



脱キーワード思考①

個人サイトが進むべき方向性



利用規約

【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)

<http://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下さい。

このレポートの著作権は作成者に属します。

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。





キーワードに縛られると何も書けない

サイトを作る、記事を書く前に
「キーワード選定」するのが
鉄則だと言われてきました。

しかし、10年前ならいざ知らず、
今は生成 AI や YMYL 領域があり、
かつて個人がやっていたことを
金とマンパワーで法人がやっています。

個人では高く使えないような SEO ツールを使って
キーワードや競合のデータを集めています。
しかも、今や法人間でも二極化しているのをご存知でしょうか？

これまでは[マイベスト](#)のような、
法人版アフィリエイトサイトが検索上位を独占していました。

しかし、大手の専門サイトが
コンテンツを投入して力をつけてきています。

専門サイトとは
家電なら「ヨドバシカメラ」「ビックカメラ」、
教育なら「ベネッセ」「明光義塾」など、
業界の大手企業の WEB コンテンツを指します。

Google は自分で責任をとりたくないの
少しでも信頼性の高いドメインを優遇します。
同じ法人なら、業界の大手を選ぶのは自然の流れです。





近いうちに

ジャンルで影響力のある企業 >法人版アフィリエイト >個人
と勢力図が変わるでしょう。※稼げるキーワードの場合

いずれにせよ法人は

大量に外注を雇って記事を量産しています。

専門家に監修に入ってもらったり

記事を書いてもらったりしているのです。

個人のお家芸だったことはもう過去のもの。

- ・上位表示できそうなキーワード
- ・検索ボリュームがあるキーワード
- ・稼げそうなキーワード

↑これらを探して

サイトや記事を作る方法自体を

見直さない限り個人に勝機はありません。

いったんキーワードを忘れてください。

凝り固まった頭を柔らかくしないと

新しいアイデアは思い浮かびません。

「キーワード」ではなく、ユーザーを見ましょう。

↑

こう言われたら

どう思いますか？





「えっ、フツウのことでしょ」
と思うかもしれません。

でもですね、本当にそうでしょうか？

記事にしたいけどサジェストにないから、
検索ボリュームが少ないから
ボツにしたことありませんか？

もし心当たりがあるなら
あなたは、ユーザーではなく
キーワードを見ていたことになります。

まずは、ユーザーに役立つなら
サジェストにあろうがなかろうが
検索ボリュームが少なからうが記事を作る！

を当たり前のマインドとして持つことから
全てが始まります。

企業優遇の Google を振り向かせるには
中途半端な SEO 戦略ではなくて、

指名検索や再訪問が多いとか
再検索される割合が少ないなど
ポジティブなユーザー行動を
圧倒的な量を見せるしかありません。

そのためには、一切の制限をなくして
ギブギブの精神を持つことが重要です。





これまでの話は
少し乱暴に感じたかもしれません。

キーワードを見ないなんて何事だと
思うかもしれません。

もちろん、集客もしないといけないので
キーワードを一切無視することは難しいです。

私が言いたいのは、
キーワードから始めるサイト作りは
やめましょうということです。

ここで、SEO について軽くふれておきます。

Search Engine Optimization

それぞれの頭文字をとって
「SEO」と呼んでいます。

日本語にすると「検索エンジン最適化」です。

本来の意味としては、サイトの情報を
検索エンジンに正しく伝えるために
サイトを最適化することを指します。





昔は、Google も Yahoo ! もそれほど
性能が良くなかったので、
記事が意図した検索結果に反映されませんでした。

だから記事タイトルや見出し、文章に
これでもかというぐらいに
キーワードを含めて作りました。

こうすれば検索結果で1位をとれる
ゲームの裏技と同じように
Yahoo ! や Google を攻略するような
動きになっていきました。

その流れで、本来の SEO とは異なり
検索エンジンをハックする意味として
認識されるようになりました。

しかし、昔のように〇〇をすれば1位がとれる！
的な裏技はありません。

今の Google はキーワードが含まれていなくても
本来あるべき検索結果に反映させられます。

ゆえに、Google がサイトを理解するために
最低限必要な情報を盛り込むことだけ
検索エンジン対策はすれば ok です。

それ以上のこと、例えばキーワードを
大量に記事中に含めるようにしても
順位にほぼ影響しません。





必要最低限の(本来の意味としての)SEO
それ以外はユーザーの役にたつことだけを
考えれば良いのです。

もちろん、ユーザーのことだけ考えて
コンテンツを作れば必ず1位になるかといえば
そんなことはありません。

前述の通り YMYL 領域では掲載されませんし
企業ドメイン優遇の流れもあります。

努力すれば報われるのか?という話と同じです。



漫画『はじめの一步』より





「努力した者が全て報われるとは限らん」
「しかし！成功した者は皆すべからく努力しておる！！」

ユーザーの役にたつコンテンツを作っても
全て報われるとは限らない。

じゃあ、(悪い意味での)SEO を頑張れば
報われるのかといえば難しいことを
私たちは知っているはずなんですね。

ゆえに、(本来の意味として)SEO
＝検索エンジンに、自サイトの情報を正しく伝える

を行い
(変化の激しい時代なので10年とは言いませんが)
3年、5年は個人が戦えそうな場所を探して
ユーザーの役にたつことを考えて取り組みましょう！





個人サイトが進むべき方向とは？

YMYL 領域の設定や企業サイトの優遇で、
個人サイトが戦えるキーワードは日々減っています。

これに加え、立ちはだかる大きな壁。
それが「生成 AI」です。

検索と独立して存在する ChatGPT や Gemini (旧 Bird)
Google や Bing 検索と連動する AI。

今以上に広く使われるようになれば、
人が検索に求める情報自体が変わります。

★AI に聞いて分かることは、サイトに求められなくなる

例えば「すじこといくらの違い」と SGE 検索 (Google 検索+AI) すると
以下のように表示されます。

Google すじこといくらの違い 1,000 N/A X

生成 AI は試験運用中です。詳細

すじことくらはどちらも鮭や鱈の魚卵ですが、すじこは卵巣膜につながった状態、いくら膜からほぐして卵を1粒ずつバラバラにした状態です。

すじことくらは原材料は同じですが、味や触感に違いがあります。いくら

もっと見る

DELISH KITCHEN
https://delishkitchen.tv 記事

すじことくらは同じ？両者の違いを徹底解説！

14,645,303 343 4 [TITLE CHANGED]

2020/08/04 — すじこは鮭、または鱈（ます）の卵のこと。漢字にすると「筋子」と書きます。卵は未熟な状態で卵巣膜に覆われ、粒同士が筋状につながっている形状です。

赤枠部分が、生成 AI、その下に検索 1 位が表示されています。





さらに生成 AI の赤枠部分を展開すると
「詳しい情報」「参照 URL」「深掘りしたい人用の質問」が表示されます。

生成 AI は試験運用中です。詳細

すじこといくらはどちらも鮭や鱈の魚卵ですが、すじこは卵巣膜につながった状態、いくらは膜からほぐして卵を1粒ずつバラバラにした状態です。

すじこといくらは原材料は同じですが、味や触感に違いがあります。いくらは成熟した魚卵のため、一粒一粒が大きくて口の中で潰すとプチとした触感がします。

また、鮭と鱈は同じサケ科に属し、鮭と鱈のいくらは見た目ではほとんど区別ができません。違うとすれば、鱈のいくらは、鮭のいくらより小粒です。



「すじこ」と「いくら」の違いって？...
2023/10/08
CanCam



マスいくら醤油漬け 500g (鱈卵) - ...
hama...



すじこといくらの違いは？ほぐれてる...
2022/06/10
ハノリ...

筋子といくらどっちが高い？

はらこといくらの違いは何ですか？

筋子のいくらの味は？

もっと聞く



Know クエリ(何かを知りたい)で
SGE 環境で解決できる情報は
AI にアクセスを奪われる可能性が高いです。

以上の状況をふまえて話すと、

- ・AI では難しい、体験を提供するツール
- ・主観的、人間味のあるテキスト情報

以上、2つを兼ね備えたサイトを
個人は目指すべきだと考えています。





AI では難しい、体験を提供するツール

AI は「1 + 1 の答え」「日本で一番高い山は？」のように決まった正解がある問題に答えるのは得意です。
(間違えることもあります)

さらに「〇〇の場合は～」「～という意見もあります」という感じで決められた正解がない質問にもある程度、広い視野で答えを提示してくれます。

ただ、ユーザーが得たい情報や体験を AI が提供できない場合もあります。



※VR の進化などで、体験すら AI でカバーできるように先々はなるとは思いますが、少なくとも現段階は難しいです。

テキストベースでの対応は得意ですがそれ以外が弱い。
たとえば、ワイヤレスイヤホンが欲しい人がいるとします。





今まで使ったことがないので
どういう基準で選べば良いのかも分からないとします。

こういう質問に対して、テキストで
「〇〇がおすすめ」と AI は答えられますが
それだけで納得できるかは個人差があります。

「本当に、これでいいのかな？」
「もっと情報がほしい」
「自分で比較して選びたい！」
↑
このように感じる人もおられるはず。

こちらの表(ツール)を御覧ください。
ワイヤレスイヤホンを「おすすめ」「コスパ順」
「音質重視」「低音」「ボーカル重視」など
さまざまな視点で比較できます。

☒ おすすめ順
 ☐ コスパ順
 ☐ 並び替え
 ☐ 絞り込み

とにかく音質にこだわりたい人向け
 とにかく低音を重視する人向け
 ボーカルの歌声を際立たせたい人向け
 楽器をメイ...

<input type="checkbox"/> 商品	画像	おすすめ スコア ▼	最安価格 ▼	ポイント	評価項目		
					低音 ▼	中音 ▼	高音
1 <input type="checkbox"/> SONY WF-1000XM5		4.74 ★★★★★	35,600円 Amazon 34,469円 ヤフー 楽天市場	前モデルから正統進化！全音域に隙がない高解像度サウンド	★ 4.60	★ 4.85	★ 4
2 <input type="checkbox"/> SONY SONY WF-1000XM4		4.73 ★★★★★	43,108円 Amazon 25,980円 ヤフー 楽天市場	高解像度で余韻まで美しい。機能も豊富な万能イヤホン	★ 4.68	★ 4.68	★ 4
3 <input type="checkbox"/> DENON DENON PerL Pro True Wireless...		4.62 ★★★★★	43,300円 Amazon 43,719円 ヤフー 楽天市場	パーソナライズにより化ける音質。利便性にも優れたイヤホン	★ 4.71	★ 4.65	★ 4
4 <input type="checkbox"/> Bang & Olufsen Beoplay EX		4.58 ★★★★★	42,627円 Amazon 45,927円 ヤフー 楽天市場	繊細でハリのあるサウンド。ボーカルの質感まで忠実に再現	★ 4.50	★ 4.65	★ 4
5 <input type="checkbox"/> JBL JBL JBL Tour Pro 2 ...		4.53 ★★★★★	27,222円 Amazon 26,280円 ヤフー 楽天市場	1日中音楽を楽しむるバッテリー性能。音のカスタマイズも優秀	★ 4.16	★ 4.16	★ 4
5 <input type="checkbox"/> ボーズ BOSE QuietComfort...		4.53 ★★★★★	35,683円 Amazon 32,465円 ヤフー 楽天市場	大迫力のサウンドで低音好きにおすすめ。利便性にも優れている	★ 4.72	★ 4.40	★ 4
7 <input type="checkbox"/> Technics Technics EAH-AZ80 EAH-AZ80		4.51 ★★★★★	36,630円 Amazon 35,200円 ヤフー 楽天市場	声の質感を細かく再現。3台接続可能なマルチポイントも魅力	★ 4.55	★ 4.80	★ 4





おすすめ順 コスバ順 **✓ カスタム** 絞り込み

✓ とにかく音質にこだわりたい人向け とにかく低音を重視する人向け ボーカルの歌声を際立たせたい人向け 楽器をメ

商品	画像	おすすめスコア	最安価格	ポイント	評価項目				
					低音	中音	高音		
1 SONY WF-1000XM5		4.74 ★★★★★	35,600円 Amazon	34,469円 ヤフー	楽天市場	前モデルから正統進化！全音域に隙がない高解像度サウンド	★ 4.60	★ 4.85	★ 4
2 Technics Technics EAH-AZ80 EAH-AZ80		4.51 ★★★★★	36,630円 Amazon	35,200円 ヤフー	楽天市場	声の質感を細かく再現。3台接続可能なマルチポイントも魅力	★ 4.55	★ 4.80	★ 4
3 DENON DENON PerL Pro True Wireless...		4.62 ★★★★★	43,300円 Amazon	43,719円 ヤフー	楽天市場	パーソナライズにより化ける音質。利便性にも優れたイヤホン	★ 4.71	★ 4.65	★ 4
3 SONY SONY WF-1000XM4		4.73 ★★★★★	43,108円 Amazon	25,980円 ヤフー	楽天市場	高解像度で余韻まで美しい。機能も豊富な万能イヤホン	★ 4.68	★ 4.68	★ 4
5 ボーズ BOSE QuietComfortEar...		4.50 ★★★★★	Amazon	28,421円 ヤフー	楽天市場	音の響きは物足りないが、深く厚みのある低音が魅力的	★ 4.61	★ 4.61	★ 4
6 Bang & Olufsen Beoplay EX		4.58 ★★★★★	42,627円 Amazon	45,927円 ヤフー	楽天市場	繊細でハリのあるサウンド。ボーカルの質感まで忠実に再現	★ 4.50	★ 4.65	★ 4
7 ボーズ BOSE		4.53 ★★★★★	35,683円 Amazon	32,465円 ヤフー	楽天市場	大迫力のサウンドで低音好きにおすすめ。利便性にも優れてい	★ 4.72	★ 4.40	★ 4

参考:マイベスト: <https://my-best.com/7112>

タップ(クリック)しながらツールの使い方に慣れ、ワイヤレスイヤホンについて自然と詳しくなります。

こういう体験を AI が提供するの
形式上難しく、ニーズを満たせていません。

知識や経験がある程度持っていて適切な質問ができれば、AI は答えてくれます。

しかし、前述のように自分で比較したい、学びが必要な人には十分な情報や体験を提供できません。

ゆえに AI が解決できないニーズを満たすツールがサイト内にあるとユーザーの役に立ちます。





主観的、人間味のあるテキスト情報

客観的なテキスト情報は AI が最も得意な分野です。

ゆえに、テキストで戦うなら

個人サイトは、機械が思いつかない切り口、

書き手の独創性、オリジナリティが必要です。

※客観性が不要だと言っているのではありません。

私は、切り口が面白いコンテンツを

お気に入り登録して集めています。

その1つをご紹介します。

よそ行きの妄想

2011-03-07

AKBバブルの終焉

ネタ

去年の晦日に書いた「AKB48に学ぶ証券化の基礎技術とCDO48」というエントリーは、ブックマーク数こそ然程多くなかったが、ツイッターではわりと好評で、結果的にアクセスはそこそこ多かった。そこで私が書いたことは、AKB48というモデルが数年前に世界の金融業界を狂乱させた証券化の仕組みと"いかに類似しているか"ということであり、このモデルにはまだ素晴らしい金儲けのための"伸びしろ"があるだろうという話だった。揶揄するニュアンスが全くなかったかと言うとそんなことはないが、基本的にはAKB48をポジティブに評価していた。その後、AKB48の株価は急激に暴落し、現在はほぼゼロに近い状態にある。これは、AKB48のビジネスモデルが、証券化の仕組みと類似していることが、市場の認識に反映された結果である。

<https://chnpk.hatenablog.com/entry/20110307/1299454870>

よそ行きの管理人



よそ行きのバズーカ
(id:chnpk)

ネタ記事不定期更新。
1980年生まれ。妻子持ち金融系社畜。

アイドルグループの AKB48 を、金融、証券という切り口で語るという斬新な記事です。

まず AI には、こういう発想がないですね。

管理人の主観的な意見がふんだんに盛り込まれています。





AKBバブルの終焉

ネタ

去年の晦日に書いた「[AKB48に学ぶ証券化の基礎技術とCDO48](#)」というエントリーは、ブックマーク数こそ然程多くなかったが、ツイッターではわりと好評で、結果的にアクセスはそこそこ多かった。そこで私が書いたことは、[AKB48](#)というモデルが数年前に世界の金融業界を狂乱させた証券化の仕組みと"いかに類似しているか"ということであり、このモデルにはまだ素晴らしい金儲けのための"伸びしろ"があるだろうという話だった。揶揄するニュアンスが全くなかったかと言うとそんなことはないが、基本的には[AKB48](#)をポジティブに評価していた。ところが、その後の関連ニュースなどを見ると、この評価ははやくも撤回しなくてはならないようだ。

結論から言うと、[前田敦子](#)を変なドラマに出すくらいならまだしも、[板野友美](#)をソロデビューさせた時点で[AKB48](#)は終わったと思う。

隠匿したはずの個にわざわざフィーチャーするという奇行

[先日のエントリー](#)では、[AKB48](#)の大きな特徴として個々人よりも総体としての雰囲気が出ていることをあげ、ポートフォリオ理論や大数の法則などの何となくそれっぽい概念を前面に出して投資家の脳を麻痺させ、個別銘柄のリスクを隠匿する証券化の基礎技術を例示することで、解説した。以下は前回エントリーの一部である。

若い女の子の集団が醸す独特のキャピキャピした雰囲気は、オヤジの脳を麻痺させる。これは、個体を取り出せば普通にひとりの人間でも、集団になると抽象的な概念として認識されるからで、要するにオヤジは<若い女の子>という概念に目がないからだ。

個別の女の子については当然人によって好みが分かれようが、<若い女の子>という概念であれば話は別で、世の男性の大半はそれが好きである。[AKB48](#)という概念も然りで、あれだけたくさんいると個別に顔と名前を一致させていく作業は常人にとって不可能に近く、総体としてのなんとなくの雰囲気で捉えてしまいがちだ。

[AKB48に学ぶ証券化の基礎技術とCDO48](#) - よそ行きの妄想





つまり、あの集回から個を取りだしたら何の取り柄もないことがばれるだけに決まっているのだ。もともと大した取り柄もないから集団にして誤魔化していたのに、集団で人気が出ると個人でもいけるのではないかと勘違いしてしまう愚かしさには空いた口が塞がらない。

これはつまり、投資銀行にサブプライム住宅ローン債権を加工して販売してもらっていた住宅ローン会社が、投資銀行の経済的成功を目の当たりにした途端に色目を出し、何を勘違いしたのか自ら個別のサブプライム住宅ローン債権を、直接機関投資家に売り込みにいくようなもので、門前払いされることは火を見るより明らかである。売り込みを受けた機関投資家が多少賢明であれば、住宅ローン会社から持ち込まれた債権を一瞥してその信用状態の低さに気づき、こんなものを加工した商品を今まで喜んで買っていたのかと驚き、二度とサブプライムローンの証券化商品は買わなくなるだろう。

いま、芸能事務書は最新の顔面加工技術を駆使して、ぎりぎりのところで“商品”の価値を偽装しているが、ネットでは以下のような写真が出回っているわけで、一度点いた疑いの火はなかなか消えないわけである。

※現代は、おもしろければ何でも書いて良い
という時代ではありません。
内容しだいでは相手に訴えられる可能性もあります。

この記事にも、微妙な内容がいくつかあります。
私が、この記事を通してお伝えしたいのは
「アイドルと金融」という組み合わせ、切り口の斬新さです。

ゴシップ記事を書きましょう
と言いたいものではありません。





一般的に「客観性」が記事には求められますが、
AI に需要を奪われる可能性が高いです。

ただ、AI が生成した記事は
書き手が見えない無機質な文章になりがち。
英語を翻訳した日本語のようです。

AI が書けない主観的・人間味のあるテキストコンテンツが
サイトには求められるようになるでしょう。

ここで終わってしまうと
エンターテインメント性の強い読み物だけを
推奨していると誤解されるおそれがあります。

私が言いたいのは、作り手(あなた)ならではの視点で
納得感のある記事を作ってほしいということです。

「納得感」はとても大事なキーワード。

悩みや疑問によりけりですが、
納得できれば検索を終了したり
お気に入りに登録したりします。

場合によっては次の行動に移ることも。
いずれにせよ行動を変えたのですから
ユーザーの役にたったコンテンツといえるでしょう。

再検索されない、再訪問される記事は
Google も評価してくれます。
前述の通り、生成 AI の記事は





書き手が見えない無機質な文章になりがちで
人を動かすだけの説得力、納得感がありません。

AI が生成した情報だけで
人は重要な意思決定をしません。
ゆえに、あなたが見える文章を書きましょう。

読み手（ユーザー）のニーズを満たすのは当然として、
作り手の「思考」と「経験」が感じられる記事を作るのです。

生成 AI の記事は理性的ではあるが、
「ユーザー観点」「思考」「経験」が欠けている文章が多く
個人の勝ち筋はここにあります。

さきほど紹介した AKB の記事は
これら3点を最大限に活かしたら
エンターテインメント性が強くなっただけで、
結果論にすぎません。

これまでも「ユーザー観点」から記事を書くことは
必須とされてきました。

なので、私がここで強調する必要もないでしょう。
残り2つ「思考」と「経験」が、
2024 年以降はテキスト情報に求められます。





「こたつ記事」と呼ばれる
テーマに関する経験や思考がなくても、

ネットで手に入る情報を分かりやすく加工する記事書きに
慣れている人は、180 度方向転換しないといけません。

そのぐらい、覚悟が必要な変化が
今起きているということです。

客観的なデータや生成 AI が提供できないコンテンツはツールで、
無機質になりがちなデータを、あなたの思考や体験からまとめた
主観的・人間味のあるテキスト情報で補う。

攻守一体の構えが、個人サイトの理想像だと
本教材では定義します。

※本教材は、テーマ探しをメインに扱います。
記事そのものについて細かな話はしません。
テーマ探しに関わる範囲内で話します。





「分かりやすさ」よりも「厳密さ」

別の視点で「個人サイトが進むべき方向性」について話します。
それは「分かりやすさ」よりも「厳密さ」を追求する
ということです。

相手に分かりやすく伝えることは重要です！
ただ、それを支える「厳密さ」がなければ
ユーザーから信頼されません。

なぜなら、分かりやすくする作業とは、
抽象度をあげてざっくり伝えたり
相手がイメージしやすいことに置き換えたりして
複雑なものを単純化することだからです。

入門者ならそれでも良いかもしれません。
しかし、そうでない人もいます。

必要なことが切り落とされ、
網羅性のない情報では困ることも多いです。

なのに「分かりやすさこそ正義」とされ
単純化された情報でネットはあふれています。
ウソではないにしても、誤解を招く恐れもあります。

繰り返しになりますが、「分かりやすさ」を
否定しているわけではありません。

今の時代、分かりやすさは大前提です。
ただ、何でもかんでも「分かりやすさ」だけで
済まないことを忘れないでください。」





「分かりやすい」のワナはまだあります。
短い話で単純化する人の他に、
長文で何から何まで説明する人もいます。

(今は、記事の話をしているのですが)
こういう人は塾講師にもいます。

一つ一つの話は分かりやすいのに、
話が長くて子どもの集中力が続かない。
授業時間も足りなくなります。

こうなる原因は相手を信頼してないから。
大人が手取り足取り教えないと
子どもは理解できないと勘違いしているのです。

どこまで教えて
どこから子どもに学ばせるのか線引きできない。
その結果、全部自分で教えることになる。

飛び立つために必要な説明だけして
自学自習をさせれば良いのです。

人は疑問が生まれた瞬間に
情報を保存する空きスペースが脳内に生まれます。
この空間を埋めたい気持ちが学びたい欲求となります。

能動的に動いて疑問を持たないとスペースは生まれません。
物事理解に段階や時間が必要なのはそのため

自ら学び壁にぶちあたり、
それを乗り越えて壁にぶち当たる。
この繰り返しで人は理解していくのです。





コンテンツも同じです。

何から何かまで分かりやすく説明しても

途中で離脱されるだけ。

ユーザーが理解に応じてサイトを使いながら学べる仕組み、
厳密さを意識してコンテンツを準備しておけば良いのです。

何でもかんでも自分が説明しないといけない。

「分かりやすく」はかえって相手の理解を
さまたげている可能性もあるのです。

【補足】

「何でもかんでも自分が説明しないといけない。」

↑

この部分について補足します。

何でもかんでも自分が説明しようとした結果

分かりやすい長文になってしまうと話しました。

実は、これ以外にもパターンがあります。

↓ ↓ ↓

「すべてテキスト(文字)で説明しようとする」

サイトの表現法はテキストだけではありません。

ツール(データベースや画像)でも

相手に情報を伝えられます。

ゆえに、個人サイトが進むべき方向性として





AI では難しい、体験を提供するツール

×

主観的、人間味のあるテキスト情報

が重要になるのです。

ツール部分が、客観と厳密さ
テキスト情報が、主観と分かりやすさを
表現しているイメージです。

