

イベント（講演）名	平成 18 年度第 8 回 IT 交流プラザ 「クリエイターズセミナー⑤」
主 催	郡山地域ニューメディア・コミュニティ事業推進協議会 (財) 郡山地域テクノポリス推進機構
開催又は実施年月日	平成 18 年 9 月 21 日（木）
開催又は実施場所	ビッグパレットふくしま（郡山市）
参加人員	約 60 名

クリエイターの相互研鑽をはかり、郡山地域内のクリエイターのスキルアップ支援をし、またホームページコンテストを活発に盛り上げていくために、5 月よりシリーズ化した「クリエイターズセミナー」を開催しております。第 5 回目を迎えた今回は、幅広く多くの方が視聴できるように「ビジネスブログと SEO」と題し、東京から講師を招いての講演会を行いました。当日参加の方も多く、ブログや SEO への関心の高さを伺うことができる講演会となりました。

●セミナー「ビジネスブログと SEO」

講師：アロマネット株式会社 代表取締役 中村 義和 氏

東京を拠点に、ビジネスブログを使ったサイトの構築により数々の実績をあげられている中村氏にビジネスブログのメリット、ブログを使った簡単な SEO 対策など 2 時間にわたり講演していただきました。



〔ブログとは？ビジネスブログとは？〕

はじめにブログと既存のホームページ、そしてビジネスブログとの違いについてまず説明されました。

◆ブログはホームページと同じように公開ができるもので、既存の一般的なサイトと違い HTML でのコーディングやサーバーへのアップ作業など、技術を知っている人にしか作成できないということがない。インターネットを利用できるスキルがあれば、簡単にブログを始められ、技術的なことを学ばなくてもいいということがメリットだとした上で、ビジネスブログとは、そのようなメリットをビジネス目的に利用したもので、一般のブログのようにログインして投稿するだけで簡単に更新が可能。

◆種類は大きく 2 つに分かれ、見た目には普通のホームページと、かわらない情報発信型と、一般にブログスタイルと呼ばれる時系列に記事が並ぶ情報収集型があるが、ビジネスブログで使われているのは前者がほとんどで、メリットは更新が簡単ということと、基本的な SEO 対策が施されていることだとし、記事を投稿する人があまり意識しなくても検索結果の上位に表示されるために行う基本的なテクニックが施されると説明。

〔ビジネスブログの構築と自分でできる SEO 対策〕

次に SEO 効果が見られたビジネスブログの実例サイトを実際に表示し、その効果を示され、その後、実際にビジネスブログを構築するための方法と SEO 対策をどうしたらいいかという話をされました。

◆ビジネスブログを構築するためにはまずブログ構築ソフトウェアが必要だとし、無料のサービスでも構築できないこともないが、ドメインの制限やカスタマイズの限界、サーバー側での処理ができないといったデメリットがあるため、ブログ構築ソフトウェアを使うことを勧めると述べ、ブログ構築ソフトウェアの中でも、カスタマイズのしやすさや運用者と制作者とを分けて利用できる CMS としての機能など、Six Apart 社の Movable Type が使いやすいのではないかと提案され、Movable Type でのテンプレートの作り方の例などを説明されました。

◆そして「自分でできる SEO 対策」として、「キーワードアドバイスツール」などで、どんな言葉がよく検索されているかという顧客のニーズを掴むことが大切とし、検索されていない（ニーズのない）キーワードで SEO 対策をしてもムダで、集客が目的ならば、お客さんが何をさがして検索しているのかを考えキーワードを選定する必要がある説明されました。

◆検索されるキーワードは時代に合わせて常に変化していくものなので、常に世の中の流れを読みながらキーワードを選定することが必要。ただし、よく検索されるキーワードだからと言っていいのかというとそうではなくて、結果に結びつくキーワードを想像して選定しなければ

ならない。そのキーワードを試して結果を得て、ダメだったら次のキーワードを試す、その繰り返しが大切とのことでした。

◆またコンテンツを充実させるにも、検索件数の多いキーワードを活用した方がよい。そのキーワードが、直接は自社の商品や業務と関わりがなくても、よく検索されるキーワードを使ってコンテンツを充実させることで、HPを訪れる人が多くなるということを、「英会話」というキーワードを例に説明されました。

◆例えば英会話スクールに通いたいと思っている人は「英会話 スクール」（「英会話」関連の検索結果第2位）というキーワードで検索する。でも自社は英会話用のDVDを発売しているだけでスクールはやっていない。それでも「英会話スクールに通わなくてもこんなことができる！」というような内容で、「英会話 スクール」というキーワードを使ったコンテンツやブログを書くことは可能。そのようなコンテンツを作ることで「英会話 スクール」で検索して来客した人がもしかしたら、英会話DVDに興味を示すかもしれない。

◆接点を探して間接的に利用することで、SEO効果をあげることができる。ただしニーズがあるキーワードを知ったら、それに応えられるコンテンツを用意してHPを訪れた人を引き込めるような努力が必要だと述べられました。

◆またSEOのポイントは2つあり、一つは今説明したキーワード（コンテンツ）によるもので、もうひとつはリンクであるとし、特にGoogleはリンクしか見ていないのではないかと、リンクをもらうことを重要視している。リンクをするのではなく、リンクをしてもらうことが大切で、理想は相手から一方的にリンクされることだが、そう簡単にリンクしてもらうことはできないので、自分もリンクをするので、自分のページもリンクしてくださいとする相互リンクから始めるといいのではないかとし、多くのリンクを集めるとかなり目に見える効果があると述べられました。

◆またリンクの張り方、張られ方（アンカーテキスト）についての注意点として、リンク先のアドレスだけや「こちらへ」という部分だけにリンクを張るのではなく、会社名やちょっとした会社紹介（キーワード）も含めてリンクを張る（アンカーテキスト内にキーワードを含める）と効果があがるということでした。



〔ビジネスブログ構築後の運用方法〕

最後に、SEOを考えた構築後の運用方法を説明されました。

◆まず、ホームページのテーマ（会社の事業内容・サービスなど）に合った内容一つ一つずつに基づき徹底的にページをつくること、また、商品案内だけでなく、役に立つ情報の公開や、SEOキーワードを意識したキーワードを使ったページを作成すること、他のサイトからリンクされるような便利な情報を載せることなど、良質なコンテンツをつくる重要性を訴えました。

◆さらにSEO対策で上位に表示されても、そこでクリックされ、期待したようなアクションをおこしてもらわないと意味がないとし、コンテンツをつくったあとは、きちんとログを解析することも大切だと述べられ、期待したとおりに検索され検索結果からクリックされ、訪れたページからアクションを起こしてくれているかなどPDCA(Plan=>Do=>Check=>Action→Plan…)サイクルを実践すべきとしました。

◆SEO対策は、本当はお金をかけなくても「コンテンツ」と「リンク」で、誰でも地道にコツコツと行うことができることなので、日々コンテンツを増やすこと、人からリンクをもらえるようにすることなど地道な努力をすることが最も重要だとしめくられました。