

# 常識の 1ミリ先 を考える。

あなたの着眼点を変える15講

Shift 1mm away from the status quo.

長倉顕太

累計**1100**万部のベストセラー編集者が  
アイデアがあふれ出る15の秘訣を初公開！

# ヒットする企画 はどう作る？

 横浜タイガ出版

企画

書く

発信

の全てが分かる！

▶ 詳しくはまえがきへ

# 常識の 1ミリ先 を考える。

Shift 1mm away from the status quo.

---

あなたの着眼点を変える15講

---

長倉顕太



まえがき 盗んでズラす

この本を手にとっていただき、ありがとうございます。

この本は僕にとっては6冊目の本だが、正直、あまり書きたくなかった内容だ。なぜなら、本業の手の内を明かすことになるからだ。

僕は編集者時代にベストセラー企画を連発し、今までに累計1100万部以上の本を生み出してきた。

僕が出版社から独立したのは今から約8年前のことだが、独立後は本だけでなく、あらゆるコンテンツからお金を生み出す方法を、多くの人や会社年に年間数百万円を支払ってもらって教えてきた。

今は主流のメディアがテレビや新聞からSNSに移っていき、「いかに共感を得るか」がヒットのカギをにぎる時代だ。そんな中で、多くの人にヒットの秘訣を聞かれるようになり、筆を取ることにした。

本を出したい人だけでなく、「ヒットを出したい」「情報発信でバズらせたい」など

といった「企画する」「書く」「発信する」ことに関わっている人たちに役立つように書いたつもりだ。だから「商品やイベントの企画でヒットを作りたい」「ベストセラーを出したい」「情報発信で影響力をつけたい」「ユーチューブで稼ぎたい」など、どんな動機でも通用する内容になっている。

この本では、あなたがヒットを生み出すための「最短最速」の道を、15の講義で簡潔に示したい。理解を深められるよう、各講義の最後に「コラム」として補足情報も付け加えた。

どうすれば、自分の企画でヒットを生み出すことができるのか？

最も簡単な方法は「盗んでズラすこと」だ。「盗んでズラす」と言っても、僕の感覚では、大きくズラす必要はない。

のちほど説明するが、1ミリズラせば、それで十分だ。

ちなみに、僕が企画・編集したベストセラーの一例を挙げると、石井裕之さんの『なぜ、占い師は信用されるのか？』『心のブレイキ』の外し方』、苦米地英人さんの

『残り97%の脳の使い方』『英語は逆から学べ!』、井上裕之さんの『自分で奇跡を起こす方法』『30代でやるべきこと、やってはいけないこと』、小堺桂悦郎さんの『なぜ、社長のベンツは4ドアなのか?』、嶋津良智さんの『怒らない技術』などがある。

これらは全てフォレスト出版で編集者をしていた時に、僕が企画・編集をしたもので、いずれの本も軽く10万部を超えている。

たとえば、あなたが作家としてベストセラーを出したいのならば、一番の近道は、ベストセラーを出せる編集者と組むことだ。

だが、残念ながら、コンスタントにベストセラーを出せる、実力のある編集者は数少ない。

であれば、優秀な編集者との偶然の出会いを待つよりも、あなたが自分自身で「ヒットする企画」を作れるようになれば、それが一番の近道ということになる。

累計1100万部と言っても、あまりイメージが湧かないかもしれないが、売上金額にしたら160億円くらいになる。出版社を辞めてからも、僕はコンテンツだけで

約100億円を売り上げている。

独立後、僕は約8年間にわたり、ハワイやサンフランシスコに暮らしながら、気ままに生きてきた。

「**個人も企業もメディアを持つ時代**」と言われるが、どう企画し、どう発信していくかは、情報社会で生きていく上で最も重要なテーマになりつつある。

この本に書いてあることを実践すれば、あなたも「**時間的な自由**」「**経済的な自由**」を手に入れることが可能になるはずだ。

今後、あなたが独立するにせよ、ビジネスパーソンとして会社で生き続けるにせよ、「**自分でヒットを作る力**」は、今後のあなたの人生において「**最強の武器**」になる。

その武器を手に入れる方法を、この本であなたに伝授したい。

まえがき 盗んでズラす…………… 3

【講義に入る前に】なぜ、1ミリなのか？…………… 10

1 ヒットは他人が99%決めている！…………… 19

2 データは1%もウソをつかない！…………… 26

3 ヒットはタイミングが10割…………… 37

4 人は四六時中〇〇〇しか考えていない！…………… 46



5 盗んで「1ミリ」だけズラセ!..... 56

6 誰一人として「自分」のことは知らない!..... 77

7 100%嫌われているトランプ大統領が生まれた理由..... 89

8 会議はゼロでいい!..... 101

9 本も「見た目」が9割..... 110

10 「1秒」を制するワーディングの魔法..... 121

11 右脳8割、左脳2割..... 134

12

「1行目」は催眠術……

145

13

2倍のスピードで読ませる技術……

156

14

あの人の「一人目」になるために……

168

15

「想い」が100%実現する世界へ……

180

あとがき……

189

## 【講義に入る前に】なぜ、1ミリなのか？

具体的な講義に入る前に、まずは地ならしをしておこう。

11ページをご覧いただきたい。これは2006年当時、僕が実際に会社に提出した企画書だ（当時のままの企画書なので、誤字・脱字もあえてそのまま掲載する）。

この企画書のタイトルにある『なぜ、社長のベントは4ドアなのか？』は、シリーズ累計で70万部以上のベストセラーシリーズになった。

さて、ここで少し考えてみてほしい。

なぜ、この本はベストセラーになったのだろうか？

この企画書のいったいどこに、この本がヒットした理由が隠されているのだろうか？

この点については、のちほど第5講で解説するが、12ページに必ず「自分なりの答え」を書き込んでから、本書を読み進めてほしい。

フォレスト経理・税金シリーズ

**「なぜ、社長のペッツは4ドアなのか？」  
～身近な疑問からはじめる中小企業の会計学～  
決算書、資金繰りのトリックを全部公開！  
利益が出なくたって金がまわれればいい！**

**著者** 小堺桂悦郎著

**<企画意図>**

『パンザイ』シリーズの読者の中で、多くの会計の知識がない人は「読み物としては面白いが、会計は難しい」という意見が多かった。そこで、今回、あらためて会計の本を企画。『さおだけ屋〜』の中小企業バージョン。

**<なんのための本か？>**

「本で学ぶ会計と中小企業の会計の違い」をうたって売るのが、中身は小堺さんが得意の資金繰り、借金関係のエピソードでいく。「解説」のコーナーを設けるなどして、会計がわかる内容にする。

**<読者対象>**

中小企業経営者およびスタッフ、中小企業相手にビジネスをする人

**<構成案>**

- 第一章 なぜ、社長のペッツは4ドアなのか？（減価償却、節税）**
- 第二章 なぜ、年商2億、借金10億の旅館は、潰れないのか？（借金、リスケ）**
- 第三章 なぜ、中小企業は赤字ばかりなのか？（中小企業の決算の実態）**
- 第四章 なぜ、イケイケの会社が潰れてしまうのか？（資金繰り、季節変動）**
- 第五章 なぜ、あのボロ会社は、税金払ってまで黒字なのか？（粉飾、借入の実態）**
- 第六章 なぜ、ラフホテルのオーナーは、税金を払わなくていいのか？（脱税？節税？）**
- 第七章 なぜ、社長は生命保険が好きなのか？（節税？）**

■ ヒットの理由はどこにある？

いったいどうすれば、ベストセラーを生み出すことができるのか？

実は、これは僕自身が死ぬほど悩んだ問題だった。

寝ても覚めても、そればかりを考えていた。

意外に思われるかもしれないが、僕自身、編集者になってからの2年間は、全く売れなかった。

自分で企画した本の増刷は、ほぼゼロ。

ビギナーズラック、つまり「素人のまぐれ当たり」が出版の世界にもあるのだが、僕にはビギナーズラックさえなかった。

だからこそ、「なぜ俺だけが売れないんだろう……」と悔しい思いをしながら、ど

うすればベストセラーを出せるのか、死ぬ気で考え抜いた。

そして、編集者になって3年目。

岡本吏郎さんの『会社にお金が残らない本当の理由』（フォレスト出版刊）が10万部を突破し、ようやくベストセラーを作ることができた。

初めて10万部突破が決まった時、あまりに嬉しくて、会社のトイレに駆け込んでカギをかけ、誰にも見られないようにして、僕はひとり泣いた。

.....

僕は著者として、これが6冊目の本になるが、デビュー作『超一流の二流をめざせ！』（サンマーク出版刊）から一貫して主張していることがある。

それは、この世の中は、**わずか1%の天才と99%の凡人**で出来ているということ。

そして、**凡人は決して一流にはなれない**ということだ。

たとえば、イチローは生まれながらにしてイチローであって、我々はいくら努力をしたところで、決してイチローのような一流にはなれない。厳しい言い方だが、それ

がこの世界の残酷な現実だ。

なぜ、そんなことを言うのかというと、それは僕自身が紛れもない凡人だからだ。

たまに「長倉さんは天才編集者ですね」などと言われることもあるのだが、決してそんなことはない。もし僕が天才なら、天才的なセンスで、1年目からベストセラーをバンバン飛ばしていたことだろう。

でも残念ながら、僕にはそのセンスがなかった。センスがなかったからこそ、どうすれば勝てるのか、その戦略を必死に考え抜いたのだ。

その試行錯誤の中で、1つ分かったことがある。それはたとえ凡人であっても、戦略次第で、**天才をしのぐような結果を出せる**ということだ。

ウサギとカメの寓話<sup>ぐうわ</sup>にあるように、たとえ鈍くさいカメであっても、戦略次第ではウサギを打ち負かすこともできる。

だからこそ、人生は面白いのだと思う。

凡人が天才に勝つためには、いったいどうしたらいいのか？

一番重要なのは、どこにポジションをとるかだ。

僕より優秀な人間は、世の中に腐るほどいる。

そうした人たちと同じポジションで争えば、僕は絶対に勝てない。

だからこそ、僕はどのポジションが空いているのかを常に考えて戦ってきた。

実はこの考え方は、本の企画を考える際にも応用できる。

どのようにすれば、ベストセラーを出せるのか？

一番重要なのは、どこにポジションをとるかだ。

では、あなたはいつたいどこにポジションを取ればいいのだろうか？

.....

普段から、僕が心がけていることが1つある。それは、「世間の常識」をいったん疑ってみることだ。

たとえば、我々は「自由には責任がともなう」と教えられ、世間でも、そう信じら



れている。でも、はたして本当にそうなのだろうか？

そこで、「自由」という言葉を、実際に辞書で引いて調べてみる。少し古い辞書だが、三省堂国語辞典（第4版）には、次のように書かれている。

- ① 思い（心）のまま。
- ② 制限を受けないこと（行為）。じゃまされないこと（活動）。
- ③ 資本主義の世界、または全体主義の世界の制約からはなれていること。
- ④ （スケートで）フリー。

どうだろうか？

自由という言葉の説明の中に、責任についての言及は何ひとつない。つまり、自由は単なる自由であって、責任とは何の関係もないのだ。

そう気づくことで、「ひょっとしたら、我々に自由に行動されると困る誰かが、自由には責任がともなうというウソの言説を広めているのではないか」という「新たな

着眼点」が生まれる。

.....

企画の面白さは、どこから生まれるのか？

それは一言で言うと、著者や編集者の「着眼点の面白さ」から生まれる。

世間の人たちが「なるほど、そんな見方があったのか」とか、「そんな考え方もあるのか」と気づく。その斬新ざんしんな面白さが、人々の共感を生み、ベストセラーにつながっていくのだ。

ここで1つポイントがある。

それは、着眼点をズラしすぎてはいけないということだ。なぜ、ズラしすぎてはいけないのか？

それは、着眼点をズラしすぎると、人々の理解の範疇はんちゆうを超えてしまうからだ。簡単に言うと、「この人は何を言っているの？」となってしまい、読者の頭に大きなクエ

スチヨンマークが浮かんでしまう。

以下の情報は非常に重要なので、大文字で記しておこう。

## 人は理解できない物を買わない。

これは、マーケティングにおける基本中の基本だ。

だからこそ、ズラしすぎてはいけない。僕感覚では1ミリでいい。

その「微妙にズラした着眼点の面白さ」が、圧倒的なベストセラーにつながっている。

さて、前置きはこれで終わりだ。次から具体的な講義に入る。まずは第1講の「良本」「悪い本」は誰が決めるのかという話から始めよう。

# 1

---

ヒットは  
他人が99%  
決めている！