



Webマーケティングで働き方と生き方を楽しくする

ウエママー!!

オウンドメディアウエママー!!

編集部マニュアル

2022年1月改訂 Ver.1.2

1.編集部の記事作成について

- 1-1. 編集記事（編集部主導）
- 1-2. 営業系記事（営業部主導）
- 1-3. その他（SEO記事）

2.編集会議について

- 2-1.編集会議の目的
- 2-2.編集会議の流れ
- 2-3.編集会議で決めること

3.各グループチャットについて

- 3-1.編集部全体チャットグループ（アナウンスや確認中心）
- 3-2.企画案出しチャットグループ（企画案やラフを共有する場）
- 3-3.各企画チームのチャットグループ（都度）
- 3-4.請求書チャットグループ（WFの経理の石井を含む各自のグループチャット）

1. 編集部の記事作成について



1-1. 編集記事（編集部主導）

編集部の記事作成の中でも主に以下に分類されます。

- a. イベントレポート（イベントウェマー!!、その他講演、勉強会、セミナーなど）
- b. インタビュー記事（イベントウェマー!! 講師、WF社内スタッフなど）
- c. 企画ありきの記事（企画書とラフを上げてもらう）
- d. Webマーケに関する記事まとめ

a. イベントレポート（イベントウェマー!!、その他講演、勉強会、セミナーなど）

イベントウェマー!! の場合は担当者からオンライン開催の場合は「**動画ログ**」が送られてくるのでそちらを視聴した上で、過去のレポート記事を参考に記事作成を行って頂きます。

それ以外の場合は実際に会場に赴く場合は往復の交通費を支給の上、実際にイベントレポートをしてきてもらい、後日レポート記事を上げて頂きます。 イベントレポートは会場の熱感などをそのまま伝えて頂きたいので**取材時から3日以内に上げていただくことを推奨**しています。



1-1. 編集記事（編集部主導）

b. インタビュー記事（イベントウェマー!! 講師、事業主や経営者、その他著名人など）

イベントウェマー!! の講師へのインタビュー取材の場合は
担当の小林より**素材（写真素材、インタビュー動画またはテキストなど）**が
提供されるので、**そちらを基に**
過去の記事を参考に記事作成していただきます。

その他、WFの社内スタッフの場合はオンライン、または
事務所にきてもらって、のインタビューとなり、
事前に写真素材を提供してもらい、
対面時には音声ログなどを取り
（必要に応じてインタビューの様子を撮影）、
文字起こしをして記事作成をしてもらいます。

こちらにもインタビューの熱感などをそのまま伝えて頂きたいので
取材時から3日以内に上げていただくことを推奨しています。



コピーライターになるには？仕事内容から収入額など気になるあれこれの答えはここにあり！
【セミナー事前インタビュー】

コピーライターになるには？

控えめに言っ
な
コピーライティング
一歩先の心に響き
共感文書への
秘訣をお伝えします~

小林 和也 講師

やっぱり！コピーライターになりたいと思っているあなた！
コピーライターには、誰でもなることができます！

では、実際コピーライターになるには？何から始めよう？そもそもライターとコピーライターの違いって？

そんな悩みを解決したいほど、疑問がわいてきますよね。
でも、大丈夫！

30代のセミナーでは、簡単に一人しかいないコピーライティング×マーケティングの両業種
を稼いだ小林様をお迎え。お話し。
「控えめに言っって最高のコピーライティング！読者の心に響く共感文書
期の秘訣」

をお送りします。

コピーライターの仕事を身近に感じることで、読むブランドの価値からSNS運用、ブログ
運用にまで必要などお話しした方が多いほど「物でも書ける文書術」を身に
付けることができそうです。って！それって、コピーライターらしいよね！
今回は、コピーライターになるにはどうしたらいいのか、全く分らない私が、一から
疑問を解決してもらって事前インタビューしてきました。

目次(目次)

- 1 コピーライターになるには経験は必要ない？
- 2 コピーライターとはどんな仕事？
- 3 コピーライティング×マーケティング報酬0円！！
- 4 コピーライターには誰でもなる！！
- 5 セミナー情報

コピーライターになるには経歴は必要ない？

経歴

これまでの経歴を
書き込んでください！

↓

資格は？

↓

学歴は？

↓

職歴は？

↓

経歴は？

今回のセミナー講師の小林さんに経歴を聞いてもらひびっくり！！
本好きや、書きが好きとかいいます。学生時代は雑誌の編集はせずに、本を輸入でも
自分で書いてしまふような経歴があったんですけど、なんと一緒ー感心。

1-1. 編集記事（編集部主導）

c, 企画ありきの記事（企画書とラフを上げてもらう）

編集会議にも議題や企画の話などがあがり、そこで出た企画を企画書、ラフにまとめて編集長（編集長代理）の稟議が下り次第、記事作成に入っていただきます。

記事を作成する上でのトピックの考え方や進め方などは以下媒体戦略に記載されておりますので参考にさせていただけたら幸いです。

（※地域系の記事などもこちらを参考にさせていただけたら幸いです。）

オウンドメディアウェマー!! 媒体戦略

<https://winningfield.net/wp-content/uploads/2021/05/eccdb0a272f42f5161e317fd821145e8-1.pdf>

※P20、21を参照。

企画書フォーマット

https://docs.google.com/document/d/1LPcpVHvL5nlwpcuuDZDw1d5K9IYjP_e6BqX9ftBW4Nus/edit?usp=sharing

ウェマー! 記事 企画案

【企画名】

水風呂のあるホテル！？サウナーがいま最も注目している湘南・茅ヶ崎のサウナ付きホテルって？
3000円でかりフォルニアのホテル体験ができちゃう湘南の3つ星ホテルをご紹介！ (Half)

【背景・狙いや目的】

- ・ウェマーのPV、アクセス数UP
- ・湘南レーベルさんとの縁のつながり
- ・インスタグラマーとの縁のつながり（知り合い探し）
- ・そのまま作った動画を乗せれるYouTubeチャンネルをコンサルできないかまで話が進めたい

【内容】

- ・インスタグラマーを起用して鎌倉、茅ヶ崎、藤沢に取材をお願いする
- ・グラマーにはインスタなどSNSで自由にポストして良いと思う
- ・彼女の撮った写真や情報などをまとめてブログ化（本人に書いてもらってもいい）
- ・動画用は撮影もして動画作成にあたる
- ・湘南レーベルさんにはインタビューをしてほしいかの許可をとる
- ・インタビュー記事ができれば、レーベルさんにも送ってみてもらう

【メリット】

ウェマーサイトの認知拡大、PV・アクセス数の向上を図る
知り合いのインスタグラマーを増やす（今後の企画のため）
サイト内SEO記事を増やす
写真素材を増やす（かわいい女の子が水着でサウナしてる写真など）

【実現想定予算】

三店舗の宿泊代・朝食代、インスタグラマーへの謝礼金、その他雑費

【備考】

▲企画書



◀ ラフ

※写真イメージなど掲載するとのおわかりやすい

1-1. 編集記事（編集部主導）

c, 企画ありきの記事（企画書とラフを上げてもらう）

企画書、ラフのサンプルは以下のようなものになります。
（以下2つは営業系の企画案とラフとなっていますが、参考までに）

【例01】 サウナシュラン2020選出！ 注目の湘南・茅ヶ崎「8HOTEL CHAGASAKI」であなたも”ととのえ”てみませんか

企画書

⇒ <https://docs.google.com/document/d/19tfjfs6GumnrrsWkVIW9BSEMxTDkzkVVL1Y6ixXcB0/edit?usp=sharing>

ラフ

⇒ <https://drive.google.com/file/d/1bF5ab-zEoSVjYQcYPP79hZmTJIP5dtCj/view>

完成記事

⇒ <https://wemar.jp/10828/>

【例02】 彼女すらいない僕がマーケティングという魔法を使って彼女&奥さんができるまで

企画書

⇒ <https://docs.google.com/document/d/1iWpRS82gNitTc3hJ2-VRpUgMGPOVxldeQXabiEFqTAA/edit?usp=sharing>

ラフ

⇒ <https://winningfield.net/wp-content/uploads/2021/04/d7cd7196ff631244052ba4633f118f40.pdf>

完成記事

⇒ <https://wemar.jp/12531/>

企画案は企画書、ラフありきで編集会議や事前提出などによって編集長（編集長代理）によって可決されたら記事作成開始とします。

1-1. 編集記事（編集部主導）

d. Webマーケティングに関する記事まとめ

企画書やラフなどを必要とせず書ける記事として「**まとめ記事**」というものがあります。

例えば企業が行っているWebキャンペーンをまとめてみた記事や2022年に起こるであろうWeb業界のことが書かれた記事などをまとめる形です。

○サンプル記事

「複数のSNS・メディアを活用した「マルチチャネルキャンペーン」事例12選！」

<https://smmlab.jp/article/cross-channel-sns-campaigns/>

○サンプル記事 ※以下記事を抜粋、まとめた記事など

<https://www.kwm.co.jp/blog/2022-happens/>

<https://markezine.jp/article/corner/831>

<https://www.underworks.co.jp/dmj/2021/12/22/2022trend/>

まとめたら面白いもの

- ・ SNSの使い方まとめ
- ・ Webマーケティング講座まとめ
- ・ 今話題のメタバースに関するあれこれ

などなど

これらは事前の企画書、ラフは必要なく、記事化して下書きされた時点でチェック、というフローを組めればと思います。



1-2. 営業系記事（営業部主導）

営業系記事の場合、営業部（プランナーたち）から企画書とラフを共有してもらい、記事作成に入ります。

営業系記事の場合は**実際に取材に行くパターンとインタビューを行うパターンが多いです。**

※営業系記事の目的は見込のクライアントを契約してもらうためのファーストタッチポイント（いわば種まき）を作るための動きです。

チームとなって動くことが多く

- ・営業（プランナー）
- ・ライター
- ・カメラマン（WFの制作部）※必要に応じて

の2名（3名）体制で動きます。

企画書（社内用、先方提出用）は営業（プランナー）が、ラフなどはライターが請け負う役割分担で記事を作成します。



1-2. 営業系記事（営業部主導）

また、インタビューや取材などは**オンラインで行う場合とオフラインで行う場合の2つがあり**、どちらも営業（プランナー）が事前に企画書（先方提出用）とラフを先方に投げて説明済みの状態でインタビューなどに臨みます。

ライターから上がってきたラフをもとに
事前にほしい写真素材などは予めメールなどでもらっておくとスムーズです。

当日のインタビューの流れの説明などは基本的にはライターの役割となります。

次にオフライン（対面）でのインタビュー取材は
お伺いさせて頂き、インタビューをさせていただきます。

その際、**音声ログは予備も含めて2つ（レコーダーとiPhoneなど）を推奨します。**

プランナーは取材やインタビューの御礼や
今後の関係値を作る上での信用、信頼関係を取るような動きを、
ライターはインタビューア―としてコミュニケーションを取りながら
媒体の認知とファンになってもらうための
信用、信頼関係を築くようなやり取りを心がけてください。



1-3. その他（SEO記事）

その他、編集部では「SEO記事」と定義づけしている「Webマーケティング系の記事」のキーワード選定やリライト記事を依頼することがあります。

現在、WFのスタッフの村本がこちらの担当となっているので依頼が来た際には内容を相談の上、ライティングしてもらえたらと思います。

なお、キーワード選定作業とリライト記事ではそれぞれ報酬がことなり

- ・ キーワード選定作業（時給1,100円～）
- ・ リライト記事（1記事：24,000円～）

となっています。キーワード選定などは実際に事務所に来ていただいた作業などになることがあるのでその際には往復の交通費も支給されます。

リライト記事は過去の記事のリライトをしてもらう作業になります。こちらはどちらかというと過去の記事をまとめて1つの記事にして頂くような要素が強く、だいたい4記事分ほどの文字量になることからこのような報酬体系となっております。



◀ SEO記事

※SEOにヒットしやすいように記事を作り直す作業となります。

写真イメージなど掲載するとおわかりやすい

2. 編集会議について



2-1. 編集会議の目的

編集会議は毎月1回行います。
(※現状は毎月第二水曜の10時～12時予定)

アンケート取ります。

編集会議の目的は

「メディアが成長していく為の方向性の共有」

としています。

なので、会議中は許容と容認を踏まえた上での
建設的かつ発展的な意見の場としてとらえてもらえたらと思います。



2-2. 編集会議の流れ

編集会議はだいたい1~2時間の中で行えればと思います。

会議の流れとしては

1. 先月の公開記事本数の確認（編集記事、営業系記事、SEO記事）
2. 公開記事のデータ確認（PV、UU、エンゲージ数など）
3. 納品記事（取材やインタビューなども含む）の問題点、課題点の共有
4. 次回の編集会議までに行う記事作成それぞれの確認（企画案などあればその場で検証）
5. 話題のトピックや企画案のブレスト

を行う予定です。

2-3. 編集会議で決めること

編集会議で決めることとしては

次回の記事の内容や納期、企画が通ったものに対して動く担当者決め

などになります。

編集会議ではその場で出た企画案をその場で担当者が決まっていくことがあるのでライターの方々はなるべくご参加いただけると幸いです。



3. 各グループチャットについて



3-1.~4. 各グループチャットについて

・編集部全体チャットグループ（アナウンスや確認中心）

こちらのチャットは「ウェマー!!編集部 グループチャット」という名前のグループチャットです。

基本的にはこちらでアナウンスや出欠、アンケートなどのやり取りに使用できればと思います。
個別のやり取りはスレッドに埋もれてしまうので、あまりしないようにお願いします。

・企画案出しチャットグループ（企画案やラフを共有する場）

こちらのチャットグループでは基本的に新しい企画案やラフなどを投稿してもらい、全体で企画案や進捗などを共有する場にできればと思います。

・各企画チームのチャットグループ（都度）

企画が立ち上がってから個別のグループチャットが立ち上がり、それぞれのチーム内でやり取りをしてもらうグループチャット。

例：プランナー、ライター、撮影者、出演者など

・請求書チャットグループ（WFの経理の石井さんを含む各自のグループチャット）

月末で締めて、翌月の頭（できれば5日まで）に請求書を立てて頂くチャットグループになります。

基本は勝原と、経理の石井がいるグループチャットになるので石井さん宛に請求書をデータ（PDF）にて発行してもらえたら発行月の月末入金という流れになると思います。

。

