

／まずは／  
SEOを知ろう！ 入門編



# SEOを知ろう！入門編

このSEOを知ろう！資料では、入門編と実践編をみてもらうことで、SEO初心者が、SEO対策をできるようになることを目指します。

SEOと聞くと、難しそうに聞こえるかもしれませんが心配しないでください。私たちと一緒に「そもそもSEOって何？」から知っていきましょう。



はじめに！  
SEOの目的

**SEOを知ろう！入門編** をダウンロードしていただき、  
ありがとうございます。

SEOの目的はただ1つ

**自店舗ホームページを Google/Yahoo検索結果ページで上位表示させ、  
アクセス数を増やすこと。**

本書を読めば、今からすべきことがわかります。



一緒に学んでいきましょう

# 本書で得られる 3つの効果

## ＼ 本書で得られる 3つの効果 ／



- 1 SEOとはそもそも何なのか？がわかるから、今後の応用力がつきます。
- 2 日々どんな言葉で検索されているわかります。
- 3 現実的にできる範囲の中で、最大限効果を発揮する SEO対策がわかります。  
→ ③は実践編で記載

## Contents

### 目次

- SEOってなんだろう 6 ページ
- Googleのことを知ろう 12 ページ
- どんな単語で検索されているの？
  - ・調査ツールのはじめ方 22 ページ
  - ・調査ツールの使い方 34 ページ
  - ・ためしにやってみよう 43 ページ
- お問い合わせ先 50 ページ



SEOってなんだろう

SEOってなんだろう



そもそもSEOってなに??



## Google/Yahooの検索結果ページで 自店舗ホームページを、1ページ目の上の方に表示すること

SEOは「Search Engine Optimization (検索エンジン最適化)」の頭文字を取ったもの



ところで、  
なんでSEO対策すると良いの？

## 無料で安定的な集客効果が見込める

- ・SEO対策は知識があれば無料でできます。
- ・上位化できれば、何もせずとも安定的なアクセスがあり、集客が見込めます。

SEOってなんだろう



上の方に表示されると何がいいの？

## 1ページ目の1番上だとクリック率は21.12%

2番目は半分以下の 10.65%

3番目は7.57%まで下がる。8位以下は1%台

出典: Announcing: 2017 Google Search Click Through Rate Study

SEOってなんだろう



メリットとデメリットをまとめて！

## メリット

- 知識があれば無料でできる
- 上位表示すると、集客効果が見込める
- 上位化したあとの手間はほぼない

## デメリット

- 専門知識が必要

SEOってなんだろう



あっ！  
ところで、Yahoo!はどうするの？

## YahooとGoogleは同じ

Yahooは、Googleと同じ検索エンジンを使用しています。

合わせればシェア率 95%。つまり、日本では**SEO対策 = Google検索エンジン対策**でOKです。

# Googleのことを知ろう



Googleはどんなことをしたいの？

## Googleは、検索したユーザーに価値あるサイトを見せたい

ユーザーに役に立たないサイトばかりを見せたら、ユーザーはGoogleを利用しなくなります。

Googleの収入源は広告。ユーザーがいなくなると収入は激減します。

## SEO対策で大切なこと

✕ Googleのスキを突いて上位表示を実現すること

○ **検索したユーザーが満足するページを作ること**

Googleはスキを突いたページ、つまり、**価値のないページを排除する** 試みを続けてきました



どんな風に表示順が決まるの？

## 200以上の指標から決まる ... 覚えなくてOK

- ・コンテンツの文章の量
- ・リンクと文章の比率
- ・文章コンテンツと画像やリンクコンテンツなどの比率
- ・コンテンツのトピックの統一性と新鮮さ
- ・コンテンツ内で使用されている文章(キーワード等)と扱っているトピックの一致性
- ・ページ内の内部リンクの数
- ・サイトの更新頻度
- ・サイト内のページ数
- ・ページの表示速度
- ・タイトル内にキーワードが使われているか否か
- ・内部リンクのアンカーテキスト内のキーワードの有無や適切さ
- ・本文内でのキーワードの位置
- ... などなど



エ？

## さらに、繰り返されるアップデート

- ・アップデートするたび、新しい指標が追加されたり、不要なものが削除されたりしている。
- ・指標の分析は労力がかかる上に、すぐに意味がなくなる。

Googleのことを知ろう



じゃあ、どうすればいいの？

## Googleの考え方を知ることが重要

Googleが何をしたいか、どんな世界を作ろうとしているのかを知ることによって、繰り返されるアップデートにも一喜一憂することなく対応できる

## 『 重要なのもう一度！』

✕ Googleのスキを突いて上位表示を実現すること

○ **検索したユーザーが満足するページを作ること**



これか！



満足するページってつまり...何??

## ユーザーが満足するページとは、 ユーザーが求めているページを作ること

よく言われることではあるが、エスキモーに氷を売っても意味がない。理由は求められていないから。  
エスキモーが何を求めているかを知り、それを提示することで、はじめて満足してもらえる。



ユーザーが何を求めているかわかる  
手段があるの？

**『ある！』Google上でユーザーが求めていることを  
知る手段は用意されている、無料で。**

Googleが提供するツール **キーワードプランナー** のはじめ方、使い方を見ていきましょう！

どんな単語で検索されているの



どんな単語で検索されているか  
わかるの？

## それもわかる！誰でも無料で確認できる

Googleが提供しているキーワードプランナーというツールを使えば、**どんな単語がどれくらい検索されているか**知ることができます。

調査ツールの  
はじめ方

## どんな単語で検索されているの

Google キーワードプランナー をはじめてみよう♪



キーワードプランナーを使うために  
何が必要なの？

＼この**2**つが必要です／

1

Googleアカウント

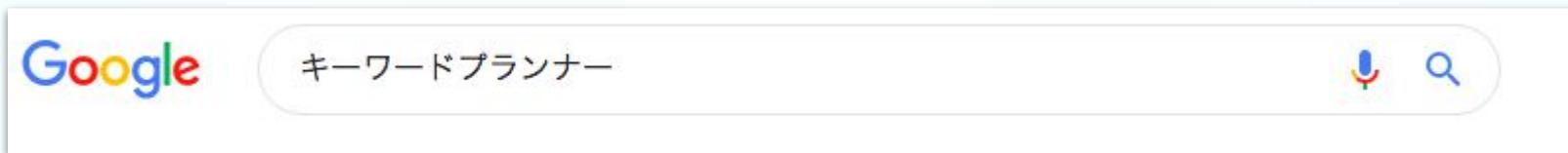
2

Google広告アカウント

◀ 次のページで説明します

## キーワードプランナーのはじめ方

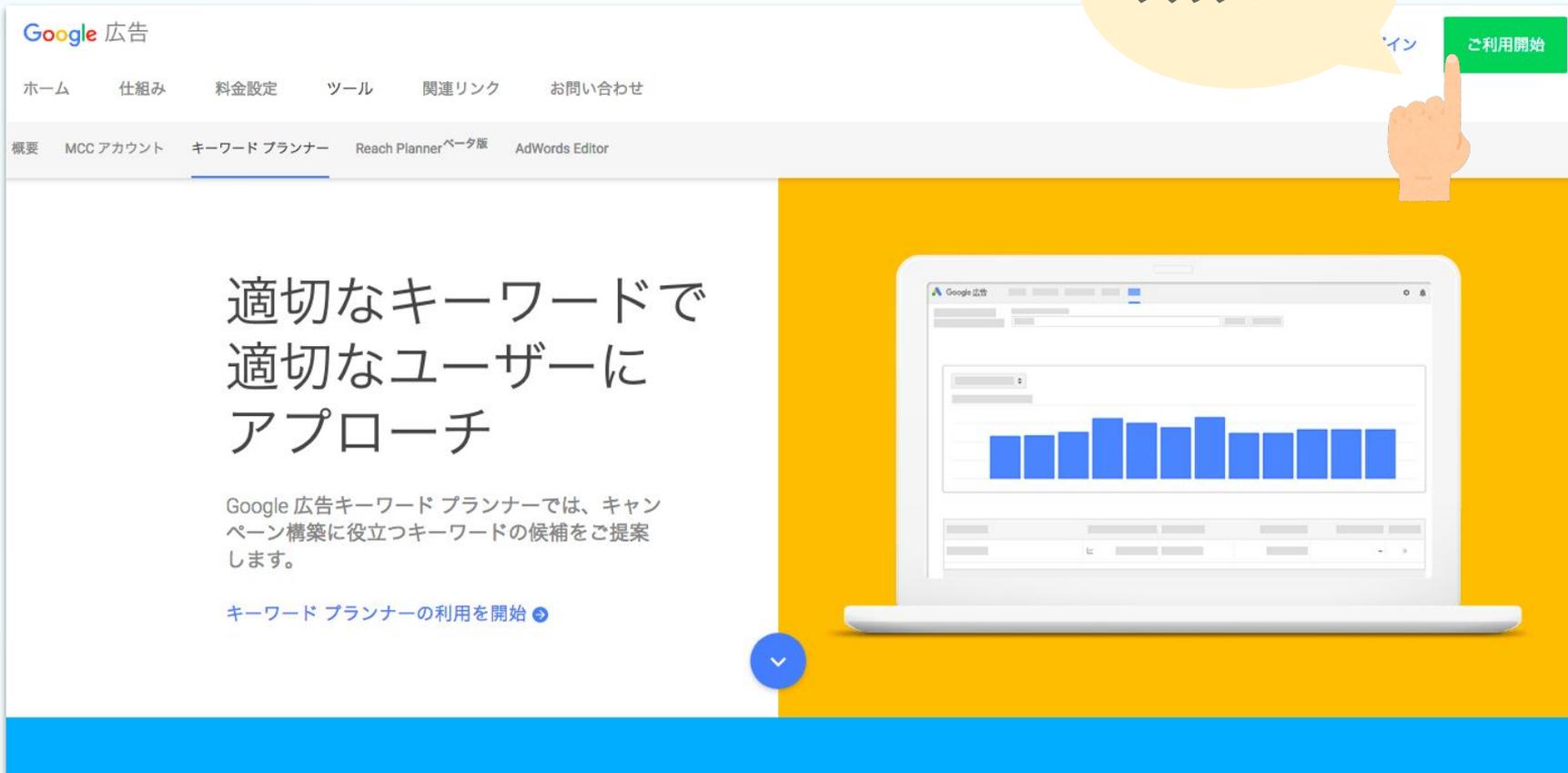
まずはGoogleで**キーワードプランナー**と入力し検索してみましょう



キーワードプランナーを  
クリック！

## キーワードプランナーのはじめ方

ご利用開始ボタンを  
クリック！



The image shows a screenshot of the Google Ads Keyword Planner interface. At the top left, the Google logo is followed by the text 'Google 広告'. Below this, there are navigation links: 'ホーム', '仕組み', '料金設定', 'ツール', '関連リンク', and 'お問い合わせ'. A secondary navigation bar contains '概要', 'MCC アカウント', 'キーワード プランナー' (which is underlined), 'Reach Planner ベータ版', and 'AdWords Editor'. On the right side of the top navigation bar, there is a green button labeled 'ご利用開始' (Start Using) with a hand icon pointing to it. A yellow speech bubble above the button contains the text 'ご利用開始ボタンをクリック！'. The main content area has a white background on the left and a yellow background on the right. On the white background, there is a large heading '適切なキーワードで適切なユーザーにアプローチ' (Approach appropriate users with appropriate keywords) and a paragraph: 'Google 広告キーワードプランナーでは、キャンペーン構築に役立つキーワードの候補をご提案します。' (In Google Ads Keyword Planner, we propose keyword suggestions that are useful for campaign construction). Below the paragraph is a link: 'キーワードプランナーの利用を開始' (Start using Keyword Planner). On the yellow background, there is a laptop displaying a bar chart with blue bars. A blue circular button with a white downward arrow is located at the bottom center of the white area.

Google 広告

ホーム 仕組み 料金設定 ツール 関連リンク お問い合わせ

概要 MCC アカウント キーワード プランナー Reach Planner ベータ版 AdWords Editor

# 適切なキーワードで 適切なユーザーに アプローチ

Google 広告キーワードプランナーでは、キャンペーン構築に役立つキーワードの候補をご提案します。

[キーワードプランナーの利用を開始](#)

## キーワードプランナーのはじめ方



The screenshot shows the Google login page. At the top is the Google logo, followed by the text 'ログイン' (Login) and 'Google 広告に移動' (Move to Google Ads). Below this is a red dashed box containing the text 'メールアドレスまたは電話番号' (Email address or phone number) and a text input field. Below the input field is the text 'メールアドレスを忘れた場合' (If you forgot your email address). Below that is the text 'ご自分のパソコンでない場合は、ゲストモードを使用して非公開でログインしてください。ヘルプ' (If you are not on your own computer, please log in in guest mode for privacy. Help). At the bottom left, there is a red dashed box containing the text 'アカウントを作成' (Create account). To the right of this box is a blue button with the text '次へ' (Next). A red dashed line connects the 'or' text to the two dashed boxes.

Google

ログイン

Google 広告に移動

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

ご自分のパソコンでない場合は、ゲストモードを使用して非公開でログインしてください。ヘルプ

アカウントを作成

次へ

or



あらら？  
Googleログインページがでた

**Googleのキーワードプランナーを使うためには、Googleアカウントの作成が必要なんです**

すでにあるGoogleアカウントでログイン  
もしくは、新しくアカウントを作成してください

## キーワードプランナーのはじめ方

Googleアカウントでログインするとこのようなページが表示されます。

Google 広告 | 新しいキャンペーンを作成

広告の主な目標は何でしょうか。

広告掲載の目標を具体的に定めることで、求める成果を達成しやすくなります

- 電話問い合わせを増やす
- 店舗の来客数を増やす
- ウェブサイトでの商品購入や申し込みを増やす

このリンクをクリック!

Google 広告のご利用経験がある場合

今回はあくまで無料でどんな単語が検索されているか調査することが目的のため、Google広告を出稿する手順は飛ばしますね

## キーワードプランナーのはじめ方

広告の出稿目的ではないため、このページも **キャンペーンなしでアカウントを作成** リンクをクリック！

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. At the top, it says "Google 広告 | 新しいキャンペーンを作成". Below this, the instruction "キャンペーンタイプを選択してください" is followed by five campaign type options: "検索" (Search), "ディスプレイ" (Display), "ユニバーサルアプリ" (Universal App), "ショッピング" (Shopping), and "動画" (Video). Each option includes a representative image and a brief description of the ad format. At the bottom left, there is a blue link "キャンペーンなしでアカウントを作成" (Create account without campaign). A hand icon is pointing to this link, and a yellow callout bubble next to it says "このリンクをクリック！" (Click this link!). At the bottom of the page, there are two buttons: "戻る" (Back) and "続行" (Continue).

## キーワードプランナーのはじめ方

すべて日本であることを確認し(何も変更せず) **送信ボタン**をクリック！

Google 広告 | より多くのユーザーにリーチしましょう

### ビジネス情報の確認

この情報は、お客様のアカウントを作るために使われます。これらの設定は後から変更できないため、慎重にお選びください。

 請求先住所の国  
日本

 タイムゾーン  
(GMT+09:00) 日本時間

 通貨  
日本円 (JPY ¥)

**送信**



送信ボタンを  
クリック！

## キーワードプランナーのはじめ方

設定が完了しました。**アカウントを確認ボタン**をクリック！

Google 広告 | より多くのユーザーにリーチしましょう

ツール ?

すべての設定が完了しました。

アカウントを確認

ココをクリック！

リソース

☑ モバイルアプリをダウンロード  
外出先でも広告を管理しましょう  
Android アプリ | iOS アプリ

? 詳細  
疑問点を解決しましょう  
ヘルプセンターに移動

📞 お問い合わせ  
月曜～金曜: 午前 9 時～午後 9 時  
1-866-246-6453

キーワードプランナーに必要な **Google 広告アカウント** の設定が完了しました

## キーワードプランナーのはじめ方

このようなページが表示されます。右上にある **ツールアイコン** をクリック！



The screenshot shows the Google Ads interface. The top navigation bar includes the Google Ads logo, the text 'Google 広告', and 'すべてのキャンペーン'. On the right side of the top bar, there are icons for '移動' (Move), 'レポート' (Reports), 'ツール' (Tools), and a help icon. A yellow callout bubble with a hand icon pointing to the 'Tools' icon contains the text 'ツールをクリック！'. Below the top bar, there is a red banner with a warning message. The main content area shows a table with columns for 'クリック数' (Clicks), '表示回数' (Impressions), '平均クリック...' (Average Click...), and '費用' (Cost). The table shows 0 clicks, 0 impressions, and ¥0 cost. The left sidebar contains navigation options like '概要' (Overview), 'キャンペーン' (Campaigns), '設定' (Settings), '地域' (Locations), and '変更履歴' (Change History).

クリック数	表示回数	平均クリック...	費用
0	0	¥0	¥0
2			
1			

## キーワードプランナーのはじめ方

今度は左側にある**キーワードプランナー**をクリック！

Google 広告 | すべてのキャンペーン

移動 レポート ツール

すべてのキャンペーン

プランニング

- キーワードプランナー
- 広告レビューと診断
- プレイ キャンペーン プランナ

共有ライブラリ

- オーディエンス マネージャー
- 入札戦略
- 除外キーワード リスト
- 共有予算
- プレースメントの除外リスト

一括操作

- すべての一括操作
- ルール
- スクリプト
- アップロード

測定

- コンバージョン
- Google アナリティクス
- 検索アトリビューション

設定

- 請求とお支
- ビジネステ
- アカウント
- リンク アガ
- 各種設定
- Google Me

ココをクリック！

## キーワードプランナーのはじめ方



ところで、  
ページの上の方に赤いバナーが表示  
されていたけど、大丈夫なの？

Googleとしては、このツールは Google 広告を出すために使ってほしい意図があります。  
なので、「**広告出稿できていませんよ**」と伝えているんですね。



後述しますが、無料と有料(広告を出した場合)で、このツールには機能の差異があります。  
この差異を許容すれば、無料で使えるともいえます。今回は **無料で使うためこのままでOK**です。

調査ツールの  
使い方

## どんな単語で検索されているの

---

Google キーワードプランナー を使ってみよう♪

## キーワードプランナーの使い方

キーワードプランナーページを開くと画面に大きく2つのボタンが表示されます。

今回はキーワードを見つけることが目的のため、左側の **新しいキーワードを見つける** をクリック



## キーワードプランナーの使い方



右側のボタンは何？

The screenshot shows two buttons in a light gray container. The left button has a magnifying glass icon and the text '新しいキーワードを見つける'. The right button has a bar chart icon and the text '検索のボリュームと予測のデータを確認する'. The right button is enclosed in a red rectangular border.

**新しいキーワードを見つける**

お客様の商品やサービスに関心を持つユーザーへのリーチにつながる、キーワードの候補を探してみましょう。

→

**検索のボリュームと予測のデータを確認する**

キーワードの検索ボリュームなどの過去の指標や、今後のパフォーマンスの予測データを確認しましょう。

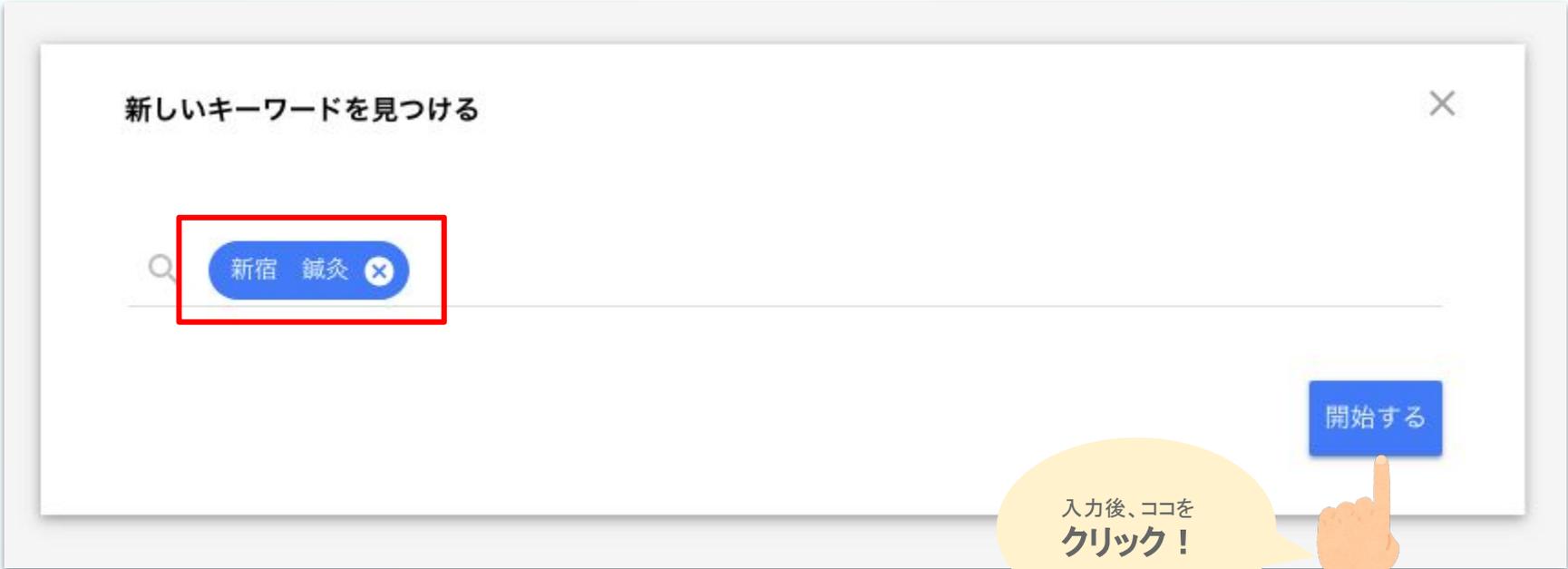
→

右側にある **検索のボリュームと予測のデータを確認する** は主にGoogle広告を出稿するときに使います。

・趣旨と異なるので、こちらの説明は当資料では割愛します。

## キーワードプランナーの使い方

調べたいキーワードを入力します。ここでは **新宿 鍼灸** と入力しました。



The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. At the top left, it says "新しいキーワードを見つける" (Find new keywords). Below this is a search input field containing the text "新宿 鍼灸" (Shinjuku Acupuncture) with a red rectangular box around it. To the right of the input field is a blue button labeled "開始する" (Start). A hand icon is pointing at the "開始する" button, with a yellow speech bubble next to it containing the text "入力後、ココをクリック！" (After input, click here!).

## キーワードプランナーの使い方



1つの単語や  
3つの単語でもいいんですよね？

新しいキーワードを見つける ×

○ 新宿 鍼灸 おすすめ ×

開始する

その通りです。

1つの単語でも、3つの複合キーワードでも OK です。

## キーワードプランナーの使い方

入力した **新宿 鍼灸** をはじめ、**関連するキーワード**が **月間検索ボリューム** や **競合性**、**入札単価**と合わせて出てきます。

キーワード候補  キーワード候補をダウンロード 過去 12 か月  
2017年11月~2018年10月

411 個のキーワード候補が見つかりました

すべての候補を表示; アダルト向けの候補を除外 フィルタを追加

<input type="checkbox"/>	キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム	競合性	広告インプレッションシェア	とされた広告の入札単価 (低額帯)	とされた広告の入札単価 (高額帯)	アカウントのステータス
<input type="checkbox"/>	新宿 鍼灸	100~1000	中	-	¥181	¥593	
<input type="checkbox"/>	鍼灸	1万~10万	低	-	¥84	¥261	
<input type="checkbox"/>	新宿 整体	1000~1万	中	-	¥151	¥547	
<input type="checkbox"/>	不妊 鍼灸	1000~1万	中	-	¥141	¥423	
<input type="checkbox"/>	新宿 鍼	100~1000	中	-	¥139	¥419	
<input type="checkbox"/>	鍼灸 新宿	100~1000	高	-	¥158		
<input type="checkbox"/>	新宿 肩こり	100~1000	高	-	¥101		
<input type="checkbox"/>	整体 新宿	100~1000	高	-	¥150		



ほお~

1 月間検索ボリューム

月の検索数です。

「10 ~ 100」「100 ~ 1000」

「1000 ~ 1万」「1万 ~ 10万」

「10万 ~ 100万」があります。

2 競合性

このキーワードで広告を出そうしているライバル数です。

高・中・低 があります。

高は競合が多いという意味です。

3 入札単価

このキーワードで実際に広告を出したときの広告費です。

上限と下限が表示されます。



まずは **100 ~ 1000** 程度の検索数  
競合が **中 or 低** を狙おう



月間検索ボリュームが 100~1000 の  
ように大まかなのはなんで？

## 無料で使っているからです

キーワードプランナーは広告の出稿を目的としているため、広告を出さない(無料)で使う場合、  
大まかな数値で表現されます。広告出稿後は具体的な数値になります。

大まかでもおおよそのボリュームはつかめます。つまり、全般的な外れな単語なのか、大きなボリュームがある単語なのか。今回は費用をかけず、このまま進めましょう。

参考)キーワードプランナーの使い方…ではないですが

## 無料で詳細ボリュームまでわかるツールのご紹介

無料で詳細ボリュームまで確認したい場合は、[こちらのaramakijake.jp](https://aramakijake.jp)  
というツールもあります。



うれしい！

ために  
やってみよう！

## どんな単語で検索されているの

---

Google キーワードプランナーを **ちょっと** 使ってみよう♪

キーワードプランナーをちょっと使ってみよう

それではために **新宿 鍼灸** を調べてみましょう！

すべての候補を表示 フィルタを追加

<input type="checkbox"/> キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム	競合性
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼灸	100~1000	中
<input type="checkbox"/> 鍼灸	1万~10万	低
<input type="checkbox"/> 新宿 整体	1000~1万	中
<input type="checkbox"/> 不妊 鍼灸	1000~1万	中
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼	100~1000	中
<input type="checkbox"/> 鍼灸 新宿	100~1000	中
<input type="checkbox"/> 新宿 肩こり	100~1000	高



おっ！  
月間検索ボリュームは **100~1000**  
かあ。

キーワードプランナーをちょっと使ってみよう

初期状態では、検索した **新宿 鍼灸** に関連するキーワードが色々でてきます。

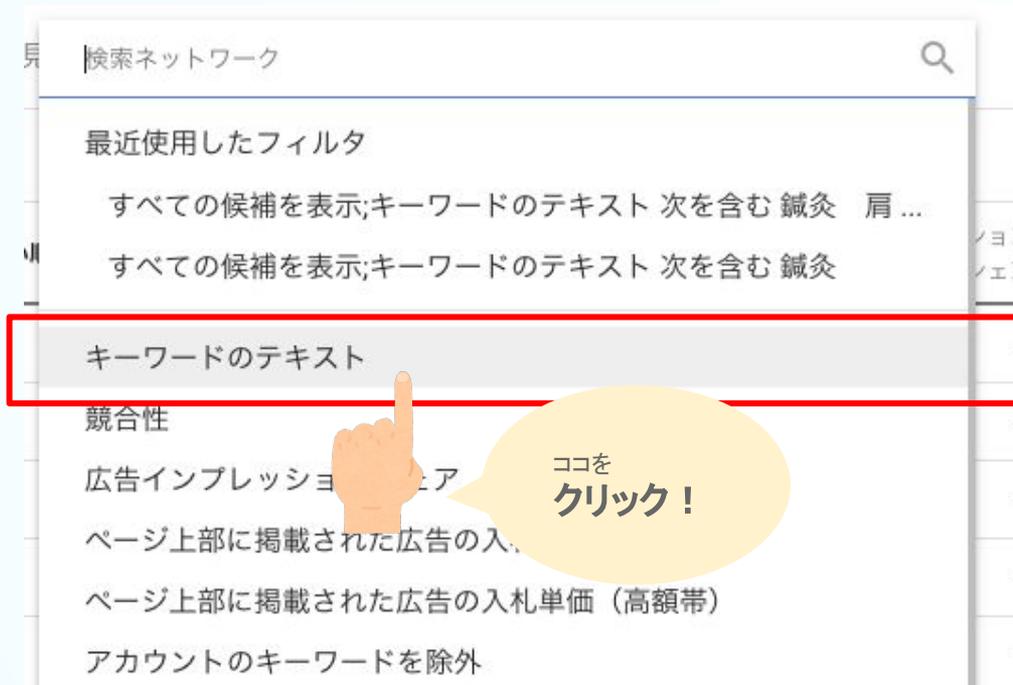
**新宿 鍼灸** を含めたキーワードにはどんなものがあるかチェックしてみましょう



<input type="checkbox"/> キーワード (関連性の高い順)		競合性
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼灸		中
<input type="checkbox"/> 鍼灸	1万~10万	低
<input type="checkbox"/> 新宿 整体	1000~1万	中
<input type="checkbox"/> 不妊 鍼灸	1000~1万	中
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼	100~1000	中

キーワードプランナーをちょっと使ってみよう

このようなページが出てくるので、**キーワードのテキスト** をクリック！



キーワードプランナーをちょっと使ってみよう

値 のところにいま調査中の **新宿 鍼灸** と入力し、**適用ボタン**をクリック

すべての候補を表示

キーワードのテキスト

次を含む

値

適用

ココに 入力！

キーワードプランナーをちょっと使ってみよう

## 新宿 鍼灸 が含まれた検索キーワードが表示されます

すべての候補を表示 キーワードのテキスト 次を含む 新宿 鍼灸 フィルタを追加

<input type="checkbox"/> キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム	競合性
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼灸	100~1000	中
<input type="checkbox"/> 鍼灸 新宿	100~1000	高
<input type="checkbox"/> 新宿 不妊 鍼灸	10~100	高
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼灸 不妊	10~100	高
<input type="checkbox"/> 不妊 鍼灸 新宿	10~100	高
<input type="checkbox"/> 新宿 鍼灸 深夜	10~100	-
<input type="checkbox"/> 加藤 鍼灸 新宿	10~100	低



新宿 鍼灸 深夜 が 10 ~ 100 かあ  
新宿らしいなあ

まとめ

キーワードプランナー を使って、

- ・ご自分のお店の **エリア**
- ・マッサージ、整骨、鍼灸などの **ジャンル**
- ・肩こり、腰痛などの **症状**

を組み合わせ、検索ボリュームを確認してみてください。

予想より多い or 少ない など発見があるはずですよ。



意外な検索キーワードが見つかるかもしれない！

## お問い合わせ先

## からだケアへのお問い合わせ

---

からだケア予約システムのご利用方法や各種サービスについてご不明な点などがございましたら、お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせはこちら

または [support@caradacare.com](mailto:support@caradacare.com) までご連絡ください。

## 会社概要

### スタジオフロッグ

#### 会社名

合同会社スタジオフロッグ (StudioFrog, LLC)

#### 所在地

〒103-0027 東京都中央区日本橋3丁目2番14号

新槇町ビル別館第一2F

Tokyo, Chuo Ward, Nihonbashi 3-2-14

Aramakicho building annex first 2nd Floor

#### 代表者

CEO 高井 大輔

#### 事業内容

- ・ウェブサイトの企画、設計、開発、運営及び販売
- ・インターフェイスデザイン、設計、開発

#### 実績

- ・医療機関の検索予約システム開発・デザインDirection
- ・証券システム開発・デザインDirection
- ・カーシェアリングシステム開発・運営・デザインDirection
- ・駐車場シェアリングシステム開発・運営・デザインDirection
- ・映画レビューサイトの開発・運営・デザイン

#### お問い合わせ先

<https://form.run/@caradacare>

または、support@caradacare.com