

本書はシステムアフィリエイトプロジェクト特別特典です
二次配布は固く禁止しております

【副業→メルマガ】

Google も認める、
上位記事よりアクセスを集める
記事タイトルの付け方
【具体例】

作成者：うめ

ブログ：[アフィリエイト ABC クラブ](#)

メルマガ：[趣味・体験ブログで働かずに稼ぐ](#)



● はじめに

【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）

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

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。
下記の点にご注意戴きご利用ください。

このレポートの著作権は「うめ」に属します。
著作権者の許可なく、このレポートの全部又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。このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又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。 著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

●はじめまして、「うめ」です。

こんにちは、
『働かずに稼ぐ』ということに
フルコミットしている
「うめ」と申します。

まずは当レポートを開いて
くださったこと、
とてもうれしく思っています。
ありがとうございます^^



少し自己紹介をさせていただきますね。

アラフォー2児の父、会社員の副業として
アドセンスブログとメルマガを運営しています。

趣味ブログは月に3記事程度（あ、先月は1記事しか投稿していない…）、
メルマガは気まぐれ配信ですが、
多いときで月に40万円程の収益を得る事もあります。

ブログでは大好きな趣味である釣りのブログを収益化、
メルマガではブログで稼いだ体験を活かし収益化。

そんな感じで

「好きなこと、興味のあることでお金を稼ぐスパイラル」を仕組み化して、
今ではほとんど放置で稼げるようになっています。



とりあえず現状、
ブログにしてもやりたいことしかやってません ^^

とはいえ今ではやりたいことだけやって稼げていますが、
過去には苦しい経験もたくさんしてきました。

- アドセンス取得すらも挫折
- 初心者向きと言われるトレンドアフィリエイト、ごちゃまぜブログでも稼げず
- 次から次へと「稼げそう」なノウハウを購入

と言う感じで今の状態に至るまでにも、
教材代に 100 万円近くは使いました。

「次は稼げるかも」「もっとカンタンな方法があるはずだ」と
次から次へとノウハウを購入してしまう
典型的なノウハウコレクターだったんですね。

100 万円近い勉強代を払ってそこで学んだのは、

- いくら初心者向きノウハウでも、自分に出来ないことは出来ない。
- 「稼げるジャンル」はライバルたちと死ぬ気で戦わないと稼げない

と言う教訓。

そして、

『自分の出来ることをやればお金は稼げる』



と言うこと。

正直今は自分のやりたいこと、好きなこと、興味のあること、出来ることしかやっていませんので、働いているという実感すらありません。

趣味ブログの運営が楽しくて仕方がないのです。
当たり前ですね、元々好きでやってる趣味なんですから。

それでも「自分に出来ること」をやればお金は稼げるんですね。

それに今や、
趣味・体験ブログは Google から認められた稼ぎ方になりました。

ご存知 Google の検索エンジンの評価基準に、
E-A-T というモノがありましたよね。

- E（専門性）
- A（独自性）
- T（権威性）

ここにさらに E（経験・体験）が加わり、
E-E-A-T となったのはご存知のとおりです。

- E（経験・体験）
- E（専門性）
- A（独自性）
- T（権威性）



つまり趣味・体験ブログは遂に Google から公式に認められたんですね。

元々、趣味・体験ブログは、

- 趣味や体験したことにテーマを絞っている**専門性**
- あなたしか書けない**独自性**
- 実体験の説得力による**権威性**

E-A-T 全てを満たしていたんですよ。

それに経験・体験が加わったワケです。

ハッキリ言いますと我々のようなド素人ライターが
Google の求める評価基準に應えることが出来るのは、
現実的に趣味・体験ブログしか無いのです。

しかも体験談なら必死にリサーチなんてしなくても、
超高品質のオリジナル記事をめちゃくちゃ早く書く事ができます。

体験談ならすでに知っていることなので
いちいちリサーチの必要もありません。

僕なんて記事作成はほとんどスキマ時間にスマホで書いています。

Google ドキュメントでパソコンとスマホを共有しておいて、



【副業→メルマガ】Google も認める、上位記事よりアクセスを集める記事タイトルの付け方【具体例】

スキマ時間にスマホでサクサクって書いて、
ちょっとまとまった時間が取れたときに
パソコンでちょちょっと仕上げて投稿って感じです。

スマホなら一瞬で記事作成画面へアクセスできるので
分単位のスキマ時間を活用できますし、

自分の体験談だからサクサク書いて行けるから、
スマホで書いても 1 時間あれば 3,000 文字くらい余裕で書けちゃいます。

もはやスマホゲーム感覚で記事を書いています。(笑)

こんな事が出来るのは、
「好きなことや興味のあることだからこそ」
ですね。

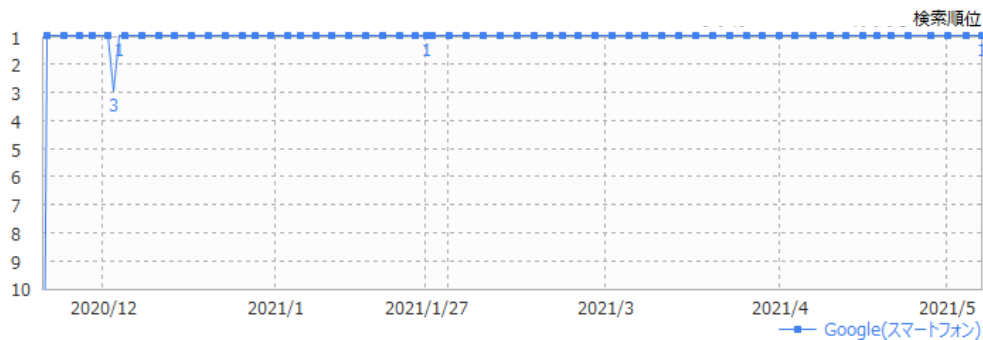
そんなスキマ時間にスマホゲーム感覚で作った様な記事でも、
「僕の体験談」ですから**唯一無二の完全オリジナル**です。

素人丸出しのヘッタクソな文章でも体験談なら読者は読んでくれますし、
Google もちゃんと評価をしてくれるんですね。

実際、「投稿→即 1 位表示」なんて記事もたくさんありますし、
「初めて記事を書きます」と言う外注さんが書いた記事も
ガンガン即日 1 位表示されています。



【副業→メルマガ】Google も認める、上位記事よりアクセスを集める記事タイトルの付け方【具体例】



体験ブログは誰でも高品質のオリジナル記事が書ける。
だから誰でも再現性が高いんです。

ちょっと熱くなってしまいましたが、
趣味・体験ブログ、激アツでしょ？ ^^

ツマらんトレンドを追いかけたり、
興味の無い雑記記事を書いている場合じゃないですって！

メルマガではそう言った『働かずに稼ぐ』ノウハウを発信しています ^^
(あと僕の失敗談や笑い話、グチも少々)

僕が実践している趣味・体験ブログについて語っていたら
ついアツくなってしまいましたが、

当レポートでは
あなたにも『働かずに稼ぐ』を実感していただくために
Google が公式で謳っている文章を読み解きながら、

『上位記事よりもたくさんアクセスを集める、
Google も認める記事タイトルの付け方』



【副業→メルマガ】Google も認める、上位記事よりアクセスを集める記事タイトルの付け方【具体例】

を具体例を用いながらお伝えします。

Google が公式に謡っている「こうなさいよ」と言うことを読み解いて
分かりやすく噛み砕いていき、
誰でも今すぐにでも実践できる方法として落とし込みました。

もちろん難しいテクニックや熟練のスキルは一切必要ありません。

ではどんな事をやるのかというと、

**『人間の心理的についクリックしてしまう記事タイトルをつけることで、
上位表示のアクセスを根こそぎぶん取ってしまおう』**

という作戦です。

人間の心理に訴える方法なので、
抗うことはできません。

つい、どうしてもクリックしてしまうのです。

最初に強調してお伝えしておきますが、
『記事のタイトル』は超重要です。

例えばヤフートップページのニュースのタイトル、
ほんのちょっとした表現の違いでアクセス数はダンチなので、
めちゃくちゃ工夫を凝らしてタイトルが付けられています。

もしあなたが男性であるのなら、

「〇〇がノーバン始球式」(ノーバウト)

と言うタイトルをクリックしたこと、絶対にあるハズ。(笑)

「そんなワケあるか!」と思いながらも
ついクリックしてしまうのが悲しくも男の習性です。。
(僕も例に漏れず…)

今回はそんな、

「人間の心理的にクリックせざるを得ない」
テクニックを Google 公式を読み解きながらお伝えします。

記事タイトルの重要性については、
実際に Google も公式にこう謳っています。

タイトルリンクは、検索結果のコンテンツをユーザーが一目でわかるように表示し、クエリとの関連性が高い理由をはっきりと伝えるうえで不可欠です。**どのサイトをクリックするかはタイトルで決定することが多いため、ウェブページには質の高いタイトルを付けることが重要です。**

引用：[Search Console ヘルプ](#)

「どのサイトをクリックするかはタイトルで決定することが多いため、ウェブページには質の高いタイトルを付けることが重要」

やはり記事タイトルは Google も非常に重要視しているんですね。

例えば僕の一例ですが、
趣味ブログの平均 CTR(クリック率)は平均で 13.7%あります。
(100 記事時点でのデータ)



検索 1 位が約 20%、2 位で約 10%とされていますから、
13.7%と言うのは全ての記事の平均で
2 位以上のクリック率があるということです。

全記事平均のクリック率が 13.7%と言うのは、
自分で言うのもナンですが、なかなか立派な数字だと思います。

上の画像を見ていただければ分かりますが、
平均順位は 6.7 位です。

6.7 位で 2 位以上のクリック率ということは、
僕が投稿している記事の多くは



【副業→メルマガ】Google も認める、上位記事よりアクセスを集める記事タイトルの付け方【具体例】

「下位表示でも上位表示を出し抜いている」

ということになります。

この事からも記事タイトルは非常に重要であり、
僕が実践している効果が一定以上出ている証拠だと思っています。

ではどの様に実践すればいいのか、
分かりやすく具体例を用いながら説明しますね。

スキルや経験に関係なく今すぐに実践出来て、
日頃仕事で使うメールの件名などにも役に立つ内容ですので、
楽しみにして置いて下さいね ^ ^

● 上位記事よりアクセスを集める記事タイトルのつけ方

先に結論を申しますと、
僕が記事タイトルを付けるときに意識しているポイントは
次の5点です。

- 記事タイトルは**最後**に付ける
- なるべく**短く**する
- **数字**を入れる
- **【】**を活用する
- **悲観的**なタイトルにする ←多用厳禁

難しいテクニックや熟練のワザは何一つ必要ありません。



あなたが今すぐにでも実践できる方法です ^^

では順に説明しますね。

記事タイトルは**最後**に付ける

「記事タイトルは最初に付けろ」

と言うお話も聞いたことがあると思います。

と言うか、多くの方がそう教えていると思います。

ですが僕のこれまでの経験上あえて、
最後に付けるべきと言うのが僕の考えです。

もちろん、最初に「どんな記事を書くのか」と言う事が
決まっていることが前提となります。

まず何を書くのかも決まっていなければ
記事を書きようがないですからね。

要は最初に仮でもいいのでタイトルでとりあえず付けておき、
それから記事に合わせてタイトルを修正する。

と言う事です。

繰り返しますが記事タイトルは非常に重要で、
しっかりと考えて付ける必要があります。

けれども記事を書く前から時間をかけ過ぎても前に進まないで、
とりあえず最初は仮タイトルでも OK です。

例えば、

「記事タイトルは最後に考えるべき」

こんな安直なタイトルでもいいのでとりあえずつけておきます。

で、記事を書き終わったら、

「【結論】記事タイトルは最後につけなきゃダメな3つの理由」

みたいに記事内容に合わせて修正してやる感じです。

最悪パッと思いつかなければ、
とりあえずキーワードだけ書いておいても良いです。

最初からあまり時間を使って考えても、
結局後からまた修正しますので。

もちろん巷で言われている様に
記事タイトルを最初にバチッと決めて、
それに合わせた記事を書ければそれに越したことはありません。



けれども実際に記事を書いてみると、
現実的になかなか難しいです。

だって我々、シロートなんですから。
プロライターじゃありません。

最初を書く事は決まっていたとしても、
実際に書いてみたら伝えたいこと変わってしまった…

3つの理由のハズが2つになってしまった…
4つになってしまった…

なんて事も実際にはよくあります。

僕も実際にめちゃくちゃ悩んで最初にタイトルを決めても、
記事を書き終わったら結局修正…

なんて事がたくさんありました。

ちなみにこのレポートのタイトルも、
何度も何度も修正しながら最後の最後まで悩み抜きました。

最初に散々考え抜いても、
結局修正してしまうのです。

だったら最初に悩み過ぎても時間のムダです。

そして絶対忘れちゃいけないことが、
記事タイトルと記事内容の整合性は超重要です。

Google のガイドラインにはこう謳われています。

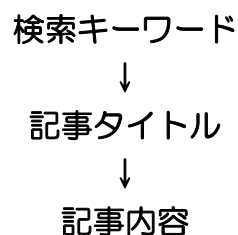
タイトルリンクは、検索結果のコンテンツをユーザーが一目でわかるように表示し、**クエリとの関連性が高い理由をはっきりと伝えるうえで不可欠です。**どのサイトをクリックするかはタイトルで決定することが多いため、ウェブページには質の高いタイトルを付けることが重要です。

引用：[Search Console ヘルプ](#)

「クエリとの関連性」

キーワードを入力して
表示されたタイトルを見てクリックするワケですから、

記事内容がタイトルとズれていたら
読み手は違和感を感じて即離脱します。





この整合性は非常に大切になります。

ですから記事を書き終わった後にもう一度整合性も確認し、記事タイトルを修正した方が効率的だと僕は考えます。

過去に実際に僕も、
「記事タイトルは最初に付ける」という言葉を
鵜呑みにしてやっていました。

けれども記事タイトルに合わせて記事を書こうと思うと、
なかなか記事作成が進んで行かなかったんですね。

ですから僕は一度仮タイトルを決めておき、
記事を書き終わってから記事内容に合ったタイトルに
修正するようにしました。

その方が記事内容と確実に整合もとれやすいですし、
記事を書きながらタイトルをじっくりと考えることが出来ましたし、
何よりサクサク記事作成が進みました。

と言う実体験も踏まえて、あえてセオリーから外れた、
「最初は仮につけておいて、最後にじっくりと考える」
と言うやり方を僕はオススメします。

なるべく短くする

「魅力的なタイトルを」と考えていると
 ついつい長くなってしまう気持ちは分かります。

ですが記事タイトルは**出来るだけ短い方が良い**です。

なぜなら、直感的で一目で分かるからです。

Google 先生も公式でこう謳っています。

タイトルリンクは、**検索結果のコンテンツをユーザーが一目でわかるように表示し、クエリとの関連性が高い理由をはっきりと伝えるうえで不可欠です。**どのサイトをクリックするかはタイトルで決定することが多いため、ウェブページには質の高いタイトルを付けることが重要です。

引用：[Search Console ヘルプ](#)

つまり、記事タイトルを見て、
 「記事の内容が一目で分かる様にした方がいい」
 ということです。

大事なところなので繰り返しますと、
「一目で分かる」です。



クエリとは直訳すると、
「問い合わせ」、「尋ねる」という意味です。

まあ、ユーザーが検索窓に入力したキーワードと
思って思えば OK です。

つまり、

「あなたが知りたいと思ったことはこの記事には書かれていますよ」
と言うことをハッキリと伝えるのが記事タイトルの役割」

と言う事です。

「〇〇の事が知りたい」と思って検索するんですから、
何が書いてあるか分からない記事より、

タイトルを見ただけで自分の知りたいことが書かれていると
明確に分かる記事の方が読みたいですね。

タイトルを魅力的に魅力的にと考えていると、
つつい長くなってしまいがちです。

気持ちはとっても分かるんですけど、
ダラダラと長いタイトルがついていても誰も読まないんですよ。

長すぎると単純に表示されないというのもあるのですが、



ユーザビリティと言う側面からも

出来るだけ短くズバッと伝えられたほうが伝わりやすいです。

なぜなら検索したときに長ったらしいタイトルだと、
「読む」必要が出てくるからです。

ですが短いタイトルだと読まなくても、
「見る」だけで伝わります。

つまり、「一目」で分かります。

「見る」と「読む」の違いは思いのほか大きいです。

あなたも身に覚えがあると思いますが、
いくら知りたいことがあって検索エンジンを利用しても、
実際のところ一言一句全て読まないですよね。

パッと流して目についたものをクリック。
と言う事が多いんじゃないかと思います。

ですから短いと直感的に伝わりやすいく、
目にも留まりやすいんです。

例えば以下の2つのタイトル、
どちらをクリックしたくなりますか？



1. ブログの記事タイトルの文字数は極めて重要で短ければ短いほど分かりやすくクリック率が上がります。
2. 【結論】ブログの記事タイトルの文字数は少ないが正解

1と2、違いが分かりますか？

1. は確かに情報量も多く、
記事にどんな事が書かれているのか分かります。

ただし、きっちりと最後まで「読めば」です。

つまり、
最初から最後まで全部読まなくちゃ
何を書いてあるか分からないんです。

けれど2. はほとんど読まなくても、
「どんな事が書かれているのか」と言うことが
一目で直感的に分かるんですね。

本当にマジで読者さん、
ほとんど読んでいないんです。

勉強熱心ならあなたなら、
僕の記事をきちんと最初から最後まで



読んでくれているかもしれません。

けれどもネットで検索して
何か探し物、調べ物をしているユーザーさんて、
実際のところほとんど読んでいないんです。

実際にあなたもほとんど流し見じゃないですか？
書いてあった内容なんてほとんど覚えてないでしょ？(笑)

「イヤ、オレはしっかり読んでるぜ？」
という方もいるかも知んですが、
しっかり読むにしても読まないにしても、

「パッと検索してサクッと答えが分かった方が絶対に良い」

と言うことはユーザビオリティ的にも優しいと言うことに
間違いありません。

だって答えを知りたくて検索しているんですから、
答えが明確な記事が読まれるのは当然です。

ですから、「理解させる」ではなく、
「直感的に見て分かる」
と言う事が重要なんですね。

Google のガイドラインにはこう書いてあります。

具体的でわかりやすいテキストを記述する。ホームページに「ホーム」、特定の人物のプロフィールのページに「プロフィール」のような曖昧なタイトルは付けないようにしてください。タイトルには不必要に長いものや無駄な情報が含まれるものも避けてください。検索結果にタイトルが表示されたときに、その一部しか表示されなくなります。

引用：[Search Console ヘルプ](#)

つまりカンタンに言ってしまうと、
「記事タイトルは出来るだけ短く、分かりやすく」
と言う事です。

具体的な数字を言うと、MAXでも43文字以内。

表示される文字数はパソコンで32文字、
スマホで43文字ですからね。
(変更になってたらゴメンナサイ)

趣味ブログは基本的にスマホ検索がほとんどですから、
最大にしても43文字以内にしたい方がいいです。

とにかく意識して貰いたいことは、
「単純明瞭で、パッと見ただけで直感的に分かる」
と言う事です。



数字を入れる

記事タイトルに数字を入れるだけで目を引くタイトルになります。

なぜなら数字を入れることで具体性、
リアリティが一気に増すからです。

例えば、

「〇〇〇である理由」というタイトルに数字を加えてみます。

● 「〇〇〇である3つの理由」

これだけで具体性、リアリティが増したと感じませんか？

例えば 10 cmの鉛筆と 10 cm 1mmの鉛筆、
見た目ではどちらが長いかなんてじっくり比較でもしないと
分かりませんよね。

けれども、

「コチラが 10 cm、コチラが 10 cm 1mm」
と書いてあればどちらが長いかなんて小学生でも
一瞬で分かります。

数字が加わると具体性、現実味が一気に増すんです。

ちょっと具体例を挙げてみますね。

- アクセス増加の為にポイント
↓
- アクセス増加の為にたった 1 つのポイント

- 売上を増加させたルール
↓
- 売り上げを 2 倍にした 3 つのルール

こんな感じで数字を入れるだけで全然リアリティが違いますよね。

もちろん適当な事を言っただけではダメですが、
「自分がそう思うこと」を「自分になり」にまとめて書けば
何も問題ありません。

自分が 3 つと思うのなら 3 つで良いし、
もっと細分化して 5 つだと思えば 5 つにすれば OK です。

ただ多過ぎても、
「え？そんなにあるの？」となりますからね。

明確な理由があるわけではありませんが、
7 つ以上あっても読まないモノの本で読んだことがあります。

まあ、目安として 7 つ以下くらいに思っておけば



良いんじゃないかと思います。

タマに「オススメの〇〇〇32 選！」とかって
記事タイトルありますけど、
僕的にはあまりクリックしたいと思いません。

なぜなら、
32 個の中からコチラで選択しなければならないからです。

僕としては
「えー、そんなにあるのー？」
て思っちゃうんですね。

有名な話でジャムの法則と言うのがあります。

- 6 種類のジャム置いて試食後の成約率が 30%
- 24 種類のジャム置いて試食後の成約率が 3%

その差 10 倍。

結局たくさんの種類を置いた方が売れなかったと言う
実験結果があります。
※細かい説明はココでは省きますね。

つまり、
人は選択肢が多いと結局行動しないんですね。



ポイントは**読み手に迷い(ストレス)を与えない**ことです。

もちろん、
選択肢が少しでもたくさん欲しい場合もあると思いますので、
それはそれでいいと思います。

けれどもそんな
「20 選！」「30 選！」なんて記事タイトルが並んでいる中に、

「**【厳選】オススメの〇〇〇3 選！**」

てタイトルがあればそっちをクリックしたくなりませんか？ ^^

自分で選ぶ必要がありませんからね。

検索エンジンを利用する人は手っ取り早く答えを知りたいのです。

ということでここでは、
記事タイトルに数字を入れるとリアリティが出て説得力が増す。

ということをお覚えておいて貰えたらと思います。
※絶対に数字を入れなきゃならないというワケではありません。



【】を有効に使う

【】はめっちゃくちゃ便利で有効的ですので、ぜひ取り入れて下さい。

なぜなら伝えたいことを短くズバッと伝えるのに、もの凄く使い勝手が良いからです。

次の例を見て下さい。

- ○○が要らない理由
- ○○で失敗する前に知っておきたいこと
- ○○VS△△
- ○○を知らずに損をしている人
- ○○をガチレビューして分かったこと
- ○○を行う前のチェックリスト

なんかパッとしませんよね。

何が言いたいのか分かり難いうえ、決定打に欠けるタイトルです。

ではこのタイトルに【】をつけてみますね。

- 【結論】○○が要らない理由

- 【重要】〇〇で失敗する前に知っておきたいこと
- 【比較】〇〇VS△△
- 【悲報】〇〇を知らずに損をしている人
- 【事実】〇〇をガチレビューして分かったこと
- 【まとめ】〇〇で失敗する前のチェックリスト【テンプレ配布】

一気に分かりやすくなってパンチが出たと思いませんか？

【】を使うと
「どんな事を言いたいのか」ということが一言で伝わりやすく、
一気にパンチの効いた感じになります。

分かりやすく比較しながら説明しますね。

- 【結論】〇〇が要らない理由
- 〇〇が要らない理由

【結論】とつけば、
「使い込んで結果としてどうだったのか」
ということが分かります。

- 【重要】〇〇で失敗する前に知っておきたいこと
- 〇〇で失敗する前に知っておきたいこと

【重要】とつけば、
「これだけは絶対に知っておいて欲しい」と言う事が伝わります。



【副業→メルマガ】Google も認める、上位記事よりアクセスを集める記事タイトルの付け方【具体例】

- 【比較】OOVS△△
- OOVS△△

【比較】とつけばただ単にどちらが良いかだけでなく、「両者を比較検討している」と言う事が伝わります。

- 【悲報】OOを知らずに損をしている人
- OOを知らずに損をしている人

【悲報】とつけば、「残念なお知らせ」と言う事が強調されます。

- 【事実】OOをガチレビューして分かったこと
- OOをガチレビューして分かったこと

【事実】とつけば、「コレは揺るぎないことだ」と言う本気感が伝わります。

- 【まとめ】OOで失敗する前のチェックリスト【テンプレ配布】
- OOで失敗する前のチェックリスト

【まとめ】とつけば、「コレさえ見ておけば OK」と言う事が伝わります。

どうです？
比較すると【】をつけた方が
何が言いたいのかの分かりやすさが一目瞭然ですよ。

もちろん、



必ずしも頭に付けるだけではありません。

【テンプレ配布】と書かれていれば、
「テンプレートを配布します」という意図を
スパッと伝えることが出来ますよね。

【】を上手く活用すると
シンプルに短く伝えたいことを伝えることができますので、
ぜひ活用してください。

余談ですが、
メールの件名としてもめちゃくちゃ便利で
読み手に優しくなります。

例えば件名の最初に、

【依頼】
【御礼】
【感想】
【謝罪】
【検討】
【相談】

という感じで書いてあれば、
最初からどんなことが書いてあるか分かった上で
文章を読むことが出来ます。

どんなことを書いてあるのかを考えなくていいので、
読み手のストレスが段違いです。

検索エンジンの利用者は『答え』が知りたくて検索します。

ですからタイトルをパッと見た時点で、
「何が書いてあるか読み手は何も考えなくても分かる」
という状態ならばクリック率は間違いなく上がるでしょう。

悲観的なタイトルにする ※多様厳禁

人間の心理的に、
悲観的なタイトルはついついクリックを誘発します。

例えば「〇〇 レビュー」で検索した人が、

「【〇〇レビュー】使ってわかった僕の失敗」

なんて書いてあれば絶対にクリックしたくなってしまいます。

なぜなら人は心理学的に、
失敗したくない様に気持ちが働いてしまうからです。

人の不幸は蜜の味とはよく言ったもので、
成功例より失敗例の方が人は興味を持ってしまう。

コレを損失回避の法則と言って、
ノーベル経済学賞したダニエル・カーネマン氏が
実験により証明した人間の心理行動です。



人は他人の不幸を見聞きすると
脳内で快楽物質であるドーパミンが出るそうです。

このドーパミンによって、

「人はトクに対する喜びよりも、
損を被った時の痛みの方が大きく感じる」

とされているんですね。

つまり人間は本能的に、
「失敗したくない」と強く思ってしまう生き物なのです。

ですからいくら意識していなくても人間は、
悲観的なタイトルはついついクリックしたくなってしまうんですね。

まあ、人の不幸は蜜の味とまでいなくても
「〇〇を知りたい」と思って検索して、

「【悲報】〇〇をやって失敗した僕の事例」

なんてタイトルがあったら、
僕なら間違いなくクリックします。

だって今からやりたい事の失敗例なんて、
絶対に知りたい情報 No.1 です。



ですから失敗談は
シロートのバカげた話であっても美味しいんです ^^

使い様によっては自分がオススメのモノでも何でも使えます。

どんなアイテムでも不満点の 1 つや 2 つありますからね。

不満点もキッチリと書いて、
あなたがそれに対してのどんな対策をしたと言う事まで
書かれていれば最高の記事になります。

ベテラン勢が絶対に真似できない、
ドシロートだからこそ唯一無二のオリジナル記事になりますよね。

もう少し具体例を使って説明しますね。

例えば誰もがオススメするような超人気の定番アイテムで、

「〇〇を使うなら絶対に注意したいポイント」

と言うタイトルを付けたとします。

「え？みんなオススメしてるけど何か欠点でもあるの？」
と言う感じでついクリックしてしまいます。



もうこれは人間の心理的に、
「クリックせざるを得ない」でしょう。

ただ悲観的なタイトルは確かに効果的ですが、
あまりやり過ぎるといい印象を与えませんので
ほどほどにしてくださいね ^^

もちろん、適当なことを言っては絶対にダメですよ。

難しく考えず、
自分自身が感じたことを素直に書けば OK です。

記事タイトルを付けるうえでの重要なポイントとしては
以上になります。

重要なことなので繰り返しますが、
ブログの記事タイトルは非常に重要でタイトルさえよければ、
クリック率は**上位表示より高くなる**可能性を秘めています。

なぜなら、
検索1位の記事のクリック率が20%と言われていますよね。

逆に言えば、
「80%は取りこぼしている」
ということになります。



ですから言い換えるならば、

**「検索で 1 位をとる事より、
クリックされる記事タイトルの方が重要」**

と言っても過言では無いということです。

今回は 5 つのポイントをお伝えしましたが細かい事を言えば、

- 限定性を持たす
- 希少性を持たす
- 伝統を訴える
- 権威性を持たす
- 五感に訴える

などなど、言い出したらキリが無いくらい
やった方がいいことはあります。

けれどもその辺は経験も必要になってきますので、
あなたがブログ作成に慣れながら磨いていってください ^^

今回はひとまず、

- 記事タイトルは**最後**に付ける
- なるべく**短く**する
- **数字**を入れる
- **【】**を活用する
- **悲観的なタイトルにする** ⇐**多用厳禁**

この5つを意識して貰えればと思います。

【補足】ヘタをするとペナルティを受ける記事タイトル

記事タイトルは短いほどいいとは言っても簡潔にするためと言って、**キーワードを詰め込むだけでは意味がありません。**

例えば、
「ブログ 記事タイトル つけ方」
みたいな。

なぜならキーワードだけ詰め込むとクリックされないどころか、下手をするとペナルティを受けかねないからです。

Google のガイドラインにはこうも記載されています。

キーワードの不正乱用は避ける。 タイトルに具体的なキーワードをいくつか含めると効果的な場合もありますが、同じ語句を何度も繰り返しても無意味なだけです。「Foobar, foo bar, foobars, foo bars」のようなタイトルはユーザーの利便性を下げるものであり、**このようなキーワードの乱用は Google やユーザーから不正行為と見なされる可能性があります。**

引用：[Search Console ヘルプ](#)



「キーワードの乱用は不正行為とみなされる可能性がある」

この文章を読み解いていくと基本的に、
記事タイトル内に含むキーワードは重複しない方がいいです。

例えば「コンタクト 洗浄液 安い」と言うキーワードだったとして、
「【安いコンタクト洗浄液 3 選】間違ったコンタクト洗浄液の選び方」
みたいな。

過去にあったんですよ。

記事タイトルや本文にキーワードを詰め込むだけ詰め込んで、
そんな記事をツールで大量生産する。

そんなやり方で上位表示させるようなやり方が。

昔は「キーワードが全て」と言う時代がありましたからね。

当たり前ですけどユーザビリティを考えたときに、
そんな記事がユーザーの役に立っているワケがありません。

そんなやり方は Google にケンカを売っているのと同じです。

あなたは Google にケンカを売って勝てると思いますか？
勝てるワケないですよ。



まあ、だからこそ
そんなやり方ではもう稼げなくなったんですけど。

「検索されるため」
と言う意識ばかりが先行してユーザーの使いやすさが損なわれては
全く意味がありません。

もちろん、Google さんもそんなことはお見通しです。

かと言っていくらシンプルだと言っても、
キーワードだけを詰め込んでいる記事タイトルもよくありませんし、
全く魅力が無くてもクリックして貰えません。

けれどもコレが趣味ブログとかだと、
けっこうよく見かけるんですね。

例えば商品名ワードだけのタイトル。

例えば、釣り竿で「ワールドシャウラ 1652」と言う商品があります。

ありがちな記事タイトルが、
「ワールドシャウラ 1652」
これだけ。



「で？なに？」
となりますよね。

「ワールドシャウラ 1652 が一体何なのか？」
という話です。

ちょっとマシになると、
「ワールドシャウラ 1652 インプレ」
まあ、この釣り竿のインプレッションが書かれていることは分かります。

趣味系のジャンルは知りたい欲求が強いので、
ぶっちゃけこれだけでもけっこうクリックされてしまいます。

ですが、これでははっきりって**ダメダメ**です。

他に魅力的な記事タイトルがあれば一発でかささらわれます。

この場合、
「インプレッションでどんな事が分かるのか」
と言うことまで伝えた方がクリック率は断然上がります。

もしくは、
「え？なんで？」と思われるタイトルもクリックされやすいです。

例えば先ほどの



「ワールドシャウラ 1652 インプレ」
というキーワードの例で言うと、

- ワールドシャウラ 1652【インプレ】意外な使い方
- 【結論】ワールドシャウラ 1652 をガチインプレして分かった
- ワールドシャウラ 1652【インプレ】僕は知らない

「ワールドシャウラ 1652 インプレ」
だけと比べるとどう考えてもクリック率は間違いでしょう。

商品名キーワードって、

- その商品を欲しいけど迷っている
- 欲しいけど実際どうなんだろう？
- どんな風に使えばいいのか分からない

という人が検索することが多いです。

ですから、
特に「インプレ」や「レビュー」というキーワードが足されれば、
「使っている人の意見が聞きたい」こう思って検索するワケです。

例えば上記の
「【インプレ】ワールドシャウラ 1652 の意外な使い方」
だと、

「他にどんな使い方があるんだろう？」
てまず知りたくなりますよね。



「こんな使い方もあるんだ」と感じて貰えれば、
購入を迷っている人の背中を押してあげることが出来ます。

「ワールドシャウラ 1652 をガチインプレした僕の結論」
だと、

購入を迷っている人にとっては
「結局、この釣り竿はどうなのか？」
と言う人にとっては一番知りたいことです。

「ワールドシャウラ 1652 【インプレ】僕はいない」
だと、

「え？検討してるんだけど、なんで？」
て思いますよね。

購入を検討している人がこのタイトルを見れば、
まず 100%クリックするんじゃないですかね。

興味をもって検索した人が、

「え？なんで？」
「知りたい！」
「もっと詳しく聞かせて！」

こう思えるタイトルが
「上位記事を差し置いてクリックされる記事タイトル」
ということです。



「え〜、なんだか難しそう…」

こう思う方もいるかも知れませんが、
大丈夫です。

あなたはすでに、

- ✓ ユーザーが何を知りたいのか
- ✓ どんなことを魅力に感じるのか

と言うことをガッツリ「知っている」ワケなんですから。

なぜならあなた自身が
そのアイテムに興味を持っている当事者だからです。

コレが趣味・体験ブログなんですね。

興味があれば深く知りたいと思えますし、
興味を持って取り組んだことは深い記事が書けます。

シロートでもクリック率が高いプロ顔負けのコピーを作れるのは、
趣味・体験ブログならではのです。

結局のところどんなに綺麗で上手く巧みな文章より、
実際に体験した生の声に勝るものは無いんです。



● 最強の体験談で稼ぐ方法、それはメルマガ

どうですか？

『上位記事よりもたくさんアクセスを集める、
Google も認める記事タイトルの付け方』

表示さえされればクリックせざるを得ないですね。

ベテラン、ビギナー問わず、誰でも今からでも、
なんなら普段の仕事の中でも実践出来ます。

上位表示をされるだけでは意味が無いんです。

せっかく上位に表示されても、
記事タイトルがツマらなければ誰もクリックしてくれません。

逆に言えば記事タイトルさえ魅力的なら、
下位表示でも全然クリックされるのです。

1 位表示が取りこぼしている 80%のクリックを
根こそぎかささらってください ^^



さらに言うのなら、
ココにあなたの実体験が加われば最強です。

実体験に勝る説得力はありませんからね。

実際にやってみたからこそ分かる。
実際にやってみたからこそ説得力がある。

と言うのは誰もが経験あるでしょう。

と言うか逆にもうこれからの時代、
我々シロートがブログで稼いで行こうと思ったら
体験談しかないです。

「稼げる」と言われることを誰にも負けなくらい頑張るか、
「あなただからこそ出来ること」をやるしかないと思います。

ですから Google さんは公式に評価基準に
「経験・体験」を加えたんじゃないですかね。

僕はそう読み取っています。

まあ、せっかく楽しい稼ぎ方を認めてくれたのですから、
趣味・体験ブログ、やらない手はないですよ ^^

しかもですね、



趣味・体験ブログにはネクストステージが用意されているんです。

イヤ、『体験ブログ』を書いているのなら、
それだけで終わってしまうのは実は
めちゃくちゃもったいないことなんです。

なぜなら、あなたが趣味・体験ブログで稼いだ実績は、
まだブログで稼げていない人にとっては喉から手が出るほど
知りたい情報だからです。

つまりこう言う事です。

趣味・体験ブログを実践
↓
その体験談をメルマガで配信

ですから今度はブログで稼いだ体験談を、
まだブログで稼げていない人に向けて
メルマガとして発信してやってください。

あなたが月に 1 万円でも稼いでいるのなら、
その情報を欲しいという人は必ずいます。

冒頭でも少し触れましたが、
僕は本業のかたわら副業で趣味ブログ(アドセンス+物販アフィリエイト)、
そしてその実績体験をメルマガで発信して収益を得ています。



もう、ぶっちゃけて言っちゃいますね。

趣味ブログの実績体験を発信しているメルマガでの収益の方が、遥かに大きいです。

僕は超ぼちぼち運営なのでムラはありますが、それでもやればやるほど稼げる金額が大きくなっていることは身を持って実感しています。

今ではメルマガだけで月に 40 万円くらい稼げちゃうこともあります。

流石にアドセンスブログで月 40 万円とか稼ぐのは、絶対にムリとは言いませんが現実的ではありません。

けれどメルマガならガツガツやれば月 100 万円、200 万円も全然現実的でしょう。

実際にメルマガ開始初月から 50 万円とか、そんな主婦や会社員とかザラにいますね。

やりたいことやっているだけでもコレくらいの金額は稼げちゃうんです。

趣味ブログの方も自分の考えをまとめたり同じ趣味の仲間と繋がったり、

ストレスフリーと言うか、
むしろストレス解消で書いています。

趣味ブログも相当好き勝手書いていますが、
メルマガはアドセンスなどの煩わしい規約もありませんので、
もっと好き放題書いています。(笑)

下ネタも気にせず書いていますし、
もはや本業のうっぶん晴らしに近いかも知れません。(笑)

(そんなメルマガにお付き合い頂いている読者さんには
本当に感謝です)

大好きな趣味を思いっきり楽しんで、
その体験談を記事にする。

そしてその体験ブログを書くことで得たノウハウを
メルマガで発信する。

という、無限ループ状態と言うか、
永久機関の様な状態で報酬を発生させています ^^

趣味・体験ブログ



メルマガ

という流れが、



我々ド素人がストレスフリーで稼ぐ最強の「お金を稼ぐ方法」だと僕は確信しています。

ハッキリ断言しておきます。

【趣味・体験ブログ+メルマガ】は、
めちゃくちゃ相性がいいです。

なぜならメルマガも結局は
体験談を発信しているからです。

あの有名な教材販売者もメルマガアフィリエイターも、
みんな体験談をメルマガで発信しているのです。

ですからすでに体験談ブログを経験しているあなたは、
メルマガで稼ぐハードルがグッと下がるんです。

体験ブログを日頃から実践しているあなたは、
すでに体験談の有効性、伝え方を知っています。

ですからなんの抵抗もなくスッと入れるんですね。

僕はむしろメルマガを始めてから
趣味ブログが効率よくPVを集められるようになりましたし、
趣味ブログがもっと楽しくなりました。



で、その楽しかった体験をまたメルマガで伝えることが出来るので、メルマガがもっと楽しくなってきました ^^

趣味・体験ブログは、ブログとメルマガ、別のことをやっているように見えてリンクする部分も多く、お互いムダなく利用できちゃうんですね。

ですからそういう意味では趣味・体験ブログは「お金を稼ぐ」という意味でも最強ですし、

体験談と言う最強の記事はブログだけでなく、メルマガでも最高に生きてくるんですね。

「自分はそんな人に伝えるほど立派な実績なんてないよ…」と思われる方が必ずいます。

けれど稼ぐ僕がメルマガで発信している情報は、何も特別なレア体験ではありません。

- 自分が初心者の頃知りたかったこと
- 自分がやって良かったこと
- やってみて失敗したこと

こう言ったことを過去の

「稼げなかったころの自分」に向かって書いているだけです。



ですから例えニッチ過ぎる趣味ブログで
収益としては少なかったとしても、

1 万円でも収益があれば
「趣味で月 1 万円稼ぐ方法を知りたい人」に
に自分の体験談を伝えることが出来るんです。

コレって趣味・体験ブログと全く同じです。

ベテランならベテランらしく、
シロートならシロートらしく、
「あの頃の自分」に伝えているだけなんですね。

今回お伝えした情報も、
僕は今では当たり前のようにやっています。

けれども別に難しいテクニックなんて
何も使っていないんですね。

自分がやってみて良かったこと、
失敗したことを伝えているだけなんです。

実践していくうちに、

「こうやった方が良かったな」
「こうすればもっと分かりやすいな」

と言う体験談は必ず積み上がっていきます。



そしてそう言った情報はあなたが初心者の方知っていたように、求めている人は必ずいます。

あなたが当たり前にやっていることも、知らない人、求めている人は沢山いるんです。

せっかく『ブログで稼ぐ』という体験をしたのなら、その体験談も発信していかないととってももったいないです。

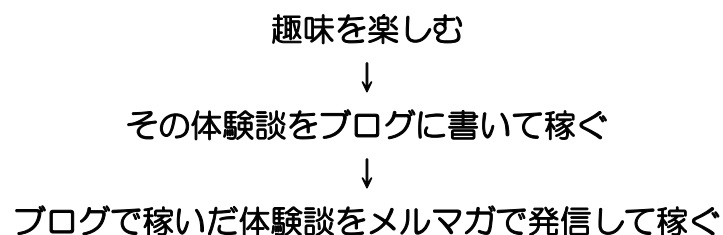
その発信の手段として SEO にも一切左右されず、読者さんさえいれば稼ぐことができ、

「長く運営すればするほど稼げるようになっていくメルマガが一番」
だということを身を持って体感しています ^^

● おわりに

最後までレポートを読んで下さり、本当にありがとうございました。

先ほどもお伝えしましたが僕は、





と言う**体験談無限ループ**で稼いでいます。

ハッキリ言ってメッタクソに楽しいです。

だって、やりたいことしかやっていないんですから当たり前です。

やればやるほど収益チャンスは増えていき、
楽しめば楽しむほど稼げる。

コレを働いていると言うのでしょうか？(笑)
僕は働いている実感なんてないですけど ^^

しかも趣味・体験ブログもメルマガも
『長く運営すればするほど稼げる金額が大きくなる』
と言う特性を持っています。

ですから忙しくて時間が取れない主婦やサラリーマンの方も、
少しずつでも実践していけば
稼げる金額は雪だるまのようにドンドンと膨れ上がっていくんです
ね。

どちらもやりたいことを続けているだけなんですけどね。

こんな楽しい稼ぎ方もあるんです。



全く興味のないトレンドアフィリや
ごちゃまぜブログをやっていた頃がウソの様です。
(苦痛で仕方なかったなあ… あの頃)

ですから僕はそんな『わざわざ苦しい稼ぎ方』をしている人に、
「こんな楽しい稼ぎ方もあるよ」と言うことを伝えたいんです。

お金を稼ぐのにわざわざ苦しい思いをする必要なんてないですよ。

自信を持って下さい。

日中会社に行ってストレス溜めまくってヘロヘロになるまで働いて、
そして副業までしようとしているんですから、
あなたは人の何倍もエネルギーを持っている人のハズです。

今度はそのエネルギーを好きな事の体験に使ってやってください。

そこまでエネルギーを持っている人が稼げないワケがありません。

稼げていないのはエネルギーの使い方、
方向が少しズレているだけです。

副業くらい気楽に行きましょう！

アフィリエイト ABC クラブ
うめ



本特典作成者

👤 作成者名:うめ

📖 ブログ :[アフィリエイト ABC クラブ](#)

✈️ メルマガ :[趣味・体験ブログで働かずに稼ぐ](#)

✉️ メール :info@affi-abc-club.com
