

# CSSnITE LP36 SEO TREND 2014

## CSS Nite LP, Disk 36 ビジネスに活用できる2014年SEOトレンド

2014年9月20日 11:00-19:40

ベルサール神田 イベントホール

- 主催 CSS Nite実行委員会  
共催 Web担当者Forum、In-house SEO Meetup  
協賛A Ginzametrics、ブライツエッジ、セルフデザイン・ホールディングス  
協賛B similarWeb PRO (シミラーウェブプロ)、クロスフィニティ×seoClarity、データアーティスト  
協賛C クドケン、ism、館田珈琲、オリジナルTシャツのtmix (ティーミックス)  
協賛 WACAウェブ解析士協会、Webクリエイター能力認定試験(サーティファイ)  
クラウドワークス、ソシム、ウェブ担当者通信、サイバーガーデンbiz、  
クリーク・アンド・リバー社、JWSDA (日本Webソリューションデザイン協会)



#cssnite\_lp36

### 配付資料

- ・スライドなどの配布資料はご用意していません。  
セミナーのスライドはダウンロードいただけるように、後日、フォローアップメールにてご案内します。
- ・セミナー中にスライドなどを撮影されたり、録音いただくことは問題ありません。  
ただし、個人利用(や社内での勉強会などの利用)にとどめてください。  
撮影いただく場合、(撮影音の出る)スマートフォン、(画面の大きい)タブレットでの撮影は禁止です。

### ご飲食

- ・飲食は会場内でも可能ですが、基本的には休憩時間をお願いします。
- ・ゴミは各自でお持ち帰りいただけますようお願いいたします。

11:00

## オープニング

### In-house SEO Meetup

インハウスで売上向上のためにSEOを活用している、マーケター・Web担当者のための、ピアバッシュ形式のネットワーキングイベント。イベントは約四半期(3、6、9、12月)に1度開催しているので、ぜひ、Facebookページに「イイね!」して最新情報をゲットしてください。 <https://www.facebook.com/inhouseseomeetup>



11:15

## セッション 1

### [基調講演] これからのSEOを勝ち抜くために - 15年のSEO歴を通して今、この先に見えるもの -

Googleのアルゴリズム進化や取締り強化に伴い、人口的なリンク獲得を中心とした日本のSEOが終焉を迎え、コンテンツを活用したSEOに注目が集まっています。ウェブマーケティングにおいてもコンテンツマーケティングという言葉に代表されるように、コンテンツを活用した集客や顧客獲得、育成の努力が広まり始めています。

「コンテンツが最重要」というフレーズはSEOの世界でも昔から使われていましたが、そこには「本音と建前」が存在していたのも事実。しかし今回の環境変化は、本質的なものであり、これからのSEOのあり方に劇的な変化が求められると同時に、SEOがマーケティングにおける主役級プレイヤーとしてよりビジネスに貢献できるチャンスともいえます。15年以上SEOに関わり、老舗SEO会社として多数の企業にSEOを提供、またSEOを活用したビジネスも数多く手がけてきた経験を元に、これからのSEO担当者が生きる道を共に考えていきたいと思えます。

### 滝日 伴則 (たきひ・ともり)

#### アイオイクス株式会社

代表取締役社長

2002年2月、有限会社ミクスド（現アイオイクス株式会社）を設立。同時に日本初のSEO情報サイト「SEO Japan」を開設、SEOに関する情報を日本で初めて提供したサイトとして日本におけるSEOの普及に貢献。自身の会社アイオイクスは現在までに1,000以上のサイトにSEOを導入、日本でもトップクラスのSEO会社として活動中。またSEO以外にもLPOやRSS等、新規分野での製品サービスを開発提供している。



11:55

## ソリューションスポットライト

### ウェブ解析士協会



ウェブマーケティングに必要なスキルは、多岐にわたる能力が求められています。これら専門的知識と実践的スキルを習得できる環境も、習得した人材を評価する仕組みもありませんでした。WACAでは、こうした現状を問題視し、実務で活躍できるウェブ解析士の育成が急務と考え、成果につながるウェブ解析ができる人材を育成するための認定資格を設け、講座や認定試験を実施しています。

<http://www.web-mining.jp/about/>

12:00

## 休憩

- ・懇親会：キャンセル[受付終了]
- ・懇親会：当日受付
- ・領収書の宛名書き
- ・ホワイエにて、協賛企業のブースを設営しています。ぜひ、お立ち寄りください。

## Ginzamarkets



Ginzamarketsはサンフランシスコに本拠を置く会社で、コンテンツマーケティング&SEOプラットフォームの「Ginzametrics」を開発するツールベンダーです。「Ginzametrics」は数万ワードの検索順位やコンバージョン数、ソーシャルシグナル等を自動で計測し、内部施策における課題を自動抽出することでインハウスSEO業務を支援します。主にECサイト、不動産や人材など多数のコンテンツを持つサイト、マルチサイトを管理する企業でご利用いただいております。日本ではリクルート様、エン・ジャパン様、キャリアデザインセンター様、千趣会様、ドクターシーラボ様、ゴルフダイジェスト・オンライン様等に導入いただいております。当社CEOのレイは、2010年夏のY Combinatorプログラムに参加、500startupsからも資金提供を受けており、シリコンバレーのさまざまな情報やネットワークにアクセスさせていただいております。

## ゼロから始めるセマンティックSEO&amp;構造化データ

SEOのバズワードにもなっている"セマンティック"。あなたは、SEOにおけるセマンティックが何を意味するかわかりますか？ リッチスニペットやナレッジグラフ、ハミングバードアルゴリズム、構造化データ、schema.orgなど今のSEOにセマンティックの習熟は必要不可欠です。

このセッションではあなたは次の3つを学びます。

- SEOにおけるセマンティック
- 構造化データ
- schema.orgの実装方法

構造化データを用いて検索エンジンがコンテンツを理解するのを手助けすることで、あなたのSEOはより大きな成果をあげるでしょう。

## 鈴木 謙一 (すずき・けんいち)

「海外SEO情報ブログ」運営、Web担当者Forum「海外&国内SEO情報ウォッチ」執筆、株式会社セルフデザイン・ホールディングス取締役インディペンデント・コントリビューター。



海外SEO情報ブログは、日本で最も有名なSEOに特化したブログの1つ。他のSEOブログにはない、独自のSEO情報を中心に、コンバージョン率アップやユーザーエクスペリエンス最適化のための施策も取り上げている。現在の記事数は2,500記事以上。

Web担当者Forumでは、SEOをテーマにしたコラムを毎週金曜日に連載中。現在は6年目に突入した人気コーナー。

取締役を務めるセルフデザインでは、正しいSEOをサイト管理者に習得してもらうために、セミナー講師や講演スピーカーとして主に活動。SMXやPubConなど海外のサーチマーケティングカンファレンスに積極的に参加し、最先端のSEO情報を収集する。

## ランチ

- 懇親会：当日受付
- 領収書の宛名書き
- ホワイエにて、協賛企業のブースを設営しています。ぜひ、お立ち寄りください。

## BrightEdge

## BRIGHTEDGE

ブライトエッジは、米国シリコンバレーに本社を置くSEO基盤ソフトウェアのグローバルリーダーです。GoogleやYahooも利用するSEOプラットフォームで、頻繁なアルゴリズムアップデートに追従し、ソーシャルシグナルのトラッキングも含めた全方位的なSEOの管理をお手伝いいたします。Microsoft、Apple、Nike、Amazonなど、世界中のB2B、B2Cのトップ企業たちが採用し、96%のユーザーが他のSEO管理者に推奨しています。このたび日本市場での事業拡大を決定し、日本の皆様にそのパワーを感じていただける機会が増えることをご期待いただきたいと存じます。

## 売上があがるコンテンツSEO」徹底解説

「コンテンツSEO」とは、良質なコンテンツをサイトに投入することで、サイトへの流入、売上の増加、キーワードの上位表示を狙うSEO施策の方法です。

本講演では、弊社成功事例も交えながら、これまでのオウンドメディアに欠けていた視点を明らかにし、成果をあげるために必要な「コンテンツづくりのコツ」と、ユーザーと企業の出会いを最大化させる「コンテンツSEO」について徹底解説します。

## 山田 明裕 (やまだ・あきひろ)

株式会社セルフデザイン・ホールディングス

取締役CCO (チーフ・コンテンツ・オフィサー)

2005年に会社勤めをしながらブログを活用したアフィリエイト事業を始め開始3ヶ月で会社の給与を上回る報酬を獲得。



インターネットビジネスの可能性を肌で感じて独立、SEOの奥深さ面白さに出会う。ある外科手術の激戦キーワードで上位表示を実現しクリニックの月間売上を1500万円以上アップさせるなど事例多数。

さらなる自身の成長のため、2012年にセルフデザイン・ホールディングスへ入社、取締役CCO (チーフ・コンテンツ・オフィサー)として外部リンクに頼らない「コンテンツSEO」の研究実践に邁進。

大事にしているのはリアリティのあるコンテンツを制作し、質・量ともにライバルに圧倒的な差をつけること。自らがそのサービスのユーザーになることはもちろん、取材やインタビュー、覆面調査を行い一次情報の収集を行う。

また、Googleアナリティクスデータから売上貢献ワードの発掘と網羅、それを反映させたサイト階層構造の設計、コンテンツ案の企画、ロングテールワード流入を促進させるライティング記法、これら一連の効果検証を得意とし、“機会損失の一扫”を請け負う職人として活躍している。

## 休憩

- ・懇親会：当日受付[受付終了]
- ・領収書の宛名書き[受付終了]
- ・ホワイエにて、協賛企業のブースを設営しています。ぜひ、お立ち寄りください。

## セルフデザインホールディングス



私たちは「検索エンジン集客の達人」をコンセプトとして、売上に直結するホームページ改善、PPC 広告運用、SEOの三位一体で、最高のパフォーマンスを実現することを追求しています。例えば検索エンジンが評価する「良いコンテンツとは何か?」という命題について、私たちの職人(10年選手)の暗黙知と、学術機関との連携による自然言語処理の双方から紐解くなど、独自のコンテンツマーケティング技術の開発を行っています。このように、属人的スキルを重視しつつ、テクノロジーをも併せ持った「職人+テクノロジーの融合」が私たちの強みであり、特徴です。「SEOは手段であって目的ではない」。クライアントに選ばれる確固たる理由を持つ、社会的存在価値のある会社であるために、私たちは切磋琢磨を続けてまいります、ご期待ください。

## ライブ ウェブマスター ハングアウト (Google 社員によるライブ Q&amp;A)

ウェブマスターのみなさまをサポートするチャンネルとして Google+ のビデオチャット機能であるハンガアウトを利用して Google の検索担当者がお届けしているウェブマスター ハングアウト、そのライブ版を CSS Nite LP36 で開催します。

みなさんのサイトの運営上気になる Google 検索についてのご質問をお気軽にお寄せ下さい。

## 金谷 武明 (かなや・たけあき)

グーグル株式会社  
サーチ クオリティ チーム  
シニア サーチ エヴァン  
ジェリスト



ソニー・コンピュータエンタテインメントのウェブディレクターを経て、2007年よりグーグル株式会社勤務。サーチ クオリティ チームの一員としてホワイトハット SEOの普及に力を注いでいる。

## 田中 清隆 (たなか・きよたか)

グーグル株式会社  
サーチ クオリティ チーム  
2008年よりグーグル株式  
会社勤務。入社以来サー



チ クオリティ チームの一員として、ウェブマスター向け公式ヘルプ フォーラム、ウェブマスター向け公式ブログ、Google+ などでの情報発信を担当。最近のイチオシは Google+ Webmaster Japan コミュニティでの Webmaster ミニ Tips。

## 長山 一石 (ながやま・かずし)

グーグル株式会社  
ウェブマスター  
トレンド アナリスト



2011年よりグーグル株式会社勤務。ウェブマスターとグーグル検索との距離を少しでも縮めるために活動中。

## 休憩 (コーヒー、交流タイム)

館田珈琲は「煎りたて」「挽きたて」「淹れたて」の最高に美味しいコーヒーのご提供を目指し、最高品質の豆だけを最短経路で仕入れ、作り置きを一切せず、ご注文を受けてから焙煎し、新鮮なコーヒー豆をお届けいたします。



## 安田 英久 (やすだ・ひでひさ)

株式会社インプレスビジネスメディア  
Web担当者Forum 編集長



プログラミングやサーバー、データベースなどの技術系翻訳書や雑誌『インターネットマガジン』などの編集や出版営業を経て、現在Webサイト「Web担当者Forum」編集長。ビジネスにおけるWebサイトの企画・構築・運用と、オンラインマーケティングの2軸をテーマにメディアを展開している。

個人としては、技術とマーケティングの融合によるインターネットのビジネス活用の新しい姿と、ブログ/CGM時代におけるメディアのあるべき姿を模索し続けている。趣味は素人プログラミングと上方落語と南インドカレー。



## SimilarWeb

## SimilarWeb PRO

「SimilarWeb（シミラーウェブ）」は、イスラエルのSimilarWeb社により開発された競合サイト解析ツールです。ブラウザ上の操作画面にURLを入力するだけで他社サイトのトラフィック数、リファラー、検索ワード等のアクセスデータを解析することができます。

また、有料版の「SimilarWeb Pro（シミラーウェブ プロ）」では、無料版では10件程度までしか見ることができないデータを50件以上まで見ることができ、またサイト内のページごとのトラフィック率を見る「人気ページ機能」や、複数のサイトデータの比較機能、期間、日付によるセグメント機能など多くの追加機能を備えています。

## コンテンツ施策の立案から運用体制の設計まで ～ユーザーと対話する体制設計図～

コンテンツマーケティングは、情報の網羅性とテーマに対する視点の多様性を高めることで、ユーザーの消費生活のニーズと常に寄り添い、Webサイトに対する検索ユーザーの信頼と、広い接触面を獲得することができます。検索ユーザーとの接触面の広がり、競合サイトを含めたサービス利用の比較検討に入る前、より早い段階のユーザー接点を増やし、競合に先んじて自社サイトブランドを体験してもらう可能性もさらに広がります。

SEOによる集客施策だけにかぎらず、コンテンツ施策とそのWeb解析データを通したユーザーとの対話は、Webサイトのブランド体験と価値を創出する上で必要不可欠な施策です。一方で、投資に対して効率的な成果を短期間に生むことは難しく、決済者の理解を得るための難易度も高いため、大きく展開しにくい施策でもあります。また、時間をかけた「テーマの積み上げ」と「消費生活に応じた情報の網羅性」が必要となるため、運用設計と体制が整っていないと、散漫で集客効果を発揮できないコンテンツ群となってしまいます。

今回は、ユーザーシナリオと検索モチベーションに応じ、広く接点獲得するためのSEO戦略からみたコンテンツ施策設計と、元となるWeb解析による集客課題の可視化、KPI設計とコンテンツ運営方針の定義、組織づくりなど、コンテンツマーケティングの施策運用を実現させる体制や仕組みについてご紹介します。

### 床尾 一法（とこお・かずのり）

自ら大規模商用Webサイト運営を多く体験、Web解析による「見えること化・言えること化・できること化」を軸とした集客戦略、ナーチャリングシナリオ設計とパーチェスジャーニー可視化、ユーザー行動分析を得意とする。



2005年からコンテンツマーケティングに注力、自動車情報メディアの立ち上げ責任者として、素人の運用でもSEO施策を反映できるオリジナルCMSの設計と、綿密なコンテンツシナリオ設計により、当時の検索結果上位表示の定位置化を実現。

2007年には大手動画サイトのWeb解析とSEO施策を担当、集客設計の見直しにより前期比200%を超えるトラフィック成長を達成。2008年にはグルメ情報サイト運営において戦略対象キーワードを最適化し、競合サイトとの差別化を図ったキーワード戦略による検索結果上位表示の定位置化も実現している。2010年にWeb解析コンサルタントとして株式会社アイレップに入社、後にWeb解析部門とSEO部門の両部門グループマネージャー（部長職）に就任。

2014年7月からオンライン集客戦略支援「シンプルシーン」として独立、株式会社ガリバーインターナショナルに常駐。データを起点とした事業戦略と集客戦略の再設計に従事。大阪芸術大学写真学科卒業の元カメラマンでもあり、写真家として創作活動を継続中。

## 休憩

・ホワイエにて、協賛企業のブースを設営しています。ぜひ、お立ち寄りください。

## クロスフィニティ



クロスフィニティ株式会社は、eマーケティングカンパニーの株式会社オプトとSEOサービスのパイオニアであるアイオイクス株式会社が共同で設立した、SEO、CRO、Affiliateを中心に顧客サイトの価値向上を支援する会社です。

独自ツールによる膨大なデータトラッキング、分析を元に、昨今の検索エンジンの潮流を捉えたSEO対策、流入ページの最適化、CVRの向上施策など、流入から獲得数の増加までをトータルで支援します。

seoClarityは、米国イリノイ州シカゴに本拠を置く会社で、エンタープライズ型SEOプラットフォーム「seoClarity」を提供しております。DELLやORBITZ等、米国大手企業をはじめとした世界43か国、1,000社以上での導入実績があります。

クロスフィニティはseoClarityとの業務提携により、seoClarityが持つ独自クローラーで収集したデータと、弊社のデータを合わせることで、更に多角的な分析を可能にし、企業のサイト価値向上へ繋げていきます。

## キーワードマーケティングとしての売れる スマホ・ランディングページ。 ～リスティング広告で高収益を出す方法とSEOへの応用とは？

スマホの普及によるサーチマーケティング施策は劇的に変化しています。複合キーワード検索が増え、画面は2～3リンクしかファーストビューで見ることができません。

コンバージョン率がPCよりスマホが低い場合にどうすればいいのか。こんな状態でなにから手をつけて、どんな広告をつくるべきか。2ステップビジネスを中心にお話します。

### 滝井 秀典 (たきい・ひでのり)

株式会社キーワードマーケティング研究所

代表取締役

2003年のGoogleアドワーズ日本開始時期より、検索キーワード広告とランディングページの実践・研究一筋で携わる。

自身のビジネスを検索キーワード広告のみで事業化およびバイアウト。その成功理論を書籍『1億稼ぐ検索キーワードのを見つけ方(PHP)』で発表、5万部以上のベストセラーに。

キーワードマーケティング研究所を設立時から延べ千社以上のアカウントを診断およびコンサルティングしてきている。ゼロから年商10億以上にしてきた中小企業や起業家を多数輩出。

現在は広告運用会社としての組織化とグローバル（中国・東南アジア）でのキーワードマーケティングの実践を開始している。



## データアーティスト

DD

データアーティストは日本有数のSEOコンサルティング会社であるアイオイクスのLPO事業を分離独立させて設立した会社です。「お客様が“ひらめき”=“アート”に集中できる環境の構築」をスローガンに、データサイエンスを追究し、データドリブンなマーケティングコンサルティングとソフトウェア提供を行っています。

ユーザー行動調査やネットリサーチ等、体系化された仮説構築のフレームワークにより、経験によらない高品質な改善施策を発見できる「DLPO SURVEY」から、A/Bテスト・多変量テストにより、各ユーザーに最適なLPを数千～数百万通りの組み合わせの中から統計的に発見し、劇的なCVR向上を実現する最先端LPOツール「DLPO ACT」まで、CVR改善をサポートするトータルソリューションを提供しています。

## そもそも論で考えよう！ SEOを強化するコンテンツ制作術 2014

SEOにおいて重要とされている外部からの「リンク」。リンクはページやサイトの「人気指標」として評価され、今も上位表示に大きく影響しています。そして、リンクを獲得するためには、ソーシャルメディア上で自然にシェアされるような「コンテンツ」の存在が大切です。では、そのコンテンツはどのように作ればよいのでしょうか？

このセッションでは、ウェブライダーが自社の成功事例から導き出したコンテンツ制作のヒントをお教えします。過去の登壇時にお話しした内容を大幅にブラッシュアップ。コンテンツマーケティングに取り組む方が急増している「今」だからこそ、お聞きいただきたい内容です。

### 松尾 茂起 (まつお・しげおき)

京都のWebプランニングチーム「株式会社ウェブライダー」の代表。

京都市在住の35歳。

自社商品・サービスの開発を中心に、Webサイトの制作・運営、Webマーケティングのコンサルティングなどをおこなっている。



検索エンジンと共存するためのSEOを提唱し続け、「ユーザーから支持されるコンテンツをつくることで自然にリンクを集める」という視点で、多くのサイトのWebサイトの集客を成功させている。

また、作曲家・ピアニストとしても活動しており、2009年には、SEO愛が高じ、CD「恋のSEO！／マージントップで歌わせて」をリリース。2011年には京都国民文化祭のPRイベント「1111人のピアニスト」を企画するなど、音楽とWebを掛け合わせたマーケティングの可能性を追い続けている。

最近制作した主なコンテンツとして、「沈黙のWebマーケティング～Webマーケッターボーンの逆襲」、「薬剤師マキの調剤なる日々 シーズン2」などがある。

これまでに『WordPressで加速させる！ソーシャルメディア時代の[新] SEO戦略マニュアル』、『現場のプロがやさしく書いたWebサイト運営・プロデュースの教科書』（共著）の2冊の著書を執筆。



# タイムテーブル

開始	ステージ	出演者
10:40	開場	
11:00	オープニング	
11:15	<b>1</b> 基調講演：これからのSEOを勝ち抜くために - 15年のSEO歴を通して今、この先に見えるもの -	滝日 伴則 (アイオイクス)
11:55	ソリューションスポットライト	ウェブ解析士協会
12:00	休憩	
12:15	ソリューションスポットライト Ginzamarkets紹介	Ginzamarkets
12:20	<b>2</b> ゼロから始めるセマンティックSEO&構造化データ	鈴木 謙一 (海外SEO情報ブログ)
13:10	休憩(ランチ、交流タイム)	
14:00	ソリューションスポットライト	BrightEdge
14:05	<b>3</b> 売上があがる「コンテンツSEO」徹底解説	山田 明裕 (セルフデザイン・ホールディングス)
14:55	休憩	
15:10	ソリューションスポットライト 採用告知	セルフデザインホールディングス
15:15	<b>4</b> ライブ ウェブマスター ハングアウト (Google 社員によるライブ Q&A)	安田 英久 (Web担当者Forum編集長) 金谷 武明 (Google) 長山 一石 (Google) 田中清隆 (Google)
15:55	休憩(コーヒー、交流タイム)	
16:20	ソリューションスポットライト similarWeb PROのご紹介	ギャプライズ
16:25	<b>5</b> コンテンツ施策の立案から運用体制の設計まで ～ユーザーと対話する体制設計図～	床尾 一法 (シンプルシーン/ ガリバーインターナショナル)
17:15	休憩	
17:30	ソリューションスポットライト SEO統合プラットフォームツール「seoClarity」のご紹介	クロスフィニティ
17:35	<b>6</b> キーワードマーケティングとしての売れる スマホ・ランディングページ ～リスティング広告で高収益を出す方法とSEOへの応用とは？	滝井 秀典 (キーワードマーケティング研究所)
18:25	休憩	
18:40	ソリューションスポットライト	データアーティスト
18:45	<b>7</b> そもそも論で考えよう! SEOを強化するコンテンツ制作術 2014	松尾 茂起(ウェブライダー)
19:35	エンディング	
19:40	終了	

- ・タイムテーブルはあくまでも目安であり、当日の流れによって調整しながら進行します。
- ・若干、早く終了したり、延長する可能性があります。