

コンテンツマーケティングの要

企業ブログの書き方

書き方マスター編

読まれる文章には、上手な書き方のコツが使われています。
文章力を上げたいなら、この資料で解説する
3つのポイントを理解するのが近道です。

今すぐ取り入れられる、具体的な手法を解説しています。
読者に「わかりやすい」を届けましょう！



目次

文章力はあらゆる場面で重要な時代	01	書く前の準備が	
		「伝わる・読まれる」記事にする	14
伝わる書き方を加速させる3つのポイント	02	「書くこと問答」5つの質問	15
		最初から100点を目指さない	16
読み手を理解して「読者目線」を養う	03		
あなたの文章を読みたいわけではない	04	まとめ	17
専門家が発信する情報を求めている	05		
隅々まで読んでくれるとは限らない	07		
今すぐ実践できる伝わる書き方のコツ	08		
見出しだけで本文の中身がわかるようにする	09		
結論ファースト、理由セカンドで書く	10		
一文は短く刻む	11		
感情表現で「自分ごと」に引き込む文にする	12		
見やすさを演出するには箇条書きを活用する	13		

文章力はあらゆる場面で重要な時代

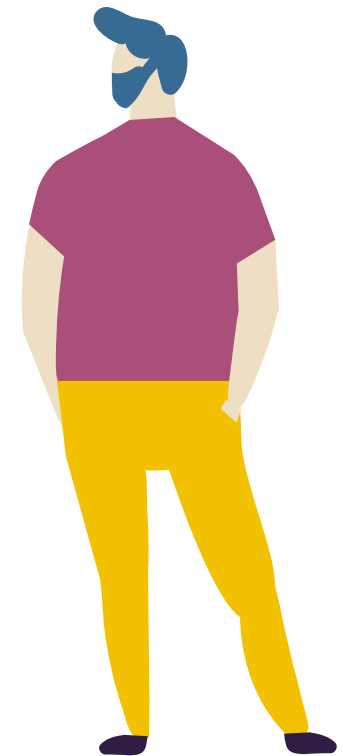
文章力は、誰が身につけても有効な重要スキルとなりました。
人と接するあらゆる場面で、テキストで伝える力が必要です。

お客さまや取引先とのメール

社内チャット プレゼン 報告書や稟議

プライベートでも、
家族や友人とのチャットやSNSで
文章力を使っています。

「文章力=伝える力」といっても過言ではありません。



伝わる書き方を加速させる3つのポイント

POINT
01

伝える相手、読む人のことを考える

POINT
02

具体的な書く技術を身につける

POINT
03

書く前の段階でブレない文章の土台固めをする



読み手を理解して「読者目線」を養う

伝わる文章を書くには、まず受け取る側「読み手」について知ることから始めましょう。

読む人を考えることは「読者目線」、

つまり、ビジネスで重要な「ユーザー視点」を養うことにつながります。



あなたの文章を読みたいわけではない

あなたが書く文章だから読みに来てくれるわけではない、ことを覚えておきましょう。

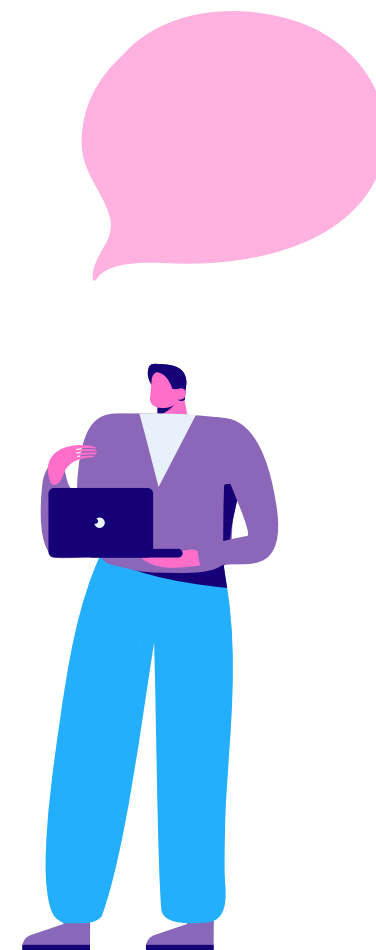
ブログを訪れる人の多くは、「あなた個人」をあまり意識していません。
検索からアクセスする読者のほとんどは、課題を解決したいからアクセスしています。

初めて読みに来る人は、ニーズを満たすことを優先している事情を理解しましょう。

一方で、「あなた個人」に着目する読者がいます。

- ✔️ リピーター読者
- ✔️ 既存のお客様
- ✔️ SNSで投稿を気に入っていた人や交流がある人

あなたが発信するブログ記事なら安心して読めると思っているのです。



専門家が発信する情報を求めている

人は、信頼性の高い情報を求めています。

一般の人より、専門家が話すことのほうが信頼度が高いのは、イメージしやすいですね。

例えば、漢方医学について記事を書く場合を考えてみましょう。

漢方薬局の薬剤師と大学生なら、漢方薬局の薬剤師が書く記事により多くの信頼が寄せられます。



読み手を理解して「読者目線」を養う

執筆している人はどのような人かを明らかにしておく、記事への信頼度が高まります。
以下のような対策で、読者に「どのような人か」知らせます。

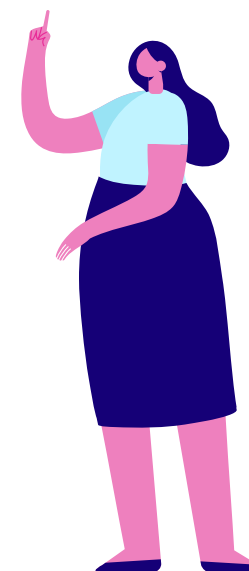
POINT

「この記事を書いた人」などプロフィールを載せる
記事の最初で名乗る
SNSアカウントにリンクする

Googleも「誰が書いたのか」を意識し始めています。

つまり、SEOへの対策にもなるということです。

この分野において専門家であるとわかるようにしておきましょう。



隅々まで読んでくれるとは限らない

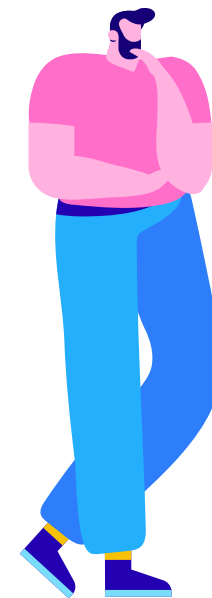
最初から最後まで、きちんと読んでくれる人ばかりではありません。
ざっとスクロールし、気になった箇所から読み始める人が多いのです。
スマートフォンでは特に、流し読みが基本と考えておきましょう。

ここで大切なのは、途中から読んでもわかりやすい文章にすることです。

「ここに知りたいことが書かれているな」
ぱっと見でわかるように見出しを工夫したり、読みやすい書き方をすることが重要です。

スクロールしてみて、知りたい情報が見つからないと、読者はすぐにページを離れてしまいます。
最初から読まないときちんと理解できない書き方も良くありません。
忙しい読者への配慮に欠けているからです。

ある程度ニーズが満たされれば、満足して他の項目まで読んでくれるかもしれません。
後で読み直すためにブックマークしてくれる可能性もあります。



今すぐ実践できる伝わる書き方のコツ

取り入れるだけで読みやすさが向上し、伝わる文章になる書き方をご紹介します。
今すぐ実践できる書く技術を身につけて、読みやすく伝わりやすい文章にいきましょう。



1 コツ

見出しだけで本文の中身がわかるようにする

本文に何が書かれているか、見出しを読めばイメージできるようにします。

「知りたいことが書かれているのはこの項目だな」

このように、読者は見出しから内容を推測しているからです。

見出しは、情報を探している人への案内板の役割も果たします。

例えば、ある製品の使い方を知りたい人は

「〇〇の使い方」

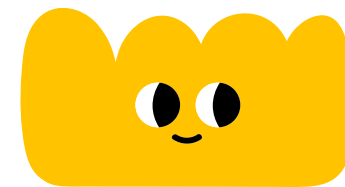
から読み始め、その後に、

「〇〇を使う際の注意点」

まで読み進めてくれるかもしれません。

流し読みをしている人にビビッとくる見出しを目指しましょう。

見出しはとっても重要です。



2 コツ 結論ファースト、理由セカンドで書く

ブログ記事では、結論から先に書く癖をつけましょう。
読者は辛抱強くありません。まず結論を知りたいのです。

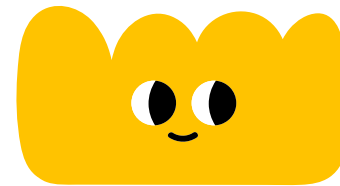
結論が後のほうになると、読者は途中で読むのを止めてしまうこともあります。
企業ブログでは、「引き伸ばし作戦」は効かないとお考え下さい。

結論を述べたら、直後に理由を書きます。
すぐに解説が入ることで、格段にわかりやすくなるからです。

先に結論、次に理由。
このセットを心掛けるだけで、一気にわかりやすくまとまった文章になります。

「文章は起承転結で書くものだと言ったけれど……」
起承転結は、エッセイや物語などに適した構成です。
間違っているのではなく、企業ブログの性質に
合っていないとご理解ください。

結論から書き出しましょう。



3 コツ

一文は短く刻む

句点「。」までの一文は、短く刻みます。

理由はシンプルで、短い文のほうがわかりやすいからです。

一文が短い文章は、言いたいことがコンパクトにまとめられています。

逆に、長い文は何を言いたいのかわかりにくくなっています。

「。」までにいくつもの言いたいことが詰まっていて、読者が混乱してしまうのです。

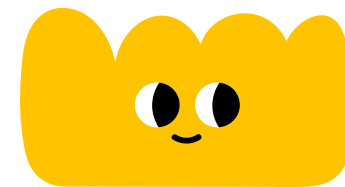
小さな箱に一つだけ言いたいことを入れて封をする。

このようなつもりで書いてみましょう。

「～ので、」をいくつも使って、いつの間にか延長コードのような文になっていませんか？

具体的な数字で示すと、60文字程度までで切り上げるように意識するのがオススメです。

文章は短くシンプルに。



4 コツ

感情表現で「自分ごと」に引き込む文にする

思わず読み進めてしまう文章には感情表現が上手く使われています。

感情表現とは、例えば

「寒い朝は布団から出るのがつらい」

「サービスの数が多すぎて、どれがいいかわからない」

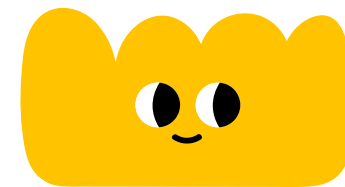
このような読者の気持ちを代弁するような文です。

読者が共感できるポイントが増えると「自分ごと」と感じるようになり、つい読みたくなるのです。

「そうそう、わかるなあ」「こういうことあるよね!」と読者の共感を引き出す文を入れましょう。

カギカッコ「」を使って読みやすくすると、より効果的な文章になります。

共感できるポイントを見つけよう。



5 コツ

見やすさを演出するには箇条書きを活用する

だらだらと文で説明するより、箇条書きにするほうが見やすくなる場合があります。

例えば、料理のレシピ記事を思い浮かべてみましょう。

材料が箇条書きで書かれておらず、手順を説明する文の中で材料を挙げているだけだとしたらどうでしょうか？
必要な材料がぱっと分からないですね。

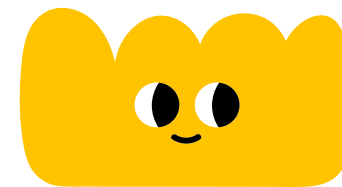
以下のように並列や順番で並べられるものは、箇条書きのほうがわかりやすくなります。

素材

ポイント

手順など順番

読者がらくらく文章を読める工夫を。



書く前の準備が「伝わる・読まれる」記事にする

記事の土台固め、基礎工事にあたるのが書く前の準備です。

土台をしっかり固めておくと、全体にまとまりがある「伝わる」記事になります。

基礎を固めずに書き始めると、内容がブレてしまったり、何を言いたいのかわからない文章になったりします。

「書くこと問答」で目的と伝える内容が明確になる

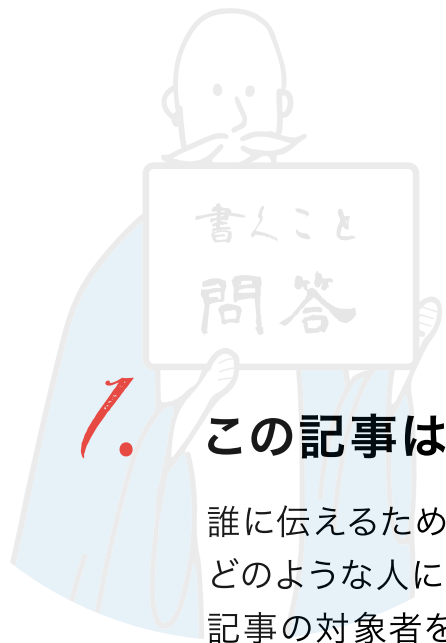
CHACO-WEBで取り入れている「書くこと問答」をご紹介します。

定番の問いかけに答えていくだけで、記事を書く目的、伝えることを明確にできる手軽な方法です。

「こういうことを記事で伝えたい」

頭の中でぼんやりと描いていることを言語化して、文章にまとめていきましょう。





「書くこと問答」 5つの質問

1. この記事は誰に伝える？

誰に伝えるために、このトピックで記事を書きますか？
どのような人に読んでもらいたいでしょうか？
記事の対象者を設定しましょう。

2. 何を伝えるための記事？

この記事で何を伝えますか？
伝えたいことは何ですか？
一番伝えたいことは何か、掘り下げて
書き出してみましよう。

3. なぜ伝えたいのか？

なぜこのことを伝えたいのですか？
このトピックを選ぶ理由は？
どうしてこのトピックを伝えたいのか考えます。

4. それをどうやって伝える？

どのように伝えますか？
どうすれば相手に伝わるでしょうか？
どのようなコンテンツを盛り込めば伝わるか、
何を書けば伝わるのかを考えます。

5. この記事を読んだ人にどうなってほしい？

読んだ後、どのような行動を取って欲しいですか？
もしくはどのような状態になって欲しいですか？
読者にとって欲しい行動、なってほしい状態を考えます。

最初から100点を目指さない

「できるだけ質の高い記事を出したい」

このような意識の高さは素晴らしいことです。

しかし、はじめから完璧を目指そうとするあまり、記事の作成に時間をかけすぎではいけません。

まずは60点～70点くらいでもOKとし、記事を公開してしまいましょう。

そのほうが数多くの記事を書くことができ、その結果、記事の品質向上につながります。

100点を目指して公開頻度を下げるより、量をこなすことを優先するほうが書く力がついてきます。



ブログ記事はリライトができる

「低品質な記事で会社の評判を落としたくない」

こう不安になるかもしれません。

ご安心ください。

ブログはいつでも書き直しができます。

後から見直すと、初期の記事はイマイチな点を発見できるようになっているはずです。

まさに書く技術が向上している証拠ですから、どんどんリライトしましょう。

リライトによって記事の質を上げれば、検索エンジンに再評価される嬉しい効果もあります。



書き方の技術はまだたくさんあります。
実践しながら身につけたり、積極的に学んだりして磨きをかけていきましょう。
続けるうちに文章の魅力が増していくに違いありません。

企業ブログは、ニーズを満たすことを優先して作成するメディアです。

- ✔️ 読者がすぐに理解できる
- ✔️ 知りたいことがわかる

いつでも「読者目線」を意識して記事を書く心がけが大切です。

記事を書いたら、あなたの情報を必要としている人に届けるところまでが一連の作業です。
SNSやメルマガで知らせましょう。

まだご覧になっていない方は、企業ブログの基本から学べるこちらの資料も参考になさってください。



 **【コンテンツマーケティングでお客様を獲得しよう】**



 **【基礎知識編】**



 **【実践編】**

CHACO-WEBが作る月額無料の ホームページ制作が向いている方

管理費に予算をかけたくない

自分で手軽に更新したい



テンプレート利用型 オリジナルデザイン型

どちらも制作費用のみで作成しています。
ランニングコストを抑えて、
お客様が手軽に更新できるホームページは
運営しやすさに定評があります。

[CHACO-WEBのサービスサイトを見る >](#)



お電話でのお問い合わせ 月曜-金曜9:00-17:00

03-6808-1575



メールでのお問い合わせ

info@chaco-web.com



株式会社CyberCats

CHACO-WEB.COM

ホームページ制作CHACO-WEB.COM