

オゼロ

1章. 心構え

～情報発信者として～

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者にあります。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を購入した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。

本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的:

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項:

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 損害賠償:

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除:

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲:

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても乙は一切の責任を負いません。また、本冊子からリンクするサイトは、それぞれの運営者の責任によって運営されており、乙はこれらのサイトについて、違法なものでないこと、内容が正確であること、不快な内容を含まないものであること、甲が意図しない情報を含まないものであることなどを一切保証しません。

目次

目次	2
まえがき	4
文章力0のライター誕生	4
どうやってド素人がメディアに連載するレベルになったのか	6
ピンチ！ 個性封じとエンタメ性	8
文章力0だった青年は文章で生きていく	11
情報発信者の心構え	14
1. 情報発信者として生きるために	15
1-1. あなたが記事を書く目的は？	16
1-2. 粗悪な記事を生み出す人たち	17
1-3. 良い記事の条件	19
1-4. 最初から良い記事を書けなくて当たり前	21
1-5. Webの記事には特有のコツがある	23
1-6. 本教材の解説内容	24
1-7. 用語の説明	26
2. 読者に好かれる考え方は「読者第一」	27
2-1. 記事は信頼構築ツール	29
2-2. ストレスを与えない	31
2-3. 読者は忙しい！	32
2-4. 良い記事が第一、面白さや個性は二の次	33
2-5. 日記ではなく記事を書く	34
2-6. とことん初心者向けに丁寧に	35
2-6-1. 自分のサイトで読者の疑問すべてに答える	38
2-6-2. 自分より知識が上の人に情報は出さない	39
2-7. 答えがなくても答えを教える	41
2-8. 何事もキッパリ言う	42
2-9. 早さ、詳しさ、面白さ	43
Q1. 「早さ、詳しさ、面白さ」は旬の話題でしか通用しない？	45
2-10. 文字数ばかり気にしない	47

2-11. 筆者の努力は読者に関係ない	48
3. 記事執筆の練習場を作る.....	51
これから記事執筆に挑むあなたへエール	52
4.お悩み段階別解決法	54
本章のまとめ	55

各タイトルをクリックすると飛びます。

まえがき

文章力0のライター誕生

「記事も書いて」

「はいい!？」

上司の突然の“お願い”に青年はうろたえた。



ある高層ビルのオフィス。広いフロアに活気はなく、数人だけが自分のデスクで黙々と仕事をしている。ポツポツと頼りなく灯る照明が、人員整理されたばかりの冷たい雰囲気さをさらに濃くしていた。

この口を開けて固まっている青年は数日前にバイトで雇われた。今は「サイト運営」の仕事について説明を受けている。

「き、記事も書くんですか？」

「うん」

涼しい顔で返す上司。

そんなカンタンに…。と思ったが、これは仕事。いちいち文句は言えない。

しかし…しかし、だ。

生まれてこのかた、記事なんて書いたことがない。

せいぜい mixi で日記を好き勝手に書くくらい。しかも、会心の出来だと思った日記でさえ、友人たちからコメントをまったくもらえない文章力…。

そんな人間に企業サイトの記事を書け、と？

青年の顔から波のように血の気が引いた。

* * *

「これ以上、なにを書けばいいんだ…」

試しに記事を書き始めて 30 分。早速壁にぶつかった。

パソコンの画面には記念すべき処女作の記事。ある商品について「良かった」だの「面白い」だの小学生レベルの感想が並ぶ。

本気で頭をひねってこれだ。文字数にしてたったの 150。原稿用紙 1 枚にも満たない文字数では記事から得られる情報は少なく、ただ広い記事スペースの海にポツンと浮いた小島のような寂しさしか感じない。

「こんなのでもいいのかな…」

助けを求めて見本となる記事に目を移すが、それはまともに記事を書いたことのない上司がさっと書いたもの。商品の写真が 2~3 枚に 300 文字程度しかない。正直、自分が書いたものと大差なかった。

上司に記事を見せながら質問しても「いいね！」しか返ってこない。どうやら誉めて育てる姿勢らしく、悩みが解決することはなかった。

モクモクと立ちのぼる悩みにフタをして、青年はバイトらしく粗悪な仕事を続けた。

* * *

転機は意外にも早く訪れる。

記事がそこそこ溜まり、サイトは一般公開された。サイトは 1 日あたり数千 PV を記録した。

「あんな記事がこんなに見られるなんて…」と最初は醜態をさらす気持ちだった青年だが、もう慣れた。どんどん記事を書かなければいけないため、恥じらっている余裕はない。

ある日、サイトを運営するチームの上司 2 人とエレベーターに乗ったときのこと。階数のボタンを押し「次の記事ネタは何にするか…」と思案をめぐらしていると、背後からある会話が飛び込んできた。

「…中学生レベルだって書き込みがあった(笑)」

「ですよー(笑)」

胸がざわついた。中学生レベル…。記事のことだ。どこかの掲示板にウチのサイトの感想が書かれたのだろうか。

たしかにド素人の自分が書いたものだから、中学生レベルの記事と言われても仕方ない。

しかし…こちとら社会人にもこなれた大人だ。仕事で作ったものが中学生並と言われて恥じる心はある。

それに、怒りと悔しさも感じた。

どこかの誰かに好き勝手言われていいのか。

「バイトだから」と言い訳し、お粗末な記事を書き続けて、それでいいのか。

握った手に汗が吹き出した。青年のド真面目で完璧主義な性格に火をつけるのに「中学生レベル」は十分すぎた。

上司たちに向き直り、一言。

「文章、勉強します」

口数少ない青年の突然の宣言。

上司たちはきょとんとしていた。

宣言が唐突だったからではない。



実は、彼らが話題にしていたのはサイトのデザインについてだった。

青年がこの事実を知るのはずっと先のこと…。

どうやってド素人がメディアに連載するレベルになったのか

その日から青年の逆襲は始まった。「中学生レベル」と言った実在しない誰かを見返すため、文章力の鍛錬を始めた。

社内に文章について頼れる人間はいない。Webにある情報を読み漁った。使えそうな文章術は片っ端から真似した。「箇条書きを使え」とあれば、バカの一つ覚えみたく使った。

真似した文章術の使い方が正しいのかは分からない。なにせ、「文章の書き方」を説く執筆者それぞれで言い分が違う。誰を信じればいいのかも分からない。とりあえず「少しでも読みやすくなればいい」の思いだけで、いろんな文章術の真似を続けた。

【Web(うえぶ)】

インターネット回線を介して情報を得られる世界のこと。

がむしゃらに真似を続け、最初に変化が現れたのは文字数。数週間で増え始め、数ヶ月後には読みごたえを感じられるまでになった。1記事で「150」が限界だった文字数は、300、500、800と増え、ついに1,000文字を超えた。何をどう書けばいいのか、がつかめてきた。

ムダな時間も無くなった。「こんな記事でいいのかな…」と迷うことも無くなり、自信をもって記事を公開した。

心境の変化もあった。

「書かなければいけない」から「書きたい」に変わった。記事を書くことが苦痛じゃなくなったのが大きな理由だった。

人に伝えたいことが湯水のように湧き出る。あれも言いたい、これも言いたい。言いたいことが全部スルリと記事に表れる。記事に伝えたいことをまとめ終えた瞬間は、山のとっぺんに登ったような達成感を得られた。

記事を書くことは、楽しい。

ツイッターでは記事を読んだ人から少しずつ感想をもらえるようになった。「参考になりました！」の一言が嬉しく、バイト代のためより読者のために、の気持ちが大きくなった。

「読者のために」

蛇足だが、この姿勢は数年後に飛び込む別の業界でも長く生き残るための武器になった。

* * *

記事に書き慣れた頃、新しい上司がやってきた。その上司は人脈づくりが得意で、いつの間にかメディアとも繋がりを持ち、青年に仕事をもってきた。

「別のメディアに記事出さない？」

「はいい！？」

なんだか懐かしいやり取りを感じつつ、青年の新しい挑戦が始まる…。

ピンチ！ 個性封じとエンタメ性

「自社のサイトで好き勝手に記事を書くだけで良かったのに、いきなり他社のサイト…しかもそこそこ大きなメディアに記事を出すことになるとは…」
会議室から自分の机に戻る足取りは重い。メディアの編集者と面接を終え、まだ現実を信じられず子犬のようにふるふる震えた。

記事は週刊連載。20代～30代のビジネスマンがメインの読者層で、ニュースサイトのようなお堅い文章で書かなくてははいけない。

1記事目を書こうとパソコンの前に座ると、早速大きな問題が2つも立ちはだかった。

1つは、ニュースサイトはサイト全体の表現を統一するため、口調を「だ・である」にしなくてははいけないこと。

「です・ます」でしか書いたことがない青年は、どうしても語尾が「～だ」「～だ」のワンパターンになってしまう。なんて素人らしさ満点…。恥ずかしい。しかも、こんな堅苦しい文章は性に合わず、記事を書くたびに「語尾をどう書こうか…」と苦しんだ。

もう1つの問題は、個性の禁止。

少しでも「筆者らしさ」が出た記事は編集部から「ここ修正して下さい」と個性を消すよう指示が入る。安直に「私の1日は1杯のコーヒーから始まる」なんて一文でも書いたら削除対象だ。

今まで自社サイトで好き勝手に書いていた身からすると、個性を消すのは一苦勞。手間をかけてニュースサイトの他の記事と雰囲気をおまじまじ揃える。なんて無味乾燥な記事なのか…。とんでもなく事務的な作業に感じた。

それでも仕事なのでやらなくてははいけない。

まずは「だ・である」の語尾を増やすことから始めた。

ネットで堅苦しい文章を探し、どんな語尾を使っているか抽出した。

探せばいろんな語尾があると気づく。記事を書くときは、自分用にまとめた「語尾メモ」からそれっぽい語尾を選んで使った。

「こんなやり方でいいのか？」と疑問を抱きながらも、なんとか語尾のワンパターンは解消された。



個性を消さなくてはいけない問題も、ひたすら事実の記載と読者への問いかけで乗りきった。「これはこういうことだ」「あなたはどう思う？」…これなら個性は出ない。ただ、記事を書く退屈さは残った。

数ヶ月かけてなんとか問題を解決した後、ニュースサイトの連載には2つの楽しいことがあると気づく。

1つは、記事で紹介した商品の販売者からお礼のメールをもらったこと。記事には商品に対する要望を少しばかり書いたため、「商品の改善に助かります」とメールをもらった。まさか販売者からお礼を言われるなんて。驚きながらも嬉しかった。

もう1つの楽しみは、ニュースサイトにあるランキング。よく見られる記事順に表示され、1時間ごとに更新される。瞬間最高視聴率みたいなもので、青年の記事は毎回ランキングの10位以内に入った。それを見てニンマリするのが楽しみだった。

しかし、ランキングの1位はなかなか取れない。ニュースサイトではみんな似たような記事を書かないといけなため、他と差別化して1位をとるのは不可能だ。

…と思ったのは大間違いで、いつも上位をとるライターがいた。その人物と自分の違いを観察すれば、上位をとるコツが見えてきた。コツをつかんだ青年はランキング1位を度々とれるようになる。このコツは本教材の2章で語ろう。

個性を出せない場所で、読まれる記事をどう書くか？
その方法を得られたことがニュースサイトの大きな収穫だった。

* * *

ニュースサイトに無味乾燥な記事を週刊連載するのも慣れた頃。
「別のメディアにも連載しない？(笑)」
「はいい！？」

上司と何度目かの同じやり取りをした後、今度はエンタメ系サイトに連載することになった。これで記事を書く先は、自社サイト、ニュースサイト、エンタメ系サイトの3つ。正直、ちょっと売れっ子みたいな感じでいい気になった。

それも束の間、エンタメ系サイトの試練が立ち上がる。

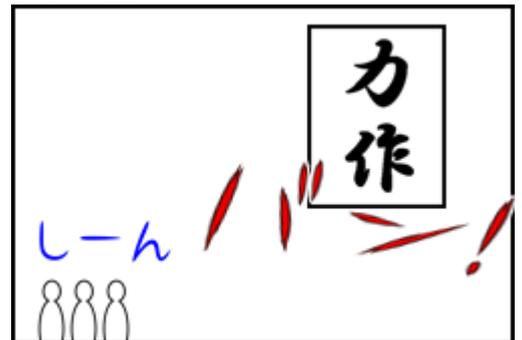
エンタメ系サイトは、その名のとおり「人を楽しませること」が任務。個性を消すニュースサイトとは真逆で、筆者の個性を思いきり出せる場だった。

ニュースサイトの書き方に慣れてしまったこともあるが、そもそも面白い記事の書き方なんて知らなかった青年は、もちろん連載に苦労した。

毎週編集部から閲覧数トップ10の記事が報告される。そこに青年の記事は無い。今までに培った読みやすい・わかりやすい文章力では勝負にならない、ハイレベルな戦場。

ニュースサイトのときに習得した上位を取るコツは使えない。ニュースサイトでは青年の判断に任されていた部分がエンタメ系サイトでは編集部の担当だったためだ。

青年はもがいた。
どうすれば、面白い文章を書けるのか。
どうすれば、人を楽しませられるのか。
そもそも、狙って面白い文章は書けるのか。



毎週全力で記事を書いた。
しかし、ツイッターで記事をつぶやいてくれる読者は、いつもほんの10人前後。
エンタメ系サイトの巨大さからすれば、とてもちっぽけな数値だ。
他のライターの記事は100人以上につぶやかれることもあり、自分の無力さを痛感した。

エンタメ系サイトでは2年以上連載した。が、最後までツイッターで大きく広まる記事は書けなかった。

…たった1記事を除いて。

たった1度だけ編集部にお願ひし、心から書きたい記事を思いきり書いたことがある。
いつも1~2時間で書く文字数を、20分で書き上げた。それほどノリノリだった。

結果、その記事は300人以上にツイッターでつぶやかれた。あまりの拡散ぶりに編集部と青年はびっくらこいた。

記事の閲覧数ランキングでも初めて 10 位以内に入った。その感動は計り知れない。

これまでと比べて 30 倍以上の反応をもらった記事の違いは 2 つあった。

1 つは、ニュースサイトでやった上位を取るコツと同じ。編集部をお願いしたかひがあった。

もう 1 つの違いは、気持ち。

編集部から依頼されたものとは違うジャンルの記事ネタを自ら選び、書かせてもらった。それはどうしても書きたいネタで、なかば趣味が混ざっていたように思う。

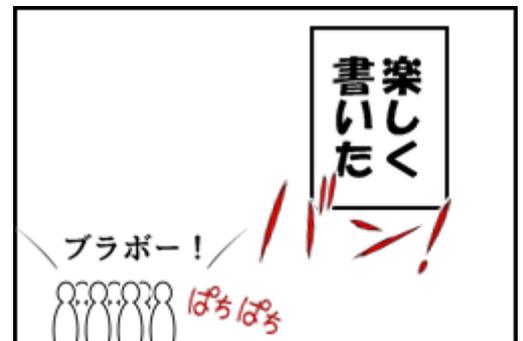
その分、これまでの記事では決して書けなかったウキウキワクワク感が記事からあふれ出た。

その楽しさが読者にも伝わったのだろう。

このエンタメ系サイトの経験は、青年に「楽しく書くこと」の重要性を気づかせた。

自分が楽しまないと読者も楽しめない。

筆者の気持ちは読者に伝わるのだ。



文章力 0 だった青年は文章で生きていく

しばらくサイト運営の仕事をこなした後、青年は退職し、各メディアの連載も辞めた。

その後、縁あってアフィリエイトに出会い、自力で稼ぐ力を身につけた。

アフィリエイトの楽しさを伝えるブログも始め、最初の数ヶ月は怪しまれて読者がつかなかったものの、読者を第一に考えるこれまでの経験が生き、数年後の今では懇親会を開くと集まってくれる人たちがいる。前向きな会話が飛び交う懇親会はとても居心地がよく、素敵な場所。

アフィリエイトのやり方を一対一で教える仕事も始めた。多くの初心者の悩みは、過去の自分と同じ、記事の書き方だった。記事の 1 行目から頭を抱えたペーパーの頃の自分と姿を重ね、懐かしく思いながら、今日も文章の添削依頼に応える。

「まるで赤●ン先生みたい」

文章添削を受けた人から届く喜びの声に、青年はがむしゃらに記事を書き続けた過去の自分を褒めちぎりたくなった。

かつて文章力0だった青年は、いま文章で人を喜ばせている。

* * *

長い長い「まえがき」をお読みいただき、ありがとうございます。
説明は不要と思いますが、この話の「青年」は私、ねこヨーグルトです。

文章力0からもがいて、メディア連載へ至った2年。
教える側に立ち、文章に自信のない人たちに記事の書き方を教えた3年。

計5年間で「記事執筆」について私が学んだことをまとめたものが、本教材「文才ゼロから始める Web 記事執筆術(略して、才ゼロ)」です。

記事(文章)の書き方に悩む方は多いですね。アフィリエイトに挑戦するほぼ全員が記事執筆で手が止まってしまいます(アフィリエイトをしなくても、記事の書き方で悩む方は多いです)。

記事執筆に悩むのは、昔の私も、いま私に学ぶコンサル生も同じ。

「これは一度、記事の書き方をちゃんと解説したほうが学びやすいな…」
と思ったことが本教材を執筆するきっかけでした。

1ヶ月くらいで完成するだろう、と思った当初の予想は大きく外れ、記事執筆初心者のために具体例を多く入れたらページ数が増える増える…!

ついには、600ページを越えてしまいました。本屋に並ぶブアツイ本と同じくらいです。

しかし、そのぶん今までにはない、わかりやすい教材に仕上がったと自負します。

あなたは私の5年のノウハウをたった数時間で知ることができます。
基本的な記事の書き方、記事ネタ選定、情報発信者としての心構え…思いつく限りのことはここに込めました。

自分の言いたいことがするっと出てくる、自分の伝えたいことがすんなり伝わることは楽しいものです。あなたが「文章」という一生モノの武器を軽々と振り回せるよう、応援しています。

本教材で学び、ぜひ読者が喜ぶ記事を書いてください。

「読者からコメントをもらえた!」「訪問者が増えた!」と喜びの声をいただけたら、私もライター冥利に尽きます。

2015年1月 ねこヨーグルト

情報発信者の心構え

「起承転結」では生き残れない世界へようこそ

1. 情報発信者として生きるために

素人でも玄人でも、Web に記事を公開した瞬間から「情報発信者」です。

記事を書くと決めた瞬間から、
あなたには情報を発信してご飯を食べて行ける
権利が生まれます。

【Web(うぇぶ)】
インターネット回線を
介して情報を得られる
世界のこと。

しかし、情報発信者として生きていける人はごくわずか。
数多くの方が、情報発信者とは何なのか分からないまま消えていきます。

もし、消えた先人たちが「情報発信者に必要なもの」を知っていれば、
未来は違ったかもしれません。

情報発信者にはいろいろな人がいます。

- ・ 影響力のあるブログを運営して広告収入でご飯を食べるブロガー
- ・ ノウハウ提供や商品紹介で収入を得るアフィリエイトやインフォプレナー
- ・ 自社商品を買うであろう顧客を集める企業サイトのブログ担当者

どの仕事で生きるにしても、普段の情報発信が肝です。

どの仕事でも情報発信の心構えと技術は共通。

あなたがブロガーでも、アフィリエイトでも、企業のブログ担当者でも、本教材にある心構えや技術を実践すれば、読者の反応はより良くなる可能性が高いでしょう。

本章「心構え」の解説内容は、情報発信者の心構え(考え方)です。

2章以降の技術(コツ)を活かせるかどうかは、あなたの心構えに大きく左右されるため、最初にお話しします。

自分にはダメだ、この教材は嘘だ、などの後ろ向きな考え方をすれば、身になりません。
自分にはできる、教材のすべてを習得する、と前向きなら、どんどん上達します。

それほど大事な心構え。

本章で胸に刻み、2章へ進んでください。

1-1. あなたが記事を書く目的は？

なぜ、あなたは記事を書きたいのですか？

私たちが記事を書く目的はただひとつ。

アフィリエイト報酬や広告収入、自社商品やサービスの購入者を増やすため、です。

収入に繋げるために良い記事を書き、読者と信頼関係を築きます。

「収入に繋げるため」と聞くと「自分はお金のためにやってるんじゃない！」と嫌悪感を示す人がいますが、これから私たちがやることは「情報発信」です。

新聞記者や雑誌のライターと同じ、立派な職業。
お金をいただくに値する仕事だと自覚しましょう。

むしろお金をいただかないのは、「無料だから、自分が失敗しても許してね」とあらかじめ言い訳を用意しておく「逃げの表れ」と言えるかもしれません。

お金をいただくに値する記事を書く。

ひとつの仕事として記事を書く。

「報酬をお支払いするので書いてくれませんか？」と言われる人になる。

そんなつもりで記事執筆に取り組んでいただければ幸いです。

プロ意識のある人は、今はダメダメでも、ゆくゆくは良い記事を書けます。

臆する必要はありません。

あなたの記事で人を喜ばせることを考えながらいきましょう。

まとめ

- ・記事を書く目的は「収入に繋げる」
- ・記事を書いてお金をいただくことを立派な職業と認識し、胸を張る

1-2. 粗悪な記事を生み出す人たち

良い記事を書けば、読者の信用を得られ、収入に繋がります。

しかし、悪い記事を書けば、読者の信用を失い、収入に繋がることはありません。

悪い記事とは以下のどちらかを満たす記事を言います。

- ・読者の求める内容がない
- ・内容がわかりにくい

悪い記事を書いてしまうアフィリエイトは多いです。

※アフィリエイトとは…アフィリエイトをする人

※アフィリエイトとは……Web で商品などを紹介することで報酬をもらえる仕組み

「読者の求めない内容」とは、例えば

収入を得るために、商品の販売ページを丸写ししたような商品紹介記事のこと。

でも、そんな記事では読者の知りたい内容がないため、収入に繋がりません。

読者は販売ページに載ってない使用者の感想を知りたいのです。

「内容がわかりにくい」とは、例えば何を言ってるのか分からなかったり、

話がぐちゃぐちゃだったりすれば、ページを閉じられ、収入に繋がりません。

悪い記事を書けば収入に繋がらないのですが、その理由を理解しない、

もしくは、改善方法を知らないために、悪い記事を書き続けてしまう人は多いです。

誤解のないように言うと、良い記事を書くアフィリエイトもいます。

そうした人はちゃんと読者から喜ばれ、報酬も得られます。

良い記事を書くアフィリエイトが少しでも増えるように、というのも本教材を執筆した理由のひとつです。

良い記事を書き、読者に喜ばれながら収入に繋がしましょう。

アフィリエイト、ブロガー、企業のブログ担当者問わず、良い記事を書くことが収入に繋げるためには必須です。

まとめ

- ・ 悪い記事を書くと収入に繋がらない
- ・ 悪い記事とは次のどちらかを満たすもの
 - ・ 読者の求める内容がない
 - ・ 内容がわかりにくい

1-3. 良い記事の条件

読者は良い記事を求めます。良い記事の条件は以下の両方を満たすものです。

重要

良い記事の条件

- ・ 読者の求めるものがある
- ・ わかりやすい

どちらかが欠けてもいけません。

「読者の求めるもの」とは、例えば
私が「豊の目の数え方」の記事を書いたら誰が読むでしょうか。
きっと誰も読みません。誰も求めない情報だからです。

しかし、「異性にモテる方法」なら読みたい人は多くいます。
これが「読者の求めるもの」の違いです。
(詳しくは「2章.記事ネタ」で解説します)

「わかりやすさ」とは、例えば
多くの人を求める「異性にモテる方法」の記事を書いたとしても、
内容が「モテる人の真似をすればいいんだよ」だけなら
読者は具体的な方法がわからず怒るでしょう。

内容が薄い、説明が抽象的、解説が難しい…などの「わかりにくさ」は
悪い記事の条件です。

逆に、**内容が濃い、説明が具体的、解説がやさしい…など**
読者に記事の内容をわかりやすく伝えることが良い記事のもう一つの条件です。
(詳しくは3章以降で解説します)

読者の求める良い記事をたくさん書けば、読者と信頼関係を築けて収入に繋がります。

まとめ

- ・ 良い記事とは以下の両方を満たすもの
 - ・ 読者の求めるものがある
 - ・ わかりやすい

1-4. 最初から良い記事を書けなくて当たり前

私たちは最初から悪い記事を書こうとして書くわけではありません。
がんばって書いたものが知らず知らずのうちに悪い記事になってしまうのです。

読者の求める内容を把握する。
言いたいことを分かりやすく読者へ伝える。

これらを最初からできる人は少数です。
なぜなら、私たちは学校で「文章の書き方」を学ばなかったから。

宿題や課題で作文や読書感想文は出ましたが、
Webの記事をうまく書くための技術は学ばませんでしたよね。

そのため、私たちの記事を書く力…
「記事力」は、悪い意味で「みんな同じ」です。

【Web(うえぶ)】
インターネット回線を
介して情報を得られる
世界のこと。

同じスタートラインから記事の書き方を学んだ者だけが上達し、
それ以外の者は子どものような記事力のまま、全世界に情報を発信します。
(150文字しか書けなかった昔の私と同じように…)

記事力が無ければ、あなたの伝えたいことは読者に伝わりません。
読者はあなたの記事にイラッとして、ページを閉じるでしょう。
数千文字、数百記事を書いても読者のハートをつかめずに終わります。

記事力を鍛えましょう。

サイトやブログで情報を発信するなら、
記事執筆の考え方と技術を学び、練習して身につける必要があります。

ただ闇雲に記事執筆を練習するのでは効率が悪いので、
本教材を見ながら練習してください。

私から記事執筆のコツを聞いて3ヶ月ひたすら書き続けたコンサル生は
めきめきと読みやすい記事を書けるようになりました。

現在の本人は最初の頃にした自分の記事を恥ずかしがるほどです。

あなたも今の記事が恥ずかしくなるくらい、記事力を鍛えましょう！

まとめ

- ・ 学校で学ばなかったため、良い記事を書けないことは当たり前
- ・ 練習して記事力(記事を書く力)を鍛える
- ・ 良い記事を書けるようになれば記事執筆でご飯を食べていける

1-5. Web の記事には特有のコツがある

作文や書籍、論文などの文章の書き方と
Web に載せる記事の書き方に違いを感じませんか？

その違いの正体は「読者の行動の違い」にあります。

本なら1ページ目から順番に読む読者も、
サイトやブログの場合は気になった記事を好き勝手に読みます。

また、読者はあなたのサイトだけを読みません。
複数のサイトの記事を横断的に読み捨てます。

…はい、読み「捨てる」のです。
あなたも昨日読んだ記事なんて覚えてないでしょう。

そんな無慈悲な読者たちの興味を惹くことに成功し、サイトに呼んだら、
他の記事も次々と読んでもらって、サイト(または、あなた自身)を好きになってもらい、
ゆくゆくは商品の購入に至ってもらいます。
…大変ですね。

大変ですが、Web を介して仕事をするなら、Web ならではの記事の書き方が求められます。

と言っても難しくはありません。
記事を書くには大きく分けて2つのことを覚えれば十分です。

1. 記事の型
2. 記事の執筆手順

【Web(うへぶ)】
インターネット回線を
介して情報を得られる
世界のこと。

【サイト】本教材では、
サイトもホームページも
ブログもすべて「サイト」
と表記します。

まとめ

- ・読者はいろんなサイトを記事を読み「捨てる」
- ・目の肥えた読者にサイトを好きになってもらわなくてはいけない
- ・書籍と Web の記事では読者の行動が異なるため、Web の記事専用の書き方が必要
- ・記事を書くために覚えることは、「記事の型」と「執筆手順」の2つ

1-6. 本教材の解説内容

記事執筆において覚えることは「記事の型」と「執筆手順」の2つと言いました。しかし、その2つを構成するコツや考え方はたくさんあります。効率よく学んでいただくため、以下の4つに分けて解説します。

1. 心構え編

1章. 心構え

2. 基礎編

2章. 記事ネタ

3章. 記事構成

4章. 執筆手順

3. 応用編

5章. 商品紹介

6章. 個性的な文章

4. 整理編

7章. 整理

「1. 心構え編」では、読者に好まれる記事(文章)を書くための考え方を解説します。技術だけでは不十分です。考え方を身につけてこそ、記事の質は高まります。

「2. 基礎編」では、記事(文章)の書き方を具体的に解説します。本教材のメインはここですが、考え方と一緒に習得すれば書ける記事の幅がグーンと広がります。1章~4章を繰り返し学んでください。

「3. 応用編」では、基礎編で学んだコツを商品紹介などに活かす方法を解説します。基礎編で学んだ「型」にあなたらしさを加える個性的な文章もここで解説します。

「4. 整理編」では、記事(文章)の整え方を解説します。記事に読みにくさや分かりにくさがある場合、ここを参考に改善すれば読者に伝わりやすくなるでしょう。

上記の4つとは別に、教材のいたるところに
上記で学んだことを身につけるための実践があります。

文章は書いてナンボです。練習しないと身につけません。モリモリ書いてください。

なお、本教材は印刷して読むことをおすすめします。

印刷すればすぐに読み返せたり、メモできたり、教材を見ながら記事を書けたり…と
とても便利です。

印刷した教材を見ながら、記事を書いてください。



<本教材を読むにあたって注意点>

記事執筆のノウハウや考え方はたくさんあります。

一気に頭に詰め込もうとすれば、間違いなくパンクしてしまうでしょう。

消化不良を起こさないよう、本教材のノウハウは少しずつ食べ進めてください。
ゆっくりでいいんです。

ゆっくりと1つずつコツを習得していけば、
自然とあなたの記事は素晴らしいものになります。

「今日はこのコツを取り入れて書いてみようかな♪」
と楽しみながら、練習してください。

詳しい練習方法は本章の後のほうにまとめました。

「3. 記事執筆の練習場を作る」を見てください。

1-7. 用語の説明

本教材に登場する用語の説明です。

Web

インターネット回線を介して情報を得られる世界のこと。「うぇぶ」と読みます。

「インターネット」と「Web」は厳密には違うものなので、本教材では「Web」を使います。

サイト

本教材では、サイトもホームページもブログもすべて「サイト」と言います。

「ブログ」や「メルマガ」と表記がある場合は、その箇所ではサイトと別物としてブログやメルマガについて解説しているとお考えください。

アフィ美とエイ子

私の自作マンガ「あふいみ☆えいこ」の登場人物です。

「よくある初心者の質問と回答コーナー」として登場します。

本教材の題材ではどうしても文字ばかりの解説になり読み疲れてしまうと思い、小休止の意味も兼ねてます。お楽しみいただければ幸いです。

2. 読者に好かれる考え方は「読者第一」

「1-2. 粗悪な記事を生み出す人たち」では、良い記事を書くアフィリエイターと悪い記事を書くアフィリエイターについて、前者は収入を得て、後者はまったく収入に繋がらない、と紹介しました。

では、良い記事を書くにはどうすればいいのでしょうか？

良い記事を書くための根底には、「読者第一」の考え方があります。

- ・読者は何を知りたいのか？
- ・読者はこの書き方で理解できるか？
- ・読者はこの情報だけで足りるか？

：

これらの「読者を第一に考える読者視点」こそ、記事執筆において真っ先に必要なものです。

本教材を読み進めれば、「読者第一」の考え方を何度も感じられるでしょう。

すべては読者のために。

この考え方に気づけたおかげで、私はライター時代に読者から喜びの感想をもらえ、世間的に少し印象の悪いアフィリエイトの世界でも読者から信用を得られました。

無名でも、「読者第一」の姿勢を貫けば生き残れるのです。

では、「読者第一」とは逆の「自分本位」の姿勢ではどうなると思いますか？

- ・今日は疲れたから記事おわり。詳しく書かないで公開しちゃえ
- ・面倒くさいから「あとは自分で調べてね」っと
- ・収入増やしたいなあ。商品をどんどん紹介しよう。これを買え～良いモノだぞ～

：

あなたが読者なら、こういう記事を見てサイトを好きになるでしょうか？

…なりませんよね。

自分本位の記事を書けば、読者は増えず、収入も増えません。

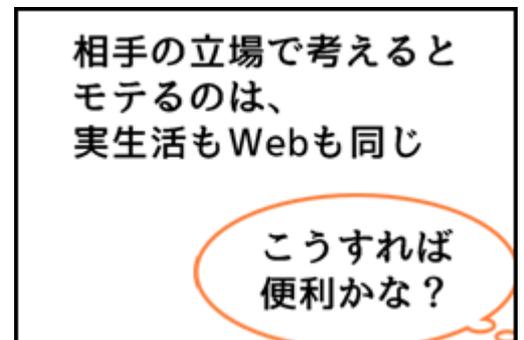
【良い記事】
読者の求めるものが分かりやすく書かれた記事

読者の立場になって考えること。

それが読者の視点を身につける第一歩です。

あなたにも「読者第一」の考え方を身につけていただくため、
これから「読者第一」の具体的な考え方を 11 個紹介します。

「なるほど、こういうことが読者第一なのか」
と感じていただければ幸いです。



2-1. 記事は信頼構築ツール

記事を書く目的は、「収入を得ること」でした。
その手段に「記事で読者と信頼関係を築く」があります。

信頼関係を築く必要があるのは、読者は基本的に記事の内容を疑うから。

過去、Yahoo!ニュースの隅っこに記事を連載した私が強く感じたのは
筆者が同じでも掲載する媒体によって読者の反応がまったく変わることです。

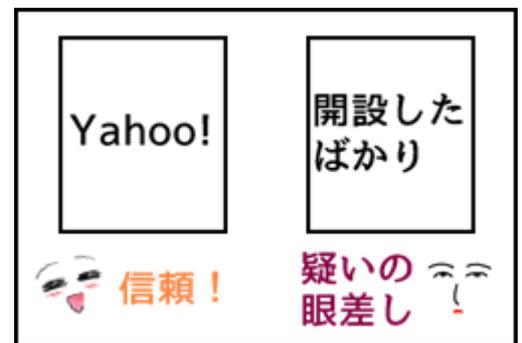
例えば、Yahoo!ニュースで「海外で地震発生！」と記事が掲載されれば
「なんだって！ えらいこっちゃ！」と大勢の人が慌てますが、
開設したての個人のブログに同じ記事を載せても「それホント？」と疑われます。

この差は「サイトの信頼度」です。
目に見えない「信頼度」は、良い記事を書き続けることで高まります。

しかし、開設したばかりのサイトや悪い記事ばかりなら信頼度は低いです。
サイトに信頼が無ければ、気合いを入れて書いた商品紹介記事からも
成約は出ません。

【サイト】本教材では、
サイトもホームページも
ブログもすべて「サイト」
と表記します。

記事を読むのは人間です。
記事執筆は人と対面しませんが、
人を相手にする仕事であることは忘れてはいけません。
あなたも初対面の人をいきなり信用することは
難しいですよ。



Web でも同じく、サイトの信頼度は0から始まるものと認識して、
1日でも早く読者から信用されるように良い記事を増やしましょう。

【Web(うへぶ)】
インターネット回線を
介して情報を得られる
世界のこと。

まとめ

- ・サイトには見えない「信頼度」がある
- ・どんなサイトも開設直後の信頼度は0
- ・サイトの信頼度が低ければ、商品を紹介しても買われない
- ・サイトの信頼度を高める方法は、良い記事を書き続けること

2-2. ストレスを与えない

ストレス社会、ニッポン。

ただでさえ人間関係や仕事でストレスにさらされるのに
Webの記事を読むときもストレスを感じるなんてイヤですね。

読者にストレスを与えれば、イライラして記事の途中でもページを閉じます。
読者をイライラさせないことは、情報発信者の「おもてなし」です。

ストレスのない記事を書けば、読者は「読みやすい!」と感じます。

イライラする記事とは、例えば以下のもの。

- ・結論がなかなか出てこない
- ・何を言ってるのか分からない
- ・専門用語がよく出てくる
- ・表示が遅い
- ・文字がぎゅうぎゅう詰め
- ・必要以上にカラフル
- ・文字の色が薄い



あなたも読者として身に覚えがないですか？
上記以外にも読者をイライラさせるものはすべて NG です。
今日から「脱イライラ」でいきましょう。

具体的な脱イライラ法については、「7章.整理」を見てください。

まとめ

- ・読者にストレスを与えないこと
- ・読者にストレスを与えれば、記事の途中で閉じられる
- ・ストレスのない記事を書けば、読者は「読みやすい!」と感じる
- ・ストレスのない記事にするための方法は「7章.整理」を見る

2-3. 読者は忙しい！

不思議なもので、私たちは記事を書いたらそれがどれだけ長い記事でも、読者は全員が最初から最後まで舐めるように読んでくれると期待します。

が、そんな読者は絶滅危惧種くらいいません。

私たちが読む側になったときを思い出してみれば簡単にわかりますが、長い記事の場合、途中で閉じるか、ページをさき一っと眺めるように読みます。

1 記事を読む時間なんて少ないですよ。

そう、読者は忙しいのです。

仕事中に記事を読む人は、上司や部下に声をかけられたら途中で読むのをやめます。
電車で記事を読む人は、降りる駅が来たら途中で読むのをやめます。
家で記事を読む人は、夕飯の号令がかかったら途中で読むのをやめます。

こんな状況の読者は多いため、なかなか結論を言わない記事だったり、前置きが長かったり、余談が多かったり…などの記事は読者をイライラさせるだけ。

忙しい読者のためを考えて記事を書きましょう。

長い記事を一字一句じっくり読んでくれるなんて幻想は早めに捨てて
忙しい読者が読みやすいように記事を書くと、読んでもらえるようになります。

まとめ

- ・読者は長い記事を一字一句読まない
- ・前置きが長い、結論が遅い、余談が多い…などの記事は読者をイライラさせる
- ・忙しい読者が読みやすい記事を心がける

2-4. 良い記事が第一、面白さや個性は二の次

良い記事の条件は「読者の求めるものがある」と「わかりやすい」でした。
良い記事を書けば読者と信頼関係を築け、収入に繋がります。

しかし、この流れを無視し、面白さや個性的な文章に挑む人がいます。
その動機は「他のサイトに埋もれたくない」や「読者を楽しませたい」といったもの。

読者を楽しませたい心意気は素敵ですが、残念ながら読者はそれを求めません。

あなたが Yahoo! や Google で検索するとき、面白さを求めますか？
他のサイトと違う文章を求めますか？

そう、面白い記事や他のサイトと違う文章を求める読者はとても少数です。
また、面白い記事で勝負できるほど文章力のある人も少数です。

個性的な文章や面白い文章は本教材でも解説しますが、
難易度は最も難しいラスボス級のコツとして登場します。
(「6章. 個性的な文章」で解説します)

【サイト】本教材では、
サイトもホームページも
ブログもすべて「サイト」
と表記します。

読者が求めないのに、苦勞して難しい文章を書くのは時間がもったいないと思いませんか？

情報発信者の私たちが書くべきは、読者の知りたいことに答える記事であり、
それを分かりやすく伝えることです。

面白さや個性は二の次で ok。
まずは読者の求めるものを出せる & 伝えられるようになりましょう。
わかりにくい文章しか書けないなら、面白さを狙ったところで笑ってもらえません。

まとめ

- ・面白さや個性的な文章を書きたい人は多いが、読者は求めてない
- ・まずは良い記事(読者の求めるものがある+わかりやすい)を書けるようになること
- ・良い記事を書けるようになったら、面白さや個性的な文章に挑戦すると良い

2-5. 日記ではなく記事を書く

「記事をたくさん書いたのに読者が増えない！」という人の記事を見ると記事ではなく「日記」になってしまっていることがあります。

記事と日記の違い、わかりますか？

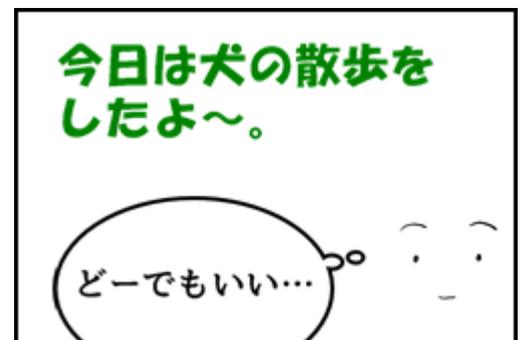
記事とは、読者にとって有益な情報を提供するものです。
読者の知りたいことを読者のわかりやすいように書きます。

日記とは、メモや日々の出来事などを自分用に書くものです。
ミクシィやフェイスブックなどで書く日記は、誰かに情報を与えることより自分のことを書いて反応をもらいたい、と自分本位の目的で書かれます。

日記は読者にあなたのことを知ってもらうには有効ですが、
読者が真っ先に求めるのは、あなたの情報ではなく、読者の知りたいことです。

このことを頭に置き、日記より記事を優先して書きましょう。
(記事の書き方は「4章.執筆手順」で解説します)

ちなみに、「日記でも収入に繋がられる」と言う人がいます。
そういう人の日記を見ると、成功談や失敗談、ノウハウ、
商品を使った様子など、読者の知りたいことが載った
「記事」であることが分かります。



読者の求めるものが書かれていれば合格です。

まとめ

- ・記事とは、読者の知りたい情報を提供するもの
- ・日記とは、日々のできごとなどを自分用に書いたもの
- ・日記ではなく記事を書く
- ・読者が欲しいのは、あなたの情報ではなく、読者の知りたい情報

2-6. とことん初心者向けに丁寧に

記事ネタのを見つけ方にしても、記事の書き方にしても、大事なのは「初めてやる人(初心者)の気持ちで疑問を探し、すべての答えを載せること」です。

小学生が初めて電車に乗るときは不安でいっぱいでしょう。
高校生が初めてバイトの面接を受けるときも不安でいっぱいです。
田舎に住む人が初めて上京するときもドキドキのはず。

今この瞬間にも「初めて」に挑戦する人はいます。
不安を解消しようと解決策を Web に求める人も多いです。

そんな初心者の気持ちを思い出す、察することが重要です。

【Web(うえぶ)】
インターネット回線を
介して情報を得られる
世界のこと。

初心者の気持ちが分からなければ、以下の「読者の二大疑問」を覚えてください。

読者の二大疑問

- ・なぜ? どうして?(理由)
- ・どうやって?(方法)

どんなことにも上の2つを問いかければ、たちまち初心者の抱く疑問がわかります。

例: 観光地をまわるとき、移動手段に電車を勧める記事に対する初心者の疑問

- ・なぜ電車で移動する?(理由)
- ・どうやって(どの)電車に乗る?(方法)

初心者の気持ちを察する他の方法としては、
中学生の頃の自分になったつもりで考える方法もあります。
(ダイエット情報なら初めてダイエットをする、観光なら初めてその観光地に行く、など)

すでにその分野の知識があると初心者の気持ちになるのが難しいことがあります。
かなり集中しないと「初心者の疑問」は見えません。

例えばゲームなら、1画面ごと、1文ごとに

「この説明で初心者はわかるか? 何か疑問を持たないか?」と自分に問いかけます。

もし、公式サイトやゲーム内のヘルプ画面に答えがあっても、読まない人がいるためあなたのサイトにすべての疑問の答えを載せることは必要でしょう。

観光サイトなら、初めて行く中学生なら不安でいっぱいです。
どの電車に乗ればいいのか、どの道順で回ればいいのか…その不安にすべて答えます。

記事を書くときにこんな疲れることをわざわざしないので、多くのサイトには初心者向けと言えない記事がたくさんあります。

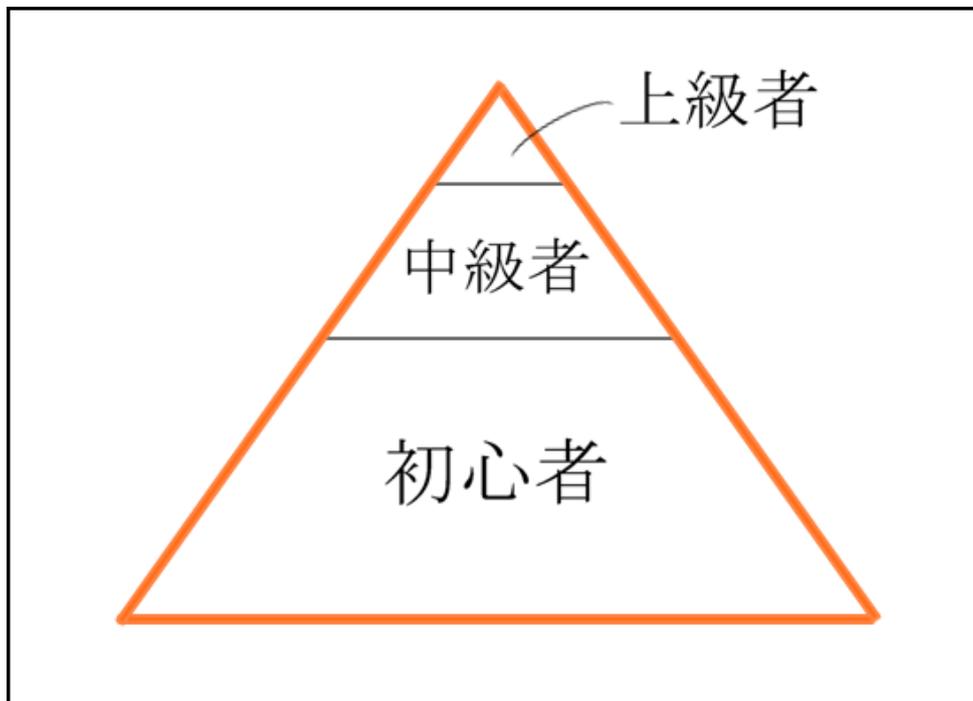
【サイト】本教材では、サイトもホームページもブログもすべて「サイト」と表記します。

だから、あなたがやれば読者から感謝されます。
今からでも遅くはありません。

初心者向けに情報発信する理由は、
どんな分野でも初心者の人数が最も多いためです。

単純にサイトに訪れる人数が多ければ、そのぶん収入に繋がります。
無理して中級者向けや上級者向けに難しい情報を発信する必要はありません。

< 熟練度と人数の割合 イメージ図 >



ちなみに、とことん初心者向けにサイトを作ると決めたとき
「上級者から『くだらん!』と怒られないかな…」と心配になるかもしれませんが、
心配無用です。

上級者からすれば、あなたのサイトは初心者向けと一瞬で分かるため、
得られる情報は無いと判断して別のサイトに行きます。

わざわざ「そんな簡単なこと知ってるぜ!」と絡んでくるヒマな上級者はいません。
良いサイトを作れば、上級者は温かい目で見守ってくれたり、初心者にあなたのサイトを
紹介してくれたり、と味方になる場合が多いです。

あなたも例えば料理のレシピを探すとき、
たまたま「4歳から挑戦しよう。カンタンおにぎりの作り方」なんて記事を開いたら
「そんな簡単なこと知ってる!」とはコメントを書きませんよね。

同じように、上級者は大人げないことをしないものです。

もし、そんな大人げない人が来たら温かい目で無視するか、
大人の対応をしましょう。
めったに来ませんけども。



安心してサイトの記事はとことん初心者向けに書きましょう。

2-6-1. 自分のサイトで読者の疑問すべてに答える

「2-6. とことん初心者向けに丁寧に」に関連して。

自分のサイトで読者の疑問にすべて答えることを意識しましょう。

もし以下の考え方をもちなら、今すぐやめたほうがいいです。

- ・他のサイトに書いてあるから記事にしなくていいや
- ・書籍や雑誌を読み漁れば分かるから、記事にしなくていいや
- ・検索すれば分かるから記事にしなくていいや

読者は他サイトや書籍などに情報があることを知らない可能性があります。

そんな読者に情報を届けるのも情報発信者の仕事です。

「このサイトに載ってたよ」と情報を紹介する一手間をかけるか
あなたの言葉で解説することで、読者は喜びます。

例外として…

書籍や雑誌など「情報が売り物」の商品をアフィリエイトする場合、
読者の知りたいことにすべて答えてしまうと
商品を買ってもらわなければならない必要が無くなってしまいます。

この場合、記事に書く情報を絞ることも考えましょう。

「他サイトに載ってたよ」と同じように「この本に載ってたよ」と紹介すれば ok です。

私たちがやるのは、無償ボランティアではなく、仕事です。

考えなしの無償提供は業界に悪影響を及ぼしたり、法に触れたりすることもあります。

例：書籍の内容を Web にすべて書く→書籍が売れなくなる&著作権の問題

例外その2。

どうしても自分より知識が上の人に情報発信しないといけない場合、
自分では書けないような詳しい記事のある他サイトを紹介したほうが
読者と自分双方にとって効率的です。

紹介方法は、上の書籍の紹介と同じで問題ありません。

2-6-2. 自分より知識が上の人に情報は出さない

記事を書くうち、徐々に内容が自分以上の中級者・上級者向けになることがあります。これを自覚しているなら良いのですが、無自覚なら冷静になりましょう。

誰でも自分より知識が上の人にノウハウは出せないからです。

例えば、カラオケで 80 点を取れる人は、79 点以下しか取れない人たちに「80 点を取る方法！」と情報発信できませんが、自分より上の 90 点を取る人に「100 点を取る方法」は教えられません。

しかし、たまに背伸びして 90 点を取る人に上達方法を教えようとする人がいます。

このマズイ点は、実力の伴わない記事を書いた結果、読者が「実践したのに 100 点取れない！ ウソじゃん！」となり、サイトの信用を無くしてしまうことです。

無理して背伸びすることは、上級者の読者にとって為になりません。求めるものを得られない記事を読んでもらっても、読者にとって時間のムダですね。

初心者向けの記事をたくさん揃えれば、上級者が初心者に「あそこのサイトを見るといい」と紹介してくれることがあります。

自分より知識が下の読者のために、自信をもって情報発信しましょう。
無理に背伸びする必要はありません。

まとめ

- ・記事は初心者向けに丁寧に書く
- ・初心者向けに書く理由は、どの分野でも初心者の割合が多いため
＝サイトに訪れる人が多い
- ・初めて挑戦する人(初心者)の気持ちで疑問を探し、すべての答えを書くこと
- ・初心者の気持ちを察すること、思い出すこと
- ・中学生の頃の自分が挑戦したらどんな疑問を持つか想像する

- ・ 初心者の気持ちがわからなければ、「読者の二大疑問」を覚える
 - ・ なぜ? どうして? (理由)
 - ・ どうやって? (方法)

- ・ 初心者向けのサイトを作っても、上級者から怒られる心配はなし

- ・ 他のサイトに読者の疑問の答えがあったとしても、読者は気付かない可能性がある
- ・ 自分のサイトで読者の疑問にすべて答えるつもりで記事を書く
 - ※他サイトや書籍のコピペやリライトはNG。あなたのオリジナルの記事を書く

- ・ 自分より知識が上の人にノウハウは書けない
- ・ 無理に背伸びして書くと、その記事を実践した読者から信用を失う

2-7. 答えがなくても答えを教える

マニュアル大好き日本人。答えがない問題に対しても答えを求めます。

例えば、本教材も「Webの記事の書き方」というハッキリとした答えのない問題について、私なりの答えをまとめたものです。

でも、あなたは「これが答えか！」と真剣に読みますよね。

同じように、情報発信者として求められたら答えを示すことが大事です。

【Web(うぇぶ)】
インターネット回線を介して情報を得られる世界のこと。

例えば、「おすすめ観光ルート」が良い例。
富士山好きの人が「初めて行くならこのルートで行こう！」と言えば、初めて富士山観光をする人はその通りに周ります。

観光ですから好き勝手にブラブラすればいいのですが、
「失敗したくない」「時間を無駄にしたくない」という考えが働くのか
読者は答えを求めます。

ただ、詳しく知らないのに「このルートがいいよ」と書いてはいけません。
読者がそのルートを行ってガッカリしたら、サイトの信用を失います。
「2-1. 記事は信頼構築ツール」「2-7. 自分より知識が上の人に情報は出さない」のとおり
信用を裏切る記事は書いたらダメです。

「答えのない問題に答えを提示する」
この考え方が身につけば、書ける記事の幅はとて広くなります。
(おすすめ観光ルートの記事なら、1つの観光地でも複数のルートを考えられます)

まとめ

- ・読者は答えがないものに対しても答えを求める
(最も早く効果を得られる方法、失敗しない方法、効率的な方法…)
- ・答えがないものでも具体的に答えを教えると感謝される
- ・読者の信用を裏切る記事を書いてはいけない

2-8. 何事もキツパリ言う

どんな記事を書くときも、あいまいな態度はやめましょう。

商品紹介記事で言えば

「本気では勧められないけど、報酬額が高いからまぐれでも売れないかな…」
のような気持ちで書くと自分では気付かない変な態度の記事になり、
買ってくれる読者は少なくなります。

文章は不思議なもので、文字にしなくても書き手の気持ちが読者に伝わります。
第六感、でしょうか…。

商品紹介以外の記事でも、

「この問題を解決する方法はこれがいいかも…いや、たぶんだけど…」のような
あやふやな書き方はやめましょう。

読者からすれば、あなたは頼りになる先輩です。

そんな先輩があやふやな物言いをしたら、読者は信用しようか迷いますね。

信頼構築のための記事なのに、信用してもらえなかったら意味がありません。
記事ではきつぱりと言い切ることが大事です。

ただ、「2-7. 答えがなくても答えを教える」でも言ったとおり
知識がないなら「こうすべき！」はNGです。読者の信用を裏切ることになります。
初心者に教えられることは自信をもって言い切りましょう。

まとめ

- ・ あいまいな言い方はやめてハッキリ言う
- ・ 読者から見れば、あなたは頼りになる先輩
- ・ あやふやな物言いなら信用されにくい
- ・ 教えられないことを「こうすべき」と言い切るのは、読者の信用を裏切るのでダメ

2-9. 早さ、詳しさ、面白さ

ライター業務中に私の気付いたことのひとつに
「時間の経過で需要が変わる3つの情報」があります。
それが「早さ、詳しさ、面白さ」です。

1つ目の「早さ」とは、早い情報のこと。

テレビのニュースでも銀行強盗や通り魔など、事件があるとすぐに情報が出ますよね。
情報を早く出せるほど視聴者が増えるため、どこも必死になって情報を出します。

私たちが同じように、記事を書くときは「とにかく早く」を意識したいものです。
ゲームの攻略記事ばかり、流行の話題ばかり、新商品のレビューばかり。

情報を早く届けられるなら、ツイッターのような短文の投稿でも ok です。
株主総会や新商品の発表会に参加する人の中にはツイッターで連続投稿する人もいます。
どこよりも早く出せるなら情報は小出しでも構いません。

2つ目の「詳しさ」とは、詳しい情報(情報量、情報の正確さ)のこと。

情報の早さで負けるとき、ライバルと差をつけるためにどこよりも詳しく情報を出します。
テレビのニュースでも事件が落ち着くと「今回の事件をおさらいしましょう」と
詳しく解説しますよね。

Webの記事も同じで、読者は「早さ」の次に「詳しさ」を求めます。
情報を小出しにして落ち着いたら、詳細をまとめた記事も書くといいでしょう。
早さでライバルに勝てないなら、最初から詳しさ狙いで記事を書くのもアリです。

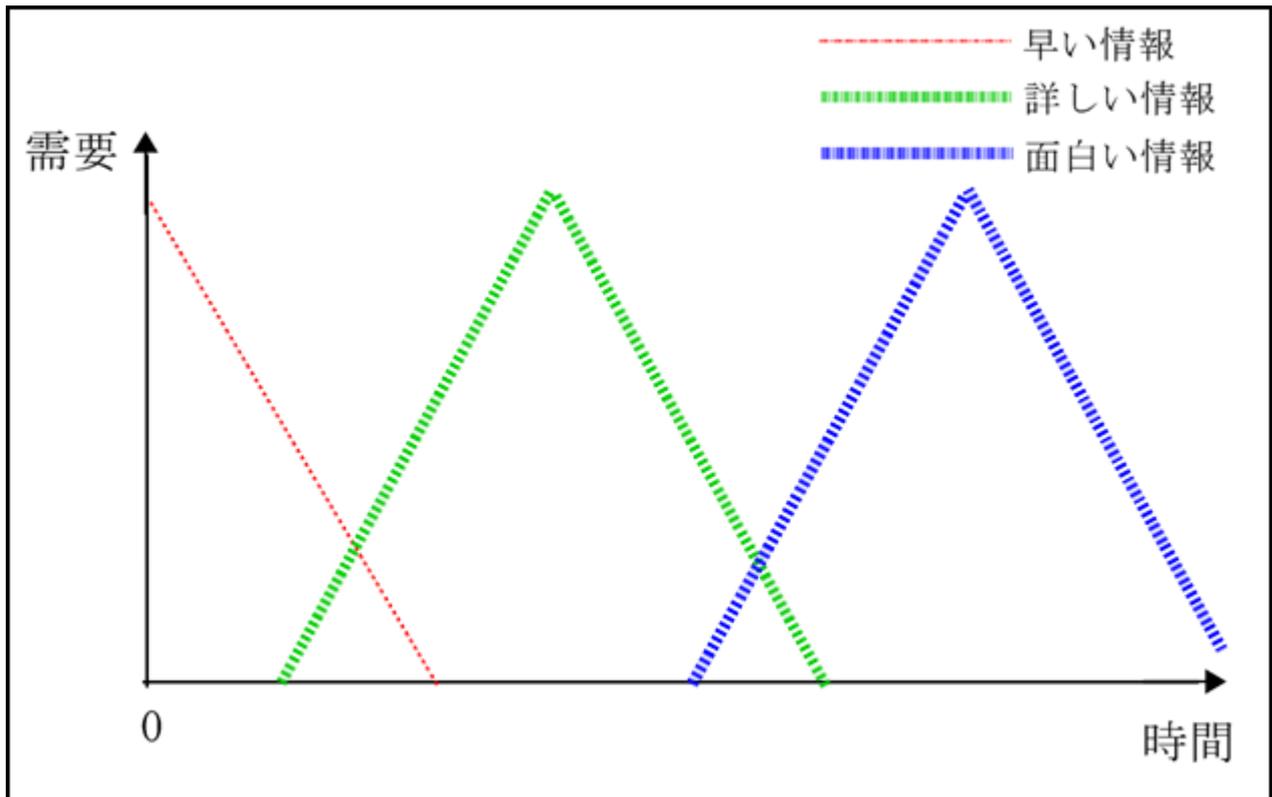
3つ目の「面白さ」とは、これまでの2つとは別の切り口で情報を届けること。

3つの中では最も遅く出す情報(記事)です。
すでにライバルサイトが速報や詳しい記事を出してしまった場合の差別化として、
面白さや心ゆさぶる切り口で記事を書きます。

例えば、2014年はゴーストライターの作曲家や STAP 細胞の科学者、
大泣きした議員などが世間を騒がせました。

彼らの情報も早さ→詳しくと出てきて、
最後はツイッターなどで面白画像にされて面白がられていました。
さすがに面白画像の作成は勧めませんが、求められる情報の順番としては良い例です。

<時間の経過で需要が変わる3つの情報 イメージ図>



上のイメージ図を見れば、ものすごく時間が経った後に「速報」の記事を書いた場合、
どれだけ無意味か分かります。

早さ、詳しく、そして、差別化した情報。

情報発信するときは時間と需要も意識すると
読者の要求に応えられる記事を書けるでしょう。

私は大抵の場合、「早さ」を意識しつつ「詳しく」狙いで記事を書きます。
ある分野に後発組として参戦するなら、「面白さ(差別化)」も考えます。

Q1. 「早さ、詳しさ、面白さ」は旬の話題でしか通用しない？



やってきた、あたしのコーナー！
あたしアフィ美が鋭い質問をズバズバします！



「私たち」のコーナーね。
エイ子です。解説役としてがんばります。



ねえ、さっきの「早さ、詳しさ、面白さ」の話ってさ、
「旬の話題」じゃないと通用しない考え方でしょ？
例で世間を騒がせた 2014 年の人たちが出てきたし。



んー、旬の話題でなくても同じ考え方ができるみたいよ。



な、なんやて工藤！



工藤って誰…。
えっと、旬のない話題…
例えば「江戸時代の食生活」の記事を書くとしたら、
「早さ」と「詳しさ」ではもう負けてるでしょ？



「江戸時代の食生活」で検索すると
詳しい情報モリモリのサイトがいっぱい出てくるね。



そう。だから、**今から同じ話題で記事を書くなら**
「面白さ」で差別化するの。例を言うと…
「江戸時代の食生活を萌え系マンガで解説してみた」
なんて記事は良いんじゃない？



面白そう！

そして、ちゃっかりあたしたちの出番を増やそうと

企むエイ子ちゃん…

さす が！



企んでないからっ。

まとめ

- ・時間の経過によって読者の求める情報は「早さ→詳しさ→面白さ」と変わる
- ・「早さ」とは早い情報。例：通り魔事件などの速報
- ・「詳しさ」とは、詳しい情報(情報量、情報の正確さ)。例：事件の詳細、まとめ
- ・「面白さ」とは、上2つとは差別化したもの。例：事件のドキュメンタリー
- ・この考え方は、旬の話題、旬ではない話題、どちらにも通用する

2-10. 文字数ばかり気にしない

読者を検索から集めるには記事の文字数が必要、と考える人がいます。
これは半分正解です。厳密に言えば、「文字数が必要」は本質ではありません。

そもそも「文字数は多いほうが良い」と言われる理由は、
「『読者に有益な情報を書くと記事は長くなるから、長い記事を検索で上位に出す』と
Google が判断する…と思う人が多いから」です。

一文が長くて分かりにくいですね。
要は、「検索結果の順位を決める Google に気に入られるため」に
「文字数を多くしよう」と一般的に言われます。

しかし、読者は文字数の多さを求めません。

読者が求めるものは、知りたいことがある、わかりやすい、の2つです。
それを満たした良い記事なら、極論すれば、1行だけでも構いません。

検索順位を決める Google も「読者に役立つサイトを作って」と言います。

【サイト】本教材では、
サイトもホームページも
ブログもすべて「サイト」
と表記します。

文字数を気にしてダラダラと長い記事を書くのは
その記事で伝えたい大事な部分が埋もれやすく、読者のためになりません。

つまり、ムダな情報ばかりの長ったらしい記事は、読者も Google も求めないのです。

Google の検索順位を決める計算は年々精密になります。
そのうち Google の計算が「文字数は多けりゃいいってもんじゃない」となったとき、
読者を無視して文字数を重視した記事が検索結果から消える可能性はあります。

本質を忘れないようにしましょう。
情報発信者としてやることは、読者の知りたいことに応える、わかりやすく伝える、です。

まとめ

- ・読者の知りたいことに分かりやすく応える記事を書く。文字数は関係ない
- ・文字数だけ増やした悪い記事は、読者も Google も求めない

2-11. 筆者の努力は読者に関係ない

ちょっと残酷な話ですが…。

私がまだライターとして会社に勤めていた時のこと。

ある日、東京ゲームショウの「取材」に行きました。

東京ゲームショウでは一般公開される前日にメディア関係者だけを呼んで公開します。

少し前まで一般人だった自分が「メディア関係者」になるなんて…。

私はドキドキしながら、各企業のブースを周り、試遊台で新作ゲームを遊び、感想をメモし、コンパニオンの美人なお姉さんに「じゃ、写真いいですか!？」と緊張しながら声をかけて写真を撮らせてもらいました。

イベントが始まればツイッターで実況のつぶやきをし、ゲーム会社のお偉いさんのプレゼンをノートにメモしまくりました。

読者に情報を届けるため。

その一心で、時間いっぱいまで幕張メッセを走り回りました。

…帰りの電車で揺られながら、1日で撮りまくった「戦果」の写真を見返してニマニマ。移動時間含め、8時間以上かけた取材です。

戦果の多さに「これなら読者も喜んでくれるだろう」と意気揚揚で会社に戻り記事にまとめたところ…

それほど読んでもらえず。

「な、なんで…あんなにがんばったのに…」

そう、筆者の努力は読者に関係ないのです。

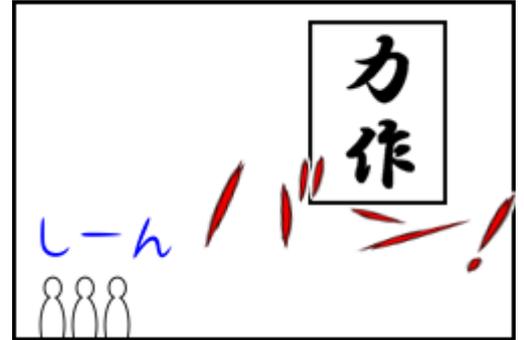
私が他のメディアに混ざり、数分順番待ちしてドキドキしながら撮ったコンパニオンのお姉さんの写真も、読者は1秒見て終わりです。

1時間のイベントで新作ゲーム情報をノートの4ページにメモし、

それを分かりやすくまとめた記事も、読者は1分もかけず流し読みして終わります。

8時間かけた記事も、読者の心に響かなければゴミと化す。
それを実感した一件でした。

学校のテストなら頑張り次第で相応の点数が出ますが、
記事は違います。
私たちの努力は関係なく、「読者にとって良い記事であるか
どうか」がすべてです。



私がここでお伝えしたいのは、記事を書く難しさではなく、脅しいのでもなく、
読者から反応がなかったときに

「あ、読者に響かなかったんだな。じゃ、次の記事で心をつかむ！」
のように気持ちの切り替え方を身につけてほしい、ということ。

記事に反応がないのは当たり前です。
開設したてのサイトならなおさら。

だから、ちょっとしたことでへこたれず、
「次いこう、次！」と気持ちを切り替えてほしいのです。

【サイト】本教材では、
サイトもホームページも
ブログもすべて「サイト」
と表記します。

今の記事はへっぴこでも、あなたが将来書く記事は多くの人を動かす可能性があります。

「筆者の努力は読者に関係ない」の裏を返せば、20分くらいで書いた手抜き記事が
ツイッターやフェイスブックでドドドッと広がることだってあります。
実際に私は経験しました。

だから、めげずに行きましょう！
ド素人ライターだった私もめげなかった結果、今があります。

まとめ

- ・ 筆者がどれだけ頑張ったか、は読者に関係ない
- ・ 長時間かけて書いた記事に反応がなく、ささっと書いた記事が大反響になることも…
- ・ 読者は良い記事に反応する
- ・ 読者から反応がなくてもへこたれず、前向きにどんどん記事を書く

以上、「読者第一」の具体的な 11 個の考え方でした。

2-1. 記事は信頼構築ツール	29
2-2. ストレスを与えない.....	31
2-3. 読者は忙しい！	32
2-4. 良い記事が第一、面白さや個性は二の次.....	33
2-5. 日記ではなく記事を書く	34
2-6. とことん初心者向けに丁寧に	35
2-7. 答えがなくても答えを教える	41
2-8. 何事もキッパリ言う.....	42
2-9. 早さ、詳しさ、面白さ	43
2-10. 文字数ばかり気にしない.....	47
2-11. 筆者の努力は読者に関係ない	48

「なるほど、こういうことが読者第一なのか」
と感じていただければ幸いです。

3. 記事執筆の練習場を作る

2章から具体的な記事執筆のコツに入ります。

その前に、記事執筆の練習をできる場所を用意しましょう。

サイトでもブログでも記事を書ける場所ならどこでも構いません。

本教材では「WordPress」をおすすめします。

WordPressを使ったサイト開設方法は「[補足. サイト開設手順\(WordPress\)](#)」を参照。

記事は練習してこそ身につきます。

あなただけの練習場を作ってから、2章に進んでください。

これから記事執筆に挑むあなたへエール

キレイ事を言っても意味ないので正直に話しますと、最初は記事を書くことが苦しいです。悩みすぎて頭が痛くなるかもしれません。私も駆け出しライターの時、ド素人なのに強制的に書かされたから、今のあなたの苦しさはよくわかります。

この苦しさを、何事も同じだと思います。例えば、自転車に乗ること。

私たちはスイスイと自転車に乗れるようになるまで、とても苦労しましたよね。何度も転んでヒザやヒジを擦りむいたり、泣きべそをかいたりして。後ろで支える親に「離さないでね！ 離さないでね！」と言いながらフラフラしつつも初めて進めた3mは自分の限界を超えた瞬間でした。

そうした苦労を乗り越えて自転車に乗れるようになれば、近所のスーパーまで早く行けたり、家族や友達と遠くまでサイクリングに出かけたり、本格的にロードバイクを始めて100kmくらい走り、他県の山に登って自然を楽しんだり、と楽しいこと尽くしです。

自転車に乗れなかったときの苦労なんて忘れちゃいましたね。今はもう楽しいことしかないでしょう。

記事や文章も楽しいものです。スラスラと書けるようになれば、楽しさしか感じません。

日々感じたことや思いついたことを記事で人に伝えられるようになると日本中の人から反応が来ます。

ノウハウや雑学を知ったときに「他の人にも教えてあげよう！」の気持ちに素直に従って記事にすれば、「役に立ちました！」「教えてくれてありがとう！」と感謝の声をもらえて心がほっこりします。

文字で人を感動させたり、笑わせたりもできます。

自分の生んだものが人の心を豊かにできる。

そんな楽しさを目標に、最初の苦しい練習を越えて、記事執筆に慣れましょう。

「どうしても記事を書けるようになって、●●したいんだ！」という目標があれば、最初はツライ記事執筆の練習も乗り越えられます。

自転車に乗る練習をしたときも、なにか目標があったはずです。

友達と自転車で遊びに行きたいから…。

みんな乗れるのに自分だけ乗れないのは恥ずかしいから…。

達成したい目標や理由があれば、自転車はスイスイ、記事執筆はスラスラと身につきます。

あなたが記事や文章を書けるようになりたい理由、
書けるようになって達成したい目標はなんですか？

意志を明確にするため、以下に書き込みましょう。



記入例. 念願の美容室をもった！ 毎日お客さんで満員にするため、Web 集客を始める。そのための記事執筆だ！

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. お悩み段階別解決法

ここから先に進む前に、あなたの悩みから進むべき章を見つけましょう。
以下の5つは記事や文章についての悩みを段階別に並べたものです。
(下に行くほど上級者の悩み)

1. そもそも何を書いたらいいか分からない
2. 書く内容は決めた。でも、どう書いたらいいか分からない
3. 記事は書ける。でも、読み返すと分かりにくい
4. 商品紹介記事を書けない
5. 人柄や親しみやすさ、面白さを感じる文章を書けない

上の5つからあなたが悩む段階を見つけてください。
見つけたら、以下で指示された章へ進んでください。

「1. そもそも何を書いたらいいか分からない」の場合、
「2章. 記事ネタ」から読みましょう。

「2. 書く内容は決めた。でも、どう書いたらいいか分からない」の場合、
「3章. 記事構成」から読みましょう。

「3. 記事は書ける。でも、読み返すと分かりにくい」の場合、
「4章. 執筆手順」から読みましょう。「7章. 整理」もあわせて読むと効果的です。

「4. 商品紹介記事を書けない」の場合、「5章. 商品紹介」から読みましょう。

「5. 人柄や親しみやすさ、面白さを感じる文章を書けない」の場合、
「6章. 個性的な文章」から読みましょう。

ささっと文章の読みにくさを改善したいなら、「7章. 整理」を読みましょう。

学ぶときは、1章から順に読んでください。

記事執筆に挑戦するときは、2章→4章→3章→7章の順で見ると使いやすいです。
すべてを一気にやろうとせず、少しずつつまみ食いするように進めてみてください。

本章のまとめ

1. 情報発信者として必要な心構え

記事を書くとき決めた瞬間から、情報を発信してご飯を食べて行ける権利が生まれる。
2章以降の技術(コツ)を活かせるかどうかは、心構えに大きく左右される。

1-1. あなたが記事を書く目的は？

- ・記事を書く目的は「収入に繋げる」
- ・記事を書いてお金をいただくことを立派な職業と認識し、胸を張る

1-2. 粗悪な記事を生み出す人たち

- ・悪い記事を書くとき収入に繋がらない
- ・悪い記事とは次のどちらかを満たすもの
 - ・読者の求める内容がない
 - ・内容がわかりにくい

1-3. 良い記事の条件

- ・良い記事とは以下の両方を満たすもの
 - ・読者の求めるものがある
 - ・わかりやすい

1-4. 最初から良い記事を書けなくて当たり前

- ・学校で学ばなかったため、良い記事を書けないことは当たり前
- ・練習して記事力(記事を書く力)を鍛える
- ・良い記事を書けるようになれば記事執筆でご飯を食べていける

1-5. Web の記事には特有のコツがある

- ・読者はいろんなサイトを記事を読み「捨てる」
- ・目の肥えた読者にサイトを好きになってもらわなくてはいけない
- ・書籍と Web の記事では読者の行動が異なるため、Web の記事専用の書き方が必要
- ・記事を書くために覚えることは、「記事の型」と「執筆手順」の2つ

【Web(うえぶ)】

インターネット回線を通じて情報を得られる世界のこと。

2. 読者に好かれる考え方は「読者第一」

良い記事を書くための根底には、「読者第一」の考え方がある。
無名でも「読者第一」の姿勢を貫けば闘える。

読者の立場になって考えることが読者の視点を身につける第一歩。
「読者第一」の具体的な考え方を 11 個紹介する。

2-1. 記事は信頼構築ツール

- ・サイトには見えない「信頼度」がある
- ・どんなサイトも開設直後の信頼度は 0
- ・サイトの信頼度が低ければ、商品を紹介しても買われない
- ・サイトの信頼度を高める方法は、良い記事を書き続けること

【サイト】本教材では、サイトもホームページもブログもすべて「サイト」と表記します。

2-2. ストレスを与えない

- ・読者にストレスを与えないこと
- ・読者にストレスを与えれば、記事の途中で閉じられる
- ・ストレスのない記事を書けば、読者は「読みやすい!」と感じる
- ・ストレスのない記事にするための方法は「7章.整理」を見る

2-3. 読者は忙しい!

- ・読者は長い記事を一字一字読まない
- ・前置きが長い、結論が遅い、余談が多い…などの記事は読者をイライラさせる
- ・忙しい読者が読みやすい記事を心がける

2-4. 良い記事が第一、面白さや個性は二の次

- ・面白さや個性的な文章を書きたい人は多いが、読者は求めてない
- ・まずは良い記事(読者の求めるものがある+わかりやすい)を書けるようになること
- ・良い記事を書けるようになったら、面白さや個性的な文章に挑戦すると良い

2-5. 日記ではなく記事を書く

- ・記事とは、読者の知りたい情報を提供するもの
- ・日記とは、日々のできごとなどを自分用に書いたもの
- ・日記ではなく記事を書く
- ・読者が欲しいのは、あなたの情報ではなく、読者の知りたい情報

2-6. とことん初心者向けに丁寧に

- ・記事は初心者向けに丁寧に書く
- ・初心者向けに書く理由は、どの分野でも初心者の割合が多いため
＝サイトに訪れる人が多い

- ・初めて挑戦する人(初心者)の気持ちで疑問を探し、すべての答えを書くこと
- ・初心者の気持ちを察すること、思い出すこと
- ・中学生の頃の自分が挑戦したらどんな疑問を持つか想像する
- ・初心者の気持ちがわからなければ、「読者の二大疑問」を覚える
 - ・なぜ? どうして?(理由)
 - ・どうやって?(方法)

- ・初心者向けのサイトを作っても、上級者から怒られる心配はなし

- ・他のサイトに読者の疑問の答えがあっても、読者は気付かない可能性がある
- ・自分のサイトで読者の疑問にすべて答えるつもりで記事を書く
※他サイトや書籍のコピペやリライトはNG。あなたのオリジナルの記事を書く

- ・自分より知識が上の人にノウハウは書けない
- ・無理に背伸びして書くと、その記事を実践した読者から信用を失う

2-7. 答えがなくても答えを教える

- ・ 読者は答えがないものに対しても答えを求める
(最も早く効果を得られる方法、失敗しない方法、効率的な方法…)
- ・ 答えがないものでも具体的に答えを教えると感謝される
- ・ 読者の信用を裏切る記事を書いてはいけない

2-8. 何事もキツパリ言う

- ・ あいまいな言い方はやめてハッキリ言う
- ・ 読者から見れば、あなたは頼りになる先輩
- ・ あやふやな物言いなら信用されにくい
- ・ 教えられないことを「こうすべき」と言い切るのは、読者の信用を裏切るのでダメ

2-9. 早さ、詳しさ、面白さ

- ・ 時間の経過によって読者の求める情報は「早さ→詳しさ→面白さ」と変わる
- ・ 「早さ」とは早い情報。例：通り魔事件などの速報
- ・ 「詳しさ」とは、詳しい情報(情報量、情報の正確さ)。例：事件の詳細、まとめ
- ・ 「面白さ」とは、上2つとは差別化したもの。例：事件のドキュメンタリー
- ・ この考え方は、旬の話題、旬ではない話題、どちらにも通用する

2-10. 文字数ばかり気にしない

- ・ 読者の知りたいことに分かりやすく応える記事を書く。文字数は関係ない
- ・ 文字数だけ増やした悪い記事は、読者も Google も求めない

2-11. 筆者の努力は読者に関係ない

- ・ 筆者がどれだけ頑張ったか、は読者に関係ない。
長時間かけて書いた記事に反応がなく、ささっと書いた記事が大反響になることも…
- ・ 読者は良い記事に反応する
- ・ 読者から反応がなくてもへこたれず、どんどん記事を書く

3. 記事執筆の練習場を作る

記事執筆の練習をするため、場所を用意する。
場所を用意したら2章以降へ進む。

4. お悩み段階別解決法

今の悩みから見る章がわかる。

- 「1. そもそも何を書いたらいいかわからない」 ……………→ 「2章. 記事ネタ」
- 「2. 書く内容は決めた。でも、どう書いたらいいかわからない」 → 「3章. 記事構成」
- 「3. 記事は書ける。でも、読み返すと分かりにくい」 ……………→ 「4章. 執筆手順」と
「7章. 整理」
- 「4. 商品紹介記事を書けない」 ……………→ 「5章. 商品紹介」
- 「5. 人柄や親しみやすさ、面白さを感じる文章を書けない」 ………→ 「6章. 個性的な文章」

- 「ささっと文章の読みにくさを改善したい」 ……………→ 「7章. 整理」

2章へつづく。