

人を動かす言葉のカレポ^oート

こんにちは、てらけんです。

文章、言葉の力ってすごいなあと
思うことがあったので、
レポートという形でシェアしたいと思います。

舞台は、温泉、露天風呂です。

僕は温泉が好きで、
よくいろいろな場所の温泉へ行きます。

ホテルに泊まってることも多く、
そういうときは大体、
温泉付きのホテルにしています。

で、ある日、
露天風呂でよく見る、
虫対策の看板・張り紙に着目したんです。

よくあるじゃないですか。

『虫や葉っぱが混ざっていることがございます。
お手数ですが、見かけた方は外に出して頂けると幸いです』

みたいなの。

まあ実際、
小さな虫や葉っぱが混ざっていても
スルーする人が9割なわけですが……

そんな中、この前、
箱根の日帰り温泉に行ったとき、
露天風呂で素敵な看板に出会いました。

どんな文章だったか？というと、

『ここは源泉かけ流しです。

想像以上にあつたかくて気持ちいいので、つい虫さんや
葉っぱさんも長居しちゃうようです。

もし見かけたら、どうか心の優しい方はもといた場所に出
ししてあげてください』

言ってることは同じなのに、
受ける印象が全く違いますよね。

優しい気持ちになれるし、
もし虫や葉っぱが入っていたら
そっと外に出してあげる人も増えるかと思います。

さらに、東京の某ホテルに宿泊していた際も
いい張り紙に出会ってしまいました。

もはやコピーライティングの領域ですが、
それを見たとき、
すっごく暖かい気持ちになったんですね。

一体どんなことが書いてあったか？というと、

『虫や枯葉も暖まっていることがあります。
のぼせてしまう前に、見つけた方はどうぞすくってあげて
ください』

最初に読んだ時に違和感を感じたのですが、
それは、「枯葉」と漢字で書いているのに、
「すくう」は平仮名になっている点です。

ということは、
あえて「すくう」という平仮名を
採用してるんだろうなと思いました。

おそらく、
「救う」と「掬う」の2つの意味を
掛けてるんじゃないかと。

それを踏まえた上で、
もう一度読んでみてください。

『虫や枯葉も暖まっていることがあります。
のぼせてしまう前に、見つけた方はどうぞすくってあげて
ください』

…どうでしょう？

『虫や葉っぱが混ざっていることがございます。
お手数ですが、見かけた方は外に出して頂けると幸いです』

と言われた時と、
全く違う印象を感じるかなと思います。

同じことを言ってるのに、
受けとり方が180度変わる。

どっちが行動してくれるか？
といたら言うまでもないですね。

ちなみにこの「すくう」に
2重の意味を掛けたコピー、
微妙に語順や表現を変えながら
あっちこっちの温泉にあるのです。

帰るお家を間違えた虫さんバージョンもあったり、

シンプルに、

『虫や枯葉が入っていることがあります。
見つけた方は、どうぞすくってあげてください』

とだかけ書いてるパターンもありました。

多分ですけど、
どこかの温泉の誰か(マーケターかコピーライター?)が
最初にこのコピーを生み出し、

それを見たり聞いたりした別の温泉の人が
自分のところに取り入れたりして
じわじわ全国に広まっていったのではないかと。

最初に書いた人はすごいですよね。

言葉を少し変えるだけで、
こうも愛のある表現になるんだなと。

(ぜひ露天風呂に行く機会があったら
意識してみてください。
面白いコピーに出会ったらぜひ教えてくださいね)

こういう街中に溢れている
「言葉」に着目すると面白いです。

世の中、
「言葉」で成り立っているといっても
過言ではないので。

例えば有名な話でいうと、
コンビニのトイレで、

「綺麗に使っていただくようお願いします」

という張り紙より、

「いつも綺麗に使っていただき
ありがとうございます」

という張り紙の方が
何倍も綺麗に使われるという実例があります。

言葉の力を舐めてる人も多いですが、
伝え方を変えるだけで
売上が変わったり、
お客さんが動いたりしてくれるのです。

ちなみに僕がコンビニのオーナーなら、
さらに言い方を変えます。

というのも、

「いつも綺麗に使っていただき
ありがとうございます」

というコピーは全国にありふれてしまったので、
今さら意外性もありません。

お客さんからも
「ふ～ん」と思われるだけで
そこまで綺麗に使ってくれないかもしれない。

(僕は大学生の頃、
時給780円でコンビニバイトをしていたのですが、
その時、トイレ掃除が結構大変だったのを覚えています・・・)

じゃあどうするか？というと、

例えば、

『いつも綺麗に使って頂きありがとうございます。
本当に助かっています。』

こちらのトイレは、店長が自ら、
1日に3回の頻度で掃除をしています。
(腰痛がひどいので、しゃがむのも大変です...
アルバイトを募集してます)

近くに小学校があります。
元気な子供たちがたまに悪気なく汚してしまうこともござ
いますが、その場合、すぐに綺麗にしますので、なんなり
とお申し付けください。

これからもお客様から愛される店舗づくりを心がけていき
ます。

セブンイレブン〇〇店 店長〇〇〇〇〇』

といった文章を、
「手書き」で書いてペタって貼っておくとか。

腰痛を抱えている店長が
自ら掃除をしているという話で
大変なんだな～という同情を買いつつ、

さらっとアルバイトの募集をかけつつ、

トイレを汚す人＝小学生、であり、
大人のあなたが汚すことはないよね？という
遠回しの圧力をかけてます。

これはあくまで一例ですが、
実際にコンビニのトイレでこの張り紙を見たら
どう思うでしょう？

おそらく、以前よりも綺麗に使われるだろうし、
なんなら、手書きのメッセージに
感銘を受けてファン化し、
商品の売上も少し上がるかもしれません。

言葉には、そのくらいの力が隠されています。

他にも例を挙げると、
僕の友人で薬局をオープンした人がいるのですが、

ただ薬を販売してるだけだと
お客さんは集まってきません。

というのも、
お店の近くには競合の薬局もあり、
切り口を変えないと埋もれてしまう。

そこでアドバイスをさせてもらったのが、
「あなたの健康相談役になります」
という見せ方。

販売主⇔顧客という関係性から
「健康のことや美容のことなど
なんでも相談できるパートナー」
という関係性に再定義したんですね。

結果、今、リピーターも増えてきたみたいです。(しっかり
LINE@のリストも取っています)

もちろん、
インターネットビジネスにおいても
文章、言葉というのは本当に大事。

商品は同じでも、
どんな言葉を使うか？どう伝えるか？
で売上は10倍変わります。

自分が使っている言葉は
一体誰に届いて、誰の心を動かしているのか？

ライバルたちは、
適当な文章、言葉を紡いでいます。

この重要性に気づいていないからです。

だからあなたがちょっと意識するだけでも
ライバルを無効化できるし、
自分のビジネスがスケールしていくでしょう。

まずは今回紹介した
露天風呂の張り紙のように、
街中で「どんな言葉(コピー)が使われているか？」
と注意深く観察してみましょう。

それだけでマーケティング力、
文章力が底上げされていきます。

今回のレポートは以上です。
感想とかあれば送ってください！

ではでは。

てらけん公式ブログ→<https://f-lifelog.com/>