

「三行コピーライティング術」 テンプレートの使い方

「三行コピーライティング術」テンプレートの使い方をご説明します。

1. テンプレートの場所

最初にテンプレートがある場所の確認から始めましょう。

テンプレートは「3line_copy」というフォルダの中に入っています。

ご使用にあたってはそのなかにある `index.html` というファイルをブラウザで開いてください。

※このマニュアルへのリンクもあります。

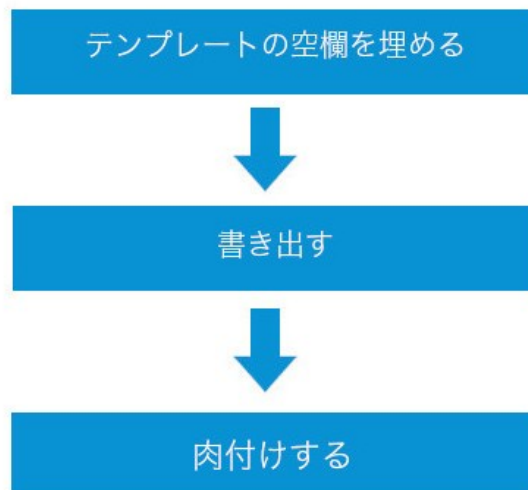
なお同じものをオンライン上にご用意しましたので、万が一パソコン上で開けない方はそちらからご利用ください。

https://mirainium.com/3line_copy/

2. 作業の流れ

まずは作業の流れを俯瞰しておきましょう。

作業は大きく分けると下図のように3段階からなります。



これをより細分化すると

- 1、公式文の作成
- 2、アウトラインの作成
(ここまで「テンプレートの空欄を埋める」段階に相当します)
- 3、書き出す
- 4、肉付けする

になります。

以下、細分化した段階に沿って説明していきます。

3.公式文の作成

まずは公式文の作成です。

公式文というのは

- 「A の解決策は B である」
- 「その根拠は C である」
- 「D のように評判だからいますぐ買おう！」

という三行からなるシンプルな文章です。

ここで作成した公式文がこれからおこなうすべての作業の土台になります。

1行目	<input type="text" value="A"/>	の解決策は	<input type="text" value="B"/>	である
2行目	その根拠は	<input type="text" value="C"/>	である	
3行目	<input type="text" value="D"/>	のように評判だからいますぐ買おう！		

それでは早速、テンプレートを使って公式文を作成してみましょう。

3-1 1行目 A の入力

まず1行目のAを入力します。

第一ステップ 悩み（望み）と解決策を明確にして公式文を作成します

▼ 公式文

1行目 A: 解決したい悩み、叶えたい望みを記入 例: 水虫

の解決策は

1行目 B: 具体的な解決策としての商品 例: 水虫キラー

である

2行目 C: 根拠を簡潔に記入 例: 水虫キラーには従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力をもつ超強力な薬剤xが配合されている

である

3行目 D: それがいかによいものであるか、世間での評判や権威者の証言などを簡潔に記入 例: 世界中で100万人の方がこの薬で水虫の悩みから解放されている

のように評判だからますます買おう!

ここには見込み客が解決したい悩み、または叶えたい望みが入ります。

例文では

「水虫」

が入っています。ここではこのようにできるだけ簡潔な言葉を入力してください。

3-2 1行目 B の入力

次はBの入力です。ここには解決策が入ります。

ここで解決策というのは売りたい商品にほかなりません。したがってここでは商品名をそのまま入力します。

第一ステップ 悩み（望み）と解決策を明確にして公式文を作成します

▼ 公式文

1行目 A: 解決したい悩み、叶えたい望みを記入 例: 水虫

の解決策は

1行目 B: 具体的な解決策としての商品 例: 水虫キラー

である

2行目 C: 根拠を簡潔に記入 例: 水虫キラーには従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力をもつ超強力な薬剤xが配合されている

である

3行目 D: それがいかによいものであるか、世間での評判や権威者の証言などを簡潔に記入 例: 世界中で100万人の方がこの薬で水虫の悩みから解放されている

のように評判だからますます買おう!

3-3 2行目C 根拠を入力する

次は2行目の根拠です。ここではなぜそれが解決策になるのか、その根拠を記入します

第一ステップ 悩み（望み）と解決策を明確にして公式文を作成します

▼ 公式文

1行目 A: 解決したい悩み、叶えたい望みを記入 例: 水虫

の解決策は

1行目 B: 具体的な解決策としての商品 例: 水虫キラー

である

2行目 C: 根拠を簡潔に記入 例: 水虫キラーには従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力をもつ超強力な薬剤xが配合されている

である

3行目 D: それがいかによいものであるか、世間での評判や権威者の証言などを簡潔に記入 例: 世界中で100万人の方がこの薬で水虫の悩みから解放されている

のように評判だからますます買おう!

3-4 3行目D 確信情報を入力する

次は確信情報です。

一般に疑い深い現代人は目の前に提示された商品がいかによいものであると理解しても、本当にそうなのかという確信が得られないと購買行動にはいたらないといわれています。

そのためコピーライティングにおいては、効能の説明ばかりでなく、実際に売れているという事実や権威者の推薦文などの「確信情報」を提示する必要があります。

ここにはそういった「確信」を強化する情報を入力してください。確信情報となるのは、一般に次のようなものです。

- 1、実績
- 2、大学教授など権威者の推薦
- 3、客観的なデータ
- 4、購入者の評価

第一ステップ 悩み（望み）と解決策を明確にして公式文を作成します

▼ 公式文

1行目	A: 解決したい悩み、叫ぶたい悩みを記入。例: 水虫
	の解決策は
1行目	B: 具体的な解決策としての商品。例: 水虫キラー
	である
2行目	C: 根拠を簡潔に記入。例: 水虫キラーには従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力をもつ超強力な薬剤xが配合されている
	である
3行目	D: それがいかによいものであるか、世間での評判や権威者の証言などを簡潔に記入。例: 世界中で100万人の方がこの薬で水虫の悩みから解放されている
	のよりに評判だからますます買おう!

以上で公式文は完成です。

4. アウトラインの作成

次に公式文をもとにアウトラインを作成します。

4-1 問題確認

まずは問題確認です。ここでは公式文1行目の悩みまたは希望をもとに入力します。

第二步 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、望みを確認します。例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいか原因を明らかにし、課題を整理します。例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬成分が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるかを明示します。例：いまままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元に入力します。例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公認されました。
動機付け	読者の動機付けをはかります。例：現在、重要に治療が追い付かず予約待ちの状態が続いていますが、今回の広告をご覧の皆様のみ特別枠を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずでお申し込みを！

アウトラインを書き出す

例文のように

「あなたは水虫でお悩みのことと思います」

と少し表現を膨らましてください。

4-2 共感

次は「共感」です。まずはその悩みや希望に共感してあげましょう。人は共感してくれた人には心を開くものです。広告というのは説得の技術です。そして説得は相手の心を開くことから始まります。

第二步 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、望みを確認します。例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいか原因を明らかにし、課題を整理します。例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬成分が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるかを明示します。例：いまままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元に入力します。例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公認されました。
動機付け	読者の動機付けをはかります。例：現在、重要に治療が追い付かず予約待ちの状態が続いていますが、今回の広告をご覧の皆様のみ特別枠を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずでお申し込みを！

アウトラインを書き出す

4-3 課題

ここは「課題」です。それらの悩みや希望に対し、解決（実現）するための原因や課題を整理してあげましょう。

第二ステップ 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	お客様の悩み、悩みを確認します。 例：あなたは水虫でお悩みのことと認めます。
共感	共感を表明します。 例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいのか原因を明らかにし、課題を整理します。 例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。 例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。 例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬効が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるのかを暗示します。 例：いまままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元にも肉付けします。 例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました。
動機付け	購買への動機付けをはかります。 例：現在、東京に生産が強い付かず予約待ちの状態が続いておりませんが、今回この広告をご覧の皆様のみ特別価格を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずでお申し込み！

アウトラインを書き出す

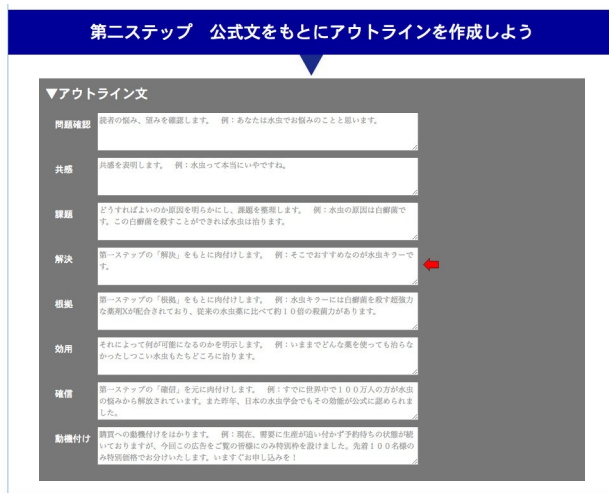
例文では

「水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります」

と原因を明らかにし、さらにどうすればよいのか課題を整理しています。

4-4 解決

ここでは公式文1行目のBと同様、商品名が入ります。できれば表現を工夫して少し肉付けしてください。



アウトラインを書き出す

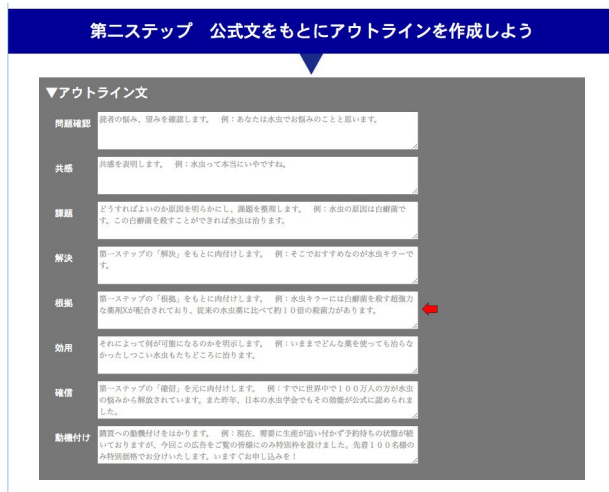
例文では

「そこでおすすめるのが水虫キラーです。」

と表現を若干膨らませています。

4-5 根拠

ここでは公式文2行目Cの根拠をもとに入力します。



アウトラインを書き出す

例文では

「水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬剤Xが配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります」

と文章として読みやすいよう表現を整えています。

4-6 効用

ここではそれによって何が可能になるのかを明示します。

第二步 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、望みを確認します。 例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。 例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいのか原因を明らかにし、課題を整理します。 例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。 例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。 例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬素が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるのかを明示します。 例：いままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元肉付けします。 例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また厚生、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました。
動機付け	購買への動機付けをはかります。 例：現在、需要に供給が追いつかず予約待ちの状態が続いていますが、今回この広告をご覧の皆様のみ特別価格を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずお申し込み！

[アウトラインを書き出す](#)

例文では

「いままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります」

と治療効果を強調しています。さらに進んで「人前で裸足になっても気になりません」などと、それによって得られる明るい未来を描くのもよいでしょう。

4-7 確信

ここでは公式文3行目Dをもとに表現を膨らませます。

第二步 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、望みを確認します。 例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。 例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいのか原因を明らかにし、課題を整理します。 例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。 例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。 例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬素が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるのかを明示します。 例：いままでどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元肉付けします。 例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また厚生、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました。
動機付け	購買への動機付けをはかります。 例：現在、需要に供給が追いつかず予約待ちの状態が続いていますが、今回この広告をご覧の皆様のみ特別価格を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずお申し込み！

[アウトラインを書き出す](#)

例文では

「すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました」

と学会でも認められている事実を追加しています。

4-8 動機付け

最後は動機付けです。ここは買おうか買うまいか迷っている人の背中を後押ししてあげる段階です。

第二步ステップ 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、痛みを確認します。 例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。 例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいのか原因を明らかにし、課題を整理します。 例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。 例：そこでおすすめなのが水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。 例：水虫キラーには白癬菌を殺す超強力な薬効が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるのかを明示します。 例：いままでもどんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
権威	第一ステップの「権威」を元にも肉付けします。 例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました。
動機付け	読者への動機付けをはかります。 例：現在、需要に生産が追いつかず予約待ちの状態が続いておりますが、今回この広告をご覧の皆様のみ特別枠を設けました。しかも先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずぐお申し込みを！

アウトラインを書き出す

例文では

「現在、需要に生産が追いつかず予約待ちの状態が続いておりますが、今回この広告をご覧の皆様のみ特別枠を設けました。しかも先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いまずぐお申し込みを！」

と「今だけ感」と「お得感」を打ち出すことで購買への動機付けを強化しています。

4-9 アウトラインの書き出し

入力したら最後に「アウトラインを書き出す」を押してください。

第2ステップ 公式文をもとにアウトラインを作成しよう

▼アウトライン文

問題確認	読者の悩み、望みを確認します。 例：あなたは水虫でお悩みのことと思います。
共感	共感を表明します。 例：水虫って本当にいやですね。
課題	どうすればよいのか悩みを明らかにし、課題を整理します。 例：水虫の原因は白癬菌です。この白癬菌を殺すことができれば水虫は治ります。
解決	第一ステップの「解決」をもとに肉付けします。 例：そこでおすすめの水虫キラーです。
根拠	第一ステップの「根拠」をもとに肉付けします。 例：水虫キラーには白癬菌を殺す強力な薬成分が配合されており、従来の水虫薬に比べて約10倍の殺菌力があります。
効用	それによって何が可能になるのかを明示します。 例：いままでもんな薬を使っても治らなかったしつこい水虫もたちどころに治ります。
確信	第一ステップの「確信」を元に肉付けします。 例：すでに世界中で100万人の方が水虫の悩みから解放されています。また昨年、日本の水虫学会でもその効能が公式に認められました。
動機付け	購買への動機付けをはかります。 例：現在、需要に供給が追いつかず予約待ちの状態が続いていますが、今回この広告をご覧の皆様には特別優待を設けました。先着100名様のみ特別価格でお分けいたします。いますでお申し込みを！

アウトラインを書き出す ←

そうするとアウトラインが表示されます。

これでいったん作業は完了です。

お疲れ様でした。

5.肉付けする

さて、ここであらためてアウトラインを読んでみてください。

いかがでしょうか？

ぶつきりで表現もこなれていないかもしれませんが、いわんとすることの6割～8割は伝わる文章になっているのではないのでしょうか？

あとはそれに肉付けして10割に近づけるよう工夫してください。

いうまでもないと思いますが、肉付けというのは、言葉を補ったり、別の言葉に変えたりして表現をブラッシュアップすることです。

どう肉付けするかは自由ですが、コピーライティングである以上、レトリックも無視できません。

広告文としてより効果的な表現になるよう各自工夫しながら推敲を重ねてみてください。

追記1

コピーライティングにかぎらず、文章が書けないのは多くの場合、構成が明確でないまま書こうとするからです。構成とは地図のようなものです。地図を持たずに方角もよくわからないまま見切り発車してしまうから途中で迷ってしまうのです。

書けないというのは道に迷った証拠です。道に迷った場合、どうすべきか？ それは地図を確認することです。文章でいえば、構成を明確にすることです。

このテンプレートは構成を明確にするお手伝いをします。もし書けなくなった時は、このテンプレートに戻ってきてください。いま迷っている言葉の森の中で、あなたがどこにいるのか、これからどこへ進めばよいのか、このテンプレートはきっとその方向を指し示してくれるはずです。

追記2

これは「三行作文公式テンプレート」のコピーライティング版として作られたものです。コピーライティング版ではその性格上、テンプレートを埋めることだけが前面に出た印象がありますが、勘の鋭い方ならずすでにお気づきのように、その裏には文章作成における基本的な方法論が存在しています。

いわば原本ともいえる「三行作文公式テンプレート」では文章作成そのものについて、その基本的な方法論も含め、より深く学べるようになっていきます。ご興味のある方はこの機会にぜひ「三行作文公式テンプレート」もお試しくください。

三行作文公式テンプレートのお求めはこちら→<https://coconala.com/services/1004111>