

# 魅惑の文章術 完全保存版

悪用厳禁！



## ■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者にあります。本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

## ■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

1. 本契約の目的: 乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。
2. 禁止事項: 本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとしします。
3. 損害賠償: 甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

4. 契約の解除: 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

5. 責任の範囲: 本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても乙は一切の責任を負いません。

## ☆はじめに

人を惹きつける文章は  
ネットビジネスをやる人なら当然持っておかなくては  
いけないもの。

- 人が何を求めているのか。
- 人は自分の求めているものをどう思っているのか。
- なぜ人はそういう行動をとるのか。

それがわかれば

- お客さんを満足させる
- より多くの人にモノを買いたいと思わせる
- 最高の製品をより多くの人のもとへ届ける
- 満足感を与える手助けをする

ことが可能になります。

ただ、どのように勉強すればいいかわからない...

そんな声にお応えしまして、文章術の教科書をご用意  
しました。

最初の一步として存分にご利用ください！

そして...

今だけ！

スペシャル特典として

『ブログテンプレート』もご用意しました。

あなたのブログ執筆時間を短縮させること間違いありません。

ぜひあなたのネットビジネスライフをより良いものにしてください。

# ☆目次

1. コピーライティングとは？
2. コピーライティングを学ぶ方法
3. 3つのNot（要暗記）を知る
4. Not Read（読まない壁）を乗り越える
5. Not Believe（信じない壁）を乗り越える
6. PASONAの法則を使いこなす
7. QUESTフォーミュラの法則を使いこなす
8. 4つの学習タイプを使いこなす
9. バンドワゴン効果を使いこなす
10. ハロー効果を使いこなす
11. カクテルパーティー効果を使いこなす
12. アンカリング効果を使いこなす
13. 返報性の法則を使いこなす
14. ザイアンスの法則を使いこなす
15. バーナム効果を使いこなす
16. LF8（エルエフエイト）を使いこなす

スペシャル特典：ブログテンプレート

## 1. コピーライティングとは？



### 人を本能的に動かす文章術のこと。

「期間限定」や「オススメ」など、気づいたら手を伸ばしてしまう、取扱注意の文章術。

このスキルがないと、商品の魅力を伝えることができないので、集客ができてもらえない。

ただし、「スキル」なので勉強すれば誰でもうまくなる。また、数々のルールや型があるので、パズルのようにあてはめていけば自然とうまくなる。



ちなみにぼくは2ヶ月間集中的に学び、文章に自信ができました。それでもまだまだ終わりはありません。「コツコツ」が大事です。

では、学ぶにはどうすればいいのでしょうか？

## 2. コピーライティングを学ぶ方法



3 STEPで可能。

**①原理原則を学ぶ**

**②自分が気になったコピー（文章）をファイリング**

**③写経やブログなどで実践**

原理原則については本やネットで学ぶのが良いが

ぜひこの教科書で原理原則を学んで欲しい。

暗記する必要はないが、ただ闇雲に他のコピーに触れるよりも効果的。

そして大事なのは実践。

この教科書で得た知識を使って他人の文章を分析するのがオススメ。



「あ、これがバンドワゴン効果か」といった”使い方”が学べるはず。

そこから自分の文章に落とし込む。という方法が最短ルート。

実践できないスキルはただのハリボテであると意識するべし。



原理原則をこの教科書で学び、他人の文章を勉強する旅へ出てください。

それだけであなたの文章は「お、他と違うな。。。」という印象を与えるはずです。

### 3. 3つのNot（要暗記）を知る



コピーライティングは、この3つのNotを飛び越える時に使う。

「3つのNot」とは、全ての読者が潜在的に持っている特性のこと。文章を書く時には必ず意識しなければいけない。

**Not Read（読まない壁）**

**Not Believe（信じない壁）**

**Not Act（行動しない壁）**

読まない壁を飛び越えることができなければ次の壁には到達できない。

まずは全力で「**読ませるにはどうするか**」を考えよう。



巻末の「ブログテンプレート」を使えば飛び越えやすくなります。  
3つのNotは暗記しておいた方がいいレベルです。  
ぼくのブログも研究してみてください。

#### 4. Not Read（読まない壁）を乗り越える



最初の壁を飛び越えるには、GDTの法則を使うと良い。

有名なブログのタイトルやライティング、メルマガの題名には必ず使われている技法がGDTの法則。

**G : Goal（目標）**

**D : Desire（欲望）**

**T : Teaser（本性）**

これを細かく見ると合計9つの欲求に分かれている。

①G : Goal（目標）

時間をかけたくない

努力したくない

お金を稼ぎたい、節約したい

②D : Desire (欲望)

富や名声が欲しい

愛をもらいたい、性欲を満たしたい

快適空間が欲しい、不快になりたくない

③T : Teaser (本性)

珍しいものが気になる

好奇心が掻き立てられるものが気になる

反社会性なものが気になり、議論をしたい

欲求の強さでいうと、

**Teaser (本性) → Desire (欲望) → Goal (目標)**

できるだけ欲求の強い順に書くことを意識するとクリック率が上がる。

様々な人のメルマガやブログのタイトルで勉強すると身につく。

## 5. Not Believe（信じない壁）を乗り越える



人が何かを信じやすいのは「ストーリー」を使った話のとき。

小さい頃のアニメや漫画を覚えているのは、だんだん心も身体も強くなっていく主人公に共感を覚え、感動したから。

「名作」と言われている映画やアニメは決まった「型」があるのでそれを文章にも応用すると、信じない壁を飛び越えることができる。それが「**ストーリーフォーミュラ**」と言われるもの。

特に、自分のプロフィールを書く時には必ず盛り込んだ方が良い。

### ①ターゲットと同じスタート地点

強い主人公でも普通の日常を送っていた

### ②変わることを決意する

冒険へ誘われる事件が起きる

### ③失敗の連続

強敵相手に一度くじける

### ④突然の出会い

ライバルや師匠と出会い、修行する

### ⑤小さな成功体験

新たな技を偶然発見する

### ⑥成功の連続

新技を使って勝てなかった敵を倒す

### ⑦メソッドの確立

ラスボスに負けそうになるも、さらなる新技で倒す

### ⑧次はあなたの番です

主人公が日常へと戻る

人を魅了するストーリーを書くとき一気に読者をひきこませることにつながる。

## 6. PASONAの法則を使いこなす

**パソナの法則**と言われる、成約率や反応率を高めるテンプレートのこと。

### ①Problem（問題）

読者の問題、悩みを明確にしてあげる

### ②Agitation（扇動）

①で提起した問題点をさらに深掘りしてあげる

### ③Solution（解決策）

悩みを解決するにはどうすればいいかを提示

### ④Narrow down（限定性・緊急性）

購買意欲を駆り立てるために「限定5名様」など。

### ⑤Action（行動）

今すぐ行動してくださいと背中を押す

この5つの頭文字をとってPASONA（パソナ）といわれている。

コピーライティングの経験が浅い時には特に重宝できる。

このテンプレートを使うだけで反応率は段違いに変わる。

### ☆例文

①あなたは忙しくてなかなか時間を作ることができませんよね。

②子どもの都合で振り回されてまとまった時間なんて作れません。

③そんなあなたは「ラーニングピラミッド」という知識の定着率を知るべきです。

④この方法を実践すればたった1日10分間だけ勉強すれば普通の人との2時間相当の勉強時間になります。そんな秘密の方法を4名様限定でこっそり教えます。

⑤申し込みが殺到する恐れがあるので今すぐこちらから登録してください。



## 7. QUESTフォーミュラの法則を使いこなす



パソナの法則と同じように、販売力を向上させるテンプレートのこと。

### ①Qualify (宣言)

読者の悩みを解決できるのは自分だけだとアピールする

### ②Understand (理解・共感)

悩みに共感する。ストーリーフォーミュラを使うとなおよし

### ③Educate (教育)

売る商品の魅力を徐々に伝える。例え話や表現を変えながら。

### ④Stimulate (興奮)

商品を買った素晴らしい未来を提案してあげる

## ⑤Transition（行動）

購入を促す。GDTの法則のTを使うとなおよし

この5つの頭文字をとってクエストフォーミュラと呼ぶ。

商品を購入して欲しい時にはこのテンプレートの通りに書けば筆も進みやすい。当然、事前の悩み等のリサーチは必須。

### ☆例文

①忙しくてなかなか時間を作ることができないあなたへ。副業月収50万円を達成したぼくが、どれだけ忙しくても結果を出す秘密の方法を教えます。

②毎日残業3時間。とてもじゃないけど副業なんて無理ですよね。帰宅したらベッドにダイブしたくなる気持ち、わかります。

③でも少し待ってください。ダイブする前にたったの10分、聞き流すだけで驚異の英語力を磨けるとしたら...

④英語ができるだけで頼れる男の称号を得て、モテること間違いありません。

⑤この「ラーニングイン」を使って、クリぼっちなんて卒業しましょう

## 8. 4つの学習タイプを使いこなす



3つの壁を効果的に飛び越える型のこと。

ブログでも使われることが多い型で、最も実践しやすい。

ただしSEO対策としては弱いのが欠点。

SNS集客に特化しているのであれば、かなりオススメの型。

### ①なぜ

得たい欲、避けたい欲をあおり、記事を読む理由を明確にする

### ②なに

今日教えること、何を伝えたいのか

### ③どうやって

「なに」で伝えたことを、具体的にどうやるのかを説明

#### ④いますぐ

今日の内容のまとめ。今すぐ△△をやってみてください



ぼくのブログもこの型で書いています。  
巻末にこの学習タイプを使った「ブログテンプレート」を収録しています。  
今すぐ実践してください。

## 9. バンドワゴン効果を使いこなす



「バンドワゴン」とは行列先頭にいる楽隊車のこと。

つまり、**誰か先頭にいると安心して続くことができる**、ということ。

アップルの新製品に行列ができていたら、自分も買いたくなるはず。

応募が殺到しています！などのメルマガがバンドワゴン効果を使用している。

### ☆例文

このダイエットサプリを飲むだけであっという間に痩せたと反響の声が多数届いています！



日常でも行列をみた時に思い出すと知識が定着しやすいです。  
今はコロナの影響で「ユニクロのマスク」に長蛇の列ができていますよね。

## 10. ハロー効果を使いこなす



「ハロー」とは「後光」のこと。  
後光が差している人はすごく見えるもの。

つまり、人が何かを評価する時、とりあえず目立つものを基準に評価する。

**「東大卒」という肩書きがあったら何か凄そう、**と思える。

ブログや商品もデザインにこだわっていたら、さぞ中身もすごいだろうと期待して開いてくれる。

商品紹介の時には、「目立つ特徴」を引き上げると成約率を高められる。

## ☆例文

19歳から六本木のタワマンに住み続けた経営者が、鳥取の田舎に家を買った理由



本屋さんを訪れた時に、本のタイトルを追ってみてください。  
ファイナンシャルプランナーが教えるお金関係の本や、  
ホリエモン大絶賛！と書いてある帯。  
これらは全てハロー効果を狙っています。

## 11. カクテルパーティー効果を使いこなす



カクテルパーティーとはその名の通りカクテルを飲みながら騒いで交流するパーティーのこと。

そんな喧騒の中でも、自分の名前や、2人で話するときの声はきちんと聞き取ることができる。

**人間にはもともと選択できる能力**があり、この効果を文章にも使うと反応率が飛躍的にアップする。

**文章の場合には、「自分に関係しているか」という点。**

例えばブログで1000円を稼ぐのが目標の人が、メルマガのタイトルに、「ブログで1000円稼ぐための道筋」と買ってあったら気になって開く。



読者の属性をきちんと把握し、たった1人に呼びかけるような文章であれば、万人が反応する。

数あるブログ、メールから見つけ出してもらう時に効果的。

### ☆例文

コピーライティングを何から勉強すればいいかわからないあなたへ



騒がしい場所が苦手な人はこの効果を実践するのが上手です。  
「たった1人」のために文章を作成しましょう。

## 12. アンカリング効果を使いこなす



アンカリングとは「 $\text{⚓}$ （イカリ）をおろす」こと。つまり船を固定するように、人間心理にもイカリをおろすことができる。

例えばスーパーでも980円に線が引っ張ってあって、980円→500円と買ってあったら安いと感じる。

他にも「ピザって10回言って」、のあとヒザと言わせるのもアンカリング効果。

このように気づかないうちにアンカリング効果を狙った布石がなされていることが多い。販売の戦略で組み込むと効果的。

### ☆例文

通常価格63,900円のところ、25,000円割引の特別価格 38,900円でお届けします！

### 13. 返報性の法則を使いこなす



**もらったら返したくなる、当然の心理のこと。**

誕生日プレゼントをもらったら、相手の誕生日を調べて贈ろうとすることなど。

文章では、自分の過去の失敗談を赤裸々に話すことで、この人なら返信してもいいかなとか、この人となら価値観が合うかも、と思わせることができる。

そうすることで距離感が縮まったり、信頼関係を構築することもできる。

また、相手が先に譲歩したら、こちらも譲歩しなくては、と思う原理。

ただし、相手から返答が返ってくることを期待してはいけない。あくまでGiveの精神が大事。

## ☆例文

1万円を寄付してください。それがムリならこの手作りチョコケーキを800円で買ってくれませんか？



優しさを与えたら優しさが返ってくる。それは当たり前ではありません。  
特に小さな子どもの場合は法則が効かないことが多いです。

## 14. ザイアンスの法則を使いこなす



ザイアンス効果とは、**相手との単純接触回数を増やしてイメージをつける戦略**のこと。

夏になるとビールのCMが増えたり、この女優を見るとあのCMを思い出す、というのがザイアンス効果。

メルマガも3日に1回の配信をしている人よりも毎日更新している人の方が親近感がわくようになる。

思い出してもらいやすくするための戦略だと考えると良い。



Twitterで毎日あいさつをしてくれる人は覚えます。  
覚えて欲しい人には積極的に自分からアプローチする、というのはネットビジネスも恋愛も同じ部分ですね。

## 15. バーナム効果を使いこなす



バーナム効果は、相手に**「これ、自分のことだ...」**と思わせるテクニック。特別なコピーライティングは必要なく、相手の心理がわかればそれをそのまま書けばいい。

特に、得たいものや避けたいものを効果的に組み合わせると良い。

満員電車は嫌だ、こういう上司は嫌だ、など。



人間心理を知っておくと表現の幅は広がります。  
この機会に学んでおくことをオススメします。

## 16. LF8（エルエフエイト）を使いこなす

人間の欲求を8つに分けたもの。「生命の8つの躍動～Life-Force 8～」

人間の本能なので、あらがうことはできない。

**1. 生き残り、人生を楽しみ、長生きしたい。**

**2. 食べ物、飲み物を味わいたい。**

**3. 恐怖、痛み、危険を免れたい。**

**4. 性的に交わりたい。**

**5. 快適に暮らしたい。**

**6. 他人に勝り、世の中に後れを取りたくない。**

**7. 愛する人を気遣い、守りたい。**

**8. 社会的に認められたい。**

人は感情で買い、理論で納得する。

感情を揺さぶるためにこの「LF8」を使うと良い。



どんな人にもこの欲求は存在しています。

便利な家電製品があったとしても、それを買ったら愛する人と別れなければならない、となったら購入する人はいません。

欲求を刺激しましょう。それがその人のためになる、と信じているのであれば。

# ✨✨スペシャル特典✨✨ ブログテンプレート

## 【大前提】

- 1、読まない
- 2、信じない
- 3、行動しない

記事を書く時は、「4つの学習タイプ」を意識する。  
→1番効率的に3つの壁を突破できるから。

## 【記事を書き出す前の下準備】

- 1、情報を集める。  
→サイト、本、商材、なんでもいい。  
→書くときに手元に置いておく。
- 2、モデリング先を探す  
→マネできる人の記事を見つける。
- 3、リサーチした内容を見ながら書く  
→ターゲットの得たい欲、避けたい欲など、記事のネタになる要素が書いてある。



## 【その他】

- ・ 記事の長さ

→読み手に伝われば、短くても大丈夫。

「なぜ」で読ませて、  
「どうやって」が明確になり、  
すぐ何をやればいいのか。

最初のステップを教えてあげて行動してもらおう。

- ・ 4行以上にならないようにする。

→画面横いっぱいにならない方がいい。

- ・ パソコンではなく、スマホ画面で確認する。

## 【具体的な書き方】

4つの学習タイプ

「なぜ」

「なに」

「どうやって」

「いますぐ」

### 「なぜ」

→5割の力をここに使う。一番大事なパート。

→「LF8」を使って欲を刺激する

(例文)

いつの間にか現状の生活維持。

上司の嫌味やお局からのいじめ

だるい満員電車で揺られる毎日です

そんなの絶対嫌ですよ

### 「なに」

→1割の力を使う。

→今日教えることは何か？何を伝えようとしてるのか？

→1記事1プレゼントにした方がいい。

(例文)

この”ある能力”とは

コピーライティングです

これは人に行動をしてもらうための文章技術です

## 「どうやって」

→3割の力を。

→「なに」で伝えたことを、具体的にどうやるのかを説明。

→ステップバイステップで教えていく。

(例文)

- ①ネットか書籍で原理原則を学ぶ
- ②スワイプファイルを作る
- ③写経と実践

順番に解説します

①は～

## 「いますぐ」

→1割の力を。

→P.Sを使うと良い。

(例文)

今すぐコピーライティングを学び、  
他の人と圧倒的な差をつけてください

## 【ブログ記事テンプレート】

「なぜ」

「なに」

「どうやって」

「いますぐ」

