

ご縁に 感謝

シンの裏メルマガ読者様限定の
クリスマスプレゼント☆

戦略的資産化ブログの構築法 (ASP編)

【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

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。

目次

- 0 : 自己紹介！
- 1 : 戦略的資産化ブログとは？
- 2 : 初心者は商標特化ブログがオススメ！
- 3 : 稼ぎやすいASPジャンルを把握しよう！
- 4 : シンが初心者におすすめする稼ぎやすいジャンル10選！！
- 5 : キーワードの洗い出しと検索ボリュームの調査！
- 6 : ライバルチェックの方法！
- 7 : 正しい検索意図を理解するための4つの型
- 8 : 検索意図を理解するためのマインドマップ作成方法！
- 9 : ペルソナ設定からのタイトル付け！
- 10 : 記事の構成を考える！
- 11 : まとめ

こんにちは、シンです。

今回は、限られた読者の方にしか配信しない
僕の裏メルマガ講座に登録して頂き、
ありがとうございます。

メール講座の中でも自己紹介をさせていただきますが、まだ、シンについて詳しく知らない人もいるかと思うので、簡単に僕の自己紹介をさせて下さい。

今から3年前の2016年に、ゆーいちさんのもとでトレンドブログに取り組んだところ、
2ヶ月で月収10万を達成、5ヶ月後に30万を達成することが出来ました。

それ以降は、月収30万以上稼ぎ続ける資産
ブログを構築できたことで、2016年の末
に念願であった脱サラも叶いました。

また、その実績を元に情報発信を始めたところ、
2017年の4月には月収130万を達成し、
2017年の年収は1000万を超えました。

**2018年の12月には法人化をし、今は会社
経営者という肩書きにまでなりました。**

こうやって書き出してみるとなんだか順風満帆に見えますが、実際はそんなことはなく4年前に一人でブログを実践していた頃は、何度も手動ペナルティを受けていたので、どん底からのスタートでした。

けど今では、コンサル生を指導したり、自身で新しいノウハウを研究・開発したり、ブログ運営を行ったりと、非常に充実した毎日が送れています。

もし、今日のマニュアルを読んで少しでも興味を持ってくれれば、引き続きメルマガでもお付き合いいただけると嬉しいです。

僕のメルマガを読んでいる読者の皆さんは、トレンドブログに取り組んでいる人がほとんどだと思いますが、「なかなか収益を安定させられない・・・」と悩んでいる人は多いかと思います。

なので、今日は僕や僕のコンサル生が実際に安定して稼いでいる『戦略的資産化ブログ』の中のASPでの稼ぎ方について具体的なノウハウを暴露しちゃおうと思います。

このマニュアルがあなたの力になれば幸いです。

戦略的資産化ブログとは？

戦略的資産化ブログとは、
無駄のない行動で最大限の結果を出しながら
安定収益化するための新たな手法です。

この手法はブログを効率的に資産化できるだけでなく、短期間で複数のブログを作ることが出来るためリスクの分散にもなります。

どれだけ1つのブログで、「アドセンス・楽天・ASP」といった、いくつもの収益源を作ったとしても、ペナルティやアップデートの影響でブログが飛ばされてしまったら意味がありません。

今までの努力や行動も水の泡となってしまいます。

しかし、**戦略的資産化ブログを複数作っておけば、収益が一気に0といった最悪の事態が起きることはありません。**

ただ大事ななのは、記事を量産したり適当に広告を貼るといった闇雲な記事作成ではなく、**資産化までの正しいステップを把握し、戦略を立てながら記事作成していくことです。**

具体的に、

- ・ どうすれば初期のブログを一気に軌道に乗せれるのか？
- ・ どのような記事を書けば安定してアクセスが集められるのか？
- ・ どのようなブログを作れば広告の成約率が最大限上げられるのか？

といった知識を体系化して行動して行く必要があります。

もちろん短期的に稼ぐだけでよいのなら、闇雲な記事作成でもいいかもしれません。

しかし、「毎月安定した収益を得たい！」
と考えている人が、戦略なしにブログを作り、
目標を達成させることは限りなく難しいでしょ
う。

ブログはギャンブルではなく、立派なビジネス
です。

だからこそ、僕は”戦略的に稼ぐための思考
力”を鍛えてきました。

もちろんコンサル生にも、戦略的資産化ブロ
グに取り組んでもらうことで、大きな結果を
出すことが出来ています。

・トレンドブログの複数資産化で月収50万の安定収益！

・季節ネタブログ&特化ブログの資産化で月収30万の安定収益！

・トレンド&特化ブログの資産化で月収100万の安定収益！

などなど、今まで月収10万円も稼げていなかった方でも、「トレンドブログ、季節ネタブログ、特化ブログ」など、複数のブログを戦略的に資産化させることで、月収10~100万を安定させているメンバーがたくさんいます。

そして今日は僕が推奨している『戦略的資産化ブログ』の中の、**商標特化ブログ**についてのノウハウについてお話します。

商標特化ブログは、トレンドブログに取り組みられている方でも比較的手がつけやすいですし、収益を安定させやすいです。

いつも僕のメルマガを読んで頂いている読者の方に感謝の意を込めて、少し早いですがクリスマスプレゼントとして、商標特化ブログの基礎となる部分のノウハウを今回は特別にお伝えします。

基礎とは言え、ブログのネタ選定からタイトル付けまでの肝となる部分なので、ここを正しく出来るか出来ないかで稼げるかが決まります。

トレンドブログ以外にも、収益源を増やしたいという方は、これを読んだら是非取り組んでみて下さい。

では、商標特化ブログとはどういうものなのか？ということをお話していきます。

初心者は商標特化ブログがオススメ！

いろんなジャンルに広告を入れるのがトレンドブログですが、一つのジャンルや商品に絞って広告を訴求していくのが特化ブログです。

アフィリエイトを行っている人でしたら、一度は特化ブログに興味を持ったことがあるかと思います。

でも、特化ブログのイメージといえば、

- ・トレンドに比べて難易度が高い・・・
- ・上位表示までに時間がかかる・・・
- ・記事作成に時間がかかる・・・
- ・記事を大量に仕込まないといけない・・・
- ・途中で方向転換をできない・・・
- ・やり方を間違えると全く稼げない・・・
- ・経験値がなかなか蓄積されない・・・

など中・上級者向けのイメージがあるのではないのでしょうか。

しかし、そのぶん良い点も沢山あります。

特化ブログに貼り付ける広告は、主にASP広告になりますが、1件の報酬単価が安くても数百円、高いものだと数万円と非常に高いです。

(ASPとは・・・Affiliate Service Providerの略で、「アフィリエイト」と「広告主」を繋いでくれる仲介サービスのこと。)

最近ではトレンドブログでも、ドラマネタなどでVODを貼り付けたりしている人も多いので、ASPを利用している方も多いかもかもしれません。

もちろんASPは、アドセンスや楽天と違って、クリックさせるだけでは報酬は発生しませんが、商品を買ってもらえる記事を書くことが出来れば、そのぶん大きな金額が入ってきます。

また、トレンドブログのように、速報ネタを毎日追いかける必要もありませんし、少ないアクセス数でも成約率を上げれば、効率よく稼げるといった特徴があります。

それに、ブログの仕組みを一度構築してしまえば、安定した収益が発生しますので資産化したい人にはピッタリです。

実際に、初めて特化ブログに挑戦したコンサル生でも、7ヶ月で月収50万、6ヶ月で月収30万と言った具合に、短期間で効率よく特化ブログの資産化に成功しています。

報酬情報
コンサル生Yさんは特化ブログを作って7ヶ月で月収50万!

日付	報酬合計 (税抜)	報酬の消費税	調整 (税抜)	調整の消費税	合計	支払状況
2018/09	http://shinyear66.com				¥533,845	

コンサル生Sさんは特化ブログを作って6ヶ月で月収30万!

日付	クライアント数	記事数	発生金額(税引)	広告	ポイント	報酬金額(税込)
2018/11						¥306,000
合計	http://shinyear66.com					¥306,000

理由は、僕が実践・研究して編み出した、商標特化ブログを作ってもらっているからで、このノウハウをご覧の方にも是非オススメします。

では、商標特化ブログとは何なのか？ですが、**特定の商標キーワードに特化したブログ**のことを言います。

商標キーワードとは、企業名、ブランド名、サービス名、商品名などのことです。

通常の特化ブログは、ジャンルを決めて作る場合が多いのですが、商標特化ブログは特定の商品に絞って記事作成していきます。

通常の特化ブログ：出会い系（ジャンル）

商標特化ブログ：ペアーズ（商標）

と言った感じです。

商標特化ブログの良い所は、

- ・ 特化ブログよりも短い時間で成果を出しやすい！
- ・ 特化ブログよりもライバルが少なく上位表示しやすい！
- ・ 特化ブログよりも成約率が高い！

ということです。

そして、商標キーワードを最もオススメする理由は、企業が対策しきれておらず穴場を見つけやすいからです。

SEO事業を持つ企業でさえも自社の商標キーワードには疎かだったりします。

ちなみに僕は現在、複数の商標特化ブログを作っているのですが、

- ・ 20記事で毎月15万稼ぐ恋愛商標ブログ

年月	表示回数	Click数	Click報酬	CTR	発生数	発生報酬	CVR	承認数	承認報酬	承認率	未承認数	未承認報酬	報酬合計
2018/04													¥152,280
総計													¥152,280

・ 10記事で毎月3万稼ぐ飲食商標ブログ

日付	クリック数	発生数	発生金額 (税込)	CVR	承認数	報酬金額 (税込)
2018/07			¥30800			¥30800
合計			¥30800			¥30800

などなど、効率よくいくつもの安定収益を生み出すことができます。

僕の体感では、商標特化ブログをちゃんと作ることが出来れば、100記事以内で10万以上の安定収益は硬いと思います。

稼ぎやすいASPジャンルを把握しよう！

いざ、商標特化ブログを作ろうと思っても、初心者の方は、どのジャンルの商品を取り扱うべきなのか迷うと思います。

そういった方のために、稼ぎやすいと言われている王道のジャンルをこれから紹介しますが、その前に**初心者が避けるべきジャンル**を頭に入れておいて下さい。

それは、**YMYLジャンル**です。

YMYLとは、

「Your Money or Your Life」の略で、

「あなたのお金とあなたの幸福、健康、安全性に影響するもの」全般にまつわる情報のことを言います。

もっと分かりやすく言うなら、「人の人生を左右するジャンル」のことです。

避けたほうが良い理由は、昨年末に健康・医療ジャンルにて健康アップデートというGoogleの大規模なアップデートが行われ、ほとんどのブログが被害を受けました。

もちろん今でも稼げなくはありませんが、以前よりも稼ぎにくくなったのは明らかでしょう。

なので、今後お金や生活に関わるYMYLジャンルのブログを作るなら、「より信憑性の高い情報」が求められるようになるため、初心者にはハードルが高いです。

そしてアフィリエイトでは、以下のようなジャンルがYMYLに含まれるので、覚えておいて下さい。

- ・健康/医療（サプリ、ダイエット、美容、育毛、脱毛など）
- ・金融（クレジットカード、キャッシング、保険、投資など）
- ・法律（法律相談、債務整理など）

今回は健康・医療ジャンルのみのアップデートでしたが、おそらくこの流れは金融・法律分野へも波及すると考えています。

なので初心者の方は、下記のYMYL以外のジャンルの商品から始める方がいいでしょう。

転職・求人系:

一般転職、専門転職、バイト求人

恋愛系:

婚活、出会い系、マッチング、ウエディング

エンタメ系:

VOD、オンラインゲーム、本・雑誌、
占い、ファッション、

食品系:

カニ、ウォーターサーバー、おせち、

見積系:

引越し、車・バイク査定、不動産査定、

資料請求系:

通信教育・資格講座、

定期継続系:

格安SIM、レンタルサーバー、Wi-Fi、
光回線

これらはどちらかというと、**個人の意見や感想にニーズがある分野**です。

例えば、ファッションだとオススメのコートを探そうとして、ビームスやユニクロのような公式サイトばかり出てきたら分かりにくいですね。

それよりも、実際にコーディネートに取り入れているサイトや、着てみた感想を書いているサイトを見て、コートを選びたい人もいるでしょう。

ちなみに、僕が作った商標特化ブログも
YMYL以外のジャンルの商品です。

ここに挙げた以外にも、僕が実践してみて稼
ぎやすいと思ったニッチなジャンルはたくさ
んあるので、次はそれを紹介します。

シンが初心者におすすめする 稼ぎやすいジャンル10選！

具体的に稼ぎやすい商品を紹介しても良いのですが、ここに書いてしまうと、このノウハウを見た人がライバルになってしまい、飽和してしまうと思いました。

なので、あえて商品は絞らず、今回は2019年に実践すべきアフィリエイトジャンル10選を紹介します。

1. ナイトブラ

初心者オススメ度：☆☆☆☆☆

繁忙期：通年

総評

ナイトブラは、夜寝ている間に、理想のバストに近付ける商品で、比較的新しいジャンルです。

バストアップサプリの規制が厳しくなったことで、ナイトブラに予算が寄っています。

2. ペット

初心者オススメ度：☆☆☆☆

繁忙期：通年勝負できます。

総評

近年は犬だけではなく、猫を飼うユーザーも増えていることを覚えておきましょう。猫ブームでもライバルがさほど多くないため、ペット好きにはオススメのジャンルです。

主に、ドッグフード・キャットフードが軸の案件にはなりますが、猫専用の水素水なども販売されており、継続率が高いことから、単価の出る案件が増えはじめています。

3. 加圧シャツ

初心者オススメ度：☆☆☆☆☆

繁忙期：通年勝負できますが、夏に需要があります。

総評

今年流行り始めた新ジャンルです。用途は違いますが骨盤ショーツなども売られています。

直近では、芸能人とタイアップした案件などもあり、楽しんで筋肉をつけたいというところから、筋肉サプリから徐々に加圧シャツなどに移行している傾向が市場として見られます。

4. ヘアケアシャンプー

初心者オススメ度：☆☆☆☆

繁忙期：通年（ただし夏の紫外線の影響で、秋冬が取れやすい）

総評

髪をすこやかに保つような、ヘアケアシャンプーを取り扱うジャンル。ヘアケア系の商品にはミストなどもありますが、アフィリエイターとしての狙い目は『シャンプー』です。

具体的には・・・

- 炭酸シャンプー
- クリーム系シャンプー

といった商品をおさえておきましょう。

5. 白髪染め

初心者オススメ度：☆☆☆

繁忙期：通年勝負できます。

総評

基本的にシニア層やシニア手前の層向けなので、ターゲットやリテラシーのレベルを考えるようにしましょう。

最近だと、「白髪染めサプリ」は売れ始めているので、この辺りは狙い目です。

他にも、シャンプーなどでもこの市場の商品が出始めており、成果を出している方も出始めています。

6. ニキビ

初心者オススメ度：☆☆☆☆

繁忙期：通年勝負できますが5月頃わずかに上昇します。

総評

市場は変わらずですが常に多くの商品が存在しています。

原因菌の検索などミドルワードを中心に展開していくと良いです。

年齢別、部位別のキーワードで攻めるのがコツで、背中ニキビは去年から急激に伸びています。

7. 旅行

初心者オススメ度：☆☆～☆☆☆☆

繁忙期：1月、2月の卒業旅行シーズン、3月4月のGWの前シーズン、6月の夏休み前シーズンに上昇します。

総評

地名などをキーワードに絡めて大量横展開ができれば稼げます。

各地方で開催されるお祭りやイベントに感度高くアンテナを貼ると、そのイベント名経由からCVを得ることができます。

8. 毛穴

初心者オススメ度：☆☆☆☆☆

繁忙期：通年勝負できます。

総評

こちらにも女性の悩みのタネである『毛穴』。そんな毛穴をケアするような商品を扱うジャンルです。

毛穴のジャンルであれば、『クレンジング剤』や『洗顔石鹸』を狙っていくことをオススメします。

シミ・シワと同じくらい取れますが、単価は安くなりがちです。

9. 出会い系

初心者オススメ度：☆☆☆☆

繁忙期：クリスマスがある12月がピークですが、年間を通じて安定しています。

総評

キーワードの幅が広く、市場も拡大中です。報酬は高めであるにも関わらず、無料会員登録が成果地点になるので初心者でも取り組みやすいです。

このジャンルは、狙えるワードも幅広いので、LPやQ&Aサイトをよく分析してもらうことで、お宝キーワードも出やすいジャンルの1つです。

10. メンズコスメ

初心者オススメ度：☆☆☆

繁忙期：通年勝負できます。

総評

男性の美意識が高まり商品も増えています。

女性物販に比べると市場は限られています。

商品によっては100万くらいになるので売れている商品を狙うのがオススメです。

基本的にニーズとして多いのは、「ニキビ」に関連したワードが軸になるので、紹介する案件で、ニキビに対して効果的なアプローチができるか？というところを考えて記事構成を考えてもらおうとCVRがアップします。

以上、10選のASPジャンル商品をくまなくチェックして、商標特化ブログを作ると初心者でも成果を上げやすくなっていますので、参考にして下さい。

どの商品を取り扱うかで迷う場合は、以下のポイントを抑えると良いでしょう。

- ・自分の得意分野で知識があるか？（もしくは勉強しようと考えている）
- ・興味がある商品で実際に使ってもよいか？（もしくは使っている）

といった2点なのですが、記事の質（専門性、信頼性、権威性）を高めて成約率を上げるためには、実際に使ったほうがいいのは言うまでもありません。

もちろん僕も商標特化ブログを作る際は、全ての商品を試して記事に反映させています。

しかし、必ずしも自分で商品を試す必要はなくて、実際にその商品を使っている外注さんなどを探して記事作成してもらうのも手です。

以上のことを踏まえて、どの商品にするのかを決めていきましょう。

キーワードの洗い出しと 検索ボリュームの調査！

ここからは商標特化ブログの構築法を詳しく解説していきます。

特化ブログにする商品が決まったら始めにするのが、**キーワードの洗い出しと検索ボリュームを調べる**ということです。

トレンドブログを実践している人でしたら、連想ワードや関連ワードなどからタイトルを作っていくかと思いますが、

商標特化ブログの場合は、それだけでなくサジェストキーワードなどの細かいワードまで全て拾っていきます。

検索エンジンで調べると時間がかかってしましますが、とあるツールを使えば一発でサジェストキーワードまで理解することが出来ます。

そのツールというのが、

Good-keywordとrelated-keywordsです。

<https://goodkeyword.net/>

<http://www.related-keywords.com/>

このツールに自分が取り扱う商品（サービス）のキーワードを入れ検索して、出来てきた複合ワードを全てエクセルやスプレッドシートに書き写します。

それが出来たら、拾った複合キーワードをキーワードプランナーやウーバーサジェストを使って検索ボリュームを調べていきます。

https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/tools/keyword-planner/

<https://app.neilpatel.com>

調べた検索ボリュームの数もエクセルなどに書いておきましょう。

ライバルチェックの方法！

次にライバルチェックについてお話していきませんが、トレンドブログの場合は

「すでに、そのネタを書いている人がいるか？」

といった部分を見ているかと思います。

しかし、特化ブログの場合は、かなりニッチな商品でない限り、基本的にライバルはいるので、

1, どれだけそのキーワードで書いている人がいるか？

2, 1 ページ目にいるライバルの強さや記事の質はどうか？

ということをチェックすることが重要です。

そのためにするのが、**インタイトル数の検索**と、**上位表示難易度の把握**です。

インタイトル数のチェックは、トレンドブログを実践している人なら知ってるかもしれませんが、知らない方のために説明しておきます。

YAHOO!検索窓の横にある『+条件指定』を押すと、条件指定ページに飛びます。


The screenshot shows the top of the Yahoo! search page. The search input field contains the text "ネイティブキャンプ" (Native Camp). To the right of the input field is a blue search button with a magnifying glass icon and the text "検索" (Search). Further right is a link labeled "+条件指定" (Specify Conditions). Below the search bar, it indicates "約5,770,000件" (Approximately 5,770,000 items) and a "検索ツール" (Search Tools) dropdown menu.

一番上の『ページ内のすべての対象』を『ページのタイトルを対象』に変更して検索します。

The screenshot shows the "条件指定" (Specify Conditions) page. At the top, it says "検索条件を指定して「検索」ボタンを押してください。" (Specify search conditions and press the "Search" button). There are two buttons: "検索" (Search) and "元に戻す" (Reset). Below this is a table with search options:

キーワード (入力必須項目)	すべて含む
ネイティブキャンプ	ページのタイトルを対象 ⇅
順番も含め完全に一致	ページ内のすべてを対象 ⇅

すると、指定したキーワードだけを含めたタイトルが絞られます。



The image shows a search interface. At the top, there is a search bar containing the text 'intitle:ネイティブキャンプ'. To the right of the search bar is a blue button with a magnifying glass icon and the text '検索'. Further right is a link '+ 条件指定'. Below the search bar, the text '約18,300件' is displayed. At the bottom of the search bar area, there is a dropdown menu labeled '検索ツール'.

Googleを使っている方は、キーワードの前に**intitle:** を付けて検索すると同じように絞ることが出来ます。

(例:intitle:ネイティブキャンプ intitle:口コミ)

この条件指定で検索して表示された数をメモったら、次は上位表示難易度を調べます。

ここでのポイントですが、条件指定で1ページ目に表示されたサイトが「どのようなサイトか?」「質の高い記事内容か?」が難易度を決める指標となります。

僕は、上位表示難易度を、

『レベル1(低)レベル2(中)レベル3(大)』

で分けています。

レベル分けの仕方は、

以下を基準で行っていくといいでしょう。

レベル1(低)

- ・ 知恵袋とかのQ&A
- ・ Wikipedia、コトバンクとかの辞書
- ・ Weblio
- ・ PDFページ
- ・ SNSページ
- ・ 同じドメインのページが3つ以上ある場合

検索結果の1ページ目に、これらのサイトが占めている場合は、供給しているライバルがないので、上位表示しやすいとっていいです。

レベル2(中)

- ・ 無料ブログ、個人が運営しているブログ

1 ページ目の上位を、ライバルサイトが締め
ている場合は、**ブログの強さや記事の質**を
見ていきましょう。

ドメインの弱いブログや内容の薄い記事であ
る場合は、十分に上位表示が狙えます。

Chromeブラウザの拡張機能として提供され
ている、MozBarを使えば、このようにドメ
インの強さを簡単に調べることが可能です。

MozBar - Chrome ウェブストア - Google Chrome

[https://chrome.google.com/webstore/.../mozbar/eakacpaijcpapndcfffddgphdiccmpknp?... ▼](https://chrome.google.com/webstore/.../mozbar/eakacpaijcpapndcfffddgphdiccmpknp?...)

★★★★★ 評価: 3.9 - 1,867 票 - 無料 - Chrome

2018/10/02 - The all-in-one SEO toolbar for research on the go. **MozBar** gives you instant metrics while viewing any page or SERP. -Create custom searches by engine, country, region, or city. -Quickly assess the Page Authority and ...

1) PA: 57  29 links | DA: 95   | Link Analysis

レベル3(高)

- ・ 公式サイト、大手企業サイトがある

1 ページめに、公式サイトなどがある場合は、**『ユーザーがその商品に対する正確な情報』**を求めている場合が多く、Googleもその意図を組んで上位表示させています。

例えば、「iphonex 価格」で検索した場合に、価格ドットコム、NTT、auなど大手サイトが上位表示していますが、これは「**ユーザーにiphonexの今の価格を正確に伝えよう!**」というGoogleのアルゴリズムです。

こういった場合は、どれだけ記事を書いても上位表示は難しいので、避けたほうが良い複合キーワードとって良いでしょう。

つまり僕らアフィリエイトが狙うべきは、レベル1と2の複合ワードになるので覚えておいて下さい。

以上のことを踏まえてレベル分けをするといいますが、あくまで僕のやり方なので、もっと細かくレベル分けしても問題ありません。

実際に今までの工程を表にまとめると、このようになります。

商品例：ネイティブキャンプ

ネイティブキャンプ (キーワード&ライバル) ☆

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール アドオン ヘルプ 変更内容をすべてドライブに保存しました

100% ¥ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

	A	B	C	D
1	キーワード	ボリューム	ライバル数	SEO難易度
2	ネイティブキャンプ 教材	390	約391件	レベル3
3	ネイティブキャンプ 評判	590	約194件	レベル3
4	ネイティブキャンプ 効果	170	約70件	レベル2
5	ネイティブキャンプ コイン	110	約58件	レベル3
6	ネイティブキャンプ 混雑	320	約52件	レベル2
7	ネイティブキャンプ アプリ	110	約244件	レベル3
8	ネイティブキャンプ 講師	140	約8,640件	レベル3
9	ネイティブキャンプ 料金	170	約115件	レベル3
10	ネイティブキャンプ 初心者	90	約119件	レベル2
11	ネイティブキャンプ 朝	10	約8件	レベル1
12	ネイティブキャンプ アカウント共有	0	約3件	レベル1
13	ネイティブキャンプ アイフォン	0	0件	レベル1
14	ネイティブキャンプ アプリ pc	0	0件	レベル1
15	ネイティブキャンプ アプリ 使い方	10	約3件	レベル1
16	ネイティブキャンプ 空いてる時間	0	約3件	レベル1
17
18
19

正しい検索意図を理解 するための4つの型

ライバルチェックが出来たら、洗い出したキーワードの検索意図を理解する必要があります。

検索意図とは、

「なぜ、そのキーワードで検索したのか？」

といった読者が抱えている悩みや問題のことです。

検索意図が理解できていない記事作成は、ゴールのないかけっこと一緒なので、

- ・ 誰に何を書くか？
- ・ その人が抱える問題は何か？

をあらかじめ明確にしておきましょう。

キーワードは色々ありますが、大まかに

『取引型、情報収集型、案内型、ミックス型』

といった4つの検索意図に分類できます。

では4つの検索意図について、1つ1つ説明していきます。

取引型とは、「ユーザーが何かをしたい!」
という意図が含まれています。

「服を購入したい!」「商品を買いたい!」
という意図のあるクエリは、典型的な取引
型クエリです。

例えば、

「iPhoneXケース 通販」→iPhoneXのケー
スが欲しい人

「乃木坂46 壁紙」→乃木坂46の壁紙が欲し
い人

と言った感じで、『どれも何かをしたい！何かを手に入れたい！』という検索ユーザーの意図がクエリに含まれています。

「○○ 購入」「○○ 格安」「○○ 申し込み」は、アフィリエイトが狙う定番のキーワードなので覚えておきましょう。

取引型は一般的にコンバージョン率が高いことが多く、「何かをする」という意図が含まれているので、Googleでは“Do”クエリとも呼ばれます。

次に**情報収集型**とは、文字どおり情報を集めるためのクエリで、『何かを知りたい』『気になることを解決したい』といった意図があります。

例えば、

「ハワイ 時差」→日本とハワイの時差を知りたい！

「カレー レシピ」→カレーを作るためのレシピを知りたい！

「肩こり ツボ」→肩こりに効くツボの場所を知りたい！

と言った感じです。

検索クエリのほとんどが、この情報収集型と
思っても良いでしょう。

基本的に知ることが目的なので、成約には結びつきにくいですが、大きなアクセスを集めることができます。

Googleでは“Know”クエリとも呼ばれています！

そして3つめの案内型は、特定のサイト、ウェブページを見つけるためのクエリで、「このサイト、このページにアクセスしたい」という、はっきりと定まった意図がユーザーの頭にあります。

例えば、

- ・ [石原さとみ ホームページ](#)
- ・ [Yahoo!ニュース](#)
- ・ [インスタ ログイン](#)
- ・ [ソフトバンク 問い合わせ先](#)

と言ったように、

アクセスしたいページが決まっているクエリで、基本的にはオフィシャルサイトのホームページまたはサイト内の個別ページになります。

特定のサイトやページに行くためのクエリなので、Googleでは“Go”クエリと呼ばれることもあります。

最後に**ミックス型**ですが、キーワードの検索意図は必ず1つとは限らず、複数のタイプに属するクエリも多数存在します。

例えば「iPhoneX」だと、iPhoneXの公式ページをに行きたい「案内型」のクエリでもあるし、iPhoneXについての情報を知りたがっている「情報収集型」かもしれません。

さらに、オンラインでの購入を決めている「取引型」の可能性もあります。

キーワードの検索意図は必ずしも1つとは限らないので、顕在欲求だけでなく潜在欲求も理解できるように熟考しましょう。

とは言え、初心者の方は正しい検索意図を理解するのに時間がかかったり、間違えてしまう可能性が高いかと思います。

なので自信がない人は、検索結果の上位10位の各記事タイトルと、見出しタグから分析して、検索意図を判断すると良いでしょう。

なぜなら、検索結果の上位表示が出来ているサイトは言い方を変えれば、Googleが『読者の検索意図を理解し、提供できているサイト』だと判断しているとも言えるからです。

しかし、この手法に頼りすぎると、いつまでも自分の頭で正しい検索意図を理解できないので、難しい複合ワードの時だけにしましょう。

また、**headline-checker**というサイトを使えば、**検索窓に打ち込まずに上位10サイトのタイトルと見出しを表示してくれるので、とても便利でオススメです。**

<https://headline-checker.yurilog.cc/>

マインドマップの作成方法！

大まかな4つの検索意図が理解できたら、次にするのがマインドマップの作成です。

マインドマップを作成する理由は、キーワードの検索意図を整理するためだけではありません。

一覧性が高いため、全体像を把握しやすくなります。

つまり、マインドマップを見ることで、

- ・ どのようなキーワードを組み合わせでタイトルを作れば良いのか？
- ・ どの順番で記事作成をしていけば良いのか？

といったことが一目瞭然となるので、迷うことなくブログを作り込めます。

しかし、トレンドブログしか実践したことがない方は、マインドマップを作ることがないと思うので、商標特化ブログを作る際のマインドマップ作成の仕方をお話していきます。

まず、表に洗い出したキーワードを、以下のどのターゲットに当てはまるかを考え振り分けて下さい。

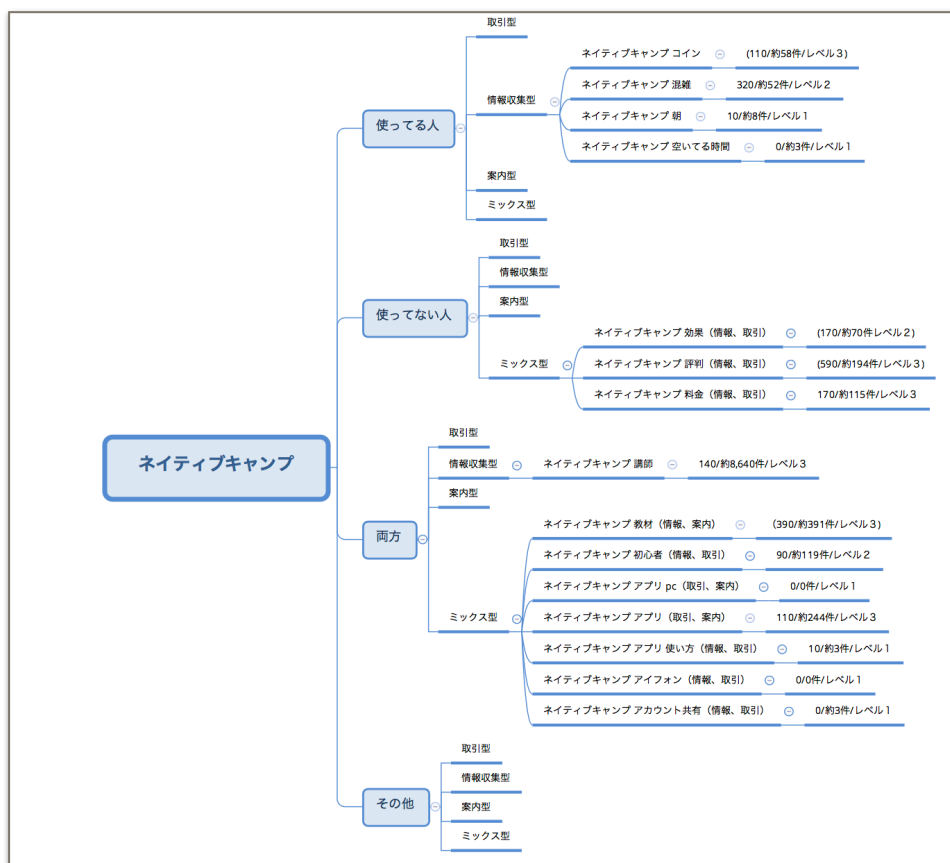
1. 商品を利用している人
2. 商品を利用したことがない人(商品に興味がある人)
3. 1, 2の両方に当てはまる人
4. その他 (どちらにも当てはまらない人)

次に、振り分けたキーワードを、先ほど紹介した「取引型、情報収集型、案内型、ミックス型」の4つに、さらに分類していきます。

これらも一緒に、表へ記入しておいて下さい。

1	A	B	C	D	E	F
	キーワード	ボリューム	インタイトルライバル数	SEO難易度	ターゲット	型
2	ネイティブキャンプ 教材	390	約391件	レベル3	両方	ミックス型 (情報、案内)
3	ネイティブキャンプ 評判	590	約194件	レベル3	使っていない人	ミックス型 (情報、取引)
4	ネイティブキャンプ 効果	170	約70件	レベル2	使っていない人	ミックス型 (情報、取引)
5	ネイティブキャンプ コイン	110	約58件	レベル3	使ってる人	情報収集型
6	ネイティブキャンプ 混雑	320	約52件	レベル2	使ってる人	情報収集型
7	ネイティブキャンプ アプリ	110	約244件	レベル3	両方	ミックス型 (取引、案内)
8	ネイティブキャンプ 講師	140	約8,640件	レベル3	両方	情報収集型
9	ネイティブキャンプ 料金	170	約115件	レベル3	使っていない人	ミックス型 (情報、取引)
10	ネイティブキャンプ 初心者	90	約119件	レベル2	両方	ミックス型 (情報、取引)
11	ネイティブキャンプ 朝	10	約8件	レベル1	使ってる人	情報収集型
12	ネイティブキャンプ アカウント共有	0	約3件	レベル1	両方	ミックス型 (情報、取引)
13	ネイティブキャンプ アイフォン	0	0件	レベル1	両方	ミックス型 (情報、取引)
14	ネイティブキャンプ アプリ pc	0	0件	レベル1	両方	ミックス型 (取引、案内)
15	ネイティブキャンプ アプリ 使い方	10	約3件	レベル1	両方	ミックス型 (情報、取引)
16	ネイティブキャンプ 空いている時間	0	約3件	レベル1	使ってる人	情報収集型
17		
18		
19		
20		
21		

そして、この表をもとにマインドマップを作成すると以下ようになります。



でも、なぜこのような分け方をしたのか？と疑問に思う人もいるかもしれませんが、**これを見れば書く記事の優先順位がひと目で分かるからです。**

ここで理解しておいてもらいたいのは、あなたが訴求する商品を使いたいと思う人の多くは、**「まだ商品を使ったことがない人」**になります。

当たり前ですが、すでに商品を使っている人に、同じ商品を訴求しても意味がありません。

例えば、「Hulu 接続エラー」といった、すでにHuluを利用している人がアクセスしてくる記事に、Huluを訴求しても成約は取れないということです。

しかし、特化ブログを作る人の多くが、そういった戦略や考えなしに「ライバルが少ないキーワードだから」「検索数が多いキーワードだから」といった理由で記事を作っているため、かなり非効率で結果が出にくいです。

商標特化ブログの戦略として大事なものは、成約に近い記事から作成していくということです。

つまり、『購買意欲のあるターゲットで、売上が立ちやすいキーワード』から優先していくことが重要になります。

さらに踏み込むと、以下の3つ全てに当てはまるキーワードは、SEOのブルーオーシャンで売上も立ちやすいので覚えておいて下さい。

- ・まだサービスを利用したことがないユーザーである
- ・売り上げが立ちやすいキーワードである（取引型、もしくは取引型が含まれるミックス型が該当）

- ・ 上位表示難易度がレベル1のキーワードである

なるべく、この3点にあてはまるキーワードから記事作成していくと効率よく結果を出せるので、そのためにもマインドマップを作って、書く記事の優先順位をしっかりと把握しておきましょう。

ペルソナ設定からタイトル付け

マインドマップ同様に、トレンドブログを実践している人は、ペルソナ設定も初めてだと思います。

ペルソナとは、**商品・サービスを利用する顧客の中で最も重要な人物像**の事を言います。

実際にその人物が実在しているかのように、『年齢、性別、居住地、職業、役職、年収、趣味、特技、価値観、、、』などリアリティのある詳細な情報設定をするのが一般的です。

ペルソナはマーケティングでもよく活用されますが、**僕はこのような難解で詳細なペルソナ設定は不要だと考えています。**

なぜなら、どれだけ細かくペルソナ像を設定しても、イメージが湧かないなら無駄ですし、**どういった人が検索してくるか？**といった想像が一番大事でだからです。

大切なことは、”相手のイメージが鮮明であること”で、考えるべきは「相手の顔が見えているか」です。

それに、マインドマップを使って、ここま
で検索意図を落とし込むと、キーワード毎の
大まかなペルソナ像は見えてくるので全く問
題ありません。

そしてタイトル付けですが、

同じターゲットで同じ型のキーワードを組み
合わせて、32文字以内

になるようにタイトルを作っていきます。

マインドマップで言うと、同じターゲットに
なるのは、

「使っていない人+両方」

「使ってる人+両方」

の2パターンで、

同じ型のキーワードとは

「取引型+取引型が入ったミックス型」

「情報収集型+情報収集型が入ったミックス型」

「案内型+案内型が入ったミックス型」

の3パターンになります。

これを頭に入れておけば、的外れなタイトル付けやペルソナ設定をすることはありませんので、初心者でも安心です。

記事の構成を考える！

タイトルが付けられたら、すぐに記事作成に入るのではなく、記事の構成をしっかりと練っていきましょう。

なぜなら記事作成する際の最重要ポイントが、『結果の明示と結果の根拠』をどうやって伝えるか？ということだからです。

結果の明示とは、タイトルの検索意図から、

- ・この記事を読むと、どうなるのか？

- ・ どんなことが知れるのか？

を具体的に伝えることです。

そして**結果の根拠**とは、明示した内容が正しいと納得させる理由や証拠を伝えることです。

当たり前ですが、根拠が無いと記事の信頼性は低くなりますし、読者に信用してもらえないので商品は売れません。

なので必ず記事作成前に、こういった記事構成で、こういった内容にすれば、読者に結果の明示と結果の根拠が伝わるのかを考えて下さい。

見出し2~4で目次を作りながら
記事構成を作成するといいでしょう。

また見出し毎に、何を書くかをメモ書き程度
でまとめておくと、記事作成の時に迷うこと
なくスムーズに作業が進みます。

そして、取引型のような商品を訴求する記事
ほど、読み手にベネフィット&トランスフォー
メーション(明るい未来と変化)を想像させる
ことが重要です!

なぜなら、読者は書き手に起こった明るい変
化や未来に、自分を照らし合わせて想像を膨
らませるからです。

例えば、ダイエット飲料を訴求する記事を書くようにしましょう。

多くの人は、

- ・このダイエット飲料は、3ヶ月で10キロ痩せれます。
- ・味が美味しいので飽きることなく続けることができます。
- ・1ヶ月の値段は〇〇円で安い！

といったメリットだけを言ってしまいます。

もちろんそういった内容を伝えるのも大事ですが、独自性がなく誰にでも書ける記事になってしまいます。

しかし、こういった内容も書かれていればどうでしょうか！？

『このダイエット飲料を3ヶ月続けたことで10キロの減量に成功しました。』

喜んで良いのか分かりませんが、ダイエット前に着ていた服がダボダボになってしまい合う服がなくなったので、先日服を大量購入しました（笑）

今までは可愛い服があってもサイズが合わず悔しい思いをしてきましたが、今ではファッションに妥協することなくショッピングを楽しめています。

また痩せたことで、周りの男性からの見目が変わり、今度とある男性と初めてデートに行く予定です。』

というように、明るい変化と未来を書くことで、訴求する商品への関心度はかなり上がります。

また、商品のメリットを言うだけだと、どうしても売り込みの強い文章になってしまいます。

でも、ベネフィット&トランスフォーメーションを使えば、間接的に商品の魅力をアピールできる文章が作れるので、読者も売り込まれていると感じにくいのです。

ここを意識するだけでも、成約率は大きく変わってくるので、事前に記事構成の段階で、どこにどういった文章を書くかを決めてから記事作成に取り組みましょう！

まとめ

このノウハウでは、商標特化ブログを作る際の「ネタ選定～記事構成」について解説してきましたが、**ここまでの工程で稼げるかの7割が決まる**とあって良いので、時間をかけて考えて下さいね。

感のいい人は気づいているかもしれませんが、この手法はトレンドブログでASPを取り扱う場合でも有効ですので、商品のカテゴリーを作ってコンテンツを作り込んでいきましょう。

記事作成の詳細については、メルマガの方でお話できればと思いますが、**商標特化ブログ**はライティングの苦手な人や初心者でも成約が取りやすくなっています。

なぜなら商標で検索する人は、商品を買おうとしている人が多いので、商標ワードで上位表示できれば、基本的に売れないということはないです。

もちろん売れる売れないは、商標の知名度で大きく変わってきますが、よっぽどマイナー商品でなければ、基本的に月数万円～数十万円程度の安定収益を作ることができます。

商標特化ブログは、初心者には本当にオススメなので、是非チャレンジしてみてくださいね。

今後メルマガでは、
ここではお伝えできなかった、

- ・ 商標特化ブログの記事作成について！
- ・ ブログを戦略的に資産化させる方法！
- ・ 1年間に複数の収益源を作る裏側！
- ・ 月収50万の安定収益を作るために知っておくべきこと！
- ・ トレンドブログ実践者の9割が資産化出来ない理由！
- ・ ・ ・ etc

お話していこうと考えていますので、
是非チェックしてもらえればと思います。

作成者:しん

連絡先:info@shinyear66.com

公式ブログ:<http://shinyear66.com/>