



ブログやSNSの
「書けない・続かない」から卒業！

**そのままの自分で叶える
強い発信力の作り方
＜5つのステップ＞**

こんにちは。この度は期間限定の無料小冊子「そのままの自分で叶える強い発信力の作り方<5つのステップ>」を手にとっていただき、ありがとうございます。

アメリカ在住、在宅編集者・ライターの坂本ミカと申します。情報誌、Webサイト、ブログなどメディアを15年作り続けています。



制作会社さんと契約して編集補佐として働く傍ら、自己表現が苦手な方やブログが続かないとお悩みの方を対象に、マインドとハウツー両面から発信力を鍛える「時短ライティング」サービスを運営中です。

書きたいことや伝えたいことを心の奥底から掘り起こし、効率的に、効果的にアウトプットする方法をお伝えしています。

この小冊子は、自分らしさが溢れるブログを作る方法をお伝えするために作成しました。発信のツールとしてブログを利用していますが、FacebookでもInstagramでも構いません。

- ・何から始めたらいいかわからない
- ・アウトプットの方法を悩んでいる
- ・ブログやSNSで表現するのが苦手
- ・一つ書くのにすごく時間がかかる

もしそんな悩みをお持ちでしたら、ぜひお気軽にご相談ください。苦しみを生み出す原因は、ただ「知らないだけ」かもしれません。

この小冊子が少しでもヒントになれば嬉しいです。

時短ライティング・ラボ主宰
坂本ミカ

そのままの自分で叶える

強い発信力の作り方

<5つのステップ>

*はじめに

- (1) 自分のテーマを決める
- (2) 届けたい相手を考え抜く
- (3) 発信する場所を設定する
- (4) 「型」を使って記事を書く
- (5) 続けるマインドを整える

*おわりに



【著作権について】

この小冊子は著作権法で保護されている著作物です。下記の点にご注意戴きご利用下さい。

- ・小冊子の著作権は作成者に属します。
- ・著作権者の許可なく、全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。
- ・著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。
- ・小冊子に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は、事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。



自分にしかない価値を言語化

飾らない、無理しない。でも読者やお客様にまっすぐに届く。そんな強い発信力を作るには、自分の知識や経験を言語化した個人メディア（ブログ、SNS）を構築する必要があります。まず最初にスタートするのは、強みやスキルの掘り下げです。

どんなことを大事にしているのか？ どういった経験やスキルを持っているのか？ アウトプットをするには、内面を深掘りして自分自身の「軸」固めが欠かせません。

まずは、今自分が持っているものぜんぶ書き出してみます。現在のプライベート環境、これまでのキャリア、時間を忘れて熱中してしまう趣味……思いつく限りをノートにリストアップしましょう。

自己分析のゴールは、自分だけが持っている唯一無二の価値に気づくこと。これまでの人生で身につけた知識や経験。それは他の何にも代えがたい財産です。

ー現在のプライベート環境ー

まずは、スペックや環境について整理します。キャリアも含めて、こういった目に見えてわかる情報を「機能的価値」と呼ぶこともあります。

- ・年齢、性別
- ・住んでいるところ
- ・家族構成
- ・仕事
- ・持っている資格

ーキャリアの棚卸しー

どんな仕事に携わってきたのか、そこで何を得たのか、キャリア面から探ります。些細なことでもかまいません。次の点をふまえて振り返りましょう。

- ・会社名<職種や実績ベースで振り返る
- ・どんな工夫をしたかも合わせて思い出す
- ・小さな出来事も見逃さない
- ・学生時代のアルバイトも立派な経験

ー「好き」を知る5つの質問ー

実は「時間を投資できる」というのは貴重。好きなことへの好奇心や熱量は、それだけでとっておきの武器になりえます。ビジネスの原動力としても強力です。

- ・やっていて一番ワクワクすることは何ですか？
- ・どんなことにお金を使う傾向にありますか？
- ・小さい頃の夢は何でしたか？今でも好きですか？
- ・これだけは負けたくないと思うことはありますか？

－「得意」を知る5つの質問例－

自分ではたいしたことないと思っても、意外と他人は同じようにはできないものです。家族や友人に質問して、客観的な意見を聞いてみましょう。

- ・つい率先してやってしまうことはありますか？
- ・他人から褒められることはどんなことですか？
- ・他人から相談を受けるのはどんなことですか？
- ・これまでに3年以上続けたお稽古事がありますか？

－「強み」を知る5つの質問例－

一見弱みのように思えるコンプレックスや挫折、嫉妬などの感情。そのままにしておくとは厄介なものですが、克服する過程で一転して強みになります。

- ・コンプレックスに感じることはありますか？
- ・これまでの人生で挫折を感じた経験はありますか？
- ・もしあるとしたら、その経験をどう乗り越えましたか？
- ・いま「誰か」や「何か」に嫉妬していますか？
- ・なぜその対象に嫉妬するのか言葉にできますか？

①コンテンツの種を言語化する

上記の掘り下げを踏まえて、自分が持っている「価値の種」をどんどん言語化していきましょう。キーワードでもいいし、文章でもOKです。

「キーワード」…料理、美容、教育 etc

「文章」…年齢を重ねても美を諦めない etc

上記で出した内容が、これから発信するテーマの原石となります。

②言語化した内容を自己分析してみる

リストアップできたら、「特にこういう傾向にある」と自分の価値をどんどん文章の形でアウトプットしていきましょう。

自分のことだけに集中するのがポイントです。「あの人はもっと優れている」とか他人のことは一切気にしないでくださいね。

ご参考までに私の場合は、掘り下げから以下のようなキーワードを抽出して、自分なりの傾向を考えてみました。

【回答例】

海外生活、単身渡米、編集、広告、文章、メディア、旅行、観光、プランニング、モノ作り、ストーリー、本、マンガ、妻、二児の母、ワーキングマザー、自立心

- ・海外で子育てしながら働くバイタリティがある。
- ・より良いワークライフバランスを求めている。
- ・メディア作りに関する知識と経験が14年以上ある。
- ・企画したり書いたりす手を動かす時間が楽しい。
- ・人やモノが持つストーリーへの関心が高い。
- ・情報を客観的に整理整頓して伝えることが得意。
- ・考えたり作ったりすることが好きだし続けている。
- ・物怖じしない性格で人と会うことが苦にならない。

これらの一つ一つが価値の種となり、総合すると発信するテーマになります。次は届けたい相手について考えていきます。

**【STEP.1のワークまとめ】**

- 好き・得意・強みを、知識や経験から振り返ってみる
- 自分ならではの魅力や特徴を改めて言葉に落とし込む
- これならたくさん語れる！というテーマを決める



【STEP.1】のワークで自分の価値やテーマを決定したら、それらの情報を求めているのはどんな人なのか？を考えていきます。

ブログやSNSなど個人メディアは読んでくれる人がいなければ意味がありません。

どんな人に届いてほしいのか？読んだ後にどんな行動を取ってほしいのか？想定される読者の住んでいる場所や家族構成、趣味、最近悩んでいることなど、想像しながら設定してみましょう。

より詳細にイメージするために、わたしは地元の友人や知り合いといった「実在する人」をモデルにするケースが多いです。まるっと当てはまるパターンは少ないため、様々な人の一部分をヒントに考えてみてください。ここをしっかりと設定することで、発信する内容が明確になります。

自分が助けたい人

ビジネスの本質はお客さまの課題解決と言われている通り、発信の本質的な役割もターゲット読者の課題解決です。ブログやSNSを通して自分のスキルや過去の経験を伝えることで、どんな人を助けることができるのか？考えましょう。

人がインターネットを使って検索するのは、何かを調べるときが多いです。つまり、何かに悩んでいたたり、困ったりしています。

たとえば、わたしが「30代後半に入ってから今までのメイクが合わなくなってきた」と感じているとします。

そのときに知りたいことは「30代後半に似合う」メイクです。インターネット上で「30代後半 肌質 変化」「30代後半 人気 コスメ」と検索したときにヒットした記事をまずは読むでしょう。

もしあなたの魅力の一つに「美容に詳しい」という項目があるとするならば、そこでマッチングが生まれます。

仲間になってほしい人

ブログやSNSで発信することは「仲間探し」の側面もあります。

たとえば、もしあなたに介護職のキャリアがあって、「介護にまつわる問題」を発信するとします。すると読者になりえる人は「介護に関する仕事に従事している人」もしくは「実際に介護問題に直面している人（しそうな人）」です。

介護職として働く中で、ぶつかった困難や挫折、そこから乗り越えた軌跡を同じ経験をしている仲間へエールを送るように書く。そうすれば発信内容に共感してくれる人が増えます。

広い世界で共感できる仲間のような人物を見つけたときの喜びは大きいものです。

価値観を共有したい人

もし、あなたが「家事育児と仕事の両立ノウハウ」を発信したい場合。「都内における家事アウトソーシングビジネス」という記事の中で「やることが多いから時間捻出のため家事は積極的に外注すべし」と主張したとして、

「うん、そうだね！1週間に一度ぐらいプロに任せてもいいよね。問い合わせてみよう！」と感じる人もいれば、「家事は妻である私がやるのが当たり前だと思う…ないがしろにしてるみたいで嫌だな」と感じる人もいます。

読者になってほしいのはどちらでしょうか？

どちらの人にも届くような発信をしてしまうと、発信のコンセプトがずれてしまうので注意が必要です。

困っていた(る)自分

実は一番ターゲット読者として考えやすいのは「過去と現在の自分」です。これまでの知識や経験は、仕事やプライベートで何かに困り、何かに悩み、そのたびに乗り越えて培ってきたものであるはずです。

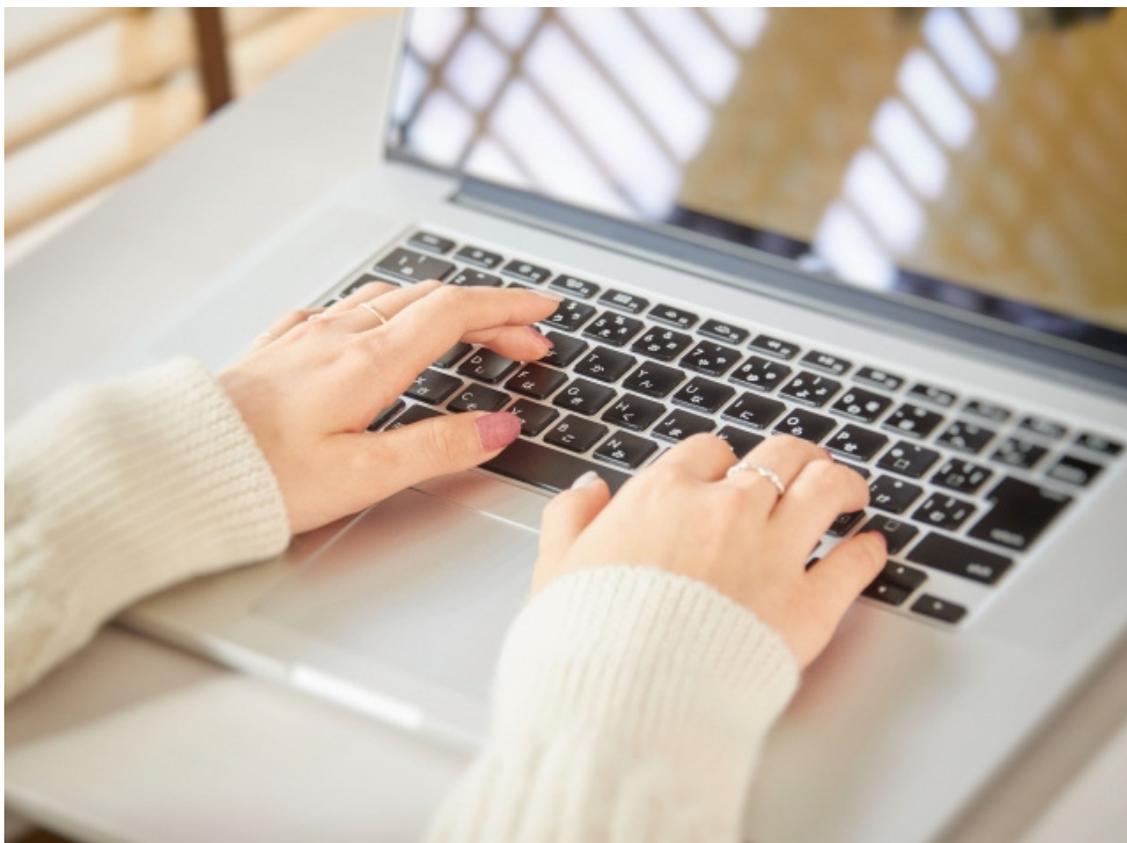
過去は、就職や転職、結婚など節目にまで戻って、その時の自分をもう一度振り返ってみます。自分ひとりで悩んでいたこと、親や友達に相談していたこと、同僚や上司と話し合っていたことを思い出します。

同じ地点で立ち止まっている人が必ずいるはずです。



【STEP.2のワークまとめ】

- 自分が助けたい人、仲間になって欲しい人、価値観を共有したい人を掘り下げて考える
- 実在する人をイメージして具体的な読者ターゲット像を描く



個人メディアと一言で表せど、様々なサービスがありますよね。どこを選ぶかにも自分らしさは宿ります。使いやすく、書きやすいプラットフォームを使いましょう。まずは無料アカウントを作成して、色々と試してみてください。

ブログの場合、わたしは「自分の名刺代わりにする」ことを推しているのので、最終的には「WordPress（ワードプレス）」の利用をおすすめしています。

ワードプレスとは、無料で提供されている「ブログシステム」のソフトウェアのこと。システム自体は無料なのですが、サーバー代やドメイン代が別途かかります。

※サーバー：インターネット上の土地のこと

※ドメイン：インターネット上の住所のこと

上記二つをレンタル、もしくは購入することで個人メディアを立ち上げる準備が初めて整います。手間もお金もかかるのに、なぜワードプレスを利用するべきなのか？無料ブログとの違いをお伝えしますね。

ワードプレスのメリット

まずはワードプレスのメリットですが、次のようなことが挙げられます。

- ① 独自ドメインで作ったブログは自分の所有物となる
- ② ホームページ、マガジンなどカスタマイズが自由
- ③ 文字や装飾など自分好みの世界観を表現できる
- ④ 長く続ければ続けるほどコンテンツが資産となる
- ⑤ 広告を利用する制限がないので収入アップに繋がる

特に①は非常に大きなポイントです。見落とされがちですが、無料ブログサービスの場合、アップした記事は基本的に運営会社の所有物となります。

つまり、あなたが書いた文章や掲載した写真を自由に使う権利を渡しているということ。どこに使われようが文句を言えないのです。

また、サービスそのものが停止したらすべて消え去ってしまう可能性もあります。

ワードプレスのデメリット

もちろん、ワードプレスのデメリットもあります。

- ① サーバー代、ドメイン代など運営自体に維持費がかかる
- ② カスタマイズやメンテナンスは自己管理の元に発生する
- ③ 誰からも読んでもらえない状態がしばらく続く

自由度が高い分、すべて自分で管理しなければならないのがワードプレスの難点です。何か発生したらその都度調べて解決する必要があります。

無料ブログサービスは運営者側がサービス全体を盛り上げてくれるので、他の読者との交流機能があったり、トピックスで記事を取り扱ってくれたり、最初に読んでもらう「きっかけ」があります。ワードプレスはゼロからのスタートです。

無料ブログ→ワードプレスへ移行

発信をする中で、一番高い壁と言われているのは「続けること」。向き・不向きがしっかり分かれる世界です。最初からお金をかけて外枠ばかりを作り込んでしまうと、かなりの労力と時間を奪うことになりかねません。

そこで、まずは無料のブログサービスからスタートさせて続けられる自信がついたらワードプレスへの移行をおすすめします。

無料ブログサービスはどれを使う？

無料ブログサービスはたくさんの運営会社があるので、どれを利用したらいいか迷ってしまいますよね。わたしも主要なサービスは一通りアカウント登録して実際に使ってみるところから始めました。

長く続けるために、以下の3点を踏まえて選ぶことをおすすめします。いろいろ試してみて合うものを選んでみてください。

- ・操作がわかりやすい（＝記事を書くことに集中できる）
- ・読まれる仕組みがある（＝広い認知が期待できる）
- ・独自ドメインが使える（＝コンテンツを移行できる）

おすすめ① note (<https://note.com/>)

クリエイター向けのプラットフォームです。ホームページ代わりに使えるだけでなく、記事を販売できることで、マガジン化、収益化も可能となります。

noteの良い点は、とにかく操作がわかりやすく書きやすいこと。絵文字や装飾がないので、余計な気遣いがいらぬ点も嬉しいです。最近ではアメブロと並ぶほどユーザー数が増えているそうです。

おすすめ②アメーバブログ (<https://ameblo.jp>)

独自ドメインは使えないし、カスタマイズできる範囲も限られているけれど、モチベーションを保つ点から考えると最初はアメブロを使うといいとされています。

なぜかという、一番は「交流機能」が多いから。いいね！、読者登録、ランキングなど他のブロガーさんと交流することで、自分のメディアを知ってもらう機会が多くあります。

ただし、ワードプレスへの移行後は一からやり直さる必要があり、ブログ内の検索性が低い（後から情報を探しにくい）のが弱点です。

おすすめ③ はてなブログ (<http://hatenablog.com>)

話題のメディアに仲間入りするには最適だと言われているのがはてなブログです。

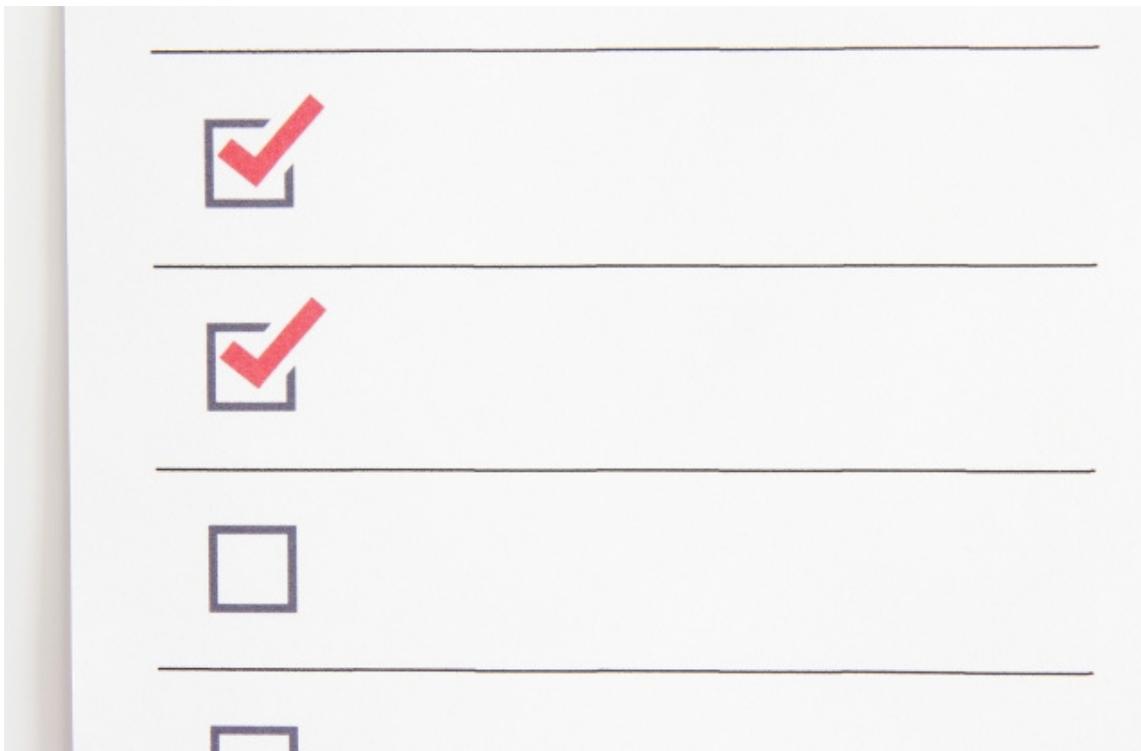
「はてなブックマーク」という、自分のお気に入り記事をシェアするサービスにより、記事がどれくらい読まれているかを計測することができます。書くことをトレーニングしたい人にもおすすめ。人気ブロガーが多い印象です。

デザインのテンプレートも多く、カスタマイズ次第でおしゃれに変化させるのも可能。また、無料ブログサービスの中ではSEO効果が高いとされています。

サービスの特徴は十人十色。まずは楽しく更新できることが何よりですし、無料ブログサービス間はお引っ越しもできるので、自分にとって最適なサービスを見つけてくださいね。

**【STEP.3のワークまとめ】**

- 様々なサービスを試して、使いやすさ、書きやすさを見極める
- 最初は無料ブログサービスを利用して記事を書きためる
- 続けられる自信がいたらワードプレスへ移行する



さて、実践編に入ります！ここまで自分の価値やテーマ、読者イメージ、プラットフォーム選びと、個人メディアを運営する基盤ができたはずです。

ここからはライティングのフェーズ。実際に記事を書いていきます。そこで、知っておくと便利なのが文章の「型」です。ブログやメルマガは自由記述ですが、型を知っておくと、より効果的に時間短縮で記事が書けます。

どれか一つの型に決めるという訳ではなく、コンセプトや集まる情報によって使い分けるイメージです。カテゴリごとに異なる場合もあるでしょう。また人によって向き、不向きもあります。

ブログ記事の型となる代表的なものは「エッセイ型」「情報提供型」「課題解決型」の3つです。

本来は10以上ありますが、まずはこの3つを押さえておけばOK！それぞれにどんな特徴があるのか？一つずつ見ていきますね。

①エッセイ型

これまでの人生や日々の生活から得た気付き・学びを読者に届ける記事の型です。

何か一つの物事に対して「わたしはこう思う」と語ったり、幼少期の辛かった出来事から学んだことを綴ったり、普段の生活で何気なく得たヒントを言葉にしたり、自分の主張を含めて記事を書きます。

最初は、エッセイ型の記事を書くのはとても難易度が高いです。頭の中で考えていることをそのまま言葉にするだけでは足りず、どうしてそう感じたのかなど、自分の内側を掘り下げる必要があるからです。

ただし、続けて書いていくうちにだんだんパターン化していくので、慣れると一転して書きやすくなります。

また、起承転結をしっかりと組み込んだタイプの文章は「ストーリーライティング」と呼ばれます。いずれにせよ自分の感情としっかりと向き合うことが大切です。

②情報提供型

「横浜のコスパがいいランチスポット10選」というような、一つのテーマに対して読者に対して有益な情報を羅列して提供する記事の型です。

スポットの感想など主観的な意見も入りますが、あくまでも主役は情報そのもの。念入りな情報収集と冷静な分析をすればするほど記事の説得力が増します。

何か特定のジャンルに詳しい人にとってはおすすめの型です。たとえば「横浜のコスパがいいランチスポット10選」でも、エリア、値段、客層などさまざまな切り口で書くことができます。ただ、単調になりがちなので企画勝負な一面もあり。

「誰でも書ける記事」になってしまうとつまらないので、よっぽど詳しくあったり、他の人にはない着眼点があったり、差別化が求められます。

③課題解決型

読者のお悩みを想定して、自分の知識や経験をもとに解決策を提示する型です。

たとえばファッションに関する個人メディアを運営している場合、「首が短く見える」「胸が強調されるのが苦手」など、ターゲット読者が持っているかもしれないお悩みにフォーカスし、記事を通して解消するように努めます。

ターゲット読者になりそうな友達に聞いてみる、Yahoo!知恵袋などお悩みが寄せられるツールで検索するなど、よりリアルな声を集めてみてください。それに対して自分に何ができるか？を考えてみるといいと思います。

ただの「日記」にならないために

ブログを作る上で大切なのは、価値あるコンテンツをターゲット読者に提供すること。日常に起こった出来事を連ねて書くだけでは、単なる日記になってしまいます。

そこで、記事を書くときの心構えをお伝えしておきます。

1) メッセージは1つに絞る

記事を書くときに「この文章で、ターゲット読者に伝えたいことは何だろう？」という部分を明確にします。

それは、あなたが確固たる自信を持っている処世術かもしれないし、とあるエリアの美味しいレストランかもしれません。いずれにせよ「1記事1テーマ」を意識してください。

最初はただひたすら思いっくまに書いてみましょう。書き始めから一つ一つにこだわりすぎると進まないで、一度書き終え手から見直していく順序をおすすめします。まずは、目指せ600文字！

2) タイトルを付けてみる

1テーマになっているかどうかは、タイトルを付けてみるとわかりやすいです。伝えたいことが定まっていない場合はタイトルをあやふやにしか付けられません。

書き終えた時点でタイトルはだいたい変わります。ここで付けるのはあくまで仮タイトルです。

余談ですが、私は記事をアップした後も気になる点があればタイトルを変更しています。あまり頻繁に行うのは良くないとされていますが、もしもっといい案が思いついたらそこで変えればいいのです。

タイトルは、たくさんの情報が溢れる中、読まれる指標の一つでもある重要なポイント。記事の趣旨を明確に表すものなので、最初に決める人も多いです。

3) キーワードを意識する

情報提供や課題解決を目的に記事を書く時は、「キーワード」を意識してみましょう。キーワードが適切な形で記事内に組み込まれていると、SEO観点から評価が高まる傾向にあるからです。

※SEO=Search Engine Optimization（検索エンジン最適化）とは、Googleやyahoo!で検索したときに、より良い順位で表示されるように取り組む一連の活動を指します。

伝えたいテーマが決まったら、テーマに沿ったキーワードを3つ挙げてください。

キーワードを見出しや文章内に組み込むことで、未来の読者となる人が同キーワードで検索した場合に、上位に表示される可能性が高まります。

SEO上でキーワードが有利に作用すれば、一つの記事で一定のアクセスを集められるようになります。その積み重ねによってメディア全体の総アクセス数が伸びていくというわけです。

知識と経験を総動員する

誰にでも書ける記事ではなく、あなたしか書けない記事を書きましょう。そのためには、これまで培った知識や経験をフル活用してください。

個人メディアを通して価値提供するポイントの一つが「出し惜しみをしない！」です。

記事を書くときは「主観的事実」と「客観的事実」で構成されます。比率はテーマによりますが、思うように進まないときは、どちらにせよ準備不足が原因だと思われま

準備不足とは、主観的事実であれば「考察の掘り下げが足りない」、客観的事実であれば「情報のリサーチが足りない」ということ。

「書けない＝文才がない」では決してなく、ただ単に記事にするまで準備できていないケースがほとんどです。ほんの少し情報を足すだけで見違えるように変わるケースも多々。そのためには試行錯誤が必要です。

内容が充実していればしているほど、読者満足度もSEO効果も高くなる傾向にあります。もちろん最初はウォーウォーミングアップが必要ですので、あまり構えずぎてもいけません。

今は100%の完成度だと感じていても、しばらく経って読んでみると「あれ？」と思うこともしばしば。WEBのいいところは後から加筆・修正をできる場所にあります。個人メディアと一緒に成長していけたらいいですね。



【STEP.4のワークまとめ】

- なにか一つメッセージを決めて、記事を書き上げてみる。
- 伝えたいことを集約したタイトルとキーワードを意識する。
- 情報の出し惜しみをせず、書いたあとも修正を繰り返す。



個人メディアはある一つのテーマに基づいて、専門性がある情報の提供が不可欠。読者の信頼を得るためにも、記事を書くのが上手くなるためにも、やっぱり量をこなすことが大事です。

だから続ける仕組み作りをしなくてはなりません。

おすすめは、流行や最新情報に影響を受けにくい、内面を掘り下げて出てきた価値をコンテンツ化する「ストック記事」を増やすやり方（逆に一過性のコンテンツは「フロー記事」といいます）。

ストック記事を主体に書き上げて、必要に応じてメンテナンスしたり、フロー記事を付け加えたりする形を取っていくのがポイント。

受講生さんにはいつも「まずは100記事を目指しましょう」と伝えています。そこに達すると、見える景色が変わります。続けるために、わたし自身が普段心がけているモチベーションを保つ方法をご紹介します。

～ゴール設定編～

長期・短期目標を立てる

一気に作り上げたい人、毎日淡々とやりたい人、スタイルは運営者の性格によりますが、いずれにせよ手を止めず作業を続けるには目標を立てることが不可欠です。

たとえば「長期目標：作り上げることで得たい自分像」「短期目標：○月○日まで
に■記事書く！」というように二つの目標をいったりきたりするといいです。

遠くばかりを見ていても道のりが長く感じられますし、目の前ばかりを見ていても
終わりがないうようで辛くなります。

優先順位を明確にする

忙しい中、一定の執筆時間を得るのは想像以上に難しいです。ブレずにやり遂げる
ためには、優先順位を明確にしましょう。

わたしの場合、集中したいときには夫とのくつろぎタイムや友人とのランチ会を諦
めます。また、お金で時間を買う意味で一時的にお惣菜に頼ったり、掃除を外注し
たりしています（投資のつもりでお願いすることが大事！）。

ただし、子どもとの時間は大事にするなどメリハリをつけています。

稼ぐことにとらわれない

個人メディアは正しい方法でやり続けていけば、ある程度稼ぐことももちろんでき
るのですが、それを最重要項目にしてしまうと楽しんで続けられません。

メディアを使って自分の「好き」や「強み」を表現していく、仕事やキャリアに繋
げるなど、お金では買えない目標を設定すると、楽しみながら続けやすいです。

～タイムマネジメント編～

曜日や時間帯を固定する

忙しい中で一定の作業時間を確保するためには、ルーティン化してしまうのがおすすめ。毎日更新できればもちろん素晴らしいのですが、ストイックにやろうとすればするほど、実現できなかったときのモチベーションダウンが顕著です。

「週に3回／夜9～11時」など、自分に無理のない範囲であらかじめ設定しておく、お稽古事感覚で続けられます。

スケジュールをブロックする

ルーティン化に伴い、スケジュール帳を使っている場合はあらかじめ指定の時間に斜線を引いて予定を入れないようにします。はじめからなかったものと見なすことが重要。

わたしの場合は曜日や時間だけでなく、マンスリーのページを見ながら「ここ2週間は誰からの誘いも受けない」など、直近2ヶ月分は決めてしまいます。どうしても想定外の事態が起こってしまうので、多めにブロックしておきます。

細切れ時間を活用する

「さあ、記事を書こう」とパソコンを目の前にしてからネタ探しや構成を考えていると時間は足りません。通勤時間や家事の合間ほんの15分でも時間があるときに、細切れに進めると効率がいいです。

わたしは「Evernote」や「lino」などパソコンと携帯アプリで情報を同期化できるサービスを使用しているのですが、なぜか布団に入ったあと色々と思いつくことが多く、その度にアプリを立ち上げてメモしています。

～意識改革編～

インプットを意識する

書いていると、どうしても息切れする時期があります。「なぜか気分が乗らない」「書く内容が思いつかない」「言いたいことがまとまらない」…etc。

もしかしたら、アウトプットに集中したためにインプットが枯渇しているのかもしれない。一旦書くのをやめてインプットに集中してみてください。

その際は、取り組んでいる分野に関する情報を新しく取り入れるのもいいですが、マンガやドラマ、映画といった娯楽と思えるようなものにも幅広く目を通すのがおすすめです。

決まりごとを作りすぎない

目標設定やタイムマネジメントで自分を管理するのは大切ですが「あれもだめ、これもだめ」では、作業自体が楽しくなくなります。

たとえ目標通りにできなかったとしても自分を責める必要はなし！ゴロゴロするのも立派なリラックス方法です。

記事を書くことにおいても、完成度にこだわりすぎるとなかなか更新できずに達成感が得られません。「今の自分に書けるもの」に全力投球するのは大事ですが、楽しく続ける、を優先してくださいね。



【STEP.5のワークまとめ】

- ゴールや優先順位を明確にして記事を書く時間を作る
- 細切れ時間を利用して少しずつ構成や執筆を進める
- インプットやリラックスタイムも大事なものと心得る

いかがでしたか？そのままの自分で、強い発信力を作るためのヒント。大切なエッセンスを抽出してお届けしました。

わたし自身、これまで一人の女性としてキャリアの壁にたくさんぶつかってきました。その時に一筋の光を差し込んでくれたのが個人メディアであり、発信でした。

この小冊子には、メディア運営を通じて学んだ知識や経験を詰め込んでいます。特に女性にとって、自分の名刺代わりになるブログを持つことは必ずこれからの人生に置いて武器になると確信しています。

読んでくださった皆様にとって、少しでもお役に立てれば嬉しいです。メディア運営に関する内容は以下のブログでもお伝えしています。セミナーやワークショップも行っていますので、ぜひ遊びにきてくださいね。

<ブログURL>

<https://linersedit.com/>

<Instagram>

https://www.instagram.com/liners_edit/



【プロフィール】坂本ミカ／時短ライティング・ラボ主宰

これから発信を始めたい方、強化したい方を対象に、内面を徹底的に掘り下げて一人一人の強みやスキルを炙り出し、コンテンツ化・言語化をサポートしている。

メディア制作歴14年。過去には、旅行会社の会員向け会報誌担当、制作会社の編集者・広告制作として従事。現在はフリーランスの在宅編集者・ライター。副業や趣味でも、Webライター業やブログ構築に着手。Web記事100本、ブログ記事450本、エッセイ・コラム180本を短期間で執筆。

2020年秋に「時短ライティング・ラボ」をスタート。フリーランス業と合わせて月商150万円を達成。エッセイやレビューで受賞歴あり。プライベートでは二人の男子のママ。アメリカ在住。