

講座

# Web 広告

村山 哲治

## SEO成功の手立てを キーワード戦略で 再考する（前編）

### ■キーワードの基本とその重要性 の再確認

ちょうどいま当社のクライアント案件で、Google 広告を運用することになりリスティング広告に必要なキーワードの見直し作業を行ってまいりました。その際にレクチャーした内容を前編・後編の2回に分けて解説してみたいと思います。

キーワード戦略も単にキーワードをページに散りばめることが効果的だった時代から、今や検索エンジンはコンテンツの質、文脈、そして何よりユーザーの意図とどうマッチさせるかが重要となってきました。

### ■キーワード選定の基本

SEO戦略においてキーワード選定は、重要な要素です。まずは、適切なキーワードを

どのように選定し、それを戦略にどう組み込んでいけばよいのでしょうか。

#### ①キーワードリサーチのステップ

キーワードリサーチは、効果的なSEO戦略の根幹となるプロセスです。そのプロセスについて説明します。

##### ・ステップ1: ビジネス目標の明確化

まずは、ビジネスの目的地を明確に定義することから始まります。この段階では、ビジネスにおいて達成したい目標を具体的に設定し、それに基づいてキーワードリサーチを進めます。

##### ・ステップ2: ターゲットユーザーの理解

次に、ターゲットユーザーがどのような検索クエリを使用しているかを探ります。ターゲットユーザーの検索行動を分析することで、どのような問題を解決しようとしているのか、どのような情報を求めているのかを把握します。

##### ・ステップ3: キーワードの選定

得られた情報を元に、ターゲットユーザーに価値あるコンテンツを提供するためのキーワードやフレーズを選定します。このステップでは、ユーザーのニーズに最も密接に関連するキーワードを見つけ出すことが目標です。

##### ・ステップ4: 競合分析

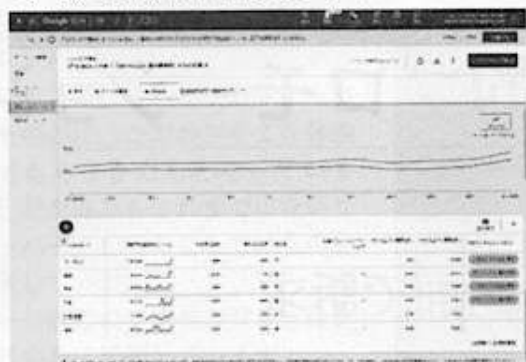
競合のWebサイトがどのキーワードで成功を取っているかを分析します。この分析を通じて、自社のWebサイトが取り組むべき新たなキーワードや、未開拓のニッチ市場を発見することができます。

これらのステップを踏むことで、ターゲットユーザーに響くコンテンツを提供し、検索エンジンでの可視性を高めることが可能になります。

#### ②キーワード選定ツールの活用

ステップの流れは分かってもそれをどうやって調べたり、設定したりすればよいのかという問題があります。それには適切なツールの活用が欠かせません。一般的に多く利用されている「Google キーワードプランナー（無償）」、被リンク分析、競合分析ができる「Ahrefs（有償）」、SEO順位や競合分析ができるオールインワンツール「SEMrush（有

償)」など、多くの優れたツールがあります。これらのツールは、キーワードの検索ボリューム、競争度、関連キーワードの提案など、貴重な情報が確認できます。



#### < Google キーワードプランナー >

ツールを活用する際には、ただキーワードをリストアップするだけでなく、それらのキーワードがビジネスの目標やターゲットユーザーの検索意図とどのように連携しているかを考えることが重要です。効果的なキーワードリサーチとするためには、多くの訪問者をただ引き寄せるだけでなく、ビジネスの目的にマッチする潜在顧客を引き寄せることに焦点を当てることが重要です。

こうして選定すべきキーワードが明確になってきたら、それをどのように Web サイトのコンテンツに組み込み、ユーザーの検索意図に応え最適化していくかという運用段階に入っていきます。

### ■キーワードの運用と最適化

キーワードの選定が終われば、それらを Web サイトのコンテンツとして使い、訪問者にどのような価値として提供するかが次の課題となります。ここでは、具体的な例を交えながら、キーワードの組み込み方とその密度の重要性について探ります。

#### ① キーワードの組み込み方

健康食品を扱うサイトで「ヘルシーな朝食レシピ」というキーワードを効果的にコンテンツ内に組み込む方法を考えてみましょう。最初に、このキーワードをコンテンツタイトルに含めることから始めます。例えば「ヘルシーな朝食レシピ：忙しい朝でも簡単に作れる五つのアイデア」というタイトルが考えら

れます。これにより、何が五つあるのかが明確になり、読者にとって興味を引く内容となります。

続いて、コンテンツの導入部でこのキーワードを自然に使い、読者の関心を引きます。「忙しい朝でも手軽に作れるヘルシーな朝食レシピをお探ですか？ここでは、あなたの一日を健康的にスタートさせる五つの簡単レシピをご紹介します。」

さらに、メタディスクリプションにも「ヘルシーな朝食レシピを五つ紹介。忙しい朝にぴったりの簡単で健康的な食事で、一日をエネルギーにスタートしましょう！」といった内容を含めることで、検索結果でのクリック率を高めることができます。

#### ② キーワード仕様の密度

キーワード「ヘルシーな朝食レシピ」の自然な使用とキーワード密度のバランスが重要です。例えば、全体のコンテンツが600語程度であれば、「ヘルシーな朝食レシピ」というフレーズを記事全体で3回～6回程度使用することが理想的です。この範囲なら、内容が自然で読みやすく、検索エンジンによるペナルティのリスクも低くなります。

また、類似キーワードや関連する言葉を使用することで、コンテンツのトピックを検索エンジンに明確に伝えることができます。例えば、「健康的な朝ごはん」「簡単な朝食アイデア」「栄養豊富な食事」など、さまざまな表現を取り入れることで、一つのキーワードに依存しないコンテンツを作成することが可能となります。

キーワードの適切な組み込みとバランスのとれた密度によって、サイトの訪問者との強い結びつきを築き、SEOの効果を高めることができます。

ここまでで、キーワードの再確認として、選定の基本、そして運用と最適化の方法について探りました。適切なキーワード戦略がSEO成功へのカギであることをご理解いただけたでしょうか。さらに後編では、キーワード戦略の進化、実践的な事例を通して探っていききたいと思います。

(東京ドアーズ/人間力教育センター 代表)