

爆発事例集！

1 記事で5 0 0 0 円以上
稼いだ裏側♪

第参章～part5～

【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。

もくじ

爆発事例について♪

爆発例 1

爆発例 7

爆発例 2

爆発例 8

爆発例 3

爆発例 9

爆発例 4

爆発例 1 0

爆発例 5

爆発例 1 1

爆発例 6

爆発例 1 2

爆発事例について♪

■ ブログ運営を始めて3年、今まで多くの爆発を起こしてきました。

その爆発を起こした経験をもとに、12個の事例をご紹介していきたい
と思います。

ぶっちゃけ自分のブログの爆発を公開するのはすごく嫌でした。

僕だけが独占していた穴場もあるので、それを公開してしまったらライ
バルが増えてしまう！！と考えていたからです。

だけど僕がモットーとする

『一緒に稼いで夢を実現させる』

要は、

『やりたいことをやる。やりたいことをさせる。』

ということです。

これを実現するためには、出し惜しみしているわけにはいきません！

なので、一人でも多くの人に稼いでもらうために、今回のマニュアルを
ご用意いたしました。

■ これから紹介する爆発事例は僕が過去に **3万PV以上集めた爆発事例** です。

中には『楽天』を絡めて少ないアクセスで大きな収益を獲得した事例も紹介していますので、ぜひ参考にしていいただければと思います。

解説の仕方は、

- ・『元ネタ』
- ・『キーワード選定』
- ・『タイトルの決定』
- ・『考え方 ポイント』

の4つをそれぞれ順番に解説していきます。

今回紹介する爆発事例はあくまでも僕の考えで起こした爆発ですので、必ずしもこの爆発だけが正解というわけではありません。

なので、これから **あなたがブログで爆発を起こすための考え方として参考に** していいただければ幸いです！！

※爆発事例で登場する人物、団体、施設などの名称のほとんどは僕がアレンジさせていただいた名前になっています。

ですが、名称が違うだけで実際に起こった出来事ですので、その点は問題ありません♪

爆発例 1

1.元ネタ 3万PV

12月〇〇日午前2時ごろ、古潟県糸楊枝市（仮名）のフランス料理店付近から出火。

強風で火が広がっており、付近の住宅や店舗など午後6時半現在、約140棟に延焼している。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：糸楊枝氏

✓サブキーワード：火災 火元 フランス料理店

✓連想キーワード：損害賠償 事故

3.タイトルの決定

『糸楊枝市の火元・フランス料理店の損害賠償はいくら？火災は事故？』

4.考え方

■ このニュースを見た時、まず分かっている事は、

- ・ 糸楊枝市で火災
- ・ 火元がフランス料理店

そして僕がこのニュースで気になった事は

「損害賠償金はすごいことになるんじゃないか？」

「事故なのかな？事件なのかな？」

火元が発覚していない時に書いてれば『火元はどこ？』というようなキーワードでも狙えましたね。

✓ポイント

■ このネタで記事を書いたのはニュースになって8時間後でした。

つまり、時間が経っていても長期的に報道されるようなネタであれば、アクセスを爆発させることのできる穴場は必ず残っています。

時間が経ったから、諦めた～とならないようにしましょう！！

それとリスク回避のためにある程度日にちが経ってアクセス数が下がってきたら記事を削除するようにしましょう。

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『ネタ選定の考え方』

爆発例 2

1.元ネタ 3万PV

1月〇〇日に投稿されたツイッターの動画ツイートで、東八州モノレール（仮名）の線路に立ち入った男子中学生が、撮影者の男子中学生らとともに線路の上を歩いて大笑いしているもの。

その後、約7秒にわたって線路上に寝そべったほか、しゃがみこんだりとやりたい放題でした。

そして、東八州モノレール（仮名）は遅延となりました。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：東八州モノレール

✓サブキーワード：寝そべった 中学生 撮影者

✓連想キーワード：賠償金 逮捕 顔 画像 プロフィール

3.タイトルの決定

『東八州モノレールで寝そべった中学生の顔画像は？賠償金や逮捕は？』

4.考え方

■ この動画ツイートを見た時、分かっている事は、

・ 東八州モノレールで寝そべり発覚

そして僕がこの動画を見て気になった事は、

「東八州モノレールの寝そべり中学生は逮捕されるのかな？」

「遅延の損害賠償ってやばいんじゃない？」

「顔がよく見えなかった」

「撮影者も処罰を受けるのかな？」

撮影者については記事にできなかったのですが、もし書いてればある程度のアクセスを集められたはずなので、書いておけばよかった笑

とにかく、『気になる』があればとことん書いてしましましょう！

✓ポイント

この記事はニュースになる前に書けたので大変美味しい思いをさせてもらいました。

ツイッターで話題になっている事は積極的に書いてみると良いでしょう！

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいらないネタを見つける方法】

『SNS編』

爆発例 3

1.ネタ元 24万PV

大人気アニメ『スイキュー！！（仮名）』の
第3シリーズの放送が終了した。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：スイキュー！！

✓サブキーワード：なし

✓連想キーワード：4期 放送日 ネタバレ

3.タイトルの決定

『スイキューの4期の放送日はいつ？東京予選音谷VS梟駒のネタバレ』

4.考え方

■ 実際にアニメを見て分かっている事は、

- ・ これまでのあらすじ
- ・ 『スイキュー』の第3シリーズの放送終了

実際、僕は原作を読んでいたのでこれからの展開を知っていました。

なので、『原作未読の人』が気になる事はなんだろうと考えて、

「東京予選はどこが優勝するのだろうか？」

「4期の放送はあるのかな？」

『スイキュー 4期』と検索する人が多くなることが予想できますね。

アニメ放送終了時点で『次は東京予選だ！』という事は明らかになっていません。

なので、タイトルに入れたらこの先の展開を知らない人であれば必ず興味を惹いてブログを開いてくれると予想しました。

『4期』だけでなく『続編』も入れたらもっとアクセスを集められたんじゃないかなと思います。

✓ポイント

この記事は『**アニメ放送終了前に**』投稿しました。

つまりこれは『**未来ネタ**』です。

書いた時にはライバルが皆無でしたし、記事のボリュームも圧倒的に仕上げたおかげで、放送終了後に大量のアクセスを集めることができました。

さらに、毎日安定して200PV～500PVのアクセスを集めているので、放送終了直後は『爆発記事』で、その後は『安定記事』に変化を遂げました。

今回のケースは他のアニメネタでも使用することができますね。

この市場は僕がほとんど独占していました。

あまり教えたくなかったネタなので、聞いたからには絶対に有効活用してくださいね！！

アニメは3ヶ月ごとにたくさんの作品の放送終了するので、どんなタイミング、どんな時期からこのネタを使用してもライバルがいないところを狙いやすいのでオススメ♪

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『ネタ選定の考え方』

爆発例 4

1.元ネタ 4万PV

大人気ゲーム『ニセモン（仮名）』を題材にした新しいスマホアプリ『ニセモンGO（仮名）』が日本で配信されました。

しかし、住居侵入や過失傷害、病院に複数の人が入り込み歩きスマホをする人や、立ち入り禁止区域に侵入する人まで現れ、マナーや問題点について考えられるようになりました。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：ニセモンGO

✓サブキーワード：マナー 問題点

✓連想キーワード：廃止 配信終了

3.タイトルの決定

『ニセモンGOのマナーや問題点。廃止や配信終了の可能性は？』

4.考え方

■ 『ニセモンGO』が話題になってから、利用者のマナーが非常に問題となりました。

そこで『次に気になること』を考えると、

- ・ マナーは明確にされているのだろうか？
- ・ 廃止や配信終了の可能性はあるのか？

ニュースサイトなどのタイトルだけ見てネタ選定する人がいますが、実際に記事本文を読んで見ないと『次に気になること』を明確にすることはできません。

このネタも実際にニュース記事本文を読んだことで

「もしかして・・・？」と思い、記事にすることができました。

今までタイトルだけでしかネタ選定していなかった人は、記事本文も読むことを心がけましょう！

✓ポイント

■ 名称は違いますが『ニセモンGO』は一大ブームとなりましたね。

ここで僕が抑えたのは『ポジティブなポイント』ではなく

『**ネガティブなポイント**』です。

特に『ニセモンGO』は、トレンドとしても最高に話題を集めていたし、多くのブログ実践者は『ポジティブなポイント』と『ゲーム攻略』などの記事を書いていたので、ライバルはほとんどいませんでした。

爆発を起こすために必要な

『**需要>>>供給**』と『**ずらし**』を圧倒的にクリアしていたので大きなアクセスを集めることができました。

トレンドで話題となっていることは、『ポジティブ』と『ネガティブ』で分けるられるネタがほとんど。

もし『ポジティブ』なら『ネガティブ』な要素を、

『ネガティブ』なら『ポジティブ』な要素の可能性も考えることで、ほかのライバルとは真逆の考えなので、圧倒的にライバルを差別化することができることもあるので、ぜひ意識してみましょう！！

<参考>

【第貳章～part6～キーワード選定の極意】

『ライバルと差をつけるキーワード選び』

爆発例 5

1.元ネタ 10万PV

大人気漫画『銅魂（仮名）』の実写映画化が決定しました！！

2.キーワード選定

✓メインキーワード：銅魂

✓サブキーワード：実写映画化

✓連想キーワード：キャスト 原作のどこからどこまで 本当

3.タイトルの決定

『銅魂が実写映画化って本当？キャストは？原作のどこからどこまで？』

4.考え方

■ 実はこの記事は『銅魂』の実写映画化が決定する前に、書いていた記事です。

『銅魂』のアニメはテレビ東京系で放送されていて、テレビ東京が「近々人気作品で重大発表がある」的なニュアンスでコメントを残していました。

この時、「もしかしたら銅魂が実写化するんじゃない？」という予想ツイートを僕は目にしました。

もし本当に『銅魂』が実写化したら爆発を起こせると考えた僕は、あらかじめ上記のタイトルで記事を仕込みます。

すると、1週間後に『銅魂』の実写映画化が決定。

実写化が発表されるまでライバルは皆無だったので、

『銅魂 実写 キャスト』

『銅魂 実写 本当』

『銅魂 実写 どこまで』

などのキーワードでアクセスを集めていました。

✓ポイント

■ 実際の実写映画化が決定する前に、ツイッターで話題となっていたため、あらかじめ記事を仕込むことに成功。

まだ確定していないこと、これから確定するかもしれないことは自分だけでは考えつかなくても、**ツイッターの予想は当たることが多い**ので、彼らを参考にして、『未来予想記事』を書いてみましょう！

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがないネタを見つける方法】

『SNS編』

爆発例 6

1.元ネタ 3万PV

違法薬物を使用した疑いがあると週刊誌サタデー
（仮名）から報じられた俳優の有宮広実（仮名）が
芸能界を引退することを発表しました。。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：サタデー

✓サブキーワード：なし

✓連想キーワード：廃刊

3.タイトルの決定

『サタデー廃刊の可能性は？週刊文秋などの週刊誌は人生を狂わせる？』

4.考え方

■ このネタを見つけた時、もうすでに

『有宮広実 引退 なぜ』

『有宮広実 薬物 本当』

などのようなトレンドキーワードは全てライバルに埋め尽くされていました。

直接的なキーワードで記事を書いてもライバルに埋れてしまうのではないかと考えて、あえてメインキーワードを『有宮広実』にせずに、

『サタデー』という切り口でキーワードを考えました。

SNSなどでは、

「サタデーの誤報だ！」

「サタデーのせいで有宮広実さんが引退になったじゃないか！」

という声が非常に多かったので、

「もし誤報ならサタデーが廃刊するかも？」

と、少し安直に考えたのですが、僕と同じような疑問を抱くユーザーが多かったので、上記のタイトルでアクセス爆発を起こすことに成功しています。

報道のメインだけに気を囚われるのではなく『**メインにまつわる何か**』にも目を向けることで、ライバルと差をつけることができますよ！

✓ポイント

■ 今回はメインキーワードを大胆に『ずらし』たことで、ライバルに圧倒的な差をつけることができました。

当時は記事を早く書かないと！と焦っていたため、タイトルに検索されない長いキーワードが多かったのが勿体無いですね。

そのあとに、関連記事で『**廃刊運動 署名活動 不買運動**』などのキーワードで記事を書いたところ、こちらにも1万アクセス程度流すことに成功しています。

爆発したら関連記事を書くことを忘れずに♪

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『SNS編』

【第弐章～part6～キーワード選定の極意】

『ライバルと差をつけるキーワード選び』

爆発例 7

1.元ネタ 1万PV（楽天）

2017年8月24日に

『ハレトーク 美容ファースト芸人（仮名）』が放送されました。

そこで紹介された芸人たちの美容法が男性からだけではなく女性からも反響を得ていました。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：ハレトーク 美容ファースト芸人

✓サブキーワード：美容グッズ

✓連想キーワード：化粧水 美容液 メーカー

3.タイトルの決定

『美容ファースト芸人の美容グッズは？美容液や化粧水のメーカーは？』

4.考え方

■ テレビで紹介された商品を見たユーザーは

「私も同じ商品ほしい！」

と、購買意欲が非常に高まります。

これを狙わない手はありませんね。

なので実際に『ハレトーク』で紹介された美容法や美容グッズについての記事を書いたところ、1万アクセス集めることができました。

同じ商品が楽天にあったのでアドセンス含めて**1万5千万円**稼ぐことができました♪

✓ポイント

■ 特にゴールデンタイムで紹介される商品は影響力が高いので、非常に多く検索されます。

そこに楽天やASPを絡めることが、少ないアクセスでもアドセンスよりも圧倒的に稼ぐことができます。

どの番組が商品を紹介することが多いのか、

どの番組が紹介したらたくさんアクセスを集められるのか、

どの番組にライバルが少ないのか、

を見極めて、ライバルがいない市場を独占してしましましょう！！

ちなみに、**ドラマで着用している衣装や、バラエティ番組に番宣で出演した女優や俳優の衣装**なんかもすっごく検索されますよ♪

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『テレビネタ編』

【第肆章～part 3～楽天で毎月10万円以上稼ぐ戦略！】

『楽天×トレンド』

爆発例 8

1.元ネタ 4万PV

人気が社会現象にもなった歌手の小室美佐枝さん（仮名）が、1年後の9月で、芸能界から引退することを明らかにしました。

小室さんは引退について、「長年、心に思い、デビュー25周年という節目の年に決意した」とコメントしています。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：小室美佐枝

✓サブキーワード：引退

✓連想キーワード：なぜ 理由 今後

3.タイトルの決定

『小室美佐枝の引退はなぜ？本当の理由は？引退後や今後について！』

4.考え方

■ 人気歌手の突然の引退だったので、非常に話題となっていました。

『[ニュースダイジェスト](#)』というスマホアプリの速報通知で、いち早くこのニュースの記事を書くことができました。

おそらく、**一番最初に小室美佐枝さん引退の王道キーワードで記事を仕上げた**のは僕なんじゃないかって思います。

10分後20分後にもライバルが現れましたが、しばらくは1位をキープすることができたので、多くのアクセスを集められました。

この時の順位変動は凄かったですよ笑

たぶん、1位～10位は網羅したんじゃないかなってくらい♪

まだ報道されてから数分しか立っていないありがちなニュースな場合は、スピード勝負で王道のキーワードを狙って良いでしょう！

✓ポイント

■ 速報記事で王道キーワードで攻める場合、記事を投稿した後にも、**何度か記事に修正を加える**ようにしましょう。

ライバルも同じキーワードで記事を書いているため、彼らとの差をつけるためには、どんどん記事の質を濃くしていかないとすぐに埋れてしまいます。

今回書いた記事は、最初は1位だったのですが1時間くらいで2位～5位くらいに転落。

しかし、記事を修正したところ、1位に返り咲くことができました。

投稿後、すぐに記事を修正するライバルは多くないので、ライバルと差をつけることができます。

適度に記事を修正していると、**Googleからも評価が高いと思われて、上位表示されやすくなりますよ！**

<参考>

【第参章～part1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『アクセスを集めやすいネタ』

爆発例 9

1.元ネタ 1万PV（楽天）

ただ回すだけのおもちゃ『ハンドスピナー』が流行し、

人気ユーチューバーたちも、その波に乗り数々のハンドスピナーを紹介しました。

そんな中、日本一のユーチューバーが『ハンドスピナー』を紹介し、その形から『部族（仮名）』と『蛇口（仮名）』と命名した。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：ハンドスピナー

✓サブキーワード：部族 蛇口

✓連想キーワード：販売店 値段 回らない

3.タイトルの決定

『ハンドスピナー部族と蛇口の販売店は？値段や回らない時の対処法！』

4.考え方

■ 人気ユーチューバーが紹介する商品は、TVと同じくらい影響力があるので、めちゃくちゃ売れます。

特に、ユーチューバーは子供向けの商品を紹介することが多いので、子供達はその動画を見てお母さんお父さんに

「僕もこれが欲しい！」

とねだって、おもちゃを買ってもらおうという流れになりやすいのです。

それに、今回は人気ユーチューバーが勝手に命名したのですが、その呼び方が当たり前になり、

『ハンドスピナー 部族（蛇口）』

と検索するユーザーが多く、一気に検索需要が高まりました。

そこに目をつけて記事を書いたところ、ライバルは皆無だし楽天を絡ませたことで、**たった1万アクセスで2万円以上を稼ぐことができました。**

✓ポイント

■ もともと『ハンドスピナー』は多く検索されていましたが、

『部族』と『蛇口』という組み合わせでは検索はされていませんでした。
つまりは、『**昨日までは無名だったけど、今日話題になった**』ことですので、ライバルは皆無で、当然爆発を起こすことができますね。

ユーチューバーは毎日動画を更新しているので、今回の爆発例のようなことを頻繁に起こすことができます。

それに、おもちゃを紹介してくれたり、勝手に命名なんかもしてくれれば、僕らにとっては『トレンドワード』になるので、ウハウハですよ！！

ユーチューバーネタは取り組む人が本当に少ないので、特にYouTubeの動画をよく見る人は、『ネタ選定』も兼ねて見るようにしましょう！

僕のコンサル生も『ユーチューバーネタ×楽天』で月8万以上稼いでいる人もいますので、ぜひ取り組んで見ましょう！

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『ユーチューバーネタ編』

【第肆章～part 3～楽天で毎月10万円以上稼ぐ戦略！】

『楽天×トレンド』

爆発例 1 0

1.元ネタ 3万5千PV

『脱力！全力オクロック！（仮名）』という番組で、芸能リポーターの方が、『芸人Aと女優Bが不倫関係再燃？』という話題を暴露しました。

この二人が誰なのかというのは最後まで明らかにならず・・・。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：芸人A 女優B

✓サブキーワード：不倫

✓連想キーワード：名前 誰

3.タイトルの決定

『芸人Aと女優Bは誰？不倫関係と名前は？全力オクロックで暴露！』

4.考え方

■ たまたまテレビを見てた時に、芸能リポーターの方が

『芸人Aと女優Bが不倫関係再燃？』という話題を出し、それからはイニシャルトークが続きました。

これはもう、トレンドブログ書いてくださいと言っているようなものですね。

イニシャルトークの場合、視聴者は必ず『誰だろう？』と気になって検索してきます。

その回答を用意してあげることができれば、ライバルもほぼほぼ皆無ですし多くのアクセスを集めることが可能です。

圧倒的な『**需要**>>>>>**供給**』が成立しますね♪

✓ポイント

■ テレビを見るときは、芸能人の言動を注意深く聞くようにしましょう。

今回のケース以外にも芸能人の言動からは多くのアクセスを集めることができます。

今回のネタは**ネットニュースに乗る前に記事にすることができた**（15分くらいで）のが大きいです。

テレビ番組終了後にもアクセスを集めますし、ネットニュースに掲載されてからも大きくアクセスを集めてくれます。

テレビをよく見る人は、ただ楽しむだけではなく芸能人の言動にも注意を向けていただければと思います。

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『テレビネタ編』

爆発例 1 1

1.元ネタ 1万PV

『ホント！？ですかTV（仮名）』という番組で、様々な腰痛改善方法が放送されました。

なんと脳の絵を見ると解消されるという・・・

2.キーワード選定

✓メインキーワード：ホントですかTV

✓サブキーワード：腰痛改善方法 脳の絵

✓連想キーワード：日付 画像

3.タイトルの決定

『ホントですかTV紹介の腰痛改善方法！脳の絵の画像は？〇月〇日』

4.考え方

■ 番組で紹介される『〇〇改善法！』みたいなことは一度番組を視聴しても録画していない人は「どうやるんだっけ？」と忘れることが多いので、ストレートに

『ホントですかTV 腰痛改善方法』

というキーワードで狙いましょう！

こういったネタは番組を見ていないと書けないため、ライバルはほとんど皆無なので、大きなアクセスを集めることができます。

✓ポイント

■ 今回の番組のお題は年配の方をターゲットに構成されていました。

これって僕らにとっては非常に有利なんですよ。

年配の方々はネットに疎い人が多く、記事に訪問した時に広告を広告だと思わずにクリックするためクリック率も高くなります。

それと、『〇〇改善法！』みたい番組は関連する楽天商品も絡めやすいのでオススメ！

今回の記事では『腰痛サポーター』の楽天広告を貼ったところ、

1万PVでアドセンス含めて8000円稼ぐことができました♪

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『テレビネタ編』

爆発例 1 2

1.元ネタ 5万PV

ドラマ『そして俺はいなくなった（仮名）』にて未だ明かされない**犯人**。

放送終了後はSNSで犯人予想で盛り上がるのだった。

2.キーワード選定

✓メインキーワード：そして俺はいなくなった

✓サブキーワード：犯人

✓連想キーワード：正体 誰 人物名 ネタバレ

3.タイトルの決定

『そして俺はいなくなったの犯人は山田太郎？正体が誰かネタバレ！』

4.考え方

■多くのトレンドブログユーザーはドラマのネタバレ記事を書く時に

『ドラマ名 犯人 ネットバレ』

『ドラマ名 最終回 ネットバレ』

というようなキーワードで記事を書いている人が大半です。

彼らと差別化するためには別のキーワードでタイトルを決定します。

犯人の正体が明かされていないドラマでのオススメなのが『**怪しい登場人物**』を片っ端から記事を書いていくこと。

人物名をピンポイントで記事を書いている人はほとんどいないので、アクセスを独占することが可能です。

✓ポイント

■ ほぼ毎クール、放送されるドラマのどれかは『犯人』がいるため、ネタに困ることはありません。

犯人ネタで記事を書く手が止まる場合、SNSを利用するのも一つの手です。

SNSではだいたい犯人予想で盛り上がるため

- ・ どうして怪しいのか？
- ・ どういう目的があるのか？

などを考察している人が多いので、SNSユーザーの意見を記事に反映すれば良質な記事が完成します。

ドラマネタバレネタは『ピンポイント』で記事を書くのがポイント！！

『謎』とか『犯人』とかだけではなく、何かキーワードを組み合わせるとライバルとの差別化を狙いましょう！

<参考>

【第参章～part 1～ライバルがいないネタを見つける方法】

『テレビネタ編』

まとめ

■ いかがだったでしょうか？

無料レポートでここまでのことを書いている人はそうそういないんじゃないかな♪

『クオリティがやばい！』

『その辺の有料レポートより濃い内容だ！』

とっていただけたら嬉しいです！

ですが僕は『その辺の有料レポート』ではなく、

『**高品質な有料レポート級**』のクオリティを追求したつもりです。

爆発事例も相当ヤバイ内容ですが、『**第肆章**』からはさらに踏み込み、
僕が実際に取り組んだ『**既存ブログの収益を拡大する方法**』である

『**楽天**』や『**ASP**』での収益化の方法までも暴露させていただきました。

今回の『爆発事例』でもちょいちょい楽天を絡めた記事を紹介しましたが、その裏側の暴露です♪

おそらく『無料レポート』でここまでの内容を追求したのは僕が始めて
なんじゃないでしょうか？

どうぞ、存分に今回のレポートを活用してくださいね♪

PS. 『（仮名）』を使っていますが、途中からはなんか連想ゲームみたいな感じになってるので、普通にバレてしまうかもしれませんね笑

作成者：アキラ

連絡先：info@akira-ogura.com

公式ブログ：<http://akira-ogura.com>

メルマガ：[freedomLIFE！資産ブログ構築戦略！](#)