

# ウェブ解析視点でみるSEO

則田貴浩 (ウェブ解析士事務所ウィージェント)

# 本日本話すること



- ウェブ解析でアクティブなページの検証
- キーワード分析5つのポイント
- Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問
- アクセス解析ツールの設定で最低限してほしいこと

# 自己紹介

## ウェブ解析士事務所ウィーエージェント 代表: 則田貴浩

- ・Webアナリスト
- ・WACA北海道支部長兼ウェブ解析士マスター
- ・アクセス解析イニシアチブ会員

運営サイト「WEB解析のご依頼はウェブ解析士事務所ウィーエージェント」

⇒ <http://www.weagent.jp>

Facebookページ <https://www.facebook.com/weagent.jp>

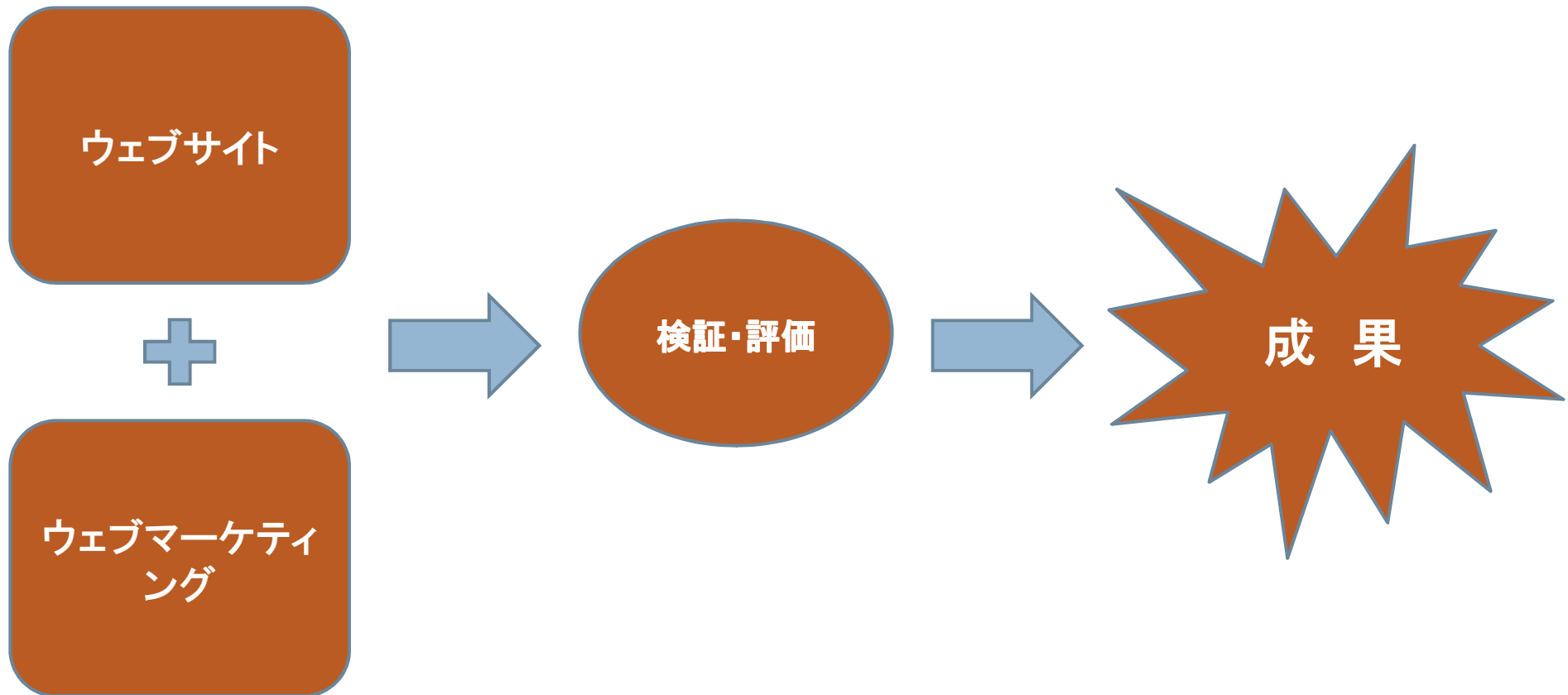


北海道で初めて一般社団法人ウェブ解析士協会(WACA)公認ウェブ解析士マスターに認定、ウェブ解析を活用したWEBコンサルティングサービスを提供。

また、WACA公認ウェブ解析士認定講座やGoogleアナリティクス講座などでアクセス解析・ウェブ解析領域の人材育成にも尽力。

書籍『デジタルマーケティング教科書 ウェブ解析士 この1冊でバッチリ! 仕事の基本と試験対策』(執筆協力)

# ウェブ解析とは？



# ウェブ解析の範囲

## ビジネス解析

商談・見積  
受注・売上

電話  
FAX件数

マスメディア  
広告効果

モニター  
アンケート

## ウェブマーケティング分析

ネット視聴率・  
キーワード分析

ユーザビリティ  
テスト

ソーシャル  
メディア分析

## アクセス解析

検索  
ワード

ページ  
ビュー

広告効果  
測定

# 本日本話すること



- **ウェブ解析でアクティブなページの検証**
- キーワード分析5つのポイント
- Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問
- アクセス解析ツールの設定で最低限してほしいこと

# ウェブ解析でアクティブなページの検証

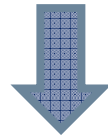


- ① 仮説から目的と設計を考える
- ② イベントハンドラを使った測定
- ③ キーワードの直帰率が高い時の対処法

# ①仮説から目的と設計を考える

これまでの受動的なウェブ解析では限界

- ・アクセス解析データからサイトの問題点を推測
- ・具体的な問題点が見えない、仮説を立てにくい



カスタムトラッキングを使ったアクティブなウェブ解析

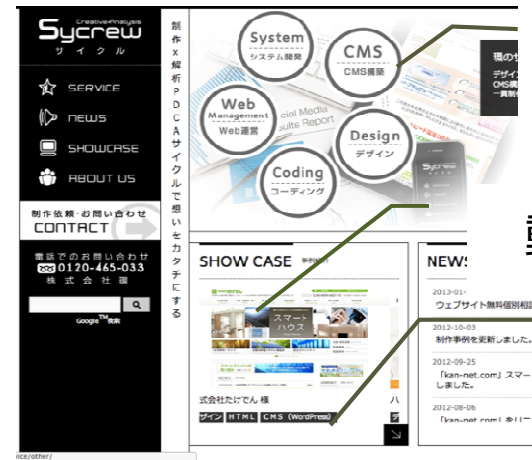
- ・仮説を立てて解析を作りこむ設計が重要
- ・問題点を具体的に検証可能

例) イベントハンドラを使った測定



## ② イベントハンドラを使った測定

- JavaScriptのイベントハンドラを活用した計測方法
  - PDFファイルやアプリ内の遷移をページビューとしてみなす（バーチャルページビュー）
  - ページビューとして数えたくない数値のトラッキング（イベントトラッキング）
- イベント発生定義が大事
  - カテゴリ・・・大分類
  - アクション・・・行動
  - ラベル・・・小分類
  - バリュー・・・値
  - カウント方法



ボタンの  
クリック数

動画の閲覧時間

どのリンクがク  
リックされてい  
るか

- 目的と仮説をあきらかにして設計すること

# イベント設計例

画像位置と  
クリック率

Category  
FirstIMG

Action  
Click

Category  
SecondIMG

Label  
MovieXXX



画像大小と  
テキスト  
と画像の  
クリック率

Action  
TextClick  
Action  
ImageClick

Category  
SmallIMG

Label  
MovieXXX

Category  
MiddleIMG

引用: youtube.com(2013/02)

### ③対象キーワードの直帰率が高い場合の対処法

- よくある問題点

- 一見して何のページかわかりにくい
- 検索ワード・ディスクリプションとページの内容が違う
- スプラッシュ画面が長い
- ナビゲーションがスクロールしなければ見つからない

# 本日本話すること



- ウェブ解析でアクティブなページの検証
- キーワード分析5つのポイント
- Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問
- アクセス解析ツールの設定で最低限してほしいこと

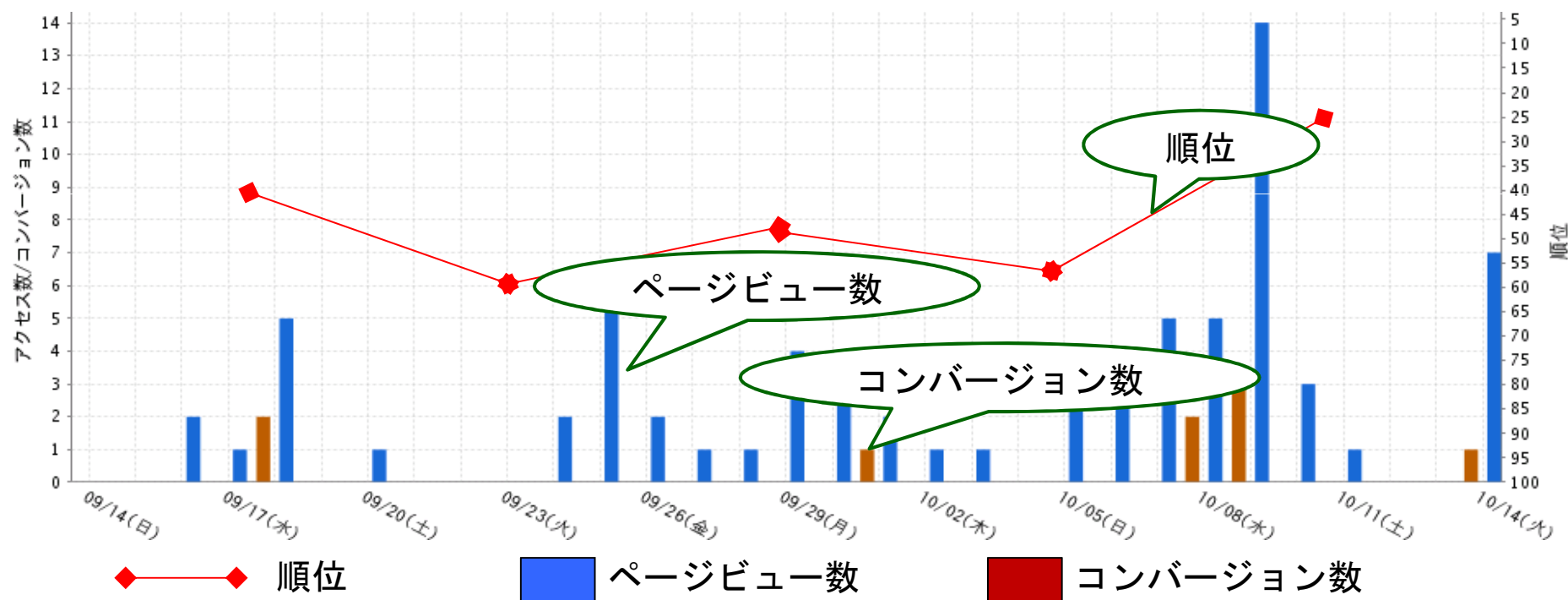
# キーワード分析5つのポイント



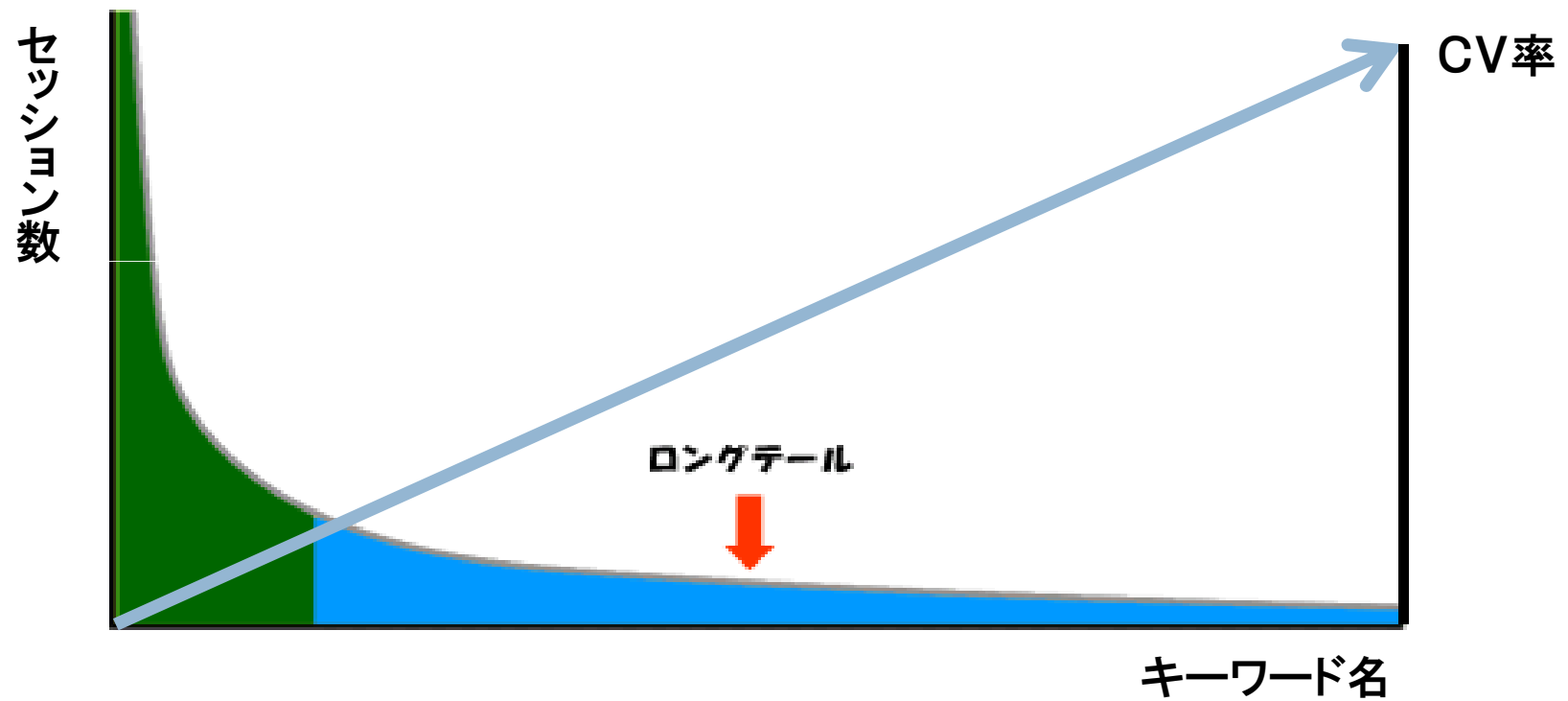
- ①見落としがちなSEOの大原則
- ②ロングテール理論って本当？
- ③コンバージョンの山、ブルーオーシャンを狙う
- ④キーワードの外部環境分析
- ⑤キーワードインテント

# ①見落としがちなSEOの大原則

- 順位が上がることで、ページビュー数やコンバージョン数があがるキーワードを狙ってSEOをする。

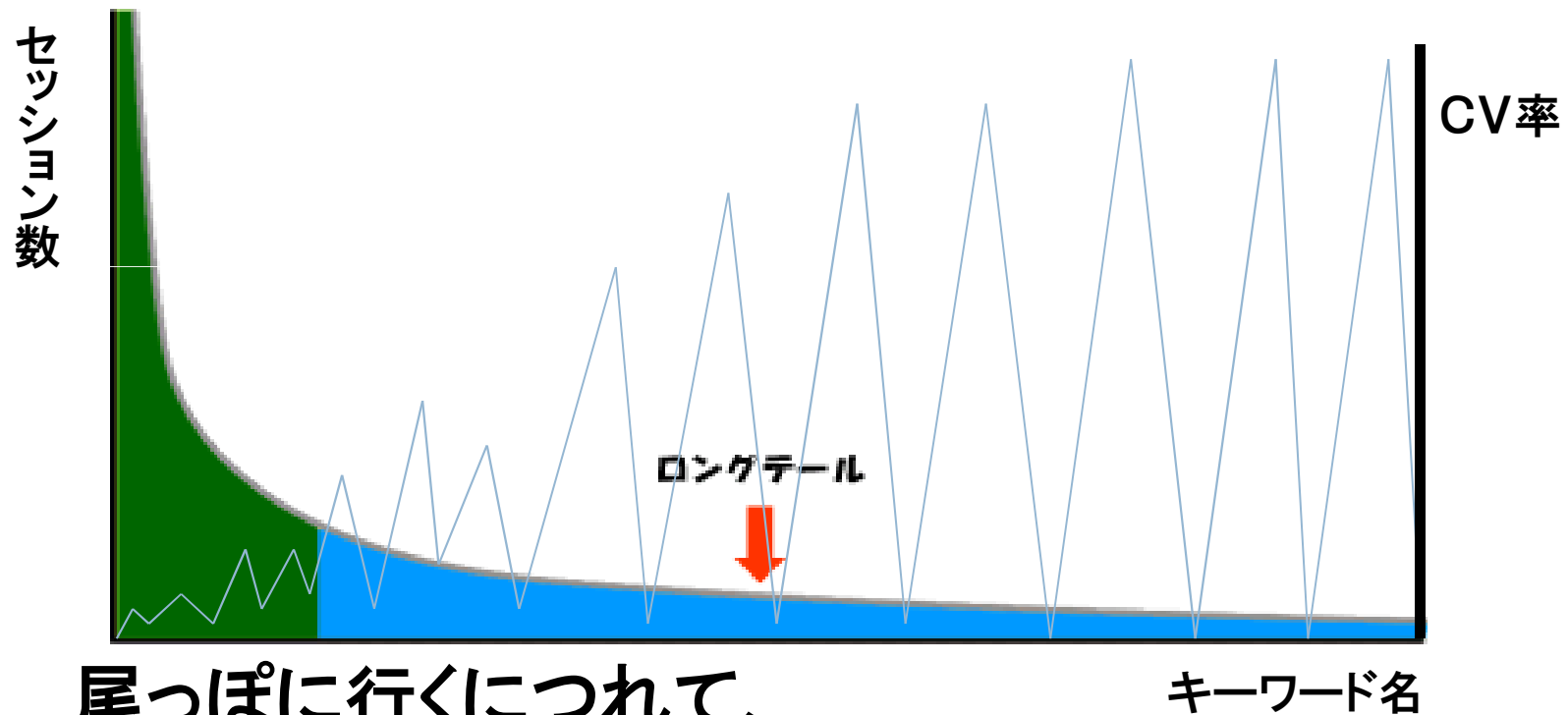


## ②ロングテール理論って本当？



これって本当？

## ②ロングテール理論って本当？



尾っぽに行くにつれて、

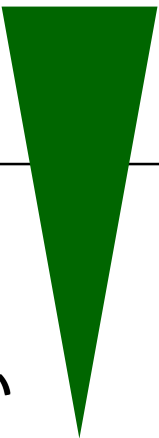
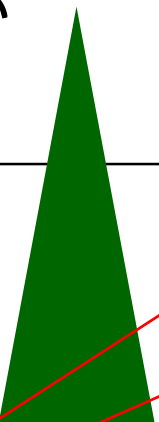
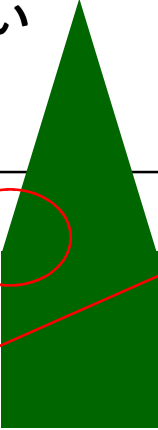
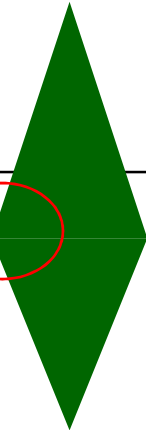
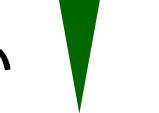
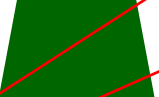
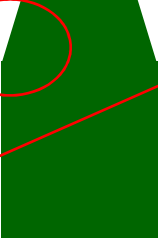
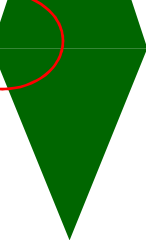
セッション:1、CV数:1だと、**CV率:100%**

セッション:1、CV数:0だと、**CV率:0%**



### ③コンバージョンの山、 ブルーオーシャンを狙う

- SEOは検索上位にあげればいいわけではない

検索フレーズ	ページビュー数	キーワード数	コンバージョン率	コンバージョン数
ビッグフレーズ 「カードローン」	多い 	少ない 	少ない 	? 
スモールフレーズ 「カードローン 利用 可能 枠 増額 申込」	少ない 	多い 	多い 	? 

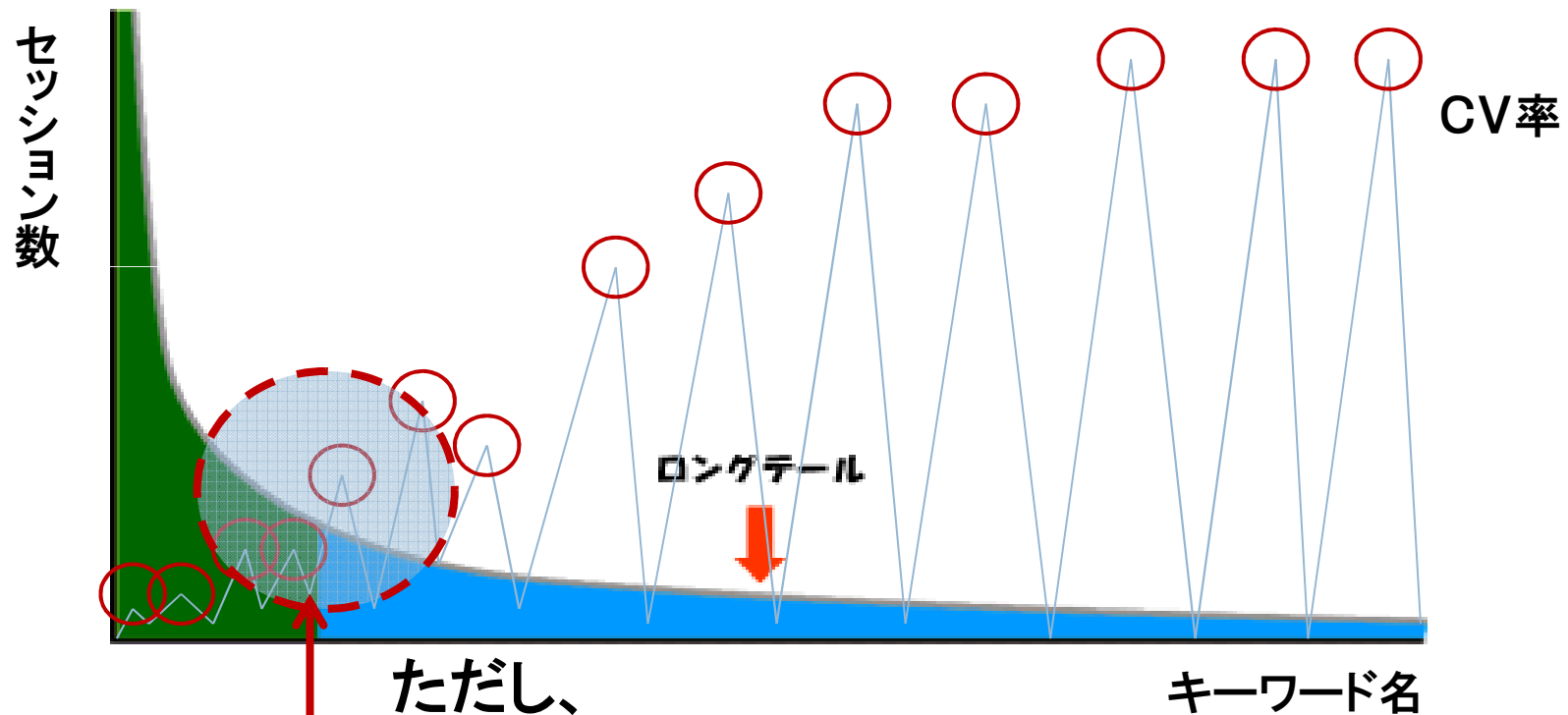
すべてのキーワードで上位表示は無理

SEOでは**コンバージョンの山**を狙う

ウェブ解析で「勝てる検索ワード」を見つけることが重要

「よく含まれる検索ワード」がヒントになる

### ③コンバージョンの山、 ブルーオーシャンを狙う



ただし、  
①そこそこ検索数がある  
②競合が少ない  
このゾーンを狙う

# ④キーワードの外部環境分析

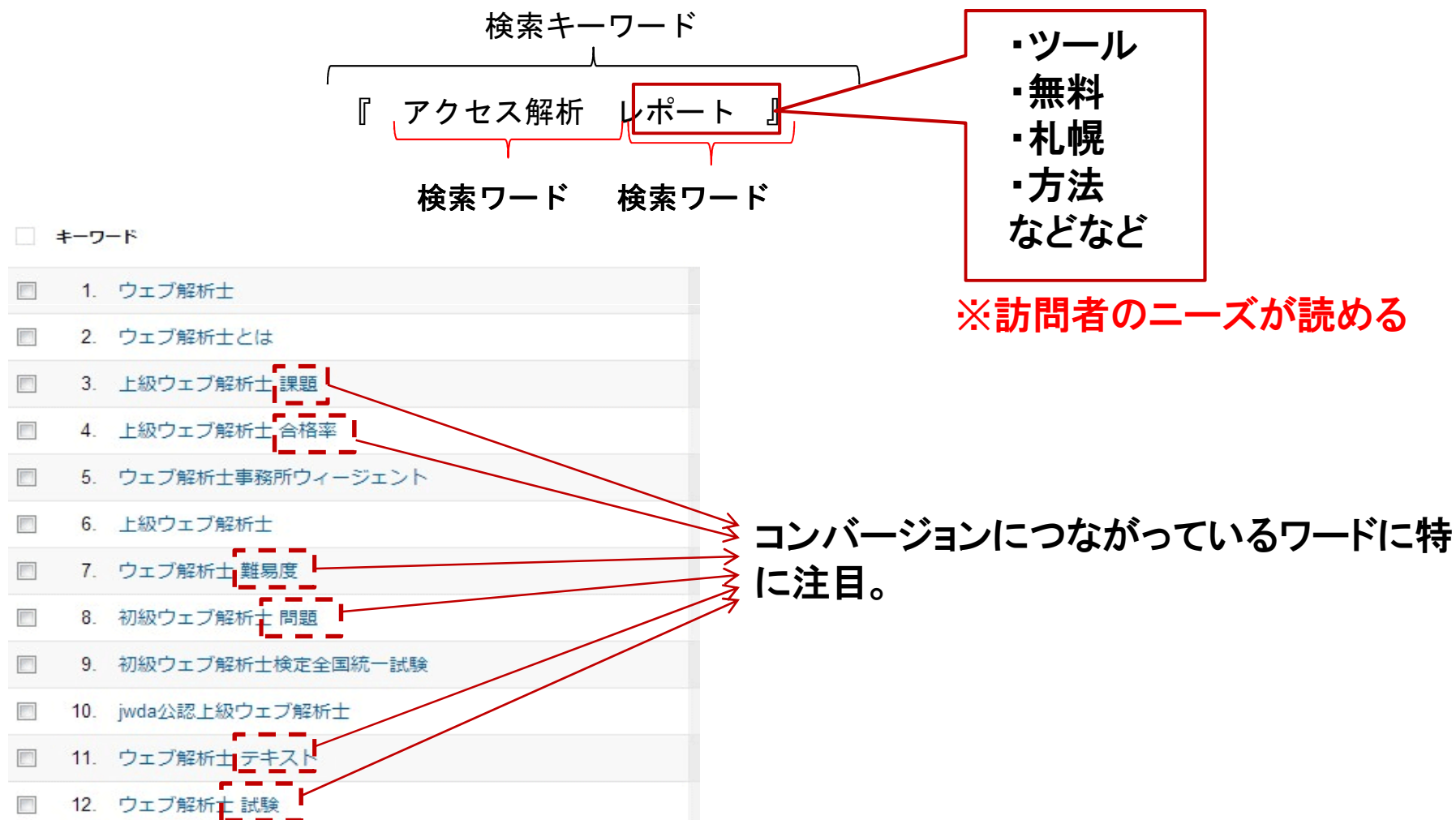
## □ キーワードツールとアクセス解析で競合分析

キーワード候補						
このデータについて						
キーワード	競合数	ローカル月間検索ボリューム	ローカル月間検索ボリュームの傾向	推定平均クリック単価	広告シェア	検索抽出元ウェブページ
gnggle アクセス解析		9,900		¥7	-	-
アクセス解析 google		9,900		¥7	-	-
アクセス解析 無料		9,900		¥113	-	-
グーグル アクセス解析		9,900		¥7	-	-
アクセス解析ログ		9,900		¥0	-	-
アクセス解析 グーグル		9,900		¥7	-	-
無料アクセス解析		8,100		¥0	-	-
アクセス解析 ダフフ		0,100		¥264	-	-
アクセス解析 ヤミナー		6,600		¥7	-	-
セミナー アクセス解析		6,600		¥7	-	-
アクセス解析 シール		6,400		¥224	-	-
アクセス解析 ツール						
アクセス解析 ツールデザイン						
アクセス解析 ヒットグラフ						
ヒットグラフ アクセス解析						
携帯アクセス解析						
アクセス解析 hit graph						

キーワード	訪問数	訪問数/ページビュー	訪問時の平均滞在時間	新規訪問者の割合	離脱率	システム開発
1. (not provided)	916	2.29	00:01:28	80.24%	50.76%	システム開発
2. ウェブ解析士	73	2.97	00:01:16	86.30%	50.68%	システム開発
3. ウィーゼント	42	3.38	00:01:48	45.24%	16.67%	システム開発
4. リスティング セミナー	36	1.50	00:00:25	91.67%	69.44%	システム開発
5. ウェブ解析	35	3.86	00:01:11	62.86%	51.43%	システム開発
6. web解析士	29	2.03	00:00:37	86.21%	48.28%	システム開発
7. ウェブマーケティング計画書	26	1.23	00:01:43	19.23%	80.77%	システム開発
8. web解析	18	2.39	00:01:07	66.67%	50.00%	システム開発
9. http://www.weagent.jp/	15	2.07	00:08:40	6.67%	80.00%	システム開発
10. ウェブ解析士とは	11	1.91	00:02:37	90.91%	45.45%	システム開発

競合の少ないブルーオーシャンを見つける

# ⑤ キーワードインテント



# 本日本話すること



- ウェブ解析でアクティブなページの検証
- キーワード分析5つのポイント
- Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問
- アクセス解析ツールの設定で最低限してほしいこと

# Googleアナリティクス



# Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問

## 【質問】

とあるキーワードで、SEOをしていないページがランディングページになってるのはなぜ？

# Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問

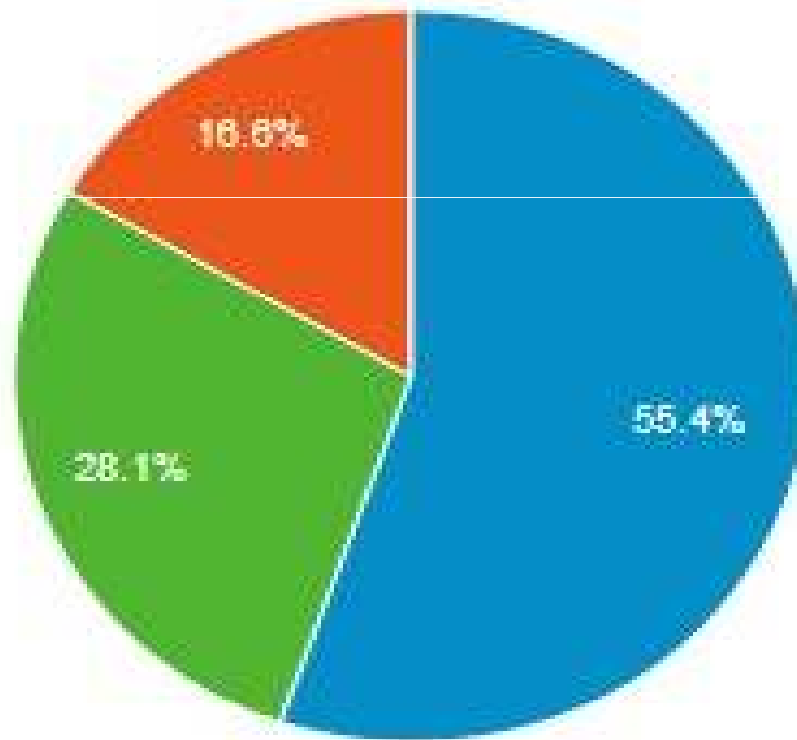
## 【主に考えられること】

- ①初回訪問でブックマークされ、2回目以降そのページから訪問
- ②2回目以降、メルマガ内のリンクから流入してきている



# Googleアナリティクスでのトラフィック分類

■ 検索トラフィック ■ 参照トラフィック ■ ノーリファラー



# 検索トラフィックとは？



**Google、Yahoo！JAPANなどの  
検索エンジン経由で流入してきたもの。**

**オーガニック検索、有料検索問わず。**

## 参照トラフィックとは？



検索エンジン経由以外で、どのサイトから訪問したのかわかります。

ブログ、SNS、メディア系サイトなど。

# ノーリファラーとは？

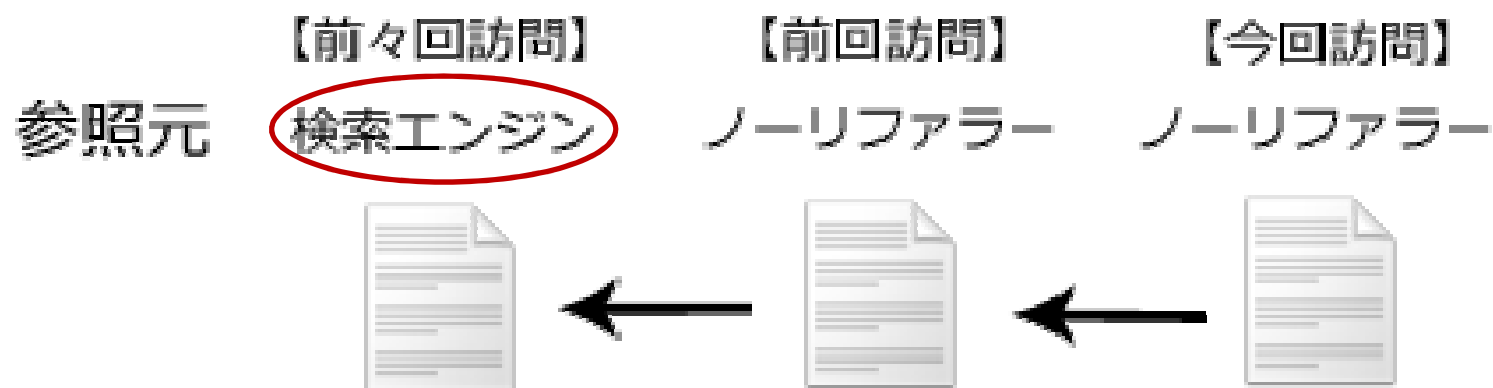


ブックマーク、直接URL、メール文中のリンクなど参照元がわからないもの。

最近では、スマホアプリからの流入も目立つ。

# Googleアナリティクスの参照元判別のしくみ

1. 訪問時のCookieの参照元で判別
2. 参照元ない場合、参照元がわかる  
ところまで遡り、それを参照元にする



# 本日本話すること



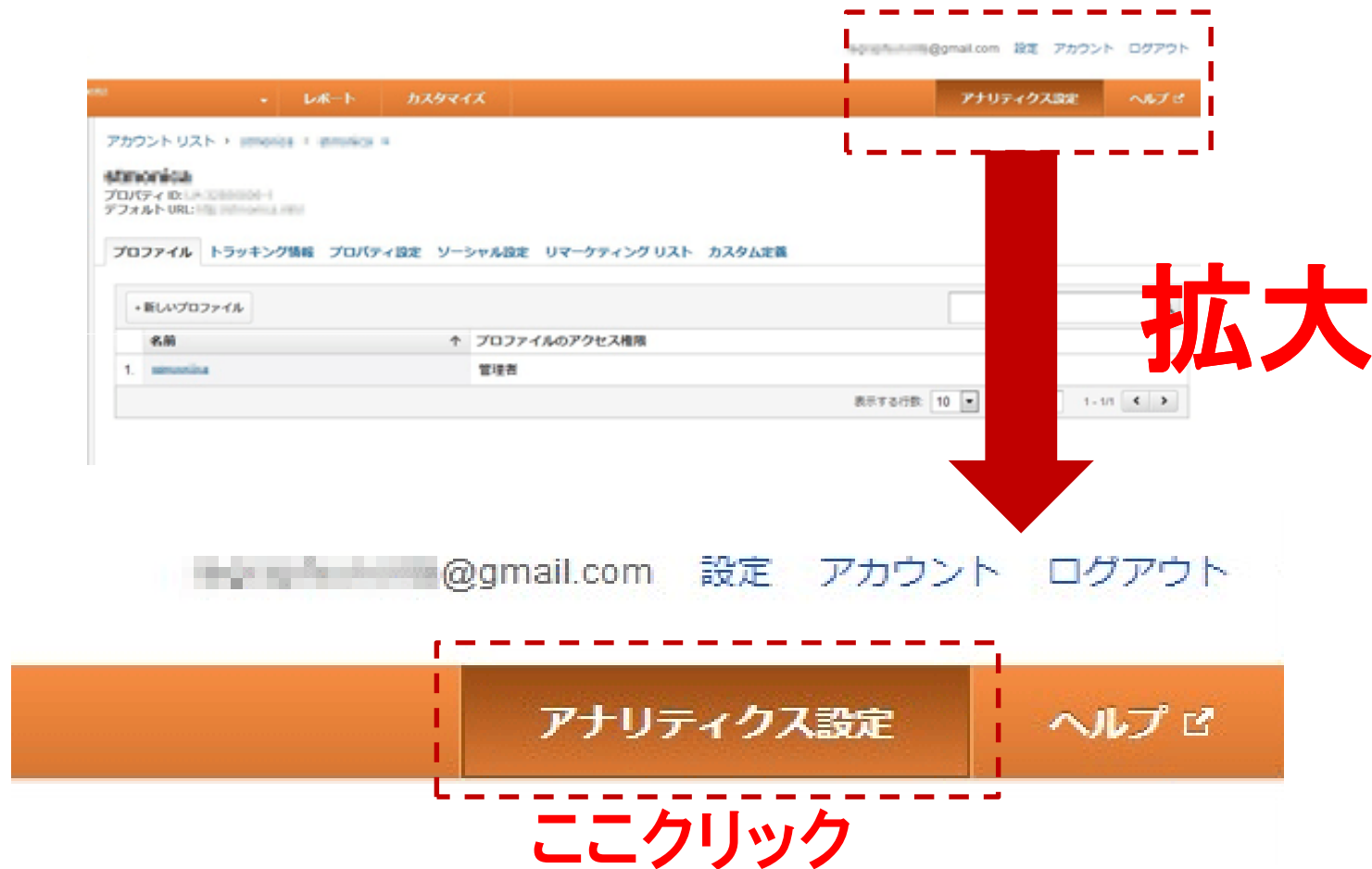
- ウェブ解析でアクティブなページの検証
- キーワード分析5つのポイント
- Googleアナリティクス講座をやっているとよくある質問
- アクセス解析ツールの設定で最低限してほしいこと

ツール設定で最低限して欲しいこと



- コンバージョン（目標）設定
- 関係者のIPアドレスの除外

# コンバージョン設定①





# コンバージョン設定②

アカウントリスト > > > >

プロフィール: [ウェブ]

プロパティ ID:

アセット ユーザー 目標 フィルタ プロファイル設定

このプロフィールに表示する目標を設定します。 (?)

目標 (セット 1)  
+ 目標 (残りの目標 5)

目標 (セット 2)  
+ 目標 (残りの目標 5)

目標 (セット 3)  
+ 目標 (残りの目標 5)

目標 (セット 4)  
+ 目標 (残りの目標 5)

クリック



# コンバージョン設定③

プロフィール: **almarka** (ウェブ)

プロパティ ID: **UA-XXXXXX-X**

アセット ユーザー **目標** フィルタ プロファイル設定

目標,

**Goals (set 1): Goal 1**

## 全般情報

目標名

☒ アクティブ ☐ 無効

目標タイプ

- ☐ URL へのアクセス
- ☐ 訪問の滞在時間
- ☐ 訪問別ページビュー
- ☐ イベント

保存

キャンセル

# コンバージョン設定④

## 全般情報

目標名



任意の目標タイトル

☒ アクティブ ☐ 無効

目標タイプ

- ☐ URL へのアクセス
- ☐ 訪問の滞在時間
- ☐ 訪問別ページビュー
- ☐ イベント



どれか選択

保存

キャンセル

# コンバージョン設定⑤

## 全般情報

目標名

☒ アクティブ ☐ 無効

目標タイプ ☒ URL へのアクセス  
☐ 訪問の滞在時間  
☐ 訪問別ページビュー  
☐ イベント

## 目標の詳細

目標 URL

たとえば目標ページが <http://www.mysite.com/thankyou.html> の

マッチタイプ

大文字と小文字を区別 ☐

アクセスした URL の大文字と小文字を正確に入力してください

目標値 オプション

## 目標到達プロセス

目標到達プロセスとは、目標 URL に到達するまでの一連のページ遷移を指します。当します。

目標到達プロセスを使用 ☐

ここで定義した目標達成プロセスは、目標到達プロセスのレポート「<http://www.mysite.com/step1.html>」の場合には、「</step1.html>」

→ 主にサンクスページなど指定

→ ここにチェック入れると...

保存

キャンセル

# コンバージョン設定⑥

## 目標到達プロセス

目標到達プロセスとは、目標 URL に到達するまでの一連のページ遷移を指します。たとえば、購入手順に当てはまります。

目標到達プロセスを使用 ☒

ここで定義した目標達成プロセスは、目標到達プロセスのレポートにのみ適用され「<http://www.mysite.com/step1.html>」の場合は、「/step1.html」と入力します。

	URL (例: 「/step1.html」)	名前	
ステップ 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	削除 <input checked="" type="checkbox"/> 必要な手順
ステップ 2	<input type="text"/>	<input type="text" value="申込フォーム"/>	削除
+ 目標到達プロセスのステップ			

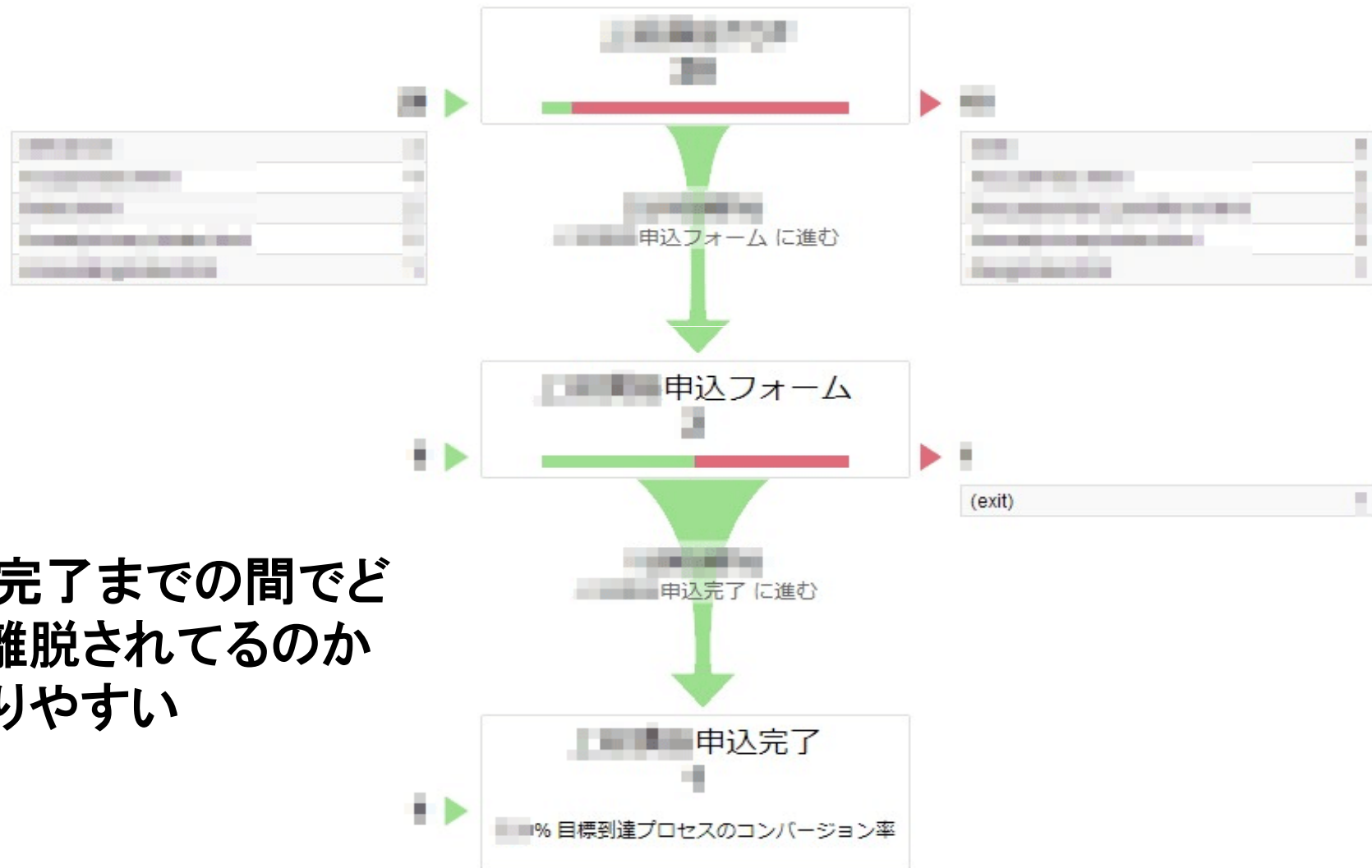
保存

キャンセル

URL

ページ名

# コンバージョン設定⑦



申込完了までの間でどこで離脱されてるのかわかりやすい

# 関係者のIPアドレスの除外①

アセット ユーザー 目標 フィルタ プロファイル設定

## プロファイルにフィルタを追加

### フィルタ情報

フィルタ名

フィルタの種類 ☒ 既定のフィルタ ☐ カスタム フィルタ

除外  IP アドレスからのトラフィック  等しい

IP アドレス     ☐ IPv6  
(例: 74.125.19.103、2001:db8::1)

保存

キャンセル

関係者のトラフィックを除外し、より正確なマーケティングデータとして利用可能