

【年末までに抑えておきたい】 基礎から学ぶSEO(1)

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



あきばれホームページ

**【年末までに抑えておきたい】
基礎から学ぶSEO(1)**

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2021/12/9

本日の目次

1. セミナーのゴール
2. Googleの歴史
3. キーワード選び
4. E-A-T
5. まとめ



1. セミナーのゴール

本日のセミナーのゴール

- 来年に向けてSEOの基礎をマスターする
 - ・キーワードの選び方がわかる
 - ・E-A-Tがなにかわかる



2. Googleの歴史

Googleとは？

1998年創業。

ラリー・ページ



セルゲイ・ブリン

- 父はミシガン州立大学、**計算機科学・人工知能教授**
- 母グロリアは、ミシガン州立大学で**コンピュータプログラミングの教師**
- 6歳の頃からコンピュータを触り始める
- ミシガン大学で**計算機工学**を専攻
- 卒業後、スタンフォード大学 **計算機科学**の博士課程に進学し、ウェブのリンク構造、人間とコンピュータの相互作用、検索エンジン等を研究した。
- 父はメリーランド大学の**数学教授**
- 母はアメリカ**航空宇宙局**の**研究員**
- 幼少時からコンピュータに興味を持ち、メリーランド大学に入学し**計算機科学**と**数学**を専攻。
- 卒業後、米国科学財団から**特待生**として認められ、スタンフォード大学にて **計算機科学**の修士課程に進む。
- スタンフォード大学では、科学データのデータマイニング手法等を研究し、**学会誌にも多数の論文**を発表した

Googleとは？

- Googleとは、**コンピュータ工学の博士**が起業した会社
- その後、多数の博士号取得者が参加
 - コンピュータ工学
 - 数学
 - 言語
- コンピューターの学者が、**検索専用のコンピュータ**を設計し、HPの内容を**プログラムが自動評価**する

Googleの対策を行うにはなにをすればいいのか？

3. キーワード選び

キーワード選び

なぜキーワード選びが重要なのか

SEO対策のため

SEOとは？

SEO : Search Engine Optimization
(検索エンジン最適化)

狭義のSEO

- 検索結果で上位表示する

広義のSEO

- 検索サイトを通じて、サービスに申込してくれるお客さんを集める

SEOのポイント

検索サイト(Google / Yahoo!)

検索する

検索結果が
表示される

検索結果を
クリックする

検索数

検索順位

クリック率

② どんなキーワード
で
検索するのか？
= 検索数が0のKWD
で
上位表示されても意味
がない

③ 検索結果の何番
目に表示されるか？
= いわゆる、SEO

④ 検索結果をクリッ
クしてくれるか？
= 上位表示されて
もクリックしなけれ
ば、HPにアクセスし
ない

あなたのHP

HPを見て
問合せする

ターゲット顧客

① どんなお客さん
に
来て欲しいか？
= 問合せしないお
客さんが来ても意味
がない

ターゲット顧客

サービスに申し込んで欲しいお客さんを、具体的にイメージしましょう

例えば、リフォームの場合

- お風呂のリフォームを考えている主婦
- サラリーマンのご主人と小学生の子供二人
- 70代のお母さんも同居

キーワード選び(1)

Google サジェスト



- リフォーム|
- リフォーム相場
 - リフォーム補助金
 - リフォーム会社
 - リフォーム マンション
 - リフォーム会社 ランキング
 - リフォーム見積もり
 - リフォーム キッチン
 - リフォーム事例

不適切な検索候補の報告

キーワード選び(3)


Googleサジェストキーワード取得ツール



ラッコキーワード



 [すべて](#)

 [ニュース](#)

 [ショッピング](#)

 [動画](#)

 [画像](#)

[もっと見る](#)

[設定](#)

[ツール](#)

約 442,000 件 (0.28 秒)

<https://related-keywords.com> ▼

ラッコキーワード (旧：関連キーワード取得ツール (仮名・β ...

無料で使えるキーワードリサーチツール。一瞬でキーワードリサーチに必要な情報を収集してくれる、コンテンツ制作者のためのツールです。読者、視聴者が求める情報を把握してより良いコンテンツ作りを目指しましょう！

キーワード選び(4)


検索数調査



ウーバーサジェスト



 [すべて](#)

 [ニュース](#)

 [ショッピング](#)

 [画像](#)

 [動画](#)

 [もっと見る](#)

[設定](#)

[ツール](#)

約 219,000 件 (0.27 秒)

<https://neilpatel.com> > [ubersuggest](#) ▼

無料キーワード提案ツール UbersuggestでSEO対策 - Neil Patel

マーケティング戦略やコンテンツ作成に欠かせないキーワード候補を無料で提案。無料キーワード提案ツールUbersuggestなら、完全無料で提案数に制限なし。競合他社よりも上位表示されるコンテンツ作りのヒントが無料で取得できます。

他の人はこちらも検索



[ウーバーサジェスト 使い方](#) [ウーバーサジェスト ログイン](#)

[ウーバーサジェスト 買い切り](#) [ウーバーサジェスト 有料](#)

[ウーバーサジェスト 使えない](#) [ウーバーサジェスト 拡張](#)

4. E-A-T

Googleの主なアップデート

年	名称	内容	影響
2011年	フレッシュネス・アップデート	新鮮でタイムリーなコンテンツを上位表示	更新しないサイトは順位が下がる
2012年	ペンギン・アップデート	スパムリンクを使っているサイトを排除	過去にSEO業者にリンクをつけてもらった場合、 スパムリンク と判断されてしまうかも・・
2012年	パンダ・アップデート	コピーコンテンツのサイトを排除	他の人の コンテンツをコピー すると、ペナルティを受けます
2014年	ベニス・アップデート	検索ユーザーの現在位置に合わせて検索結果を表示	お客様の検索する場所 を意識したSEO対策が必要
2015年	モバイルフレンドリ・アップデート	スマホサイトを持たないページの順位を下げる	スマホサイトは重要
2017年	日本語検索アップデート	Welq問題を受け、医療・健康情報のページを見直し	YMYL系で品質が低いと表示されない
2018年	モバイルファースト・インデックス	検索順位をスマホサイトの内容で決定	PCサイトとスマホサイトと別に用意していると、順位が大幅に下がるかも

Welq事件

- WELQ(ウェルク)とは、DeNA社が運営していた『ココロとカラダの教科書』を名乗るアフィリエイト目的の医療サイト。
- 投稿記事3万5千記事。検索結果の上位を独占
- 医療に素人のライターが、ネットで見つけた情報をコピーした粗悪なコンテンツ
- 「肩こり」で一位表示されたページは「守護霊や怨霊の仕業です」。
- 「死にたい」で一位表示されたページは、【死にたいと思ったときに試して欲しい7つの対処法】が表示され、転職サイトの自己分析アフィリエイトが表示されていた



Googleの運営方針は ユーザーファースト

- ユーザーに役立つ「高品質」なページを、検索結果に表示。
- Googleのメインの収益源は広告。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

高品質なサイトとは？

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

この方針の実現を目指して、Google内の
コンピュータの専門家がプログラミングして
いる

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



YMYLとは？

- Your Money or Your Life。
- 人々の幸福、健康、経済的安定、安全に影響を与える可能性のあるページについて、Googleが特に高品質を要求

買い物や金銭取引	購入・送金・清算などをオンラインで行うページ
金融情報	投資・税金・退職・住宅購入・学費・保険などに関するページ
医療情報	健康・医薬・疾病や症状・メンタルヘルス・栄養などに関するページ
法律情報	離婚・親権・遺言・市民権の獲得などに関するページ
市民に重要なニュースや公的情報	災害時の対応や政策、国の対応などに関する情報
その他	養子、車の安全に関する情報など

E-A-Tとは？

- Googleの「検索品質評価ガイドライン」で示されているWebサイトの評価基準の一つ
- **E** : Expertise 専門性
- **A** : Authoritativeness 権威性
- **T** : Trustworthiness 信頼性
- **Googleのプログラム**に「E-A-Tが高い」と認識させられるか

A : 権威性

- コンテンツの内容を「誰が話しているのか？」
= その道のプロが話しているのか？

素人

VS

医師

が話す

が話す

脳梗塞の予防法

脳梗塞の予防法

T : 信頼性

- その情報は信頼できるのか？
= そのサイトは信頼できるのか？
- 公的機関、資格保有者
- 情報のソースの有無

権威性・信頼性を高めるには？

- 会社案内ページを充実させる
 - 実績、資格、
 - その道のプロの会社・事務所なんだと思ってもらう
- 代表案内ページを充実させる
 - 経歴、資格、肩書き、学位
 - 講演実績、表彰実績
- その道の権威の人や有名人からリンクしてもらおう
- サイトーションを獲得する
 - TVや雑誌に取り上げてもらう
 - SNSでコメントをもらう
- 情報のソースを記載する

E(専門性)とは？

- 素人より、専門家が話す内容
- 何でも屋より、専門家が話す内容
- Googleは専門家の話す内容を、なるべく上位に表示したい
- どうすればGoogleのプログラムに専門家と
思ってもらえるか？

Googleに専門家とってもらうには？

1) アクセス者に読まれるページ

- 検索キーワード経由で訪れたページの滞在時間が長い(=じっくり読まれている)と、
- そのキーワードについて詳しく書かれている(=その分野の専門家候補)と判断される

Googleに専門家とってもらうには？

2) キーワードに関連した多数のページ

- 検索キーワードに関連したページが、1ページだけより、複数ページあった方が、その分野に詳しいと、判断される
- またアクセス者が多数のページを見て回ると、そのサイトを、そのキーワードに関して詳しく解説したサイトだと判断される

Googleに専門家と思ってもらうには？

3) サイトに違う内容を盛り込まない

- 節税対策のサイトに、税金のページと、ゴルフのページと、ラーメンのページがあったら、税金専門のサイトだと思われない
- 節税に関連したページだけを用意する

5. まとめ

まとめ

- ラッコキーワードを使ってキーワードを選んでみる
- ウーバーサジェストを使って選んだキーワードの検索数を調べてみる
- Googleになんの専門家と伝えたいか考えてみてください



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:【年末までに抑えておきたい】基礎から学ぶSEO(2)

新型コロナウイルスに負けずに
がんばりましょう！