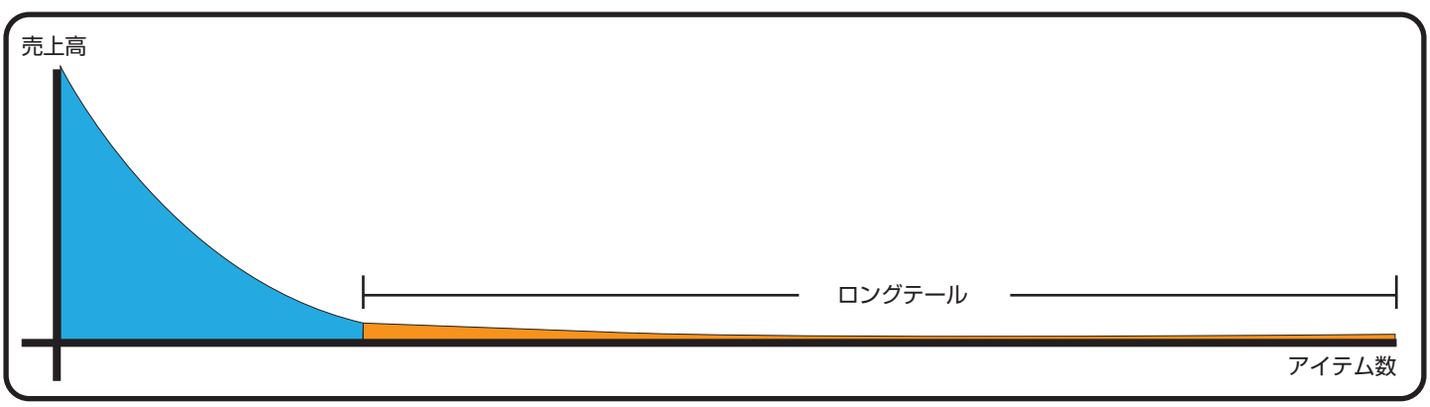
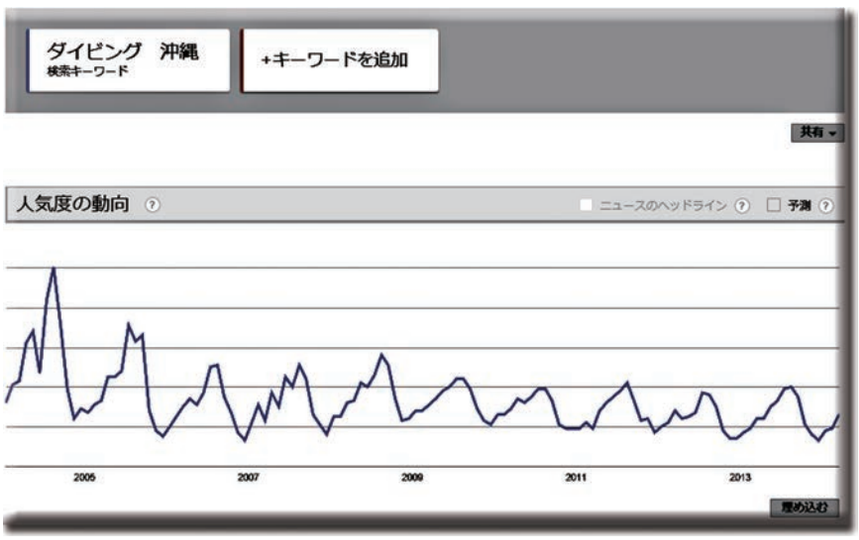
ロングテール SEO こそがこれからのスタンダード

SEO 対策なくして Web ページに意味はない」とお考えの方が多いでしょう。
しかしこれでは１０%の正解でしかありません。なぜなら「貴方の会社を探している人」の検索ワードは「貴方が想像している検索ワード」だけではないからです。
皆さんは「Amazon」というサイトをご存知ですか？ Amazon は世界一 SEO 対策が上手なサイトと言われています。その手法が「ロングテール SEO」なのです。
ロングテール SEO とは、以下の図に示されたグラフの右の値が長く続くことから命名された理論から呼ばれています。



Amazon ではロングテールの商品の売り上げが９９.９%以上と言われています。
つまり看板商品（ブルーゾーン）の SEO 対策に力を注ぐよりも…多種類のアイテムに均一に力を注ぐ…SEO 対策を施しています。その結果、Amazon では現在５０００万アイテム以上を販売し…そのほとんどのページが SEO 対策の上位を獲得しています。
ご自分でサイト構築・運営して来た人ならば、このロングテール理論の話でピンとくるはずです。
上記図のブルーゾーンが貴方が欲しいワードとお考えください。オレンジゾーンは実際貴方の会社を検索したキーワードなのです。ブルーゾーンは難易度が高く誰もが欲しがるワードでです。
しかし Web ページは貴方が予想もしていないワードで貴方の会社を訪問している人が多いのです。
そしてロングテールの育成の先にこそブルーゾーンのワードを押上げる方法論が存在するのです。
つまり、Web 市場を諦めている殆どの人が陥る落とし穴とは…ロングテールの育成を怠り、ブルーゾーンだけを注視して、結論を出す愚かな経営者なのです。
近年、この「ロングテール」に着目されているのは検索環境の多様化により「検索エンジン利用者」が賢くなったことが挙げられます。これは、より「ニッチ」なワードで検索する事でピンポイントな情報を求める賢い利用者が増えたことを意味しています。

今までは「沖縄　ダイビング」で検索していた人も「真栄田岬　ダイビング　初心者」や「青の洞窟　激安ダイビング」など目的や要望を付け足すことによりピンポイントな情報検索をする人が増えているのです。つまり「沖縄　ダイビング」というビッグワードは高い競争率だけで、そこに注力するエネルギーよりもスモールワードにエネルギーを注ぐ方がアクセス数を獲得する近道になるのです。そのことを立証する方法として「Google トレンド」を使った検索ワードの推移を見てみましょう。



まず Google トレンドを検索してください。そこにワードを入れるだけで下記のようなグラフが表示されます。これによると 2005 年８月を１００%だった数字が 2013 年8月には４０%にまで下がっていることが解ります。これは沖縄のダイビング人口が減少しているのではなく検索ワードの分散を意味しています。

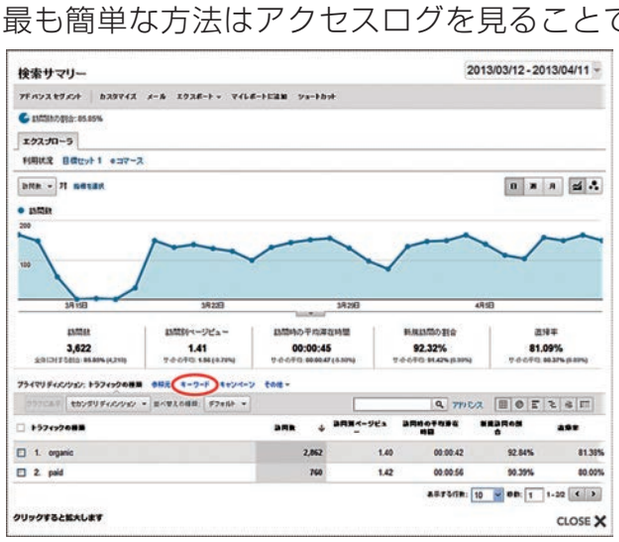
この Google トレンドは一定以上のアクセスがあるワードに対してグラフ化下データの提供をしています。アクセスの少ないワードのデータは表示されません。つまりあなたが欲しいと思っているワードを「Google トレンドで検索した時にグラフが表示されるものが「ビッグワード」表示されないものは「スモールワード」と認識して間違いありません。

「沖縄　ダイビング」で検索していた層が月間 100000 人いたとしたら…60000 人が別のキーワードに分散しているのです。つまり、今後の SEO 対策の肝は「ビッグワード SEO」ではなく「ロングテール SEO」であることを示唆しています。

ロングテールワードを見極める方法と対策

ロングテール SEO の肝となるのは「インディックス数」でです。つまりこれまでにもお話した下層ページのテーマ性が問われてきます。ビッグキーワードに固執した SEO 対策に尽力するよりも…これからの SEO 対策はスモールキーワードを大切に育てる…アマゾン型の SEO 対策が主流となるのです。では？ロングテールの仕掛けをどのようにしたらいいのでしょうか？

最も簡単な方法はアクセスログを見ることでしょう。SEO 対策を行う皆様なら「Google アナリティクス」をご存知だと思います。



Google アナリティクスを登録してない方は必ず登録をしましょう。

登録されている方は以下の手順で「ロングテールワード」の参考にしましょう。まずは Google アナリティクスにログインします。次に右メニューの「トラフィック」>「参照元」>「検索」>「サマリー」と進みます。

このサマリーページの左下部にある「キーワード」をクリックすると検索キーワード一覧が検索数の多い順に１０件表示されます。

①にアクセスキーワード名…②にアクセス件数が表示されています。この少数のアクセスしか獲得していないワードこそが「ロングテールの宝箱」なのです。

自分では想像していないワードの組み合わせで閲覧者は貴方のサイトを発見しています。つまり、サイト運営者が想定する検索ワードなどは意外性のないイマジネーションでしかありません。その事を教えてくれるのが「Google アナリティクス」であり、インデックス数を持つサイトの様々な優位点でもあります。

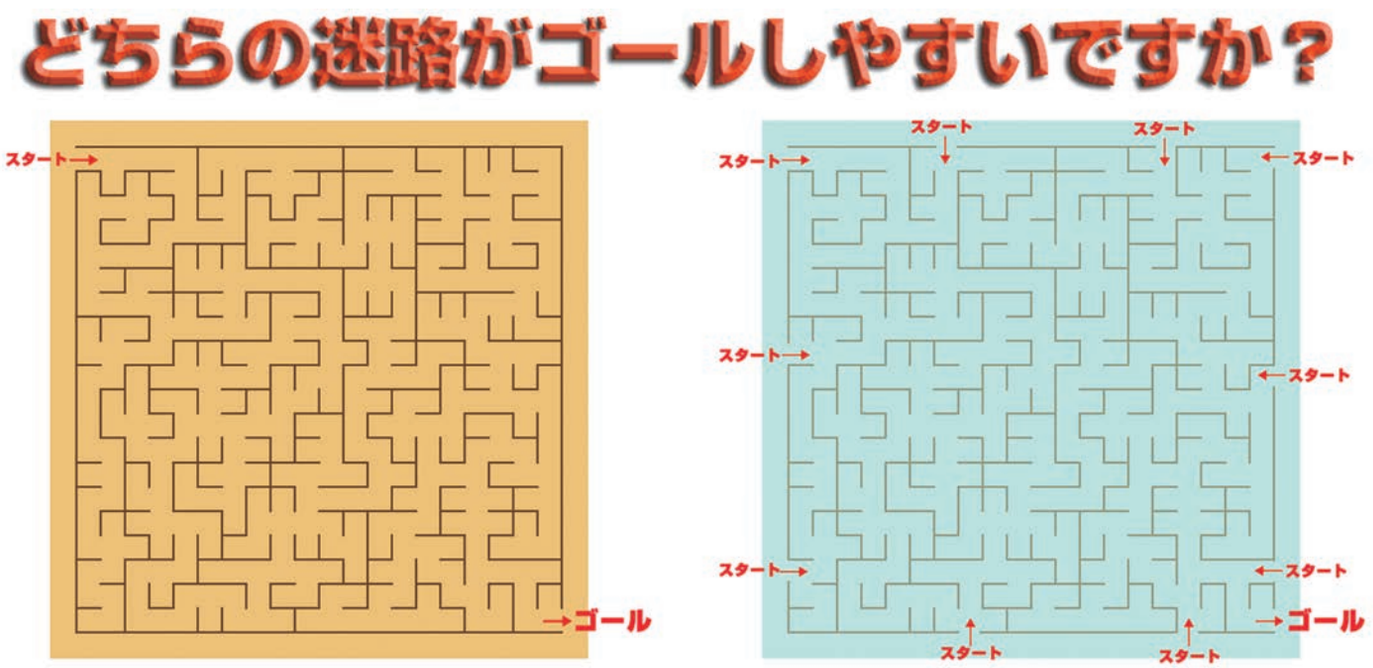
簡素な（テキストの少ない）サイトでは検索ワードも少なく「ロングテールワード」を見出す事はできません。つまりはインハウス SEO なくしてロングテール SEO は成立しない事になります。

そしてインハウス SEO の先に抽出されるデータこそがサイトを育てる「要素」なのです。

弊社が何故この「ロングテール SEO」を個別の項目としているのかと言えば「ロングテール SEO」が新 Google にとって最も重要な SEO 対策であり、この項目がテクニックのお話では無く、これからサイト運営をするにあたっての SEO スタンダードだからです。

どれほどアルゴリズムが変更されようとも「ロングテール SEO」だけは色あせる事無く貴方のサイトを成功へと導くでしょう。それは単純に「入口」を増やす事が最もゴールを近づける方法論だからです。業者任せのサイトで SEO 対策ができない時代です。

ウエブサイトでビジネスを成功させる為に弊社では「インハウス SEO」をお薦めします。



左の迷路がこれまでのSEO対策。右の迷路が「ロングテールSEO」です。
競争率の高い「検索ワード」では閲覧者はなかなか貴方のサイトに辿り着いてはくれません。
しかし入り口（検索ワード）を増やす事で貴方のサイトはいとも簡単に発見されるでしょう。
検索賢者が増える中、貴方のサイトはロングテールに対応できていますか？