



～もうキーワードで悩まない～



【ライバルがないお宝キーワードがザクザク見
つかりすぎて困る！】現役サイトアフィリエイト
ーが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報
酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面！
最新キーワード選定方法マスターマニュアル



By 西島隆弘

-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 を無料でダウンロードしてください。

<http://get.adobe.com/jp/reader/>

-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西島隆弘に属します。

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。

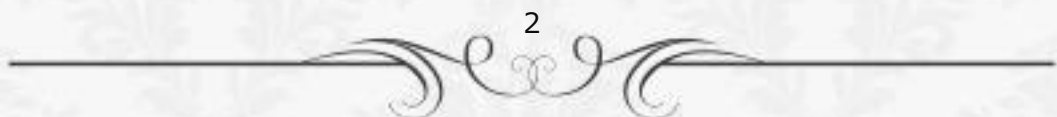
このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートのご利用は自己責任でお願いします。このレポートの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。

はじめに..... 5



第一章 キーワード戦略の考え方.....	1 1
そもそもキーワードとは？	1 1
キーワードは頭で考えない。リサーチする.....	1 5
検索キーワードと成約までの距離という考え方.....	2 0
検索意図と記事の内容の整合性をとる.....	2 9
第2章 キーワードの種類と実際の検索方法.....	3 2
ロングキーワード.....	3 4
ミドルキーワード.....	3 5
ショートキーワード.....	3 6
キーワードとサイトの方向性.....	3 7
共起語という考え方.....	4 0
第3章 キーワードリサーチの実際の手順.....	4 8
1 キーワードを見つける.....	4 9
ヤフー知恵袋や教えてgooを使う.....	5 4





Google アラートを使って自動で収集する。-----	5 6
Google トレンドでニーズを把握する-----	6 3
2 集めたキーワードを拡張する-----	6 5
関連キーワード取得ツールを使う-----	6 5
OMUSUBI を使う-----	7 1
3 キーワードを絞り込む-----	7 6
キーワードプランナーで検索回数をチェックする-----	7 6
ヤフー知恵袋を利用する方法-----	8 3
4 章 キーワードをずらす「俯瞰」について-----	8 6
1 キーワードをずらす-----	8 6
キーワードをずらすときに重要な俯瞰とは-----	9 2
キーワードの俯瞰の場合は？-----	9 6
2 抽象化して関連するキーワードを見つける-----	1 0 2
3 キーワードをずらすコツはターゲットを決めること---	1 1 1





同じ用語でもほかの言い方はないのか？	1 2 0
シソーラスを使うと簡単	1 2 2
4 西島がキーワードをずらすときの実際の手順	1 2 8
キーワードをずらすときのありがちなミス	1 3 6
ありがちなミスその1 妄想しすぎ	1 3 7
ありがちなミスその2 記事とキーワードのズレ	1 3 9
ありがちなミスその3 まったく需要がないキーワードを選ん でしまう。	1 4 0
終わりに	1 4 1
発行者情報	1 4 6

はじめに

キーワード検索って難しいですね？

どうやって探せばいいのかよくわからないという質問もたくさんいただきます。

ちゃんと選んだつもりでも記事を書いたら

「うわ、、、全然アクセスが来ない、、、」

ということもありますよね。僕もキーワードについてはまだまだ分からないことも多く、えらそうなことは言えません。

「キーワードをマスターしたぜ！」とは程遠い状況です ^^ ；

ただ、現役のサイトアフィリエイターとして月30万を越える報酬を獲得できているので参考になればと思いこのマニュアルを作りました。

今回のレポートではサイトアフィリエイトの初心者から中級者の方向けにキーワードの選定ノウハウについて解説させていただきました。

書いていく中で、キーワードに対しての本質的な考え方もしっかり理解していただいた方がよいと思いましたので、いわゆる正攻法で王道のキーワードに関する考えかたも解説しています。



この部分は復習と再確認の意味を込めました。キーワードの根本的なところを勘違いをしてしまっているといくらキーワードを工夫したところでアクセスを呼ぶことはできませんし、記事を書いても成約をとっていくことはできません。

今報酬がない、もしくは報酬が伸び悩んでいる場合はキーワードの根本的なところを再認識するという意味でもぜひ1章にも目を通しておかれることをお勧めします。

一つ心にとめておいていただきたい言葉があります、それは

「キーワードは単なる単語ではなく、ユーザーの想いが言葉になったもの」



です。

キーワードを打ち込む時には**必ず「検索意図」があります。つまり、「知りたい」という気持ちです。**

ここを無視しては**キーワードの選定が単なる作業になり、機械的に選んだキーワードではアクセスを呼ぶことはできませんし、成約も取れません。**

どうか勘違いをされないように注意されてください。

キーワードの検索意図を考えるように記事を作ると、記事の内容も検索エンジンに評価されやすくなり、上位表示もできます。

つまり、「SEO でも非常に強い」サイトを作ることができるのです。

自慢をするわけではないのですが、キーワードの選定とそれに見合った記事を書いていると下記の画像のように上位表示を独占することができます。





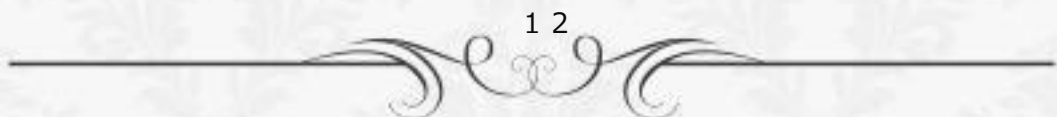
はじめにでもお話ししましたが、**検索意図を無視して機械的にキーワードを選んでも、ユーザーの悩みに答えたり、知りたいことを盛り込んだコンテンツをつくることができない**からです。

コンテンツとはここでは動画や PDF やサイトで書く記事の事だと理解してください。

イメージがわきづらいと思いますので、具体的な事例で話をさせていただきますね。

例えばダイエットをしたい人がいたとします。

ダイエットをしたい人が打ち込むキーワードはどんなものがあるで



しょうか？

1つの例ですが、「ダイエット 運動」というキーワードがありますね。

他にも「ダイエット 食事」「ダイエット 簡単」「ダイエット 短期間」といったキーワードがあります。

これらのキーワードは

- ・運動をしてダイエットをしたい
- ・短期間で痩せたい
- ・食事制限をしてやせたい
- ・できるだけ簡単に痩せたい

といったユーザーの検索意図がありますよね。

「ダイエット 運動」というキーワードで記事を書くのに、「ダイエットとは?」といった、そもそもダイエットとは何ぞやという記事を書いても反応があまり見込めません。

それよりも、「ダイエットで痩せる運動を5つ紹介します」というダイエットと運動に関連する記事を書きましょう。

これが**ユーザーの検索意図とズレがない記事になり、ユーザーの気持ちにこたえる記事**なのです。**ユーザーの気持ちにこたえる記事**をかければ滞在時間も長くなり、検索エンジンの上位表示にも非常

に効果があります。

この「検索意図に対する適切な答えを返す」という意識は非常に大切です。ここがズレてしまわないように注意してください。

キーワードは頭で考えない。リサーチする

あなたがアフィリエイトを知っているなら、キーワードはどうやって考えるのかという大きな悩みがあると思います。

ここでキーワードを考えるポイントをお話しておきます。

それは、「**自分の頭で考えない**」ということです。

キーワードは自分の頭の中で考えても出てきません。

ネットや雑誌、テレビからキーワードをリサーチして入手してください。

よく、うんうんうなってキーワードを考える人がいますが効率が悪いですし、ちゃんと効果が出る記事を書ける可能性も低くなってしまう。

なぜならあなたの価値観や、あなたの現実で考えついたキーワードは、検索ユーザーが知りたいものだとは限らないからです。

そのため、**キーワードは調べて見つけてくる**ということを必ず守るようにしてください。

調べるといってもネットで検索をしてみたり、ヤフー知恵袋などで検索すれば無料でいくらでも調べられます。

あとは日常生活の中で目にした単語をメモしておいて、あとで需要があるキーワードかどうかを調べると思いもよらないキーワードが見つかることもあります。

例えば、通販番組をみていて、紹介されているマッサージチェアがものすごく魅力的だったとします。このマッサージチェアの情報がないネットになればものすごいチャンスです。

なぜなら、テレビで紹介されたものは必ずネットで検索されるからです。

他にも、雑誌を見ていて芸能人が紹介している通販の女性用の化粧品があったとします。

この女性用の化粧品もネットを検索してみて情報がなければ大きなチャンスになります。ネットに情報がないということは、まだライバルがほとんどいないからですね。

このように日常生活で目にする情報からキーワードを拾うことは、他の人が見つけられないキーワードを入手できることも多く、おススメの方法です。

なぜなら、**ネットでキーワードを見つける方法というのはよほどキーワードを選ぶのがうまくなければ、ライバルとかぶってしまうことが多いから**です。

キーワードはリサーチして見つけるもの。自分の頭で考えない。というのは常に意識するようにしてください。

ここをさぼるとよほど得意な分野や専門的に学んでいる分野がなければライバルに勝つことができず、稼げません。

検索キーワードと成約までの距離という考え方

次にユーザーの「検索意図」をもう少し掘り下げてみます。

検索キーワードには「成約に密接に関連しているキーワード」と、
「成約には直接関係しないキーワード」があります。

つまり、検索してきたユーザーがどのぐらいのテンションでいるのか？

今すぐ商品が欲しいのか？それとも単に情報収集をしたいだけなのか？という**商品購入までの心の距離によって、キーワードも異なってきます。**

そしてそのキーワードが成約に関連するかしないかを判断します。

このキーワードとユーザーの心の距離を「成約までの距離」とします。

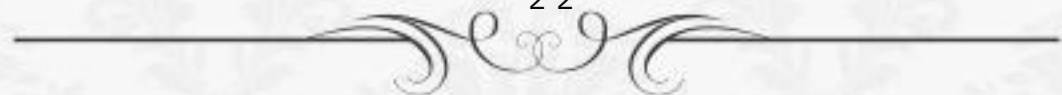
少しわかりやすい例を出しますね。

例えばユーザーが川の前にいるとします。そして、向こう岸にわたることができれば望んでいる商品や、悩みが解決できる情報がある
とします。

この川の幅の広さが「成約までの距離」だと理解してください。



そして、**検索キーワードに対して返すコンテンツがこの川をわたるための橋**だと考えていただくと分かりやすいと思います。





この川の幅が広いか狭いかでキーワードに対する、ユーザーに返していくべきコンテンツが異なってくるんです。

この考え方は非常に重要ですので覚えておいて損はないと思います。

例えば、成約までの距離が短い人、購入意欲が高い人に対しては

- ・「どこで買えるのか」
- ・「どこで安く買えるのか？」
- ・「どこで買うのが一番得なのか」
- ・「どんな口コミがあるのか」
- ・「評価はどうなのか」

といった購入を検討している人が欲しがっている情報を記事にして



あげると購入につながります。

一方、まだ購入を検討する段階ではない人、成約までの距離が長い人に対しては、いきなり購入に直接結びつく情報をあげても響きません。

この段階にいる人はもう少しいろいろな情報が欲しいからですね。

例えば、「ダイエット 痩せたい」という成約までの距離が長めのキーワードだとすれば

- ・ **ダイエットの方法はどんなものがあるか？**
- ・ **ダイエット食品の選び方**
- ・ **女性に向いているダイエット方法**
- ・ **実際に効果のあった運動方法**
- ・ **やってはいけないダイエットの方法**

こういった情報が喜ばれるでしょう。

こういう人は成約までの距離が短い人と比べると、すぐに購入には結び付きませんが、ここで**役に立つコンテンツを返すことができれば信頼につながり、他の記事を読んでもくれた結果成約につながる**ということが十分にあります。

大切なのは検索回数が多いから、少ないからという理由だけでキーワードを選ばずに、この「**成約までの距離が長いのか、短いのか、どれぐらいの距離があるのか**」という部分も意識するようにすることです。

つまり、**単純に検索回数ありきで考えてはいけないと理解しておいてください。**

トレンドアフィリエイトや Google アドセンスなどの場合は単純にアクセスを集めればいいので、成約までの距離はそれほど気にしなくてもよいですが、サイトアフィリエイトや物販アフィリエイトの場合はここを意識しておくのとおかないのでは、稼げるかどうか大きく影響します。

ありがちなミスとしては、サイトを一生懸命作って、記事も 50 記事ぐらい書いて、キーワードも検索回数は多くて、**アクセスもガンガン集まってきた。**

「だけど全然売れない」というパターンです。

これは、

「ダイエットとは？」

「効果的なダイエットの方法 10 選」

「食事制限はやってもいいの？悪いの？」

といった「ハウツー系の記事」ばかり書いていると、こういう失敗をしてしまいがちです。

アクセスを集めることに成功していますが、成約するための記事が書けていないからですね。もしくは、**成約までの距離が短いキーワードで集客できていないということが原因**です。

後ほど説明する**ショートキーワードが足りていない状況**なんですね。

サイトアフィリエイトの場合は検索回数のほかにも、成約までの距離を考えることが大切だにご理解いただけたと思います。

ここを必ず意識するようにしないと、記事が増えても報酬が発生し

ないという残念な事態になってしまいますので注意するようにしましょう。

検索意図と記事の内容の整合性をとる

キーワードを決めていざ記事を書こうと思った時にもう一つ考えてほしいことがあります。

それは検索意図と記事の内容の整合性です。

簡単に言えば、「ダイエット 運動」というキーワードを選んだのに、おススメのダイエット食品の話とか、直接関係ない話を書かないということです。

「ダイエットに関係あるからいいじゃん！」と思うかもしれませんがね。でも、その考えは危険です。

なぜなら、「ダイエット 運動」で検索してきた人は運動の方法を探していますよね？

もしくは運動で本当に痩せるのかといった、ダイエットと運動の関係性などを知りたいわけです。

そこにいきなり食事の話を始めたらどうでしょうか？

「あ、これは今の私には関係がないな」と思って別のサイトに行ってしまう。

それも、現代人は情報過多で忙しいので、一瞬で「自分に関係があるかどうか」判断してしまいます。

せっかくキーワードを選んだのですから、**キーワードの検索意図、ユーザーが知りたいことに沿って記事を書かないと意味がありません**よね。

これも大事なポイントですので注意してくださいね。

第2章 キーワードの種類と実際の検索方法

さて、キーワードの基本的なところをお話ししたところで、次にキーワードの種類（分類）についてお話をしていきます。

成約までの距離と検索回数などの関係で3つのキーワードに分けて考えるとわかりやすいと思いますので、

便宜上

- ・ロングキーワード
- ・ミドルキーワード
- ・ショートキーワード

という3つに分けて理解しておいてください。

検索回数というのは Google キーワードプランナーという無料のツールを使って調べることができます。

キーワードプランナー

何から始めますか？

Q 新しいキーワードの選択と検索ボリュームの取得

▶ フレーズ、ウェブサイト、カテゴリを使用して新しいキーワードを検索

始める前に
キーワードプランナー
オーガニック検索
ディスプレイ広告
キャンペーンプランナー

▼ 検索ボリュームと傾向を取得

オプション1: キーワードを入力

ダイエット

ダイエット サプリ

ダイエット 速報

ダイエット アプリ

ダイエット 運動

ダイエット レシピ

ダイエット 筋トレ

ダイエット メニュー

オプション2: ファイルをアップロード

ファイルを選択...

CSV、TSV、テキスト形式のファイルに対応 [ヘルプ](#)

ターゲット設定 [?](#)

期間 [?](#)

日本

Google

除外キーワード

月間検索数の平均を表示する

期間: 過去 12 か月間

<Google キーワードプランナー>

キーワードプランナーは無料で誰でも使えますのでぜひご活用ください。特にアフィリエイト初心者のうちは「どんなキーワードが検索回数が多いのか」をつかむために非常におススメのツールです。

ロングキーワード

成約までの距離が長め。漠然とした情報収集段階のキーワード。

検索意図が不明確、またはぼやっとしており、悩みも漠然としている。もしくは、自分の悩みをちゃんと言葉に表現できていない段階で打ち込むキーワード。

例：ダイエット、クレジットカード、英会話、引っ越しなど

Google キーワードプランナーの検索回数が10万回～100万回以上

ミドルキーワード

成約までの距離がやや長め、意図がある程度明確になってきた。購

入に向けた情報収集や比較検討の段階

例：

英会話教材 比較

ダイエット食品 ランキング、

クレジットカード 金利

引っ越し 業者など

月間検索回数は1万～10万回程度のものが多い。

ジャンルキーワードや、悩みキーワードなどとも呼ばれることが多い。

ショートキーワード

検索意図がかなり明確で成約までの距離が短いので、上位表示できれば成約をとりやすい。

月間検索回数は100回～数千回程度

キーワードは3語や4語で構成されるものがほとんど

例：「商品名 買い方」「商品名 レビュー」「商品名

以上がキーワードの種類となります。

続いてキーワードとサイトの方向性について話をしていきます。

長期的に稼ぎ続けるサイトをじっくり作るのか、それとも短期的に稼げるサイトをドンドン作っていくのかによって、狙うべきキーワードも変わってきます。

ここを間違えてしまうと自分が意図しているとおりのサイトが作成できませんので、キーワードとサイトの方向性は必ず確認しておいてください。

キーワードとサイトの方向性

長期的にサイトを作っていきたい場合は最終的にはトップページで検索回数が多い「ミドルキーワード」を中心に上位表示を目指すのが最もおススメする方法です。

ミドルキーワードのなかに「商品名 ロコミ」などのショートキーワードを入れると、バランスよく報酬が上がっていきます。ミドルキーワードでアクセスを集めて、ショートキーワードで成約をとるという方法です。

この場合もいきなりミドルキーワードでサイトを作っていくというよりは、初めはショートキーワードから攻めていって、徐々にミドルキーワードでも上位表示を狙っていきます。

一方、当たるかどうか心配だからどんどんサイトを作っていきたい場合や、**短期的にペラサイトでどんどん上位表示を狙っていく場合は「ショートキーワード」をどんどん攻めていっても良いです。**

この辺は相性もありますのでどちらか好きな戦略を選ばれるとよいと思います。

中古ドメインを使ったり、被リンクを送るのが嫌だとか、自作自演のSEOがめんどくさいという場合は、1つ目の「ミドルキーワードで長期的に稼げるサイトを作る」というのがおススメの戦略ですね。

一方、短期的に稼げるサイトをどんどん量産して、リンクもドンドン送って、上位表示をどんどんしては消えていくということを繰り返しても良いなら「ショートキーワード」だけでサイトを作っても良いでしょう。

どちらの場合も、**成約までの距離が短いショートキーワードから狙っていくのがポイント**です。

共起語という考え方

キーワードとは直接関係ないかもしれませんが、Google が上位表示をする目安としていると思われる項目に

- 1 共起語
- 2 網羅性
- 3 専門性

というのがあります。

これはサイト内のキーワードの種類やキーワードの数から Google

が判断している要素になります。

これは実際に僕がサイトを作成していると思う最近の Google の傾向を踏まえた一つの意見です。

Google の公式サイトでもこのような項目を評価の基準にしているような記述もあり、実際上位表示できているサイトはこの3つが大いに関係していると判断できます。

網羅性はあるジャンルについて関連するキーワードを網羅しているサイトであること。

専門性はジャンルが特化してたり、一つの話題について深く掘り下げているサイトの事です。

網羅性と専門性はキーワードと密接に関連しているので「一つのジャンルに特化するといいんだ」ぐらいに理解しておけば大丈夫です。

共起語はちょっと聞きなれない言葉だと思うので少し解説を加えておきますね。

共起語とはざっくり言うと「あるキーワードに対して、そのユーザーが他にも興味や関心がありそうなキーワード」です。直接関係しているというよりは、「連想できるよね」というキーワードです。

例えばダイエットというキーワードの場合の共起語だと、

- ・ 食事制限、
- ・ エステ、
- ・ 運動、
- ・ 炭水化物、
- ・ 年齢、
- ・ 栄養素、
- ・ ジム、
- ・ 簡単、
- ・ 短期間
- ・ DVD

といったものが共起語のリストです。

ダイエットに興味がある人がついでに気になって検索するようなキーワードですね。

Google の上位表示の傾向を見ていると、この共起語は上位表示の判断基準になっていると思われます。

狙っているキーワードに対して、それに共起語がサイトに盛り込まれているかどうかを判断して、上位表示の一つの目安にしていると思われます。

共起語を意識してキーワードを決めてサイトを作っていくと、網羅性や専門性が高いサイトだと判断され上位表示される傾向が強いと

というのが、有効な SEO 対策の一つです。

	クエリ	掲載順位▲
1		1.0
2		1.0
3		1.0
4		1.0
5		1.0
6		1.0
7		1.0
8		1.0
9		1.0
10		1.0

↑共起語を意識してサイトにちりばめていくと関連するキーワードで軒並み上位表示できています。

共起語についてはキーワードをリサーチしていく段階で、関連キーワードや、ヤフー知恵袋などで調べたキーワードなどをメモして残しておいて、実際に記事を書くときにそれらのキーワードを記事の中にちりばめていけばOKです。

共起語がどんなものか調べたいときは共起語検索ができる無料ツールもありますので、ネットで検索していただくかこちらのサイトのツールなどを使ってみてくださいね。

ライバルがないお宝キーワードがザクザク見つかりすぎて困る】現役サイトアフィリエイトライターが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面の最新キーワード選定方法マスターマニュアル

共起語検索調査ツール

<https://www.sakurasaku-labo.jp/tools/cooccur>

共起語検索調査ツール

サクラサクLABO BETA

powered by サクラサクグループ

お役立ちツール

セミナー

SEO blog

Facebook

twitter

サクラサクLABOとは

運営者情報

contact

ログイン

TOP » ツール一覧 » 共起語検索調査ツール

共起語検索調査ツール

共起語検索調査ツールは、入力したキーワードと併記される事の多いワードを抽出するツールです。Google/yahoo の検索結果上位のページのコンテンツで形態素解析を行い、頻出する語を共起語として表示しています。

[ツイート](#)

キーワード:

※キーワードに半角カンマ「,」を含めることはできません。

[新規会員登録でツールを使う](#)

[ログインしてツールを使う](#)

コンテンツの作成
改善に不可欠!

共起語調査 ツール

サクラサクLABO Light

[サクラサク動くツールを早速試す](#) > > [詳細はコチラ](#)

複数キーワードを一括で診断する場合は[ログイン](#)、または、[新規会員登録](#)をお願いします。

[すでに会員登録がお済みの方
ログインする](#)

[まだ会員登録がお済みでない方
新規会員登録](#)

47

Copyright (C) 2017 西島隆弘. All Rights Reserved.

第 3 章 キーワードリサーチの実際の手順

それでは基本的な知識についてお話をしたところで、キーワードのリサーチ方法の実際の手順について解説していきますね。

まず、キーワードの選定の手順は

- 1 見つける
- 2 拡張する
- 3 絞り込む

という 3 つの手順で進めるとスムーズだと思います。

それぞれの手順を解説していきますね。

1 キーワードを見つける

まずキーワードを見つける方法ですが、先ほどもお話ししたように

自分の頭で考えないで必ず、リサーチをしてください。

キーワードを見つける先としては

1 テレビやラジオ会社や家での会話な度からを見つける

2 雑誌や本、電車の中刷屏広告などからを見つける

3 知恵袋・教えてgoo でを見つける

4 Google アラートでを見つける

という方法が一般的ですが非常に効果的です。

テレビやラジオ、会社や家での会話などから、新しい商品や、流行の商品など様々なキーワードを入手することができます。

また、雑誌や本、電車の中刷り広告などからも見つけることができますので、自分が紹介したいジャンルの商品が紹介されていたり、ターゲットとなる人が興味を持ちそうなキーワードを拾うことができますね。

これはネットで探すよりもライバルが少ないキーワードが見つかることが多いのでお勧めの方法です。

僕の場合で恐縮ですが、**参考にしている雑誌として「Get Navi」や「モノクロ」といった、商品が多数紹介されている雑誌は買うようにしています。**

特に、**辛口評価をしている雑誌は評価の仕方も含めて参考になるところも多く、実際に商品を紹介する記事を書くときにも非常に役に立ちます。**

iPhone 4S & 新作スマホ

4K2Kの異次元画質レグザ

GetNavi

12 [ゲットナビ] DECEMBER 2011 390YEN

待ってました!!
アップル
iPhone 4S
発売直後の
“本音”レビュー
auからも
リリース!

16GBモデルは
実質0円!

スタップ激押し!! 最新デジタル

この秋・冬に買っべき逸品をプロが断言します!!

SCOOPI!
冬モデル
スマホ
速報!

フルHD
動画
撮影が可能

PlayStation Vita 12月17日発売!
3DSはモンハンやマリオなど注目作多数
“年末ゲーム機”は
遊ぶソフトで選べ

A5プロセッサ
搭載で更に
高速化

クラウドサービス
iCloud
対応

土田晃之&徳井義実
(いばオススメしたいモノ)

洗濯乾燥機、エアコン、掃除機、炊飯器はか
いまオトコが買うべき
“こだわり”生活家電

「はいあん!!」の
西崎愛生ちゃんが
レコメンドーッ!
BD見るなら
アニメでしよっ!
ロンポー亮ほか
ババ(吾人)が推薦!
パパ目線で選ぶ
子育て良品!

スマートフォンのデジタル一眼・コンパクトデジカメ・テレビ・PC・クーラー・パソコン・ゲームシミュレーター・オーディオ



ヤフー知恵袋や教えてgooを使う

それから、ヤフー知恵袋や教えてgooを使って、自分が検索者の気持ちになって適当にキーワードを売ってみると思わぬキーワードを拾えることがあります。

ここで質問されたり、**回答されている内容は「生の声」なので、サイトを作るときに大いに参考になりますし、しかも回答を見ることによってどんな記事を書けば読者が満足してくれるかの目安を知ることができるので便利**です。

55

Google アラートを使って自動で収集する。

Google が無料で提供する Google アラートというツールを使うと、一度「アラート」を設定しておけば自動的にキーワードを集めることができます。

Google アラートを使うと例えば「アフィリエイト」という単語を設定しておけば、アフィリエイトに関連するウェブページやブログ、ニュースリリースなどが登録しておいたメールアドレスに自動で送られてきます。

ライバルがないお宝キーワードがザクザク見つかりすぎて困る】現役サイトアフィリエイトライターが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面の最新キーワード選定方法マスターマニュアル

アラート

ウェブ上の面白い新着コンテンツをチェック

🔍 アフィリ

メールを入力 [アラートを作成](#) [オプションを表示](#)

アラートのプレビュー

検索語句に対する最近の結果はありません。以下は検索語句に一致する過去の結果です。

ニュース

リーフワークス、アフィリエイトASPシステム「アフィリコード・シリーズ」を、ITPに対応した新バージョンとして ...
CNET Japan
リーフワークス、アフィリエイトASPシステム「アフィリコード・シリーズ」を、ITPに ... 本日、アフィリエイトASPの運営・構築を可能とする「アフィリコードプラス」及び ...

アフィリエイトの始め方や仕組みを学びたい初心者向けの無料セミナー「超」初心者向け無料アフィリエイト ...
Dream News (プレスリリース)
アフィリエイトの始め方や仕組み、おすすめのやり方等をセミナー形式でお伝えする『“超”初心者向け無料アフィリエイト基礎講座 in 渋谷』を業界団体「日本 ...

広告主向けアフィリエイト運用基礎セミナー、アフィリエイト・プログラムの業界団体「日本アフィリエイト協議会」 ...
Dream News (プレスリリース)
広告主向けアフィリエイト運用基礎セミナーをアフィリエイト・プログラムの業界団体、日本アフィリエイト協議会（代表理事：笠井北斗）主催で2017年11月16日（木） ...

【初心者向け】本当にブログを書くのならなんのシステムを選択するかのアドバイス
Blogge



グーグルアラートでは設定したキーワードに引っかかるウェブサイトや記事、ブログ、ニュースなどが集まってくるので、それについて自分の意見をコメントだけでもかなり面白い記事になります。

元ネタを上手に引用するだけで説得力のある記事が簡単に出来ちゃいます。

実際に私がやった例としてはこのブログで書いている【WELQ アップデート】で Google が低品質サイトに鉄槌を下すという記事がそうです。

【参考記事】

[【WELQ アップデート】で Google が低品質サイトに鉄槌を下す](#)

これはグーグルアラートに「SEO」というキーワードを登録しておいたら、ある日「SEO」というキーワードに関連する記事が 10 個ほどメールに届きました。

そして、だれかが「WELQ アップデート」という事をウェブ上で記事にしていることがわかりました。

丁度この頃、DeNA が作るまとめサイトの WELQ が社会問題煮まで発展していて、連日テレビやネットで炎上して、叩かれまくっていただけ結構アクセスを集めることが出来ています。

Google アラートの他の使い方でおススメなのが、

教材 新発売

化粧品 新発売

アフィリエイト 新発売

コスメ 新発売

家電 新発売

などの○○ + 新発売 というキーワードでアラートをセットしておく方法です。

この○○ + 新発売を登録しておくで、文字通り新発売の商品が出たときにいち早く知ることができます。

いち新商品の情報を早く知ることができれば、ライバルより先に商品を紹介する記事を書くことができるので、検索結果の上位に表示される可能性が非常に高くなります。

余談ですが、Google アラートはサイトアフィリエイトでも役に立ちますが、トレンドアフィリエイトでもかなり使えます。

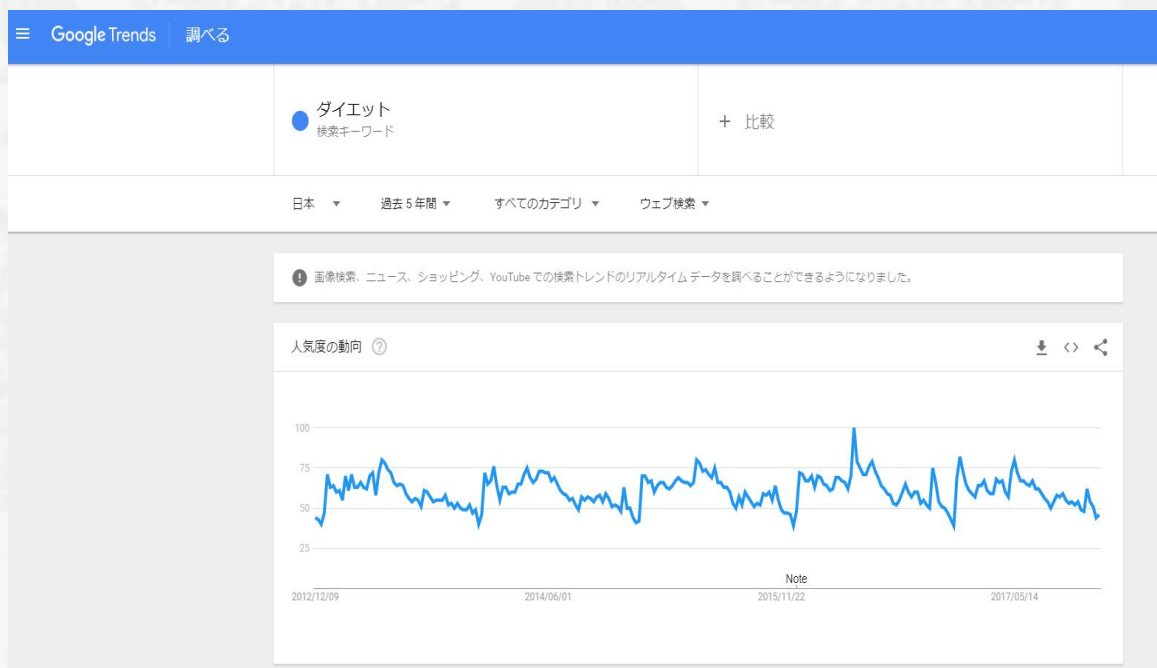
トレンドアフィリエイトは文字通り流行っている、最新の話題なんかをいかにして集められるかが勝負ですので。

Google アラートについては僕が月30万円稼いでいる方法について別のレポートで詳細に解説してますので、興味がありましたらこちらからのページからご入手ください

→ <http://affiliate-review-site.com/lp/>

Google トレンドでニーズを把握する

長期間にわたるキーワードのニーズを調べるツールとして、Google
トレンドがあります。



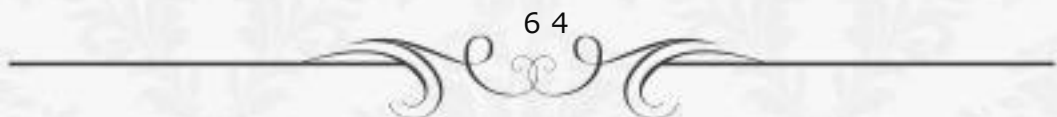
Google トレンドで確認してほしいのは大まかなトレンドを確認す



ることだけ。上記はダイエットという言葉で5年間のトレンドを調べたものですが、**この心電図のようなグラフがでてれば検索ニーズがあると思って大丈夫です。**

長期的な視点で人気があた落ちでないかどうか、人気は安定しているかなどがわかります。あまり神経質にトレンドを意識するとキーワードの選定がなかなか進まないなので大まかな全体のトレンドを確認できればOKとしてください。

続いて、集めたキーワードを拡張して広げる方法について実際の手順を解説しますのでぜひマスターしておきましょう。



2 集めたキーワードを拡張する

関連キーワード取得ツールを使う

例えば集めたキーワードを拡張するには

KOUHO <http://kouho.jp/>

とか

関連キーワード取得ツール

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

を使うと便利です。

どちらももちろん無料です。どちらも便利なツールですが、例えばKOUHOのいいところは非常にカンタンに使いこなせるところです。

例えば、「アフィリエイト」というキーワードを入力してみます。

すると、アフィリエイトに関連するキーワードが一瞬で815個も出てきました。

キーワード候補を探すためのサジェストツール

KOUHO.JP

- Googleサジェスト ● Amazonサジェスト
- 楽天サジェスト ● Bingサジェスト
- はてな連想語 ● Yahoo知恵袋 ● Twitter共起語

アフィリエイト

Go

全キーワードリスト (重複は削除済) 815個

アフィリエイト
アフィリエイトとは
アフィリエイトb
アフィリエイト ブログ
アフィリエイト おすすめ

「google」サジェストの結果

アフィリエイト+

アフィリエイト
アフィリエイトとは
アフィリエイトb
アフィリエイト ブログ
アフィリエイト おすすめ
アフィリエイト 仕組み
アフィリエイト 広告
アフィリエイト amazon
アフィリエイト サイト
アフィリエイト 意味

スポンサードリンク

2,500円で
10,000円分の
広告を
掲載しよう。

アフィリエイト+

アフィリエイト 始め方
アフィリエイト おすすめ
アフィリエイトとは
アフィリエイト 仕組み
アフィリエイト 稼ぐ
アフィリエイト amazon
アフィリエイト サイト
アフィリエイト 初心者
アフィリエイト 本
アフィリエイト 意味

また、KOUHO では「Twitter で実際に使用されている関連キーワード」を検索できます。例えば「モデル」って打ってみると

● Googleサジェスト

● Amazonサジェスト

● 楽天サジェスト

● Bingサジェスト

● はてな連想語

● Yahoo知恵袋

● Twitter共起語

モデル

Go

全キーワードリスト（重複は削除済）1179個

モデル
モデルさん
モデルオーディション
モデル様
モデル人

「twitter」サジェストの結果

スポンサードリンク

2,500円で10,000円分の
広告を掲載しよう。

今すぐ始める

Google

一般モデル	モデル
カラーモデル	モデルさん
モデル価格	モデルオーディション
モデル一つ	モデル様
	モデル人
	注目モデル
	廉価モデル
	カラ松モデル
	広告モデル
	モデル組
	モデル感

Twitter 上でつぶやかれているモデル関連のキーワードが 1179 個出てきました。

この中で結構面白いのが「カラ松モデル」とかですね。恐らくおそ松さんのファンの方がツイートしているんでしょう。アニメ関係のグッズとか売れそうですね。

あとはFulu とかU-NEXT といった動画配信サービスのアフィリエイトも売れそうです。

他にも「カラーモデル」とかも面白いですね。

カラーモデルはおそらく美容室で髪の毛を染めてもらって、

練習台になるモデルのことだと思います。

カラーモデルをつぶやくのは10台後半とか20代前半ぐらいの女の子でしょうか？

このキーワードの関連キーワードで集客できればアパレル系の通販とか成約できそうですね。

もしくは美容室の従業員がカラーモデルを探しているのかもしれませんが、その場合も美容室の従業員は洋服が仕事柄必要ですから、アパレル系の通販の案件とか、インテリアの通販とかもアフィリエイトできますね。

インテリア通販のアフィリエイトって実は買い物の単価が高いため一回当たりの報酬が高いためかなり稼げます。

OMUSUBI を使う

関連するキーワードを調べるときに非常に便利なサイトがあります。

OMUSUBI というサイトをご存知でしょうか？

OMUSUBI : <http://omusubisuggest.appspot.com/>

この OMUSUBI というサイトでは、あるキーワードを入力すると関連するキーワードのサジェストがマインドマップのように自動で表示されます。

例えばダイエットと入れると、関連するキーワードとして

ダイエット レシピ

ダイエット ブログ

ダイエット 運動

ダイエット 朝ごはん

ダイエット 筋トレ

といったキーワードが表示され、さらにその周りにも

- ・ダイエット 朝ごはん 食べる
- ・ダイエット 朝ごはん 食べない

といったさらに関連するキーワードまで表示されます。

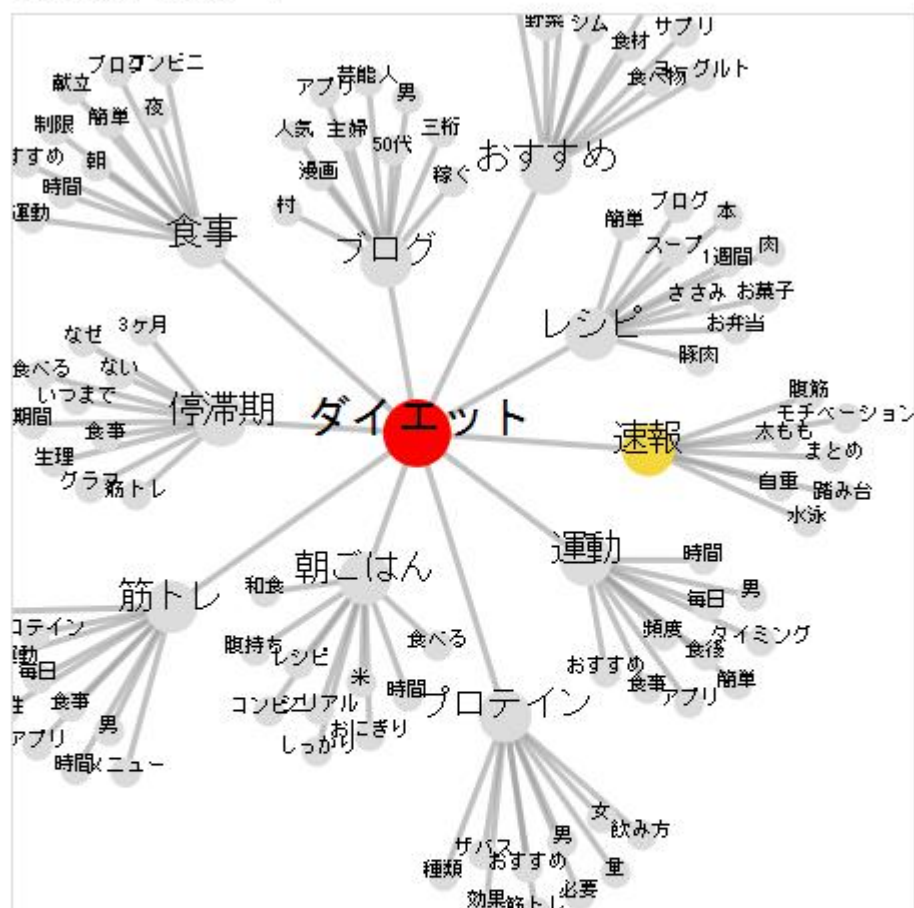
サジェストが出てこないキーワードもあるんですが、このツールは
かなり使えます。

一瞬で関連するキーワードとその周辺のキーワードを取得できます
し、自分では思いつかないキーワードもあつという間に見つかりま
す。

先ほど紹介した関連キーワード取得ツールと違って、あまり紹介し
ている人がいない穴場ツールじゃないかと思います。

ダイエット キーワードマップ: Google 日本

サジェストの変更 ▼



ゲレロ 中村晃 レインボーパンケーキ ブログ おすすめ ソウルコン 投資信託 クレカ クリスマスプレゼント 女性 酒井宏樹 コンテンツ スマイルギフト カード ライティング コンテンツビジネス メルマガ 無料 配信 くりえい社 アロマシャンパー 木更津総合 hoge クレジットカード クリスマスプレゼント ブログ おすすめ note マーケティング とは コンテンツ とは ゴミ箱 消臭剤 kyousei マーケティング ブログ 社労士 コピーライティング ふ

3 キーワードを絞り込む

ここまでの作業でキーワードを見つけて、キーワードを拡張することができました。

拡張したキーワードはメモ帳やエクセルなどで保存して起きましよう。そして、次の工程に進みます。次は絞り込むという工程です。

拡張したキーワードから実際に使用するキーワードを絞り込むときに役に立つ方法を紹介します。

キーワードプランナーで検索回数をチェックする

まずは、先ほども少し解説に登場した「キーワードプランナー」で

す。

こちらのツールは有名なツールなのでご存知かも知れませんが、月間検索回数を調べることができます。

先ほど説明したロングキーワードやミドルキーワード、ショートキーワードの判断はこちらのツールを使うと簡単にできます。

キーワードプランナー

<https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/>

キーワードプランナー 何から始めますか？

🔍 新しいキーワードの選択と検索ボリュームの取得

- ▶ フレーズ、ウェブサイト、カテゴリを使用して新しいキーワードを検索

▼ 検索ボリュームと傾向を取得

オプション1: キーワードを入力

キーワードを1行に1つずつ、またはカンマで区切って入力してください。

オプション2: ファイルをアップロード

ファイルを選択...

CSV、TSV、テキスト形式のファイルに対応 [ヘルプ](#)

テキストを入力するか、アップロードするファイルを選択してください。

始め
キー
オー
ディ
ンペ

例えばダイエットというキーワードや関連キーワードの月間検索回

数を調べたいときには関連キーワード取得ツールでダイエットの関連キーワードを取得して、キーワードプランナーにコピペすると一気にたくさんのキーワードの検索回数を調べることができます。

関連キーワード取得ツール

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

関連キーワード取得ツールでダイエットと入力し、画面中央辺りにある「全キーワードリスト」というウィンドウのキーワードをコピーします。

検索キーワード

ダイエット

取得開始

keyword: 838 (

Googleサジェスト

[ダイエット](#)
[ダイエット サプリ](#)
[ダイエット 速報](#)
[ダイエット アプリ](#)
[ダイエット 運動](#)
[ダイエット レシピ](#)
[ダイエット 筋トレ](#)
[ダイエットメニュー](#)
[ダイエット ブログ](#)
[ダイエット方法](#)

a

[ダイエット 朝ごはん](#)
[ダイエット アプリ](#)
[ダイエット 青汁](#)
[ダイエット アイス](#)
[ダイエット 甘いもの](#)
[ダイエット アルコール](#)
[ダイエット 足](#)
[ダイエット 朝](#)
[ダイエット 飽](#)
[ダイエット 歩く](#)

b

[ダイエット ブログ](#)
[ダイエット ビフォーアフター](#)
[ダイエット 便秘](#)
[ダイエット 弁当](#)
[ダイエット 晩御飯](#)
[ダイエット バナナ](#)
[ダイエット ビール](#)
[ダイエット 病院](#)
[ダイエット プロコロリー](#)
[ダイエット 豚肉](#)

c

[ダイエット 朝食](#)
[ダイエット 昼食](#)

全キーワードリスト (重複除去)

[ダイエット サプリ](#)
[ダイエット 速報](#)
[ダイエット アプリ](#)
[ダイエット 運動](#)
[ダイエット レシピ](#)
[ダイエット 筋トレ](#)
[ダイエット メニュー](#)
[ダイエット ブログ](#)
[ダイエット 方法](#)
[ダイエット 朝ごはん](#)
[ダイエット 青汁](#)
[ダイエット アイス](#)
[ダイエット 甘いもの](#)
[ダイエット アルコール](#)
[ダイエット 足](#)
[ダイエット 朝](#)
[ダイエット 飽](#)
[ダイエット 歩く](#)
[ダイエット ブログ](#)
[ダイエット ビフォーアフター](#)
[ダイエット 便秘](#)
[ダイエット 弁当](#)
[ダイエット 晩御飯](#)
[ダイエット バナナ](#)
[ダイエット ビール](#)
[ダイエット 病院](#)
[ダイエット プロコロリー](#)
[ダイエット 豚肉](#)
[ダイエット 朝食](#)
[ダイエット 昼食](#)

Yahoo!知恵袋

[ダイエットに苦戦しています。元氣付けてもらえませんか？！](#)
[ダイエットって何から始めれば良いかわかりません。前に挑戦...](#)
[ダイエットを乗り切る自分なりの方法 食欲を抑える方法とか ...](#)
[ダイエット向けの筋トレメニューを誰か考えてくれませんか](#)

そして、キーワードプランナーにペーストして一気に全ての単語の月間検索回数を調べることができました。

キーワードプランナー キーワードの検索 プランを確認

ターゲット設定 7

日本

すべての言語

Google

除外キーワード

期間 7

月間検索数の平均を表示する
期間: 過去 12 か月間

検索のカスタマイズ 7

キーワードフィルタ

キーワード オプション

すべての候補を表示
アカウントのキーワードを表示
プランのキーワードを表示

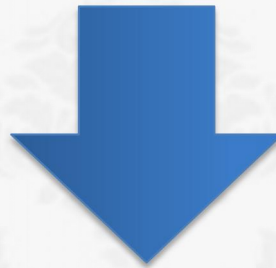
キーワードを入力

ダイエット, ダイエットサプリ, ダイエット速報, ダイエットアプリ, ダイエット運動, ダイエットレシピ, ダイエット筋トレ, ダイエットメニュー, ダイエットブログ, ダイエット方法, ダイエット朝ごはん, ダイエット青汁, ダイエットアイス, ダイエット甘いもの, ダイエットアルコール, ダイエット足, ダイエット朝, ダイエット鮎, ダイエット歩く, ダイエット一ヶ月, ダイエット一週間, ダイエット意味, ダイエット遺伝子検査, ダイエットインスタ, ダイエットイラスト, ダイエットイライラ, ダイエット飲料, ダイエット一日, ダイエット椅子, ダイエットウォーキング, ダイエットうどん, ダイエット運動なし, ダイエットウエスト, ダイエット運動時間, ダイエット運動後食事, ダイエット運動食事, ダイエット梅干し, ダイエット牛丼, ダイエット英語, ダイエットエステ, ダイエットエクササイズ, ダイエットエアロバイク, ダイエット栄養, ダイエット塩分, ダイエット枝豆, ダイエットems, ダイエット栄養バランス, ダイエット映画, ダイエットおすすめ, ダイエットおやつ, ダイエットお菓子, ダイエットお茶, ダイエットお酒, ダイエット置き換え, ダイエットお弁当, ダイエットお風呂, ダイエットお風呂, ダイエット簡単, ダイエット間食, ダイエットカロリー, ダイエット漢方, ダイエットカレー, ダイエット壁紙, ダイエット下半身, ダイエット韓国, ダイエットカロリーメイト, ダイエット間食おすすめ, ダイエット器具, ダイエット筋肉, ダイエットキャベツ, ダイエット記録, ダイエット筋肉痛, ダイエット

検索ボリュームを取得 検索条件を変更

このページには検索ボリュームの範囲が表示されます。詳しい情報を確認するには、キャンペーンを設定して実行してください。開

すべての候補の平均月間検索ボリュームです。



ライバルがないお宝キーワードがザクザク見つかりすぎて困る】現役サイトアフィリエイトライターが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面の最新キーワード選定方法マスターマニュアル

キーワードの検索 プランを確認

広告グループ候補		キーワード候補	
キーワード（関連性の高い順）	月間平均検索ボリューム	競合性	
ダイエット	10万～100万	高	
ダイエット 食事	1万～10万	低	
ダイエット サプリ	1万～10万	高	
ダイエット アプリ	1万～10万	中	
ダイエット 速報	1万～10万	低	
ダイエット レシピ	1万～10万	低	
ダイエット 運動	1万～10万	低	
ダイエット ブログ	1万～10万	低	
ダイエット 筋トレ	1万～10万	低	
ダイエット スープ	1万～10万	低	
ダイエット ヴィレージ	1万～10万	低	
ダイエット ビフォー アフター	1万～10万	低	
ダイエット 食品	1万～10万	高	
ダイエット 器具	1万～10万	高	
ダイエット 簡単	1,000～1万	中	

月間検索回数を一気に取得できました

このキーワードのリストはファイルとしてダウンロードできますので、後はこの中から狙っていく月間検索回数と、キーワードの制約までの距離を考えてキーワードを決めていきます。

ヤフー知恵袋を利用する方法

もう一つ、キーワードを絞り込むときに役に立つのがヤフー知恵袋です。

ヤフー知恵袋ではキーワードを打ち込むと関連するトピックと質問、質問に対する回答を見ることができます。

ライバルがいないお宝キーワードがザクザク見つかりすぎて困る】現役サイトアフィリエイトライターが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面の最新キーワード選定方法マスターマニュアル

ウェブ 画像 動画 辞書 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧 ▼ Yahoo! JAPAN へ

ダイエット × Q 検索 +条件指定

YAHOO! JAPAN 知恵

atusicpa さん [ログアウト] My知

約566,728件 1~10件目 Q&A

Q ダイエット方法 ダイエット 食事 酵素ダイエット ダイエット 筋トレ で検索

ダイエットに関連した広告

衝撃、ぺこが痩せたダイエット - 本当に痩せるか試してみた
フルーツ青汁の経営者自ら、自社の商品でダイエットに挑戦。その結果はコチラ／提携
ぺこも飲んでる・すっきりフルーツ青汁・フルーツ青汁の絶対王者・ダイエットの最終兵器
kireijyo.wpblog.jp/すっきり/フルーツ青汁
2週間で-6キロ - まだ飲んでないの? - まだまだ人気 - 在庫残りわずか

結果が出にくい大人にオススメ - もれなく4週間分1,000円／FANCL
3つの機能で日本初! 脂肪代謝力アップ&食事の糖と脂肪の吸収を抑えるサプリ。
最短2日でお届け・日付時間帯指定OK・お支払い手数料無料・お得なポイント制度
www.fancl.co.jp/ファンケル公式/初回お試し
手元のピント調節えんきん - 大人のカロリーミット - FANCLの内脂サポート

ぺこ愛用のフルーツ青汁が凄い! - 驚愕の-10kg達成者続出
SNSなどで大絶賛されたためっちゃぜいたくフルーツ青汁。ダイエット成功者続出!／提携
www.girls-news.club/ぺこ/フルーツ青汁

ダイエットにオナ禁は必要ですか?
ダイエット方法にもよるけども 例えば極端な食事をしながら、自慰行為もしていると 肌が荒れやすくなる 肌の事を気にしないのであれば 禁止する必要はないと思う
解決済み - 更新日時:2017/12/04 23:22:49 - 回答数:1 - 閲覧数:0
健康、美容とファッション > ダイエット、フィットネス > ダイエット

ダイエットに苦戦しています。元気付けてもらえませんか?!
ダイエットは、食べ過ぎない。続ける。これだけです。なんとかなるさあ(T_T)\(^-^)
解決済み - 更新日時:2017/11/27 07:53:26 - 回答数:4 - 閲覧数:33
健康、美容とファッション > ダイエット、フィットネス > ダイエット

検索対象 RS

Q&A (566,728)

回答受付中 (1,301)

投票受付中 (393)

解決済み (565,034)

表示順序

関連度順 ▼

お知らせ

知恵ノートサービス終了のお知らせ

この中のタイトルをざーと眺めてみてよく出てくるものや、逆に珍しいものがあればキーワードとして候補に挙げてもいいでしょう。

ただ、**全くニーズがないと困りますので、キーワードプランナーで月間検索回数をチェックするのを忘れないようにしてください。**

画像の中にある「ダイエット 苦戦」とか、「ダイエット オナ禁」とかは面白いキーワードだと思います。

ヤフー知恵袋は主に悩みの相談をするサイトなので、直接成約に結びつくキーワードを見つけるのにも役に立ちますし、キーワードに対する答えである記事を書くときにも非常に参考になりますので、ぜひ活用されることをおすすめします。

4章 キーワードをずらす「俯瞰」について

1 キーワードをずらす

基本的なキーワードの選定がわかっていざキーワードを選定しても、

「ライバルばかりで全然アクセスが来ない！」

「ライバルのページが強すぎて絶対勝てない！」

こんなことが起こりますよね。

これはサイトアフィリエイトだけでなく、アドセンスでも同じです。

キーワードを探す方法って基本的には皆さん同じ方法で探るので、ライバルとかぶってしまうのは当然と言えば当然なんですね。

キーワードを考えるときって、大体の方が

→ヤフー知恵袋や関連キーワード取得ツール

→キーワードプランナー

→決まったキーワードでライバルサイトのチェック

という流れで進める人がほとんどです。そうすると、同じような思考回路でキーワードを探すことになるのでライバルとかぶってしま

うんですね。

例えばダイエット関連の商材をアフィリエイトする場合は、ダイエットについてネットで調べる→関連キーワードでキーワードを拡張する→ヤフー知恵袋で悩みを見てみる→キーワードプランナーで需要があるキーワードかを調べる→記事を書く

という流れになる方がほとんどなのです。

特にキーワードを見つけるところがネットで検索だと、大体ほとんどの人と同じようなキーワードでサイトを作ることになります。

ライバルがないところを狙ってキーワードを選定できれば稼ぎやすいのはわかると思いますが、問題は どうやってライバルが少ないところを見つけるかですね？

そこで重要なのが「人と同じ考え方をしない」ということです。

つまり、ライバルがやってそうなありきたりな方法でキーワードを探すのではなく、自分の「考え」や「思考」「好み」などを入れてキーワードを探していくと、あなただけのオリジナルのキーワードを見つけるようにします。

簡単な例でいうと、

- 1 雑誌や電車の中刷り広告から見つけてみる。
- 2 会社でみんなが話していた話題について調べてみる
- 3 通販番組から探してみる

こういうことをやる人がまず少ないので、その時点でライバルとは違うキーワードを選べる可能性がぐっと高くなります。

そして、雑誌の中から選ぶ場合も必ず自分の主観や好みが入りますから、ライバルとは違う目線でキーワードを選べる確率が高いです。

他にも、思いついたものを連想していった自分だけの考え方でたどり着いたキーワードで記事を書くという方法も効果的です。

つまり、キーワードをずらすというのは 2 種類方法があるのです。

- 1 キーワードの入手する場所をずらす**
- 2 キーワードを選ぶ過程でずらす**

この 2 種類でライバルとの差別化ができます。

1 のキーワードを入手する場所をずらすというのは先ほどお話ししたように、

人が選ばなそうな入手先から入手することでずらすことができます。

そのため、このマニュアルでは、キーワードを選ぶ過程でずらす方

法について詳しく解説していきます。

キーワードをずらすときに重要な俯瞰とは

キーワードを選ぶ過程でずらすときに重要な考え方で「俯瞰」というものがあります。

俯瞰とはあるものを色々な角度から見たり、近づいてみたり、遠くから見てみることだと理解しておいてください。

例えばリンゴがテーブルに置いてあることを想像してみてください。



リンゴに顔が当たるぐらい近づくと、リンゴの表面がくっきり見え、リンゴの表面は少し油がついていることがわかります。しかし、リンゴの側面やリンゴの上の部分は見えなくなります。



リンゴを顔から話すとリンゴの全体が見えるようになり、リンゴの形がきれいなのかとか、他のリンゴと比べて大きいのかとか、ヘタが長いとか、近づいていた時には見えなかった情報がわかります。

さらに、リンゴから離れると、リンゴがテーブルの上に置いてあることがわかります。テーブルに対してリンゴはどれぐらいの大きさなのか？リンゴは転がってしまっているのか？それとも立っているのか。

テーブルのどの位置にあるのか、といったことがわかります。

距離をとるとリンゴは実はテーブルの上に置いてあることがわかります。

テーブルと比較するとリンゴが大きいのか小さいのかといったこと

もわかります。

ここで伝えたかったことはリンゴがテーブルに置いてあるという状況一つとっても、あなたが見る角度や、あなたが見る距離によってさまざまな見方ができるということです。

と、これで終わってしまっただけは何の事だかわからないと思いますので、

まずは簡単な例ですが、ここを理解しておいてください。

次はキーワードで俯瞰をする場合で解説していきます。

キーワードの俯瞰の場合は？

さて、なんとなくキーワードを俯瞰するイメージを付けていただいたところで、
もう少し具体的な話をしていきます。

1 キーワードを俯瞰するとは抽象度を上げたり下げたりすること

キーワードを俯瞰する場合は、いくつか考え方があります。ピンとくる方法で良いと思いますので、いくつか解説していきます。

まずはキーワードの抽象度を上げたり下げたりするという視点です。

キーワードの抽象度を上下するとはどういうことでしょうか？

簡単に言えば大きく言うとどんなくりになるのか、小さく言うとどんなくりになるのかで考えることです。

例えばさっきのリンゴの例でいえば、リンゴは大きく言うと果物のくくりにはいりますよね？

小さく言えばサンフジ、ジョナゴールド、津軽リンゴなどのリンゴの種類があります。

この大きく言うことを上位概念、小さく言うことを下位概念と言います。

または抽象化や具体化とも言います。

リンゴを抽象化すると果物の一つになり、もっと抽象化すると食べ物の一つになります。

リンゴを具体化すると、具体的な銘柄やリンゴの種類がはっきりします。

具体化はリンゴの特徴でも OK です。甘いリンゴ、蜜がたっぷり入っているリンゴ、赤いリンゴ、緑のリンゴといった感じですね。

このように階段を上ったり下りたりすることを抽象化や具体化と言います。

キーワードの場合も同じで、**ダイエット**というキーワードを抽象化すると**健康、痩せる、体重を落とす行為、食事制限**などと言い換えることができます。

一方、**ダイエット**を具体化すると**ダイエットの「何」や「どうやって」「どのように」「なぜ」**などが明確になります。

具体化したキーワードは

- ・ダイエット 方法
- ・ダイエット やり方
- ・ダイエット 食事
- ・ダイエット 簡単
- ・ダイエット 女性

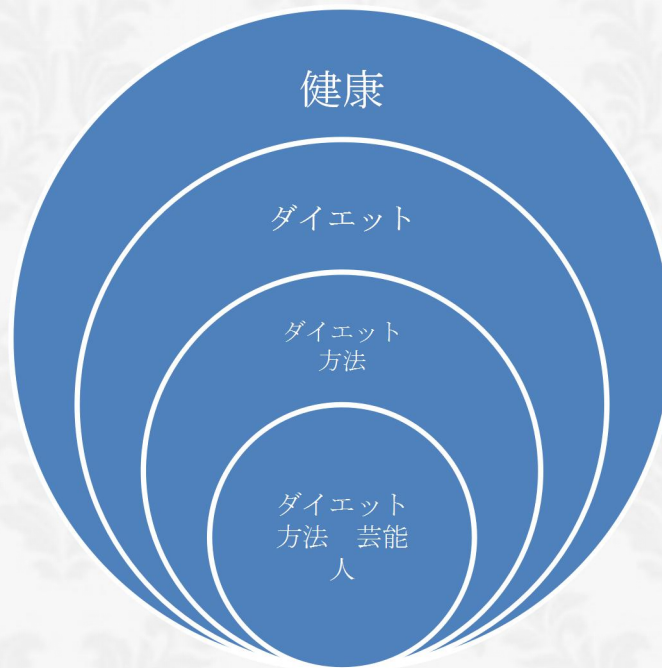
といったものになります。

ダイエット 方法をさらに具体化すると

- ・ダイエット 方法 男性
- ・ダイエット 方法 簡単
- ・ダイエット 方法 効果がある
- ・ダイエット 方法 痩せた
- ・ダイエット 方法 芸能人

といった「ダイエットの方法をより具体的にしたキーワード」が考えられます。

言葉にすると分かり辛いかもしれませんが、図にするとこんなイメージですね。↓



この抽象化と具体化を考えておくと、関連するキーワードが芋づる式にいくらでも見つけることができます。

2 抽象化して関連するキーワードを見つける

もう少し実践的な話をしていきますね。

関連するキーワードを見つけるときに効果的なのが「同じくくり」を探すという方法です。

ある単語を抽象化したときにどのくくりに入るのかを考えると、そのキーワードに興味がある人が興味を持つほかのキーワードを見つけることができます。

これができるようになると、ライバルが全く思いつかないようなキーワードや、一見すると何の脈絡もないサイトだけど、実はめっちゃ

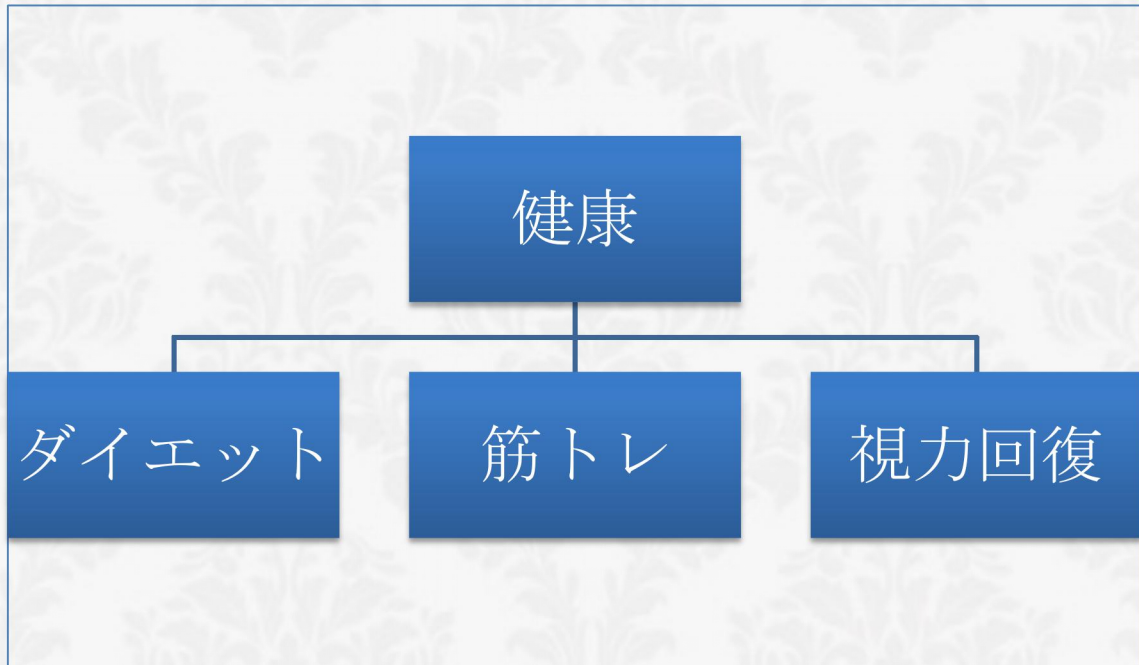
くちや稼いでるサイトを作ることができます。

それでは解説していきますね。

まず、ダイエットというキーワードを抽象化します。

ダイエットの上位概念は、例えば「健康」という言葉が考えられます。

健康というくくりの中にダイエットというテーマがあると考えてください。



健康のくくりの中には食事や運動といったキーワードがあるイメージです。

そうすると、ダイエットに興味がある人は、筋トレや視力回復にも興味がある可能性が高いことがわかりますね。

同じ健康というテーマで考えているからです。

ダイエットを抽象化して、健康というテーマで考えて、今度は健康を具体化して視力回復というテーマで考えてみます。

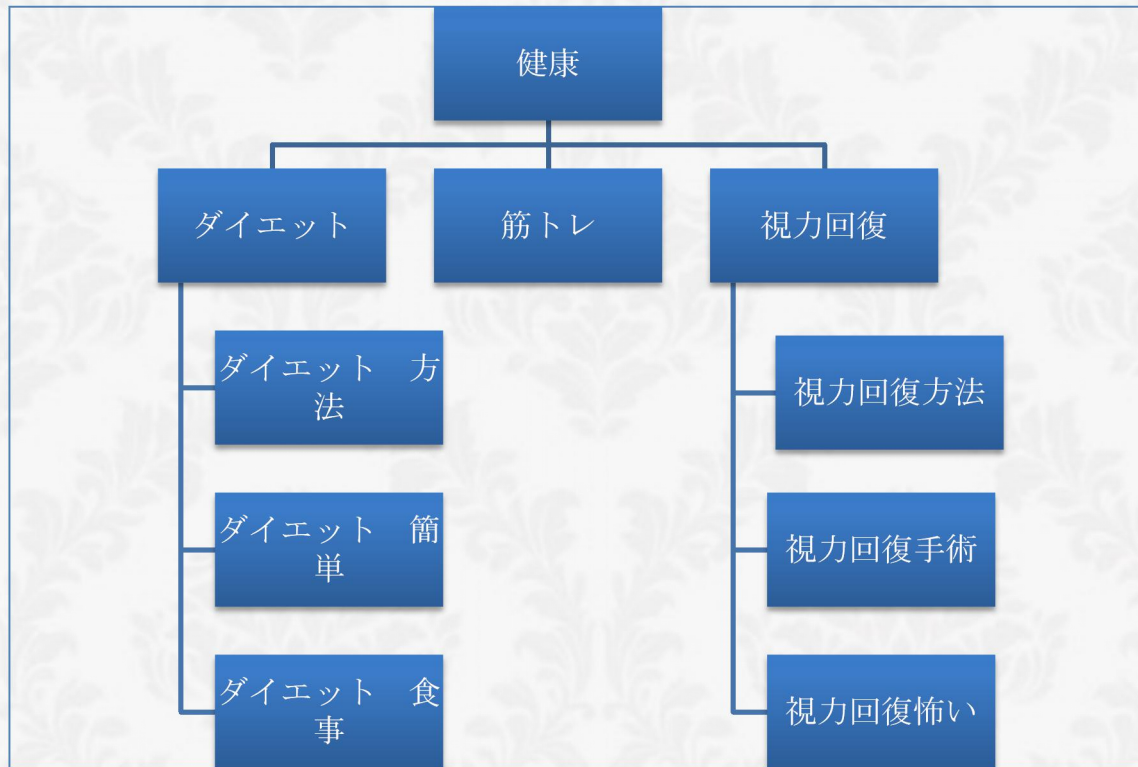
そうすると視力回復というキーワードでも狙っていくことができます。

視力回復を具体化して、

- ・視力回復 方法
- ・視力回復 レーシック
- ・視力回復 手術
- ・視力回復 安い
- ・視力回復 怖い

といったキーワードが考えられます。

もとの出発はダイエットというキーワードでしたが、「視力回復怖い」という、レーシックの手術に不安を抱える人が興味をもつキーワードが見つかりました。



もう一つ例を挙げておきます。

上記の例でいえば、「ダイエット 簡単」というキーワードでページを作成した時に、抽象度を上げて、ダイエット→健康と階段を上

ります。

そして、視力回復の下にある「視力回復 方法」というキーワードまで具体化します。

そうすると、一見関係がないように見えていた「ダイエット 簡単」というキーワードと「視力回復 方法」というキーワードでページを作ることができます。

このように抽象化と具体化をしていくと関連性を保ちながら、他のジャンルのキーワードも見つけることができます。

この方法の良いところは、関連性が保たれるのでキーワードとキーワードのつながりはキープできたまま、ライバルが使わないキーワードでページを作れることです。

これを単なる連想ゲームでやってしまうと、本当に関係がないキーワードが見つかる可能性が高くなってしまいます。

そうすると、せっかくページを作っても全くアクセスがこないということになってしまいますし、全く売れないということもあります。

キーワードをずらすといっても、あくまで「一つのくくり」の中で探していくんだというイメージを持つようにするとうまくいきます。

始めは難しいと思いますが、だんだん自分だけの探し方が確立されてこれば、ライバルが予想できないキーワードを見つけることができます。

特に、この方法は商品からキーワードを探すときに威力を発揮しますので、ぜひ使えるようになって下さい。

ここまでやっているアフィリエイトは一気に人数が減りますので、ライバルとの差別化ができますよ。

3 キーワードをずらすコツはターゲットを決めること

もう一つキーワードをずらすやり方を紹介しておきます。

先ほどは同じようなキーワードのグループを抽象化と具体化を使って見つける方法でした。

今回は趣味や悩み、願望といった具体的な人物を思い浮かべてキーワードを探していく方法です。

これは少し難しいかもしれませんが、検索ユーザーの検索意図に対するコンテンツを返すということを意識していれば自然とできるようになります。

以下に例を2つほどあげておきますので参考にしてみてください。



キーワードをずらすときのターゲットの考え方のポイント

具体的な人をイメージして、趣味や行動、悩みを基準に連想する

年齢や住んでいる場所、仕事などで考えていくと視野が狭くなるのであまりお勧めしません。

趣味で考えた例：A さん（男性）の趣味

女優がすき、漫画が好き、アニメが好き、グラビアアイドルが好き

音楽が好き、CD を買う、ダウンロード専門、ジャニーズが好き、AKB が好き、バンドが好き、車が好き、野球が好き、

→この場合 A さんの趣味は女優、やアニメ、音楽、AKB、バンド、車、野球など様々なジャンルにまたがります。趣味でキーワードを考えると一人の人でも様々なキーワードが考えられるますね。

例えば、アニメが好きな男性をイメージして動画配信サービスをアフィリエイトする場合、アニメ好きは車に乗るのも好きなんじゃないのかと考えて、中古車一括見積の案件を紹介するとかですね。

次に悩みや願望を中心にして考えてみます。

悩み願望で考えた例：Bさん（女性）の悩み

給料が少ない、恋愛がうまくいかない、痩せたい、

おいしいものは食べたい

習い事が続かない、語学が上達しない、引っ越しを

考えている、車の買い替えを考えている、旅行に行

きたいけど安く済ませる方法がわからない。エステ

にはまってしまっている。出会い系は使いたくない。

自分に合う化粧品がわからない。

悩みや願望を基準にしてキーワードを拾っていくとかなり広範囲にキーワードが広がります。

痩せたいと考えている女性は、語学を習いたいと考えていることも考えられます。その場合に、ダイエットの案件を紹介するページだけでなく、英会話教材の案件を紹介するページを作成すると効果的です。

このように一人の人を具体的に思い浮かべて、連想していく方法もキーワードのずらしテクニックとして有効です。

これを、どこに住んでいるかといった地理的な特徴とか、仕事は何をしているか、年収はいくらかといった「属性」というくくりで考えてしまうのはあまりお勧めしません。

「属性」とは学歴、住所、職業、収入といった項目です。

よく属性でターゲットを考えましようとしている人がいますが、やめておいた方がよいでしょう。

なぜなら、アフィリエイトで作っていくべきサイトは悩みや願望にこたえるようなサイトを作った方が成約が取れるサイトになるからです。

悩みや願望というのは年齢や住所、職業といった項目から考えると

連想するのが難しいと思いますし、関連性がはっきりしないからです。

例えば、ダイエットは学歴に関係なく興味がありますし、住所や収入に関係なく興味がありますよね？

同じように職業がどんなものでも健康には興味がありますし、視力回復について興味があることがわかると思います。

ただ、おススメできないというだけで、その方がやりやすいという場合はこういった属性をもとにしてキーワードを連想しても良いと思います。

このように悩みや願望をもとにして考えると一見関係無いようでも関連しているキーワードがたくさん見つかります。

見つかったキーワードでサイトを作っていくと一見関係がない話題ばかりだけど、アクセスが集まり、成約も取れるサイトが作成できます。

こういうサイトはライバルもマネしにくいです。

どうやってキーワードを選んでいるかが想像できないからです。

A さんや B さんにとっては好きなことや興味がある事ばかりが書いてあるので、同じジャンルで統一されていなくても色々な記事を読みたいくなるからです。

これは好きな雑誌を思い浮かべていただくとわかりやすいと思います。

例えば、週刊誌でも話題は多岐にわたりますよね。

芸能、政治、経済、風俗、グルメ、ギャンブル、仕事術、恋愛、髪の毛の悩み、健康などなど。

一人の人は幅広く趣味や悩みがあるので人を基準に考えると一見関連なく見えても実は関連しているキーワード群でサイトを作れるのです。

同じ用語でもほかの言い方はないのか？

次に、キーワードをずらすテクニックとして、違う言い方を探すという方法を紹介します。

これもライバルとは違う発想で考えられるので、あなただけのキーワードを見つけられる可能性が高い効果的な方法です。

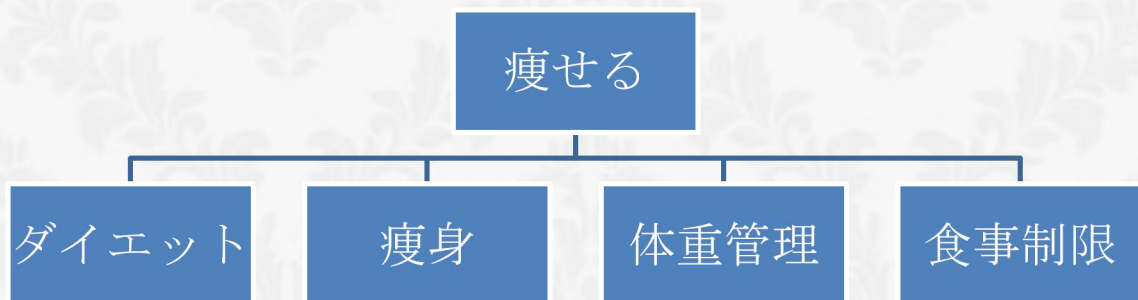
具体的には、ダイエットという言葉の別の言い方を考えるということです。

別の言い方を考えるポイントは一つのテーマを決めることです。

例えばダイエットという言葉に対して「痩せる」というテーマを設定します。

そうすると、ダイエットは「痩身」、「減量」「体重管理」「食事制限」といった、同じ「痩せる」というテーマで言い方を変えることができます。

先ほど説明した抽象化と具体化と同じような発想です。



このようにするとダイエットの商品をアフィリエイトするときに、商品ページからダイエットという言葉しか見つからなくても、他のキーワードでページを作ることができます。

みんながダイエットという言葉でページを作っている中で、あなたは痩身や食事制限というキーワードでサイトを作ることができるのです。

そうするとうまくいけば一人勝ちですよ？

シソーラスを使うと簡単

この別の言い方を探す方法ですが、ものすごく簡単に見つけられる方法があります。それは類義語辞典を使う方法です。

類語辞典とは、同じような意味をもつ言葉を集めてまとめた辞典で、
自分で思いつかないような類義語がたくさん載っています。

類語辞典はシソーラスとも呼ばれていますね。

無料で使えるサイトがいくつもありますので、僕が使っているサイトを
トを紹介しておきますね。

日本語シソーラス 連想類語辞典

<http://renso-ruigo.com/>

日本語ソーラス

連想類語辞典

キーワードを入れてください

検索

ダイエットの類語、関連語、連想される言葉

・ 控える ・ 断食 ・ 節制 ・ 禁欲 ・ 断つ ・ 禁煙 ・ 軽減 ・ スリム化 ・ 削減 ・ 健康的な ・ 禁酒禁煙 ・ 健全な毎日 ・ 規則正しい ・ 腹八分目 ・ いたわり ・ 引きしめる ・ シェイプアップ ・ 贅肉を落とす ・ バランスを整える ・ 美容と健康のため ・ 引き締め ・ シェイプアップする ・ 減らす ・ スリムになる ・ 細くなる ・ 脂肪を落とす ・ 適度に痩せる ・ 痩せても枯れても ・ 温泉療法 ・ 治療法 ・ 作業療法 ・ 療法 ・ 健康管理 ・ 治療 ・ 痩身術 ・ ホメオパシー ・ 減食^{げんしょく} ・ diet ・ セルライト・ケア ・ ダイエット法 ・ セルライト対策ダイエット ・ セルライトエステ ・ セルライト・ダイエット ・ セルライト・エステ ・ セルライトケア ・ セルライトダイエット ・ ダイエットテクニック ・ オリゴ糖ダイエット ・ 腸内洗浄ダイエット ・ アトキンス・ダイエット ・ 占星術ダイエット ・ 低インスリンダイエット ・ ハーブ・ダイエット ・ そう身法 ・ ハーブダイエット ・ 低インスリン・ダイエット ・ 酸素ダイエット ・ 遺伝子型ダイエット ・ ローフードダイ

連想類語辞典の索引

あ	い	う	え	お
か	き	く	け	こ
さ	し	す	せ	そ
た	ち	つ	て	と
な	に	ぬ	ね	の
は	ひ	ふ	へ	ほ
ま	み	む	め	も
い	い	い	い	い

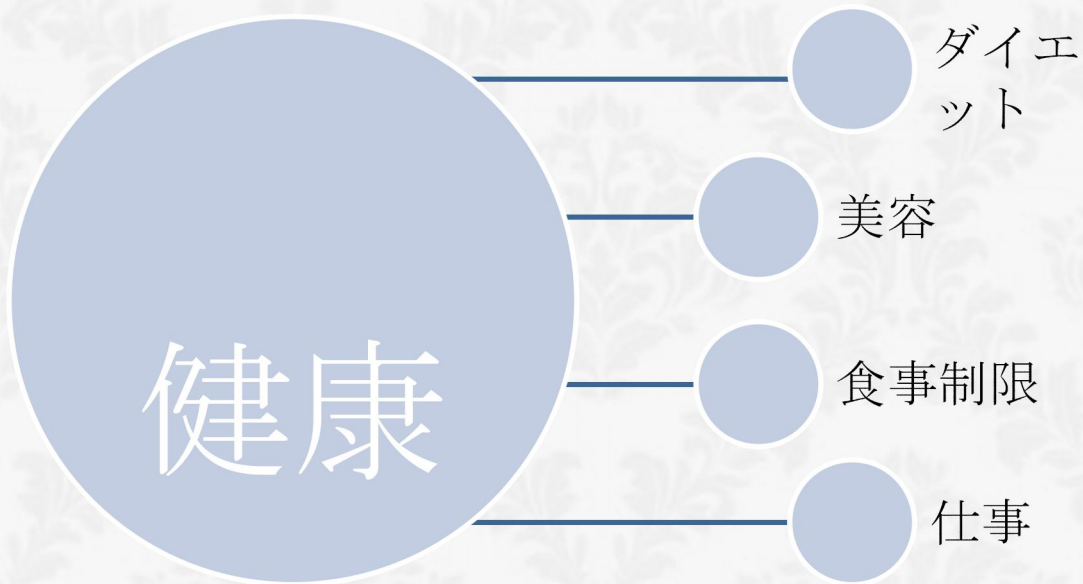
以上でキーワードをずらす方法の解説は終わります。

続いて、注意点や実際の手順なども紹介しておきたいと思います。

2 キーワードをずらすときの注意点

点ではなく面で考える。

キーワードをずらすときにイメージをしていただきたいのが、一つ一つのキーワードをぶつ切りにして「点」で考えるのではなく、点をつなげた「面」や「円」で考えるようにしましょう。



例えばダイエットや美容、食事制限、仕事といったキーワードでも健康というくくりで見れば同じ仲間になります。

そうすると、仕事でパフォーマンスをあげるためにもダイエットは必要ですね？といった話ができるので、ビジネスマン向けの転職

案件の紹介をするサイトで、コラムとしてダイエットの話ができます。

忙しいサラリーマンでも簡単にできるダイエット法があれば、当然興味を持つ人も出てくるわけですね。

このように、キーワード一つ一つを「点」でとらえるのではなく「面」や「円」でとらえるようにしましょう。

4 西島がキーワードをずらすときの実際の手順

最後に僕がキーワードを俯瞰したり、ずらしたりするときの手順を紹介して終わりたいと思います。

手順は大きく分けて2つになります。

- 1 キーワードを俯瞰するときは手書きもしくはマインドマップを必ず使う
- 2 とにかくアイデアを出す→拡張する→絞り込む

まずキーワードを考えるときは必ず手書きで書くか、マインドマップというツールを使います。

ライバルがないお宝キーワードがザクザク見つかりすぎて困る】現役サイトアフィリエイトライターが明かす、「週に3時間」で「月35万」の報酬を生み出す【図解付き】SEOにも効果的面の最新キーワード選定方法マスターマニュアル

マインドマップは無料で使えるツールで十分です。

おススメはXMind です。

→ <http://jp.xmind.net/>

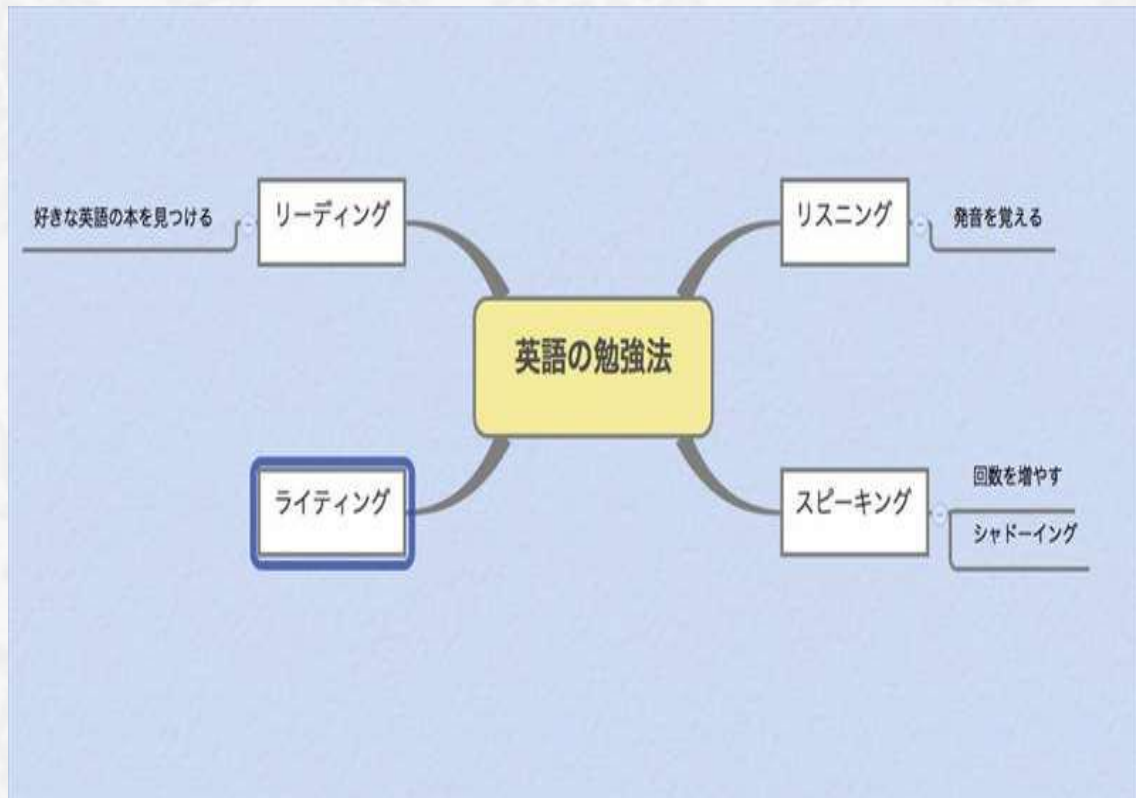


手書きやマインドマップを使う理由は放射上に考えてを広げていく方が脳の構造上自由な発想ができるからです。

ブレインストーミングとも言いますが、とにかく自由に発想していきます。

箇条書きも良い方法ですが、初めは手書きやマインドマップで自由に発想していくことをお勧めします。このときに、抽象化や具体化などをして、キーワードをずらしていきます。

マインドマップ例：英語の勉強法



このキーワードを自由に発想する段階では、キーワードの検索回数や、成約しやすいかどうかは考えません。

まずは検索回数とかを無視して自由に発想して、アイデアを出す段階と、アイデアを絞る段階を必ず分けています。

これは単純に「広げる」と「絞る」は脳の使い方が全然違うからですね。

同時にやろうとするとどちらも中途半端になるのでうまくいきません。

まずはとにかく自由に発想していくと、思いもよらなかった自分だけのオリジナルキーワードが見つかります。

関連キーワードで拡張してさらにアイデアを出す。

手書きやマインドマップに書いたキーワードをさらに類語辞典や、
関連キーワード取得ツール、ヤフー知恵袋などを使ってさらに広げ
ます。

さらにキーワードをノートに書き込んでいたり、マインドマップ
に追加していきます。

ヤフー知恵袋で拾った悩みも一緒に追加していくと後で記事を書く
ときに便利です。



後は、

1 キーワードとユーザーの検索意図や成約までの距離を考えてキーワードを絞りこんだり、
このときはショートキーワードかミドルキーワードかを考慮して決

めていきます。

2 キーワードの検索回数を考えて絞り込んだりします。

これも同じくショートキーワードかミドルキーワードかを考慮して決めていきます。

さらに、

3 ライバルもリサーチしてキーワードを決定していきます。

ライバルのページが強すぎて上位表示が難しそうならそのキーワードは見送ります。

ライバルはキーワードを Google 検索で実際に打ち込んで調べます。

まとめると下記のようになります。

キーワードをずらす手順まとめ

- 1 手書きやマインドマップでアイデア出し
- 2 抽象化や具体化などをしてキーワードをずらす
- 3 関連キーワードやシソーラスで拡張する
- 4 知恵袋も調べて悩みを書き込む
- 5 検索回数や意図を考えて絞り込む

キーワードをずらすときのありがちなミス

最後にキーワードをずらすときにありがちなミスを紹介します。

これは僕自身が経験してひどい目にあった例ですので、ぜひ参考にしてみてください。

ありがちなミスその 1 妄想しすぎ

キーワードを連想しようとしてあれこれ考えていると、勝手に関係があると思い込んで全く関係ないキーワードを選んでしまうことがあります。

残念ながら自分の頭だけで考えすぎると、そのほとんどが「妄想キーワード」になります。

例えば、ダイエットに興味がある人いたとして、ダイエットに興味

があるのは女性だから女性は旅行が好きだから格安航空券のページを作って、同じサイト内でアフィリエイトするような場合ですね。

これはちょっと無理がありますね。

確かに「女性」というくくりであればできなくはないですが、ダイエットと格安航空券とのキーワードの距離が離れすぎているので、相当高いライティングのスキルが必要になります。

もう少し近い「美容」とか、「運動」とかなら OK ですが ^^ ;

キーワードを絞り込む段階で、冷静になって見つめ直しをするようにしましょう。



ありがちなミスその2 記事とキーワードのズレ

「検索意図に対する適切なコンテンツを返す」ということを無視してしまうと
せつかく選んだキーワードなのに見当はずれな記事を書いてしまいます。

これも良くありがちです。「ダイエット 方法」というキーワードに対して、
ダイエットの効果をひたすら語ったり、ダイエットとは？みたいな記事を書いてしまう場合ですね。

この人はダイエットの方法を探しに来ていますので、ダイエットの

方法にはどんなものがあるのかとか、ダイエットの方法でおススメの方法は何なのかといった「検索意図」を汲（く）み取った記事を書きましょう。

ありがちなミスその3 まったく需要がないキーワードを選んでしまう。

これもよくありがちですね。キーワードをずらして、自分だけのキーワードを見つけたと思ったら、全く需要がないパターンですね。

これはキーワードプランナーで月間検索回数を調べたり、ヤフー知恵袋に質問が寄せられているかで判断できます。

マイナーすぎるキーワードはアクセスがありませんので「よっしゃ！」と思っても一息おいて、記事を書くかどうかを判断するようにしてくださいね。

終わりに

キーワードをずらすのは少し難しいテクニックかもしれませんが、ちょっとでも使えるようになるとそれだけで一気にライバルに差をつけることができます。

自分だけのオリジナルの発想でキーワードを発掘していくので、
ライバルが思いつかないようなキーワードや記事の切り口を考えられるからです。

やり方が難しいというよりも、慣れていないもしくは今までと違う
やりかたなので難しく感じるかもしれません。

やっていくうちにだんだん感覚がつかめていきますので、
トライ&エラーを繰り返して自分のものにしてってください。

その時間は無駄だったわけじゃなくて、成長するための時間だった
と割り切りましょう。

失敗なくして成長なしです。初めからうまくできる人なんていませんので。まったく挑戦せずに頭で考えていても何も生まれないです。

「書くか書かないか迷ったら書く！」という方向で書いてみて反応を見てみましょう。書いてみないと結果はわかりませんので。

一番もったいないのは記事を書くか書かないか悩んでいる時間です。
5分悩んで答えが出なかったら書きましょう。

そうすればキーワード選定もどんどん成長していくことができます。

そして、マニュアルもどんどんご自身で更新してってください。

気づいたことやメモをどんどん加えていけば、
誰にも作れないあなただけのキーワードマニュアルが完成します。

それができれば激戦区で戦うライバルをしり目に涼しい顔をして稼ぎ続けることも夢ではありません！

みんなと同じやり方でキーワードを探しても同じキーワードで勝負しなくてはいけないので激戦区にわざわざ突っ込むようなものですので、ぜひチャレンジしてみてください！

それでは疑問点などがあれば遠慮なくご質問ください。

僕のメールマガジンでは実際に西島が月 30 万円稼いでいるサイトを公開したり、普通の人成約率 1 %のところ、平均成約率 11 %のバンバン成約が取れるレビュー記事のテンプレートを丸ごとお渡ししています。

西島のメールマガジンに登録がお済でない方や新しいアドレスで登録していただける方は下記のリンクよりメールマガジンの登録フォームへの入力をお願いいたします^^

メルマガ登録フォーム

URL: <https://maroon-ex.jp/fx49696/IqhoMf>

このたびは西島隆弘のレポートをお読みいただきありがとうございました。

発行者情報

発行者名：西島隆弘

運営メールマガジン：インテリジェントアフィリエイトクラブ

運営ブログ：インテリジェントアフィリエイト

<http://affiliate-review-site.com>

発行者連絡先：intelligent.affiliate@gmail.com