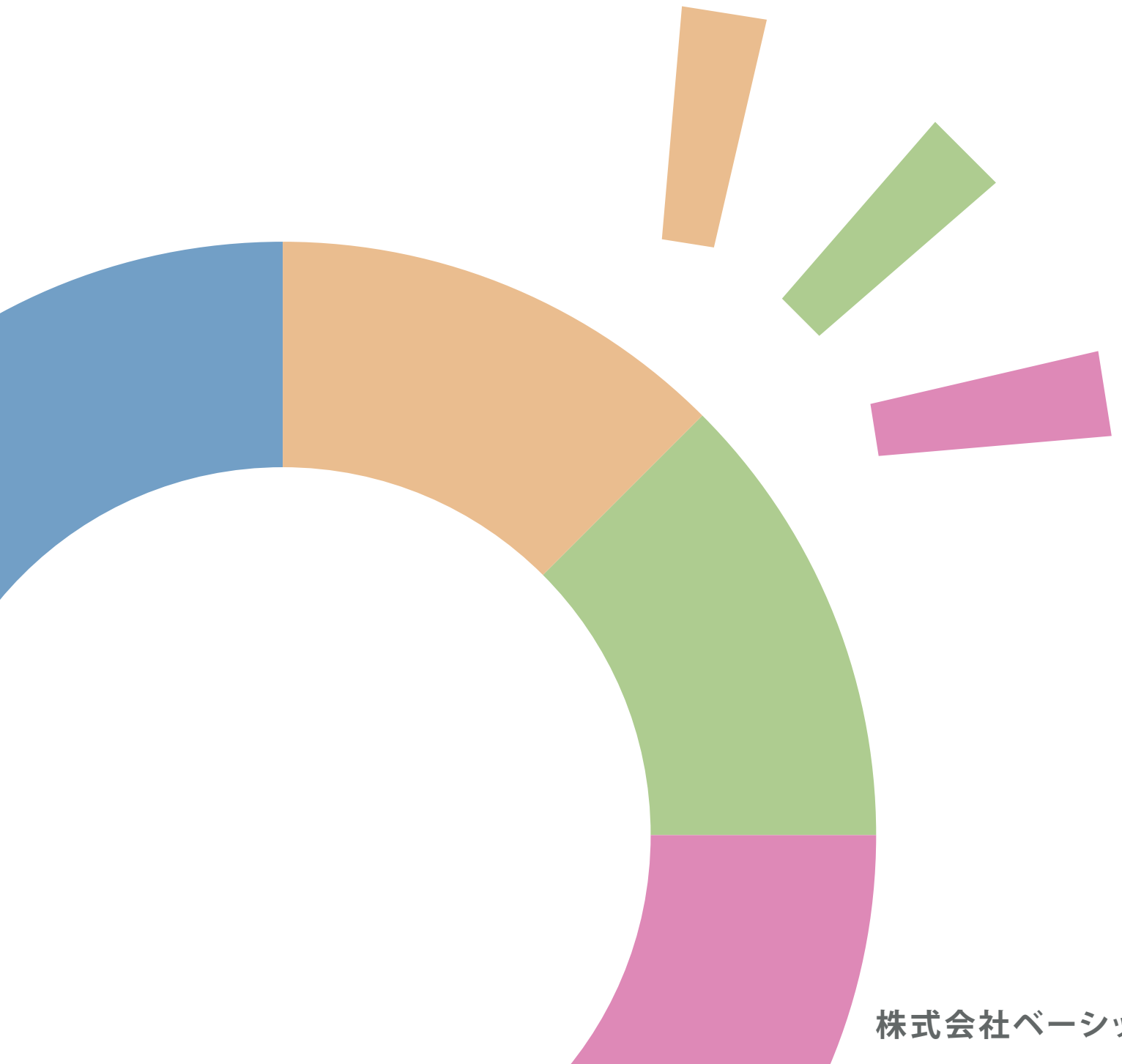


ferret  One

ここだけは押さえておきたい！

コンテンツマーケティングの基礎知識と、 実施のための13の手法





目次

第1章

はじめに

第2章

コンテンツマーケティングとは

第3章

コンテンツマーケティングの有効性と重要性

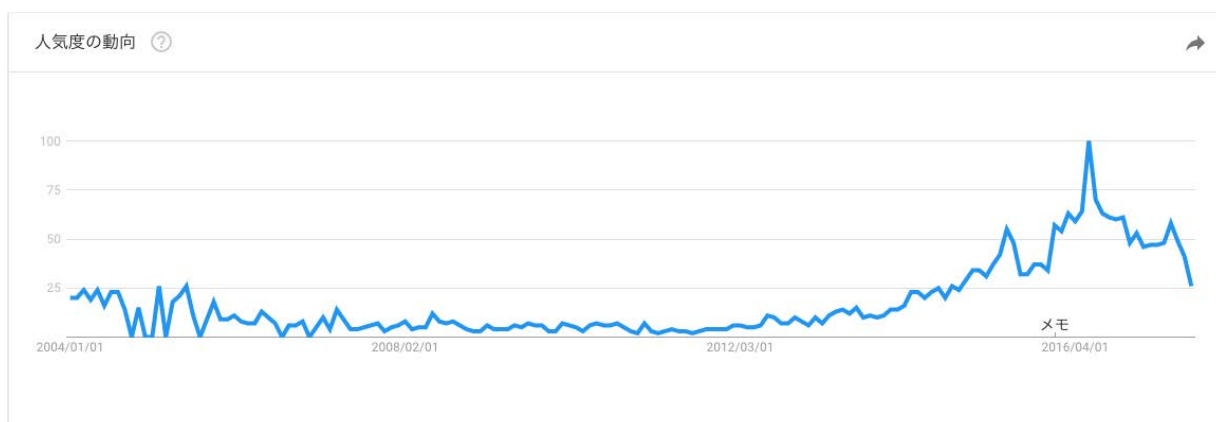
第4章

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツパターン

第5章

コンテンツマーケティングを手軽にはじめるならferret One

コンテンツマーケティングは近年、特に注目を浴びているWebマーケティング手法の一つです。Web担当者や、Webでの集客に関心のある経営者の方であれば、一度は聞いたことがあるのではないのでしょうか。



Googleトレンド（キーワードごとの検索ボリュームの変化がグラフでわかるサービス）を見た場合にも、2015年頃から現在にかけて検索数がグンと伸びており、如何にホットなキーワードであるかがおわかりいただけるはずです。

しかし「コンテンツマーケティング」という用語の定義は広義であるため、意味が捉えづらい部分もあるようです。

そこで今回はコンテンツマーケティングの意味、有効性、重要性を整理した後、よく用いられるコンテンツマーケティングの活用パターン13個を簡単にご紹介いたします。

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>

コンテンツマーケティングとは

コンテンツマーケティングというキーワード自体は比較的新しいものですが、その概念自体はアメリカで10年以上前に生まれたもので、日本では2015年頃から浸透し始めました。

コンテンツマーケティングは、ユーザーにとって価値あるコンテンツを制作および提供し続けることでユーザーを惹きつけ、関係性を維持し、エンゲージメントを強化し続けることを指します。その上で、自社にとって最終的な収益に繋がる行動をユーザーに取ってもらうことを促すための一連の手法です。

簡単な言葉に言い換えると、「ユーザーが見たい！見てよかった！と思えるようなコンテンツを公開し続けることで、ユーザーに自社のファンになってもらい、結果として自社の商品やサービスを買ってもらう」ための手法と言えます。

ユーザーにとって価値あるコンテンツはユーザーを魅了し、自社への好意を醸成します。ユーザーにとって利益となるようなコンテンツを提供し続けることがコンテンツマーケティングであると覚えておきましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングの有効性と重要性

コンテンツマーケティングが有効あるいは重要とされるのはなぜでしょうか。

それは、以下の5つの理由で説明できます。

- ・ 情報過多の時代となり、ユーザー自身が興味のある/なしを選別するようになった
- ・ Googleが検索順位決定の要因としてコンテンツの質を重視している
- ・ コンテンツは消費するものでなく、資産になる
- ・ コンテンツマーケティングは低コストで始められる
- ・ BPOやクラウドソーシングが一般化したことで少ないリソースで始められるように

情報過多の時代となり、ユーザー自身が興味のある/なしを選別するようになった

現代は情報過多の時代です。広告主からユーザーに発信されていたプッシュ型の広告にユーザーはうんざりし、広告を避けるようになってきました。興味のない商品やサービスを無理やり押し付けられるようなものを嫌がるのはある意味当然と言えます。そういった広告を嫌うようになったユーザーはGoogle検索などを活用することで、興味のある情報を自ら取りに行くようになりました。これはプッシュ型からプル型へのシフトと言えます。そういったユーザー行動の変化に応えるために、ユーザーが抱えている興味をさらに煽ったり、疑問を解決したりできるようなコンテンツを用意することができれば、ユーザーの満足度は高まります。このような流れを受け、ユーザーとの接点を持つためのコンテンツ制作は重要度を増していきました。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのか分からない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングの有効性と重要性

Googleが検索順位決定の要因としてコンテンツの質を重視している

Googleは「良質なコンテンツを上位に表示させることが、ユーザーの満足に繋がる」という考えを持っています。したがって、Google検索では良質なコンテンツを作成・掲載し、それをユーザーが支持すれば、しっかりと上位表示されるようになっています。

以前、検索結果で上位表示を狙うために大量の外部リンクを買うようなSEO施策が行われていた時代がありました。しかし、Googleのアルゴリズム（システム）が進化するにつれて、そのような不正なSEO施策が次々と摘発されていき、質の高いコンテンツを書くことこそが有効なSEO施策であるという考えが浸透していきました。

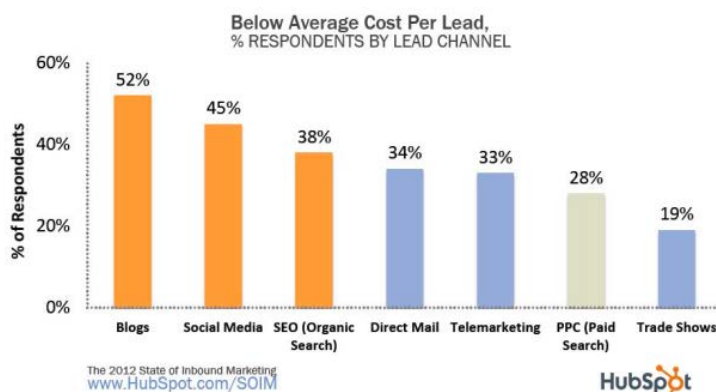
コンテンツは消費するものでなく、資産になる

元来、マーケティング費用は「支出」であるとされてきました。例えば、ランディングページを作成してリスティング広告を配信する場合、広告配信の期間が終われば、それ以降は何も残りません。それに対して、コンテンツは一度投稿すれば半永久的に資産として保有できます。

リスティング広告では競合との入札競争になってしまうことも少なくありませんが、コンテンツはそれがユーザーに評価されるような質の高いものであれば上位表示され続け、継続的に集客し続けてくれます。

コンテンツマーケティングは低コストで始められる

コンテンツを作成し配信することは費用が掛かりません。自分たちが持ち合わせているノウハウを、ユーザーの求めているニーズに応えるように分かりやすく書くだけなら、自らの人件費ぐらいで済みます。しかし、コンテンツマーケティングはやればすぐに効果が得るものではありません。また、効果が保証されたものでもありません。そこは前提として理解しておきましょう。



画像引用：Inbound Leads Cost 61% Less Than Outbound

hubspotが2012年に行った調査では、最も安価に集客をできた方法として52%がブログと答えています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングの有効性と重要性

クラウドソーシングが一般化したことで少ないリソースで始められるように

コンテンツ制作には時間・費用・手間が掛かるという理由で躊躇していた企業は多かったようです。しかしクラウドソーシングが一般化したことにより、コンテンツ制作に掛かる時間・費用・手間を大幅に削減できるようになり、コンテンツマーケティングの門戸が広がりました。しかしながら、時間・費用・手間を掛けていないコンテンツは当然質が低くなりがちです。質の低いコンテンツは、ものによっては投稿しないほうがマシということも往々にしてあります。つまり、ただコンテンツを書けばいいということではないのです。大量のコンテンツを投稿したからと言って、質の低いコンテンツは検索結果で上位表示されづらく、ユーザーの目に触れる機会が少なくなります。仮に読んでもらうことができたとしても、ユーザーのニーズを満たす物でなければ好意醸成は進みません。

クラウドソーシングは一定の量を担保するには便利なものですが、質との兼ね合いを見ながら投稿していくのがオススメです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

さて、ここまでコンテンツマーケティングという概念や、その有効性/重要性についての説明を進めてきました。この章では具体的にどのようなコンテンツが有効となるのか、13パターンに分類して見ていきます。

バイラルコンテンツ

思わずいいね！を押したくなるようなコンテンツは、アクションのハードルが低く興味を持ってもらうには最適なコンテンツの1つです。

バイラル (viral) の意味が「ウィルス性の」であるように、爆発的に広がりやすいコンテンツのことをバイラルコンテンツといいます。そのため、人々に広がりやすいコンテンツを作ることが重要となります。

ではどんなコンテンツを作ればバイラルしやすいのでしょうか。下記を参照ください。



Buzzer Beater【ミニバスのブザービーター】福岡市ミニバスケットボール夏季交歓大会決勝 百道SSvs和白東

これは、ミニバスケットボールの大会でブザービートにより大逆転をおさめた動画です。すでに525万回（2017年9月時点）も再生されています。思わずシェアしたくなる感情を揺さぶるコンテンツといえます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン クイズ

クイズ形式のコンテンツは共感を生みやすいです。ターゲットユーザーが疑問に思っているようなことをクイズにし、それを解く体験をしてもらうことで共感を生み出し、エンゲージに繋げていくことができます。

出身地鑑定!! 方言チャート

東京女子大学 篠崎ゼミ × ジャパンナレッジ



方言チャート 100 PLUS II

細分化エリアが増えたマイナーチェンジ版

鑑定を開始する

出身地鑑定!! 方言チャート

上記は東京女子大の女子大生が作成したクイズで、100の方言をピタリと当てると話題になりました。自分の地域に本当に当てはまるのか気になった人が大勢シェアをしたことで、多くの人に広がったコンテンツです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

動画

動画は制作の手間とコストがかかりますが、テキストに比べても情報量や表現の幅が広いいため、視聴者に向けて感情に訴えかけるコンテンツを制作できるのが特徴です。



"Unsung Hero" (Official HD) : TVC Thai Life Insurance 2014 : โฆษณาไทยประกันชีวิต 2557

こちらでご紹介するのは、タイの保険会社がYoutubeに投稿したUnsung Hero（無名のヒーロー）という動画です。対価を求めず奉仕を続ける青年によって、何気ない日常が素敵な一日に代わる。本当に大切なものは何かを視聴者に問いかけるような内容になっています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン 著名人コンテンツ

著名人、有名人の権威性を活用すると、そのコンテンツの説得力が増します。著名人に寄稿してもらったり、監修してもらうなどは、このタイプになります。このタイプで成功を収めていて特に有名なものは、ライザップではないでしょうか。



“52歳”エド・はるみが5ヶ月で18キロ減量 RIZAP新TVCM「BAエド・はるみ篇」

動画で分かりやすく、before afterで有名人が痩せているのは問答無用の説得力が伺えます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン コミュニティ/フォーラム

コミュニティやフォーラムでその商品やコンテンツに対する意見や質問などを活発に意見交換していると、それを見た他のユーザーの参考になるコンテンツへと変わります。

代表的な例はNewsPicsが挙げられます。ユーザーが個別のニュースコンテンツに関して意見を表明し、それがまた新たなコンテンツへと変化していきます。



NewsPics

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

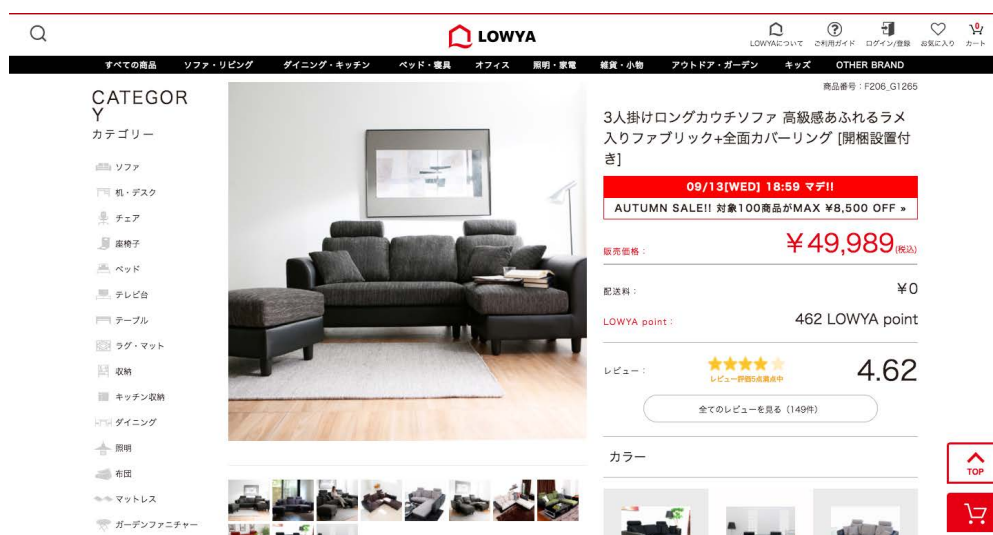
などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン レビュー

ユーザーからのレビューには、運営側が伝えきれない商品の魅力などが詰まっています。

また、良い意見ばかりではないでしょうが、改善点に真摯に向き合い、商品を改良できるチャンスと考え方を変えて取り組むことで更に良い商品が生まれます。

レビューを活かしたコンテンツとしては、LOWYAなどのECサイトが挙げられます。ユーザーからのレビューを活かす形で日々新たなコンテンツが生まれています。



LOWYA (ロウヤ)

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

記事

ブログなどを活用した記事コンテンツは、導入の障壁が低いため一番始めやすいです。日本では今一番流行っているコンテンツです。

▼感情コンテンツ型

文字通り、感情を揺れ動かすようなコンテンツで人を惹きつけるものです。例えば、感動系コンテンツや面白いネタ系コンテンツ、思わずスゴイ！と唸ってしまうようなコンテンツがこれに当てはまります。

まずコンテンツに来てもらわなければ意味が無いという考えから、比較的ユーザーの興味を引きやすそうな面白コンテンツで集客を行っている例が多いかもしれません。有名な例としては「ARuFaの日記」などが挙げられるでしょう。思わずプロの芸人かと見紛うほどのギャグセンス溢れるコンテンツで、多くの読者を抱えています。



ARuFaの日記

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

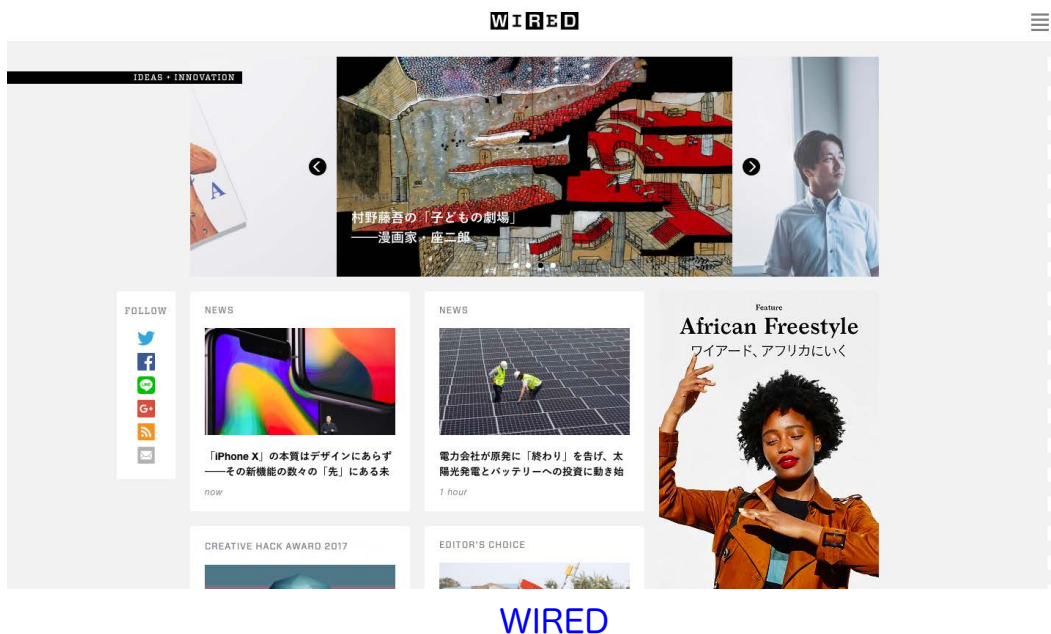
コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

記事

▼役立ちコンテンツ型

ターゲットユーザーが必要としている情報を、記事の中で提供することでターゲットユーザーの信頼を得て、最終的にコンバージョンを目指す形になります。

有名な例としてはWIREDなどが挙げられます。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

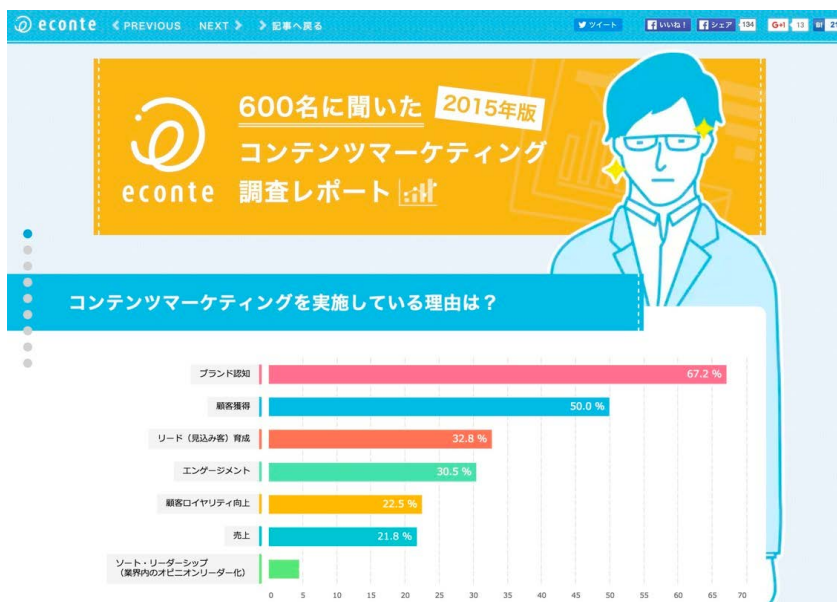
無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

インフォグラフィック

インフォグラフィックは多くの情報をデザインで整理し、見やすくしたものです。見せ方次第で多くの注目を集めることが可能なコンテンツです。



インフォグラフィックver. コンテンツマーケティング調査レポート2015年版 | 株式会社エコンテ

株式会社エコンテは自社の事業のために、インフォグラフィックを用いてデータを分かりやすく図解することでユーザーの理解を助け、自社のリードに繋げるようにしています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

ホワイトペーパー

調査データなどをまとめダウンロードできるような形にしたのがホワイトペーパーです。調査データや、商品の事例などをまとめたものなど、興味はあるもののまだまだ検討中という人に向けたコンテンツです。



ferretマーケティングメソッドダウンロード | ferret [フェレット]

ferretでは、ノウハウをまとめたダウンロードコンテンツを持っており、会員登録のきっかけにもなっています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン デモコンテンツ

商品に触ってみたいユーザーにとって、デモコンテンツは商品を体験できる非常に強力なコンテンツになります。



デモ体験申し込み | ferret one

上記のマーケティングオートメーションツールを展開するferret oneでは、デモコンテンツを使うことでユーザーの心理的ハードルを下げ、かつユーザーのメールアドレスを取得し追いかけても出来るようにしています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン ウェビナー

ウェビナーとはウェブ上で行われるセミナーです。リアルタイムで行われるため、遠隔地からでも参加出来るのが大きな特徴です。セミナー同様に関覧者を引き込むことが出来、今注目を浴びているコンテンツマーケティングの手法です。
セールスフォース・ドットコムなど、多くのBtoB企業が実施しています。



The screenshot shows the Salesforce website's seminar page. At the top, there is a navigation bar with the Salesforce logo, contact information (0120-733-257 | 03-4222-1000), and links for '導入前のお問合せ' and 'ログイン'. Below the navigation bar, there are menu items: '製品', 'ソリューション', '導入事例', 'サービス', 'パートナー', 'イベント', 'コミュニティ', and '会社情報'. The main content area has a blue header with the title 'Salesforce セミナーのご案内' and a sub-header 'ONLINE Seminar'. Below this, there is a list of seminars with dates, titles, and times. A feedback button labeled '[+] フィードバック' is located at the bottom right of the seminar list.

ONLINE Seminar	
7/13 (木)	セールスフォース・ドットコムが使う営業支援システムの本当のトコロ 16:00-16:40 オンライン 申し込み
7/20 (木)	“お客様の心をつかむ” 新しい営業の仕組み ~ マーケティング・オートメーション ~ 16:00-16:40 オンライン 申し込み
7/27 (木)	営業生産性を劇的に向上させるSalesforce内勤営業のご紹介 16:00-16:40 オンライン 申し込み
8/1 (火)	世界No.1シェアのSFAが生まれ変わる!! Salesforceが提案する次世代SFAとは 16:00-16:40 オンライン 申し込み

Salesforce セミナーのご案内 - セールスフォース・ドットコム

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

事例

事例は実際にその商品を使って、どんな効果があったのか？導入までに行ったことは何だったのか？など、これからその商品を購入しようとしている人の参考になるような事例を掲載するコンテンツとなります。

私たち株式会社ベーシックが提供しているホームページ作成/運用サービスであるferret Oneでも多数の導入事例をコンテンツ化しています。



The screenshot shows the ferret One website interface. At the top, there is a navigation bar with the ferret One logo, contact information (03-4455-9117), and a '無料ダウンロード' (Free Download) button. Below the navigation bar is a dark banner with the text 'ferret One導入事例' (ferret One Introduction Case Study). The main content area features a large image of a man standing in front of a building with a sign that reads '復光 第一号 水産加工場' (Rikkyu Ichigo Suisan Kaisha). To the right of the image is a text block titled '1年後にECサイトの訪問数を10倍に！「ゼロ」からオウンドメディア構築した水産加工会社' (1 year later, 10 times the number of website visits! 'Zero' to building owned media for a seafood processing company). Below this is a sub-headline 'Webの専門家が不在でもホームページ制作・記事作成の不安が「0」に！' (Even without a web specialist, the anxiety of website creation and article creation is '0'!). The text block also includes a '続きを読む' (Read More) button. At the bottom of the screenshot, there are two small photos of people smiling.

ferret One 導入事例一覧

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

コンテンツマーケティングで用いられるコンテンツ13パターン

クチコミ

その商品を使っている先人たちの声は、運営側の声よりも圧倒的に説得力が高いです。良い商品を提供できれば良いクチコミが集まり、そのクチコミを見て、更に商品が売れるという良い循環が生まれます。

もし悪いクチコミが届いてしまっても、その声を無視するのではなくしっかりと商品に反映し、良い商品に改善できれば、前述したような良い循環に加わることができるでしょう。

このパターンで成功している例としては、@cosmeが挙げられるでしょう。ユーザー同士が忌憚ない意見を投稿することで、信憑性あるコンテンツが生成されていてい

日本最大のコスメ・美容の総合サイト@cosme（アットコスメ）によろそ!

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



有賀 之和 (ありが ゆきかず)
株式会社ベーシック 取締役

いかがでしたでしょうか。コンテンツマーケティングがいかに有効か、そしてその活用パターンがいかに多用かがわかりただけなのではないでしょうか。

このように多様な形での実施が可能なコンテンツマーケティング、やり方次第ではきっと貴社のビジネスにも活かせるはずです。とは言え様々な事情により、自社だけでは満足に実施できないという方も多いはず。そういったWeb担当者や経営者にオススメなのが、弊社の提供するferret Oneです。

ferret Oneとは、コンテンツマーケティングに関する様々な施策を1つで実現できるオールインワンツールです。コンテンツマーケティングに必要なホームページやブログ、LPの制作から、メール配信、お問い合わせ管理、効果検証まで行えます。十分な予算やリソースが割けない場合でも、Web担当者1人で（しかも、専任ではなく兼任でも）実践できるのが最大のメリットです。

HTMLやCSSなど専門的なホームページ制作スキルは不要で、質問に答えていくだけでホームページが制作できる機能はもちろん、コンテンツマーケティングに必要な知識やノウハウを身につけられるトレーニングサービスを備えています。

中小企業を中心に、250社以上にferret Oneを導入済みです。未経験の状態からコンテンツマーケティングに成功した事例も多数公開中ですので、気になる方は[こちら](#)をご覧ください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

お問い合わせはこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。 <https://ferret-one.com/contact>