

はじめに

なぜ同じ本を読んでも、

欲しい情報を「とれる人」と「とれない人」がいるのか？

あなたは今までに、次のような経験をしたことはありませんか？

- ・本を読んでも、まったく内容を覚えていない。
- ・家の本棚にある本を見ても、どんなことが書いてあったのか思い出せない。

・読んでいる途中で、以前にも読んだことがある本だと気づいた。

・「最近読んだ本」や「オススメの本」を聞かれても、何も思い浮かばない。

これらは、本書を手にとっていたいただいている方なら、きっと一度は経験しているであろう、「読書あるある」ではないでしょうか。何かと忙しい日々の中で、貴重な時間を費やして読書をしたのに、まったく情報がとれない。実にもったいない話です。なぜ、このようなことが起こってしまうのでしょうか。

「理解力が足りないから」「記憶力が悪いから」というのは、正解ではありません。

本を読んでも情報がとれないのは、ズバリ、「読む前にキーワードを設定していないから」。

普段、何か調べたいことがあるときは、Googleで検索しますよね。いわゆる「ググる」という行為ですが、これは検索ボックスにキーワードを入力することで、欲しい情報をとっているわけです。キーワードを入れなければ、当然、何の情報も表示さ

れません。

Google の画面を開いた瞬間に、何を検索しようとしたのかを忘れてしまった……。たまにこういうことってありませんか？

よくやらかしてしまう私は、いつも「自分はいったい何が知りたかったんだろう……」と気になってモヤモヤするのですが、キーワードがわからないことにはその先の情報に辿り着けない。

つまり、現代においては、「**情報をとること**」と「**キーワードを入力すること**」は常にセットになっているのです。

これを読書に当てはめて考えると、本を読む前に「キーワード」を設定して、それを「検索するような感覚」で本文を読めば、欲しい情報がとれると思いませんか？

設定されたキーワードから

記事を漏れなく探し出す世界

まあ言いたいことは何となくわかるけど、「なぜそこまでキーワードにこだわっているのか」と、疑問に思われているかもしれません。その理由を説明するために、ちよつとここで自己紹介をさせていただきます。

私は「クリツピング」という仕事をしている40代の会社員です。クリツピングとは、**「新聞・雑誌の中から必要な記事を探し出すこと」**を言います。

たとえば、あなたが2023年3月に開催されたワールド・ベースボール・クラシック(WBC)を見て、大谷翔平選手の大ファンになったとします。投げてよし、打ってよし、ルックスよし。圧倒的な実力と、どんなときも楽しそうにプレーする姿に魅了されて、メジャーリーグでの今後の動向を逐一チェックしよう！と決めました。

でも毎朝、新聞を読んで記事を探したり、切り抜いたりするのは時間と手間がかか

りますよね。二刀流で、ほぼ毎日のように試合に出るため、露出もかなり多いです。そんなとき、自分は何もしなくても、自宅に大谷選手の記事が送られてくるようなサービスがあつたら、便利だと思いませんか？

「大谷が圧巻の奪三振ショー！ ファンも絶賛、鳥肌が止まらない！」

「大谷が飛距離150メートルの特大大ホームラン！ なんてスイングだ！」

「大谷が爽やかな私服で球場入り！ ベストジーニスト賞くるぞ！」

「大谷が睡眠の大切さを語る！ 質はその次、まずは量を確保！」

など、世の中で発行されている新聞・雑誌に掲載された大谷選手の記事をすべて集めて、あなたの元に届ける。これが「クリッピンング」という仕事です。なんとなくイメージできるでしょうか？

その人に似合う「服装」を選ぶのがパーソナルスタイリストなら、その人が必要と

している「記事」を選ぶのがクリッピング。「情報収集の手間を肩代わりする作業」と言い換えるとわかりやすいかもしれませんが。私はこの仕事を17年間続けてきた、プロの調査員（「クリッピング業務をしている人のこと」）です。

調査員の一日をひと言で表現すると、「ひたすら新聞と雑誌を読む」だけ。毎日、朝から晩まで活字の海に溺れおぼれそうになりながら、依頼された記事を一生懸命探します。仕事の相手は、「人間」ではなく「活字」。石原さとみさん主演の「地味にスゴイ！校閲ガール・河野悦子」というドラマがありました。あの校閲部のオフィスの雰囲気（地味で、とても静か）と少し似ているような気がします。

これまでに私がクライアントに提供してきた記事は、合計で25万記事以上。その対価として、給料をもらってきました。私にとって、情報をとることは生活の手段。とれたらいいな（want to）ではなく、絶対にとらなければならぬ（have to）ものなんです。

キーワードがそこにあるから、人は頑張って探し、情報がとれる

クリッピング会社は、クライアントが欲しい情報に含まれる「キーワード」で注文を受けます。

①どのような記事を集めたいのかを聞いて、②適切なキーワードを設定し、③調査員はそのキーワードが入っている記事を探します。

「そこにキーワードがある」から人は頑張って見つけようとするし、「そこにキーワードがある」から情報がとれるわけです。

私たちは、目が見えるからといって、すべてのものが視界に入っているわけではありません。

たとえば、あなたの家の一番近くにある①歯医者、②郵便ポスト、③公衆電話。これらがどこにあるか、すぐに答えられますか？

しょっちゅう目の前を通って、実際には見えていないはずなのに、関心がないときは見えないでしょう。歯が痛いときに「歯医者」。年賀状のシーズンが到来したときに「郵便ポスト」。スマホが壊れたときに「公衆電話」。

これらのキーワードが頭に設定されて、意識して見るようになって初めて、「こんなところにあつたんだ」と気づくんですよ。

これは、脳科学の世界では、「脳の焦点化」と呼ばれるそうです。

この「脳の焦点化」の原理を読書に当てはめると、なぜ今まで情報がとれなかったか、おわかりいただけると思います。

目の前の本にはきつと欲しい情報が載っていたのに、そしてその部分は確実に読んだ（見た）はずなのに、あなたにはそのフレーズが見えなかった。なぜなら、頭の中に「キーワードが設定されていなかった」からです。

人は、自分が見ると決めたものしか見えない――。

だから、本を読む前には必ず何を見るか、「キーワード」を決めておかなくてはな

りません。キーワードを制する者は読書を制する。タワーレコード風に言えば、「NO KEYWORD, NO READING」です。

欲しい情報を手に入れ、忘れない

「失敗しない読書術」大公開

キーワードを設定するか否かで、得られる情報量ががぜん変わってくることはおわかりいただけたと思います。

ただ、キーワードを設定するにも、そのキーワードから欲しい情報をしっかり拾い上げるにも、いくつかの重要なポイントやコツが存在します。

本書では、私が17年に及ぶクリッピング業務で培ってきた“キーワード”を駆使した「失敗しない読書術」（＝欲しい情報を漏らさない本の読み方）のノウハウを余すところなくお伝えしていきます。

まず第1章では、なぜ今までは「欲しい情報」がとれなかったのか、その3つの原因を詳しく解説します。

第2章では、「読む前に知っておくべきこと」として、“自分のキーワード”の見つけ方や、“センスの良いキーワード”とはどういうものかを説明します。自分を知ることや、自分の好きなことを深めるためにも、お役に立てる内容になっています。

第3章では、「失敗しない本選びの方法」として、自分の欲しい情報が載っている本の選び方を説明します。SNS全盛の令和の時代に合ったレビューの見方や、選書のセンスを磨くためのヒントもお伝えします。

第4章では、「どんな本を読んでも失敗にしない技術」として、読書中に設定したキーワードが出てこなかった場合や、キーワードを著者に否定された場合はどうすればいいのか、具体例を交えながら対処法を説明します。

第5章では、「読書でさらに情報を吸収する」ために、キーワードと並行して頭の

中に設定しておいたほうがいい「テーマ」を5つ紹介します。キーワードとテーマ、2種類のアンテナを縦横無尽に張り巡らせることで、より多くの情報がとれるようになります。

最後の第6章では、アウトプットの場として、Instagramで読書記録をつけることのメリット、テキストの書き方、ハッシュタグの付け方、多くの人に見てもらうための上級テクニックなどを解説します。

私自身、Instagramで「読書記録専用アカウント」(@no_name_booklover)を運用しています。投稿頻度が高いので注目されたのか、おかげさまで今では数多くの出版社の公式アカウントからもフォローしていただけるようになりました。ここでフォローワ―とのやりとりを通じて学んだことや、投稿した本の著者や出版社(版元)からどんなアクションがあったかなど、体験談を余すところなくお伝えします。

同じ本を読んでも、欲しい情報を“とれる人”と“とれない人”がいます。繰り返し返

しになりますが、両者のたった1つの違い、それは「読む前にキーワードを設定しているかどうか」。

読書は1ページ目から横一線でスタートするのではなく、実は読む前に大きな差がついているんです。

本には金言がたくさん詰まっているのに、「事前準備」が足りないがために、それを掴み取れないのはあまりにももったいない！

本書を読めば、あなたも「情報がとれない人」から「とれる人」に、つまり「失敗しない読書ができる人」に劇的な変化を遂げられるはずです。

はじめに 1

第1章 なぜ、今まで「欲しい情報」がとれなかったのか？

「クリッピング」と「キーワード」 22

情報を「とれる人」と「とれない人」は、何が違うのか？ 25

「キーワード」を意識して、欲しい情報をキャッチする練習 28

欲しい情報がとれるようになったたった1つの理由 33

「ビジネス書」と「小説」は読み方が違う 36

自分の体調やコンディションが整っていない——欲しい情報がとれない原因① 38

情報過多の時代は、刺激が多すぎて読書に集中できない——欲しい情報がとれない原因② 41

情報過多時代に読書に集中するための2つの対策 44

「名もなき読書家」オススメの読書中のBGM 46

「悩み」や「願望」が明確になっていない——欲しい情報がとれない原因③ 49

「キーワード」というズーム機能で、ヒントを合わせる 52

第2章 読む前に知っておくべきこと——「キーワード」を設定する方法

欲しい情報を分解して、「キーワード化」する 58

その本におけるあなたの「AND検索のキーワード」は何ですか？ 61

「他人のキーワード」を通して、自分のキーワードを見つける 64

検索エンジンの「サジェスト機能」で、「他人のキーワード」を収集する 68

「読書」のサジェストキーワードを五十音順に見てみる 71

収集した「サジェストキーワード」をグルーピングする 74

「情報収集」のサジェストキーワードを五十音順に見てみる 76

今後の読書の方法 82

「ラッコキーワード」を使って、好きなことを徹底的に深める 83

狙っている「キーワード」があるから、省エネが可能になる 88

ビジネス書における「休憩ポイント」はどこ？ 91

「自分株式会社」が必要な情報を、自分でクリッピングするような感覚で読む 94

「センスの良いキーワード」とは？ 97

スキマ時間に「キーワードの洗い出し」をしておく 100

第3章 失敗しない本選びの方法

阪神ファンの渡辺謙さんにふさわしい「スポーツ新聞」は？ 104

「飲み会の幹事」と「本選び」の意外な共通点 107

リストアップしたキーワードを、「読書サイト」で検索する 109

Amazonのレビューがまったく信用できない3つの理由 111

レビュー検索で最も有効な方法——本のタイトルの「ハッシュタグ検索」 116

さらに読書の成功確率を上げるための3つの注目ポイント 117

おもしろい本と高確率で出会っている人がやっていること 126

第4章 どんな本を読んでも失敗にしない技術

時間をかけて本を選んでも、期待どおりにはいかないこともある 132

設定したキーワードは出てきたが、著者に否定されてしまった場合——パターン① 133

「目指すゴール」が同じなら、投げ出さずに粘る 135

設定したキーワードが全然出てこない場合——パターン② 140

頭の中にたくさんの「潜在的なキーワード」を抱えておく 145

想像した内容とは違ったけど、これはこれで良かったと思えた2冊 148

読み進めるうちに、気になるキーワードが出てきた場合——パターン③ 150

「途中で読むのをやめた本」は失敗!?

154

クリッピングの現場で「キーワード」が出ないとき、どう対処しているのか?

162

第5章

読書でさらに欲しい情報を吸収する秘策

2種類のアンテナを縦横無尽に張り巡らせる

166

初めて知った知識を吸収する——テーマ①

168

今すぐ真似できそうな著者の行動を吸収する——テーマ②

170

小説で行動を真似する方法——グルメ小説を読んだあとに、同じものを食べてみる

175

自分の主張の「お墨付き」をストックする——テーマ③

178

絶妙な比喻表現、言われたらうれしいセリフを吸収する——テーマ④

182

自分の「心の声」が言語化されているフレーズを吸収する——テーマ⑤

190

あなたの「心の声」に著者から「いいね」をもらえる

194

「抜き書き」という圧倒的な人生の味方をつくる

197

第6章 読書記録を残して、資産にする——Instagram読書記録のすすめ

読書で集めた情報を「備忘録」として残す 206

Instagramで読書記録をつける「3つのメリット」 207

本の要点をキーワード化して「ハッシュタグ」にする 213

ハッシュタグをつけるときの注意点 216

テキストを書くとき、写真を撮るときにの注意点 222

Instagramで人気の「読書アカウント」の2つの特徴 223

他人の投稿を「自分の読みたい本探し」に利用する 228

「投稿時間」ではなく「投稿日」を意識する——上級テクニック 231

タレント本の投稿をするときのポイント——パターン① 232

「おもしろいタレント本」と「つまらないタレント本」は何が違うのか？ 235

アスリート本の投稿をするときのポイント——パターン② 237

小説も「試合当日」に投稿!? 239

映画の原作本の投稿をするときのポイント——パターン③ 241

タイトルの「季節」や「時期」に合わせて投稿——パターン④ 244

タイトルの「曜日」や「日付」に合わせて投稿——パターン⑤ 246

「記念日」「今日は○○○の日」に合わせて投稿——パターン⑥ 249

読むときは「二人クリッピング」、読んだあとは「一人マーケティング」 252

おわりに 255

本書で取り上げた全75冊 261

装幀幀◎河南祐介（FANTAGRAPH）

本文デザイン◎二神さやか

DTP◎株式会社キャップス

第1章

なぜ、今まで

「欲しい情報」が

とれなかったのか？

「クリッピング」と「キーワード」

「はじめに」でも触れましたが、私が17年間従事している「クリッピング」という仕事について、もう少し詳しく説明させてください。

クリッピングとは、新聞・雑誌の中から必要な記事を探し出すこと。そして、クリッピング会社はクライアントが欲しい情報に含まれる「キーワード」で注文を受けます。

現在、依頼されているキーワードは、なんと1500個……！

「はじめに」の事例に出した「大谷翔平」のようなキーワードが、1500個あるということです。しかもその内容は、ビジネス・医療・食品・化粧品・スポーツ・音楽など、多岐にわたります。

たとえば、渋谷のスクランブル交差点を歩いているときに、あなたはすれ違う人の「メガネ」「帽子」「コート」「靴」「カバン」、いくつまでなら同時にチェックできるで

しようか？ 「メガネ以外は無理」という人もいれば、「5つぐらいなら全部いける」というツワモノもいるかもしれません。

あなた

- ・ 見るもの ↓ ス克蘭ブル交差点ですれ違う人
- ・ 頭に入れるキーワード ↓ メガネ、帽子、コート、靴、カバン
- ・ 同時にチェックできる数が多いほどすばらしい

プロの調査員

- ・ 見るもの ↓ 新聞と雑誌
- ・ 頭に入れるキーワード ↓ クライアントから依頼された1500個
- ・ すべてを同時にチェックしなければならない

クリッピング業務において、プロの調査員に与えられているミッションは、依頼された1500個のキーワードが掲載されている記事を、「目視」ですべて漏らすことなく見つけること。

「そんなの本当にできるの？」と思うでしょう。できないんです、誰でも最初は！

そもそも、「調査員＝特殊能力の持ち主」というわけではありません。東京大学やハーバード大学など、いわゆる超名門大学を卒業した人は1人もいませんし、「人とかかわらない仕事をしたかった」というちょっぴり消極的な志望動機の人や、入社した時点では業務内容をよくわかっていない人も多いです。

そんなごく普通のスペックの新人に、「今からこれを読んでクリッピングをしてみよ」と言って新聞を読ませるとどうなるか？

まあ見事なまでに、見落としてしまうんですね。情報をとるのが仕事なのに、まったく情報がとれない。これでは使い物になりません。

情報を「とれる人」と「とれない人」は、

何が違うのか？

同じ新聞を読んで、「大谷翔平」の記事を目ざとく見つけるベテラン調査員と、見つけられない新人。いったい何が違うのか、ちよつと脳内を覗いて^{のぞ}みましょう。

新人

特に何も考えず、漫然と読んでいるので、大谷翔平の記事に気づかない。

(||あてもなく、ブラブラ散歩をしている)

ベテラン

最初から「絶対に大谷翔平の記事を見つかるぞ！」という強い意識を持って読んでいるので、キーワードが目飛び込んでくる。

(Ⅱ目的地向かって、意志のある足取りで歩いている)

つまり、ベテラン調査員は、①読む前にキーワードを頭に入れて、②そのキーワードを狙って読んでいるのです。

先に決めて読むから、目当ての記事がアンテナに吸い寄せられてくる。そして、アンテナの感度もすごく高い。携帯電話の電波の受信状況がいと、アンテナのマークが3本立ちますが、「大谷翔平」というキーワードに対して「バリ3」(Ⅱバリバリに3本立っていること)になっているようなイメージです。

一方の新人は、電波が1本……ではなく、アンテナそのものが立っていない。1500個のキーワードを1日や2日ですべて覚えるのは無理な話なので、これは仕方がありません。誰もが「圏外」からスタートして、研修期間に何度も記事の見落としを指摘され、悔しい思いをしているうちに、電波が1本、2本と立つようになる。だん

だん見つけられるキーワードが増える。

このようにして、人は情報がとれるようになっていくのです。

時には、アンテナの感度が高くなりすぎて、「大分」「大台」「大会」……これらの漢字がすべて「大谷」に見えてしまったり、「住宅街でオオサンショウウオを保護」という記事を「オオタニショウヘイサンを保護」と空目してしまうことも……。

でも、これくらいアンテナが強化されると、そのキーワードが入っている記事は見落とさなくなります。

1500個すべてのキーワードに対して、アンテナが「バリ3」になる。多少の個人差はあれど、入社して3カ月も経てば、だいたいみんなこのレベルに到達します。

実際、プロの調査員の見落とし率は0・01%以下。「ほぼ見落とすことはない」と言っているでしょう。人間は、最初はとんでもできないように思えることも、3カ月必死に訓練すればできるようになります。要は「慣れ」なんです。

クリッピングは特別な技術ではなくて、誰もができること。もちろん、あなたにもできることは言うまでもありません。

「キーワード」を意識して、

欲しい情報をキャッチする練習

「キーワード」を強く意識すると、欲しい情報がキャッチできることを実感してもらうために、ここで1つ、「架空の事例」を挙げてみます。

私の名前は「村上悠子」なのですが、作家の「村上春樹」さんと対談をして、そのやりとりの様子を『村上座談会』という一冊の本にして出版することになった、とします。文字起こしをするときは、名字が同じなので、コメントの前には「春樹」「悠子」と下の名前が書かれることになるでしょう（※以下の内容はすべてフィクションです）。

悠子「今日はお会いできて本当にうれしいです」

春樹「こちらこそ、どうぞよろしく！」

もし、村上春樹さんのファン（以下、ハルキスト）がこの本を買ったとしたら、その目的は「春樹」のコメントが読みたいからですよね。これが「欲しい情報」です。そして「悠子」にはまったく興味がない。すると、感覚的にはこのように見えるのではないのでしょうか？

悠子「今日はお会いできて本当にうれしいです」

春樹「こちらこそ、どうぞよろしく！」

実際には同じ濃度の印字なのに、「春樹」のコメントだけが太字で強調されている

ように見える。なぜこうなるのかと言うと、頭の中に「村上春樹」というキーワードが設定されているから。無意識のうちに「春樹」というキーワードを探しながら文字を追っているんです。だから、どうでもいい「悠子」のコメントは埋没してしまっても、「春樹」のコメントはちゃんと見つけられるんですね。

さて、この対談に、途中から作家の「村上龍」さんも参加することになりました。

龍「こんにちは。村上龍です」

春樹「龍さん、久しぶりだね」

悠子「はじめまして。カンブリア宮殿、毎週観ています」（※カンブリア宮殿⇨村上

龍さんが司会を務めているテレビ東京の経済番組）

龍「ありがとう、うれしいよ」

春樹「僕もいつも観てるよ」

龍「本当に？」

春樹「うん。小池栄子さんとの掛け合いがなかなかいいじゃない」

このような感じで鼎談ていだんが進められていき、「3人の村上」の会話が入り乱れた状態になったとしても、ハルキストなら「春樹」のコメントだけをピックアップして、どんどん読み進めていくでしょう。

さらに、ここでスペシャルゲストとして、2022年にプロ野球のセ・リーグ三冠王に輝いた、ヤクルトスワローズの村上宗隆選手も加わるようになりました。

宗隆「皆さん、こんにちは」

春樹「おっ、よく来たね！ 僕はヤクルトファンなんだよ。3人しかいないヤク

ルトの『ファンクラブ名誉会員』の第2号だから！」

宗隆「知ってますよ！ よく神宮の外野席で観戦されていると聞きました」

春樹「うん。応援席の『村上コール』がすごくて、いつも自分が呼ばれてるような気がしてビクツとしちゃう」

悠子「私、村上選手の背番号55のユニフォーム買いましたよ！ 同じ名字だから、

これは絶対買わなきゃいけないと思って」

龍「名字が同じだと、応援したくなるよね。『村神様』が流行語大賞を獲ったときもうれしかったもん」

村上が全部で4人になり、ハルキストにとってはどうでもいい情報が増えましたが、やるべきことは変わりません。「春樹」というキーワードをひたすら拾い読みしていくだけ。

その結果、春樹さんのパーソナルデータとして、「観ている番組」カンブリア宮殿「好きなプロ野球チーム」ヤクルト「よく行く場所」神宮球場」というのが頭に残る。これが「本から欲しい情報をとる」「自分から狙って情報をとりにいく」というこ

とです。

そして、「これから毎週、カンブリア宮殿を観よう」「今度、ヤクルトの試合を観戦しに神宮球場に行ってみよう」「ついでに、ヤクルト1000も飲んでみようかな」などと、本から刺激を受けて、生活習慣や行動パターンがどんどん変わっていく。こういう循環がつかれると、読書は本当に有意義で楽しいものになります。

欲しい情報がとれるようになった たった一つの理由

一方で、小説にも野球にも全然興味がない人が、ものすごく混雑している病院に行ったときに、待合室の本棚に置いてあった『村上座談会』を、たまたま手に取って読んだとします。そして、読了後に「村上春樹さんの観ている番組は？」と聞くと、「そんなの書いてあったかなあ……」「では好きなプロ野球チームは？」「さあ、わか

らない……」「よく行く場所は？」「知らない……」となる。

登場人物に馴染なじみがなく、頭の中にキーワードが設定されていない状態で読み始めてしまったために、何もアンテナに引つかからない。だから、せっかく読んだのに内容を全然覚えていないんですね。

これが「漫然と本を読んでいる」「読んだだけで満足してしまう」ということです。ひよつとして、あなたにも身に覚えがあるかもしれません。

……と、偉そうに言っている私も、かつてはまったく情報がとれませんでした。

- ・本を読んでも、まったく内容を覚えていない。
- ・家の本棚にある本を見ても、どんなことが書いてあったのか思い出せない。
- ・読んでいる途中で、以前にも読んだことがある本だと気づいた。
- ・「最近読んだ本」や「オススメの本」を聞かれても、何も思い浮かばない。

「はじめに」の冒頭にこう書きましたが、調査員になる前の私は、残念なことにこの4つすべてに当てはまっていました。

その証拠として、学生時代に読んだ本のことはほとんど覚えていません。授業で必要だと言われて、近所の書店で「何かの本」を買ったり、レポートを書くときの参考文献として、学校の図書館で「何かの本」を借りたりしたような記憶はあるのですが、肝心のタイトルや内容は、悲しいぐらい何も頭に残っていない。

それが社会人になって読んだ4800冊からは、自分のテーマに合った情報や、心の琴線に触れたフレーズをどんどんとれるようになりました。それらをすべてデータに残しているのですが、抜き書きした文章の数は、合計で4万を超えています。

「情報がとれない人」から「とれる人」へ――。

変化した理由は、日々の仕事を通じて、「先にキーワードを頭に入れて読むと、欲しい情報をキャッチできる」ということが、だんだん体感でわかってきたからです。

いつも仕事の中に読んでいるのは新聞と雑誌ですが、書籍も「活字を読む」ということで言えば同じ。

だから、クリッピングをするような感覚で、自分が知りたいことを頭の中でキーワードに設定して、それを探しながら本を読むようになったのだと思います。

よく役者さんが「プライベートでも役を引きずる」と言いますが、調査員の性さががプライベートの読書にまで浸食してしまったことが、功を奏する結果となりました。

「ビジネス書」と「小説」は読み方が違う

最近では、「速読」や「多読」をテーマにした読書術の本がたくさん出版されています。もちろん、1冊の本を速く読めるに越したことはないですし、本が好きだからいっぱい読みたいという気持ちもよくわかります。

でも、ビジネス書や実用書は、自分の「良くないところ」や「うまくできないところ

ろ」を変えたいと思って読むものです。ざっくり言うと、「AからBに変化したい」と思っただけ読むものなんですよ。だから、どれだけ速く読み終えたり、たくさん本を読んだとしても、自分がずっと「A」のままだったら意味がありません。

たとえば、ダイエットの本を1冊30分で読んだとしても、痩せなかつたら意味がな
いですし、睡眠の本を10冊読んでも、ずっと眠れないままだったら何の意味もありません。

一方、小説は、そのストーリー展開に一喜一憂したり、キャラクターに感情移入したりしながら、純粹に楽しんで読むものです。

小説の目的は「文章を追うこと」(消費)ですが、ビジネス書の目的は「知識を得ること」(投資)。ビジネス書は読むのに多少時間がかかったとしても、自分に変化をもたらしてくれるような情報をとること、そして結果的に「A」から「B」になることが何よりも大事になります。

ダイエットの本や睡眠の本を読む前 (Before) が「ブヨブヨのお腹」と「夜中でも

ギラギラした目」だったら、読んだあと (After) は「引き締まったお腹」と「22時過ぎたらトロンとする目」にならないといけませんよね。あなたも本書を読み終えた暁には、情報が「とれない人」から「とれる人」へ、華麗な変身を遂げなければなりません。

では、速読よりも多読よりも、何よりも大切な「欲しい情報をとる」ことが、なぜ今まではできなかったのでしょうか。

原因は大きく3つあります。それぞれ詳しく解説します。

自分の体調やコンディションが整っていない——欲しい情報がとれない原因①

「本を読む」という行為は、実はすごくパワーがいることです。ビジネス書だったら著者の価値観を、小説だったらその作品の世界観を、頭の中にインストールしないといけません。これは決して簡単なことではなく、脳のエネルギーをたくさん使います。

今の自分と地続きで読める本なら、まだちよつとはラクかもしれません。すでによく知っている分野だったり、同業者が書いたビジネス書だったりすると、すんなり読めるでしょう。小説でも、銀行員の人が池井戸潤さんの「半沢直樹シリーズ」を読んだり、ホテルで働いている人が東野圭吾さんの「マスカレードシリーズ」を読むと、自分の実体験と重なったりして、スラスラ読めるかもしれません。

でも、文系の人が理系の本を読んだり、あまり馴染みのない業界の話だったりすると、まずその本の世界に飛び込むのにパワーがいります。自分が元気なときはスツと入れますが、疲れているとそこをジャンプするパワーが残っていない。無理やり自分を奮い立たせてページをめくったところで、内容が頭に入らないのは当然ですね。

また、自分の中で「そういえば、あれはどうなったんだろう……」というような、何か懸念事項があるときは、読書をしていても、途中で気がかりなことのように気持ちを持っていかれてしまいがちです。その結果、どこまで読んだかわからなくなったり、何度も同じ行を読んだりして、全然進まなかったりします。

つまり、自分の中に

「読書と向き合うエネルギーが残っている」

「懸念事項がなくて、精神的に安定している」

ことが、失敗しない読書、本から欲しい情報をとるための「前提条件」になります。何よりもまずはこの2点、自分の心身をしっかりと整えてください。

これは逆に言うと、本が楽しく読めて、内容が自然に頭に入ってくるときは、「自分の体調やコンディションが良いことの証」でもあります。だから、本当にすばらしいことなんです、本が読めるというのはい！

本書を手にしてくださっている方は、きっと読書が好き人が多いと思いますので、「本が読めるかどうか」を健康のバロメーターとして考えてみてはいかがでしょうか。活字を追うことが辛く感じる日は、読書を強行しても失敗（＝情報がとれない）に終わる可能性が高いです。無理をせずに早めに寝て、疲労回復を優先してください。

情報過多の時代は、

刺激が多すぎて読書に集中できない——欲しい情報がとれない原因②

先ほどの『村上座談会』の中で、「カンブリア宮殿」という番組名が出てきました。毎週見ている人は、「ああ、あれね」と引っかかることなく、そのまま読み続けられると思うのですが、初めて知った人が「これはいつたいどんな番組なんだろう？」（Ⅱ邪念①）と興味を持って、目の前にスマホがあったとしたら……。きつと、読書をいったん中断して、Googleで「カンブリア宮殿」と検索するでしょう。

そこで、「経済人を招いたトーク番組なんだな」と大雑把な知識を仕入れるぐらいで終わればいいのですが、試しに番組のホームページを見ると「バックナンバー一覧」というコンテンツがあり、2006年以降の全出演者のデータが載っていました。すると、「今までにどんな人が出演したんだろう？」（Ⅱ邪念②）と気になって、またそこをクリックして見てしまう。

「なるほど、こういう人が出ているんだな」と把握できたところですがに終わるかと思いきや、今度は「そういえば、司会の小池栄子さんって今何歳になったんだろう？」（≪邪念③≫）、「確かプロレスラーと結婚したんだったかな？」（≪邪念④≫）と、新たな疑問が浮かんできました。そして、また「小池栄子」と検索をする……。

このように、心の赴くままに脱線に次ぐ脱線を繰り返した結果、最初は『村上座談会』という本を読んでいたはずが、気づいたときには「Wikipediaで小池栄子のプロフィールを調べていた!」という事態になるのです。「こんなことをしている場合はなかった」と慌てて読書に戻ろうとするも、頭の中は「カンブリア宮殿」と「小池栄子」でいっぱい。そして、こう思うわけです。「自分はいつたい何の本を読んでいたんだっけ?」と。

また、『村上座談会』では、春樹さんの「僕はヤクルトファンなんだよ。3人しかいないヤクルトの『ファンクラブ名誉会員』の第2号だから!」というコメントがあったと思います。この部分を読んだあなたは、「あの村上春樹が第2号なら、第1号

はいつたい誰なんだ？ 3人しかいないって、あとの2人は誰なんだ？」（『邪念⑤』）
と思いませんでしたか？

さらに、龍さんの「『村神様』が流行語大賞を獲ったときもうれしかったもん」というコメントを見て、「そういえば、村神様の前年の流行語大賞って何だったかな？」（『邪念⑥』）と気になった方もいらっしゃるかもしれない。そんなとき、目の前にスマホがあつたら……つい手が伸びてしまうのが人間ですよ。

つまり、読書中に一度でも頭に浮かんだ「邪念」を優先してスマホを手にとると、もう抑止力が効かなくなる。脱線は一度では止まらないのです。

（※ちなみに、ヤクルトのファンクラブ名誉会員第1号は出川哲朗さん、第3号はさだまさしさんです。村神様の前年の流行語大賞は「リアル二刀流／ショータイム」でした）

情報過多時代に読書に集中するための2つの対策

① スマホを見えるところに置かない

禁煙の基本は「タバコを近くに置かない」ことだと言いますから、禁スマホの基本は「スマホを見えるところに置かない」こと。目で見えると絶対に触りたくないので、読書中は視界に入らないところに置くようにしてください。

私は外で読書をするときは、絶対にスマホをカバンから出さないようにしていますし、家で読むときは、スマホをスターバックスのキャニスターの中に入れて、完全に封印するようにしています。キャニスターは、本来は「コーヒー豆の鮮度」を保つための容器ですが、私は「読書中の集中力」を保つために利用しています。

はい、ここでスマホを手にとって、「スターバックス キャニスター」で検索してはいけませんよ！ どんなものか気になる方は、このページに付箋ふせんを貼る（あるいはドッグイヤー）だけにとどめて、読み終えたあとで心置きなく調べてください。あなた

は今、読書をしているのです。欲望の言いなりにならないように。

人生は常に誘惑との戦いです。1冊の本を集中して読みたいのなら、読書以外の要素をなるべく取り除いてしまうことです。『ドラゴンボール』に出てきた「精神と時間の部屋」のような環境をつくり出して、もつと読書に気が向くように、自分を仕向ける必要があります。

②読書中のBGMは歌詞がない曲にする

さらに、スマホ以外でもう1つ、集中力を高めるために注意しないといけないことは、読書中のBGMです。必ずノンボーカル（＝歌詞がない）曲にしてください。

なぜなら、私たちは日本語を理解できるので、言葉が聞こえてくるとどうしてもそちらに意識が向いてしまって、読むことに集中できなくなるからです。「テレビを見ながらの読書」や「カフェで隣の人の会話を盗み聞きしながらの読書」が捗はかどらないのも、これが原因ですね。

聖徳太子は一度に10人の話を聞けたようですが、普通の人間は、10人はおろか、2人の話を同時に聞くことさえも難しいのが現実です。

それなのに、本を読むときは、「目で見ている日本語」と「耳から聞こえてくる日本語」、2つを同時に処理しようとしている。これはちよつと無理があると思いませんか？

読書に集中するコツは、「一度に向き合う日本語を一つに絞ること」です。目で読んでいるんだから、耳から違う言葉を入れてはいけません。読書中は、日本語が含まれるテレビやラジオの音声、他人の会話は完全にシャットダウンすること。音楽を流すときは、ノンボーカルのクラシックやジャズにするか、歌詞の意味がわからない外国語の曲にしましょう。

「名もなき読書家」オススメの読書中のBGM

ワンランク上の読書体験として、「読む本の内容に合わせたノンボーカル曲を流して、臨場感を味わう」という方法があります。これまでに私が試してみた中で、特にオススメの4パターンを紹介します。

① 恩田陸さんの『蜜蜂と遠雷』を読むときに、「蜜蜂と遠雷 音楽集」（＝小説の登場人物たちがピアノコンクールで弾いた曲が収録されているコンピレーション・アルバム）を流す。

② 反田恭平さんの『終止符のない人生』を読むときに、反田さんが演奏されているピアノのCDを流す。

③ 安壇美緒さんの『ラブカは静かに弓を持つ』を読むときに、チェロのCDを流す。

④ ビジネス書や実用書を読むときに、YouTubeで「スターバックスコーヒーのBGM」を流す。

①は2017年に直木賞と本屋大賞をダブル受賞したピアノコンクールを舞台にした小説、②は第18回シヨパン国際ピアノコンクールで2位になった反田さんの自伝、③は2023年に本屋大賞第2位になったチェロが出てくる音楽小説、④はコーヒーを用意するとなお良し、です。

①〜③は、ピアノやチェロを聞きながら読むと、情景が目に浮かんできます。④はスターバックスで読書をしているビジネスパーソンのような気分になりますので、ぜひ試してみてください。

ここまで、本から欲しい情報をとるためには、「本を読む前に自分の体調をしっかりと整えること」「集中して読むための環境をコーディネートすること」が大切であるとお伝えしてきました。そして、この2点以外にもう1つ、改善しないといけないことがあります。

「悩み」や「願望」が明確になっていない——欲しい情報がとれない原因③

2022年に現役を引退したスピードスケート金メダリストの小平奈緒さんは、平昌五輪で日本選手団の主将を引き受けた理由を、「(主将の経験から)学べることは何かを考え、将来に生きてくるという想像ができたから」とコメントしていました。

これは、読書も同じだと私は考えています。

世の中には、スポーツ・映画・ゲームなど娯楽がたくさんあるのに、それでも人が本を読むのは、「(本から)学べることは何かを考え、将来に生きてくるという想像ができるから」ですよね。この本を読んだら「悩みを解決できるんじゃないか」、あるいは「願望を実現できるんじゃないか」と思うから、人は読書をするわけです。

悩みや願望があるときは、「誰かに相談する」という手もありますよね。周囲の人からアドバイスをもらって、参考にする。

でも、中には「自分の気持ちを他人に打ち明けるのが苦手」という人もいますでしょ

う。夢を口にするに抵抗があったり、悩みを人に打ち明けるのが恥ずかしかったり、そういうシャイな人が「相談相手」として本を選択して、

「人に言えない悩みや願望がある」

←

「本に相談する」

←

「アドバイスをもらう（＝自分で情報をとる）」

という図式を成立できればいいのですが、本を読んでも情報が全然とれない……。これは、「情報をとる能力がない」のが悪いと思うかもしれませんが、そうではありません。

そのもう1つ前の段階、「悩みや願望が明確になっていない」ことに大きな原因が

あります。

「とにかく知識を増やして、自信をつけたい」とジャンルレスに読み漁^{あさ}ったり、図書館で借りた本の返却期限が迫っているからと急いで読んだり、私たちは「本を読むこと」に忙しすぎて、「なぜ本を読んでいるか」をよく考えていない場合が多いのです。

毎日、会社のためには8時間以上も使っているのに、わずか数分さえも自分のことをじっくり考える余裕がない。そして、悩みや願望の「棚卸し」がきちんとできていない状態で、強迫観念にかられて本を読み始めてしまう。

キーワードを「設定していない」というよりも、キーワードがそもそも「わかっていない」から情報がとれないのです。要するに、何も考えずに読んでいるわけです。

レストランに行つて「私は何が食べたいんですか?」と聞いても、シェフは答えに困るでしょう。就職活動で「私はなんでこの会社を受けようと思ったんですか?」と尋ねても、面接官は答えようがありません。

同じように、「私はこの本を読んで何を知りたいんですか?」と聞かれても、著者

は「そんなの知らないよ」としか言いようがないのです。

答えは、自分の中にある。

本から情報をとるためには、読む前にその「答え」を自分で見つけないといけません。

「キーワード」というズーム機能で、
ピントを合わせる。

書店や図書館には、膨大な量の本が並んでいます。その中から1冊を手にとるとき、まず「ジャンル」で選びますよね。この本で言えば、「読書術」がそれに該当します。健康、暮らし、ビジネススキル、お金、子育て……など、これらはすべて「ジャンル」です。

私たちは興味のある「ジャンル」の棚に行って、タイトルや帯のメッセージを見て、

ピンときた本を手に取ります。書店に行くと、いつも自然と足が向いてしまう場所があるでしょう。つまり、興味があつて知りたい情報の「ジャンル」まではわかっているんですね。

その各ジャンルで、「うまくできないこと」や「何かやりたいこと」があつて本を読むわけですが、情報をとるためのコツは、**自分の悩みや願望を分解して「キーワード化」**することです。

たとえば、本書を読んでいただいている方なら、「読書×情報がとれない」という人が多いでしょう。「ジャンル×できないこと（やりたいこと）」という公式で、上側がジャンル、下側があなたの悩み（願望）になります。

読書をしていても情報がとれない（＝A）のを、情報がとれる（＝B）ように「A↓B」に変化させたくて読んでいるわけです。

「情報がとれない」というキーワードを設定して、本書冒頭の「はじめに」を読みます。すると、こうなるでしょう。

◎本を読んでも情報がとれないのは、ズバリ、「読む前にキーワードを設定していないから」。

◎同じ本を読んでも、欲しい情報を「とれる人」と「とれない人」がいます。両者のたった一つの違い、それは「読む前にキーワードを設定しているかどうか」。

このような文章に、アンテナが立つようになります。

本から情報をとれる人は、ジャンルと掛け合わせるキーワード（＝何のために本を読んでいるのか）をちゃんとわかっていて、そこにフォーカスして読むから情報をとることができるわけです。目指す場所が明確になると、意識がそこに向かっていくからです。

狙っているキーワードがないと、脳はどこにピントを合わせたらいいのかかわかり

ません。いわば「ピンボケ」の状態で読書をしているようなもの。そこで、**ズーム機能**のような役割を果たすのがキーワードです。

では、その読む前に知っておくべきキーワードを設定する方法について、第2章で詳しく解説します。

