



今、もっとも  
知っておきたい

ライティングの

**基本**

人を魅了する  
文章とは？

実例があるから  
わかりやすい  
セールス  
ライティングって  
なに？

セールスライター/プロモーター/Webコンサルタント  
きよみん

【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。**

(1)このレポートの著作権は作成者に属します。

(2)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。

(3)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。

(4)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。

(5)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。

(6)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。

(7)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らましても、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。

(8)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。

## はじめに

こんにちは、きよみんです。

このレポートは僕自身がこれまでに、経験したことや情報教材などに400万円以上使用し得た知識やスキルを記しました。

このレポートでは特にセールスコピーについて記していますが、セールスコピー以外にもビジネス、マーケターにも役立つ知識が豊富に記されています。

ただのレポートではありません。

これまで僕が体験してきたこと、経験したことを分かりやすく記しています。

ぜひ最後まで読むことをオススメします。

このレポートは無料で提供しておりますが、無料以上の物が書かれています。

これは断言できます。

ぜひあなたのビジネスに知識に役立てば嬉しいです。

きよみん

はじめに	3
1 なぜコピーライティングが必要なのか?	5
2 コピーライティングとは?	9
3 コピーライティングで意識すべきこと	13
3-2 ターゲットの4つのレベルを知る	20
OATHの法則(オースフォーミュラ)	21
4 読者を釘付けにし興味を引き出す文章	31
5 1文で助詞を入れるすぎるとウザイ文章になる	40
6 文章で頭の中にイメージを映し出す	41
7 例文を使い理解度を深める	48
8 強制的に文章に引き込む方法	49
9 興味を引く文章のまとめ	53
10 読者の信頼を得る方法	57
12 なぜか納得してしまう理由添えの法則	60
13 読者の信頼を得る方法のまとめ	64
14 読者の信頼を得るための細かなテクニック	65
15 読者を行動させる方法	72
16 今しかないと思わせるテクニックで行動させる方法	75
17 恐怖を与えることでより行動を促す方法	78
18 強制的にYesを引き出すテクニック	80
19 読者を行動させる方法のまとめ	82
20 ライティングのスキルを上げる方法	84
21 おわりに	94

# 1 なぜコピーライティングが必要なのか？

近年では、YouTubeやTikTokなど、動画での配信が主流になり、ビジネスでも画像や映像がの商品が当たり前になっています。

ネットビジネスというのは、動画だけでなくブログの記事やメルマガ、ホームページ、セールスレター、etc・・・

他にもSNSなどの媒体を利用してネット上に仕組みを作っていく必要があります。

そして、上記の媒体は全て“文章の媒体”でもあるのです。  
(動画もタイトルやサムネで文章が使われている)

つまり、ネットビジネスというのは、文章の媒体を利用していることになります。

当然ですが、文章の媒体を利用するということは、文章を書くスキルが成功を左右するという事。

だからこそ、このコピーライティングというスキルを身につける必要があります。

また、コピーライティングというのは、ネットビジネスだけでなく人間関係にも活用することが可能です。

例えば、恋愛であったり、あなたの給料の昇給の交渉であったり、営業トークにも活用することができます。

つまり、人生においてコピーライティングが「全てのカギを握る」と言っても過言ではないということです。

コピーライティングの重要性について、ご理解頂けたかと思しますので、さっそく説明に入っていきます。

コピーライティングは『3つのステップが全て』です。

・興味、関心を引く

・信頼を得る

・行動させる

コピーライティングを磨くことによって、あなたの書く記事に読者はグイグイと惹きこまれ次から次へと商品を購入してくれるようになります。

”コピーライティング”と聞くと、なんだか難しそうで嫌だと思われる方もいるかもしれません。

ですが、そこまで難しく考える必要はありません。

コピーライティングの技術は実は様々なところに使われています。

- ・ 愛は食卓にある (キューピー)
- ・ インテル入ってる (intel)
- ・ やっちゃんえ日産 (日産)
- ・ 吸引力の変わらないただ1つの掃除機 (ダイソン)
- ・ i'm lovin' it (マクドナルド)

これらのコピーはテレビCMや雑誌などの広告に使われているコピーなので、あなたも一度は「あれ?これ聞いたことがあるかも?」と思ったのではないですか?

「これなら、僕(私)でも作ることが出来そうだな。」と思いませんか?  
分かりやすく、印象に残りやすいですね。

## ”小学生でも理解できるようなコピー”が良いコピー

例えば、

専門家がズラズラと漢字ばかりの専門書を書いたとします。

あなたは、その文章を読みたいと思うでしょうか？

答えは「NO」だと思います。

興味がないジャンルだからという理由もあるかもしれませんが  
漢字ばかりの文章は「読みたい」とはなりませんよね？

つまり、コピーというのは

- ・誰でも書けそう
- ・小学生でも理解ができる
- ・イメージしやすい

こんなコピーが良いコピーになるのです。

## 2 コピーライティングとは？

コピーライティングとは「文章で人を行動させるスキル」です。

そもそもセールスコピーというのは、  
セールスマンのセールストークを文章化した物です。

だからコピーライティングを極めるということは、文章だけでなく、  
トーク力(話す力)も付くのです。

コピーライティングは文章だけに留まらず、人の前で話せば、営業になりますし 大勢の前で話せば、セミナーにもなります。

つまり、コピーライティングとは  
ビジネスにおける普遍的で本質的なスキルなのです。

コピーライティングを学ぶということはビジネスの本質を学ぶことにもなるということ。

逆に、ビジネスにおけるマーケティングのスキルがあろうが、画期的なツールを持っていようがビジネスでは成功しません。

なぜなら、ビジネスの「根」になるスキルは、コピーライティングだからです。

例えば、

自動でメールを送ってくれるツールやSNS上で自動フォローをしてくれるツールがあります。

この自動メールでいえば、自分で作った文章(メール)をツールに登録して、特定の人物に何時何分に何通目のメールを自動で送信してくれるというものです。

つまり、メールの内容自体は自分で考える必要があります。

そして、ターゲットの反応を得るメールを作るには、コピーライティングのスキルが必要なのです。

SNSの自動集客ツールも、無作為に自動でフォローをしてくれますが、それ以降は何もしてくれません。

結局、ダイレクトメッセージを送り、自分のブログや媒体へ誘導をしていく必要があります。

そして、その誘導をする際のメッセージの内容もコピーライティングのスキルを使わなければ、当然誘導なんてできません。

このように、自動ツールなどを使ったマーケティングもコピーライティングがあって初めて生きてきます。

自動でメールを送るツールも、自動で集客するツールも、  
コピーライティングがあってこそなんです。

また、Web上のコピーにだけでなく、電車の吊り革広告や看板、  
チラシなどでもライティング技術が施されています。

それだけ、コピーライティングと  
ビジネスは切り離せない存在なのです。

そして、このコピーライティングというスキルを手にしてしまえば、  
ビジネスで成功するのも必然になります。

次に重要なことは

**「それは信頼関係です。」**

商品、サービスを  
”売りたい” ”集客したい”  
と多くの人が思うでしょう。

しかし、多くの人”売りたい” ”集客したい”  
と全面的にアピールしてしまうのです。

「僕(私)はこの商品を買りたいんだ。だから買ってくれ!」

これでは誰も買ってくれません。

では、商品、サービスを”買ってもらう””知ってもらう”にはどうするか?

それは「信頼を構築する」です。

信頼を築くためにはまず、  
コピーライティングを身に付ける必要があるわけです。

そして、この信頼関係を築くことで、

「あなたの紹介した商品なら買いたい!」

「あなたにライティングをお願いしたい!」

というようなメールが届くようになります。

どうでしょうか?

ここまで来たら、商品を販売するのは簡単に思いませんか?  
これがコピーライティングの力であり  
コピーライティングを学ぶ目的にもなるわけです。

### 3 コピーライティングで意識すべきこと

まず、コピーを書くときに意識すべきことは、**ターゲット**を決めるということです。

専門用語で言うと「**ペルソナ**」を決めることです。

厳密には”ターゲット”と”ペルソナ”は別物ですが簡単にいうとその文章は

**”誰に向けて書いているのか?”**

ということ

この誰に向けて書いているのか?  
が重要になります。

例えば、  
ダイエットの商品を成約させたいというような文章を書く時に  
ターゲットとなるのは、ダイエットをしたい人になりますよね?

当然、小学生にターゲットを絞ってもしようがないですよね?

さらには、ダイエットの商品を販売したいのに  
抜け毛予防の商品を紹介しても反応を得ることはできません。

つまり、この多くの人は読んでくれるかもしれませんが成約には至らないんです。

ターゲティングができていないと、成約に至るような強烈に反応してくれるような読者は集まりにくいのです。

例えば、

今あなたは、このレポートをコピーライティングに興味があるから読み進めていますよね？

でも、僕がいきなり株やFXの話をしたらどうでしょうか？

「この株の教材はめちゃくちゃ良いですよ~」

といったところで

「お前は何を言っているんだ!」

「コピーライティングについて話してくれよ!」

となりますよね？

## ”伝えたい内容” と ”ターゲティング”

を間違えると反応を取ることができなくなってしまうのです。

だからこそ、このターゲティングは非常に重要な要素であり一番最初コピーを書く前に絞る必要があります。

### 3-1 欲求・願望・理想を知る

人間には満たしたい欲求があります。  
人間はこの欲求に突き動かされて、行動しているんです。

ですから、ターゲットの満たしたい  
欲求、願望、理想を理解し訴えることで、  
ターゲットの感情を揺さぶることができるのです。

#### マズローの欲求5段階

マズローの欲求5段階を知っていますか？  
アメリカの心理学者であるアブラハム・マズローが  
人間の欲求の種類を5段階の階層で体系化したものです。

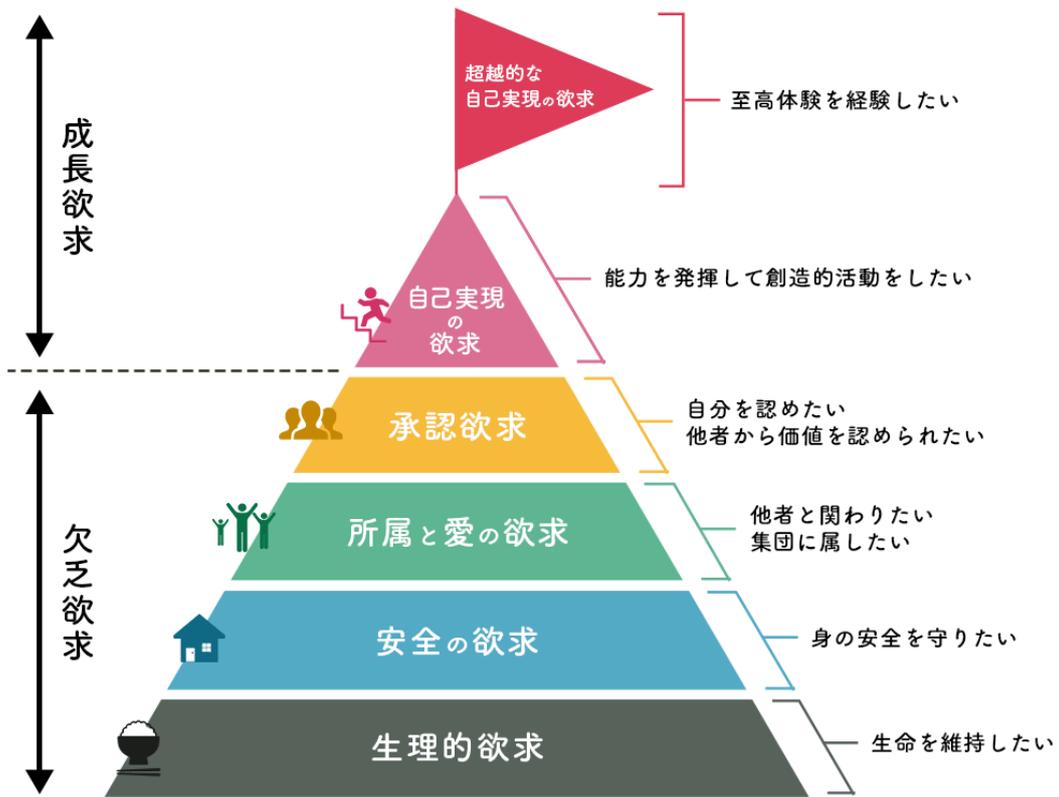
この5段階の欲求とは、

- **生理的欲求**
- **安全欲求**
- **親和欲求**
- **承認欲求**
- **自己実現欲求**

以上の5つの欲求です。

これを段階別にしたものがこちらです。

### マズローの欲求5段階説



©自分コンパス

少し詳しく解説していきますね。

## 「生理的欲求」

生理的欲求は、食欲、睡眠といった生きていくために必要な欲求のことで、人間誰でもが持っている欲求です。

## 「安全欲求」

安全に暮らしたい欲求のこと。

一時的に食欲や睡眠が満たされても、明日の生活がどうなるかわからないのでは幸せは手に入りませんよね？

## 「親和欲求」(所属・愛の欲求)

いわゆる仲間が欲しい欲求です。安全な暮らしを手に入れても、1人ぼっちでは寂しいですし、心細いので、恋人や友人を求めるのです。

## 「承認欲求」

人に認められたい欲求のこと。仲間ができると仲間の中で特別な存在だと認められたいと思うのです。

## 「自己実現欲求」

自分の能力を高めたい・試したいといった欲求。  
自分で自分の存在価値を証明したいということです。

この5段階の欲求を理解し、訴えかける文章ができれば、  
ターゲットは自ずと商品、サービスを購入してしまうのです。

## 3-2 ターゲットの4つのレベルを知る

ここで覚えるべきことは4つです。

その4つというのは、ターゲットのレベル

- ・ 問題自体を無知
- ・ 問題に無関心
- ・ 問題を認識していて解決する方法を探している  
(悩んでいる)
- ・ 問題に悩んでいて今すぐになんとかしたい

ターゲットというのはこの4つのレベルに分けることができます。

この4つのレベル分けを

**『OATHの法則(オースフォーミュラ)』**と言います。

## OATHの法則(オースフォーミュラ)

- O⇒oblivious 問題自体を無知
- A⇒apathetic 問題に無関心
- T⇒thinking 問題を認識していて解決する方法を探している  
(悩んでいる)
- H⇒hurting 問題に悩んでいて今すぐなんとかしたい

これをダイエットに置き換えると

## **O⇒oblivious 問題自体を無知**

自分が太っていることに気がついていないため、  
痩せるという概念がそもそもない状態

## **A⇒apathetic 問題に無関心**

自分が太っていることを認識しているが、頑張っ  
て痩せる必要もないと思っている状態

## **T⇒thinking 問題を認識して いて解決する方法を探して いる (悩んでいる)**

自分が太っていると認識をしているが  
どうしたらいいのか悩んでいる状態

## H⇒hurting 問題に悩んでいて今すぐ何とかしたい

自分が太っていることを理解していて  
今すぐにでもダイエットに取り組みたいという状態

このOATHを見ると分かると思いますが、  
H⇒T⇒A⇒Oの順にダイエット意識の高い順になります。

Hの状態の人というのは、  
「この商品があれば痩せることができますよ」  
とえば即購入するという状態です。

Tの状態の人は、  
「〇〇って簡単に始めることができて 3週間で5キロ痩せることができ  
るダイエット法があるんですよ~」と方法を伝えた上で今の状態の  
危険性を教えてあげることで、購入率は非常に高くなります。

AとOに関しては若干ハードルが高くなり、  
まずは、今の太っているという現実と危険性を理解させた上で商品の紹介をしてあげる必要性があり、購入率もH、Tと比べても非常に低い傾向にあるのです。

例えば、  
商品を紹介する際にターゲットのレベルの判断が難しい時には、一番購入の意欲が低い人に合わせることで全てのレベルに対応できるようになります。

学校では一番勉強のできない人に合わせて授業が進みますよね？  
それと同じように一番レベルの低い人から教育していくことでなるべく多くの人に柔軟に対応していくことができるというイメージです。

### 3-3 超えなければならない壁

- 興味の壁
- 信用の壁
- 行動の壁

あなたは、  
この3つの壁を超える必要があります。

これらはよく、  
ネットビジネスの業界やセールスコピーライターの間では、  
”3つのNot”と言われています。

3つのNot

- Not Read (読まない)
- Not Believe (信じない)
- Not Act (行動しない)

1つずつ解説していきますね。

## ① Not Read(読まない)

そもそも、  
あなたの書く記事やメルマガを読者は読みたいとは思っていません。  
これがNot Readです。

この読まない壁を超えるために興味を引く必要があるのです。

興味がないから読んでくれないので、  
興味を引くしか方法はありませんよね？

なので、あなたは文章(コピー)を書く際に一番意識すべきポイントは  
読者がどうしたら興味を持ってくれるのか?ということ。

「この広告面白いな~ちょっと調べてみよ!」

「この記事面白い!」

と思ってもらわなければ、

どんなに役に立つ情報を書いても全く意味がありません。  
良い記事を書いたからといって、  
必ずしも読んでくれる訳ではありません。

つまり、

**良い記事 + 興味を引く = 読んでくれる**

になる訳です。

そして、どんなに興味を持って読み始めてくれたとしても、そこに**価値のある情報**がない限り読者はその先を読み進めてくれることは絶対にあり得ないのです。

例えば、

あなたも「1日5分で〇〇万円稼ぐ方法とは?」というタイトルに興味を惹かれてポチッとクリックした経験があると思います。

その時、大抵の場合は、  
「詳細は無料会員登録後教えます」

というような感じでがっかりしてすぐにクローズボタンをポチって押した経験がありませんか?

このように、どんなに興味を引こうと、そこに読者が興味を持ち、

「役に立ったな～」

と思われるような内容がなければ**3秒以内**にそのページは閉じられてしまうのです。

## ② Not Believe(信じない)

僕らが最終的な目標は  
自社・クライアントの商品、サービスの成約・集客です。

その目標にもっていくには信頼関係を築く必要があります。

もし、あなたの家いきなり押し掛けてきた凶々しいおじさんに  
「新聞の契約してよ!経済のことならコレで毎日簡単にわかるよ。今なら月々3000円!」っていわれたらどうするでしょうか?

「いやいらねーし・・・」

って思いますよね?

でも例えば、

あなたが経済のことを簡単に詳しく知りたいと思っているところに、いつも経済の話をしていて成功している知り合いの社長さんが、

「この新聞、月々3000円するけど経済についてめちゃくちゃ詳しく、分かりやすく書いてあるんだよ!オレもこれを毎日読んで、参考にしてるし、この新聞のおかげで、ビジネスも上手くいってるんだ。」

と言われると、思わず購入したくなると思います。

つまり、

信頼関係ができていない人がセールスを行っても商品を買ってくれる人はいないということです。

### ③ Not Act(行動しない)

まず最初の2つの壁を乗り越えることができれば比較的、安易に行動に移してもらうことができます。

なぜなら、先ほどのNot Believeの例文のように信頼関係が出来上がっているからです。

そして、そのターゲットの悩みを解決してくれる商品を提示してくれているので「この人の言っていることだから信頼できるし、買おう!」という風に行動に移してくれるようになります。

さらにこれに加えて、後々解説するコピーライティングの力を使い「どうしても今すぐに買いたい!」

というような、理性が崩れ落ちて財布がゆるゆるの興奮状態にして行動させる方法を解説していきます  
ここでは、あなたが超えなければいけない読者との壁ということで

- 読まない壁
- 信じない壁
- 行動しない壁

について話していきました。

あなたがこれから記事やメルマガを書く際には  
この3つのNotを常に意識しなければなりません。

3つの流れに沿って文章を組み立てていくことで  
読者の心理を意図したように操作して  
商品の購入に至らせることができます。

では、具体的な方法について解説していきます。

## 4 読者を釘付けにし興味を引き出す文章

ここでは「読者を釘付けにして・・・」と言っていますが、簡単に言うと

“読者の読まない壁(Not Read)”を突破する方法が書かれています。

それではまず、最初にこれらを解説していきます。

- 興味を持たせる方法
- 文章を最後まで読んでもらう方法

### 人は感情で行動をする生き物である

最初に考えるべきことは”人は感情で行動をして理由は後付けする”ということ。

例えば、

友達の家遊びに行ったときに  
ダイエットをしているのに目の前にケーキを出されると、

「おいしそう・・・食べたい・・・」 と思いますよね。

「歩いて帰れば、その分消化されるし今日くらい食べてもいいか！」  
と言うように**理由付け**をしてしまうのです。

まず、「おいしそう、食べたい」という感情が動き、  
歩いて帰ればいいという理由付けを後からつけ足していかにも  
自分は正当な理由があります。  
と言っているかのようにしています。

つまり、**感情を制すものが勝者になる**というわけです。

その感情を理解した上で、グイグイ読者をあなたの文章に引き込むよう  
にする方法を解説していきたいと思います。

文章を書く際にわかりやすい文章を書くのは絶対的要素です。

「なぜ、わかりやすい文章を書くと読んでもらいやすいのか？」

例えば、

バリバリの専門用語を使われるのと、  
専門用語なしで小学生でも理解できるように説明するのでは、  
当然後者の方が話を聞いてもらいやすいですよ？

比較的難しい世界の政治や経済の話でも、  
池上彰さんが解説するとわかりやすいですよ？

池上彰さんは、政治や経済に無知な人でもわかるように専門用語を並べて解説したりはしません。

専門用語を使わなければ説明できない場合は、補足でその専門用語の解説をすることで、視聴者の理解を確認しつつ深めています。

このように、できるだけ専門用語は無くし、文章を書いていく必要があるのです。

もちろん、専門用語を使わなければ説明できない場合もあるのでその場合には、補足でその専門用語の解説をしてあげることで読者はストレスなくあなたの文章を読んでもくれるようになります。

では、「わかりやすい文章とわかりにくい文章とは」どのような文章なのか？

『わかりやすい文章』とは、誰もが理解できる文章のことです。

どんなにコピーライティングのテクニックを学んだとしても、文法が崩れている文章や文章そのものが、理解できるようなものでなければ、誰も読んでくれません。

つまり、

**小学生でも理解できるような文章を書く**ことを意識すれば、  
誰でも理解できる良い文章と言えるのです。

さらに、**結論がまわりくどい**ものも好まれる文章とは言えません。

例えば、

専門書のような本のように、読んでいる文章が回りくどくてなかなか結論に至ることなくダラダラと何ページにも渡り、くどい文章を書かれたら2度と読みたいと思いませんよね？

「○ページを読み返して欲しい」など

つまり、わかりやすい文章の定義というのは、

- **文法が崩れていない文章**
- **専門用語が使われていない小学生でも読めるような文章**
- **結論までがまわりくどくない文章**

この3つの要素がわかりやすい文章の定義になります。

では、もう少し具体的な話をしていきます。

わかりやすい文章というのは、  
同時に読みやすい文章でなければいけません。

改行が全くない文章というだけで  
これだけ読みにくくなってしまうのです。

また、できるだけ**4行以上は続けて文章を書かない**ことです。

4行程度続いた場合は適度に空行を入れてあげることで  
文章にリズムが生まれ読みやすい文章になります。

しかし、  
セールスレターのブレットを書く際や表形式の場合は例外です。

セールスレターは表形式に書かれることが多いので  
あえて横長でこのような文章を書いています。

【・】を使用し要約されたものをブレットといいます。

・何故“その男”は誰に知られることも無くひっそりと業界トップレベルの収入を稼ぎ続けることができたのか。(業界内でもその人物のことを知っているのは、おそらく彼に仕事を依頼しているような関係者に限られると思います。)

・何故、その他大勢の自称トップ起業家が年収数千万円程度の収入で満足している裏で“その男は”はその何十倍もの収入を人知れず稼ぐことが出来ていたのか。(自らの収入を誇張することも自慢することもなく彼はひっそりと億単位のお金を稼ぎ続けていたということです。)

・何故“その男”のクライアントはネットビジネスのネの字もわからない状況から次々と数百万円単位の収入を稼ぎだしていったのか(その体系化を目の当たりにした時、正直私は空いた口が塞がりませんでした...)

・何故“その男”が作り上げたサイトは数年に渡って爆発的な売上を叩き出し続けることが出来ているのか。(文字通りほったらかしの収入源を作り出す。そんな圧倒的なノウハウが存在していたということです。)

引用:ミリオンライティングのレターより

このように ブレッドは横長の改行なしでも問題ありません。

次に、回りくどくない文章についてさらに具体的に話していきます。

回りくどくない文章は、どのように書けば回りくどくないとあなたは思いますか？

その答えは、“**結論から述べる**”というテクニックになります。

回りくどいと読者は、

「言いたいことはわかるけど・・・」

「結局1番大事なことって何？」と思われてしまいます。

なので、結論から述べるのが有効な場合もある  
ということをお頭のなかに入れておいてください。

では、どのような文章の時に結論から述べる文章を書いていくのか？

それは、  
結論から述べることによってその結論に至る過程が知りたくなる結論の  
場合です。

つまり、  
結論を先に述べることにより、  
文章が完成してしまうような場合はこのテクニックは  
使わない方が良いということです。

では、実際に例に出して結論から述べる方法を  
あなたにお伝えしていきます。

結論の述べ方でNGパターンとOKパターンの  
2種類を紹介していきます。

### NG文

「僕は毎日のように夜中まで会社で働きながら、眠たい目をこすりなが  
ら朝方までブログアフィリエイトを頑張りました。結果・・・」

### OK文

「僕は毎日夜遅くまでコツコツとアフィリエイトを頑張った結果、月収  
30万円を達成することが出来ました。その具体的な方法は・・・」

というような感じで前者のNGパターンでは 自分の結果にフォーカスしていますよね。

ここで考えてもらいたいのは、読者はあなたの稼ぎなど興味はないということ。

つまり、あなたの結果にフォーカスして結論を述べても読者の興味を引くことができないというわけです。

なので、前者のように稼いだ結果を結論として述べて その稼いだ具体的な手法を続き・・・として書いた方が

「どうやって30万円稼ぐことが出来たんだろう？」  
と興味を引くことが出来るんですよね。

つまり、

結論から述べるときに意識すべきことは、  
**続きが気になるように結論から述べていく**  
ということになります。

さて、ここまで読みやすい文章について解説していきました。

もう一度読みやすい文章のおさらいをしていきますね。

読みやすい文章の定義とは

- ・ 文法が崩れていない文章
- ・ 専門用語が使われていない小学生でも読めるような文章
- ・ 結論までが回りくどくない文章

という3つの条件が満たされて、読みやすい文章となります。

そして、  
最低限文章を書く上で意識すべきことは

- ・ できるだけ文章は長くても**4行以上は続けて書かない**
- ・ 表形式やレター以外の文章の場合は**適度に改行を入れる**

ということを頭に入れて 文章を書くようにしてくださいね。

## 5 1文で助詞を入れるすぎるとウザイ文章になる

ここで、少し助詞の話をしていきますね。

助詞というのは「は、が、の、を、に」等になります。

この助詞が1文に多用すると、  
非常にくどくてうざい文章になってしまうのです。

例えば、「の」を多用している場合

「私のカバンの中の小銭入れの中のお金」

「の」を適度に使っている場合

「私のカバンに入っている小銭入れのお金」

どうでしょうか？

前者の文章を読むと、くどくてうざくないでしょうか？  
ですが、意外とこの間違いをしている人は本当に多くいます。

なので、このようにならない為にも一度自分で書いた文章は  
見直して修正するようにしましょう。

## 6 文章で頭の中にイメージを映し出す

これは簡単に言うと、  
文章を読むとその文章の内容が頭の中で想像(イメージ)することが出来るという状態のことです。

これとは逆に“頭の中でイメージできない”文章は、  
読者が情景をイメージできないので、非常にストレスの溜まる文章になってしまいます。

読んでいてストレスが溜まるということは最後まで読んでもらえなくなるというリスクに繋がります。

では実際に、映像が頭の中に映し出されるようなイメージの出来る文章というのは、どのような文章なのかを具体的に説明していきましょう。

ポイントは3つです。

頭の中でイメージしやすい文章を書くための3つのポイント

- ① 抽象的に書かない
- ② 具体的な数字を使う
- ③ 五感を刺激する

## ①抽象的に書かない

抽象的な文章はイメージができません。

例えば、

「セールスコピーライターで100万円稼ぐ方法」  
この文章を読んでかなり抽象的だと思いませんか？

数字は入っていますが どんな方法なのかが具体的にわかりません。

なので、さらに具体的な文章にしなくては、  
なかなか反応してくれる人はいません。

つまり、この文章では実際に”何をして”  
セールスコピーで100万円稼ぐことができるのか  
わからないので興味を引くことができません。

だから

「セールスコピーライティングを駆使して月100万円を稼ぐ方法」

「コピーライティングで集客を3倍UPさせ月100万円を稼ぐ方法」

というような感じで表現した方が、反応率は上がるに加え、  
具体的に何をして稼ぐのかがわかるので  
興味を引くことが出来るという原理になります。

## ②具体的な数字を使い反応率が上がる

では、先ほどの例を使いさらに具体的な数字を使って文章を書くと反応率が上がる理由を解説していきたいと思います。

「セールスコピーライティングを駆使して月100万円を稼ぐ方法」が先ほどの例文でした。

この例文で具体的な数字を使うとなるとこのような表現で考えることができます。

「コピーライティングのたった3つのステップを踏むことで、反応率が10倍にグンッと上がり月100万円をいとも簡単に稼ぐ方法とは？」

というような文章に変えることが出来ました。

どうでしょうか？

さらに具体的になり、魅力的な文章になっていますよね。

最初の文章↓

「セールスコピーライターで100万円稼ぐ方法」

数字を使いさらに具体的な方法を入れた文章↓

「コピーライティングのたった3つのステップを踏むことで、反応率が10倍 にグンッと上がり月100万円をいとも簡単に稼ぐ方法とは？」

比べて見ると一目瞭然ですね。

つまり、この2つのステップだけでもかなりの効果を見込めるということです。

### ③五感を刺激!頭にイメージを流す文章を書く

五感を刺激する文章を書くことで、その文章にスパイスが加わります。

そして、スパイスが加わることによって文章を読むだけでその内容が頭の中で、勝手に映像が流れ込んでくるようになるのです。

例えば、

スーパーで「おいしいお肉」

というコピーと

「国産ブランドのA5ランク牛肉を使用した、飛びっきりおいしいハンバーグ。ナイフで切った途端に肉汁があふれ、口の中で”とろける”最高級和牛ハンバーグ。」

というコピーでは、あなたはどちらのお肉を買いますか？当然同じ商品でも後者のお肉を買うのではないのでしょうか？

その理由は至って簡単です。

あなたの頭の中でお肉を食べたときの味覚が脳内ではすでにイメージ(映像)として体験しているからです。

ナイフで切った途端に肉汁があふれ → 視覚

口の中で”とろける” → 味覚・嗅覚

というような感じでああなたの**五感を刺激**しています。

このように五感を刺激することによって、  
あなたの頭の中でその映像が流れ脳内では  
あたかも疑似体験をしているような感覚に陥るのです。

脳内でイメージできる文章を書くコツは  
「セールスコピーライターで100万円稼ぐ方法」

ではなく  
「セールスコピーライティングを駆使して月100万円を稼ぐ方法」

何をするのか？を具体的にすること。

五感を刺激することによってさらに読者の脳内では  
映像が勝手に流れだし、興味を引く文章になります。

「コピーライティングのたった3つのステップを踏むことで、反応率が  
10倍にグンッと上がり月100万円をいとも簡単に稼ぐ方法とは？」

というように、**数字を入れ、抽象的な内容を具体的な内容にすること。**

次に、情景をイメージできるように  
「おいしいお肉」ではなく

「国産ブランドのA5ランク牛肉を使用した、飛びっきりおいしいハン  
バーグ。ナイフで切った途端に肉汁があふれ、口の中で”とろける”最高  
級和牛ハンバーグ。」

というように、五感を刺激した文章にする。

つまり、あなたが意識することは

- ・ **抽象的な内容を具体的にする**
- ・ **具体的な数字を入れる**
- ・ **五感を刺激する**

この3つを意識していきましょう。

特に、数字を使うのは  
非常に簡単で有効な手段になります。

例えば、

記事タイトルなどで具体的な数字を使う場合。

「セールスコピーライター」

というキーワードで記事タイトルを付けるときに

「セールスコピーライターなり方」

よりも

「セールスコピーライターで月収100万円以上を稼ぐ、たった1つの秘訣」

の方が確実に反応を得ることが可能です。

「たった1つの秘訣」という具体的な数字を使うことで  
反応をグッと上げることができて簡単に使うことができますよね。

## 7 例文を使い理解度を深める

例文を入れることは、読者の理解を深めることができます。

僕のこのレポートでも多くの例文を使い  
理解度を深めてもらうテクニックを使っています。

例えば、五感を刺激する方法でもそうですが、

「おいしいお肉」

ではなく

「国産ブランドのA5ランク牛肉を使用した、飛びっきりおいしいハン  
バーグ。ナイフで切った途端に肉汁があふれ、口の中で”とろける”最高  
級和牛ハンバーグ。」

といった例文です。

例文を入れずにただ

「五感を刺激した文章を書きましょう」

と言っても

「コイツは何を言っているんだ」

となりますよね？

なので、例文を入れることが非常に有効な手段だと  
ご理解いただけたかと思います。

## 8 強制的に文章に引き込む方法

では、次に強制的にあなたの文章に引き込むテクニックについて話していきたいと思います。

強制的に引き込むと言っても読者を脅して読まないと殴るぞ！  
というような怖いものではありません。

ポイントは2つあります。

読者を強制的にあなたの文章に引き込む方法のポイント

- ・ **読者の考え方を文章に盛り込む**
- ・ **文章の随所で問いかけを入れる**

これが読者を強制的に引き込むテクニックです。

では、具体的な方法について解説していきますね。  
まずは、読者の考えを文章に盛り込む方法についてです。

### ①読者の考えを文章に盛り込む

読者の考えというのは、  
あなたの文章を読んでいるときに読者が考えそうなことを文字にして、  
実際に表すということです。

「それってどういうこと?」と思いましたよね?

それを説明していきます。

今、僕はあなたが考えそうな言葉を文字にしました。

「それってどういうこと?」というのが、  
あなたの考えそうなことということで  
文字として文章に入れました。

そして、その読者の考えそうなことへの回答を入れています。

このように読者が考えそうなことを文章に入れ、  
その回答も文章にしていくことで、  
必然的に読者目線の文章を書くことができます。

なぜなら、自分本位の文章ではなく、  
**読者の考えを元に文章を書いている**からです。

つまり、

**読者の考えを文章に入れることによって、  
読者目線で文章を書くことが出来ているので読者を引き込むのです。**

また、先ほど解説したストレスを感じさせない文章  
というのを覚えていますか?

この読者目線で文章を書くことにより、  
読者の考えを想像して回答をしているので、  
読者に疑問を持たせることなく読み進めてくれるようになります。

読者目線の文章というのは“読む事”への  
ストレスがなくなるということ。

なので、読者の考えを文章に盛り込むというのは、  
とても重要な要素になってくるというわけです。

## ②文章の随所で問いかけを入れる

次に文章の随所で問いかけを入れる。  
ということについて解説していきます。

まず、なぜ問いかけを入れることで、  
読者が文章に引き込まれていくのか  
についての話からしていきましょう。

人の脳は問いかけをされると  
**自動的に答えを考えてしまう習性**があるのです。

なので、これをコピーライティングに使わない手はないですね？

どういうことかというと

例えば

僕があなたに

「今日の朝ご飯は何を食べましたか？」

と問いかけると、勝手にその答えを頭の中で  
導き出してはいませんか？

「今日はパンを食べたな～」

「今日の朝は何も食べていない」

というのを本能的に勝手に考えてしまうものなのです。

つまり、

問いかけの文章にすることで、文章への参加認識が高まり、  
どんどん文章に引き込まれるという原理になっています。

だから、

文章の随所に問いかけを入れることで、  
読者もあなたの文章に飽きずに読んでいくことが出来る  
というわけです。

## 9 興味を引く文章のまとめ

興味の引く文章の書き方では、  
最初に感情を理解するという部分から話していきました。

### 感情を理解することの重要性

人というのは感情で行動し、理由は後付け。

つまり、  
この感情を理解することが興味を引く文章のすべてであり、  
これから先にも後にも感情を理解することが最重要になります。

そして、興味を引く文章を書くために、  
わかりやすい文章を書くということ  
について話しましたね。

まずは、  
わかりやすい文章はなぜ、書く必要があるのか？  
ということにフォーカスしてお伝えしました。

わかりやすい文章の重要性  
その次にわかりやすい文章の定義をお伝えしていきます。

わかりやすい文章の定義を覚えていますか？

・文法が崩れていない文章

・専門用語が使われていない小学生でも読めるような文章

・結論まで回りくどくない文章

これがわかりやすい文章の定義でしたね。

その次には、

**1文に1つの助詞を多用しない**

ということについて解説しました。

助詞の多用厳禁

このような例文で解説しましたね。

「の」を多用している場合

「私のカバンの中の小銭入れの中のお金」

「の」を適度に使っている場合

「私のカバンに入っている小銭入れのお金」

助詞の後には、

頭の中に映像を映し出す方法をお伝えしていききました。

## 頭の中に映像を映し出すことの重要性

その方法というのは、

- ・ 抽象的な内容を具体的にする

- ・ 具体的な数字を入れる

- ・ 五感を刺激する

この3つでしたね。

そして、**例文を文章に入れる**ことで、**読者の理解度を上げる**ことが出来るということもお話しました。

例文を入れることで読者の理解度を上げることが出来る  
僕のこのレポートでも、多くの例文を使っているので  
ぜひ参考にしてみてくださいね。

最後に、

**強制的に文章に引き込む方法**について話しました。

## 強制的に読者を文章に引き込む方法

強制的に読者をあなたの文章に引き込む方法は、

- 読者の考えを文章に盛り込む
- 文章の随所で問いかけを入れる

この2つのポイントが重要だということでしたね。

つまり、興味を引く文章の章では

- 感情を理解すること
- わかりやすい文章を書くこと
- 助詞を多用しないこと
- 映像が映し出される文章を書くこと
- 例文を入れること
- 強制的に文章に引き込む文章を書くこと

ということをお伝えしました。

ぜひ、興味を引く文章を書く際は

今回の話を意識してみてくださいね。

## 10 読者の信頼を得る方法

基本的に信頼を得る際の重要なポイントは

- ・ 一貫性を持つ
- ・ なぜか納得してしまう理由添えの法則

になります。

順を追ってさらに細かいテクニックもお伝えしていきますね。

### ① 発言の一貫性を持つことで信頼を得る方法

簡単に言うと、誰にでも好かれないようにしないこと。

つまり、

八方美人になると絶大な信頼を得ることができない  
ということになります。

あなたの周りに八方美人の人っていませんか？

友達が多いけど親友がいない人っていると思います。  
実際に僕の周りにもいますが  
八方美人というのは大体言葉に一貫がありません。

例えば、

A君にはB君の悪口を言い、B君にはA君の悪口を言い、  
自分の発言に責任を持つことなく一貫性のない発言をしている人。

このように誰にでもいい顔をする人間は  
他人から絶大な信頼を得ることはできません。

他人に嫌われないようにその人の都合に合わせて意見を変える。  
あなたは、このような一貫性のない人の言葉を  
信じる事が出来るでしょうか？

できないですね。

つまり、ネットビジネスでも同じで読者の信頼を得るなら、  
あなたも一貫性を持つ必要があります。

では、ネットビジネスを例にして話していきますね。  
情報発信をしてネットビジネスをする場合、  
**一貫性は非常に重要な要素になります。**

例えば、

もし、僕が多くのお教材のように  
「テクニックだけ学べば良い、あれも・これもやれば良い」  
と色んなものばかり、  
紹介して自分の利益しか考えていなかったらどうでしょうか？

稼ぎたいというのが見え見えだし、  
僕から商品、サービスを購入する  
メリットなんて一つもありませんよね？

さらに、言っていることとやっていることに差異があることにも、一貫性が欠けてしまい、信頼が築けなくなります。

間違ったことを発信してしまった場合は、素直に謝罪し、今後同じ過ちを犯さないことを約束する。

要するに、一貫性があるとないとでは、天と地の差があるというわけです。

## 12 なぜか納得してしまう理由添えの法則

次に1つ1つの主張に対して理由添えを添える。  
ということに関してお話していきますね。

例えば、

あなたは学生時代に

「勉強をきなさい」

「学校へいきなさい」

「いじめをするな」

「煙草を吸うな」

「酒を飲むな」

と言われた経験はありませんか？

でも、このような親や先生の主張に対して  
納得のいくような説明をされたことあるでしょうか？

例えば、

「勉強をきなさい」という主張に対して

「なぜ？」

という疑問が湧いてしまいます。

大抵の場合はこの疑問が残るまま会話は終了してしまうが  
学校の先生だと「口答えするな!」と  
逆に怒られて話にならない場合がありますね。

ですが、

例え正当な理由でなくても理由付けをされると  
なぜか言うことを聞いてしまったりしませんか?

「良い大学には勉強をしないと入れないぞ」  
と言われて文句を言いつつ勉強をしていた人も  
少なくないのではないかと思います。

このように説得できるような難しい理由でなくても  
なぜか理由を付けられるだけで人は納得してしまうのです。

心理学者のエレン・ランガーが実験により以下のように証明しました。

## 【エレン・ランガーの実験】

- ① 「すみません、5枚なのですが、先にコピーをとらせてもらえませんか？」
  
- ② 「すみません、5枚なのですが、急いでいるので先にコピーをとらせてもらえませんか？」
  
- ③ 「すみません、5枚なのですが、コピーを取らなければならないので先にコピーをとらせてもらえませんか？」

- ① コピーをとる理由付けがない
  
- ② 筋が通らないような理由付け
  
- ③ もっともらしい理由付け

①～③のように「理由をつけない」場合と「理由をつけた」場合にコピーを取らせてくれる割合を実験しました。

その結果以下のような反応を得ることがわかりました。

① 60% ② 94% ③ 93%

というような結果になっています。

つまり、

理由付けをする際に納得できるような  
もっともらしい理由は必要なく

とにかく理由を付けることで納得してしまうということになります。

どんなことでも1つ1つの主張に理由付けをすることで  
あなたの主張の理由が正当でなくても  
納得してもらえするというわけです。

なので、

あなたの主張に対しての理由付けは  
読者の信頼を得る為にはとても必要な要素と言えますよね。

## 13 読者の信頼を得る方法のまとめ

読者の信頼を得るためには、

- 一貫性を持つ
- 1つ1つの主張に理由付けを添える

ということについて話しましたね。

一貫性を持つことであなたの言葉自体に“**信憑性**”が加わるのでその信憑性が信頼にも繋がっていきます。

次に、1つ1つの主張に対して、理由を添えるということをお伝えしました。

その理由はどんな内容であっても人は理由を添えられるとなぜか、

**納得してしまうという心理が働く**のです。

さらに読者の信頼を得るためのテクニックについて話していきたいと思います。

## 14 読者の信頼を得るための細かなテクニック

### ① 何度も言葉の表現を変えて説明する

### ② 多くの判断材料、情報を与える

### ③ 文章から自信を感じさせる

今回お伝えするテクニックは上記の3つになります。

#### ① 何度も言葉の表現を変えて説明する

何度も言葉の表現を変えて説明する理由は

- ・ 読み手の理解度を高める
- ・ あなたの一貫性を強める

という理由があります。

しかし、

同じ言葉で何度も何度も言われると  
少々うざい文章になってしまいます。

それをさける為にも同じ言葉で伝えるのではなく  
言葉を別の表現で伝えるのです。

例えば、

「コピーライティングはビジネスにおいて重要なスキル」

ということを何度も伝えたい場合は、

「ビジネスで成功するためには、コピーライティングが必要不可欠な要素になってきます」

「文章を書くWebビジネスにおいて、コピーライティングというスキルは切っても切り離せません」

「ビジネスで成功するには信頼関係を築く必要があり、信頼関係を築くためにはコピーライティングが必要不可欠です」

「ユーザー心理を利用したコピーライティングを駆使すれば商品、サービスは面白いくらい売れていきます」

上記の文章は少しずつ表現が違いますが、内容としては実はどれも同じです。

要は、

「ビジネスにはコピーライティングが重要」  
ということを伝えています。

このように言葉の表現を変えることで読者に同じ意味の内容を何度も伝えることが出来るのです。

そして、別の表現で何度も伝えることは  
読者の理解度を上げるということにもなります。

そもそもなぜ、  
読者の理解度を上げる必要があるのか？

それは、信頼を得るには、まず共感をしてもらう必要があります。

共感をしてもらうためには、  
あなたの主観を読者に理解してもらう必要があるからです。

何度も言葉の表現を変えて、  
あなたの主張を伝えるということが、読者の信頼を得るのには、  
とても重要な要素になり得るということになります。

## ②多くの判断材料、情報を与える

多くの判断材料、情報を与えるということは  
多くの選択肢を与えることとは違います。

例えば、  
商品を紹介する場合、  
多くの判断材料を与えてることはいいことです。

しかし、多くの選択肢を与えることで読者は、  
商品を「買うか？ 買わないか？」という選択肢ではなく、

「A商品にするかB商品にするかC商品にするか」  
どの商品にすれば良いか？

という選択肢になってしまい、  
判断ができなくなってしまうのです。

つまり、  
多くの情報、判断材料というのは  
選択肢を広げるのではなく  
商品自体の情報を与えるということになります。

多くの情報というのは  
単純に何度も同じ内容を伝えるのはNGということになります。

商品を紹介するときは、  
商品に対する情報が少なすぎると読者は「買う」  
という選択ができないのです。

さらに、

何度も同じ情報を伝えることは、  
読者に「しつこい」と思われるので商品に対する  
メリットやデメリットもしっかりとあなたの言葉で伝えてあげる  
ということが重要になります。

また、  
1つ1つの主張に理由を添えていけば必然的に情報量も多くなり、  
文章も長くなっていくのです。

多くの人の間違いとして、  
メリットしか伝えずにデメリットを  
伝えないということがあげられます。

なぜデメリットも伝えるのか？

それは、  
読者にデメリットを伝えることで  
**売り込み臭さをなくす**ことが出来る。

さらに、  
「この人は商品をちゃんと評価している」  
という**信頼にも繋がる**のです。

だから商品のデメリットも伝えることが  
読者の信頼を得る際に大事なことになるのです。

### 3 文章から自信を感じさせる

あなたは**文章から自信を感じることができない人**のことを信頼することが出来ますか？

例えば、

「コピーライティングで重要なことは  
・興味関心を引くこと  
・信頼を得ること  
・行動をさせる  
**ことだと思えます。」**

【思います】

という文章を書いている人がいたら、  
この人から学びたいとは思いませんよね？

他にも情報商材のレビューをした際に

「この情報商材は再現性も高いと**思います**し、  
初心者でも稼ぐことができると**思います**よ。」

というような、自信がない文章を書くライターだと

「この人、大丈夫か？」

となりますよね？

逆に

「コピーライティングで重要なことは

- ・興味関心をひくこと
- ・信頼を得ること
- ・行動をさせることです！」

「なぜなら・・・」 ⇒ 理由を述べる

「この情報商材は〇〇という理由で再現性が高く  
初心者でもコピーライティングで稼ぐことができます。」

という感じで理由を付け、断言することで  
説得力のある言葉にすることができ、信頼にも繋がるのです。

ここでは、信頼を得る細かいテクニックでしたが、お伝えしました。

もう一度おさらいすると、

①**何度も言葉の表現を変えて説得する**

②**多くの判断材料、情報を与える**

③**文章から自信を感じさせる**

ということを意識して文章を書いてみてくださいね

## 15 読者を行動させる方法

読者を行動させる方法について話していきたいと思います。  
ここまでのテクニックを使うことで  
あなたは読者に興味関心を引き、  
信頼を得ることができるようになりました。

ということは、

コピーライティングのテクニックは残り1つとなるわけです。

**興味関心を引き、信頼を得て、行動させることでしたね。**

インターネットビジネスでの行動とは  
読者に商品を購入してもらうことだけではありません。

もちろん、商品を購入してもらうことを  
最終目標にしていますが他にも多くの行動を  
してもらう必要があります。

- ・ ブログの他の記事を読んでもらう
  - ・ メルマガに登録してもらう
  - ・ 感想をもらう
  - ・ アンケートに答えてもらう
  - ・ 商品を購入してもらう
- など・・・

行動させると言っても様々なことがあります  
必要に応じて、コピーライティングのテクニックを使うことで  
読者を行動させることができます。

コピーライティングで行動を目的にした  
コピーを書く際のポイントは2つ。

### ①いかに今行動するべきなのかを理由付けする

### ②今すぐ行動せずにはいられなくなる興奮状態にする

この2点がコピーライティングで行動させるためには  
非常に重要なポイントになります。

なぜ、この2点が重要なのか？

特に重要なのは**今すぐに行動させる**ということです。

例えば、

仕事が立て込み後回しにした時が良い例で、

上司から「〇〇君、これやっといてよ」

「分かりました。(今、めちゃ忙しいんだよなあ～  
なんでこのタイミングなんだよ・・・まあ後でやれば良いか!)」

という会話のキャッチボールをした経験はありませんか？

「あとでやろう」

と本当にあとで行動をする人が、どれだけいるのでしょうか？

「”あとで”やる」とは  
最悪『**忘れる**』ということです。

つまり、  
今すぐ行動させないと読者には

“あとでという選択肢は実質存在しない”のと同じです。

だから、あなたがリンクをクリックしてもらいたい時、  
購入ボタンをポチッとクリックしてもらいたいと思った時

「後で読んでもらえばいいや」

「あとで購入してもらえばいいや」

という考えでは読者は**”2度と”**クリックや購入をしてくれることは  
あり得ないのです。

それほど、今すぐ行動してもらおう理由というのは、  
非常に重要なポイントになるのです。

## 16 今しかないと思わせるテクニックで行動させる方法

今しかないと思わせることは  
人を行動させる場合にとっても有効的な手段となります。

今しかないと思わせることは  
**希少性**と**限定性**を出すということです。

人は限定商品や希少なものにとっても価値を感じます。

なので、  
この人間の心理を使わない手はありません。

### 1 限定性と希少性を使ったテクニック

希少性と限定性のテクニックは数多く使われている手法です。

例えば

テレビショッピングなどでは、毎回このように使われていますね。

「この番組終了後、30分間**限定**で〇〇を**特典**でお付けします。」

というような感じで限定性を使っていますね。

希少性も例えば、

「〇〇の〇〇で採れた、国産の松茸。  
普通の松茸とは違い、”**幻の食材**”と言われるだけあり、  
収穫量の**たったの1%**しか採れない最高級食材です。」

という感じで**希少性を出している**のです。

このように見ていくと希少性や限定性は  
多くの場面で見ることができる手法で  
これだけ大手の企業でも使われているということは  
それだけ効果的と捉えることもできますね。

他にもこのように表現することが可能です。

- ・ 数量限定
  - ・ 〇〇名限定
  - ・ 1頭から〇〇グラムしか取れない〇〇
- など・・・

「今しかない」と思われるようなワードを使うことにより  
読者は希少性や限定性の法則にしたがって価値を感じます。

「あとにしよう。」なんて思わせないようにしましょう。

また、希少性や限定性は今すぐ購入してもらおうという理由付けにもなります。

これは先ほど、信頼を得るためのテクニックでも解説した1つ1つの主張に対しての理由付けで話しました。

つまり、今すぐ購入させる希少性と限定性というのは非常に有効なテクニックと言えます。

## 17 恐怖を与えることでより行動を促す方法

先ほど希少性と限定性についての話をしました。

希少性と限定性を打ち出し読者が興奮状態となり  
今にも購入ボタンをポチッと押ししまいそうになり、  
さらに追い打ちをかけるかのように  
背中をポンと押ししてしまうテクニックをお伝えしていきます。

それが、読者に恐怖を与えるというテクニックです。  
恐怖を与えるというと  
あなたはどのようなイメージがありますか？

お化けがいるとか  
上司に怒られるとか

そういった恐怖でしょうか？

僕がこれからあなたにお伝えする恐怖というのは  
読者がこれから**得ることができるものを失う恐怖**  
を読者に伝えるという手法です。

どういうことかと言うと、人というのは心理上  
手に入れることができる物を  
失うことに対して**恐怖・損失心**を感じます。

読者がこれから得ることができるものを  
失う恐怖を読者に伝えるという手法です。

例えば、

紹介する商品を購入するとどんな明るい未来が待っているのかを  
読者にイメージさせます。

商品やサービスを通して得られる未来を  
イメージさせることを  
専門用語で【ベネフィット】といいます。

肌をキレイにしたいと悩んでいる人をターゲットにするのであれば、  
「このサプリを購入すればわずか2週間で10歳肌年齢が若返り、周りか  
らは 娘の姉妹と間違われるようになります。」

という明るい未来をイメージさせます。(あくまで一例です。)

そして、  
このように明るい未来を読者に想像させた上で  
今言ったことを失う損失感を与えるために  
それらを手にできなかったときのイメージも伝えるのです。

すると、  
先ほど言ったように、人は手に入るものを  
失うことに対して恐怖を抱くので購入率がグンと上がるのです。

以上がコピーライティングにおける  
恐怖を与えるテクニックになります。

## 18 強制的にYesを引き出すテクニック

強制的にYesを引き出すテクニックについて  
お話していきたいと思います。

このテクニックは弁護士も使っているので  
【悪用厳禁】 **超有強力なテクニック** になっています。

強制的にYesを引き出すテクニックを使うことで  
あなたの主張を自然と通すことができるようになります。

その方法というのは、  
Yesと言わせたことに対して  
延長線上の客観的な事実を投げかけていき、  
じわじわとそのYesを言わせたいことと繋げていくという方法です。

具体的に説明していきますね。

例えば、

「あなたは10万円が欲しいですか？」

といきなり質問しても

「僕はお金には興味ありません。」

と返される可能性もあるわけです。

なので、Noと返されない為にも  
今回のテクニックを使いYesを引き出していきます。

今回は、お金に興味がない人をターゲットにした場合を想定して Yesを引き出していきましょう。

「今あなたは、最低限の暮らしをするお金は必要ですね？」

⇒ Yes

「家賃や光熱費だけでも最低でも5万円は必要になりますよね？」

⇒ Yes

「さらに食事や消耗品などを加えると8万円以上は必要ですね？」

⇒ Yes

「それに加え、保険料や税金を支払う義務があるので10万円以上必要ですね？」

⇒ Yes

という感じで、たとえお金には興味がないという人であっても、10万円が必要だということを引き出すことができます。

つまり、

どんな内容でもこのテクニックを使うことで 一見Yesでなくても 「Yes」 を引き出すことができるのです。

## 19 読者を行動させる方法のまとめ

さて、ここまで読者を行動させる方法について話していきました。簡単にそのまとめをしていきたいと思います。

読者を行動させる方法は、

### 1 今しかないと思わせるテクニックで行動させる方法

### 2 恐怖を与えることでより行動を促す方法

### 3 強制的にYesを引き出すテクニック

この3つのテクニックを解説させていただきました。

### 1 今しかないと思わせるテクニックで行動させる方法

今しかないと思わせるテクニックでは希少性と限定性の話をしましたね。

人は数少ないものには目がなく、手に入れたくなる習性を活かしたテクニックになります。

### 2 恐怖を与えることでより行動を促すテクニック

恐怖を与えるという話では、商品を得るとどんな明るい未来が待っているのかイメージさせて、そのイメージした未来が手に入らないという損失感を感じさせるテクニックでした。

これも人の心理を突いたテクニックで、明るい未来とその手に入らない損失感のイメージのギャップがより読者の行動を促す起爆剤になるわけです。

### 3 強制的にYesを引き出すテクニック

最後に強制的にYesを引き出すテクニックについて解説しました。

強制的にYesを引き出すテクニックは 弁護士でさえ使っている非常に有効な裏技です。

これを使うことによって  
あなたの意図したようにYesに誘導させ  
ターゲットの欲しい答えを引き出すことができるようになります。

では、ここまでで  
コピーライティングのテクニックの話は終わりになります。

お疲れ様でした。  
実際にこのテクニックは読んで終わりのものではありません。

テクニックというのは使わないと何も効果は発揮しません。  
どんどんアウトプットして、  
あなたのスキルに落とし込んでいきましょう。

そして、今回はコピーライティングのテクニックをより磨き上げるためにどのようにしていくのかを軽くお話させていただきます。

## 20 ライティングのスキルを上げる方法

では、実際にどのようにしてコピーライティングのスキルを上げていくのかをお話していきます。

まず、勉強していく際に意識すべきことはあなたが今どのレベルにいるのか?ということ。

- ・コピーライティングを知っているレベル
- ・コピーライティングを理解しているレベル
- ・コピーライティングを使いこなせるレベル

この3つのどのレベルにいるのかを把握すること。どのレベルにいるのか知らないでいるのは、車の運転方法を教えてもらっただけで、運転できる気になっているようなもの。

これでは大事故につながりますよね。

なので、大事故を起こさないためにもあなたのレベルをしっかり理解しておきましょう。

実際に文章で大事故を起こすことはありませんが、「あれ、全く反応がないぞ・・・」となりかねません。

## 20-1 コピーライティングを鍛える方法

あなたが実際にここまでの知識を使いこなせるようになれば、意図したときに相手を行動させ、商品購入に至らせることも十分に可能な知識レベルになります。

つまり、  
コピーライティングの知識を駆使することで、あなたの銀行口座には雪崩のようにお金が流れ込むようになるのです。

嫌な先輩のいる会社にもいかなくて済むようになり、好きな時間に起きて、好きな場所で仕事できて、精神的にも自由な生活を送ることができるようになります。

だからこそ、  
コピーライティングの知識を使いこなすことができるように  
普段から鍛えることをする必要があるというわけです。

今回紹介するコピーライティング上達法は5つになります。

- ① 経験を積みライティングのスキルを上げる方法
- ② 世の中の広告から学ぶ方法
- ③ 映像や活字に触れコピーライティングを学ぶ方法
- ④ 理想とする人物になりきり自分を高める方法
- ⑤ 実践から得る方法

この5つの上達方法をお伝えしますね。

## ① 経験を積みライティングのスキルを上げる方法

あなたが書くコピーというのは、  
あなたの経験からのみ書くことができません。

つまり、  
多くの経験をすることで様々な表現をすることができるようになり  
逆に、経験をあまり詰まない人は表現方法も少なく、  
文章も貧しくなってしまうのです。

その上、  
あなたの言葉は経験からしか生まれないので、  
そこに嘘があれば当然読者にはその嘘は見抜かれることになります。  
結果的に信頼を得ることはできないのです。

そうは言っても簡単にものすごい経験を積むのも  
現実的に考えて難しいですよ？

なので、今回は簡単にできるものとして  
日常生活を変えてみることで  
新たな視点を発見する方法についてお伝えします。

## ② 世の中の広告から学ぶ方法

世の中には多くの広告があります。  
その広告すべてが参考になるコピーです。

ということかと言うと、  
広告というのは人の興味を引くために作られているので  
参考になる部分は少なからずあります。

そして、今の時代右を見ても左を見ても広告だらけです。

例えば、  
電車の中で興味を引かれる広告があれば、  
どの部分に興味を引かれるのか。

なぜ、興味を持つのかを考えることで、  
今まで気がつかなかったことに気が付くことができます。

ぜひ、日常から目に付くものを  
いつもとは違った視点で見るようにしてみましょう。

僕は、気になる広告を見る度に  
iPhoneのメモに書いたり、写真を撮ったりしています。  
スクショなんかで保存するのも良いですね。

### ③ 映像や活字に触れコピーライティングを学ぶ方法

- ・映画
  - ・ドラマ
  - ・小説
- など・・・

本屋さんやレンタルショップに行けば  
いくらでも見るができますね。

ただ、小説を読んだり、ドラマ、映画を視聴するだけでなく、  
お店のポップや商品の説明、表紙などを見てください。

これが以外に面白くて、新しい発見ができます。

コピーライター目線で、広告・ポップを見ると  
お客さんへの”商品の見せ方”が非常に上手く、  
興味を持たせる作り方をしています。

大変勉強になるので、  
ぜひ、時間があるときにためしてみてくださいね。

#### ④ 理想とする人物になりきり自分を高める方法

理想の人物になりきるのは  
ある意味疑似体験ができるということにおいて有効的な方法です。

例えば

あなたが目指す理想の人物像を思い浮かべ  
その人になりきるという方法になります。

実績を偽るとかではなく  
言動や行動、思考をマネするという事です。

要は、レベル1の人が一瞬にしてレベル30くらいの  
言動や思考になることができるということになります。

実質的なレベルが低くてもそれに合わせて発言などをしてしていると  
人間の心理上頭の中と行動が不一致になるので  
一致させようと活動するのです。

つまり、  
未来の自分を演じることで  
高いレベルのことを話すことができるようになります。

プロ意識を持つということになります。

プロ意識とは、できる自分を演じることです。  
これは営業をするサラリーマンがよく使う手法で、  
できる営業マンを演じることで顧客との信頼関係を構築し、  
それが成約に繋がっています。

例えば、

あなたは、夕食でレストランに行ったとします。  
そのレストランで、新人ウェイターに案内され、  
注文をとってもらいました。

新人ウェイターは、注文した料理名も言えず、  
ワインの種類も分からなかったとしたら あなたはどう思いますか？

「この新人さん大丈夫かな？」と思うはずですよ。

接客をされるなら新人ウェイターより  
ベテランウェイターの方が良いですよ。

これは単純な話で、

「新人 = 知識や経験が浅い」

「ベテラン = 知識や経験が豊富」

というのを勝手に想像するからです。

だから、営業を仕事にしている人は、プロ意識を持って  
「この道のプロ」を演じているのです。

そして、プロ意識を持つと“仕事でボロが出ないように”  
自然とその分野の知識やスキルを磨くようになります。

つまり、“未来の出来る自分”をイメージして演じることで質の高い情報発信をしようと自然と知識やスキルについて勉強し、イメージの自分に近づくのです。

やり方として、先ほども言ったように嘘をつくのではなく、信頼できるような発言をしたり行動をして

「この人はこの道のプロなんだ」と読者にイメージさせることです。

このイメージが信頼を作り、行動へと繋がっていきます。

よく実績がないと稼ぐことができないと言っている人もいますがこの方法が実績なしでも稼ぐことができる方法で、実績がないと稼ぐことができないのは偽りだということの理由にもなります。

なので、あなたの信頼できる人やこの人のことは信頼できるという人を見つけてマネしてみてください。

もちろんマネと言っても、文章をそのままマネをするのは著作権の問題やGoogleからのペナルティーがあるので当然NGになります。

しかし、言い回しや表現方法、どのような戦略で打ち出しているのかを参考にすることは全く問題ではないのでそういったマネをすることをおススメします。

## ⑤ 実践から得る方法

今まで色々な上達法を解説しましたが  
実践が何よりも大事で一番成長することは間違いありません！

**インプットするよりもアウトプットが大事**ということ。

インプットというのは勉強する時間で  
アウトプットというのは実際に作業する時間です。

例えば、

会社に入ったときに

「まずはやってみよう」

と言われて一通りの流れをわからないながら  
やらされた経験はないでしょうか？

それでもやっているうちにできるようになりますよね？

でも逆に、  
たくさん練習したけど本番ではうまくいかなかったし  
練習とは全然違ったという経験もあるかと思います。

これと同じでネットビジネスも  
まずは、やってみるのが一番良いです。

なぜなら、  
先ほども言ったように練習と本番ではイメージと異なるからです。

だからこそ、実践するべきなんです。

失敗を恐れて、行動できない人が数多くいますが、  
失敗あってこそ成功です。

失敗しても、修正は可能です。  
失敗するから、恐いからと行動できなくなることが一番の失敗です。

僕自身も、セールスコピーライターとして、  
活動したての時は、かなり恐かったです。

でも、何度も何度も挑戦しましたし、  
コピーの文章も何度も書きました。

でもこれ、無料でしかも実践の中で  
テストができるからこそなんですよ。

会社での企画やプロジェクトは一度失敗したら  
多額の費用がかかるしテストするにしても  
何十万円~何百万円かかりますよね？

でも、ネットビジネスでは全て無料で何度も修正が可能です。

つまり、ネットビジネスはリスクなしで実践の中で経験を積むことが可  
能で、スキルやテクニックを磨くことができるということ。

だから、どんどん実践していきましょう。

## 21 おわりに

最後まで読んで頂きありがとうございました。  
このレポートではコピーライティングを軸に  
様々なテクニックを解説させて頂きました。

コピーライティングを習得することによってあなたの人生に  
何らかの変化をもたらすことは、  
ここまで読んでいただけた  
あなたならご理解いただけると思います。

そして、  
このスキルをインターネットという媒体に利用することで、  
あなたの理想とするストーリー(人生)を  
自分の手で描くことができるようになります。

収入を増やしたいと思えば、  
購入ボタンをクリックしてもらったりアンケートに答えてもらったり、  
読んで欲しい記事に誘導できたりと様々なことをあなたの思うままに行  
動させることができるでしょう。

いかにコピーライティングが人生において必要なスキルなのか  
ご理解いただけたのではないのでしょうか？  
このレポートがあなたの人生を変えることができれば幸いです。

きよみん