

# TACT SEO

～ 上位表示分析の活用 ～

01   TACT SEOへようこそ	3
02   SEOの基礎	6
03   上位表示分析でできること	10
04   施策の進め方	13
① 上位表示したいキーワードとページを決めよう	14
② 上位表示分析を使ってみよう	17
③ ページを修正してみよう	26
④ サイト内の関連コンテンツを改善しよう	29
⑤ 効果計測のためキーワードを登録しよう	36
⑥ 施策の成果を確認しよう	42
05   TACT SEOの機能一覧	45

# 01 | TACT SEOへようこそ

## TACT SEOとは？

TACT SEOは、5,500社以上（2019年8月）のお客様のSEOコンサルティング実績をもつウィルゲートがSEOコンサルタント向けに作成したプロ仕様の分析ツールです。

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、「データ集計」→「分析」→「施策立案」→「施策実施」→「効果検証」→「改善」のPDCA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最強のSEOツールです。

## TACT SEOで成果を出すための条件

TACT SEOは、とくに以下の条件に当てはまるサイトのSEO対策で最大の成果を発揮します。

### ✓ サイト内に、検索上位を狙うページ・記事コンテンツが多く存在する

TACT SEOは既存ページの改善、とくに記事コンテンツの追記・リライトで最も威力を発揮します。ですので、検索結果の上位に表示したい記事ページが多数（50～500ほど）存在するメディアや、オウンドメディアにとくにおすすめです。また、商品ページやサービスページ、特集ページの改善にも効果的です。もちろん新規ページを効率よく上位表示させるための分析も可能です。

### ✓ 分析結果をページ・サイトに反映する人的リソースがある

分析をしても、その結果をページやサイトに反映できなければ成果には繋がりません。施策の反映にSEOの専門的な知識は必ずしも必要ではありませんが、追記・リライト作業ができる人的リソースが必要になります。

Q 作業時間の目安はどのくらい？

最低限の作業を行う場合、1ページあたり10～60分程度の作業時間が目安です。

## SEOの専門知識がなくても大丈夫！

ご安心ください！

**SEOの専門的な知識がなくても、TACT SEOを使ってSEOで成果を出すことは可能**です。

TACT SEOの機能をすべて使いこなすためには、ある程度のSEO知識や経験が必要になりますが、まずは専門知識なしでも成果を出しやすい改善からはじめましょう。本ガイドに沿って順番に作業をすすめていただければ、専門的なSEO知識を持つアナリストと同等（もしくは、それ以上）の成果を出すことも可能です。

なおTACT SEO有料プランにお申込みいただいたお客様には、**TACT SEOサポートチームが操作方法や分析結果の見方についてのご相談を承ります！**(※1) 施策を進めるなかで、知りたいこと、わからないことがありましたら、些細な点でも、お気軽にお問い合わせください！

✉メール [support@tact-seo.zendesk.com](mailto:support@tact-seo.zendesk.com)

メールにてお問合せいただきましたら、通常2営業日以内にご連絡させていただきます。

※1 月間最大30分程度が目安になります。  
必要に応じて別途コンサルティングプラン等のご案内をさせていただきます。

## 02 | SEOの基礎

## SEOで大事なことってなに？

Googleは、検索されるキーワードの性質に応じて、さまざまな要因（ページの関連性や有用性、専門性、ユーザーの位置情報など）で順位を決定しますが、シンプルにまとめると「コンテンツ」「被リンク」「内部施策」それぞれの評価が、競合となるページ/サイトより高いことが重要です。

### 上位表示に欠かせない3要素



#### コンテンツ評価

- ✓ 上位表示させたいページに検索ユーザーのニーズとマッチしたコンテンツが含まれている
- ✓ サイト内に、上位表示させたいキーワード（テーマ）に関連するコンテンツが多く存在している



#### 被リンク評価

- ✓ 上位表示させたいページ、及びサイト全体で、価値の高い被リンクを多く獲得している（≒信頼性が高い）



#### 内部施策

- ✓ Googleがページ内容を理解しやすいようなサイト構造になっている（URL正規化、noindex、canonical、hタグ、内部リンク等）

## 一番大事なのは『コンテンツ評価』

Googleはユーザーの検索意図を把握し、その疑問やニーズに、適切な情報でこたえるページ・サイトを高く評価し、検索結果上位に表示します(※1)。この「適切な情報」とは何かを考えるうえで、**なにより参考にすべきものはGoogle検索の関連語、サジェスト語**です。これらは実際にGoogleで、よく同時に検索されるクエリ（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。これらの関連語・サジェスト語の網羅性が、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『検索の仕組み | 検索アルゴリズム』 <https://www.google.com/search/howsearchworks/algorithms/>

### Google関連語

「SEO」と入力した場合

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	🔍

### Googleサジェスト語

「SEO」と入力した場合

Google	
SEO	🔍
seo とは	↶
seo 対策	↶
seo ツール	↶
seo ブログ	↶
seo チェキ	↶

「SEO うい」と入力した場合

Google	
SEO うい	🔍
seo ウィキペディア	↶
seo ウィルゲート	↶
seo wix	↶
seo wikipedia	↶
ceo wiki	↶

## 『被リンク』のSEOは時代遅れ？

「もはや被リンクの効果は薄い。今はユーザーに焦点をあてたコンテンツ作成が大事」というような話を、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。



『Google が掲げる 10 の事実』

<https://www.google.com/intl/ja/about/philosophy.html>

#### 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張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の結集によって技術革新が進むオープンソースソフトウェア開発にも力を入れています。

※強調はウィルゲート

## 被リンク獲得も重要！

とくに、**コンテンツ評価が競合ページ・サイトと同程度の場合、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うなど、なるべく自然なかたちで他サイトからリンクをもらえるよう、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。

## 03 | 上位表示分析でできること

## ここがすごい！TACT SEOの『上位表示分析』機能

TACT SEOの『上位表示分析』機能を使えば、**自社サイトと、実際に検索結果の上位に表示されている競合サイトの差が明確になります。**htmlタグや内部リンクの課題、被リンク評価、そして最も重要な**コンテンツ評価上の課題**を同時に分析し、上位表示に足りない要素を発見することができます。

### STEP 1

「上位表示分析」ページに進み「既存ページ調査」をクリック



### STEP 2



■ 上位表示したいキーワード  
 ■ 上位表示したいページのURL  
 を入力し  
 「内部施策」「関連コンテンツ」「外部リンク」  
 のうち、調査したい項目に✓を入れる  
 ※調査時間が若干長くなりますが、基本的にすべての項目に✓を入れることを推奨します

### STEP 3

分析が完了すると、以下のような結果が表示されます



## 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。

第1優先	第2優先
<h3>ページ単位の改善</h3> <p>✓ 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。</p>	<h3>サイト単位の改善</h3> <p>✓ 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。</p>

「**ページ単位**」の評価では、上位表示したいキーワードのGoogle検索の関連語・サジェスト語がGoogleの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Google上位20ページ表示されている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、Google検索の関連語・サジェスト語に関連するコンテンツをサイト内にもっ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Google上位20サイトで、検索結果の何位にランクインしているかを調査・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関連キーワードをまとめる「**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。Googleでの月間検索回数が多い、いわゆるビッグワードや、関連キーワードが幅広い多様性のあるキーワードの場合、1ページだけの対策では検索ユーザーのニーズを網羅的にカバーすることができないため、サイト内の関連ページを改善したり、新規の関連ページを作成するなど、**サイト全体で分析キーワードに対するテーマ性を高める必要があります**。

## 04 | 施策の進め方

①対象のキーワードとページを決めよう

## どのキーワード、ページを上位表示分析すればいい？

上位表示分析は強力な機能ですが、利用するにあたっての注意ポイントは**どのページ、何のキーワードに対して上位表示分析をすればいいか**という点です。

### おすすめの方法

自社サイトで流入数が多いページのリストを作成し、各ページの主要テーマとなるキーワードを特定します。そのキーワードをさらにGoogleで4位~30位程度に表示されるキーワードで整理し、そのページとキーワードの組み合わせで上位表示分析を実施しましょう。なお、**自サイトのページ・キーワードのリストは、1回のみ当社にて無料で作成を受け付けております。**（※1）

※1 『ライト』『プロフェッショナル』『エキスパート』の有料プランに限ります。

### ▼「流入が多いページ」×「主要キーワード」のリスト例

#	想定流入数	サイト内流入割合%	流入キーワード数	被リンク数	URL	主要キーワード	検索数	順位	CPC換算
1	159	28	412	0	https://willgate-media.com/4/	ニキビ跡 消す	3700	17	249
2	112	19	133	0	https://willgate-media.com/81/	髭 整え方	1900	9	133
3	58	10	43		https://willgate-media.com/139/	食後 筋トレ	2800	16	3
4	29	5	91	0	https://willgate-media.com/119/	メンズ 化粧水 おすすめ 市販	150	5	32
5	26	4	77	0	https://willgate-media.com/122/	メンズ 化粧水 ドラッグストア	250	4	1
6	20	4	178	0	https://willgate-media.com/12/	コンシーラー おすすめ	5100	15	10
7	18	3	77	0	https://willgate-media.com/11/	落ちにくい口紅	1300	20	2
8	15	3	19	0	https://willgate-media.com/120/	メンズ 化粧水 コスパ	200	5	0
9	14	2	23		https://willgate-media.com/136/	筋トレ ビフォーアフター	2300	23	0
10	11	2	20		https://willgate-media.com/58/	青汁 ランキング	3900	29	0
11	8	1	63	0	https://willgate-media.com/52/	美容男子	700	16	5
12	7	1	43	0	https://willgate-media.com/163/	筋トレ プロテインなし	500	17	0
13	5	0.94	43		https://willgate-media.com/99/	シャンプー おすすめ 男性	2200	30	7
14	5	0.9	44	0	https://willgate-media.com/230/	ニキビ跡 化粧水 プチプラ	300	13	9
15	5	0.88	54	0	https://willgate-media.com/129/	メンズ オールインワン ドラッグストア	150	12	4
16	5	0.88	28	0	https://willgate-media.com/137/	筋トレ 40代 女性	80	9	0
17	4.7	0.82	19	0	https://willgate-media.com/76/	髭 剃り 後 クリーム	200	14	3
18	4.6	0.79	37	0	https://willgate-media.com/47/	オーガニック 化粧水	1000	21	3
19	4.1	0.71	138		https://willgate-media.com/86/	歯磨き粉 人気	1600	41	3
20	3.2	0.55	25		https://willgate-media.com/132/	日焼け 止め ブランド	250	13	4

## どうして4位~30位のキーワードが対象なの？

- ✓ 一般的な検索結果1位のクリック率は約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%以下のクリック率だと言われています（INTERNET MARKETING NINJAS, 2017より）。**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・サイトの内容は、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。より上位のページとの差分を埋めるためのコストも少なく済み、費用対効果が合いやすいと考えられます。

## 対象ページが多い場合

### おすすめの方法

対策キーワード／ページが多い場合は、**キーワードの重要性と、関連語・サジェスト語の数**を加味して優先順位を決定しましょう。

#### ①優先度の決定

「優先度」の列をつくり、「★」「保留」「除外」等を記入しましょう。

#### 💡 優先度の付け方のヒント

- ✓ ビジネス上重要なキーワード
- ✓ 想定流入数が多いもの
- ✓ CPC換算（CPC広告で表示させるとしたらいくらかかるか）
- ✓ 被リンク数が少ないもの（コンテンツ評価だけで上位表示できる可能性が高い） など

#### ②Google関連語、サジェスト語の数の事前チェック

関連語・サジェスト語の数はキーワードにより差がありますが、**そもそもの関連語、サジェスト語の数が少ないと、上位表示ページとの差分キーワードがあまり抽出されません**（文字数やタグ、内部リンクのチェックは有効）。事前に関連語、サジェスト語の数を調査しリストに記入することも検討しましょう。例えば『Keyword Tool (<https://keywordtool.io/>)』のようなツールを利用してGoogle関連語、サジェスト語の数を洗い出すことができます。こうした関連語数をリスト化し、「関連語やサジェスト語が20個以下の場合には上位表示分析をかけない」などの基準を決めるとよいでしょう。

#	想定流入数	サイト内流入割合%	流入キーワード数	被リンク数	優先度	URL	主要キーワード	検索数	順位	CPC換算	関連語数
1	159	28	412	0	★★★	https://willgate-media.com/4/	ニキビ跡 消す	3700	17	249	197
2	112	19	133	0	★★★	https://willgate-media.com/81/	髪 整え方	1900	9	133	24
3	58	10	43		★	https://willgate-media.com/139/	食後 筋トレ	2800	16	3	62
4	29	5	91	0	★	https://willgate-media.com/119/	メンズ化粧水 おすすめ市販	150	5		32-
5	26	4	77	0	★	https://willgate-media.com/122/	メンズ化粧水 ドラッグストア	250	4	1	5
6	20	4	178	0	★	https://willgate-media.com/12/	コンシーラーおすすめ	5100	15	10	229
7	18	3	77	0	★★	https://willgate-media.com/11/	落ちにくい口紅	1300	20	2	85
8	15	3	19	0	04月分析済	https://willgate-media.com/120/	メンズ化粧水 コスパ	200	5	0	3
9	14	2	23		保留	https://willgate-media.com/136/	筋トレビフォーアフター	2300	23	0	63
10	11	2	20		保留	https://willgate-media.com/58/	青汁 ランキング	3900	29	0	64
11	8	1	63	0	04月分析済	https://willgate-media.com/52/	美容男子	700	16	5	26
12	7	1	43	0	04月分析済	https://willgate-media.com/163/	筋トレプロテインなし	500	17	0	4
13	5	0.94	43		★★	https://willgate-media.com/99/	シャンプーおすすめ男性	2200	30	7	23
14	5	0.9	44	0	★★	https://willgate-media.com/230/	ニキビ跡 化粧水 プチプラ	300	13	9	
15	5	0.88	54	0	★★	https://willgate-media.com/129/	メンズオールインワンドラッグストア	150	12	4	
16	5	0.88	28	0	除外	https://willgate-media.com/137/	筋トレ 40代女性	80	9	0	
17	4.7	0.82	19	0	★★	https://willgate-media.com/76/	髭剃り後クリーム	200	14	3	
18	4.6	0.79	37	0	除外	https://willgate-media.com/47/	オーガニック化粧水	1000	21	3	
19	4.1	0.71	138		★★	https://willgate-media.com/86/	歯磨き粉 人気	1600	41	3	65
20	3.2	0.55	25		★★	https://willgate-media.com/132/	日焼け止め ブランド	250	13	4	

②上位表示分析を試してみよう

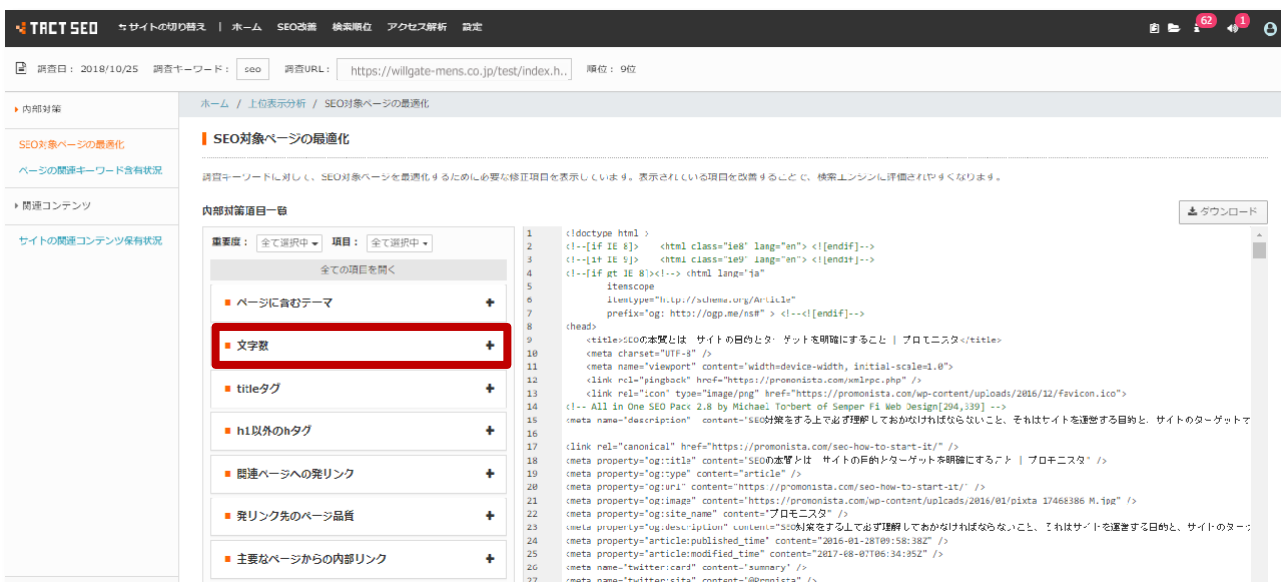
## 上位表示分析の「ページの課題」をみてみよう

それではまず、上位表示分析機能の中で最も重要な「ページの課題」の分析結果を確認しましょう。このページの課題の中でも、コンテンツ評価改善に関連する「ページに含むテーマ」と「文字数」の項目に注目します。

①上位表示分析結果ページに進み、「ページの課題」の **詳細** ボタンをクリックします。



②「ページの課題」へ進んだのち「文字数」の項目を確認します。



「文字数」の項目では、分析対象キーワードのGoogleの上位20サイトの文字数が確認できます。

## ページの文字数の目安

上位表示分析の対象キーワードで、Googleの上位20位までに表示されるページそれぞれの文字数が確認できます。素早く対策を行う場合は、「ページ内の文字数は●●文字です。●●文字になるよう、コンテンツを追加してください。」の指摘を参考に、対策ページの文字数を増やしていきましょう。より厳密に対策を行う場合は、以下を参照ください。

■ 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7,379文字です。9,702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
10,186	メンズファンデーションのおす... https://for-her.jp/17047/	16位
9,930	女性は男性の肌を見ている！モテ... https://tobuy.jp/body/cosme/p...	19位
8,989	男性もファンデーションを使う時... https://haritsuya-labo.jp/mens...	5位
7,966	Amazon   NULL メンズ BBクリー... https://www.amazon.co.jp/NUL...	2位
6,787	メンズファンデーションのおす... https://my-best.com/5243	1位
5,725	メンズファンデーションの商品... https://shopping.yahoo.co.jp/s...	17位
5,458	【塗るだけで即モテ肌に！】失敗... https://kashi-kari.jp/lab/post-1...	11位
5,249	メンズファンデーション大全 ~オ... https://mens-foundation.com/	21位
4,742	メンズ用ファンデーションおす... https://...	7位

緑色の推奨文字数は、上位20サイトのうち文字数が多い3サイト（外れ値除く）の平均文字数となっています。確実に効果を出すための文字数ではありませんが、対策するページの種類によってはやや過剰な文字数となることもあります。

より厳密に対策する場合は、上位表示したい分析対象ページと同じ種類のページの文字数を複数参照しましょう（対策ページが「記事」なら、同じ「記事」で上位表示しているページの文字数を参照）。そうすることで、より無駄のない対策が可能です。

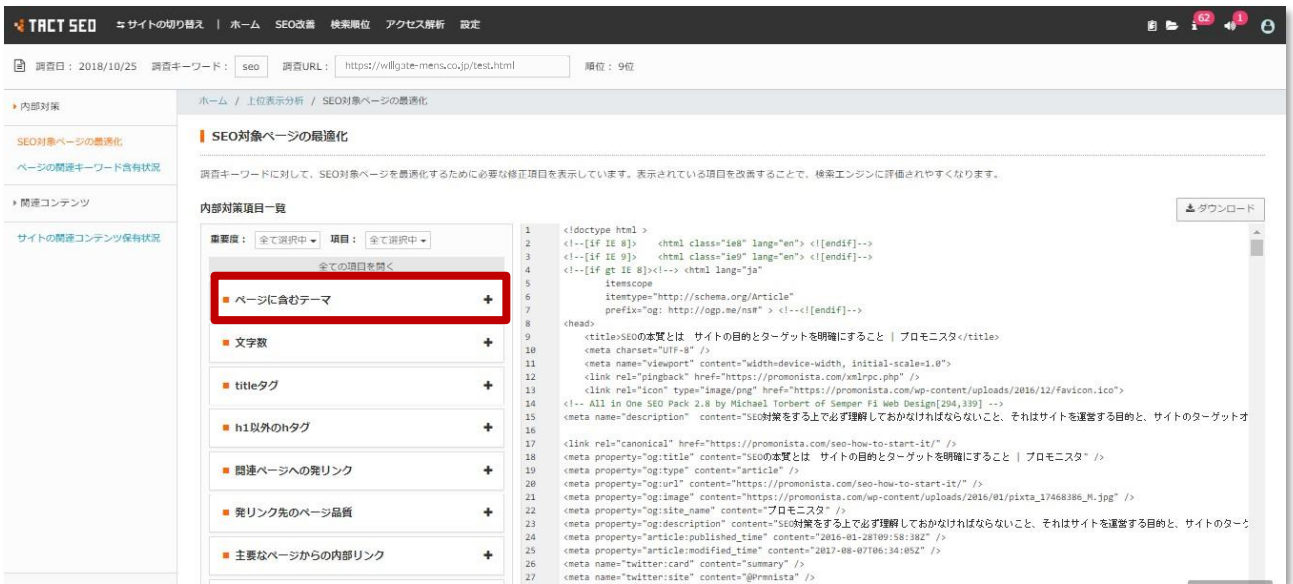
同様に、もし上位表示するページが「サービス案内ページ」なら「サービス案内ページ」、「商品ページ」なら「商品ページ」で上位表示しているページを参照してください。

※同じページタイプの記事が検索上位（1~3位程度）に表示されていない場合、それ以上の順位が目標せない可能性も考えられます（＝その種類のページは、ユーザーの検索ニーズに一致していない可能性がある）。その場合、違う種類のページでキーワード対策をするか、別のキーワードでの対策を目指すことも検討しましょう。

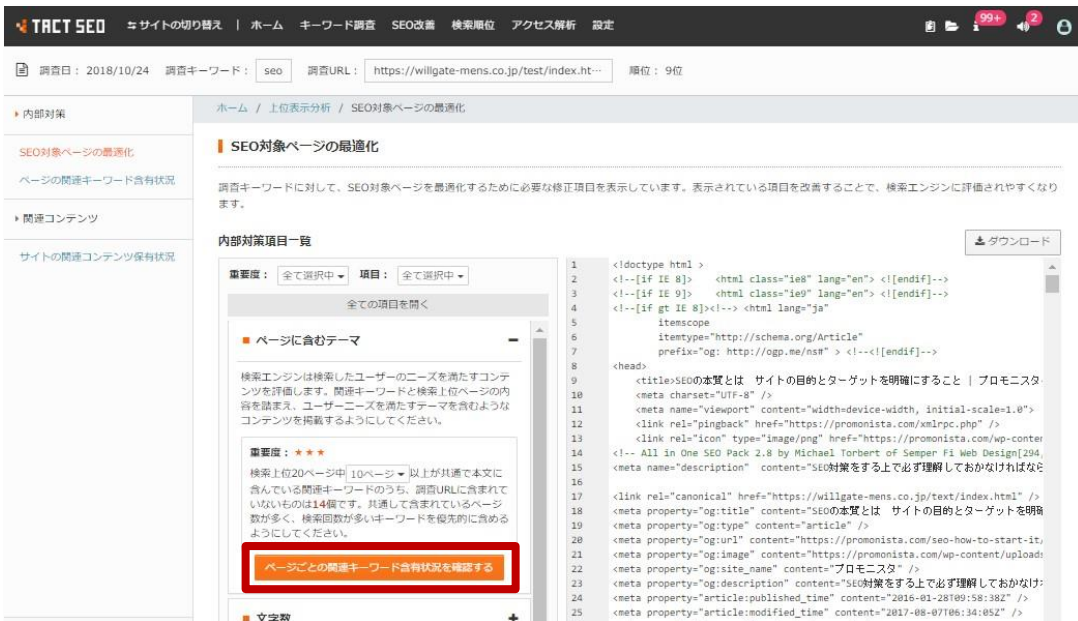
# 「ページに含むテーマ」で差分キーワードを調べよう

つぎに「ページに含むテーマ」をみていきましょう。コンテンツ評価を上げるために重要な分析です。

①「ページに含むテーマ」をクリックします。



②「ページごとの関連キーワード含有状況を確認する」をクリックします。



## 「ページの関連キーワード含有状況」のデータの見方

「ページの関連キーワード含有状況」ページでおこなうのは「**施策対象ページに含めるべきキーワードの特定**」です。

「関連語のリスト」

「関連語の数」

「対象ページのデータ」

「上位ページのデータ」

検索回数	title	hタグ	本文
170	9 / 21	11 / 21	16 / 21
110	0 / 21	0 / 21	1 / 21
110	1 / 21	4 / 21	17 / 21
70	0 / 21	0 / 21	5 / 21
70	0 / 21	0 / 21	1 / 21
70	0 / 21	0 / 21	7 / 21

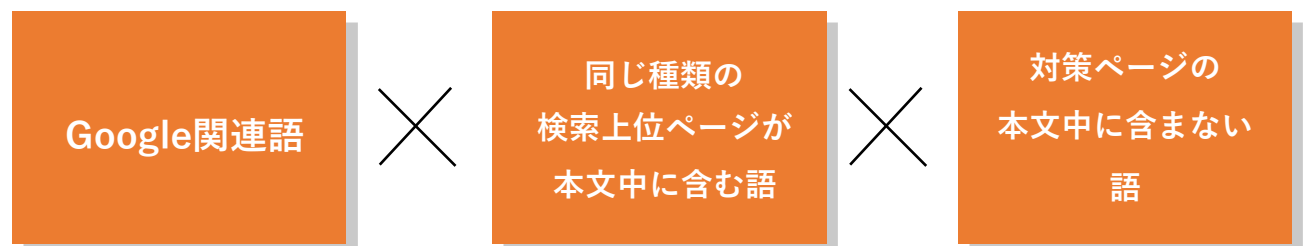
調査キーワード	title	hタグ	本文
メンズファンデーション	○	○	○
メンズファンデーション おすすめ	×	×	×
メンズメイク	×	×	○
メンズファンデーション ぼれない	×	×	×
メンズファンデーション	×	×	×

調査キーワード	title	hタグ	本文
メンズファンデーション	○	○	○
メンズファンデーション おすすめ	×	×	×
メンズメイク	×	×	○
メンズファンデーション ぼれない	×	×	×
メンズファンデーション	×	×	×

ここでは、「調査キーワードの関連語、サジェスト語を抽出」し、それを「上位表示ページの本文や見出しに含まれている関連キーワード」かつ「対策ページの本文や見出しに含まれていない関連キーワード」に絞り込みます。

そして、ここで洗い出した差分キーワードをページ内に追加していきます（詳しくはp.11参照）。

## 追加すべきキーワードはこれ！



# まずは競合サイトを選択します

①下記、赤枠のプルダウンメニューをクリックします。



②プルダウンのリストから、対策ページと同じ種類（「記事」なら「記事」）で、検索順位上位のページを選択します。



③続いて「本文」をクリックし「○」を選択します。

これで「上位表示ページの本文や見出しに含まれている関連キーワード」の抽出が完了です。

上位ページの本文（ヘッダーやサイドバー等の除くメインコンテンツ）中にGoogle関連語あるということです。

赤文字になっている単語・フレーズで含有判定をします。

④つぎに、赤枠の「調査URLの含有状況」に移り、「本文」をクリックし「X」を選択します。

「調査URLの本文や見出しに含まれていない関連キーワード」での絞り込みが行われます。

調査ページの本文に、Google関連語が含まれないキーワードに絞り込まれます。

これで「上位表示ページの本文や見出しに含まれている関連キーワード」かつ「対策ページの本文や見出しに含まれていない関連キーワード」が洗い出されました。

SEO対象ページに含める優先順位を決める指標

関連キーワード	検索回数	掛け合わせ語を含有しているページ数			
		title	hタグ	本文	
メンズファンデーション 色白	70	0 / 21	0 / 21	7 / 21	
24hメンズファンデーション	20	0 / 21	3 / 21	5 / 21	
オイルフリーファンデーション	0	0 / 21	1 / 21	4 / 21	
メンズファンデーション スティック	0	1 / 21	8 / 21	6 / 21	
メンズファンデーション 女性用	0	0 / 21	1 / 21	4 / 21	
メンズファンデーション 比較	0	0 / 21	1 / 21	3 / 21	
メンズファンデーション 選び方	0	3 / 21	12 / 21	12 / 21	

## よくある質問

### Q：検索回数0回や、検索回数が少ないキーワードも本文中に含める必要があるの？

はい、できる限り含めるようにしましょう。Googleでの検索回数は少なくても、そのキーワードを含んでいるとユーザーニーズを満たしているとGoogleに判断される可能性が高まります。

### Q：不自然なキーワードがあるけど、含めたほうがいい？

関連語・サジェスト語は、Googleの検索結果から抽出していますが、まれ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、除外してしまって問題ありません。

### Q：含めるキーワードに優先順位をつけられない？

できる限りすべてのキーワードを含めるようにすべきですが、あまりにも追加すべきキーワード数が多い場合などは優先順位をつけましょう。やはり「検索回数」が多い関連キーワードは、単体での流入増も見込めるため重要です。また、「掛け合わせ語を含有しているページ数」の数値が大きいキーワードは、上位表示サイトに共通して存在している要素（=Googleからの評価を上げる可能性が高い要素）ですので、仮に検索回数が少なくても優先度を上げましょう。

▼追加するキーワードの優先順位を決める際の参考情報

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

○: 掛け合わせ語を含んでいる X: 掛け合わせ語を含んでいない -: 情報未取得 7 / 70件 ダウンロード

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			調査キーワードの上位ページの含有状況		
		掛け合わせ語を含有しているページ数 / 調査キーワードの検索上位20ページ	title	hタグ	本文	title	hタグ	本文	title	hタグ
70	0 / 21	0 / 21	0 / 21	7 / 21	x	x	x	x	x	○
20	0 / 21	0 / 21	3 / 21	5 / 21	x	x	x	x	○	○
0	0 / 21	0 / 21	1 / 21	4 / 21	x	x	x	x	x	○
0	1 / 21	8 / 21	6 / 21	6 / 21	x	x	x	○	○	○
0	0 / 21	1 / 21	4 / 21	4 / 21						○
メンズ ファンデーション 比較	0	0 / 21	1 / 21	3 / 21						○
メンズ ファンデーション 選び方	0	3 / 21	12 / 21	12 / 21						○

Googleでの検索回数が多いキーワードは、「その関連語を含んだ検索結果」からの追加流入を見込めます。

検索上位20ページ（+対策ページの合計21ページ）のうち、何ページが本文中に関連語を含んでいるかがわかります。

枠内の最後のキーワード「選び方」は21サイトのうち、12ページが本文中にこのキーワードが含まれており、比較的重要度が高いと考えられます。

③ ページを修正してみよう

## 差分キーワードをページに追加しよう！

ページ分析で絞り込んだキーワードを実際にページに追加していきましょう。

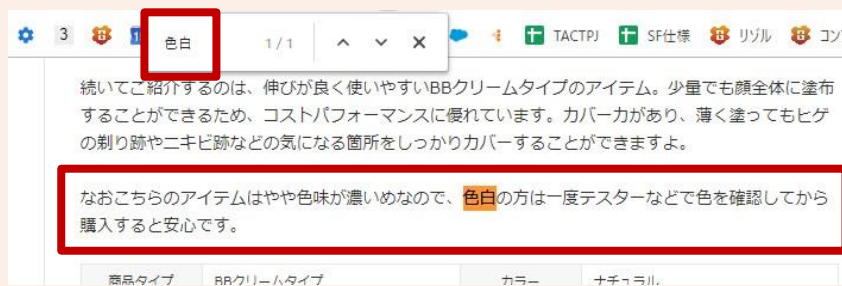
はじめての人 or 作業時間がとれない人

### ✓ まずは、キーワードを本文中に追加することだけを意識する

最初に意識してもらいたいポイントは、「**まずは、それぞれ1回ずつでよいので、全てのキーワードを本文中のどこかに含める**」ことです。

#### 💡 キーワードを追加するときのヒント

競合ページを開き「Ctrl+F」でページ内のキーワード検索をすると、競合ページがどのようにその単語を本文中に含めているかがわかります。



① 競合ページの名称をクリックします

② 「Ctrl+F」で含めたいキーワードのページ内検索をします。

### ページの文字数の目安

p.19の「ページの文字数の目安」で確認した文字数を上回ることが理想です。検索結果上位に表示持されている同じ種類のページの文字数を参照し、目安としましょう。

対策の精度を上げたい人 or 作業時間に余裕がある人

✓ 競合ページの「見出し（hタグ）」を意識する

競合ページの「hタグ」の列で「○」がついているキーワードは、競合ページの見出し（hタグ）内にそのキーワードが含まれているということを意味します。ページ内でも重要なキーワードだと判断できますので、対策ページでも同じように見出しにキーワードを含められないか検討しましょう。

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

○: 掛け合わせ語を含んでいる X: 掛け合わせ語を含んでいない -: 情報未取得 7 / 70件

関連キーワード	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			調査キーワードの上位ページの含有状況		
	検索回数	掛け合わせ語を含有しているページ数	検索順位	調査キーワードにおける順位	hタグ	本文	調査キーワードにおける順位	hタグ	本文
メンズファンデーション 色白	70	0 / 21	0 / 21	7 / 21					
24h メンズ ファンデーション									
オイリー肌 ファンデーション メンズ	0	0 / 21	1 / 21	4 / 21	x	x	x	○	○
メンズファンデーション スティック								○	○
メンズファンデーション 女性用	0	0 / 21	1 / 21	4 / 21	x	x	x	○	○
メンズファンデーション 比較								○	○
メンズファンデーション 選び方								○	○

先程と同様に競合ページの本文を検索してみましょう。下記は「選び方」での例です。



<h2>見出しに「選び方」が含まれています。

必ず見出しとして設定しなければならないということではありませんが、競合ページと比べて文字数が少ない場合は、「段落を追加して見出しを増やし、文字数も数百文字追加する」といった対応を検討しましょう。

④ サイト内の関連コンテンツを改善しよう

## サイト内の関連コンテンツを改善しよう

Googleで月間検索回数が多い、いわゆるビッグワードや、関連キーワードが幅広い多様性のあるキーワードの場合、1ページだけの対策では検索ユーザーのニーズを網羅的にカバーすることができません。そのため、サイト内の関連ページを改善したり、新規の関連ページを作成するなど、**サイト全体で分析キーワードに対するテーマ性を高める必要があります。**（詳しくはp.12参照）。

上位表示分析の「**サイト全体の課題**」では、調査対象サイトと上位表示サイトを比較し、Googleの関連語・サジェスト語が各サイトのどのページでGoogleの検索結果の何位にランクインしているかを調査・分析できます。

「ページ単位」の対策と同様に、**ここで調査した上位サイトとの差分キーワードをサイト内に追加していく作業が必要になりますが、この際「どの既存ページに、どの関連キーワードを追加するか」「どの関連キーワードの追加は、新規ページを作って対策すべきか」の判断が重要です。**TACT SEOの上位表示分析には同じページで上位表示できる可能性が高い関連キーワードをまとめる「**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。

## 不足している関連キーワードを確認する

①上位表示分析結果ページの「**サイト全体の課題**」の **詳細** ボタンをクリックします。



「サイトの関連コンテンツ保有状況」のページが表示されます。このページでは、競合サイトと比べて、**どういった関連キーワードで競合に劣っているかを確認し、「ページへのキーワード追加」「新規ページ作成」といった対策を効率よく実施するポイント**をチェックします。

**「関連語の数」**

**対象サイトのGoogle関連語の順位とランクインURL**

**競合サイトのGoogle関連語の順位とランクインURL**

同一ページで対策が可能なキーワードをグルーピングしています。数字が同じキーワードは、同一のグループです。

キーワードグループ	関連キーワード	検索回数	コンテンツ保有サイト数	順位	最上位ページ	最上位ページ
0001	競勝サブリ	49,500	20 / 20	16	競勝サブリの効果は？経過に役立つ...	https://www.syufeel.com/onaya
	競勝サブリ メーカー	10	15 / 20	14	経路中の競勝はいつからいつまで必...	https://milymily.jp/column/52093
	競勝サブリ 好感 人気	10	15 / 20	7	競勝サブリの効果は？経過に役立つ...	https://milymily.jp/column/52599
	競勝サブリ 安全 人気	10	10 / 20	11	競勝サブリの効果は？経過に役立つ...	https://milymily.jp/column/52599
	競勝サブリ 競勝のみ	10	16 / 20	32	競勝サブリの効果は？経過に役立つ...	https://milymily.jp/column/52599
	競勝サブリ なにかいい	0	14 / 20	6	【2018年報】競勝サブリ徹底比較	https://www.syufeel.com/onaya
	競勝サブリ	0	14 / 20	53	【2018年報】競勝サブリ徹底比較	https://www.syufeel.com/onaya
	競勝サブリ	0	14 / 20	27	【2018年報】競勝サブリ徹底比較	https://www.syufeel.com/onaya
0002	競勝サブリ	49,500	18 / 20	7	【2018年報】競勝サブリ徹底比較	https://www.syufeel.com/onaya
	競勝サブリ	49,500	18 / 20	56	【2018年報】競勝サブリ徹底比較	https://www.syufeel.com/onaya

② 「検索上位サイトの関連コンテンツ保有状況」のコンテンツ評価下部のプルダウンメニューをクリックします。



③ 「ページ単位」の調査と異なり、調査キーワードに関連するコンテンツの評価が高い順（関連キーワードで検索結果100位以内にランクインするページが多い順）にサイトが表示されます。調査ページと同じ種類のページで上位表示しているサイトを選択しましょう。



## サイト内の関連コンテンツを分析してみよう！

競合サイトの100位以内ランクイン状況と、調査サイトのランクイン状況を比較していくと、**いくつかパターンがある**ことがわかります。そのパターンに応じて、「既存ページへのキーワード追加」「新規記事作成」などを検討していきましょう。

### パターン 1

#### ✓ おなじグループの中で一部のキーワードが歯抜け（圏外）になっている場合

グループ内のいくつかの関連語が「圏外」になっている場合、圏外のキーワードを、「最上位ページ」に表示された既存ページに追加する対策を検討しましょう。

関連キーワードの順位と最上位ページ				調査サイトの関連コンテンツ保有状況		検索上位サイトの関連コンテンツ保有状況	
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		関連コンテンツ評価		関連コンテンツ評価	
		検索回数	コンテンツ保有サイト数	順位	最上位ページ	順位	最上位ページ
0001	葉酸サプリ	49,500	20 / 20	16	葉酸サプリの効果は？妊活に役立つ... https://millymilly.jp/column/52599	1	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0001	葉酸サプリ メーカー	10	15 / 20	圏外	-	2	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0001	葉酸サプリ 妊娠 人気	10	15 / 20	14	妊娠中の葉酸はいつからいつまで必... https://millymilly.jp/column/52095	3	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0001	葉酸サプリ 安全 人気	10	10 / 20	圏外	-	7	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0001	葉酸サプリ 葉酸のみ	10	16 / 20	53	葉酸サプリの効果は？妊活に役立つ... https://millymilly.jp/column/52599	2	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0001	葉酸サプリ なにがいい	0	14 / 20	11	葉酸サプリの効果は？妊活に役立つ... https://millymilly.jp/column/52599	1	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0002	葉酸サプリメント	49,500	18 / 20	32	葉酸サプリメントの効果は？妊活に役立つ... https://millymilly.jp/column/52599	1	葉酸サプリメントの選び方   葉酸と... http://kakaku.com/supplement/...
0003	葉酸サプリ おすすめ	6,600	13 / 20	9	葉酸サプリの効果は？妊活に役立つ... https://millymilly.jp/column/52599	19	【価格.com】葉酸 サプリメント   ... http://kakaku.com/supplement/...

パターン2

✓ グループ内のキーワードすべてがランクインしているが順位が低い場合

競合と比較して、文章量や構成で劣っている可能性があります。競合ページを参照して、まずは文字数（≒情報量）に不足が無いかを確認しましょう。加えて「ページ内での各キーワードの使い方」を確認し、リライトのポイントを把握しましょう。

0013	ビジョン 葉酸サプリ 通販	0	7 / 20	国外	-	7	価格.com - ビジョン(PIGEON)の... http://kakaku.com/supplement/forl...
0014	葉酸サプリ dhc	390	8 / 20	31	妊娠中の葉酸はいつからいつまで... https://millymilly.jp/column/52095	6	価格.com - DHC 葉酸 60日分 60... http://kakaku.com/item/K0001067...
0014	葉酸サプリ 飲みやすい	50	16 / 20	25	葉酸サプリの効果は？妊活に役立... https://millymilly.jp/column/52599	1	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... http://kakaku.com/supplement/forl...
0014	dhc 葉酸サプリ 値段	0	10 / 20	25	葉酸サプリの効果は？妊活に役立... https://millymilly.jp/column/52599	2	価格.com - DHC 葉酸 60日分 60... http://kakaku.com/item/K0001067...
0015	葉酸サプリ クラブ	210	6 / 20	国外	-	国外	-
0015	葉酸サプリ クラブ	210	6 / 20	国外	-	国外	-
0016	葉酸サプリ 妊娠中	320	14 / 20	13	妊娠中の葉酸はいつからいつまで... https://millymilly.jp/column/52095	20	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... http://kakaku.com/supplement/forl...

パターン 3

✓ グループ内のキーワードがひとつもランクインしていない場合

このグループのキーワード対策には新規記事作成がおすすめです。競合サイトのページ内容を参考にしつつ、自サイトの特性を活かした記事を作成しましょう。作成のコツが分かりづらい場合はグループ内で最も検索回数が多いキーワードを選択し、追加で「上位表示分析」を行うことも検討してください。

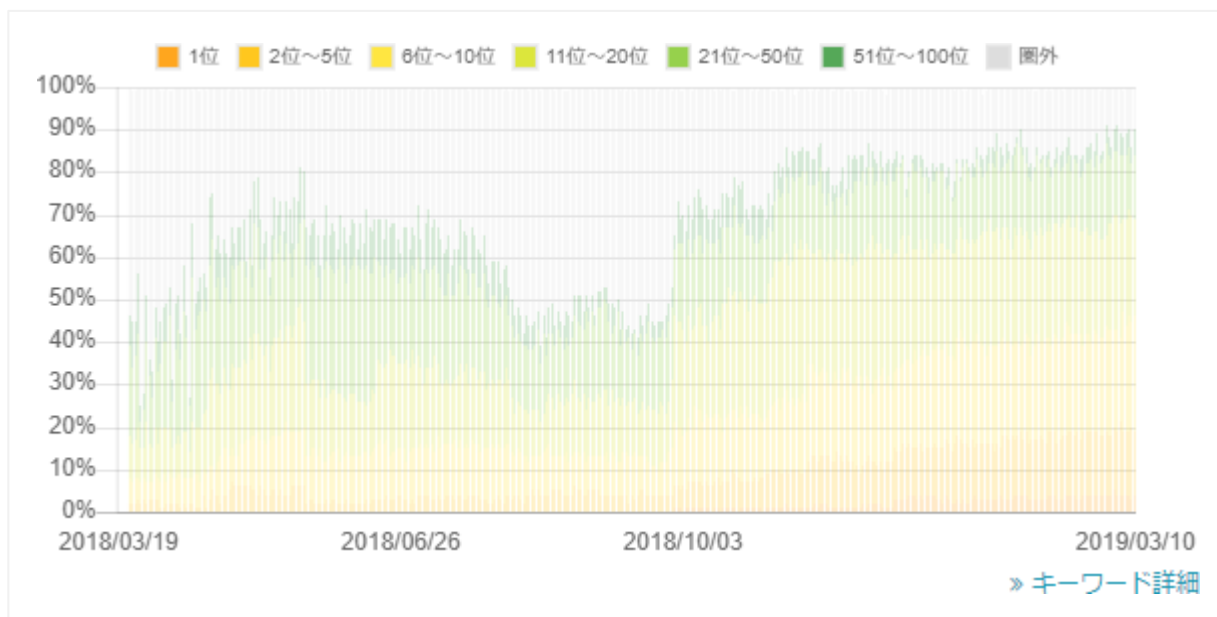
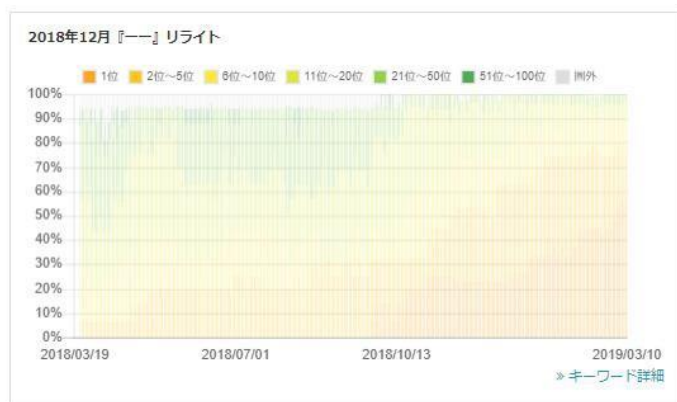
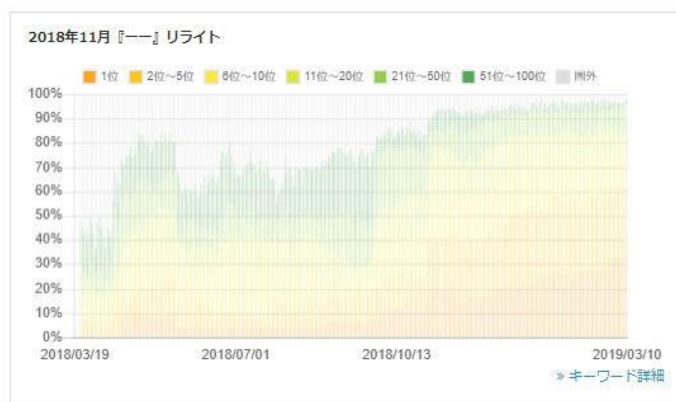
0011	み方	0	10 / 20	18	<a href="https://millymilly.jp/column/52599">https://millymilly.jp/column/52599</a>	圏外	-
0012	葉酸サプリ mitete	480	9 / 20	圏外	-	8	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0012	葉酸サプリ みてて	40	14 / 20	圏外	-	8	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0012	葉酸サプリ 100人	10	10 / 20	圏外	-	9	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0012	葉酸サプリ mitete 成分	10	10 / 20	圏外	-	1	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0012	葉酸サプリ mitete 妊娠中	0	10 / 20	圏外	-	7	葉酸サプリメントの選び方   葉酸... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0013	葉酸サプリ ビジョン	480	9 / 20	圏外	-	8	価格.com - ビジョン(PIGEON)の... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0013	ビジョン 葉酸サプリ 産後	0	8 / 20	圏外	-	12	カルシウム   マタニティ食品 選... <a href="http://kakaku.com/maternity/ss_0...">http://kakaku.com/maternity/ss_0...</a>
0013	ビジョン 葉酸サプリ 通販	0	7 / 20	圏外	-	7	価格.com - ビジョン(PIGEON)の... <a href="http://kakaku.com/supplement/fori...">http://kakaku.com/supplement/fori...</a>
0014	葉酸サプリ dhc	390	8 / 20	31	妊娠中の葉酸はいつからいつまで... <a href="https://millymilly.jp/column/52095">https://millymilly.jp/column/52095</a>	6	価格.com - DHC 葉酸 60日分 60... <a href="http://kakaku.com/item/K0001067...">http://kakaku.com/item/K0001067...</a>

⑤効果計測のためキーワードを登録しよう

## 効果計測のためのキーワードを登録しよう！

上位表示分析の対象キーワードと、分析結果をもとにページ、サイトに追加した関連キーワードをそれぞれTACT SEOの「順位計測キーワード」に登録し、施策後の順位推移を計測していきましょう。

TACT SEOでは、**順位計測するキーワードにカテゴリを設定し、カテゴリごとに順位状況をグラフで表示する機能**があります。この機能を利用し、施策実施時に「2019年4月『対象キーワード』リライト」といったカテゴリ名でキーワードを登録し、**実施した施策の効果をチェックしていきましょう。**



①メニューの「設定」→「キーワード情報編集」を開きます。



②順位計測したいキーワードを「カテゴリ名」+「|」（全角の縦棒）+「計測キーワード」という並びで入力し「データ取得」ボタンを押します。



「カテゴリ名」には「2019年4月『対象キーワード』リライト」のように、「施策反映月」「対象キーワード」「実施作業」を設定することをおすすめします。それにより、いつ実施した施策の効果がどう変化しているか、効果検証がしやすくなります。

- ③以下のようにキーワードが登録され「推定月間検索回数」が取得されます。計測したいキーワードの「計測」チェックボックスに✓を入れ「変更内容を確認する」ボタンを押します。  
 ※「重要」に✓を付けたキーワードは、検索上位100サイト全ての順位も取得します。

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: 4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はずす 4件

計測	重要	カテゴリ	キーワード	想定月間検索回数
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール チェック	0
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール コンテンツ	0
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール キーワード	20
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール 価格	10

登録中のキーワード一覧  計測一括チェック 既定月間検索回数 370件

計測 重要 カテゴリ

- 計測キーワード数
  - アカウント全体 : 918 / 3,000キーワード
  - ↑ 選択中のサイト : 370 キーワード
  - ↓ 他のサイトの合計 : 548 キーワード
- 重要キーワード数
  - 選択中のサイト : 20 / 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

登録日

- 2018/06/11
- 2018/06/11
- 2018/06/11



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: 4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はずす 4件

計測	重要	カテゴリ	キーワード	想定月間検索回数
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール チェック	0
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール コンテンツ	0
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール キーワード	20
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2019年4月リライト SEOツール	seoツール 価格	10

登録中のキーワード一覧  計測一括チェック 既定月間検索回数 370件

計測 重要 カテゴリ

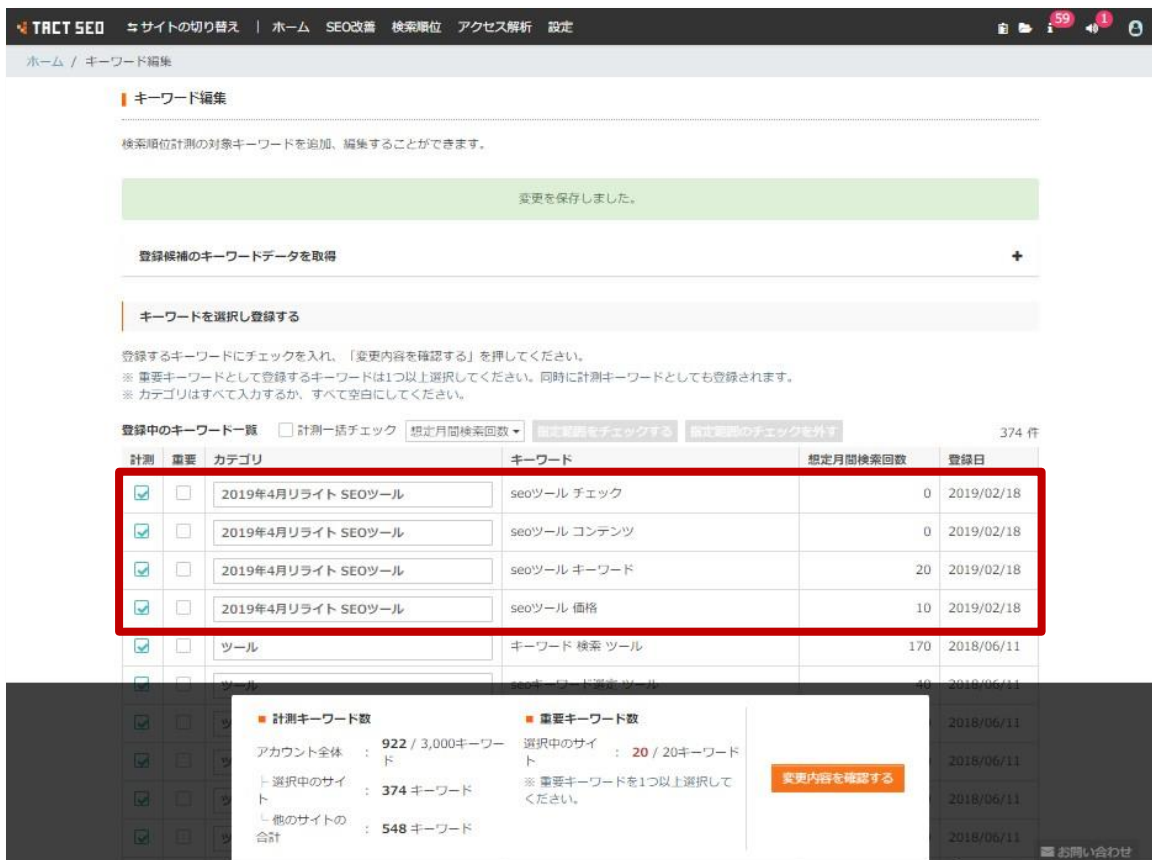
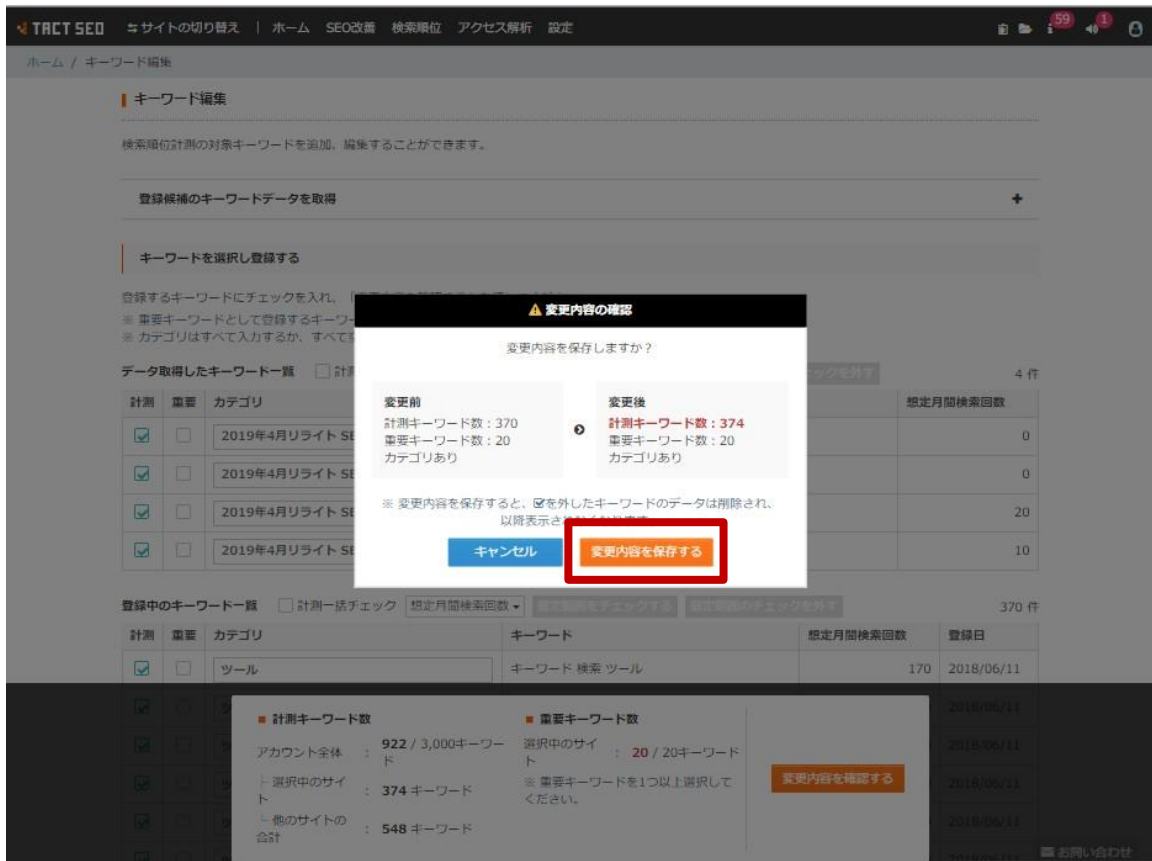
- 計測キーワード数
  - アカウント全体 : 922 / 3,000キーワード
  - ↑ 選択中のサイト : 374 キーワード
  - ↓ 他のサイトの合計 : 548 キーワード
- 重要キーワード数
  - 選択中のサイト : 20 / 20キーワード
  - ※ 重要キーワードを1つ以上選択してください。

変更内容を確認する

登録日

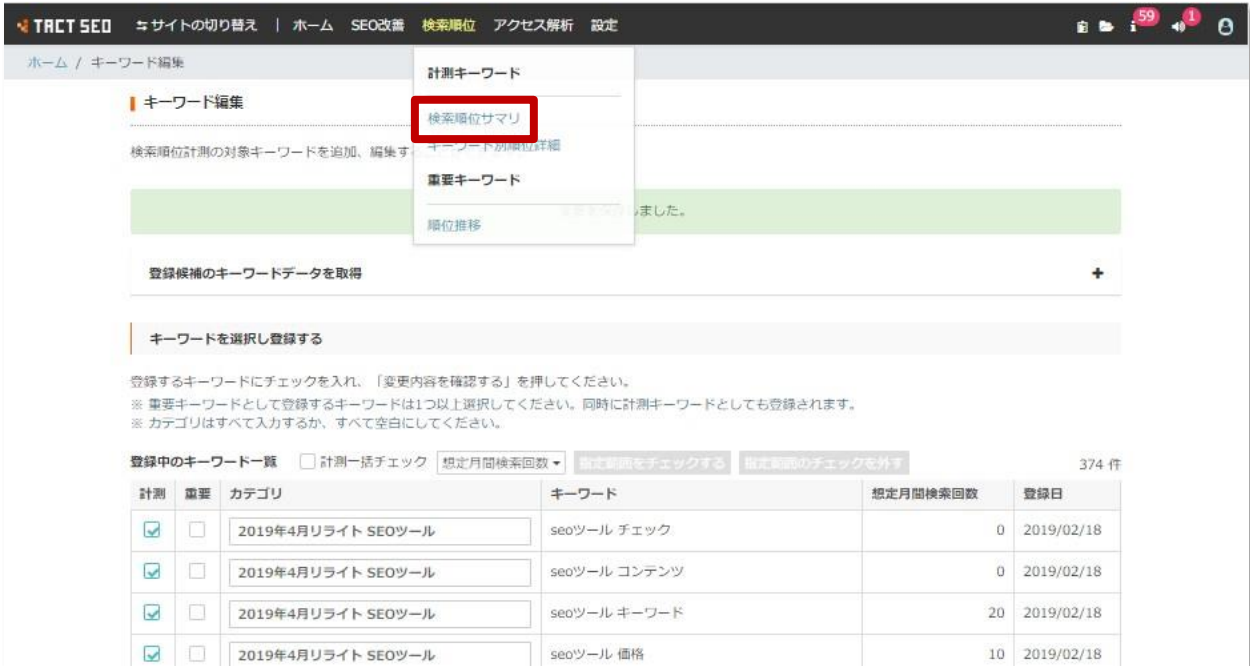
- 2018/06/11
- 2018/06/11
- 2018/06/11

④「変更内容を保存する」のボタンを押すと、内容が保存され、順位計測が可能になります。

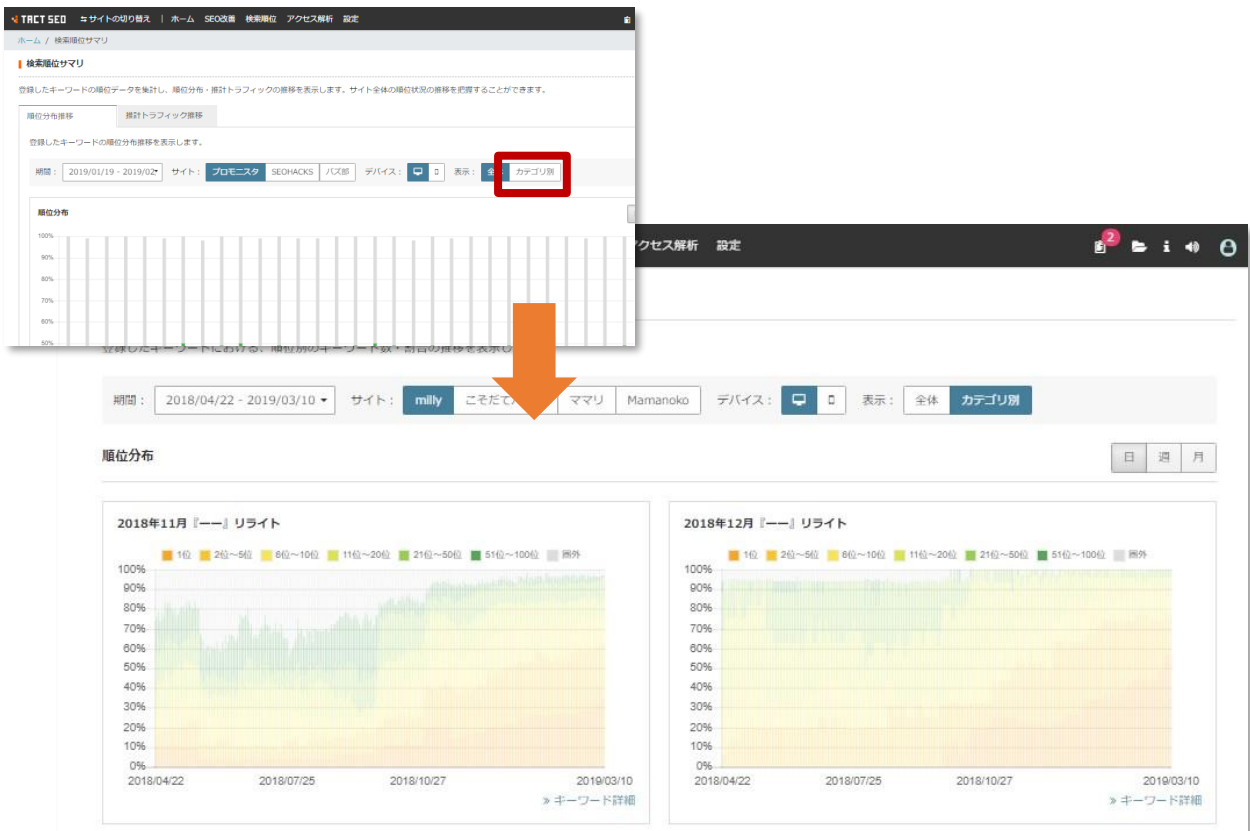


## 効果計測してみよう

①メニューから「検索順位」→「検索順位サマリ」と移動します。



②「カテゴリ別」ボタンを押すと、カテゴリごとの順位分布推移のグラフが表示されます。

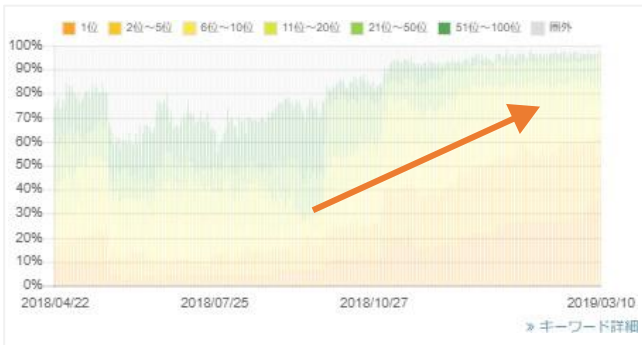


## ⑥施策の成果を確認しよう

## 施策の成果を確認しよう

対象ドメインにもよりますが、おおむね3ヶ月程度で施策の効果が安定してきます。順位サマリを確認しながら、3ヶ月前後のスパンでPDCAを回しましょう。

### ■ 順位が上がっているパターン

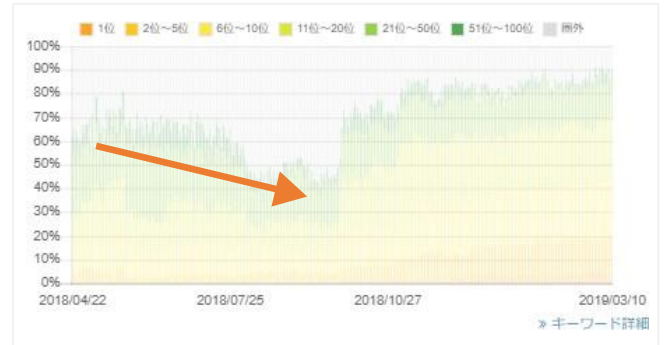


#### <対策の例>

- ・そのまま経過を見守る
- ・より上位を目指し、再度上位表示分析実施
  - ↳ ページ単位の差分を埋める
  - ↳ サイト内関連コンテンツを強化する

など

### ■ 順位に変化がない or 下がっているパターン



#### <対策の例>

- ・あらためて上位表示分析実施
- ・ページ単位での差分キーワードを再確認
- ・関連コンテンツの差分がないかを再確認
- ・被リンク評価を高める方法を検討

など

### ⚠ 重要 ⚠

自サイトだけでなく競合サイトもSEO対策を実施しています。  
また、Googleのアルゴリズムは日々チューニングされています。  
そのため一度の対策で終了せず、最新状況を定期的に確認しましょう。

分析方法については、お気軽にコンサルタントまでご相談ください！

## 成果を出し続けるために必要なこと

Googleや競合の目まぐるしい変化の中でもSEOで安定した成果を出し続けるためには、一度の対策で終わらせず、「立案」「実施」「検証」「改善」のPDCAのサイクルを回し続け、さらに加速させる必要があります。

また、TACT SEOの分析結果で競合との差を埋めるだけでなく、自分たちの事業やサイトの強み・特性を活かし、競合と差をつけるための『価値あるコンテンツ』『オリジナリティの高いコンテンツ』をつくることも意識しなければなりません。

TACT SEOがそれらに全力で取り組んでいくきっかけとして、皆さまの助けになることを願っています。

TACT SEO サポートチーム一同

## 05 | TACT SEOの機能一覧

## SEO対策に必要な調査・分析・効果検証のための機能を網羅！



## 集客に効果的なキーワードの調査

検索回数や、季節要因による変動、競合サイトの順位などを調査し、自サイトの集客に効果的なキーワードをリストアップ。



## 潜在競合の把握・競合SEO状況調査

ターゲットキーワードで多く検索露出しているサイトを発見し、順位や保有しているコンテンツを把握可能。



## 上位表示に必要な要素抽出

上位表示させたいキーワードを入力することで、内部対策・コンテンツ・被リンクの観点で必要な要素を抽出。



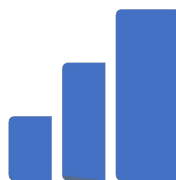
## サイトのSEO課題を網羅的に調査

サイトのSEO課題を重要度別に抽出。課題別に何が問題なのか、どのように修正するべきか」をアドバイス。



## コンテンツ作成の効率UP

同一ページで獲得できるキーワードのグルーピングや、上位ページの検索結果を一括調査機能により効率的なコンテンツ作成を支援。



## 順位/トラフィック推移の自動集計

データを登録しておくことで、PC/モバイルの順位やトラフィックを自動計測。サイトの状態を常時可視化。

# お問い合わせはお気軽にどうぞ！

🌐 ウェブサイト <https://tact-seo.com>

✉ メール [support@tact-seo.zendesk.com](mailto:support@tact-seo.zendesk.com)

☎ 電話 03-6869-0631（受付時間 平日10:00 - 17:00）



## 本資料の利用について

- ・本資料に記載された内容は、予告なく変更する場合がございます。
- ・本資料の無断共有、無断複製、複製転載、その他二次利用行為等は固く禁じております。本資料の共有につきましては弊社までお問い合わせください。