

とっておきの ネタ選定方法！

第参章～part 1～

【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、違反件数と金壱万円を乗じた価格の10倍の金額を支払うものとしします。

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

- ①ネタ選定の考え方
- ②アクセスを集めやすいネタ
- ③テレビネタ編
- ④ユーチューバーネタ編
- ⑤SNSネタ編

ネタ選定の考え方

■トレンドブログ実践者は記事を書く際に、必ずネタ探します。

実際、ネタというものはどこにでも転がってはいるのですが、
初心者の方やある程度慣れてきた人ほどネタを探す感覚を見失ってしまいがちです。

まず、本当にトレンドブログを始めたばかりの初心者の場合、
そもそもこういったサイトでネタを探せばいいのか分からないかと思えます。

基本的には初心者も経験者も狙うべきネタの考え方は同じです。

例えば、

V6の森田剛さんと女優の宮沢りえさんが結婚！！

というニュースが実際にヤフーニュースに掲載されていました。

ニュースで見つけたネタを考える際、いくつか意識すべき点があります。

- ・次に何が気になるのか

- ・次に何が起こるのか

この2つのいずれかの『疑問』が当てはまらなければ、それはネタとしては弱いでしょう。

今回のニュースの場合、

「2人の馴れ初めってなんだろう？」

「結婚式はいつだろう？場所はどこだろう？」

「結婚指輪のブランドはなんだろう？」

などの『疑問』が思いつきました。

ニュースを見たときに、そのニュースの内容に『疑問』がないものは、ネタとして採用することはできません。

例えば、

森田剛さんは所属事務所を通して、報道関係各社へ向けたポストカードとカステラを送って宮沢りえさんとの結婚を報告しました。

カステラは三重県のカステラ専門店「DE CARNERO CASTE MIE」で作られたものです

これも実際にニュースサイトに掲載されていました。

だけど、このニュースには『疑問』がありません。

トレンドブログ実践者でよくあることなんですが、

多くの人は『もうわかっている事』を記事にしてしまうことがあります。

具体的にどういうことかというと、このニュースの場合、

- ・『森田剛さんと宮沢りえさんの結婚について』をニュースサイトと同じようなことしか書かない（先ほどの『疑問』ならOK）

- ・『森田剛さんが送ったカステラのブランドは何？』について

を書いてしまいがち。

これはもうニュースサイトに情報が載っているため、そのニュースを見たユーザーが検索することはほとんどありません。

そのため、誰も検索しないのでアクセスはほとんど集まらないです。

そのニュースを見て、

- ・次に何が気になるのか

- ・次に何が起こるのか

などのユーザーの『疑問』をしっかりと意識してネタを探すようにしましょう。

アクセスの集まりやすいネタ

■ トレンドブログを実践する上で、欠かせないサイトをいくつかご紹介します。

みんなが使っているサイトということは、それだけアクセスを集められるのですが、だけどライバルが多いということは忘れないでください。

■ ヤフーニュース

→月刊閲覧数100億PVを誇る、日本人が一番利用しているニュースサイトです。

なので、ここでニュースが取り上げられるとすごく話題となります。

■ livedoorニュース

→Yahoo!ニュースには取り上げられていないニュースが掲載されることがあり、さらにはlivedoorニュースで話題になってからYahoo!ニュースに掲載されることがあるので、積極的に狙って行きましょう。

■ LINEニュース

→最近利用者が増えていることもあり、こ子に取り上げられたニュースが、若者を中心に話題となったりします。

スマホ用のアプリもあるので、通知を受け取る設定をONにして、いつでも情報をキャッチできるようになりましょう

■ ニュースダイジェスト

→速報系のネタにめっぽう強いサイトはこれですね。

トレンドブログ実践者のほとんどは知らないサイトだと思います。

スマホアプリ版だとリアルタイムのニュースを通知して知らせてくれる機能もありますので、ネタを探していないときでも、勝手にネタ探しをしてくれるので、ぜひインストールしておきましょう。

僕も、このサイトだけで多くの爆発記事を生み出していますので、是非活用してみてください。

テレビネタ編

■ 僕やコンサル生の経験から、テレビネタって本当にアクセスが集まります。

芸能人の発言がニュースサイトに掲載されることもありますので、それらをテレビを見ていた時に、あらかじめ書くことができていれば、相当多くのアクセスを集めることが可能です。

テレビネタには『3パターン』あるので、これらをうまく活用して行きましょう。

I.テレビでの芸能人の言動

II.テレビドラマネタ

III.テレビで紹介された商品や店

それぞれについて説明して行きます。

1.テレビでの芸能人の言動

■ 芸能人の発言って非常に話題となることが多いです。

なので、特にトーク番組なんかは狙い目ですね。

例えば、芸能人Aがテレビで

「嫌いな芸能人は〇〇〇〇です」と発言したとします。

基本的には、モザイクがかかったり、ピー音が入って、その人物が誰だったのかどうか分からなくなることがあります。

ここが狙い目ですね。

テレビを観ていた人は、このモザイクがかかった人が誰なのか気になるわけです。

その時に、「芸能人Aの嫌いな芸能人って誰？」

のようなタイトルをつけることができればアクセスを集めることができます。

イニシャルで発言された時も同じように

「芸能人Aが嫌いな芸能人イニシャルS.Oって誰？」

のようなタイトルをつけましょう。

■ ではなぜアクセスが集めることができるのでしょうか？

理由は、検索需要とそれに応える記事の需要と供給が、

需要 > > > > **供給** となっているからです。

検索需要が高まっているのに、ネット上に情報が少ない場合、
この状態で記事を書くことができれば、SEO的に弱い初期のブログでもGoogleが優先的に上位表示してくれるようになります。

テレビを実際に観ている人は非常に使いやすいので、

テレビを観る機会が多い人は、ぜひ意識して積極的に狙って行きましょう。

II. テレビドラマネタ

■ ドラマネタを書く際、多くの人は

「ドラマ名+あらすじ」 「ドラマ名+視聴率」 「ドラマ名+ネタバレ」

とか、ありきたりなタイトルをつけがちになっています。

これは完全に思考停止です。

上記のタイトルだと、ドラマを見ていない人でも他のトレンドブログを参考にすれば、容易にかけてしまうためライバルが多すぎてアクセスを集めるのが非常に難しくなってしまいます。

確かに上位表示することができれば、爆発的なアクセスを集められるのですが、まず無理でしょう。

なので、

ドラマを見てる人しか書けないことを記事にしましょう。

■ 「どういう事？」と感じている人のために、具体的に解説します。

例えば、2017年4月期よりフジテレビで放送が開始された『僕たちがやりました』というドラマがあります。

この時、トレンドブログを運営している人のほとんどは、

・ 『僕たちがやりました あらすじ』

・ 『僕たちがやりました ネタバレ』

・ 『僕たちがやりました 最終回』

というような王道のキーワードでタイトルをつけています。

もちろん、月5万円以上稼げているようなブログであれば、このようなタイトルで狙ってもある程度上位表示できる可能性は期待できるかもしれません。

しかし、トレンドブログを始めたばかりの人が、いきなりこのようなタイトルで記事を書いたとしても、当然上位表示することができずに、アクセスを集めることはできません。

だからこそ、『**ドラマを見てる人しか書けないこと**』

を記事にするべきなんです。

■ 例えば、

・『僕たちがやりましたの真犯人の正体は誰？』

・『僕たちがやりましたのトビオと蓮子は結婚する？』

・『僕たちがやりましたの今宵と伊佐美の恋の行方は？』

こういうタイトルの記事を書いたところ、かなりのアクセスを集めることができました。

『犯人 正体』というのも、今では王道のキーワードになりつつありますが、こういうタイトルで記事を書いている人は基本的に原作を読んでいないので、

もしあなただけが原作を読んで濃い記事を書くことができれば、かなりの確率で上位表示されますし、アクセスの爆発だって可能です。

『トビオ』は主人公で、『蓮子』はヒロインなのですが、
トビオがとある事件を犯してしまって、

「2人は結ばれるの？」

「2人は別れちゃうのかな？」

「2人は結婚しそう」

とか、ドラマが放送されるたびにTwitterで話題になっていたのも、かなりのアクセスを集めることができました。

同じように、サブキャラである『今宵』と『伊佐美』の恋愛模様も気になる人が多かったです。

これらは絶対に『**ドラマを見てる人しか書けない**』記事です。

ドラマを見ている人しか分からないこと



ドラマを見ている人が必ず気になること



必ずアクセスが集まる

Ⅲ.テレビで紹介された商品や店

■ 例えば、お昼の番組やバラエティ番組で芸能人が家電製品店に訪れて、そのお店の商品を紹介したり、オススメのレストランを紹介している時があると思います。

こんな時に紹介された商品名やお店は、トレンドネタになります。

なので、テレビ番組を見ているときは常に、

『世間の人はこの番組を見て何が気になるのだろうか？』

という視点を持つように意識しましょう！！

■ 例えば、

『アメトーク！美容ファースト芸人』というのが放送されました。

美容にこだわりを持った芸人たちが、各々の美容グッズや美容法を紹介していて、放送されてからはYahoo急上昇ランキングにも上がっていました。

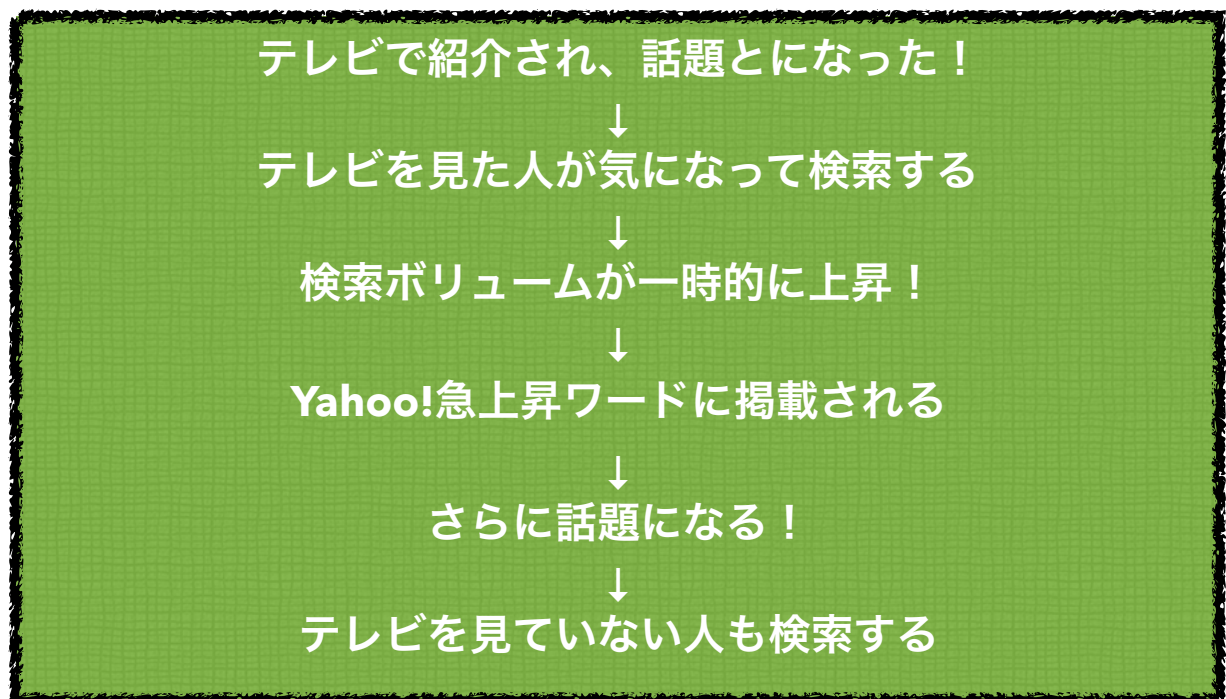
僕はテレビで紹介された瞬間から記事を書いていたので、かなりのアクセスを集めることに成功しています。

【タイトル】

『アメトークの美容ファースト芸人の美容法！』

〇〇（商品名）と〇〇（商品名）の値段や評判は？』

というようなタイトルで記事を書いたところ、放送直後から大量のアクセスを集めることができました。



■ 話題になりそうなテレビネタは、Yahoo!急上昇ワードに掲載される前に記事を書くことができれば、ほぼ間違いなく爆発を狙うことができます。

それにテレビを見ながら記事を書くことで、

Yahoo!急上昇ワードを見て書いた人より先に仕込むことができるので、ライバルに差をつけることができます。

ユーザーネタ編

■トレンドブログを運営していくことでまず理解して欲しいのは、
トレンドブログの運営はいつだって『受け身』ということ。

Yahoo!ニュースで取り上げられたニュースを僕たちは記事にしているわけですが、それって結局、

Yahoo!ニュースが取り上げなければ知ることができない情報
ということ。

例えば、仮に

『新垣結衣さんと星野源さんが結婚しました!』

というニュースが報道されたとします。

これを知ることができるのは、

- ・テレビで放送された時
- ・ニュースサイトに掲載された時
- ・新聞を読んだ時

だと思います。

新垣結衣さんと星野源さんが結婚！



ニュースサイトに掲載される



それを見て2人が結婚したのを知る

■ Yahoo!ニュースなどのニュースサイトに掲載されない限り、
僕たちトレンドブログ運営者は情報を知ることができません。

だけど、『受け身』になってばかりだと、変化に対応するのも遅れてしまいます。

■ ニュースサイトに掲載される前に、情報を仕入れて記事を書くことができれば最強じゃないですか？

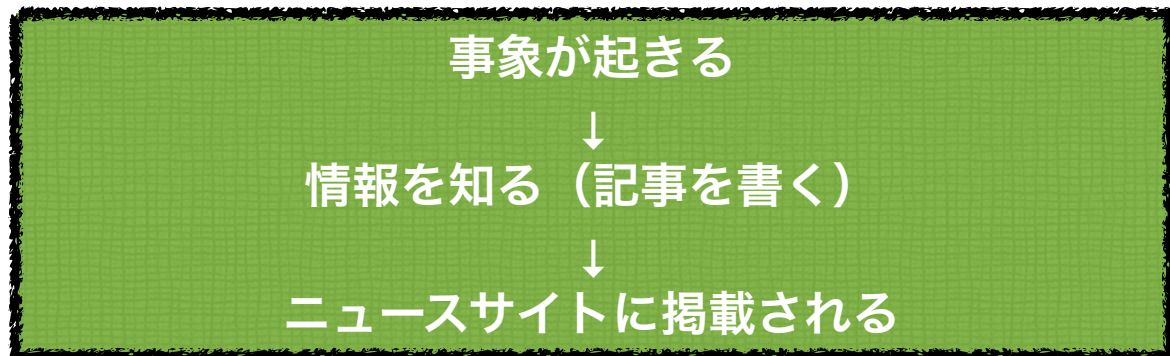
それを可能にしてくれるのが『**ユーチューバー**』の存在です。

※『ユーチューバー』というのは、『Youtube』に動画をアップしている人たちのことです。

有名なのは、『ヒカキン』『はじめしゃちょー』『ヒカル』などですね。

■ 彼らの動画は『YouTube』にアップされるまでは、当然話題になることはありません。

だからこそアップされたばかりの動画を見てからすぐに話題になりそうなことを記事にすることで大量のアクセスを集めることができます。



■ やり方は、先ほどのテレビネタと同じですね。

ただ『ユーチューバー』をネタにする理由はこれだけではありません。

『ユーチューバー』は動画を上げることで収益を得ているため、

ほぼ毎日動画をアップしています。

つまりは、毎日ニュースサイトに掲載される前に記事を書くことができるチャンスがあるということです。

チャンネル登録者数が50万人くらいだったとしても、

その動画を50万人以上の人が視聴するということなので、

その一部だけでもアクセスを集めることができれば非常に美味しいですね。

これが100万人、200万人と多ければ多いほど、甘い蜜をすすれる可能性が高いというわけですね笑

それに大体の動画をアップする時間も予想はつきますし、通知を受け取ることも出来るので、まさに、

トレンドブログ運営者にはありがたい人たちなんです。

最近では、『ユーチューバー』のテレビ出演も増えてきたり、

ニュースサイトに掲載されることも多くなったので、『ユーチューバー』の認知度も理解度も増えてきて、検索ボリュームもかなり増えています。

それなのにも関わらず、今のトレンドブログ運営者は『ユーチューバー』を狙っている人が少なく『受け身』の姿勢の人が多いです。

ぜひ一つの視点として『ユーチューバー』を狙うことを意識してみてくださいね。

■ 『ユーチューバー』が紹介した商品や訪れたお店なども当然、検索されます。

『楽天』や『ASP』も絡めやすいので、少し慣れた人は狙ってみましょう。

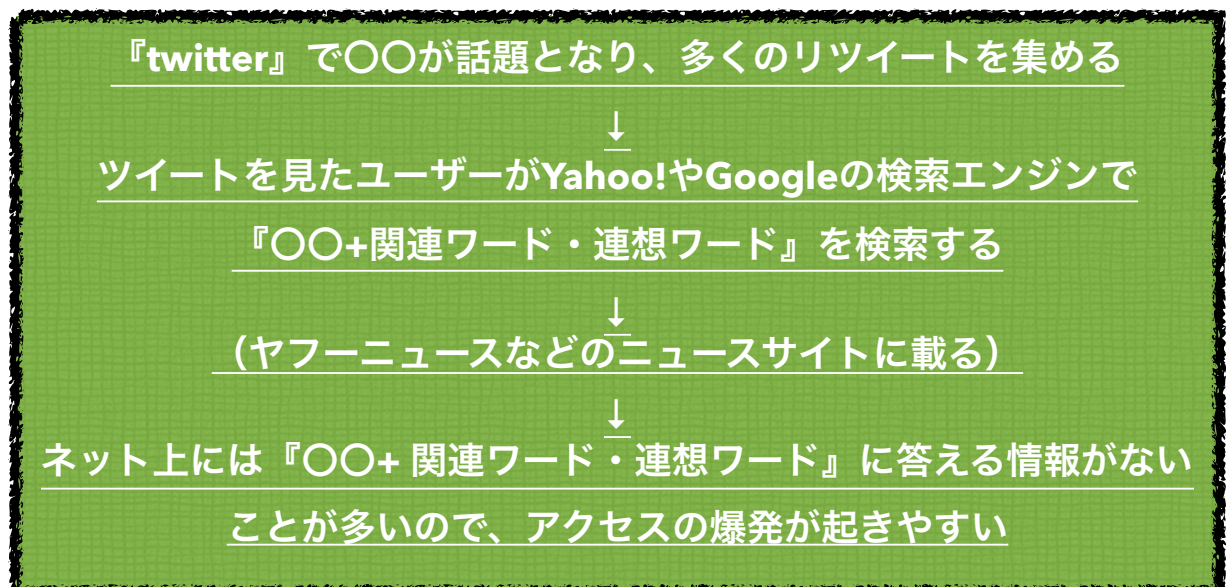
SNS編

■ SNS、特に『twitter』で話題になっていることは、トレンドブログのネタにするのに非常に便利な手段。

アクセスの爆発を狙うには非常に相性抜群なんです。

2017年以降は『Instagram』も『インスタ映え』が流行語になるくらい注目を集めるほどですし、しかもブルーオーシャンなので、
トレンドブログ運営者は積極的に狙っていきましょう！

『twitter』のネタを使ってアクセスの爆発を起こす流れとしては、



■ 『twitter』で以下のツイートがたくさんリツイートされていました。

コンビニのコーンポタージュを買ったら、中身が腐って黒くなり吐瀉物のような味がしたというツイートがされていました。

このツイートに対して「嘘じゃないのか？」という返信が相次ぎ、炎上していました。

これに対して、

【タイトル】

『コーンポタージュが腐ってたツイートは嘘？△△や□□は？』

というようなタイトルで記事を書いたところ、かなりのアクセスを集めることに成功しました。

『twitter』で話題になると、それに対するユーザーの『疑問』もリプライ（返信）でおおよそ確認することができるので、『連想ワード』を見つけやすいのです。

当然、ライバルは皆無でしたし、さらにYahoo!ニュースにも載ったので、非常に大きなアクセスを集めてくれました。

■ ニュースサイトに掲載される前に、『twitter』で大量リツイートされているツイートを記事にすることができれば、

ほぼ間違いなくアクセスの爆発を起こすことができますので、

「書こうかな？」と迷うぐらいならサクッと書いてしまいましょう！！

作成者：アキラ

連絡先：info@akira-ogura.com

公式ブログ：<http://akira-ogura.com>