

アクセスの爆発を連発させ、

3ヵ月以内に月収 10 万円を

達成するために必須な

ネタ選定 4 つの極意！

【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、違反件数と金壱万円を乗じた価格の 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

アクセスの爆発を連発！4つの極意！	12
極意その1：ターゲットを見極める	13
ターゲットを意識するとは？	15
重要なのはターゲット数	21
極意その2：ビクトレンドを逃さない	28
ビクトレンドのうまみ 1～切り口が多い～	30
ビクトレンドのうまみ 2～関連記事～	33
ビクトレンドで爆発が起きたらやること！	37
じゃあどういう行動をするの？	40
極意その3：ずらしを身に付けよう！	46
追加ずらし	49
分割ずらし	52
視点ずらし	60
フライングずらし	65
打ち間違いずらし	70
極意その4：ホームランだけではなくヒットも狙う。	74
1000PV～5000PVの爆発の練習問題	77
「書くネタがありすぎて困る・・・」その理由とは？	97

■ シンさんのメルマガ読者様はじめまして！

れんです。

この度は僕のレポートをお手にとっていただき
ありがとうございます。

このレポートでは、

「アクセスの爆発を連発させ、

3 カ月以内に月収 10 万円を達成するために必須
な**ネタ選定 4 つの極意**」

を爆発例付きで暴露していきます。

元々月収 1 万円も稼げず苦戦していた多くのコンサル生が、このノウハウを取り入れることで

3 カ月以内に月収 10 万円以上を達成しています。

📌 1 回目短期コンサル企画メンバー実績

フィルタ + 追加 JPY 2020/03/01 - 2020/03/31

概要 クリック数 再生回数 アクティブビュー エンゲージメント 関連コンテンツ 広告セッション + カスタム

見積もり収益額	ページビュー	表示回数	クリック数	ページのインプ...	インプレッショ...	アクティブビュー...
¥145,009						

期間別成果 2020年03月  アドセンス

クリック数	売上件数	売上金額	成果報酬
			未確定 62,536

楽天 

合計207,545円!

月収 30 万達成 1 人

月収 20 万達成 3 人

月収 10 万達成 4 人

📌 2回目の短期コンサル企画メンバー実績

月	推定収益額*
2020/08/01 - 2020/08/31	¥298,326
合計	¥298,326
平均	¥298,326

← アドセンス

楽天 →

期間別	2020年08月	件
広告別	3,287	

ASP →

期間全体	収益	imp	Click	CTR	CPC	eCPM
	¥125,909-					

合計427,522円!

月収 40 万円達成 1 人

月収 9 万円達成 1 人

月収 3 万円以上達数

(2ヶ月目の8月31日まで時点)

7月20日に始まった2回目の短期コンサル企画のメンバーも、始まってまだ1か月ほどですが**伸び率が凄**いので、これから月収10万円達成者がガンガン出そうです！

⇒[コンサル生の実績詳細はこちら！](#)

もちろん**アクセスの爆発を頻繁**に起こしていて、最近ではこんな報告を貰うのがあたりまえになってきました。

7月26日

① タスクを追加しました。

おはようございます。

の放送後、ツイッターであふれていました。
それで、について何か書くとPV来るな、と思い思考。
ひとりこのので、彼女のことを書こうと思いました。
調べるとその子はこの方でした。
なので
のキーワードでPVきました。
きのうのこの記事で7800PVでした。

8月7日 22:41



返信元 renさん

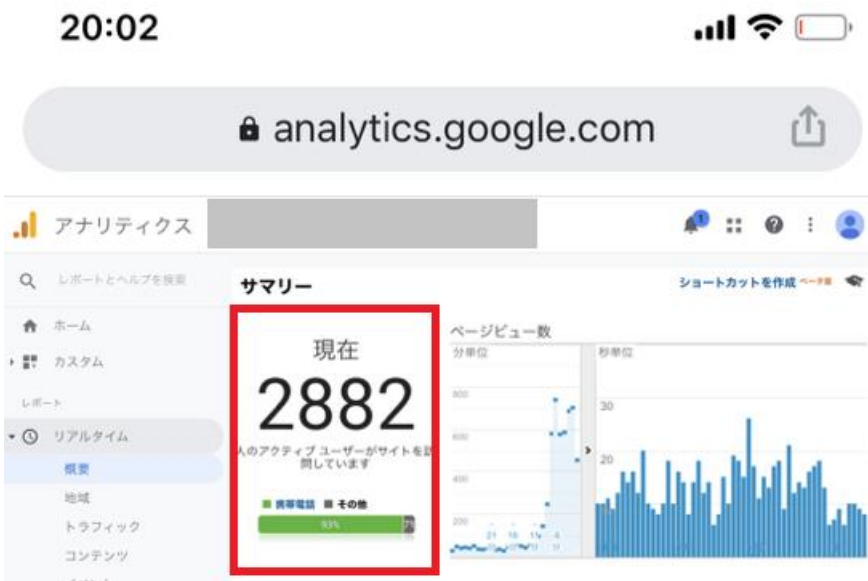
しました



そして嬉しいことに今日！はじめて2万PVの爆発を起こせました！
ネタを探していたらが出ていて、で超シンプルにタイトルをつけたら爆発しました。
本当にレンさんに背中を押してもらえたこと、チャットの仲間の行動に励まされ
おかげです。
ありがとうございました！



↓↓↓画像拡大↓↓↓



■さらに、今回紹介するのは、
僕の爆発データだけではなく、
コンサル生の爆発データもかけ合わせて
アップデートさせた最新のノウハウです。

本来ならば有料でも販売しませんが、
お世話になっている**シンさんのメルマガ読者様**にの
み、そして**数量限定**で特別に公開させていただきます。
す。

■今回紹介する**“ネタ選定の極意”**4つを押さえれば、
どういったネタを狙えばアクセスの爆発を起こせるのか
明確になりますし、

多数の爆発例を載せているので、

それを眺めて**爆発ネタのイメージを掴む**のもおすすめ
です。

ぜひご自身のネタ選定に取り入れて
収益をアップさせてください！

(次のページへ)

アクセスの爆発を連発！4つの極意！

ガンガン爆発を起こしている

ネタ選定の4つの極意は以下の通りです。

- ・ターゲットを見極める
- ・ビクトレンドを逃さない
- ・ライバルを出し抜く“ずらし”を使う
- ・狙えるネタのバリエーションを増やす

それでは一つずつ説明していきますね。

極意その1：ターゲットを見極める

あなたはネタとキーワードを選ぶときに、
「ターゲット」を意識していますか？

ターゲットを意識するとは、
そのキーワードで「**検索してくる人はどんな人なのか？**」をしっかりと考えることを表します。

アクセスの爆発を起こすためにもっとも重要なポイント
なのですが、
なかなか意識できていないブロガーが多いです。

コンサル生に、この“**ターゲット**”を意識してネタ選定をしてもらった結果、**急激にネタ選定が上達しています。**

■ それではターゲットを意識するとはどういったことなのか、**具遺体例を使って詳しく見ていきましょう。**

(次のページへ)

ターゲットを意識するとは？

まずは次の例題を見てください。

例題 = = = = =

若手俳優、田中国治が 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。

田中の怪我は映画「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、
僕が狙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
位にも田中国治さん（名前変更）の名前が張り付
いていました。

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！

おおまかには次の 3 パターンですね。

1 : 田中さんを知らない人 (一般の人)

2 : 田中国治さんのファン

3 : 快速ペダルのファン

■ここで抑えてほしいのが、

【各ターゲットで検索することが違う】ことです。

そして、それぞれのターゲットがこのニュースが出てきた時に**どんなことが気になるか** (検索されるキーワード) を見ていきます。

【田中国治さんを知らない人（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、彼を知らない人は田中国治さんのプロフィールや顔画像、関連ワードなど**“彼自身についてのこ
と”**が気になります。

【田中国治さんのファン】

田中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。

なので「快速ペダル 映画 中止」「田中国治 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が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！

重要なのはターゲット数

■ 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数があ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 : 田中さんを知らない人（一般の人）

2 : 田中さんのファン

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である快速ペダルのファンの方が多いはずですよ。

となると各ターゲットの絶対数を並べると

田中さんのファン < 快速ペダルのファン < 田中さんを知らない人 (一般の人)

となります。

であれば、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？

田中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**

＜ **田中さんを知らない人（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

田中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

< 田中さん知らない人（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！

もし田中さんのファンが検索する「**田中国治 病院
どこ**」というKWで記事を書いたとします。

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。

確かにこの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「田中国治 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。

これだけで狙うネタが大きく変わってくるはずです！

極意その 2 : ビックトレンドを逃さない

■ ネタには**話題性が高いもの**と

そうではないものがあります。

さまざまなネタの中でも

特に話題性が高いのが

「ビックトレンド」というネタです。

ビックトレンドとは

- ・いろいろなニュースサイトで取り上げられる
- ・テレビでも取り上げられる

・普段の会話の中にも出て来る

ようなネタです。

いわゆるそのネタが人の目に触れる頻度が高く、
連日話題になるようなものですね。

最近であれば

・山下智久さんの不適切飲み会

・手越祐也さんの暴露本発売

・東出昌大さんの不倫

・木下優樹菜さんの問題

・唐田エリカさんの不倫

...

といったものがビクトトレンドにあたります。

それでは“**なぜビクトトレンドを逃さないのが重要**”

なのか、そこには理由が二つあります。

ビクトトレンドのうまみ 1~切り口が多

い~

■まず一つ目、

ビクトトレンドは話題性が高いため

普通のニュースより多くの人が見ています。

つまり一般的なニュースより注目度が高いので、
普段検索されないような「**ちょっとした気になること**」
まで検索されます。

ビクトレンドの王道ワード（不倫相手 誰など）は
ライバルが多いですが、
その他にもいろんな気になることが発生するので、
初期～中期のブログでもそこを掴むことができれば
大量にアクセスを集められます。

例えば**東出昌大さんの不倫のニュース**でも

- ・**東出の過去の彼女**
- ・**東出がかかわったドラマや CM、映画への影響**

- ・東出の過去の行い
 - ・東出の嫁の杏さんや子供について
 - ・東出の不倫相手、唐田えりかについて
 - ・唐田えりかの過去の SNS の匂わせ画像関連
- ...

と上げたらキリがないほど狙いどころがありました。

なので

「大きなネタ⇒狙えない」ではなく、

「狙える場所はないか？」という視点を持って

積極的に狙っていきましょう！

ビクトレンドのうまみ 2~関連記事~

■さて理由の二つ目です。

さきほどお伝えしたお話の中に

「話題性が高いから~」

「ネタの露出度が高いから~」

というものがありません。

実はここがメリットに関係しています。

ビクトレンドは数日間その話題について、

いろんな関連記事や関連の話題がネット・テレビから
でできます。

例えば東出さんの不倫発覚後、
彼の不倫に怒りを覚えた人が・・・

【その不倫相手を特定

⇒相手の唐田えりかという人物もネタになる】

【その後唐田えりかの SNS の匂わせが発覚

⇒それがネットで掘り当てられ数日間にわたって

**「あらたな匂わせ画像がある」ことを伝えるニュース
がでる**

⇒そのたびに新たなネタになる】

と何度も何度もそのネタに関する

新しい「気になること」が出てきて長い間話題になりました。

つまりビクトレンド関連の記事は話題性が長く続くので、書いておけばアクセスが長続きする傾向にあります。

(KW の性質でも異なります。)

また、新しいビクトレンドの関連ニュース

(今回の例では東出のニュース) を見て、

新たな「気になること」を見つけて記事にした時、

その記事から**以前書いた東出関連の記事へ内部リンクを張ればアクセスを流すこともできます。**

つまり

- ・しばらくアクセスが続きやすい
- ・アクセスが無くなったとしても、後から内部リンクでアクセスを流せるので無駄にならない

というメリットがあるので、一般的なニュースの記事を書くより断然コスパが良いんです！

もちろん一般的なニュースの気になることを探すのも大事ですが、**ビクトトレンドがある時は素直にビクトトレンドのネタを拾いにいくのがおすすめです。**

(もちろんビクトトレンドの関連のニュースの中に気になることがなければ、他のニュースから気になることを探しましょう！)

ビクトレンドで爆発が起きたらやる

こと！

■【ビクトレンドの記事でアクセスの爆発があったら、検索エンジン流入を見込めなくても関連記事を書く！】

これを覚えておきましょう！

つまり関連記事を書いて、
爆発記事からその関連記事に
内部リンクを張るんです！

例えば 3000PV の中爆発くらいでも、

そのうち 1 割が内部リンクで関連記事に回ってくればそれだけでもう 300PV ですよ？

改めて 1 からネタ選定をするより

効率的だと思いませんか？

もちろん他にもっとアクセスの爆発を起こせる記事がある可能性があるので、

15 分ほどネタを探して、他にネタが無かったら関連記事を書くくらいのスタンスでも OK です。

そしてビクトレンドに対して複数の関連記事を書くことができれば、そのビクトレンドの KW（例えば「東出昌大」など）で評価され、**全体的に記事が上位に上がって行くという現象がおきたりします。**

いわゆる今回の場合であれば・・・

「東出昌大」関連ニュースの特化ブログを作っているイメージです！

僕の場合も始めて月収 10 万達成したときは、とあるビクトレンドのネタを数十記事書き、

内部リンクで張ったため一気に PV が増えました。

短期間で結果を出す人であればあるほど、この点を意識しています。

ぜひこの視点をご自身のネタ選定に取り入れてみてください。

じゃあどういう行動をするの？

■ では具体的にビクトレンドが出た時に**どのように**
関連ネタを拾うか、というところですね？

ビクトレンドの掴み方は「**ツイッターで掴む**」「**ニュースサイトで掴む**」の二つです。

■まずツイッターで掴むです。

ビクトレンドが出た時にツイッターを開きます。

そして検索窓にそのニュースに関連する KW を入れてツイートを見ます。

例えば今年初めに大きく話題になった東出昌大さんの離婚のニュースで考えると・・・

「東出昌大 唐田えりか」

「東出昌大 不倫」

さまざまな KW で試してみるのが良いです。

例えば以前「唐田えりか」とツイッターに入れてみると、
とある画像が話題になっていました。



唐田えりかさんと女優の佐々木希さんの画像を並べてその違いを見比べる、というツイートが話題になっていました。

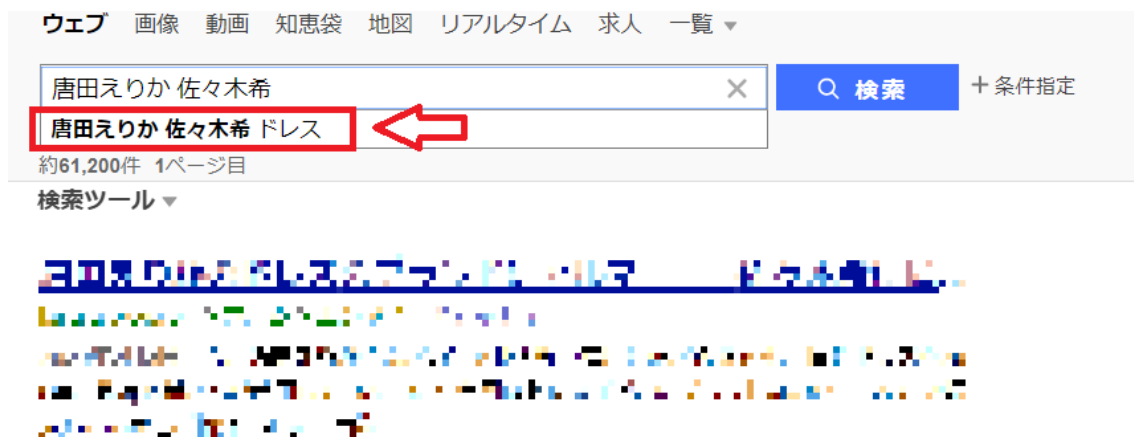
そして画像もですが、

当時に 2 人が来ているドレスについてのツイートもありました。

そして数日後・・・

yahoo で「唐田えりか 佐々木希」と検索すると

「唐田えりか 佐々木希 ドレス」という関連ワードができていました。



つまり

「唐田えりかと佐々木希の黒のドレスのブランドや値段は？画像比較が話題！」

といったタイトルで記事を書くのもアリでしたね！

このように「**ビクトレンド+ツイッター**」は、
速報ネタを探す時に最高の組み合わせなので、
ぜひ活用してみてくださいね！

■次に「ニュースサイトで掴む」です。

以前文春からこんな記事が出ていました。

⇒[文春の記事](#)

この記事を読むと、

東出さんが唐田えりかさんに送った直筆の手紙が
気になりますよね！

このようにビクトレンドが出ている間は、

この東出さんのニュース記事をしっかりチェックしておく
のがコスパ良く稼ぐコツです。

くどいようですが、ビクトレンドが出ている間は

その関連ニュースは多くの方が気になって読むため、

ほんのちょっとしたことでも検索されます。

また、先ほどお伝えした通り内部リンクで繋いでいくと
PV も底上げされるのでお得なんです！

極意その 3 : ずらしを身に付けよう !

需要の高いネタで、

並みいるライバルを出し抜いてアクセスを独占するために必要なテクニックが「ずらし」です。

このずらしをマスターすることで、

ブログ立ち上げ 1 か月目からでも 1 万 PV 以上のアクセスの爆発を起こすことが可能となります。

そしてこのずらしには、

以下の 5 つのパターンが存在します。

- ・追加ずらし
- ・分割ずらし
- ・視点ずらし
- ・フライングずらし
- ・打ち間違いずらし

“ずらし”はブログで稼ぐために非常に重要なテクニックですが、**ノウハウとしてまとまったものが少なくなかなか学ぶ機会がないです。**

しかし、だからこそチャンスです！

この 5 つのパターンを**具体例**を見ながら抑えることで、**ライバルのいないネタを見つける感覚**を付けていきましょう。

今回紹介する 5 つのパターンは、
僕が今まで集めてきた爆発例を分析して作って**コンサル生だけに見せていたオリジナルノウハウ**です。

※なお各具体例の記事はすでに削除しています。

**これをインプットして、ライバルに差を付けて
ください！**

追加ずらし

これは**検索需要が大きいネタ**の場合、ライバルが多くても、**新しい KW 追加し**ずらすことでアクセスを集める手法です。

例えば人気タレントりゅうちえるさんが、朝の情報番組に出演した時のことです。

その時にツイッターで

「りゅうちえるめちやくちや太ってない??」

「朝テレビでみたりゅうちえる、別人かと思った・・・」

という声がたくさんありました。

当時の様子がこんな感じですよ。

りゅうちえる あさいチ出演！
激変ぶりが話題にw
顔変わった？太った？

▼動画

youtu.be/Zlw5_xRBw1Y

(#りゅうちえる #あさいチ ぺこ 激太り 太ったりりゅうちえる太った 鈴木けんぞう)



午後4:57 · 2020年4月1日 · Twitter Web App


⇒りゅうちえる太った

ここで「りゅうちえく 太った」というKWは、
もともとから大手ブログが記事を書いていたので、

よほど強いドメインでなければ勝つことができません。

しかし「番組名」を追加しずら^すことで、

「りゅうちえる 太った テレビ番組名」と狙ったコンサル生が **1 日で 1PV 万を超える爆発**を起こしました。

 「KW を追加する」ことで爆発を狙う

分割ずらし

ライバルが一つの記事に詰め込もうとしている狙いどころを、**一つ一つ分割して**個別で狙うずらしの手法です。早速具体例から見ていきましょう。

「絶対に敵に回してはいけない芸能人3人」を業界人が暴露！ とにかく怖くて皆ビビる…!?

2020年2月6日 08:00  0  ツイート  いいね! 0

TOC△▲▲



作家の百田尚樹が佐藤浩市を酷評し、丸山穂高議員も和田アキ子にケンカを売った。すべてはTwitter上でのことで、面と向かっていないネット空間だからこそ噛みつけたとも言える。

しかし、こうしてネット上で絡んで相手を酷評する人も一線を超えることはないと言われ、業界関係者が教えてくれた。つまり、どんなに感情が高ぶろうとも「文句を言って敵に回すことがあってはならない人間」が芸能界には数名いるというのだ。一体誰なのか。

「酔った勢いだろうと一過性の怒りであろうと、ネットを使ってバッシングしようものなら、下手すれば拳が飛んでくると言われるのがKさんです。演歌界の超大御所のため、人間関係はかなりややこしいです。トップがゆえに関係者も多いから仕方ないのですが…本当に怖いですよ。歌などの作品面での評価や論評であればまだしも、人間性をバッシングするのは絶対にやめておいたほうがいいです」（音楽番組関係者）

2人目は本人がとにかく怖いというあの人だ。

「超大物歌手のNさんはみな怖がっています。Twitterなどで芸能人や著名人がNさんの文句を言ったら、翌日には現場で待ち構えられる可能性もあります。暴力は無いと思いますが、筋肉ムキムキですし、話し合いを求められたら解放されないと思いますよ。番組の編集などで本人が納得しないとテレビ局に駆け込んでくることもあると言われますし、とにかくそういう人ですから」（テレビ局プロデューサー）

(元ネタ記事 2 ページ目)

「絶対に敵に回してはいけない芸能人3人」を業界人が暴露！ とにかく怖くて皆ビビる…!?

2020年2月6日 08:00  0  ツイート  いいね! 0

T © Δ ▲

こちら想像するだけで恐ろしい。そして最後もご本人が怖いという理由でアノ人の名前が出てきた。

「もうひとは日本でロックを定着させた歌手のSさんです。ケンカの強さやケンカっ早いのは有名ですが、本当にキレたら怖いですよ。さすがに今はもう手出しはしないでしょうが、口で言われるだけでも相当な恐怖があります。有象無象の芸能人を相手に仕事する40代の第一線のスタッフでも**ビビる**ほどの相手です」(同)

同世代のNさんと同じくキレたら誰も止められないお方のような。日頃からTwitterなどSNSでつい他人の悪口や論評を書いてしまう癖のある有名人の皆様方におかれてはくれぐれもご注意願いたい。(文 = 吉沢ひかる)

当時、芸能人が薬物で逮捕され連日インシャルトークがにぎわっていた頃で、**検索ボリュームが多いけどライバルが多いという状況でした。**

多くのライバルがここで

「ロック歌手 S、演歌界の超大御所 K、超大物歌手の N は誰？トカナで話題！」

というように一つのタイトルに混ぜ込んでしまっていました。

しかしここで、

- ・「ロック歌手 S は誰？～（タイトル続く）」
- ・「演歌界の超大御所 K は誰？～」
- ・「超大物歌手の N は誰？～」

と分割して記事を書き、**内部リンクで各記事をつなぎます。**

こうすることで、例えライバルが同じことをしてきても、

**3 記事中どれか一つで上位を取ることができれば、
その記事から内部リンクで他記事に回るのでアクセ
スを取りやすいです。**

つまり分割し入口を増やすことで、ライバルに埋もれて
空振りに終わるリスクも減らしてくれるんです。

そして重要なのがここからです。

このように複数イニシャルトークを書くのは、**あえて記
事の後ろの方に出てきたものから書いて行く**というテ
クニックもあります。

例えば今回のネタなら多くのライバルが

1：ロック歌手 S

2：演歌界の超大御所 K

3：超大物歌手の N

という順番で記事を書いて行きます。

しかしそこをあえて

「超大物歌手の N」から、もしくは演歌界の超大御所 K から（後ろの方・真ん中に出てきたイニシャルから）書くんです。

例えばライバルとあなたと同じタイミングでこの記事に気づき、記事を書き始めたとします。

しかしライバルも人間です。

いきなり 3 記事書くことはできません。

なのでライバルがロック歌手 S を書いている間に、
あなたはあえて他の記事（例えば超大物歌手の N）を書くんです。

仮に同じスピードで記事が書けるとしても、
みんなロック歌手 S を書いている中で超大物歌手の N について書いているのは自分だけになるので、アクセスを独占できます。

そしてアクセスが取れたら次は K を狙い、内部リンクで回します。

**ライバルとは異なる順番で書いていくことで、
大幅なアドバンテージを作ることができます。**

実際この狙い方で、

1 日で 4 万 PV 以上の爆発を起こしました。


📌 ライバルが一まとめにするのをあえて分割。なおかつ狙う順番をずらす！

視点ずらし

これはオーソドックスなずらしの手法です。

早速具体例を見てみましょう。

山下智久（35）が高級ホテルに女子高生モデル（17）を“持ち帰り” ジャニーズ事務所の回答は……【スクープ撮】

8/7(金) 18:01 配信  12140



文春オンライン

盛り上がった「X」での飲み会だが、ひとつ問題があった

多忙な日々を送る山下にとって、友人らとの飲み会は貴重な息抜きのある場であるようだ。

「山下くんは忙しくてもよく飲みに出てはいるようですよ。若い頃は赤西仁くん（36）らとよくヤンチャしていましたが、今では落ち着いた飲み方をしています。そして、当たり前ですがよくモテる。顔がカッコいいのはもちろんですが、飲み会で初めて会った女性に対しても紳士的で優しいんです。同席した女性と連絡先を交換するとあとで『ありがとう！また飲もうね』と丁寧に連絡を入れている。無理にお酒を飲ませることも絶対にありません」（同前）

7月30日にバー「X」で行われた亀梨との飲み会にも、複数の女性が同席していたという。

「亀梨くんと山下くんの席には、一般人の男性や女性が複数人座っていました。そのテーブルにはテキーラや高級シャンパンが大量に運ばれていて、シャンパングラスやショットグラスがたくさん並んでいました。とても盛り上がっていて、数人はかなり酔っている感じでした」（飲食店関係者）

一見、人気アイドルらありふれた夜遊びの一幕だが、ひとつ問題があった。参加女性の“年齢”だ。取材を進めるなかで、この飲み会に参加していた女性は3人で、うち2人が未成年の現役高校生だということが発覚したのだ。

未成年の2人は女子高生モデル

「飲み会に参加していたのは、女子高生モデルのA子（17）とB子（18）、そして元アイドルの既婚女性C子（22）です。彼女らは港区のバーによく顔を出していて、A子は7月31日も同じバー『X』に来ていました。テーブルにはデキーラやシャンパンが並んでいましたよ。

A子はInstagramのフォロワーが5万人を越えていて、ファッション誌やAbema TVの番組にも出演しています。プリクラ機種のモデルもしているので、ゲームセンターにはA子の大きなポスターが貼られています。『週刊ヤングジャンプ』（集英社）の次世代制服美少女発掘オーディション『制コレ'20』には制服姿で登場していますよ」（同前）

そして、山下が待つホテルへ出向いたのも、この17歳の女子高生モデルA子なのだ。

次ページは：B子とタクシーに乗ったA子がひとりでホテルに現れ……



これはかなり話題になったネタですね。

ここで当然気になるのは

山下智久さんと飲み会をした「**A子、B子、C子**」です。

もちろんこれも先ほどの分割ずらしで狙うことで、
複数のコンサル生が1日で3万~8万PVの爆発を起こしましたが、これは視点を変えることでさらに
いろんな狙いどころがあります。

例えばA子について。

ニュースが出てからすぐにネット上ではA子が特定されました。

そのためこのA子の名前をメインKWにして、

無名⇒有名の法則を狙うことができます。

※無名⇒有名の法則

その人物自体に大きな注目が集まった場合、その人自身が検索される。人物名をメインキーワードに持ってきて、その人のプロフィールや関連ワードなどを狙っていく。学生の場合は「高校」「大学」なども気になる。

当然 B 子、C 子でも同様のことができ、
なおかつそれぞれを内部リンクで繋がれば、
これだけで 6 記事は書けることになります。

そして分割ずらしでお伝えした通り、

あえて順番をバラバラで書いていけば、初期のブログでもアクセスを集めることができますね。

実際当時コンサルに入ったばかりで

1 日平均数百 PV だったコンサル生が、

この狙い方で **1 記事で 3 万 PV** の爆発を起こしています。

 **メイン KW を変更してずらす！**

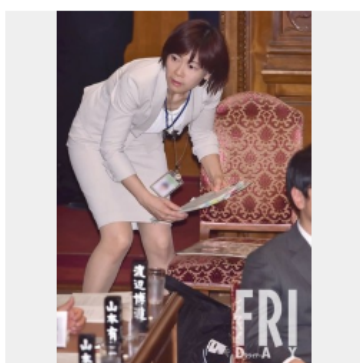
フライングずらし

まずは以下の記事をご覧ください。

「上野樹里似」大荒れコロナ国会で厚労大臣を支える美女の秘密

3/17(火) 6:31配信

FRIDAY DIGITAL



野澤秘書官事務取扱は、国会内でキビキビと動いて、厚労大臣をサポートし、政治記者の間でも話題になっている

今国会でやたらと目立つ美女がいる。

加藤勝信厚労相の後ろに控えている野澤めぐみ秘書官事務取扱（'00年入省）だ。新型コロナウイルス対策に関する質問を野党から投げかけられるたびに、彼女が山のような資料から該当の書類をテキパキと抜き出しては大臣に耳打ちする。

自民党大会で注目！ 片山さつき「美人秘書」のプロフィール

「彼女は一橋大学卒で、新聞社勤務を経て入省したキャリア官僚です。OECD（経済協力開発機構）に出向してロンドンに赴任していたこともあり、英語が堪能。厄介な仕事であっても淡々とこなすクールな女性ですね」（厚労省関係者）

政治ジャーナリストの角谷浩一氏は次のように語る。

「秘書官事務取扱は課長になる直前の役職で出世コースの一つ。とくに厚労省では

この美人秘書かなり気に入りますよね！

「政治家×美人」という時点でかなり気に入りますが、
それに加えて「上野樹里似」となるとなおさらです。

当然この人に「無名⇒有名の法則」が当てはまり需要も大きかったです。

実際コンサル生が、この記事で1日で8000PVほどアクセスを集めました。

しかし、重要なのはもう一歩踏み込むこと。

このネタ自体ニュースが出た後に早い段階だとライバルも少なかったですが、**どうせならさらに早く仕込むべきです！**

そう、**前もって雑誌の新聞の見出しをみて**仕込むことができたんです。

このちょっと前の雑誌の新聞に載っていた内容はこちらです。（リンクは発売後なのでバックナンバーになっています。）

⇒[雑誌の新聞](#)

上から二つ目に

「回答に窮する厚労大臣を支える「上野樹里似」美女－荒れるコロナ国会で注目」

「◆ 野澤めぐみ秘書官事務取扱、キャリア官僚、OECD、加藤勝信厚労相、ジャーナリスト・角谷浩一、安倍晋三首相」

という内容が書かれていますね。

つまり前日にこのネタを仕込んでおくことでライバルは0ですし、初動をキャッチできればかなり有利なんです

このように、情報を前もって仕入れることで、

ライバルより先に記事を仕込み、爆発させるのが「フライングずらし」となります。

📌 ライバルより先に仕込みタイミングをずらす！

(次のページへ)

打ち間違いずらし

これはちょっと特殊なずらしです。

難しい漢字の名前の芸能人などを検索する時、**一定数の人が間違っ**て検索してくることがあります。

例えばこんなネタです。

「日本一着たい」制服デザインを「日本一制服の似合う」女子高生が着用

2/4(火) 17:30配信



第7回日本制服アワードグランプリの三浦羽衣さんが制服デザインアワードグランプリの制服を着用
(C) Deview

人気の制服ブランド「CONOMI」が主催する『日本制服アワード』の新部門、「日本一着たい制服をデザインするコンテスト」である『第2回制服デザインアワード』の授賞式が2日、原宿・ベルエポック美容専門学校で開催。受賞デザインから制作された制服を、第7回制服アワードをモデル部門受賞者が着用しランウェイをウォーキングした。

【写真】準グランプリ受賞の齊藤あやめさん。

第2回制服デザインアワードのグランプリには、新潟県の高校3年生、高沢唯花さん、準グランプリには福島県の高校3年生・小林未歩さんが輝いた。受賞デザインについて、特別審査員を務めた、株式会社このみ代表取締役社長・相浦孝行氏は「今年受賞した二人の作品は“未来感”“実用性”という制服にとって大切な部分が描けていました」と賛辞を贈った。

授賞式では、東京北参道にある服創りスペース「andMade」の協力で制作された受賞デザインの制服を、第7回制服アワードグランプリの三原羽衣さん、準グランプリの斉藤あやめさんがそれぞれ着用してランウェイをウォーキングした。

小林さんは題名の「まるで魔法のような」について、「高校3年間はあるという間で、本当に魔法のようでした。そんな魔法のような時間を可愛い制服で過ごしたいという想いでデザインしました」と解説。「スカートのフレアの柄の切り替えを直線ではなく、三角形が連なっているように表現した」と作品のこだわりについて語り、「将来は世界で活躍できるファッションデザイナーになりたい」と夢を語った。

高沢さんの作品タイトルは、フランス語で上品という意味の「ラフィヌモン」。「自分が着たくなる制服として、実用性を大事にシックに仕上げました」とそのコンセプトを語る。こだわりは「靴下とスカートの間の脚を見せたかったので、敢えてスカートを短くしたところ。でもそれだけでは子供らしさが出てしまうので、色をシックにしました」。そして将来は「自分がやりたい絵やデザインについて、自分で決めてチャレンジできる人になりたい」と意気込みを語った。

【関連記事】

このニュースで紹介されている「**三原羽衣さん**」は**日本一制服が似合う女子高生**ということで、注目が集まります。

なので「**無名⇒有名の法則**」が適用できますね。

※おさらい：無名⇒有名の法則

その人物自体に大きな注目が集まった場合、その人自身が検索される。

人物名をメインキーワードに持ってきて、その人のプロフィールや関連ワードなどを狙っていく。今回の場合高校生なので、「高校」も気になる。

ただ重要なのはそこではなく、

よく読んでみると、ネタ元の記事が名前を間違えています。


正しい彼女の名前は「**三原羽衣**」ですが、

ニュースサイトでは「**三浦羽衣**」とも書かれています。

そしてこの記事を読んだ人の目線に立ってみると“**三原羽衣さん**”で検索する人もいれば、“**三浦羽衣さん**”と間違った名前を検索してくる人もいます。

たとえば、三原羽衣さんではライバルが多くて上位が取れなくても、**三浦羽衣ならライバル0**です。

このように検索者の「打ち間違い」を狙って
ずらして記事を書くのが「打ち間違いずらし」です。

 あえて間違った名前を利用する！

極意その 4 : ホームランだけではなくヒットも狙う。

短期で結果を出す人は、実は**プチ～中爆発を卒なく当てるスキルが高いです。**

1 万 PV 以上のアクセスの大爆発を狙うのは大前提ですが、アクセスのプチ・中爆発も狙うことができれば、自分の**ネタ選定の引き出し**を一気に増やすことができます。

つまりネタ選定ではホームランだけではなく、

確実にヒットを打ち空振りをしてしないことが重要です。

例えば 3000PV の爆発を頻繁に起こせば、かなり
ブログの強さが底上げされますし、

これくらいのプチ～中爆発をコンスタントに起こすことが
できれば、立ち上げ初期のブログでも**最短で月収 3
万円～5 万円へとブログを成長することができます。**

■この感覚を付けていただくために、今回はいくつかプ
チ～中爆発の練習問題を用意しました。

今回用意したのは 1000PV～5000PV といったプ
チ・中爆発の例ですが、

このプチ・中爆発の具体例を公開しているブロガー
ははっきり言ってほとんどいません。

ちょっと変わった狙いどこのネタなのでこれを機に**ネタ
選定の視野**を広げてください！

問題文を読んで、狙う KW とタイトルを考えてから
答え合わせをすると効果的です！

思考力を鍛えていきましょう！

1000PV~5000PV の爆発の練習問

題

【問 1】

ネットで“簡単”“お得”な東京へのおでかけを提案する「オオサカブックマーク」は、新幹線とホテル・特典等がセットになった旅行商品や、最新の東京情報を提供しています。

この度、「オオサカブックマーク」では、夏の期間限定特別プランの発売にあわせ、人気お笑い芸人を起用した新 TVCM と連動した「カズレーザーが描いた場所が一体どこなのか当てれるモーナンミコミコ！キャンペーン」を6月17日（土）より展開します。

TVCM 内のクイズでカズレーザー画伯がフリップでオススメする“東京のある場所”の絵がどこなのかを当て

て応募すると、カズレーザー監修による 12 本入りカラーマーカーセットが抽選で 1,000 名様に当たる内容となっております。

カズレーザーさん曰くヒントは「隅田川の近く」とのこと。


ぜひ皆さんも東京の観光スポットをイメージしながら、カズレーザー画伯が描いた場所を当てて、オリジナルマーカーをゲットしよう！

【答え 1】

 狙ったキーワード

「カズレーザー cm 絵 場所」

「カズレーザー cm オオサカブックマーク」

 タイトル例

カズレーザーが cm で描いた絵の場所は？オオサカブックマークの答え！

これは CM を見ていた人、そしてこのニュース記事を見た人をターゲットとしました。

狙ったのはもちろん**クイズの答えとなる“場所”**です。

CM を見た人は純粹に場所が気になるし、このキャンペーンに申し込んでプレゼントがほしいと思う人なら、なおさら答えを知りたいはずです。

当時このネタ元自体はそこまで有名なニュースサイトではなかったのですが、

CM を見ている人が一定数いるし、CM は長期間放送されるので、いきなり大きな爆発はしなくてもじわじわアクセスが続くのではないかと考えました。

ネタに気づいた時は少し時間が経っていましたが、今回は CM ネタの要素があるので「**CM 放送中は話題になるはず・・・**」と思って記事を書きました。

CM に気づけていないライバルが多かったので、ライバルは 1 人しかいませんでしたし、

質の良い記事を書いたのでその後順位は逆転し、1 位になったのもあって**毎日 300PV～500PV**ほどアクセスが来たので美味しいネタとなりました。

ちなみにこの間もほぼ同じパターンでコンサル生が 3000PV ほどの爆発を起こし、数日間地味にアクセスを集めました。

【問 2】

人気俳優、船追二郎の不倫のニュースが連日話題になっている。

船追二郎と言えば「2 時間ドラマ」。「2 時間ドラマ」と言えば片岡さつきである。

そしてここに実は面白い話がある。

もともと船追二郎と片岡さつきはドラマの共演や、バラエティでの軽妙なやり取りがきっかけで、当時交際の噂が流れていた。

しかし現在の嫁である松坂和代と結婚してから、「船追二郎と片岡さつきは共演 N G」という話が出回ったのである。

そして、ちょうどそのころ頃から、船追二郎はドラマや雑誌のインタビューで自分の出世作である「二時間ド

ラマ」の話を全くしなくなったのは業界では有名な話だ。

そんな船追がこの前出演したテレビ番組でいきなり「二時間ドラマ」の話をし始めたのである。


私を含め業界では、この「二時間ドラマ解禁」＝「片岡さつき解禁」ととらえている。

船追さんは、いわゆる“卒婚”状態のまま、夫婦を続けていくようにも見えていたが、私は、「片岡さつき解禁」となったこの不倫騒動後、ああ、もう船追さんは何も松坂さんに遠慮をしていないんだな、と見た。


今回の不倫のニュースは彼にとって痛手だが、プライベート面ではまさに「障害がなくなった」という感じだ。

不倫騒動について他人事ながら、なるべく早く解決すればいいと思う。そして船追には、また「2 時間ドラマの帝王」として輝いてもらえたら私は嬉しい。

【答え 2】

 狙ったキーワード

船追二郎 片岡さつき 復縁

 タイトル例

「船追二郎と片岡さつきは復縁するの？～」

当時船追二郎さんが不倫をして、嫁の松坂和代さんとバチバチに争っていた状況で、連日このニュースが話題になっていました。

僕はこのニュース記事を読んだ時に、純粹に「船追二郎さんと片岡さつきさんってもしかして復縁するのかな？」と思いました。「復縁」はあまり見慣れないKWですが、**話題性も高かった**のでとりあえず「復縁」で記事を書いてみました。

僕がこのネタに気づいて6時間ほど経っていましたが、ライバルが書いていなかったのと追二郎さんの不倫の話題はしばらく続くと考えたので書きました。

このネタは 1 日 500PV ほどのアクセスでしたが、長期間検索され、合計で 7000PV 稼いでくれました。この問題はちょっと難しかったですね。

【問 3】

東田アナウンサーが、テレビ番組「サンデージャパン」の MC で突如呂律が回らなくなり、途中退席するという事件が起こった。

突然の出来事にスタジオはざわめき、女医の東川が容態を見る状況に。

そして、注目が集まったのはそれだけではない。


この出来事の直前に起こった「ある出来事」に「怪現象か」などと騒ぎになっている。

ネット民によると東田アナがアナウンスをする前に『子どもが誰かを呼ぶような声』が聞こえたということ。

実際に動画を確認してみると、確かに音声を確認できる。


まさかの「幽霊騒ぎ」にネットも興味津々だ。

【答え 3】

 狙ったキーワード

「サンジャパ 謎の声 正体 10/29」

「サンジャパ 謎の声 動画 10/29」

 タイトル

「サンジャポ(10/29)の謎の声の正体が判明！幽霊ではなく××だった！」

「サンジャポに謎の声が入った時の動画は？」

10/29 放送分に幽霊の声が・・・」

当時 Yahoo リアルタイムの上位にこの番組の名前が上がっていました。**いわゆる放送事故ネタ。**

このネタは気づいてから、放送後 4 時間ほど経っていて、当時は「正体」の方の記事を書きました。

このネタはその日だけで 2500PV ほどゲットすることができましたが、「動画」という KW でも書いておくべきだった・・・と思いました。

ハプニングや普段起きないシーンなど、その「様子を見たい・気になる」という場合は「動画」という KW が検索されやすいです。

このパターンも同じパターンで、コンサル生も何度も爆発を起こしています。

【問 4】


3月21日放送のテレビ番組、「今夜食らってみました」に松本俊が登場。

テレビでは彼のプライベートから今ははまっているものなどを語り、スタジオは大きく盛り上がった。

番組後半では松本俊が普段使っている香水を紹介。

司会の新垣このみは「収録終わったら買い占めてきます！」とコメントし、笑いを誘った。

【答え 4】

 狙ったキーワード

「松本俊 香水 ブランド こんくら」

「松本俊 香水 値段 こんくら」

「松本俊 香水 ブランド 最新」

「松本俊 香水 ブランド 2019」

📌 タイトル例

松本俊の香水のブランドや値段は？最新(2019) をこんくらで紹介！

テレビを実際に見て書いたネタです。それだけではなく
人気アイドル**「松本俊さんの香水」**ということで話題
性としても抜群です。

ファンは**「同じものがほしい」**という心理が働くので、
松本俊の使っている香水はかなり気になります。

ただ当然人気アイドルの香水なので、安定ネタとして「松本俊 香水」という KW で、すでに強いブログが記事を書いていたのが問題でした。

「松本俊 香水 ブランド」では勝てないので、あえて「“今夜食らってみました”で紹介された香水」と限定するために「“今夜食らってみました”」の愛称である「**こんくら**」を追加。

(これも追加ずらしですね！)

さらに今回は「**最新**」「**2019**」という KW で差別化してみました。

アップ当日は 1000PV くらいでしたが、その後もチョコチョコアクセスがあったので、合計 5000PV ほど稼げました。

また、こういったネタは**楽天アフィリエイトを絡めることで、報酬を格段にアップさせることができる**のでおいしいです！

このパターンでも僕、だけではなくコンサル生も何度も爆発を起こしています。


【問 5】

来週放送予定の人気バラエティ『木曜日はタウンタウン』のある企画が話題になっている。


「3月31日深夜に芸人コンビななまがりを拉致し、何も情報が入らない状況で新元号が『令和』ということ当てなければいけない企画が今後放送されることが予告されたんです。そこからすぐ、ネットを中心に“果たして当てられるのか”と話題になりました。」

果たしてななまがりには新元号を当てることができるのだろうか。

【答え 5】

 狙ったキーワード

「木曜日はタウンタウン 新元号 やらせ」

 タイトル例

「木曜日はタウンタウンの新元号企画はやらせ？ 令和を当てたか徹底検証！」

これは上記のネタ元を見て気になり、実際テレビを見て書いた記事です。この番組は毎回過激な企画を行っていて、この時はまさかの新元号を当てられるまで帰れないという企画でした。

新元号は「令和」という当てようがないものだったのに、まさかの番組中に正解。

常識的に考えて**あり得ないな・・・**と思って、「やらせ」という KW を狙いました。

この「やらせ」という KW はテレビや youtube の「あり得なくない??」という企画で結構検索されたりするので、覚えておいて損は無いかと思います。

ちなみにテレビを見なくても、**前もって「やらせ」という KW を仕込んでおくのもアリ**でしたね。

■ 練習問題は解けましたか??

こうやって大爆発ネタだけではなく、

ヒットネタも学習することでネタ選定のバリエーションが増えていきます。

なのでどんどんいろんなネタに

チャレンジしていきましょう！

「書くネタがありすぎて困る・・・」その理由 とは？

今回は**ネタ選定の4つの極意**をお伝えしてきました。
た。

ポイントを抑えたら、ぜひご自身のネタ選定に取り入れてアクセスの爆発の快感を味わってください！

■ネタ選定は**正しいノウハウで勉強すればするほど、狙えるネタが広がっていく**のでネタ選びが楽になってきます。

これが

「集客のスキルアップ」です。

集客のスキルが上がれば上がるほど当然収益は上がってきますし、そのスキルを応用することで僕のコンサル生のように

・自分のコミュニティを持つ& **月収 100 万**を目指す

・事業主さんの**集客コンサル**や HP の管理で安定的に稼ぐ

・**自分の好きな**“恋愛のノウハウ”で情報発信をする

といった活躍をすることもできます。



れんさん

8月26日 20:13

こんばんは

一応メルマガ書いてみました。

100回ぐらい添削されそうですね（笑）

またお手すきの時お願いします(^^♪

📎 ファイルをアップロードしました

2020年8月17日



お疲れ様です！

すみません。

前回の通話の時にお話した [redacted] システムの情報発信について、記憶が曖昧なところがあるので、確認させてください。

前回、そのサービスのリンクと誰が作ってるのかがわかるように、 [redacted]

将来的にその知人がつくったさまざまなアプリの情報が蓄積されてるような状態を目指すということでしょうか？

また、この場合おすすめしていただいた [redacted] まどういったポイントで活用するのがいいでしょうか？

8月17日 23:42

■ 僕は、ブログだけで終わらず

ブログを通して“成長”することで、

本当にやりたいことに時間やお金を使ったり、

叶えたい夢に向かって努力したり、

時には仲間と一緒に思いっきり遊んだりなど、

**本当の意味での「自分の人生」を生きてもらいたい
と思っています。**

そのため僕は、

×：ただ収益を上げる稼ぎ方ではなく、

○：スキルアップする情報

をメルマガで発信したり、

コンサル生に指導しています。

そして今後僕のメルマガでは

- ・1万PV以上のアクセスを“狙い撃ち”する爆発の公式
- ・30分で記事を書く賢い記事作成テクニック
- ・200案件以上こなして築いた唯一無二の外注戦略
- ・最短でブログを資産化するための“おいしい安定ネタ”をざくざく見つける手法
- ・3万PVで収益10万円をたたき出した『トレンド×楽天の戦略』

といった他では手に入らないオリジナルブログノウハウだけではなく、

- ・2か月半で月収31万円稼ぐ思考力を付けるマール秘テクニック！

・ブログで年収 300 万以上アップさせるために必要な 3 つの最優先事項

・登録者数 10 万人越えの YouTuber にこっそり教わった集客の秘密

・1 日 3 時間の作業でも 1 年で脱サラできた目標設定のコツ

など、**稼げない時期から稼げるようになるまでに**必要な**“成長”するためのノウハウ**をお届けする予定なので、ぜひ参考にしてください♪

■ 今回のレポートは、具体例を多くおせることで、なるべくイメージが湧きやすいように作りました。

しかし一度に多くのことをお伝えしているので、分からない部分は遠慮せずにメールで質問してくださいね。

僕もモチベーションが高い方と積極的に繋がっていき
たいので、質問に限らずレポートの感想やブログでの
お悩みなどをいただけると僕も嬉しいです。

いただいたメールは一通一通しっかり読んで、
個別返信できるようにしていますし、
今後のメルマガにも反映させて行きたいと思いますの
で、よろしくお願いします！

では、最後までお付き合いいただき、
ありがとうございました。

作成者：れん

連絡先：renmiyabi@rena7.com

公式ブログ：<https://miyabi456.com/>