

4. SEOでアクセスを呼ぶ



= 検索エンジン最適化

(Search Engine Optimization)

意図的に特定キーワードの
検索結果の上位に出すための施策

手元に資源を残しながらできる
リスクの少ない集客手法

要は、こういうこと



狙っているキーワードで
他のサイトよりも上位に出て
アクセスを呼び込む

順位が高いとアクセス数は増える

1 位 : 100

2 位 : 30~40

3 位 : 20~30

4 位 : 10~20

1 位はおいしい



どのように検索順位は決定されるのか

200を超える配点ポイントから サイトに点数をつけているイメージ

配点	採点	配点
Titleタグ	5	5
Metaタグ	2	2
キーワード出現率	1	2
サイトマップの有無	1	1
ページ数	3	5
テキスト量	2	5
オーソリティサイトからのリンク	15	20
古いサイトからのリンク	4	10
関連性の高いサイトからのリンク	6	10
サイト内リンク	8	10
その他要素	10	30
合計	57	100

この配分が変わるのが
順位を変動させる
「アルゴリズム変動」

細かなものは日常的に
大きなものは年に数回
起こるのが通常

重要なところに集中する

配点が高いところを重視して繰り返し行う

重要なのは・・・

- ・ リンク元のドメインをバラす
 - ・ アンカーは狙うキーワードで
 - ・ 継続的にリンクを増やす
- (・ 更新頻度)

検索エンジンの穴を突いた手法に期待しない

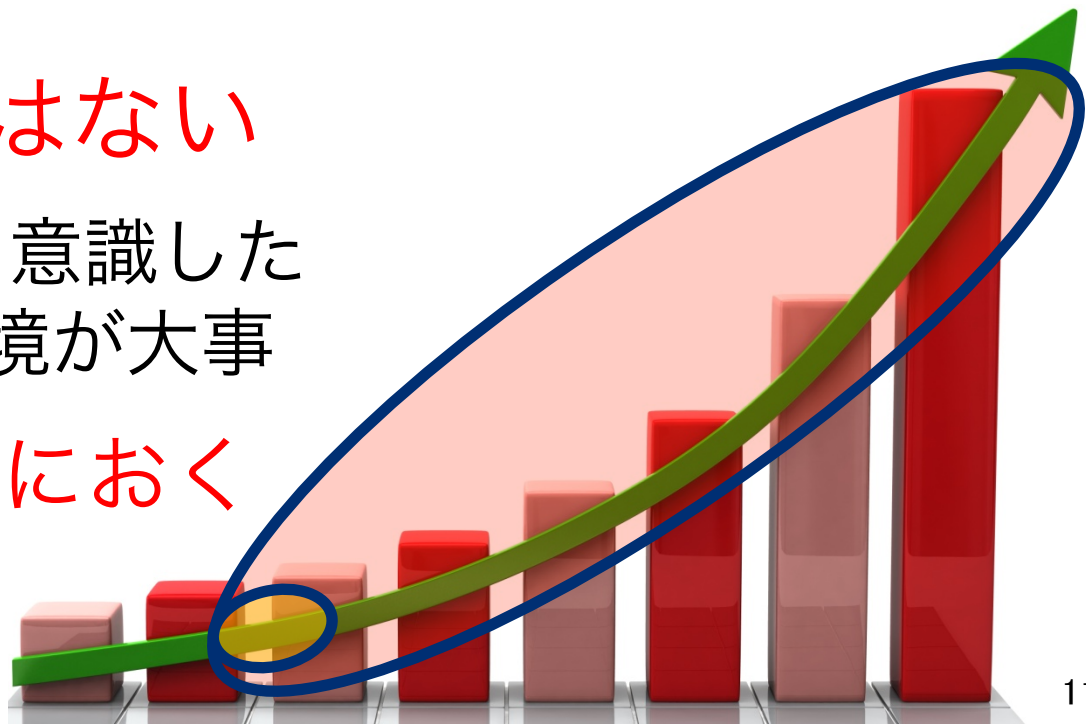
一時的に異常に強い手法→依存しない
そういう手法は**長続きしない**

強いブログ 強い無料HP 日本語ドメイン
中古ドメイン 内部対策 などなど

ただし、ダメではない

常に重要なポイントを意識した
SEOを継続できる環境が大事

目線は「継続性」におく



SEOは「心」にも必要

アルゴリズム変動による順位ダウン



モチベーションダウン

サイトにSEOを施す側が
一緒に揺れてはいけません

対策できることがある → SEO

順位が下がった＝上がった人がいる
→次にやるべきことを探すのが重要

SEOはとにかくシンプルに

変に考えない&余計なことをしない

全ては検索エンジンが決めめている



変わったら**素直に**合わせる

自分でやるのは
繰り返すための工夫と
リンク用の資源の確保



2. 内的・外的SEO

SEOには2種類ある

内的SEO：サイト内部に行う施策

HTML・キーワード設定・内部リンク

外的SEO：外部からのリンク獲得

他のサイトからのリンク獲得

2つに分けて
対策をしていく



内的SEO



HTML内に対して行う自分でできるSEO

主に以下の6箇所に行う

- ・ タイトル：ページの内容の評価軸
- ・ meta description：ページの説明
- ・ meta keywords：ページに入る主なキーワード
- ・ hタグ：ページの見出し（主にh1）
- ・ 文章：タイトルに沿ったコンテンツを入れる
- ・ 内部リンク：サイト内のページを結ぶリンク

内的SEO：特に重要なのはこの3つ

- タイトル：ページの内容の評価軸
- h1：タイトルに次ぐ内容の説明
- 文章：ページの方角性を担う箇所

他の3つのポイントはこちら

meta description：訪問者を呼び込む150程度の文章

meta keywords：ページで狙うキーワード（「,」区切り）

内部リンク：ツールで作ると自動で設定される

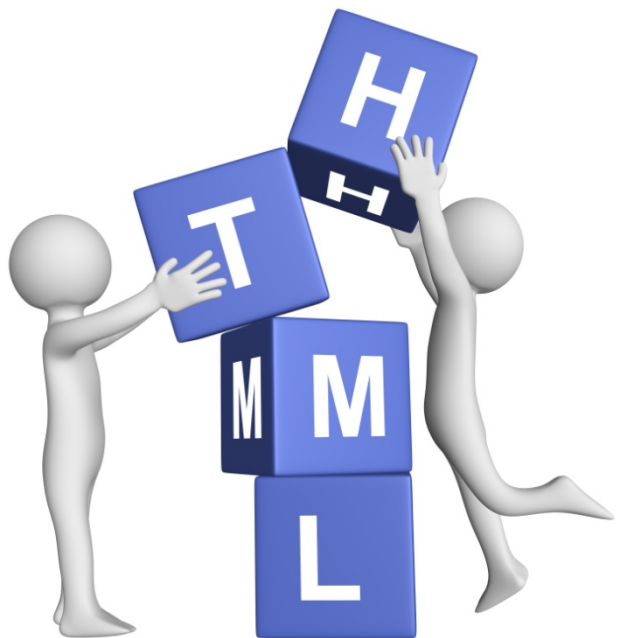
HTMLの基本的な構造

HTMLはhead部分とbody部分の2つに分けて構成される

headには主に検索エンジンやブラウザへのサイトの基本的な情報を記入し、

bodyには主にサイト閲覧時に表示されるものの情報を記入する

それぞれに重要なポイントがあり
適切に配置・入力することで
上位表示に役立てることができる



```
<html>
```

```
<head>
```

```
<meta name="keywords" content=" キーワード" />
```

```
<meta name="description" content="サイト説明  
文" />
```

```
<title>サイトタイトル</title>
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<h1>狙うキーワード</h1>
```

サイトの記事や画像などのコンテンツや
他のページへのリンクなど

```
</body>
```

```
</html>
```

サイト内、検索エンジン内で
コンテンツが重複する場合に発動



サイトの順位を
大幅に下げる可能性がある

サイト内で同じ文章を
使いまわさないことで回避

外的SEO



外的SEO＝外部からのリンク獲得

数&質の両面から見る必要がある

ライバル＝アフィリエイター

質の高いリンクが少ないことも多い



まずは、質<数の考え方でOK

ペンギン・アップデート

低品質なリンクの多いサイト、リンクが意図的に過剰に行われているであろうサイトに対して
順位ダウンを行う



サイトの順位を
大幅に下げる可能性もある

完全に防ぐことはできないが
次ページのポイントを踏まえて
可能性を下げことに努める

ポイントは3つ

1. バラバラのドメインからリンクする
2. アンカーテキストは基本狙うキーワードに
3. コツコツ増やす



外的SEOの成功の秘訣

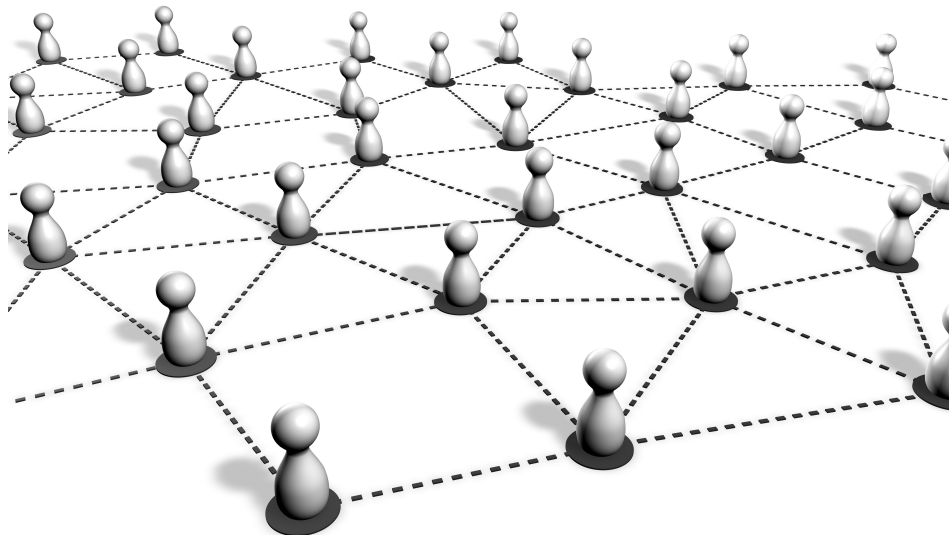
自然に継続して増やす

細かいことは気にせず
この3つをこなすこと！

1. バラバラのドメインからリンク

同じドメインばかりの被リンクは不自然

- [aaa.com](#) [bbb.net](#) [ccc.biz](#) [ddd.jp](#)
- × [aaa.com](#) [aaa.com](#) [aaa.com](#)



2. アンカーテキストは基本狙うキーワードに

外的SEOで非常に重要な箇所

アンカーテキスト＝リンクタグのテキスト部分

リンクタグでいうと

`アンカーテキスト`

(例) “AMC”にリンクをする場合

`AMC`

ただし、狙うキーワードでのアンカーは
5割程度にして徐々に分散する

アンカーテキストの分散と重要性

検索エンジンはアンカーテキストを読み
リンク先のページを評価する

分散は**不自然さを消すため**

例) メインキーワードが「AMC」の場合

5 割 : AMC

1 割 : アフィリエイトマスター講座 1 割 : 副業

1 割 : アフィリエイト講座 1 割 : 初心者アフィリエイト講座

※ 「ここ」 「こちら」 「サイトURL」 などで分散してもOK

→ **AMCで上位表示される**

3. コツコツ増やす

一時的にリンクが増え、
その後増えないのは不自然
継続的に増やして自然なリンク増を



SEOは上位表示だけでなく
ライバルの参入障壁にもなる
稼げるサイトには
特に継続的にリンクを送る

繰り返すのはコレだけ

1. リンクの追加
2. 順位の確認
3. 1と2を繰り返す



ライバルチェックで決めた目標値に向けて
被リンクを送り続けながら順位を見ていく

主にリンク元として使うもの

1. 手持ちの独自ドメインサイト
2. 無料ブログ

この2つを使ってコツコツリンクを送る



3. SEOの構造とリンクの貼り方

SEOの構造

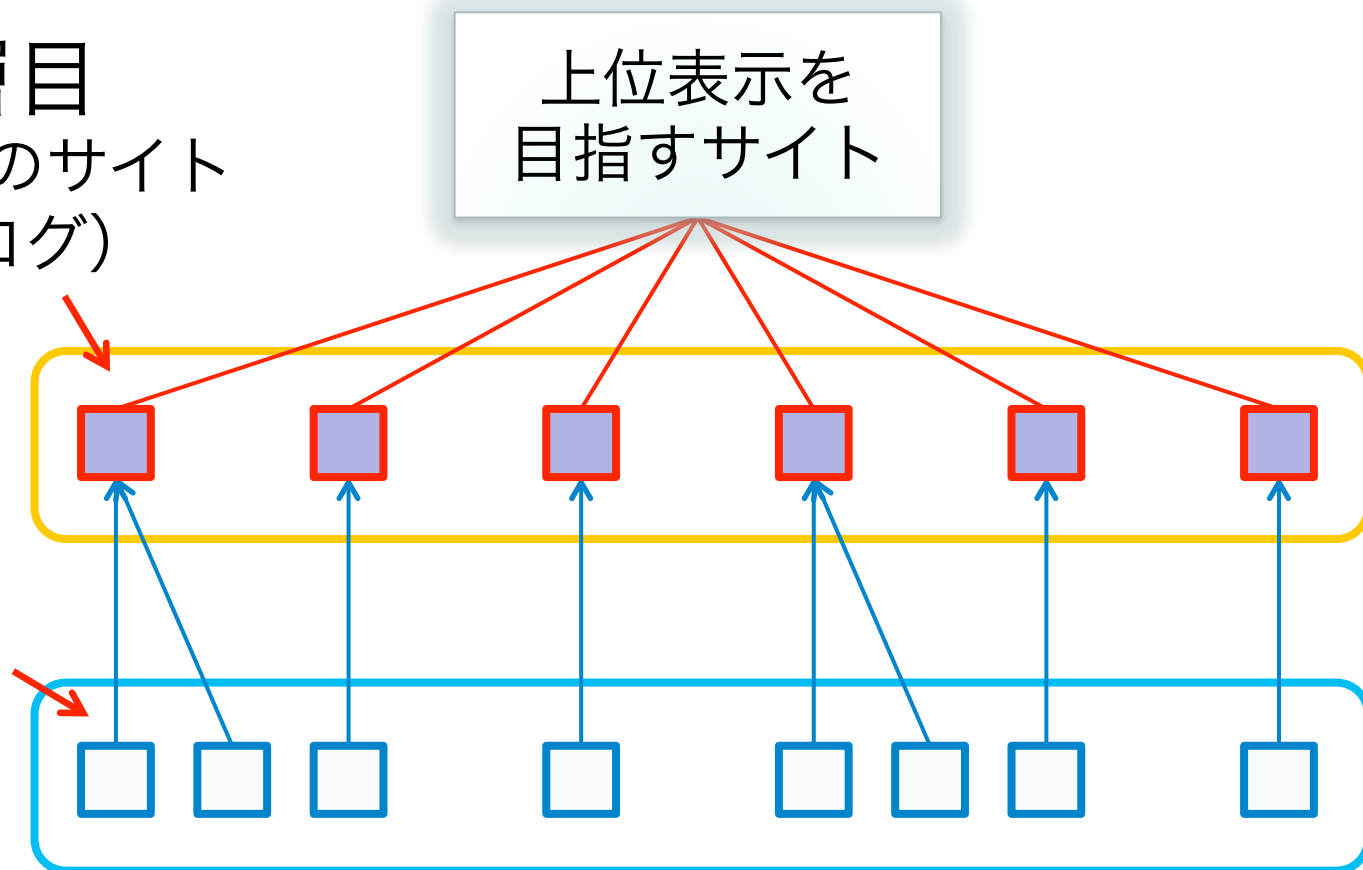


SEOは構造を目指す

リンクを構造化してSEOを進める

2階層目
独自ドメインのサイト
(無料ブログ)

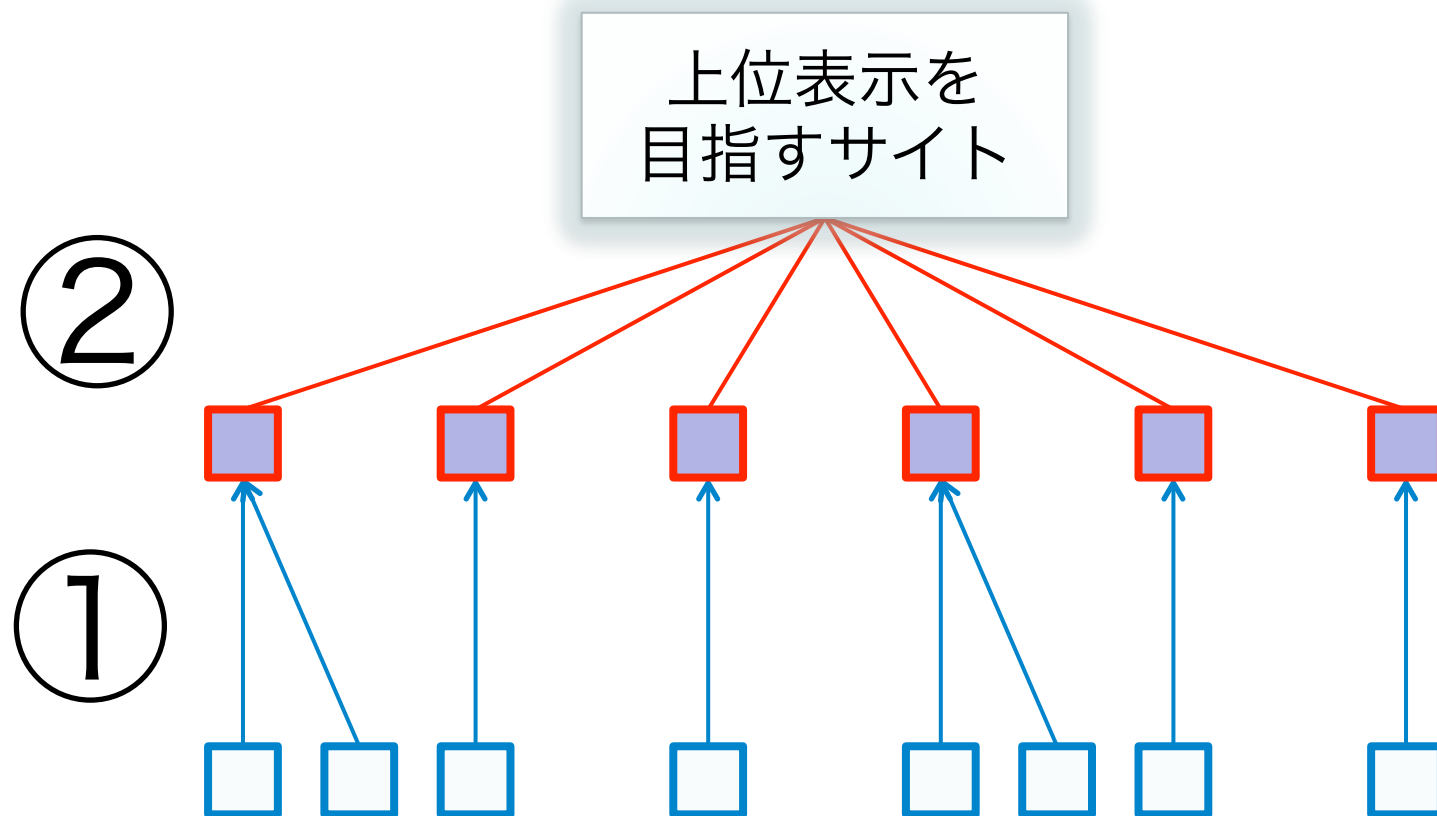
3階層目
無料ブログ



リンクをしていく順番

リンクは下から上に力を流すイメージ

- ① 3階層目から2階層目へ
- ② 2階層目から上位を目指すサイトへ



リンクの貼り方



リンクは基本的に文章中から貼る

- ① 3階層目から2階層目へ
- ② 2階層目から上位を目指すサイトへ

どちらのリンクをする作業も

400文字以上の文章中からリンクを貼る

文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章
文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章

文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章
文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章
文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章文章

リンク

リンクをする文章の内容

① 3階層目から2階層目へ

内容には特にこだわらずにニュースなどを元に文章を作成して文章中からリンクを貼る

② 2階層目から上位を目指すサイトへ

上位を目指すサイトの内容に合わせて、同じか近いジャンルの文章からリンクを貼る

例：ミュゼプラチナム 口コミの場合

脱毛 除毛 ムダ毛処理 エステなどの文章から

文章のネタ元になるサイト①

① 3階層目から2階層目へ

Yahoo!ニュース（全般）

<http://headlines.yahoo.co.jp/hl>

iza

<http://www.iza.ne.jp/>

ZAKZAK（スポーツ、芸能）

<http://www.zakzak.co.jp/>

デイリースポーツ（スポーツ）

<http://www.daily.co.jp/>

文章のネタ元になるサイト②-1

② 2階層目から上位を目指すサイトへ

Q&A系

Yahoo!知恵袋

<http://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

発言小町

<http://komachi.yomiuri.co.jp/>

教えてgoo

<http://oshiete.goo.ne.jp/>

文章のネタ元になるサイト②-2

ビジネス系

ダイヤモンド・オンライン

<http://diamond.jp/>

ウォーカープラス

<http://news.walkerplus.com/>

差をつけるのは書籍

ネット上にない情報は書籍にある場合も多い

Amazonでは数十円で買える本も豊富

「Amazon」

<http://www.amazon.co.jp/>

「Fujisan.co.jp」 （定期購読本も多数）

<http://www.fujisan.co.jp/>