



タイトルツクルール

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者にあります。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項：

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲：

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

●はじめに

これはテクニックに頼らずに、読者が思わず見たくなる「タイトル」を作る力、そう作る力、そう**作る力を作るための話**である。

●真夜中24時の電話

一人暮らしの俺はよく風邪をひく。実家に電話をかけた。

俺「オレだけど」

母「こんな夜中にどうしたの？」

俺「実は携帯こわれて、風邪もひいたみたいで…」

母「確かに声が変わね。この番号は？」

俺「直るまでのかわりの携帯」

母「それであんた今どこにいるの？」

俺「今、千葉にいるんだけど」

母「何やってるの？」

俺「今から大学の先輩と会うんだけど、とりあえず携帯の番号教えて」

母「ちょっとまって、今から言うから」

俺「ありがと。また電話する」

母「何かできることがあったら言うのよ」

翌日、母からメールが届いた。

母メール「携帯直った？」

本物の俺「は？何のこと??」

母はだまされていた！ オレオレ詐欺に！！

まさしく、**母さん助けて詐欺**

被害はなかったものの、母は警察に届け、新聞にまで載った。

明らかに電話の内容はおかしいのだが、
母はだまされてしまった。

いつもそういう電話に気をつけて、「出てはいけない電話番号」を電話機の前にはっているのにもかかわらずだまされてしまった。

それはなぜか？

それは、オレオレ詐欺の言葉が、
母の心に刺さったからだ。

息子を心配する母親の**心に**、
風邪をひいて困っている息子からの電話が**ひっかかった**のだ。

心に刺さってひっかかる。

これが相手に注目してもらうときに必要なことです。

●クリックされるタイトルとは

タイトルは32文字。

これ以上長いと、検索エンジンに全文表示されない。

限りある32文字を、限りなく有効に使って作る必要がある。

タイトルに入れなければならないのは、

- ・ 検索エンジン対策用のキーワード
- ・ 読者の心に刺さってひっかかるフック

もし、この2つが入っていなかったらどうなるか説明しよう。

釣りに例えよう。

魚を釣りたいときには、**エサ**と**釣り針**がついた竿が必要。

- ・ 検索エンジン対策用のキーワード←**エサ**
- ・ 読者の心に刺さってひっかかるフック←**釣り針**

エサも釣り針もなかったら、当たり前だが魚はこない。

ブログに単なる日記を書いたようなもので、誰も見にこない状態。

エサしかなかったら、魚は集まるけど、釣りあげることはできない。

検索エンジンでいうと、検索結果には出ているけど、**タイトルに興味を持たないからクリックしてもらえない状態**。たまにまぐれでクリックされることもある。

(タイトルが弱い人は、このタイプ)

当然、釣り針だけでも、エサがないから魚はほとんどこない。

検索してもブログが検索上位に出てこない状態。アクセスも少ない。

検索エンジン対策用のキーワードが入っていなかったら検索されない。
そして、読者の心に刺さるものがなければ、心が動かされないので、
検索結果でクリックされないのでは、見てもらえない。

つまり、

- ・ 検索エンジン対策用のキーワード←エサ
“絶対に必要”
- ・ 読者の心に刺さってひっかかるフック←釣り針
“ないとアクセスが少なくなる”、“ライバルに勝てない”

関連キーワードを入れているけど、アクセスが少ないという人は、
フックが足りないことが多い。

釣り針がついてないから魚は釣れない。アクセスが少なくて当たり前。
ちょこちょこっとあるアクセスは、まぐれできているだけ。

本当にたくさんアクセスを集めたいと思ったら、
フックをきかせないといけない。

例えば、フックがあるとないとでは、次のように異なる。

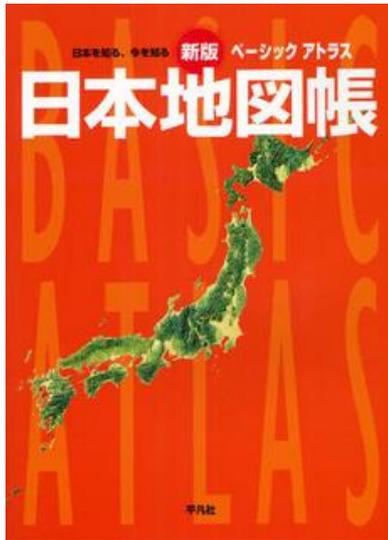
- ・ フックなし
あまちゃん 79 話のあらすじ
- ・ フックあり
あまちゃん 79 話のあらすじ～種市先輩は今、無職？～
- ・ さらにフックを追加
1分でわかるあまちゃん 79 話のあらすじ～種市先輩は今、無職？～

これらが検索結果に並んでいたら、どれをクリックするだろうか？

次に、フックをきかせるためにどうしたらいいか大事なことを説明する。

●サンタは選択を間違えた

今日はクリスマス。プレゼントは何だろう？
夜中までわくわくドキドキして、枕もとを見てみたら、
「えっ？日本地図？」



ぜんぜん嬉しくない。

とりあえず、次の日の朝、明るくなってから確認したけど、
やっぱり日本地図は日本地図。

「これをいったいどうしろと？」

そこはゲームとか、おもちゃとかさ、他にもっとあるでしょ。

まったく心に刺さらない。

むしろやる気なくなるレベル。

日本地図は、本棚に収納され、
母親が旅行に行く前に見ていたことがあったようななかったような。

相手の心をつかむには、

相手が心から望んでいるものでなければならない。

相手が何を欲しているのか、さっする必要がある。

●本当に望んでいるもの

親戚のおばちゃん「いつもいつもありがとうございます」

父「いいんですよ。たいしたものじゃないですから」

親戚のおばちゃん「こんなにたくさん送ってもらって」

父「田舎ならいくらでもとれますから」

そんなことが何年か続き…。

親戚のおねえさん「なあ、いつも送ってくるあれだけど」

俺「ああ、あれね」

親戚のおねえさん「あれ、うちじゃ、誰も食べないんだけど」

俺「マジで？」

親戚のおねえさん「もらっても、捨てるだけだしさ」

俺「マジで？」

親戚のおねえさん「でも、せっかくもらってるのに、言にくいだろ」

俺「まあ、確かに」

親戚のおねえさん「何とかならねーの？」

俺「わかった。何とか言ってみる」(なんてこった！)

**相手の表面的な部分しか見ていなければ、
相手が本当に興味があって好きなものを把握することはできない。**

相手の心の奥に眠っている潜在的ニーズを把握する必要がある。

●心の奥の奥の奥まで理解する

俺「今まで何人と付き合ったことあるの？」

彼女「本当に言っているの？嫌いになるかもよ」

俺「お前のことなら何でも知っておきたいんだ」

彼女「本当に？後悔しない？」

俺「絶対に後悔しない」

彼女「ならいいけど、付き合ったのは5人かな」

俺「そうなんだ。別に隠すほどのことじゃなくね？」

彼女「うーん。付き合ったことがある男は5人だけど、女ならもっといっぱいいるから」

俺「・・・」

彼女「私、両方いけるんだよね」

俺「・・・」

彼女「今も彼女いるし」

俺「・・・」

説明しよう。

相手のことを知るといのは、相手のより深いところまで理解するということだ。

心の奥の奥にあるものを、掘り起こしてこななければならない。
表面上のことだけでは、相手を理解したことにはならない。

●自分と読者とのズレ

自分が興味を持ってくれるだろうと思ったことでも、読者の気持ちを上手く読み取れていなくて、タイトルとしてあまり興味が持たれずに、外してしまうということがある。

そのズレを少なくするためには、読者をより深くまでイメージする必要がある。

例えば、

- ・ 17才女子高生
- ・ 38才のサラリーマンの男性

この2人では、まったく興味を持つところが違う。

同じドラマを見たとしても、ドラマに対しての感想はまったく違ったものになるだろう。もちろん、一人一人考え方は違うのだからそれは当たり前なのだが、大事なことは、自分と読者は違うということである。

ところが、記事を書いているときはそんなことを考えずに書いている。タイトルが上手く作れない人は、自分の価値観だけでタイトルを作っている。つまり、自己中タイトルなのである。それでは共感されにくい。

したがって、より興味を持ってもらうためには、読者を想定して、タイトルや記事を書く必要がある。

ドラマの感想を書くなら、どんな人がそのドラマを一番見ているのかを考え、その中で一番自分が記事を書きやすい読者を想定する。

★どんな人が読者？

- ・ 年齢は？
- ・ 性別は？
- ・ 職業は？
- ・ 趣味は？
- ・ 興味は？
- ・ ライフスタイルは？

どんな人がブログの記事を検索して見ているのか想定し、その人に向けたタイトルや記事を書くことが大切である。

ブログは自分のためだけに作っているわけではない。

相手に見てもらって、楽しんでもらって初めて意味がある。

常に読者はどういう人が意識してタイトルを作る。

タイトルとは、

- ・見た瞬間に、読者に電気が走るようなものでなければならない。
- ・読者の体験や経験が鮮明に思い返されるものでなければならない。
- ・心の奥の奥にまで届くメッセージでなければならない。

それでは、具体的にタイトルの作り方を説明します。

●クリックされるタイトルの作り方

3 2 文字しか使えないので、前半と後半にわけろ。

これはあくまで例なので、必ずこうするわけではなく柔軟に考えること。

例)

○○○○○○○の**あらすじ7話**でついに○○が**まさかのあの人と浮気!**

これで3 2文字。

■前半部分

検索エンジン対策用のキーワードを入れる

- ・○○○○○○○ (ドラマ名など)
- ・あらすじ
- ・7話

関連キーワードなど、検索エンジンで読者が検索に用いるキーワードをしっかりと入れる。

ポイントは次の通り。

★キーワードの羅列にしないこと。必ず意味の通る日本語にすること。

- × 名もなき毒 2話 感想
- 名もなき毒の2話の感想

★毎回の記事を、同じキーワードで始めないこと

- × 名もなき毒の2話の感想
名もなき毒の3話のあらすじ
名もなき毒の4話のネタバレ
- 名もなき毒の2話の感想
名言で振り返る名もなき毒3話のあらすじ
名もなき毒4話のネタバレ

毎回同じだと、アフィリエイト記事っぽくなる。
たまにタイトルの書き出しは変えること。

検索エンジンは自然なものを好む。不自然さを排除し、人間らしく書くことが大事。見るのも人間であるから当たり前である。

■後半部分

読者の心に刺さってひっかかるフックがきいた文章を入れる

- ・ ついに〇〇がまさかのあの人と浮気！

読者が思わずクリックしたくなる文章にすること。

次のことをバランスよく考える。

- ・ 自分が一番伝えたいこと、心が動かされたことは何か
- ・ 読者がもっとも知りたいこと、気になっていることは何か

このときの読者とは、あなたが記事を書くときに想定した読者である。

そして、相手が反応する強い言葉を使い、より読者の心の深い部分に刺さるよう改善する。

具体的には、次の手順でタイトルを作成していく。

- ステップ1. 自分が一番伝えたい、心を動かされたことを文章にする
- ステップ2. 読者が知りたいことを付け加え修正する
- ステップ3. より強い言葉に置き換える

例)

ステップ1 (自分) …ドラマで浮気に発展したことが一番心に残った

案1) ついに浮気に発展し人間関係は泥沼に

ステップ2 (読者) …誰が浮気をしたかが気になっていると思われる

案2) ついに〇〇とあの人が浮気に発展

(人間関係は泥沼にの部分は、フックが弱いので削除)

ステップ3 (強い言葉) …よりインパクトのあるキーワードに変更

案3) ついに〇〇がまさかのあの人と浮気!

(「あの人」→「まさかのあの人」というように、
読者の興味をよりひきつける強い言葉に変更する)

※強い言葉に置き換えるときは、言葉そのものを変更してもよい

例) 恋愛→最後の恋、やせる→モデルのような体形

タイトルが完成したら、自分が想定した読者が、本当にそのタイトルに
ひかれるのか、最後にもう一度見直してほしい。

読者がどういったキーワードで反応するのかは、普段からいろいろな人
と会話をしたり、そういった人たちが普段読んでいる雑誌を見たりして、
視野を広げておくことが大事である。

これはあくまで例なので、あなた自身で工夫をして、魅力あふれるタイ
トルを作してほしい。

クリックされるタイトルについて以上です。ありがとうございました。

● Q & A

★フックと関連キーワードとの関係

Q. 例にあげられているタイトルについて

・ ついに〇〇がまさかのあの人と浮気！

このような場合、まだ今の時点ではわかってないこと、予想的な興味引きなのか、既にドラマ内でわかっている場合なのか、どちらを想定してのタイトルでしょうか？

既にドラマを観てるなら興味が弱いため、共感を求める目的になるのかと思いました。

A. とてもよい質問だと思います。

想定した読者によって決まってきます。

読者が、ドラマを見ていない人か、すでにドラマを見た人かは、読者を想定した時点で、すでに決まっています。

今回の場合は、関連キーワードは「あらすじ」ですから、**まだあらすじを知らないという読者を想定しています。**

なので、ドラマを見ていないことを前提に作ったタイトルです。

もし、関連キーワードがあらすじではなく、「感想」であれば、一度ドラマを見た人が興味を持ってくれるフックを持つてくる必要があると思います。

このように、フックを考えるときは、すでに関連キーワードが決まっている場合は、それと**つじつまがあうように**作る必要があります。

フックを作る前提として、関連キーワードによって、読者の特徴が決まっていることもあるということです。

★フックは“パッと見”心に響く！シンプルであれ

Q. 「あまちゃん」を見て作ったタイトルについて

ヤンキー化したユイ役である橋本愛が、アキュビューのPRイベントで不機嫌発言をして問題になりました。自分自身が検索したこともあり、気になるかと思って、タイトルにしてリンク先につなげました。

あまちゃん第83話のヤンキー化ユイ、仕事でまで不機嫌発言の真意は？

まだ心が動くには足りないですね。

A.

検索エンジン用のキーワードは、「あまちゃん」、「83話」だとしたら、タイトルとしてはすごく面白いので、パッと見、すぐにわかるようなものにするともっとよくなると思います。

フックは、見た瞬間にグッとくるもの、わかりやすいものがいいです。

「ヤンキー化ユイ」という表現はすごくいいです。

「仕事でまで不機嫌発言の真意は？」という部分が、言葉が難しく、読者が見た瞬間に理解するのは大変そうです。

タイトルを見たときは、クリックするかどうかを、読者は数秒以内で瞬間的に判断しています。

もう少しシンプルにしてわかりやすくするといいのではないかと思いません。

あまちゃん83話のヤンキー化ユイ、ドラマでもリアルでも大暴走

みたいな感じでどうでしょうか。

★共感されるタイトルの付け方～イメージの力～

Q. どんなタイトルが共感されやすいのか

今までいくつか候補を挙げて、結局、勘で決めていました。

主題を持ってくるといのは理解できても、
まだ共感を呼ぶタイトルが見えません。

どのタイトルならクリックしたい気になれるか、
客観的意見が欲しいと思いました。

次の中で、どれがよいでしょうか？

あまちゃん 111 話の感想、

- アキ&ユイのアイドルになりたいがシンクロする
- アキの GMT への未練
- 太巻きに染まった春子の復讐劇

A.

この中で「これだ！」というのはいないです。

**理由は、パッと見、イメージできないからです。
具体的にその情景が浮かんでこない。**

今回も一番重要なシーンについては、
画像をのせますよね。

そのシーンが思い浮かぶような
タイトルがいいと思います。

**読者が共感するということは、タイトルを見て、「そうそう」と
”簡単に”そのシーンをイメージできるということです。**

例えば、アキがウニを初めてとったときなら、
「初めてウニをとったアキの笑顔が素敵すぎる」など、
メインとなるシーンが思い浮かべられることが大事です。

実際にはないかもしれませんが、
春子が包丁持ってたら、
「包丁を手に春子が向かった先は」とか。

生々しくイメージできないといけません。

今あげてもらったタイトルは、情景が思い浮かばないです。

アキも春子もみんな生きています。

だから、感情があって、その感情をドラマで共有するから、
共感するわけです。

ということは、その共感した場면을思い出せなければならないです。

**タイトルを見て、頭の中で
そのシーンが「再生」される必要があります。**

GMT を辞めたアキの未練が題材だとしたら、
その中でもっとも印象に残ったシーンはどこか？

そして、そのシーンを、
生々しくリアルに思い出すには、
どう表現すればいいか。

具体的な場面がわかりませんが、
イメージできるように直すとすると、

●アキ&ユイのアイドルになりたいがシンクロする

→「アキがトンネルで叫ぶ姿が痛々しい」

という感じです。

あくまでこれは一つの方法ですが、
「場面」を伝えるということですね。

主題が1つということは、言いたいことも1つのはずです。
つまり、一番重要なシーンも一つのはずなんです。

★思い出のあるシーンなら、
読者は自分が思った以上に覚えています。

タイトルにすべてつめこむ必要はなく、
「思い出すきっかけ」を与えるだけでいいです。

なぜなら、タイトルとは、
すべてを理解してもらうためにあるわけではなく、
記事を読んでももらうためにあるのですから。

ビールを飲んだことがある人に対し、
仕事終わりの暑い日に、
ビールをグラスに注ぐ場面を見せただけで、
美味しさは思い出してもらえます。

人間は「想像力」があるのですから、
” どう想像させるか ” が大事です。

叫びがシンクロしていることが伝えたいのであっても、
思い出させるシーンがシンクロしているシーンだと
難しすぎると思います。

★それは「複数のシーン」があるからです。

**タイトルは、パッと見て、1秒以内に
そのシーンが思い浮かばなければなりません。**

複数のシーンになった場合は、
その中から一番メインのシーンを
一つに限定した方が、読者にとってはわかりやすいです。

●アキ&ユイのアイドルになりたいがシンクロする
これから思い浮かぶ「情景」って何ですか？

アキのことですか？

ユイのことですか？

2人だと1秒以内に思い出すのは難しいように思います。

シンクロって何ですか？

シンクロという言葉は、ドラマを見ている読者にとって
わかりやすい言葉ですか？

★それは読者が普段日常で使っている言葉ですか？

日頃から使っている言葉でないと、
イメージはできません。

ちょっとつめこみすぎた感じがします。

ワンシーンでいいと思います。

「思い出すきっかけ」を与えるだけでいいです。

3つあげてもらった中で、
一番重要なシーンがどれなのか決める。

その次に、具体的に生々しく
そのシーンを思い出させるような
タイトルにします。

★一番重要なワンシーンを思い出させてください。

これはあくまで一例ですが、共感を得たいのであれば、
参考になる視点かと思います。



【発行者情報】

発行者 DAI

メール telepan@nifty.com

サイト <http://aspergerz.biz/>