

# 近隣の競合他社に勝つための ローカルSEO対策とは

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

## 近隣の競合他社に勝つための ローカルSEO対策とは

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/02/3

# 本日の目次

1. セミナーのゴール
2. ローカルSEOとは
3. 検索されるキーワードの種類
4. ローカルSEO対策
5. まとめ



# 1. セミナーのゴール

# 本日のセミナーのゴール

- 地域キーワード(地域名が入ったキーワード)に対するSEO対策がわかる



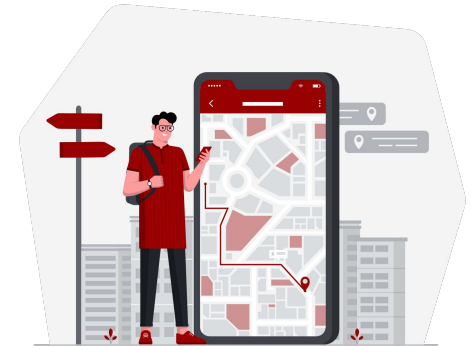
## 2. ローカルSEOとは

# ローカルSEOとは

ローカルSEOとは、特定の地域に合わせた検索結果を表示するキーワードの上位表示を狙うSEOのことです。

例えば、「新宿 カフェ」「渋谷 ラーメン」と検索すると、新宿のカフェや渋谷のラーメン屋が検索結果に表示されると思います。

また、最近では地域名を入れない「カフェ」「ラーメン」というキーワードでも、検索する人の地域や、直前の検索履歴から近くのカフェやラーメンなど、地域を絞った検索結果が表示されます。



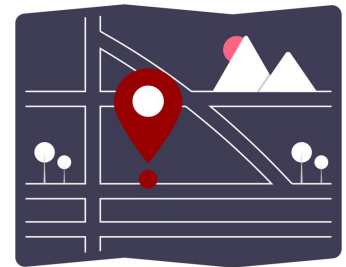
上記のような特定の地域に合わせた検索結果で上位表示するための最適化を、ローカルSEOと呼びます。

# ローカルSEOの対象となるキーワード

- 地域キーワード(地域名が入ったキーワード)

例:新宿、新宿駅、名所やスポット

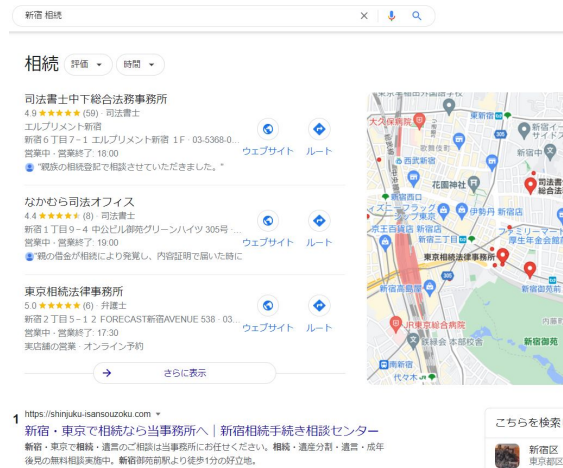
- 地域名が入っていないが地域を絞った検索結果が表示される  
キーワード





# キーワードの具体例

地域キーワードが入っている場合、地図やその周辺の店舗が表示されることがほとんどです



地域キーワードが入っていない場合も、キーワードによっては検索地域の情報が入り、検索結果が変わります



# 地域キーワードが含まれる検索への対策

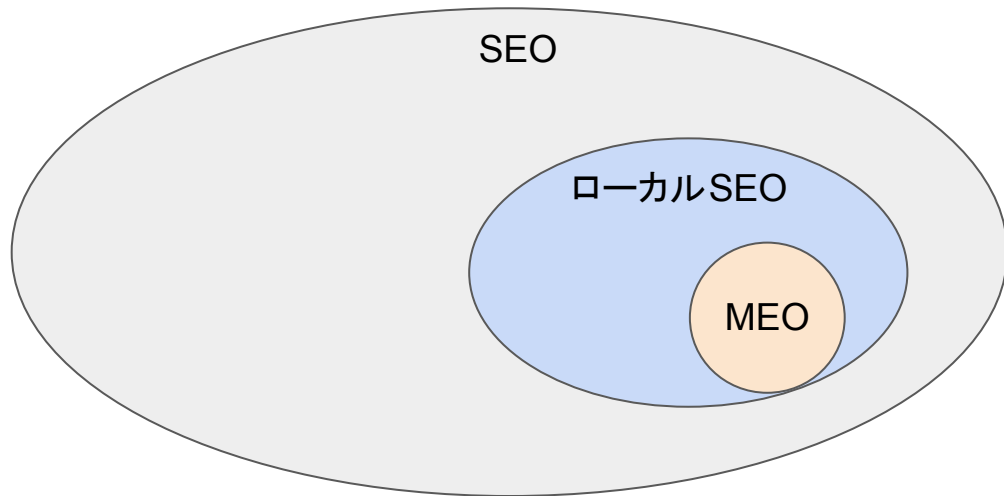
地域キーワードが含まれる検索結果を見てみると、まず地図が表示され、その下にその地域の店舗やポータルサイトが検索結果にでてきていました。

そのため、地図上の検索順位の対策「MEO対策」が重要でございます。

▼MEO対策についてはこちら

[動画](#)  
[資料](#)

MEO対策はSEO対策の一環で、  
ローカルSEO対策の一部  
とってください



## 4. ローカルSEO対策

# ローカルSEO対策では何をしたらいいのか

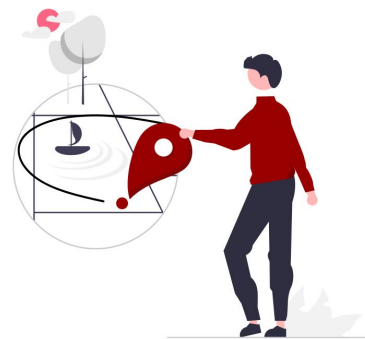
まず、検索順位の表示順はおおきく

- キーワードとの関連性
- EATを満たしているか

で決まります。ローカルSEO対策ではこの2つに

- 地域キーワードと店舗の距離

の要素も入り検索順位が決まります



# キーワードとの関連性とは

検索されたキーワードとの関連性は、検索ユーザーの検索意図（何を知りたいか、何をしたいか）との関連性と思ってください。

例:「相続」「相続 新宿」で検索の場合

主なユーザーの検索意図は、相続の手続きや、相談をしたい  
→相続相談のできる事務所やまとめサイトが検索結果に出る

例:「相続とは」

主なユーザーの検索意図は、相続の手続き内容や、制度自体を知りたい  
→公的機関や、銀行、士業系のサイトで相続の基礎知識を解説したページが検索結果に出る



# EATを満たしているか(高品質なサイト)

## 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](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
<b>General Guidelines Overview</b>		
		5
<b>Introduction to Search Quality Rating</b>		
		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
<b>Part 1: Page Quality Rating Guideline</b>		
		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

とくにローカルSEO対策では「信頼性」「権威性」につながる「知名度」も重要です

EATについて詳しくはこちら：[動画](#) [資料](#)

# 地域キーワードと店舗の距離

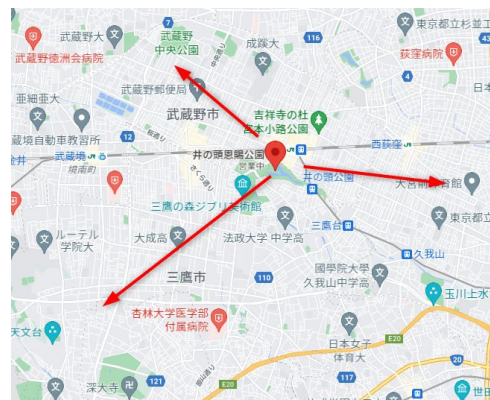
ローカルSEO対策では、検索された、地域キーワードと、店舗の距離が近ければその分検索で上位になる可能性は高くなります。

どれくらいの距離か数値までは出さなくて良いですが、大まかに調べる場合は実際にその地域キーワードで検索した際に、ピンが立つもしくは、ふと文字で表示されている部分(中心地)からどれくらいの距離にあるかでお考えください。

新宿で検索



井の頭公園で検索



# 狙いたい地域キーワードと距離が遠い場合

狙いたい地域キーワードとの距離が遠い、もしくは競合よりも距離が遠い場合、対策としては大きく3つございます。

1. 競合よりも「高品質なサイトと認識される」「知名度を上げる」
2. 狙う地域キーワードを変更する
3. Googleマイビジネスに登録しMEO対策を行う

例えば新宿で狙っていたが、新宿の中心地からの距離が遠く競合よりも高品質なサイトを作る自信が無い場合、一旦地域キーワードをより近場やエリアを絞ったものに変更することで、競合よりも別のキーワードで検索結果で上位をねらえるかもしれません。

## [検索:新宿](#)

※製作時には競合調査の上、アクセスを集められそうなキーワードを選定しております。変更する場合は一旦サポートセンターへご相談ください

# 5. まとめ

# まとめ

---

- ローカルSEO対策は地図検索や、通常の検索結果に有効
- 地域別に対策していく場合は、地域キーワードを検索し、地図に表示される位置からできるだけ近いものを選んで対策を行う(競合が高品質なサイトかつ自店よりも緯度経度が近い場合)



# ご清聴いただきありがとうございました

---

来週も、木曜日の12:45～13:30を予定しています

次回:WEBマーケティングおすすめツール4選