

Googleのアップデートから読み解く 効果的なSEO施策

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



あきばれホームページ

Googleのアップデートから読み解く 効果的なSEO施策

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2021/08/12

本日の目次

1. SEOの基礎中の基礎！Googleの基本方針
2. よく目にするGoogleのアップデートとは
3. Googleから評価される高品質なサイトとは
4. ウェビナー後に実施していただきたいこと

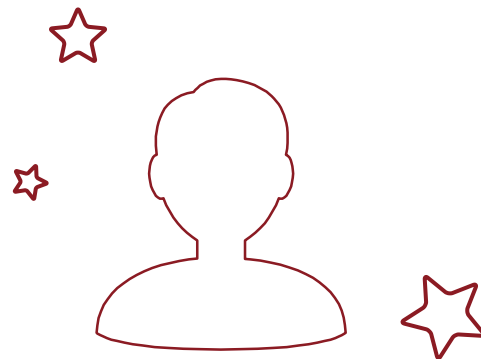
1. SEOの基礎中の基礎！ Googleの基本方針

SEO対策の前に知っていただきたいこと

Googleの運営方針は

ユーザーファースト

サービスの改善・アルゴリズムの変更など、
何をする時もユーザーにとって有益かどうかを最も重要視



ユーザーファーストを貫ける理由

Googleがユーザーファーストを貫ける理由は、Googleのメインの収益源が広告だからです。

検索エンジンをより多くの人に使ってもらうことで広告の価値が高まり、Googleの収益が増えるため、ユーザーファーストを貫けます。



ユーザーの行動を見て日々アップデートを行う



SEOもユーザーファーストが基本

Googleはその運営方針を検索サイトにも、しっかり反映して、検索した時にユーザーにとって役に立つサイトが上表示するように検索サイトを運営しています。

そのため、SEOで重要な考え方も「ユーザーファースト」です。

集客したいターゲットの方が知りたい情報をわかりやすく掲載することがSEOの基本中の基本となります。



2. よく目にする Googleのアップデートとは

Googleのアップデートとは

Googleはユーザーに役に立つ情報を、検索結果に表示できるように、頻繁にアップデートを行います。

このアップデートでは、Googleが**アルゴリズム**を変更・調整します。

アルゴリズムとは検索キーワードに対する検索順位を決めるルールのようなものです。

そのアルゴリズムを変更・調整するため、アップデート後に大きく検索順位が変動します。

コアアルゴリズムアップデートとは

実はアップデートは毎日といって差し支えない頻度で行われています。

その中でも大きなアップデートは、Googleから公式に発表があります。

大きなアップデートの中でも、特に検索順位が大きく変動するものが**コアアルゴリズムアップデート**です。

※コアアルゴリズム = 検索順位を決める様々な評価基準(アルゴリズム)の中でも、根幹・土台となる評価基準

直近のコアアルゴリズムアップデート

コアアルゴリズムアップデートは、年に数回行われます。
直近では、今年の6月と7月に実施されました。

1. 2021年6月 Googleのコアアルゴリズムアップデート
2. 2021年7月 Googleのコアアルゴリズムアップデート

トレンド

医療や健康・お金・法律など、人の命や人生に大きく関わるような情報（YMYL）を検索するキーワードの検索順位変動が大きい。

これまで以上に、Googleが求める**高品質なサイト**の基準を満たしていることが重要になっている。

※YMYL: Your Money or Your Lifeの略でお金、生活、生命、法律などに関わるものこと。

高品質なサイトを作ることが最も効果的なSEO対策

3. Googleから評価される 高品質なサイトとは

高品質なサイトとは(1)

検索品質評価ガイドライン (General Guidelines)

原文 :

<https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/ja//searchqualityevaluatorguidelines.pdf>

翻訳 :

https://www.irep.co.jp/press/pdf/google_general_guidelines_all.pdf

General Guidelines		December 5, 2019
General Guidelines Overview		5
Introduction to Search Quality Rating		6
0.0	The Search Experience	6
0.1	The Purpose of Search Quality Rating	6
0.2	Raters Must Represent People in their Rating Locale	6
0.3	Browser Requirements	7
0.4	Ad Blocking Extensions	7
0.5	Internet Safety Information	7
Part 1: Page Quality Rating Guideline		8
1.0	Introduction to Page Quality Rating	8
2.0	Understanding Webpages and Websites	8
2.1	Important Definitions	8
2.2	What is the Purpose of a Webpage?	9
2.3	Your Money or Your Life (YMYL) Pages	10
2.4	Understanding Webpage Content	10
2.4.1	Identifying the Main Content (MC)	10
2.4.2	Identifying the Supplementary Content (SC)	11
2.4.3	Identifying Advertisements/Monetization (Ads)	11
2.4.4	Summary of the Parts of the Page	12
2.5	Understanding the Website	12
2.5.1	Finding the Homepage	12
2.5.2	Finding Who is Responsible for the Website and Who Created the Content on the Page	14
2.5.3	Finding About Us, Contact Information, and Customer Service Information	14
2.6	Reputation of the Website or Creator of the Main Content	15
2.6.1	Research on the Reputation of the Website or Creator of the Main Content	16
2.6.2	Sources of Reputation Information	16
2.6.3	Customer Reviews of Stores/Businesses	16
2.6.4	How to Search for Reputation Information	16
2.6.5	What to Do When You Find No Reputation Information	18
3.0	Overall Page Quality Rating	19
3.1	Page Quality Rating: Most Important Factors	19
3.2	Expertise, Authoritativeness, and Trustworthiness (E-A-T)	19
4.0	High Quality Pages	20
4.1	Characteristics of High Quality Pages	20
4.2	A Satisfying Amount of High Quality Main Content	21
4.3	Clear and Satisfying Website Information: Who is Responsible and Customer Service	21
4.4	Positive Reputation	21
4.5	A High Level of Expertise/Authoritativeness/Trustworthiness (E-A-T)	22
4.6	Examples of High Quality Pages	22
5.0	Highest Quality Pages	26
5.1	Very High Quality MC	26

高品質なサイトとは(2)

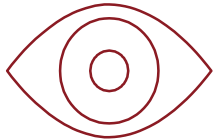
高品質な
サイト



EATを満たす
サイト



Expertise : 専門性



Authoritativeness : 権威性



TrustWorthiness : 信頼性

品質評価ガイドラインでGoogleが繰り返し言及している概念

特に健康・お金・法律関連のサイトで重視される要素で、この3つを満たすことが
高品質サイトの条件

専門性とは？

何でも診療する
町のお医者さん

VS

脳専門の
脳外科

が話す

脳梗塞の予防法

が話す

脳梗塞の予防法

専門サイトで上位表示(1)

Googleは
専門性が高い = 高品質
と評価する

全サービスを
紹介した
事務所サイト

VS

特定のテーマに
絞り込んだ
専門サイト

トップページ

並の評価

ノウハウページ

並の評価

トップページ

高評価

ノウハウページ

高評価

専門サイトで上位表示(2)

専門サイトを作って特定テーマの情報を掲載すると、以下のキーワードが多数出現する

- 狙ったキーワードと「一緒に検索されるキーワード」
- 狙ったキーワードに「関係するキーワード」



- メインキーワードの評価が高まる
- メインキーワード以外のキーワードでもアクセスが見込める

メインのSEOキーワード

相続

テーマ：相続

キーワード

相続

キーワード

相続 相談

キーワード

遺言書

キーワード

相続 手続き

キーワード

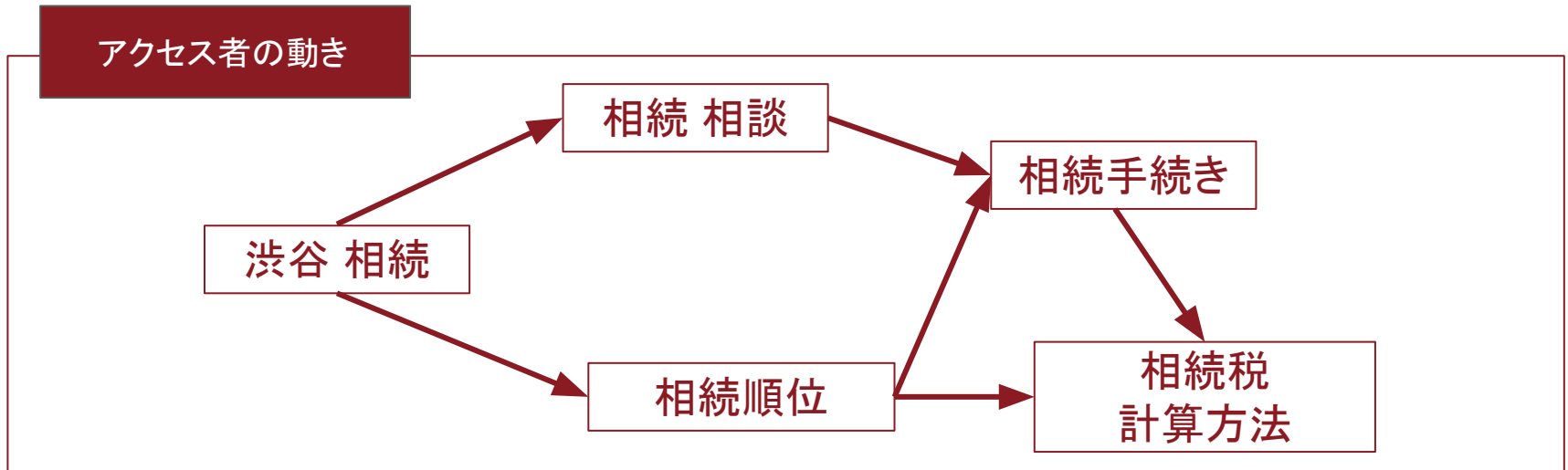
相続税

専門サイトで上位表示(3)

特定テーマの専門サイトだと、アクセス者がサイト内を回遊してくれるので

- ・ホームページに滞在する時間が長くなる
- ・アクセスするページも増える

→ Googleの評価が高くなる！



メインサイトの専門性を高める(1)

最初のサイトで、まだ結果を出せていない人は・・・

1) 専門的なノウハウのページを増やす

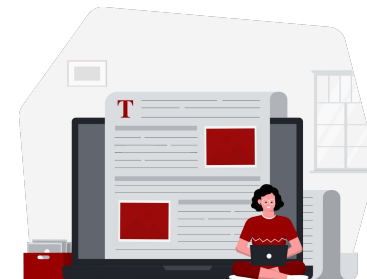
- 最低14ページ
- 競合が強い場合は、できれば30ページ

2) 専門家としての資格を証明するページを増やす

- 学歴、経歴、表彰、資格
- マスコミ掲載、他社での講演

3) 専門外のページを削除する

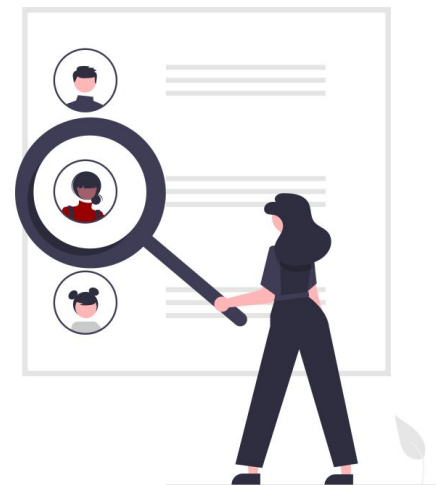
- 治療院で、健康食品を販売
- 税理士で、地域ボランティアのページを多数用意



メインサイトの専門性を高める(2)

4) ターゲットを絞り込む

- ダイエットに特化したエステサロン
- スポーツ障害に絞った治療院
- 相続に特化した税理士事務所



複数サイトで専門性を高める(1)

最初のサイトで成果が出た人は、専門サイトを別に作りましょう
たとえば、税理士事務所の場合なら・・・

メインサイト : 地域名 + 税理士 or 税理士事務所

サブサイト : 地域名 + 相続税

地域名 + 事業承継

複数サイトで専門性を高める(2)

たとえば、治療院の場合なら・・・

メインサイト : 地域名 + 治療院 or 整体

サブサイト : 地域名 + 腰痛

地域名 + 産後骨盤矯正

地域名 + スポーツ障害

権威性とは

コンテンツの内容だけではなく、誰がその情報を発信しているのかを重視するものです。

例えば、医療関係のコンテンツの場合、
個人が発信している情報よりも、
お医者さんが発信しているコンテンツの方を
Googleは上位表示させます。

なぜなら、Googleは医療の専門家ではないので、その情報が正しいか判断できません。そのため、個人よりもお医者さんが発信している情報のほうが信頼できると判断するからです。



権威性を高める3つの方法

1) 代表者の資格・経歴・所属団体などを記載する

代表者や店長プロフィールページにサービスに関連するものを記載してください。

2) SEOに強いサイトから被リンクをもらう

役立つ情報を発信していれば自然と獲得できます。弊社会員さまは「SEOリンクサポート」のサービスで弊社のSEOに強いサイトからリンク先に設定しております。

3) サイトーションの獲得

SNSやブログなどネット上で個人名や企業名、サイト名などを紹介されるとサイトーションを獲得できます。紹介してもらえるように役立つ情報を発信してください。

信頼性とは

コンテンツの中身はもちろんのこと、情報のリソースの有無や、実際の人物が発信しているかでも判断されます。



信頼性を高める2つの方法

1) 代表者の資格・経歴・所属団体などを記載する

2) 信頼できるサイトからの引用

ご自身の専門外の用語やデータが含まれる場合、コンテンツに信頼性をもたせるために、信頼できるサイトからの引用をおこなってください。

例えば、医療関係の用語を治療院で使いたい場合、クリニックや、厚生労働省のサイトからの引用

4. ウェビナー後に実施していただきたいこと

ウェビナー後に実施していただきたいこと

- 1 各ページの文章を読んで、アクセス者目線でわかりやすいか確認する
- 2 代表者ごあいさつのページに代表者の資格・経歴・所属団体などを記載する
- 3 情報提供ページで引用・参考にしたサイトがあれば、そのページから、引用・参考したサイトへリンクする
- 4 専門外の分野へ言及している文章は削除する
- 5 専門分野が複数ある場合は、専門分野ごとにサイトを作成する

まだまだコロナは続きますが..

来週も、木曜日の12:45~13:30を
予定しています

次回:事例でわかる! サービス特化サイト

新型コロナウイルスに負けずに
がんばりましょう!