

■ 会話がつまらない、

お前の会話はいくらで売れるんだ？

修正： 2026.01.01

投稿： 2026.01.01



● 会話がつまらない、お前の会話はいくらで売れるんだ？ ①

寒！

//-----

小説にしろ、楽曲にしろ、コンテンツを制作している人は、
何のためにコンテンツを制作しているのでしょうか？
誰かの心にインパクトを与えたいからでしょうか？

であれば、「ずどーん！」と
読者・視聴者に衝撃を与えられるような、
インパクトのある作品を目指さなければなりません。
そして、**面白い作品は隅々まで面白いもの**です。
強烈なキャッチコピーだけでは面白くはなりません。

映画もそうで、魅力的な映画は、
主役だけが輝いているわけではなく、
脇役からして魅力的なのです。と言うより、
実力のある脇役が主役ですらあります。

「すべてがFになる」でデビューした森博嗣氏は、

「プロフェッショナルはコンスタントな成果で評価される。
プロフェッショナルはどんなに状態が悪いときでも、
アマチュアの最大パフォーマンスを上回らなければならない！」

というようなことを述べています。

「このときはたまたま面白い作品が作れた～」
なんて言っているようでは、まだまだということでしょうか。
プロを目指しているのであれば**圧倒的**でなければなりません。

常に面白いコンテンツを生み出せてこそプロ！
だと言えそうですね。

(続)

//=====//

● 会話がつまらない、お前の会話はいくらで売れるんだ？ ②

以前、とあるアメリカの作家が、

「なぜあなたは、作家として成功できたと思いますか？」

という記者の質問に対して、

「読者が読み飛ばしそうな文章はすべて削除したから！」

と答えていました。

作中に「あってもなくてもいい箇所」なんて

あってはいけません。「ないといけない箇所」のみです。

そうして削れば削るほど、作品の質は上がっていきます。

これは何でもそうで、スピーチやプレゼンでも同様です。

同じ情報量で、文章量・発言量だけを減らしていけば、

必然的に内容は濃くなります。

(要約された話が面白いのはこうした理由です)

例えば、クソつまんねー2時間の映画であっても、

10分間に超圧縮すれば、それだけで面白い映画になるものです。

逆に、内容の薄いスピーチやプレゼンというのは、

大して情報量もないくせに無駄な箇所がありすぎる、

という分かりきった問題があります。

つまり内容の割に時間が長いということです。

(長話する人がつまらないのはこうした理由です)

そうならないためにも、

意味のない箇所はサクサク削っていきましょう、
という話です。

“要約”すると、発信者と受信者が決まれば、
伝達可能な情報量も確定するわけであり、そうなる
コミュニケーションの質はコストに反比例することとなり、
ゆえに「コストは徹底して下げていこう！」ということです。
※コストとは時間や文章量など

(続)

//=====//

● 会話がつまらない、お前の会話はいくらで売れるんだ？ ③

アニメや映画など、様々なコンテンツを
無料(もしくは定額)で視聴できる時代になりました。

とは言っても、私たちの寿命は有限であり、
いくらタダで視聴できるとは言っても
寿命は消費してしまうもので、結局、面白いコンテンツ
しか視聴しないことに変わりはありません。

逆に、もしあなたがコンテンツ制作者なのであれば、
「このコンテンツは無料で公開するものだから、
少々質が低くても視聴してもらえよう…」
などと甘く考えてはいけない、と捉えることもできます。

よく考えれば、私たちは以前から、
多くのコンテンツをタダで視聴しています。
代表的なものがメディアのニュースですが、あれだって

取材という多大なコストをかけて制作されたものです。

同様にテレビ番組もそうで、
番組の制作には相当な金がかけており、
かつ多くのプロフェッショナルが携わっており、
視聴者目線で真剣に制作されています。

コンテンツ制作者や情報発信者は、
そのような高品質なコンテンツと**競争**しなければならず、つまり、
映画や番組よりも面白いコンテンツを制作できなければ、
誰からも視聴してもらえない状況にある、ということです。

そして、競争しなければならないのは、
何もコンテンツ制作者や情報発信者だけではありません。
これはある塾の塾長が講師に言っていた言葉ですが、

**「お前の授業は、
100 円でレンタルできる映画より面白いんか？
もしそうでないなら、
誰もお前の授業なんか聞かんぞ！」**

ということです。塾の授業である以上、
お客様は塾生であり、少なくとも授業の主役であり、
教える側は、教えられる側の目線になることが求められます。

雑談一つとってもお金をいただいているわけであり、
金を払ってでも聞きたい説教をしてみせろ、とのこと。
もしプロの講師だという意識があるのであれば(by 塾長)。

(続)

//=====//

● 会話がつまらない、お前の会話はいくらで売れるんだ？④

「金払ってでも聞きたくなるような説教をしてみせろ！」

という話ではありますが、それだけの講師になるには、
それだけの**試練**を乗り越えていかなければなりません。

つまりそれは「**長い道のり**」であり、
ゆえに「**時間がかかる**」わけです。しかし、

「地道に一步步積み重ねていかなければなりませんよ～」
などと言われると、私たちはどこか心の奥底で、
「とか言いつつも、本当はもっと効率的な方法があるんでしょ？」
とってしまうものです。

テスト勉強をしている学生なら、
「勉強は質より量です！」と学校で教師に諭されても、
「いや、もっと効率的な勉強方法はないか？」と探るところですし、

常に時間に追われているビジネスマンなら尚更のこと、
作業効率や**粗利益**を意識して仕事されていることでありましょう。
「地道に一步步」というのは、明らかに**非効率**なやり方です。

しかし、そうして**効率**を重視するあまり
人間関係まで効率化しようとすれば、それはある意味
「**相手を馬鹿にすること**」に繋がってしまい、ゆえに、
積み重ねてきた**信頼関係**があっけなく崩れてしまいかねません。

樂できる場所で無駄に苦しむ必要はありませんが、
樂できないところでは手抜きしようとしてはいけないのです。
苦しみをゼロにすることはできません。
ほどほどに樂して、ほどほどに苦しむべし。

「**千里の道も一歩から**」であり、かつ、
「**千里の道も一歩ずつ**」なのですから。

(完)

//=====//

Web サイト：

心を力学する ー原理・原則に基づく生き方を考えるー

著者：

時無 和考(Tokinashi Kazutaka)