

まずはここを押さえましょう！

# SEO 対策のキホン！



SEO 対策の根本的な考え方.....	3
内部 SEO 対策を行うための大前提 .....	3
よくある間違い .....	3
「伝えたいこと」ベースで文章を書いてしまう .....	3
前置きが長い .....	3
内部 SEO の手順.....	4
1、発信する情報のジャンル（キーワード）を決める .....	4
2、大きく決定したジャンルのサブキーワードを書き出す .....	4
3、記事を書く（タイトルは後） .....	5
4、タイトルを決める .....	5
5、description を書く.....	6
6、画像には alt タグを付ける .....	7
7、ある程度アクセスが集まってくるとキーワードを再選定する .....	7
外部 SEO は考えなくて良い .....	8

# SEO 対策の根本的な考え方

一般的に SEO 対策には「内部 SEO」と「外部 SEO」があります。  
その中で自分で対策が行えるのは「内部 SEO」になります。

## 内部 SEO 対策を行うための大前提

SEO 対策の評価基準は「ユーザーにとって有益な情報が”わかりやすく”書かれているか」です。

パーツに分けると

ユーザー	”検索”で来た読み手
有益な情報	読み手が抱える「悩み」や「疑問」の”答え”
わかりやすく	専門用語を使わず読みやすい構成

## よくある間違い

### 「伝えたいこと」ベースで文章を書いてしまう

大前提を理解せずに記事を書いてしまうと書き手の記事が出来てしまいます。  
SEO の観点では、より一層「読み手が欲しい情報」をベースに文章作成を行う必要があります。  
「自分が伝えたい情報」を発信してしまう事は SEO にとって大変なマイナスです。

「自分が伝えたい情報」とは、例えて言うなら「日記」や「過度なセールス」です。  
SEO を中心に考えた時、日記やセールスベースの文章は「読み手にとって有益な情報ではない」と判断され、評価されません。評価されない、ということは、検索で上位に表示されない、ということになります。

### 前置きが長い

読み手が欲しい情報にたどり着くまでの前置きが長いと、読み手は読了する前にページを閉じてしまいます（これを「離脱」といいます）。SEO の評価基準として「ページがどれくらい読まれたか（滞在時間、読了率）」というものがあります。

前置きが長すぎて読み手が欲しい情報にたどり着かない

↓

飽きてしまってページを閉じる

↓

SEO の評価がダウン

### ダメな例：

ビザを例にすると・・・

検索ワード「ビザ 日本 取得方法」

記事タイトル「日本でビザを取得するための3つの方法」

### ページ構成

「ビザとは？」

「ビザを取らなければならない理由」

「ビザを取得することで、〇〇が俄然有利に！」

「日本におけるビザの価値とは？」

**「日本でのビザ取得の方法」**

「ビザ取得に失敗しないためには」

## 内部 SEO の手順

---

### 1、発信する情報のジャンル（キーワード）を決める

主として発信したい情報のジャンルを”大きく”決定します。

#### 例：

日本 企業

日本 製品輸入

日本 会社経営

日本 ビザ

など…

これが（メイン）キーワードです。

### 2、大きく決定したジャンルのサブキーワードを書きだす

考えられる範囲でサブキーワードを書きだします。

ここで言う「サブキーワード」とは、読み手が検索した時に使うであろう補足単語の事を言います。

「日本 ビザ 取得」「日本 企業 登記」

上記だと「取得」や「登記」など、メインのジャンル（キーワード）を補足する単語がサブキーワードです。

### 3、記事を書く（タイトルは後）

よく SEO 対策の記事を見ると「検索されるキーワードを選定する」と書かれていますが、ホームページ運営の初期段階でキーワードの選定から始めるのは難しいです。

後述しますが、キーワードを絞り込むには Google Search Console(以後「サーチコンソール」と表記)のデータを参考にして行う事が一番効率的です。ですから、書きだしたキーワードを元に記事を作成する事をお勧めします。

### 4、タイトルを決める

記事作成に慣れるまではタイトルは後につけることをお勧めします。

タイトルを先に決めてしまうと内容がタイトルに引っ張られてしまい、記事作成が思うように進まなくなります。

また、タイトルは読み手が抱える「悩み」や「疑問」の” 答え” を示しているようなタイトルが望ましいです。

#### 例：

おすすめ日本法人設立方法

おすすめビザ取得 3 選 数字を掲示することで具体性を出す。

日本製品が気になる人のための輸入品 3 選 キーワードを絞ってさらに具体性を出す

## 5、description を書く

description とは記事の説明文のようなものです。  
検索した時に表示される部分で記事の大まかな説明になります。

【ダイエット診断】 あなたの“痩せない理由”がすぐわかる！ ダイエットプラス

<https://dietplus.jp> > 診断・検定 > ダイエット診断 > からだの基本情報入力 ▼

5000人のダイエット指導実績に基づいたダイエットプラスだけの「ダイエット診断」。「痩せない理由」とその改善ポイントがわかります。

description は SEO 対策では重要な部分になりますが、WordPress を使っていると自動で生成（記事の内容抜粋）されたりするので見落としがちです。

しかし、description はしっかりとした形式で自ら作成したほうが SEO 対策の評価は高くなります。

### description を作成する際に気を付けること

- ・「当社」や「弊社」といった代名詞は使わず、会社名（固有名）をしっかりと記載する

**悪い例**：弊社では本気で痩せたい女性を支援するサービスを提供しています。

**良い例**：株式会社サンプルでは本気で痩せたい女性を支援するサービスを提供しています。

- ・サービス名をしっかりと記載する

**悪い例**：本気で日本進出したい企業を支援するサービスを提供しています。

**良い例**：本気で日本進出を支援するサービス「ジャパンインベージョン」を提供しています。

- ・文字数はおおよそ 300 文字程度にとどめる

- ・キーワードを必ず入れる

description には記事に入っているキーワードを必ず入れます。

**例**：「日本 法人登記 代行」という検索ワードの場合

日本進出のために現地での法人登記は大きな課題ですよね。日本での**法人登記**には様々な手続きが必要なので、手早く**代行**して貰う方法はないのか？そんなあなたのために**日本での法人登記の代行**サービスをご紹介します。

## 6、画像には alt タグを付ける

alt タグとは、HP に画像を掲載する際、画像に対して設定する「画像の説明文」のことです。本来は弱視の方のための“読み上げ機能”で読み上げる内容として HP 内で指定するものですが、SEO の観点では画像の内容を機械（主に Google）が認識し、「適切な画像かどうか？」を Google が評価する為にも活用されます。

**alt タグは” 画像の説明”** です。alt タグの付け方は下記を参考にしてください。

記事タイトル「おすすめダイエット 3 選」  
使用画像



**悪い例：**

- ・おすすめダイエット 3 選画像 1
- ・ダイエット 1
- ・ダイエット 女性 ズボン

**良い例：**

- ・ズボンが閉まらずに困っている女性
- ・太ってしまってズボンが閉まらなくなってしまった女性

## 7、ある程度アクセスが集まってくるとキーワードを再選定する

自分のホームページの記事を読んでいる人が、一体どんな検索ワードで訪問してきたのか？それが分かれば、次のキーワード選定がはかどります。

サーチコンソールを使って検索ワードを調べることが出来ます。

## 外部 SEO は考えなくて良い

---

外部 SEO はホームページ制作とは直接関係ない部分で、外部 SEO=被リンクの獲得 と言えます。

被リンクとは、他人のサイトに自サイトのリンクを貼ってもらう事を言います。  
(リンクされる=被リンク)

本来は、有益な記事を書いた時に他のサイトに取り上げられる(紹介される)ことで被リンクが発生するのですが、評価を上げることだけを目的とした無意味な相互リンク(他者と互いに HP でリンクを貼り合う事)や、SEO 対策会社と呼ばれる「検索エンジンを欺いて評価を獲得しようとする事を生業とする企業」に SEO 対策を依頼し、被リンクを購入する等の不正行為は、ペナルティ評価を受けて一気に評価が下がります。

今の時代、他者を欺くような「時代遅れの SEO 対策」は命取りとなります。