

# 見込み顧客獲得のための コンテンツマーケティング×SEO



 ジェネマーケティング



# 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

見込み顧客の疑問や関心に対して、関係性が深い適切な情報を提供



それによって見込み顧客を引き寄せ、買いたい気持ちを盛り上げる



購買に導く

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。

# 集客コンテンツとセールスコンテンツの違い

## ● 集客コンテンツとは

見込み客を集めることを目的としたコンテンツ

## ● セールスコンテンツとは

コンテンツの作り手が望むアクションを、読者にとってもらうためのコンテンツ  
= 商品・サービスを売ることだけに特化したコンテンツ



### 注意点

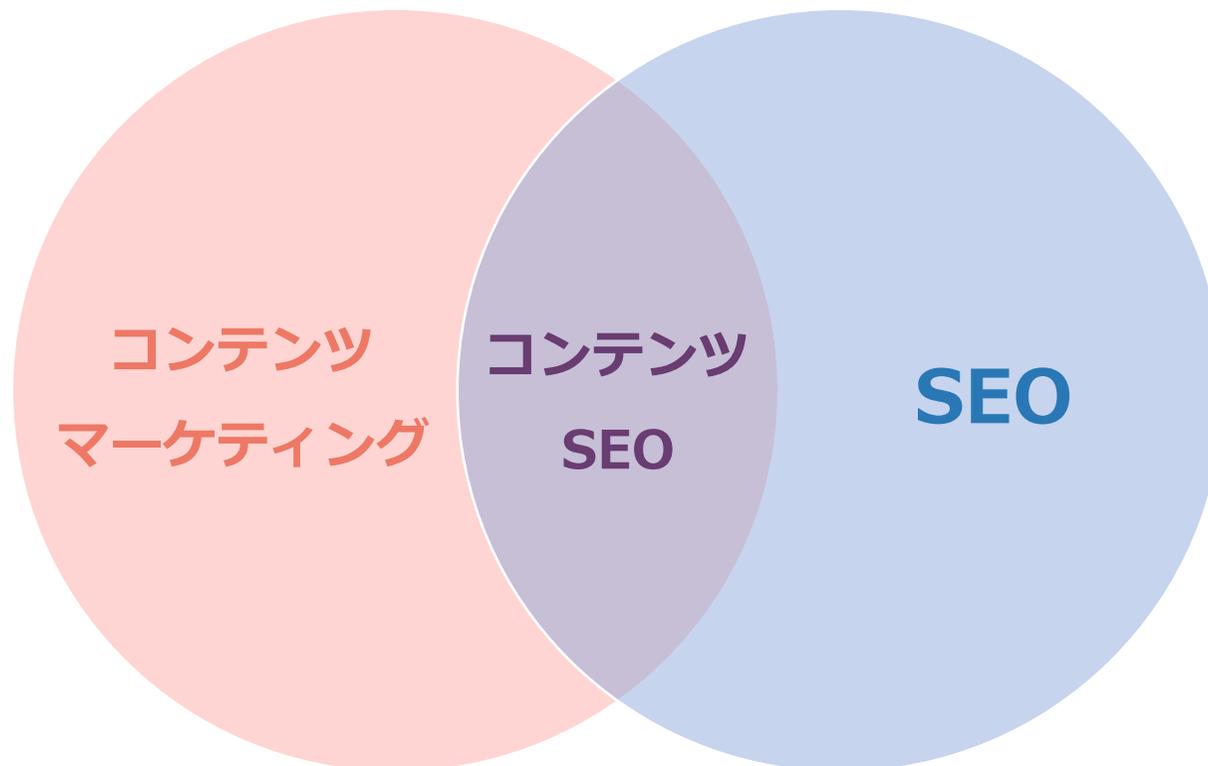
- 集客コンテンツとセールスコンテンツは**分ける**べき
- 集客用コンテンツでは、**読者の求めている情報提供に徹する**

# 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 (コラム) 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。



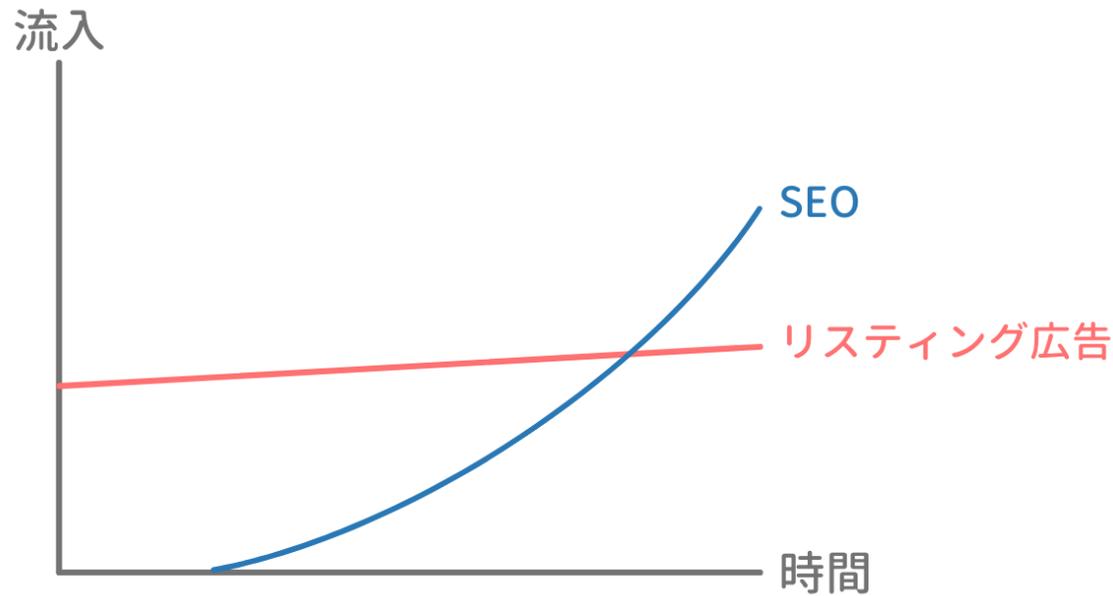


**なぜコンテンツSEOが  
重要になってきているのか**

# 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、**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、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

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 = コンテンツ評価 × 外部リンク評価

## 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



## 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

「**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

## ● SEOで重要なドメインパワーについて

### ◆ ドメインパワー (ドメインの力/Domain Rating) とは？

サイトのドメインが、Googleの検索エンジンからどの程度の評価を得ているかを指す言葉。

## 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 ≡ 被リンクの数と質

自社サイトと関連性の高いサイトからの被リンクが効果的



## ● 質の高い被リンクを集める

- ・ ドメインパワーの強いメディアへのタイアップ記事広告出稿
- ・ アフィリエイトプログラムを導入する (アフィリエイトサイトからの被リンクが集まる) など

## ● 競合が少ないニッチなキーワードを狙う

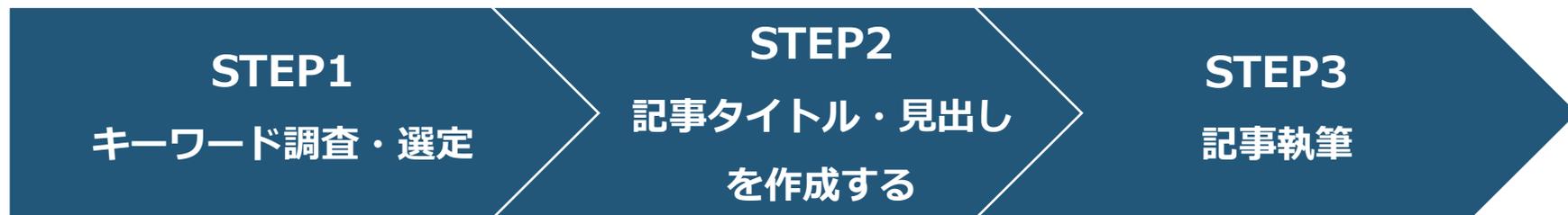
検索ボリュームが多いほどライバルが多いため、上位表示の難易度は高くなる傾向

## ● コンテンツ (記事) の質を高める

SEOは「**コンテンツ評価**」と「**外部リンク効果**」の掛け合わせであるため、  
図解を駆使して分かりやすく解説したり、一次情報を記載して、他社コンテンツとの差別化を図る



# SEO記事作成のポイント



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合性は高い
- 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... <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>	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... <a href="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？/">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？/</a>	891K	46	10	0	0	344	165	平屋 3ldk	600
▶ 3 Sitelinks									
4 住友林業の平屋 GRAND LIFE   平屋間取りプラン集 <a href="https://stc.jp/e/lineup/grandlife/plan/">https://stc.jp/e/lineup/grandlife/plan/</a>	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... <a href="https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/">https://www.ipasso.jp/plan/hiraya0001/</a>	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... <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>	4.0M	29	8	0	0	167	107	平屋 間取り 3ldk	1.1K
▶ 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>	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 <a href="https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/">https://www.misawa.co.jp/kodate/guide/hiraya/</a>	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... <a href="https://bluehouse.co.jp/blog/blog/15016/">https://bluehouse.co.jp/blog/blog/15016/</a>	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... <a href="https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/">https://actus-labo.com/hiraya-plan/hiraya0002/</a>	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

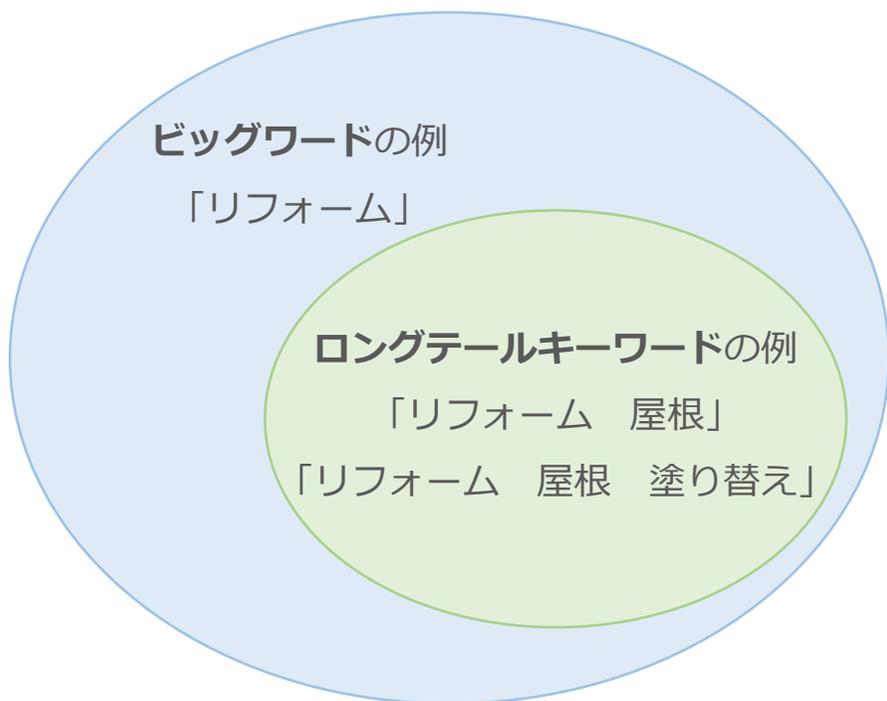
## 補足

## ロングテールキーワードの考え方

### ◆ロングテール (長い尻尾) キーワードとは？

2つ以上の単語で構成されるキーワードで「複合キーワード」や「テールワード」とも言います。

検索ボリュームこそは多く望めませんが、**購買に近いユーザー層**のアクセスを獲得できる可能性が高いという特徴があります。



### ～ロングテールSEOのメリット～

- ユーザーのニーズ (検索意図) を捉えたコンテンツが作りやすい
- コンバージョン率が高い傾向にある
- 競合サイトが少なく、長期安定型の集客が可能

# 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

ラッコキーワード 平屋 3LDK

サジェストを見る  
Q&Aを見る  
ニュース/話題の記事を見る  
Googleトレンドを見る  
共起語βを見る  
周辺語・連想語を見る  
類語・同義語を見る  
関連：売り出し中サイト  
関連：中古ドメイン

Googleサジェスト 124 HIT

平屋 3LDKのサジェストとそのサジェスト

- 平屋 3ldk
- 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
- 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

見出し (hタグ) 抽出  
見出し、TITLE、ページ文字数の抽出

検索キーワード

PR 個人ブログも売れる！サイト売買の「ラッコM&A」(サイト移行代行対応)

抽出結果 関連するドメイン

平均文字数：4332 (1970~7000) CSVダウンロード

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】 | 住まいのお役立ち記事  
7000  
https://suumo.jp/article/oyakudachi/oyaku/chumon/c\_plan/hiraya\_3ldk/

h1 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】

- h2 平屋3LDKの間取りポイント1 家の広さは27~30坪を目安に
  - h3 23畳のLDKがある 3LDK約90m2の間取り
- h2 平屋3LDKの間取りポイント2 水まわりを近くに配置して家事をスムーズに
  - h3 水まわりを近くに配置した家事動線のよい間取り
  - h3 洗面室と脱衣室にウッドデッキを隣接させた間取り
- h2 平屋3LDKの間取りポイント3 家の形に凹凸をつけて、採光・通風を確保
  - h3 L字型の一部にウッドデッキを配した間取り
- h2 平屋3LDKの間取りポイント4家の配置は、道路付けの方位を考慮して決める

### ◆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
平屋 3ldk	1,600
3ldk 平屋	720
平屋 間取り 3ldk	2,400
平屋 3ldk 間取り	800
3ldk 平屋 間取り	1,300

Googleサジェスト	月間平均 検索ボリューム
平屋 3ldk 価格	170
平屋 3ldk ロフト	170
平屋 3ldk 何坪	50
平屋 3ldk 間取り 南玄関	40
平屋 3ldk 25坪	40
平屋 3ldk 30坪	30
平屋 3ldk 坪数	30
平屋 3ldk 外観	260
平屋 3ldk 相場	30

記事タイトル	<h1> 平屋で3LDKの間取りをつくる際の、坪数の目安と建築費用の相場 </h1>
記事見出し	<h2> 平屋3LDKの坪数の目安 </h2> <h2> 平屋3LDKの価格相場 </h2> <h3> 建築費用の価格相場 </h3> <h3> 大手ハウスメーカーに依頼する場合の相場 </h3> <h3> ローコストハウスメーカーに依頼する場合の相場 </h3> <h2> 平屋3LDKの間取り例 </h2> <h3> 3LDK 25坪 </h3> <h3> 3LDK 30坪 </h3> <h3> 3LDK ロフト付き </h3> ※施工事例を紹介 <h2> まとめ </h2>

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。

## 記事下にCTAを設置 → 見込み顧客を獲得

### ◆CTA (Call To Action / 行動喚起) とは？

WEBサイトの訪問者を**具体的な行動** (例：セミナー予約) に**誘導する**ためのテキストや画像に対して使われている用語のこと。

### ●コンバージョンの例

住宅会社の場合：来場予約 (モデルハウス見学・個別相談会)

ホテルの場合：宿泊予約

### ●中間コンバージョンの例

住宅会社の場合：資料請求 (平屋の間取り集)、LINEの友だち追加

※いきなり来場予約はハードルが高いため、中間コンバージョンを置くことで、リードの獲得数を上げる

### 補足

SEO流入によってサイトを訪れたユーザーが、そのまま記事下のCTAからコンバージョンするのが理想系ではありますが、今の時代は、ユーザーのカスタマージャーニーやファネルが複雑化しており、**SEO単体で完結するケースは減っています**。

例：SEOで認知 → 記事で深く理解 → SNSで評判を調べる → 購入

ターゲットのカスタマージャーニー全体を把握して、なるべく全部のタッチポイント (接点) に向けたコンテンツを提供する。SEOもSNSもその1つにすぎない、という考え方の方が合理的です。

# 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 (コラム) 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

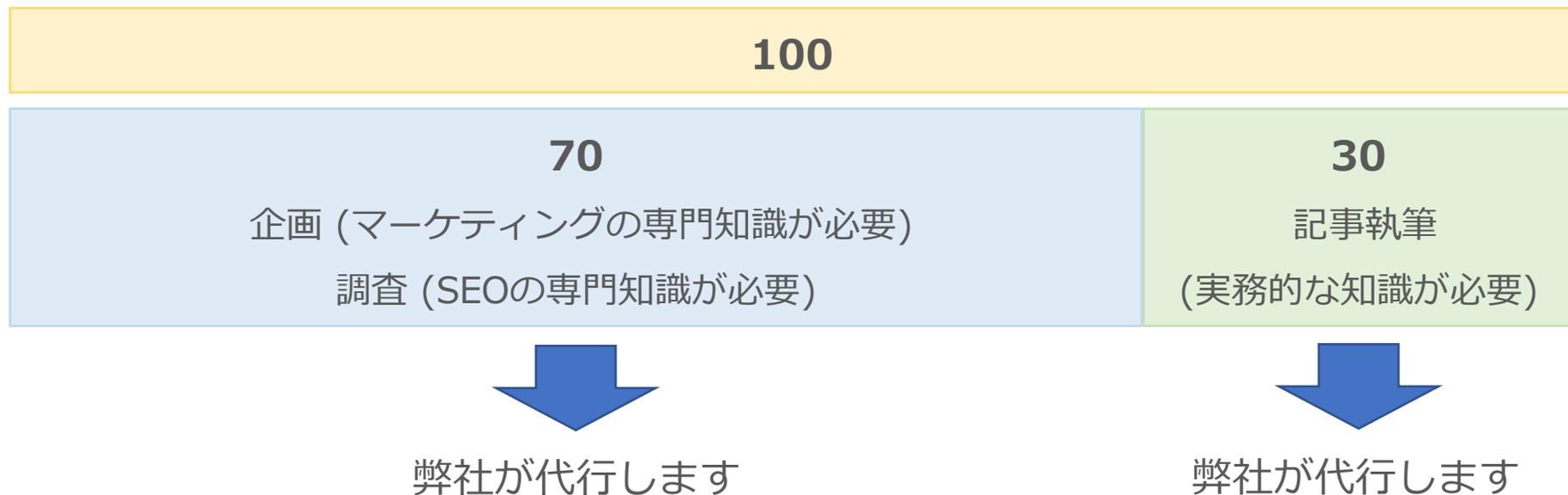
- ・ 独学でSEOを学び試行錯誤してみるも、なかなか上位表示されない
- ・ SEOに対する知見を持った相談相手がいない

## ●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



**貴社は内容を確認するだけでOK!**

# ジェネマーケの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	ライトプラン	スタンダードプラン	プロフェッショナルプラン
目的	サイト訪問者のCV獲得	検索流入からのCV獲得	
概要	4記事分の記事タイトル・見出し案作成	4記事分の記事タイトル・見出し案作成 各種SEO対策	8記事分の記事タイトル・見出し案作成 各種SEO対策
メリット	サイト訪問者のCV率が上がる	サイトへの訪問者数が増加する サイト訪問者のCV率が上がる	サイトへの訪問者数が増加する サイト訪問者のCV率が上がる コンテンツ毎のPDCAが回る
月額	110,000円 (税抜価格100,000円)	220,000円 (税抜価格200,000円)	330,000円 (税抜価格300,000円)
月次定例	×	○	○
導入目的/KPI設計	○	○	○
執筆指示書	○	○	○
校閲	○	○	○
GoogleAnalytics分析	×	○	○
SEO順位計測	×	○	○
リライト提案	×	×	○

※SEO (自然検索) 流入を獲得したい場合は、**スタンダードプラン** または **プロフェッショナルプラン** をお選びください

## ●少額から取り組みやすい料金形態

大手SEO会社と比較し、**圧倒的なコストパフォーマンス**を実現！  
少額からテスト的に取り組める価格帯・サービス内容をご提供します。

## ●SEOを含む集客全体のマーケティング戦略の知見

当社は**Webマーケティング支援に特化した会社**です。  
サイトの規模に応じて、最適な集客を実現することで、商材・サービスの問い合わせ数の増加や、  
企業の根本の課題解決を得意としています。

## ●結果第一主義

我々の目的は、検索エンジンでの上位表示ではありません。  
それは手段であり、目的はあくまでも**お客様の利益創出**です。  
お客様のマーケティング全体を俯瞰し、最短で最大利益を生み出す施策から着手します。

# 最後までご覧いただきありがとうございます

---

本資料で コンテンツマーケティングに興味を持った方は、  
Google Analytics ・ Google Search Console の権限をいただければ、  
具体的なご提案も可能です。お気軽にお問い合わせくださいませ。



## お問い合わせ窓口はこちら

お問い合わせフォーム : <https://genemarke.com/contact/>

Email : [masashi.kuno@genemarke.com](mailto:masashi.kuno@genemarke.com)