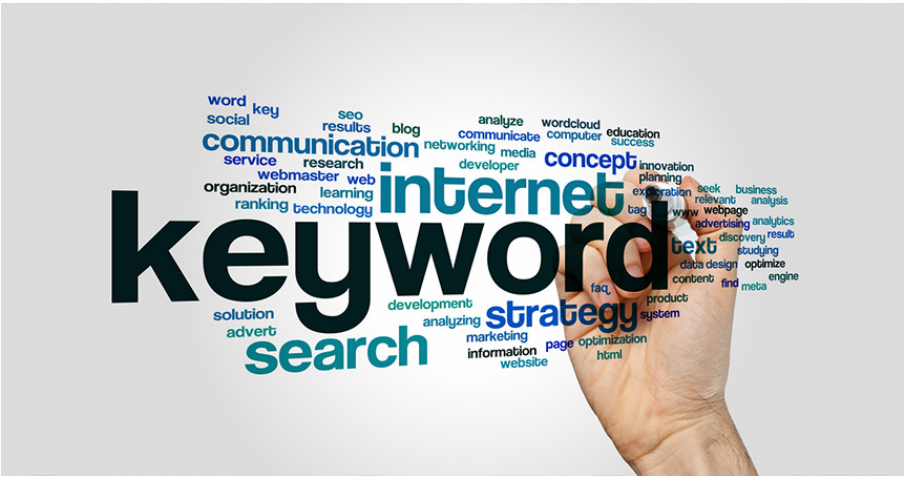


ホーム / SEO / コンテンツSEO / キーワード選定 | 圧倒的集客を実現するコンテンツプランニングと絶対やるべき3つの事

最終更新日 2020.03.25 | コンテンツSEO

キーワード選定 | 圧倒的集客を実現するコンテンツプランニングと絶対やるべき3つの事



いいね！12

ツイート484

642

LINEで送る

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

1/47

コンテンツマーケティングの成功は、SEOとランディングページの最適化にかかっている。

逆を言うと、キーワード選定を疎かにすれば欠陥だらけの効果が出ないサイトになってしまう。だからこそ、弊社ではキーワード選定に1ヶ月近くの時間と労力をかけている。

正直かなり大変だが、妥協せずに力を入れて実施しているからこそ成果に繋がっていると実感している。

そこで今回は、キーワード選定の実践的な進め方を、弊社で実際に行っているキーワード選定法とともにご紹介する。主に以下の3つについてだ。

- サイトの構造を決定するためのキーワードの選定方法
- 優先的に攻略すべきキーワードの選定方法
- CVまでの道筋を考慮したキーワードの選定方法

このあたりを理解し実践してもらえれば、面白いように成果に繋がるサイトの設計やプランニングができるだろう。

ぜひ参考にしてほしい。

1. SEOに強いサイトを構築するキーワード選定4つのステップ

ってアクセスしやすいサイトになるし、結果としてSEOの効果が安定する。

具体的には以下の4つのステップだ。

- ステップ①：関連するキーワードを全て洗い出す
- ステップ②：複合キーワードと月間検索ボリュームを全て出す
- ステップ③：キーワードを取捨選択する
- ステップ④：サイト構造を決定する

ステップ①～②が依頼内容です。

それでは、最初のステップから見ていこう。

ステップ①：関連するキーワードを全て洗い出す

まずは、あなたのビジネスに関連するキーワードを手当たり次第に全て抽出しよう。

ここで大切なのは「問い合わせに繋がらないだろう」「あまり関係ないかも」といった思い込みを一切排除し、できる限り多くのキーワードを抽出することだ。

例えば、バズ部は、「Webマーケティングで結果を出すために必要なことが全て分かるブログ」なので、関連性のあるキーワードとは、ブログ運営やSEO、LPO、コピーライティング、ソーシャルメディア運用に関するキーワードとなる。

つまり、以下のようにキーワードを列挙していくべきだ。

- ・ SEO
- ・ 検索エンジン
- ・ タイトルタグ
- ・ 見出しタグ
- ・ アンカーテキスト
- ・ サイトマップ
- ・ WordPress
- ・ CMS
- ・ 被リンク
- ・ 記事
- ・ コンテンツマーケティング
- ・ コンバージョン
- ・ 集客
- ・ WEBマーケティング
- ・ ブログ
- ・ オウンドメディア
- ・ LPO
- ・ ランディングページ
- ・ コピーライティング
- ・ 文章力
- ・ ソーシャルメディア

STEP 1

- Twitter
- メルマガ

ステップメール etc.

そして、これらのキーワードは以下のような方法を用いて出せるだけ出していく。

- 自分の頭で考えて出す
- あなたのビジネスに関連する資料を参考にする
- Googleの検索結果を参考にする
- Yahoo!知恵袋を使用する

抽出したキーワードはExcelなどのファイルにどんどん追加していくという流れだ。

それぞれ見ていこう。

(1)自分の頭で考えて出す

まずは自分の頭で考えて、キーワードを出せるだけ出していこう。

「そんなことか」と思われるかもしれないが、これが最も広範にキーワードを抽出できる方法だ。直接お客さんと接したり、ビジネスに直接関わったり、現場のことをよく知っている本人が考えることで、効果的なキーワードをたくさん抽出することができるだろう。

まずは何も考えずどんどんキーワードを出してみよう。あなたや同僚、お客さんが普段から使う言葉にたくさんのヒントが隠れているはずだ。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

5/47

とにかく数を集めることだけを考えてリストアップしていこう。

(2)あなたのビジネスに関連する資料を参考にする

あなたのビジネスに関連する資料を参考にしよう。

例えば下記はキーワードのリサーチに役立つ可能性が高い。

- パンフレット
- 商品サービスの説明書
- 営業資料
- 書籍などの出版物
- コーポレートサイトやサービスサイト
- ブログ

自分の頭で考えるだけでは、どうしても漏れが発生する。
それを補完するという意味で、これらの資料を活用してキーワードを抜き出すのはおすすめだ。

(3)Googleの検索結果を参考にする

Googleの検索結果を参考にすると、あなたのビジネスに関連するキーワードを探すことができる。

例えば「SEO」と検索してみよう。表示されるページを1つ1つ見ていくと、下記のような言葉を見つけることができる。

- ・ 外部施策
- ・ 内部試作
- ・ SEM
- ・ Webスパム
- ・ 広告コスト
- ・ CVR
- ・ EAT
- ・ サーチコンソール
- ・ 内部リンク
- ・ 共起語
- ・ クエリ
- ・ ページスピード
- ・ URL正規化
- ・ クローラビリティ etc.

このように検索結果を参考にリサーチを進めると、自社ではあまり使わないが他社がよく使う言葉や、専門用語、そもそも知らなかった言葉など、あらゆるキーワードのヒントを数多く得ることができる。

まずは、あなたのビジネスにおいて重要なキーワードを起点に検索し、芋づる式にどんどん新しいキーワードを発掘していこう。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

7/47

ここまで紹介してきた方法の中で、唯一ユーザーの生の言葉が書かれている媒体だ。いくらGoogleの検索結果を参考にしてもユーザーの生の言葉は書かれていない。

サイト運営者の言葉しか書かれておらず、ユーザーが普段から使う言葉がわからないということだ。

つまり、Yahoo知恵袋を参考にすることで、ユーザーが普段から使うキーワードを発掘することができる。

感情の伴うキーワードや、専門家の間では使わないが一般ユーザーの間ではよく使われている言葉、略語など、多くのヒントを得ることができる。

例えば「SEO」について検索すると以下のような質問があった。

seoのドメイン年齢について
事業用サイトを立ち上げて、yahooにインデックスされて約4ヶ月になります。
スモールキーワードですが、狙ったキーワードで4〜6位に表示されるようにはなりました。

他の上位1〜3位のサイトを見てみるとSEO対策等何もしていないようなサイトばかりです。
被リンク数も少なく、(質も大した事のないサイトからばかり)、metaタグ・htmlなどもめちゃくちゃだったり
キーワード比率も適当。中にはタイトルが100文字以上の長いタイトルでキーワードを羅列しているだけだったり。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

8/47

<Yahoo知恵袋の質問から浮かび上がったキーワードのヒント>

- ・ドメイン年齢
- ・インデックス
- ・スモールキーワード
- ・metaタグ
- ・html
- ・キーワード比率

例えば、私たちバズ部では「キーワード比率」という言葉を使用する場面は皆無だ。

おそらく頭の中で考えたり、社内の資料をリサーチしたり、複数名でプレストしても「キーワード比率」という言葉は出てこないだろう。そもそも重要視していないし、議論の余地がないからだ。

でも、ユーザーは違う。

ユーザーが「キーワード比率」という言葉を使っているのは事実だ。

つまり、SEOについて調べているユーザーにとって、重要なキーワードかもしれないということだ。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

9/47

※Twitterの活用もおすすめだ。Yahoo知恵袋と同様、ユーザーの生の声が掲載されている貴重な媒体だ。Twitterは複数ユーザーを交えたコミュニケーションが可視化されているから、普段からどのような言葉を使っているのか把握することができる。キーワード抽出のヒントになるはずだから、ぜひ活用しよう。

STEP 1

ステップ②：複合キーワードと月間検索ボリュームをすべて出す

次のステップは、複合キーワードと月間検索ボリュームの抽出だ。

このステップはとても簡単だからそのまま真似して進めてほしい。

まず、ステップ①で洗い出したキーワードのうち1つを選択しよう。

1つのキーワードの複合ワードと検索ボリュームを出したら次のキーワード、さらに次のキーワード、というように、ステップ②の作業を何度も繰り返し行っていく。

地道な作業だが、大切な工程だから気を抜かず進めていこう。

(1)サジェストツールで検索する

まずは、サジェストツール（関連キーワードを一括で取得するためのツール）で複合キーワードを検索しよう。

STEP 2

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

10/47

goodkeywordにアクセスしたら、検索窓にキーワードを入力し「検索」ボタンをクリックしよう。



すると、下記のように関連キーワードが一覧で表示される。



<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

11/47

(2)キーワードプランナーで検索する

次にGoogleキーワードプランナーに移動しよう。(Googleが公式で提供している広告運用のためのツールだ。)

Google広告の管理画面に入ったら、上部の「ツールと設定」を選択し、「キーワードプランナー」へ移動しよう。



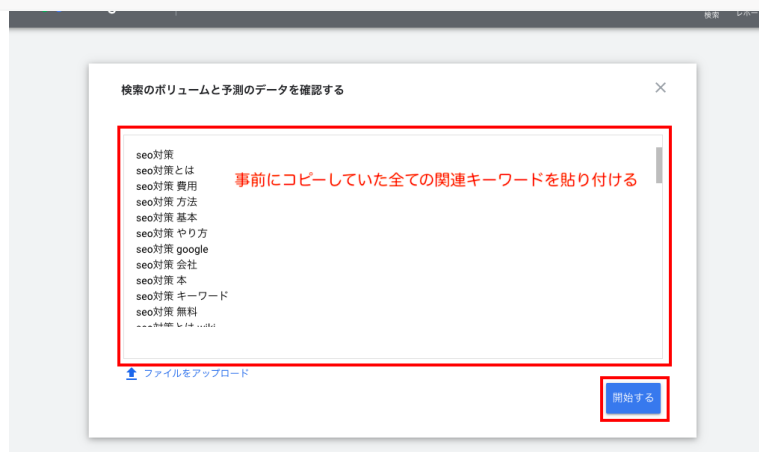
次に2つの選択項目が表示されるが、右側の「検索のボリュームと予測のデータを確認する」をクリックしよう。



すると、以下のような画面が表示される。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

12/47



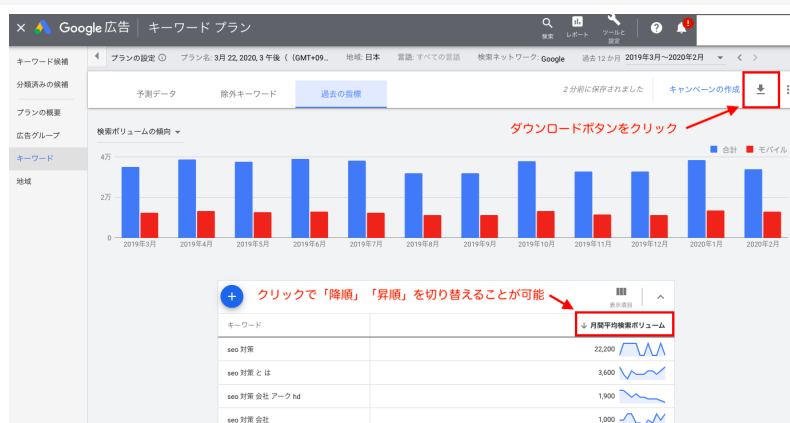
「開始する」のボタンをクリックすると、次の画面に移動する。



複雑なページのように感じるだろうが、赤枠の「過去の指標」をクリックするだけで。

<https://bazubu.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

13/47



「プランの過去の指標 (csv)」をクリックして、csvファイルをダウンロードしよう。

このCSVファイルを
私に提出すれば完了です。

<https://bazuby.com/how-to-choose-seo-keywords-18458.html>

14/47