

ライター専用マニュアル

◆目次◆

0.はじめのはじめ

1.記事作成で大切な3つのポイント

2.アイキャッチ画像や挿入画像、動画について

3.最終チェック

4.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いません。

※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。

◆記事の納品について◆

納品形式については、その都度指示させていただきます。

0. はじめのはじめ

まいど！ベーやんです！

このたびはライターに応募いただきましてありがとうございます。

この「ライター専用マニュアル」に書かれてある内容を自然に実行できるようになれば、必ず自分がターゲットとする大勢の人に読まれる良い記事が出来上がります。

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。

※印刷をして、手元に置いておくことを推奨します。

まず、質問です。

「記事を作る目的」ってなんでしょう？

それは、

「悩んでいる読者に価値のある情報」

を届けることです。

では、そのためにはどうすればいいのでしょうか？

それは、

「共感してもらおう」

ことなのです。

記事を読んでいて、

「あ、これ同じや！」とか「すごい、よくわかる！」とか、

そう思ったことありませんか？

本を読んでいて、

テレビを見ていて、

TwitterなどのSNSをしていて、

友達とLINEして同じ体験談をみて、

「すごい、よくわかる！」

に人は、価値を感じ、興味を持ちます。

そういった記事が作成できるようになると、
ライティング技術がめちゃくちゃ身につきます。

そしてその記事を多くの人に届ける。
これが記事の役割になります。

今回は、「ネットで公開するための記事マニュアル」になります。
検索された時に何ページ目に出てくるか？
というのもすごく大事になってきます。

あなたがせっかく書いた記事が、
100ページ目に出ている、
誰にも読まれませんか？

誰かに記事を読んでもらうためには、
「キーワードで検索された時に、
検索1ページ目に記事が表示されること」
がとても大切になってきます。

大切だからこそ非常に難しいことです。
しかし、検索1ページ目に表示される方法も存在しています。
この技術だけでコンサルティング料100万円を取る人も存在する凄い技術です。

しかし、すぐには無理でも時間と手間をかければ表示されるようになる方法があります。

しっかりと、その基礎となる方法を頭にインストールしていきましょう！

1. 記事作成で大切な3つのポイント

人に読まれる記事を作成するには、大切な3つのポイントがあります。

- (1) 機能的価値と感情的価値
- (2) ライバルサイトチェック
- (3) FABを意識する

上記のポイントをしっかりと理解したうえで、記事を作成することによって、読んだ人から共感される良い記事ができあがります。

それでは順を追って説明していきます。

(1) 感情的価値と機能的価値

自分が何か調べ物をしていて、
ネットで調べたいキーワードで検索すると、
たくさんのページが検索結果に出てくると思います。

同じようなサイト名で、同じような記事が、
数十個、数百個、何ページにもわたって。

内容も似たり寄ったり。

この中であなたならどんな記事を読みたいですか？
読みたい記事に何が書いてありますか？
これがわかるなら人なら、ライティングスキルというものがわかっています。

答えは簡単です。

・他の記事と「違うことを書く。」

「そんなんわかってるわ！」と、言われそうですが、
もうちょっと詳しく言うと、

「自分の感想」であり、
「自分の成功や失敗の経験談」を入れるということです。

これを**感情的価値**といいます。

あなた自身の「感想であり」、「成功や失敗の経験談」は、
あなたにしかわかりませんから、
真似しようがありません。

そうすることで書いてある内容は一緒でも、
世界に1つだけのオリジナル記事が出来上がるのです。

これが他人には真似できない、
他の記事と差別化ができる記事の作り方です。

そしてそれをただの事実として言うのではなく、
喜怒哀楽を表現したストーリー仕立ての文章にすると、
非常に読んでくれた人から共感されやすくなります。

ドラマや映画でよく見る回想シーンなど、
その時の風景をイメージできるかどうか、
大事なポイントになってきます。

<悪い例>

「私はこの勉強方法を試したら、前回100位だった成績が、半年後になんと10位になりました。公式の暗記などとてもしんどかったですが、10位になったのは嬉しかったです。おすすめは朝起きてからすぐの暗記学習です。今は勉強方法がわかって毎日楽しく過ごしています」

<良い例>

「大嫌いだった公式の暗記を頑張ることで、私はライバルたちをごぼう抜きして、みんなから注目の的になりました！なんと学年100位から夢の10位圏へ！この先生からも無理だと言われ続けていた私が憧れていた10位圏へ入ることができたなんて、今でも信じられませんでした！
そうしたら、今まで相手にもされなかった子から声をかけられるようになるし、声をか

けにくかったグループにも気軽に声をかけられるようになりました！すると、新しい友達もたくさんできるし、みんなから勉強方法を教えてほしいと、声をかけてくれるようになり、より親密な関係が築けるようになりました！

なんだか本当の自分を取り戻したようです！

もともと勉強ができなかった私は本当に自信が無くて、いつもテストの順位を見るのも嫌でした。ライバルに負けているのが、本当に悔しかった！

でも、この朝起きてすぐの暗記学習に変えたおかげで、学校での授業に対する予習や復習の理解度は飛躍的に上がっていききました！

テストで暗記していた公式を使った問題が出題された時のみるみる解ける嬉しさ！楽しさは今思い出しても忘れられません！

凄く自分に自信が持てるようになり、今まで敬遠していた先生への質問にも、積極的に質問できるようになりました。

本当に毎日の勉強が楽しくなってきた、半年前の自分が何だったのかと今では思います！」

<悪い例>のように淡々と話すのではなく、
<良い例>みたいにその時思った感情を入れまくって、
ストーリー仕立てにしてきます。

すると、人はストーリーだと話が面白くて読みたくなるのです。

歴史書で歴史を知るよりも、
漫画などの作者のアドリブやストーリーがふんだんに盛り込まれた方が、
面白くて読みやすくないですか？

このストーリーの力を使って、自分の意見や感想などを入れると、
面白くない記事でも、魅力的な記事に変えることができます。

一方、感情的価値とは逆に誰が書いても同じ内容のものを「**機能的価値**」といいます。

例えば、スターバックスを題材にした場合、
スターバックスのメニュー、店の場所、看板の色などの情報は、
誰がどう書いても同じ内容・不変の情報になります。

読まれる良い記事は、「**感情的価値**」で構成されています。

読まれない悪い記事は、「**機能的価値**」ばかりです。
機能的価値の代表の代表例は、
ウィキペディアとか公的機関係のサイトです。

文章表現も乏しく、事実をそのまま表現しているだけ。
もちろん、機能的価値だけを求めている人にとっては何ら問題ありません。

ただ、ほとんどの人が求めているものは感情的価値なのです。

だから、面白くて読まれる記事を書きたければ、
感情的価値をふんだんに盛り込んだ自分にしか書けないストーリーを書けば、
自然とみんなに読まれる記事へとなっていきます。

(2) ライバルチェック

キーワードで検索して上位5サイト、
できれば1ページ目は全部目を通して、
自分が書こうとしている記事のライバルの記事の質をチェックします。
そして、そのサイト達よりもまとめて役に立つ記事を作るつもりで書いてみてください。

コツとしては、
検索3位以内の記事と、
自分の記事があったとして、

どの**記事が一番読みやすいか？面白いか？**

上位記事と比べた時に、自分が読んで一番役立つと思う記事が
自分の記事であることを目指してみてください！！

それはつまり、
他の人からしても役に立つ記事ということになり、
多くの人に読まれる記事と最終的になります。

初めは難しいかもしれませんが感情的価値を入れまくると、

上位記事に食い込んでいく可能性は十分にあります。

案外、読んでいて「辞書か」と突っ込みたくなる機能的価値ばかりの記事は上位記事でも結構あります。

そこであなたの感情的価値をふんだんに取り入れた記事があると、ボロ勝ちできちゃうことになるのです。

良い記事を作るといろんな人に読まれるのです。
これが**良い記事の条件**です。

(3) FABを意識する

FABとか聞いたこともない言葉だと思いますが、これは良い記事を作る上で欠かせない、すごく大事な考え方です。

F : Feature (特徴)

A : Advantage (利点)

B : Benefit (利益)

具体的にいうと、

F(特徴)とは、「**コーヒーカップの取っ手である**」

A(利点)とは、「**取っ手があるからやけどをしない**」

B(利益)とは、「**安全に熱いものを飲める**」

記事を読んでいるほとんどの人が知りたいことは、

B なんです。

コーヒーカップをおすすめしたい時に

「このコーヒーカップには取っ手があるんです。

すごくないですか？ 普通はついていない、

取っ手がついているんです。火傷知らずです。

絶対おすすめです。」

って言われても、**誰も買う気にならない**でしょう(笑)

下手くそなサイトは、**Fばかり説明しているからです。**

このF、つまり機能ばかり説明して、
A,Bをちょっとしか説明していません。

吉野家でいうと、
この値段この立地最高でしょう！
とかって宣伝は下手くそなわけです。

吉野家を食べた後にどういうことが待ってるかを
感情的に教えてあげるのです。

Fは機能的価値なんで、
誰が書いても同じ内容なのに、
ここばかり説明する記事は誰にも読んでもらえません。

A,Bをメインに紹介して感情的価値を入れまくるのです。

何度も言うように、
感情的価値BそしてAを記事に投入しまくるのです。

Fの機能的価値はあくまで補足的にいれるものです。

一番、人に響くと言われている 順番は **BAFの順番に説明** することです。

結構下手くそな記事は、FABの順番に説明しています。
これを BAFの順番で説明していくようにしてみましょう！

かなり魅力的になります。

B→A→F

今度は車を例にして見ましょう。

F→車内はooom³

A→広くて乗りやすい

B→足を伸ばさせて広々と長時間乗っても疲れない

<悪い例>

(F)この車の車内は、 000m^3 で広いです。他の車より一番の数字です。最高です。

(A)なんたって広い。更にシート間のスペースがゆったりあって乗りやすいつてのは、やっぱり外せませんよね。

(B)よく旅する人って、車内が狭いと疲れませんか？それに子供が多いと広い方がいいですよ。足を伸ばせて広々と長時間乗れる。遠方の親戚家や実家帰りが苦痛じゃなくなったり、2時間ちょっとのプチ旅が好きな人には広い車がおすすめです。足を伸ばせたらどんなに長時間の車の旅行が楽かって、渋滞に巻き込まれたら思いますよね。家のソファーみたいにくつろげる広さがあつたら最高。この車ならそんな心配いりません。

<良い例>

(B)よく旅する人って、車内が狭いと疲れませんか？それに子供が多いと広い方がいいですよ。足を伸ばせて広々と長時間乗れる。遠方の親戚家や実家帰りが苦痛じゃなくなったり、2時間ちょっとのプチ旅が好きな人には広い車がおすすめです。足を伸ばせたらどんなに長時間の車の旅行が楽かって、渋滞に巻き込まれたら思いますよね。家のソファーみたいにくつろげる広さがあつたら最高。この車ならそんな心配いりません。

(A)なんたって広い。更にシート間のスペースがゆったりあって乗りやすいつてのは、やっぱり外せませんよね。

(F)この車の車内は、 000m^3 で他の車より一番の数字です。そんな不満を全部解決してくれます。

Bはイメージです。いかにイメージできるか。

その為に感想や意見を入れてイメージできる。

良い未来をイメージできるようにしてあげましょう。

これが良い記事の条件です。

2. アイキャッチ画像や挿入画像、動画について

著作権フリーの無料画像を使用してください。

どっかのサイトの画像を勝手に使用しないでください。

画像検索で出てきたものは使用しないでください。

以下、おしゃれな無料画像のフリーサイトを載せておきます。

必ずアイキャッチ画像は設定してください。

あと、記事の文字情報が多くなってくると、読んでいる人が疲れてしまいます。

そんな時は記事のイメージにあう挿入画像を差し込むと
読んでいる人が一息つけるので、
最後まで読んでもらいやすい記事になります。

◆無料画像サイト一覧

[Pixabay](#)

[Unsplash](#)

[GRATISOGRAPHY](#)

[タダピク](#)

[ぱくたそ](#)

[Pexels](#)

ここに良いのがなければ

「おしゃれ画像 無料」などで検索すれば腐るほど出てきます。

動画はyoutubeで探して、

基本的にはURLをそのまま載せてもらえれば大丈夫です。

キーワードにあった動画がなければいりません。

3. 最終チェック

最初は「全てを完璧に」というのはさすがに難しいので、少しずつできるようにしていきましょう。

これらのポイントを意識して書くという「姿勢」がなにより大切です。

—————記事作成の最終チェック—————

【タイトルについて】

- ・ 記事キーワードは左端から順番に入っているか？
(左に行けば 行くほど重要なキーワードがあるほうが良いですがあくまで**自然な日本語になっていないとダメ**です。)
- ・ タイトルの文字数は28–32文字以内か？
- ・ !や?、数字は半角英数にしているか
- ・ 読者が読みたくなるポイントを盛り込んでいるか？
(今のままの残念な未来、理想の未来、簡易性など**興味や好奇心をそそるワード**が入っているか？)

【アイキャッチ画像について】

- ・ アイキャッチ画像に記事内容のイメージにあう画像を設定しているか？

【導入文について】

- ・ 記事の内容を簡単に紹介しているか
- ・ どんな人が読むべきか、どんな悩みの人のための記事か
- ・ フックの文章自体、長すぎにしていないか

※フックとは「心に引かかって気になってしょうがなくなってしまう要素」の事

【本文と見出しについて】

- ・ 読者の悩みに「共感」できているか？
※自分の体験談=ストーリーや、感情を盛り込んでいるか
- ・ 「恐怖」を煽って、続きを読みたくなるようになっているか？
- ・ 記事を読んでいなかったらどうなるか？ 自分自身、知る前はどうか？
- ・ 会話調になっているか？
(口に出して読んでみて不自然になっていないか)
- ・ 読者の人物像は具体的に設定できているか？
(リサーチした上で)
※性別は？年代は？職業は？キーワードに隠された悩みは何か？
- ・ 読者にとって分かりやすく、見やすくなっているか？
※ポイントは箇条書きにする、まとめを作る、番号をふる等
- ・ 自然な流れで関連記事に誘導できているか？
※目安は1記事に3～5記事ぐらいあればOK

【動画やSNSの挿入について】

- ・ アイキャッチ以外で1画像以上、1動画以上を入れているか？
(動画はぴったりなものがなければなしでOK)
- ・ 記事の内容に合う twitterやInstagramを入れているか？
(こちらもぴったりなものがなければなしでOK)

【まとめについて】

- ・ 本文中のポイントをまとめてあるか？
- ・ まとめを読むだけで書いていることの概要がわかるか？
- ・ 記事の内容が中学生でもわかる文章で書けているか？

特に、重要なことは、「共感」と「不安解消」です。

共感してもらえるか？

「わかるー」と思ってもらえるポイントはあるか？

例えば、昔はデブで誰にも見向きもされませんでしたとか。

タイトルに不安を掲げ、記事を読み終わった後に

「役に立ったー」と思ってもらえるか？

例えば、タイトルに「子供をなぜ怒ってはいけない？」とし、

記事内に答えとして

「怒らずになぜそういうことをしたのか話をきいてあげることが大切。なぜならー」

みたいな感じです。

4. おわりに

お疲れでした。

一度読んだだけじゃ絶対覚えられないので
必ず何度も覚えるまで読んでください。
できれば印刷推奨です。

このマニュアル通りかければ、
間違いなく良い記事になります。

この知識を

「知ってるか」

「知っていないか」

これだけが良い記事を作れる人と良い記事を作れない人の差です。

このマニュアルを読まれた方は、
これで正しい知識を知りました。

後は、

覚えて、

実践して、👉 **ここめっちゃ大事！**

慣れていく、👉 **ここめっちゃ大事！**

だけです。

20記事作成する中で途中、しんどくなる時もあるかもしれません。

でも、20記事作成をやり切ったとき、1記事目を作っていたあのころの自分より何倍も成長している自分がそこにいます！

もし、記事作成の中で疑問点があれば仰ってください。

お疲れさまでした！