

ルーチンキーワードサーチ

著作権について

「ルーチンキーワードサーチ」PDF 版（以下、本教材と表記）は、著作権法で保護されている著作物です。
本レポートの使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- 本教材の著作権は 菅原にあります。
- お名前の書面による事前許可無く、本教材の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイルなど）により、複製、流用および転売（オークション含む）することを禁じます。

使用許諾契約書

本契約は、本レポートを購読した個人・法人（以下、甲と称す）と菅原（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。
本レポートを甲が受け取り、パッケージを開封又は購読することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的

乙が著作権を有する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 禁止事項

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。甲は本レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートに含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償

甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、その違約金として違約件数と 10 万円を乗じた金額を支払うものとします。

第 5 条 責任の範囲

本レポートの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

目次

ルーチンキーワードサーチとは.....	4
ルーチンキーワードサーチの流れ	6
キーワード選定の流れ	7
商品ページ、販売ページ、ライバルサイトをリサーチ	9
ライバルサイトとは.....	11
起点キーワードをずれなく拾うコツとは？	13
起点キーワード数の目安	16
関連キーワードを調べる	18
関連キーワード取得ツールを使用する	19
【重要】意味合いの広さの確認方法.....	21
キーワードプランナーでキーワードを調べる	29
新しいキーワードを見つける でキーワードを調べる	34
CSV ファイルをまとめて並び替える.....	37
使用する可能性があるキーワードを選定する	40
キーワードの優先順位付けを行う	43
優先順位をつけるキーワードの数	47
タイトル文を作る	50

ルーチンキーワードサーチの目的とは？	52
サイトタイトルは人間が読むことを忘れずに！	55
実践してキーワードをどんどん拾っていく。	59
購入者が使用するお約束キーワードとは？	60

ルーチンキーワードサーチとは

KEYWORD RESEARCH



こんにちは、菅原です。

アフィリエイトにおけるキーワード選定は
中級者以上でも悩み、試行錯誤を繰り返す
難易度が高く奥の深い技術です。

そして難易度が高く奥が深いにもかかわらず
アフィリエイトを開始した直後から必要になり、
絶対に避けては通れない技術です。

僕が多くの人にアフィリエイトを教えていても、

キーワード選定がうまくできず、
実績を出すまでに遠回りして
つまずいてしまう方が非常に多いです。

逆にキーワード選定を適切に行なって
素早く収益を上げる実績者もいます。

要するにサイトアフィリで素早く収益を上げるために
キーワード選定は非常に重要な技術だということですね。

そこで今回は

『ルーチンキーワードサーチ』

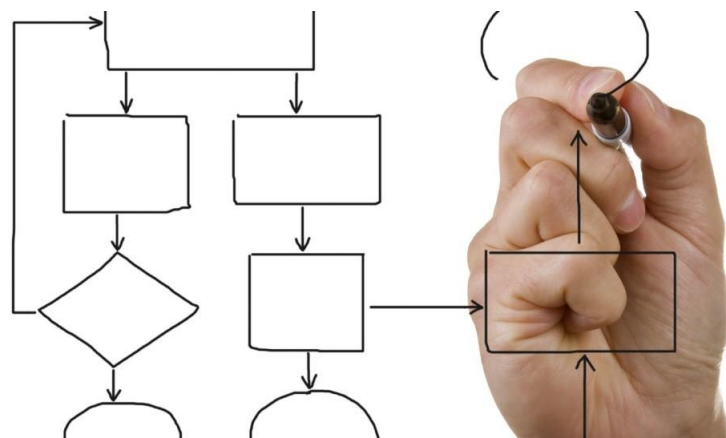
と名づけたこのノウハウで指示していることを、
ルーチンワークのように実践するだけで、
適切なキーワード選定を行える技術を
身につけていきます。

そうすることで新しくて上位表示能力が弱いサイトでも

アクセスされて、成約につながるキーワードを見つけ
素早く収益を上げられるようにしています。

しっかり習得して素早く収益を上げていきましょう。

ルーチンキーワードサーチの流れ



ルーチンキーワードサーチでは
まず関連キーワードを調べるための
起点となるキーワードを見つけていきます。
(これを『**起点キーワード**』と呼んでいきます。)

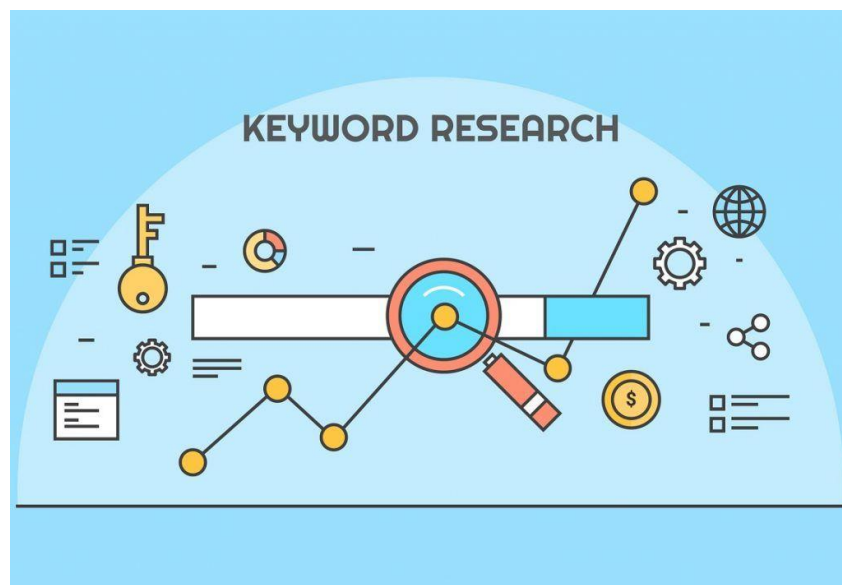
この『**起点キーワード**』から、

関連する複合キーワードを調べていき、

グーグルのキーワードプランナーを使用して、

『**月間平均検索ボリューム**』や『**競合性**』などの情報から
サイトに使用するキーワードを選定していきます。

キーワード選定の流れ



キーワード選定の大きな流れを箇条書きすると

『起点キーワード』候補のキーワードを拾う



『起点キーワード』候補の関連キーワードを調べ精査する



**キーワードプランナーで月間平均検索ボリューム、競合度合い、
入札単価を調べる**



サイトで使用するキーワードを決める



キーワードの優先順位を決める



優先順位をもとにキーワードを各タイトル文に使用する。

という流れになります。

それでは具体的な実践方法を説明していきます。

商品ページ、販売ページ、ライバルサイトをリサーチ



『ルーチンキーワードサーチ』では
はじめに『**起点キーワード**』を探します。

『**起点キーワード**』をどこから拾うのかというと
メーカーが準備している『**販売ページ**』『**商品ページ**』
あとは『**ライバルサイト**』です。

この3種類のページを徹底して見ていき、
使えると思ったキーワードは
どんどんピックアップして記録していきます。

商品ページや販売ページはそれぞれの会社の広告のプロが
サイトの訪問者がどのようなことに興味を持っていて、
どのようなキーワードでアクセスをして、
どのようなキーワードでの訪問者が購入したのか？

という情報をそれまで蓄積したデータや、
お金をかけてリサーチした結果から
厳密に割り出して使用しています。

こういった情報は商品を販売している
メーカーや販売会社が当然 1 番持っていますし、
キーワードをリサーチする際に使う労力や金額も
個人の僕達とは比べ物になりません。

よって、販売ページや商品ページに
ちりばめてあるキーワードの中から
『**起点キーワード**』を探していけば
大きく外すことはまずありません。

ライバルサイトとは



次にライバルサイトから起点キーワードを拾っていきます。

『ライバルサイト』とは

販売したい商品名やジャンル名で検索した際に

上位に表示されるアフィリエイトサイトのことです。

ライバルサイトで使用されているキーワードも

収益を最大にするために最適化されている場合が多いので、

上位表示されやすかったり購入率が高いキーワードが

使用されているケースが多く、

通常では予想出来ないキーワードを拾えたり

アクセスアップや収益につながる

キーワードを拾える場合が多いです。

主にサイトタイトル文や記事タイトル文、

見出し文章の中にキーワードが入っていることが多いです。

あとはサイトに設定されているキーワードや

各記事でタグに設定されている

キーワードなどを見ていくのも有効です。

この考え方にしただって

『**起点キーワード**』の候補となる

キーワードを拾っていきます。

起点キーワードをズレなく拾うコツとは？



『起点キーワード』は選定を間違えると、
それ以降行なう作業の全てがズレてしまいます。

よって、
ズレの無いように拾っていく必要があります。

起点キーワードをズレなく拾うためのコツは
扱う商品やジャンルの検索時にのみ
使用するようなキーワードを拾うということです。

例えば

『**格安 SIM**』をアフィリエイトする場合は

『**電話**』『**電波**』『**契約解約**』『**初期費用**』

『**使い放題**』『**迷惑メール**』

というようなキーワードだと意味合いが広すぎます。

意味合いが広すぎるという状態は

上記のキーワードでいえば、

格安 SIM 以外の様々な商品を検索する場合も

使用するキーワードのため

ライバルの数が多いという状態です。

よって、

上位表示が難しいですし、もし上位表示されたとしても

販売したい商品を購入しようとしている訪問者に

絞り込めていないので購入率も低い場合が多いです。

そういった理由からその商品やジャンルの
検索時しか使用しないような専門用語寄りの
キーワードを拾う必要があります。

先ほどの『**格安 SIM**』の場合で言えば、

『**SIM フリースマホ**』『**MNP**』『**格安スマホ**』

『**電話番号乗り換え**』『**同ジャンルの競合商品名（Y!mobile 等）**』

など格安 SIM を検討している人のみが
使用するようなキーワードを
起点キーワード候補として拾います。

起点キーワード数の目安



『起点キーワード』候補のキーワードは
拾った後で精査します。

よって、使用するかどうか悩むような場合は
どんどん拾ってメモしていきます。

拾う数の目安としては20個程度の

『起点キーワード』候補のキーワードを拾います。

20個というとそれ以上は拾わない実践者が多いのですが、

感覚としては『拾えるだけ拾う』という感覚です。

後で必要の無いキーワードは絞り込んでいきますし、
起点キーワードの条件を満たしているかを調べた時に、
条件を満たしていないキーワードが多い場合は、
サイト作成に必要な起点キーワード数を下回ることもあります。

するとまた起点キーワードを拾う作業に戻る必要が出て
作業のロスにつながります。

よって、
ここでは『起点キーワード』候補のキーワードを
多めに拾う意識で実践してください。

また、
起点キーワードは複合キーワードが多すぎると後ほど行う
キーワードプランナーの作業で重複する場合が多いので、
できるだけ複合キーワードではなく、

単一キーワードで拾うようにしてください。

そうして起点キーワード候補を拾えない所まで作業したら
関連キーワードを調べて絞り込みを行っていきます。

関連キーワードを調べる



ここまででお伝えしたことを参考にして
起点キーワードの候補になるキーワードを拾ったら、
関連キーワードを調べていきます。

関連キーワードとは検索をかけた際に、

同時に検索されることが多いキーワードのことで
グーグルやヤフーで検索をかけた時に
検索結果ページの上下に表示されるキーワードのことです。

この関連キーワードを見ていき、
拾った起点キーワードが
適切かどうかを判断していきます。

関連キーワード取得ツールを使用する

関連キーワードを一気に調べられるサイトが
『関連キーワード取得ツール』です。

<http://www.related-keywords.com>

検索キーワード

取得開始

Googleサジェスト、Yahoo!関連語API、教えて！goo、Yahoo!知恵袋

これらの情報元より関連キーワードを一括取得し、表示するツールです。
関連キーワードから、新たに作成するWEBコンテンツの発想を得たり、用途はまあそれなりのです。

注意:本ツールは永遠のβ版です。
過剰な利用が発生した際、データ取得に制限が掛かる可能性があります。
状況に応じて対応を行います、継続的なサービス提供を保証する物ではございません。

仕様:
取得データは10日程度キャッシュを取りますので、最新でない場合があります。
処理時間は1秒クライ、キャッシュがあると早いよ。

更新情報:
2013/06/20 - 利用者数の増加により、サジェストデータの取得に制限が発生していた問題を解決
2013/06/20 - Yahoo!知恵袋データの取得ができていなかった点を修正
2013/04/23 - Yahoo!検索API(関連語API含む)有料化に対応致しました。(日5,000)
2013/04/04 - Bingのデータ取得が重かったので、取得先から削除しました。
2012/06/15 - 出力タグの削減により若干表示速度改善
2012/06/14 - GoogleChrome環境でのレイアウト崩れを修正。
2012/06/13 - 知恵袋のデータ取得をor検索からand検索に変更。
2012/06/13 - データ取得先の追加(教えてGoo、知恵袋)、処理速度の改善
2012/06/12 - 処理速度の改善
2012/06/12 - 公開

累計調査件数: 40711件 / 要望・不具合報告など → @axelseo

この『関連キーワード取得ツール』に

拾った起点キーワードを入力していきます。

そうして、意味合いが広すぎるキーワードを省いたり、

関連キーワードが10個以上表示されないキーワードは

検索数が少ないということなので、そのキーワードは省いて、

起点キーワードの精度を上げていきます。

この作業を繰り返して、拾った起点キーワード候補が適切なのかを確認していきます。

【重要】意味合いの広さの確認方法



起点キーワードを確認する際に
特に意味合いの広さに関しての
質問を受けることが多いです。

よって、意味合いの広さの判断方法について
もう少し詳しく説明します。

起点キーワードの意味合いの広さの判断方法は、
起点キーワード候補を関連キーワード取得サイトで調べた時に、
起点キーワード候補と関連キーワードを組み合わせた
意味合いを見て判断するとわかりやすいです。

【例】

起点キーワード候補と関連キーワードを組み合わせて
意味合いを考えたときに半分以上の組み合わせが
販売したい商品の購入を検討する検索者や、

少なくともそのジャンルに興味がある検索者が使用するような、
キーワードの組み合わせであればキーワードが広すぎず
適切な広さと言えます。

逆にキーワードを組み合わせて意味合いを考えたときに
アフィリエイトする商品と関係なかったり、

購入予定者が使用しないようなキーワードの組み合わせが
半分以上の場合はそのキーワードは意味合いが広すぎたり、
意味合いがずれているということになります。

例えば 30 個の関連キーワードが表示され、
30 組の起点キーワード候補と関連キーワードの
組み合わせが表示された場合、

少なくとも 16 組が販売したい商品の
購入を検討する検索者や、
そのジャンルに興味がある検索者が使用するような、

キーワードの組み合わせである必要があるということです。

逆にキーワードを組み合わせて意味合いを考えたときに

アフィリエイトする商品と関係がなかったり、

購入予定者が使用しないようなキーワードの組み合わせが

16 組以上の場合そのキーワードは

意味合いが広すぎるということになります。

慣れないうちや判断がつかないと思った時は

起点キーワード候補をひとつ拾った段階で、

都度関連キーワードを調べる作業をしてみてください。

【必ず起点キーワードの最終確認を】



起点キーワード候補の関連キーワードが表示されたら、

- ・ 関連キーワードの数は10個以上表示されているか？
- ・ 起点キーワード候補と関連キーワードを組み合わせた意味合いを考えた時に組み合わせの半分以上が販売したい商品の購入を検討していたり、興味がある検索者が使用するようなキーワードの組み合わせか？

という2点を必ず確認するようにしてください。

この2つが当てはまらない場合は
起点キーワードから外します。

そして

最終的には起点キーワードは

15 個以上になるようにしてください。

しつこいようですが多い分には全く問題ないので

15 個以上拾う意識で拾っていきます。

そうして起点キーワードを拾い終えたら

一度添削依頼の連絡を下さい。

検索キーワード
バッグ

取得開始

こちらの結果を全てコピー

Google サジェスト

バッグ
バッグ ブランド
バッグ インバッグ
バッグ 通販
バッグ メンズ
バッグ ナウン
バッグ 収納
バッグ の中身
バッグ 種類
バッグ ハンガー

あ

バッグ a4
バッグ 赤
バッグ 洗い方
バッグ アウトレット
バッグ amazon
バッグ 編み図
バッグ アウトドア
バッグ アレンジ
バッグ アクセサリー
バッグ ace

い

バッグ インバッグ
バッグ イタリア
バッグ 印刷
バッグ イラスト
バッグ イエロー
バッグ イルミネーション
バッグ イギリス
バッグ インバッグ リルビー
バッグ 意味
バッグ 一生もの

う

バッグ wiki
バッグ 赤
バッグ 裏地
バッグ ウィメンズ
バッグ 赤れ跡
バッグ 海
バッグ 雨
バッグ 梅田
バッグ 雨に強い
バッグ 雨カバー

a

バッグ a4
バッグ 赤
バッグ 洗い方
バッグ アウトレット
バッグ amazon
バッグ 編み図
バッグ アウトドア
バッグ アレンジ
バッグ アクセサリー
バッグ ace

b

バッグ ブランド
バッグ ブランド メンズ
バッグ ブランド レディース
バッグ ビジネス
バッグ 防水
バッグ バイマ
バッグ ブランド 日本
バッグ ブランド 20代
バッグ ベルト
バッグ 防水スプレー

c

バッグ チャーム
バッグ 小さい
バッグ チェーン
バッグ 中学生
バッグ 中古
バッグ 中敷き
バッグ チェーン パーツ
バッグ coach
バッグ 小さいメンズ
バッグ チャーム コーチ

d

バッグ 大学生
バッグ 男性
バッグ デザイン
バッグ タコタ
バッグ ディスプレイ
バッグ デコ
バッグ 太鼓
バッグ ディズニー
バッグ どこで買う
バッグ ディーゼル

全キーワードリスト (重複除去)

バッグ
バッグ ブランド
バッグ インバッグ
バッグ 通販
バッグ メンズ
バッグ ナウン
バッグ 収納
バッグ の中身
バッグ 種類
バッグ ハンガー
バッグ a4
バッグ 赤
バッグ 洗い方
バッグ アウトレット
バッグ amazon
バッグ 編み図
バッグ アウトドア
バッグ アレンジ
バッグ アクセサリー
バッグ ace
バッグ インバッグ
バッグ イタリア
バッグ 印刷
バッグ イラスト
バッグ イエロー
バッグ イルミネーション
バッグ イギリス
バッグ インバッグ リルビー
バッグ 意味
バッグ 一生もの
バッグ wiki
バッグ 赤
バッグ 裏地
バッグ ウィメンズ
バッグ 赤れ跡
バッグ 海
バッグ 雨
バッグ 梅田
バッグ 雨に強い
バッグ 雨カバー
バッグ a4
バッグ 赤
バッグ 洗い方
バッグ アウトレット
バッグ amazon
バッグ 編み図
バッグ アウトドア
バッグ アレンジ
バッグ アクセサリー
バッグ ace
バッグ ブランド
バッグ ブランド メンズ
バッグ ブランド レディース
バッグ ビジネス
バッグ 防水
バッグ バイマ
バッグ ブランド 日本
バッグ ブランド 20代
バッグ ベルト
バッグ 防水スプレー
バッグ チャーム
バッグ 小さい
バッグ チェーン
バッグ 中学生
バッグ 中古
バッグ 中敷き
バッグ チェーン パーツ
バッグ coach
バッグ 小さいメンズ
バッグ チャーム コーチ
バッグ 大学生
バッグ 男性
バッグ デザイン
バッグ タコタ
バッグ ディスプレイ
バッグ デコ
バッグ 太鼓
バッグ ディズニー
バッグ どこで買う
バッグ ディーゼル

教えて! Goo

こんな感じのバッグを探してます
女性が良いと思う男のバッグ
結婚披露宴へ持っていくサブバッグについて
どんなサブバッグを使っていますか?(女性の方)
通勤のバッグ、何でもOKな時代なんだろう?
身内の結婚式の洋装でのバッグについて
キャディバッグの名称?(ゴルフに詳しい方)
彼氏にバッグをプレゼントしようと思うんですが
登校時のバッグ
葬儀の時のバッグ
ビジネスバッグで3wayバッグ
スーツにはキャリー バッグorボストンバッグどちら
が望ましい?
黒の服にも、白の服にも、茶の服にも合うバッグ
の色は…
ビニールバッグ
レッスンバッグとシューズバッグ
“トートバッグ”の“トート”って何ですもん?
違うブランドのバッグを同時に持ち歩く
下記条件でのオススメの小型斜め掛けバッグ
男物のバッグのついて
斜め掛けショルダーバッグを身にまけてる男性に
ついて
スタジャンに合わせるバッグが決まりません
どうしよう披露宴は明日なのに、通販で買った
白のパーティーバッグが着込んであるのかも…
バッグの種類
二次会のみの場合のバッグって…
大学で使うバッグの種類について質問です
自転車用バッグと防水スプレーについて
小さいバッグに荷物が入りきらない時のサブバ
ッグについて
通園バッグ
クロエのバッグ
ママバッグについて
30代専業主婦の方、ブランドバッグは持ってい
ますが?バッグはいくが持つ
ショルダーバッグがきつい

起点キーワードが拾えたら、関連キーワード取得ツールの、

右上の『全キーワードリスト (重複除去)』

という箇所を選択して全てのキーワードを選択してコピーします。

(全選択は Ctrl + A のショートカットが便利です。)

そして、コピーしたキーワードをグーグルの
キーワードプランナーで調べていきます。

この作業を拾った起点キーワードの数の分を行います。

(起点キーワードを 20 個拾った場合は 20 回行うということです。)

『キーワードプランナー』は
キーワードの月間平均検索ボリュームや
上位表示の難易度を調べることが出来て、

サイトの強さや、施す S E O 対策の度合いによって
使用するキーワードを選定したり、
キーワードに優先順位を付けていくことが出来ます。

次の章では『キーワードプランナー』の
使い方を紹介していきます。

キーワードプランナーでキーワードを調べる



まず google 広告にログインを行い、

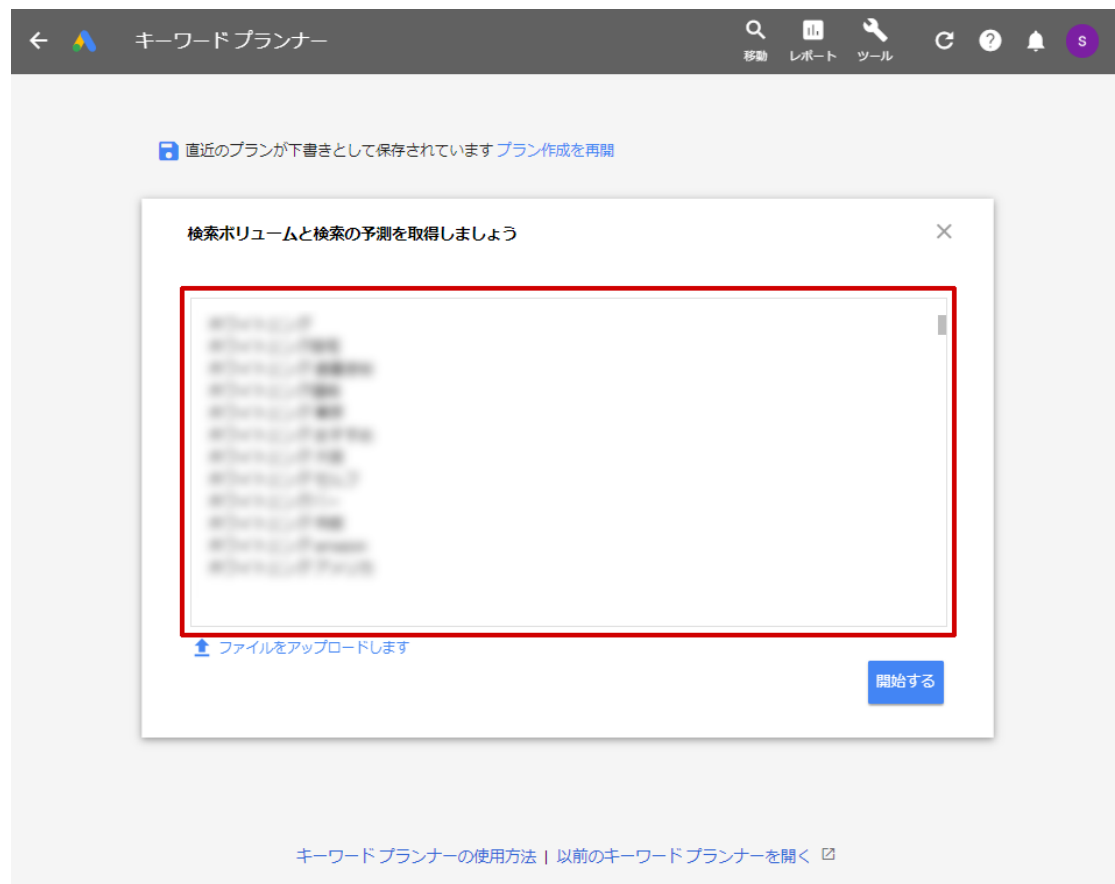
上部の『ツール』から

『キーワードプランナー』を選択します。



『検索のボリュームと予測のデータを確認する』

をクリックします。



関連キーワード取得ツールで拾った
起点キーワード 1 キーワード分の
関連キーワード全てをこちらに貼り付け
『**開始する**』をクリックします。



結果のページに移動したら

右上のダウンロードのアイコンをクリックします。



ダウンロードのアイコンをクリックすると

『プランの予測データ (.csv)』と『プランの過去の指標 (.csv)』
がプルダウンで表示されるので『**プランの過去の指標 (.csv)**』
をクリックし CSV データをダウンロードします。

この作業は起点キーワードが
20 個ある場合は 20 回行います。

起点キーワードが 20 個の場合、ダウンロードする
CSV ファイルは最終的に 20 個になるということですね。

新しいキーワードを見つける でキーワードを調べる

『**検索のボリュームと予測のデータを確認する**』で

すべての起点キーワードを調べたら、

続いて『**新しいキーワードを見つける**』に

起点キーワードを入力して調べていきます。

そうすることで、入力した起点キーワードを使用する検索者が使用する傾向が強い、他のキーワードの候補を出してくれるのでよりキーワードの幅が広がります。



キーワードプランナーの初期画面に戻り、

『**新しいキーワードを見つける**』をクリックします。



起点キーワードのみを入力し、
 (10 個までまとめて入力可)
 『結果を表示』をクリックします。



結果を『キーワード候補をダウンロード』をクリックして
 CSV ファイルに落とします。

Keyword Stats 2018-10-08 at 14_28_29 - Excel

ファイル ホーム 挿入 ページレイアウト 数式 データ 校閲 表示 ヘルプ 実行したい作業を入力してください 共有

外部データの取り込み 最新のクエリから テーブルから 最近使ったソース 取得と変換 接続 プロパティ リンクの編集 接続 並べ替えとフィルター 並べ替え フィルター クリア 再適用 区切り位置 データ ツール 予測 What-If 分析 予測 シート アウトライン

J6

	A	B	C	D	E	F	G
	Keyword	Min search volume	Max search volume	Competition	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Ad
2	歯科	100,000	1,000,000	低	135	434	
3	歯医者	100,000	1,000,000	低	68	393	
4	虫歯	10,000	100,000	低	356	888	
5	歯並び	10,000	100,000	中	204	448	
6	矯正	10,000	100,000	中	185	493	
7	虫歯 治療	10,000	100,000	中	128	370	
8	歯 矯正	10,000	100,000	高	193	553	
9	美白	10,000	100,000	高	178	472	
10	インプラント	10,000	100,000	高	176	680	
11	差し歯	10,000	100,000	高	133	511	
12	入れ歯	10,000	100,000	高	118	978	
13	ホワイトニング	10,000	100,000	高	102	822	
14	歯 ホワイトニング	10,000	100,000	高	92	464	
15	インプラント	10,000	100,000	高	81	586	
16	ホワイトニング	10,000	100,000	高	56	223	
17	審美	1,000	10,000	低	205	790	
18	妊婦 歯医者	1,000	10,000	低	204	425	
19	歯 欠ける	1,000	10,000	低	157	476	
20	ホワイトニング	1,000	10,000	低	154	650	
21	口内炎 歯医者	1,000	10,000	低	153	464	
22	歯医者 料金	1,000	10,000	低	134	508	
23	歯医者 初診料	1,000	10,000	低	133	471	
24	歯医者 選び方	1,000	10,000	低	118	465	
25	歯医者 クリー	1,000	10,000	低	112	328	
26	ホワイトニング	1,000	10,000	低	103	611	
27	歯 痛い	1,000	10,000	低	55	489	
28	歯磨き粉 ラン	1,000	10,000	低	51	259	

Keyword Stats 2018-10-08 at 14_

全ての結果を CSV でダウンロードする所まで終わったら、

ダウンロードした複数の CSV ファイルを

1つのエクセルに集めて並び替えを行います。

CSV ファイルをまとめて並び替える



『**検索のボリュームと予測のデータを確認する**』と

『**新しいキーワードを見つける**』で

ダウンロードした CSV ファイルは項目数が若干違うので、
項目を合わせて一つのエクセルに集めます。

項目名は

『**Keyword**』 『**Min search volume**』 『**Competition**』

『**Competition (indexed value)**』

『**Top of page bid (low range)**』

があれば良いです。(これ以外の項目を消す必要はありません)

並び替え

レベルの追加(A) × レベルの削除(D) レベルのコピー(C) オプション(O)... ☒ 先頭行をデータの見出しとして使用する(H)

列	並び替えのキー	順序
最優先されるキー	Min search volume	セルの値
次に優先されるキー	Competition	セルの値
次に優先されるキー	Competition (indexed value)	セルの値
次に優先されるキー	Top of page bid (low range)	セルの値
次に優先されるキー	Keyword	セルの値

OK キャンセル

並び替えは

- ・ 月間平均検索ボリューム/低 『Min search volume』
- ・ 競合の強さ 『Competition』
- ・ 競合の強さ/数値 『Competition (indexed value)』
- ・ 入札単価/低 『Top of page bid (low range)』
- ・ キーワード 『Keyword』

の順番でレベル設定をして並び替えをしてください。

順序は『大きい順』または『昇順』にしてください。

エクセルのレベル設定や並び替え機能の詳しい説明は

こちらのサイトでの説明がわかりやすいのでご覧ください。

<https://121ware.com/qasearch/1007/app/servlet/relatedqa?>

[QID=016326](#)



また

エクセルの機能で『データ』タブの中にある

『**重複の削除**』という機能を使用すると

重複したデータが削除され選定作業が効率化するので

重複データの削除もおこなってください。

使用する可能性があるキーワードを選定する



まとめた CSV ファイルの

- ・ キーワード 『Keyword』
- ・ 月間平均検索ボリューム/低 『Min search volume』
- ・ 競合性 『Competition』
- ・ 競合の強さ/数値 『Competition (indexed value)』
- ・ 入札単価/低 『Top of page bid (low range)』

を見てサイトで使用する可能性があるキーワードを
選定していきます。

目安としては

『Min search volume』 100 以上

のキーワードを見て少しでもサイトで使う可能性がある

キーワードはすべて選定する意識で拾っていきます。

使用予定のキーワードの行の背景を黄色にしていってください。

大量のキーワード数になる場合がありますが、

あとでキーワードに優先順位をつけて

メインで使用するキーワードを絞り込むので問題ありません。

ここではとにかく数を多く選定することが重要です。

あとは、『Min search volume』100 未満のキーワードは

原則拾いませんが、競合性（Competition）が低く

入札単価（Top of page bid (low range)）が高いキーワードは、

競争率が低いにもかかわらずお金を支払って

稼いでいる人がいる可能性が高いキーワードですので、

上位表示させやすく、かつ稼げるキーワードである

可能性が高いので選定するのもあります。

ほかにも良い記事が書けそうだと強く思えるキーワードを
使用するのもありなので、余裕がある場合は

『Min search volume』100 未満のキーワードも見てみて下さい。

この作業では複数サイトで使用するキーワードを拾うので、
少しでもサイトで使用する可能性があるキーワードは
選定するようにしてください。

このあとの作業でキーワードの優先順位を付けるので
ここで多くのキーワードを選定しても問題ありません。

使用するキーワードの行の背景を黄色にして、
使用しないキーワードも消さずにそのまま表示した状態で
選定していきます。

また、この時には販売ターゲットをある程度決めておくと、

選定しやすくなるので、販売ターゲットをざっくりで良いので決めてキーワードを選定し始めることをおすすめします。

この選定作業が終わったら一度エクセルファイルを僕に提出して下さい。

キーワードの優先順位付けを行う



一通りキーワードを拾ったら

次は拾ったキーワードに優先順位を付けていきます。

優先順位は三段階でつけていきます。

エクセルに列を一行追加し、

最も優先順位が高いキーワードには『1』を、

2 番目の優先順位のキーワードには『2』を

3 番目の優先順位には『3』と数値を付けていきます。

キーワードの優先順位は商品に興味がある検索者が使用しそう。

購入率が高そう。とか、このキーワードを使って

良い記事が書けそうと思える。など感覚でつければ良いのですが、

サイトの作り始めではサイトの上位表示能力が低いです。

よって、販売を狙うためのキーワードは、

Min search volume が 100 以上、10,000 未満

競合性（Competition）は『中』『低』といった

上位表示の難易度が高すぎないキーワードを

メインに優先順位をつけていきます。

他にも競合性（Competition）が『低』にもかかわらず

入札単価が高い、キーワードに注目したり、

収益が確実に取れそうなキーワードは

競合性（Competition）が『高』でも拾います。

考え方としてはサイトが新しくても、上位表示されやすい

競合性（Competition）『中』『低』をメインで優先順位をつけ、

上位表示の難易度が高い『高』のキーワードは

厳選して優先順位をつけるというイメージです。

また、上記の月間平均検索ボリュームの数字や

競合性は目安になり、『必ずこの数値の範囲内で行なう。』

というものではありません。

よって、今回提示した数値よりも外れて

月間平均検索ボリュームが少なかったり、競合性が高めでも、

商品に興味がある検索者が使用しそう。購入率が高そう。とか

このキーワードを使って良い記事が書けそう。

と思えるキーワードを見つけたら若干数値が外れていても

高い優先順位をつけるのは問題ありません。

これはあなたが自分自身で検索する時のことや

記事を作るときのことを想定し、

あなたの感覚で決めて構いません。

慣れていないうちは数値を参考にすることをおすすめしますが、

慣れてきたら購入率や書きやすさを考えながら臨機応変に

キーワードを選定していきます。

優先順位をつけるキーワードの数



優先順位をつけるキーワードの数は

最重要キーワードは 1 サイトにつき 5 個から 10 個程度、

2 番目の優先順位のキーワードは

1 記事タイトルに対して 2 から 3 ワード、

3 番目の優先順位のキーワードが

1 記事タイトルに対して 5 個から 10 個程度

拾うと考えると良いですね。

例えば、20 記事のサイト 1 サイト分と考えると

最重要キーワードは 5 個から 10 個程度、
2 番目の優先順位のキーワードは 40 個から 60 個程度、
3 番目の優先順位のキーワードが 100 個から 200 個程度
のキーワードに優先順位を付けるということです。

エクセルに 1 列追加し、
最も優先順位が高いキーワードには『1』を、
2 番目の優先順位のキーワードには『2』を
3 番目の優先順位には『3』と数値を付けていきます。

そして、
高い優先順位のキーワードは実際に検索をかけてみて
キーワードが適切かどうかの確認もしてください。

そうすることで、
自分の想像と違う傾向の検索結果が出て、
意図がずれていることを発見できる場合があります。

例えばアルファベットのキーワードだと、
競合の数値や月間検索件数が適切だと思っても、
検索してみたら実は日本人の検索はほとんど無かった。

というケースもあるので
そういうことがないかチェックしていきます。

ここまでキーワード選定を行っていくと
アクセスされやすく成約率の高い
キーワード選定ができています。

優先順位の番号を 1 から 3 までエクセルに付け終わったら
一度提出を行ってください。

タイトル文を作る



キーワードに 優先順位を付け終わったら

最も優先順位が高いキーワードをサイトタイトルに

その次の優先順位のキーワードを記事タイトルに

使用してタイトル文を作っていきます。

ちなみにグーグルは下記順番で

文章に入っているキーワードの評価を行う傾向にあります。

- ① **サイトタイトル**
- ② **記事タイトル**
- ③ **Hタグ（記事の見出し）**
- ④ **記事文中**

サイトタイトルに入っているキーワードを
そのサイトで最も重要なキーワードと判断しやすく、
その次に記事タイトルに入っているキーワードを
重要なキーワードと判断しやすいということです。

よって、
この優先順位の順番でキーワードを
各タイトル文 1 タイトルに付き
2つか3つ割り振り使用します。

そして、優先順位が最も高いキーワードに関しては、
サイトタイトルでも使用しますが、
各記事タイトルでも使うようにして使用頻度を高めにします。

そうすることで記事の内容も固まってきますし、
サイト全体で濃いアクセスを呼ぶことができます。

また、サイトタイトルに使用できそうな

高い優先順位のキーワードが多くある場合は、
複数のサイトに割り振って優先順位をつけるのもあります。

そうすることで一度のキーワード選定で
複数サイト分のキーワードを拾えることになるので
特に優先順位の高いキーワードには注目して下さい。

ルーチンキーワードサーチの目的とは？



ルーチンキーワードサーチの目的は、
名前の通りキーワード選定作業をルーチン化して
少ない労力、短い時間で多くの稼ぎやすいキーワードを

適切に拾ってくるということです。

ポイントは作業のまとめ方で、

- ① 起点キーワード候補を商品ページやライバルサイトから拾う。
- ② 起点キーワード候補の関連キーワードを調べる。
- ③ キーワードプランナーの結果を
CSV 形式でダウンロードを行なう。
- ④ ダウンロードした CSV を1つのエクセルにまとめて月間平均
検索ボリューム数、競合性、入札単価順に並べる。
- ⑤ サイトに使用する可能性のあるキーワードを選定する。
- ⑥ キーワードに優先順位をつける。
- ⑦ サイトタイトル、記事タイトルを作成する。

このように作業をまとめると効率が良く、
ルーチン作業になりやすいです。

ぜひこの作業を繰り返して、早くこの作業を
あなたの中でルーチン化して下さい。

この作業をルーチン化していくと、
あなたのサイト作成の時間が飛躍的に短くなり、
収益を上げるキーワードも見つけやすくなっていきます。

サイトタイトルは人間が読むことを忘れずに！



ここまではタイトル文に使用する
キーワードの選定方法の説明をしてきました。

この技術は当然非常に重要なのですが、
タイトル文は人間が読むので、
使用する際はS E Oを狙うだけの
無機質なキーワードの羅列にするのではなく、
タイトル文を読んだ検索者が興味を持つような
内容にしていきましょう。

例えば、

キーワードを見て検索者が、

『どういった問題点を抱え、何を望んでいるのか？』

『興味を持つことはどんなことなのか？』

といったことを考えて文章を作ったり、

一度は行きたい●●

●●のたった3つの事

●●の決定版

●●の法則

●●より●●が圧倒的に売れる理由

●●が全く売れない理由とは？

など人が興味を持つような文章には

ある程度決まりがあるので、

そういった文章を使うのも有効です。

もしそういったタイトルが思いつかない場合は、



『バカ売れキーワード1000』がお勧めです。

http://www.amazon.co.jp/1000/dp/404600150X/ref=dp_ob_image_bk

反応が取れやすいキーワードや

文章の型が紹介されており

パラパラめくって見ていくだけで、

反応の取れるタイトルが作りやすくなります。

キーワード選定をしていくと

どうしてもS E O対策としてグーグルばかりに

目が行きがちですが、最終的には

人間がクリックすることを意識しましょう。

また、タイトル分は非常に重要なので、

『キャッチ・ザ・インタレスティング』

というテキストを別冊で作っています。

是非合わせて学習してみてください。

<キャッチ・ザ・インタレスティング>

<https://netbetv.com/catch.pdf>

実践してキーワードをどんどん拾っていく。



上記のようにキーワード選定を行い、
サイト運営を始めたら
実際に検索されるキーワードを拾っていきます。

今はアクセス解析ソフトでアクセスのある
検索キーワードを拾えない状況になっています。

しかし、
アクセスのある記事の記事タイトルで使用している
キーワードを見ていくなどすれば、ある程度
検索キーワードのあたりをつけることができます。

そのキーワードの情報はあなた独自の生きた情報で
うまく利用して記事を作成していくことで
効率的にアクセスを増やしていけます。

しっかり活用していきましょう。

購入者が使用のお約束キーワードとは？



また、購入しようとしている訪問者が
良く使うお約束のキーワードの一部を紹介します。

商品名プラス

『**激安**』

『**最安値**』

に始まり、

商品名プラス

『**おすすめ**』

『**ランキング**』

『**西暦（2020等）**』

『**比較**』

『**レビュー**』

といったキーワードの組み合わせがあったり、

機械物であれば、『**型番**』で検索される場合が多いです。

他にもそのジャンルでしか使用されない

『**専門用語**』『**略語**』なども有効です。

こういったお約束のキーワードを拾い
上手に使っていくことで効率よく
アクセスを集めていくことができます。

そしてジャンルによってキーワードの傾向に
特徴がある場合が多いので、
キーワードの傾向を掴んでいって下さい。

実際にあなたのサイトにアクセスのある
キーワードから傾向をつかむことができれば、
それはあなた独自のデータになります。

今後あなたがアフィリエイトを行っていく上で
大きな財産になっていき、より収益化する確率が
高くなり、スピードも早くなっていきます。

是非活用していきましょう。

以上で

『ルーチンキーワードサーチ』

の説明は終わりです。

ぜひあなたも今回紹介した
キーワード選定方法をマスターして、
早期にアクセスを集め収益を
上げていって下さい。

キーワード選定は非常に重要な部分で、
難易度も高い部分なので、
質問はいつでも何度でも頂ければとおもいます。

それでは最後まで読んでいただき
ありがとうございました。

be