

プロよりもうまくなるための  
バイノーラル音声作品文章教室



## はじめに

この本のメインターゲットは、バイノーラル音声作品の中でも、シチュエーションボイスや、ストーリー性がある作品を書いている方、もしくは書きたいと思っている方です。ですが、催眠音声や安眠音声などにも、部分的にはなりますが参考になるとは思います。また、バイノーラル音声作品は聴くだけという方も、新しい視点を持てばより深く作品を楽しめるようになるかと思えます。そのきっかけとなれるようにも書いたつもりです。興味を持っていただけたようでしたら幸いです。

小説、脚本、記事、論文、レポート、メールにSNSまで、世の中には様々な種類の文章の手引き書が存在します。そんなに細分化が必要なのは、それぞれにおいて求められる文章が異なるからです。

そして、その中でもバイノーラル音声作品のシナリオは難しいと思います。かのノーベル文学賞作家、川端康成は「『耳できいて解る文章』とは、私の年来の祈りである」（『[新文章讀本](#)』 たちばな出版 p.32 1.9）とっています。バイノーラル音声作品は、川端康成ですら難しいという目標にまっこうから挑戦するジャンルなのです。

そんな難しいバイノーラル音声作品のシナリオですので、書こうとする人の手元には、手引き書があつてしかるべきでしょう。

手引き書の力は絶大です。独学で三平方の定理を発見できる人は天才だと思います。ですが、そんなものは中学校の教科書で簡単に学べてしまいます。そうやって、より早く修得できれば、余った時間でより深く研究する事ができます。そういった積み重ねで、学問や文化は発展してきました。先人たちの成果を利用できるなら、利用した方が賢明なのです。文章術も同じです。文章術の本があれば多くの方が助かり、より面白い作品が生み出される事でしょう。ただ、その大役をになうのが僕でいいのかは疑問です。

本を読んでは「ああ、なんていい文章だ。僕なんてまだまだだな」と日々痛感させられている有り様です。そんな僕ごときが文章の手引き書を書くなどおこがましく思ってしまう。

ですが、「バイノーラルマイクは面白い。これを活かせば、小説にはできない面白いシナリオが書ける!」、そして「面白いシナリオが聴きたい!」という強い思いはあります。それに、待っていても誰も書いてくれません。ですので、恥を忍んで筆を取る事にしました。

もし、この本を読んで、シナリオを書く参考になったようでしたら幸いです。また、聴く専門の方でも、「なるほど」と納得いただける作りにしたつもりです。「シナリオってこんな事を考えて書いていたのか、奥が深いな」とシナリオの面白さに気付いてもらえたようでしたら嬉しいです。

注意していただきたいのですが、シナリオに正解はありません。この本を読んで、「ここは納得できない」という点があれば、その感覚は大切にしてください。この本で述べているのは、あくまで僕の意見や一般論です。名作とは、そういった他人の意見や一般論を、うまく突き崩した作品です。「納得できない」という感覚は、あなたが名作を作る最高の味方になってくれるはずです。

この本だけで文章がうまくなれるように書いたつもりではありますが、各項目ごとにオススメ書籍があれば紹介するようにしました。その項目の内容だけで1冊書かれた書籍ですので、その分野についてもっと知りたいという方の助けになってくれるはずです。

なお、人名や役職名は、敬称略とさせていただきます。敬意を払う気持ちはあるのですが、「川端康成様」のような表記は違和感ありますので……。

## コラム①「ら抜き表現」と漢字表記

文章術の本ですので、先に述べておきます。僕は文章表現において急進派です。

具体的に言うと、「ら抜き表現」肯定派であり、漢字表記多用派です。

「ら抜き表現」というのは、たとえば、「食べる」の可能表現で「食べ『ら』れる」とすべきところを「食べれる」と表記するものです。

僕が、ら抜き表現を選ぶ理由は、そうした方が分かりやすいからです。

上記の「食べられる」という表記には、「食べる事が可能である」という可能、「（尊敬する人が）食べる」という尊敬、「（その人が何かに）食べられる」という受動の3つの選択肢があります。

3つも選択肢があるので、読んでいて「られる」と出てくると、「んっ？ これば3つのうちのどれだ？」と詰まる時があるのです。

文章には、分かりやすさやリズムが大切です。それなのに「ら」が入っていると分かりづらさや、リズムの乱れが生じる事があるのです。

それに、可能表現に「ら」を入れるのは、「上一段活用」と「下一段活用」と「来る」の可能にだけの例外的な表記です。たとえば「話す」の場合は、「話せ『ら』れる」ではなく、「話せる」という表記が正解です。ややこしいので、どちらか一方にまとめた方が分かりやすくないでしょうか？

言葉は変化するものです。たとえば、

「本日は雨が降っておりますが、足元にはお気を付けてください」

という文章、違和感を感じないでしょうか？ この文章を、

「本日は雨が降っております『ので』、足元にはお気を付けてください」

とすると、その違和感は消えるかと思います。

これは、順接の「が」というものです。普段「が」は、

「毛ガニの作品は意欲的だが、理屈くさくて難解なのが問題だ」

のように逆接で用いられます。

実は「が」には、もともと逆接という意味はありませんでした。古典を読むと順接の「が」が出てきます。こちらが本来の用法です。しかし、文法が

変化した現代においては、順接の用法は混乱の元になりかねません。ですから、読者が読みにつまづいてしまうという理由で、順接の「が」は、ライターの業界では使用「非」推奨とされています。

他にも、「というか」を「っていうか」、「てか」のように表記したりするのはごく普通に行われます。そうした方が、表現のバリエーションが増えて、文章のターゲット層や、発話者のキャラクターを明確化できる利点があります。

僕としては、「ら抜き表現」もそうした表現のバリエーションだと思っています。特別に教養深かったり、真面目な性格のキャラクターの場合は「ら」を入れた表現を用いて、そうでない場合は「ら抜き表現」を用いるようにしています。

漢字の多用については、

こと → 事

もの → 物（ただし物質的な物に限る）

ところ → 所（ただし場所を指す場合に限る）

とき → 時

などを、通常はひらがなで表記するところ、漢字で表記しています。

これについては、漢字表記の方が読みやすいと思うからです。

ひらがなで表記する言葉が年々増えていますが、僕としては、もう少し漢字が多い方が読みやすいと感じるのです。

漢字かひらがなかに関しては、ライターはひらがな表記にせよと指導され、作家はある程度本人の自由にと言われている感じです。（名詞は漢字派の僕とは違って、漢字の使用は主に動詞まわりではありますが……）

というわけで、文章術の本なのに、一般的な表記を用いておりません。

先にも述べましたが、言葉は変化するものです。一般的な用法を知らずに使うのはただの不勉強ですが、知っていてより良いと感じる方を選ぶのはセンスだと思います。

ただ、あくまで僕の意見ですので、どのような表現を用いるかは、ご自身の判断と責任のもとでお願いいたします。

# 目次

はじめに	2
コラム①「ら抜き表現」と漢字表記	4
第1章 プロの戦略	
プロとは何か？	9
重要なのは需要と訴求力	11
「それって、原始人でも分かるか？」	12
コラム②バイノーラル音声作品ってもうかるの？	16
分かりやすく、とにかく分かりやすく	19
作品は立て続けに出せ	21
新規参入者はプロの戦略から何を学ぶべきか	22
第2章 文章力教室	
プロよりもうまくなるためのステップ	26
1：正しい言葉を使う	27
2-1：納得できる文脈にする	42
2-2：オウム返し問題を解決する	43
3-1：表現を豊かにする	55
3-2：語彙力とは何か？	56
コラム③描写の弱点	69
3-3：バイノーラル音声作品における表現法の問題	71
3-4：比喻	72
3-5：オノマトペ	74
3-6：推敲する	75
コラム④文章がうまくなるにはどうすべきか	78
4：ストーリー性を組み込む	81
5：テーマを決める	83
コラム⑤再生時間が長いのはよい事か？	86
6：バイノーラルマイクを活用する	89

コラム⑥オリジナリティの強み	92
第3章 バイノーラル音声作品の台本と編集	
位置の指定	95
文章作法	98
コラム⑦縦書き？ 横書き？	102
ト書きについて	104
コラム⑧うわっ…私の報酬高すぎ…？	108
収録とアクセント	112
コラム⑨どれくらいの速度で書けばいいの？	116
音源を編集する	118
コラム⑩人を傷つける作品を作ろう	120
あとがき	123

# 第1章

## プロの戦略

## プロとは何か？

「プロよりもうまくなるための」というのが本書のタイトルですので、まずその超えるべきプロについて話したいと思います。

誤解のないようお断りしておきますが、本書で言うプロとは、現状バイノーラル音声作品のシナリオを執筆しているプロの事です。ガチな文章力を持ち合わせた小説家や脚本家の事ではありません。この本を執筆している僕自身が、「あの小説家や脚本家の文章はすごい、敵わない」と思い知らされています。ですので、この本の内容をマスターしたからといって、ガチな小説家や脚本家のプロよりもうまくなるのは無理な相談です。あしからず。

さて、「プロ＝うまい、クオリティが高い」と思われてはいませんか？  
これは、ありがちな誤解です。

プロというのは、「その仕事の収入で生活していける人」を指す言葉です。プロである事がただちに「うまい」だとか、「クオリティが高い」に結びつくわけではありません。ただし、プロはそれで生活費を稼いでいるわけですから、シナリオで稼ぐコツは心得ています。このコツをつかみさえすれば、「ヘタ」、あるいは「手抜き」だったり、「クオリティが低い」方が稼げるので、コツを心得ているのもプロの資質になります。つまり、プロには、うまいプロと、コツを心得ているプロの2種類あるわけです。残念ながら、現状、バイノーラル音声作品のシナリオを書いているプロは後者です。

たとえば、映像化されてヒットした作品の原作小説が気になって Amazon 等でレビューを見ると☆3程度の低評価。しかも、トップレビューは、「ヒット作だから期待したのに稚拙すぎる」のような☆1の酷評レビュー、というのをよく目にしないでしょうか？ これは、やっかみではなく、実際に稚拙な場合がほとんどです。稚拙でも、売れるコツを意識的であれ、無意識的であれ押さえていけばヒットを作れるのです。

ですから、第1章でそのコツさえ理解すればプロに並べます。そして、第2章で述べる文章力のさわり程度を身に付ければプロよりもうまくなります。

ですが、プロを超えるというのは、あくまで文章力についての話です。コツを身につけて文章力でもプロを超えれば、プロよりも稼げるのか、というのは別の話です。

では、次項から、プロがやっている売れるコツを解説していきます。

## 重要なのは需要と訴求力

商業的な作品を作る上でもっとも重要なのは、需要と訴求力です。

勘違いしがちですが、作品が売れるのはクオリティの高さによってではなく、需要によってです。

たとえを出した方が分かりやすいでしょう。推しサークルの新作が出たというメールが入ったので、DLsiteのトップページに行ったとします。スクロールすると、そこには待望の新作。イラストもシコリティMAX。鼻息も荒く、作品の個別ページをクリックしようとしたところであなたの指が止まります。待望の新作のすぐ下に、DLsiteの雰囲気にもそぐわないサムネを発見したからです。波打ち際を歩く孤影。その作品のタイトルは、「バイノーラルアレンジ版カミュ『異邦人』」。権威あるノルウェーブッククラブの世界の名作ベスト100にも選出される、押しも押されぬ名作です。流行りのエロ同人と世界的、歴史的な名作、どちらの方がクオリティが高いかは明白です。あなたは気付きました、お金が無いのです。どちらか1つしか買えません。さて、あなたは当初の予定通り、年下のママの海のように深い愛に抱かれて、白いおしっこをたくさんピュッピュすべきでしょうか？ それとも「きょう、ママが死んだ」空虚の中、不条理に囲まれた異邦人となるべきでしょうか？

おそらく、大半の方が当初の予定通り、迷わず推しサークルの新作を購入するかと思います。少なくともシナリオのクオリティは、「バイノーラルアレンジ版カミュ『異邦人』」の方が圧倒的に高いにも関わらずです。

なぜ、こんな現象が起きるのかというと、推しサークルの新作には需要があるのに、「バイノーラルアレンジ版カミュ『異邦人』」には需要がないからです。作品は、クオリティによって売れるのではなく、需要によって売れるのです。

そして、もう1つ重要なのが訴求力です。訴求力というのは、その作品を「欲しい」、「試聴してみたい」と思わせる力、「もっと知りたいだろう。さあ、サムネをクリックするんだ」と訴えかける魅力です。

その訴求力について、次項で述べていきます。

## 「それって、原始人でも分かるか？」

作品を購入させるうえで、最初のハードルとなるのが、サムネをクリックさせる事です。いくらクオリティが高い作品を作っても、スルーされては売れません。そこでパッと見ただけでも分かりやすい魅力、すなわち訴求力が必要なのです。

どんなジャンルが売れるか、という質問には流行り廃りが激しいので、これとは答えられません。しかし、売れるものには通底した要素があります。それは、頭（理性）、心（感情）、性器のいずれかに訴えかける事です。この訴えかけがうまい作品は売れます。

それぞれの違いは、たとえば同じ「愛」というテーマでも、

性器：「ご主人様、愛しております。愛するご主人様の子種をください。

はしたないメイドに中出ししてください」

心：「私もあなたの事がずっと好きでした。愛しています。

あなただけを、永遠に。結婚してください」

頭：「『愛』って何だ？ 繁殖欲や恋とはどう違うんだ？

都合が悪くなったら好きでなくなるのは愛と言えるのか？

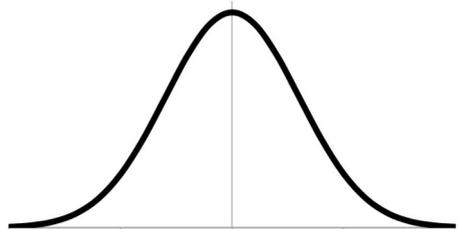
いつかは死ぬのに、永遠の愛なんてどうやったら成立するんだよ？

真実の愛って何だ？」

などと、訴えかける対象によって内容が異なってきます。

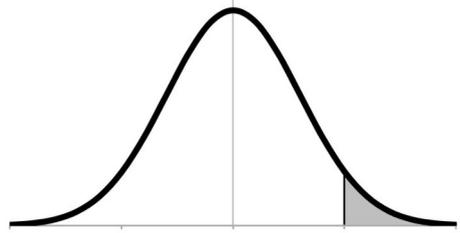
この中で、もうけようと思ったら、頭を選ぶのは下策です。理由は、対象が狭いからです。

消費者が、どんな作品をどれだけ求めているかというのは、およそ右の正規分布のグラフで表せます。Y軸（縦）が人口、X軸（横）が高尚さや通好みかなど消費者の質や、訓練具合を表しています。右に行くほど、

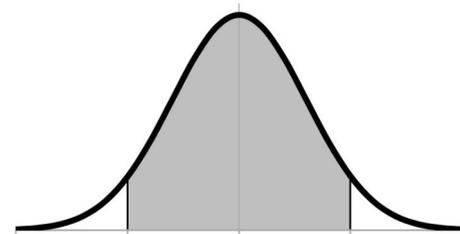


要求度の高い消費者、グラフが盛り上がるほど、消費者の人口が多い事を示しています。

頭を対象にするのは、右図のグレーの範囲を対象とするという事です。もうけようというならば、こんな狭い範囲をターゲットにするのは愚かな選択です。しかも、この層の要求度は非常に高いです。ヒットした映画の原作小説に☆1レビューを付けるのがこの層です。そんな層を満足させようと思えば、作品の製作に必要な時間も多くなってしまいます。現在のバイノーラル音声作品の消費者人口では、この層をターゲットにしては食べていけません。



ターゲットにすべきは右図の層です。要求の高い層は切り捨てた方が得策です。心と性器に「この作品は魅力的だ」と訴えかけるのです。「欲望に訴えかける」というのがプロの鉄則です。そして、可能ならばR18にすべきです。諸事情によってR18に



できなくても、性的魅力は感じさせた方がいいでしょう。なぜなら、そうすれば原始的な欲求である性欲に訴えかけられるからです。現代に生きている生物というのは、セックスをして子孫を残す事に成功した個体かその遺伝子を受け継ぐものです。小賢しい理性よりも、性欲や繁殖を優先させてきたからこそ存在しています。ですから、性欲への訴求は刺さりませう。

これは僕の見解ではなく、ハリウッドの脚本家ブレイク・スナイダーが、

なぜって、人間は本能的で原始的なものに心を動かされるからだ。生き延びること、飢えに打ち勝つこと、セックスをすること、愛する者を守ること、死の恐怖に打ち勝つこと——こうした根本的な欲求には、万人の心をつかむ

力がある。だから主人公の動機や、映画のアイデアの根幹には必ず原始的なものが必要なのだ。ベーシック、あくまでベーシックであるべきだ！

(ブレイク・スナイダー著 菊池淳子訳『[SAVE THE CATの法則](#)』Kindleの位置 No.1282-1285)

と言っています。

映画はアメリカ最大の娯楽。大作ならば1本の映画に1億ドルをこえる撮影費を注ぎ込む、プロの世界です。こければ大赤字の真剣勝負、遊びではありません。

その厳しいプロの世界で台本に向けられる問が、「それって、原始人でも分かるか？」です。プロだからこそ、単純さが求められます。内容の深い哲学的な話や、その分野に精通した一部の人にしか十全に魅力が伝わらないこだわったシナリオは捨てるべきでしょう。テーマは深くてもいい、メッセージは単純に、原始人にでも伝わるくらい分かりやすく、これが鉄則です。

マーベル社の創設者マーティン・グッドマンもこう言っています。

グッドマンは雑誌は好きだったが、中身にこだわることはなかった。人に何かを教えたり、啓発したり、楽しませたいとは思わなかったのだ。インタビューでも答えている。

「読者はクオリティを求めない」

(チャーリー・ウェッツェル/ステファニー・ウェッツェル著 上杉隼人訳『[MARVEL 倒産から逆転 No.1 となった映画会社の知られざる秘密](#)』Kindleの位置 No.135-137)

クオリティやこだわりは売り上げに直結しません。稼げぬ輩はプロにあらず。単純な欲望をターゲットにしましょう。ハリウッド映画でセックスシーンが入るのは、そうした方が売れるからです。

残念ながら文章は、イラストやCV.〇〇といった情報に比べて訴求力が低いです。その理由は、理解するのに文章を読む時間が必要なのと、読み手に読解力を求めるからです。魅力を感じるのに、時間と能力が必要なのです。

そんな中、ライターが作れる分かりやすい訴求力が、キャラクターとシチュエーションです。原始的な欲望を刺激していく設定を考えましょう。

DLsite でプロの作品を見ると、新しい設定はほとんどなく、2匹目のドジョウを狙った作品が多いのはこのメソッドを心得ているからです。成功作のスタッフをプロに置き換えれば、こける心配が少なく、安定してもうかるのです。これによって、プロだからこそクオリティが低いという、一見不思議な現象が起こります。

そして、可能ならば消費者がその刺激に慣れる前に、流行りのジャンルをバイノーラルに焼き直すのが、最も効率のよい選択です。そのジャンルの魅力を、原始人にも分かるようにかみ砕いてシナリオに落とし込みましょう。ですので、流行に敏感で筆が早い人ほどプロとして安定します。

好きこそ物の上手なれ。流行を追うのが好きな人が、プロに向いていると思います。

実は、文章力はあまり必要ではありません。

安物ヴァイオリンを、名器ストラディバリウスと偽って演奏すると、聴衆が「素晴らしい、他のヴァイオリンとは音色がまったく違う」とスタンディングオベーションした。安物ワインを、高級ワインと偽って出すと、「芳醇で深みのある素晴らしい味わいだ」と絶賛した、などという話を聞いた事はありませんか？ そのように、感覚が先入観に引きずられるというのは、往々にしてある事です。

本などについても同様の事が言えます。「この作品は名作だ」、「この作品は自分に合う」という先入観を持たせれば、視聴後の評価がその先入観に引きずられるのです。よく、「東大式」とか「ハーバード式」とか「プロ」などが題名に付くのは、この効果を権威付けによって狙っているからです。

また、人間の理性とは案外いい加減なもので、物事の順序を間違えます。感情や反応に、後から理由付けする事があるのです。つまり、「エッ」とか「勃つわあ」とか感じさせれば、それは作品のクオリティが高いからだなどと理由付けしてくれるのです。

そういった先入観を作れる魅力的な設定を提案できる事が、プロとしてもっとも優れた素質です。

## コラム②バイノーラル音声作品ってもうかるの？

はい、もうかります。

ですから、エロゲメーカー、Vtuber、声優、ラノベ作家などが続々参入しているわけです。みんな、おいしい思いはしたいですから。

僕の場合、台本の文字数が多かったり、テンプレートをろくに用いなかったり、参考文献を読んだりイレギュラーな要素が多いですが、1作の制作費がだいたい30万円くらいになります。

僕の作品の中で、もっとも標準的な「[とーかの秘密](#)」の初年度の売り上げが90万円程度。そこから制作費の30万円を引くと、利益は60万円になります。制作期間は1ヶ月半くらい。（他の方はもっと短いと思います）月収にすると40万円くらいですね。十分プロとしてやっていける額です。

1作の販売本数が2,000本に届かないか、という程度のサークルですらこれだけの利益が出ます。プロとしてやっていける基準は、異常に低いです。

それは、かなり高めの販売価格に消費者がついてきてくれているのと、バイノーラル音声作品のクオリティに対する要求度の低さ、DLsiteの還元率の高さのためです。

価格については、書店に行けば15万字の文庫本が1,000円以下で買えるのに、バイノーラル音声作品は1万5千字のシナリオで1,000円くらい取れてしまいます。いくらバイノーラル録音や編集の工程が入るにせよ、かなり割高です。正直、小説家に申し訳ないという思いに責められています。日本の書籍が、かなり割安という事情もあるものの、う～む。超割高なドラマCDに比べると良心的な値段ではありますが……。

クオリティに関しては前項の通り、クオリティよりもむしろコツを押さえた方が売れます。

それに加えて、バイノーラル音声作品だから買ってくれるという、ジャンル自体の需要の高さも感じます。僕が同じテーマで小説を書いて半額で売ったとしても、半分も売れないと思うんですよね……。声優とバイノーラルマイクの魅力のおかげで、訴求力をグッと引き上げてもらっています。

DLsiteの還元率もかなり高いです。販売価格によっても還元率は変わってきますが、最低でも50%もあります。制作費用は自己負担ですが、小説家の印税が10~12%なのを考えると破格です。他のサイトと比べても高めですし、弱小サークルでも多少は露出しやすくしてくれています。DLsiteの回し者ではありませんが、直接販売以外では一番還元してくれるかと思います。

難点があるとなれば、消費者の母数が大きくない事とメディア展開につながるような作品を作りにくい事から、小説等に比べて利益の上限が低い事でしょうか。

大きな夢はありませんが、小さな夢はゴロゴロ転がっている。そんな業界です。

ただ、先の展望が見えにくい業界ですし（少なくとも僕にはそう見えます）、人気は水物、いきなり専業で始めるのはオススメしません。ですが、バイノーラル音声作品が好きでしたら、バイトや副業感覚で様子を見るのは案外手軽にできます。参考までに、制作費30万円で、販売価格1,100円で、セール有りですと、販売数650本あたりが黒字化のラインです。

誤解のないよう言及したいのですが、もうけるのは決して悪い事ではありません。

皆様が、現在やっている仕事やバイトも、それはお金をもらえるから、もうかるからやっているのだと思います。やりがいがある仕事でも、「給料は出ないよ」と言われれば辞めるのではないのでしょうか？ 作家も同じです。もうからなければ生活していけません。

そのうえ、消費者に喜ばれるのであれば、それは素晴らしい仕事ではないのでしょうか？

自分も挑戦してみようと思った方は、くれぐれも、この本で説明したプロの戦略を踏襲するのをお忘れなく。「俺はこだわった、クオリティの高いシナリオが好きなんだよ！」とか言って無視すると痛い目を見ます。（体験談）

……うん、でもこれ仕事じゃないんだよ、趣味でやってるんだよ。同人ってそういうものだと思うの。たまたま自分の趣味と需要がピッタリ合致する人がいたり、それが大半なのは否定しないよ。バイノーラル音声作品ってまだ黎明期のジャンルだから、もっと創造的な面白い事ができる余地は十二分にあると思うの。だから、利益とか考えずに自分の趣味を追求して欲しいの……。などと敗北者が述べております。

実際、僕が面白いと思った事を追求した作品ばかり作っているの、試聴だけでもしてもらえると嬉しいです。そして、こちらへ来てくれる人が増えると……。

## 分かりやすく、とにかく分かりやすく

面白さを感じる重大な要因として、理解できる事があります。

苦手科目の授業や、要領をえない説明、知らない単語がたくさん出てくる本などを、聞いたり読んだりしていて、面白いと感じた事があるでしょうか？ おそらく、つまらなくて眠くなった経験ならあるかと思います。それが普通の反応です。

逆に、頭にスッと入ってきた話は、面白く感じませんでしたか？ 人間は、理解できる事を面白いと感じるのです。

ですから、重要な事は、分かりにくさを取り除く事、分かりやすくする事です。

プロの作品を聴いてみてください、1度聞いただけで全て理解できるくらい単純です。プロは、「作品はくり返し味わうものではなく、消費されるエンターテインメントである」と心得ているからです。消費してくれないと次の作品を買ってもらえませんから、簡単に味わい尽くせるのは利益にとっても重要です。

ただ、その手法については苦言を呈したいです。

分かりやすいのはとても重要です。ですから作家はさまざまな工夫と努力をしています。ですが、現状バイノーラル音声作品業界において、分かりやすさは、往々にして「新しい事に挑戦しない事」によって達成されているように見受けられます。

新しい事に挑戦せず、既にある作品をバイノーラル音声作品にリライトしたり、テンプレートを用いれば、とても分かりやすいですし、簡単です。ですが、それがクリエイターのやる事でしょうか？

創作というのは、今までに無かったものを作る活動です。キャラクターやシチュエーションは入れ替える、でもやっている事は同じ、耳かきと、耳舐めとセックス。確かに、そのキャラクターの属性やシチュエーションの組み合わせは、今までに無かったかもしれません。ですが、そこにどの程度、新しい挑戦がありますか？

こう述べると「新しさは必要か？」と問われるかもしれません。その質問に対してはハッキリ「必要です」と答えたいです。なぜなら、新しい事がなければ、その作品から得れる感動は、既存作品からでも得れてしまうのですから。そうならば、創作ではなくて、既存作品の宣伝をすればいいのではないのでしょうか？

参考にした作品が好きなのは分かります。それに、文学に限らず世の中のさまざまなものは、既存のものに手を加える事で発展してきました。パラダイムシフトなんて、そうそう起こせるものではありません。良いと思うものをマネするのは、ごく一般的な手法です。何もおかしな事はありません。

ただ、好きならばその作品で表現できていなかった魅力が聴き手に伝わるように、オリジナリティを加えるのが続く者の仕事ではないのでしょうか？それが無いようでは盗作です。参考にした作品に対する敬意や消費者への誠意、良い作品を作ろうとする努力が足りないと思います。楽しんでもうかるでしょうが、それがクリエイターの仕事と言えるのでしょうか？

この点については、くれぐれもプロを見習わないようにお願いしたいです。新しさを加えつつ分かりやすく書く手法については、2章で述べていきます

## 作品は立て続けに出せ

多くのプロが頻繁に新作を出しています。

広い層に売るよりも、既存のコアなファンに2回売の方が簡単です。新たな需要を開拓するような作品を考えるよりも、アイデアのコストの少ない似たような作品を2回出す方が楽してもうかるのです。

という他にも、新作を頻繁に出すのには大きな効果があります。

皆様は「あれ、この新作を出してるサークル、前にも見た覚えがあるな。どんな作品を作ってたっけ?」と、サークル名をクリックした事はありませんか?

消費者の目に触れる機会を増やすと、それだけで宣伝効果があります。

チェーン店が既存の店舗からやけに近い場所に新店を出したり、大手メーカーが印象には残るけれども中身のないCMを打っていたり、政治家が街宣車で名前を連呼するだけの内容スカスカな選挙活動をしていたりします。そんな一見非効率的な事をするのは、接する機会が多いだけで「繁盛している(≡良い、クオリティが高い)」、「がんばっている」などという印象を持たせる事ができるからです。(なお街宣車は、好感度は上がらないのに得票率は上がるらしいです)心理学の術語でいうと、「単純接触効果」というものです。恋愛とかで、接する機会が多い人を好きになるとか言われるやつですね。

要するに、新作を頻繁に出して目に触れる機会を多くすれば、自然と新しい客層も開拓できるわけです。

先述しましたが、作品を購入してもらう上で、はじめのハードルは興味を持ってもらう事です。それを乗り越える策として、頻繁に作品を出すというのはとても有効になります。

ただ、これはシナリオに時間をつぎ込めるプロだからできる事で、他に仕事や学業などをしなければならない一般の方には難しいとは思いますが。

## 新規参入者はプロの戦略から何を学ぶべきか

プロの戦略を述べてきましたが、新規参入者がこれをマネしようとするときかなりの高確率で失敗します。

なぜかというと、これはプロである事を活かした戦略だからです。つまり、早い段階から参入していたり、他の分野で有名であるという知名度を武器にしているのです。

例えば、DLsite の新着作品を見にいったら、同じような内容、同じようなクオリティの作品が2つあったとします。片方は有名サークル、もう片方は見覚えがない無名サークルです。どちらか1つを買うとしたら、あなたはどちらを買いますか？ 青田買いで無名サークルを試してみようでしょうか？ いえいえ、おそらく有名サークルの方を買うと思います。

出版業界では、芸能人が本を出版する機会が増えているそうです。これは芸能業界だけの動きではなく、出版社側からもそういう動きがあるそうです。エンターテインメントの多様化によって売れ行きが悪くなっているのを、どうにかしようとする出版業界の戦略だとか。

面白そうな体験をしてきている芸能人と、面白い本を書こうと努力してきた文章オタクな一般人とでは、冷静に考えるとどちらの書いた本が面白いかは中身を見ないと判断できないでしょう。ですが、芸能人の書いた本の方が圧倒的に売りやすいです。芸能事務所が宣伝してくれるのもありますが、作者の知名度が名も知れぬ一般人と、ゴールデンタイムにテレビに出ている芸能人では段違いだからです。こういう理由で、出版業界は芸能人が書いた本に力を入れているのです。

ですから、プロの作品を聴いて、「これくらいのシナリオだったら俺にも書けるかも、そうしたらこの作品と同じくらい売れて……」と考えて新規参入すると痛い目を見るでしょう。

では新規参入者はどうすべきでしょうか？

当然の話ながら、シナリオライターならばシナリオライターとしてできる事をがんばろう、となります。

まず、売り上げに繋がるのが需要と訴求力であるという事を頭に叩き込みましょう。スタートが間違っていたら、その後の努力は報われにくくなってしまいます。スタートである魅力的な設定を決めるのが重要です。この点は、大いにプロに学ぶべきです。

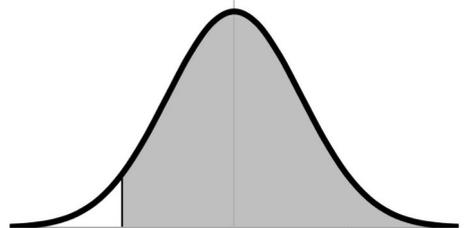
いい音を録ろうとチャレンジしてみるのもいいとは思いますが、それでプロがいい機材で録った音と競争できるかは疑問です。なんでしたら、YouTubeなどにASMRは腐るほど、それも無料であります。あなたの録る音は、無料で聴ける作品があるのに、それでもお金を払って聴きたいと思わせるだけの魅力があると思われませんか？

耳舐めやあえぎ声で勝負するのも、シナリオライター向きかと言われるとノーと言わざるを得ません。誰が書いたとしても、台本のテキストに差が出ていくからです。耳舐めやあえぎ声で勝負するとしたら、一番有利なのは演じる声優です。台本の記述とアウトプットを、もっとも正確に繋げる事ができますし、納得がいくまでリテイクできます。ですから、声優が書くシナリオならば耳舐めやあえぎ声に力を入れるというのはアリだと思います。他に耳舐めやあえぎ声で勝負して有利なのは、収録にこだわる音響技術の持ち主あたりでしょう。

自分が不利な土俵で勝負をしては、負けが目に見えています。自分の有利な土俵で勝負するべきです。つまり、シナリオライターならば、シナリオで勝負しましょう。官能小説家の技量の差は、濡れ場でない普通のシーンでどれだけエロスを表現できるかにあらわれるそうです。耳舐めやあえぎ声以外でどれだけ魅力を表現できるか、差を見せつけてやりましょう。

僕が提案するのは、欲望に訴えかけるというプロの戦略に、ある程度の記事力を持ち込む作戦です。

文章力を加えれば、文章にうるさい層を取り入れる事が可能です。右図が僕が挙げる戦略のターゲットです。知名度が低くて売れにくい分は、文章のクオリティを上げて、ターゲット層を広く持つ事でカバーしていくのです。



それに、作品の満足度が上がってリピーターを増やしやすくなります。一発屋で終わるリスクを減らせるわけです。

この作戦、万人にオススメできるわけではありません。具体的に言うと、プロや既にある程度の成功を納めている方にはオススメできません。

というのも、この作戦を実行すると効率が悪くなるからです。良い文章を書こうとすると、どうしても時間が余計にかかってしまいます。要するに、1作あたりの執筆時間が増えてしまうので時給が悪くなるのです。ですので、良い文章を書きたい、自分の感動をよりうまく表現したい、ファンにもっとクオリティの高いシナリオを届けたいとかでなければ、今までの戦略を守った方が得策です。

ですが、知名度が低い新規参入者ならば話は別です。販売数 3,000 本が 3,500 本になるのと、1,000 本が 1,500 本になるのではわけが違います。それは制作費の負担があるからです。

制作費 30 万円。1,100 円で販売して、セールに 50%OFF で参加するなどして、サークル利益が販売数 1 本あたり平均 450 円だと仮定します。

まず、1作 3,000 本売れる見込みのサークルから計算します。450 円 × 3,000 本 = 1,350,000 円。これから制作費 300,000 円を引くと 1,050,000 円です。これに追加で 500 本売れたとすると、450 円 × 500 本 = 225,000 円を足すと 1,275,000 円になります。約 1.21 倍くらいです。逆にいえば、1作に 1.21 倍以上の手間をかけたら効率が悪化します。

これが知名度が低くて 1,000 本の売り上げだった場合、450 円 × 1,000 本 = 450,000 円。ここから制作費 300,000 円を引くと 150,000 円です。もし追加で 500 本売れたとすると 375,000 円です。2.5 倍になります。1作あたりに 2 倍の時間をかけたとしても十分にリターンが見込めます。

雑な計算ですが、ご容赦ください。言いたいのは、プロと新規参入者では、文章力で見込める売り上げの増加の恩恵が違うという事です。

プロに求められる技能を学ぶには、『[ポルノ作家の「稼げる」仕事術](#)』（わかつきひかる 株式会社 CLAP）がオススメです。

それでは、第 2 章では、文章力について述べていきたいと思います。