

sponsored

<h2>entry-title</h2>

稼ぐサイトの 設計図

is_category()

padding:20px;

【はじめに】

当テーマは各設定で様々な変更が可能です。「これがベスト」というのはサイトの目的により変わりますので、そういった多くの要望にも応えられるような柔軟さを用意したつもりです。

このマニュアルで説明する内容及び添付する資料は基本として「**デフォルト**」の状態なので予めご了承下さい。

WordPress基本設定

一般設定

タイトル

サイトのタイトル	<input type="text" value="(サイトのタイトル)"/>
キャッチフレーズ	<input type="text" value="Just another WordPress site"/> このサイトの簡単な説明。

まずホームページで一番重要な**サイトタイトル**を設定します。タイトルの設計がどのようなになっているのかを把握する事はサイト全体のキーワードを考える上でも重要なことです。当テーマのデフォルトの状態では『一般設定』の「**サイトのタイトル**」と「**キャッチフレーズ**」で決定します。

何も設定を変更しなければトップページのタイトルは

「**キャッチフレーズ - サイトのタイトル**」となり、各記事は「**記事タイトル - サイトのタイトル**」となります「**サイトのタイトル**」はフッターでh3タグのリンクに設定され、キャッチフレーズはトップページのみh1タグが設定され、それ以外のページはPタグとしてヘッダー及びフッターに記載されます。



タイトルの「デフォルト状態」の意図は、記事は「記事タイトル」で強く、トップページは「キャッチフレーズに含まれるキーワードとサイト名」でSEO効果が出るように意識しています。「サイトのタイトル」は設定で付加しないようにも出来るので、作成するサイトにおけるサイト名の重要性に応じて必要の有無を判断して頂ければと思います。

今までの僕が感じる限りでは投稿記事にサイト名が付加されることでマイナスになることは無い（適切に無視される）と感じていますので、そこまで神経質になる必要はないと思います。但し、サイト名があまり長かったりキーワードが多すぎるのは逆にGoogleに「何が重要なサイトなのか」を伝えることができずにマイナスになりえます。

「お花とお菓子と飛行機について - ゲーム情報.com」ではなんのサイトか人もGoogleもわかりませんよね。「明確」なこと「わかりやすいこと」はGoogleにもユーザーにもとても重要です。僕自身はサイト名には（ユーザーが）覚えやすく単一キーワードを含めたユニークなサイト名を、キャッチフレーズにはトップページで上位表示したいキーワードを含めたテキストを設定して、さらにテーマ管理でトップページのtitleを別途設定しています（後述）。

例)

サイト名：「蟹の極」

キャッチフレーズ：「36種試食済み！旨いカニ通販ランキング」←サイトを訪れて最初に目に入るテキストなのでどちらかというとユーザー寄り

テーマ管理にて：「カニが美味しい通販は？おすすめランキング - 蟹の極」←Google（検索）寄り

なぜキャッチフレーズを使用しているの？

通常、ディスクリプションとして使用されるキャッチフレーズをタイトルとして利用していることに深い意味はありません。テーマの利用ユーザーが扱いやすいかなというだけの理由です。メタディスクリプションは各投稿や管理画面でページ毎に設定できるのでそちらを適宜利用して下さい。

※個人的には「表示したいキーワード+サイト名」という検索をユーザーがしてくれるようなサイトがユーザーにもGoogleにも一番理想のサイトだと考えています。

表示設定



フロントページの表示

当テーマではフロントページ（トップページ）をデフォルトの状態（最新の投稿）でも**任意のコンテンツを挿入できる**ようにしてあります。なので僕自身はデフォルトのまま使用することが多いです。固定ページを挿入した場合、元ページは**自動でnoindex**となり且つcanonical設定をしています。もし同じページが2つ存在することが気になる方はテーマ管理からもコンテンツが挿入できます。

1ページに表示する最大投稿数

「1ページに表示する最大投稿数」はトップページの新着記事一覧やカテゴリページの表示記事数になりますので、あまり少ないのも良くないと思います。僕は15～20記事程度で設定しています

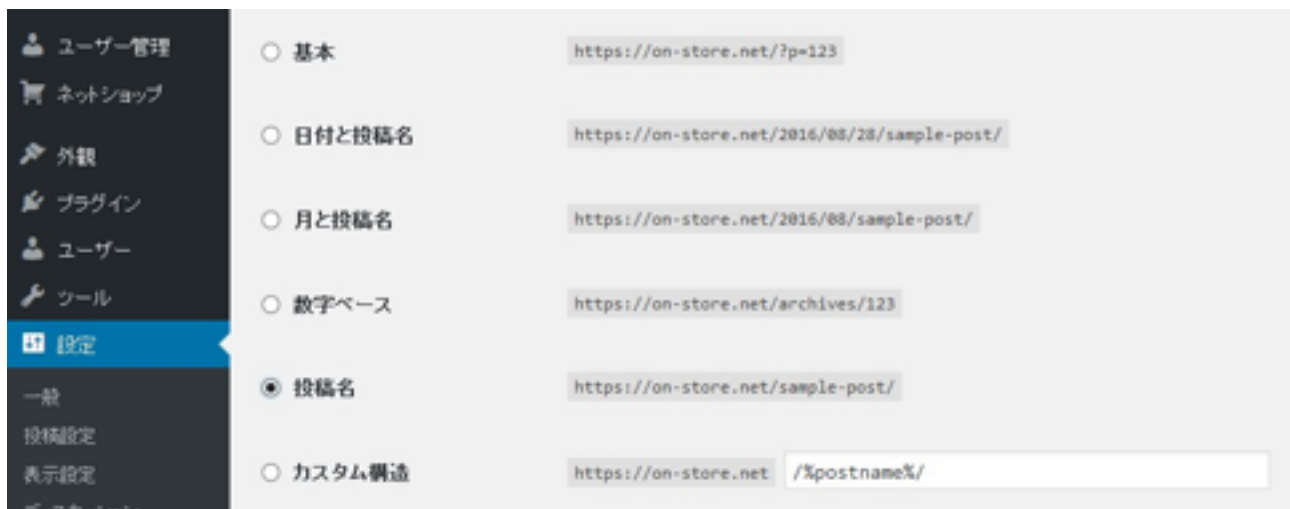
RSS/Atomフィードでの各投稿の表示

RSS/Atomフィードでの各投稿も全文配信するとフィードをそのまま盗み自動投稿される**記事盗難（パクリ）**のリスクが高まります。「抜粋のみ」の方が安心でしょう。

検索エンジンでの表示

当たり前ですが、「検索エンジンでの表示」にチェックが入っていると**永遠にindexされない**可能性が高いので注意して下さい。

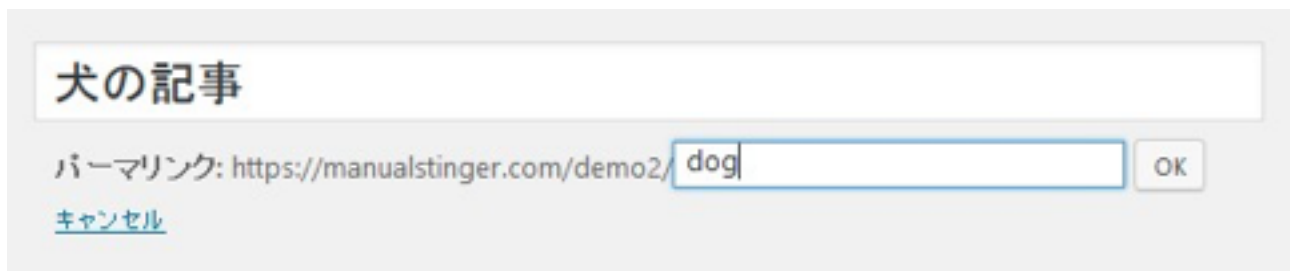
パーマリンク設定



設定項目	URL例
<input type="radio"/> 基本	https://on-store.net/?p=123
<input type="radio"/> 日付と投稿名	https://on-store.net/2016/08/28/sample-post/
<input type="radio"/> 月と投稿名	https://on-store.net/2016/08/sample-post/
<input type="radio"/> 数字ベース	https://on-store.net/archives/123
<input checked="" type="radio"/> 投稿名	https://on-store.net/sample-post/
<input type="radio"/> カスタム構造	https://on-store.net /%postname%/

パーマリンク設定は**各記事のURL末尾の構造**になります。

カテゴリを変更してもURLが変わらないように「**投稿名（/%postname%/）**」が良いと思います。後述しますが、テーマ管理にて「**日本語パーマリンクを自動変換する**」を設定するのもお勧めです。ちなみに /%postname%.htmlとすると静的サイトと同様に.htmlのURLが使用できます。固定ページでも使用したい場合はテーマ管理にて設定が必要です。



犬の記事

パーマリンク: https://manualstinger.com/demo2/ dog OK

[キャンセル](#)

Googleはパーマリンクも**意味のあるわかりやすい英単語**を推奨しています。

※パーマリンクは途中で変えると既にある被リンクなどがリセットされてしまうので必ず最初に設定しましょう。

使用しているプラグイン



僕が現時点で愛用しているプラグインであり、僕の環境では当テーマで使用していて不具合が生じていないプラグインでもあります。細かな使用方法はここでは記載せず紹介のみとなります。気になるプラグインがありましたらググればたくさん情報が出てくるのでぜひ使ってみて下さい。

※[必須]は僕が必ず入れるプラグインです。あとはサイトの目的に応じています

※サイトの方ではURLを追記しています。

Google XML Sitemaps **[必須]**

クローラー用のサイトマップを作成するプラグインです。サーチコンソールでも登録をしましょう

PS Auto Sitemap

人間用サイトマップを自動で作成できます。

僕はブログではあまり使用しません。サイトの「固定ページ」などのクローラー巡回などに使用します。

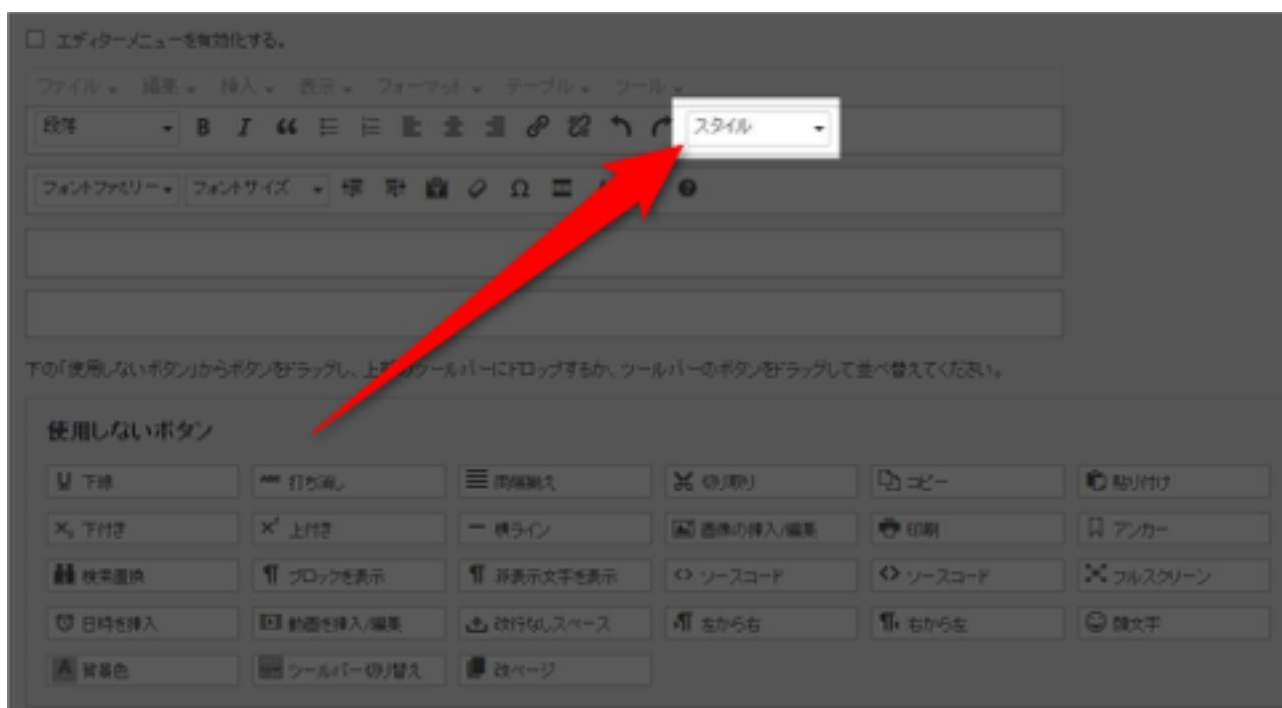
PubSubHubbub [推奨]

Push（リアルタイムでのRSS配信を実現するプロトコル）を利用してGoogleに更新をほぼリアルタイムに通知します。有効化するだけでOKです。

TinyMCE Advanced [推奨]

TinyMCEAdvancedはビジュアルエディタの拡張を行えるプラグインです。このプラグインを使用する事でテーブル（表）を簡単に作成出来たりフォントサイズや種類など様々な項目が追加できます。また通常のエディタでは表示されない<p>タグや
タグも表示します（僕はわかりづらいので常に表示にしています）

ただ、1点だけ注意事項がありましてこのプラグインを使用するとデフォルトの「スタイル」が消えてしまうので下図のように配置しなおす必要があります。



AddQuicktag [便利]

任意のタグのクイックタグを作成するプラグインです。ただ、よく使用するタグは全てデフォルトで備えてしまったので最近あまり使用していません。

Rich Text Tags [推奨]

カテゴリの「説明」にもビジュアルエディタ機能を追加するプラグインです。

当テーマではカテゴリページにも「説明」のコンテンツが挿入されるようになっています。カテゴリページを作り込む方には必須のプラグインだと思います。

Imsanity **[必須]**

アップロードした画像を自動でリサイズするプラグインです。

テーマ内にて大きな画像を使用しても適切なサイズで表示されますが、大きいほど表示に時間がかかってしまいますし、無駄に容量も圧迫してしまいます。このプラグインを設定するだけで必要以上のサイズの画像にはならず便利です。

EWWW Image Optimizer **[必須]**

アップロードした画像を自動で圧縮するプラグインです。

Compress JPEG & PNG images

アップロードした画像を自動で圧縮するプラグインです。

上のEWWW Image Optimizerよりも圧縮が可能ですが時間がかかります。表示が重いページの画像などはこちらで圧縮を個別にかけて普段は無効化してEWWW Image Optimizerを使用しています

WP Htaccess Editor

サーバーの.htaccessファイルをWordPressの管理画面から簡単に編集できます。SSL化するときによりダイレクト処理をしたい時なども便利です。

Pixabay Images **[便利]**

クリエイティブ・コモンズゼロやパブリックドメインライセンスなど著作権の問題の無い画像を検索、挿入できるプラグインです。非常に便利で重宝しています。

Image Widget **[便利]**

ウィジェットエリアに簡単に画像をアップロードできるプラグインです。

Meta Slider

リンク付きのスライドショー画像を好きな位置に表示できます。（ウィジェット対応）

Simple Custom CSS **[便利]**

オリジナルのCSSを追加できるプラグインです。子テーマより便利かも

Duplicate Post

記事を簡単に複製できます。

Preserve Editor Scroll Position **[推奨]**

記事を保存した際に編集位置から移動しません。（通常はスクロールで一番上に戻ってしまう）

Auto Post Thumbnail

一番最初の画像を自動でアイキャッチ画像に設定するプラグインです。

Drag & Drop Featured Image **[便利]**

アイキャッチ画像をドラッグ&ドロップで設定できるプラグインです。

Post Thumbnail Editor

アイキャッチ画像を好きな箇所でトリミングできるプラグインです。

Contact Form 7

コンタクトフォームを作成するプラグインです。

Redirection

301リダイレクトを簡単に設定できるプラグインです。

WP Fastest Cache

キャッシュ系プラグインで現在、もっとも扱いやすいプラグインだと思います。

Slim Stat Analytics **[便利]**

プラグイン単体で利用できるリアルタイムアクセス解析です。

Google Analytics Dashboard for WP

アナリティクスを簡易表示するプラグインです。

Amazon JS [便利]

Amazonアソシエイトが簡単に挿入できるプラグインです。アフィリエイトブログでは必須といえるほど便利です。

Crayon Syntax Highlighter

コードを見やすく表示するプラグインです。

SNS Count Cache

SNSボタンのシェア数をキャッシュで軽く表示するプラグインです。

Table of Contents Plus

目次を自動で作成するプラグインです。

WP CSV Exporter

投稿データをCSVでエクスポートできるプラグインです。愛用。

Show Current Template

使用しているテンプレートがわかるプラグインです。（開発用）

ShowID for Post/Page/Category/Tag/Comment

記事のIDが一目でわかるプラグインです。

Maintenance必須

サイトをメンテナンス状態にするプラグインです。

Check Copy Contents(CCC)

記事がコピーされると通知するプラグインです。

Login Alert必須

ログインされるとメールで通知が来るプラグインです。

Login LockDown[推奨]

一定数以上のログインに失敗すると制限をかけるプラグインです。

WP-Google-Language-Translator

Google翻訳を使用した多言語変換プラグインです。

simple map

GoogleMapを簡単に作成、挿入するプラグインです。

AFFINGERタグABテスト [有料]

下記の「AFFINGERタグ管理マネージャー」で登録したコードをランダムで表示するプラグインです。CTR改善に役立ちます

AFFINGERタグ管理マネージャー [有料]

僕が販売しているアフィリエイトタグを管理するプラグインです。ショートコードで任意の場所に表示できます。

テーマの設定



ここではテーマ独自の管理画面で重要な箇所と設定を紹介します。

説明の無い箇所は基本デフォルトのまま使用しているか、サイトの種類に合わせて設定しています

サイト全体の設定

オリジナルテーマカスタマイザーを使用する

オリジナルカスタマイザーは通常のカスタマイザーを更に細かくカラーやレイアウトなどを変更出来るようにしたものです。非常に便利なのでぜひ使用して下さい。

通常のカスタマイザーはheadに全て出力してヘッダーのソースが非常に多くなりますが**当テーマでは別ファイルの読み込み**にしております。Googleは多少のCSSであればソース内に含めることも推奨してますが吐き出すCSSが多少ではないことが気になってしょうがないのでこの仕組みを実装しました。

カスタマイザー用CSSを<style>で出力

通常通りheadに<style>で出力したい方はこちらを選択して下さい。

英数字のGoogleフォントなど

テーマではGoogleフォントが使用できますが、使用を選択するとgoogleフォントの読み込み時間が多少発生します。デザインよりもスピードに拘る方はオフでも良いでしょう。

トップページの設定

トップページでは一般設定にて①フロントに固定ページを指定するか、②「トップページに固定記事を挿入」で任意の固定記事を挿入するか、③エディタでコンテンツを挿入することが可能です。

(②と③は併用可)

②の場合は元の記事は自動で「noindex」及び「canonical="トップページ"」となります。

どのような方法にしろ、**titleに合ったコンテンツがトップページにあることは非常に重要な**ので出来るだけコンテンツを作成しましょう。

おすすめ記事一覧の作成

非常に重要でお勧めの機能です。後述しますのでぜひ活用して下さい。

SNS設定

「Twitterアカウント」を設定するとシェアがあった時にメンション付きで投稿されますのでぜひ、設定して下さい。

また、アカウントが無い方や内緒にしたい方の為に「**ハッシュタグ**」を挿入する事も可能です。Twitterアカウントは晒したくないけどRTなどは把握したい方はユニークなタグを付けて追いかけてもいいかもしれません。

SEO関連設定

トップタイトルを書き替え

トップページのtitleを任意のものに変更します。基本的に僕も変えています。

検索キーワードをなるべく前方に含めて30文字以内程度に収めることが良いと言われています。

また「単語」を正しく区切るには「半角スペース」や「-」「|」などを使用すると良いでしょう。

トップ用のメタキーワード

トップページのメタキーワードを設定します。あまり重要視していません。

トップ用のメタディスクリプション

トップページのメタディスクリプションを設定します。こちらは**SEOよりも「対ユーザー」に重要な**項目だと思います。

現時点ではスマートフォン閲覧時では50文字程度が表示の限界なので重要な事は50文字以内に記載すると良いでしょう。

投稿及び固定記事タイトルの末尾にサイト名を追加しない

サイト名をタイトル末尾に付けたくない方に。（個人的にはサイト名が長文でない限りどっちでもよいと思っています）

WPデフォルトのタイトル出力を使用する

WordPress4.1からのWordPress独自の表示方法を使用します（※使用すると各投稿やカテゴリのtitle指定が無効になります）

ヘッダーソースを自動で綺麗にしない

テーマではWordPressのバージョンなど不要な情報はheadに出力しないようにしていますが、それを解除する設定です。（Head Cleaner使用の場合など）

カテゴリーをindexしない

過去、カテゴリーをindexしない方がいいんじゃないかという論議の元に産まれた設定。ただ、ユニークなコンテンツが無いカテゴリーはnoindexでもいいかも。

一番良いのはコンテンツを挿入したカテゴリーページを作成する事です。

日本語パーマリンクを自動変換する

パーマリンク設定を/%postname%/にした場合、投稿のパーマリンクが通常では日本語となるのを防ぎます。自身で英数字に変更した場合はそちらが優先されます。

日本語パーマリンクはSNSなどのシェアで非常にURLが長くなるので僕はONにしています。

※サイトの運営途中で変更すると記事を編集した際にURLが変更されるので注して下さい。

固定記事パーマリンクにhtmlを付与する

中古ドメインなどでURLを復旧したい場合などに便利かと。

テキスト選択不可にする

通常はテキストの選択不可は被リンクチャンス（引用など）を失うので**デメリットの方が多い**かもしれません。サテライトサイトなどは使用していいかも。

演出

記事内の外部リンクを別ウィンドウで開く

target="_blank"を単純付与するだけなので使用プラグインなどによっては不具合が出るかもしれませんが（2重記述など）適宜使用して下さい。

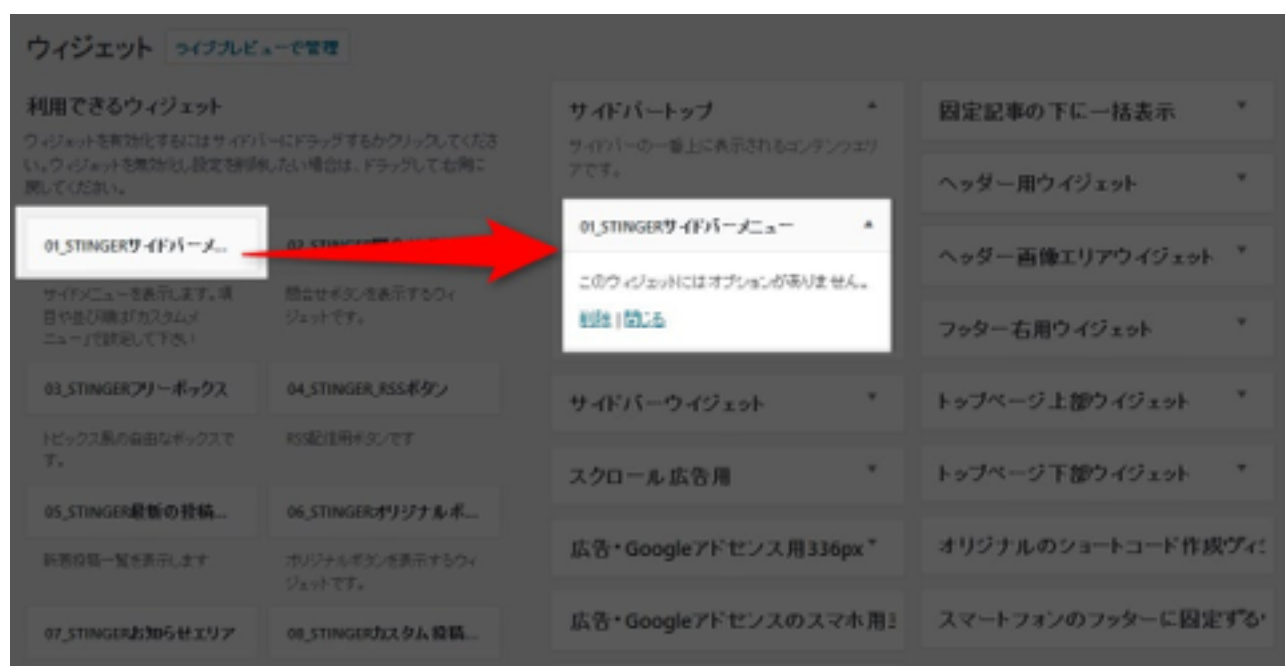
その他

ウィジェットにショートコードを使用する

通常の状態ではWordPressはウィジェットでショートコードは使用できません。

ランキングやその他の使用でも便利なので**ぜひONにしてください。**

ウィジェット

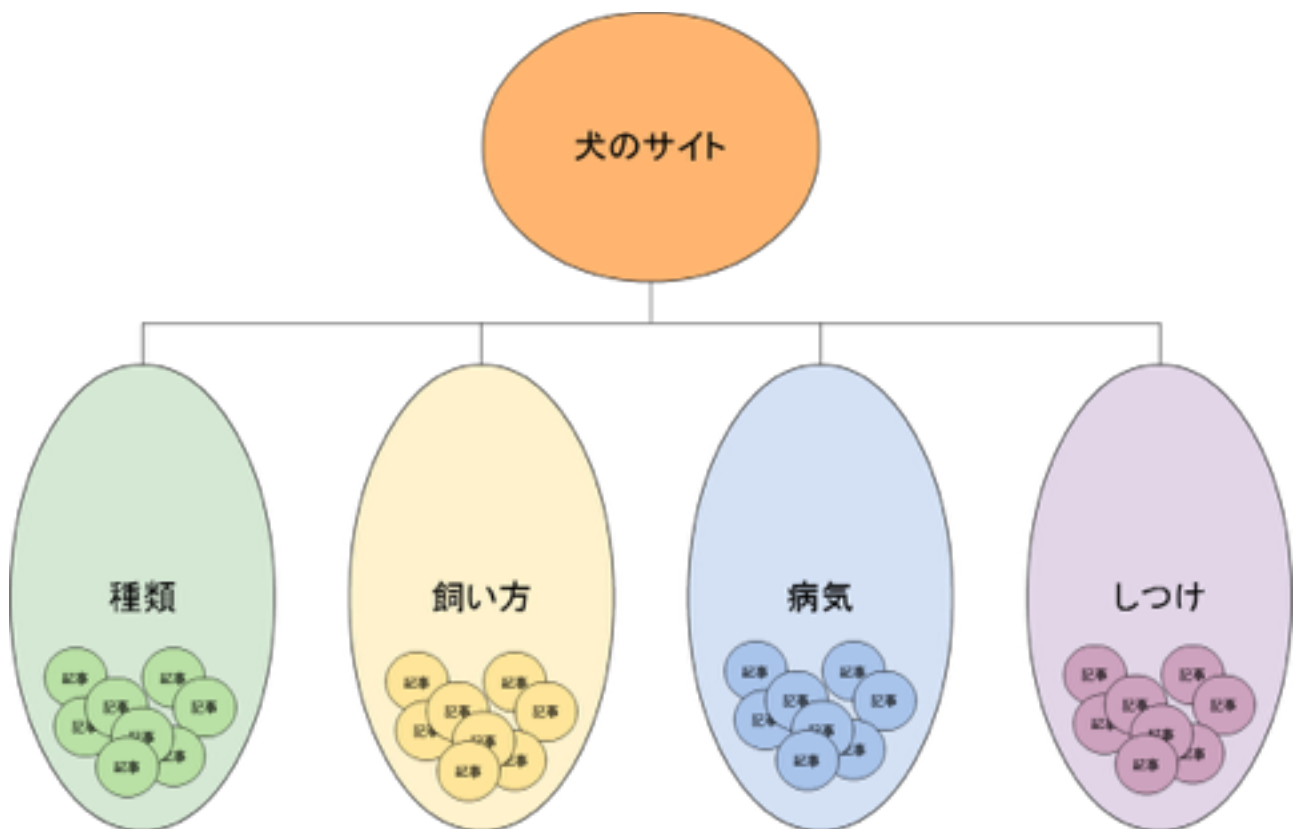


ウィジェットエリアに関してはサイトに応じて好きなように設定して頂ければ良いのですが、「01_STINGERサイドバーメニュー」は**サイドバーに専用のメニューを表示する便利なウィジェット**なので、特にブログではないサイトを作成される方はぜひ使用して下さい。

メニュー内容は「外観」>「メニュー」で作成でき、色は**カスタマイザーで変更**できます。

カテゴリー

カテゴリーの決め方



僕はカテゴリーはリンクジュース（被リンクを受けるパワー）を溜める「袋」のようなイメージを持って作成しています。（実際にはカテゴリーの中でさらに細かいカテゴリーに分ける必要もあるでしょう）

同じ袋には同じジュースを上手に包むと何も考えずに記事を量産するよりも適切に検索エンジンにサイトや記事の意義を伝える事ができ、検索結果に良い影響を期待できます（ただし袋は密封状態にせず適切に関連のある他サイトにもリンクを張りましょう。）

カテゴリー名はなるべく重要なキーワードを含めたシンプルなものが良いと思います。もちろん、スラッグも意味のあるわかりやすい英単語にしましょう。

長くサイトを使用していると記事のカテゴリーをどうしても変えたい時が来ます。その場合の為にパーマリンクは/`%postname%`/にしておくとカテゴリーを変更してもURLが変わらずに安心です

拡張機能



カテゴリーでは通常の仕様に加えて限定版では

- ・ **タイトル（title）の書き換え**
- ・ **メタキーワードの設定**
- ・ **メタディスクリプションの設定**
- ・ **一覧の非表示**
- ・ **SNSボタンの表示**

が設定出来る様になっています。

カテゴリーの一覧ページは関連記事が詰まったページなので上手にコンテンツを挿入してリンクを集めることができれば**SEOに大きな効果を期待できるページ**になりえます。実際にWordPressのカテゴリーページが競合の多い検索クエリの上位にいることは少なくありません。（それなりのキーワードで上位表示する為にはやっぱりリンクを集めることは避けられないポイントだと思いますが。）

簡単ではありませんがカテゴリーを**ただの関連記事一覧とせず、1つのコンテンツ**として考えるとより効果のあるページが作成できるでしょう。

こちらは後述する「理想のサイト構成とは？」にも繋がる考えなのでぜひカテゴリーページは上手に活用して下さい。

記事の書き方



ここではこれから初めて記事を書く方向けに基本として重要なことを紹介します。

すでにサイト作成に携わっている方には珍しい事ではありませんが、これからサイトを始める方や記事を書く方は知らない**書き続けた先のサイトの力や効果が天と地ほど違ってくる重要なこと**です。

タイトルは検索されたいキーワードを含めクリックしたくなるタイトルに

タイトルは記事の生死をわけるほど重要です。

「なるべく前方に検索されたいキーワードを含める」という事はセオリーですが、ただ検索エンジンに上位表示されても「興味がそそられない、自分には関係なさそう」そんなタイトルでは意味がありません。たとえ30位でも表示された時にクリックしたくなるタイトル、そんなタイトルが弱いサイトでもアクセスを伸ばせる理想のタイトルです。では、それはどんなタイトルでしょうか？面白い？煽ってる？

違います。

検索ユーザーに「自分に関係がありそう」「信頼できそう」と思わせられるタイトルです。

そんなシンプル且つ明快なタイトルとわかりやすい説明（メタディスクリプション）があれば、検索上位になれない間も少しずつアクセスを伸ばすことが出来るし、やがて強いサイトに育つ足がかりとなります。

タイトルを考える時は、「その記事が誰に役立ち、その人はそれを知る為になんと検索をかけるか？」を考えることが大切です。

拡散を意識したタイトル

話を覆すようですが実は「タイトル」にはSEOだけではない付け方があります。SNSなどで見た時に「クリックしたくなるタイトル」です。これは反対に面白かったり煽ってる方が効果があったりします。長期的にアクセスを集めるのには向いていませんが瞬間的な爆発を産むのには向いています。

この両者を共に満たすことは非常に困難ですが、当テーマでは「投稿毎」にtitleタグを設定することができます。指定したtitleは検索結果に、記事タイトルはTeitterのシェアに使用される（はてブはtitleタグが取得されます）ので両方を意識した設定も可能です。

記事 - 不自然ではないわかりやすいコンテンツ

次に肝心の「記事」ですが、

「検索されたキーワード」→「表示されたタイトル」→「記事内容」

が不自然にならないように注意しましょう。

アクセスだけを求めた一貫性の無い不自然な記事はなんの結果も出せません。

書くべき内容は当然、サイト毎に異なるのですが僕が注意しているのは以下の点です。

- ・ リード文
- ・ hタグ（見出し）
- ・ 写真
- ・ 装飾
- ・ まと
- ・ 推敲

リード文

リード文は記事の冒頭にくる文章で、「何が書いてあるのか?」「誰に向けた記事なのか?」「読むとどうなるのか?」を要約した文章になります。

情報が溢れいている現在、**もったいぶっても誰も読んでくれません**。まず最初に、読むことで何かしらの「得」があることを教えることは凄く重要です。このリード文でしっかりとユーザーを引き付け（また、ターゲット外のユーザーには下の広告で離脱してもらう）ましょう。

hタグ（見出し）は適切に & hタグ（見出し）には検索キーワードを

記事をわかりやすくする為にも適切な「見出し」は必要不可欠です。特にhtmlにはhタグと呼ばれる見出し用のタグが存在しています。

以下、hタグを意識した見出しと記事の一例です。

<h1>記事タイトル</h1>

アイキャッチ画像

リード文

画像

<h2>中見出し</h2>

画像

<h3>小見出し</h3>

<h3>小見出し</h3>

<h3>小見出し</h3>

まとめ

画像

画像

お問い合わせ

<h1>犬について</h1>

アイキャッチ画像

リード文

画像

<h2>犬の種類</h2>

画像

<h3>柴犬</h3>

<h3>シェパード</h3>

まとめ

画像

画像

お問い合わせ

<h3>柴犬</h3>の下にはさらに小見出しとして

<h4>大きさ</h4>

ダミーダミーダミーダミーダミー

<h4>大きさ</h4>

ダミーダミーダミーダミーダミー

と続いて構いません。

一通り終えたら次の項として

<h2>しつけの方法</h2>

ダミーダミーダミーダミーダミー

<h3>食事</h3>

ダミーダミーダミーダミーダミー

<h3>無駄吠え</h3>

ダミーダミーダミーダミーダミー

と繰り返し続けても問題ありません。

要は「タイトル」を大きく分解した項目が<h 2>、その<h 2>の項目を分解したのが<h 3>、その<h 3>の項目を分解したのが<h 4>・・・と細かく分けていくことになります。

必然的に**各見出しにはタイトルに含めた検索されたいキーワードやそれに関するワード**が含まれてくると思います。キーワードは不自然に含めすぎてはいけません。とはいえ、物語調に「そして彼が出会ったモノは？」みたいなタイトルだと検索には効果が弱いでしょう。読み物としては良い場合もあるので記事の性質と目的にもよります。

文字数は多すぎるのもユーザーにとって読みにくいので問題がありますがGoogleは中身の無いコンテンツを嫌う為、**少なすぎる文章はSEO的にも不利な要素**となりえます。最低でも1000文字程度はテキストを含めるか、少なすぎる記事は**あえてnoindex**とすることも必要です。
特に法人サイトの「お知らせ」やブログは文字数が圧倒的に不足している場合が多いので気を付けましょう。

初心者の方はコレだけCHECK！

SEOに関する細かな知識はたくさんありますが、通常のサイト運営で「**とりあえずコレだけ気にかけておけば大丈夫だよね**」ということを再度まとめておきます。

1- タイトル・見出しには必ず検索されたいキーワードを自然に含める

繰り返しとなりますが「誰に」書いているのかを明確にすることは大切です。検索されたい「キーワード」や関連語、共に検索されやすいワードをチェックしてユーザーにもGoogleにもわかりやすい記事を書きましょう。

2- 中身の無いコンテンツは作らないか「noindex」

テキストが少ない（最低800文字くらい）、キーワードやリンクばかりで意味の無いコンテンツなどは削除するかnoindexをしないとサイト全体に悪影響を与える可能性が高いです。当テーマでは各投稿管理画面で簡単に「noindex」設定が出来ます。

※ただし被リンクが多い記事をテキストが少ないからといってnoindexしてはダメですよ。なんでもTPOが大事です。

3- 重複したコンテンツを作らない

サイト内に同じような内容の記事が多いことはGoogleにとってマイナスです。似たコンテンツは1つにまとめるか削除もしくはnoindexした方が良い結果になるでしょう。

4- ファーストビューに余計なものが多いコンテンツはNG

特にスマートフォンで閲覧した際にスクロールせずに見えるコンテンツが重要視されます。反対にこのエリアが広告や別のコンテンツで占めていると良い影響を与えません。

5- PCよりもスマホファースト

現在はPCよりも圧倒的にスマートフォンで閲覧するユーザーが多いです。必ず、スマートフォンでの表示をチェックしましょう。

実は「目次」は重要？

記事上部に「目次」があることを嫌う方は多いですが、これは一般的な「**とりあえずプラグインで付けました**」的な考えのない目次がよくないだけで、効果的な目次もあります。

そして「目次」があるかどうかということよりも「**目次があると設定して記事構成を考えること**」がとても大事なのです。ユーザーが目次を見て、「**何を書いてあるのか**」「**主旨は何か？**」「**話の流れはどうか**」がわかること。

興味が持てる**目次の流れ**を考える事はイコール魅力的且つわかりやすい記事作成の道標となります。まずは目次を使用するしないに関わらず、「目次を考える」ことを徹底してみると良いとでしょう。（もちろん、自然なキーワードの配置も意識して）

※当テーマではWordPressで良く使われる目次プラグイン「Table of Contents Plus」に対して専用のデザインを用意しています

写真は簡単に魅力を上げてわかり易さを伝える特效薬



なかなか記事を読んでももらえない方は「**写真**」を効果的に使うだけでぐっと記事の読みやすさが上がります。

さらに見出しや内容とリンク（感情的な意味で）する写真は**ユーザーの想像力を無意識に操作できる凄いツール**なのです。有料でもこだわって用意するべきだと考えています。僕自身は通常の何でもない記事でも「PIXTA」や「SHUTTERSTOCK」などで写真を吟味して使用します。

今まで1000はてブ超えの記事を書く時も、**写真選びに一番時間がかかることは多々ありました**。それくらい重要視しているし意味があります。

装飾は読みやすく

全ては「読みやすく」「伝わりやすく」が大切であり目的です。テキストの装飾もこれを忘れずに意識して適切に行う必要があります。

例えば**赤色は注意や危険、興奮**、**青色はWebサイトではリンク**を意味するなど色には意味があります。むやみに色を装飾する事はユーザーにとってマイナスでしかありません。サイトを始めて作る方は時々カラーを多用しがちなので気を付けましょう。

ユーザーは読まない

繰り返しますがユーザーは文章を読みません。

余程気になる記事でもない限り、まず最初はざっと目を通して「自分に関係がありそうか？興味を持てそうか？」などを判別します。

だから、記事はまず「タイトル」そして「見出し」や最初のリード文、写真やイラスト、時にはグラフや表などが大切なのです。太字なども**ザッと読んだだけで何となく意味が伝わる部分や、目にしたら気になる部分を選んでマークする**ようにしています。

ユーザーの記事の理解の負担をとことん減らす、

読まなくてもわかる。読めばさらにわかる。

これが記事そしてサイト全体に言える理想だと思います。

「まとめ」は大事

リード文で「何が書いてあるのか」の要約を述べ、その理由や内容を記事で紹介して、最後に「**結局なんなのか？**」をまとめることは前述した「ユーザーの理解に対する負担を取り除く」に通ずることであり非常に重要です。

当然、書いてある内容の方向性は**一貫性**が無くてはなりません。常に「伝えたい事」はブレないように、特に商品売るようなサイトは結局何を伝えたいのか？を終始忘れずに書く必要があります。これは長文を意識すればするほど忘れがちになるので気を付けたいところです。

間違っても最後に「こんな商品もあります」みたいな追加は**混乱を呼びマイナスになることが殆ど**なので避けましょう。

推敲

記事を書く上で重要なことをたくさん挙げましたが、この**推敲はどれにも負けないほど重要**です。記事を書いたらまず声に出して読むこと。そして**必ずスマートフォンで閲覧**すること。この2点は絶対にやって下さい。僕のサイトでもモバイルからの閲覧が80%以上です。モバイルで読みにくいサイトは致命傷なので多少パソコンが見つらなくてもスマートフォンでの閲覧のしやすさを重視すべきです。記事を読み直すと

- 意味が繋がっていない
- 回りくどい
- 曖昧
- 同じ語尾を繰り返している

という点が多々見つかると思います。

不要な文言は削り、至らない部分は足して最初から最後まで

ユーザーに「？」が生まれない記事

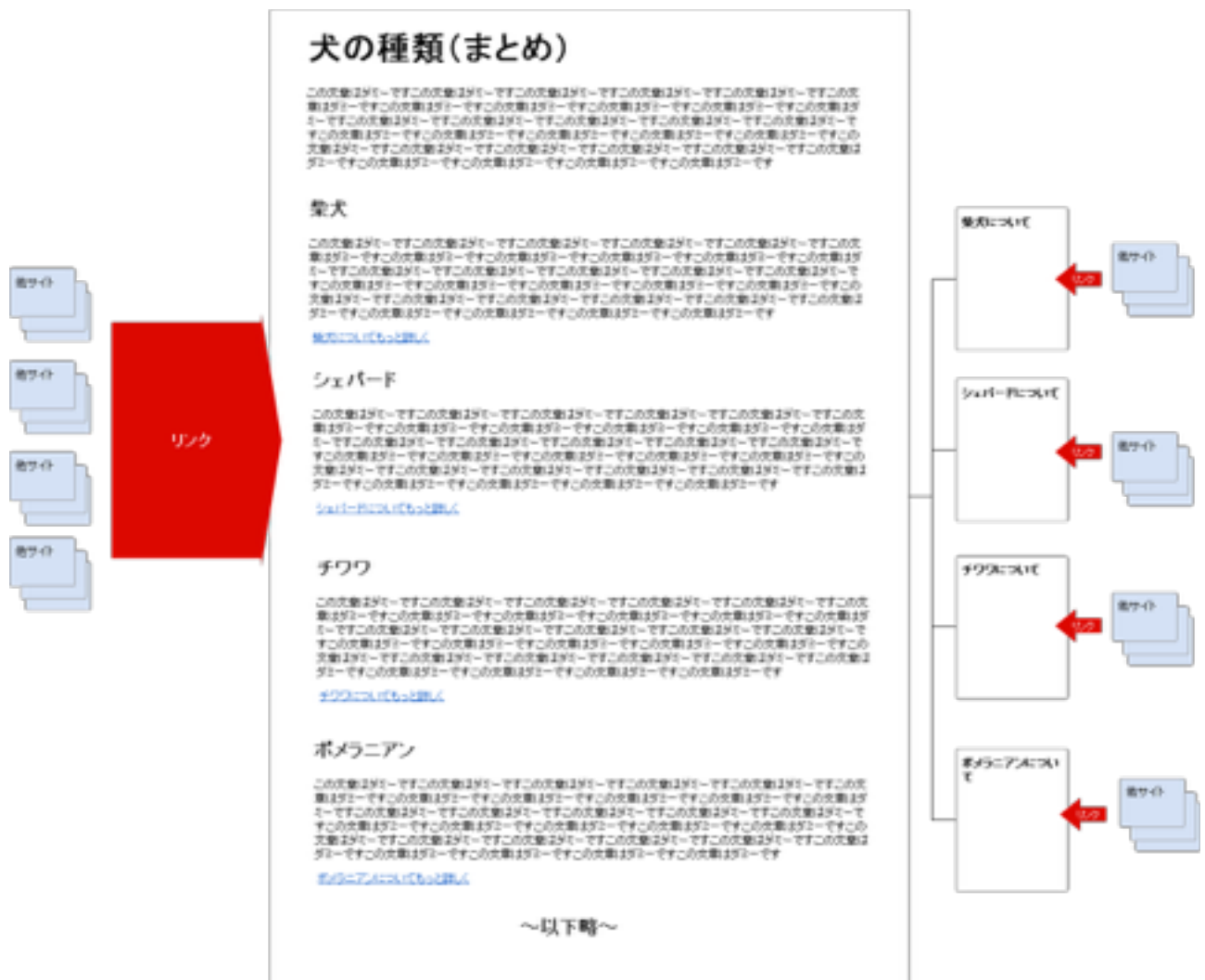
を目指して作成しましょう。

話し言葉～読み上げることの重要性

少し前の話になりますがGoogleがRackBrainと呼ばれるアルゴリズムを導入した事が話題となりました。これにより、曖昧な言葉や口語を的確にGoogleが理解できるようになると言われています。また、音声検索もかなり浸透しはじめて周りの若い世代はいちいち検索窓に文字を打たずに「○○って何？」とスマートフォンに問いかけています。こういった検索の流れに対して「**読みあげて不自然ではなく伝わる記事**」というのはますます重要になるかと思います。

理想のサイト構成とは？

理想の構成



強いサイトを作ろうとシンプルに考えると上図のような構成が理想です。ふざけんな、当たり前だろ！と怒られそうですが、そうなんだから仕方がありません。

方法論としては個別の記事を細かくバズらせて、最後に「まとめ」のページを派手にバズらせるような過去に某部さんがよくやってた手法がやはり確実に強いんじゃないかなと思います。

難しいですが結局のところ愚直に如何に上図のようなサイトを戦略的に作れるかというところではないでしょうか？

個人レベルが長く上位表示する為に

個人やそこその規模レベルでそれなりのキーワードで長く上位表示するのは大変なことです。検索エンジンは「正しい情報」でも「豊富なコンテンツ」でも無く、「ユーザーが求めている答え」を上位に表示しています。

なので、キーワードによっては常に求められるものが変化し続けます。

例えば、少し前だと「坂本龍馬」と検索すると「モンスターのキャラクターの坂本龍馬」が1位に表示されていました。他の武将でもかなりの割合でモンスターが占めていたと思います。正しさで言えば、当然、土佐藩郷士の坂本龍馬が上位にいて然るべきですがその時のユーザーが求める坂本龍馬はモンスターのキャラクターだったんですね。（このことから「キーワード サイト名」で検索されることやクリック率、滞在時間などなどはやはりなんらかの形で重要ではないかなあと思うのです。Googleは否定していますが。）

キーワードにもよりますが、サイトが長く上位表示する為には

- ・ 定期的に被リンクが付く（サイト全体、できれば指定ページで）
- ・ 時々、話題になる
- ・ 最低限の更新

この3点が必須かと思います。

もしくは「競合が現れないキーワードを選ぶ」です。

まったく更新しなくても被リンクが付いてさらに時々話題になればそうそう落ちることも少ないです。ソーシャルとか検索される複合ワード、CTR、さまざまな要素がサイト毎で、そしてその時々で変化していると思います。

つまるところ長期（短期的にも）で表示する為には「如何に継続してリンクを貰う仕組みを作るか？」というなんとも味気ない話でもあるのですが、そんな検索エンジンを相手にいつまでも上位表示を本気で狙い続けるなら「興味がある」「書いてて楽しい」というサイトじゃないとまず個人レベルでは無理なんじゃないかなあと思感しています。

目移りせずに「得意な分野で戦う。」これ、大事です。

SEOの技術云々よりもそもそもの記事を書き続けることも大きなハードルなので。

自然リンクをどう貰う？

自然リンクをどう貰うか？これはもう「**自然リンクをもらいやすい記事**」を書くしかありません。自然に限って魔法ないです。

記事は

- **リンクを貰いやすい記事**
- **拡散されやすい記事**
- **売る為の記事**

というようにそれぞれ記事の内容によって意識をもって書き分ける方が良いと思います。

「リンクを貰いやすい記事」はソースになりやすい記事です。非常に詳しく分かりやすくまとめである、調べてある。なかなか口頭では証言できない体験ベースの記事である。など自分では調べられない事を引用する、自分では面倒な事を引用する、つまり自分で書いたり調べるのが怖かったり面倒な記事や普通ではあまり知らない専門記事などがソースになりやすいといえます。

「嘘か本当か知らないけどこの記事に書いてある」みたいな責任転嫁に出来る記事もソースにし易いですね。ブログ全盛期の頃は「この人こんなこと言ってるよ～」みたいな記事も多かったのですが最近はめっきり減っちゃいました。要は知恵か**体張らない**となかなかリンクがもらえる記事はできません。逆にそれが出来ればリンクの付く記事が意外と誰でも作れます。

あと注意したいのは自然リンクが欲しいなら「コピペされることを恐れない」こと。サイトによりますが、**自然リンクをもらう為には決してコピペ禁止は使用しない方が良い**というのが僕の考えです。

仕掛けを作る

リンクを貰うこと、ファンを作ること、拡散して貰うこと。

これらは最初のうちは特に「良い記事書くだけ」では足りません。**少ない可能性を最大限に拾う仕掛け**を目いっぱい考えておいてようやく日の目を見るか見ないかというほど最初のうちはシビアな戦いだと思います（僕はそうでした）。

その為に、TwitterやFaceBoobkなどのアカウントを作成して運用するのは当然のこととしてサイトに**少ないユーザーが訪れた時に見て欲しい記事を確実に届けるように**しておきましょう。

おすすめ記事の設定

テーマ管理の項目で「とても重要」とお伝えした「おすすめ記事」は**自分が読んで欲しい記事をお勧め記事として表示する機能**です。

他のブログはよくプラグインでアクセスに応じて自動で記事のランキングを表示してますが凄くもったいないと思うんですよね。サイトの性質にもよりますが、**自動（楽ちん）のもので効果が出ることはまず無い**です。細部、細部まで自分で考え、意識して配置していく事が大事なんですよ。

「おすすめ記事の設定」は投稿記事でも固定記事でも好きな記事を、好きな順番で表示できるので

- ・ 思わず読みたくなるタイトル（※検索エンジンは意識しない）
- ・ 読んだらアクションが見込める記事（シェアしたくなる・ファンになりたくなる・買いたくなるなど）

を意識して記事を3つくらい掲載しておくの良いんじゃないかなと思います。僕自身、ブログを始めた頃は「**これを読んだら僕に興味を持ってくれるんじゃないか？**」という記事をピックアップして掲載していました。目的はまず購読者を増やすことだったので。

最初の頃は「売る」記事よりも「シェアしたくなる記事」「ファンになりたくなる記事」の方が良いと思います。なので、何かのまとめ記事とかよりも**人間味が溢れる記事**が良いのかなぁと思います。

※最近ではRSSリーダーを使用する人も減っていると思うのでやはり次に繋げる為にも各ソーシャルのアカウントは必ず用意しておくべきです。

最初の頃は特にチャンスが少ないので、あらゆる仕掛けを考えておきたいものです。

売る為に



サイトで利益を上げたいと思ったら、その時からサイトは「あなたの好きなように」ではなく、「ユーザーが喜ぶように」考えて記事を書いていくことが大切です。

”あなたが”ではなく、その記事を読む、その商品を買うユーザーが喜ぶのは「どんな写真か？」「色か？」「タイトルは？」「表は必要？」などなど。

プロとアマの違い、というか失敗する人と成功する人の違いは**視点が自分かユーザー（相手）**なのかに尽きます。

売る為の最適解は記事毎に異なる

モノを売る為には細部まで張り巡らせた「計算」と「理由」が必要です。

何かで観たスティーブジョブズの言った好きな台詞で「人は、なんとなくで気付いている」というのがありました。人は意識しなくても、**極端に言えば理解できていなくても「なんとなく」で気付いているしバレている**という意味です。

例えば「A」の化粧品を売る時に、サイドバーに**関係ない「B」の化粧品バナー**や**「C」のアソシエイトリンク**や**他のおすすめ記事などは無い方が良い**のです。これを面倒がらずにやるかどうかで売れる売れないが天と地ほど変わってきます。

また、売る為にはレイアウトは1カラムの方が良い時もあるでしょう。余計なサイト情報を見せるとマイナスになる場合は徹底的に排除した「LP」レイアウトが良いかもしれません。

この記事の時は表示すべき内容と表示してはいけない内容というのは常に存在していて、それは凄く重要です。本のカテゴリの記事であればサイドバーにはペット用品を置くよりも「売れている本ランキング」を置いた方が確実に売れるのです。売る為にはとにかく細かいことの積み重ねです。

当テーマでは記事毎にレイアウトが変更できます。ショートコードで表示を制限したりカテゴリによって表示するかどうかを決められるウィジェットも用意しています。とにかく記事の最適解が作れるように準備がしてあるのです。

ショートコードの例（※空白は半角に）

```
[ toponly ] トップだけに表示[ /toponly ]
[ postonly ] 投稿記事だけに表示[ /postonly ]
[ pageonly ] 固定記事だけに表示[ /pageonly ]
[ catonly cat="2,3" ] カテゴリIDが2か3の時だけ表示[ /catonly ]
```

※テーマ管理で設定しておけば各ウィジェットでもショートコードは使用できます。

※ショートコードをショートコードで囲むことは出来ません。

AFFINGERのランキング機能

AFFINGERには便利なランキング機能がついておりますが**これを利用すれば売れるというわけはありません**。

というのも、ブログにしろサイトにしろ**記事下にランキングを貼るだけで売れる事はまず少ない**からです。本当に強いキーワードで上位表示していたり単純にランキングをユーザーが求めている場合を除いてはよく使い方を考えて必要な時（意味がある時）だけ表示する方が良いでしょう。

僕は本気で売りたい時はあまりランキングは使用しません。「あわよくば」の時だけです。**基本は全て「テキストリンク」**です。AFFINGERのアフィリエイト管理タグプラグインは使用しますが使用するのは「単発コード」の部分のみです。ここは各項目を無視してこのフォーム内容だけを表

示するので、バナーやテキストリンクも登録しますが最終的には「単発コード」にテキストリンクを記載して使用しています。

とはいえこれはあくまでも僕の場合の話。もちろんAFFINGERのランキング機能も使いようなので属性があればランキングだけでも売れます。本当にサイト次第です。

ただ言いたいのは

「サイト作ってランキング！」 ”だけ” じゃ絶対売れない

ということ。

全て、理由と導線が必要なのです。

売らずに売る

サイトが公式なのかアフィリエイトなのかで立ち位置が変わります。

最初に押さえておきたいのは、

人は「売って欲しいのではなく、知りたい」ということ。

- 何が違うのか？
- どうなるのか？
- それは本当か？

この3つだけ。

商品の凄〜い仕組みや成分より、「それでどうなるのか」の方が重要。「で、つまり何？」ってやつですね。

これをどの目線で語るのか。

公式サイトであれば信頼性高く、わかりやすく。「会社概要」「代表の写真」「お客様の声」「よくある質問」どれも大事ですね。

アフィリエイトであれば同じ購入者目線で。

サイトによってはメディアっぽかったり、最近は公式以上の凄いサイトも出てきていますが「素人さんのおすすめ」でも売れるところがアフィリエイトの良さだとも思ってます。

中途半端が一番だめですよ。背伸びせず、等身大が良いと思います。誠意のある記事であれば伝わるし売れやすいので最初はそこから**成功体験を積む**のが一番大事です。

修正と検証



最後に忘れずに頭に置き続けて欲しいことが「**正解は1つじゃない**」ということです。

本当にこれは重要な事で、サイトや記事、人それぞれに正解があり**誰かの正解は貴方の不正解で誰かの失敗はあなたの光明**だったりします。

今は色々な情報が入りますが、「**赤いボタンだとCVRが150%上がった！**」みたいな記事があってもそれが自サイトに当てはまらないことが殆どです。

正しくは「**(ここにこの文言があり、レイアウトがこうで、こういう過程があって且つこの商品の場合は)**赤いボタンだとCVRが150%上がった」なのです。なので、「そういう考えもあるのか！」という知見を広めることや新たな発見、風を入れることは重要ですが最終的には何度も修正、検証のトライ&エラーしかないと思います。

僕のサイトで稼いでいる記事も最初はほとんど売り上げのない記事でした。PVが増えたわけでもなく、ただひたすら文言やコピー、写真や構成の修正と検証を重ねた結果として見違えるほど違う売り上げに変わりました。今でも**鉄板の法則**というのではなく、結果は簡単には出ません。

諦めずに「**何度も考えること**」「**なぜダメかを考えること**」これしかないんですよね。