

SNS 時代の！ NPO 広報講座

**2025年
10月29日**

コピーライティング

担当：後藤エミ

本日の流れ

1

いいコピーって、何だろう？

2

事例から考える

3

コピーの書き方・考え方

4

ご質問にお答えします

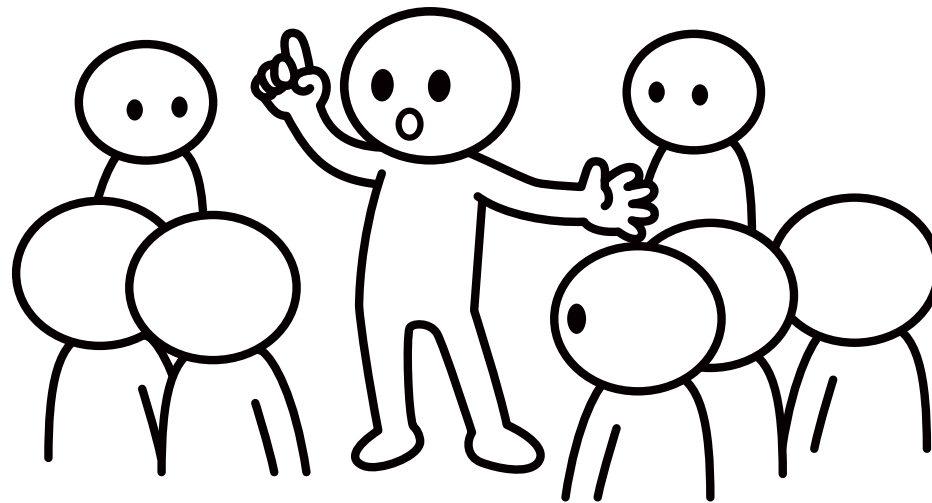


1

いいコピーって
何だろう？

質問です

あなたは
志を熱く語る人が
好きですか？



賛同が得られているとき

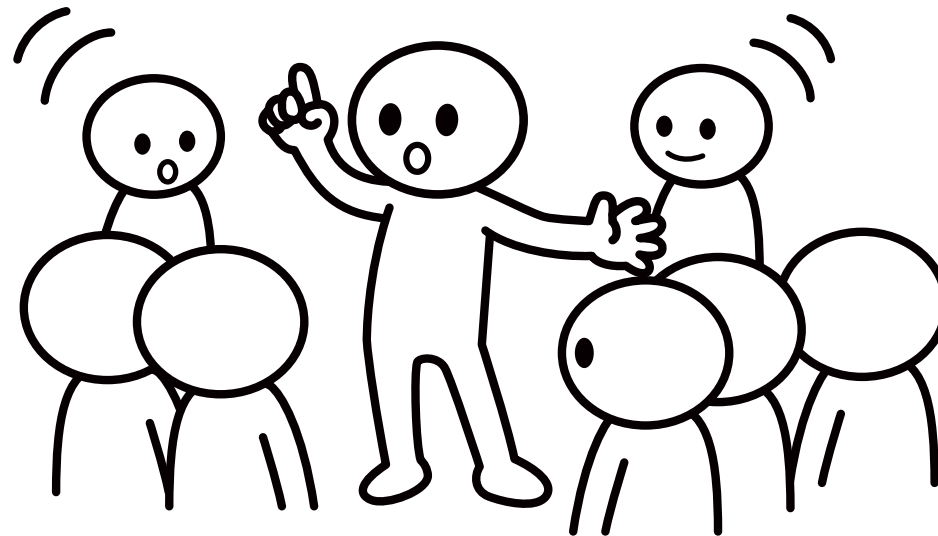
とても
納得できる

この人に
ついていきたい

いい未来が
イメージできる

社会のために
ガンバっているなあ

私も
協力したい



説得力があるなあ

信頼できる

なんとなく賛同が得られていないとき

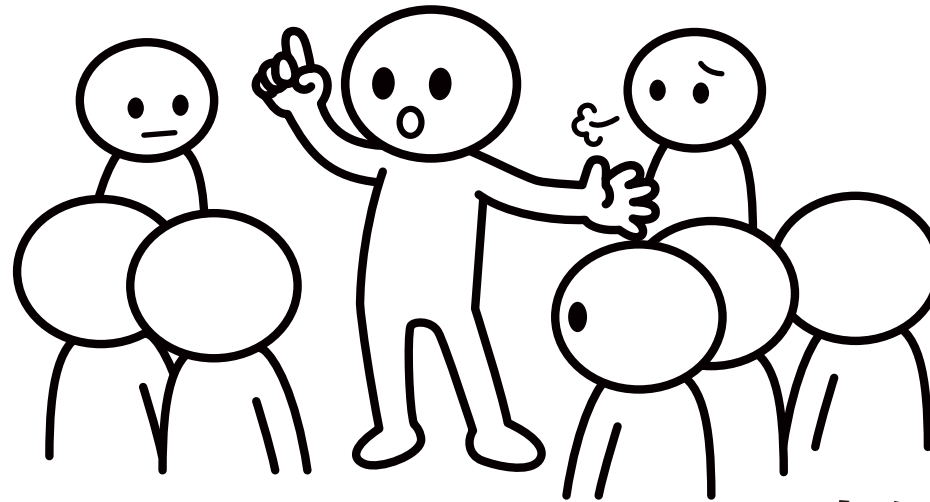
身構えちゃうな

理想論なので
実感がわかない

へえ、立派な意見だね
がんばって！

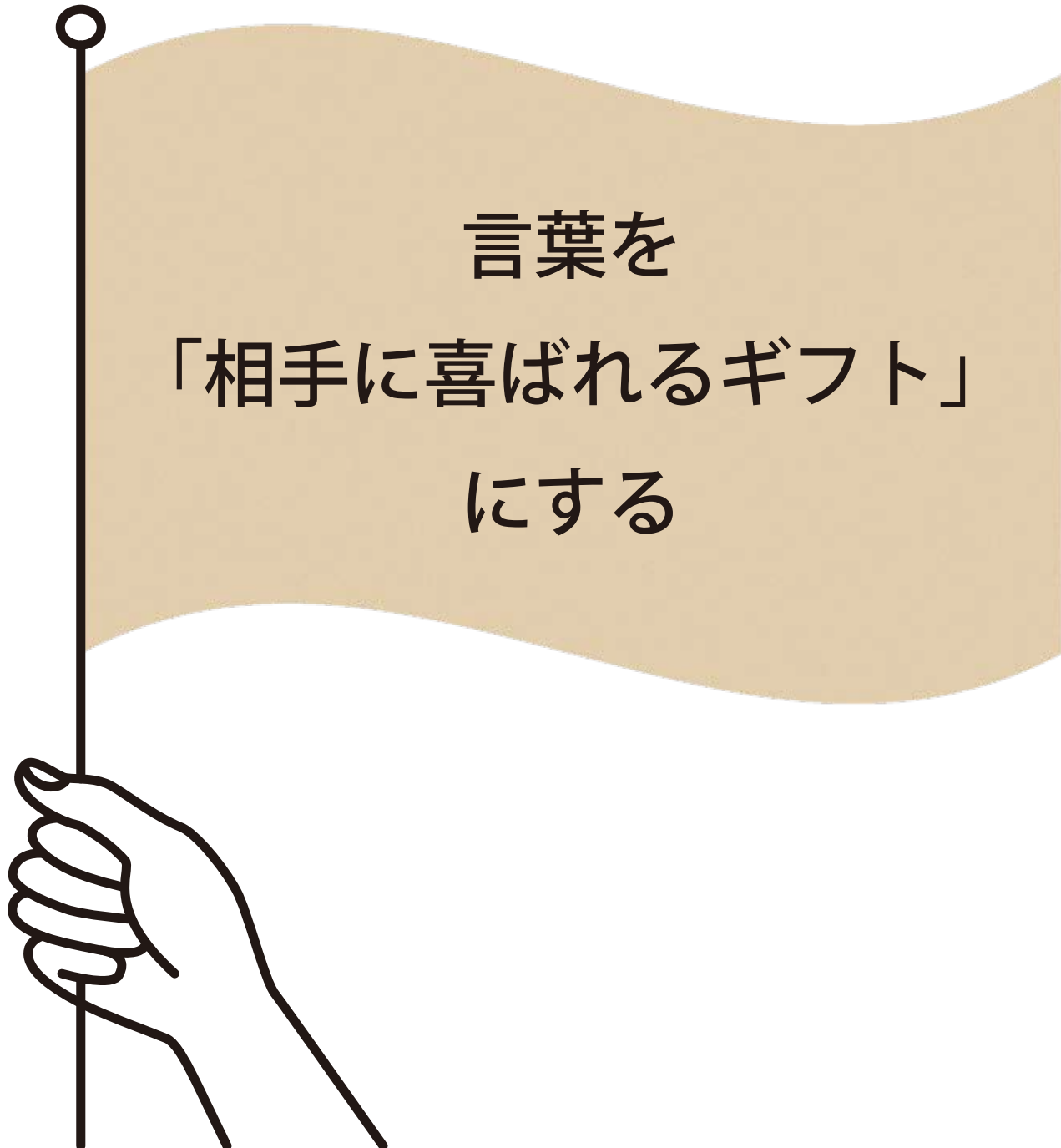
そのテンションが
しんどい

小難しい...

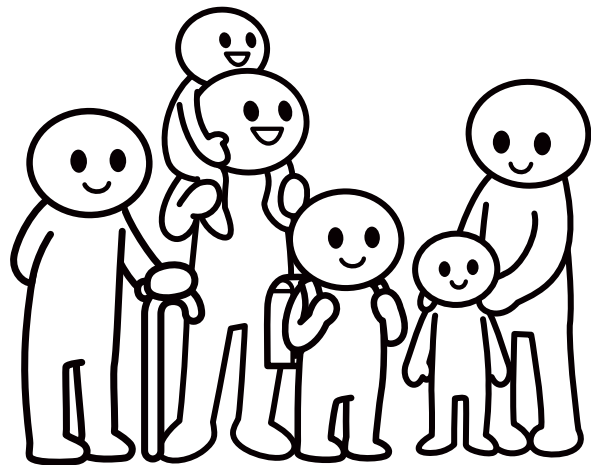


正義感が強くて
こわい

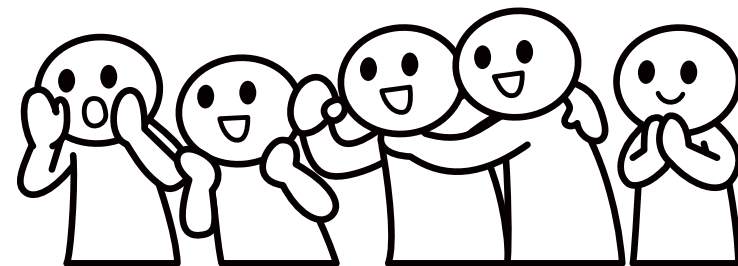
なんか傷つく...



言葉を
「相手に喜ばれるギフト」
にする



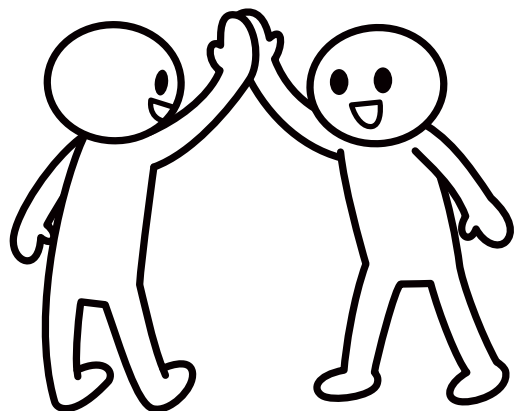
サービスを受ける人



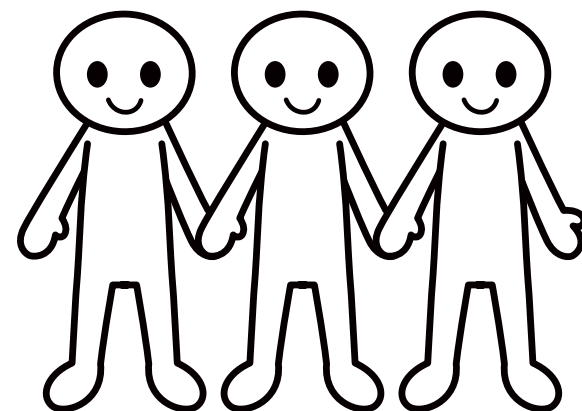
協力・支援する人



NPO メンバー



社会のさまざまな人々



いいコピー = 相手が “受け入れやすい” 言葉

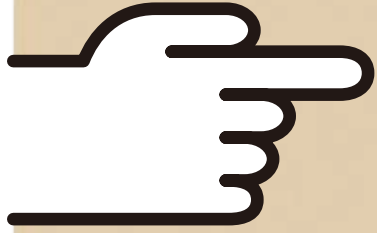


特に「これは私に関わる話だ」と感じさせることが大切です

つまり、喜んで
受け取ってもらえる
ギフト言葉

相手が“受け入れやすい”言葉

2つの前提



1

「もっといい自分」でありたいと 誰もが願っている

◎安心したい（精神的・身体的・経済的）

⇒ 生きる基礎が整う

◎元気になる、勇気がわく、笑える、泣ける

⇒ 心が良い方へ向かう

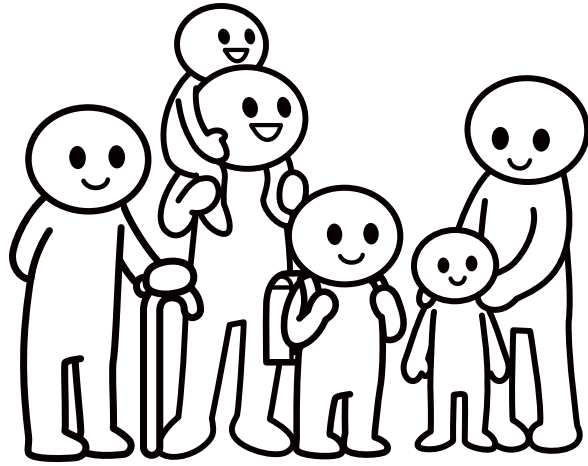
◎成長したい

⇒ 自分に自信がもてる

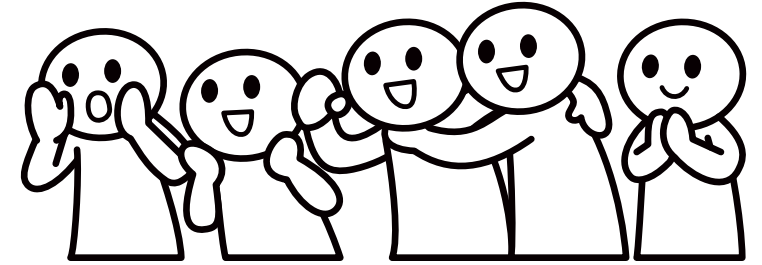
◎役に立ちたい

⇒ 自分の力で社会や未来を良くできる

こうした言葉は「相手に喜ばれるギフト」になります。



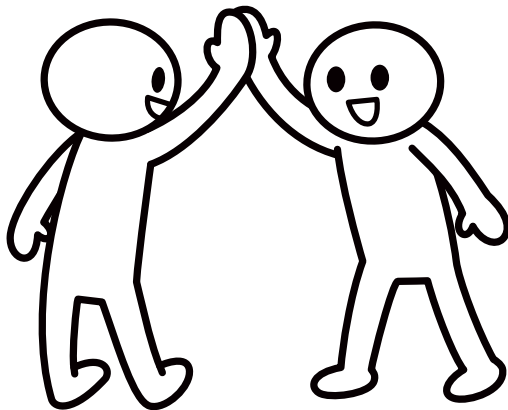
サービスを受ける人



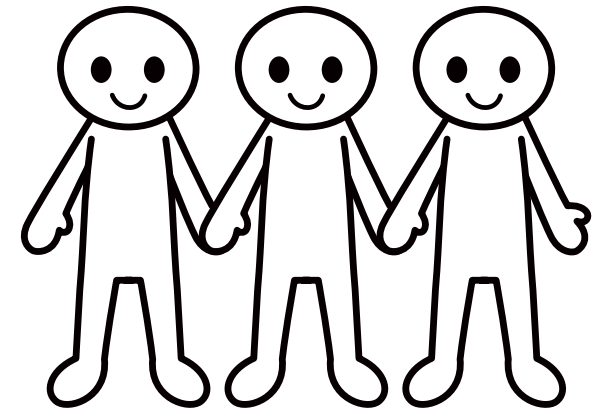
協力・支援する人

この皆さんへの
ギフト言葉は？

NPO メンバー



社会のさまざまな人々



サービスを受ける人

についてのギフト言葉



安心できる
前向きになれる
納得できる

基本姿勢 「あなたのままが素晴らしい」

言葉の軸 安心と尊重

基本トーン

- ・今を共に過ごす温かさを感じてもらう
- ・「正しさ」よりも「肯定」
- ・「自尊心が守られる」ことを約束する

協力・支援する人

についてのギフト言葉



知らなかった
考えさせられる
支えたい

これは問題だ
どうにかしたい

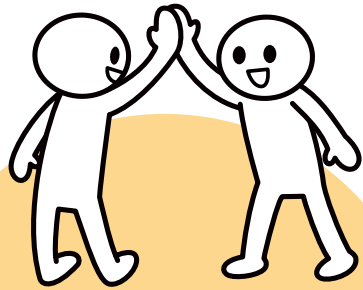
基本姿勢 「あなたの理解と応援が励みになる」
言葉の軸 共鳴と連帯感

基本トーン

- 立派さではなく、
心に触れるストーリーを伝える
- 「小さくてもできること」を知ってもらう
- 「一緒に～しよう」という姿勢を大切に

NPO メンバー

にとってのギフト言葉



これは問題だ
どうにかしたい

基本姿勢 「その手で支えている」

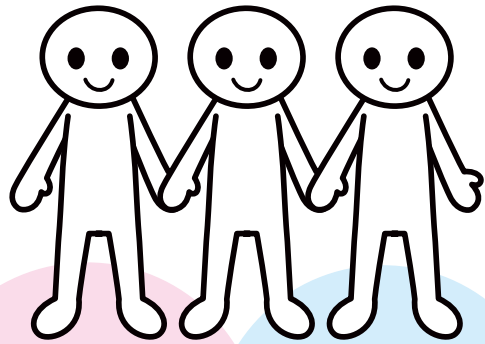
言葉の軸 意義と実感

基本トーン

- 「共に創る」仲間としての手応え
- 失敗も含め、挑戦のプロセスを認めあう
- 個人の誇りを大切にする

社会のさまざまな人々

についてのギフト言葉



前向きになれる
納得できる

知らなかった
考えさせられる
支えたい

これは問題だ
どうにかしたい

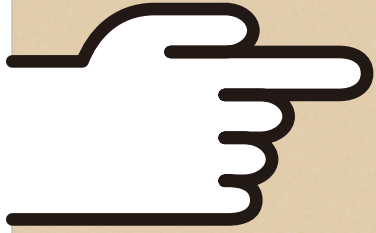
基本姿勢 「あなたの気づきを待っている」

言葉の軸 身近さとイメージしやすさ

基本トーン

- 社会課題を、日常の延長として描く
- 「自分にも関係がある」

と感じられるストーリーに

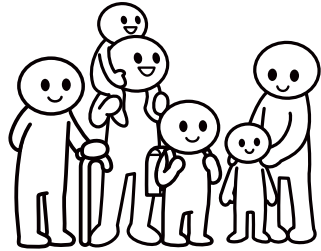


2

ひとは繊細である

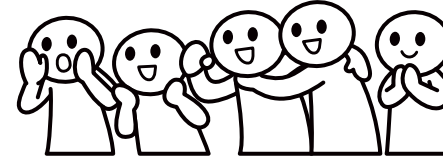
- ◎否定されたくない
- ◎責められたくない
- ◎難しいことは考えたくない
- ◎面倒なことは避けたい
- ◎「自分だけは大丈夫」と安心したい
- ◎難しい言葉を使う人が苦手
- ◎えらそうなヤツがきらい
- ◎忙しくて疲れている

下記のようなニュアンスを持つ言葉が
「ギフト言葉」になるはずはないですね？



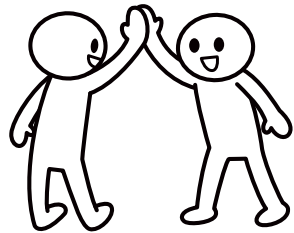
サービスを受ける人

- 「支援される側」として意識させる言葉
- 理想の押しつけ



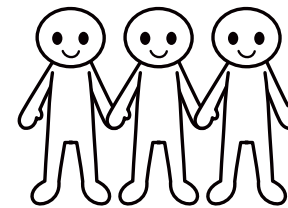
協力・支援する人

- 「社会問題に立ち向かう」
- 「社会を変える」など
壮大すぎる言葉



NPO メンバー

- 「使命感を持とう」といった上からの語り
- 「正解」「間違い」など対立を生む言い回し



社会のさまざまな人々

- 「べき」論
- 啓蒙し、説得しようとする姿勢
- 専門用語の使用



3

**コピーの書き方
考え方**

コピーって、どう考えて、どう書けばいいの？

考えたことは 書き散らす

頭の中だけで考え続けても
コピーは書けません。だって
頭の中はカオスだからです。
カオスは、外に広げて整理を。
盲点がクリアになり、
新しい視点が見つかります。

相手にメリット のある話をする

自分の話ばかりする人って
つまらないですよ。でも、
広告になると自分たちの
主張ばかりしてしまいがち。
相手が乗り気になるような話を
言葉にしましょう。

優等生をやめ クラスの人気者を 目指す

クラスの優等生の話で
覚えているものはありますか？
では、クラスの人気者の話は？
思いやりや愛嬌があって、
人間味あふれる言葉のほうが
心に届きやすいんです。

定型分や常套句を 封じる

「厳選された素材を贅沢に使い
熟練の職人が丹念に焼き上げた
こだわりのパンです」
…心をくすぐられますか？
こうした便利な言い回しは
使わないようにしましょう。

口に出して 言いやすい言葉にする

作った文章や見出し、
キャッチフレーズはできるだけ
声に出して読んでみてください。
「つかえる」「噛みそう」
そんな言葉になっていたら
書き直しましょう。

オススメ上手さんの 話を研究する

「この人にオススメされると
欲しくなる」と感じることは
ありませんか？
インフルエンサーも、そう。
彼らの話を分析してみると
ある共通点が見つかりますよ、

活動とは無関係な 情報にふれる

考えに煮詰まったら
NPO 活動とは関係のない
情報にふれてみてください。
マンガでも映画でも OK。
視界がひらけ、俯瞰で
コピーを見直せます。

書店で最新雑誌の 見出しを見る

雑誌は、人の願望や不満を
映し出す鏡。いまの社会の
本音が見えてきます。
人々の心に鋭く語りかけ
突き動かす雑誌の見出しは
とても勉強になります。

できたコピーを 子ども目線で確認

小学校高学年や中学生の
子どもにとっても
「分かりやすい」「心が動く」
「関心が持てる」ような
メッセージが理想です。

空気を読まない人に コピーを見せる

妻や娘に。母や夫に。
辛口な知人に。
書いたコピーを見せて、
意見をもらいましょう。
もっとも適切なお指導が
受けられます。

さいごに

ビジネスでは、たとえ理念に共感できなくても、
「一緒に取り組めばトクをする」と思ってもらえれば関係は続きます。

でも、NPO はそうはいきません。
つながりの中心にあるのは、利益ではなく「思い」です。

だからこそ、言葉はその思いを分かちあえるものでありたい。

「みんなの言葉」にしていくこと——

それが、NPO のコピーライティングでとても大切なことだと思います。

