)

ハガキでしか応募できないものは、最近では一般に敬遠されがちなので、逆に狙い目になります。

とくに、賞品が若いネット世代を対象にしたものなら、ハガキだけの応募の懸賞は、当選確率が高くなります。

中高年がターゲットの懸賞の場合は、ハガキで応募する人も多いので、当たる確率は下がります。

### ■ 読みやすい字で書く

懸賞主催者の担当者も人の子です。

書きなぐったような字では、熱意が感じられません。即、ボツです。

といっても、達筆である必要はありません。読みやすい字で、ていねいに書きましょう。

また、そのハガキを個人情報としてデータベース化するために、主催者がOCR(光学文字読み取り装置)にかけて、読み取る可能性もあるので、判別できそうにない字のハガキは除かれる可能性もあります。

(プライバシー保護の観点で、こんなことをしている所は、今は少なくなっているとは思いますが、裏側はわかりません)

#### ■ハガキの装飾は効果がない

よく、目立つようにハガキに色を塗ったり、イラストを描いたりする人がいますが、時間をかけて努力した割には、ほとんど効果はないと思います。

抽選の担当者が思わず記念にとっておきたくなるほどの、プロ並みの美しいイラストが書いてあるなら、インパクトはあるかもしれませんが、単に目立とうとして色をつけたり、絵を書いたりする応募者は多いので、特別に選ばれることは少ないでしょう。

それよりも、書いてある字とかコメントの方が、はるかに重要です。

また、ハガキを軽く波型に折り曲げて出すと、抽選の時にハガキがひっかかって抜き取られやすいという説もありますが、どうでしょうか。

明らかに、作為的にハガキが抜きやすくなるしかけをしているのがわかると、逆に印象を悪くされて、ボツになる危険性もあります。

### 3 当たりやすい懸賞に応募する

#### ■当選者の多い懸賞に応募する

当然のことながら、賞品が多ければ、当たる確率は上がります。

賞品や応募の仕方にもよりますが、全国が対象なら、500人以上に当たる懸賞を選びましょう。

#### ■人気の少ない懸賞サイトを選ぶ

懸賞募集しているホームページに訪れる人が少ない、人気のない懸賞ページは、応募者も少ないので、当たりやすいです。

ただし、懸賞サイトのカウンター(ホームページの来訪者数)は、あてになりません。

同じ懸賞が、多数のサイトに掲載されていることが多いからです。いろいろなサイトを回って調べてみましょう。

懸賞サイトだと、どこでも見るものが多いのがわかりますが、中には特定の限られた懸賞サイトにしか載っていない情報もあります。

その懸賞が、懸賞サイトの情報ではなく、販売サイトの独自のもので、他のページにもほとんど載っていないものなら、当たる確率は比較的高いと思われます。

しかも、そのサイトへのアクセスが少なければ、しめたものです。

#### ■人気の少ない賞品を選ぶ

身近にあって比較的安価なもの、個人の好みがあるものは、他の賞品と比べて、当たる確率が高いです。

日用雑貨、化粧品、一般にそれほど知られていない珍味、ローカルな商品など、多くの人にとって、あまり魅力が感じられないものですね。

逆に、現金や換金性の高いもの、汎用性のあるもの、人気商品、高価なもの、需要が多いものは競争率が高くなります。

商品券、クオカード、オレンジカード、ハイウェイカード、図書券、ブランド商品、キャラクター物、宝石・貴金属、ツアー、旅行券などです。

#### ■応募期間が分かれているものは、最初の期間に応募する

期間が何期にも分かれている場合は、一般には後の方に行くほど、締切が近づくほど応募が増えるため、どんどん当選確率が下がっていきます。

とくに、ハガキにシールを貼って応募するようなクローズドの懸賞では、決定的に当選確率に差が出ます。

以前、ある超一流の食品メーカーから聞いたことがあります。最初の期間と最後では、当選確率が数倍も違うそうです。

インターネットなら、懸賞サイトの「新着情報」から選びます。

また、たいていのサイトの懸賞情報には、応募期間が書かれているので、その期間や何日経っているかなどを見て、応募しましょう。

#### ■当たった喜びを体験する

今まで懸賞に当たったことのない方は、賞品がそれほど欲しいものでなくても、まずは比較的「当たりやすいもの」にどんどん応募しましょう。

これが、大変意味のあることなのです。

一つには、「当たりグセ」をつけて、幸運の波動をつねに自分に引き寄せることが、そのうちに大きな幸運を読んでくるもとなるからです。

もう一つは、潜在意識の力を借りて、幸運を呼び寄せるということです。

どんなものでも、当たった時はうれしいものです。  
まして、初めてなら、喜びはひとしおでしょう。

この実感を心にとどめておいて、次に応募するときには、その賞品が当たったことを想像し、その喜びを込めて、また、寝る前など、リラックスしているときに、その実感を思い浮かべましょう。

こうしたメンタルな行動が、今後の自分に幸運を呼んでくるのです。

(詳しくは、メールマガジンに書いています)

## 4 応募数を増やす

### ■ ネット懸賞は家族全員で応募

インターネットで応募する懸賞は、家族全員の名前で応募しましょう。  
4人家族なら、当選確率は4倍になります。

応募するときは、同時に出すと、姓が同じなので家族とすぐにわかってしまいますから、他の懸賞をローテーションしながら、時間差で応募します。

### ■ 懸賞応募専用のフリーメールアドレスをたくさん作っておく

メールマガジンを登録すると、当選確率がアップするような懸賞には、とくに有効です。

不要なら削除するだけです。スパムメール(勝手に送りつけてくる迷惑メール)対策にもなるので、なるべく多くのメルアドを作っておきます。

「フリーメールでの応募はダメ」と書いてある懸賞サイトでも、すべてのフリーアドレスがリストになっているわけではありません。

ネットで探せば、応募できるフリーアドレスが必ず見つかりますよ。

### ■ 簡単応募ツールを使う

いくらインターネットが手軽といっても、毎日たくさんの懸賞に応募するのは、さすがに手間と時間がかかります。

そこで、こうした労力を大幅に減らしてくれるツールを使えば、より多くの懸賞に応募することができます。

aiBAR2005(アイバー2005)という無料のソフトで、懸賞などの応募フォームへ名前や住所などを自動的に入力できる優れものです。

こちらから、ダウンロードできます。

<http://www.vector.co.jp/soft/winnt/net/se366961.html>

## 5 応募条件があるとき

### ■メールマガジンは登録する

メールマガジンの購読が応募の条件になっている場合はもちろんですが、そうでなくても、購読すれば当選確率がアップする懸賞の場合は、できるだけ登録しましょう。

読んでつまらなかつたら、すぐに解除するだけです。

また、最初から読む気が全くないメールマガジンは、最初に代理登録の通知メールが来たときなら、たいていワン・クリックで登録解除できますので、その時に解除しておくのと、手間が省けます。

配信スタンドのオフィシャル・マガジンも一緒に解除しておきます。

メルマガが届くようになってからだと、解除するのにわざわざ配信スタンドのホームページに行き、メールアドレスを入力しないと解除できない所もありますから、面倒がらずに、こまめに解除しましょう。

### ■会員登録は、よく考えてから判断

募集に合わせて、そのサイトの会員登録を条件にしたり、勧めるサイトもあります。

しかし、勧めるだけのサイトでも、実際には会員登録が当選の第一関門になっていることが多いようです。

とくに会員限定の懸賞は当たりやすいといえます。

ただ、こうした懸賞では一般の懸賞以上の個人情報(住所や電話番号など)を入力しなければいけないので、応募するかどうかは、サイトの信頼性を慎重に判断してから決めた方がいいでしょう。

一見、洗練されたサイトで、信頼できそうだと思って応募したら、後でメールどころか、知らない所から電話やDMがじゃんじゃん来るといふ大迷惑をこうむることもありますので。

場合によっては、電話番号などは正しい情報を記入しないといた対策も必要です。

## 6 上位の賞品をゲットするための必須条件

### ■「抽選」の実態

すべての懸賞・プレゼントの当選者が、実際にはどのようにして決定されているかは、主催者にしかわかりません。

もちろん、厳正に抽選を行っているところもあると思いますし、当選者が多すぎて、手作業では多大の時間と費用がかかってしまうため、コンピュータが無作為に抽選しているところもあります。

ただ、最初に書いたように、懸賞・プレゼントを募集する目的を考えたとき、主催者の立場に立ってみれば、「抽選」と言いながらも、主催者に都合の良い、主催者が喜ぶ人が当選者になりがちなのは、十分想定されることです。

とくに、上位の賞品なら、なおさらです。

実際、過去に私が経験したり、業者から見聞きした範囲では、それが当たり前で、作業はコンピュータでも抽選でもなく、人間が選考していました。

具体的に言いますと、多くの抽選では、最初に全応募を一定の条件で一定の数まで絞り込み、後は応募数と賞品の数、担当者の数にもよりますが、下位の賞品は数が多ければ無作為に抽選し、少なければ、さらに応募者を絞り込んでいって、当選者を決めます。

上位の賞品は、ほとんどの場合、さらに少数に厳選した応募の中から、誰を当選者にするかを検討して、選んだ当選候補者を上司に相談したりして、最終的に決定します。

### ■コメントの重要性

応募用紙(ネットでは応募フォーム)の最後に、「ご意見・感想」などの自由記入欄のある懸賞が多いと思います。

実は、多くの懸賞では、まずここに記入があるかどうか、当選するかどうかの分かれ目になります。

上のような状況の中では、他に絞り込みや当落をきめる基準がなければ、ここで、応募の際に記入した「コメント」が大きな意味を持つてくるからです。

「ネット懸賞は応募数が膨大だし、そもそも人間の手間を省くためにネットで実施しているのであって、主催者はコメント欄の記入をいちいちチェックしてられないから、入力しても当選には関係ない」とお考えですか？

いいえ！

入力項目の仕分けや「コメント」欄に入力があるかどうかは、応募数がどんなに多くても、コンピュータのプログラムを使えば簡単にできてしまいます。

最初の振り分け(絞り込み)作業は、実は、ハガキよりもネットの方がずっと手間がかからず、やりやすいのです。

つまり、コメント欄に入力がない応募は、「最初から『落選』にされてしまう」可能性があるのです。

また、小規模な懸賞では、応募数がそれほど多くないので、応募の内容を人間がすべてチェックしていると思って間違いありません。

このように、応募は最初に年齢・性別やコメントなどいくつかの項目で、主催者側の条件により振り落として、一定数に絞り込まれます。

次に、応募を絞り込みながら、下位の賞品から当選者を決めていき、上位の賞品は、人間が選びます。

最後は高価な賞品ですから、「厳選」しなければいけません。

ということは、コメントの内容がこの時に決定的に影響してくるということです。

ハガキの場合は字も大事ですが、ここに主催者の心に響くコメントがあれば、当選はかなり有望になります。

このように、コメントは、二段階で重要なポイントになっているのです。

多数の応募をくぐり抜け、ライバルに差をつけて選ばれるために、コメントはぜひ書きましょう。

それでも、応募が非常に多数の懸賞では、同じような努力をしているライバルも多いので、当選するのは大変ですが。

### ■コメント(自由記入)欄の書き方

コメントは、懸賞・プレゼント募集の内容から、主催者が何を懸賞の目的としているかをつかみましょう。

それが読めたら、その目的に沿うように、その会社の製品やイメージについて、感じたことを素直に書きましょう。

べた褒めも、あからさまな批判も、喜ばれません。

自分はこの商品のどこが気に入っているか、生活の中でどう役立っているかといった感想を書いたり、気になるところがあれば、「ここをこうしたら、もっと素晴らしい製品になるのではないのでしょうか」といった提案が望ましいといえるでしょう。

### ■コメントには「心」を込めて

ここまではテクニックですが、実は、ハガキであっても、ネットであっても、コメントを「心」を込めて、ていねいに書くということそのものが、ツキ・幸運を呼ぶ秘訣なのです。

くわしくはメールマガジンで書いていますが、心を込めてコメントを書くと、その応募したものに、あなたの「気」のパワーが乗って、相手(主催者)に届きます。

そして、相手にはあなたの「心」のこもった応募がふと目に止まり、選んでしまうのです。

## 7 応募の際に注意すること

### ■ 同じ住所、氏名、メールアドレスで重複応募しない

同じメールアドレス、または同じ住所と氏名の応募者は、同一人とみなされます。

懸賞によっては、最初から無効になる場合もあります。

コンピュータを使えば、簡単にチェックできますので、「同一人の重複応募はダメ」と書いてあるところはもちろんのこと、そうでなくても、避けた方が無難です。

それよりも、別な方法で応募者を増やした方がいいでしょう。

### ■ 住所やメールアドレスを書き間違えないこと

ネット懸賞では、当選の連絡はふつうメールで行います。

これを間違えると、せっかく当選しても、即「失格」となってしまいます。

私の経験でも、応募者のアドレスの入力ミスが意外に多く、当選者に送信しても、届かなかったものが何件もありました。

(一部には、メールアドレスを削除してしまったものもあると思いますが)

ハガキの場合は、多少間違いがあっても届く場合も多いのですが、メールアドレスは、住所と違って、1字でも間違えればアウトです。

出す前には必ず、応募の条件とともに、メルアドを確認しましょう。

### ■ 怪しげなサイトの懸賞には応募しない

ページの作りがいかにも、いい加減なサイト、顧客の欲望をあおるような表現が目立つサイト、広告のバナーがページのかなりを占めているサイト、アダルトや出会い系の広告が多いサイトは要注意です。

これらのサイトは、高額な賞品が並べられていても、避けた方が無難です。

個人情報の収集を目的としたサイトの可能性があるからです。

最初から賞品など用意されていなかったり、すぐに大量の広告メールが送られてくる危険性がありますので、「変だな」と思ったら、応募しないのが無難です。

おわりに

いかがでしたでしょうか。

このレポートが、今後、あなたの懸賞・プレゼントの当選の手助けになることができれば幸いです。

冒頭に書きましたように、メールマガジン「めざせ億万長者！ツキと幸福を呼ぶ当選・成功の法則」は、あなたの人生にツキ・幸運が訪れるノウハウを提供し、「懸賞当選の裏技」なども特集で書いていきますので、ご期待ください。  
<http://www.mag2.com/m/0000168986.html>

私はネットで「開運・幸福研究所」という開運サイトを運営しています。

よろしかったら、ホームページへも、一度ぜひお越しください。

<http://kaiun-kofuku.com/>

また、他に次の無料レポートも発行しています。

■「仕入に困らず知識も不要、自分も楽しむ副収入！即戦ネットオークション」

<http://interface21.net/report/report4-download/>

(他のメルマガを購読する必要はなく、ここから直接ダウンロードできます)

ネットオークションをやっていて、「出品するものがない」「安く仕入れるルートがない」「出品しても、落札されなかったり、原価割れすることが多い」とお悩みの方へ、商品の仕入に困らず、知識も不要で、自分で楽しむこともできる、ブランド品やアフィリエイトよりも確かな副収入の方法をお教えします。

無料レポートを最後までお読みくださいますと、ありがとうございます。

※お知らせ

●どんどん増えています！あなたの生活を豊かにする無料 e-Book(レポート)  
<http://kaiun-kofuku.com/mailzou.html>

●無料で強力 SEO！被リンクが自動的に増殖します！オートリンクネット  
早く登録すればするほど、あなたの被リンクが増えます！（費用は無料です）  
<http://www.automatic-link.net/regist.php?user=kaiun>