

相手の
心を動かす
最高の伝え方

非効率思考



本当に「効率よく」
しなきゃダメですか？

就活生 新社会人
転職者 フリーランス
悩めるすべての人に役立つ

非効率家／書籍PR
黒田 剛
GOU KURODA

掟破り
な仕事術を一挙
公開！

KODANSHA 書店のドン底営業マンを経て
50万部ヒットの書籍PRへ！

相手の心を動かす最高の伝え方 非 効率思考 黒田剛



令和7年9月14日読了

寺前総合法律事務所
弁護士・中小企業診断士 岡崎 教行

自己紹介

寺前総合法律事務所 弁護士・中小企業診断士 岡崎 教行

【学歴・職歴】

平成12年 3月 法政大学法学部卒業
平成13年10月 司法試験第二次試験合格
平成14年 3月 法政大学大学院卒業
平成15年10月 弁護士登録（第一東京弁護士会）
平成27年 1月 中小企業診断士試験合格
平成29年10月 中小企業診断士登録（城西支部）
平成31年 2月 寺前総合法律事務所（パートナー）

【専門】

労働法務。取り扱う事件、相談の9割程度が労働問題。

【BLOG】

労働法務弁護士、がむしゃらに生きる365日
<http://okazakinoriyuki.com/>



【著書】

四訂版 使用者側弁護士からみた「標準 中小企業のモデル就業規則策定マニュアル」（日本法令・共著）

社労士のためのわかりやすい補佐人制度の解説（労働新聞社）

Q&Aとストーリーで学ぶコロナ恐慌後も生き残るための労働条件変更・人員整理の実務（日本法令・共著）

就業規則からみるメンタル不調の予防と対応－規定整備のポイント－（新日本法規・共著）

基本がわかる！人事労務管理のチェックリスト（労務行政）

個人契約型社員制度と就業規則・契約書作成の実務（日本法令・共著）

毎月750円で、重要裁判例の解説を毎月お届けする「パワポとテキストで学ぶ月刊重要裁判例」



はじめに

契約ゼロの営業マンだった僕が、ヒット連発の書籍PRになれた理由

第1章

非効率だからうまくいく理由～非効率思考 考え方の基本編～

「何かお困りことはありませんか？」と顧客の悩みを聞く。

担当している本や著者の魅力を伝える前に、まずメディアが「今、何に困っているか」を徹底的に聞く

PRの本質は、まだ見えていない顧客の「お困りこと」を探し出し、人の心を動かす解決策を見つけることにある。

「お困りごと」を聞いたら、「解決策」を必死にかき集める

「自分が伝えたいこと」ではなく、「相手が知りたいこと」を考える

必要なのは、「こんなにおいしいビーフですよ」と説明することよりも、相手が必要としていることを聞き出して用意すること。

第1章

非効率だからうまくいく理由～非効率思考 考え方の基本編～

「まず相手に想像させることが大切」
重要なのは、「え？なにそれ？」と思わせること。伝えたいことの一部を相手の頭に残すこと。

「買ってください」とお願いしない。けれど、相手の頭の中にポン、と印象を残すようなコミュニケーションを心がける。

伝えたいことのかけらが、相手の記憶や心に自然と残るようにする。

「やってみるといいよ！」と言われたら、その相手が上司だろうと部下だろうと友達だろうと子供だろうと。まずは試してみる。大事なのはその後相手に、「やってみた感想」をきちんと伝えることである。

第1章

非効率だからうまくいく理由～非効率思考 考え方の基本編～

僕がワクワクする仕事の基準は「誰かに伝えたくなるかどうか」
「ここは楽しそう」と心が動くと、人は誰かに伝えたくなる。そして、
そういう場所には自然と人が集まる。

第2章

誰でも今日からできるPR～非効率思考 行動編～

いつでもアピールできるように「この本についてはこれを話す！」みたいな15秒動画のようなものを自分の中に常に持っておくようにしている。ヒットを生むには「誰もが知っている」という状態を作らなければならない。だからこそ、出来る限り多くのメディアに取り上げてもらって、より多くの人に本を知ってもらう必要がある。非効率に聞こえるかもしれない。けれど、「どれをやるか」ではなく「全てやる」ための方法を常に考え続けることが大切。

第3章

人の心を動かすストーリーテリング術～非効率思考 コミュニケーション編～

いかに本の内容を説明せずに、「その本、読んでみたい！」と思わせるか。PRの仕事とは、単に情報を伝えることではない。大切なのは、相手の心を動かすための「ストーリー作り」なのだ。

「なぜ今、この本を取り上げる必要があるのか？」という現象を探す。相手が今何をやっているかではなく、これまで何をしてきたかを聞くようにする。

誰にも身近でイメージしやすい事象の中にPRしたいものと共通点のあるものがないかを考えて例えてみる。この方法はあらゆるPRで使うことができる。

第3章

人の心を動かすストーリーテリング術～非効率思考 コミュニケーション編～

僕がメールを書くときに大切にしていることがある。それは、メディアに取り上げてもらえるようアピールするよりも、まず、「黒田さんからメールをもらおうと嬉しい」と、相手から思ってもらえるように考えることだ。言葉を届ける入り口は「メディア」ではなく、あくまでも「人」なのだ。

第3章

人の心を動かすストーリーテリング術～非効率思考 コミュニケーション編～

メールを送るときには、相手に合わせて1件1件オンリーワンな文章をするようにしている。オンリーワンといってもまるごとオリジナルにする必要は無い。工夫するのは最初の2行、あるいは最後の2行である。本題とは別に2行だけでいいから、相手に関心を持ちそうなトピックをさりげなく話題に入れる。

ちなみにを使うことで、相手の頭の中に小さなかけらのようなものを残す。

第4章

目指すのは全員がハッピーになるPR～非効率思考 チームづくり編～

人を集めたい時。「協力してくれませんか？」とお願いするよりもっと効果的な方法がある。まず1人だけ仲間を見つける。次に自分たち2人が一緒に楽しく仕事に取り組んでいる姿を周りの人たちに見せる。たとえ2人だけのチームでもその様子が楽しそうであれば、自然と周りの人たちが引き寄せられる。

人を巻き込むには、まず自分が誰よりも夢中になり、楽しさを見せる人
人を巻き込むには、まず自分が誰よりも夢中になり、楽しさを見せる。

第5章

ピンチがチャンスに変わる考え方～非効率思考 メンタル編～

PRとは、試行錯誤を繰り返しながら、実際に行動する中で、答えを見つけていくプロセスである。

目先の結果にこだわりすぎずに行動し続ける。正しい努力をコツコツ続ければ、結果が出るタイミングは必ずやってくる。

明日に回したい事は、今日5分だけやってみる。

トラブルこそ、成功のチャンス。

第6章

非効率を支える時間整理術～非効率思考 1人タスク編

毎晩翌日の予定を英語版の紙のノートに書き出す。予定は順番に書くだけで返し時刻を決める必要は無い。当日は書き出した予定に従って行動し完了した予定を赤いボールペンで1つずつ消していく。毎晩翌日の予定を英語版の紙のノートに書き出す。予定は順番に書くだけで返し時刻を決める必要は無い。当日は書き出した予定に従って行動し完了した予定を赤いボールペンで1つずつ消していく。

おわりに

本を作って届けることほど、非効率な作業は無いのかもしれない

「非効率」とは、言い換えるなら、「思いやり」や「愛情」、「思いを届ける」という言葉になるのだと思う。

本の作り手たちは、誰もが、「1冊の本に救われる」という経験をしてきている。「1冊の本が、誰かの人生を変える。」というシーンを見てきている。だからこそ、どんなに非効率な作業であっても、決して本作りを止めることは無いのだろう。