



TACT SEO

使い方基本ガイド

はじめに	P.04
スタートアップガイド	P.05

CHAPTER

01 キーワード調査編

1. キーワード調査のポイント	P.18
2. 調査キーワードの取得方法	
2-1. サイトの流入キーワードを調査する	P.22
2-2. 関連キーワードを調査する	P.24
3-3. 掛け合わせキーワードを生成する	P.26
3. 検索結果の傾向分析の使い方	
3-1. 検索結果の傾向分析を実行する	P.28
3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方	P.31

CHAPTER

02 キーワードの上位表示編

1. 上位表示されるために重要な要素	P.39
2. 上位表示分析でできること	P.42
3. 上位表示分析の使い方	
3-1. 分析対象のキーワードとページを決める	P.43
3-2. 上位表示分析を実行する	P.45
3-3. ページの内部修正（HTMLの改善）を行う	P.47
3-4. ページのコンテンツを改善する	P.49
3-5. サイト内に関連コンテンツを追加する	P.56

03 SEO施策の効果検証編

- 1. キーワードの順位計測による効果検証 P.60
 - 1-1. キーワードを登録する P.61
 - 1-2. 順位推移を確認する P.63

○ TACT SEOとは？

TACT SEOは、5,500社以上（2019年8月現在）のお客様のSEO支援実績をもつウィルゲートがSEOコンサルタント向けに開発したプロ仕様のツールをカスタマイズし、一般提供したサービスです。

分析に必要なデータを集計するツールは世の中にたくさんあります。

しかし、それだけではSEOで成果を出すことはできません。

確実な成果を出すためには、「施策立案（Plan）」 → 「施策実施（Do）」 → 「効果検証（Check）」 → 「改善（Action）」のPDCAサイクルを回していくことが大切です。

TACT SEOは、この一連のフローを高速で回していくためのツールです。

○ 本資料について

本資料では、TACT SEOの基本的な使用方法について解説しています。

上述の通り、TACT SEOはSEOのプロが実務で使用する目的で開発されたためSEOに不慣れな方が初めてご利用される場合、理解が難しい箇所もございます。

ご利用中、ご不明点がございましたら本資料をご参照ください。

このガイドで是非、TACT SEOを使いこなしていただき、効率的にSEO対策を行う環境を整備していただければ幸いです。

TACT SEOをはじめてご利用される方はまず、スターターガイド（p.5～）をご覧ください利用を開始してください。

※TACT SEOはご利用者様の利便性向上のため、日々改善を行っております。資料のバージョンによっては、画面の表示が実際と異なる場合がございます。あらかじめご了承ください。

TACT SEOへようこそ！

スターターガイドでは、
TACT SEOを使い始めるために必要な
情報をまとめております。

はじめてご利用される方は、まずこちらを読んで
TACT SEOを早速利用してみましよう。



スターターガイド STARTER GUIDE

- STEP.1** ログインしてみる
- STEP.2** プランと権限について
- STEP.3** ユーザーを招待する <管理者のみ>
- STEP.4** サイトを新規登録する
- STEP.5** サポートを利用する



STEP 1

ログインしてみる

下記のURLから、登録済みのメールアドレスとパスワードでログインしてみましょう。

TACT SEOはクラウドサービスとなるため、インターネットに接続でき、メールアドレスとパスワードさえあればどこからでもご利用いただけます。

ログイン方法

操作1. [ログイン]画面を開く。

- ① WebブラウザからTACT SEOのサイトにアクセスし、「ログイン」をクリック。



<https://tact-seo.com/>

操作2. ログイン情報を入力。

- ① 登録した「メールアドレス（ログインID）」と「パスワード」を入力。
- ② 「ログイン」をクリック。



パスワードを忘れた場合や、初期設定時のパスワードを変更したい場合は、こちらから再設定することが可能です。

STEP 2 プランと権限について

○ プランごとの機能

ご利用のプランによって、利用できる機能の制限が異なります。

料金プラン		フリー Free	プロフェッショナル Professional	エキスパート Expert	
		まずは無料で使ってみたい方向け スタータープラン	本格的にSEOに取り組むための、 ベーシックプラン	豊富なデータを活用できる、 プレミアムプラン	
月額費用 (税抜)		¥ 0	¥ 90,000 / 月	¥ 170,000 / 月	
初期費用 (税抜)		¥ 0	¥ 100,000		
アカウント	調査可能ドメイン数	無制限			
	登録可能メールアドレス数	1 ユーザー	5 ユーザー	10 ユーザー	
	登録アカウント数 (登録可能統合サイト数/アカウント)	1 アカウント (3サイト)	3 アカウント (10サイト)	5 アカウント (10サイト)	
機能	キーワード 調査	流入キーワード調査 (1回の上層キーワード数)	5 回 / 月 (100キーワード)	30 回 / 月 (10,000キーワード)	80 回 / 月 (10,000キーワード)
		関連キーワード調査	5 回 / 月	50 回 / 月	120 回 / 月
		検索結果の傾向分析 (1回の上層キーワード数)	500キーワード / 月 (50キーワード)	15,000キーワード / 月 (1,000キーワード)	40,000キーワード / 月 (1,000キーワード)
	SEO改善	上位表示分析	計 3 回	10 回 / 月	25 回 / 月
		サイトのSEO診断 (1回の上層URL数)	500URL / 月 (100URL)	5,000URL / 月 (1,000URL)	20,000URL / 月 (3,000URL)
	検索順位 アクセス解析	計測キーワード数	10キーワード	1,000キーワード	3,000キーワード
		アクセス解析	●	●	●
	コンテンツ 分析	検索ニーズ調査 関連キーワード・見込語	各機能 計 1 回	各機能 100 回 / 月	各機能 200 回 / 月
		タイトル・見出し構造調査			
		文字数調査			
キーワード含有チェック		●	●	●	

○ 権限ごとの操作可否

ユーザーは、アカウントごとに「管理者」もしくは「一般ユーザー」の権限を付与されています。各権限ごとに操作可否が異なります。

【管理者】

アカウントのオーナー。申込みを行ったユーザーが管理者として設定されます。

【一般ユーザー】

管理者から、アカウントに招待されたユーザー。

画面	操作	管理者	一般ユーザー
基本機能全般	調査・分析の実行、情報の編集/削除	○	○
プランと利用状況	プランの変更	○	×
	退会（契約解除）	○	×
メンバー招待・権限管理	ユーザーの招待	○	×
	招待したユーザーの削除	○	×



STEP 3

ユーザーを招待する <管理者のみ>

【プロフェッショナル】もしくは【エキスパート】プランをご契約の場合は、複数のユーザーをアカウントに登録することができます。

アカウントにユーザーを招待する方法

操作1. [ユーザー設定]画面を開く。

① [アカウント管理] 画面にて、[ユーザー設定] をクリック。

エキスパート 株式会社ウイルゲート

登録サイト一覧 + サイト追加 登録サイト: 5 / 5 サイト

サイト名	URL	キーワード登録	アナリティクス連携	登録日	編集 / 削除
プロモニスタ	https://promonista.com	登録済	連携済	2017/11/08	● / ●
milly	https://millymilly.jp	登録済	連携済	2018/03/23	● / ●
開発ブログ	http://tech.willgate.co.jp	登録済	連携済	2018/07/17	● / ●
サゲワークス	https://works.sagooo.com	登録済	連携済	2018/08/02	● / ●
Wantedly	https://www.wantedly.com	登録済	▲ 未連携	2019/03/18	● / ●

> 請求管理 > ユーザー設定 ①

TACT SEO

請求管理 ユーザー設定

ホーム / ユーザー設定

ユーザー設定

このアカウントにアクセスできるユーザーの追加・削除および、ユーザー情報の編集を行うことができます。

登録ユーザー数: 1 / 10 ユーザー追加

ユーザー一覧

ユーザー名	メールアドレス (ログインID)	パスワード	権限	編集 / 削除
山田 太郎	tact.tools+promonista@willgate.co.jp	*****	管理者	● / ●

操作2. ユーザーを招待する。

- ① 「ユーザー追加」ボタンをクリック。
- ② 招待したいユーザーのメールアドレスを入力。
- ③ 「送信する」をクリック。

ユーザー設定

このアカウントにアクセスできるユーザーの追加・削除および、ユーザー情報の編集を行うことができます。

登録ユーザー数: 1 / 10 ① [ユーザー追加](#)

■ ユーザー一覧

ユーザー名	メールアドレス (ログインID)	パスワード	権限	編集 / 削除
山田 太郎	*****@*****.*****	*****	管理者	* / *

ユーザーを追加

このアカウントにアクセスを許可するユーザーのメールアドレスを入力し、「送信する」を押してください。

■ メールアドレス (ログインID) ※

② [キャンセル](#) [送信する](#)

③

追加ユーザーの権限は、「一般ユーザー」に設定されます。
一般ユーザーは、下記の機能が制限されます。

- ・ユーザーの追加/削除
- ・お申込みプランの変更/解約
- ・注文履歴画面での明細書ダウンロード

※ その他の機能は管理者と同様に使用することが可能です。

操作3. ユーザー招待完了。

- ① ユーザーが招待を承認すると、「一般ユーザー」として追加されます。

ユーザー設定

このアカウントにアクセスできるユーザーの追加・削除および、ユーザー情報の編集を行うことができます。

登録ユーザー数: 2 / 10 [ユーザー追加](#)

■ ユーザー一覧

ユーザー名	メールアドレス (ログインID)	パスワード	権限	編集 / 削除
山田 太郎	*****@*****.*****	*****	管理者	* / *
山田 花子	*****@*****.*****	*****	一般ユーザー	* / *

①



STEP 4

サイトを新規登録する

各機能を利用するためにはまず、サイトの登録が必要です。TACT SEOで管理したいサイトを登録しましょう。

サイトの新規登録方法

操作1. サイト登録を開始する。

- ① [アカウント管理] 画面にて、「+サイト追加」をクリック。



操作2. サイト情報を入力する。

- ① 自サイトの「サイト名」と「サイトURL」を入力。（必須）
- ② 競合サイト（最大3つ）の「サイト名」と「サイトURL」を入力。（任意）※後から追加することも可能です。
- ③ 「確認する」をクリック。

1. サイト登録	2. キーワード登録	3. アナリティクス連携
----------	------------	--------------

検索順位計測の対象サイトを登録します。登録した情報は、後から編集することも可能です。

自サイトの情報

サイト名	必須	<input type="text" value="サイト名を入力"/>
サイトURL	必須	<input type="text" value="https://example.com/"/>

競合サイトの情報

競合サイト1	サイト名	<input type="text" value="サイト名を入力"/>
	サイトURL	<input type="text" value="https://example.com/"/>
競合サイト2	サイト名	<input type="text" value="サイト名を入力"/>
	サイトURL	<input type="text" value="https://example.com/"/>
競合サイト3	サイト名	<input type="text" value="サイト名を入力"/>
	サイトURL	<input type="text" value="https://example.com/"/>

- ④ 入力内容を確認し、「確認して次へ」を押下。

▲ 登録情報を確認してください。

■ 自サイトの情報

TACT SEOサービスサイト
https://tact-seo.com

■ 競合サイトの情報

競合サイト1
競合サイト1の登録はありません

競合サイト2
競合サイト2の登録はありません

競合サイト3
競合サイト3の登録はありません

キャンセル 登録して次へ ④

操作3. 順位を計測したいキーワードを登録する。 <スキップ可>

- ① カテゴリ分けあり、なしを選択。※「あり」を選択して、キーワードをカテゴリ分けして登録するとカテゴリ区分ごとに順位状況を集計・把握することができるようになります。
- ② 登録したいキーワードリストを改行区切りで入力。
- ③ 「データを取得」をクリック。

新規サイト追加

1. サイト登録 2. キーワード登録 3. アナリティクス連携

検索順位計測の対象キーワードを登録します。登録した情報は、後から編集することも可能です。
※このステップをスキップして、後からキーワードを登録することもできます。

< 1. サイト登録に戻る

スキップして3.アナリティクス連携に進む >

登録候補のキーワードデータを取得

下記の入力欄に登録候補のキーワードを入力し、「データを取得」を押してください。

カテゴリ分けあり カテゴリ分けなし

分析ツール | TACT

1 / 3,000キーワード

本日の残り追加回数: 3 / 3回

データを取得

④ 順位を計測したいキーワードに☑をいれ選択。

⑤ キーワードを選択後、「登録して次へ」をクリック。

新規サイト追加

1. サイト登録 2. キーワード登録 3. アナリティクス連携

検索順位計測の対象キーワードを登録します。登録した情報は、後から編集することも可能です。
※このステップをスキップして、後からキーワードを登録することもできます。

キーワード追加を行いました。(追加されたキーワード: 1件)
※重複しているキーワードは削除されています。

◀ 1. サイト登録に戻る スキップして3. アナリティクス連携に進む

登録候補のキーワードデータを取得 +

キーワードを選択し登録する

登録するキーワードにチェックを入れ、[登録して次へ]を押してください。
※重要キーワードとして登録するキーワードは1つ以上選択してください。同時に計測キーワードとしても登録されます。
※カテゴリはすべて入力するか、すべて空白にしてください。

データ取得したキーワード一覧 計測一括チェック 既定月間検索回数 既定範囲をチェックする 既定範囲のチェックをオフ 1件

計測	重要	カテゴリ	キーワード	既定月間検索回数
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	分析ツール	TACT	2,400

④

■ 計測キーワード数
アカウント全体 : 939 / 3,000キーワード
ト選択中のサイト : 1 キーワード
他のサイトの合計 : 938 キーワード

■ 重要キーワード数
選択中のサイト : 1 / 20キーワード
※重要キーワードを1つ以上選択してください。

登録して次へ

⑤

操作4. Google Analyticsと連携する。 <スキップ可>

① 「Google Analyticsと連携する」をクリック。

新規サイト追加

1. サイト登録 2. キーワード登録 3. アナリティクス連携

対象サイトのGoogle Analyticsと連携します。連携することでアクセス解析機能が利用可能になります。
※このステップをスキップして、後から連携することもできます。

◀ 2. キーワード登録に戻る

Google Analyticsと連携する ①

連携せず登録する

スキップする場合はこちらをクリック。

② 連携対象のアカウントのメールアドレス（電話番号）を入力し「次へ」をクリック。

③ 「許可」をクリック。

Google にログイン

ログイン
「tact-seo.com」に移動

メールアドレスまたは電話番号

メールアドレスを忘れた場合

続行するにあたり、Google はあなたの名前、メールアドレス、言語設定、プロフィール写真を tact-seo.com と共有します。

アカウントを作成

日本語 ヘルプ プライバシー 規約

Google にログイン

tact-seo.com が Google アカウントへのアクセスをリクエストしています

tact-seo.com に以下を許可します:

- Google アナリティクスデータの表示

tact-seo.com を信頼できることを確認

機密情報をこのサイトやアプリと共有する場合があります。tact-seo.com の利用規約とプライバシーポリシーで、ユーザーのデータがどのように取り扱われるかをご確認ください。アクセス権の確認、削除は、Google アカウントでいつでも行えます。

リスクの詳細

キャンセル

許可

④ 連携対象のプロファイルを選択しクリック。

新規サイト追加

1. サイト登録

2. キーワード登録

3. アナリティクス連携

対象サイトのGoogle Analyticsと連携します。連携することでアクセス解析機能が利用可能になります。
※ このステップをスキップして、後から連携することもできます。

< 2. キーワード登録に戻る

プロフィールの選択

プロフィールID	WEBプロバイダID	プロフィール名	サイトURL
86518587	UA-2340032-8	プロモニスタ	https://promonista.com

戻る

⑤ TACT SEO内で計測する目標を選択。

⑥ 「連携を完了する」をクリック。

新規サイト追加

1. サイト登録 2. キーワード登録 3. アナリティクス連携

対象サイトのGoogle Analyticsと連携します。連携することでアクセス解析機能が利用可能になります。
※ このステップをスキップして、後から連携することもできます。

◀ 2.キーワード登録に戻る

目標の選択

目標の一括選択 ※ CV数を利用しない場合は、何もチェックをつけずに進んでください。

利用	目標ID	目標設定名	CV設定URL	Google Analytics上での設定
<input type="checkbox"/>	1	申し込み	/entry/thanks.html	オフ
<input type="checkbox"/>	2	記事下資料DL_アクセス解析系		オフ
<input checked="" type="checkbox"/>	3	レポートダウンロード	/reportthankyou/	オン

⑤

戻る 連携を完了する ⑥

操作5. サイトの登録を完了する。

① 「登録する」をクリックすると、サイト登録が完了します。

新規サイト追加

1. サイト登録 2. キーワード登録 3. アナリティクス連携

対象サイトのGoogle Analyticsと連携します。連携することでアクセス解析機能が利用可能になります。
※ このステップをスキップして、後から連携することもできます。

◀ 2.キーワード登録に戻る

現在の連携先 > Googleアカウント: 寛栄一郎 (kakei.soichiro@willgate.co.jp)

🔒 連携の解除

選択中の目標

現在の目標設定 > 2個の目標が選択されています

🔗 目標の編集

登録する ①



STEP 5

サポートを利用する

TACT SEOの使い方でご不明点がある場合は、サポートをご利用いただくことが可能です。施策を進める中で、知りたいこと・わからないことがあれば、些細なことでもお気軽にお問い合せください！

メールサポート

有料プランご契約中は無制限でメールサポートをご利用いただけます。下記の連絡先まで、ご連絡ください。SEOコンサルタントが対応いたします。

✉ support@tact-seo.zendesk.com



画面共有デモンストレーション

文章だけではわかりづらい、という場合はビデオチャットツールにて画面共有を行い操作方法を解説も可能です。お気軽にご相談ください。

zoom

Google ハングアウト

bellFace

※原則としてサポートは、ツールの使い方の解説の範囲に限らせていただきます。調査・分析・修正案の作成などの作業を弊社にご依頼いただく場合、別途コンサルティングプランのご提案をさせていただく場合がございます。

CHAPTER

01 キーワード調査編

1. キーワード調査のポイント	P.18
2. 調査キーワードの取得方法	
2-1. サイトの流入キーワードを調査する	P.14
2-2. 関連キーワードを調査する	P.16
3-3. 掛け合わせキーワードを生成する	P.18
3. 検索結果の傾向分析の使い方	
3-1. 検索結果の傾向分析を実行する	P.28
3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方	P.31

SEO対策を行う上で、「どのキーワードで対策を行うか」は成果を大きく左右するため非常に重要です。効率的に施策を行うためにはキーワード調査を行い、検索ニーズが多く自サイトにとって価値の高いキーワードを見極めることが不可欠です。このCHAPTERではTACT SEOの機能を用いて、キーワード調査を行う方法について解説します。

1. キーワード調査のポイント

○ SEO対策におけるキーワード調査の重要性

SEOに強いサイトを構築するためには、最初にしっかりとキーワード調査を行うことが重要です。なぜならキーワード調査を行うことで、検索ユーザーのニーズを把握することができ、どんなコンテンツを掲載すればユーザーからの支持を得られるかが明確になるためです。ユーザーから支持されるコンテンツを多く掲載することができれば、結果として検索エンジンから評価されるサイトを作り上げることができます。

手間はかかりますが、施策の成否に大きく影響しますのでSEO施策を実施する前に、しっかりと調査を行いましょう。

▶ キーワード調査の全体像

STEP1 調査キーワードの抽出

- 運営しているサイトあるいは事業に関連があり、SEO対策の候補になりうるキーワードを洗い出す。

STEP2 キーワードのグルーピング

- 同一ページで獲得できる可能性が高いキーワード同士をグルーピングする。

STEP3 各キーワードの状況把握

- 検索結果に多く露出している競合サイト、自サイト・競合サイトの順位、ランクインしているページ、検索上位ページの傾向などを把握する。

Next Action 各キーワードの状況に応じて必要な対策を実施

- ページが存在しないキーワード→新規ページ作成、順位が上がりにくいキーワード→評価向上のための対策など、キーワードグループごとに必要な対策を実施。

○ 調査候補キーワードの洗い出し

キーワード調査の最初のステップは運営しているサイト・事業に関連のあるキーワードを洗い出すことです。目的に応じた方法で、調査候補のキーワードを取得しましょう。

▶ 代表的なキーワード取得方法

① 競合サイトが獲得しているキーワードを調査する

- 同業界でよく検索されているキーワードを把握したい。
- 競合サイトとの差分となっているキーワードを把握したい。

② 関連キーワードを調査する

- 特定のキーワード（テーマ）を深掘りして、サイト内のコンテンツを拡充していきたい。
- 上位表示させたいキーワードが明確で、そのキーワードの評価を上げるためのコンテンツを作成する候補のキーワードを把握したい。
- 成果がでているキーワードの周辺情報を追加して、ロングテールのキーワードでの流入を増やしていきたい。

③ 掛け合わせキーワードを生成する

- 一定のパターンでページを生成しているサイトを運営しており、自サイトで狙えるキーワードを網羅的に抽出したい。（ex. 「【都道府県】×賃貸」、「【ブランド名】×買取」など。）
- 成果が出ているキーワードがあり、その類義語で検索ニーズがあるものを調査したい。（ex. 「結婚指輪 相場」の類義語として、「マリッジリング 相場」、「ウェディングリング 相場」など。）

※TACT SEOでキーワードを抽出する手順はP.22～で解説します。

○ キーワードのグルーピング

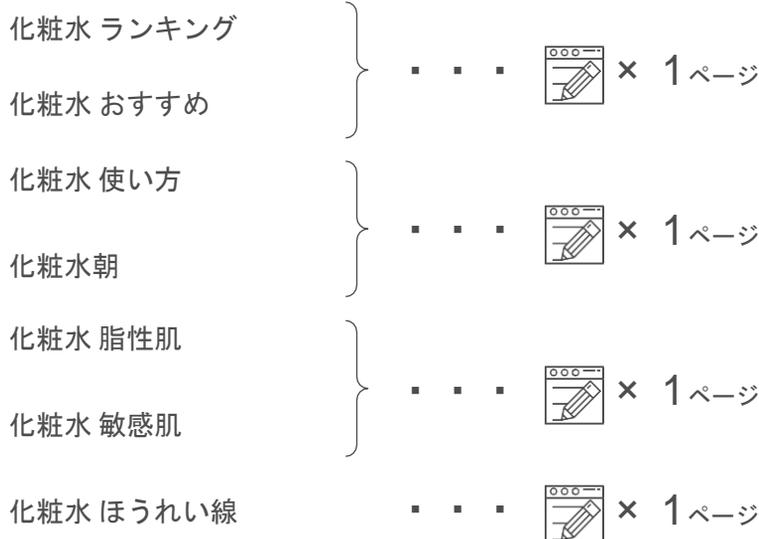
STEP1で洗い出したキーワードは、ユーザーの検索意図が近い（≒同一ページで上位表示される可能性が高い）もの同士をまとめることで対策しやすくなります。検索エンジンはユーザーが知りたい情報を網羅的に掲載しているページを高く評価する傾向があるため、多数のページに情報を分散させるのではなく、検索意図が近いキーワードは1ページにまとめて対策することで上位表示される可能性も高くなります。また、あらかじめキーワードをグループ化することで作成するコンテンツも必要最低限に抑えることができます。

※キーワードのグルーピングは後述の[検索結果の傾向分析]を使うことで、自動的に行うことができます。

[検索結果の傾向分析]の使い方はp.28～で解説します。

▶ 検索意図が近いキーワードは1ページにまとめる

キーワードのグルーピング例



○ コンテンツ制作費用が**低くなる**

○ ページ内情報の充実度（≒評価）が**高くなる**

○ 各キーワードごとの状況把握

キーワードを洗い出し、グルーピングまで行ったら各キーワードの状況を把握しましょう。キーワードごとに下記のようなデータを取得することで、対策の方針をたてやすくなります。

▶ キーワードの状況把握のためデータ取得すると有効な項目

✓ 検索回数

- ▶ 検索ユーザーのニーズがどの程度あるのかを把握することができます。検索回数が多いキーワード程、上位表示されたときに期待できる流入数が多くなるため施策の優先順位を決める指標として活用できます。

✓ 順位

- ▶ 自サイト（あれば競合サイトも）の順位を把握し、順位に応じた対策を行いましょう。

✓ 最上位ページ

- ▶ 各キーワードの最上位に表示されているページが、意図したページになっているかを確認しましょう。

✓ 上位表示されているページの傾向

- ▶ どんな種類のページが上位表示されているのか、上位表示されているページに掲載されている情報量（文字数）はどの程度かを把握することで、対策の精度が向上します。

※TACT SEOの [検索結果の傾向分析] を使えば、キーワードを入力するだけで上記のデータを自動取得することができます。検索結果の傾向分析の使い方は、p.28～で解説します。

2-1. サイトの流入キーワードを調査する

○ 流入キーワード調査

[流入キーワード調査] を使うことで、任意のサイト（URL）が「検索結果にヒットする検索キーワード」をまとめて取得することができます。

流入キーワードを調査する方法

操作1. [流入キーワード調査] 画面を開く。

① [キーワード調査] → [流入キーワード調査] をクリック。



操作2. キーワード情報を調査する。

① キーワード情報を調査したいURLを入力。

② データ調査対象とする範囲を選択。

- ・ 「サブドメインを含む全てのドメイン」 → 入力したURLのドメインおよびサブドメイン全体が対象。
- ・ 「完全一致」 → 入力したURLのみが対象。

③ 「キーワードを調査」をクリック。



2-1. サイトの流入キーワードを調査する

操作3. キーワードの調査完了。

しばらくすると、キーワードの調査が完了し下記のような画面に切り替わります。



取得したキーワードデータを csv形式でダウンロード可能。

調査サイト: willgate.co.jp (サブドメインを含む全てのドメイン) | 実行者: ウィルゲート | 調査日: 2019/07/24

キーワード一覧 1 - 25 / 600 件 < > ダウンロード

キーワード	検索ボリューム	順位	URL	想定流入数	CPC	更新日
ウィルゲート	3,600	1	https://www.willgate.co.jp/	2,880	¥1	2019/07/22
株式会社 ウィルゲート	590	1	https://www.willgate.co.jp/	472	¥0	2019/07/04
コンテンツ マーケティング 会社	260	1	https://www.willgate.co.jp/service/	122	¥6	2019/06/15
willgate	260	1	https://www.willgate.co.jp/	208	¥0	2019/06/24
吉岡 謙	170	1	https://www.willgate.co.jp/company/officer.html	79	¥0	2019/07/01
行動 指針	2,400	2	https://www.willgate.co.jp/wing.html	312	¥2	2019/07/17
seo 渋谷	10	2	https://www.willgate.co.jp/	1	¥0	2019/07/04
暮らし ニスタ	6,600	3	https://www.willgate.co.jp/blog/2523/	118	¥0	2019/07/23
prometheus 監視	320	3	https://tech.willgate.co.jp/entry/2019/03/26/120553	28	¥3	2019/07/13
javascript グラフ ライブラリ	140	3	https://tech.willgate.co.jp/entry/2018/03/20/141000	12	¥2	2019/07/04
オフィス diy	140	3	https://www.willgate.co.jp/blog/2628/	12	¥6	2019/07/02
javascript chart library	30	3	https://tech.willgate.co.jp/entry/2018/03/20/141000	2	¥1	2019/07/03
prometheus 監視	320	4	https://tech.willgate.co.jp/entry/2019/07/12/180000	22	¥3	2019/07/12/お問い合わせ

2-2. 関連キーワードを取得する

○ 関連キーワード調査

[関連キーワード調査] を使うことで、任意のキーワードと同時に検索されやすい「関連キーワード」を取得することができます。

関連キーワードを取得する方法

操作1. [関連キーワード調査] 画面を開く。

① [キーワード調査] → [関連キーワード調査] をクリック。



操作2. キーワード情報を調査する。

① 関連キーワードを調査したいキーワードを入力。

② 「キーワードを調査」をクリック。



2-2. 関連キーワードを取得する

操作3. 関連キーワードの取得完了。

しばらくすると、関連キーワードの取得が完了し下記のような画面に切り替わります。

The screenshot shows the '関連キーワード調査結果' (Related Keyword Search Results) page. At the top, it indicates the search keyword is 'コンテンツマーケティング', the user is 'ウィルゲート', and the search date is '2019/06/06'. Below this, a table lists 25 related keywords. A green callout box with an arrow points to the 'ダウンロード' (Download) button in the top right of the table, with the text '取得したキーワードデータをcsv形式でダウンロード可能。' (You can download the obtained keyword data in CSV format).

キーワード	想定月間検索回数	IP	CPC	
コンテンツマーケティング		6,600	¥830	
コンテンツマーケティング 事例		590	¥631	
コンテンツマーケティング expo		390	¥231	
コンテンツマーケティングexpo		390	¥231	
コンテンツマーケティング とは		170	¥535	
コンテンツマーケティング セミナー		170	¥705	
コンテンツマーケティング 会社		170	¥1,215	
コンテンツマーケティング 64の法則		140	¥211	
コンテンツマーケティングジャパン		140	¥72	
コンテンツマーケティング ラボ		90	¥0	
コンテンツマーケティング 本		90	¥140	
コンテンツマーケティングラボ		90	¥0	
コンテンツマーケティング ツール		70	¥1,110	

取得したキーワードデータを
csv形式でダウンロード可能。

用語解説

【関連キーワード】

対象のキーワードから連想される、あるいは関連性が高いキーワードのこと。主に、対象のキーワードを含む2語以上の複合語や、検索した際に検索結果画面の上方もしくは下方に表示されるキーワードのことを指す。

コンテンツマーケティングに関連する検索キーワード

コンテンツマーケティング メリット	コンテンツマーケティング 会社
コンテンツマーケティング セミナー	コンテンツマーケティング 2019
コンテンツマーケティング 広告	コンテンツマーケティング 歴史
コンテンツマーケティング sns	コンテンツマーケティング btob
コンテンツマーケティング 本	コンテンツマーケティング ツール

2-3. 掛け合わせキーワードを生成する

○ 掛け合わせキーワード生成

任意のキーワード同士を掛け合わせたキーワードリストを生成することができます。一定のパターンでページを生成しているサイトや類義語が多い（ex.「結婚指輪」「マリッジリング」「エンゲージリング」等）サイトのキーワード選定に活用できます。

掛け合わせキーワードを生成する方法

操作1. [掛け合わせキーワード生成] を開く。

① [キーワード調査] → [掛け合わせキーワード生成] をクリック。



操作2. キーワードの掛け合わせを実行する。

① 掛け合わせたいキーワードを入力。

② 掛け合わせる条件を指定。

③ 「掛け合わせる」をクリック。



2-3. 掛け合わせキーワードを生成する

操作3. 掛け合わせ完了。

指定の条件で掛け合わされたキーワードリストが生成されます。

生成されたキーワード一覧

235 キーワード

ラーメン 北海道
ラーメン 青森県
ラーメン 岩手県
ラーメン 宮城県
ラーメン 秋田県
ラーメン 山形県
ラーメン 福島県
ラーメン 茨城県
ラーメン 栃木県
ラーメン 群馬県
ラーメン 埼玉県
ラーメン 千葉県
ラーメン 東京都
ラーメン 神奈川県
ラーメン 新潟県
ラーメン 富山県
ラーメン 石川県
ラーメン 福井県
ラーメン 山梨県
ラーメン 長野県
ラーメン 岐阜県
ラーメン 静岡県
ラーメン 愛知県
ラーメン 三重県
ラーメン 滋賀県
ラーメン 京都府
ラーメン 大阪府
ラーメン 兵庫県
ラーメン 奈良県
ラーメン 和歌山県
ラーメン 鳥取県
ラーメン 島根県
ラーメン 岡山県
ラーメン 広島県
ラーメン 山口県
ラーメン 徳島県
ラーメン 香川県
ラーメン 愛媛県
ラーメン 高知県

全てコピー

条件をリセット

クリップボードにキーワードをコピーします。

生成されたキーワードを消去して、初期表示に戻ります。

3-1. 検索結果の傾向分析を実行する

○ 検索結果の傾向分析

[検索結果の傾向分析] を使うと、任意キーワードの検索結果（SERPs）情報を取得し、サイトごとの順位や上位表示されているページの傾向を把握することができます。また、同一ページで上位表示される可能性が高いキーワード同士のグルーピングも同時に行います。

検索結果の傾向分析の実行方法

操作1. [検索結果の傾向分析] 画面を開く。

① [キーワード調査] → [検索結果の傾向分析] をクリック。



操作2. 調査したいキーワードを入力する。

- ① 調査したいキーワードを入力。（複数の場合改行区切り。）※1度に登録できるキーワード数はプランによって異なります。
- ② 「データを取得」をクリック。



3-1. 検索結果の傾向分析を実行する

操作3. 調査したいキーワードを選択する。

- ① 調査したいキーワードに☑を入れ選択。
- ② 「次へ」をクリック。

キーワード含有の有無、想定
月間検索回数を条件指定して
☑をon/off切替できます。

データ取得したキーワード

キーワード一覧 **一括チェック** 9件

キーワード	注	想定月間検索回数	注
<input checked="" type="checkbox"/> キーワード			
<input checked="" type="checkbox"/> ベビーマッサージ		12,100	
<input checked="" type="checkbox"/> 赤ちゃん 体重		6,600	
<input checked="" type="checkbox"/> ベビーサークル		33,100	
<input checked="" type="checkbox"/> 離乳食 卵		8,100	
<input checked="" type="checkbox"/> 赤ちゃん 言葉		4,400	
<input checked="" type="checkbox"/> 粉ミルク		18,100	
<input checked="" type="checkbox"/> キュボロ		12,100	
<input checked="" type="checkbox"/> 子供 名前		27,100	
<input checked="" type="checkbox"/> 離乳食 牛乳		2,900	

■ 条件を指定して選択

キーワード

キーワード を含む

キーワード を含まない

想定月間検索回数

100 - 10,000

■ 選択中のキーワード

9 / 1,000 キーワード

操作4. 調査したいキーワードを選択する。

- ① 調査サイトのURLを入力。※競合サイト（任意）は10個まで入力できます。
- ② 調査サイトの範囲を指定。
 - 「他のサブドメインを含まない」→ 入力したURLのドメイン全体が調査対象。
 - 「全てのサブドメインを含む」→ 入力したURLのドメインおよびサブドメイン全体が調査対象。
 - 「前方一致」→ 入力したURLのディレクトリ配下が調査対象。
 - 「完全一致」→ 入力したURLのみが調査対象。
- ③ 「調査開始」をクリックすると、調査を開始します。

調査サイト

競合サイト

競合サイト-01	<input type="text" value="https://kurashinista.jp/"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-02	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-03	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-04	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-05	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-06	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-07	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-08	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-09	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>
競合サイト-10	<input type="text" value="URLを入力"/>	<input type="button" value="他のサブドメインを含まない"/>

3-1. 検索結果の傾向分析を実行する

操作5. 調査完了。

- ① 調査開始後しばらくすると、ステータスが「完了」になり結果を閲覧できるようになります。 ※数時間から1日程度、調査に時間がかかる場合がございます。

SERPs分析

入力したキーワードの検索結果（SERP）傾向を取得し、サイトごとの順位や上位表示されているページの傾向を把握することができます。

キーワードを入力。
※複数入力する場合は改行記号。

0 / 1,000

データを取得

当月の調査キーワード数：残り 40,000 / 40,000 キーワード

調査履歴 1 - 1 / 1件 < >

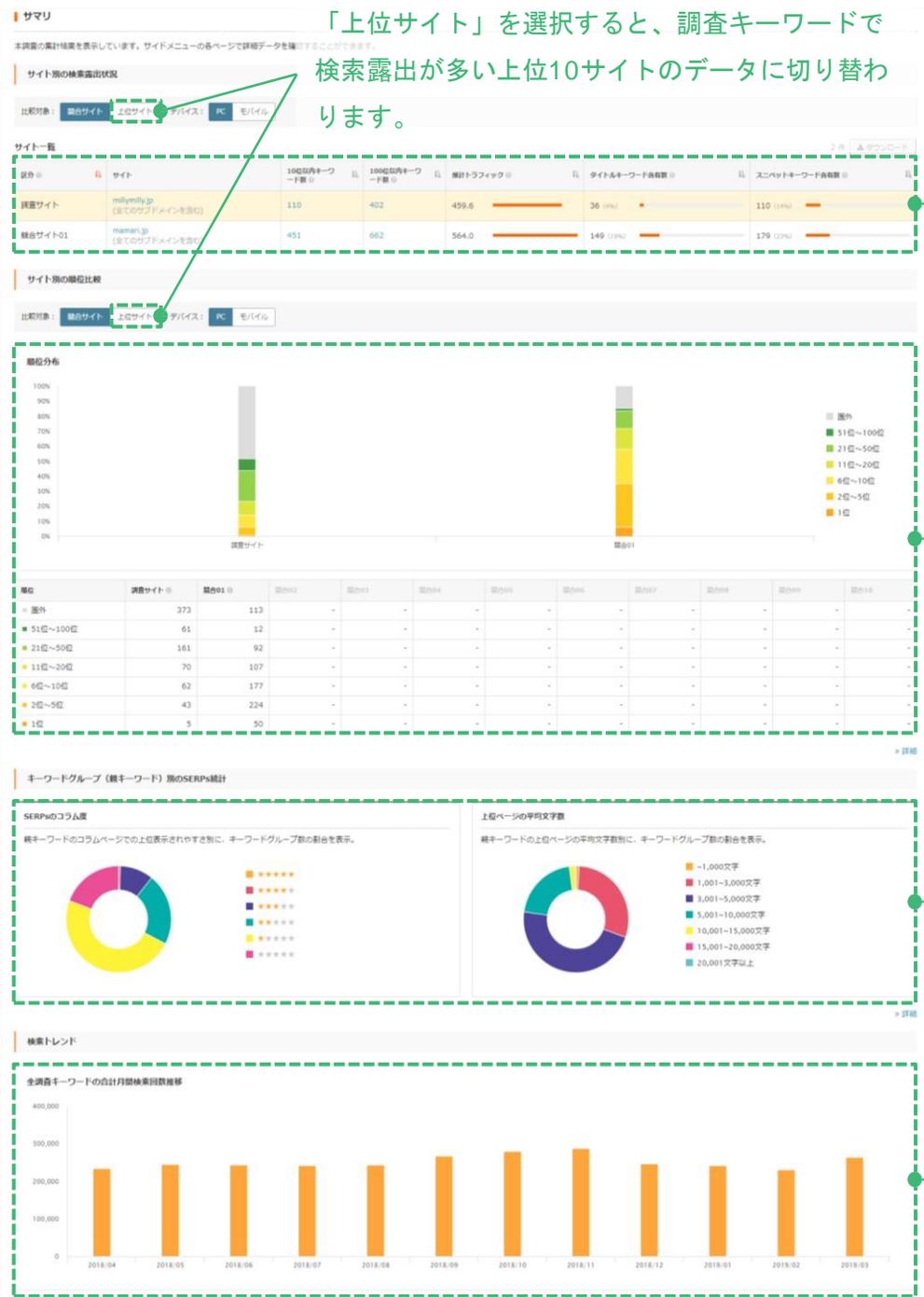
調査キーワード数	調査サイト	ステータス	実行者	登録日	削除
775	milymily.jp <small>(※ 1000文字以内を指定)</small>	① 完了	ウオルグート	2019/04/12	

次ページ以降で結果の見方を解説します。

3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方

調査キーワード全体の傾向を把握する

[サマリ] 画面では調査キーワード全体における、サイト毎の検索露出状況やSERPsに表示されているページの特徴、月間検索回数の推移を把握することができます。



サイト毎に検索結果にどの程度露出しているか、タイトル・スニペットにキーワードが含まれているかを確認できます。

サイト別の順位分布を把握することができます。

各キーワードグループの親キーワードの検索結果の傾向を把握することができます。

調査キーワードの月間検索回数の合計値の推移を把握できます。

3-2. SERPs分析の結果の見方

用語解説

【スニペット】

検索結果に表示されるページの説明文のこと。ページ内の情報（主にdescriptionタグ）から抜き出された短いテキストが表示されています。

株式会社ウィルゲート | コンテンツマーケティングのトップ企業を目指す

<https://www.willgate.co.jp/> ▼

株式会社ウィルゲートの公式企業ページです。株式会社ウィルゲートは経営理念である「一人ひとりの『will』を実現する」を掲げ、コンテンツマーケティングの力で価値ある商品・サービスがユーザーに届く社会を実現します。

【キーワードグループ】

任意のキーワードリストを、同一ページで上位表示される可能性が高いキーワード同士でグループ化したもの。同一グループのキーワードは一つのページに集約し対策することで、効率よくSEO対策を行うことができる。

【親キーワード】

キーワードグループ内で最も検索回数が多いキーワード。

3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方

○ 各サイトの検索露出状況の詳細を確認する

[サイト別SERPs詳細] では各サイトの検索露出状況（順位や最上位ページなど）を確認することができます。

各サイトの検索露出状況を確認する方法

操作1. [サイト別SERPs詳細] 画面を開く。

- ① サイドメニューから、[サイト別SERPs詳細] をクリック。

調査キーワード数: 775 調査サイト: milily.jp 全てのサブドメインを含む 実行者: ウィルゲート 登録日: 2019/04/12

ホーム / SERPs分析 / サイト別SERPs詳細

サイト別SERPs詳細

調査キーワードの検索結果 (SERPs) における表示状況を、サイト・デバイス別に確認することができます。

サイト: 調査: milily.jp デバイス: PC モバイル

調査キーワード一覧 1 - 25 / 775 件 < > ダウンロード

キーワードグループ	キーワード	検索月検索回数	順位	推計トラフィック	最上位ページ	キーワード含有
0001	抱っこ紐	49,500	3	189.8	抱っこ紐の人気15選！新生児から使えるものやおすすめタイプは？ Milly ... https://milily.jp/column/52353	× 確認
0001	抱っこ紐	49,500	6	97.4	抱っこ紐の人気15選！新生児から使えるものやおすすめタイプは？ Milly ... milily.jp > 赤ちゃん育児 > 0歳児 https://milily.jp/column/52353	○ 確認
0001	抱っこ紐	20	74	0.0	おんぶ紐はいつから？簡単&便利なおすすめ14選と選び方: 口コミ Milly ... https://milily.jp/column/52357	× 確認
0002	抱っこ紐 カバー	8,100	34	0.0	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすめ12アイテム Milly ミリー https://milily.jp/column/52069	○ 確認
0002	抱っこ紐 カバー	8,100	圏外	0.0	-	-
0002	抱っこ紐 収納	1,600	5	3.8	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすめ12アイテム Milly ミリー https://milily.jp/column/52069	○ 確認
0002	抱っこ紐 収納カバー	1,300	7	2.0	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすめ12アイテム Milly ミリー https://milily.jp/column/52069	○ 確認
0002	抱っこ紐 収納カバー	1,300	8	1.7	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすめ12アイテム Milly ミリー milily.jp > 赤ちゃん育児 > 0歳児 https://milily.jp/column/52069	○ 確認
0002	抱っこ紐 ケース	170	9	0.2	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすめ12アイテム Milly ミリー https://milily.jp/column/52069	× 確認
0002	抱っこ紐 エルゴ カバー	110	19	0.0	エルゴ抱っこ紐の収納カバーの作り方&人気のおすすめ商品7選 Milly ... https://milily.jp/column/53021	○ 確認

サイト、デバイスを切替えるとテーブルに表示されるデータが切替わります。

対象のキーワードでの順位と最上位に表示されているページを把握。

タイトル・スニペットはクリック率に影響を与えるので、順位が高く含有「×」のキーワードを改善することでクリックされやすくなる可能性があります。

3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方

調査キーワードの順位を比較する

[順位比較] 画面では、調査キーワードにおける各サイトの順位を一覧で比較することができます。

調査キーワードにおける順位比較をする方法

操作1. [順位比較] 画面を開く。

- ① サイドメニューから、[順位比較] をクリック。

調査キーワード数： 775 調査サイト： millymilly.jp 全てのサブドメインを含む 実行者： ウイルゲート 登録日： 2019/04/12

ホーム / SERPs分析 / 順位比較

順位比較

調査キーワードにおける各サイトの順位を比較することができます。

比較対象： 競合サイト 上位サイト デバイス： PC モバイル

キーワード一覧

キーワード	順位	競合サイト	上位01	上位02	上位03	上位04	上位05	上位06	上位07	上位08	上位09	上位10
抱っこひも	49,500	3	2	5	9	3	7	4	6	8	18	41
抱っこ紐	49,500	6	1	5	4	6	3	7	9	8	14	10
抱っこ紐 紐	20	74	2	3	5	74	4	8	9	13	15	34
抱っこ紐 まどめる	50	圏外	圏外	55	6	圏外	68	圏外	56	圏外	78	圏外
抱っこ紐 エルゴカバー	110	19	51	5	4	19	圏外	圏外	圏外	圏外	25	圏外
抱っこ紐 エルゴ収納	40	18	圏外	9	5	18	圏外	57	圏外	圏外	35	圏外
抱っこ紐 カバー	8,100	34	圏外	7	4	34	圏外	25	68	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 ケース	170	9	59	5	3	9	圏外	33	52	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 ホルター	20	圏外	20	4	8	圏外	圏外	圏外	25	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 収納	1,600	5	圏外	7	2	5	圏外	27	43	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 収納カバー	1,300	7	圏外	5	2	7	圏外	圏外	圏外	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 収納袋	30	13	圏外	5	3	13	圏外	44	圏外	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐カバー	8,100	圏外	圏外	7	4	圏外	圏外	25	57	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐収納カバー	1,300	8	圏外	5	2	8	圏外	圏外	圏外	圏外	圏外	圏外
抱っこ紐 0歳から	10	4	圏外	3	1	4	圏外	圏外	46	57	圏外	圏外
抱っこ紐 2019	20	6	10	3	47	6	9	圏外	36	21	15	圏外
抱っこ紐 4way 人気	10	39	圏外	7	5	39	圏外	圏外	30	圏外	11	圏外

i マークをクリックすると、対象サイトの情報が表示されます。

比較対象、デバイスを切替えるとテーブルに表示されるデータが切替わります。

各サイトの順位が一覧表示されています。自サイトの順位が低く、競合が獲得しているキーワードや、上位サイトが共通して獲得しているキーワードを発見することができます。

○ キーワードグループと親キーワードの検索結果の傾向を確認する

[キーワードグループ別分析] 画面では、調査キーワードを同一ページで上位表示される可能性が高いもの同士でまとめたキーワードグループ一覧と、各キーワードグループを代表するキーワード（親キーワード）の検索結果の傾向を確認することができます。

キーワードグループ・親キーワードの検索結果の傾向を確認する方法

操作1. 調査キーワードをグルーピングした結果を確認する。

- ① サイドメニューから、[キーワードグループ別分析] をクリック。

キーワードグループ別分析

調査キーワードをグルーピングし、各親キーワードの検索結果（SERPs）の傾向を分析しています。

キーワードグループ一覧

キーワードグループ	検索回数	親キーワード	キーワード	検索回数
0001	99,020	抱っこひも	抱っこひも	49,500
			抱っこ紐	49,500
			抱っこ紐 紐	20
0002	20,820	抱っこ紐 カバー	抱っこ紐 カバー	8,100
			抱っこ紐カバー	8,100
			抱っこ紐 収納	1,600
			抱っこ紐 収納カバー	1,300
			抱っこ紐収納カバー	1,300
			抱っこ紐 ケース	170
			抱っこ紐 エルゴ カバー	110
			抱っこ紐 まとめ	50
			抱っこ紐 エルゴ 収納	40
			抱っこ紐 収納袋	30
			抱っこ紐 ホルダー	20
0003	20,660	抱っこ紐 おすすめ	抱っこ紐 おすすめ	12,100
			抱っこ紐 人気	

各キーワードグループ内で最も検索回数が多いキーワードを親キーワードとして表示。

3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方

操作2. 親キーワードの検索結果の傾向を把握する。

- ① [キーワードグループ別分析] のページで[親キーワード別のSERPs傾向] のタブをクリック。

調査キーワード数: 775 調査サイト: millymilly.jp 全てのサブドメインを含む 実行者: フィルゲート 登録日: 2019/04/12

ホーム / SERPs分析 / キーワードグループ別分析

キーワードグループ別分析

調査キーワードをグルーピングし、各親キーワードの検索結果 (SERPs) の傾向を分析しています。

キーワードグループ一覧 **親キーワード別のSERPs傾向** ①

親キーワードの検索結果 (SERPs) の傾向と、各サイトの最上位ページの状況を確認することができます。

親キーワード一覧 1 - 25 / 528 件 [<] [>] [ダウンロード]

キーワードグループ	親キーワード	定期月間検索回数	上位ページの平均文字数	コラム度	順位	最上位ページ	文字数
0001	抱っこひも	49,500	3,739	*****	3	抱っこ紐の人気15選！新生児から使えるものやおすすすめタイプは？ Milly ... https://millymilly.jp/column/52353	19,774
0002	抱っこ紐 カバー	8,100	2,936	*****	34	抱っこ紐収納カバーが人気！おすすすめ12アイテム Milly ミリー https://millymilly.jp/column/52069	13,303
0003	抱っこ紐 おすすすめ	12,100	8,256	*****	3	抱っこ紐の人気15選！新生児から使えるものやおすすすめタイプは？ Milly ... https://millymilly.jp/column/52353	19,774
0004	抱っこ紐 よだれカバー	5,400	3,569	*****	9	よだれカバーの人気おすすすめ11選！エルゴ抱っこ紐につけてもおしゃれ ... https://millymilly.jp/column/51389	10,894
0005	抱っこ紐 エルゴ	8,100	4,664	*****	図外	-	-
0006	抱っこ紐 ケープ	8,100	3,587	*****	3	抱っこ紐ケープの人気おすすすめ10選！防寒・防雨対策に必要？口コミ体験 ... https://millymilly.jp/column/51397	10,253
0007	抱っこ紐 新生児	5,400	5,607	*****	3	抱っこ紐の人気15選！新生児から使えるものやおすすすめタイプは？ Milly ... https://millymilly.jp/column/52353	19,774
0008	抱っこ紐 コニー	1,300	18,207	*****	図外	-	-
0009	抱っこ紐 防塵	2,400	3,074	*****	3	抱っこ紐ケープの人気おすすすめ10選！防寒・防雨対策に必要？口コミ体験 ... https://millymilly.jp/column/51397	10,253
0010	抱っこ紐 いつから	1,900	4,195	*****	10	エルゴベビーの抱っこ紐はいつから？おすすすめ10選&付け方・注意点 ... https://millymilly.jp/column/51455	10,614
0011	抱っこ紐 雙葉	1,900	6,338	*****	31	抱っこ紐をブランド別にご紹介！編み装束で人気おすすすめ商品12選！ - Milly ... https://millymilly.jp/column/51445	10,145

10位以内のページの平均文字数。親キーワードで上位表示させたいページに掲載する情報量の目安にしてください。

各キーワードグループの親キーワードのみを表示。

10位以内にコラム形式のページが多いほどコラム度が高くなります。

選択したサイトの順位と最上位ページの情報が表示されています。

3-2. 検索結果の傾向分析の結果の見方

調査キーワードの検索トレンドを把握する。

[検索トレンド] 画面では、調査キーワードの過去一年間の月間検索回数の変化を確認することができます。

検索トレンドを確認する方法

操作1. [検索トレンド] 画面を開く。

- ① サイドメニューから、[検索トレンド] をクリック。



グラフにフォーカスすると、該当月の検索回数が表示されます。

調査時から過去12ヵ月間の月間検索回数推移を表示しています。

四半期単位で検索回数の増減が大きいキーワードを確認することができます。

CHAPTER

02 キーワードの上位表示編

- 1. 上位表示されるために重要な要素 P.39
- 2. 上位表示分析でできること P.42
- 3. 上位表示分析の使い方
 - 3-1. 分析対象のキーワードとページを決める P.43
 - 3-2. 上位表示分析を実行する P.45
 - 3-3. ページの内部修正（HTMLの改善）を行う P.47
 - 3-4. ページのコンテンツを改善する P.49
 - 3-5. サイト内に関連コンテンツを追加する P.56

狙ったキーワードで上位表示されるためには、やみくもに施策を行うのではなく、検索結果に表示されているページの傾向を把握した上で、サイトを改善することが重要です。

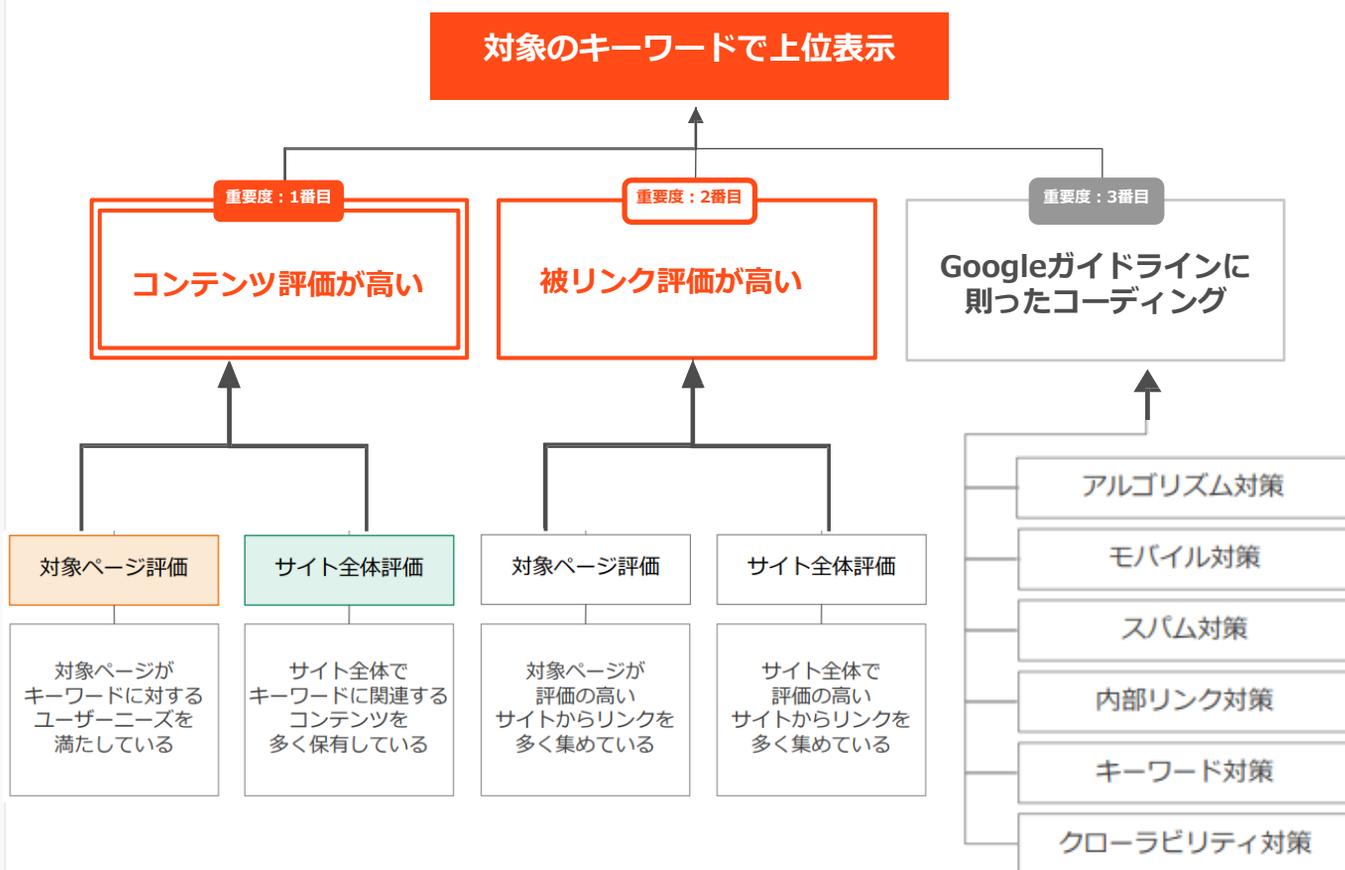
この章ではTACT SEOの機能を用いて、キーワードの順位を向上させる施策を行う方法について解説します。

1. 上位表示されるために重要な要素

○ 検索エンジンはどのように順位を決定しているのか？

Googleの検索エンジンはユーザーのニーズに満たすページを表示させようと日々改善されています。キーワードによってユーザーのニーズや意図は異なるので、それに対応できるよう複雑なアルゴリズムを用いてページの評価を行い、ユーザーのニーズに最もマッチしていると思われる順にページが表示されています。評価項目は200以上あるとも言われていますが、特に順位と相関が高い項目をシンプルにまとめると「コンテンツ」「被リンク」「コーディング」に分けられます。それぞれの項目で、検索結果の上位に表示されているページを上回ることが重要です。

▶ 上位表示に欠かせない3要素



1. 上位表示されるために重要な要素

○ 一番重要なのはコンテンツ評価

Googleの検索エンジンはユーザーの検索意図を把握し、その疑問やニーズに、適切な情報で応えるページを高く評価し、検索結果の上位に表示します(※1)。この「適切な情報」とは何かを考えるうえで、大きなヒントになるものとしてGoogle検索の関連キーワード、サジェストキーワードがあります。これらは、対象のキーワードと同時に検索されているクエリ(検索キーワードのことを「クエリ」と呼びます)や、現在Googleが適切だと判断しているページに含まれるキーワードをもとに、Google自身が提示してくれている最も重要なキーワードです。これらの関連キーワード・サジェストキーワードの網羅性が、競合サイト・ページと比較して不足していないかを確認し、不足している場合は、追記・リライト・新規記事作成など、コンテンツの評価を改善する対策を実施していきます。

※1 Google『検索のアルゴリズム仕組み』 <https://www.google.com/search/howsearchworks/algorithms/>

例：関連キーワード

「SEO」で検索した場合

関連キーワード	
seo google	🔍
seo対策 方法	🔍
seo対策 基本	🔍
seo 検索	🔍
seo ブログ	🔍
seo 読み方	🔍
seo チェック	🔍
seoとは何の略	🔍
seo 2018	🔍
seo 会社	🔍

例：サジェストキーワード

「SEO」と入力した場合

サジェストキーワード	
SEO	🔍
seo とは	↶
seo 対策	↶
seo ツール	↶
seo ブログ	↶
seo チェキ	↶



被リンク対策は時代遅れ？

昨今「もはや被リンクの効果は小さい。今はユーザーに焦点をあてたコンテンツ作成が大事」というような主張を、SEO業者の提案や、Webの記事で目にする機会も増えたと思います。ですが被リンクの評価は今も検索順位を決定する上での重要な要素のひとつです。Googleの公式ページ『Google が掲げる 10 の事実』の「4. ウェブ上の民主主義は機能する。」では以下のように書かれています。

4. ウェブ上の民主主義は機能する。

Google検索が機能するのは、どのサイトのコンテンツが重要かを判断するうえで、膨大なユーザーがウェブサイトに貼ったリンクを基準としているからです。Googleでは、200以上の要素と、PageRank™アルゴリズムをはじめとするさまざまな技術を使用して、各ウェブページの重要性を評価しています。PageRankのアルゴリズムでは、ページ間のリンクを「投票」と解釈し、どのサイトが他のページから最高の情報源として投票されているかを分析します。この手法なら、新しいサイトが増えるたびに情報源と投票数が増えるため、ウェブが拡大するにつれて効果も高まります。またGoogleでは、多くのプログラマーの力によって技術革新が進むオープンソース送付とウェアの開発にも力を入れています。

引用元：Google が掲げる 10 の事実 <https://www.google.com/intl/ja/about/philosophy.html>

※強調はウィルゲート

上記の通り、Googleの検索エンジンでは現在でも順位を決める重要な要素として被リンクを用いており、コンテンツ評価が同程度のページが複数存在した場合、リンク評価が高い方が上位表示される可能性が非常に高いです。自社の関連サイトや、提携先のサイトにリンクを貼ってもらったり、自社の顧客のインタビュー記事を作成し、顧客サイトからリンクしてもらおうなど、なるべく自然なかたちで被リンクを獲得できるよう、継続して取り組んでいくことが大切です。自然にリンクを獲得する方法についてもアドバイスいたしますので、お気軽にお問い合わせください。

2. 上位表示分析でできること

○ まずはコンテンツの改善施策からはじめましょう

TACT SEOの上位表示分析ではSEOに関係する様々な分析が可能ですが、まずは最も重要度が高く、SEOの専門知識を使わずに成果を出しやすい「コンテンツ評価の改善」に集中しましょう。

コンテンツ評価は「ページ単位」と「サイト単位」で分けて考えます。

優先

ページ単位の改善

- ✓ Googleの検索上位ページと比べて検索キーワードの関連語・サジェスト語に不足がないか。



サイト単位の改善

- ✓ Googleの検索上位サイトと比べてサイト全体で、検索キーワードの関連ページに不足がないか。

「ページ単位」の評価では、上位表示したいキーワードのGoogle検索の関連キーワード・サジェストキーワードが検索上位ページと比べて、網羅的に含まれているかが重要です。TACT SEOはそれらのキーワードを網羅的に抽出し、調査ページと検索上位20ページの含有状況を比較することができます。

「サイト単位」の評価では、関連キーワード・サジェストキーワードに関するコンテンツをサイト内に保有しているかが重要です。TACT SEOは、それらのキーワードが調査サイトと検索上位20サイトの検索順位を調査・分析できます。また、同じページで上位表示できる可能性が高いキーワード同士をまとめる「キーワードグルーピング機能」があります。この機能を活用することで、効率的に競合サイトとの差を埋めていくことが可能です。

優先度が高いのは「ページ単位」での分析・改善です。分析対象キーワードの対策難易度が低い（競合性が低い）場合、ページ単位の改善だけでも上位表示が見込めます。月間検索回数が多い、所謂ビッグワードは関連キーワードが多いため、1ページだけでは検索ユーザーが求める情報を網羅的に掲載することができないため、サイト全体でキーワードに関連する情報をカバーする必要があります。

3-1. 分析対象のキーワードとページを決める

○ どのキーワード、ページを分析すればいい？

既に対策キーワード・ページが明確になっている場合、まずはそのキーワードから分析を開始しましょう。どのキーワードで分析すべきかわからないという場合は、以下の方法をお試しください。

▶ 自サイトで既にある程度上位に表示されているキーワードリストを抽出

TACT SEOの「流入キーワード調査」という機能では任意のサイトURLを入力することで、対象サイトが検索結果に露出しているキーワードを取得することができます。

※[流入キーワード調査]の操作方法はp.22をご参照ください。

自サイトのURLを入力し取得できたキーワードの内、**順位が4位～30位程度**のキーワード+URLを選定し上位表示分析を実施してみましょう。

▽ 検索露出キーワードの例

キーワード	検索ボリューム	IF	順位	URL	想定流入数	CPC	更新日
グーグル アナリティクス	49,500		20	https://promonista.com/dete_loss_of_ga/	148	¥6	2019/05/23
seo	40,500		8	https://promonista.com/seo-how-to-start-it/	1,215	¥7	2019/05/23
search console	33,100		13	https://promonista.com/google-search-console/	297	¥0	2019/05/23
seo 対策	27,100		17	https://promonista.com/seo-how-to-start-it/	108	¥7	2019/05/23
description	27,100		7	https://promonista.com/glossary/meta_description/	1,084	¥0	2019/05/23
google 検索	27,100		21	https://promonista.com/google-algorithm/	40	¥1	2019/05/23
cpa	18,100		6	https://promonista.com/glossary/cpa/	905	¥4	2019/05/23
google search console	18,100		19	https://promonista.com/google-search-console/	54	¥2	2019/05/23
vlookup 使い方	14,800		24	https://promonista.com/excel_functions_101/	22	¥1	2019/05/23
アップデートとは	12,100		24	https://promonista.com/glossary/panda_update/	18	¥1	2019/05/23
エクセル vlookup	12,100		19	https://promonista.com/excel_functions_101/	36	¥2	2019/05/23
オウンドメディア	12,100		9	https://promonista.com/ownedmedia/	363	¥4	2019/05/23
アルゴリズムとは	9,900		13	https://promonista.com/glossary/algorithm/	89	¥0	2019/05/23
なんぼや	9,900		5	https://promonista.com/analysis_nanboya/	99	¥0	2019/05/23

一般的に検索順位が上がるほどクリック率は高くなり、1位は約21%、2位は約10%、3位は約8%、4位が約5%程度、5位より下位の場合は3%以下とされています。（※参考：INTERNET MARKETING NINJAS, 2017）そのため、クリック率が高い**1位～3位にランクインすることが、流入数を増やすためのポイント**です。

4位～30位にランクインしているということは、ページ内に掲載されている情報が検索ユーザーのニーズに、ある程度合致しているといえます。順位が低いキーワードの対策と比べ、上位ページとの差分を埋めるための**コストが少なく済み、費用対効果が合いやすい**と考えられます。



対策候補のキーワードが多すぎる場合はどうすればいい？

対策候補キーワードが多い場合は、いくつかの評価軸を設定し優先順位をつける必要があります。例えば以下のような観点で、キーワードの優先順位を検討してみましょう。

キーワードの優先度を決める基準（例）

- ✓ ビジネス上のKPIに貢献する見込みが高い
- ✓ 現状の順位が高い（少しの改善で流入増が見込まれる。）
- ✓ 検索ボリュームが大きい（上位表示された際に多くの流入が見込まれる。）
- ✓ CPCが高い（リスティング広告に掲載した際に、売上に繋がる見込みが高い）

用語解説

【検索ボリューム】

対象キーワードが検索される回数の多さを現した指標。数字が大きいほど、検索されている回数が多いと考えられ上位表示された場合多くの流入が見込まれる。

【CPC】

Cost Per Clickの略。クリック課金型広告の効果を図る指標で、クリック1回あたりの費用を指します。ここでは、対象キーワードでリスティング広告を出稿する際の相場価格の意味で用いています。

3-2. 上位表示分析を実行する

上位表示分析の実行方法

操作1. 上位表示分析画面を開き、調査タイプを選択する。

- ① [SEO課題分析] → [上位表示分析] をクリックし画面を開きます。
- ② 対策キーワードのSEO対象ページがある場合は、「既存ページ調査」を選択。ない場合は、「新規ページ調査」を選択。



操作2. 調査に必要な情報を入力する。

- ① 調査対象のキーワードを入力。
- ② 調査対象のURLを入力。※[既存ページ調査]を選択した場合のみ。
- ③ 調査項目を選択。※調査に若干時間がかかりますが、基本的にすべての項目に✓を入れることを推奨します。
- ④ [調査開始] ボタンを押下すると、調査を開始します。

3-2. 上位表示分析を実行する

操作3. 調査登録完了。

- ① 調査登録が完了すると、以下のような表示になります。
- ② 調査登録が完了した時点で、調査回数を「1」消費します。 ※調査回数はプランによって異なります。

上位表示分析

任意のキーワードで上位表示されるために不足している要素を調査することができます。下記よりキーワードを入力することで調査を開始します。

調査内容を登録しました。

アカウント全体の残り調査回数： 14 / 15 回 ※ 2019/06/01で調査回数がリセットされます。

■ SEO対象ページがある場合
既存ページ調査 キーワードとSEO対象ページのURLを入力してください。
対象キーワードの上位20サイト及びSEO対象ページの調査を行い、上位表示されるために不足している要素を抽出します。

■ SEO対象ページがない場合
新規ページ調査 キーワードを入力してください。
対象キーワードの上位20サイトの調査を行い、上位表示されるために必要なコンテンツの量と外部リンクの量を見積もることができます。

※ 調査内容の詳細

● 調査結果の見方について

調査結果一覧 チェックした調査結果を一括削除 25 / 25 件 < > 検索語を入力 🔍

再調査 調査キーワード: ハウンサー 調査URL: https://millymilly.jp/column/51251 順位: - 調査日: 2019/05/24 ダウンロード

■ ページの課題
内部対策
各種中...

■ サイト全体の課題 (対象: millymilly.jp)
関連コンテンツ @
各種中...

外部リンク @
各種中...

操作4. 調査完了。

調査が完了すると、以下のような表示になり調査結果を確認することができます。

再調査 調査キーワード: ハウンサー 調査URL: https://millymilly.jp/column/51251 順位: 8位 調査日: 2019/03/14 ダウンロード

■ ページの課題
内部対策
対策が必要な項目数
★★★ 3 個 ★★ 4 個 ★★ 4 個 詳細

■ サイト全体の課題 (対象: millymilly.jp)
関連コンテンツ @
対象: 7 項目
自標: [10 項目] 関連キーワード
対象: 289
自標: 237 詳細

外部リンク @
対象: 5 項目
自標: [10 項目] 外部リンクスコア
対象: 3
自標: 1

3-3. ページの内部修正（HTMLの改善）を行う

内部修正の重要性

ページを検索結果に表示されるようにするためには、対象のページを検索エンジンがを見つけ、適切に評価できるようコーディングされていることが前提となります。上位表示分析では、調査URLを調査キーワードで上位表示させるにあたって、改善余地がある内部修正項目を抽出することができます。個々の項目を見ると、ちょっとした改良のように思えますが一つひとつの修正を積み重ねることで、ページのパフォーマンスを大きく改善できる可能性があります。地道な作業にはなりますが、じっくり取り組んでいきましょう。

内部修正項目を確認する方法

操作1. [SEO内部対策（全般）] 画面を開く。

① 上位表示分析結果の、■ 内部対策の **詳細** ボタンをクリック。

修正が必要な項目数を確認することができます。

3-3. ページの内部修正（HTMLの改善）を行う

操作2. 各項目のタブを開き、課題と修正内容を確認する。

- ① タブをクリックし改善アドバイスを開き、該当箇所を修正してください。
- ② `</>` がついている要素（②の赤枠部分）をクリックすると、
- ③ htmlソース上の対象箇所にスクロールします。

内部対策項目一覧

重要度: 全て選択中 項目: 全て選択中

全ての項目を開く

- ページに含むテーマ
- 文字数
- titleタグ**
- meta-description

titleタグはSEO上非常に重要な要素です。対象キーワードを先頭付近に含み32文字程度で設定してください。

`</>` 6行目: バウンサーのおすすめ11選! 新生児から使える手動・電動別の選び方&体験談 | Milly ミリー

重要度: ★★
文字数が46文字です。検索結果に表示される32文字以内で設定することを推奨します。

```
5 <head prefix="og: http://ogp.me/ns# fb: http://open_graph_protocol/facebook# article: http://ogp.me/ns/article#">
6 <title>バウンサーのおすすめ11選! 新生児から使える手動・電動別の選び方&体験談 | Milly ミリー</title>
7
8 <meta charset="utf-8"/><link href="/favicon.ico?1558327024" type="image/x-icon" rel="icon"/><link href="/favicon.ico?1558327024" type="image/x-icon" rel="shortcut icon"/>
9 <link rel="stylesheet" href="/css/milly.css?1558681328"/>
10 <script src="https://cdn.ravenjs.com/3.22.2/raven.min.js" crossorigin="anonymous"></script>
11 <script>
12 Raven.config(
13   'https://75fcebba796f43c08dbe97f8e8780744@entry.io/285651',
14   {
15     // 環境実験
16     environment: 'production',
17     // 無視するエラー
18     ignoreErrors: [
19       'ge is not a function',
20       'Can't find variable: $',
21       'Lodeo2 is not defined',
22     ],
23     // 許可URLリスト
24     whitelistUrls: [
25       /getsentry\.com/,
26       /cdn\.getsentry\.com/,
27       /millymilly\.js?\/js/,
28     ],
29     shouldSendCallback() {
30       // UAフィルタリング
31       var userAgent = window.navigator.userAgent;
32       if (userAgent.indexOf('YJApp-IOS') !== -1) {
33         return false;
34       }
35     }
36   }
37 )
38 </script>
39 </head>
```

改善アドバイスの構成

- titleタグ
- titleタグはSEO上非常に重要な要素です。対象キーワードを先頭付近に含み32文字程度で設定してください。
- `</>` 6行目: バウンサーのおすすめ11選! 新生児から使える手動・電動別の選び方&体験談 | Milly ミリー
- 重要度: ★★
文字数が46文字です。検索結果に表示される32文字以内で設定することを推奨します。

項目名

項目の説明

課題の該当箇所

課題の内容と修正の方向性

○ 上位ページと同等以上の情報量を掲載する

検索エンジンは、キーワードに関連する情報が多く掲載されているページ程高く評価する傾向があります。そのため、対象のキーワードの上位ページと同等程度の文字数をページの本文内に掲載することを目安に改善しましょう。ただし、闇雲に文字数だけを増やしてもあまり効果はありません。後述の「上位ページが含む関連情報を掲載する (p.20)」を参考に、キーワードに関連性が高く、ページを訪れたユーザーにとって有益な情報を追加するようにしてください。

操作1. 文字数のタブを開く。

- ① [SEO内部対策 (全般)] 画面を開きます。
- ② 「文字数」のタブをクリック。

The screenshot shows a web analytics tool interface for SEO optimization. At the top, there are search filters for date (2019/05/24), keyword (バウンサー), URL (https://millymilly.jp/column/51251), and location (国外). The main navigation includes 'Internal Strategy' (内部対策), 'SEO optimization of target pages' (SEO対象ページの最適化), and 'Related Content' (関連コンテンツ). The 'Internal Strategy' section is expanded, showing a list of optimization items. The 'Character Count' (文字数) item is highlighted with a red dashed box and a circled '2'. The right side of the interface displays the HTML source code of the page, with line numbers 1 through 40 visible.

```
1 <!DOCTYPE html>
2
3 <html lang="ja" class="pct">
4
5 <head prefix="og: http://ogp.me/ns# fb: http://ogp.me/ns/fb# article: http://ogp.me/ns/article">
6 <title>バウンサーのおすすめ11選！新生活から使える手動・電動の選り方と特徴 | MILLY ミリ</title>
7
8 <meta charset="utf-8"/><link href="/favicon.ico?1558327024" type="image/x-icon" rel="icon"/><link href="/favicon.ico?1558327024" type="image/x-icon" rel=
9 <link rel="stylesheet" href="/css/milly.css?1558661328"/>
10 <script src="https://cdn.ravenjs.com/3.22.2/raven.min.js" crossorigin="anonymous"></script>
11 <script>
12 Raven.config(
13   'https://75fce0a796f43c88db497f8e8780744@entry.io/285651',
14   {
15     // 環境変数
16     environment: 'production',
17     // 無視するエラー
18     ignoreErrors: [
19       'ga is not a function',
20       'Can't find variable: $',
21       'Lodeo2 is not defined',
22     ],
23     // 許可URLリスト
24     whitelistUrls: [
25       /getsentry\.com/,
26       /cdn\.getsentry\.com/,
27       /millymilly\.jp\/js/,
28     ],
29     shouldSendCallback() {
30       // ユーイルタリング
31       var userAgent = window.navigator.userAgent;
32       if (userAgent.indexOf('Y3App-100') !== -1) {
33         return false;
34       }
35       return true;
36     }
37   }
38 },
39 ).install();
40 Raven.setUserContext({ 'id': null });
```

3-4. ページのコンテンツを改善する

操作2. 上位ページの文字数を確認する。

■ 文字数

検索エンジンは検索ユーザーのニーズにマッチする情報を多く含むページを高く評価します。そのため、競合のページより文字数を多く掲載することを推奨します。

重要度：★★★
ページ内の文字数は**2,203**文字です。**14,207**文字以上になるよう、コンテンツを追加してください。

上位ページの文字数一覧

文字数	ページ	順位
17,133	バウンサーのおすすめ15選 ベ… https://mimibaby.jp/babybounc...	11位
14,226	ベビーバウンサーの最強おすすめ… https://my-best.com/222	5位
11,261	バウンサーは機能的で大活躍！新… https://feature.cozre.jp/70799	13位
6,335	ベビー用品レンタル・ショッピング… https://www.nicebaby.co.jp/pro...	18位
5,538	バウンサーは必要？いつから使え… https://babymom-cherir.jp/10485	14位

▼ 全て見る

緑色の推奨文字数は、上位20ページのうち文字数が多い3ページ（極端に文字数が多いページは除く）の平均文字数となっています。必ずしも上位表示されるために十分、あるいは必須の文字数ではありませんが、必要文字数の目安としてご活用ください。

調査キーワードの上位20ページを文字数が多い順に表示しています。対策しようとしているページと同じ種類のページがあれば、そちらを参考にするとう�효です。

3-4. ページのコンテンツを改善する

○ 上位ページが含む関連テーマを掲載する

ページの評価を改善し、検索順位を向上させるためには対象のクエリで検索するユーザーが求める情報をページ内に豊富に掲載することが重要です。掲載するテーマとして、①キーワードと関連性が高く（周辺・補足情報として有益）、②検索回数が多い（検索するユーザーが多い）、③上位ページが共通して含む（検索順位と含有有無の相関が高い）ものを優先的に選ぶと効果的です。

▶ ページ内に優先的に含めるべきテーマ

キーワードと
関連性が高い



検索回数
が多い



上位ページが
共通して含む

上位表示分析の [ページのコンテンツ強化（関連語）] の画面では、上記の条件を満たし対策ページ内に含まれていないキーワードを探することができます。

3-4. ページのコンテンツを改善する

ページの関連キーワード含有状況を確認する方法

操作1. 調査URLの関連キーワードの含有状況を確認する。

- ① [ページのコンテンツ強化（関連語）] 画面を開きます。
- ② テーブル内のフィルタを使うと、含有の有無でキーワードを絞り込むことができます。
例えば、調査URLに“含まれていない”ものを抽出したい場合は「×」を選択します。

調査日: 2019/05/24 調査キーワード: バウンサー 調査URL: https://milymily.jp/column/51251 順位: 圏外

SEO対象ページの最適化
ページの関連キーワード含有状況

ページの関連キーワード含有状況

ページの関連キーワード含有状況を表示しています。ページ内に関連キーワードに対応するテキストを含めることで、検索ユーザーが求める情報を豊富に含むページとして評価が高まります。

ページごとの関連キーワード含有状況

関連キーワード	検索回数	SEO対象ページに含める優先順位を決める指標			調査URLの含有状況		
		title	hタグ	本文	title	hタグ	本文
バウンサー おすすめ	4,400	3 / 10	6 / 10	9 / 10	○	○	○
バウンサー いつから	3,600	0 / 10	1 / 10	1 / 10	×	×	×
バウンサー レンタル	2,900	0 / 10	2 / 10	2 / 10	×	○	○
バウンサー ベビーベッド	2,400	0 / 10	0 / 10	1 / 10	×	×	×

調査キーワードにおける順位: 圏外

調査キーワード	title	hタグ	本文
バウンサー	×	○	×

操作2. ベンチマークとなる上位ページと含有状況と比較する。

- ① プルダウンから、比較したいページを選択しクリック。
- ② 1.と同様に、選択したページの含有の有無で絞り込むことができます。

調査キーワードの上位ページの含有状況

調査キーワードにおける順位: 1位

比較対象を選択

※ サイト重複を除いた調査キーワードの上位10ページを表示しています。

順位: 1位
【楽天市場】バウンサーの通販
https://search.rakuten.co.jp/search/mall/...

順位: 2位
【楽天市場】バウンサー | 人気ランキング1位...
https://ranking.rakuten.co.jp/daily/213968/

順位: 3位
バウンサー 通販 | Amazon - アマゾン
https://www.amazon.co.jp/%E3%83%90%...

順位: 4位
バウンサーは赤ちゃんに必要? メリットとデメ...
https://woman.excite.co.jp/mamaitems/art...

調査キーワード	title	hタグ	本文
バウンサー	×	×	○

3-4. ページのコンテンツを改善する

操作3. ページにコンテンツを追加する。

任意の条件で関連キーワードを絞りこんだら、実際にそのキーワードに関連する情報をページ内に追加していきましょう。

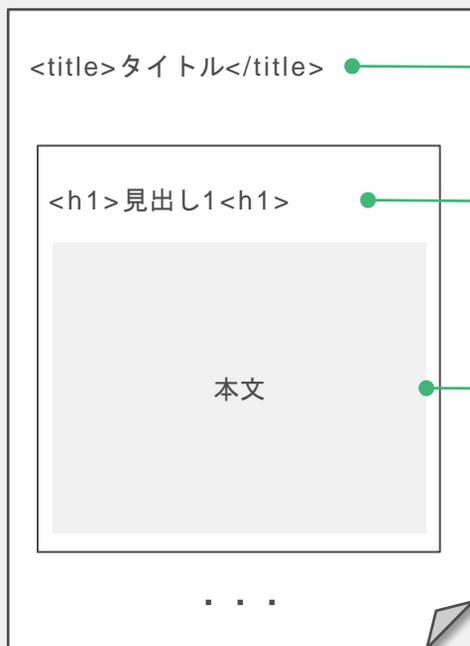
・はじめての方、時間があまりとれない方

まずは、調査URLの< 本文>に含まれておらず、比較対象URLの< 本文>に含まれている関連キーワードを抽出し、それらを一個ずつでいいので本文内のどこかに含めるようリライトしてください。※難易度がそれほど高くないキーワードであれば、実際にそれだけで順位が向上した事例も多数あります。

・より上位を目指したい方、作業時間を確保できる方

上記に加え、<hタグ> や<title>における差分キーワードも抽出し、不足しているテーマを段落として追加したり、検索ボリュームが多いキーワードをタイトルに含められないか検討しましょう。

▶ 各要素に含まれているキーワードの特徴



タイトルはページ全体を要約。上位表示を狙っているキーワードが含まれていることが多い。

見出しは各テーマを要約。含有有無から、大まかな段落構成が把握できる。

ページ内のコンテンツとして使用されている単語。掲載されている情報を把握できる。



比較対象のページはどのように選ぶとよい？

クエリによっては、検索ニーズが一樣でないため複数の種別のページが上位表示されることがあります。ページ種別によって掲載しやすいコンテンツ、しづらいコンテンツが異なる場合があるので文字数やページに含むテーマで比較対象のページを選ぶ際は、対策ページと同じ種別を選ぶとよいでしょう。同種のページが上位表示されていない場合、上位表示されるのが難しいケースもあるため別ページでの対策も検討しましょう。

クエリごとの上位ページ種別の例

「テント」の検索結果



コラム
商品紹介
店舗紹介

「抱っこ紐入園式」の検索結果



コラム

※ 2019/04/22時点の検索結果



関連キーワードで抽出された、不自然なキーワードも含めるべき？

まれに関連キーワードとして抽出されるキーワードの中に、不自然なキーワード（「あ」などのひらがな一文字や、意味をなさない単語など）や、ジャンルが異なるキーワードが含まれる場合があります。その場合は、除外して問題ありません。



含むべき関連キーワードが多い時、どのように絞り込めばいい？

含むべき関連キーワードが多すぎる場合は、「検索回数」が多く、「掛け合わせ語を含有しているページ数」の数値が大きいものを優先的に含めるようにしましょう。検索回数が0回でも、含有しているページ数が多いキーワードは上位表示に寄与する可能性が高いため積極的に含めるようにしましょう。

関連キーワード ※ 黒字は調査キーワード ※ 赤字は掛け合わせ語	SEO対象ページに含める優先順位を決める指標				
	検索回数	title	hタグ	本文	
バウンサー おすすめ	4,400	3 / 10	6 / 10	9 / 10	
バウンサー いつから	3,600	0 / 10	1 / 10	1 / 10	
バウンサー レンタル	2,900	0 / 10	2 / 10	2 / 10	
バウンサーベビーピヨルン	2,400	0 / 10	0 / 10	1 / 10	
バウンサー 西松屋	1,900	0 / 10	0 / 10	1 / 10	

検索回数が多い関連キーワードは優先度が高い。上位表示できた場合、流入増も期待できます。

調査キーワードの上位ページの多くが共通して含むものは優先度が高い。

3-4. サイト内に関連コンテンツを追加する

○ サイト内に関連コンテンツを追加する

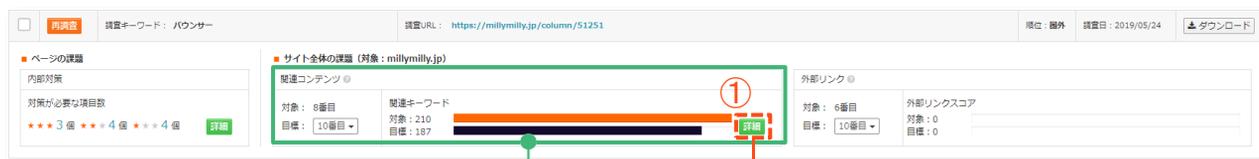
検索クエリによっては1ページですべてのユーザーのニーズに応えるのが難しい場合があるため、検索エンジンはページ内のコンテンツだけでなく、サイト内の他のページも含めたコンテンツの充実度も加味して順位を決定しています。そのため上位表示されるためには、ページの改善だけでなくサイト全体の関連コンテンツ量を増加させる必要があります。

[サイト全体のコンテンツ強化] の画面で具体的にどのキーワードでコンテンツを追加すべきかを分析することができます。

サイト内にコンテンツが不足している関連キーワードを確認する方法

操作1. 【サイト全体のコンテンツ強化】 画面を開く。

① 調査結果の関連コンテンツ「詳細」をクリックすると、[サイト全体のコンテンツ強化] 画面に遷移します。



検索上位サイトと比較して、調査サイトがどの程度関連コンテンツを保有しているかを把握できます。



3-4. サイト内に関連コンテンツを追加する

操作2. 調査サイトの関連コンテンツ保有状況を確認する。

- ① 調査サイトの関連コンテンツ保有数と、関連キーワードにおける順位・最上位ページを確認することができます。
- ② テーブル内のフィルタを使うと、キーワードを絞り込むことができます。
例えば、「101位以下」で絞り込むことで関連コンテンツ未保有のキーワードを抽出できます。

キーワードグループ	関連キーワード	コンテンツ追加の優先順位を決める指標		調査サイトの関連コンテンツ保有状況	
		検索回数	コンテンツ保有サイト数	関連コンテンツ評価 8番目 (関連キーワード数: 210)	順位 最上位ページ
0001	バウンサー	74,000	10 / 10	国外	-
0001	バウンサー 赤ちゃん	720	9 / 10	9	バウンサーのおすすめ11選！新生児から使える手動… https://milymily.jp/column/51251
0001	バウンサー 徳殿	110	7 / 10	国外	-
0001	バウンサー 新生児から	50	9 / 10	4	バウンサーのおすすめ11選！新生児から使える手動… https://milymily.jp/column/51251
0001	バウンサー 種類	40	9 / 10	5	バウンサーのおすすめ11選！新生児から使える手動… https://milymily.jp/column/51251
0001	バウンサー 子供	30	5 / 10	国外	-

※関連キーワード数は、対象サイトが100位以内にランクインしている関連キーワードの個数をあらわしています。関連キーワード数が多いほど、関連コンテンツをサイト内に多く保有しているといえます。

操作3. ベンチマークとなる上位サイトと保有状況进行比较する。

- ① プルダウンから、比較したいサイトを選択しクリックするとデータが切替わります。
- ② 選択したサイトの順位で絞り込むことができます。

検索上位サイトの関連コンテンツ保有状況	
関連コンテンツ評価	
4番目 (関連キーワード数: 318)	
順位	最上位ページ
11	ベビーバウンサーの最強おすすめ人気ランキング20… https://my-best.com/222
7	ベビーバウンサーの最強おすすめ人気ランキング20… https://my-best.com/222
4	ベビーバウンサーの最強おすすめ人気ランキング20… https://my-best.com/222
6	ベビーバウンサーの最強おすすめ人気ランキング20… https://my-best.com/222

3-4. サイト内に関連コンテンツを追加する

操作4. サイト内にコンテンツを追加する。

不足している関連キーワードを把握したら、実際にそのキーワードに関連する情報をサイト内に追加していきましょう。TACT SEOでは、同一ページで獲得できる可能性が高いキーワード同士をグルーピングしているため、「キーワードグループ」ごとに方針を検討することで効率よく、施策を進めることができます。

● 同グループ内で一部の関連キーワードのみ「圏外」の場合

グループ内のいくつかの関連キーワードが「圏外」になっている場合、圏外のキーワードに関するコンテンツを「最上位ページ」に表示されているページ内に追加しましょう。ページが複数ある場合は、コンテンツを追加しやすい方を選んで追加してください。

0011	バウンサー 装備	0	1 / 10	圏外	-
0012	バウンサー 電動	1,300	7 / 10	4	電動バウンサーで負担軽減！人気商品や体験談、レ… https://millymilly.jp/column/52674
0012	バウンサー スイング	40	9 / 10	13	電動バウンサーで負担軽減！人気商品や体験談、レ… https://millymilly.jp/column/52674
0012	バウンサー ラックタイプ	40	4 / 10	圏外	-
0012	バウンサー スイングベッド	0	8 / 10	35	電動ゆりかごのおすすめ15選！人気の理由や選び方… https://millymilly.jp/column/52653
0013	バウンサーとは	880	9 / 10	18	バウンサーのおすすめ11選！新生児から使える手動… https://millymilly.jp/column/51251

● 同グループ内のすべてのキーワードが圏外になっている場合

この場合は、グループ内のキーワードをまとめて新規ページを作成しましょう。どんなコンテンツを作ればよいか悩ましい場合は、上位サイトのページ内容を参考にしつつ、自サイトなり

の付加価値を付けられないか検討しましょう。

0013	バウンサー とは	170	9 / 10	16	バウンサーのおすすめ11選！新生児から使える手動… https://millymilly.jp/column/51251
0014	バウンサー 安い	880	9 / 10	圏外	-
0014	バウンサー 格安	50	7 / 10	圏外	-
0014	バウンサー 最安値	20	5 / 10	圏外	-
0015	バウンサー 必要	720	9 / 10	7	ベビー用品で必要なものは？「いる・いない」を… https://millymilly.jp/column/27969

CHAPTER

03 SEO施策の効果検証編

- 1. キーワードの順位計測による効果検証 P.60
 - 1-1. キーワードを登録する P.61
 - 1-2. 順位推移を確認する P.63

SEO施策を行った後は、実際に成果につながっているか効果検証を行い次のアクションにつなげていくことが重要です。このCHAPTERではTACT SEOを用いて、施策の効果検証を行うための方法を解説します。

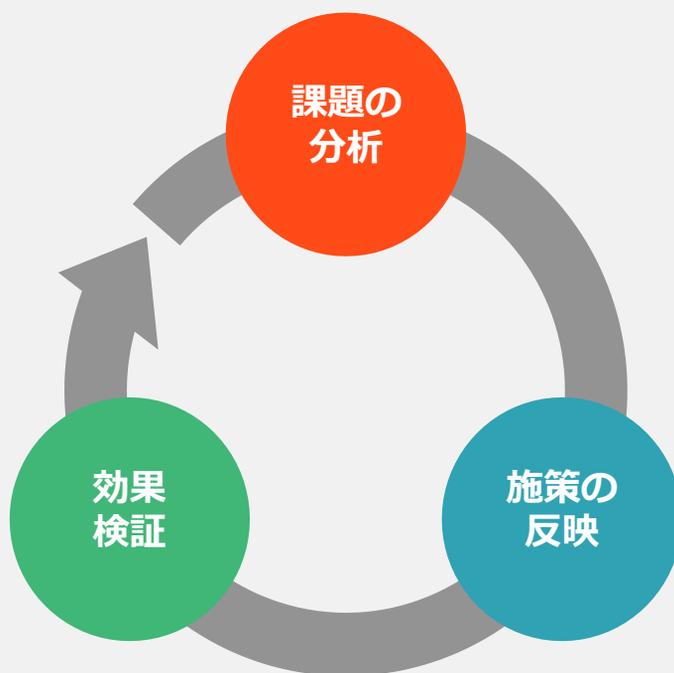
1. キーワードの順位計測による効果検証

○ 施策を行ったら、対象のページのキーワードの順位を計測する。

既存ページの修正や新規コンテンツの追加など、なんらかのSEO施策を行った際は対象のページで上位表示を狙っているキーワードの順位を計測するようにしましょう。後から効果検証を行えるようにすることで、サイトを継続的に改善していくことができます。

▶ 改善サイクルを回すことが重要！

一度の施策で課題が解消されるとは限りません。特に難易度が高いキーワードは効果検証をしつつ、繰り返し改善することが重要です。



1-1. キーワードを登録する

キーワードの登録方法

操作1. [キーワード編集] 画面を開く。

- ① [キーワード編集] 画面を開きます。



[ホーム]からも、[キーワード情報編集]画面に遷移することができます。

操作2. 順位を計測したいキーワードを登録する。

- ① カテゴリ分けあり、なしを選択。※「あり」を選択して、キーワード登録するとカテゴリ区分ごとの順位状況を集計・把握することができます。
- ② 登録したいキーワードリストを改行区切りで入力。
- ③ データを取得をクリック。

キーワード編集

検索順位計測の対象キーワードを追加、編集することができます。



1-1. キーワードを登録する

- ④ 順位を計測したいキーワードに☑をいれ選択。
- ⑤ キーワードを選択後、「登録して次へ」を押下します。

キーワード編集

検索順位計測の対象キーワードを追加、編集することができます。

データ取得を行いました。(取得されたキーワード: 3件)
※ 重複しているキーワードは削除されています。

登録候補のキーワードデータを取得

キーワードを選択し登録する

登録するキーワードにチェックを入れ、「変更内容を確認する」を押してください。

※ 重要キーワードとして登録するキーワードは1つ以上選択してください。同時に計測キーワードとしても登録されます。

※ カテゴリはすべて入力するか、すべて空白にしてください。

データ取得したキーワード一覧 計測一括チェック 想定月替検索回数 指定範囲をチェックする 指定範囲のチェックを外す 3件

計測	重要	カテゴリ	キーワード	想定月替検索回数
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2018年11月リライト	先天性鼻涙管閉塞	480
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2018年11月リライト	離乳食 調	1,000
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2018年11月リライト	乳腺炎食事	860

④

■ 計測キーワード数

アカウント全体 : 943 / 3,000キーワード
ト選択中のサイト : 3 キーワード
ト他のサイトの合計 : 940 キーワード

■ 重要キーワード数

選択中のサイト : 3 / 20キーワード
※ 重要キーワードを1つ以上選択してください。

変更内容を確認する

⑤

▶ カテゴリ設定のポイント

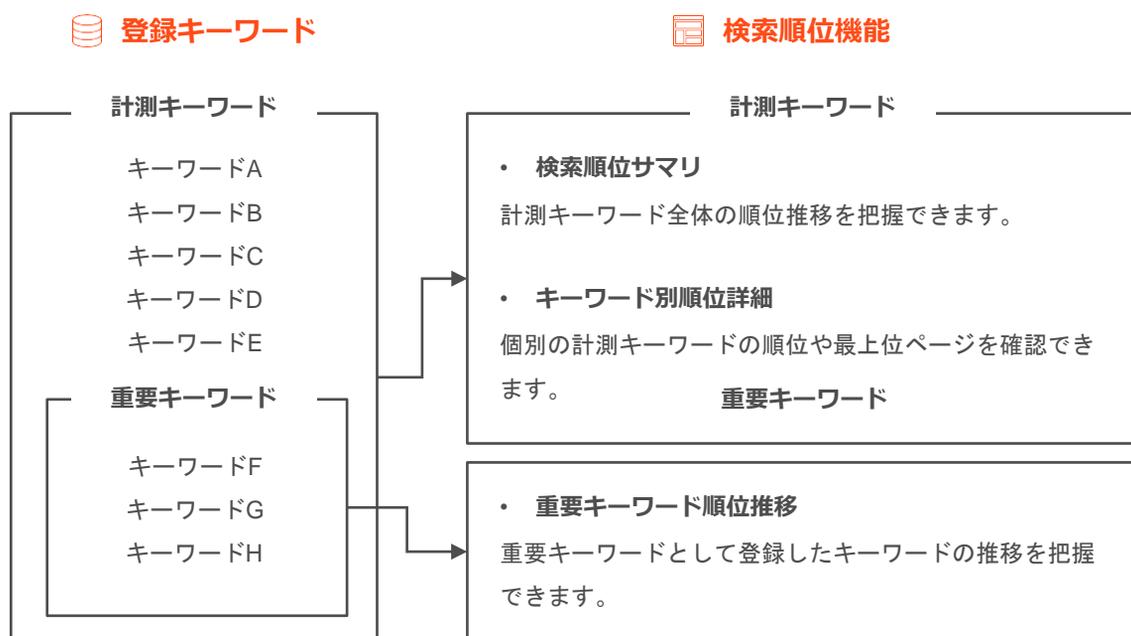
「カテゴリ名」には「2019年4月リライト」のように、「施策反映月」「実施作業」を設定することをおすすめします。そうすることで、実施した施策の内容とその効果を振り返りやすくなります。

1-2. 順位推移を確認する

○ 検索順位機能

TACT SEOの検索順位機能では、登録したキーワードの順位の変化を複数の観点で確認することができます。見たいデータによって、キーワードの登録の仕方と機能を使い分けましょう。

▶ 検索順位機能の全体像



1-2. 順位推移を確認する

○ 検索順位サマリ

[検索順位サマリ] では、計測キーワード全体の順位および推計トラフィックの推移を確認することができます。

計測キーワード全体の順位状況を確認する方法

操作1. [検索順位サマリ] 画面を開く。

① [検索順位サマリ] をクリック。



操作2. 順位分布の推移を確認する。

計測キーワードの順位分布の推移を確認することができます。



選択している期間の始点と終点のデータを比較することができます。

1-2. 順位推移を確認する

操作3. カテゴリ別の順位推移を確認する。

① 表示を「カテゴリ別」に変更。

検索順位サマリ

登録したキーワードの順位データを集計し、順位分布・推計トラフィックの推移を表示します。サイト全体の順位状況の推移を把握することができます。

順位分布推移 推計トラフィック推移

登録したキーワードにおける、順位別のキーワード数・割合の推移を表示します。

期間: 2019/05/14 - 2019/06/12 サイト: nully デバイス: 表示: 全体 **カテゴリ別** ①

順位分布

2018年11月『---』リライト

2018年12月『---』リライト

2019年4月『コストコ人気』リライト

2019年4月『コストコ人気』リライトテキスト

設定しているカテゴリごとに順位分布を確認することができます。

▶ 順位分布推移データの見方

どの色の面積が増えているかを確認することで、全体的に順位が向上しているのか下落しているのかを把握できます。

順位が**向上**しているパターン



順位が**下落**しているパターン



1-2. 順位推移を確認する

操作4. 推計トラフィック推移を確認する。

① 「推計トラフィック推移」のタブをクリック。



選択している期間の始点と終点のデータを比較することができます。

用語解説

【推計トラフィック】

検索結果における、露出度をあらわす指標。各キーワードの想定月間検索回数を日単位の換算し、順位に応じたクリック率（順位が高いほど、高くなる）を掛け合わせた値。

1-2. 順位推移を確認する

○ キーワード別順位詳細

[キーワード別順位詳細] では、計測キーワードの個別の順位や最上位に表示されているページを確認することができます。

個別の計測キーワードの順位・最上位ページを確認する方法

操作1. [キーワード別順位詳細] 画面を開く。

① [キーワード別順位詳細] をクリック。



操作2. 各キーワードの順位状況を確認する。

日別の各計測キーワードの順位状況を確認することができます。

表示する対象日、サイト、デバイスを切替えることができます。

登録したキーワードの日別順位データを表示します。キーワード別の順位の変化及び最上位URLを把握することができます。

計測キーワード全体の集計値。

対象日: 2019/06/05 - 2019/06/12 | サイト: mily | デバイス: PC | ※ PC選択時は101位以下は圏外と表示

10位以内キーワード数	100位以内キーワード数	推計トラフィック
117 - 118 [+1]	213 - 199 [-14]	1,892.3 - 1,865.2 [-27.1]

カテゴリ	キーワード	標準月間検索回数	順位	2019/06/05	2019/06/12	変化	推計トラフィック	2019/06/05	2019/06/12	増減	最上位ページ
全体	-	3,619,340 合計値	45.46 平均値	49.33 平均値	↓ 4 平均値	1,892.3 合計値	1,865.2 合計値	-27.1 合計値	-		
2018年11月 [アー] リライト	妊娠 検査 薬	135,000	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	ヘルピコゾーナ	110,000	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	母乳	40,500	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	新生児	60,500	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	水痘症	60,500	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	黄痘	40,500	圏外	圏外	0	0.0	0.0	± 0	-		
2018年11月 [アー] リライト	つわり いつから	49,500	9	8	↑ 1	56.1	64.4	+ 8.3	つわりはいつからいつまで続く?辛い症状(吐き気・嘔)の原因は人 体験談 ... https://mily.mily.jp/column/51295		

各キーワードの順位詳細。

1-2. 順位推移を確認する

操作3. 順位推移を確認する。

① 推移を見たいキーワードをクリック。



対象のキーワードの順位推移グラフが表示されます。

1-2. 順位推移を確認する

重要キーワード順位推移

[キーワード別順位詳細] では、計測キーワードの個別の順位や最上位に表示されているページを確認することができます。

重要キーワードの順位推移を確認する方法

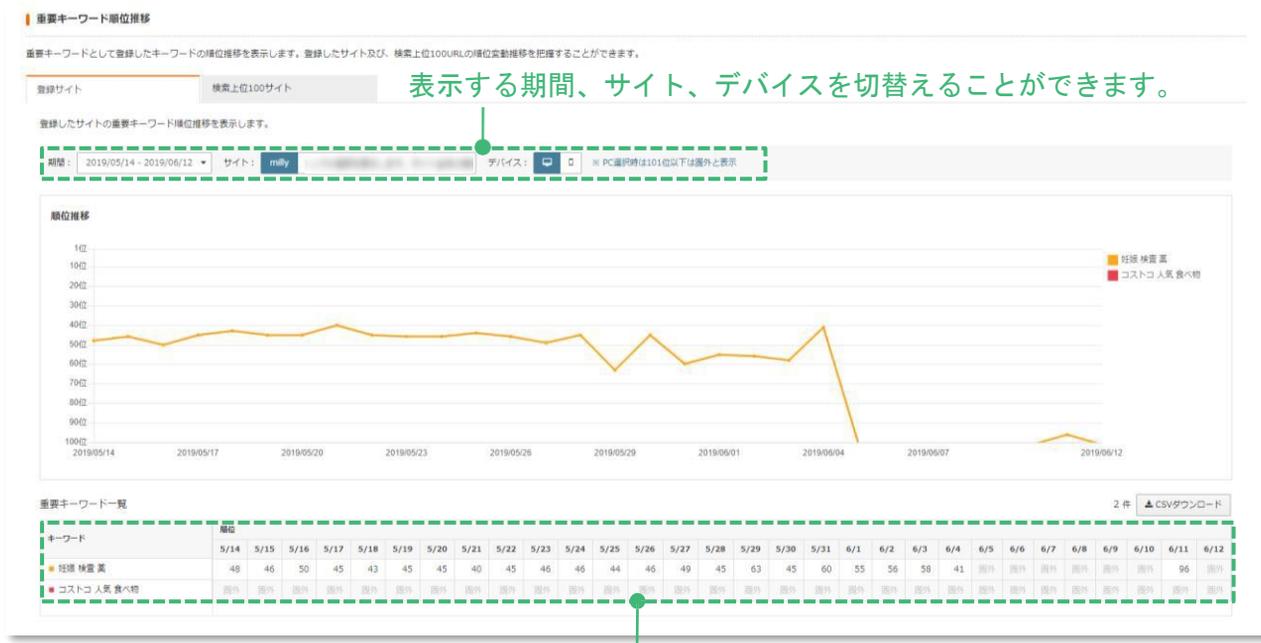
操作1. [キーワード別順位詳細] 画面を開く。

① [検索順位] → [順位推移] をクリック。



操作2. 各キーワードの順位推移を確認する。

[登録サイト] のタブで、日別の各計測キーワードの順位状況を確認することができます。



各キーワードの日別の順位。

1-2. 順位推移を確認する

操作3. 順位推移を確認する。

① [検索上位100サイト] をクリック。

重要キーワード順位推移

重要キーワードとして登録したキーワードの順位推移を表示します。登録したサイト及び、検索上位100URLの順位変動推移を把握することができます。

登録サイト ①

重要キーワードの検索上位100URLの順位推移を表示します。

重要キーワード 表示キーワードを変更できます。

検索上位ページ ✓を入れると、グラフに表示されます。

平均順位	現状順位	平均 - 現状	ページ	ページタイトル
8.53位	8位	0.53	https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%A6%8A%E5%A8--	妊婦検査薬 - Wikipedia
8.56位	圏外	-92.44	http://www.arax.co.jp/checkone/why.html	妊婦検査薬 妊婦が分かる仕組み - アラクス
9.23位	9位	0.23	https://jtc.tokyo/examination/15.html	妊婦の検診 ジヤスマンレディースクリニック
10.87位	11位	-0.13	https://st.benesse.ne.jp/ninshin/content/?id=-	妊婦検査薬はいつから使える？フライング検査結果は正しい？ たまひよ
11.00位	圏外	-90.00	https://www.arax.co.jp/checkone/when.html	妊婦検査薬 いつから 検査可能日について - アラクス
13.00位	圏外	-88.00	http://www.info.pmda.go.jp/downloads/etc/PDF/-	妊婦検査薬

順位推移

日付	順位
2019/06/12	8位
2019/06/11	8位
2019/06/10	8位
2019/06/09	8位
2019/06/08	8位
2019/06/07	7位
2019/06/06	7位
2019/06/05	6位
2019/06/04	6位

検索上位に表示されているURLの順位の変動、入れ替わりを把握することができます。



TACT SEO



03-6869-0631



support@tact-seo.zendesk.com

営業時間 : 平日 10:00 – 17:00