

文才がない人が
Webライターになるための
かんたん文章マニュアル

下巻

著・中田亮治

著作権について

文才がない人が Web ライターになるためのかんたん文章マニュアル
（以後、本書）は著作権法にて保護されております。

本書の著作権は著者にあります。

許可なく本書の全部及び一部を複製、転載、流用、販売する事は、
法律で固く禁じられておりますのでご注意ください。

使用許諾契約書

本契約は、本書を入手した個人、法人(以下、甲と称す)と著者(以下、乙と称す)との間で合意した契約となります。甲が本書を受け取り、開封した時点をもちまして、甲は本契約に同意した事となります。

第1条 本契約の目的について

乙が著作権を有する本書の情報を、甲が使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項

本書は著作権法によって保護されておりますので、甲は本書から得

た情報について、事前許可を得ずに一般公開及び第三者への譲渡をする事を固く禁じます。甲は自らの事業、所属する会社及び組織においてのみ、本書の情報を使用できるものとします。万が一契約違反があった場合、甲は乙に対し、違約金の支払いが生じる可能性があります。

第3条 責任の範囲

本書の情報の使用につき生じた如何なる結果においても、一切の責任は甲にあるものとします。乙及び乙の業務提携者は、本書の情報によって生じた如何なる損害についても、一切の責任を負わないものとします。

4章 PREP 法をマスターしよう

4 - 1 PREP 法とは

PREP 法とは、論文でよく使われる文章構成のことです。

要点⇒理由⇒例⇒再度、要点という順番で文章を書くことです。

これを行うことによって文章がとても読みやすくなり、さらに

SEO(検索順位を上げる手法)的にもかなり効果を発揮します。

※SEOについては、6章で詳しく解説していきます。

たとえば、「PREP 法とは？」という見出しがあったとすると、

P(要点) ⇒ PREP 法の説明をする

R(理由) ⇒ なぜ PREP 法が必要なのかを述べる

E(例) ⇒ PREP 法で書くことで実際に何が起こるのか例を出す

P(要点) ⇒ 再度、PREP 法のことを説明しておく

という流れになります。

それでは次のページから、実際の例を紹介していきます。

PREP 法はとても重要なので、しっかり理解してください。

4 - 2 PREP 法の例

それではさっそく、PREP 法の例を紹介していきます。

まずは例文を挙げますので、それを PREP 法と照らし合わせて見ていきましょう。

(例文)

「PREP 法とは」

PREP 法とは、論文でよく使われる文章構成です。

「要点」⇒「理由」⇒「例」⇒「再度、要点」という順番で文章を書くことをいいます。

外注ライターになるのなら、この PREP 法はかせません。

なぜなら、PREP 法は依頼主の要望に応えることのできる文章構成だからです。

たとえば、PREP 法は論文でよく使われています。

文章構成に PREP 法を取り入れることで、それくらい読みやすくなるということですね。

さらに、SEO(検索上位に表示させる手法)的にも、PREP 法は理想の書き方です。

これは、Google からの公式発表によるものです。

つまり、依頼主が外注ライターに望む読みやすさや SEO を兼ね備えた文章構成こそが、PREP 法であるというわけですね。

外注ライターになるなら、絶対に覚えておきたい文章構成です。

以上が例文です。

それでは次ページより、詳しく見ていきましょう。

「PREP 法とは」

① P(要点)

PREP 法とは、論文でよく使われる文章構成です。

「要点」⇒「理由」⇒「例」⇒「再度、要点」という順番で文章を書くことをいいます。

外注ライターになるのなら、この PREP 法はかせません。

② R(理由)

なぜなら、PREP 法は依頼主の要望に応えることのできる文章構成だからです。

③ E(例)

たとえば、PREP 法は論文でよく使われています。

文章構成に PREP 法を取り入れることで、それくらい読みやすくなるということですね。

さらに、SEO(検索上位に表示させる手法)的にも、PREP 法は理想の書き方です。

これは、Google からの公式発表によるものです。

④ P(要点)

つまり、依頼主が外注ライターに望む文章構成こそが、PREP 法であるというわけですね。

外注ライターになるなら、絶対に覚えておきたい文章構成です。

最初の例文を PREP 法で分けるとこんな感じですね。

文章をかくさい、よく「起承転結」で書きましようと言われることがありますが、これはあくまでも物語の書き方です。

外注ライターとして文章を書くなら、もっとも読みやすくして SEO にも効果のある「PREP 法」を使うようにしてください。

最初は難しいかもしれませんが、意識しているうちに慣れてくるものなので、とにかくどんどん書いていきましょう！

5章 かなり大事！ト ンマナとは？

5 - 1 口調を合わせよう

トンマナとは、トーン&マナーの略です。

元々はデザイナーに向けた言葉で、デザインを企業イメージと一貫性を持ったものにしましょうという意味でした。

しかし実はこのトンマナは、ライターも気にすべきことなのです。

つまり、**文章の口調を依頼主のサイトに合わせましょう**ということです。

基本的には、見本の記事に合わせてみましょう。

見本がなければ、サイトカラーに合った口調を心がけてください。

場合によっては、依頼主さんに質問するのもあります。

5 - 2 キャラクターを理解 しよう

1人のキャラクター(サイト運営者)を打ち出しているサイトの場合は、そのキャラクターを大事にするようにしましょう。

要は、**サイト内で矛盾が起きないようにすることもトンマナの一部**なのです。

たとえば、他の記事で「みかんが好きだ」と言っているのに、あなたの記事で「みかんは嫌いだ」と言っていたらおかしいですよね？

外注ライターは、いわゆるゴーストライターです。

このキャラクターならどういう口調で話すのか、このキャラクターはどんな意見を持っているのか、ということを考えながら記事を書くようにすると、あなたの書く文章の価値がグッと上がりますよ。

5-3 文脈を理解しよう

ライター業界における文脈とは、**どういう流れで記事にたどり着いているか**ということです。

たとえば、「結婚したい」というキーワードを狙っている記事の場合、当然その記事を読みに来るのは「結婚したい」と思っている人たちです。

しかし、そんな人たちに、「結婚したいと思っている人の気が知れない」という文章を書いてしまうと、ほぼ確実に共感が得られなくなってしまいますよね？

仮にですが、あなたが「結婚したい」と思ってサイトを訪れているのなら、知りたいのは「結婚できる方法」だと思います。

このように、**どういう意図を持って読者がやって来るのかを考え、それに合わせた記事を書けるようになる**と、あなたのレベルは大幅に上がりますよ。

6章 SEOを理解しよう

6 - 1 SEO とは

SEO とは、検索順位を上げるための方法です。

グーグルや yahoo でキーワード検索を行ったさいの順位ですね。

この順位によって、検索からサイトを訪れてくれる人の数は大幅に変わります。

そしてもちろん依頼主さんの多くは、この SEO を意識した記事を求めています。

つまり、SEO を理解することにより、文章の価値を大幅に上げることができるわけですね。

仮に、読みやすく SEO を完全に理解した文章をかければ、文字単価 5 円程度までなら、もらえる可能性があります。

文字単価とは、1 文字あたりいくらもらえるかということです。

つまり、文字単価 5 円で 1 日 1 万文字書けば、**日給 5 万円**になるというわけですね。

実際、私は 1 日で 2 万文字程度書いたこともありますので、**1 万文字は決して不可能な文字数ではありません。**

それで、**日給 5 万円**というかなり大きな額を稼げてしまうわけです。

これが、SEO 知識を得ることの効果です。

かなり大きいですよ！

いきなり完璧にならなくても、少しずつできるようになっていけば、文字単価も少しずつ上がっていきます。

だからこそ、**外注ライターをやるなら、SEO は絶対に学んでおくべきこと**なのです。

6 - 2 PREP 法を徹底しよう

4章でご説明した **PREP 法**は、SEO を意識する上で絶対にマスターしておくべき文章構成です。

検索順位を決めるのは、グーグルです。(yahoo の検索アルゴリズムも実はほぼ連動しています)

そしてこの**グーグルがもっとも評価してくれる書き方**が、この PREP 法なんですね。

PREP 法をマスターするだけで、請けられる仕事の幅は大きく広がりますよ。

6-3 内部リンクを貼ろう

依頼主の意向で内部リンクを貼って良い場合は、不自然にならない程度に、できるだけ貼るべきです。

なぜなら、グーグルはサイト滞在時間をSEOの評価に入れているからです。

内部リンクを貼れば、そちらの記事も確認してもらえる確率が上がります。つまり、1人あたりがサイトに滞在する時間が延びるわけです。

さらに、クローラー(自動でサイトを確認しに来るシステム)は、内部リンクを辿ってサイトを確認します。

そのクローラーの動きを手助けするためにも、内部リンクを貼ることはとても重要です。

ですので、自然な範囲で、できるだけ内部リンクは貼るようにしましょう！

6-4 権威性のあるサイト から引用しよう

書く記事にもよりますが、権威性のあるサイトから文章を引用すると SEO に効果があります。

※引用するときは必ず引用タグを設定して、引用元の URL を記載しておきましょう。引用タグの使い方は、依頼主の使っているシステムによって変わってきます。

ただし、競合となるようなサイトからの引用は避けるべきです。

たとえば、同じような形態のサイトや、狙っているキーワードで検索上位に上がってきているサイトですね。

そういうところは避け、かつ、できれば、「go.jp」というドメインを持ったサイトから引用をしましょう。

これは国が管理しているサイトですので、権威性という意味では申し分ありませんし、競合になることもありません。

6-5 キーワード選定

外注ライターとして仕事をする場合、キーワードの選定はほとんど依頼主が行います。

しかし、**選定されたキーワードについては知っておいた方がSEO的に良い文章を書くことができます**ので、理解しておいてください。

たとえば、「家庭用浄水器」について記事を書くとしましょう。

この場合、家庭用浄水器という検索キーワードで上位表示させたいというのは分かりますよね？

そのためには、**タイトル、見出し、本文中**に、自然な形で「家庭用浄水器」というキーワードを入れる必要があります。

そうすることで、グーグルが何に関する記事なのか読み取ってくれるというわけですね。

あくまでも無理のないように、キーワードは意識して記事を書くようにしましょう。

ちなみに諸説ありますが、キーワードの含有率は5%程度が好ましいと言われています。

あくまでも大体の目安ですが、キーワードは不自然にならない程度に、できるだけ入れるよう気にしてみてください。

ちなみに記事の URL が分かれば、含有率はこちらのページでチェックできます。

⇒http://ohotuku.jp/keyword_ratio/

6-6 グーグルの意図を 理解しよう

結局のところ、検索順位を決めているのはグーグルです。

つまり、グーグルがどういうサイトを上位に持っていきたいかを理解することが、SEO ではもっとも重要なことなのです。

このグーグルの意図ですが詳しくは「Google 検索品質評価ガイドライン」という公式のガイドラインによって知ることができます。

ただ、英語で書かれている上に、内容がかなり分かりにくいので、今回はかいつまんだ内容をお伝えしますね。

- ・ 自分自身で書いた記事を信用、信頼することができるか？
- ・ 犯罪に加担するような内容ではないか？
- ・ 同じサイト内で同じ内容の記事が重複していないか？
- ・ 誤字脱字や文法ミスはないか？
- ・ 記事の内容は公平性が保たれているか？
- ・ あなたの書いた記事を読むことで得られる価値があるか？
- ・ 友人に勧めたい記事内容か？
- ・ 記事内の画像について、読者への配慮がされているか？
- ・ ほかの似た記事に対し、あなたの記事を選ぶメリットはあるか？
- ・ 当たり障りのない内容だけでなく、深い洞察やユーモアが含まれているか

だいたいこの辺りを気にして記事を書けば、グーグルの評価も高くなるでしょう。

ただ、グーグルはある程度の頻度でガイドラインの更新を行います。

さらに場合によっては、内容が大きく変わることもあります。

そのため、できれば、そのつど、原文を確認するようにしてください。

「[Google 検索品質評価ガイドライン](#)」というキーワードを使ってグーグルやヤフーで検索をすれば、たいがい新しいガイドラインを誰かが和訳してくれていますので、ちょくちょくチェックしておくといいでしょう。

おわりに

「文才がない人が Web ライターになるためのかんたん文章マニュアル」の下巻は以上です。

本書の上下巻を読んでいただきまして、まことにありがとうございます。

ここまででご説明させていただきました内容を理解すれば、あなたの文章力は大きく向上しているはずです。

とはいえ、内容を急に覚える必要はありません。カンニングしながらでも、少しずつ身につけていってください。

本書の内容を知っていれば、あとはいかに練習し、いかに仕事を請けるかという話になってきます。

すでにあなたは一般的な Web ライターより高いレベルにいるはずですので、その知識を存分に活かしてください。

ぜひ、がんばってくださいね。

著者 中田亮治