

SEO対策の基礎



SEOとは

Search Engine Optimization

→ 検索エンジンの最適化



SEOのクリック率



順位ごとのクリック率

1位：13.94%

2位：7.52%

3位：4.68%

4位：3.91%

5位：2.98%

•

•

10位：1.32%

ネット集客を成功させるために

SEO順位ごとの結果比較

1000人のユーザーが検索した時

1位のHP→130アクセス

10位のHP→10アクセス

の差が出てくる

2つのSEO対策

外部対策

内部対策

外部对策

被リンク

被リンク

外部のサイトにURLを貼ってもらう事。

エキテン、ホットペッパー

まとめサイトなど。



被リンク

**影響力のあるサイトに貼ってもらう
ことはGoogleへの信頼に繋がる。**

**※関係ないHP、粗悪なHPに貼ってもらうこ
とは逆効果になることがあります。**

内部对策

内部対策

①コンテンツSEO(ユーザー視点の評価)

→ユーザーに有意義なページを作る事

評価基準が曖昧

②テクニカルSEO(AI視点の評価)

→検索エンジンに自社サイトを

認識・評価しやすくしてもらう対策

コンテンツSEO対策

**先述の通り、明確な評価基準がない。
しかし予想される対策をいくつか紹介。**

コンテンツSEO対策

ユーザーのニーズを満たすことが

ポイントになる。それは

① **E-E-A-T**を意識すること。

② 常に最新情報を更新すること。

①E-E-A-Tとは

Experience（経験）

Expertise（専門性）

Authoritativeness（権威性）

Trust（信頼）

Experience（経験）

**コンテンツの内容が
作成者の実体験に基づいているか。**

**臨床経験1年目<10年目の人が書いた
コンテンツの方が信頼が大きい。**

Experience（経験）の対策

- ・ 本文にプロフィールを記載する
- ・ 欄外に記事の作成者情報を載せる

Expertise（専門性）

**特定の分野について専門的な知識の
量や質で判断される。**

Expertise（専門性）の対策

**何でもできるというページではなく
症状に応じたページを個別で作成する。**

Authoritativeness（権威性）

第三者によってコンテンツが評価されているかどうか。例として被リンクや引用の数が多ければ、第三者からコンテンツが高く評価されていると判断される。

Authoritativeness（権威性）の対策

被リンクをしてもらったり
様々なSNS、LINEなどに貼り付ける

Trust（信頼）

**コンテンツが信頼できる内容であり
なおかつ安全に利用できること**

Trust（信頼）の対策

- ・ **SSL接続（HTTPS通信）のページにする**
 - ・ **コピーコンテンツを使わない**
 - ・ **シャドーキーワードを使わない**

②常に最新情報に更新する

**更新頻度が少ないページや
古い情報が残り続けているページは
評価が落ちます。**

最新情報に対する施作

- ・ 初回キャンペーンなどは
頻繁に行い更新をする。

- ・ 終わった情報は削除する。

といった対策を常にしておきましょう。

テクニカルSEO

3つのテクニカルSEO対策

①検索エンジン(AI)にコンテンツを
訪れてもらう対策

②検索エンジンの巡回を促す対策

③ユーザービリティ(使いやすさ)を
高める対策

SEOを評価しているのはAI。そのAIが

- ・ HPに訪れやすくすること**
- ・ HPの巡回をしやすくすること**
- ・ キーワードの読み取りをしやすくする**

これらの対策により

高い評価を得られるようにする事を

テクニカルSEO対策という。

HPに訪れやすくする対策

- **タイトルやh1(見出しタグ)に
対策キーワードを組み込む**
- **メタディスクリプションに対策キーワード
を組み込む**
- **見出しタグ (h1～6) の構造を意識する**
- **画像のaltタグ(画像の説明文)記入する**

HPに訪れやすくする対策

簡単にいうと**大きいカテゴリ→小さいカテゴリ**

になるように見出しを使うこと。

その際に**キーワード**を組み込むこと。

画像を使うときに**代替テキスト**を使って
どんな画像なのか説明をする事。ということ

最低限の理解はこれでOK

カテゴリーごとに整理してね！



**症状別・料金・アクセス・問い合わせなど
明確に分けられているか。**

この判断にAIは見出しを使っている。

HPを巡回しやすくする対策

- XMLサイトマップの作成
- 内部・外部リンクの設置
- パンくずリストの設置
- SSLの適用

XMLサイトマップとは

**AIにサイト内に記載されている情報を
全て伝えるためのファイルのこと。**

**AIはこのマップを見ながらより早く・正確
に巡回を終えてくれます。**

XMLサイトマップの作り方

①自動生成ツール「sitemap.xml Editor」
を使ってHPに埋め込む

②プラグインを使う

All in One SEO Pack (おすすめ)

XML Sitemapsなど

パンくずリストとは

今表示しているページがweb内でどこに位置しているのかを伝えるナビゲーション。

例) **TOPページ>アクセス・料金>初回**

のようにどここのページの、何の項目を表示しているのか分かりやすくするもの。

パンくずリストとサイトマップの違い

サイトマップ:クロールに対する地図

パンくずリスト:ユーザーに対する地図

誰に対してHPを巡回しやすくしたいのか。

という点が異なる。

パンくずリストのメリット

AIが巡回経路を認知しやすくなり

SEO対策につながる。

ユーザーも見やすくなるという点が

XMLサイトマップと異なる

パンくずリストの作成

これもプラグインを使うのが楽です
代表的なものは以下です。

- Yoast SEO
- Breadcrumb (パンくずリスト)

ユーザビリティ

ユーザーが**快適に**

ページを巡回できることを指す。

- ・読み込み速度が遅くないか
- ・ボタンが押しやすいか
- ・画像やボタンが適度な距離で
認識しやすいかなど

サイトの読み込みスピード

**必要以上の文章、画像、動画素材は
ファイルが大きい素材の多様は
読み込みスピードが低下する。**

**読み込んでいる間にアプリ終了される事を
Googleが遅れている。**

モバイルユーザビリティに注意

PCで設定したボタン・画像が
スマホ表示ではズレていることがある。

その場合は

- ・ 自動調整できるようにする
- ・ スマホとPCでページを分ける

などの対策が必要

SEO対策で
やってはいけないこと

キーワード数や
文章を増やして
無理矢理対策すること

キーワード対策

使われている回数も大事だが
見出しなど、ユーザーが認識しやすい
という点も大事である

SEO対策のまとめ

- ①内部対策と外部対策がある
- ②内部対策にはコンテンツSEO
テクニカルSEOの2種類がある
- ③必要以上の情報は入れない
- ④キーワード対策は怠らない