

社内メモ→ブログ化SOPテンプレート

テンプレートの目的

このテンプレートは、社内メモや業務メモをブログ記事として公開可能な品質に仕上げるための標準手順書（SOP）です。生成AIを効果的に活用し、コンテンツ制作の効率化と品質向上を目指します。GoogleドキュメントやWordなどにコピー＆ペーストして、貴社の運用に合わせてカスタマイズしてご活用ください。

SOP全体像 | 社内メモから公開までの流れ

社内メモをブログ記事として公開するまでのプロセスは、以下の6つのステップで構成されます。各ステップを順に進めることで、効率的かつ高品質なブログ記事制作が可能になります。

- ブリーフ作成:** 記事の目的、ターゲット、伝えたいメッセージなど、基本的な方向性を明確にする。
- 見出し設計:** 記事の骨格となる見出し構成を先に決定する。
- 下書き生成:** 生成AIを活用し、ブリーフと見出し構成に基づいて記事の下書きを作成する。
- 校正・調整:** 生成された下書きを人間が校正し、専門性、文脈、トーンなどを調整する。
- 構造化（FAQ / HowTo）:** 読者の検索意図や理解度を高めるため、記事内容をFAQ形式やHowTo形式に構造化する。
- 要約・再配信:** 完成した記事の要約を作成し、メルマガやSNSなど、他のチャネルでの情報発信に活用する。

ステップ1 | ブリーフを作る（目的と前提の整理）

目的

記事の目的、ターゲット読者、伝えたいメッセージ、含めるべきキーワードなどを明確にし、生成AIへの指示出しの精度を高める。

ブリーフに必ず含める項目

- 記事の目的:**（例：製品の理解促進、問い合わせ増加、ブランドイメージ向上など）
- ターゲット読者:**（例：中小企業のWeb担当者、特定の業界の経営者など）
- キーワード:**（主要キーワード、関連キーワード）
- 記事のトーン＆マナー:**（丁寧語、ですます調、専門的、親しみやすいなど）

- ・含めるべき情報: (社内メモから抽出した具体的な情報、データ、事例など)
- ・含めてはいけない情報: (機密情報、未確定情報など)

社内メモをそのまま使う際の注意点

- ・特定の文脈や関係者間での理解を前提に書かれている可能性があるため、第三者には分かりにくい表現や略語が含まれていないか確認する。
- ・機密情報や個人情報が含まれていないか確認する。

AIに渡す前の最小限の整理

- ・機密情報の削除: 公開できない情報は必ず削除する。
- ・固有名詞の統一: 企業名、製品名、専門用語などの表記ゆれを修正する。
- ・略語の展開: 社内でのみ通用する略語は、正式名称に展開する。
- ・情報の選別: 記事の目的に合致しない情報は削除し、必要な情報に絞り込む。

ステップ2 | 見出し（構造）を先に決める

目的

記事全体の論理的な構成を構築し、生成AIが生成する文章の方向性を明確にする。

見出し設計の基本的な考え方

- ・h2: 記事全体の大きな区切り。主要なテーマやセクションを示す。各h2が独立したミニ記事として成立するような意識で設計する。
- ・h3: h2の内容を具体的に説明するための小見出し。h2の内容をさらに細分化する。

検索・AI要約を意識した見出し設計

- ・キーワードの配置: 各見出しに、そのセクションで扱う内容を示すキーワードを自然に含める。
- ・具体性と簡潔性: 見出しが、そのセクションの内容を具体的に示しつつ、簡潔にまとめる。
- ・質問形式の活用: 読者が抱くであろう疑問を質問形式で見出しにする。

ステップ3 | 下書きを生成する

目的

ブリーフと見出し構造に基づき、生成AIを活用して記事の効率的な下書きを作成する。

下書き生成時の注意点

- 生成AIの出力はあくまで「下書き」と位置づける。完璧な完成稿を期待しない。
- 生成AIへの指示では、事実に基づいた記述を求め、意見や解釈は後の人間の校正・調整フェーズで加えることを前提とする。

人が必ず確認すべきポイント（下書き段階）

- 情報の正確性**: 事実誤認がないか、データが最新であるか。
- 論理の一貫性**: 記事全体を通して論理が破綻していないか、矛盾がないか。
- ターゲット読者への適合性**: 読者の知識レベルや関心に合致しているか、専門用語の解説は適切か。
- 目的との合致**: ブリーフで設定した記事の目的が達成されているか。
- 表現の適切性**: 不適切な表現、差別的な表現、誤解を招く表現がないか。

ステップ4 | 校正と調整（人の役割）

目的

生成AIが作成した下書きを、公開できる品質に引き上げる。記事の信頼性、専門性、読者への訴求力を高める。

生成AIが苦手な部分（人間が確認すべき点）

- 最新情報の反映
- 専門性の深い理解とニュアンスの表現
- 複雑な文脈の把握と感情の表現
- 倫理的判断
- 企業独自のトーン＆マナーの再現

専門性・文脈・トーンの確認

- 専門性**: 記事の内容が正確で、深く掘り下げられているか。必要に応じて社内専門家によるファクトチェックを行う。
- 文脈**: 記事全体を通して、論理的なつながりや一貫性があるか。

- トーン: 記事のトーン&マナーが、ターゲット読者や企業のブランドイメージに合致しているか。

公開前チェックの観点

- 誤字脱字・表記ゆれ: 基本的な誤字脱字、専門用語や固有名詞の表記ゆれがないか。
- 読点の位置・句読点の使い方: 読みやすさに直結するため、適切に配置されているか。
- 冗長な表現・重複: 同じ内容が繰り返し述べられていないか、より簡潔に表現できないか。
- SEO観点: キーワードが自然な形で含まれているか、タイトルや見出しが検索エンジンに認識されやすいか。
- 情報源の明記: 引用や参照した情報源がある場合、適切に明記されているか。

ステップ5 | FAQ / HowTo 構造化 (JSON-LD視点)

目的

検索エンジンが内容を理解しやすいように記事を構造化し、読者の利便性を高める。検索結果での表示優遇の可能性を高める。

なぜ構造化を行うのか

- 検索エンジン最適化 (SEO) : 検索エンジンが記事の内容をより正確に理解し、検索結果のスニペットに表示されやすくする。
- ユーザーエクスペリエンスの向上: 読者が知りたい情報に素早くアクセスできるようにする。
- AIによる情報抽出の効率化: 生成AIやチャットボットが記事の内容を理解し、ユーザーの質問に答える際の効率を高める。

FAQ化しやすい箇所の見つけ方

- 読者が疑問に思いそうな点、専門用語の解説、誤解されやすい点、質問形式で問い合わせられる内容。

HowTo構造が向いている記事の特徴

- 特定のタスクや手順を説明する記事 (製品の使い方、サービスの申し込み手順、トラブルシューティングなど)。
- 具体的な手順があり、段階的な説明が必要な内容。

ステップ6 | 要約して配信・再利用する

目的

ブログ記事を「終点」とせず、要約を作成し、様々なチャネルで配信・再利用することで、コンテンツの価値を最大化する。

要約文の役割

- ・ **簡潔性**: 短く、分かりやすく、記事の核心を伝える。
- ・ **魅力性**: 読者が「もっと知りたい」と感じるような表現を用いる。
- ・ **ターゲットに合わせた調整**: 配信チャネルやターゲット読者に応じて、トーンや表現を調整する。

社内共有・メルマガ・SNSへの展開

- ・ **社内共有**: 社内報やチャットツールで記事の要約を共有し、従業員の知識向上や情報共有を促進する。
- ・ **メルマガ**: 購読者に向けて、新着記事の紹介として要約文を配信し、記事への誘導を図る。
- ・ **SNS**: 各SNSの特性に合わせて要約文を調整し、ハッシュタグなどを添えて投稿する。

よくある失敗パターンと対策

いきなり全文生成しようとする

- ・ **対策**: ステップ1の「ブリーフ作成」とステップ2の「見出し設計」を徹底し、生成AIには明確な指示と構造を与える。

校正をAIに丸投げする

- ・ **対策**: ステップ4の「校正と調整（人の役割）」で述べたように、情報の正確性、論理の一貫性、ターゲット読者への適合性、表現の適切性などは、必ず人間が最終確認を行う。

SOPが属人化する

- ・ **対策**: 策定したSOPは文書化して社内で共有し、定期的に見直しを行う。具体的な手順やチェックリスト、判断基準などを明確にし、新任者へのOJTを通じて運用方法を伝える。