

自らを起点としたコミュニティの起こり

情報発信によってコミュニティができていくには4つの段階があります。

このレポートでは、あなたのメッセージに初めて触れた人が、共に学び成長し理想の世界に向かって歩いていく存在、つまりコミュニティのメンバーとなっていく過程を見ていきます。

先が見えない中で漠然とひたすらコンテンツを作り続けていくのは、非常にしんどいので、先に大枠を理解しておこうというやつです。

4つのフェイズに分ければ、今の立ち位置ではどういうことを意識していけばいいのか、考えやすくなりますので。各ステップの詳細な話までは今回は出来ないんですが、またちよつとずつレポートにしてお配りしていきます。

それではいきましょう。

コミュニティ化するまでにあなたの読者がたどる流れは、無関心、関心、関係、参加の4つ。

これはコピーライティングの3つの壁に対応してます。聞いたことあるかもしれないんですけど、**読者は読まない、信じない、行動しない**。それがちょうど各ステップ間に壁としてあるイメージ。

あとすごく大事なのは、このすべての段階において、**目的語はあなたの活動とかあなた自身であって、あくまでもコンテンツではない**ということ。

だからあなたには興味ないし信用してないし行動もしませんって言う状態。それを一つずつ右に進めていく感覚でやっていく。

今は明らかに人間味の時代で、**コンテンツを知識とか情報だけで捉えてると全然おもんないものが出来上がってしまう**ので、そういう前提で読んでもらえればと思います。

ちょっと話ずれるんですけど、これM-1ですらそう言われていて。去年は令和口マンが優勝したんですけど、漫才って最初一発目に掴みがありますよね。最初にちょっと軽いボケ的なのを挟んでから、〇〇ですお願いします、みたいななの。

その掴みで、コンビの関係とか人間味がどの程度伝わるかで、結構はっきり明暗が分かれてたんですよね。で、令和口マンはそれがめっちゃ上手でした。自分たちの雰囲気とか空気感を伝えるのがうまくて、だから受け手が違和感なく話を聞けたって言う。

まあどうでもいいんですけどwとにかく順番に見ていきましょう。

①無関心→関心

ここからは分かりやすいようにブログというメディアで考えます。ブログで言えば、読者がキーワードで検索して、あなたのサイトのある記事に到着した段階。

まず記事を開いてもらうというのは出来た状態。SEOで上位表示したうえで、魅力的なタイトルで開いてもらうまでできた状態。

まずこの時点では、

読者はあなた及びあなたの活動には一ミリも興味ない。

「コンテンツが役に立つかも、今すぐ悩みを解決できる、もしくはそのヒントが手に入るかも」、そう思ってるだけの段階です。自分が検索する場合を想像してもらってもわかると思っています。

で、そこから関心をもってもらうというのは、一記事目を読んだ段階で、

「よくある企業サイトとか、SEOだけのしょうもないサイトとはちょっと雰囲気違うか」

「こいつなんかちょっと気になるな、他の記事も見てやるか」

そんな気持ちにさせるってことです。とにかく次の記事を見てもらう。トップページに飛んで、どういうサイトなんだろうって気にしてもらう。そういう段階です。なんか口悪くてあれなんですけどw、まあこんな程度の気持ちで見に来るってことですね。

だってそれまで他のサイトで薄っぺらい記事ばかり見てきてるから。だから今回もどうせ外れだと思って来るので。

なので、まずはそこを覆すっていうのがポイントになってきますよね。だからこれはSEOとも多少というか、事実上SEO的な話でもあるんですが、まず**読者の悩みをしっかりと解消できるように**なってますかっていうこと。

ピンポイントで知りたいことがあってその記事を読みに来るので、そこで自分語りみたいなことされても何も興味ないわけです、向こうは。

しっかりその悩みに寄り添ってというか、大体は過去の自分あたりを読者として想定してると思うので、あなたのそのタイトルを見てその記事に飛んでくる、**あの時の自分に、あいつに、なんていえば一番刺さるかな、ちゃんと解決してあげられるかな。**

それぐらいの感じで書くわけですね。本当に120点ぐらいのつもりで、驚かせてやろう、ビビらせてやろうぐらいの。それぐらいのインパクトをぶつける。テストでも本気で100点取ろうと思わないと取れないですからねw少なくとも意識の上では今出せる120点をたたき出すイメージ。

で、これも注意であんまりそう思いすぎると、完璧主義になって動けないパターンが発生するんですけど、これに関しては、始めのうちはとにかく記事乱発するのがいいです。どうせ後から見たらゴミみたいな内容に思って修正するので。

だからまだ初めの場合は、どうせその記事はあんまり価値がないことが多いので、それをもとに2, 3か月後にバージョンアップさせていくことになります。なので、とりあえず今できる一生懸命をひたすらにやるってのがよくて。

記事書くことには多少慣れてきたぐらいの時期になると、何個かは検索で上位に入ってくるのが出てくると思います。というか始めの読者が来る入り口の記事は2, 3個ぐらいに限られてたりするものなので、その記事だけとにかくブラッシュアップしていきます。

とりあえず入り口だけ整える感じで。店で言えばもう一番人気の看板メニューだけひたすらクオリティ上げていく感じですね。それが不味かったら二度と店来てもらえないので、まずその2, 3個だけクオリティ上げていく。

じゃあそのクオリティって何かと言うと、その人の悩みを解決することなんですが、そこに**自分のコンセプトから降ろしてきたもので語る。**

例えば僕のプログだったら、感覚・感性とか主人公感とか循環、みたいなのがコンセプトのキーワード的な物としてあるんですけど、こういう概念とか切り口で語っていく。

ただただ一般的な解決策を並べるのは誰でもできて、誰でもいいわけで。でもそれを意識して自我を出し過ぎると、お前の思想興味ないねんって思われることになるのでw

だからちゃんと相手が今欲しいものを提供しつつ、そこに自分の価値観から降りてきたものを乗せるというかそれで包むというか練り混ぜるというか、そういうニュアンス。

だから読んだ人からすれば、今一番悩んでることが解消されたり、解決の兆しが見えてうれしいプラス、この人の説明なんかちょっと他と違うな、ちょっと面白い視点から語ってるな、とか感じるわけです。

で、そこに関連でちょうどいいのが配置されてたら、じゃあ他のやつももう一個ぐらい見てみようとなるわけですよ。そうやってひとまずもう一個記事を見てもらう。そうやってサイトを巡回してもらう。それが関心までの段階。

②関心→関係

そうやって2記事目以降を見てもらえるようになってくれば、次は関係の段階を目指します。**ここのゴールは簡単に言えば、ファン化、リピーター化ですね。**

イメージとしては、定期的に記事更新されてるかなーって見に来てもらうとか、他で何か取り組んでることがあって、またそれで問題が生じたときに「そういえばあの人なんて言ってたっけ、あれについての記事あったよな」でまた戻ってきてもらえてるような状態。

この段階で目指すことは一言で言えば「**好きになってもらう**」ということ、それ一択。伝統的なコピーライティング的発想で言えば、「**信用してもらう**」。

いくら正論で、実績があつて、たぶんその通りでも、「なんかこいつ嫌やわ」って思われたら一切こちらのメッセージは届かないので。

今すぐ自分に役立ちそうなところだけつまみ食いして離れていきますからね。だから役に立つ、価値を提供するというのは前提で、というかそれは好きになってもらう、ということを考えてときの要素の一つであつて、そこは目的じゃないわけですね。

メリットベネフィットで結ばれる関係は、前時代的なやつですね。劣悪な情報商材とかが出回ってた時の世界観。一回きりの関係みたいな。

じゃあ文章を通して好きになってもらうためにどうしているかを考えていきたいか。

まず表現以前の段階としては、
ちゃんと人に面白がられるようなコンセプトなり人間であるということ。

好きになってもらう、信用してもらうというのは、コンセプトや自分を売ることなので、これは自信をもって提供できるものであるというのが大前提。いわば自分の生き方と直結してる部分もあるので。

だからまず普段からどんどん挑戦したり学んだりして魅力的な人間になっていく。これは僕も含めて怠らずにやっていきましょうって話でございますw

で、これに関してもじゃあ今自信ないからあかんということではなくて。

それは発信していく中で身についてくる部分もあるし、漠然と見たときにはそんなに自信なかったけど、文章を書いて発信していく中で、この領域はいっぱい語れることあるとか、反応がいいとか、求められるとか、そういう発見もいくらでもある。

とにかく動き続ける、もがき続ける、踊り続ける。

で、それを前提としてじゃあいかにしてそれがうまく伝わるように表現するか、というのがポイントで。

要素としては、**誠実、自信、共感**。2記事目以降の記事を通してこれらを共有していく、じわじわ伝わっていくようなイメージ。

「誠実」

全部大事なんですけど、まず一番初めに誠実であるということ。これは言わずもがなすぎるんですが、実際のあなたが誠実でも、**ちょっとしたニュアンスでミス**することもあるのでw

テクニカルなことをしようとか、全体としてはしっかり相手のためであり自分のためということが統合出来ていても、ある部分では自分のメリットや自分が気持ちよくなりたいというのが顔を出してしまうことがあるので。

そういうのは**一撃**でばれます。なので、小手先のテクニックでちょろまかすみたいなことはしないってことですよ。

「自信」

次は自信。これは上でも言ったんですけど、やってるうちに身についてきたり、自分が動き続けていれば、**ちゃんと実践したうでの話をできて**、机上の空論をそれっぽく語る感じにはならないので、そこだけです。

情報発信における自信のなさは、実践行動していくしかない。そうすると、外山滋比古風になえば、「**汗のにおいがする言葉**」になっていく。

「自分はこうやって、その結果こうなった、だから一般化すればこういうことになる」ってしゃべるだけなので、抵抗もくそもない。そこに引け目を感じるということは、実体験が伴ってないってこと。

自分が語れる範囲で語るというのが情報発信の鉄則で、語りたい人に向けて語る、もしくは語りたいことを語った結果耳を傾けてくれた集団が読者という考え方ですね。

「共感」

で、最後に共感。ここが一番の肝というか、最初の二つは前提の土台の話で、そのうえで最も重要なのが共感。

他人事から自分事、あなたの一人語りじゃなくてそこに参加してもらおう。**あなたの中に読者が存在してる**のを感じてもらおう。あなたが読者の状態とか悩みとかを全部含んだ存在ですよって伝わるかどうか。

これは一番具体的なところで言えば、記事書くときに変にかしこまった感じじゃなくて、しゃべり口調を意識するとか自分を出すとか。そんなニュアンスです。

もうちょい抽象度高めなので言えば、**物語を使う**っていうことだったり。例えば、僕のプロフィールは物語の形式で書いてます。物語に関しては、あらゆる神話を研究してパターン化した、**神話の法則**というのが有名ですね。

有名すぎてすでに知ってるかもしれないんですが、**まず日常**から始まる。主人公の今の普通の生活。ここは共感ポイントだったりしますよね。読み手が今の自分と重なる部分がある。

で、**冒険への誘い**。デスノートで言えば夜神ライトがノートを拾うところ、進撃の巨人で言えば超大型巨人が壁の上から現れるところ。

で、その世界に足を踏み入れるかで葛藤があります。僕で言えば、普通の割と勉強熱心な大学生ってところから始まって、「このままいけばやばい何かしよう」というところで、ギターをやるんですけど、それがめっちゃ躊躇する。葛藤。「音痴やし」みたいな。でもそういう理屈で逃げずに、いけーって飛び込んでみる。

そこからいろいろあって今に至るという、そういう物語。まあ僕の話は規模で言えば全然しょぼいんですけどw、でもあなたにもそういうターニングポイントがあったからこそ、今の文章を読んでるということだと思うので。

それ以降はメンターとか賢者的な存在があって、格闘があって、パワーアップして帰還する、みたいな感じですね。

で、この冒険・旅は、情報発信の観点で見れば、あなたが理想の世界に向かっていくという旅です。なので、終わりはなくで。途中途中でひと段落はあるかもしれないけど、それは次の旅の始まりだったり。だからその辺りも含めて使えそうだったら使ってみるといいと思います。

通常の記事のレベルで言えば、何か抽象的な主張があって、例として自分の話するときにそこにストーリーの形で入れるとか、ですよ。

「僕はこうだったんですけど、こういうことがあって～～、それで今こうなってる」とか。ビフォーアフターともいえるけど、そういう**変化を見せる**。この変化を見せるというのも効果的。

共感を念頭に置いてストーリーを活用するというイメージ。あとは一番手前のところでは、とにかく読んでる人をリアルに想像する。

これもよく言われることですが、でも過去の自分が想定する人の一人であれば、そいつになんて言うが一番響くかって考えればよくて。

そうすると細かい言葉選びとか変わってきますよね。

- ・あの時の俺やったらこういうことに興味あったな
- ・こういう口調のやつは嫌だったな
- ・金の話ばかりする奴はすぐブラウザバックしてたな

とか、そういうのがあると思います。

それを丁寧に思い浮かべていけば、細かいニュアンスは変わってきます。僕で言えば、ひたすら真面目な感じできれいに文章書いてる人とかはあんま好きじゃないので。なるべくそうならないようにしてみたり。

まあそれは共感以前に、**人間味が伝わらない**という意味でもうダメなんですけど、本当は。

③関係→参加

ここまで来れば、あとは**コミュニティに参加するきっかけを与える、背中を押す**ということになる。

メルマガ登録とかライン登録とか。行動のきっかけを与えるというか、行動する分のエネルギーを提供する。

それはテクニカルな話で言えば、今すぐしてくださいとか締め切りとかまあそういうのもあるけど、こっちは**コミュニティのコンセプトを適切に伝える**というのが、まず前提ですね。

あなたの活動には興味持ってくれてる状態なので、じゃあその中でも

- ・コミュニティとしてはどういう方向を目指しますか
- ・参加したらどうなりますか
- ・どんないいことがありますか

という感じで、**コミュニティに絞って**伝えるべきことを正しく伝えていく。

で、本当はそれ以降もコミュニティとして動いていくって部分で意識したいことが山ほどあります。ただ、それはまたその段階に来たときに共有するとして、ひとまずこれが大枠になります。概論。

一部細かい話もしましたが、ざっくりこんなイメージ。あとは、今回は最初の記事を見てもらったところから始めたんですけど、実際はその手前にも壁があって。**そもそも見てもらえない**というやつ。

どうやって知らせていくか。知らせる段階でどうするか。そもそもコンセプトどうするか、各記事レベルで最後まで読んでもらうためのコピーライティングとか、そういう話はもちろん色々あります。

そのテクニックレベルのところは、その都度調べればいくらでも出てきたり本にも書いてます。でもこういう大枠の話はなかなかちょうどいいのがないので、今回はレポートにしました。全体を見通したうえで、細かい具体レベルの行動に落とし込んでいく方が、どう考えても作業しやすいはずなので。

本当はストーリーに関しても、その構成要素とか魅力的なキャラの何たるかとかいろいろ考えると面白いことはあるんですけど、それもまた次回以降で共有していこうと思います。

あ、ちなみにまだ情報発信やったことなかったり、コンセプトの考え方がよくわからないとかあれば、それもまたPDFなり音声なりにまとめて配っていくので、ぜひともお知らせください。もちろんその他の質問・感想・要望などもいつでも送ってもらって大丈夫ですので。

それでは！