

【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

2 か月目にとるべき戦略とは？	4
1 ヶ月目と同様にいわきネタ中心に記事を書いていく	7
ネタの範囲を広げる	10
ビクトトレンドを逃さない	12
ビクトトレンドのうまみ 1~切り口が多い~	15
ビクトトレンドのうまみ 2~関連記事~	18
ビクトトレンドで爆発が起きたらやること！	23
じゃあどういう行動をするの？	27
テレビネタのバリエーションを増やす	34
マインド編~稼ぐ人の思考~	40
検索上位を取るためのライティング術.....	49
まとめ	59

2 か月目にとるべき戦略とは？

1 か月目のマニュアルでは月収 10 万円を達成するためにも、

まず「**ブログを軌道に乗せる**」ことを優先させてくださいとお伝えしました。

**【ブログを軌道に乗せる = 1 日平均 5000PV、
月間約 15 万 PV ほど】**

ということでしたね。

まだブログが軌道に乗っていないという方は、

1 か月目のマニュアルを復習してもらって

引き続き 1 日平均 5000PV を目指して行きましょ
う。

そして今回はブログの 1 日の平均 PV が 5000PV
超えてきたら、

次はどのような視点で行動していけば良いかをお伝
えます。

もちろんまだ達成していない人も使えるノウハウとなっ
ているので、

1 か月目のマニュアルで紹介した基礎を踏まえた上で
トライしてみても良いですね！

ブログが軌道に乗ってきたら、
取り組むべきことは以下の二つです。

- ・ 1ヶ月目と同様にいわきネタ中心に記事を書く
- ・ ネタの範囲を広げて行く

それぞれ順に説明して行きますね！

1ヶ月目と同様にいわきネタ中心に記事を書いていく

ブログの1日のPVが平均5000PVほど集められるようになると、ネタ選定に慣れてきた頃だと思います。

しかし**ここでやってはいけないのが**

「いきなり安定ネタを書き始める」ということです。

もちろん1日5記事くらい記事を書いている人で2記事くらい安定ネタを書くというのは良いのですが、

いきなり安定ネタへ全シフトしてしまうと一気に PV が下がります。

なのでブログが軌道に乗ってきても

優先すべきは「いわきネタ」ということをお忘れなく
ください。

実際僕自身もいわきネタオンリーで月収 10 万を達成していますし、

安定ネタを入れるのは正直月収 10 万円達成してからでも遅くないです。

(ただし音声の中で安定ネタをもう入れても良いですよとお伝えした方は、少しずついれてもらっても大丈夫です。)

というわけで今まで通り「いわきネタ」を狙うのは変わらないのですが、

2 か月目はそれに追加して**「ネタの範囲を広げて行く」**ことを意識してください。

ネタの範囲を広げる

それでは「ネタの範囲を広げてみる」
について説明していきます。

僕は無料レポートで、yahoo リアルタイムなどメジャーなものから 5ch 芸スポなどさまざまなネタ元を紹介していますよね。

ここでのネタ選定に慣れてきたら、
それに加えていくつか**「視点」**を追加していきます。

この視点を 1 か月目に紹介した思考と組み合わせる
ことで、効率良く稼げるようになります。

それでは一つ一つ紹介していきますね！

(次のページへ)

ビクト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**

「ビクトトレンド」というネタです。

ビクトトレンドとはそのネタが

- ・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

ようなニュースです。

いわゆる「**ネタの露出度**」が高く、
連日長く話題になるようなものですね。

例えば・・・

- ・東出昌大の不倫
- ・平手友梨奈の脱退
- ・木下優樹菜の問題
- ・・・

さらには

- ・ピエール瀧の薬物逮捕

・沢尻エリカの薬物逮捕

・新井浩文の事件

...

など結構な数、そして定期的にあります。

それでは“なぜビクトrendを逃さない”

とお伝えしたのか。

そこには理由が二つあります。

ビクトレンドのうまみ 1~切り口が多い~

まず一つ目、

このビクトレンドは話題性が高いため

普段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**いろいろな気になること**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です。

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！

(次のページへ)

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。

実はここが最大のメリットに繋がります。

ビクトレンドは数日間その話題について
いろいろ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が発覚したあと、
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**数日間話題になっ
ていますよね。**

つまりビクトレンド関連の記事は数日間話題性が
続くので、書いておけば後からアクセスが来ることもよく
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ります。

となれば一般的なニュースの記事を書くよりコスパが良いですね。

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、ビクトレンドがある時は素直にビクトレンドのネタを拾った方が、**コスパが良い**ということです。

(もちろんビク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「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ね。

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。

短期間で稼ぐ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。

(次のページへ)

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、というところですよ？

ビクトレンドの掴み方は大きく分けて二つです。

- ・**ツイッターで掴む**
- ・**ニュースサイトで掴む**

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。

東出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。

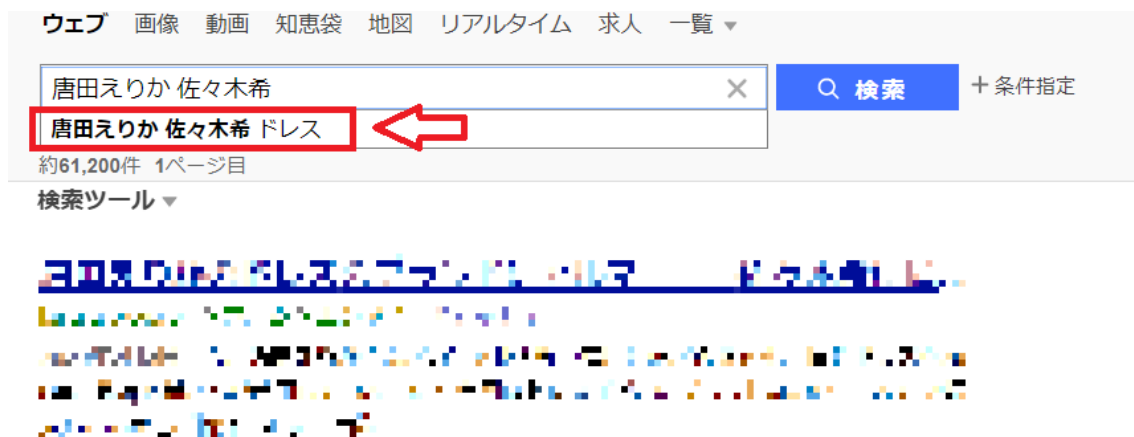
そして画像もですが、

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
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「ニュースサイトで掘む」です。

文春からこんな記事が出ていました。

⇒[文春の記事](#)

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。

やはり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みます。

そのためほんのちょっとしたことでも検索されるからです！

そして先ほどお伝えした通り**内部リンクで繋いでいく**とPVも底上げされますよ！

(次のページへ)

テレビネタのバリエーションを増やす

「ネタの範囲を広げ」やすいのが「**テレビネタ**」です。

テレビは多くの人が見ているので話題性が高く、
気になることがあってそれを KW にして記事にすると
アクセスの爆発を狙いやすいです！

テレビネタについて以前僕の無料レポートなどで

- ・**暴露系**（～誰など）
- ・**場所系**（芸能人のいきつけのお店や特徴的な口ケ地など）
- ・**注目が集まった商品や人物など**

...

が検索されるとお伝えしました。

しかし実際にはこれら以外にも実際には、
さまざまなことが検索されています。

そのため**テレビネタで狙える範囲を増やすと、**
ネタ選定がより楽になってきます。

ではどんなことが検索されるか。

実はそれを知る方法があるので今回ご紹介します。

それが「**関連ワードを見る**」という方法です。

普段コンサルの中で

「大きいネタ（ビクトrend）が出たら数日後関連ワードを見てストックをとりましょう！」

とお伝えしているかと思います。

これはテレビネタも同じです。

テレビネタもその番組関係の KW を yahoo に打ち込むことで、過去にどんなことが検索されたかを知ることができます。

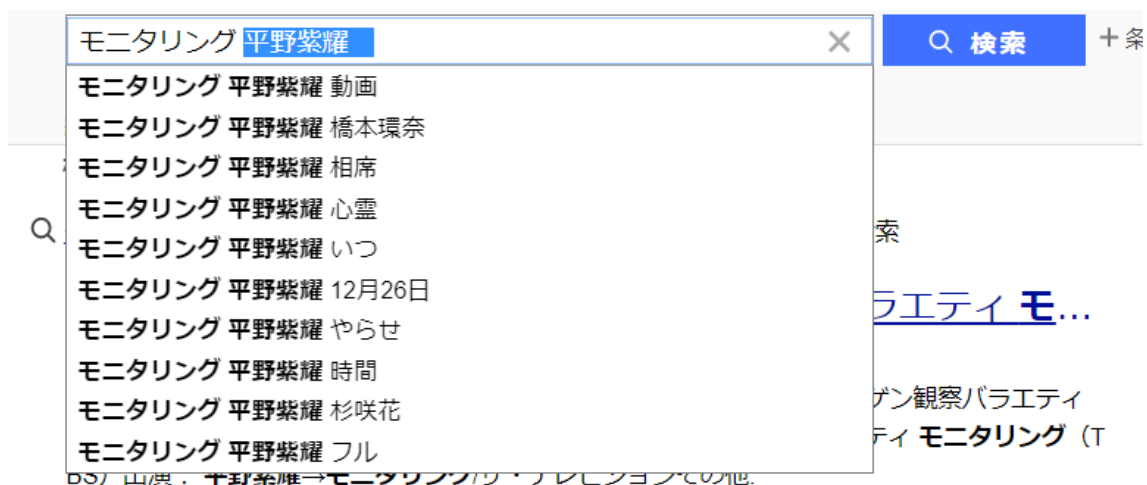
例えばモニタリングというテレビ番組を例に取ってみます。

すると過去に検索されたいろんな KW が出てきます。



では例として

「モニタリング 平野紫耀」という KW をクリックしてみると・・・



このようにいろんな KW で検索されていることがわかりますね！

この KW を見てみると

【人気アイドル平野紫耀さんがモニタリングという番組に出た際、心霊関係の企画の時の彼の行動がやらせっぽく見えた】と思い検索したことがわかります。

このように番組名を入れてみてどんなことが検索されるかを調べ、

自分の KW ストックに追加していくと、テレビネタで狙える範囲が増えてきますよ！

マインド編～稼ぐ人の思考～

1 か月目が終了しましたが、
すでに多くのメンバーがアクセスの爆発を起こしていま
すね！

しかしそんな時こそ注意したいのが

「爆発が起きた翌日（数日後）」です。

爆発を起こしている人はすでに
何度も体感をしていると思いますが、
特に大きな爆発が起きた次の日または数日後、
アクセスが一気に落ち込むかと思えます。

そこで一番危ないのが

「アクセスが落ちた・・・どうしよう・・・」

とマイナスの感情が生まれて行動が止まってしまうことです。

まず大前提としてアクセスの爆発が収まると
PV が元に戻ってくるのは普通です。

次のグラフをみてください。



これは僕が初めて月収 10 万円を達成したときの PV の推移です。

お気づきかと思いますが、

決して右肩上がりの PV の増え方では
ないですよ？

速報ネタの性質上、

大きなアクセスの爆発が起きてもネタの寿命が短いので、数日後アクセスは元に戻ります。

なので特に初めて速報ネタで月収 10 万円を達成するときは、

上の画像のようにデコボコとしたグラフになります。

普段は 8000PV くらいだけど、

月に 2 回くらい大きな爆発があってそこで一気に収益が増える～

という感じです。

なのであくまで目先の PV にとらわれ過ぎず、
淡々とスキルを付けるために行動をしてください。

またメンタル面でもう一つ危険なのが「**空振りが連発した時**」です。

前は爆発を複数回当てられたのに最近では空振りばかり…

⇒行動が止まってしまう

これも危険なパターンです。

実は着実にスキルが付いてきていても

“空振りが連発する”ということがあります。

例えば 3 割の確率でアクセスの

プチ～大爆発を起こせるブロガーがいるとします。

**ではこの人が 10 記事書いたら 3 記事でアクセス
の爆発を起こせるでしょうか？**

答えは

・

•

•

“わからない”が正解です。

コイントスで考えると分かりやすいかもしれません。

例えば今、10 円玉を 10 回振ると確実に表が 5 回
出ますか？？

答えは NO ですよね。

例えば表が出る確実が $1/2$ だとしてもこれはあくまで確率論です。

実際は「偏り」があって、表が連続で 10 回出た後で裏が 10 回連続で出ることもあります。

ブログでも一緒にこの“偏り”が原因で空振りを連発することもある、
というのを念頭に置いておきましょう。

ブログの場合は、特にまだスキルが付いていなくて狙えるネタの範囲が狭いと、良いネタがある時とそうではない時があるように感じます。

(スキルが上がってくると、いろんなネタが狙えるのでその影響は少なくなります。)

でもそんな時こそ、いつもに増して目先の PV に捕らわれず淡々とスキルを付けることに集中しましょう！

そうすることで余計な不安は減りますし、着実にスキルを付けて行くことで少しずつ前へ進むことができます。

検索上位を取るためのライティング術

2 か月目ともなると以前よりは素早く記事を書くことに慣れてき人もいると思います。

そこでそろそろ**潜在ニーズ**というものをしっかりと意識しましょう。

検索してきた人が知りたいこと、いわゆるニーズは以下の二つに分けられます。

・**顕在ニーズ**：まさに検索者が知りたいこと（彼女、大学などキーワードの答えにあたる）

・**潜在ニーズ**：検索者が知れるとうれしいが、自分でははっきりと知りたいと気づいていないこと

海の上に浮かんでいる氷山をイメージしてみましょう。

氷山には水面から出ている「見える部分」と、海の中に沈んでいる「見えない部分」がありますよね。

この「見える部分」は顕在ニーズ、

そして「見えない部分」が潜在ニーズです。

つまりブログで言うと

・顕在ニーズ・・・タイトルに入れた「気になること」に対する答え

・潜在ニーズ・・・直接的な答えではないけど、プラス@で知りたい部分、知れると嬉しい部分

とってもらって大丈夫です。

例えば恋愛の記事なら彼女の情報の他にも

・歴代の恋愛遍歴

・好きなタイプ

・学生時代の恋愛系のエピソード

.....

などをファンは知れたらうれしいですよ？

彼女の情報を知りたくて「彼女」と検索するけど、好きなタイプとかもその人は自覚してなくても知りたいはずです。

この「**自覚してないけど知りたいはず**」という点をプラス@で書いてあげると、簡単に文字数が増えるうえに質の良い記事をつくることができます。

潜在ニーズは、特に追記などをする時や**ライバルと差別化する時に**非常に使い勝手のよいものです。

では例題を一つ見てみましょう！

例題 = = = = =

田口明広の不倫が発覚した。相手は大学生の A 子さん。現在田口明広の嫁は妊娠中であり、
ツイッターでは非難の声が多く上がっている。

（条件：不倫相手は石原みつきという人物であると
わかった。

= = = = =

この場合シンプルに

「田口明広 不倫相手 誰」で狙うと思います。

その時に記事内では、タイトルで狙った KW である

「不倫相手」について石原みつきさんであるという内容を最低限含めます。

この最低限の内容が「顕在ニーズ」です。

それに対して「**田口明広 不倫相手 誰**」と検索してきた人はどんな人物（ターゲット）なのか考えると・・・

当然不倫相手の情報を知りたいと思って検索してきた人ですよね？

であれば潜在ニーズの一つの例としては

「より詳しい不倫相手の情報」です。

検索した人は田口明広さん不倫相手の名前と顔などを知りたいと思って検索してきたかもしれませんが、
潜在的には「なるべく多くの情報を知りたい」という部分がありますよね。

そのため以下のように見出し・情報を追加します。

Before = = = = =

見出し 1 : 田口明広の不倫相手は？

⇒田口明広の不倫相手は石原みつきと教える

= = = = =

After = = = = =

見出し 1 : 田口明広の不倫相手は？

⇒田口明広の不倫相手は石原みつきと教える

見出し 2 : 石原みつきのプロフィールなど！

⇒石原みつきのプロフィールなどの情報を詳しく書いて
あげる

= = = = =

Before と After では同じ田口明広の不倫相手の記事であっても、大きく情報量が変わってきますよね？

このように

「相手目線に立って」知りたいことを連想するのが、潜在ニーズを考えるポイントですよ！

もし潜在ニーズをなかなか連想できない人は、まずは音声などで「この記事だったらどんな潜在ニーズを追加すれば良かったですか？」といったように僕に聞いてもらっても良いですし、

ビッグワードで検索上位を取っているブログの中で、質が良さそうなものをチェックして参考にしてみても良いですね！

(次のページへ)

まとめ

今回はネタ選定、ライティング、考え方に至るまで、
一段階高いのレベルの内容をお伝えしてきました。

少し難しかったなと感じた方は、しっかり 1 か月目のマ
ニュアルを復習した上で、

2 か月目のマニュアルの内容を自分のスキルに落とし
込んでいきましょう！