

# 7 JUL. 企業と広告

J R新車両導入機に交通広告の価値再考  
広告会社の地方創生対応 / 成長期待のPR  
インタビュー…キューピー / エリア特集<福岡>

 House

**C1000**<sup>®</sup>  
VITAMINCEUTICAL

# 夏、C1000ビューティー!

レモン50個分のビタミンC (果汁換算)



講座

# Web 広告

村山 哲治

## スマホ時代になって ますます重要視される Webライティング

サイトを制作する際に、ここのコンテンツの文章をください、という「会社案内のデータを送るからそれを使って」「営業で使っているパワポの資料があるから…」といった返答を受けることが多々あります。

しかし、それはまだまじな方で「この前ヒアリングに来てもらった時にお伝えした内容を適当にまとめてくれるかな」などで、こちらで考えてくれと言われることも少なくありません。

スマートフォンも含め、サイトで重要なものは何だと思えますか？ コンテンツマーケティングやバイラルマーケティング、SEO対策などWeb特有の訴求方法が重視されるようになったことに加え、スマホがPCと肩を並べるほど利用されることで手短かに概要を理解させるサイト文章（Webライティング）の位置づけが非常に重要になったと感じています。

### ■ Webライティングを行う 4つの目的

Webライティングという言葉はだいぶ認知されてきたようですが、何のために行わな

ければならないのか、いまひとつ理解されていないのではないのでしょうか。

Webライティングを強化する目的は大きく四つあると考えられます。

- 1) ターゲットユーザーに訴求するため
- 2) 検索エンジンから評価されるため
- 3) 文章制作ルールを明確にするため
- 4) SNSなどで拡散されるため

#### 1) ターゲットユーザーに訴求するため

一般の書籍がそうであるように児童書は文字が大きくひらがなばかりで、挿絵が表記されているのに対し、専門書は文字が小さく専門用語や難しい漢字が並び、イラストなどの挿絵はほとんどなく、グラフや図表があるのみといったように、ターゲットによって文章の表記は全く異なります。サイトも同様に、ターゲットに合わせた文章表現が必要です。それに加え、紙の文章とは異なりWebユーザーは斜め読みをしますので、基本的にすべて読まれないことを前提に文章構成を考えなければなりません。

#### 2) 検索エンジンから評価されるため（SEO対策）

サイトの文章を読んでいるのはユーザーだけではありません。特定のキーワードで検索サイトでの表示順位が決められていることを考えれば、検索エンジンもサイトの読み手でありSEOを意識した検索順位を上げるための分かりやすい構成と文章にする必要があります。

#### 3) 文章制作ルールを明確にするため

サイトを制作するとデザイン（サイト）仕様書というものを作ります。レイアウト構成や、デザインルール、コーディングルールなどです。Webライティングも同様のことが求められます。コンテンツによって書き手が変わると「話し合い」と「話し合い」、「ユーザー」と「利用者」といった名称や送り仮名、タイトルの表現の違いを無くし、だれが書いてもほぼ同じ文体や構成を維持することが重要です。それによってユーザーに違和感を与えることがなくなります。

#### 4) SNSなどで拡散されるため

全てのサイトがSNSで紹介されたりリン

クを張られたりするようなコンテンツではないかもしれませんが、生活者を対象にしたサイトではSNSで拡散されることがマーケティング手法となっていることを考えれば、Webライティングで分かりやすく手短で丁寧に表示されることが求められます。

## ■サイトの方向性から Webライティングを考える

インパクトがありパッと読めてできるだけ多くのコンテンツを見てもらうためには、まずサイトの方向性や位置づけを明確化し、それを表現するライティングのテクニックとなるコピーライティングや編集デザインを対応させていきます。

①Webライティングの位置づけを明確化

②Webライティングの基本テクニック

サイトの方向性はコミュニケーションの姿勢を示すうえで重要なポイントになります。それによって訴求するユーザーに合わせた言葉選びに関わってくるからです。ブランディング重視であれば、正しい日本語で「です。ます。」をベースに読みやすさと適度な漢字を入れることで、信頼感が表現されます。フレンドシップ重視であれば、口語体を織り交ぜながら「～か?～ね」という文体にすることで親しみがわきます。

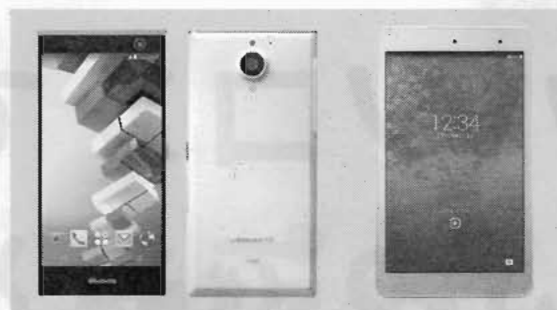
その他、Webライティングの基本テクニックの代表例として次のような実施が求められます。

1) モニターで読みやすい文章表記

Webライティングはモニターを通して、文章をストレスなく読み進めるには一般的に中学生レベルの国語表記が良いとされています。

ユーザーのリテラシーが高い場合でもモニターを通して読む文章では漢字は控えめにし、適度にひらがなを使います。漢字が多い場合、次のような表記を見直してみてもいいでしょうか。

- 下さい → ください / • 頂きます → いただきます
- 出来ます → できます / • 致します → いたします



- 勿論 → もちろん / • 暫く → しばらく

2) PREP法で文章を読みやすく構成する  
Webは紙のメディアとは異なり、いまその時に読んでもらうことが最も重要です。

そこで文章構成にはPREP法を使います。これはプレゼンテーションでも使われる技法で、「概要(結論)」→「詳細」という流れで、先に結論を述べ全体の理解を促しその理由付けを後述することでユーザーにコンテンツの内容をスピーディーに伝えることができます。

PREP法とは、次のような流れを示す用語です。

- Point…結論
- Reason…理由
- Example…具体例
- Point…再度、結論

3) SEO対策キーワードを「タイトル・見出し」「本文」に入れる

Webライティングが一般の文章作成と大きく異なる点が、SEO対策を考慮した文章を作るということです。まず、検索エンジンで入力されることを想定した適切なキーワードをいくつか選び、それをタイトルや見出しに入れ本文の中でも適度に使用します。

これは、ユーザーが「見出し」を流し読みしても内容がつかめることとSEO対策として検索エンジンは、まず「タイトル」から見てサイトの有効性を確認しているためです。

こうして考えてみると、既存の文章データを安易に流用するだけではこれからのスマホ時代における直感的な概要訴求やSEO対策の時流に取り残されてしまいます。

(東京ドアーズ/人間力教育センター代表)