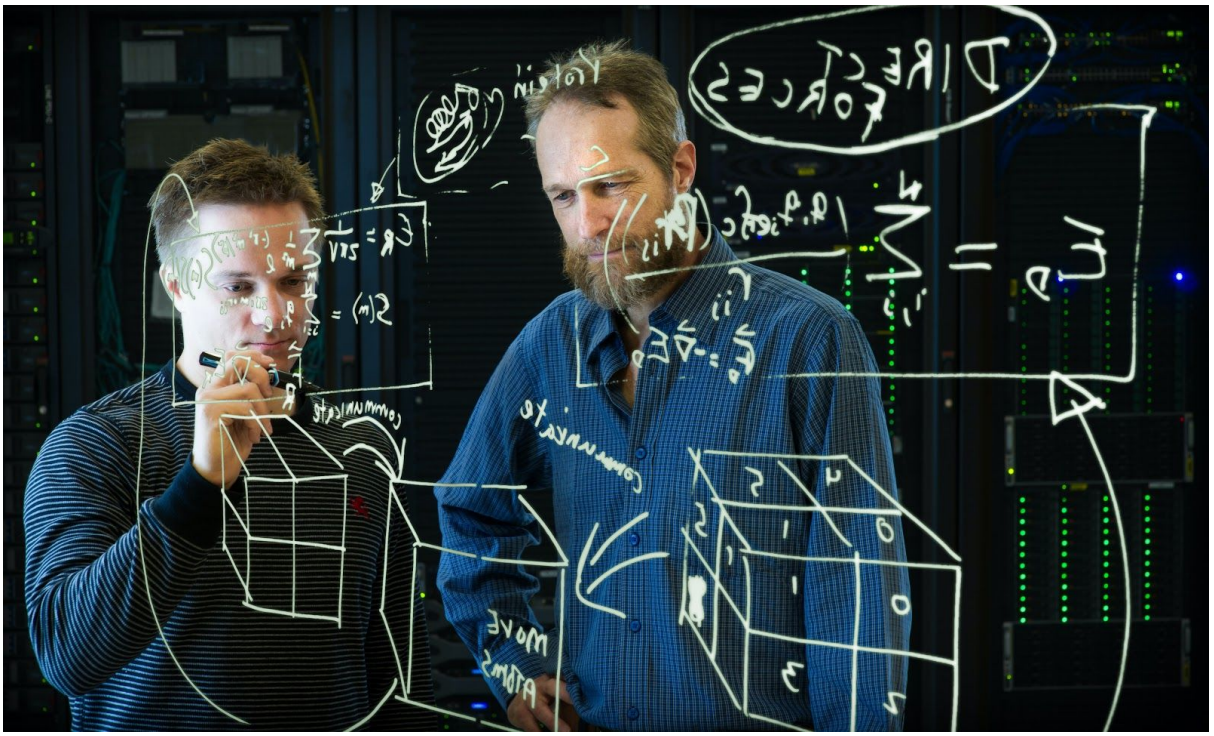
添削者専用マニュアル



◆目次◆

0.はじめのはじめ

1.ブログ記事の添削で大切な４つのポイント

2.おわりに

◆著作権および守秘義務契約◆

このマニュアルは著作権法で保護されている著作物です。

著作権者の許可なく、このマニュアルの全部又は一部を複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行ないます。

※本マニュアルの内容を外部に漏らすことなく、本業務においてのみ使用いただければ問題ありませんので、ご安心ください。

0.はじめのはじめ

こんにちわ。

べーやんです！

このたびはライティング企画に応募いただきましてありがとうございます。

さらに、添削者にまで参加をして頂き感謝しております。

この「添削者専用マニュアル」はライティングマニュアルの進化版でもあるのですが、添削者として見るべきポイントを細かく表現してみました。

僕が添削するとしたら、こんなポイントを意識して確認するなってものをまとめて見ました。

書かれて内容を自然に実行できるようになれば、添削者としての能力が身についてくると思います。

何度も繰り返し読んで、頭の中にインプットしてみてください。

そして、インプットした後は、アウトプットが重要です。

早速、記事添削をして見ましょう。

まずは自分の記事を添削者目線でアウトプットしてみてください。

※印刷をして、手元に置いておくことを推奨します。

添削者専用マニュアルは何度も見て普通に人に話せるぐらい読み込むことをお勧めします。

この添削者専用マニュアルは、ライティングマニュアルと同様に「ブログ記事」マニュアルとして執筆しています。

ブログ記事に関しては、ライティングマニュアルでも説明した通り、

不通の本と違って全く書き方が異なり、

２つのことを意識する必要があります。

一つ目は **Google（検索エンジン）に 読んでもらえるか？**

二つ目が**ユーザーに読んでもらえるか？**

上記２点をライティングマニュアルでは教えているので、わからない方は新しく配布されたライティングマニュアルを確認してください。

添削者としては、ライターから提出された内容がきちんと、上記の要素を満たしているかの確認を行い、ライターさんに説明やアドバイスをしていく必要があります。

僕の添削者としての教え方としては、

Dカーネギーの「人を動かす」の教えにあるように、

間違いを直接指摘するのではなく、

相手に間違いを気付いてもらうように、

自分が努力することが大切だと感じています。

この教え方は、僕が現在勤めている会社でもかなり役立っているので、

普段の生活でも、学生なら学校の人付き合いでも、主婦同士の付き合いでも、働いている会社、でも同様に使えます！

ぜひ、マスターして自分の肥やしとしてください！

1.ブログ記事の添削で大切な４つのポイント

ライティングに当たり前のことなのですが少しレベルアップしましょう。

下記3つの大切なポイントがあります。

（１）タイトルはキーワードが左寄り＋キャッチーか？

（２）各見出しは簡潔な結論や内容が述べられているか？

（３）記事本文の序盤から内容は、基本ができているか？

（４）パーマリンク・カテゴリ・SEOタイトル・メタキーワードの設定ができているか？

上記４つのポイントを意識して、添削してあげるとブログ記事が見違えるように読まれる記事に変化します。

（１）タイトルはキーワードが左寄り＋キャッチーか？

１．タイトルに狙っているキーワードは含まれているか？

SEO的にタイトルに狙ったキーワードをいれるのは必須です。

できれば、キーワードを左（最初のほう）に持ってくるのがベター。

且つ、28ー32文字になっているか？

どうしても、タイトルに入りきらないキーワードの場合は、見出しに含める。

メインキーワードは必ず一番左にする。

サブキーワード以降の順序は変わってもいい。

２．タイトルに本文の内容をできるだけ簡潔にまとめているか？

タイトルの一番の役割は、本文に何が書かれているかが分かることです。

例えば次のようなタイトルの場合、

「ブログ記事の添削で必ず確認するべき28個のポイント」というタイトルですが、

「ブログ記事を添削するときの確認事項」が内容というのが分かります。

「28項目」としているのは、タイトルに28個もポイントを詰め込めないためです。

仮に確認項目が「タイトル」の１つだけだとしたら、

「ブログ記事の添削で必ず確認すべき重要点はタイトルのみ!」

みたいになります。

３．タイトルはキャッチーか？

実際に狙ったキーワードで検索してみて、

他のブログタイトルと並んでいた時に、その**タイトルに目が留まる**か？

あくまでも本文の内容が分かることが前提ですが、

せっかく良い記事がかけてもクリックして読まれなければ、

作っていないのと一緒です。

ライターさんが魂を込めて作った記事を世に出してあげることも、

添削者さんの役目になります。

キャッチーなポイントを作るのは、

数字・意外性・インパクトのある言葉などが含まれているかを、

チェックすれば良いと思います。

キーワードから簡単にタイトルを作成してくれる（あくまでも参考）

（２）各見出しは簡潔な結論や内容が述べられているか？

１．各見出しは簡潔な結論や内容が述べられているか？

見出し２では、簡潔な結論や内容を含めてあるか確認をしてください。

ブログ記事は流し読みが基本なので、

目次だけで記事内容が判るようにしてあげることで、

読者に満足させられる記事が書けます。

見出し３~見出し６に関しては、

そこまで内容や結論を設定する必要はありませんが、

読者に判るように設定してあるかの確認をお願いします。

※詳しい内容は、ライターマニュアルを確認してください。

２．見出し２の前に1行空白行が設定されているか？

忘れられている場合が多いのですが、

スマホで確認した時に、凄く窮屈に感じるので設定しています。

読者さんの視覚的な感覚を考えた結果です。

３．狙っているキーワードは含まれているか？

タイトルに含められなかったキーワードや、見出しにも適度にキーワードを入れることでSEOに効果的とされています。

（３）記事本文の序盤から内容は、基本ができているか？

１．書き出しを読むだけで本文の内容がイメージできるか？

何度でも繰り返しますが、ブログ記事は**流し読みが前提**です。

タイトルをクリックして、

ブログ記事開いた瞬間に、

その記事に自分の求めている情報が書いてあるかどうかを、

3秒もかからない間に判断されてしまいます。

一番初めに、

→**読者の悩み**

→**結論**

→**自己紹介（権威性）**

この並びが基本です。

記事の序盤を読むだけで、

「読むメリット」

「読まないデメリット」

を感じられるか？

記事の最初で**読者の心をフック（ひっかける）する**ことが重要です。

２．狙っているキーワードから想定される読者の知りたいことに答えているか？

検索経由でのアクセスを狙ったブログ記事の場合、

狙ったキーワードを検索した読者が知りたい情報を適切に届けるのは、

最低限満たさなければならない条件です。

例えば、「ダイエット　しんどい」と検索してきた読者は、どんな情報を求めているでしょうか？

ダイエットがなぜしんどいのか？

ダイエットのしんどさを和らげる方法

これらを求めているかもしれません。

反対に、「ダイエットのしんどさ」に関係のない情報は求めていません。

例えば、ダイエットの方法は求めていません。

ここで有効なのは、

ダイエットのしんどさを共感してあげる記事です。

読者が共感する内容と、

読者の知りたい情報を、

過不足なく届けられるのが理想です。

３．狙っているキーワードから想定される読者が知っていることばかり書いていないか？

読者もそこまで馬鹿ではないです。

当然ながら調べる前から知っていることもたくさんあります。

「ダイエット　しんどい」のキーワードを狙った場合を例にすると

「ダイエットでしんどいのはみんな一緒です」

という内容をくどくどと説明されても、

読んで良かったとは思わないでしょう。

読者が記事を読む前に知っている知識を知っておくのも大切です。

４．読者にとって目新しい情報・意外性・面白さが含まれているか？

これは、想定キーワードからライバルチェックをして、

ライバル記事の中身をきちんと確認することが基本です。

ライバルが書いてある意外なことばかりを、

ピックアップしてみるなどの工夫も大切です。

また、「ダイエット　しんどい」と検索してきた読者に対して、

先ほどとは反対に「ダイエットのしんどさは危険」という内容であれば、

興味をもってくれるでしょう。

５．抽象的な話・視覚的にイメージしにくい場合、具体例はあげられているか？

説明の後に具体例を挙げてあげれていることで、

読者から理解を得られます。

何かを説明するときに、

イメージしにくい話や、

分かりにくいはなしの場合、

きちんと具体例をあげて説明します。

具体例を豊富にすればするほど、

分かりやすく質の高い記事になります。

文章が短いと感じたときは、

具体例を増やすことを

提案してあげましょう。

６．行間は十分に空いているか？

特に最近はスマホで記事を見る人が、

ほぼ90%以上という統計があります。

出来上がった記事を、

スマホプレビューでも

確認してみてください。

WindoswPCであれば、「Ctrl＋Shift＋i」でスマホの幅になります。

元に戻すときは、「F12」で戻ります。

また、**Webの文章は流し読みが前提**です。

流し読みでも読みやすいように、

３行以上は文章が続かないようにします。

さらに、文章にリズムをつけるために、

1行開けたり、2行3行開けたりと、

行間にばらつきを持たせているか確認します。

７．一文が無駄に長くなっていないか？

よくあるのが、文字数を稼ぐために、

意味もなく無駄な文章で、

余計に文章の意味を分かりにくくさせていることがあります。

読者が負担に感じれば、ページを閉じられてしまいます。

例えば、

接続詞がいくつも続くような文章（と、など、そして、だから）

修飾が複雑な文章（取り繕う表現など）

などは避けるようにします。

ともに、一文を２つに分割することで解決可能です。

基本は**「一文一意」**を心がけましょう。

８．難しい言葉を使わず、中学生でも分かる言葉で書かれているか？

専門用語や難解な言葉は極力避けます。

読者が知らないであろう言葉は、

他の簡単な言葉に置き換えるか、

どうしても必要な場合は、

必ず説明を加えます。

自分の常識は読者の常識ではないことを、

常に意識しながら言葉を選びましょう。

９．日本語として意味が分かりにくい部分はないか？

普通に読んでいて「何が言いたいか分からない」、

「話が抽象的過ぎて分からない」など、

分かりにくい部分がないか確認します。

１０．指示語（これ・それ・あれ）が多用されていないか？

指示語が意味するところは、直前の内容が原則です。

良い例）

私は猫を飼っています。

その名前は「ももきち」です。　→昔飼っていた猫。

悪い例）

私は猫を飼っていて、キャットフードが大好きです。

その名前は「ももきち」です。

指示語はできるだけ避けて、くどくない程度に固有名詞をつかいましょう。

１１．修飾語と被修飾語、述語と目的語の位置が離れていないか？

どの世界の言葉でもそうですが、

文章の並べ方ひとつで違った意味に取られる可能性があります。

「私」が「花子」のやさしさに惚れている場合、

良い例）

私は花子のことが大好きだ。花子はスタイルがよくて美人だ。

悪い例）

私はスタイルがよくて美人の花子のことが大好きだ。

このように言葉には、表現方法一つで、

意味合いが変わることが多々ありますので、

どの言葉がどこにかかっているのか、

明確にした文章を書くように心がけましょう。

１２．本来必要な主語・述語が省略されていないか？

ブログ記事を読むときは流し読みが前提なので、

主語や述語を省略することでとても読みにくく、

分かりにくい文章になります。

１３．狙っているキーワードは適度にちりばめられているか？

検索エンジンで上位表示させたいキーワードが、

文中に不自然ではない程度にちりばめられているかを確認します。

１４．文章全体の口調は一貫しているか？

「です・ます調」の文章なのに、

いきなり「～である」とか、

「～でやねん」とか、

方言なども出現しないのかを確認します。

１５．文末に同じ言葉が連続していないか？

文末に「～です」「～します」など、

同じ文末が何回も連続すると、

文章のリズムが悪くなります。

できるだけ同じ文末が連続しないように気をつけましょう。

文末を変えたいからといって、

体言止め（名詞で終わる文章）を多用すると、

体言止めも省略の一種のため、

文章が読みにくくなるので注意が必要です。

１６．論理的な飛躍がないか？

説明に論理的な飛躍があって、

文章の意味を分かりにくくしていることがよくあります。

筋道立てて説明がされているかを確認します。

（サラッと読んで意味がわかるかどうか）

１７．方法を伝える場合、ステップバイステップで書かれているか？

「ダイエットのしんどさをとる方法」という記事を書くとすると、
その方法をつらつらと説明するのではなくて

まず箇条書きでステップを説明する。

そして、

ステップ１は・・・次にステップ２は・・・

という具合にステップバイステップで説明すると分かりやすいです。

１８．内容をいくつかのポイントに細分化して伝えているか？

「ダイエットのしんどさをとる方法」がいくつもある場合、
それらを小見出しなどで細分化して伝えましょう。

１９．記事に感情的価値をきちんと表現できているか？

同じ内容を伝えるにしても、
感情的価値を含めることで、
おもしろくもなります。

単純に「ダイエットってこうやるんです」と、
伝えるだけじゃなくて

あの有名な
「浜崎あゆみはこんなダイエットをしてる」
「倖田來未はこんな方法です」

と、有名人の事例を紹介するなどや、
テレビでもこういう方法で紹介されてました。

とか、同じダイエットの方法を伝える内容であっても、
こういったオリジナリティのある伝え方ができる記事は、
かなり付加価値が高いです。

もちろん、おもしろいだけでなく「分かりやすい」は大前提です。

２０．記事のタイトル（テーマ）に沿った内容か？
記事のテーマから脱線した内容が含まれていないかチェックします。

ダイエットのしんどさの説明をしているのに、
ダイエットジムの紹介のような関係ない内容が
混ざっていると記事の評価を下げてしまいます。

どうしてもその話をしたい場合は、
同じサイト内の別記事として紹介します。

２１．読者がやるべきことが具体的に示されているか？

わざわざGoogleで検索して、
記事を読みに来る読者は必ず悩みを持っています。

読者はできるだけ具体的な解決策を求めています。

ダイエットのしんどさの場合、

「しんどくないようにダイエットしましょう」よりも

「ダイエットのしんどさを解消する方法」を提案するのが具体的。

「ダイエットのしんどさを解消する方法をステップバイステップで説明」

だと、さらに具体性が増します。

このように、できるだけ具体的な提案をするようにしてください。

２２．読者が提案を受け入れるべき理由付けがされているか？

「ダイエットのしんどさを解消する方法をステップバイステップで説明」の場合、
”なぜ”その解消することがベストな提案なのか、
読者が納得できる理由を説明しましょう。

２３．文章の内容をまとめた内容があるか？
最後に確認の意味もこめて、文章の内容を手短にまとめましょう。

まとめとして、
箇条書きで表現することが、
ベターです。

※「いかがでしたか？」「どうでしたか？」の表現は削除してください。

（４）パーマリンク・カテゴリ・SEOタイトル・メタキーワードの設定ができているか？

１．パーマリンクの設定は出来ているか？

パーマリンクは記事のURLの部分です。
これが日本語のママだと、
意味不明な英字や記号が羅列されることになるので、
必ず英語か、ローマ字のキーワード設定をしてください。

２．カテゴリは１つにチェックを入れているか？

カテゴリには必ず１つのカテゴリにチェックをしてください。

３．SEOタイトルは設定されているか？

SEOタイトルは少しでも記事を上位表示してくれるために必要です。
必ず入れるようにしてください。

４．メタキーワードは設定されているか？

メタキーワードも同様にSEOで上位表示するためには必要です。
必ず狙ったキーワードを入れるようにしてください。

５．アイキャッチ画像は設定されているか？

アイキャッチ画像も大切です。
タイトルクリックで記事に来た読者が始めに目にする部分なので、
記事の内容に合ったアイキャッチ画像に設定してください。

６．適度に画像が設定されているか？

適度な画像を設定するようにしてください。
文章ばかりだと読者に敬遠されてしまいます。

2.おわりに

今回は添削者マニュアルということで、
僕がいつも添削者さんにどういうアドバイスを加えればいいかと
悩んで導き出した答えを凝縮しました。

ただ、添削者はこのマニュアルにそって指導するよりも、
どうやってライターさんに指導していくかに価値があると考えています。

最初でも説明をさせてもらいましたが、
Dカーネギーの「人を動かす」のように、
相手に気付かせてあげることで、
2回目以降の失敗が減らせることもわかっています。

どうかこのマニュアルをもとに、
尊敬されるような添削者になってください。

おわり