



自分の「やりたい」を相手の「欲しいもの」に変換することが重要

さわらぎ寛子 コピーライター



プロフィール

コトワークス株式会社代表取締役
1978年京都府生まれ。関西大学社会学部卒。
22年間コピーライターとして食品、美容、ホテル、学校、病院、製薬会社、電鉄など様々な業種の広告制作を手掛ける。書いたコピーは3万件以上。著書に、Amazon広告部門1位『キャッチコピーの教科書』（すばる舎）、『今すぐ自分を売り出す1行を作れ』（大和書房）、『売れ続けるネット文章講座』『発信力を強化する「書く」「話す」サイクル』（ぱる出版）がある。

【Web】 <https://kotoba-works.com/>

【note】 <https://note.com/hirokosawaragi/>

【Facebook】 hiroko.sawaragi

業務内容

起業家や事業主の方に向けて、価値を言葉にすることでゼロから仕事を作るための、文章とビジネス構築の講座を展開しています。自分自身のコンセプトをしっかりと作り、ターゲットを明確にして収益を出せるビジネスモデルづくりをサポートしています。これまで3000人以上の経営者や起業家にキャッチコピーを直接指導してきました。

その他にも企業や行政でもキャッチコピー作り、文章力アップ、新入社員研修などさまざまな研修を行っています。また、大学でもキャリア教育の授業で講義をしています。

他には広告の制作や自分自身の書籍の執筆も行い、現在まで4冊の本を出版しました。

今の働き方を始めたきっかけ

もともと広告の制作会社に所属しコピーライターとして働いていました。当時からいつかはフリーランスになろうと思っていたのですが、きっかけは一人目の産休と育休でした。当時勤めていた会社では産休・育休取得者は私が初めてでした。復帰当時はまだ制度も整っておらず時短勤務ができなかったため保育園のお迎え時間に間に合わず、育児と仕事の両立が厳しい状況でした。独立してすぐの頃、豊中市の主催する起業セミナーにも足を運びました。その際にグラフィックデザイナーの方がセミナー講師をされるという案内を聞いて「コピーライターとして自分もセミナーができるのでは？」と思い、その場で担当者の方に提案しました。数日後、生まれて初めてセミナーをすることに。それが好評で、他の自治体からもセミナーの依頼を受けるようになりました。また、会社員時代からずっと続けていた育児ブログが出版社の目にとまり、育児系のWebメディアの執筆依頼を受けたり、雑誌記事の依頼を受けたりといったことから仕事を広げていきました。

フリーランスになってよかったこと

独立してから現在まで、セミナーや雑誌記事の編集、ブックライターや広告など、いろんな仕事をしてきました。フリーランスというと、自分が働きたいときに働いて、報酬も自分で決められて、自由なのがメリットだと思われるかもしれませんが、実際そういう働き方ができているフリーランスの人は少ない気がしています。金額も依頼主に決められることは多いし、取材をするなら相手に予定を合わせなければいけないし、自由なようで自由ではないのがフリーランス。子どもを3人育てながらクライアントに合わせなければいけない仕事をしていたときは、日々の生活が立ち行かない状況になってしまいました。これ以上誰かに時間や金額を決められる仕事は続けられないと思い、働き方を見直しました。そして、10年かけて今の働き方のスタイルを作ってきました。報酬は自分で決められるようになり、時間の融通もきかせられるようになった今の状況は、良かったと思います。



自分の「やりたい」を相手の「欲しいもの」に変換することが重要

さわらぎ寛子 コピーライター

自分の価値を言葉にして、
売れ続けるビジネスをつくる

言葉で仕事をつくる塾

コトシゴ



コピーライター
さわらぎ 寛子

言葉で仕事をつくる塾「コトシゴ」

半年間かけて自分を理解し、発信力を高めながら
自らのビジネスを作っていく全12回の大人気講座
。受講生からも続々と喜びの声が届いています。

<https://www.kotoba-works.com/lp/kotoshigo/>

成功の秘訣とは？

フリーランスとしてやっていける人というのは、自分で仕事を作り出せる人、依頼される理由がある人だと思います。自分がやりたいことを並べればそれが仕事になるわけではなく、自分のできることを相手が欲しいものに変換するという発想が必要です。自分のやりたいことだけをやって売れる人ももちろんおられますが、そんな人はほんの一握り。多くの場合は、自分のやりたいことを「相手の欲しいもの」に変換しなければ売れません。そのためには、「小さなことをきちんと段階を踏んでやる」ことが重要だと私は思います。例えば、まずは自分がどういう人に向けて仕事をしたいかを決めて、それに共感してくれる人が何を求めているかをリサーチし、サービスを作るというようなことです。そういったことを1段階ずつきちんとやっていけば売れるはずなのに、「自分はooがしたい」ということばかりに目を向けているために、チャンスを逃している人はもったいないと思います。

私はお仕事でもたくさんの起業家や事業主の方をサポートしてきましたが、「自分には何もない」とか、「もっと何かを身に付けなければ仕事にならない」と思われている方が多い気がします。しかし、どんな人でも、今までやってきたことの中に価値はあります。その価値を感じてくれる人は誰かを見つけること、そして自分の価値を言葉にして伝えることが大切です。「自分なんて」っておっしゃる方も、話を聞けば素晴らしいものをいっぱい持っていらっしゃるのです。特別な資格や立派な経歴なんてなくても、今までやってきたことをもとに、自分で仕事は作れます。

でも、そんな自分の価値に自分で気づくのは難しいもの。自分では強みだと思っていることが他人からするとそうでないこともあります。だからこそ、他人から言われることの中にヒントがある気がします。最新刊の『発信力を強化する「書く」「話す」サイクル』は、編集者さんの一言から生まれました。私はコピーライターなので書くことは得意ですが、話すことにはコンプレックスがありました。でも、私のことをよく知ってくれている編集者さんから「書くことと話すことがどっちもできる人は珍しいからそのテーマで書いて欲しい」と言われたんです。驚きましたが、価値というのは自分ではなくて相手を感じるものだと思い直しました。また、自分はどんな人のために力になりたいのかを考えて、そのために自分ができることは？と考えることが重要です。私は「自分に価値なんてない」と感じてしまっている人たちのために頑張りたいという気持ちがあります。コピーライターという職業は、広告代理店に所属し、大きな広告賞の受賞歴がある人が評価されがちです。でも、私自身は小さな制作会社において、華々しい受賞歴も何もない中で自分で仕事を作り出してきました。だからこそ、学歴や華やかな経歴がなくても自分で仕事は作れるということを伝えていきたいと思っています。

フリーランスとして働くなら、自分の貴重な時間やスキルを、どんな人のために使いたいかを考えることが大事。どんな人のためなら自分のエネルギーが湧いてくるかがわかっていると、仕事の内容も、働き方も、理想に近づいていくと思います。