

私が単価を 決めていたとき、 何を見ていたか

同じくらい書ける人に、違う単価をつけていました。
分けていたものを5つに整理して、1冊にまとめています。
——ライターに発注する側で3年間、決めていた立場から。

41%

いちばんの悩みは
「単価が安い」

46%

欲しいものの1位は
「案件の紹介」

10%

「体系的な講座」を
選んだ人

出典：当サイト独自のWeb調査（2026年8月・全58問）

発行：フリーランス整えレシピ（pro-webwriter.com）

2026年8月

この資料は無料で配布しています。転載はご遠慮ください。

はじめに | この資料が向いている人、向いていない人

この資料は、**以前は仕事があったのに、応募が通らなくなった方**のために書きました。件数はこなしているのに単価が上がらない方にも、同じことが当てはまります。

先に、いちばん言いたいこと

腕が落ちたのではありません。発注する側が見るものが変わりました。

これは慰めではありません。私は3年間、その決める側にいました。同じ人が、去年は通って今年は通らない。そういうことが起きています。変わったのは選ばれる側ではなく、選ぶ側の基準です。

基準が変わったなら、見せ方を合わせれば戻せます。この資料に書いてあるのは、その中身です。

向いていません

- **納品した実績がまだない方**。この資料は、すでにある実績を語り直す方法です。材料がない状態では働きません。数件たまってから読んでください。
- **作業量を増やして収入を上げたい方**。これは単価の側を変える資料です。

先にお伝えしておきます

この資料に、「これをやれば月〇万円」という話は出てきません。そういう約束をしないと決めているからです。

調査では、学習や教材にお金を使った方のうち **21%** が「回収できないと思う」と答えました。約束を先に置く売り方が、その結果を作っていると考えています。

代わりに書いたのは、**発注する側が何を見て単価を決めているか**です。私は3年間、その決める側にいました。推測ではありません。

この調査について

この資料の数字は、私が自分で取ったものです。条件をすべて書きます。**条件を書けない数字は、根拠として使えないと考えているからです。**

実施時期	2026年8月
媒体	クラウドワークス（タスク形式・公開募集）
設問数	全58問（選択54問・年齢1問・記述3問）
総回収	68名
品質チェックで除外	3名（全58問を90秒・91秒で回答した2名、同一内容の二重送信1名）
回答数（有効）	65名
集計対象	41名
集計対象外	24名（直近3か月の報酬がアンケート・モニター作業のみの方）

品質チェックの中身

回答が読まれたものかどうかを、3つの指標で機械的に判定しています。

- **所要時間**。全58問を200秒未満で終えるのは物理的に無理です（1問3秒未満）。該当2名を除外しました。うち1名は**91秒で自由記述179字**＝毎秒2字を打ちながら58問に答えた計算になり、貼り付けと判断しました。
- **他の回答との一致率**。全員の中央値は59%です。100%は同一人物の二重送信、40%を切るとランダムに選んだ疑いが出ます。二重送信1名を除外しました。
- **選択位置の偏り**。同じ位置ばかり選んでいないかを見ます。今回は分布が正常（中央17回・最大24回）で、この指標での除外はありませんでした。

除外した3名の完了コードと理由は記録してあります。「怪しいから外した」ではなく、基準を先に決めてから当てはめています。

除外した理由

集計の途中で分かったことがあります。アンケート作業を専門にされている方は、「アンケートを11件こなした」を「11件納品した」と答えていました。設問の書き方が悪かったのですが、この方たちを混ぜたままだと、「たくさん納品しているのに稼げていない人が多い」という誤った結論が出ます。

実際に、いったんはその結論が出かけていました。気づいた時点で除外し、集計し直しています。除外前の数字は、この資料には載せていません。

自分の調査を疑うための仕掛け

選択肢のなかに、**実在しないサービス名を1つ混ぜてあります**。それを「知っている」と答えた割合が、適当に答えている割合の目安になります。

今回、あるサービスの認知率を測ったところ「名前だけ知っている」が **7名 (11%)**。一方、**実在しないサービス**を「名前だけ知っている」と答えた方も **4名 (6%)** いました。**差は3名しかありません**。つまり、この11%のうち多くは適当に選ばれたもので、本当の認知率はほぼゼロです。仕掛けを入れていなければ、11%という数字をそのまま信じていました。

この資料の限界

- 回答数は多くありません。**割合はぶれます**。断定できるほどの規模ではありません。
- クラウドワークスで募集したため、**その利用者に偏っています**。フリーランス全体の姿ではありません。
- それでも載せているのは、**条件を書いた自前の数字のほうが、出典のない数字より扱いやすい**と考えるからです。

1章 | 何が起きているか

まず、いま起きていることを数字で見ます。

- 応募が通る割合が**2割以下**という方が **51%**
- 「やめようかな」と思うことがある方が **73%**
- 1年前より収入が**減った**方が **22%**
- **AIをめぐる摩擦**を経験した方が **41%**

最後の項目が、いま起きていることを示しています。「AIの使用は禁止」と言われて案件を降りた方、言われて使わずに受けた方が、それだけいます。**発注する側は、すでに動いています。**

選ぶ基準が変わったのに、選ばれる側の見せ方が去年のままなら、通らなくなります。**腕の問題ではありません。**

そして、いちばん多い勘違い

調査でいちばん多かった困りごとは「単価が安い・割に合わない」でした（**41%**）。

ところが、同じ方たちが「お金を払ってでも欲しいもの」として選んだのは、「**案件を紹介してくれる仕組み**」でした（**46%**）。

「体系的な講座」を選んだ方は **10%**、「同じ立場の人が集まる場」を選んだ方は **2%** でした。

さらに絞って見ます。「**単価が安い**」を最大の悩みに選んだ **16名** のうち、**8名** が「**案件の紹介**」を選んでいました。

単価が安いことが問題なのに、解決策として案件を探している。

案件を増やしても、単価が同じなら作業時間が増えるだけです。時給に直すと、むしろ下がることもあります。

なぜそうなるのか

これは落ち度ではありません。**単価は交渉の結果に見えて、実際には応募する前に決まっているからです。**

提案文を読んだ時点で、発注側は「この人はいくらの人か」をほぼ決めています。そのあとの交渉で動く幅は、思っているより小さい。

だから、変える場所は交渉ではありません。**提案文と単価表です。**

2章 | 単価を分ける5つの要素（順番が大事）

発注側が見ているものを、効く順に並べます。上から順に効きます。4番から手をつけても、単価はほとんど動きません。

1 手離れ | こちらの確認作業が何回減るか

いちばん効きます。発注側にとって、外注費より重いのは**自分の確認時間**だからです。差し戻しが3回発生する人と、0回で終わる人では、同じ成果物でも原価がまったく違います。

やること：提案の時点で「差し戻しを減らすために何をするか」を書く。納品前チェックリスト、事前に確認する項目、初稿の前の構成共有。これだけで単価の桁が変わることがあります。

2 判断の代行 | どこまで自分で決めて出してくるか

いちいち聞いてくる人は、発注側の時間を使います。決めて出してくる人は、時間を返してくれます。

やること：「ここは私が決めます」「ここは確認します」の線を先に引いて伝える。全部決めますと言う必要はありません。**線が引いてあること自体が価値です。**

3 責任を持つ数字 | 何を良くするために来た人か

「記事を書きます」は作業の説明です。「検索順位を上げるために書きます」は責任の説明です。同じ作業でも、報酬の根拠が変わります。

やること：自分が担当する数字を1つだけ決める。順位、CVR、視聴維持率、工数削減。1つでいいです。複数書くと、どれにも責任がないように読まれます。

4 代替可能性 | 他の人でも同じものが出るか

いまは、この問いの意味が変わりました。「他の人でも同じものが出るか」は、「AIでも同じものが出るか」になりました。ここが、通らなくなった理由のいちばん大きい部分です。

調査では、AIをめぐる摩擦を経験した方が **41%** いました。発注する側は、すでにこの線引きをしています。

ここだけが「スキル」の話です。そして、**いちばん最後に効きます。**

スキルを上げることは必要です。上げ続けるべきです。ただし**1〜3が空欄のままスキルだけ足しても、単価は上がりません。**同じくらいの力量の人に違う単価がついているのを、私は決める側で何度も見えています。

そして、代替可能性を下げるのは書く力ではありませんでした。私の場合は**見に行く範囲**でした。

コンテンツを作るとき、記事だけを見て書きません。その会社がすでに持っているWeb資産、担当者の中にある知見とノウハウ、実際に届いている顧客の声、外部サイトに出没している情報。これを全部見ます。そのうえで、**他の媒体と一貫した情報になるように提案します。**

特別な技術ではありません。**見る範囲を広げただけ**です。ただ、記事だけを見て書く人とは、出てくるものが変わります。

そして、その結果として起きたのは、単価が上がることはありませんでした。**依頼の中身のほうが変わりました。**

2章 実例 | 依頼の中身が変わった話

4番と5番が実際にどう効いたのか、直近の2件を書きます。クライアント名は伏せています。

件1 | 「できません」と言ったら、役割が変わった

あるBtoB企業から、メール配信ツールのシナリオ作成の相談をいただきました。そのツールは使ったことがありません。

最初に、そう伝えました。「操作の面を重視されるなら、私より適任の方がいます。ただ、配信する中身の設計であれば貢献できます」と、役割を組み替えて提案しました。

結果、ツールの構築を含まない形で、設計側の担当として受注しました。

できないことを隠して受けていたら、操作の話で詰まって終わっていたはずです。できないことを先に言うと、できることの輪郭がはっきりします。

件2 | 原稿の確認が、情報設計の依頼になった

同じ会社で、最初にいただいたのはメールマガジンの原稿を確認する仕事でした。

原稿だけを見て直すこともできました。ただ、その原稿はサイトにも載る予定だったので、サイト全体のカテゴリの並び、いま何が読まれているか、外部の検索でどう扱われるかまで見て、置き場所ごと組み替える案を出しました。

いま担当しているのは、原稿の確認ではありません。サイト全体の情報設計と、カテゴリの再設計です。

共通していること

どちらも、単価の交渉をしていません。作業の依頼として来た話が、設計の依頼に変わっただけです。

ここが2章の3番（責任を持つ数字）と4番のつながりです。見る範囲を広げると、引き受けられる範囲が変わる。引き受けられる範囲が変わると、依頼の中身が変わります。

2章 | 5つ目の要素

ここまでの4つは、**単価を上げるためのもの**でした。5つ目は、**上がった単価の場所に居続けるためのもの**です。

5 標準化可能性 | その作業を、質を落とさず人に渡せるか

ここが、高い単価の場所に**居続けられるかどうか**を決めます。

作業を自分にしかできない状態で抱えていると、その作業から降りられません。降りられないということは、**低い単価の作業を、ずっと自分でやり続ける**ということですよ。新しい仕事が増えても、手が空いていません。

逆に、**質を保ったまま人に渡せる形にできていれば、その作業を手放して上に移れます**。渡すために必要なのは、才能ではなく手順です。判断の基準、確認する項目、やってはいけないこと。これを書き出せる人が、次の仕事を受けられます。

やること：いま自分がやっている作業を1つ選び、**「知らない人がこれを読んで、同じ質で出せるか」**という基準で手順を書いてみる。書けない部分が、自分が言語化できていない判断です。そこが本当の専門性です。

私の場合はこうしました。4番で書いた「見に行く範囲」の作業は、手順が多く、私がやると時間がかかります。そこで**その手順そのものを、AIに実行させられる形にしました**。どこを見るか、何を照合するか、何を確認したら次に進むか。全部を文章の形にしてあります。

渡す相手は、他のワーカーとは限りません。前のページで書いた会社では、メールマガジンから記事を作る流れを、**先方が自分たちのAI環境で回せる手順にして渡しました**。1か月かけて、最初は私が実演し、最後は先方だけで回る形にしています。

大事なのは順番です。作ってから提案したのではありません。**最初から、その前提で提案しました**。「私がやります」ではなく「この手順でやります」と言える状態にしてから受けています。

自分が抜けても回る形にすると、仕事が減ると思われがちです。逆でした。**作業が減って、設計が残ります**。発注側から見ると、これは「**増やせる相手**」ということですよ

す。増やせる相手には、単価の高い仕事が回ります。

2章 補足 | 4と5は矛盾しないのか

4番は「他の人でも同じものが出るか」、5番は「他の人に渡せるか」です。反対のことを言っているように見えます。

分けるものが違います。

	どうあるべきか	理由
判断	代わりがない状態にする	ここが報酬の根拠になる
作業	誰でもできる状態にする	抱えていると、そこから降りられない

自分にしかできない作業を持っているのは、強みではありません。それは、その作業に縛られているということです。

いちばん単価が高いのは、**判断は代わりがないのに、作業は渡せる状態**です。この形になると、発注側から見て「この人に頼むと、量が増えても質が落ちない」相手になります。

順番があります

いきなり人に渡す必要はありません。まず**自分の判断を書き出すこと**から始めます。書き出したものは、そのまま提案文の材料にもなります（3章）。

渡す相手がない段階でも、この作業には意味があります。**手順に書けなかった部分が、自分の専門性そのもの**だからです。それが、3番で決める「担当する数字」の中身になります。

3章 | 実績文を語り直す型

新しく仕事をする必要はありません。**すでにやった仕事の書き方を変えるだけです。**

型

要素	書くこと
① 相手	どんな相手か（社名は不要。業種と規模で十分）
② 目的	何を良くするための仕事だったか（＝担当した数字）
③ 範囲	どこからどこまで自分がやったか
④ 結果	数字。出せないなら、出せない理由と代替りの事実
⑤ 手離れ	相手の手間をどれだけ減らしたか（差し戻し回数・納期の守り方）

記入例

私自身のメディアを例にします。**数字はすべて実測値です**（この資料をお渡ししているサイトそのものなので、確認できます）。

よくある書き方

フリーランス向けのWebメディアを運営しています。SEOを意識した記事を書いています。

語り直したあと

フリーランス向けのWebメディアを、**検索からの流入を増やす目的**で運営しています。キーワード選定から執筆、公開後の効果測定まで一人で担当。現在**記事数175本**、直近のまるまる1か月（2026年7月）で**およそ4,300セッション**、そのうち**86%が検索からの流入**です（2026年8月23日時点の実測）。

足した情報はありません。やったことは同じです。変えたのは、②目的・③範囲・④結果を書いたことだけです。

「SEOを意識しています」は、誰でも言えます。「86%が検索から来ています」は、測っている人しか言えません。その差が、代わりがきくかどうかの差です。

数字が出せないとき

順位やCVRを教えてもらえない案件は多いです。その場合は、こう書きます。

数字が出せない場合

公開後の順位は共有いただけない契約でしたが、同じ担当者から継続で7本を依頼いただきました。

継続依頼の本数は、成果の代わりになります。結果が悪ければ次はないからです。

「依頼が変わったこと」も、成果の代わりになります

私自身も、この形で書いています。

実例（私の場合）

BtoB企業のメールマガジンについて、**原稿の確認**としてご相談をいただきました。原稿だけでなく、掲載先のサイト構成・既存記事の読まれ方・外部の検索での扱いまで確認し、置き場所ごと組み替える案を提出。現在は**サイト全体の情報設計とカテゴリ再設計を担当**しています。あわせて、原稿から記事を作る流れを先方が自分たちで回せる手順にし、1か月で引き継ぎました。

順位もCVRも書いていません。書けない段階だからです。

それでも「**原稿の確認が、情報設計に変わった**」は、こちらが勝手に言える事実ではありません。相手が範囲を広げると決めた結果です。だから根拠になります。

依頼の中身が変わったこと。更新された回数。継続の本数。指名で来たかどうか。数字が出せない仕事でも、このどれかはたいてい書けます。

ワークシート | いま書き出してみてください

15分でできます。過去の案件を1つ選んで、埋めてください。

① 相手（業種と規模だけ。社名は書かない）

② 目的＝担当した数字（1つだけ。順位／CVR／視聴維持率／工数削減 など）

③ 範囲（どこからどこまで。「～から～まで」の形で）

④ 結果（数字。出せないなら継続本数・指名の有無）

⑤ 手離れ（差し戻し回数／納期／事前共有の工夫）

つなげて1文にすると

埋まらない欄があれば、そこが次の案件で記録すべきものです。記録していないだけで、やっていないわけではありません。

4章 | 私の働き方と、この資料の前提

約束をしない

「これをやれば月〇万円」と書かないのは、書けないからです。相手も市場も違うので、同じ手順で同じ結果にはなりません。約束できないことを約束すると、その分だけ中身が薄くなります。

自分で数字を取る

この資料の数字は、よそから借りたものではありません。借りた数字で書くと、都合のいい数字だけを選ぶことになります。条件も限界も自分で書けるほうが、結局は使いやすい。条件は「この調査について」に全部載せました。

集計の途中で、自分の設問の作りが悪くて誤った結論が出かけたことも、そのまま書いています。都合の悪い経緯を消すと、残った数字の信用まで落ちます。

あいまいに書かない。ただし、押し切らない

「～と思われます」「基本的には」を使わないようにしています。根拠があるなら書く。ないなら書かない。どちらでもない文章がいちばん読者の時間を奪います。

ただ、言い切って終わりにもしません。

相手が納得していないときに、言葉の強さで押すことはしません。より説得力のある言葉を足し、別の角度から、もっとよい提案がないかをとことん探します。納得していない相手を勢いで動かしても、次が続かないからです。

これは2章の1番（手離れ）と同じ話です。その場で押し通すと、あとで差し戻しになって返ってきます。

できないことは書かない

この資料でも「効かない方」を先に書きました。実績がない方には働かない方法です。全員に効くと書いたほうが受け取ってもらえますが、そう書くと嘘になります。

5章 | 私のAIの使い方（事実だけ書きます）

考え方を語るより、何にいくら払っていて、何に使っていて、何に使っていないかを書きます。そのほうが早いと思います。

払っているもの

サービス	用途	状態
Claude（MAXプラン）	調査の設計と集計、手順のスキル化、ツール作成、原稿	毎日使っています
Kling	動画の生成	使っています
ElevenLabs	音声の生成	課金したまま、最近は使っていません

最後の1行を書いたのは、**使っていないものを持っているのが普通だから**です。全部を使いこなしている、という書き方はできません。

調査では、AIツールに毎月お金を払っている方は **20%** でした。ほとんどが無料の範囲です。ここは私と回答者で、はっきり差がありました。

何に使っているか

- **手順を、実行できる形の文章にする。** 2章の5番で書いたものです。仕事の中身そのものです。
- **調査の設計と集計。** この資料の数字も、設問づくりから集計、検算までAIと一緒にやっています。
- **ツールを作る。** 私はエンジニアではありませんが、必要なものは自分で作って動かしています。
- 調べる、下書きを作る、形式を整える。

何に使っていないか

判断そのものは渡しません。 何を選ぶか、どこに責任を持つかは自分で決めます。ここを渡すと、**出てきたものが正しいかどうかを判断する力ごと失います。**

一次情報の代わりにも使いません。今回、実際に50名前後に聞きに行ったのはそのためです。AIに聞けば、それらしい数字は出てきます。ただし出典が書けません。

いちばん時間を食うのは「確認」です

調査の自由記述でも、この声が複数ありました。

- 「AIから提示された情報が本当に正しいのか判別に悩む。真偽の確認に想定外の時間がかかる」
- 「指示にそって出した解答がまちがっていることが多く、チェックするのに結局時間がかかってしまう」

対策は速く書かせることではなく、**確認しなくていい範囲を先に決める**ことです。自分が事実を知っている領域だけを任せる。知らない領域は、AIに聞く前に一次情報を見る。

自分の判断基準を、文章にして渡す

毎回ゼロから指示を書くと、毎回ちがう答えが返ってきます。私は**自分の判断基準そのものを文章にして、AIに渡しています**。何を良しとするか、何を書かないか、どういう言い方をしないか。

これを続けると、AIの出力が自分の判断に近づきます。**スキルを覚えるのではなく、自分の基準を外に置く**という使い方です。

実際の仕事でも同じことをしています。2章の5番で書いた「見に行く範囲」の手順は、頭の中に置かず、**AIが実行できる形の文章にしてあります**。どこを見るか、何と照合するか、何を確認したら次へ進むか。

これは効率化のためだけではありません。**手順が文章になっていれば、あとで人にも渡せます**。AI向けに書いた手順は、そのまま引き継ぎ資料になります。**AIに渡せる形と、人に渡せる形は同じ形です**。

使っていることを隠さない

調査では、AIを使っていることをクライアントに「伝えていない」方が **28%** いました。

隠すと、隠し続けるための手間が増えます。それより、**どこまでAIを使い、どこを自分が保証するかを先に伝えるほうが速い**。これも2章の「判断の代行」と同じ話です。線を引いて伝えることが、そのまま信用になります。

この資料も同じです。**構成も原稿もAIと一緒に作りました**。そのうえで、載せる数字を選び、書かないことを決め、事実と違う箇所を直したのは私です。**その線が、私の担当している部分です**。

おわりに

この資料でやったことは1つです。 **スキルを足す前に、いまの力量で受け取れるはずの金額を受け取る。**

5つの要素のうち、1と2は今日書き換えられます。3は決めるだけです。4のスキルは、そのあとでも遅くありません。

そして5番は、いまの単価を上げるためではなく、 **上がった単価の場所に居続けるためのもの**です。作業を抱えたままだと、次の仕事を受ける手が空きません。

ワークシートが1枚でも埋まったなら、それだけで提案文は変わります。埋まらなかった欄は、次の案件で記録してください。

続きについて

この資料で足りない部分を、4週間で形にするものを準備しています。担当する数字を決め、実績文を3本語り直し、提案文と単価表まで作るところまでです。

内容と金額を明示してご案内します。 **受け取っただけで請求が発生することはありません。**

【要更新】ここに案内ページのURLを入れる（GA4の計測パラメータ付き）

発行者について

2017年から2022年まで個人でWebライター。100社以上・2,000記事以上を担当。

2022年から2025年まで、コンテンツSEOを専門とする会社でコンテンツディレクター。記事の品質管理と、ライター・外注先の管理を担当。

現在はBtoB企業でSEO・GEO（生成AI検索への対策）施策の担当責任者（派遣スタッフとしての就業）。企画から制作、効果測定までを担当。

フリーランス整えレシピ（pro-webwriter.com）運営。

この資料は無料で配布しています。転載はご遠慮ください。

2026年8月発行

