

NEXTGENERATION通信Vol.3 コピーライティングの極意

こんばんは、新田です。

ちょうど昨日、「千と千尋の神隠し」を見て、
「よし、温泉に行こう！」
と決めて四国に旅立つことにしました。

なので今日は温泉巡りをしています。

まあ旅行とか言いつつ僕はどっか行ってもほとんど仕事してるんですけど（笑）

ただ温泉って、入っていると頭がぼーっとしてきて、すっきりして、
その後やたらと仕事が捗るんですよ。

だから僕は、一気に仕事したい時とかは、
温泉旅館にこもったりよくしてます。

今日は、温泉に浸かりながら、
大量に来てるメールを読んできました（笑）

本当に皆さんユニークな視点で書いて下さっていて
面白いですね。

僕の読者さんって、色んな勉強されてる方が多いんですが、
情報発信力付けようと思ったら、今回みたいな、
「4分のCMを見てどれだけ深く語れるか?!」
みたいな練習をした方が、圧倒的に良いですよ。

僕も、有料講座では色んな知識とか話すようにしてますが、
ネクジェネでは、極力難しい言葉とか知識は使わず
感覚的に理解できるような話のみにしようと思ってます。

そうやって全体を一気に底上げしていきます。

そういえば、KKさんからこんなメールが来てました。

=====ここから=====

前回はなんだこのCM長いなくらいにしか思わなかったんですが、

今回の内容を一度読んでからもう一度CMを見直すと
とても見所のあるCMになりました(笑)
見方を変える、あることに集中すると感じ方が異なると学びました！
今度とも、メールがくることを楽しみにしています！ありがとうございました！
=====ここまで=====

これ、結構同じメールが何人かから来てました。

このCM、8割くらいの方は「感動しました！！」って感じのメールだったんですが
「自分にはよく分からなかった」みたいな人も何人かいたんですね。

だけど、KKさんみたく、
前回のメルマガを読んで改めて見たら、なぜか面白く感じた、
という不思議なことが起こった方が結構いたのです。

これは一体何が起きているのか・・・？

ここで、いきなりですけど、
非常に重要なことをお話します。

もう一度言います。すごく重要です！！

超重要なんで、ぜひ、赤線引いといしてほしいんですが、
何かと言いますと、

「人は、ある商品・サービスに対して満足したかどうかは、

~~~~~

自分で都合の良い方を選択している」

~~~~~

ということです。

これ、とりあえず覚えておいて下さい。
今後とても重要になってくる考え方なので。

例えば「ねじれ」という性質を持った人がいます。

ねじれの人って、まわりの人がAが良いと言ったら、
「いや、でもAってこういうトコあるからなあ」

って言ってねじれ、

逆に、まわり の人がAってイマイチ、って言うていたら、
「いや、俺はAは良いと思うよ」
って言ってねじれるのです。

つまり、ねじれの方は、
「まわりの人とは違う自分でありたい（ユニークな存在でありたい）」
という価値観の元に思考、発言するタイプの人です。

すると、例えばねじれの方が何か映画を見た時に、
面白かったかどうかの判断基準は、
「どちら（面白かったか、面白くなかったか）の立場を取れば
より自分のユニークさが際立つか？」
になります。

そして、
「面白かった」を採用した場合、
面白いと言える材料を探しはじめ、

「面白くなかった」を採用した場合、
面白くないと言える材料を探しはじめます。

特にねじれの方は、
「皆が評価していないけど自分だけが本質分かってる」
みたいな状況を作るのが好きなので、
あえてそういうのを「面白い」って思うように"選択"するのです。

逆に、例えば「流されやすい人」だったら、
映画を見て、イマイチだったなあって思ってたけど、
まわりの方が「超面白かったね〜！！」って言うたら、

「え？そうなの？？あーでも確かにこの部分は面白かったよなあ。
そう思ったならなんとなく面白く思えて来たなあ。」

みたいになります（笑）

ようは、原因と結果の逆転現象が起こるんですね。

この"選択"ってのが非常に重要なポイントで、
これを分かっているかどうかで、セールススキルが格段に変わってきます。

この考え方がいかに大事かは、
今後徐々に解説していこうと思ってるので
まずは覚えておいて下さい。

で、KKさんみたいに、
面白くないと思ってたけど、メールを読んでから見返したら
面白く感じれた！っていうのは、今回だけじゃなく、
昔からよくそういったメール来るんですよ。

例えば、去年僕が「君の名は。」の解説を書いたことがあります。
(知らない方はブログに載せてるんで読んでみて下さい。)

まああれもあくまで僕のフィルターで書いたものなので、解釈の1つですけど、
あれを読んでから映画を2回目観たって人がめっちゃめっちゃいて、

「1回目はつまらなかったのに、メルマガを読んでから2回目観たら
こんなに奥が深かったのか！と面白く感じれました！」

というメールが結構来たんですよ。

ようはこれが「価値を生み出す」ということなんですね。

フィルターAとフィルターBの差分によって、
価値が生まれて来るのです。

価値はもともとあったけど、見えていなかった。
それを"見えるようにする"のが情報ビジネスです。

赤い下敷きで世界を見れば赤く見えるのと同じように、
あのCMを「音」にだけフォーカスすることで、
あえて見えて来る世界というものがあります。

情報をそぎ落とすことで、
「本質」が抽出される感じですよ。

情報は沢山あるよりも、削ぎ落とした方がエネルギーが高いんですね。

で・・・この話が、今日話そうとしている、
「コピーライティングの極意」
に関連して来ます。

第3回にしていきなり出しちゃって今後大丈夫なの？！
と思われるかもしれませんが大丈夫、
きっと皆のエネルギーがどんどん集まって
さらに巨大な元気玉ができるはずですから。

なので、これから非常に重要なこと話すので、
太い赤ペンを用意して線引いといて下さいね。

ではいきます。

コピーライティングの極意。

それは・・・

「ホンモノの輝きを演出する」

ということです。

ホンモノの輝きとは、

- ・無くならないもの
 - ・永遠普遍のもの
 - ・唯一のもの
- を言います。

そして、「ホンモノの輝き」を作るためには、
余計なものをそぎ落とす必要があります。

過去への執着、見せかけの自分、邪魔なプライド、
つまり「これは失いたくない！！」としがみついているものです。

それを手放した時、
人はものすごいエネルギーを発揮するんですね。

「うーん、抽象的でよく分からない・・・」
という方のために、
ちょっと実際にプチ体験してもらおうと思うので
想像してみてください。

目を瞑って想像して下さいと言いたいところなんですが、
目瞑ってたら読めないのではw

読みながら自分に置き換えたりしつつ、
頭の中でイメージを膨らませて行って下さい。

ある男が、自分の家が突然の火事で全焼し、
財産も、住むところも、無くなってしまいました。

彼の家族はすでに他界しており、
もはや彼は持っている全てを失ってしまったのです。

真っ黒になった家を前に、
ただ呆然としています。

何で自分だけこんな目に・・・

彼は悲しみに暮れ、泣き出します。

もう自分には何も残ってない。
これからどうしていいかも分からない。

彼は、海辺に行き、
座って今後のことを考えていました。

これから自分はどこに行けば良いのだろう・・・。

そう思って、ただひたすら海辺で座っていたら、
いつの間にか夕暮れになって、
彼はぼーっと夕焼けを眺めています。

もう何も考えられない。考えたくもない。

だけど、夕焼けが海にうつってとても綺麗だ。

彼が夕焼けをじっと眺めていたら、
なんだか頭がぼわーんとしてきました。

目を瞑ると、まるで頭のとっぺんが光っているような感覚になります。

ああ、なんだか気持ちいい。

温泉に入ってるかのような、ほんわかした気持ちになってきました。

風が涼しく吹いていて、
波の音がとても綺麗。
鳥が鳴いてるのも聞こえます。

すると、彼は笑いがこみあげてきます。

「ふっ。ははは・・・」

全てを失った彼は、もう笑うしかありません。

もう笑っているうちに、
悲しみは次第に無くなっていきました。

むしろ、清々しい気持ちにすらなっているのに気づきます。

綺麗な夕焼け、気持ち良い風、心地よい波の音。

あれ？なんでだろう。

全部失ったのに、もう帰るところもないのに、
どうしてか分かんないけど、今オレ幸せ。

・・・

夕焼けが沈む頃、
男は、吹っ切れた表情になっていました。

もう、ここまで来たら何も失うものはない。

全部なくなった。

だけど、またイチからやり直そう。

そう決意した彼は、海辺を歩き出します。

FIN

・・・と、イメージできましたでしょうか？

ちなみにこの男の人はこれからビジネスをやって成功して
ロミータと結婚する、っていう流れになります（笑）

冗談ですが、多分この人ビジネスうまくいくと思います。

だって、彼は持っている全てのものを手放す、という経験をしてるわけで、
もうこれはある種の悟りです。

きっと彼は、今後どんな状況だろうと、
何を失うのも恐れず、挑戦していけるはずです。

一度は全てを失った彼ですが、おそらく彼は、
「光（ホンモノの輝き）」
を見つけたのです。

ちょっと理屈を色々説明するより、
実際に具体例を聞いた方が早いと思ったので作ってみました、
なんとなくイメージつかめましたでしょうか。

これが、「ホンモノの輝き」です。

そして、このCMでは、それが上手に演出されてるんですね～。

それを今日は伝えたかった。

では、どうやってそれを表現しているのか？

それを説明するために、
こちらのメールを紹介しましょう。

これは素晴らしい考察です！

=====ここから=====

新田さん、こんばんは。

大塚です。

皆さん、やる気でいきなり文章のクオリティ高くてびっくりしました。

この勢いに乗って返信しますね。

CM再び見て、前は気づかなかった所に気が付きました。

それは「おばあちゃんの影響」です。

そもそも、このCMにはやたらと何回もおばあちゃんが出てきます。

「なんでこんなにおばあちゃんが出て来るんだろう・・・？」

そんな疑問を持った方も多いのでは無いでしょうか。

このおばあちゃん、見ているだけのようで

実は口ミータに渡しているものが2つあります。

1つはライバルに破られた服、

そしてもう1つは髪留めです。

よく見ると子どもの頃の口ミータの髪におばあちゃんが付けています。

そして、その髪留めを外すのは、

ライバルに服を破かれて戸惑い、

そして開き直ってそのままの姿で演技すると決めた時です。

という事は、髪留め、服、そしておばあちゃんの視線は、口ミータのための様で、

実は口ミータの実力を制限するリミッターの役割を果たしていたのでは無いでしょうか？

1つ目の困難は、自分の努力とおばあちゃんの応援で乗り越える事が出来た。

しかし、2つ目の困難は、借り物のドレスでは乗り越えられない。

借り物のドレスとは、幼少期から知らず知らずのうちに受け入れて来た他人の影響でしょう。

それら一切の束縛から解放された時に、

ロミータの真の実力が発揮された・・・
というストーリーです。

そういう点から考えるとこのCMでは、
多くの人が潜在的に望んでいる、
「他人や親族から受けた束縛からの解放」
をテーマとしているのでは無いでしょうか。

CMの中でロミータはおばあちゃんのくれた服を着て踊ることはありませんでした。

しかし、結果的には最後にはおばあちゃんは喜んでくれました。

「他人の期待に応えなくても、
あなたらしく振る舞えば良いんですよ」

というメッセージを感じます。

それを言語では無く映像の中に上手く組み込む事で、
親や社会からの期待やプレッシャーを受けている女性の共感を得る事が出来そうです。

そうなれば、例えシャンプーが売れなくても会社のイメージアップになります。

と、いう事はコピーライティングの極意とは、
相手の潜在ニーズを把握してそれに答えること、
そして、売ることを目指すのではなく、
応援されることや理念を伝えることを目指す、
ということかなと考えました。

それでは、ピークの話を楽しみにしつつこれで失礼します。
ありがとうございました。

=====ここまで=====

実は、これが非常に重要な部分で、
「服」と「髪留め」（さらにはおばあちゃんの期待）
は、ロミータにリミットをかけていたのです。

特に服は、「ホンモノの輝き」ではなく、
表面的な「作り物の輝き」です。

これは、ロミータ本来を光らせるものではなかったのです。

しかし、幸か不幸か、ライバルによって、
ロミータの服は破られてしまいました。

彼女はいったん落ち込み、絶望するも、
全ての執着を手放すことを決意します。

コピーライティングで重要なのって、
このどん底（闇）から光への瞬間です。

もう一度言います。

「闇から光」の瞬間が大事なのです。

彼女は、ずっと付けていた髪留めを取りました。

それはまさに、幽遊白書に出てくる「魔封環」のごとし。

分かんない人すいません。笑

今まで制限されていた力が解放され、
スーパーサイヤ人になったロミータは、
偽物の光に頼ることなく、内なる光を存分に発揮しました。

そして、その光の源は・・・？

パンテーン（シャンプー）でしたー！

っていうのがあのCMです（笑）

それはどうなのwっていうツッコミは置いといて、
パンテーンが言いたかったのは、

「たとえ全てを失っても、髪だけはずっとあなたのそばにあります。
ホンモノの輝きを放つ髪を持つあなたは、どんなことがあっても、輝き続けます。

パンテーンは、そんな髪を、あなたに提供します。」

ということです。

こういったメッセージを、暗に投げてるんですね。

この「どん底（闇）から光へ」の瞬間って、
色んな作品で感動的に描かれているので
色々研究してみたら良いですよ。

ワンピースの頂上戦争編の最後に、
兄（エース）を失ってどん底にいるルフィに、
「失ったものばかり数えるな！お前にまだ残ってるものは何じゃ！！」
って魚のおっさんが言ってましたが、
あれも、闇→光の瞬間ですね。

ルフィにとっては、「仲間との絆」が、
決して失われない「ホンモノの輝き（光）」なのでしょう。

いや～感動しますよねあれ。

ほんとよかった。あの頃のワンピースやばかったですね。

じゃあ、もうちょっと他のメールも紹介しましょう。

=====ここから=====

祝！「ネクジェネ」開始！

新田さん、ネクジェネの皆さん、ゆっきです。
今日も返信させていただきますね。

仕事疲れにより絶賛ゲツソリしていますが、
皆さんのコメントを見ていると私も動画を見返さなきゃという意欲が
モリモリ湧いてきました。

ありがとうございます。
動画早速二回目も見てみました。

さくらさんのコメントにもあった通り、一回目では気づきませんでしたでしたが、私も音楽というフィルターでこの動画を見ていたことに気がつきました。

バックで流れているのはバッハのパッヘルベルのカノンだと思うのですが、個人的には、高校の吹奏楽部で演奏したものすごく思い入れの深い曲で、それが結構頭に響いてしまって（動画の中身が結構入ってこないくらいに）、フィルターが入ると情報が何も入ってこなくなりますね。

一回目では神話の法則というフィルターで見ていたのですが、二回目では音楽というフィルターで見ていて、そうすると音楽に意識が持って行かれてしまいました。。

ということで、音楽をOFFにしてもう一度見てみました。するとどうでしょう、印象が言葉としてスッと浮かんできました。シーンの移り変わりにタイトルを添えてみました。

憧憬 0:00~
困惑 0:40~
旅路 1:25~
対峙 1:51~
窮地 2:19~
決意 2:37~
終曲 3:22~

気がついたんですが、シーンが移る（動く）時ってかならずロミータの髪のアップが映ってますね。髪を縛ったり、髪をほどいたり。

これ、すごいと思いました。シーンは移り変わっても、ロミータの髪はずっと輝いていた。それがライバルに打ち勝ち、困難を乗り越えるきっかけにもなった。

そういうものに実は一番価値があるのです・・・と訴えかけているような感じにも見て取れました。

フィルターの影響力ってすごいですね。赤い下敷きと青い下敷きだったらそれはもう確かに見える世界が違います。Vol.2の皆さんのコメントを見ていても感じましたが、同じ動画を見てあれだけ見える世界が違うのですから。

下敷きを取り外したほうがいいのかなあ？とも思いましたが、でも、

下敷きって誰もが生まれつき持っているものだと思うし取り外すのは逆に難しい。

だから、いっそのことユニークなフィルター、ユニークな色眼鏡を買って
それで見える世界を上手く描写できるようライティングの訓練をしていくことが
ユニークな文章を書くことにつながるのではないかと思いました。

メガネも、1個じゃなくて沢山揃えれば尚良いかもですね。
いろんな視点が手に入るわけですし。

なんか、仕事の疲れがエネルギーになって自分の中に再充填されたようです。
ありがとうございます。

これはもう「ネクジェネ道場」ですね。
ネクジェネという「場」の提供、ありがとうございます。
引き続き訓練させてください。

(私事ですが、明後日に会社でミーティングがあるので、
もうちょっとだけエネルギーを高めておきたいです。)

明日もメールいただけたら嬉しいです！

=====ここまで=====

というわけ、今日はゆっきさんの為に書きましたよ！！
冗談ですけど(笑)

でもエネルギーは送られたと思うので
エネルギー高めてミーティング頑張ってくださいね!!

ゆっきさんの言う通り、実はロミータの髪は、
作中で何度もクローズアップされていたのです。

最初はちょっと痛んでたのですが、
成長してからはずっと輝き続けています。

もちろんパンテーンを使ってたからなんだと思いますが(笑)

「ホンモノの輝き」というのは、

- ・無くならないもの
- ・永遠普遍のもの
- ・唯一のもの

ということを説明しましたが、も1つ付け加えるなら、

「もともとあるもの」

なのです。

皆、持っているはずのものなのに、
過去への執着だったり、親の影響だったり、
色んな価値観が植え付けられて、
「こうあらねばならない」
「"自分は"こう思う」
「これが無いと自分はダメだ」
といった余計な考えが、
ホンモノの輝きを見えなくします。

まあ、CMのロジックで言えば
ロミータのライバルはパンテーン使ってなかったから
ホンモノの輝きを持ってなかったことになりますけどww

いや、冗談半分で書いたんですが
実はこれも結構重要な部分で、
ただあまりに長くなりすぎるとアレなんで
これに関しては次回書きましょう。

まだまだCMから学べることは山ほどあります。

というか取り上げたいメール山ほどあるんですよー。

次回以降取り上げていこうと思います。

取り上げられなかった、ってへこまないでくださいね。

あと、
「こんなクオリティの返信書けねえ（一Ⅲ）」
とか悩んだり卑屈になったりしないで下さいね。笑

最初はもう数分とかで、さくさくって書いて送ってもらって構いません。

反射神経鍛えて、毎日書くことに対するストレスを減らした方が良く、
書きまくりましょう！

あと、まだ3回目なんですけど、
相当重要なこと盛り込みまくったので

これきちんと腑に落とすだけで相当レベルアップしますよ。

というかもう情報発信力上げたければ、
ある程度フレームを学んで、あとは書きまくることだと思います。

最初から高い理想を求めすぎたり、
「自分は」が強くなりすぎると、書けなくなっていくます。

僕は、ネクジェネという生命体と対話してるイメージで書いてます。

自分で書いてるんですけど、あんま自分で書いてる感覚がなくて、
ネクジェネという生命体に言われたことを、
自分の知識を使って書いてる、みたいな感じですね。

これは感覚伝えにくいんですが、
なんとなくそういうイメージでやってもらえたらと思います。

大事なフレームはもうこの3回でだいぶ提供したんで
あとは書きまくって下さい。

あと、僕書くのは結構はやいんですが、
日頃からずーっと考えたりしてるんですよ。

今日も四国来るまで、車で運転しながらずーっと考えてましたから。

どれだけ普段考えてるかですよ。

色んなセミナー受けたりするよか、
こんな風に1つのCMをとことん深めた方が
大きな学び得られます。

ちなみに、僕はこのネクジェネ通信書いた後、
今日はあと3つメルマガ書く予定です。

それはネクジェネ通信より時間がかかります。

とは言っても、別にこれに手を抜いてるわけではありません。
無料でやってますけど、
僕は無料と有料でクオリティに差は付けなかつもりなんで

やるからには真剣に、全員成長してもらおうと思って書いてます。

僕も文章力鍛える時期ってのがあって、
その時は毎日メルマガ3～4通くらい書いてましたから、
やっぱりそれくらい習慣化した方がはやいですよね。

インプットは本とか読んだりセミナー受けてる時だけじゃなく、
人生全てがインプットです。

さて、今日の話をもとめると、
「ホンモノの輝き」というのは、
自分の中にある執着を手放した時に見つかります。

この瞬間が、自分をもっとも輝いてる時！

というのを見つけて、それを演出していくのがポイントです。

まあとりあえず今回はなんとなく覚えておいてもらえれば、
いずれ腑に落とせるようになるはずですよ。

次回はもうちょい使いやすいフレームを紹介します。
今回がコピーライティングの極意の部分だとすれば、
もうちょいテクニクの、実践的な話です。

というわけで、あんまりクオリティは意識しすぎず、
どんどんメールくださいね!!

ネクジェネ道場に皆でエネルギーをためていきましょ～！

それでは、今日はこの辺で。
僕は今からまた温泉入ってきます。

ありがとうございました!!