

新「伸びる人の条件」

～天才じゃなくても結果が出る「5つの力」の鍛え方～

安達元一 著

(2011 年刊)

公開版

厳しいテレビ業界の中で「視聴率 200%男」と呼ばれ、数々のヒットを手掛ける著者が語るビジネス、人間関係、コミュニケーション、キャリアアップ、恋愛…など、すべてに役立つ「伸びる人」の新定義。

まえがき

フェイスブック、ツイッター…ソーシャルメディア時代突入！「伸びる人」の条件は変わった

●まったく通用しなくなったマーケティング

本書を手にとって、いただきありがとうございます。

私はテレビ業界で二十年にもわたり仕事をしてきました。また、本の執筆、企業のセールスプロモーションのお手伝いなど、あらゆるメディアにかかわってきました。

とくに、芸能界というこの世でもっとも過酷な競争社会とのかかわりも深く、人の浮き沈みを多く見てきました。

自分でも「よくここまで生き残ってこれたな」と本当に思うほど、多くの人たちが業界から去っていきました。私がここまで生き残ってこれたのは、運もありますが「時代の変化」にいち早く気付いてきたからだともいえます。

そんな私が最近感じるのが、

「いままでの方法が効かなくなった」

ということ。また、私はマスコミはじめ多くの企業の方とも付き合いがありますが、彼らも、「いままでのマーケティングがまったく通用しなくなった」

と嘆いています。

実際、今までのように多額の広告費を投じてCMを売ったり、キャンペーンをやってもまったくモノは売れなくなりました。どんなに、お客さまの声を集めても、どんなにマスコミに取り上げられてもモノは売れなくなりました。

よくよく考えてみると、これは当然だと思えます。昔のようにテレビだけが娯楽の時代ではなく、いまやインターネットをはじめあらゆるメディアがあります。

さらに、大きく違うのは、フェイスブック、ツイッター、ブログ…といったソーシャルメディアの台頭で、誰もが情報を発信できるようになったことです。ユーストリームを使えば放送だってできてしまう。

今までは、一部のマスコミしか情報を発信できなかったのが、個人が情報を発信できるようになり、とてつもない情報量が氾濫する時代になったのです。そして、人々は、

「もうどの情報を信じればいいのかわからない」という状態になってしまい、あらゆる情報を信じなくなってしまったのです。

● ソーシャルメディア時代で「伸びる人」

こうなると、人々はマスコミ的な「上からの情報」には警戒心を持つようになり、そして、信用できる友人、知人からの情報、その延長線上にある自分が信用できると判断した人が発信するソーシャルメディア上の情報を信じるようになっていきます。

こうやって人々の感覚が変わっていくと、当然、社会全体も変わってきます。iPod の出現によって音楽の聴きか方が変わり、ライフスタイルが変わっていったように時代が変わってきたのです。

これが私が感じている「時代の変化」かもしれません。この時代を「ソーシャルメディア時代」と呼ぶならば、この変化の中で生き残っていくにはどうすればいいのかを本書で紹介できればと思います。

私は、この時代に生き残るには、

- ・ ネタ力
- ・ 信頼力

- ・まとめ力
- ・実現力

の4つの力がキーポイントだと思っています。実は今までは、「その場その場をうまくやる力」「人間関係を広く浅く作れる力」があれば、どうにか生き残ってこれたのです。上司と取引先と適当にうまくやるだけでよかったわけです。

ところが、もはやそれでは通用しない。

4つの力がなければ、絶対に誰からも評価されなくなっていくのです。1つずつ軽く説明します。

- ・ネタ力

これはコンテンツ力、企画力ともいえるでしょう。他の人とは違った、他の人よりも面白いネタを持っていないと評価されないし、ネタを数多く持ってないとあなたと話よりもツイッター一見でたほうが面白いと相手に思われていってしまいます。

- ・信頼力

基本的にあまりにも情報が多すぎて、多くのひとはそう簡単に情報を信じません。そんな時代だからこそ「信頼できる人」からの情報はとことん信じますし、「信頼できる人」はどんどん人気者

になっていきます。

- ・まとめ力

これは会議などで場を回す力と言ってもいいでしょう。多くの人があつまる場所では、各自がバラバラの価値観、バラバラの情報量を持って集まります。ですから、どうしてもその場を回す人が重宝されるようになる。

- ・実現力

これは決めたことを実行する力です。当たり前のようにですが、今までは結果は意外と求められなかったり、うやむやになったりでどうにかなってきました。しかし、いまは必ず誰かの目が光っているのです。だから、結果を出すことが重要だし、結果を出せば必ず誰かが見ていてくれるのです。

これからは、クチコミで話題になっていくような人間になっていかなければ、評価もされないのです。

多量の情報にさらされ、常に誰かの目に監視されているような時代だからこそ、この4つの力が重要なのではないでしょか。

それでは、第1章からお読みください。

第1章

新「伸びる人」の条件—ネタ力、コンテンツ力編

●アイデアの正体を知り分析する

ネタを生み出す上で、アイデアは大切なキーワードです。

アイデアというものは、「神様が偶然与えてくれるもの」といった印象を持つ人もいるかもしれませんが、そんなことはありません。

絶対にそれを構成する要素があり、成り立ちを分析できるものなのです。

アイデアを分析して、その正体を突き止めておくこと。

これはビジネスにおいて企画を考えたり、いざというときに役に立ちます。心にしまっておいてください。

私もこれを痛感したエピソードがあります。

「発明将軍ダウNTOWN」という番組がありました。世の中の様々な発明品を紹介する番組で、私が企画書を書いて着地した思い出のある番組

です。

この番組が、スタート数年で大ピンチに陥りました。紹介する発明品がなくなってきたのです。よく考えれば、それは予期できることでした。毎週10品近い発明品を紹介していたのですが、発明品が生まれるまでには長い年月と、発明家の深い思考が必要で、生まれるのは毎週10個もないのです。需要と供給の関係で、早い段階でネタが尽きることは自明の理だったのです。

人気番組だが終わるしかない。

そのときに、みんなで実践したのです。「アイデアの正体を知り、分析する手法」を。

考えました、「発明というものの核心」を。

「必要は発明の母」という諺があるように、発明とは、世の中の不便から生まれるもの。不便を解消するために、知恵が凝縮されて絞り出された1滴であるのが「発明品」。

ということは……そこまで至る前に、発明品までは完成していないが、不便を解消する「知恵」があるのではないかと。

霧に曇っていた風景が途端に晴れました。「発明」というアイデアの頂上しか見えていなかったのが、実はその裾野に「知恵」という、広大な手つかずの原野が広がっていたのです。

そこで生活の知恵、いわゆる「おばあちゃんの知恵袋」を紹介する「知恵姫」というコーナーを新しく作ったのです。

アイデアの正体を知り、分析し、広げることによって出来た「知恵姫」。このコーナーが大ヒットして、番組は存亡の危機を乗り越えて、その後も人気もまま、何年も続いたのです。

熱い情熱が宿らなければアイデアは生まれませんが、その生まれたアイデアには絶対に分析できる正体があります。それを冷静に探り当てられる力も、やはり必要なのです。

冷静と情熱の間、そこに長く愛される企画が生まれるのです。

●30の無駄なアイデアから、1つのキラめきが生まれる

「アイデアは私が生んだ大切な子供、ひとつも粗末にしたくない」

という方がいます。その気持ちもわからなくはありません。そのアイデアを生むために少なからずいろいろなことを考え、苦労をしたからですよ。でも、もうちょっと軽く考えましょう。

アイデアとは頭の運動です。あなたの頭が強靱でしなやかな力を手に入れるための、思考のフィットネスとしましょう。

そして、とにかくアイデアはたくさん出しましょう。そのためにオススメしたいのが、ノート30法です。

さあ、〇〇についてアイデアを出そうと思ったとき、真っ白なノート（紙切れでもOKです）を出して、その右下に30, 29, 28, 27……2, 1とまずページをふります。

そうです。ひとつのテーマについて、30個アイデアを出しましょう。10では少なすぎるし、100だといじめになってしまいます。30が適量でしょう。

さあ、ドンドン考えていきますよ。ひとつひとつじっくり考えなくてもOKです。書き殴りでいいので頭の中からひねり出していきましょう。

この場合、30～20あたりは、結構誰でも思いつくような意外性のないアイデアが並んでしまいます。でも、それで良いのです。その当たり前のアイデアを積み上げてゆくうちに、あなたの

頭の回転が上がり、まだ見ぬゾーンの扉が開き始めるはずです。

15～8あたりが真骨頂かもしれません。他人では思いつかない、あなたならではのアイデアが沸々と生まれ始めます。さあ、頑張ってください、もう少しです。きっとキラめくような、誰もが驚くようなアイデアを生まれてくるはずですよ！

といっても……「30個も思い浮かばないよ。途中で止まっちゃうよ」という人もいるかもしれません。そんな人のために、とっておきのアイデア拡張法をお教えしましょう。まずは、

他人の脳を借りよう作戦！ あの人ならどう考えるのか？

なんと他人の脳、発想を勝手に借りてしまうという大胆な方法です。

みなさんの業界の特色ある会社で構いません。

「あの会社ならどんなアイデアを出すだろう」

と考えてみると、あなたひとりの頭の中で考えるよりネタの幅はずっと広がってゆきます。

もちろん会社でなくても「あの先輩ならどんな風に考えるだろう」「あの部長ならどんな風に考

えるだろう」、と個人でも構いません。出来るだけ個性豊かな、問題児とさえ言われているような、極端な発想をする人の脳を借りるといいでしょう。

といっても……「そんな、他の会社なんてイメージつかないし、近くに面白い発想をする人もいないし」という人へ。もっと簡単な方法も教えておきましょう。それは、

誰のためのアイデアなのかイメージしてみよう作戦！

です。今から考えようとするアイデアを受け取る人を想定してみるのです。外食産業なら……

「子供」のための外食産業アイデア

「老人」のための外食産業アイデア

「セレブマダム」のための外食産業アイデア

「女子高生」のための外食産業アイデア

「在日外国人」のための外食産業アイデア

「ペット」のための外食産業アイデア

ほら、沸々と新しい発想がわいてきませんか？

脳はちょっとサボリ屋さんです。色々な角度から、新しい刺激を与えてあげないと頑張って働いてくれません。どうぞ、脳をフルに使ってピカピカに磨いて、アイデア豊かな「伸びる人」になって下さい。

●誰も思いつかなかった発想で「伸びる人」になる方法

発想力豊かな人、アイデア豊富な人、一般人が考えつかない閃きを持つ人……やはり憧れますよね。

「そんな、私みたいな凡人には無理。普通のアイデアしか思いつかないから」

と、諦めるのは早いですよ！　なんと誰でも、「なんでそんな突拍子もないこと思いつくの！　あなた天才かも！」

と思われてしまう、魔法の発想術をお教えします。

その前に、ひとつ問題！

Q、テレビ局の敏腕プロデューサーと、新人アイドル歌手が恋に落ちました。

週刊誌にも、ファンにも絶対にばれてはいけな

い恋です。

そして、二人の愛の結晶、お腹に赤ちゃんが宿りました。

結婚を約束する二人ですが、事務所の都合でまだ発表は早いようです。

しかし、お腹はドンドンと大きくなってゆきます。

しかし、そのアイドル歌手は子供もが生まれてくるまで、全くばれずに

仕事を続けることが出来たのです。

さて、なぜでしょうか？

(つづく)

(この続きは、メルマガ登録すると無料で講読可能です！)
メルマガ登録はこちら：<http://www.adachimotoichi.com>