

ハウツーよりも、 ライフスタイルを学ぶ人が成功する。

今、ハウツー本やマニュアル本は売れなくなっています。

今売れているのは、「ライフスタイルを教える本」です。

「こつしたら彼ができる」とか、「こつしたら女性にモテる」というのを教える本がハウツー本です。

ライフスタイルを教える本は、そんなことには関係なく、ライフスタイルをこつ変えることによって、出会いもあるし、仕事の仕方も変わりますということを提案する本です。

恋愛のハウツー本を読んで、それをマスターして恋人ができたとしても、仕事ができるようになるとはかぎりません。

仕事に悩んでいることで、せつかくの恋愛がダメになることがあります。

第1章 「元気な本」から、情報をもらおう。

そうではなく、ライフスタイル自体を変えることによって、その結果、恋愛も仕事も趣味も生き方も、全部を解決できる根本的な問題の書かれている本しか今は売れません。

たとえば『チーズはどこへ消えた？』（扶桑社刊）という本は、変化を恐れずに変化を楽しもう、なくしたものにこだわらないようにしよう、ということが書かれています。

それは、仕事にも恋愛にも共通した話です。

これがライフスタイルの考え方です。

ですから、ある意味で一步踏み込んだ本質のところを考えなければならぬし、読解力がなければ理解することはできません。

それを恋愛や仕事に置きかえたらどうなるかを考えます。

今までは、仕事ではこうする、恋愛ではこうするというのが1冊ずつに分かれていました。

学校や会社で教えないことで、世の中で必要なことがたくさんあります。

たとえば、『イヌが教えるお金持ちになるための知恵』（草思社刊）という本がありますが、お金の話は、学校でも会社でも教えません。

お金儲けやセールスのノウハウまでは会社で教えますが、お金に対しての考え方は、会社でも家庭でも学校でも教えません。

学校や会社は、恋愛や仕事のそれぞれのケースことの指導はできますが、本質のところは指導できないのです。

でも、それが一番大事なことだし、必要なことです。

今は、本質の書かれている本が求められているのです。

スピード
情報術

その

ハウツーより、
ライフスタイルを学ぼう。

本はもつと元気になるために読む。

かつての生き方を教える本は、明らかに悩みを抱えているタイプの人を読むものでした。

今は、比較的普通の人を手にとって、サラッと読んでいます。

昔は、本は治療のためのものでした。

ところが今、本は予防のために読みます。

そしてもつと健康になるために読みます。

もつと元気になるために読みます。

今、健康で病気になつていない人が読むのです。

10年後、若返るためにはどうしたらよいかという発想です。

これが生き方です。

今までの本は、どうしたら友達に嫌われないかとか、嫌われてばかりで友達ができない人がどうしたら友達をつくることができるのかという発想でした。

本の書き方も、「こころしなれば、あなたは一生友達ができないよ」という脅迫でした。

それはあくまでも治療だったのです。

でも、治療だけでは絶対ベストセラーにはなりません。

今は病気になるっていなくても、ひよっとしたら将来病気になるかもしれない。

今は健康でも、もっと健康になりたい、もっと元気になりたいという前向きな人たちが読んでいるからベストセラーになるのです。

何も症状が発生していなければ、熱冷ましを飲むことも薬を塗ることもありません。本は、治療と予防との両面があります。

予防というのは、未来への計画をつくってあげることです。

病気が起こらないようにするだけではなく、もっと元気にすることです。

たとえば、100歳になった時にバリバリ泳げる体をつくっておくという目標を立てることが「生き方」ということです。

何か物事が起こってから行動するではありません。

たとえば、ストーカーに対する解決策は、警察は与えてくれません。

警察は「何かあったら言って下さい」と言いますが、本当に何かあったからでは遅いのです。

でも、病院にしても警察にしても、「何かあったら来て下さい」と言います。

私がやるうとしてしていることは、何かあってからではなく、何もないうちに生きるにはどうしたらよいかということなのです。

それが生き方です。

健康なうちからセルフチェックをして、先を見越して、自分のライフプランをつくることです。

人間ドックに行つて「異常ありません」と言われた時に、「ああ、よかった」で終わるのが今までの医学でした。

ところが、私が『100歳まで元気に生きるために今できる43の方法』（小社刊）という本で書いたことは、読者にどういう100歳になりたいかを考えてもらうことです。

100歳の時に、「デートがバリバリできる体になりたい」とか、「セックスがバリバリできる体になりたい」とか、「バリバリ泳げる体になりたい」とか、「世界中を旅

行ける体になりたい」とか、それぞれの目標があります。

その目標のためには、「30代にこういう仕事をすればよい」と提案するのです。

「40代はこういうことに気をつけておけば100歳になってこまりますよ」ということを提案しているのです。

スピード
情報術

その

どういう100歳になりたいか、
考えよう。

情報だけではなく ライフスタイルを提案する。

読者はどんどん成長しています。

恋愛の問題を解決したからといって、仕事の問題は解決しないこともわかってきました。

別の言い方をすると、治療とは情報です。

ところが、予防のプランにはライフスタイルを提案しなければなりません。本の役割は、情報からライフスタイルに移っています。

日本の雑誌は、世界の中でもかなりレベルが進んでいます。

また雑誌の始めの国の雑誌は、日本人が見たらほとんどカタログです。

カタログは、ただ情報が載っているだけです。

ところが、日本の雑誌は、それぞれ独自のライフスタイルをうたっています。

日本の読者は雑誌に対して目が肥こえているので、そこまで求めます。

ところが、雑誌に対してまだ成熟していない国の雑誌は情報で満足しています。

テレビの番組も、情報番組だけではもはや成立しません。

そこにライフスタイルの提案がなければダメです。

情報に対する接し方や情報処理能力は、情報化社会になって成熟してきています。

情報がなかった時代には、情報を手に入れることだけでよかったです。

情報が増えてきたら、情報を手に入れる方法はすでにわかっているので、次のステ

ップが上がっていきます。

受け手は常に成長しています。

送り手は、受け手よりも成長しなければなりません。

そうしなければ、送り手と受け手が逆転してしまいます。

スピード
情報術

その

情報から、
ライフスタイルをつかもう。

経験をつむじつで 当たり前前な真理の奥深さがわかる。

「生き方」本には、ある意味で当たり前前なのがストレートに書かれています。

「こんな細かい情報は必要なのかな」というぐらい詳しい情報が書かれていたりすることもありません。

情報を集めることに慣れてくると、もっと詳しい情報を求めるようになります。

もっと細かい情報という方向に進んでいきます。

それが行き詰まった時に、原点のところに戻っていきます。

どんな細かな情報にも限界があつて、何か空しさを感じる段階が来ます。

そして、原点に帰って本質はなんだろうと考え直した時に、ごく当たり前前なシンプルな真理にたどり着きます。

シンプルな答えに「なるほどな」と思ふ人は、膨大な情報をいったん經由している