

SEO対策専門会社

# 東京SEOメーカー

データベース型SEOのサービスの紹介

- ✓ 経営戦略からデータベース型サイト構築とSEOを見る
- ✓ サイト状況の確認
- ✓ サイト問題点
- ✓ 競合分析
- ✓ DB型SEOについて
- ✓ SEOコンサルティング内容
- ✓ 内部サポートコース
- ✓ 内部 + 外部コースの紹介
- ✓ SEO内部対策の決定版
- ✓ キーワード戦略策定
- ✓ テクニカル修正診断書
- ✓ サイト内部修正診断書
- ✓ Google APIコンテンツ倉庫参照修正指示書
- ✓ コンテンツSEO指南書
- ✓ CRO施策
- ✓ SEOレクチャー&SEOコンサル
- ✓ WEB解析
- ✓ 各コース料金
- ✓ 会社概要

# 経営戦略からデータベース型 サイト構築とSEOを見る

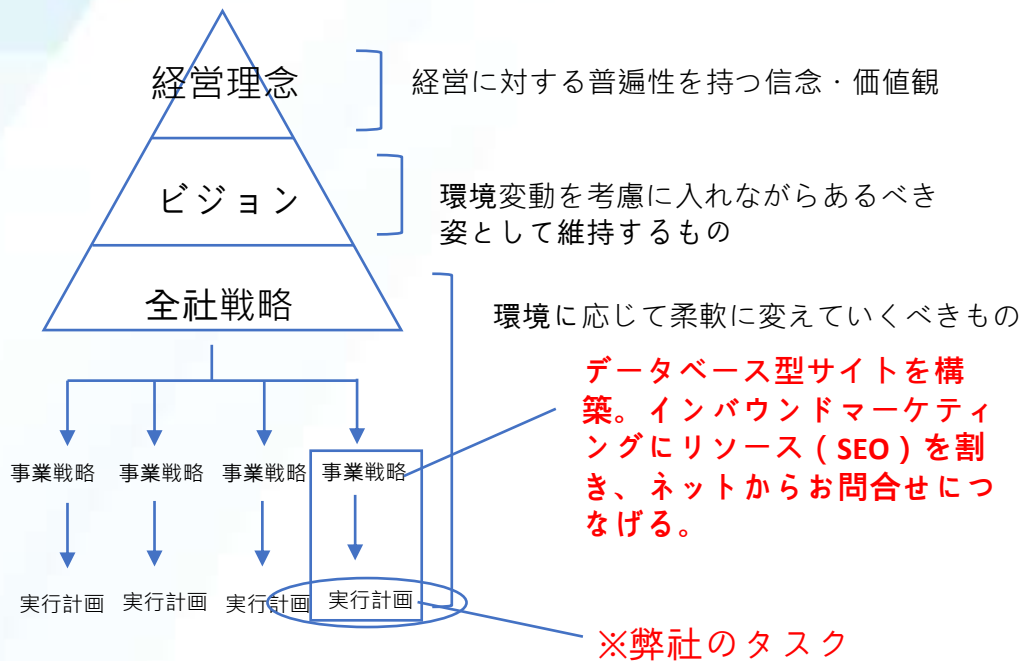
## ◎経営戦略を考える視点・・・持続的な競争優位につながる戦略とはどのようなものか

### 経営理念

経営理念はありますか？→**サイト作成にも非常に重要です。**

### 事業理念

事業理念はありますか？→**サイト作成にも非常に重要です**



創発戦略・・・創発戦略とは、当初の経営計画には組み込まれておらず、偶発的に起こった事象に対応することで、後発的に生み出される経営戦略のことです。

- [条件]
- ・トップのリーダーシップ、トップとフロントで働く社員とのコミュニケーション
  - ・学習(個人・組織)

## 外部分析

### 【ポジショニング論】

- ・3C分析
- ・5Force分析  
(新規参入業者・業界内の競争・代替品・買い手・売り手)
- ・3つの基本戦略  
→コストリーダーシップ戦略  
→差別化戦略  
→集中戦略
- ・業界内の地位に応じた戦略  
→リーダー  
→チャレンジャー  
→フォロワー  
→ニッチャー
- ・バリューチェーン戦略

## 内部分析

【コアコンピタンス】・USP(自社の強み)  
顧客に対して他社にはまねのできない自社ならではの価値を提供する企業の中核的な力

- 模倣可能性(小さいほど良い)
- 移転可能性(小さいほど良い)
- 代替可能性(小さいほど良い)
- 希少性(高いほど良い)
- 耐久性(高いほど良い)

【ケイパビリティ】  
バリューチェーン全体に及ぶ組織能力。

### 【資源ベース論】

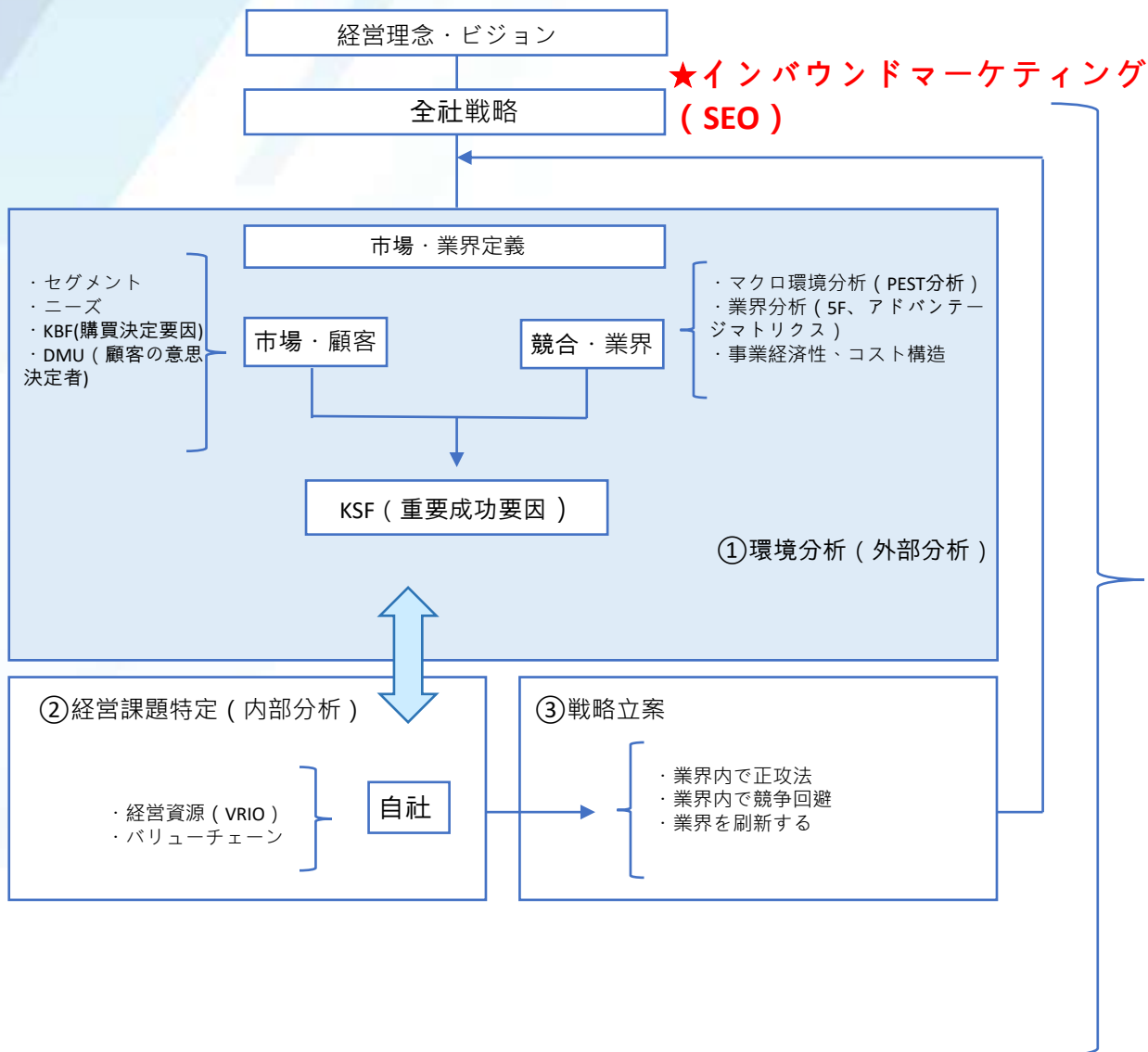
・RBV(リソース・ベースト・ビュー)  
競争優位の源泉を企業の内部資源や内部の強みに求める戦略理論。

SWOT分析

両方を相補的に用いることが適切とされている

マイケル・ポーターの戦略論が業界分析に基づく基本戦略の取り方(ポジショニング)を強調し、よいポジショニングを取ることが企業を成功に導くとしたのに対し、RBVを提示したジェイB・バーニーは、競争優位の源泉は企業内部の経営資源にあり、よい経営資源を保有することが企業を成功に導くカギと考えた。現在では両方を相補的に用いる。

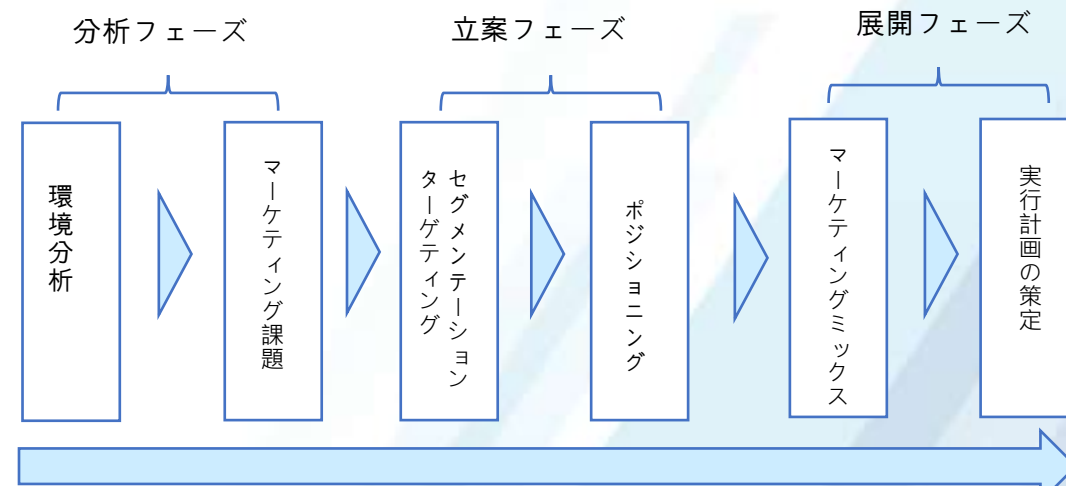
## ◎経営戦略策定の基本プロセス



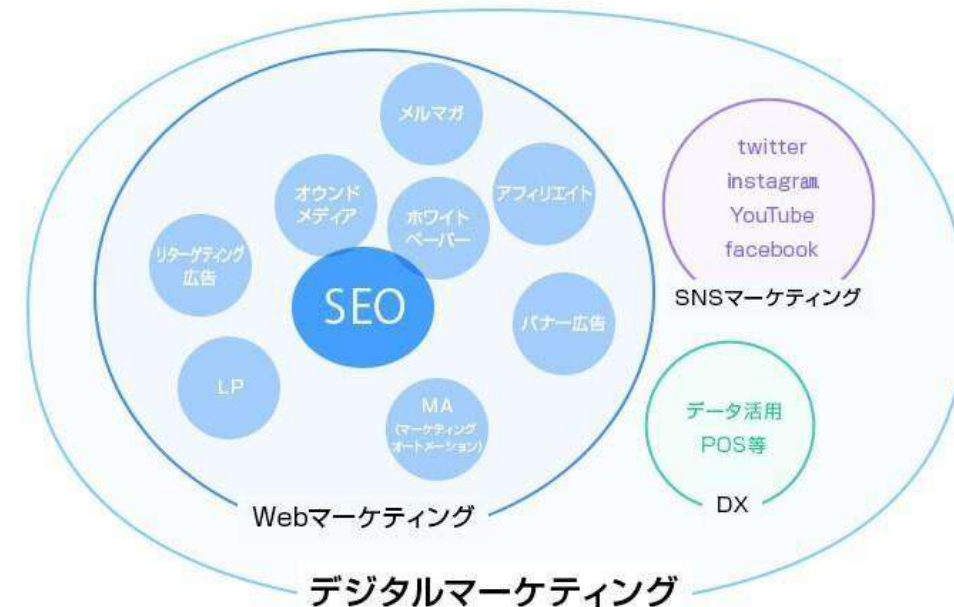
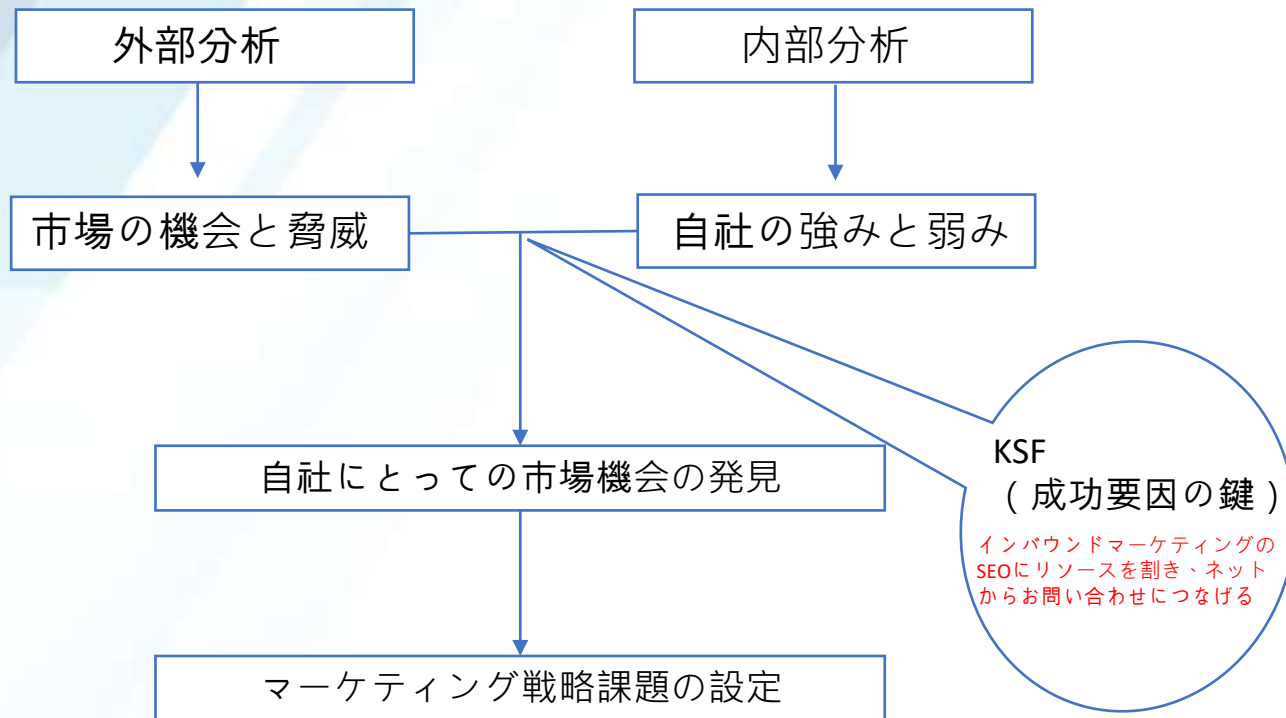
マーケティングとは	買ってもらえる仕組みづくり
目的	強引な販売や規制などに頼らずとも効果的かつ持続的にキャッシュを生み出せる状況を作り出す。
現在のマーケティングの主流	アウトバウンドマーケティング<インバウンドマーケティング
重視するポイント	顧客ニーズ、KBF (購買決定要因)、顧客満足
望まれる心構え・スキル	分析力、想像力、顧客志向、全体的整合性へのこだわり、全社員がマーケティングに貢献できる姿勢
マーケティングを理解しない典型的な誤謬 (ごびょう)	×良いものを作れば売れるはずだ×売れないのは営業の頑張りが足りない×知名度がないから売れない×数打てば売れるはずだ

マーケティング戦略・事業戦略・ブランド戦略

マーケティング戦略策定プロセス



## ◎自社にとっての市場機会の発見プロセス



**SEOはデジタルマーケティングの中核となります。**

WEBサイトは、企業の顔であり、ブランドであり、顧客のファーストタッチポイントです。そして、何より強力な顧客集客ツールです。インバウンドマーケティングを成功させるには、UI,UXの品質の高いサイト、ブランディングされたサイト、信頼性、権威性、専門性の高いサイトであることが大前提です。その上でSEOを成功させ、CV（問い合わせ）につなげていきます。SEOで成功させるには、テクニカルにも精通しているコンサルタントが必要です。WEBの全方位に長けているコンサルタントチームによるグローバルサイト構築をしなければ、WEB集客の成功は遠いものとなります。弊社ではそれがすべてそろっています。

# データベース型サイトのSEO

まず最初に、サイト状況を確認します

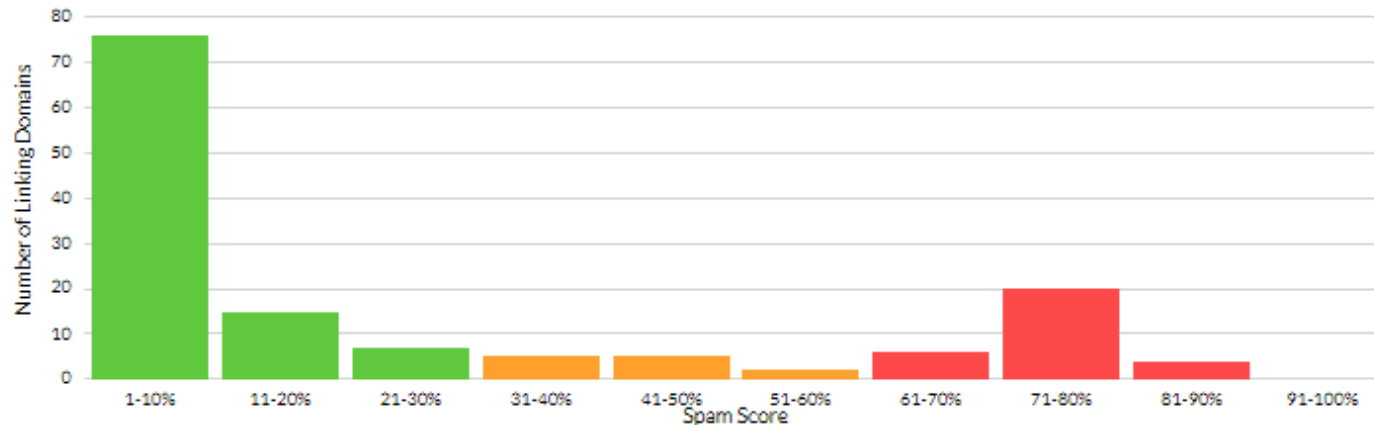


# 今回支援したサイトの状況

root domain  Analyze

64,410 of 70,000 queries available until 11/19

Spam Score Breakdown	Linking Domains <sup>i</sup>	Domain Authority <sup>i</sup>	Spam Score <sup>i</sup>
Percent of Linking Domains with a Spam Score of:	147	21	11 %
1-30%			70.0%
31-60%			8.6%
61-100%			21.4%



【現状】ドメインパワーは21 / 100とまともに高さはありますが競合と比べると低いです。

外部リンクは147本獲得していますが、今後も獲得していく必要があります。

- ① サイト内部最適化 (SEO内部対策/テクニカルSEO) が必要です。
- ② リンクビルディング(外部リンク獲得)が必要です。
- ③ サイトの構成をSEO仕様に変更する必要があります。

◎<https://sample.jp/>

- ・ index数:7,570
- ・ DA(ドメインオーザリティ):21/100  
※DAが21と強めです。
- ・ 外部リンク:147  
※低品質な外部リンクがついています。

次に、サイトの問題点を洗い出します。

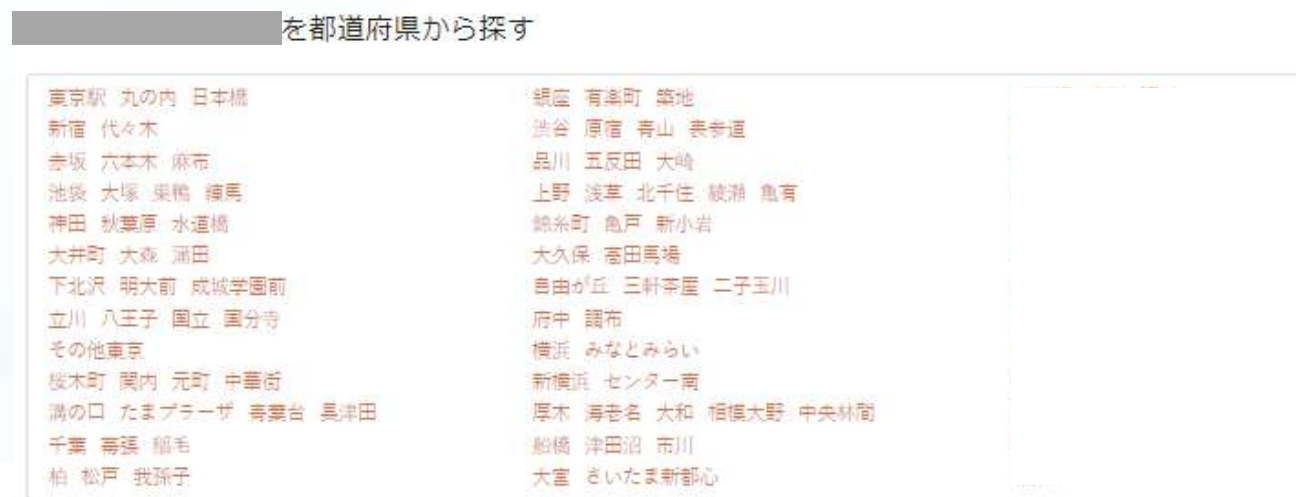
# サイトの大きな問題点 ※下記内容はサンプルです

## 【サイトの大きな問題点】

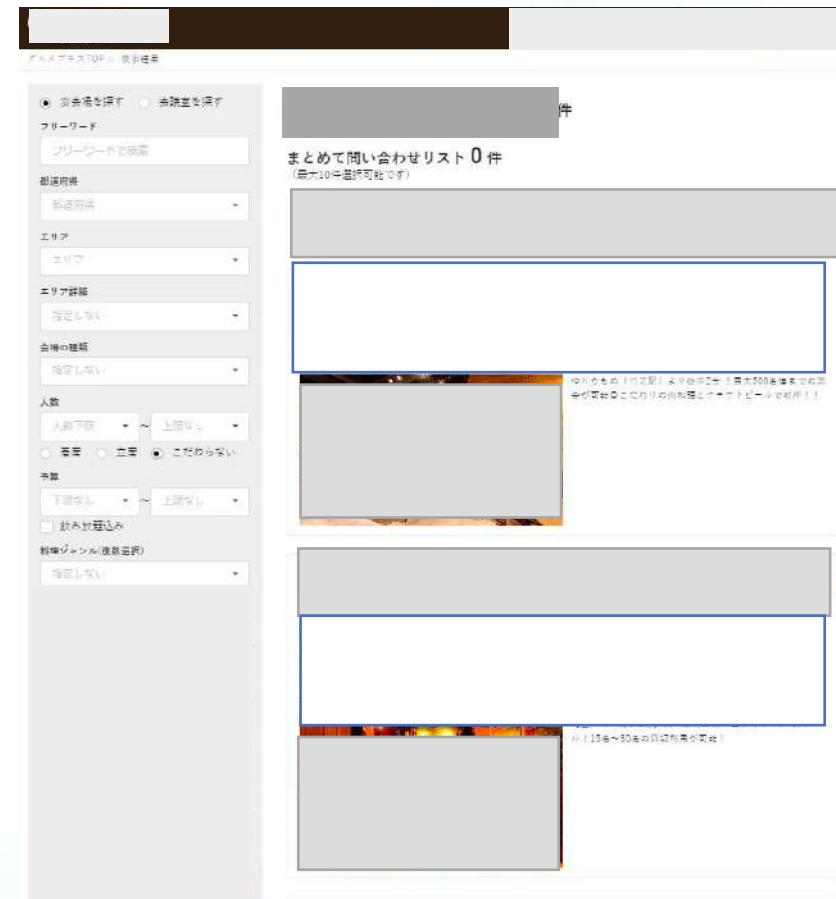
御社のサイトの大きな問題点はFooterにある静的ページが実際にユーザーが使用しているものではなく、Googleのロボット向けに作成されたページであるということです。

実際にユーザーが使用しているのはTOPページから検索をかけた動的ページ(右側)であるため、動的ページのnoindexの問題を解決する必要があります。

ユーザーが検索に使うページとロボットにクロールさせるページの問題をご依頼後解決します。



Footerにある静的ページ



ユーザーが利用している動的ページ

# その他の具体的な問題点の一部抜粋① ※下記内容はサンプルです

## 【解析から見える問題点】

Organic Searchで新規ユーザーが流入してくるページを調査致しました。

下図青枠のように、新規ユーザー数は多いがCVが全く無いページ。反対にオレンジ枠のように、新規ユーザー数が2000人以下であってもCV数が極端に多いページが存在していることが分かりました。

	新規ユーザー数	エンゲージのあったセッション数	エンゲージメント率	エンゲージのあったセッション数(1ユーザーあたり)	平均エンゲージメント時間	イベント数 すべてのイベント	コンバージョン pageview_tyokuyoyaku_thaks
	全体の100%	全体の100%	平均との差 0%	平均との差 0%	平均との差 0%	全体の100%	全体の33.88%
1 Organic Search							
2 Organic Search							
3 Organic Search							
4 Organic Search							
5 Organic Search							
6 Organic Search							
7 Organic Search							
8 Organic Search							

実際に開いてみると、

青枠のページは【〇〇〇〇】という記事であり、

オレンジ枠のページは【〇〇〇のご紹介！】という記事であることが分かりました。

他のページのCV数がほぼ0となっているのはページ内の作りに問題がありそうです。そこで、次ページにてページ内の問題点を少しご紹介いたします。

## その他の具体的な問題点の一部抜粋 ※下記内容はサンプルです

※エクセルシートTOP修正案(ワイヤフレーム)を確認し、修正できるところは進めてください。



| トップ | 施設を探す | お役立ちガイド | 入居相談 | お問い合わせ |

サービスにマウスカーソルをあてると、左図のように各種サービスがプルダウンメニューで表示されるよう調整することを推奨致します。

施設を探す  
ランキングから探す  
特長から探す  
おすすめの施設で探す  
高級老人ホームを探す  
介護付有料老人ホームを探す  
住宅型有料老人ホームを探す  
サービス付き高齢者向け住宅を探す

お役立ちガイド  
介護ガイド  
はじめて探す  
後見・身元保証  
老人ホームのお金の話  
老人ホーム用語集  
動画

人間がスムーズに把握し、識別できる要素の数は最大で7つ程と言われているため、メニューの数は最大でも7つに絞ることを推奨します。

また、メニューの順番は、ホームページ内でのコンテンツの重要度を暗に示している為、重要度の高いコンテンツを左から順に配置していきましょう。

今回、特にユーザーが求めている内容は、左から順に

- ・トップ
- ・施設を探す
- ・お役立ちガイド
- ・入居相談
- ・お問い合わせ

の流れで記載することを推奨致します。

中でも、

- ・はじめて探す
- ・後見・身元保証

は【お役立ちガイド】内にまとめることが出来る『同カテゴリの要素』となります。

その為、同一ページにまとめることを推奨いたします。

このように、弊社にご依頼後、データに基づいて  
サイトの問題点を”すべて“洗い出します。

次に、競合分析です。

順位	サイト	URL	DA	PA	インデックス数	Linking ALL	Linking	PLP
1	大手メディアサイト	https://www.sample.com	92	39	8,360,000	99700	0	一覧ページ
2	大手メディアサイト	https://www.sample2.com	92	41	8,360,000	99700	1	特集ページ
3	大手メディアサイト	https://www.sample3.com		40	50200000	159600	0	一覧ページ
4	大手メディアサイト	https://www.sample4.com	91	39	7480000	81300	0	おすすめ特集
5	中堅メディアサイト	https://www.sample5.com	59	31	1320000	11800	0	一覧ページ
6	中堅メディアサイト	https://www.sample6.com	60	32	2480000	13200	0	特集2023-2024ページ
7	中堅メディアサイト	https://www.sample7.com	58	32	1490000	7000	0	トップ20のページ
8	中堅メディアサイト	https://www.sample8.com	63	33	14500000	17500	0	オススメ20選ページ
9	中堅メディアサイト	https://www.sample9.com	63	33	14500000	17500	0	オススメ20選ページ
10	御社サイト	https://www.seo-taisakusaite.com	21	17	5770	147	0	記事ページ

※PLPの設定がっていない状況です。→PLPに記事枠が来ている

[理想] PLPを一覧ページにしたい。

このように、弊社にご依頼後、PLP ( Preferred Landing Pageは、特定のキーワードに対して優先的に表示させたいウェブページのことです。 ) について”主要なキーワードのPLP”を全て決めてそのページが上位表示するようにSEO戦略を策定します。

# DB型サイトSEOの基本



データベース型のサイトのSEOは、**2本柱のSEO内部対策**で**戦略的に**行わなければなりません。

※データベース型とは、データをもとにページを動的に生成しているサイト

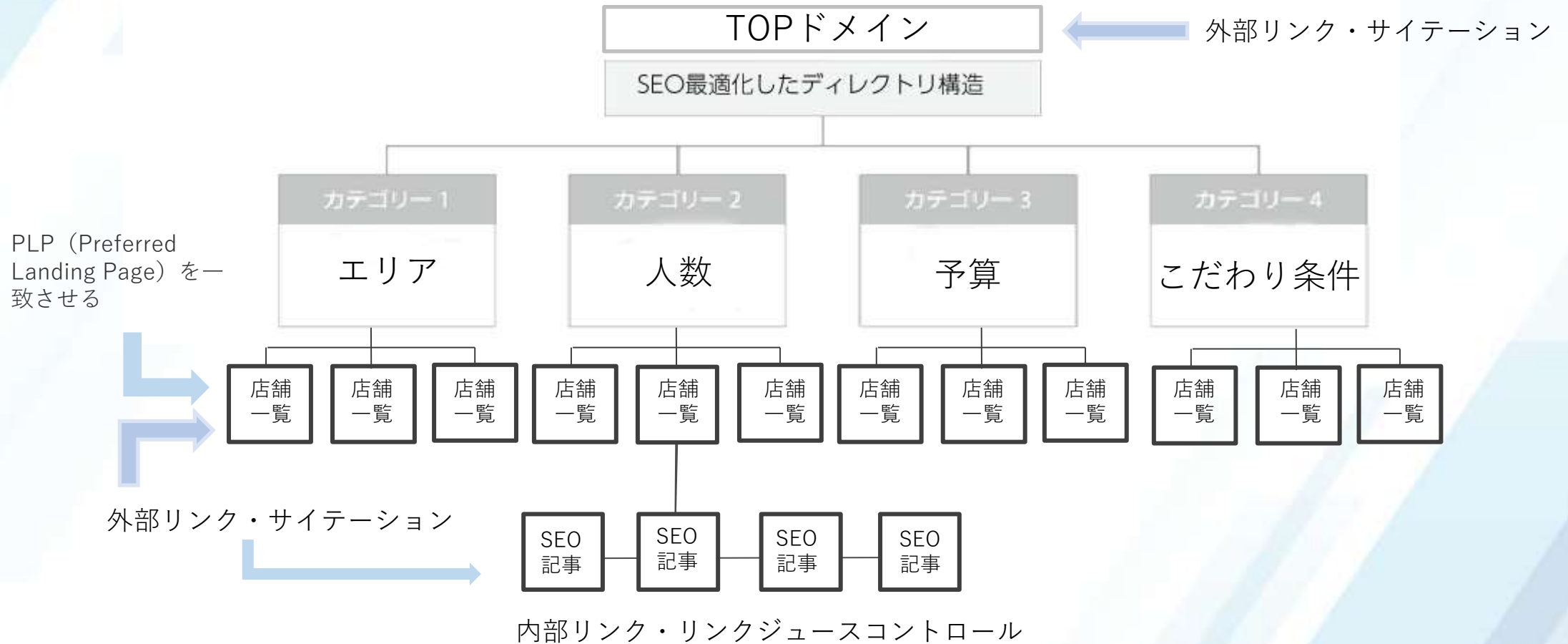
1. 商品ページ、商品一覧（店舗一覧etc）ページの上位表示（内部対策）

2. コンテンツSEOの記事ページの上位表示（コンテンツSEO）

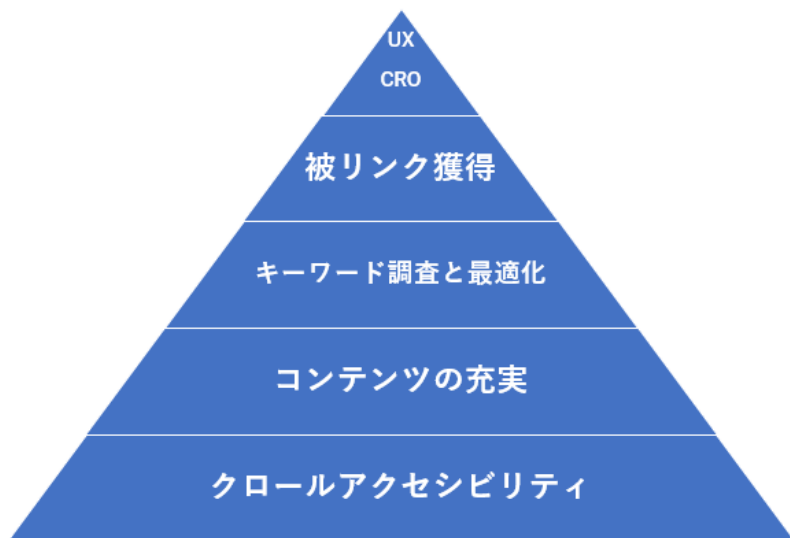
3. 効果的なリンクビルディングのオフページSEO施策（外部対策）

2つのSEO内部対策（商品ページの上位表示と記事の上位表示）に外部対策によるPLPへのリンクジュース供給で、サイト全体の施策を打っていきます。

## 店舗（商品）一覧ページの上位表示①



## 店舗（商品）一覧ページの上位表示②



サイト全体のSEO対策を行っていきませんが、DB型サイトは特に、

- ✓ クロール
  - ✓ インデックス
  - ✓ PLPの一致
- の確認が重要です。

Google Search Consoleでクロールとインデックス状況を確認し、問題点を対応していきます。



理由	ソース	確認	推移	ページ
noindex タグによって除外されました	ウェブサイト	開始前		108,263
代替ページ（適切な canonical タグあり）	ウェブサイト	開始前		2,704
ページにリダイレクトがあります	ウェブサイト	開始前		1,080
サーバーエラー（5xx）	ウェブサイト	開始前		358
見つかりませんでした（404）	ウェブサイト	開始前		263
アクセス禁止（403）が原因でブロックされました	ウェブサイト	開始前		257
リダイレクトエラー	ウェブサイト	開始前		10
重複しています。ユーザーにより、正規ページとして選択されていません	ウェブサイト	開始前		5
ソフト 404	ウェブサイト	開始前		2
他の 4xx の問題が原因でブロックされました	ウェブサイト	開始前		1

1 ページあたりの行数: 10 1~10/13

## [ポイント] クロール

DB型サイトでは大量に保有しているページを適切にクロール・インデックスさせ、内部リンクも効果的に使い、各対策キーワードのPLPをインデックスさせページテンプレートごとに検索順位を上げる流れで対策をしていくのが良いです。

## →テクニカルSEOが重要

- ・重要なページにクロールを回す
- ・重要なページをインデックスさせる
- ・内部リンクを適切に繋ぎ込んでサイト全体の評価を高めるなどが重要になる。

クロール・インデックスが進まないURLが発見されたらその要因を特定し、適切に対処をしていく必要がある。

# テクニカルSEOについて

基礎的な部分から中級、上級部分まですべて調査します。

No.	チェック	カテゴリ	ポイント	概要
<b>基礎的チェック項目</b>				
1	<input type="checkbox"/>	サイト状況	Googleはインデックス登録されているか確認する	「site:URL」で検索して、検索結果に表示されるか確認してください。
2	<input type="checkbox"/>	サイト状況	サイトの見出しで書かれているところがないか確認する	PC版、スマホ版で書かれていないか、目隠し確認してください。
3	<input type="checkbox"/>	サイト状況	ページ数を30ページ以上にする	ページ数が少ないとSEOでランキングが難しいです。
4	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	タイトルには必ずSEOキーワードを入れる	タイトルには必ずSEOキーワードを入れてください。
5	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	タイトルのキーワードの位置はできるだけ左側に置く	キーワードはタイトルの左端（最初）に入れてください。
6	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	各ページに独自のタイトルを付ける	タイトルがサイト内の別ページと被らないようにしてください。
7	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	タイトルの文字数は32文字以内	検索結果に表示されるタイトルの文字数は32文字までです。
8	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	descriptionメタタグを設定する	既定した文章が検索結果に短縮文として表示されます。
9	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	descriptionにキーワードを含める	クリックを誘導するためにSEOキーワードを含めてください。
10	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	descriptionの文字数は120文字以内にする	検索結果に表示される短縮文は120文字程度です。
11	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	ツールによりコピーチェックを行う	インターネット上のほかの記事と被っている記事はNGです。
12	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像にalt属性（テキスト、画像）はページ上部に設置する	インデックス上のほかの記事と被っている記事はNGです。
13	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	h2タグにキーワードを入れて文章を構成する	タイトルと異なるキーワードの検索を促進して文章を構成してください。
14	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	h2タグ-h3タグでコンテンツを構成する	コンテンツにh2タグ、h3タグ-h4タグを階層的に設置してください。
15	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	見出しにキーワードまたは関連キーワードを含める	メインキーワードや関連キーワードを見出しに含めてください。
16	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	見出しは長くはしない	見出しは行で収まるように設定してください。
17	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	定期的にはコンテンツをリフレッシュし、リマインドしている	リマインドにより検索向上が期待できます。
18	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	関連性の高いページへリンクを張る	関連性の高いページへの内部リンク、外部リンクを張ってください。
19	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	テキストは単語で表記しない	単語間のテキストは単語で表記し、平文で記載してください。
20	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像ファイル名は英語表記にする	検索エンジンに読めるようにローマ字で単語を記載してください。
21	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像にはalt属性を設定する	意味のある画像にはalt属性を設定してください。
22	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像リンクにalt属性をアンカーテキスト代わりに使う	画像リンクにalt属性をアンカーテキストの代わりに使ってください。
23	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	意味のない画像にはalt属性を設定しない	意味のない画像にはalt属性を設定しないでください。
24	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	対象キーワードを設定する ※Googleは無し	※Googleエンジン以外を対象とする場合に利用

No.	チェック	カテゴリ	ポイント	概要
<b>中級のチェック項目</b>				
25	<input type="checkbox"/>	内部対策	canonicalを設定する	すべてのページにcanonicalを設定することにより評価分数が伸びます。
26	<input type="checkbox"/>	内部対策	クローリングナビゲーションに重要な高いページへの誘導がある	ページにアクセスしやすくするためにクローリングの最適化は必須です。
27	<input type="checkbox"/>	内部対策	インテックを登録されていないページにインテックメタタグを貼る	インテックを登録することによってインテックスがあることがわかります。
28	<input type="checkbox"/>	内部対策	更新頻度（新規記事投稿）が定期的にある	毎日、毎月新規URLを増やし続けることでサイト評価が高まります。
29	<input type="checkbox"/>	内部対策	下部ページにリンクオプティミズを設定する	リンクオプティミズを設定することでユーザーに位置情報を伝えることができます。
30	<input type="checkbox"/>	内部対策	画像の最適化データを設置する	画像がメインコンテンツの場合には最適化データを設定してください。
31	<input type="checkbox"/>	内部対策	動画の最適化データを設置する	動画がメインコンテンツの場合には最適化データを設定してください。
32	<input type="checkbox"/>	内部対策	イベント情報ページに最適化データを設置する	イベント情報を記載している場合には最適化データを設定してください。
33	<input type="checkbox"/>	内部対策	商品ページに最適化データを設置する	商品情報を記載している場合には最適化データを設定してください。
34	<input type="checkbox"/>	内部対策	FAQページに最適化データを設置する	質問と回答を最適化データに設定してください。
35	<input type="checkbox"/>	内部対策	オリジナル004ページを作る	トップページやグローバルナビによる除外防止になります。
36	<input type="checkbox"/>	内部対策	グローバルナビと内容が被っていない	グローバルナビと内容が被らないようにしてください。
37	<input type="checkbox"/>	内部対策	XMLサイトマップを作る	XMLサイトマップを作り、Googleサーチコンソールより送信してください。
38	<input type="checkbox"/>	内部対策	HTMLサイトマップを作る	ホームページの1階層以内、2階層以内のページに作成してください。
39	<input type="checkbox"/>	内部対策	ドメイン、URLは英語表記（半角英数字）にする	ドメイン、URLに日本語は使用しない。
40	<input type="checkbox"/>	内部対策	2層以上の階層は「ハイファン」を使う	検索の順位を落とすこと（ハイファン）を避けてください。
41	<input type="checkbox"/>	内部対策	レスポンシブデザインにする	PCとモバイルのURLを同一にしてください。
42	<input type="checkbox"/>	内部対策	SSL化（強制HTTPS）にする	HTTPS化はSEOに有利です。SSL化は必須です。
43	<input type="checkbox"/>	内部対策	SSL化（強制HTTPS）にする	HTTPS化はSEOに有利です。SSL化は必須です。
44	<input type="checkbox"/>	内部対策	短縮URLをドメインを省略したURLをrobots.txtでブロックする	検索エンジンの短縮URLをクローリング対象外に設定してください。
45	<input type="checkbox"/>	内部対策	不要なハイパーリンクを削除する	アクセス集中を防ぐために不要なハイパーリンクを削除してください。
46	<input type="checkbox"/>	内部対策	日本語ドメインから日本語URLは使わない	英語ドメインから英語URLを使うようにします。
47	<input type="checkbox"/>	内部対策	画像の圧縮をする	JPEGやPNG画像をロスレス圧縮してください。
48	<input type="checkbox"/>	内部対策	数値の圧縮をする	数値の圧縮は必須に圧縮してください。
49	<input type="checkbox"/>	内部対策	画像の埋込読み込みを利用する	画像の埋込読み込みを実施してください。
50	<input type="checkbox"/>	内部対策	Webフォントのダウンロード時にテキストを最新にする	font-display: swapというWebフォントの宣言は必須です。
51	<input type="checkbox"/>	内部対策	Webサーバーのgzip圧縮を確認する	Webサーバーのgzip圧縮を確認してください。
52	<input type="checkbox"/>	内部対策	ブラウザキャッシュを有効化する	ブラウザキャッシュの有効化期間を設定してください。

No.	チェック	カテゴリ	ポイント	概要
51	<input type="checkbox"/>	内部対策	サーバーでフォールトを発生させる	Webサーバーの500エラー発生を避けてください。
52	<input type="checkbox"/>	内部対策	ブラウザキャッシュを有効化する	ブラウザキャッシュの有効化期間を設定してください。
53	<input type="checkbox"/>	内部対策	コアウェブリソースを有効化する	あまりにも多いコアウェブリソースは避けてください。
54	<input type="checkbox"/>	内部対策	テキストが読み込まれすぎる	フォントサイズは36px以上にしてください。
55	<input type="checkbox"/>	内部対策	リンクやボタンがクリックできなくなる	リンクやボタンを大きく、色が目立つようにしてください。
56	<input type="checkbox"/>	内部対策	モバイルでテキストが読めない	レスポンシブデザインでモバイル対応をする
57	<input type="checkbox"/>	内部対策	読み込みを早くする	Page speed insightsで測定する
58	<input type="checkbox"/>	内部対策	モバイルとPCでは同じコンテンツを表示させる	モバイルサイトのコンテンツがPCサイトよりも少ないのはNGです。
59	<input type="checkbox"/>	内部対策	モバイルとPCでは異なるコンテンツを表示させる	モバイルにだけモバイル専用のコンテンツを表示する
60	<input type="checkbox"/>	内部対策	モバイルサイト上でトップページにリンクされている	モバイルサイトにモバイル専用のコンテンツを配置する
61	<input type="checkbox"/>	内部対策	モバイルサイト上でトップページにリンクされている	モバイルサイトにモバイル専用のコンテンツを配置する
62	<input type="checkbox"/>	内部対策	1つ上のページからリンクがある	すべてのページでモバイルコンテンツが両方の方向にリンクを張ってください。
63	<input type="checkbox"/>	内部対策	正しい、シンプルでHTML文法を使う	検索エンジンに正しい構文を送るために必要です。
64	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像は文章による説明の補完に使い、文章の代わりに設置する	画像は文章による説明の補完に使い、文章の代わりに設置してください。
65	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性を意味を持つ場合にコンテンツの上部に設置する	画像のalt属性は意味を持つ場合にコンテンツの上部に設置してください。
66	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性を意味しない	cssで隠された画像にはSEO効果はありません。
67	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像がメインコンテンツの場合には画像サイズを大きくする	画像がメインコンテンツの場合には画像サイズを大きくしてください。
68	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像にはheightとwidthを設定する	画像にはheightとwidthを設定してください。
69	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性を設定する	コアウェブリソースは必須です。
70	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性を設定する	コアウェブリソースは必須です。
71	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	アンカーテキストは単語で表記する	アンカーテキストは単語で表記してください。
72	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	アンカーテキストは短く分かりやすくする	アンカーテキストは短く分かりやすくしてください。
73	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	ユーザーがクリックしたときに画像を大きくする	ユーザーがクリックしたときに画像を大きくしてください。
74	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性はresponsiveをつける	画像のalt属性はresponsiveをつけることができます。
75	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	画像のalt属性はresponsiveをつける	画像のalt属性はresponsiveをつけることができます。
76	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	リンクのalt属性はresponsiveをつける	リンクのalt属性はresponsiveをつけることができます。
77	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	リンクのalt属性はresponsiveをつける	リンクのalt属性はresponsiveをつけることができます。
78	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	ユーザーがクリックしたときに画像を大きくする	ユーザーがクリックしたときに画像を大きくしてください。
79	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	キーワードと関連性の高い情報を取得する	コンテンツを設定したキーワードに関連するキーワードを収集してください。

No.	チェック	カテゴリ	ポイント	概要
80	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	DGP設定（画像、タイトル、説明）をする	SNSによる拡散を促すためにはDGP設定は必須です。
81	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	ユーザーにとって分かりやすいUI/UXにする	適切な商品やサービスを提供し、ユーザーが使いやすいUI/UXが重要です。
82	<input type="checkbox"/>	外部対策	被リンクを数多くのコンテンツを張る	被リンクを数多くのコンテンツを張ってください。
83	<input type="checkbox"/>	外部対策	重要な被リンクや関連性の高いリンクを張る	定期的なリンクを確認し、更新を繰り返してください。
84	<input type="checkbox"/>	外部対策	エゴサーチを実施する	自社サービスに関連するキーワードの検索結果を確認してください。
85	<input type="checkbox"/>	外部対策	モバイルサイトに最適化する	モバイル対応は必須です。
86	<input type="checkbox"/>	外部対策	SNSも活用する	SNSによる拡散、流入、チャネルリンクが期待できます。
87	<input type="checkbox"/>	外部対策	サービスへの確認	自社サービスのサービスページを確認してください。
88	<input type="checkbox"/>	外部対策	被リンク確認を実施する	被リンクを確認し、更新を繰り返してください。

<b>上級のチェック項目</b>				
89	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	コンテンツ記事にQ&Aを入れて最適化データを構築する	よくある質問を最適化データでマークアップしてリッチリザルトを表示させる。
90	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	コアウェブリソースSEO1を実施する（重要SEOメーカーのサービス）	11月のコンテンツSEO1記事と内部リンクを構築する。
91	<input type="checkbox"/>	内部対策	被リンクを最適化する	被リンクを最適化するようSEO対策をする。
92	<input type="checkbox"/>	SCRP対策	検索結果によるGoogleビジネスプロフィール表示	googleビジネスプロフィールの作成と更新を行う。
93	<input type="checkbox"/>	CRO施策	UI/UX（検索）に基づいた記事コンテンツを入れる	CVRを向上させる施策をGoogle Analyticsで実行する。
94	<input type="checkbox"/>	CRO施策	入力フォームを簡潔にする	入力フォームをシンプルにしてユーザーが検索を繰り返す。
<b>2023年 アルゴリズム対応チェック項目</b>				
95	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	コンテンツにはオリジナル要素を入れる	自社独自の事例やオリジナル要素を入れたコンテンツを作成する。
96	<input type="checkbox"/>	コンテンツ	検索意図を汲む	検索意図を汲んだSEOライティングの実施。
97	<input type="checkbox"/>	Google評価指標	E-E-A-T（経験）に基づいた信頼のある記事コンテンツを入れる	E-E-A-T（経験）に基づいた信頼のある記事コンテンツを作成する。
98	<input type="checkbox"/>	UI/UX	ユーザーが使いやすいデザインと機能の実装	ユーザーエクスペリエンス（UX）に気を配る対策をする。
99	<input type="checkbox"/>	S&O	ユーザー体験を向上させる	ユーザーが使いやすいよう検索体験を向上させる対策をする。

## DB型サイトで特に注意すべきテクニカルSEO部分

- ✓ インデックスとNOインデックスのコントロール
- ✓ PLPの一致、不一致コントロール
- ✓ ディレクトリ階層
- ✓ 内部リンク
- ✓ 商品ページ
- ✓ UIとUX
- ✓ CRO施策

## [ポイント] インデックス

サーチコンソールの除外レポートを見て、クローलやインデックスの状態を確認します。検出されたインデックス未登録や、クロールが完了したがインデックス未登録のURLが存在した場合、その原因を調査し、改良策を講じます。

代替ページ (適切な canonical タグあり)	ウェブサイト	! 開始前	_____	48
リダイレクトエラー	ウェブサイト	! 開始前	_____	9
重複しています。ユーザーにより、正規ページとして選択されていません	ウェブサイト	! 開始前	_____	7
サーバーエラー (5xx)	ウェブサイト	! 開始前	_____	1
クロール済み - インデックス未登録	Google システム	! 開始前	_____	1,455
検出 - インデックス未登録	Google システム	! 開始前	_____	5

1 ページあたりの行数: 10 ▼ 1~10/13 < >

## [ポイント] PLP

PLPとは、Preferred Landing Pageの略で、  
サイト運営者側が「どのキーワードで、どのページを表示させたいか」優先ページのことです。

例えば、「新宿 ○○」では、このページを上位表示させたいとキーワードごとに決めることです。

PLPが一致しないと検索順位が下がったり、CVRが下がったりするため、可能な限り一致させることが重要になります。

求人サイトSEOでは、検索順位だけでなくPLPの一致率も定常的にモニタリングすることを推奨いたします。

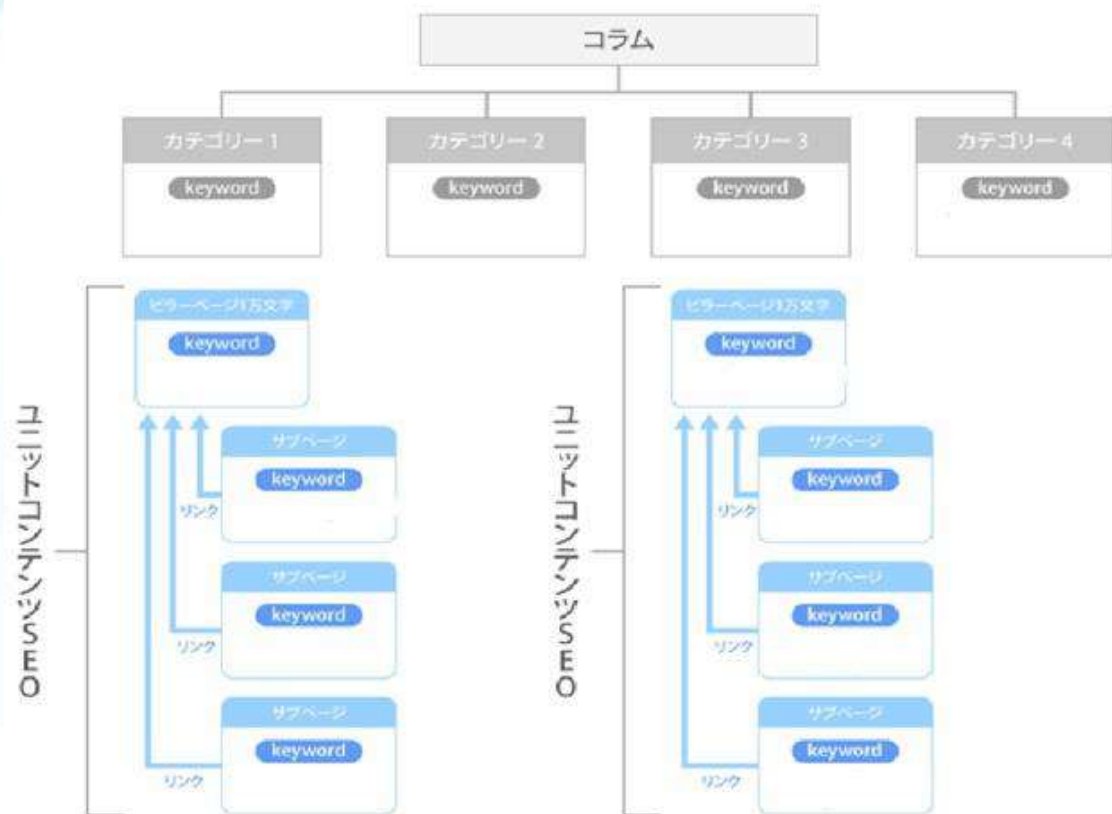
キーワード	PLP	順位	現在の表示ページ	PLP一致
新宿 ○○	○○ 一覧ページ	10	<a href="https://sample.jp/1744/">https://sample.jp/1744/</a>	×
新宿 ○○○	○○○ 一覧ページ	7	<a href="https://sample.jp.jp/7579/">https://sample.jp.jp/7579/</a>	×
新宿 ◎◎	◎◎ 一覧ページ	5	<a href="https://sample.jp/7638/">https://sample.jp/7638/</a>	×

※改善します。 ・ 記事ページ → 一覧ページの表示に改善

# DB型サイトのSEO

[ポイント] コンテンツSEOの記事 内部リンク

## ユニットコンテンツSEO



✓リンクジュースを送る

✓PLPに対して、コラム記事を  
カテゴリー分けして、内部リンクを構築する。

✓PLPに対して内部リンクを構築する



# DB型サイトのSEO

## [ポイント] 商品一覧ページテンプレートの見直し

各商品ページのテンプレートをSEO仕様に変更します。

例えば、h1タグとh2タグとh3タグが効果を発揮するように店舗一覧のテンプレートのソースコードの見直しをします。検索エンジンへの最適化をさらに高めます。

The image shows a browser window displaying a search results page on the left and its source code in Chrome DevTools on the right. The search results page has a search bar at the top, a sidebar with filters, and a main content area showing search results. The DevTools window shows the HTML source code, with the following structure visible:

```
<!DOCTYPE html>
<html class="fontawesome-i2svg-active fontawe...
<head>
</head>
<body>
  <!-- Google Tag Manager (noscript) -->
  <noscript>
  </noscript>
  <!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
  <div class="root">
    <div class="front layout">
      <header class="siteHeader">
      </header>
      <div class="main">
        <div class="searchShops">
          <div class="breadcrumbs">
          </div>
          <div class="shopSearch">
            <div class="shopSearchForm">
            </div>
          </div>
          <div class="shopSearchResult">
            <div class="ui vertical loader">
            </div>
            <div class="shopSearchResult__banner">
              <h1 class="title">
                東京駅・丸の内・日本橋
              </h1>
              <br>
              会場一覧
            </div>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  </body>
```

# DB型サイトのSEO

## [ポイント] 一覧ページのUXと導線の見直し

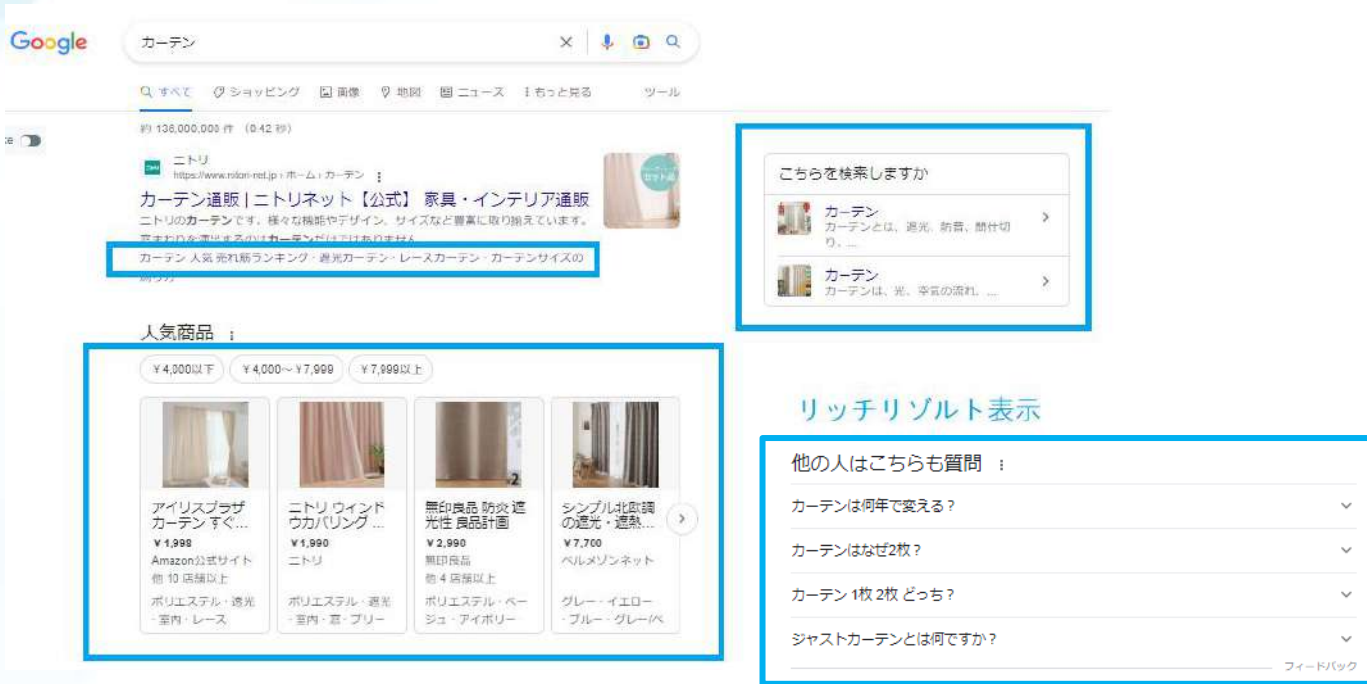


ユーザーの検索導線を見直します。

- ✓サイドバナーを増やす。
- ✓ペルソナのカスタマージャーニーに基づく導線設計を行う
- ✓大手メディアや競合企業の分析
- ✓WEB解析による離脱ページと滞在率の把握

SERPs ( サープス ) とは検索結果を表示するページのことです。

弊社のSEO対策は、オーガニック検索ランキング上昇だけでなく下記の様々な検索結果 ( SERPs ) に表示されるように施策が打てます。



- ✓リッチリゾルト表示
- ✓ショッピング ナレッジパネル
- ✓ほかの人はこちら質問

- ✓Googleショッピング
- ✓強調スニペット
- ✓Google画像検索

構造化データを実装していきます。

```
<html>
<head>
<title>Executive Anvil</title>
<script type="application/ld+json">
{
"@context": "https://schema.org/",
"@type": "Product",
"name": "Executive Anvil",
"description": "Sleeker than ACME's Classic Anvil, the Executive Anvil is perfect for the",
"review": {
"@type": "Review",
"reviewRating": {
"@type": "Rating",
"ratingValue": "4",
"bestRating": "5"
},
"author": {
"@type": "Person",
"name": "Fred Benson"
}
},
"aggregateRating": {
"@type": "AggregateRating",
"ratingValue": "4.4",
"reviewCount": "89"
}
}
</script>
</head>
<body>
</body>
</html>
```

# SEOコンサルティング内容

SEO上位表示に必要な施策  
全てコンサルティングします

SEO（検索エンジン最適化）には下図①～⑤の対策が必要となりますが、中でも②内部施策と⑤外部施策は特に重要な施策となります。

## SEO全体図 5つのポイント



### ① キーワード戦略策定

狙うキーワードをフェーズ別に分けて戦略を策定。競合サイトが狙っているキーワード、御社と競合のキーワードを全て洗いだし。

### ② 内部対策

Googleの検索エンジンにサイトを適切に認識(index)させ評価を得るための施策。

### ③ コンテンツ作成

SEOの観点から適切なキーワードを組み込んだ、ユーザーが求めている記事の作成。

### ④ SXO施策

UI/UXやCRO施策を行うことでユーザーの導線を最適に確保します。

### ⑤ 外部施策

外部サイトから被リンクを得ることで外部サイトのパワーを獲得します。

# 内部サポートコース (内部のみ)の紹介

初回コンサルと調査に加え、内部の細かな修正対策を6ヵ月かけて行います。

### ✓ 初回コンサルと調査

#### 初回コンサル

御社の状況やお悩みを詳しく伺い、効果的なSEO対策の方向性を決定します。

#### サイト調査

御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。

### ✓ サイト内部施策の提案 (SEO内部対策の決定版)

- 1 . キーワード戦略策定
- 2 . サイト内部修正診断書
- 3 . テクニカル修正診断書
- 4 . Google APIコンテンツ倉庫
- 5 . コンテンツSEO指南書
- 6 . CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策)
- 7 . SEOレクチャー&SEOコンサル・WEB解析方法

### ✓ サイト内部修正対応

調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。

### ✓ WEB解析

契約期間中2回解析します。



## (内部+外部)の紹介

初回コンサルと調査に加え、内部の細かな修正対策と外部の対策を6ヵ月かけて行います。

### ✓ 初回コンサルと調査

#### 初回コンサル

御社の状況やお悩みを詳しく伺い、効果的なSEO対策の方向性を決定します。

#### サイト調査

御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。

### ✓ サイト内部施策の提案 (SEO内部対策の決定版)

- 1 . キーワード戦略策定
- 2 . サイト内部修正診断書
- 3 . テクニカル修正診断書
- 4 . Google APIコンテンツ倉庫
- 5 . コンテンツSEO指南書
- 6 . CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策)
- 7 . SEOレクチャー&SEOコンサル・WEB解析方法

### ✓ サイト内部修正対応

調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。

### ✓ 外部施策

タイアップ記事15本を作成。被リンク獲得を行います。

### ✓ WEB解析

契約期間中2回解析します。

# SEO内部対策の決定版



主に、対策サイトの内部を修正してSEO対策をする施策をSEO内部対策と言います。

要件定義	キックオフ プロジェクトの目標決定 主要KPIの確認
現状分析	サイト分析 競合分析 アクセス解析 キーワード分析 SEO分析
改善案策定	改善計画策定 実施プラン作成
改善実施	SEO改善計画の実施
効果検証	順位モニタリング SEO施策の検証
定期プランニング	定期SEO戦略見直し

# SEO内部対策の決定版の納品物

SEO内部対策の決定版は6つの概要があります。

1. キーワード戦略策定 ( 競合調査・ペルソナ・カスタマージャーニー設計含む )
2. テクニカル修正診断書
3. サイト内部修正診断書
4. コンテンツSEO指南書
5. Google APIコンテンツ倉庫参照修正指示書
6. CRO施策 ( ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策です )
7. SEOレクチャー&SEOコンサル
8. WEB解析 ( 全2回 )

# キーワード戦略策定

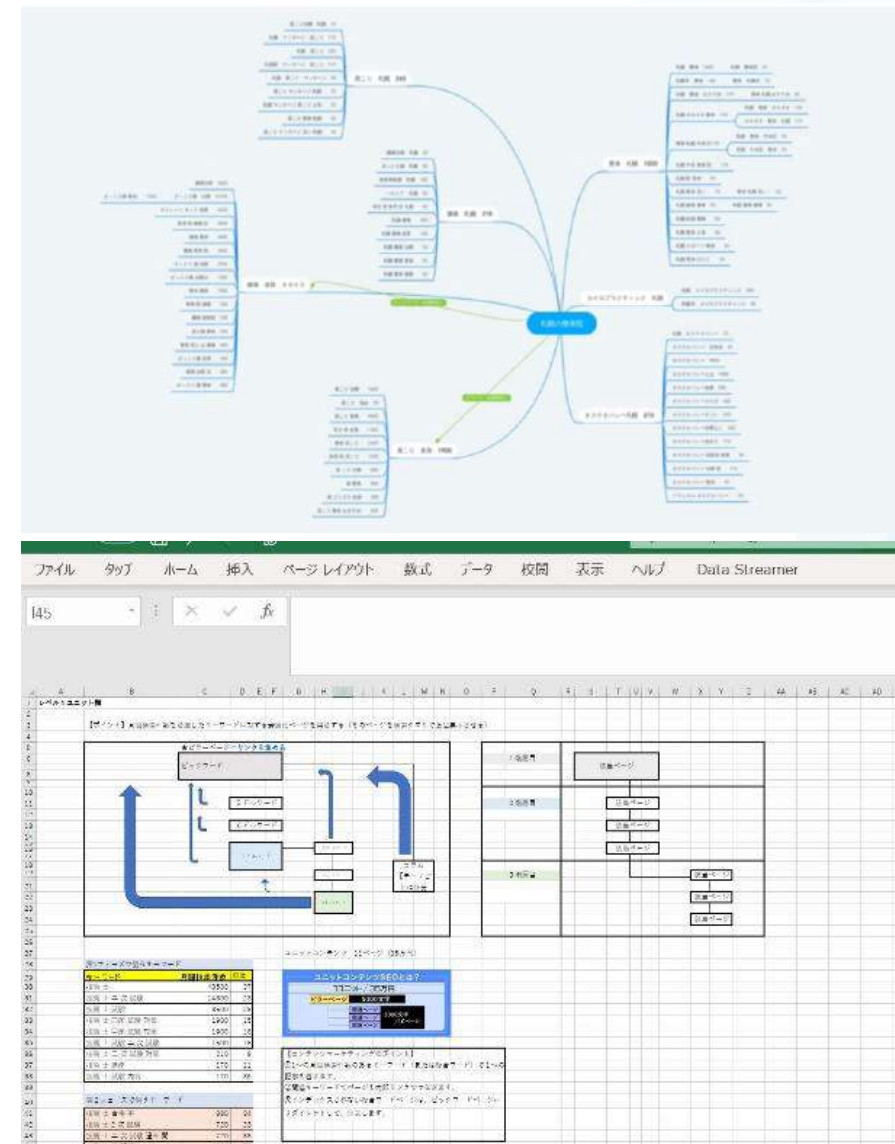
## 1. キーワード戦略策定

SEO対策を始める前に必要なキーワード戦略を策定します。

どのキーワードを狙うかフェーズ別に分けて戦略を策定します。競合のサイトが狙っているキーワード、御社と競合のキーワードを全部洗いだします。

これからSEO対策をするサイトに必要な戦略をすべて策定します。フェーズ1～フェーズ4まで、バックワード、ミドルワード、リングテールでのキーワードを策定します。様々なマーケティングツールを使います。

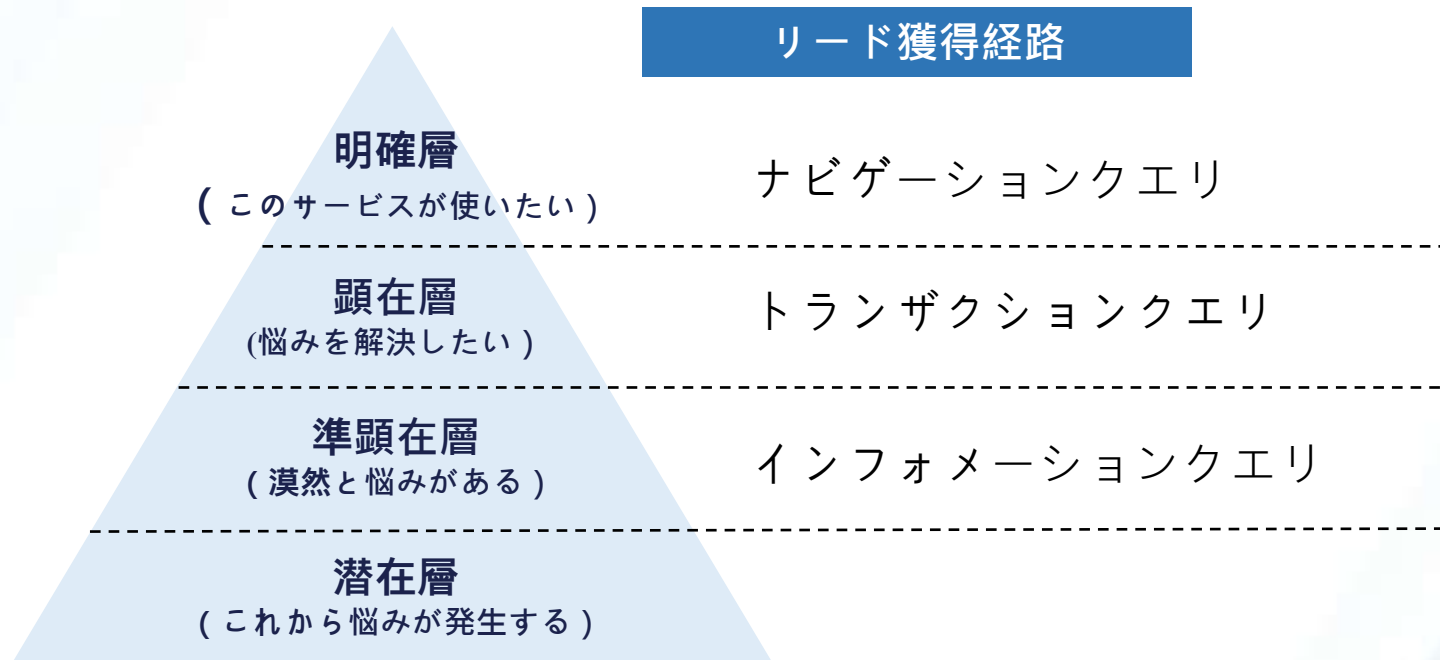
キーワード戦略のやり方をすべてレクチャーします。



# キーワードの種類別

ユーザーが検索するキーワードは検索クエリと言います。3つのタイプに分類できます。

1. ナビゲーションクエリ (指名検索)
2. トランザクションクエリ (購買につながるキーワード)
3. インフォメーションクエリ (情報を取りたいだけのユーザーが使うキーワード)

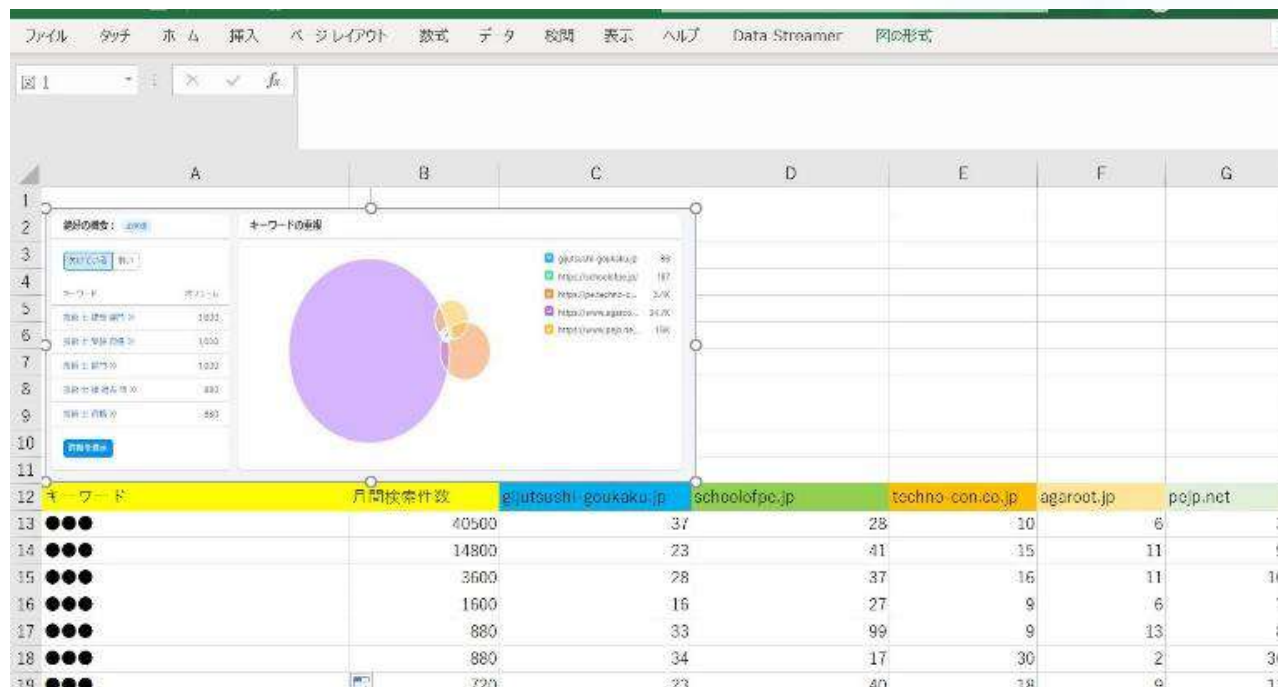




競合調査を行い競合サイトとの距離を計ります。

サイトの内部要因と外部要因の調査を行います。

- ✓ドメインの強さ
  - ✓外部リンク数
  - ✓コンテンツ数
  - ✓インデックス数
  - ✓キーワード
  - ✓トラフィック数
  - ✓サイト品質
  - ✓SEO対策の予算
- など競合サイトの状況を見える化します。



競合との差を理解して、どういうオウンドメディアを構築するのかオウンドメディア構築戦略に反映させます。

競合と比較した際に、【御社には無く競合にあるコンテンツキーワード】を選定。  
 推奨される対応なども含めご提案します。

A	B	C	D	E	F	G	H
1	対象サイト						
2	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>					
3							
4	キーワード (優先度の)	月間検索件数	推奨されるキーワード対応記事	推奨されるキーワード対応記事のURL (親級版)	推奨される対応	備考	現在の対応記事
5	サンプル	12100	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
6	サンプル	9900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
7	サンプル	9900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
8	サンプル	9900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
9	サンプル	6600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
10	サンプル	4400	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
11	サンプル	3600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
12	サンプル	3600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
13	サンプル	2900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
14	サンプル	2900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
15	サンプル	2400	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
16	サンプル	2400	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
17	サンプル	1900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
18	サンプル	1900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
19	サンプル	1900	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
20	サンプル	1600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
21	サンプル	1600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	ページタイトルの変更と文章追加/別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
22	サンプル	1600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
23	サンプル	1600	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
24	サンプル	1300	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
25	サンプル	1000	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
26	サンプル	880	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
27	サンプル	880	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
28	サンプル	880	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
29	サンプル	720	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	別添、キーワードに対応する記事を追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	サンプル
30	サンプル	720	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
31	サンプル	720	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
32	サンプル	720	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	なし
33	サンプル	720	サンプル	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事を追加推奨	<a href="https://www.suple.com">https://www.suple.com</a>

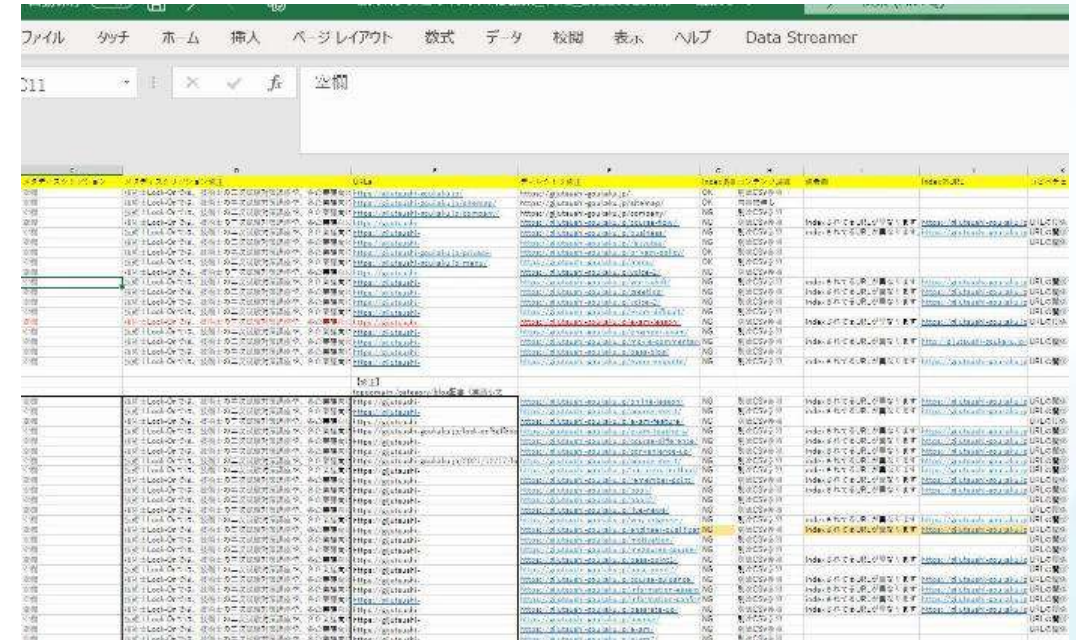
# テクニカル修正診断書

## 2. テクニカル修正診断書

テクニカル修正診断書を提出します。

テクニカル部分の修正	パラメーター
UXページネーション	サイトスピード
構造化データ	ソースコード
リンク切れ	EFO改善

- サイトの内部を確認し
- ・全ページのURL抽出
  - ・サイトマップの作成
  - ・URLのディレクトリ構造等の確認+修正案の作成と提案
  - ・404not foundページの確認やコンテンツが無いページを確認
  - ⇒見つけた場合削除推奨の提案
  - ・ブログやコラム、URL修正のポイントとやり方をまとめてご報告します。



URL	ステータス	エラーメッセージ
https://www.example.com/	200	
https://www.example.com/1	200	
https://www.example.com/2	200	
https://www.example.com/3	200	
https://www.example.com/4	200	
https://www.example.com/5	200	
https://www.example.com/6	200	
https://www.example.com/7	200	
https://www.example.com/8	200	
https://www.example.com/9	200	
https://www.example.com/10	200	
https://www.example.com/11	200	
https://www.example.com/12	200	
https://www.example.com/13	200	
https://www.example.com/14	200	
https://www.example.com/15	200	
https://www.example.com/16	200	
https://www.example.com/17	200	
https://www.example.com/18	200	
https://www.example.com/19	200	
https://www.example.com/20	200	
https://www.example.com/21	200	
https://www.example.com/22	200	
https://www.example.com/23	200	
https://www.example.com/24	200	
https://www.example.com/25	200	
https://www.example.com/26	200	
https://www.example.com/27	200	
https://www.example.com/28	200	
https://www.example.com/29	200	
https://www.example.com/30	200	
https://www.example.com/31	200	
https://www.example.com/32	200	
https://www.example.com/33	200	
https://www.example.com/34	200	
https://www.example.com/35	200	
https://www.example.com/36	200	
https://www.example.com/37	200	
https://www.example.com/38	200	
https://www.example.com/39	200	
https://www.example.com/40	200	
https://www.example.com/41	200	
https://www.example.com/42	200	
https://www.example.com/43	200	
https://www.example.com/44	200	
https://www.example.com/45	200	
https://www.example.com/46	200	
https://www.example.com/47	200	
https://www.example.com/48	200	
https://www.example.com/49	200	
https://www.example.com/50	200	
https://www.example.com/51	200	
https://www.example.com/52	200	
https://www.example.com/53	200	
https://www.example.com/54	200	
https://www.example.com/55	200	
https://www.example.com/56	200	
https://www.example.com/57	200	
https://www.example.com/58	200	
https://www.example.com/59	200	
https://www.example.com/60	200	
https://www.example.com/61	200	
https://www.example.com/62	200	
https://www.example.com/63	200	
https://www.example.com/64	200	
https://www.example.com/65	200	
https://www.example.com/66	200	
https://www.example.com/67	200	
https://www.example.com/68	200	
https://www.example.com/69	200	
https://www.example.com/70	200	
https://www.example.com/71	200	
https://www.example.com/72	200	
https://www.example.com/73	200	
https://www.example.com/74	200	
https://www.example.com/75	200	
https://www.example.com/76	200	
https://www.example.com/77	200	
https://www.example.com/78	200	
https://www.example.com/79	200	
https://www.example.com/80	200	
https://www.example.com/81	200	
https://www.example.com/82	200	
https://www.example.com/83	200	
https://www.example.com/84	200	
https://www.example.com/85	200	
https://www.example.com/86	200	
https://www.example.com/87	200	
https://www.example.com/88	200	
https://www.example.com/89	200	
https://www.example.com/90	200	
https://www.example.com/91	200	
https://www.example.com/92	200	
https://www.example.com/93	200	
https://www.example.com/94	200	
https://www.example.com/95	200	
https://www.example.com/96	200	
https://www.example.com/97	200	
https://www.example.com/98	200	
https://www.example.com/99	200	
https://www.example.com/100	200	

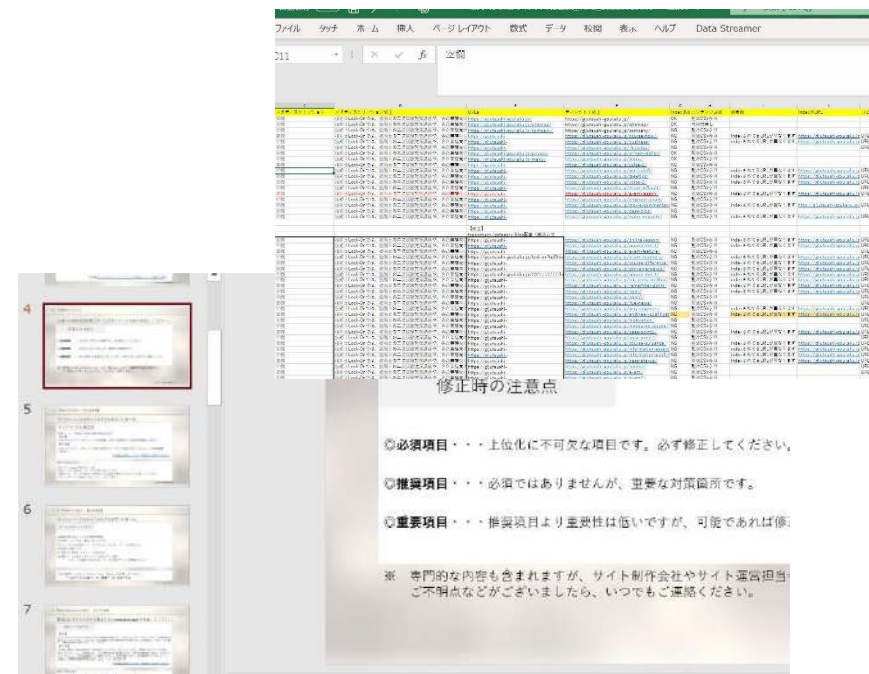
# サイト内部修正診断書

## 3. サイト内部修正診断書

サイト内部修正診断書をPDFとエクセルシートで30ページほど提出します。

タイトル	メタディスクリプション
Hタグ	alt属性
内部リンク	コラム
UI	重複問題
ディレクトリ	サイトの問題点

上記内容は、サイト内部修正診断書の一部です。サイトごとに問題点が違いますのでサイトごとの修正指示を具体的にを行います。



# 最新Googleアルゴリズム対策

# 特別対応：Google APIコンテンツ倉庫参照

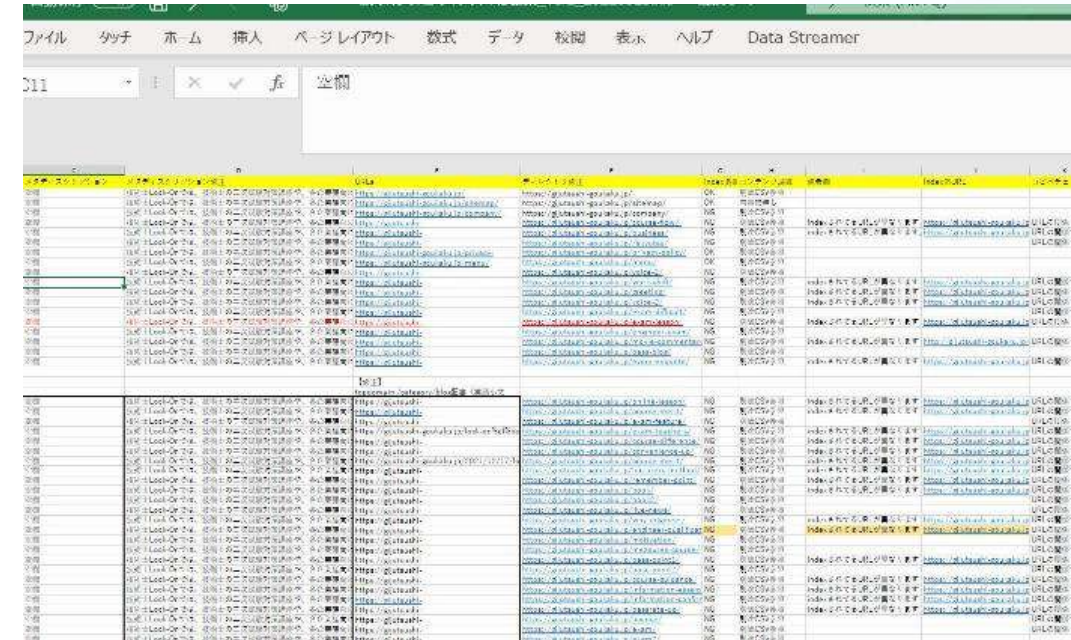
## Google APIコンテンツ倉庫参照修正指示書

修正診断書を提出します。

author属性（メタデータ）	リンク先コンテンツとのミスマッチ修正
Page speed insightによる修正指示	ショートコンテンツの独創性維持
日付更新	UXの不備
文字フォント	ヘルプフルコンテンツアップデート対応

Google APIコンテンツ倉庫を参考に修正指示書を作成します。但し、弊社の研究においてマイナス評価につながりそうなものは外します。

プラス評価に該当するものだけ修正指示書に明記します。



URL	エラーの種類	修正指示
https://www.example.com	connect title here	
https://www.example.com/1	connect title here	
https://www.example.com/2	connect title here	
https://www.example.com/3	connect title here	
https://www.example.com/4	connect title here	
https://www.example.com/5	connect title here	
https://www.example.com/6	connect title here	
https://www.example.com/7	connect title here	
https://www.example.com/8	connect title here	
https://www.example.com/9	connect title here	
https://www.example.com/10	connect title here	
https://www.example.com/11	connect title here	
https://www.example.com/12	connect title here	
https://www.example.com/13	connect title here	
https://www.example.com/14	connect title here	
https://www.example.com/15	connect title here	
https://www.example.com/16	connect title here	
https://www.example.com/17	connect title here	
https://www.example.com/18	connect title here	
https://www.example.com/19	connect title here	
https://www.example.com/20	connect title here	
https://www.example.com/21	connect title here	
https://www.example.com/22	connect title here	
https://www.example.com/23	connect title here	
https://www.example.com/24	connect title here	
https://www.example.com/25	connect title here	
https://www.example.com/26	connect title here	
https://www.example.com/27	connect title here	
https://www.example.com/28	connect title here	
https://www.example.com/29	connect title here	
https://www.example.com/30	connect title here	



# コンテンツSEO指南書

## 4. コンテンツSEO指南書

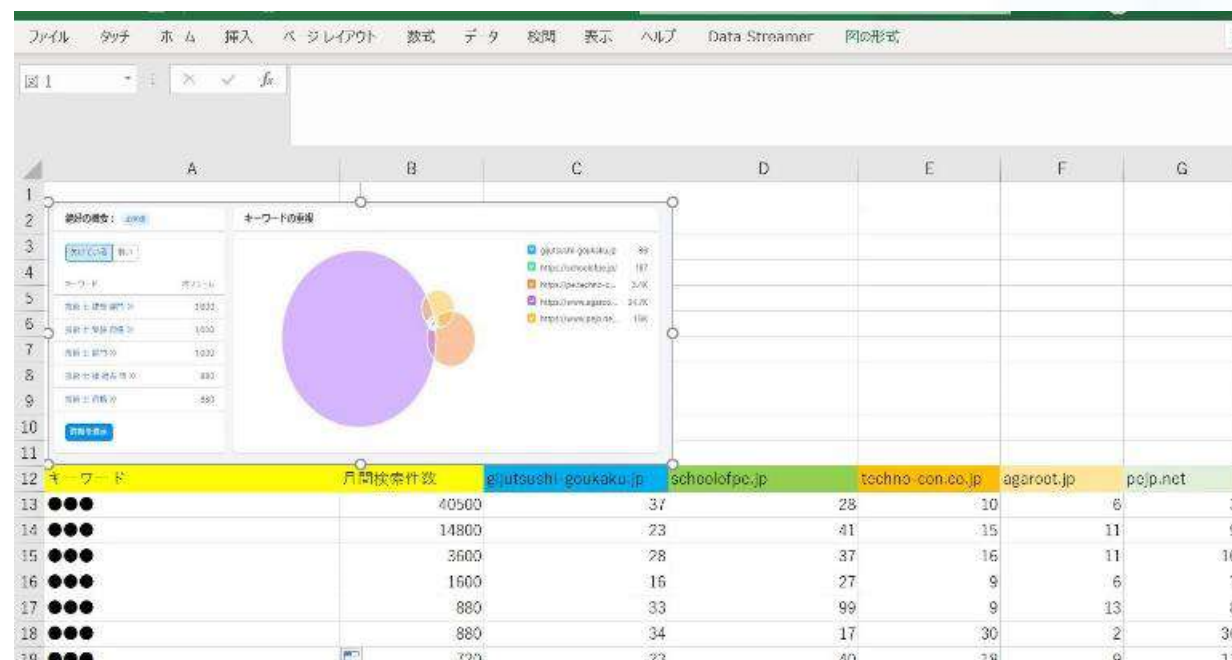
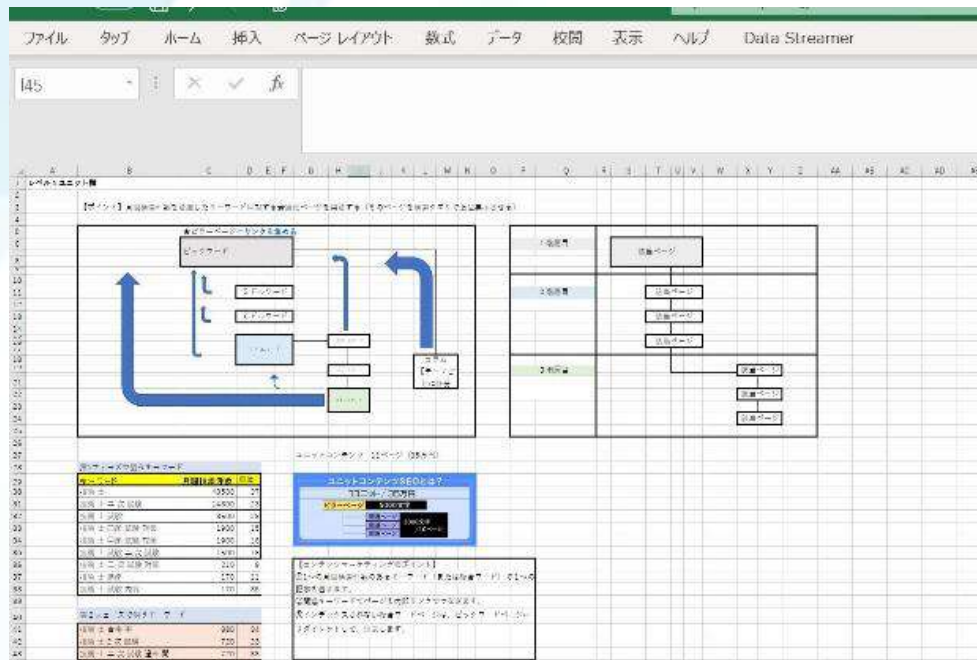
コンテンツSEOのやり方をレクチャーします。

ペルソナの作り方	カスタマージャーニー
キーワード最適化記事の作り方	上位表示する記事ノウハウ
コンテンツディレクション	ライター発注方法
コンテンツSEO指南	コンテンツ作成の流れ

上記内容の資料をPDFとエクセルでお渡しし、ZOOMでレクチャー致します。

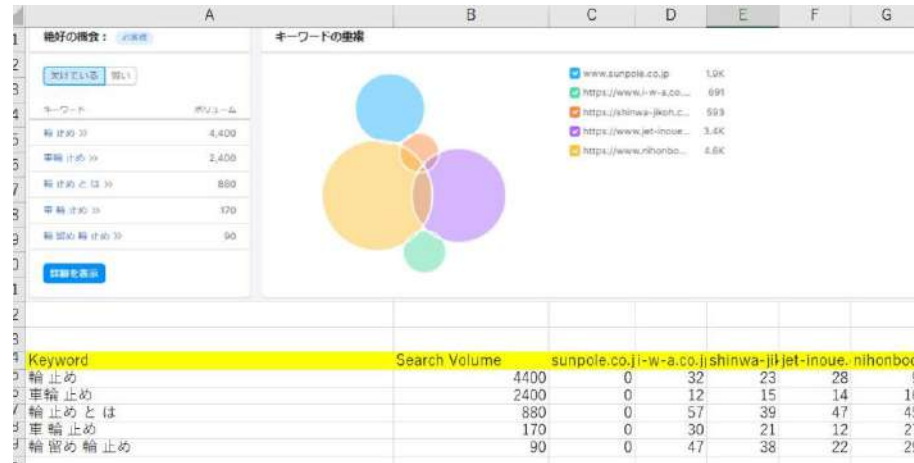
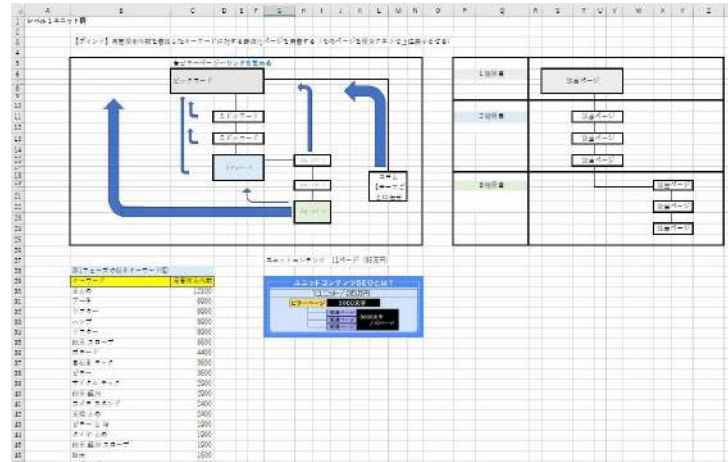


SEO対策を始める前に必要なキーワード戦略を策定します。



- どのキーワードを狙うかフェーズ別に分けて戦略を策定します。
- 競合のサイトが狙っているキーワード、御社と競合のキーワードを全て洗いだします。
- これからSEO対策をするサイトに必要な戦略もすべて策定。
- 様々なマーケティングツールを使い、
- フェーズ1~フェーズ4まで、
- ・ビッグワード・ミドルワード・ロングテールでのキーワードを策定。
- なお、キーワード戦略のやり方についてもすべてレクチャーします。

## コンテンツSEOのキーワード策定と不足記事の抽出からユニットコンテンツSEOへ



キーワード	検索ボリューム	順位	競合されるキーワード	記事のURL	記事のURL
車輪止め	4400	35	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止めとは	880	52	車輪止めとは	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	170	39	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	45	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	28	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	30	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	14	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	32	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	54	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	27	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	71	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	14	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	67	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	79	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	38	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	64	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	TOC / デザインが施された記事を追加
車輪止め	90	39	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	9	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	32	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション
車輪止め	90	37	車輪止め	https://sunpole.co.jp/	ページタイトル/メタディスクリプション

競合の対策キーワードも調べ、狙うべきキーワード、不足キーワード、欠けているキーワード群をすべて抽出します。様々な専門家のマーケティングツールを使います。順位獲得ページと足りてないコンテンツを洗い出し、今後アップしていく記事を決めます。10本規模のユニットにして記事を内部リンクでつなぎクラスターを作ります。順位獲得ページ→さらにリッチコンテンツ化 順位未獲得ページ→新規記事の実装

# CRO施策

## 5.CRO施策

CROサービス ( UI,UXの改善、 CV獲得、 Call to action,EFO

CVR,CV,CPAの向上、 UI,UXの改善案を具体的にまとめご提出します。



お問い合わせにつながるユーザーのアクションを最適化します。

考え方をレクチャーします。



# SEOレクチャー&SEOコンサル

## 6. zoomによるSEOレクチャー&SEOコンサル

ZOOMやGoogleMeetで資料の説明をします。

- ・コンテンツSEOのレクチャー
- ・SEOコンサル
- ・質疑応答・SEO外部対策フォロー説明
- ・WEB解析

使い方と見方と分析方法をレクチャーします。

6か月間サポート

月1回、2時間以内のコンサルティング



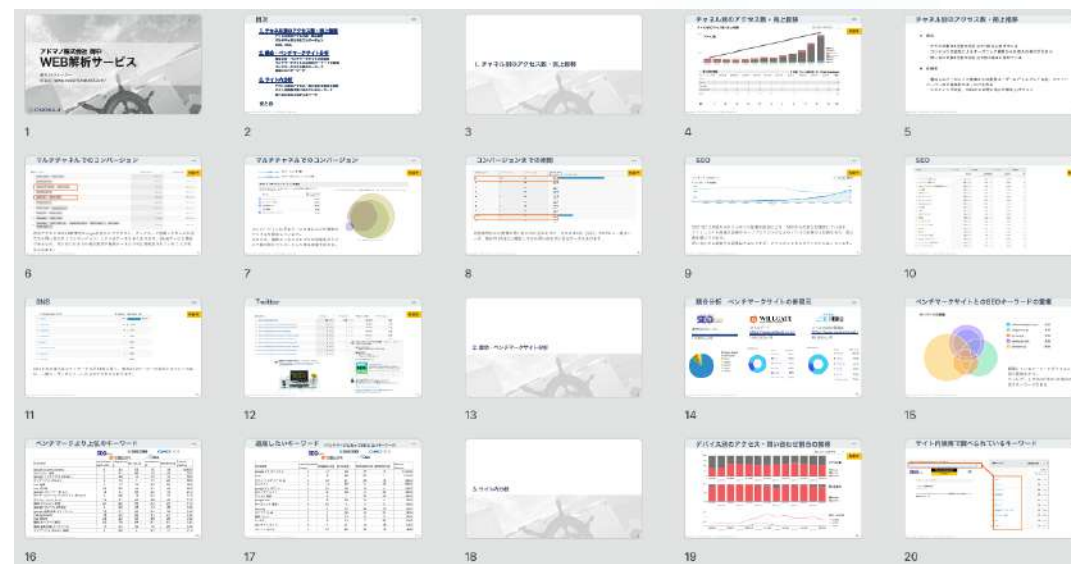


# WEB解析

## 7. WEB解析

### 6カ月のうち2回解析含む

WEB解析サービスでは、顧客分析・チャネル分析～ページ改善案まで、データに基づき客観的に分析するサイトの現状分析（診断書）と、具体的な改善策（処方箋）をご提案します。



## 各コース概要・コース料金

## データベース型SEO費用

サイト内部修正診断書・テクニカルSEO診断書  
コンテンツSEO指南書・キーワード戦略策定  
CRO施策（UI.UX改善）  
SEOレクチャー・コンサル

**550,000**円（税込）

＋月 **60,500**円（税込）

初回調査に加え、毎月サイト内部のコンテンツ記事や内部リンクのチェックと修正を6ヵ月かけて行います。月1回SEOコンサルティング

内部サポートコース (内部のみ)	ノーマルコース (内部+外部)	スタンダードコース (内部+外部)	プレミアムコース (内部+外部)
初回コンサルと調査	初回コンサルと調査	初回コンサルと調査	初回コンサルと調査
<b>550,000</b> 円 (税込)	<b>550,000</b> 円 (税込)	<b>550,000</b> 円 (税込)	<b>550,000</b> 円 (税込)
+	+	+	+
月 <b>60,500</b> 円 (税込)	月 <b>110,000</b> 円 (税込)	月 <b>330,000</b> 円 (税込)	月 <b>550,000</b> 円 (税込)
6ヵ月	6ヵ月	6ヵ月	6ヵ月
<b>913,000</b> 円 (税込)	<b>1,210,000</b> 円 (税込)	<b>2,530,000</b> 円 (税込)	<b>3,850,000</b> 円 (税込)
初回コンサル+調査に加え、内部の細かい修正対策を6ヵ月かけて行います。	内部の細かい修正対策と外部対策を6ヵ月かけて行います。  ※外部タイアップ記事15本	内部の細かい修正対策と外部対策を6ヵ月かけて行います。  ※外部タイアップ記事25本	内部の細かい修正対策と外部対策を6ヵ月かけて行います。  ※外部タイアップ記事50本

### コンテンツ記事作成(1本のみ)

キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を5000文字で1本作成し、納品します。

1記事

**5000文字**      **1** 本

**33,000** 円(税込)

### ユニットコンテンツ記事作成(12本)

キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を5000文字で12本作成。  
トピッククラスター化まで対応致します。  
順位獲得ページ→さらにリッチコンテンツ化  
順位未獲得ページ→新規記事の実装

12記事

**5000文字**      **12** 本

**385,000** 円(税込)

### GAIQ保持者によるアクセス解析

1回 **200,000** 円(税込)

### CRO/CVRの改善 (初期仮説→分析→改善策立案)

1回 **350,000** 円(税込)

### PPC広告運用

初期設定

**150,000** 円(税込)

手数料

広告運用費の **20%**

### UI/UXの改善 (分析→改善策立案)

1回 **350,000** 円(税込)

# 実績



国内企業様取引先一例



グローバル企業様取引先一例



弊社[Webサイト](#)に多くの実績がございますのでよろしければご覧ください。

# データベース型大規模サイト 順位獲得事例

検索順位レポート

Powered by 検索順位チェックツールGRC

サイト名: アールエスコンポーネンツ株式会社②

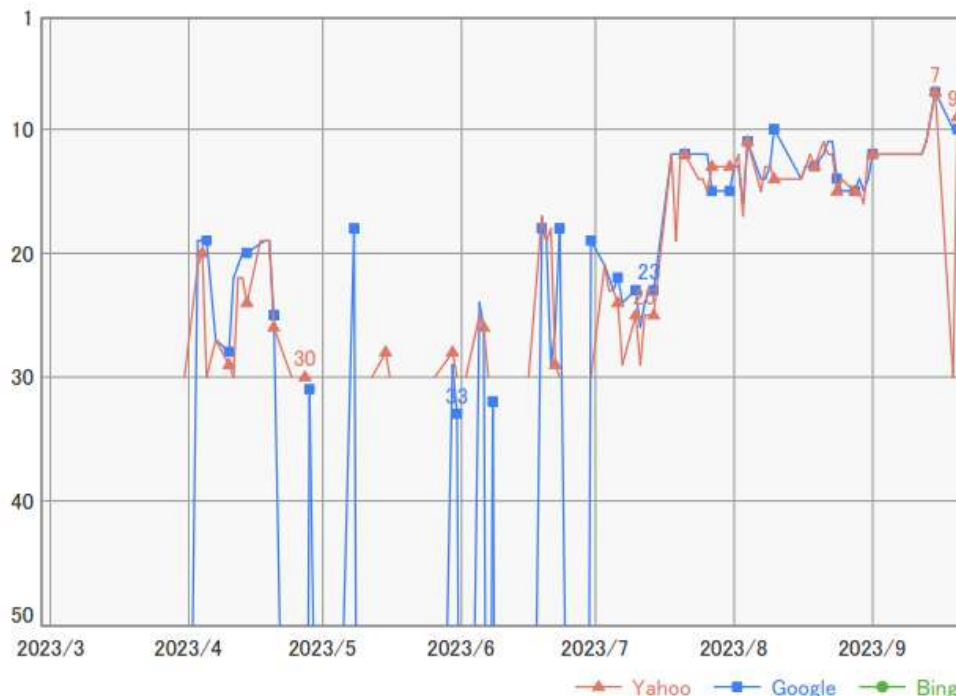
URL: <https://jp.rs-online.com/web/c/displays-optoele>

検索語: パイロットランプ

「パイロットランプ」検索順位 (2023年2月27日~9月20日)

調査日	Yahoo	Google	Bing
2023/3/2	-	-	-
2023/3/8	-	-	-
2023/3/14	-	-	-
2023/3/23	-	-	-
2023/3/29	-	-	-
2023/4/4	20	19	-
2023/4/11	30	22	-
2023/4/18	19	19	-
2023/4/25	-	-	-
2023/5/1	-	-	-
2023/5/10	-	-	-
2023/5/17	-	-	-
2023/5/23	-	-	-
2023/5/30	28	29	-
2023/6/6	26	26	-
2023/6/12	-	-	-
2023/6/19	17	18	-
2023/6/23	-	18	-
2023/6/30	-	19	-
2023/7/6	24	22	-
2023/7/12	25	24	-
2023/7/19	19	12	-
2023/7/26	15	12	-
2023/8/1	13	13	-
2023/8/7	15	14	-
2023/8/16	14	14	-
2023/8/22	12	11	-
2023/8/28	15	15	-
2023/9/1	12	12	-
2023/9/20	9	10	-
最高	7	7	-
最低	-	-	-
平均	24	53	-

-...範囲外



ランクインページ	
Yahoo	パイロットランプの通販ならRS <a href="https://jp.rs-online.com/web/c/displays-optoelectronics/indicators-indicator-compon...">https://jp.rs-online.com/web/c/displays-optoelectronics/indicators-indicator-compon...</a>
Google	パイロットランプの通販ならRS <a href="https://jp.rs-online.com/web/c/displays-optoelectronics/indicators-indicator-compon...">https://jp.rs-online.com/web/c/displays-optoelectronics/indicators-indicator-compon...</a>
Bing	

月間検索ボリューム

・ 4400

対策開始時の順位

・ 圏外

対策後の順位

- ・ 2ヶ月目：20位代
- ・ 4ヶ月目：10位代後半
- ・ 6ヶ月目：10位代前半
- ・ 最高：7位

対策内容

- ・ 特定PLPの上位表示対策
- ・ リンクビルディング対策
- ・ 内部対策

プラン

- ・ SEOコンサルティング
- ・ リンクビルディング

弊社Webサイトに多くの実績がございますのでよろしければご覧ください。<sup>4/7</sup>

## [ 課題 ]

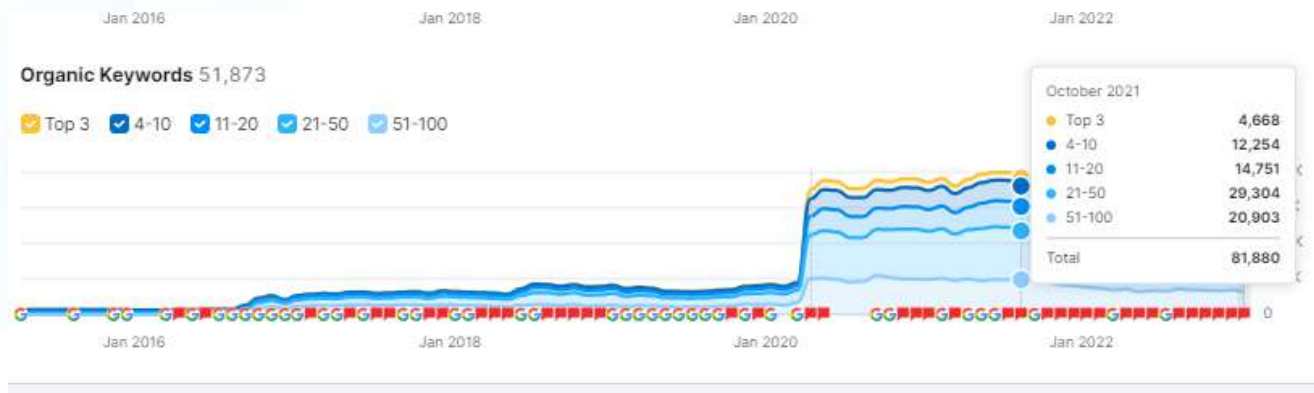
- ・PLPの不一致で意図しないページがランキングしていた。
- ・リンクビルディングができないでいた。
- ・サイト内部の最適化に課題があった。

## [ 対策 ]

- ✓PLPの不一致を直していきました。サイト内部の修正と外部リンクによりコントロール。
- ✓リンクビルディング施策でメインの強いオウンドメディアからリンクを獲得しました
- ✓サイト内部を修正していきました。

## [ 結果 ]

数千のワードでランキング1位を獲得。



弊社[Webサイト](#)に多くの実績がございますのでよろしければご覧ください。

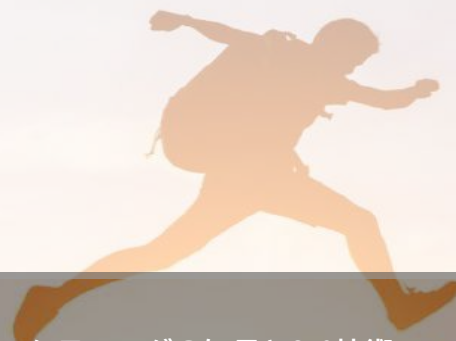
キーワード	順位	月間検索性数
eprom	1	3600
mlcc	1	2900
designspark	1	1600
designspark mechanical	1	1600
ソレノイドバルブとは	1	1600
コンデンサ記号	1	1000
半固定抵抗	1	880
ドライバー種類	1	880
スペクトルアナライザ	1	880
スペクトルアナライザ	1	880
電気二重層キャパシタ	1	880
bvh 21t p1 1	1	720
m1219	1	720
トロイダルトランス	1	590
デザインスパーク	1	590
理想ダイオード	1	590
jfet	1	590
pyfz 14 e	1	480
fpc コネクタ	1	480
温度測定	1	480
vga ケーブルとは	1	480
vga hdmi 違い	1	480
d sub コネクタ	1	480
usb 端子とは	1	480
基板コネクタ	1	480
遠心ファン	1	480
ラックレール	1	480

# 会社概要



## 「利他」と「挑戦」で明日をつくる

世の為、人の為に活躍する愛情深い企業の発展を一社でも  
多くサポートし、利他と愛と感謝を世界に増やす。



高水準なWEBマーケティングの知見とSEO技術で、より多くの企業を世界基準へ。  
SEO専門のデジタルマーケティングカンパニーとして全てのお客様と成功まで伴走します。  
弊社は、長年にわたるGoogleアルゴリズムの研究と検証で上位表示のSEOノウハウとSEO技術を蓄積してきました。  
アメリカの最先端のデジタルマーケティングを研究することにより世界基準の高水準なWEBマーケティングをご提供し  
ています。東京から世界基準のマーケティングを皆様にお届けできるよう日々スタッフ一同努力精進してまいります。

弊社のご紹介「東京SEOメーカー」

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

# 東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>



確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- ✓ 12年で2500社以上のクライアント様のWEB集客を支援
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積
- ✓ Google検索【SEO戦略】【SEO東京】【SEOスコア】【人気コンテンツとは】など多数のワードで長年にわたり検索順位1位獲得 600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- ✓ ビックワード【SEO対策】【SEOコンサルティング】etc 上位表示

# 会社概要

サイト屋号	東京SEOメーカー ( <a href="https://www.switchitmaker2.com/">https://www.switchitmaker2.com/</a> )
会社名	アドマノ株式会社 ( <a href="https://admano.co.jp/">https://admano.co.jp/</a> )
会社法人等番号	0115-01-017825
設立日	平成24年7月11日
代表者	天野 剛志
資本金	10,000,000円
TEL	03-5981-9788    03-5980-8022
FAX	03-5980-9170
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨1丁目14-7 青葉ビル7階
アメリカ オフィス	2570 North First Street 2nd Floor PMB #Sj2-531 San Jose, CA 95131
フランス オフィス	2, Impasse les Coteaux de Barbière 26130 Saint-Paul-Trois-Châteaux France
タイ オフィス	257/76 Soi Pracha Chuen 30, Wong Sawang, Bang Sue, Bangkok 10800
事業内容	検索エンジン最適化(SEM・SEO) / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部    みずほ銀行 大塚支店



# 国内コンサルティングチーム

## SEOコンサルタント



代表取締役  
**天野 剛志**

マーケティングのエキスパート。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。日本大学法学部を卒業後、オーストラリア・イタリア・フランス・タイ・カンボジアなど世界各国を旅した後、イギリスで1年半生活し語学力と国際的視野を磨く。日本帰国後は広告代理店で営業を経験。2012年にアドマノを設立。

## SEOコンサルタント



Web解析士  
**倉上 彩花**

Web制作経験を持つSEOコンサルタント。コーダーとして様々なクライアントのサイト構築を経験しながら、UI/UXデザインや解析などの技術を学んだ後、SEOコンサルタント・Web解析士へ転向。多方面からサイト制作に関わった経験とスキルを持つからこそその専門的な戦略立案を得意とする。

## SEOコンサルタント



Webマーケター  
**大瀧 典宜**

広告運用と求人採用支援に長年携わるスペシャリスト。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。広告代理店に20年勤務し、マーケターとして求人分野を中心に各種広告コンテンツをトータルで支援。アドマノ参画後は、主に求人サイトSEO・オウンドメディアの戦略立案コンサルを担当。

## 海外コンサルティングチーム

担当：英語圏、タイ



Web 解析コンサルタント  
Paveena Suphawet  
サファウェット パヴィーナ

英語・タイ語・日本語のトリリンガルで、海外SEOの実績多数。タイのアサンプションインターナショナル大学で最先端のIT技術を学んだ後、イギリスのグリニッジ大学大学院に留学し国際ビジネスを専攻。アメリカに本社を持つエクソンモービル社タイ支局に勤務後、設立時からアドマノへ参画。

担当：英語圏



SEOコンサルタント  
Greer Julianna Hope  
グリア ジュリアナ ホープ

英語圏のコピーライティングとマーケティングが専門の海外SEOコンサルタント。オレゴン州立大学ニューメディアコミュニケーション学部を卒業後、アメリカのSEO企業で活躍。Googleの本場アメリカ最先端のマーケティング・SEO技術に精通し、現地のネイティブな視点で海外向け戦略を提案。

担当：フランス語圏



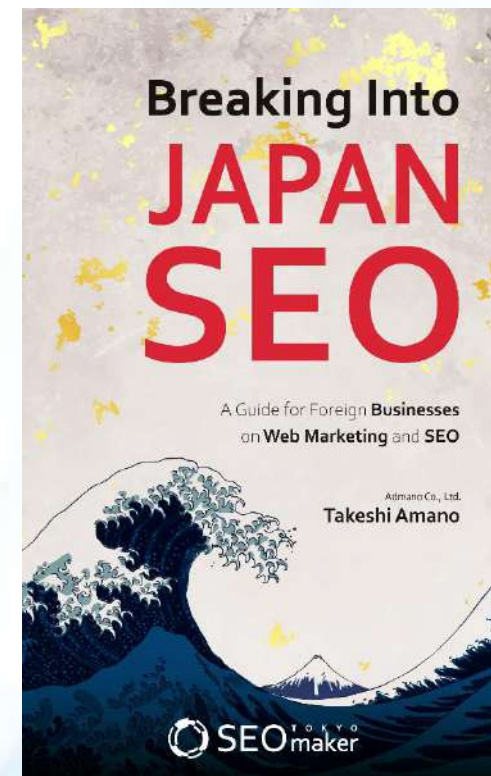
SEOコンサルタント  
Mathieu, Julien VILLARD  
マチュー ヴィラルド

フランス グルノーブル大学日本語学科卒業、Brevet de technicien supérieur MCO (商業運営管理) 取得、Diplôme Européen d'Études Supérieures en Marketing (ヨーロッパマーケティング高等学術ディプロマ) 取得、フランス企業で日本の原子力産業における日本の公共関係を担当し、日本の文化や歴史に精通。コーディングやテクニカルSEOが得意。アドマノのフランス支店の担当者として活躍中。

サポートメンバー：中国語/Victria ドイツ語/Katrin スペイン語/sakura

# 東京SEOメーカー（アドマノ株式会社）の書籍

Amazon Kindleの読み放題プランで読めます。

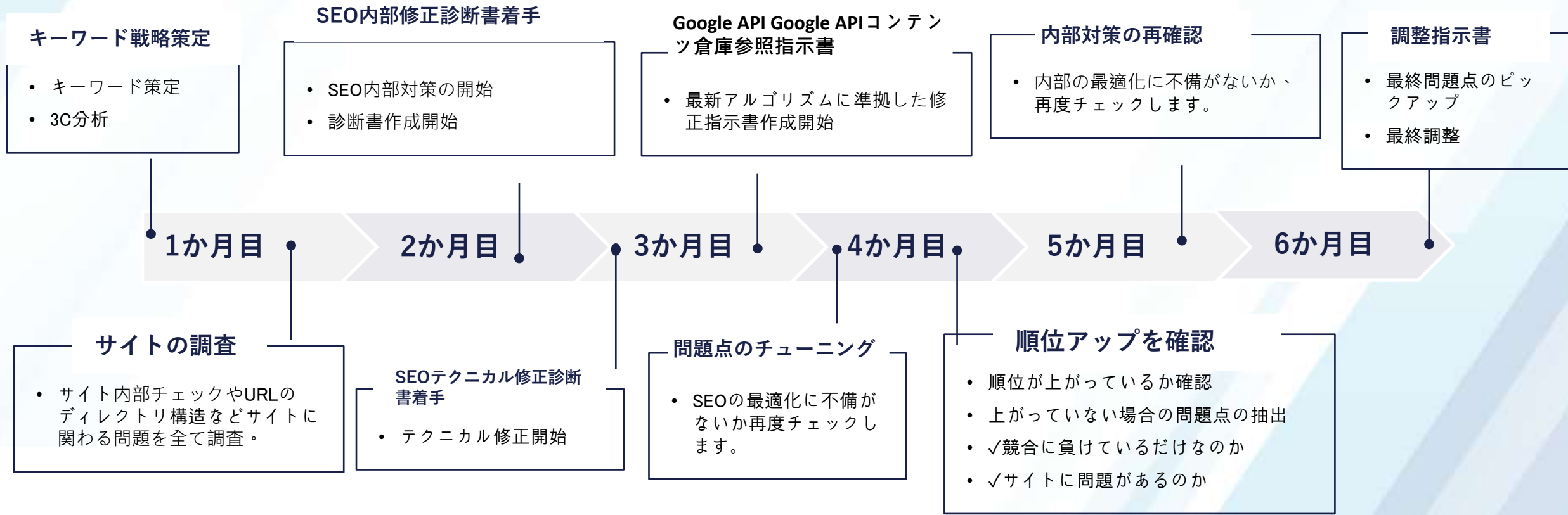


## ご利用の流れ・よくある質問



# 戦略と施策内容

- 結果を出すには、御社と弊社のパートナーとしての伴走が不可欠です。
- 戦略だけでは結果は出ず、いかに実行するかがポイントですので、コミュニケーションをよくとっていきます。



# 具体的な実行スケジュール兼カリキュラム（仮）（月次報告&コンサル内容 ※月1回2時間程度）

施策	1か月目	2か月目	3か月目	4か月目	5か月目	6ヶ月目
<b>SEO内部対策</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓キーワード戦略の立案</li> <li>✓キーワードの策定</li> <li>✓URLのディレクトリ確認</li> <li>✓タイトル/メタの修正</li> <li>✓ソースコードの確認</li> <li>etc...</li> </ul>	内部修正の進捗確認	問題点のチューニング	順位アップの確認 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 順位が上がっているか確認</li> <li>• 上がっていない場合の問題点の抽出</li> </ul> ⇒競合に負けているだけなのか ⇒サイトに問題があるのか	PLP順位確認	調整
<b>解析</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• ユーザー流入数等を細かく調査</li> <li>• レポートで報告</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• ユーザー流入数等を細かく調査</li> <li>• レポートで報告</li> </ul>
<b>SEO外部対策</b>	リンクビルディング戦略策定	タイアップ記事によるリンク獲得	タイアップ記事によるリンク獲得	タイアップ記事によるリンク獲得	タイアップ記事によるリンク獲得	タイアップ記事によるリンク獲得



東京SEOメーカーは確かな戦略コンサルで「あらゆる課題」を解決するデジタルマーケティングのプロ集団、それが東京SEOメーカーです。  
検索エンジン黎明期から様々な観点でSEOを中心にWebを研究し続けていた代表が2012年に創業。長年にわたるアルゴリズム研究と検証で独自の上位表示ノウハウを蓄積しつつ、無駄を省いた社内システムを構築することでクオリティの高いサービスを実現しました。

現在ではSEOのみならず、技術と知見を常に最先端へとアップデートしながら、デジタルマーケティング全般へと事業を拡大。マーケティングはいわば「物やサービスを売る仕組みづくり」です。この仕組みを「効率よく最適化することが、収益アップの最短ルート」であり、検索エンジンを最適化するSEOと本質は同じだと私たちは考えます。

研究と実践で培った技術を出し惜しみせず、お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛けることで、2024年現在は国内外あわせて2000社以上の支援を実現しました。