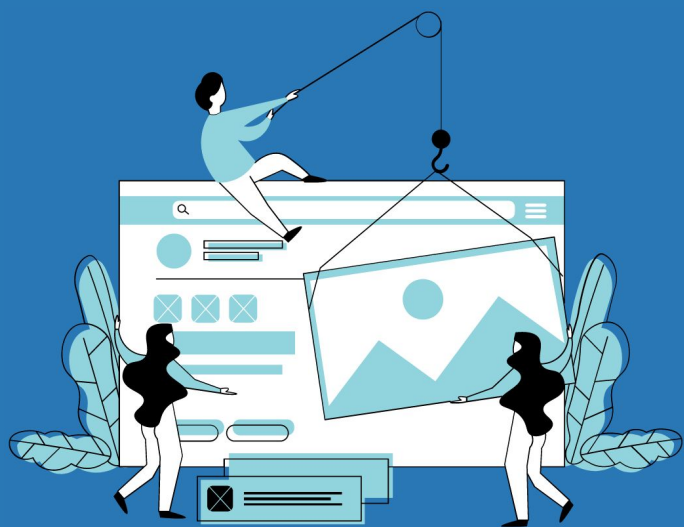


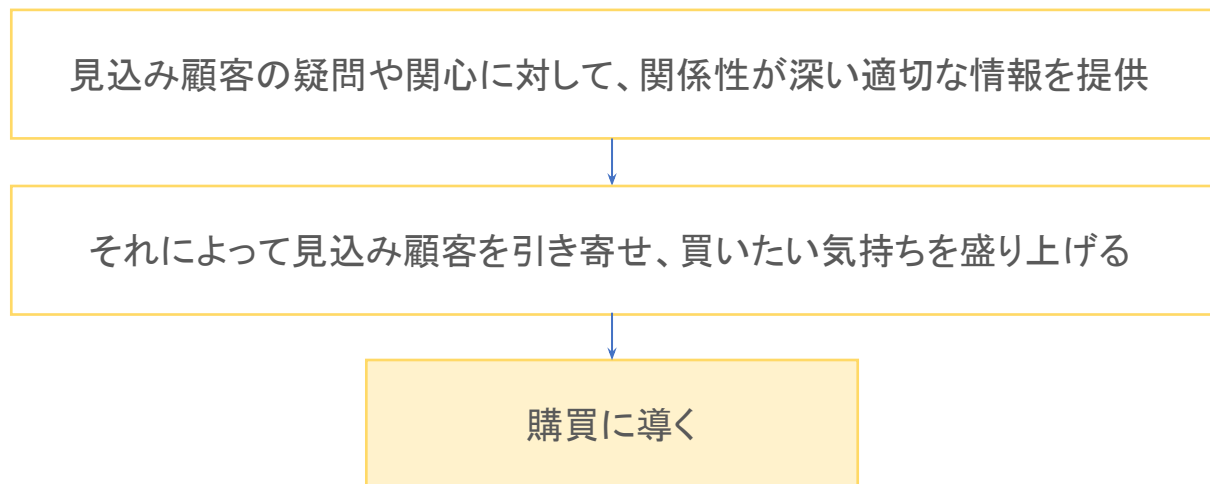
コンテンツマーケティング戦略





# コンテンツマーケティングと コンテンツSEO

## 潜在顧客に「見つけてもらう」仕組みをつくる



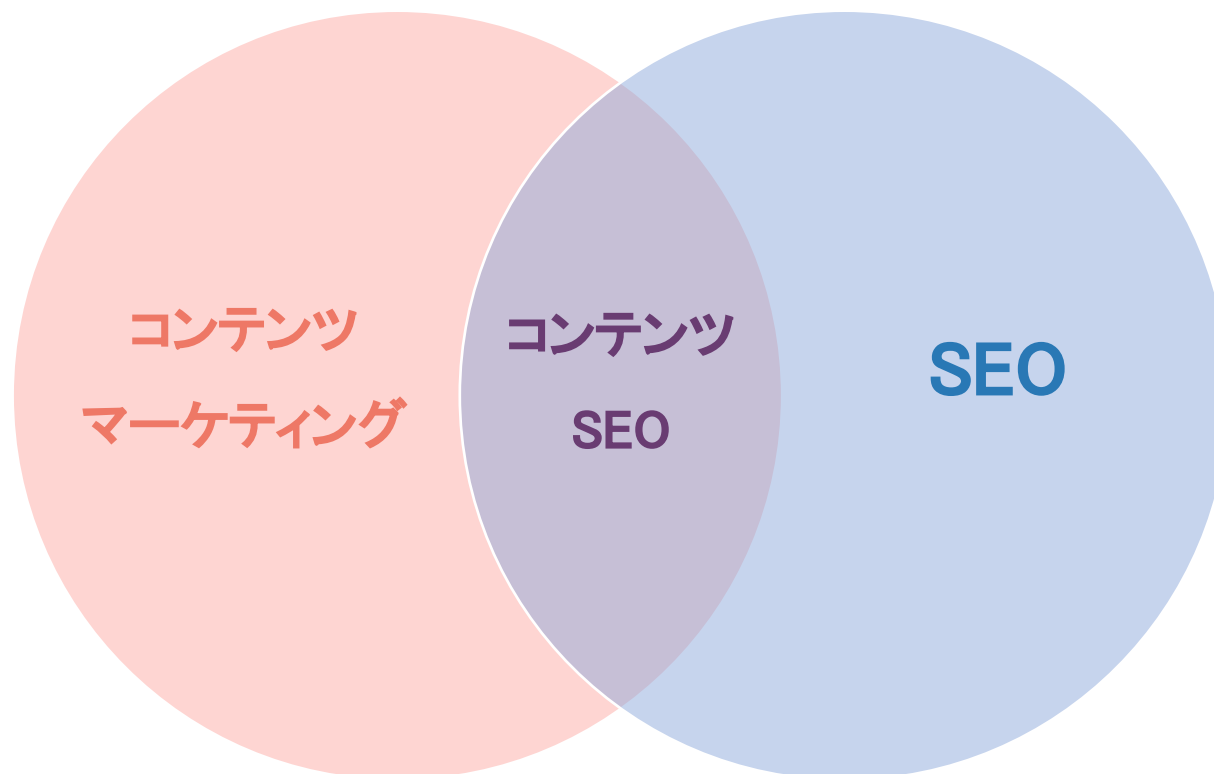
いきなり自社の商品・サービスをアピールしたり売り込んだりするのではなく、  
見込み顧客の購買支援を行うことにより、段階的に関係性を深め、  
最終的に購買してもらうことを目的とするコミュニケーション戦略です。

# 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。



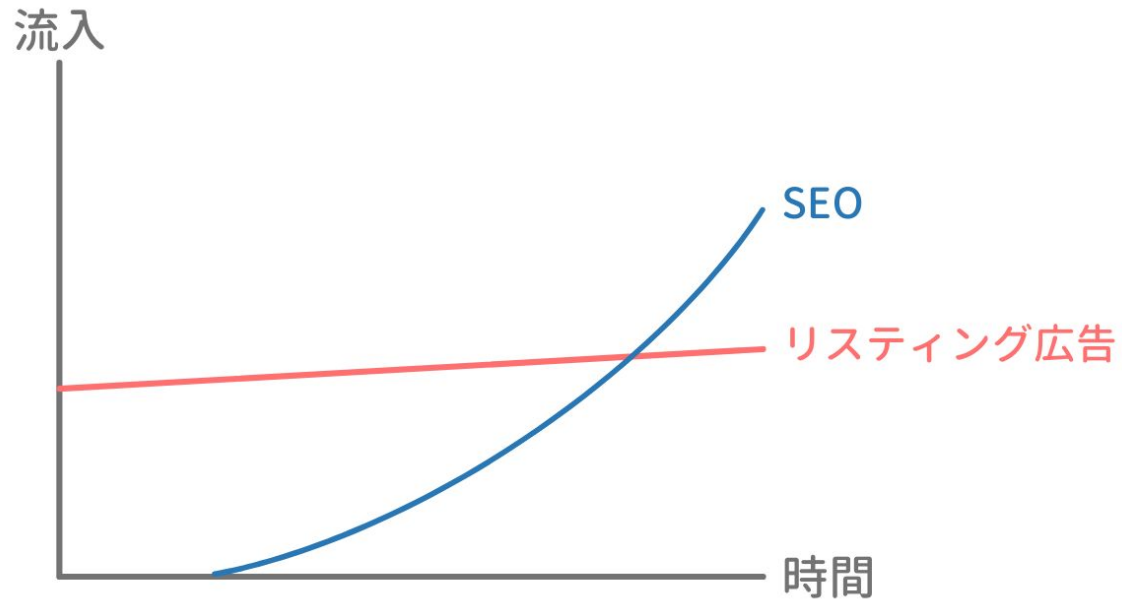


**なぜコンテンツSEOが  
重要になってきているのか**

# 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

## ●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。

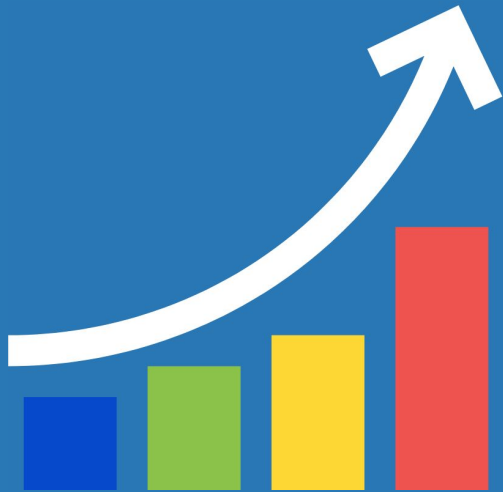
## ●中・長期的には**費用対効果**が極めて高い

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

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。

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

[▶ 詳しいプロフィールを見る](#)

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講師も務め、個別相談も受け付けている。

# 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

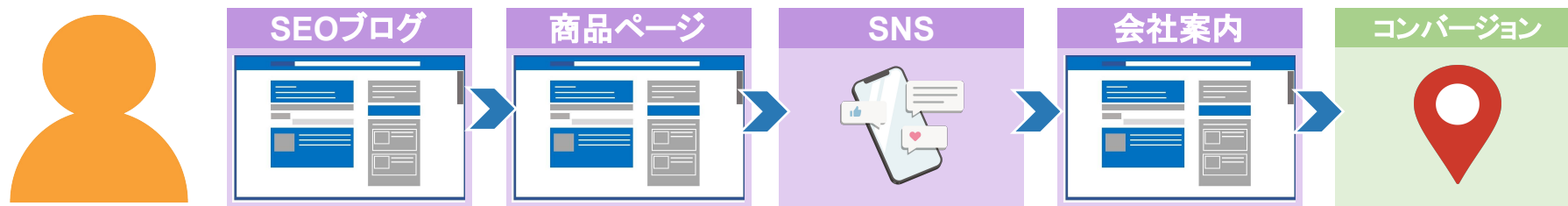
## 外部リンクの獲得方法

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

## マイクロコンバージョンの設定

### ●マイクロコンバージョンとは

マイクロコンバージョンは、コンバージョン前の小さな成功行動や指標を指し、例えばページ閲覧数、カートへの商品追加、フォーム入力など、ユーザーのエンゲージメントを測定し、最終的なコンバージョンに寄与するものです。



※当社のコンテンツ戦略サポートでは、ブログ→商品ページ・施工事例ページ・イベントページなどへ遷移するユーザー数をマイクロコンバージョンとして設定

### ●コンバージョンとの違い

マイクロコンバージョンがコンバージョンまでの通過地点であるのに対し、コンバージョンはウェブマーケティングにおける最終的ゴールです。

コンバージョンには、購入、登録、問い合わせなどがあります。

コンバージョン率の向上は、ウェブマーケティング戦略の成功を示し、収益増加やROI(投資対効果)の向上に寄与します。

## マイクロコンバージョンを設定するメリット

### ●最終的なコンバージョン数が少ないビジネス・産業でデータ量を補える

一部のビジネスや産業では、最終的なコンバージョンが比較的低頻度であることがあります。この場合、コンバージョン数が限られているため、データの統計的な信頼性が低下する可能性があります。マイクロコンバージョンを設定することで、データポイントの数が増え、統計的な信頼性を高めることができます。

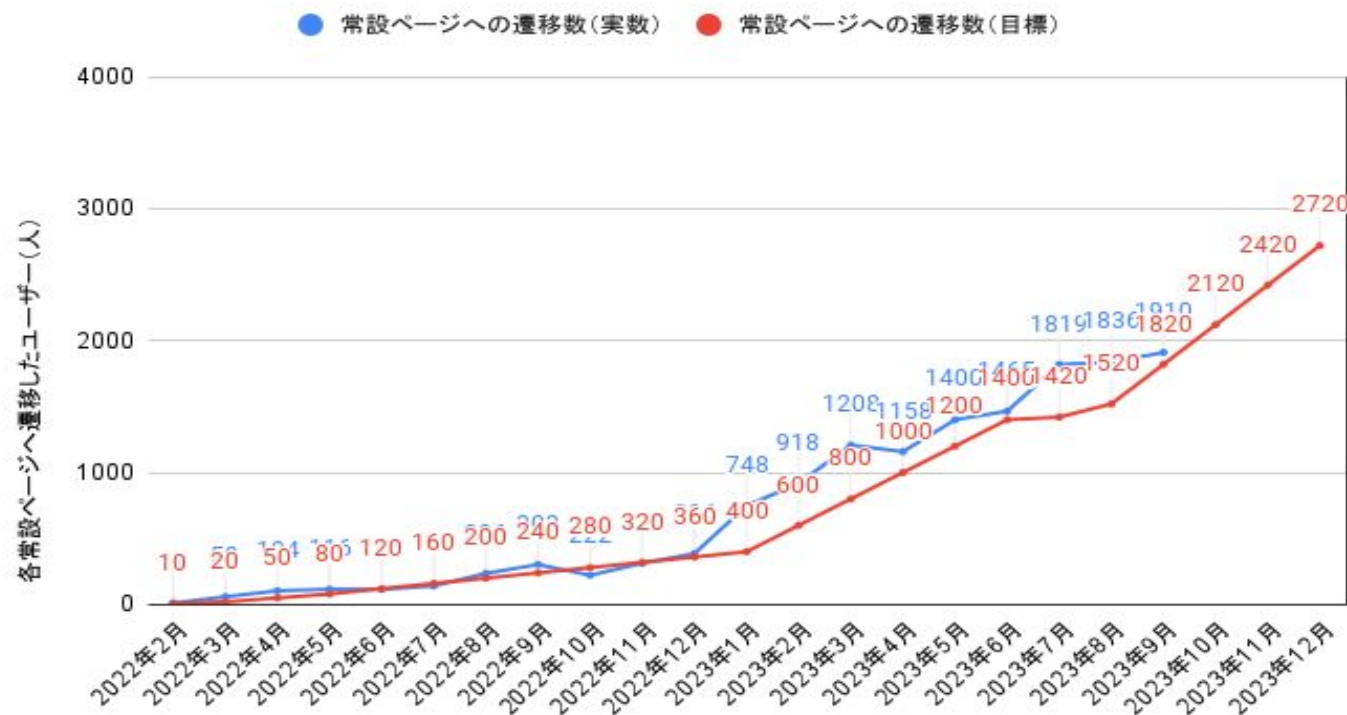
### ●施策運用の最適化に役立てられる

マイクロコンバージョンはユーザーエンゲージメントを詳細に理解する手段です。ユーザーがウェブサイト上でどのような小さなアクションを実行しているかを把握でき、ユーザーの興味や行動パターンを推察できます。

これにより、ウェブサイトの設計やコンテンツの最適化が可能となり、ユーザーがどのステップで離脱しやすいかを特定し、問題の改善を行えます。

# コンテンツSEOでコンバージョン数を上げるポイント

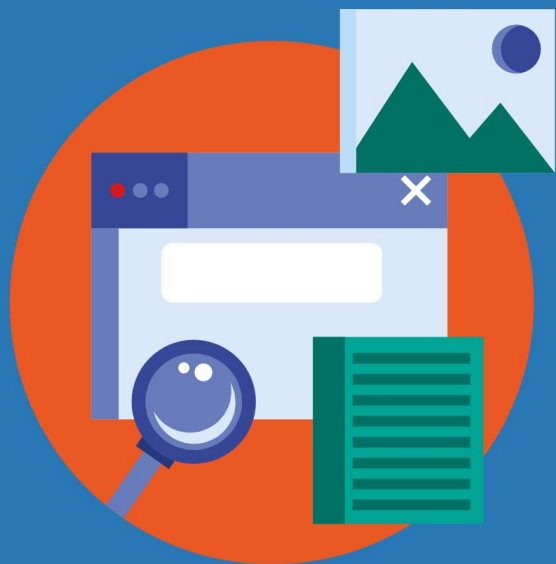
当社がサポートするコンテンツ戦略サポートでは必ずマイクロコンバージョンの設定を行い、ユーザー行動の分析・コンテンツ改善を行っております。



マイクロコンバージョンの例:

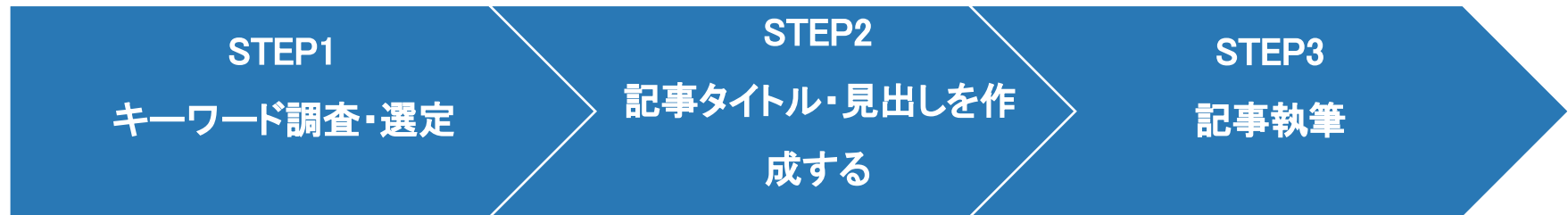
SEOブログ→商品・施工事例・会社案内ページへの遷移ユーザー数をマイクロコンバージョンとして設定





# SEO記事作成のポイント

# SEO記事作成のフロー



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

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

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

## 1-1

## キーワードの拡張

ラッコキーワード

平屋

Googleサジェスト **834 HIT**

平屋のサジェストとそのサジェスト

平屋	平屋+ A
平屋	平屋 愛知県
平屋間取り	平屋 アメリカン
平屋 新築	平屋 アウトドア
平屋 ローコスト	平屋 アパート
平屋外観	平屋 秋田
平屋 おしゃれ	平屋 暑い
平屋 価格	平屋 旭川
平屋 賃貸	平屋 アイランドキッチン
平屋 中古	平屋 青森
平屋間取り 3ldk	平屋 アイデア
平屋間取り	平屋+ B
平屋間取り 3ldk	平屋 ブログ
平屋間取り 4ldk	平屋 物件
平屋間取り 2ldk	平屋 防犯
平屋間取り 25坪	平屋 ビルトインガレージ
平屋間取り 5ldk	平屋 バリアフリー ローコスト
平屋間取り 30坪	平屋 バルコニー
平屋間取り 2ldk おしゃれ	平屋 分譲
平屋間取り 3ldk ロフト	平屋 バリアフリー
平屋間取り 1ldk	平屋 ベランダ
平屋 新築	平屋 別荘
平屋 新築 費用	平屋+ C
平屋 新築 価格	平屋 賃貸
平屋 新築 千葉	平屋 中古
平屋 新築 埼玉	平屋 中古 神奈川
平屋 新築 建売	平屋 中古 埼玉
平屋 新築 ローコスト	平屋 注文住宅
平屋 新築 神奈川	平屋 中古 東京
平屋 新築 おしゃれ	平屋 中二階
平屋 新築 東京	平屋 賃貸 おしゃれ

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争性は高い
- 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

The screenshot displays the Ahrefs interface for the keyword "平屋 3ldk" in Japan. Key metrics include a search volume of 600, a difficulty score of 0 (Easy), and a CPC of \$2.50. The SERP overview table lists 10 search results with columns for rank, AR, DR, UR, backlinks, domains, traffic, keywords, top keyword, and volume.

Search result	AR	DR	UR	Backlinks	Domains	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/oyaku/chumon/c_plan/hiraya_3ldk/	5.3K	84	12	1	1	1,135	79	平屋 間取り 3ldk	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/3ldkの平屋を建てる！広さや費用のポイントは？/	891K	46	10	0	0	344	165	平屋 3ldk	600
4 住友林業の平屋 GRAND LIFE   平屋間取りプラン集 https://stc.jp/e/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	289	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://fuji-solar.co.jp/column/茨城で3ldk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 3ldk	1.1K
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	390	平屋 間取り 3ldk	1.1K
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/	38K	74	25	67	28	7,242	971	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/blog/15016/	6.4M	25	9	0	0	105	66	平屋 3ldk	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 3ldk	1.1K

(例: 平屋 3LDK)

# STEP1: キーワード調査・選定

## 1-4 コラムページでの上位表示が可能か判定

Search result

1	▶ Image pack	
2	平屋で3LDKの間取りをつくるポイント【価格と間取りと住み ... <a href="https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyaku/chumon/c_plan/hiraya_3ldk">https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyaku/chumon/c_plan/hiraya_3ldk</a>	コラムページ
3	3LDKの平屋の建築事例！間取りや費用のポイント ... <a href="https://www.freedom.co.jp/kurashi/間取り/3ldkの平屋を建てる！広さ">https://www.freedom.co.jp/kurashi/間取り/3ldkの平屋を建てる！広さ</a>	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 <a href="https://sfc.jp/ie/lineup/grandlife/plan/">https://sfc.jp/ie/lineup/grandlife/plan/</a>	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   アイパッソの ... <a href="https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/">https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/</a>	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 ... <a href="https://fuji-solar.co.jp/column/茨城で3ldkの平屋を注文住宅で新築する">https://fuji-solar.co.jp/column/茨城で3ldkの平屋を注文住宅で新築する</a>	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 ... <a href="https://www.justhome.jp/plan/hirayadate0003/">https://www.justhome.jp/plan/hirayadate0003/</a>	サービスページ
8	平屋住宅の間取りと事例   ミサワホームの平屋住宅 <a href="https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/">https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/</a>	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トは ... <a href="https://bluehouse.co.jp/blog/blog5/15016/">https://bluehouse.co.jp/blog/blog5/15016/</a>	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 LABO ... <a href="https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/">https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/</a>	サービスページ

- 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

The screenshot shows a search engine interface with the search term '平屋 3LDK' entered. On the left, there are navigation options like 'サジェストを見る', 'Q&Aを見る', etc. The main area displays 'Googleサジェスト 124 HIT' and a list of suggestions including '平屋 3ldk 何坪', '平屋 3ldk ロフト', '平屋 3ldk 25坪', '平屋 3ldk 30坪', '平屋 3ldk トイレ2つ', '平屋 3ldk 相場', '平屋 3ldk ローコスト', '平屋 3ldk 1000万以下', '平屋 3ldk ブログ', '平屋 3ldk 何坪', '平屋 3ldk ロフト', '平屋 間取り 3ldk ロフト', '平屋 3ldk 25坪', '平屋 間取り 25坪 3ldk 南玄関', '平屋 間取り 25坪 3ldk', '平屋 間取り 25坪 3ldk 北玄関', and '平屋 25坪 3ldk 価格'.

### ●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

The screenshot shows a tool titled '見出し (hタグ) 抽出' (Heading (h-tag) Extraction). It has a search bar with '平屋 3LDK' and a '検索上位サイトから抽出' (Extract from top search sites) button. Below the search bar is a 'URL (改行区切り)' field and a 'URLから抽出' (Extract from URL) button. On the right, there are settings for '抽出結果' (Extraction Results) and '関連するドメイン' (Related Domains). The main area displays the extracted content for the search term, including a list of headings (h1, h2, h3) and their corresponding text. The extracted content includes a list of headings (h1, h2, h3) and their corresponding text, such as '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心地がわかる実例も紹介】' and '平屋3LDKの間取りポイント1 家の広さは27~30坪を目安に'.

#### ▶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	<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
記事見出し	<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。



# 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	トライアルプラン	スタンダードプラン	プロフェッショナルプラン
目的	御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)	○	○	○
校閲	○	○	○
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
プロ ダク ション 化 の 記事	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
	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

## 会社概要

商号	株式会社ベース BASE. CO., Ltd.
所在地	三重県本社 〒510-0061 三重県四日市市朝日町3-2プラザ1986 3F
最寄駅	JR四日市駅より徒歩1分 近鉄四日市駅より徒歩15分
設立年月日	1980/08/01
資本金	1,000万円
代表取締役社長	澤田 将司
従業員数	30名(2023年4月現在)
事業内容	ウェブマーケティング ●ウェブサイト制作 ●SNS、YouTubeなどの運用コンサル ●グラフィック制作 ●LINE公式アカウントセールスパートナー ●テレビ/ラジオ放送局の広告代理 ●MAツール「スマケ！」の開発 ●ウェブ広告の広告運用



<https://www.base-net.co.jp/>



web



# 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

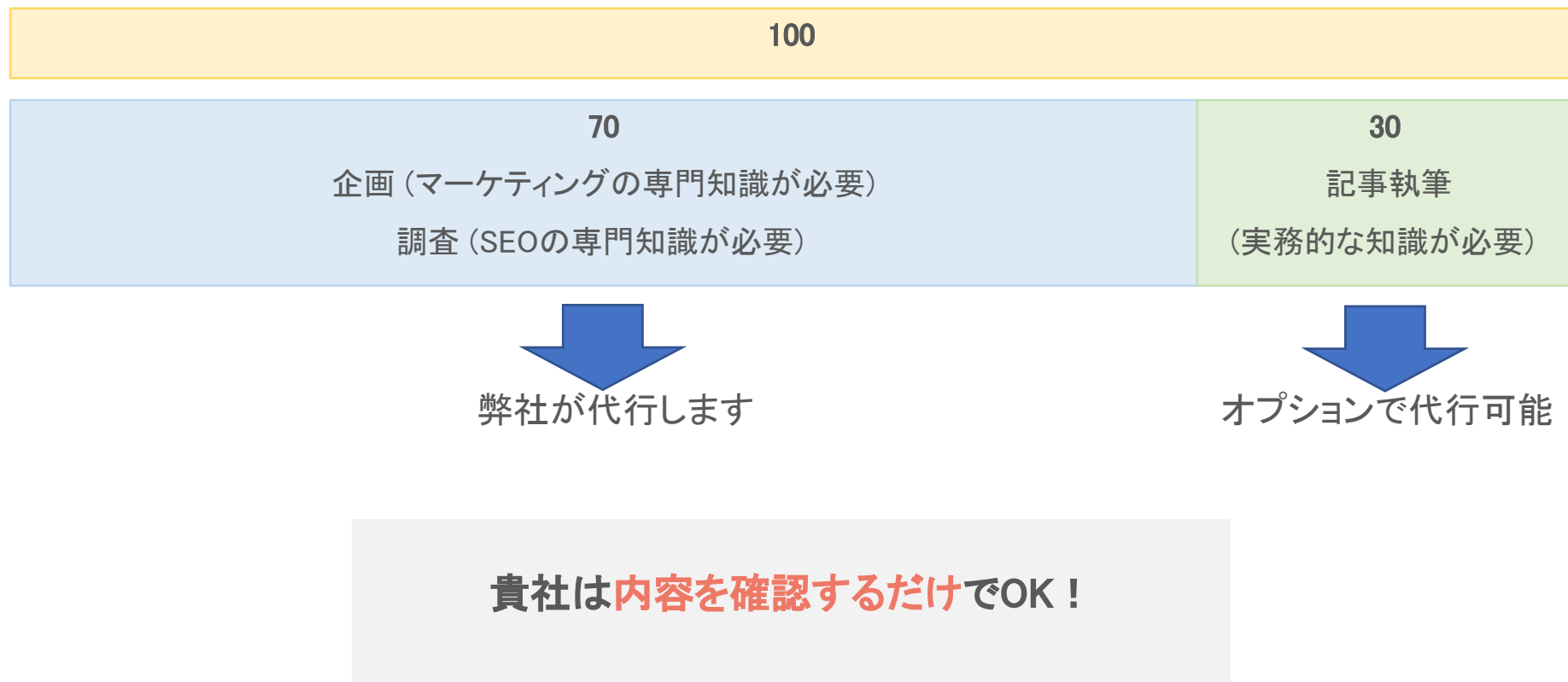
## ●必要だと理解しているものの、社内リソースに余裕がない

- ・ 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



# 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/>