



# コニカミノルタWebサイト カンファレンス

## 第1部 グローバルBtoB企業のSEOトレンド

2015年3月4日  
株式会社 プリンシプル  
中村 研太

# プリンシプル社とは？



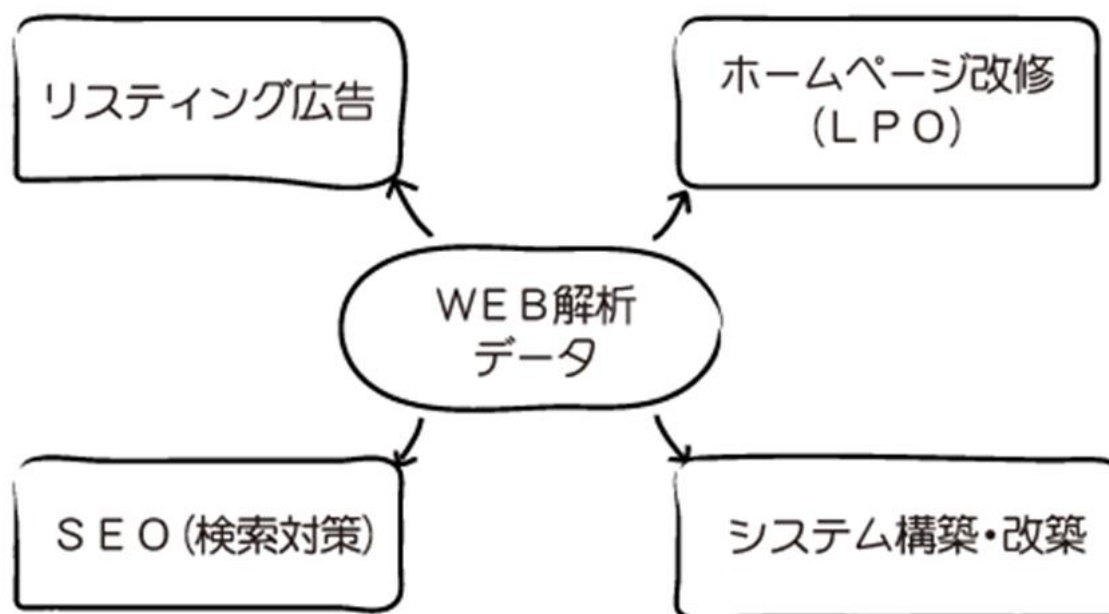
PRINCIPLE  
Company

- ・WEB解析の技術でマーケティング活動を見える化
- ・それぞれの施策を解析と併せて一気通貫に実施
- ・最高レベルであること(会社・個人)



薬を出す前に診断をする  
医者のような立場。

→薬(施策)が先ではありません。



- ✓ Googleアナリティクス Certified Partner
- ✓ Google AdWords認定パートナー
- ✓ Yahoo!プロモーション広告正規代理店



## 【提供サービス】

- Google Analytics導入支援、カスタマイズ
- Web解析コンサルティング
- リスティング広告コンサルティング、運用代行
- SEOコンサルティング

当社の日本最高レベルの解析技術で見える化してから  
マーケティングを行うため、効果が見え、施策改善につなげます

## デジタルマーケティングの流れ

認知

ディスプレイ広告

DSP、DMP、  
アドネットワーク

獲得

リスティング  
広告

接客

ページ制作  
LPO  
A/Bテスト  
ユーザーテスト

追客

CRM  
LTV  
(ライフタイム  
バリュー)

SEO

WEB解析:すべての活動を見える化するプラットフォーム

必要とされる技術

Web解析  
エンジニアリング

例 Javascript  
GA API

コンサルティング  
KPI設定能力

実績

強み



# グローバルBtoB企業のSEOトレンド

## 1. SEOを正しく掴む

## 2. 2015年のSEOの5つのポイント

- i. 内部最適化
- ii. キーワードマーケティング
- iii. コンテンツ
- iv. モバイル
- v. セマンティック

## 3. 今BtoB企業が取り組むべきSEOは？



# 1. SEOを正しく掴む

SEOとは・・・??

~~検索エンジンで上位表示するためのノウハウ~~

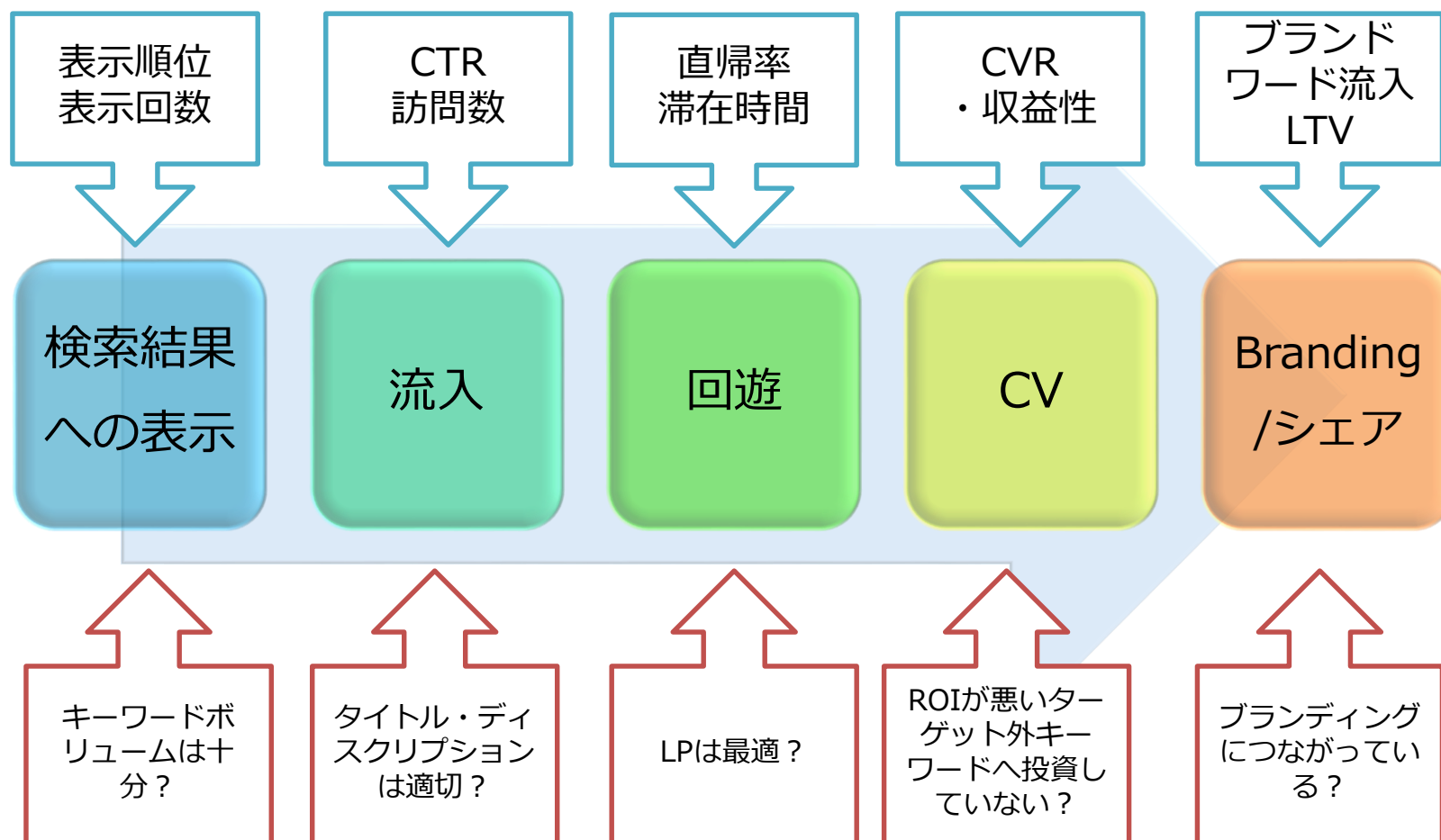


検索エンジンを通じた一連のマーケティング活動



# 現在のSEOに取り組むべき3つの軸

サイト全体のマーケティングの一環としてSEOに取り組むべき！





Q 1

あなたの好きなミュージ  
シャン・歌手を検索して  
みてください

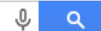
# ■「ビートルズ」で検索した場合



PRINCIPLE  
Company



ビートルズ



ウェブ 動画 画像 ニュース ショッピング もっと見る 検索ツール

約 2,350,000 件 (0.37 秒)

他のキーワード: ビートルズ 名曲 ビートルズ ランキング ビートルズ ハロー・グッバイ  
ビートルズ 和訳

ザ・ビートルズ レーベル公式サイト :: THE BEATLES

sp.universal-music.co.jp/beatles/

メールマガジン「ザ・ビートルズ NEWS」の購読は以下ボタンをクリックし、空メールを送信して  
ください。登録を解除する、ご記入いただくお客様の個人情報、今後のリリース情報やその他  
アーティスト活動に関する情報のお知らせのために使用させていただきます ...

ビートルズ - Wikipedia

ja.wikipedia.org/wiki/ビートルズ

ザ・ビートルズ(The Beatles)は、イギリス・リヴァプール出身のロックバンドである。目次 [非  
表示] 1 概要; 2 バンドとメンバーについて; 2.1 バンド名の由来; 2.2 メンバー; 2.2.1 デビュー  
前のメンバー; 2.2.2 基本編成; 2.2.3 ボーカル; 2.2.4 曲毎に使用された楽器 ...

ジョン・レノン - ビートルズの作品 - ジョージ・ハリスン - リンゴ・スター

ビートルズの作品 - Wikipedia

ja.wikipedia.org/wiki/ビートルズの作品

ビートルズの作品(ビートルズのさくひん)は、ビートルズのアルバムおよび出演映画作品の一  
覧。個々の楽曲についてはビートルズの曲名一覧を、ビートルズ解散後の動きや各ソロ作品  
については、ジョン・レノン、ポール・マッカートニー(ウイングス)、ジョージ ...

ビートルズの曲名一覧 - Wikipedia

ja.wikipedia.org/wiki/ビートルズの曲名一覧

本項目ビートルズの曲名一覧では、英国のロックバンド、ザ・ビートルズ(The Beatles)の  
個々の楽曲をリードヴォーカル別に記載する。アルバムや映像作品に関しては別項ビートル  
ズの作品を参照。

「ザ・ビートルズ」35曲メドレー - YouTube

www.youtube.com/watch?v=VZ8IHbUTLl0

2013/02/14 - アップロード元: 99kenshiro

ビートルズの素晴らしいのは、曲調の豊かさだと思います。曲のテンポ・  
メロディーの違いを比較する為に、曲名の入ったフレーズを並べて ...

【入門】The Beatlesの名曲ならこの10曲を聴け(1~10 ...

matome.naver.jp/odai/2135280768382505101

The Beatles(ザ・ビートルズ)の入門編として聴いておきたい名曲、代表曲10曲(1~10)を紹  
介します。



## ビートルズ

バンド

ザ・ビートルズは、イギリス・リヴァプール出身のロックバンドである。  
ウィキペディア

活動開始: 1960年

出身地: イギリス・リヴァプール

メンバー: ジョン・レノン、ポール・マッカートニー、リンゴ・スター、ジョージ・ハ  
リスン、ビート・ベスト、スチュアート・サトクリフ

## 曲

Let It Be 1970年 レット・イット・ビー

Hey Jude

Lucy in the Sky With Dia... 1967年 サージェント・ペパーズ ...

Don't Let Me Down

Love Me Do 1963年 プリーズ・プリーズ・ミー

## アルバム

他 15 件以上を表示



レット・イット・ビー

1970年



アビー・ロード

1969年



4人はアイド  
ル

1965年



リボルバー

1966年



サージェン  
ト・ペパーズ・  
ロンリー...

1967年

ビートルズの詳細

フィードバック



Q2

次に、その後に「CD」  
を付けて検索してみてください。

## ■ 「ビートルズ CD」で検索した場合



PRINCIPLE  
Company

[ウェブ](#) [画像](#) [地図](#) [ショッピング](#) [もっと見る](#) [検索ツール](#)

約 3,670,000 件 (0.17 秒)

**ビートルズ cd**に関連した広告 ①

[Amazonビートルズリマスター - Amazon.co.jp](#)  
[www.amazon.co.jp/music](#)  
CD + DVD最大22%OFF。お急ぎ便利用で当日、翌日にお届け

[Amazon.co.jp: ザ・ビートルズ CDボックス \(16枚組セット\) 音楽](#)  
[www.amazon.co.jp](#) > 音楽 > ロック > フォーク・ロック  
閉き終わったミュージックCDを買取に申し込んで、新しいCDを買おう。この商品を、アマゾンが最大 ¥ 5,540分のギフト券で買い取ります。アマゾンで買ったもので無くても、買取申込可能。1点からでも送料無料で自宅まで集荷にお伺いします。Amazon CD ...

[Amazon.co.jp: ビートルズ\(The Beatles\) CD](#)  
[www.amazon.co.jp/ビートルズ-The-Beatles-CD/lm/R2MTVAKPQA2BAE](#)  
商品リストには次のものがあります。THE BEATLES 1, アビー・ロード, ザ・ビートルズ, The Beatles 1962-1966, マジカル・ミステリー・ツアー, サージェント・ペパーズ・ロンリー・ハーツ・クラブ・バンド, レット・イット・ビー, プリーズ・プリーズ・ミー, ラバー・ソウル, The ...

[ビートルズの作品 - Wikipedia](#)  
[ja.wikipedia.org/wiki/ビートルズの作品](#)  
ビートルズの作品(ビートルズのさくひん)は、ビートルズのアルバムおよび出演映画作品の一覧。個々の楽曲についてはビートルズ ... したがって、CDの後半に収録の曲番は、A面の収録曲数に、B面の曲順を足したものとなる。また、オリジナルリリースがCDの ...

[ザ・ビートルズ、ニュー・アルバム『オン・エア・ライヴ ... - MSN産経ニュース](#)  
[sankei.jp.msn.com/economy/news/130913/prt13091316500102-n1.htm](#)  
2013/09/13 - ユニバーサルミュージック合同会社ザ・ビートルズ、久々のニュー・アルバムが登場!! 1963年~1964年にBBC(英国放送協会)でオンエアされたビートルズのパフ...

[ザ・ビートルズレーベル公式サイト THE BEATLES](#)  
[www.emimusic.jp/beatles/](#)  
ユニバーサルミュージックの運営する「ザ・ビートルズ」公式サイトです。リリース情報やビートルズ関連の最新情報をお伝えします。... ザ・ビートルズ半世紀後の最新アルバム『オン・エア〜ライヴ・NEWS・PROFILE・BIOGRAPHY・DISCOGRAPHY ...

[THE BEATLES STORE | 特集ストア | HMV ONLINE](#)  
[www.hmv.co.jp/select/beatles/](#)  
THE BEATLES STORE HMV ONLINEでは、様々な人気アーティスト・ジャンルに対応し、

**ビートルズ cd**の Google ショッピング 検索結果

スポンサー ①

 <a href="#">レット・イット・ビー - ビートルズ</a> ¥ 950 楽天市場	 <a href="#">午後のボツサーフ - ビートルズ</a> ¥ 1512 楽天市場	 <a href="#">ザ・ビートルズ / ザ・ビートルズ</a> ¥ 2450 ヨドバシカメラ	 <a href="#">BEATLES ビートルズ WITH</a> ¥ 1171 Yahoo! ショップ...
 <a href="#">ザ・ビートルズ / イロロー・サブ</a> ¥ 1949 ヨドバシカメラ	 <a href="#">ザ・ビートルズ / ザ・ビートルズ</a> ¥ 1425 Yahoo! ショップ...	 <a href="#">グリー・シングス ザ・ビートルズ</a> ¥ 2310 ジョーシン	 <a href="#">ザ・ビートルズ / モムボックス</a> ¥ 33830 ジョーシン

■ 検索には、「意図」があります。Googleは、ユーザーの検索の意図をくみ取って、そのユーザーの意図に合った検索結果を表示します。

googleは、ユーザーの検索意図には主に3種類あると説明しています。

①情報を知りたい

・・・ Informational クエリ

②何かアクション（購入・予約・申込み）をしたい

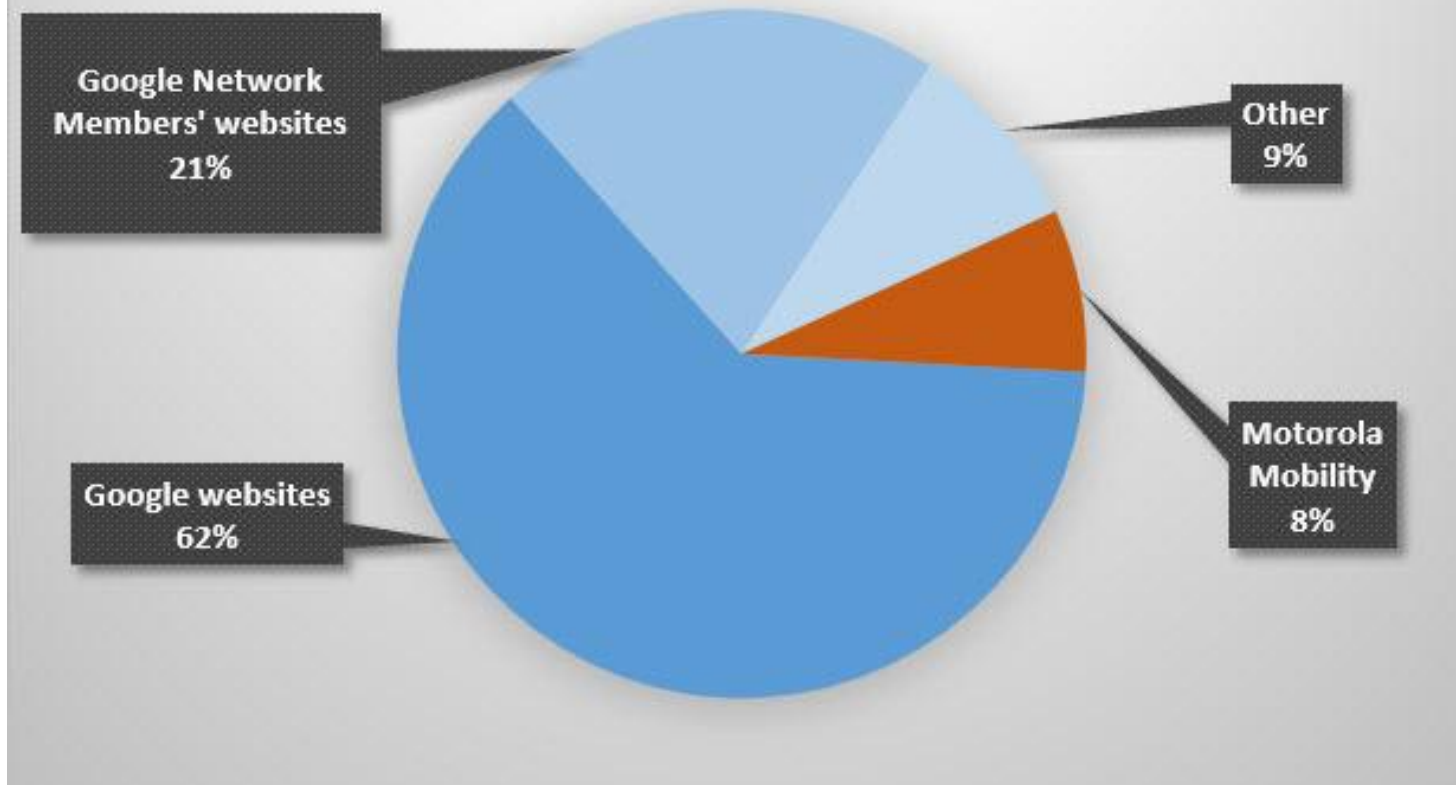
・・・ Transactional クエリ

③特定のサイトに移動したい

・・・ Navigational クエリ



## Where does Google's revenue come from?



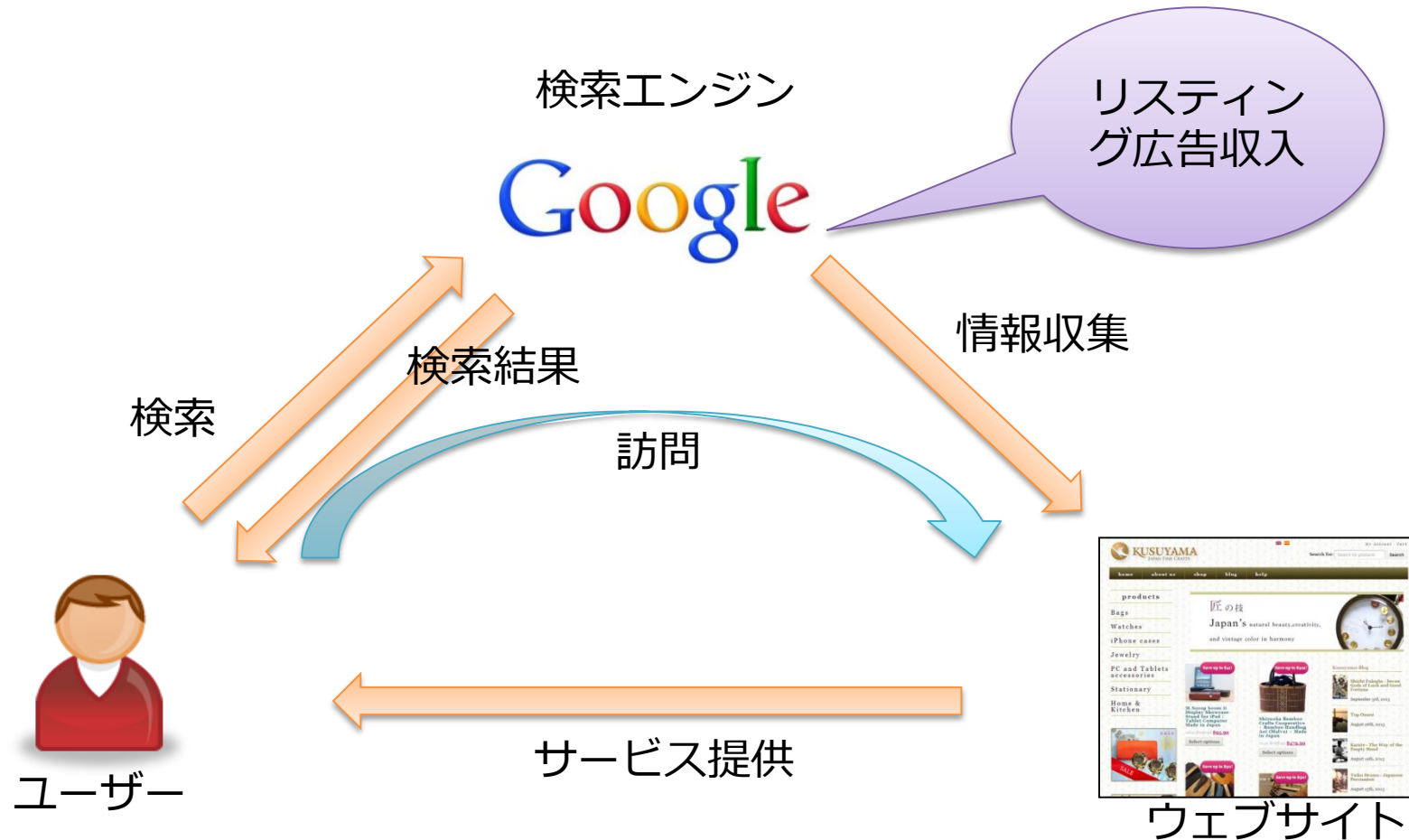
# 検索エンジンの目的



PRINCIPLE  
Company

検索エンジンの事業モデルは、

- ①ユーザーに有益な検索結果一覧を提供することで、ユーザーを集める。
- ②集まった多くのユーザーがクリックするリスティング広告により収益を得る。







Q 3  
Googleは、何を考えて事業を行っているのでしょうか？



## A 3

Googleは、「ウェブ」の  
価値を上げることが  
google自身の企業価値を  
上げることだにとらえ、  
事業に取り組んでいます。





## Google がビジネスのためにしていること

Google が提供する多様なツールは、ウェブ上でもウェブ以外でも、種類を問わずあらゆるビジネスを支援します。これらのプログラムは、Google 自身のビジネスのバックボーンでもあり、世界中の起業家やサイト運営者のビジネス成長にも貢献しています。Google の広告プログラムは、シンプルなテキスト広告からリッチメディア広告に至るまで、企業が顧客を見つけるのに役立つと同時に、サイト運営者がコンテンツから収益を得る手段となります。Google はビジネス向けのクラウド コンピューティング ツールも提供しており、組織のコスト削減と生産性向上を支援しています。

[ビジネス向けの全サービス一覧](#) ※

## Google がウェブのためにしていること

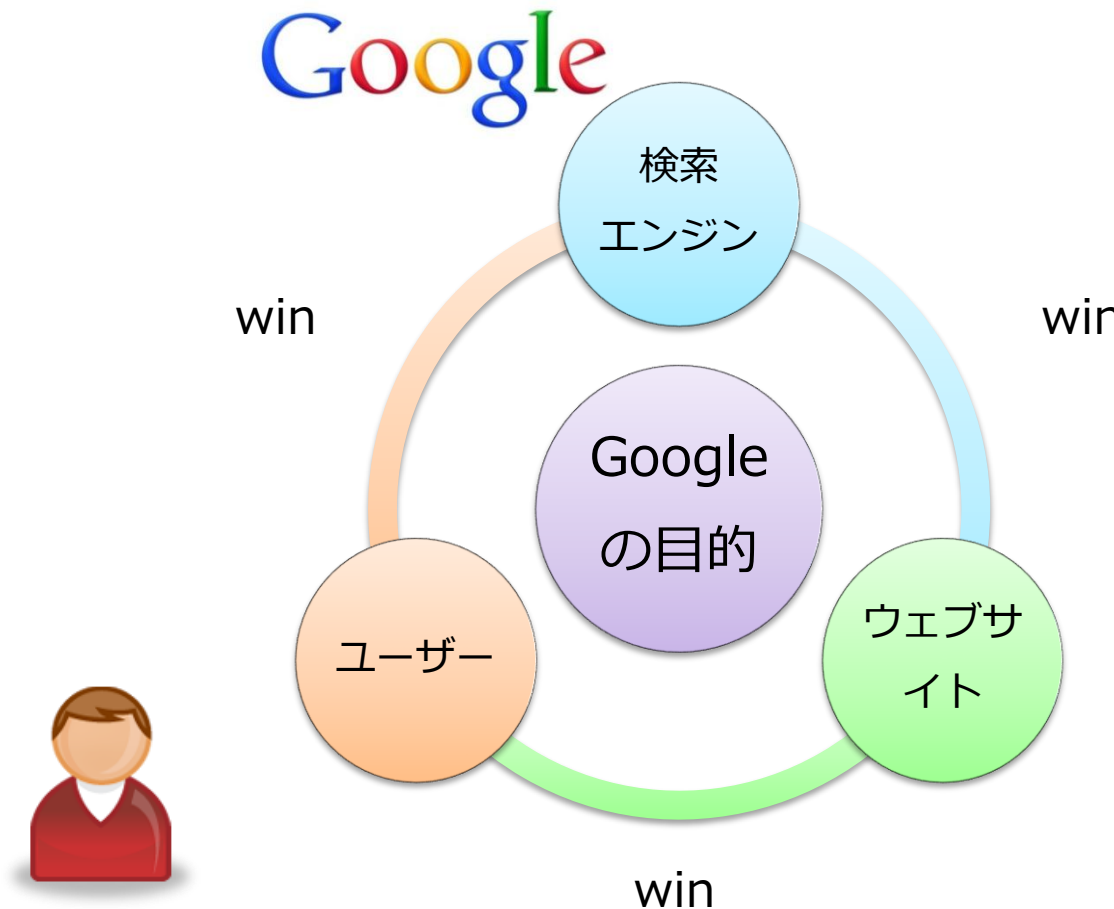
Google はサービスを開発するにあたって、ウェブがより良いものになり、その結果としてウェブでのユーザー体験がより良いものになるようにという願いを込めています。Chrome や Android のようなサービスでは、ユーザーがオンラインで行う作業を簡単に、すばやく完了できるようにしたいと考えています。また、「オープンなウェブ」にも力を入れており、多様なプロジェクトに参加しています。そのねらいは、開発者が気軽にオンラインエコシステムに貢献できるしくみを作り、ウェブをさらに前進させていくことです。また、資源を効率的に使用し、再生可能エネルギーをサポートすることで、環境にやさしいウェブを作ることに取り組んでいます。Google が登場したところと比べると、ウェブは途方もない進化を遂げていますが、Google の信念において一つだけ変わらないことがあります。それは、インターネットそのものが持つ無限の可能性です。

# Googleの目的



PRINCIPLE  
Company

■ googleは、ユーザーがよりWEB上でより良い体験をすることで、より多くの行動がWEB上で行われるようになる姿を目指しています。



■ googleの表面的なアルゴリズムを追うのではなく、【本質的にgoogleが目指す検索エンジンのあるべき姿】を見据えた対策を行います。

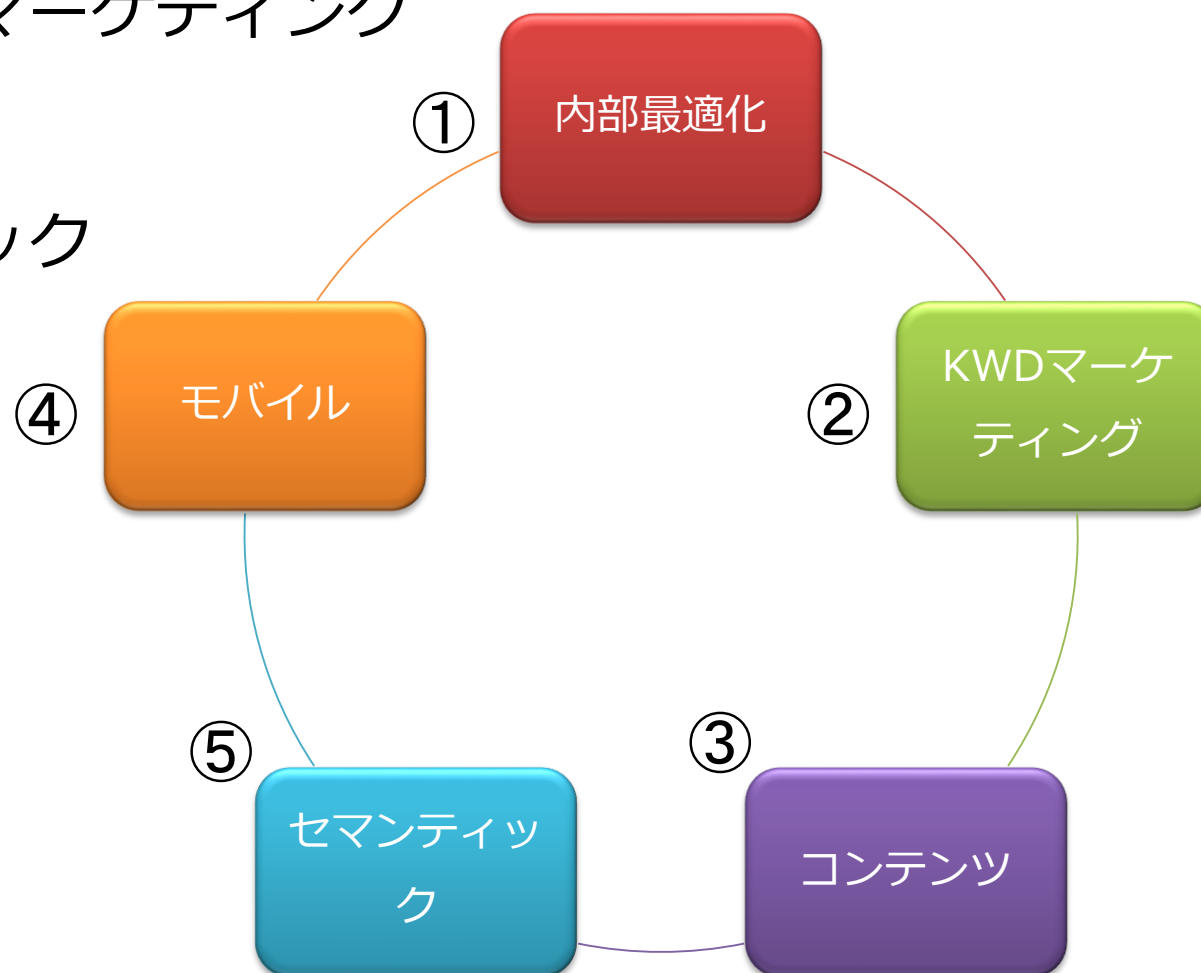


検索エンジンのアルゴリズムを逆手に取り、それを出し抜くSEOではなく、  
【御社サイト】×【検索エンジン】×【ユーザ】 がWin-Win-Winの関係を築くためにはどうすれば  
良いかを施策に落とし込みます。



# グローバルBtoB企業 2015年最新SEOの5つのポイント

- i. 内部最適化
- ii. キーワードマーケティング
- iii. コンテンツ
- iv. モバイル
- v. セマンティック







# ①内部最適化

# 2015年のSEOの5つの軸

## ①内部最適化・クローラビリティ



PRINCIPLE  
Company

■ 検索アルゴリズムは「採点競技」です。



→どんなに素晴らしいサイトであっても、  
「googleの採点基準」に合致しなければ、評価されません。

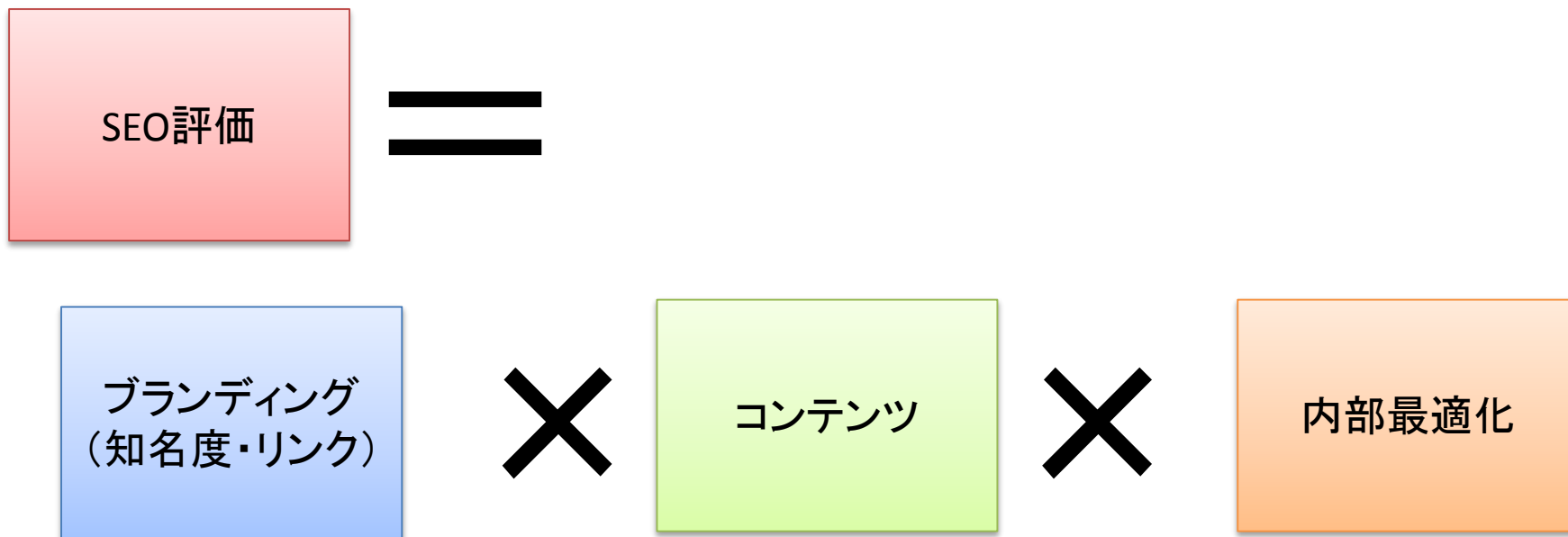
# 2015年のSEOの5つの軸



PRINCIPLE  
Company

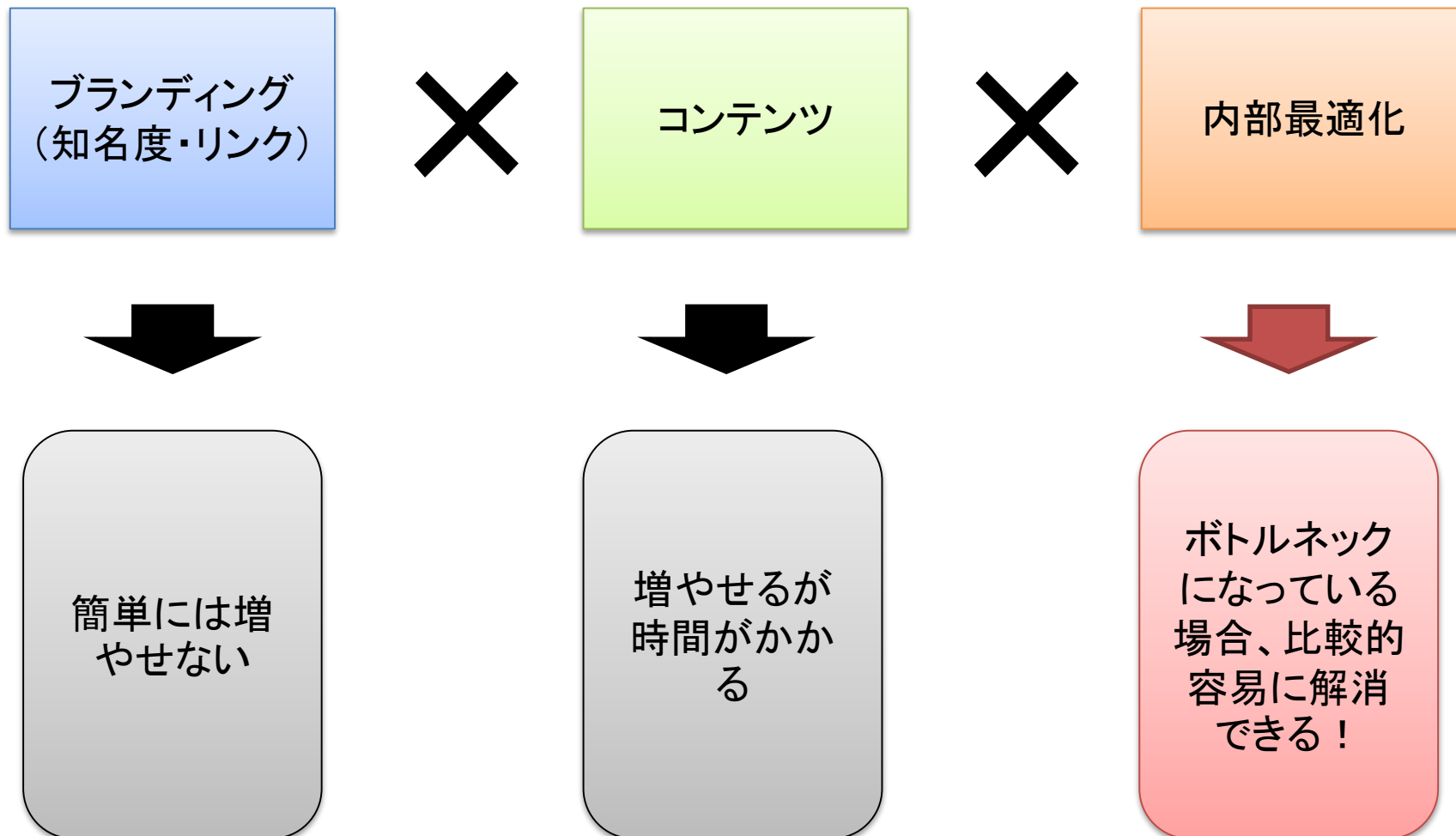
## ①内部最適化・クローラビリティ

■ 検索アルゴリズムの採点ロジックは、大まかには以下の図式であらわされます。



# 2015年のSEOの5つの軸

## ①内部最適化・クローラビリティ



## ①内部最適化・クローラビリティ

### ■ 動的サイトのSEO内部最適化の重要チェックポイント

1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。

※きちんとしたSEO内部最適化に着手をしていない大規模サイトは、ほぼ確実に大きな問題を抱えています。



## ①内部最適化・クローラビリティ

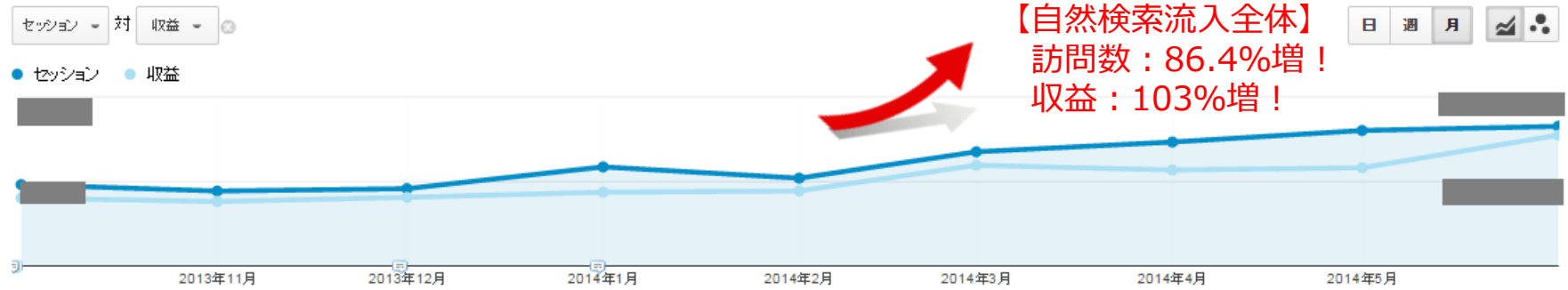
### <アパレルブランドA社の場合>

1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
  - 問題無し（画像へのaltテキストの設定のみ実施）
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
  - 動的URLにより多くの重複が発生。
  - タイトル・ディスクリプションの重複
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
  - ニーズのある検索ワードに対するページを設置。
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。
  - 適切なリンク構造の設計

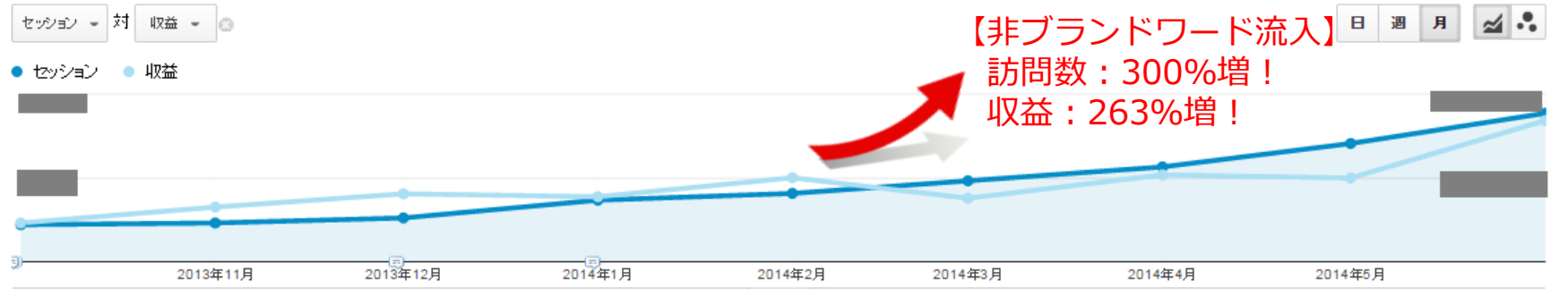
# 【内部最適化による改善事例②】 ＜アパレルブランドA社＞

アパレルブランドA社ECサイトにおいて、検索一覧ページの仕様や商品詳細ページの重複回避などの内部対策SEOを実施することにより多くのキーワードで順位上昇を実現し、約8ヶ月の間で自然検索からの流入と売上を約2倍へ向上。特に、それまで弱かった非ブランドワード（ブランド名を含まないワード）における流入と売上を大きく伸ばすことに成功。

自然検索全体



自然検索全体(非BW)



→行ったことは、「内部最適化」のみ



## ①内部最適化・クローラビリティ

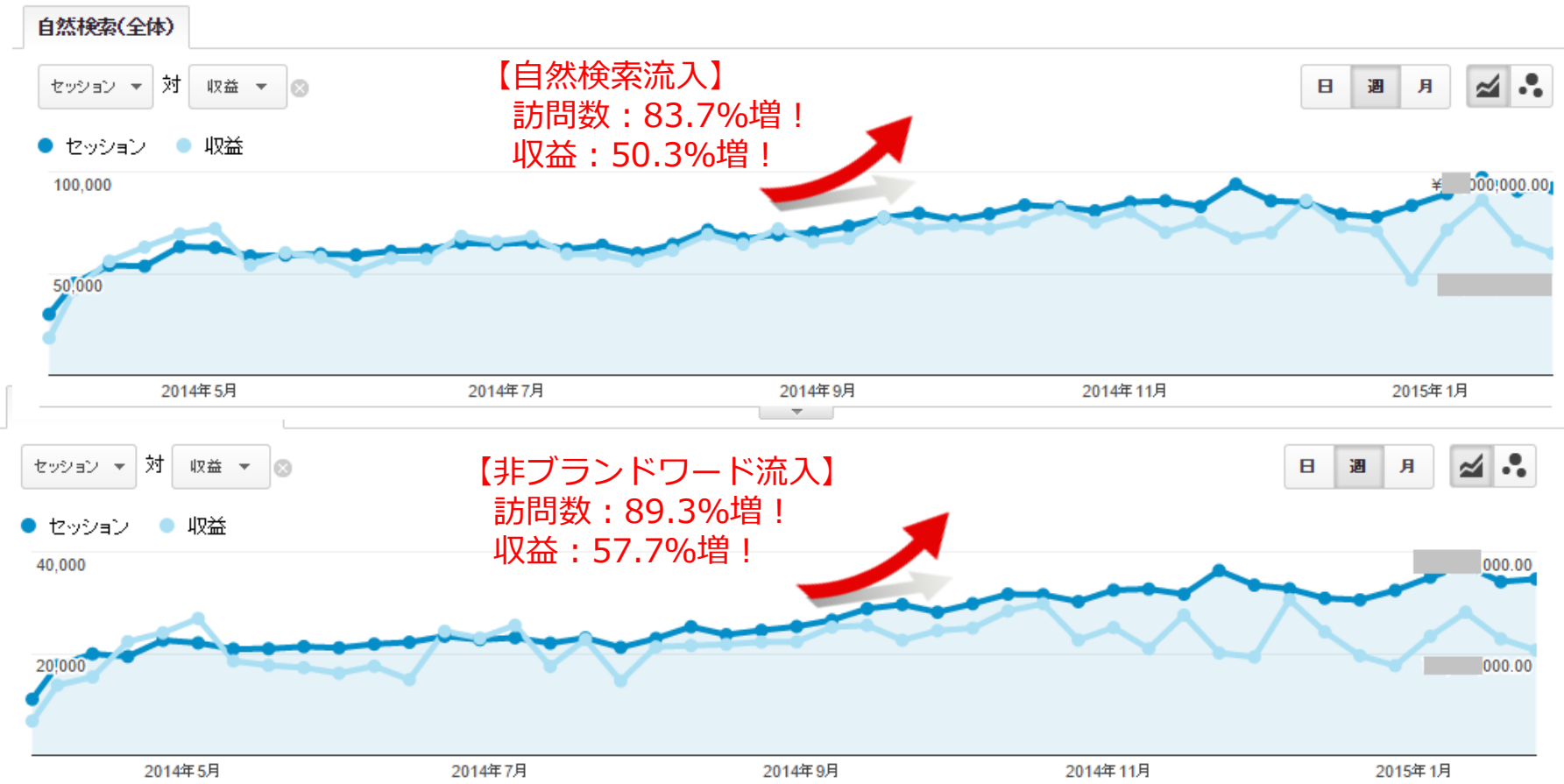
### <ゴルフ用品B社の場合>

1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
  - URLの個別化が行われていない状態。URLの個別化を実施。
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
  - 重複コンテンツをcanonical にて正規化
  - タイトル・ディスクリプションの重複を修正。
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
  - ニーズのある検索ワードに対するページを設置。
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。
  - 適切なリンク構造の設計。



# 【内部最適化による改善事例③】 ＜ゴルフ用品ECサイト B社＞

ゴルフ用品ECサイトを運営するB社においては、商品ページのURL構造等に大きな問題を抱えておりましたが、適切な内部構造改善を実施することで、10ヶ月の間に自然検索からの売上を50%伸ばすことに成功しました。



→行ったことは、「内部最適化」のみ



## ①内部最適化・クローラビリティ

### ◎グローバルBtoB企業が気を付けるべき点

1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
  - ログインコンテンツ等により、クローラブルになっておらず機会損失を生んでいないか。
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
  - 多言語対応による重複コンテンツを生んでいないか？
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
  - ターゲットユーザーに適切なキーワードを用いているか？  
(⇒キーワードマーケティング)
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。

# 2015年のSEOの5つの軸

## ①内部最適化・クローラビリティ



### ◎グローバルBtoB企業が気を付けるべき点 【多言語対応上の注意点】

#### ページの言語が明確にわかるようにする

Google では、ページの視覚的なコンテンツのみを使用してページの言語を判断します。`lang` 属性のようなコードレベルの言語情報は使用しません。Google で言語を正しく判断できるように、各ページのコンテンツとナビゲーションには 1 つの言語を使用し、原文と訳文を一緒に表示することは避けてください。ページの定型文だけが翻訳されて、コンテンツの大部分が 1 つの言語だけのままだと(ユーザー作成コンテンツが含まれるページでよく見られます)、同じコンテンツが何度も、それぞれ異なる言語の定型文とともに表示されるため、ユーザーにとっては不便です。

`robots.txt` を使用して、自動翻訳したサイトページが検索エンジンからクロールされないようにしてください。自動翻訳は意味が通じない場合があるため、スパムとみなされる可能性があります。また、読みにくく不自然な翻訳はサイトのイメージ低下につながる場合があります。

#### 各言語のページを簡単に見つけられるようにする

各言語のコンテンツには別々の URL を使用します。翻訳したページの表示には Cookie を使用しないでください。各言語のページ間で相互リンクすることをおすすめします。相互リンクを使用すると、ドイツ語のページにアクセスしてしまったフランスのユーザーも、ワンクリックで適切な言語ページに移動できます。

ユーザーの認識言語に基づいて自動的にリダイレクトしないようにしてください。このようなリダイレクトを行うと、ユーザー(と検索エンジン)がサイトのすべての言語バージョンを見られなくなる場合があります。

#### 慎重に URL を決める

Google ではページのコンテンツから言語を判断しますが、ユーザーは URL 自体からページのコンテンツの手がかりを得ることができません。たとえば、次の `.ca` URL ではサブドメインやサブディレクトリとして `fr` を使用することで、フランス語のコンテンツであることを示しています(`http://example.ca/fr/vélo-de-montagne.html` や `http://fr.example.ca/vélo-de-montagne.html`)。

URL から言語がわかるようにすると、サイトの多言語コンテンツで発生する問題を見つけやすくなります。

URL 内の語句を翻訳したり、**国際化ドメイン名(IDN)**を使用したりすることもできます。URL では UTF-8 エンコードを使用し(可能な場合は常に UTF-8 を使用することをおすすめします)、URL にリンクする際は URL を適切にエスケープするようにしてください。

#### URL 構造

サイトの各ページを異なる地域に簡単にターゲット設定できる URL 構造を使用するようにしてください。使用できるオプションは次の表をご覧ください。

URL 構造	例	長所	短所
国別	example.ie	<ul style="list-style-type: none"><li>地域ターゲットの設定が明確</li><li>サーバーの場所に依存しない</li><li>サイトの分割が簡単</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>高価(利用が制限される場合もある)</li><li>より多くのインフラが必要</li><li>ccTLD 要件が厳しい(一部)</li></ul>
gTLD を使用したサブドメイン	de.example.com	<ul style="list-style-type: none"><li>設定が簡単</li><li>ウェブマスター ツールの地域ターゲット設定を使用できる</li><li>複数の場所のサーバーを使用できる</li><li>サイトの分割が簡単</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ユーザーは URL だけでなく地域ターゲット設定を認識できない場合がある(例:「de」が言語なのか国なのかが不明)</li></ul>
gTLD を使用したサブディレクトリ	example.com/de/	<ul style="list-style-type: none"><li>設定が簡単</li><li>ウェブマスター ツールの地域ターゲット設定を使用できる</li><li>管理しやすい(ホストが同じ)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ユーザーは URL だけでなく地域ターゲット設定を認識できない場合がある</li><li>サーバーの場所は 1 か所のみ</li><li>サイトの分割が難しい</li></ul>
URL パラメータ	site.com?loc=de	<ul style="list-style-type: none"><li>非推奨</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>URL ベースの分割が難しい</li><li>ユーザーは URL だけでなく地域ターゲット設定を認識できない場合がある</li><li>ウェブマスター ツールの地域ターゲット設定を使用できない</li></ul>



## ①内部最適化・クローラビリティ

### ◎グローバルBtoB企業が気を付けるべき点 【多言語対応における重複コンテンツ】

#### 重複するコンテンツと国際サイト

複数の地域や言語のコンテンツを提供するウェブサイトでは、同じコンテンツや類似したコンテンツを別々の URL で提供している場合があります。違う国の違うユーザーがそのコンテンツを使用する限り、通常は問題ありません。Google では、ユーザー グループごとに個別のコンテンツを提供することを強くおすすめしていますが、このような対応ができない場合も考えられます。通常は、[robots.txt](#) ファイルでクローラをブロックしたり、「[noindex](#)」[robots](#) メタタグを使用したりして、重複するコンテンツを「隠す」必要はありません。ただし、異なる URL で同じユーザーに同じコンテンツを提供している場合([example.de/](#) と [example.com/de/](#) の両方でドイツ語のコンテンツをドイツのユーザーに表示している場合など)は、推奨するバージョンにリダイレクトするか、[rel=canonical](#) リンク要素を使用する必要があります。また、[rel-alternate-hreflang](#) に関するガイドラインに沿って、検索ユーザーに適した言語や地域の URL が表示されるようにする必要があります。



## ①内部最適化・クローラビリティ

### ◎グローバルBtoB企業が気を付けるべき点

#### 【多言語対応におけるhreflang アノテーションの使用】

## Googlebot による地域認識クロール

この記事では、地域ごとに別々の URL を使用できないサイトに対して、異なる 2 つのクロール設定を Google がどのように使用するかを説明します。

**重要: Google では、地域ごとに別々の URL 設定を使用し、rel=alternate hreflang アノテーションで注釈を付けることを今後も推奨いたします。**

ウェブサイトのページが、検出された国やユーザーの使用言語に基づいて異なるコンテンツを返す場合(つまり「地域対応ページ」の場合)、すべての地域対応コンテンツにクロール、インデックス登録、ランク付けが行われるとは限りません。これは、Googlebot クローラの既定の IP アドレスが米国からと判定されることが原因です。さらに、クローラはリクエスト ヘッダーに **Accept-Language** を設定せずに HTTP リクエストを送信しています。

Google では、地域対応コンテンツのクロールとインデックス登録に対処するため、地域認識クロール設定を使用して、世界中の検索ユーザーにコンテンツを見てもらえるようにしています。地域認識クロール設定は、Googlebot が次の設定のいずれか、または両方でクロールする場合に有効となります。

- **地域分散クロール:** Googlebot は、米国からと判定される従来の IP アドレスに加え、米国外からと判定される IP アドレスも使用します。
- **言語依存クロール:** Googlebot は、HTTP ヘッダーに設定された **Accept-Language** フィールドを使用してクロールします。



## ②キーワードマーケティング



## ②キーワードマーケティング

検討はずれの検索ニーズ（＝キーワード）に対してコンテンツやサービスを展開していても、効果は上がりません。

以下のようなツールを用い、どのような検索ニーズに対してSEOの施策することが効果的かを検討する必要があります。

### <キーワード案抽出>

- ・ GA
- ・ WMT
- ・ サイト内検索データ

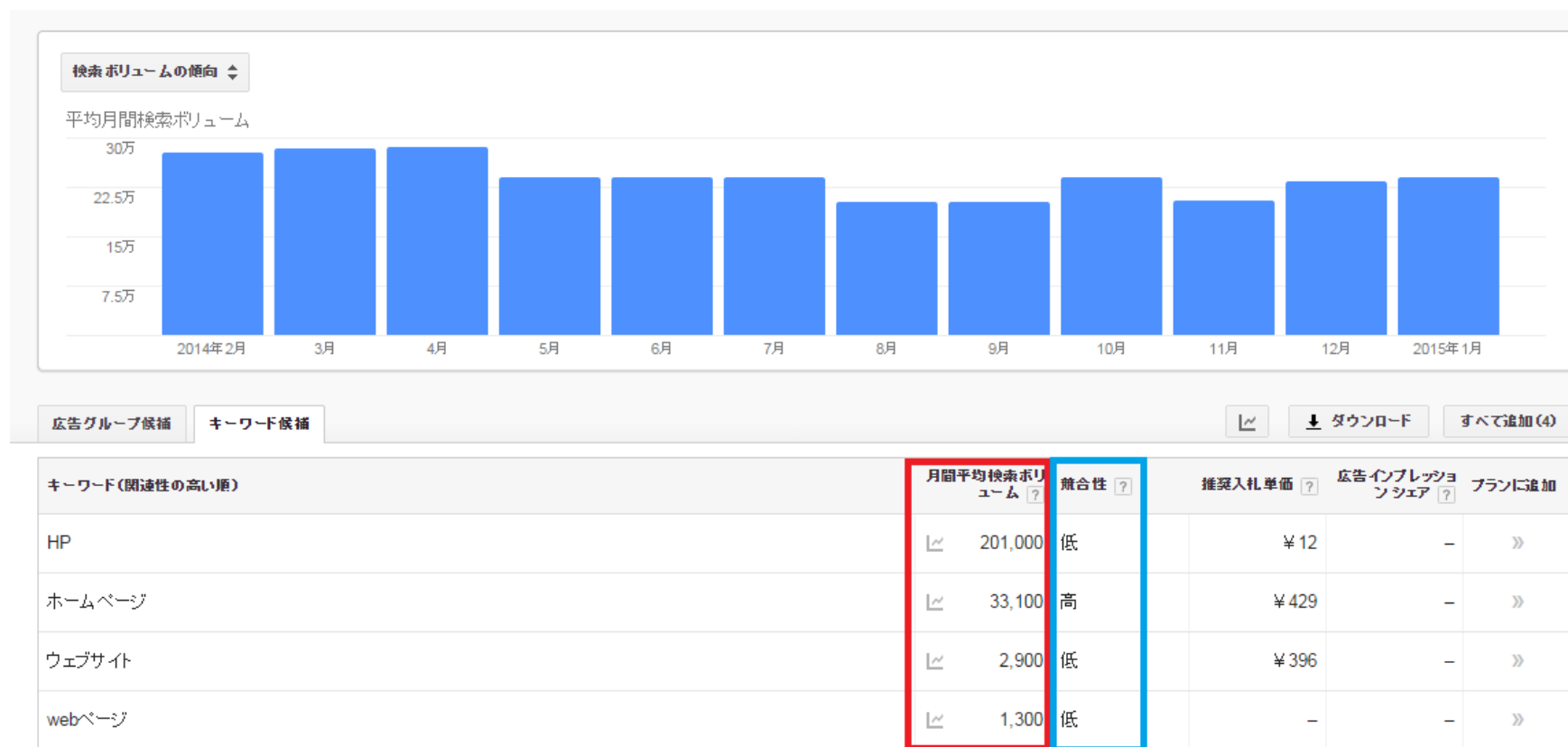
### <検索ボリューム調査>

- ・ キーワードプランナー
- ・ キーワードツール

# 2015年のSEOの5つの軸

## ②キーワードマーケティング

例えばウェブサイトについては、「ウェブサイト」「ホームページ」「HP」「webページ」など、複数の呼び方がありますが、実際に検索されている検索ボリュームは以下の通りとなります。





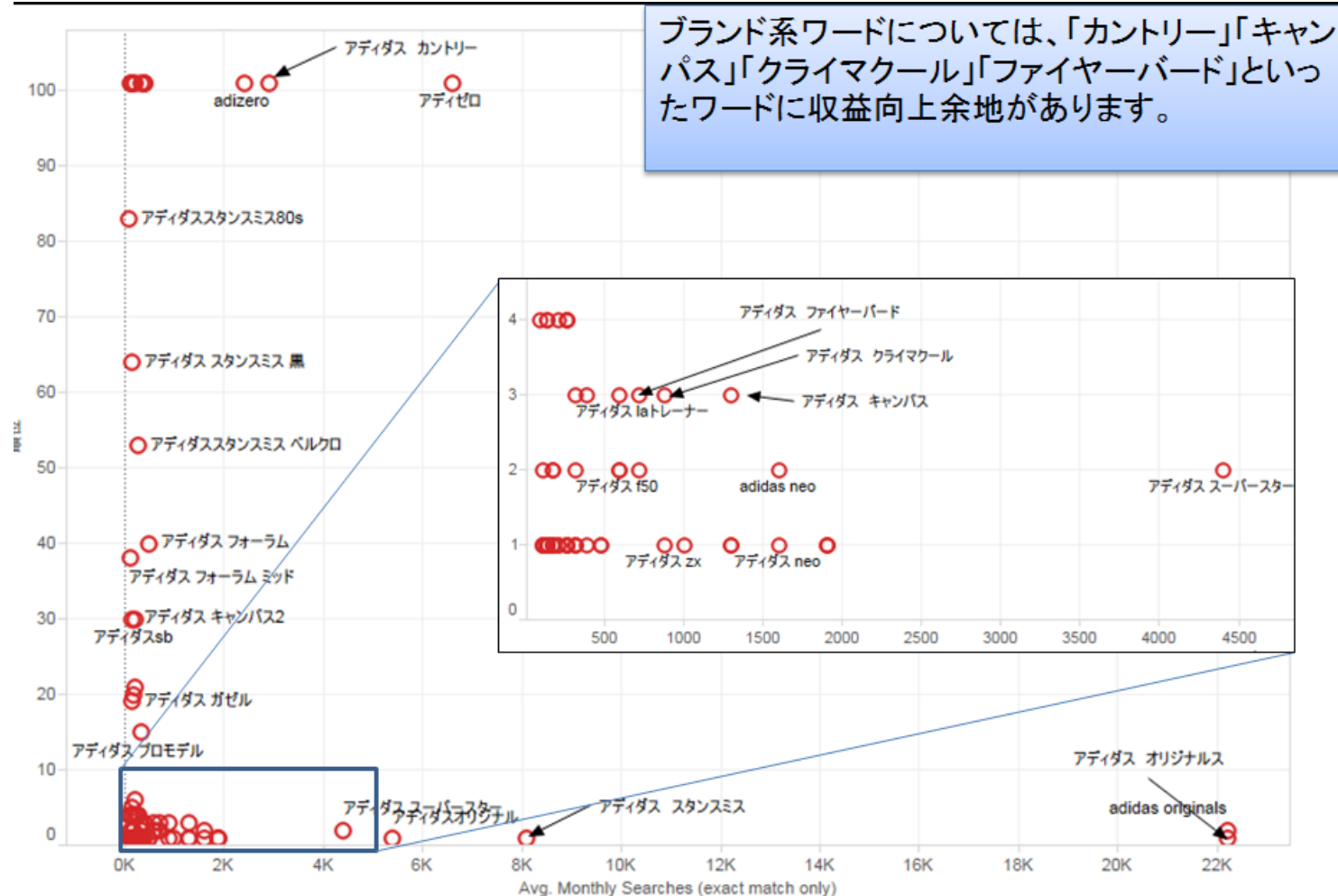
# 2015年のSEOの5つの軸

## ②キーワードマーケティング



PRINCIPLE  
Company

### キーワードマーケティング実施例



⇒ニーズに対するカテゴリやタグ新設、在庫管理等を行うことで、取りこぼしていた検索ニーズを拾い上げることが可能。

# 2015年のSEOの5つの軸

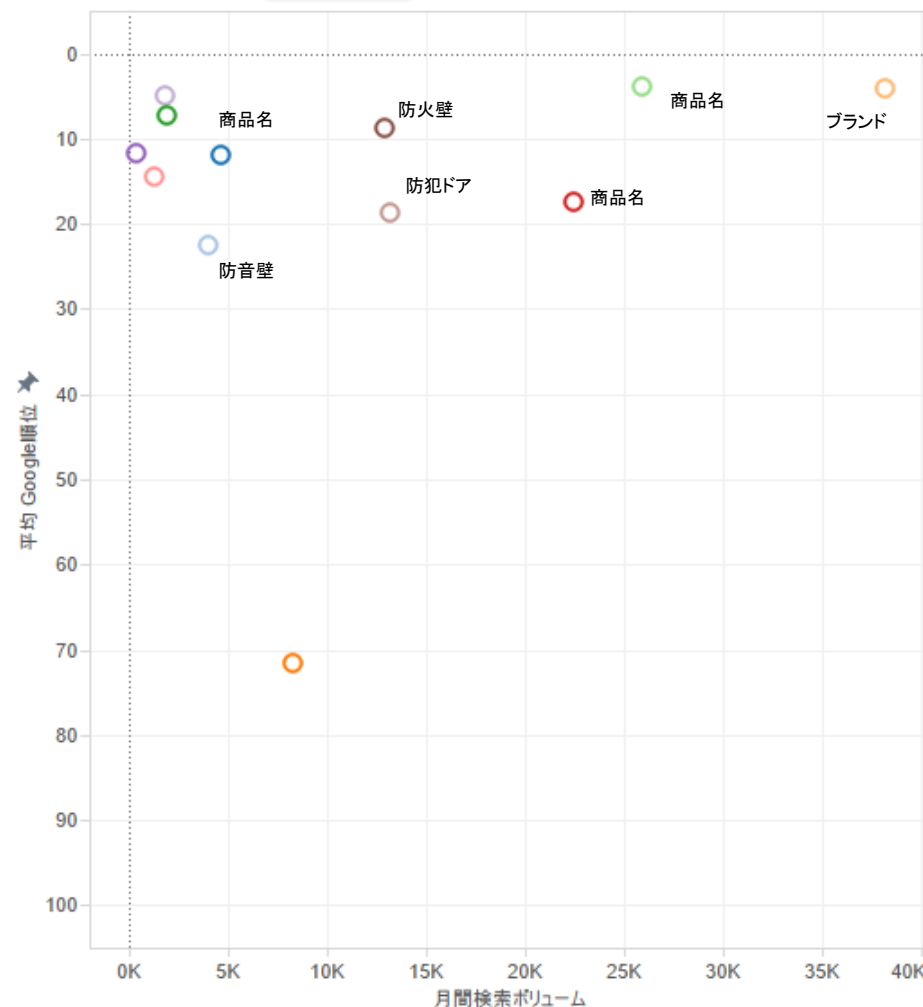
## ②キーワードマーケティング



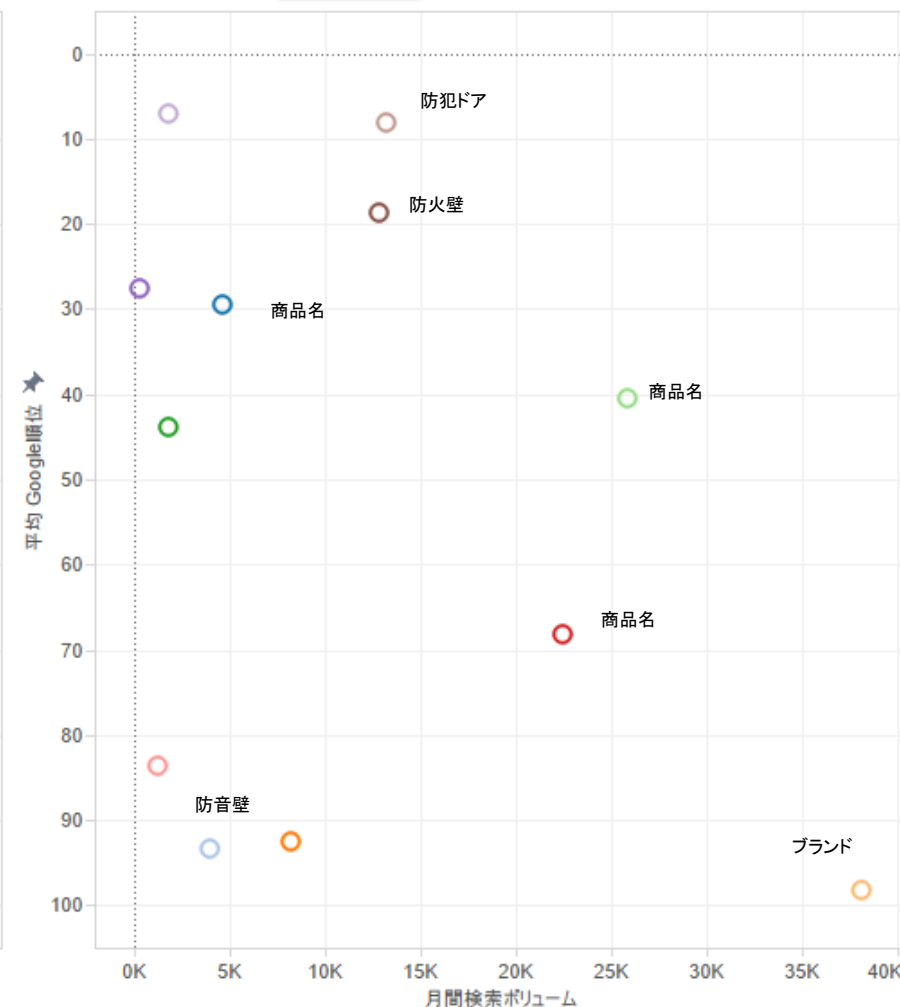
PRINCIPLE  
Company

### キーワードマーケティング実施例

検索ボリュームx順位 ( )



検索ボリュームx順位 ( )



→競合との比較を行い、注力分野を選定することもできます。



## ③コンテンツ

## ③コンテンツ

コンテンツは、「ニーズ軸」での切り口と「コンテンツ軸」での切り口とで分類できます。ユーザーのニーズと現状のリソースを踏まえ、どの形でコンテンツ拡充することが効果的かを検討します。

### ニーズ軸 (Market in)

#### 詳細情報

- 商品情報
- 案件情報

#### 特集系

- 特別な切り口で  
アイテム詳細を  
グルーピング

#### 情報系・読み物系

- トレンド情報
- 使い方
- お勧め情報

#### バズ系

- バズることを目  
的としたコンテ  
ンツ

### コンテンツ 軸 (Product Out)

#### 記事系

- 一番管理しやすい。  
が、制作コストが  
かかる。

#### アンケート系

- データを引用しや  
すいのでリンクが  
付きやすい。仕組  
みを持っているの  
であれば有効

#### レビュー・コメント

- 商品等に紐づくレ  
ビューは有効。

#### データ系

- コンテンツを作り  
出す仕組みができ  
ると強力な武器に。



## ③コンテンツ

コンテンツには、SEOやWebマーケティング上、以下の価値があります。

### <集客面>

1. メディアやSNSに取り上げてもらえる。
  - ① 参照トラフィックによる流入増。
  - ② 被リンクによるSEO評価向上。
2. コンテンツの評価による自然検索流入が発生する。
  - ① コンテンツボリューム増による、サイト全体の評価向上。
  - ② キーワードの網を広げることにより、ターゲットワードを広げることができる。
3. 内部遷移ユーザーに対するCV動機形成。

## ③コンテンツ

---

コンテンツSEOを展開する上では、以下のポイントが重要となります。

1. 潜在顧客の検索するキーワードをターゲットとする。
2. 自社サービスへのニーズを顕在化させるコンテンツを展開する。
3. コンテンツのカテゴライズ・グルーピングをしっかりと行う。
4. 集客コンテンツから、サービスコンテンツ（CV）への導線設計を行う。
5. シェアしてもらえるような切り口を取り入れる。



## ④モバイル



googleは、  
モバイルを非常に重要視しています。



### 「Googleが掲げる10の事実（googleの理念）」より

#### 5.情報を探したくなるのはパソコンの前にいるときだけではない。

世界はますますモバイル化し、いつでもどこにいても必要な情報にアクセスできることが求められています。Google は、モバイル サービスの新技术を開発し、新たなソリューションを提供しています。携帯端末から Google 検索にさまざまな方法でアクセスできるだけでなく、メールを読んだり、カレンダーでイベントを確認したり、動画を見たりなど、世界中のあちこちから携帯端末をさまざまな用途に使えるようになりました。また、無料のオープンソース モバイル プラットフォームである Android では、さらに画期的な革新をモバイル ユーザーに提供したいと考えています。Android は、インターネットの土台にあるオープン性をモバイルの世界にもたらすものです。Android によって、ユーザーの選択肢が広がり、先進のモバイル体験が可能となるだけでなく、携帯通信事業者、メーカー、デベロッパーにとっては、新たな収益機会が生まれます。

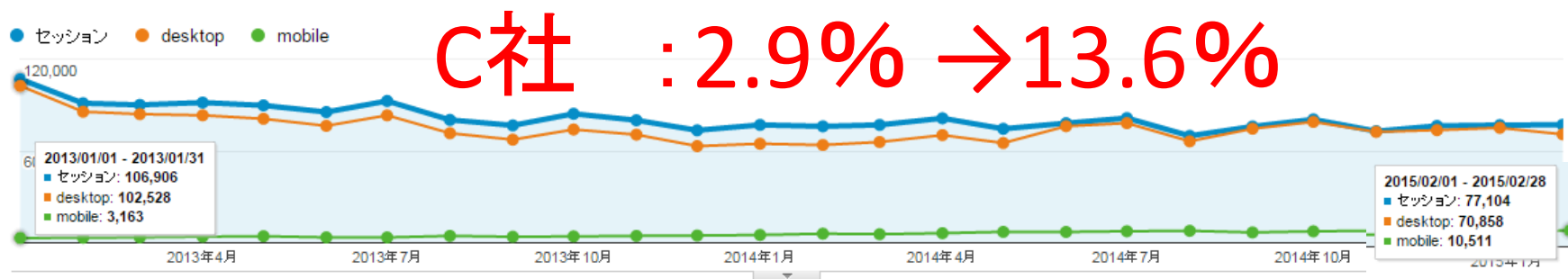
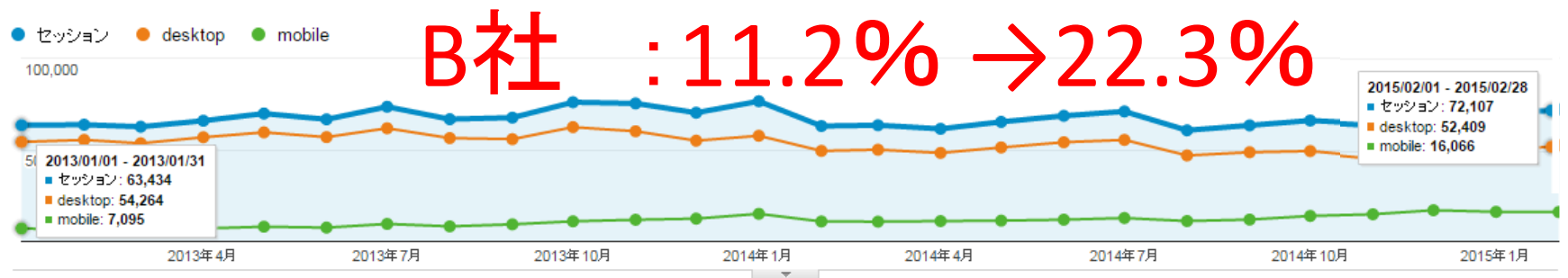
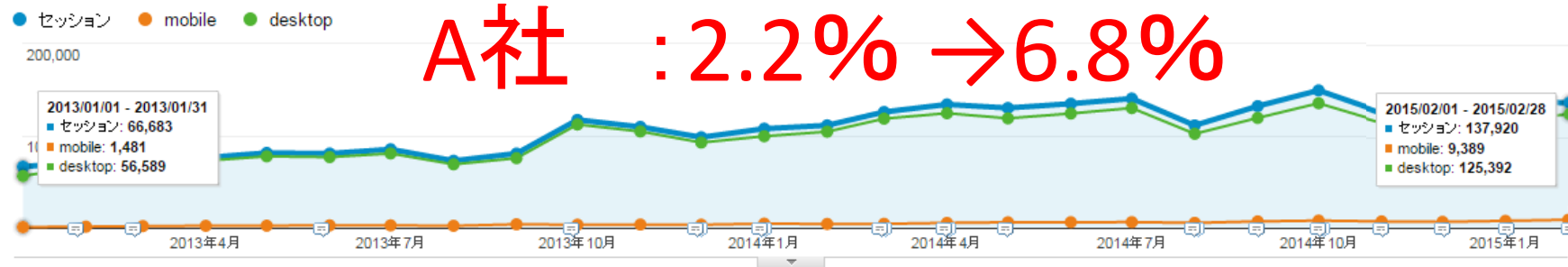
# 2015年のSEOの5つの軸ー ④モバイル

## 5.Google Developers のモバイルガイドコンテンツ



PRINCIPLE  
Company

■ BtoB企業においてもスマホは無視できなくなってきました。





## ④モバイル

---

■ 2014年にgoogleが新しく公開したモバイルにかかわる  
ツール・機能・情報

1. Google Developers のモバイルガイドコンテンツ
2. 検索結果に「スマホ対応」表示
3. モバイルフレンドリーテスト
4. WMT – モバイルユーザビリティ
5. モバイルSEOアルゴリズム導入 **NEW!**

# 2015年のSEOの5つの軸—⑤モバイル

## 1.Google Developers のモバイルガイドコンテンツ

■ 2014年10月？にGoogle Developers の「モバイルサイト」のコンテンツを刷新し、モバイル対応の重要性を説くとともに、モバイルで適切な実装をするための情報を提供しています。



# 2015年のSEOの5つの軸—⑤モバイル

## 2.検索結果に「スマホ対応」表示



■昨年11月より、スマホでの検索結果において、スマホ最適化されたページには「スマホ対応」の文字が表示されるようになりました。

検索ユーザーがモバイルフレンドリー ページを見つけやすくするために

Posted: 2014年11月19日 水曜日

8+1 141

Tweet 163

いいね!

スマートフォンなどの携帯端末で Google の検索結果をタップした時、表示されたページのテキストが細かすぎたり、リンクの表示が小さかったり、またはすべてのコンテンツを見るには横にスクロールしなければならなかったりといった経験はありませんか？これは主に、ウェブサイトが携帯端末での表示に最適化されていないことが原因です。

この問題はモバイル検索ユーザーの利便性を妨げることになります。そこで本日 Google では、ユーザーが目的の情報をより簡単に見つけることができるようにするために、モバイル版の検索結果に [スマホ対応] というラベルを追加します。

### Example

<https://www.example.com/>

スマホ対応 - これは携帯端末での表示に最適化されたページに表示されます。

Googlebot によってクロールされ、以下の条件を満たしたページは、[スマホ対応] ラベルが適用される可能性があります。

- ・携帯端末では一般的でないソフトウェア (Flash など) を使用していないこと
- ・ズームしなくても判読できるテキストを使用していること
- ・ユーザーが横にスクロールしたりズームしたりする必要がないよう、コンテンツのサイズが画面のサイズと一致していること
- ・目的のリンクを簡単にタップできるよう、それぞれのリンクが十分に離れた状態で配置されていること

ページがモバイルフレンドリーの条件を満たしているかどうかを確認するには:

- ・ **モバイルフレンドリー テスト** でページを確認します。
- ・ **Google のウェブマスター向けモバイル ガイド** の最新のドキュメントで、モバイル サイトの作成方法と改善方法を確認します。
- ・ Google ウェブマスター ツールで **[モバイル ユーザビリティ]** レポートを確認します。このレポートには、1 つのページだけでなくサイト全体における主要なモバイル ユーザビリティの問題が表示されます。
- ・ CMS (コンテンツ マネジメント システム) でホストされているウェブサイトを、モバイルフレンドリー テンプレートに移行する場合は、WordPress や Joomla などの **サードパーティソフトウェア向けガイド** を確認します。



# 2015年のSEOの5つの軸—⑤モバイル

## 3. モバイルフレンドリーテスト



PRINCIPLE  
Company

■ Google が「モバイルフレンドリー」と判断する基準に基づき、サイトのスマホ対応状況が確認できるツールが公開されています。

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>

モバイル フレンドリー テスト 8+1

<http://amazon.co.jp/>

分析

問題ありません。このページはモバイル フレンドリーです。

このページは Googlebot にどのように見えているか



モバイル フレンドリー ページの詳細

モバイルサイトについて詳しくは、ウェブマスター向けモバイルガイドまたは Web Fundamentals のサイトデザインの原則をご覧ください。

フィードバックを送信

テストで問題が発生した場合や、結果についてコメントや質問がある場合は、Google のディスカッション グループに投稿してください。

Google ウェブマスター ツールを使用していますか？

ウェブマスター ツール アカウントにログインして、サイトのどれがモバイルに対応しているかをご確認ください。

# 2015年のSEOの5つの軸― ④モバイル

## 4. WMT のモバイルユーザビリティ



PRINCIPLE  
Company

■ウェブマスターツールにおいて、モバイルユーザビリティに問題のあるページとその内容が確認できるようになりました。





# 2015年のSEOの5つの軸— ④モバイル

## 5.Google Developers のモバイルガイドコンテンツ



### ■ Googleは、スマホSEOアルゴリズムを導入することを発表しました。

Posted: 2015年2月27日 金曜日 38 Tweet 79 いいね!

ユーザーが携帯端末で検索した場合、探している情報がモバイル フレンドリー サイトで公開されていてもアプリで公開されていても、関連性の高いタイムリーな検索結果がユーザーに表示される必要があります。インターネットへのアクセスに携帯端末が使用されるケースが増えてきたため、Google のアルゴリズムもこうした使用状況への対応が必要となっています。これまでに、サイトを適切に設定するための変更、最新端末で表示可能にするための変更を行ってきました。また、検索ユーザーがより簡単にモバイル フレンドリーなウェブページを探せるよう対応し、アプリの有益なコンテンツを検索結果に表示できるようになる App Indexing を導入しました。

本日、Google はモバイル フレンドリーなコンテンツをユーザーがより発見しやすくするためにおこなった 2 つの重要な変更についてお知らせします。

#### 1. 検索結果にもっとモバイル フレンドリーなウェブサイトを

Google では、4 月 21 日より、ウェブサイトがモバイル フレンドリーかどうかをランキング要素として使用し始めます。この変更は世界中の全言語のモバイル検索に影響を与え、Google の検索結果に大きな変化をもたらします。この変更によって、検索ユーザーは、クエリへの関連性が高く使用端末にも適した高品質な検索結果を見つけやすくなります。

モバイル フレンドリー サイトの作成について詳しくは、[モバイル フレンドリー サイトのガイド](#)をご覧ください。ウェブマスターの皆様は、以下のツールを使うことで、ご自身のページが Googlebot からどのように認識されているかを変更の前に確認することができます。

- 数ページをテストする場合は、[モバイル フレンドリー テスト](#)を実施します。
- サイトをお持ちの場合は、ウェブマスター ツール アカウントで[モバイル ユーザビリティレポート](#)を使用すると、サイト全体のモバイル ユーザビリティ問題を一覧で確認できます。

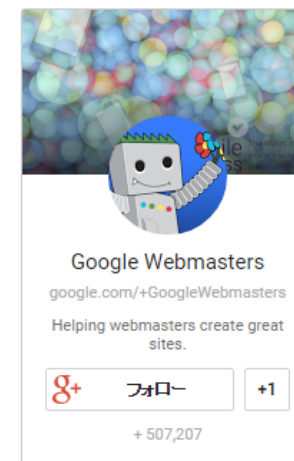
#### 2. 検索結果にもっと関連性の高いアプリ コンテンツを

本日より Google は、インデックスされたアプリからの情報を、そのアプリをインストールしているログイン ユーザーに対して、ランキング要素の一つとして使用し始めます。これにより、インデックスされたアプリのコンテンツをより簡単に見つけることができるようになります。アプリのコンテンツが検索結果に表示されるようにする方法については [App Indexing サイト](#)で解説していますので、ぜひご覧ください。

モバイル フレンドリー サイトまたは App Indexing についてご不明な点がございましたら、[ウェブマスター プロダクト フォーラム](#)でお気軽にご質問ください。

Posted by Takaki Makino, Chaesang Jung, and Doantam Phan

Original version: [Official Google Webmaster Central Blog: Finding more mobile-friendly search results](#)



ラベル

アーカイブ

Feed

人気の投稿

Google がお勧めするスマートフォンに最適化されたウェブサイトの構築方法  
検索エンジン最適化 (SEO) スターターガイドを更新しました  
「検索エンジン最適化(SEO)クイック チェックシート」が完成しま





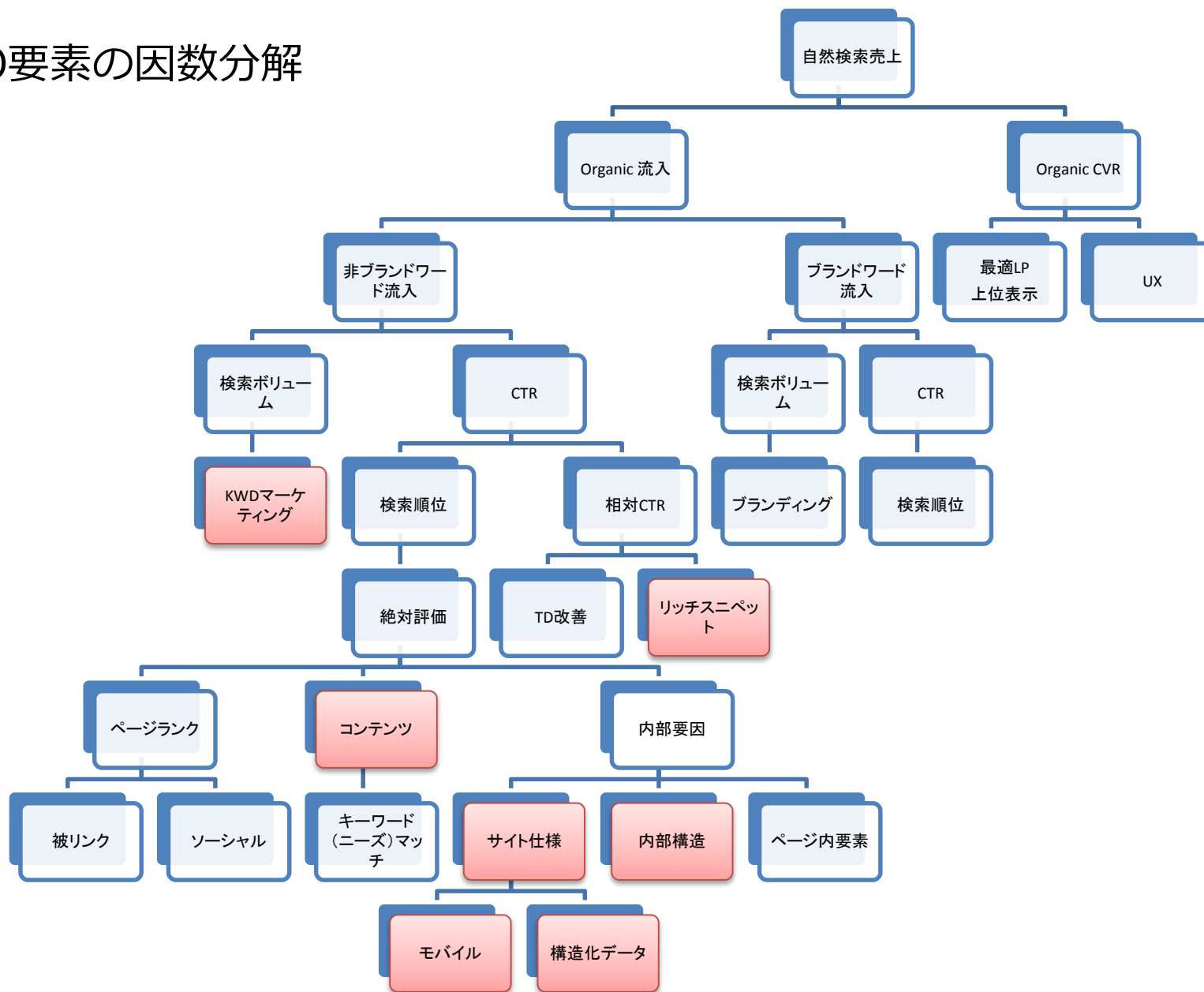
今BtoB企業が  
取り組むべきSEOは？

# 今取り組むべきSEOは？？



PRINCIPLE  
Company

## SEO要素の因数分解



# 今取り組むべきSEOとは？

現在、SEO施策は大きく以下の3つに区分されます。どのSEO施策にどのような体制で取り組むかが重要となります。

## 内部最適化

- サイトの持つポテンシャルを高い歩留りで発揮するために不可欠。
- これまで本格的に取り組んでいなければ検討を。

## コンテンツSEO

- 長期的な積み上げ施策。短期成果の期待は禁物。
- マーケティングに基づいた価値のあるコンテンツを。

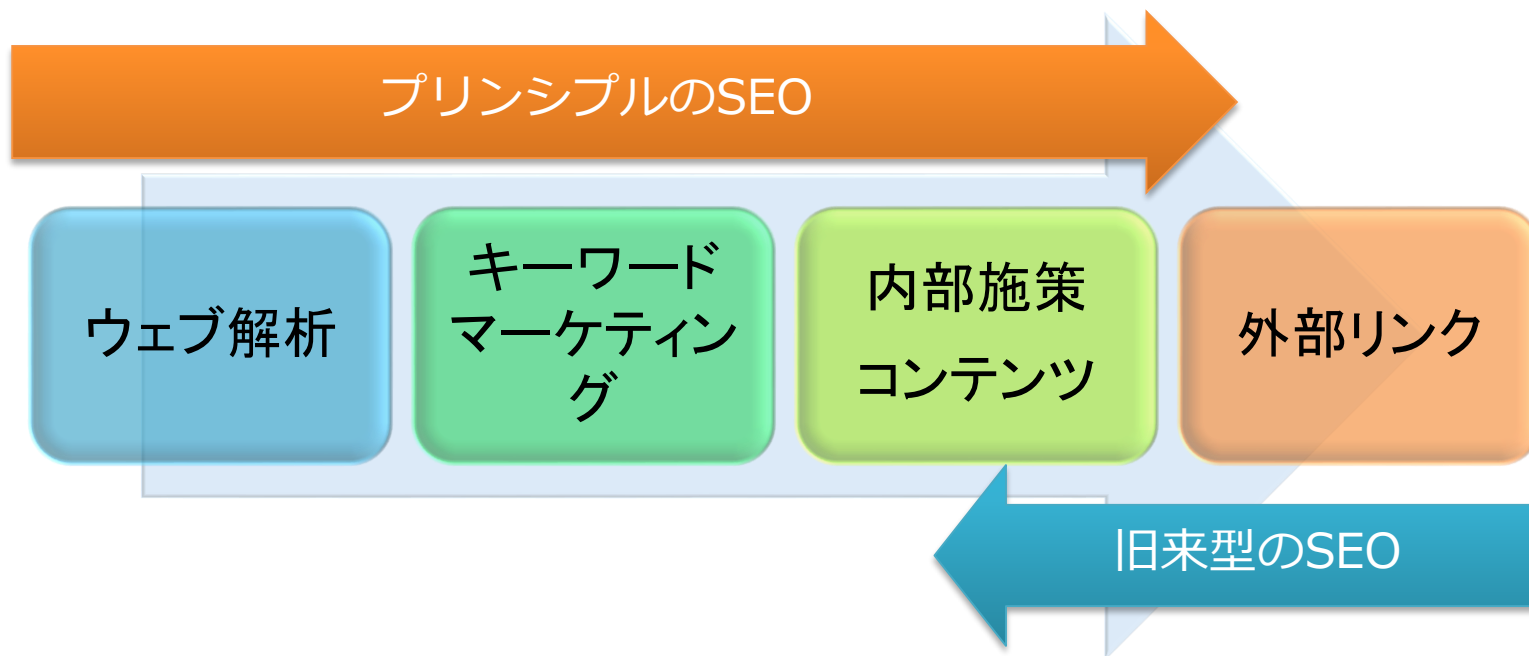
## 外部リンク

- Googleのガイドライン違反。既に一定のブランディングのあるBtoB企業にとっては高リスク。
- スタートアップで失うものが無い場合は検討の余地も。

インハウスSEO

SEO外部パートナー

■プリンシプルのSEOでは、アナリティクスのデータなども含めた適切なマーケティング戦略に基づき、それを具体的な施策に落とし込むソリューションをご提案し、成果に繋がります。



本来SEOは①「顧客のニーズ」から出発し、②それを「検索キーワードに落とし込み」、③そのキーワードに適したサイト構造を実現し、④それらのワードに対する外部要素を最適化する、という手順で進めるものです。

プリンシプルでは、googleアナリティクスを駆使した解析コンサルティングの視点から出発し、検索エンジンを通じたマーケティングを如何に実現するか、という視点でサービスを提供いたします。



# 質疑応答



# 參考資料



## ⑤セマンティック



参考 : SMX London 2014 <http://www.seojapan.com/blog/markup-for-the-advanced-seo>

SMXとは : Search Marketing Expoの略称で世界的にも権威あるカンファレンスのひとつ

### 結果報告

2014年2月にマークアップ。2014年1月(導入前)から2014年4月(導入後)に35.07%のトラフィックの増加。年で計算すると93.46%の増加。

### 順位の上昇

Googleがマークアップを順位に考慮しないと宣言しているのは知っている。しかし、マークアップ後、2週間以内に263ページ中196ページ(75%)で順位上昇がみられた。他の条件は全て同一。

### 問題

低い評価やランキングが表示されてしまうため、コメントに基づいた平均の評価は使用しないほうがいい。

### Googleウェブマスターツールで確認

バリデーションを行う。問題がある場合は修正する。

Barry Adams



## ⑤セマンティック

Webコンテンツやデータベースなど、いろいろな場所にある情報に意味を表すデータ（メタデータ）をつけて、ソフトウェアが情報の内容の意味を自分で解釈できるようにする技術。

### そもそも HTML って？

HTMLとは、HyperText Markup Languageの頭文字をとったものです。この名前を少し丁寧に解釈すれば、「ハイパーテキストのための、文書に目印を付ける方法を定めた文法上の約束」ということになります。

- **HyperText**: ハイパーテキストとは、「テキストを超えたテキスト」というような意味です。つまり、通常のテキストにない機能を備えた「超」テキストというわけです。
- **Markup**: マークアップとは、普通の文書に目印を付ける（マークアップする）ことで、その部分が文書中でどんな働きをしているか（見出しなのか、段落なのかなど）をはっきりさせようという考えです。
- **Language**: これは、英語とか仏語とか、あるいはプログラミング言語 (🐍) などの「言語」というよりも、このマークアップをどんなルールで行うかをきちんと決めておくための約束、つまり文法という程度の意味にとらえたほうが良いでしょう。

<http://www.kanzaki.com/docs/html/htminfo10.html> より抜粋



## ⑤セマンティック

---

「福島」

・・・県名？ 市名？ 苗字？

「KAWASAKI」

・・・バイク？ 川崎市？ 野球選手？

「2/17」

・・・2月17日？ 17分の2？

⇒単純なテキスト情報ではくみ取れない「意味」をメタ情報として付与するのが「セマンティック」です。

## ⑤セマンティック

---

セマンティックWEBを実現する「構造化データ」のマークアップには以下のような種類があります。

### 【マークアップ形式】

- microdata
- microformats
- RDFa
- JSON-LD

### 【マークアップ内容】

- レビュー
- 人物
- 商品
- 会社と組織
- レシピ
- イベント
- 音楽
- etc..

「構造化データ」を用いると、リッチスニペットとして表示されます。

**Little Water Cantina - Eastlake - Seattle, WA**  
[www.yelp.com](http://www.yelp.com) Restaurants Mexican  
★★★★☆ 90 reviews - Price range: \$\$  
90 Reviews of **Little Water Cantina** "Three things are on my list when I eat out: great food, atmosphere, and

**Vegetarian Vegan Pizza No Cheese) Recipe - Food.com - 248865**  
[www.food.com/recipe/vegetarian-vegan-pizza-no-c...](http://www.food.com/recipe/vegetarian-vegan-pizza-no-c...)  
★★★★★ 2 reviews - 1 hr 32 mins - 242.9 cal  
Aug 26, 2007 - This is from my dad, who developed some **vegan recipes** ... doesn't have any cheese, and you

**Leonard Cohen – Free listening, videos, concerts, stats, & pictures at ...**  
[www.last.fm/music/Leonard+Cohen](http://www.last.fm/music/Leonard+Cohen)  
Watch videos & listen to **Leonard Cohen**: Suzanne, Hallelujah & more, plus 132 pictures. **Leonard Cohen**, (born September 21, 1934 in Montréal, Quebec, ...

Track	Duration
<a href="#">Suzanne</a>	♪ 3:48
<a href="#">The Darkness</a>	♪ 4:29
<a href="#">Going Home</a>	♪ 3:51
<a href="#">Hallelujah</a>	♪ 6:12

Google

ウェブ 画像 動画 ニュース 地図 もっと見る ▼ 検索ツール

約 26,000,000 件 (0.20 秒)

「ベイマックス」東京都千代田区付近の上映情報



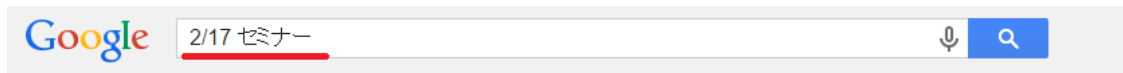
108分 - G 指定 - 冒険ロマン  
『アナと雪の女王』『ブレインズ』など近年も次々にヒット作を飛ばしているディズニー・アニメーションの最新作。架空都市サンフランソウキョウ ...  
TOHOシネマズ シャンテ - 東京都千代田区有楽町1-2-2 - 地図  
字幕: - 10:00 - 19:40  
吹き替え: - 12:25 - 14:50 - 17:15  
TOHOシネマズ 日本橋 - 東京都中央区日本橋室町2-3-1 コレド室町2 3F - 地図  
字幕: - 21:40  
吹き替え: - 12:20  
+ その他の映画館

# 2015年のSEOの5つの軸

## ⑤セマンティック



構造化データを用いることにより、googleに対し「より強力なクエリ関連性シグナル」を送ることができます。



ウェブ 地図 ニュース 画像 動画 もっと見る ▼ 検索ツール

約 552,000 件 (0.13 秒)

長岡商工会議所 | 2/17(火)「マイナンバー制度対応セミナー」ご ...  
[www.nagaokacci.or.jp](http://www.nagaokacci.or.jp) > 講演会・セミナー ▼

マイナンバー制度は2016年1月より運用が開始され、2015年10月には国民一人一人にマイナンバー(個人番号)が通知されます。マイナンバー制度の導入は、マイナンバーを含む個人情報を「特定個人情報」として、従来の個人情報以上に厳密な情報管理をし ...

【2/17開催】MKI・Box共催セミナー開催のご案内 - 三井情報株式 ...  
[www.mki.co.jp](http://www.mki.co.jp) > イベントニュース > 2015年 ▼

2015/01/30 - MKI 三井情報は、2月17日(火)に丸ビルコンファレンススクエアにてBox Japanと共同で『27万社が利用するファイル共有サービス『Box』で情報共有を加速！～Sales Cloudとの連携や、最新の活用事例のご紹介～』セミナーを開催致します。

マイナンバー制度セミナー (大阪:2/17) - SCSK株式会社  
<https://form.scsk.jp/public/seminar/view/63> ▼

イベント・セミナー詳細 セミナー マイナンバー制度セミナー (大阪:2/17) ～ 制度の最新動向を踏まえた業務・ITへの影響度とその ... そこで本セミナーでは、第一部で新日本有限責任監査法人のコンサルタントをお招きし、現時点のマイナンバー制度の概要を整理 ...

2/17 プリンシプル主催SEOセミナー「コンテンツ？内部対策 ...  
[www.principle-c.com/ga\\_20150217/?internal=topnews](http://www.principle-c.com/ga_20150217/?internal=topnews) ▼

googleのアルゴリズムとユーザー動向の変化とともに、「取り組むべきSEO」の姿も変わりつつあるさなか、今後どのようなSEO施策を行っていくことが集客～収益向上につながるのか、最新動向も踏まえお伝えします。

2月17日(火) プリンシプル主催SEOセミナー ... 高橋ビル

Event(マークアップ: schema.org) > ページの詳細

[http://www.principle-c.com/ga\\_20150217/?internal=topnews](http://www.principle-c.com/ga_20150217/?internal=topnews) 開

クロール: 15/02/09

データに表示されているのは検出されたフィールドのみで、ライブ データとは異なる場合があります。

Event

itemtype:	<a href="http://schema.org/Event">http://schema.org/Event</a>
image:	<a href="http://www.principle-c.com/ga_20150217/images/main_visual.jpg">http://www.principle-c.com/ga_20150217/images/main_visual.jpg</a>
name:	プリンシプル主催SEOセミナー「コンテンツ？内部対策？まだリンク？大規模サイトが今取り組むべきSEO施策5つのポイント」
description:	・2015年のSEOの5つのポイント 1.内部構造最適化・クローラビリティ 2.モバイル 3.キーワードマーケティング 4.コンテンツ 5.構造化データとマークアップ・モバイルSEOは今後どうなる？・インハウスSEOの取り組み方と外部SEOパートナーの選び方・大手スポーツブランドサイトにおける改善事例・not provided 時代におけるSEOのKPI設計
startDate:	2015-02-17T14:30

構造化データテスト ツールを使用すると、ライブ データにエラーがないかを確認して、リッチ スニペットが次のページのクロールで Google 検索にどのように表示されるかを確認できます。

ライブ データをテスト

閉じる

# セマンティック化、表示パフォーマンスにおける調査サマリ



PRINCIPLE  
Company

	Google		セマンティック化		PageSpeed Insights		GTmetrix		
	サイト名	順位 : PC/Chrome	title, h要素, マークアップ	構造化データ	モバイル	パソコン	Yslow Grade	Page load time	Total page size
JP	HOME'S	1位	△	×	54	56	D (63%)	6.52s	684KB
	SUUMO	2位	△	×	54	70	D (69%)	6.08s	521KB
	スマイティ	4位	△	△	50	40	E (58%)	10.72s	2.10MB
	吉祥寺賃貸.com	14位	△	×	57	72	C (74%)	12.77s	3.22MB
US	trulia	1位	○	◎	95	79	D (63%)	9.22s	1.99MB
	Zillow	2位	○	◎	71	75	C (72%)	11.43s	0.96MB
	realtor.com	3位	△	◎	41	56	D (64%)	5.13s	1.71MB

※日本は「吉祥寺 賃貸」で検索、米国は「San Francisco estate」で検索



PRINCIPLE  
Company



PRINCIPLE  
Company



Adwords認定パートナー



ClickTale Certified Partner



GAIQ保有コンサルタント在籍

株式会社プリンシプル  
Web解析チーム  
info@principle-c.com