

今こそ、抑えたいSEO対策の基本

SEOとは？①

Search Engine Optimization

(サーチ エンジン オプティマイゼーション)

つまり、**検索エンジン最適化**という意味の略語がSEOです。

SEOとは？②

検索エンジンに最適化させて、

検索順位を上げることが目的！

それを【SEO対策】と言われる。

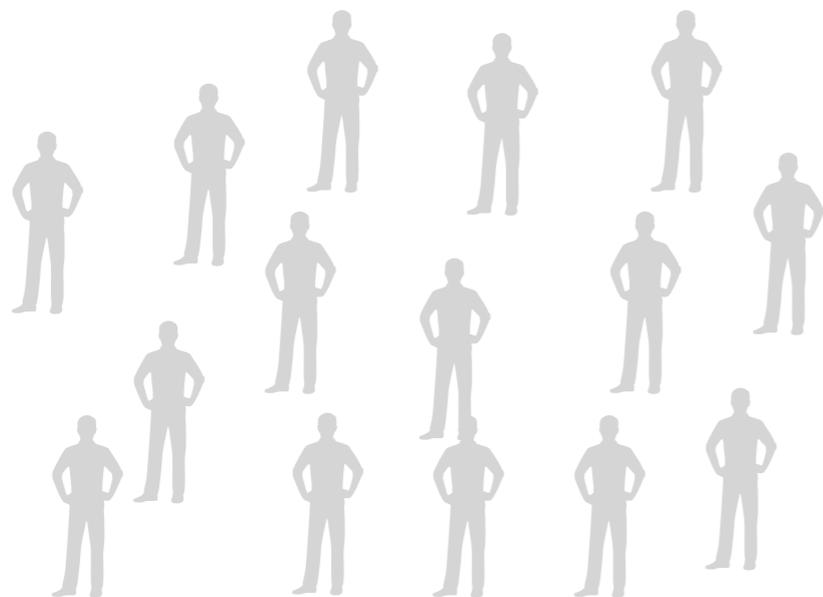
このSEO対策はみんながやりたいと思っているもので

順位の競争率が高くなっている。

SEOとは？③

SEO対策の競争率が高い理由

ライバルが圧倒的に多い



枠が少ない

検索順位 1 位

.....

検索順位 2 位

.....

検索順位 3 位

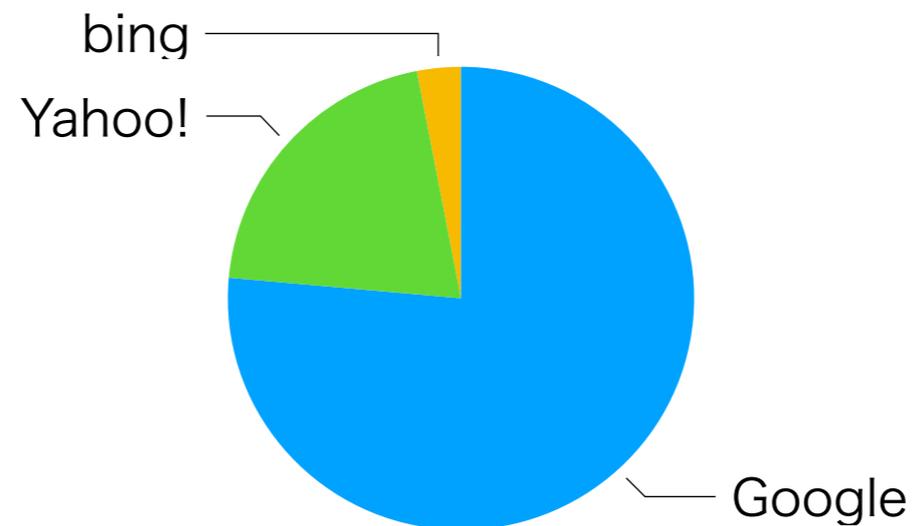
.....

検索順位 4 位

.....

検索エンジンの役割

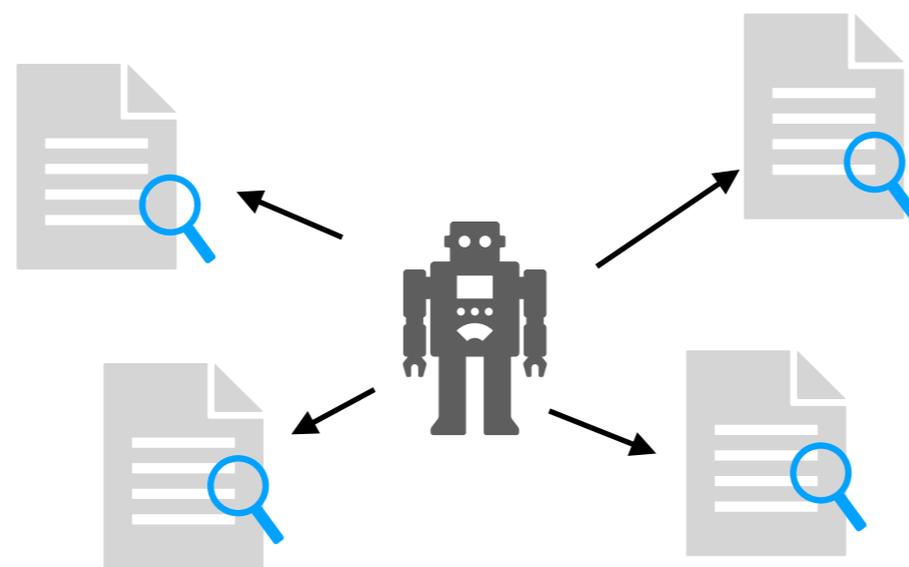
検索エンジン最適化のシステムを作っているのは、ほぼGoogleがメイン。



Googleの検索エンジンを
攻略することがSEO対策のポイントになる。

検索エンジンの役割【クロール】

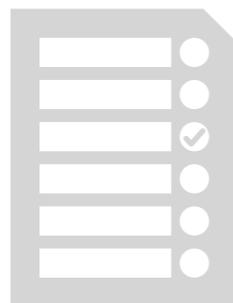
世界中のあらゆるサイトの情報を見てインプットし情報収集をする。
それをクロール（クローキング）という。



ロボットがクローラー

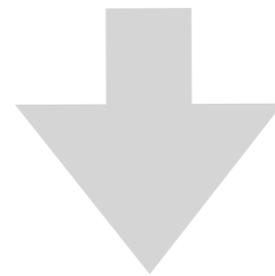
検索エンジンの役割【インデックス】

クローキングした情報を
整理・評価しデータベース化することを
インデックスという。



Googleが目指す世界観

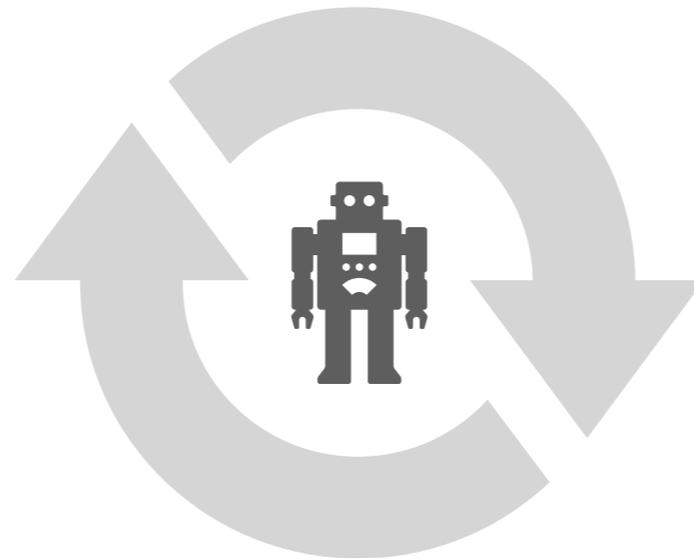
溢れる情報を整理し、
検索した人が見やすく使いやすいWEBの世界を作ることが
Googleの目指すビジョンである。



SEO対策で大事にしたい基本的なことは、
Googleが目指す世界観を大事にすること。

Googleが目指す世界観

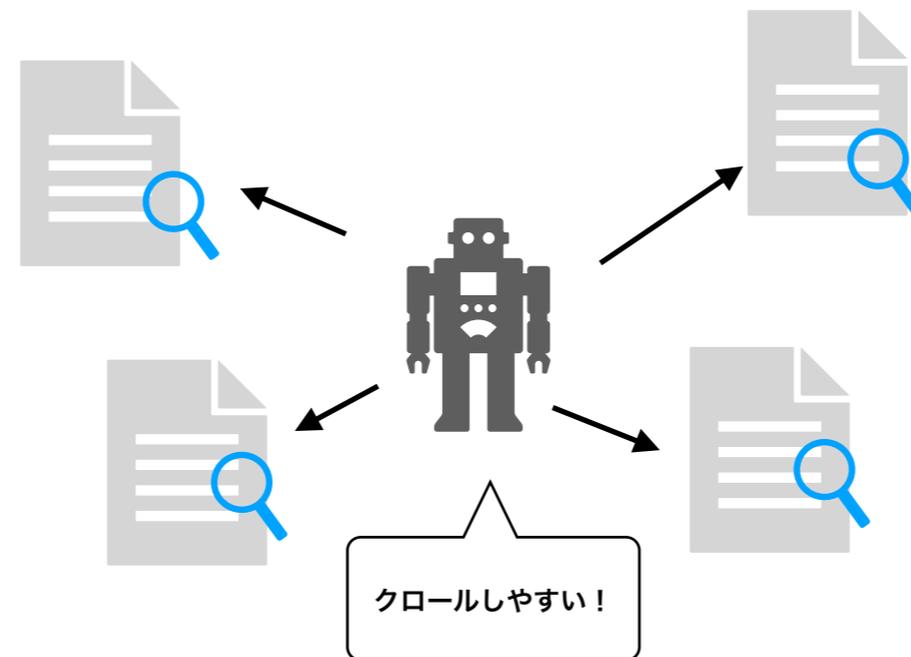
溢れる情報を整理するために
Googleの検索エンジンはずっと
アップデートを続けている。



Googleが目指す世界観

Googleが求めているコンテンツにするためには？

ポイント1：クローラー（ロボット）が自社サイト情報を
クロール（情報収集）をしやすくする。

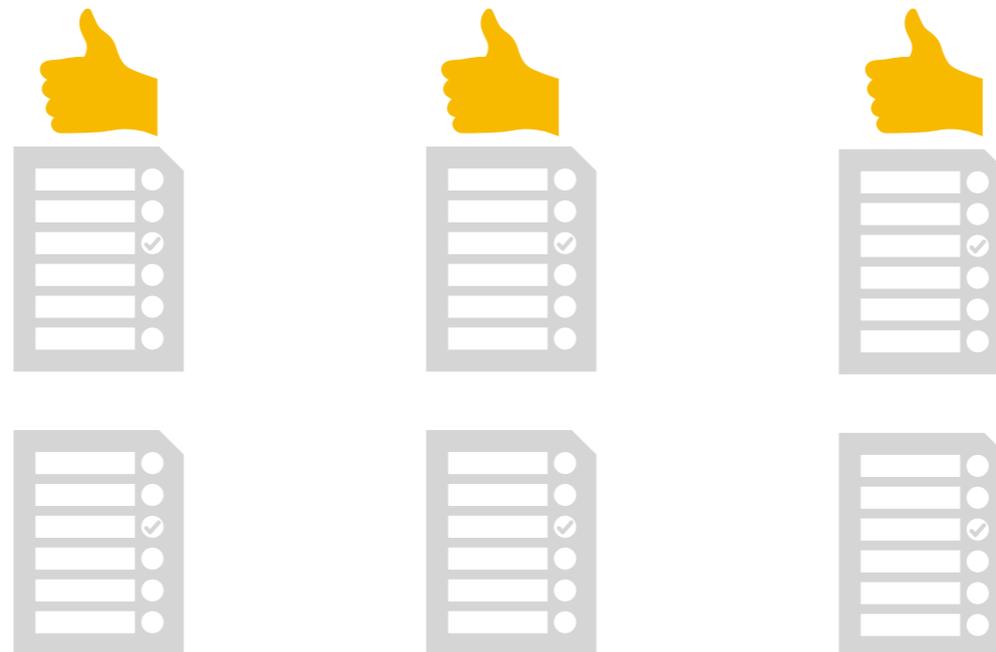


Googleが目指す世界観

Googleが求めているコンテンツにするためには？

ポイント2：検索するユーザーにとって

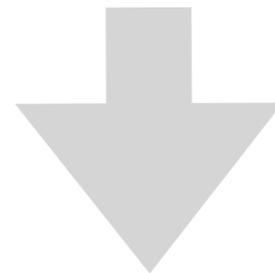
『良い情報だ！』のインデックスを貼ってもらう



内部対策と外部対策

検索エンジンのクローラーは
テキスト（プログラミング）じゃないと
拾ってくれない。

HTMLのルールに乗っ取ったテキストにする必要がある。



つまり、Webサイトの作りを整えることが大事。

内部対策と外部対策

Webサイトの作りを整えるには

内部対策

外に見つけてもらうためには

外部対策

この二つを整えることが必要です！

内部対策と外部対策

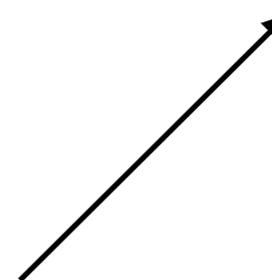
Webサイトの作りを整えるには、

内部対策

外に見つけてもらうための、

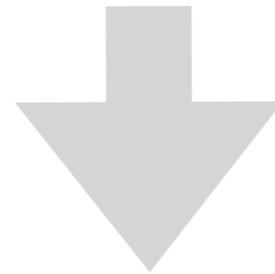
外部対策

こっちが重要



内部対策と外部対策

内部対策とは



具体的なやり方

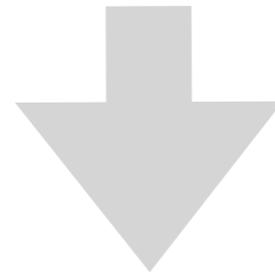
- ・ 専門家がやるべき場所
- ・ 記事作成時にやるべきこと

- ・ ロボットにわかりやすいように
 - 【タイトル】 【h1】 タグなどを記載できているか。
- ・ 重要ワード入れていますか。
- ・ 読み込み速度は遅くないですか。 など

サイト内部を整えることは、サイト側の対策になる

内部対策と外部対策

外部対策とは

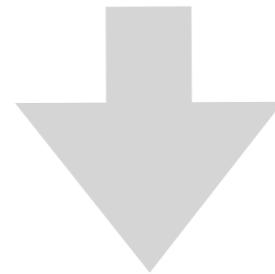


- コンテンツを作る
- ブログだったりすると、ページを増やす（更新する）など

クローキング・インデックスがされるタイミングは
新しくページができた時。

キーワード【ニーズ調査とコンテンツ作り】

ユーザーが何かを検索するときに
入れるキーワードを考えることが大事。



考えなしにネットサーフィンする人が減っている。

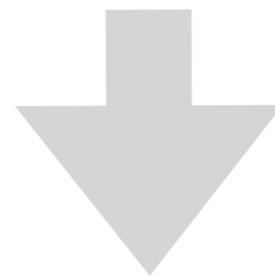
検索は何か考えがあった時に使われている。

キーワード【ニーズ調査とコンテンツ作り】

ニーズ調査

ページを作る大前提に、

- ・ユーザーがどんなワードで検索するのか？
- ・どんな悩みや考えがあって検索するのか？

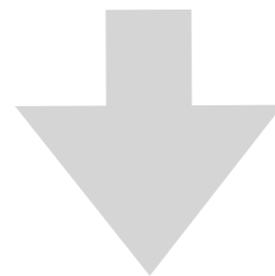


ニーズ調査では、まずユーザーの検索意図を考えることが大事

キーワード【ニーズ調査とコンテンツ作り】

コンテンツ作り

ユーザーの検索意図がわかったら次にすることは、その検索意図に対して、Googleが「最適だ！」と思うコンテンツが必要になってくる。



ニーズ調査では、まずユーザーの検索意図を考えることが大事

キーワード【ニーズ調査とコンテンツ作り】

基本的な外部対策の流れ

ユーザーが検索する
キーワードリスト

検索意図を考える
ニーズ調査

検索に対しての回答を作る
コンテンツ制作

【結論】SEO対策は必ず『検索意図』の『答え』を用意する

SEO対策で重要なことは『検索した人』が『知りたい』『調べたい』と考えていることを自社サイトの中に作る(コンテンツを作る)作業です。

キーワードには「検索している人」が必ず存在し、調べたいことや知りたいことがあります。

Googleの検索エンジンは『検索意図』に対して最適な答えを出すことを目指し、日々アップデートされています。

そのため、Googleなどの『検索意図』を無視したSEO対策は本来存在しないのです。

細かなテクニックよりも、そのキーワードを検索した人は『**どんな悩みを抱え**』『**何を知りたいと思っているのか?**』を考えることが非常に大切です。



上位表示を獲得したいなら、『検索意図』から考えたコンテンツを用意する

『コンテンツを作っても、SEO対策に上手く行かない時』に見直してもらいたいのは、一番初めの『作り始め』です。検索意図を考えることから始めておらず、自分たちが書きたいこと・書けることから制作をスタートしている場合があります。

対策したいキーワードを決め、検索意図を考えてから作り始めることで、コンテンツの質が向上することは良くあります。

< SEO対策を実践する時のコンテンツ制作手順 >



STEP.1

対策したい
キーワードを決める



STEP.2

キーワードの
検索意図を考える



STEP.3

検索意図への回答となる
コンテンツを作る

コンテンツの作成は外注も上手く使いながら運用が継続できる体制をつくる

いざ、コンテンツを作ろう!となっても、忙しい中で時間を確保することが難しく、最も大切な継続ができないことも多々あります。

そのため、社内でやるべきことを決めた上で、制作自体は外注のライターを上手く活用することも継続する上では大切なテクニックです。

社内

自社の商品・サービスは
どんなキーワードで対策すべきか?
可能な限り自社で考える



社内

外注

対策するキーワードが決まれば
外注も視野に入れる
外注時は、細かな文章の内容よりも
『検索意図』に関する
認識の共有を制作者と行う



社内

検索意図に対しての
コンテンツになっているか
確認を行う。

