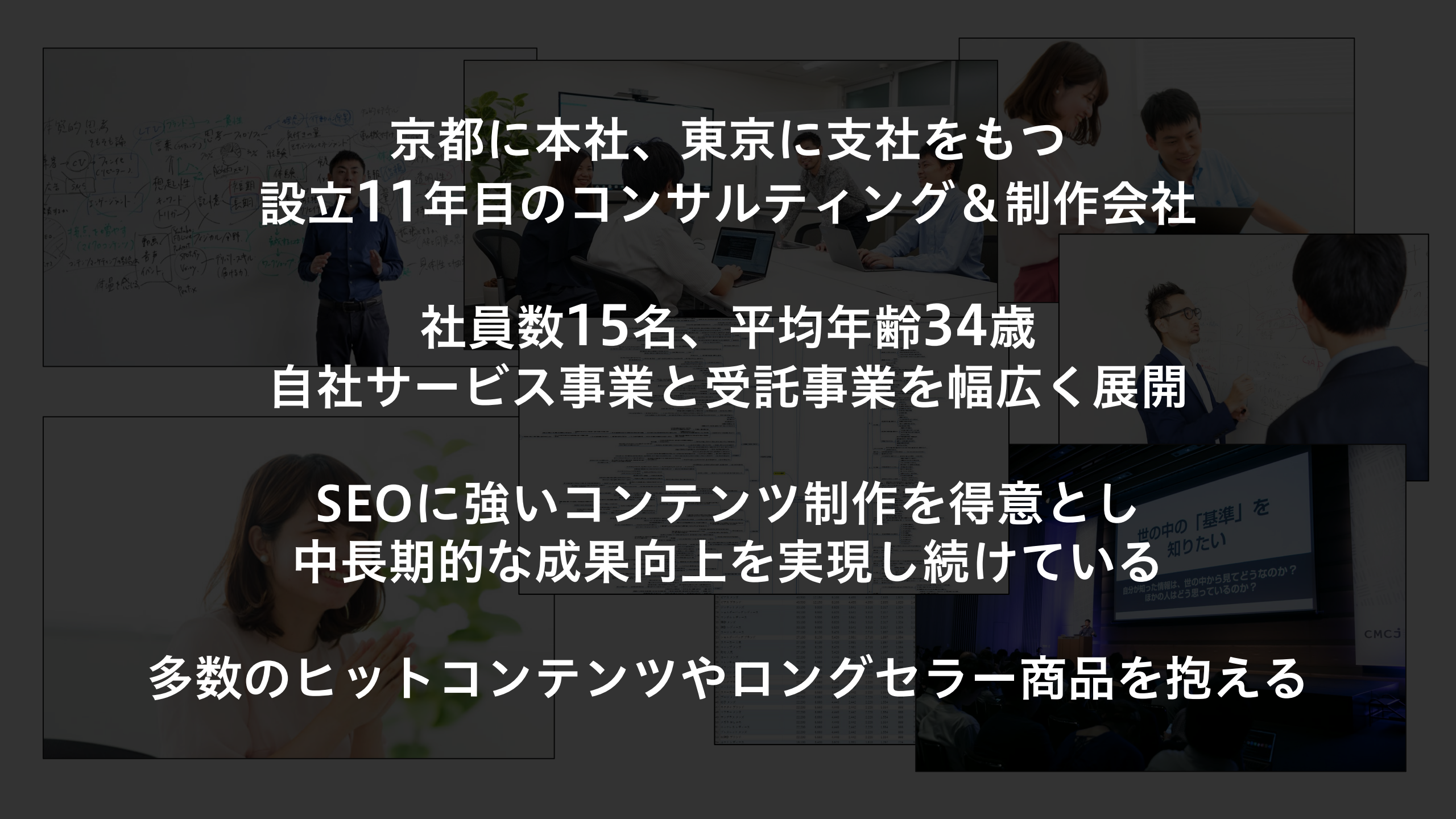


WEB MARKETING PARTNER

株式会社ウェブライダー 会社案内

(2021/02/24更新)



京都に本社、東京に支社をもつ
設立11年目のコンサルティング&制作会社

社員数15名、平均年齢34歳
自社サービス事業と受託事業を幅広く展開

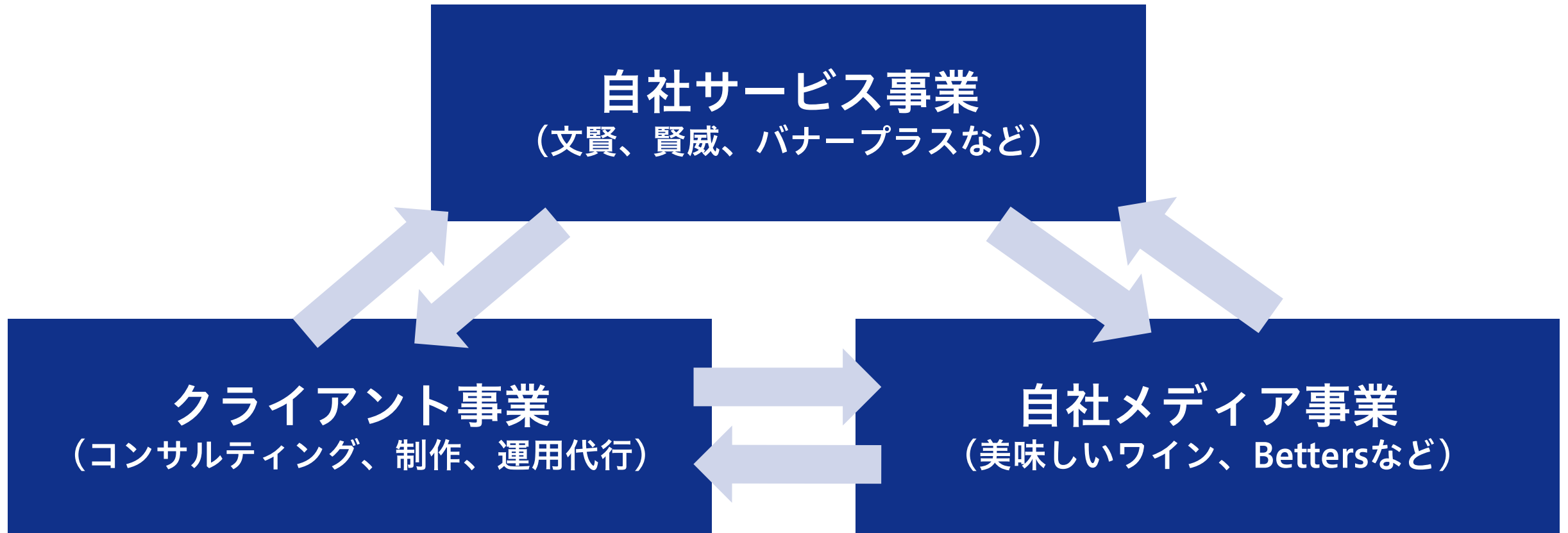
SEOに強いコンテンツ制作を得意とし
中長期的な成果向上を実現し続けている

多数のヒットコンテンツやロングセラー商品を抱える

ストレングスファインダーの4タイプのうち 「戦略的思考力タイプ」と「人間関係構築力タイプ」の 2タイプに特化した、精鋭チーム

総合評価	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
戦略的思考力	着想	戦略性	最上志向	個別化	内省	自己確信	社交性	活発性	コミュニケーション	運命志向
人間関係構築力	適応性	親密性	成長促進	共感性	慎重さ	戦略性	ポジティブ	最上志向	公平性	未来志向
人間関係構築力	調和性	回復志向	ポジティブ	社交性	コミュニケーション	共感性	個別化	達成欲	責任感	アレンジ
人間関係構築力	達成欲	ポジティブ	適応性	責任感	未来志向	信念	着想	成長促進	共感性	個別化
人間関係構築力	包含	着想	適応性	個別化	戦略性	学習欲	最上志向	指令性	自我	コミュニケーション
戦略的思考力	未来志向	自我	目標志向	収集心	達成欲	信念	競争性	原点思考	慎重さ	活発性
戦略的思考力	戦略性	個別化	着想	運命思考	未来志向	親密性	分析思考	最上志向	アレンジ	内省
戦略的思考力	個別化	ポジティブ	収集心	戦略性	社交性	着想	内省	コミュニケーション	活発性	回復志向
戦略的思考力	回復思考	未来志向	学習欲	内省	競争性	目標志向	収集心	ポジティブ	調和性	自我
人間関係構築力	共感性	最上志向	成長促進	運命思考	信念	ポジティブ	調和性	適応性	個別化	規律性
人間関係構築力	成長促進	収集心	適応性	運命思考	着想	共感性	個別化	信念	慎重さ	未来志向
戦略的思考力	分析思考	学習欲	達成欲	親密性	着想	最上志向	内省	慎重さ	公平性	調和性
戦略的思考力	未来志向	信念	自我	内省	戦略性	学習欲	目標志向	回復志向	個別化	アレンジ
戦略的思考力	学習欲	責任感	内省	収集心	信念	成長促進	アレンジ	ポジティブ	着想	最上志向

私たちには自社サービスや自社メディア運営の成功を通して
磨き続けてきた、確かな知見と自信があります



私たちは、次のような課題を解決できます

1. 成果が上がるWebマーケティングの知見を知りたい（SEO、SNS運用、広告運用）
2. 検索エンジンにて、特定のキーワードで上位表示したい
3. 記事を書き続けているが、自分たちが書く記事にアドバイスしてほしい
4. 自社の商品価値がもっと伝わるコンテンツ（記事、動画など）を制作してほしい
5. サイトの新規制作やリニューアルを考えており、サイトを企画・制作してほしい
6. ブランディングを進めていく上でのアドバイスがほしい
7. SNSを上手く運用・活用するためのアドバイスがほしい
8. 社内メンバーのWebマーケティングを高めるための、セミナーや勉強会を開いてほしい
9. 商品開発や改良のアドバイスがほしい

課題解決のために、次のサービスを提供しています

1. コンサルティング（SEOをはじめとしたWebマーケティング全般のアドバイス）
2. フィードフォワード（すでに制作されたコンテンツの改善アドバイス）
3. サイトリニューアル（サイトリニューアルの企画立案から制作まで）
4. ブランディングの支援（中長期的にブランド力を高めるための中小企業向けの支援）
5. 教育（社内のWebマーケティング・ITスキル向上のためのセミナーや勉強会の開催）
6. 商品開発や商品改良の支援（自社プロダクト開発の知見の提供や、アイデアの提供など）
7. 外部セミナーへの登壇（外部のイベントや、商工会議所主催のセミナーなどへの登壇）
8. 自社プロダクトの開発・運営（「文賢」「賢威」「バナープラス」など）
9. 自社サービスの開発・運営（「クマレル」「ウェブライダートレイン」など）

クライアントさま向けサービス案内

カテゴリ	サービス名	金額
コンサルティング	顧問コンサルティング	平均55万円（税込）～／月
	単発コンサルティング	66万円（税込）／3時間
企画・制作代行	Webサイト制作	サイト規模により変動
	LP（ランディングページ制作）	220万円（税込）～
	オウンドメディア制作	メディア規模により変動
	記事制作	66万（税込）～／記事
	その他の制作（動画、楽曲など）	案件規模により変動
内製化支援	ウェブライダー式SEO超集中講座	132,000円（税込）

ウェブライダーならではの強み

1. 15年以上、SEO業界の最前線にて成果を上げ続けてきた実績
2. 多数のヒットコンテンツを生み出してきたコンテンツ制作力
(記事、動画、楽曲に至るまで、さまざまなコンテンツを制作可能)
3. 全売上のうち、自社プロダクトや自社サービスによる売上が6割を超えているため、ベンダーとしてのビジネス上流からのアドバイスが可能
4. 宣伝会議やCSS Nite等で高い評価を得続けている、わかりやすくていねいに教える力
5. データドリブンに偏らず、人の心と徹底的に向き合うことを続けている社内文化
6. 音楽業界出身者の活躍など、エンターテインメントの観点でも物事を分析できる社内文化
7. 動画クリエイターやアナリストなど、豊富なプロフェッショナルの人脈
8. 人への思いやりを大切にし、ひとつひとつの言葉をていねいに紡ぐ社内文化

自社成功事例①

2017年4月オープンという後発にもかかわらず、
46記事という記事数で月間50万PV、高い成約率を
記録しているワイン情報メディア「美味しいワイン」



美味しいワイン
oishii wine



オススメの
ワイン一覧



信頼される
サイトとして

美味しいワインの選び方は**超カンタン**です。

「ワインって結局何を飲んだらいいか、よくわからない・・・」
「お店で飲むときに、恥をかかずに注文するにはどうすればいいの？」
「ネット通販で買うワインって、大丈夫？」

ワインに関するいろいろな疑問。
このサイトでは、「ワインって結局何を飲んだらいいの？」「ワインってどう飲めば美味しいの？」というワイン初心者の方へ向けて、ワインの美味しい飲み方を、どこよりもわかりやすくお教えします。

私たちは難しいワインの知識を知りたいわけじゃない。
そう、ただ、美味しくワインを飲みただけなのです。



ワイン三貴族

ワインの国からやってきた男女3人。
それぞれ「白ワイン公爵」「赤ワイン伯爵」「ロゼ・モアゼル」と名乗っている。
ワインが好きすぎて好きすぎて、ワインばかり飲んでいたら、顔がワインになってしまったらしい。
ワインを手軽に楽しむためのコツを世界中に啓蒙している。



検索ワード	直近順位	最高順位	月間検索数	検索数（Y&G）
赤ワイン	2位	1位	14,800	約23,000
白ワイン	3位	1位	12,200	約18,000
スパークリングワイン	1位	1位	22,200	約33,000
ボジョレーヌーボー	4位	1位	135,000	約202,000
サングリア	5位	1位	40,500	約60,000
日本ワイン	2位	1位	2,900	約4,300
チリワイン	1位	1位	1,900	約2,800
父の日ワイン	1位	1位	5,400	約8,000
ワイン つまみ	1位	1位	3,600	約5,400
ロゼワイン	1位	1位	5,400	約8,100

※この検索順位は2020年10月のものです。時期によって変動している可能性があります。
 ※月間検索数は各月の検索回数の平均値を参照しています。
 ※「ボジョレーヌーヴォー」と「父の日ワイン」は該当期の月間検索数です。

自社成功事例②

2018年4月オープンという後発にもかかわらず、
10記事という記事数で、月間12万PVを記録した
多種多様な商品を扱うメディア「Better's（ベターズ）」



検索ワード	直近順位	最高順位	月間検索数	検索数（Y&G）
マザーズバッグ	3位	1位	60,500	約90,000
会社辞めたい	2位	1位	14,800	約22,000
カフェインレスコーヒー	1位	1位	14,800	約22,000
くせ毛	1位	1位	18,100	約27,000
映画おすすめ	1位	1位	60,500	約90,000
厄除け	9位	1位	60,500	約90,000
ヴィンテージワイン	4位	1位	1,300	約2,000

※この検索順位は2020年10月のものです。時期によって変動している可能性があります。
 ※月間検索数は各月の検索回数の平均値を参照しています。
 ※「厄除け」は該当期の月間検索数です。

自社成功事例③

レンタルサーバーの訴求のために制作され、
書籍化後、電子合わせてシリーズ累計16万部を超えた
『沈黙のWebマーケティング』 『沈黙のWebライティング』



Amazonランキングで長期的にジャンル別1位を獲得し、 総レビュー数は1,000件を超える (レビューはもちろん作弄的なものではありません)



沈黙のWebマーケティング ―Webマーケッター ポーンの逆襲― ディレクターズ・エディション

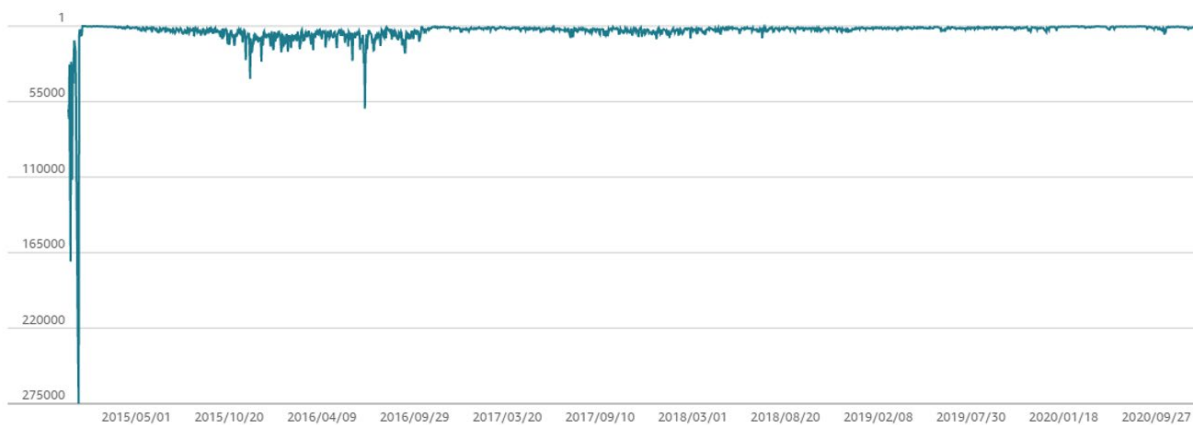
形式と版

単行本, 2015年1月30日

(1 時間ごとに更新)

現在: 2 週間 | 1 月 | 6 月数 | 1 年 | 2 年 | すべて利用可能

ランキング



沈黙のWebライティング ―Webマーケッター ポーンの激闘―

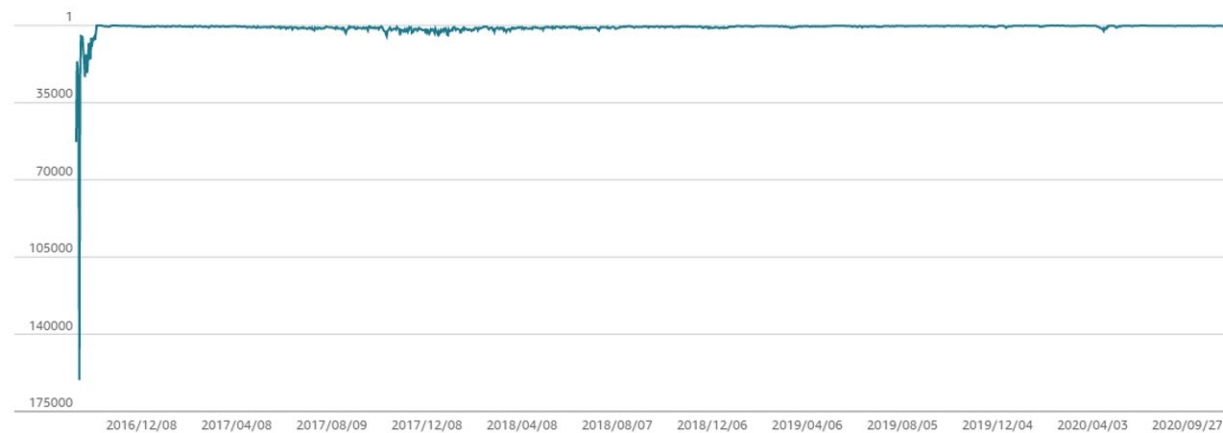
形式と版

単行本, 2016年11月1日

(1 時間ごとに更新)

現在: 2 週間 | 1 月 | 6 月数 | 1 年 | 2 年 | すべて利用可能

ランキング

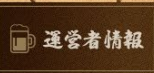


自社成功事例④

2018年4月オープンという後発にもかかわらず、
14記事という記事数で、月間12万PVを記録
グルメメディア「美味しい居酒屋」



umai izakaya



運営者情報

クチコミなんて信じない。
信じるのは**自分たちの舌のみ!**

「美味しいお酒が飲めて、旨い料理を味わえる名店を知りたい・・・!」
「グルメサイトが多すぎて、どのお店を選ばいいかわからない・・・!」

当サイト『美味い居酒屋』は、全国にある【本当に美味しい居酒屋】を、自分たちの足と舌を使って発掘する新感覚グルメサイトです。

美味しいお酒、旨い料理、お店の空気感。
それらすべての掛け合わせによって、お店の魅力は決まります。

当サイトでは、独自の調査により、「ここは外せない!」というお店をピックアップしました。

あなたが知らなかった【穴場のお店】も見つけるはず。

東へ西へ、南へ北へ。
今日も『美味い居酒屋探し隊』が究極のお店を探しに全国を旅します!



美味い居酒屋探し隊

某制作会社で働く、美味しいもの好きスタッフを中心に結成された、美味い居酒屋調査チーム。
一般人ならではの舌で「美味しい〜!」と思えるお店を見つけることに情熱を燃やしている。
隊のポリシーは「クチコミを信じず、自らの足と舌で味を確かめよ」。

検索ワード	直近順位	最高順位	月間検索数	検索数（Y&G）
渋谷 居酒屋	1位	1位	27,100	約40,000
新橋 居酒屋	3位	1位	33,100	約50,000
東京駅 居酒屋	3位	2位	12,100	約18,000
池袋 居酒屋	4位	4位	22,200	約33,000
天王寺 居酒屋	4位	6位	9,900	約15,000
京都駅 居酒屋	4位	2位	12,100	約18,000
天神 居酒屋	3位	3位	12,100	約18,000
難波 居酒屋	4位	3位	12,100	約18,000
栄 居酒屋	4位	4位	12,100	約18,000
新宿 居酒屋	6位	5位	40,500	約60,000

※この検索順位は2020年10月のものです。時期によって変動している可能性があります。
※月間検索数は各月の検索回数の平均値を参照しています。

SEOに強く、体験力の高いコンテンツをつくる Webマーケティングパートナー

「SEOや広告出稿、SNS運用がうまく成果につながらない・・・」
その理由は、貴社が進めるWebマーケティングのシナリオの中に
貴社の価値を体験できる体験力の高いコンテンツが用意されていないからです。

「体験力」とは、価値をどれだけ体験してもらえるか、という指標を表す私たちの造語。
どんな商品やサービスも、その価値を深く伝えるには、体験してもらうことが最短の近道です。

体験してもらうためのアプローチには、体験会の開催やお試し品の提供などがあります。
しかし、私たちはそこであえて、コンテンツの制作も提案します。

コンテンツを通して、その商品やサービスの価値を体験してもらう。
そうして成果を上げ続けてきたのが、私たちウェブライダーだからです。

サイト制作も、記事制作も、動画制作も、 すべては、価値を体験してもらうためにつくる

何のためにサイトをつくりますか？

何のために記事を書きますか？

何のために動画をつくりますか？

多くのマーケターはこう言うでしょう、「商品やサービスの価値を伝えるため」と。

しかし、価値はそうカンタンには伝わりません。

私たちが商品やサービスの価値を感じるときは、

実際にその商品やサービスを使ったときか、信頼できる他者が「評価」しているときだからです。

しかし、もうひとつ価値を感じてもらえるときがあります。

それは、その商品やサービスを導入した未来のベネフィットを、疑似体験してもらったときです。



ウェブライダーでは体験力を意識したコンテンツを多数制作してきました

ウェブライダーが営業をする必要がない理由は、
私たちのコンサルティングを疑似体験してもらい、
私たちの価値を感じていただけるコンテンツがあるからです

営業とは、自分たちの商品の価値にまだ気付いていないお客さまに対して、商品の価値を対面でプレゼンテーションする行為を指します。

ビジネスにおいて、営業は大切です。

しかし、ウェブライダーでは営業を積極的におこなっていません。

なぜなら、私たちの価値を疑似体験してもらえるコンテンツがネットに公開されているからです。

たとえば、実際のミーティングの様子や、Webサイトリニューアルの過程をコンテンツとして公開。
それらのコンテンツは、お客さまが自分のタイミングで、自分のペースで見ることができ、
私たちの商品の価値を、ゆっくりと吟味してもらおう役割を果たしています。

どんなコンテンツも見てもらわなければ意味がない だからこそ、SEOや検索広告、SNSを活用し、 見つけてもらうための導線をつくっていきます

自分たちの価値を疑似体験してもらえるコンテンツをつくったとしても、そのコンテンツを見てもらわなければ意味がありません。

もし、コンテンツを見てもらおうと周囲に積極的にアプローチしたいのなら、それは逆効果です。

私たちは相手が誰であれ、説得されることを嫌います。

私たちは、自分のペースで、自分の選択によって、自分が納得した上で行動したいと思うからです。

だからこそ、「見せる」のではなく「見つけてもらう」というアプローチが大切。

そこでオススメしたいのが、検索エンジンを通して見つけてもらうための「SEO」や「検索広告」、SNS上で見つけてもらうための「SNS運用」に力を入れることです。

Webマーケティングはとてもシンプルです

シンプルだからこそ、精度の高さや取り組む時間が大切

やみくもに施策を試す時間は、本当に本当にもったいない

成果が上がるWebマーケティングは、非常にシンプルです。

貴社の商品やサービスの価値を見える化し、その価値を必要としている人に見つけてもらうだけです。

そこにすべての思考とリソースを全力投球し、正しい正解を導きだせば、必ず成功できます。

ただし、価値を見える化するためには、精度の高い言語化や、さまざまな調査・分析が必要です。

また、調査の結果、商品の企画そのものから見直すべく、着想力が求められることもあります。

さらには、SEOや広告運用、SNS運用などは、誤った知識に出会ってしまうと足を引っ張られます。

だからこそ、ひとつひとつのプロセスを慎重かつ丁寧に進めることが求められます。

そのプロセスを自分たちだけで進めるか、パートナーと一緒に進めるか、それが経営判断です。

商品やサービスへの理解を深めないパートナーは論外ですが、 商品やサービスについて詳しすぎるパートナーも 体験力の高いコンテンツ制作において注意が必要です

体験力の高いコンテンツは、その商品やサービスの価値を体験したことがない人を対象につくられます。
そのために求められるのは、その商品やサービスに詳しくない人の気持ちに寄り添えるかどうかです。

というのも、一旦、詳しくなってしまうと、知識レベルを下げるのが困難になり、
詳しくない人の気持ちに寄り添いにくくなるからです。
その結果、新規顧客を増やすためのコンテンツがつくりづらくなります。

よって、体験力の高いコンテンツをつくるときは、
その商品やサービスに詳しくない状態から、詳しくなっていく過程を反映することが大切です。

それはつまり、その商品やサービスの価値を理解していく過程の共有でもあります。

私たちがあらゆるジャンルのコンテンツをつくれる理由は、 詳しくない状態からコンテンツをつくりはじめ、 詳しくなるまでの過程をていねいにコンテンツ化するからです

私たちはこれまで B to CからB to Bに至るまで、さまざまな業界のコンテンツをつくってきました。税理士や弁護士などの士業、医師や看護師や薬剤師などの求人、ハイブランドのアパレル、美容、ウェディング、観光、飲食、ワイン、印刷、不動産、注文住宅、SaaS・・・など。

そのいずれの成果も、「詳しくない」から「詳しくなる」までの過程によって支えられてきました。

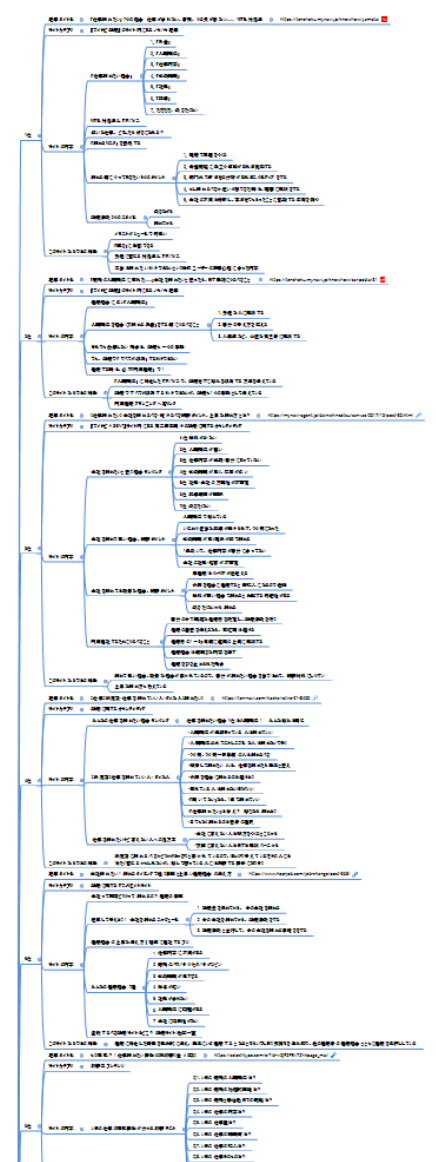
また、案件によっては、顧客の存在を無視した業界都合のバイアスに左右されないよう、本当に信頼できる専門家とタッグを組み、徹底した顧客目線を大切にコンテンツをつくってきました。

一旦詳しくなった業界に関しては、詳しくなるまでの過程をていねいに記録しているため、
学び始めた頃の心境を意図的に呼び覚ますことで、顧客の気持ちにいつでも寄り添える強みがあります。



コンテンツの構築

プランニング



ある知識について詳しくなるまでの過程を、細かく記録し、
どの知識の習得に苦労したかを、コンテンツ制作時の参考にします

データドリブンだけでは導き出せない答えがあります 人と徹底的に向き合い、AIの先を常に見据え、 AIの研究対象となるような成果を生み出しています

データドリブンマーケティングとは、経験や勘に頼るのではなく、
さまざまなデータをもとに、Webマーケティングのシナリオを組み立てていくことを指します。

ウェブライダーでも、アクセス解析ツールやSearch Consoleなどで得たデータや、
研究機関等が公表しているデータをもとに、顧客の行動分析や行動予測をおこなうことは多くあります。

しかし、ウェブライダーが生み出してきた成果には、
そういった既存データを活用するだけでは実現できなかったものもあります。

なぜなら、ウェブライダーが生み出してきた成果は、計算式や予測モデルで導き出されるものではなく、
ヒューマニティの深い本質性や不合理性に寄り添って生まれたものだからです。

たとえば、40,000字を超えるひとつの記事が
月間30,000PV、平均ページ滞在時間30分以上を記録しています

この記事を見たとき、多くの人は
「こんなに長い記事が読まれるはずはない」と言いました

しかし、私たちはこの記事が成功することを確認していました

Betters

会社や仕事を辞めたい人必見！辞めたい理由別の賢い対処法 11選



理想の相談相手一篇を見る

「疲れた・・・もう会社を辞めたほうがいいのか・・・」

「上司や同僚と肌が合わない。あんな人たちがいない職場に転職したい・・・」

「会社をすぐに辞めたいけれど、引き継ぎのことを考えると、辞めるタイミングがなくて困っている・・・」

人生の三分の一を占める仕事の時間。
あなたは今の仕事に満足していますか？

おそらく、満足してはいないはずです。



2022年、サードパーティCookieの排除により、 データドリブンの世界から、 よりヒューマニティに寄り添うことが求められる世界に入ります

2020年1月14日、Googleは広告で用いていたトラッキング用サードパーティCookieのサポートを2年以内に打ち切る計画を発表しました。

これにより、従来のような、個人の特定に近いリマーケティングは実質的に不可能となり、顧客がより能動的にブランドを選ぶ時代が始まります。

その時代において大切なのは、顧客の心に寄り添い続け、想起されるブランドになることです。
2020年に惜しまれつつこの世を去った、ザッポス社の元CEOトニー・シェイ氏の言葉を引用します。

「顧客は何をしてくれたかは憶えていないかもしれない。
しかし、どんな気持ちにさせてくれたかはけっして忘れない」

さまざまな検索結果の分析、コンテンツのABテスト、
Yahoo!知恵袋などでの回答者としての活動、
Yahoo!ニュースのコメント分析、現実社会での多くの人との対話、
人の行動に関心をもち、実体験をもとに知見や見識を深めています

Googleの検索結果は、検索ユーザーの利便性を最大限に高めるためアップデートされ続けています。
そのアップデートの方向性を決める要因のひとつが、検索ユーザーの行動データだといわれています。
そのため、さまざまな検索ワードにおけるGoogleの検索結果を分析することは、
検索エンジンを使う私たちという「世間」が、何に悩み、何を求めているかの分析にもつながります。

また、Yahoo!知恵袋は、検索結果よりもより個人にフォーカスした情報が集まります。
ひとりの人間がもつ悩みの多様さや深さに触れられる機会が得られるだけでなく、
回答者として回答し続けることで、人はどのような答えや解決策を求めているのかという学びになります。

ウェブライダーではそういった行動を通して人に寄り添い、知見や見識を深め続けています。

ビジネスはとてもワクワクするものです

ビジネスで得られる喜びは、至上の承認だからです

ビジネスとは、売り手の商品やサービスの価値に対して、
対価としての報酬や謝礼を支払ってくれる買い手を増やすことを指します。

対価とは、何かの価値に対して、価値と引き換えに支払われる報酬や謝礼のこと。
よって対価が生まれたということは、その商品やサービスの価値が承認された証明でもあります。
すなわち、買い手が増えることは、それだけ、その商品やサービスが承認されたということなのです。

人は誰かに認められることで人生の価値を見いだせます。
よって、ビジネスの成功は、人生の価値を高める大切なピースとなるのです。

だからこそ私たちは、売り手と買い手との出会いを大切にしたい。
商品やサービスの価値が歪むような、誰かが不幸になるような、不運な出会いを生み出さない。
そのためにも、私たちマーケターは、evilではなく、誠実かつ頼もしい存在であり続ける必要があるのです。

ビジネスを成功させる8つのチェックリスト

- ☐ 自社の商品が、誰の課題や願望に対して、どんな価値を提供できるのかを説明できますか？
- ☐ 自社の商品の価値を知ってもらうためのきっかけや場所をつくっていますか？
- ☐ 自社の商品の価値を体験してもらうためのきっかけや場所をつくっていますか？
- ☐ 自社の商品の価値を、周囲に継続的に発信できていますか？
- ☐ 自社の商品の価値をどれだけ理解してもらっているか、定期的を確認していますか？
- ☐ 自社の商品の価値を知ってくれている人たちに、クチコミしてもらっていますか？
- ☐ 自社の商品の価値を磨き続ける努力をしていますか？
- ☐ 努力の過程を見える化し、周囲に発信できていますか？

ビジネスを成功させるアプローチ

問い	問いを解決するアプローチ
1 自社の商品が、誰の課題や願望に対して、どんな価値を提供できるのかを説明できますか？	自社商品の価値の見える化（言語化、視覚化）、顧客分析、アクセス解析、お客さまの声の分析
2 自社の商品の価値を知ってもらうためのきっかけや場所をつくっていますか？	サイト制作、ページ制作、オウンドメディア制作、コンテンツ制作（記事、写真、動画、音声など）、イベントの開催、SEO、広告運用、SNS運用、展示会への参加
3 自社の商品の価値を体験してもらうためのきっかけや場所をつくっていますか？	体験型コンテンツ制作、体験会の開催、お試し品・体験版の提供
4 自社の商品の価値を周囲に継続的に発信できていますか？	サイト運用、オウンドメディア運用 SEO、広告運用、SNS運用、展示会への参加
5 自社の商品の価値をどれだけ理解してもらっているか、定期的に確認していますか？	顧客との継続的なコミュニケーション、ソーシャルリスニング、定性調査、定量調査、アクセス解析
6 自社の商品の価値を知ってくれている人たちに、クチコミしてもらっていますか？	顧客との継続的なコミュニケーション、感謝イベントの開催 会員特典の提供
7 自社の商品の価値を磨くことを努力していますか？	商品の改良、機能追加、業界研究
8 努力の過程が見える化し、周囲に発信できていますか？	コンテンツ制作（記事、写真、動画、音声など）、サイト運用、オウンドメディア運用

ウェブライダーが考えるサイトリニューアルの工程

1. 現状分析

(1) 事実の整理

- ・過去の案件やお問い合わせの内容を確認
- ・アクセス解析を確認

(2) 仮説の構築

- ・課題・ニーズ・ウォンツ・ソリューションを考える
- ・自分たちが手がけるべき、ソリューションを絞る
- ・競合他社調査や市場分析
- ・ソリューションごとに、競合との価値を比較

(3) 仮説の検証

- ・社外調査（定性・定量調査）

2. マーケティング課題の洗い出し

- ・価値を伝える上でのマーケティング課題を洗い出す
- ・解決すべきマーケティング課題の優先順をつける
- ・マーケティング課題の対策を考える

3. サイトリニューアルの方針策定

- ・KPIの設計
- ・システム要件の策定
- ・制作体制、運用体制の設計

4. コンテンツマップの作成

5. サイトマップの作成

6. ワイヤーフレームの作成

7. コンテンツの作成

8. デザイン

9. コーディング

10. 確認＆ブラッシュアップ

11. 公開＆マーケティング

サービス案内①

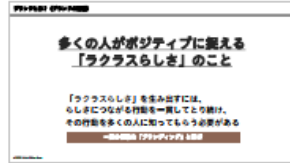
コンサルティング

さまざまな目的でコンサルティングをご依頼いただいています

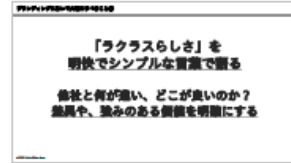
1. オウンドメディアの立ち上げ
2. すでに立ち上げたオウンドメディアの改善
3. オウンドメディア運用チームの育成
4. サイト立ち上げに伴うプランニング
5. サイトリニューアルに伴うプランニング
6. ウェブプレゼンス（存在感）を高めるための
Webブランディング
7. 採用ブランディング支援（採用向けコンテンツの改善）



1



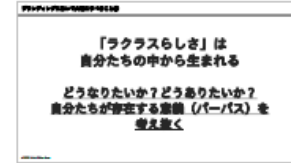
2



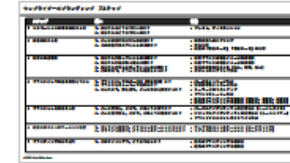
3



4



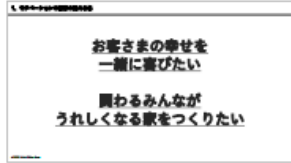
5



6



7



8



9



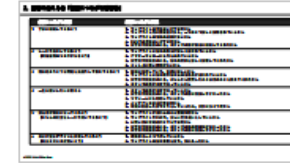
10



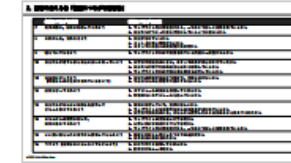
11



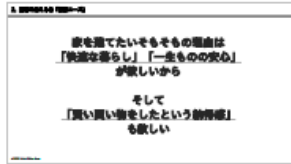
12



13



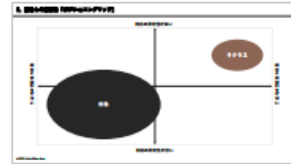
14



15



16



17



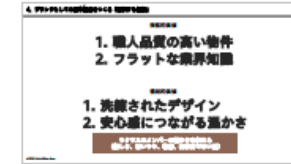
18



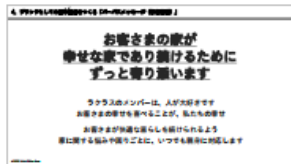
19



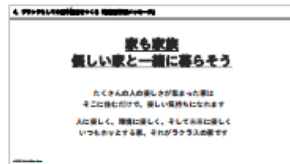
20



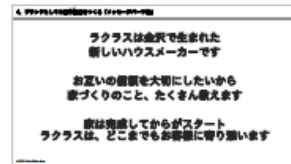
21



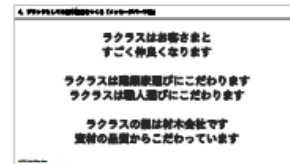
22



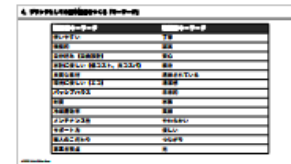
23



24



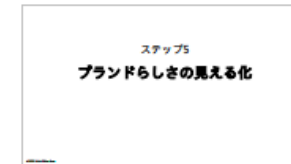
25



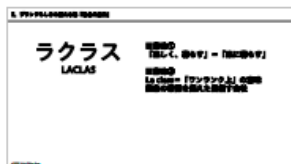
26



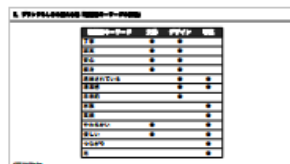
27



28



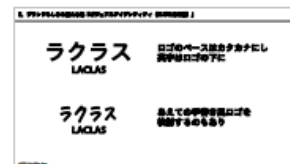
29



30



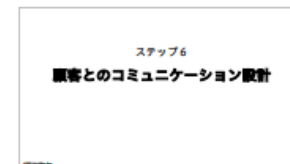
31



32



33



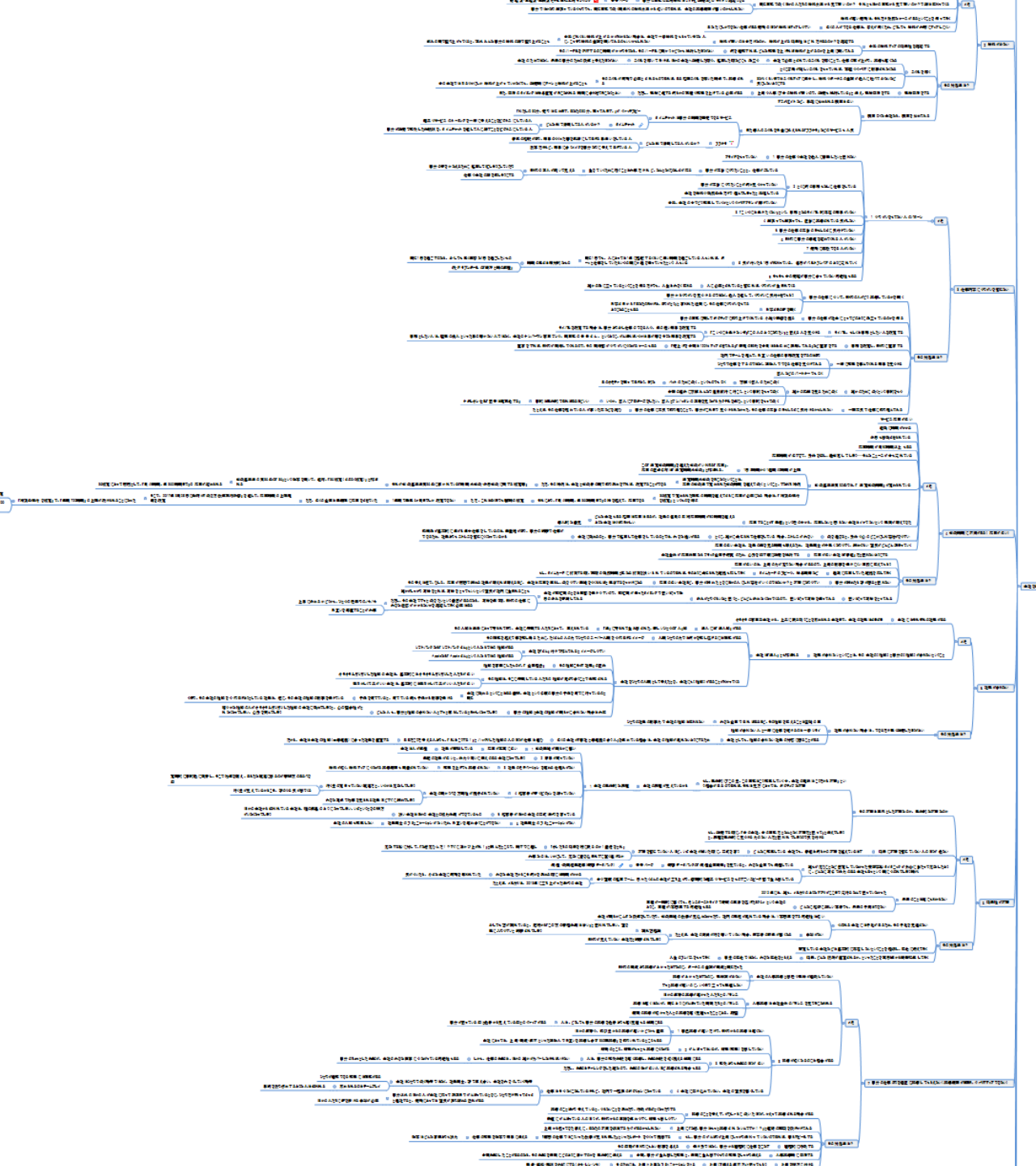
34



35

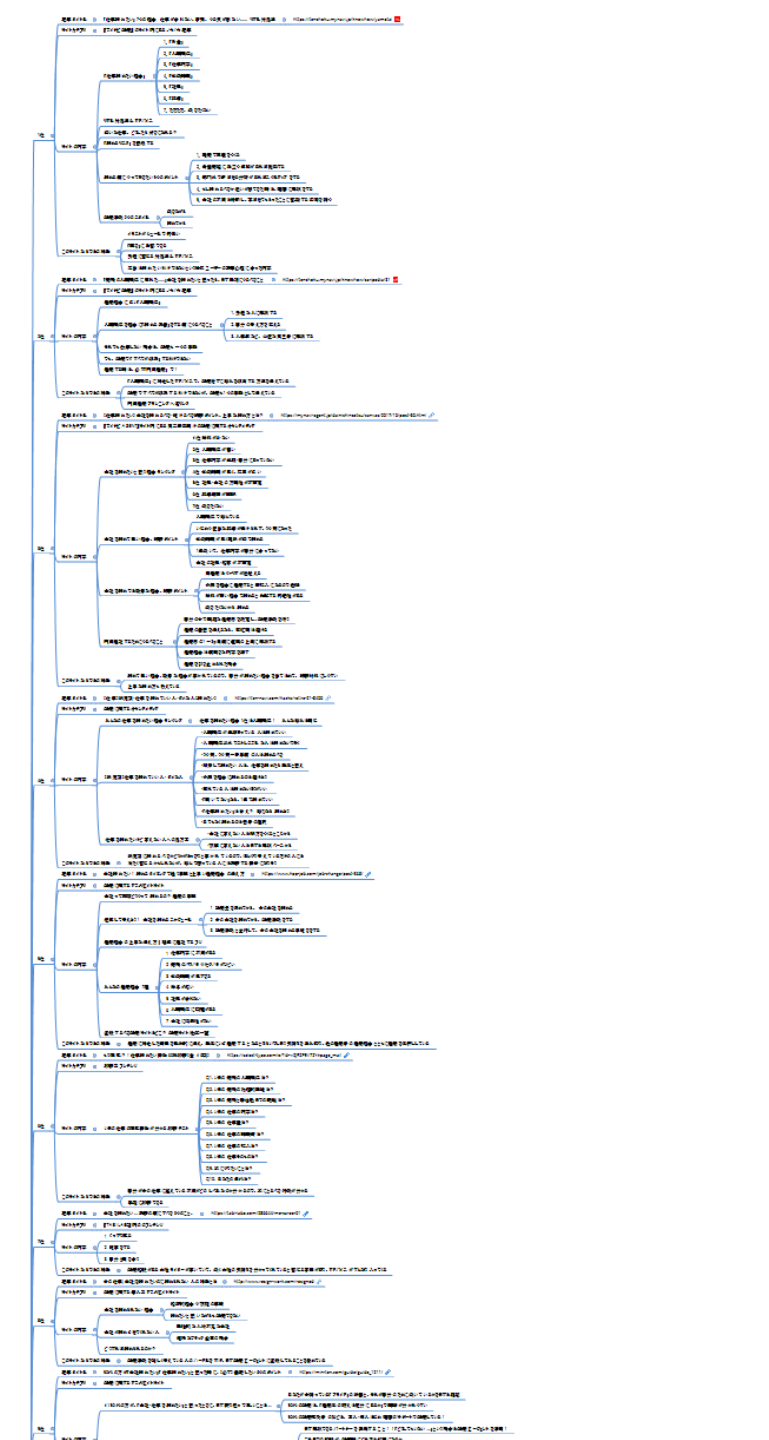
ウェブライダーならではの視点や知見で
集客力・成約率アップにつながるアドバイスを
「再現性」を軸とした形でご提供します

マインドマップツールや
Googleスプレッドシートを活用し
あらゆる改善施策を徹底的に見える化します



エンジニアの道

プログラミング



検索ユーザーさんは課題を解決したかったり、
願望を叶えたいために「検索の旅」に出る

ユーザーさんたちの快適な「検索の旅」をガイドし、
寄り添いながら、適切なゴールに導こう



検索ユーザーさんは、その情報が欲しくて訪れる
つまり、検索経由のトラフィックは
目的意識をもったトラフィックである

よって、1PVの重みを意識しておこう



月間5社限定の 短期集中型コンサルティング

月 66万円（税込）～

（最低契約期間：3ヶ月）

「自走できるチーム」の構築を目指し、ウェブライダーがもつノウハウをできる限り共有します
ノウハウはGoogleスプレッドシートやGoogleサイトにまとめていきます

【秘密】WRコンサル担当、コンサルシート

☆ 印刷 ☆ ドライブに保存しました

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール アドオン ヘルプ 最終確認 数値範囲

100% 123% メリット 11 B 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

A	B	C	D	E	F
コンテンツ提出 わかりやすいか？ (採点時間の短縮)	1	☐	相手の話した「SW3H（なぜ？何？など）」を欲求したまま進んでいないか？	When=いつ？ Where=どこで？ Who=誰が？ Why=なぜ？ What=何を？ How=どのように？ How many=どれくらい？ How much=いくら？	
	2	☐	相手のしらすを、できるだけすぐに結論・答えを述べているか？	「まずは〜を説明します」と伝えたとであれば、そのすぐあとでそれに繋がる「結論」「答え」を述す	
	3	☐	接続詞のつながりは自然か？		
	4	☐	箇条書きにしたほうがわかりやすい箇所はないか？		
	5	☐	各文段ともに、主語が何をしているかがわかるか？		
	6	☐	写真を使ったほうがわかりやすい箇所はないか？		
	7	☐	イラストを使ったほうがわかりやすい箇所はないか？		
	8	☐	図表を使ったほうがわかりやすい箇所はないか？		
	9	☐	次の見出しへ進む前に「ブリッジ」となる文章を入れているか？	例：それでは続けて、●●に関する説明に入ります。	
	10	☐	画像・写真・イラスト・図表を見出しのすぐ後に入置いていないか？	画像に関する説明文がないままに、画像を挿入し挿入すると、ユーザーの理解が違いつない場合がある。	
読みやすいか？	11	☐	不必要に難しい日本語を使っていないか？	悪い例：抽出しています → よく使われる、よく出てきます 悪い例：理解できましたか？ → わかりましたか？	
	12	☐	一文が必要に長くないか？ 文に分けることはできないか？		
	13	☐	冗長な表現を使っていないか？	「〜と思います」「〜を行う」などの冗長表現を書いているか？	
	14	☐	表記揺れをしていないか？	同じ言葉の表現をできるかぎり統一しているか？ 例：スペース/箇所/空欄 例：じゃがいも/ジャガイモ/ジャガ芋	
	15	☐	漢字を「ひらく」、平仮名を「とじる」パララシは適切か？		
	16	☐	不必要な「二重否定表現」はないか？		
	17	☐	指示代名詞が多すぎないか？	記事をスクロールする人のことを考え、「この」「その」「あの」といった指示代名詞をできるだけ使わないようにしているか？	

1. お客様のブランド力向上につながる各種ルール策定
2. 成約率が上がるコンテンツのつくりかた
3. キーワード分析、検索結果分析の方法
4. 情報を整理する方法
5. 検索エンジンを意識したタイトルや見出しの付け方
6. 効率のよいコンテンツのつくりかた
7. マイクロコンテンツのつくりかた
8. SNS運用の方法
9. 成果の振り返りの方法

言葉の定義 (Language)

ウェブライターの事業設計書		
	言葉	行動
1	関心 物事に興味が湧くという心をもつこと (突発的に生まれることは少ない)	物事を知った際は「なぜ?」「どうなる?」という思考をもって、さらに深掘りする。
2	興味 物事から得られる味わいによって興奮すること (突発的に生まれることがある)	未来性の世界に情熱的に燃れたり、さまざまな体験・感覚が得られる場を身に着ける。
3	意味 物事から得られる味わい	あらゆる物事の「意味」を考え、自分なりの味わいを見つけて出す。
4	理由 それを「由(よし)」とするにあたりた論理的な説明	理由を説明する際は、必ず、論理的に伝える。
5	論理 その根拠に基づいた物事のつながりを分かりやすく論じること	人が必要とする論理は、人ごも「前提知識」や「経路」によって変わる。
6	分かる 物事の意味を分解して理解できること	箇条書きを用いたり、マインドマップツールやスプレッドシートを用いて分解して理解する習慣をつくる。
7	分かりやすい 物事の意味を分解して理解できるよう、分解しやすい状態を目指す	箇条書きを用いたり、マインドマップツールやスプレッドシートを用いて分解して伝える習慣をつくる。
8	理解 その物事の意味を「論理的」に分解して、納得感をもって把握できること	「なぜ?」という疑で、物事を説明できるようにする。
9	納得 その物事の意義が飲み込めるようになり、腑落ちした状態(心の中心に落ちたと納まった状態)	疑いや不安感をもって仕懸かから脱出できず、物事の意味を理解しようとして試みる。
10	面白い 人の「面白い(悩み、不安、恐怖、後悔)」に寄り添えること (偉大な人は、人の面白いを察することによって生きている)	世の中の人たちの「面白い」を知る努力をする。 (例：いろいろな人の話を聞いたり、Yahoo知恵袋やSNSを覗くなど)
11	質問 情報の質が上がる「軽い質」のこと (軽い・軽蔑である「軽い質」と、重い質である「重い質」がある)	「質問力」を大切に、誰かに質問をするときは、自分の中に情報の質を溜めず相手になく、相手の中に情報の質を増やすことと意識する。
12	説明 相手明確に理解できるように、言葉もしくは、写真や図表などを用いて言葉が想像される状態まで伝えること	相手が言葉・絵・映像に理解できない「伝え方」を「説明」ではない。
13	伝える 相手が自分の口で言葉にできるよう(云えるよう)、情報を提供すること	こちらが相手に提供した情報を、その相手が言葉にして、その先の誰かに伝えるなければ、伝わったことにはならない。 また、相手がこちらの情報を要約できたとき、こちらの情報はそれなりに伝わったといえる。
14	抽象化と具体化 抽象化はより上位概念で物事を捉え、具体化はより下位概念(細かな概念)で物事を捉えること	抽象的なものは、料理の食材のようなもので、そのよに分割して調理するは各々に任せられる。 人によっては他者と与えられた具体的な説明より、抽象的な説明のほうが理解が早まる場合がある。 一方、具体的なものは、すでに分割されたものであり、その分割されたもの以上の意味を知るためには、抽象化して物事を考える必要がある。 他者に情報を伝える際は、抽象化と具体化の両輪を意識して伝える。
15	センスがいい センスとは「実行力」のことであり、他の対象物との差異を敏感に感じ取れる力のこと	センスは先天的なものではなく、後天的に磨いていくもの。 さまざまなクリエイティブや異質な仕事に晒され、またそれらの品は良いもの? 品質が劣るものとの差異を認識できるようにする。 また、センスは実行力の掛け算によって高まるため、センスが良い人は、指図関

[illegible]

記事のフィードバックを、フィードフォワードと呼び改善案をGoogleスプレッドシートとPDFでまとめます

	A	B	C	D	E	F
	氏名	気になった箇所	変更案	備考	記入者	科上対応
2	▼管理文	美は、私の友だちにもうすぐ赤ちゃんが生まれる予定なので、そろそろ出産祝いを探しはじめたんですが・・・	美は、私の友だちにもうすぐ出産予定で、その友だちに贈る出産祝いを色々と探しはじめたんですが・・・	「私の友だちにもうすぐ赤ちゃんが生まれる予定」の「に」に違和感がありました。（うまく説明が出来ないので、「生まれてくる」なのか、「産む」のかの捉えかたの違い・・・？）	白井	
3		美は、私の友だちにもうすぐ赤ちゃんが生まれる予定なので、そろそろ出産祝いを探しはじめたんですが・・・さっそく大きな壁にぶち当たってしまいました（；；）	美は、私の友だちにもうすぐ出産予定で、「そろそろ出産祝いを決めなくちゃ」と贈り物を探し始めたんですが・・・さっそく大きな壁にぶち当たってしまいました（；；）	それと、「そろそろ〜探しはじめたんですが」の部分ですが、はじめている動詞に対して「そろそろ」は違和感がありました。上記、白井さんの意見と同様です。	赤木	赤木さん案をいただきます
4		なぜなら、ベビー用品はとにかくたくさん種類があって、何が本当に出産祝いとして喜んでもらえるのか、全然見当がつかないから・・・	▼リライト案1 ベビー用品はとにかくたくさん種類があって、何が本当に出産祝いとして喜んでもらえるのか、全然見当がつかないから・・・	「ぶち当たった大きな壁ってなんだろう？」という気持ちで読んでいたので、「なぜなら」という接続詞少し違和感がありました。	赤木	
5		なぜなら、ベビー用品はとにかくたくさん種類があって、何が本当に出産祝いとして喜んでもらえるのか、まったく見当がつかないから・・・	▼リライト案2 それは、何が本当に出産祝いとして喜んでもらえるのか、まったく見当がつかないから・・・	リライト案を拝見してみました。いいかげんか？		
6		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	ツイッターしてない白井は、この吹き出しがカミムラナだと思われると思います・・・	藤川	リライト案1をいただきました
7		型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。	型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。			
8		型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。	型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。			
9		型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。	型紙の書き方など、恥をかかないように知っておきたいママもあつたはず。			
10	目次	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）			
11	管理	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）			
12	管理	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）	美は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）			

	A	B	C	D	E	F
	氏名	気になった箇所	変更案	備考	記入者	科上対応
48		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
49		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
50		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
51		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
52		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
53		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
54		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
55		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
56		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
57		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
58		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	
59		今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	今回の記事を読んだだけでは、きっと、読んでもらえないギフトを選んでしまいます！	「アンケートをおこないました。」	白井	

というわけで、こんにちは。

『素敵なギフト』編集部のライター、カミムラナです。

https://nice-gift.jp/?p=2147&preview=18_ppp=3ee58393c

2020/10/2

【8月】 書かれたものはこれ！出産祝いのマナーとオススメの人気アイテム4選 | 素敵なギフト

美は、私の友だちにもうすぐ赤ちゃんが生まれる予定なので、そろそろ出産祝いを探しはじめたんですが・・・さっそく大きな壁にぶち当たってしまいました（；；）

なぜなら、ベビー用品はとにかくたくさん種類があって、何が本当に出産祝いとして喜んでもらえるのか見当がつかないから・・・

実は数年前にも仲のいい友だちに出産祝いを贈ったことがあるんですが、本当に喜んでもらえたのかどうか不安で・・・（涙）

今度こそ、自分

そこで今回、ママやパパの

サチ子！

子育て中の100人のママ

しかった出産祝い」と「

また、オンライン座談会

「これがオススメ」と

また、出産祝い贈る方法は手渡しのほうがいいと言われることもありますが、赤ちゃんやママ、パパの健康と都合に配慮して配送するのがベストです。

この時期は里帰りしている可能性もあるので、配送先を事前に確認するのも忘れなくてください。

ここで、ひとつ注意しておきたいことがあります。

それは、**出産祝いを贈らないほうがよいタイミングがあるということ**です。

注意点

実は、「**出産前**」に**出産祝いを贈るのは避けたほうがいい**んです。

妊娠や出産はいつ何が起こるかわからず、無事に赤ちゃんが生まれない可能性も残念ながらゼロではありません・・・

そのため、**出産前の不安な状態で出産祝いをもらっても、素直に喜べない**んです。

（ただし、産後すぐするようなアイテムを、ごく親しい家族があらかじめ贈るといったケースは例外です）

116件の注釈

ウエブライター-01 10/10/23

分岐点（確認）

▼変更案
本音トークとあわせて読んでも吹出し4つ分だけなので...（かつ記事内でほんとに同じく書いて）

▼変更案
座談会を通して、皆さんからたのしい意見をいただくことができました。皆さんからのご意見から、出産祝いで相手を困らせてしまう贈り物がわかってきました。

ウエブライター-01 10/10/23

贈り物にたいして「失敗」という表現が、逆に「自分が贈り物で成功した」というニュアンスを感じて、ちょっと打撃的に感じてしまいました...

▼変更案
出産祝いで相手を困らせてしまふのは、おむつ以下の4つのケースです。

ウエブライター-01 10/10/23

▼変更案
赤い文字にする

返信を追加...

ウエブライター-01 10/10/23

贈り物にたいして「失敗」という表現が、逆に「自分が贈り物で成功した」というニュアンスを感じて、ちょっと打撃的に感じてしまいました...

▼変更案
2以外に普通のギフトと共通だと思うため、2をフォーカスするのはいいのかな。

▼変更案
1と2、使える期間をハイブで、子育て

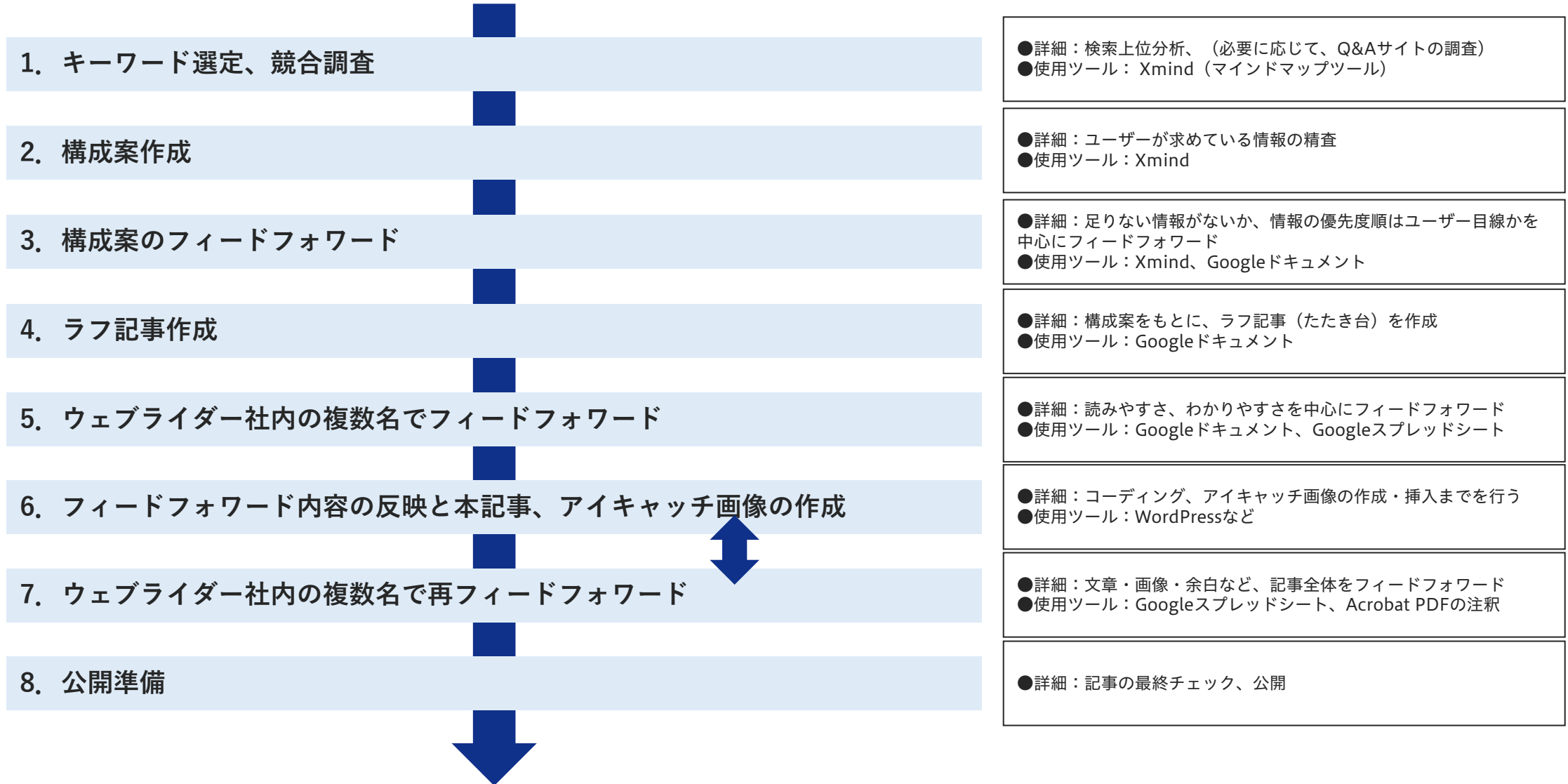
細かなキーワード調査をおこない、KPI設計を緻密におこないます

1		月間想定流入数										月間想定PV（平均閲覧ページ数を2と換算）			
2		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	3位以内	10位以内		
60	キーワードは 非表示に しています	18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
61		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
62		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
63		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
64		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
65		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
66		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
67		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
68		18,100	5,430	3,620	1,991	1,810	1,267	724	634	634	634	634	7,361	3,475	
69		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
70		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
71		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
72		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
73		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
74		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
75		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
76		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
77		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
78		14,800	4,440	2,960	1,628	1,480	1,036	592	518	518	518	518	6,019	2,842	
79		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
80		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
81		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
82		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
83		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
84		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
85		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
86		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
87		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
88		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
89		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
90		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
91		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	
92		12,100	3,630	2,420	1,331	1,210	847	484	424	424	424	424	4,921	2,323	

現実的なKPI設計をおこない、長期的なベネフィットを見える化します

KPI								
検索ワード	月間検索回数	顧客層	記事公開から3ヶ月後に達成 検索結果での順位	記事公開から3ヶ月後に達成 30日間の検索流入数 (単位：PV／月)	記事公開から6ヶ月後に達成 30日間の検索流入数 (10位と3位以内の中間値) (単位：PV／月)	記事公開から12ヶ月後までの総流入数 (10位内：7ヶ月 3位以内：3ヶ月で計算)		
キーワードは 非表示に しています	40,500	非表示	10位以内	7,776	13,953	114,822	黄色背景のキーワードが、制作予定 の記事	
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,951	公開後2ヶ月後から10位以内にラン クインしたと仮定	
	18,100		10位以内	3,475	5,417	46,407		
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950		
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950		
	12,100		10位以内	2,323	3,621	31,023	ロングテールを含めていないため、 実際にはこれらのトラフィックより も1.5～2倍ほど増える可能性もある	
	49,500 8,100		10位以内	11,059	17,241	147,685		
	60,500 5,400		10位以内	12,653	19,726	168,968	検索順位別 想定流入数	
	27,100 8,100		10位以内	6,758	10,536	90,251	1位	30.0%
	40,500 6,600		10位以内	9,043	14,233	121,573	2位	20.0%
	18,100		10位以内	3,475	5,418	46,408	3位	11.0%
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950	4位	10.0%
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950	5位	7.0%
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950	6位	4.0%
	14,800		10位以内	2,842	4,430	37,950	7位	3.5%
	12,100		10位以内	2,323	3,621	31,023	8位	3.5%
							9位	3.5%
							10位	3.5%

ウェブライターの記事制作フロー



自社開発の文章作成アドバイスツール「文賢（ブンケン）」を用いた 効率的で実践的な文章力アップのレクチャー

「文賢（ブンケン）」をご契約されていないお客さまには コンサルティング期間中は無料でアカウント発行いたします

25

○ 文章表現

○ 校閲支援

● 補綴支援

● アドバイス

確認

🔊 音声読み上げ開始

🖨️ 印刷する

📋 コピー

文字数 1,041 漢字の使用率 23 % 表示幅 フリーサイズ (全角104文字) 明朝モード

空前的ダイエットブームです。

豆乳ダイエット、白湯ダイエット、炭水化物抜きダイエット、糖質制限ダイエット・・・などなど、華ではさまざまなダイエット法がブームになっています。

最近ではプチ断食からの「酵素ダイエット」が話題です。

facebookやinstagramを見ていても、ダイエットを頑張る人の写真が多数アップされています。日本だけじゃありません、外人のfacebookやinstagramも同様です。

もしかすると、皆さんもいずれかのダイエット法を試したことがあるかもしれません。

ただ、ダイエットをする上で気を付けなければならないことがあります。それは「リバウンド」を防ぐことです。

実はダイエットに成功した多くの人が、リバウンドを経験しています。

リバウンドが起きる理由は、いわゆる“食べる量を減らす”というダイエットだけでは、身体の基本代謝量が増えず、食べる量が戻るとつれて、その食べたものが消費されなくなってしまうからです。

食べる量を減らすことで体重が減るのは当たり前です。大事なのは、食べる量を減らさなくても、理想の身体をキープできるような体質になることです。美味しいものを食べることを我慢するなんて、ツライですよね。

そこでオススメしたいのが、基礎代謝量を増やすための「無酸素運動」です。

一般的にウォーキングやジョギングなどの運動は「有酸素運動」と呼ばれ、筋トレや短距離走などの激しい運動は「無酸素運動」と呼ばれます。有酸素運動はゆったりと運動するのが特徴。酸素を普段より多く取り込みつつ、弱い力を継続的に筋肉にかけることで、エネルギー源としてカラダに蓄えられている脂肪を燃焼させます。その一方、無酸素運動は、激しい運動中に息を止めたり、息を強く吐いたりするため、酸素をあまり取り入れません。

この無酸素運動こそがダイエット成功に必要なのです。

食べる量を減らして痩せたからといって、「自分の身体は痩せ体質になったに違いない」と思うのはとんでもありません。

今回は、ダイエット成功後のリバウンドを防ぐために、無酸素運動をどのように取り入れれば良いかのノウハウをご紹介します。

「運動を続けるのは数倍が高い」と思っている方にとっても、体調を壊さず、運動を続けるためのコツを知っていただけるはずです。この記事を読まなかったアートをあとで後悔しないために、しっかりと最後まで読んで下さい。

2020.09.15 プラッシュアップおよび本頁合修正のお知らせ

● 録音 (ユーザー許可) ● チェック設定

○ チェック項目のON/OFF

● 補足説明をすべて隠じる ● チェック数 16

○ 一文に読点4つ以上ある

一文に読点4つ以上あります。

一文が長すぎる場合は、文章をふたつに分けることも検討してください。
(※ただし、短い文章が続くと幼稚な文章に見える場合があるため、注意してください)

■前文

【before】
先月から私は文賢というツールを使い始めたのだが、このツールは想像以上に役立つことがわかったので驚いている。

■後文

【after】
先月から私は文賢というツールを使い始めた。
このツールは想像以上に役立つことがわかったので驚いている。

○ 接続詞のハイライト

「接続詞」をハイライト表示しています。

接続詞を使う場合は、その次の言葉も含めるとリズムがよくなります。

■前文

【before】
そして、今ではすべてのスタッフが文賢を使っています。
こうして、私はスタッフが書いた文章の推敲に時間を取られることがなくなったのです。

■後文

【after】
そして今では、すべてのスタッフが文賢を使っています。
こうして私は、スタッフが書いた文章の推敲に時間を取られることがなくなったのです。

○ 指示語

もし、前後の文に指示語を示す内容がない場合は、具体的にした方がよいかもしれません。

○ 同じ文末表現の連続使用

同じ文末表現を3連続以上使用しています。

オウンドメディア立ち上げ時のプランニングスケジュール例

1ヶ月（プロジェクト準備期間）

2ヶ月～4ヶ月（合計7記事を公開）

チャットツールを用いたやりとり（ノウハウは適宜スプレッドシートに保存）

工程例		ステップ		詳細
	2020年10月中	ご契約	契約の締結	
	2020年10月中	着手開始	現状分析 初回記事のプランニング開始 内的SEO・外的SEOの技術的分析	先行して着手します。 現状分析をおこなうため、お客さまサイトのトラフィック情報（アクセス解析データ）や、CMSの仕様について可能な範囲で共有していただきます。
1ヶ月目	2020年11月	1週目	初回全体ミーティング（～2時間） ※対面もしくはビデオ会議	お客さまにて制作していただくコンテンツのテーマ決めや、プロジェクト全体の進め方について、あらためてお話しします。 また、このミーティングまでに、御社サイトの内的SEOの技術的な改善点をリストアップし、その解説もおこないます。 （CMSのカスタマイズを担当しているチームのご同席をお願いします）
		2週目	お客さま社内向けSEOトレンドセミナーの実施	プロジェクトを進める上で必要となるSEOの知見を、120分間のセミナーにてレクチャーします。
		3週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	WR側のリファレンス記事制作のプロセス共有（競合調査、プランニング、マインドマップ作成）
		4週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	WR側のリファレンス記事制作のプロセス共有（構成案作成、ラフ記事作成）
2ヶ月目 3ヶ月目 4ヶ月目	2020年12月 2020年1月 2020年2月	1週目	月次ミーティング（～2時間） ※対面もしくはビデオ会議	記事の進捗共有、ノウハウの振り返り、内的SEOの技術的改善状況の確認、最新SEO情報の要点を共有 （CMSのカスタマイズを担当しているチームのご同席をお願いします）
		1週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	（2ヶ月目のみ）WR側のリファレンス記事制作のプロセス共有（本記事作成、アイキャッチ作成） お客さま制作の記事へのアドバイス（競合調査、プランニング、マインドマップ作成）
		2週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	（2ヶ月目のみ）WR側のリファレンス記事制作のプロセス共有（コーディング、デザイン） お客さま制作の記事へのアドバイス（構成案作成、ラフ記事作成、WRからのフィードバック）
		3週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	（2ヶ月目のみ）WR側のリファレンス記事の公開 お客さま制作の記事へのアドバイス（本記事作成、アイキャッチ作成、WRからのフィードバック）
		4週目	週次ミーティング（30分～1時間） ※ビデオ会議	お客さま制作の記事へのアドバイス（コーディング、デザイン） お客さま制作の記事を公開
4ヶ月目	2020年2月	4週目	プロジェクト完了ミーティング ※対面もしくはビデオ会議	プロジェクト全体の振り返り、今後の継続コンサルティングについての話し合い

顧問コンサルティング

月 22～66万円（税込）

（短期コンサルティング後、最低3ヶ月以上の契約）

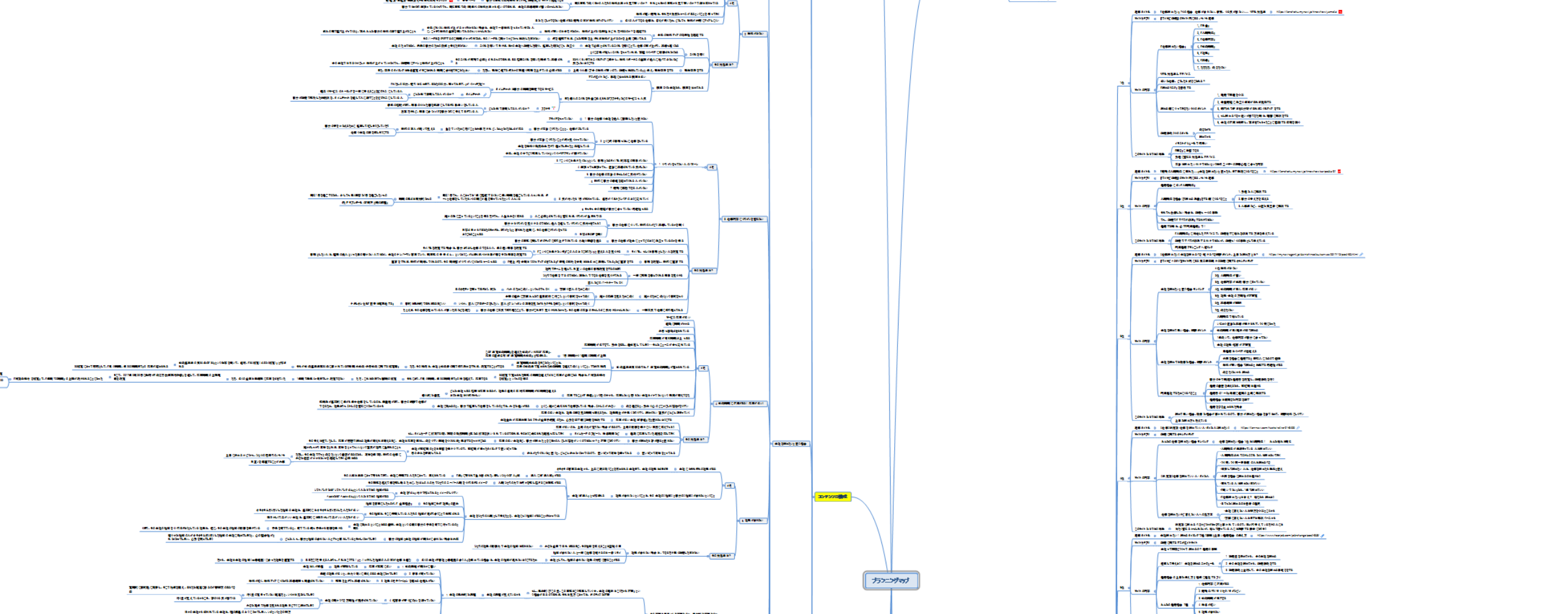
ウェブライターのコンサルティングを
単発で受けた方へ

単発コンサルティングだけでも
かなりの成果が見込めます

月間3社限定の 単発型コンサルティング

1回 66万円

(税込：3時間)



ウェブライダー代表の松尾が独自の着想力をもちいて、御社サイトやビジネスの改善点を「その場」でマインドマップにまとめていきます

ウェブライダーのコンサルティングの
金額帯が合わないが
ウェブライダーの知見を学びたい方

**ウェブライダーのノウハウを
体験できる13時間の動画講座**

1セット 132,000円

(税込：2020年度版のみの金額)

ウェブライダー式SEO 「超集中講座2020 - 動画版 -」

2019年、ウェブライダーではひとつのサイトを立ち上げました。
そのサイトは新しいドメインでつくられ、2020年8月現在、6記事が公開中。
そして、たった6記事にもかかわらず、あるビッグワードで2位を獲得しました。

そのサイトの成功からわかったことは
ポジティブネットワークの構築を意識した
「エンゲージメントライティング」とSNS連携の重要性です。

今回の超集中講座は、さまざまな改善案をお見せした上で、
2020年からのSEOで意識すべき思考を徹底解説します。

ウェブライダーのSEOノウハウを学んでいただけるのは
この動画だけです。

TOP

本教材の中身

講師紹介

料金・お支払方法

お申し込み規約

お問い合わせ

最新情報

【2020/09/01】

第3回フィードバック企画の内容を公開しました。

今回は「車一括査定」というキーワードの記事をフィードバックさせていただきました。

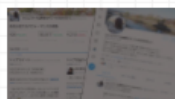
(ご購入者さまはフィードバックが書かれたシートをご確認ください)



Section1

プレゼンスを高めよう！2020年からのSEOにおいて大切な本質的思考

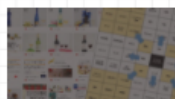
(前半：1時間30分／後半：1時間30分)



Section2

ポジティブネットワークを構築する「エンゲージメントライティング」と「Twitterアカウント運用」のメソッド

(前半：1時間10分／後半：1時間20分)



Section3

コンテンツの質を高める「アンケート&座談会」のメソッドと、露出力を上げる「マイクロコンテンツ」のアイデア集

(前半：1時間16分／後半：1時間31分)

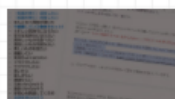


Section4

【超実践講座2020 #1】

ウェブライダーが実際に記事を作成 (プランニング・リサーチ編)

(2時間0分)

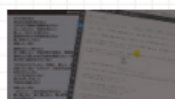


Section5

【超実践講座2020 #2】

ウェブライダーが実際に記事を作成 (構成案・冒頭文・ラフ記事作成編)

(58分)

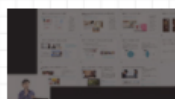


Section6

【超実践講座2020 #3】

ウェブライダーが実際に記事を作成 (本記事作成・ブラッシュアップ編)

(前半：1時間1分／後半：1時間37分)



Section7

【超実践講座2020 #4】

ウェブライダーが実際に記事を公開 (マイクロコンテンツの作成・露出編)

(47分)

※各Sectionの内容に関しては、前回の動画で取り上げた内容も一部含まれます。

2017年度版



Section1「行動させ、成果をあげるコンテンツ制作の本質」(2時間 47分)

Section2「上位表示するために必要な検索エンジン思考とユーザー思考」(1時間 21分)

Section3「検索ユーザーが求める情報の集め方」(1時間 12分)

Section4「情報を伝えるためのコンテンツ演出」(2時間 8分)

Section5「拡散につながり、リンクを獲得するためのコンテンツ演出」(1時間 6分)

Section6「外注ライターのマネジメント術」(42分)

2018年度版



Section1「今後の Google での上位表示に必要な、最大公約数的思考と行動促進的思考」(2時間 54分)

Section2「検索トラフィックを増やすためのサイトプランニング」(2時間 15分)

Section3「初期露出・拡散・リピーター獲得のための思考とアクション」(2時間 47分)

Section4「超実践！ウェブライダー松尾が実際に記事をリライト その1」(2時間 30分)

Section5「超実践！ウェブライダー松尾が実際に記事をリライト その2」(1時間 42分)

Section6「質の高いコンテンツをつくるライター人材を獲得するための採用・育成テクニック」(54分)

2019年度版



Section1「成功実績から予測する！2019年からのSEOの傾向と対策」(2時間 53分)

Section2「【2019年度版】ウェブライダー式 SEO ライティングメソッド (前編)」(2時間 19分)

Section3「【2019年度版】ウェブライダー式 SEO ライティングメソッド (後編)」(2時間 2分)

Section4「【超実践講座 2019 #1】ウェブライダー松尾が実際に記事を作成 (プランニング・リサーチ編)」(1時間 11分)

Section5「【超実践講座 2019 #2】ウェブライダー松尾が実際に記事を作成 (構成案・冒頭文・ラフ記事作成編)」(1時間 16分)

Section6「【超実践講座 2019 #3】ウェブライダー松尾が実際に記事を作成 (本記事作成・ブラッシュアップ編)」(2時間 20分)

Section7「【超実践講座 2019 #4】ウェブライダー松尾が実際に記事を作成 (最終ブラッシュアップ編)」(2時間 26分)

2020年度版

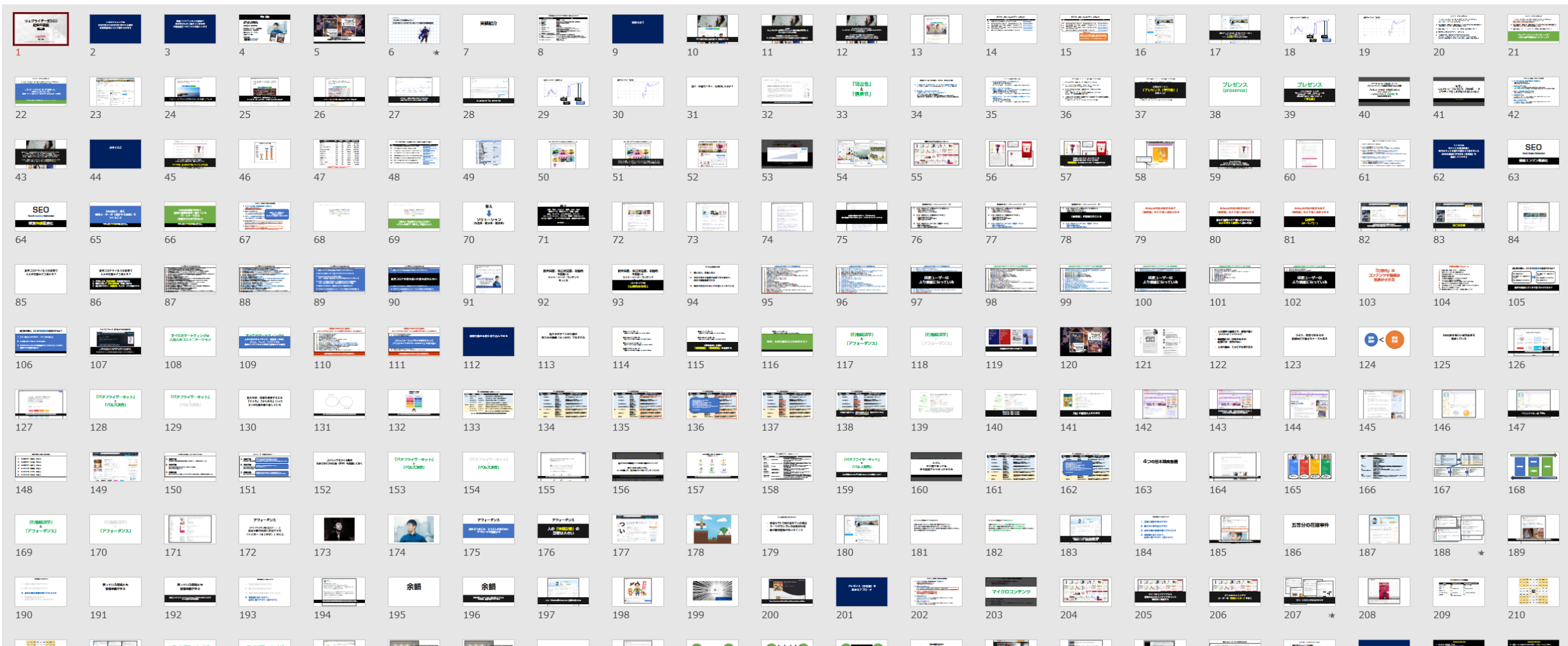


2020年度版は、超集中講座初のSNS運用のノウハウや、リサーチの視点を増やすアンケート作成の方法まで、多様な角度からのサイトプランニング法を取り上げます。

エンゲージメントライティングを意識したSNS運用は、ポジティブネットワークを構築し、サイトのプレゼンス(存在感)を高め、検索エンジンから評価されやすいサイトづくりにつながります。

すでに2017年度版、2018年度版、2019年度版をご覧になられている方々にもオススメしたい、ウェブライダー式SEOの最新思考です。

総再生時間13時間以上
約350名が購入した、超集中型SEO講座



ウェブライダーが最重要視している
「プレゼンスマーケティング」を用いたSEO施策について詳しく解説



SNS運用を成功させる「エンゲージメントライティング」 「マイクロコンテンツ制作」についてもレクチャー

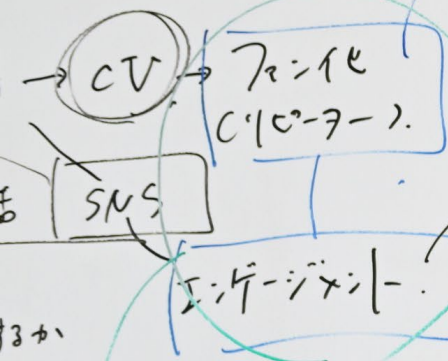
**2日間12時間かけて
超集中的にコンサルティングを
おこなうブートキャンプ**

1回 165万円

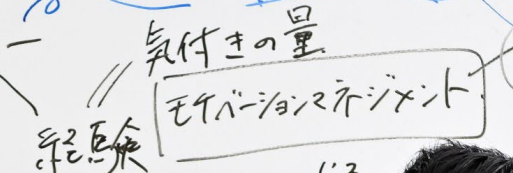
(税込：6時間×2日間、合計12時間)

質的思考

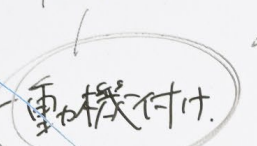
そろそろ論



理念 (行動の源泉)



知的な好奇心



4K, 5K
5Gのプロ-4

同時速度

高画質

同時視聴

ライブ-カイト

Before/After
可視化

モニター
画作り

- 1. 透明性
- 2. 一貫性
- 3. 持続性

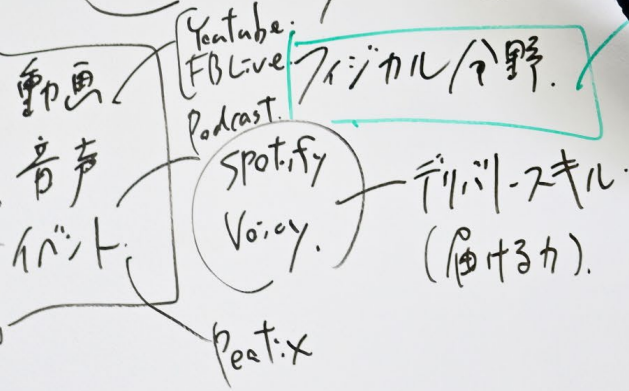
ブランド ⇒ LTVの向上

継続性とその重要性

接点を増やす
(2170コンテンツ)

コンテンツ/マーケティングの割合は

体温を感じる



7-7ジョブ

機
身体

拡張できるか
(ARと同質の思考)

接触頻度が高い

フィルムに貼るAR

エディタへの応用

具体性と抽象性

関連付け 着想



時間的コストを何よりも大切にする会社さまにオススメです
(2018年度実績、3回開催)

サービス案内②

企画・制作代行

「SEO」を意識した記事制作

66～330万円

(税込：1記事)

ウェブライダーが独自研究して生み出した スライドと記事を融合させた 「サマライズコンテンツ」



「要約」と「深掘り」を組み合わせた 成果につながる新しいコンテンツの形

長々と読してきましたが、以上のようなことを読まると、あらためて以下の3ヶ条を意識することが大事だと理解してもらえらると思います。

会社を辞めるかどうか悩んでいる人が 意識すべき3ヶ条

1. ひとりで悩まない！
2. 悩みの理由を「具体化」する！
3. 何かしらの「行動」に移す！

そこで今回の記事では、この3ヶ条をもとに、「会社辞めたい」「仕事辞めたい」という人たちの悩みを払拭するための思考法をお伝えしていきます。

あなたの人生を決めるのは、あなた自身。
今回の記事をぜひ最後までお読みください。

一度しかない人生
どんな人生を歩むかは
自分で決めるべき

誰かに相談すべき理由

1. 自分ひとりで考えられる
思考には限界があるから
2. 悩んでいるときほど疲れ果て
思考力が落ちるから
3. 自分が何に悩んでいるかを
整理してくれるから

だからこそ、できるだけ誰かに相談したほうがよいのですが、では、どんな人に相談すれば良いのでしょうか？

それは以下のような人です。

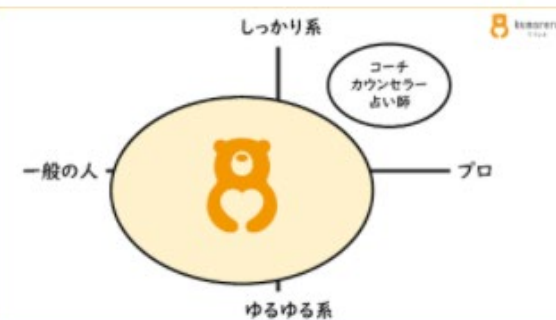
「会社を辞めたい」ときに相談すべき人

1. あなたと同じように仕事で悩んだ経験がある人
2. たくさんの人の悩み相談に乗ってきた人
3. 他人の悩みを根気よく聞き、その悩みの理由をわかりやすく言葉で表してくれる人

実は、上記をすべて満たす人は案外身近にいます。
それは、「転職エージェント」に所属するキャリアアドバイザーたちです。

転職エージェントで

クマになって聞くという
ゆるいコンセプトがあるから
気負わなくても大丈夫



クマレルでは
一般の人の聞き手を
大募集します
(もちろん、プロの方でもOKです)

「要約」と「深掘り」を組み合わせた
成果につながる新しいコンテンツの形

1記事を徹底的につくりこめば

ひとつのコンテンツから

多数のアプローチが可能

レバレッジ型コンテンツ制作

思考の言語化、マインドマップ作成

プレゼン用スライド資料作成

スライド資料をホワイトペーパー化

記事の作成

イベントの実施、イベントの録画

フォローアップ



思考の言語化、マインドマップ作成

徹底的に思考して つくりこむからこそ 実現できるアプローチ

イベントの実施、イベントの録画

フォローアップ

自社プロダクト

文章作成アドバイスツール 文賢

視点が変わる 言葉が変わる

—— 文章作成アドバイスツール ——



資料ダウンロード



チュートリアル動画を見る



文賢の基本がわかる【オンライン文賢説明会】を開催します。

日程：6/9（火）、6/16（火）、6/23（火）

詳しくはこちら





v5

文字数 ? - 587 漢字の使用率 ? - 27 % 表示幅 ? - フリーサイズ(全角35文字) 明朝モード -

辞書・チェック設定



- 文章表現
- 校閲支援
- 推敲支援
- アドバイス

確認

音声読み上げ 開始

印刷する

コピー

株式会社ハートフル

山田部長様

いつもお世話になっております。

株式会社ブンケンの中です。

本日はお忙しい中、貴重なお時間戴き誠にありがとうございました。

先程もお伝えさせていただきましたが、山田部長様が仰られていました様々な課題やご要望について、弊社で一つ一つ精査いたします。

御社の新しい顧客に繋がるような、面白い企画をご提案させて戴きますので、是非ご期待ください。

今回の企画は当初、ターゲットをより狭く絞っていく方向でした。

山田さまもおっしゃっていたように、「ビジネスマンだけでなく女性の方も楽しめる、易しい内容」にしたほうが、私たちも上手くいくと考えております。

これまでメインユーザーの殆どが30代前半でしたが、新しいユーザー獲得も見込めるようより一層力を注いでいきます。

暫くお時間いただきますが、企画案は5月5日までに提出致します。

企画の直す箇所がございましたら、5月10日までに返信よろしくお願い致します。

また、お手すきで構いませんので、御社の商品写真を予めお送り頂けますでしょうか？

チェック項目のON/OFF

補足説明をすべて開じる

チェック数 32

句点や記号以外で改行している

句点や記号以外で改行しています。

1 2 32

ひらがなで書くほうがよい言葉

「いただき」とひらがなで書くほうがよいかもしれません。

「戴き(いただき)」は常用漢字表にない読み方です。
読むことに慣れていない人のために、ひらくことを検討するとよいでしょう。

3 9

接続助詞のハイライト

接続助詞の「が」をハイライトしています。

「が」は主に、先に述べた事柄に対して、順当でない事柄があとに続く「逆接」の場合に使用されます。
逆接以外で使用すると読み手を混乱させる可能性があるため、念のため確認しましょう。

(例)

先日お見積りいただいた金額アップの件ですが、現在上長に確認中です。

↓

先日お見積りいただいた金額アップの件については、現在上長に確認中です。

4 17 21 30



v5

文字数 ? - 587 漢字の使用率 ? - 27 % 表示幅 ? - フリーサイズ(全角35文字) 明朝モード -

辞書・チェック設定



文章表現

校閲支援

推敲支援

アドバイス

確認

音声読み上げ

印刷する

コピー

株式会社ハートフル

山田部長様

いつもお世話になっております

株式会社ブンケンの中です。

本日はお忙しい中、貴重なお時間戴き誠にありがとうございました。

お忙しい中、山田部長が仰られていました。様子は

御社の新しい顧客に繋がるような、面白い企画をご提案させて戴きますので、

是非期待ください。

今日の企画は、ターゲットをより広げ、より多くの方で

山田さまもおっしゃっていたように、「ビジネスマンだけでなく女性の方も楽

しめる、易しい内容」にしたほうが、私たちも上手くいくと考えております。

これまでメインユーザーの殆どが30代前半でしたが、新しいユーザー獲得も見

込めるようより一層力を注いでいきます。

暫くお時間いただきますが、企画案は5月5日までに提出致します。

企画の直す箇所がございましたら、5月10日までに返信よろしくお願いいたし

ます。

また、お手すきで構いませんので、御社の商品写真を予めお送り頂けますでし

ょうか？

チェック項目のON/OFF

補足説明をすべて開じる

チェック数 32

句点や記号以外で改行している

句点や記号以外で改行しています。

ひらがなで書くべき言葉

「が」と「か」を区別して書くことが大切です。

「が」は主に、先に述べた事柄に対して、順当でない事柄があとに続く「逆接」の場合に使用されます。

逆接以外で使用すると読み手を混乱させる可能性があるため、念のため確認しましょう。

接続助詞のハイライト

接続助詞の「が」をハイライトしています。

「が」は主に、先に述べた事柄に対して、順当でない事柄があとに続く「逆接」の場合に使用されます。

逆接以外で使用すると読み手を混乱させる可能性があるため、念のため確認しましょう。

(例)

先日お見積りいただいた金額アップの件ですが、現在上長に確認中です。

↓

先日お見積りいただいた金額アップの件については、現在上長に確認中です。

4

17

21

30



株式会社ニッセンライフ
マーケティング部 齋

『文賢』で実現した、「表記チェックの効率化」と「メディアの質向上」

主な事業 生命保険の募集に関する業務 / 損害保険の代理店業
従業員数 51-100名
導入の効果 編集作業の効率化 / コンテンツの質向上 / フィードバックの削減

[続きを読む >](#)



ログリー株式会社
広報 木内真子

文賢は「ひとり広報」の強い味方

主な事業 メディアテクノロジー / アドテクノロジー
従業員数 51-100名
導入の効果 公開までの時間短縮 / 文章チェック体制の強化 / 文章作成能力の向上

[続きを読む >](#)



株式会社キーワードマーケティング
代表取締役 / 広告事業部長 滝井秀典

文賢は経営者に安心を与えてくれる

主な事業 運用型広告の運用代行 / 検索エンジンマーケティングの研究、教育
従業員数 1-50名
導入の効果 チェック時間の節約 / 業務効率化の実現 / 情報発信への安心感を獲得

[続きを読む >](#)



株式会社おいかぜ
ディレクター / コピーライター 柴田明

「文章を発信すること」を、文賢が応援してくれる



株式会社cocowa
代表取締役 / 「ノマド的節約術」編集長 松本博樹

『文賢』が後押ししてくれた、編集部の成長とアイデアの創造



株式会社スイッチ
代表取締役 / 「CSS Nite」主宰 鹿野雅弘

『文賢』の視点が、文章の完成度を高めてくれる

VOICE

文賢ユーザーの声

どんな文章を書くときも、必ず文賢を通すようになりました。

今、20アカウント契約させていただいており、文章を書く機会の多いチームはみんな文賢を使っています。（メディア編集者）

文賢は、ただ指摘するだけでなく、きちんと改善点を教えてくれる。
校閲や推敲機能で指摘されたとき、コメントに例文が表示されるところがいいですね。（カスタマーサポート）

炎上予防につながるアドバイスを、カスタムできることで社内に導入しました。
ブログを書く社員や、SNS投稿などをおこなう社員だけでなく、プレスリリースを書く広報も文賢を使っています。（経営者）

文章表現機能のおかげで、自分が今まで使ったことがない言い回しに出会えるのが楽しい。

以前より、表現豊かな記事が書けるようになりました。（ライター）

オリジナルの文章表現を『文賢』の辞書設定にどんどん追加して、自分ならではの類語辞典をつくっています。

ちょっと裏技的な使い方なんですがフレーズではなく「注意すべきコメント」を入れることで、自分だけのフィードバックツールとして使えるのも便利です。（Webディレクター）

漢字の「ひらく・とじる」など細かなルールを一括管理できるので、記事の表記がバラバラにならなくなりました。
複数チームでの業務にも使いやすいです。（メディア編集者）

「音声読み上げ」の機能が何気に便利です。
自分が書いた文章を、音声で読み上げてもらうことで、不自然な文章にすぐ気付けます。
リズムが悪い文章って、人に伝わりづらい文章だと思っているので、記事公開前に音声読み上げを使うようにしています。（プロライター）

初期設定での文賢は背景がホワイトで爽やかな印象なのですが、個人的にはダークモードがカッコよくてオススメです。
目が疲れず、作業しやすいです。（デザイナー）

実はこれまで他社の校正ツールを使っていたのですが、今は文賢と併用しています。
誤字脱字の検出力は他社ツールのほうが高いと感じるのですが（本音ですみません）、わかりやすい文章を書くためのアドバイスは文賢のほうが優れているので、表現力を高めたいときに文賢に頼っています。（広報）

ウェブライター社の代表である松尾氏が出版された『沈黙のWebライティング』を読んだSEOの基礎などを学びました。
文賢の推敲ルールは、本に書かれていた「見やすい・わかりやすい文章を書くためのノウハウ」に沿っているので、さらにライティングの品質が上がっています。（SEOディレクター）

文賢って、ちょっと人聞けば感じる校正ツール。
指摘してくるコメントが「～ではないですか？」「～ませんか？」と、問いかけてくる形式なので、この「問いかけ」によって、文章を深く考えるきっかけをもらっています。（経営者）

文賢のChrome拡張をインストールすると、右クリックだけでWeb上にある文章をどんどんチェックできます。
メールやチャットワークで外部の方とやりとりする際も、送信前に必ず文賢でチェックすると安心。（人事）

1000社以上のお客さまにお使いいただいています

ソーシャルリスニングサービス
クマレル

優しいクマさんが集まる 話し手と聞き手のコミュニティ

話を聞いてもらったり、一緒に学びあったり、
クマのように優しい大人たちでつくる
新時代のオンラインコミュニティ。

[参加しているクマさんを見る](#) >

クマレルの世界を動画で体験！

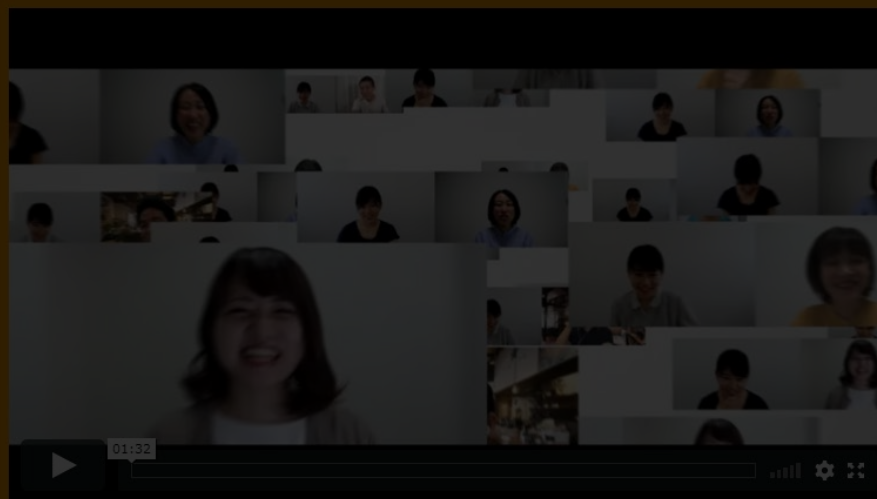


優しいクマさんが集まる
話し手と聞き手のコミュニティ

話を聞いてもらったり、一緒に学びあったり、
クマのように優しい人々でつくる
新時代のコミュニケーション。

参加しているクマさんを見る >

優しい「話し手」と優しい「聞き手」が
つながり、交流する
今までになかったコミュニティ



掲示板でクマさんを探す

どのクマさんにもお願いしよう…。
自分から声をかけるのは緊張する…。

そんなときは募集してクマさんに立候補してもらおう！

クマさん募集掲示板

人気のクマさんから探す

マンドリル松尾 さん

あなたのプロフィールです

人気知りの方です！「働き方に関心している人」「Web業界に就きたい人」の話を楽しく聞きます！

15分 500円～

● 総セッション数: 83回

◎ 最終ログイン: 5日前 平均返信時間: 1日以内

仕事や恋愛結婚、子育て、家族や人生…
いろんなお話を気軽に！

★「気になる」を解除

きょん さん

きょん さん 最終にロックはオカシム

商品仕入れ4ヶ月のオカシム。仕事、恋愛、子育て、家族関係、人生…いろいろな話を、ゆる〜い感じでどうぞ！

15分 500円～

● 総セッション数: 18回

◎ 最終ログイン: 2日前 平均返信時間: 4時間以内

コッシー さん

広告・広報・マーケティング関係の仕事をしています。映画や読書、エンタメ大好き。お気軽にどうぞ！

30分 1,000円～

● 総セッション数: 8回

◎ 最終ログイン: 1日前 平均返信時間: 5時間以内

おちあいの恋バカさん さん

あなたと恋愛相談をされる恋バカさんです。一緒に気持ちを伝えていきましょう！

15分 500円～

● 総セッション数: 7回

◎ 最終ログイン: 13日前 平均返信時間: 44分以内

すしぱく さん

★「気になる」を解除

プロのカメラマンです。ウェブのサービスを10年運営しています。そういう話や撮影のこと相談なんでもOK

30分 1,000円

● 総セッション数: 20回

◎ 最終ログイン: 2日前 平均返信時間: 12時間以内

あいちゃん さん

★「気になる」を解除

コーチングのプロコーチをしています。ただひたすら相談すること、話を聴くための質問も得意です。

15分 500円～

● 総セッション数: 7回

◎ 最終ログイン: 2日前 平均返信時間: 36分以内

はるやん さん

★「気になる」を解除

とにかくおもしろい話、楽しくお話ししましょう！

15分 500円～

● 総セッション数: 19回

◎ 最終ログイン: 1日前 平均返信時間: 2時間以内

キムラ さん

★「気になる」を解除

ITから新事業、消費財、広告に至るまで幅広く対応しているプロインフルエンサー

30分 1,000円～

● 総セッション数: 14回

◎ 最終ログイン: 18時間前 平均返信時間: 1日以内

くみ@ライフシフト中のコマママ さん

★「気になる」を解除

誰かが自分だけのストーリーを語っている。苦しい時、悩む時、一歩踏み出したい時に、相談に乗ります

15分 500円～

● 総セッション数: 8回

◎ 最終ログイン: 19時間前 平均返信時間: -

micco@自己肯定感を育むママちゃん さん

★「気になる」を解除

モンテッソーリ教育で2人の子どもを育てるママです。子育ての悩み、恋愛、人間関係の悩みはお任せあれ！

15分 500円～

● 総セッション数: 6回

◎ 最終ログイン: 5日前 平均返信時間: -

中田 トモエ さん

★「気になる」を解除

【プランニング/企画/企画/企画】どんなことかいたん受けとめ、応募する準備はできています！

15分 500円～

● 総セッション数: 4回

◎ 最終ログイン: 16日前 平均返信時間: 16時間以内

島田あや さん

★「気になる」を解除

フリーのイラストレーターです。イラストの話、仕事の話、どうでもいい話、大好きです！

15分 500円～

● 総セッション数: 10回

◎ 最終ログイン: 15日前 平均返信時間: 2時間以内

コミュニティを運営することで
多くの人たちの心と向き合えます

その知見はさまざまな場面で活かされます

人生は一度きり
誰とどんな仕事をするか

Make everyone a HERO for someone

すべての人をヒーローに

貴社と一緒に仕事ができることを
楽しみにしています

