

海外SEOコンサルティング資料



アドマノ株式会社

1. SEOコンサルティング内容
2. SEO内部対策コンプリートプラン
 - ・キーワード戦略策定
 - ・テクニカル修正診断書
 - ・サイト内部修正診断書（基本・応用）
 - ・コンテンツSEO指南
 - ・UI・UXとCRO施策
 - ・SEOコンサルティング
 - ・WEB解析（1回）

3. 外部対策
4. 各コース料金
5. 施策実施のスケジュール
- 6.国内SEO事例紹介
- 7.海外SEO事例紹介
- 8.会社概要

SEOコンサルティング内容

上位表示に必要な施策

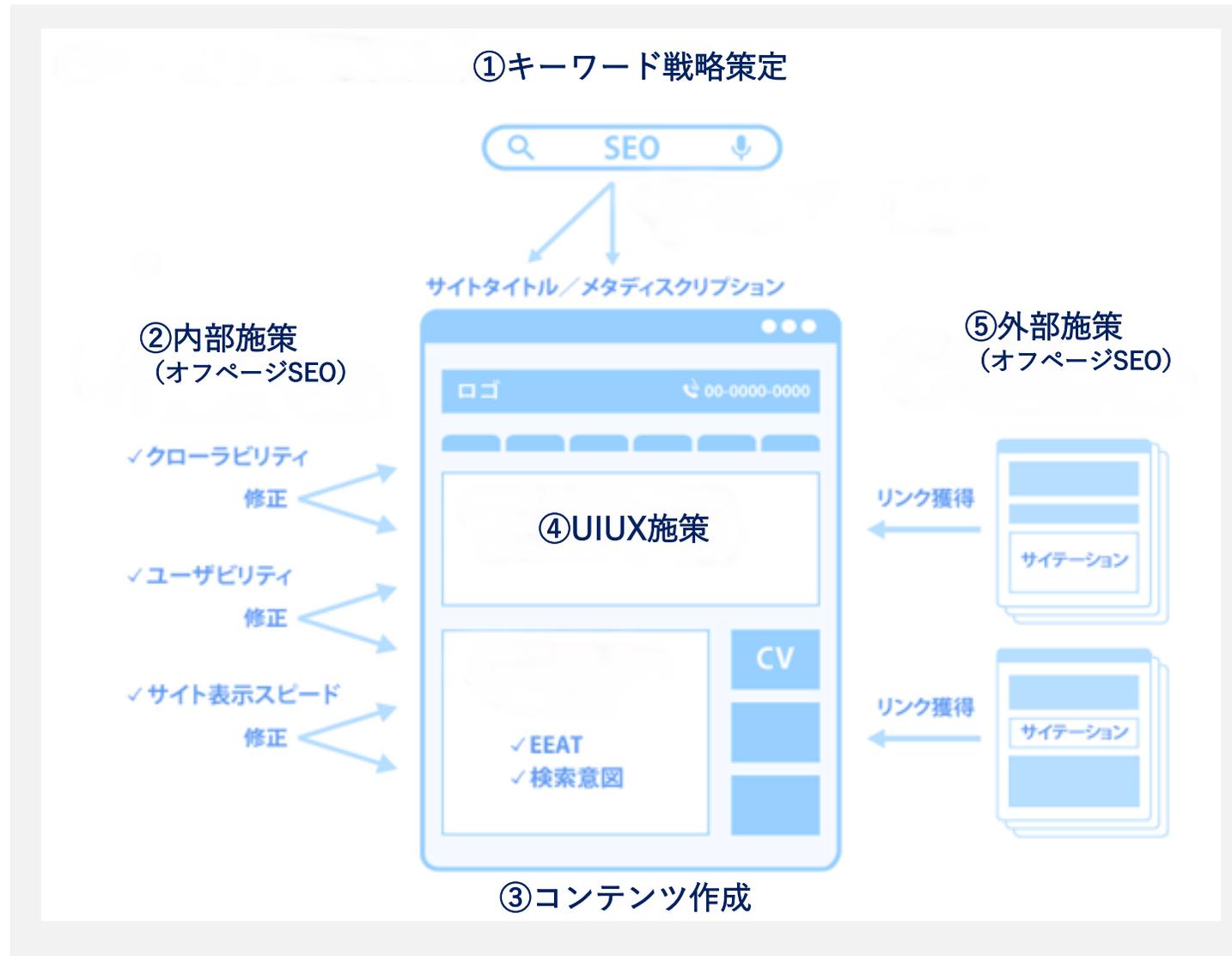
5つのポイント全てSEOコンサルティングします。

SEO（検索エンジン最適化）には右図①～⑤の対策が必要となりますが、中でも②内部施策と⑤外部施策は特に重要な施策となります。

SEOランキングの上昇には、サイト内部の対策（テクニカルSEO、コンテンツSEO、SXO）とサイト外部の対策（リンクビルディング、サイテーション獲得）の両輪が必要です。

バランスよくSEO対策をすることが成功への早道です。

2025年最新SEOは、
【5つの施策 + エンティティ対策 + LLMO対策】
 が必須です。





エンティティ (Entity)

エンティティとは、検索エンジンが「固有の意味を持つもの」として認識する対象のことです。例：apple(リンゴ・企業名) Googleは単なるキーワード一致ではなく、「そのキーワードが指す実体 (エンティティ)」を理解し、検索結果を表示しています。Googleに「誰について語っているか」「何について書かれているか」を明確に伝えることが大事。EEATにもつなります。

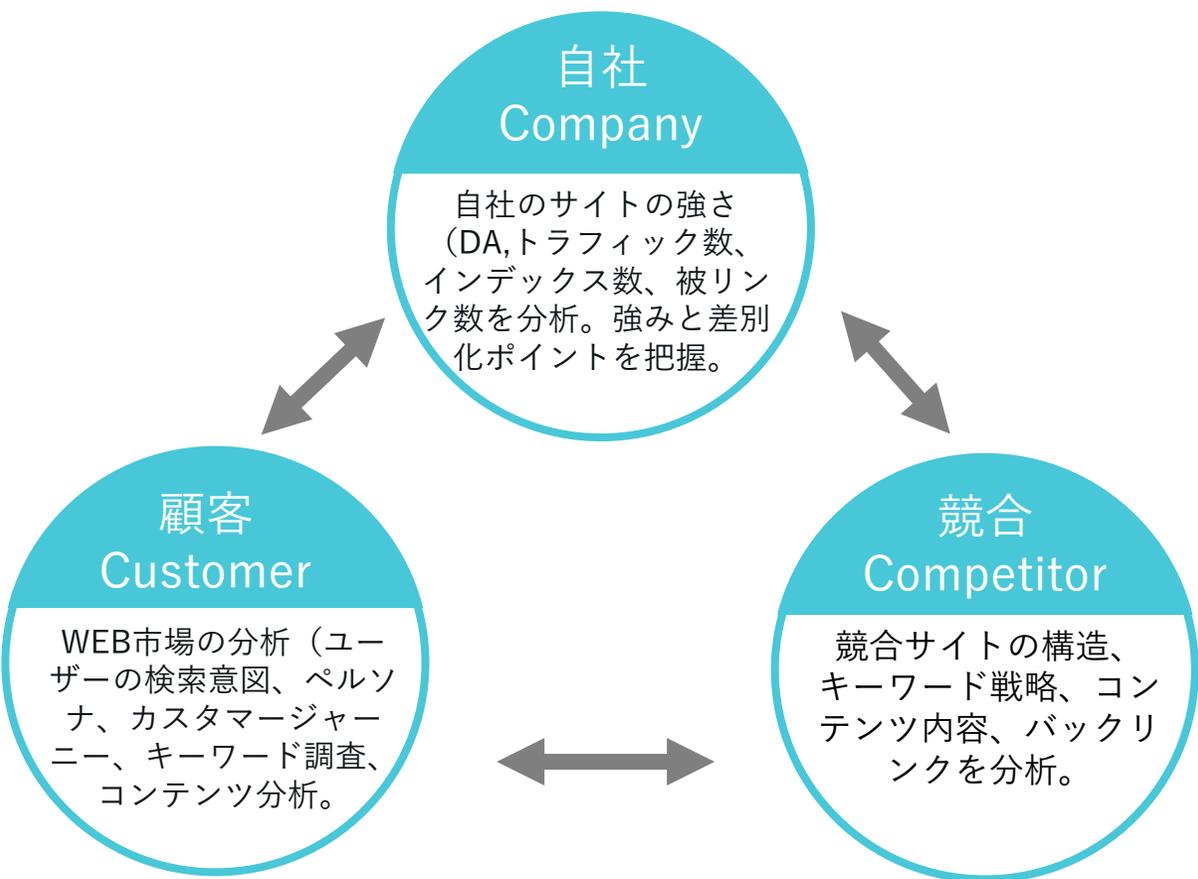
LLMO

LLMO (Large Language Model Optimization) とは、ChatGPTやGeminiなどの生成AIに最適化する施策を指します。GoogleやBingなどの検索エンジンでは、AIによる検索アンサー (AI Overviews) が増加しており、今後は「AIが参考にするコンテンツ」が検索流入に影響します。

EEAT

EEATとは、GoogleがWebサイトやコンテンツの品質を評価する際に用いる基準で、「Experience (経験)」「Expertise (専門性)」「Authoritativeness (権威性)」「Trust (信頼性)」の4つの要素の頭文字を取ったものです。

SEOにおける3C分析



ペルソナ設計

人物像
28歳、東京大学卒業。卒業後ABC社に入社。半導体について学ぶ。WEB担当として自身のブログ運営を中心に活動することになり、その後、大手のECサイトでマーケティングを担当。マーケティングを基礎から学ぶもののまだ自分には力を発揮できていない。WEB担当として能力を発揮できていない。何か特別なツールはないかと探している。

性格
コミュニケーション: 80%
協調性: 70%
主体性: 60%

目的
・できるだけコストの低い商品が欲しい
・時間を短縮してくれる物であれば、喜んで購入する
・時間がないため、あまり得意には購入に時間をかけない
・今までにない画期的な商品が欲しい
・価格を安くしてくれるような商品が欲しい
・まだ購入していない商品が欲しい

スキル
Public speaking
Copywriting
Marketing

山田 美智子
デザイナー
+123-456-7890
www.yamada-design.com
123 Anywhere ST., Any City 12345

御社サービスを理解するためにペルソナを作成し共有していただきます。御社にこれまで顧客になった方の情報をヒアリングさせて頂き、ペルソナを設定します。

顧客サービスの理解から、どのキーワードで上位表示すれば売り上げにつながるか戦略策定につなげます。

カスタマージャーニー

カスタマージャーニーマップ

	認知	情報収集	評価・比較	購入	利用
フェーズ	困りごとがある	解決策を調べる	商品を検討	購入の決断	シェア・満足
コンテンツ媒体	オウンドメディア WEB広告	検索	比較サイト レビュー	マニュアル	SNS
感情・心理	不安	解決策がある	あうのはどれ?	選んだ?	とても使いやすい
達成したいこと	解決したい 不安を解消				
新たな施策	お問い合わせ フォーム				

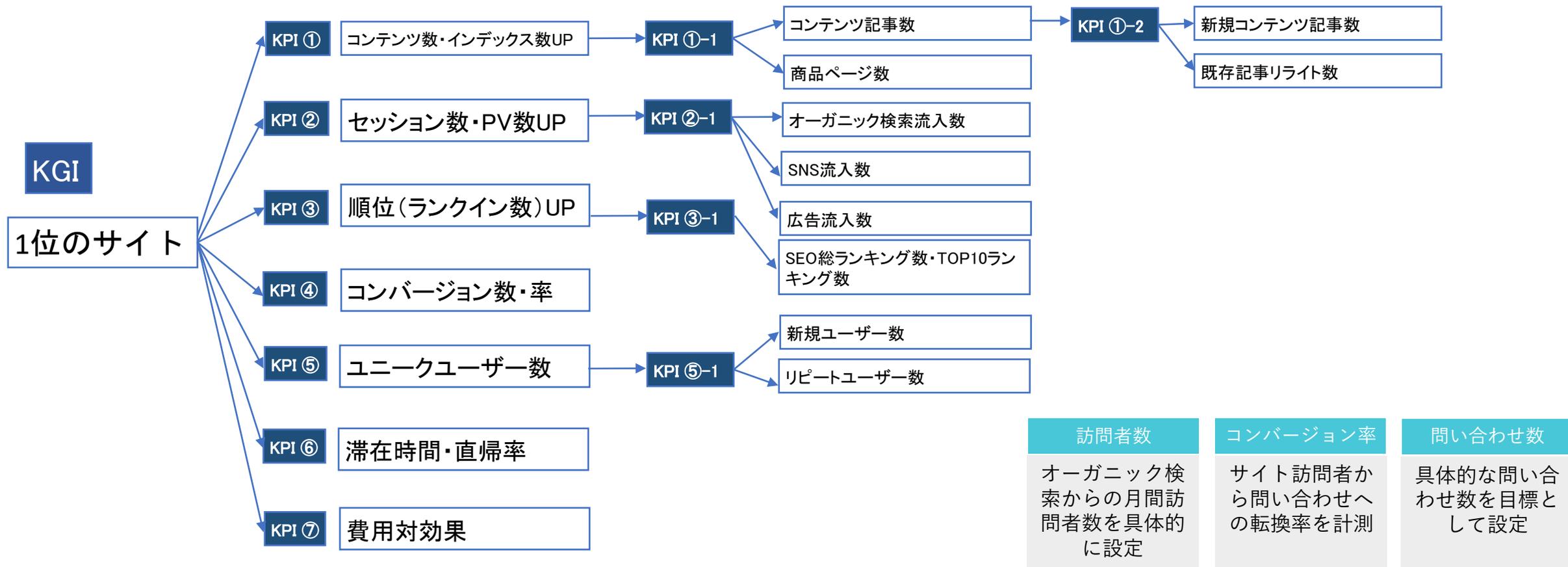
御社の顧客理解のためにカスタマージャーニーを作成します。

▶行動と接点をまとめていきます。

1. ユーザーの感情や疑問を整理
2. いつ＝フェーズを整理
3. どこで＝場所、チャネルを整理
4. なぜ＝行動を研究
5. 何を＝タッチポイントを研究
6. どのように＝アプローチ方法を研究

KPI設定 ◎KPI管理シート（施策の活動記録・SEOチェックシート）

施策開始後、オンラインミーティングで詳細を詰め、各パートのKPIを設定していきます。下記はメインのKPIとして想定しています。



	特徴	修正項目の例			
サイト内部修正診断書 (基本編)	上位表示に必要な基本的なサイト内部の修正診断書です。PDFとエクセルシートで納品します。	タイトル	メタ	Hタグ	言語設定
		alt属性	内部リンク	重複調査	ディレクトリ
テクニカルSEO修正診断書	キーワード最適化出来たらテクニカルの修正に入ります。URL構造化データを最適化します。	構造化データ	リンク切れ	Core web vital	ソースコード
		EFO改善	CTA改善	HTTPステータス	hreflang
サイト内部修正診断書 (応用編)	Google APIコンテンツ倉庫を参考に修正指示書を作成。弊社の研究でプラス評価だけの施策をピックアップ	Author属性	コンテンツ問題	Page speed	日付更新
		文字フォント	UIUXの不備	Core update 対応	Helpfulcontents update
コンテンツSEO指南書	コンテンツSEOのやり方を資料をお渡ししてオンラインでレクチャー致します。インハウス化も可能です。	ペルソナ	カスタマージャーニー	SEO記事の書き方	ディレクション
		ライター発注	コンテンツSEO	検索意図	SEO構成

カテゴリー	概要
<p>エンティティ (Entity)</p>	<p>定義 エンティティとは、検索エンジンが「固有の意味を持つもの」として認識する対象のことです。 例：人名（イーロン・マスク）、地名（東京）、企業名（Google）、製品（iPhone）など。</p> <p>SEOとの関係 Googleは単なるキーワード一致ではなく、「そのキーワードが指す実体（エンティティ）」を理解し、検索結果を表示しています。Googleに「誰について語っているか」「何について書かれているか」を明確に伝えることが大事。EEATにもつながる。</p> <p>3C分析 Google Business Profile 会社概要ページ・会社の特徴ページ 構造化データの導入 llms.txtの設置</p> <p>外部への情報発信 robots.txtのAI対応 Wikipediaページ</p>
<p>LLMO</p>	<p>定義 LLMO（Large Language Model Optimization）とは、ChatGPTやGeminiなどの生成AI（LLM：大規模言語モデル）に最適化する施策を指します。</p> <p>SEOとの関係 GoogleやBingなどの検索エンジンでは、**AIによる検索アンサー（AI Overviews）**が増加しており、今後は「AIが参考にするコンテンツ」が検索流入に影響します。</p> <p>一次情報のコンテンツ 質問ベースのコンテンツ設計 SNS戦略 動画マーケティング ブランディング戦略</p> <p>EEAT</p>

【分析・診断フェーズ】



【運用フェーズ】



要件定義	キックオフ プロジェクトの目標決定 主要KPIの確認
現状分析	サイト分析 競合分析 アクセス解析 キーワード分析 SEO分析
改善案策定	改善計画策定 実施プラン作成
改善実施	SEO改善計画の実施
効果検証	順位モニタリング SEO施策の検証
定期プランニング	定期SEO戦略見直し

SEO内部対策コンプライートプラン

SEO内部対策コンプライートプランの詳細は以下の通りです。

- キーワード・PLP戦略策定
- テクニカル修正診断書
- サイト内部修正診断書（基本編・応用編-最新Googleアルゴリズム対策-）
- コンテンツSEO指南（ペルソナ・カスタマージャーニー設計含む）
- SEOコンサルティング
- WEB解析

キーワード・PLP戦略策定

キーワード選定とPLP策定

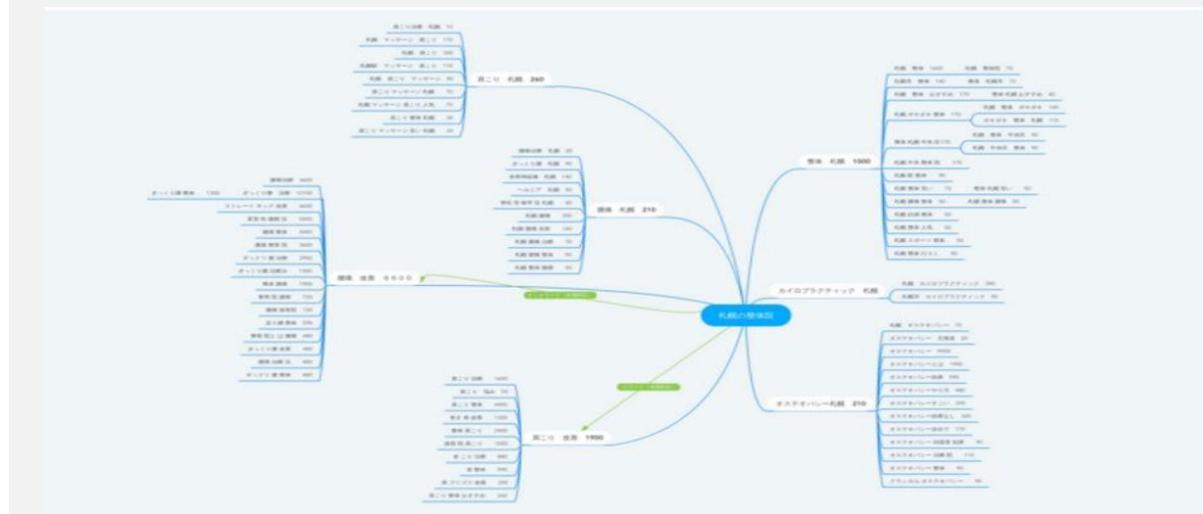
どのキーワードを狙うかフェーズ別に分けて戦略を策定します。

競合のサイトが狙っているキーワード、御社と競合のキーワードを全部洗いだします。

これからSEO対策をするサイトに必要な戦略をすべて策定します。

フェーズ1～フェーズ4まで、ビッグワード、ミドルワード、ロングテールでのキーワードを様々なマーケティングツールを使用して策定します。

キーワード	月間検索件数	順位	adwords	ラッコサジェスト	エリア(1都3県)	オーガニック	比較 A社	比較 B社	比較 C社
有料老人ホーム	60,500	12位	●	●	●	●			
有料老人ホーム 東京	210	12位	●	●	—				
有料老人ホーム 世田谷区	170	10位	●	●	—				
老人ホーム	135,000	13位	●	●	●				
老人ホーム 東京	390	11位	●	●	—				
老人ホーム 世田谷区	480	10位	●	●	—				
グループホーム	135,000	圏外	●	●	●				
グループホーム 東京	320	15位	●	●	—				
高齢老人ホーム	6,600	10位	●	●	●				
介護付有料老人ホーム	22,200	73位	●	●	●				
住宅型有料老人ホーム	14,800	23位	●	●	●				
サービス付き高齢者向け住宅	27,100	57位	●	●	●				
認知症グループホーム	1,900	54位	●	●	●				
高齢者住宅	8,100	圏外	●	●	●				
小規模多機能型居宅介護	22,200	圏外	●	●	●				
老人ホーム選び方	480	21位	●	●	●				
老人ホーム相場	320	41位	●	●	●				
サ高住	33,100	41位	●	●	●				
新介護2	27,100	40位	●	●	●				
介護保険とは	22,200	圏外	●	●	●				
介護施設 種類	5,400	78位	●	●	●				



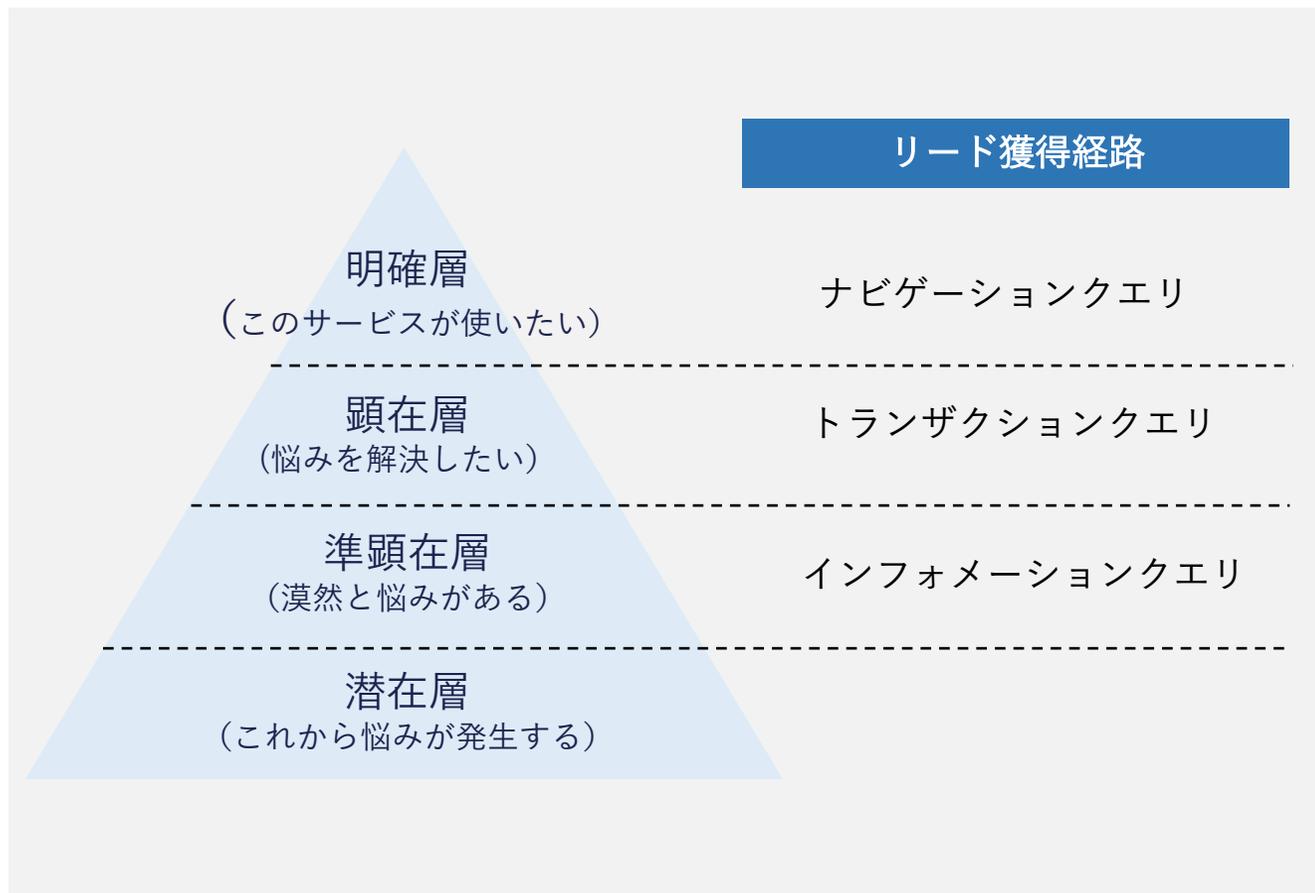
キーワードの種類を分ける

ユーザーが検索するキーワードは検索クエリと言います。
3つのタイプに分類できます。

1. ナビゲーションクエリ (指名検索)
2. トランザクションクエリ (購買につながるキーワード)
3. インフォメーションクエリ
(情報を取りたいだけのユーザーが使うキーワード)

一番コンバージョンにつながるのがナビゲーションクエリです。次に、トランザクションクエリで、インフォメーションクエリは、情報を取得するだけのユーザーですぐにコンバージョンにはつながりません。

SEOでは、3つのタイプに分けて対策を行っていきます。

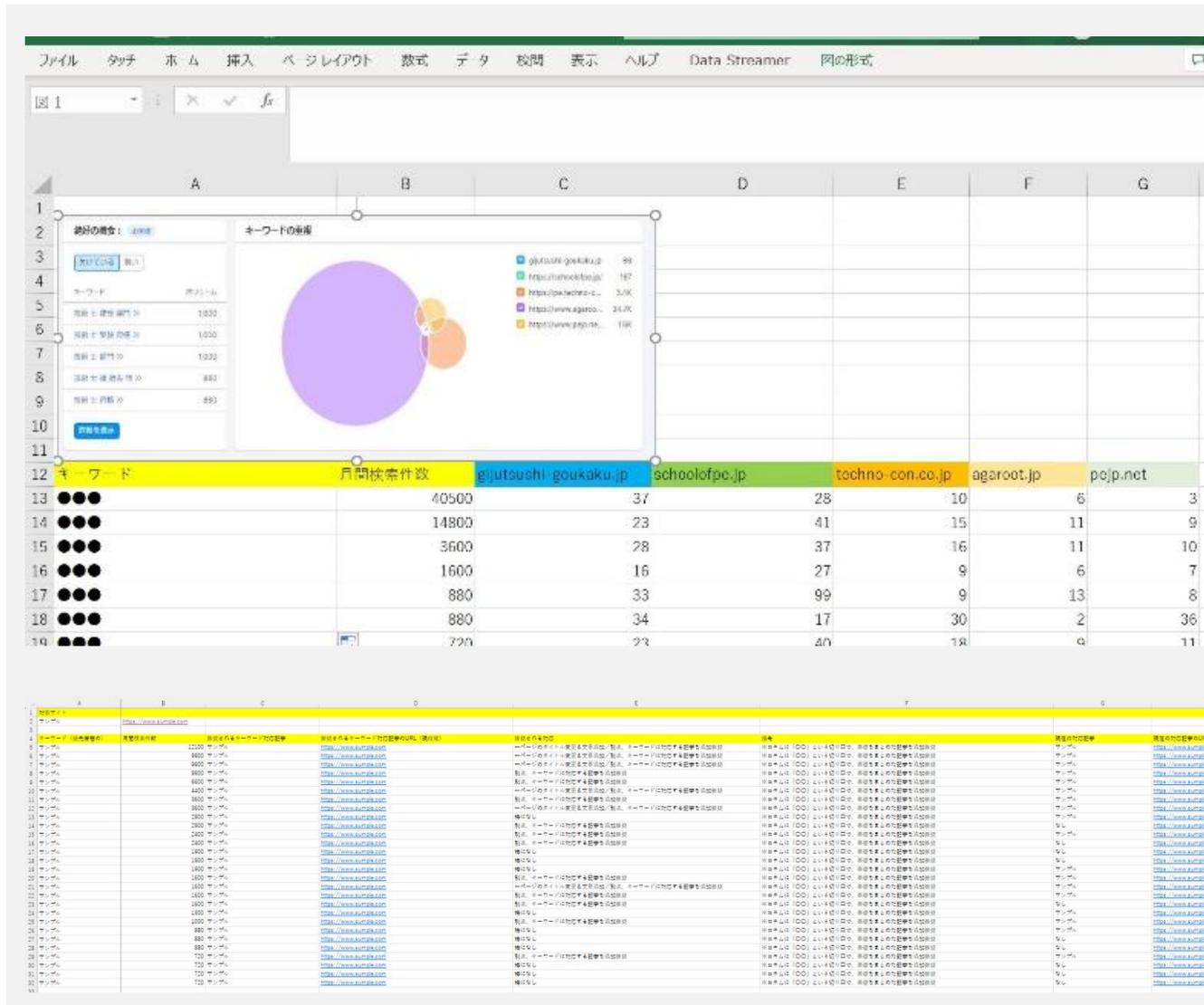


競合との比較

競合がランクインしているキーワードで、
自社がランクインしていないキーワードを
洗いだします。

ベンチマーク4社程度との比較で、
どのようなキーワードが足りないのかを見える化します。

どのようなキーワードを狙っていく必要があるかについて
戦略を練っていきます。



PLPの策定

[左図PLP管理シートはこちら](#)

対策キーワードと検索ボリューム、ピラーページ、クラスターページを管理し、内部リンクとアンカーテキストまで見える化します。

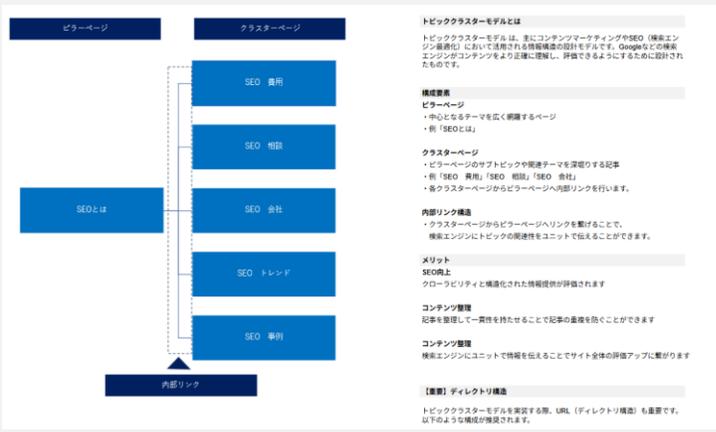
トピッククラスターモデルとSEO最適化したディレクトリ構造を両立させます。

トピッククラスターモデル | PLP管理シート

トピッククラスター(1)								
キーワード	検索ボリューム	ピラーページ	キーワード (クラスター)	検索ボリューム (クラスター)	クラスターページ	内部リンクチェック	アンカーテキスト	記事公開日
SEOとは	22,200	https://aaaaaaaaaaaaaaaaa	SEO 費用	390	https://aaaaaaaaaaaaaaaaa	○	●●●●●	2025年8月1日
			SEO 相談	260	https://aaaaaaaaaaaaaaaaa			2025年9月30日
			SEO 会社	1,300	https://aaaaaaaaaaaaaaaaa	○	●●●●●	2025年10月1日
			SEO トレンド	210				
			SEO 事例	320				

トピッククラスター(2)								
キーワード	検索ボリューム	ピラーページ	キーワード (クラスター)	検索ボリューム (クラスター)	クラスターページ	内部リンクチェック	アンカーテキスト	記事公開日

トピッククラスター(3)								
キーワード	検索ボリューム	ピラーページ	キーワード (クラスター)	検索ボリューム (クラスター)	クラスターページ	内部リンクチェック	アンカーテキスト	記事公開日



【重要】ディレクトリ構造

トピッククラスターモデルを実装する際、URL（ディレクトリ構造）も重要です。以下のような構成が推奨されます。

- <https://www.sample.com/seo/> ← ピラー「SEOとは」
- |— <https://www.sample.com/seo/seo-cost/> ← クラスター「SEO費用」
- |— <https://www.sample.com/seo/seo-consult/> ← クラスター「SEO相談」
- |— <https://www.sample.com/seo/seo-company/> ← クラスター「SEO会社」
- |— <https://www.sample.com/seo/seo-trend/> ← クラスター「SEOトレンド」
- |— <https://www.sample.com/seo/seo-case/> ← クラスター「SEO事例」

テクニカル修正診断書

ExcelまたはGoogleスプレッドシートの形式で提出いたします。

テクニカル部分の修正	パラペーター
UXページネーション	サイトスピード
構造化データ	ソースコード
リンク切れ	EFO改善

サイトの内部を確認し

- ・全ページのURL抽出
- ・サイトマップの作成
- ・URLのディレクトリ構造等の確認+修正案の作成と提案
- ・404not foundページの確認やコンテンツが無いページを確認
⇒見つけた場合削除推奨の提案
- ・ブログやコラム、URL修正のポイントとやり方をまとめてご報告します。

URL	ステータス	タイトル
https://www.sample.co.jp	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/1	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/2	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/3	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/4	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/5	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/6	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/7	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/8	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/9	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/10	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/11	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/12	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/13	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/14	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/15	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/16	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/17	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/18	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/19	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/20	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/21	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/22	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/23	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/24	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/25	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/26	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/27	200	正しいタイトル
https://www.sample.co.jp/28	200	正しいタイトル

サイト内部修正診断書

PDF形式で提出いたします。

下記の項目に関して、個別に対応して修正指示を取りまとめさせて頂き、制作ご担当者様にご対応頂くことを想定しています。

サイトごとに問題点がちがいますので、サイトごとの修正指示を具体的にを行います。

タイトル	メタディスクリプション
Hタグ	alt属性
内部リンク	コラム
UI (基本レベル)	重複問題
ディレクトリ	サイトの問題点

3. 内部修正について

以降の内部修正診断書にそって対策サイトの内部を修正時の注意点

- ◎必須項目・・・上位化に不可欠な項目です。必ず修正してください。
- ◎推奨項目・・・必須ではありませんが、重要な対策箇所です。
- ◎重要項目・・・推奨項目より重要性は低いですが、可能であれば修正してください。

※ 専門的な内容も含まれますが、サイト制作会社やサイト運営担当者不明点などがございましたら、いつでもご連絡ください。

Google APIコンテンツ倉庫を参照した指示書を作成します。
 弊社の研究においてマイナス評価に繋がりそうなものは外し、
 プラス評価に該当するものだけを明記させていただきます。

author属性 (メタデータ)	リンク先コンテンツとのミスマッチ修正
Page speed insightによる修正指示	ショートコンテンツの独創性維持
日付更新	UXの不備
文字フォント	ヘルプフルコンテンツアップデート対応

SEOmaker
 対応者
 対応日
レベル1ユニット群
 【ポイント】月間検索件数を意識したキーワードに対する最適化ページを用意する(そのページを検索クエリで上位表示させる)

1階層目: ビックワード
 2階層目: ミドルワード
 3階層目: スモールワード
 コラム: テーマごとに仕分

guide	qa	8ページ	
	kaigo/	277ページ (tag含む)	117tagページ ○ガイドのページ //パーマリンクが日本語のページがインデックスしていない、それ以外はOK tagはインデックスしていないがOK
	jirei/	page-jirei/	135ページ 入居相談事例
	jirei_tax/	67ページ	NOインデックスページ多数 jireiとpage-jireiのちがいがわからない
	report/	90ページ	見学レポート ※インデックスしている。問題ない。キーワード最適化はどうか
	blog/	59ページ	tag 71pe-ji //パーマリンクが日本語のページがインデックスしていない、それ以外はOK tagはインデックスしていないがOK
rh/	県名	∞群∞∞町 ∞∞市	

【問題点】
 9月末のヘルプフルコンテンツアップデート後
 日本語URLはインデックスしなくなりました
 現在、検索結果ページはシステムで情報を抽出するため
 エリアの地名表記(日本語)を使っている

- 【伊賀市】老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】認知症グループホーム老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】住宅型有料老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】高齢者住宅老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】入居一時金0円の老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】イベント・キャンペーン中の老人ホーム・介護施設一覧
- 【伊賀市】白河、妻小坂、妻小坂入可部な老人ホーム・介護施設一覧

コンテンツSEO指南

ペルソナ設計

サイトのターゲットを決めるためにペルソナを作成し共有します。

御社にこれまで顧客になった方の情報をヒアリングさせて頂き、ペルソナを設定します。

作成ペルソナが使いやすいサイト、読みたいコンテンツを想定するためのペルソナは非常に重要なものとなります。

- ・ 氏名・年齢・性別・学歴・職業・役職・年収・居住地（賃貸か持ち家か）・既婚・未婚
- ・ 家族構成（子供の数や同居家族）・趣味・日課・利用しているSNS・使っているデバイス
- ・ 価値観・ライフスタイル・ストーリー・生活パターン・ニーズ・ウォンツ

項目	ペルソナA	ペルソナB	ペルソナC	ペルソナD	ペルソナE
企業名もしくは、お客様の種類	不動産会社	BtoBの営業支援事業を行う会社	不動産投資会社	ファッション系YouTube、タレント	大学
業種・規模・担当者の年齢	業種：不動産 規模：大手 担当者の年齢：マーク、広報管理職クラス、40代	業種：営業支援事業、業務支援事業、経営支援事業 規模：中小 担当者の年齢：マーク、広報管理職クラス、40代	業種：不動産投資商品の販売 規模：大手 担当者の年齢：マーク、広報管理職クラス、40代	本人	私立大学 担当者の年齢：広報管理職クラス、50代
ニーズ（どういった要望があったか）	社長が不祥事を起こした過去があるため、メディアにネガティブな内容が露出してしまった。サジェストや関連ワード、ネガティブサイトなどを見られなくしたい。	Googleマップの口コミが悪いので見えなくしたい Jnumberなどの電話番号指示板を見えなくしたい 「転居会議」などの転居口コミサイトの★が低いので、そこそそ良くしたい ★3.5くらい上げたい	利回りの高い不動産投資商品の	アンチからの誹謗中傷の表示板やサイトが多くてできてしまった。 また、本名を特定され、過去の経歴なども調べられネガティブな書き方でさらされてしまった。	過去にあったいじめや、学校の裏サイト、「Fラン」などのネガティブワード、学校の評判口コミサイトにも具体的に悪い口コミが書かれているので見られなくしたい
課題（お客様の課題）		テレビポをかなり積極的に行っている会社で電話した先の会社からGoogleマップやJnumberなどの表示板に悪評を書かれている			
解決方法	GoogleやYahoo!、Bingのサジェストや関連ワードのネガティブワードを非表示化した。 メディアのネガティブな記事を2ページ目に押し下げた。	Googleマップの中立投稿で薄める 逆SEO対策でネガティブなサイトを押し下げる サジェストなどのネガティブワードを非表示化してネガティブ情報が載っているサイトにいきつきにくくする 転居口コミサイトは、中立的な投稿を行って改善した。	サジェスト非表示、逆SEO対策を行ってネガティブなワードや記事の視認率を下げた。 また、SNSでもネガティブな声が多くこれらを見られにくくするため、中立的な投稿によって押し下げた。	YouTuber名のサジェストに「本名」につながるサジェストが出ないように対策した。 また、ネガティブなサジェストも非表示化した。 逆SEOでネガティブサイトを押し下げた。	サジェスト対策によるネガティブワードの非表示化。 評判口コミサイトは逆SEOによる押し下げ。
最初のタッチポイント					



山田 太一

WEB担当者

プロフィール

Birthday : 1996年12月10日
 Gender : 男性
 Age : 27
 Phone : +123-456-7890
 Email : hello@reallygreatsite.com
 Address : 東京都

デモグラフィック

4人家族。東京X大学卒業。卒業後ABC社に入社。半導体について学ぶ。WEB担当者として元々はプログラミングを中心に仕事をおこなう。その後、大手ECサイトでマーケティングを担当。マーケティングを基礎から学ぶものはまだ十分には実力を発揮できていない。

スキル

Public Speaking	92%
Copywriting	90%
Design Graphic	98%

サイコグラフィック

WEB担当者として実力を発揮できておらず、何か便利なツールはないかと探している。一方で、地道な努力も欠かさない人物のため、普段から、本などを読み情報収集も欠かさない。

お気に入りブランド



カスタマージャーニー設計

御社の顧客理解のためにカスタマージャーニーを作成します。

▶行動と接触点をまとめていきます。

1. ユーザーの感情や疑問を整理
2. いつ=フェーズを整理
3. どこで=場所、チャンネルを整理
4. なぜ=行動を研究
5. 何を=タッチポイントを研究
6. どのように=アプローチ方法を研究

カスタマージャーニーマップ

	認知	情報収集	評価・比較	購入	利用
フェーズ	困りごとがある	解決策を調べる	商品を吟味	購入の決断	シェア・満足
コンテンツ媒体	オウンドメディア WEB広告	検索	比較サイト レビュー	マニュアル	SNS
感情・心理	不安	解決策がある	あうのはどれ?	損した?	とても使いやすい
達成したいこと	解決したい 不安を解消				
新たな施策	お問い合わせ フォーム				

ステージ	認知・興味	情報収集	共有	検討
タッチポイント	テレビ CM、雑誌、WEB コンテンツ、WEB 広告	検索サイト	SNS 口コミ	実店舗来訪
行動	オーダースーツのテレビ CM を見る、雑誌でオーダースーツ特集を読む、WEB コンテンツで関連記事を読む、WEB 広告を見る	スマホで検索 キャンペーンを調べる	キャンペーンを SNS で共有する、友人や同僚とスーツのオーダーについて話す	実際に店に訪れる
思考	オーダーなら自分の体にフィットしそう、品質も高く、見栄えもよい	オーダーにも種類がある 記事もさまざま	有名人や会社代表もオーダーしている、同僚もオーダーしていた	思った以上に記事が多い、金額帯がわかりづらい

SEOコンサルティング

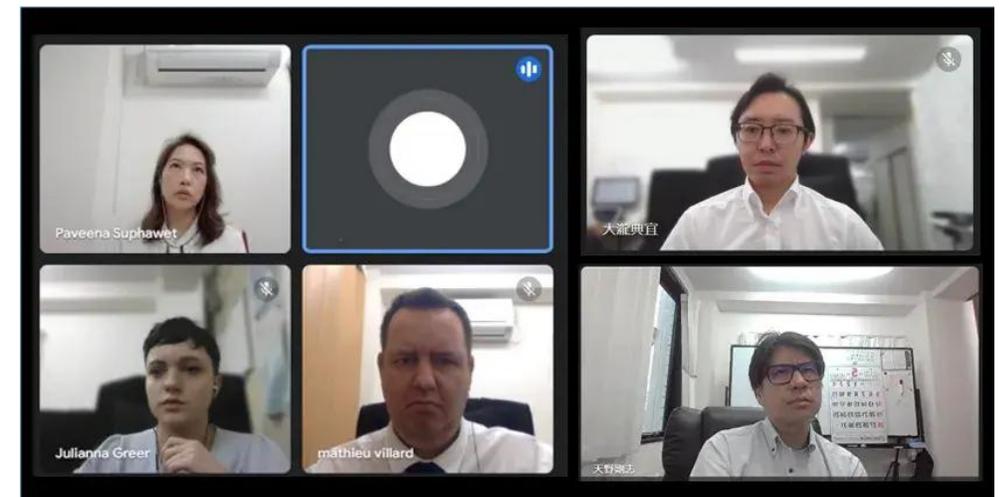
GoogleMeet等のオンラインミーティングツールを使用して、コンサルティングを行わせて頂きます。

- ・ SEO施策進捗状況の報告
- ・ コンテンツSEOのレクチャー
- ・ 質疑応答・SEO外部対策フォロー説明
- ・ ランキング順位の月次レポートの共有
- ・ WEB解析

▶6ヶ月間のサポート

▶月1回、2時間以内のコンサルティング

※電話、メールに問い合わせは随時可能



WEB解析

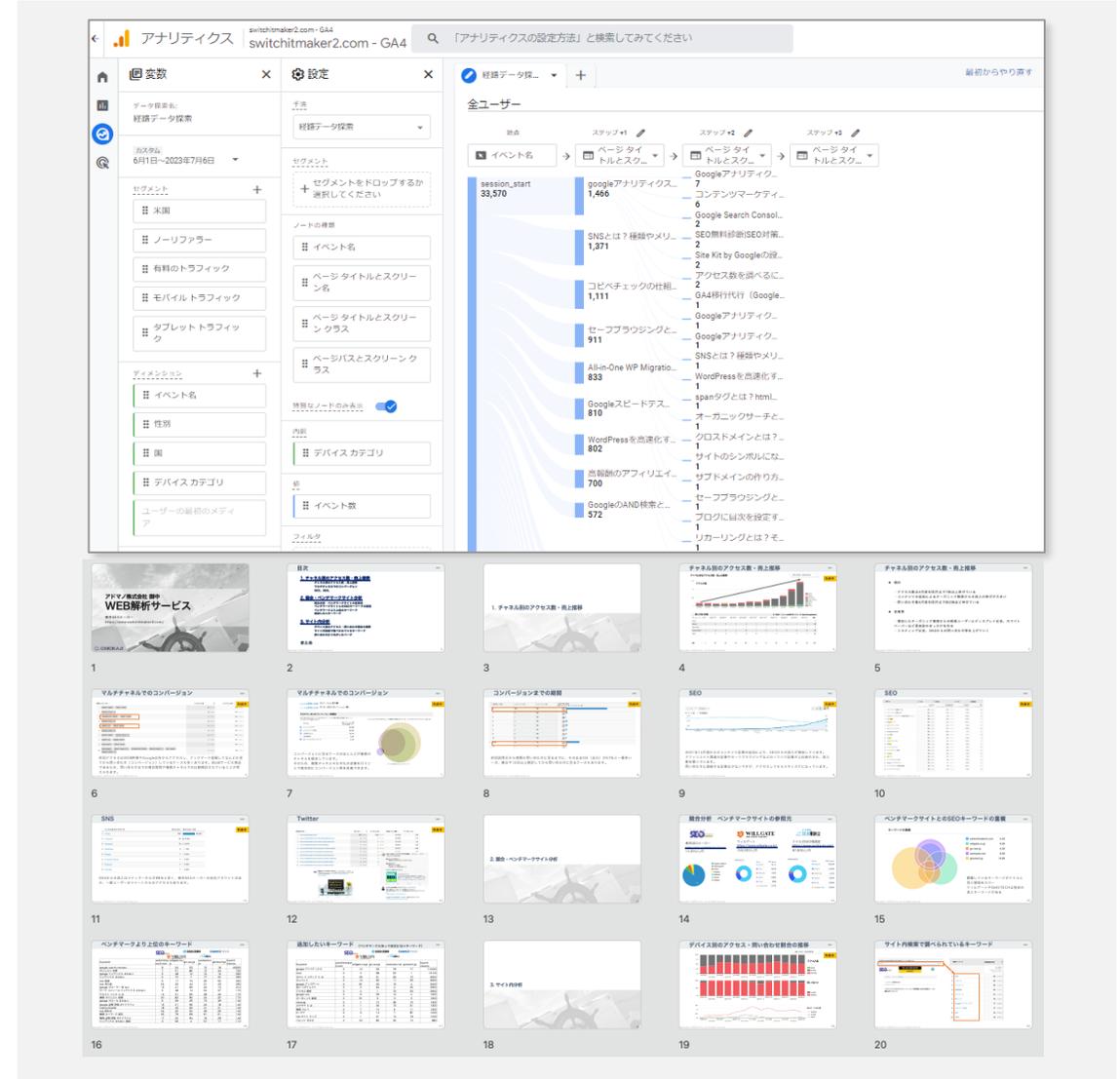
データ分析によるWEB解析レポート

WEB解析サービスでは、顧客分析・チャネル分析～ページ改善案まで、データに基づき客観的に分析するサイトの現状分析（診断書）と、具体的な改善策（処方箋）をご提案します。

ユーザーの遷移分析から施策ページを選定します。
アクセス解析のデータを分析し、流入からコンバージョンまでの経路を調査します。

離脱頁や改善が必要なページを特定します。

自社が取り組むべき方向性を確認し、何から手をつけていくかの優先順位づけにお役立ていただけます。分析内容は自社のノウハウとして蓄積して、今後の運営にご活用いただけます。

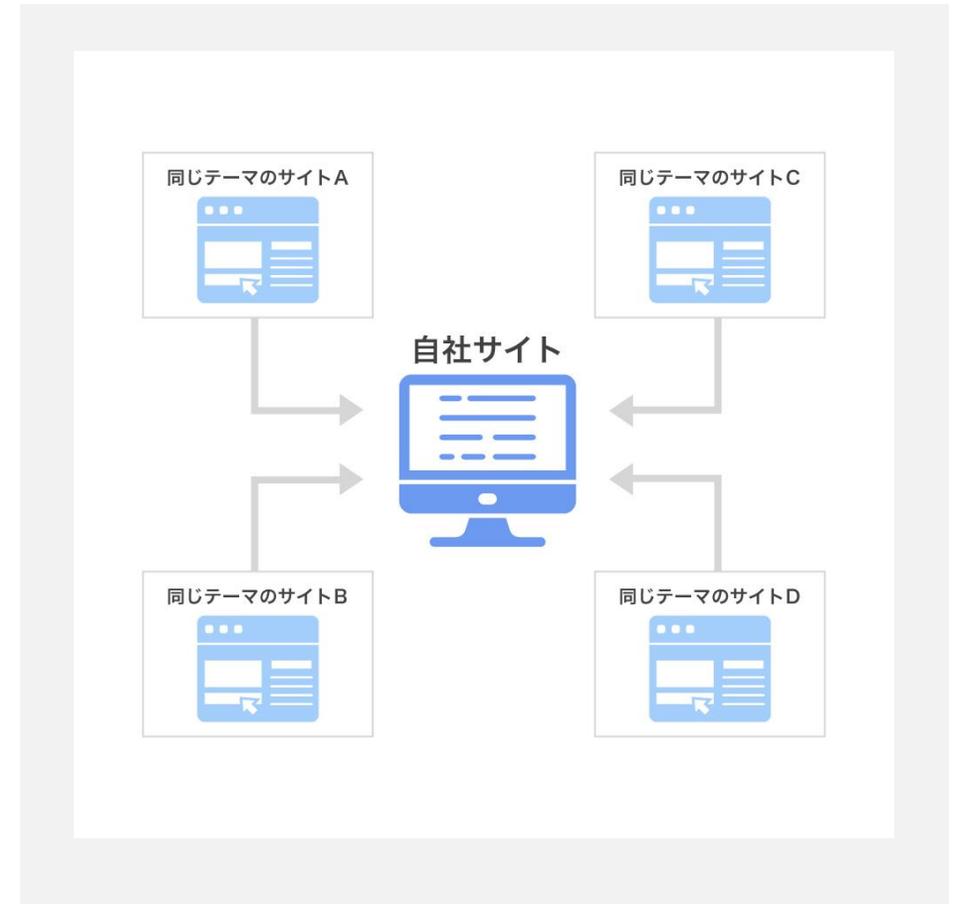


外部対策

ユーザー向けのメディアサイトからのリンク獲得

順位が上がる理由

1. rel no followなしのリンクジュース獲得ができるリンク
通常、日本では広告出稿などメディアに記事を出してもリンクジュースが渡らないようにrel no followがつけられてしまう。
2. 同一テーマのカテゴリーにタイアップ記事を入れて獲得するリンク
3. 様々なパターンのリンク獲得
4. ドメインオーソリティの高いオウンドメディアからのリンク
5. 法人が運用するサイトからのリンク
6. テーマ性が同一のコンテンツからのリンク



Googleは外部リンクがランキング要因になっていることを認めている。

どういうリンクがGoogleペナルティになるか、どういうリンクが順位が上がるかを注視する必要があります。

×避けたいリンク

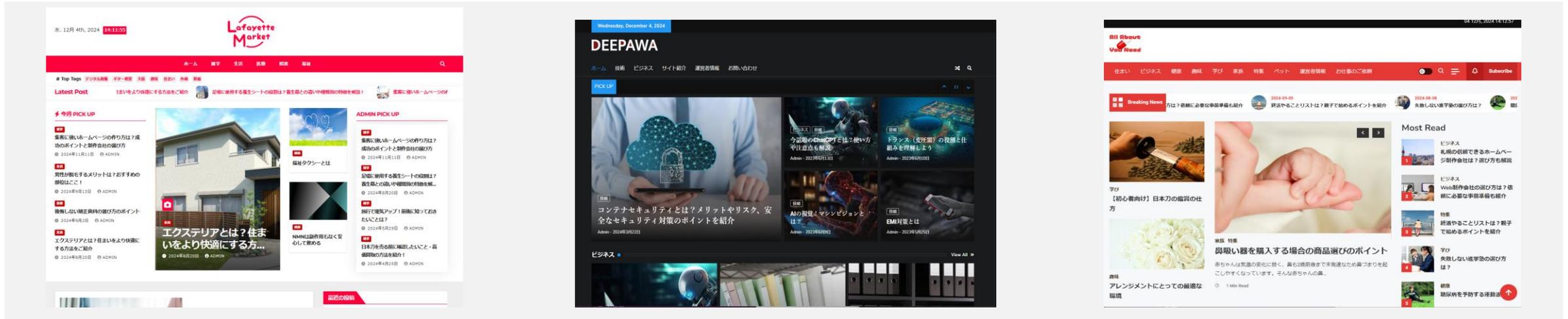
1. 相互リンク（ディレクトリ登録などのリンク）
2. はてなブログなどで自分でサイトを作ったのリンク
3. ランキング調整目的のロボット向けのリンク
4. 自然リンクでも順位が落ちるリンクがあります。
（スパムスコアが高いサイトからの自然リンク）

◎順位が上がるリンク

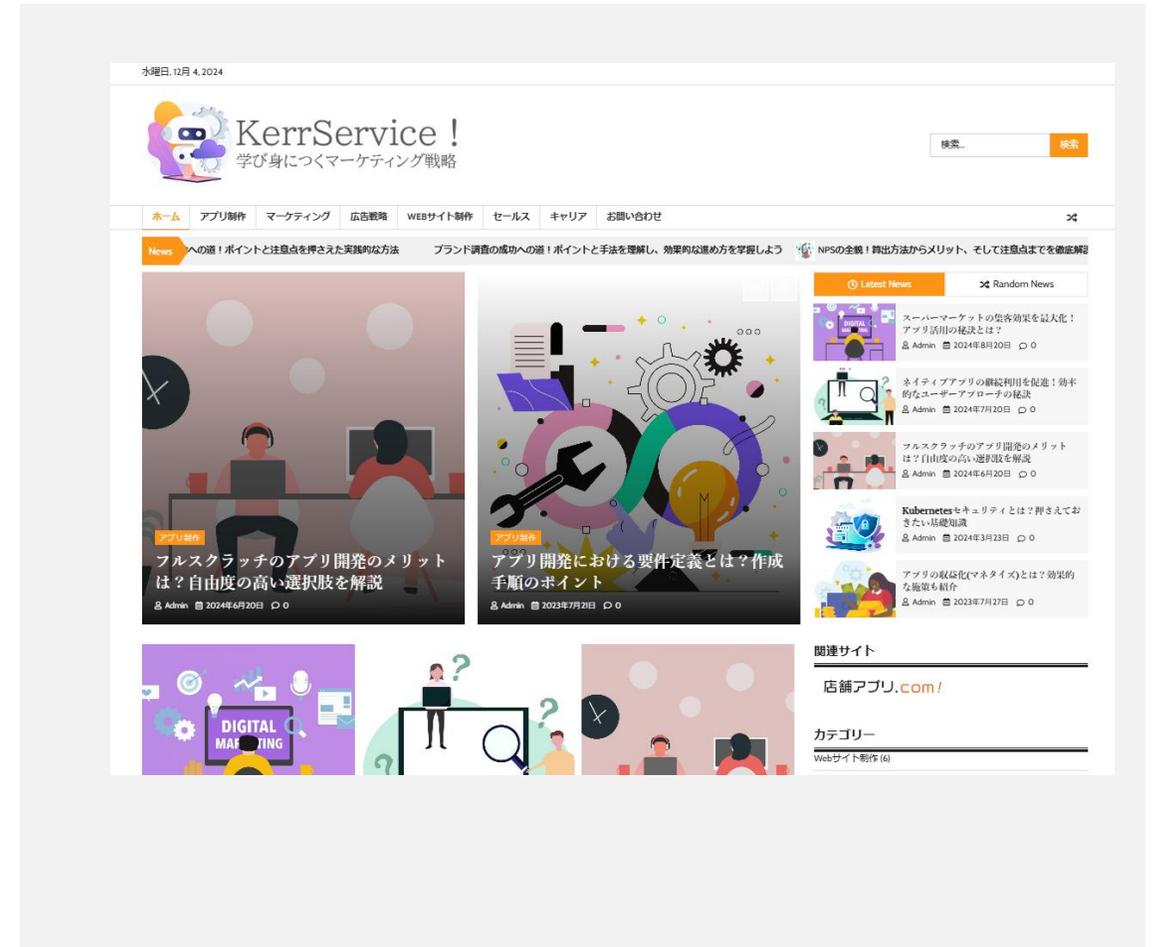
1. ユーザー向けのサイトとして運用されているサイトからのリンク
2. バックリンクではなくてリファレンスリンク（参照リンク）
3. 同一コンテンツからのリンク
4. IPアドレスが違うサーバーで運用されているサイトからのリンク
5. きちんとインデックスされているページからのリンク
6. リンク元の記事の質が高いページからのリンク



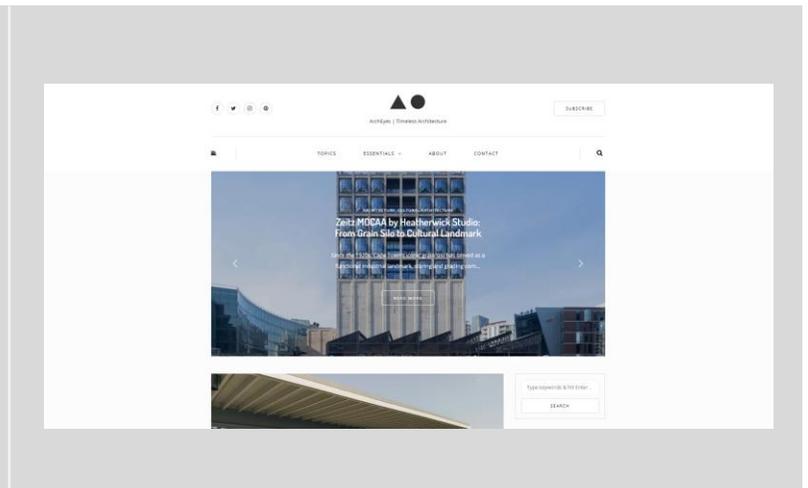
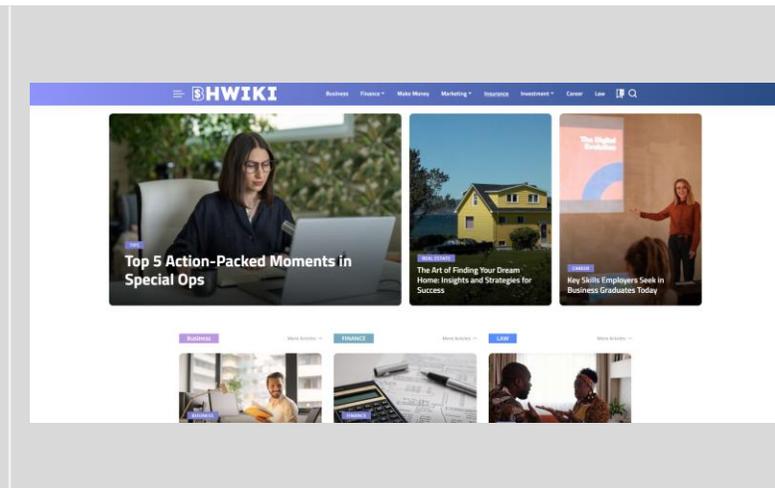
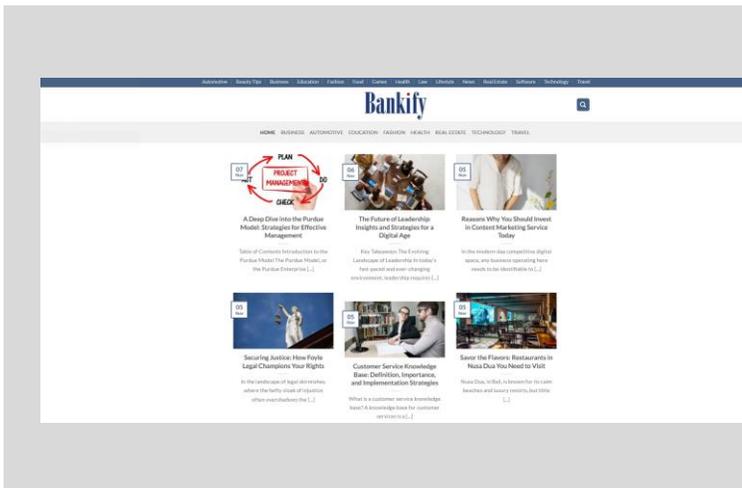
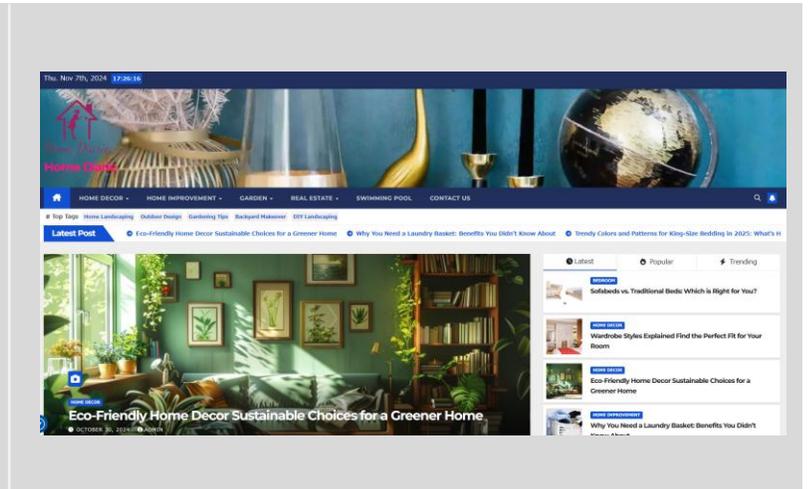
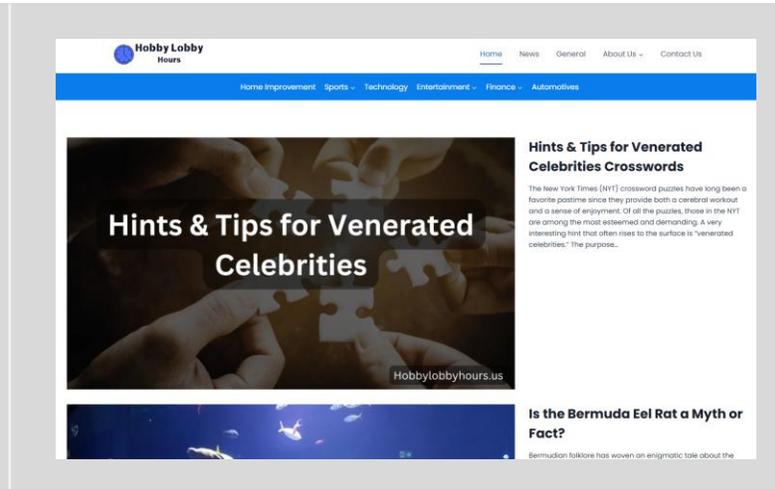
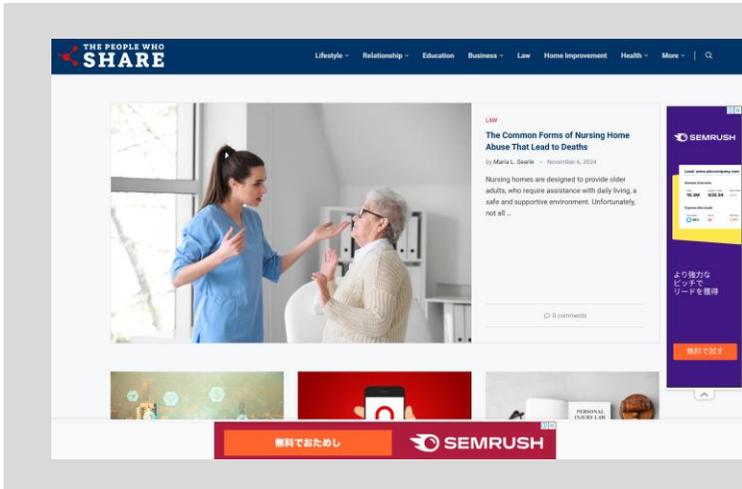
メディア一例 > 長年運用しているメディアからリンクを獲得



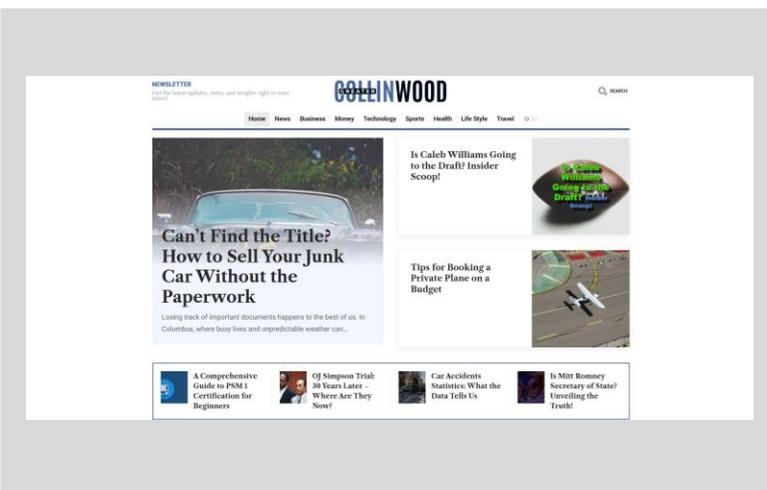
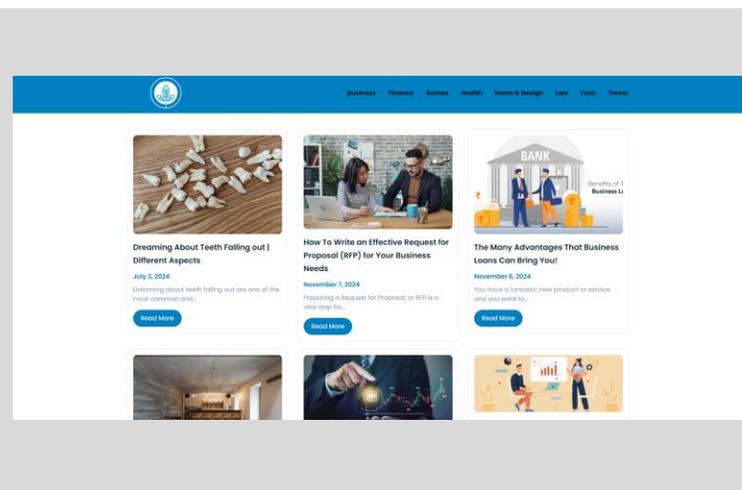
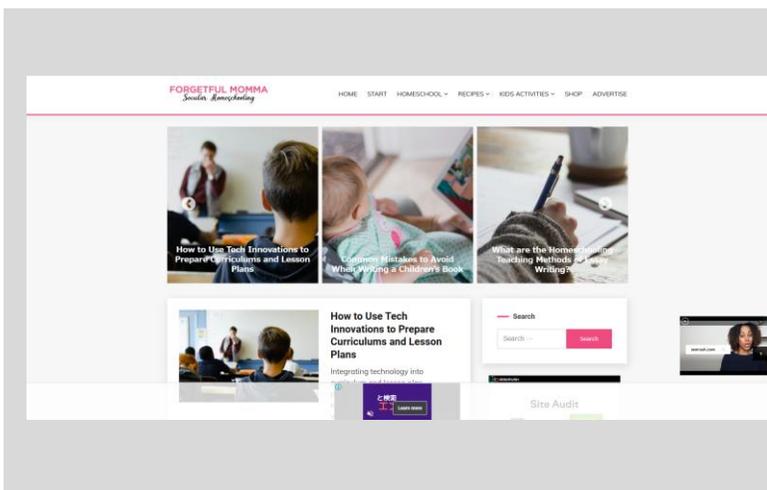
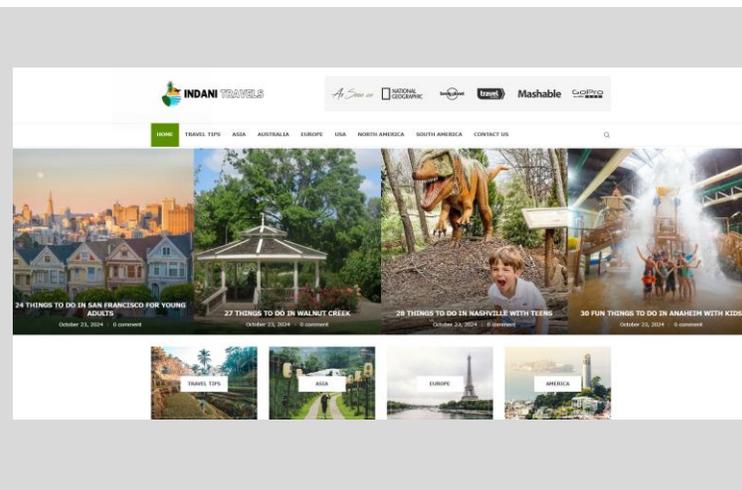
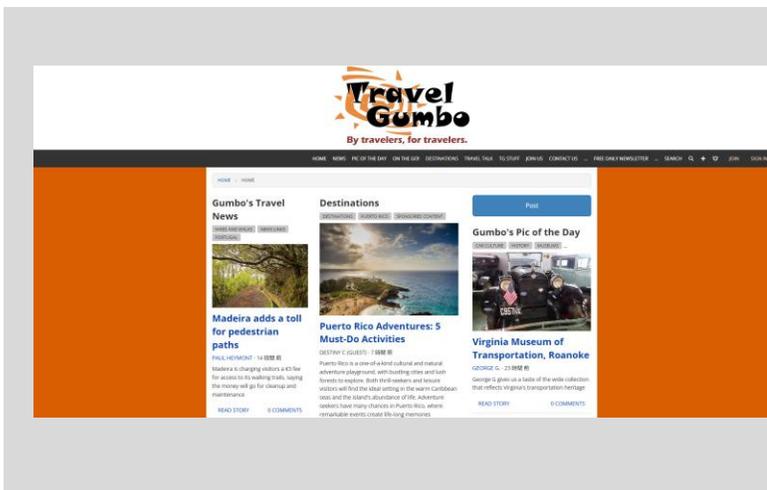
オリジナル専門サイト一例 > テーマのあったオリジナル専門サイトをユーザー向けに構築し、リンクを獲得



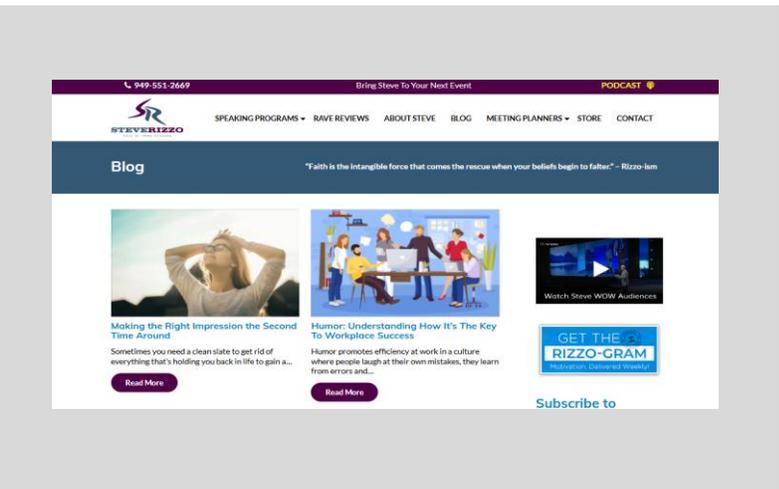
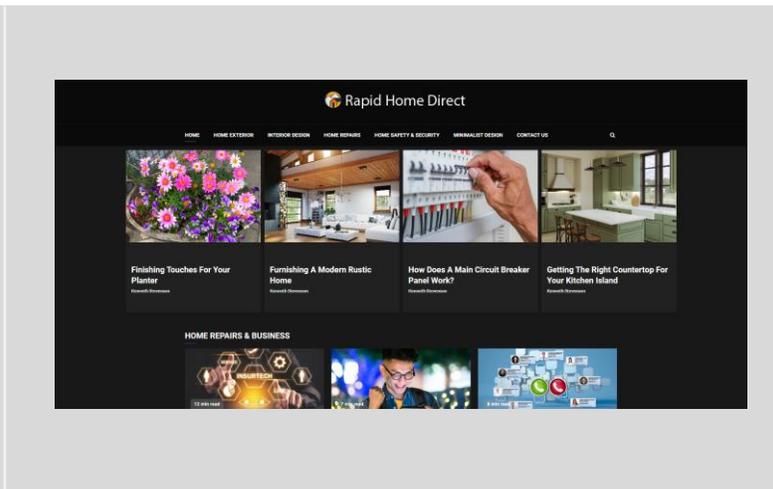
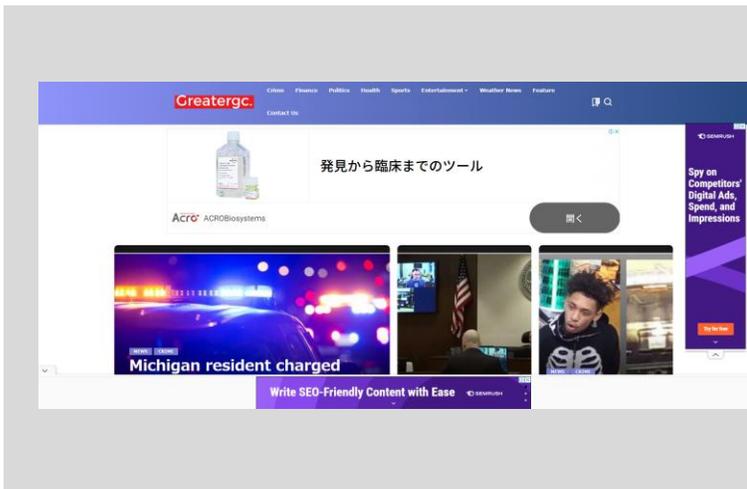
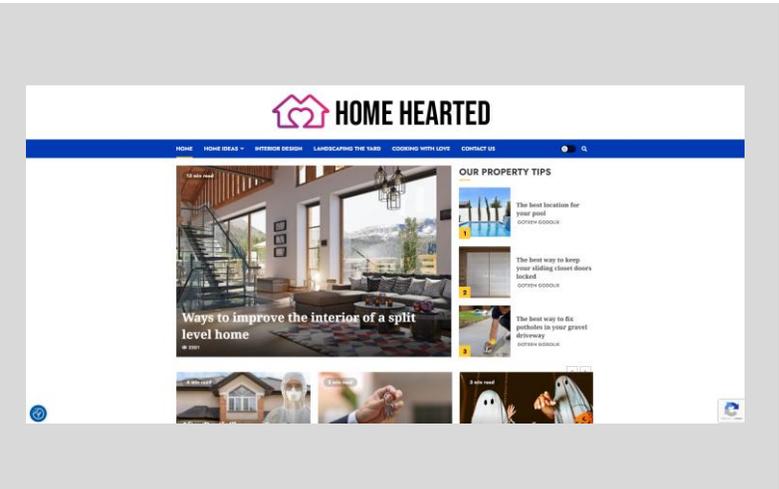
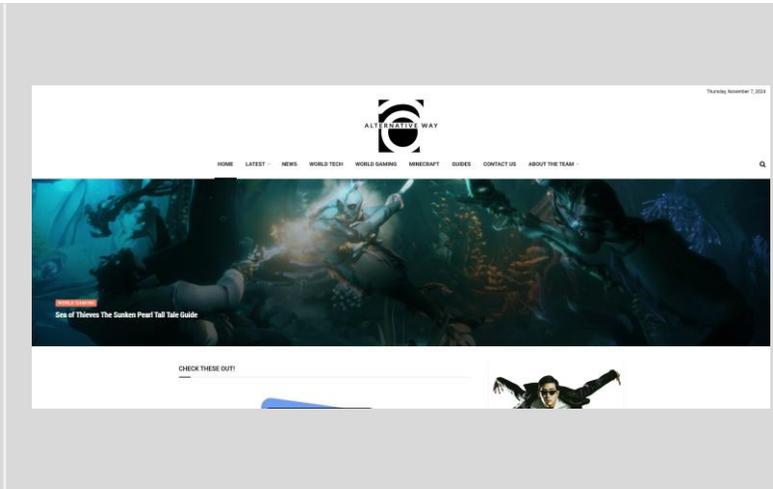
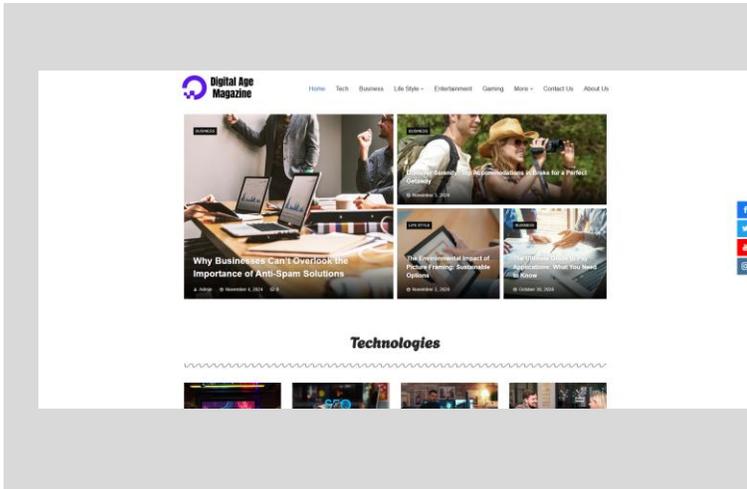
外部対策サイトの一例（1）



外部対策サイトの一例（2）



外部対策サイトの一例（3）



各コース料金

	内部対策	外部対策	コース料金
内部サポートコース (内部のみ)	<p>初回コンサルと調査 御社の状況やお悩みを詳しく伺い、効果的なSEO対策の方向性を決定します。</p> <p>サイト調査 御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。</p> <p>サイト内部施策の提案 調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。</p>	—	<p>初期調査 550,000円 (税込) + 月110,000円 (税込)</p> <p>6ヵ月 1,210,000 円 (税込)</p>
ノーマルコース (内部+外部)	<p>サイト調査 御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。</p> <p>サイト内部施策の提案 調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。</p>	<p>タイアップ記事15本を作成被リンク獲得を行います。 KPI:検索ボリューム3000回前後の検索クエリ上位表示</p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) + 月220,000円 (税込)</p> <p>6ヵ月 1,870,000 円 (税込)</p>
スタンダードコース (内部+外部)	<p>サイト調査 御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。</p> <p>サイト内部施策の提案 調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. キーワード戦略策定 2. サイト内部修正診断書 3. テクニカル修正診断書 4. コンテンツSEO指南書 5. CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策) 6. SEOレクチャー&SEOコンサル <p>WEB解析 (全2回)</p>	<p>タイアップ記事25本を作成被リンク獲得を行います。 KPI:検索ボリューム10000回前後の検索クエリ上位表示</p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) + 月330,000円 (税込)</p> <p>6ヵ月 2,530,000 円 (税込)</p>
プレミアムコース (内部+外部)	<p>サイト調査 御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、問題点をピックアップします。</p> <p>サイト内部施策の提案 調査結果を基にサイト内部の問題点を修正していきます。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. キーワード戦略策定 2. サイト内部修正診断書 3. テクニカル修正診断書 4. コンテンツSEO指南書 5. CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策) 6. SEOレクチャー&SEOコンサル <p>WEB解析 (全2回)</p>	<p>タイアップ記事50本を作成被リンク獲得を行います。 KPI:検索ボリューム40000回前後の検索クエリ上位表示</p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) + 月550,000円 (税込)</p> <p>6ヵ月 3,850,000 円 (税込)</p>

	1記事	ユニットコンテンツ
コンテンツSEO記事 【日本語】	1記事 3000文字程度 33,000円 (税込)	12記事 1記事3000文字程度 385,000円 (税込)
コンテンツSEO記事 【英語】	キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を1000単語で1本作成し、納品します。 SEO上位表示するローカライズされたSEOライティング記事です。 1記事 55,000円 (税込)	キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を1000単語で12本作成。トピッククラスター化まで対応致します。 ・順位獲得ページ さらにリッチコンテンツ化 ・順位未獲得ページ 新規記事の実装
コンテンツSEO記事 【タイ語】	YMYL・専門記事 1記事 110,000円 (税込) ~ ※御見積します。	12記事 635,000円 (税込)
コンテンツSEO記事 【ドイツ語・フランス語】		

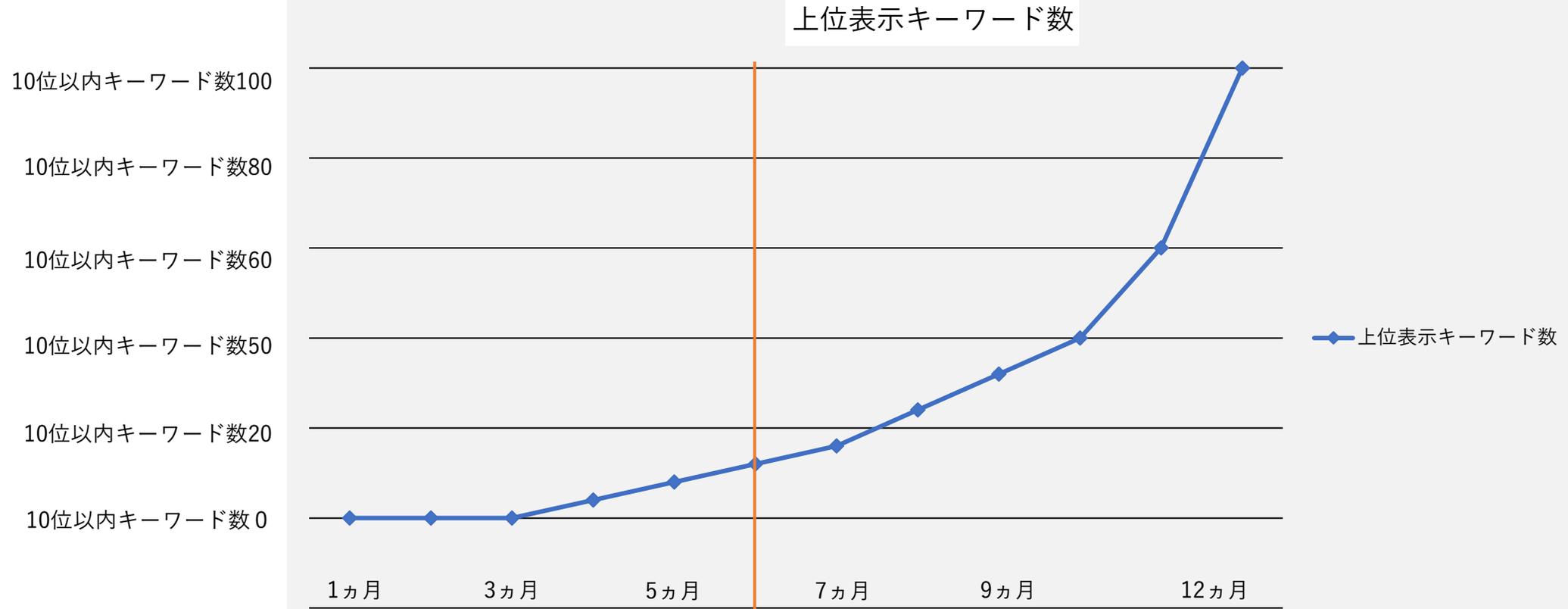
	料金
GAIQ保持者によるアクセス解析	1回 200,000 円 (税込)
CRO/CVRの改善 (初期仮設→分析→改善策立案)	1回 350,000 円 (税込)
PPC広告運用	初期設定 150,000 円 (税込) 手数料 広告運用費の20%
UI/UXの改善 (分析→改善策立案)	1回 350,000 円 (税込)

施策実施のスケジュール

施策実施の大まかなスケジュールとなります。

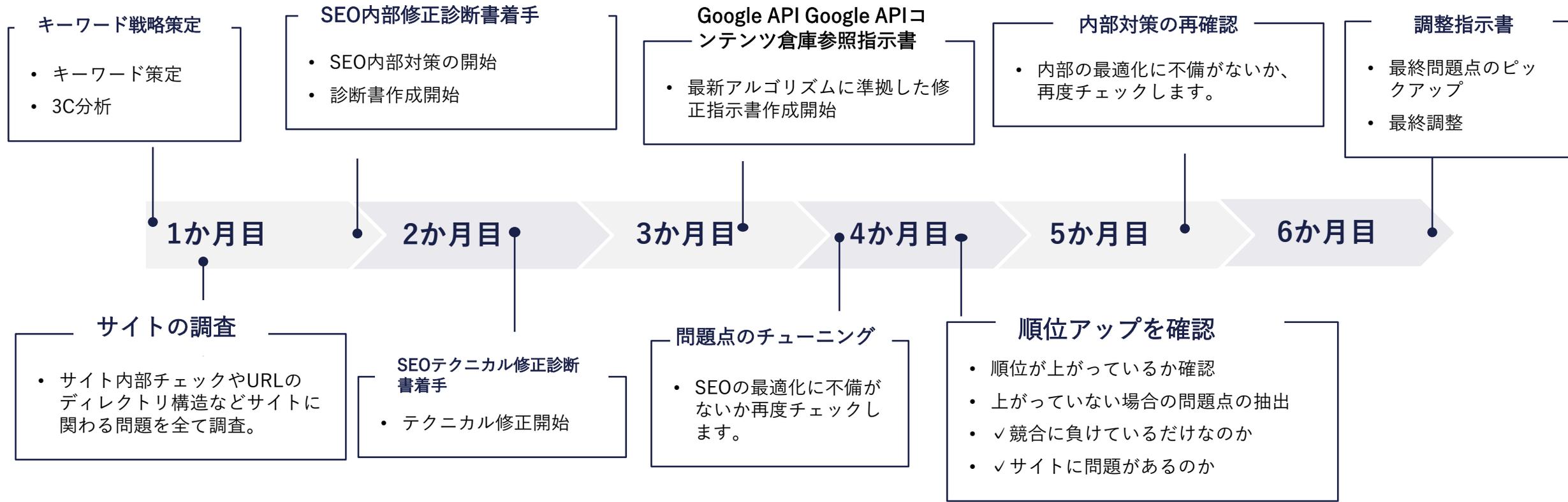
施策	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目
SEO内部対策	キーワード・PLP戦略策定					
	サイト内部修正診断書	サイト内部修正				
	テクニカルSEO診断書					
SEO外部対策		リンクのメンテナンス				
		オリジナルサイトから5本	オリジナルサイトから5本			
		メディアから5本				
コンテンツSEO実施		コンテンツレクチャー	コンテンツ確認	コンテンツ修正	効果検証	
SEOコンサルティング		オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG
			問題点洗い出し	問題点对応		WEB解析

詳細は施策開始後のキックオフミーティングで詳細を詰めさせて頂く予定です。



期間	状態
0~6ヶ月	成果が出にくい（下地作り期間）
6~12ヶ月	急激な効果増加（収穫フェーズ）

- 結果を出すには、御社と弊社のパートナーとしての伴走が不可欠です。
- 戦略だけでは結果は出ず、いかに実行するかがポイントですので、コミュニケーションをよくとっていきます。



海外SEO対策の流れと注意点

海外SEO対策の流れ

グローバルビジネスにおける海外マーケティング戦略を提供します。海外SEOを中心にサイトへの訪問数を増やしてお問合せ数アップにより売り上げ拡大いたします。

キーワード戦略の策定・立案から、海外SEO対策の実行サポートまで一貫して行います。



グローバルサイトにおける注意点

グローバルサイトでは、構築後のWEB集客の点で日本でのSEOとは違う視点での海外SEO対策が必要です。そのため、開始する前に次のような点に注意する必要があります。

1. 事前計画

どの国の、どの言語の、どんな人をターゲットにするか。

2. 競合調査

対象国の競合やターゲットの傾向を調査する。

3. リライト

単なる翻訳ではなく、現地にあった内容にリライトする。

4. タブーの把握

日本語では問題がない言葉であっても海外では特別な意味を持つことがある。

海外SEOに慣れていないまま対策を進めてしまうと、思った以上に大きなトラブルに発展したり、設定の誤りによって成果が出なかったりすることが考えられます。

海外SEOはSEO会社でも対応範囲が変わってくるため、十分な実績のあるSEO会社に相談し、事前調査とチェック項目を抑えた運用が求められます。

グローバルサイトは翻訳であってはならない

日本でのサービスを海外展開する際、サイトを翻訳するということがありますが、海外SEOは翻訳することではありません。日本のコンテンツが海外で受け入れられるとは限らないため、現地ユーザーに合わせた内容にローカライズすることが重要です。

そのため、現状の日本のコンテンツを翻訳するのではなく、現地ユーザーの関心の高いものを海外版コンテンツとして発信する必要があります。

海外版コンテンツの制作には大きく3つの手法があります。

- 自動翻訳 ×
 - 既存サイトの活用 △
 - リライト（新規作成） ◎※ネイティブチェック
- 工数次第ではありますが、リライトをすることがもっとも望ましいやり方です。



自動翻訳は日本のコンテンツをもっとも簡単に変換する手法ですが、お勧めはできません。生成AIやGoogle翻訳、DeepLなどは非常に有用な翻訳ツールですが、長文を翻訳すると文法が誤っていたり、**意味が変わってしまったり**することがあります。現地ネイティブの**ローカライズが必ず必要**です。

海外のコンテンツの注意点

英語圏向けに既存サイトをそのまま転用することは可能ですが、言葉のニュアンスや重複コンテンツのリスクが問題になります。

重複コンテンツは評価を下げる原因となるため、現地に合ったリライトが最適です。右表のように、イギリス英語とアメリカ英語でも単語の違いがあります。

webの世界では、アメリカ英語に合わせることがスタンダードです。

代表的な国の言語と検索エンジン一覧

	アメリカ	英語	Google		中国	中国語 (簡体字)	Baidu
	イギリス	英語	Google		大韓民国	韓国語	Google NAVER
	オーストラリア	英語	Google		ロシア	ロシア語	YANDEX
	フランス	フランス語	Google		台湾	中国語 (繁体字)	Google Bing
	ドイツ	ドイツ語	Google		香港	中国語 (繁体字)	Google Bing
	イタリア	イタリア語	Google		ベトナム	ベトナム語	Google <u>CocCoc</u>

イギリス英語	単語の違い	アメリカ英語
	VS.	
a quarter past two	2時15分	two fifteen
aubergine	なす	eggplant
autumn	秋	fall
bank holiday	祝日	public holiday
centre	中心	center
lettre	手紙	letter



Why Admano?

アドマノ株式会社（東京SEOメーカー）が選ばれる理由

01	長年のSEO研究で独自ノウハウを蓄積 弊社は最新GoogleアルゴリズムとWEB全般を研究することにより、独自の技術とノウハウを蓄積しました。SEO技術が高いことがUSPであります。	
02	WEBマーケティング各分野のプロが在籍 弊社には、コンサルタント／解析士／ディレクター／ライター／エンジニアなど、WEBマーケティング各分野のプロが在籍しています。最低3人によるチーム制でプロジェクトにアサインします。	
03	国内／海外の実績が豊富 お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛け、2025年現在は国内と海外2000社以上の支援を実現しました。	

海外SEO事例紹介



<https://components.omron.com/eu-en/> <https://components.omron.com/jp-ja/>

Google US Googleアメリカ 順位復活

1日のサイト表示回数が500回前後と低迷していたものを3か月でサイト表示回数1万回以上へ上昇

課題背景

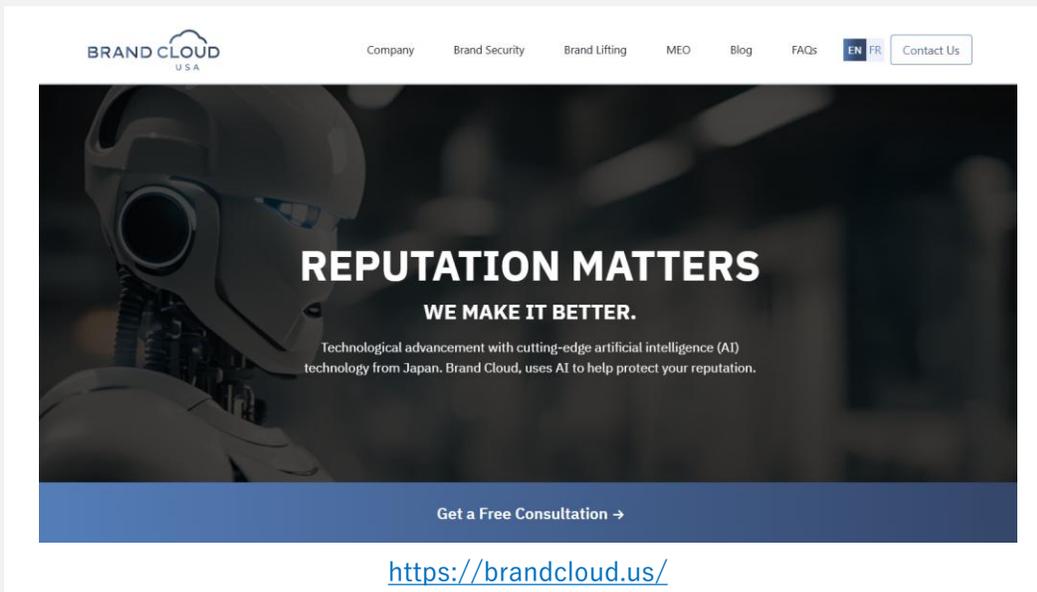
- ・ Google USでランキング外
- ・ 英語圏からの問い合わせを増やしたい
- ・ 世界のエリアで多言語サイトを展開しているが日本以外はランキング外
- ・ ランキングUPしてほしい

実施施策

- ・ ランキング復活サービス
- ・ サイト内部調査
- ・ サイト外部調査
- ・ SEO低評価要因の特定
- ・ SEO低評価要因の修正指示

施策後の効果

- ・ アメリカGoogle検索において順位下落したサイトのランキング復活を行いました。
- ・ 検索ランキングが上昇し、サイト全体の表示回数が大幅にUP



Google US

圏外 → 3位へランクイン

最大のKPIであった「Brand Cloud」という
キーワードで上位表示を達成

課題背景

- ・ Google USでランキング外
- ・ アメリカの営業担当が現地で営業を行う際にサイトを見せられない
- ・ 自社作成で記事を入れているが、インデックスされていない

実施施策

- ・ ペルソナ設定 (アメリカ)
- ・ キーワードの選定
- ・ サイト内部修正診断書
- ・ 外部対策 (200本以上のリンク獲得)
- ・ 新規30記事納品 (ネイティブライター作成)

施策後の効果

- ・ Google USで「Brand Cloud」で、圏外から3位にランクイン
- ・ 「brand lifting」4位、「What is opsec」、 「brand development」でランクイン
- ・ ランクインキーワード数 0 → 26



Google US 圏外 → 1位へランクイン

最大のKPIであった [Bilingual Onsite service]
というキーワードで1位表示を達成

実績参照ページ : <https://www.switchitmaker2.com/seo-result-case/america-isfnet/>

課題背景

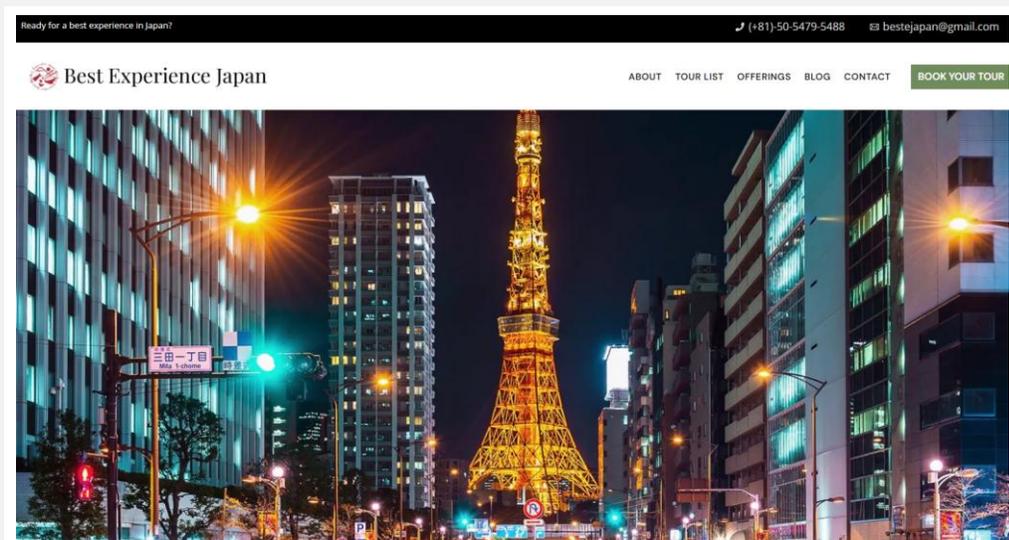
- ・ Google USでランキング外
- ・ 英語圏からの問い合わせを増やしたい
- ・ 英語サイトを作ったばかり
- ・ SEOをやったことがない

実施施策

- ・ ペルソナ設定 (アメリカ)
- ・ キーワードの選定
- ・ サイト内部修正診断書
- ・ 外部対策 (良質なリンク獲得)
- ・ サービスページ (PLP) のリッチ化

施策後の効果

- ・ Google USで [Bilingual Onsite service] で、圏外から1位にランクイン
- ・ 「bilingual Helo desk」3位、「Managed service」でランクイン
- ・ アメリカとシンガポールでランクイン達成



<https://bestejapan.com/>

Google US アメリカ向けサイト構築

訪日アメリカ人を集客するためのサイトを構築。
Woocommerceクレジット決済

課題背景

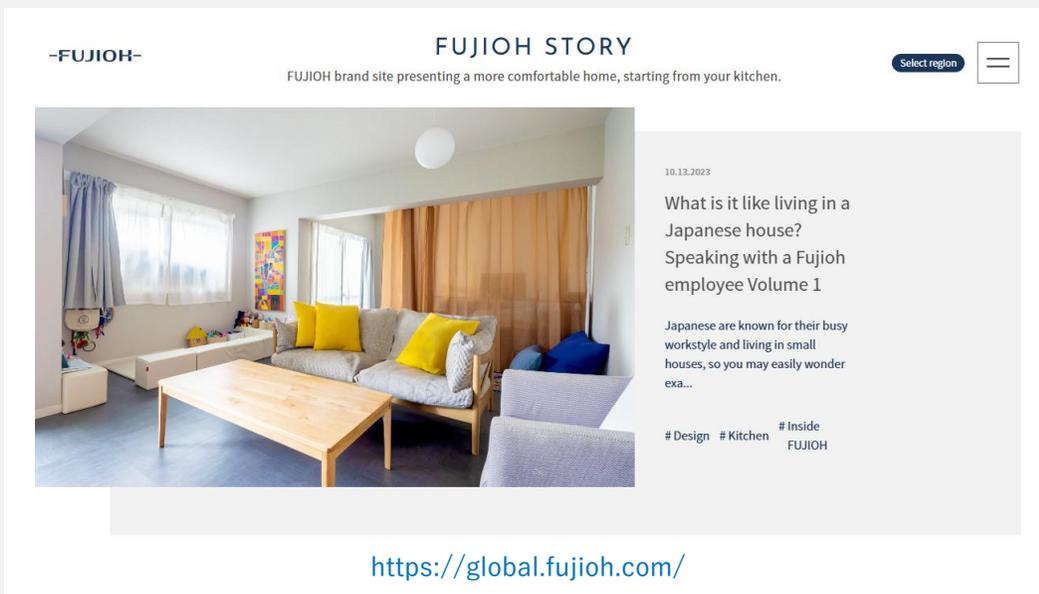
- ・アメリカで集客したいのでサイト構築してほしい。
- ・クレジット決済機能を実装したい
- ・SEOをやったことがない
- ・訪日アメリカ人を増やしたい

実施施策

- ・アメリカ向けサイト構築
- ・クレジット決済実装
- ・英語コンテンツ記事30記事作成
- ・アメリカSEO内部対策
- ・アメリカSEO外部対策

施策後の効果

- ・アメリカ向けクレジット決済付きサイト構築
- ・SEO内部対策を実施中（2024年11月1日～）
- ・コンテンツSEOを実施中（2024年11月1日～）
- ・SEO外部対策を実施中（2024年11月1日～）



Google シンガポール

インハウスSEOのための記事作成のコンサルティング

英語オウンドメディアのSEO記事作成
のやり方をコンサルティング。

課題背景

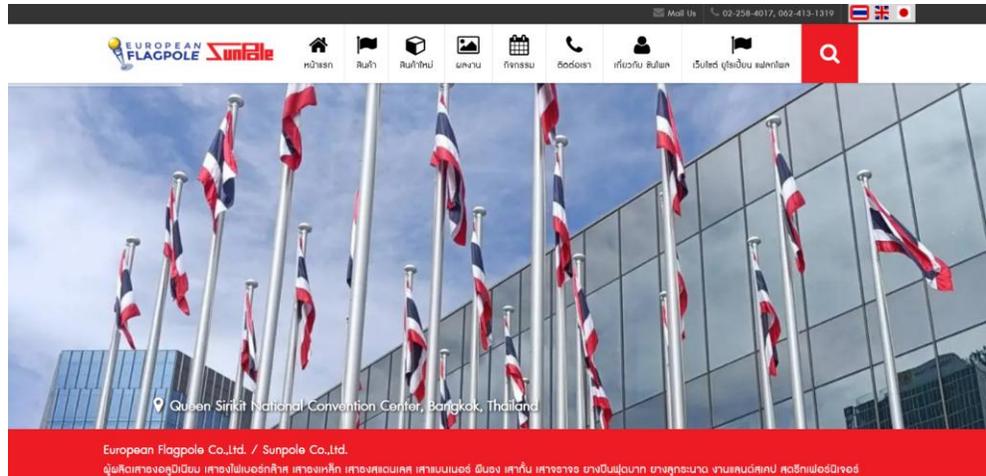
- ・シンガポール、マレーシアでオウンドメディア運営をしたい
- ・英語SEO記事の書き方をレクチャーしてほしい
- ・サイト内部の問題点を修正してほしい

実施施策

- ・ペルソナ設定（シンガポール、マレーシア）
- ・キーワードの選定
- ・サイト内部修正診断書
- ・コンテンツSEOレクチャー
- ・新規3記事納品（ネイティブライター作成）

施策後の効果

- ・サイト内部の問題点を修正
- ・japandi bedroom 圏外→15位
- ・japandi living room 圏外→14位
- ・kitchen interior decoration 圏外→23位
- ・オーガニック検索トラフィック 15,137/月
- ・オーガニック検索キーワード 1,355



<https://sunpolethailand.com/>

Google US 圏外 → 3位へランクイン

一番上位表示したかったサービス名のキーワード
タイ語 เสาง (旗ポール) 3位を獲得

課題背景

- ・全てのキーワードの検索結果で圏外
- ・キーワード選定をしてから順位を上げたい
- ・WEB集客が全くできていない作っただけのサイト
- ・現地タイ人スタッフとのやり取りは、タイ語

実施施策

- ・キーワード戦略の策定
- ・SEOサイト内部修正診断書
- ・コンテンツSEO
- ・オフページSEO (リンクビルディング)

施策後の効果

- ・問い合わせがあり受注が決まった。
- ・ランクインキーワード 0→64
- ・オーガニック検索 0→413/月
- ・タイ語 เสาง (旗ポール) 圏外→3位



<http://www.tanabikiseimenthailand.com/>

Google タイ タイ語サイト構築&ランクイン

サービス関連のキーワードで上位表示
うどん สำหรับเด็ก (うどん 子供) 1位を獲得
โซเม็ง สำหรับเด็ก (そうめん) 1位を獲得

課題背景

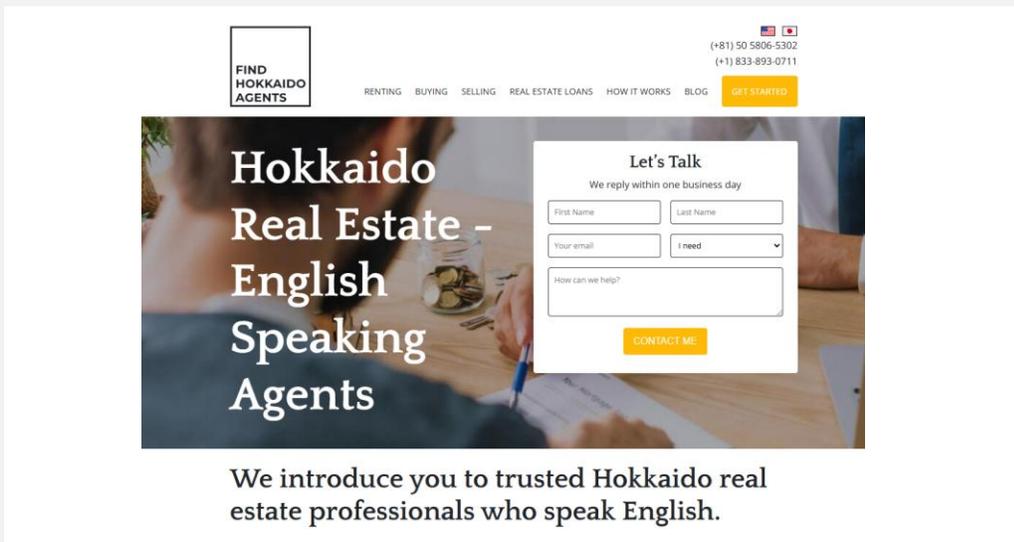
- ・タイへの販路獲得とタイ語のサイト構築をしたい。
- ・タイのSEOで上位表示してWEB集客したい

実施施策

- ・タイ語サイト構築
- ・キーワード戦略の策定
- ・SEOサイト内部修正診断書
- ・オフページSEO (リンクビルディング)
- ・タイの販路獲得のため現地マーケティング会社との契約をサポート

施策後の効果

- ・タイ語サイト構築
- ・Googleタイで各キーワード上位表示を達成
- ・タイのマーケティング会社との契約



<https://findhokkaidoagents.com/>

Google 日本

圏外 → 3位へランクイン

希望キーワードで上位表示獲得。

Buy a house in sapporo 3位獲得

rent an apartment in sapporo 1位獲得

課題背景

- ・日本の北海道に滞在している訪日外国人向けに不動産の賃貸から売買までを斡旋するビジネスを展開。
- ・日本国内で英語サイトのリンクビルディングができるSEO会社を探していました。
- ・ご依頼時、全てのキーワードで圏外の状況

実施施策

- ・キーワード戦略策定
- ・SEO内部対策 (テクニカルSEO)
- ・SEO外部対策 (リンクビルディング)

施策後の効果

- ・希望キーワードで上位表示達成
- ・「Buy a house in sapporo 3位」
- ・「rent an apartment in sapporo 1位」
- ・「Sell a house in sapporo 1位」

会社概要

経営理念



「利他」と「挑戦」で明日をつくる

世の為、人の為に活躍する愛情深い企業の発展を一社でも
多くサポートし、利他と愛と感謝を世界に増やす。

高水準なWEBマーケティングの知見とSEO技術で、より多くの企業を世界基準へ。
SEO専門のデジタルマーケティングカンパニーとして全てのお客様と成功まで伴走します。
弊社は、長年にわたるGoogleアルゴリズムの研究と検証で上位表示のSEOノウハウとSEO技術を蓄積してきました。
アメリカの最先端のデジタルマーケティングを研究することにより世界基準の高水準なWEBマーケティングをご提供しています。
東京から世界基準のマーケティングを皆様にお届けできるよう日々スタッフ一同努力精進してまいります。

弊社のご紹介

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>



確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- ✓ 12年で2500社以上のクライアント様のWEB集客を支援
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積
- ✓ Google検索【SEO戦略】【SEO東京】【SEOスコア】【人気コンテンツとは】など多数のワードで長年にわたり検索順位1位獲得 600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- ✓ ビックワード【SEO対策】【SEOコンサルティング】etc 上位表示

会社情報

サイト屋号	東京SEOメーカー (https://www.switchitmaker2.com/)
会社名	アドマノ株式会社 (https://admano.co.jp/)
会社法人等番号	0115-01-017825
設立日	平成24年7月11日
代表者	天野 剛志
資本金	10,000,000円
TEL	03-5981-9788 03-5980-8022
FAX	03-5980-9170
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨1丁目14-7 青葉ビル7階
アメリカ オフィス	2570 North First Street 2nd Floor PMB #Sj2-531 San Jose, CA 95131
フランス オフィス	2, Impasse les Coteaux de Barbière 26130 Saint-Paul-Trois-Châteaux France
タイ オフィス	257/76 Soi Pracha Chuen 30, Wong Sawang, Bang Sue, Bangkok 10800
事業内容	検索エンジン最適化 (SEM・SEO) / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部 みずほ銀行 大塚支店

国内コンサルティングチーム



代表取締役
SEOコンサルタント
天野 剛志

マーケティングのエキスパート。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。日本大学法学部を卒業後、オーストラリア・イタリア・フランス・タイ・カンボジアなど世界各国を旅した後、イギリスで1年半生活し語学力と国際的視野を磨く。日本帰国後は広告代理店で営業を経験。2012年にアドマノを設立。



Webマーケター
SEOコンサルタント
永島 拓朗

WEBサイト制作とコーディングに従事し、デザインと構築の両面から数多くのプロジェクトを支援。UI/UXの視点と技術的な知見を活かし、テクニカルSEOを強みに持つSEOコンサルタント。緻密なデータ分析と柔軟な発想力を武器に、クライアントの課題解決に真摯に向き合う。アドマノ参画後は、戦略立案から実装支援までを一貫して担当し、サイト最適化に全力を尽くしている。



Webマーケター
SEOコンサルタント
大瀧 典宜

広告運用と求人採用支援に長年携わるスペシャリスト。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。広告代理店に20年勤務し、マーケターとして求人分野を中心に各種広告コンテンツをトータルで支援。アドマノ参画後は、主に求人サイトSEO・オウンドメディアの戦略立案コンサルを担当。

サポートスタッフ



コンテンツディレクター・ライター
Preusler Katrin Sophie
プロイスラー カトリン ソフィー

英語とドイツ語が専門のコンテンツディレクター。ドイツ出身。来日後は大学でドイツ語の講義を担当した後、国際特許事務所への勤務を経てアドマノへ参画。海外コンテンツチームでは主にヨーロッパ向けの英語・ドイツ語コンテンツを担当。ネイティブな知見を活かした記事作成を得意とする。



SEOコンサルタント・
コンテンツディレクター
吉田 望愛

新卒入社後、SEOサポートスタッフとしてキャリアをスタート。コンテンツディレクションやテクニカルSEOのバックアップ業務を中心に担当。データ分析や競合調査を通じた戦略提案や、クライアントのニーズに合わせた柔軟な対応力が強み。最新のSEOトレンドをキャッチアップし、チームの活動を円滑に進めるためのサポートを提供。



コンテンツディレクター
SEOライター
対馬 (tsushima)

大手メディアでSEOライティングの企画・ディレクションを数多く手がけた後、アドマノに参画。検索意図の分析から構成案の作成、執筆・編集・品質管理まで一貫して対応できるスキルを持ち、SEO上位表示する記事作成を得意とする。これまでに扱ったテーマは、多岐にわたり、BtoB/BtoC問わず幅広いジャンルで上位表示を実現。Googleのアルゴリズム変動にも柔軟に対応し常に品質の高いWEBライティングを提供している。

※サポートメンバー：中国語/Victria ドイツ語/Katrin スペイン語/sakura

海外コンサルティングチーム



Web 解析コンサルタント
Paveena Suphawet
サファウェット パヴィーナ

担当：英語圏、タイ

英語・タイ語・日本語のトリリンガルで、海外SEOの実績多数。タイのアサンプションインターナショナル大学で最先端のIT技術を学んだ後、イギリスのグリニッジ大学大学院に留学し国際ビジネスを専攻。アメリカに本社を持つエクソンモービル社タイ支局に勤務後、設立時からアドmanoへ参画。



SEOコンサルタント
Greer Julianna Hope
グリア ジュリアナ ホープ

担当：英語圏

英語圏のコピーライティングとマーケティングが専門の海外SEOコンサルタント。オレゴン州立大学ニューメディアコミュニケーション学部を卒業後、アメリカのSEO企業で活躍。Googleの本場アメリカ最先端のマーケティング・SEO技術に精通し、現地のネイティブな視点で海外向け戦略を提案。



SEOコンサルタント
Mathieu, Julien VILLARD
マチュー ヴィラルド

担当：フランス語圏

フランス グルノーブル大学日本語学科卒業、Brevet de technicien supérieur MCO（商業運営管理）取得、Diplôme Européen d'Études Supérieures en Marketing（ヨーロッパマーケティング高等学術ディプロマ）取得、フランス企業で日本の原子力産業における日本の公共関係を担当し、日本の文化や歴史に精通。コーディングやテクニカルSEOが得意。アドmanoのフランス支店の担当者として活躍中。

※サポートメンバー：中国語/Victria ドイツ語/Katrin スペイン語/sakura

取引先一例

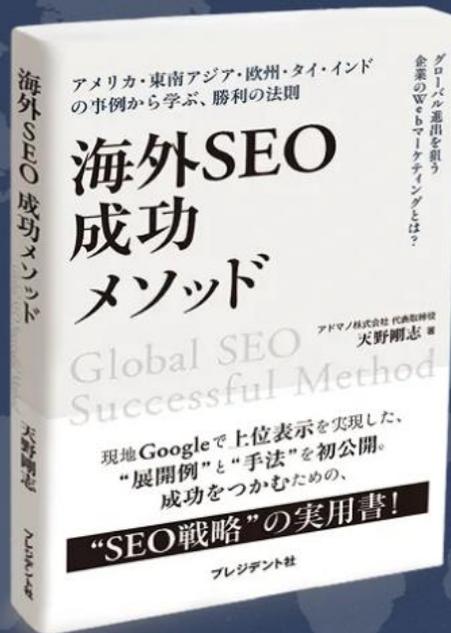
国内企業様取引先一例



グローバル企業様取引先一例



書籍のご紹介



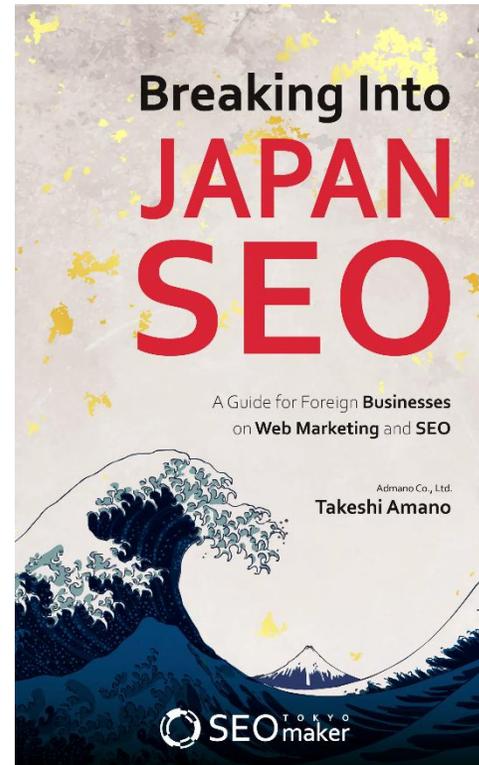
最新書籍

1万8000社が挑む海外市場で成功するための海外SEO「成功」メソッドをまとめました。

弊社の海外SEO対策の実務からノウハウを凝縮し事例から学べる勝利の法則をご覧ください。

2025年10月16日プレジデント社より新発売

書籍のご紹介



▶Amazon Kindleの読み放題プランで読んでいただけます。

東京SEOメーカーは、確かな戦略コンサルで「あらゆる課題」を解決するデジタルマーケティングのプロ集団です。

検索エンジン黎明期から様々な観点でSEOを中心にWebを研究し続けていた代表が2012年に創業。長年にわたるアルゴリズム研究と検証で独自の上位表示ノウハウを蓄積しつつ、無駄を省いた社内システムを構築することでクオリティの高いサービスを実現しました。

現在ではSEOのみならず、技術と知見を常に最先端へとアップデートしながら、デジタルマーケティング全般へと事業を拡大。マーケティングはいわば「物やサービスを売る仕組みづくり」です。

この仕組みを「効率よく最適化することが、収益アップの最短ルート」であり、検索エンジンを最適化するSEOと本質は同じだと私たちは考えます。研究と実践で培った技術を出し惜しみせず、お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛けることで、2024年現在は国内外あわせて2000社以上の支援を実現しました。