
Writing check sheet

ライティングチェックシート

LD通信「メルマガアンケート特典」



Introduction

「ここあ」です。

この度はアンケートのご回答ありがとうございます。

アンケートにご協力いただいたお礼としてささやかではありますが、「**ライティングチェックシート**」をプレゼントさせていただきます。

このチェックシートは僕が普段、自分のブログ記事を確認したり、文章の添削をする際に必ずチェックしている10項目になります。

僕は過去にコンサルを受け、コンサルタントから文章を添削してもらった経験もあり、

自分が思っている以上に「**伝わる文章が書けていない**」ということに気付くことができました。

もちろん、一生懸命書いた文章が伝わらないというのはショックでしたが、それでも、押さえるべきポイントさえきちんと押さえれば**誰でも「伝わる文章」が書けるようになる**ということも分かりました。

ですので、今、伝わる文章がきちんと書けているかどうか自信がない、もしくは不安だと思われる場合は、ライティングチェックシートの「10項目」が現時点でクリアできているかどうか、ぜひ確認してみてください。

そもそも、どれだけ自分が必死に文章を書いたとしてもそれが相手に伝わらなければ、文章を書いた時間も苦勞も報われません。

僕がお伝えする10のチェック項目については、なぜ、そのチェックが必要なのか、理由も一緒に添えています。

なので、ただチェックするだけではなく、なぜそのチェックが必要なのかを把握した上でチェックするようにしてください。

このライティングチェックシートがあなたの「ライティング力向上」の一助となれば幸いです。

How to use

▶ チェックシートの使い方

今回お伝えする「10項目」は特にブログ初心者の方、
文章のライティングに慣れていない方の場合は、

一度だけチェックして終わりにするのではなく
「1項目ごとに全て読み直す」ぐらいの勢いでチェックするようにしてください。

実際、繰り返しチェックすることで、
自分で書いた文章を少しずつ客観的に読み返すことができるようになり、

修正すべきポイントが気付きやすくなったり、
徐々に「ライティングチェックシートなし」で
チェックできるようになってきます。

ですので、ご面倒でもぜひ繰り返し何度も読み返しをしながら
無意識に確認できるようになるまで、
文章のチェックをしてみてください。

▶ チェックポイント

ブログの記事が完成したら、以下の10項目をチェックしましょう。

- 1) 主語を略していないか？
- 2) 代名詞(あれ、これ、それなど)を多用していないか？
- 3) みなさんではなく、あなた、私たち、僕たちと使っているか？
- 4) 難しい漢字や専門用語、カタカナ用語を使っていないか？
- 5) 接続詞を正しく使っているか？
- 6) 文体や言葉使いが碎けすぎたりしていないか？
- 7) 誤字脱字はないか？
- 8) だらだらと文章が続いていないか？
- 9) 箇条書きなどを適度に使用しているか？
- 10) 主張→理由(根拠)の流れがきちんとできているか？

次項より各チェックポイントの解説をしておりますので、
チェックする理由をしっかりと把握した上で、
ご自身の記事を確認するようにしてください。

Check point 1

▶ 主語を略していないか

記事やメルマガを書いてよくやっしまいがちミス。

日本語は外国語とは違い、ある意味厄介な言葉で、通常、会話だと「話の流れ」で主語がなくても通じてしまうことがほとんどです。

ですが、文章だとそれが大きな問題になります。

特にWeb上の文章の場合、ブログにしろSNSにしろ
読者は自分が欲しい情報だけを「読み飛ばし」しながら
手っ取り早く集めようとしています。

つまり、Web上の文章を一字一句丁寧に読む人はかなり稀だということです。

ですので、ブログなどネット上の文章を書く際にはある程度
「読み飛ばされるのを前提」として、それでも伝わる文章を書いていく必要があります。

例えば、

「仕事が休みだけど朝からバタバタしています。」

さてあなたはこの文章をどう解釈しますか？

「僕の話」をしていると思ったのなら、残念ながら答えは×です。

なぜなら、僕はこういうつもりで書いたからです。

「僕の奥さんは仕事が休みだけど、検診のため朝からバタバタしています。」

このように主語が判明するだけで、全然話が変わってしまいます。

つまり、下手に主語を端折ってしまうと、

読者からは的外れな解釈をされてしまう可能性が高くなります。

なので、「誰が(何が)、何をした」という「主語と述語の関係」が
流し読みをされても分かるように、常に意識して文章を書きましょう。

また、主語を略さずに書くことで必然的に

「1記事に含まれるキーワード」は多くなります。

つまり、主語はSEO対策にとっても非常に重要な要素となりますので、
極力略さず書くようにしてくださいね。

Check point 2

▶ 代名詞(あれ、これ、それなど)を多用していないか

代名詞を多用してしまうと何が問題なのか？

その理由は1つ目のチェックポイントとほぼ同じです。

実際、代名詞を多用することで、流し読みしている読者が途中から何について書かれているのか把握できなくなったり、

本来キーワードが入る部分が代名詞に変わることでSEO効果が弱くなったりと、代名詞を多用してしまうと、特にブログの場合はほぼデメリットしかありません。

なので、ついつい主語を飛ばしてしまったり、代名詞を使いそうになるかもしれませんが、そもそも情報発信というのは、自分のためではなく

「**読者のため**」にするものです。

つまり、自分だけが分かる文章を書いてもなんの意味もありません。

実際、読者にきちんと読んでもらえる文章で「**価値を提供する**」ことができなければ読者から感謝されることもありませんし、信用もされません。

さらに、それが対価報酬として返ってくることもありません。

ですから、

情報発信は「**誰のため**」にしているのか？

そこをきちんと念頭に置きながら、一人でも多くの人に伝わる「**分かりやすい文章**」を意識して書くようにしてくださいね。

Check point 3

▶ みなさんではなく、あなた、私たち、僕たちと使っているか

ブログでもメルマガでも、文章を書く際、
あなたは読者に対してどういう言葉で語りかけていますか？

僕は基本的に、情報発信の文章については
「みなさん」という表現は一切使わないようにしています。

なぜなら、情報発信自体はネットを通じて
不特定多数の人に発信している状態ですが、

実際に、ブログの記事にしる、メルマガにしる、
文章を読んでいるのは、「**画面の向こうの一人**」だからです。

だからブログなどの文章を書く際には
「**あなた**」と語りかける方が自然になります。

また、最近では副業の解禁やリモート化などによって、
「個」が尊重される時代に移り変わりつつあり、
会社への「帰属意識」が薄れ始めています。

ちなみに帰属意識というのは、
「ある集団に属している、またはその集団の一員であるという意識や感覚」を
意味する言葉で、元々は心理学用語のひとつです。

つまり、僕が何を伝えたいのかと言うと、「皆さん」という表現は
どちらかと言うと他人行儀な感じがする言葉で
臨場感や仲間意識が非常に芽生えにくい呼び方になります。

なので、みなさんと表現するよりも「私たち」「僕たち」とする方が
「帰属意識」によって読者の方は

「**自分も仲間の一人だ**」と思ってもらいやすくなるため、
文章が響きやすくなります。

ちょっとしたライティングのテクニックですが
そういう理由から、文章を書く際には「みなさん」ではなく、
「あなた」「私たち」「僕たち」と表現するのがおすすめです。

Check point 4

▶ 難しい漢字や専門用語、カタカナ用語を使ってないか

情報発信をする際、特に気をつけて欲しいのは
辞書で調べないと読者が理解できないような言葉は多用しないということです。

なぜなら、読者はそんな暇ではないからです。
つまり、読者はわざわざ自分が分からない言葉まで調べようとは思いません。
そんな時間を使うぐらいなら、他の記事を読んだ方が手取り早いと考えます。

なので、情報発信で大事なのは、
とにかく「**読み手にストレスを与えないこと**」。これが鉄則。

実際、読者のことを本気で考えているなら、

- どうすれば読みやすくなるか？
- どうすれば正しく伝わるか？

そこまで考えるのが当然です。なぜなら文章は「**読者のために書くもの**」だからです。
そもそも読者は「**知りたいことや悩みを解決**」するために、いろんなブログ記事を読んでいます。

そんな読者に対して「ブログの記事で悩ませてどないすんねん!」という話です。
それこそ、そんなブログは読者からは嫌われて当然なわけです。

昨年、コロナが蔓延し始めてからニュースやワイドショーでも
様々なカタカナ用語が使われ始めましたが、カタカナ用語を改めて日本語で説明するなら
「初めから日本語で伝えろ!」と思いませんでしたか?(笑)

実際にクラスターだの、オーバーシュートだの、ロックダウンだの
確かに今では聞き慣れた言葉かもしれませんが、無理にカタカタ用語を使わなくても
私たち日本人には「集団感染」、「感染爆発」、「都市封鎖」で十分伝わるわけです。

そもそも人とは持っている知識も経験も学力も全てが異なっています。
だからこそ、読み手は何も知らないし分からないというつもりで文章を分かりやすく書くことが大事です。

専門用語はその分野に長けた人にしか分かりませんし、伝わりません。
無理に説得力を持たせるため気の利いた難しい表現を使う必要もありません。

それよりもむしろ、いかに分かりやすく相手に伝えるか?
綺麗な言葉よりも「**伝わらなければ意味がない**」という精神で文章を書くようにしてください。

Check point 5

▶ 接続詞を正しく使っているか

人と会話をしていると接続詞を使うことはほとんどありません。
なぜなら、会話の流れや話のトーンで、
接続詞を使わなくても話の内容が聞き取れるからです。

ですが、文章となると、顔の表情や、声のトーンなど
細かいニュアンスが読み手には伝わらないため、
接続詞なしでしっかりと読み取ってもらうのは、かなりハードルが高くなります。

実際、接続詞というのは話の流れを
「読み手にとって伝わりやすくする効果」があります。

例えば、

「今日は仕事が休みだ。しかし…」

「今日は仕事が休みだ。だから…」

このように、同じ文章の後でも、「しかし(逆接)」、「だから(順接)」という
接続詞があるだけで、後に続く文章のニュアンスが感じ取れると思います。

「今日は仕事が休みだ。しかし…」の後は
「しかし、家で明日の会議用資料を作らないといけない。」
というような「ネガティブな内容」だと予想がつきます。

逆に、
「今日は仕事が休みだ。だから…」の後は
「だから、家族とディズニーランドに出かける」といった
「ポジティブな内容」が続くと予想できます。

また、接続詞をしっかりと入れることで、自分が文章を書く際にも
次にどんな内容を書くべきなのかが明確になり
読み手だけではなく、書き手にとっても分かりやすくなります。

ですので、読み手と書き手、双方にとってメリットのある接続詞を
正しく使って書くようにぜひ意識してみてください。

Check point 6

▶ 文体や言葉使いが砕けすぎたりしていないか

書き言葉には「である調」や「ですます調」がありますが、それ以外にも「話し言葉」というものもあります。

文章を書く際には通常「ですます調」を意識されてるとは思いますが、どうしても気分が乗ってくると、文体が砕けてしまったり、意外と「話し言葉」と「書き言葉」の区別がつきにくくなったりしてしまいます。

ですが、話し言葉の多用には気をつけましょう。

特に、文章に親近感を出そうと意識しすぎることで「**過剰に砕けた文体や、まるで友達感覚で話すような文体になってしまう。**」そうなることで、読み手からは嫌悪感を抱かれる可能性も高くなります。

なぜなら、読み手はあくまでも「**他人**」だからです。つまり馴れ馴れしい文体はご法度です。

私たちはあくまでも「**プロ**」として、しいては自分の知識やスキルを読者に伝える「**教育者**」としての自覚を持って情報発信しなければなりません。

実際、僕は会社員時代から意識してきたことではありますが、プロとして、社会人として

- 誠実さ
- 丁寧さ
- 真面目さ

これらの意識を欠かしたことはありません。

実際、情報発信ビジネスはあくまでも「ビジネス」ですので、人からの信用が得られなければ、ビジネスが成立することはありません。

特にブログの場合は「**この人なら信用できる!**」読者からはそう思われなければ、どれだけレビュー記事を頑張って書こうが自分の紹介商品が売れることはありません。

なので、親近感を持たせるための柔らかさは確かに大事ですが、しっかりと「**プロ意識**」を持って、常識の範囲内で文章を書くようにしましょう。

Check point 7

▶ 誤字脱字はないか

僕に言われるまでもないことを念の為お伝えしておきますが、

情報発信ビジネスにおいて「誤字脱字」がないというのは基本中の基本であり、当然のことでもあります。

先に文章は「プロ意識を持って書いてください」と伝えましたが、「誤字脱字」が多い文章というのは読み手にとって稚拙な文章に見えるだけでなく、「**プロ意識がない**」、「**この人は信用に値しない**」と思われやすくなってしまいます。

僕自身、国語はあまり強い方ではありませんが、だからこそ自分が疑問に感じた言葉や表現などは都度イチイチ辞書で調べながら、自分が思っている言葉の意味と相違ないか確認した上で使っています。

実際、そうしていくことで、自分が文章を書く際の自信にも繋がります。

また、僕がいたデザイン業界、特に印刷を扱う世界では一文字の誤字や脱字で全てを刷り直すという非常に厳しい世界でもありましたので、余計に誤字脱字、誤った表現にはシビアです。

もちろん、デザイン業界以上に医療業界など、人の命に関わる分野では、それこそ「ごめんなさい」で済む世界ではありません。

事実、パワハラだの誹謗中傷だの「言葉の暴力」と言われるように、言葉は使い方を間違えると「凶器」にもなり、人の命を脅かす危険な道具になりかねません。

だからこそ、情報発信する以上は、たかが誤字脱字とか「言い方や伝え方を少し間違えた」と軽く済ますのではなく

「**自分の言葉がどれだけ人に影響を与えるか**」

自分の言葉にしっかりと責任を持って、文章を書くようにしてください。

仮にレビュー記事を書いていて、多少の誤字脱字があるだけで読者に揚げ足を取られてしまい、「信用できない」と思われるのは、それこそ不幸でしかありません。

なので、誤字脱字はしっかりとチェックするようにしてくださいね。

Check point 8

▶ ダラダラと文章が続いていないか

このライティングチェックシートを作りながら僕が意識していること。
それは・・・

- 「文章がダラダラと続いていないか」
 - あなたに「きちんと読んでみよう」と思われるかどうか
- これら2点です。

そのために僕が何を考えて書いているかというと

- 1) 文章はダラダラと続けない
 - 2) できるだけ、ページの左側に文章が収まるようにする
 - 3) 各ポイントは1ページ以内で確実に収める
- こんな決め事をして文章を書いています。

実際、ダラダラと文章が続いていたり、
視覚的に圧迫感があり「読むのが大変そう!」と思われてしまうと
それだけで、僕があなたに伝えたかったことが伝わらなくなっています。

なので、仮にあなたが忙しくても
「一度だけとりあえず目を通してみよう!」
「毎回文章を書いた後にチェックする参考として使いたい!」
そう思っていただけのことを目指してまとめています。

また、人は基本的に一度にたくさんの情報を受け取ることができません。

だからこそ、伝える文章にするには、できるだけ「短文」で
少しずつインプットしてもらおう。その方が効果的です。

さらに書き手にとっても、短文で書く方が、「主語と述語の関係」も把握しやすく、
文章そのものが迷子にもなりにくくなります。

特に文章を書きなれない初心者ライターさんの場合は、
まず短文で文章を繋げる工夫をする。

ある意味、英会話と同じ発想ですが、そうしていくことで徐々に字数の多い文章が
書けるようになってきますので、ぜひ一度試してみてください。

Check point 9

▶ 過剰書きなどを適度に使用しているか

このライティングチェックシートもおそらくあなたは「流し読み」されているかもしれませんね。

そんな時、視覚的によく目に止まるのが「**箇条書き**」です。

実際、箇条書きを使うことで、「要点」を伝えやすくなりますし、

仮に流し読みされていたとしても読者には箇条書きの部分だけが何となく目に止まって前後の文章を読んでもらおうと思ってもらうこともできます。

先に文章は「ダラダラと続けないこと」とお伝え致しましたが箇条書きを使うことで、

文章がダラダラと繋がるのを抑止できるというメリットもあります。

ですので、読者に対して

- **要点をきちんと伝えるため**
- **流し読みの目を一瞬止めてもらうため**
- **ダラダラと文章が続くのを防ぐため** (文章にメリハリと付けるため)

「**箇条書き**」はこのような非常に効果的な要素となりますので、ぜひ箇条書きを効果的に使用して

自分の伝えたいポイントがきちんと読者に届くように工夫しましょう。

Twitterを見ている、文章をただ140字そのまま続けて発信している人をよく見かけますが、きちんと伝えたいなら箇条書きを使う方が伝わりやすくなります。

実際、成功者のツイートを見てみてください。箇条書きや短文使って、読みやすく分かりやすい発信しています。そうしたちょっとしたことから、「**伝わる文章のコツ**」は盗めます！

Check point 10

▶ 主張 → 理由(根拠)の流れがきちんとできているか

最後の10個目。

ブログやメルマガを書く以上は、主張もすごく大事です。

ですが、どれだけ自分が立派なことを主張しても、読者にとっては、その根拠となる理由がなければ、それは単なる自己主張となってしまう、全然説得力がありません。

そうなる原因は、おそらくそれが自分にとっては当たり前でこれまでの経験から、その主張となる理由が自分の頭にはすでに刷り込まれてしまっているからです。

しかし、読者は自分と全く同じ経験をしていたり、知識を持っているわけではありません。ですので、主張の後には、なぜ自分がそう思うのか？根拠となる理由をセットにするのが大切です。

そして、理由や根拠というのは、自分の経験を具体的に伝えたり、客観的なデータとして各企業が公開している情報に基づき数字で伝える方が読者には分かりやすく説得力もあります。

自己開示するのは抵抗があると思われるかもしれませんが、**人は「何者かわからない人」に対して、警戒するのが普通です。**

つまり、人は何者かわからない信用できない人から商品を購入したり、繋がりたいと思うことはありません。

いずれにしても、主張の後には必ず根拠となる理由がなければ読者は納得してくれませんし、自分を信用してはくれませんので、**「主張の後は、理由」と必ずセットで書くと覚えてください。**

逆にいうと、主張の後に理由(根拠)や具体例が書けないということは、その主張には「自信がない」ということです。そもそも自信のない文章を書いている人に読者はついていこうとは思いません。

だからこそ、文章は自分が自信を持って「**自分の言葉**」で書けることだけを書くようにしてくださいね。

まとめ

ざっと10項目、僕が普段自分の文章をチェックしたり
添削をする際に意識しているポイントを理由も添えてまとめました。

実際、チェック項目として挙げた内容は
どれも「当たり前」なことと思われたかもしれません。

ですが、僕はいつもメルマガでお伝えしておりますが、
当たり前のことが当たり前に行えていない人が意外と多いのです。

だからこそ、自分が当たり前と思えることを
一つひとつ「丁寧に」積み重ねていくことで
ライバルとは勝手に差がついていきます。

今回、僕がアンケートの回答特典として
こうした「ライティングチェックシート」を用意したのも
自分にとっては当たり前でも、それが当たり前ではなく

伝わらない文章が書けずに悩んでいる人がいるかもしれない。
そう思ったからこそまとめました。

もちろんだからと言って、それがすでに当たり前に行えている人からすれば
「大したプレゼントではなかった。」そう思われるかもしれません。

しかし、先にもお伝えした通り、
自分と同じ経験、同じスキル、同じ知識、同じ人脈を持っている人は
この世には誰一人として存在しません。

仮に顔が瓜二つの双子であっても、お互いの人生は全く違うものです。

**なので、自分の当たり前を当たり前だと思わない。
当たり前のことこそ丁寧にやる。**

そうした精神で日々行動していれば、
それが信用となり、世間からの反応は変わってくると思います。

いずれにしてもこの「ライティングチェックシート」があなたの一助になればと、
その一心で作りましたので、参考にさせていただけると嬉しいです。