

【BUPPAN勉強会】 自社ECの成長方程式 -GoogleのSEOのイロハ-

2025.10.10 來住樹生

自己紹介

- Self-Introduction -



來住 樹 Tatsuki Kishi

生 1998年6月24日生 / 27歳

- **2018年 株式会社Wizleap (学生時代)**
保険分野のSEOやSEMの担当を歴任し創業期を支える。
- **2020年 株式会社onpen 創業**
- **2023年 株式会社東京寿園 創業 (川下さんと共同創業)**

ブランドごとに物販会社を4社経営

・電子機器、食品、化粧品、インテリア(観葉植物など)多岐に渡る

その他にも、紹介性にはなるが、いくつか物販会社の自社ECのSEOや、物販のコンサルティングを担当。これまで月間100万MAU以上のサイトを複数担当。

アジェンダ

本勉強会の目的

- 自社ECを成長させることの重要性WHY、どのように成長させたらいいのかHOWの大枠を理解する
- 中規模のブランドにとってSEOは無視できないということを理解していただくこと。

STEP 1 「自社ECの流入対策はどうしてる？ 広告以外の無視できないSEO流入」

- SEOの概論
- 検索エンジンの仕組みとランキング要素

STEP 2 「googleアルゴリズムの特徴を理解しよう」

- コンテンツ(網羅性とオリジナルコンテンツ、構成、表現の方法)
- リンク(被リンク、サイト構造)

STEP 3 「ECサイトは伸びる環境！ 実際に改善した事例！」

- 川下さんの会社をお手伝いした事例

STEP 4 「海外の最新情報」

- AI検索の対策は必要なのか

**今日の話は、ブランドを持っている
今後持とうとされている方向け
の話になります**

【STEP1】

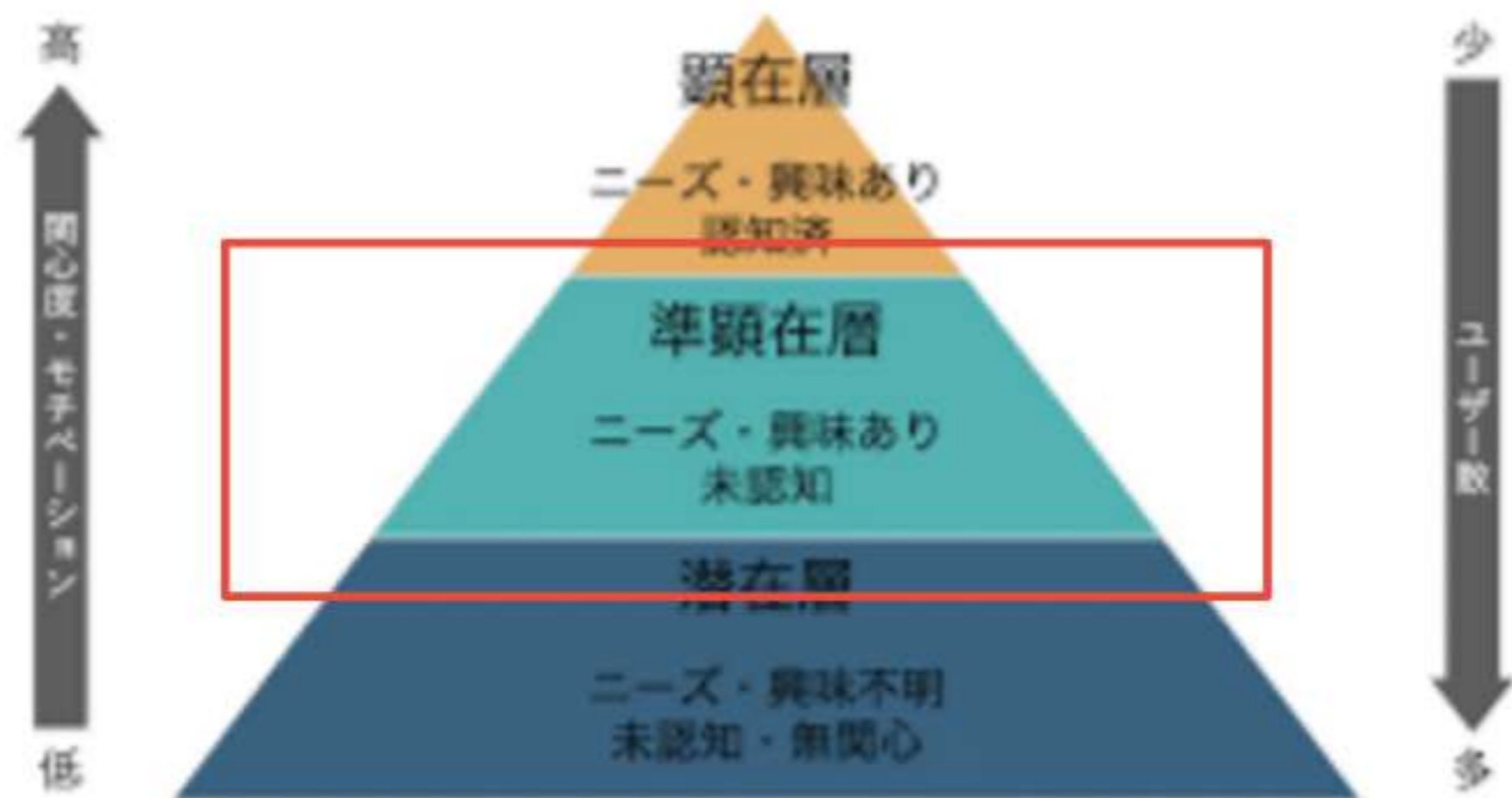
そもそも

自社ECの対策を

やられていますか？

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

マーケティング領域のピラミッド



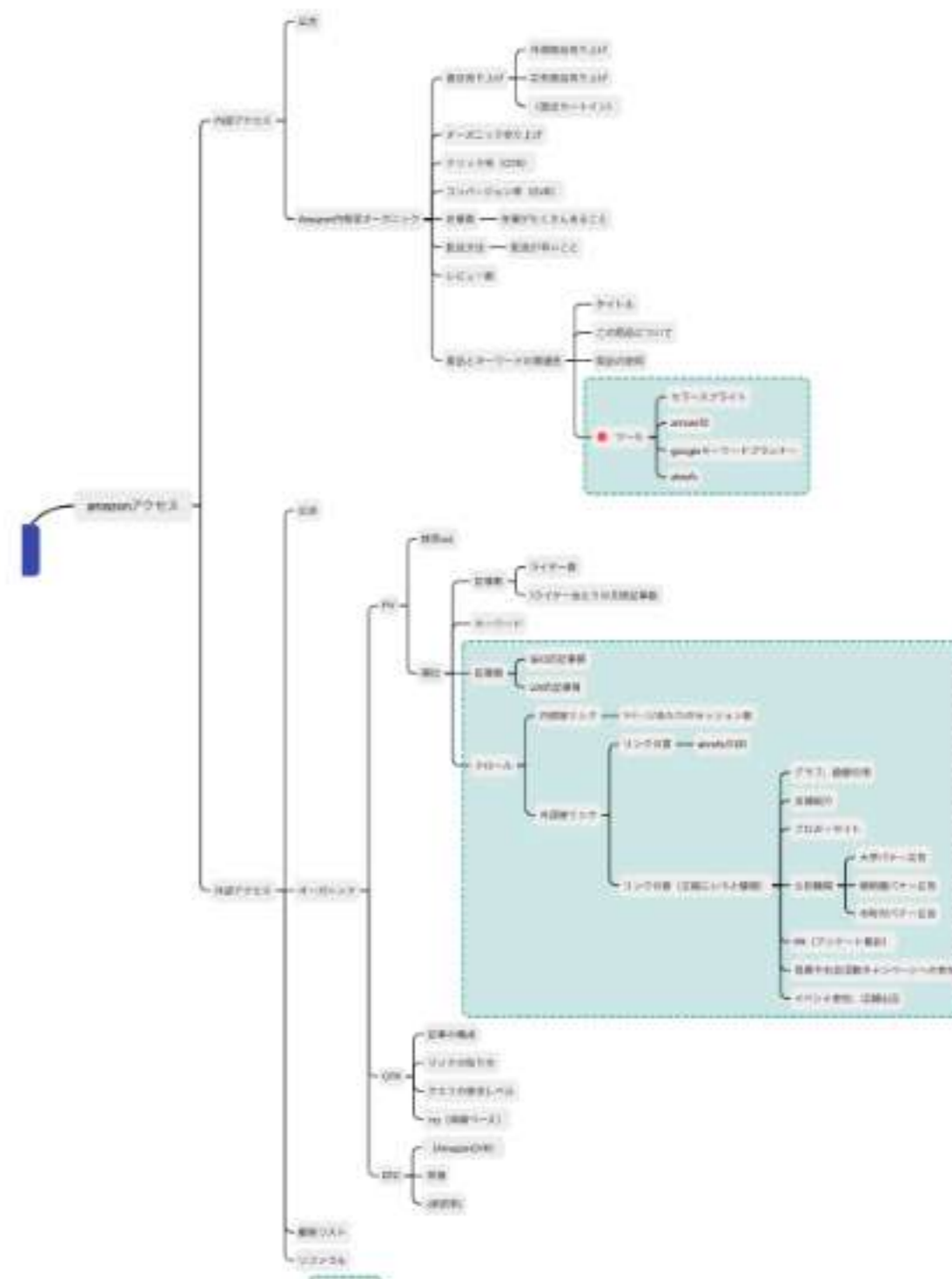
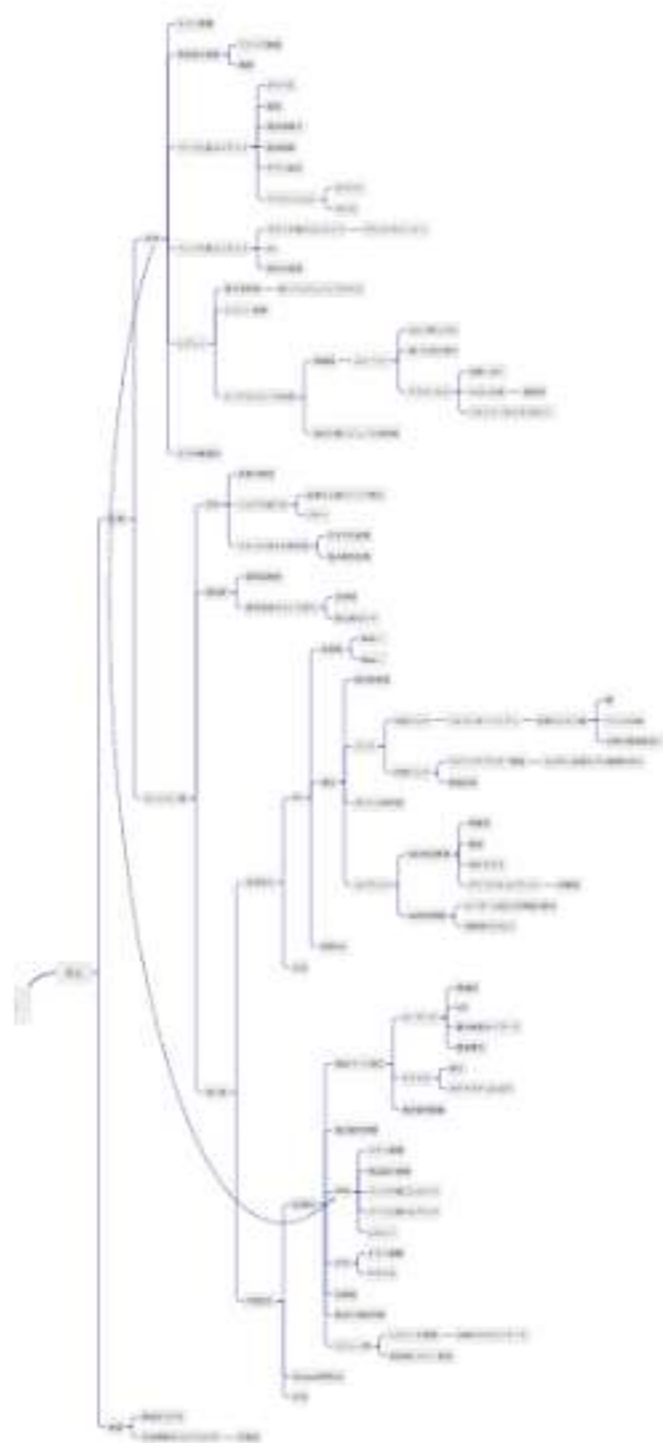
アマゾン、楽天は顕在層
CPCは高い傾向にある
準顕在化層は、google検索
CPCは顕在層よりは安い傾向
潜在層に近い部分にSNSがある

**今日の結論は、
準顕在層へのアプローチも
しましょうというお話です**

**売上という最重要KPIに対して
どれくらい体系的に要素分解
できてますか？**

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

要素分解



セッション＝
＋内部流入(オーガニック)
＋内部流入(広告)
＋外部流入(オーガニック)
＋外部流入(広告)

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

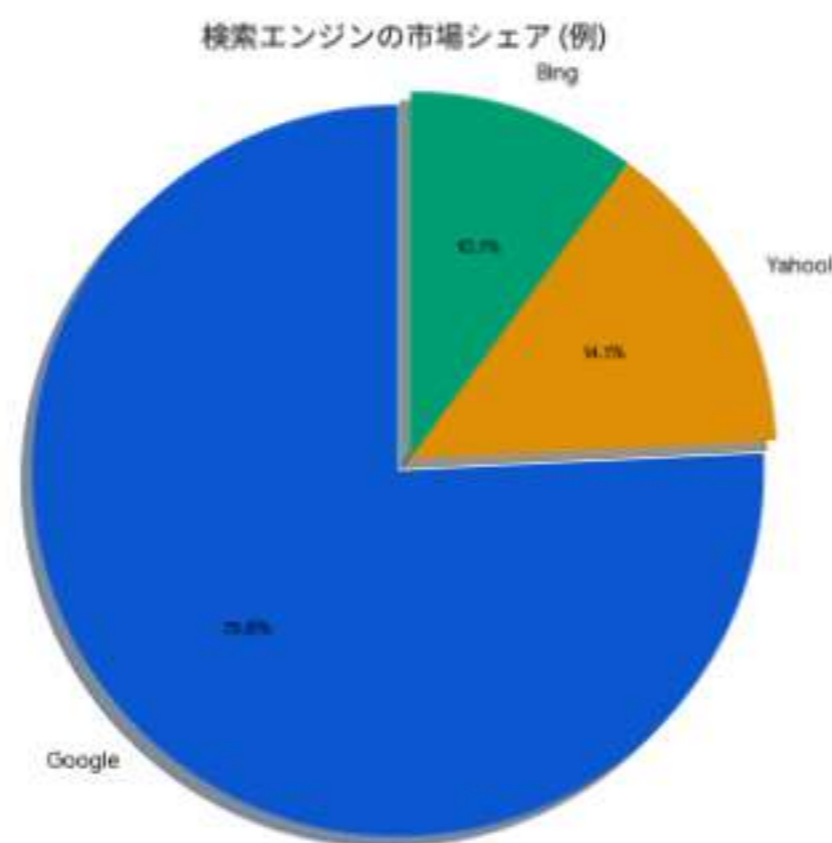
**外部からの流入は
アマゾンSEOにとって
プラスシグナルと言われている
(間接的)**

知識編

SEOの意味

SEOはSearch Engine Optimizationの略語で、日本語では検索エンジン最適化といいます。極端にいうと、検索エンジンとはGoogleのことで、SEOは「Googleであるクエリ(単語)を検索したときに、自分のウェブサイトを1位に上げること」だと認識するとわかりやすいです。クエリとは、検索キーワードのことです。

正確には、Yahoo!やBingなど、日本には複数の検索エンジンが存在します。しかし、日本国内の検索エンジンのシェアはGoogleが約75%、Yahoo!が約14%、Bingが約10%であり、Yahoo!の検索エンジン技術がGoogleから提供を受けていることを踏まえると、国内におけるSEOとはGoogleに最適化することだと捉えても問題ありません。



SEOはオーガニック流入と同じ 初期投資を回収さえすれば 無料の集客ツール

(来ている人に聞いてみようのコーナー)__

SEOの概要

② SEOの大原則

「Googleの使命は、世界中の情報を整理し、世界中の人がアクセスできて使えるようにすることです。」

(Google)

「完璧な検索エンジンとは、ユーザーの意図を正確に把握し、ユーザーニーズにぴったりに一致するものを返すエンジンである。」2011, ラリー・ページ氏(Google)

Google検索セントラルブログ <https://developers.google.com/search/blog?hl=ja>

注意すべきは、それらの常識や秘密はGoogleが公言しているものではなく、SEO担当者たちが築き上げた膨大な仮説の集合であるという点です。

**Amazonの企業理念を見れば
最もレビューが大事とわかる
のと同じ**

アマゾンの理念を理解する-検索アルゴリズムを理解するために-

Amazonの企業理念

Amazonには、「地球上で最も豊富な品揃え」「地球上で最もお客様を大切にすること」という大切な2つの企業理念があります。

地球上で最も豊富な品揃え

地球上で求められるあらゆるものを探し、発見でき、購入できる場を創ること

地球上で最もお客様を大切にすること

お客様からスタートし、常にお客様の立場で考えること

「Amazonに出品する」ということは、この2つの理念に従って、Amazonが購入者に提供するサービスと同等の出品・販売を行っていただくことです。

- ・豊富な品揃えの提供
- ・適正な価格設定
- ・迅速な商品の出荷
- ・高水準のカスタマーサポート

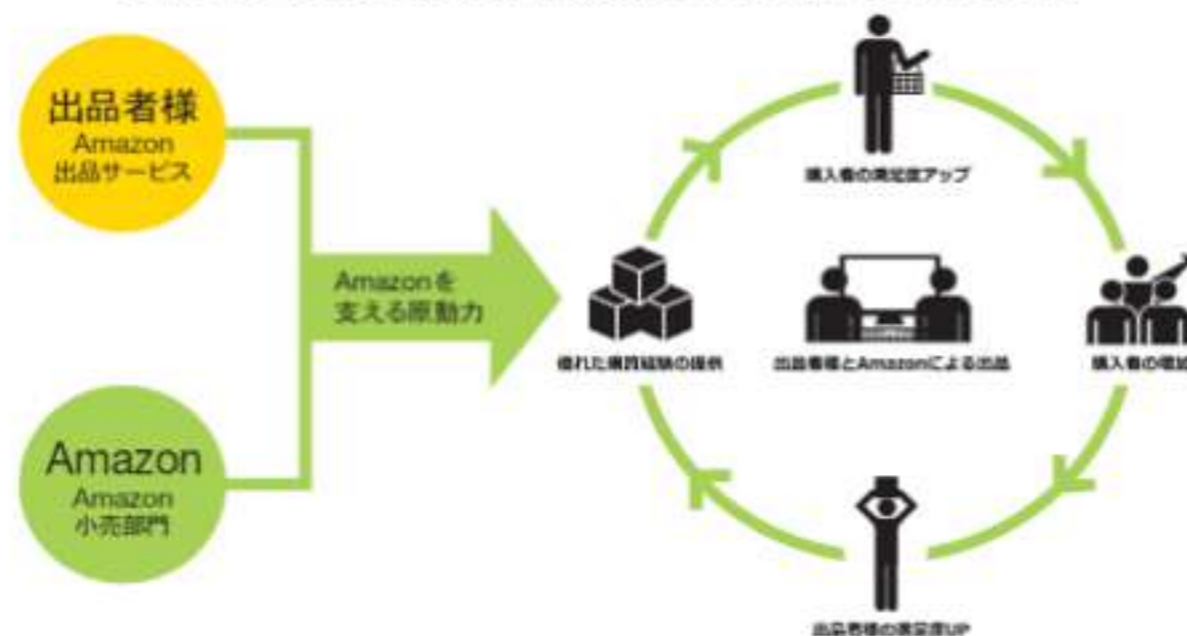
これにより、安全で信頼できるオンラインショッピングの環境を提供し続けることができます。この理念に沿って、出品者様から購入者へ「優れた購買体験」を提供していただけますよう、ご協力を宜しくお願いいたします。

「優れた購買体験の提供」の評価値こそが『顧客からのレビュー』

「優れた購買体験の提供」が、なぜ大切なのか？

以下の図は、出品者様とAmazon小売部門による「好循環」のビジネスモデルを表しています。出品者様とAmazon小売部門が共に、豊富な品揃えの提供・適正な価格設定・迅速な商品の出荷・高水準のカスタマーサポートという「優れた購買体験」を提供することで、購入者の満足度がアップします。すると、Amazonを訪問する購入者は増加し、結果的に出品者様の満足度もアップすることになります。

出品者様・Amazon小売部門による「好循環」ビジネスモデル



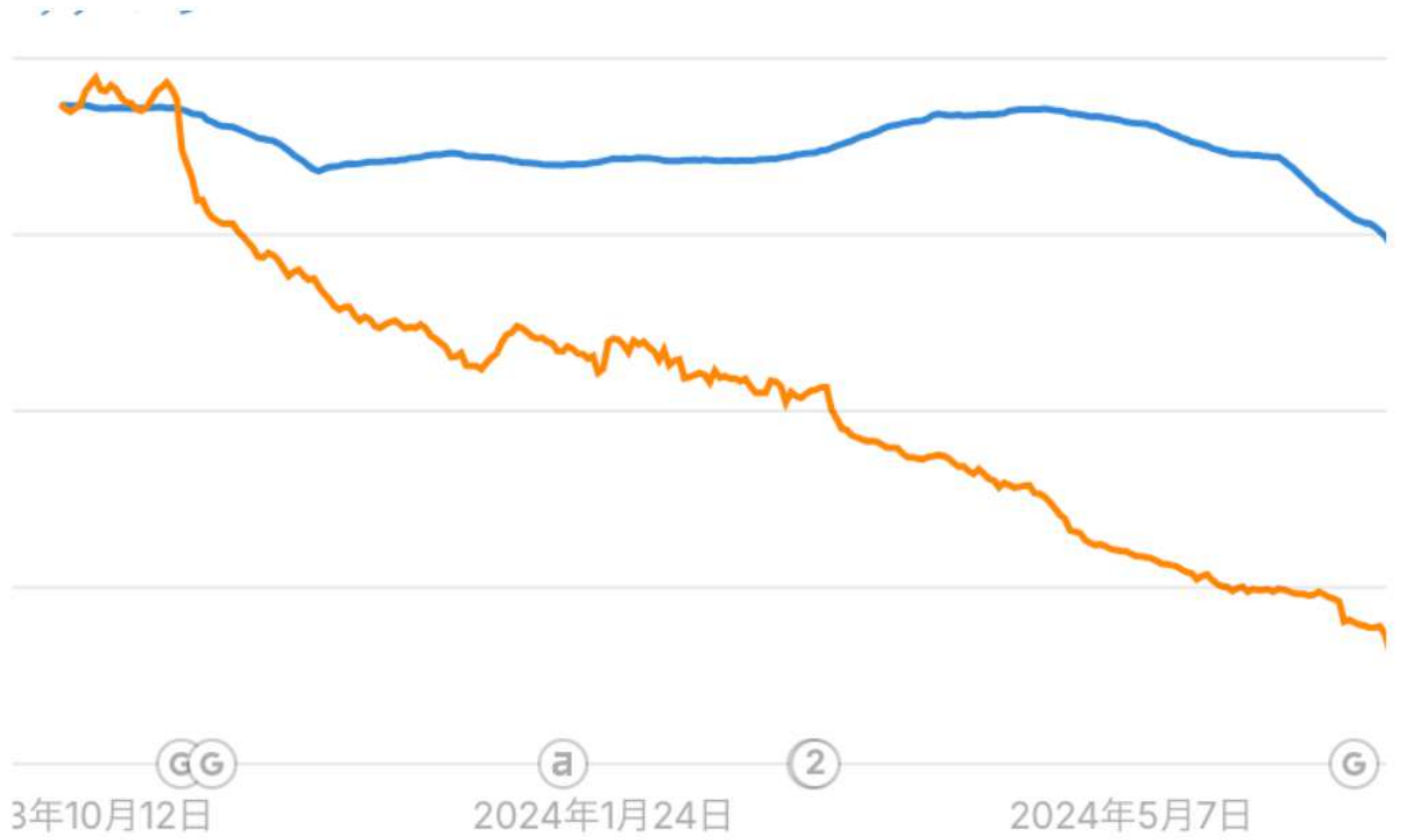
購入者の満足が最大化することで、この好循環を維持・継続することができ、出品者様とAmazon共に利益を得ることができるビジネスモデルとなっています。

**小手先のアルゴリズムハックは
マイナス。**

本質的なアプローチをするべき

**グーグルの目指す先を想像し
長期的にブランドを伸ばすため
どうすればいいか考えるのが
SEOの本質**

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _



経営者が考えてること

最上位KPIに対する
リソース対効用のグラフのイメージ。

マーケティング手段の1つ 他の手段と比べて、 優先順位がどうなのか

SEOの体系化

SEOを対策したいけど 何が重要なのか？

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _



- ・良い論文はよく引用される
- ・みんなが知っているブランドは安心安全



- ・コンテンツが読者にとって有益で、質の高い情報
- ・読みやすく、分かりやすい構成

2016年、Googleのサーチクオリティ・シニアストラテジストのアンドレ・リパッセ氏はこう発言した。
「(上位2つの要素が)何であるかをお伝えしよう。まずはコンテンツ。そして、サイトに向けられているリンクだ。」

SEOの要素分解

ページ単位Ver.

1.コンテンツ

自然言語処理による評価とユーザー行動による評価の2つ。

2.リンク

「重要な論文は多くの重要な論文から引用される」ように「重要なページは多くの重要なページに引用される」

3.ドメインオーソリティー

ドメインごとにパワーが与えられ、それがサイトすべてのページに均等に適用される概念のこと。

4.専門性・サイト全体のテーマ性

このドメインは〇〇についての専門性が高い。=〇〇領域ではこのドメインを表示すべき。

5.独立要素による微調整

サイトスピード、モバイルフレンドリー、情報鮮度など...

SEOの要素分解

ビッグワード

例) wifi おすすめ

- ・ニーズが曖昧
- ・色々なニーズが存在する
- ・詳しくない人が多い


→ リンク、サイト全体の専門性を重視

テールワード

例) 光回線 戸建て マンション 違い

- ・ニーズが明確で深い
- ・ニーズの幅は狭い
- ・詳しい人が多い

→ コンテンツを重視



月間検索数
(多)

月間検索数
(少)

最新のアルゴリズムで重要度が 増す「指名検索」

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

**この重要性に気づいているのは
ごく少数。
だから今がチャンスです。**

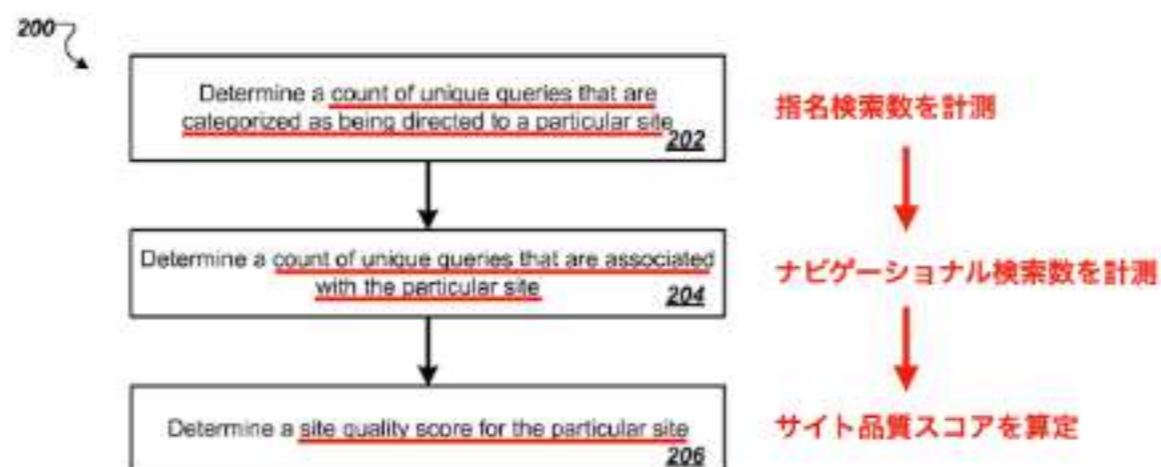
(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

指名検索の重要性

Googleの特許「サイト品質スコア」から

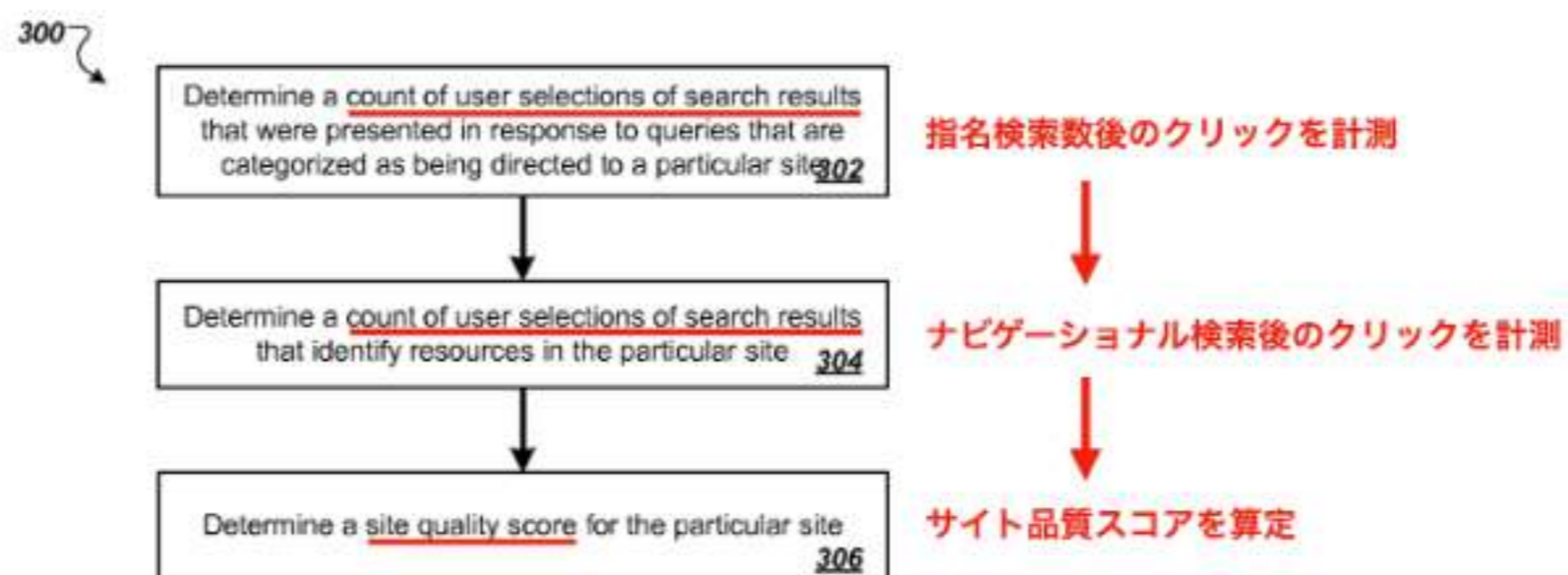
Googleが2015年5月に出願し2017年9月に承認された特許「Site quality score^[2]」には、サイトの品質を示す指標として「サイト品質スコア」を算出する方法が記載されています。サイト品質スコアは「特定のサイトまたはそのサイト内のページを探し、選択する」行動からサイトの品質を評価するものです。

サイト品質スコアを求める方法は2種類あります。ひとつは、指名検索の数とナビゲーションクエリを元に算出する方法です（下図）。ここでの指名検索には「site:」のようなラベルを含むものや、特定のサイトを指すと判断された単語を含むもの、または特定のサイトへのナビゲーションクエリと判断されたものが含まれます。



指名検索の重要性

もうひとつは、指名検索の検索結果のクリック回数と、ナビゲーション検索の検索結果のクリック回数を元に算出する方法です（下図）。

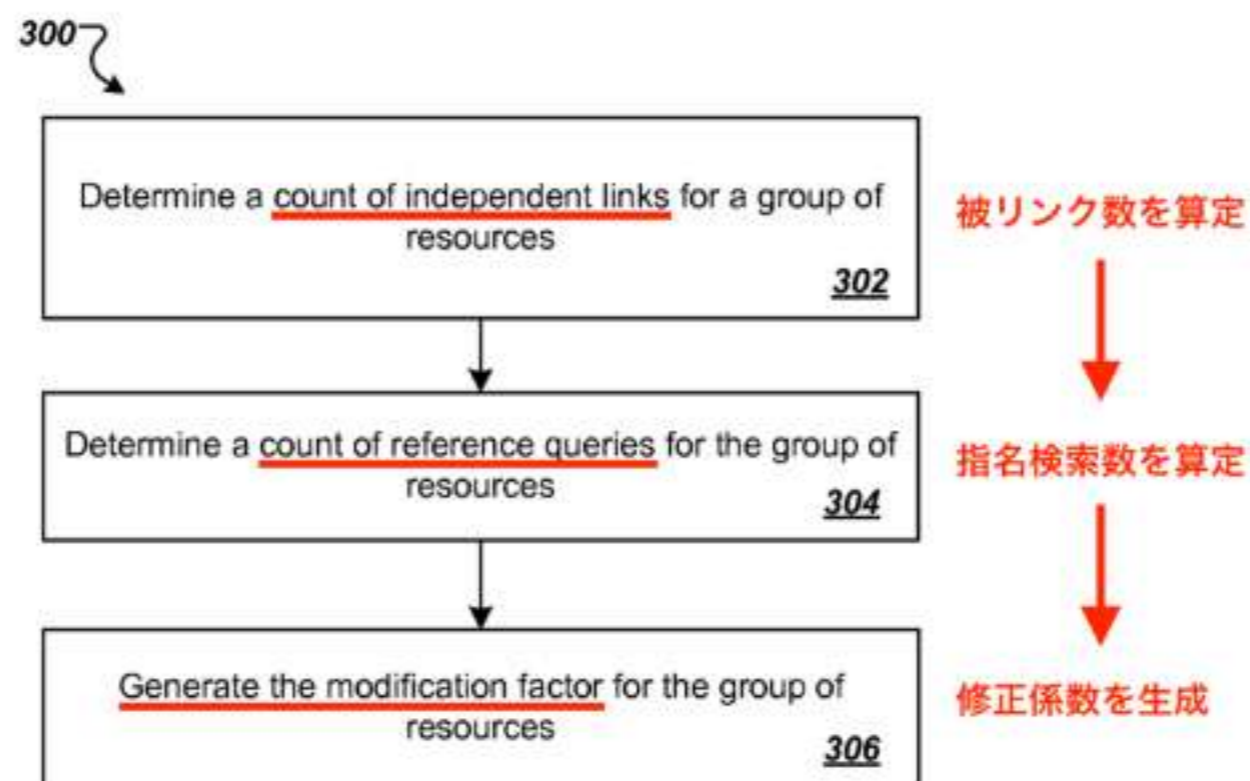


サイト品質スコアはその名称が示すとおりサイト全体の品質を数値化したもので、検索結果の順位づけに使用することを意図した特許です。この特許の特徴は、コンテンツの関連性やリンクの構造といった従来のランキングシグナルに加えて、ユーザーの行動をウェブサイトの信頼性や有用性を評価するための指標としていることです。

指名検索の重要性

Googleの特許「検索結果のランキング」から

Googleが2012年9月に出願し2014年3月に承認された特許「Ranking search results^[3]」には、指名検索を特定のリソースを指し示す「暗示的なリンク (implied link)」として扱い、通常のリンクと同じように順位決定要因として扱う方法が示されています（下図）。あるページに対する通常のリンク数と指名検索数を使って、そのページの順位を修正するというものです。



指名検索の重要性

通常のリンクは特定のURLを指し示すもので、Googleはこれをリンク元のページからリンク先のページへの一種の支持投票のように扱います。指名検索もリンクと同様に特定のURLを指し示すものであるため、それを検索ユーザーによる一種の支持投票のようなものとみなし、リンクに準じる「暗示的なリンク」として扱う、というのがこの特許の要諦です。

指名検索のないサイトの順位下落

米PureLinqのケビン・ロウ氏がSearch Engine Landに寄稿した2024年7月2日の記事^[4]によれば、Googleの2024年3月のコア・アップデート以降、指名検索を獲得しているサイトの順位が向上した一方で、指名検索を獲得していないサイトの順位が大幅に下降したといます。この記事でケビン・ロウ氏は次のように述べています。

“

2024年3月のコアアップデートにより、指名検索はSEOの必須要件に近づいた。これは検索における継続的なトレンドである。

ケビン・ロウ

**中規模以上のブランドは
SEOを対策すると、
リソース対効用がいいと言える**

**だから、
ブランド所有者にとって
今の環境は最高。
この傾向は今後も変わらない
と考えられる。**

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

「指名検索」＝「EC事業者」

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

実際にECが伸びた事例

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

■ PV



川下さん所有ブランド

Before

After

ブランドA

4012pv

59792pv/月

ブランドB

0pv

43704pv

ブランドC

0pv

83560pv

合計

4012pv

187056pv

4660%
改善

※最高値:週次集計値を月換算に変更

■ 商品ページ遷移数



川下さん所有ブランド

Before

After

ブランドA

(測定してない)

5140pv/月

ブランドB

(測定してない)

6560pv

ブランドC

(測定してない)

10224pv

合計

0pv

21924pv

大大
改善

※最高値:週次集計値を月換算に変更

■ 購入数



川下さん所有ブランド

Before

After

ブランドA

(測定してない)

196個/月

ブランドB

(測定してない)

448個

ブランドC

(測定してない)

60個

合計

4012pv

704個

大大
改善

※最高値:週次集計値を月換算に変更

■ 売上



川下さん所有ブランド

Before

After

ブランドA

(測定してない)

645216円/月

ブランドB

(測定してない)

1297288円

ブランドC

(測定してない)

3340464円

合計

0円

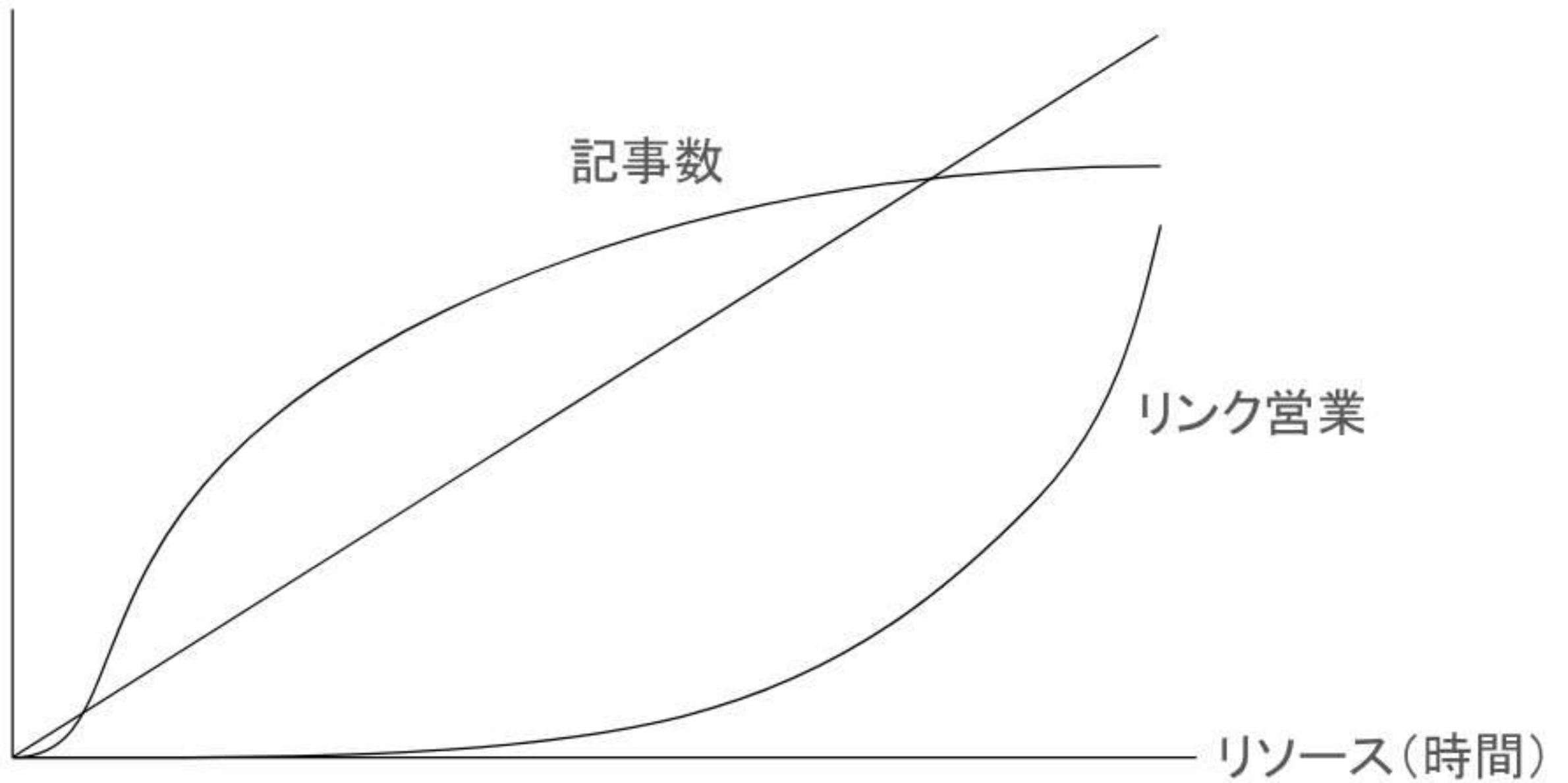
5282968円

特大
改善

※最高値:週次集計値を月換算に変更

優先順位

成果(PV)



アメリカの最新情報を共有

brightonSEO.
San Diego



**I analyzed 40,000,000
AI search results,
here's what I found**

Josh Blyskal
Profound

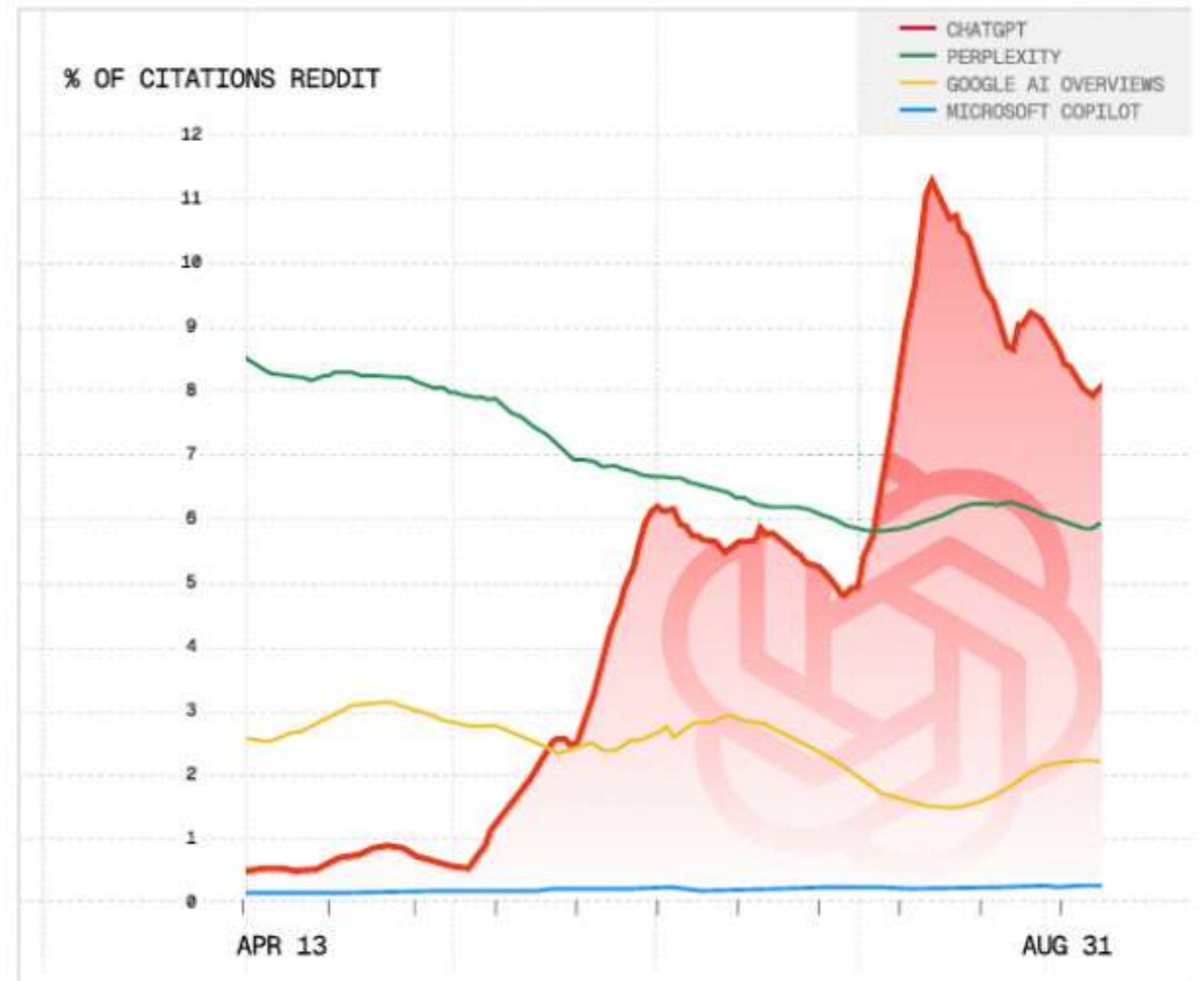
 @JBlyskal

 @joshua-blyskal

 [Speakerdeck.com/joshbly](https://speakerdeck.com/joshbly)

Reddit has exploded 800%+ as a source of truth for ChatGPT

From ~1% to 8% of all citations



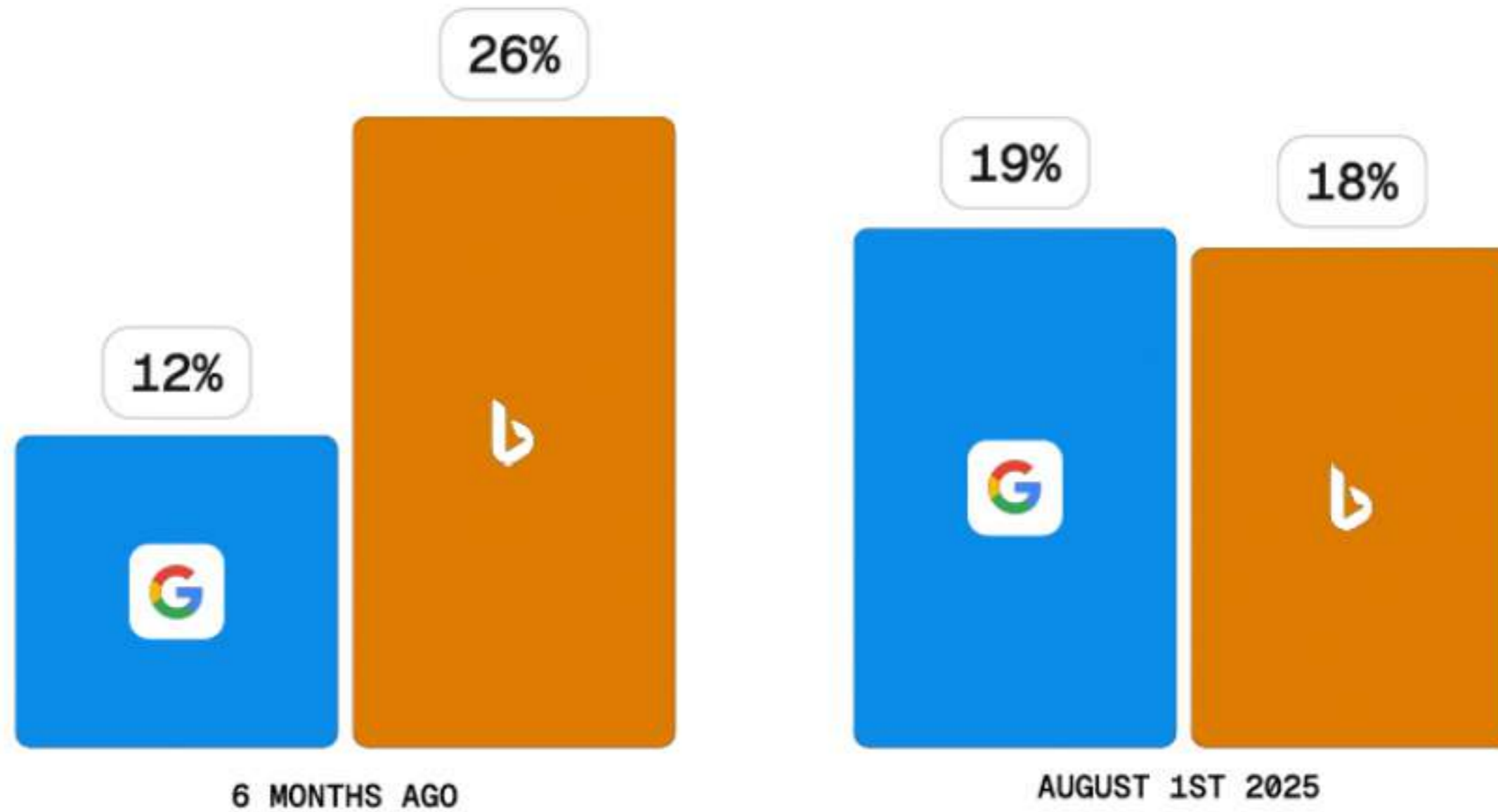
Experiment:

Across 1000 informational and commercial prompts, we asked ChatGPT, Google and Bing the same questions.

The best running shoe for marath

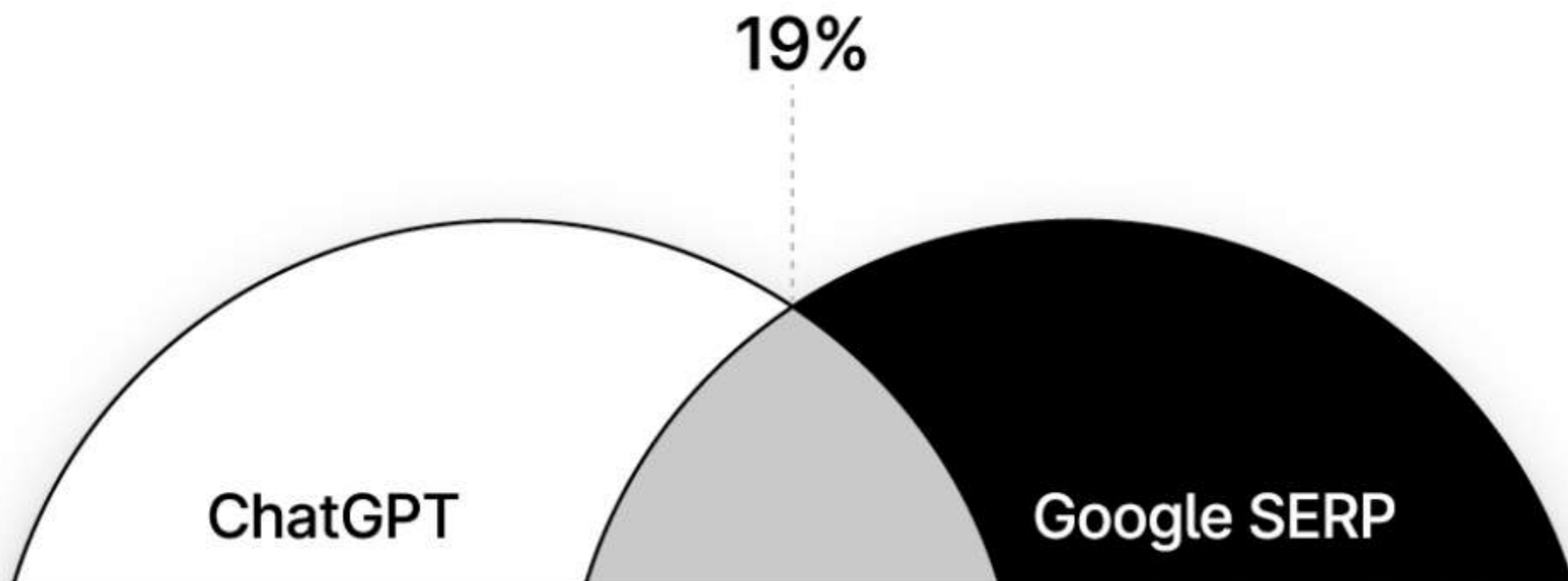


ChatGPT is using a hybrid index



Analyzed commercial and informational queries across 1000 SERP analyses of 1000 individual ChatGPT executions

ChatGPT results only overlap 19% with the Google SERP



what are the best yoga studios in **San Diego** that have hot yoga and also find me ones where they have coupon codes or deals right now for sessions



Search

Deep research



ChatGPT



best hot yoga studio San Diego 2025



hot yoga studios
with coupons san
diego

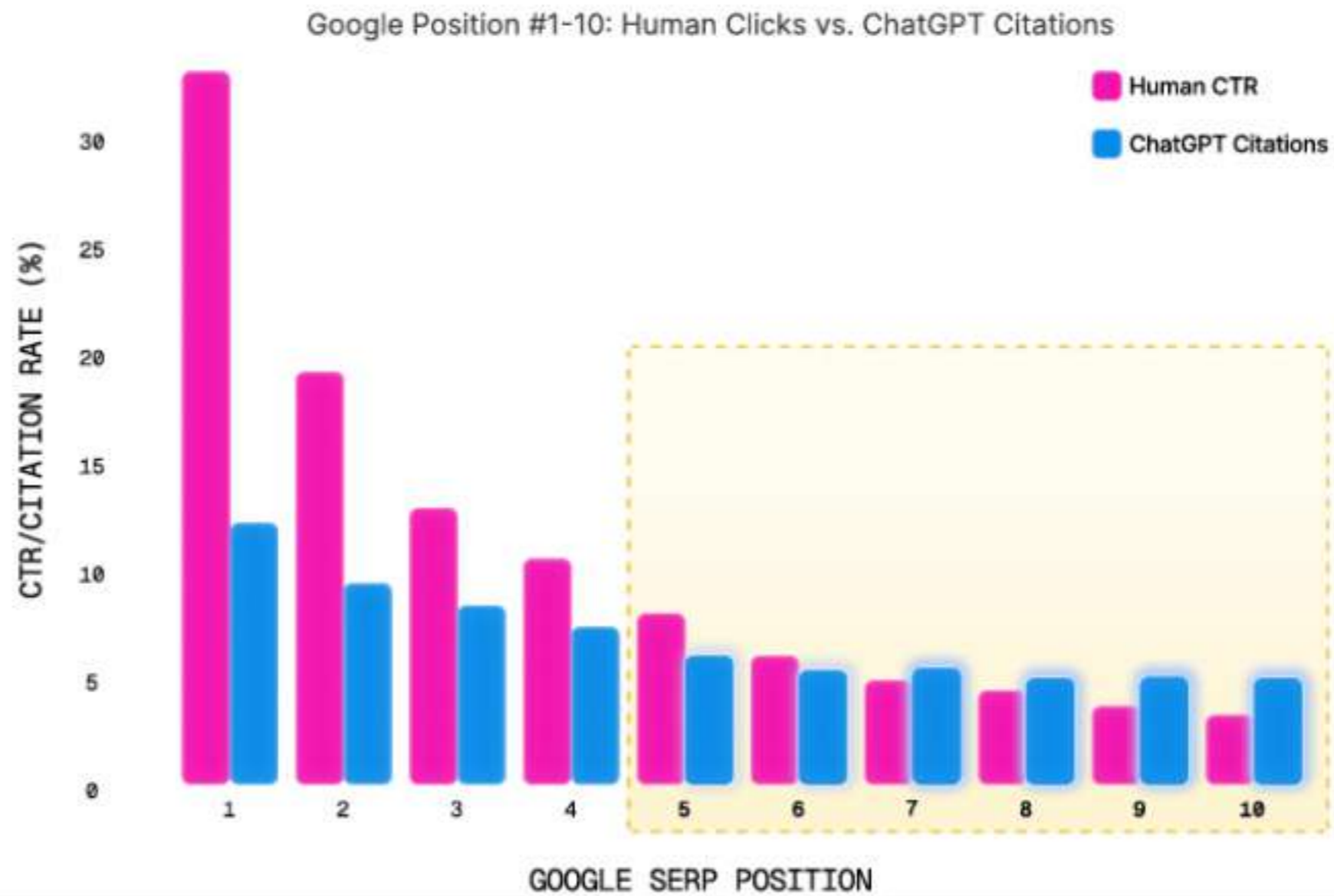
URL 1:
TITLE
META-DESC
URL SLUG

URL 1...

URL 2...

URL 3...

Positions 5-10 on Google are viable for AI citations



AI検索は 何を対策した方がいいのか

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

**①基本的にはgoogleの対策をしておけば大丈夫。
20位までに入ってくれれば、AIが拾ってくれる。**

大規模になるまでは、googleの対策をしておけば大丈夫

① 特殊な検索クエリに置き変わるので、その点は対策が必要

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

<今日のまとめ>

- ①SEOは準顕在層の無料集客ツール
- ②ブランド保持してる人にはSEOはチャンス
- ③しっかり成果がでてる事例あり
- ④AIの時代もgoogleを引用している

(来ている人に聞いてみようのコーナー) _

今すぐSEOマーケティングを強化しませんか？
まずは無料カウンセリングを承ります！



info@onepen.co.jp

※2営業日以内に返信します



080-8233-3529

※営業時間 平日10:00 - 19:00



設立 | 2020年2月

代表 | 來住樹生

所在地 | 東京都渋谷区

事業内容 | 物販領域のSEOのコンサルティング

メンバー | 15名



若手物販チャンネル

@若手物販チャンネル・チャンネル登録者数 47人・24本の動画

こんにちは！若手物販チャンネルです。...さらに表示

🔔 登録済み ▼

動画 ショート 🔍



【脱サラ→年商1,000万】副業経験ゼロの男が「ノリで」起業した結果...

125 回視聴・2 日前



起業したいけどやりたいことがない...そんなあなたへ

60 回視聴・2 週間前



大学生でもできる！物販ブランド運営と差別化戦略【初心者必見】

105 回視聴・3 週間前



借金スタートとアルバイト貯金から始まった起業ストーリー【年商億越え社長】

70 回視聴・3 週間前

