

【コンサル生限定マニュアル】

～ 1ヶ月目の戦略～

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。

(無料) <https://get.adobe.com/jp/reader/>

◆著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◇レポートの著作権は、作者にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

◆使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることで、甲はこの契約は成立します。

第 1 条(目的)本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条(第三者への公開の禁止)本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条(損害賠償)甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壹萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条(その他) 当レポートに沿って実行、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

もくじ

1 か月目に優先すべきこと	7
ブログを軌道に乗せる	7
上位表示の仕組み	12
「いわきネタを狙う」の狙い方と心構え	18
爆発を起こしやすいネタとは？	22
より爆発を起こすためにはターゲットをしっかりと意識 すべし！	32
ターゲットは誰？	35
キーワードを考える	36
それぞれの数を比べる	40
1 か月目で注意しなければならないこと	49
目先のお金ではなく、スキルを付けることにフォーカス	49
いきなり安定ネタを入れすぎない	52

添削は毎日、音声は最低 1 週間に 1 度はしよ

う！ 54

これから 3 か月で、まずみなさんに達成していただきたいのが**月収 10 万円**です！！

（＊現在、10 万円を突破している人は、20 万を目指したり、資産化をしていきましょう！）

まず月収 10 万円を達成しないと、資産ブログを作っていくのは難しいです。

WITHCREW メンバーは、さまざまな目標を持っている方がいらっしゃいますが、

月収 10 万円の壁は、その目標を達成するための乗り越えるべき**初めの壁**と考えてください。

そして、僕は3か月以内という短期間で月収10万を達成していますが、その裏には「**最短で結果を出す**」戦略がありました。

何でもですが、短期で結果を出すためには、それなりの戦略があり、闇雲に記事を書いても、時間を無駄にするだけで月収10万円を突破することは難しいです。

ここではその戦略の中で、1か月目にするべきこと、優先すべきことをまずお伝えしていきます。

1 か月目に優先すべきこと

まずコンサル期間内で、みなさんが1 か月目に優先することは何なのかから見ていきます。

1 か月目に優先すべきことは

・ブログを軌道に乗せることです！

ブログを軌道に乗せる

ブログを軌道に乗せるとは、

「1日の平均アクセスを5000PV以上にすること」

と考えてください。

もちろんブログごとに同じ P V でも強さが変わってきますが、

おおよそ**平均が 5000PV 以上**あると、上位表示が
させやすくなってきます。

月あたり約 15 万 P V、アドセンス収益なら約 3 万
～5 万円くらいでしょうか。

これくらいの収益があると、ある程度ライバルとネタが
被っても勝ちやすいですし、

何より狙えるネタが増えるのでかなり楽になります。

もし1か月目で平均5000PVほどにできれば、2か月目、3か月目で月収10万円を達成しやすくなります。

まずはこの「ブログが軌道に乗っている」状態にするのが大事です。

それではどうやって初期のブログを「ブログが軌道に乗っている」状態にするのかですよ。

それが「いわきネタでアクセスの爆発を狙う」ことです。

ブログの力が弱い時期に一番アクセスの爆発が起きやすいネタというのは、

- ・今
- ・話題になっていて
- ・気になることがある

ネタとなります。

<い>ま、<わ>だいになっていて、<き>になることがあるネタ、

つまり「いわきネタ」と覚えてください。

それではなぜこのようなネタが初期のブログでもアクセスを集められるのか、説明していきます。

(次のページへ)

上位表示の仕組み

まず検索エンジンでの上位表示の仕組みを見ていきます。

検索エンジンは基本的に「**信用性の高いブログの記事**」を上位表示させる傾向にあります。

それではその「**信憑性が高いブログ**」とはどんなものなのか。

集めているPVが多い、運営歴が長いなど、さまざまな理由がありますが・・・

しかし少なくともまだ作って間もないブログ、まだPVを集めていないブログは、Googleも「このブログは信用できるのか？」と確信が持てていない状態にあります。

そのため、まだ強くないブログが、ライバルが多いキーワードで記事を書いても上位表示できません。

では逆にどんなキーワードなら上位表示することができるのか。

それは、そのネタで注目されるまでは、

需要が少なかったキーワード（の組み合わせ） です。

一つ例を見てみましょう。

以前メンバーにはお伝えしましたが、

1月8日にカルロスゴーンの会見が開催されました。

僕も冒頭の15分ほどを見ていたんですが、画面下に出てきた字幕が無性に気になりました。

実際ツイッターで「**AI ポン**」と検索してみると同じ事を
思った人がいたようです。

⇒「AI ポン」ツイッター

なので「**AI ポン ゴーン 字幕 誤字 まとめ**」

このあたりで記事を書けましたね。

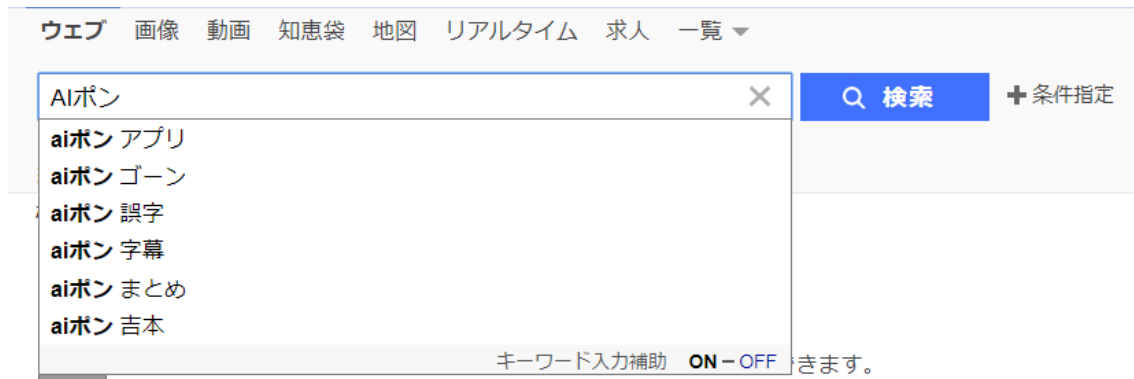
(ちなみに AI ポンという言葉は画面に書いてありま
した。)

実際 yahoo の検索窓に

「AI ポン」と入れてみると

「**AI ポン ゴーン**」

「**AI ポン 誤字**」と出てきますね。



関連ワードは、アクセス数が多いものが表示される仕組みになっているので、

あの時上記のキーワードで記事を書いておけばアクセスの爆発を起こせたことになります。

そして重要なのはここからです。

この「AI ポン ゴーン 誤字」というキーワードの組み合わせは、この時新しく誕生したもので、**紛れもなくゴ**

ーンの会見の以前は**需要が無かったキーワード**ですよ
ね？

つまり、Google が弱いブログでも上位表示してくれるパターンは、この以前は**需要が少なかったキーワード**になります。

そしてこういうネタが「いわきネタ」となるわけです。

「いま、話題になっていること（キーワード）」＝「以前は**需要が少なかったキーワード**」

そのため、ブログが強くなるまでは「**いわきネタを狙う**」これを意識していきましょう。

「いわきネタを狙う」の狙い方と心構え

ここまでは「いわきネタを狙う」ということをお伝えしてきました。

基本的にはいわきネタでどんどんアクセスの爆発を狙っていく形になりますが、
実は爆発と言っても大きく分けて 2 パターンあります。

それが**大爆発**と**普通の爆発**（プチ爆発～中爆発）。

野球で言えば**大爆発はホームラン**、**普通の爆破はヒット**ということになります。

ブログが強ければ良いですが、初期のブログライバルとの兼ね合いがあり、

ライバルがいなくて大爆発ネタ、となるとある程度範囲が絞られます。

となると「初期のブログでも狙えるアクセスの大爆発が起きやすいネタ」というのは、出やすい時期とそうでない時期が出てきます。

そのため重要なのは

・大爆発ネタが来たら見逃さず確実にホームランを打って一気に稼ぐ

・大爆発ネタが無いときは確実にヒットを打ってアクセスを拾う

ということです。

野球で言えばイチローだってそうですね？

確実にヒットを打つスキルがあるから、メジャーでも活躍できるわけです。

そのため大爆発ネタを優先的に狙うのは前提ですが、それが無くても、**そつなくプチ～中爆発を起こして、「アクセスを拾う」**という心構えを持ちましょう。

※参考

- ・大爆発ネタ：1万PV以上
- ・普通の爆発ネタ：数百PV～1万PVくらい

爆発を起こしやすいネタとは？

先ほど紹介した「アクセスを拾うネタ」というのはすごくバリエーションが多いです。

いろんなキーワードや狙いどころがあるので、極めれば極めるほどネタ選定が楽になってきます。

一方で「アクセスの大爆発が起きやすいネタ」は**かなり**シンプルなことが多いです。

もちろん他にもパターンはありますが、アクセスの爆発が起きやすいネタは「5W」であることが多いです。

まずはこれをパターンで覚えてしまいましょう！

(※もちろん爆発するかは、話題性との兼ね合いもあります。)

【5W】

- ・WHO : 誰？
- ・WHEN : いつ？
- ・WHERE : どこ？ (場所)
- ・WHAT : 何？
- ・WHY : なぜ？ (理由は？)

※この中でも特に WHEN 以外の 4 つは爆発が起きやすいです。

WHO : 誰？

具体例 1 = = = = =

1 月 10 日に放送された「じっくり読んだロウ」に女優、南川景子が登場。

番組では過去に「女優 S と楽屋で口論になったことがある」ことを暴露。

当時相当に組んでいたこともあり、それ以降マネージャーに「あの子とは共演したくない」と頼み込んだとのこと。

=====

答え：南川景子と口論になった女優 S は誰？～

もっともアクセスの爆発が起きやすいのが

「××の ○○は誰？」というパターンです。

テレビやニュースサイトのインシャルトーク、芸能人の交際相手などが典型的な例ですね。

なおインシャルが入ってなくても、次のような例は検索されます。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝

人気俳優渡辺明乃が 21 日にテレビ番組「暴露フライデー」に登場。番組内では過去の共演者に、何度

も整形をしている女優がいると暴露した。番組では伏せられたが～

＝＝＝＝＝＝＝＝＝

この場合は「渡辺明乃が暴露した整形をしている女優は誰？暴露フライデーで話題！」

という感じでタイトルを付けましょう！

WHERW : どこ？ (場所)

具体例 2＝＝＝＝＝

女優木本伊代が線路上に侵入し、その様子を画像でSNSにアップした。

その画像はすぐに削除されたが、すぐにSNSで拡散され炎上している。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝

答え：木本伊代が線路で写真を撮影した場所はどこ?～」

「場所」というキーワードもアクセスの爆発を起こしやすいです。

他にも

・CM、映画、ドラマの中の変わった（目に入る）

ロケ地

・テレビで紹介された芸能人の行きつけのお店

なども検索されます。

WHAT : 何？

具体例 3 = = = = =

女優田中秋絵が 27 日の「ガキのお使い」に登場。

彼女は「出演すると必ずお腹が痛くなる番組がある」と笑い話を飛ばしていた。

= = = = =

答え：「田中秋絵のお腹が痛くなる番組は何？ガキのお使いで話題！」

これも感覚的にはWHOと同じです。

ニュース記事やテレビの内容に伏せられている部分があって、

WHO の場合はそれが「人」、**WHAT の場合もそれが「物や事」**ということですね。

WHY : なぜ？

具体例 4 = = = = =

アイドルグループの人気メンバー田中光が突如芸能界を引退することを発表した。

田中は 18 日に放送されるお昼の情報番組ビュッフェまでは出演。

その後は年内まで活動し芸能界を退くこととなる。

= = = = =

答え：田中光の引退理由は？～

こちらによくあるパターン。

「理由」「なぜ」という鉄板キーワードです。

こちらのキーワードは話題性によってアクセスが大きく変わってきます。

また話題性は低くても、その理由が猛烈に気になる場合はもちろん検索されますよ！

WHEN : いつ ?

具体例 5 = = = = =

御殿場アウトレットのGWセールが開催される。

= = = = =

答え：御殿場アウトレット gw セール 2020 の日程
は？ 混雑情報についても！

最後の WHEN については爆発ネタというよりは、**じ
わじわアクセスの来るネタ**となります。

またブログが強くない段階でも狙えることが多いので、
ぜひ積極的に狙ってみてください！

これら 5W（特に WHEN 以外）は、どれもまさに
「今 話題になっている 気になること」になりやすい特
徴があります。

なので、ライバルとの兼ね合いもありますが、狙えると
思ったら積極的に狙ってくださいね！

より爆発を起こすためにはターゲットをし っかりと意識すべし！

突然ですが、あなたは気になること（キーワード）を
選ぶときに、その「ターゲット」を意識していますか？

普段

「気になることを探しているのになかなかアクセスが
来ない・・・」

「疑問点と気になることの違いがわからない・・・」

という人は、この「ターゲット」を意識できていないことが
多いです。

ここで言う「ターゲット」とは、そのキーワードで**「誰が検索するのか？」**ということを表します。

実は速報系（いわきネタ）はここが肝なのですが、なかなか意識で来ていないブロガーが多いです。

ここでしっかり「ターゲットを意識する」癖をつけて、確実にアクセスを伸ばして行きましょう！

まずは次の例題を見て下さい。

例題 = = = = =

若手俳優、滝川国治が 17 日午後に自転車で走行中縁石につまづき重症を負った。

滝川の怪我は映画「快速ペダル」の撮影中に起こったもので、すぐにドクターヘリで病院へと送られた。全身打撲と脊椎損傷の疑いがあるが、命に別条はない。

※快速ペダル：人気漫画が原作の映画。自転車で青春をかける主人公の成長の記録。

= = = = =

これは過去に実際あったニュースをもじったものです。

当時衝撃的なニュースとして、各ニュースサイトはもちろん、yahoo リアルタイムの 1 位にも滝川国治さん（名前変更）の名前が張り付いていました。

そのため話題性は抜群です。

まずこのニュースサイトを読む人（ターゲット）にはどんな人物がいるか考えてみましょう！

ターゲットは誰？

ターゲットは恐らく次の 3 パターンだと思います。

1 : 滝川さんに興味がない人 (一般の人)

2 : 滝川さんのファン

3 : 快速ペダルのファン

キーワードを考える

そして重要なのが、**【各ターゲットで検索することが違う】**ということです。

それぞれのターゲットごとに、このニュースが出てきた時に、各気になること（検索されるキーワード）を見ていきます。

【滝川さんに興味がない人（一般の人）】

今回の例題は「若手俳優が撮影中の事故で重傷」ということで、非常にショッキングなものです。

そのため、彼を知らない・興味ない人もニュースが目に入り、

「かわいそう・・・」

「えっこの人どんな人なんだろう・・・」

と気になります。

なので、彼を知らない人は滝川さんのプロフィールや顔画像、関連ワードなどが気になります。

【滝川さんのファン】

滝川さんのファンが気になるのが、彼の容態（治るのか）、どこの病院に運ばれたのか、事故場所などになります。

ファンとして「心配」という作用が働くためです。

【快速ペダルのファン】

映画自体を楽しみにしていたファンです。

これは映画だけではなく、この場合原作のファンも含まれますね。

となると、

「楽しみにしていた快速ペダルの映画どうなっちゃうんだろう……」

「滝沢さんの役って代役立てるのかな？」

と言った考えを持つ人がでてきます。

つまり「**快速ペダル 映画 中止**」「**滝川国治 代役 誰**」と言ったことが検索されます。

このように一つのネタを取っても、**ターゲット次第で、全く別のKWで検索されること**がわかりますね。

そしてさらに重要なのがここからです！

それぞれの数を比べる

ターゲットでキーワードを分けた後に重要になってくるのが、**それぞれどれくらいの人数がいるか**ということ
です。

もう一度、分類したターゲットを見てみましょう！

<ターゲット>

1：滝川さんに興味がない人（一般の人）

2 : 滝川さんのファン

3 : 快速ペダルのファン

ここで考えてみると、少なくとも絶対数は 2 や 3 より 1 の方が圧倒的に多いですね？

それから 2 と 3 ですが、恐らく

人気漫画が原作の快速ペダルのファンの方が多いはずです。

となると各ターゲットの絶対数を並べると

滝川さんのファン < 快速ペダルのファン < 滝川さんに興味がない人（一般の人）

となります。

となれば、当然ターゲットごとの気になること（キーワード）の検索ボリュームも、この順番に多くなるはずですよ？

滝川さんのファンが気になること

< 快速ペダルのファンが気になること

＜ 滝川さんに興味がない人（一般の人）が気になること

そして同じ上位表示された時にアクセス数が多いのも

滝川さんのファンが検索するKW

＜ 快速ペダルのファンが検索するKW

＜ 滝川さんに興味がない人（一般の人）が検索するKW

となります。

そしてここで一つ問題です！

もし滝川さんのファンが検索する以下のKWで記事を書いたとします。

「滝川国治 病院 どこ」

しかしアクセスはイマイチ・・・

これはなぜかわかりますか？

少し手を止めて考えてみてください。

-
-
-
-
-

答えは

「ターゲットの絶対数が少ない」

からです。

確かに今回ネタ自体はすごく話題になったのですが、いくら話題になったところで、**彼自身のファンというのはごくわずか。**

にもかかわらずライバルが「○○ 病院 どこ」というキーワードでこぞって書いてくるので、いわゆる**「限られたパイの取り合い」**になってしまいます。

もちろん「滝川国治 病院 どこ」で上位3位以内などをとればある程度アクセスが来ますが、今回だと圧倒的に検索ボリュームが少ないです。

このようにターゲットを意識せずに、

**単に話題ニュースを取り上げて記事を書いたり、
過去に自分のアクセスが来たパターンを当てはめる
だけでは、なかなか爆発は起こせません。**

(もちろんKWをストックすることで、まずはKWが思いつくか、というのは大事です。)

これから、より大きな爆発を掴めるように、今回紹介した「**ターゲットを意識する**」ということを頭に置いてネタ選定をしていきましょう。

これはすごく重要なことですよ！

ここまでは、アクセスの爆発に着目したお話をしてきました。

ここからは 1 か月目に持っておく、ブログ運営に対する非常に重要な心構えを「**1 か月目で注意しなければならぬこと**」と題してお伝えしていきます。

1 か月目で注意しなければならないこと

目先のお金ではなく、スキルを付けることにフォーカス

記事を書いていると「アクセスが来なかった」、「最近収益が伸びない」ということもあると思います。

「なかなか結果が出ない・・・」となってしまうと、焦る気持ちが出て来るかもしれません。

しかし特に速報系は、そんな時こそ**「スキルを付けることにフォーカス」**して行動することが重要です。

つまり自分が成長すればするほど、お金が付いてくるということです。

実は、ブログの場合は結果を出す人ほど「目先のお金」ではなく「スキルを付けること」を大切にしています。

大事なのは 1 日のアクセス数や収益ではなく、

- ・「昨日と比べてタイトルの付け方が上達してるか？」
- ・「世間の人気が気になるネタ選定ができたか？」
- ・「毎日必ず記事更新をしているか？」
- ・「1 日 1 回は添削を出し復習できたか？」
- ・「アクセス解析をチェックしたか？」

ということです。

くどいようですが、スキルが付くので、成長すればするほど、結果は自然についてきます。

1ヶ月目は、

- ・初心者だったら0から新しいことを吸収すること、
- ・すでに実践している人は、今までの間違いを徹底的に見直すこと

になるので、苦しい作業もあるかもしれません。

でも3ヶ月間で一番大変なのは1ヶ月目なので、
頑張って乗り切っていきましょう！

いきなり安定ネタを入れすぎない

このマニュアルでも紹介しましたが、1か月目の優先順位は、「ブログを軌道に乗せること」と「スキルをつけること」です。

確かに安定ネタは、分割して記事を作ることができるし、前もってじっくり書けるので、そちらに行ってしまうが手です。

ただはじめから安定ネタを入れていても、稼ぐまでに時間がかかってしまいますし、

速報ネタで「ネタ・キーワード選定」のスキルを付けることが最優先事項です。

始めは難しく感じるかもしれませんが、ここでしっかりスキルを付けられれば、2 か月目、3 か月目が凄く楽になります。

なので、特に 1 か月目は速報ネタに集中していきましょう！

添削は毎日、音声は最低 1 週間に

1 度はしよう！

ブログで稼げるようになるために、一番重要になってくるのが、「**思考のすり合わせ**」です。

極論、僕と同じ考え方ができれば、

3 か月以内で月収 10 万円達成は固いですよね？

なので、いかにあなたの思考を僕の思考に近づける、

そのためには・・・と考えると重要なのは

やっぱり「**添削**」と「**音声**」です。

そして添削は正しい答えを知ることが大事なのではなく

・なぜ、れんはこのようなネタ選定（指摘）をしたのか？

・なぜ、れんならこのようなタイトルを付けるのか？

ネタ選定やタイトル付けの正しい答えは1つだけではないため、**考え方の根本的な部分を知って理解することが1番大切です。**

繰り返しお伝えしていますが、

とにかく「思考部分をすり合わせて行く」これが、稼ぐことへの近道となります！

以上が 1 か月目のマニュアルの前半になります。

今回は爆発を起こすために非常に重要な「ターゲット」「5WIH」「ホームランが打てない時はヒットを打つ」と言ったことから、

1 か月目に持っておく心構えを説明してきました。

非常に重要なことばかりをお話したので、

何度も読み込んで、実際記事を書く時に取り入れて、最短でブログで稼ぐスキルを付けて行きましょう！