AMANAUT

記事監修ガイド

はじめての記事監修

記事に専門家の監修を付けるときの、監修者の選び方・依頼の流れ・表記の仕方を、図を中心に紹介します。

対象：記事に専門家の監修を付けたい方

Googleの公式情報や法令をもとに解説

全20ページ



編集・発行　株式会社アマノート　監修　田中寛大（代表取締役）
2026年10月版　※内容は作成時点の情報です。最終ページの免責事項をご確認ください。

AMANAUT

このガイドで分かること

第1章
記事監修とは
監修の役割と、Googleが示していること

第2章
監修者の探し方
探し方と、確かめてもらう範囲

アマノートの視点
どの記事に、誰に頼むか
付ける記事と、監修者の選び方

第3章
依頼の流れ
依頼の手順と、契約の前に決めておくこと

第4章
監修の表記
表記の例と、気をつけたい書き方

アマノートの視点
進め方と示し方
構成の段階・役割の分担・範囲の表記

最後に、よくある誤解・よくある質問・用語解説と、依頼の前に確かめるためのチェックリストがあります。

AMANAUT

記事監修では、その分野の専門家が記事の内容を確かめる

記事監修は、その分野の専門家が、記事の内容に誤りや誤解を招く表現がないかを確かめることです。記事づくりに関わる人の役割は、主に3つに分けられます。

書く

執筆者

構成を考え、本文を書く。読む人に分かりやすく伝える

確かめる

監修者

専門家の立場から、事実や表現に誤りがないかを確かめ、必要に応じて補う

決める

発行元（編集）

企画を立て、何を載せるかを決める。表記や、公開したあとの対応も受け持つ

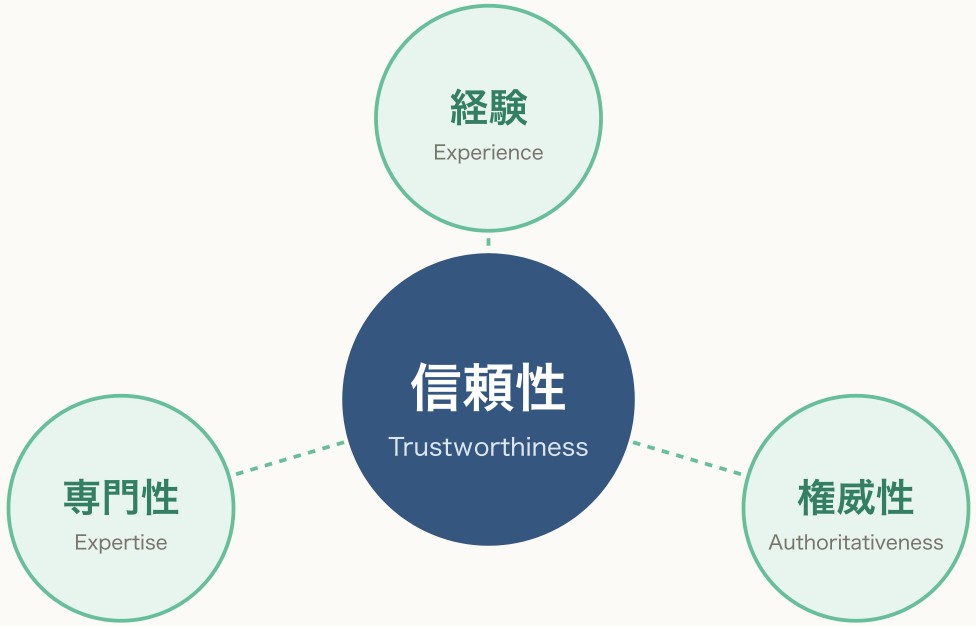
ポイント

監修者が確かめたと言えるのは、**依頼された範囲**です。何を載せるかの**最終的な判断は、記事を出す発行元**が受け持つ形が一般的です。

役割の呼び方や分け方は、会社やメディアによって異なります。執筆者と発行元が同じ会社の場合もあります。

AMANAUT

Googleは、E-E-A-T の中で「信頼性」が最も重要だとしている



内容の質を考える観点として、Googleは「経験・専門性・権威性・信頼性」（E-E-A-T）を示しています。Googleが自己診断のために挙げる質問には、監修と関わるものもあります。

- トピックを熟知している専門家または愛好家によって、**執筆され、レビューされているか**
- ページの然るべき場所に**バイライン（著者名の表記）**があり、著者の背景や専門分野の情報につながっているか
- 情報源や**専門知識の証左**、著者の背景情報（著者のページへのリンクなど）を示しているか

ポイント

E-E-A-T 自体は、**順位に直接影響する要因ではありません。**そのうえでGoogleは、人の健康や安全、経済的安定などに大きく影響しうる話題では、E-E-A-T が優れたコンテンツを特に重視するとしています。

質問は当社で要約しました。出典：Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」

AMANAUT

健康やお金などの話題（YMYL）では、より高い正確さが求められる

Googleは、人の健康や安全、経済的安定、社会の福利厚生に大きく影響しうる話題を「YMYL」と呼んでいます。

Health or Safety

健康や安全

心身の健康や、身体・オンラインなど、あらゆる安全を損ないうる話題。例：心臓発作の症状

Financial Security

経済的な安定

自分や家族の暮らしを支える力を損ないうる話題。例：お金の運用の仕方

Government, Civics & Society

行政・市民生活・社会

人々の集団、公共の利益、公的機関への信頼、選挙の情報などに悪い影響を与えうる話題。例：誰が投票できるか

Other

その他

人を傷つけたり、社会の幸福に悪い影響を与えたりしうる話題

ポイント

YMYL の話題では、内容の精度が高く、**確立された専門家のコンセンサスと一致している**必要があるとされています。

4つの分類は、評価者向けの「検索品質評価ガイドライン」（2025年9月11日版、英語）から当社で訳し、例は同じ節の例示から当社で振り分けました。Googleは2017年12月、日本語の医療や健康の検索で、医療従事者や専門家、医療機関などの信頼性の高い情報が上位に表示されやすくなる更新を行いました。出典：Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」、同ブログ「医療や健康に関連する検索結果の改善について」

AMANAUT

監修者の探し方は、主に4つある

任せる

監修の仲介・代行サービス

監修者の紹介から、契約・進行までを任せる。分野の幅や、監修者を指名できるかはサービスによる

直接

直接の依頼

取引先や知人の専門家、著書やSNSでの発信を見て、自社から連絡する

募集

クラウドソーシング

募集して、応募した人から選ぶ。資格や経験の確認は、自社で行う

社内

社内の専門家

自社に資格や実務の経験がある人がいれば、社内で監修する形もある

ポイント

どの方法でも、**資格や経歴は、依頼の前に確かめておく**と安心です。たとえば医師・歯科医師の資格は、厚生労働省の「医師等資格確認検索」で確かめられます（届出の状況によって載っていない場合もあります）。

社内の人が監修する場合も、所属と立場を表記しておくと、読む人に伝わりやすくなります。

AMANAUT

監修者に何を確かめてもらうか、範囲を決めておきたい

確認
事実の確認
数字・制度・用語などに、誤りや古い情報がないか

表現
表現の確認
言い過ぎや、誤解を招く書き方がないか

補足
情報の補足
抜けている注意点や、現場での判断の仕方などを補う

コメント
監修コメント
専門家の立場からの一言を、記事に添える

ポイント

範囲によって、監修者の手間も費用も変わります。**大きな書き換えまで頼むと、監修というより執筆に近くなる**ため、別の依頼として分けて考えると整理しやすくなります。

範囲の分け方は一例です。

AMANAUT

監修は、付ける記事を選び、記事の論点に合う人に頼みたい



肩書きが同じでも、記事の論点に答えられるかは人によって違う

付ける記事を、目的と影響で選ぶ

すべての記事に一律に付けるより、記事の目的と、誤りが読む人に与える影響の大きさで決めるのがおすすめです。どこに付けるかの線引きは、サイト全体の信頼にも関わります

肩書きより、記事の論点に合うか

同じ資格でも、得意な分野は人によって違います。その記事の論点に、実務の経験から答えられる人かを確かめておきたいところです

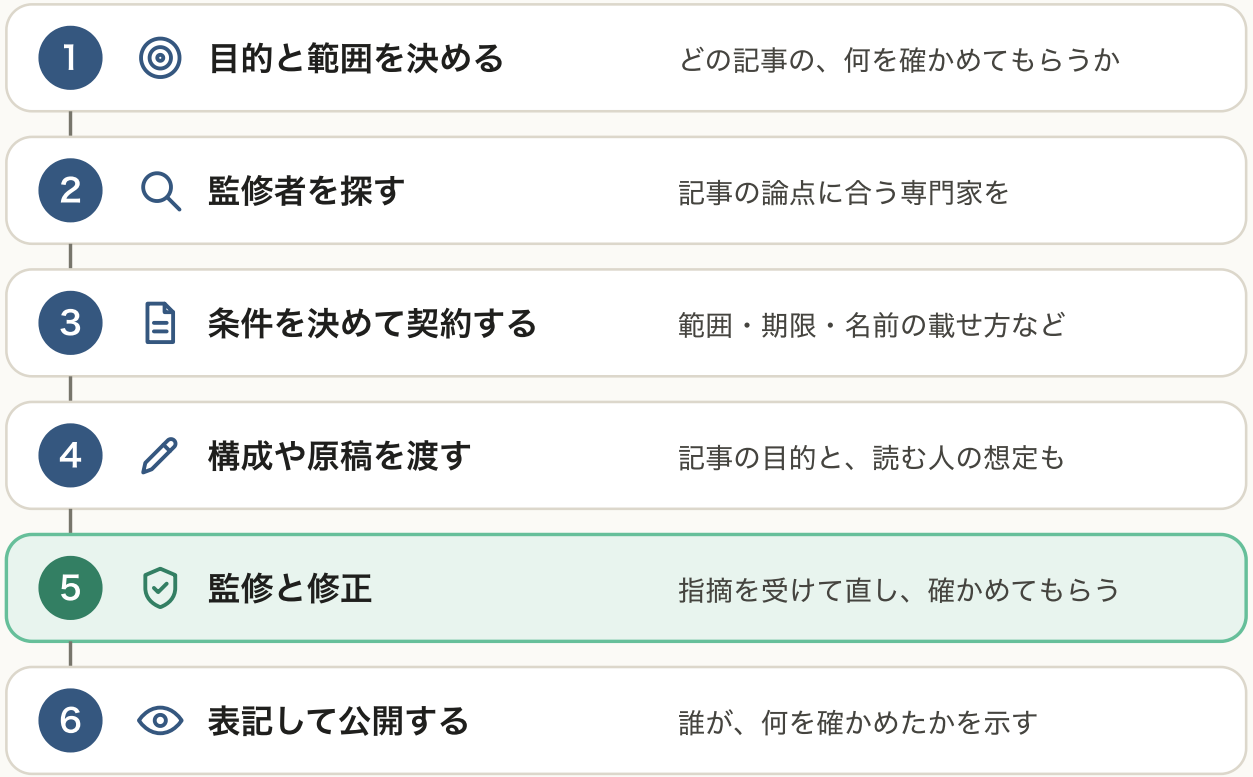
ポイント

監修者の名前を載せることより、**その記事の内容を確かめるのにふさわしい人か**という目で選ぶと、迷いにくくなります。

どちらもアマノートの考え方で、監修者選びの決まった基準ではありません。図は説明用の例です。

AMANAUT

監修の依頼は、目的と範囲を決めるところから始めたい



図は流れの一例です。

- 依頼の前に、**どの記事の、何を確かめてもらうか**を社内で決めておくと、監修者を探すときの条件がはっきりします
- 監修者には、原稿と合わせて、**記事の目的と、読む人の想定**も伝えておくと、指摘の向きがそろいやすくなります
- 公開の前に、**名前や経歴の載せ方を監修者に確かめてもらう**と、表記の食い違いを防げます

ポイント

進め方や期間は監修者によって異なるため、**依頼の時点で、いつまでに何を返してもらうか**をすり合わせておくのがおすすめです。

AMANAUT

範囲から名前の載せ方まで、依頼の前に書面で決めておきたい

範囲と対象
どの記事の、どの部分を確かめてもらうか。補足やコメントも頼むか

期限と修正の回数
いつまでに返してもらうか。直したあと、何回まで見てもらうか

報酬と支払い
1本あたりか、まとめてか。支払いの時期と方法

名前・経歴・写真の掲載
どこまで載せてよいか。プロフィールの文面を誰が書くか

記事を書き換えるとき
公開したあとに記事を直すとき、監修者にどう伝えるか

契約が終わったら
記事に残る監修者の表記を、どう扱うか

ポイント

口頭の約束ではなく**書面で残しておく**と、担当が替わっても確かめられます。

個人の監修者に業務を委託する場合、フリーランス・事業者間取引適正化等法により、発注する側に取引条件の明示などが求められることがあります。契約の内容は、必要に応じて弁護士などの専門家にご確認ください。出典：公正取引委員会「2024年公正取引委員会フリーランス法特設サイト」

AMANAUT

記事には、誰が書き、誰が何を確かめたかを示したい



1. **執筆者**
   誰が書いたか。編集部など、組織の名前で書く場合もある
2. **監修者**
   名前と、資格・所属など、その分野の専門家であることが分かる情報
3. **監修の範囲**
   記事のどの部分を確かめたか。全体か、一部か
4. **プロフィールへのリンク**
   経歴や専門分野を、詳しく紹介するページへつなぐ

Googleは、著者の情報が求められそうなコンテンツでは、バイラインなどで正確な著者の情報を加えることを強くすすめています。記事の構造化データでは、著者（author）に type と url（または sameAs）を入れることを強くすすめています。図は説明用の例です。出典：Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」「記事（Article、NewsArticle、BlogPosting）の構造化データ」

AMANAUT

表記では、誤解を招く書き方と、広告の決まりに気をつけたい

著者

偽りの著者や資格

架空の名前、AIで作った顔写真、偽りの資格で、専門家が書いたように見せることを、Googleは欺瞞行為の一種としています

名前

確かめていない人を監修者として載せる

実際には内容を確かめていない人の名前を載せると、読む人に誤解を与えるおそれがあります

広告

医薬品などの広告で「医師が推薦」

医薬品・化粧品などの広告で、医師などが推薦・指導している等の表現は、原則として、事実であっても不適当とされています

ステマ

依頼した意見を、第三者の声に見せる

事業者が依頼した専門家の意見を、客観的な第三者の意見のように見せる表示では、事業者の表示であることを明瞭に示す必要があります

ポイント

監修の表記は、**読む人が内容を信じる手がかり**になります。実際に確かめた人と、確かめた範囲を、そのまま書くのがおすすめです。

健康食品の広告では、医師や学者などの談話を引用して効果を暗に示す表示も、健康保持増進効果等の表示に当たるとされています。広告の表現は、必要に応じて専門家にご確認ください。出典：Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」、厚生労働省「医薬品等適正広告基準」、消費者庁「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」「「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の運用基準」

AMANAUT

監修は構成の段階から関わってもらい、確かめた範囲まで示したい



どれもアマノートの考え方で、どの監修にも当てはまる決まりではありません。図は説明用のイメージです。

構成の段階で、一度見てもらう

書き上げてから出すと、前提が違ったときの直しが大きくなります。見出しの段階で見てもらうと、論点のずれを早く直せます

正確さは監修者、読みやすさは編集者

指摘をそのまま入れると、専門的で読みにくくなることがあります。伝わり方は編集者が受け持つ形がおすすめです

確かめた範囲まで書く

名前だけでなく、どこを確かめたかまで示すと、読む人にも監修者にも誠実な表記になります

ポイント

監修者の知見を、**読む人に伝わる言葉に置き換える**ところまでを、編集の仕事と考えるのがおすすめです。

AMANAUT

記事監修についての、よくある誤解

誤解1

監修を付ければ、順位が上がる

E-E-A-T 自体は、順位に直接影響する要因ではないとされています。監修者の名前を載せることで、順位が決まるわけではありません

誤解2

評価者のガイドラインどおりにすれば上がる

Googleは、検索品質評価者はページの掲載順位を制御できず、評価者のデータが直接ランキングに使われることもないとしています

誤解3

reviewedBy を入れれば評価される

schema.org の reviewedBy は、Google の構造化データの案内には載っていません。検索での効果は、Googleからは示されていません

誤解4

監修を付ければ、AIで大量に作ってよい

ユーザーの役に立つためではなく、順位の操作を主な目的に大量のページを作ることは、作り方を問わず「大量生成されたコンテンツの不正使用」に当たるとされています

ポイント

細かな決まりに迷ったら、**読む人にとって正確で、誤解のない表記か**に立ち返ると、判断しやすくなります。

出典：Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」、schema.org「reviewedBy」

AMANAUT

よくある質問

Q1

社内の社員が監修してもよいですか？

資格や実務の経験があれば、社内で監修する形もあります。社内の人であることと、所属・立場を表記しておくと、読む人に伝わりやすくなります。

Q2

体験談の記事にも、監修は必要ですか？

評価者向けのガイドラインでは、YMYL の話題の体験談も、内容が信頼でき、安全で、確立された専門家のコンセンサスと一致していれば、高い E-E-A-T とみなされうるとしています。一方で、専門家によるものでなければならない情報や助言もあるとしています。体験の部分と説明の部分を分け、説明の部分を確かめてもらう形も候補になります。

Q3

AIで書いた原稿を、監修してもらってもよいですか？

Googleは、AIや自動化を適切に使う限り、ガイドラインの違反にはならないとしています。「どのように作られたのか」と思われそうな内容では、AIの使い方を読む人に伝えることもすすめています。ただし、AIの使用を伝える方法として、著者の署名欄に AI と書くことはふさわしくないとしています。

出典：Google 検索セントラル ブログ「AI 生成コンテンツに関する Google 検索のガイダンス」、Google「Search Quality Rater Guidelines」

AMANAUT

用語解説

記事監修

その分野の専門家が、記事の内容に誤りや誤解を招く表現がないかを確かめること

バイライン

記事の執筆者などを示す表記。著者名の欄

YMYL

Your Money or Your Life。人の健康や安全、経済的安定、社会の福利厚生に大きく影響しうる話題

構造化データ

ページの内容を、検索エンジンが読み取れる形で書き添える記述。記事では author（著者）などがある

医薬品等適正広告基準

医薬品・化粧品などの広告で守るべき事項を、厚生労働省が示したもの

監修者

記事の内容を確かめる専門家。名前と資格・所属などを記事に表記することが多い

E-E-A-T

経験・専門性・権威性・信頼性。内容の質を考える観点（順位を直接決める要素ではない）

検索品質評価ガイドライン

Googleが、検索品質評価者のために公開している指針（英語）。評価者の評価は順位を直接動かさない

reviewedBy

schema.org で、ページの内容を確かめた人や組織を示す項目。Google の構造化データの案内には載っていない

ステルスマーケティング

広告であることを隠した宣伝。2023年10月から、景品表示法の不当表示として規制されている

依頼の前に、確かめておきたい5つのこと

- [ ] **監修を付ける記事を、目的と影響の大きさで選んでいる**
  すべての記事に、一律に付けていない（アマノートの視点）
- [ ] **監修者の専門が、記事の論点と合っている**
  資格の名前だけで決めていない（アマノートの視点）
- [ ] **範囲・期限・修正の回数・名前の載せ方を、書面で決めている**
  報酬や、契約が終わったあとの表記も（第3章）
- [ ] **誰が書き、誰がどこを確かめたかを、記事に示している**
  執筆者・監修者・監修の範囲・プロフィール（第4章）
- [ ] **著者の情報と、広告の表現に、誤解を招くものがない**
  偽りの著者や資格、医師などの推薦に見える広告（第4章）



ポイント

チェックが付かなかった項目は、社内で決めるか、監修者や依頼先との打ち合わせで確かめておくのがおすすめです。

どの記事に、どんな監修者が合うか、一緒に整理しませんか

アマノートでは、記事の目的と内容を確かめたうえで、監修を付ける記事の選び方から、監修者の手配、表記の仕方までをご提案しています。



お問い合わせ

フォームから、サイトのURLと、監修を付けたい記事やテーマをお知らせください



内容の確認

記事の目的と、確かめてもらいたい範囲を整理します



ご提案

監修者の候補と、進め方・表記の仕方をご提案します

無料で相談する ↦

amanaut.co.jp/contact/

ご相談・お見積りは無料です。単発のご相談も、継続してのご支援も承っています。

株式会社アマノートについて

会社名	株式会社アマノート（Amanaut, Inc.）
設立	2019年11月1日
代表取締役	田中寛大
所在地	東京都中央区日本橋兜町17-2 兜町第6葉山ビル4階
事業内容	コンテンツマーケティング事業（SEO・LLMOコンサルティング、記事制作・編集・専門家監修） Webメディア運営事業（ブッククランチ・雨音選書・Nihongo Search）
URL	https://amanaut.co.jp

記事制作・専門家監修

記事の企画・制作・編集と、専門家による監修

SEOコンサルティング

方針づくりから改善まで、伴走して進めます

SEO/LLMO顧問

社内の担当者の相談相手として、判断を支えます

LLMOコンサルティング

AIの回答で取り上げられるための改善を、SEOと一体で進めます

AMANAUT

参考にした情報と免責事項

Google 検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」
developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content

Google 検索セントラル ブログ「医療や健康に関連する検索結果の改善について」（2017年12月6日）「AI 生成コンテンツに関する Google 検索のガイダンス」（2023年2月8日）
developers.google.com/search/blog/2017/12/for-more-reliable-health-search ・ /2023/02/google-search-and-ai-content

厚生労働省「医薬品等適正広告基準」（平成29年9月29日 薬生発0929第4号）「医薬品等適正広告基準の解説及び留意事項等について」、「医師等資格確認検索」
www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11120000-Iyakushokuhinkyoku/0000179264.pdf・0000179263.pdf ・ licenseif.mhlw.go.jp/search_isei/

公正取引委員会「2024年公正取引委員会フリーランス法特設サイト」
www.jftc.go.jp/freelancelaw_2024/

Google「Search Quality Rater Guidelines」（検索品質評価ガイドライン、2025年9月11日版）
guidelines.raterhub.com/searchqualityevaluatorguidelines.pdf

Google 検索セントラル「記事（Article、NewsArticle、BlogPosting）の構造化データ」「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」、schema.org「reviewedBy」
developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/article ・ /essentials/spam-policies ・ schema.org/reviewedBy

消費者庁「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」「「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の運用基準」
www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/ ・ www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/

アマノートのコラム（監修とは・医師の記事監修 ほか）
amanaut.co.jp/blog/what-is-article-supervision/ ほか

免責事項

本資料は、2026年10月時点で公開されている Google の公式情報や法令、官公庁の資料などをもとに、株式会社アマノートが作成したものです。正確性・完全性・最新性を保証するものではありません。検索エンジンの仕様や法令は変わることがあり、本資料に沿った場合でも、検索順位や成果を保証するものではありません。本資料は法的な助言ではありません。契約や広告の表現は、必要に応じて専門家にご確認ください。本資料の利用によって生じた損害について、当社は責任を負いかねます。本資料は、記載の各社・各団体が作成・承認したものではありません。本資料の著作権は株式会社アマノートに帰属します。引用の範囲を超える転載・複製はご遠慮ください。