Writing Method

ビジネスに直結する文章術

～生成AIと共創する「行動を促す」ライティング戦略～

STARTUP HUB TOKYO

Moving like Liquid

MASH.inc all rights reserved

プロフィール

SLIDE 2

MASATOSHI SOMEYA

❑ポートフォリオキャリア研究家
❑ 12 年間の会社員経歴
❑ 2009 年からフリーランスとして活動、2015 年に株式会社MASH設立
❑ All Aboutガイド、Yahoo!ニュース エキスパート
❑ 日本広報学会・日本マーケティング学会 学会員
❑ 北海道滝上町・熊本県熊本市 広報アドバイザー
❑ さいたま市産業創造財団、長野県・長野県中小企業振興センター、TOKYO創業ステーション StartupHubTokyoTAMA、阪急阪神HD、早稲田大学社会人向け教育プログラム等のセミナー・イベントに登壇
❑ CBCテレビ、読売新聞、PHP研究所「The 21」、広報会議、週刊SPAなどの媒体にインタビュー掲載
❑ 夕刊紙 日刊ゲンダイにて副業記事の連載
❑ 著書、監修書 54冊（2025年８月現在）

MASH.inc all rights reserved

文章（ライティング）には種類がある

SLIDE 3

面白い文章

エンタテイメント

物語

美しい文章

エッセイ

詩

専門的な文章

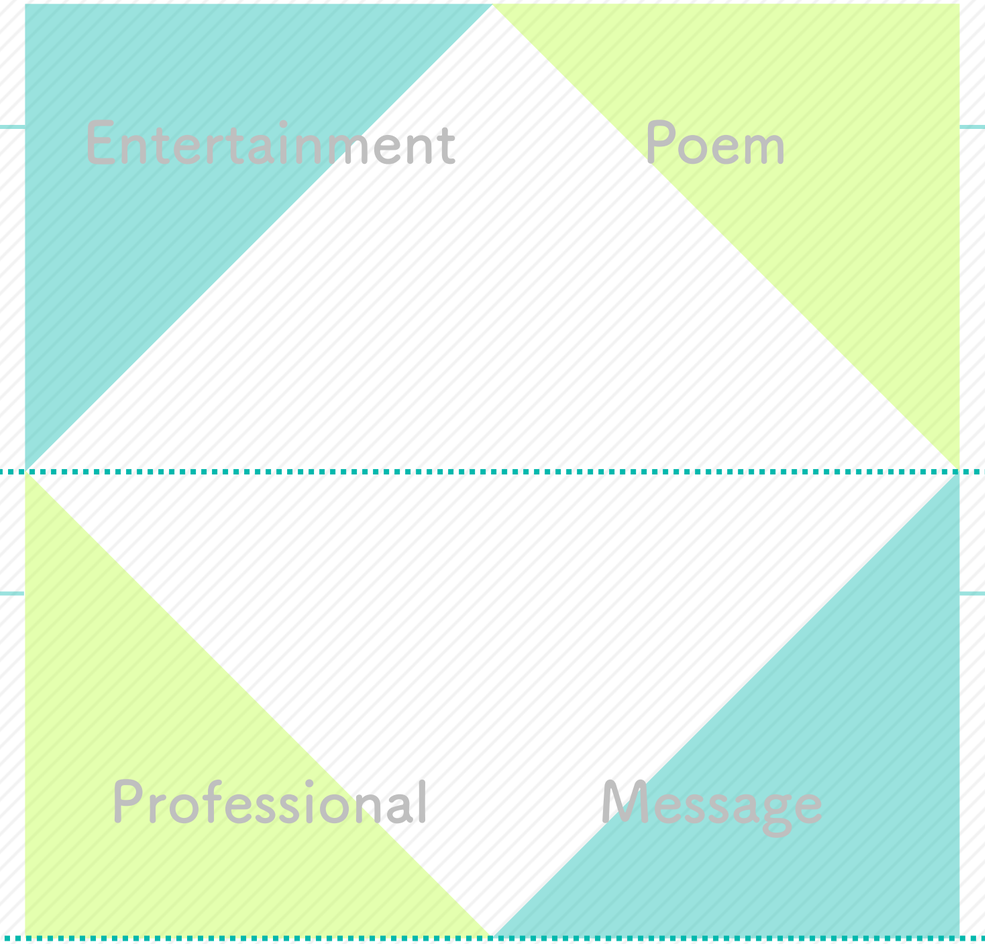
教科書・学術書

レポート

伝える文章

メッセージ

セールスライティング



MASH.inc all rights reserved

文章を書く目的

SLIDE 4

文章の構成

文章は主張＋自己語りで構成される
誰かに伝えたいのか、単なる自己満足なのかをはっきり自覚して書く

どの目的にフォーカスするのか

ただ理解を促す（マニュアル）
共感・同意を促す（精神的変化）
行動を促す（物理的変化）

問題認識と伝えたいメッセージ

譲歩構文（確かに〇〇だが、でも△△だ）→問題認識を表現する型
確かにやり抜く力（GRIT）は必要だが、
これからの時代は幅（RANGE）を意識して活動する方が結果を生みやすい

MASH.inc all rights reserved

伝わるとは

SLIDE 5

説明

理解を促す

客観的情報

理解≠行動

箇条書きでも良い

共感

行動を促す

主観的情報

感性が合う人だけが共感し、一部の人が行動する

客観と主観の配分によって伝わる要素が変わる

MASH.inc all rights reserved

行動までの心の壁

SLIDE 6

行動を促すためには乗り越える「壁」がある

無関心（Not Read）→関心（Not Believe）→関係（Not Act）→行動（Action）

関係のレベルがどこにあるのか意識する

無関心・関心レベル→恐怖を伝えると効果的

関係・行動レベル→希望を伝えると効果的

MASH.inc all rights reserved

希望と恐怖

SLIDE 7

希望型

すでに関係性が生まれている場合に有効

文章が書けることは立派なスキルで、
あなたの生活を大きく変化させることができます

恐怖型

まだ関係が築けていない場合に有効

100のことを10しか伝えられない人は
何かを成すことが大変な時代になっています

MASH.inc all rights reserved

行動する理由の提供

SLIDE 8

理想のライフスタイルの提案

この商品・サービスを利用すればこれだけ生活が豊かになる
商品・サービスを使わないことで失うかもしれない機会がこれだけある

利用シーンの明確化

スペックだけではなく使っているイメージを。
ディテールよりも全体像。そして未来を見せる。

行動を促す鍵は物語

豊かな未来に立ちはだかる敵の指摘
倒す・回避することができる「秘密」の発見
「秘密」の共有

MASH.inc all rights reserved

文章のクオリティを決める３つの要素

SLIDE 9

コンテンツ（内容）

誰が書いているのか
何を書いているのか
誰に向けて書いているのか

形式（How）

３つの文章形式
４つ（＋α）の型
自分の得意パターンを作っておく

色（個性・キャラクター）

頭を回転させて書いた文章は頭で良いと感じる
心の底から出てきた文章は心に響く

MASH.inc all rights reserved

その文章に主張（メッセージ）はあるのか

SLIDE 10

心に響く文章は「自分の」主張を述べることから始まる

主張がなく何かを説明しているだけの文章は単なるレポート
自分だけ主張があると感じていても意味が無い

主張というものは原理的に意見が割れるもの

自分の人生に関係あるか、影響を与えるかと感じれば主張
議論が巻き起こる発言は典型的な主張（綺麗事は主張ではない）
変なことを言って物議を醸せというわけではない

カレー論議

私はカレーが好きです→そうですかで終わる。議論にはならない
私が一番うまいカレーだと思うのは東京のこのお店です→同意や反対が起きる

MASH.inc all rights reserved

主張事例

SLIDE 11

なぜもっと早く買わなかった？自作パソコンを組んだら動画編集時間が10倍もスピードアップして快適なお話

2020/10/10　レビュー

先日、自作パソコンを買いまして（組み立てまして）。

実は数ヶ月前から自作パソコンを買おう買おうとは思っていたのですが、なかなか重い腰が上がらなかったんですね。なぜ自作デスクトップパソコンを買い渋っていたかというと、Adobeクリエイティブクラウドのライセンス認証をどうしようかと思ってたからです。

Adobeクリエイティブクラウドの契約は、PhotoshopやIllustrator、Premiereなどのソフトウェアが月額課金で使い放題なのですが、同時にライセンス認証できる端末が２つだけなんです。

１つはメインで使っているThink Pad X1 Carbon（2017年式）、もう一つはMacbook Proに入れていて、更に１台増やしたらThink Padで使うとき困るなぁと悩んでいたからです。

でもタイトルの通り、その悩みは無駄でした。今は自作パソコンとMacbook Proにライセンスを入れているのですが、正直Think PadでAdobeのソフトウェアを動かそうと思わないくらい、圧倒的に処理スピードが違うからです。

数値で言うとThink Padで10分の動画を出力するのに20分近くかかっていたものが、自作パソコンにしたら2分以下で終わります。30分以上の長尺動画だと、場合によっては20倍近いスピードで出力されます。なにこれすごい。

目次

自宅パソコンの構成

組み立てるよ

Windows10インストール時のエラーとの長い戦い

最高

2021/03/22　旅日記

角川武蔵野ミュージアムに行ってきた！本好き、アート好き、建築好き、写真好きなら１日中楽しめるのでおすすめ！

2021/03/06　グルメレポート

えびす本塵のテイクアウト出汁焼肉とテイクアウトカレーが最高だったお話

以前にも何度か記事にしている、友人が経営している焼肉の名店「えびす本塵」。h...

2021/02/17　テスラモデル３購入レビュー

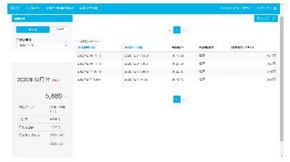
テスラモデル３が大幅値下げ！補助金を加味すると実質300万円台から購入可能に

やべえニュースが飛び込んできました。https://twitter.com/...

年4回の配当を続ける6つの強い株

この6つの銘柄は「買って、持っておくだけ」。売る必要はありません。

PR Oxford Club　開く



2021/02/14　テスラモデル３購入レビュー

テスラモデル3を買って１年経ったので、かかった維持費を計算しました

2021/02/13　レビュー

BRUNO（ブルーノ）ホットプレートがあるだけで毎晩の料理が楽しくなるお話

2021/01/16　ブログ

継続とモチベーションは関係ない

明けましておめでとうございます！2021年一回目のブログ記事を書かなきゃ書か...

年4回の配当を続ける6つの強い株

この6つの銘柄は「買って、持っておくだけ」。売る必要はありません。

PR Oxford Club　開く

MASH.inc all rights reserved

主張を理解させるための手順

SLIDE 12

行動に結びつかない主張は独白

行動を促す論証の数

主張→論証（説明）→結論（行動を促す）

論証は可能な限り「３つ」以上用意する
多いと説得力が増す

歴史的に／生物学的に／文化的に
科学的に／地域的に／伝統的に

視点が違う３つの要素

MASH.inc all rights reserved

主張の位置による伝わり方の違い

SLIDE 13

文章の最初に主張を述べる場合（頭括型）

主張を見つけやすく、何が言いたいかすぐに理解できる
主張がどのような根拠で説明されるかを確かめながら読み進められる
長文の場合、最初に提示した主張を読者が忘れるリスク

文章の最後に主張を述べる場合（尾括型）

根拠を理解した後に主張を示すため、納得感が高まりやすい
最後まで読まないと結論が分からず、忙しい読者には不親切
ビジネス文書や記事では、結論が不明確だと信頼性を損なうため注意が必要

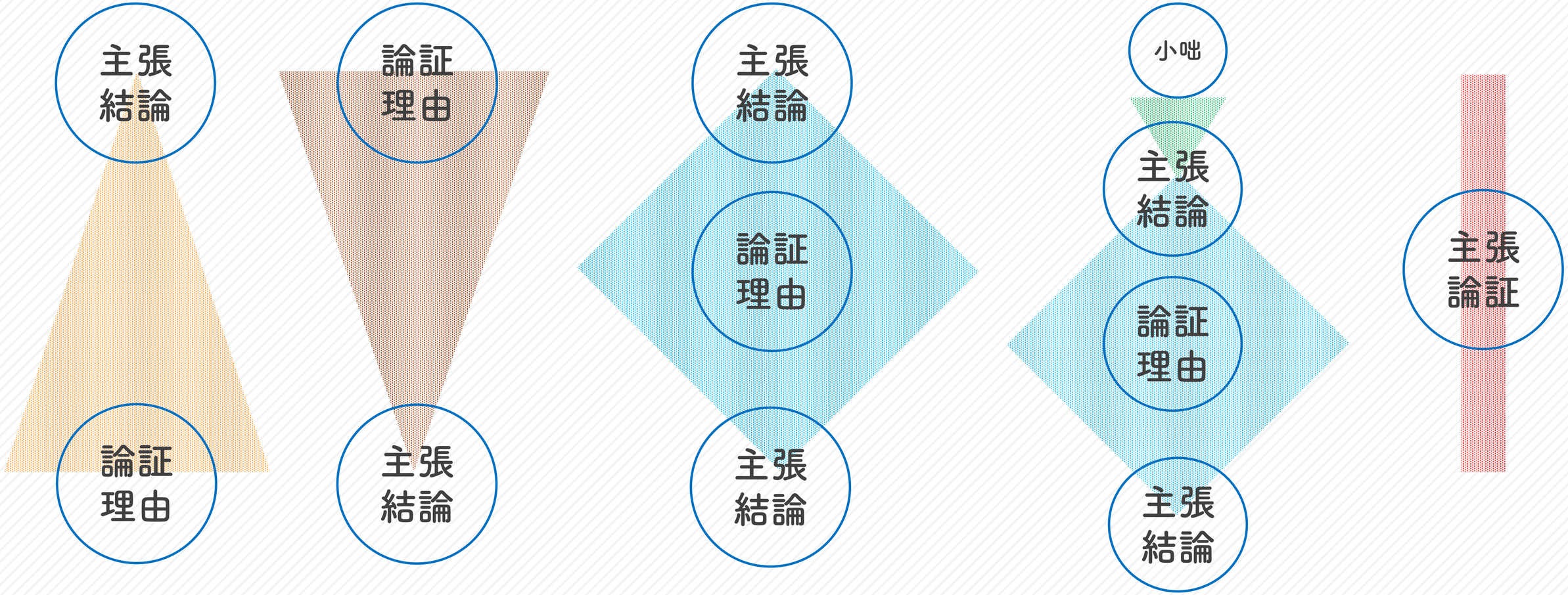
文章の最初と最後に主張を述べる場合（双括型）

主張を冒頭で示すため、すぐに理解できる（頭括型のメリット）
根拠を読んだ後に再度主張を確認できるため、納得感が強まる（尾括型のメリット）
序論・本論・結論を通じて主張を一貫させることが最も重要

MASH.inc all rights reserved

文章を書くための４つの型と１つのNG

SLIDE 14

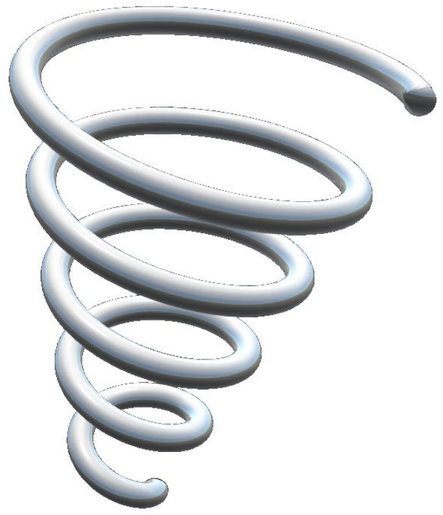


三角形型　逆三角形型　ダイヤモンド型　小・逆三角形型＋ダイヤモンド型　ペンシル型（ストロー型）

MASH.inc all rights reserved

蛇行した文章は深みや厚みを与える

SLIDE 15



振り幅が大きいほど印象に残る

ペンシルビルとの差

蛇行の大きさ・ダイナミックさは
知識や経験量に比例する

効率的な出張と
試行錯誤した卒業旅行
どちらが記憶に残っているのか

MASH.inc all rights reserved

小咄事例

SLIDE 16

自分でビジネスをしている人も同様です。**いかに素晴らしい商品・サービスを提供していたとしても、適切な人に、適切な内容を届けなければ存在していないことと同じ**です。

時々、X（Twitter）で呟いているので知っている人もいるかと思いますが、私は5年前からテスラという電気自動車に乗っています。

電気自動車とガソリン車との違い、自動運転を代表とする機能の紹介、税金や燃費（電費）等の維持費、注文方法、購入特典などをブログで発信し、そのブログ記事の紹介リンクからカウントできるだけで20台以上のテスラ車が売れています。**金額にすると約1億2千万円**です。

平均600万円以上もする車をブログ記事を信用して購入するモノ好きが、日本国内に20人以上存在するのです。

いかがでしょう？現在の動画トレンドに隠れてはいますが、**文章が書けることは立派なスキル**で、あなたの生活を大きく変化させることが理解できたでしょうか。逆に文章力や伝達力が欠如している、100の魅力を10しか伝えられない人は、何かを成すことが大変な時代になっています。

とはいえ、いきなり「文章を書いてみろ」と言われて、魅力的な言葉を紡げる人は少数です。少数どころか皆無と言ってもいいでしょう。

さらに文章には詩や物語、レポート、論文、セールス文など、さまざまな種類があります。ですから、特に初回はあなたのメッセージを読み手に届けるための方法、あなたというキャラクターの出し方、熱量の伝え方などなど、読み手が行動に移したくなるための技術にフォーカスして解説します。

第6回：著者として「成果」を出す！「商業出版」を加速させるAI活用ブックライティング術

12月11日（木）19時00分～21時00分（録画配信は12月15日以降）

自分の書いた本が全国の書店に並んでいる光景を、想像したことはありませんか。紀伊國屋やジュンク堂、あるいは地元の書店で自分の名前を見つける。そんな夢を抱きつつも、「自分には無理だ」と諦めてしまう人は少なくありません。

ありがたいことに、私はこれまで単著12冊、共著17冊、監修16冊、企画・編集協力9冊の計54冊を出版し、さらにインタビュー協力を含む書籍も複数あります。**通算の増刷率は6割を超え**、時代に合わせた改訂版も作成し、なおかつ今も出版依頼をいただき続けています。これは**特別な才能ではなく、正しい知識を持ち、行動し続けた結果**に過ぎません。

染谷昌利著作一覧

商業出版は、多くの人にとってキャリアを大きく変える契機となります。一冊を世に送り出すことは、自らの経験や知識を体系化し、「自分の言葉」として社会に発信する営みです。そこから講演や研修、メディア出演、次の出版へと機会が広がり、キャリアの可能性が一気に拡張していきます。

一方で、出版には**現実的な壁**も存在します。企画をどう立てるか、編集者にどう提案するか、原稿をどのように書き進めるか、多くの人が迷いやすい領域です。書籍の著者になるためには、知識と行動力の両輪が欠かせません。

この講座では、まず出版の仕組みと現実を整理し、企画の立て方、編集会議で評価されるポイント、著者に求められる姿勢を解説します。続いて、自分の経験を出版に値するテーマへと変換する手順、プロフィールの書き方、筆が止まる場面を突破する工夫、読者を動かす原稿の仕上げ方を学びます。

MASH.inc all rights reserved

青汁と化学調味料

SLIDE 17

「栄養がある」と「おいしい」の両側面をバランス良く満たす

栄養がある：内容がある、役に立つ、人生にプラスになる
おいしい：楽しい・ワクワクする

文章の種類

「栄養がある（青汁）」・・・学術書・論文・眠くなる系の読み物
「手軽においしい（ジャンクフード）」・・・漫画・ライトな読み物

青汁要素も化調要素も満たす気持ちが大切

青汁ばかり書くと、難解を好む面倒な人たちが集まる
ジャンクに寄せると、文章を読み解け無い人たちが集まる

MASH.inc all rights reserved

ユーモアと真面目さ

SLIDE 18

「面白い人」になる必要はない

「少し変わった言語センスのある人」「個性的な言葉遣いをする人」と思われるためのユーモアが大切

文章に人間性が出る、言語センスが自分と合っているか確認できる

KOパンチではなくボディブロー

一撃で爆笑させる必要はない

ユーモアには様々な言外の情報（コンテキスト）が含まれている

面白いかどうかは別にして、おふざけ感を伝えられる

恥ずかしいからユーモアを入れないのは単なるエゴ

MASH.inc all rights reserved

ユーモア事例

SLIDE 19

さらに、全6回プランの受講者特典として、**「複業案件獲得のためのプラットフォームと魅力的なポートフォリオ作成セミナー」動画（60分）をプレゼント**します。私自身、複業プラットフォームから、行政機関や伝統企業、スタートアップ企業など数多くの案件を取得し、報酬を得ています。おそらくこのセミナーだけで、今回の講座費用は回収できると自負しています（申込者に後日、視聴URLを送付します）。

現地参加者向けの会場は東京（東銀座）、席数は20席程度なので、興味の有る方はお早めにお申し込みください。

ライティング講座のお申し込みはこちら

「長々とうるさい」「もう分かったから早く申し込ませろ」という行動派の人（嫌いじゃないです）は上記の決済ページからプランを選択してください。もうちょっと詳しく内容を知りたい慎重派の人（むしろそれが普通です）は、以降15,000字程度の文章で詳細を載せていますので熟読し、ご判断ください。

案内文解説の無料講座（＋講座説明会）開催しました

第1回：読み手の心を掴む！「伝わる文章」の基本原則と型

10月2日（木）19時00分～21時00分（録画配信は10月6日以降）

この講座では、**「行動を促す」文章の土台となる基本**を学びます。単なる説明で終わらせず、読み手の共感を引き出し、最終的に行動へと導く構成要素を身につけます。

主張（メッセージ）の重要性とその効果的な伝え方に加え、内容の充実度と読みやすさ・面白さを両立させる文章設計。さらに、文章の基本構造である「主張＋自己語り」の考え方や、**三角形型（頭括型）・逆三角形型（尾括型）・ダイヤモンド型（双括型）といった文章の型**も紹介しながら、読者が安心して読み進められる基盤を整えていきます。

別に欲しくもなかったのに、買う気なんてなかったのに、なんとなく連れて帰ってきて、気付いたら部屋の片隅でこちらを見ている招き猫がいる。そんなことありませんか？

でも、なんで買ったのかを突き詰めて考えたことってありますか？なんとなく買って、なんとなく飾っただけで、普段の生活に戻ってしまう人がほとんどだと思います。

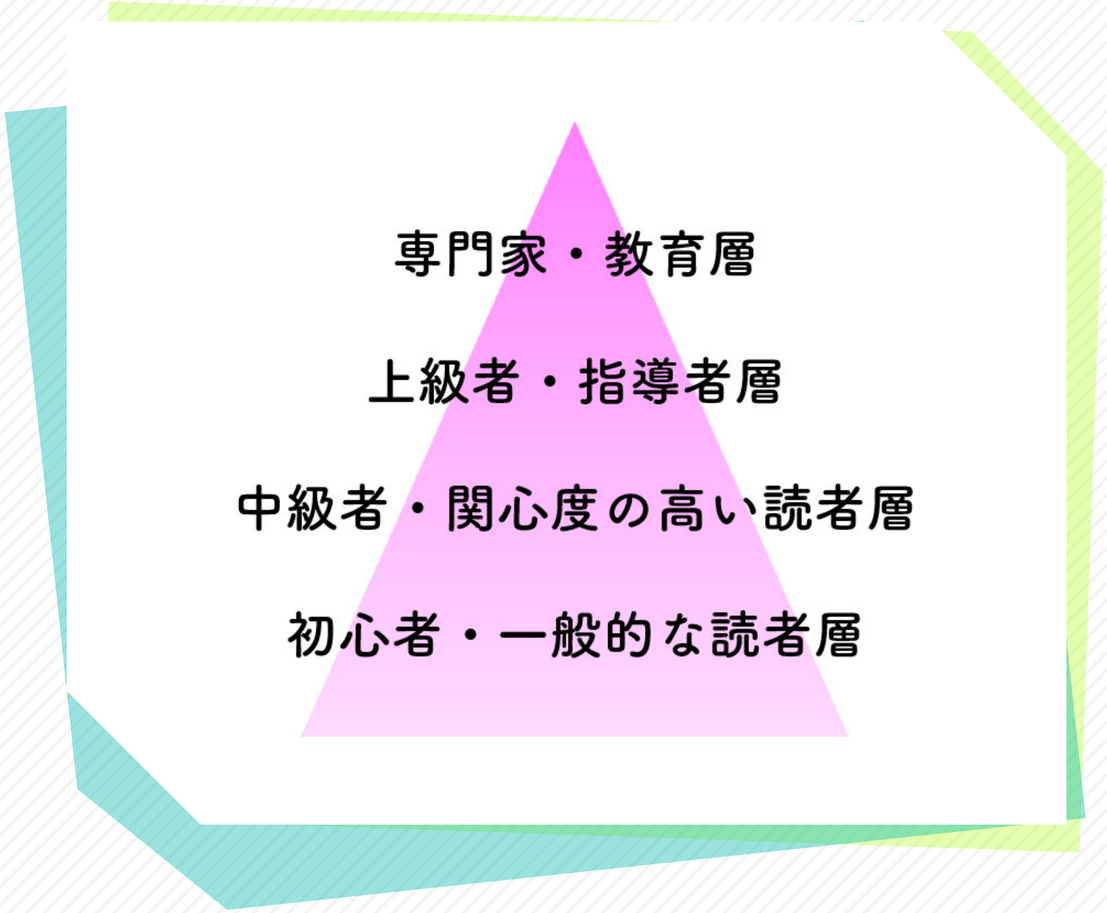
ポイントをしっかり押さえて情報を伝達することで、人は欲しくもなかった商品に興味を持ち、手元に置きたくなり、財布の紐を緩めるわけです。**心理的障壁を取り除いて、買う理由を提供してあげて、未来の豊かさをイメージさせてあげれば、人はモノを購入する**んです。商品購入だけでなく、イベント参加者やコミュニティメンバーの募集でも基本は一緒です。

「最近は動画、特にショート動画が情報発信の主流になっていて、テキストコンテンツは下火だから、今さら文章力を身につけてもあんまり意味がないんじゃない？」と考えている人も確かに多いと思います。

MASH.inc all rights reserved

読者に寄り添った言葉を選ぶ

SLIDE 20



専門用語から一般的なフレーズへ

特定の層に伝わる言葉を使って説明する

アプローチしたい客層に理解できる言葉で伝えることが重要

ピラミッドの頂点側は抽象的な言葉
ピラミッドの底辺側は具体的な説明

具体的になればなるほど、
言葉の量は多くなる

MASH.inc all rights reserved

抽象と具体

SLIDE 21

難しくて抽象的な言葉もあれば、簡単なのに抽象的な単語もある

グルメリポーターが「おいしい」しか言わなかったら抽象的となる

適切な事例や言葉を選ぶことで具体化していく

「抽象化されたもの」≒「共通因数（共通言語）」

f(x)=5x^3+4x^2+x = x(5x^2+4^x+1)→この「x」が共通因数

抽象語は汎用性が高くいくつもの具体的なものを導けるが、背景にある「数式」を知らない人にとっては、ただ情報が削ぎ落とされた単語でしかない

抽象度を自由に移動させる

抽象的＝短い／具体的＝長い

翻訳力を身につける

MASH.inc all rights reserved

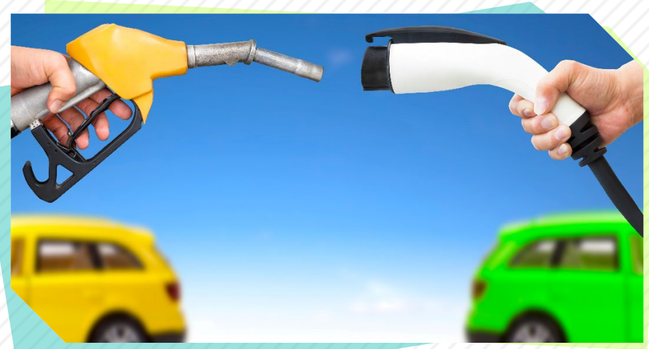
効果的な3つの文章形式

SLIDE 22

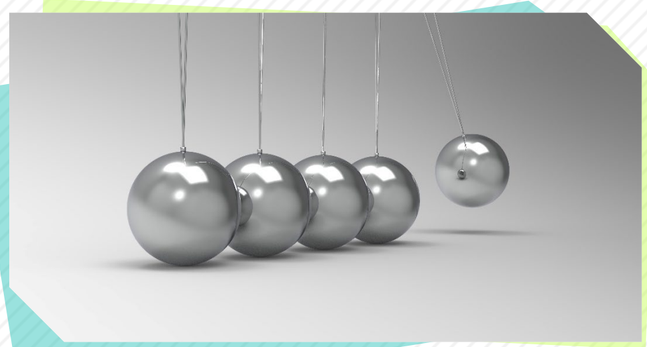
同格（並列）

同じようなものを並べる。繰り返し。
理解と共感が得られている時に使う
共感できてないときに使うと鬱陶しい

対比



理解と共感が限りなく低い（反対派と話す）時に使う
話を聞いてくれるきっかけになる
共感が高いときに使うと逆に混乱を招く（行動しない）



因果（時系列）

納得感、なぜなら、原因と結果
理解や共感が高くも低くもない状況で使う
理解から共感への扉を開いてくれる

MASH.inc all rights reserved

同格の使い方

同格と並列

並列＝トヨタ、そしてテスラ
同格＝テスラ、つまりテキサス州オースティンに本社を置く、アメリカの電動輸送機器およびクリーンエネルギー関連企業
（名詞をより詳しく説明する語句や文章のこと）

電気自動車は取得税が０で、無料充電器も存在し、
オイル交換もなく、さらにブレーキパッドも減らない。

同格を表現する言葉

0. そして（並列）

1. つまり
2. すなわち

3. ～という
4. ～との

MASH.inc all rights reserved

対比の使い方

左右対比と前後対比

左右対比を表現する言葉

1. 一方で
2. 他方で
3. 逆に
4. 反対に
5. その反面

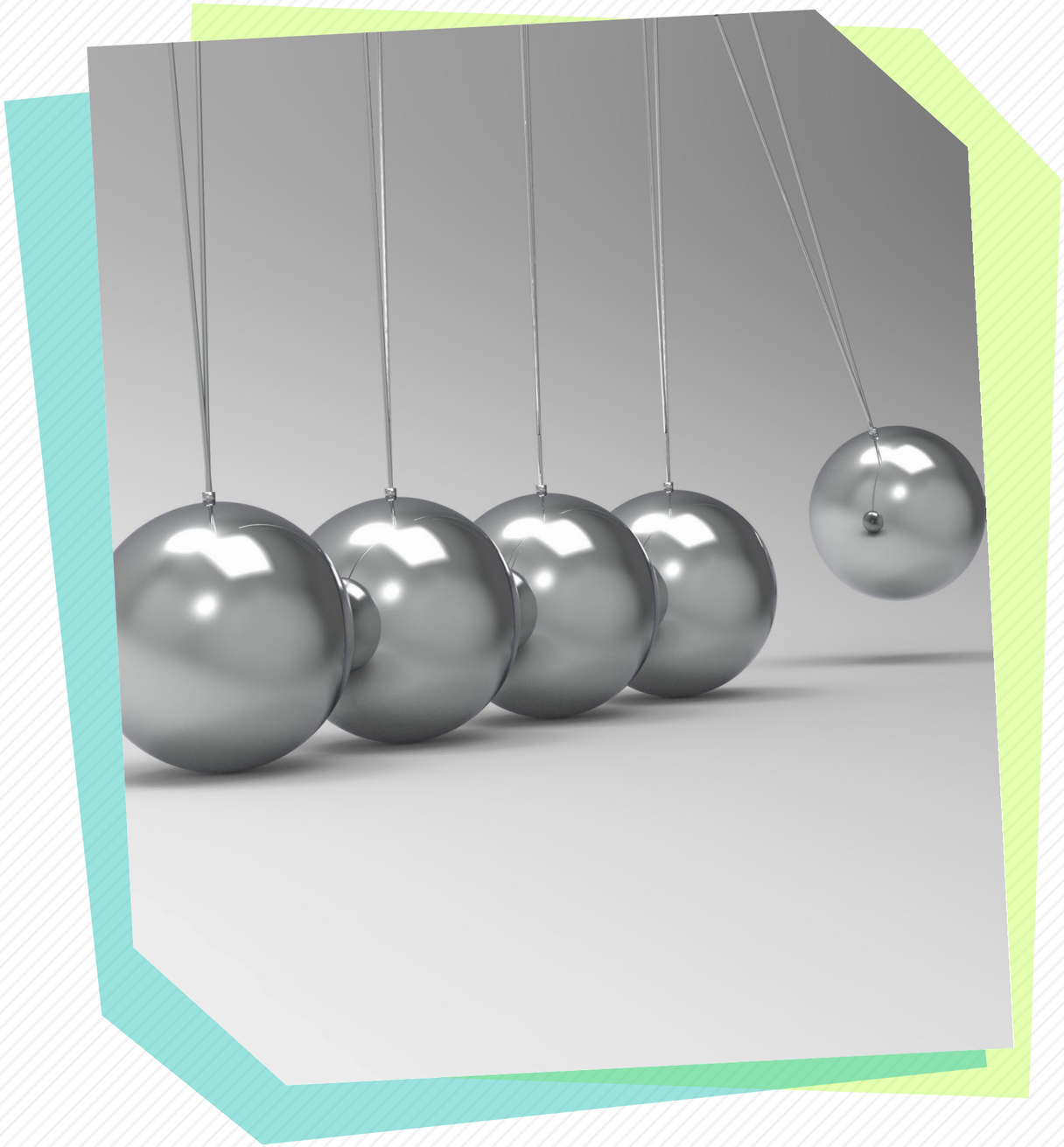
前後対比を表現する言葉

6. しかし、しかしながら
7. にもかかわらず
8. とは言うものの
9. でも
10. ところが

後ろの文章がメインで伝えたいこと（前に出る）
前文は後ろに下がっていて良い（添え物）

文章の立体化による厚みを出す
譲歩構文は前後対比

MASH.inc all rights reserved



因果の使い方

原因と結果を表現する言葉

1.なので
2.それゆえに
3.だから
4.したがって
5.その結果

時系列（原因が先で結果が後）

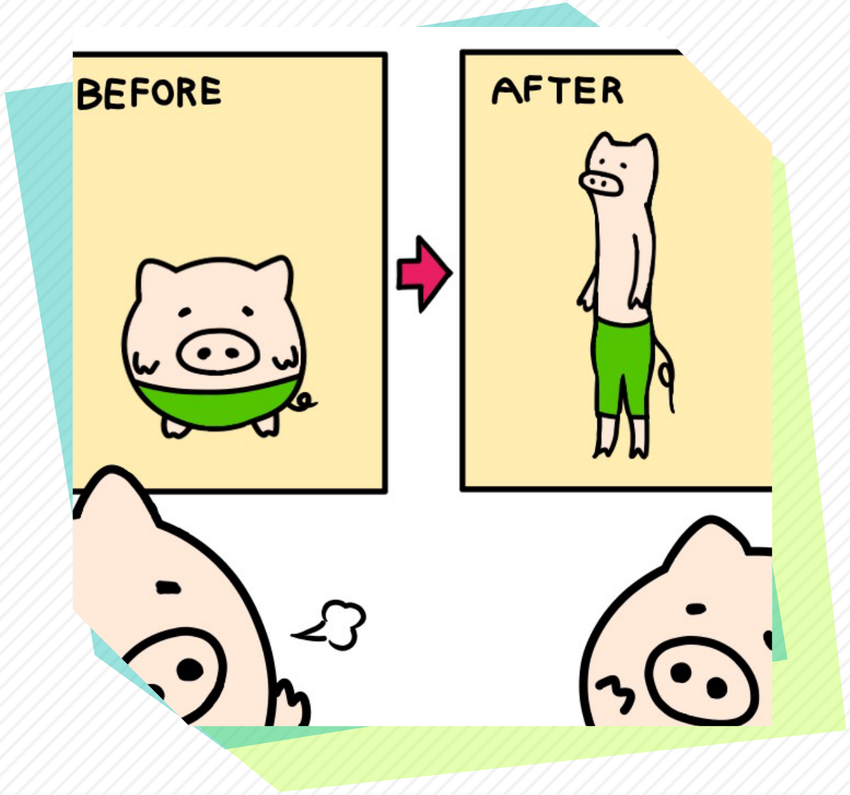
結果の後に時間を巻き戻した文章を入れると時系列が狂う
時系列が狂うことで脳が理解できなくなる
（違和感・読むのが嫌になる）

Ex)
電気自動車を買ってしばらくしたら、近隣に無料充電器が
設置されたので、燃料代がほぼ無料になった。
ガソリン車に乗っていたときは、
毎月15,000円も使っていたのに。
だからこそ電気自動車をお勧めしたい。

MASH.inc all rights reserved

３つを同時に満たす表現形式

SLIDE 26



Before After

Before：これが今（過去）のあなたの状況です
After：問題を解決した後の世界はこれです
Bridge：その世界にたどり着く方法はこちらです

マイナスポイントの繰り返し
変化後のプラスポイントの繰り返し
過去と未来の対比
この行動があったからこそ、この結果に繋がった

MASH.inc all rights reserved

人の心を動かす７つの要素

SLIDE 27

1．返報性（ギブ＆テイク）
2．コミットメント（約束）と一貫性
3．社会的証明
4．好意
5．権威
6．希少性
7．物語性

MASH.inc all rights reserved

返報性（ギブ＆テイク）

SLIDE 28

受けた恩は返したくなる

ちょっとしたアドバイスをもらった
先に二人分の会計を払ってもらった
無料サンプル（試食）をもらった

ドア・イン・ザ・フェイス

受け入れられない大きな要求のあとに、
妥協可能な小さな要求をする
50万円の高価な指輪を見せたあとに、
手が届きそうな10万円の指輪を出す

ハイボールテクニックとも呼ばれる

MASH.inc all rights reserved

コミットメント（約束）と一貫性

SLIDE 29

人は「約束を守ろうとする」気持ちを持っている

一貫した行動を取ることで論理性、合理性、安定性、誠実さが高く、
人格者や知者と見なされる（見なされたい）

フット・イン・ザ・ドア

小さなイエスを積み重ねることによって、大きな実を得る
同格（並列）の積み重ねで信用を得る

一貫した偏ったストーリーが錯覚資産を増大させる

勘違いさせる力、人の判断を誤らせる空虚なハリボテ
ハロー効果（認知バイアス）
→何か一点が優れていると何もかもが優れて見えてしまう錯覚

MASH.inc all rights reserved

社会的証明

SLIDE 30

ユーザーの体験談

これまでに1万5,000人の利用実績
お客様満足度95.3%
並んでいるお店は美味しいに違いない
みんなが笑ってるネタは面白い
SNSのフォロワーが多い人はすごい人だ

みんなが褒めるものは良いものだ

MASH.inc all rights reserved

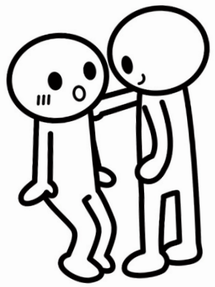
好意

SLIDE 31

人は見た目が９割

言語情報は７%、聴覚情報が38%、視覚情報が55%
（メラビアンの法則）

人が好意を抱く理由



自分に似ている
自分を褒めてくれる
同じゴールを目指す仲間である
ザイオンス効果（単純接触効果）

MASH.inc all rights reserved

権威

SLIDE 32

「社会的地位」を持つ者に対して信頼を置く

その分野において、知名度の高い組織に所属していたり、
肩書、発言力の強い人などの意見に同調しがち

収益７桁、200万PV、毎日更新730日、600名が購入

シンボルは肩書き、服装で充分

名刺にPh.D（博士）と書かれていると、
話を聞く前から専門家、知識人として扱ってしまう傾向

警察官のように見える青い服を来た人の前でも、
赤信号を渡ることをためらう

MASH.inc all rights reserved

権威と引用

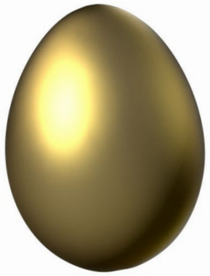
SLIDE 33

権威の力

権威を有効に使うことで説得力を増すことができる

どこの馬の骨かわからない人の言葉の引用は意味がなく、邪魔なだけ

引用を使う意味



1．本文の内容と違和感がない

2．引用物自体に価値がある（面白い、はっとする）

3．なぜその引用が思いついたのか（読者には）謎である

最低でも1、2を満たしていない引用は意味がない

MASH.inc all rights reserved

著作権

SLIDE 34

ネット上の文章・写真には著作権が存在する

著作物などの創造的活動の成果は、知的財産として保護される
プロのライターは、他者の知的財産に敬意を払う義務がある
無断で他者の文章を無断で使用する行為は、権利の侵害にあたる
間接引用（要約・言い換え）であっても、出典を示さなければ剽窃と見なされる
不正が発覚すれば信頼の失墜や法的・経済的な損失を招く

ルールを守れば引用は可能

著作権法の「引用」の要件を満たしている場合は、
第三者の文章を利用することが可能。

引用を行う「必然性」がある
自分の文章が「主」、引用部分は「従」である
引用部分は他の部分と区別されている
引用部分を改変していない
出典が明記されている
正当な範囲内である

MASH.inc all rights reserved

希少性

SLIDE 35

限られたものほど、欲しくなる

個数限定、シーズン限定、地域限定、期間限定などのキャンペーンはこのアプローチの典型

未来の損をイメージさせる

行動しなかったときに失うものを想像させることで、希少性をさらに感じさせることが可能

MASH.inc all rights reserved

物語性

SLIDE 36

共感と希望

うまくいかない現状からの脱出

挫折とそれを乗り越えた先の栄光
同情と共感
自分自身への置き換え
自分のうまく行かない人生も逆転できるかもしれない

この人を信じて一緒にがんばろう！

MASH.inc all rights reserved

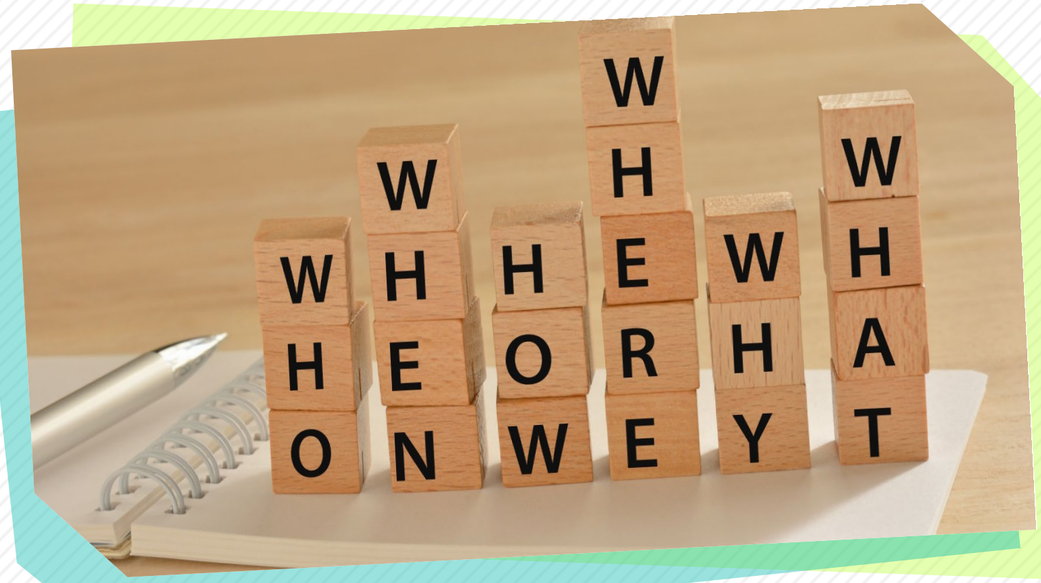
レポートから練習する

SLIDE 37

説明する意識

〇〇とは

ブログを始める前にするべきことと心構え（とは）
ブログサービスの特徴（とは）
初心者におすすめのブログのジャンル（とは）



5W3H1Rを意識

いつ、いつまでに／どこで、どこへ、どこから
誰が、誰向けに／何が、何を
なぜ、どうして／どのように
How many　どのくらい／How much　いくら
Result　感想・評価

MASH.inc all rights reserved

メッセージを届けよう☺

Any Questions?

web: https://someyamasatoshi.jp/
e-mail: masatoshi@someya.tv
facebook: facebook.com/masatoshi.someya
Twitter: @masatoshisomeya

MASH.inc all rights reserved