



FunBlo!

第 4 章

【 記事を書く 】

【著作権について】

本教材は著作権法で保護されている著作物です。

使用に関して、以下の点にご注意ください。

■本教材の著作権は、著者であるあか子にあります。

著作権者の許可なく、本教材の一部、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固く禁じます。

■本教材の一部、または全部をあらゆる手段（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。

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。

本教材に書かれた情報は、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。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、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。

も く じ

• はじめに	6
• 基本の記事構成	7
① アイキャッチ画像	9
記事内容に合った写真を使う	10
・ 多くの人が惹かれる写真を使う	11
・ 感情を表す写真を使う	12
・ 文字のみでインパクトのある画像	13
② 導入文.....	14
1.意外性.....	15
2.疑問や悩み・共感.....	16
3.解決方法の提示	16
4.何者が書いてるのか.....	17
5.解決して得られる未来	17
③ 見出し.....	20
④ 詳細説明.....	22
⑤ まとめ.....	25
• 記事を書く手順	28
① 検索する人が求めていることは何か	30
Step1 まずは想像してみましょう	30
Step2 Google で検索してみる	31
Step3 Q&A サイトや SNS で検索してみる	32
② 記事で1番伝えたいことを決める	34
③ 記事の骨組みを決める	35
④ 骨組みに文章を足す.....	38
⑤ 読みやすい工夫を施す	39
結論は早く出す	39
1文に2つ以上のことを入れない	40

パソコンなら1つのかたまりに2行くらい。	41
同じ語尾が続かないようにする	42
箇条書きを使う	43
カタカナ・漢字を多用しない	44
色を多用しない	44
適宜、画像を挿入する	45
⑥ 記事のタイトルを決める	46
検索キーワードを入れる	47
伝えたいことを最初にもってくる	48
対象者が分かる	49
興味を引く言葉がある	50
⑦ 必ず読み返してみる	51
• オリジナリティーの出し方	53
① あなたの体験談を書く	54
自分語りではなく読者の目線で	55
感情を言葉に表す	56
あなたの考えを入れる	57
② 複数の口コミや情報元のデータをまとめる	57
③ 読者自身が認識していない欲求まで満たす	60
④ 独自の視点で書く	61
⑤ 専門家の意見をもらう	63
• 読まれるためにしておきたいこと	64
① メタディスクリプション	64
メタディスクリプションの設定方法	66
メタディスクリプションの文字数	69
② メタキーワード	70
メタキーワードの設定方法	71
メタキーワードの書き方	73
③ 画像の代替テキスト	74
代替テキストの設定方法	76

④	ブログランキング	78
---	----------------	----

○はじめに

サイトのジャンルとコンセプトが決まった。
サイト設計もして、全体像も見えている。

やっと記事を書く段階にきましたよ～！！

ただ、書こうと思っても、何からどう書けばいいか迷いますよね。何を書こうとしていたのか分からなくなってくることも多々あります。

面倒に感じるかもしれませんが、書き始める前に記事の設計をしてしまいましょう。そうすることで最後まで一貫したゴール（結論）に向かってブレない記事に仕上げることができます。

最初は試行錯誤もあると思いますが、自分なりの型が決まればかなり作業時間が短縮できて効率アップします。

それでは、記事の書き方に入る前に、
基本的な記事の構成についてお話していきます。

○ 基本の記事構成

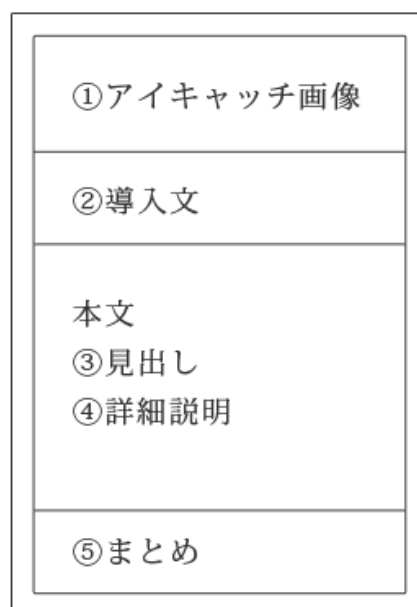
思わず読んでしまう記事は、ある法則に従って書かれています。
その法則を覚えてしまえば

- ・ 記事を書くのが早くなる
- ・ 記事を読んでもらいやすくなる

と、書く前・書いた後どちらにもメリットがあります。
読者が思わず読み進めてしまう記事、伝えたいことが伝わる記事はポイントをふまえれば誰でも書けるようになりますよ。

見渡してみると、ほぼすべての記事が以下の型で書かれているはずです。

基本的な記事構成



記事の本文は「3.見出し+4.詳細説明」の部分になります。

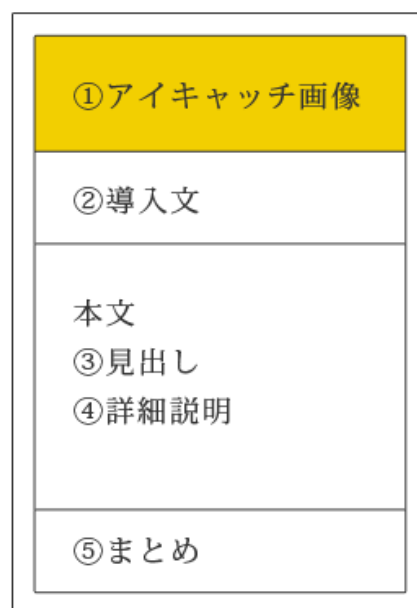
「1. 導入文」「5.まとめ」も非常に大切な部分です。

どの部分にも重要な役割があり、すべて揃っていないと伝わる記事にはできません。

各部分について順に説明していきますね。

①アイキャッチ画像

基本的な記事構成



アイキャッチ画像とは Eye Catch、つまり読者さんの視線（アイ）を捕まえる（キャッチ）ための画像です。（和製英語ですけどね）

記事タイトル付近に表示されるだけでなく、ブログの記事一覧にサムネイル（小さい画像）として表示されます。さらに、SNSに投稿したさいにもアイキャッチ画像+記事タイトルが入るようになります。

記事の内容にあった画像をつけることで、読者さんの興味をひいて読んでもらいやすくするのが狙いです。

- ・ 見る人の目を引く
- ・ 記事内容とマッチしている

ということが重要です。

記事内容に合った写真を使う



記事内で紹介しているものの写真を使えば、それだけで具体的な情報を一瞬で与えることができますよね。

- ・ 多くの人が惹かれる写真を使う



3B の法則といって「キレイな女性・赤ちゃん・動物」は好感度が高く、ついつい見てしまうものと言われています。

かといって、ハードな筋トレ方法を紹介する記事に子猫ちゃんの写真を使うのは無理がありますよね…。

すっきりと引き締まった体のキレイなお姉さんやカッコいいお兄さんの写真なら記事内容ともマッチするので、あなたの記事内容に合うものを選択するようにしてください。

- ・感情を表す写真を使う



つらい、苦しい、悲しい、逃げ出したい…
たのしい、嬉しい、羨ましい…

人のさまざまな感情に訴える画像で興味を引くことができます。

- ・ 文字のみでインパクトのある画像



写真を使わずに、色と文字だけで作った画像でも興味を引くことはできます。アイコンやイラストなどがあれば添えてもいいですね。

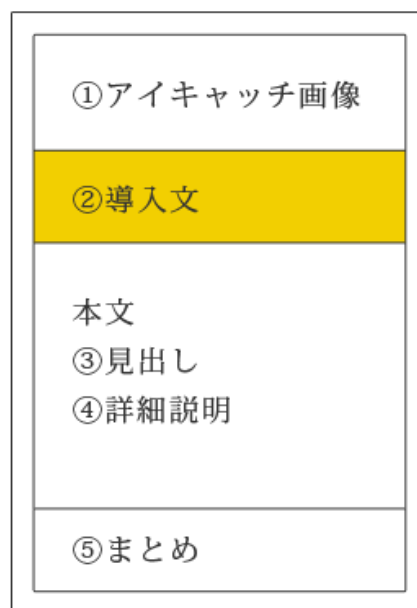
無料で使える画像サイトは

「[【超保存版】あまり教えたくないフリー画像＆イラストサイト！](#)」の記事を見てくださいね。

→ <https://mama-1st.com/sozai>

②導入文

基本的な記事構成



導入文とは、記事の本文に入る前の部分です。

「単なる前書きでしょ？」

とあまり気にかけていない人が多いのですが、**導入文で記事を読むかどうかの7割が決まると言われている重要なパート**です。

- ・期待していた内容と違うかも
- ・分かりづらい文章だな
- ・なんか鼻につく…

などと少しでも感じさせてしまうと、読者はパッと離れていってしまいます。

導入文 5 つのポイント！

1. 意外性
2. 疑問や悩み・共感
3. 解決方法の提示
4. 何者が書いているのか
5. 解決して得られる未来

それぞれ詳しく説明していきます。

1.意外性

冒頭部分で意外性のあることを伝えたり、ハッと驚かせるような 1 文を入れます。

それによって急激に読者の興味を惹きつけるためです。

簡単なのは一般的に言われていることを否定したりすること。
「え？なんで？」と多くの人がその先を読みたくなるでしょう。

2.疑問や悩み・共感

まず最初に「読んでくれているの疑問や悩みの提示と共感」です。

導入文では、読者さんの「知りたい」を明確にして、その気持ちに共感するのが大事！

何かを知りたくて検索しているときに「あなたは今こんな風に悩んでませんか？」って問いかけられたら「えっ私のことじゃん」って一気に読むモードになりませんか？

悩みの提示・共感は、読者さんの読むモードを ON にするスイッチのようなものです。

3.解決方法の提示

読者さんの悩みを明確にして気持ちに共感したら、「その悩みを解決できる」ことを伝えます。

逆に、読者さんの悩みを明確に捉えられていないとこの部分を書くことができません。しっかりと考えてみましょう。

4.何者が書いてるのか

たとえば、シャンプーに関する記事だとしたら
「普通の主婦」と「現役美容師」、どっちの記事の信頼度が高い
か分かりますよね？

普通の主婦だったとしても、「中学生のころからフケに悩んで、
いろんなサイトや本を読んだり、なん十種類ものシャンプーを
試してきた」人だと分かれば「なんか凄そうだな…」と思って
もらえるかもしれません。それをしっかり伝えないともったい
ない！

5.解決して得られる未来

最後のポイントは「悩みを解決したら得られる未来」を見せる
ことです。

得られるメリットを示してあげることで「読んでみようかな」
という気持ちにさせましょう。

5つのポイントを見て、導入文がすご〜く大事なパートだというのが少しは伝わったでしょうか？

力を入れて書くだけの価値があるのですが、あくまでも本文に入る前の序章です。

長い文章でなかなか本題に入らない記事になってしまったら本末転倒ですので、**できるだけ短く・簡潔に仕上げる**のも大切です。

たくさんお伝えしたので難しく感じるかもしれませんが、型に当てはめていくだけですから慣れてしまえば簡単です。

といっても正解のイメージがないと難しいままだと思いますので、例文を見せて説明しますね。

例文：

「基礎代謝は20代をピークに下がる一方。40代では約半分！」
こんなデータがあるように、アラフォーの私も実感しています。

とはいえ、筋トレやランニングは苦手、楽しみながら綺麗に痩せたい！
と思ってる女性に人気なのがホットヨガです。

ホットヨガスタジオは色んなところで増えていますが、業界最大手なのが
LAVA（ラバ）。ラバに通ってる私（アラフォー）の感想や実際の口コミ
を集めて紹介していきます。

ホットヨガで代謝を上げ、痩せやすい体と美肌を作っていけるんですよ♪



この文章はこんな感じになっています。

「基礎代謝は20代をピークに下がる一方。40代では約半分！」
こんなデータがあるように、アラフォーの私も実感しています。

疑問や悩み

とはいえ、筋トレやランニングは苦手、楽しみながら綺麗に痩せたい！
と思ってる女性に人気なのがホットヨガです。

共感

解決方法

ホットヨガスタジオは色んなところで増えていますが、業界最大手なのが
LAVA（ラバ）。ラバに通ってる私（アラフォー）の感想や実際の口
コミを集めて紹介していきます。

何者か

ホットヨガで代謝を上げ、痩せやすい体と美肌を作っていけるんですよ♪

得られる未来

導入文の書き方まとめ

書き出し（読者の悩みをズバッと）

- ・読者の悩み・疑問
- ・読者の悩み・疑問

という悩みを解決できるが〇〇です。

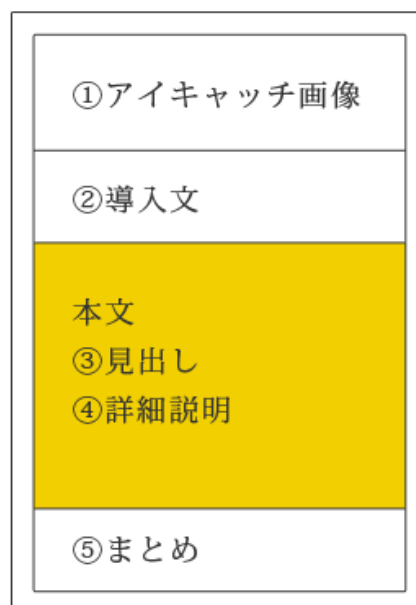
色んな〇〇がある中で、△△な私が選んだのが××！

××についての（具体的な記事内容）を紹介していきます。

××で（得られる未来）になりましょう。

③見出し

基本的な記事構成



記事本文の中で、1つの伝えたい事ごとに見出しを付けます。

読者は本文を一語一句しっかり読んでくれることはありません。
目につくところだけを読み飛ばしていきます。

見出しはパッと目につくところなので、見出しを読むだけで内容が理解できるようにすると親切です。読者は早く結論を知りたいので、見出しに結論を含めてしまっても OK です。

例：

「電車通学する子供に持たせる防災グッズと具体策」の記事

大見出し 1：通学の子供は防災ポーチでグッズを携帯

小見出し：防災ポーチとは？0次災害への備え

小見出し：子供の防災ポーチを作る3つのポイント

大見出し 2：子供にも防災意識を！やるべき具体策

小見出し：災害時の連絡方法

小見出し：行動範囲内の避難所マップ

小見出し：命を守る行動

大見出し 3：子供の不安をあおらず、お守りに

記事タイトルと見出しだけしか書いていませんが、どんな内容の記事なのかが分かりますよね？こうすることで、読者さんは読みたい箇所だけ読むこともできます。

そして見出しにキーワードを入れることも忘れずに！

見出しまとめ

- ・見出しを読むだけで記事内容が理解できる
- ・見出しに結論が入っていてもいい
- ・見出しにはキーワードを入れる

④詳細説明

見出しに結論書いちゃったじゃん！と思うかもしれませんが大丈夫です。その結論になる理由や根拠、方法などを説明していきます。

例：

「電車通学する子供に持たせる防災グッズと具体策」の記事

大見出し 1：通学の子供は防災ポーチでグッズを携帯

万が一のことを考えると不安でたくさん持たせておきたくなりますが、かばんの中には教科書や辞書、部活のグッズなど荷物が多いはず。

できるだけかさばらずに必要なものを持たせたいので、防災ポーチを用意しましょう。

防災ポーチを持たせるようになってから、子供自身に防災意識が出て気持ちの面でも安心できるようになりましたよ。

小見出し：防災ポーチとは？0次災害への備え

「0次災害」という言葉をご存知ですか？

0次災害とは、地震発生直後を想定した備えのことを指します。

外出中に災害に遭遇したときのために、必要最低限の防災グッズを携帯しておくで安心です。

毎日持ち歩くものなので、子供の負担にならず、でも心の安心につながるような防災ポーチをつくりましょう。防災ポーチは家にある小物入れでも大丈夫。

子供用の防災ポーチをつくるためのポイントを紹介します。

(次の小見出しにつづく…)

この文章はこんな感じになっています。

大見出し1：通学の子供は防災ポーチでグッズを携帯

万が一のことを考えると、不安でたくさん持たせておきたくになりますが、かばんの中には教科書や辞書、部活のグッズなど荷物が多いはず。

できるだけかさばらずに必要なものを持たせたいので、防災ポーチを用意しましょう。

根拠や理由

防災ポーチを持たせるようになってから、子供自身に防災意識が出て気持ちの面でも安心できるようになりましたよ。

自分の感想

小見出し：防災ポーチとは？0次災害への備え

「0次災害」という言葉をご存知ですか？

0次災害とは、地震発生直後を想定した備えのことを指します。

外出中に災害に遭遇したときのために、必要最低限の防災グッズを携帯しておくで安心です。

メリット

毎日持ち歩くものなので、子供の負担にならず、でも心の安心につながるような防災ポーチをつくりましょう。防災ポーチは家にある小物入れでも大丈夫。

子供用の防災ポーチをつくるためのポイントを紹介します。

具体的な手順

ここに実際に持たせている防災ポーチを紹介したり、体験談を入れると説得力が増し、オリジナルティも出すことができます。

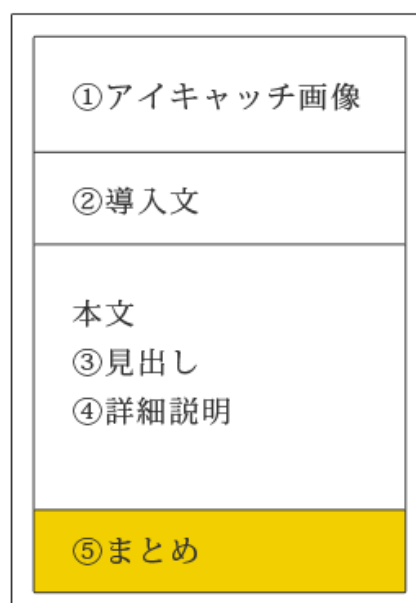
自分で撮った写真を入れると尚良いです。

本文の詳細説明まとめ

- ・ 根拠や理由を提示
- ・ その方法のメリット
- ・ 具体的な手順
- ・ 自分の意見や感想

⑤まとめ

基本的な記事構成



もう説明したし…と思っても、読者は覚えていません。
それに、最後にまとめとして書いて行動を促す必要があります。

例：

まとめ見出し：いつ何が起きるか分からないから備える

電車やバスで自宅から離れた学校に毎日通う子供は、そのときに自分の身を自分で守らなければいけない状況になるかもしれません。

その時に、防災ポーチと避難知識を持っているかどうかで生死を分けることだってあるかもしれませんよね。

- ・子供と一緒に防災ポーチを作る
- ・災害時の連絡方法を決める
- ・命を守る行動を共有する

子供の健やかな成長は当たり前じゃありませんよ。
いつ何が起きるか分からないから「すぐ」備えましょう。

この文章はこんな感じになっています。

まとめ見出し：いつ何が起きるか分からないから備える

電車やバスで自宅から離れた学校に毎日通う子供は、そのときに自分の身を自分で守らなければいけない状況になるかもしれません。

理由や根拠

その時に、防災ポーチと避難知識を持っているかどうかが生死を分けることだってあるかもしれませんよね。

〇〇のメリット

- ・子供と一緒に防災ポーチを作る
- ・災害時の連絡方法を決める
- ・命を守る行動を共有する

具体的な方法

得られる未来

子供の健やかな成長は当たり前じゃありませんよ。
いつ何が起きるか分からないから「すぐ」備えましょう。

行動を促す

まとめのまとめ

- ・〇〇のメリット
- ・その理由や根拠
- ・具体的な方法
- ・得られる未来
- ・行動を促すメッセージ

○記事を書く手順

記事の構成についてはお伝えしましたが、いざ記事を書き始めると何を書いたらいいのかと手が止まったり、書いているうちに何を書いているのか分からなくなって来たり、どこまで書けばいいのか迷ったり…

そんな経験ありませんか？

人に読んでもらうため、さらには収益化するために記事を書くなら、「読む人を満足させる」「読者に（買うなどの）行動を起こしてもらう」ことが大事です。

そのためには、記事を書く準備から始めていきましょう。
良い記事を書くためには、書き始める前に整理することが必要です。

具体的に何をしていくかを順番にお話していきますね。

記事を書く手順

- ① 検索する人が求めていることは何かを理解する
- ② 記事で1番伝えたいことを決める
- ③ 記事の骨組みを決める
- ④ 肉付けをして文章にする
- ⑤ 読みやすい工夫（画像や装飾など）を施す
- ⑥ 記事のタイトルを決める
- ⑦ 必ず読み返してみる

記事を書く前に①～③をやることで、読者が満足する内容を読みやすく伝えることができるだけでなく、あなた自身もスラスラと記事を書き進めることができますよ。

ワークをやってみよう！

補足コンテンツの「検索意図リサーチシート.pdf」を活用して、準備を整えましょう。

①検索する人が求めていることは何か

「3章 サイト設計 具体的なキーワードの探し方」で選んだキーワードで記事を書いていきますが、そのキーワードで検索する人が求めていることは何かをちゃんと知ることから始めていきましょう。

「検索する人が求めていること」を「検索意図」といいます。検索意図を明確にする方法をお伝えしますね。

Step1 まずは想像してみましょう

あなたがそのキーワードで検索するとしたら、どんな内容の記事があると嬉しいですか？

家族や友人に検索しそうな人がいるなら、どんなことが知りたいか、何が気になるかを聞いてみるのも一つの手です。

その内容を Evernote などにどんどん書いていきます。

→Evernote <https://evernote.com/intl/jp/>

たとえば「ダイエット 食事 外食」というキーワードで、自分の想像は「ダイエット中に外食が与える悪い影響について」だったなら、それをメモしておいてください。

注意！

自分の想像だけで記事の内容を決めてしまうのはダメ！

実際にどんな内容が求められているのか、想像した内容と合っているのか、不足している情報はないか、Step2 以降も読んで、しっかり調べてみましょう。

Step2 Google で検索してみる

実際に Google でそのキーワードで検索して、どんな記事が 1 ページ目にあるのか見てみましょう。

それぞれの記事にどんな内容が書かれているかを把握します。全部読まずに、記事の見出しをチェックするだけでも大丈夫です。

すると、①で想像した内容以外のことや全く違うことが見つかることが多いです。

Google は「検索意図に沿った内容+需要のある内容」を上位に表示させるので、検索結果を見ることで検索意図は何かがだいたい掴めます。

たとえば「ダイエット 食事 外食」で検索すると、「外食がダイエットに与える悪影響について」ではなく「ダイエット中でも食べて大丈夫な外食メニュー」「ダイエット中に避けるべき外食メニュー」などが多いことが分かります。

ここで分かったことも、Step1 のメモに追加していきます。
さらに深く、リアルに理解するために Step3 へ進みましょう。

Step3 Q&A サイトや SNS で検索してみる

[Yahoo！知恵袋](#)や[教えて goo](#)、[発言小町](#)などの Q&A サイトでは、実際に悩んでいる人が質問を投稿しているので、リアルな内容を把握できます。

知恵袋でのリサーチ方法は、「第2章ジャンル・コンセプト需要を確かめる方法」をご参照ください。

また、最近では SNS がとても広く浸透しているので、Twitter・Facebook・Instagram・YouTube で検索してみるのもおすすめ。
記事のターゲットが好みそうな SNS で検索してみましょう。

メモ

SNS の投稿は、記事に埋め込んで使うこともできます。
口コミが欲しい場合に使えます。

Step1・Step2 で蓄えたメモ内容に、Step3 で得た内容も足します。

3つの方法で検索意図とその答えを調べることができました。

調べて付け加える情報には、あなた独自の考えや感想など、オリジナルな要素を加えるようにしましょう。

②記事で1番伝えたいことを決める

リサーチが終わって記事を書く前に、記事の方向性を決めましょう。

第2章ジャンル・コンセプトで、あなたのブログコンセプトを決めたと思いますが、記事もブログのコンセプトに合ったものを揃えていきます。

例：

「家づくり」で、ちょっと田舎で趣味を楽しむ
ゆたかな暮らしを手に入れるブログを作って、

「車 持たない 子育て」というキーワードで記事を書く場合。

○

3人の子どもがいても、
ド田舎でなければ工夫と努力で車無しで生活できる！

むしろ生活を豊かにする意外なメリットがあったことを
たくさんの人に伝えたい。

×

2人以上の子どもがいて首都圏以外だったら
車がない生活は考えられない。大変過ぎる！

ですからこの場合は、「子持ち家庭でも車なしで、心豊かな生活を送ることができるよ」というのが1番伝えたい事になります。

余談ですが…

例に出した記事だったら、記事内で食材宅配やカーシェアサービス、中古車見積りなど ASP の案件を紹介することもできますね。

③記事の骨組みを決める

リサーチしたメモの内容を見ながら、もう1度検索意図をよく考えます。

その人はどうしてそのキーワードで検索してるんでしょうか？
どんなときに何を感じたのでしょうか？

その人が記事にたどり着いたとき、まず何が書かれていたらグググーッと関心を惹きつけられると思いますか？そして、人は文章を読み進めながら、どんどん気持ちが変わっていきます（というか、変化させる記事を書きたい）。

その気持ちの変化も想像しながら、書く順番を決めていきます。
（あなたとその人が会話をするなら…と想像してみてください）

ワークをやってみよう！

補足コンテンツの「記事の構成ワーク.pdf」を活用して、
書く内容と順番を整えましょう。

「車 持たない 子育て」を例に、文章の骨子の例を紹介します
ね。※各見出しのカッコ内は狙っているキーワードです。

導入文：

子どもができて車を買った方がいいかな？
大きな車に買い替えないとダメかな？

って悩めますよね。
でも、少しの工夫と便利な方法を知っていればほぼ困ることはないです。

我が家は小学生未満の子どもが3人いますが、車を持たない生活になっ
て3年目。最初は不安でしたが、今はむしろ豊かな生活を送れています。

車を持たないことのメリット・デメリット、車がない生活での工夫、な
どをお伝えします。

見出し 1：車を持たないことのメリット（車 持たない メリット）

やっぱり子供ができたら車を買わないとキツイかな～
子供 2 人は欲しいし、車買い替える…？それとも

と悩んでいる人が検索してくるはずなので、ずばりあなたが伝えたい
結論を最初につたえます。

小見出し：車の年間維持費が馬鹿らしい（車 年間維持費 馬鹿らしい）

維持費がこんなにかかるよ！
本当に車が必要ですか？と問いかける。

小見出し：子供が歩くメリットいっぱい（子供 歩く メリット）

たくさん歩くことのメリットについて。

見出し 2：子育てしていて車が必要と思った事（子育て 車 必要）

とはいえ、子どもがいると大変なこともあるよね？と思うはずなので
それは素直に全部つたえる。でも、車持つよりタクシーやレンタカー
の方が安いなどデメリットをカバーすることも伝える。

見出し 3：車がいない生活を実現する工夫（車 いない 生活）

大変なときにどうやって乗り越えているのかを伝えることで、
読んでいる人も「それならできるかも」と思ってもらう。

小見出し：子供を歩かせるためのコツ
（子供 歩かせる コツ）

小見出し：買い物はネットスーパーの安売りを利用
（ネットスーパー 安売り）

小見出し：長く使えるのに軽いベビーカーが大活躍
（ベビーカー 長く使える 軽い）

④骨組みに文章を足す

記事の骨組みが出来たら、あとはそれを文章にしていだけです。

本章の「記事の基本構成」でお伝えした

- ・ 導入文
- ・ 本文（見出し・詳細説明）
- ・ まとめ

各項目の書き方を見返しながら、形を整えていきましょう。

完璧を求めない事！

最初から上手な文章が書けなくても全く問題ありません。
というより、上手な文章を書く必要はありません。

検索して記事にたどり着いた人が、何かを得ることができる
内容になっていることが大事です。

その人になりきって読み返してみましょう。
疑問が全て解消できる内容になっていますか？

途中で関心が途切れる流れになってませんか？

⑤読みやすい工夫を施す

大前提として、記事を隅から隅までじっくりと読んでくれる読者はいないと思う事。

一生懸命書いている側としては残念なことです、実際に自分が何かを検索してたどり着いた記事って「パッと見るだけ」じゃないですか？

「読む」っていうより「見る」が近く、瞬間的に判断することが多いんですよね。だから、「何言ってるかわかんない」「読みづらい」と思われたら即閉じられてしまいます。

この前提を踏まえたうえで、少しでもしっかり読んでもらえるようにポイントをおさえて書いていきましょう。

結論は早く出す

見出しに結論を含めても OK とお伝えしましたよね。でも、必ず見出しに結論を含めなくてはならないわけではありません。

見出しが問いになっているパターンもアリなのですが、その場合は本文で早く結論を伝えてあげましょう。

たまに記事の最後まで結論を引っ張る人がいますが、テレビ番組とは違ってすぐ離脱されて終わりです。

1文に2つ以上のことを入れない

1文とは、句点「。」がつくところまでを指します。

例：3人目を妊娠したのがきっかけでアフィリエイトをはじめたんですが、最初は美容のレビューブログを書いていてなかなか稼げなくて、しかもだんだん書くのが辛くなってきて、自分が思ってるほど美容に興味がないって気づいたので、半年後に新しく自分の体験を伝えられるテーマの特化ブログを作ったら、記事ネタに困らなくなったし、記事自体を書くのも断然ラクになったし、キーワードもよく分かってなかったのに自然と良い感じのを選んでいたしで、アクセスも収益も増えたんです。

これ、1つの文章です。すごく長くて読みづらいですね…。

まあ、これは極端な例ですが1つの文章にいくつもの事柄を続けて書いている人は多いです。1つの文章には伝えたい事1つにして分けましょう。

パソコンなら 1 つかたまりに 2 行くらい。

テーマにもよりますが、今はスマホで検索する人が多いです。文章のかたまりが大きいと読む気が失せるという人が多いので、パソコンなら 2 行程度を 1 つかたまりにしましょう。

例：3 人目を妊娠したのがきっかけでアフィリエイトをはじめました。最初は美容のレビューブログを書いていてなかなか稼げませんでした。

しかもだんだん書くのが辛くなってきてしまいました。自分が思ってるほど美容に興味がないって気づいたので、半年後に新しく自分の体験を伝えられるテーマの特化ブログを作りました。

同じ語尾が続かないようにする

「～です。」「～です。」「～です。」と、文章の終わりが単調だとすごく不自然になります。

例：3人目を妊娠したのがきっかけでアフィリエイトをはじめました。
最初は美容のレビューブログを書いていてなかなか稼げませんでした。

しかもだんだん書くのが辛くなってきてしまいました。自分が思ってるほど美容に興味がないって気づいたので、半年後に新しく自分の体験を伝えられるテーマの特化ブログを作りました。



例：3人目を妊娠したのがきっかけでアフィリエイトをはじめました。最初は美容のレビューブログを書いていてなかなか稼げなかったです。

しかもだんだん書くのが辛くなってきてしまい…。自分が思ってるほど美容に興味がないって気づいたので、半年後に新しく自分の体験を伝えられるテーマの特化ブログを作りました。

どうでしょう？少しスラスラ読めるようになりましたよね。

箇条書きを使う

羅列するところなど、箇条書きにできるところは全部箇条書きにすると良いです。

例：自分が思ってるほど美容に興味がないって気づいたので、半年後に新しく自分の体験を伝えられるテーマの特化ブログを作りました。

- ・記事ネタに困らなくなった
- ・記事自体を書くのも断然ラクになった
- ・自然と良い感じのキーワードを選べる

となって、アクセスも収益も増えたんです。

カタカナ・漢字を多用しない

専門用語はカタカナ語だったりしがちです。読みにくい漢字もありますよね。

記事の対象者をだれにするかにもよりますが、基本的に小学校高学年の子どもが読んで理解できる文章にしましょう。

色を多用しない

例：

「グッズが増えてしまって整理したい」けど、捨てるのは嫌だし売るのもめんどくさそう。そんな方におすすめなのが【宅配買取サービス】です。

家で段ボールに詰めて業者に渡すだけという手軽さが魅力。

宅配買取業者は店舗を持たない分、通常の買取店より高く買い取ってくれるのでおすすめ♪

すべて伝えたいのは分かるんですが、色の装飾が多すぎて注目も分散してしまいます。

本当に伝えたい部分だけを太字にしたり、色をつけたりするようにしましょう。使う色は2色程度までにするとスッキリします。

適宜、画像を挿入する

動画が普及している時代なので、多くの場合文字だらけの記事は敬遠されます（記事のテーマやターゲットによりますが）。

画像は視点が止まるポイントになって、読み進めやすくなるので、見出しごとに 1 つ画像があるくらいがちょうど良いでしょう。

文字の分量にもよるので、最終的にバランスを見て調節してくださいね。

⑥記事のタイトルを決める

キーワードが立地のようなものだとしたら、記事のタイトルはお店の外観のようなものです。

何料理のお店なのか分からない、店内の雰囲気がまったく見えないお店には入りたくないですね。

そして、場所が分かりづらい、そもそも全く知らない店には行くのを迷うことすらできません。そのためには、分かりやすい場所にお店を構えるのも大事。

ブログの場合、Google に案内してもらえるのが1番大きな道になりますので、検索結果の上位に出るように作る必要があります。なので、記事タイトルにはキーワードを入れることを忘れずに。

ちなみに、隠れた名店のように口コミでお客さんを獲得する場合、SNS からのアクセスも大きな道になり得ます。でもまずは Google さんに案内してもらえることを目指しましょう

検索キーワードを入れる

たとえば「ラバ 体験 感想」というキーワードで記事を書くことに決めたのなら、記事タイトルにも「ラバ 体験 感想」という言葉を入れるってことです。

「感想 ラバ 体験」など言葉の順番を変えない方がいいとされてましたが、検索エンジンが賢くなっているのでそれほど神経質にならなくても大丈夫です。

伝えたいことを最初にもってくる

記事タイトル 30 文字程度にするといいと言われています。

【感想】ホットヨガは臭いが気になる？LAVA（ラバ）の体験で...



<https://otaku-syufu.com> > lava ▼

2018/10/26 - ずっと気になっていたホットヨガ「LAVA（ラバ）」の手ぶら体験レッスンに行ってきました！実は以前、東京に住んでいた時にも1度「ピクラムヨガ」でホットヨガの体験レッスンを受けたことがあります。ピクラムヨガでの体験の時は、すごく汗もか...

ホットヨガの体験前にしたこと・いざ！ホットヨガを体験！・ホットヨガのレッスン内容と感想

LAVA(ラバ) - 私のホットヨガ体験談！ヨガとピラティスの口コミ...



<https://matomeni.com> > ... ▼

体験レッスン当日の流れと感想 に移動 - さきに、LAVA(ラバ)の体験レッスンの流れをざっくり書くと、レッスンの30分前までにWebで予約したスタジオに行く。インストラクターのお姉さんにスタジオ設備とレッスンの説明を受ける。着替える。

ホットヨガ教室LAVA（ラバ）...・LAVA（ラバ）の体験レッスン ...

【ホットヨガ】LAVAの体験レッスンに行ってみたリアルな感想...



<https://posilabo.com> > lava-1 ▼

2019/04/21 - 今回はLAVAの初回体験レッスンに行ってみました。普段は家でゲームばかり、運動なんて全然しない、そんな私でも最後までや。

表示しきれない部分は「…」となってしまうてますよね？
なので、伝えたいことを最初に持ってくるようにしましょう。

ただ、表示される文字数は Yahoo！と Google でも違うし、PC とスマホでも違います。しかも、コロコロ変わります。

なので、30 文字程度というのは目安として考えてください。

対象者が分かる

検索キーワードはタイトルの前半に入れるとして、まだ文字数に余裕があるなら記事の対象者を入れるといいです。

すると、ターゲットの人たちが「あ、これ私のことだわ」とクリック知れもらえる可能性が高くなりますよ。

○：1 週間でマスターする旅行英語！必ず使える初心者向けフレーズ集
×：旅行で使える英語フレーズ集

○：主婦が月 3 万円稼ぐための在宅ワーク 5 選！スマホでもできるよ
×：おすすめの在宅ワーク 5 選【2019 年版】

興味を引く言葉がある

検索キーワードの近くに興味を引く言葉を入れるとクリック率が上がると言われています。

実際にタイトルを変更してみたら、クリック数が 1.5 倍近く増えた経験があります。

- ・ クレジットカードの優待特典まとめ！活用したら年〇万も貯金できたよ
- ・ ブログのアクセスが増えない？PVを劇的に上げた3つの方法を公開
- ・ 実はそれ逆効果！保湿を高めるシートパックの頻度や化粧水の正しい知識
- ・ 英話講師が教える、本当に身に付くオンライン英会話を選ぶポイント

⑦必ず読み返してみる

記事を書き終えたら、必ず3回は読み返しましょう。
チェックしてほしいのは以下の通りです。

記事タイトル

- ✓ キーワードが入っている？
- ✓ 記事内容とタイトルが合っている？

導入文

- ✓ 導入文は、そのターゲットが「うんうん、そうなのよ！」と食いつく内容になってる？
- ✓ 記事の冒頭で結論を提示してる？
- ✓ 記事を読んで分かること、未来を示してる？

見出し

- ✓ キーワードが自然に入っている？
- ✓ 見出しを読むだけで記事の概要が分かるようになってる？

本文

- ✓ 根拠や理由が明確で、信憑性のある内容になってる？
- ✓ あなたの記事で読者の悩み・疑問すべて解消できてる？
- ✓ 商品やサービスのベネフィット（使うことで得られること）は書かれている？
- ✓ 読者の心の流れに沿った記事展開になってる？
（読者との会話を意識してみると流れが分かりやすい）

画像

- ✓ 適度に画像や図が配置されている？（文字ばかりだと読んでももらえない可能性あり）
- ✓ 画像は圧縮して適切なサイズになってる？

全体

- ✓ 検索意図・ターゲットは人物像が浮かび上がるくらい明確になってる？
- ✓ 声に出して読みにくいところはないですか？
- ✓ そもそも、あなたの伝えたい事と検索意図はイコールになってる？

誤字脱字がないかもチェックしてくださいね♪

なんとなく読みづらい気がするけど、どこを直したらいいか分からない方は「5.読みやすい工夫を施す」を読み返してみてください。

※最初から完璧を目指す必要はありません！

練習が必要ですのでどんどん投稿していきましょう。

○オリジナリティーの出し方

「オリジナル」と聞くと「個性が強い」「変わってる」ものを思い浮かべるかもしれませんが、記事におけるオリジナリティーとはそういうものではありません。

読者は個性的で面白い文章を求めて検索しませんよね？
疑問や悩みに答えてくれる記事を求めているはずです。

疑問や悩みを解決させること + オリジナリティー
が大事になるのですが、ブログ記事におけるオリジナリティーとは「ライバルとの差別化」です。

オリジナリティーを出す方法

1. あなたの体験談を書く
2. 複数の口コミや情報元のデータをまとめる
3. 読者自身も気づいていない欲求まで満たす
4. 他にはない独自の視点で書く
5. 専門家の意見をもらう

1 つずつ説明していきますね。

①あなたの体験談を書く

体験談は「あなただけのオリジナル」なコンテンツが簡単に書ける方法です。

同じような体験をした人が読むと「共感」や「親近感」を感じて、興味をもってもらいやすいメリットもあります。

単なる日記ではなく、読者の役に立つ体験談にするためにはポイントがあります。

自分語りではなく読者の目線で

読者の疑問や悩みに答えることが目的ですから、ここは外せません。

疑問や悩みに対する答えとして体験談を伝えるという意識が重要です。

なので、体験談の中でも不要な話は省きましょう。

例：

「ラバ 体験 感想」で検索する人は、まさに体験談を求めていますよね。

「ラバのインストラクターさんと猫の話で盛り上がっちゃいました。
私は〇〇という種類の猫を飼っているんですけど、うんちゃらかんちゃら～」

のような、ラバとほとんど関係のない話に飛ばないように注意です。

感情を言葉に表す

体験したことを淡々と伝えるよりも、「あなた」を感じられる文章にしましょう。なぜなら、「アフィリエイトの成果をあげる」ために「行動させる」必要があるからです。

ここで紹介されている商品が欲しい！

この人がおすすめしてるサービスに申し込みたい！

そうしてもらうためには、読者の感情を動かさなければいけません。

「人間らしさ」を出すためには、感情がこもった文章を書くこと。そういう記事にはコメントも付くし、お問い合わせが来たりしますよ。

例：

介護職は本当に大変な仕事ですが、なかなか理解されづらいものです。夜勤もあって体力的にハードな上に、職場の人間関係は常に悪く、おまけに給料まで安い。

「介護職なんてやめたい、やめたい、やめたい！！！」

機械的に体を動かして職場にたどり着いて、顔に笑顔を貼り付けていられる間はまだマシ。「私の人生、これでいいの？」

あなたの考えを入れる

感情を言葉にするのと同じ理由で、あなたという人間を出すことで共感や関心を持ってもらいます。

例：

介護職が嫌いなわけじゃない、自分に合わない職場だっただけだと気づけました。

転職をして今の職場に出会ってからは、思い描いていた通り「笑顔で高齢者をサポートする」日々を送っています。

やっぱり自分が満たされていないと他人を満たすことはできませんね。

②複数の口コミや情報元のデータをまとめる

あなたの体験が書けたら 1 番良いのですが、第三者の声をまとめてあげるのも有効です。

ネット上には色んな口コミが溢れていますが、それを全部見て回るのは大変ですよ。

その大変なことを読者の代わりにあなたがやって、

良い口コミ・悪い口コミ、

〇〇に関する良い口コミ、△△についての悪い口コミ

のように情報をまとめてあげるんです。

でも、口コミサイトなどの文章を丸ごとコピペはできません。
ただし、情報の信ぴょう性も大事です。

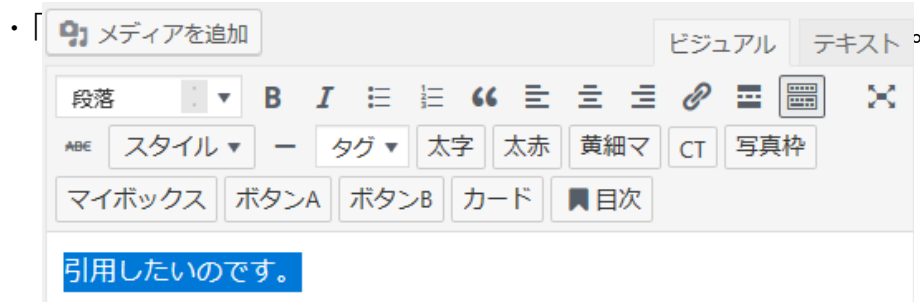
ですので、引用したり、ツイッターやインスタグラムの口コミ
を記事に埋め込んだりしましょう。

引用にはいくつかルールがあります。

ルールを守っていない場合、著作権法違反になってしまったり、ペナルティを受けて検索順位が落とされたり、順位がつかなくなったりします。

WordPress は記事編集画面に引用ボタンがあるので、引用表示は簡単です。

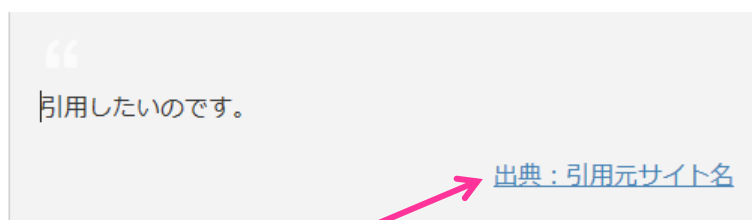
- ・引用する文章をコピーする。
(この時、「テキストモード」にして貼り付けましょう)



- ・引用ボタンを押します。



- ・引用表示になります。



- ・引用したサイト名を明記してページにリンクを貼りましょう。

③読者自身が認識していない欲求まで満たす

本章の「記事を書く手順 ①検索する人が求めていることは何かを理解する」で、検索意図の探し方をお話しました。

そこでお伝えしたのは、読者自身が自覚している『**顕在欲求**』についてでしたが、ここで話すのは読者自身が認識していない『**潜在欲求**』のことです。

たとえば「育毛剤」を検討している男性をターゲットにした場合、「髪の毛が生えてくる」「抜け毛が減る」ことを期待しているのは分かりますよね？

これは『**顕在欲求**』です。

さらに、「なぜ髪の毛を増やさないのか？」を考えてみます。

Yahoo！知恵袋などの投稿を見たりして、「老けて見られたくない」「女性から嫌われそう」「人目が気になる」という悩みがあると分かったとしますよね。

このことから「髪の毛を増やす」ことを通して、「若く見られたい」「女性にモテたい」「自信を持ちたい」という『**潜在欲求**』を持っていることが分かります。

ここまで分かれば、あとはそれを満たす情報を渡してあげれば良いだけです。

例：薄毛なのにモテる男性の特徴、髪の毛が少なくても若く見える男性のヘアスタイルなどを記事内容に含めたり、別記事で用意してリンクで誘導したりできます。

④独自の視点で書く

たとえば

「ブログは毎日書くことで稼げるようになる」
って記事が多いなら、

「ブログを毎日書くのをやめて稼げるようになった」
って話を書く。

一般論の逆のことを言うと「えっ？なんで？」と興味を引けま
すし、何よりライバルとの差別化が簡単にできます。

もうすでに、どこかのブログで書かれていることばかりだとし
ても、あなたの視点で感じたこと、考えたことを書けばいいで
す。

さらに、ブログのコンセプトがしっかりと定まっていて、そこにその記事を書く理由があれば、ありふれたコンテンツに埋もれることはありません。

余談ですが…

独自の面白くて分かりやすい例えに置き換えて伝えることで、納得度を上げるというのもおすすめです。

例 1：

イヤだイヤだと毎日ため息つきながら仕事に行くのは、
10 段変速の自転車を持ってるのに使わずに走ってるようなもの。
ギアを使えば毎日がもっと楽に、明るくなる。

例 2：

職場って靴と似ている。
あの人に合うからって、あなたにも合うとは限らない。

⑤専門家の意見をもらう

専門家の意見をもらうといっても、大変なことをするわけではありません。その商品を販売している会社に電話したり、店舗に行って販売員さんに聞いてみるだけでいいんです。

会社や店舗のスタッフさんはしっかりと教育を受けていますから、あなた個人で調べたことよりも詳しく教えてくれるはずです。さらに信頼性も増しますよね。

こうしたことは、手間がかかって面倒ですのでやっている人は少ないです。ということは、やれば簡単に差別化できますよ。

○読まれるためにしておきたいこと

さて、ここまで記事の書き方についてお話してきました。
記事を書いたら、たくさんの人に読んでもらいたいですね！

公開した記事は、インターネットという大海原に放たれた状態です。
誰かに見つけてもらうには工夫をしなければなりません。

そのために、第3章サイト設計では【需要のあるジャンル・ライバルが少ないキーワード】を選ぶ方法をや【トレンドネタの絡め方】をお伝えしてきましたが、

誰かの目に止まる確率をさらに上げるために、全員がすぐにできることを紹介しておきます。

① メタディスクリプション

メタディスクリプションとは記事内の概要や要約のようなものです。

Google 検索結果への影響はないと言われていますが、読者のクリック率には影響があります。

なぜかという、検索結果一覧には記事タイトルとメタディスクリプションが表示されるからです。

ヨガで痩せる！ダイエットにおすすめのヨガポーズの流れ20分【お家ヨガ



<https://www.yogaroom.jp/yogahack/p/4878> ▼

2019/04/16 - 様々な効果があるといわれているヨガですが痩せたりダイエット効果も高いといわれています。その理由とおすすめポーズ、頻度や期間をご紹介します。

ヨガで痩せるその理由とは・ポーズによる痩せる効果・ダイエットにおすすめの ...

記事タイトルほど目立ちませんが、メタディスクリプションに書かれている言葉に釣られて記事を読んでみようと思う人もいます。

この例のサイトの場合は「ヨガで痩せる！ダイエットにおすすめのヨガポーズの流れ 20 分」という記事タイトルです。

ディスクリプションを見ると、「ヨガがダイエット効果が高いと言われる理由」「ヨガでダイエットするためにおすすめな頻度や期間」についても記事に書かれていることが分かります。

これは記事タイトルからは分からなかったことで、ヨガで痩せたいと考えている人の関心を高めています。

では、メタディスクリプションはどのように設定するのかを説明しますね。

メタディスクリプションの設定方法

お使いの Wordpress テーマによって設定する箇所が異なります。ここでは、無料テーマ「Cocoon」と有料テーマ「AFFINGER」での設定方法をお伝えします。

※ワードプレスのテーマによって、メタディスクリプションを記述する箇所がないものがあります。

ちなみにメタディスクリプションを設定しないと、記事の冒頭部分のテキストが自動的に表示されます。当然、ディスクリプションの文章は途中で切れることになりますし、意識しないと**興味を惹ける内容になっていない**事が多いですね。

ホットクック4機種の違い。おすすめモデルは？無線LANありなしどっち

...



https://enjoy-100years-life.com/hotcook_model/ ▼

2019/03/27 - こんにちは。ヘルシオ ホットクックをついに導入したうただけです。便利ですね。ホットクック。料理にかかる時間を減らすことができますし、おいしく調理ができます。ただ購入するときには、どのモデルを買えばいいのか？ということは非常に迷い ...

[ホットクック4機種の違い・無線LAN 非対応モデル \(KN ...](#) [無線LAN 対応モデル \(KN ...](#)

でも、冒頭からしっかり興味を引ける導入文を書けば問題はありません。

○Cocoon

記事編集画面の下にいくと【SEO 設定】という箇所があり、その中にメタディスクリプションを設定するところがあります。

SEO設定

SEOタイトル 文字数: 0
タイトルを入力してください。

検索エンジンに表示させたいタイトルを入力してください。記事のタイトルより、こちらに入力したテキストが優先的にタイトルタグ(<title>)に挿入されます。一般的に日本語の場合は、32文字以内が最適とされています。（※ページやインデックスの見出し部分には「記事のタイトル」が利用されます）

メタディスクリプション 文字数: 0
記事の説明文を入力してください。

記事の説明を入力してください。日本語では、およそ120文字前後の入力をおすすめします。スマホではそのうちの約50文字が表示されます。こちらに入力したメタディスクリプションはブログカードのスニペット（抜粋文部分）にも利用されます。こちらに入力しない場合は、「抜粋」に入力したものがメタディスクリプションとして挿入されます。

メタキーワード
記事の関連キーワードを半角カンマ区切りで入力してください。

記事に関連するキーワードを、（カンマ）区切りで入力してください。入力しない場合は、カテゴリー名などから自動で設定されます。

○AFFINGER

記事編集画面の下にいくとメタディスクリプションを設定する箇所があります。

titleタグ ▲

※titleタグ強制書き換え（記事タイトルは変更されません）※「フロントページ」には
適応されません

検索キーワードを含めた全角30文字以内が推奨されています

現在文字数：0文字

メタキーワード ▲

複数指定する場合は半角カンマ「,」で区切ってください

松竹梅

メタディスクリプション ▲

全角120文字程度に納めましょう

現在文字数：0文字

メタディスクリプションの文字数

検索結果の画面で、記事タイトルの下に表示されるスペースは決まっています。そのため、長い文章を書いても途中で切れた状態で表示されるんです。

では何文字が適切なのかですが、パソコンとスマホでは表示される文字数が違います。

パソコン：120 文字程度

スマホ　：50 文字程度

ただ、表示される文字数は頻繁に変わっていますので（Googleの仕様）、あくまで目安として意識しておけばいいです。

読者の興味を惹くための言葉を、早い段階で入れていくのがポイントだということが分かりますよね。

② メタキーワード

メタディスクリプションとは、メタディスクリプションと同様に、その記事がどんなキーワードに関連しているものなのかを伝えるものです。

Google の検索エンジン技術は高く、特にメタキーワードに記述をしなくても記事本文などから総合的に判断されるようにはなっています。ですので、メタキーワードを設定していないからといって大きなダメージはないかもしれません。

でも、自分の中でしっかりとキーワードを意識して記事を書く練習になりますし、メタキーワードを設定することによるデメリットはありません。

また、ワードプレスのテーマによっては、未設定の場合カテゴリー名が自動的に設定されてしまいます（Cocoon はそうです）。

たとえば「青いリンゴ」について書いた記事なのに、「くだもの」というカテゴリー名がメタキーワードになってしまうということです。それはもったいないので、しっかりとメタキーワードを設定することをおすすめします。

メタキーワードの設定方法

○Cocoon

記事編集画面の下にいくと、メタキーワードを設定する箇所があります。

SEO設定

SEOタイトル 文字数: 0

タイトルを入力してください。

検索エンジンに表示させたいタイトルを入力してください。記事のタイトルより、こちらに入力したテキストが優先的にタイトルタグ(<title>)に挿入されます。一般的に日本語の場合は、32文字以内が最適とされています。（※ページやインデックスの見出し部分には「記事のタイトル」が利用されます）

メタディスクリプション 文字数: 0

記事の説明文を入力してください。

記事の説明を入力してください。日本語では、およそ120文字前後の入力をおすすめします。スマホではそのうちの約50文字が表示されます。こちらに入力したメタディスクリプションはブログカードのスニペット（抜粋文部分）にも利用されます。こちらに入力しない場合は、「抜粋」に入力したものがメタディスクリプションとして挿入されます。

メタキーワード

記事の関連キーワードを半角カンマ区切りで入力してください。

記事に関連するキーワードを、（カンマ）区切りで入力してください。入力しない場合は、カテゴリ名などから自動で設定されます。

☐ インデックスしない（noindex）

このページが検索エンジンにインデックスされないようにメタタグを設定します。

☐ リンクをフォローしない（nofollow）

検索エンジンがこのページ上のリンクをフォローしないようにメタタグを設定します。

○AFFINGER

記事編集画面の下にいくと、メタキーワードを設定する箇所があります。

titleタグ

※titleタグ強制書き換え（記事タイトルは変更されません） ※「フロントページ」には適応されません

検索キーワードを含めた全角30文字以内が推奨されています

現在文字数：0文字

メタキーワード

複数指定する場合は半角カンマ「,」で区切ってください

松竹梅

メタディスクリプション

全角120文字程度に納めましょう

現在文字数：0文字

メタキーワードの書き方

たとえば「産後 抜け毛 前髪」という 3 語のキーワードで上位表示を狙うのであれば、これをそのまま入力します。

「そのまま」とは「半角スペースもそのまま」ということです。

複数のキーワードを設定する場合、(カンマ) で区切る必要があるので、これを勘違いしている人が非常に多いです。

誤)「産後,抜け毛,前髪」

正)「産後 抜け毛 前髪,産後 前髪 スカスカ」

「産後 抜け毛 前髪」の 3 語で 1 つのキーワードなので、この中に、(カンマ) は不要です。

③ 画像の代替テキスト

画像の代替テキストとは、何らかの理由で画像が表示されなかったときや、視覚障害などで音声ブラウザ（記事を読み上げてくれる機能）を使ったときにテキストを表示（または読み上げる）させるためのものです。

でも実は、検索流入を増やすことができる機能でもあります。

たとえば「産後 抜け毛 前髪」で検索すると、「画像」検索結果ではなく「すべて」の検索結果のトップに画像が出てきます。



【お悩み解決】前髪カットで出産後のおでこの抜け毛からのピョンピョンする ...



www.lomalialia.com/blog/2016/08/post-519-289194.html

2016/08/04 - こんにちは 表参道・原宿にあるLomalialiaで美容師やってます ...

「産後の抜け毛がひどくて、前髪をどうしようか困っている。みんなどうしてるのかな？」と検索している人だと想像できるので、文章で伝えるよりも画像を見せた方が良いと Google が判断されたのでしょう。

記事は検索上位に入っていなくても、画像検索で上位表示されていてアクセスを呼び込めるということも珍しくありません。

特に画像を見せることでいち早く読者の「知りたい」に答えることができる場合、検索結果にも画像一覧が表示される確率が非常に高いです。

でも、代替テキストを設定しないと、Google はどんな画像なのかを把握できませんので、面倒がらずに代替テキストを設定しておきましょう。

代替テキストの設定方法

「メディアを追加」→「ファイルをアップロード」もしくは「メディアライブラリ」で該当の画像を選択 → 右側に出てくるファイルの詳細設定「代替テキスト」に入力します。

○Cocoon

メディアを追加

[ファイルをアップロード](#) [メディアライブラリ](#)

すべてのメディア

すべての日付

メディア項目を検索



添付ファイルの詳細



drink.jpg
2019年7月19日
2 MB
3264 x 2448 ピクセル
[画像を編集](#)
[完全に削除する](#)

代替テキスト

ラバ体験時のドリンク
[画像の意味を説明しましょう。](#)
画像が装飾目的のみであれば空欄にします。

タイトル

drink

キャプション

説明

○AFFINGER


メディアを追加

[ファイルをアップロード](#) [メディアライブラリ](#)

すべてのメディア

すべての日付

メディア項目を検索



添付ファイルの詳細



drink.jpg
2019年5月17日
251 KB
1024 x 768 ピクセル
[画像を編集](#)
[完全に削除する](#)

URL

https://yogacci.com/wp-cont

タイトル

drink

キャプション

代替テキスト

ラバ体験時のドリンク

説明

④ ブログランキング

サイトを立ち上げてしばらくは、アクセスがゼロという状態が続くのが普通です（サイトの成長を早める仕掛けについては、第3章サイト設計を参照ください）。

Google に存在を認知され、検索結果に表示されるようになるまでに3ヶ月～6ヶ月くらいかかります。

…長いですね(>_<)

書いても書いてもアクセスが無く、当然コメントも付かない。それが少なくとも3ヶ月は続くとなると、記事更新を続けていくのが不安になるのも仕方がないです。

でもブログランキングを利用すると、サイトを立ち上げたばかりでも反応がもらえるようになりますよ。

ブログランキングというのは、コミュニティーの1つです。

ブログランキングを運営しているところはいくつかありますが、子育て・趣味・地域などジャンルが分かれていて、その中に登録しているブログをランキングで表示しているものです。

ただ、ランキング上位になればアクセスがたくさん来る…と断言はできません（ジャンルにもよるので）。でも、ブログ初期になにもしなければゼロのところが、少なくともアクセスを生む可能性が大きいのです。

ブログランキングから訪れた人からコメントをもらえることも多いので、モチベーションアップにつながるという意味でもブログ初期に登録して損はないですよ。

ブログランキングは、以下が有名です。

ブログランキング <https://blog.with2.net/>

ブログ村 <https://blogmura.com/>

本章は

- ・ 記事の構成
- ・ 記事を書く手順
- ・ 読みやすい文章、
- ・ オリジナリティーの出し方
- ・ 読まれるためにしておきたいこと

と、本章は盛りだくさんでした。

一度に把握することは無理ですので、作業する→読み返すを繰り返して少しずつ自分のものにしていってくださいね。

お疲れさまでした！

次の 5 章では、ある程度記事を書けた後、さらに収益化を加速していくために出来ることをお話していきます。