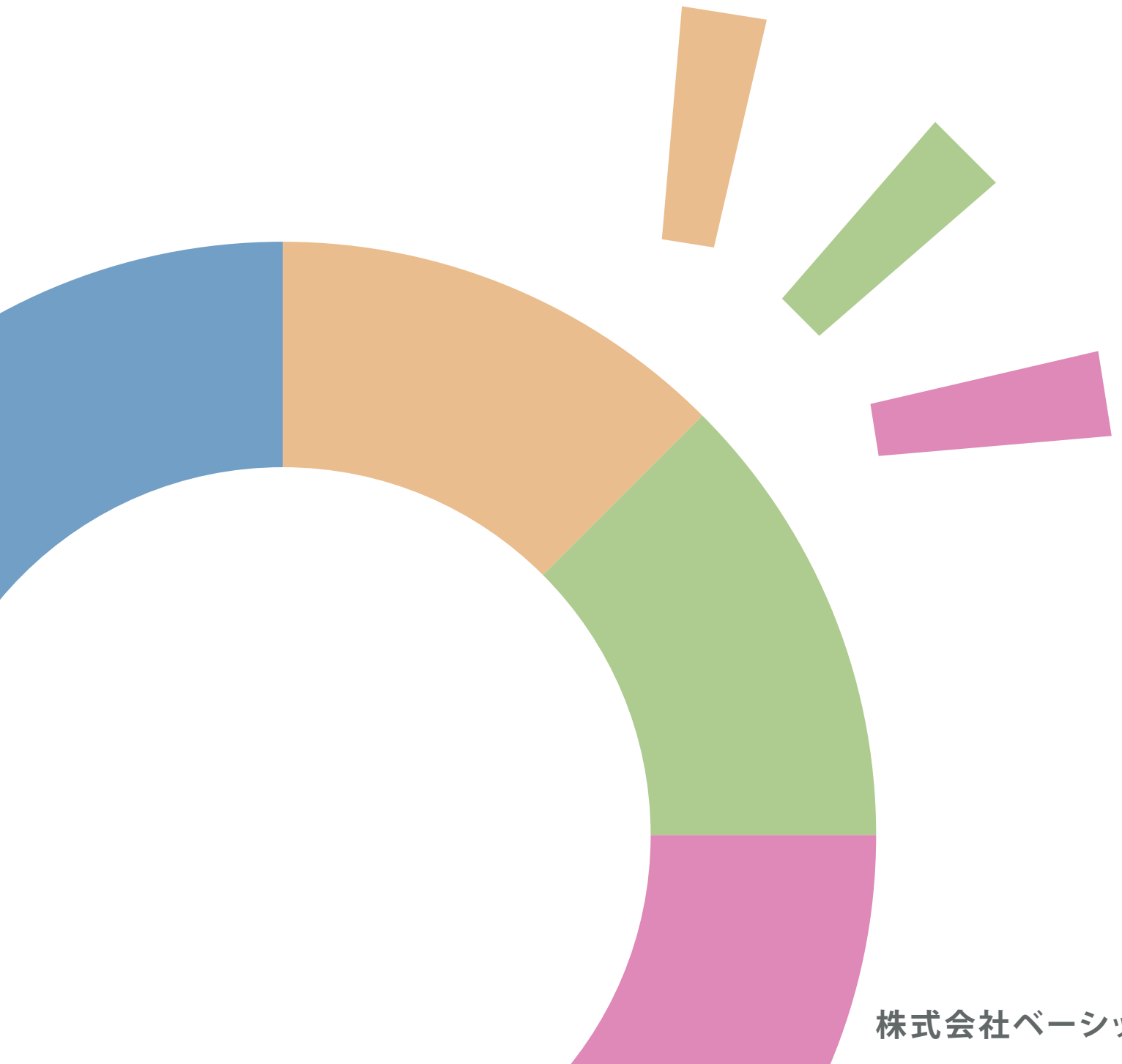


ferret  One

文章が苦手な人でも書ける！

Webマーケティングのための ライティングポイントまとめ



Webで発信するコンテンツのネタが無いし、なかなか書けない。
文章を書いたことのある人なら1度は本音として思ったことがあるのではないで
しょうか。

Webサイトにコンテンツをアップする中で必ずしも順調に行かない場面も
あると思います。実際にこの記事を書いている著者自身も、何回もコンテンツ
作成の度に壁に当たってきました。コンテンツのネタが集まらない、文脈が
まとまらない、書く気が起きない、といった悩みの中、どうやったら壁を
乗り越えやすくなるかについて考えてきました。

このホワイトペーパーではテキストコンテンツの作り方ポイントや手法を
お伝えしたいと思います。

目次

はじめに

- 1** コンテンツを書くための段取り
- 2** コンテンツのネタ探し
- 3** 文脈を整備するためのアウトライン作成
- 4** SEOを意識したキーワードを入れる
- 5** 書き始めの一行について
- 6** 時間をおいて見てみることで
文章はより良くなる

おわりに～最後までお読みいただきありがとうございます

▶コンテンツを書くための段取り

1 | コンテンツを書くための段取り

コンテンツ記事を書こうと思い立って、段取りを立てずにいきなり書き始めてはいませんか。慣れている、一息で文章を最後まで書ける人であれば問題ありません。

しかし、慣れないうちにいきなり書き始めるとテーマの統一感が薄れたり、文脈が安定しなかったり、分量が不足してしまい、後々修正に時間を取られる可能性が高くなります。

コンテンツを継続できる体制ができるまでは書く前の段取りの時間を取ると良いでしょう。

段取り

- 1 コンテンツのネタ探し
- 2 記事アウトライン作成

記事を書き始めるために必要な段取りはたったこの2つだけです。ここの取組みによって記事の質や進み方が変わりますので次の項目で説明していきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

2

コンテンツのネタ探し

コンテンツのネタを探すことや記事を書く前にそのテーマに対してのインプットをどれくらいしているでしょうか。

業界の情報や今知っている知識からテーマを選び、書くとしたら、少なくとも1記事1000字程度は書くことができるでしょうか。

その分量は難しいなと感じた方は、「どのような情報が足りていれば」書けるようになるのかを想像してみましょう。

例えば身近にある書籍を手にとってみてください。

あるいはプレゼンの資料でも良いでしょう。一番末尾の引用や参考文献としてどのようなものがあげられているかを数えてみましょう。

おそらく思っている以上に文献数が載っているかもしれません。

本やコンテンツを書くことには、もちろん読者に対して伝える技術は必要です。

しかし、同時に内容のある記事、情報量があるものではないと読者は離れていってしまうことも想像できると思います。

書くためには必ず一定量のインプットが必要になります。種類としては一例ですが、以下のようなものがあります。

- ・書籍
- ・業界のサイトやブログ
- ・セミナー
- ・マスメディアなどのニュース
- ・SNSのタイムラインから得る情報
- ・人から直接聞いた話

決めたテーマについて書くために「何を」「どの程度」インプットすれば良いかということ意識してください。

確実に言えることは、コンテンツ記事の質はインプットの量に比例する面があるということです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

ただし、インプットが足りないうちは書かない方が良いということではなく、書いている内に、この分野の情報が少ないな、ここの部分はかなり憶測で書いているな。と気付くところが出てきます。

そして、気が付が出てきた時にインプットをして加筆することで、よりコンテンツの質が高まっていきます。

情報収集やインプットは出したいコンテンツの形に応じて変えると良いでしょう。

SNS：業界内で発言力がある、影響力のある人をフォローして毎日チェックする
目的：トレンド（流行）を追跡しニュース系の記事やSNS用のコンテンツを作成する

業界のサイト：自社媒体以外にも他社のメディアをfeedlyで登録しチェックする
目的：テクノロジーの知識やニュースの背景についてのコンテンツを作成する

書籍：最新のテクノロジーやメディアについて洞察した書籍を読む
目的：マクロとミクロの視点からみたサービスや業界を考察する記事を書く

これらをふまえて、著者はSNSでは毎日業界のユーザーのタイムラインを見るようにしています。また、サイトのチェックは少なくとも2日に1度、書籍は1週間に1度のペースで情報を取り入れるようにしています。

アウトプットを前提としたインプットや情報収集をし、コンテンツを書いたり、セミナー資料を作成しています。

慣れてくるとどのくらいインプットすればどのくらいの長さの記事が書けるのかといった感覚がつかめてきます。

コンテンツのネタ集めにかかる時間の見積もりが立てられるようになり、コンテンツ作成がより効率良くできるようになっていきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

3

文脈を整備するためのアウトライン作成

インプットが一定量溜まったら、次にアウトラインを作ってみましょう。アウトラインを作るポイントは力をかけすぎないことと、先を見据えた計画を立てるところにあります。

アウトラインに必要なのは以下の項目が最低限あると良いでしょう。

- タイトル（仮）
- 概要（誰に、どんな話題を、どんな形式で伝えるのかを大まかに書く）
- 目次

タイトル付け

タイトルはこの時点では仮のもので構いません。というのは、記事を書き終えた時にタイトルを変えたいという可能性も十分にあるからです。仮タイトルを決める際は、大まかにテーマを決めるつもりで利用するキーワードを含め、考えこまずにやることをお勧めします。

概要

概要は誰に、どんな話題を、どんな形式で書くかを書きましょう。ここが決まると全体像が決まるため、書くことへのハードルが大きく下がります。ペルソナが欲している情報を想像し、どんな話題を扱うのかを決めていきます。記事の形式としては例えば、以下のようなタイプがあります。こちらもペルソナに合わせて適宜変えてみましょう。

基礎知識系	初心者向けに情報を解説し、理解を促すもの。
ハウツー系	ツールの使い方や実利に特化して身近で役立つと思わせるもの。
事例系	使用効果や導入事例など、サービスを利用した時にイメージが湧きやすくなるもの。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいのか分からない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

とはいえ、上記のようなコンテンツに自社の例で考えてみると
いまいち思い浮かばない場合もあるでしょう。地道に1記事ずつ、
自分で書いていきながらコツを掴んでいくのもひとつの選択肢としてはあります。
しかし、実際にWebマーケティングの担当者から聞いて、その工程を
ショートカットしてしまうのも手です。

どんな記事をユーザー向けに書いたら良いか分からないという方に対して、
今であれば無料の相談も受け付けております。
悩んでいる時間をもったいないと思った担当者様はぜひこの機会に
下記よりお問い合わせください。

無料相談のお申し込み

目次

タイトルと概要ができました。あとは目次（見出し）を書きます。
目次はそのコンテンツ記事で伝えたいことをより細分化します。
今見ているこの記事は大きく分けて5つの目次で構成されています。

■タイトル

抑えておきたい！読まれるコンテンツを書くためのライティングガイド

■目次

- ・コンテンツ作りの段取り
- ・コンテンツのネタ探し
- ・文脈を整備するためのアウトライン作成
- ・書き初めの一行について
- ・時間をおいて見てみることで文章はより良くなる

目次が決まるとコンテンツ記事全体の流れや構成がより見えてきます。
あとは各目次について自身が書きやすいものから手を付けて行けば良いのです。
先頭から書く必要はありません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

4 | SEOを意識したキーワードを入れる

タイトル・見出しには読者のメリットになる情報を想像させる言葉を入れましょう。読者が何を求めているのかを理解し、このコンテンツには自分にとってメリットになるに違いないと相手に思わせるのです。

読者のメリットになる情報は何でしょうか。節約でしょうか、貯金でしょうか、健康でしょうか、仕事効率化でしょうか、それともペットのしつけ方でしょうか。何が読者のメリットになるのかは徹底的に読者の視点で考えれば導き出されるはずです。そしてそれは本当のメリットでなければなりません。

また、1つ1つのコンテンツがターゲットのメリットになっているのかを精査しましょう。例えば、あなたがダイエットに関するビジネスを行っていたとします。ターゲットが、結婚식을1ヶ月後に控えていて、それまでになんとかしてでも5キロ痩せたいと思っている人と、健康の為に長期的にみて筋肉を増やしながらい今より5キロ体重を落としたいという人では、求めている情報が違います。

読者へのメリットをタイトルに「キーワード」として入れながら、自然な形のタイトルを意識しましょう。くれぐれもSEOで上位に上げたいと意気込んで、タイトルの詰め込み過ぎはマイナスとなります。シンプルにタイトルからどんなコンテンツの内容が書かれているのかを想像できるようなものでなくてはなりません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶コンテンツを書くための段取り

5 | 書き始めの一行について

書き出した時点では、いきなり完璧なものを目指してはいけません。というのは、完璧さを追求すると完成までにとっても長く時間がかかるからです。また、初稿が一旦できた段階で不完全なものであっても、後から新たなアイデアや書きたいことが湧いてくることは大いにあります。まず書き始めるということが大事です。

内容の細部に目が行くこともあるかと思いますが、とにかくまず全体の構成をつくる、埋めるという意識で書き始めるとしている以上に進みが良くなるかもしれません。

6 | 時間をおいて見てみることで文章はより良くなる

集中して記事を書ききったときの爽快感は著者も良く感じています。また、中々書けなくてようやく書き終わったので早くアップしてしまいたいという気持ちも同時によくわかります。

でも、書き終わったものをすぐにアップする前にひと呼吸おきましょう。

完成したものを時間を置いて、再度見てみます。あるいは周りの第三者に読んでもらいましょう。文章の流れにおいて不自然な箇所が見えてくるかもしれません。新しい考えが閃き、より良い内容にアップデートできるかもしれません。アップする前のひと呼吸が、コンテンツをより質の高いものにする可能性があります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



丸山 智大(まるやまともひろ)
株式会社ベーシック マーケター

ここまで読んでいただきありがとうございました。
コンテンツ記事の書き方の段取りを普段著者がやっている段取りに沿って書いてみました。
インプットとアウトライン作成がスムーズに進むとコンテンツ作成がスムーズに進むようになっていきます。
この資料を参考に書いた皆さまのコンテンツが、一人でも多くのユーザーに届けば良いなと願っています。

この資料を読んでいただいて、業種・業態ごとのターゲットに向けたより具体的なコンテンツの書き方やサイトの展開の仕方が知りたい方がいらっしゃるかもしれません。
ferret Oneはコンテンツを発信する為のプラットフォームであると同時に、コンテンツの作り方のカリキュラムまで提供するサービスです。

どんなコンテンツを作ったら良いかわからず、悩まれている方に向けて、無料の相談も受け付けております。ぜひお気軽にお問い合わせください。

無料相談のお申し込み



ferret Oneサービスサイトは
[コチラ](#)から！

また、弊社ではWebマーケティングメディア「ferret」も運営中です。SEOやコンテンツマーケティングの実践に役立つヒントもたくさん紹介していますので、合わせてチェックしてみてください。



ferretサイトは
[コチラ](#)から！



コンテンツマーケティングを
学ぶには[コチラ](#)から！