

ネタワン秘伝の書 運営編（中級）

ブログの運営・集客・収益化の基本

2018/05/30 更新版

目次

はじめに	3
第 4 章 ブログ運営の基礎	7
人気ブログに育てるコツ	8
記事の反響を増やすコツ	15
利用者が価値を感じるコンテンツを提供する	25
需要があることに狙いを定める	26
初期段階は需要があることに全力集中する	27
文章の校閲・推敲	28
他人の著作物や個人の肖像権を侵害しない	29
ストックフォトを活用する（有料）	31
アクセス解析ツールを活用する	34
第 5 章 ブログの集客	36
ブログに人を流入させる	37
SEO 対策の考え方	40
SEO 対策の設定	46
ソーシャルメディアを活用する	56
日本で影響力のあるソーシャルメディア	60
SNS でブログの記事を共有・拡散させるコツ	62
SNS のフォロワーを増やすコツ	63
ブログランキングを活用する	64
その他の集客方法	66
第 6 章 ブログの収益化（基礎編）	68
ブログで収益を上げるために	69
ブログの種類や傾向	71
集客を狙う記事で「見込み客」を集める	74
広告の種類や仕組み	78
ブログの広告配置を決める	82
広告掲載場所の例	88
WordPress に広告を掲載する方法	92
第 7 章 ネットワンからの助言	93
リピーターを増やす	94
ステップメールを活用する	100
検索エンジンの依存度を下げる	104
検索エンジンの検索順位を定点観測する	105
競合するライバルを分析する	106
計画・実行・検証・改善	109
最後に	110

はじめに

本書の文書形式

本書は「Adobe PDF」の文書形式で保存されています。

「Acrobat Reader」または「PDF リーダー」を利用することで本書を閲覧できます。

本書に記載された URL やリンクはクリックできます。もし、クリックしてもリンク先に画面遷移しない場合は、最新の「Adobe Acrobat Reader」をダウンロードして利用して下さい。

Adobe Acrobat Reader（無料）

<https://get.adobe.com/jp/reader/>

著作権・免責事項

ネタワン秘伝の書（本書）は、著作権法で保護されている著作物です。

下記の点について、ご理解および同意頂いた上で本書をご利用下さい。

- 本書の著作権は著者に属します。著作権者の許可なく、本書の全部または一部をいかなる手段においても複製・転載・流用・転売等することを禁じます。
- 本書の再配布を禁じます。本書はネタワン（当サイト）のメルマガ購読特典として無料配布しています。本書を知人にお勧めしたい場合は、メルマガ購読ページをご案内下さい。
- 本書に記載した情報は、作成時点での著者の見解です。著者は事前に告知することなく、情報の最新化、誤りの訂正、見解の変更等を行うことがあります。
- 本書の作成には万全を期しておりますが、文言・数値の誤り、不正確な情報等がありましても、著者は一切の責任を負わないことをご了承願います。
- 本書を利用することにより生じた如何なる結果につきましても、著者は一切の責任を負わないことをご了承願います。



ネタワン秘伝の書（本書）は、ネタワンのメルマガ購読特典として無料配布しています。

本書を読むと、ブログの構築・運営・集客・収益化の基本を学ぶことができます。

運営編はブログの運営面について解説しています。

本書はブログ運営のノウハウをまとめたアイデア集です。

個人・ビジネスのどちらの利用目的でも活用頂けます。

あなたにブログ運営のノウハウがまだ少なくて、ブログの人气が伸び悩んでいる場合は、本書の内容が役に立つかもしれません。あなたが運営するブログの発展にご活用下さい。

本書には特典を用意しています。本書を最後まで読むと良いことがあるかも。

こんな悩みを解決

- ① ブログ運営のノウハウが少ない。
- ② ブログのアクセス数が伸び悩んでいる。
- ③ ブログの収益が伸び悩んでいる。

本書はあなたの成功を保証していません。

本書で解説する通りに進めれば、必ず成功できる訳ではありません。

ブログの運営は「事業」です。

事業を軌道に乗せることは、そんなに簡単なことではありません。

ブログの運営は新規参入が簡単なので、競合するライバルの数が多いです。

安易な考えで参入すると、中途半端な結果にしかありません。

どの業界にも共通することですが、

自分自身の能力を磨き、知識や経験を積み重ねて、

自分自身で成功を掴み取るのです。

他力本願な考えは、自分自身に害をもたらします。

他力本願な考えは捨て去りましょう。



あなたはブログという力を手に入れた。



ブログの構築に関しては別紙で詳しく解説しています。
メルマガで案内した別紙をご覧ください。

第 1 章 ブログの可能性を知る

- ブログが優れていること
- ブログは資産形成型のインターネットメディア
- ブログで情報発信を行い、個人の価値を高める

第 2 章 ブログの方針を決める

- ブログの運営方針を明確に決める
- 自分の得意分野に参入する
- 初心者の悩み・疑問を解決するコンテンツを提供する
- 自分の体験談は有益なコンテンツになる
- ブログの名前・キャッチコピーを考える

第 3 章 ブログの方針を決める

- ブログの運用に WordPress をお勧めする理由
- WordPress とは？
- WordPress と無料ブログの違い
- WordPress でブログを始める
- レンタルサーバーを借りる（有料）
- 独自ドメインを取得する（有料）
- 自動インストール機能が便利
- WordPress の初期設定で重要な部分
- オススメの WordPress プラグイン
- オススメの WordPress テーマ



第4章では、ブログを運営する上で必要になる「基礎的なこと」を説明します。
ネタワン秘伝のコツを紹介します。

あなたがブログの運営を始めて、「人気ブログ」までに育て上げるまでに必要になることなど、
運営面のことを中心に説明していきます。あなたのブログ運営にご活用下さい。

第4章の目次

- 人気ブログに育てるコツ
- 記事の反響を増やすコツ
- 利用者が価値を感じるコンテンツを提供する
- 需要があることに狙いを定める
- 初期段階は需要があることに全力集中する
- 他人の著作物や個人の肖像権を侵害しない
- スtockフォトを活用する
- アクセス解析ツールを活用する



ブログを「人気ブログ」までに育て上げるのに役立つアイデアを紹介します。

ブログの記事を読む人を増やすには、ブログに訪れる利用者が求める「需要」に上手く応え、魅力のあるコンテンツを供給し続けることが重要になります。

これはブログの集客にも大きく関わってきます。

ブログに対して集客活動を行い、外部から人を流入させても、ブログに訪れる利用者が求める「需要」に上手く応えることができれば、ブログの記事を定期的に読んでくれるリピーターとして定着することはありません。

ブログの利用者の満足度・反応を良くするのに役立つアイデアを下記にまとめました。
あなたのブログを運営する際に参考にして下さい。

要点

- ブログの主題・想定顧客を決める
- 特定の分野に特化したブログが人気を集めやすい
- 初心者向けにわかりやすく解説する
- 自分の得意分野で勝負する
- 個人の日記は需要が薄い
- ブログの読者と対話する

1) ブログの主題・想定顧客層を決める

ブログを運営する際は、ブログの主題（メインテーマ）、想定顧客層（ターゲット）を明確に決めて、想定顧客層に向けて、その主題に沿ったコンテンツを増やしていくことが必要になります。

ブログの主題が定まらず、記事に書く内容が毎回バラバラだと、ブログの記事を読む人が増えにくい傾向があります。（ファンが定着しにくい）

さらに、客観的に何を目的にしたブログかわかりにくくなる恐れもあります。

ブログの主題・想定顧客層は、ブログを立ち上げる前に、明確に決めておきましょう。

初心者の方が運営するブログで人気伸び悩む場合は、ブログの主題・想定顧客層が不明確になっていることが多いです。

これ重要です

- ✓ ブログの主題を明確に決める。
- ✓ ブログの想定顧客層を明確に決める。
- ✓ 想定顧客層に向けて一貫性のあるコンテンツを提供する。

2) 特定の分野に特化したブログが人気を集めやすい

人気を集めるブログの特徴として、主題（メインテーマ）を決めて、その主題に特化した情報をまとめた記事を書き続けることで人気を獲得しています。

同じ主題に沿った記事を数百と積み重ねることにより、コンテンツの量と質が充実して、結果的にブログの記事を読む人が増えていきます。

ブログは何かの分野に特化しないと、人気ブログになることが難しいです。

もちろん、あなたに圧倒的な知名度または企画力がある場合は、この傾向には当てはまりません。

良い例	● 特定分野に特化した情報をわかりやすくまとめたブログ ● 専門分野に特化した情報をまとめたブログ ● 専門分野や業界の最新トレンドを速報するブログ
悪い例	● 個人の日記 ● 個人の備忘録

3) 初心者向けにわかりやすく解説する

専門分野の内容を初心者向けにわかりやすく解説した「入門サイト」が人気を集めやすい傾向があります。

経験がまだ少ない初心者の方は、疑問を解決するために検索エンジンを利用して解決方法を探しています。その「需要」に応えるコンテンツをあなたが提供しましょう。

自分がまだ初心者だった頃を思い出して、初心者の疑問・不安を解決する方法をわかりやすく解説しましょう。初心者の方は、疑問・不安が解決すると、役に立ったブログに対して価値を感じてくれるかもしれません。

良い例	● 初心者の疑問・不安を解決する方法を解説する。 ● 自分で実際に利用してみた体験談を初めての人向けに解説する。 ● 人の役に立つ情報を整理して解説する。
悪い例	● 想定顧客層が定まっていない。（ターゲットが不明確） ● 需要が少ない分野のことを解説している。

4) 自分の得意分野で勝負する

自分のブログを人気ブログに育て上げるためには、多大な労力と時間を費やす必要があります。

その過程を最短の道のりにするためには、自分の得意分野で勝負するべきです。

あなたが過去に仕事・学校で経験したこと、学んだことを上手く活用しましょう。

安易な考えで、あなたの不得意な分野の業界に参入してしまうと、ライバルとの競争に競り負ける可能性があります。

これは初心者が陥りやすい失敗です。絶対に避けましょう。

■ これ重要です

- ✓ 自分の得意分野で勝負する。
- ✓ 自分の「得意な分野」「過去の経験」を洗い出す。
- ✓ 自分が不得意な分野に参入しない。

5) 個人の日記は需要が薄い

自分のブログの人気を出したいと考えている方は、個人の日記的な内容をブログに投稿するのは極力避けましょう。

芸能人・スポーツ選手のような圧倒的な知名度がない限り、個人の日記は家族や知り合い以外には需要が薄いです。

個人の日記は、ブログの記事を読む人が増えにくい傾向があります。

SNS を活用する

どうしても、個人の写真や個人の考えをインターネット上で発信していきたい方は、日記的な投稿は、SNS（Twitter、Facebook、Instagram）を活用しましょう。

ブログは仕事の活動として考え、SNS は個人の活動として切り分けましょう。

そうすれば、ブログと個人の日記を分けることができます。

SNS	● 個人の出来事など、個人の日記的な内容を投稿する。
ブログ	● ブログの主題に沿った内容を投稿する。 ● 仕事に関係がある内容を投稿する。

6) ブログの読者と交流する

ブログは記事を一方的に投稿しているだけでは不十分です。

ブログのコメント欄や SNS でブログの記事を読む人と交流することも必要になります。

ブログのコメント欄を開放しておけば、記事を読んだ人が感想や質問のコメントを投稿してくれる場合があります。

投稿されたコメントには、小まめに返信して、コメントの投稿者と交流しましょう。

ブログの読者の感想や質問は、ブログの運営に参考になる有益な情報が含まれている場合があります。不明点の質問は、その記事を追記して補強する際のアイデアとして活用しましょう。

■ ブログの読者と対話する例

- ✓ ブログのコメント欄に投稿される質問に回答する。
- ✓ お問い合わせフォームを設置して、ブログの読者からの質問を受け付ける。
- ✓ SNS のアカウントを運用して、ブログの読者と交流する。



ブログの記事の反響を増やすコツを紹介します。反響を出すことにもコツがあります。

ブログで記事を書いているが、自分が書いた記事の反応があまり良くないなと悩んでいる方は、記事を読む人の視点で考えて、記事の中で情報をわかりやすく整理する必要があります。

下記に記事の反応を良くするためのアイデアをまとめています。

あなたのブログを運営する際に参考にしてください。

要点

- 記事タイトルを読んで、記事本文を読むかを判断する
- 読みたくなる「記事タイトル」を考える
- 「検索されるキーワード」を意識して記事を書く
- アイキャッチ画像で記事を視覚的にわかりやすくする
- カテゴリーとタグで記事をわかりやすく整理する
- 1 ページ完結型の文章量の多い記事で解説する
- 反響のある記事には、追記して記事の完成度を上げる

1) 記事タイトルを読んで、記事本文を読むかを判断する

記事の反響を良くするためには、記事を読む人の視点で考える必要があります。

ブログの記事本文を読むかどうかの判断を行う際は、まずは「記事タイトル」を見て判断します。記事タイトルに書かれた内容に興味があれば、記事タイトルのリンクをクリックして記事本文を閲覧します。

逆に言えば、記事タイトルのセンスが悪ければ、ブログの記事が読まれにくいのです。

記事タイトルの文言は、熟慮して考える必要があります。

ブログの記事を読まれやすくするには、記事タイトルを工夫する必要があります。

記事が読まれる流れ（記事を読む人の視点）

- ① 検索エンジンで検索すると、該当する記事の「記事タイトル」が一覧表示される。
- ② 表示された内容に興味があれば「記事タイトル」をクリックする。
- ③ ブログの記事本文が表示され、記事本文の内容を読む。
- ④ 記事本文の内容に満足すれば、他にも役に立つ情報があるかもと考える。
そして、他の関連する記事を探して閲覧する。

記事を読む人の流入元

新規	● 検索エンジン（Google、Yahoo、Bing） ● SNS（Twitter、Facebook） ● ブログランキング
リピーター	● ブックマーク ● SNS（Twitter、Facebook など） ● RSS リーダー ● プッシュ通知 ● 後で読むサービス

2) 読みたくなる記事タイトルを考える

ブログの記事本文を読まれやすくするには「記事タイトル」を工夫する必要があります。

検索エンジンの利用者の場合、検索エンジンの検索結果に表示される「記事タイトル」を見て、複数の候補の中から自分が読み進める記事を選びます。

複数の候補の中から読みたくなるような「記事タイトル」を考える必要があります。

記事タイトルには、適度な煽り（あおり）も必要です。

記事タイトルを読んだ人が、気になって食いつくような記事タイトルを考えましょう。

普通のことを説明するだけでは、記事本文を読まれにくいです。

例えば、新聞・雑誌の記事の見出しのように、気になって記事本文を読みたくなるような記事タイトルが理想的です。

新聞・雑誌の記事の見出しの特徴は「短く・簡潔・相手に響く」言葉を使って記事の内容を要約しています。新聞・雑誌を参考にして、ブログの記事タイトルを考えましょう。

記事タイトルを考える際のコツ

- ✓ 読み進めたくなる記事タイトルを考える。
- ✓ 短く、簡潔、相手に響く言葉を探して文章を組み立てる。
- ✓ 適度な煽り（あおり）も必要。
- ✓ 記事タイトルは「34文字以内」に抑える。
- ✓ 記事タイトルは2つの文章に区切ると良い。



相手の心に響く記事タイトルを考える

記事タイトルの例

悪い例) 普通すぎる

WordPress の構築と初期設定方法

良い例) 少し煽りを入れた

プロは知っていて当然！WordPress の構築と初期設定方法

良い例) 初歩的すぎて質問するのが少し恥ずかしいことを学べる

今更聞けない！MacOS での WordPress のテスト環境構築方法

記事タイトルの文字数

記事タイトルの文字数は「34 文字以内」にする必要があります。

検索エンジンの検索結果の画面に表示される記事タイトルの文字数の目安が「34 文字以内」になります。それ以上の文字数が入ると文言の後ろの方が省略されます。

Google の検索結果画面の例

WordPressの優良プラグイン50選 – 超便利なプラグインを厳選！ | ネタ...

<https://netaone.com/wp/wordpress-plugin-first/> ▼

2013/06/26 - WordPress（ワードプレス）には超便利なプラグインが沢山あります。数あるWPプラグインの中から、初心者にお勧めのWPプラグインを厳選しました。あなたのブログで利用するWPプラグインを選ぶ際に参考にして下さい。この・・・

[SEO対策（検索エンジン ...](#) · [記事に追加する](#) · [HTML編集補助](#) · [画像&動画](#)

記事タイトルは 2 つの文章に区切ると良い

記事タイトルの文章は「34 文字」を 1 つの文章にすると、文章が長過ぎて文章を読むリズムが悪くなり、説明が相手に伝わりにくくなります。

記事タイトルの文章を 2 つの文章に区切ると、文章が良い感じにまとまります。

あくまでも表現方法の一例です。全てにこのルールを適用する必要はありません。

記事タイトルを 2 つの文章に分けている例

- 初心者でもできる！WordPress の記事に目次を自動生成する実践例
- WordPress の優良プラグイン 50 選 – 超便利なプラグインを厳選！
- WordPress 入門 – ワードプレスでブログをはじめよう！

3) 検索されるキーワードを意識して記事を書く

ブログで記事を書く際は、検索エンジンで検索されるキーワードを意識して記事を書く必要があります。検索される「需要」を強く意識して、需要に対する応えになるコンテンツをあなたが「供給」します。

実際に検索エンジンで検索されるキーワードの「需要と供給」を意識しないと、あなたが需要の薄い分野に向けて記事を書いてしまう恐れがあります。または、的外れな内容の記事になってしまう恐れがあります。

「需要と供給」のバランスが上手く一致すると、ブログの記事を読む人の反応も良くなり、結果的に記事の反響が良くなります。

この手法については、絶対的な成功方法などは存在しません。

自分自身で実践を繰り返して、経験を積んで感覚的に覚えていくしかありません。

これ重要です

- ✓ 検索エンジンで検索されるキーワードの需要を意識して記事を書く。
- ✓ 検索される需要に対する答えとなるコンテンツをあなたが供給する。
- ✓ 検索キーワードごとに想定顧客層も変わってくる。（ターゲット）
- ✓ 「記事タイトル」と「見出し」の中に検索キーワードを必ず入れる。

4) アイキャッチ画像で記事を視覚的にわかりやすくする

ブログの記事の反響を良くするために、アイキャッチ画像を利用して記事を視覚的にわかりやすくする必要があります。

アイキャッチ画像は、記事の先頭に表示する画像のことです。

記事の先頭に関連性がある画像を表示して、記事の内容を視覚的にわかりやすくします。

記事の内容が文字だけで構成されている場合、記事を読む人の視点で考えると、地味な印象になってしまいます。文字情報だけの記事は、SNS で記事が共有・拡散されにくい傾向があります。

アイキャッチ画像は、SNS 向けのメタタグ（Facebook OGP、Twitter card）にも出力されます。（WP テーマごとに仕様は異なる）

結果的に、記事にアイキャッチ画像が無いと、記事を読む人の反応が悪くなる傾向があります。可能な限り、記事の先頭にアイキャッチ画像を表示することをお勧めします。

アイキャッチ画像の例

ブログのトップページ



ブログの記事詳細



Twitter での表示例



RSS リーダーでの表示例



5) カテゴリーとタグで記事をわかりやすく整理する

ブログには記事をわかりやすく整理するために「カテゴリー」と「タグ」という概念があります。ブログの記事の反響を良くするためには、記事をわかりやすく整理して、記事を読む人が目的の情報に素早く到達できるようにする必要があります。

あなたがブログで記事を書いても、記事を読む人が目的の記事を直ぐに見つけることができなければ、記事の閲覧数が伸びにくくなる場合があります。

また、記事を時系列順（アーカイブ形式）で並べているだけでは、古い記事が探しづらくなる問題があります。

カテゴリーやタグの機能を利用して、記事をわかりやすく整理して、記事を分類別に探しやすくすることをお勧めします。

これ重要です

- ✓ ブログの記事を読む人が探している情報を見つけやすくなる。
- ✓ 同じ分類の記事を見つけやすくなる。
- ✓ 古い記事が読まれやすくなる。
- ✓ 記事の回遊率が上がる。
- ✓ ブログのサイト滞在時間が増える。

役割の違い

カテゴリー	カテゴリー（Category）は、記事を <u>大分類</u> で分けて情報を整理する目的で利用します。記事を大分類ごとに整理することで、記事を読む人が大分類から記事を探しやすくなります。
タグ	タグ（Tag）は、記事に関連する <u>キーワード</u> や <u>詳細分類</u> を指定できます。記事を読む人がキーワードや詳細分類から記事を探しやすくなります。

6) 1 ページ完結型の文章量の多い記事で解説する

記事を読む人の満足度を良くするために、1 ページ完結型の文章量の多い記事を書く方法もあります。特に需要が多そうな分野の記事を書く際は「丸1〜2日の工数」をかけて記事を書いても良いのです。

記事の中の文章や画像の量が多い超力作の記事を書けば、その分野について詳しく解説できるので、記事を読む人の満足度や反響が良くなることがあります。もちろん、記事の質が高いことが前提になります。

過去に反響のあった分野など、需要が多そうな分野の記事を書く際は、1 ページ完結型の文章量の多い記事を書くことを検討してみましょう。

これ重要です

- ✓ 1つの記事で詳しく解説できるので、記事を読む人の満足度が高まる。
- ✓ 記事が分割されていないので、記事を読む人としては記事が読みやすい。
- ✓ 記事を読む人が満足すれば、その記事が SNS で共有されやすくなる。
- ✓ 記事のページ滞在時間が長くなる。(SEO で良い影響がある)

7) 反響のある記事には、後から追記して記事の完成度を上げる

ブログで記事を公開した後に、記事を補強する意味で、記事に対して後から「追記」することも効果的です。

記事に追記して記事の完成度を上げれば、記事を読む人の反応が良くなり、結果的に記事の閲覧数が伸びやすい傾向があります。

ちなみに、記事の追記に関しては、全ての記事に対してではなく、反響のある記事を中心に追記を行いましょう。全ての記事に対して追記を行う必要はありません。

■ これ重要です

- ✓ 記事に対して後から追記をすれば、記事の完成度が上がる。
- ✓ 記事に掲載した情報を最新の情報に更新できる。
- ✓ 記事を読む人の反応が良くなる。



ブログを運営する際は、記事を読む人が魅力を感じるコンテンツ（制作物）を提供する必要があります。

記事を読む人が、その情報に価値を感じるコンテンツを提供することを目指しましょう。

ブログのコンテンツの中に利用者が価値を感じる情報が含まれていない場合は、記事を読んでもくれる人が増えにくいです。

もし、あなたがブログの記事を書く際にアイデアに困っていたら、実際にブログの記事を読む人の視点で考えて、何を求めて、何に価値を感じているかを深く掘り下げて考えてみましょう。

ブログの記事を読む人が求める需要に上手く応えることができれば、記事を読んだ人から信頼を獲得できます。

これ重要です

- ✓ 記事を読む人が何を求めているかを常に考える。
- ✓ 記事を読む人が何に価値を感じているかを考える。
- ✓ 価値を感じている情報を深く掘り下げ、そのコンテンツを補強していく。



ブログで記事を書く際は、情報を求めている人の「需要」を必ず確認した上で、需要がある分野に狙いを定めてコンテンツを増やしていくことが必要です。

「需要」が薄い分野に対してブログの記事を一生懸命に書いても、その情報を探している人が少ないので、記事を公開しても反響が少ないです。

ブログで記事を書く前に、「需要」の存在を必ず確認した上で、作業に取り掛かるようにしましょう。需要を事前に確認する作業を作業工程の中に入れることをお勧めします。

需要を確認する方法

- ✓ 競合者のブログで過去に反響のあった記事の「切り口」を参考にする。
自分より実績のある競合者が書いた記事は、需要を調べるのに役に立ちます。
- ✓ なてなブックマークなどのランキングを定期的に確認する。
あなたのブログと同じ分類・業種の記事を確認しましょう。
ブックマークが多く付いている記事はヒントになります。
- ✓ 検索エンジンでキーワードを検索して、需要と供給のバランスを確認する。



ブログ運営で結果を出すためには、初期段階は需要があることに全力集中する必要があります。

ブログを立ち上げて間もない時期は、とにかくブログの記事を読んでもくれる人が少なく、ブログのアクセス数が伸びにくい傾向があります。

その伸び悩みの時期に、自分がやりたいことを優先すると、空回りになることが多いです。

例えば、「商品・サービスを売りたい」「自分の知名度を上げたい」などは、ブログのアクセス数がまだ少ないので、まだ結果が出にくいです。

ブログを立ち上げて間もない時期は、とにかく需要を調べて、需要があることに全力集中することを強くお勧めします。

そして、ブログの記事を読む人が増えて、アクセス数が安定してきたら、自分がやりたいことを少しずつ混ぜていきましょう。自分がやりたいことは後回しの方が良い結果が得られる場合が多いです。

これ重要です

- ✓ ブログの初期段階は、需要があることに全力集中する。
- ✓ 初期段階は集客目的の記事をとにかく増やすことを優先する。
- ✓ 自分がやりたいことは後回しの方が良い。



ブログの記事を書く際は、文章の校閲（こうえつ）・推敲（すいこう）の作業が必要です。

ブログで記事を公開する前に、文章の誤字脱字・わかりにくい表現を直しましょう。

校閲（こうえつ）とは、文章の誤りや文章のバランスを直す作業のことです。誤字脱字や文章のバランスを直して、文章を読みやすくします。

推敲（すいこう）とは、文章を書いた後に、文章を更に良くするために、何度も文章を練り直す作業のことです。

良いブログの記事を書くためには、校閲と推敲の作業をブログの作業工程の中に組み込むことをお勧めします。記事の完成度を上げるためには、記事の中の文章を何度も練り直すことが必要です。誰でもそうですが、一度で良い文章が完成することはありません。何度も文章を練り直すことで、最終的に良い文章が出来上がります。

校閲	● 文章の中に「誤字脱字」「文章のバランスが悪い部分」がないかを確認して、文章に誤りがあれば訂正する。 ● Microsoft Word の校閲の機能を活用しましょう。Word に原稿の文章を貼り付けてみて、修正が必要な部分が指摘されないかを確認します。Word は文章の中に誤りがあれば指摘してくれます。英単語のスペルミスも確認できます。
推敲	● 文章を声に出して読む。文章に変なところがないかを確認する。 ● 文章に「他の言い回し」や「他の表現方法」がないかを考えてみる。 ● 文章の中で「同じ説明を何度も繰り返していないか」を確認する。 ● 文章の中で「曖昧・遠回しの表現」がないかを確認する。 ● 文章の中で「わかりにくい表現」がないかを確認する。



当然のことですが、ブログの記事を書く際には、他人の著作物や個人の肖像権を侵害しないように注意する必要があります。

他人のブログ・Web サイト・書籍などから文章や画像を不正に転載して盗用することは絶対にやめましょう。コンテンツの盗用は犯罪です。後で必ずトラブルになります。

初心者はブログ運営やコンテンツ制作の経験が少ないので、自分で良い記事が書けないので、安易に他人のブログから文章や画像を転載して盗用してしまうことが多いです。

その行為は他人から情報を盗んでいることになります。犯罪になるので絶対にやめましょう。

他人のブログから文章や写真などのコンテンツを不正に転載しても、後でトラブルになるだけです。良いことは何一つありません。絶対に他人の著作物や個人の肖像権を侵害しないように注意してください。

これ重要です

- ✓ 他人の著作物を不正に転載しない。
- ✓ 他人のブログ・SNS から文章や画像を不正に転載しない。
- ✓ 個人の肖像権を侵害しない。

ニュースサイトなどに掲載されている芸能・スポーツ・時事ニュース系の写真は、プロのカメラマンが撮影した有料販売されている報道向け写真素材です。使用許諾を受けたサイトのみが掲載しています。

その有料の写真素材を許可なく自分のブログに転載すると、後から著作者から写真素材の利用料を請求されます。報道向けの写真素材は、少なくとも写真1枚あたり3万円以上はします。複数枚の素材を不正転載していると高額な利用料を請求させることがあります。

他人のブログ・Webサイト・書籍から文章や画像を不正に転載することは絶対にやめましょう。

絶対にやってはいけないこと

著作物の不正転載	他人の著作物を不正に転載（コピー）してはいけません。 他人のブログ・Webサイト・書籍などから文章や画像を不正に転載することは絶対にやめましょう。
肖像権の侵害	個人の肖像権にも注意する必要があります。 個人の顔や体などの容姿が映った写真や画像を本人の許可なくブログなどに掲載することは、個人の肖像権の侵害になります。 特に、芸能人やスポーツ選手の写真の扱いには注意が必要です。 アフィリエイトブログを運営する場合は、広告プロモーションのために用意されている広告素材以外は利用しないように注意してください。 例えば、テレビCMに芸能人が出ているからといって、自分のブログにその芸能人の写真をイメージキャラクターとして掲載できる訳ではありません。



ブログを運営する際は、ストックフォトの高品質な写真素材・イラスト素材を活用しましょう。
上手く活用すると、記事の見栄えが劇的に良くなります。

ブログを運営する上で、記事の「アイキャッチ画像」や「挿絵」には非常に重要な役割があります。記事に掲載する写真・イラストの質が悪ければ、記事の内容が視覚的に記事を読む人に伝わりにくくなり、記事の反響も悪くなります。

SNS で記事が拡散されにくくなり、ブログの人气が伸び悩むこともあります。

ストックフォトを上手く活用して、あなたが運営するブログを劇的にイメチェンしてみましょう。ブログの見た目が変われば、記事の反響も大きく変わってきます。

要点

- スtockフォトを活用すると、記事の見栄えが劇的に良くなる。
- 高品質な写真素材・イラスト素材を安価で利用できる。
- 記事の反響を良くする効果がある。
- SNS で記事が拡散されやすくなる効果がある。
- 画像作成や素材探しにかかる時間や労力を節約できる。

1) スtockフォトとは？

ストックフォト（Stock Photo）とは、高品質な写真素材・イラスト素材を購入できる素材サイトのことです。

素材の使用料を支払うことで、プロが撮影・編集した写真素材やイラスト素材を利用できます。素材が圧倒的に高品質なので、上手く活用するとブログの見栄えや印象が良くなります。



2) なぜ有料の写真素材を買うの？

無料で利用できる写真素材サイトがあるのに、なぜお金をかけてまで有料の写真素材を購入する必要があるのかと疑問に思われる方もいると思います。

無料の写真素材サイトは、どうしても「素材の品質が低い」「探している素材がなかなか見つからない」など、無料だから諦めないといけない部分が多々あります。

ブログで記事を書く際に、アイキャッチに登録する画像は、記事の内容を視覚的に要約する画像を登録します。その画像の品質が高ければ、記事を読む人がブログに対して感じる印象も良くなります。

そして、SNS で記事が拡散されやすくなり、ブログのアクセス数が増えて、結果的に広告収入が増える効果が期待できます。

高品質な写真素材を上手く活用することで、結果的に収益拡大にも繋がります。

3) オススメのストックフォト比較

	品質	価格帯	素材の多さ	日本の素材	拠点
Fotoria	高品質	安価	多い	少ない	米国
PIXTA	高品質	安価	通常	多い	日本
Shutterstock	圧倒的に高品質	やや高価	非常に多い	少ない	米国

■ ネットワンの参考記事

有料と無料の写真素材サイトを比較できるように情報をまとめています。

詳しくは下記の記事を参考にして下さい。

- [有料の写真素材サイト 8 選、圧倒的に高品質なストックフォト！](#)
- [無料の写真素材サイト 13 選、人物写真を無料でダウンロードできる！](#)



ブログの運用状況を把握するために、ブログにアクセス解析ツールを導入しましょう。

アクセス解析ツールを利用すると、ブログの訪問者数や利用状況を分析することができます。実際にどのくらいの訪問者がブログに訪れているかを分析できます。

アクセス解析ツールの導入は、ブログを運営する上で必須です。初期設定は簡単なので、必ず導入しておきましょう。

アクセス解析ツールは様々なツールが存在しますが、まずは定番の「Google Analytics」を導入することをお勧めします。

Google Analytics

Google Analytics（グーグル・アナリティクス）は、Google が無料で公開しているアクセス解析ツールです。高機能なアクセス解析ツールを個人・法人問わず無料で利用できます。

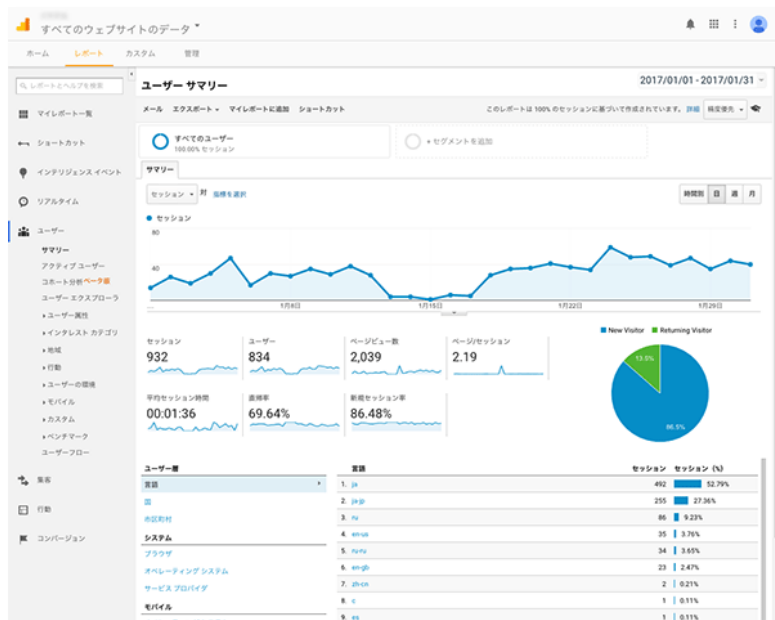
アクセス解析のレポート機能も充実しています。アクセス解析の様々な種類のレポートを見ることができます。それらのレポートを上手く活用すると、ブログ運用に関する現状把握や改善策を考えるのに役立ちます。

また、Google Analytics を利用すると、Google が提供している「AdWords、AdSense、Search Console」などの様々なツールと連携ができます。

高機能なアクセス解析レポート

- リアルタイムアクセス解析
- 訪問者の統計（訪問者数、端末環境、属性）
- 集客の流入経路分析
- 人気のある記事の統計
- 成果目標の設定と計測 など

アクセス解析レポート画面の例



ネタワンの参考記事

Google Analytics の新規登録および初期設定の手順については、
ネタワンの記事で詳しく説明しています。詳しくは下記の記事をご覧ください。

➤ [Google Analytics の WordPress への導入ガイド（初心者向け）](#)



ブログの記事を読んでもくれる人を増やすのに役立つアイデアをまとめました。

あなたが運営するブログの集客活動にご活用下さい。

ブログの集客活動は、直ぐに良い結果が出る訳ではありません。長い期間をかけて継続的に集客活動を続けていく必要があります。

そして、集客活動に加え、ブログで記事を書いて、記事を増やしていくことも集客に欠かせない要素です。ブログの集客活動は、焦らずに継続的に続けていきましょう。

第5章の目次

- ブログに人を流入させる
- SEO 対策の考え方
- SEO 対策の設定
- ソーシャルメディアを活用する
- ブログランキングを活用する
- その他の集客方法



WordPress でブログを構築して、記事を書いていくだけでは、記事を読む人は増えていきません。ブログに外部から人を流入させる必要があります。

まずは、ブログに外部から人を流入させる経路を作ります。これがブログの集客活動で最初に行う作業になります。ちなみに、この作業には手間と時間がかかります。

初めて WordPress でブログを構築する方は、ブログ運営に不慣れなので、この問題に気付かず、誰も記事を読んでくれない閑古鳥が鳴くブログになってしまうことがあります。

あなたがそんな最悪の状態に陥らないために、本章で説明するブログの集客方法を必ず実行して下さい。

要点

- 記事を書くだけでは、記事を読む人が増えない。
- ブログに外部から人を流入させる経路を作る必要がある。

1) 人を流入させる経路を作る

ブログを新規で構築した直後は、ブログは外部のシステムとは全く連携していません。

ブログに人が外部から流入する入り口（流入経路）が全く無いので、あなたがブログで記事を書いたとしても、誰も記事を読んでくれません。記事を公開したことが外部に通知されておらず、誰も新しい記事の存在を認識できないからです。

まずは、あなたのブログに人を流入させる入り口（流入経路）となる外部システムを連携させる必要があります。

具体的に説明すると、あなたのブログと「検索エンジン、ソーシャルメディア、ブログランキング」などの外部システムを連携させます。



必須	● 検索エンジン ● ソーシャルメディア（SNS）
初心者は利用した方が良い	● ブログランキング
必要に応じて	● ソーシャルブックマーク ● RSS リーダー ● 後で読むサービス

2) ブログに人を流入させる外部システム

ブログ側の設定方法に関しては、次ページ以降で詳しく説明します。

	ブログ側でやるべきこと	主要サービス
検索エンジン	● 検索エンジン向けメタタグを HTML に出力する。 ● XML サイトマップを出力してサーチコンソールに登録する。	● Google ● Yahoo! JAPAN ● Bing
ソーシャルメディア (SNS)	● SNS 向けメタタグを HTML に出力する。 ● SNS のアカウントを運用して、ブログの新作記事をフォロワーに通知する。	● Twitter ● Facebook
ブログランキング	● ブログランキングに参加する。 ● ブログランキングのボタンをブログに設置する。 ● ブログランキングに対して Ping の送信を行う。	● 人気ブログランキング ● にほんブログ村
ソーシャルブックマーク	ブログの記事詳細ページにブックマークボタンを設置して、記事をブックマークに登録しやすくする。	● はてなブックマーク
RSS リーダー	ブログの記事詳細ページに購読ボタンを設置して、RSS フィードを購読しやすくする。	● Feedly
後で読むサービス	ブログの記事詳細ページに登録ボタンを設置して、記事を後から読みやすくする。	● Pocket



ブログを運営する上で必要になる SEO 対策の考え方について説明します。

SEO 対策の概念を正しく認識していないと、ブログの集客活用も上手くいきません。

ブログを検索エンジンに対して最適化させることは、ブログを運営する上で必ず必要になります。正しい SEO 対策の考え方を認識した上でブログを運営しましょう。

注意点

- ① ここでは SEO 対策の概略のみを説明しています。必要最小限の構成です。
- ② SEO 対策に関して詳しく知りたい方は、SEO の専門家が作成した資料を参照して下さい。その方が確実な情報を得られます。（賢威 7 の SEO マニュアルなど）
- ③ SEO 対策の設定は、WordPress テーマごとに設定方法が異なります。
詳しくは、あなたが利用している WP テーマのマニュアルをご確認下さい。

1) SEO 対策とは？

SEO は「Search Engine Optimization」の頭文字をとった言葉であり、日本語に直訳すると検索エンジン最適化となります。

日本における SEO 対策は「Google、Yahoo! JAPAN、Bing」の検索エンジンに対しての最適化を行うことになります。

ちなみに、Yahoo! JAPAN は、独自にカスタマイズした Google の検索エンジンを採用しています。つまり、日本における SEO 対策は、Google の検索エンジンに対して最適化を行うことにほぼ等しいのです。



日本での検索エンジン

日本での検索エンジンは、下記の 3 つのサービスで市場シェアの殆どを占めています。

Google	世界シェア No.1 の検索エンジンです。日本をはじめ、世界中で最も利用者が多い検索エンジンです。様々な関連サービスを提供しています。
Yahoo! JAPAN	日本で最も利用者の多いポータルサイトを運営しています。 検索エンジンに関しては、独自にカスタマイズした Google の検索エンジンを採用しています。
Bing	Microsoft が運営している検索エンジンです。Windows の Web ブラウザの初期設定でスタートページに登録されています。Windows の利用者が多く利用しています。

2) 近年の SEO 対策の傾向

近年の SEO 対策の傾向として、コンテンツの質（制作物の質）が最も重要視されています。

現在の検索エンジンには、小手先の SEO テクニックは殆ど通じなくなりつつあります。

検索エンジンの検索順位を計算しているアルゴリズム（仕組み）は、年々複雑になっており、従来の SEO テクニックでは、検索順位に影響を与えることが難しくなっています。

そして、この傾向は今後も続くことが予想されます。

SEO 対策の知識がある人が小手先の SEO テクニックを使うことで検索順位をある程度操作できていた時代は過去に過ぎ去りつつあります。

例えば、ブログの記事の中にあるリンクやテキスト（被リンク、発リンク、リンクテキスト、テキスト出現率）を操作しても、現在では検索順位に対しては、ごく僅かな影響しか与えることができません。

記事の中にあるリンクの数に多少の変動があっても、検索エンジンからの評価は殆ど変わらなくなっています。変動しているのは「記事を読む人の反応」だけです。

要点

- 近年の SEO 対策ではコンテンツの質が重要視されている。
- 現在の検索エンジンには、小手先の SEO テクニックは、ほぼ通用しない。



3) SEO 対策の本質

Google の検索エンジンは、利用者の利便性を第一に考えて設計されています。

検索エンジンでは、検索する人の「疑問・不安」を解決できるコンテンツを優先して検索順位で上位表示させています。それが利用者の利便性の向上に繋がるからです。

ここからは推測の話になりますが、Google の検索エンジンは、インターネット上の様々な匿名データを収集・分析して、記事を読む人の「満足・目的達成」を計測して、それを検索順位にも反映していることが考えられます。

検索エンジンの検索順位を良くするためには、検索する人の「検索意図」を推測して、利用者の「疑問・不安」を解決できるコンテンツを提供して、利用者を満足させる必要があります。それができれば、自然と検索順位が良くなります。

結論としては、検索する人の「検索意図」を推測して、利用者が満足するコンテンツをブログで提供していくことが重要になります。それが利用者の満足にも繋がり、結果的に、検索順位を良くすることになります。そして、検索エンジンの利用者の検索意図にコンテンツを最適化させることが SEO 対策でもあり、それが SEO 対策の本質でもあります。

これ重要です

- ✓ Google の検索エンジンは、利用者の利便性を第一に考えて設計されている。
- ✓ 検索エンジンは、利用者の「疑問・不安」を解決できるコンテンツを優先して検索結果で上位表示させている。
- ✓ 検索する人の「検索意図」を推測して、利用者の疑問・不安を解決できるコンテンツをブログで提供すると良い。それができれば自然と検索順位が良くなる。

満足・目的達成	● 利用者の疑問・不安を解決できるコンテンツ
不満足	● 利用者の疑問・不安を解決できないコンテンツ ● SEO 対策のことばかりを意識して、検索エンジンの利用者の検索意図に上手く応えることができていないコンテンツ

4) 検索キーワードを意識して記事を書く

あくまでも例となりますが、検索エンジンの利用者が実際に検索する「検索キーワード」を意識して、ブログで記事を書く際の流れは下記のようになります。

作業の流れ（あなた視点）

1. 検索エンジンの検索順位で上位表示を狙う「検索キーワード」を選ぶ。
2. そのキーワードを検索する人の「検索意図」を推測する。
3. 検索意図を推測して、その「疑問・不安」を解決する方法を洗い出して情報を整理する。
4. 検索キーワードに対応したコンテンツをブログの記事の中でわかりやすく解説する。
5. 検索する人の「疑問・不安」を上手く解決できれば、利用者が目的達成または満足する。
6. 記事内容に満足した人は、記事を SNS で共有することがある。
7. 人気がある記事は SNS で記事が共有・拡散され、ブログのアクセス数が伸びやすい。
8. Google は匿名の統計データを収集・分析している。
9. 検索する人の「疑問・不安」を解決するコンテンツを提供すると、結果的に検索エンジンからの評価が良くなり、検索順位が良くなる傾向がある。



Google の検索エンジンは、利用者の利便性を第一に考えて設計されています。
それは「Google が掲げる 10 の事実」でも説明されています。

引用： [Google が掲げる 10 の事実](#)

1. ユーザーに焦点を絞れば、他のものはみな後からついてくる。

Google は、当初からユーザーの利便性を第一に考えています。新しいウェブブラウザを開発するときも、トップページの外観に手を加えるときも、Google 内部の目標や収益ではなく、ユーザーを最も重視してきました。Google のトップページはインターフェースが明快で、ページは瞬時に読み込まれます。金銭と引き換えに検索結果の順位を操作することは一切ありません。広告は、広告であることを明記したうえで、関連性の高い情報を邪魔にならない形で提示します。新しいツールやアプリケーションを開発するときも、もっと違う作りならよかったのに、という思いをユーザーに抱かせない、完成度の高いデザインを目指しています。



WordPress を利用して構築したブログを検索エンジンに対して最適化させる方法を説明します。
SEO 対策の設定方法になります。

ブログを検索エンジンに対して最適化させることは必ず必要になります。

検索エンジンに対する最適化は、ブログの集客に大きく関わる要素になります。

検索エンジンに対する最適化を行わないと、検索エンジンから人が流入してきません。

要点

- SEO 対策の優先順位
- XML サイトマップを生成する
- 検索エンジン向けのメタタグを出力する
- 重要度の低いページには「noindex」を設定する
- WP テーマ・WP プラグインを活用する

ブログを運営する上で、必ずやるべき SEO 対策は下記の通りです。

「XML サイトマップ」と「検索エンジン向けのメタタグ」は、必ず設定する必要があります。

必須	● XML サイトマップを生成して検索エンジンにブログの更新情報を円滑に伝える。 ● 検索エンジン向けのメタタグを HTML に出力する。
推奨	● 重要度の低いページには「noindex」を設定する。 ● Google サーチコンソールを利用する。XML サイトマップを登録して検索エンジンの利用状況を定期的に確認する。

注意点

「All in One SEO Pack」と「Yoast SEO」にも XML サイトマップを生成する機能が搭載されています。既にそのプラグインを利用している場合は、現在利用中のプラグインの機能をそのまま利用して下さい。



1) XML サイトマップを生成する

ブログを運営する上で、XML サイトマップは必ず必要になります。

XML サイトマップは、ブログの更新情報を検索エンジンに対して伝える役割があります。

必ず設定を済ませておきましょう。

XML サイトマップとは？

XML サイトマップは、ブログの更新情報を検索エンジンに円滑に伝える役割があります。

Google・Bing などの検索エンジンが XML サイトマップの XML データを定期的に取り得して、検索エンジンに表示される情報を更新します。

XML サイトマップがなぜ必要なの？

インターネット上に公開している Web サイト（ブログ）は、検索エンジンのクローラー（自動巡回ロボット）が自動的に巡回して存在するページを検出しますが、検索エンジンのクローラーだけでは全てのページを検出できない場合があります。

XML サイトマップを利用すれば、検索エンジンのクローラーでは検出しにくいブログに存在している全てのページを XML サイトマップから検索エンジンに通知することができます。

ネタワンの参考記事

プラグインの使い方に関しては、ネタワンの記事で詳しく解説しています。

➤ [WordPress の XML サイトマップ生成の実践例](#)

2) 検索エンジン向けのメタタグを出力する

ブログを運営する上で、検索エンジン向けのメタタグを HTML に出力することは、必ず必要になります。現在では殆どの WordPress テーマ（テンプレート）がこの検索エンジン向けのメタタグに標準で対応していますが、どのメタタグが SEO 対策で重要になるのかを把握しておく必要があります。

既にご存知かと思いますが、念のためにおさらいとして説明します。

最も重要なメタタグ

- ✓ タイトル (TITLE)
- ✓ ディスクリプション (DESCRIPTION)

タイトル (TITLE)	記事のタイトル（表題）を記述する HTML タグです。 検索エンジンの検索結画面にも記事の表題として表示されます。 検索エンジンの利用者が目的の情報を探す際に、最初に記事のタイトルを読み比べて、複数の候補の中から読む記事を選びます。 ブログの記事が読まれるかどうかは、記事タイトルが最も重要な要素となります。記事タイトルは、慎重に考えて決める必要があります。
ディスクリプション (DESCRIPTION)	記事の説明文を記述する HTML タグです。検索エンジンの検索結画面にもタイトルの下に説明文として表示されます。 検索エンジンの検索結果画面では、記事のタイトルとディスクリプションがセットで表示されます。記事の内容がわかるように短い文章でディスクリプションを記述しましょう。

HTML の見本

```
<html>

<head>

<title>WordPress の優良プラグイン 50 選 - 超便利なプラグインを厳選！ | ネタワン</title>

<meta name="description" content="WordPress（ワードプレス）には超便利なプラグインが沢山あります。数ある WP プラグインの中から、初心者にお勧めの WP プラグインを厳選しました。あなたのブログで利用する WP プラグインを選ぶ際に参考にして下さい。">

<link rel="canonical" href="https://netaone.com/wp/wordpress-plugin-first/">

</head>

<body>

省略

</body>

</html>
```

検索エンジンの検索結果を確認する

あなたが運営するブログの記事が検索エンジンにどのように表示されているかを定期的に確認しましょう。記事のタイトルとディスクリプションは、下記のようにセットで表示されます。

記事の内容を読みたくなるような文章を考えることが必要になります。

WordPressの優良プラグイン50選 – 超便利なプラグインを厳選！ | ネタ...

<https://netaone.com/wp/wordpress-plugin-first/> ▼

2013/06/26 - WordPress（ワードプレス）には超便利なプラグインが沢山あります。数あるWPプラグインの中から、初心者にお勧めのWPプラグインを厳選しました。あなたのブログで利用するWPプラグインを選ぶ際に参考にして下さい。この・・・

[SEO対策（検索エンジン ...](#) · [記事に追加する](#) · [HTML編集補助](#) · [画像&動画](#)

3) 重要度の低いページには「noindex」を設定する

SEO 対策を管理できる WordPress テーマや WordPress プラグインでは、記事やページごとに「noindex」の設定ができます。

一般的なブログを運営する場合は、「カテゴリー・タグ・アーカイブ」などのページは、「noindex」に設定することを推奨します。

「カテゴリー」や「タグ」は、記事を分類別に整理して、探している情報を見つけやすくする目的で用意されています。検索エンジンからの流入で最初に表示されるべきページではありません。それらの重要度の低いページは「noindex」に設定することを推奨します。

ちなみに、「カテゴリー」を利用して、特集ページのように他と被らない情報量の多いページを作成する場合は、インデックスさせても問題ありません。

「noindex」とは？

「noindex」の設定は、ブログのページを検索エンジンにインデックスさせない設定です。指定したページが検索エンジンに表示されるのを拒否する設定になります。

重要度の低いページを検索エンジンにインデックスさせないことで、投稿と固定ページの記事の露出が増え、結果的に良い循環が生まれやすくなります。

メタタグの例

```
<meta name="robots" content="noindex"/>
```

「noindex」を推奨するページ

固有の情報が含まれない情報量の少ないページは、基本的に「noindex」に設定しておくことをお勧めします。

「noindex」を推奨	● 検索エンジンに表示させる必要がないページ ● カテゴリー（固有の情報が含まれない情報量の少ないページ） ● タグ ● 投稿者アーカイブ ● 日付別アーカイブ ● アーカイブの分割された2ページ目以降 ● 検索結果ページ ● 404 ページ
インデックスを検討	● カテゴリー（固有の情報がある情報量の多い特集ページ）

カテゴリーをインデックスさせる場合

他のページと被らない固有の情報が多いカテゴリーの特集ページを作成する場合は、記事のカテゴリーを検索エンジンに対してインデックス（index）させても問題ありません。

ただし、固有の情報が全くない情報量の少ないカテゴリーのページは「noindex」に設定することを推奨します。

固有の情報がない情報量の少ないページは、検索エンジンにインデックスさせる必要はありません。インデックスさせたとしても、利用者が目的の情報を探しにくくなるだけです。

4) Google サーチコンソールを利用する

Google サーチコンソールは、検索エンジンの「検索トラフィック」「インデックス状況」を確認できます。ブログを運営する上で役に立つ情報が満載です。

Google サーチコンソールの利用は、必須ではありませんが、便利な機能が多いので、登録しておくことをお勧めします。

Google サーチコンソールとは？

Google サーチコンソール (Search Console) は、検索エンジンのクローラーの活動状況を把握できるツールです。Google が無料で公開しています。

作成した XML サイトマップを Google サーチコンソールに登録すると、検索エンジンの「検索での見え方、検索トラフィック、インデックス状況、クロール状況」などを確認できます。

レポート画面の例



検索での見え方	● 構造化データ ● リッチカード ● データ ハイライター ● HTML の改善 ● Accelerated Mobile Pages
検索トラフィック	● 検索アナリティクス ● サイトへのリンク ● 内部リンク ● 手動による対策 ● インターナショナル ターゲティング ● モバイル ユーザビリティ
インデックス状況	● インデックス ステータス ● ブロックされたリソース ● URL の削除
クロール状況	● クロールエラー ● クロールの統計情報 ● Fetch as Google ● robots.txt テスター ● サイトマップ ● URL パラメータ
セキュリティの問題	

参考リンク

Google 検索コンソールの登録方法や使い方に関しては、公式サイトの情報をご確認下さい。

➤ [Google 検索コンソール](#)

➤ [Search Console ヘルプ](#)

5) WP テーマ・WP プラグインを活用する

WordPress を利用して運営するブログを検索エンジンに対して最適化させる方法として、SEO 対策に特化した機能がある WP テーマまたは WP プラグインを利用する方法があります。

ネタワン管理人の個人的意見としては、SEO 対策に特化した機能がある WordPress テーマを活用することをお勧めします。その方が効率的にブログを運用できます。



WordPress テーマ	➤ 賢威 7 - SEO マニュアル & SEO に強いテンプレート 賢威 7（ケンイ）は、多くのアフィリエイトから支持を受けている SEO マニュアル & テンプレート集です。開発者は SEO コンサルタントなので、SEO のノウハウが集約されています。
WordPress プラグイン	➤ WordPress の SEO 対策の実践ガイド（初心者向け） 「All in One SEO Pack」または「Yoast SEO」のプラグインを利用する場合の SEO 対策について解説した記事です。 ➤ WordPress の SEO 対策に役立つプラグイン 7 選 & 設定例、これで SEO 対策バッチリ！ WordPress の SEO 対策に役立つプラグイン及び SEO 対策の設定例を紹介した記事です。



ブログの記事を読む人を増やすためには、ソーシャルメディアを上手く活用する必要があります。SNS やソーシャルブックマークなどの影響力を集客の分野でも活用しましょう。

Twitter・Facebook の SNS アカウントを運用することは、ブログの新作記事を SNS の利用者に通知する役割があります。そして、SNS での記事の共有・拡散を誘発させることにも繋がります。

ブログを運用するのであれば、SNS のアカウントを開設して、あなたも SNS を始めてみましょう。Twitter は簡単に始めることができます。まずは Twitter から始めてみましょう。

順番

- ① ソーシャルメディアの優れている特徴を理解する
- ② SNS アカウントの運用は記事の共有・拡散を誘発する
- ③ SNS 向けのメタタグを出力する

1) ソーシャルメディアが優れていること

SNS のアカウント運用を検討している方は、まずは SNS の優れている特徴を理解することから始めてみましょう。SNS のサービスごとの特徴を理解すれば、あなたがどの SNS に力を入れるべきかが見えてきます。

要点

- ✓ SNS の利用者は非常に多い。
- ✓ SNS を上手く活用するとブログの記事を多くの人に露出できる。
- ✓ SNS のフォロワーを増やすことで、定期的にブログの記事を読んでもくれる人を増やせる。
- ✓ 人気のある記事は SNS 上で多くの人に共有・拡散される。記事の閲覧数も伸びやすい。

ソーシャルメディアの優先順位

日本向けにサービスを提供している SNS の中で最も影響力があるのは、「Twitter、Facebook」の2つの SNS になります。

この2つの SNS は定番なのでアカウントを開設して運用することをお勧めします。それ以外のサービスは、あなたが運営するブログと相性が良ければ活用して下さい。

最も影響力のある SNS	● Twitter (SNS) ● Facebook (SNS)
相性が良ければ活用する	● Instagram (写真共有アプリ) ● YouTube (動画共有サイト) ● LINE (通話・メッセージアプリ)
日本で影響力のあるサービス	● はてなブックマーク (ソーシャルブックマーク)

2) SNS アカウントの運用は記事の共有・拡散を誘発する

ブログを運用するのであれば、Twitter・Facebook のアカウントと一緒に運用することをお勧めします。

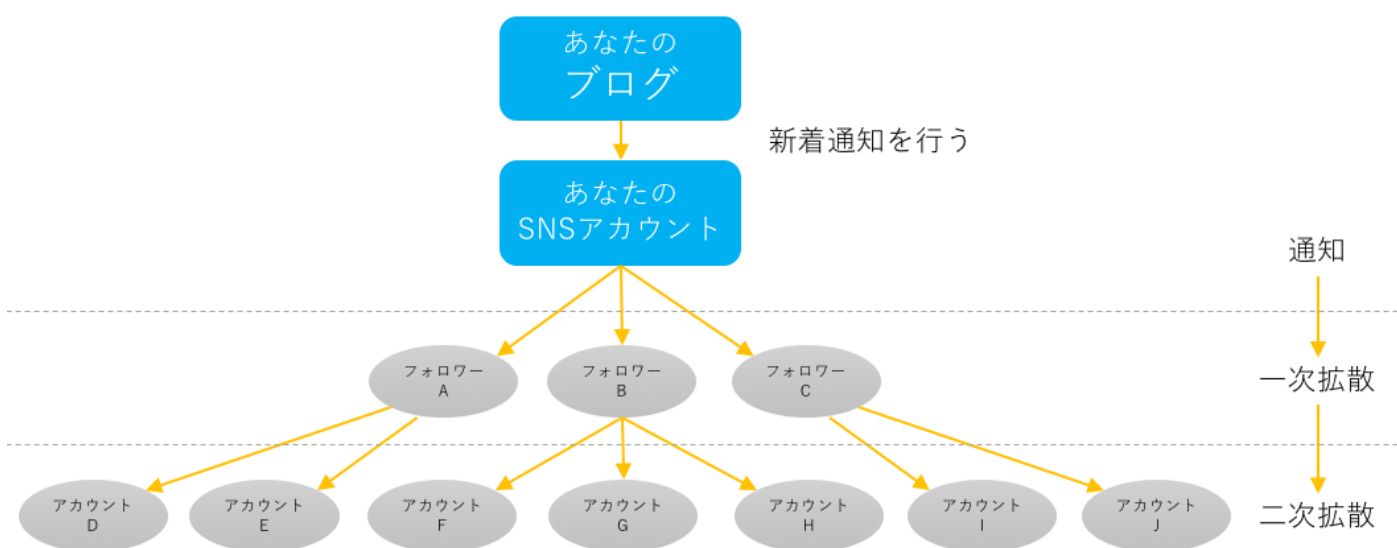
ブログと一緒にソーシャルメディア（SNS）のアカウントを運用する利点として、あなたがブログで新しい記事を公開した際に、SNS アカウントのフォロワー（購読者）に対して、新着通知ができます。そして、フォロワー（購読者）が記事を読んで、記事の内容を気に入ったら SNS で記事を共有してくれるかもしれません。記事が SNS で共有・拡散されると、SNS 経由の人の流入が増える良い流れが生まれます。

記事が共有・拡散される流れ

あなたが SNS で新着記事の通知を行うと、あなたの SNS アカウントのフォロワー（購読者）が通知内容を確認して、記事を読んでくれる人もいます。記事内容を気に入ったら SNS で記事を共有してくれるかもしれません。

そうすると、あなたの SNS アカウントを起点として、SNS 上で記事が拡散されます。

人気のある記事は、継続的に記事が拡散していく場合があります。



3) SNS 向けのメタタグを出力する

WordPress を利用して構築したブログをソーシャルメディア（SNS）に最適化させるためには、SNS 向けのメタタグを HTML に出力する必要があります。

[有料販売されている WordPress テーマ](#)（テンプレート）には、SNS 向けのメタタグを出力する機能が標準で搭載されています。その機能を活用しましょう。

もし、あなたが利用する WordPress テーマに SNS 向けのメタタグを出力する機能が搭載されていない場合は、「[All in One SEO Pack](#)」または「[Yoast SEO](#)」の WP プラグインを活用して下さい。

SNS 向けのメタタグ

- ✓ Facebook OGP（Open Graph Protocol）
- ✓ Twitter Card
- ✓ schema.org 構造化データ ソーシャル・プロフィール・リンク

WP テーマのマニュアルを確認して下さい

本書の中では SNS 向けのメタタグに関する説明は省略します。

詳しくは、あなたが利用している WordPress テーマのマニュアルをご確認下さい。

WP テーマごとに搭載されている機能や管理画面の設定方法が異なります。



日本で影響力のある SNS およびソーシャルブックマークのサービスを紹介します。

Twitter と Facebook は、特にブログとの相性が良く、日本での影響力も強いサービスです。

日本においては、ソーシャルブックマークの「はてなブックマーク」の影響力も忘れてはいけません。ブックマークを共有できるサービスですが、Twitter と連動させて利用している人が多いです。はてなブックマークに登録すれば、自動的にツイートするように設定することもできます。

サービスごとの特徴を把握した上で、あなたのブログ運営に活用して下さい。

日本で影響力のあるソーシャルメディア

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- LINE
- はてなブックマーク

ソーシャルメディアを上手く活用すれば、ブログの集客に活用できます。

SNS は情報の発信だけでなく、情報を収集する目的で利用している人も多く存在します。

	特徴	ブログとの相性	集客力	情報の即時性	情報の拡散性
Twitter	140 文字以内の短い文章を呟ける SNS。 テキストだけでなく、画像や動画も投稿できる。	◎	◎	○	◎
Facebook	個人の社会的関係性を管理できる SNS。 個人の日記や写真などを投稿できる。	◎	◎	○	◎
Instagram	写真共有アプリ。写真を他人と共有できる。	○	△	○	△
YouTube	世界最大の動画共有サイト。動画を共有できる。 動画のリアルタイム配信もできる。	○	○	○	○
LINE	通話やメッセージ機能を利用できるアプリ。 SNS の一種でもある。	△	△	○	△
はてなブックマーク	個人のブックマークとコメントを他人と共有できる ソーシャルブックマーク。	○	△	×	△



ソーシャルメディア（SNS）で記事を共有・拡散させるコツを紹介します。

ブログで記事を書いて、SNS で記事を共有・拡散させるためには、様々なことが必要になります。直ぐに全てを実践できなくても、少しずつでも実践していく内容を増やしていきましょう。

詳しくは、ネタワンの記事をご覧ください。

ブログの記事を SNS で共有・拡散させるのに必要になる要素



- [ブログの記事を SNS で共有・拡散させるのに必要になる 9 の要素](#)



ブログを運営する際に、SNS のフォロワー（購読者）を増やすコツを紹介します。

この記事では、Twitter・Facebook の SNS アカウントを運用する上で必要になることをまとめています。SNS のフォロワーを増やしていくには様々なことが必要になります。あなたの SNS アカウントを運用する際に参考にして下さい。

直ぐに全てを実践できなくても、少しずつでも実践していく内容を増やしていきましょう。

詳しくは、ネタワンの記事をご覧ください。

SNS のフォロワーを増やすのに必要になる要素



- [SNS のフォロワーを増やすのに必要になる 7 の要素](#)



新規でブログを立ち上げた直後は、ブログの記事を読んでもくれる人が少ないです。

初期段階のブログに人を呼び込む方法として「ブログランキング」があります。

ブログランキングの利用は必須ではありませんが、ブログのアクセス数が伸び悩んでいる場合は、まずはブログランキングを活用して、ブログに人を流入させましょう。

ただし、過度にブログランキングに集客を依存することは好ましくありません。

あなたのブログの集客・収益化が軌道に乗ってきたら、ブログランキングから卒業することも検討してみましょう。Twitter・Facebookなどのソーシャルメディア（SNS）に注力した方が更なる発展が見込めます。

要点

- ブログランキングは初期段階の集客に役立つ。
- ブログランキングに集客を依存すべきではない。
- 時が来たらブログランキングの卒業を検討してみる。

ブログランキングとは？

ブログランキング（Blog Ranking）は、参加ブログのアクセス数を集計して、アクセス数の多い順にランキング表示するシステムです。

ランキングに表示される情報は、登録されたブログから更新通知（Ping）を送信することにより、最新記事の日時と記事タイトルが取得されます。

集計データ

ブログランキングは、下記の2つの数値を集計して、順位を算出しています。

- あなたのブログからブログランキングへの入場（IN）
- ブログランキングからあなたのブログへの移動（OUT）

おすすめのブログランキング

インストール型の WordPress には、無料ブログのような公式が運営するブログランキングが存在しませんが、WordPress でも登録できるブログランキングがあります。

下記は日本のブログランキングのサービスです。自分のブログと相性が良いサービスを選んで利用して下さい。

複数のブログランキングに登録することもできますが、アクセス数が分散して、上位にランクインできない可能性があります。上位にランクインさせたい場合は、1つのブログランキングに絞った方が良いでしょう。

人気ブログランキング	
にほんブログ村	



現在は以前より使われる機会が少なくなりつつありますが、

「相互リンク」「逆アクセスランキング」「相互 RSS」を活用した集客方法もあります。

例えば、まとめ系ブログなど、時事ネタの記事を扱うブログでこれらの集客方法が活用されているのをよく見かけます。（ライブドアブログ、FC2 ブログなど）

あなたが運営するブログと相性が良ければ、ブログの集客方法として活用して下さい。

ちなみに、ネタワンではこの集客方法は利用していません。

この集客方法をお勧めしている訳ではありません。集客方法の 1 つとして説明しています。

相互リンク	ブログ同士でリンクを張り合う集客方法。 WordPress のブログでも活用できる。
逆アクセスランキング 相互 RSS	無料ブログでよく利用される集客方法ですが、WordPress では検索エンジンや SNS からの集客に力を入れているブログが多いので、この集客方法はあまり利用されていない傾向があります。 外部サイトへの発リンクが増えるので、この集客方法はあまりお勧めしません。

同じジャンルや友好関係のあるブログ同士でリンクし合うことで、相互に発リンクを送り合います。そのリンクを辿ってお互いのブログの間で閲覧者が回遊することで、ブログのアクセス数が少し増える効果が期待できます。

ブログの運営者が同じ「姉妹サイト」同士で相互リンクすることもできます。

相互リンクは自分から申し込んでも、相手に断られることがあります。お互いに認め合った関係にならないと、相互リンクは成立しにくいです。まずは、SNS やメールなどで交流して、ブログ運営者同士の信頼関係を築いた上で、相互リンクを申し込むと相互リンクが成立しやすいです。

相互リンクの利点

- ✓ お互いのブログでアクセス数が少し増える効果が期待できる。
- ✓ 同じジャンルのブログから被リンクを受けることができる。
- ✓ ブログ運営者が同じ「姉妹サイト」で相互リンクする場合、アクセス数の多いブログから少ないブログへ人を流入させることができる。





第6章では、ブログを収益化する上で必要になることについて説明します。収益化の基礎編となります。

ブログに広告を掲載することで、ブログから広告収入を発生させることができます。そして、ブログの収益化に役立つツールを上手く活用することで、更に収益を拡大させることができます。

あなたがブログを運営するのであれば、ブログの運用にかかる人的費用を回収する上でも、ブログの収益化について追求していく必要があります。

第6章の目次

- ブログで収益を上げるために
- ブログの種類別の傾向
- 集客を狙う記事で「見込み客」を集める
- 広告の種類と特徴を知る
- 収益が上がりやすい広告配置
- ステップメールを活用する



まずは、ブログで収益を上げるために、あなたがどう考えて、どう行動すべきかを考えてみましょう。

個人でブログを運営されている方は、趣味の延長でブログを更新している方も多いと思います。趣味でブログを更新している方は、ブログで収益を上げるためには、まずはあなたの考え方から変える必要があります。

大前提として、自分が好きなことをブログで表現するのではなく、ブログの記事を読む人が満足するコンテンツ（制作物）を提供することが必要になります。

ブログでお金を稼ぐことになるので、あなたはブログ運営の「プロ」にならないといけないのです。

考え方を転換する

アマチュア	✕ 自分が好きなことを記事に書く。
プロフェッショナル	◎ 記事を読む人が満足することを追求する。

記事を読む人を満足させるためには、下記のことを達成する必要があります。

- ① 探している情報や手段が見つかる。
- ② 不安・疑問が解消する。
- ③ 面白い・楽しいと感じる。
- ④ 興味深いと感じる。または、知的好奇心がくすぐられる。

記事を読む人の視点で考える

記事を読む人が満足する情報を提供する。または、実際に行動に移せるようにすると、結果的にブログの広告収入が増えます。

記事を読む人が満足することを提供する

- ① 記事を読む人が記事内容に満足すると、その情報を知人と共有したくなる。
- ② SNS で記事が共有・拡散されれば、記事のアクセス数が増える。 **（広告収入が発生）**

記事を読む人が行動を起こせるようにする

- ① 記事で紹介された商品を購入する。 **（成果報酬が発生）**
- ② 記事で紹介された Web サービスを試しに利用してみる。 **（成果報酬が発生）**



世の中には様々なブログが存在しますが、ブログにもある程度の型や傾向があります。

ブログを初めて立ち上げる方は、自分が企画しているブログがどれに当てはまるかを考えてみましょう。過去の傾向を知ること、それに対する対策を練ることができます。

トレンド型

専門
ノウハウ型

レビュー型

比較型
ランキング型

公式ブログ
社長ブログ
オウンドメディア

個人の日記

ブログの種類や傾向をまとめてみました。

自分が運営するブログがどれに当てはまるか考えてみましょう。

トレンド型	● 今話題になっていることについて記事に書くブログ。 (ニュースサイト、まとめブログ、海外の反応系、スポーツ系) ● 情報の鮮度が重要になり、記事に書いた情報が短期間で古くなりやすい傾向がある。 ● ほぼ毎日、大量の記事を書き続ける必要がある。 ● 記事を書いた当日は瞬間的にアクセス数が増えるが、直ぐに記事のアクセス数が減りやすい傾向がある。 ● 結果的に、自分の労力とお金を等価交換しているのに近い状態になる。 少ない人数で運用するのには限界がある。 ● 外注などの外部スタッフを活用すると、運営の規模を大きくすることもできる。 ● 競合するライバルが非常に多い。更新を怠るとブログが埋没する可能性がある。
専門ノウハウ型	● 専門分野に特化したノウハウの情報をまとめるブログ。 ● 役に立つノウハウの情報は、情報が古くなるのに時間がかかる傾向がある。 ● 質の高い記事を書いて、記事をわかりやすく整理すれば、記事の数は少なくても良い。 ● 一旦軌道に乗れば、ブログのアクセス数が安定しやすい。 ● 質の高い記事を提供できれば、少人数でも運用できる。
レビュー型	● 商品やサービスを実際に自分で試してみて批評をまとめるブログ。 ● 実在するお店に訪問してレビュー記事を書くこともできる。 ● 役に立つ商品レビューの情報は、情報が古くなるのに時間がかかる傾向がある。 ● 質の高い記事を書き続ければ、記事の数は少なくても良い。 ● 同じようなレビュー記事を書いているライバルが多数存在する。 他のブログと差別化しないとアクセス数は集まりにくい。 ● 他のブログとの差別化が成功の鍵となる。

比較型 ランキング型	● 商品やサービスを一定の基準で比べて、利用者が比較検討しやすいようにランキング表示するブログ。 ● 記事を時系列ではなく、ランキング順で並べて表示する。 ● 役に立つ商品レビューの情報は、情報が古くなるのに時間がかかる傾向がある。 ● 質の高い記事を書き続ければ、記事の数は少なくても良い ● 同じような比較記事を書いているライバルが多数存在する。他のブログと差別化しないとアクセス数は集まりにくい。
公式ブログ 社長ブログ オウンドメディア	● 企業の担当者や経営者が運営するブログ。 ● 自社の商品やサービスに関連する情報をブログで配信できる。 ● 業界の豆知識や有益な情報を定期的に配信すると、ブログの記事を読む人が好意的なファンになることもある。 ● 好意的なファン(見込み客)に対して、積極的に有益な情報を配信していくことで、将来の顧客へと育てることができる。
個人の日記	● 個人が趣味で運営するブログ。 ● 個人の日記は需要が薄い。記事に書く内容が毎回変わるので、ブログの記事を読む人が増えにくい傾向がある。 ● あなたに知名度があれば、その知名度を活かして有名人の公式ブログとして記事を読む人を集めることができる。 ● あなたに知名度がなければ、ブログの記事を読む人を集めるのに苦労する可能性が高い。



ブログでアフィリエイトの商品を紹介して成果報酬が発生させたい場合は、集客目的と割り切り、「見込み客」を集めることに狙いを絞って、ブログの記事を書いていくことが必要になります。

直接的に商品を紹介する記事を書いても、宣伝の印象が強くなってしまうため、SNS で記事が共有・拡散されにくくなり、結果的に記事を読んでもくれる人が増えにくい傾向があります。

そこで、「集客を狙う記事」と「成果報酬が発生する記事」を明確に分け、その2つの要素を上手く組み合わせてコンテンツを制作します。

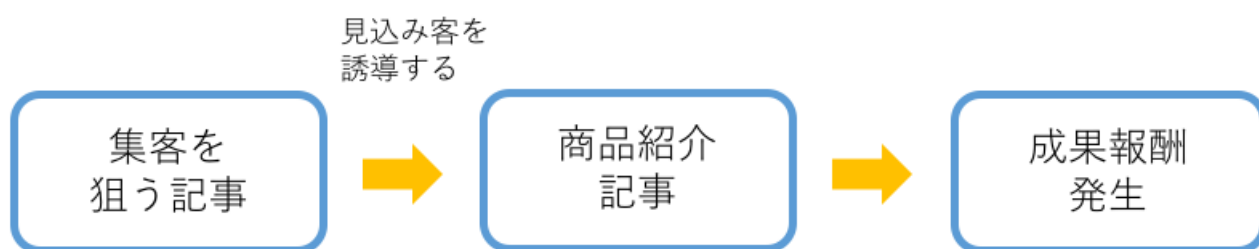
要点

- 「集客を狙う記事」と「成果報酬が発生する記事」を明確に分ける。
- 商品を紹介する記事を沢山書いても良い結果は出にくい。
- 集客を狙う記事で「見込み客」を集めて、成果報酬が発生する記事に誘導して「成約」に繋げる。

1) 2つの要素を上手く組み合わせる

ブログの中で「集客を狙う記事」と「成果報酬が発生する記事」を共存させて、記事を読む人が「成果報酬が発生する記事」に流れて行くようにブログを設計します。

ただし、広告を出して集客する場合はこれに当てはまりません。



◎	集客を狙う記事 → 見込み客を集める → 成果報酬が発生する記事に誘導する ● 記事を読む人が増えやすい ● 見込み客が集まりやすい ● 成果に繋がりやすい
△	商品を紹介する記事 → 成果報酬に繋げる ● 宣伝の印象が強くなる ● 記事を読む人が増えにくい ● 成果に繋がりにくい

集客を狙う記事	集客を狙う記事は、直接的には成果報酬に繋がりません。 しかし、その分野に興味のある「見込み客」を集めることができます。見込み客を成果報酬が発生する記事に上手く誘導できれば、成果報酬に繋がる可能性があります。 そして、集客を狙う記事は、まとめ系・ライフハック系の記事など、需要のある分野の内容を書くことができます。需要の多い分野の記事は、SNS で共有・拡散されやすい傾向があります。 例) ● まとめ系 ● ライフハック系 ● 使い方解説
成果報酬が発生する記事	記事の中で商品を直接紹介して成果報酬の発生を狙います。商品レビューや比較記事などがこれに該当します。 例) ● 商品レビュー ● 商品比較 ● 商品ランキング

2) 商品紹介の記事だけを増やしても売上は増えにくい

アフィリエイトの成果報酬を狙い、商品を紹介する記事だけを増やしたとしても、記事の数に比例して成果報酬の金額が増えていくことはありません。

ブログの記事を読む人の視点で考えると、商品の宣伝ばかりが多くなり過ぎると、自分に必要な情報が無いと感じてしまいます。そうすると逆効果でしかありません。

ブログの記事に書く内容のバランスにも気をつける必要があります。

商品を直接的に紹介する記事だけでなく、ブログの記事を読む人が価値を感じるコンテンツを提供することも重要になります。

■ これ重要です

- ✓ 成果報酬を狙った記事だけを増やしても売上は増えにくい。
- ✓ 記事を読む人が価値を感じるコンテンツを提供することが必要になる。



ブログに掲載できる広告の種類や広告配信サービスの仕組みについて説明します。

ブログに掲載できる広告の種類を大きく分けると、

「成果報酬型広告」と「クリック報酬型広告」の2つがあります。

それぞれの広告の特徴を正しく理解した上で広告を運用しましょう。

広告の種類

- ① 成果報酬型広告
- ② クリック報酬型広告

1) 成果報酬型広告

成果報酬型広告（成功報酬型広告）とは、インターネット上の Web サイト（ブログ）に商品やサービスを紹介する広告を掲載して、広告を掲載した記事の閲覧者がその広告を経由して購入に至ると、成功報酬を支払う広告形態のことです。

成果報酬型広告は、アフィリエイト（Affiliate）と呼ばれることが多いです。

ASP とは？

成果報酬型広告（アフィリエイト）という仕組みは、

「広告を掲載するメディア」と「広告を出す側の広告主」を繋ぐことで成立します。

その仲介事業者のことを ASP（アフィリエイト・サービス・プロバイダー）と呼びます。

オススの ASP

A8.net	 A8.net（エーハチネット）は、日本のアフィリエイト業界において最大手の ASP です。 アフィリエイトの初心者でも安心して利用できます。
afb	 afb（アフィビー）は、「最低支払額 777 円」「確定報酬は翌月末払い」「振込手数料自社負担」が特徴の ASP です。利用者のことを第一に考えて運営されています。 支払いサイクルが早くて、振込手数料も差し引かれないので嬉しい限りです。

その他にも多数の ASP が存在します。詳しくはネタワンの記事を参考にしてください。

➤ [広告配信サービス比較](#)



メディア (ブログ)	ASP を経由することで広告主と直接取引することなく、多数の広告主と提携ができます。提携した広告主の広告は、自分のブログに掲載することができます。そして、ブログで紹介した商品やサービスが成約に繋がれば、あなたに成果報酬が支払われます。報酬の受け取りは ASP を経由して支払われます。
ASP	ASP はメディア（ブログ）と広告主を仲介する役割があります。
広告主	広告主は ASP を経由することで多くのメディアと提携ができ、広告を多くのメディアに露出して宣伝することができます。 成果報酬の支払いは ASP を経由してメディアに支払われます。

2) クリック報酬型広告

クリック報酬型広告とは、クリックごとに報酬が支払われる方式の広告形態のことです。
検索連動型広告やコンテンツ連動型広告は、クリック報酬型広告になります。

「Google AdSense」もクリック報酬型広告になります。

クリック報酬型広告は「PPC 広告」と表記される場合もあります。

PPC は「Pay Per Click」のことです。クリックごとに報酬が支払われる方式を表します。

オススメの広告配信サービス

Google AdSense	 Google AdSense（グーグル・アドセンス）は、Google のコンテンツマッチ型のクリック報酬型広告（PPC 広告）です。
nend	 nend（ネンド）は、スマートフォン専用のクリック報酬型の広告配信ネットワークです。iOS（iPhone,iPad）、Android 向けの Web サイトやスマホアプリにスマートフォン向け広告を配信できます。

クリック報酬型広告は他にも幾つかサービスが存在します。

詳しくはネタワンの記事を参考にしてください。

➤ [広告配信サービス比較](#)



ブログでの広告配置を決める際のヒントとなる情報をまとめました。

Google AdSense などの「クリック報酬型広告」を運用する際に参考にして下さい。

広告の配置に関しては、何が正解とかはありません。広告から発生する収益は、コンテンツ内容やレイアウトによっても変わってきます。あくまでも参考情報とお考え下さい。

重要になるのは、実際に自分のブログに広告を掲載してみて、検証・改善を繰り返しながら運用することです。それが最適な広告配置を見極めるコツです。

要点

- ① 「Zの法則」と「Fの法則」
- ② 記事を読み終えた後に目に留まる位置に広告を掲載する
- ③ 大きい四角の広告サイズは収益が伸びやすい
- ④ 邪魔に感じる場所に広告を掲載しても収益は伸びない
- ⑤ ファーストビューに広告を掲載しても収益は伸びない
- ⑥ 広告を沢山並べて表示しても収益は伸びない

1) 「Zの法則」と「Fの法則」

Webサイトを閲覧する際の「人間の視線の動き」を計測してみると、ある程度の法則や傾向があります。難しい説明は省略しますが、一般的なブログを運営する場合は「Zの法則」と「Fの法則」を意識した上で広告の配置を決める必要があります。

Zの法則



Zの法則は、Webサイトや紙媒体のチラシ・書籍・新聞などを閲覧する際の人間の視線の動きが「Z」の文字のように動く法則があるという考え方です。

人間の視線が「Z」の文字のように動くので、その視線上に重要な要素を配置すると良いという考え方になります。

Fの法則



Fの法則は、Webサイトを閲覧する人間の視線の動きを分析した結果、人間の視線の動きが「F」の文字のように動く法則があるという考え方です。

人間の視線が「F」の文字のように動くので、その視線上に重要な要素を配置すると良いという考え方になります。ちなみに、この法則は紙媒体には当てはまりません。

2) 記事を読み終えた後に目に留まる位置に広告を掲載する

ブログの閲覧者が記事を読み終えた後に目に留まる位置に広告を掲載しましょう。

例えば、「記事の直下」「サイドバーの右上」などの位置が記事を読み終えた後に、次の行動を考えている段階で目に留まる位置になります。そこが広告を掲載する最適な場所です。

あなたのブログに訪れる閲覧者は、ブログに書いてある記事の内容を確認したくてブログに訪問しています。その行動が完了する前の段階で、バナー広告が目に入ったとしても、行動を妨げる邪魔な情報と感じるだけです。バナー広告の情報を読み飛ばすことになるでしょう。

広告を掲載する位置は、閲覧者が記事を読み終えた後に、

次の行動を考えている段階で目に留まる位置に掲載することをお勧めします。



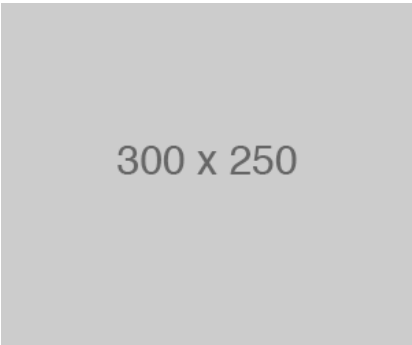
3) 大きい四角の広告サイズは収益が伸びやすい

Google AdSense の広告サイズは「レクタングル（大）」をお勧めします。

大きい四角の広告サイズの事です。

大きい四角の広告サイズは、多くの広告が登録されています。登録されている広告の数が多いので、あなたのブログのコンテンツに合う広告が表示される可能性が高くなります。また、縦長や横長の広告サイズより画像の領域の面積が広いので、ブログ閲覧者の目に留まりやすい傾向があります。

例えば、ブログのレイアウトを2カラムで運用している場合、「レクタングル（大）」の広告を「記事の直下」や「サイドバー右上」の目立つ位置に配置することができます。

レクタングル（大）	 336 x 280 広告サイズ：336 x 280 px
レクタングル	 300 x 250 広告サイズ：300 x 250 px

4) 邪魔に感じる場所に広告を掲載しても収益は伸びない

記事を読む人が邪魔に感じる場所に広告を掲載しても収益は伸びません。

逆効果になる場合もあるので注意が必要です。

例えば、広告を目立たせようとして、記事の内部の目立つ位置に大きいサイズの広告を表示したとしても、記事を読む人は行動を妨げる邪魔な情報とを感じるだけで、広告の情報を読み飛ばすことになるでしょう。

記事を読む人が邪魔に感じる場所に広告を掲載しすぎると、利用者の途中離脱や SNS で記事が共有されにくくなることも考えられるので注意が必要です。

5) ファーストビューに広告を掲載しても収益は伸びない

Web ブラウザで Web サイトが表示される際に、画面のスクロールなしで最初に表示される範囲をファーストビューと呼びます。ファーストビューの表示範囲は、PC やスマートフォンなどの端末ごとに異なります。

広告を目立たせようとして、ブログのヘッダーなど（ファーストビューの範囲）に広告を掲載しても、期待したほど広告の収益が上がりません。

理由はシンプルです。あなたのブログに訪問する人は、ブログの記事本文を確認したくてブログに訪問しています。

その行動が完了する前の段階で、バナー広告が目に入ったとしても、行動を妨げる邪魔な情報とを感じるだけです。相手がそう感じれば、バナー広告は読み飛ばされることになるでしょう。

6) 広告を沢山並べて表示しても収益は伸びない

自分のブログの収益を増やそうと考えて、Google AdSense の広告をサイドバーなどに沢山並べて表示しても、広告の表示数に比例して収益が伸びることはありません。

同じ画面に表示する広告数に制限はありませんが、同じ画面に広告を沢山表示しすぎると、宣伝色が強いと相手に悪い印象を与えてしまう恐れがあります。

ブログに掲載する広告の数は、バランスを考えて程々にする必要があります。

コツとしては、通常の「ディスプレイ広告+テキスト広告」だけでなく、「リンク広告」「関連コンテンツ」の広告も必要に応じて活用すると自然な感じになります。

1 ページ内に表示する広告数の目安

ディスプレイ広告 + テキスト広告	3 個（目安）
リンク広告	2～3 個
関連コンテンツ	必要に応じて



あくまでも例となりますが、「ブログの基本レイアウト」と「広告の最適な掲載場所」をまとめてみました。

一般的なブログを運用する場合は、まずは下記の場所に掲載してみることをお勧めします。

あなたが運営するブログで実際に運用してみて、利用者の反応を見ながら、広告サイズや配置を調整しましょう。

近年の傾向として、PC 端末以外のスマートフォンやタブレット端末を利用してブログを閲覧する人が増えています。モバイル端末の閲覧者にも対応するために、ブログのレイアウトは可能な限りシンプルなレイアウトにしておくことをお勧めします。

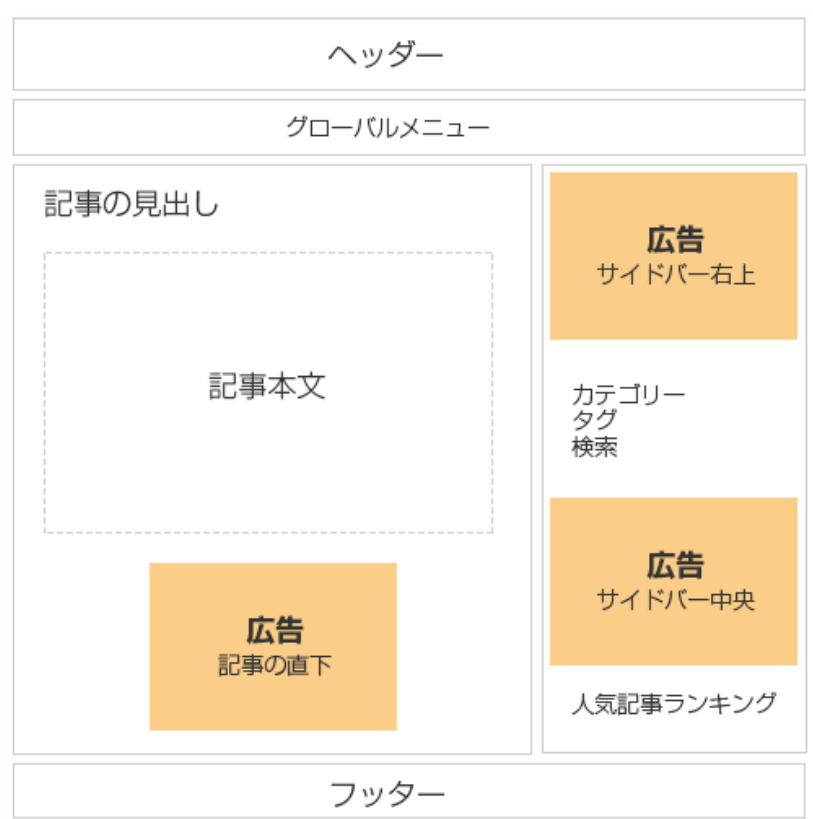
配置例

- 2 カラム・サイドバー右側の例
- 2 カラム・サイドバー左側の例
- 1 カラム・サイドバー無しの例

1) 2 カラム・サイドバー右側の例

サイドバーを右側に配置するレイアウトの場合は、サイドバーにサブコンテンツ（カテゴリー、タグ、人気記事ランキングなど）を配置する場合があります。このレイアウトは一般的なブログでよく利用されるレイアウトになります。

このレイアウトの場合は、「サイドバー右上」や「記事の直下」など、閲覧者の目に留まりやすい場所に広告を配置すると効果的です。



広告配置	広告種類	広告サイズ
記事の直下	レクタングル（大）	336 x 280 px
サイドバー右上	レクタングル（大）	336 x 280 px
サイドバー中央	レクタングル（大）	336 x 280 px

2) 2 カラム・サイドバー左側の例

サイドバーを左側に配置するレイアウトの場合は、サイドバーの上部に補助的役割のサブメニューや主要なコンテンツのバナーを配置することが多いです。

その場合は、サブメニューの上に広告を配置するとナビゲーションがわかりにくくなる恐れがあります。それを回避する為に、記事の下に広告を2つ並べる方法もあります。

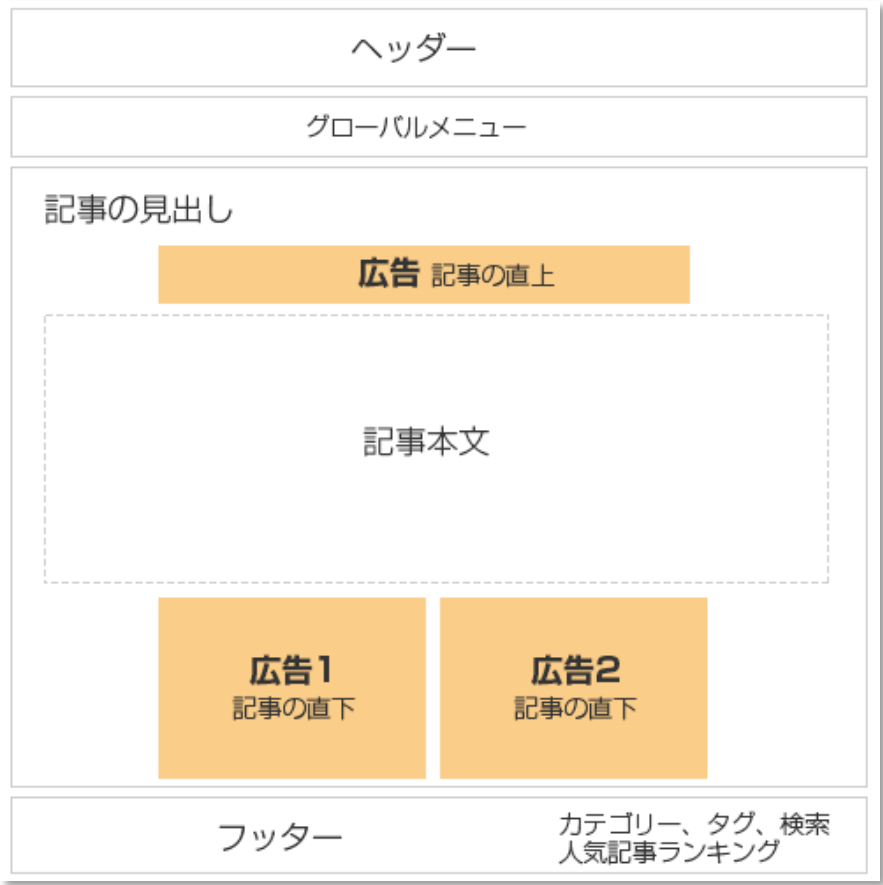
あくまでもレイアウトの例です。



広告配置	広告種類	広告サイズ
記事の直下 1	レクタングル (大)	336 x 280 px
記事の直下 2	レクタングル (大)	336 x 280 px
サイドバー中央	レクタングル (大)	336 x 280 px

3) 1 カラム・サイドバー無しの例

ブログのページ全体を 1 カラムのレイアウトにする場合は、サイドバーの表示領域が無いので、広告は「記事の上下」または「記事の内部に自動挿入」することになります。



広告配置	広告種類	広告サイズ
記事の直下 1	レクタングル (大)	336 x 280 px
記事の直下 2	レクタングル (大)	336 x 280 px
記事の直上	ビッグバナー	728 x 90 px



Google AdSense などの広告コードを WordPress のブログに掲載する方法は、主に下記の 3 通りの方法があります。

どの方法を用いても問題ありませんが、WordPress を運用する場合は、「広告管理に特化した WP プラグイン」を活用する方法がお勧めです。

WordPress に広告を掲載する方法

- ① 広告管理に特化した WP プラグインを利用する
- ② テキストウィジェットで指定する
- ③ WP テーマのテンプレートに直接記述する

広告管理に特化した WP プラグイン

プラグインを利用して広告コードを管理する場合は、下記のプラグインの利用をお勧めします。

➤ [AdSense Plugin WP QUADS – 広告コードを記事に自動挿入できる WordPress プラグイン](#)



ネットワン管理人が考える、ブログ運営に関わる人が知っておくべきことをまとめました。

「ブログを運営するなら、これ知っといた方が良いよ！」的な内容となります。

ブログの運営は簡単ではありません。自分が進むべき道の方向性を間違わないことが何より大事です。方向性を間違わないためには、下記を実践する必要があります。

ブログを運営する上で必ず必要になることなので参考にして下さい。

要点

- リピーターを増やす
- ステップメールを活用する
- 検索エンジンからの流入の依存度を下げる
- 検索エンジンからの流入を定点観測する
- 競合するライバルを分析する
- 計画・実行・検証を繰り返す



ブログの運営を行う上で、あなたのブログの記事を定期的に読みに来てくれるリピーターを増やす必要があります。好意的なファンをあなたのブログに定着させましょう。

あなたのブログに好意的な「リピーター」や「ファン」を増やすのに役立つアイデアを紹介します。あなたのブログ運用に活用して下さい。

リピーターを増やすのに必要なこと

- ✓ メルマガを発行する
- ✓ ソーシャルメディアの購読者を増やす
- ✓ RSS リーダーの購読者を増やす
- ✓ プッシュ通知を活用する

比較表

ブログのリピーターを増やすのに役立つツールの特徴を比較しました。

ブログの運営を成功させるためには、メルマガとソーシャルメディアの良い部分を上手く活用することが必要になります。

	ファンとの 交流	情報の 即時性	情報の 拡散性	信頼関係 形成	リピーター 獲得
メルマガ	△	△	×	◎	◎
ソーシャルメディア	◎	○	◎	○	○
RSS リーダー	×	△	×	×	○
プッシュ通知	×	○	×	×	○

1) メルマガを発行する



古くからある手法になりますが、メルマガ（メールマガジン）の発行は、見込み客（ファン）を囲い込むのに有効な手段となります。

ブログ運営と並行して、メルマガを定期的に発行して、見込み客（ファン）に対して情報発信を行うことで、見込み客を「顧客」へと育てることができます。

メルマガで配信すると良いもの

- ① 初心者の疑問・悩みを解決する情報（よくある質問&解決方法）
- ② ライフハック系の役立つ情報
- ③ メルマガ購読者が得をする情報（お得な割引）
- ④ メルマガの購読特典

ステップメール

メルマガ配信を自動化するシステムのことをステップメールと呼びます。本格的にブログを運営するのであれば、ステップメールのシステムを活用することをお勧めします。ブログの収益化を更に加速させるツールです。

ステップメールの仕組みや詳細に関しては、後で詳しく説明します。

2) ソーシャルメディアの購読者を増やす



ブログのリピーターを増やす上で、ソーシャルメディア（SNS）のフォロワー（購読者）を増やしていくことも重要になります。

ソーシャルメディア（SNS）のフォロワーに対して、ブログの新着記事を通知すると、フォロワーが定期的にブログの記事を読みに来てくれます。

近年はソーシャルメディアの影響力が強くなっており、今後もこの傾向が続くことが予想されます。

Twitter、Facebook などのソーシャルメディアのフォロワーを増やしていくことは、ブログのリピーターを増やすことに直結します。ブログと一緒にソーシャルメディアのアカウントを運用して、フォロワーを増やしていく必要があります。

影響力があるソーシャルメディア

必須	● Twitter（SNS） ● Facebook（SNS）
必要に応じて	● Instagram（写真共有アプリ） ● YouTube（動画共有サイト）

3) RSS リーダーの購読者を増やす



ブログのリピーターを増やす上で、RSS リーダーの存在を軽視してはいけません。
Feedly などの RSS リーダーを利用してブログの記事を購読している人は結構多いです。

WordPress には標準で RSS/Atom フィード の機能が用意されているので、特別な対応は必要ありませんが、ブログのサイドバーやフッターなどの目立つ位置に「RSS リーダーの購読ボタン」を用意すると、利用者が RSS リーダーに登録しやすくなります。

要確認

- ✓ 自分のブログが RSS リーダーにどう表示されているかを確認してみる。
- ✓ RSS リーダーの登録ボタンをブログに設置すると購読者が増えやすい。

影響力がある RSS リーダー

- [Feedly - RSS リーダー](#)

4) プッシュ通知を活用する



ブログのリピーターを増やす方法として、Web プッシュ通知を活用する方法があります。この方法の利用は任意です。必要に応じて活用して下さい。

Web プッシュ通知は、Web ブラウザ上にプッシュ通知ができるサービスです。PC、Android、iOS。全てのプラットフォームへの通知が可能です。

注意点

プッシュ通知の登録を嫌がる利用者もあります。
相手の同意なしにプッシュ通知の登録画面に誘導することは絶対にやめましょう。

影響力があるプッシュ通知サービス

下記のサービスは無料から利用できます。設定も簡単です。

➤ [Push7 – Web プッシュ通知サービス](#)

ステップメールを活用する



ステップメールはブログやアフィリエイトの収益を加速させるツールです。
ステップメールを上手く活用すると、メルマガ配信の作業を自動化できます。

ステップメールは予め設定しておいたメルマガの配信条件に沿って、購読者に対してメルマガを段階的に自動配信できます。

例えば、購読者のメルマガ登録日時を起点として「即時、1日後、2日後、3日後、7日後」のように段階的にメルマガを自動送信できます。配信内容を一度設定しておけば、後は購読者に対して継続的にメルマガが自動配信されます。

ステップメールの配信システムは、ブログ運営またはアフィリエイトである程度の経験を積んだ上で利用すると非常に役に立つツールになります。

要点

- ✓ メルマガ配信の作業を自動化できる。
- ✓ 予め設定しておいた配信条件に沿ってメルマガが段階的に自動配信される。
- ✓ 上手く活用すれば、ブログやアフィリエイトの収益を増やすのに役立つ。

1) ステップメールとは？

ステップメールは、メルマガ購読者の登録日時を起点として、購読者に対して予め設定しておいたメルマガを段階的に配信できるメール配信システムの機能のことです。

メルマガの発行者は、メールの送信内容と配信条件を一度設定しておけば、毎回手動でメールを配信する作業を行う必要がなく、後は設定した配信条件に沿って継続的にメールが購読者に自動配信されるようになります。

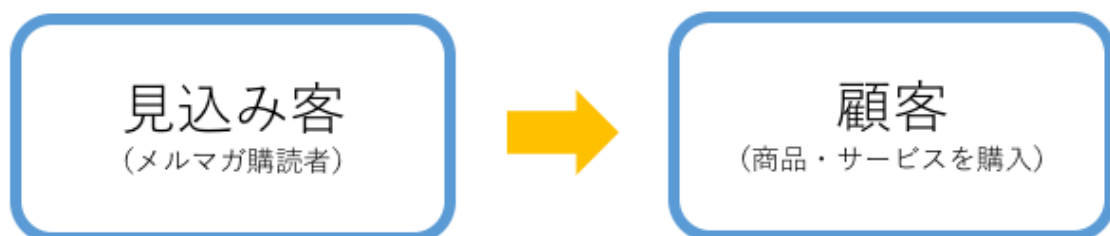
もちろん、通常のメルマガを個別に即時配信できる機能もあります。

メルマガをスケジュール通りに自動送信



見込み客を「顧客」に育てる

メルマガで役に立つ情報を配信して「信頼」を獲得する。
それは将来の「顧客」を育てることに繋がります。



2) ステップメールの活用例

ブログや通販サイトでのステップメールの活用例を説明します。

ブログや通販サイトが発行するメルマガに登録しているメルマガの購読者は、あなた（御社）の事業内容に興味を持っている好意的なファンでもあります。

ファンはあなた（御社）がメルマガで配信している専門性のある役に立つ情報を楽しみに待っているかもしれません。そのファンの期待に応えるように、専門性のある役に立つ情報を定期的に配信していくことで、相手がその情報に価値を感じれば、あなた（御社）に信頼を抱くかもしれません。

そして、その好意的なファンは将来的に商品やサービスの購入に至るかもしれません。アフィリエイトの場合は、あなたが紹介した商品が成約に至るかもしれません。

好意的なファンでもあるメルマガの購読者を育てていくと、将来の「顧客」になることもあります。つまり、メルマガの購読者は「見込み顧客」とも言えます。

メルマガ購読者を集め、ステップメール機能を利用して、「購読者の悩み・不安を解決する情報」や「購読者の役に立つ情報」をメルマガで定期的に発信していくことで、近い将来の売り上げに繋がる「顧客」へと育てることができます。

■ ステップメールで提供すると良いもの

- ① 初心者の疑問・悩みを解決する情報（よくある質問&解決方法）
- ② 初心者が段階的に学べる情報
- ③ ライフハック系の役に立つ情報（時間短縮術、効率化ツール）
- ④ 購読者が得する情報（お得な割引など）
- ⑤ メルマガの購読特典

3) ステップメール配信システム

初心者でも利用しやすいステップメール配信システムを紹介します。

ステップメール機能と通常のメルマガ配信機能の両方を利用できるサービスになります。

個人・ビジネスのどちらの利用目的でも活用できます。

<u>オレンジメール</u>	 「届く、簡単、安い、使いやすい」のステップメール配信サービス
<u>アスメル</u>	 「使いたい放題、無制限」のステップメール配信システム

お徳な割引あり

ネタワン経由で新規申し込みを行うと、**オレンジメールの初期費用が半額**になります。

30 日間の無料試用期間もあります。詳しくはネタワンの記事をご覧ください。

ネタワンの参考記事

ステップメール配信システムは、上記で紹介したサービス以外にも多数存在します。

ネタワンの記事でも詳しく解説しているので参考にしてください。

➤ [ステップメール配信システム 3 選 – 見込み客を顧客に育てるツール](#)



ブログの収益を安定させるには、検索エンジンからのトラフィック流入の依存度を下げ、流入元をもっと増やして多角化することが必要になります。

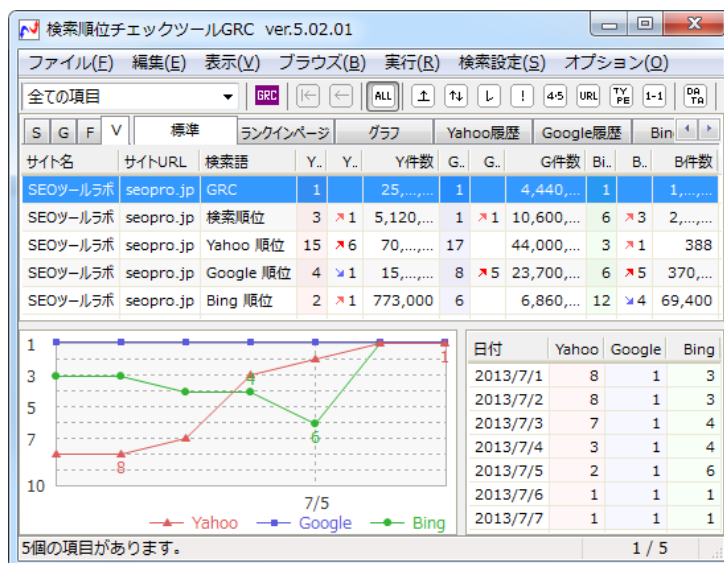
これは検索エンジンからの流入を減らすのではなく、他の流入元をもっと増やして、検索エンジンの依存度を下げるべきという意味です。

検索エンジンからのトラフィック流入の依存度があまりにも高いと、検索エンジンの検索順位のアルゴリズム（仕組み）が変更になった場合、ブログから発生する収益に大きな影響を受ける可能性があります。検索エンジンからのトラフィック流入だけに依存せず、様々な流入元を増やす必要があります。

検索エンジン以外からの人の流入を増やす

SNS	● Twitter に定期的に投稿してリピーターの流入を増やす。 ● Facebook に定期的に投稿してリピーターの流入を増やす。
メルマガ	● メルマガを定期的に配信してリピーターの流入を増やす。
広告	● Twitter 広告 ● Facebook 広告 ● Google AdWords
その他	● ソーシャルブックマークを利用したりリピーターの流入を増やす。 ● RSS リーダーを利用したりリピーターの流入を増やす。 ● プッシュ通知を利用したりリピーターの流入を増やす。

検索エンジンの検索順位を定点観測する



ブログを運営する上で、自分のブログの検索順位を定期的に確認することをお勧めします。

ブログの集客において、検索エンジンの検索順位は、非常に重要な要素になります。

検索順位チェックツールを活用して、自分のブログの現状を定期的に確認しましょう。

検索順位の変動を把握することで、検索エンジンのアルゴリズムの変化を素早く察知でき、環境の変化に対する対策を練りやすくなります。

GRC

GRC は、SEO 専門業者も利用しているプロ向けの SEO 分析ツールです。

Windows・MacOS の両方で利用できます。

この SEO 分析ツールは、あなたのブログの検索エンジンの検索順位を検索キーワードごとに確認できます。登録した複数の検索キーワードの検索順位を一括して確認できるので便利です。

無料版は制限がありますが、3URL・10 項目まで利用可能です。

まずは無料版を試してみましょう。

➤ [GRC - 検索順位チェックツール](#)



あなたと競合するライバルを徹底的に分析することをお勧めします。

例えになりますが、あなたが脱サラしてラーメン屋の開業を考えていると仮定した場合、最初にまず、行列ができる人気ラーメン店や近所にあるラーメン店を徹底的に調べて、お店ごとの特徴や戦略を分析しますよね。

それと同じで、ブログ運営においても、競合するライバルを徹底的に分析する必要があります。

競合するライバルの存在は「実践的な教科書」になります。

ライバルを徹底的に分析すれば、
お金を出して買うアフィリエイト教材より、役に立つ有益なヒントが潜んでいます。

特に、実績のあるライバルは、あなたを更に成長させるヒントになります。

ライバルの現状を徹底的に分析することで、ライバルの戦略を知ることができます。それがブログを収益化のヒントとなります。様々な角度でライバルを要素分析して、丸裸にしてやりましょう。もちろん、ライバルのコンテンツの盗用は厳禁です。

ライバルの「コンセプト」「訴求方法」「切り口」「集客方法」を分析して、
ライバルより質の高いコンテンツをあなたが作り出す必要があります。
ライバルと同じようなコンテンツを提供するだけでは、ライバルに競り勝つことができません。

1) 分析すべきこと

あくまでも例になりますが、様々な要素で分析することができます。

強み・弱み	● ライバルと自分を比べて、強み・弱みを分析する。
比較	● 競合するライバルのブログを様々な要素で分析する。 ● ライバルと自分のブログを比べて不足している要素を洗い出す。
訴求方法	● ライバルが書いた記事の「訴求方法・切り口」を分析する。 ● SNS で拡散されている記事の「訴求方法・切り口」を分析する。
構造	● ブログのデザインやレイアウトを分析する。 ● ブログのページ移動の動線を分析する。 ● ライバルが広告を掲載している場所を分析する。
集客方法	● ライバルの集客方法を分析する。 ● ライバルの広告・LP を分析する。（広告主）
ビジネスモデル	● ライバルのビジネスモデルを分析する。 ● ライバルの収益発生場所を分析する。 ● ライバルが掲載している広告の種類を確認する。
顧客対話	● ライバルのメルマガを購読して、 どんなことを購読者に訴えかけているかを分析する。

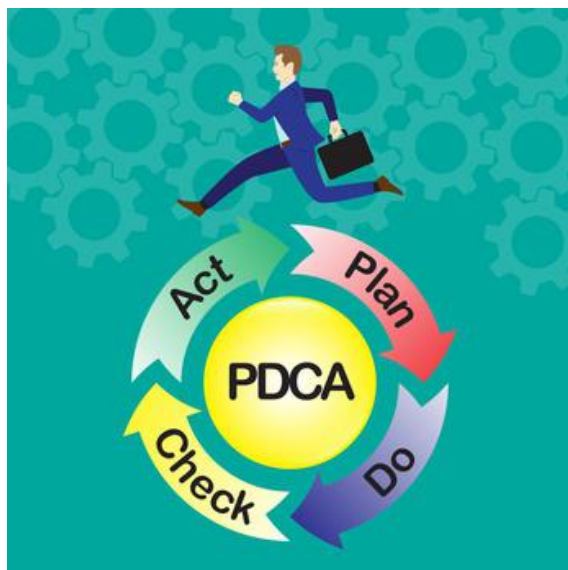
2) 競合するライバルを探す

- 検索エンジンで自分より上位表示する同業種のライバルを探す。
- ブログランキングで自分より上位表示する同業種のライバルを探す。

3) ライバルが全く存在しない分野は要注意

逆に、同業種のライバルが全く存在しない分野への参入は慎重に行う必要があります。

もしかしたら、その分野はフロンティア（新天地）ではなく、需要が薄くて上手く収益化できない荒野なのかもしれません。



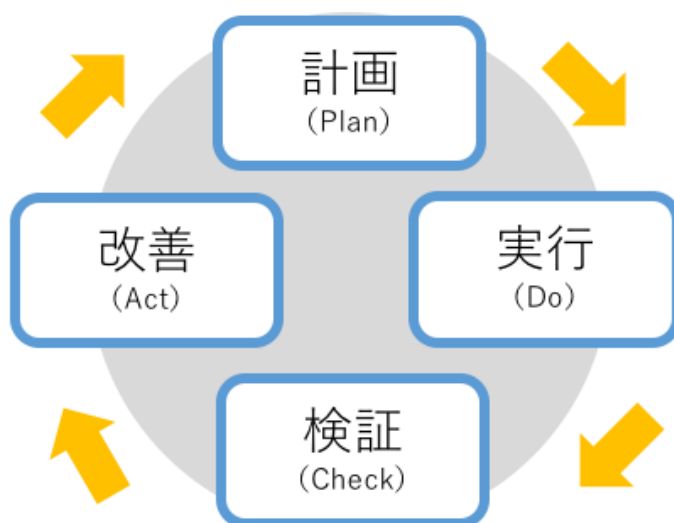
ブログの運営を上手く進行するコツは、日々改善です。日々改善あるのみです。

- ① アイデアを考えて
- ② 実際にコンテンツを制作して
- ③ 現状の問題点を洗い出して
- ④ 何度か修正を繰り返して

最終的なコンテンツが完成します。この一連の作業はどの運営者でも同じです。

いわゆる「PDCA サイクル」になります。

この作業工程を繰り返すことで、コンテンツや業務内容を日々改善します。



本書を最後までお読み頂き、誠にありがとうございます。

WordPress は慣れるまでは少し難しく感じますが、コツさえつかんでしまえば簡単です。

本書で説明した手順に沿って進めれば、

初心者でも WordPress を利用してブログ運営を始めることができます。

あなたもブログを立ち上げて、人気ブログを目指しましょう。

そして、ここからは現実的な話になります。

WordPress を利用してブログを始めること自体は簡単ですが、

ブログの運営を軌道に乗せ、

本当の成功を掴むまでには乗り越えなければならない壁が幾つもあります。

競合するライバルの数も多いです。

決して楽な道のりではありません。

競争の激しい業界で、あなたのブログを人気ブログまで育て上げるには、

あなた自身の意識改革も必要になります。

個人の方は特に「ブログ運営は事業である」と強く意識する必要があります。

これは結構重要なことです。



個人でブログを運営している方は、趣味の延長でブログを更新している方も多いと思います。
軽い気持ちでブログを更新しているだけでは、良い結果が得られるはずがありません。

ブログの運営を事業として取り組むので、ブログ運営は仕事になります。
自分が営む事業の仕事で手を抜く人はいませんよね。

仕事中にネット動画やテレビを見たり、酒を飲んだりしませんよね？（すっとぼけ）

中途半端な姿勢で仕事に取り組むと、当然、中途半端な結果にしか行き着きません。
本気で仕事に挑み、魂を込めてブログ運営に取り組むことが必要になります。

ブログの運営は事業なので、記事を書く作業の一部を外部のライターに発注しても良いのです
そして、収益が発生する仕組みができれば、
集客のために広告を出して収益を更に拡大させることもできます。

あなたが本気でブログ運営に取り組むのであれば、
ブログの運営を事業として再設計してみましょう。

以上



ネタワンのメルマガを購読している個人の方に限り、質問・感想を受け付けています。

もし、本書・ブログに記載した内容でわからないことがあれば、お気軽にご相談下さい。

質問・感想は「[お便り投稿フォーム](#)」から送信できます。

「賢威7・エックスサーバー・wpX レンタルサーバー」に関する不明点があれば、購入・申込前でもお気軽に質問をお送り下さい。ネタワンの管理人はこれらのツール・サービスを愛用しています。普段から利用しているので、それなりに運用ノウハウがあります。

ただし、わからないことは、わからないと返答します。予めご了承下さい。

質問 OK	● 個人からの質問 ● 本書に記載した内容に関する質問 ● 賢威7に関する質問 ● エックスサーバーに関する質問 ● wpX レンタルサーバーに関する質問
質問できないこと	● コンサルティングになる質問（業務改善系の質問） ● 仕事・業務に関わる質問 ● サイト構築時の不具合・疑問に関する質問

➤ [お便り投稿フォーム（質問・感想を送る）](#)



ネタワン管理人（森幸生）

ネタワンでは企画・技術系の難しいネタを解説することが多いので、癒し系のワンちゃんの写真をイメージキャラクターとして利用しています。ネタワンのワンともかかっています。

Blog	WordPress 神推しブログのネタワン https://netaone.com
Twitter	https://twitter.com/NetaOneCom
Facebook	https://www.facebook.com/netaonecom