



**3日目**

**あの場所ブログ**

**補足マニュアル**

**小ネタ付き**

## ●はじめに

### 【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)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

### 【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。  
下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者に属します。  
著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を  
いかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です  
著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化  
見解の変更等を行う権利を有します

万が一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の  
業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても  
著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご  
了承願います。

## 目次

1-1-1.“あの場所ブログ”とは.....	4
1-1-2.キーワードだけで作ってはダメな理由.....	19
1-1-3.訴求ポイントの基準を先に決める.....	31
1-1-4.落としこみは商品名で作る.....	35
1-1-5.商品名+複合キーワードの考え方.....	38
1-1-6.設計図を作ってみよう.....	42
1-2-1.ASPアフィリエイトと楽天・アドセンス.....	60
1-2-2.ぼやけたアクセスはいらない.....	62
1-2-3.案件に繋がるキーワードを使う.....	63
1-2-4.手を動かさないと分からない.....	64
2-1 ヤフーブログ検索掲載のメリット.....	67
2-2 ヤフーブログ検索への掲載方法.....	69
2-1 キーワードに対する考え方.....	74
2-3 キーワードの表面だけを見ない！.....	77
2-4 SEO勝負しないキーワード選定.....	82
2-5 長期的に稼げる方法とは.....	84
3-1 ブログタイトル作り(属性を決める).....	85
3-2 記事タイトルについて.....	87
4-1 記事の書き方・魅せ方.....	88
5-1 完成したら・・・.....	89
5-2 売れるキーワード.....	90
6-1 ライバルチェック用の基本設定.....	92
6-2 検索結果を見る.....	93
6-3 キーワードを意識しているか？.....	95
6-4 ライバル分析.....	98

## ✓松風のチェックポイント✓



松風です！今日で全体の基本的な構成と流れはおしまいです

- 
- 0日目 副業だからこそ設計図を描くことを学びました
  - 1日目 モンスターブログ(インデックス)させつ媒体を作る
  - 2日目 設計図を元に育てるブログを作っていきます

今日の3日目は、↑を元にしてミニブログを作っていく  
ここまでが無料ブログで構築していくやり方となります

---

うちの場合はサイトアフィリエイトマニュアルもあるのですが  
今回は初心者の方を対象として無料ブログを軸にしたやり方です

サイトアフィリエイトで学べる事もたくさんありますが  
サイトがメインの方はコトリ講師のフォロー日記をご覧ください

サイトアフィリエイトの場合はまたやり方が違いますので  
こちらは9日間の総括の部分とコトリ講師のフォロー日記で  
全体の概要はお話できると思います

この数年間の中で見て頂いても情報商材を沢山購入された方なら  
きっとお分かりになると思うのですが・・・

ここまで噛み砕いたブログ・サイトアフィリエイトのマニュアルって  
コメントを見られても分かれる通りないと思います  
それだけ多くの方が表面しかみていません(私もですが・・・)

私も2日目の音声でお話した通り、自分が作るブログやサイトから  
紹介する商品がポンポンと売れるなんて思ってもいませんでした  
なにより、不安の方が大きかったのです

不安だからこそ、ズレたままでやっちゃ駄目だよって  
何度も、まっちゃん塾長に言われてきました

ズレがあるっていい事だよ、それだけ成長出来るってことだから

そうやって教えてもらいました、だから恥ずかしいことでもなく  
成長過程にあると思いつつ、母の為に、妻の為のがんばりました  
いつも言われる「心のスイッチ」これが本当に大切です

アフィリエイトで稼ぎたかったら、私生活から変えようとか  
大切な人の為に、愛する人の為にがんばりませんかみたいな事を  
公の場で堂々と胸張って言っている人です

正直、変わっていますよね！だけど、あれがうちの塾長です  
俺は起業家でも、アフィリエイトでもない商人だって言われます

塾長が仕事で研修に行かれた際に、感銘を受けたと言われていた  
写真をご紹介します

## 使命観を持つ

商売というものは、利益を抜きにしては考  
えられない。しかし、利益を得ること自体が  
商売の目的ではないと思う。

大切な事は、人々の暮らしを高めるために、  
世間が求めている物をよく吟味して仕入れ、  
真心こめたサービスをもって顧客に提供して  
ゆく、つまり社会に奉仕してゆくこと、そこ  
に自分の店が存在する意義についての確信と  
ともに、使命観が生まれてくる。この使命観  
に基づいて商売を進めてゆくならば、そこに  
非常に力強いものが生じてくるのである。

だから商売にあたる者は、つねに自分は何  
のために商売をするのかと自己反省し、みず  
から使命観を持つとともに、従業員や人々に  
訴えてゆく事が大切である。

そうすれば、いわばその報酬として、おの  
ずと適正な利益が世間から与えられてくるの  
だと思う。

松下幸之助著 「思うまま」より

引き起こしているのは、自分の勝手な思い込み  
人や環境を変えたいと思う前に、まずは自分が変わること  
言葉から変えていくこと 塾長が良く言われることです

行動を起こさないままで、くれくれ君では駄目です  
想いと行動は、いつも「＝」だと教えてくれました  
今日で全体像の説明は終わりです、がんばってください！

今後、5日目のキーワード選定、7日目のアクセスの集め方  
8日目の記事の書き方・魅せ方、9日目の全体像の把握

このあたりは、これまでの全体像に対して重要になりますので  
必ず目を通して少しでも把握しておいてくださいませ

それでは「肝」となるおさらいをしてから  
3日目の補足をさせて頂きたいと思えます  
宜しくお願いします



松風でした♪♪

過去に“商品名+ロコミ・激安”でよくブログを作っていたことがありました  
そんな時に塾長からいただいたメッセージです

いかにリサーチと思考が重要なのがお分かりいただけだと思います

---



「ロコミだとしてもそこに対してお題(タイトル)をちゃんとつけて  
その答えをちゃんと書いた記事を入れる これが1つね」

「だけど、これだと、まだコトリさんの様にダイナミックに稼げるまでは」  
「もう少し時間が掛かるね・・・ がんばらないといけないね^^」

**この楽天広告を見ても、松風さんと★違う所★を僕は見ているんだ」**

⇒<http://item.rakuten.co.jp/thunder/5583a/#5583a>



「それはどういう事ですか？」





「うん、それは3日目の動画で詳しく話すけど訴求ポイントの基準」  
「僕だったら、「石油系界面活性剤不使用＋クレンジング」で集めるよ」

「調べればこんなに人が求めているんだからさ」

<http://chiebukuro.search.yahoo.co.jp/search?p=%E7%9F%B3%E6%B2%B9%E7%B3...>



「なるほど～ だから目の前のキーワードばかりで判断しては駄目とか  
検索結果数を基準にしちゃ駄目っていつも言われるのですね！」



「うん、そうだよ！だって、アフィリエイトは同じ事をしているよ？」

「それなのに初心者の方がそういう場所に自ら飛び込んだりするのはい  
「あまりにも無謀過ぎるよね・・・絶対長期的には稼げないよ」

「おまけに設計図も組んでいないし、全体が見えていない」  
「そうすると、商品名で複合キーワードを探そうとしちゃうから」  
「ロコミ・激安・評価とかそういうのばかりでしか作れなくなるよ」

「広告に対するキーワード選定の基準は自分が決めることだよ」  
「ただ、決めただけではダメで決めたらリサーチをする事ばい」

「これが広告とマッチングさせるという本当の意味とよね」  
「ネットにはブログ・サイトアフィリエイトのマニュアルが沢山あるよ」

「ほとんどのマニュアルにはキーワードは  
とにかく広告からと書かれているよね？  
松風さんも分かるでしょ？」



「はい！たしかにそうです！もろにそうしていました」



「うん、間違いではないけど、それで属性とか決めても分かるかな？」



「そこまで深く考えた事はありませんでした、とにかく沢山拾ってから考えていくことだろうと想っていたので・・・」



「うん、その気持ちも分かるけど、それがムダの時間なんだよ」



「は、はい・・・（なぜ？）」



「自分が広告にある訴求基準を決めない中でき」

「キーワードをやたらめったら拾ってもよ？」

「どういう答えを返すブログやサイトを作るの？」

「絶対にぼやけるよ？」

「キーワードが当たって、アクセスが来ているブログとか」  
「松風さんも、持っているでしょ？」



「はい！もってます！」



「売れてる？」



「売れてないです」



「それが答えだよ」

「特にASPの場合は拾えばいいってもんじゃないの」  
「楽天も同じけどさ、訴求ポイントを決めた中で」  
「僕は「石油系界面活性剤不使用＋クレンジング」を選んだの」

「だから、ここに興味がある人だけを集めるの」  
「アクセスが少なくても売れるよって僕やコトリさんが」  
「いつも言うのはそういう事なんだよ」



だから、はじめに属性(訴求ポイントのキーワード)を  
決める必要があるんですね！少しずつ分かってきました！



「うん、いいね！」

「ただ、頭だけで何となく分かっていてもさ」

「実践をしながら経験に変えないと成長しないからね！」



「はいっ！肝に銘じます」

## ココからは心の声です

「属性を決める！これをずっと言われてきました」

「だから、提出しても、ちょっと違う、ちょっとズレているね！って」

「良く教えてくれていたのが少しずつ分かりはじめました」

「キーワードだけでは何も分からない、やみくもに拾っても意味がない」

自分が誰に、どこを見てほしいのか？そこを決めれば  
切り口はいくらでも変えられるという事を知りました

なるほど、目の前のキーワードだけを見て検索を直ぐにかけたり  
検索結果数とかを見る必要はないんだな・・・という事が  
少しずつですが分かる様になりました

それでは、威風堂々9日間集中講座  
3日目のスタートとなります

必死はダメです、必ず死ぬと書きます！  
一生懸命でいきましょう～



## 1-1-1.“あの場所ブログ”+小ネタとは？



「“育てるブログ”の次は“あの場所ブログ”に入るよ」  
「まずはポイントをまとめておくね」

あの場所ブログとは・・・

あの場所＝ヤフーブログ検索（詳細は1-2）

あの場所ブログ＝5記事モノのブログ

⇒さいごのページ（5記事目）で商品を紹介する

⇒ただし設計図で流れによっては5記事じゃない時もある

楽天、アドセンスに集まったキーワードで作る

⇒集まったキーワードだけでは絶対に作らないこと

⇒先に訴求基準を決めないとはじまらない

⇒キーワードはこの次（キーワードだけでは分からない）

いきなり5記事ブログの量産はしないこと！

⇒キーワードの表面しか見ていない人は必ずお客様とのズレがでる

- アクセス解析は必ず入れる(なんでもいい)
- ブログのカスタマイズはモンスターと同じ  
⇒「トップに戻る」の設定/「記事タイトル」のみに設定/  
いらぬブログパーツ削除/
- Pingの設定は確実に行うこと(詳細は1-3)
- 広告はA8やアフィリエイトBとかなんでもいい  
(広告がない場合は楽天とかでOK)
- ライバルチェック(あの場所)
- 完成したらモンスターブログでインデックスさせる
- 5記事いれたら放置する

## 1-1-2.キーワードだけで作ってはダメな理由



「育てるブログからアクセスが集まるキーワードは  
しっかりとノートに書いておいてね」



「“育てるブログ”で収集したキーワードを使って  
“あの場所ブログ”を作るんですよね？」

「初心者の方や、時間のない副業アフィリエイトの方でも」  
「手が止まらないように作業できる効率の良い仕組みですね～」



「続けないと意味がないけどね(汗)」  
「仕組みとしては理にかなっていると思うよ」

**「ただね、注意してほしいのは・・・」**

**「アクセスの集まるキーワードばかりで」**

**「5記事を作っても、全く意味がないという事」**



**「何ですと？(アクセスが多いんだから売れる気がするけど)」**



「例えば“ニキビ+スキンケア”というキーワードがあるよね？」

「何も考えることなく、アクセスありそう、検索結果だけの理由で」  
「“ニキビ スキンケア”でブログを作っても売れないんだよ」



「あの…“育てるブログ”でアクセスは集まることが」  
「分かっている前提ですよ？」

「アクセスが多いのならたくさん売れる気がしますが…」



「そうだね、全く売れないという事はないけど」  
「“下手な鉄砲も数打ちゃ当たる”状態だね」

「コトリさんが良く言うでしょ？」

「それだとSEO勝負の世界に巻き込まれるだけで」  
「時間のない副業アフィリエイトは挫折するだけばい」  
「だから、疲れて小手先のやり方に走る訳だからね・・・」

「もちろん“ニキビ スキンケア”をブログのトップに持ってきてさ」  
「別に作ってもいいんだよ」

**「でも、そこに対して設計図を組まない限り」**  
**「絶対にズレまくるものしか作れないよ」**

**「1記事ずつ、きちんと意味合いを持たせないとダメばい」**



「意味合いですか？」



「そう、“ニキビ＋スキンケア”と言ってもいろいろな人がいる」  
「そこをなんとなくでもイメージできるかな？」



「え〜と」  
「正直分らないです」  
「実はニキビで悩んだことないので・・・」  
  
「でも、毛穴の事ならお任せください！」

「“毛穴 ケア”と言っても・・・」

「毛穴の開きで悩んでいる人 毛穴の皮脂詰まりで悩んでいる人」  
「毛穴の黒ずみで悩んでいる人、毛穴のたるみ(縦開き)で悩む人」  
「世代別でも10代～20前半は主に皮脂詰まりか黒ずみ」  
「20代後半からは開き毛穴 30代後半はたるみ毛穴」

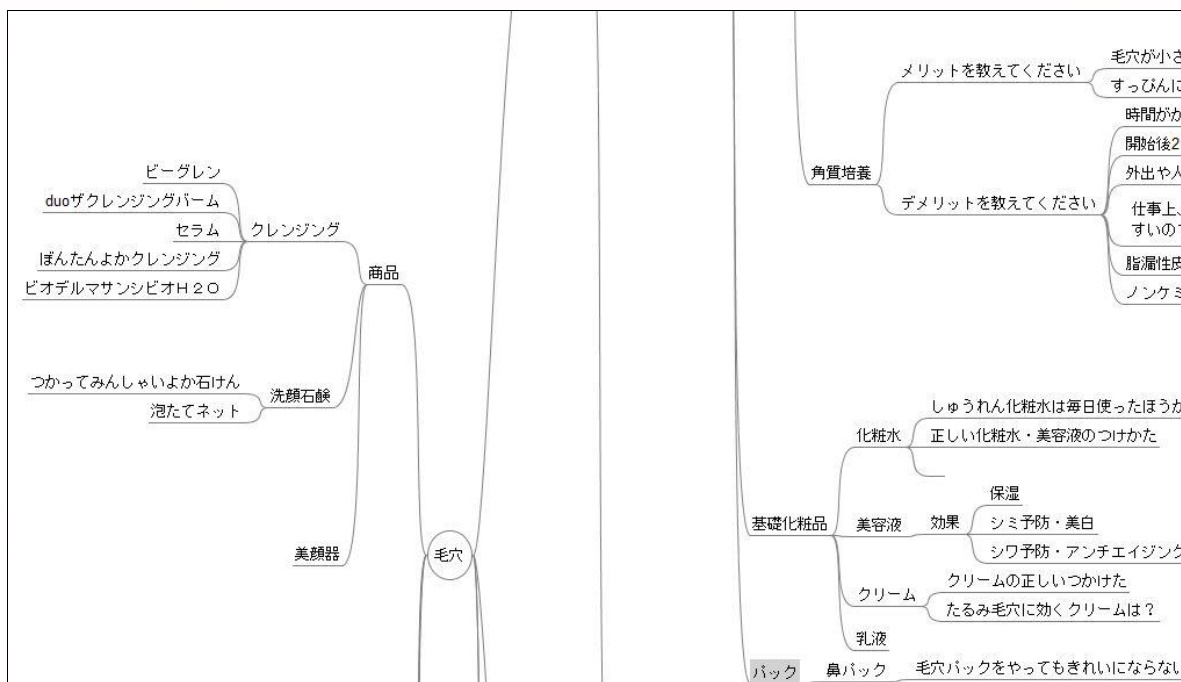
「部位別でも、小鼻の黒ずみになやむ人」  
「アゴのごあごあした感じに悩む人」  
「頬のたるみ毛穴に悩む人」

「いろいろいますよ」



「その通りだよ、はじめの設計図を組んできただけの事はあるね」  
「松風さんは毛穴についてリサーチしてマインドマップにまとめたよね？」





「そのテーマに取り組んだ人なら分かるよね」  
 「松風さんは“ニキビ”については、全くリサーチしていないから」  
 「表面だけを見てしまうのも、よく分かるよ」

「だけど、ここが商人として重要なんだよ」



はいっ！



「何回も言うけど広告の訴求基準も決めていないし」  
「そこから属性に対してリサーチもしていないのによ？」

「“ニキビ+スキンケア”という言葉が売れるキーワードだと」  
「勝手に決めつけている所からズレているんだよ、売れないよ」



「そうですよね、スキンケアってどういうものなんだろう？って」  
「思って打ち込んでいるだけの人もいますものね」

「それと、なんとなく分かってきました」  
「“ニキビ+スキンケア”で作っても売れない理由が！」

「肌症状・状態によって求められる答えが違うんですね」  
「毛穴で考えていたらなんとなく分かりました」

「たるみ毛穴なら化粧水や美容液について知りたいだろうし、  
皮脂詰まりなら洗顔についての情報をほしがっていると思います」



「そうそう^^」  
「だから“ニキビ+スキンケア”のみで作るなら設計図が重要だし」  
「それ相当の情報を入れて個別ページに誘導しないとダメだね」

「例えば、性別という視点で、この個別ページは男性用、こっちは女性用」  
「世代別という視点で、このページは10代用、こっちは20代用・・・」  
「部位別という視点で、この個別ページは頬、首・・・」  
「症状別でいえばこっちは赤いきび、こちらは白いきび」



「なるほど！」

「これが個別ページに役割を持たせるという意味ですね」



「その通りだよ、ニキビスキンケアでもいいんだけど」

「その時も、誰に、何を提案するニキビスキンケアなのか」

「そこのお題(タイトル)付けなども大事になってくるよ」

「今回は分かりやすするために大雑把に説明しただけだよ」

「例えば頬ニキビスキンケアでブログを作るとしてもさ」

「個別ページを作るにしても世代で悩みの深さは変わるからね」

「肌質、男女、症状でも全く切り返しは違うよ」

「だから、稼げるキーワードとかはないの」



「なるほど・・・深いですね」



「そう、だから 広告にあるどの部分を落としこみにするのかを」  
「自分が事前に決めないと各個別ページに役割を持たせられないよ」  
「その基準があってこそそのキーワード選定ばい」

「TOPに集める為のキーワードを決めて、そこからどんな記事が必要か」  
「アクセスが集まっている他のキーワードで話を繋げる事が出来るか」

「こんなんね、リサーチをしない限り絶対に分からないよ」  
「だから、はじめに面倒でも全体像の設計図を描いておけば」

「ああいう悩みがあったな、こういう背景があったなとか」  
「1つのジャンルに強くなれば、分かる事がたくさんあるとよ」

「そういう部分を踏まえて落とし込みの商標キーワードまでの流れをね」  
「初心者の中からやっていたら、必ず成長するからね」  
「まずは商標キーワードでもいいから形を作り上げる事が大切ばい」



「“商品広告の訴求ポイント”を決めて、そこを目指して流れを作る感じで  
「個別ページを5記事を目安にして作っていく感じなのですね？」



「まあ、5記事じゃなくてもいいけど、目安としてはそれでいいよ」  
「その時に役立つのが“育てるブログ”で集めたキーワードだね」

「落としこみを決めた中で流れに対して使えるようなキーワードを  
育てるブログから集めたキーワードでピックアップするんだよ」

「同じキーワードでも属性によって返す答えは変わるよ！」

### 1-1-3.訴求ポイント基準を先に決める



**「まずブログを作る前にやってほしいのは、  
広告訴求ポイントの基準を決めることだね」**

「そうしないと、あれもこれもと、広告からキーワードを拾うだけで  
「結果的に何がしたいのか分からないブログが出来てしまうから・・・」

**「誰に、広告のどういう所を見てほしいのか？」**

「その属性を決めない限り、キーワードを拾っても意味がないよ」

「余計に混乱するだけだからね、だからリサーチもほやけるんだよね」

「基準に合わせて必要な記事をリサーチして作るだけだよ」

「コトリさんも良く言うけど、作らないと分からないっていう部分はココだね」

「ここ重要だからね！」



「アクセスがあるキーワードを適当にくっつけて作っても」  
「ダメという事なんですね、だんだん分かってきました」



「そうそう」  
「お客様は自分に関連することしか読まないからね」  
「まずは基準を決めてトップからの流れを考えることだね」



「トップを“毛穴の黒ずみ”関連で作っていたのに」  
「個別ページで“毛穴の原因とか、毛穴のたるみ”関連を」  
「記事にしてもお客様は興味がないというわけですね！」





「そうそう、たとえ上手だな^^」

「ブログへのアクセスはあるのに成約がない典型的なパターンだね」  
「そのズレに気付かないまま、みんな適当に量産しているんだよ」

「コトリさんが、まごころ日記にそんな適当な量産をしている様では」  
「僕には絶対に勝てませんと言っていたのは、こういう事だね」

**「1つ、1つ作るブログやサイトに」**  
**「どういう意味合いを持たせるか？」**  
**「ここ大事にして作るしかないよ」**

「落とし込みと言っているのは成約に繋がりたいページのことだね」  
「ブログ・サイトアフィリエイトではキラーページと一般的に言われてるね」  
「個別ページからキラーページにリンクを貼ったりするのは」  
「アクセスが来てからでいいからね」

「トップからお客様は来る前提で落とし込まで流れを考えるんだけど  
実際は個別ページからのアクセスが多いこともあるから」  
**「そこではじめて修正が必要になってくるんだよ」**

## ✓松風チェックポイント✓



塾長から、アクセスをみて修正という話がありました  
そこはあまり気にせず広告訴求ポイントの基準を作り  
TOPからの流れを考えて作っておく

つまり、軸をぶらさずにはじめは記事だけを  
ちゃんと入れておけばOKということです  
ここまでやったらほったらかしです

あとはアクセス解析を見ながら修正です  
ここまでが1日～3日の全体的な構成になります

詳しいことは、5日目のキーワード選定編、7日のアクセスの集め方  
8日の記事の書き方・魅せ方を参考にしてください！

---

## 1-1-4.初心者の時からやって欲しいこと



「売りたい人を先に決めて、流れを考えて個別ページを作るまで話したね」  
「次は落としこみと言っているキラーページの話しようね」



「営業でいえばクロージングの部分ですね(緊張)」

「うん？なんか違うか？まあいいや、ひとりごとだし・・・笑」



## 「最後のキラーページは “商品名+複合”を基本に作ろう」

「ここでは落としこみのページを“キラーページ”※と呼ぼう」

※キラーページはランディングページとも言われています



「キラーページは“商品名+複合”でタイトルを作る・・・メモメモ」

「なるほど！ここで育てるブログ(楽天)で練習した  
キーワード選定が役立つんですね^^」

「繋がってるな～」



「そうそう、初心者の方はこんな感じから練習でやるといいよ」  
「**時間のない副業の方でも“For you”の精神をもって**」  
「**時間軸をしっかり決めて動けば作業はできるからね**」

「その為には繋がりのある無駄のない仕組みが大切なんだ」

「“育てるブログ”から少しずつキーワード選定を学び、  
アクセス解析を見てキーワードを収集していく」

「さらに“あの場所ブログ”ではトップの段階で  
属性をしぼって商品の訴求ポイントめがけて  
個別ページを入れていく感じだね！」



「時間軸を大事にしながら取り組みます」

## 1-1-5.商品名+複合キーワードの考え方



「キラーページの“商品名+複合キーワード”の話しをするね」  
「今回は動画で話した“プロアクティブ”を例にするよ」

[https://www.grj.jp/paap/index.aspx?siteid=papcaf034&tagsetid=set\\_af\\_trafficgate\\_30&pscd=032012&reid=1972766482#type](https://www.grj.jp/paap/index.aspx?siteid=papcaf034&tagsetid=set_af_trafficgate_30&pscd=032012&reid=1972766482#type)

proactiv プロアクティブ  
SOLUTION

**60日サイズ (通常初回価格 ¥7,800) が  
50% OFF!!**

**期間限定 ¥3,900 (税込) 送料別**

これもついてくる

★ ベーシックセット(薬用) 60日サイズ ★

- ＜薬用洗顔料＞ リニューイング クレンザー 医薬部外品 120mL
- ＜薬用化粧水 (ふきとり)＞ リバイタライジング トナー 医薬部外品 120mL
- ＜薬用クリーム＞ リペアリング トリートメント 医薬部外品 50g
- ★ 夜用クリーム (試供品) 30g

初回限定 +

- デイリー オイル コントロール 10g (試供品)
- ホワイトニングEX 5g (医薬部外品) (試供品)

今なら、プラスケアもついてお得!!

ベタつき、テカリ対策に「デイリー オイル コントロール」と、ニキビを予防する薬用美容液「ホワイトニングEX」のミニサイズがついています!

※試供品の内容・容量は変更になる場合があります。

ご注文は  
こちら

利用者の声      プロアクティブの  
魅力      ニキビについて      タイプ別  
ニキビを知る      60日間返金保証



「ニキビで悩んだことはないですけど、  
プロアクティブは有名ですし知っています」  
「CMでも見たことがありますし、空港に自販機ありました」

「プロアクティブ+複合キーワードを見てみると」  
「プロアクティブ+激安、効果、評判、口コミとあります」

初心者の方はこういうので量産しようと思しますよね？  
ただ、これだとアフィリエイトなら誰でも分かることだし  
結局、SEOの勝負しかできなくなるからこそ

さきほどのお話が重要になってくるということであり  
それが切り口を増やしていけば・・・という事ですよ？

SEO勝負はアフィリエイトなら誰もがやるからこそ  
設計図が必要なこと、リサーチが必要なことが分かります



「そうだね^^ 本当はキラーページは商品名じゃなくてもいいんだ」  
「そこを話したすと初心者の方は良く分からなくなると思うからね」

「だから、今回は商品名での取り組み方を例にしていくよ」

「プロアクティブ+激安、ロコミ、評判、効果とかを見て作る人は」  
「全く周りが見えていないの、こんなのは完全なSEO勝負だよ」  
「初心者の方がSEOで戦っていけるはずはないよ」  
「中身のコンテンツも薄いし、上位に来ても取りこぼすだけ」

「だからこそね、プロアクティブを見ても切り口はいくらでもあるよ」

「プロアクティブの広告訴求ポイントをちゃんと決める必要がある」  
「そこを決めないから、激安・ロコミ・評判・効果から拡がらないの」

「**広告訴求ポイント基準を決めてから複合キーワードを調べるよ**」

「動画にも出てきたと思うけど、僕が作る成約キーワードはこんなのね」  
「競合キーワードと成約キーワードは全く別だからね！間違っちゃ駄目よ」





「はいっ！基準を決めればこういうキーワードでも」  
「成約を決める事が出来るってことなんですね！」

「どこを見てほしいのかを決めて、そこに対してキーワード拾い」  
「リサーチをしてターゲットを明確にして話を作る」

「なるほど～これが属性になるんですね」

「ここを見てほしい人だけを集める様に作る」  
「激安・ロコミ・効果などで作っても訴求ポイントがズレていたら」  
「ぼやけたものしか作れないと言われている事が分かりました」

⇒競合キーワードと成約させるキーワードは全く違う

返金保証、クレーター、クレンザー、単品購入、ビーグレン  
効果期間、体験談、正しい使い方、高い、成分ステロイド

## 1-1-6.設計図を作ってみよう



「では松風さん！この広告から設計図を作ってみよう」



「初めに広告訴求ポイントの基準を決めるんですよね」

「何にしようかな～ むむう～」

「コトリさんが、広告をちゃんと見るって言ってたもんな～」

「……」

～省略～

# 「”返金保証”にします！」

60  
DAYS

お肌にあわなければ、全額返金いたします  
まずは、お試しください

60日間返金保証

万一ご満足いただけなかった場合、商品到着から60日以内に  
全商品の容器をご返却いただければ、商品代金をお返しいたします。

続けることを含めて「プロアクティブ式 お試しニキビケア」なのです。

「広告に大きく出ていますから、ここを基準としたいと思います」



「よし、まずは広告訴求ポイントの基準が決まったね」

設計図

トップ: ???

個別記事1: ???

個別記事2: ???

個別記事3: ???

個別記事4: ???

個別記事5(キラーページ): **プロアクティブ+返金保証**



「次はリサーチもかねて、誰に紹介するかを考えようね」  
「この基準を決めてから広告をよく見るんだよ」



(思考中・・・思考中・・・思考中・・・)

## プロアクティブならニキビがしやすい様々な肌に対応

▼ 女性のニキビ    ▶ 男性のニキビ    ▶ 大人のニキビ    ▶ 思春期のニキビ

### 女性ニキビ注意報

**Tゾーン**  
皮脂や汗の量が多く、  
毛穴が詰りやすいため  
でしやすい部分。

**Uゾーン**  
生理等ホルモンバランス  
の乱れやストレスから  
でしやすい部分。

**生理前2週間は  
要注意!**

**生理サイクルとニキビの関係**  
排卵から生理前の期間は、皮脂が過剰に分泌されるため肌があれやすいと言われています。この期間は生活リズムに気をくばり、肌に良いとされるビタミンA・C・Eを積極的にとれましょう。

ビタミンAを含む食材	ビタミンCを含む食材	ビタミンEを含む食材
ほうれん草・人参・鰯・レバー等	莓・柿・赤ピーマン・ブロッコリー等	アーモンド・ゴマ・かぼちゃ等

**厚塗りメイクに  
要注意!**

**ファンデーションは薄く、皮膚呼吸をスムーズに**  
油分の多いファンデーションは毛穴をふさいでしまいます。毛穴をふさぎやすいリキッドタイプは避けて、パウダーを薄く塗るようにしましょう。メイク落しはしっかりと丁寧に。

**ムダ毛処理にも  
要注意!**

**ムダ毛処理後のUVケアに注意**  
外出時には紫外線対策を万全に。特にムダ毛処理後は表面の角質層がはがれて無防備な状態。シミにもなりやすいので日焼け止めを忘れずに。

「**厚塗りメイクに注意!**という部分が気になりました」  
「これならニキビに悩む女性でファンデーションを探している人を  
トップで集めるといい流れが作れそうだと思います」



「そうそう、そんな風に拾うの、それをふまえて設計図を作ってみよう」



※キーワードはリサーチ後にグーグルサジェストでチェック済み（テヘヘ）

#### 設計図

トップ: ニキビ+ファンデーション

個別記事1: ニキビ+肌荒れ

個別記事2: ニキビ+化粧落とし

個別記事3: ニキビ+スキンケア+人気

個別記事4(キラページ): **プロアクティブ+返金保証**

「よーし！この流れでいけそうです 完璧だ！」

「でも、4記事で終わってしまいました」

「あの場所ブログは5記事ですよ？」



「そこはね、あんまりこだわる必要はないよ」  
「コトリさんも良く言っているけど、5記事でないとダメという事ではない」

「ここは動画でも話しているけど、各キーワードにはね・・・」  
「商品購入までの距離がそれぞれあるの」  
「ちょっと難しいと思うけどさ、だけど知るべきことだよ」

#### 設計図

トップ: ニキビ+ファンデーション

個別記事1: ニキビ+肌荒れ

個別記事2: ニキビ+化粧落とし

個別記事3: ニキビ+スキンケア+人気

個別記事4(キラーページ): **プロアクティブ+返金保証**

「ここはね、もう少しリサーチしていないと分からないけど・・・」  
「”ニキビ+化粧落とし”がちよっと惜しいね」



「そうなんですか？」

「ファンデーションの圧塗りで肌荒れした人は  
クレンジングを探すかな～リサーチで思ったんです」



「話の流れが逆なのと、ニキビ+化粧落としでもいいけどさ」  
「調べると分かると思うけど、市販の拭き取りシートを使う女性が多いの」  
「だから、ニキビ+ファンデなら、ニキビ+拭き取りシートの方がいいね」



「なるほど～ 化粧落としだと石鹸探しの人もいるから  
「属性がちょっと広いですね！」

「ふむふむ、市販品の拭き取りシートは強力ですからね」  
「洗剤で肌をこすっているのと同じです」



「おっ！いいね！だからリサーチをすることが本当に大切よ」  
「ニキビ+洗顔+市販などの記事も追加してもいいと思うしね」



すると・・・

#### 設計図

トップ: ニキビ+ファンデーション

個別記事1: ニキビ+拭き取りシート

個別記事2: ニキビ+肌荒れ

個別記事3: ニキビ+市販+洗顔

個別記事4: ニキビ+スキンケア+人気

個別記事5(キラーページ): **プロアクティブ+返金保証**

「こういう形でも作れるってことですね！」

「このキーワードに対して、ちゃんとタイトルをつけて」

「答えを返していくという感じですね」



「最初は圧化粧するから肌荒れする流れで考えていました」  
「それが拭き取りシートを間に入れて肌荒れする流れに変わりました」



「でしょ^^」

「リサーチしないと分からない」「作ってみないと分からない事ばかりだよ」  
「でも、みんな面倒くさがるからSEOばかりが気になるんだよ」

「例えば、ニキビ+スキンケア+プロアクティブ」  
「プロアクティブ+複合しか見ていない人だったら」

「ニキビ+ファンデーション、ニキビ+拭き取りシートとか」  
「絶対に分からないし、見えないキーワードだからね」



「たしかに分からない・・・」

「1つのジャンルに強くなると分かることが沢山ありますね」



「設計図の話していくとね・・・

#### 設計図

トップ: ニキビ+拭き取りシート

個別記事1: ニキビ+肌荒れ

個別記事2: ニキビ+市販+洗顔

個別記事3: ニキビ+スキンケア+人気

個別記事4(キラーページ): **プロアクティブ+返金保証**

↑

「例えばファンデからじゃなくても、ニキビ+拭き取りシートからでもいいさ」

「属性に合わせて作っていけば必ず分かる様になるよ^^」



「設計図を作る重要性が分かりました！」

## ✓松風チェックポイント✓



「わーい！これでバリバリ売れるな～ ヒュー♪」



「いやいや、松風さん甘いよ、こういうのが基本なだけだよ」  
「動画でも言っているけど、みんな100点を狙い過ぎなの」  
「数稽古をしないと絶対成長しないよ」

「今回は落とし込みがプロアクティブ+返金保証だったけど  
逆にね、これをブログのTOPに話を作ろうとすると  
必要な個別ページ(キーワード)は全く別になるよ」



なんですと？



「ブログのTOPが「プロアクティブ+返金保証」だったら違うってこと」

設計図

トップ:プロアクティブ+返金保証

個別記事1:〇〇+〇〇

個別記事2:〇〇+〇〇

個別記事3:〇〇+〇〇

個別記事4(キラーページ):〇〇+〇〇〇



「なるほど～ この場合だと既にプロアクティブを知っていて」  
「気になっている方に対して作るということなんですね」



「そう、だけどそれだけじゃないよ？」  
「既に購入をしていて返金をしたい人だって」  
「プロアクティブ＋返金保証」と打つでしょ？」

「だから、キーワードだけじゃ何も分からないって言っているの」

「コトリさんが、動画のフォロー日記の中でさ」  
「同じキーワードを使うにしても、話の流れで変わるって」  
「書いているのはこういう事なんだよ」

「だから、広告訴求基準を決めたらリサーチをちゃんとして」  
「1つ1つ作るブログやサイトに対してタイトルも、個別記事も」  
「ちゃんと意味合いを持たせて作らないとズレまくるよ」

「稼いでいる人が作ってみないと分からないって言っているのは」  
「こういう事なんだよ」

「だから副業の時に多面展開をすると分からなくなるの」



「なるほど・なるほど」



「ここが分からないから、うちはサイトアフィリのマニュアルで」  
「30記事サイトを作っている訳だよ」

「コトリさんがいつも繰り返し言っているのはココだね！」

**「アクセスが集まるキーワードだけで適当に作っている内は  
「自分で売ったじゃなく、たまたま売れただけばい」**

「数打てば、そりゃね、どれかが当たるさ」  
「それがアフィリエイトの魅力でもあるからね」  
「だけど、それだといつまでも壁は越えられないし」  
「成長はできないよ、いつまでもムダな量産をして疲れるだけばい」

「俺がスカイプ面談や、動画添削にこだわるのは」  
「こういう所を本当に分かってやっているのか？」  
「それがテキストでは見えないからやるのよね」



「たしかにそうですね、私も毛穴をテーマにして  
何度もやったからこそ、キーワードに対する  
考え方も分かってきましたし」

「検索結果数とかが見ても、人の気持ちなんて分からないって事が  
やっと分かってきた感じですよ」



「そうそう、やらないと分からないと言えば簡単だけど」  
「キーワード選定基準を自分がちゃんと決めてから」  
「リサーチをしていかないと分からない事ばかりだよ」

「初心者の方がキーワードだけ見て作ってもまず売れないよ」  
「絶対にズれる、キーワードしか見てないから・・・」

「だから、面倒でも設計図を作って、コツコツやった方が」  
「あとの事を考えれば、格段に成長するんだよね！」

「SUNAさんが、何も分からない中でエステに取り組んでさ」  
「1年後にはコンスタントに10万の壁を越えて、今は30万を超えたでしょ」



「そうですよね」





「それだけ、1つのテーマで取り組むと強くなるんだよ」  
「SUNAさんもアフィリエイトの仕組みしか知らなかった訳だしね」



「そう考えると、やっぱりSEOは二の次ですよね！」  
「私はパンダ・ペンギンとか正直分らないですもの」



「うん、それを知らないと稼げないという事ではないのは」  
「松風さんが良く分かっているでしょ？」



「はいっ！確かにそうです！バックリンクも正直な所は詳しくないですしね」



「うん、そうばい！それが知らないから稼げないという事ではないよ」  
「いつも言っているけど、SEOに拘るよりも質にこだわるべきだよ」

「設計図を作ってやっていかないと、アクセス勝負になる訳だからさ」  
「稼げるか、稼げないか分からないキーワードなのに」  
「そこにSEOばかりをかけても意味はないよ」

「SEOは基本的な知識を持っているぐらいで僕はいいと思うよ^^」



たしかにそうですね！

私もはじめた頃は、本当に売れるのかな～と思ってましたが  
フラフラせずに1つの事をちゃんとやり続けたからこそ  
今、SUNAさんと同じで差別化できる様になったと思います

SUNAさんの方が成長は早かったです(笑)  
長期的に稼げる力を身に付けたい、私はここをブラしませんでした

少しずつ分かる様になったのも、流行に惑わされたり  
検索エンジンの変動に対してバタバタすることもなく

塾長にずっと教えてを頂いて、自分の時間軸を守りながら  
周りと比べずに実践を続けてきたからこそ今があります

仕事が終わって、家に帰って勉強することがある  
これが出来ることって凄く幸せだと思います

東北の方達はアフィリエイトをしたくても、出来ない環境におられる方が  
本当にたくさんいらっしゃいます、そう考えると一生懸命がんばらなきゃ

---

## 1-2-1.ASPアフィリエイトと楽天・アドセンス



「ASPの場合、商標キーワードの著作権は広告主です」  
「元々、広告主達はPPC広告を使って商品名で成約を取ります」

**「本当は商標キーワードのみでSEOをかけてほしくないのです」  
「別のキーワードできっちり成約をとって欲しいのが本音なんだ」**

「ASPの時、商品などは買った方がいいと言っているのは」  
「広告主に喜ばれる為にもという意味合いもあるんです」  
「広告で表現できない事だったら嬉しいですからね！」

「商標キーワードでのペラ量産は特に厳しくなっていくと思いますので」  
「商標で決められる様になったら、別のキーワードで成約を取れる様に」  
「しっかり積み上げながらがんばってくださいね！」



「“あの場所ブログ”からはASPアフィリに挑戦するんですね」  
「楽天のクッキー効果やアドセンスのようにクリックされれば  
成果になるのとは違うので難しそうですね」

ASPアフィリで使います↓↓

	⇒ <a href="http://www.a8.net/">http://www.a8.net/</a>
	⇒ <a href="http://www.affiliate-b.com/">http://www.affiliate-b.com/</a>

**ASPアフィリは成約しないと  
成果が発生しない！**

## 1-2-2.ぼやけたアクセスはいらない



「そして、楽天、アドセンス、ASPの部分で一番違うのは」  
「ASPの場合は、ぼやけたアクセスがいらないという部分だよ」

「よかれと思いこの記事を入れたとか・・・は不要です」  
「情報だけ抜かれて他のページに行かれる可能性もあります」  
「よかれという思いは気を付けること！」



「広告の訴求ポイントの基準にめがけて流れを作るんですね」  
「よけいな情報を追加して流れを分散させないようにしなくちゃ」

## 1-2-3.案件に繋がるキーワードを使う



「ASPの場合に気を付けて欲しいのは」

「アクセスが集まるキーワードとかではなく」

「⇒案件に繋がるキーワードかどうかだけだよ」

「そこが楽天・アドセンスと一番違う所になります」

「だから、まずは話の流れを作れる様になっていく事が大事！」

「要は、プレゼンが出来るか？ってことだよ」

「もちろん、TOPに置くキーワードによって設計図の組み方も変わります  
3記事でいい時もあるでしょうし、サイトなら1ペラでもいい時もあります」

「なので、基本は5記事をメインに考えて作ることです」

「内容によっては5記事じゃ足りない時もあります」

## 1-2-4.手を動かさないと分からない



「こういう部分も全て実践における過程でしか学ばませんので」  
「育てるブログとか、塾生さんなら30記事ブログなどを通じて」  
「出てくるキーワードをしっかりとノートに書いてストックしておいてください」

「何事もやりながらじゃないとと分かりませんからね・・・」  
「数稽古の先に手に入りたい真実があります」

簡単に稼げると言われるやり方ばかりやっても  
コトリさんが日記に書いている様に

キーワードに対する考え方を身に付けていかない限り  
今後はますます厳しくなるばかりです

ここまで掘り下げてお話をしているのは、それだけ重要だからです  
訪問者の方はバカじゃありませんよ？アフィリエイトのレベルが  
向上しているのと同じ様に、お客様の目も厳しくなっています



## ✓松風チェックポイント✓



プロアクティブを例にして塾長のメルマガがありました  
とても重要なことが書かれてあるので再度ご紹介します

---

■競合キーワードと成約キーワードは別です■

プロアクティブ+複合キーワードを使うとしても  
僕やまごころファミリーは全く違う切り口で  
商品売っています

例えば「クレンザー」とか「単品」とかですね！

なぜ、こういうキーワードで成約が取れるのか？  
現時点で分からない方は完全にアクセス主義ですし  
リサーチを全くしていません

つまり、1つ1つ作成しているブログやサイトに対して  
意味合いを持たせずに、アクセスが集まるキーワードだけを  
ピックアップして適当に作っています

たとえ、敏感肌＋プロアクティブで上位に来たとしても  
訪問者が知りたい事と中身が完全にズレているので

あれ？アクセスはソコソコ来るけど売れない・・・となります  
その理由は「集めるアクセス」の質がぼやけているからです

アクセスが3でも、5でもテーマを決めて作れば  
そういう人しか集まりませんし、少ないアクセスでも  
売れる商品であれば、ちゃんと売れます

いいでしょうか？

楽天だろうが、アドセンスだろうが、ASPだろうが  
違うのはアクセスの質だけです、考え方は同じです

---

## 2-1 小ネタ ヤフーブログ検索掲載



「動画にあったヤフーブログ検索に掲載されるメリットは何ですか？」  
「たまにはやってもいいと思うっておっしゃってましたが」



「検索エンジン以外からの早期の集客が期待できる事だね」

「検索エンジンといえば、グーグルやヤフーが有名だよね」  
「ここに登録(インデックス)されるには時間がかかるよね」

「インデックされるまではアクセスの導線としては使えないよね」



「確かにそうですね」



「ところが作りたてのブログでも、ヤフーブログ検索に掲載させれば、そこからお客様を集客できるんだよ、小ネタだけどね^^」



「作りたてのブログがいきなりアクセスを集められるのはスゴイですね」

⇒<http://search.yahoo.co.jp/blog>



✓あの場所ブログのメリット

**ブログがインデックスされなくても  
アクセスが来る！**

## 2-2 ヤフーブログ検索への掲載方法



「質問ですが、どうすればここにブログが掲載されるのですか？」



「これはね、PINGを設定すればいいだけだよ」

「↓これを設定するだけでok」

<http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2>



「別に登録が必要かと思っていました」

「小ネタだからこそ、簡単ですね 笑」

## PINGの設定方法(シーサーブログ)

【設定】⇒【記事設定】

更新されたときに通知するサイト 

- ・ [BlogPeople](#) 通知先に追加
- ・ [goo blog](#) 通知先に追加
- ・ [Google](#) 通知先に追加
- ・ [Yahoo!Japan](#) 通知先に追加

[保存](#)

赤枠の部分にPINGを設定します

初期段階で赤枠部分に何か設定がある場合は全部削除してください

更新されたときに通知するサイト ?

```
http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2
http://blogsearch.google.com/ping/RPC2
http://blog.goo.ne.jp/XMLRPC
http://ping.fc2.com/
```

- BlogPeople [通知先に追加](#)
- goo blog [通知先に追加](#)
- Google [通知先に追加](#)
- Yahoo!Japan [通知先に追加](#)

**保存**

次に赤枠部分に以下のPINGをコピーして貼り付けて下さい

```
http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2
http://blogsearch.google.com/ping/RPC2
http://blog.goo.ne.jp/XMLRPC
http://ping.fc2.com/
```

最後に【保存】を押して完了です

※ブログランキングなどで個別にPingを設定する場合は  
5番目に以下に設定してください

## PINGの設定方法(FC2ブログ)

【環境設定の変更】⇒【ブログの設定】⇒【更新情報(Ping)設定】

### 更新情報(Ping)設定

- 更新情報の送信先を設定します。改行で区切って下さい

Ping送信先

更新

赤枠の部分にPINGを設定します

初期段階で赤枠部分に何か設定がある場合は全部削除してください



## 更新情報(Ping)設定

- 更新情報の送信先を設定します。改行で区切って下さい

Ping送信先	<pre>http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2 http://blogsearch.google.com/ping/RPC2 http://blog.goo.ne.jp/XMLRPC http://ping.fc2.com/</pre>
<input type="button" value="更新"/>	

次に赤枠部分に以下のPINGをコピーして貼り付けて下さい

```
http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2
http://blogsearch.google.com/ping/RPC2
http://blog.goo.ne.jp/XMLRPC
http://ping.fc2.com/
```

最後に【更新】を押して完了です

※ブログランキングなどで個別にPingを設定する場合は  
5番目に以下に設定してください

## 2-1 キーワードに対する考え方



「あの場所ブログは小ネタだから」

「ココを中心としてやるのは違うからね」

「重要なのは広告の訴求ポイントをどうお客様に導くのかを考えること」

「そのためには、その道の専門家になることだと話したね」



「ヤフー知恵袋で悩みをひろったり、本や雑誌を用意して、  
情報をどんどん収集していくリサーチが大事なんですよね」



「そうそう」

「こういう部分でお客様は悩んでいるんだな  
そういう気づきを常に探す姿勢が大事だね」

「そういう地味な作業をしていないと、  
キーワードを表面しか見られない人になってしまう」

「前から言っているけど、その状態だと俗にいうSEO地獄だね  
情報商材が謳っているSEOだって本当はわからないんだよ」

「みんな経験を話しているだけだからね」

「時間のない副業の方が注目すべきはそこじゃないんだよ」

**「テーマを決めてその道の専門家になること」**

**「そしてキーワードの奥を見る力をもつこと」**

「これができればSEO勝負は無用だし、  
長期的に稼げる力をもつことが出来るからね^^」



「私も塾長の考え方に賛同して参加しました！」

「昔は“楽しんで稼げる”という情報商材の誘惑に負けましたけど」



「その気持ちは分かるよ」

「“楽しんで稼げる”＝“いつか廃れる”  
そんなに甘くはないよね・・・」



「なんとなく分かります」

「ツールとか出るとグーグルは購入して調査している噂も・・・  
どこかで聞いたことがあります」

「お客様に役立つオリジナルのブログやサイトを作ります！」

## 2-3 キーワードの表面だけを見ない！



「ここからはキーワード選定の本質の話をするよ」  
「テーマは“瞬足(しゅんそく)”にしよう」

### 瞬足

#### 秋の運動会モデル

君が輝くために！

運動会は大イベント。  
がんばる君をデザイン・機能で応援します。



「“瞬足”が売れているのは耳にしたことがあります」



「この商品売るためにブログやサイトを作るとするね」  
「キーワードの表面しかみない人はすぐにツールを使うね」

「目の前にあるキーワードの「3強」はコチラ」

↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓

「瞬足+激安、瞬足+楽天、瞬足+送料無料」

「稼げていない時の考え方は、  
“瞬足”から物事を広げることが全く出来ないね」



「“瞬足+〇〇”でブログやサイトを作るという意味ですね」



「そうだね」

「“瞬足+〇〇”を大半の方がSEOで何とかしようとする」

## 「答えはノー！考え方が甘すぎ」

「稼げてないでブログを作る人ほど楽を求める傾向があるね」

「面倒くさがるので属性の背景を調べないままキーワードから入るんだよ」



「たしかに、売れ筋商品名の複合キーワードをツールで調べてそのキーワードでブログを作ったら簡単ですよ」

「ブログができたらSEO地獄ですね」

「上位表示できても稼げる保証はないのに・・・(汗)」



「“瞬足”で検索結果数を見てどうしようかな～とか  
考えること自体が時間の無駄なんだよね」

「この間、長期的に稼ぐ人達はリサーチをしているよ」

「これがね、のちのち「大きな差」となっていくんだ」

「調べる事を避ける人は、中古・日本語ドメインの力を使い  
ビッグキーワードでぼやけたアクセスを狙います」

「そこからたまたま一致した属性による  
数パーセントの成約をねらうカンジだね」

「だから、この時も瞬足+激安、ロコミ、評判ではなく」  
「楽天・アドセンスだったら、瞬足+キッズサイズ」  
「ASPだったら瞬足+16.5」とかで落とし込みをかけるよ





「“瞬足”から離れて“瞬足”を売るというカンジですね」  
「広告をよく見なくちゃ」

参考

⇒<http://www.syunsoku.jp/>

アキレス 瞬足クラブ SYUNSOBU

トップページへ > アキレスウェブショップへ

瞬足について > キャンペーン > お役立ち > メールマガジン登録 > ニュース・イベント情報 >

▼ 瞬足とは > 機能紹介 > 瞬足モデル紹介 > 瞬足ライブラリー > 瞬足ブランドアイテム紹介

トップページ > 瞬足について > 瞬足とは

## 瞬足とは

2003年、「瞬足」は、学童の通学履き用として、また運動会の競技でも威力が発揮できるシューズとして発売されました。

■ コーナーで差をつける！！

開発のテーマとして掲げられたこのフーズには、左回りのトラック競技で転倒することの多い子どもたちを「転ばずに最後まで力いっぱい走らせてあげたい」という、開発・営業担当の思いがありました。「シューズを改良することで何とかならないか…」  
そこで、左回りに特化した「左右非対称ソール」というアイデアが生まれました。  
当時、ソールの意匠は常識的には左右対称でしたが、その常識をくつがえし、「右足の内側」と「左足の外側」に左右非対称のスパイクを配置したのです。  
晴れの舞台で力を出し切って最後まで走れるように…と作られた「瞬足」は、子どもたちの「速く走りたい」という気持ちを応援するシューズなのです。

## 2-4 SEO勝負しないキーワード選定

みずか こ も かい ぼつ たん どう しゃ えい ねん しょう がっ こう うん どう かい  
自らも子どもを持つ開発担当者は、永年、小学校の運動会  
で子どもたちが履いているシューズの写真を撮り続けてい  
ました。それは、いわゆる定点観測により、新たなシューズ  
かい ぼつ え かい ぼつ しゃ  
開発のヒントを得ようとするものでした。開発者がそこで  
み たのものは、子どもたちが都会の狭い運動場をどこか不自由  
そうに走り回っている姿でした。また同じころ営業担当者  
も、運動会のトラック競技中にコーナーでバランス崩したり、  
てん どう こ おお  
転倒する子どもたちが多いたことが気になっていたのです。  
ちよう さ すす に ほん しょう がっ こう こう てい さつ さ  
調査を進めると、日本の小学校の校庭トラック競技はほと  
んどが左回りでした。誰もが運動会のかけっこで1番になれ  
ばうれしいはず。ならば、左回りのトラックでトラブルを起こ  
さず、力いっぱい走れるシューズを開発すれば人気が出る  
はずだ…。そこで、とことん左回りにこだわった結果、  
き ゆう ひ たい しょう か こ れい み  
「左右非対称ソール」という過去に例を見ないアイデアが  
生まれたのです。



「瞬足の商品を売る時、こういう部分を見るんだよ」  
「そしてリサーチをちゃんとしてみることだね」

「僕なら答えの「1つ」として↓↓の所から作るよ」

「**運動会+こける**」「**運動会+コーナー**」とか

「**運動会+リレー+シューズ**」などなど・・・



「なんとなく分かります」  
「“瞬足”という言葉がでていないんですけど  
“瞬足”を買ってくれそうな人が検索しそうなキーワードです」

「商品の訴求ポイントと合致していますね」

## 2-5 長期的に稼げる方法とは



**「簡単に稼げると長期的に稼げるは質が違うよ！」**

「どちらを選ぶかは自分の心次第ですけどね^^」

「僕はどっちを選んでもらっても構わないし  
人を変えるつもりは全くないんだよね」

「グーグルが、中古ドメイン・日本ドメインに対する  
評価基準をこれから著しく落としはじめた時にだよ？」

「今、ひたすら商標名＋楽天、ロコミなどの  
1ペラ量産のやり方は不変しないのかね？」

「ノウハウとか、やり方ばかりに依存していると  
不安や焦りで新たなノウハウに走るだけなのにね」

### 3-1 ブログタイトル作り(属性を決める)



「ここからはブログタイトルの作り方に入るよ」

「タイトルは看板！入口だね」

「とても重要な部分になるよ！」



「“育てるブログ”のタイトルは属性を広めにとりましたよね」

「“あの場所ブログ”のタイトルは逆に絞るんですよ」



「そうそう」

「“あの場所ブログ”の場合は属性をしぼっていくよ！」



「ここは重要ですね。復習の意味も込めてメモしておきます」

松風メモ

**あの場所ブログのタイトル作り  
育てるブログと違って属性は絞ること！**

## 3-2 記事タイトルについて



「記事タイトルは落としこみにつながるように作ってください」



「プロアクティブを利用した練習でばっちりですよ」

育てるブログで学習した公式をフル活用してください

**商品名+複合キーワード | 属性+複合キーワード**  
**悩み+複合キーワード | 属性+複合キーワード**

## 4-1 記事の書き方・魅せ方



「ここは、育てるブログと同じです」

「復習しておきましょう」

### 重要！

□適度な文字数で改行を入れること

⇒だいたい25文字ぐらいがちょうど良い

□数行書いて段落を変えること

**⇒3行書いて2行あけるがおすすめ！**

□文字装飾をうまく利用すること

⇒**赤字**、**黄色マーカー**が効果的です

⇒文字の大きくしたり、太文字を利用するのも良い

□青文字はリンク以外で使用しないこと！

⇒青文字はリンクの色として一般的に認知されているから

□アンダーラインも使用しない

⇒アンダーラインも一般的にリンクとして認知されているから



## 5-1 完成したら・・・



**基本的には、“あの場所ブログ”は5記事入れて放置です**

商品が継続して売れる場合はテコ入れしましょう！

例えば・・・

“あの場所ブログ”に記事を定期的に追加する

“ねらうキーワード”を同じにして、切り口を変えてブログを新しく作る

テコ入れはあくまでも商品が売れた、継続したアクセスがある

このような状態になってからで遅くありません！

初心者の方は売ることに意識を向けないようにしてください

**それよりも「正しい方法で  
作業を継続できる仕組み作り」**

ここに意識を集中してください

## 5-2 売れるキーワード

### 初心者がいきなりパワーブログを作れますか？

誰も初めから「売れるキーワード」は分かりません  
ツールで簡単に見つかる物でもありません

**商品が売れたキーワードが「売れるキーワード」です**

ブログを作ってみないと分からないという意味です

「育てるブログ」で売れる商品を探しながら  
「あの場所ブログ」を作成

近年はブログの量産を嫌うアフィリエイトが多いです  
意味のない量産ならそれは正しいです

**ただし売れる商品探しやリサーチをかねての量産は必須です！**  
ブログを作る作業を繰り返すことで質も向上します

リサーチやアクセス解析でキーワード収集を繰り返す  
だからお客様の知りたい情報が手に取るように分かる  
あとはその情報をブログに追加し続ける

このようにして結果的にページ数が増加してパワーブログになった  
このような過程をふんでいるなら問題ありません  
何も分からないままページ数だけ増やしても・・・

## **成約率の高いブログ作りとしては意味がありません**

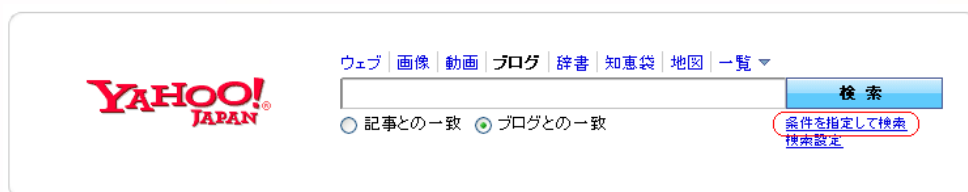
アクセスは多いけど売れないブログがそれにあたります

## 「いかがですか？」

世間で流れている情報には何か欠けている部分があります  
意図的に隠してる悪質な人もいますが・・・

これと信じた人や方法を徹底的にやり抜くことで  
今まで見えなかった部分が見えるようになります

## 6-1 ライバルチェック用の基本設定



ヤフーブログ検索の検索条件設定をします。  
「条件を指定して検索」をクリックして開きます。



「スコアでの絞り込み」を「指定なし」にチェックを入れて保存します。

これで設定は完了です。

## 6-2 検索結果を見る

「にきび」というキーワードを入力して検索してみます。

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

にきび  [条件を指定して検索](#)  
[検索設定](#)

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 にきび で検索した結果1~10件目 / 約19,793件

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

にきび  [条件を指定して検索](#)  
[検索設定](#)

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 にきび で検索した結果1~10件目 / 約1,943件

「記事との一致」で 19,793 件、「ブログとの一致」で 1,943 件。  
結果を見ると、ライバルが少し多いような気がします。

では、「背中 にきび」というキーワードを入力して検索してみます。

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

背中にきび  [条件を指定して検索](#)  
[検索設定](#)

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 背中にきび で検索した結果1~10件目 / 約3,706件

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

背中にきび  [条件を指定して検索](#)  
[検索設定](#)

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 背中にきび で検索した結果1~10件目 / 約232件

「記事との一致」で 3,706 件、「ブログとの一致」で 232 件。  
複合キーワードにすることで「にきび」だけよりライバルが減りましたね。

さらに、「あご にきび」というキーワードを入力して検索してみます

The image shows two screenshots of the Yahoo! Japan search interface. Both screenshots have a search bar containing the text 'あご にきび' and a '検索' (Search) button. The top screenshot has radio buttons for '記事との一致' (Selected) and 'ブログとの一致'. Below the search bar, it says 'ブログ検索結果' and 'あご にきび で検索した結果1~10件目 / 約581件'. The bottom screenshot has radio buttons for '記事との一致' and 'ブログとの一致' (Selected). Below the search bar, it says 'ブログ検索結果' and 'あご にきび で検索した結果1~10件目 / 約50件'. Both screenshots include navigation links for 'ウェブ', '画像', '動画', 'ブログ', '辞書', '知恵袋', '地図', and '一覧'.

「記事との一致」で 581 件、「ブログとの一致」で 50 件。  
このようにして、どういうキーワードでブログを作るのかを決めます

単発のビックキーワードはすでに作られているものばかり！  
**後発組の私たちがねらうのは複合キーワードになります**

## 6-3 キーワードを意識しているか？

では次に、検索結果に表示されているブログが、「どれだけキーワードを意識して作っているか？」を分析しましょう。

### 「背中 にきび」

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

背中にきび  条件を指定して検索  
検索設定

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 背中にきびで検索した結果1~10件目 / 約232件  
アダルトフィルタ: オフ

<p><b>背中ニキビが無くなりました</b> 学生の頃から悩まされていた背中ニキビがこんなに綺麗に！ <a href="#">skin-nice.info</a></p> <p><b>背中ニキビ専用ピーリング</b> ドクターシーラボが提供する本格ケア TV、雑誌掲載多数のシーズラボ <a href="#">www.ci-z.com</a></p> <p><b>手の届かない背中ニキビには</b> バンオキシルの成分が直接ニキビ菌を殺菌2900円。効果の調はコチラ <a href="#">www.bandh-r.org</a></p> <p><b>オルビスの背中にきびケア</b> ニキビのできやすい背中・胸元に。シュッとひと吹き 簡単ケア！ <a href="#">www.orbis.co.jp</a></p> <p><b>赤ら顔・ビタミンにきびの漢方</b> にきび美白・ニキビ情報背中ニキビ皮膚科原因について <a href="#">nikibi1123.seesaa.net/</a></p> <p><b>背中にきびを治すだけじゃなく皮膚を強くしたい！</b> 背中にきびが気になるけど、治すんじゃなくて、皮膚そのものを強くしたいですね。 <a href="#">shibuya.areablog.jp/page.asp?id=1000003326</a></p> <p><b>背中ニキビにきび対策の通販濃い情報</b> 背中ニキビにきび対策に関する通販商品をご紹介します。 <a href="#">delugesorrowful.hide-yoshi.net/acovkrq/</a></p> <p><b>背中にきびのピーリング</b> 楽天ブログ - 背中にきびのピーリング <a href="#">plaza.rakuten.co.jp/nikibi000/</a></p> <p><b>大人ニキビがあごと背中にできる原因</b> 大人ニキビがあごと鼻背中にできたらなかなか治らないですね。赤にきびとか黒にきびとか色々ありま... <a href="#">otonanikibiato.269g.net/</a></p>	<p>スポンサーサーチ</p> <p>スポンサーサーチ</p> <p>《背中にきび治療15750円》 背中にきび治療は広尾プライム皮膚科&lt;オーダーメイドピーリング&gt; <a href="#">www.hiroo-prime.com</a></p> <p>ニキビは皮膚科へJPE ニキビはお肌の病気です。まずは皮膚科を検索して相談しましょう！ <a href="#">www.nikibi-hifuka.jp</a></p> <p>美容皮膚科で安全【にきび治療】 シルクピーリング(57%オフ！施術プレゼントも！)東京銀座アンジェ <a href="#">www.ange-c.jp</a></p> <p>背中ニキビ専用ジェル 人に見せたくない背中になれる！今日から背中が開いた肌を著よう <a href="#">pikaichi.co.jp</a></p> <p>にきび治療専門クリニック 高度なPDTニキビ療法で高い実績を誇り全国から患者様が集まる専門医 <a href="#">mediage-daikanyama.jp</a></p> <p>にきび治療専門ソノクリニック なかなか治らないニキビ・ニキビ跡には当院のニキビ集中治療で徹底ケア <a href="#">www.21win.com</a></p> <p>30秒で背中の角質ポロポロJ TV通販で大ヒット！角質クリアゲル付お試しセット5点で1575円 <a href="#">www.future-labo.com</a></p> <p>にきび治療が期間限定33%オフ ケミカルピーリング3回治療コース21,500円</p>
---	---

「背中 にきび」のブログとの一致の検索結果を見えます。

注意して見る部分は、「背中 にきび」という複合キーワードが、  
ブログタイトルと説明文に入っているかどうかですね！

2～4位はブログタイトルと説明文にもキーワードが入ってます  
意識して作っているのがわかりますね

1位のブログは、キーワードを使用していなくても1位にいるということは、  
記事が充実していたり、運営期間が長かったり、バックリンクが  
しっかりしている可能性があります

**強いブログの可能性が高いということです**



## 「あご にきび」

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▾

あご にきび  条件を指定して検索  
検索設定

記事との一致  ブログとの一致

ブログ検索結果 あご にきび で検索した結果1~10件目 / 約50件

<p><a href="#">にきび・にきび跡キャンペーン</a> 気になるにきびを徹底治療。女医が丁寧に対応。麻布皮フ科※恵比寿 www.azabu-skinclinic.com</p> <p><a href="#">あごにきびケア化粧液&lt;タカミ&gt;</a> タカミクリニック共同開発。雑誌掲載189回タカミスキンピール/公式 www.TAKAMI-LABO.com</p> <p><a href="#">治らないにきびにお困りなら</a> 専門医による最新治療を&lt;&lt;聖心美容外科&gt;&gt;で！お気軽に相談を。 www.biyougeka.com</p> <p><a href="#">にきび跡は&lt;&lt;美容皮膚科&gt;&gt;</a> にきび跡の凹み赤みを解消する専門にきび跡治療&lt;タカミクリニック&gt; www.takamiclinic.com</p> <hr/> <p><a href="#">あごのにきび予防</a> あごのにきび予防 colony.ap.teacup.com/13n9/</p> <p><a href="#">大人ニキビがあごと背中にできる原因</a> 大人ニキビがあごと背中にできたらなかなか治らないですよ。赤にきびとか黒にきびとか色々ありま ... otonanikibiato.269g.net/</p> <p><a href="#">あごニキビ背中にきびはすぐに治る</a> ブログやるならJUGEM senakanikibia.jugem.jp/</p> <p><a href="#">あごのにきびの効果的な治し方</a> blogs.yahoo.co.jp/ago_nikibi18</p> <p><a href="#">あごにきび対策しましょう</a> あご にきびが出来てしまいいなかなか治りません。にきび専用の石鹸Non Aを購入して治すことに決めまし ... nonamoka.seesaa.net/</p>	<p>スポンサーサーチ</p> <p><a href="#">あごにきびケアはACT-NOV</a> 大人にきびに本当に悩んでいる方へ、にきびになりにくい肌環境を実現！ www.ACTNOV.jp</p> <p><a href="#">重症ニキビの改善率99%</a> &lt;&lt;にきびを諦めていた方必見&gt;&gt;最先端ニキビ治療のPDTを扱う専門医 mediage-daikanyama.jp</p> <p><a href="#">ニキビは皮膚科へ。JP</a> ニキビはお肌の病気です。まずは皮膚科を検索して相談しましょう！ www.nikibi-hifuka.jp</p> <p><a href="#">にきび治療専門ソノクリニック</a> なかなか治らないニキビ・ニキビ跡には当院のニキビ集中治療で徹底ケア www.21win.com</p> <p><a href="#">&lt;&lt;ニキビケア&gt;&gt;コスメ口コミ情報</a> いま売れている&lt;&lt;ニキビケア&gt;&gt;コスメを徹底紹介。口コミ情報もあります nikibi-solution.seesaa.net</p> <p><a href="#">ニキビケアランキングTOP10</a> ニキビ用スキンケアのランキング！今売れている人気のニキビ化粧品は？ simpleye.jp</p> <p><a href="#">冬の大人ニキビ・背中ニキビにも</a> 濃密ミネラル油が毛穴汚れを吸着して深いチャージ！美力ニキビケア石鹸 deepseasoap.jp</p> <p><a href="#">にきび治療の城本クリニック長野</a> 全国26院。20年以上の実績。専門医が貴方に合ったにきび治療を提供</p>
---	---

「あご にきび」のブログと的一致の検索結果を見てみます  
注意して見る部分は、「あご にきび」という複合キーワードが、  
ブログタイトルと説明文に入っているかどうかでしたね

1位と5位だけが、ブログタイトルと説明文に、  
「あご にきび」という複合キーワードを意識して入れています。

他は、ブログサービスの説明文のままであったり、  
まったく書いていないものもあります。

運営者が、キーワードをあまり意識していないという事が分かります

## 6-4 ライバル分析

では、この結果を見て、どちらでブログを作った方が良いのか？  
それぞれの検索結果を分析した結果をまとめてみると、

### 「背中 にきび」

- ・「記事との一致」で 3,706 件、「ブログとの一致」で 232 件
- ・2～4位はブログタイトルと説明文にもキーワードをいれている
- ・1位のブログは、キーワードを使用していなくても1位に表示

### 「あご にきび」

- ・「記事との一致」で 581 件、「ブログとの一致」で 50 件
- ・1位と5位だけが、複合キーワードを意識して作っている

この結果を見ると、どうやら「あご にきび」の方で作った方が、  
検索結果の上位3位以内を簡単に狙えそうです。

もちろん、「背中 にきび」でも3位以内を狙う事は可能ですが、  
記事の量や、SEOの要素も絡んできますので簡単にはいきません。

そんな時には、「背中 にきび 治し方」「背中 にきび スキンケア」など、  
トリプルキーワードで狙うというのも試してみましよう。

これならば、すでに「背中 にきび」でライバルがいたとしても、  
あの場所検索結果の上位をもっと簡単に狙うことが可能です



□あの場所＝ヤフーブログ検索(詳細は1-2)

□**あの場所ブログ＝5記事モノのブログ**

⇒さいごのページ(5記事目)で商品を紹介する

⇒ただし設計図で流れができていれば4記事でも6記事も良い

□育てるブログに集まったキーワードで作る

⇒**集まったキーワードだけで作らないこと**

⇒キーワードはこの次(キーワードだけでは分からない)

□いきなり5記事ブログの量産はしないこと！

⇒キーワードの表面しか見ていない人は必ずお客様とのズレがでる

□キラーページは商品名+複合キーワード

□落としこみまでの設計図を作ること

□広告の訴求ポイントの基準を先に決める

□ブログタイトルは商品名をいれても

入れなくてもかまわない

⇒商品名をいれない作り方ができるようになるのが理想

□ブログのカスタマイズはモンスターと同じ

⇒「トップに戻る」の設定/「記事タイトル」のみに設定/  
いらないブログパーツ削除/

□Pingの設定は確実に行うこと(詳細は1-3)

□広告はA8やアフィリエイトBを使用

(広告がなければ楽天でも可能)

- ライバルチェック
- 完成したらモニターブログでインデックスさせる
- 5記事いれたら放置する
- ヤフーブログ検索は付加価値