

激変!Googleアップデート 緊急対策 セミナー

2018年8月のGoogle順位変動に対応し順位アップするコンテンツ作成術

講師：(社)全日本SEO協会 代表理事 鈴木将司

制作著作：一般社団法人 全日本SEO協会 代表理事 鈴木将司

<http://www.web-planners.net>

<http://www.zennihon-seo.org>

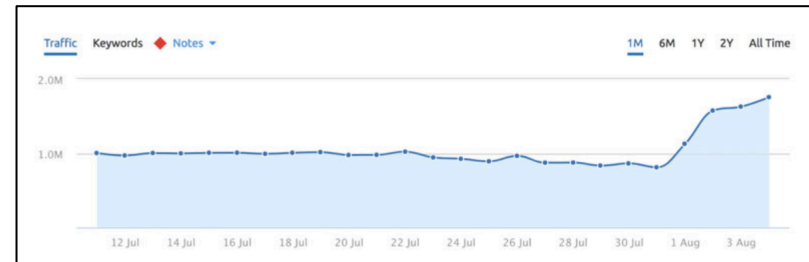
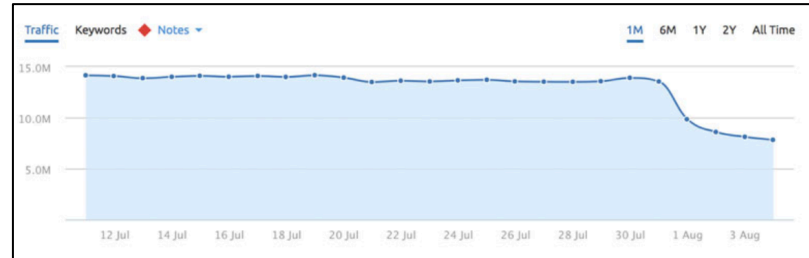
目次

- 2018年8月のコアアルゴリズムアップデートの特徴
- Googleの公式発表の内容
- 現在のGoogle上位表示対策の優先順位
- 8月のコアアルゴリズムアップデートで順位が落ちたページの共通点
- 8月のコアアルゴリズムアップデートで順位が上がったページの共通点
- 順位が落ちたページと上がったページの比較まとめ
- 検索順位回復をするための5つのステップ
- 検索順位が上がるページの新規作成方法
- 今後のSEOで勝ち抜くために必要なスキル
- 結論

2018年8月のコアアルゴリズムアップデートの特徴

- 8月1日のGoogleコアアルゴリズムアップデートはペンギンアップデート以来の順位変動を引き起こした！

(1) 海外のSEOニュースサイトではペンギンアップデート以来の順位変動騒ぎになっている



※ コアアルゴリズム = Googleの検索順位を算定するための計算式の中でも影響力の高い重要な計算式のこと

※ ペンギンアップデート = 2012年にGoogleが実施した過剰最適化したサイトの順位を落とすためのアップデート。特に不正リンクを増やしたサイト、キーワードの詰め込みをしたサイトの順位が落とされた

(2) 鈴木将司のクライアント企業の例でも、今回のコアアルゴリズムアップデートによって有利になったサイトの順位上昇率、不利になったサイトの順位下落率はペンギンアップデート以来の幅がある

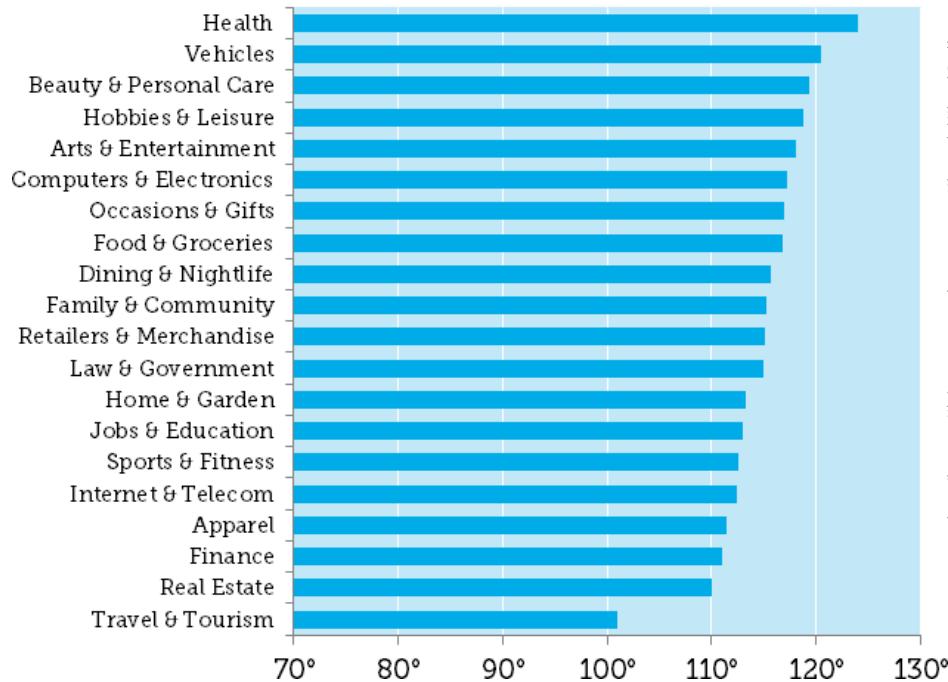
例: 圏外 → 1ページ目表示

1位 → 18位に落ちた 等...

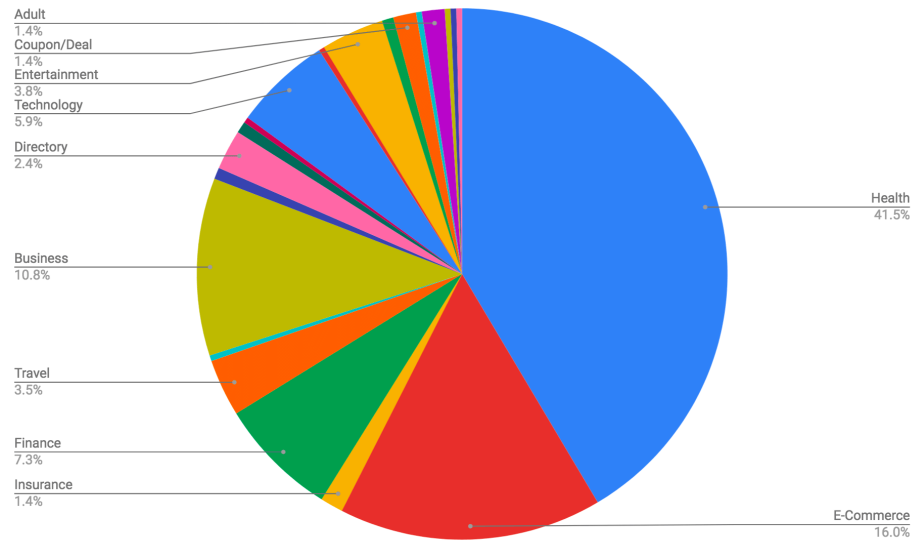
● どの業種が特に影響を受けて順位が変動したのか？

・海外のSEOニュースサイトによると医療・健康関連のサイトが最も影響を受けたという

MozCast Temps by Category (Aug 1)

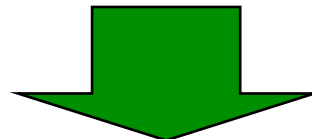


<https://moz.com/blog/googles-august-1st-core-update-week-1>



<https://www.seroundtable.com/google-medic-update-26177.html>

・確かに、日本でも整体院・治療院、病院、歯科医院のサイトの順位変動の報告が他の業種よりも多いことは事実



・しかし、整体院・治療院、病院、歯科医院のサイト以外にも大きな順位変動の報告が多数あることも事実

鈴木将司の個別コンサルティング先、全日本SEO協会会員企業の中で今回のアップデートの影響で順位が落ちたと報告が来た業界は：

医療(病院、クリニック、歯科医院、医療雑誌)

健康(整体・治療院、健康食品)

美容(コスメ、エステ)

教育(語学学校、資格専門学校、学習塾、コンサルティング)

物販(既成品販売、中古品販売、オーダーメイド品販売)

物品買取(高級品買取)

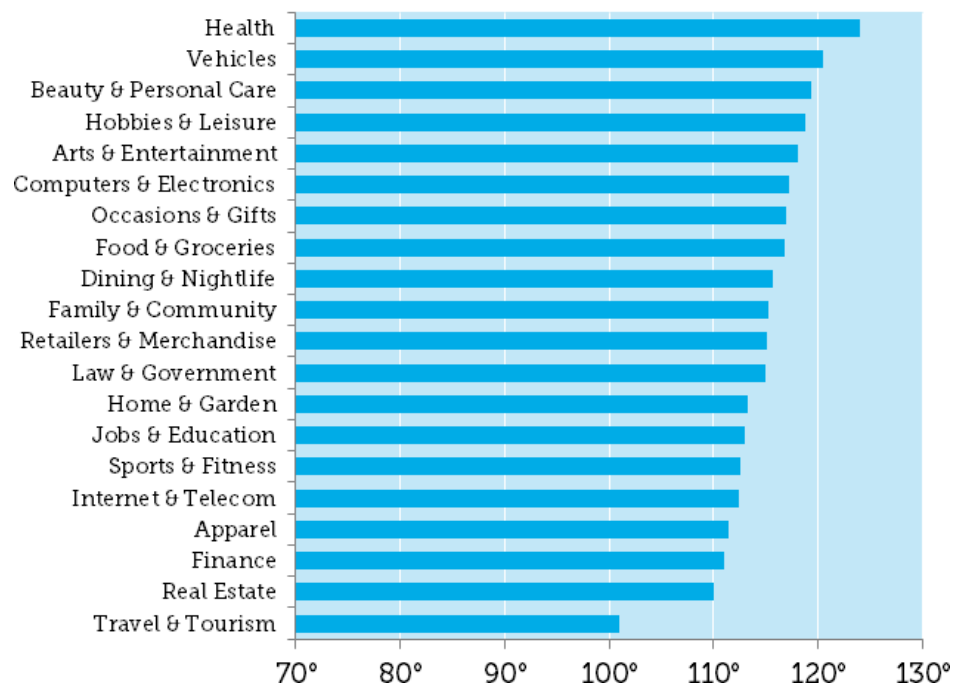
不動産(賃貸、買取)

求人

となっており、決して、医療・健康業界のサイトだけが影響を受けたわけではない。

つまり、今回のコアアルゴリズムは全ての業界のサイトに順位変動という影響を与えた！

MozCast Temps by Category (Aug 1)



■ Googleの公式発表の内容

 **Google SearchLiaison**
@searchliaison



This week we released a broad core algorithm update, as we do several times per year. Our guidance about such updates remains the same as in March, as we covered here: twitter.com/searchliaison/...

Google SearchLiaison @searchliaison

Each day, Google usually releases one or more changes designed to improve our results. Some are focused around specific improvements. Some are broad changes. Last week, we released a broad core algorithm update. We do these routinely several times per year....

1:22 AM - Aug 2, 2018

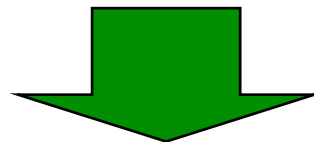
♡ 407 💬 490 people are talking about this

<https://twitter.com/searchliaison>

This week we released a broad core algorithm update, as we do several times per year. Our guidance about such updates remains the same as in March, as we covered here: <https://twitter.com/searchliaison/status/973241540486164480> ...

『今週、当社では広範囲なコアアルゴリズムのアップデートを実施しました。これまでコアアルゴリズムのアップデートは年数回実施されています。当社のこのコアアルゴリズムのアップデートへの対策のアドバイスは3月のものと同じです。詳細は

<https://twitter.com/searchliaison/status/973241540486164480>
を御覧下さい。』



- 2018年3月、4月のGoogleアルゴリズムアップデートで上位表示法則が変化した

それは・・・

「検索キーワードとの関連性が低いコンテンツの順位が下げられる」

という法則。

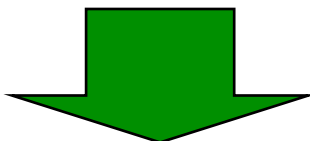
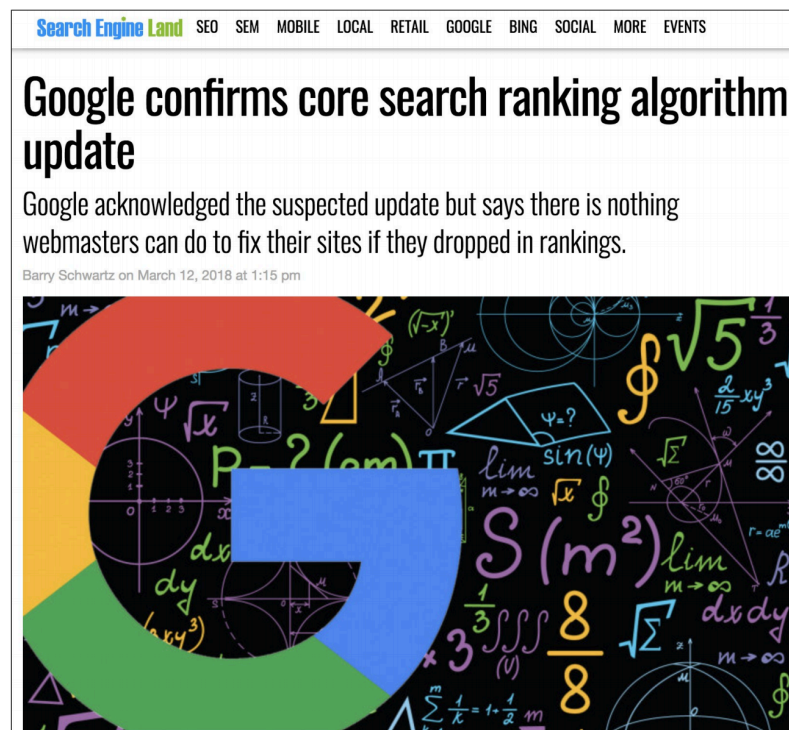
SEOニュースサイト「Search Engine Land」の報道によるとGoogleは3月初旬に広範囲なコアアルゴリズムのアップデートを実施した。

Google confirms core search ranking algorithm update
Google acknowledged the suspected update but says there is nothing webmasters can do to fix their sites if they dropped in rankings.

『Googleが検索順位を決めるコアアルゴリズムのアップデートを実施。

GoogleがSEO業界内で推測されていたアルゴリズムアップデートを認め、今回のアップデートに対して検索順位が落ちたサイトのサイト管理者が出来ることはないと発言』（2018年3月12日）

<https://searchengineland.com/google-confirms-core-search-ranking-algorithm-update-293961>



さらにその約一ヶ月後にもう一つのSEOニュースサイト「Search Engine Journal」がGoogleが3月初旬に実施した広範囲なコアアルゴリズムのアップデートは品質が低いコンテンツがあるサイトの順位を落とすものではなく、検索キーワードとの関連性が低いコンテンツがあるサイトの順位を落とすものだということを報道した。

Google's John Mueller has confirmed the March 7th algorithm update did not necessarily target low quality sites. Rather, it had more to do with content relevance.

『Googleのジョン・ミュラー氏は3月7日のアルゴリズムアップデートは品質が低いサイトをターゲットにしたものではなく、むしろコンテンツと検索キーワードとの関連性をターゲットにしたものだと発言した』



(Search Engine Journal 2018年4月11日)

<https://www.searchenginejournal.com/google-confirms-march-7th-algorithm-update-relevance-not-quality/248707/>

→ つまり、検索ユーザーが検索した検索キーワードと私達が作るWebページにあるコンテンツに……

1、関連性が高いと検索順位が高くなる

2、関連性が低いと検索順位が低くなる

ということ。

ということは、自社のWebページの検索順位を高めるためには検索ユーザーが検索したキーワードと関連性が高いページを作らなければならない！

■ 現在のGoogle上位表示対策の優先順位

8月のコアアルゴリズムが導入されたことによりSEOの優先順位、つまりGoogle上位表示対策で効果があるものの順番は次のようになった:

現代のGoogle上位表示対策の優先順位

1、クエリー(検索キーワード)に対して的確な答えを返すコンテンツを作る【関連性】

→ 検索ユーザーが検索したキーワードと関連性が高いページを作る

※ クエリとは、データベースからデータを抽出したり操作したりといった処理を行うための命令のことである。「問合せ」と訳されることもある。(Weblio辞典)

テキスト検索エンジンのGoogle検索においてクエリとは = 検索ユーザーが入力した検索キーワード

2、Googleからの流入を増やす【トラフィック】

→ Googleからのアクセス数を増やすためにニーズの高いコンテンツを載せたWebページを増やす

3、エンゲージメントを高める【ユーザーエンゲージメント】

→ ユーザーの平均ページビューを増やし、サイト滞在時間を伸ばし、Google検索結果ページへの直帰率を減らす

4、被リンクを増やす【被リンク】

→ 他人のサイトから自社サイトを紹介してもらう(リンクを張ってもらう)

5、内部最適化をする【内部対策】

→ タグの調整、キーワードをページ内に増やす等

■ 8月のコアアルゴリズムアップデートで順位が落ちたページの共通点

相談が寄せられた多種多様なWebページを分析した結果、
次のうち1つあるいは、複数に該当するWebページの順位が落ちたことがわかった！

DOWN

1

競合他社のページよりも文字数を増やすために文字数をむやみに増やしたページ

検索ユーザーが求めるコンテンツを載せることが重要であり、単に文字数を増やすだけでは検索ユーザーが求めているコンテンツが多いページになってしまい、検索順位は上がらなくなる。

検索ユーザーが求めているコンテンツ = ノイズ(雑音)

順位が落ちたページを確認して、そうしたことをしている部分があるようならば、それらを削除する。

ただし、ノイズを削除するだけだと順位が復活しないことが多い。順位を復活させるためには、ノイズを減らしながら、同時に関連性の高い文章を増やすことが必要。

(例)

ページ内に500文字ノイズがあったらその500文字をページから削除して、極力500文字近くの関連性の高い文章を増やす。

- 今回のコアアルゴリズムアップデートにより非常に多くの整体院・整骨院・治療院のトップページの検索順位が落ちている

この業種のトップページでよくあるパターンが縦長のページで、今回順位が大幅に落ちたトップページの構成は・・・

(1) 文字数が4000文字を超えているような縦長のページ

(2) その内容が検索ユーザーの検索意図を無視した独りよがりの情報発信になっている

→ 「整体院 名古屋」、「整骨院 横浜」、「治療院 池袋」などの院のサイトのトップページでユーザーが見たいコンテンツ = 検索意図 は院の全体的な説明を薄く広く見たいという意図

・この検索意図を満たすための推奨コンテンツ

- (1) お店としての挨拶
- (2) 店長自己紹介
- (3) 当店の特徴、当社が選ばれる理由
- (4) 提供サービスと一覧と各提供サービスの詳細ページへのリンク
- (5) 店内・外観写真とその簡単な説明
- (6) アクセス情報
(Googleマップ、営業時間、所在地、連絡先)



- この検索意図に逆らうノイズコンテンツでよくあるのが・・・

(1) 患者さんの声が4人以上載っており、かつそれぞれの声が500文字を超える長文

→ 4人 × 500文字 = 2000文字

2000文字もの患者さんの声はノイズになりやすい。

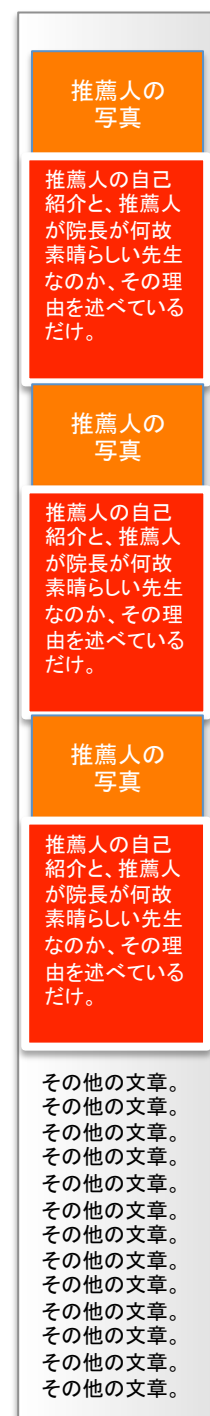
検索ユーザーである患者さんは院の情報を探しているのに、院に来た他人の個人的な体験談や院に依頼されて書かされた院を持ち上げる絶賛の声を見に来たのではない → ノイズになる！

(2) 推薦人が書いた推薦の声が多数ある

→ 3人 × 400文字 = 1200文字

1200文字もの推薦人の声はノイズになりやすい。

検索ユーザーである患者さんは院の情報を探しているのに、院の経営者に依頼されて書かされた推薦の声をいくつも見に来たのではない → ノイズになる！



(3) 検索ユーザーを説得するための長文の売り込みの文章 = 自分の院がいかに素晴らしい院なのかを自慢する文章

→ 数千文字も自己PR文を読まされるのは苦痛。特に、スマートフォンユーザーがスマートフォンでサイトを見る時は院を探すための時間が少なく、炎天下、日差しが強い屋外という劣悪な環境化でそうした独りよがりの長文を読む時間は無い。

(4) マスコミ掲載実績や、エキテン等のポータルサイトでいかに評価が高いかを自慢するコンテンツが多い

→ 確かに院の信頼性を高めるためにこうしたコンテンツはある程度必要だがそれらはあくまで脇役であり、検索ユーザーが探している情報は院の全体像を広く薄く知りたいということ

(5) 院の紹介ではなく、院の提供する治療方法について深く長文で解説している

→ 「整体院 名古屋」、「整骨院 横浜」、「治療院 池袋」などのキーワード検索した時は院のことを知りたいので、治療方法の詳細までは知りたくない。治療方法が知りたくなったときのために治療方法の詳細説明をするページにリンクを張るのは良い。

(6) 院の紹介とは無関係な施術内容のQ&Aが多数ある

→ 検索ユーザーが見たいのは院の全体的な説明なので、施術内容に関するQ&Aページは施術紹介ページか、Q&Aページに移動すべき

(7) 副業で販売している健康器具の宣伝情報が目立っている

→ そうした情報はトップページではなく、健康器具紹介の専用ページを作ってそこで宣伝すれば良い

体の細胞の中からキレイに！ 当院自慢の「サーモウェーブ」



温熱療法で体スッキリ！そのわけは・・・

サーモウェーブは温熱療法的一种で、体の表面からではなく、細胞自体に熱を与えます。そうする事によって体が心から温まり、新陳代謝が高まる事により、体の中にたまった老廃物が汗となってでていく、これがサーモウェーブ!!
しかも、ただ中に入って40～50分程寝て頂くだけ!

民間療法では日本に3台しかありません。

生活習慣病、高脂血症、高血圧・低血圧、ヘルニアの痛み腰痛、ムチウチ、糖尿病、冷え症、便秘気味の方など・・・

▶ サーマウェーブの詳細はこちら

(8) サイドメニューに数十個の各治療案内ページへのリンクがある

→ 検索ユーザーが見たいのは院の全体的な案内メニュー。それなのにその院が提供する腰痛治療、坐骨神経痛治療など各治療案内ページにサイドメニューから数十個もリンクを張ってしまったらそのページのテーマは各治療案内ページの目次ということになり、院の全体的な案内メニューではなくなってしまう。

サイドメニューやフッターから各治療案内ページにリンクを張りたい場合は、最大10ページへのリンクに絞り込み、その下に「もっと見る」というリンクをつけて、それをクリックすると数十の各治療案内ページにリンクを張っているページが見れるようにすれば良い。

【結論】

一時期流行した縦長のセールスレター型ページ、LP型の広告ページでは上位表示できなくなった。

ノイズを減らし、この検索意図を満たすための**推奨コンテンツ(1)**から**(6)**を増やせば順位が上がりやすくなる！

サイトロゴリンク テキストリンク1 テキストリンク1 テキストリンク1

カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ

HOME > パンクザリストリンク

院の全体的な案内ページ

院の全体的な案内についての本文

DOWN

施術1のページ
施術2のページ
施術3のページ
施術4のページ
施術5のページ
施術6のページ
施術7のページ
施術8のページ
施術9のページ
施術10のページ
施術11のページ
施術12のページ
施術13のページ
施術14のページ
施術15のページ
施術16のページ
施術17のページ
施術18のページ
施術19のページ
施術20のページ
施術21のページ
施術22のページ
施術23のページ
施術24のページ
施術25のページ
施術26のページ
施術27のページ
施術28のページ
施術29のページ
施術30のページ
施術31のページ
施術32のページ
施術33のページ
施術34のページ

サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ



【事例】
8月1日から順位が1ページ目上昇したトップページの例
(三宮 整体)

052-253-7968
なごやの森
ご予約はこちら

HOME | メニュー | 施術の流れ | お客様の声 | 予約システム | 店舗紹介

本物の小顔矯正、姿勢矯正でハッキリと効果がわかる！

新規予約1人1予約が10名の証!
名古屋市の姿勢・骨盤・小顔矯正専門店、それが、なごやの森です

なぜ 激戦区の名古屋で 女性を中心に数多くの支持を得ているのか?

なごやの森のここがスゴイ! 選ばれる4つの特徴

1. 1回で効果を実感
2. 骨格をクリアしたプロの治療家
3. 根本改善とオーダーメイドの治療
4. 徹底したカウンセリングとアフターフォロー

沢山の方が来院されるには理由がある
なごやの森の6つの理由!

STEP 1 施術者が経験豊富!
STEP 2 アットホームな店内
STEP 3 スタッフ数が少なからずご納得の施術!
STEP 4 値段が安く、安心して受けられる施術!
STEP 5 施術者の年齢が、若く、年寄り過ぎず!!
STEP 6 施術も安心!

なごやの森の小顔矯正とは
1回で効果が実感
施術の流れ
小顔矯正とは、骨格矯正に特化した最先端医療です。
顔ある整体師なので、なごやの森で施術を受ける方は、顔全体の歪みやたるみを、全身矯正と同時に改善していただけます。
1回で効果が実感
お客様の声
施術の流れ
プライマルをひかえている方

なごやの森は、骨格矯正に特化した最先端医療です。顔ある整体師なので、なごやの森で施術を受ける方は、顔全体の歪みやたるみを、全身矯正と同時に改善していただけます。

ご存知でしょうか? 骨や骨の周り・骨盤などの不具合は原因の9割は、顔や姿勢の歪みからなんです!

美しい顔容と、キョッと躍らせた笑顔のいい相違で、あなたらしさを輝かせることができます!

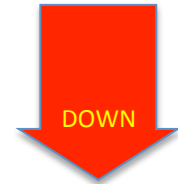
なごやの森

診療科目	姿勢矯正・骨盤矯正・小顔矯正 矯正専門
所在地	愛知県名古屋市中区丸の内1-12-2F
電話番号	052-253-7968
受付時間	10:00~21:00
定休日	不定休
その他	姿勢矯正・骨盤矯正・小顔矯正 認定施術師 オキシジェット導入済み

新着情報
2016.11.10
施術予約受付終了のお知らせ!

ホーム | メニュー | 施術の流れ | お客様の声 | 予約システム | 店舗紹介

052-253-7968
なごやの森
ご予約はこちら



順位が下がった
トップページの例

検索結果のスクリーンショット。検索ワード「小顔矯正」で表示された結果一覧。順位が下がったトップページの例を示している。

ユーザーは知識ページを探しているのに、ページ内に商品・サービスの宣伝部分が多いページ

検索ユーザーの検索意図が知識ページを読みたい という場合は
100%知識を無料で提供する解説ページにしなくては上位表示出来なくな
った。

「坐骨神経痛」で1位

このページのデザインは、知識提供よりも販売促進に重点が置かれています。上部には「教えて！先生！腰痛の専門医による安心アドバイス」というキャッチフレーズがあり、医師のイラストや写真が多用されています。ナビゲーションメニューには「坐骨神経痛」に関する様々なサービスが並べられています。本文には「坐骨神経痛とは？」「坐骨神経痛の原因」「坐骨神経痛の症状」などの見出しがあり、しかし内容は非常に浅く、読者の疑問を完全に解消するほどの知識を提供していません。また、ページ下部には「あいちせほ病院」の連絡先や受付時間などの情報が大きく表示されています。

「坐骨神経痛」で2位

このページは、知識提供に重点を置いたデザインです。検索結果の上部には「坐骨神経痛、長く考えたい対策」という見出しがあり、本文は「坐骨神経痛とは？」「坐骨神経痛の原因」「坐骨神経痛の症状」などの見出しで構成されています。内容は、坐骨神経痛のメカニズムや原因、症状、診断方法、治療法について詳しく説明しています。また、ページ下部には「あいちせほ病院」の連絡先や受付時間などの情報が表示されています。

「坐骨神経痛」で3位

このページは、T-PECというサービスを提供しているページです。検索結果の上部には「T-PEC」という見出しがあり、本文には「坐骨神経痛とは？」「坐骨神経痛の原因」「坐骨神経痛の症状」などの見出しで構成されています。また、ページ下部には「あいちせほ病院」の連絡先や受付時間などの情報が表示されています。

「坐骨神経痛」で37位

このページは、非常に宣伝色が強いデザインです。検索結果の上部には「整骨院」という見出しがあり、本文には「坐骨神経痛、ヘルニアでお困りの方ご相談下さい」というメッセージが繰り返されています。また、ページ下部には「あいちせほ病院」の連絡先や受付時間などの情報が表示されています。

前半は坐骨神経痛の解説で
後半は自分の院のセールス情報。
サイドメニューやフッターもノイズ
が多い。

このページは、非常に宣伝色が強いデザインです。検索結果の上部には「坐骨神経痛、ヘルニアでお困りの方ご相談下さい」というメッセージが繰り返されています。また、ページ下部には「あいちせほ病院」の連絡先や受付時間などの情報が表示されています。

DOWN
5

本文部分は検索キーワードに対する的確な答えになっているが、サイドメニューなどのページ内リンクのリンク先が検索キーワードとは関連性が低いページ

検索ユーザーもGoogleも、本文部分だけでなく、サイドメニューやヘッダー、フッターメニューも見ている。本文以外のそうしたところも関連性が高いページへのリンクが多くなると検索ユーザーが見たいページではなくなり順位が上がらなくなる。極力、サイドメニューやヘッダー、フッターメニューも関連性の低いページへのリンクは最低限に抑えて、関連性の高いページへのリンクが目立つようにページのデザインを変更すべき。

サイトロゴリンク テキストリンク1 テキストリンク1 テキストリンク1

カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ

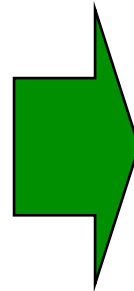
HOME > パンくずリストリンク

施術Aのページ
施術Bのページ
施術Cのページ
施術Dのページ
施術Eのページ
施術Fのページ
施術Gのページ
施術Hのページ
施術Iのページ
施術Jのページ
施術Kのページ
施術Lのページ
施術Mのページ
施術Nのページ

施術A
施術Aについての本文

DOWN

サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ



サイトロゴリンク テキストリンク1 テキストリンク1 テキストリンク1

カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ

HOME > パンくずリストリンク

施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ
施術Aの詳細ページ

施術Bのページ
施術Cのページ
施術Dのページ
施術Eのページ
施術Fのページ

施術A
施術Aについての本文

UP

施術Aの関連ページへのリンクを3件から6件くらいまで

サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ
サイトマップ サイトマップ サイトマップ サイトマップ

検索ユーザーがGoogleで「税理士」で検索したら・・・

検索意図1「税理士事務所の案内が見たい」

検索意図2「税理士の意味を知りたい」

検索意図3「税理士の資格が取りたいので参考情報が見たい」

2つ以上の検索意図を満たそうとしても、中途半端になり、どちらの検索意図を持っているユーザーにとっても満足のない内容になり、直帰率が高まり、Googleからの評価が下がる。

サイトロゴリンク テキストリンク1 テキストリンク1 テキストリンク1

カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ カテゴリ

HOME > [パンくずリストリンク](#)

検索意図1「税理士事務所の案内」

税理士事務所の案内についての本文

検索意図2「税理士とは？」

税理士の意味、役割についての本文

DOWN

事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細
事務所案内詳細

施術Bのページ
施術Cのページ
施術Dのページ
施術Eのページ
施術Fのページ

サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ

サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ

サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ

サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ
サイトマップ

上位表示しやすいトップページは、文章や、リンク先がいつ見に来てもほとんどかわらず比較的固定しているページ。

順位が不安定、落ちやすいページは見に来る日によって文章や、リンク先が異なる流動的なページ。

ページ内の全ての文章やリンク先を固定するのは無理でも、流動的な部分はページ全体の20%以下に抑えたほうが上位表示しやすくなる。

【流動コンテンツになりやすいもの】

- ・サイトの新着情報
- ・ニュース記事へのリンク
- ・新着商品へのリンク
- ・最新のブログ記事へのリンク
- ・最新レビュー(お客様の声)

こうした流動コンテンツになりやすいものはページに載せるとしてもページ全体の20%以下に抑えるためにそれぞれ直近5件程度の表示にして、それ以上見てほしい場合は、「もっと見る」というリンクを張り他のページにユーザーに行ってもらうようにすると良い。




検索意図に沿った内容でなくても、外部サイトからリンクを張ってもらってGoogleからの評価が高かったサイトが上位表示している傾向が未だあったが、8月以降順位を落とされた。


被リンクは重要だが、被リンクだけで上位表示出来る時代は終わった。
特に、不正リンクの効果に依存してたサイトの順位が落ちた。


- ※不正リンク = (1) お金を払ってリンクを張ってもらうこと
(Googleは広告リンクを無視して評価しないようにしている)
- (2) 他人のふりをしてたくさんのサイトを造りそこからリンクを張ること


2 質と量で他社を圧倒的に凌駕する [] の外部施策

通常、7~8,000程度の外部リンクを保有している業者であれば多いと言われる外部リンクですが、弊社は約100万の外部リンクを確保しており競合のSEO業者と圧倒的な差別化をはかっております。

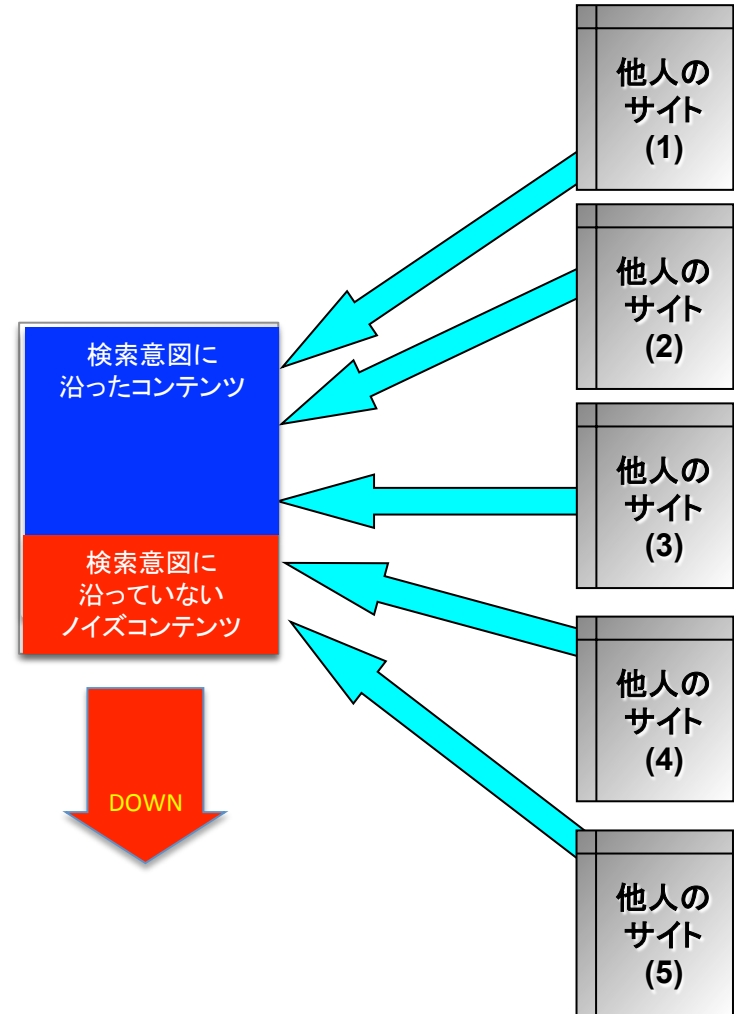

外部リンク


外部リンク


外部リンク



ドメイン名	RR	価格	AGE	BL	BLD	SM	BPT	備考
- *****.org	3.74	20,030円	2003	806	132	15	166	政 f
- ****.com	4.06	89,090円	2002	23555	267	129	211	公 su f
- *****.com	3.57	8,830円	2014	424	39	77	42	f
- *****.jp	0.95	3,940円	2015	20	13	431	7	N f ●
- *****.jp	4.93	285,460円	2008	1330	108	718	231	教 N w f v Bi ●
- *****.org	1.17	5,280円	2012	37	21	16479	12	教 専 f
- *****.com	3.71	17,190円	2001	279	101	1	82	教 公 ●



■ 8月のコアアルゴリズムアップデートで順位が上がったページの共通点

UP
1

新しいサイト

サイトの作者がしっかりと検索意図を理解して新しくサイトを作ると検索意図に沿っていることが評価されて上位表示しやすいという現象がある。(スッキリとしてキレイ)

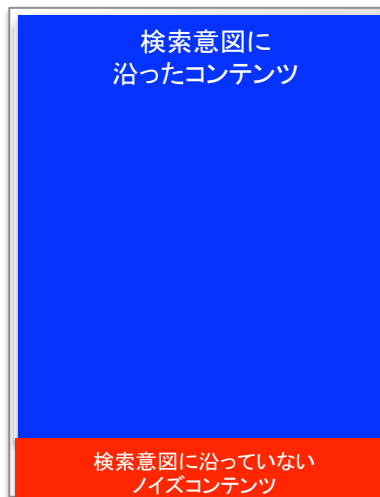
一方、古いサイトであればあるほど最初は検索意図に沿った内容のページでも、時とともにサイト運営者がユーザーに伝えたい情報が増えていき、ごちゃごちゃしてくる(汚れてくる)

長年サイトを運営している人がこうした現象を見ると「何故あんなに実績の無いサイトがうちのサイトよりも上位表示しているんだ!!」だとか、「うちのサイトのほうがページ数も多く、外部サイトからのリンクが多いはずだ!」と憤慨することがある。

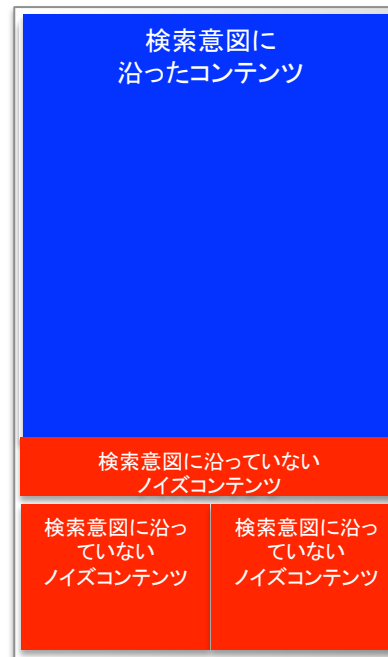
こうした場合は、順位が落ちたページの内容を見直してノイズを探しノイズがあったら削除して、検索意図に沿った内容のコンテンツを追加するべき。

それが出来ない場合は、そのページを完全にリニューアルしてスッキリした状態で再スタートするべき。

新しいサイト



古いサイト



無名なサイトのシンプルなページ

8月のアップデートまでは、コンテンツが少ないページで、被リンクも少なく、サイト内のページ数も少ない無名なサイトにあるページは上位表示していなかった。

しかし、8月のアップデートからは、検索意図に沿ったページであるかが重要な順位決定要因になったので、無名なサイトのページでもノイズが少ないシンプルなページであればそのコンテンツが検索ユーザーの検索意図に沿ったものであれば上位表示しやすくなった。

唐津の弁護士事務所 高崎法律事務所 初めての法律相談大歓迎！

HOME スタッフブログ お問い合わせ

平日 9:00~18:00 土曜 9:00~12:00
☎ 0955-70-0315
お電話一本で解決できる悩みもありません。

高崎繁行 法律事務所
TAKASAKI SHIGEYUKI LAW OFFICE

初めての相談 債務整理 民事事件 刑事事件 事務所紹介

唐津くんち

依頼者様の笑顔が、私たちの力です。

News 事務所からのお知らせ

2009-03-13
アストします。▶

INFORMATION
高崎繁行 法律事務所
〒847-0041
唐津市千代田町2109-17
くりはらビル1 階
TEL 0955-70-0315
FAX0955-70-0316

<< 2018年9月 >>
日 月 火 水 木 金 土
・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ 1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30 ・ ・ ・ ・ ・

営業時間
平日 9:00~18:00
土曜 9:00~12:00
日曜・祝日 定休日
詳しい内容はこちら▶

スタッフブログ
唐津の晴景配信中

弁護士会
Saga Bar Association

裁判員制度
最高裁判所のサイト

日本司法支庁センター
ネオテラス

刑事事件
■裁判員制度
裁判員に選任されたらどうしますか？
■当番弁護士
親族がもし逮捕されたら...
■私選弁護士
■国選弁護士
お客様の不安を解消！
まずはお電話を。

民事事件
■相続
相続がまとまらない・遺言書の書き方など
■成年後見人
成年後見開始申立
■離婚
親権、養育費の決め方など
■倍賞・交通事故
賠償金を払ってこない・怪我をさせた
■土地・境界線
隣人と境界でもめているなど
■買金
お金をどうやって返してもらおうかなど
■過払い請求
完済した方でも、時効前（10年）なら請求可能
■任意整理
消費者金融からの借金を減したい、過払請求したい
■破産
自己破産をしたのですが、連帯保証人もいます・・・
■民事再生
財産（不動産など）を失わずに借金を返済する時など

債務整理
借財に関するご相談は無料です

page top

高崎繁行法律事務所
Takasaki Shigezuki Law Office

HOME 初めての相談 債務整理 民事事件 刑事事件 お問い合わせ 事務所紹介

Copyright (C) Takasaki Law Office All Rights Reserved.

これまで全く上位表示していなかった異業種のページ

8月のアップデート以降は、これまで全く上位表示していなかった異業種のページが上位表示するようになった。
理由は、異業種でも検索ユーザーの検索意図に沿ったシンプルな内容だから。
「三宮 整体」で検索すると整体院ではなく、マッサージ屋さんが上位表示するようになった。



「名古屋 整体」で検索すると人間向けの整体院しか7月末までは検索結果1ページ目に表示されなかったのに8月からは犬のための整体院のページが上位表示されるようになった!

大手マスコミのサイト、大手ポータルサイト、大手ショッピングモールの中にあるページであれば、多少検索意図に沿った内容でなくても、Googleからの流入が多いのでサイト自体が高く評価されているので上位表示してしまうことがよくある。

《8月のアップデート以降、アマゾンやメリーなどの大手サイトがダイエットで1ページ表示されるようになった》

ダイエット成功の秘訣は「食事」にあり！やせる食生活のルール - Can...

<https://cancam.jp/archives/285227> ▼

2017/05/05 - ダイエットを成功に導く鍵を握っているのは、毎日の食事。ダイエット時に摂るべき食材、食事のタイミングなど、太らない食生活にはいくつかルールがあるんです。そんなやせるためのダイエット法をまとめてみました。これを参考にぜひダイエット ...

4.ダイエットに向いてない食材 ... · 5.簡単に作れるダイエット中の ...

Amazon | ダイエットグッズ | ダイエットサプリ | 通販 - アマゾン

<https://www.amazon.co.jp/ダイエット/b?ie=UTF8&node=3396823051> ▼

Amazon.co.jpが発送する商品なら配送料無料（条件あり）】ダイエットグッズやダイエットサプリを購入するならAmazonのダイエットストアストアで。人気のダイエット商品から新商品まで、幅広く取り揃えています。

Beauty is whatever gives joy. 1年半で-40キロ。～「美しくなる」と決...

<https://ameblo.jp/marty2367/> ▼

特に竹輪、さつま揚げとか、道の駅に行けば絶対食べてただけど、これがまあ、ダイエットに向かないんだなあ グロー。今はもう、練り物食べることはほぼない ニコ。1/3食べて残りは柴田くんへ キラキラ。🍷食べられるけど、基本的に量を調節する癖がついて ...

「ダイエット」に関する記事 | MERY [メリー]

<https://mery.jp/tag/98> ▼

MERYには「ダイエット」に関する記事が178件掲載されています。女の子が知りたい話題の「ダイエット」に関する記事はMERYでお楽しみいただけます。

一問一答式のコンテンツになっているページ

8月のアップデート以降は文字数が少なくても、検索ユーザーの検索意図に沿ったコンテンツだけがあるページの順位が上がった。

Google検索 = データベース(膨大な数のWebページをキーワード毎に整理したWebページのデータベース)

データベース = クエリー(検索語)に対して的確な答えを返すシステム

Google検索のSEO = クエリー(検索語)に対して的確な答えを返すコンテンツを作ること

お客さんから電話で質問がきたら質問の意図を読み取って相手が知りたいことだけを簡潔に説明する。

それ以外に自分のセールスをしたら相手から嫌われる。それと同じ。

つまり、SEOとはWebサイトと検索ユーザーとのコミュニケーション。

「坐骨神経痛」で1位

「坐骨神経痛」で2位

「坐骨神経痛」で3位

■ 順位が落ちたページと上がったページの比較まとめ

これまでの分析をまとめると検索順位が落ちたサイトと上がったサイトは・・・

《順位が落ちたページの特徴》

DOWN

競合他社のページよりも文字数を増やすために文字数をむやみに増やしたページ

縦長のトップページ

商品・サービスのことではなく、その提供者のことばかりを書いているページ

ユーザーは知識ページを探しているのに、ページ内に商品・サービスの宣伝部分が多いページ

本文部分は検索キーワードに対する的確な答えになっているが、サイドメニューなどのページ内リンクのリンク先が検索キーワードとは関連性が低いページ

2つ以上の検索意図を満たそうというページ

流動コンテンツが多いページ

被リンクの力に依存してきたページ

《順位が上がったページの特徴》

UP

新しいサイト

無名なサイトのシンプルなページ

これまで全く上位表示していなかった異業種のページ

検索意図に100%沿った内容ではないが、人気サイトの中にあるページ

一問一答式のコンテンツになっているページ

これらのポイント1つ1つチェックして心当たりのあるところが見つかったらすぐに対応して下さい！

- トップページに好きなことを何でも載せて良い時代は終わった！！

Webサイトを作るということは自由な活動では無くなった。

勝手な自由は認められなくなった。雑誌を売るにも編集者が自分の自由、出版社の自由を優先して雑誌を作ったらどうなるのか？その雑誌は売れない雑誌になり、時間の問題で廃刊になるはず。

検索ユーザーが望むものだけを載せたWebページだけが順位が上がるという時代になった。

検索ユーザーの検索意図を見抜いて、その意図に沿ったページ、そのクエリ(問い)に対して的確な答えだけがあるページを作れば順位が上がる！

■ 検索順位回復をするための5つのステップ

- ・検索順位を回復するための5つのステップ
- ・すぐに実施できる出来るページ改善策

順位復旧の対策は:

STEP 1: 検索キーワードと自社の目標ページの内容が完全一致しているかを確認する

STEP 2: 検索キーワードと関連性が高く無いコンテンツが目標ページ内にあったらそのページから早急に削除する

STEP 3: それによりコンテンツが減ってしまったら検索キーワードと関連性が高いコンテンツを増やす

STEP 4: それが出来ないほど検索キーワードと目標ページの内容が異なっていたらページの内容を完全に書き換える

STEP 5: 目標ページから検索キーワードと関連性の高いページになるべくたくさんサイト内リンクを張る

という5つ。

復旧の対策は、まずノイズという検索意図に沿わない情報を引き算で減らして、残ったものに上位表示サイトにある検索意図に沿った情報を足し算で増やす。足し算より引き算を先にするのが今のSEO。

■ 検索順位が上がるページを作る3つの方法

- 1、一問一答式のコンテンツ造りに徹する
- 2、検索ユーザーの検索意図を調べて検索意図を満たすページを作る
- 3、平均ページビューを2ページ以上にして直帰するユーザーを減らす

1、一問一答式のコンテンツ造りに徹する

クエリ = 検索ユーザーによる問い

《クエリ》「矯正歯科 横浜」 → 《検索意図》横浜にある矯正歯科医院の全体的な説明が見たい

→ 《ページ構成》横浜にある矯正歯科医院の全体的な説明のページを作る。

それ以外を載せるとノイズになるのでそれ以外の情報はそのページには載せないで他のページで情報提供する

 × 🔍

《クエリ》「坐骨神経痛」 → 《検索意図》坐骨神経痛のシンプルでわかりやすい説明が見たい

→ 《ページ構成》坐骨神経痛のシンプルでわかりやすい説明のページを作る。

それ以外を載せるとノイズになるのでそれ以外の情報はそのページには載せないで他のページで情報提供する

 × 🔍

2、検索ユーザーの検索意図を調べて検索意図を満たすページを作る

それを実現するための4つのステップ:

STEP 1:

検索ユーザーの検索意図の種類を調べる

STEP 2:

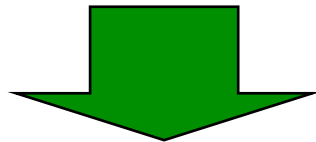
見つけ出した検索意図のうち自社ページで満たすことが出来る検索意図を1つを選ぶ

STEP 3:

その検索意図を満たすページ構成を上位表示しているページを観察して調べ、決める

STEP 4:

そのページ構成のページを作成する



STEP 1:

検索ユーザーの検索意図の種類を調べる

- (1) 目標キーワードでGoogle検索する
- (2) 検索1位から20位にどのようなサイトが表示されているかを調べる

・1位から10位の間に表示されているサイトは検索ユーザーの検索意図を満たすページの可能性が高いのでそれらのページの構成を参考にして自社ページに取り入れる

・11位から20位の間に表示されているサイトは検索ユーザーの検索意図を満たしていないページの可能性が高いのでそれらのページの構成は避ける

例1:英会話 大阪

【検索意図】

- ① 大阪市内の英会話スクールのサイトが見たい
- ② たくさんの英会話スクールから自分のニーズにあった大阪市内の英会話スクールを見つけたい
- ③ 時間がないので誰かが選んだ少数のおすすめ英会話スクールの情報を見たい

大阪の英会話スクールの中から絶対おすすめ14校を厳選 – Goodbye Japan

<https://goodbyejapan.net/osaka-eikaiwa>

3日前・大阪でおすすめの英会話スクールを紹介していきます。大阪にはかなり多くの英会話スクールがあります。グーグルで検索してみるとわかると思いますが、かなりの数です。そうなるとう「どここのスクールを選んだらいいの？」って感じ。

楽しく学べる大阪の社会人向けおすすめ英語スクール厳選9校 - STAY ...

<https://www.stay-minimal.com/entry/osakaenglishschools>

大阪でおすすめの英語スクールを厳選して紹介していきます。英会話メインのスクールもあれば、完全マンツーマンで英語力を短期間で伸ばせるスクールもあります。英語を学びたい気持ちがあれば、自分の都合やニーズに合うかどうか参考してみてください。

英語スクールのそれぞれの ... ENGLISH COMPANY · Rapport22 · シェーン英会話教室

大阪の英会話スクールおすすめ7校を徹底比較！ 口コミ・評判も公開 ...

<https://gayann.com/entry/osaka-eikaiwa-school>

2018/06/23・大阪で英会話に通いたい。でも、いろんな英会話スクールがあって、どこがいいか選べない。そんなことでお悩みではないですか？ 今回は、英語勉強法オタクで大阪在住歴22年の僕が、大阪で英会話スクールを選ぶ2つの基準; 英会話 ...

大阪でおすすめの英会話 ... お金をかけてでも結果を出 ... 結果を出したいけど予算は ...

大阪府のおすすめ英会話と口コミ | みんなの英語ひろば

<https://eigohiroba.jp> | 地域の英会話

いつものライフスタイルに英会話を。CLOCKは生徒さんがいつものライフスタイルに気軽に英会話を取り入れられるよう、工夫を凝らしているスクールです。西梅田校は北新地駅の目の前、梅田駅や大阪駅からもアクセスが良く通いやすい場所にあります。

英会話 大阪|梅田と難波の大阪英会話スクール【アップルK】 月謝制&駅近

<https://www.applek.com/>

英会話 大阪梅田と難波の英会話スクール29年【アップルK】 初心者からビジネスまでOK! 回2450円〜月謝制で英語・英会話・資格を習得！ 独自教授法のトレーニングに合格した講師陣が個室レッスン。全外協加盟。駅前トラベルの大人英会話教室。目標達成 ...

英会話スクール 大阪|梅田・難波・心斎橋 OECランゲージサービス

<https://www.oec.to/>

英会話 大阪梅田・梅田・難波・心斎橋・明石の各駅前にある英会話スクール。明細会計が自慢で入学金・教科書代も不要！ 月謝以外の費用は掛りません。講師は全員外国人！ 実際に役立つ生きた英会話を素早く身に付けられます。

English Cafe Clock: 英会話 大阪・梅田・京橋

<https://www.englishcafe-clock.com/>

「英会話 大阪」Google上位10位(2018/7/4大阪北区)

1	大阪の英会話スクールの中から絶対おすすめ14校を厳選
2	英会話スクール 大阪 梅田・難波・心斎橋 OECランゲージサービス
3	大阪府のおすすめ英会話と口コミ みんなの英語ひろば
4	楽しく学べる大阪の社会人向けおすすめ英語スクール厳選8校
5	英会話 大阪 梅田と難波の大阪英会話スクール【アップルK】
6	English Cafe Clock: 英会話 大阪・梅田・京橋
7	英会話 大阪(梅田・難波)の新感覚英会話スクール Rapport22
8	本気で英語を学べる大阪の英会話教室61選 Zehitomo Blog
9	マンツーマン英会話教室おすすめ13選in大阪
10	大阪市内で初心者に優しい英会話スクールまとめ(2018年最新)

例2: のれん

【検索意図】

- ① 既成品ののぼりを買いたい
- ② オーダーメイドののれんを買いたい
- ③ のれんの意味を知りたい

例3: スキューバダイビング

【検索意図】

- ① たくさんのスクールの情報が知りたい
- ② 厳選されたスクールの情報が知りたい
- ③ 1つの人気のあるスクールの情報が知りたい
- ④ スキューバダイビングのライセンスを取る方法を知りたい

例4: ダイエット

【検索意図】

- ① ダイエット方法を知りたい
- ② ダイエット方法の種類を知りたい
- ③ ダイエットの体験談を知りたい
- ④ ダイエットサプリメントが欲しい
- ⑤ ダイエットジムのサイトが見たい

例5: 交通事故 弁護士 福岡

【検索意図】

- ① 福岡市内の交通事故問題に強い弁護士事務所のサイトが見たい
- ② たくさんの弁護士事務所から最短で交通事故問題に強い弁護士事務所を選びたい
- ③ 時間がないので誰かが選んだ少数のおすすめ弁護士事務所の情報を見たい

例6: 坐骨神経痛

【検索意図】

- ① 坐骨神経痛のわかりやすい解説が見たい
- ② 坐骨神経痛の治療が上手な病院、整体院のサイトが見たい
- ③ たくさんの坐骨神経痛の治療が上手な病院、整体院のサイトを見て最適なところを選びたい

のれん 通販 | Amazon - アマゾン

<https://www.amazon.co.jp/のれん/b?ie=UTF8&node=268275011> ▼

のれんの通販ならAmazon.co.jp (アマゾン)。配送無料(一部を除く)でのれんはじめ、本や家電、ファッション、食品、ベビー用品まで一億点以上の商品を毎日お安く求めいただけます。お急ぎ便対象商品は当日お届けも可能。

暖簾 - Wikipedia

<https://ja.wikipedia.org/wiki/暖簾> ▼

暖簾(のれん)とは、店先あるいは部屋の境界に日よけや目隠しなどのために吊り下げの布のことである。商店の入り口などに営業中を示すため掲げられ、屋号・商号や家紋などが染め抜かれ(印染:しるしぞめ)ていることも多い。

概要・派生的な意味・会計学での用法・法学での用法

のれんのオリジナル製作専門。制作事例や取扱生地、価格、染め方や ...

www.order-noren.com/noren/ ▼

本染めと違って昇華転写捺染という方法でのれんを作りますので、デザインの制約がなくあらゆるデザインで制作が可能です。また何色使っても同じお値段です。納期も1週間と、本染めののれんの半分が出来上がります。生地は、綿系2種、麻系1種をご用意。

おすすめ のれん | 通販のベルメゾンネット

https://www.bellemaison.jp/ep/s/?BELN_SHOP_KBN=100&K=のれん ▼

[5000円(税込)以上送料無料] のれんの通販ならベルメゾン。人気ののれんを豊富に取り揃え。セール商品も多数。

のれんの商品一覧 | 家具、インテリア 通販 - Yahoo!ショッピング

<https://shopping.yahoo.co.jp>・家具、インテリア、カーテン、ブラインド ▼

Yahoo!ショッピング | のれん、31051商品を取り扱い中。ランキング/カテゴリ別に商品を探せます。価格比較も可能。Tポイントも使えてお得。

STEP 2:

見つけ出した検索意図のうち自社ページで満たすことが出来る検索意図を1つを選ぶ

例6:坐骨神経痛

【検索意図】

- ①坐骨神経痛のわかりやすい解説が見たい
- ②坐骨神経痛の治療が上手な病院、整体院のサイトが見たい
- ③たくさんの坐骨神経痛の治療が上手な病院、整体院のサイトを見て最適なところを選びたい

STEP 3:

その検索意図を満たすページ構成を上位表示しているページを観察して調べ、決める

坐骨神経痛で上位表示しているページの構成を調べたら必ずと言ってよいほど次の4つの項目をこの順番で説明してるのがわかった。

- (1)・・・の意味・症状の内容
- (2)・・・の原因
- (3)・・・の治療法
- (4)・・・予防法

STEP 4:

そのページ構成のページを作成する



3、平均ページビューを2ページ以上にして直帰するユーザーを減らす

検索意図に100%沿ったページでなくても、他の検索順位決定要因である「ユーザーエンゲージメント」を高めれば上位表示しやすくなる。

ユーザーエンゲージメントを高めるためには直帰率を下げることで、つまり、Googleから自社サイトに来たユーザーが1ページだけ見てすぐに帰ってしまうのではなく、自社サイト内にある他のページも見てもらわなければならない。

他のページも見てもらわなければならないための工夫は・・・

(1) サイト内リンクがユーザーの目に入るように改善する



- ① 写真をクリックするとそのことについて説明する詳細ページが見れるようにリンク張る
- ② 文中からリンクを張るのではなく、一行改行してリンクを張る

X

[TechAcademy](#) (テックアカデミー) は、オンライン専門のプログラミングスクールとしては実績最多で、2012年サービス開始以降25,000名以上の方が受講。豊富なコース数に加えて短期集中指向のカリキュラムが特徴的。質疑応答はチャットがメインで、ある程度のPCスキルが必要と考えられます。

プログラミングは学ぶだけでも、物凄いメリットがあるんです。

こちらの記事ではプログラミングを学習することで実際にどんなメリットが得られるのかをご紹介しますので、モチベーションを向上させるのにぜひ役立てください。

⇒ [プログラミング学習で得られる3つのメリット](#)



- ③ クリックして欲しい画像リンクには「Click! 」とか、「ここをクリック! 」という文言を書く



(2) 各段落の最後に詳細ページへのリンクを目立つように張る

本番の型取りをしてから2週間ほどでセラミックが仕上がります。歯ぐきの0.5mm内側から立ち上げるなど、自然な見た目にこだわって最終セットを行います。

> [セットのこだわりを見る](#)

以下の記事でも、プログラミング初心者が爆速で学習するための「7つのコツ」の中で一番大事なものは「目的・目標を決めること」だと言っています。

● 侍エンジニア塾ブログ | プログラミング入門...

[プログラミング初心者が独学で最初にやるべき7つのコツ](#)

こんにちは！侍エンジニア塾のヒョウです！プログラミング初心者の方は、まず何からやればいいのか分からなかったりしますよね。僕も当初はどこから手をつけていけばいいのかさっぱり。「無駄な勉強はしたくないし、経験もしたくない。そんな思いも抱えていました。

(3) ペライチページを目次型ページに改造する

複数の詳細ページにリンクを張っている目次型ページだと次のページに行ってくれる確率が高くなるのでユーザーエンゲージメントを高めやすくなる。

【注目の記事&レポート】



累計675本以上の症例を手掛けるドクターが解説
※2014年1月～2018年7月現在

費用 (36記事)

「保険がきかないってホント?」「どのくらい費用がかかるの?」など、インプラント治療の費用に関する様々な疑問に詳しくお応えします。

おすすめ記事

ランキング

- ▶ インプラント治療にかかる外科手術の費用
- ▶ インプラント治療にかかる手術前の検査の費用
- ▶ インプラント治療にかかる顎の骨を増やす手術の費用
- ▶ インプラント治療にかかるメンテナンスの費用
- ▶ インプラントシステムの費用について

費用の比較 — All-on-4治療と総入れ歯

2013年10月3日更新 (費用 / 入れ歯 / 比較 / All-on-4(オールオンフォー) /)

全ての歯を失った場合の治療費用をすべて失った場合や、残っている歯を保存することが難しい場合は、インプラント治療か、総入れ歯の二つの選択肢があります。ここでは、インプラント治療の一...

[続きを読む >](#)

インプラント治療の費用を抑えるために(1) 早めの受診を!

2013年10月3日更新 (歯がない / 歯周病 / サイナスリフト / ソケットリフト / 顎の骨 / 骨が痩せる / 上顎洞 /)

インプラント治療は原則として保険が適用されない自由診療による治療のため、治療費はすべて自己負担しなければなりません。少しでも治療費用を抑えたい場合には、どのようなことに注意すればいい...

[続きを読む >](#)

インプラント治療費・医療費控除について

コンテンツテーマ

治療前

基礎知識 | メリット・デメリット | 他の治療法との比較 | 材質・種類 | 治療の可否 | 治療の流れ・治療法 | 費用 | 手術 | 基本のキホン |

治療中

検査・機器 | 症例 | 手術 |

治療後

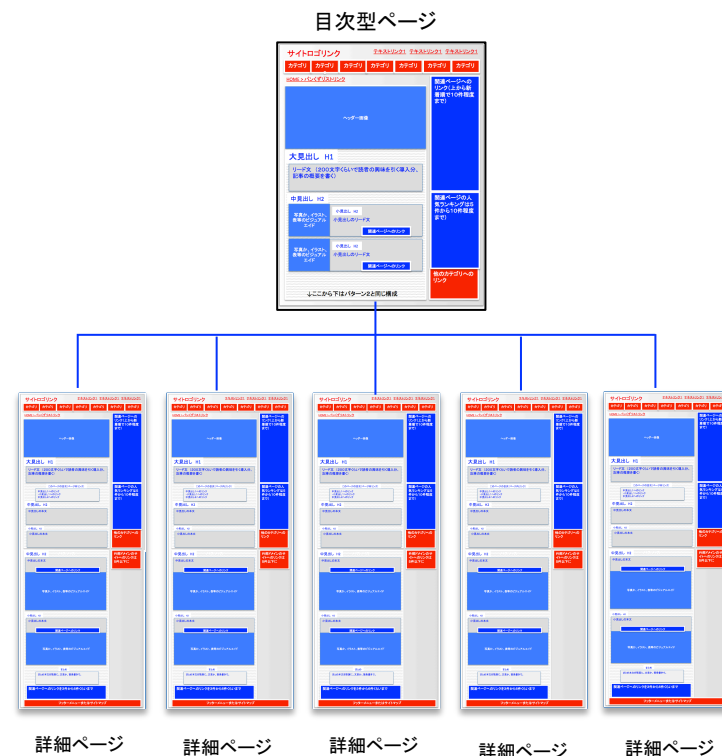
トラブル | メンテナンス |

症例写真

多くの歯がない | 骨を増やす | 部分的に歯がない | 即時埋入 | 審美 | 歯周病の場合 |

歯の豆知識

口腔トラブル | 歯の名前・役割 | 虫歯 |



■ 今後のSEOで勝ち抜くために必要なスキル

- ・上位表示サイトが何故上位表示しているかを理解するための観察力
- ・検索ユーザーの検索意図を見抜く力
- ・クエリーに対して的確なアンサーとしてのコンテンツを作る力
- ・プロの経験と知見に基づいたコンテンツを作る力
 - 外部ライターにコンテンツ作成を丸投げすることはNG
 - なんでも良いので一定の文字数のページを作ろうとするいいかげんな考え方はやめる
- ・他人がリンクを張りたくなるコンテンツを作る力

結論

- 上位表示をするためにはGoogleという検索エンジンが本来あるべき姿、つまりクエリに的確な答えを返すデータベースになったことを理解する。

そして、クエリの背景にある検索ユーザーの検索意図を見抜いてそれだけを満たすサイト造りをするのが最も重要になった。

- 今後のGoogle上位表示競争で負けないで、勝ち抜くためには・・・

読者のニーズを掴んだ記事(ページ)を書ける編集者になり、
読者のニーズにあった雑誌(Webサイト)を運営する編集長にならなくてはならない。

自分が言いたいことをただダラダラと書き立てるのではなく、雑誌運営のプロフェッショナルとしてのスキルを学び、競合雑誌(競合サイト)より少しでも良質な記事(ページ)を提供しなくてはならない。

それが辛いと言って他人に丸投げしようとしても一流の編集者は簡単には見つからないし、見つかったとしてもたくさんのコストがかかるので採算割れをする。だから自社で編集作業(コンテンツづくり)をする必要がある。

それを怠った雑誌(Webサイト)は読者(検索ユーザー)から見放されて、廃刊(業績悪化によるサイト閉鎖)になる！

講師 鈴木将司（すずきまさし）

一般社団法人 全日本SEO協会 代表理事

東京生まれ。

オハイオ州立アクロン大学経営学部、クイーンズランド州立大学教育学部卒業後、オーストラリア、アメリカにて教員の傍ら、ホームページ制作会社を1996年に設立したホームページ制作業界のパイオニアの1人。

企画・制作・運営した日米豪のホームページは多数。1998年日本で5番目に古い無料ホームページスペース「メディアネットジャパン無料ホームページスペース」を制作し、10万人を超えるコミュニティーサイトに育てる。

日本に帰国後、パソコンソフト大手ソースネクストのウェブマスターを経て全国で毎月20を超える検索エンジン対策セミナーで講師を務める。

セミナー受講者累計10,000名、個別指導するホームページ制作会社、顧問先の検索順位を引き上げ、売り上げを伸ばすために全国を飛び回る。2008年SEOの知識の普及とSEOコンサルタントを養成する協会を設立。

会員数は600社を超え、認定SEOコンサルタント、公認アソシエイトコンサルタント200名超を養成。

2017年にSEO検定をスタートしSEO技術の普及を推進する。

著書に「御社のホームページをやフー!・グーグルで上位表示させる技術(東洋経済新報社刊)」「検索キーワード超起業術」(ダイヤモンド社刊)、「PC&モバイル やフー! SEO完全攻略ガイド」、「やフー!・グーグルSEO対策テクニック」、「コストゼロで集客!究極のSEM対策テクニック」、「売上・利益アップテクニック」など多数執筆

<http://www.suzukimasashi.com>

Facebook <https://www.facebook.com/alljapanseoassociation/>

Twitter <https://twitter.com/suzukimasashise>

Google+ <https://plus.google.com/109868264835992114302/>