

各ブログジャンルで抑えておくべき
ずらしのパターン 4 選と
見落としがちなネタ選定の
重要ポイント！

【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

各ブログジャンルで抑えておくべきずらしのパターン！	8
インフルエンサーネタ	10
速報ネタ	20
商標ネタ	31
季節ネタ	37
ブログジャンルごとの見落としがちなネタ選定の重要なポイント！	50
速報ネタ	51
インフルエンサーネタ	59
商標ネタ	64
季節ネタ	70
【ジャンル共通】見落としがちだけどネタ選定で重要なこと！	77
ネタ選定の時間を区切る	78
ネタのストックを作る	80
ネタ選定のルーティンを作る＆定期的に変える	83
ネタと一緒に相性の良い asp パターンも知っておく	87
組み合わせる事で選択肢を広げる	90
最後に	94

こんにちは！れんです。

この度は僕の追加レポート

**「各ブログジャンルで抑えておくべきずらしのパターン
4 選と見落としがちなネタ選定の重要ポイント！」**

を受け取っていただきありがとうございます。

このレポートでは、僕が洗練させてきた

ネタ選定のずらしのテクニックや考え方をお伝えしていきます。

■メルマガでもお伝えしましたが、

結果が出るスピードは視点の数に比例します。

特にネタ選定では、

視点が少なければ

“限られた上位表示枠”を巡った、

奪い合いが続いてしまいますし、

それを続けていけば徐々に消耗してしまい

いつかは挫折してしまいます。

一方で視点を増やせば増やすほど

無駄な競争がグッと減っていくので、

ブログ運営に余裕が出てきます。

■そして今回は、

視点を増やすのはもちろん、

ネタ選定の理解がより深まるように

「各ブログジャンルで

抑えておくべきずらしのパターン！」

だけではなく

「特に見落としがちな

ネタ選定の重要なポイント！」

もお伝えしていきます。

これらを抑えることで

あなたも僕のコンサル生のように

「半年で月収 2 万⇒66 万&脱サラ！」

「1 か月半で月収 6500 円⇒12 万&自分のコミュニティを持つ！」

「2 か月半で月収 20 万&集客のスキルをリアルビジネスに応用！」

...

といったように急成長するも可能なので、

ぜひ読み込んでご自身のブログ運営に取り入れてみてください！

各ブログジャンルで抑えておくべきずらしのパターン！

ここでは

・僕がおすすめしている

「インフルエンサーネタ、商標ネタ、季節ネタ」

・そしてリクエストいただいた速報ネタ

それぞれについて、特に抑えてほしいずらしのパターンを紹介しています。

これまで僕は、これらのジャンルすべてで、
多くのコンサル生を月収 10 万越えさせてきましたが、

ずらしのテクニックって、ネタのジャンル毎に
さまざまなものが存在します。

そして今回は各ジャンルのずらしの中で、
汎用性の高いものを厳選しました。

使いこなせば

ネタ選定の**効率が圧倒的**に上がるはずなので、

覚えたらぜひ実践で活用してみてください。

ちなみに各ブログジャンルで紹介しているずらしのテクニックは、他のジャンルでも応用できるものも多いです。

また、満遍なくインストールすることで、
より思考部分が見えて来ると思うので、
自分に取り組んでいないジャンルの、
ずらしのテクニックもぜひじっくり読んでみてください。

インフルエンサーネタ

インフルエンサーネタは
僕がおすすめているネタの一つです。

難易度が低いので初心者でも取り組みやすく、
アクセスを集めやすく安定もするので、
資産ブログを構築するのにぴったりです。

今回はインフルエンサーネタの
"安定的に需要がある"という特徴を最大限生かし
たずらしのテクニックを紹介します。

それが、
「後追いつらし」です。

後追いつらしとは、

すでにライバルが多いネタに対して、

“後からできた”キーワードを狙いうちする

テクニックです。

活用できれば

需要が高いネタの穴場キーワードを掴んで、

効率良くアクセスを積んでいくことができます。

■ ということかと言うと・・・

需要の高いインフルエンサーは、

一見ライバルが多くて狙えないように感じますが、

需要が大きい分、動画を出すたびに新しいいろんな検索ニーズが生まれます。

つまり、需要の高い人物であればあるほど、その人物のキーワードの代謝が激しく、新しい yahoo の関連ワードがしやすいんです。

この性質をそのまま利用してしまいます。

ポイント

Yahoo の関連ワードはグーグルより変わる頻度が多いです。

ここを上手く利用して、新たに表れた関連ワードを狙い撃ちしましょう。

多くのライバルがこういった細かい変化に気づかず、意外と**需要の高い関連ワードが野放し状態となってい**たりします。

これを狙っていくことで、
需要の高いネタで上位表示させ、
アクセスを効率的に集められるわけです。

■例えば超人気 youtuber

「カノクスター」を見てみましょう。

カノックスターはチャンネル登録数 153 万人の人気インフルエンサーで、

ニュースサイト等でも彼の話題を結構見かけます。

これだけ人気だと一見狙いどころはなさそうです。

実際「彼女」などの鉄板ワードは、
かなりライバルが多いです。

ただ、他のワードも確認してみると
「カノックスター 元カノ」というキーワードが空いています。

intitle:カノックスター intitle:元カノ

×

検索

+ 条件指定

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約10件 1ページ目

 <https://kayuitokoronite.com> > YouTuber ▼

カノックスターの元カノは誰？現在の彼女や好みのタイ...

2023/2/9 - カノックスターの元カノは誰？ 2022年3月の投稿で、カノックスター（以下、カノ）さんは、「2年間同棲していた彼女と ...

カノックスターの元カノは誰？ - しなこ(インフルエンサー)の可能性 - きりまるの可能性

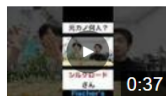
 <https://www.tiktok.com> > Discover ▼

カノックスター 元カノ | TikTokで検索

カノックスター 元カノ · 17.2M 回視聴 · TikTok (ティックトック) でカノックスター 元カノ関連の動画を探そう。

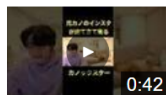
 Yahoo!検索 (動画)

intitle:カノックスター intitle:元カノの動画



元カノ何人ですか？【切り抜き】#カノックスター #シルク...

YouTube - カノックスター【切り抜き】まとめ
1か月前



元カノのインスタが出てきて焦るカノックスター【三上悠亜...

YouTube - かつや / カノックスター【切り抜き】
2022/11/19

 <https://www.tiktok.com> > Discover ▼

カノックスター元カノ | TikTokで検索

カノックスター元カノ · 141.9M 回視聴 · TikTok (ティックトック) でカノックスター元カノ関連の動画を探そう。

 <https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp> > question_detail

カノックスターさんの元カノは、誰なのでしょう？知...

2023/2/11 - カノックスターさんの元カノは、誰なのでしょう？知っている方がいれば教えてください。 たしか一般女性って言っていました。

 <https://twitter.com> > kanockstar > status ▼

一人書いていますが、他は SNS のページ等ですね！

調べてみると youtube 動画の中で、

「元カノ」の話が出てきたようです。

その時に

「元カノ」が新しい関連ワードとして生まれたので、

それ以前にカノクスターに目を付けていたライバルが
気づいていないようです。

こんな感じで

とある動画がきっかけで新しいワードができる

⇒その後も検索される

というパターンは多いです。

■ 検索ボリュームを見てみると、かなり大きいです。

Ubersuggest拡張機能

無効 ☐ 有効 ☒

Ubersuggest 📄 CSVで出力 ● ▼

こんな傾向があります.... [項目を隠す](#)

[関連](#) [候補](#) [疑問](#) [関係](#) [比較](#)

☐ キーワード	Vol	CPC	SD
☐ カノックスター 元カノ	480	¥0	18

Ubersuggest 1 - 0 / 10 < >

■ こんな感じで

人気インフルエンサーであればあるほど、
その人物のちょっとしたことが注目されて
新しいワードがどんどん生まれます。

ライバルも、人気インフルエンサーは
初めからライバルが多いと捨ててしまっていたり、
すでにこれらのインフルエンサーで記事を書いているも
細かく確認していないかぎり見落としています。

■なので、

この「後追いずらし」が出来るようになると、
狙えるインフルエンサーがかなり増えますし、
需要の高い人物の穴場を狙い撃ちすることができます。

結果ネタ選定の難易度が下がるのと同時に、
効率的に安定アクセスを積み上げて行けるので、
あなたもぜひ後追いずらしを活用してみてください！

速報ネタ

■ 速報ネタにもいろんなずらしが適用できますが、
その中でも汎用性が高いのが「**視点ずらし**」です！

視点ずらしとは、

狙うキーワードに対して、

新たに KW を加えることでずらすテクニックです。

KWを追加することで、

内容を「具体⇒抽象」へと変化させることで

上位表示を狙います。

■例えば最近薬物で

とある俳優さんが逮捕されましたね。

その際、

「情報提供した人物は交際女性か」というニュースが出ました。

すると当然

「（俳優名） 彼女」と検索されます。

ただ、当然これはライバルが多いので、
上位表示は難しいです。

しかし、

その後いろんなニュースサイトから

関連記事がたくさん出て、交際相手について

「交際相手のモデル」

「a 子」

といったいろんな切り口の紹介がされました。

となると、

それを見た人の一定数は

「（俳優名） 彼女」だけではなく、

「（俳優名） 彼女 モデル」

「（俳優名） 彼女 a 子」

「（俳優名） 彼女 名前」

...

といったようにいろんな検索をしてきます。

実際見てみると

その後関連ワードが出来ていました。

	彼女
	彼女 モデル
	彼女 モデル 誰
	彼女 誰
	彼女 モデルa
	彼女 現在
	彼女 a子
	彼女 meg
	彼女 名前
	彼女 画像
	彼女 通報

※あくまで例で、こういったネタは特定の人物の名前を出して断定しない方が良いでしょう。

このように、

KW を追加することでずらすことが可能です。

特に大きいニュースは

先ほどお伝えしたように後からいろいろ追加ニュースが出るので、

その度に新しい切り口が出来たりします。

なので、

追加ずらしを使いこなすとライバルの多いネタでも、
いろんな切り口からアクセスの爆発を起こせるようになります。

■これって速報ネタで頻発する

いろんなキーワードに応用できます。

例えば、誰かが引退して

「理由」が検索される場合は、その状況に応じて

「○○ 引退理由 本当」「○○ 引退理由 結婚」...

といったようにいろんなキーワードが検索されますし、

芸能人の不倫が話題になって、

ホテルが検索される場合は

「○○ ホテル 場所名」「○○ ホテル 地方名」...

...

といったようにいろんなキーワードが検索されます。

■そして、

間の良い方はお気づきかと思いますが、

こういった追加ずらしのキーワードって、

だいたい決まっています。

予めスプレッドシートなどに抑えておくと、

いざネタが出た時に迷わずかけるので良いです。

例えばこの前有名女優の不倫が話題になっていて、
その際旦那さんが会見を開きました。

その時も

「（旦那名） 会見 動画」以外にもいろんなキーワードが検索されていることが分かります。



- ✓ 会見 全文
- ✓ 会見 内容
- ✓ 会見 動画
- ✓ 会見 意味不明
- ✓ 会見 質疑応答
- ✓ 会見 場所
- ✓ 会見 評価
- ✓ 会見 違和感
- ✓ 会見 記者
- ✓ 会見 感想

そして、謝罪会見って
かなり注目が集まって、
その度にいろんなキーワードが検索されます。

なので、こういったキーワードをストックしておけば、

次回同じように有名芸能人の謝罪会見があった時に「狙えないかな・・・」という視点で見ることが出来ます。

ちなみに

ストックの方法はこちらにも書いているのでぜひ！

⇒キーワードストックの仕方！

■余談ですがこういったキーワードストックは速報ネタに限らずいろんなネタで作っておくのがおすすめです。

見える化することで、
新しいアイデアが思いつくことも多いですし、
何度も繰り返し眺めることで
自然にいろんなキーワードが使えるようになるからです。

というわけで、
今回は速報ネタで汎用性が高いずらしの一つ
「追加ずらし」を紹介しました。

追加ずらしは使いこなすと、
この一つのずらしだけで圧倒的に視野が広がるので、
ぜひ活用してみてください！

商標ネタ

以前お渡しした無料レポートでも少しだけ触れましたが、コロナ後は美容や健康の意識が高まってきています。

そのため、これらのジャンルで

どんどん新しい商品が生まれているので、

商標ブログが稼ぎやすい環境になりつつあります。

そして

ある程度大きい会社やブランドの場合、

一つの商品ではなく

化粧水、シャンプー、リップクリームなど、
いろんな商品を販売していたりします。

これをそのまま利用するずらしのテクニックが、
「分割ずらし」です。

■ ということかと言うと、
複数の商品を持っているブランドや会社に対して、
いろんな個別の商品で狙えるものを探していきます。

あくまで例ですが、

「フィービー」という人気まつ毛美容液であれば、

「セラムショット」という商品も発売しています。

そのため

「フィービー 販売店」と狙うのではなく、

「フィービー まつ毛美容液 販売店」

「フィービー セラムショット 販売店」

...

という形で個別の商品名を狙っていけば、
穴場ネタを見るけることが可能です。

意外と多くのライバルが

「フィービー 販売店」とだけ狙ったり、

まつ毛美容液でライバルが多いからといった理由で
そこで他の商品は探さず諦めたりします。

しかし、こうやって一つのブランドに対しても、
いろんな商品を個別に分割して狙っていくと
狙えるネタのバリエーションが増えます。

■そして、

「人気ブランドの新規商品」が

発売された時に気づけるとかなり美味しいです。

ライバルがまだ書いていないうえ、

企業も商品を少しでも売るために、
多額の資金を使ってネイティブ広告 CM が打たれる
場合が多いので、始めたてのブログでも

1 記事で一気に収益を上げることも可能です。

■ ちなみに同じブランドの商品だけど

商品 A は ASP があるけど商品 B は無い・・・
という場合もあります。

ただ、ASP が無い商品も

高単価商品の場合は楽天など別の広告を訴求して
収益を上げるという選択肢もあります。

また、スイッチングできるものもありますし

ブログの評価を上げるためにアクセスを集めるだけでも意味はあるので、

その場合は ASP が無くても狙って OK です。

■ 今回お伝えした内容を

意識するだけでも売れる商品を選ぶ率がグッと高まります。

また、マニュアルで紹介した

「店舗系ワード」「比較系ワード」

といった他のずらしと組み合わせると

狙いどころがさらに広がっていくのでおすすめです！

季節ネタ

シーズン中はアクセスが安定し、
爆発も起こせる季節ネタ。

特にコロナの意識が薄くなっているので、
今年はイベント系が熱いです。

実際、僕のコンサル生で季節ネタを狙っている人も、
GW もアクセスが取れましたし、
すでに始まっている祭りネタや
花火ネタでアクセス爆発を起こしています。

そして、

季節ネタは切り口が豊富なので、

少し視点をずらすだけで狙いどころがたくさん生まれます。

ここでは

そんな切り口を効率よく見つけるためのテクニック

「類似語ずらし」を紹介します。

■「類似語ずらし」とは、

花火、福袋といったネタのワードを

類似ワードに変えることで新しいネタ・キーワードを発掘するテクニックです。

例えば花火ネタ。

まず考え方として花火がアクセスを集める理由って、
大勢の人が集まるイベントだからです。

つまり

「花火大会⇒夏のイベント」ということです。

ここを抑えながら

「花火大会」の類義語を考えると、

・花火大会

⇒夏祭り、ほたる祭り、七夕まつり、夏フェス、その他
まつり・・・

といろんな類義語ワードに置き換えることができます。

なので、花火大会だけではなく

こういった夏のイベントも合わせて狙っていくと、

ネタ選定がグッとやりやすくなります。

■例えば福岡県北九州には

『**小倉祇園太鼓**』というイベントがあります。

これを確認してみると

検索ボリュームが大きいです。

Ubersuggest

🔗 CSVで出力

● ▼

こんな傾向があります....

[項目を隠す](#)

[関連](#) [候補](#) [疑問](#) [関係](#) [比較](#)

☐ キーワード	Vol	CPC	SD
☐ 小倉祇園太鼓	1,900	¥0	47
☐ 小倉祇園太鼓 2022	1,000	¥0	32
☐ 小倉祇園太鼓 2021	210	¥0	57
☐ 小倉祇園 太鼓 うるさい	140	¥0	13
☐ 小倉祇園太鼓保存振興会	110	¥0	31
☐ 小倉祇園太鼓 暴れ打ち	90	¥0	19
☐ 小倉祇園太鼓 歴史	90	¥0	18

サジェストもたくさん出てきます。

- Q 小倉祇園太鼓 2022
- Q 小倉祇園太鼓 日程
- Q 小倉祇園太鼓 暴れ打ち
- Q 小倉祇園太鼓 歌
- Q 小倉祇園太鼓 歴史
- Q 小倉祇園太鼓 始まり
- Q 小倉祇園太鼓 お囃子
- Q 小倉祇園太鼓 いつから
- Q 小倉祇園太鼓 ジャンガラ
- Q 小倉祇園太鼓 特徴

不適切な検索候補の報告

[小倉のおきおんさん写真コンテスト](#)

小倉祇園太鼓（こくらぎおんだいこ）は福岡県北九州市の小倉で400年近 ...

一方でライバルが少ないですね。

「日程」でもまだ、ライバル 2 人しかいないです。

intitle:小倉祇園太鼓 intitle:2023 intitle:日程

×

Q 検索

+ 条件指定

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約2件 1ページ目

 <https://fukuoka-ropponmatsu.com> > 2023kokuragiontaiko ▼

[【2023年】福岡・北九州『小倉祇園太鼓』開催！日程や...](#)

2023/5/21 - 福岡・北九州市の小倉で行われる小倉祇園祭は、別名「太鼓祇園」と呼ばれるほどに太鼓が主役のお祭りとなっています。そんな『小倉祇園太鼓』が2023年 ...

 <https://wavenews201820.com> > イベント ▼

[小倉祇園太鼓 2023 日程や会場へのアクセス、周辺駐車場...](#)

2022/9/6 - 例年だと7月の三週目行われていて、2022年は7月15日（金）から17日（日）にかけて行われました。下記の ...

小倉祇園太鼓とは？ - 小倉祇園太鼓の見どころ - イベントスケジュール

 Yahoo!検索（画像）

[intitle:小倉祇園太鼓 intitle:2023 intitle:日程の画像をすべて見る](#)



「屋台」だとライバル 0 です。

intitle:小倉祇園太鼓 intitle:2023 intitle:屋台

×

Q 検索

+ 条件指定

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約0件 1ページ目

「intitle:小倉祇園太鼓 intitle:2023 intitle:屋台」に一致する情報は見つかりませんでした。

キーワード候補

Q [intitle:父の日 intitle:花といえば](#) [intitle:](#) [intitle:土用の丑の日 intitle:由来 intitle:食べ物](#)
[intitle:土用の丑の日 intitle:縁起](#)

再検索のヒント

- 誤字・脱字がないかを確認してみてください。
- 言葉の区切り方を変えてみてください。
- [セーフサーチ](#)の設定を確認してみてください。
- [Yahoo!知恵袋](#)で質問してみてください。

■ ちなみにこのお祭りは

「交通規制」という珍しいワードがありました。

街中で行う大きなお祭りの場合、
こういったキーワードも検索されることが分かります。

こんな感じで、ずらしの視点を持ってネタを探していると、**いろんな新たな視点が連鎖的に見つかったりします。**

こういったワードが見つかったら
しっかりメモしておくとか後で
また使えるのでおすすめです。

■ではもう一つ面白い例を見てみましょう！

次は
「三島大社祭り」という祭りです。

こちらも夏に盛り上がるイベントみたいです。

検索ボリュームを見てみると、2900 もあります。

Ubersuggest			
CSVで出力 ● ▼			
こんな傾向があります.... 項目を隠す			
関連 候補 疑問 関係 比較			
☐ キーワード	Vol	CPC	SD
☐ 三島大社 祭り	2,900	¥0	33
☐ 三島大社祭り	2,900	¥0	33
☐ 三島大社 祭り 2022	1,300	¥0	36
☐ 三島 大社 祭り2022	1,000	¥0	36
☐ 三島大社 祭り 芸能人	590	¥0	55
☐ 三島 大社 祭り 芸能人 歴代	480	¥0	61
☐ 三島大社 祭り 芸能人 2022	260	¥0	60

「屋台」あたりはライバルが少なくて狙い目ですね！

intitle:三島大社 intitle:祭り intitle:2023 intitle:屋台



Q 検索

+ 条件指定

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約0件 1ページ目

「三島大社 祭り 2023 屋台」に一致する情報は見つかりませんでした。

再検索のヒント

- 誤字・脱字がないかを確認してみてください。
- 言葉の区切り方を変えてみてください。
- [セーフサーチ](#)の設定を確認してみてください。
- [Yahoo!知恵袋](#)で質問してみてください。

そして、今回もサジェストを確認してみると、
かなり面白いキーワードがあります。

『三島大社 祭り 芸能人』です！

お祭りで芸能人ってイメージが湧きにくいですが、
場所によっては有名芸能人を毎年呼んでいるお祭り
があります。

こういったキーワードも

検索されるので抑えておきましょう。

■こんな感じで季節ネタは

「類似ネタ」まで考える！

ということができるようになってくると、

狙えるネタがどんどん増えていきますし、

新しいキーワードの切り口も見えてきます。

なので、あなたも、

「このネタは別の言葉で言い換えできないか」

「類似のネタは無いか？」

と考えながらトライしてみてください！

ブログジャンルごとの見落としがちなネタ 選定の重要なポイント！

ここでは各ジャンルで

見落としがちなネタ選定の重要ポイントを

二つずつ厳選して紹介します。

ずらしと合わせて抑えることで、

ネタのヒット率を上げ、効率よく収益を伸ばせるので、

こちらを読み込んで実践してみてください。

速報ネタ

ターゲットの母数を明確に

アクセスの爆発を狙うときに、
どうしても話題性の高いネタを狙ってしまいガチです。

しかし爆発を起こすために重要なのは
「ターゲットの母数」です。

どういうことかというと、
大きなアクセスを集めようと思えば、

『自分が狙っている

ネタ・キーワードを検索してくる人がどれくらいいるか』をイメージする必要があるということです。

例えば

人気芸能人の結婚ネタだと
分かりやすいかと思います。

ニュースサイト等で大きく取り上げられるため
「○○ 結婚相手 誰」と鉄板ワードで
ライバルがスピード勝負で取り合いますが、
よほどの国民的アイドルでもない限り、

実は上位を取れても大きな爆発って起こせないことが多いです。

一方で、無名の

youtuber が炎上した場合の方が

(ただし検索ボリュームは炎上の理由で変わる)

アクセスの爆発を起こしたりします。

まさにこの差が

「ターゲット母数」が原因です。

というのも、それぞれ

・結婚ネタ：その人物のファン

・炎上ネタ：その人物のファン以外

となり、後者の方が

圧倒的にターゲット数が多いため、

検索ボリュームが大きくなるんです。

結婚ネタより不倫ネタの方が

爆発を起こしやすいのもこれが理由です。

📌 ビックトレンドを見逃さない

ビックトレンドとはテレビで大きく取り上げられたり、

何日も何日も取り上げられるような話題です。

例えば最近であれば、
先ほど速報ネタのずらしで紹介した
有名女優の不倫ネタや人気俳優の
逮捕ネタが当てはまります。

これらで一見ライバルが多いように見えるのですが、
実は逆に狙いやすかったりします。

まず、
先ほどお伝えしたターゲットの母数が多く、
連日ネタが誰かの目に触れるので**いろんな角度で検
索をされやすいです。**

先ほどの有名俳優の例のように、

「○○ 彼女 ××」という切り口一つに対しても

ニュース記事によって

「モデル」と表現していたり「a 子」と表現していたりするのでその都度いろんな切り口が出てきます。

さらにはテレビやニュースサイトも

アクセスが取れるため

- ・告発疑惑がある彼女について

- ・違約金について

- ・兄について

- ...

と、一つの話題についていろんなネタを出してきます。

またニュースになっていないような情報や噂が
yahoo 知恵袋やガールズチャンネル、
5ch のまとめサイトなどに出てきたりもします。

■ 次に内部リンク施策がしやすいことと
需要が長いこと。

先ほどお伝えしたように、
連日いろんな角度でネタの露出がされ、
その度にいろんなことが検索されるので、

**速報ネタにもかかわらず長期間アクセスが続いたり
します。**

ネタによっては世間が飽きるまで
来るので、収益も安定してきます。

■さらには、

書いた記事同士を内部リンクでつなげるため、
たとえ上位表示できなかったり、

需要のないキーワードを選んでしまっても、

**回遊させることで記事が無駄にならなかつたりしま
す。**

また、一つのネタで関連記事をたくさん作って
特化ブログを作るくらいの気持ちでいけば
そのネタでも上位表示されやすくなります。

なので、

こういったネタはライバルが多いと避けガチですが、

実は稼ぎやすいですし、

短期間で大きく稼ごうと思えば思うほど

ビクトトレンドに乗った方が効率的です。

インフルエンサーネタ

鉄板ワード以外にも狙っていく

インフルエンサーネタを狙う際、

「プロフィール」「顔」「大学」といった

鉄板キーワードだけを狙いガチです。

しかし実際はいろんなキーワードが
安定的な需要を持っています。

例えば

「田中アキラ 佐藤みすず 関係」といった

「関係」という関連ワードは需要が高かったりします。

(名前は仮名です)

これらはいろんなパターンがありますが

- ・二人が付き合っているか気になる
- ・よくコラボしている
- ・仲が悪いと噂されている

といった場合に検索されたりします。

もちろん、
たとえ関連ワードになっていても
すべて需要があるわけではないので、
しっかりウーバーサジェストなどのツールで
検索ボリュームを確認し手から狙った方が良いです。

ただ、こういったキーワードも狙っていくことで、
ネタのバリエーションが増えますし、
穴場ワードを見つけやすくなります。

 **主な検索者がファンかファンではないか**

先ほど速報ネタで紹介した

「ターゲットの母数を意識する」に通じる内容です。

実はインフルエンサーネタも同じく

ファン以外が検索するような

人物は検索されやすいです。

分かりやすいのが

炎上系 youtuber。

彼らは事あるごとに問題を起こし

いろんな人から注目されるので、

ファンが少なくてもネタとしての需要は大きいです。

そのため、こういったタイプの人物は

チャンネル登録者数と需要の乖離が大きいのを抑えておきましょう。

もちろん純粹にファンが多くて

検索されるタイプのインフルエンサーも多いですが、

ここを知っておけば穴場な人物を見つけやすいです。

他にも

「5ch やガールズチャンネル、たぬき」といった

掲示板に取り上げられる人だったり、

アンチが多い人物もこれに当てはまります。

商標ネタ

📌 狙うキーワードを偏らせすぎない

商標ブログはなるべく早い段階で

・販売店の記事

・解約の記事

・悪い口コミの記事

...

いった複数のキーワードの別々の記事を書いて行くのが効率的かつ安定的に稼ぐコツです。

■まず

一つの商品に対して複数のキーワードを書き、

内部リンクで回遊することで

商品が売れやすくなるという傾向があります。

というのも

販売情報だけで購入する人もいますが、

解約情報や口コミもしっかり見てから購入したいという人も多いからです。

なので、

今アクセスがあるのにイマイチ売れが悪い商品がある

場合は、解約、悪い口コミと**複数のクエリを入れてみる**のをおすすめします。

■そして、

アップデート対策にもなります。

これは商標ネタに限らないのですが

横展開型のネタはあえて複数のキーワードで関連記事を入れた方が

順位が安定しやすいですし、長く稼げます。

というのも、

「販売店」

「動画 無料」といった一つのキーワードで類似コンテンツを大量展開されるのを、検索エンジンが嫌っているからなのではと考察しています。

もちろん販売店で記事入れして、
アクセスが来たものだけ解約記事等を入れる手もありますが、なるべく初めから関連記事を投入して行った方が、順位が安定しやすいです。

間の良い方は気づいているかもしれませんが、

実際、稼ぎ続けているブログは

一つのキーワードばかりを狙うのではなく、

複数のキーワードで関連記事を投入しています。

ちなみに、

例えば販売店でアクセスが取れている状況であれば、解約記事や口コミ記事では上位表示させる必要はないです。

あくまで内部リンクで回すだけでも
効果が高いので積極的に複数のクエリを狙っていきましょう！

 **特定の会社の ASP だけに偏りすぎないように**

商標ネタで各社 ASP からネタを探す時、
普段よく見るところや使いやすい特定の会社の ASP
ばかりを中心にしがちです。

例えば

felmat ばかりからネタを選ぶ、

A8 ばかりからネタを選ぶ・・・

みたいな感じです。

しかしそれだと

ネタのバリエーションが減ったり

ライバルと被りやすくなります。

なので

なるべくたくさんの会社の ASP に登録し、

いろんなところから確認していくのがおすすめです。

というのも

結構会社の ASP でしか取り扱っていない商品は多く、そういった商品はライバルが少ないというのも理由です。

また、各 ASP で単価が異なることもあるので、なるべく多く ASP は登録しておきましょう。

季節ネタ

 ネタを独立させず横断させる

季節ネタを狙う場合は書いたネタで内部リンクを張り巡らせて、コンテンツを作っていくのが効率よく稼ぐポイントです。

例えば夏であれば

花火、プール、海といったネタがあって、
これらをそれぞれ狙っていくのもアリです。

ただし

花火とプール、海それぞれを

**しっかり内部リンクで繋ぐことを忘れないようにしまし
よう。**

意外と多いのが

花火ネタは花火ネタと内部リンクしなきゃいけない

という思い込みです。

そんなことは無くて、

花火ネタ⇒プールネタ⇒夏祭りネタ・・・

と、いろんなネタにユーザーを回遊させることが重要です。

というのも、

花火ネタもプールネタも

「夏のレジャーを楽しみたい」というニーズやターゲットは一緒だからです。

もっと言うと、

季節ごとにもユーザーを横断させましょう。

例えば、5月であれば花火ネタを先に仕込み、
GW ネタから花火ネタに内部リンクを張る。

すると GW ネタを見た人が
「今年の夏はどこに行こうか・・・」
といったように内部リンクで回遊してくれます。

内部リンクは非常に重要です。

アクセスを底上げさせるのはもちろん
回遊率を上げてユーザビリティを高めることで
ブログの評価を上げることに役立ちます。

なので、
ネタとネタがつながっていることを意識しながら
ネタを探したり内部リンクでコンテンツを作りこんでいき
ましょう！

 **初めから狙いどころを固めすぎない**

例えば花火記事を書くときに

「まずは大阪の花火大会から書いていこう」

となりガチです。

ただ、初心者であればあるほど

地方で固めるより、全国のネタを狙いながら

なるべく需要が高くライバルが少ないものから入れていきましょう。

そしてある程度記事が入ってきてから

伸びた地方の記事を分厚くしていくというのがおすすめです。

もちろん、

自分が良くいく場所をとりあえず書いてみようという場合だったり、

ドメインが強くて

ある程度ドメインが強い場合は固めてガッツリ特化性を出したい場合は

初めから固めて狙って行っても OK です！

ちなみにこれは商品系の季節ネタも同じです。

例えば福袋ネタなら

初めから「食べ物の福袋に特化する！」というよりは

「釣り、ファッション、家電」といろんなジャンルから

需要が高くてライバルが少ないものを優先的に狙っていきましょう。

【ジャンル共通】見落としがちだけどネタ 選定で重要なこと！

ここまではジャンルごとに
見落としがちなたネタ選定の重要ポイントを
紹介してきました。

ここからは、
ジャンル共通で抑えておくべきことを
お伝えしていきます。

ネタ選定の時間を区切る

いただくお悩みで多いのが
多いのがネタ選定に時間がかかりすぎてしまう問題で
す。

良いネタを探しているうちに

1 時間、2 時間と経ってしまった・・・

となってしまうと、
記事を更新する時間も気力も
無くなってしまうですよ。

なので、とにかく重要なのが

「ネタ選定の時間を決める」

ということです。

特に初心者の場合は

**「ネタ選定の時間は 30 分と決めて、
その中で見つけた一番良いネタを書いて行く！」**

というスタンスがおすすめです。

というのも

記事を書いて初めて

「このネタがアクセスが来るんだ／来ないんだ」

が分かってくるからです。

たとえ空振りを起こしても、

「来ないパターンを一つ知れた」わけですし、

ネタが無くて全く進まないよりは、

まずは自分の中の

「ベターなネタ」を書いてみて、

その結果から振り返りをしていけば

ネタ選定の精度は自然に上がっていきます。

ネタのストックを作る

上記のように時間を区切っても

それでもネタが見つからない時があるかもしれません。

そういった場合を考えて

予め**「ネタストック」**を作っておきましょう。

例えば速報ネタであれば、

相性の良いインフルエンサーネタや季節ネタなど

"爆発が狙えるけどすぐに書く必要が無いネタ"

をストックしておくの良いです。

そして 30 分でネタを探して、

ベターなネタも無ければ

ストックから一つ取って書く・・・

という感じです。

そうすることで、

ネタが見つからなくても書くものがあるので、

安心感が出てきますし、

焦って無理矢理変なネタを書かなくなることで、

空振りの数が減ってきます。

これは速報ネタ以外、

安定系のネタでも同じです。

例えば商標ネタでも

ネタストックは作っておいて、良いネタが無ければ、

ストックした優先度の高いものを書いていくと

ネタ選定に余裕が出てきます。

ネタ選定で一番まずいのは

「書かなきゃいけない・・・」

と気持ちが焦って視野が狭くなることです。

こうしたちょっとしたことで、

余裕が変わってくるので、

ぜひ実践してみてください。

ネタ選定のルーティンを作る&定期的に変える

ネタ選定をする時に

いろんなサイトを回遊しているうちに

何となく時間がかかってしまう・・・

と言う方も多いかと思います。

そういった場合は、

ネタ選定のルーティンを作るのがポイントです。

例えばインフルエンサーネタなら

**「ニュースサイト A⇒ニュースサイト B⇒トレンドラン
キング C」**

と確認していく・・・

こうすれば無駄が無いですし、

「ネタ選定の辞め時」を作ることができます。

そして、

ルーティンを探しても無ければ

先ほどお伝えしたように

ネタストックから記事を書けば良いのです。

先ほど紹介した

「ネタ選定の時間を決める」と一緒に行うと

よりネタ選定が効率化されます。

また、

このルーティンは

定期的に変えるのが重要なポイントです。

というのも、

時期によってライバルの偏りがあるからです。

例えば

先月はネタ元 A ライバルが多くて、

ネタ元 B はライバルが少なかった。

けど最近はネタ元 B はライバルが少ないけど

ネタ元 A は多いな・・・みたいなことが結構起こります。

定期的にルーティンを変更すれば、
こういった偏りをうまくずらせるので、
ネタを見つけやすくなります。

ネタと一緒に相性の良い asp パター ンも知っておく

現在雑記ブログやお役立ちブログをやっていて、
**「アクセスは集められているけど、
なかなか ASP 収益が発生しない・・・」**
と言う方もいらっしゃると思います。

そんな方は

「ネタと一緒に相性の良い asp パターンも抑える」

ことができればより効率的に収益を伸ばせます。

というのも

『雑記ブログ×ASP』で収益を上げようと思えば
ネタと広告の相性が最重要だからです。

いくら訴求を工夫しても

相性が悪ければ残念ながら売れにくいですし、

逆に難しい訴求テクニックが無くても、

相性さえ良ければ自然に ASP は売れたりします。

例えば年末に大きなアクセスを集める

福袋ネタであれば、

・ふるさと納税

・楽天カード

・EC サイトや人気ショップのライン登録

とも相性が良いです。

なので、

福袋ネタは稼ぎやすいというのと一緒に

ふるさと納税を訴求する！と覚えておきます。

もちろん、ブログを始めたばかりなので、

まずは集客を集中して学ぶ！というのもOKです。

ただ、なるべく早くから

各ネタと相性の良い ASP のパターンも抑えておくとい
石二鳥です。

このあたりのパターンなどは、

要望が多ければまた何かの機会
でお伝えできればなと思います。

組み合わせる事で選択肢を広げる

ここまでのメルマガやコンテンツで

『結果が出るスピードは視点の数に比例する』

とお伝えしてきました。

つまりネタ選定であれば、

いろんなネタ・キーワードが

狙えれば狙えるほど有利というわけです。

なので、

一つのジャンルを深掘するのももちろんですが、

二つのジャンルを組み合わせるとより稼ぎやすくなります。

そして、

組み合わせるメリットは狙いどころが増えて
ネタ選定がしやすくなるだけではありません。

例えば

速報ネタであればインフルエンサーネタと組み合わせる
ことで、爆発ネタが増えるだけでなく安定力も増し
ますし、

季節ネタであれば

同じくインフルエンサーネタと組み合わせれば
アクセスの底を上げながら上位表示を狙いやすくなり
ます。

また、商標ネタであれば

「どこで売ってるネタ」と組み合わせれば、

ドメインの評価を温めつつ

楽天アフィリエイトなども取れたり、

スイッチングで上位表示難易度の高い ASP 収益を
上げることも可能です。

こんな感じで、

複数のジャンルを組み合わせると

より稼ぎやすくなるのでおすすめです！

最後に

■以上、

ネタ選定のずらしについてお伝えしてきました。

「多角的な視点を持っている」

これって言葉にするとシンプルですが、
物凄く価値の高いことです。

どんなジャンルのブログでも、
そしてどんなビジネスでも
いろんな切り口から攻められる人の方が

圧倒的に有利になるからです。

■とはいっても、

初めから柔軟な視点を持っている人なんて
一部の天才を望んでほとんどいません。

基本的に

後から身に着けていくものです。

今も月収 10 万以上安定的稼いでいる
僕のコンサル生も同じです。

元々は彼らも

「何を書けば良いか分かりません・・・」

「ネタ選定をしていたら 3 時間かかってしまいました・・・」

といったように苦戦していた人ばかりです。

ただ、みんなそれぞれ

ずらしのテクニックを学んだからこそ、

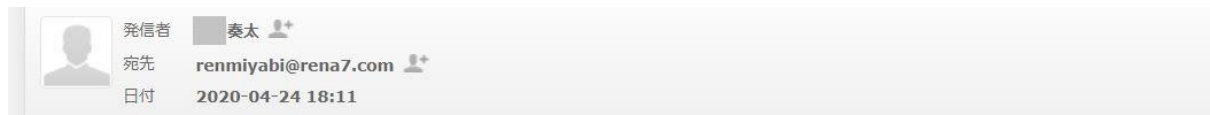
視点の数が増え、結果急成長してきました。

例えば

半年で月収 66 万越え & 脱サラした

僕のコンサル生 kanata さんであれば

過去にこんなメールをくれたくらいです。



れんさん

返信頂きありがとうございます！！

実はコンサルで色々指導して頂きながらも、こういった過去問的な感じで爆発例にめちゃくちゃ触れてみたい！と思っていたので、驚きました🐼

かれこれ11月からブログを書き始めて現状で月2.5万が最高で...10万を目指しているものの何かが足りないと思いつける日々でして...

雇われ生活を抜け出して自由を掴むはずが、今度はパソコンに縛られる日々になってしまいました苦笑

レポートとメルマガとにかく読み進めて行きますが、お言葉に甘えて疑問点があれば質問させて頂きたいと思います！

■なので、改めて、

あなたが稼ぐ視点"を増やして、

効率良く資産ブログを構築したいというのはもちろん、
変化の速い世の中でも安定的に稼ぎ続けたいとお
考えなら、

少しずつで良いので、ご自身のブログ運営に

ずらしのテクニックを取り入れてみてください。

今回のレポートが

あなたの現状を大幅に変える

一つのきっかけになれば幸いです。

■ PS.

今回のレポートは一気に書き上げたので、

もしからしたらもう少し説明がほしい・・・

と言う部分もあるかもしれません。

なので、いつも通り、質問等あれば
遠慮なくメールでいただければなと思います。

それでは、最後まで読んでいただき、
ありがとうございました！

れん