

はじめに

商品紹介文を書くのが大変ではありませんか？

あなたは「商品紹介文」を書くのは大変だと思っていませんか？ アタマをひねって、時間をかけてつくったのに、「なんだか、つまらない商品紹介文だな……」と徒労感を味わっていませんか？

本来、商品紹介文づくりはとても楽しいもの。だって、自分の作品をほめる言葉を考える作業なのですから。その商品にかけた想いを語り、喜んでくれたお客さまのことを思い出して語るわけですから、その時間が楽しくないはずがありません。

しかし、現実では締め切りに追われ、パソコンの前で「うーん、うーん」と悩みながら商品紹介文を作っている方が多いのではないのでしょうか？

そのように、商品紹介文づくりに苦労してしまう理由はただ一つ、書き方の〈正解〉を知らないからなのです。商品紹介文は物語のように起承転結がしっかりとしている必要はありません。正しい文章を書こうと気にしすぎて、逆にありきたりの文章になってしまうのも残念なことです。商品紹介文の〈正解〉を知れば、もう悩むことはありません。

商品紹介文のつくり方には、全部で5つの〈正解〉があります。

- 正解① 「見出し+本文」の積み重ねでつくる
- 正解② お客さまが「ピン!とくること」を書く
- 正解③ セルフ・インタビューで書く
- 正解④ 得意なパターン(型)で書く
- 正解⑤ 「わかりやすい」は後からつくれる

この5つの〈正解〉、すべてを完璧にやらなくてはいけないわけではありません。6、7割ほど押さえるだけで、あなたの商品紹介文づくりは劇的に変わり、その結果、売り上げはどんどん上がっていくでしょう。

私が主催する「ことのは塾」は、この20年間で2000社以上の社長さん、社員さん、店員さんと一緒に商品紹介文をつくってきました。その経験から、「こういう商品紹介文は売れる」というポイントがつかめてきました。それが、これからご紹介する商品紹介文の〈正解〉です。

繰り返しになりますが、商品紹介文づくりは本来、とても楽しいもの。事実、私たちと一緒に商品紹介文をつくっている時、社長さんや店員さんはとってもいい顔をされています。自分たちの商品やサービスの良いところばかりを思い浮かべて書いていくのですから、気分がいいに決まっていますよね。アイデア会議の中で出てくるキーワードやフレーズは、つくり手や売り手の想いが込められていますから、一つひとつが「刺さる」言葉になっています。

売れる商品紹介文を作るための材料は、もうすでに皆さんの中にあります。でも、それを正しく引っ張り出さないと、宝の持ち腐れになってしまうかもしれません。〈正解〉を道しるべに、その商品の魅力や、そこにかけてあなたの想いを伝えていきましょう。それはきっと、お客さまの心を動かし、売れる商品紹介文となっていくはずですよ。

第1章

商品紹介文5つの〈正解〉



正解

1 〈見出し＋本文〉の積み重ねでつくる

〈見出し＋短い本文〉を積み重ねてつくる

現代人は、ネットで文章を読むことに慣れていきます。SNSをはじめとしたネット上の文章は、一文が短いのが主流。そのため、お客さまも「短い文章」に慣れ親しんでいます。学校のテストに出てくるような難解な長文は好まれません。読み飛ばされてしまいがちです。

この「短い文章を読み慣れている」、「読み飛ばす」という2つの現代人の読み方に、あなたの商品紹介文も合わせていきましよう。具体的には、商品紹介文を〈見出し＋本文〉の積み重ねでつくっていくのです。

伝えたいことをだらだらと長い文章で表現するのは、得策ではありません。でも、商品の良さはじっくりと伝えていきたいですよ。そこで、伝えたいことをテーマごとに分割し、短い文章にします。そして、そこに必ず〈見出し〉を付けるのです。

例を出して考えてみましょう。ある喫茶店で新メニューとしてアイスクリームを販売します。新しいアイスクリームの特徴には、次のようなものが挙げられます。

・新発売

- ・自家製ピーナッツ味とバニラ味の2種類
- ・お店で出すコーヒー、特にエスプレッソに合うように味を整えた
- ・近所の調理師専門学校の生徒さんに協力してもらって開発した
- ・コーヒーと一緒に頼みやすいように小さめサイズ
- ・サイズに合わせて、値段も控えめ

では、このアイスクリームを注文してもらうために、メニューに商品紹介を載せましょう。まずは、よくありがちな紹介文を見てみましょう（例1-1）。

いかがでしょうか。印象としては、「長い！」で

ピーナッツ・アイスクリーム新発売！

店裏の畑で収穫し焙煎した自家製のピーナッツとバニラの味のアイスクリームが新発売となりました。お店のコーヒー、特にエスプレッソに合うように味を整えています。このアイスクリーム、この店の近くにある「あべ調理師専門学校」の生徒さん16名に協力してもらって開発しました。コーヒーと一緒にご注文いただいで、両方を楽しんでもらえるようサイズは少し小さめです。その分、お値段も控えめで、1つ360円です。ぜひご注文ください。

例1-1 ありがちな紹介文

ピーナッツ・アイスクリーム新発売！

コーヒーに合うアイスクリーム?!

当店のコーヒー（特にエスプレッソ）に合うアイスクリームが新発売！

食べたことのない味の秘密は自家製ピーナッツ

自家製ピーナッツ（お店の裏に畑があります）で作っていますので、ここでしか味わえないおいしさになっています。香ばしさを出すための焙煎までお店でやっているのので、バニラと合わせた時の風味が最高です！

なんと16名もの審査を通り抜けた逸品！

「あべ調理師専門学校」に通う、調理師のたまごの皆さん16名と一緒に開発しました。つまり、このアイスは16名の審査を「おいしい！」と合格した、逸品中の逸品なのです。

サイズは小さめ・お値段も控えめ

コーヒーが冷めないうちに一緒に食べ切れるよう、サイズは少し小さめに作っています（写真でご確認ください）。そのため、お値段も控えめ。1つ360円です。

例1-2 「見出し+本文」でつくる商品紹介文

すよね。今、この例文を読み飛ばした方も多いのではないのでしょうか。事実、こうした長い文章は読み飛ばされがちです。

では、この文章を〈見出し＋本文〉の形に変えてみましょう（例1-2）。

見比べていただくと、どうでしょう。見出しを付けて、本文には見出しで述べたことしか書かないようにした文章の方が、読みやすいと感じられませんか？

このように〈見出し＋本文〉の形にすると、見出しだけをざっと確認し、本文を読み飛ばしやすくなります。ネット上の文章を読み慣れた現代人にとっては、読み飛ばせるかどうかは大きな問題です。見出しを読めば概要が見えてきますから、見出しにざっと目を通して、面白そうなところだけ本文を読めばいいですからね。

正解

2 お客さまが〈ピン！とくること〉を書く

その商品を使う「人」に注目し、〈お客さまがピン！とくること〉を書く

「ことのは塾」では、「商品説明文」と「商品紹介文」を分けて考えています。「商品説明