

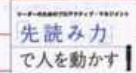
amazon「ビジネス・経済・キャリア」ランキング(4月18日14時現在)

情報1冊のノートにまとめなさい 100円で作る万能「情報整理ノート」	
最少の時間と労力で最大の成果を出す「仕組み」仕事術	
勝間式「利益の方程式」 ー販売は船の腹に手へー	
どんな仕事も楽しくなる3つの物語	
ビジネスマンのための「数字力」養成講座	
7つの習慣 成功には原則があった!	
はじめての課長の教科書	
勝間和代のインディペンデントな生き方 実践ガイド	
ザ・シークレット	
人を動かす (新装版)	
「先読み力」で人を動かす ーリーダーのためのプロアクティブ・マネジメントー	
不機嫌な職場 ーなぜ社員同士で協力できないのかー	
ロジカル・シンキング ー論理的な思考と構成のスキル	
さあ、才能(じぶん)に目覚めよう ーあなたの5つの強みを見出し、活かす	
ビジネスマンのための「発見力」養成講座	
ウェブ時代5つの定理 この言葉が未来を切り開く!	
金持ち父さん貧乏父さん	
社長の時間の使い方	
儲かる会社にすぐ変わる!	
経営の未来	
道は開ける (新装版)	
プロフェッショナルの条件	
影響力の武器 (第二版) なぜ、人は動かされるのか	
マインドマップ・ビジネス超発想術 「できる社員」の最強メソッド	
図解! あなたもいままでの10倍速く本が読める	
失敗の本質 ー日本軍の組織論的研究	

人を動かしたいのは  
普遍的な欲求か?



「人を動かす(新装版)」  
デール・カーネギー 著、山口 博 訳  
新元社  
1,575円(税込)



「先読み力」で人を動かす  
村中 剛 著  
日本実業出版社  
1,575円(税込)



「影響力の武器(第二版)」  
ロバート・B・チャルディーニ 著 社会行動研究会 訳  
誠信書房  
2,940円(税込)

まるで自分のために  
あるようなタイトル?

ビジネス書が充実する新宿エリアの書店の店長は、売れるタイトルには5つのタイプがあると指摘する。「1つめは「ストレート系」。たとえば、「はじめての課長の教科書」などは、内容がそのままタイトルになっている印象。自分も店長なので、ドキッとしました。2つめは「ネガティブを利かせた「斬新系」。「体何の本なんだろう?」と思っても、何となく勝つ。3つめは「脅迫系」。『〜してはイケない』とか『〜するな』といったものは良く目にしますよね。4つめは「疑問系」。『なぜ?』は『なぜ?』です。最後は、買手をおおる、『暴動系』。『年収が』とか『1倍に』といったものですね。」

上記の図では、さらに2つのタイプを考へてみた。5つめは「自分系」。『〜のための』や『あなたでも』といった語句で、読者に「私に関係ある」という意識を喚起するもの。たまたま「B型」自分の説明書」などはその顕著な例だ。自身がB型の人も、身近にB型の人がいる場合も、読んでみたくなる1冊である。

7つめは「操作系」。他人をいかにうまく動かすか、といったテーマを、ストレートに、あるいはキャラクターにタイトルに反映させたものが売れている。

ベストセラーから見る、売れる言葉・数字はコレだ!

# 読者を放さない タイトルの秘密

優れたタイトルに、普遍的な法則はあるか? まずは、ベストセラーランキングにその端緒を探ろう。

×××するな 危ない×××	なぜ×××は、 〜〜なのか?	ベストセラーに 共通する文型
〜の秘密 〜の技術	〜のための〜	×日のできる〜 ×分のできる〜 ×秒のできる〜
各社が発表している書籍売り上げランキングを見ると、似通ったタイトルの書籍が売れているに出ている。中でもこれらに出ているのはタイトルを持しているのではないだろうか。	頭が〜、脳が〜	×××の 〜つの方法

「危ない会社 あなたのところが例外ではない」。この本は、1993年に光文社から刊行されて、ベストセラーとなったものだ。今でも、まったく違和感のない、強いタイトルである。試しに、タイトルの「危ない」という言葉を3冊目まで検索してみると、実に1094件もヒットした。人を引きつける、定番の言葉だと言えらる。同年には「パララッシュ」経営者の虚々実々を見破る本」も発売されている。昨今、決算書を読み解こう、といった内容の本が売れているが、45年前にも、人々の心に刺さるタイトルが生まれていた。また、同じく光文社から1986年に発売された「本田宗一郎の3分間リーダー 人を動かす極意」は、今も売られているロングセラーだが、タイトルを直すと、現在売られている本に通じる部分が多々ありそうだ。「3分間」や、「人を動かす」、「極意」は、この最近の書籍のタイトルで見かける語句で、まったく古びていない。世界で1500万部を売り上げ、3000万の「Best Books of 2007」にも選ばれた書籍が「人を動かす」デール・カーネギー、1936年である。これも見逃せない。売れた書籍のタイトルには、普遍的に人を動かす言葉がある。

人を動かす、タイトル  
その普遍性を探る