

# 商標特化サイトの設計方法

ここでは特化サイトの設定方法について解説していきます。

1. 案件決定
2. 商標キーワードを洗い出す
3. グループピングする

大枠はこのような流れになります。

ではひとつひとつ解説していきましょう。

## ①案件決定

まずはどの案件を扱うのか決めましょう。

特化サイトを作る際の案件決定の基準は、「検索ボリュームが 商標単体で2,000以上10,000以下くらいを最初は狙ってみましょう」ということでした。

特化サイトで案件を選ぶ際の基準は以下の通りです。

1. 有名企業が広告主の案件
2. 広告単価の高い案件
3. 検索ボリュームの高い案件
4. 愛用している商品
5. ASPで案件の人気度を見る

※当講座 特化サイトの案件選定より一部抜粋

労力をかけて作っていくわけですからしっかりと売れる案件を選定しましょう。

## ②商標キーワードを洗い出す

案件が決定したら3箇所からキーワードを抜き出して行きます。

1. Yahoo!虫眼鏡
2. Googleサジェスト
3. ラッコキーワード(旧:関連キーワードツール)

Yahoo!虫眼鏡



まずはYahoo!の検索窓に取り扱う案件名を打ち込みます。

それと検索窓の直下及び最下部に虫眼鏡のマークの箇所が出現します。

そこにあるキーワードが虫眼鏡キーワードと呼ばれるものです。

これらを全て抜き出していきます。

## Googleサジェスト



Yahoo!虫眼鏡の時と同じように検索窓に案件名を打ち込みます。

すると検索結果の最下部にサジェストキーワードが出現します。



これらを全て抜き出していきます。

## ラッコキーワード(旧:関連キーワードツール)



※画像は、旧:関連キーワードツールのものです。

ラッコキーワードの検索窓に決定した案件名を打ち込みます。

すると関連キーワードが一覧で表示されます。

赤枠で囲まれている「全キーワードコピー」をクリックするとコピーされます。

ラッコキーワード

Google サジェスト 238 HIT

全キーワードコピー (重複除去) CSVダウンロード

ノイズのサジェストとそのサジェスト	ノイズ+A	関連: 中古ドメイン
ノイズ	ノイズ amazon	tbi-shop09.net
ノイズ	ノイズ 暁の女神	silentpiece.jp
ノイズ 今泉	ノイズ 暁	rokutoshichi.com
ノイズ ソファ	ノイズ 青ひげ	ps-farm.net
ノイズ ボッター	ノイズ アニメ	noyz.jp
ノイズ タr	ノイズ アウトレット	もっと見る
ノイズ スキンケアクリーム	ノイズ フードアンド コーヒー	
ノイズ 意味	ノイズ+B	

ラッコキーワードで抜き出したキーワードは、Googleアドワーズのキーワードプランナーにかけて検索ボリュームをチェックします。

新しいキーワードを見つける

お客様の商品やサービスに関心を持つユーザーへのリーチにつながる、キーワードの候補を探してみましょう。

検索のボリュームと予測のデータを確認する

キーワードの検索ボリュームなどの過去の指標や、今後のパフォーマンスの予測データを確認しましょう。

検索のボリュームと予測のデータを確認する



ノイス  
ノイス 今泉  
ノイスポッター  
ノイスカ  
ノイスタ  
ノイスソファ  
ノイス 意味  
ノイス 福岡  
のいす  
のいすか  
noisu アマゾン  
ノイス 美奈

 ファイルをアップロード

開始する

予測データ      除外キーワード      過去の指標      たった今保存されました

+

キーワード	↓ 月間平均検索ボリューム	競合性	広告インプレッションシェア	ページ上部に掲載され	ページ
ノイズ 漫画	5,400	低	-	¥64	
ノース 天神	2,900	低	-	-	
モンスター ノイシュ	1,600	低	-	-	
漫画 ノイズ	1,300	低	-	¥58	
ノイズ	880	中	-	¥72	
椅子 ソファ	590	高	-	¥14	
牛乳パックの 椅子	480	高	-	-	
noisu	390	高	-	¥84	
ノイズ ポッター	390	中	-	-	
ノイズ 種類	390	低	-	-	
noce 店舗	390	中	-	¥20	
藤の 椅子	390	高	-	¥10	
ノイズ noise	320	低	-	-	
ノース アメリカ	320	低	-	-	
ノイズ ロコミ	320	低	-	¥102	

赤枠部分をクリックすると降順に並び替わります。

ここでは、検索ボリュームが少しでもあるものはすべて抜き出していきます。

全く検索ボリュームがないものは棒線が表示されるのでそのようなものは抜き出さなくて結構です。



キーワードプランナーの右上にcsvダウンロードがありますので、こちらからダウンロードするとエクセルデータとしてキーワードを選択できるようになります。

便利ですので使ってください。

次項ではこの3箇所から抜き出したキーワードをマインドマップを使ってサイト設計をしていきます。

-----ポイント-----

商標と関係のないキーワードは対策する必要がありません。

今回の「ノイズ」はヒゲの対策クリームですので「ノイズポッター」や「ノイズ 意味」などの【別のノイズ】にまつわるキーワードは除外してください。

その際はマインドマップに吐き出す前にメモ帳で整理して選別すると良いです。

-----



### ③グルーピングする

中心トピックに案件名を入力

まずはこのマインドマップが何についてのものなのか中心トピックを立てます。

動画では、案件名として「ノイズ」を選定していますので、中心トピックにノイズと入力します。



それでは前項で抜き出したすべてのキーワードをエクスマインドを使ってグルーピングしていきます。

手順に沿って進めてみましょう。

主軸キーワードを決定

まず強いキーワードからマップに広げていきます。

※商標にまつわるもののみ。

—————強いキーワードが簡単にわかる方法—————

- Google 関連キーワード
- Yahoo 虫眼鏡キーワード
- Google サジェスト

これらは露出しているキーワードなので必然的に検索ボリュームが高く検索需要も大きいことが多いです。

### ノイズに関連する検索キーワード

- |                |                     |
|----------------|---------------------|
| Q ノイズ 使い方      | Q ノイズ 男性            |
| Q ノイズ 口コミ      | Q ノイズ 効果なし          |
| Q ノイズ @コスメ     | Q ノイズクリーム 使い方       |
| Q ノイズクリーム 口コミ  | Q ノイズクリーム 効果        |
| Q ノイズ やめたら     | Q ノイズ 口コミ ひげ        |
| Q ノイズ 口コミ @コスメ | Q ノイズ イノセンス クリア セラム |





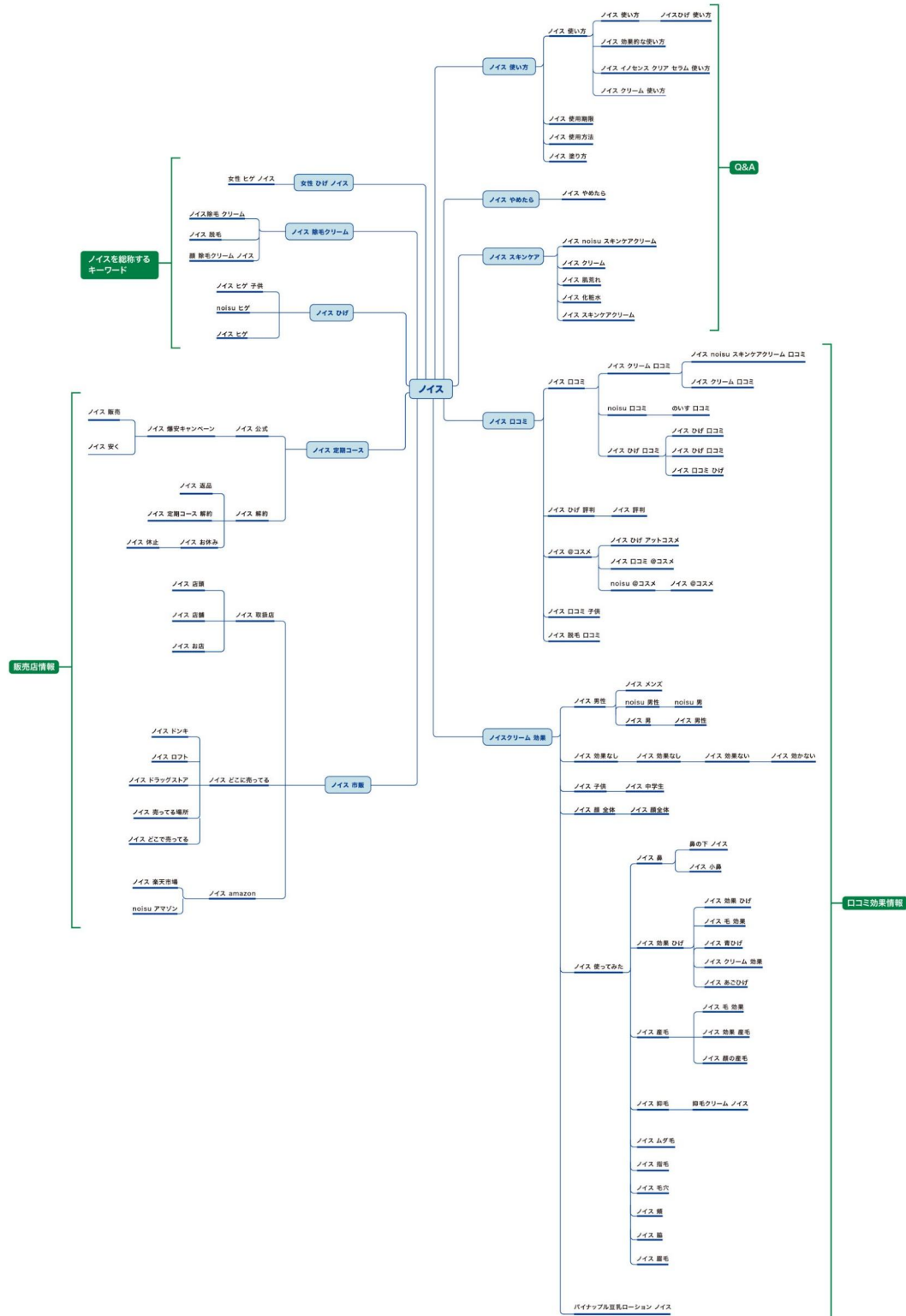
Q ノイス | X 

- Q ノイス 意味
- Q ノイス ソファ
- Q ノイス noisu スキンケアクリーム
- Q ノイス ロコミ
- Q ノイス ドイツ
- Q ノイス ロイス 意味
- Q ノイス 使い方
- Q ノイス 男性

Google 検索 I'm Feeling Lucky

不適切な検索履歴の警告

# キーワードの振り分け



主軸のキーワードに対し同義だと思うキーワードを振り分けていきます。

今回の場合は「ノイス 定期コース」と「ノイス 市販」は【販売店情報】としてカテゴリ化しても良いですね。

「ノイス ロコミ」や「ノイス 効果」も意味合いとしては同義なので、【ロコミ効果情報】としてカテゴリ化して構いません。

もちろんカテゴリを作るのは必須ではありません。

記事数が少なくなるようであれば無理に作らなくても良いです。

そうしないからといって「上位表示しない」とか「する」といった事ではないので誤解しないでください。

あくまでも記事数が多くなってしまふ場合は、ユーザーのファインダビリティを考慮してカテゴリで整理するという考え方です。

※ お手本サイトの「ノイス」は2019年作成のものです。現コンテンツを作成している現在とはキーワードの内容が変わっていますので、説明箇所とお手本サイトの内容が一致していない箇所があると思いますがご了承ください。

## ジャンルサイトの設計方法

ここではジャンルサイトの設計方法について解説していきます。

1. ジャンル決定
2. そのジャンルに必要な要素のキーワードを洗い出す
3. それぞれの主要キーワードの関連キーワードを洗い出す
4. 関連キーワードグルーピング

大枠はこのような流れになります。

もちろん設計方法はこのひとつじゃありません。

人によってやり方は違いますし、今回紹介するやり方はあくまでも一例です。

ただしどのようなやり方をするにしても

**【主軸のキーワードに対して必要な要素(検索意図)を洗い出し整理する】**

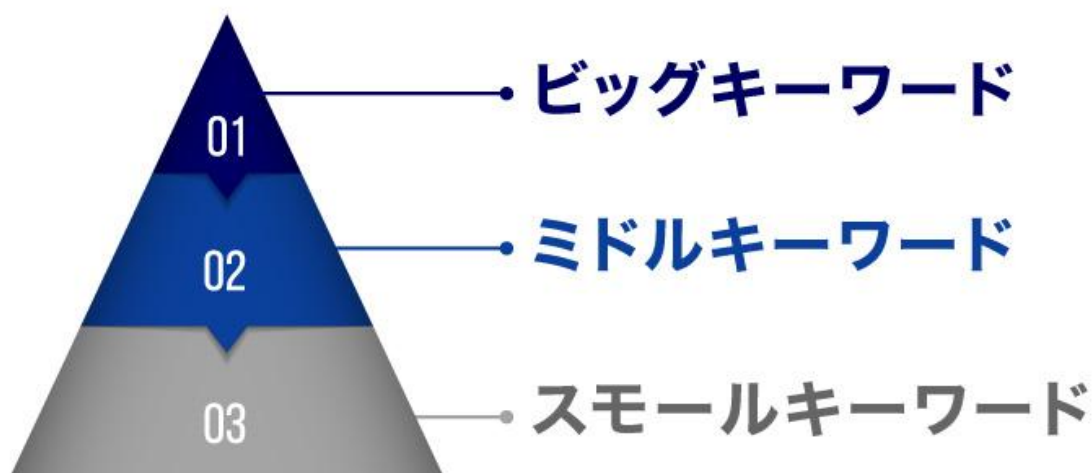
これに変わりはありません。

今回紹介する設計方法をヒントに自分なりの方法を考えてみるのも面白いと思います。

## ④ジャンル決定

まずはどのジャンルを攻めるのか決定しましょう。

ジャンルキーワード決定は「集客の間口をどれくらい広く取るのか？」に当たります。



01 <b>ビッグ キーワード</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・脱毛 ・ダイエット</li> <li>・ニキビ</li> </ul>
02 <b>ミドル キーワード</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・脱毛 おすすめ</li> <li>・ダイエット 簡単</li> <li>・ニキビ 治したい</li> </ul>
03 <b>スモール キーワード</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・脱毛 おすすめ 品川</li> <li>・ダイエット 簡単 短期間</li> <li>・ニキビ 治したい 2ヶ月</li> </ul>

例えばですが「脱毛」というキーワードをテーマにしたサイトと「脱毛 品川」というキーワードをテーマにしたサイトでは、集客の間口が圧倒的に違います。

検索数は高く  
集客の間口は広い



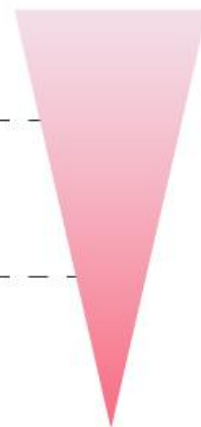
検索数は低く  
集客の間口は狭い

単一KW「脱毛」

2語KW「脱毛 効果」

3語KW「脱毛 効果 何回目」

検索意図は  
あやふや



検索意図が  
ハッキリ

もちろん前者の方が広いお客さんを取って来れますよね。

ですが集客の間口が広い・・・つまり検索ボリュームの高いジャンルキーワードは、ライバルも非常に強いです。

それだけ攻略するのが難しいということになります。

ジャンルの設定方法を具体的にお話しする前に、初心者の方は「あまり大きなところを責めすぎない」これを強く気をつけてください。

例えば

- 「ニキビ」より「思春期ニキビ」
- 「黒ずみ」より「小鼻の黒ずみ」

このように絞り込んだ方が最初はやりやすいです。

現在では、大きなジャンルキーワード単体でアフィリエイトサイトが上位表示するのが難しくなっています。

- 公式サイトやECサイト



- クリニックなどの専門的なサイト
- 企業の総合メディア

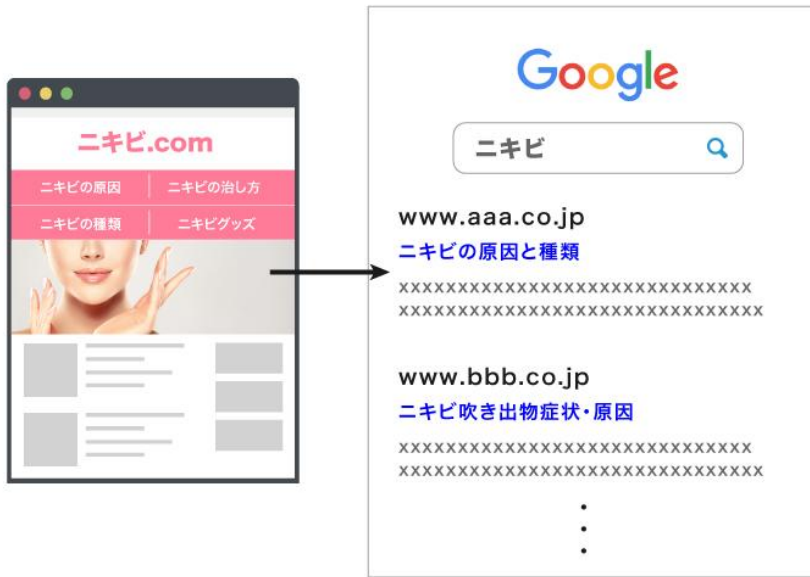
これらの媒体がひしめき合っている状態です。

これらの媒体はコンテンツボリュームや権威性などもありますから、匿名個人のアフィリエイトサイトが食い込むのは至難の技です。

しかし「ジャンルの単一キーワードで上位表示しなくては売り上げが立たないのか？」と言われてもそうではありません。

仮に大きな枠組みで「ニキビ」というテーマでサイトを作って「ニキビ」単体で上位表示しなくても、その中に存在する詳細なコンテンツが上位表示し売上を取って来ることもあります。

※むしろそっちの方が多い。



**サイト自体は上位表示しなくても ...**



**サイト内の詳細なコンテンツが  
上位表示して売上に繋がる**

- 広く大きめにジャンルを取って詳細コンテンツで上位表示を取るのか？
- サイト全体でニッチなジャンルキーワードを攻略するのか？

どちらでも「絶対にこうしなくてははいけない」というものはありません。

ただ、いきなり枠組みの大きなものでやってしまうと構造が難しく挫折する可能性があるので、最初は絞ったジャンルをおすすめしています。

ご自身の判断で決めてください。

## ⑤そのジャンルに必要な要素のキーワードを洗い出す

決定したジャンルに必要な要素のキーワードを洗い出していきます。

そのジャンルに必要なキーワードとは、例えるならカテゴリーに当たるキーワードや主要素の事です。



例えば「美容」の総合ジャンルでサイトを作るのであれば、1段下の

- ダイエット
- 食事
- 運動
- スキンケア
- メンタル

このような要素が必要になりますよね。

どのように調べればいいかについてですが、以下のような選択肢があります。

どれか1つを使ってもいいですし徹底的に全てを使ってもいいです。

1. ライバルからを見つける
2. 関連キーワードからを見つける
3. 関連キーワードツールからを見つける
4. 逆サジェストを見る

一つ一つ見ていきましょう。

## 5-1 ライバルからを見つける

ライバルサイトが対策しているキーワードを見てみましょう。

そのジャンルキーワードで上位表示しているということは、70点か80点かはわかりませんがすべてのコンテンツの中でそのコンテンツが一番必要な要素を兼ね備えているということです。

今回は「思春期ニキビ」でライバルを見えます。



上位表示しているサイトの中身を見ていきます。

———見るべき場所———

- 1. タイトル内のキーワード
- 2. 見出しのキーワード
- 3. サイトマップ

-----

人様のサイトなのでここでレクチャーはできないのですが、上位表示しているサイトのタイトルや見出し、サイトマップを見てみるとこのようなキーワードが対策されていました。

- ニキビの原因
- ニキビの種類
- ニキビの治療法
- スキンケア方法

少なくとも「思春期ニキビ」をテーマにサイトを作るのであれば上記の要素が必要になるということです。

気になった方は実際に検索して上位表示しているサイトを見てみてください。

## 5-2 関連キーワードから見つける

次に関連キーワードも見ってみましょう。

- |                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| Q 思春期ニキビ いつまで   | Q 思春期ニキビ ビタミン     |
| Q 思春期ニキビ スキンケア  | Q 思春期ニキビ 頬        |
| Q 思春期ニキビ 治し方 即効 | Q 思春期ニキビ 薬 ランキング  |
| Q 思春期ニキビ 化粧水    | Q 思春期ニキビ いつまで 知恵袋 |
| Q 思春期ニキビ 洗顔     | Q 思春期ニキビ 市販薬      |
| Q 思春期 ニキビ できない人 | Q 思春期ニキビ オロナイン    |

そう考えると、

- 思春期ニキビのできる場所について
- 思春期ニキビの悩みについて
- 思春期ニキビの治し方やスキンケアについて

検索ユーザーはこれらも合わせて知りたいということです。

### 5-3 ラッコツールから見つける

ツールからも見てみましょう。

使うツールはラッコキーワード(旧:関連キーワードツール)やキーワードプランナーがおすすめです。

ラッコキーワードでは、主に左上の「Google サジェスト」を見ます。

検索需要が一番強いところだからです。

他のキーワードはグルーピングの際にほぼこのキーワードのどこかに属すると思います。

※画像は旧:関連キーワードツールのものです。

検索キーワード  
思春期ニキビ

取得開始

keyword: 487 (un  
見出し抽出 / 文字数カウント)

Googleサジェスト	a	全キーワードリスト (重複除去)
思春期ニキビ	思春期ニキビ跡	思春期ニキビ
思春期ニキビ化粧水	思春期ニキビ顎	思春期ニキビ化粧水
思春期ニキビ洗顔	思春期ニキビ赤み	思春期ニキビ洗顔
思春期ニキビ治らない	思春期ニキビ赤ニキビ	思春期ニキビ治らない
思春期ニキビビタミン	思春期ニキビ悪化	
思春期ニキビ原因	思春期ニキビ泡洗顔	<b>Yahoo!知恵袋</b>
思春期ニキビ乳液	思春期ニキビあご	思春期ニキビについて悩んでいます。鼻のきわのニキビと鼻の...
思春期ニキビ皮膚科	思春期ニキビ脂性肌化粧水	思春期ニキビ・顔中の角栓がひどいです。高校生女子です。中...
思春期ニキビ治し方	思春期ニキビ跡化粧水 市販	ニキビ。思春期ニキビって治らないものなんですか？中3で...
思春期ニキビ薬よく効く	思春期ニキビ垂釣	思春期ニキビについて。中三くらいからボツボツと出来始めそ...
<b>あ</b>	<b>b</b>	思春期ニキビについて こんにちは 私は中学生で約1年前から...
思春期ニキビ跡	思春期ニキビビタミン	思春期ニキビについてです。今高校3年です。高1の時に驚くて...
思春期ニキビ顎	思春期ニキビ場所	思春期ニキビになやんでいる中2です。なんで周りの子はお菓...
思春期ニキビ赤み	思春期ニキビ病院	思春期ニキビ(赤ニキビ、白ニキビ、膿ニキビ)にピフナイト...
思春期ニキビ赤ニキビ	思春期ニキビビタミンc	思春期ニキビについてです。自分は元運動部で、今は高校3年...
思春期ニキビ悪化	思春期ニキビ美容液	思春期ニキビを治したいです。皮膚科に行っア薬をもらって...
思春期ニキビ泡洗顔	思春期ニキビ場所 意味	
思春期ニキビあご	思春期ニキビ敏感肌	
思春期ニキビ脂性肌化粧水	思春期ニキビピフナイト	
思春期ニキビ跡化粧水 市販	思春期ニキビベビオゲル	
思春期ニキビ垂釣	思春期ニキビ美顔器	

こちらの Google サジェストを今までのリサーチしたものに要素として分類するとこんな感じになります。

- ニキビの原因
- ニキビの種類
- ニキビの治療法
- スキンケア方法
- 場所

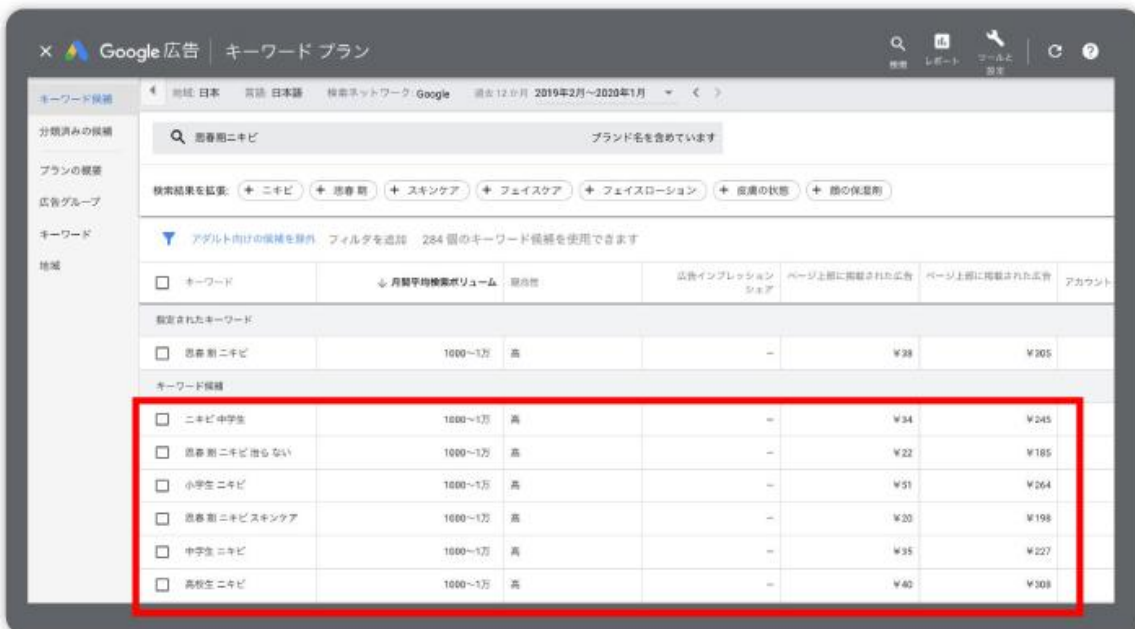
キーワードプランナーでも見てみましょう。

キーワードプランナーでは、左側の「新しいキーワードを見つける」で検索してみます。





すると「思春期ニキビ」と関連度の高いキーワードが表示されました。



すると年齢にまつわるキーワードの需要が高いことがわかりました。

- ニキビの原因
- ニキビの種類
- ニキビの治療法
- スキンケア方法
- 場所
- 年齢

## 5-4 逆サジェストをしてみる

ひっくり返したサジェストも見てみましょう。

検索窓に打ち込むキーワードの前に、アンダーバーを入れてみましょう。



するとこのように、「思春期ニキビ」の手前に新しいキーワードが現れます。

このような検索キーワードも「思春期ニキビ」や「ニキビ 思春期」と併せて検索されているということです。

どうでしょう…テーマとしては思春期ニキビのおすすめグッズでしょうか…

- ニキビの原因
- ニキビの種類
- ニキビの治療法
- スキンケア方法
- 場所
- 年齢
- 思春期ニキビのおすすめグッズ

これでサイトのテーマである「思春期ニキビ」に必要な要素がざっくりですが分かりましたね。

- 
- ニキビの原因
  - ニキビの種類(場所)
  - ニキビの治療法
  - スキンケア方法
  - 年齢
  - 思春期ニキビのおすすめグッズ

※「場所」に関しては「ニキビの種類」に分類されるのでまとめます。

---

## ⑥それぞれの主要キーワードの関連キーワードを洗い出す

次は細かく中身を埋めていく作業に移ります。

全体のテーマにとって必要な要素は分かったので、その中身をどうするのか決めて行くのです。

まずラッコキーワードで主テーマの「思春期ニキビ」を見てみましょう。

※画像は旧: 関連キーワードツールのものです。

The screenshot shows the Rakko Keyword tool interface. At the top, the search keyword is "思春期ニキビ" (Acne) and the search volume is 487. The interface is divided into several sections:

- Googleサジェスト:** A list of related search terms such as "思春期ニキビ化粧水", "思春期ニキビ洗顔", "思春期ニキビ治らない", "思春期ニキビビタミン", "思春期ニキビ原因", "思春期ニキビ乳液", "思春期ニキビ皮膚科", "思春期ニキビ治し方", "思春期ニキビ薬よく効く".
- 取得開始:** A button to start the search.
- 全キーワードリスト (重複除去):** A list of keywords with a "重複除去" (Remove Duplicates) button. The list includes "思春期ニキビ", "思春期ニキビ化粧水", "思春期ニキビ洗顔", "思春期ニキビ治らない".
- Yahoo!知恵袋:** A section showing snippets from Yahoo! Q&A, such as "思春期ニキビについて悩んでいます。鼻のきわのニキビと鼻の...", "思春期ニキビ・顔中の角栓がひどいです。高校生女子です。中...", "ニキビ。思春期ニキビって治らないものなんですか？中3で...", "思春期ニキビについて。中三ぐらいからポツポツと出来始め...", "思春期ニキビについて こんにちは 私は中学生で約1年前から...", "思春期ニキビについてです。今高校3年です。高1の時に酷くて...", "思春期ニキビになやんでいる中2です。なんで周りの子はお菓...", "思春期ニキビ(赤ニキビ、白ニキビ、膿ニキビ)にピフナイト...", "思春期ニキビについてです。自分は元運動部で、今は高校3年...", "思春期ニキビを治したいです。皮膚科に行っア薬をもらって..."

「全キーワードリスト」をControl+Aで全選択しControl+Cでコピーします。

全てのキーワードの検索ボリュームをチェックしましょう。

①キーワードプランナーに入り右赤枠から、コピーしたキーワードをペーストします

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The top navigation bar includes "Google 広告 | キーワードプランナー" and icons for "検索" (Search), "レポート" (Reports), "ツール" (Tools), and "設定と請求" (Settings and Billing). Below the navigation bar, there are two instructional cards:

- 新しいキーワードを見つける:** A card with a magnifying glass icon and the text "お客様の商品やサービスに関心を持つユーザーへのリーチにつながる、キーワードの候補を探してみましょう。" (Discover keywords that help you reach users interested in your products or services.)
- 検索のボリュームと予測のデータを確認する:** A card with a bar chart icon and the text "キーワードの検索ボリュームなどの過去の指標や、今後のパフォーマンスの予測データを確認しましょう。" (Check historical metrics such as search volume for keywords and predicted performance data for the future.) This card is highlighted with a red border.

②「過去の指標」をクリックするとすべてのキーワードの検索ボリュームが表示されます。

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The '過去の指標' (Past Metrics) tab is highlighted with a red box. A notification message is displayed in the center, stating that predictions are based on market changes and are updated daily. The notification includes a close button and a link for more details.

③「月間平均検索ボリューム」をクリックすると検索ボリュームが降順になります。

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface with the '過去の指標' (Past Metrics) tab selected. A table is displayed, showing keywords sorted by monthly average search volume in descending order. The table has four columns: Keyword, Monthly Average Search Volume, Competitiveness, and Ad Impression Share.

キーワード	↓ 月間平均検索ボリューム	競争性	広告インプレッションシェア
思春期 ニキビ	1万~10万	高	-
思春期 ニキビ化粧水	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ洗顔	1000~1万	高	-
思春期 ニキビに効く食べ物	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ薬よく効く市販	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ男	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ薬市販	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ原因	1000~1万	中	-
思春期 ニキビいつまで	1000~1万	低	-
思春期 ニキビ薬	1000~1万	高	-
思春期 ニキビスキンケア	1000~1万	高	-
思春期 ニキビ治し方即効	1000~1万	高	-

④csvダウンロードすることもできます。



キーワード	↓ 月間平均検索ボリューム	競合性	広告インプレッションシェア	ページ上部に掲載された広告	ページ上部に掲載された広告	アカウントのステータス
思春期 ニキビ	1万~10万	高	-	¥45	¥279	
思春期 ニキビ化粧水	1000~1万	高	-	¥36	¥171	
思春期 ニキビ洗顔	1000~1万	高	-	¥42	¥123	
思春期 ニキビに 効く 食べ物	1000~1万	高	-	¥42	¥77	
思春期 ニキビ薬よく 効く 市販	1000~1万	高	-	¥42	¥103	
思春期 ニキビ男	1000~1万	高	-	¥50	¥171	
思春期 ニキビ薬 市販	1000~1万	高	-	¥42	¥130	
思春期 ニキビ原因	1000~1万	中	-	¥41	¥108	
思春期 ニキビ いつまで	1000~1万	低	-	¥42	¥143	
思春期 ニキビ薬	1000~1万	高	-	¥44	¥227	

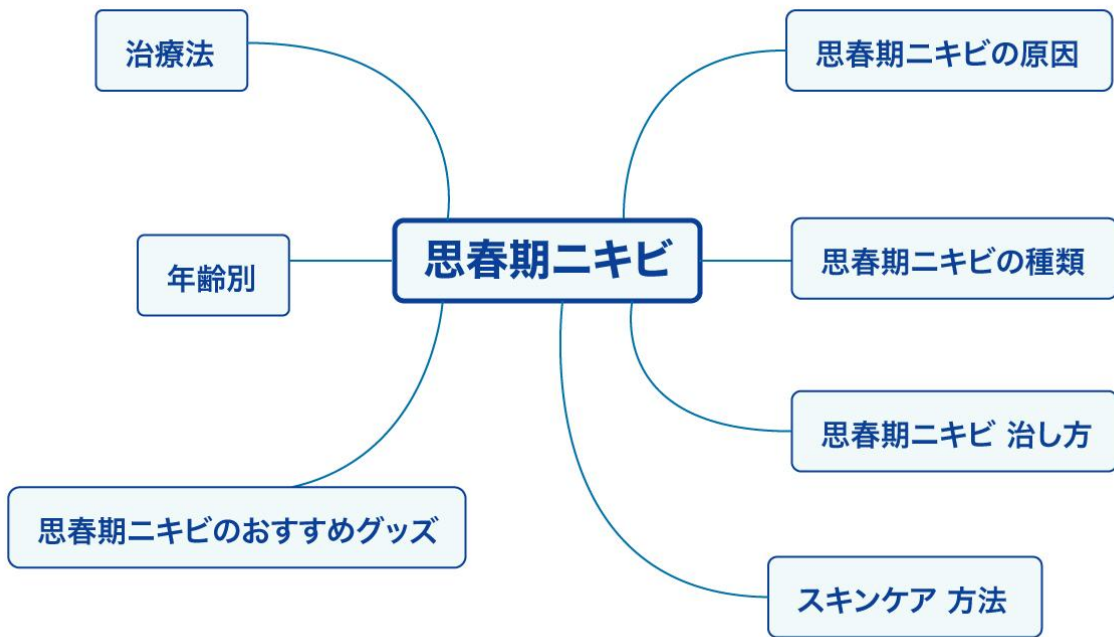
あまりにも検索ボリュームの少ないものは対策する必要がありません。

対策するキーワードはすべてマインドマップに吐き出して行きます。

——ポイント——

もしキーワード量が多すぎて貼り付けに時間がかかる場合は、メモ帳などに一度貼り付けてから分割して移して見るとスムーズに行きます。

## ⑦関連キーワードをグルーピング



主軸のテーマに必要な要素内にどんなキーワードが分類されるかグルーピングしていきます。

実演動画を見ていただければわかりますが、このような手順でキーワードをグルーピングしていきます。

1. 関連キーワードの全てを「主軸のテーマの必要な要素内」のいずれかに振り分ける。
2. 「主軸のテーマに必要な要素内」でも更に分類する
3. 「主軸のテーマのに必要な要素内」毎に検索ボリュームをチェックする
4. 検索ボリュームの高いキーワードを記事キーワードとして採用
5. 記事キーワードの配下のキーワード(同義または類似するKW)を整える

※端数のキーワード(検索ボリュームの低いKW)は分類する

―――注意点―――

グルーピングの範囲は全てのキーワードを対策する必要はありません。

主要な検索ボリュームの高いキーワードの中に分類されてしまうことも多いです。

1記事で対策するほどでもなくH2などの上層見出しに入れるまでもないキーワードは記事の共起語としてコンテンツ内で生きてきます。

キーワードグルーピングする際の基準としてはまずはざっくり大体で分類していきます。

例えば「思春期ニキビ 男子」と「思春期ニキビ 男」というキーワードは同じ分類にしても良さそうですね？

このような例は明らかですが、もし分類に迷った時は検索結果を見るのが一番です。

検索してみて検索結果に同じようなサイトもしくは記事が上位表示している場合は同義と捉えて良いです。

また検索結果のシンクロ率が低くても検索結果下部の「関連キーワード」に双方どちらかのキーワードが載っている場合は、意味合いが近い可能性が高いです。

なぜなら「関連キーワード」に表示されているキーワードは、検索結果に満足できなかったユーザーが再検索した可能性のあるキーワードだからです。

ユーザーにブラウザバックして再検索させないのが最強のSEOだということを覚えておいてください。

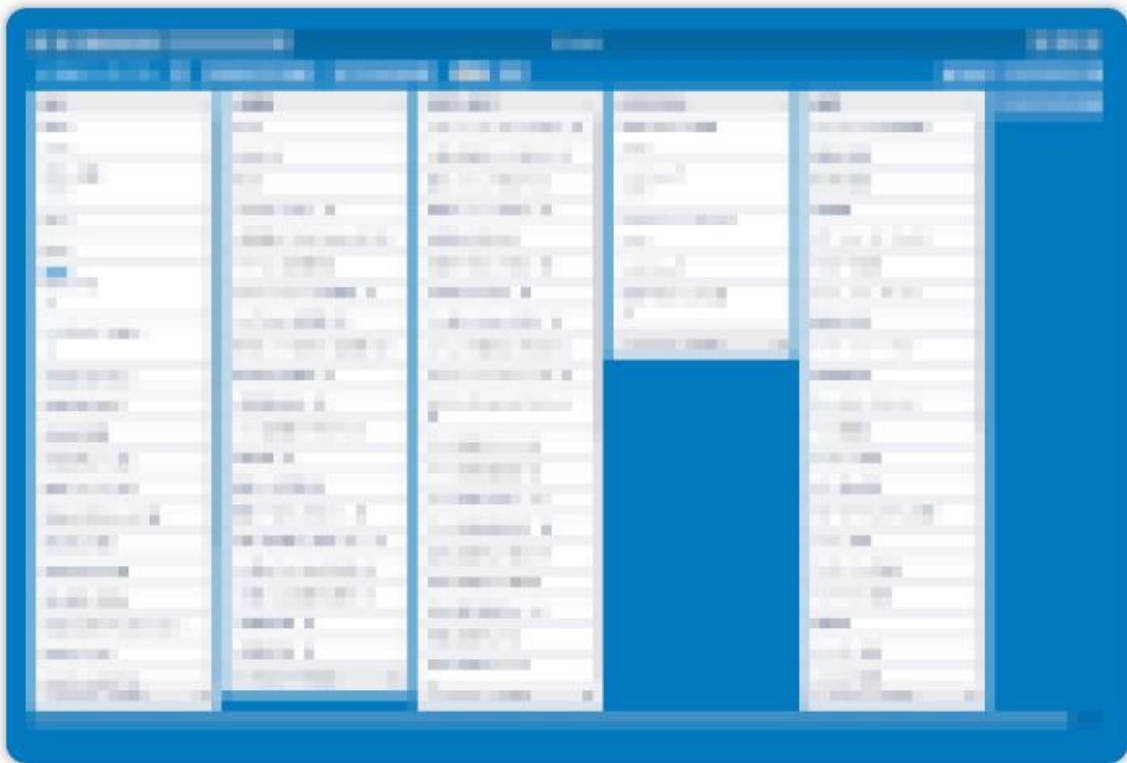
自分のコンテンツでそのすべてのキーワードを対策していれば、ユーザーは新たに検索する手間が省けます。

---

キーワードのグルーピングが完成したということは対策するキーワード群が決まったということです。

これらのキーワードはエクセルなどにキーワードリストとして管理するか、Trelloを使って管理しましょう。





キーワードリストやトレロは、自分に当てたサイト作成の進捗管理です。

サイト作成のスケジュールなどもあらかじめ立てつつ計画書に沿って着実にコンテンツ制作を進めていきましょう。

## 【番外編】ジャンルサイト設計

何度もいうようにサイト設計のやり方には「絶対にこれ」という決まりがありません。

今回は解説するために大きな要素にアテを付けて抜き出すパターンも紹介したのですが、よく分からない場合の手っ取り早い設計方法も紹介します。

それは、【最初から全ての関連キーワードをグルーピングしていく】ということです。

検索キーワード  
思春期ニキビ

取得開始

keyword: 487 (un  
見出し抽出 / 文字数カウント)

Googleサジェスト	a	全キーワードリスト (重複除去)
思春期ニキビ	思春期ニキビ跡	思春期ニキビ
思春期ニキビ化粧水	思春期ニキビ顎	思春期ニキビ化粧水
思春期ニキビ洗顔	思春期ニキビ赤み	思春期ニキビ洗顔
思春期ニキビ治らない	思春期ニキビ赤ニキビ	思春期ニキビ治らない
思春期ニキビビタミン	思春期ニキビ悪化	
思春期ニキビ原因	思春期ニキビ泡洗顔	<b>Yahoo!知恵袋</b>
思春期ニキビ乳液	思春期ニキビあご	思春期ニキビについて悩んでいます。鼻のき
思春期ニキビ皮膚科	思春期ニキビ脂性肌化粧水	わのニキビと鼻の。
思春期ニキビ治し方	思春期ニキビ跡化粧水 市販	思春期ニキビ・顔中の角栓がひどいです。高
思春期ニキビ薬よく効く	思春期ニキビ垂釣	校生女子です。中...
<b>あ</b>	<b>b</b>	ニキビ。思春期ニキビって治らないものなん
思春期ニキビ跡	思春期ニキビビタミン	ですか？中3で...
思春期ニキビ顎	思春期ニキビ場所	思春期ニキビについて。中三くらいからボツ
思春期ニキビ赤み	思春期ニキビ病院	ボツと出来始めぞ...
思春期ニキビ赤ニキビ	思春期ニキビビタミンc	思春期ニキビについて。こんにちは私は中学生
思春期ニキビ悪化	思春期ニキビ美容液	で約1年前から...
思春期ニキビ泡洗顔	思春期ニキビ場所 意味	思春期ニキビについてです。今高校3年です。
思春期ニキビあご	思春期ニキビ敏感肌	高1の時に驚くて...
思春期ニキビ脂性肌化粧水	思春期ニキビビフナイト	思春期ニキビになやんでいる中2です。なん
思春期ニキビ跡化粧水 市販	思春期ニキビベビオゲル	で周りの子はお菓...
思春期ニキビ垂釣	思春期ニキビ美顔器	思春期ニキビ(赤ニキビ、白ニキビ、膿ニキ
		ビ)にビフナイト...
		思春期ニキビについてです。自分は元運動部
		で、今は高校3年...
		思春期ニキビを治したいです。皮膚科に行っ
		て薬をもらって...

こちらの「全キーワードリスト」をマインドマップに広げて整理整頓していくといった感じです。

おそらく最終的には似たような構成に落ち着くと思いますが、手順が簡単です。

大体は左上にある「Google サジェスト」に分類されるはずです。

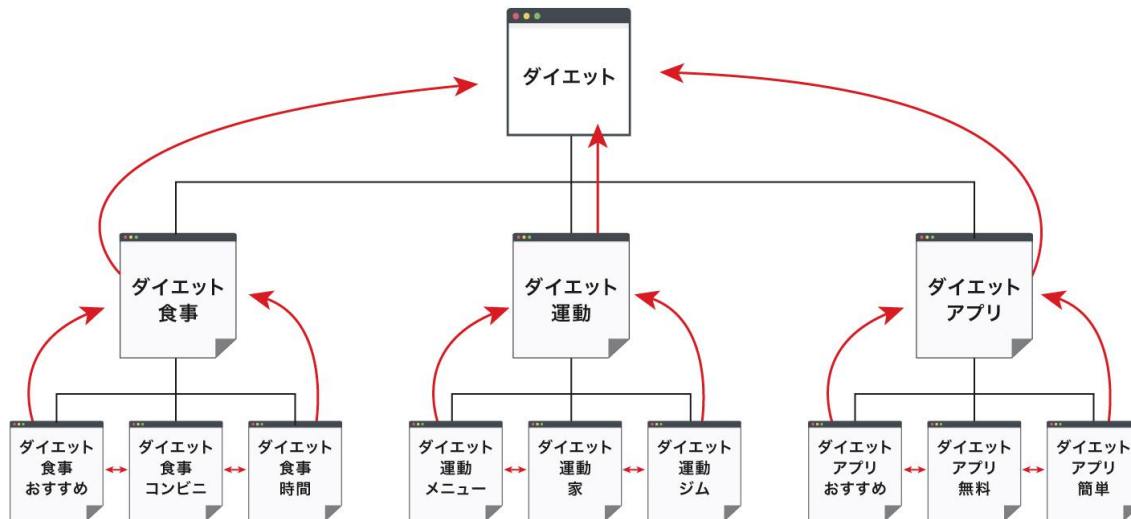
検索ボリュームを調べてみればわかると思いますが、全てのキーワードの中で Google サジェストが大きなボリュームを占めています。

つまり主要キーワードである「思春期ニキビ」というキーワードの中で大きなニーズの検索意図ということになりますね。

### 【補足事項】パターン1 キーワード重視型

ジャンルのような範囲の広いキーワードを設計する際の方法には2つのパターンがあると思っています。

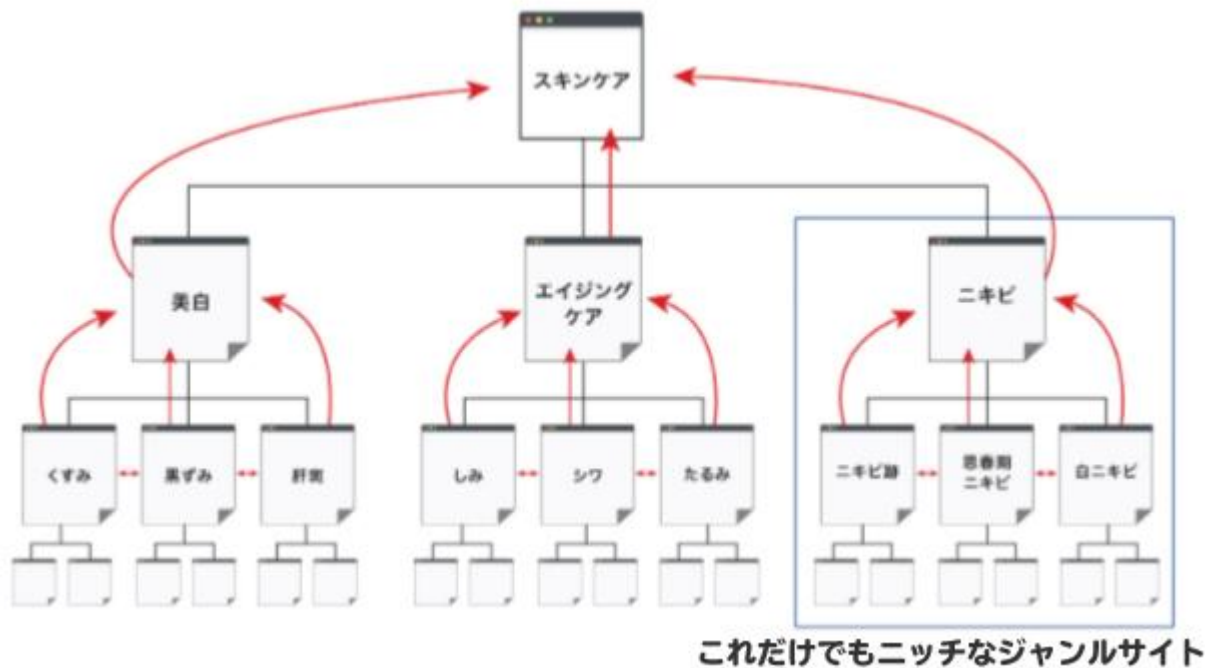
混乱するといけないので頭の片隅にでも置いておいてください。



こちらは番外編で説明したように関連キーワードをダイレクトに分類したタイプの設計法になります。

感覚的にはテーマの狭いジャンル設計をする際はこちらのタイプを用いることが多いのかなと思っています。

【補足事項】パターン2 悩み重視型



こちらはかなり大きなテーマを扱うときに用いるスタイルになります。

キーワードベースで考えれば第二階層は「スキンケア+〇〇」になりますが、キーワードをベースに考えるのではなく「スキンケア」という大元のキーワードで検索する人の知りたいであろう大カテゴリーを第二階層に置くといったイメージです。

第二階層以下のキーワード群で小さなジャンルサイトのように振る舞う大型メディアをイメージしてもらえるとわかりやすいかもしれません。

このようなサイト設計をする場合は軸となるキーワードが複数存在することになりますので、設計の難易度は高くなります。