

SEO対策 基礎ガイド

CONTENTS

- 01** SEOとは
- 02** SEO対策の基礎知識
- 03** SEO対策の種類
- 04** SEO対策で重視したいこと
- 05** SEO対策による集客事例
- 06** まとめ

SEO

Search Engine Optimization

日本語

検索エンジン最適化

SEO対策は、簡単に言うと検索結果ページで上部に位置するための施策のことです。

一般的に、検索結果ページで上位になるほど、ユーザーのアクセスは増えます。そのため、Web集客をする上でSEO対策は有効な手段です。

SEO対策のメリット

▶ 広告宣伝費を削減できる

Web広告のように毎回出稿費がかかることがない

▶ 長期的な集客が見込める

SEO対策を施したサイトやコンテンツは、
長期的に検索結果で上位に表示されやすい。
継続的な取り組みにより、安定した集客が期待できる。

▶ ブランディングに繋がる

関連するワードで検索結果の上位に表示されることで、企業や製品・サービスの認知度が高まる。その結果、信頼性の高いブランドイメージの構築に繋がる

SEO対策のデメリット

▶ 時間がかかること

効果が出るには6ヶ月以上はかかるでしょう。

そのため、長期的な視点でSEO対策に取り組むことが成功の秘訣です。

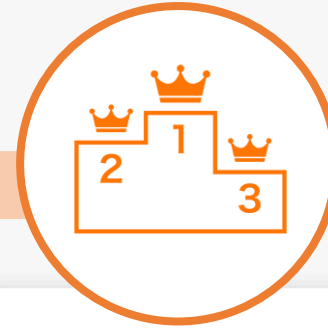
SEO対策の基礎知識



検索エンジンには「クローラー」と呼ばれるロボットのようなプログラムがあり、インターネット上のウェブサイトを自動で巡回し、情報を収集しています。



クローラーが収集した情報は、検索エンジン内のデータベース(インデックス)に登録されます。



ユーザーが検索を行うと、検索エンジンはインデックスに登録された情報を元に、独自の複雑なアルゴリズムによって順位付けを行います。

このアルゴリズムでは、コンテンツの質の高さ、ユーザビリティの良さ、他サイトからの評価などさまざまな要素を総合的に判断しています。



クローラーが情報を 収集しやすいサイト設計

クローラーが巡回しにくい
(クローラビリティが低い)と、
サイトの評価が適切に行われな
い可能性がある



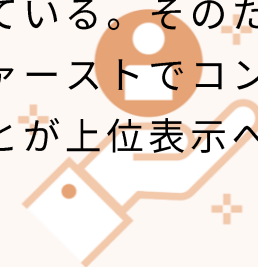
検索エンジンのアルゴリズム、 ガイドラインの理解

定期的にアップデートされてい
るため、最新の情報をコンテン
ツに反映することで上位になり
やすくなる



ユーザーのニーズに合った コンテンツ作成

多くの検索エンジンではユー
ザーのニーズに合わないコンテ
ンツを低評価するアルゴリズム
があると言われている。そのた
め、ユーザーファーストでコン
テンツを作ることが上位表示へ
の近道



適切なサイト設計とコンテンツ作りにより、検索エンジンのアルゴリズムに適合した
ウェブサイトを構築できれば、より上位に表示されやすくなるでしょう。

外部対策

主に、他のウェブサイトには貼られる自社サイトへのリンクを増やす施策。質の高い関連サイトからリンクを多数受けられることで、検索エンジンに自サイトの信頼性や権威性をアピールできる。

内部対策

自サイト内のページ設計やコーディングを適切に行い、検索エンジンの評価基準に沿った最適化を図る施策。サイト速度の改善、スマートフォン対応、使いやすさなどが内部対策に含まれる

コンテンツ SEO

ユーザーのニーズに合った価値のある良質なコンテンツを作成する施策。ユーザー満足度を高めるとともに、検索エンジンにその価値を評価してもらうことが目的

SEO対策はPDCAサイクル を回すことが重要

SEOは一度おこなったからといって、集客力が劇的に上がるような施策ではありません。

検索エンジンのアルゴリズムも定期的にアップデートされており、それまでは上位に位置していたとしても、急に順位変動が起こることもあります。

そのため、効果測定をしてサイトやコンテンツをブラッシュアップすることが成果を出す秘訣です。



無 料

Google アナリティクス

検索エンジンからの流入数、行動データ、コンバージョン数などを確認できる

サーチコンソール

Google Search Console

Googleが提供する公式ツール。
検索での平均順位、クリック率、ペナルティの有無などが確認できる。

月額 19,900円～

ahrefs

自社及び他社のサイトを分析する為に必要なツールでドメイン評価や被リンク、オーガニックのトラフィックキーワードなどを把握することができる。

月額 495円～

GRC

日別の検索順位を調べられるツール。順位変動があった場合、Googleアルゴリズムの影響かどうかを診断できる機能も



アクセス解析

Access analysis

- 検索エンジン経由の流入数
- 直帰率
- 目的のページへの流入数
- 平均滞在時間



順位

Ranking

- 目的のキーワードでの平均順位
- 順位変動があったコンテンツ
- 上位10位以内に入っているコンテンツ



その他

Others

目標とする行動(問い合わせ、資料DL、購入など)の発生数・サイト経由の売上や収益

SEO対策の種類

SEO対策を始める前に、まずは目的や期待する効果、予算を明らかにすることをおすすめします。いくらでも予算がかけられる状況であれば、上記の検討は必要ないかもしれません。

ですが



そうした機会は少ないはずです。
目的や得たい成果を明確にすることで、
不要な施策を省けるため、
コストカットにも繋がります。



半年後に検索エンジン
経由の流入数を
25%増加させる



6ヶ月後までに
関連キーワード10個で
上位10位以内に入る



4ヶ月後に商品ページA
への月間流入数を
1,000人増やす



など、数字を用いることで、取るべき具体的な施策も浮かび上がりやすくなるでしょう。

内部対策

内部対策とは、自社サイト内における技術的な対策を指します。

検索エンジンのアルゴリズムや、クローラーが評価するポイントに沿って、サイトを最適化することで、上位表示が狙いやすくなります。

サイト構造の最適化

ユーザービリティとクローラビリティの両面から、サイト階層やそれぞれのページの関連性をわかりやすくする

URLの正規化

同じ内容で複数のURLを持つページにおいて、URLを一つに統一する施策。301リダイレクトやcanonicalタグを使うことで解消できる

ページ表示速度の改善

サイトの表示速度が遅くなると、ユーザーの離脱率が大幅に上昇する。それを防ぐためにも、コーディングの最適化や画像軽量化によって表示速度を改善する

モバイル対応の強化

近年、スマホやタブレットからサイトを閲覧する割合が増えている。そうした端末から使いづらいサイトは離脱率が高くなることも。そのためレスポンシブデザインの導入等によって快適な閲覧性を実現する

内部リンクの最適化

関連記事リンクやサイトマップの設置により、ユーザーがサイト内を効率的に回遊できるよう構築する。

01

外部リンクを増やす^{*}

^{*}他サイトに貼られる自社サイトへのリンク

02

サイテーションを増やす^{*}

^{*}他サイトやSNSで自社サイトの情報が引用・参照されること

ただし、闇雲に増やせば良いわけではありません。

関連するサイトや良質なサイトからの外部リンクにより、検索エンジンからの評価が高まると言われています。

一方で、外部リンクを購入するなどして無関係なサイトにリンクが貼られたとしても評価は高まりにくいです。

むしろ評価が落ちたり、ペナルティを課せられることも。

そのため、**高品質なコンテンツを発信し、自然な形で外部リンクやサイテーションを増やしていくことが外部対策をする上で重要です。**





プレスリリースを配信する

プレスリリースは他のメディア等で引用されやすい。そのため外部リンクやサイテーションの獲得に繋がりやすい



コンテンツ内にSNSのシェアボタンを設置する

SNSでのシェア確率を高め、認知の拡大とサイテーションの獲得を目指す。



商品やサービスと関連するメディアに寄稿する

関連するWebメディアに寄稿し、執筆者欄に自社サイトのリンクを掲載することで、質の高い外部リンクを増やす



ポータルサイトに登録する

ホットペッパービューティーや食べログなど、ポータルサイトに登録することで認知度が高まる。その結果サイテーションの獲得に繋がりやすくなる

コンテンツSEOは...

良質なコンテンツを発信し、検索エンジンからの評価を高め、検索結果ページからの流入を目指す施策です。

メリット

ユーザーのニーズに合った価値ある情報を提供することで、検索結果での上位表示が可能になり、流入数が継続的に増加することです。

質の高いコンテンツへの評価は長期に渡って持続しやすいため、Web広告などの一過性のアクセス増ではなく、安定した集客が見込めます。

また、良質なコンテンツを発信し続けることで、ブランドイメージの構築にも繋がるでしょう。

デメリット

一方で、即効性がなく、成果が出るまでに最短でも6ヶ月の期間を要する点は注意が必要です。

キーワード選定

1

ターゲットとするキーワードを選定する。
自社の製品/サービスに関連し、検索ボリュームが多く、競合が少ないキーワードを見つけることが重要。ラッコキーワードや、Googleキーワードプランナーなどのキーワードツールの活用もおすすめ

コンテンツ作成

2

キーワードからユーザーの検索意図を探る。
その意図に合わせたコンテンツを作成する

ブラッシュアップ

3

分析ツールで順位や流入数を古い情報や、現時点でのアルゴリズムに把握し、それらをもとに記事のブラッシュアップを行う。合致しない内容等もリライトする

2024年 SEO対策で重視したいこと

E-E-A-Tとは？

Experience

経験

Expertise

専門性

Authoritativeness

権威性

Trust

信頼

の頭文字をとった言葉で、Googleがサイトを評価する際に使う評価基準です。

元はE-A-Tだったのですが、2023年に「Experience（経験）」が追加され、E-E-A-Tとなりました。
このことから、Googleは今後「経験」要素があるコンテンツに高い評価を与えるのではないかとされています。

▶ 実体験を掲載する



▶ 実際にそれをおこなった際の写真を添付する



など、独自の経験情報を含んだコンテンツ作成が必要となってくるでしょう。

また、他のE-A-Tの要素も必要です。それには

コンテンツの
ジャンルを特
化させて専門
性を高める

専門家に
監修を
依頼する

外部リンク
を増やして
権威性を
高める

といった施策が
考えられます。

2024年から生成AIの利用が活発になりました。
これに応じて、SEOを取り巻く状況も変わってくると
予想されています。

例としては、Googleの「SGE(Search Generative Experiences)」という検索機能が挙げられます。

これは、検索結果ページ上部に生成AIによる回答を表示する機能です。

例えばユーザーが「糖質制限ダイエット」と検索すると、検索結果ページの上部に生成AIによる糖質制限ダイエットの概要や方法が文章で表示されます。これにより、ユーザーはサイトにアクセスしなくとも、情報を得られるようになるのです。

SGEが浸透すると、サイトへの流入数は低下するでしょう。

その
為
に
は

01

画像や図解を使ってわかりやすく解説する

02

SGEよりも詳細な情報を含める

03

SGEに引用されやすい文体にリライトする

SGEに引用されると、回答内にページへのリンクが貼られるため

といった対策が必要になってくるかもしれません。

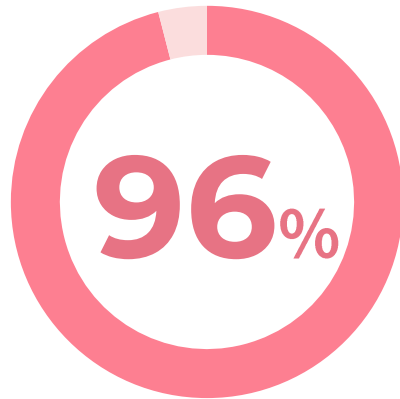
SGE以外にも、生成AIによる記事執筆や分析など、AIの活用はこれからも拡大していくでしょう。

2024年はそれらに適応または導入しつつ、SEO対策を進めることが重要です。

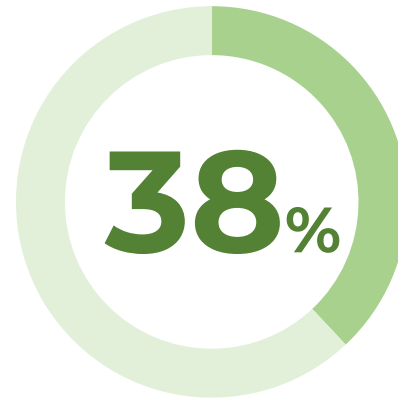
レスポンスデザインを導入する

レスポンスデザインは、端末の画面サイズに応じて最適化されるデザインを指します。
端的に言うと、パソコンやスマートフォン、タブレットなど異なる端末から閲覧してもサイトが見やすく、
使いやすく構築されたWebデザインです。
2024年のサイトデザインとしては、ほぼ必須とも言えるでしょう。
というのも、スマホでネットを閲覧する人が増えているためです。

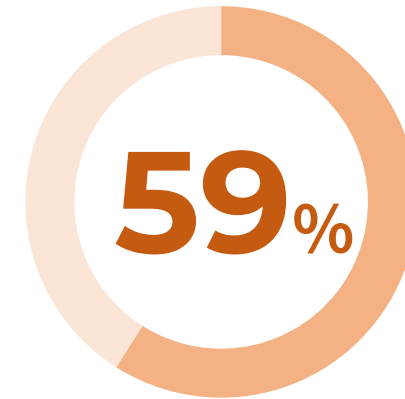
2023年 LINE株式会社(現LINEヤフー株式会社)が発表した調査結果



スマホでネット閲覧するユーザー



パソコンを利用する割合



スマホのみで閲覧するユーザー

参照: 「〈調査報告〉インターネットの利用環境 定点調査 (2023年上期)」 <https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2023/4634>

このように、スマホでネット利用するユーザーが多数派となっています。
そのような中、スマホから見づらいサイトデザインだと離脱率が高まるでしょう。
そのため、レスポンスデザインはSEO対策に取り組む前にまず導入しておきたい施策です。

SEO対策による集客事例

弊社実績



株式会社soelu

<https://simple-alpha.com/>

サイト公開から約1年で、
地名ワードを中心に上位を獲得。

🔑 上位獲得キーワード

SEO対策 福岡 1位 (約6ヶ月で3位獲得)

ホームページ リニューアル 福岡 1位

ローカル検索 福岡 1位

オウンドメディア制作 福岡 1位

ホームページ作成 おすすめ 1位

Web集客 福岡 1位

ホームページ制作 自分で 1位

Google SEO対策 1位

Web集客 佐賀 1位

WEB集客 福岡 1位

WEBコンサルティング 福岡 1位

Web集客 熊本 5位

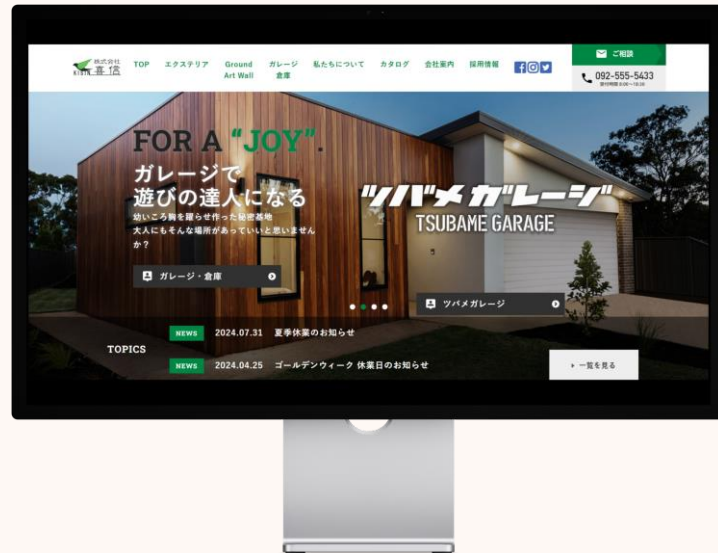
ホームページ おすすめ 1位

Web集客 宮崎 1位

Web集客 長崎 2位

Web集客 大分 2位

Web集客 鹿児島 2位



株式会社喜信 様

<https://kishin-fukuoka.co.jp/>

SEO対策を開始して約3ヶ月で、狙ったキーワードでの上位表示を達成しました。

その結果、問い合わせ数の増加に繋がっています。

🔑 上位獲得キーワード

福岡 ガレージ 1位

佐賀 ガレージ 1位

大分 ガレージ 1位

長崎 ガレージ 1位

宮崎 ガレージ 1位

熊本 ガレージ 1位

鹿児島 ガレージ 1位



株式会社Alesco様

<https://alesco.fit/>

SEO対策前は圏外でしたが、サイトのリニューアルとSEO実施により「名古屋 パーソナルトレーニング」で3位を獲得。(実施から約6ヶ月で達成)

そのほかにも下記ワードで1位を獲得し、問い合わせ数、収益の増加に繋がりました。

🔑 上位獲得キーワード

緑区 パーソナルトレーニング 1位

一宮 パーソナルトレーニング 1位

星ヶ丘 パーソナルトレーニング 3位

四日市 パーソナルトレーニング 4位

近年のインターネットユーザー増加に伴い、Web上での存在感向上がますます企業の課題となっています。そこで注目されているのが**SEO対策**です。

SEO対策は検索エンジンの仕組みを理解し、サイト設計やコンテンツを最適化することで、検索結果での上位表示を目指す取り組みです。上位表示によりサイトへの流入数が増え、認知度向上や売上拡大が期待できます。

メリット

広告費を抑えつつ、長期的な集客が可能な点です。

検索結果で上位に表示され続ければ継続的なアクセスが見込め、関連キーワードでの上位表示はブランディングにも効果的です。

デメリット

即効性はなく、成果が出るまでに半年以上を要するケースが多いというもあります。

しかし...



PDCAサイクルで継続的に取り組めば大きな成果が望めます。

低コストで長期的な集客ができるため、Web集客を狙う企業にはSEO対策は有効な施策と言えるでしょう。

弊社が提供する SEO対策サービス

	エコノミープラン	スタンダードプラン	クオリティプラン
料金 (税込)	月額 55,000円～	月額 110,000円～	月額 220,000円～
基本内容	サイトの構成や記事作成のアドバイスをさせていただき、基本的にお客様で更新を行うプランです。	エコノミープランに合わせ、外部連携キーワードのボリューム調査、対策キーワード選定、記事作成等を行う一昔人気の充実プランです。	スタンダードプランにプラスして、修正回数は無制限、コンテンツ制作も含んだ一気に検索を上げたい方向けのプランになります。
対象期間	最低6ヶ月※1	最低6ヶ月※1	最低6ヶ月※1
修正回数	月に5回程度※2	月に10回程度※2	無制限※2
チャット相談	無制限	無制限	無制限
打ち合わせ	要相談	要相談	要相談
キーワード調査	毎日キーワード順位の計測を実施(月2回レポート提出)	毎日キーワード順位の計測を実施(月2回レポート提出)	毎日キーワード順位の計測を実施(月2回レポート提出)
外部施策	含まれていません。	登録先の提案及び弊社にて外部の登録を実施します。	登録先の提案及び弊社にて外部の登録を実施します。
分析	アクセス解析に応じた提案を行います。	アクセス解析に応じた提案を行います。	アクセス解析に応じた提案を行います。
Webコンサル	アクセス解析に応じた提案を行います。	アクセス解析に応じた提案を行います。	アクセス解析に応じた提案を行います。
記事作成	別途費用がかかります。※3	記事作成を行います。作成数などは要相談	記事作成を行います。作成数などは要相談
コンテンツ作成	別途費用がかかります。※4	別途費用がかかります。※4	コンテンツ制作を行います。制作する内容は要相談

会社概要



福岡を中心に全国企業のホームページ制作・SEO対策・Web集客を行う株式会社Soeluです。
弊社はただホームページの制作するだけではなく、ホームページ制作後のSEO対策・集客・運用に力を入れています。更には、表示速度やレスポンス対応・ユーザビリティの向上など常にユーザー目線のUI/UXを考え、Webを通して成果や効果を実感・体感できるホームページの制作を行います。

■ 社名	株式会社Soelu（ソエル）	■ E-MAIL	info@soelu.co.jp
■ 創業	2019年7月1日	■ 事業内容	ホームページ制作 / 企画 ホームページの継続的支援・Web集客・SEO対策 各種SNSの運用 / 企画 PPC広告、各種インターネット広告の運用 / 企画
■ 設立	2021年3月3日	■ 認定	経済産業省認定 SmartSMESupporter 認定番号：第22号-22040006 IT導入支援事業者 2023 申請番号：SIT04-0015926
■ 資本金	3,000,000円	■ 登録番号	T7290001092266
■ 代表取締役	永田達成	■ 取引銀行	福岡銀行 本店、PayPay銀行
■ 住所	〒 810-0001 福岡県福岡市中央区天神2丁目3番10 天神パインクレスト719号		
■ TEL	050-3558-5864		