

一瞬で読み手の注意をひきつける

「パワーワード」全集



パワーワード(強い言葉)は読み手の注意をひきつける効果があります。

ブログ記事やセールスページの文章中、もしくは、タイトルなどにパワーワードを入れることで、その言葉自体が”フック”の役割を果たし、文章の続きを読んでもらえるように仕向けることができます。

このレポートでは、私が長年ストックし続けてきた「**パワーワード全集**」を公開しています。

ブログ記事やセールスページ、商品LP、noteの有料記事など、見込み客の注意をひきたい場面で活躍すると思いますので、ぜひ、ご活用ください。

なお、パワーワードを紹介する前に、一点だけ注意点があります。

今回、紹介する「パワーワード全集」は私個人が利用することを想定して、地道にストックしてきたものなので、もしかすると、見にくい箇所などがあるかもしれません。

一応【新規性】とか【特別性】など、最低限のカテゴリーに分けていますが、分け方に関しては、私個人の主観が入っています。

そのため、見る人によっては「この言葉は別カテゴリーだと思う…」などの感想を抱かれるかもしれませんが、その点、なにとぞご了承ください。

ということで、ここから、パワーワード全集を紹介します。

-----「パワーワード」全集ここから↓↓-----

●最も注意をひく言葉

①あなた ②なぜなら ③無料

《解説》

数あるパワーワードの中で最も読み手（見込み客）の注意をひくことができるのが、上記3つの言葉です。

「①あなた ②なぜなら ③無料」この3つの言葉は、ライティングの世界では特別な存在。王様的な存在と言えます（もちろん、ライティングの世界での話です）

この3つの言葉は強力な「ひきつけ効果」を発揮するうえに、他のパワーワードとは違って”自然に”文章へ溶けこまることができます。そのため、多少、使いすぎても仰々しい文章にはなりません。

使いやすいうえに、効果が高い。特別な言葉です。そのため、できるだけ積極的に使っていくことをおすすめします。

①あなた ②なぜなら ③無料

この3つの関しては、使い方の例を載せておきます。

①あなた〔使用方法〕

相手に語りかける時に使用する言葉です。もしも、ブログ記事（note記事）やセールスページで「みなさん」とか「みんな」などの人称代名詞を使っている場合。

もしくは、人称代名詞を全く使わずに記事を書いている場合。

人称代名詞を「あなた」に置き換えるか、今まで人称代名詞を使っていなかった文脈に「あなた」を付け足すようにしてみてください。

◆人称代名詞を「あなた」に置き換えた例

- ・みなさんにとってこの映画は今年最も感動した作品になるはずです。
- ・あなたにとってこの映画は今年最も感動した作品になるはずです。

◆人称代名詞が無い文脈に「あなた」を付け足した例

- ・愛犬がハッピーになれるドッグサロンです
- ・あなたの愛犬がハッピーになれるドッグサロンです

上記のように「あなた」という言葉には「自分ごと化(当事者意識)」させる効果があります。だから、読み手をブログやセールスページの文章に引き込みやすくなるのです。

もしも「あなた」という言葉を全く使わずに記事を書いているのなら、文脈中に「あなた」を挿入するようにしてみてください。使える場面で積極的に用いるだけで、読者からの反応が高まります。

②なぜなら〔使用方法〕

「主張」に対する「理由・根拠」を述べる時に用いる言葉です。

WEBライティングでは、何か「主張」をしたら、それに対する「理由・根拠」をセットで述べるのが基本になります。

なぜなら「理由・根拠」をセットで述べないと、こちらの「主張」に対して相手が納得しないまま(理解しないまま)文章が展開されていくことになるため、相手の心が「その場」へ置き去りになってしまうからです。

その都度「主張」に納得してもらわないと、いつまでたっても最初の「主張」が相手の心に引っかかったままになり、それ以降の文章が頭に入ってこないのです。

結果として、商品の購入・有料記事の購入・メールアドレスの獲得など、こちらが望む行動を取ってもらいにくくなります。

端的に表現すると、コンバージョン(転換率)が下がるのです。

なので、繰り返しになりますが、ブログ記事でも、note有料記事でも、セールスページでも。

あなたが「主張」したことに対して、セットで「理由・根拠」を述べることで、その都度、相手の理解を得る必要があります（特にnote有料記事やランディングページなどの商品販売ページでは必須の原則です）

例えば、以下のようなテンプレートに沿って文章を書くことで、読み手の理解を得られやすくなります。

◆読み手の理解を得られる文章テンプレート

- 1.主張
- 2.理由・根拠（「なぜなら～」ではじめる）
- 3.具体例
- 4.反論への理解
- 5.主張

このテンプレートのように「主張」につなげる形で「理由・根拠（なぜなら～）」を用います。

◆なぜなら～使い方の例)-----

1.主張

文章力を鍛えるコツは、とにかく読書を習慣化させることです。

2.理由・根拠（「なぜなら～」ではじめる）

なぜなら、書店で販売されている本はプロの編集者が校正・校閲を行っており、標準レベル以上の体系的な文章がビッシリ詰まっているからです。プロの文章に触れる回数を増やすことで、正しい文章の構成や言葉遣い、語彙を無意識的に会得することができます。

3.具体例

インプットだけではなくアウトプットも重要です。毎日、短時間でも読書を実践しつつ、ブログ記事などを書いていくことで、日増しに文章力が上達していきます。

4.反論への理解

もちろん、本を買うには多少なりともお金がかかりますし、読書をする時間を確保する必要があります。

ただ、中古書店であれば、100円以下でいろんなジャンルの本を手に入れることができます。また、「電車の待ち時間」とか「寝る前の数十分」など、細切れの時間を上手く使うことで1日30分の読書時間は確保できるはずです。

5.主張

月に数百円の投資で、現代人の必須スキルである「文書力」を獲得できるんですから、これほどコスパの良い投資はありません。

今日から、読書を習慣化しましょう。

-----使用例ここまで-----

ちなみに「なぜなら～」の代わりとして「というのも～」を変化球として使っても良いでしょう。「なぜなら～」と同じ効果を得られますし、たまに織り交ぜることで文章の単調化を防げます。

なお、上記で紹介した「**1.主張 2.理由・根拠 3.具体例 4.反論への理解 5.主張**」の**テンプレ**はブログ記事の「**章(大見出し・小見出し)**」を構成する際、大いに使えます。

実際、このテンプレを繰り返すだけで、ブログ全体の構成が完成すると思います。

ちょっとした文章を書くときなどは「1.主張 2.理由・根拠 3.具体例」くらいで止めておく方が、使い勝手が良いかもしれません(このへんは、その都度調整してしてください)

ただし「1.主張」のあとは必ず「2.理由・根拠(なぜなら～)」を述べる。どんな文章を書くときにも、この原理原則は徹底するようにしてください。これだけで、相手の反応が良い方向へ変わります。

③無料〔使用方法〕

無料という言葉には人をひきつける強いパワーがあります。

もしも、あなたが無料提供可能な商品を扱っているのなら、商品タイトルやヘッドライン、文章中に「無料」を入れるようにしましょう。それだけで、相手の反応が全く違ったものになります。

ただし「無料」も強力な印象を与える言葉なので、乱用は禁物です。

以下で紹介する「新規性」や「特別性」などのパワーワードと同じく、使いすぎると“おどろおどろしい”文章になってしまいます。

言ってみれば、劇薬的な効果を発揮する言葉なので、使いすぎには注意してください。

逆にいうと、用法や用量を守って使えば「無料」という言葉は、読み手の心を掴むための強力な武器になります。ぜひ、節度を持って使ってください。

※おなじみの言葉なので「無料」の使用例は割愛させていただきます。

●新規性

新登場、新発売、新常識、新発明、新食感、新感覚、新手法、新発見、新時代、新製品、新分野、発見、新規、新型、新参、リニューアル、新しい、まったく新しい、先進的、最新の、最新技術、New、ニュース、トレンド、新着、新刊、新次元、一新、次世代、新世紀、独創的、前代未聞、史上初、ブレイクスルー、イノベーション、破天荒、奇抜、斬新、挑戦的、歴史的、金字塔、空前絶後、画期的、異例、未知、最先端、特異、異次元、今までにない、かつてない、世界初、革命的、革新的、飛躍的、冒険的、前衛的、比類なき、注目、再発見、お披露目、奇想天外、不世出、未踏、非日常、別世界、ハイセンス、パイオニア、アバンギャルド、彗星のごとく、頭角を現わす、○○ブーム、正体を現す、赤裸々、生々しい、本音、ぶっちゃけ、進化、型破り

《解説》

人は新しい「モノ」や「コト」に目がいってしまう生き物です。使い古された言葉に感じるかもしれませんが、やっぱり効果があります。「新○○」と、文章中に出現したら目で追ってしまうんです。

ちなみに、iPhoneでお馴染み「アップル」のホームページでは、この「新規性」と、次に紹介する「特別性」に関連する言葉が多く使われています。

●特別性

秘密、秘訣、秘める、極秘、究極、奇跡、禁断、秘蔵、特別、特注、特典、劇的、超絶、破格、格別、貴重、異常、運命的、絶頂、最高峰、最高級、最高ランク、プレミア、聖域、電撃的、衝撃的、絶対的、圧倒的、神秘的、特殊、特筆、特権、豪華版、傑作、最高傑作、神業、アブノーマル、キワモノ、唯一の、唯一無二、○○の王様、異端、異色、稀代、非凡、鬼才、公開、プレゼント、限定、ありえない、卓越した、例外、真実、事実、実際、裏、非公開、未公開、必勝法、インサイダー、隠れ○○、オフレコ、匿名、

機密、内緒、マル秘、非公式、こっそり、情報提供、全貌、暴露、暴かれる、内部事情、秘められた、裏話、裏情報、噂の、真相、奥義、秘伝、神髄、極意、奥の手、○○の教え、切り札、必殺技、秘密兵器、最終兵器、特効薬、黒幕、隠れ家、アジト、驚くべき、恐るべき、想像を絶する、尋常でない、桁違い、並外れた、ずば抜ける、無敵、驚異的、常軌を逸する、他の追従を許さない、傑出する、規格外、鬼気迫る、精彩を放つ、クレイジー、ピカイチ、エレガント、モダン、未曾有

《解説》

新規性と同様、人には特別なモノに注目してしまう習性があります。ここで紹介する特別性を帯びた言葉は存在感が強い、というか独特なので、一般的なブログ記事にはあまり向きません。

note有料記事やセールスページ、ランディングページなど、商品を販売するページで使うようにしましょう。

普通のブログ記事で使う場合は、使う言葉を選ぶようにしてください。

例えば「禁断」とか「最終兵器」などの言葉は普通のブログ記事には向きません。

note有料記事やセールスページ向きの言葉です。

一方で「例外」や「事実」「こっそり」などの言葉は普通のブログ記事で使っても自然に馴染みます。

この辺の言葉選びは個々人で見極めるようにしてください。

●ネガティブワード

逮捕、犯罪、事件、物騒、激痛、危険、脅威、恐怖、懺悔、嫉妬、後悔、緊張、生き恥、非常識、違反、詐欺、差別、醜態、怠惰、墮落、地獄、低俗、廃人、奴隷、破滅、悲惨、貧相、不安、不穏、不機嫌、不安定、不幸、困難、破綻、貧困、孤独、転落、危

機、罨、疑惑、裏切り、悪玉、戦争、崩壊、失敗、難航、欲望、屈辱、軽蔑、下劣、破産、絶望、借金、敵、殺気、リスク、臆病、依存症、汚染、伝染、絶体絶命、抵抗、非合法、違法、中毒、有毒、有害、悪徳、反社会勢力、悪魔、悪者、嫌われ者、悪名、悪人、極悪人、ろくでなし、闇の勢力、サイコパス、インチキ、オカルト、一触即発、危機一髪、厳戒、警戒、無謀、乱暴、暴力、策謀、謀略、疑問、粗暴、暴走、暴挙、波乱、波瀾万丈、ストレス、偽善、背信、不信、不正、虚偽、怪しい、裏社会、幼稚、虚構、違和感、不審、訳あり、気味が悪い、パニック、混沌、謎めいた、グロテスク、不思議、不気味、不吉、悲観的、不可解、矛盾、奇妙、不自然、下品、変態、油断、不明、異様、怪物、怪人、狂う、狂信的、目を疑う、不協和音、災害、災い、非常事態、暗闇、饑餓、紆余曲折、窮地、背水の陣、瀕死、崖っぷち、官能的、魔性、幻惑、劇薬、悲劇、呪われた、火遊び、戦慄

《解説》

ネガティブワードを使うと、手っ取り早く注目を集めることができます。ただし、使いすぎると怖い文章になってしまうので、これも使いすぎには注意してください。

●緊急性

緊急、緊急事態、今すぐ、大急ぎ、大至急、至急、超特急、特急、早急、今だけ、期間限定、注意、警告、切迫した、非差し迫る、速やかに、切羽詰まる、急変、急遽、急展開、急転直下、衝動的、即日、即時、急募、催促、督促、速報、臨時、突然、突発的、瞬時、瞬間的、瞬く間、決定的瞬間、予想外、絶好の機会、突撃、突然変異、急激、奇襲、ハプニング、アクシデント、サプライズ、間一髪、絶句、仰天、スリル、ショッキング

《解説》

締め切りとか緊急性を連想させる言葉はヒトの行動を促す効果があり、注意をひきやすい言葉でもあります。

ただし、効果はあるものの、さまざまな広告媒体等で頻繁に使われている言葉なので「飽きられている感」は否めません。

そのため、何度も繰り返し使ったりすると、逆にさめてしまいます。用量には気を配りましょう。

●数字

「30%オフ」「500円ポッキリ」「レモンの10倍」「タウリン1000mg」「1日分の野菜」「徒歩1分以内」「たった3日で〇〇」「〇〇に必要な7つのポイント」など。

《解説》

あなたも経験上理解できるかと思いますが、文章中に数字が出てくると思わず、目を止めてしまいます。特にタイトルやキャッチコピー、ヘッドラインで使うと大きな効果を発揮します。もちろん、文章中でも使えます。

なお、**キリの悪い数字の方が読み手の注意をひきやすく印象にも残るので、オススメです。**

◆キリの悪い数字の使用例

売り上げが**127%**伸びたキャッチコピーの秘密

●オノマトペ(擬音語・擬態語)

サクサク、ぐっすり、みるみる、ペタンコ、ほっそり、どどーんと...など。

※オノマトペに関しては、このサイトに一覧でまとめられています↓

[日本語のオノマトペ\(擬音語・擬態語\)まとめ](#)

《解説》

自然界の音・声、物事の状態や動きなどを、感覚的な表現として人間の言葉に言い換えたものをオノマトペと言います。

オノマトペを使った表現には自然と目がいてしまいますし、読み手の感情を刺激します。また、他のパワーワードとは異なり、多少、使いすぎても文章が不自然にならないので、オノマトペはオススメです。

◆オノマトペ使用例)

使用前: 雨が激しく降っている。

使用后: 雨がザーザー降っている。

使用前: 歯ざわりと食感が楽しめるパンです。

使用后: 外はサクサク、中はモチモチの食感を楽しめるパンです。

-----「パワーワード」全集ここまで-----

以上、一瞬で読み手の注意をひきつける「パワーワード」全集を紹介しました。

繰り返しになりますが、言葉によっては、かなり強い印象を読み手に与えてしまうので、適量を使うようにしてください。

ただし、

①あなた ②なぜなら ③無料

この3つの言葉は、文章で読み手の心を掴む上で基本となる言葉なので「1.主張 2.理由・根拠 3.具体例 4.反論への理解 5.主張」の文章テンプレートも参考にした上で、使える場合は積極的に使っていきましょう。

ブログ記事などの文章中、一定間隔でパワーワードを戦略的に配置していくことにより、読み手の視線や意識を定期的に文章へ向けさせることが理想です。

なぜなら、読み手を文章へ引き込むこと、記事の精読率をあげることが、あなたの望む結果(有料記事の販売・アフィリエイト成約・コンテンツ販売)に直結する最大の要因となるからです。

ただ、何度も言いますが、使いすぎは逆効果になりかねません。バランスよく用いるようにしてくださいね。

それでは、パワーワードの紹介を終わります。