



人を「射抜く」文章力講座

2020年6月3日(水)

Asuka Kawaguchi



2015年3月～むしろ台所診療所

西原式育児、削らない虫歯治療、予防接種慎重派、薬なし育児。姉妹の母が家族を病気から守るために情報発信中

自己紹介／ライターとしての実績

2007年3月 東京工芸大学芸術学部写真学科卒

2007年～2020年 写真館でカメラマンとして勤務

2015年3月～むしろ台所診療所開設（長女2歳、次女0歳3ヶ月）

2015年9月～トキノスタジオ（写真のブログ）開設

2016年3月～2018年6月 オーガニックWEBマガジンIN YOU ライターとして働く



2015年9月～トキノスタジオ

プロカメラマン／二児の母が子供の撮り方や写真整理について発信しています



オーガニックWEBマガジンINYOU

2016年3月～2018年6月 ライターとして月1～2本執筆



ペダル外し理論

「射抜く」文章とは

■ 刺さる文章

読んだ人が、人に話したくなるか

読んだ人が、行動したくなるか

読んだ人が、ハッピーになるか

引用「1秒で刺さる書き方」中谷彰宏著

■ 射抜く文章

その人の発信に対して絶対的な信頼を寄せている

ゼロから1に行くために 名作書き写し文章術



■ 高橋フミアキ「名作書き写し文章術」

■ 名作を書き写すと間違いなく文章を書く力が伸びていく

批判・誹謗中傷との付き合い方

- 批判・誹謗中傷に耐性のある人はいない
- 批判・誹謗中傷する人に大した行動力はない
- もしおかしな人につきまとわれたら、エネルギー的にボッコボコにしておく



闇はごちそう一怒りや恐れを発信すると、同じものを引き寄せる

私が目指している発信

- 読む人が豊かになるような情報
- 情報を発信することで、生き物として本来の育児を取り戻し、笑顔溢れる親子を創り出す

文章は降りてくるもの／ブログは自動書記

“文の起こり必ず由あり。

天朗らかなるときはすなわち
象（しょう）を垂（たれ）れ、
人感するときはすなわち筆を含む。”

出典：三教指帰

文章というのは降りてくるものでありエモさと鮮度が大事。



■ エモい文章が刺さる！

エモいとは、英語の「emotional (エモーションアル)」を由来とした、「感情が動かされた状態」、「感情が高まって強く訴えかける心の動き」などを意味する日本のスラング（俗語）、および若者言葉である。

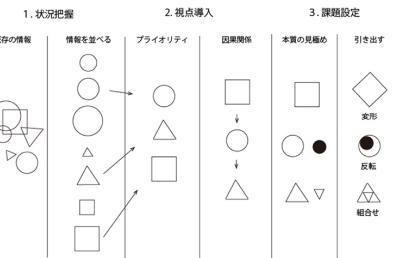
GOOGLEなんて糞食らえ

- 検索上位に表示されなくとも、必要な人は情報にたどり着く
- 検索上位に表示される努力は、してもいいけどそれが全てではない
- それで自由に書けなくなるくらいなら、自由に書いた方がずっとエモい文章が書ける

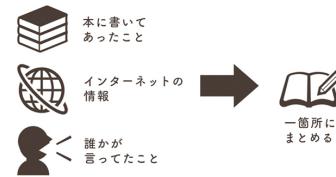
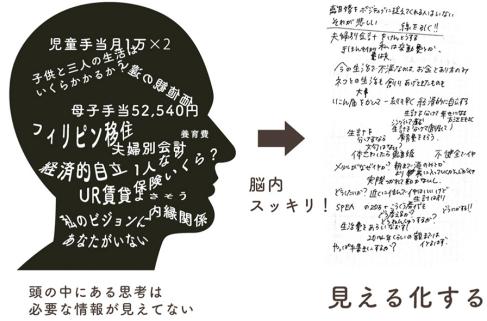
文章力＝整理するチカラ



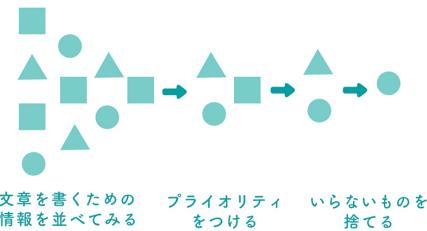
- 空間の整理術
- 情報の整理術
- 思考の整理術



自分の思考回路の整理を行うことで、文章からあいまいな部分が消えて、相手に明確に伝わるようになる



一つのテーマについて一箇所に情報をかき集める
イラストも講座も膨大な情報を一箇所にかき集める作業から。俯瞰で眺めてそのテーマの本質を見抜いていく=わかりやすさ



文章の設計図を作る



- 『伝わる文章が「速く」「思い通り」に書ける87の法則』山口達朗著
- ライターを始めた頃、とにかく書くのが遅いことが悩みだった
- 書くのに時間がかかる原因の大半は「書くための準備ができていない」

遅筆な人の悪習慣

- 書くときになって、何を書こうか考える（テーマが未定）
- 書くときになって、どう書こうか考える（切り口が未定）
- 書くときになって、流れ（構成）を決める（流れが未定）
- 書くときになって、情報を集め始める（素材不足）

引用『伝わる文章が「速く」「思い通り」に書ける87の法則』山口達朗著

ターゲットが決まっていない文章には伝わる力がない

- 長年ウェディングの広告を作るのに「マタニティも！再婚カップルも！和装も！ペットと一緒に！」とまんべんなく届くように書いていたけど、「結婚したけど和装していない人、生花が好きな人」というターゲットに絞って広告を打ったら短期間でものすごい件数になった！！
- 絞れば絞るほど、その人や、似たような人種に刺さる



文章の目的を決めると着地点が決まる

目的を持たずに文章を書くのは、地図を持たずに旅に出るようなもの

読んだ人がいてもたってもいられない型がある

- 『一瞬で人の心を操る「売れる」セールスライティング』村上むねつぐ著
- 人を引きつける面白い文章にはコツ、パターン、テンプレート（型）がある
- 会ったこともない人を信頼するのはどんな時？

何かと理由をつけて行動しない人を動かす、行動心理学

どんな情報があると、思わず行動してしまうという人は人によって違う

1：なぜタイプ（理由タイプ）

2：なにタイプ（背景根拠タイプ）

3：どうやってタイプ（方法論タイプ）

4：今すぐタイプ（とりあえず行動するタイプ）

引用『一瞬で人の心を操る「売れる」セールスライティング』村上むねつぐ

なぜ（理由）タイプ

- ・なぜそれをしないといけないのか？
- ・それをやるとどんなメリットがあるのか？
- ・逆にやらないとどんなデメリットがあるのか？

理由が解らないと行動できないのが「なぜ」タイプ

なに（背景根拠）タイプ

- ・それを証明する事実は何か？
- ・歴史やデータはあるのか？

統計学などで証明されているかなど、証拠や背景が理解できない限り、行動できないのは『何タイプ』

どうやって（方法論）タイプ

方法論が解らないと、スタート出来ないステップバイステップで、何をしたらよいか教えてもらうと動けるようになるタイプ

今すぐタイプ

とにかく理由や背景も方法もどうでも良いから聞いたらとりあえず行動してくれるタイプ。
他人の成功実例を見たら、何も考えないで、すぐに真似したくなるような人。

まとめ

- 文章を書く習慣がない、書いてもしっくりこない人は、まずは「良い文章を書き写す」から始める！
- 謙譲中傷は大した問題じゃない。エネルギーで吹き飛ばせ！
- 文章は降りてくるもの。鮮度とエモさが大事
- SEO対策も必要だけど、それに囚われずに自由に書くべし
- 文章は整理する力。自分の中の曖昧な部分をクリアにして発信しよう
- 文章の設計図を作って、刺す文章を書こう
- 人を行動させる文章を書いて信頼を積み重ねよう