

# 本質を抑えた記事構成 が一番稼げる！

第貳章～part 3～

### 【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。

# 本質を抑えた記事構成

## ■「情報がどこにもなくて、記事が書けない。。。」

なんて悩みを抱えている人が多いのがブログ初心者の現状です。

もちろんその気持ちはわかります。

ブログ始めたては、いろいろなサイトを見てどんなネタを狙えばいいのか、どんなキーワードで狙えばいいのか、どこで情報を集めればいいのか。etc、、、

数々の疑問を調べた結果、結局解決せずに疑問だけが残ってしまいます。

コンサルを受けている方ですら『このネタアクセス集まるから書いたほうがいいよ』と言われても、上述したように「情報がないから書けないんです」と言ってしまう人が多いんです。

なので、ここでブログ初心者と実践しているけどうまくいかない人に

## 『ブログでアクセス爆発を起こすための需要と供給の関係』

を理解してもらおうと思います。

## 【アクセス爆発の需要と供給の関係】

**需要 >>> 供給：高い確率で爆発が起きる**

**需要 = 供給：比較的爆発が起きる**

**需要 < 供給：初期ブログや弱いブログでは爆発は起きない**

『需要』 = その情報を気になる人が多い

『供給』 = その情報に関する記事がない、少ない

上記の構図をしっかりと理解しましょう。

本質を理解することで、今までは偶然起きていた爆発も、これからは狙って爆発を起こすことが可能になってきます。

**「情報がないから記事が書けない。。。」**

つまり、この状態が一番アクセスの爆発が起きやすい状態なんです！！

ただ、そうは言ってもじゃあ『情報がない』状態でどうやって記事を構成すれば良いのでしょうか。

それについてを以下より解説していきます。

## 【3つのブログの価値提供】

### ①正しい情報を伝える

### ②情報の整理整頓

### ③情報の考察

はっきり言うと、ほとんどのトレンドブログを実践している人や、サイトアフィリに取り組んでいる人は、価値提供の『①正しい情報を伝える』しか実は意識していないんです。

だから、「情報がないから記事が書けない」とか言ってしまいうんですよ。

なのでこのマニュアルを読んでいる人は、

『②情報の整理整頓』『③情報の考察』をしっかりと学んで、これからのブログ運営に生かしていただければと思います。

抽象的な話をしても仕方がないので、具体的な例で話を進めて行きましょう。

## 《事例》

『逃げるは恥だが役に立つ』に出演していた新垣結衣の衣装のネタで記事を書こうと思った。

### 【タイトル】

『新垣結衣（逃げるは恥だが役に立つ）のエプロンのブランドは？』

■ このタイトルで記事を書こうとした時、2パターンを想定できます。

1：エプロンのブランドがわからない（Twitter、ネット検索）

2：エプロンのブランドがわかる

1の場合、価値提供の『②情報の整理整頓』『③情報の考察』使って記事を書いて行きましょう。

■ Twitterで『新垣結衣 衣装』と検索してみると、

新垣結衣の過去のドラマの衣装や映画の衣装などの情報がずらりと並んでいますね。

あとは『②情報の整理整頓』です。

そして次の『③情報の考察』に移行します。

例えば、新垣結衣さんが過去のドラマで着用していた衣装の情報が分かっているの、その情報を載せます。

「『逃げるは恥だが役に立つ』で新垣結衣さんが着用していたエプロンはまだ特定することができなかったのですが、以前放送されていた、

『リーガルハイ』で着用していたエプロンも可愛かったですよね？

ブランドは。。。」

という風に、記事を構成していくことが可能です。

■ あくまでもユーザー視点で記事を構成して行きます。

「なんだ、『逃げるは恥だが役に立つ』のエプロンはないのか～～。」  
だけ思われて終わらせるのではなく、

「なんだ、『逃げるは恥だが役に立つ』のエプロンはないのか～～。え？  
『リーガルハイ』ではこんな可愛いエプロンをつけてたの？！欲しい！」

という風に、『残念』ではなく『満足』で終わる記事構成を目指しましょう。

・ユーザーは何を求めているのか

・どうしたら満足してくれるのか

をきちんと考えるようにすれば、自ずと質の高い記事が完成します。

巷に言われる質の高い記事は『文字数の多い記事』と言われがちですが、  
本当に質の高い記事というのは、上記で挙げた3つの価値提供が揃って  
いる記事のことです。

**ユーザー目線＝読まれる記事＝Googleからの評価が高い＝稼げる**

作成者：アキラ

連絡先：[info@akira-ogura.com](mailto:info@akira-ogura.com)

公式ブログ：<http://akira-ogura.com>