

## -無限共産主義編-

鬼滅の刃「猗窩座」  
から読み解く、  
刺す文章と価値観の変容



フリスクです。  
初めましての方は[こちら](#)をどうぞ。

今回のPDFレポートは

**-無限共産主義編-**  
**鬼滅の刃「猗窩座」から読み解く、**  
**刺す文章と価値観の変容**

ということで約9,000字で  
解説していきます。

↓以下、頂いた感想です(一部)



おびゆき@回廊創造

@obiyuki9

...

まずは率直に読み物として面白く、  
テーマも多岐に渡るので着地点はどこなんだろうとワクワクさせてくれます。

やっぱり情報の羅列だけだと、  
自分が知りたい箇所だけ探し出す  
指の筋トレ作業になってしまいますが、

フリスクさんのレポートは短編小説を  
読んでるかごとく

伏線はどこ？  
この後の展開は？  
どこのテーマがターニングポイント？

など読むことにどんどん前のめり  
になっていきますね 😊

無限共産主義というワードも  
思わず唸りました。

トレンドと今までの伏線ここで回収  
してくるのかー！っと

だって共産主義って言葉自体が  
日本人あまりいいイメージ持たない  
じゃないですか。

いわゆる言葉（単語）単体が纏っている  
語のイメージとでも言っておきましょうか。

コレをここ最近のトレンドである鬼滅などと合わせて  
いわゆる僕たちが常日頃使っている  
〇〇というワードと変わらないんだぜと。

だから最初の昭和などひと昔の話も入ってたのかと思うとまるでパズルの  
ピースが  
上手く収まっていくんですね。

色んな具体例が往来しているのに  
ここまで綺麗にしかも自然に繋がるのかと  
思うと鳥肌立てずにはられません。

文章で人を魅了することを  
改めて自分もしっかりものにしたいなと  
思わされるレポートでした 😊



ゆうこ

@joyful1997

...

現代社会の価値観の変化を鋭く描いていて、とても興味深かったです ✨  
特に、物質的な豊かさよりも感情や共感を重視する時代の到来に共感しま  
した 🌊 人々が求めるのはお金や地位ではなく、心地よい人間関係や自己  
実現だと感じました 🇺🇸



YTO

@a85j\_a

本当に面白かったです。  
何回も読み直したいレポート確定です。

考え方も視点も  
ものすごく学びになったと同時に

フリスクさんの頭の中は  
どうなってるんだろう？と

覗きたくなりました！

僕自身、内向型なので  
レポートを読んで希望を感じました。

内向的で繊細な方に  
ぜひ読んで欲しい内容です



竹内大智

@Dyvxfu57V67jKf

フリスクさんの神がかった分析力に  
毎度舌を巻いています！

コンテンツが飽和しまくった時代。

顧客に刺さる文章は  
今やAIが代わりに書けてしまう。

時代や人の心が常に移り変わるからこそ、  
次の段階を見据えた考え方をしないとイケない。

稼ぎ続けるために必読の内容です！！！！



バン@X初期垢攻略

@huzimi\_ban

お客様に刺さる文章を書く方法を知ってますか？

てか、今のあなたが

『お客様に刺さる文章全然書けない・・・』

ってなってるのは、ちゃんと理由がある。

まあでも、ぶっちゃけ

お客様に刺さる文章を書くのってムズイって思うよね。

でも結局それって突き詰めて考えると顧客理解ってところに行き着いてしまうよね。

あなたのお客様のことをあなたはどれだけ理解できているのか？

・あなたのお客様がホントに求めていること

・あなたのお客様が価値を感じることを

情報発信する上でこういったことを最低限理解しておく必要がある。

でも、それってどうやって理解したらいいの？

お客様と直接コミュニケーション取られへんからわからん。

こんな風に嘆きたくなる気持ちはよくよくわかります。

でも、そんなにムズかしく考える必要はないんです。

むしろカンタン。

一例を出すとすれば

『Z世代の仕事に対する価値観はどんな価値観ですか？』

そうすれば、若者に向けて発信する人は

どんな発信をすればいいのかだんだん見えてくる。

自分はまだ顧客理解が浅い。

そんな自覚がある人は今がチャンスです。

その悩みが今であれば引用元のフリスクさんのレポートで解決できます。

俺はがっつり学ばせていただきました。

フリスクさんの新作レポートを受け取ったことで

俺はまたこうして一歩前に進むことができてしまいました。

というわけで以下、目次になります！

## 【目次】

Tell me honestly?.....	7
成功への興味が薄れている世の中 .....	11
副業をがんばれない根本的な理由 .....	21
現代は物理空間に価値を感じない .....	24
共産主義的な価値観への移り変わり .....	30
旧世代的な欲望誘発が通用しない時代へ.....	37
新時代における感情を揺さぶるライティング .....	40
悪に存在する正義 .....	43
ネットが存在する縄文時代へと突入.....	52

Tell me honestly?

「本音を教えて？」



コピーライティングでよくある勘違い  
として、テクニックに走る人がめちゃくちゃ  
増えているなって感じます。

「開封率が上がるキャッチコピー集！」

「成約率が上がるフレーズ！」

「五感に訴えて洗脳する方法！」

みたいな小手先の訴求とか  
刺激的な言葉を並べて欲求喚起させて

行動させる技術とか、

そういう知識とかノウハウを学べば  
文章がうまくなる、  
コピーライティングが上達する、

と思い込んでいる人を見ると  
悲しくなります。

まずそもそもなんですが、  
文章を書く時は相手の  
気持ち、心情、思考回路を  
どこまで把握しているか？

どこまで深く理解しているかで  
ですべてが決まります。

“すべて”です。

LPも

メルマガも

ローンチも

コンテンツも

ステップメールも

全部決まります。

ここでいう気持ちってというのは

- ・ 行動できない
- ・ 継続できない
- ・ 読者から反応がない
- ・ 何をしたらいいのか分からない

みたいな表面的な悩み(顕在意識)  
のことではないです。

もっと奥底の深い部分。

潜在意識の方といっても  
いいでしょう。

誰にも言えない本音の部分とか  
コンプレックスとかです。

**この解像度が低いから  
読み手の感情を動かせない**

自分の実体験とかの一次情報なら  
まだしも、

本に書いてあるような一般論や  
ノウハウなんてAIに代替されます。

文脈無しにそれを書いたところで  
誰にも響かないし刺さらないです。

それで集まるのはノウハウに  
興味を持った人たちだけで  
あって、あなたの

生き方、思考、信念、価値観  
に惹かれたわけじゃないのです。

だから高単価のバックエンド商品も  
売れないし、

仮に売れたとしても短期間で  
関係性は終わってリピートされない。

だから客単価もLTVも伸びないのです。

まあここで言いたいのは、とにかく  
“顧客理解”がビジネスの  
始まりという事です。

コピーライティングの  
基本中の基本ですが

「これ自分の事だ」

と思われないと読まれないです。

**“自分事”と感じてもらえないと  
読み進めてもらえません。**

読者の気持ちを知る。  
お客さんの本音を知る。

これ無しにコピーライティングの  
技術をどれだけ高めようが無意味です。

成功への興味が薄れている世の中



その上でですがこの令和の時代、

『社会的な成功』を求める人って  
昭和とか昔に比べて激減してます。

そして同時に、  
お金の価値は相対的に減ってます。

言い換えると、

**“お金の優先順位が下がっている”**

のです。

「ん？ どういう事？」

って思うかもしれませんが  
説明していきます。

まず、日本の平均年収ってほとんど  
変化しません。

30年前ぐらいからあまり  
変わってないのです。

平均給与は変動していない。

でも消費税も社会保険料も年々増加して、  
手取り収入は減ってってます。

そして追い打ちをかけるように  
物価が上がってます。

僕が子どもの頃は吉野家の牛丼は  
300円ぐらいで食べられましたが、  
いまは400円払わないと食べられません。

コンビニのおにぎりは昔みたいに  
100円じゃあお金が足りない。

もちろん人によって  
生活コストは違いますが、

そういう背景の中で国民1人1人の  
負担が増えて、自由に使えるお金は

年々減っているっていうのは  
紛れもない事実です。

路上生活とかまで行かないにしろ、

このままいくと本来なら  
金銭的に貧困になる人も  
増加するはず。

でも実際にはそこまで貧困に  
なってません。

数十万の講座を受講したり  
コンサルの為にポンッと  
大金を払ったり、

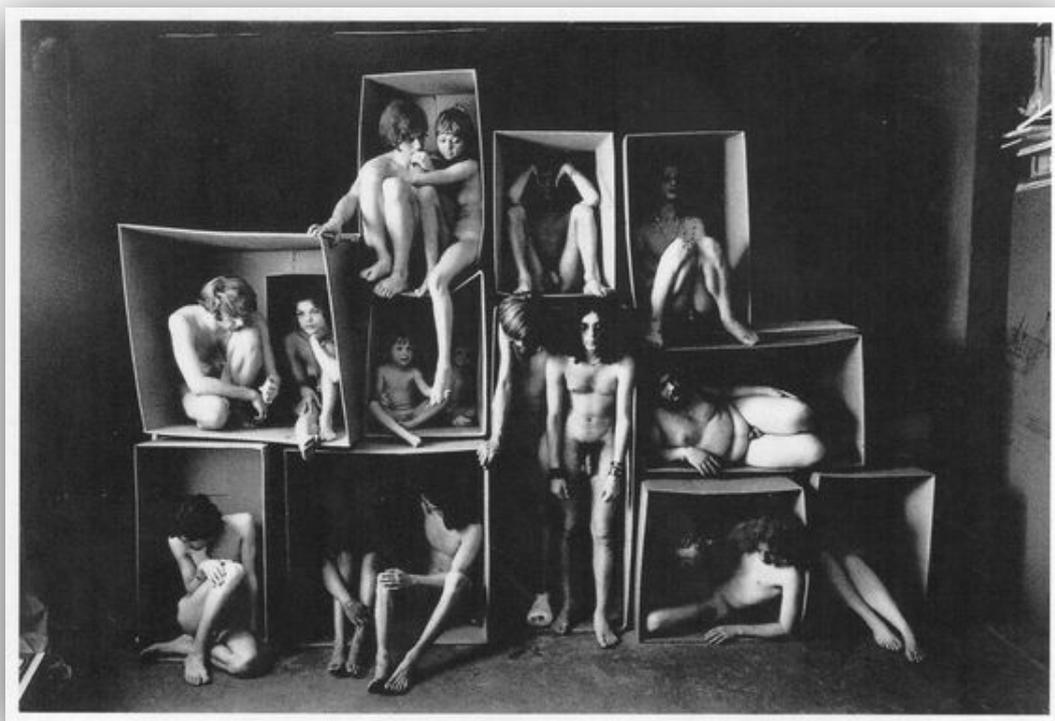
新築戸建の為に数千万の  
ローンを組む人もいれば

モテる為に脱毛サロンに通い、  
ブランド品を身に纏い、

昼はスタバの新作を飲んで  
夜にお酒を飲み、  
小腹が空いたらUberを頼む。

自分磨き、自己投資も出来て  
美味しいものも食べられる。

まったく貧困ではなく、  
十分な贅沢が出来ている人は多いです。



本当に明日食う飯に困っているんだったら、

Xで愚痴を吐く暇も無ければ  
YouTubeで低俗なコメントをしている  
余裕もないのです。

スマホの普及、SNSの影響で  
メンタル落ちたり病んだりして  
情報空間上で野垂れ死になり、

精神的な余裕を持つ人は減っている  
かもしれませんが、

飢え死になってないし雨風も凌げており、  
生命維持はできてます。

上質で豊かな暮らしとは  
呼べないかもしれませんが、

多くの人は物理空間で最低限の  
暮らしは出来ているわけです。

手取りは減っているのに  
これはなぜかというと、

**相対的に別のモノの価格が  
下がっているからです。**

例えば、いまはYouTubeで好きな音楽が  
無料で聴き放題ですが、

ネットが無かった時代は  
1枚1000円ぐらいするCD  
を買う必要がありました。

TUTAYAで映画をレンタル  
しようものなら新作だと1本300円とか  
払わないといけません。

でもいまはアマプラとかNetflixに入れば  
定額で映画が見放題です。

ゲームもスマホで無料で遊べるし、

スタディサプリで月額2,000円ぐらい

払えばプロ講師の授業がいくらでも受講できる。

ユニクロに行けばシルク素材の高品質な服が低価格で買える。

**テクノロジーが発展したおかげで色んな物の価格が下がってます。**

僕の予想ではフードテックの技術でこれから『食』の値段も安くなると思っています。

当たるか分かりませんがw

現に、ナッシュみたいな食材宅配サービス増えてますよね。

冷凍の弁当とか惣菜とかを1ヶ月分届けてくれるやつ。

食もサブスク化する流れにあるので

味はともかく、

腹を満たせる食品とかは  
安く流通できるようになるのでは  
という見立てです。

ってなると飲食業界も  
美味しいとか栄養素が高いとか  
だけじゃなくて

教育の要素を取り入れたり  
付加価値を付けざるを得なくなる。

そんな企業も増えるんだろうなと。

もっと言うと健康とか運動とかの  
ヘルスケア産業の市場も拡大してるので、

ダイエットとか美容系の発信してる人は  
チャンスですね。

まあこれは余談でしたが話を戻すと、

要は普通に生きていく、  
生活していく分にはそこまでコストが  
掛からなくなってきている

という事ですよ。

上記のようにネットやテクノロジー、  
技術の発達のおかげで

手取りは減っているのに  
最低限の衣食住に困らない。

自分磨きみたいな所にも  
お金を使える。

好きなアーティストの  
LIVEにも行ける。

マッチングアプリや  
美容サロンに課金する  
余裕もあれば

犬猫を飼う余裕もあるのです。

多くの人が本業の会社以外での  
収入が無くても十分満足してます。

銀座のイタリア料理店や  
回らない高級寿司屋に  
付き合いで行くよりも

ワンルームの部屋で仲の良い友達と鍋をつつく方が楽しいのです。

## 副業をがんばれない根本的な理由



年功序列、終身雇用は終わりだ！  
年金や退職金も口クにももらえない！  
働き方改革！ワーケーション！

と騒がれている中で  
副業を始める人も急増してますが、

別に今すぐ稼がないといけない  
わけでもない。

確かにお金は無いよりあった方が  
いいのですが、

**多くの人にとってお金を稼ぐことは  
差し迫った問題ではないのです。**

だからビジネスを頑張る理由がない。

早起きして朝活して  
副業をがんばらなくても

たまに美味しいもの食べられるし  
ディズニーにも行けるし  
旅行にも行けます。

もっと言うと、  
“お金を稼ぐこと”だけを理由に  
ビジネスや副業に取り組めない  
という事です。

収入を上げることだけを  
モチベーションにできない。

お金を増やすことだけを

行動のガソリンに出来ない。

**だって今以上に稼げなくても  
普通に暮らせるし満足しているから。**

あとは20～30代とか若い世代は特に、

一般的な『成功』への興味が薄れてきてる  
なって感じます。

社長になってキャバ嬢をはべらかすとか  
ベントツを乗り回すとか  
港区のタワマンに住むとか  
そういう類のやつです。

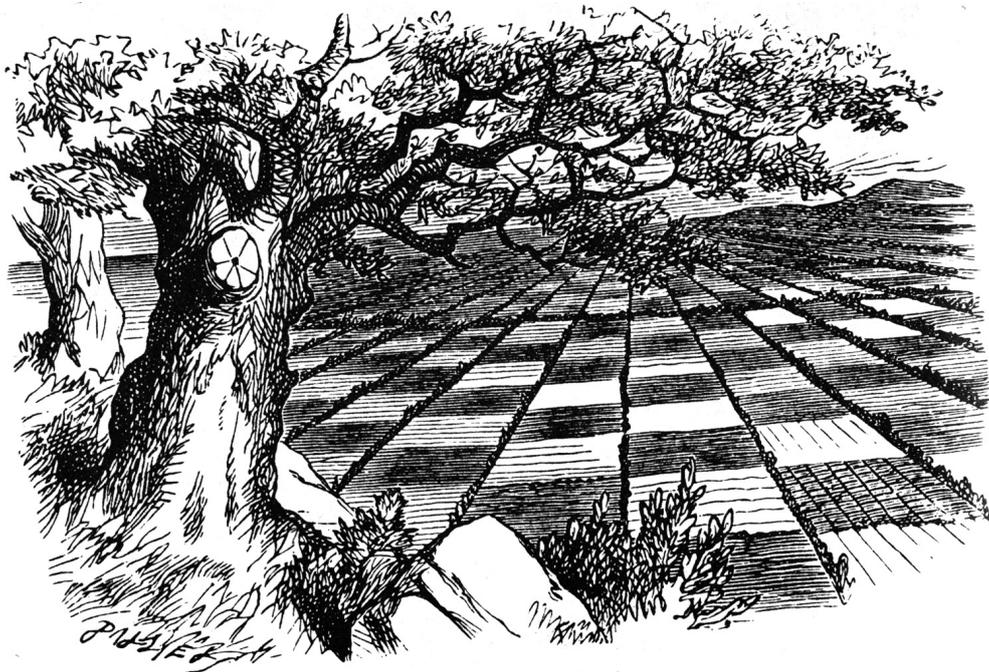
いわゆるな成功者へ憧れている人は  
少しずつ減っている、

むしろなんならちょっと冷めた目で  
見られる、みたいな事も  
少なくなかったりします。

さっきの話みたいに、  
別に有名になったり大金を稼がなくても

暖房の効いた部屋でコーヒー飲みながら  
Netflixで映画観れて十分楽しいからです。

現代は物理空間に価値を感じない



別の視点からいうと、  
昔の時代は物を所有したりとか  
物理空間に価値を感じる時代でした。

これはどういう事か？

昭和の高度経済成長期の多くの人の  
価値観はこうでした。

出来るだけ良い大学を出て  
有名企業に入り、  
長く勤めて出世を狙えば

堅実に年収は増えるよね、

だからこれが個人が安定して安全に  
収入を増やす最適な方法だよね、

みたいな価値観だったと思います。

今でこそ、ネットを使えば低リスクで  
少ない資本で起業できますよね。

でも昭和とかネットが発達してない時代に  
起業しようと思ったら選択肢は限られます。

令和の現代よりも開業費がかかったり  
少なくともリスクが大きかったのです。

両親が不動産を所有してるとか  
実業を継げるとか太い実家だったら話は別ですが

ごく普通の平凡なサラリーマンだったら  
多くの会社が年功序列でずっと一つの  
会社にいれば給料は上がるし、

いまよりも景気が良かったから  
夏と冬もしっかりボーナスが支給される。

だから昭和時代は、多くの人にとって

会社員である事が正解というか  
王道ルート、当たり前働き方でした。

令和のいまの時代と違って  
欲求の種類も変化してます。

三種の神器 (テレビ、冷蔵庫、洗濯機)

とか

3C(カラーテレビ、カー、クーラー)

みたいな話を持ち出すと

はるか遠い時代かのように  
感じますが、

**とにかくその頃は現代よりも  
『モノ』が無かったです。**

だから新しい電化製品とか  
車を買ったらみんなに  
羨ましがられるみたいな。

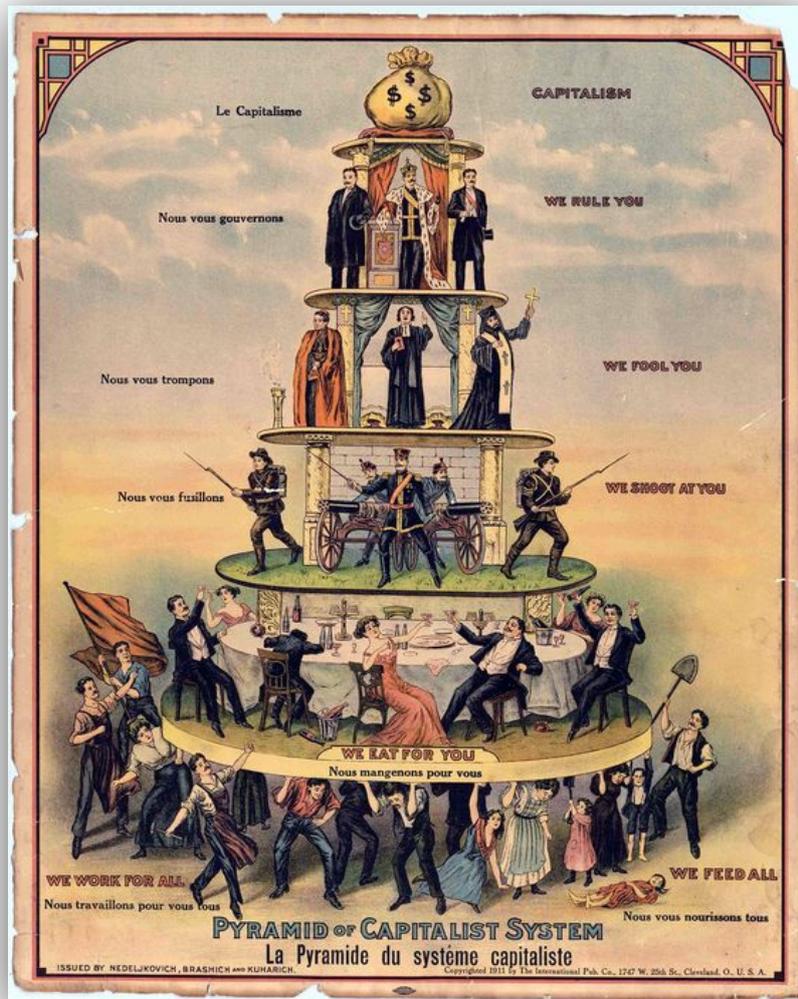
物理的なモノだけじゃなくて、

- 性格のいい美女と結婚する
- 一流企業に就職する
- マイホームを持つ
- 海外の高級ブランド品をもつ

みたいなステータス、社会的地位を  
持つ人が勝ち組、勝者、

ワンピースでいう海賊王的な  
ニュアンスでした。

世代でいうとちびまる子ちゃん  
とかサザエさんですかね。



だから昭和とか昔の時代の  
キーワードでいうと

- お金、権力、物質
- 縦社会、地位、野心
- 固定、安定

みたいな。

この時代は高度経済成長期だったので、

「未来に向かってみんなで会社を大きくしよう！」

「仕事をがんばろう！」

みたいな感じで、

**個人よりも社会や集団としての  
成長が優先されてました。**

だから

「仲間を守る為に強い敵に勝つ！」

「勝利に向かってみんなで戦う！」

みたいなドラゴンボールとか  
北斗の拳が流行したんだと思います。

ゴジラとかウルトラマンとかも  
未来に向かってみんなで一丸になって  
頑張ろう、

みたいな戦後の復興期の価値観が  
反映されていたからこそ刺さって  
人気作品になったのかもしれませんが。

## 共産主義的な価値観への移り変わり



で話を戻すと、

令和である現代は多くの人が  
情報空間に価値を感じるようになった  
とも言えます。

昭和→平成→令和と時代が  
移り変わる中で

電化製品とか家とか自動車とか  
洋服に限らず、

コンテンツ(漫画、ゲーム、映画、CD)  
とかの“エンタメ”も  
手に入るようになって

**物質的な豊かさは  
誰もが得られるようになった。**

だからさっきの話に戻るけど  
お金を稼ぐ必要、

**就職をして嫌な事を我慢してまで  
収入を得る必要がなくなった、**

とも言えます。

社会的な成功よりも、

- ・ ストレスの元凶になる顧客や嫌な人と関わりたくない
- ・ 恋人とか要らんからのんびり家でずっとゲームしていたい
- ・ ブランド物とか興味ない

・豪華な食事とかよりも  
マックとかすき家でいい

みたいな『**個人の自己実現**』を  
重要視する人が増えてます。

仕事や働き方でも変化があります。

「年収が最大化する仕事よりも  
多少稼ぎが減ってもいいから  
好きな事で稼ぎたい」

「出世したくないし  
ストレスフリーで仕事したい」

「尊敬できない人と関わりたくない」

「競争して精神すり減らしてまで  
大金を稼ぎたいわけではない」

みたいな感じで、

ピラミッド型の縦社会で1位を目指すとか

競争に打ち勝って多くの知識、技術、お金を  
手に入れて良い家に住む！良い女や車を手にする！

みたいな資本主義的な考え方をして  
現実(物理空間)を変えるっていうよりも

どちらかというと

**『価値観・繋がり・共感・こだわり・居場所・想い』**

みたいな方がこれからの時代は  
優先度は高くなります。

だから冒頭で伝えた

“お金の優先順位が下がっている”

っていう事につながるわけです。

損得勘定を抜きにした、  
居心地の良い人間関係や

ライフワークバランスが最優先で  
自由な時間が欲しい。

やりがい欲しい、感謝されたい。

ネット上で有名になりたい、チヤホヤされたい。

色んな事を学んで知的欲求を満たしたい。

とか、

**“お金以外の報酬”  
を望むようになってきている。**

なんとなくニュアンス  
伝わりますでしょうか？

SNSでいうと、

「インプが欲しい、フォロワーが欲しい！」

「バズりたい！注目されたい！」

みたいなの。

僕らみたいにビジネスや副業を  
目的とした情報発信を日常的に  
やっているのと

感覚が麻痺して当たり前のように

感じるのですが、

物理空間(リアルの現実世界)が  
チ一牛で友達いなくて負け組の  
脇役だろうが

令和の情報空間では

**「ネットの影響力=価値」**

と見なされるようになっていて、

SNSとかネット上で

- ・ どれだけの人に影響を与えているか
- ・ どういう人に支持されているか

がその人の価値や信頼度の尺度の  
一つになっている、

とも言えますよね。

逆に何個も事業を持っている  
敏腕経営者でどれだけリアルで  
充実していようが、

SNSでフォロワー少なかったり

読者が少なかったりしたら  
信用されません。

それぐらい現代は昔に比べて  
情報空間に臨場感を感じるように  
なってます。

そういう時代の移り変わりがあるので

人の価値観や気持ちの優先順位とか  
情報空間でいうと、

資本主義ではなく

「みんなに平和！」

「平等にフラットに！」

「競争とかしょうもなくね？」

「縦社会じゃなくて横の繋がり！」

みたいに“**共産主義化**”している  
とも言えます。

もちろんまだまだ貨幣制度は続くだろうし  
社会構造的には資本主義ですが、

ほんとうに緩やか————に  
世の中全体の流れとか方向性として

どちらかという共産主義的な発想を  
する人って増えているよね

っていう感じです。

旧世代的な欲望誘発が通用しない時代へ



そういう世の中の流れ、人の気持ちの変化が  
あるっていう前提で僕らは文章を書いていく  
必要があるわけです。

じゃないと刺さらなくなるので。

事実、

「ローンチで5000万稼ぎました！」

「億超えの事業を狙ってゴリゴリ仕事します」

みたいな発信に臨場感が湧かない人とか  
そこに対して憧れない人は増えてます。

何回も繰り返しますが、  
お金に対する優先度が最優先  
ではなくなっているからです。

だから、ただ単に大金が稼げる  
みたいな訴求や欲求喚起をしても  
刺さるのは一部の少数派になるだろうな  
と予想してます。

**金額の大きさもそうですし、  
稼ぎ方や働き方にもこだわりや  
選択肢、多様性が出てきます。**

「通話セールスしたくない」

「コンサルしたくない」

「狭く深く付き合いをしたい」

「長時間働きたくない」

「SNSじゃなくて実業をやりたい」

とかもっとあると思いますが。

だからこそ、

もっと相手のことを深く知らない

反応が取れる文章なんて

書けるわけがないのです。

- ・ 本当に望んでることって何か？
- ・ 奥底の不安、不快、不満は？

見込み客の心理、思考回路を

もっと解像度高く理解しないと

ダメです。

ダメっていうか

“話にならない”

といってもいいレベルです。

だから0→1段階とかは特に

膝を突き合わせてお客さんと

徹底的に話すべきです。

## 良い文章＝相手を深く理解している文章

です。

だからライティングは  
コミュニケーションと一緒に。

一方通行的に刺激的な言葉を  
並べればインプは取れるでしょうが  
成約に至るわけがない。

読者を舐めているんですかと。

だから低単価の商品しか売れない。

短期的なノウハウを知りたい客層しか  
集まらないのです。

新時代における感情を揺さぶるライティング

昭和→平成になるにつれ、  
物質的な豊かさは手に入るようになって

次の目標やゴールを

見出すようになった過程の中で

「なぜ生きるのか？」

「なんの為に働くのか？」

と、自分自身と向き合うような人も少しずつ増えてます。



だから昭和みたいに外的な報酬を得る  
(一致団結、勝利、目標達成、)

だけのストーリーじゃなくて、

**人の内面的な変化にも焦点を当てる  
作品が人気になったのではないのかと。**

『エヴァンゲリオン』の主人公シンジは自分の存在意義とか他人との関係性で悩んだり葛藤してますが、

それが平成の若者が感じていた現実への不安とか違和感、孤独に共鳴する、みたいな。

『千と千尋の神隠し』で主人公の名前が「千」に湯婆婆に記憶を書き換えられそうになるけど

それでも自分の名前とか豚になった両親を忘れないようにした。

これは名前を通じて“アイデンティティや自分らしさ”を大事にしている、意識しているっていう見方もできますね。

ラッパーとかHIPHOPカルチャーが流行したのも平成ですが、

## 将来への不安とか反抗心を 音楽にした

っていう点で言っても説明がつくかと。

### 悪に存在する正義

じゃあ令和の作品は  
どうなのかっていうと、

『価値観の多様性』と  
『共感』が重視されてます。

例えば鬼滅の刃では

鬼殺隊だけじゃなくて  
悪者である鬼の方の正義にも  
焦点を当てる描写があります。

「お前も鬼にならないか？」

のフレーズで有名な敵キャラの

猗窩座(あかざ)が弱者を嫌うのは

人間の頃の過去が影響してます。

要点だけざっくりいうと、

猗窩座が留守の間に、  
尊敬していた師匠と妻になる  
はずだった女性を毒殺されてしまいます。

犯人は、猗窩座の事を嫌っていた  
道場の門下生たち。

猗窩座と直接戦うことになったら  
勝ち目がないので彼らは毒を盛ったのです。



それで猗窩座はブチギレて門下生67人を  
全員“素手”で殺害。

猗窩座が弱い人間、弱者を嫌うのは  
そういうエピソードがあるからです。

炭治郎たちに引けを  
取らないぐらい猗窩座は

戦いに勝つこと、  
勝者になること、  
強さを求めることに

執着心がありますが、

**“弱い奴は大切な人を守れない”**

っていう猗窩座なりの信念  
であり正義ですね。

これが猗窩座が戦う理由。

悪いことをしているのは猗窩座なのに  
心が揺さぶられるのは、

過去の描写によって  
共感を生んでいるからです。

それに対して昭和や平成は、

悪者のストーリーとか  
心境の変化みたいな描写は  
あまりなくて、

分かりやすく悪いやつを  
やっつけるが正義でした。笑

アンパンマンとかウルトラマン、  
ドラゴンボールとかね。

キングダムでいうと、  
味方も敵の武将も

- ・なぜ戦うのか？
- ・どんな正義があるのか？

とかそこに至ったストーリー  
とか背景とかバックグラウンドが

個々に描かれてます。

## 色んな個性や異なる価値観が ある中で共存していく

ってというのが時代にマッチしていた  
可能性が高いです。

あとは現実逃避系も流行ってますよね。

まったく読んでないので話は分かりませんが

「転生したらスライムだった件」  
「Re:ゼロから始める異世界生活」

とか。

「天気の子」の主人公も  
現実が嫌になって東京に  
出てくるみたいなストーリーです。

昭和→平成→令和になるにつれて

終身雇用が無くなったり

物価上がったたり  
コロナになったり

現実が不安定なものになってきて  
安心、安全、安全っていうのが  
幻想であることに多くの人が気づき  
始めていて、

現代の不安定な社会から  
目を背けたり逃避するっていうのが  
共感されたんだと思います。



天気の子だけじゃなくて  
『男の娘』が反響あるのも

“潜在的な変身願望”が見え隠れて  
しているからかもしれませんね笑

コーチング界隈とか転職業界  
では特にそうですが、

「本当の自分を探そう！」

「価値観の発掘ワーク！」

「人生曲線を書いて新たな  
自分を見つけよう！」

とか流行ってますよね。

まあだから令和の人気作品から  
読み解くって考えたときに、

現実に直視したくなくて

- ・新しい自分になりたい
- ・生まれ変わりたい

っていう若い子が増えている  
のではないかっていう  
見え方もできます。

だからSNSとか情報空間上で  
人気者になりたい、支持を得たい  
っていう所にも関係してくるのではないかと。

…っていう心理の中で

どういう発信をすればいいのか？  
どういうライティングが刺さるのか？

って考えたら

個々の価値観を尊重したり、  
個性を認めたり共感する文章を書いたり

訴求をする方が感情を動かせる  
確率は高いのです。

**あとは現実を忘れさせてくれるような  
発信も反応良くなるはずです。**

だから情報空間上で楽しませる  
っていうのは特に現代では  
理にかなってます。

逆に、現実を突きつけるような  
発信者は共感を得にくくなるかと。

縦社会にいる芸能人とかが  
後輩に耳の痛いこととか厳しいことを  
言い過ぎたりすると

すぐYahooニュースにのったりするのは  
時代を表してるなーって感じます。

ってなったときに今後は  
占い、スピ界隈の  
勢いが増すと思います。

現実を忘れさせてくれて  
迷っている人たちに  
抽象的な道を示させたり  
できるっていうのもそうですし、

占いとかスピって合理性がありません。

他のジャンルと比べたら  
科学的根拠とかロジカル、  
論理性みたいなものも  
そこまで必要としません。

論理的に正しさ、正解を  
導き出せるのがAIの得意分野ですが

占いとかスピ系の発信は  
AIと相性がいいとは言い難い。

だからAIとの勝負を避けられる、  
と言ってもいいです。

ネットが存在する縄文時代へと突入

話がそれましたが、

**機能よりも情緒**  
**説得よりも共感**  
**競争よりも平等**  
**優劣よりも自分らしさ**  
**男性性よりも女性性**  
**一方向性社会よりも全方向性社会**

そんなニュアンスで、

ネットやAIが存在する  
“高次元の縄文時代”のような流れに  
ありつつある、とも言えます。

だから上記を踏まえた上で  
文章を書いていくことで  
反応が取れるライティングになりやすいです。

男性性よりもどちらかというと  
女性性優位な時代に突入しつつあるので、

**大きな実績とか肩書きとかに  
価値を感じる人が少しずつ減るはず。**

もちろん、  
「ゴリゴリにお金を稼ぎたい」  
っていう層もいるので全員では  
ないのですが、

最短で大きな売上を出そう的な  
コンセプトは刺さらなくなる  
可能性が高いわけです。

相手を説得して打ち負かして  
強引に行動をとらせるような  
ライティングではなくて

相手に寄り添って共感するような  
ライティングが好まれるようになります。

だから繊細な人とか  
感受性豊かな人は自然とそういう文章を  
書けるはずです。

そういう意味でいうと外向型よりも  
内向型の静かな人が脚光を浴びる  
時代になった、とも言えます。

是非今回のレポートを踏まえたうえで、  
YouTubeとか映画とか色んなコンテンツを  
見てみてください。

~~そうすることで  
たった5分で億万長者になって  
石原さとみ似の超絶美女と  
ランボルギーニを乗り回す  
資本主義の覇者になれるのです！~~

というわけでw  
本レポートは以上となります。

最後までご覧いただき  
ありがとうございました！！