

仕事は1日1時間ですよ！（隠し部屋）

こっそりお届けする限定プレゼントサイト



# 読まれるブログにするための3つの裏設定

最初はここは完璧じゃなくてもいいのですが、  
ブログに限らず、あらゆる作品や商品に言える、  
これから解説する**3つのポイントが練られていると**  
**お客さんの心を掴むコンテンツになります。**

この3つの要素です！

## 1. コンセプト

コンテンツの目的、理念

## 2. ターゲット

理想のお客さん像

## 3. ブランディング

お客さんから見たあなた像

この3要素は、ブログ全体に対しても決めますし、  
1記事ごとにも細かく設定していくといいです。

記事ごとに考える場合はこんな感じで.....

### 1. 記事のコンセプト

「この記事を読んだ人にどうなってほしいか」

「この記事で読者さんの何を解決してあげたいか」

### 2. 記事のターゲット

「どんな人に向けた記事か」

「どんな人に読んでほしいか」

### 3. 記事でのブランディング

「どんな人が書いた記事だと思ってもらいたいか」

「この記事書いた人、●●だなあ という印象を持たせたい」

何かを作るにおいて、  
この3要素を狙った上で作っていけば  
グンと内容の質が上がります。

慣れてくると、考え込まずとも  
記事のコンセプトもターゲットもブランディングも  
自然にスッと決まるようになります。

最初の内は考えるにも時間がかかるとは思いますが、  
3要素を取り入れられると一皮むけますので、  
ぜひ意識してみてください。

それでは1つずつ詳しく解説していきます。

## もくじ

### 【コンセプト】 ブログのテーマ、理念を決めよう

コンセプトとズレそうなことを書きたくなったときは？

コンセプトの取り扱いかたと作成例

記事ごとにも読者さんを連れて行く目的地を決めよう

### 【ターゲット】 伝えたい読者さん像をさだめよう

記事ごとにも明確な読者さん像を決めよう

### 【ブランディング】 見せ方や世界観を整えよう

よくないブランディングの例

自慢に思われてしまいそうな話をしたいときは

キャラや口調はブログ内で統一させよう

### 今回やることまとめ

# 【コンセプト】 ブログのテーマ、理念を決めよう

ブログのコンセプトというのは、  
ブログの理念や大きなテーマということです。

「読者さんをどこに連れていくか？」という  
ブログの目的や存在理由です。

**「このブログを読んでもくれた人に、  
何を伝えて、どうなってほしいのか」**

これを意識しておくことで、  
大きな軸がしっかり通った、  
一貫性と説得力のあるブログになります！

こうした軸が決まっていれば、  
記事を書くときも方向性に迷いにくくなり、

お客さんにとって

**「このブログを読むと自分にこんなメリットがある！」**  
と価値を感じるブログにもなるんですね。

逆に、コンセプトを決めておかないと、  
芯がブレブレで、自分にとっても読者にとっても  
わけのわからないブログへと迷走してしまうことも.....

雑誌を例として考えると、

たとえば若い女性向けのファッション誌には、

**「その年代の女性がちょっと豊かでステキな生活を  
楽しむための情報」**がまとまっているはずですよ！

そんなテーマを期待して読んだのに、  
こんな内容になっていたらどうでしょうか？

↓↓↓

- 「今年はこんな色が流行るよ！  
一足先におさえて目指せ愛されコーデ！」
- 「流行りを追う女性って必死  
オシャレとか色気づいてて気持ち悪い！」
- オタク向けのコアなアニメグッズの特集
- 年配向けの陶芸教室の宣伝
- その他、若い女性とは  
およそ関係ない情報etc.....

**「この雑誌.....おかしい 軸がぶれてる！  
どんな方向性？ ていうか誰向け？」**

と若い女性は混乱するわけです。

これでは読者さんは定期購読してくれませんよね。

全体のコンセプトがなんとなくでもまとまっていて  
一貫性があると、信頼されるコンテンツになります。

✕ 気分でキーボードに  
記事を書くと...

「なんでもいいから書けること書こう〜」  
⇒ 目的のわからない雑言誌



○ なんのためのブログか  
ハッキリしていると...

「子どもに夢を与えて」 というテーマに  
「ワクワク楽しんでほしい!」 ⇒ 基づいた雑言誌



個人の気分で書かれたごちゃごちゃブログより、  
テーマ・目的がハッキリしたブログのほうが  
満足度ははるかに高いのは間違いありません。

右の【良い例】のコロコロコミックのように、

**読者さんをどうさせてあげたいか、**  
**そのためにどんなことを発信していくか**

という信念をしっかりと決めておくと、  
読者さんに愛されるブログになりますよ!

# コンセプトとズレそうなことを書きたくなったときは？

先ほど、こんな雑誌の例を出しましたよね。

- 「今年はこんな色が流行るよ！  
一足先におさえて目指せ愛されコーデ！」
- 「流行りを追う女性って必死  
オシャレとか色気づいてて気持ち悪い！」

「流行りを追うこと」について  
ある記事では好意的に勧めているのに、  
別の記事では非難している……

しかしそんな矛盾する2つの記事も、  
コンセプトがしっかりしていれば  
その信念に基づいて書くことで、  
「軸がぶれてる」とは感じなくなります。

『若い女性に自信をもってファッションを楽しんでもらう』  
がコンセプトなら

「流行りを追う女性って必死だよね！  
オシャレとか色気づいてて気持ち悪い！」

こんな記事だとコンセプトと外れるので、  
ちょっと視点を変えて.....

↓↓↓

**「流行りの追いすぎで迷走して、  
見苦しくならないように注意！」**

**「流行りを追うのに抵抗を感じる、  
オシャレに自信のないあなたへ」**

こんな記事ならコンセプトの芯が通ってるからOK！

また、こんな例も先ほど出しましたね！

- **オタク向けのコアなアニメグッズの特集**
- **年配向けの陶芸教室の宣伝**

実はこういった一見関係なさそうなテーマでも、  
コンセプト（若い女性にファッションを楽しませる）が  
ちゃんとベースになっているならOKです！

アニメグッズの話なら.....

**「意外にも、アニメのフィギュアから  
学べるカワイイ黄金ポーズがある！」**



**「アニメグッズをファッションとして  
取り入れるときのやってはいけないポイント！」**

こんな記事なら、コンセプトに沿っていますよね。

ファッション情報目当てで来てくれた  
若い女性の読者さんでも

「その発想なかった！斬新で面白い！」

「アニメに興味なかったけど、私と無関係でもないのかも」

と、新しい視点として楽しんでくれそうです。

**自分の今までになかった新しい視点で、  
自分の興味・関心ごとを深めることができると、  
人は「めちゃくちゃおもしろい」と感じるのです。**

陶芸教室の宣伝なら.....

**「20代女子の間で密かなブーム？！  
オリジナルのキュートな湯のみを1日陶芸体験で♪」**

とかでしょうか。

注意してほしいのが、あくまで目的は  
「陶芸教室の情報を出すこと」なのではなく、

**「若い女性にファッションを楽しんでもらう」**

**その一環として、陶芸教室を提案すること。**

つまり大元のコンセプトが大前提だということです！

なんの脈絡もなく陶芸教室の話が出てきたら

「なんでその話する？」と戸惑いますが、

ちゃんとコンセプトにかなっていれば、

若い女性の読者さんも納得して、

「陶芸体験か～なるほど～

そういうのもあるのね～」と

**自分に関係するものとして受け入れて**

読んでくれるわけです！

**「人は自分と関係のあるものにしか興味がない」**

これは重要なポイントです。

**「実はこれ、あなたに関係あるんだよ！」**

**「さらにそこからはこれも関係してくるよ！」**

と読者さんの興味ゾーンを広げていくと、

読者さんはハマって次々読んでくれます。

# コンセプトの取り扱いかたと作成例

コンセプトは、自分の中で  
しっかり定めておけばそれでOKです！

とくにブログで公表する必要はありません。

コロコロコミックのコンセプトの例も、  
「たぶん『子どもに夢のある情報を与えて、  
ワクワク楽しく元気いっぱい育てほしい』  
ってテーマだろうな～……」

そうアネオトが勝手に感じただけで、  
もしかしたら本当は違う想いがあったり、  
もっと深い裏テーマが  
あったりするのかもしれない（笑）

といっても、いきなりコンセプトを  
ガッチリ定めるのは難しいですね。

例によってまずは仮設定でやってみて、  
だんだん直していくつもりでいけば大丈夫！

自分が辛くならないように、  
楽しくやっていけるように調整してみてくださいね。

コンセプトの例を出しますので、参考にどうぞ！

ブログを読んだ読者さんにどうなってほしいか、です！

### ゲームのブログ

読者さんに「ゲームっていいなあ、  
無駄じゃなかったなあ」と再認識してもらう。

ゲームを通じての新しい発見や  
学びに感動してもらう。

### 筋トレのブログ

挫折しない筋トレの方法と、  
メンタルを鍛える考え方を教えることで、  
読者さんに筋肉といっしょに自信もつけてもらい、  
新しい自分へと生まれ変わってもらう。

### チョコミントのブログ

チョコミント系のスイーツ情報と感想をまとめて、  
チョコミント好きさんや  
「あれって美味しいのかなあ」と気になっている  
読者さんの参考にしてもらう。

### アニメの感想ブログ

アニメの感想をたっぷり語って、  
同じファンの読者さんと気持ちを共有し、  
作品をより濃密に味わってもらう。

このアニメをいっしょに盛り上げる。

## 編み物のブログ

編みぐるみ作品を掲載したり、  
編み方を丁寧に解説したりして、  
初心者さんをウキウキ楽しく  
編み物デビューさせる&上達させる。

## 記事ごとにも読者さんを連れて行く目的地を 決めよう

ブログ全体のコンセプトを決めたら、  
各記事ごとにもさらに具体的なコンセプト  
「この記事を読んだ人にどうなってほしいのか？」  
を考えると、非常に質の高い記事ができます。

たとえば、ブログ全体のコンセプトが  
「イラストの上達に悩む人の心を救って、  
楽しみながらグングン上手くなってもらう」  
だったとします。

その中の1記事として

「人体の描き方の解説記事」を書く場合.....

記事の中身を書き始める前に、

この記事のコンセプトを考えてみましょう。

たとえばこんなコンセプト！

**「今まで人体が上手く描けなかったのは  
才能がないからじゃなく、難しく考えすぎていて  
ラクな描き方を知らなかっただけだと気付いてもらい、  
新しい視点で楽しく人体の描き方をマスターしてもらおう。」**

このコンセプトを前提に内容を書き進めると、

非常に愛のこもった有益な記事になるはずです！

だいたいの場合、ブログ全体のコンセプトよりも

1記事のコンセプトの方が、より具体的になります。

**【ターゲット】 伝えたい読者さん像を  
さだめよう**

ブログにおける【ターゲット】とは、  
あなたにとっての『理想の読者さん像』のことです。

（「獲物」や「標的」などの  
ギラギラしたニュアンスではありません）

『伝えたい読者さん像』つまり  
「どんな人に向けてブログを書くか」！

これを決めておきます。

ターゲットの属性を絞ることで、  
読者さんの心に響く濃いブログになります。

逆にターゲットを絞らず、  
とにかく大勢に読んでもらおうとして書くと、  
**誰の心にも刺さらない、スルーされるブログ**  
になってしまうのです。

たとえば、Nintendo Switchのゲームソフト  
『ゼルダの伝説 ブレスオブザワイルド』を  
おすすめする記事を書くとき。

とくに**ターゲットを決めずに万人向け**に書くと

## 「ただの無難なゲーム紹介」 + 「おもしろいよ。ぜひ！」

という**とても味気ない抽象的な内容**になってしまうんです。

それこそ公式サイトを見れば済んでしまう  
機能的な情報しかない記事になりがちです。

そこで「どんな人に伝えるか」を考えてみると.....

このように**具体的に伝えたい内容や切り口**が  
自然と見えてくるはずです！

ターゲットが変われば、  
伝えたい内容もガラッと変わります。

<b>ターゲット</b>	この『ブレスオブザワイルド』で初めてゼルダデビューする人
<b>伝えたい内容</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 過去のシリーズを遊んでいなくても楽しめるかどうか</li><li>• 「ゼルダってこういうものなんだよ」というシリーズの概要</li><li>• ゼルダデビューにあたって知っておくといい知識</li></ul>

<b>ターゲット</b>	ゼルダシリーズは過去作『時のオカリナ』だけプレイしてる人
<b>伝えたい内容</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 時のオカリナと比較したときのブレスオブザワイルドの特徴</li><li>• 時のオカリナからどう変わっていったのか、ゼルダシリーズの歴史</li></ul>



- 時のオカリナのあの「名作感」と比べて、どんな評価・感想か？

<b>ターゲット</b>	ゼルダファンだけど、Nintendo Switch本体が手に入らず、今作は見送ろうか、なんとかして買うべきか悩んでいる人
<b>伝えたい内容</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ファンならなんとしてもSwitchを入手し、絶対に遊んだ方がいい理由</li><li>• Switch本体を買う方法、購入しやすいルートの情報</li><li>• WiiU版を買う手もあるという提案（そのメリットとデメリット）</li></ul>

ターゲットを設定することで、

**「その読者さんの場合、どんな情報を求めているのか？」**

**「その読者さんなら、何を書いたら喜ぶか？」**

という書く内容が見えてきますよね。

ターゲットにとって価値のある情報にまとまり、  
具体的で濃い内容の記事ができあがります。

しかも書くべきことがわかりやすいから、  
書くのにもあれこれ悩まず書きやすい！！

男性向け？ 女性向け？

どの世代向け？

何が好きな人向け？

どんな悩みを抱えている人向け？

などを決めて、方向性をしっかり定めましょう。

先ほどの『コンセプト』とあわせて、  
ぜひターゲットをじっくり練ってみてください。

ブログが読まれるかどうかの  
かなり重要なポイントになります！

## 記事ごとにも明確な読者さん像を決めよう

ブログ全体のターゲットを決めましたが、  
これから1記事1記事ごとにも  
詳細なターゲットを絞っていくといいです。

例えばブログ全体のターゲットが  
「ゲーム好きの、ニンテンドー64世代の人」  
だったとして、

その中の1記事のターゲットは  
「当時は64のゼルダにハマってたけど、

## しばらくゼルダシリーズはご無沙汰の人」

にする、といった感じです。

ブログ全体のターゲットは  
少し広めにとっておきますが、  
1記事内のターゲットはもはや  
「たった1人」に届けるつもりで！

この「たった1人の読者さん像」のことを  
『**ペルソナ（仮想人物）**』といいます。

**たくさんの人の中で発言しようとする、  
無難で面白くない内容になるうえ、  
自分でも何を言えばいいか困ったりしませんか？**

「この人の前ではこう言いたいけど、  
この人がいるとあんなことは言いにくいし、  
この人にはこう思われそうだし、この人には.....」

とやりにくいですね。

ブログでも、属性の違った  
いろんな人にむけて書こうとすると、  
薄味のつまらない内容になり、  
その結果、読んでもらえなくなります。

Aさんだけにマンツーマンで喋る話や、  
少人数への内緒話なんかは、  
具体的で濃い内容になるうえ、自分も話しやすいし、  
相手も聴き込んでくれますよね。

Aさんだけでなく、横から「何の話だろう？」と  
盗み聞きしにきた関係ない人まで  
「へー！面白い！」とうなるような  
読まれる記事になるのです！

## だけど、ターゲットをしぼる勇気がない.....

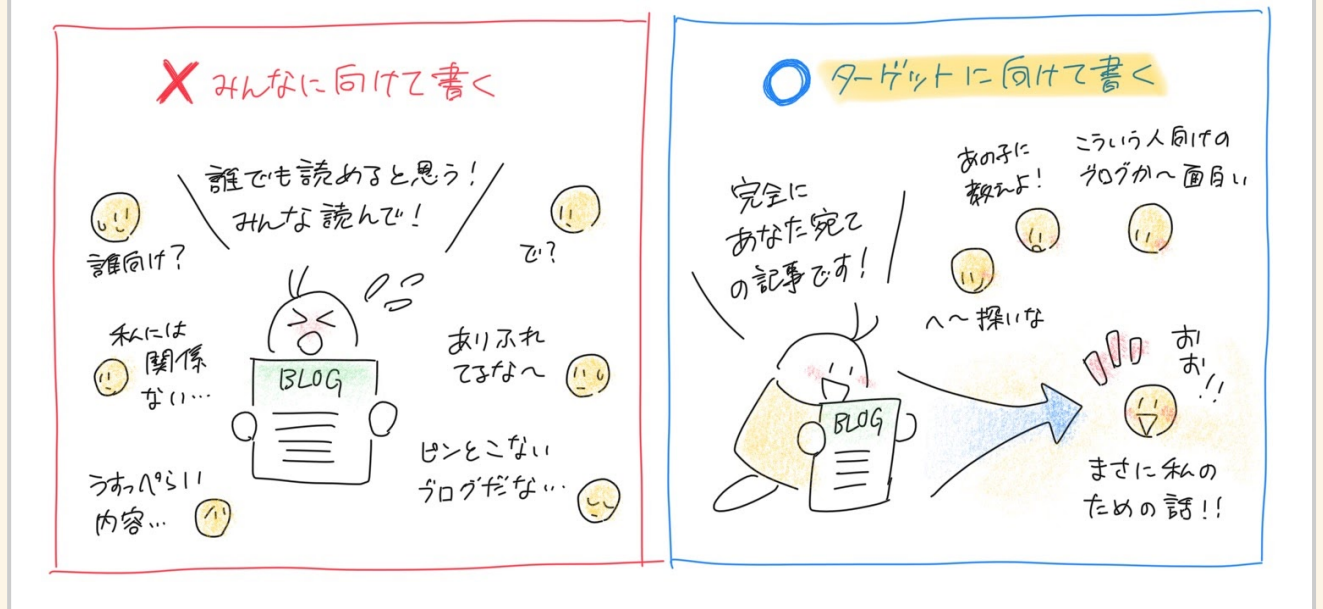
「ターゲットを絞る重要さはわかったけど、  
やっぱりたくさんの人に見てもらいたいから、  
**一部の人だけに向けて書くのはもったいない気が.....**」

「ターゲットを狭くすると記事は濃くなるけど、  
**読んでくれる人もかなり減っちゃうんじゃない？」**

そんなふうに不安に思いますよね。

しかし、これが実は逆で.....

**ターゲットを絞ると、むしろ多くの人に読まれる**  
という不思議な効果があります！



相手を絞ることで、  
ターゲットじゃない人が読んだとしても  
「これはおもしろい記事だ!」と刺さるのです。

意外と世のブロガーさんの中にも  
「ターゲットをしぼる」テクは知っていても、  
「絞るとターゲット外の人にも刺さるようになる」  
ということまでは知らない人も多いです。

「ターゲット以外の方は捨てるのか.....」  
とっていて、やはりどこか弱気な  
ターゲット設定にしてしまうケースも.....

ターゲット外の人にも響くというのは  
どういうことか、例をご紹介します。

例えば、『カイジ』という

大人気なギャンブル漫画がありますよね。

アネオトも姉弟そろって大ファンなのですが.....

あの漫画のターゲットはおそらく、  
ギャンブルや裏社会の話題が大好きで、  
エグイ表現もどんどこいな  
社会人の男性なのだと思います。

つまりギャンブルに興味のない人や、  
学生、女性などはターゲットから外れています。

しかし実際には、若い人でも女性でも、  
ギャンブルに興味がない人でも、  
カイジにどハマりしている人は多いんです。

しかもだいたいの人が、  
こってりした濃いファンになっている印象です。

アネオトも「まさか自分がカイジみたいな  
漫画にハマるとは思わなかった.....」  
とびっくりしたのを覚えています。

カイジは見ればわかる通り、  
「万人受け」するようには描かれていません。

**一部の人を狙って刺さるように、**  
**ターゲットをしぼって貫いているからこそ、**

**クオリティが突き抜けて、結果的に多くの人  
心を掴む内容になっているんですね！**

あとは「ちょっと読んでみよう」と  
手に取るきっかけさえあれば.....

読んだ人は「なんじゃこりゃあ!？」  
「こんな面白い世界があったとは.....」と  
たちまちファンになってしまうわけです。

もしカイジが全方面向け・万人受けを  
狙って描かれていたら.....？

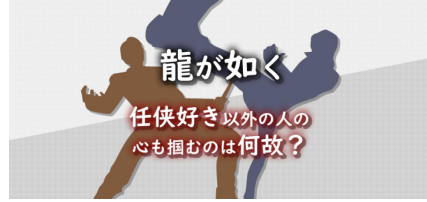
女性の読者や、ギャンブルに興味のない読者にも  
気を遣ってまろやかな表現で描かれていたら.....？

今みたいな面白い作品にはなっていないはずですよ。

そう思うと、ヒットしている作品は  
どれも中身が相当濃いですよね！

ターゲットを絞って成功したゲーム  
『龍が如くシリーズ』の開発秘話も  
とても面白いのでぜひ読んでみてください。

**ターゲットを絞ると濃いコンテンツになる例**



【龍が如く人気の理由】何故あのゲームのストーリーは女性にも面白いのか | 仕事は...

今すぐ読まなくても大丈夫！

後で「[ふりかえりガイド](#)」からまとめて見られますので、

必要になったタイミングで参考にしてみてくださいね。

ただし、先ほどお伝えした

「人は自分に関係あるものにしか興味がない」

というのも確かなので、

見てくれさえすれば胸に響くだろうけど、

見てもらうまでが難しい.....！

「どうやって興味をもたせるか？」

「どうやって読むきっかけを与えるか？」

それが課題になってきます。

実はそれも、先ほどの

「ファッションからの陶芸教室」の例の通り、

「すでにターゲットが興味をもっているもの」を切り口にして、そこから新しいものに誘導するというテクニックでできます。



「今回の記事で陶芸教室に興味をもったら、  
こっちの記事もおすすめです」といった要領で、  
記事から別の記事へ案内しちゃうのです。

ちょっと高度ですが、ブログに慣れてきたら  
チャレンジしてみるといいですよ！

ブログ全体のPVが上がり、  
難しい工夫を仕掛けられたという  
達成感で自信もつきます！

## 【ブランディング】見せ方や世界観を 整えよう

【ブランディング】とはカンタンに言うと  
「自分（ブログとその運営者）の見せ方」です。

自分の人柄の印象をどう見せるかと、  
ブログにこめる想い&信念（コンセプト）が  
ハッキリしていれば、自然とあなたの  
世界観がハッキリしたブログになります。

すると、あなたを好意的に思った人  
つまり「あなたと価値観のあうお客さん」  
が集まってきてくれます。

コンセプトは先ほど考えましたので、  
**「読者さんから見て、自分のことを  
どんな人なのだと感じてほしいか」**  
を考えていきましょう！

**「この人は知識が豊富みたいけど、  
性格がキツイから関わりたくないし、  
なんかやり方が気に入らない……」**

**「絵が素敵だからどんな人なのか見てみたら、  
普段の言動がひどすぎてガッカリ……  
こころなしか作品も気持ち悪くみえてきた」**

そんな人に会ったことはないでしょうか？

人間は感情で動く生き物ですから、  
好感の持てる印象作りってすごく大事なんですね。

**「自分だったらこんな人が書く記事が読みたいな」**

**「こんな人に教えてもらえたら嬉しいな」**

そう思う人柄作りをしていきましょう！

といっても、無理したキャラ作りをするのではありません。

「めっちゃ頭がいいっていう設定にしよう！」

など、自分を大きく偽ったり、見栄を張るのも後々しんどくなるのでおすすめしません。

「普段の素の自分にちょっとプラス」の気持ちで  
**やや明るめの優しそうな人**を目指すのがおすすめです。

「この人カンジいいな〜！」と  
お客さんに好印象を抱かせられそうな、  
**あなたにとっての理想の自分を**  
考えて意識してみてください。

読者さんが話しかけやすい、  
**質問や相談をしやすい雰囲気**も結構大事です。

ギャップやお茶目な部分を出して、  
**人間らしさ、親しみやすさ**を作るなんてのもいいでしょう。

- ネットに詳しくて頭のキレル印象だけど、  
人の痛みに寄り添ってくれて涙もろい

- 筋肉ムキムキで怖そうだけど、  
熱血というよりはポワポワしてて優しい
- 上品でおっとりしてる50代のママだけど、  
激しくコアなゲームオタク
- ノリが軽くてチャラそうだけど、  
すごく真面目で正義感が強い

などなど、ギャップは魅力になります。

また、読者さんとの共通点があると、

**「この人も私と同じ岐阜出身なんだ～！ なんか急に嬉しい！」**

**「えー！ この人もハロプロファンなの！？ 意外！ 興奮！」**

**「この人も喘息持ちなんだ……！！ わかる、辛さわかる……」**

といったように、それだけで興味や親近感、  
仲間意識を感じてもらえます。

個性を出していくとおトクなことや、  
意外な繋がりになることがありますよ！

ブランディングを意識しておくことで、

「今日はとにかく機嫌が悪い」なんて日でも、  
うっかり**負の感情丸出しなヒートアップ記事**を  
書いてしまったりせずに済みます。

「いけない、こんなの私じゃない！」と、  
**我に返ってキャラを取り戻すことができます。**

とくにブログとあわせてツイッターなどの  
SNSを運用するときは、  
ついついその時の感情やコンディションのままに  
つぶやいてしまったりしますからね。

「私はこんな人でありたい」という  
自分の見せ方を確立して、  
読者さんを惹きつけちゃいましょう！

## よくないブランディングの例

ブランディングしだいで、  
「この人すげえ！」「尊敬できる！」  
「なんかカワイイ！」「癒される！」  
といった印象を抱いてもらえるわけですが.....

逆に**ブランディングに失敗すると**  
**理想のお客さんが離れるばかりか、**  
**良くないお客さんがついてしまう**こともあります。

たとえば「尊敬してほしい！」

「スゴイ人だとアピールしたい！」と思って、  
自慢話をプンプン匂わすような、  
マウンティング姿勢で行くと……

**「なんか嫌味な人……」「この人気持ち悪い……」**

**「自己顕示欲が激しくてウザいなあ……」**

と悪印象になり、普通の感覚を持った  
良いお客さんには嫌われてしまいます。

そればかりか、

**「オレもアンタみたいに楽しんで  
みんなにキャーキャー言われたいんで、  
さっさと稼げるようにしてくれよ」**

そんな態度の恐ろしく意識の低い人や、  
なんでも無料でしてもらおうとする  
『クレクレくん』が集まってきてしまいます。

そのタイプは何かのきっかけで  
悪質なクレーマーに変化することもあります。

そういう厄介な人はお客さんにしたくないですね。

**望まないお客さんが寄り付かず、  
価値観の合うお客さんだけが来てくれるような、**

**良い人柄&クリーンなブログの雰囲気**

**作っていくことは本当に大事です。**

読者さんを下に見たり、変に自慢をしたり、  
マウントを取ったりしないように気を付けましょう！

## 自慢に思われてしまいそうな話をしたいときは

たとえば、あなたが過去に

「全国模試で1位をとったことがある」

として、そのことに触れる場合.....

「いやあ～私が全国模試1位とってたころは  
全然思ってなかったことなんですけど、  
本当に正しい勉強のやりかたって～」

のようにサラッと書くと

『これくらいできて当然、動じない私がかっこいい』と  
高く止まっているように感じて、  
鼻につく表現になってしまいます。

その文章を読んだ読者さんは

「本題以上に、全国模試1位ってことを

**ひけらかしたいだけじゃないの？」**

と悪印象を抱いてしまいます。

こういうときは、さりげなく書くより  
むしろ大きく取り上げたほうがいいです。

「これってすごいことですよね！？」

自分、がんばった！！ 本当に嬉しかった！！」

という態度にしたほうが

受け入れてもらいやすくなります。

**「これを言うと驚かれるかと思うのですが、  
実は学生時代、勉強を本気でがんばった結果、  
全国模試で1位をとったことがありました。」**

**自分自身あの驚きと感動は忘れられません。**

**ただ、そのときは全く思っていなかったのですが、  
本当に正しい勉強法というのは、  
まさに自分がたまたまやっていた・・・が～」**

みたいな感じでしょうか！

**その記事のターゲットとなる読者さんの  
視点やレベルに合わせるイメージです。**



**読者さんにとって普通じゃないことは、**

**普通じゃない扱いで書きます。**

これなら自慢っぽくなく、

「もともとは読者さんと同じスタート地点にいた人の成功体験」

という見え方になり、

読者さんも素直に読んでくれます。

## キャラや口調はブログ内で統一させよう

ブランディングを工夫しようとして、

奇をてらった濃いキャラにするのは注意です！

**自分とかけ離れたキャラにしたり、**

**遊びすぎたり**（語尾にナリをつけるとか笑）すると、

そんなテンションになれない日があったりして、

だんだん苦しくなってきます。

「～である」や「～だ」という書き方でもいいのですが、

**文体・口調は、普通のですます調**がおすすめです。

記事を通して読者さんと会話しているイメージで

書くのが一番だとアネオトは考えています。

実際に読者さんからコメントやお問合せを  
頂いた場合、お返事をするわけですが.....

普段のブログの文章と、1対1での会話の口調に  
ギャップがあると相手はとまどってしまいます。

また、キャラクターっぽい口調とか、  
旧仮名遣いとか.....そんな特殊な口調では、

**読者さんとも真面目なやりとりが  
しにくくなってしまいますよね！**

ちなみに「ビックリマークの多い文章は信頼感がない」  
という意見もありますが、これは感覚の問題です。

(アネオトはご覧の通りよく付けています！)

逆に全て「。」で終わる文章は  
知的でマジメな雰囲気に見える反面、  
おかたくて気難しそうな印象になります。

「親しみにくい.....」

「下手な質問をしたら怒られそう.....」

「ロボットかも.....」

なんてとっつきにくく感じることも。

どんなターゲットに向けて  
どんなブランディングがしたいかで、

カタめにするか柔らかくするか、  
適当なバランスのいいところを探っていけばOK。

「。」や「！」といった文末の処理だけでなく、  
文中の言葉選びも印象に関わります。

「“メッチャ”面白い」と書くか  
「“めちゃくちゃ”面白い」と書くか  
「“とても”面白い」と書くか、など.....

フランク寄りすぎる書き方だと、  
読者さんに舐められやすくもなりますので、  
ある程度はマジメな雰囲気も必要かなと  
アネオトは思っています。

**どれくらい砕けるかは、**  
**「自分がされて心地よい」バランスに**  
**しておきましょう！**

そうすればあなたと似た感覚の  
読者さんが来てくれやすくなります。

**今回やることまとめ**

## －今回のワーク－

1. [ブログ全体のコンセプトを決めよう](#)
2. [ブログ全体のターゲットを決めよう](#)
3. [ブログ全体のブランディングを決めよう](#)
4. 今後、記事を書くときには毎回できるだけ、  
コンセプト、ターゲット、ブランディングを  
設定するようにしよう

(クリックして振り返ってみましょう！)

今回もかなり頭を使う章でしたね、お疲れ様です！

ブログ以外でも、「誰かに見せるもの」を作るときには  
ぜひこの3要素を考えてみてください。

とても強力な作品ができるはずです！

---

◀ [プレゼントのトップへ戻る](#)

---

わかりにくいところ、疑問点などありましたら  
メール講座に直接ご返信いただくか、  
下記のフォームよりお気軽にご相談ください！

> [お問い合わせフォームはこちら](#)

PROUDLY POWERED BY WORDPRESS

THEME: HEXA BY WORDPRESS.COM.