

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

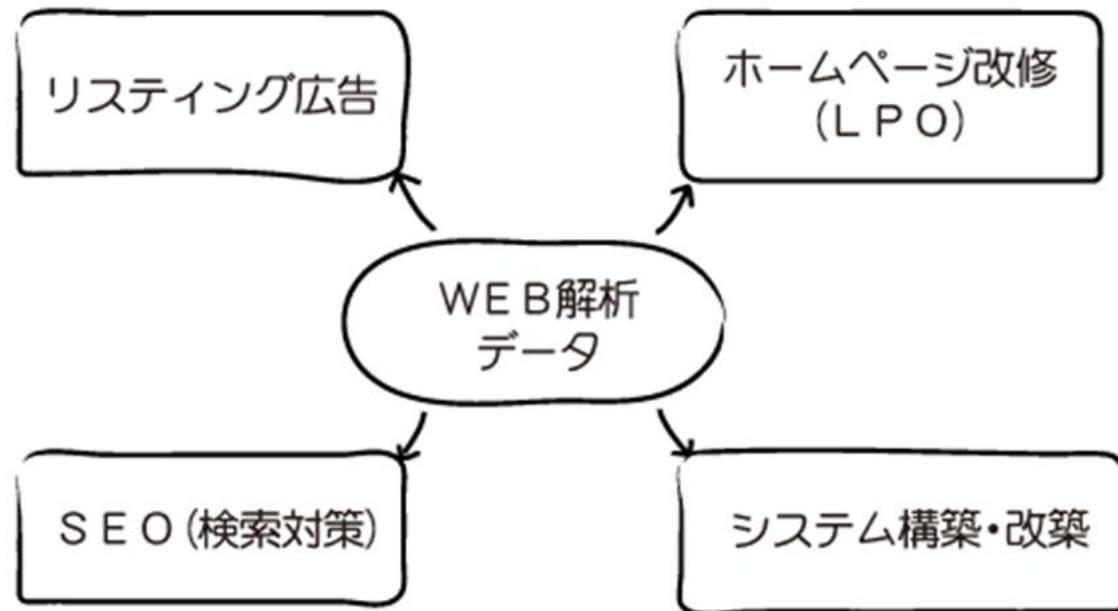
2015年3月4日
株式会社 プリンシプル
中村 研太

プリンシップル社とは？

- ・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を正しく扱む

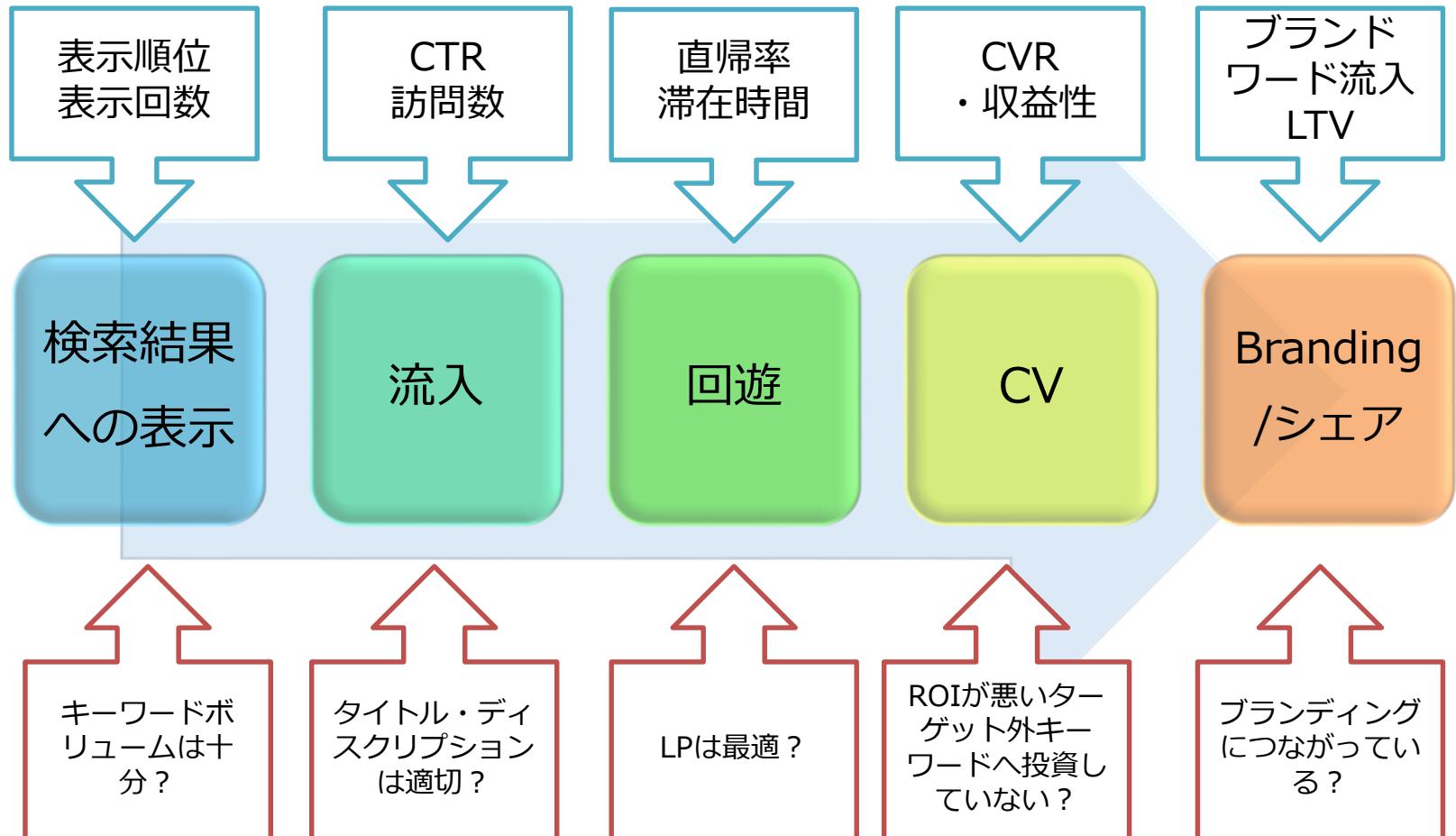
SEOとは・・・？？

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

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

Google 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 ビートルズハローガッタ
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」の講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は、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。

[ザ・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 ポーカル; 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・リンク・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も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も、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=vVZ8IHbUTL0

2013/02/14 - アップロード元: 99Kenshiro
ビートルズの素晴らしい曲、曲調の豊富だと思います曲のテンポ、ソロディーの違いを比較するのに、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。

THE BEATLES

他の画像

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、ピート・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 ブリーズ・ブリーズ・ミー

アルバム

他 15 件以上を表示

レット・イット・
ビー
1970年

アビイ・ロー
ド
1969年

リボルバー
1966年

サージェン
ト・ペッパーズ
...
1967年

ビートルズの詳細

フィードバック

11

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



ビートルズ CD

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 ▾
聞き終わらったミュージックCDを買取に申し込んで、新しいCDを買おう。この商品を、Amazonが最大￥ 5,540分のギフト券で買取ります。Amazon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荷物にお届けします。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/Im/R2MTVAKPQA2BAE ▾
商品リストには次のものがあります。THE BEATLES 1. アビイ・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, ブリーズ・ブリーズ・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/pr13091316500102-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 ...

[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


[Let It Be](#)
レット・イット・ビー
ビートルズ
¥ 950
楽天市場


[午後のボッカ](#)
フェ・ビートル
ビートルズ
¥ 1512
楽天市場


[ザ・ビートルズ /ザ・ビートル](#)
ザ・ビートルズ
¥ 2450
ヨドバシカメラ


No Image
画像はありません
[Beatles ビートルズ/WITH](#)
ビートルズ
¥ 1171
Yahoo!ショッ ...


[ザ・ビートルズ /イエロー・サブ](#)
ザ・ビートルズ
¥ 1949
ヨドバシカメラ


[ザ・ビートルズ /ザ・ビートル](#)
ザ・ビートルズ
¥ 1425
Yahoo!ショッ ...


[グリー sings ザ・ビートルズ](#)
ザ・ビートルズ
¥ 2310
ジョーシン


[ザ・ビートルズ /モノ・ボックス](#)
ザ・ビートルズ
¥ 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?



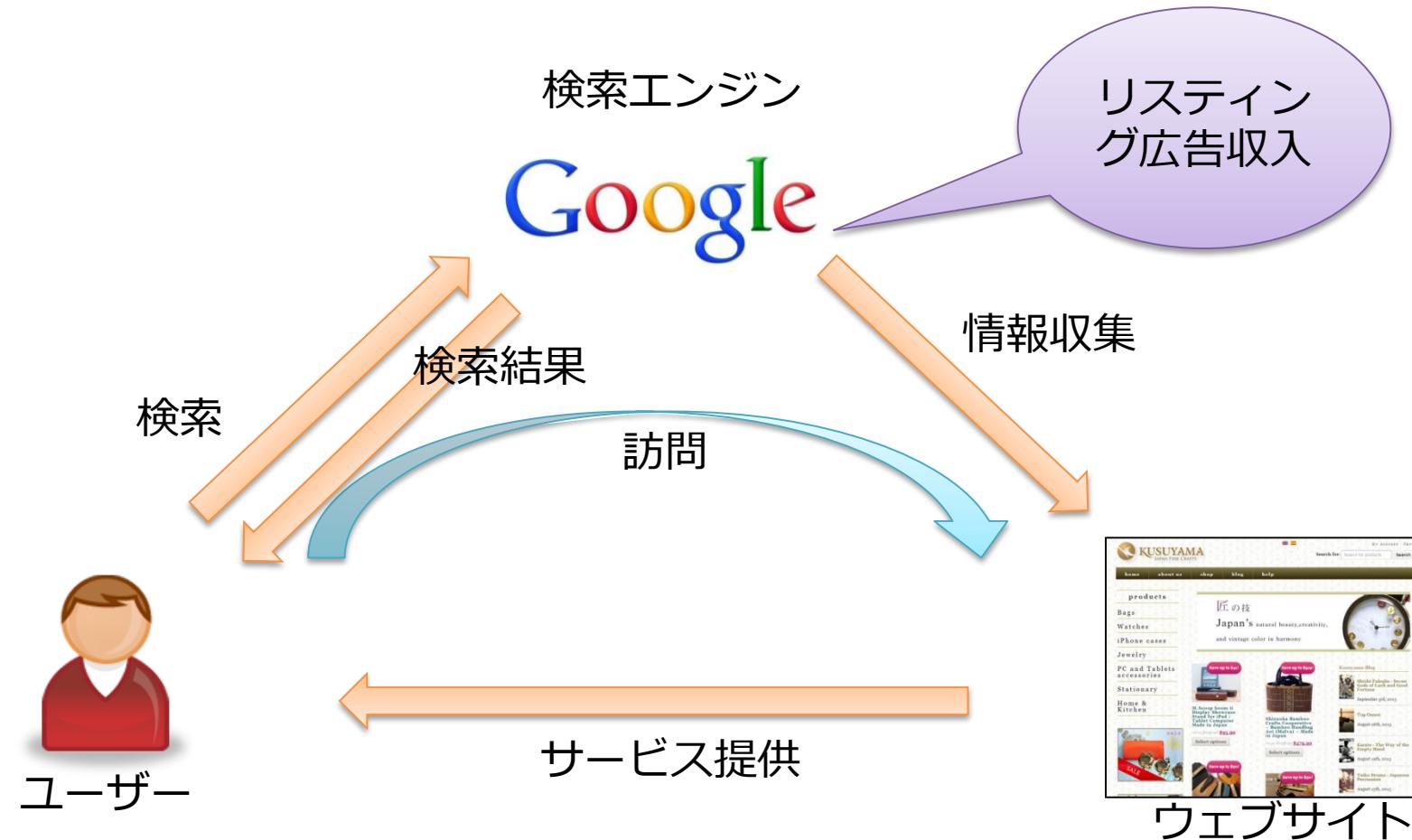
検索エンジンの目的



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集まつた多くのユーザーがクリックするリスト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
上げることだととらえ、
事業に取り組んでいます。

Googleの目的



PRINCIPLE Company

Google がビジネスのためにしていること

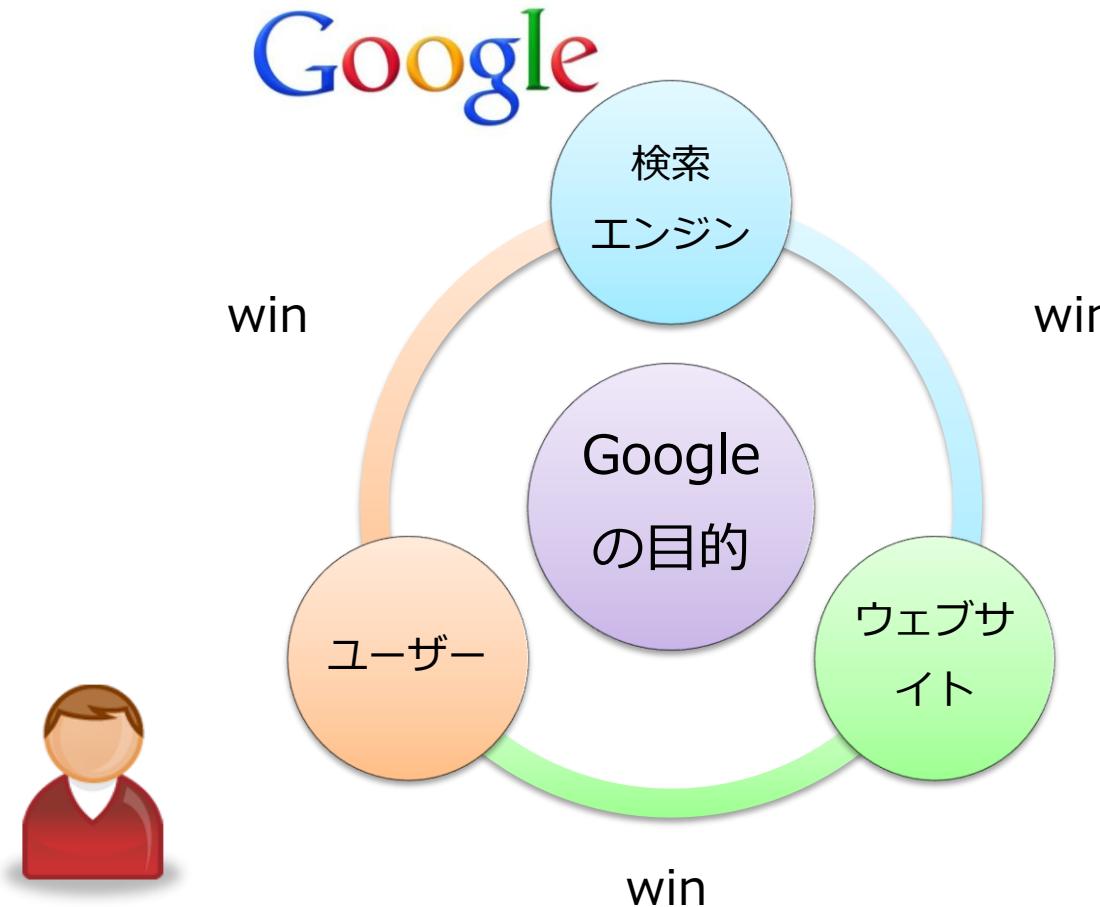
Google が提供する多様なツールは、ウェブ上でもウェブ以外でも、種類を問わずあらゆるビジネスを支援します。これらのプログラムは、Google 自身のビジネスのバックボーンでもあり、世界中の起業家やサイト運営者のビジネス成長にも貢献しています。Google の広告プログラムは、シンプルなテキスト広告からリッチメディア広告に至るまで、企業が顧客を見つけるのに役立つと同時に、サイト運営者がコンテンツから収益を得る手段となります。Google はビジネス向けのクラウド コンピューティングツールも提供しており、組織のコスト削減と生産性向上を支援しています。

[ビジネス向けの全サービス一覧](#)

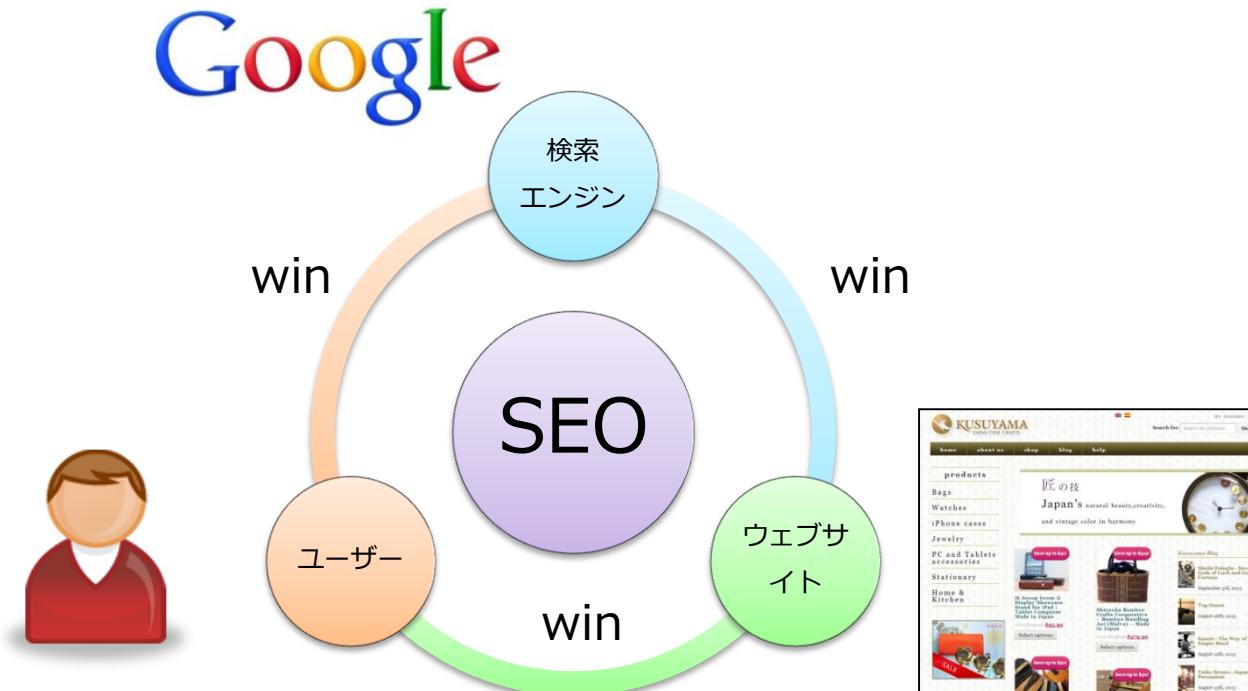
Google がウェブのためにしていること

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。

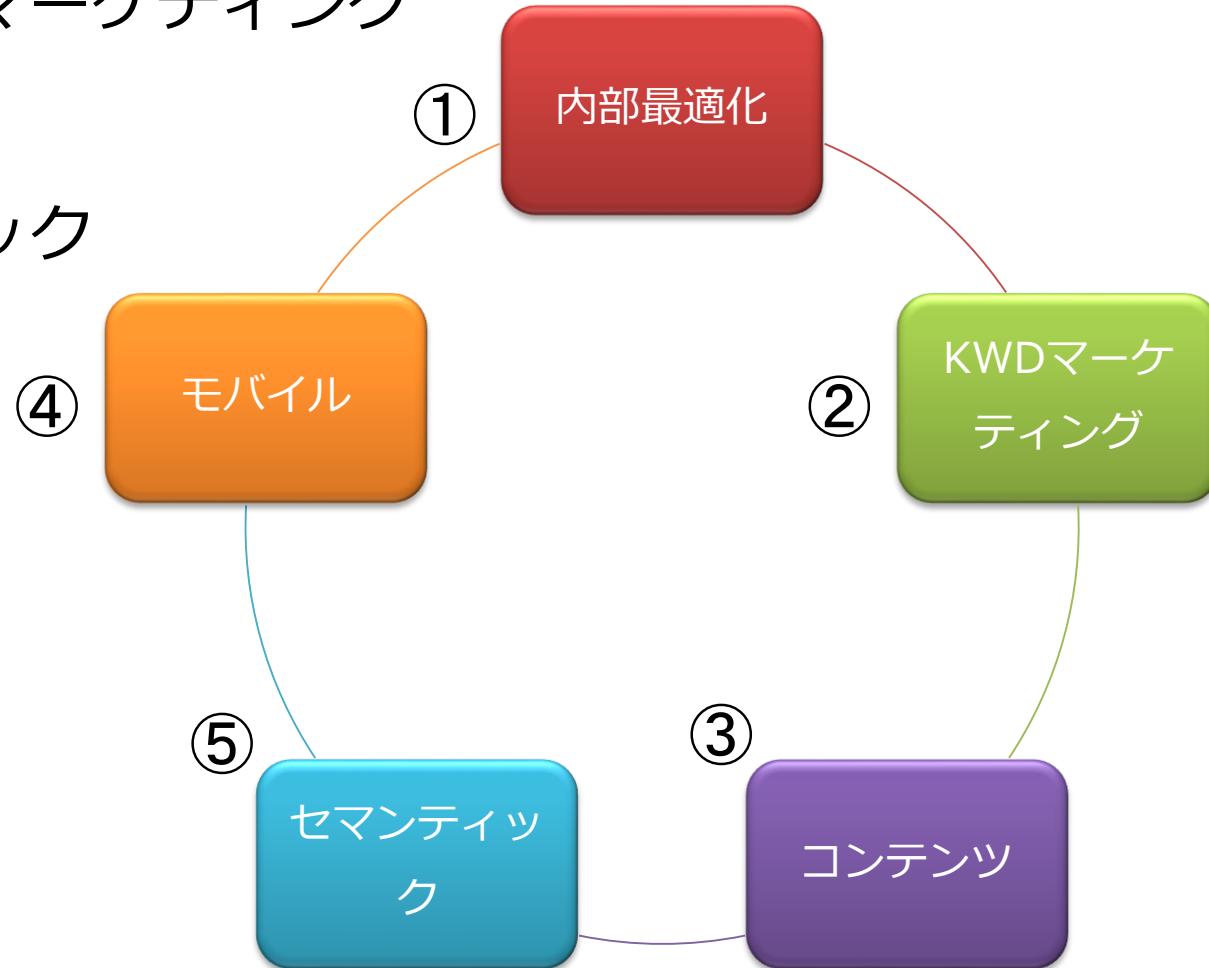


検索エンジンのアルゴリズムを逆手に取り、それを出し抜くSEOではなく、
【御社サイト】×【検索エンジン】×【ユーザ】 がWin-Win-Winの関係を築くためにはどうすれば
良いかを施策に落とし込みます。

グローバルBtoB企業 2015年最新SEOの5つのポイント

2015年のSEOの5つの軸

- 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

①内部最適化・クローラビリティ



■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。

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。

SEO評価

==

ブランディング
(知名度・リンク)

×

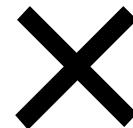
コンテンツ

×

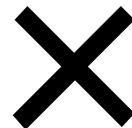
内部最適化

①内部最適化・クローラビリティ

ブランディング
(知名度・リンク)



コンテンツ



内部最適化



簡単には増
やせない

増やせるが
時間がかかる

ボトルネック
になっている
場合、比較的
容易に解消
できる！

■ 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>

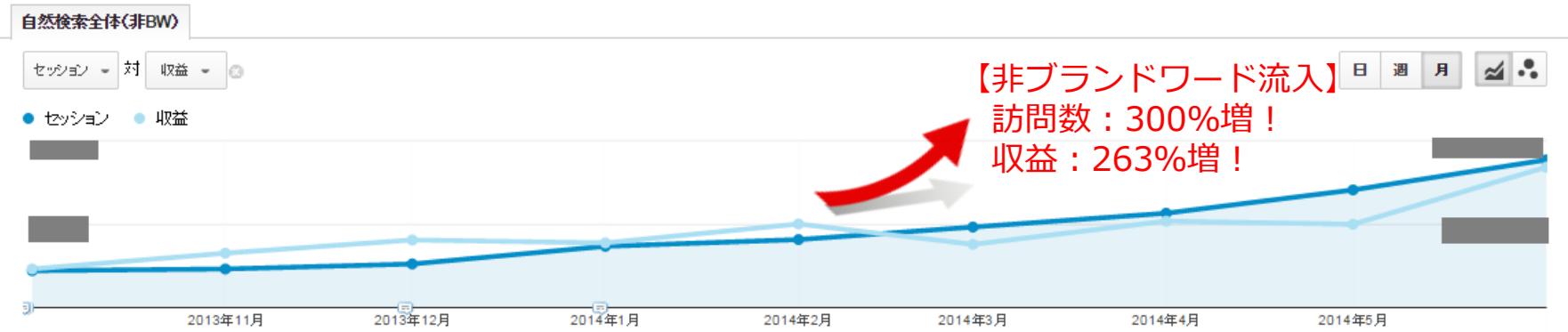
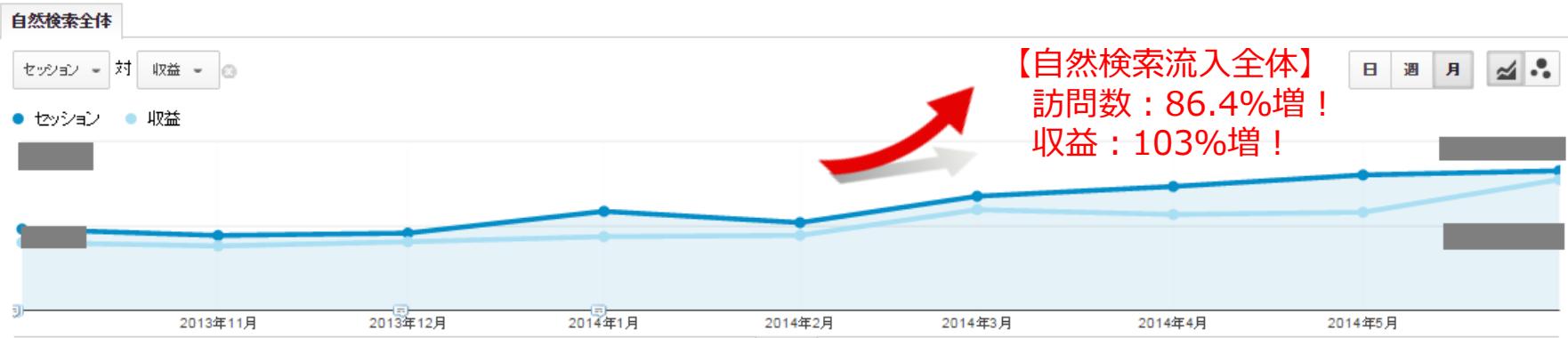
1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
 - 問題無し（画像へのaltテキストの設定のみ実施）
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
 - 動的URLにより多くの重複が発生。
 - タイトル・ディスクリプションの重複
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
 - ニーズのある検索ワードに対するページを設置。
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。
 - 適切なリンク構造の設計

【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。



→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>

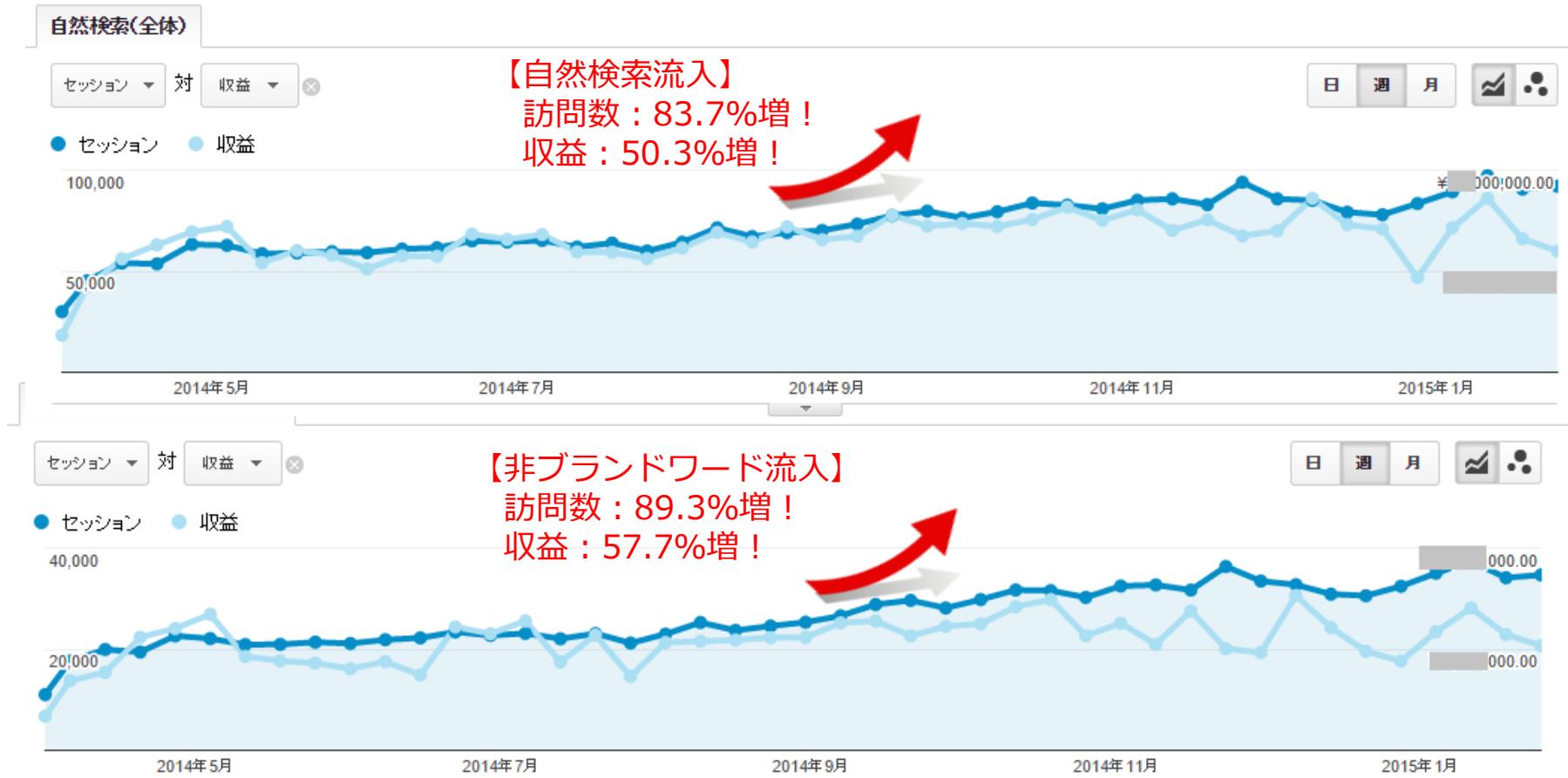
1. コンテンツ・リンク・URLはクローラーにとって可読か。
 - URLの個別化が行われていない状態。URLの個別化を実施。
2. コンテンツの重複が発生していないか。（絞り込み／並び替え機能があるサイトは必須）
 - 重複コンテンツをcanonicalにて正規化
 - タイトル・ディスクリプションの重複を修正。
3. クエリに対して適切なページは存在するか。
 - ニーズのある検索ワードに対するページを設置。
4. サイト構造・リンク構造は適切か（パンくずリスト等）。
 - 適切なリンク構造の設計。

【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）。

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、原文と訳文と一緒に表示することは避けください。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になっていると（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。このようないだire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す。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 にリンクする際には 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"> 地域ターゲットの設定が明確 サーバーの場所に依存しない サイトの分割が簡単 	<ul style="list-style-type: none"> 高価（利用が制限される場合もある） より多くのインフラが必要 ccTLD 要件が厳しい（一部）
gTLD を使用したサブドメイン	de.example.com	<ul style="list-style-type: none"> 設定が簡単 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 複数の場所のサーバーを使用できる サイトの分割が簡単 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーは URL だけから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）
gTLD を使用したサブディレクトリ	example.com/de/	<ul style="list-style-type: none"> 設定が簡単 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 管理しやすい（ホストが同じ） 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーは URL だけから地域ターゲット設定を認識できない場合がある サーバーの場所は 1 か所のみ サイトの分割が難しい
URL パラメータ	site.com?loc=de	<ul style="list-style-type: none"> 非推奨 	<ul style="list-style-type: none"> URL ベースの分割が難しい ユーザーは URL だけから地域ターゲット設定を認識できない場合がある 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

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](#) でクロールをブロックしたり、「[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。



◎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

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。

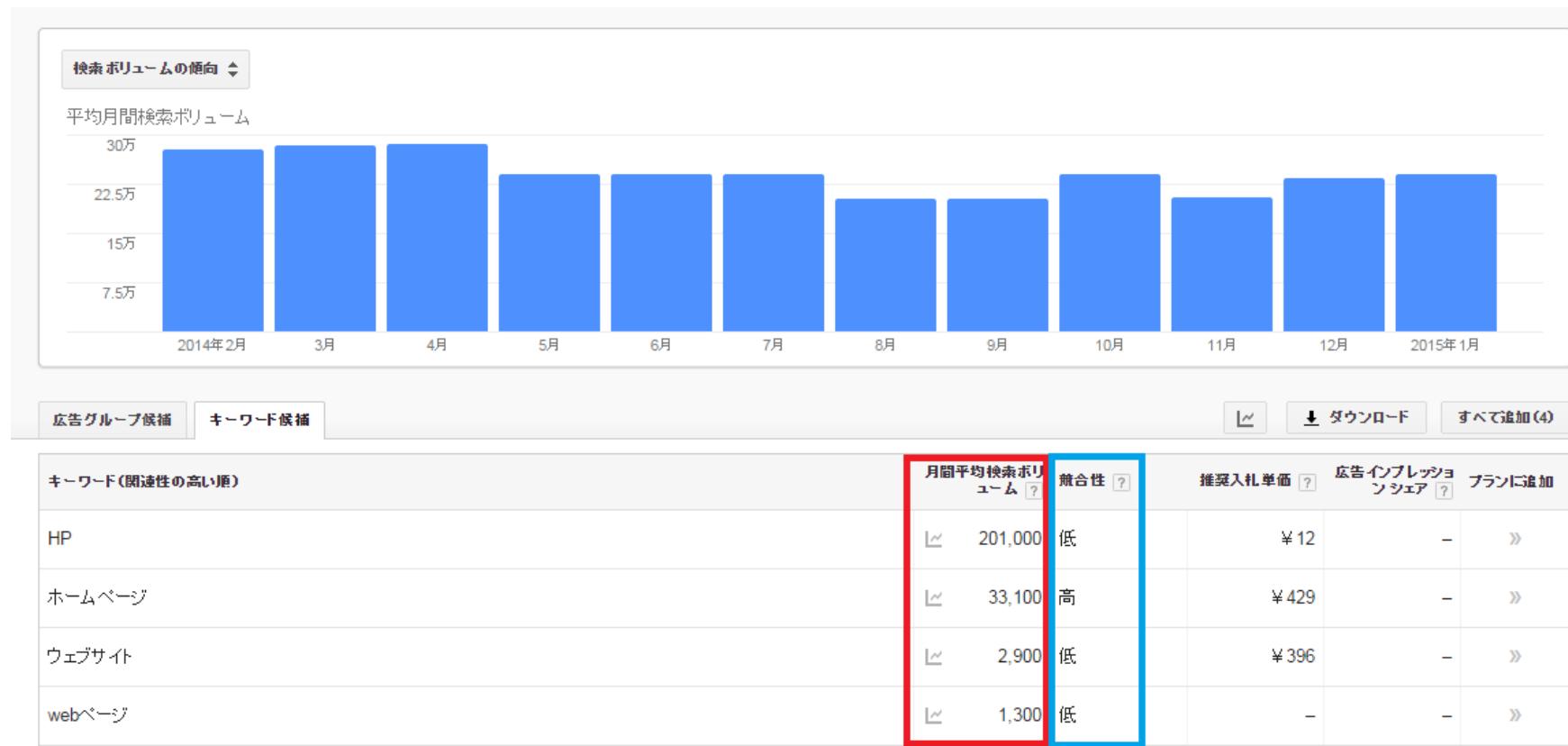
＜キーワード案抽出＞

- ・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

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。



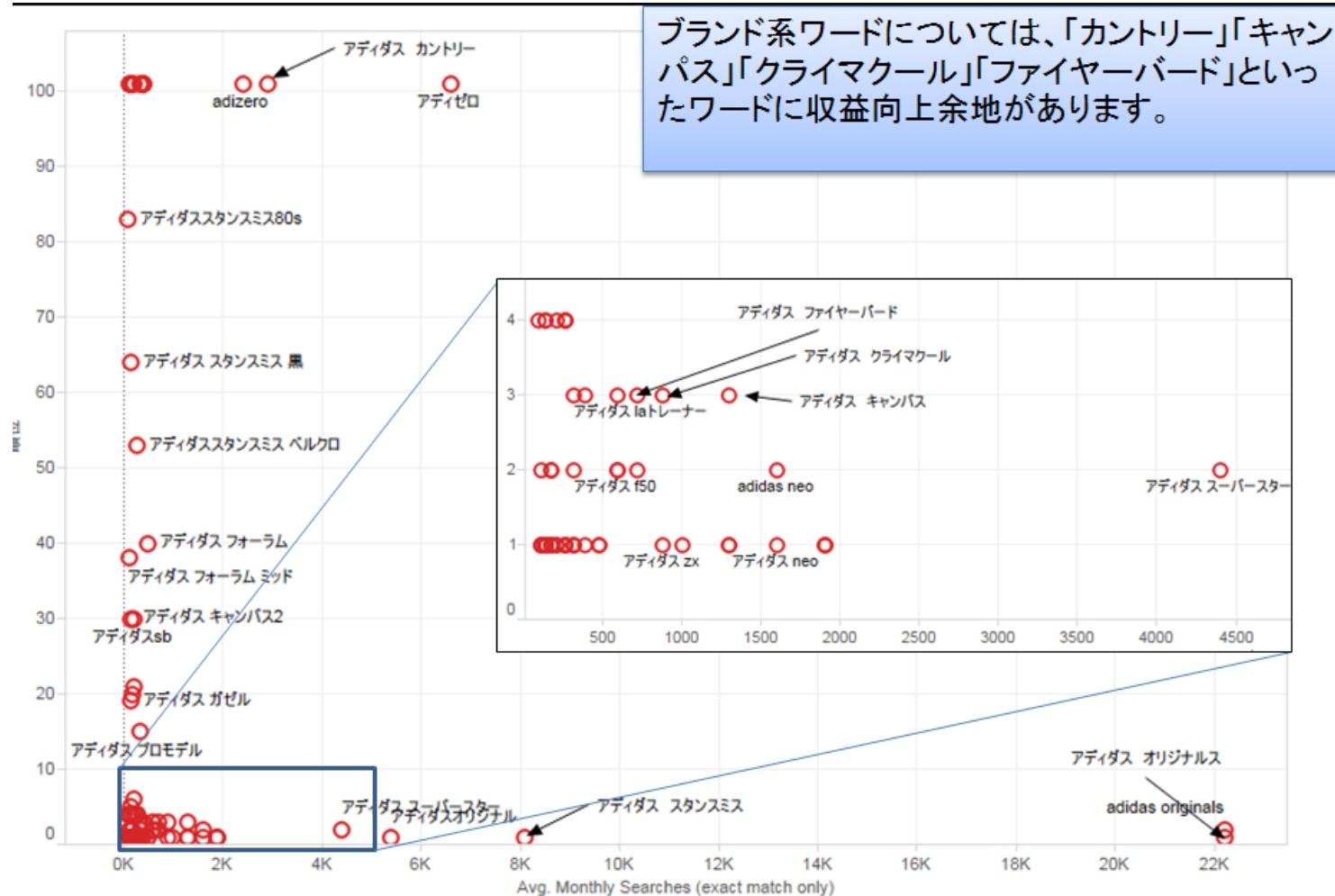
2015年のSEOの5つの軸

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

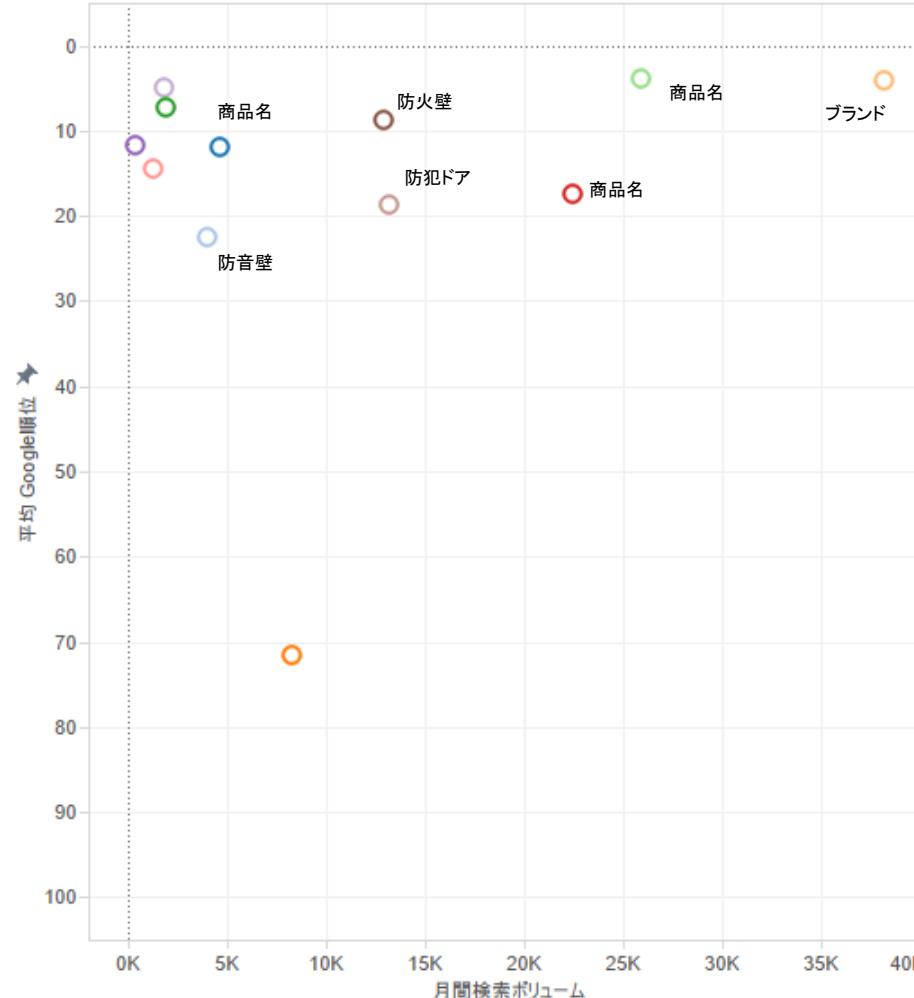


⇒ニーズに対するカテゴリやタグ新設、在庫管理等を行うことで、取りこぼしていた検索ニーズを拾い上げることが可能。

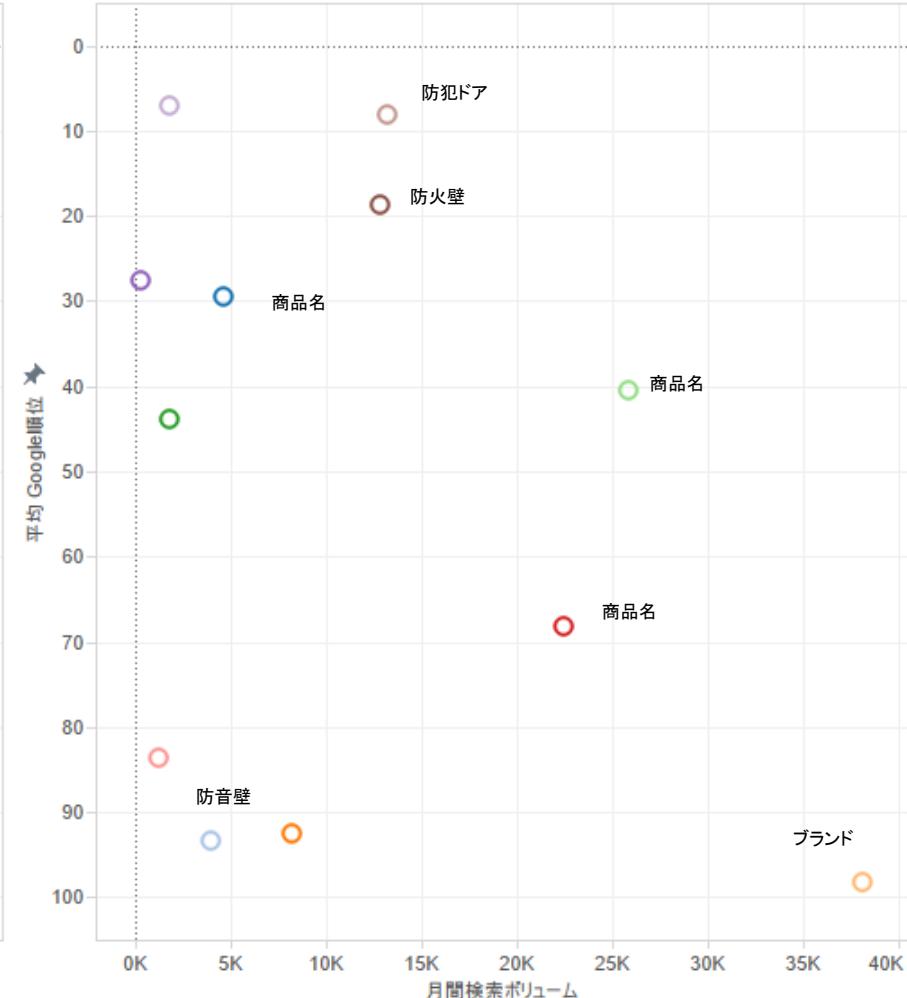
②キーワードマーケティング

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

- 商品等に紐付くレビューは有効。

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。

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ができる。
3. 内部遷移ユーザーに対するCV動機形成。

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。

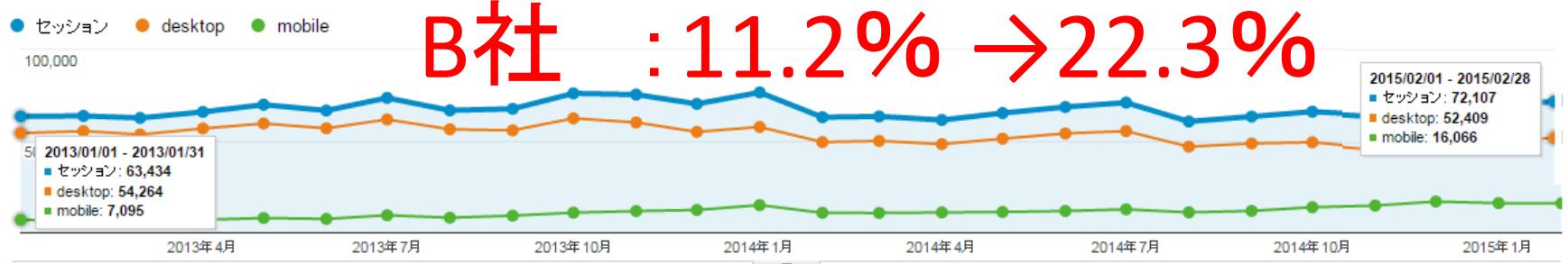
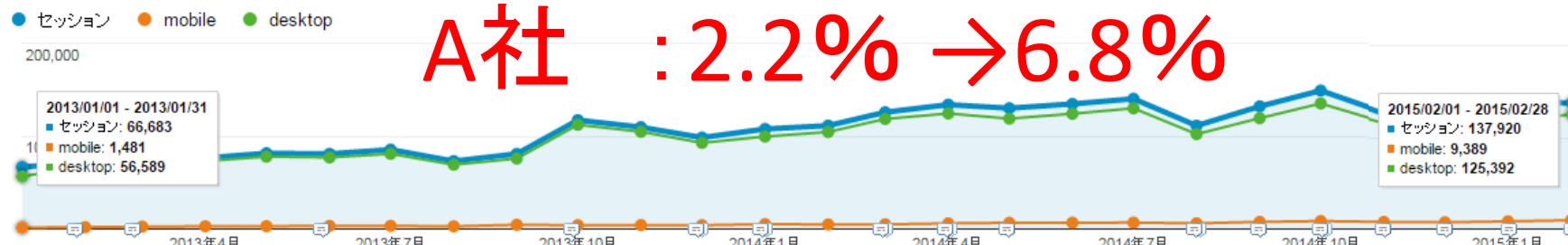
「Googleが掲げる10の事実 (googleの理念) 」より

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 サービスの新技術を開発し、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。



- BtoB企業においてもスマホは無視できなくなっています。



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

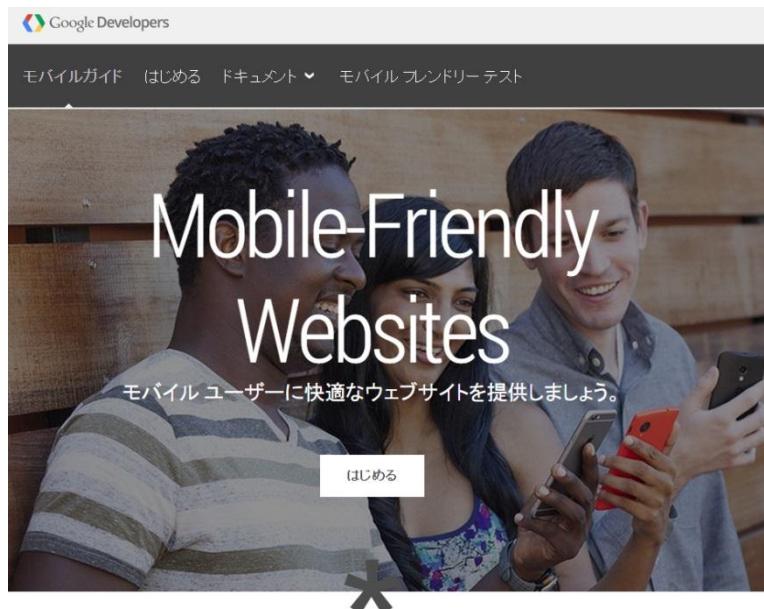
1. Google Developers のモバイルガイドコンテンツ
2. 検索結果に「スマホ対応」表示
3. モバイルフレンドリーテスト
4. WMT – モバイルユーザビリティ
5. モバイルSEOアルゴリズム導入 **NEW!**

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。



A screenshot of the 'Mobile SEO' guide. The top section is titled 'モバイル SEO'. Below it are four main sections: 'モバイル設定を選択する', '設定を検索エンジンに伝える', 'よくあるミスを回避する', and 'その他のデバイス用に設定する'. Each section has a brief description and a numbered list of steps. The 'モバイル設定を選択する' section includes steps 01 to 04. The '設定を検索エンジンに伝える' section includes steps 01 to 03. The 'よくあるミスを回避する' section includes step 03. The 'その他のデバイス用に設定する' section includes step 04.

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+ 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
- ・ズームしなくとも半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手順ガイドを確認します。

A screenshot of a Google search results page for the query "amazon". The top result is for "Amazon.co.jp 公式サイト" (www.amazon.co.jp). The snippet shows the website's URL, a 4.1-star rating, and a brief description: "通常配送無料(一部を除く) 代引き、コンビニ、ATM払いもOK" (Free shipping usually (excl. some areas), payment by cash on delivery, convenience store, ATM transfer is also available). Below the snippet, there are two ads: "タイムセール 毎日開催" (Daily sales) and "バレンタイン特集 2015" (Valentine's Day Special 2015). Further down, there are links for "Amazon無料アプリ" (Free Amazon app) and "学生向け優待プログラム" (Student discount program). At the bottom of the snippet, the text "[スマホ対応] オンライン通販 Amazon.co.jp 公式サイト" is highlighted with a red box, indicating the mobile-friendly status of the result.

3. モバイルフレンドリーテスト



■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

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。

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、サイトのどれか1つのページがモバイルに対応しているかをご確認ください。

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。

4. WMT のモバイルユーザビリティ



- 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。

ウェブマスターツール

[www.principle-c.com](#) ヘルプ

モバイル ユーザビリティ

サイトに影響を及ぼしているモバイル ユーザビリティの問題を修正してください。[詳細](#)

ステータス: 15/02/10

■ 43 エラーのあるページ



表示 10 行 4 行中 1~4 行 < >

ユーザビリティエラー	エラーのあるページ
1 ビューポートが設定されていません	43
2 フォントサイズが小です	43
3 タップ要素同士が近すぎます	40
4 コンテンツのサイズがビューポートに対応していません	37



■ 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 g+1 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る場合でもアプリで公開されている場合、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。これまでにも、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するようになる 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な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. 検索結果にモバイルフレンドリーなウェブサイト

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クイン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。

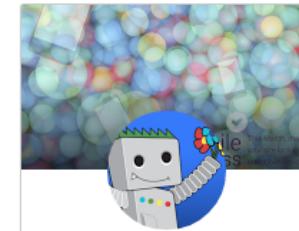
- 数ページをテストする場合は、モバイルフレンドリー テストを実施します。
- サイトをお持ちの場合は、ウェブマスター ツール アカウントでモバイルユーザビリティ レポートを使用すると、サイト全体のモバイルユーザビリティ問題を一覧で確認できます。

2. 検索結果にモバイルフレンドリーなアプリコンテンツ

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、ランクイン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ありましたら、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, Chae Sung Jung, and Doantam Phan
Original version: Official Google Webmaster Central Blog: Finding more mobile-friendly search results



Google Webmasters

google.com/+GoogleWebmasters

Helping webmasters create great sites.

g+ フォロー +1
+ 507,207

ラベル

アーカイブ

Feed

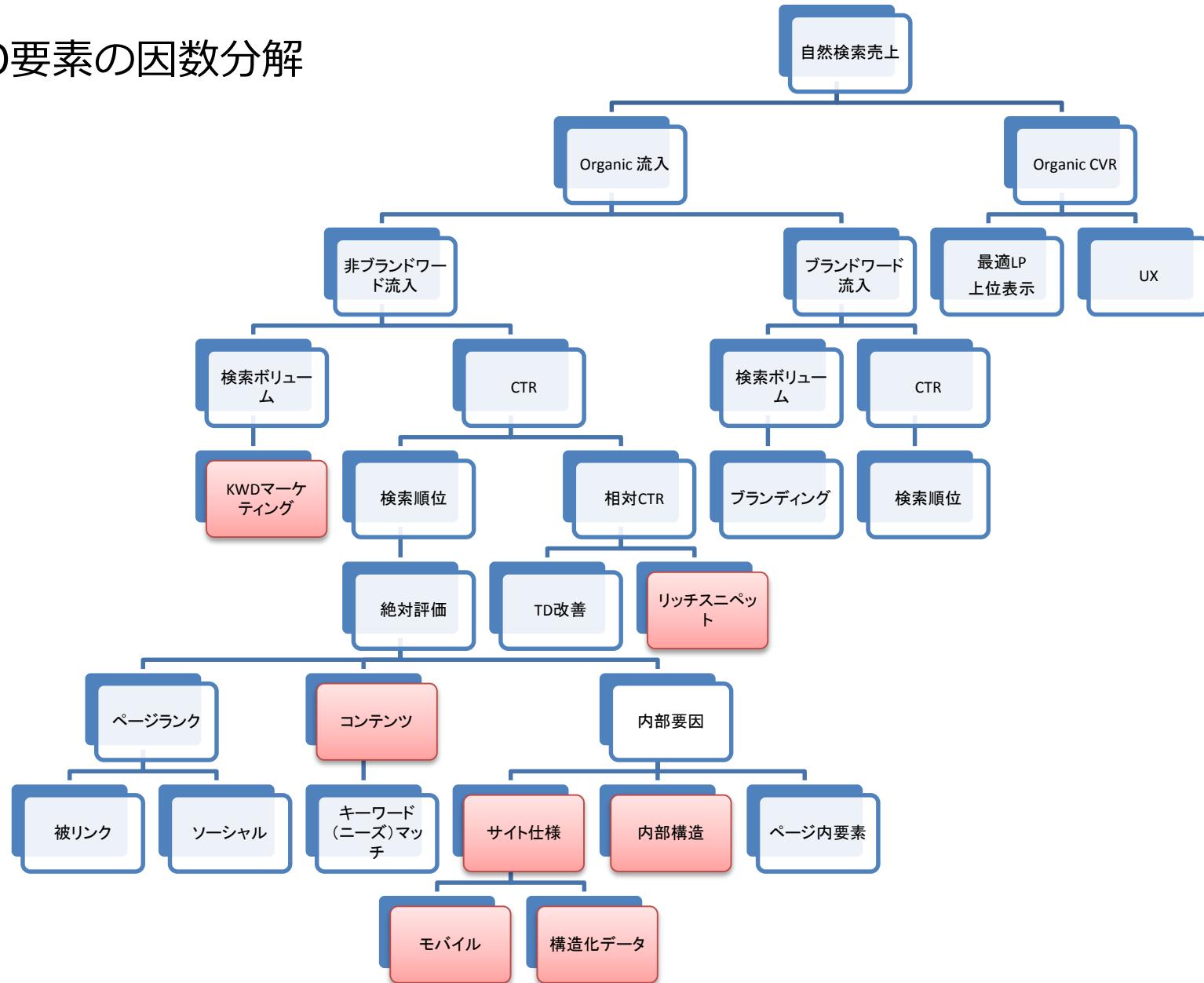
人気の投稿

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)クリック チェックシート」が完成しました

今BtoB企業が 取り組むべきSEOは？

今取り組むべきSEOは？？

SEO要素の因数分解



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。

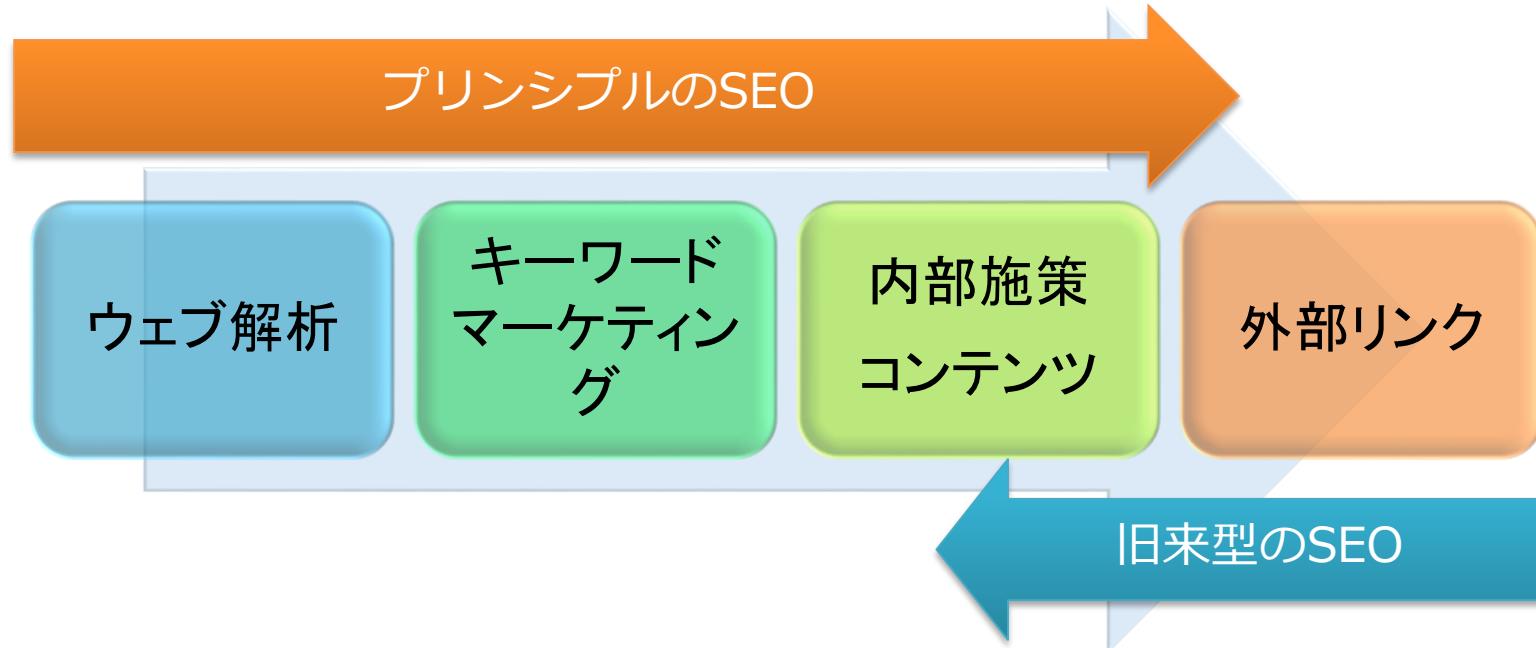
外部リンク

- 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

- プリンシップルの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、成果に繋げます。



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。

プリンシップルでは、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

バリデートを行う。問題がある場合は修正する。

Barry Adams

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、段落などのかなど）をはっきりさせようという考え方です。
- **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/htmldoc10.html> より抜粋

「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なくみ取れない「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。

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 › 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...
★★★★★ 2 reviews - 1 hr 32 mins - 242.9 cal
 Aug 26, 2007 - This is from my dad, who developed some **vegan recipes**


Leonard Cohen - Free listening, videos, concerts, stats, & pictures at ...
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
Suzanne	約 3:48
The Darkness	約 4:29
Going Home	約 3:51
Hallelujah	約 6:12

Google ベイマックス

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シスコウ ...
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](#)

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。



Google 検索結果: 2/17 セミナー

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 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 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 プリンシップル主催SEOセミナー「コンテンツ ? 内部対策 ...](#)
www.principle-c.com/ga_20150217/?internal=topnews

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なか、今後どのようなSEO施策を行っていくことが集客へ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) プリンシップル主催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

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: <http://schema.org/Event>
 image: http://www.principle-c.com/ga_20150217/images/main_visual.jpg
 name: プリンシップル主催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.キーワードマークティング 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チェックして、リッチ スニペットが次回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

		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

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