

解決すべきSEO対策の課題はどこに？  
今求められる「コンテンツSEO」と  
最適な委託先選びのポイント



株式会社グリーゼ

# はじめに/調査概要

サイトの訪問者を増やすために欠かせないSEO対策。集客や売りに直結する大切な取り組みですが、十分な対応ができていないという悩みを抱えている企業も多いのではないのでしょうか。

今回、企業で実際にSEO対策に携わっている方々を対象に、現状の課題や目指すべき方向についてアンケートを実施しました。

SEO対策は、社内ですべて行っているケースと、社外の専門会社のコンサルティングを受けながら社内で行っているケース、また社外の専門会社にすべて委託しているケースなどがあります。それぞれのケースで抱える課題や、SEO対策のために必要なことをデータから考察します。

企業として財産となるような良質なサイト構築のために、今行すべきSEO対策について考えるきっかけにさせていただきますと幸いです。

## 調査概要

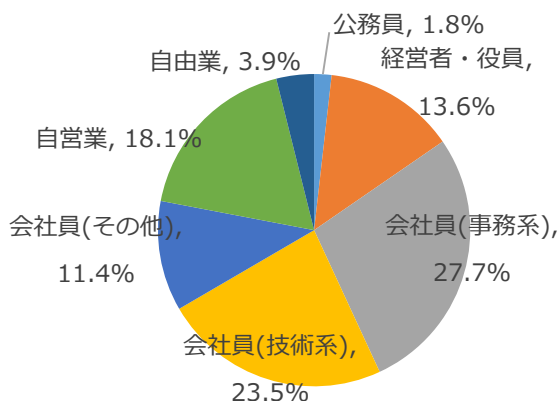
本書記載の「SEOの現状と課題の実態調査」は以下の要領で実施した。

### ■ 調査概要

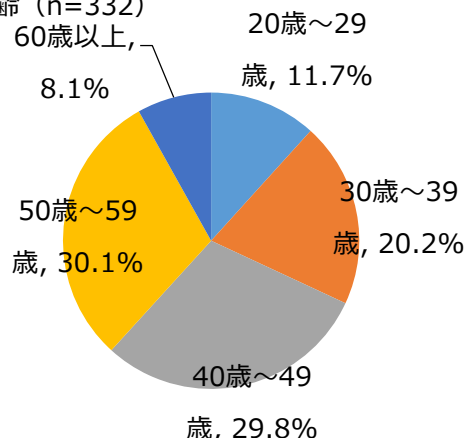
- ・ 調査の目的：企業のSEO対策の現状と課題を把握
  - ・ 調査対象：お仕事をしている方
  - ・ 調査時期：2016年7月
- スクリーニング調査：2016年7月14日(木)
- 本調査：2016年7月15日(金)
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ
  - ・ 調査実施機関：株式会社グリーゼ
- ・ 有効回答数：スクリーニング調査8811 本調査332

### 回答者プロフィール（本調査）

職業 (n=332)



年齢 (n=332)



# 1 SEO対策の現状と満足度

## SEO対策の社内対応・社外委託の内訳と満足度から見える課題

### 自社で対応している企業が56.6%

コンテンツを生み出す継続的な作業とともに、タグ設定や最新の検索エンジン基準への対応など、SEO対策には多くの労力と幅広い専門知識が必要とされます。実際、企業ではどのように対策に取り組んでいるのでしょうか。

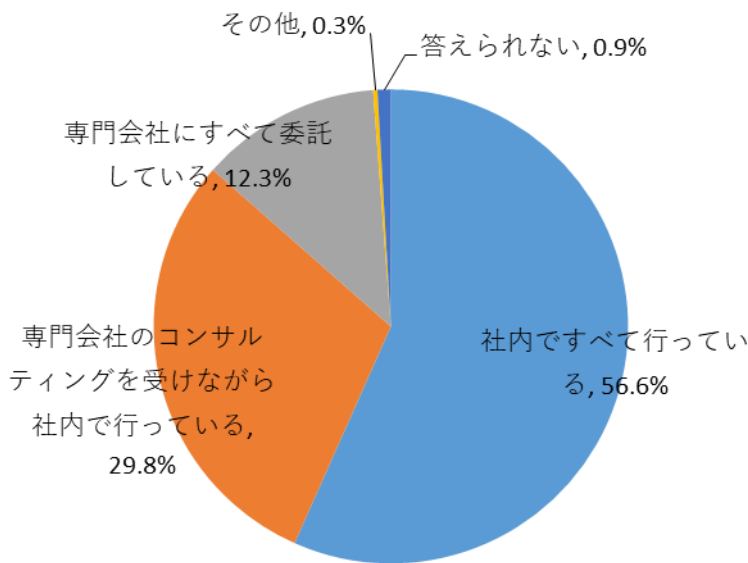
【図1】のアンケートでは、**56.6%の企業が、SEO対策を「社内ですべて行っている」と回答**しています。多くの企業が、自社で工夫しながら対応しているようです。

一方で、「専門会社にすべて委託している」との回答は12.3%でした。「専門会社のコンサルティングを受けながら社内で行っている」ケース29.8%と合わせると、合計で**42.1%の企業が外部の会社に委託**していることがわかります。

では、実際にSEO対策に取り組んでいる企業はどんな課題に直面しているのでしょうか。

【図1】

あなたがお勤めの企業（事業）のサイトにおいて、SEO対策はどのように行っていますか？（n=332）



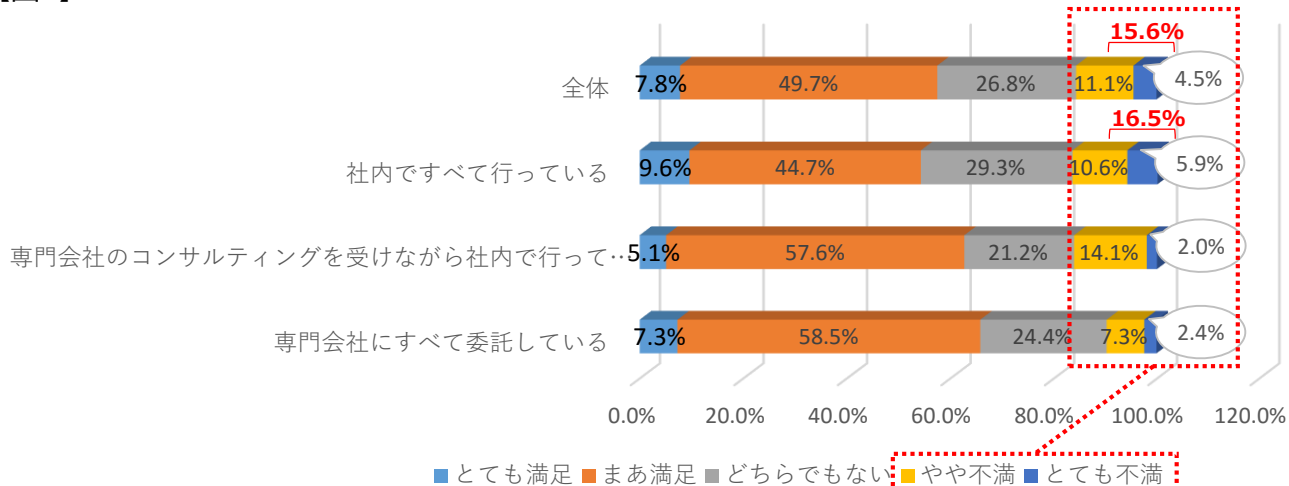
出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」（2016年7月）

### 15.6%が現状のSEO対策に不満あり

現状行っているSEO対策への満足度調査では、**全体の15.6%が不満（やや不満・とても不満）と回答**しています。特に、全体の半数を超える「社内ですべて行っている企業」は平均を上回る16.5%が不満（やや不満・とても不満）と回答するなど、課題があることがうかがえます。

専門会社に委託、またはコンサルティングを受けている企業は、概ね満足度が高いという結果になり、**良いパートナーと出会えた企業は高い満足度を得られている**と言えるでしょう。一方で、どの属性においても、不満を感じている層は一定数存在します。

【図2】 現状行っているSEO対策への満足度について教えてください。（n=332）



出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」（2016年7月）

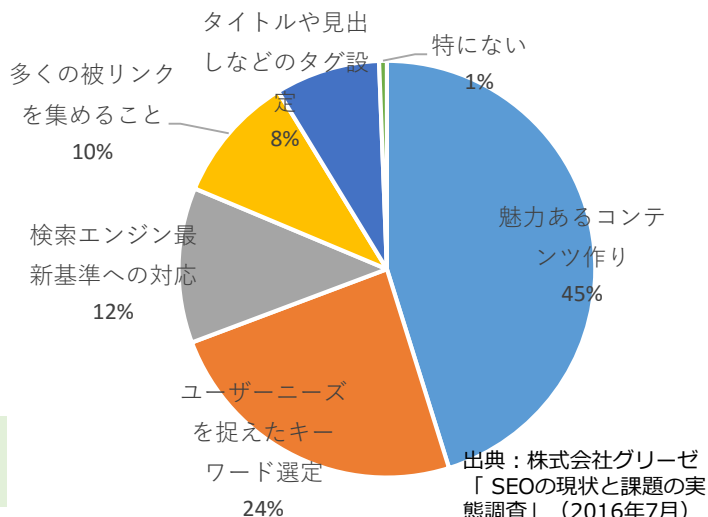
## 2 SEO対策で最も大事なことは？

実現したい理想のSEO対策と、社内制作派と外部委託派の重視ポイントの違い

### 最も大切なことは「魅力あるコンテンツ作り」

実際に業務に携わっている人が、**SEO対策で最も大切なことと回答したのは「魅力あるコンテンツ作り」(45%)**でした。2番目には「ユーザーニーズを捉えたキーワード選定」(24%)が続き、ユーザーに寄り添ったコンテンツを生み出すことこそSEO対策と感じている人が多いようです。【図3】

【図3】 SEO対策で重要性が高いと思うことを教えてください



### 社内制作派はコンテンツ重視 外部委託派は専門知識重視の傾向

現状の対策方法別に「SEO対策で大切だと思うこと」の傾向を見ると、**SEO対策を「社内ですべて行っている人」は、魅力あるコンテンツ作りをより重視(50.0%/平均：45.2%)**している傾向にあります。【図4】

一方、**SEO対策を専門会社にすべて委託している企業は、「多くの被リンクを集めること」(14.6%/平均：9.9%)、「検索エンジン最新基準への対応」(17.1%/平均12.0%)などのテクニカルな専門知識を重視**。また、「ユーザーニーズを捉えたキーワード選定」(39.0%/平均24.1%)の要望も高く、専門会社のマーケティング機能への期待も高まっています。では、社内制作、及び外部委託のそれぞれの課題はどのようなところにあるのかを次から見ていきます。

【図4】

SEO対策で重要性が高いと思うことを教えてください

SEO対策の方法	SEO対策で大切だと思うこと						
	魅力あるコンテンツ作り	多くの被リンクを集めること	ユーザーニーズを捉えたキーワード選定	タイトルや見出しなどのタグ設定	検索エンジン最新基準への対応	その他	特にない
全体	45.2%	9.9%	24.1%	8.1%	12.0%	0.0%	0.6%
社内ですべて行っている	50.0%	9.6%	17.6%	10.6%	11.2%	0.0%	1.1%
専門会社のコンサルティングを受けながら社内で行っている	42.4%	9.1%	30.3%	6.1%	12.1%	0.0%	0.0%
専門会社にすべて委託している	26.8%	14.6%	39.0%	2.4%	17.1%	0.0%	0.0%
その他	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
答えられない	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」(2016年7月)

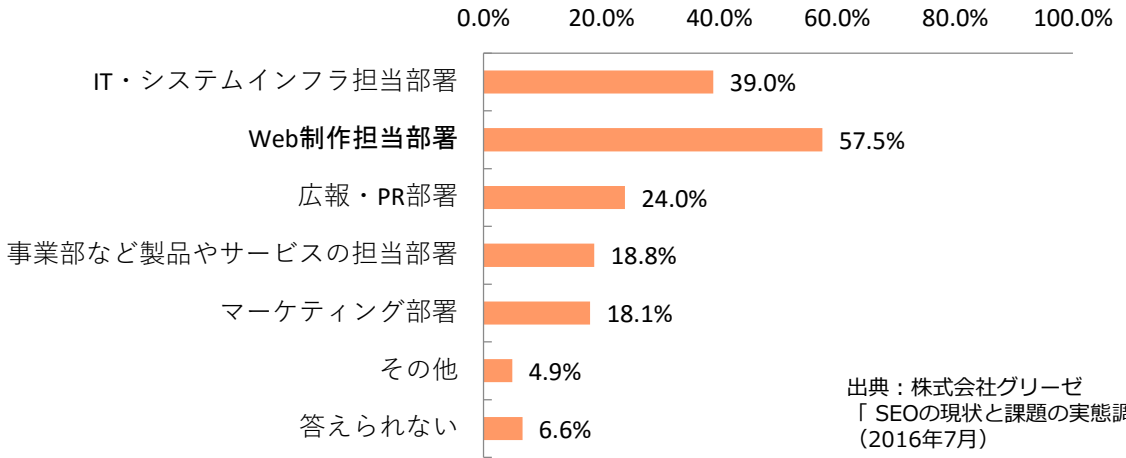
### 3 社内でのSEO対策の課題

#### SEO対策の担当部署と、不満につながっている具体的な課題

##### 技術系から事業系まで多岐に渡る担当部署

【図5】

社内のどのような部署がSEO対策を行っていますか？(n=287)



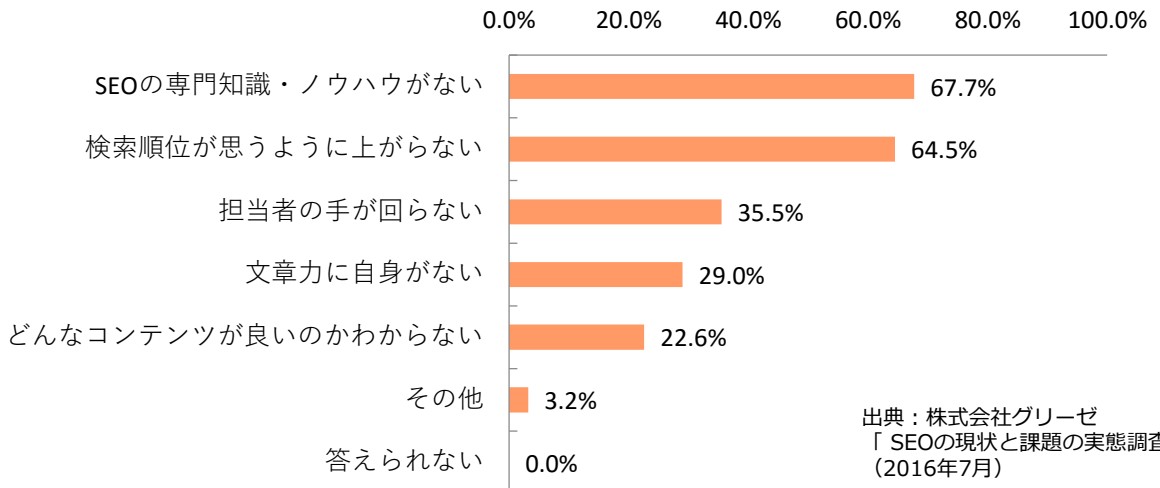
社内でSEO対策を行う場合、**Web制作担当部署やIT・システムインフラ担当部署のような技術系部門が担当しているケースが多数**を占めています。他にも、広報・PRや事業部、マーケティング部署など、担当部門は多岐に渡っていることがわかります。【図5】

出典：株式会社グリーゼ  
「SEOの現状と課題の実態調査」  
(2016年7月)

##### 社内の課題は専門知識の不足

【図6】

具体的にどのような点を課題と感じていますか？(n=31)



具体的な悩みでは、**「SEOの専門知識・ノウハウがない」が最も多く、社内で手探りでやっているものの対策に限界を感じてる様子**が見て取れます。また、多くの業務を日々こなしていく中で担当者の手が回らなかったり、コンテンツ制作に行き詰まり感も。その結果、「検索順位が思うように上がらない」という不満につながっているケースも多いようです。【図6】

出典：株式会社グリーゼ  
「SEOの現状と課題の実態調査」  
(2016年7月)

# 4 社外委託の課題と良いパートナーの条件

## 委託先に求める機能と現実の満足度、具体的な課題

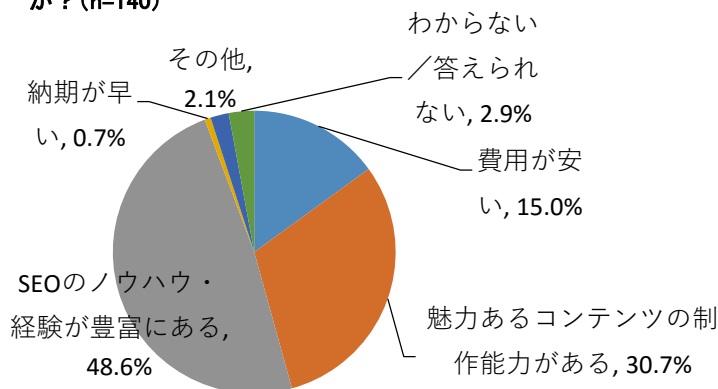
社外委託先選択のポイントはSEOのノウハウ・経験と、魅力あるコンテンツ制作能力

社外委託会社の選択において、最も重視するのは「SEOのノウハウ・経験が豊富にある」(48.6%)という回答でした。さらに、「魅力あるコンテンツの制作能力がある」(30.7%)と続き、SEOに最適な技術を踏まえた、良質なコンテンツ作りが求められていることがわかります。

【図7】

【図7】

委託会社の選択で、最も重要視するのはどのような点ですか？(n=140)

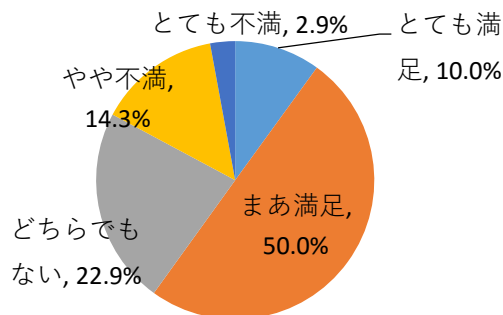


出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」(2016年7月)

委託会社の満足度に明暗 パートナー選びの大切さが浮き彫りに

現在のパートナーである委託会社の品質については、「とても満足」「まあ満足」と答えた人は合計60%に上り、良い委託会社と出会えた企業は高い満足度を得ています。一方で、「やや不満」「とても不満」と答えた人も合計で17.2%存在し、パートナー選びの大切さが浮き彫りになっています。【図8】

【図8】委託会社の対応や品質についての満足度について教えてください。(n=140)

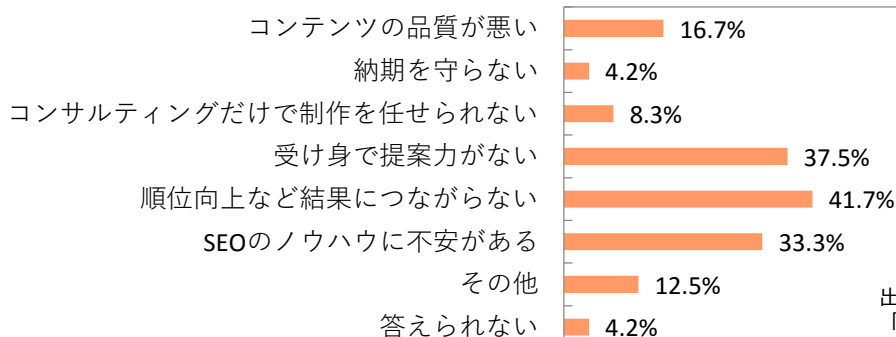


出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」(2016年7月)

専門知識や提案力 コンテンツの品質にも課題感

【図9】

具体的にどんな点を課題と感じていますか？(n=24)



出典：株式会社グリーゼ「SEOの現状と課題の実態調査」(2016年7月)

# 5 まとめ～最適なSEO対策を目指して～

現状の課題を解決し、理想とするSEO対策を実現する道筋

## 目指すべき理想のSEO対策

最新の検索傾向に対応した専門技術、ノウハウのもと、**魅力あるコンテンツを継続的に増やしていくことが、目指すべき理想のSEO対策**です。特に、良質なコンテンツ作りに注力することは、SNSによる拡散や被リンクの増加にもつながり、さらに会社名・サイト名で検索されるような、ブランディングにも効果を発揮します。

企業の財産となるサイト作り

魅力ある  
コンテンツ

SEOの  
専門技術  
ノウハウ

## 現状の課題

<SEO対策を社内で行っている企業の課題>  
「専門知識やノウハウがない」「担当者の手が回らない」「文章力に自信がない」…など

<SEO対策を社外に委託している企業の課題>  
「委託先の知識やノウハウに不安」「提案力がない」「コンテンツの質が悪い」…など

**コンテンツが重要ということはわかっている、実現できていないという現実…**

SEO対策については、社内ですべて行っている企業、専門会社に委託している企業とも、さまざまな課題を抱えています。ノウハウ、マンパワーなどの面で社内でまかないきれないことは、専門家に委託することで格段に効率化することもあります。

## 信頼できる専門会社への委託が最適なSEO対策への近道

※現状の委託会社に満足していない場合は見直しを

## パートナー選びのポイント

経験豊富で、良質なコンテンツを生み出す力のある専門会社をパートナーとすることが、魅力あるサイト作りへとつながり、最適なSEO対策への近道になります。

- ☑ SEOに関する豊富な専門知識・経験
- ☑ 魅力あるコンテンツを生むライティング力
- ☑ 最適な方向に導く提案力
- ☑ 結果から次の打ち手を考える分析力

### 時代は「コンテンツSEO」へ

SEOは「コンテンツ重視」の時代です。価値のないリンク、低品質なコンテンツは、サイトの価値を下げ、検索順位を大幅に下落させてしまいます。ユーザーにとって「役に立つコンテンツ」を作ることが、最大のSEO対策につながっていきます。魅力あるコンテンツが詰まったサイトは企業の財産となり、将来の成長戦略においても必ず役に立ってくれることでしょう。

# 良質なコンテンツ制作によるSEOに取り組みたいとお考えの企業様へ

- ・ 専門家の力を借りて、コンテンツSEOに本格的に取り組みたい
- ・ 広告をやめ、オーガニック検索からの集客を増やしたい
- ・ 競合調査、キーワード選定、レポート作成などコンサルから依頼したい
- ・ 取材が得意なライター、専門知識のあるライターに協力してほしい
- ・ 長い目でみて「財産」になるような価値あるコンテンツを作りたい

こんな要望をお持ちのご担当者様は、下記の問い合わせまで、お気軽にご相談ください。

**TEL: 03-6450-9204**



<http://gliese.co.jp/>

メルマガ、Facebookページ、Webライティング  
コトバの、チカラ

<http://kotoba-no-chikara.com/>

SEOに効く!  
コンテンツ制作

<http://seo-contents.jp/>

お問い合わせは下記へ

株式会社グリーゼ

Gliese

住所: 郵便番号東京都世田谷区駒沢2-16-18 ロックダムコート202

TEL:03-6450-9204

FAX:03-6450-9214

オフィシャルサイト: <http://www.gliese.co.jp/>