

コンテンツ マーケティング戦略 虎の巻

集客から購買喚起まで

SEOの手順を徹底解説



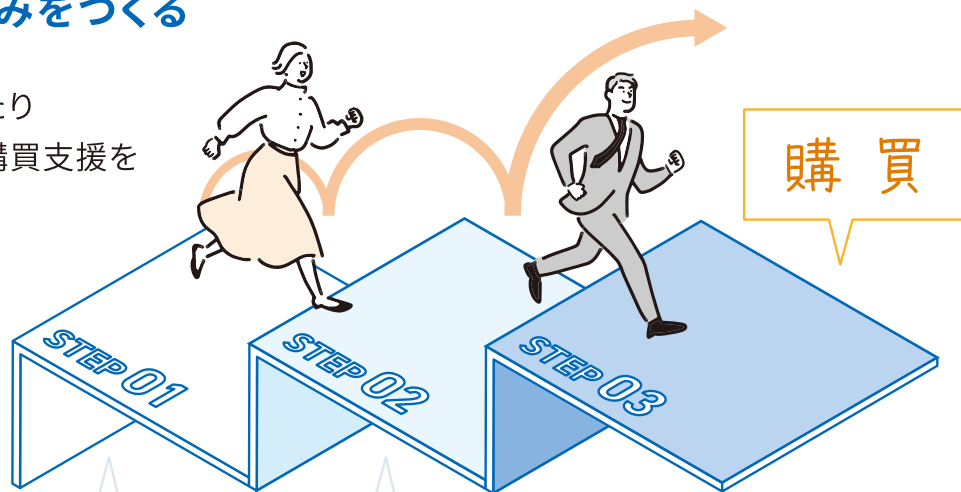
コンテンツマーケティングと コンテンツSEO



コンテンツマーケティングとは

潜在顧客に「見つけてもらう」仕組みをつくる

いきなり自社の商品・サービスをアピールしたり
売り込んだりするのではなく、見込み顧客の購買支援を
行うことにより、段階的に関係性を深め、
最終的に購買してもらうことを目的とする
コミュニケーション戦略です。



見込み顧客の疑問や関心に対して、
関係性が深い適切な情報を提供

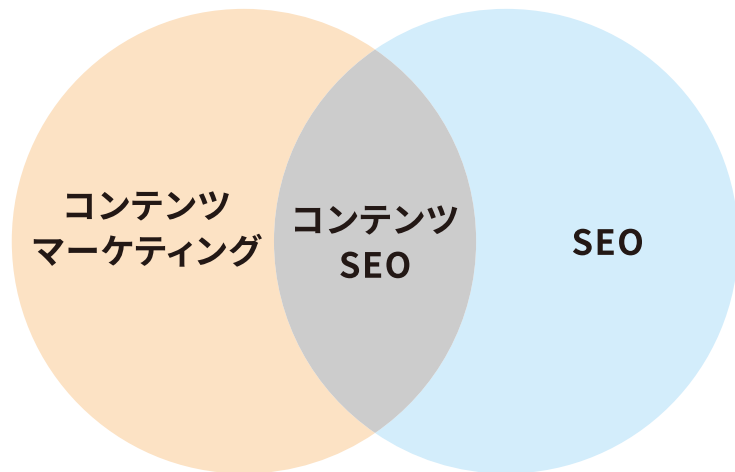
それによって見込み顧客を引き寄せ、
買いたい気持ちを盛り上げる

コンテンツSEOとは

ユーザーの検索意図に沿った良質なコンテンツを、継続的にオウンドメディア (ブログ) にて発信し、**自然検索**から集客の増加を目指すSEOの一つです。

記事が検索結果において上位表示され、
ユーザーへ情報を届ける機会が増えれば増えるほど、
購買に繋がる可能性が高まります。

SEOは、コンテンツマーケティングを成功させるために
必要不可欠な施策なのです。



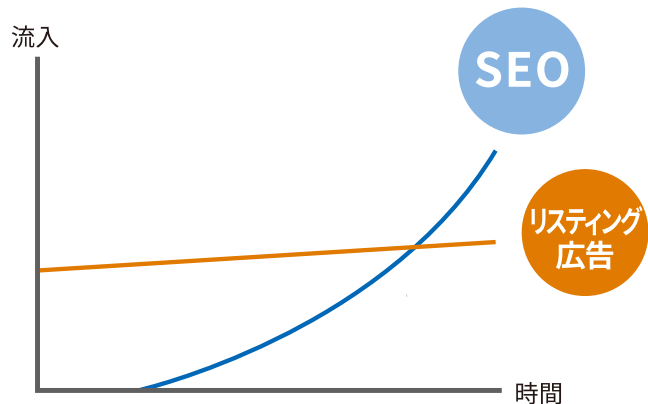
なぜコンテンツSEOが 重要になってきているのか



SEOとリスティング広告の比較

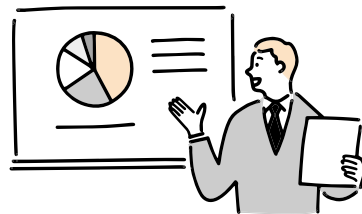
比較項目	SEO (自然検索)	リスティング広告
即効性	低い 上位表示に3~6ヶ月程度要する	高い 運用開始日から掲載可能
クリック料金	無料	有料
クリック率	上位表示されるとかなり高い	全体的に低い
掲載順位	コントロールできない	ほぼ自由に設定できる
掲載期間	コントロールできない	ほぼ自由に設定できる
掲載地域	コントロールできない	ほぼ自由に設定できる
ブランディング効果	期待大	期待小

SEOとリスティング広告の比較



- SEO
中・長期的には**費用対効果**で大きく優れている
- リスティング広告
スピードで大きく優れている

ビジネスサイトの場合、SEOもリスティング広告両方必要なケースが多く、
目的ごとに上手く使い分けることが大切です



コンテンツSEOのメリット

●見込み客を連れてきてくれる**資産**となる

消費型のリスティング広告とは異なり、コンテンツSEOは 資産となって貴社サイトに蓄積されていきます。一度上位表示されれば 多大なクリック率が見込めるうえ、常に露出されることによるブランディング効果を得ることもできます。

●中・長期的には**費用対効果**が極めて高い

リスティング広告はクリックされるたびに料金を支払う必要がありますが、コンテンツSEOでは、記事が上位表示されているかぎり、Googleが無料で見込み顧客を連れてきてくれます。

●**潜在顧客**にもアプローチできる

コンテンツSEOでは、見込み顧客が欲している知識やノウハウなどの情報を届けるため、まだ商品そのものには興味を持っていない層にもアプローチすることが可能です。



SEOの基本的な考え方



上位表示に必要な要素

SEO = 内部要因の評価 × 外部要因の評価

コンテンツ評価 (内部要因)

対象ページ評価

- ✓ 対象ページが、検索キーワードに対するユーザーニーズを満たしている

サイト全体評価

- ✓ サイト全体で、検索キーワードに関連するコンテンツを多く保有している
- ✓ 専門性、権威性、信頼性(E-A-T)がある
- ✓ ドメインの契約期間が長い



外部リンク評価 (外部要因)

対象ページ評価

- ✓ 対象ページが、評価の高いサイトから被リンクを多く集めている

サイト全体評価

- ✓ サイト全体で、評価の高いサイトから被リンクを多く集めている
(=ドメインパワーが高くなる)

「有益なコンテンツ」と「第三者評価」の掛け合わせで、初めてSEOの効果を最大化することができます。

上位表示に必要な要素

SEOは1記事だけの単体評価ではなく、「対象ページ評価」と「サイト全体評価」が高いことが必要

コンテンツ評価 (内部要因)

対象ページ評価

- ✓ 対象ページが、検索キーワードに対するユーザーニーズを満たしている
- ✓ 検索キーワードの関連語のうち、上位ページが保有しているテーマを含む
- ✓ 記事タイトル 見出しにキーワードを含んでいる

サイト全体評価

- ✓ サイト全体で、検索キーワードに関連するコンテンツを多く保有している
- ✓ E-E-A-T: Experience (経験)、Expertise (専門性)、Authoritativeness (権威性)、Trustworthiness (信頼性) が高ければサイト全体の評価が高まる、YMYL (お金と生活) の分野では特にE-A-Tの重要度が高い
- ✓ 契約期間の短いドメインはスパムサイトと見なされる可能性がある

E-E-A-Tを高める監修者情報 例

監修者情報には、保有資格、経歴を掲載し専門家であることを明記する
プロフィール写真があるとより信頼性が高まる



監修者
田中太郎

株式会社田中の代表取締役CEO。エンジニアとしてキャリアスタートし、株式会社山田のSEO分析研究機関を経て株式会社山田の横断マーケティング組織のマネージャー&全社SEO技術責任者を務める。
その後、独立しSEOを中心としたクライアントの課題解決を行う。
2017年、株式会社田中を創業し、様々な企業のウェブマーケティングの支援を行う。



この記事の監修者

建築コンサルタント、宅地建物取引士、
ファイナンシャル・プランナー技能士2級

山田花子

大学卒業後、東証一部上場の企業にて、建築業専門のコンサルティング事業に携わる。
全国を飛び回り、各地に工務店を多数抱え、東日本統括マネージャーを経験。
全国の工務店向けの研修腰も勤め、個別相談も受け付けている。

[> 詳しいプロフィールを見る](#)

外部リンク評価を上げるための方法

以下で紹介する12の方法で外部リンク(被リンク)を獲得し、サイト全体の評価を高める

外部リンクの獲得方法

- 1 ▶ プレスリリース
- 2 ▶ 協会への加盟
- 3 ▶ 取引先Webサイトへの掲載
- 4 ▶ 逆検索をして掲載依頼
- 5 ▶ 比較系サイトへの掲載
- 6 ▶ 記事の監修
- 7 ▶ インスタまとめ記事の作成
- 8 ▶ 被リンクをもらいやすい記事の作成
- 9 ▶ 競合が獲得しているリンクを獲得
- 10 ▶ セミナー・イベント・コラボ企画
- 11 ▶ 体験談の取材
- 12 ▶ 専門家への取材

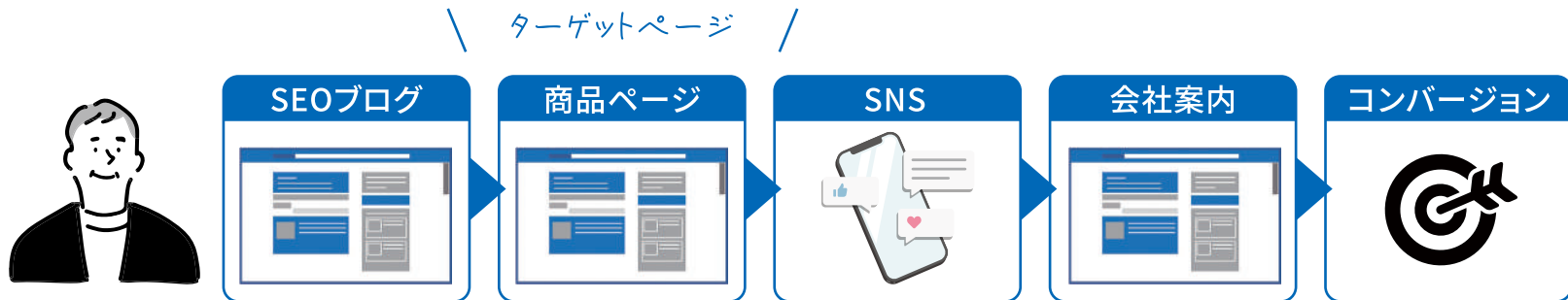


コンテンツSEOでコンバージョン数を上げるポイント

ターゲットページの設定

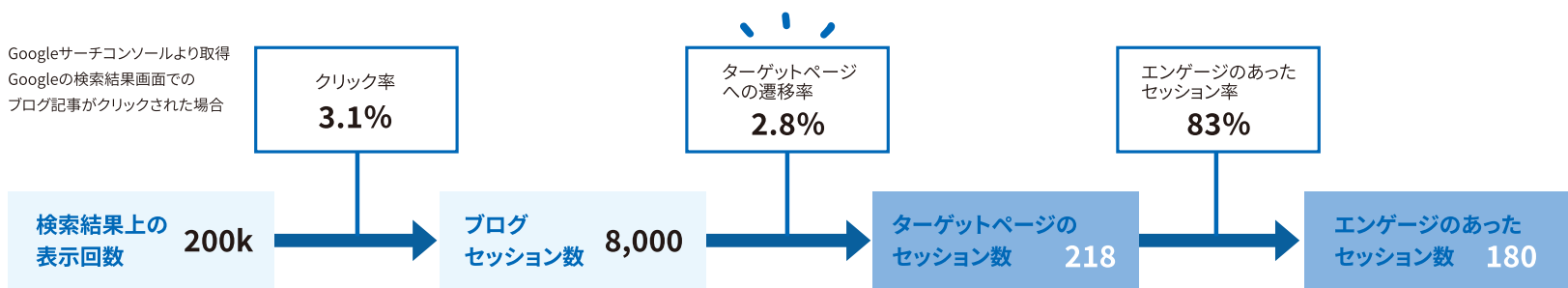
●ターゲットページとは

当社ではターゲットページの定義を「**コンバージョン前にユーザーが必ず訪れるページ**」と定義しています。
言い換えるとクライアントがお金を払ってでもランディングさせたい重要なページです。



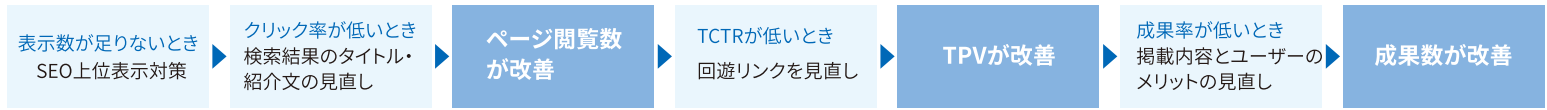
コンテンツSEOでコンバージョン数を上げるポイント

当社がサポートするコンテンツ戦略サポートでは必ずターゲットページの設定を行い、ユーザー行動の分析・コンテンツ改善を行います。



Googleサーチコンソールより取得
Googleの検索結果画面でのブログ記事表示回数

各ボトルネックでの基本対策



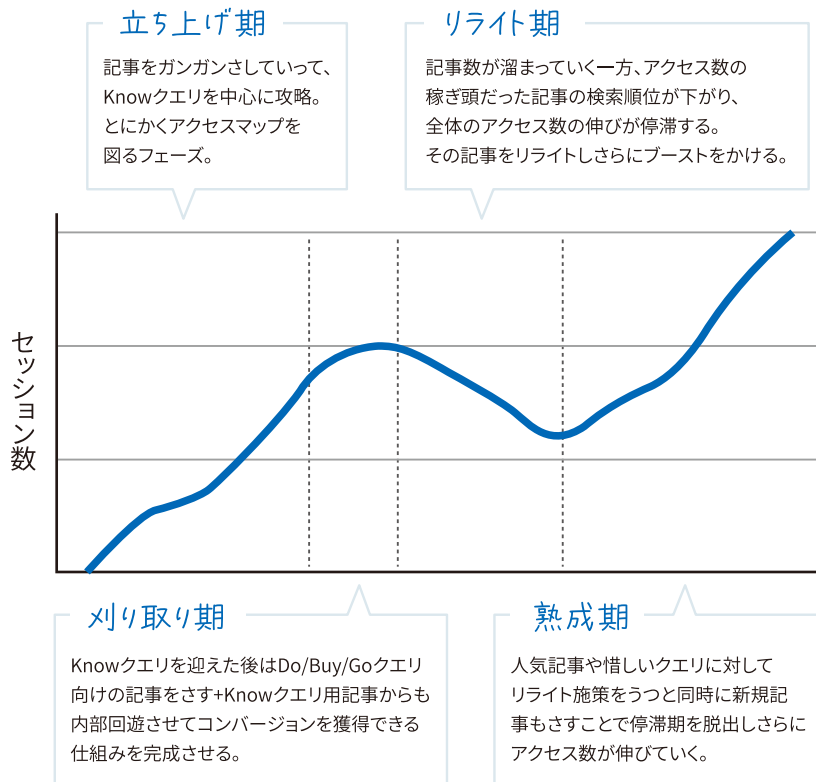
リライト戦略

●リライトとは

リライトとはすでに公開した記事に
加筆・修正を加えることです。
主にタイトルやメタディスクリプション、
本文がリライトの対象となります。

●リライトの必要性

1~2年新規記事だけの公開を続けていくと、
成果が頭打ちになる地点が必ず訪れます。
伸びが鈍くなっていくタイミングでリライトを
行うことで、再び上昇軌道に乗せることができます。



リライト記事の選定基準

●平均掲載順位は高いものの、CTRが低いクエリ

ユーザーが検索結果(タイトルやディスクリプションなど)を見てもクリックにつながっていないため、掲載順位が高くてもCTRが低い状態です。

タイトルやディスクリプションに該当のクエリを含めるなどして、改善する必要があります。

●平均掲載順位は低いものの、CTRが高いクエリ

上位表示されている他サイトのページがあるにもかかわらず、自サイトに流入しています。

掲載順位を上げることで、さらなる流入増を期待できます。

掲載順位を上げるには、当該クエリで上位表示されている他のページのコンテンツを分析し、不足している内容+αを追加するなどして、改善する必要があります。



SEO記事作成のポイント



SEO記事作成のフロー

STEP 1

キーワード調査・選定

パフォーマンスが高いかつ
コラムページでの上位表示が
可能なキーワードを選定する



STEP 2

記事タイトル・見出しを作成する

上位表示に必要な要素を整理し、
記事タイトルと見出しに盛り込む



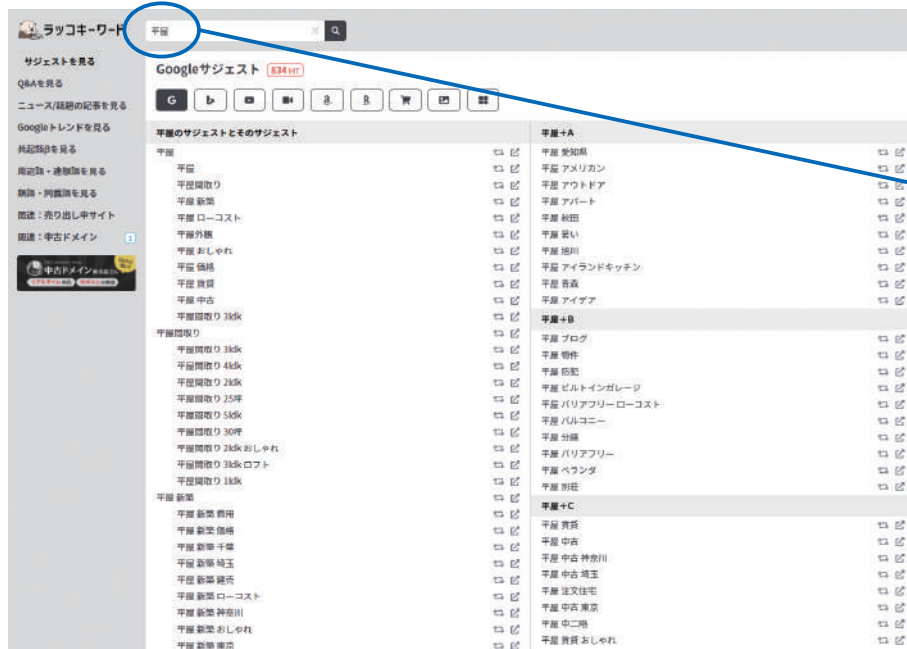
STEP 3

記事執筆

記事骨子に沿って
ライティングする



STEP1: キーワード調査・選定



The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. The search term '平屋' (Flat) is entered in the search bar. The results are organized into sections: '平屋のサジェストとそのサジェスト' (Suggestions for 'Flat' and its suggestions), '平屋+A' (Flat + A), '平屋+B' (Flat + B), and '平屋+C' (Flat + C). Each suggestion includes a search volume icon and a link to the keyword.

Category	Keyword	Search Volume	
平屋のサジェストとそのサジェスト	平屋	134 hr	
	平屋 間取り	134 hr	
	平屋 新築	134 hr	
	平屋 ローコスト	134 hr	
	平屋 外観	134 hr	
	平屋 おしゃれ	134 hr	
	平屋 価格	134 hr	
	平屋 賃貸	134 hr	
	平屋 中古	134 hr	
	平屋 間取り 35sq	134 hr	
	平屋 間取り	134 hr	
	平屋 間取り 38sq	134 hr	
	平屋 間取り 48sq	134 hr	
	平屋 間取り 24sq	134 hr	
	平屋 間取り 25坪	134 hr	
平屋+A	平屋 売却	134 hr	
	平屋 アメリカーン	134 hr	
	平屋 アウトドア	134 hr	
	平屋 アパート	134 hr	
	平屋 秋田	134 hr	
	平屋 安い	134 hr	
	平屋 地川	134 hr	
	平屋 アイランドキッチン	134 hr	
	平屋 音読	134 hr	
	平屋 アイデア	134 hr	
	平屋+B	平屋 ブログ	134 hr
		平屋 物件	134 hr
		平屋 5区	134 hr
		平屋 ビルトインガレージ	134 hr
		平屋 バリアフリーローコスト	134 hr
平屋 パルコニー		134 hr	
平屋 分譲		134 hr	
平屋 バリアフリー		134 hr	
平屋 ベランダ		134 hr	
平屋 防犯		134 hr	
平屋+C		平屋 賃貸	134 hr
		平屋 中古	134 hr
		平屋 中古 神奈川	134 hr
		平屋 中古 埼玉	134 hr
		平屋 注文住宅	134 hr
	平屋 中古 東京	134 hr	
	平屋 中二階	134 hr	
	平屋 賃貸 おしゃれ	134 hr	

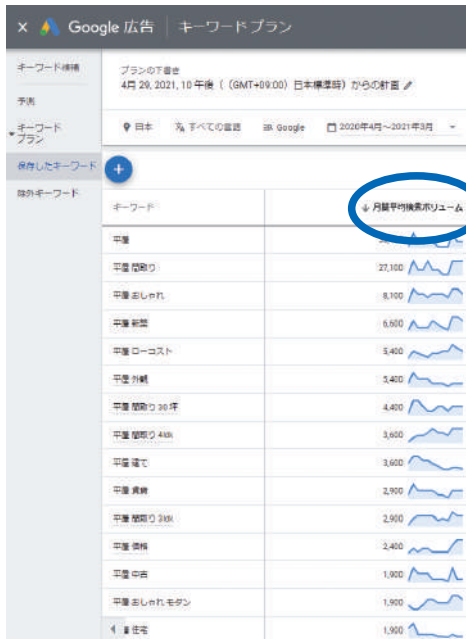
1-1 キーワードの拡張

注力する分野（例：平屋）の
関連キーワードを抽出する



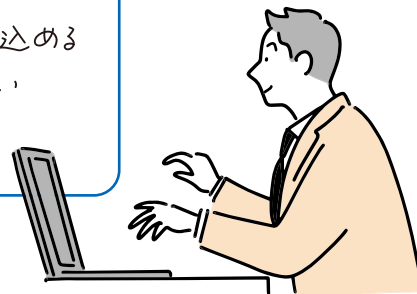
STEP1: キーワード調査・選定

1-2 各キーワードの検索ボリュームを調査

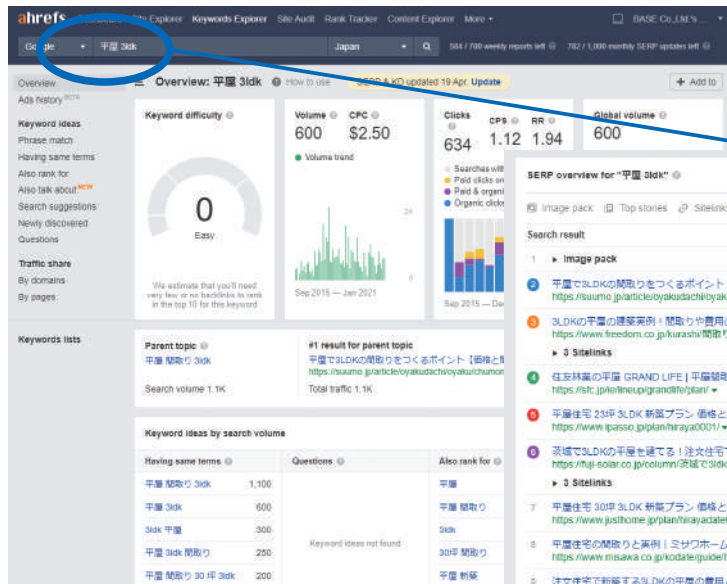


検索ボリュームが多いほど...

- ✓ 需要が高い
- ✓ 上位表示されると流入数が多く見込める
- ✓ ライバルが多いため競合性は高い
- ✓ 上位表示の難易度は高い



STEP1: キーワード調査・選定



1-3 対象キーワードの難易度・上位サイトを調査

(例: 平屋 3LDK)



SERP overview for "平屋 3LDK"

Search result	AR	DR	Traffic	Keywords	Top keyword	Volume			
1 > Image pack									
2 平屋で3LDKの間取りをつくるポイント【価格と間取りと住み... https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyakuchumonji_plan/hiraya_3ldk/	5.3K	84	1,130	79	平屋 間取り 3dk	1.1K			
3 3LDKの平屋の建築事例 間取りや費用のポイント https://www.freedom.co.jp/kurashi/間取り/3dkの平屋を建てる！広さや費用のポイントは？/	891K	45	10	0	344	160	平屋 3dk	600	
> 3 SiteLinks									
4 在友林業の平屋 GRAND LIFE 平屋間取りプラン集 https://stc.jp/en/lineup/grandlife/plan/	53K	72	20	32	13	3,659	827	平屋 間取り	13K
5 平屋住宅 23坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り アイパソンの... https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/	12M	15	16	9	6	689	269	平屋 価格	1.9K
6 茨城で3LDKの平屋を建てる 注文住宅で新築する平屋の... https://hijy-soak.co.jp/column/茨城で3dkの平屋を注文住宅で新築する！/	4.0M	29	8	0	0	167	107	平屋 間取り 3dk	1.1K
> 3 SiteLinks									
7 平屋住宅 30坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り ジャスト... https://www.justhome.jp/plan/hirayadate0003/	5.9M	25	13	1	1	529	350	平屋 間取り 3dk	1.1K
8 平屋住宅の間取りと事例 ミサワホームの平屋住宅 https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/	38K	74	25	67	28	7,242	974	平屋	20K
9 注文住宅で新築する3LDKの平屋の費用と間取りのポイントは... https://bluehouse.co.jp/blog/blog515016/	6.4M	25	9	0	0	105	66	平屋 3dk	600
10 平屋住宅 24坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り ACTUS LABO... https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/	21M	8	13	1	1	148	95	平屋 間取り 3dk	1.1K

STEP1: キーワード調査・選定

Search result

1	▶ image pack	
2	平屋で3LDKの間取りをつくるポイント【価格と間取りと... https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyaku/chumon/c_plan/...	コラムページ
3	3LDKの平屋の建築実例！間取りや費用のポイント... https://www.freedom.co.jp/kurashi/間取り/3ldkの平屋を建て...	コラムページ
	▶ 3 Sitelinks	
4	住友林業の平屋 GRAND LIFE 平屋間取りプラン集 https://sfc.jp/ie/lineup/grandlife/plan/▼	サービスページ
5	平屋住宅 23坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り アイパス https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/▼	サービスページ
6	茨城で3LDKの平屋を建てる 注文住宅で新築する平屋の... https://tjji-solar.co.jp/column/茨城で3ldkの平屋を注文住宅...	コラムページ
	▶ 3 Sitelinks	
7	平屋住宅 30坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り ジャスト https://www.justhome.jp/plan/hirayadate0003/▼	サービスページ
8	平屋住宅の間取りと実例 ミサワホームの平屋住宅 https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/▼	サービスページ
9	注文住宅で新築する3LDKの平屋の費用と間取りのポイン... https://biuehouse.co.jp/blog/blog515016/▼	コラムページ
10	平屋住宅 24坪 3LDK 新築プラン 価格と間取り ACTUS L... https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/▼	サービスページ

1-4 コラムページでの上位表示が可能か判定

- ✓ 検索結果がコラムページのみ
- ✓ 検索結果がコラムとサービスページの混在
→ コラムページでの上位表示が可能
- ✓ 検索結果がサービスページのみ
→ コラムページで上位表示できない



▶ コラムページとは？ 記事コンテンツ

▶ サービスページとは？ TOPページ、商品・サービス紹介ページ

STEP2:記事タイトル・見出しを作成する

2-1 上位表示に必要な要素を整理する

●対象キーワードのGoogleサジェストを調べる



●検索上位記事の記事タイトル 見出しに
頻出する項目・キーワードの洗い出し



▶Googleサジェストとは? Googleの検索窓にキーワードを入力した際に、キーワードを最後まで打ち込まなくとも、ユーザーが求めているであろう言葉を先読みしてキーワードを自動で表示する機能。

STEP2:記事タイトル・見出しを作成する

2-2 前ページの要素を記事タイトルと見出しに盛り込む

狙うキーワード	月間平均検索ボリューム	競合性	検索結果
平屋 3ldk	1,600	低	混在
3ldk 平屋	720	低	混在
平屋 間取り 3ldk	2,400	低	混在
平屋 3ldk 間取り	800	低	混在
3ldk 平屋 間取り	1,300	低	混在

Googleサジェスト	月間平均検索ボリューム	競合性	検索結果
平屋 3ldk 価格	170	中	
平屋 3ldk ロフト	170	中	
平屋 3ldk 何坪	50	低	
平屋 3ldk 間取り 南玄関	40	低	
平屋 3ldk 25坪	40	低	
平屋 3ldk 30坪	30	低	
平屋 3ldk 坪数	30	中	
平屋 3ldk 外観	260	低	
平屋 3ldk 相場	30	中	

記事タイトル	
記事見出し	<h1> 平屋で3LDKの間取りを検討する際に、知っておきたい坪数の目安と価格相場 <h2> 平屋3LDKの坪数の目安 (200字以上) <h2> 平屋3LDKの価格相場 (1,000字以上) <h3> 建築費用の価格相場 <h3> 大手ハウスメーカーに依頼する場合の相場 <h3> ローコストハウスメーカーに依頼する場合の相場 <h2> 平屋3LDKの間取り例 (1,000字以上) <h3> 3LDK 25坪 <h3> 3LDK 30坪 <h3> 3LDK ○○○ (他にもあれば) <h3> 3LDK ロフト付き ※施工事例を紹介 <h2> まとめ

上位表示を目指す記事案を作成するには、対象キーワードでの上位サイトの調査を行い、どのようなコンテンツを含むべきなのか、分析する必要があります。

実績①：製造業界

●お客様が抱えていた課題

新規ユーザーの集客はリスティング広告しか施策を行なっておりませんでした。

そのため広告出稿を止めてしまうと、HPへの流入が激減してしまうという課題がありました。

●弊社が提案したプラン

広告出稿を止めても継続して新規ユーザーの集客ができるよう、

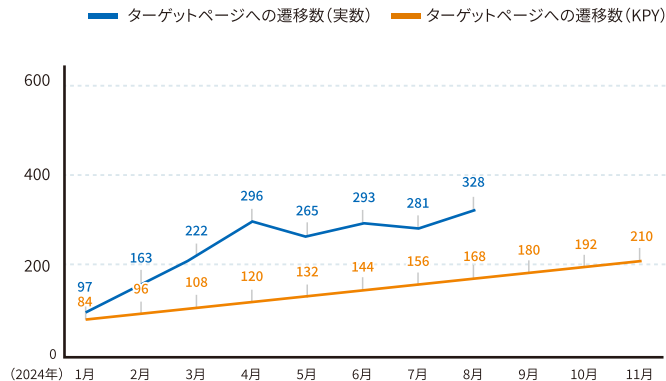
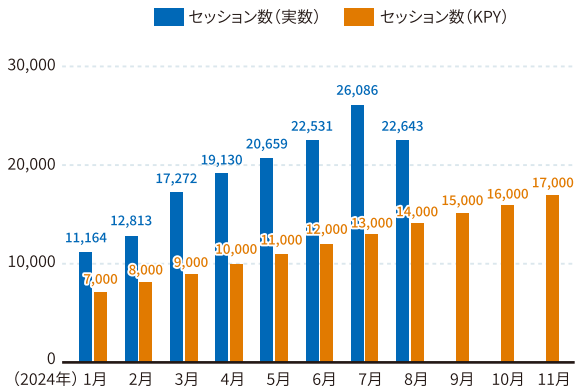
資産性のあるSEOブログ運用を提案させていただきました。



実績①：製造業界

●得られた成果

毎月1~2記事の投稿を約2年継続することにより、約26,000セッションを獲得することができました。SEOブログから流入する8割は新規ユーザーであり、潜在客への認知獲得にも成功しました。また、ターゲットページ（商材ページを設定）のセッション数は300セッション以上を獲得することができ、CV増加に貢献しています。



実績②：観光業界（旅館）

●お客様が抱えていた課題

HPへの新規ユーザー集客手段がなく、セッション数は横ばいを続けていました。

●弊社が提案したプラン

毎月4記事のブログ投稿を提案させていただきました。

当初は記事の企画・構成を弊社で行い、執筆をクライアント様側で行うプランを提案させていただきました。

しかし日々の業務により執筆が思うように進まず、記事制作が頓挫してしまうという事態になりました。

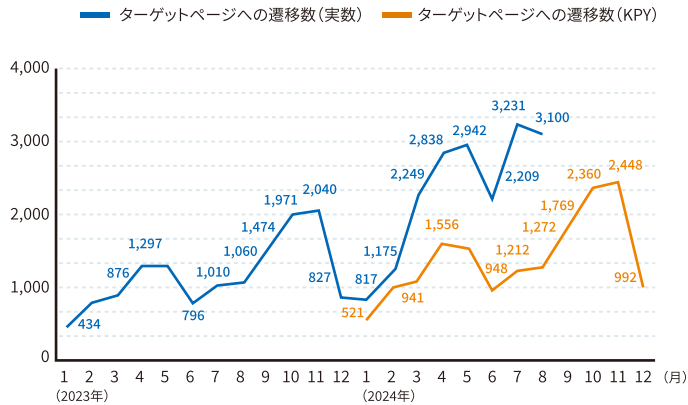
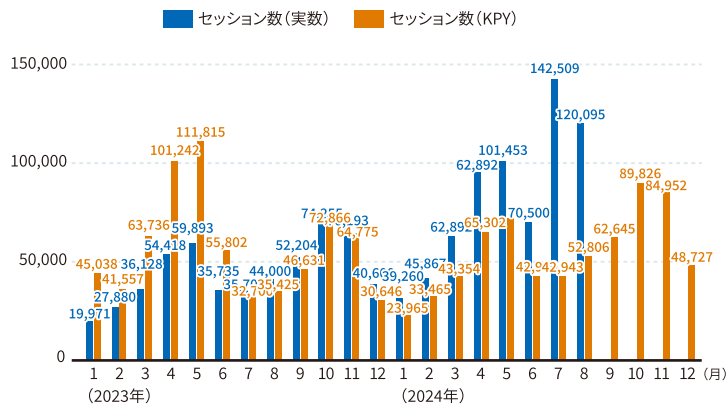
そこで業界に知見のあるライターを弊社にてアサイン、クライアント様のご負担を軽減する施策を提案させていただきました。



実績②：観光業界（旅館）

●お客様が抱えていた課題

開始約3年で約95,000セッション、コンバージョンは最高で41件獲得することができました。
また訪れるお客様からは「ブログを見た」と高頻度でお聞きするようになったとのこと。
数値面以外にもブログによる認知拡大の効果を実感していただきました。



ベースのコンテンツSEOコンサルティング料金

コンテンツマーケティング戦略コンサルティング			
プラン	セルフプラン	スタンダードプラン	おまかせプラン
目的	弊社ターゲットユーザーからの検索流入の獲得 (SEO対策)		
概要	SEO上位を獲得するための 1記事分の記事タイトル/見出し案作成	SEO上位を獲得するための 4記事分の記事タイトル/見出し案作成	SEO上位を獲得するための 8記事分の記事タイトル/見出し案作成 CVをより獲得するために記事リライト対応含む
月額(税込)	55,000円	165,000円	275,000円
1記事あたりの金額(税込)	55,000円	41,250円	34,375円
導入目的/KGI/KPI設計	○	○	○
月次定例(主にオンライン)	○	○	○
キーワードニーズ調査レポート	○	○	○
執筆指示書(タイトル/見出し/参考記事/CTA監修等)	○	○	○
校間	○	○	○
分析レポート	基礎数値	○	○
	SEO順位計測	×	○
	ヒートマップ	×	○
リライト対応	×	×	○
コンテンツ制作 オプション			
ライターによる記事の執筆	16,500円(税抜価格15,000円)1記事～(3,000文字程度)	専門性の高い記事執筆は単価が上がります	
動画記事の 動画化	編集のみ	33,000円(税抜価格30,000円)1本～	10分程度でテロップ付き
	撮影のみ	55,000円(税抜価格50,000円)1本～	ご希望をお聞きした上でお見積り致します
	撮影&編集	88,000円(税抜価格80,000円)1本～	ご希望をお聞きした上でお見積り致します
動画内のナレーターアサイン	55,000円(税抜価格50,000円)1本～	ご希望をお聞きした上でお見積り致します	

コンテンツ制作で、こんな悩みはありませんか？

●ユーザーが求めているコンテンツがわからない

- ・オウンドメディア (ブログ) で何を発信すればよいのかわからない

●自社にSEOノウハウがない

- ・独学でSEOを学び試行錯誤してみるも、なかなか上位表示されない
- ・SEOに対する知見を持った相談相手がいない

●必要だと理解しているものの、社内リソースに余裕がない

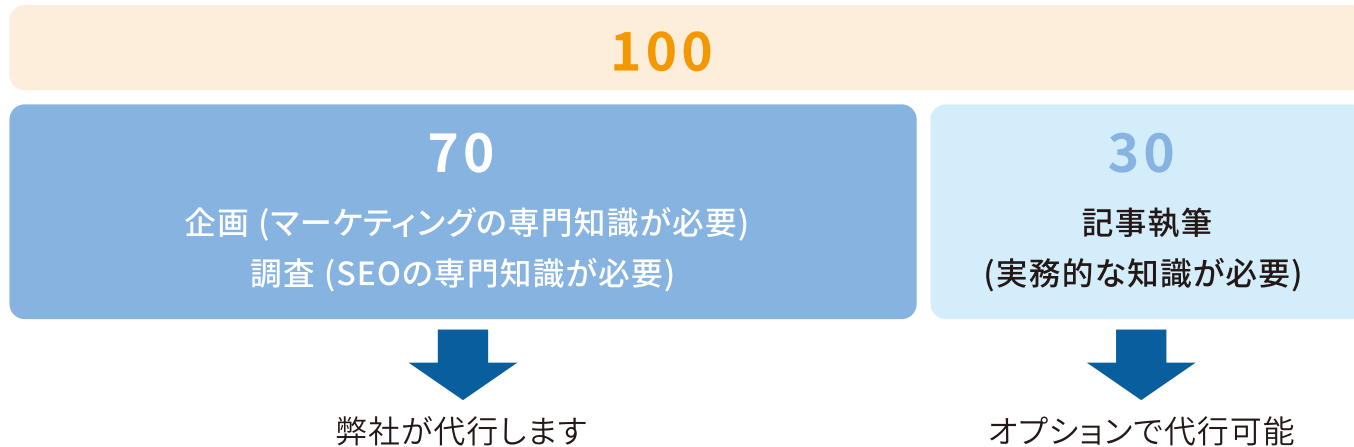
- ・目先の顧客対応を優先してしまい、継続できなかった
- ・リサーチや執筆に時間を取られてしまい、日々の業務が圧迫されている

●外注費に対して、得られる効果が見合わない

- ・コンテンツ制作に高額な費用を支払っているが、ほとんど成果が出ていない
- ・自社で対応できるレベルの提案・指摘に留まっている



コンテンツ制作の工数



貴社は**内容を確認するだけ**でOK!

本資料を最後まで読んでいただいた方限定で

初期解析 **無料** でやります!

【初期解析内容】

- ① GA4とGoogleサーチコンソールで各数値の現状を可視化(既存記事の分析)
- ② 最優先で解決すべき運用上の課題・解決策を提示

本資料でやる気がみなぎった方は、是非ご連絡ください!

GA4とGoogleサーチコンソールのログインID・パスワードをいただき次第、初期解析します。

お問合せはこちらから → <https://www.base-net.co.jp/contact/>





BASE