

medifund式

SEO完全ガイド

事例を交えてSEO施策の実践方法をお伝えします。
本書で幅広い知識を身に着けましょう。



medifund



SEO改善実績

業種別検索順位：Google検索

弊社が提供するSEOコンサルティング、SEOコンテンツ制作両サービスにおいて、契約期間に制作したSEOコンテンツでは狙ったキーワードでのGoogle検索1ページ目掲載率は8割以上です（2019年におけるデータ）。

▶契約期間中にGoogle検索上位表示を獲得したキーワード一部を掲載

AWORD

特許事務所

「特許申請」 **第1位**

「特許とり方」 **第1位**

施工会社

「施工 歯科」 **第1位**

「医院 内装」 **第2位**

経営コンサルティング会社

「集客戦略」 **第1位**

「ファネル理論」 **第1位**

Web制作業

「Web集客」 **第5位**

「オウンドメディア 名古屋」 **第1位**



1. キーワード選定

無料でできるSEOキーワード選定

本資料では、無料でできるキーワード選定をお伝えしています。無料の方法でも数々のキーワードで検索順位1位を獲得してきました。

弊社では2020年以降ahrefs,SEMrushを用いたキーワード選定を実施していますが、そちらを使ったキーワード選定方法は別途ご相談ください。

SEOコンサルティング

マンツーマンでインハウスSEOの支援を行います



キーワード選定の流れ

1. カスタマージャーニーマップの作成

ユーザーがどのような態度変容で決済するのかを把握するためにカスタマージャーニーマップを作成します。

2. Q&Aサイトなどから候補キーワードを抽出

どのような検索キーワードでユーザーが検索しているのかを想定すべく、Q&Aサイトからユーザーの声を拾います。

3. 関連・サジェスト・LSIキーワードで候補を広げる

実際に検索されているキーワード候補を取得し、多数の候補キーワードの中から自身がSEO対策する

4. 目星をつけたキーワードの競合調査

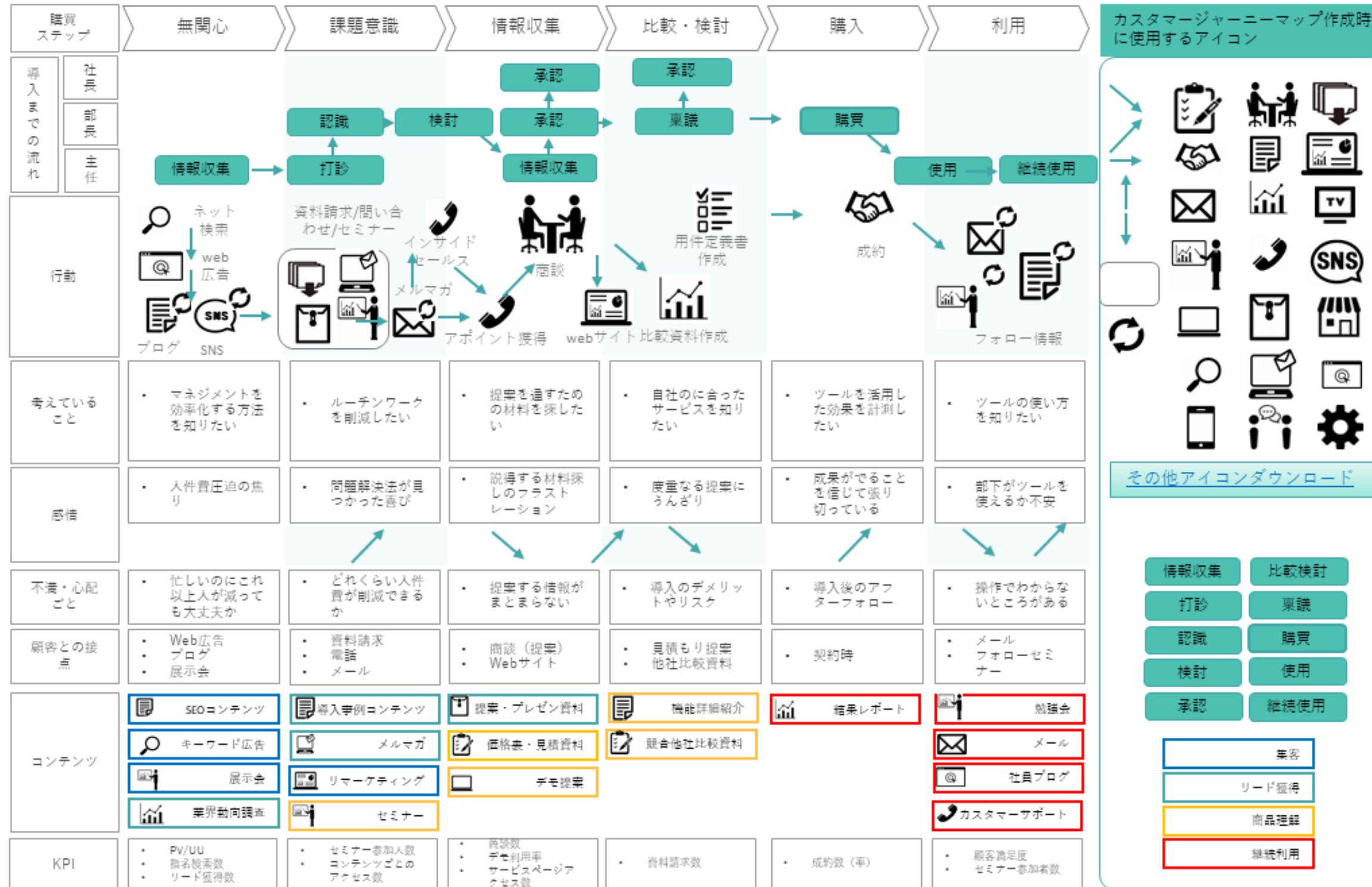
競合サイトに勝てるキーワードを選定し、上位表示獲得できる可能性の高いキーワードを選定する

FLOWCHART



1. カスタマージャーニーマップを作成する

カスタマージャーニーマップ サンプル—BtoB



カスタマージャーニーマップ作成前にペルソナ（最終的に決済する仮想ユーザー像）を設定する必要があります。カスタマージャーニーマップは決済前の行動を可視化するもので、ユーザーの意思決定基準や過去にどのような情報を調べたかに応じたSEOキーワード選定を行いやすくなります。

Download



2.Q&Aサイトなどから候補キーワードを抽出

hot*****さん 2008/5/19 22:31:59

離婚問題の弁護士選び方について教えてください。
離婚問題 慰謝料 親権 で弁護士に依頼しよか考えています。

やはり離婚問題となると、男性より女性弁護士の方が強いのでしょうか？
そして、弁護士に依頼した方が自分の有利な展開に話が進むのですか？

もちろん弁護士であれば、ほとんどの方が離婚問題を扱うとは聞きましたが
色々調べると女性弁護士の方が離婚問題を多く扱っているみたいなので・・・。

あと、法律相談などで感じた事なんですが、年配の方より若い弁護士の方が
何となく頼りになりそうな気がするのですが、どうなのでしょう？

また、裁判では決定的な証拠 (ホテルに出入りする写真) がなければ、

▲Yahoo!知恵袋にて「離婚 弁護士 選び方」で検索

作成したカスタマージャーニーで購入・比較検討ユーザーが検索しそうなキーワードをQ&Aサイトで検索。

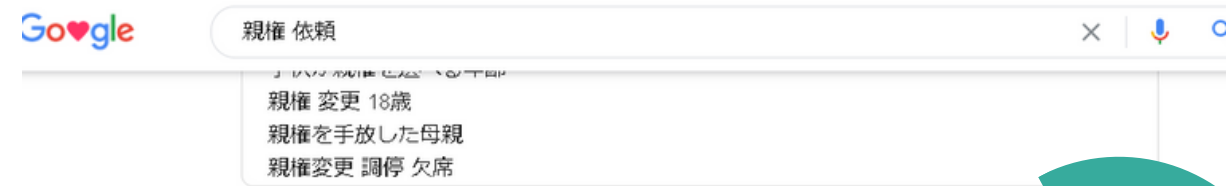
質問者の投稿中に存在する単語をピックアップ

ユーザーがどのようなキーワードで検索しているのかをリサーチします。同時に、どのような悩みを抱え、購入を踏みとどまっているかなどをリサーチします。

質問から抽出するキーワードはザックリと抽出する形で構いません。次のステップ以降で検索されているキーワードを洗い出します。



3. 関連・サジェスト・LSIキーワードで候補を広げる



広告・rikon.vbest.jp/ 0120-666-694
親権と監護権 弁護士による離婚相談ならベリーベスト法律事務...
初回相談60分無料、実績70万件以上！まずは気楽に足を運んでみてください。プライバシー厳守・男女弁護士を選択可能・初回相談60分無料・法律相談数60万件以上・180名以上の弁護士・全国32拠点・休日・祝日ご相談可能。
安心の料金表・離婚問題の解決事例・モラハラ離婚相談・不倫

親権 依頼に関する検索キーワード

- 親権 母親 負ける
- 親権 変更
- 親権 父親
- 親権を持つ意味
- 親権があると
- 親権 いつまで
- 子供の親権 手続き
- 親権 変更 15歳以上
- 親権がないと困ること
- 子供が親権を選べる年齢

LSI

キーワード	トレンド	ボリューム	CPC	PD	SD
親権 父親		1,600	¥96.45	14	36
親権 父親に渡す		260	¥194.43	5	33
親権 父親理由		90	¥166.55	4	33
親権 父親 養育費		90	¥0	8	21
親権 父親勝ち取る体験談		70	¥42.41	22	38
親権 父親 監護権 母親		40	¥0	5	20
親権 父親 育てるのは母親		30	¥17.49	7	20

▲Google検索にて「親権 依頼」で検索

▲UbersuggestでLSIキーワードを検索し、キーワード候補を取得。
上記以外の関連キーワード抽出ツールを利用しても良い

繰り返す

知恵袋から抜き出したキーワードは検索されていない可能性があるため、LSIキーワード取得に利用

関連・サジェストキーワードでキーワード候補を広げる



4. 目星をつけたキーワードの競合調査

No	Keyword	Search Volume	CPC	Paid Difficulty	Search Difficulty
1	親権父親	1600	¥96.21	14	36
2	親権父親に渡す	260	¥193.95	4	33
3	親権父親 養育費	90	¥0		21
4	親権父親理由	90	¥166.14	4	33
5	親権父親勝ち取る体験談	70			
6	親権父親 監護権母親	40			
7	親権父親 育てるのは母親	30			
8	親権父親 再婚	30			
9	親権父親 芸能人	20			

親権父親に渡す

約 365,000 件 (0.29 秒)

detail.chiebukuro.yahoo.co.jp ... 母子家庭、父子家庭 ▾
離婚後にお子さんを旦那さんに渡された方。で一大決心されたかた

2009/12/23 21歳で結婚出産。妊娠中からのDVで6ヶ月で離婚。渡さない!と泣く私に母も叔父叔母、弁護士さんも相談しましたが子供のために諦めるといわれました。旦那の家は事業を...
離婚するとき、親権を夫に渡す女は... 2017年3月29日
先日離婚しましたが、親権について... 2010年10月4日
離婚して親権を父親に渡すことにしま... 2019年1月31日
子供の親権を父親に渡すことにつ... 2017年5月8日
detail.chiebukuro.yahoo.co.jp からの検索結果

▲Ubersuggestdで抽出したキーワードでCPC,Search Volumeの値が存在するものを選ぶ
※キーワードによって目安にする値は異なります。

CPCの高いキーワード
≒成約しやすいキーワード

繰り返す

▲抽出したキーワードを検索し、上位表示サイトに勝てそうな場合、対策するキーワードとして選定

複数のキーワードで抽出した候補キーワードで

- 成約しやすいか
- 需要はあるか
- 競合は少なそうか

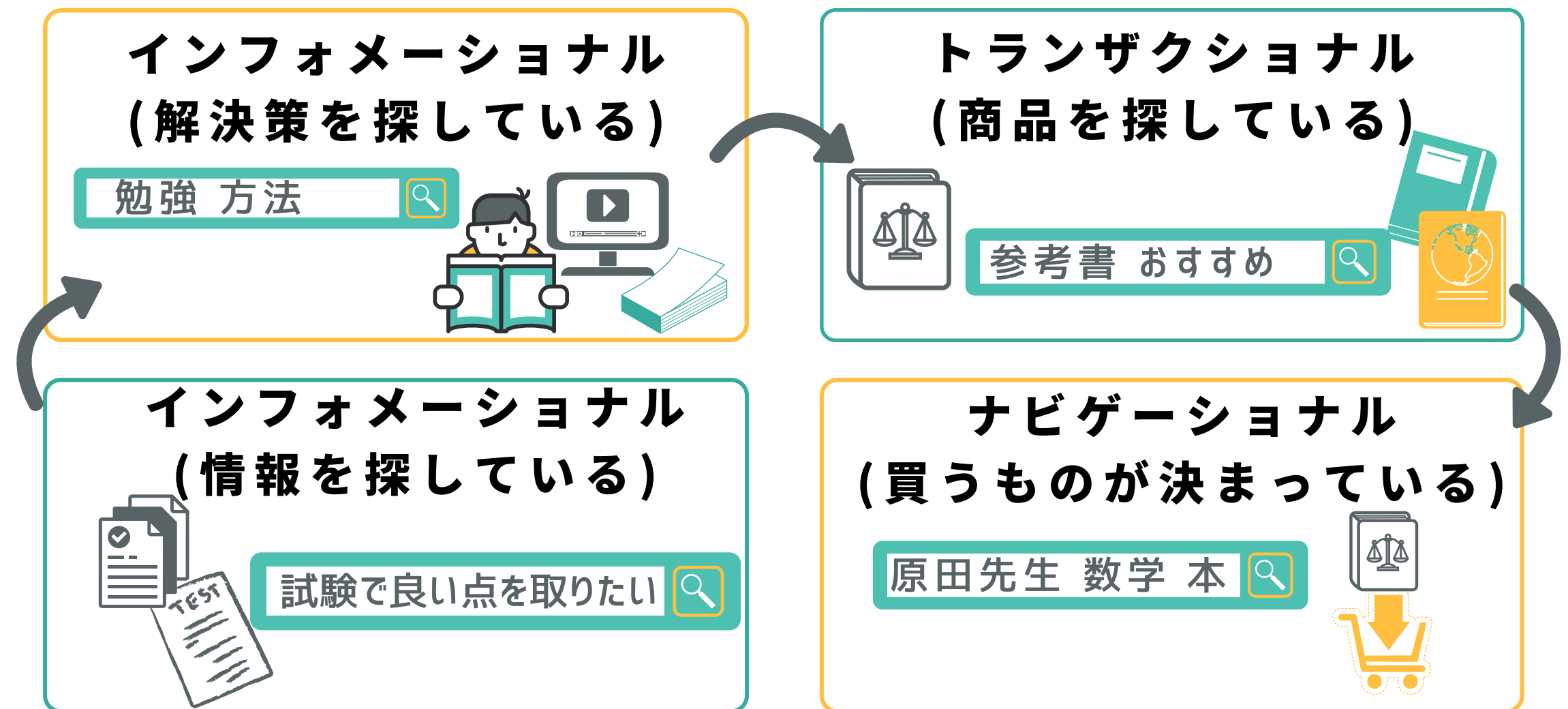
の観点でキーワードを洗い出し、実際に検索して競合サイトを調査

- ### 競合サイトの調査項目
- 最終更新日
 - ドメインランク (Mozは無料利用可)
 - スマホ対応の有無
 - https化の有無
 - 運営元は上場企業や行政ではないか
 - コンテンツの質は高いか
 - 運営者・サイト名の指名検索回数
 - ドメインランク (moz参照)

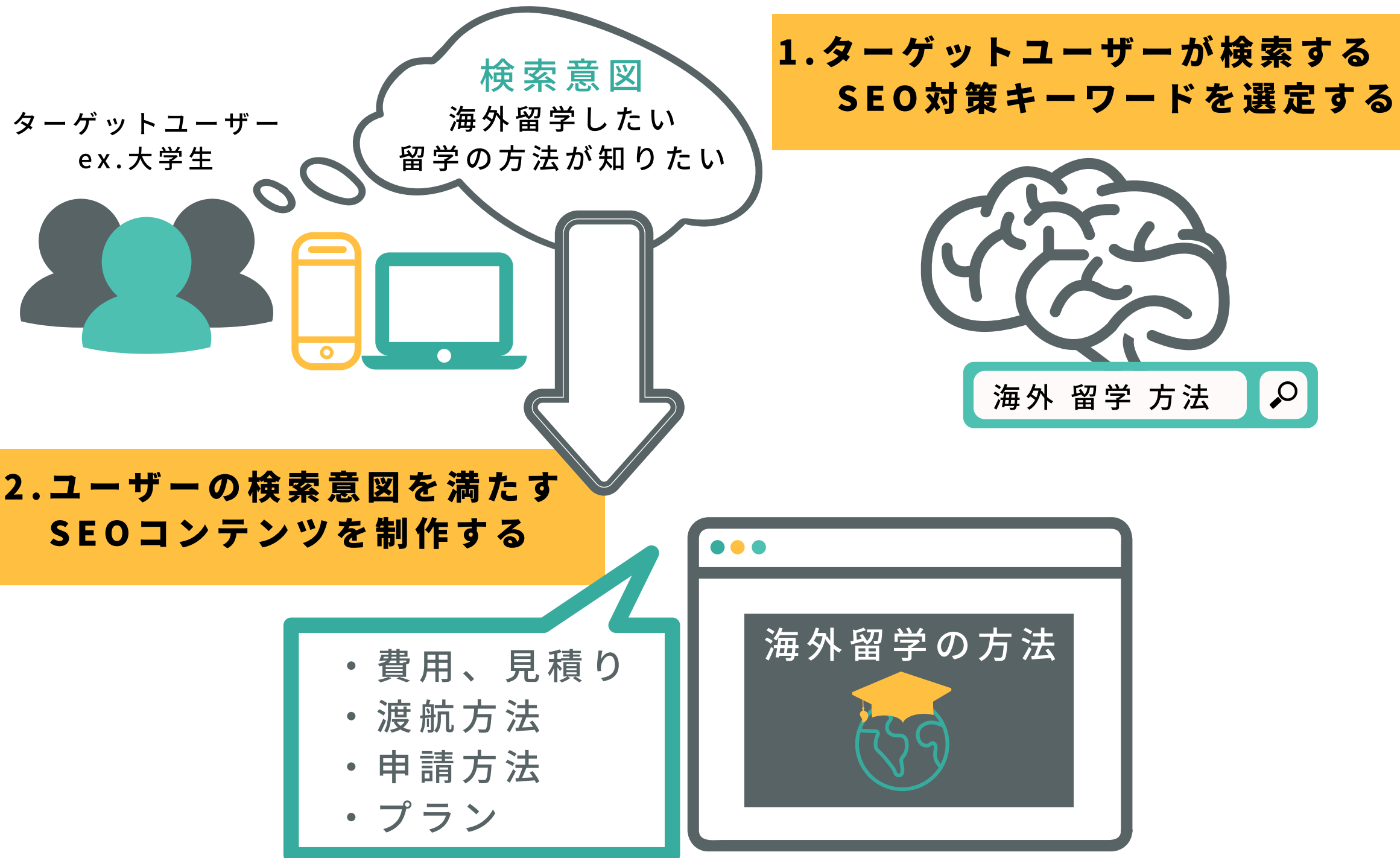


2. 検索意図に応える Webページを制作する

検索ユーザーの検索目的は
知りたい情報を探し出す
だけでしょうか？



2. 検索意図に応えるWebページを制作する

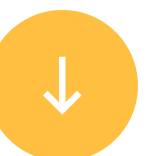
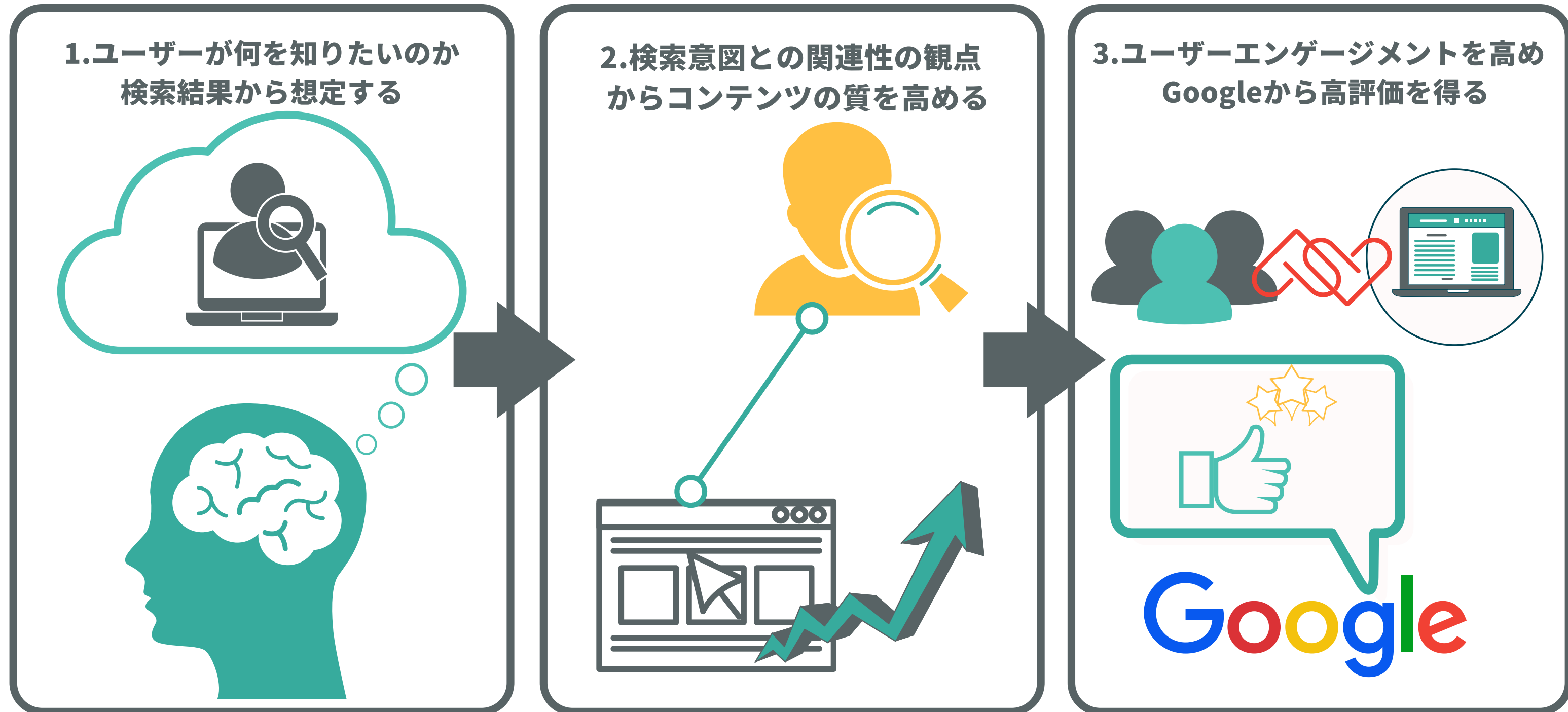


検索エンジンは、検索ユーザーが求める情報を提案するようアルゴリズムが設計されています。

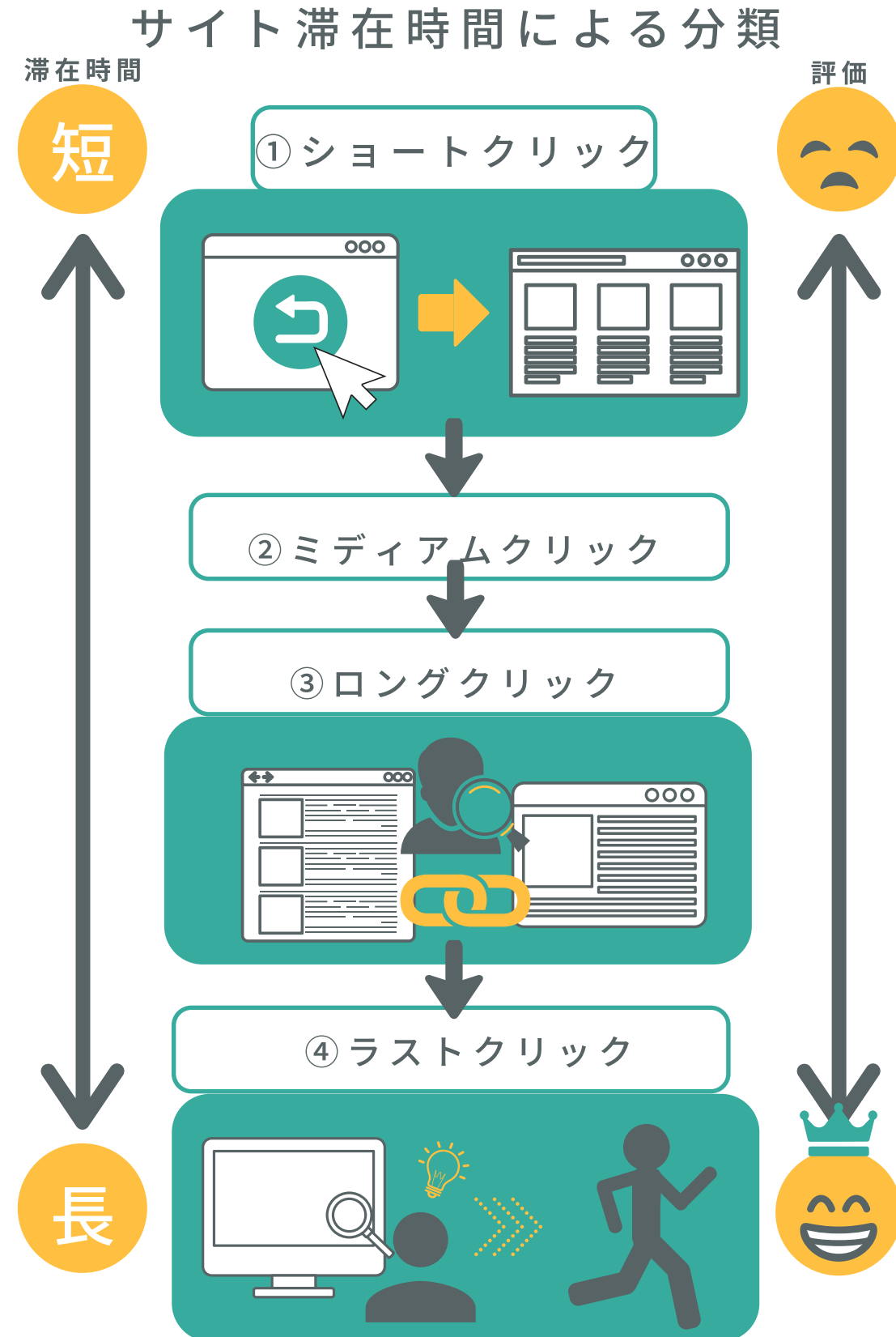
特定のSEOキーワードで検索した際、どのような情報を求めて検索したかを推測し、ユーザーにとって必要な情報を適切な形で提供できるWebページを制作しましょう。



ユーザーの検索意図を満たすSEOコンテンツ制作の手順



2.検索意図に応えるWebページを制作する



- ① ショートクリック
- ② ミディアムクリック
- ③ ロングクリック

上記はページに訪れてからの検索行動時間を計測し、自社ページの行動時間が長いほどコンテンツの評価が高くなります。

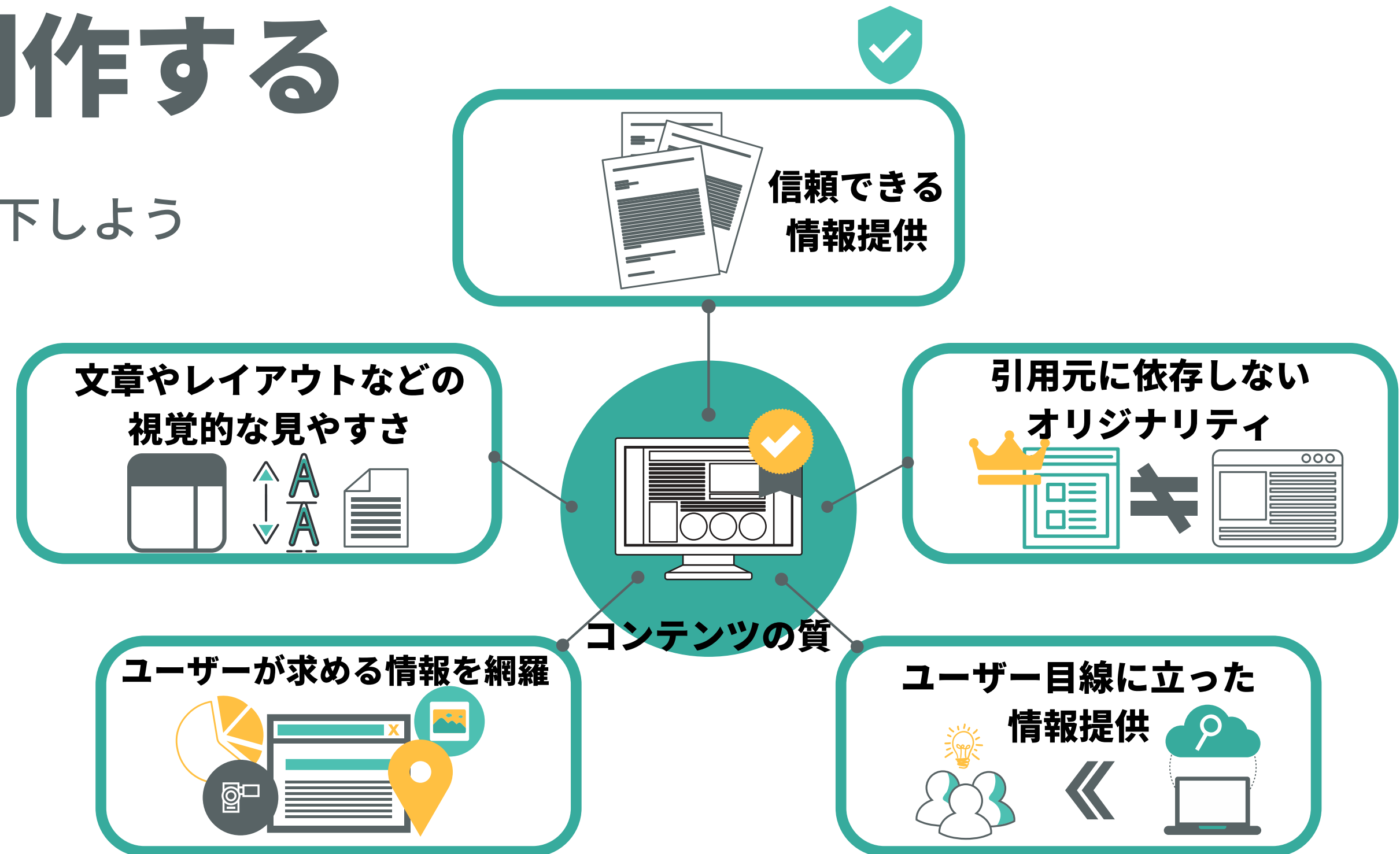
最も評価が高いのが④のラストクリックで、ユーザーが検索体験を終えたページを高く評価します。

弊社では、ユーザーの検索意図が「したい」「買いたい」「行きたい」のいずれかである場合は、ユーザーができるだけ短い時間で次のアクションができるような機能やWebデザインを実施することを提案しています。



3.信頼できるコンテンツを制作する

1コンテンツに資源を投下しよう



3.信頼できるコンテンツを制作する

信頼できるコンテンツを制作する際の具体的な施策

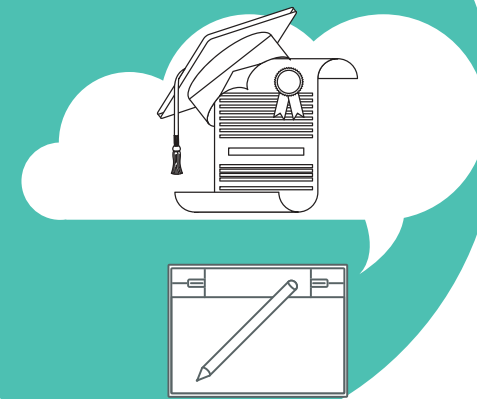
ページの投稿日、更新日
が表示されるように設定
する



1ドメイン単位で
特定の分野に特化する



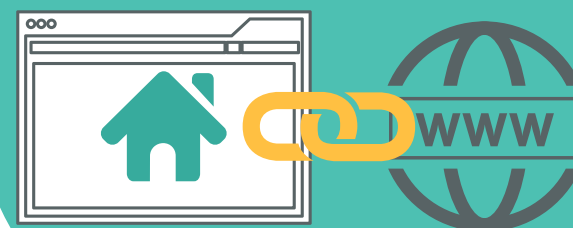
学术论文を参考に執筆す
る



執筆者情報、監修者情報に
資格や実績を記載する



被リンクを獲得する



コンテンツの数より、コ
ンテンツの質を高めるこ
とが重要です。
弊社では、10ページに満
たないサイトでビッグキ
ーワードで1位を獲得した
事例があります。

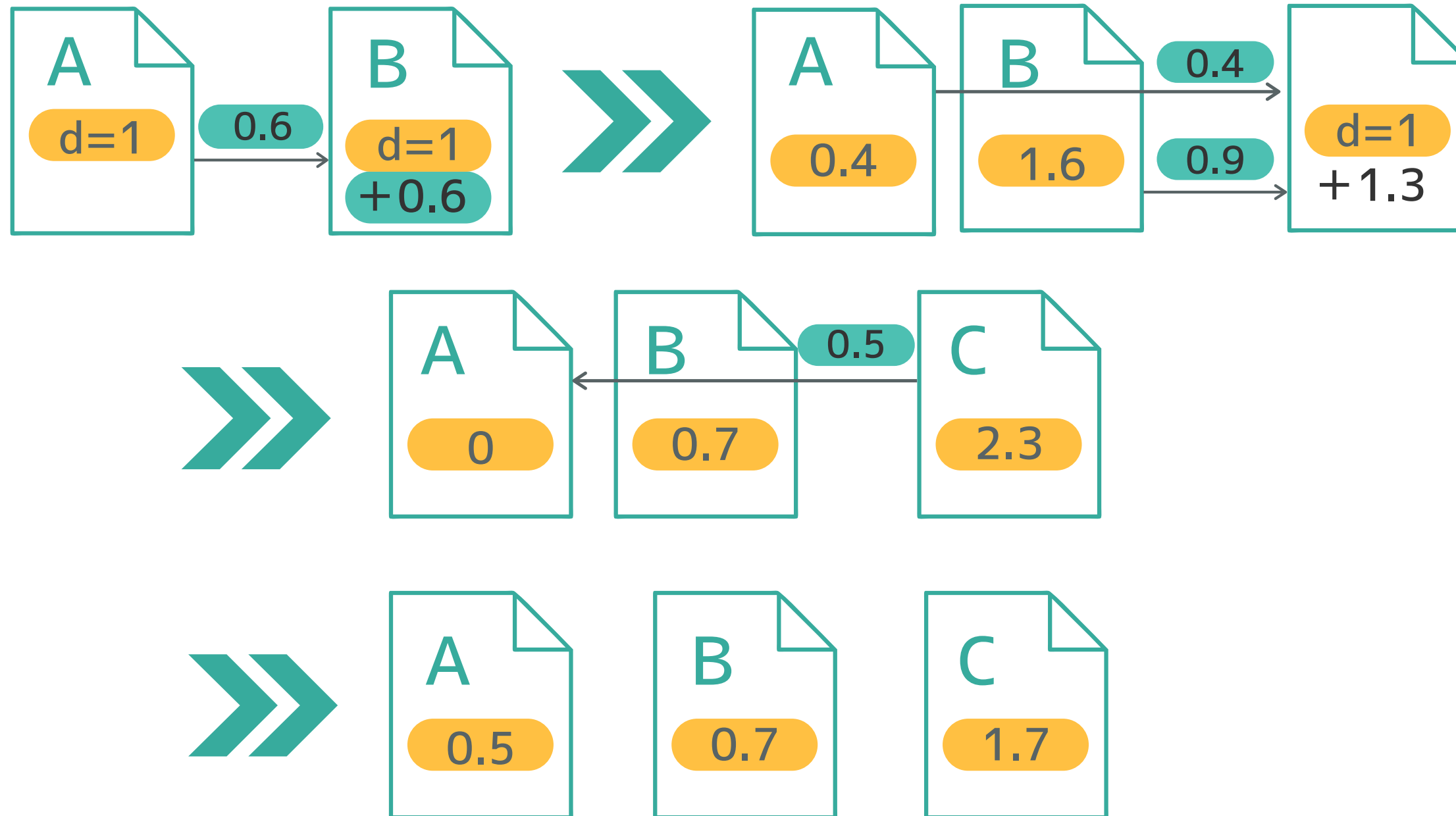
しかし、1コンテンツあた
りの制作予算や制作期間
は大幅に増えました。

コンテンツ制作前に信頼
を獲得する施策が可能か
どうかを検討する必要が
あります。



3.信頼できるWebコンテンツを制作する

被リンクによる評価のベースとなる考え方



ページから外部発リンク（外部サイトへのリンクをページ内に記載すること）すると、ページ自体が持つ評価を渡すことになる。
 また、評価が低いページより、評価が高いページからリンクをもらう方が評価は高くなります。

4.MFIに対応する

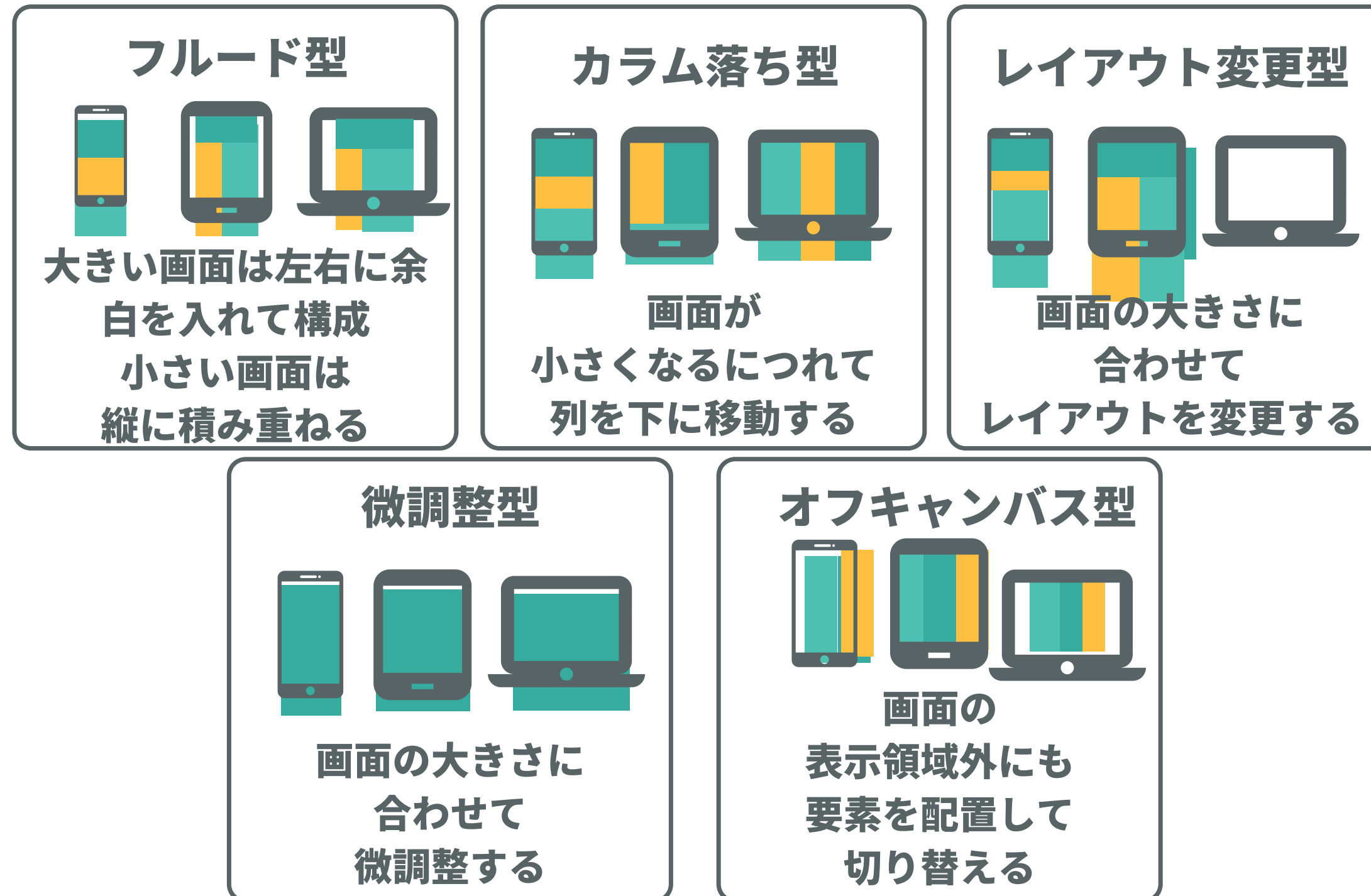
Googleはスマートフォンページでのユーザー評価をアルゴリズムに採用

スマートフォンユーザーが拡大動作なしで快適にページを閲覧・利用できるWebデザインを行きましょう。



4.MFIに対応する

レスポンシブ対応の種類



PC版では見やすくても、スマートフォンでみたときに情報の配置がズレたり入れ替わっていませんか？

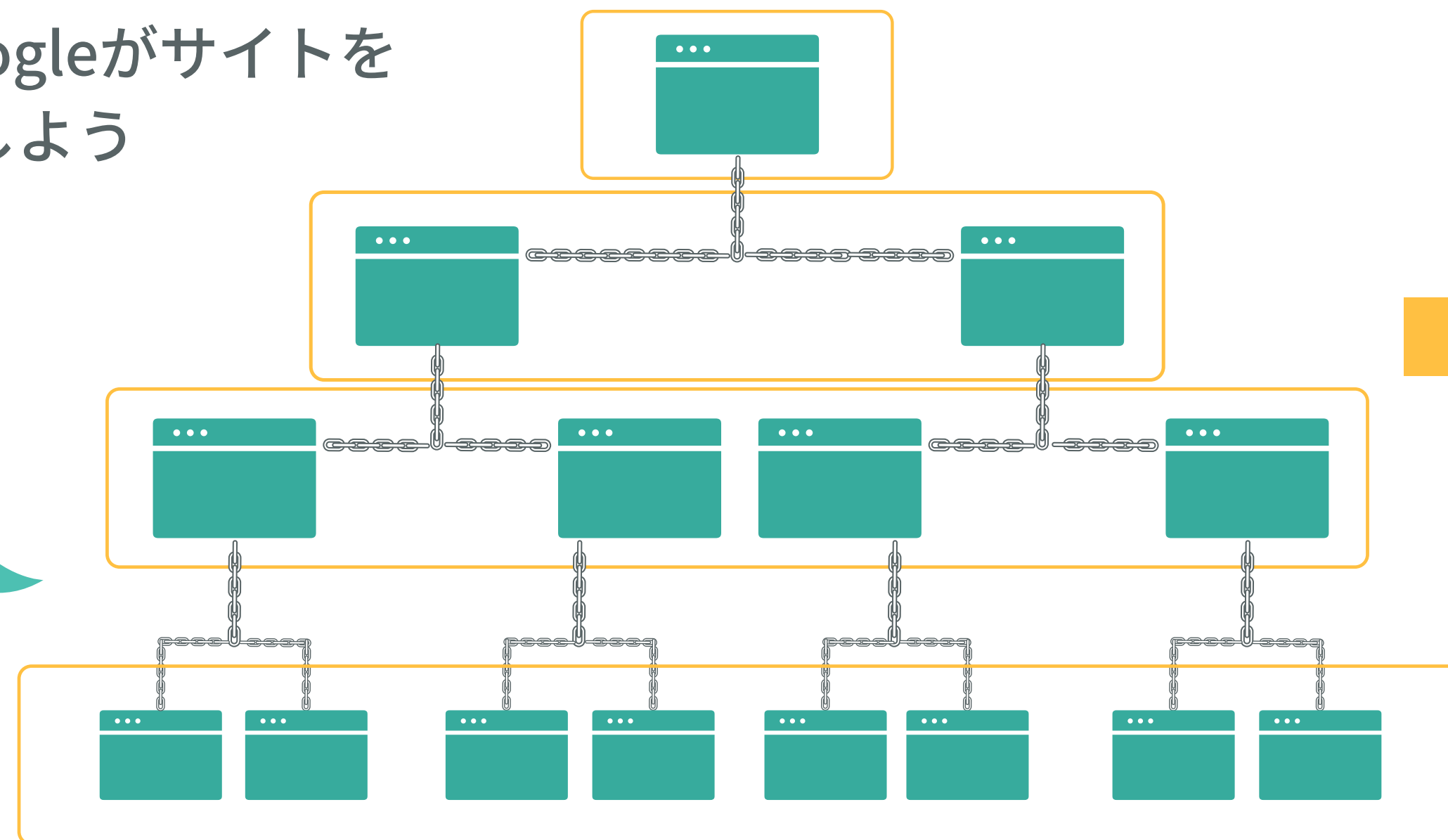
ページの内容に合わせたレスポンシブ対応を実装しましょう。



5. Googleクロール ビリティを高める

ユーザーだけでなく、Googleがサイトを
理解しやすいように設計しよう

ページの関連性を
考慮して
内部リンクを構築



階層



5. Googleクローラビリティを高める

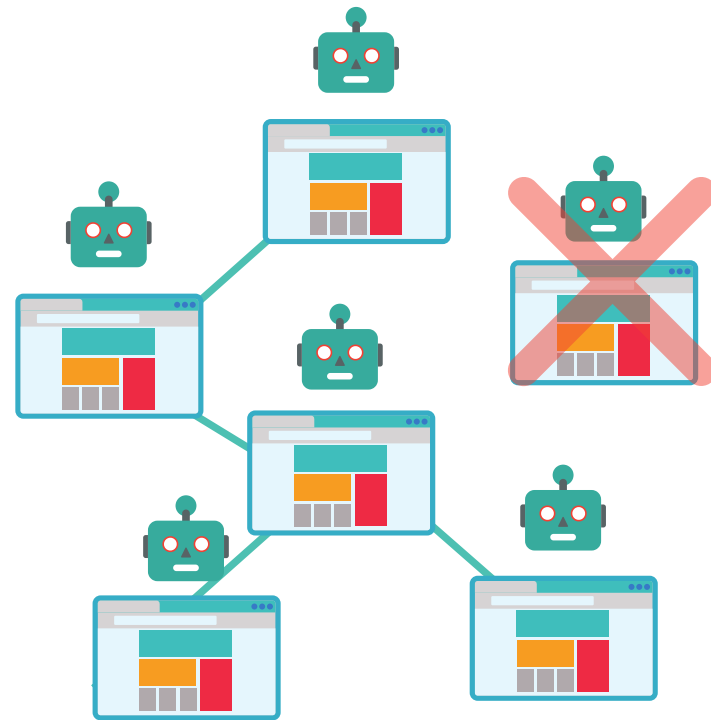
ランキング決定の流れ

クローラー

インデクサ

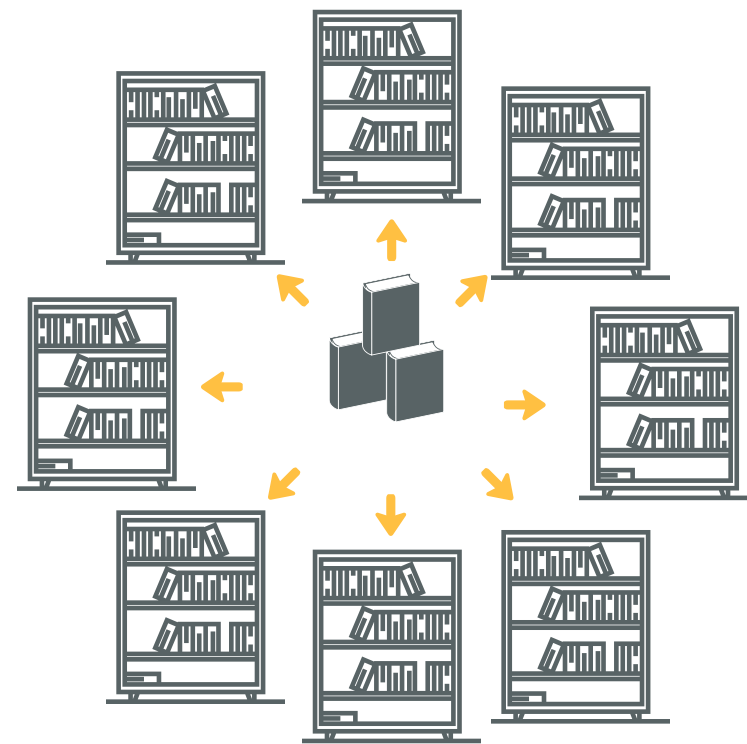
サーチャー

Webページ情報の収集



インターネット上の情報をロボットが収集

情報の整理とサーバーでの保管

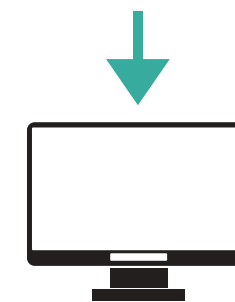


集めた情報を整理して検索付け(インデックス)する

検索キーワードごとに順位決定



- 検索意図の把握
- Webページの関連性
- コンテンツの品質
- ユーザビリティ
- 文脈の考慮



ユーザーが探している情報に関連性が最も高い情報をランキングにしてユーザーに表示

クローラーは

- HTML
- 構造化データ
- ユーザー行動データ
- JavaScriptで生成されるリンク
- WordやPowerPointなどのMicrosoft Officeによって作成されたファイル
- PDF

などの情報を集めるため、上記データに関してはクローラーが認識しやすい構造にする必要があります。

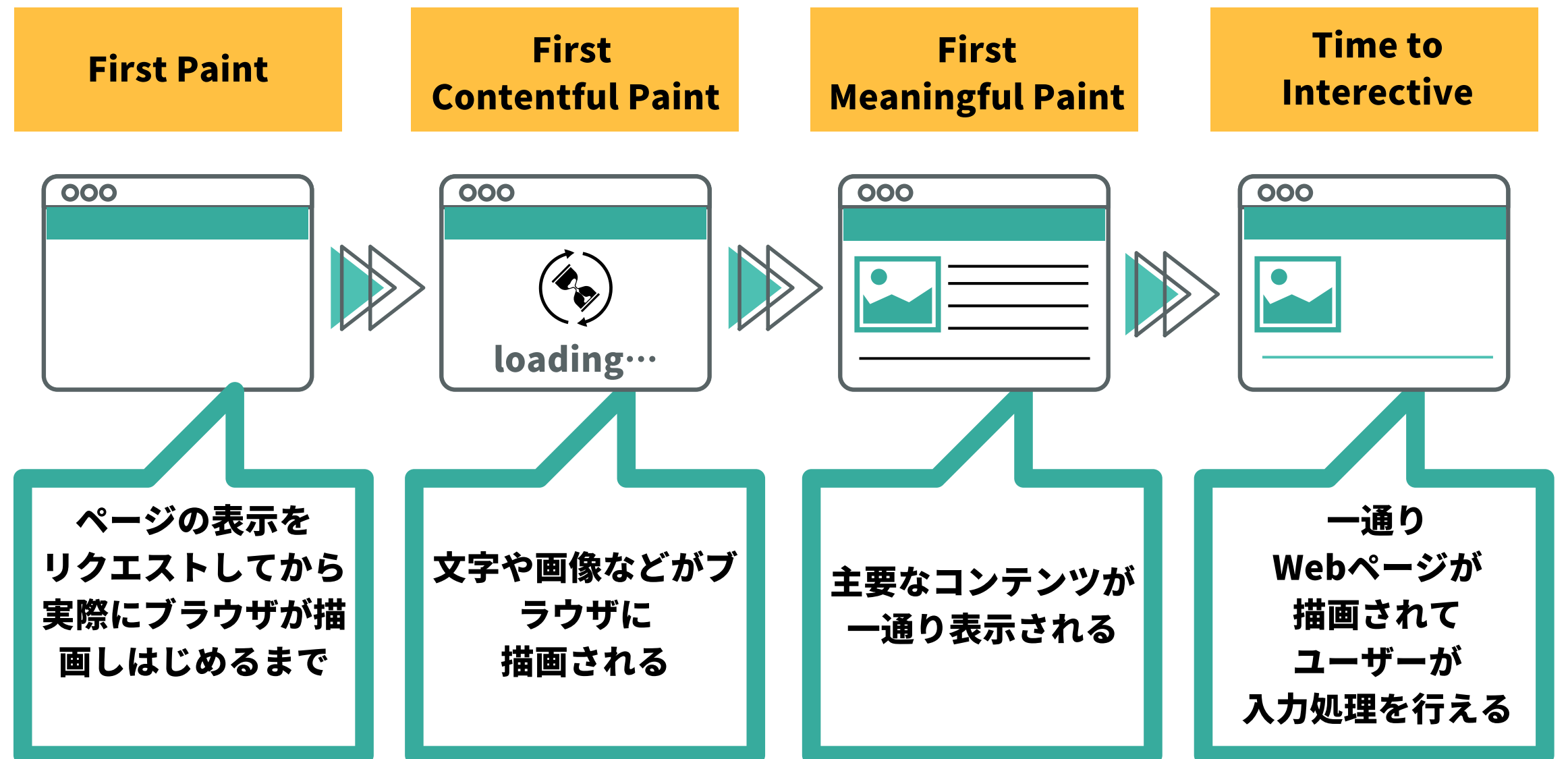


6. Webページ表示速度を高める

Webサイトが表示されるまでの流れ

ユーザーの離脱を防ぐ施策

表示が2秒以内だと直帰率は9%だが、3秒から直帰率が大きく増え、5秒だと38%に達してしまっただというデータがあります。(引用：Does Page Load Time Really Affect Bounce Rate? | Pingdom)



レンダリングプロセス



スタイル評価待ちによるレンダリングブロック



CSSを用いた工夫

JavaScript実行待ちによるレンダリングブロック



JavaScriptを用いた工夫

レンダリングブロックを少なくすればWeb表示速度が向上する

Webサイトはサーバーとブラウザの通信のやり取りで表示している。通信の際、読み込みに時間がかかるソースコードがあると、ソースコードが存在する箇所以下でも読み込みに時間がかかります。読み込みはソースコードの上の行から順に行うためソースコードを記述する順番を考慮しなければいけません。

6.Webページ表示速度を高める

画像ピクセル数を下げる

ピクセル数の大きな画像は制作するWebサイトのデザインに合わせてピクセル数を減らしてデータ容量を減らした方が、Webサイトの読み込み速度は向上します。

PNGとJPEGを使い分ける

写真のように多様な色、グラデーションによって構成されている画像についてはJPEG、それ以外はPNGデータにした方が各画像のデータ容量は少なくなります。

画像データを圧縮する

画像データを圧縮することによって画像のデータ容量を削減することも可能です。

アニメーションをOFFにする

要素をアニメーションさせるとブラウザはフローやペイントを何度も繰り返さなければならないのでCPUに通常の静止画以上の負荷が発生します。

WEBアイコンフォントの利用を控える

Font AwesomeのようにCDNを活用してWebアイコンを表示すると、読み込みが重くなる場合があります。

動画を埋め込まない

動画はデータ容量が大きく、通信容量が高いためWebサイトの読み込み速度を低下させる原因になりえます。

Lazy loadを設定する

Lazy loadとはオブジェクトが必要になるタイミングになるつどにデータの読み込みを行います。

キャッシュを活用する

ユーザー側にキャッシュを残しておくことによって、再度Webサイトを訪問したときにキャッシュのデータは再度サーバーから読み込む必要はなくなります。

サーバーを増強する

Webサイトの読み込みに関する指標としてはサーバースペック、回線速度、利用形態などがあげられます。

AMP対応する

AMP対応したページはGoogleがAMP用のキャッシュを保存、検索エンジン経由でリクエストがあったユーザーに直接データを送信するので通信速度が向上します。

表示速度の改善は

- 通信データ量の削減
- 通信回数の削減
- 通信許容量の増加

の3点に着目する必要があります。

ただ、ページ速度の向上は最低限で十分という視点を持たなければ、本来割くべき労力量を見誤ってしまう可能性があります。



Contact Us

会社名 i-SHOT株式会社(i-SHOT inc.)
medifundはi-SHOT株式会社が運営しています。

メール contact@medifund.jp

資本金 300万円

代表者 原田悠暉

住所 愛知県名古屋市中区千代田3-18-6 アイビル4F-A



本資料監修者
i-SHOT株式会社 代表取締役 原田 悠暉

SEOコンテンツ制作

専門分野に詳しいライターが執筆します

SEOコンサルティング

マンツーマンでインハウスSEOの支援を行います