

戦略的ブログ

ブログでアクセス数を稼ぐ

7つの ステップ

株式会社TreasureNey 取締役

ゴリー水谷

なぜブログを書くと
売上が上がるのか？

このレポートでは、ブログを使ったアクセスを稼ぐ方法をお伝えしています。

<ノウハウ> ブログでアクセス数を稼ぐ方法

1 ブログを活用するべき理由とは？

2 ブログを書いてページを増やそう

3 タイトルのキーワードの特徴

4 無料のツールでキーワードを絞る

5 タイトルのキーワードを長くする

6 ランキングを確認する

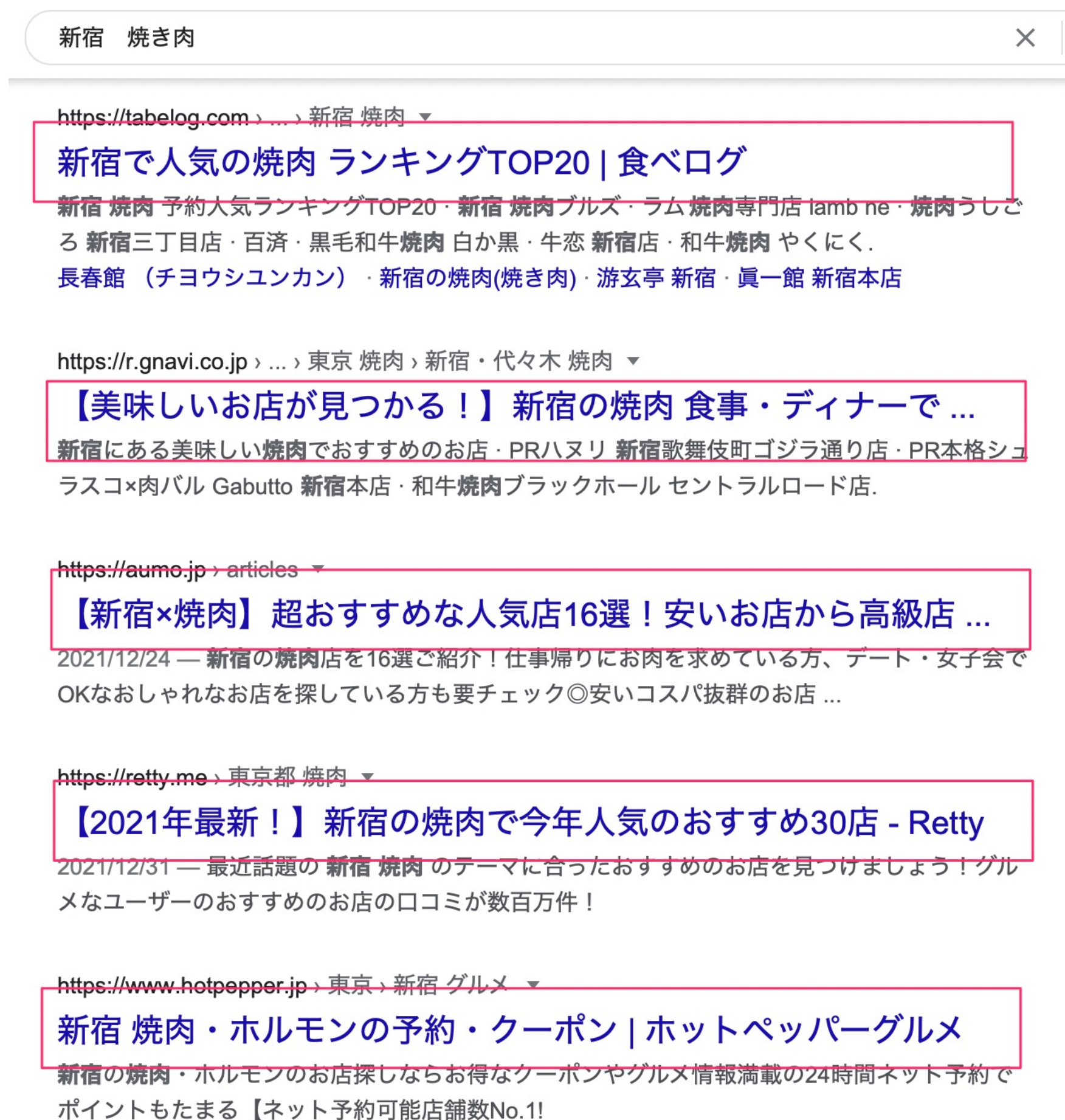
7 アクセスされたキーワードを知る

ノウハウ1 ブログを活用するべき理由とは？

ホームページでアクセスを上げるにはブログが効果的です。

ホームページよりも、ブログが上位表示されるようになっているからです。

「新宿+焼き肉」で調べてみましょう。



焼肉屋ではなく、比較記事と言われるブログが多いことに気付きます。

●Googleにとって得なことを考える

Googleはページを良いページを上位に表示します。それがGoogleの仕事だからです。Googleは、広告を表示させることで広告集を得ています。その代わりに検索エンジンを無料で提供しています。

ユーザ目線の記事を書くと、「Google検索は便利〜！」とGoogleの検索エンジンの利用者が増えます。Googleを喜ばせることが検索上位に上がりやすくなります。

Googleは、良いページを判断する時に3つの視点で考えています。

- ①ページの構成が分かりやすい
- ②読み手にメリットがある
- ③最後まで読んでもらえる

特に「①ページの構成が分かりやすい」が重要です。

Googleはページのタイトルを最も重要視しています。Google検索ではタイトルしか表示できないからです。さらに1ページには1つのタイトルしか載せられません。

どちらがGoogleにとって魅力的でしょうか？

- ・ホームページA 10ページ ▶10ページとしか見ない
- ・ホームページB 10ページ+ブログ：50ページ ▶60ページとして見る

ホームページAは10ページしかありませんが、ホームページBは60ページもあります。Googleとしては、ホームページBの方が有益だと判断するわけです。

しかしホームページにはページはなかなか量産できません。そこでブログを使ってページを量産するのがWEBマーケティングの最新のトレンドです。

次に「②読み手にメリットがある」と「③最後まで読んでもらえる」を考えてみます。

ホームページは、売り込み系のセールス色が強いページが多くなります。

しかし、売り込みが強いと読み手にメリットがない場合もあります。

一方で、ブログとは、お役立ちの記事を書くことが多いので、読み手にメリットが発生しやすく、最後まで読んでもらえる確率が上がります。

●Googleがあなたのページの人気度を測る方法

といっても、Googleは、どのようにあなたのページの人気度を判断しているのでしょうか？Googleが人気ページかを判断する方法があります。

Googleは、Googleアナリティクス（無料の解析ツール）やChromeというインターネットブラウザ（インターネット閲覧アプリ）で、

- ・どのページを？
- ・どれくらいの時間で？
- ・どれくらい量を？

読んだのかを計測しています。

驚くことにGoogleはあなたの検索時の行動履歴をを追いかけています。（安心してください。匿名化です）

つまり行動履歴を追いかける中で、

- ・たくさんの人に読まれたページ
- ・たくさん時間をかけて読まれたページ
- ・最後まで読んでいるページ

がGoogleが判断する良いページです。

ブログのほうがお役立ちの記事が書かれていることが多いので、

ブログ > ホームページ

となってしまう、Google検索をたくさんの使ってもらおうと、Googleの広告枠を売ることができるので、検索順位を変動させているのです。

そして、あなたがホームページのブログに力を手に入れていないと、ライバルが出てきて順位を奪われてしまうのです。

ノウハウ2 ブログを書いてページを増やそう

ブログを書いていきます。

まずは短くてもいいので、徐々に文章を増やしていきます。

ブログを書く時に起こる疑問

量と質のどちらを取る？

結論は量です。

「ブログを量産する ▶ 各ページの質の向上」の手順です。

理由はブログの質を追うとブログを続けることに挫折するからです。

ブログを書くときの型

「1テーマ、1メッセージ、1アクション」これが普遍的な型です。

この構成で書くと慣れると15分で書けるようになります。

●タイトル<題名>

1テーマ：語りたいこと

タイトル<題名>には、検索キーワードを意識して書きます。具体的な書き方は次にお伝えします。

●本文

1メッセージ：伝えたいこと

1アクション：読み手の最初の一步

本文には、メッセージは、伝えたいことを伝えた後に、最初に読み手がまず何をすればいいのか？を入れていきます。

1アクションを入れる理由は、読んでいるかの？最後の確認です。人は忙しいので、最初と最後しか読みません。最後まで読んだ後に、戻って内容を読み直すという狙いもあります。

ノウハウ3 タイトルのキーワードの特徴

さらにGoogleは、ページのタイトルのキーワードを特に重要視しています。

検索意図と呼ばれる物を重要視しています。

「読み手（検索する人）」と「ページ」のマッチングです。

読み手（検索する人）が、
・求めている情報のページにたどり着けるかが重要です。

- ・タイトルを見てページの本文を見たけど途中で辞めた
- ・タイトルとページの本文が別のことを書いていた

これは、検索意図を無視しているので、Googleは、質の低いサイトと判断して検索順位を下げてしまいます。

せっかくブログを書いたのに、あなたの労力は報われなくなるのです。

検索者のニーズに合わせてタイトルにキーワードを入れることが必要です。

次のページで、キーワードについて知っていきましょう！

検索意図を知っていきます。

突然ですが、

ワンピースと聞くと何を思い浮かべますか？

ワンピースといえば、ほとんどの人がどちらかを思い浮かべます。

- ・服のワンピース
- ・アニメのワンピース

ワンピースだけだと、どうしたいのかがわかりません。

そこで、キーワードに複数のキーワードを入れると検索意図が変わってきます。

- ・ワンピース 全巻
- ・ワンピース あらすじ
- ・ワンピース 花柄
- ・ワンピース 通販
- ・ワンピース 20代

さらにキーワードには2種類あります。

- ・名詞キーワード
- ・動詞キーワード

名詞キーワードと動詞キーワードを使い分けるだけで、あなたのキーワードセンスは抜群に上がります。

名詞キーワードと動詞キーワードの違いを次のページで見っていきます。

●名詞キーワードの特徴は「意味を知りたい」のニーズ

このキーワードの特徴は、用語の意味を知る時に使われます。しかし、意味を知ったら検索を終了します。

- ・ワンピース あらすじ ▶アニメワンピースのあらすじを知りたい人

●動詞キーワードの特徴は「問題を解決したい」のニーズ

このキーワードの特徴は、とにかく問題を解決したいということです。

お金を払っていてもいいので、問題を解決したいという衝動にかられています。

- ・ワンピース 全巻 ▶アニメワンピースの全巻セットを探していて買うかもしれない
- ・ワンピース 通販 ▶服のワンピースの通販サイトを探していて買うかもしれない
- ・ワンピース 花柄 ▶服のワンピースの花柄を探していて買うかもしれない

●どちらとも言えないキーワード

- ・ワンピース 20代

▶服のワンピースの20代で、流行を知りたいだけかもしれないし、買うかもしれない

名詞キーワードと動詞キーワードの両方を意識して、検索者のニーズを想像することが重要です。

具体的なキーワードの調べ方は次のページでお伝えします。

ノウハウ4 無料のツールでキーワードを絞る

むやみやたらにキーワードを詰め込んでも検索意図のキーワードを見つけることはできません。

そこで、無料のツールで調べることが出来ます。

ラッコキーワードというサイトを使うと無料で「どのようなキーワードで検索されているのか？」を調べられます。

ラッコキーワードでは、「Googleサジェスト機能」という、検索時に同時に検索されている複数キーワードを調べることができます。

ラッコキーワード

<https://related-keywords.com/>

ラッコキーワードで、メンタルヘルスを検索すると、次のようなキーワードが出てきます。

●名詞キーワードで探す場合

メンタルヘルスのサジェストとそのサジェスト	メンタルヘルス+A
メンタルヘルスマネジメント検定	メンタルヘルス アプリ
メンタルヘルスマネジメント検定 難易度	メンタルヘルス アメブロ
メンタルヘルスマネジメント検定 過去問	メンタルヘルス 厚労省
メンタルヘルスマネジメント検定 勉強時間	メンタルヘルス ai
メンタルヘルスマネジメント検定 合格率	メンタルヘルス アンケート 例
メンタルヘルスマネジメント検定 国家資格	メンタルヘルス アンケート
メンタルヘルスマネジメント検定 試験日	メンタルヘルス アメリカ
メンタルヘルスマネジメント検定 テキスト	メンタルヘルス 悪化
メンタルヘルスマネジメント検定 アプリ	メンタルヘルス 安全配慮義務
メンタルヘルスマネジメント検定 過去問 pdf	メンタルヘルス アスリート

名詞キーワードで検索すると「知りたい」という抽象的なキーワードが出てきます。

- ・メンタルマネジメント AI
- ・メンタルヘルス アメリカ

ブログを書くにも、ターゲット（どんな人が検索しているのか？）も定まらずに曖昧な記事しか書けなくなってしまうです。

名詞キーワードでは、検索意図を掴むことが難しいです。そこで動詞キーワードで探します。

●動詞キーワードを探す場合

メンタル不調

Googleサジェスト 294 HIT

メンタル不調のサジェストとそのサジェスト

メンタル不調のサジェストとそのサジェスト	メンタル不調+A
メンタル不調	メンタル不調 秋
メンタル不調	メンタル不調 厚労省
メンタル不調 サイン	メンタル不調 アプリ
メンタル不調 休む	メンタル不調 安全配慮義務
メンタル不調 休む 伝え方	メンタル不調 ai
メンタル不調 上司 伝え方	メンタル不調 アピール
メンタル不調 症状	メンタル不調 アルコール
メンタル不調 会社 対応	メンタル不調 朝
メンタル不調 社員 対応	メンタル不調+B
メンタル不調 伝え方	メンタル不調 部下
メンタル不調 チェック	メンタル不調 病院
メンタル不調 サイン	メンタル不調 病名
部下 メンタル不調 サイン	メンタル不調 病気
メンタル不調 休む	メンタル不調 部下 対応
メンタル不調 休む 伝え方	メンタル不調 部下面談
メンタル不調 休む 理由	メンタル不調 部下 メール
メンタル不調 休む メール	メンタル不調 微熱
メンタル不調 休む 大学	

動詞キーワードで検索すると「解決したい」という具体的なキーワードが出てきます。

- ・メンタル不調 部下
- ・メンタル不調 会社 対応

このキーワードを検索する人は、上司がメンタル不調の部下を持っている、または会社の人事部に在籍して解決方法を探していると想像できます。

このようなキーワードを含むブログを書くと、アクセスを集めることができます。

ノウハウ4 タイトルのキーワードを長くする

次に複数のキーワードで検索することで、「知りたい」や「解決したい」の目的を達成しやすくなります。

短いタイトルは検索キーワードが少ないので検索されにくくなります。

- ・メンタルの改善方法

この場合は、次のように改善しましょう！

- ・身体が動かない。メンタル不調を改善するには、空間緑化を取り入れる！
- ・メンタル不調は改善できる！大人のメンタルの鍛え方。

とタイトルに複数のキーワードがあるだけで読みたくなります。

ブログのタイトルの文字数は30文字と言われていたますが、最近では45～50文字でも検索されています。

また重複したようなタイトルも避けましょう！

- ・メンタルの改善方法（1）
- ・メンタルの改善方法（2）
- ・メンタルの改善方法（3）

のようなものもタイトル被りと呼ばれて、Googleからは評価されないブログ記事になってしまいます。

タイトル<題名>の付け方は次のページでお伝えします。

ノウハウ5 ブログのタイトルの型を知る

ホームページを活用した時に使いたいツールを

検索キーワードは「検索キーワード」＋「引き込みメッセージ」の2つで組み合わせられます。

検索キーワードだけでは、味気がないので、引き込みメッセージで読みたいを刺激します。次のような型を使っていきます。

①問題解決型

問題に「検索キーワード」を入れて、「解決方法」に引き込みキーワードを入れます。

- ・（問題）が（解決）できる！ （例）▶メンタル不調でも元気を取り戻す！
- ・（問題）が（解決）になる！ （例）▶食べ過ぎで太っていても痩せられる！
- ・（問題）な時の（解決）法は？ （例）▶夜眠れない時の対処法は？

応用編として、

「眠れないときは無理やり寝なくてもいい理由とは？」のように真逆のことを伝えると思わずクリックしてくなります。

②問いかけ型

問いかけ型は人の理由を知りたい欲求を刺激することができます。

- ・なぜ（●●）なのか？ （例）▶YouTuberはなぜ人気が出るのか？
- ・（●●）には何があるのか （例）▶TikTokブーム現象には何が理由なのか？

応用編として、

「Youtuberはなぜ人気が出るのか？ヒカキンとホリエモンの共通点とは？」のように「検索キーワード」の後に、誰もが知りたくなるような「引き込みキーワード」を入れると効果的です。

③手順型

手順型は、方法をまとめたものです。「検索キーワード」には、方法や手順などが入ることが多いです。

- ・ ●●の方法（手順） (例) ▶ ブログをアクセスを上げる方法
- ・ ●●のポイント (例) ▶ 深く寝るための7つのポイント

④コラム型

コラム型は、考察をまとめたものです。「検索キーワード」には、「名詞キーワード」が入ることが多いです。ただしページ訪問時に他のブログも「ついで見」する可能性もあります。

- ・ ●●が流行る理由 (例) ▶ TikTokブーム現象には何があるのか？
- ・ ●●を追う (例) ▶ タピオカが売れる理由とは？
- ・ ●●を検証する (例) ▶ テレビ離れを検証する

応用編として、

「若者のテレビ離れを検証する。実はYouTube以外のメディアを見ている！」の続きがあるような書き方をするとクリックされやすくなります。

⑤レポート型

レポート型は、体験記を書いたものです。「検索キーワード」を入れて、体験してみたことの引き込みキーワードを入れます。

- ・ ●●をやってみた (例) リサイクルラップを作ったら便利すぎた
- ・ ●●を体験してきました (例) ハイドロカルチャー作りを体験したら感動！

ノウハウ6 ランキングを確認する

次にランキングを確認する方法です。

SEOチェキ！というものを使います。

<https://seocheiki.net/>

これはあなたのサイトをキーワードで検索した時の順位を教えてください。

SEOチェキ！は無料で使えます。

無料で使えるSEOツール

SEOチェキ！

PR 1位を目指すには競合調査が重要!SEO競合調査はこちら(無料)

サイトSEOチェック 検索順位チェック キーワード出現頻度 発リンク Whois情報

🔍 サイトSEOチェック

URL [▶ チェック!](#)

基本チェック項目	追加チェック項目
<ul style="list-style-type: none">❖ title・meta description・meta keywords・h1タグ❖ 発リンク数(内部リンク・外部リンク)❖ 最終更新日時・ファイルサイズ・読込時間❖ Alexaランキング❖ Google・Yahoo!のインデックス数❖ 利用ホスト❖ ドメインの登録年月日❖ Facebookの「いいね!」の数❖ ソーシャルブックマーク登録数	<ul style="list-style-type: none">❖ 検索順位❖ キーワード出現頻度❖ 発リンク一覧❖ Whois情報❖ HTTPヘッダ情報

ランキングを確認する 2/2

麻布十番のお菓子屋さんを取り上げてみます。

あげもち屋さん (<https://www.agemochiya.com/>) です。



すると次のように検索順位をチェックすることが出来ます。

検索順位チェック

URL

ワード1

ワード2

ワード3

※Yahoo!の順位をチェックできるのは10位までとなっております

キーワード	Google	Yahoo!
お菓子	圏外	11位以下
あげ餅	8位	12位
麻布十番 お菓子	7位	11位以下

※環境や設定の違いにより、実際の検索順位とは異なる場合があります

・Google検索時のランキングは、「お菓子」では、圏外（100位以降）ですが、「あげ餅」なら8位、「麻布十番 お菓子」なら7位です。

狙ったキーワードで出てこないなら対策が必要です。

ノウハウ7 アクセスされたキーワードを知る

あなたのWEBサイトに実際にアクセスした時に調べるキーワードを確認する方法です。これは「宝の山」と呼んでいます。

アクセス解析ツールでも出てこないあなたしか知らないデータだからです。

アクセスされたキーワードを知るには、Googleサーチコンソールという機能を使います。

使い方がわからない場合は、WEB制作業者（TreasureNeyでも承っています）に聞いてみてください。

Googleサーチコンソール

<https://search.google.com/search-console/>

ログインすると「検索パフォーマンス」という項目が表示されます。



次のようなキーワードとクリック数、表示回数を見ることができます。

クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方	日付
上位のクエリ					
				↓ クリック数	表示回数
				254	5,044
				39	270
				26	95
				24	491
				21	166
				14	123
				12	103

- ①クエリ ▶ 検索した際のキーワード
- ②表示回数 ▶ あなたのサイトが表示された回数
- ③クリック数 ▶ あなたのサイトがクリックされた回数

②表示回数は注意が必要です。

せっかくあなたのサイトが表示されていても、スルーされている可能性があるからです。

考えられる理由は次の通りです。

- ・タイトルに引き込まれなかった
- ・他のタイトルのブログの方が面白そう
- ・あなたのページに辿り着く前にブログで解決してしまった
- ・時間がないのでページを見なかった

その場合は、次のページを見直して改善してみてください。

- ・タイトルのキーワードの特徴（検索意図や検索キーワードが含まれているか？）
- ・ブログのタイトルの型を知る（引き込みキーワードで読みたくなるか？）