



# ファンブロ！ 【コンセプトチェック】

ここが稼げるかどうかの分かれ道・・・！

あか子

## はじめに

まずはマニュアル本編の第2章「ジャンル・コンセプト」をよく読んでください。  
マニュアルでは、あなたの中にあるものを洗い出すワークも含まれています。

そして、いくつかジャンルをみつけたら

- 自信をもって発信していけそう
- 好きと思えたり興味を持てそう
- やりがいや面白さが感じられそう
- 知恵袋に質問が複数あるなど需要がありそう
- もしくは、全く新しいジャンルである
- アフィリエイト案件が複数ある
- YMYL といわれるジャンルではない

というチェックをクリアしているか考えてみてください。

クリアしていればOKですが、ジャンル・コンセプトのご相談を受けているとほとんどの方がそのままでは稼ぎづらいものになっています。

そこで、ありがちなダメパターンをご紹介します、  
どこが何故ダメで、どうやって修正していくのかを解説します。

## よくあるジャンル・コンセプト設定ダメパターン

1. メディア並みの規模感になる設定
2. ライバルが強すぎる設定
3. 需要が少なすぎる設定
4. 意味のないターゲット設定

ジャンル・コンセプトのご相談を受けると、  
この4つのダメパターンの方が多くみられます。

### ① メディア並みの規模感になる設定

例)

子どもが2人いる共働きのママ。

生活は普通にできる程度だけど決して裕福でもない。

貯金に回すお金を増やすために節約をしたいと思っている。

→節約方法を発信していきたい

このようなターゲットやコンセプト設定だと、かなりざっくりし過ぎていますね。

節約方法といっても、「固定費削減」「スーパーの活用術」「交通費削減」  
「子ども費をお得に」などなど多岐にわたりますし、

「固定費削減」には「電気・水道光熱費」「インターネット」「スマホ」等

「スーパーの活用術」「交通費削減」には「クレジットカード」「アプリ」等

「子ども費をお得に」には「習い事体験」「ネットショップ活用」等

というように、それぞれの中にも複数の方法が含まれています。

例) の設定だとこの中のどこを扱うか決められていないため、  
全てを含めたブログが必要になってしまうということです。

そのため、企業やメディア並みの大規模サイトのようになってしまう、  
とても個人では賄いきれないでしょう。

それに、広く浅く書いていくと、誰にも響かない記事になってしまいがちなので  
最初はもっともっとターゲットを絞って発信内容も少なく済むようにしましょう。

例)

3歳と生まれたばかりの赤ちゃんがいるママ。

子どもが増えたこともあり、将来教育費に困らないように貯金したい。

お料理が苦手だけど何とか育休中に頑張って食費を削減できる自分になりたい。

→お料理苦手な人でも健康的な食事で節約できる食材宅配で

無駄な買い物をしない・捨てる食材を出さない節約を発信していきたい

このようなターゲットやコンセプト設定なら、何をどんな方向から発信していくかが明確です。

料理が苦手 → 誰でも簡単に美味しい料理が作れるレシピ付き献立キット

健康的な食事 → 栄養士監修、有機野菜など

無駄な買い物をしない → 週に1回夕飯の献立決め、残りはネットスーパー  
(買い物に行って目に入るものを何となく買う、を止める)

捨てる食材を出さない → 献立が決まっていて、必要分の食材しか入っていないから  
余ったまま使わずに捨てることがない(結果的に節約)

このような訴求の方法がすぐに思いつくくらい、ターゲット・コンセプトが明確で絞られていると良いです。

紹介する食材宅配は1つでなくても問題はありません。  
むしろ、

- ・料理が苦手な人でも健康的な食事を簡単に作れる
- ・高すぎない
- ・小さな子ども向けレシピもある(離乳食も)

という条件に当てはまるものは全て紹介した方がよいでしょう。

ただし、**ブログ内で1番の推しは必ず決めます。**でないと、アレも良いコレも良いで、読者は何を選べば良いか分からなくなってしまいます。

## ② ライバルが強すぎる設定

例)

40代主婦。年齢に伴って顔のしわが目立ってきた。  
しわを目立たなくして若返りたい。

→美容液を紹介する

このようなターゲット・コンセプト設定だと、  
ざっくりとしている上にライバルが強すぎます。

美容面で年齢特有の症状が気になり始める人がたくさんいますし、  
多くが「40代」や「主婦」に含まれ、絞るという点であまり意味がありません。

ですから「しわを目立たなくして若返りたい」という  
ざっくりなターゲットと同じようなことになってしまいます。

なので企業や強豪アフィリエイトと真っ向勝負するような形のキーワードしか  
浮かんでこないでしょう・・・。

ですからもっと、ターゲットを”絞って”いきましょう。

例)

スマホが手放せないアラフォーママ。

SNS徘徊やネットショッピング、ゲームや漫画など、

スマホをフル活用しまくっている生活。

目が疲れても寝る間際までスマホを見てしまう・・・。

年齢的なものだから仕方ないと思ってたけど、

スマホの見過ぎって美容にも悪影響なの？

→美容液を紹介する

この例だと「状況」に特化をしました。

スマホ ○○ ○○ ブルーライト ○○ 等のキーワードから攻めていく事が出来ます。

例)

まぶたにしわが出来てしまって、メイクをして時間が経つと

より一層目立って憂鬱になる・・・。

目周りが乾燥しているせいかなと思うけど

一度出来てしまったしわは消せないのかな？

→目元専用美容液を紹介する

この例だと「部位」に特化をしました。

まぶた しわ ○○ まぶた 乾燥 ○○ 等のキーワードから狙えます。

他にもジャンルによっては、“新卒” “シニア” など「年齢」で絞れたり

“初心者” “未経験” など「立ち位置」で絞れたり

いろんなパターンがあるはずなので、探してみてくださいね！

### ③ 需要が少なすぎる設定

例)

在宅ワークで体力が落ちている人に  
電動昇降デスクのレンタルを紹介する

サブスク系の需要は伸びてきているので、  
ターゲット設定を絞っていくのはアリですが...

- ・在宅ワークで体力が落ちている人
- ・電動昇降デスク

とターゲットも商品も需要が小さいところに絞ってしまうと  
需要が少なすぎるでしょう。

＜参考＞数字は関連キーワード数

在宅ワーク 体調不良 0

テレワーク 体調不良 2

テレワーク 体操 5

電動昇降デスク 66

レンタル 電動昇降デスク 0

例)

家具・家電のレンタルまで広げて

「単身赴任」「一人暮らし」などの状況で絞ったり

「節約のため」「高級品をお試ししてから買う」などの考え方で絞るか

「小さな子どもがいる家庭」「一人暮らし」などざっくり大きな設定の中で

「ベビーチェア」や「冷蔵庫」など品目を絞るか

くらいまでで抑えると良いですね。

#### ④ 意味のないターゲット設定

例)

遠距離恋愛を経て子連れ再婚。

新生活スタートを機に子どもがやりたいと言っていた

プログラミング教室に通わせたいけど、

何を基準に選ぶべきか迷っている親

例)

子どもが3人いる共働きパート主婦。

夫は会社員で世帯年収は800万程度。

初めて犬を飼うことになったから、

色々と調べている。

子どもがやりたいと言っていたプログラミング教室に通わせたいに  
プログラミング教室の情報を届ける際、  
遠距離恋愛、子連れ再婚などの設定は不要ですね？

だって、プログラミング教室を選ぶ際に関係ないことですから。

それが例えば、年収400万円ほどで生活に余裕はない。というなら  
とにかく安くて初心者向けの内容で十分という基準で紹介できるので  
そういう設定はあっても良いかもしれません。

初めて犬を飼うときに知りたい情報も  
子どもが3人、年収などの設定は意味がありません。

しいていえば、共働きという設定は、  
日中留守にさせてしまう不安に結びつくので  
あっても良い設定ですね。



自分としてはちゃんと設定したつもりだけど

- ライバルが強すぎるでしょう
- 案件が見つからないでしょう
- YMYLに含まれるかなでしょう

という問題にぶつかってしまう場合、

考え次第ではそのまま採用できる場合もあるので、  
このレポートではその方法をお伝えします。



## パターン① ライバルが強すぎるでしょう

---

そのジャンルに特化しようとしなないことです！

たとえば、

転職経験が多いから「転職」ジャンルなら書けることがありそうだけど、  
転職 ○○ で検索してみると企業サイトや作りこまれたメディアばかり(>\_<)

ダイエットしたいから「ダイエット」ジャンルで書いていきたいけど、  
ダイエット ○○ ってライバルだらけでムリだよねー(\*´Д`)

という場合。

ジャンルに特化するのではなく、その中のターゲットを絞っていきましょう。

といっても、どうやって絞っていけば良いのか迷うかもしれませんので、  
次に具体例を挙げながら説明していきます。

ジャンルの中でもどこにフォーカスするか？

期間工をしているがつらくて辞めたい人に特化。

夜勤がきつくて転職したい人に特化。

肩を細くしたい人に特化。

など、ジャンルの中の誰に特化するかを考えましょう。

需要の確認は関連キーワード取得ツールである程度把握していけます。

※関連キーワードの数

- ・ 期間工 転職 →16
- ・ 期間工 辞めたい →7
- ・ 期間工 つらい →13
  
- ・ 夜勤 転職 →28
- ・ 夜勤 つらい →46
- ・ 夜勤 しんどい →21
- ・ 夜勤 体 →34
  
- ・ 肩 ダイエット →38
- ・ 肩周り ごつい →7
- ・ 肩痩せ →73

色んな言葉で検索してみて、需要の大きさとライバルチェックを行い、どこにどこまで絞ってイけるかを考えます。



上記の3パターン（期間工、夜勤、肩）について詳しくリサーチしてみないと断定はできませんが、もっとターゲットを絞ってもいいかもしれません。

たとえば、

#### 期間工

- どの期間工かによって濃い記事が書ける。
- 女性・男性によって違うことがあるかも。

#### 夜勤

- 看護師、介護士、工場、コンビニなど、職種によって刺さる内容や詳細が変わってくる。

#### 肩を細くしたい

- 女性・男性によって悩みが違う。
- 産後、結婚式を控えているなどの状況で絞れるかも。

ターゲットに合うキーワードを拾っていくことで、ブログ全体で伝えるメッセージに統一性が生まれますし、ターゲットが明確であるほど、見つかるスモールキーワードが変わってきて穴場が見つかる可能性もあります。

ジャンルにもよって変わりますが、スモールキーワードが20~30個見つかるようであればそれでブログを作っていけばアクセスは拾っていけるはずですからまずは作ってみて良いでしょう。

## なぜ？に注目してキーワードをズラす

「転職」をテーマにしよう！と考えると、  
なかなかその言葉から離れられないかもしれません。

でも、「〇〇 転職」ではライバルが強すぎて・・・という時は、  
「なぜ？」に注目して考えてみましょう。

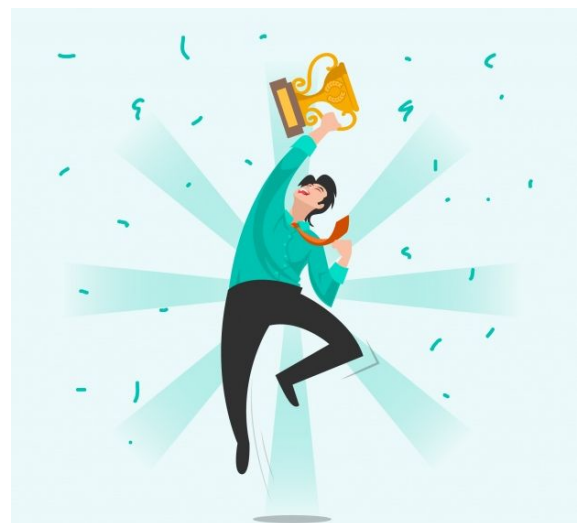
たとえば、夜勤がつらくて転職したい人は、  
なぜ転職したいと考えるのか？

- 夜勤で体を壊してしまった
- 夜勤のせいで彼女とデートしづらい
- 夜勤の人数が少ないから仕事量が多くて大変

そういうところからスモールキーワードをたくさん見つけられれば、  
転職という激戦ジャンルの中でも十分戦っていきます。

スモールキーワードの具体的な探し方や、  
良いスモールキーワードの条件などは  
「種まき職人」を参照くださいね。

→種まき職人P.20～



## パターン② 紹介する案件がないでしょう

---

これも同じく「ジャンル」に囚われ過ぎてしまうと  
何も紹介できないし...という事になってしまいがちです。

たとえば、

=====  
家庭菜園が趣味だからそれなら書けそうだけど、  
何を売ればいいの？

ASPにある案件（レンタル畑とかごみ処理機など）は  
使っていないし、使ってみたいとも思えない。

=====

こういう場合ですね。

そのジャンルのことをただ発信していくだけでなく  
必ず「誰に」「なぜ」発信していくのかを考えて欲しいと  
マニュアルでもお伝えしております。

その「なぜ」の部分をメインにすると  
紹介すべき商品が見えてくることがありますよ。

## なぜ？に注目してジャンルをズラす

なぜ家庭菜園を始めたのか？というところに注目します。

節約のため？

子どもの食育のため？

定年退職して時間があるし、健康のため？

家庭菜園に興味を持つ人の中には、色んなパターンがあるはずですね。  
その中のどこに自分(ターゲット)が属するかを考えてみましょう。

### <節約のための家庭菜園の場合>

簡単に育ててすぐに収穫でき、毎日のお料理に使えるような野菜の育て方を紹介しながら、食費節約の情報も伝えていけますね。

自宅では育てられない食材をお得に購入する方法や  
家計管理方法などを書いてあげたら、きっと喜んでもらえるでしょう。

### 紹介する商品例

- ・クレジットカード
- ・主婦向けアプリ
- ・銀行口座
- ・ネットスーパー
- ・食材宅配 等

### <食育のための家庭菜園の場合>

栽培が簡単で比較的短期間で収穫ができ、子どもが知っている野菜だと良いかも。特にお子さんが普段食べないピーマン・なすや、可愛いミニトマトなどを育てるコツを紹介するのはもちろん、どうやって子どもに興味を持たせるかどんな風に調理すると子どもが食べやすいか、まで伝えていけますね。

子どもの年齢にあった絵本や教材などの紹介もとても相性が良いです。

#### 紹介する商品例

- ・ 知育系アプリ
- ・ 知育絵本
- ・ 幼児教材 など

### <定年退職後の趣味で家庭菜園の場合>

簡単に育てられる野菜から、珍しい野菜、手のかかる野菜まで幅広く紹介していけますね。

たくさん時間があるので、家庭菜園を極める！ぐらいにハマる方も多そうです。そうすると、ベランダや狭い庭では満足できなくなったり、収穫した野菜を美味しく頂くためにお料理も始めたり...ということもあり得ますね。

#### 紹介する商品例

- ・ レンタル畑
- ・ 生ごみ処理機
- ・ 日焼け止め
- ・ 保険相談 など



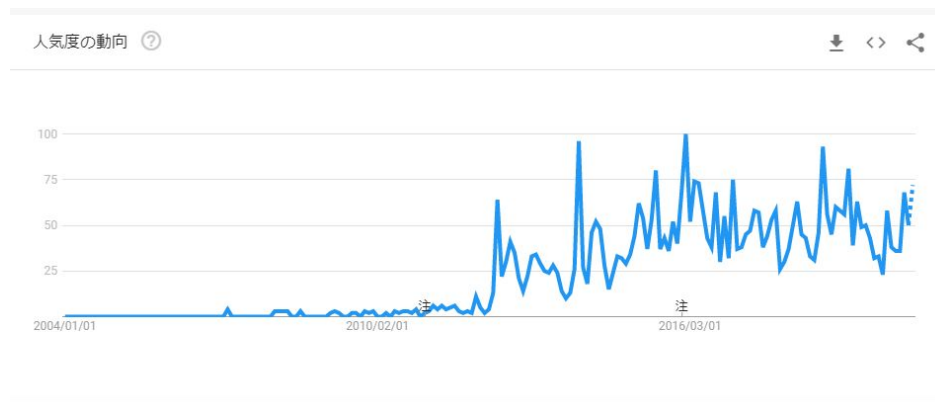
なぜ？を考えても案件が浮かばない場合は、  
**ASPの案件一覧をひたすら眺めてみてください。**

単純に情報不足の可能性もありますよ！

または、別のアプローチも考えられます。

## アフィリエイト市場の大きなジャンル内の 新しいキーワードに特化する

たとえば、「糖質制限」という言葉。  
今はもう珍しくも何ともないですが、ある時を境に生まれた言葉ですよね。



Googleトレンドで「糖質制限ダイエット」を調べた結果のグラフです。  
2012年にグーンと検索数が上がって、今でも一定数検索されています。

「刺すヒアルロン酸」なんかも少し前から人気ですね。  
常にアンテナ立てて雑誌やテレビをチェックするのはおすすめです。

## パターン③ YMYLかな、どうしよう

---

マニュアル第2章P.39で、以下のようにYMYLに関わるジャンルを説明しました。

YMYL とは、「Your Money or Your Life」の略語で、「将来の幸福、健康、人々の安全に潜在的に影響を与える」ものを指します。具体的には、金融取引 金融情報 医療情報 法律情報などがあげられます。サイトで扱うジャンルでいえば、「健康（医療）・お金・法律」が該当すると思っておけばいいです。

たとえば「食事」は健康の話ですね。

でもキーワードによって、企業サイトばかり・個人サイトもあるという感じですのでGoogleの検索フィルターはかかっていないように思います。(誰にも分かりませんが)

ではどんなジャンルだとダメなのか（個人ブログでは上がらない）ですが、たとえば健康で言うと

病気(便秘・ニキビなども含む)

健康食品（青汁・葉酸・サプリ系など）

病気ではないけど体の異変のこと（更年期・コレステロール・イボ・ワキガなど）

こういったジャンルやキーワードで、

健康アップデート以降に検索結果がガラッと入れ替わってしまいました。

YMYLに関わるアフィリエイト市場が大きいジャンルまたは、Googleが広告収入を得やすいキーワード(検索結果に広告が並んでいる)は、個人ブログでは戦いにくい状況になっていると考えてください。

また、楽天やAmazonのようなECサイト(ネットショップ)が出てくるキーワードはジャンルに関わらずほぼ無理です。

ただ、①②と同じで真正面からそのジャンルのキーワードを拾うのではなくズラして考えればイケそうだなと思う事があります。

たとえば

「便秘」じゃなくて「おなら」

「更年期」じゃなくて「やる気が起きない」

のような悩みの症状だったら個人でもイケそうなキーワードが見つかる事があるのでそういうキーワードで集客記事を書いて、成約記事に流せばいいです。

とはいえ、やはりキーワードを探すのが難しいので1番最初に取り組むべきジャンルではないです。

どうしてもそれが書きたい場合は頑張るしかないですが、他にも書けるテーマが1つ2つあるはずですので、なるべくなら避けることをおすすめします。



## 集客＋心を動かす記事

ジャンルを含めたコンセプトのチェックポイントをお伝えしましたが、  
なんにせよ大事なのはまず「集客」すること。

そのため、サブコンテンツのスモールキーワードを探したいんですね。

逆に言えば、スモールキーワードが見つければ  
そのテーマでイケるだろうという見通しをつけることができます。

※スモールキーワードの探し方は「種まき職人」をご覧ください。

スモールキーワードが見つかったとしても、  
その記事で読んだ人の心が動く記事でないと成約はしません。

だから、あなたの想いを込められるようなテーマを選びましょうね！