

## 「惹きつけコンセプト」vs「迷走コンセプト」6つのチェックポイント

No	質問	A: 迷走コンセプト (良かれと思って陥る罠)	B: 惹きつけコンセプト (選ばれるための表現)
① ターゲット	1秒で「自分のことだ」と自覚できるか？	<input type="checkbox"/> 「多くの人に届けようとしている」 →誰にでも当てはまる言葉を使っているため、誰の目にも止まらない。	<input type="checkbox"/> 「特定の1人を射抜いている」 →「あ、私のことだ！」と反射的に指をさされるレベルで対象を絞っている。
② 緊急性	今すぐお金を払ってでも消したい火種か？	<input type="checkbox"/> 「理想の状態掲げている」 →向上心には響くが、今すぐ解決しなくても困らない程度の内容。	<input type="checkbox"/> 「火急の課題を突いている」 →「今すぐお金を払ってでもこの状況を抜け出したい」という深い痛みに刺さっている。
③ ベネフィット	未来が映像で浮かぶか？	<input type="checkbox"/> 「内面的な変化を伝えている」 →「良くなる」「変わる」など、人によって解釈が分かれる抽象的な言葉。	<input type="checkbox"/> 「映像として再生させている」 →変化した後の姿を**「誰が、どこで、どんな表情で」**いるか、鮮明にイメージさせている。
④ 簡易性	これなら私にもできると思えるか？	<input type="checkbox"/> 「プロとしての厳しさを伝えている」 →習得までの努力や深さを強調しすぎて、難しそうな印象を与えている。	<input type="checkbox"/> 「最初の1歩の軽さを見せている」 →「私にもできそう」と思える、最短ルートや心理的な壁の低さが伝わっている。
⑤ 独自性	一言で違いが言えるか？	<input type="checkbox"/> 「誠実さや質の高さを訴求している」 →他より丁寧、他より一生懸命など、既存の枠組みの中での比較になっている。	<input type="checkbox"/> 「新しい解決策を提示している」 →「今までのやり方は根本的にここが違う」という独自の切り口で、比較を無効化している。
⑥ ネーミング	開けたくなる言葉か？	<input type="checkbox"/> 「中身を正しく説明している」 →何をやる講座か、タイトルを見ただけで全ての内容が予想できてしまう。	<input type="checkbox"/> 「好奇心を刺激している」 ↓ 1行見ただけで「どういうこと？」「中が知りたい！」と前のめりにさせる強い言葉。

### 【判定結果】

ランク	Bの数	レベル	状態
S	5個以上	市場独占レベル	文句なしの完成度
A	4個	上位5%レベル	かなり優秀。少し直せばすぐに売れる
B	3個	合格ライン	商品は良いが、見せ方もつたない
C	1~2個	その他大勢	一番多い層。努力しているがコンセプトが弱い
D	0個	趣味レベル	