

競合サイト分析とWebサイト分析ツールについて



競合サイトとは？

- 競合サイトとは、検索エンジン最適化(SEO)の文脈において、同じキーワードや市場で競争している他のWebサイトのことをいう。これらのサイトは、検索結果での上位表示を目指すうえで重要な参考点になる。



競合サイト分析の目的

・ Webサイトにまつわる競合サイト分析の目的には以下の2つがある。

① 自社のポジションを明確化するための競合サイト分析

→ 競合他社のwebサイトを通じて、他社の商品・サービスの特徴やターゲットなどを探ることで、どの市場を狙っているのかを探ることが出来る。最終的に、競合サイト分析の結果を、自社サイトで打ち出すべき商品・サービスの訴求や掲載すべき情報に落とし込んでいく。

② コンテンツ戦略のための競合サイト分析

→ マーケティング施策上の競合を調査し、適切な戦略を選択するために競合サイト分析を行う。

競合サイトを分析するメリットについて

① 差別化ポイントを見つけることができる。

→ 競合サイトを分析することにより、自社サイトと競合サイトの異なる点を洗い出すことができる。

競合サイトの戦略が分かれば、自社の強みとして、どういう強みを打ち出していけば、他社との差別化が図れるかがはっきりしてくる。



② 他社にあって競合にある情報を探し出すことができる。

競合サイトを分析することにより、競合サイトにあって自社サイトにない情報を探し出すことができる。(広告戦略、キーワード流入ルートなど)

③ 競合サイトの戦略が想定出来る。

競合サイトを分析することで、流入キーワードや流入経路などをある程度把握することができる。



競合サイト分析の主な情報

① アクセス数

まずは、競合サイトのアクセス数が自社のサイトと比較して、多いのか少ないのかを把握すること。

② 流入キーワード

分析ツールにより、ユーザーがどのキーワードで競合サイトに流入しているのかを知ることが出来る。競合サイトで最も検索回数が多いキーワードを確認出来る。



③ 上位表示ページ

競合サイトの上位ページを知ること、競合他社で人気のコンテンツやキーワードを、自社サイトのコンテンツ制作に取り入れるようにした場合に、効果的な集客が出来るようになる。

上位表示されている競合サイトにあつて、自社サイトには無いものは何か、調査・分析を行う。

④ 被リンク獲得先

競合サイトの分析ツールにより、競合サイトがどれくらい被リンクを獲得しているのか知ることが出来る。

被リンクとは、外部サイトから自社サイトに貼り付けられたリンクのこと。被リンクは、サイトの検索順位を左右する項目のひとつ。

<https://ferret-one.com/blog/backlink>

参考サイト「被リンクとは? チェックする方法とSEOに有効な獲得方法」

⑤ 直帰率

サイトを訪れたセッション(訪問)のうち、直帰したセッションの割合を表す指標。

全体のセッションのうち何%が1ページしか見なかったかを表す。

競合サイトよりも直帰率が高いのであれば、コンテンツや誘導の導線を見直したり、UIの改善などの施策の必要性が上がる。

⑥ 属性

性別、年齢、興味や関心などのユーザーの「属性」調査は、自社サイトで作成すべきコンテンツ内容の精査、そこから施策を出すために必要になる。

競合サイトを比較するための自サイトを検証するツール【無料】

無料でWebサイトを分析出来る代表的なツール

①「Google Analytics」

URL: <https://analytics.google.com/analytics/web/>

特徴

- ・Googleが提供する無料のサイト分析ツール
- ・サイトに訪問してから離脱するまでのユーザー情報を取得できる。

ほとんどのサイト運営者は無料版で十分に分析出来る。

ユーザー像を把握。

ユーザー像を詳しく分析して理解を深めましょう。Google アナリティクスなら、ビジネスのデータ分析に必要なさまざまなツールを無料でご利用いただけます。

無料で利用する

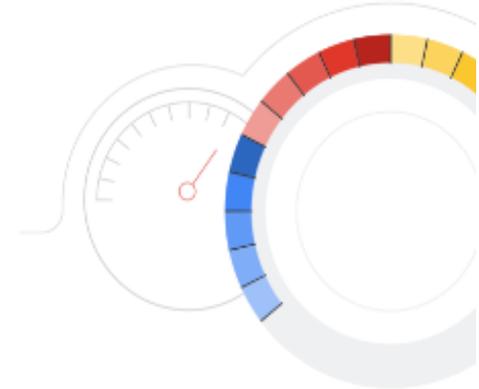


②「Google Search Console」

Google 検索での掲載順位を改善する

Search Console のツールやレポートを使うことで、サイトの検索トラフィックや掲載順位を測定できるほか、問題を修正し、Google 検索結果でのサイトの注目度を高めることができます

今すぐ開始



URL : <https://search.google.com/search-console/welcome?hl=ja>

特徴

- ・Googleが提供する無料のサイト分析ツール
- ・サイト訪問前のユーザー情報(具体的にはキーワードや検索数、検索順位など)を取得できる。
- ・主に検索キーワードの数値などSEO対策に役に立つ情報を取得できる。

競合サイト分析におすすめのツール【無料】

①「SEOチェキ」

URL: [SEOチェキ! 無料で使えるSEOツール \(seocheiki.net\)](https://seocheiki.net)



SEOチェキは、ライバルサイトが対策キーワードや関連キーワードで、どのくらいの順位を取得しているのかが分かる無料の分析ツール。

特徴

- ・簡単な操作性
- ・外部リンクや内部リンクの数、キーワードの出現頻度、インデックス数など多くの情報を一括で取得できる。

② 「SEO META in 1 CLICK」



SEO META in 1 CLICK

URL : <https://chromewebstore.google.com/detail/seo-meta-in-1-click/bjogjfinolnhfhkbbipphpdlladapnmhc?hl=ja>

SEO META in 1 CLICKは、Google Chromeの拡張機能で、WebページのSEO情報を簡単に確認出来るツール。

特徴

- ・見ているページのSEO対策情報を1クリックで解析出来るツール。
- ・meta情報やhタグなどの各種タグ情報、SNS関連の情報までを一括して解析出来る。

(meta情報とは、検索エンジンやブラウザにWebページの情報伝えるhtmlタグのこと。)

その他のサイト分析ツールについては、下記の参考サイトを参照。

https://service.grannet.co.jp/blog/competitive_site_analysis/#3-1SimilarWeb

参考サイトで紹介している主なツール

▪「SimilarWeb」

<https://www.similarweb.com/>

▪「ahrefs」

<https://ahrefs.jp/>

▪「eMark++」

<https://ja.semrush.com/blog/analyzing-competitors-number-of-accesses/>



競合サイト分析ツールを使用する際の注意点

① ツールで出た数値だけにこだわらないこと

数値ばかりに捉われると、数値の裏側にあるユーザー心理を見落としてしまう可能性がある。

従って、定量的な数値データとユーザー自身のデータをバランスよく収集し、分析することが大切になる。



② やみくもに使わないこと

競合分析ツールは、目的を明確に持ったうえで分析を行う必要があるため、やみくもに使用しないようにする。

例えば、「CV数をあげる」という目的を設定した場合は、ただCV数を見るだけではなく「PV数」「滞在時間」など他の数値を多角的に分析する必要がある。

CV数とは、コンバージョン数の略。コンバージョン数とは、商品購入・サービスの申し込み・問い合わせなど具体的なアクションの数のことをいう。

参考サイト

<https://qualva.com/qualvatics/archive/1359/>

コンバージョン(CV)数とは? 増やすためのポイント8つを解説

PV数とは、ページを閲覧した数。

ページが表示された回数そのものがカウントされるため、ひとりの人が何度も同じページを開いたときは、その回数文がそれぞれ1PVとしてカウントされる。

参考サイト

<https://repro.io/contents/pv-for-beginner/>

WebサイトのPV数・ページビュー数とは？



まとめ

競合サイトの分析ツールは、無料で使えるもの、有料のものなど様々ある。またキーワードに特化したもの、SEO対策に特化したものなど自社のニーズによって、ツールを使い分けるようにすることが大切である。

また自社サイトの内部チェックを行うことも大事だが、競合サイトをチェックすることで、自社サイトの改善のヒントを得ることが出来る。

競合サイトツールを使用することで、多角的にサイト分析して改善していくことで、より良質なサイトを運用することが出来る。

ご清聴ありがとうございました。



※商用・営利目的の資料ではなく、社内発表用の資料です。

※個人的な見解や解釈を含んでいる場合もございますがご容赦ください。