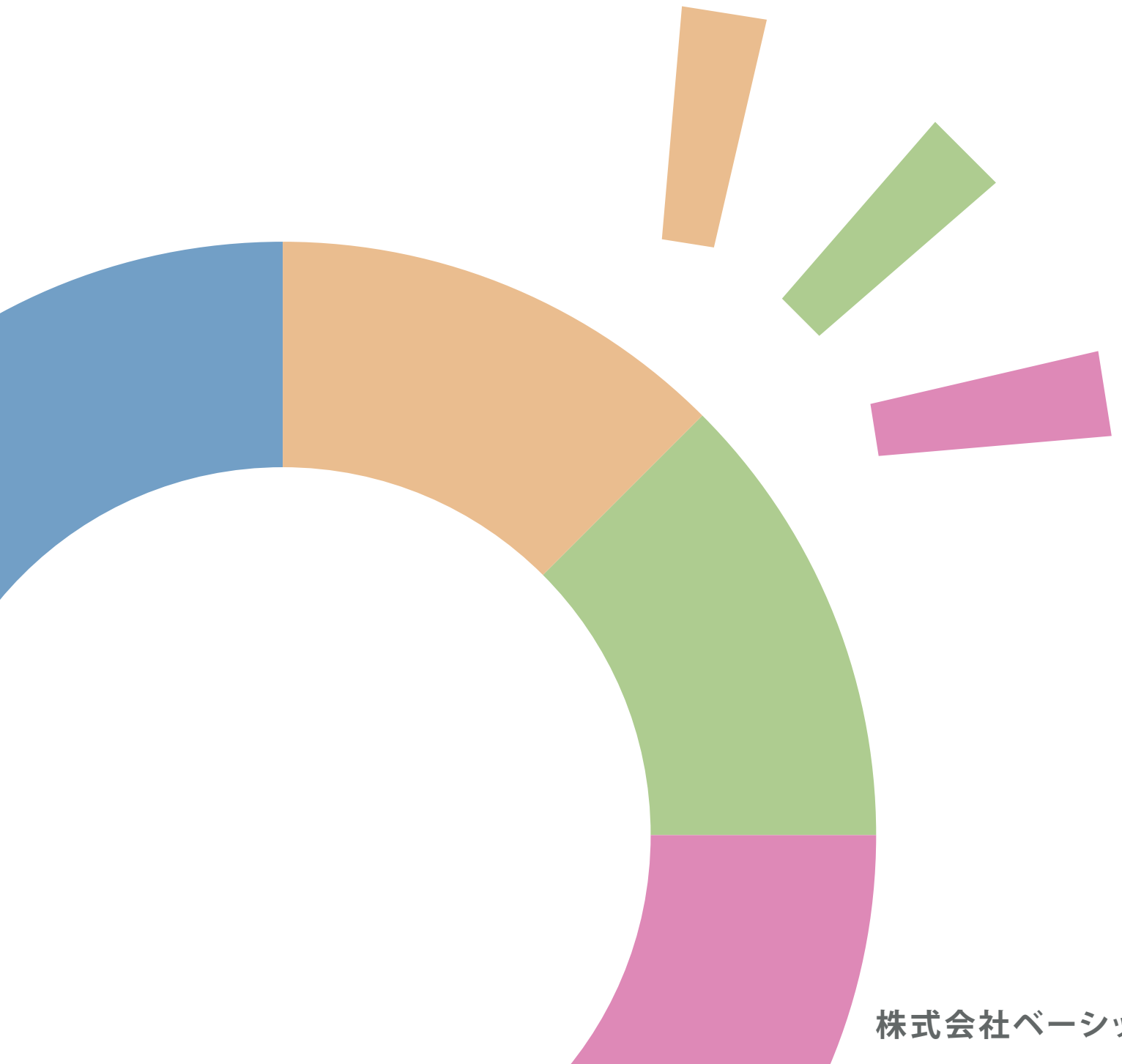


ferret  One

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

## はじめに

第1章

コンテンツマーケティングとは

第2章

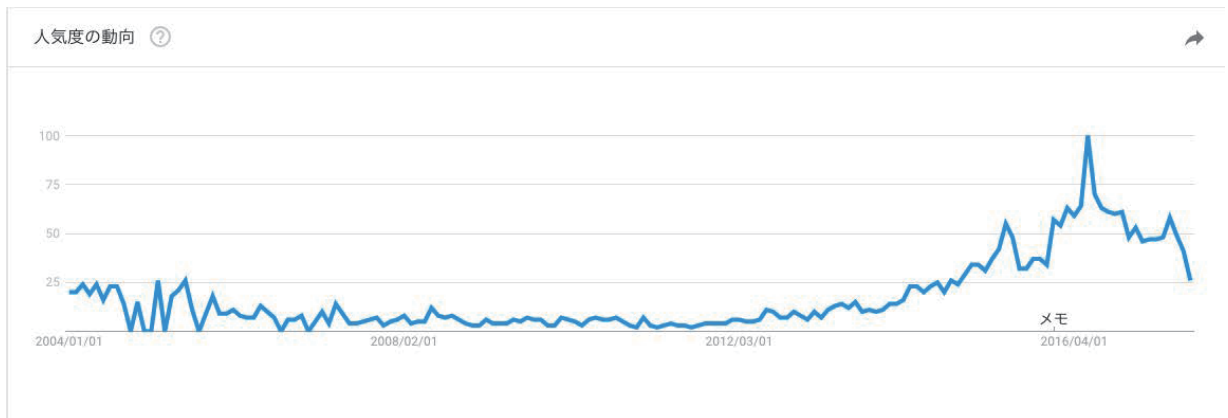
コンテンツマーケティングの有効性と重要性

第3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

## おわりに

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）で見た場合にも、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。

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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

# 1 | コンテツツマーケティングとは

コンテツ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。コンテツツマーケティングは、ユーザーにとって価値あるコンテツ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ツ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ツ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ツツを提供し続けることがコンテツ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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 2 | 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

### 1 ▶ 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、ユーザーが抱い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。

---

## 2▶ 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きます。

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。

## 3▶ 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。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ  
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



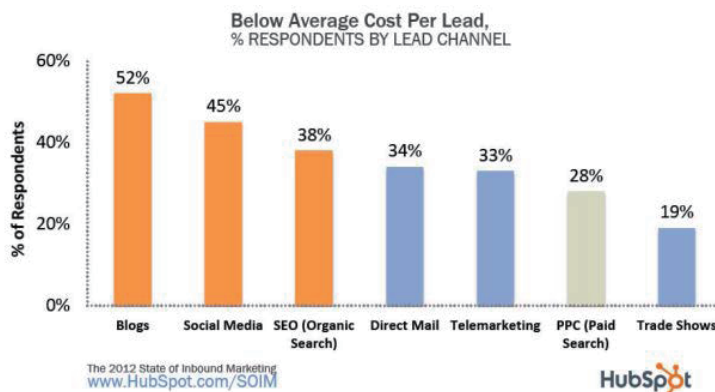
ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 4▶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で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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

---

## 5・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ずらく、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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



# 3 | 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

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。

## 1▶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「ウイルス性の」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？



読んでみただけ  
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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 2▶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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

### 3▶ 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ので、視聴者に向けて感情に訴えかけるコンテンツを制作するのが特徴です。



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

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？



読んでみただけ  
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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 4▶ 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？



読んでみただけど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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 5▶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



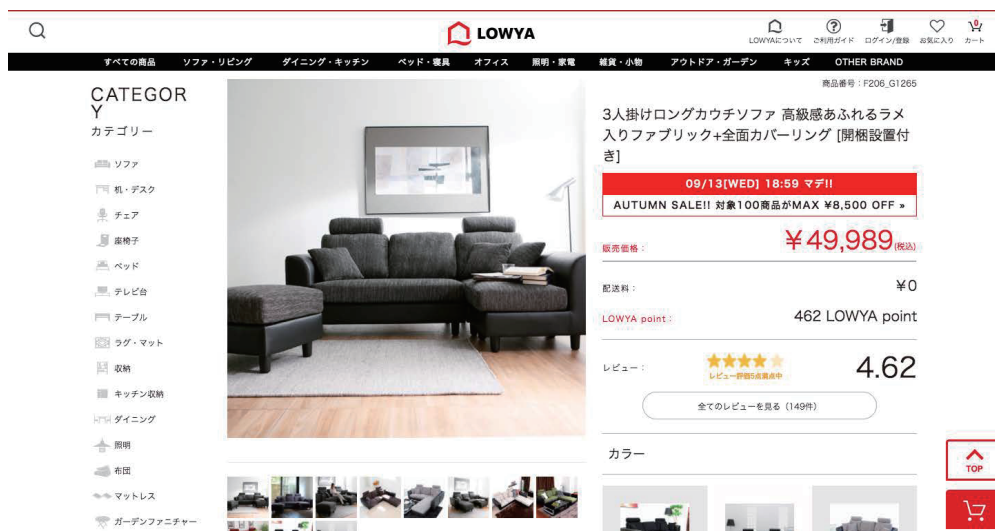
ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 6▶ 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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 7▶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  
の芸人かと思ふ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



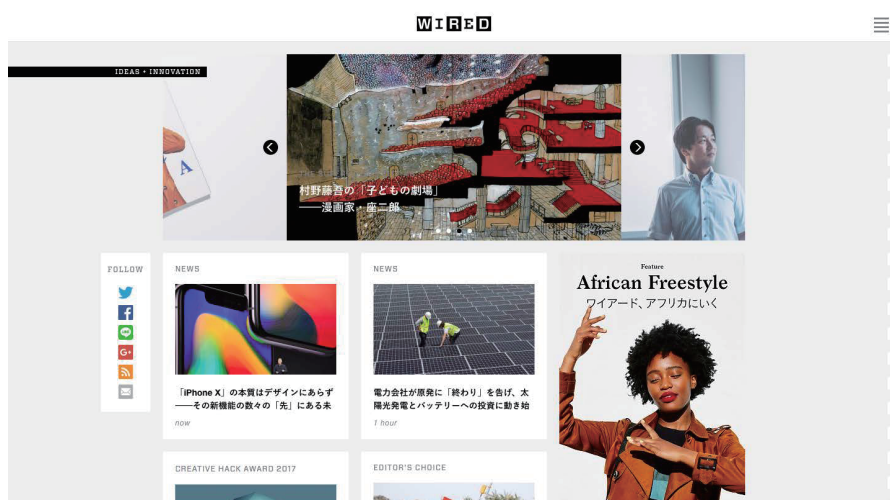
ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 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。



WIRED

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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



## 8▶ 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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 9▶ 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 | ferret [フェレット]

ferretでは、Webマーケティングの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？



読んでみただ  
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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 10▶ 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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 11▶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。セミナー同様に閲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。



0120-733-257 | 03-4222-1000 導入前のお問合せ Q @ ログイン

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 会社情報

### Salesforce セミナーのご案内

営業支援EXPOでは Salesforce フースにお立ち寄りいただきありがとうございました。  
今後、より詳細に分かるセミナーを以下の通りご用意しています。

#### 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

[+] フィードバック

### 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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 12▶ 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。

ferret One 導入事例

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

株式会社センシン食品  
(魚の卸し・加工販売)

「多くの方に福島県相馬市産の水産加工品の魅力を伝えたい」という想いから2014年にECサイトをリリースしたセンシン食品。  
今回は、Webマーケティングのプロから習おうとferret One導入を決定し、訪問者が増える喜びを体験しているというセンシン食品に、課題を克服するまでと、今後の展望についてインタビューしました。

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！

株式会社ニデマイ  
(文書の電子化サービス)

### 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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## 13▶ 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

います。



ベスト化粧水

第1位 2017 上半期新作

ディオール スノーブライトニング エッセンスローション

Like Have

第1位 日焼け後のほてりにも透明感導く化粧水

ディオール スノーブライトニング エッセンスローション

Pick Up クチコミ

- 徐々にですけど肌のトーンがアップしたような気がします  
ステイ子\*\*\*さん | 乾燥肌 | 28歳
- 自分には合ってるようで肌の白さとキメに効果を感じました  
かずかきさん | 脂性肌 | 23歳
- とてもいい香りがしてスキンケアするのが楽しくなります  
はむら!!!さん | 混合肌 | 52歳

もっとクチコミをみる >

日本最大のコスメ・美容の総合サイト@cosme（アットコスメ）によるこそ！

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

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



ferret One マーケター  
佐藤 亮太

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おわかりいただけただけ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よ。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

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。