



発行者：鈴木DMライター事務所 代表 鈴木光治

〒553-0003

大阪市福島区福島4-6-2

吉川産業ビル 206号

電話（携帯）：080-2434-5395

メール：info@kyoukan-copy.com

URL：https://kyoukan-copy.com



D: どかんと
M: 儲けようよ!

すずきDMライター通信



年末年始はやっぱり

“テレビの漫才”と“お酒”やね♪

数ある漫才コンビ中で、面白さが際立つのはスーパーマラドーナです。（あくまでも私個人が感じた事です）スーパーマラドーナは、元ヤンキーの武智さんと気の弱そうな田中さんのコンビ。

実は私、このコンビが大好きなのです。

何故、私がこのコンビが好きかと言えば、田中さんがあまりにも私に似ているから。（体型は別として・・・）ステージに上がってきた時の田中さんの自己紹介に思わず私、共感してしまいます。

どんな自己紹介かと言うと・・・

・「断り切れずに新聞4紙取ってます」

私も独り暮らしをしている頃「新聞取ってくんねえかなあ・・・」と、怖そうなおじさんが勧誘に来ました。（新聞の事をよく言いますよね。”インテリが作ってヤクザが売る”って・・・まさに、このことを実感。）

それで私、断り切れずに契約しました。（もちろん、1人暮らしでは当分の間、買う必要がないぐらいの大量の洗剤も、ありがたく頂戴出来ましたが・・・）

・『好きな者同士でグループ組んでいいぞ』のコトバがトラウマです』

私も義務教育時代、グループを作る時はいつも「○○君のところ1人足りないね、鈴木君入れてあげて」・・・そんな訳で、行事やグループ学習など、グループを作るのが”大大大”嫌いでした。

そんな田中君が他人事と思えず共感してしまうのです。やっぱり”共感”って大事ですよ。

私のこんな”恥ずかしいお話”は、これぐらいにしておいて・・・

漫才なら”ボケとツッコミ”、落語なら”賢い人とアホ”・・・登場人物のコントラストが際立ちます。

漫才なら”ボケとツッコミ”はもちろんですが、ステージに上がった時の見た目、つまりコントラストもポイントです。

コントラストを、誰でも知っているベテランコンビで言えば・・・

・オール阪神巨人なら、デカイ人と小さな人。

・大助花子なら、おしゃべり好きなおばちゃんに、朴訥で口下手なような「あああ」のおじさん。

懐かしいところでは、

・怖そうなおじさんと、真面目そうなおじさんの”やすしきよし”。

・いくよくるよ・サブローシロー・B&Bなら、デブとやせっぼち。

そして、スーパーマラドーナの、元ヤンキーと、生きてるのか死んでるのかわからない気の弱そうなお兄さん。

【鈴木DMライター事務所のロゴマーク】



鈴木DMライター事務所と
関わりのある全ての人

招き猫ちゃんのように
人とお金を引き寄せて、
えびす様のようにニコニコと、
そして、フタさんのように
まるまる豊かなビジネスと人生を。

【すずきDMライター通信】発行者



鈴木DMライター事務所
代表の鈴木光治です。

【代表プロフィール】

1966年山口県柳井市生まれ。
転勤族の家庭に生まれ、東は茨城県、西は長崎県と全国を転々。
近畿大学卒業後、大阪地元の堅実な機械メーカー等に勤務。主に経理の仕事で通算15年のサラリーマンを経て今日に至る。
東北での勤務が長かったせいか、時々、九州・東北そして関西弁が入り混じったおかしな日本語を話すことがあるようです。



D: どかんと
M: 儲けようよ♪

すずきDMライター通信

漫才ではないですが、私が大好きな映画、『ブルースブラザーズ』もデブとやせっぼちのコンビでしたよね。
このようにエンターテインメントの世界では、全く違ったキャラクターを組み合わせることでお互いの登場人物を際立たせて、見る者を惹きつけるストーリーを演出します。(ドラマではコンビものって結構ありますよね)

他にも、ビジネス書ではベストセラーになった『金持ち父さん貧乏父さん』。
そういえば「551がある時、ない時」そんな肉まんのCMもありますよね。
ベーシックなAコースと、少々高いが頼まないと損する魅力的なオプションを付けたBコース。
(※確か外国の事例だと聞いた記憶があるのですが…。新聞を自宅に届ける宅配だけのAコースと、Aコースにプラスして、いつでもスマホやタブレットで見れる電子版オプションの付いた、少々お高いBコース。・・・さてスマホやタブレットをお持ちの忙しいビジネスマンのあなた、どちらを選びます?)
・・・などなど、ビジネスの世界でも、このようにコントラストを使っています。

そして、こういったコントラストは、私の専門でもある“セールスレター”でも活用出来ます。

どういふことかと言いますと・・・昔、アメリカでこのようなセールスレターがありました。
“同じ大学を卒業した、成績も同じぐらいの好青年。同じように幸せな結婚をし、ともに3人の子供がいました。そんな似た者同士の二人です。しかし、25年後にはどうなっていたかという、1人はある会社の社長、もう一人は小さな部署の課長だったのです。
と、コントラストを用いたストーリーを使って読み手を惹きつけます。
そして『2人の差は、それぞれの知識と、その活用の仕方にあるのです・・・』”と、読み手の興味をさらに惹きつけます。
続けてウォールストリートジャーナルを読む好奇心をそそる魅力的な理由、そしてトドメに“お試し購読”のお薦めへと、このセールスレターは展開していきます。

実は、このセールスレター、20億ドルもの定期購読を獲得したと言われていています。今でもセールスレターのお手本として紹介されている伝説のセールスレターなのです。

(※このセールスレターに興味を持たれた方は、『ウォールストリートジャーナル セールスレター』で検索してみてください。)

共感にコントラスト、それに比喻(例え)を使ったり・・・。
商材やどんな人に読んでもらうかによって色々な切り口が考えられます。つまりセールスレターは変幻自在です。
すずきDMライター事務所では、読み手を惹きつける“ユニークな切り口はないだろうか”を考えながら、セールスレターのストーリーを組み立てていきます。新商品や新サービスの販促の際には、是非お声掛けください。

最後になりますが、「最近、ストレス溜まって来たな・・・」

そう感じた時には、是非、ストレス解消にスーパーマラドーナ・田中君のボケを見て笑い転げて下さいね。
では今月も、【すずきDMライター通信】をお読みいただき、ありがとうございました。

編集後記

「お正月は、お酒と漫才でハッピー♪」なんて、いい気になってたせいですかね、今年の始まりから、早速、けつまづいてしまいました。

というのは、22日から5日間ほど高熱を出してしまったのです。(このレターも回復後、慌てて作った訳です・・・)
ところで今、冬將軍様が寒波を従えてご来日の為、毎日とっても寒いです。そしてインフルエンザも流行っているそうです。

流行という、例えば流行歌。
「もう、そんなに若くないから今の流行(はやり)の唄は関係ないね」と澄ました顔で豪語する方も、どういふわけかインフルエンザの流行には、毎年敏感に真っ先に反応してしまう・・・
ダメですよ、それじゃ・・・

皆様も体調管理には十分にお気を付け下さい。
経営者の方は特に・・・ですよ！(代わりはないですからね)

2月のちょっと変わった記念日

(私の独断で選んだ、ちょっと変わった記念日をご紹介します)

「あ、ラーメン食べたくなってきた」
2月1日 メンマの日

中華材料の輸入販売、メンマの製造販売などを手掛ける株式会社富士商會が制定。ラーメンのトッピングの代表格として知られるメンマ。その存在価値の向上と正しい情報の提供を行い、メンマを食べる機会を創出するのが目的。日付は長年にわたりメンマを国内で加工販売し、「メンマのパイオニア」として知られる同社の設立日(1950年2月1日)から。

すぐに役立つ366日記念日事典 創元社刊より
この本は、雑談や「販促キャンペーンをしたいけど、キャンペーンをする理由がない」時など、ネタに困っている時に活用できますよ。



【すずきDMライター通信】が不要の方は、大変お手数ですが、弊所ホームページ (<https://kyoukan-copy.com>) に、購読解除専用メールフォームを設けています。このメールフォームよりお知らせください。