

ライティングで気をつけること一覧

よくある間違い

日付の表現がおかしい

本サイトは検索エンジンからの流入を狙っていますので、「今日」「今」「7月28日」などの表現を使ってしまうと読者にとって読む時の負担が大きくなります。

もし、「7月28日」という日時を記入する際には「2017年7月28日」と記載してください。

見出しの階層が正しくない場合

見出しの階層を意識してください。見出し2の小見出しなら見出し3に設定してください

見出しを設定していない場合

見出しの設定をしてください。

理由は、執筆、音読、原稿確認の時点で、見出しを目立たせ、見出し主体の本文構成にしやすくなるからです。

文章をすべて読むユーザーはごくわずか（1%以下）です。各章で見出しで注意を引き、本文を読ませる必要があります。

図や画像、図解を挿入してもらいたい場合

素敵な情報を書いているので、図を入れるともっとたくさんの方に喜んでもらえます。ユーザーの理解度を高めるために画像の挿入をお願いいたします。

「～するのが」を「～することが」に変えてもらいたい場合

「～するのが」を「～することが」に変更してください。「～するのが」は口語に近い表現です。

指示語が多い

「この」「このように」「あの」「その」「そのように」「ここ」「これによって」などの指示語はおおよそ2000文字で1回までにしてください。

使わないようにするために工夫することはライティング力が上がる第一歩です。

図を「これ」「このように」と指示している

「これ」のような指示後ではなく、「上記」という表現に変えてください。

途中の文章だけ読まれたときにも理解できる文章を書くことがコツです。

根拠が薄いことを確実に起こると表現しているとき

「〇〇の可能性が高くなります」という表現に変更をお願いします。

時間的表現を使って文章を振り返っている場合

文章の中の世界で時間の感覚を表現するのはあまり向いていません。話の流れで「先程話した」という会話になっても不自然ではありませんが、文章の中では目線を動かしてもらった表現が適切です。「先程」を「上記」などにするといきなりこの文節が目飛び込んできたユーザーにとって理解しやすくなります。

「～したり」を2回以上使っていない場合

「～したり、～したり」は2回以上連続して使う時の単語です。

例えば、「自宅で暮らしている方にはホームヘルパーが来てくれたり、自宅での生活を支えるためのサービスを受けることができます。」を「自宅で暮らしている方にはホームヘルパーが来てくれたり、自宅での生活を支えるためのサービスを受けたりすることができます。」にしましょう。

並列でないのに「～も」「～など」と表現している

「～も」「～など」は何かと並列で用いる表現です。

この文脈では並列表現にする必要はありません。もしくは複数の並列対象単語を追加してください。

記事の最初で結論を伝えていない

冒頭でこの章があるのはユーザーにとって少しおせっかいかも知れません。

大事なことは記事の後半で伝えたほうが良いです。

前半（特にイントロや最初の見出し）はタイトルをわざわざクリックしたユーザーが欲しい答えを提示してあげてください。

イントロでは共感する部分は2行以内でおさめ、すぐに結論を提示しましょう。

はじめに（記事全体スケールでも章のスケールでも）結論を伝えていない

SEOコンテンツの基本は先に結論（言葉足らずでもいい）、その次に論理です。

記事全体のスケールにおいても、目立つ部分（リード、見出し）に結論です。章スケールにおいても、見出しで結論、章の本文の冒頭に結論、その次に論理です。

イントロでは共感する部分は2行以内でおさめ、すぐに結論を提示しましょう。

ターゲットをしっかりと理解できていない

なんとなくではなく、しっかりとターゲットを理解してから記事を書くと、言葉選びなどが統一さ

れ、ユーザーが違和感を感じない文章になります。
心理状況、ターゲットの解釈、知識レベル、状況をしっかり理解しましょう。

ターゲットが普段使わないような類義語を利用している

本記事の対象検索キーワードを実際に検索してみて、他のサイトがどのように表現しているか調べてみるといいかも知れませんね。

見出しがいまいち分かりにくい

見出しでは章の結論を端的に伝えることを意識して書いて下さい。

「など」が1つの例で使われている

「など」という並列の言葉を使うときは2つ以上並列語句を含めてください。

見出しや箇条書きを「。」で終えている

見出しや箇条書きの文章の最後は基本的に「。」で終わらないでください。
記者ハンドブックによると、各項目が文章の体裁になっている場合は句読点ともに使用するが、名詞だけのものや簡潔な場合は句点を入れなくてよいそうです。

文章が長く、「。」で区切ってほしい

「。」で区切ると読みやすくなります。せっかくなので、ユーザーが読みやすいように表現したいですね。

見出しに「～してみる」と書かれている場合

「～してみる」は「～する」に変更。するかしないかはユーザーの判断なので言い切って大丈夫です。

説明画像の前に文章で解説している

この部分を解説している画像から先に見せてあげるとユーザーは喜びます。

画像に対応した文章があるときは、先に画像、その下にすぐ対応した文章を記述してください。

必要ない情報が書かれている場合

情報として意味をなさない動機付け目的のためだけの単語や文章は使用しないでください。
少ない文字数で多くの情報を得たいユーザーのために書いていただけたらと思います。
1コンテンツに「ユーザーにとって必要な情報を必要な形で必要な分だけ提供できる文章」という方針が良質なコンテンツだと弊社は判断しています。
この部分以外にも量をダイエットしながら書くと濃い記事が出来上がります。
ご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

見出しの前に余計な誘導文が書かれている

本文の復唱はコンテンツとしては意味をなさない要素になります。

記事内には同じ内容をいくつも使用する必要はありません。ユーザーはこの文章よりも下の見出しが先に目に入ります。よって不要です。

「今」「先程」などの時間的表現を使っている

「今」「先程」などの定性的時間軸を表す単語は控えてください。

ユーザーが「この記事はいつ公開されたのか」「さっきと言われても書き手の都合は知らない」などを気する必要があり、文章に集中できなくなります。

スクリーンショットや画像が無く、わかりにくい

アンカーテキストで引用の文言とサイトのスクリーンショットの挿入をお願いします。アンカーテキストの挿入をお願いします。

見出しの前に「次に〇〇を説明します」のように誘導している。または、文章の流れに意識が向いている。

ユーザーは本文より先に見出しをみるので、

「次に〇〇を紹介します」⇒「見出し」

の場合は、「次に〇〇を紹介します」よりも先に見出しが目に入っている状況がほとんどです。

文章の流れをスムーズにすることより、先に見出しを目にしているユーザーであるという認識を持つと次回以降の記事執筆がより良いものになると思います。

本記事は検索エンジンユーザーに向けた記事なので、文章の流れを重要視しない書き方になっています。

誤字脱字やわかりにくい言い回しがあり、音読してほしいとき

誤字や脱字、理解しにくい言い回し、一文が長いなどの読み手にとって不親切な文章が場合、声に出して音読していないことが多い原因です。

てにをはがおかしい

てにをはに注意してください。音読が解決の糸口です。

ライター個人の考えや価値観がコンテンツに直接書かれている

思想を示す文言は不要です。この考えをコンテンツで伝えたい場合は、根拠を論理的に表現することが必要です。消去するか、実際のデータを示してください。

「～していく」「～ていきましょう」を使っているとき

「～していく」「～ていきましょう」は「～します」「～しましょう」で十分意味は伝わります。修正をお願いします。

「しっかりとした」という主観的かつターゲットによって尺度の異なる抽象的かつ曖昧な表現を使っている

「しっかりとした」「かなり」「とても」「あまり」「面白い」などは読み手によって解釈の程

度が異なる主観的かつ抽象的な表現を避け、どのように良いのかを客観的に書いてください。

「～と思います。」と表現している

「でしょう」に変更をお願いします。この部分での「と思います」は記事全体においてふわっとした印象を与え、ユーザーが信頼しきってコンテンツを読み進めることができなくなります。

スペースを本文中に利用している

スペースではなく、「.(半角ピリオド)」をお願いします。(全文)

画像の近くにURLが直接記載されている場合

URLの文字列はユーザーにとって有益な情報ではありません。画像にリンクを設置してください。

「～しましょう。」「～るのです。」を「～ます。」「～だ。」に変更

「～ます」「～です」と表記を変更してください。検索エンジン流入者にとって「～なのです」「～るのです」「～しましょう(書き手目線の表現の場合)」のような表現は基本的に好まれません。読者がライターファンや物語調の書き方の場合に使用してください。

「～となります」「～となっています」も丁寧過ぎるため、「～です」「～ます」「～だ」に変更してください。

物事を言い切っているとき

なぜこのように言い切れるのかの説明が必要です。PREP法参照。

言葉の意味の説明になっていないとき

「～とは」のように言葉の意味を説明するときは、○○=○○という説明が成り立つようにしてください。

半角英数字を使って欲しいとき

全角英数字は読みにくいので、基本的に半角で書いてください。また、検索エンジンに認識されるとき、半角と全角では違う文字として認識されてしまいます。

間違った情報、誤解を生む記述をしているとき

異なる認識をしているか、誤解を生む表現です。もう一度リサーチして記載し直してください。

曖昧な表現を使っているとき

口語に近い曖昧な表現です。具体的に記述してください。

日本語訳せずに、英語の引用文を使っている

日本人ユーザーむけのページなので、英語の表記は必要ありません。引用URLをはっているの

で、気になる人は直接引用URLのサイトに行くでしょう。Google翻訳で日本語に変換し、適切な日本語に修正しましょう。

書き手が主語の文章を書いている

例えば「紹介していきたいと思います。」⇒「～ができるようになります。」「～が理解できません」など。「紹介していきたいと思います。」などの主語が書き手の場合の表現はできるだけ避けてください。書き手の意思是読み手と距離を作ってしまう。

見出しと本文に同じ情報を記載している

見出しと同じ情報のため、不要です。ユーザーはこの文章を読む前に見出しを目にしています。

1文前と同じ内容を書いている

1文前と同じ情報なので消去するか、1文前の文章に組み合わせるとスッキリした読みやすい文章になります。

解説画像の後に解説文を持ってきて欲しいとき

画像で解説するときは、文章で解説する前に画像から先に提示し、そのあとに文章で解説すると読者は理解しやすいです。

不要な接続語で文章が途切れているのをまとめて短くして欲しい。

どうしても必要ではない限り、できるだけ接続後は控え、1文に短くまとめましょう。そうすることで、ユーザーが読むリズムを崩さずに知りたい情報を知ることができます。

見出しの先頭に目次番号が無い

「9ステップ」「7つのコツ」「3手順」「10選」などの記事タイトルの場合、示すものの見出しの先頭に番号をつけると読者は分かりやすいです。すべてに追加をよろしく願いいたします。

画像下にキャプションを書いて欲しいとき

画像の下に新聞や雑誌で書かれているように画像の説明を書いてください。（例：「▲画像がある記事は無い場合に比べ熟読度は約3倍高い」）

改行が少ない

伝えるべき情報1つごとに改行を用いてください。2~3行に1回以上を目安にしてください。（全文）

見出しに繰り返し同じ文章を用いており、見出しを分けてほしいとき

見出しを分けて記述してください。

この部分の見出しは、見出し2と見出し3に分けると、以下に同じ文言の見出しが無くなります。

（例：「成果につながるコンテンツの作り方① | ゴール設定」⇒「成果につながるコンテンツの作り方（見出し1）」「情報を得たユーザーのゴールを設定する（見出し2）」）

「次に」など、文章を時系列で解説している

ユーザーは基本的に、上から順番にしっかり読んでくれません。あたかも「はじめから読んでくれているでしょ」という書き手の都合が伝わる表現は控えてください。

「～と言われています」と表現しているとき

「といわれています」が惜しいです。

例えば、「〇〇によると、～という結果が導き出されました」のように断定し、引用を掲載しましょう。

口語を使っている

口語の文言は情報として意味をなさないため不要です。

箇条書きがなくて分かりにくい

内容を箇条書きにして見出しを「〇つのポイント」と表現するとユーザーが読み進めやすくなります。