

コピーの基本 全40回の学習ロードマップ

書く前に決める3つを自分の商品で埋め、全40回のどこから読むかを決め、今ある文章を点検するための4枚

この4枚でできること

- ☐ 誰に、何を、何をしてほしいかの3行メモを自分の商品で作れる
- ☐ 今ある文章を4段階で書き直す下書きができる
- ☐ 全40回の9つの段階と、困りごとから先に読む回が分かる
- ☐ 自分のチラシやLPに、部品と書き方の点検の印を付けられる

使う順番

2ページで3行メモと書き直しの下書きを作る → 3ページで読む順番を決める → 手元のチラシやLPを4ページで点検する。

目次

2	書く前に決める3つと、4段階の書き直し 3行メモの記入欄、書き直しの下書き欄、学習塾の作例
3	全40回の地図と、読む順番 9つの段階、困りごと別の読む回、各回の進め方
4	自分の文章の点検欄 書く前の3つ、6つの部品、やってはいけない3つ

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた内容は、講座第1回の記事本文と、デジタル大辞泉、消費者庁のページで2026年10月24日に確かめたことです。作例の学習塾は架空のもので、実在のお店や数字ではありません。

書く前に決める3つと、4段階の書き直し

3行ができてから本文を書く

書く前のメモ3行（自分の商品で埋める）

決めること	学習塾の作例	自分の商品
1 誰に	部活が忙しい中学生の親	
2 何を	部活のあとでも通える夜のクラスがある	
3 何をしてほしいか	無料の体験授業をLINEで申し込んでほしい	

4段階の書き直し（今ある文章を1つ選んで書く）

段階	自分の文章
書き直す前（今の文章をそのまま）	
1 誰に書くのかを決める	
2 何を伝えるのかを1つ選ぶ	
3 信じてもらうための事実を足す	
4 してほしい行動を1つだけ書く	
書き直した後（つなげて書く）	

作例（架空の学習塾）
前 → ○○学習塾 生徒募集中！一人ひとりに合わせた丁寧な指導で成績アップ。お気軽にお問い合わせください。
後 → 部活が終わってからも間に合う。20時スタートの中学生クラス。平日は部活、週2回だけ夜に通う。振替は前日まで自由です。無料の体験授業は火曜と木曜。LINEで日時を選べます。
根拠を示せない「成績アップ」は消しました。気持ちの言葉より、確かめられる事実を書きます。

全40回の地図と、読む順番

初めての人は第2回から順番に

段階	回	中身
1 知る	第1回	コピーライティングとは
2 書く前の準備	第2回～第6回	ペルソナ、インサイト、ベネフィット、USP、訴求軸
3 型を使う	第7回～第9回	PASONA、AIDMAとAIDA、PREP法
4 部品を書く	第10回～第17回	キャッチコピー、リード文、本文、タイトル、CTA、オファー、お客様の声
5 媒体に合わせる	第18回～第21回	LPの最初の画面、LPの構成、広告コピー、タグライン
6 心理で動かす	第22回～第28回	文章に使える心理効果
7 法律を守る	第29回～第32回	景品表示法、二重価格、ステマ規制、薬機法
8 直す・測る	第33回～第35回	推敲、LPの改善、ABテスト
9 応用	第36回～第40回	ストーリー、セールスレター、メルマガ、AIの使い方、勉強法

今の困りごとから、先に読む回を選ぶ

今の困りごと	先に読む回	印
何を書けばいいかわからない	第2回～第6回	☐
書けるが、まとまりがない	第7回～第9回	☐
最初の一言が弱い	第10回～第12回	☐
LPを直したい	第18回・第19回・第34回	☐
広告文を書きたい	第20回	☐
この表現を使っていいかわからない	第29回～第32回	☐
2つの案のどちらが良いか決められない	第35回	☐

各回の進め方。どの回も、このページでわかること、まずこれだけ、手順と作例、よくある質問とつまづきポイント、慣れたらここまでと突き詰めるなら、の順です。1回20分から40分。練習の題材は自分の商品やお店にして、1行でも書いてみてください。

自分の文章の点検欄

手元のチラシやLPを1つ選んで印を付ける

書く前の3つ		印
誰に向けた文章かが、読んで分かる		☐
その人にとって大事な事実を1つ、前に出している		☐
読んだあとにしてほしい行動が1つに絞られている		☐
部品	役割（文章に入っていれば印）	印
キャッチコピー	最初に目に入り、読むかどうかを決めてもらう	☐
リード文	キャッチの次の数行で、本文へ進んでもらう	☐
ボディコピー	本文で根拠を並べ、納得してもらう	☐
オファー	特典・保証・価格で、今申し込む理由を作る	☐
お客様の声	ほかの人の体験で、信用してもらう	☐
CTA	申込みボタンとその前後の一言で、行動してもらう	☐
やってはいけない3つを避けているか（守れていれば印）		印
根拠のない約束を書いていない（例 必ず成績が上がる）		☐
調べていない数字を使っていない（例 調べていない満足度98%）		☐
大げさな言葉を使わず、何がどれくらい変わるかを書いている		☐

実際よりも著しく良く見せる表示は、景品表示法で禁止されています。くわしくは第29回～第32回で扱います。

確認先（2026年10月24日確認）

デジタル大辞泉 コピー（広告の文章。広告の文案。）	weblio.jp/content/コピー
デジタル大辞泉 コピーライター	weblio.jp/content/コピーライター
消費者庁 優良誤認表示	caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/