

【上位表示を目指すなら必見！】

# SEOのキーワード選定マ ニュアル



- 01 はじめに
- 02 企業がキーワード選定で抱える悩み
- 03 キーワード選定とは
- 04 キーワード選定前に行うこと
- 05 キーワード選定の手順
- 06 キーワード選定の注意点
- 07 キーワード選定でおすすめのツール
- 08 メディアの上位表示を支援しているテクロ社のサービス
- 09 テクロ社のオンライン無料相談
- 10 キーワード選定はニーズを把握することが大切！



# 01 はじめに

40社以上のBtoB企業様のオウンドメディアで実施しているテクロのキーワード選定の方法を公開しています。この選定方法を実施したクライアント様の中には、お問い合わせ数10倍やPV数25倍を達成した企業様もございます。



## 02 企業がキーワード選定で抱える悩み

- ✓ キーワードの決め方がわからない
- ✓ 競争が多いキーワードは避けたい
- ✓ どのツールを使うべきかわからない



企業が抱えるキーワード選定の課題を解決するには...



キーワード選定の 大前提は「ユーザーのニーズを把握」すること です。

ニーズを理解した上で有益な情報を与えられるようなコンテンツを作成することが重要です。

キーワード選定は ニーズを把握し、検索エンジンから集客するための SEO対策のひとつ でもあります。

本資料ではニーズを把握する方法からキーワード選定の手順までを解説します。

# キーワード選定とは

# キーワード選定とは

## コンテンツマーケティングの最重要工程

公開するページ(コンテンツ)のテーマとなるもので、ユーザーが検索しているキーワードを選ぶ作業のことをキーワード選定といいます。

適切なキーワードを選定することで 商材やサービスへのニーズがあるユーザーの獲得につながるため、非常に重要な工程です。

## ビッグキーワードとスモールキーワードの違い

### ビッグキーワード

- ✓ 検索回数が多いメジャーなキーワード
- ✓ 1単語のキーワード
- ✓ 競合サイトが多い
- ✓ 検索上位に表示させるのが難しい
- ✓ 多様なニーズが混在している
- ✓ アクションを起こしてくれるターゲットの割合が低い

### スモールキーワード

- ✓ 検索回数が少ないキーワード
- ✓ 2単語以上の複合キーワード
- ✓ 競合サイトが比較的少ない
- ✓ 検索上位が狙いやすい
- ✓ ニーズがより明確
- ✓ アクションを起こしてくれるターゲットの割合が多い



# キーワード選定とは

## キーワードの優先順位

	競合 少	競合 多
ビッグ キーワード 検索Vol 大	<p>優先度</p> <p><b>高</b></p> <p>検索Volが多く、競合が少ないキーワードは上位表示されやすいので狙っていききたいキーワード。</p>	<p>優先度</p> <p><b>中</b></p> <p>検索Volが多く競合も多いキーワードは難易度が高めなのであまりおすすめではない。</p>
スモール キーワード 検索Vol 少	<p>優先度</p> <p><b>中</b></p> <p>スモールキーワードで検索Volが少ないキーワードはコンテンツ拡充を目指せます。対策していくべきエリア。</p>	<p>優先度</p> <p><b>低</b></p> <p>特に理由が無ければ対策は不要なエリア。</p>

# キーワード選定前に行うこと

# キーワード選定前に行うこと

## ユーザーの検索意図を把握

検索ニーズは4つに分類される

知りたい

解決したい

行きたい

買いたい

ユーザーはどのような情報を欲しているかによって検索するキーワードは異なります。

商品やサービスから、直接想起したキーワードに縛られず、ユーザーの検索意図(ニーズ)を把握することで、的確なキーワードを見つけやすくなります。

## 検索市場の策定

### 自社が属する「検索」市場の明確化

弊社の場合は、「BtoB マーケティング」になります。

＝検索市場

＝上位表示を目指すべきキーワード

＝ユーザーが初めに思いつくメインキーワード

### 検索市場選定の基準

- ✓ 検索数が一番大きい
- ✓ 上位表示したときのビジネスインパクトが一番大きい
- ✓ 単体キーワードなど、シンプルであること

このキーワード選びは「主戦場を選ぶ」ための作業です。

長期的には1位を目指したいですが、簡単に1位が取れるキーワードや、検索数の少ないキーワードは、そもそも市場選定として小さすぎるのでじっくりと検討する必要があります。

# キーワード選定前に行うこと

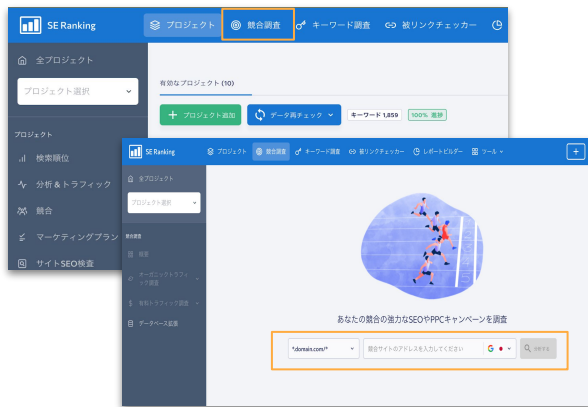
## 競合サイトの調査分析

競合サイトでどのようなキーワードが上位表示されているかをチェック

上位に表示されている = Googleからの評価が高い

**OK** 上位表示されているコンテンツよりも質の良いものを作る

**NG** 上位表示されているコンテンツよりも質の良いものを作るのが難しい



テクロではSEランキングを使用して競合サイトを分析

# キーワード選定の手順

## キーワード選定を行うときの6ステップ

- 1 キーワードシートの作成
- 2 ビッグキーワードの選定
- 3 ビッグキーワードの検索Volを調べる
- 4 複合キーワードの検索
- 5 複合キーワードの検索Volを調べる
- 6 キーワードを検索エンジンにかける

# キーワード選定の手順①キーワードシートの作成

キーワードの管理や執筆状況を共有するためにキーワードシートを作成する

1	メインキーワード	サブキーワード	vol	タイトル (原則32字以内)	URL	担当ライター	進捗状況	納品予定日 YYYY/MM/DDで記載	納品完了日 YYYY/MM/DDで記載	指定文字数	メモ
24	グロスバック事例		90							8000程度	
25	リード獲得 広告	facebook	260	リード獲得広告とは？Facebookでおこなう集客	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2021/08/25	2021/08/27	7000以上	<a href="https://docs">https://docs</a>
26	リード獲得 相場	相場	50	リード獲得相場とは？相場や単価を抑えるポイント	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2021/08/25	2021/08/26	5000以上	
27	リードジェネレーションナーチャリング		140	リードジェネレーションとリードナーチャリング	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2021/10/09	2021/10/19	8000以上	
28	btoBマーケティング事例		90	BtoBマーケティングの基本と7つの事例を徹底解説	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2022/02/03	2022/02/03		
29	コンテンツマーケティング btoB		110	BtoBコンテンツマーケティングの役割とは？手法	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2022/01/25	2022/01/27		
30	コンテンツマーケティング 戦略		110								
31	コンテンツマーケティング 種類		90								
32	リード獲得 サービス		50								
33	リードジェネレーション 手法		40	リードジェネレーションの手法9種類を解説！	<a href="https://techro.co">https://techro.co</a>		公開済	2021/10/25	2021/10/28		

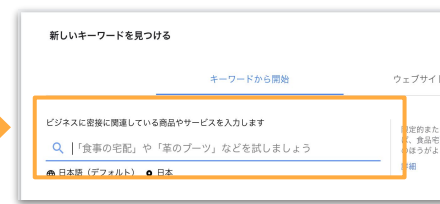
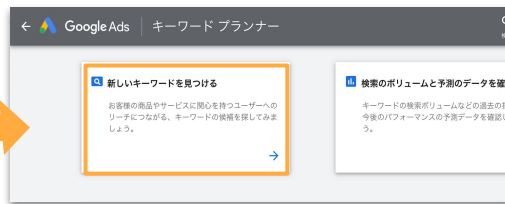
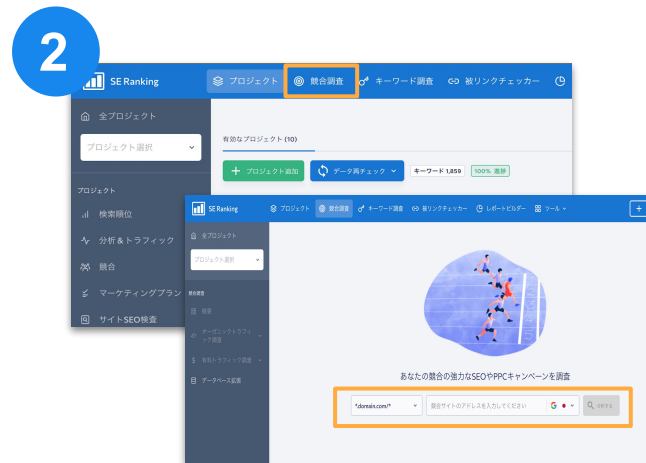
最低でも「キーワード」「検索ボリューム」「タイトル」「記事URL」「担当ライター」「進捗状況」「納品完了日」の項目は作っておくと良いでしょう。



# キーワード選定の手順②ビッグキーワードの選定

まずは軸となるビッグキーワードを探す

- 1 ペルソナになりきって、検索ワードを想像する
- 2 競合サイトからの抽出 (SE Rankingを使用)
- 3 キーワードプランナーで関連キーワードを抽出



# キーワード選定の手順③ ビッグキーワードの検索Volを調べる

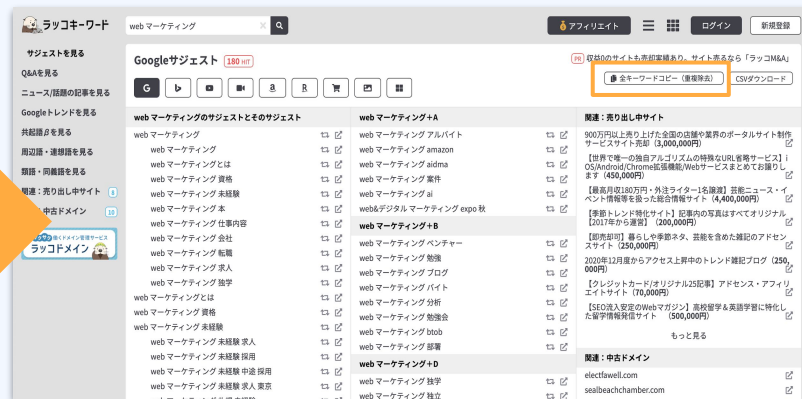
## キーワードプランナーで検索Volを調べる



キーワードプランナーを使えば選定したビッグキーワードの検索Volを一括で確認できます。

# キーワード選定の手順④ 複合キーワードの検索

Volが1000以上のキーワードはラッコキーワードでさらに調べる



ビッグキーワードを検索にかけると関連する複合キーワードが一覧で表示されます。

# キーワード選定の手順⑤ 複合キーワードの検索Volを調べる

## 再度キーワードプランナーで検索 Volを調べる



The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. On the left, the '新しいキーワードを見つける' (Find new keywords) step is highlighted with an orange box. An orange arrow points from this step to a modal window on the right titled '検索のボリュームと予測のデータを確認する' (Check search volume and predicted data). The modal window contains a text input field with the instruction: 'キーワード（語句）を1行に1つずつ、またはカンマで区切って入力するか、貼り付けてください' (Enter keywords (phrases) one by one on one line, or separate them with commas, or paste them). Below the input field is a link 'ファイルをアップロード' (Upload file) and a '開始する' (Start) button.

検索Volを確認して、Volの多いキーワードから順にシートに記載していきます。

## 検索エンジンにかけ実際に1つずつ検索し、ニーズを確認する



Vollによって選定したキーワードを[シークレットモードで検索し、検索ニーズを確認](#)してください。

検索結果の半数以上が被っていたり、ニーズがない場合は、削除・統合しましょう。

### キーワードの削除

- ✓ ニーズが違うもの
- ✓ ニーズが被っているもの
- ✓ 検索ボリュームが100以下のもの

### キーワードの統合

- ✓ ニーズが被っているもの
- ✓ ニーズが似ているもの
- ✓ 競合の記事でキーワードを統合しているもの
- ✓ メインキーワードの関連キーワードに表示されるもの

## キーワードの並び替え

A	B	C	D	E	F
seo	48000				
seo対策 (とは,わかりやすく,やり方)	24600				
seoチェック (使い方)	21500				
seo対策 会社	1000				
seo対策 費用	830				
seo対策 本	270				
seo対策 依頼	200				
seo対策 上位表示	20				
seo対策 基本	830				
seo コンサルティング (コンサルタ	940				
<b>btob マーケティング</b>	<b>1300</b>				
btob マーケティング (とは,戦略)	1300				
btob マーケティング セミナー	110				
b to b マーケティング 本	40				
b to b マーケティング 企業	40				
btob マーケティング 手法	30				
btob マーケティング ツール	20				
<b>コンテンツマーケティング</b>	<b>6300</b>				
コンテンツマーケティングとは	1300				

- ✓ キーワードの被りをなくすためにビッグキーワードごとに並び替える
- ✓ CVに近いキーワードなどはなるべく早く記事化するためにシートの上部に配置

# キーワード選定の注意点

# キーワード選定の注意点

## キーワード選定は定期的を実施

キーワード選定は一度きりではありません。

ネタ切れを起こさないために、[定期的\(3ヶ月毎を目安\)](#)に

- ✓既存キーワードの見直し
- ✓新規キーワードの追加

を行いましょう。

そのためにもキーワードの管理、カテゴリごとの整理が大切になります。



# キーワード選定の注意点

## 検索順位は定期的にチェック

記事を投入後は定期的(4半期毎が目安)に検索順位のチェックが必要です。

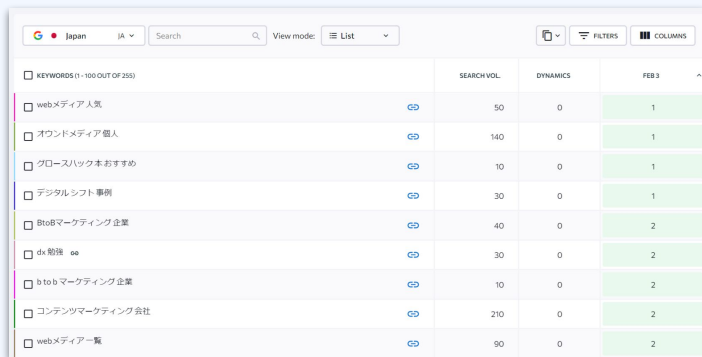
順位が上がらない場合は、

✔リライト

✔キーワードの見直し

などの対応を行いましょう。

記事も1度公開したら終わりではなく何度もリライトが必要になります。



KEYWORDS (1 - 100 OUT OF 250)	SEARCHVOL.	DYNAMICS	FEB 3
webメディア人気	50	0	1
オウンドメディア個人	140	0	1
グロースハック本おススメ	10	0	1
デジタルシフト事例	30	0	1
BtoBマーケティング企業	40	0	2
dx 勉強会	30	0	2
b to b マーケティング企業	10	0	2
コンテンツマーケティング会社	210	0	2
webメディア一覧	90	0	2

SEランキングなら日ごとの順位も確認できるので、順位が下がっている記事も確認できます。

# キーワード選定でおすすめのツール

# キーワード選定でおすすめのツール

## キーワード選定でおすすめのツールは3つ

- 1 キーワードプランナー
- 2 ラッコキーワード
- 3 SEランキング

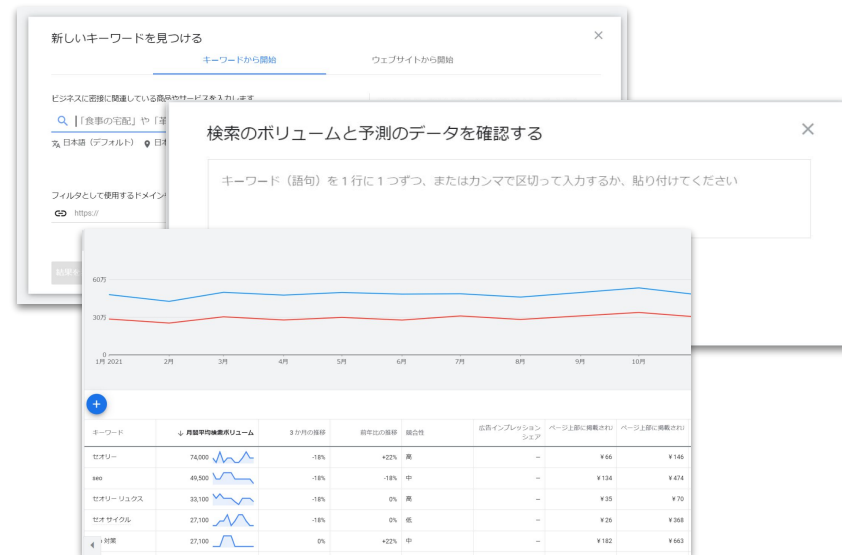


# キーワード選定でおすすめのツール① キーワードプランナー

Googleの月間予測検索回数が調べられるキーワードツールです。  
Google広告に登録すると無料で利用できます。

## キーワードプランナーでできること

- ✓ キーワードの関連ワードが分かる
- ✓ キーワードの検索ボリュームが分かる
- ✓ エリアごとの検索ボリュームが分かる

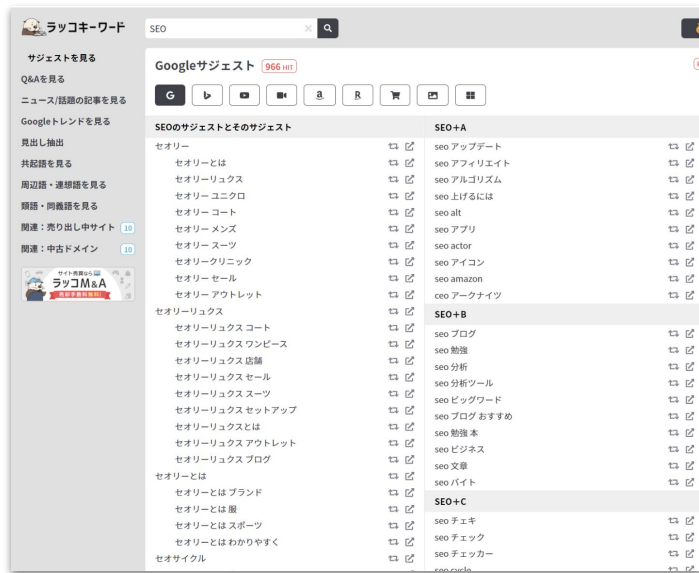


## キーワード選定でおすすめのツール② ラッコキーワード

キーワードプランナーと同じように、キーワードを選定するためのツールです。  
キーワードプランナーの余計な機能を削ぎ、よりシンプルでキーワード検索に特化。

### ラッコキーワードでできること

- ✓ Googleだけではなく、Bingでの複合ワードも分かる
- ✓ 調べたキーワード人気度の動向がわかる
- ✓ 表示されたキーワードを一括でコピーできる



# キーワード選定でおすすめのツール③ SEランキング

SEO監査、キーワード調査、位置追跡、競合他社分析、被リンク分析などのためのツールの完全なセットを提供しています。

## SEランキングでできること

- ✓ 競合サイトの分析ができる
- ✓ 日ごとの検索順位がわかる
- ✓ キーワード調査

The screenshot displays the SE Ranking tool interface for Google Japan. It shows a table of keyword rankings for various terms over time. The table includes columns for 'KEYWORDS (1-100 OUT OF 255)', 'SEARCH VOL.', and dates from 'JAN 28' to 'FEB 6'. The keywords listed include 'デジタルトランスフォーメーション 成功事例', 'デジタルトランスフォーメーション 事例', 'デジタルトランスフォーメーション 事例 日本', 'コンテンツマーケティング 成功事例', 'BtoB マーケティング 本', and '中小企業 DX 事例'.

KEYWORDS (1-100 OUT OF 255)	SEARCH VOL.	JAN 28	JAN 31	FEB 3	FEB 6
デジタルトランスフォーメーション 成功事例	320	95	57 + 38	56 + 1	49 + 7
デジタルトランスフォーメーション 事例	1.6K	66	71 + 5	47 + 24	69 + 22
デジタルトランスフォーメーション 事例 日本	90	41	44 + 3	46 + 2	40 + 6
コンテンツマーケティング 成功事例	90	71	70 + 1	51 + 19	41 + 10
BtoB マーケティング 本	210	3	3	3	3
中小企業 DX 事例	50	56	75 + 19	62 + 13	69 + 7

08 \_\_\_\_\_

# メディアの上位表示を支援している テクロ社のサービス

## 08 メディアの上位表示を支援しているテクロ社のサービス



### 戦略立案

- 全体戦略設計
- キーワード調査
- KPIの設定

### コンテンツ作成

- 記事ライティング (月10本)
- CMSアップロード
- 画像設定 (サムネイルなど)

※初月は記事納品なし、納品は2ヶ月目以降  
※記事文字数は競合に合わせて変動します  
(最低4000文字、平均5000文字程度)  
※記事修正は原則1回までとなります。

### コンサルティング

- チャットでの相談対応
- 定例ミーティング (月1回)

### サイト改善

- WordPress簡易構築
- WordPress保守運用
- サイトスピード改善

### ホワイトペーパー作成

- ホワイトペーパーの作成 (1本)

※文章については調整しながらの作成になります。  
※工数によっては記事本数と相殺させていただく場合もあります。  
※次回契約更新以降は 3ヶ月1本

### レポート

- 月次レポート
- 振り返りレポート (6ヶ月に1回)

32



# テクロ社のオンライン無料相談

## 09 テクロ社のオンライン無料相談

### よくあるお悩み

- ◆キーワードの決め方がわからない
- ◆競合が多いキーワードは避けたい
- ◆どのツールを使うべきかわからない

BtoBマーケティングのプロ/専門のコンサルタントが60分無料で相談にのります。

上位表示を目指せるキーワード選定の方法がわかります！

[無料相談を申し込む](#)



## 09 テクロ社のオンライン無料相談の流れ

### ご相談の流れ



右記ボタンからフォームに飛び申込みを行ってください。



1~3営業日後、担当者から日程調整のご連絡を差し上げます。



ZOOMにて最大60分コンサルトにご相談いただけます。

[申込みはこちらから](#)

## 10 キーワード選定はニーズを把握することが大切！



ユーザーのニーズを把握して適切なキーワード選定を行いましょう！

弊社テクロではWebマーケティング支援をコンサルティングから、実作業まですべてお手伝いしております。

これから本格的にWebマーケティングを行いたい方はぜひご相談ください。



**会社名** テクロ株式会社

**所在地** 〒150-0046 東京都渋谷区松濤1-28-2ワークコート渋谷松濤

**設立日** 2016年10月12日

**代表取締役** 天野央登

**事業内容** Webマーケティング・Webメディア運用

[申込みはこちらから](#)