

AIだけでは生み出せない

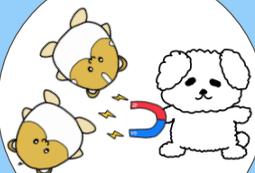
# 選ばれる文章術

心を動かし、選ばれる。  
その文章術、すべてこの一冊に。



株式会社GREEN  
代表取締役 ユウキ

人が集まる



価値が伝わる



自然と売れる



マーケティングの基礎は文章に有り

想いを込めた言葉は、  
未来を変える力がある。

# もくじ

## 序章

- ・ はじめに

## 第1章：選ばれる文章の基礎

- ・ 選ばれる文章の必要性
- ・ 人間が行動する理由
- ・ 操る言葉と導く言葉
- ・ フィルターを取り替える力
- ・ セールスの在り方の変化

## 第2章：選ばれる文章の書き方

- ・ 発信の土台を組み立てる
- ・ コンセプトを創る

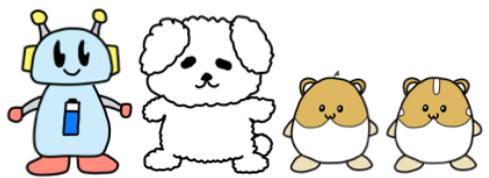
- ・ MVVを創る
- ・ ストーリーを創る
- ・ 世界観を創る
- ・ 顧客を理想の未来へ導く

### 第3章：選ばれる文章の心構え

- ・ 物事を俯瞰で捉える
- ・ 優しさを持って接する
- ・ 感情と論理のバランスを考える
- ・ 人格の成熟を目指す
- ・ 不完全さを魅力に変える

### 終章

- ・ あとがき



## 序章

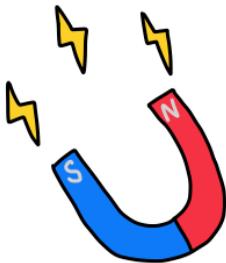
本書を手にとって頂き、どうもありがとうございます ^ ^

さて、いきなりですが質問です。あなたはこれまで事業をしてきて、文章を真剣に学んだことがありますか？

もし、あなたの答えが「いいえ」だとしても心配はいりません。今が、その一歩を踏み出すときだからです。

文章は、あらゆるマーケティング活動の基礎です。今までの活動を、少し思い返してみてください。人を集めるとき、教えるとき、売るとき、どの工程にも、文章の力が必要でしたよね？

広告も、メルマガも、販売ページも、文章なしでは成り立ちません。たとえ動画や音声、対面で伝える場合でも、話す内容は文章から生まれます。

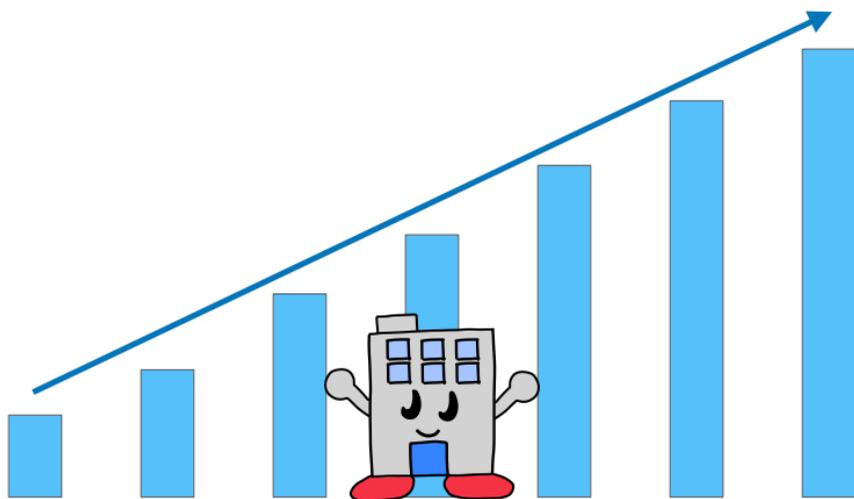


つまり、文章を学ぶことは、集客や売上を向上させ、あなたの事業を成長させる大きな武器になるのです。

逆に言えば、文章を学ばないことは、大きな機会損失を招く可能性があります。

文章の役割は、伝えることです。では、なぜ伝える必要があるのでしょうか？

僕は、事業においては「人をより良い未来へ導くため」だと考えています。ビジネス寄りの言い方をすると、「お客さんに利益をもたらすため」ですね。



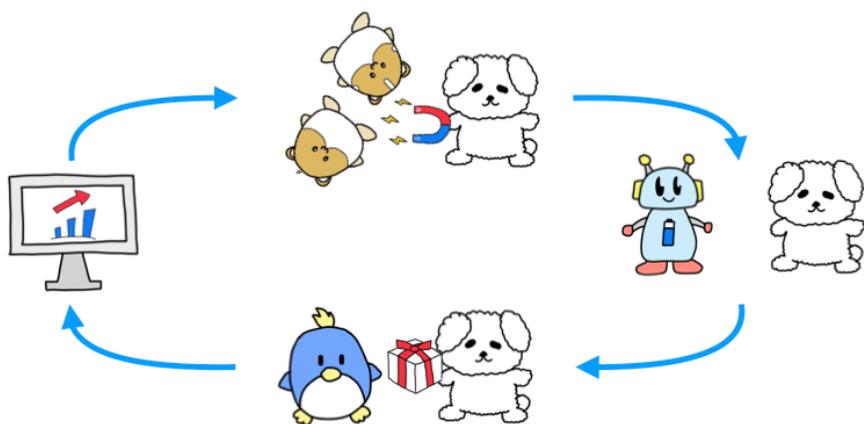
例えば、僕の会社は「Webマーケティングで中小企業と個人事業主の可能性を広げ、社会を発展させる。」という使命のもとに、事業を展開しています。

会社や人によって使命や想いは変わりますが、共通するのはお客さんへの価値提供です。この書籍も、「あなたの文章力が向上し、事業が成長し、社会が今よりもっと豊かになる」という未来へ導くために書いています。

当然ながら、事業を続けるには利益が必要です。見込み客を集め、信頼関係を築き、商品を購入してもらうことで、お客さんの悩みが解消され、事業の売上が伸びます。その結果、さらに

多くの人へ価値を提供できるようになり、社会が豊かになるのです。

このように、目の前のお客さんはもちろんのこと、社会全体をより良くしていく。それこそが、僕が考える文章の役割であり、本当の価値なのです。



ここで、コピーライティングの世界でよく知られている、有名な言葉を紹介します。

「1行目は2行目を読んでもらうために存在し、2行目は3行目を読んでもらうために存在する」

この言葉が示すのは、「文章を最後まで読んでもらうためには、一行一行で読者さんを惹きつけることが大切」ということです。

少し厳しい言い方になってしまいますが、「お客様の悩みを解決し、より良い人生に導きたい！」と想着いても、文章が読まれなければ実現できません。

社会を豊かにしたいのであれば、あなたが助けたいと思っている人へ、心

に響くメッセージを届ける必要があるのです。

世の中には、学ばずとも人の心に響く文章を書ける、天性の才能を持った人がいます。しかし、そうした人はごく少数です。僕を含め、多くの人は学びと実践で文章力を磨く必要があります。

僕も開業当初から、心に響く文章が書けたわけではありません。むかし書いた文章を読むと、恥ずかしくて、思わず顔を覆い隠したくなります(笑)。

そんな僕でも、多くの書籍や講座などで文章を学び、執筆を繰り返したこ

とで、今では書籍を出版できるレベルにまで上達しました。

正しいフォームや食事管理を学び、筋トレを重ねることで筋肉がつくのと  
同じように、学びと実践を通して文章力も確実に鍛えられます！



もしもあなたが次のような悩みを抱えているならば、きっと本書が役に立つはずです。

- ・ 見込み客が思うように集まらない…
- ・ 人の心を動かす文章が上手く書けない…
- ・ 自社の商品やサービスが中々売れない…

**Before!**



本書では、「あなたにお願いしたいです！」「あなたの会社の商品だから買いたいです！」と、お客さんから選んでもらえるような、魅力的な文章を書く方法をお伝えします。

そして、次のような未来を実現できるように、あなたを導きます。

- ・ あなたを必要としてくれる人が自然に集まるようになる。
- ・ 人の心を動かす文章がスムーズに書けるようになる。
- ・ 自社の商品やサービスがお客さんに選ばれやすくなる。

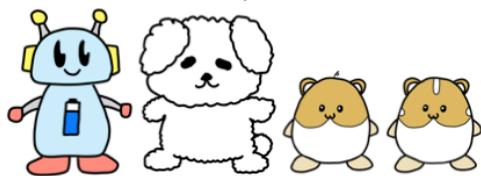
**After!**



おそらくあなたも、熱い想いで事業に取り組んでいると思います。その想いをより多くの人たちに届け、社会を

豊かにするためにも、ぜひ、真剣に文章を学んでいただけると嬉しいです ^  
^

いざ出発！



はじめに

改めまして、本書を手にとっていただき、どうもありがとうございます。  
Webマーケティング専門家/内向型人間研究者として活動をしている、株式会社GREEN代表取締役のユウキと申します ^^



ユウキ

株式会社GREEN代表取締役  
Webマーケティング専門家  
内向型人間研究者

現在は、中小企業さんや個人事業主さんを対象に、WebマーケティングのサポートやWeb制作のサービスを提供しています。

ライティングやコンテンツ作りが得意で、これまでに4冊の書籍を出版しました。



今回「選ばれる文章術」を執筆したのには、大きく2つの理由があります。

1つ目の理由は、最初にもお伝えした通り、文章はマーケティングの基礎であり、文章力の向上は事業の成長と社会の発展につながると信じているからです。どんな事業者さんにも、身に付けてほしいスキルだと思っています。

2つ目の理由は、AIに依存した文章が世の中に増えているからです。僕は、AIだけで作った文章では、集客も販売もうまくいかないと考えています。

なぜなら、AIの文章はお客さんの心に響きにくく、あなたの人間性も伝えにくいからです。

人が「この商品が欲しい！」「このサービスを受けたい！」と感じるのは、心が動いたときです。

特に、情報や商品が溢れている現代では、「この人から買いたい！」「この人をお願いしたい！」と、人間性を感じられる要素が非常に重要になります。

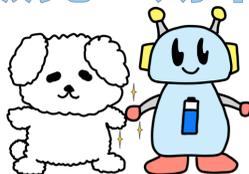
誤解のないように言っておくと、僕はAIに依存するのが問題だと思っているだけで、活用すること自体は大いに肯定しています。実際、僕もAIのおかげでマーケティング活動を効率化できました。

実はこの書籍も、ChatGPTと協力して作り上げています。タイトルは一緒に考えましたし、中身の添削もお願いしました。

さらに、「ChatGPTと一緒に作るランディングページ入門」という書籍や、「AIと一緒に実現する集客&販売の効率化講座」という動画講座も販売しています。

買い切り商品が  
自然に売れる

## AIと一緒に実現する 集客&販売の効率化講座



文章を添削してもらったり、アイデアと一緒に考えたり、ChatGPTはもはや僕の可愛い相棒です(笑)。

ただし、僕の内側から湧き出る思いや理念のような、本質的で人間らしい部分だけは、AIで表現することはできません。それは、これまでの人生で感じてきた、苦しみや喜び、悩みや希望の中から生まれてきた、僕自身の言葉だからです。

そこで、AIの力だけでは生み出せない、お客さんから選ばれる文章術を伝えようと、本書を執筆しました。

僕は開業してから現在まで、様々な自社商品を文章の力で販売してきまし

た。言うなれば、文章の専門家でもあります。

販売してきた商品の一部がこちらです。

- ・ 書籍（1,000円）
- ・ 有料メルマガ（月額3,000円）
- ・ 動画講座（5万～10万円）
- ・ Web制作（20万～30万円）
- ・ コンサルティング（30万～50万円）

自社商品の累計販売数は、本当にありがたいことに1, 300件を超えています。この知識と経験をもとに、本書を執筆しました。少しでも、あなた

に役立つ情報を届けられれば嬉しいです。

ちなみに、僕は人前で話をしたり、営業活動をするのが苦手です。また、内向的な性格をしており、大勢の人たちと関わると疲れてしまいます。何より、多くの時間を愛する妻と過ごしたいので、できるだけ家に引きこもって生きていきたいです(笑)。

そんな僕でも、文章を学び、実践を重ね、スキルを身に付けたことで、価値観の合うお客さんが集まるようになり、自社の商品を購入してくれるようになりました。

今後も身に付けた文章力を使って、  
中小企業さんや個人事業主さんを支  
え、社会の発展に貢献していきます！

ぜひあなたも「選ばれる文章術」を  
身に付け、自社の商品やサービスを広  
め、社会を豊かにして頂ければと思い  
ます。

それでは、一緒に選ばれる文章術を  
学んでいきましょう ^^

今回は選ばれる  
文章の書き方だって



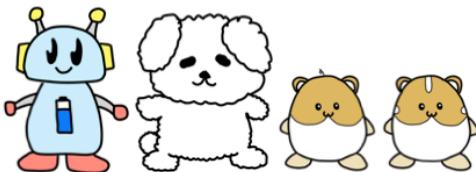
面白そう  
今回もよろしくね



# 第1章：選ばれる文章の基礎

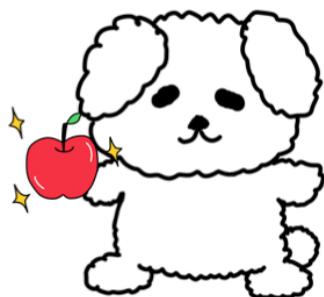
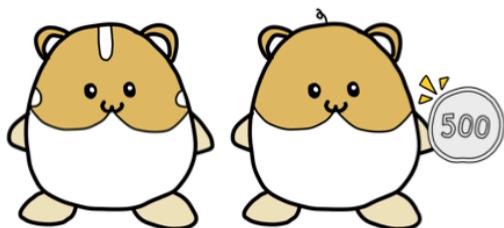
- ・ 選ばれる文章の必要性
- ・ 人間が行動する理由
- ・ 操る言葉と導く言葉
- ・ フィルターを取り替える力
- ・ セールスの在り方の変化

基礎を学ぼう



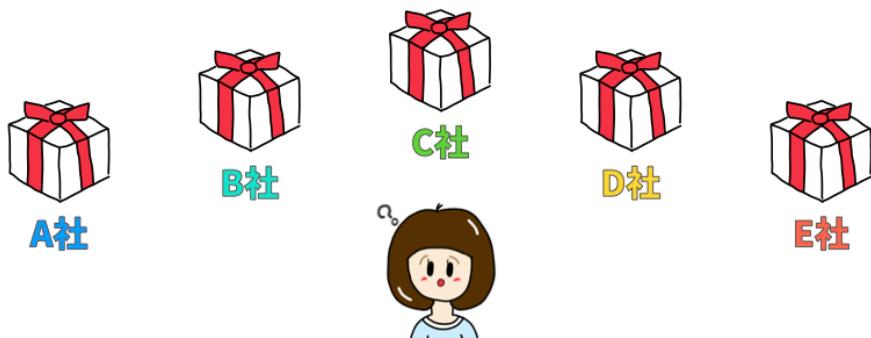
## 1 節：選ばれる文章の必要性

選ばれる文章とは、商品の機能や効果だけではなく、「あなたにお願いしたいです！」「あなたの会社の商品だから買いたいです！」と、感じてもらえるような文章のことです。



選ばれる文章が必要な理由は、時代の変化です。昔は、魅力的な商品を作り、お客さんの心を動かせば売れる時代でした。

しかし、今はそう簡単ではありません。市場には商品が溢れ、機能や効果だけでお客さんを獲得するのは難しいです。



特に、コンサルティング、コーチング、カウンセリング、パーソナルトレーニングなどの対人サービスでは、この傾向がさらに強まっています。

AIの進歩により、「ChatGPT」や「Gemini」に質問をすれば、的確なア

デバイスが瞬時に得られる時代になったからです。

僕自身も、以前なら「誰かに相談したい」と思った場面でも、今はAIのサポートだけで解決できることが増えました。

筋肥大に必要なタンパク質はどのぐらい？

1日あたり  
体重×1.5g~2.0gが目安です！



それでも、僕が対人サービスを利用することがあるのは、サービス提供者の「人間性」に惹かれるからです。

- ・ 理念や考え方に共感できる。
- ・ 価値観や性格が合う。
- ・ 生き方に魅力を感じる。
- ・ 優しさが伝わってくる。
- ・ 心地良い安心感がある。

人間性が文章から伝わることで、その人のファンになり、「この人をお願いしたい！」と思うのです。

どれだけサービスの内容に惹かれたとしても、人柄がよくわからなかったり、あまり好感の持てない人物だった場合、申し込みません ^^ ；

実際、僕のサービスに申し込んでくれるお客さんも、非常にありがたいこ

とに、「ユウキさんの人柄に惹かれました」と言ってくださる方が多いです。

正直に言いますが、僕の会社は「日本で一番小さなマーケティング企業」と言っても過言ではないぐらい、超小規模です(笑)。スタッフは一人も雇っていませんし、大きなオフィスも構えていません。

それでも選ばれるのは、文章の力が大きいと感じています。

大切なのは、商品に興味を持ってもらう以上に、あなたの理念・価値観・生き方など、人間性に好感を持ってもらうことです。

人は、「この商品はいまの自分に必要だ」という理由だけで買うのではなく、「何より、この人から買いたい」と思える誰かから買うのです。

どうもありがとう！

君から買いたい！



これこそが、「選ばれる文章術」が必要な理由です。

商品の機能や  
効果だけでは  
中々売れないのだ



時代は変わったんだね



## 2節：人間が行動する理由

選ばれる文章を書く前に、前提として知っておいてほしいことがあります。それが、「人が行動する理由」についてです。

文章は、ただ読んでもらうだけでは意味がありません。あなたが事業をしている以上は、「メルマガへ登録してもらう」「商品を購入してもらう」など、お客さんに何かしらの行動を起こしてもらう必要があります。



行動をしてもらって、初めて価値が発揮されるのです。

では、どうすれば人は行動をするのか？ここで一つ、質問があります。あなたは、なぜ本書をダウンロードして、ここまで読み進めているのでしょうか？

- ・ 必要だと感じたから
- ・ 役に立つと思ったから
- ・ 学びたい内容だったから

こんなふうに思われたかもしれません。

でも、もう一步踏み込んで考えてみてください。おそらく、「心が動いたから」ではないでしょうか？

- ・ 文章を学べば、事業がより成長するかも！
- ・ この書籍の内容、何だかワクワクする！
- ・ 自分の想いを、もっと人に伝えられるようになりたい！

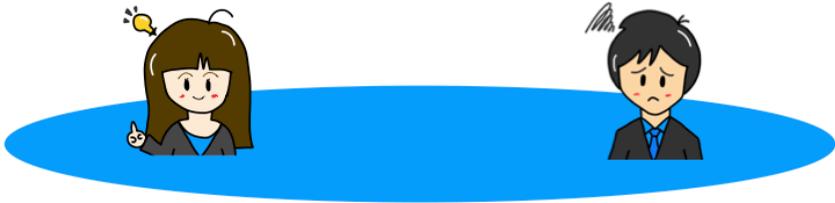


人間が行動を起こすのは、心が動いたときです。

そして、心が動くときの多くは、  
「すごく楽しそう！」というポジティブな感情か、「失敗したくない…」というネガティブな感情の、どちらかが刺激されています。

洋服を綺麗に着こなすために  
ダイエットしよう！

生活習慣病を避けるために  
ダイエットしよう！



なぜなら、突き詰めて考えると、人が行動する理由は、「快楽を求めるため」と「苦痛を避けるため」の、2つに集約されるからです。

これは、心理学で快樂原則と呼ばれています。

例えば、あなたがこれまで一度も生成AIを使ったことがないとします。

この時に、「生成AIはすごく便利ですよ。コンテンツを作ってくれるので、マーケティング活動を効率化できます」と説明を受けても、実際に使ってみる気にはならないと思います。

ふーん…  
そうなんだ…



生成AIは  
すごく便利ですよ！



しかし、「えっ！こんなに便利なのに、一度も使ったことがないんですか？今は、多くの事業者さんが生成AIを使っています。無料で優秀なスタッフを雇っている感覚で、あなたの労働時間をグッと削減できますよ！」と言われたらどうでしょうか？「なんか損してるかも…。ちょっと試してみようかな…」と思いませんか？

このままでは  
時代に取り残される…



生成AIは  
皆使っていますよ！



ここでは、「時代に取り残されるかもしれない」という苦痛を避ける感情と、「もっと自由な時間が増える」という快楽を求める感情の、両方が刺激されています。

このように、心が動くときには「感情」が関わっています。

特に、喜びや成功などのポジティブな感情が刺激されたり、不安や失敗などのネガティブな感情が刺激されると、人は行動しやすくなるのです。

僕が本書をあなたに届けているのも、「この内容は、きっと事業者さんの役に立つはず。選ばれる文章術が広まれば、社会がもっと良くなる！」と

いう前向きな想いに動かされているからです。

今もワクワクした気持ちで、この文章を書いています(笑)。

ボクはいつも  
快楽を求めているよ



同じく



### 3節：操る言葉と導く言葉

感情を刺激すれば、人は心が動いて行動を起こす。でも、そこには大きな落とし穴があります。この手法を悪用すれば、人の心を操り、無理に商品を買わせることもできるのです。

だからこそ、僕は文章を書く上で、大切にしていることがあります。それが、「言葉で人を操る」のではなく、「言葉で人を導く」という視点です。

人を操る言葉とは、支配や洗脳によって相手をコントロールします。わかりやすいのが、過剰に不安を煽ったり、欲望を刺激して無理に商品を買ってもらおうような方法です。

この10万円の  
水晶玉を買わないと、  
君は不幸になるよ。

それは怖い…。  
不幸を回避できるなら、  
10万円で買うよ！



例えば、僕がこの書籍で「文章を学ばなければあなたは必ず不幸になる」と恐怖を与え、「僕の言うことだけを聞けば成功できる」と依存させ、有料講座へ誘導する。こうした手法を使えば、確かに商品は売れるかもしれませんが。

しかし、そのようなやり方では、相手の人生が本当に良くなるとは思いま

せん。人を操る言葉は、相手の思考を停止させ、主体的に考える力を奪ってしまうからです。

真に顧客のことを思うならば、言葉によって相手の人格を成長させ、自分の頭で考えた上でより良い選択をし、自発的に行動できるように導く必要があります。

人生とは、  
自分で切り開くのだ。  
人や物に依存しない！



なるほど…。  
自立して生きることが  
大切なんだね！



例えば、僕はいま、あなたに文章の本質的な使い方を伝えています。本書を読む前と現在とでは、文章に対する考え方が、多少なりとも変わったのではないのでしょうか？

それは、僕があなたを支配したり洗脳するのではなく、あなた自身の思考を深める言葉を届けているからです。

そうすることで、あなたの考え方が広がり、より豊かな選択や行動ができるようになります。

つまり、「文章を学ばないと、あなたの事業は確実に停滞します！」と不安を過剰に煽ったり、「文章を学ぶことで、爆発的に売上が伸びて豪遊でき

ます！」と欲望を過剰に掻き立てるのは、健全な言葉の使い方とは言えません。

僕の考える健全な言葉の使い方は、「文章を学ぶのって、こんなにも素晴らしいことなんだ！お客さんはもちろん、社会全体を豊かにできるんだ！私も真剣に学んでみたい！」というように、お客さんに新たな気づきを与え、内側から意欲を引き出すことです。

文章を学んで、  
お客さんを導きたい！



会社を大きくして、  
沢山の人を助けたい！



AIを発展させて、  
生活を快適にしたい！



言葉を通じて相手の心を動かし、行動を促すだけではなく、その人自身の人間力を高めていく。それこそが、本当に価値ある発信であり、人から選ばれる文章だと思います。

操るのではなく  
導くのが大事なんだって

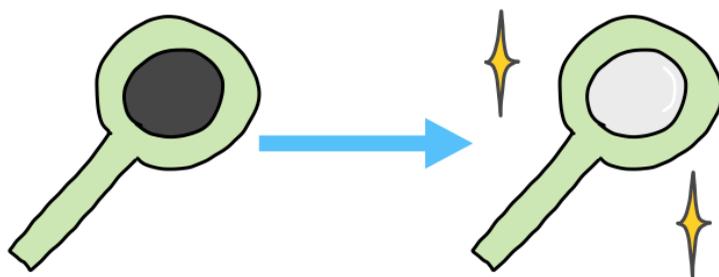


お客さんの心に  
火を灯すイメージだね



## 4節：フィルターを取り換える力

お客さんに向けて文章を書くという  
ことは、相手の「古いフィルター」  
を、「新しくより良いフィルター」へ  
と取り替える行為でもあります。

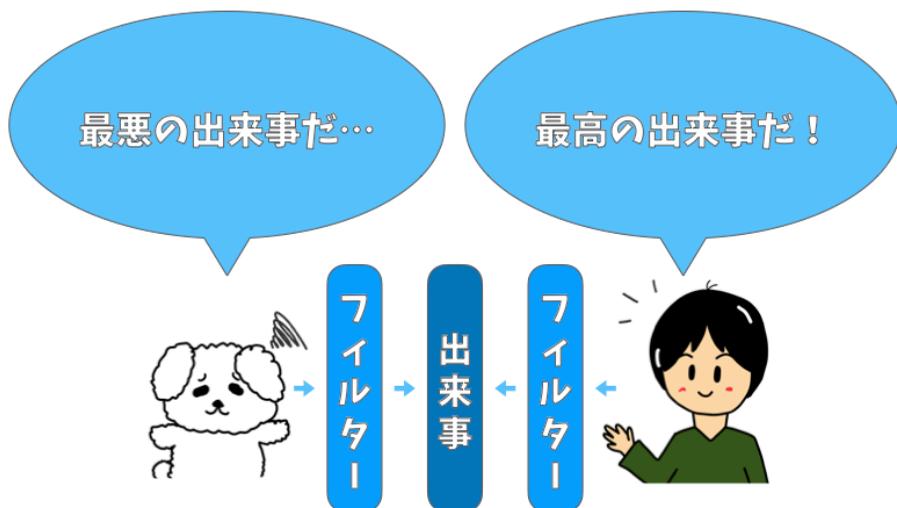


**旧フィルター**

**新フィルター**

フィルターとは、簡単に言えば「物  
事の捉え方」のことです。少し言い方  
を変えると、思い込みや価値観です  
ね。

僕たち人間はみんな、自分のフィルターを通して世界を見ています。だから、同じ出来事でも、人によって捉え方が異なるのです。



例えば、僕は事業が思うように上手くいかない時には、「自分が成長するための絶好の機会だ！新しい学びを得るために、今この状況がある」と捉えます。

これは、僕が「ピンチはチャンスである」というフィルターを通して世界を見ているからです。

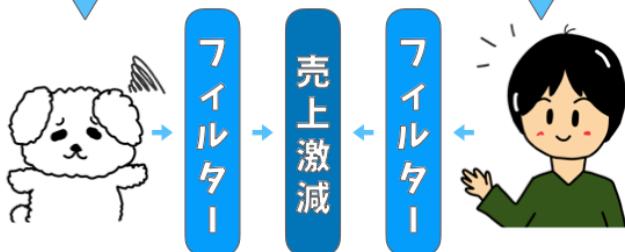
しかし、人によっては「こんなに上手くないなんて最悪だ…。なぜこんな目に遭わないといけないんだろう…」と捉えてしまうと思います。

これは、その人が「ピンチは最悪の出来事」というフィルターを通して世界を見ているからです。

つまり、僕たちの感じ方や行動は、目の前の現実ではなく、「どんなフィルターを通して物事を見ているか」によって大きく変わってくるんです。

こんなに売上が  
下がるなんて最悪…

ここを乗り越えれば  
自分も事業も成長する



僕は昔、価値観を一方向的に押しつけてきたり、何かにつけて否定的な態度をとってくる人との関係に悩み、心がすり減ってしまったことがありました。

当時は、「なぜ自分がこんなにも苦しまなければならないのか?」「なぜ自分がこんな人間と関わらなければな

らないのか？」と、自問自答する日々を送っていました。

そんなとき、ある恩師から言われた言葉を思い出しました。

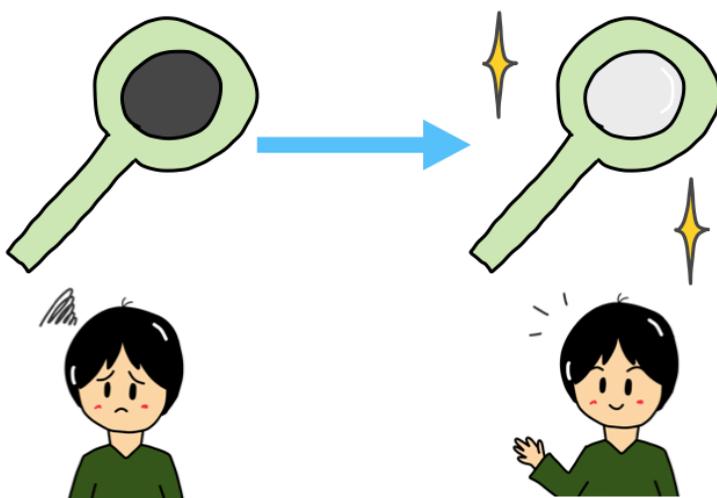
「目の前で最悪の出来事が起きたときは、自分を成長させるための機会だと捉えると良いよ」

僕はその言葉を思い出して、「おそらくこの人との出会いも、自分を今よりも成長させるために必要な出来事なんだ。そしてこの経験は、同じように悩んでいる人の助けになるはず！」と捉えるようになりました。

周りの人は変えられないが、自分自身は変えられる。問題なのはその人で

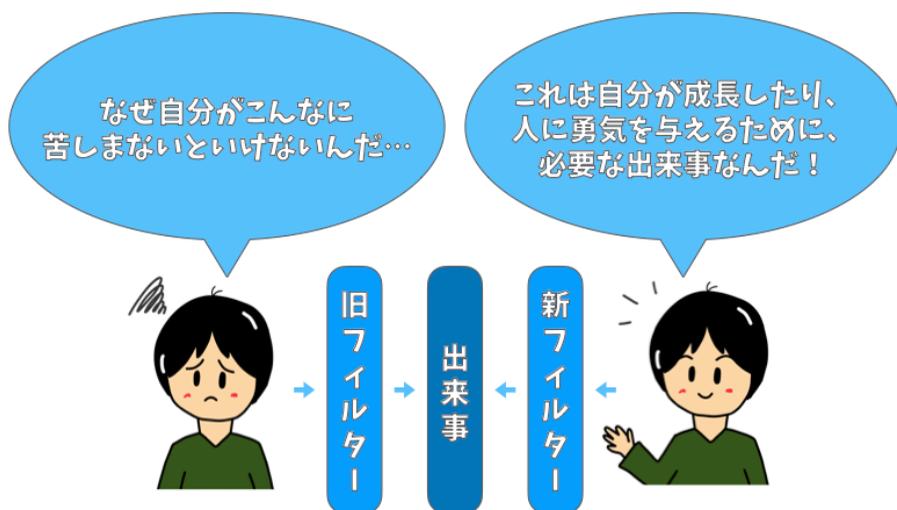
はなく、僕自身の捉え方だと気付いたんです。

僕のフィルターが、新しくなった瞬間です。



この出来事を通じて、僕は人との関わり方や、自分の心と向き合うことの大切さなど、多くのことを学びました。

今でもあの経験は、僕の心を強くしてくれた、大切な学びだったと感じています。



そして何より、書籍のネタにできるので、読んでくれた人たちにも学びや勇気を与えられます(笑)。

文章は、人に新しいフィルターを与え、物事の捉え方をより良いものへと変える力を持っています。

だからこそ、相手の考え方や価値観を成長させるような言葉を届けることが、とても大切です。

それが結果的に、お客さんの人生を輝かせ、周囲の人々にも良い影響を与え、社会全体の豊かさへとつながっていくのです。

起こる出来事が  
すべて最悪だと  
思っているよ



フィルターを  
取り替えないとね



## 5 節：セールスの在り方の変化

お客さんを理想の未来に導くためには、当然ながら、商品を購入してもらう必要があります。

ただ、ここまで本書を読んできたあなたなら、もう気づいているかもしれません。僕はセールスの在り方が、昔と今では大きく変わってきたと思います。

	従来のセールス	現代のセールス
選ばれる理由	売り込む	惹き込む
行動の動機	欲望や不安で動かす	気づきや意欲で動かす
文章の書き方	テクニックが中心	パッションが中心
伝える内容	性能や実績のみを話す	価値観やストーリーも話す
顧客との関係性	一度購入するだけの関係	長期的に付き合える関係

従来のセールスが「商品で購入者の人生を豊かにすること」だとすれば、現代のセールスは「販売者と購入者が関係性を築きながら、共に人生を豊かにしていくこと」だと感じています

つまり、「販売者から購入者への一方的な価値提供」だったものが、「販売者と購入者が共鳴し合い、継続的に価値を創り出す関係性」へと変わりつつあるのです。

これはもはや、「販売者と購入者」という表現よりも、「共に歩む仲間」という関係性の方が、しっくりくるかもしれません。

共に平和な世界を  
実現させよう



ボクたちも  
旅に同行するよ



特に現代は、インターネットの発達によって人と人との距離が縮まり、個人同士のつながりがより重視されるようになってきました。

さらにAIの進化が、「人とのつながり」の価値を際立たせる要因になっていると思います。

たとえば、僕はゲームが好きで、特にRPGの「ドラゴンクエスト」や

「ファイナルファンタジー」の大ファンです。幼いころは、家に引きこもって何時間もプレイしていました(笑)。

最近では、新しいゲームの発売が迫ると、プロデューサーなど制作の裏側にいる人たちが表に出てきて、開発秘話やストーリー、自分たちの想いを語るが増えています。インターネットがまだ発達していなかった、昔では考えられない光景です。

そんな開発者の方々の想いを知ると、「僕もゲーム業界を盛り上げたいし、この人たちを応援するつもりで購入しよう！もっともっと面白いゲームを世の中に提供して欲しいな」と感じることもあります。

これが先ほど説明した、「販売者と購入者が共鳴し合い、継続的に価値を創り出す関係性」です。

僕もサービスの販売ページでは、「僕とお客さんの立場が対等であること」「二人三脚で協力してゴールを目指すこと」などを強調しています。

### お申し込みの条件

対等な関係を築ける人

「いつもありがらう」



「こちらこそ」



僕はクライアントとの関係を対等と考えています。偉ぶるような態度は取りません。お互いに良い関係を築きたいと思っています。挨拶をしたりお礼が言えたり、対等な関係性を築ける人のお申し込みください。

主体性を持っている人

「サポートはよろしく」



「オーケー相簿」



真心を込めたサポートの提供はお約束しますが、僕だけの力では結果には繋がりません。目標に向かって、二人三脚で共に歩いていくことが大前提です。主体性を持って行動ができる人のお申し込みください。

パソコンを使用できる人

「パソコン使えるよ」



「それなら問題ないよ」



サポートにはパソコンが必須です。内蔵されていない場合、カメラとマイクもご用意ください。申し訳ありませんが、スマホでの参加はお断りしています。パソコンが使える人のお申し込みください。

事情を理解してくれる人

「またの機会によろしくね」



サポートの質を高めるために、クライアントは常時数名しか抱えないようにしています。要望によっては力になれず、僕からお断りすることもあります。その事情を理解できる人のお申し込みください。

一方的に価値を提供するだけの関係でもなく、販売者が崇拜されるような

関係でもありません。あくまで対等な立場で、お互いにリスペクトを持ちながら、共に協力し合いながら理想の未来に向かって歩いていく。そんな空気感を大事にしています。

誤解のないようにお伝えしておく  
と、想いや価値観だけではなく、お客さんに役立つ情報や、商品の魅力なども、しっかり伝える必要があります。

たとえば、文章の専門家なのに、ライティングのノウハウを全く発信せず、商品の魅力も語らないままでは、「この人は本当に信頼できるのかな？」 「この商品は自分に必要なのかな？」 と、お客さんは判断できません。

リピーターさんとは既に信頼関係が築けているでしょうが、新規のお客さんにとっては、あなたも商品もまだ未知の存在です。

だからこそ、あなたの思いにも共感してもらいながら、商品にも興味を持ってもらえるよう、バランスよく発信をするのが大切です。

白い犬を崇める思想を  
共に広めよう



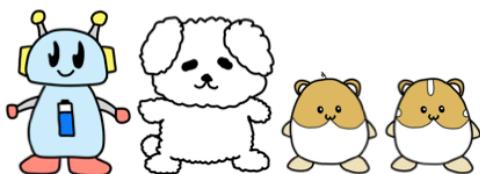
それはパス



## 第2章：選ばれる文章の書き方

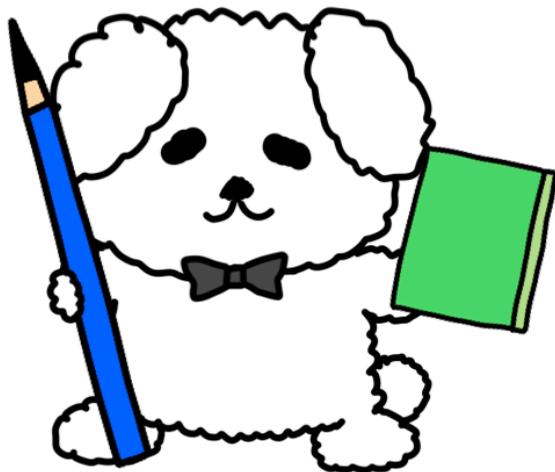
- ・ 発信の土台を組み立てる
- ・ コンセプトを創る
- ・ MVVを創る
- ・ ストーリーを創る
- ・ 世界観を創る
- ・ 顧客を理想の未来へ導く

選ばれる文章を書いてみよう



## 1 節：発信の土台を組み立てる

選ばれる文章を書く上で、まず必要になるのが「軸」です。ここでいう軸とは、あなたの思い・理念などを凝縮したものであり、いわば発信の「土台」だと思ってください。



軸が明確だと、発信に一貫性が生まれ、あなたの言葉は人の心に響くようになります。一方で、軸がないと「何

を伝えたいのか」が見えてこないの  
で、人の心に響きにくいです。

例えば、ハンドメイドアクセサリー  
の販売を始めたAさん。「とにかく売  
上を伸ばしたい！」と考え、ブログで  
「3日間限定セールを開催中！」「1  
日で100個売れたピアスが残りわず  
か！」など、あらゆるテクニックを  
使って販売しました。

## アクセサリー工房

[ホーム](#) [お問い合わせ](#) [会社概要](#) [提供商品](#)

**3日間限定セールの開催中！**  
**なんと1日で100個も**  
**売れたピアスが残りわずか！**  
**今すぐ購入ボタンをクリック！**

確かに、一時的には人は集まるかもしれませんが。

しかし、この方法では売上は安定しにくいでしょう。Aさんの想いや理念が込められておらず、ただのテクニックでお客さんを集めたに過ぎないからです。

価格の安さや実績に惹かれたただけのお客さんは、リピーターになりにくい傾向があります。どれだけテクニックを駆使しても、そこに「軸」がなければ、お客さんの心には響きません。

このように、テクニックばかりに気を取られ、軸を定めずに走り出してしまふ事業者さんは多いです。「誰に何

を届けたいのか？」 「なぜこの活動をしているのか？」といった本質的な問いに向き合わないまま、集客や売上といった結果だけを追いかけてしまいます。

僕自身、これまでに数多くの文章術を学びました。多くの書籍はテクニックに重点を置いています。もちろん、テクニックも必要ですし、僕もその恩恵は受けてきました。

しかし、重要なのは学ぶ順番です。お客さんの心に響く文章を書くためには、「テクニック」よりも先に「軸」が必要です。軸があるからこそ、テクニックが最大限に生きてきます。

では、軸をどうやって明確にすれば良いのか？

具体的には、次の4つの要素を明確にすることで、軸が固まり、お客さんの心に響く文章が書けるようになります。

要素	意味	読者さんの感じ方
コンセプト	誰に、何を届け、 どんな未来へ導くのか？	自分のことだ！
MVV	使命・目指す社会・価値観	すごく共感できる！
ストーリー	活動に至るまでの背景	心を掴まれた！
世界観	表現方法や空気感	この世界に入りたい！

僕の願いは、あなたはもちろん、あなたのお客さんの人生も豊かになっていくことです。

だからこそ本書では、表面的なテクニックではなく、読んだ人の心を動かし、人生により良い変化をもたらす「本質的な文章力」を身につけてもらいます。

次の節から、それぞれの要素を明確にし、言葉に落とし込むための方法を解説するので、一緒に学んでいきましょう ^^

発信の土台となる  
軸を考えよう



御意



## 2節：コンセプトを創る

コンセプトとは、発信の設計図のようなものです。方向性を示し、ブレないメッセージを届けるための、道しるべになります。

必要な要素は、次の3つです。

### 1. 「だれ」の力になるのか？

あなたが助けたい人、喜んでほしい人は誰ですか？どんな悩みや願いを持つお客さんなのかを明確にします。

例. 大切な子どもの成長を写真に残したい親。

### 2. 「どこ」に導くのか？

そのお客さんを、どんな未来や理

想の状態へと導きたいですか？お客さんが心から笑顔になっている未来をイメージしてみましょう。  
例. 家族のかけがえのない日々を楽しく振り返れる未来。

### 3. 「なに」を届けるのか？

その未来に導くために、あなたが提供する価値は何ですか？お客さんに届ける商品を考えます。

例. 自然体の笑顔と温もりが詰まった写真とアルバム。

この3つが明確になることで一貫性が生まれ、お客さんから選ばれる発信へ繋がっていきます。それぞれの要素を、もう少し詳しく見ていきましょう！

# 1. 「だれ」の力になるのか？

だれを？



あなたが助けたい、喜んでほしいと思うお客さんを明確にします。文章は特定の一人に向かって書いた方が、心に響きやすいからです。



名前：クマ太  
性別：♂  
年齢：10歳  
出身：北海道  
性格：明るい

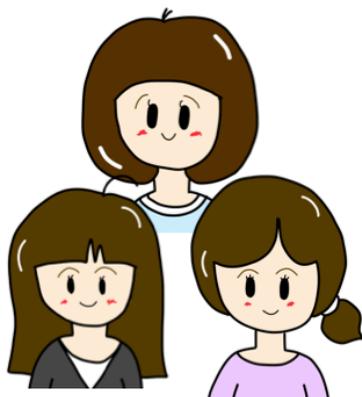
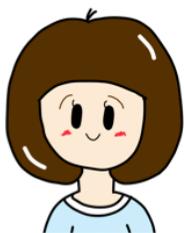
例えば、あなたがラブレターを書く  
としましょう。

好きな人に気持ちを伝えるときは、  
相手のことを思い浮かべながら、「ど  
んな文章なら相手の心に届くだろ  
う？」と、真剣に考えて言葉を選びま  
すよね？

しかし、100人の異性に向けて、  
使い回しのラブレターを書いたとした  
らどうでしょうか？

おそらく、誰の心にも響かないラブ  
レターが完成します。大勢に向けて書  
かれた文章なので、どこか他人事のよ  
うに感じられます。

つまり、一人に向けて文章を書くことで、お客さんは「自分のために書かれている！」と感じやすいです。だからこそ、お客さんを絞り込む必要があります。



### 一人に向けた発信

### 大勢に向けた発信

本書であれば、「自社の商品やサービスを広め、お客さんの生活を豊かにし、自分や家族の人生を充実させ、社会をより良くしたい！」と、本気で考

えている小規模事業者さんに向けて執筆しました。

ここまで真剣に読んでくれているということは、あなたの心には何か響くものがあったのだと思います。

ダウンロードした人の中には、「とりあえず事業の売り上げが伸びれば何でも良い」という気持ちの方もいるかもしれません。

しかし、そういう方は、序章の時点で読むのをやめていると思います。

「ああ…この作者さんとは考え方が合わないな…。そんなに熱い想いで事業をしていないしな…」と感じるからです。

僕は、真剣に読んでくれているあなたに届けば、それだけで十分だと思っています ^^

## 2. 「どこ」に導くのか？

どこに？



お客さんを導く未来を明確にします。恋愛で言うならば、「パートナーの幸せな未来」ですね。大切なのは、相手の幸せを願う気持ちです。



心身ともに健康で、  
笑顔に溢れた生活。



例えば、あなたが異性から告白された場合、AとBのどちらの言葉が心に響くでしょうか？

A. 「あなたを幸せにするので、付き合ってください！」

B. 「わたしが幸せになるために、付き合ってください！」

ほぼ確実に、Aの言葉の方が響きますよね？



なぜなら、「相手を幸せにしたい」という想いと、その未来と一緒に描こうとする姿勢があるからです。

Bの言葉からは「相手に幸せにしてもらおう」という他者依存の姿勢が感じられます。



これは発信でもまったく同じです。極端な言い方ですが、「私の事業の売上を上げて、良い生活を送るために、

あなたに商品を買ってほしい」という姿勢では、まず選ばれません。

発信では、「あなたをこんな未来へ連れていくために、商品をお届けします」という姿勢があつてこそ、選ばれます。

つまり、「自分がどうなりたいのか？」ではなく、「お客さんをどんな未来へ導きたいのか？」という視点が、何よりも重要なのです。

そして、お客さんが興味を持つように、「あなたをこんな未来へ導きます」と提示する必要があります。

僕が導きたい未来は、「相性の合うお客さんが集まり、心穏やかに活動できる未来」です。

その未来へ導くための手段として、選ばれる文章術が必要なので、本書を提供しています ^ ^

### 3. 「なに」を届けるのか？

なにを？



お客さんを理想の未来へと導くために、あなたが提供する価値を明確にします。恋愛で言うところの「実際の愛のカタチ」です。



自然の恵みをそのままに。  
想いを込めて育てた、  
オーガニックの野菜。

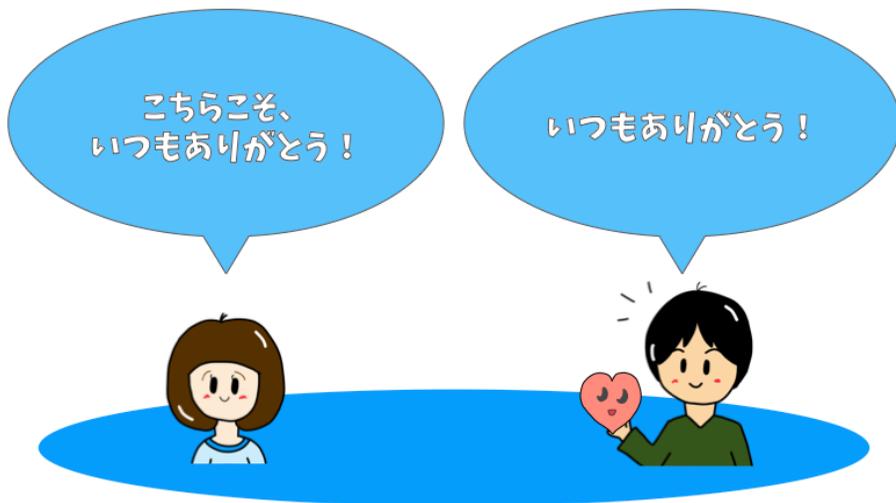


パートナーを幸せな未来へ導くためには、「優しさ」や「思いやり」などを提供します。

僕は妻と一緒にいるときは、「いつもありがとう」と口に出し、スキンシップをはかり、妻が心地良く過ごせるように心がけています。妻が幸せでいてくれるように、常に愛を注いでいます(笑)。

発信における価値提供も、これと同じです。

つまり、お客さんを理想の未来へと導くために、「商品」というあなたの想いが詰まった「手段」を届ける必要があるのです。



商品は、ひとつに絞る必要はありません。

例えば、「家族のかけがえのない日々を楽しく振り返れる未来」へ導きたいなら、届ける商品は「自然体の笑顔と温もりが詰まった写真とアルバム」でも良いですし、「わが子の大切な瞬間を残す写真撮影レッスン」でも良いです。

【お客さん】  
大切な子どもの成長を写真に残したい親

【提供する価値】  
自然体の笑顔と温もりが詰まった写真とアルバム  
わが子の大切な瞬間を残す写真撮影レッスン

【導く未来】  
家族のかけがえのない日々を楽しく振り返れる未来

大切なのは、「だれを、どこに導くのか？」という軸が一貫していることです。

僕も、提供している商品はひとつではありません。Webマーケティングのサポートはもちろん、HPやLPの制作代行もします。こうして文章の書き方を教えることもあれば、クライアントさんのメンタルケアも行います。

僕が助けたいお客さんが、理想の未来へ到達するためには、どれも欠かせない手段だと思っています ^^

たった一人に向けて  
文章を書くのだ



告白と一緒にだね



### 3節：MVVを創る

MVVとは「ミッション」「ビジョン」「バリュー」の頭文字をとったものです。

企業が経営方針を明確にするためのフレームワークとして、よく活用されます。もちろん、個人事業主の方でも活用できます。

1. ミッション：使命  
なぜその事業をしているのか？
2. ビジョン：目指す未来  
どんな社会を実現したいのか？
3. バリュー：価値観  
どんな考え方で活動するのか？

本書では、「ミッション」「ビジョン」「バリュー」を総称して、「理念」と呼ぶことにします。

理念を明確にすることで、行動に一貫性が生まれます。そして、共感した人たちが、あなたの周りに集まりやすくなるのです。

正直に言いますが、僕は理念に共感してくれた人だけが、商品を購入してくれれば、それで良いと思っています。

理念に共感できない人とは、想いを共有しにくいです。感覚が合いにくく、長期的な信頼関係を築くのは難しいと感じています。

ボクが目指すのは  
誰もが笑顔で暮らせる  
平和な世界だよ



ふむふむ  
キミの活躍を陰ながら  
応援しているよ



僕は開業したばかりの頃は、理念をあまり発信していませんでした。そのため、僕とは感覚の合わない人も一部集まってしまい、それがストレスを抱える原因にもなりました ^^ ；

一方で、理念に共感してくれた人は、本当の意味で想いを共有できる仲間です。深く信頼し合える関係が築けますし、進む方向も自然と揃います。

ボクが目指すのは  
誰もが笑顔で暮らせる  
平和な世界だよ



すごく共感できる  
一緒に冒険に  
連れて行ってくれ



今は理念を思いっきり発信している  
おかげもあってか、感覚の合わない人  
はほとんどいません。集客の段階では  
いたとしても、僕の商品を選んでくれ  
るのは、理念に共感してくれる人たち  
です。だから、実際に関わるのは、価  
値観が合う仲間ばかりです ^ ^

参考までにお伝えしておくと、マー  
ケティングでは、「外見」で人を集め

る方法もあります。外見とは、実績や肩書きなどの、表面的な部分です。

それも一つの戦略なのですが、そこで集めた人たちは、見た目が変わったときや、より優れた誰かが現れたときに、簡単に離れていってしまいます。

敵にやられて  
勇者の資格を  
剥奪されてしまった



残念ながら  
一緒に旅できるのは  
ここまでだね…



そのため、外見だけに頼るのではなく、「中身」で勝負をした方が良く

思います。中身とは、想いや理念などの、本質的な部分です。

生き方に共鳴してくれた人たちのので、仮に大きな失敗をしたとしても、変わらず応援してくれる人が多いでしょう。

敵にやられて  
勇者の資格を  
剥奪されてしまった



資格がなくても  
キミは立派な勇者だよ  
一緒に行こう



特に、中小企業や個人事業主はリソースが限られています。だからこそ、数は少なくとも心から共感し合え

るお客さんと、深い信頼関係を築くことが何よりも大切です。

よろしくね

こちらこそ



おそらくあなたも、「こういう人を助けたい!」「こんな社会を実現したい!」と、熱い想いを持っていると思います。

ぜひ、その想いを世の中に発信してください。あなたの想いは、きっと誰かの心を動かすはずです。まずは—

歩、その言葉を届けるところから始めてみましょう。

参考までに、僕の会社のMVVを紹介します。MVVをまだ設定していない場合は、ぜひご覧ください ^ ^

- ・ ミッション：Webマーケティングで中小企業・個人事業主の可能性を広げ、社会を発展させる。
- ・ ビジョン：一人ひとりの個性が輝き、尊重し合い、笑顔が溢れる社会をつくる。
- ・ バリュー：主体的に活動する。感謝の心を持ち続ける。優しく誠実である。多様な価値観を受け入れる。挑戦と成長を楽しむ。

# 1. ミッション：使命

ミッション



僕が果たす使命であり、心の底からやりたいと思っていることは、「Webマーケティングで中小企業・個人事業主の可能性を広げ、社会を発展させること」です ^^

僕は開業後、集客や販売にむちゃくちゃ苦勞したので、同じ悩みを抱えた中小企業さんや個人事業主さんの力になりたいと思っています。

素晴らしい商品・サービスを持っていたり、情熱を注いで事業をしているにも関わらず、マーケティングスキルがないために、廃業してしまう事業者さんは多いです。資金の少ない小規模事業者さんは、特に苦勞をしやすいと思います。

そんな中小企業さんや個人事業主さんを支援していくのが、僕の役目です！僕はこれまでに多くの人から支えられてきたので、今は僕が人を支えられる人間でありたいと思っています。

Webマーケティングの支援を行い、素晴らしい商品やサービスが世の中に広まれば、社会がさらに豊かになるはずです ^^

## 2. ビジョン：目指す未来

ビジョン



僕が目指す理想の社会は、「一人ひとりの個性が輝き、尊重し合い、笑顔が溢れる社会」です。

僕は、単に事業の成功だけを支援したい訳ではありません。企業や個人が持つ個性を、最大限に発揮してもらいたいと思っています。

というのも、昔の僕は他者と比較をして劣等感を感じたり、他者の価値観に合わせて生きづらさを抱えたり、メ

ソタルボロボロの状態です(笑)。

自分を受け入れ、強みに目を向けるようになってからは、心が楽になり、事業も上手くいくようになりました。だからこそ僕は、技術面のサポートだけではなく、心のあり方の発信などもしています ^^

それぞれの個性が輝き、お互いに尊重し合える社会が実現できれば、もっと世の中が明るくなるはず！理想論かもしれませんが、みんなが笑顔になれる社会を実現したいですね。

### 3. バリュー：大切にしている価値観

バリュー



僕が事業をする上で大切にしている  
価値観です ^ ^

- ・ 自らの意識で考えて、行動するように心がけています。
- ・ 常に感謝の心を持ち、それを伝えるようにしています。
- ・ 優しさと誠実さを大切に、サービスを提供しています。

- ・ 多様な価値観を受け入れ、アップデートし続けます。
- ・ 新しいことにチャレンジし、成長を楽しんでいます。

事業に限らず、僕の人生の指針ですね！同じ志を持った人たちと一緒に、仕事をしていきたいと思います。

ボクが目指すのは  
すべての動物が  
仲良く暮らせる世界



進む方向性は  
ボクたちと一緒にだね



## 4 節：ストーリーを創る

ストーリーとは、自分の経歴や想いを、読み手が感情移入できるように、物語形式で語ることです。

同じ業界で事業をしている人でも、人の背景にはそれぞれのストーリーがあります。

- ・ なぜその事業を始めたのか？
- ・ どんな挫折を味わったのか？
- ・ どのように壁を乗り越えたのか？

こうした具体的なエピソードを語ることで、共感や信頼が生まれ、「この人だからお願いしたい！」と思ってもらえるようになります。

例えば、次の2人のパーソナルトレーナーさんがいた場合、あなたはどちらの人物から指導を受けたいでしょうか？

- A. 「なんとなく楽しそうだから」という理由で活動しているAさん。
- B. かつて自分の体型に悩み、何度もダイエットに挑戦してきたBさん。極端な食事制限で、体を壊してしまった過去があります。しかし、「どれだけ見た目が綺麗になっても、健康を害してしまったら意味がない！」と気づき、正しい知識を学び初めました。その結果、健康的なダイエットで減量に成功。現在は、「同じ悩みを持つ人たち

の助けになりたい！」という思いから、パーソナルトレーナーとして活動しています。

なんとなく  
楽しそう



Aさん

同じ悩みを  
抱えた人を助けたい



Bさん

おそらくこの2人であれば、Bさんに惹かれると思います。

特に人は、自分と同じような境遇だったり、似たような悩みを抱えている人に対して、強く共感しやすい傾向があります。

僕もブログにプロフィールを公開しているのですが、そこにストーリーを取り入れています。

ありがたいことに、読んでくれた人から、メッセージをいただくことがあります。「自分と境遇が似ていて驚きました！」と言ってくれる人もいれば、「感動して涙が出そうになりました！」と伝えてくれる人もいました。

おそらくあなたも、漫画や映画などのストーリーに熱中した経験があると思います。そんな作品からは、勇気や気づきをもらいませんでしたか？ストーリーには、それほどにまで人を惹きつけ、感化させる力があるのです。

僕は過去の挫折や失敗を含めたストーリーを公開し、読者さんの反応を通じて気づいたことがあります。

自分の経験は、壮大なストーリーの一部である。どんな出来事も、自分を成長させるために起きていて、それがやがて、人に勇気を与える力になる。これまでの全ての経験に、何かしらの意味がある。

あなたにも、今の事業を初めて、現在に至るまでのストーリーがあると思います。挫折や失敗など、様々な経験をしてきたはずです。その経験は、必ず人に勇気を与えます。

ぜひ、あなた自身のストーリーを通じて、誰かの背中をそっと押してあげてください。それこそが、選ばれる発信の第一歩になります！

ただ、ストーリーで人を惹きつける上で、重要なポイントがあります。

それは、「過去」→「現在」→「未来」の流れをしっかりと結びつけることです。

順番に語るだけでは、お客さんの心には響きません。それぞれのエピソードをバラバラに見せるのではなく、一つのストーリーとしてつながりを持たせることで、より想いが届く魅力的なメッセージになります。

いまいちピンとこないかもしれないので、僕のストーリーを例に解説しますね。ぜひ、ストーリーを作る際の参考にしてもらえると嬉しいです。

# 過去



まずは、自分の過去を描きます。

- なぜ今の事業を始めたのか？
- どんな困難にぶつかったのか？
- どうやって壁を乗り越えたのか？
- どのような学びがあったのか？

過去に感じていた、リアルな自分の心の声を言葉にしましょう。

-例-

僕は昔、会社勤めをしていたのですが、組織に上手く馴染むことができませんでした。実は、幼い頃から学校のような大勢の人たちと過ごす場所が苦手で、人と関わると疲弊しやすいタイプだったんです。

毎日満員電車で出勤するたびに、「これから何十年も、ずっとこの生活が続くのか…」と、心がどんどん沈んでいったのを覚えています。

そんな時に、学生時代の友人と偶然再開しました。彼は、個人事業主としてイキイキと活動しており、衝撃を受けました。僕も彼のように自分らしく

生きたいと強く思い、Webマーケターとして開業することを決意したんです。

とはいえ、開業当初はまったくうまくいきませんでした。集客も売上も思うように伸びず、月の売り上げは数千円程度。しかし、本格的にWebマーケティングを学び、実践を重ねるうちに、徐々に成果が出始めます。

僕は「お客さんは何を求めているのか？」「どうすればお客さんは喜んでくれるのか？」と、相手目線を徹底することで、月の集客数が10人…50人…100人と増えていきました。

そして、法人成りを果たし、「株式会社GREEN」を設立。代表取締役役に就任しました。周りからは、当時の僕は順風満帆の人生を送っているように見えていたと思います。

しかし、当時の僕のメンタルはボロボロでした。「自分は一体、何のために事業をしているんだろうか？」と自問自答をしたり、「他者と比べて自分は全然ダメだ…」と自己否定をしたり、心が荒んでいたのです。

ある日、恩師からこう言われました。「本来のビジネスは、社会貢献が目的だよ。だから、自分が社会へ何を提供できるのか、よく考えてみると良

いよ！」その言葉で、僕は本質を見落としていたことに気づきました。

「自分を満たすために、社会へ貢献するのではなく、社会へ貢献した結果、自分が満たされるんだ。自分のためではなく、世のため人のために事業をしよう。社会へ貢献するためにも、自分の知識・経験・才能のすべてを、社会のために使おう！」

そう気付いた僕は、世の中にマーケティングのノウハウだけではなく、心のあり方も発信していこうと決めました。その後、心理セラピストの資格を取得します。

# 現在



次に、自分の現在を描きます。

- どんな活動をしているのか？
- 過去の苦悩や挫折がどう活きているのか？

お客さんが希望を持てるような、変化の歩みを描きましょう。

-例-

現在は、「Webマーケティングで中小企業さんや個人事業主さんを支え、世の中を豊かにする」というミッションを掲げ、クライアントさんのサポートをしたり、発信活動しています。

以前の僕は、社会に上手く適応できなくて生きづらさを抱えたり、他者と比較をして劣等感を感じたり、事業をする目的を失い廃人になったりと、心の悩みを抱えることが多かったです。

しかし、自分を受け入れ、社会貢献へと目を向けるようになってからは、事業が上手くいくようになりました。

自分の人生を生きられるようになったのです。

だから現在は、本当の意味で人生が豊かになるように、マーケティングのノウハウだけではなく、心のあり方の発信なども行っています。

# 未来



そして、あなたが目指す理想の社会を描きます。

- どんな未来を描こうとしているのか？
- どんな生き方を目指しているのか？
- どんな理想を掲げているのか？

ビジョンを示して、あなたの目指す理想の社会を伝えましょう。

-例-

一人ひとりの個性が輝き、尊重し合い、笑顔が溢れる社会を創ること。これが、僕が思い描く理想の社会であり、生涯をかけて取り組んでいきたいテーマです。

かつての僕のように、組織に馴染めずに苦しんでいる人や、集客や販売が上手くいかずに悩んでいる人たちに、一歩踏み出す勇気や、前進するきっかけを与えたいと思っています！

過去の挫折や失敗が  
あってこそ現在のなんだ



良い言葉だね



## 5 節：世界観を創る

世界観とは、その人の価値観や美学が凝縮された、唯一無二の表現です。

簡単に言えば、その人特有の雰囲気や空気感のようなもの。文章や映像などのコンテンツを通して、独自の雰囲気が伝わります。

世界観に惹かれた人は、「この人の発信が好き」「なんだか心地がいい」とファンになってくれやすいです。

例えば、僕のコンテンツを見てくれた人は、よくこんな感想をくれます。

- ・ 優しい（言葉のトーンを柔らかくして、肯定的な表現を使っているから）

- ・ 安心する（不安や恐怖を煽らず、相手に寄り添うような言葉を使っているから）
- ・ 親しみやすい（丁寧だけどあまり固すぎず、自然体の言葉遣いをしているから）
- ・ 可愛らしい（丸みのあるフォントと、手書きのかわいいイラストを使っているから）
- ・ 癒される（青を基調にして、温かみのある色合いを使っているから）

これは、僕が世界観を意識して、言葉選びやデザインを統一しているからです。

# Webマーケティング情報発信局 内向型社長ユウキの公式ブログ



では、どうすれば自分らしい世界観を創れるのか？具体的には、次の2つの問いから考えてみてください。

1. お客さんに、どんな空気を感じてほしいのか？
2. その空気を感じてもらうためには、どんな言葉遣いやデザインが合うのか？

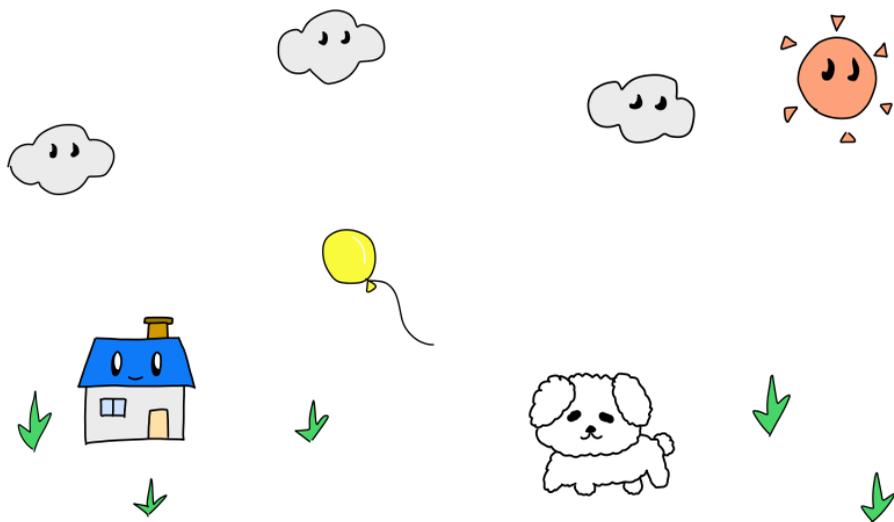
お客さんに感じてもらいたい空気を考えて、言葉遣いやデザインに落とし込むことで、自然とあなたの世界観は形づくられていきます。

例えば、僕が表現したいのは、「優しく温かみがあり、ちょっとした遊び心を感じられる世界」です。

これは、僕の理想である「人の個性を尊重し、みんなが笑顔になれる世界」を反映しています。

子どもみたいな考えかもしれませんが(笑)、ドロドロとした争いや歪み合いがなく、みんなで笑い合える世界が僕の理想です。

だから、僕が作るコンテンツは、優しさや温かさを感じてもらいつつ、ちょっとしたユーモアや遊び心を取り入れて、楽しく笑顔になれるような雰囲気大切にしています。



具体的には、次のような言葉遣いやデザインを意識しています。

- ・ 気持ちが前向きになるような言葉を使う

- ・ 僕が描いた可愛らしいイラストを使う
- ・ 色使いを全体的に明るくする
- ・ 文字のフォントは柔らかくする

反対に、「自分の世界観が崩れるな」と感じた表現は、徹底的に避けています。

- ・ 攻撃的な言葉（例. あなたは行動力が無さすぎます）
- ・ 不安や恐怖を煽る言葉（例. SEOはもうオワコンです）
- ・ 人を批判する言葉（例. インフルエンサーは承認欲求の塊だ）

世界観は、自分を表現する手段の一つです。

例えば、クールで洗練された印象にしたいなら、白や黒を基調としたデザインにして、丁寧で落ち着いた表現を使うと良いです。

一方で、ポップで明るい印象にしたいなら、カラフルなデザインに整え、フランクで親しみやすい言葉遣いがよく合います。

ぜひ、世界観を創る際の参考にしてみてください。

ボクが描きたいのは  
ゆるい世界だよ



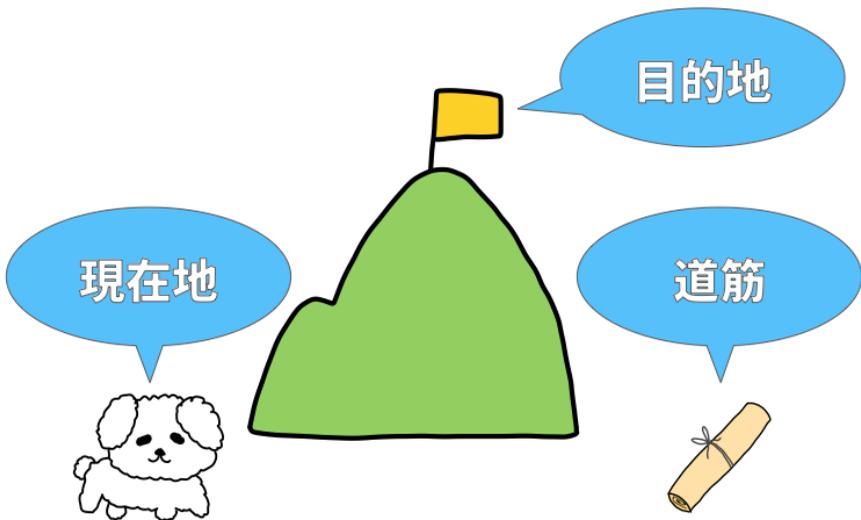
もう描けているね



## 6 節：顧客を理想の未来へ導く

コンセプト、MVV、ストーリー、世界観が明確になったら、お客さんを理想の未来へと導きましょう。

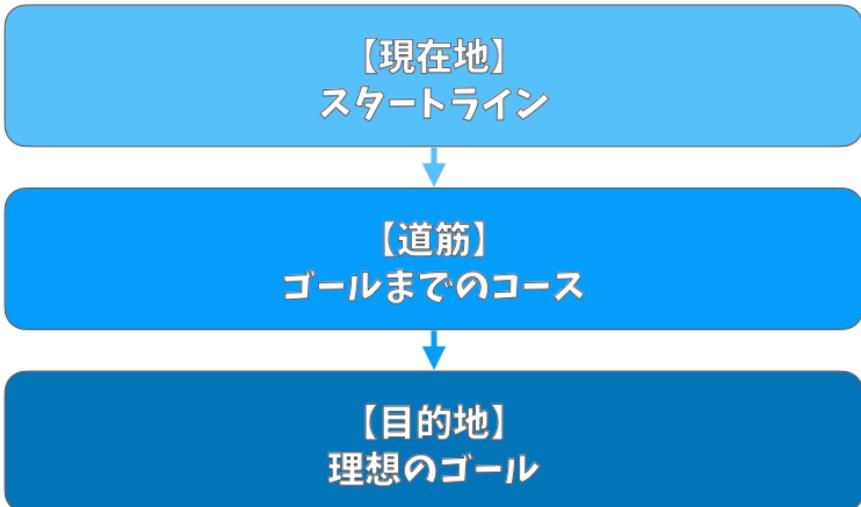
そのためには、お客さんに「現在地」「目的地」「道筋」を提示する必要があります。



- ・ 現在地：お客さんの現在の状態（スタートライン）

- ・ 目的地：お客さんの理想の状態  
（目指すゴール）
- ・ 道筋：お客さんが理想の状態にたどり着くための手段（コース）

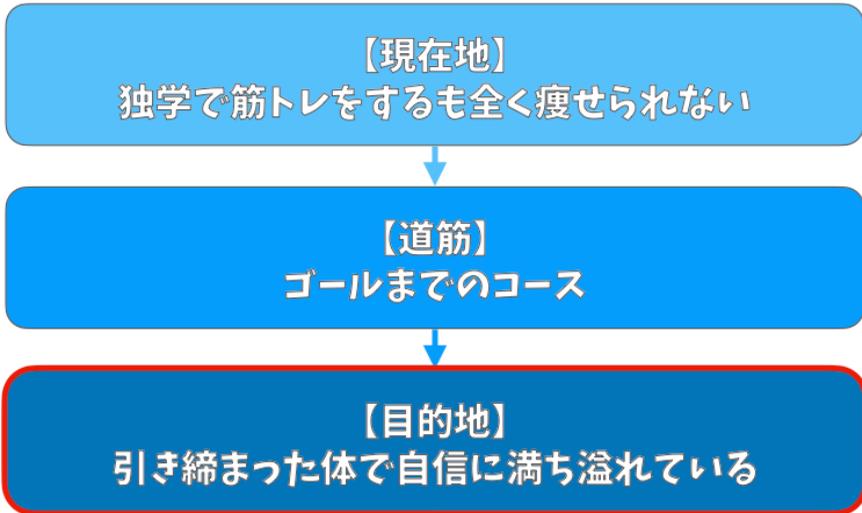
ここで、「筋トレと食事管理のパーソナルトレーニング」を販売している、トレーナーAさんの顧客を例に考えてみます。



まず、現在地が明確になることで、お客さんは自分の現在の状態を確認できます。



次に、目的地を示すことで、お客さんは悩みを解消した後の未来に希望を持ち、行動を起こす意欲が湧いてきます。お客さんは、商品そのものにお金を払うのではなく、商品を使って得られる未来にお金を払うからです。



筋トレと食事管理のパーソナルトレーニングであれば、トレーニングメニューそのものに価値を感じているわけではありません。

トレーニングメニューを終えた後の、「痩せて引き締まった身体」「自信に満ち溢れた自分」という未来に、お金を払います。

だからこそ、商品の説明だけではなく、「その商品を使った後にどうなるのか？」という目的地を伝える必要があるのです。

そして、道筋を示すことで、目的地にたどり着くための、具体的な手段がわかります。



ただ、ここで重要なポイントがあります。「お客さんは悩みを抱えていて

も、問題点には気付いていないことが多い」という点です。

例えば、トレーナーAさんの元に、Bさんが相談に来ました。Bさんは次のような悩みを抱えています。

「独学で2ヶ月も筋トレをしているけど、中々痩せられない！」

Bさんの問題点は「正しいダイエットの方法を理解していないこと」です。筋トレや食事管理の方法を知らないため、努力しているのに結果が出ません。

しかし、Bさん自身は「筋トレの回数さえ増やせば、もっと効果が出るはずだ！」と信じ込んでいます。

Bさんの実際の問題点	Bさんの考える問題点
正しいダイエットの方法を理解していない	筋トレの回数が圧倒的に足りていない

この状態のBさんに、筋トレと食事管理のパーソナルトレーニングをおすすめしても、心に響きません。Bさんは問題点に気づいていないので、「自分にはパーソナルトレーニングが必要だ！」とは感じないのです。

つまり、商品を販売する前に、お客さんに問題点に気付いてもらう必要があります。

今回の例であれば、次の手順を踏むことで、ようやくBさんの心が動くのです。

1. Bさんが痩せられない原因は「正しいダイエットの方法を理解していない点」であることを伝え、問題点に気付いてもらう。
2. 効果的なダイエットをするためには「適切な筋トレのメニューと食事管理が必要」であることを伝え、パーソナルトレーニングを紹介する。
3. パーソナルトレーニングを受けることで、「理想の体型に近づき、

自信を持てるようになる」と伝え、Bさんの心を動かす。

現在地から目的地までの道筋は、集客をしてから販売をするまで、崩すことなく貫いてください。お客さんが「自分に必要な商品だ！」と納得するには、一貫した流れが必要です。

例えば、集客時には「ダイエットをしたい男性」に向けた発信をしているのに、販売時には「大会を目指す上級者向けの指導」を提案すると、お客さんは離れてしまいます。

本書であれば、「見込み客が思うように集まらない…」 「人の心を動かす文章が上手く書けない…」 「自社の商

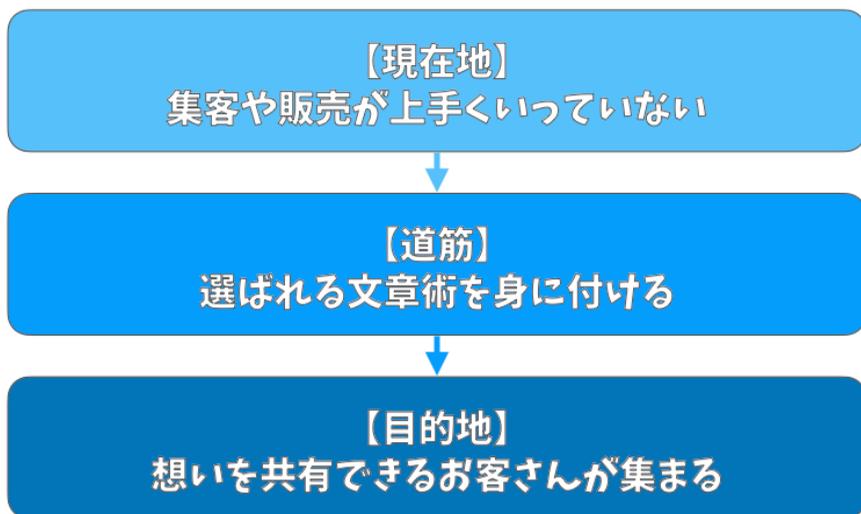
品やサービスが中々売れない…」という悩みを抱えた事業者さん、つまりあなたに向けて書きました。

そんなあなたに対して、「集客や販売が上手くいかないのは、文章力を学んでいないからである。選ばれる文章術を身につけることで、あなたの問題は解決できる」と伝えています。

そして、「選ばれる文章術」を身につけることで、「自分の理念や価値観に共感をしてくれた、想いを共有できるお客さんが集まる」という、理想の未来を提示しました。

このように、現在地から目的地までの道筋を提示し、最後までブレずに導

くことが、スムーズな成約へとつながります。



そして、心を動かし、行動を促すためには、これまでお伝えしてきたように、想いや理念の発信が必要です。

人は「商品の魅力」や「論理的な説明」だけでは、なかなか動かないからです。

- ・ 何のためにその事業をしているのか？
- ・ なぜあなたはお客さんを理想の未来に導きたいのか？
- ・ いまの活動に至るまでの背景に、どのようなストーリーがあるのか？

そのような軸があっこそ、「共感」や「感銘」を得られ、お客さんに選ばれる存在になれます。

現在地から  
目的地までの  
道筋を示そう



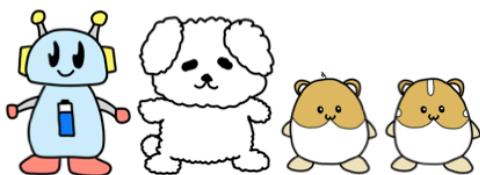
一貫性が大事だね



### 第3章：選ばれる文章の心構え

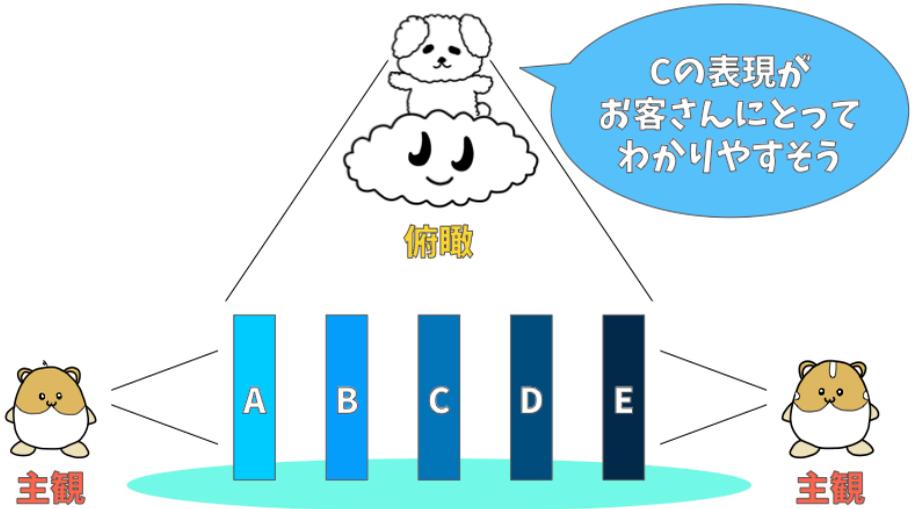
- ・ 物事を俯瞰で捉える
- ・ 優しさを持って接する
- ・ 感情と論理のバランスを考える
- ・ 人格の成熟を目指す
- ・ 不完全さを魅力に変える

ポイントを押さえよう



# 1 節：物事を俯瞰で捉える

俯瞰とは、高い視点から全体を見渡すようなイメージです。



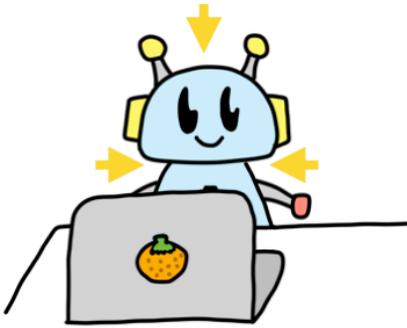
自分の立ち位置にとらわれず、上から全体を眺めるように物事を捉えることで、自分の目線だけではなく、お客様の目線、さらには社会全体にまで意識が広がっていきます。

例えば、僕は執筆や創作をしている間は、自分の世界に入り込んでしまうことが多いです。

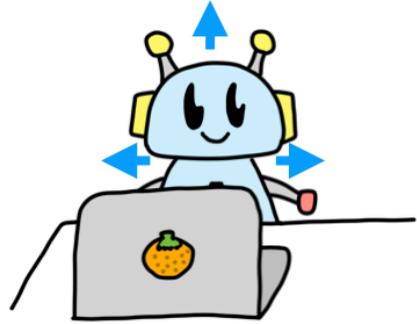
気を抜くと、難しい用語を使ってしまったり、誰も求めていない商品を作ってしまうなど、お客さんを置いてけぼりにしてしまう可能性があります。

だからこそ、大切なのがユーザーファーストという考え方です。

ユーザーファーストとは、常にお客さんの目線に立って物事を考え、価値を提供する取り組みのこと。言い換えるならば、思いやりです。



意識を自分に向ける



意識を相手に向ける

- どんな表現であれば読者さんがわかりやすいか？
- 自分の言いたいことが相手にきちんと伝わるか？
- どうすればお客さんが喜んでくれるか？

こんなふうに、自分の目線ではなく、お客さんの目線で物事を考えることが大切です。

例えば、本書であれば、次のようにお客さんが理解しやすいような工夫を施しています。

- ・ 改行のタイミングに気を配る
- ・ 専門用語をできるだけ避ける
- ・ 画像を適度に挿入する

もしかすると、「だったら俯瞰なんてしないで、お客さんの目線に立つだけで十分じゃないの？」と思われたかもしれません。

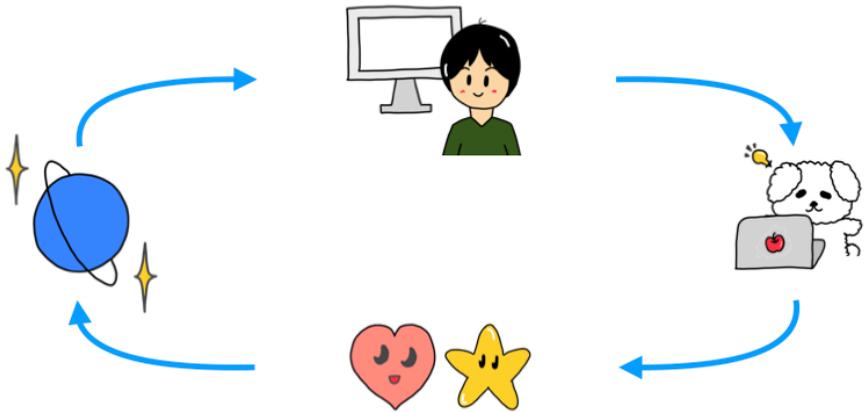
確かに、ユーザーファーストの視点だけでも、目の前のお客さんにより良い価値は届けられますし、その積み重ねが、社会全体の豊かさにつながります。

ですが、俯瞰ができるようになると、「自分の文章が読んだ人にどんな影響を与えるのか？」だけでなく、「それが広まったときに、社会にどんな変化が起きるか？」まで、想像できるようになるのです。

例えば、僕はこれまでもお伝えしたように、「文章で人を導くこと」「お客様の人格を育てること」を大切にしています。

僕の文章や商品に触れた人たちが、自分の考え方や価値観を見つめ直したり、前向きな視点を持てるようになれば、その人の人生はより良い方向へと変わります。

そして、そのような前向きな変化を経験した人が、周囲にも良い影響を与えたり、新たな価値を社会に提供していくことで、好循環が生まれ、社会全体が少しずつ豊かになっていきます。



その未来を見据えているからこそ、僕は「選ばれる文章」の書き方を、あなたに届けているのです。

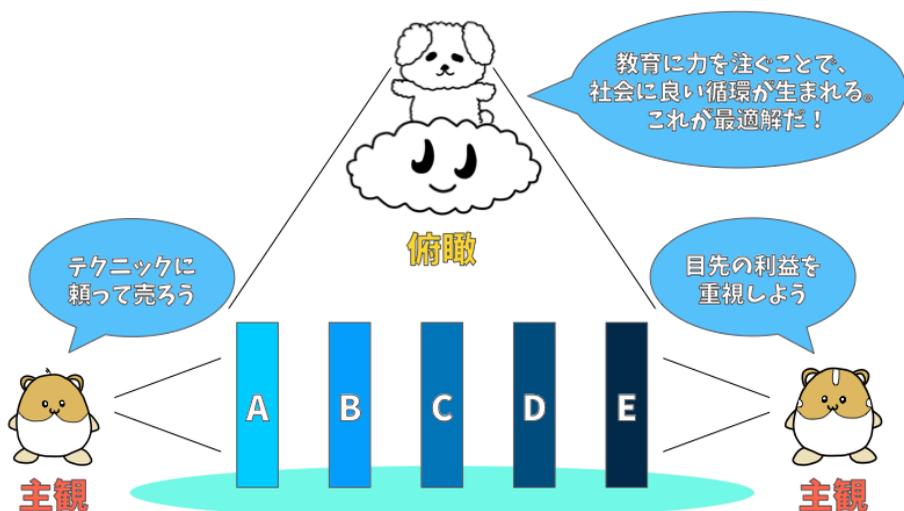
売れる文章のテクニックを教えるだけでも、お客さんの売上は上がるでしょうし、良い商品が広まって社会は良くなると思います。

しかし、もっと広い視野で考えた場合、売れる文章のテクニックだけではなく、文章で人を導き、お客さんの人格を育てるための文章術を教えた方が、社会により良い影響を与えられることに気づきます。

僕は社会全体により良い価値を届けるためにも、「自分の書いた文章が、人にどのような影響を与えるのか？」

「その影響が広がったときに、どんな社会を創り上げるのか？」という先の

先まで、意識を広げるようにしている  
のです。



俯瞰して全体を見渡すことで、自分にとっても、お客さんにとっても、そして社会にとっても、本当に価値のある情報を届けられるようになります。

メンタリングによる  
ナレッジシェアが大事



相手目線で  
お願いします



## 2節：優しさを持って接する

僕は、文章によって相手の人格を成長させるために、「どんな言葉を投げかければ相手のためになるのか？」を常に考え、優しさを持った発信をするように心がけています。

優しさとは、相手を甘やかすことではありません。肯定的な厳しさを持つことが、真の優しさです。

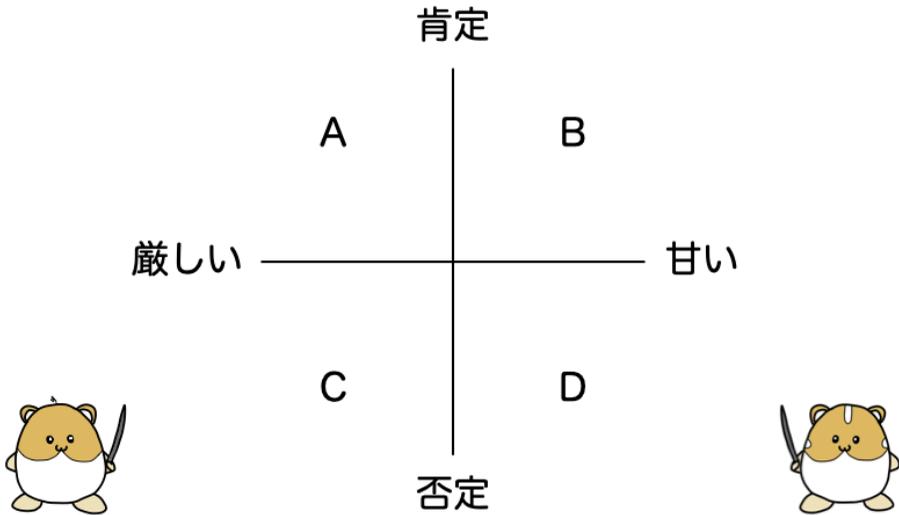
ボクの代わりに  
宿題せんぶやって。  
自分でやるの面倒だから！



まずは自分で挑戦して、  
わからない部分を  
一緒に考えまショウ！



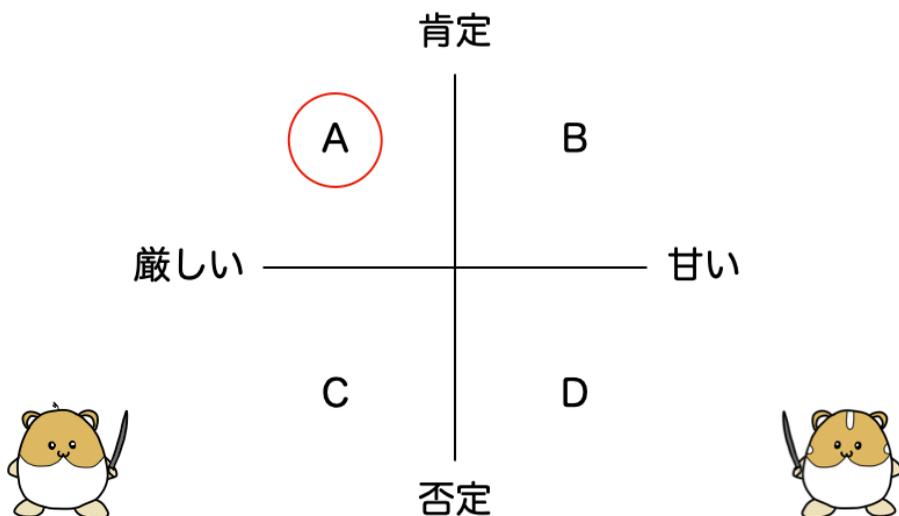
僕は人にかける言葉を4つのタイプに分類しています。



- A. 肯定的で厳しい言葉
- B. 肯定的で甘い言葉
- C. 否定的で厳しい言葉
- D. 否定的で甘い言葉

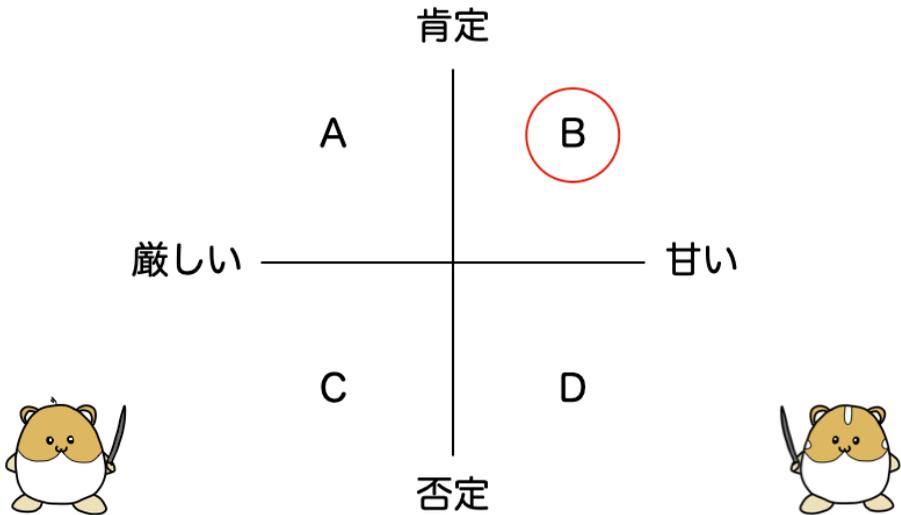
それぞれのタイプを、具体例と共に解説します。

A：肯定的で厳しい言葉（例. あなたならきっとできます。一緒に乗り越えましょう！）



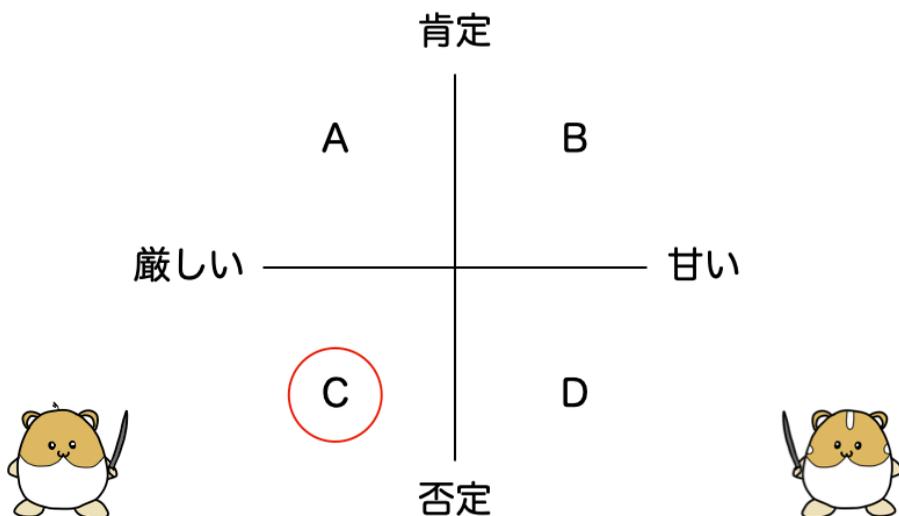
相手を肯定した上で、成長を促す言葉を投げかけます。相手の自己肯定感を高めつつも、成長を後押する、優しさに溢れた言葉です。

B：肯定的で甘い言葉（例. 今のままで大丈夫です。現状維持でいきましょう!）



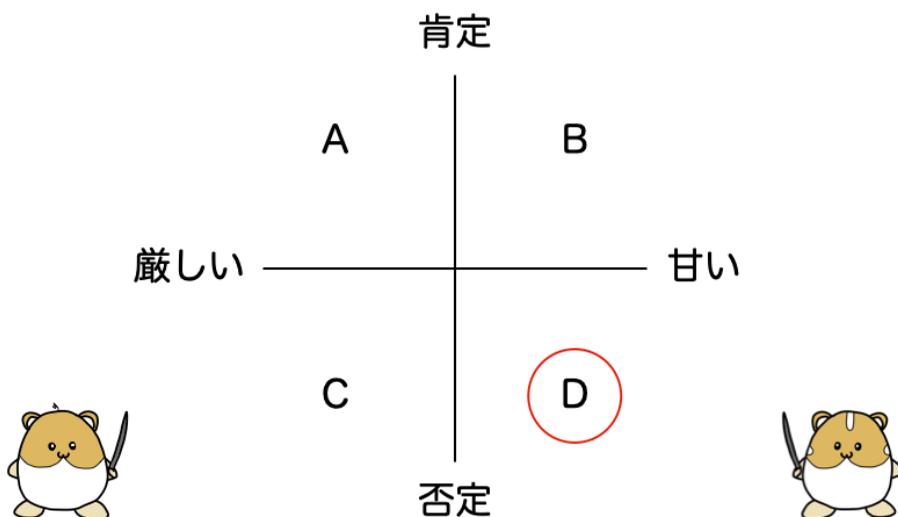
相手を肯定するだけで、未来への一歩が欠けている状態です。一見すると優しく感じられますが、成長を促すことができません。

C：否定的で厳しい言葉（例. 今のあなたに価値はありません。もっと成長してください！）



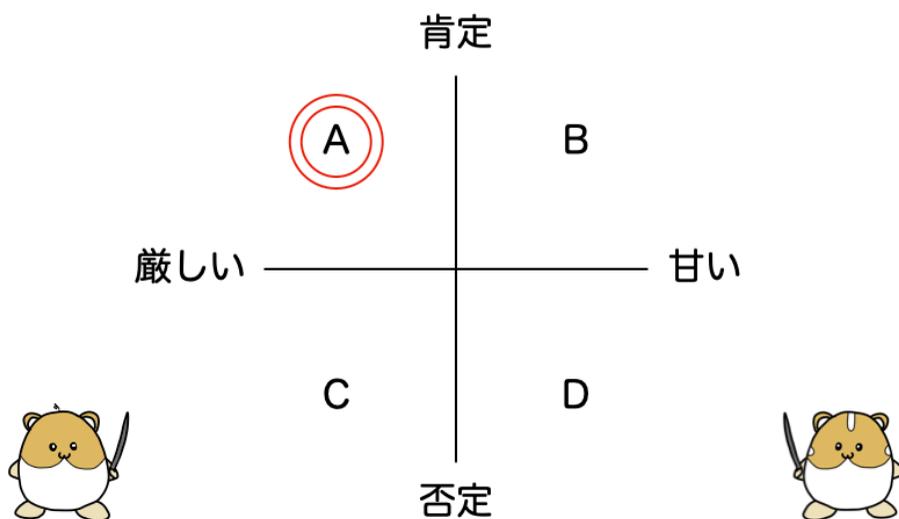
相手を否定した上で、厳しい言葉を投げかけます。相手を突き放すので、自信を失わせる可能性が高いです。

D：否定的で甘い言葉（例. どうせあなたにはできません。もう諦めましょう！）



相手を否定し、可能性を奪ってしまう言葉です。相手の自己肯定感を下げ、さらに成長を止めてしまいます。

執筆に限らず、人とのコミュニケーション全般に言えることですが、僕たちは「A：肯定的な厳しさ」を意識して言葉を届けるのが大事だと思います。



本気で相手のことを想うならば、相手の存在価値を肯定しつつも、厳しさを持って言葉を伝える。それが、本当の意味で人を成長させ、前進させる言葉になると僕は信じています。

本書でも、最初から最後まで肯定的な厳しさを貫いています。

文章の受け取り方は、人それぞれでしょう。でも、あなたの言葉をきっかけに、人生が変わることだってあるのです。

だからこそ、人の心に寄り添いながらも、「この言葉はきっと、相手の未来のためになる」と信じて、伝える勇気を持ってください。

あなたの優しさに溢れた言葉が、誰かの人生を照らす光になるかもしれません。

肯定的な厳しさが  
本当の優しさだよ

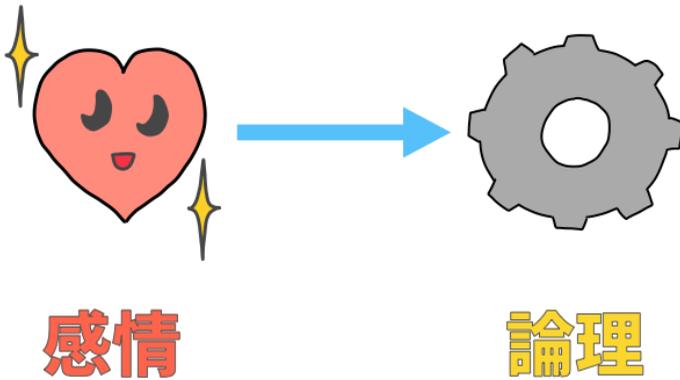


本当はすごい  
甘やかされたいけどね



### 3節：感情と論理のバランスを考える

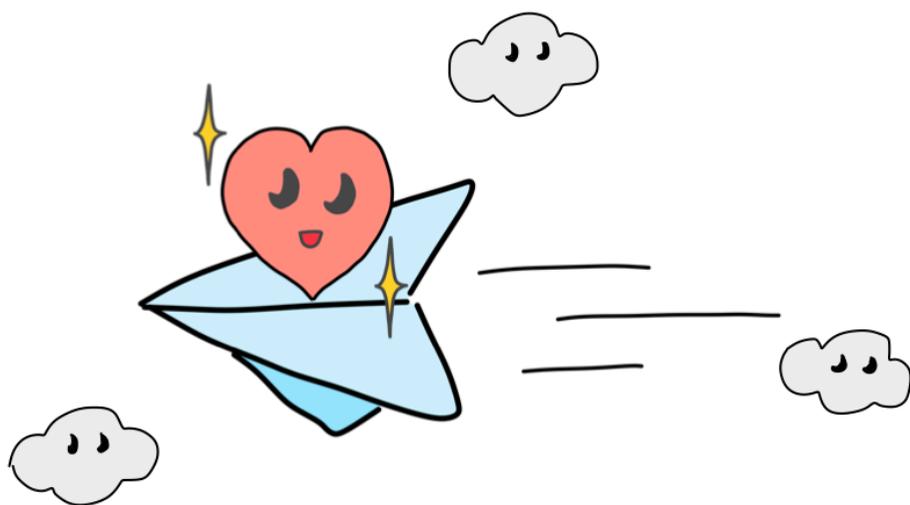
文章で人の心を動かすには、「感情→論理」の順番と、「感情7割：論理3割」の比率を意識すると、効果的です。



人の心は、論理だけではなかなか動きません。心を動かすには、まず感情に触れる必要があります。

これは、第1章2節でもお伝えした「快樂原則」にも通じる話です。

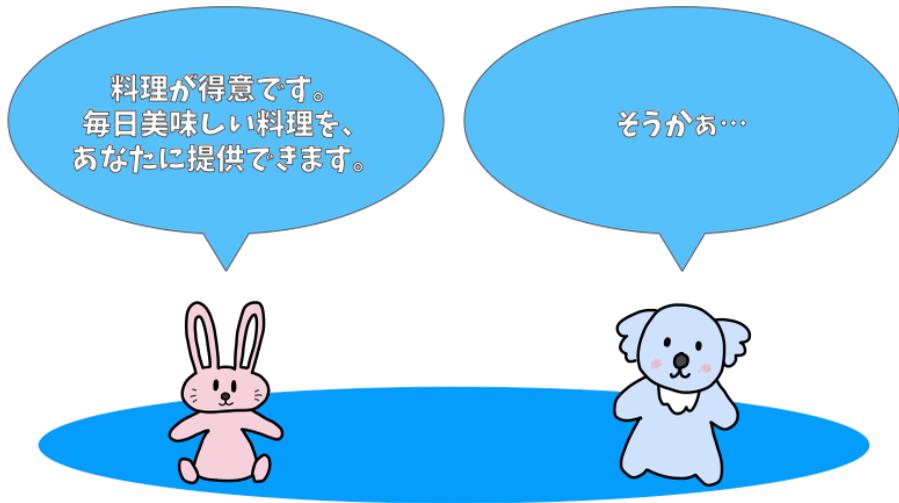
では、どうすれば相手の感情に触れるのでしょうか？その鍵のひとつが、「想いを伝えること」です。



例えば、異性から告白された場面を想像してください。

相手から、「私と付き合ってください。私は料理が得意なので、毎日美味

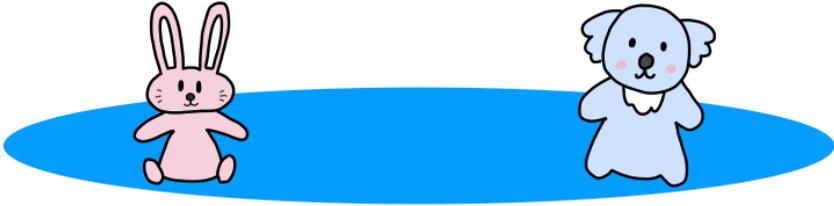
しい料理を作れます」と理屈で説明されても、心はなかなか動かないですよ  
ね？



でも、「ずっと前からあなたのことが好きでした！あなたを一生大切にするので、どうか私と付き合ってくださいませんか？」と感情のこもった想いを伝えられたら、少なからず心が揺れると思います。

あなたのことが  
ずっと前から好きでした！  
付き合ってくださいませんか？

ビビッときた…！



これはビジネスでも同じです。

洋服を買うときに、「このシャツは日本製で長持ちします」とメリットを説明されるよりも、「お客様にすごくお似合いですよ！」と熱量を持って想いを伝えられた方が、心にグッときます。

人や商品によっては論理的な判断で買うこともあるでしょう。

しかし、多くの場合、先に感情が動き、買う理由を論理で補強します。

だからこそ、伝える順番や比率が大切です。まずは「心」を動かし、次に「頭」を納得させる。比率は「感情7割：論理3割」を意識する。

どちらかに偏りすぎても上手くいかないなので、ぜひバランスを意識してみてください。

感情10：論理0で  
生きているのだ



単純だね



## 4 節：人格の成熟を目指す

文章力を高めたいと思ったとき、僕が何よりも大切だと感じているのは「人格の成熟を目指すこと」です。

人格の成熟とは、人としてのあり方が洗練されて、成熟している状態のこと。

具体的に言うと、私利私欲を手放し、他者や社会の幸福のために行動できる、利他の精神を持った人間へと成長している状態です。

なぜ人格の成熟を目指すのが大事なのか？それは、いくらテクニックや表現方法を学んで文章を書いても、人間

としての魅力を感じられなければ、人の心には届かないからです。

ここで、少し極端な例を見てみましょう。次のAさんとBさん、どちらが人から選ばれるのでしょうか？

A. 「お客さんの幸せなんてどうでもいい！誰でも良いからとりあえず商品を買ってくれ！」

B. 「お客さんの人生をより良くしたい！文章力を高めたい人に向けて商品を届けたい！」

まず間違いなくBさんが選ばれます。

顧客の幸福なんて  
どうでも良いのだ！



**悪い例**

お客様の人生を  
より良くしたい！



**良い例**

Aさんの思考で文章を書くのと、Bさんの思考で文章を書くのとでは、結果がまったく異なるからです。

Aさんであれば、目先の利益を得ようと、過剰に不安を煽って売ります。一時的には売れるかもしれませんが、まず間違いなく長続きはしません。お客さんを不幸にしてしまう可能性も高いです。

Bさんであれば、お客さんに有益な情報を発信し、価値や必要性を理解してもらった上で売ります。信頼関係を築けますし、長く選ばれ続けます。お客さんの人生が豊かになる可能性も高いです。

これは過剰な比較ですが、文章からは確実に人間性が伝わります。

つまり、お客さんから選ばれて、より良い未来へと導くためには、あなた自身の人格を磨き続ける必要があるのです。

僕は、「世と人に尽くすため、人格を磨き続ける。」という自分なりの哲学を持って生きています。

これは、「己の欲ではなく、他者や社会を想って行動する。その志を貫くために、生涯をかけて学び、成長し続ける」という生き方です。

本書でも紹介しましたが、僕の会社は、「Webマーケティングで中小企業・個人事業主の可能性を広げ、社会を発展させる。」というミッションや、「一人ひとりの個性が輝き、尊重し合い、笑顔が溢れる社会をつくる。」というビジョンを掲げています。

もしも僕の人格が未熟で、私利私欲にまみれていた場合、ミッションやビジョンを遂行するための、適切な行動が取れません。

- ・ 自分の利益を優先し、無理なセールスを行う。
- ・ 売り上げを伸ばすために、過剰に不安を煽る。
- ・ クライアントさんに対して、傲慢な態度を取る。

だからこそ、生涯をかけて人格を磨き続け、社会にとって本当に価値ある行動ができる人間になることが大切だと思っています。

人格を磨く上で大切なのは、学び続ける姿勢と、行動し続ける姿勢です。

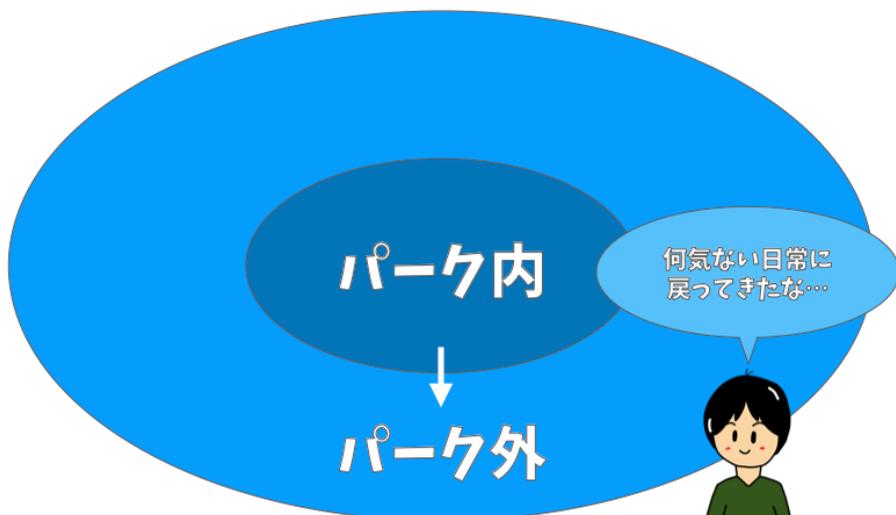
どんな日常の中にも、学びのきっかけは転がっています。



例えば、僕は東京ディズニーリゾートが大好きで、ときどき妻と一緒に出かけます。

学生時代は、パークを出た瞬間に、夢のような時間が終わってしまうことを寂しく感じていました。

パークの中は特別だけど、外に出ると何気ない日常に戻ってしまう。



それは、僕がディズニーリゾートを「ただの消費者」として楽しんでいたのであります。

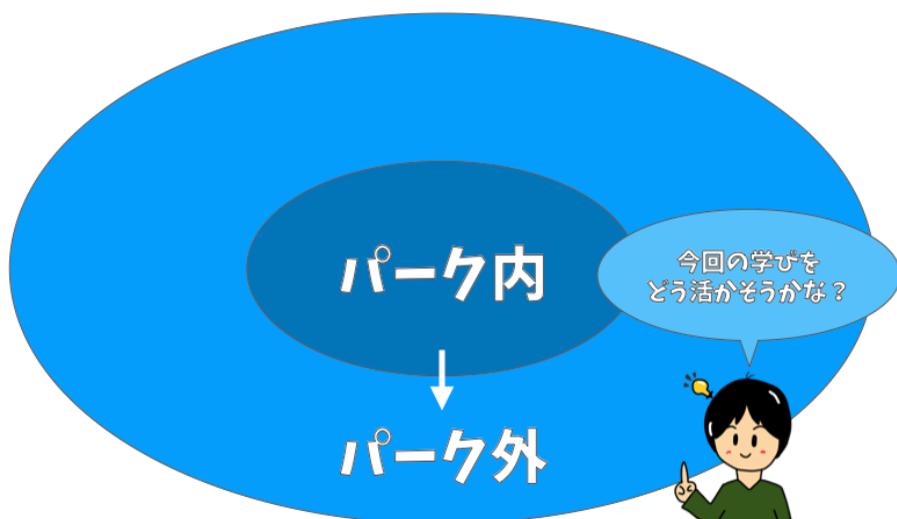
事業を始めてからは、「なぜこんなにも心が動くのか？」という視点で、パーク全体を観察するようになりました。

- ・ キャストさんの対応
- ・ お客さんへの心配り

- ・ 空間づくりのきめ細やかさ
- ・ 非日常を演出する世界観作り

そのすべてが、学びの宝庫なんです。

そうした学びを仕事や人生に活かそうと考えながら外に出ると、不思議なことに、魔法はパーク外でも続いているような感覚になります。



きっと、自分の内面が少しずつ変わったことで、何気ない日常の景色も変わって見えるようになったんだと思います。

アニメやゲーム、書籍や講座、何気ない日常の出来事も、「そこから何を学べるのか？」という視点を持つだけで、価値のある体験に変わります。

そして体験を終えたとき、見える景色さえも変わっていることに気づくのです。

僕は、学びや気づきを積極的に発信し、自分の中に落とし込むことを意識しています。行動することで、学んだことが知識を得るだけで終わらず、自

分自身の経験として蓄積されていくのです。

僕も開業したばかりの頃は、テクニックばかりに頼っていました。文章は、「商品売るための手段」としか考えていなかったのです。

しかし、学びと実践を繰り返すうちに、考え方が変わりました。本当の意味で顧客の人生を豊かにしたいなら、ただ商品売るだけではなくて、「相手の思考や価値観に触れていく必要がある」と気付いたのです。

それからは、僕の文章は変わりました。「どうすれば、読み手を成長させ

られるか？」を意識して、言葉を紡ぐようになったのです。

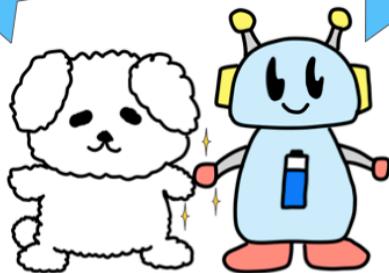
僕の間力は、確実に文章へと反映されています。実際、1～2年前に書いた文章でさえも、いま見直すと「まだ浅いな…」と思うことがあります。僕が成長している証です。

文章力とは、ただの技術ではありません。自分の生き方や魅力の表れであると思っています。

技術的な追求はAIに任せられるので、僕たちは人間力を追求しましょう。

ボクは  
犬力を磨くから  
サポートを頼む

お任せください



多少の誤字脱字や不器用な表現があったとしても、あなたに魅力があれば、人は惹きつけられるのです。

そのために、学び、行動し、より良い思考や価値観を身につける。その積み重ねが、やがて人の心を動かす力になります。

言葉を磨く前に、まずは自分自身を磨くこと。それが、文章力を高める一番の近道なのです。

人間力の向上が  
文章力の向上に  
繋がるのだ



ボクたちは  
犬力・ハム力・AI力  
だよね



## 5 節：不完全さを魅力に変える

「自分を磨く」と聞くと、「完璧でなければならない」と思われたかもしれませんが。

でも、人は完璧である必要はありません。むしろ、「不完全さ」の中にこそ、共感や魅力を感じるものです。

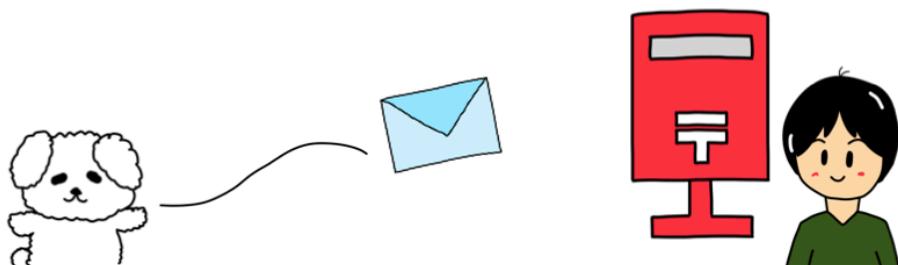
例えば、僕はWebメディアの中で、自分の失敗など、不完全な部分をたくさん発信してきました。

- ・ 経営者を目指して退職するも、半年ほど無職生活を送った。
- ・ 起業家同士の間人間関係に悩み、再就職をしようと考えた。

- ・ 会社設立後に自分を見失い、不安定な精神状態になった。

僕にとっての黒歴史ですが(笑)、包み隠さずに伝えてきました。

すると不思議なことに、そんな発信にこそ、「勇気をもらいました」「共感しました」というメッセージをいただくことが多いんですよね。



不完全さを人に見せることは、決して恥ではありません。むしろ、それが

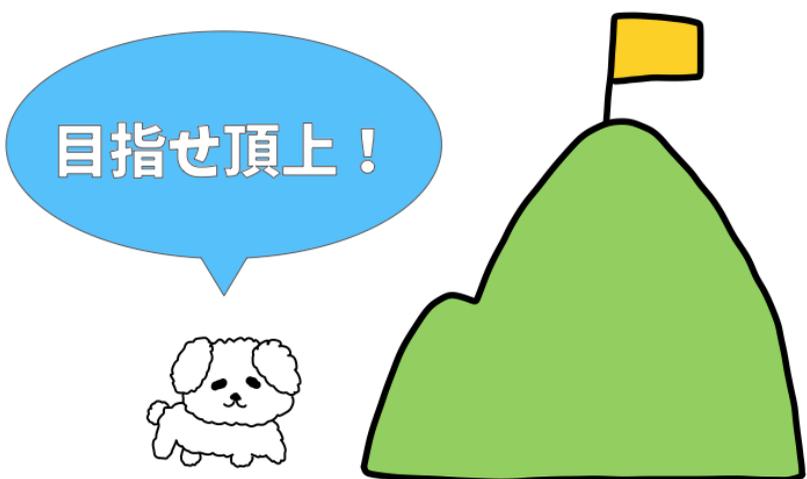
人の心を動かす力になると、今は確信しています。

そもそもの話をすると、人格が完璧に成熟すること自体があり得ません。この世に、完璧は存在しないからです。

もし「もう成熟しきった」と思うなら、それは謙虚さを失った傲慢な姿かもしれません。

大切なのは、成熟できているかどうかではなく、成熟を目指して歩み続ける姿勢です。

生涯にわたって学び続け、成長の過程に喜びを見出すことが、人間としての在り方だと思っています。



目指せ頂上！

そして、その道の途中にある「不完全さ」こそが、AIには生み出せない人間味であり、共感や魅力を生み出す大切な個性になるのです。

ボクは完璧な犬だから  
成長の余地はないよ



傲慢だね



## 終章

本書のタイトルは「AIだけでは生み出せない選ばれる文章術」ですが、僕が本当に伝えたかったのは、「人を導く文章の大切さ」です。

- ・ 単なる情報ではなく、読み手の人生を本当の意味で豊かにする文章。
- ・ 心を動かし、気づきを与え、自発的に行動し、成長してもらえる文章。

そんな文章を書ける人が増えれば、世の中はもっと豊かになると思います。

そのために必要なのが、「人格を磨くこと」です。テクニックも役立ちますが、それだけでは人の心には届きません。

読み手を導くためには、書き手自身の人間力が問われます。自分の欲ではなく、他者や社会のために行動できる。そんな利他の精神が必要です。

人間は完璧ではありません。誰しもが欠点を持っています。

そんな中で学び、行動し、成長し続けようとする姿勢こそが、高い人間力につながり、人から選ばれるのです。

「選ばれる文章を書くためには、言葉を磨くのではなく、自分自身を磨くこと。」

あなたの書く文章が、誰かの人生を少しでも良い方向に導くことを願っています。

本書が、少しでもあなたの活動の参考になれば幸いです。

今回も楽しかったね



また一緒に学ぼう



## あとがき

最後になりますが、ここまで真剣に読んでくれたあなたに、特別なお知らせがあります。「選ばれる文章術の実践相談会」へご案内させていただきます。

- ・ 文章の重要性はわかったけど、まず何から始めればいいのか？
- ・ 今回の内容を、自分の事業にどう活かせばいいのか？
- ・ メルマガやLPなど、文章の添削をお願いしたい！
- ・ コンセプト、MVV、ストーリー、世界観を、一緒に構築したい！

あなたのライティングの悩みを、一対一で解決へ導きます。

通常は60分6万円の単発サポートを、本書の読者さん限定で、「60分1,000円（1回限り）」にてご提供します。

さらに、参加者限定のプレゼントもご用意しました。

その理由は、今回のサポートをきっかけに、僕の活動やサービスを知っていただきたいからです。

僕は現在、中小企業や個人事業主の方に向けて、Webマーケティングのサポートや、集客や販売を促進させるための動画講座を提供しています。

今回の相談会は、そんな活動を知ってもらうための入り口として、お試し価格に設定しました。

もちろん、無理な売り込みは一切しません。お客さん自身が本サービスに興味を持ってくれたり、必要だと感じてくれた場合にのみ、ご提案させていただきます。

僕自身、お客さんの今の悩みや活動を聞かせてもらえるだけでも、今後の参考になります。

相談会はフランクな雰囲気なので、「少しお話をしてみたい」ぐらいの、軽い気持ちでのご参加も大歓迎です ^  
^

お客さんから参加費をいただくことで、今後の活動資金ができます。

より多くの方々に、より高い価値を提供できるよう、日々勉強や活動を続け、社会へ還元していきたいと思えます。

Win-Winの関係を築き、共に成長し、共に社会へ貢献していくことが、僕の理想です。

そんな想いに共感してくれる方のご参加を、心よりお待ちしております！

相談会の内容を確認する

→<https://freedom-mylife.com/slp/writing-support/>

※既に募集を締め切っている可能性があります。

改めまして、本書を読んでいただき、どうもありがとうございました！

あなたの活動に幸あれ！感謝を込めて^^

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mi' or similar, written in a cursive style.

## 著者紹介

著者：ユウキ

株式会社GREEN代表取締役。

2014年にWebマーケターとして独立。Webメディアの運営、Webコンテンツの制作と販売、Web集客のサポートなどを中心に活動する。2018年に株式会社GREENを設立した後に、心理セラピストの資格を取得。現在は、内向的な人たちが豊かな人生を送るための研究や発信などもおこなっている。



AIだけでは生み出せない選ばれる文章術

2025年7月 初版

著書 ユウキ

発行所 株式会社GREEN

URL <https://freedom-mylife.com/>

無断転載・複製を禁ず

読んでくれて  
どうもありがとう！

