

# 2021年最新ライティング専用マニュアル



## ◆目次◆

0.はじめのはじめ

1.記事作成で大切な5つのポイント

2.Googleとユーザーを意識した記事構成4つのポイント

3.アイキャッチ画像や挿入画像、動画について

4.最終チェック

5.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。

## 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。

この「ライティング専用マニュアル」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。

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、記事作成をして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。

できればこのライティングマニュアルを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。

このライティングマニュアルは「ブログ記事」マニュアルとして執筆しています。

ブログ記事というのは、  
普通の本と違って全く書き方が異なり、  
二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？

一つ目の Google に読んでもらえるかどうか？は、  
記事構成が順序立てて構成されているかどうか？  
そして、ユーザーが長く記事に滞在しているかどうか？  
で、**Google**からの評価が上がったりします。

Google は人間ではなく AI のプログラムが記事を確認しています。  
記事構成がルール通りになされているのかで、記事の評価がされます。

そして二つ目のユーザーに読んでもらえるか？というのは、  
実際にキーワードで検索したユーザーさんに対して、  
記事がユーザーの悩みを解決できる内容になっているか？  
と、いうことになります。

これから説明する内容については、  
まず、ユーザーに読んでもらえる記事とは何なのか？について説明し、  
さらに**Google**に読んでもらえるよう記事構成と、

記事の装飾について、  
まとめています。

こちらを暗記するぐらいまで繰り返し読んで、  
記事作成に活かしてもらえればと思います。

では、最初に質問です。

「ユーザーに読んでもらえる記事」って、どんな記事なんでしょう？

それは、

「ユーザーの悩みを解決できる記事」

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、

「ユーザーに共感してもらい、さらに悩みを解決してあげる」

ことなのです。

記事を読んでいて、

「あ、これ自分と同じだ！」とか「すごく、よくわかる！」とか、

思ったことありませんか？

テレビを見ていたり、TwitterなどのSNSをしてたり、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。**

まず、ユーザーに共感してもらい、記事に興味を持ってもらうことが大切です。

まず初めにユーザーから共感を得ることで、  
その記事が最後まで読まれる確率がかなり上がります。

こういった記事が書けるようになると、  
人から読まれる記事になります。

さて、ブログ記事の役割として、  
ネットに公開されることが前提となります。

せっかく作った記事も、  
例えば 10ページ目に出ていても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、  
ユーザーが想定されるキーワードで検索した時に、  
1ページ目に出てくるようにしなければなりません。

そのために最初に説明した、  
**Google**に読まれる記事と、  
ユーザーに読まれる記事  
の両方を考えていく必要があります。

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。

だからこそ、月々数万円するライティングスクールなどが存在するわけです。

仕組みがわかっているにもかかわらずは何度も実践することが大切です。

そして添削者がいる環境が一番の理想です。

この企画では、同じ目的を持った仲間たちと一緒にブログ記事を書きまくって共に成長していく環境を用意させていただきました。

この環境を活用していただくようお願いします。

# 1.記事作成で大切な4つのポイント

人に読まれる記事を作成するには、大切な5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)**FABE**分析を意識する
- (4)共起語の大切さ

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、ユーザーから共感されてさらに読ま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

例えば、新しいスマホを選ぶ時にあなたは何を基準にしていますか？

- ・長持ちするのか？
- ・動きが早いか？
- ・画面は綺麗か？
- ・容量はたくさんあるの？

このようにスマホの機能性を第一に考える人も多いと思います。

確かに全く使えないスマホを買ってしまったら損ですからね。

なので、どんな機能がついているのかを考えてしまいます。

ですが、

「本当に機能が良いから」

という理由で決めていますか？

アップルのiphoneが良い例ですね。

iphoneは確かに機能性もありますが、

ブランド力の方が高いと思います。

「デザインがカッコ良い！」

「新しいiphoneを持っていたら、人気者になれる」

このような理由でiphoneを購入してしまいます。

つまりこれが感情的価値なのです。

商品の性能よりも、

あなたの感情が優先されて、

その商品についてどう思っているのかで、

商品を購入するのかどうかを決めてしまうのです。

つまり、ブログ記事にもこういった感情的価値を入れることで、

ユーザーから共感を得られる記事になります。

もっと具体例を言うと、

「自分の成功例や失敗の体験談」

「自分の使ってみた時の感想」

を入れるということです。

こういったあなたにしか分からないことを記事に盛り込むことで、

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。

コツとしては、

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。

ここで【悪い例】と【良い例】を紹介します。

### 【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のですが、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るなんて、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なくて、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て、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。

本でドラマを読むよりも、

テレビなどの役者のアドリブや、

ドラマ監督の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。  
そもそも人間とは感情の生き物だから。

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、  
自分だけのオリジナルストーリーを書けば、  
ユーザーに共感を得られる記事になっていきます。

## (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記事の質をチェックします。

そして、ライバルサイト達よりも役立つ記事を作る気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」と見間違えるような機能的価値ばかりの記事が、上位に表示されている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、

その記事よりも上位表示できることになります。

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) FABE分析を意識する

FABE分析(ファブ分析)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)

**E : Evidence** (証拠)

※ブログ記事の場合は、Eは考えなくても大丈夫。

具体的にいうと、

**F(特徴)**とは、「この照明には人感センサースイッチがついている」

**A(利点)**とは、「人感センサースイッチがついてるから消し忘れがない」

**B(利益)**とは、「電気代が安くなる」

**E(証拠)**とは、「電力会社のメーターが低くなった」

ユーザーが知りたいのは、

**B(利益)**なんです。

照明をおすすめしたい時に、

「この照明には人感センサースイッチが付いてるんです。

人感センサースイッチがついてるから消し忘れがないです。」

って言われても、誰も買う気になりません。

**F(特徴)**ばかり説明すると、

どこにでもあるような記事になっちゃいます。

つまり、機能ばかり説明して、  
**A(利点)**、**B(利益)**をちよつとしか説明していません。

**F(特徴)**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。**

記事を書くコツは、**A(利点)**、**B(利益)**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**である  
**B(利益)**と**A(利点)**を記事に頻繁に投入する  
です。

**F(特徴)**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。

下手くそな記事は、**FAB**の順番に説明しています。

これを **B→A→F**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。

**常に、**

**B(利益)→A(利点)→F(特徴)**

**の順番を意識する**

今度は車を例に見ましょう。

F→車内は $000\text{m}^3$

A→広くて乗りやすい

B→足を伸ば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、 $000\text{m}^3$ 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ってのは、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ったら最高。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ったら最高。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ってのは、やっぱり外せませんよね。

(F)この車の車内は、 $000\text{m}^3$ 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(利益)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。

常に、

**B(利益)→A(利点)→F(特徴)**

の順番を意識する

## (4) 共起語の大切さ

皆さんは「共起語」という言葉をご存知ですか？

記事の質を向上させるためには**必要不可欠な要素**になります。

例えば、「学校」というキーワードがあります。  
その後続く言葉としては、  
教育、規定、規則、先生、生徒などが、  
挙げられるでしょう。

では「築地 ランチ」と言うキーワードではどうでしょうか？

市場、寿司屋、ランキング、海鮮丼、日曜日などが、  
挙げられるでしょう。

利用頻度に違いはあるものの、  
キーワードと一緒に利用されるキーワードばかりです。

そのため

「特定のキーワードが出た時に一緒に出るキーワード」を、  
共起語と言います。

近年のGoogle検索エンジンは、進化しており、  
昔は、記事中にキーワードさえ頻繁に含めていれば、  
検索上位表示できるような時代がありました。

それこそ、意味が多少通じなくても、  
キーワードを羅列しまくるような記事でも上位表示できたわけです。

しかし、ユーザーが求めている記事ではなく、  
キーワードが大量に詰め込まれているだけの記事が、  
上位表示されてもユーザビリティは悪いですよね。

Googleは有名な検索エンジンですが、  
収益が広告収入なので、人間にも理解できる記事を上位表示させて、  
ユーザビリティを高くする必要があります。

かといって、

1記事1記事人間の目で記事を確認するわけにはいきません。

AIに頼ったとしてもまだまだ、人間の感性を理解させるのが難しいので、  
共起語を含んだ文章が優秀な文章として評価されるようになってきました。

特定のキーワードだけでなく、

うまく共起語も使いながら説明されている文章、

**共起語もどれだけ含まれているかを評価しています。**

ここで共起語の【悪い例】と【良い例】を紹介します。

#### 【悪い例】

コンピュータを修理するためには、修理屋さんに電話をかけなければいけない。  
壊れたコンピュータの修理について相談するためだ。  
修理屋さんに相談すれば、コンピュータが動かなくなった理由が分かり修理してくれるはずだ。

#### 【良い例】

コンピュータが壊れてしまった原因を知るためには、パソコンの修理屋さんに電話をかけて相談しなければいけない。  
なぜなら、コンピュータが壊れてしまった原因を診断してもらい、問題のあるパーツを交換してもらわなければいけないからだ。  
一応、デスクトップのモニターやキーボードの接続部分、外付けのハードディスクなど、気になる点について事前に修理屋さんに相談しておけば、コンピュータが動かなくなってしまった理由を見つけだしやすいただろう。

違いが判るようにワザと改行しておりません。

共起語を知らずに文章を書くと【悪い例】のようになりがちです。

一見すると「コンピュータ 修理」という

キーワードをしっかりと押さえることができているため良く思えます。

しかし、Google検索エンジンのクローラーは、

周辺のキーワードとの関連性も含めてページを評価しているため、

残念ながら高い評価を得ることができないでしょう。

Google検索エンジンは、

ちゃんと共起語を使っているかを見ているわけです。

正確に言うと共起語を確認しながら何が書かれているのかを判断しています。

【良い例】を見ていただければ分かるように、

「モニターやデスクトップ、キーボード、ハードディスク、パソコン」など、

コンピュータと関連のあるキーワードがたくさん掲載されています。

このように、「コンピュータ 修理」と、

関連性の高い共起語が周辺に多用されていると、

ユーザーにとって読みやすく、

ページ内に共起語があるだけでランキングの対象になるため、

**SEO的にも効果が期待できる**ということなのです。

## 2.Googleとユーザーを意識した記事構成4つのポイント

ブログ記事の構成で4つの重要なポイントを説明します。

- (1)見出しがタイトルの次に重要な理由
- (2)見出しはルールを守り結論や内容がわかるようにする
- (3)目次だけで記事内容が把握できるようにする
- (4)記事構成で90%記事の出来が決まる

記事内の見出しは Googleとユーザーに記事を読んでもらうための基本です。

そして、**凄く重要です！**

僕は個人的にはタイトルの次ぐらいに重要だと思ってます。

見出しが適当だと Googleの評価も低く検索エンジンでも順位は上がらないし、ユーザー満足度も下がります。

基本部分を守りつつ、見出しの作成を行ってください。

## (1) 見出しがタイトルの次に重要な理由

このマニュアルの冒頭で説明した通り、ブログ記事の評価は、

- ユーザーに読んでもらえるか？
- **Google**(検索エンジン)に読んでもらえるか？

の2種類があります。

### <ユーザーに読んでもらえるか？>

主に記事の読みやすさと、ユーザー満足度が重要です。

見出しが整備されていれば、記事内容を把握しやすくなります。

記事内容が把握できるとユーザーの満足度も上がります。

ユーザー満足度が上がるっていうことは、

**Google**からの評価が高くなるという事です。

良い記事っていうのは、目次だけで内容が把握しやすいです。

### <**Google**(検索エンジン)に読んでもらえるか？>

検索エンジンはユーザーと違って、

AIのプログラムが機械的にデータとして見出しを見ています。

だから、

読みやすさとか、

理解度っていうのは判断していません。

「見出し1、見出し2、見出し3」みたいなタグをしています。

この見出しタグを適切に使うことで、

検索エンジンに正しく評価してもらうことができます。

この時に見出しで使われている

「キーワード」

も検索エンジンは、見えています。

見出しが整理されていると、

検索エンジンもユーザーも理解しやすくなりますので、

結果的に、

「検索結果で上位に表示されやすくなる」

ということになります。

## (2) 見出しはルールを守り結論や内容がわかるようにする

### <見出しタグのルールを守る>

見出し1は、タイトルで使うので、記事投稿では気にしなくても良いです。

そして、見出し1は、1つの記事で1つだけ使うというルールがあるので覚えておいてください。

### 間違った見出しの例

ワードプレスで通常記事を書く時は、

まずタイトルを書いてから、

本文を書く時は、見出し2を使うことになります。

初心者で一番多いのが、次のような使い方です。

タイトル ライターの始め方を徹底解説!重要な3つの手順

見出し2 始めるために必要なもの

**見出し4** ブログを構築する

見出し4 無料ブログでもいいの？

見出し3 パソコンを用意する

見出し3 銀行口座を開く

**見出し6** 始めるまでの手順

見出し3 ブログを立ち上げる

見出し3 在宅ワークに登録する

見出し4 クラウドワークスの登録方法

見出し4 シュフティの登録方法

見出し2の次に、いきなり見出し4がきて、さらに見出し3の次に見出し6がきています。

何が間違ってるのかって言うと、見出しの順番がぐちゃぐちゃになっているところ。順番通りになるようにしてください。

### 正しい見出しの例

タイトル ライターの始め方を徹底解説!重要な3つの手順

見出し2 始めるために必要なもの

見出し3 ブログを構築する

見出し4 無料ブログでもいいの？

見出し3 パソコンを用意する

見出し3 銀行口座を開く

見出し3 始めるまでの手順

見出し3 ブログを立ち上げる

見出し3 在宅ワークに登録する

見出し4 クラウドワークスの登録方法

見出し4 シュフティの登録方法

正しい見出しの使い方の例です。

きちんとタイトル、見出し2、見出し3、見出し4の順番が守られています。

検索エンジンも、記事内容を正確に理解して、正しく評価をしてくれます。

### <見出しの階層構造を守る>

見出しの階層構造の間違った例を紹介します。

タイトル ライターの始め方を徹底解説!重要な3つの手順

見出し2 始めるために必要なもの

見出し3 ブログを構築する

見出し4 無料ブログでもいいの？

見出し3 パソコンを用意する

見出し3 銀行口座を開く

見出し3 ライターにおすすめのパソコン

見出し2の「始めるために必要なもの」という見出しから入って、

見出し3「ブログを構築する」、  
見出し3「パソコンを用意する」、  
見出し3「銀行口座を開く」っていうのは必要なものとして、  
同列に並べることができます。

しかし、見出し3「おすすめのパソコン」は、  
上記の見出しと同列ではないです。  
なぜなら、必要ないものからです。

パソコンは必要ですが、  
「おすすめのパソコンの紹介」っていうのは、  
別にそこに入るものではないです。

こういう風に、  
「同列ではないのに同じ見出しをつける」  
というのはNGなのでやめましょう。

おすすめパソコンなどは、  
関連記事としておすすめパソコンという記事を作成して、記事中で紹介するか、  
見出し2で新しく作るっていうのが正解です。

見出しタグの順番を守るというのは当たり前ですが、  
階層構造をきちんと守ることも上位に表示される重要な対策になるので、  
注意してください。

## <見出しにキーワードを含める>

見出しにはキーワードを含めてください。

見出し内のキーワードは、検索エンジンにすごく重視されます。

記事タイトルが

「ライターを始め方を初心者向けに徹底解説!重要な3つの手順」

というのを例に解説していきます。

### 見出し内のキーワードで上位表示

ライターを始め方を初心者向けに徹底解説!

キーワード:ライター 始め方 初心者

見出し2 初心者におすすめの記事ジャンル

キーワード:初心者 記事ジャンル

で上位表示されることもあります

上記の場合、

「ライター・始め方・初心者」

がキーワードになります。

例えば、

この記事の見出しに初心者におすすめの記事ジャンルがあれば、

「初心者・記事ジャンル」って、

いうキーワードで上位表示されることもあります。

だから見出しにキーワードを含めるのはすごく重要です。

例えば、

文字数の都合でタイトルに収めきれなかったキーワードに関しては、

見出しの中に含めて上位表示を狙っていくというのが基本です。

### <見出しの注意点>

見出しを考える時は、検索エンジンよりもユーザーのことを考えてください。

こちらは間違った例です。

#### NGな見出しの例

見出し1 ライターの始め方を初心者向けに徹底解説!

見出し2 【ライターの始め方】始めるために必要なもの

見出し3 【ライターの始め方】ブログの構築

見出し3 【ライターの始め方】銀行口座の開設

見出し3 【ライターの始め方】在宅ワークに登録する

見出し2 【ライターの始め方】初心者におすすめの記事ジャンル

見出し3 【ライターの始め方】興味のあるジャンル

見出し3 【ライターの始め方】知識のあるジャンル

見出し3 【ライターの始め方】本業に関係のあるジャンル

例えば、上の図のように、

全部の見出しにキーワードを含めてしまうと、

すごく読みにくくなります。

見出しにキーワードを含めるのは、  
すごく重要なのですが、  
ただ自分がSEOで狙いたいからといって、  
全てに「ライターの始め方」を含めてしまうと、  
ユーザーにとっては、すごく読みづらくなります。

記事を読んだ時に、  
ユーザーがどう思うのかを考えるのは、すごく重要です。

今回の例であれば、  
「読みにくい」  
「不自然！」と、  
ユーザーは思うはずなので、  
見出しを考える時は自分がユーザーの立場になり、  
一番良い形にしてあげてください。

### <キーワードの詰め込みすぎは検索エンジンの評価を下げる>

キーワード詰め込みすぎると、  
ユーザーのストレスになるばかりか、  
検索エンジンの評価を下げる可能性があります。

Google からペナルティを受けてしまって、  
大きなマイナスになることもあります。

何度もいいますが、

「見出しにキーワードを入れることは重要」ですが、

それで「ユーザーがストレスを感じてしまうのはNG」なので、

キーワードの詰め込みすぎには十分注意をしてください。

### <結論や内容がわかる見出しを書く>

見出しを書く時は、「結論や内容が分かる見出し」を書いてください。

よくある見出しは、

「ライターとは？」という見出しがあります。

これはダメな例です。

なぜなら、「ライターとは？」だけでは、

コンテンツを読まないと、

ユーザーが内容や結論が全く理解できないからです。

だから、**見出しに結論とか、内容を含めることが重要**です。

さっきの「ライターとは？」であれば、

「ライターとは、記事を作成する人のこと。」まで、

見出しにしてあげるとわかりやすくなります。

詳細を知りたい時は本文を読んでもくれるので、

ユーザーにも親切な見出しになっています。

ただし、実際に見出しを考えていく時に、  
結論や内容を含めるのが難しい場合もあります。  
結論を含めてしまうと、  
見出しがすごく長くなるような場合です。

可能な限り、  
見出しには結論や内容を含めるようにするんですが、  
どうしても無理ってということもあります。

その場合は、  
潔く見出しに結論や内容を含めないで、いいです。

その辺は臨機応変に考えることも、  
重要なので覚えておいてください。

### (3) 目次だけで記事内容が把握できるようにする

最近では、見出しを自動的に把握して、  
見出しから目次を作ってくれるプラグインが利用されているので、  
便利になりました。

見出しだけで内容がわかるようにしておく、  
見出しを読んだだけでも、  
ユーザーは記事内容の概要が把握できますので、  
非常にユーザーファーストの記事になります。

あらかじめユーザーを意識した見出し(目次)を考えると、  
さらに好感が持てる記事になります。

#### <見出しで読み飛ばし対策をする>

見出しである程度の読み飛ばし対策ができます。

ほとんどのユーザーは記事を読み飛ばします。  
一字一句読むユーザーは、添削者以外存在しません。  
添削者も見えていないかも知れません。(笑)

一見、変に思いますが、  
実際に私の企画に参加してきた人にも、  
募集分を読み飛ばしている人はいるのではないのでしょうか？

見出しも含めて記事を書く上で重要なポイントがあります。

それはユーザーが文章を読み飛ばしても、  
理解できるような見出しの書き方をすることです。

ユーザーが読み飛ばしをして理解できなければ、  
結果的にユーザー満足度は下がります。

ということは、  
検索結果で上位表示できないことになります。

見出しは、目立つのでユーザーの視線が止まるポイントです。  
そこで結論や内容が分かれば、  
記事を読まなくても概要が把握できます。  
そうすれば読み飛ばしをしたユーザーの満足度も上がるので、  
結果的にユーザーが記事を読み込んでくれる確率も上がります。

だから、  
読み飛ばし対策の観点からも見出しはすごく重要！  
見出しだけで記事の重要ポイントがわかるようにすることが大切です。

## (4) 記事構成で90%記事の出来が決まる

どんな記事作成においても記事構成は重要な要素です。

この記事構成をおろそかにすると、  
作成中の記事がどこに向かっているのか解らなくなります。

道標が無い状態で山をさまようのと同じです。

山から下りれたのは良いですが、

結局降り立った地点がどこか解らず、

再度同じ下り方をしても真似できない状態です。

もちろん、Googleの検索エンジンからも、  
読者からも正当な評価を受けることはありません。

僕の場合は、記事構成が決まるまで本文は一切書きません。

記事の見出しや記事の内容をしっかりと整理してから記事を書くためです。

その方が内容が整理されて理解しやすい記事になります。

これが記事構成です。

この記事構成の時点で上位評価されているライバル記事に劣っていたら、  
もちろんランキング上位に来るどころかGoogleから評価もされません。

見出し

↓

記事の内容(コンテンツ)

↓

タイトル

見出しが決まってから、記事の内容(コンテンツ)も考えていきます。

コンテンツに関しても、  
いきなり文章にするのではなく、  
まずは箇条書きにすることが多いです。

これはいきなり本文を書いてしまうと、  
まとまりがなくなってしまうことも多いからです。

イメージとしては箇条書きに肉付けをして、  
最終的に文章にしていくようなイメージです。

この記事構成をおろそかにすると、  
記事作成途中で、  
自分が何を伝えたいのか？  
読者にどのような行動を取ってほしいのか？  
が、わからなくなり、結局まとまりのない記事になってしまいます。

ライティング初心者であれば、  
記事構成にまずはしっかりと時間を力を注ぎ、  
誰もが納得する記事構成をまずは考えてみてください。

記事構成さえしっかりしていれば、  
意外と記事はスラスラと書けるものです。

### 3.アイキャッチ画像や挿入画像、動画について

意外と見落とされがちな画像について解説します。

#### (1)画像の重要性

#### (2)画像の検索と掲載方法

近年はGoogleのクローラーと呼ばれるAIプログラムにより、自動的に記事の出来が判断されて、順位が決まります。

実は、記事中に使うアイキャッチ画像や挿入画像に関して、記事の評価対象に含まれているのはご存知でしょうか？

Googleのクローラーは、まだ文字情報しか読み取る能力しかありません。画像ファイル名、**alt**属性(画像の説明)を、読み取ることでどのような画像かを判断しています。

逆にいうと、画像ファイル名や、alt属性(画像の説明)に、見当違いの文言が含まれていると、何も関係ない画像が含まれているということで、記事の評価も下がってしまいます。

## (1) 画像の重要性

上位サイトを確認してみると、

ファイル名にはしっかりと意味のわかる名前が付けられています。

下記の画像は、「Instagram 使い方」で検索した結果です。

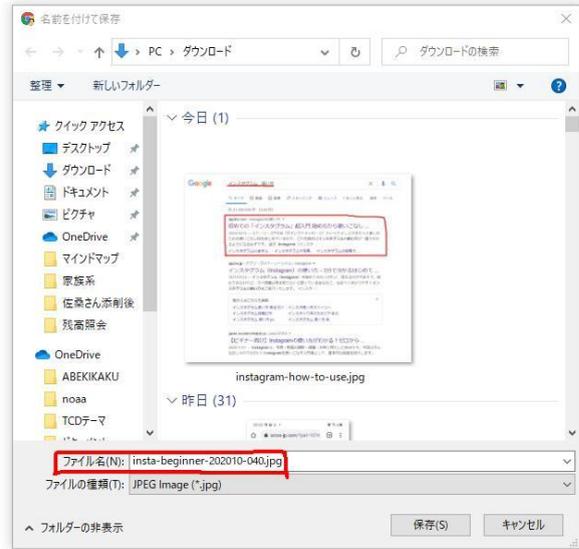


記事の内部に挿入されている画像を右クリックして、

「名前を付けて保存」をクリックします。

## Instagram (インスタグラム) とは？

Facebook傘下のInstagramは、ざっくりいえば写真や動画の投稿に特化したSNSです。スマホで撮影した写真や動画を洗練されたフィルタなどで加工して投稿できるのに加え、他のユーザーをフォローして投稿をタイムラインで閲覧できます。



そうすると、画像の様にファイル名がしっかりと表記されています。

ここで考えてみてください。

仮に同じような内容の文章があっても、

画像が挿入されてある方が見やすくないですか？

Googleのクローラーは、

画像を文字でしか読み取れないため、

ファイル名が記事に対して意味のなる物だと、

**ユーザービリティを向上させていると判断します。**

しかし、記事内容と全く関係のないファイル名だったり、

数字と英語の意味の通じない羅列されたファイル名だと、

**意味のない画像があるということで評価が下がります。**

## (2) 画像の検索と保存方法

前項で説明した画像の重要性がわかったところで、

画像の検索と掲載方法について説明します。

まず、画像ですが、著作権フリーの無料画像を使用してください。

どこかのブログサイトに掲載してある画像を勝手に使用することは**NG**です。

※画像検索で出てきたものは使用しないでください。

◆無料画像サイト一覧

[ODAN](#)

[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、

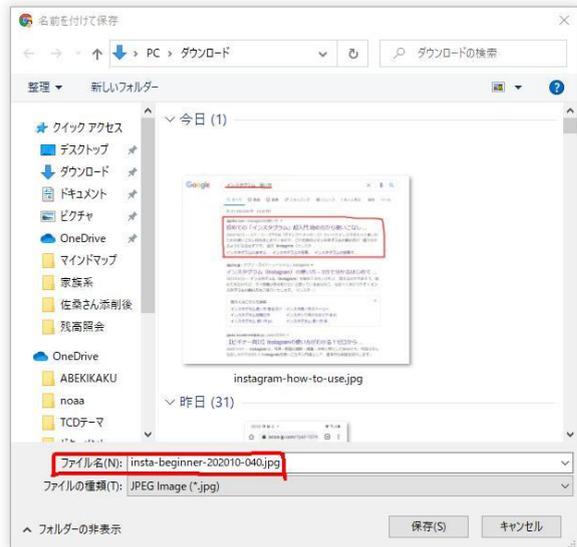
基本的にはURLをそのまま載せてもらえれば大丈夫です。

キーワードにあった動画がなければ掲載する必要はありません。

画像の保存方法についてですが、  
作成している記事のキーワードを含めるようにしてください。

### Instagram（インスタグラム）とは？

Facebook傘下のインスタグラムは、ざっくりいえば写真や動画の投稿に特化したSNSです。スマホで撮影した写真や動画を洗練されたフィルタなどで加工して投稿できるのに加え、他のユーザーをフォローして投稿をタイムラインで閲覧できます。



再登場した画像ですが、  
例えばインスタグラムに関する記事を書いていた場合、  
保存するときのファイル名はインスタグラムのキーワードを含めましょう。  
「insta-how-to-use.jpg」など、  
英語またはローマ字で入力をしてください。

くれぐれも、そのままの英語と数字の羅列されたファイル名で、  
保存はおやめください。

せっかく作成していただいた記事を分かり易く見せる画像なので、  
少しだけ手間がかかりますが、記事評価を上げるためお願いします。

また、画像のテキスト属性を変更する方法は下記動画を参照してください。

<https://youtu.be/zJzyEn7Hg1Q>

## 4.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。

### <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？

重要なキーワードが左側にあるほうが良いですが、

あくまで**自然な日本語**をお願いします。

・タイトルの文字数は**28-32文字**以内か？

・タイトル中の「!」や「?」、数字は半角英数にしているか？

・ユーザーが読みたくなるポイントを盛り込んでいるか？

現状のママだと残念な未来、理想の未来、

**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？

ファイル名は意味の通じる英語か、ローマ字になっているか？

## <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？
- 書き出しの文章自体、長すぎないか？

問題提起: ユーザーの悩み

結果の明示: 記事を読むことで解決される内容

結果の根拠: 管理人プロフィール

## <記事構成(見出しと本文)について>

- 見出しの構成は順序通り並んでいるか？
- 見出しは結論や内容がわかるようになっているか？
- 目次だけで記事内容が把握できるようになっているか？
- ユーザーの悩みに「共感」できているか？  
自分の体験談=ストーリーや感情的価値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、知る前はどうかだったか？

- 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

- ユーザーの人物像は具体的に設定できているか？

- ユーザー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

- 記事内容がしっかりと深掘りされているか？

### <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  
ファイル名は意味の通じる英語か、ローマ字になっているか？

### <まとめについて>

- 本文中のポイントをもとめてあるか？

- 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？

## 5.おわりに

45ページにも及ぶマニュアルなので、  
一度読んだだけじゃ絶対覚えられません。

必ず何度も覚えるまで読んでください。

このマニュアル通り出来れば、  
間違いなく良い記事になります。

後は、

読んで理解する、

実践して経験を積む、

添削してもらい修正する、

これの繰り返しです。

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入ってきたばかりの、  
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！