中小企業のためのIT活用のススメ

第2回 「Googleに学ぶSEOの本質」

細谷 宏

ウェブサイトを自社のために有効利用するには、検索順位を上げるための対策、〝SEO〟が必要です。昔は単純に、ウェブサイト上に検索にヒットしそうなキーワードを隠し文字にして入れたりすると、検索結果の順位が上がるといったことがあり、そのような仕事を請負うウェブ会社が跋扈(ばっこ)しましたが、今は見る影もありませんね。検索エンジンも熟成されてきているのです。SEOの本質はどこにあるのでしょうか。それはグーグルの創業理念を見るとわかります。

インターネットの検索サイトとしてはかなり後発のグーグルは当初、ビジネスモデルを全く描けていないところからのスタートでした。そもそも、創業者のセルゲイ・ブリンとラリー・ペイジは自分たちの作る検索エンジンがビジネスになると思っていなかったそうです。ただ、既に存在していたいくつかの検索エンジンの技術やビジネスモデルには不満を抱いていました。セルゲイ・ブリンは大学時代の論文で「検索エンジンにおける広告は検索結果を腐敗させる」と述べました。広告で収益を得る検索エンジンは、広告料によって検索順位を上下させてしまうものだからであり、これは広告主や検索エンジン側からの考え方であって、利用者のためにはならないからです。彼らの理想は、「検索した人に本当にマッチする、信頼があり且つ有益な情報を示したサイトの情報を提供する」でした！

検索エンジンとして後進だった彼らが、並み居るライバルを出し抜いて世界最大手となったその大きな理由は、ビジネスは二の次として検索エンジンのあるべき姿を理想として描き、追い求めてきたことにあります。「ユーザーにフォーカスすれば全ては後からついてくる」。現在のグーグルの経営理念の一つにこのような言葉があります。

これはウェブサイト制作でも、私たちの企業経営でも、重要な考え方ですね。顧客は、「何がすごいのか知りたい」「他と何が違うのか知りたい」「詳しく知りたい」「たくさん知りたい」と思っています。私たちはウェブサイトを作るときウェブ会社に制作のほとんどをお願いしますが、ウェブ会社がみなさんの顧客の「本当のニーズ」を把握することには限界があります。自分たちで自分たちの顧客のニーズを考え、ウェブサイトに載せる文章をたくさん考えることによって、みなさんのウェブサイトの検索順位は上がります。それがグーグルの理念に基づくからです。より詳しく、顧客ニーズに基づいた、他と差別化された、どこからか拾ってきた言葉ではないオリジナルのコンテンツを、今の3倍の量に増やしてみてください。

Profile 検索

太郎雲経営コンサルティング代表。1969年生まれ。中小企業診断士、滋賀大学大学院講師、高度情報処理技術者。東芝関連企業に就職し、原子力発電所や半導体生産工場のITシステムの開発、大手自動車メーカーの調達システムの開発等を手掛ける。IT戦略のアイディアや、プロジェクトマネージャーとしての経験を買われ、現在は経営コンサルタントとして中小企業の問題解決を推進。これまでに依頼を受けた生産性向上目標値の達成率はほぼ100%。シンプルで誰でも使えるIT活用によって、あしたの日本を創造中。