

検索上位表示されないと
意味ないんじゃない？！

はじめに

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

下記の使用許諾契約書(以下「本契約」)は、ご購入者様(以下「甲」)と●丸(以下「乙」)との間の契約です。「商材タイトル」(以下「本テキスト」)のご購入を持って、甲は本契約のすべての条件に同意されたこととなります。本テキストの使用に際しましては、以下の記載条件にご注意下さい。

使用許諾契約書

第1条 使用権の許諾

乙は、本契約記載の条件に従い、甲が本テキストに含まれる情報を、本契約に基づき非独占的、再許諾不可能かつ譲渡不可能な権利を甲に対して許諾します。

第2条 著作権の帰属等

1. 本テキストに関する著作権、情報及びその他の全ての知的財産権は乙に独占的に帰属します。
2. 甲は、乙の書面による事前の承諾を得ることなく、本テキストの複製、第三者への賃貸、貸与、販売または譲渡、並びに一般公開できないものとします。加えて、甲は、乙の書面による事前の承諾を得ることなく、乙の顧客サービス(有償・無償を問わず営利目的または付加価値サービスとして第三者へ提供されるサービス)の一環として本テキストを使用することはできないものとします。

第3条 保証及び責任の限定

1. 乙は、本テキストに関しての一切の保証を行いません。また、乙は、本テキストの情報が甲の特定の目的に適合することを保証するものではなく、本テキストの紛失、盗難、事故及び誤用等に起因する甲の損害につき一切の責任を補償いたしません。
2. 甲が期待する成果を得るための使用及び使用結果につきましては、甲の責任とさせていただきます。本テキストの使用に起因して甲またはその他の第三者に生じた結果的損害、

付随的損害及び逸失利益に関して乙は一切の責任を負いません。

第 4 条 契約の解除

1. 甲が本契約に違反した場合、乙は本契約を解除することができます。
2. 乙は、本テキスト及びその副製物を破棄することにより本契約を終了することができます。
3. 本契約が解除された場合、甲は、速やかに本テキスト及び全ての副製物を甲へ返却するかまたは破棄するものとします。

第 5 条 損害賠償

甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、乙は、本契約の解除に関わらず、直ちに、甲に対して違反金として、違反件数に販売価格を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 6 条 守秘義務

1. 甲は、(a)本契約記載の内容、及び、(b)本契約に関連して知り得た情報につき、甲の書面による許諾を得ることなく第三者に開示、漏洩しないものとし、かつ、本契約における義務の履行または権利の行使に必要な場合を除き方法を問わず利用しないものとする。ただし、国家機関の命令による開示等正当なる事由に基づき開示する場合はこの限りではありませんが、その場合には乙に対して速やかに事前の通知を行うものとする。
2. 前項にかかわらず、以下の各号に定める事項については前項の適用を受けないものとする。
 - (1)開示を受けたときに既に公知である情報
 - (2)開示を受けた後、自己の責によらず公知となった情報
 - (3)開示を受ける前から、自己が適法に保有している情報
 - (4)第三者から、守秘義務を負わず適法に入手した情報
 - (5)乙の情報を使用または参照することなく独自に開発した情報
3. 前各項の規定は、本契約が解除、またはその他の事由によって終了した時であっても尚その効力を有するものとします。

第 7 条 個人情報

1. 甲は、乙が甲に関する以下の個人情報（変更後の情報を含みます。以下「個人情報」）につき必要な保護措置を講じた上で収集、利用することに同意します。
 - (a)氏名、性別、住所、生年月日、電話番号、メールアドレス等、甲が本マニュアルの使用許諾に基づきご購入時に届け出た事項
 - (b)甲から提供された問い合わせ内容及びアンケートへの回答内容等

2. 甲は、乙が、インターネットに関連する事業及びサービスの提供に関する事業において、以下の目的のために個人情報を利用することに同意します。

(a) サポートサービスの提供

(b) 契約の更新案内

(c) 乙の商材及びサービスに関する案内

(d) 乙の商材またはサービスに関連のある他社（個人を含む）商材の案内

(e) アンケート調査並びにキャンペーン、セミナー及びイベントに関する案内等のマーケティング活動

3. 前項に関わらず、以下のいずれかに該当する情報については、乙は開示の義務を負わないものとします。

(a) 乙または第三者の営業秘密またはノウハウに属する情報

(b) 乙内部の業務に基づき記録される情報であって、これが開示されると業務の適正な実施に著しい支障をきたす恐れがあると同社が判断した情報

4. 甲は、乙が本条第 2 項に記載される目的のために個人情報を利用することにつき停止の申し出を行うことができるものとし、乙は当該申し出を受けた場合利用停止の措置を講じるものとします。ただし、サポートサービスの提供または更新案内等、業務上必要な通知に同封または併記される案内、通知についてはこの限りではありません。

第 8 条 一般条項

1. 本契約は、本テキストの使用許諾に関し、本契約の締結以前に甲と乙の間になされた全ての取り決めに優先して適用されます。尚、乙は、甲への事前の通知を行うことなく本契約の内容及びその他の告知案内を変更できるものとし、当該変更がなされた場合、従前の本契約及び告知内容は無効となり、最新の本契約の内容及び告知内容が適用されるものとします。

2. 本契約は日本国法に準拠するものとします。本契約に起因する紛争の解決については、東京地方裁判所が第一審としての専属的管轄権を有するものとします。

もくじ

はじめに	2
もくじ	5
第1章：SEOとは？	6
(1) 何故、SEO が必要なの？	6
(2) SEO 対策していないサイトはどうなるの？	6
第2章：SEO って何をすればいいの？	7
(1) 内部要因対策とは？	7
(2) 外部要因対策とは？	8・9
第3章：バックリンクを集める方法	10
(1) 無料ブログからリンクを貼る	10・11
(2) 同じテーマの別サイトからリンクを貼る	12
(3) 自動登録リンク集へ登録する	152
(4) ソーシャルブックマークに登録する	162・13
(5) 相互リンクする	13
第4章：キーワード収集法	14
第5章：お役立ちサイト	15～17
おわりに	18

第1章：SEOとは、

Search Engine Optimization の略 訳すと「検索エンジン最適化」
もっと平たく言えば、「ホームページを検索結果の上位に表示させるのに、
検索エンジンに媚を売る行為」

(1)何故、SEOが必要なのか？

多くのインターネット利用者が調べものをするとき、検索エンジンを使って
「キーワード」で検索サイトを利用。

検索サイトは推奨順に順位付けして、1位から順番に検索結果を
表示するため、SEOが必要となる。

(2)SEO対策をしていないサイトはどうなるのか？

ために、「静岡 運送会社」と Yahoo の検索窓で検索してみると、
約 5,970,000 件のページが検索される。

そして、一体、何人の人が何ページ目まで確認するか？

10位まで・・・50% 20位まで・・・75% (2007年のデータ参照)

つまり、**少なくとも20位以内に表示されないと、**
時間も労力もかけて作成したホームページが**この世には存在しないのと**
同じことになる。

第2章：SEOって何をすればいいの？

- SEOには、
1. ホームページの中（内部要因という）
 2. ホームページの外（外部要因という）
- の2つの領域がある。

検索エンジン（クローラー）が、順位を決定する際、この内部要因と外部要因を見て、キーワードで表示させるのに相応しい順に、上から並んでいると考えられる。

（1）内部要因対策とは・・・

特定キーワードで検索エンジンにヒットさせるために、ページ内にターゲットキーワードやそれに関連するキーワードを記述することで、検索エンジンに対して、このページは何について書かれているページかということを認識させる作業

チェックポイント1

<title>タイトルタグ ここにキーワードが入っていないとダメ！

自分のホームページのソースを見るには、ホームページ上で右クリックして「ソースの表示」を出し、<title></title>で囲われた部分を確認する。

WEBデザイナーさんに、検索されたいキーワードに変更を頼んでください。

但し、やたらキーワードを羅列しすぎても検索エンジンの評判が落ちますので

ご注意を！ 20文字以内に抑えて、**最初の10文字**に重きを置く。

キーワードは2～3盛り込めば上出来。

(2)外部要因対策とは・・・

SEOでは、内部要因が適切に構築されている必要があるが、それだけでは差がつかない場合が多い。

そこで必要になってくるのが、外部要因対策。

外部要因とは、ホームページの外からどれだけリンクが貼られているか？

(バックリンクまたは被リンクという)リンクを集める行為。

検索順位決定の指標は200以上あると言われています。

中でも被リンクの量と質で得点が決まる。数だけあっても、質の悪いバックリンクの評価は低い。質の良いバックリンクでも数が少なければパワーが足りない。

- ・数とは、
よそのホームページからいくつリンクされているかということ
- ・質とは
リンクしてくれているホームページの評価がこちらにも影響する

質のいいサイトとは

- ・社会的信用、価値のあるサイト
- ・高ページランク
- ・長期間運営されている、歴史あるページ
- ・同じテーマ・関連するテーマサイト
- ・アダルトまたは反社会サイトでないこと
- ・まめに更新されているサイト

からのリンクであること

ページランクとは？

Googleは、独自のサイト評価方法としてGoogleページランクを土入しています。

数値は0～10まであり、数値が大きいほどGoogleの表かが高くなります。

数値 0 : 評価なしサイト…オープンしたばかり又は移転したばかりのサイト

数値 1～3 : 標準サイト…文字通り標準サイト

数値 4～6 : 人気サイト…ユーザーの需要があるサイト

数値 7～9 : ポータルサイト…玄関サイト (Google・Yahoo!・MSN・Infoseek など)

数値 10 : - …日本では1サイトのみ

サイト評価を調べるには、

Google PageRank Checker <http://pagerank.bookstudio.com/>

[Google Dance Checker](#) [トップページへ](#) [検索順位チェック](#)

Google PageRank Checker

URL	<input type="text"/>
<input type="button" value="PageRank Check!"/> <input type="button" value="Reset"/>	

使い方など

ツールバーが無くてもPageRankを調べることができます。

調べたいサイトのURLを入れてボタンを押していただくだけで page rankがわかります。

サイトの URL を入力して、Check ボタンを押すだけ。

※リンクをもらう際は、相手のページランクが低くても、そのページに貼ってあるリンクの数が少ないと効果が高い。

逆にページランクが高くても、ページからのリンクが多ければ効果が薄くなる。

サイトの評価方法は？

1. リンク
2. テキストマッチ
3. 更新頻度
4. ボリューム (ページ数の多さ)
5. ドメインエイジ
6. 厳密な HTML の文法

この6つの要素の中で、一番重要視されているのが、1. 2の被リンクの数です。

※ユーザーの入力するキーワードが、ページに含まれていることが検索結果に表示されるための条件のことをテキストマッチと言う。

- 評価指標が
- キーワード出現頻度
 - キーワード強調
 - キーワード位置 (注目度)
 - キーワード近接度

第3章：バックリンク（被リンク）を集める方法

1. 無料ブログからリンクを貼る
2. 同じテーマの別サイトからリンクを貼る
3. 自動登録リンク集へ登録する。
4. ソーシャルブックマークに登録する。
5. 相互リンクする。
6. (広告掲載・有料リンクする)

※被リンクには、 1. 一方リンク 2. 相互リンク があります。
どっちがいいかと言うと、一方的にリンクを貼られた方が、検索エンジンの評価は高くなる。

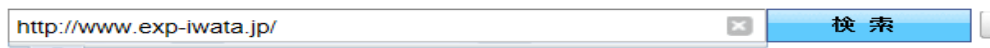
(1)無料ブログからリンクを貼る

注1) まずは、そのブログをキャッシュさせること。

※キャッシュとは？



検索エンジンの検索窓に、URLを入力して検索すると



ウェブ検索結果

[株式会社イワタ輸送センター | 静岡県袋井市・掛川市・磐田市・森町 ...](#)
静岡県袋井市・掛川市・磐田市・森町を網羅する運送会社。定期便からスポット便・緊急配送・貨切便、倉庫業務等の案内。
www.exp-iwata.jp/ - ブックマーク: 1人が登録 - キャッシュ - このサイト内で検索

サイト表示されることを言います。



キャッシュされていないと、検索エンジンは知らないのです、この世に存在しないのと同じ。
キャッシュさせる手段はいくつかありますが、まずはブログを数日投稿して見て下さい。

注2) リンクの貼り方には、2つある

1. サイドバーへお気に入りサイトとして登録すること
2. ブログ記事の本文中からナチュラルにリンクを貼る

※リンクを貼る時は、サイト名ではなく、キーワードでリンクを貼るのが鉄則！

私の場合を例にすると、

`運送会社 静岡`

`<a href"サイト名"target= "_blank">キーワード`のように、

`<a>`と``の間にキーワードで挟みます。

注3) 一つのブログサービスに集中せず分散する。

異なるドメイン・IPアドレスであること。

・ブログをいくつも持つのは効果的ですが、

アメーバ、FC2、269g、忍者、Seesaa など別のサービスを利用する。

(2) 同じテーマの別サイトからリンクを貼る

独自に別サイトを有料のサーバーとドメインを利用して作成する。
ブログ形式の MTOS (Movable Type) やワードプレス (Word Press) で作るのが
おススメです。

(3) 自動登録リンク集へ登録する

自動登録サイトの見つけ方

1. Yahoo!の検索窓へ、「自動登録サイト」と入力し検索
2. 表示されたサイトが無料なのを確認して登録していく。

(4) ソーシャルブックマークに登録する

ソーシャルブックマークとは？

- ・ ヤフーブックマーク

<https://login.yahoo.co.jp/config/login?.src=bmk2&.done=http%3A%2F%2Fbookmark.s.yahoo.co.jp%2Fmy>

- ・ ライブドアクリップ

https://member.livedoor.com/login/?next=http%3A%2F%2Fclip.livedoor.com%2Fclip%2Fadd%3Flink%3Dwww.xinhua.jp%2Fpress_release%2Fjapan%2F258524%2F&.sv=clip

- ・ はてなブックマーク

<https://www.hatena.ne.jp/login?location=http%3A%2F%2Fb.hatena.ne.jp%2Fadd>

↑ こういったサービスに提供されているウェブ上に公開されるブックマークのこと。これが被リンクとなる。

注1) Yahoo 検索窓で「ソーシャルブックマーク」検索してみる

注2) ソーシャルブックマークへ登録する際は、ID パスワード等ユーザー登録が必要
そのサイトをすでにブログや他に利用していれば、その ID・パスワードとなる。

注3) 登録内容は、「公開」にすること

これを「非公開」とか「個人」にすると

検索エンジンが見つけれられないので意味がない。

注4) 登録時の **サイトタイトル** は、上位表示したい **キーワード** で！

社名では意味がありません。

(5)相互リンクする

同業者に相互リンクをお願いすること。

注1) まずは、自分で相手のサイトのリンクを貼ってから、
丁寧な依頼メールを送ること

注2) サイトのランク評価が低いサイトとパワーを奪われる可能性がある。
そのため、相手も依頼先のサイトのリンクを貼るかどうかを吟味する。
依頼しても必ず貼ってくれるとは限らない。

「相互リンクの依頼メール」

サイト名 名前または管理人様 件名：相互リンクのお願い

突然のメール失礼いたします。「〇〇サイトの〇〇」と申します。

この度、貴サイトとの相互リンクのお願いをしたくご連絡をさせていただきました。
すでに貴サイトのリンクは、完了しています。

リンクを貼った先 URL : <http://〇〇〇〇〇〇〇〇〇>

もし、相互リンクをご承認頂ければ、以下を参考にリンクのご掲載をお願いします。

サイト : URL : <http://〇〇〇〇〇〇>

説明 : どんなサイトか書いてもらいたい説明文 (1行で短く)

※タグをご利用の方はこちらをコピーアンドペーストして下さい。

`運送会社 静岡`

何卒よろしくお待ちしております。

自サイト 名前または管理人

第4章：キーワード収集法

1. Yahoo!JAPAN 関連検索ワード



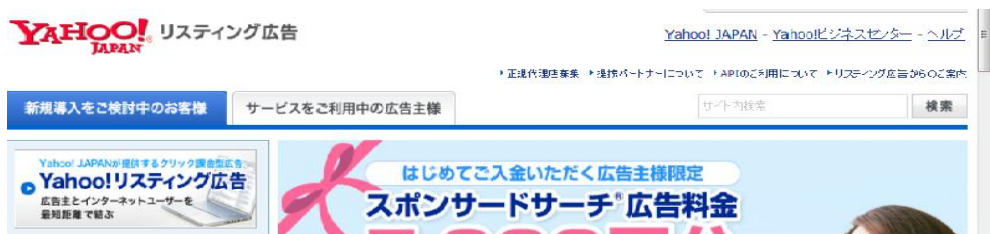
2. Google アナリティクス



3. Google アドワーズ



4. ヤフーリスティング



5. Yahoo! 知恵袋



e tc

ここに出てくる語句は、それなりの需要がある。

- キーワードを上位表示させるには

SEOの極意は、「絶対数」ではなく「相対性」で対策量を考えること！

自社のライバルサイトよりも1つでも多くリンクを貼ればOK。

第5章：お役立ちサイト

いずれも無料のお役立ちサイトのご紹介

Google PageRank Checker

<http://pagerank.bookstudio.com/>

サイト評価を調べる

[Google Dance Checker](#) [トップページへ](#) [検索順位チェック](#)

Google PageRank Checker

URL

使い方など

ツールバーが無くてもPageRankを調べることができます。

調べたいサイトのURLを入れてボタンを押していただくだけで page rankがわかります。

HTML 文法チェッカー

<http://openlab.ring.gr.jp/k16/htmlint/htmlintl.html>

タグの閉じ忘れなど、さまざまな HTML エラー発見に重宝

チェックしたいHTMLのURLを指定するか、HTMLを下のテキスト領域に直接記述して、[チェック] ボタンを押してください。巨大なHTMLは途中でちょん切られてしまうことがあります。[リセット] は全ての設定内容を初期状態に戻します。[クリア] はそれぞれの内容を消去します。

● URL

● DATA (DATA領域指定では文字コードの一致性はチェックできません)

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01//EN">
<html>
<head><title></title></head>
<body>

</body>
</html>
```

● FILE (あまり大きなファイルは受け付けません/Internal Server Errorとなります。日本語を含むファイル名はチェックできないことがあります)

キーワード出現頻度解析ツール

http://www.searchengineoptimization.jp/tools/keyword_density_analyzer.html

解析

SEOツールによる解析を行います。インターネット上のファイルを解析する場合は解析するURLを入力、ローカルのファイルを解析する場合は解析を行うにたいローカルのファイルを選択して、「解析」ボタンを押してください。

解析を行うURL:

解析を行うファイル:

ページごとの URL または作成中のテキスト原稿（テキストエディタ）どちらでも解析出来ます。サイトのキーワードの使い過ぎは、最悪、検索データベースから永久的に抹殺される危険があるので慎重に。理想的なキーワードの使用率は、「5%」いないとされています。

関連検索ワード

<http://www.sem-analytics.com/lab/unitsearch.php>

コトバの需要の多さを調べれる。

・キーワードの小技編

1. 間違いキーワード（漢字、ひらがな、カタカナ）
2. 英字をカタカナに
3. 関連ワードをできるだけ散りばめてロングテールを狙う

例) 運送会社 うんそうがいしゃ ウンソウガイシャ

競合被リンクチェックツール

<http://hanasakigani.jp/serp.html>

狙うキーワードと自社のサイト URL を入れて Check!ボタンを押すと、他社と自社との詳細が出てきます。SEO は、絶対的なものでなく、相対的に考えるので自社の競合他社より 1 個でも多く被リンクが必要。

ここに上位表示されているサイトを実際に見てみると無料の自動登録サイトがたくさん出てくるので、そちらに自分で登録するのも活用出来ます。

Google/Yahoo/MSN 順位検索ツール

<http://dw230.bglb.jp/rank/>

Google/Yahoo/MSN 順位検索ツール:SEO対策 無料

三大検索エンジン グーグル ヤフー MSN(Bing) から100件同時検索して自サイトの順位を表示します。

キーワードと URL を入力して **この条件で検索する** ボタンをクリック

三大検索エンジンから 100 件同時検索して自サイトの順位を表示

第6章：おわりに

最後まで、お読み頂きありがとうございます。

SEO 対策のまとめ

1. 1つの方法に集中せず、バランスよくバックリンクを貼る
2. 面倒なこと、費用のかかる施策が自分の利益を守る
3. 良質なリンク供給源を持つこと
4. 長期間にわたってリンクを貼り続けること

ここまで SEO の説明してきましたが、残念ながら、SEO だけではモノは売れません。「静岡 運送会社」で検索 1 位になっても、「袋井 運送会社」で検索する人には売れないように、検索する人のキーワードと合致した SEO をしてこそ、はじめて成果に繋がります。

その為にはどうするか？必要なのは、「マーケティング」

「マーケティング」とは、市場を作り出す行為

amazon の出現により、「パレートの法則（8：2の法則）」を覆す成果がインターネットビジネスでは、可能です。80%の少ない売り上げを横に横に展開していくことが可能な ロングテール（恐竜のしっぽ） でいろんなキーワードで勝負ができるのがメリットです。

※検索回数が少ないコトバが総アクセス数の大半を占める現象。

インターネットで集客力を上げるためには、いろんなキーワードからリンクの数を増やすこと。今回ご紹介した SEO 対策は、すでにプロの SEO 会社がやっている手法です。

これを、発注すると

A 社：1ワード 5万円／月 6か月保証 30万円

B 社：1ワード 20万円／月

C 社：5ワード 100万円／月

これ以外にも安かったり高かったりしますが、平均1ワード1回限りの SEO で最低5万円月額費用がかかりそれも永遠にかかり続けることとなります。

少しでも理解した上で、SEO 会社の言いなりではなくご自身で判断できる材料として頂ければ幸いです。

天野 恭子

2012年3月3日

「運送会社の社長のための SEO 講座 検索上位表示されないと意味ないんじゃない?!」

Copyright (C) 2012 天野 恭子. All Rights Reserved.