

# 海外SEOコースのご紹介

東京SEOメーカー



アドマノ株式会社

1. 海外SEO事例紹介 [日本→海外]
2. 海外SEO事例紹介 [海外→日本]
3. 各コース概要
4. 海外SEO対策の流れと注意点
5. 海外SEO施策の紹介
6. 内部対策
7. 外部対策
8. オンラインミーティング
9. 施策実施のスケジュール
10. 会社概要

海外SEO事例紹介  
【日本→海外】



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

## Google US Googleアメリカ 順位復活

Googleの低評価による突然の順位下落があったアメリカ向けサイトのGoogle順位復活を行いました。

### 課題背景

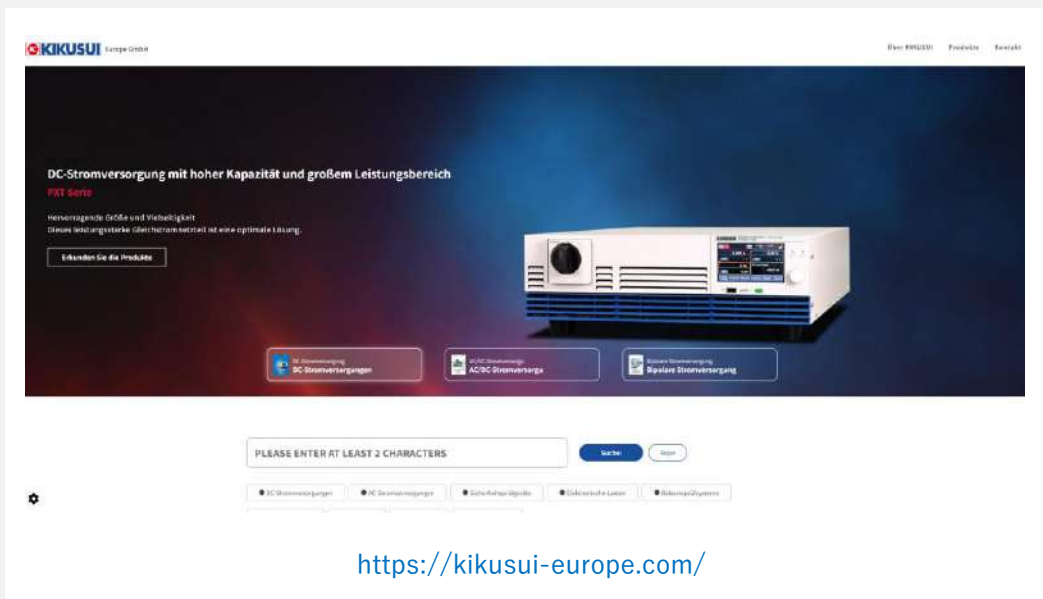
- ・ Google USでランキング外
- ・ 英語圏からの問い合わせを増やしたい
- ・ 英語サイトの訪問数が順位下落の為に激減した
- ・ ランキング復活してほしい

### 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
- ・ UIUX改善指示
- ・ 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。



Google US

## Google ドイツ 対策ワード1位

「AC Stromversorgungen」	圏外	→	1位
「AC Stromversorgung」	圏外	→	3位
「AC-Stromversorgung」	圏外	→	2位
「Bipolar 4-quadrant」	圏外	→	5位
「elektronische dc last」	圏外	→	3位

※2026年3月4日時点の順位

### 課題背景

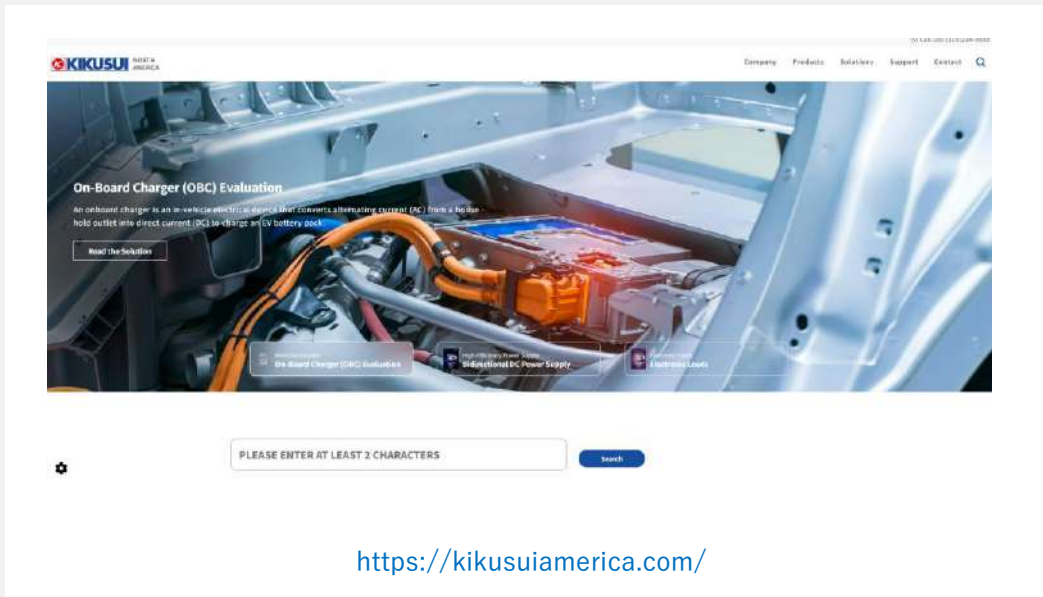
- ・ Google ドイツでランキング外
- ・ ドイツからの問い合わせを増やしたい
- ・ 外部リンク獲得とサイト内部の最適化希望

### 実施施策

- ・ サイト内部調査
- ・ サイト外部調査
- ・ UIUX改善指示
- ・ SEO低評価要因の修正指示
- ・ リンクビルディング

### 施策後の効果

- ・ ドイツGoogleにおける対策キーワードが圏外から1位表示、上位表示を獲得
- ・ WEBからの問い合わせが、月0件→月10件以上に大幅UP
- ・ 売上増に成功



Google US

## Google ドイツ 対策ワード1位

「Bipolar Power Supplies」 圏外 → 1位  
 「Bipolar 4-quadrant Power Supply」 圏外 → 4位  
 「safety testers」 圏外 → 5位

※2026年3月5日時点の順位

### 課題背景

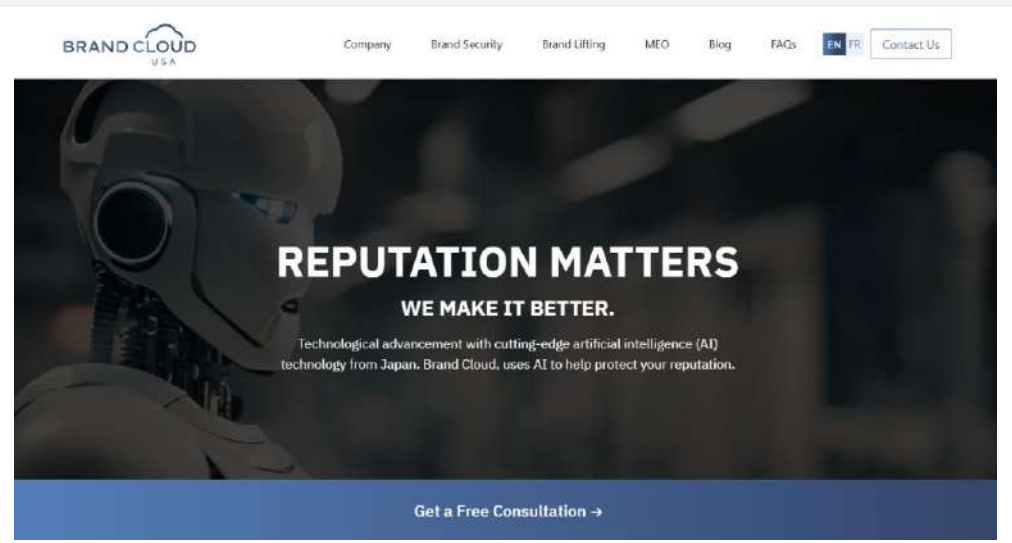
- ・ Google USでランキング外
- ・ アメリカからの問い合わせを増やしたい
- ・ 外部リンク獲得とサイト内部の最適化希望

### 実施施策

- ・ サイト内部調査
- ・ サイト外部調査
- ・ UIUX改善指示
- ・ SEO低評価要因の修正指示
- ・ リンクビルディング

### 施策後の効果

- ・ Google USにおける対策キーワードが圏外から1位表示、上位表示を獲得
- ・ WEBからの問い合わせが大幅UP
- ・ 売上増に成功



<https://brandcloud.us/>

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



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

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

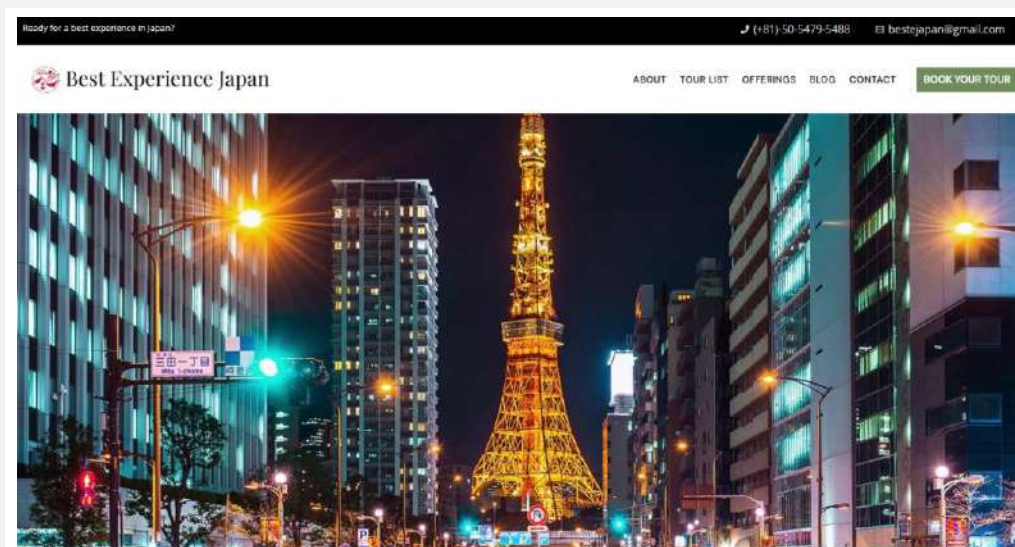
- ・ Google USでランキング外
- ・ 英語圏からの問い合わせを増やしたい
- ・ 英語サイトを作ったばかり
- ・ SEOをやったことがない

### 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

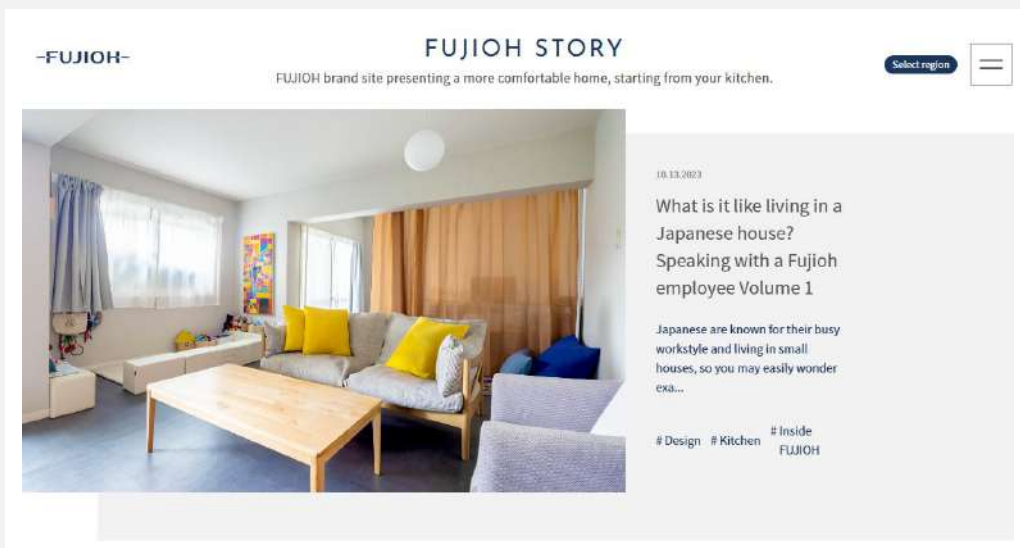
- ・アメリカで集客したいのでサイト構築してほしい。
- ・クレジット決済機能を実装したい
- ・SEOをやったことがない
- ・訪日アメリカ人を増やしたい

### 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～)



<https://global.fujioh.com/>

**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

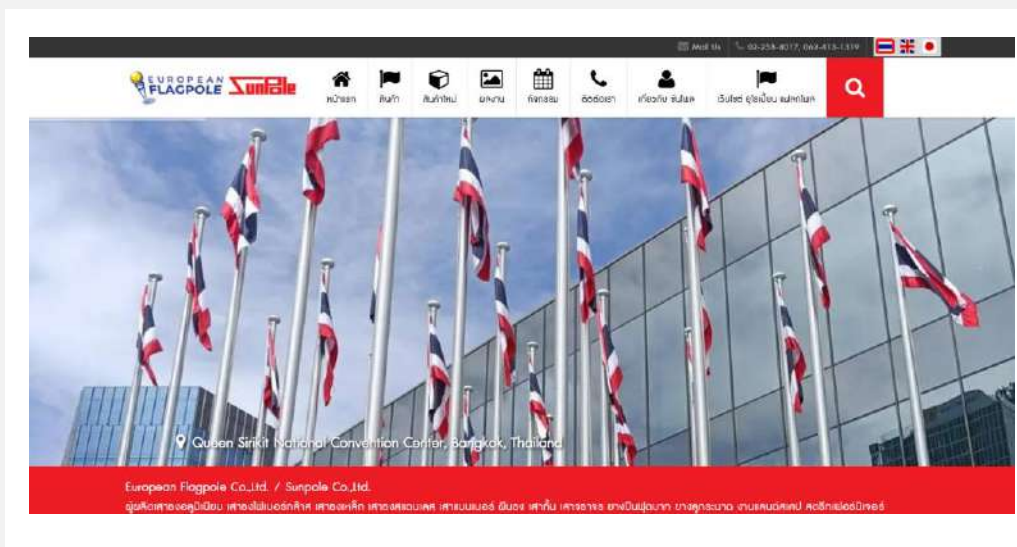
- ・シンガポール、マレーシアでオウンドメディア運営をしたい。
- ・英語SEO記事の書き方をレクチャーしてほしい
- ・サイト内部の問題点を修正してほしい

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 タイ 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

海外SEO事例紹介  
【海外→日本】



<https://jp.rs-online.com/web/>

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。  
DCソケット3位獲得、パイロットランプ 6位獲得

実績参照：<https://www.switchitmaker2.com/seo-result-case/ecsite-rs/>

### 課題背景

- ・特定のキーワードでの1ページ目以内のランクインとサイト全体の底上げをしたい。
- ・リンクビルディングをお願いしたい。
- ・サイト内部も見してほしい

### 実施施策

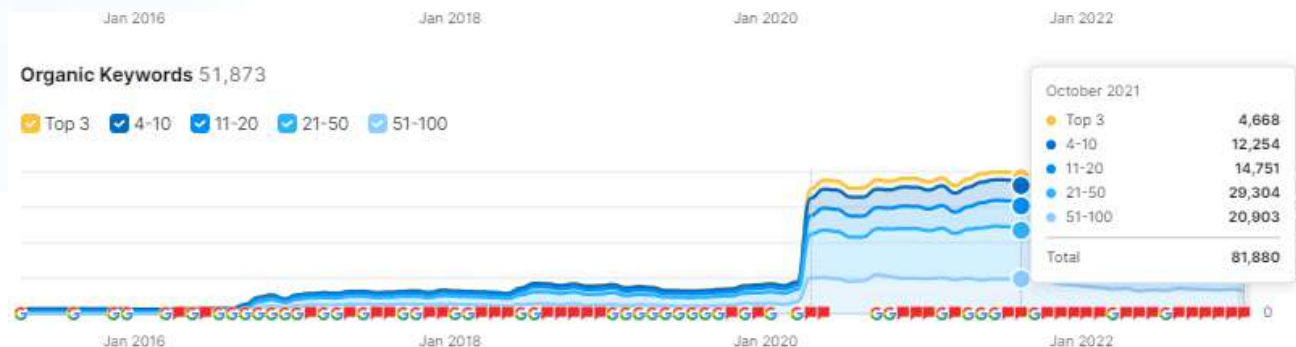
- ・SEOサイト内部修正診断書
- ・オフページSEO（リンクビルディング）
- ・月1SEOコンサルティング

### 施策後の効果

- ・希望キーワードで上位表示達成
- ・「DCソケット 3位」
- ・「パイロットランプ 6位」
- ・「USBコネクタ 6位」

大規模データベース型SEOの事例

[結果] 数千のワードでランキング1位を獲得



キーワード	順位	月間検索件数
eprom	1	3600
mlcc	1	2900
designspark	1	1600
designspark mechanical	1	1600
ソレノイド バルブ とは	1	1600
コンデンサ 記号	1	1000
半 固定 抵抗	1	880
ドライバー 種類	1	880
スペクトル アナライザ	1	880
スペクトル アナライザ	1	880
電気 二重層 キャパシタ	1	880
bvh 21t p1 1	1	720
m1219	1	720
トロイダル トランス	1	590
デザイン スパーク	1	590
理想 ダイオード	1	590
jfet	1	590
pyfz 14 e	1	480
fpc コネクタ	1	480
温度 測定	1	480
vga ケーブル とは	1	480
vga hdmi 違い	1	480
d sub コネクタ	1	480
usb 端子 とは	1	480
基板 コネクタ	1	480
遠心 ファン	1	480
ラック レール	1	480



<https://www.crownrms.com/jp/>

## Google 日本 圏外 → 1位へランクイン

希望キーワードで上位表示獲得。  
機密文書1位獲得、機密書類2位獲得

実績参照：<https://www.switchitmaker2.com/seo-result-case/ecsite-rs/>

### 課題背景

- ・Webサイトからの集客を増やしたい。リスティング広告をやってみたが、あまり効果がなかった。
- ・まずは、サイトへのセッション数を増やしたい。次に、コンバージョン数を増やしたい。

### 実施施策

- ・キーワード戦略策定
- ・SEO内部対策
- ・コンテンツSEO
- ・オフページSEO（リンクビルディング/SEO外部対策）

### 施策後の効果

- ・希望キーワードで上位表示達成
- ・「DCソケット 3位」
- ・「パイロットランプ 6位」
- ・「USBコネクタ 6位」



<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」

## 各コース概要

	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><b>初回コンサルと調査</b> 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><b>サイト調査</b> 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><b>サイト内部施策の提案</b> 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60,500円 (税込)</p> <p>6ヵ月 <b>913,000</b> 円 (税込)</p>
ノーマルコース (内部+外部)	<p><b>サイト調査</b> 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><b>サイト内部施策の提案</b> 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110,000円 (税込)</p> <p>6ヵ月 <b>1,210,000</b> 円 (税込)</p>
スタンダードコース (内部+外部)	<p><b>サイト調査</b> 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><b>サイト内部施策の提案</b> 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"> <li>1. キーワード戦略策定</li> <li>2. サイト内部修正診断書</li> <li>3. テクニカル修正診断書</li> <li>4. コンテンツSEO指南書</li> <li>5. CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策)</li> <li>6. SEOレクチャー&amp;SEOコンサル</li> </ol> <p><b>WEB解析 (全2回)</b></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 <b>2,530,000</b> 円 (税込)</p>
プレミアムコース (内部+外部)	<p><b>サイト調査</b> 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><b>サイト内部施策の提案</b> 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"> <li>1. キーワード戦略策定</li> <li>2. サイト内部修正診断書</li> <li>3. テクニカル修正診断書</li> <li>4. コンテンツSEO指南書</li> <li>5. CRO施策 (ユーザーがお問合せしやすく最適化する施策)</li> <li>6. SEOレクチャー&amp;SEOコンサル</li> </ol> <p><b>WEB解析 (全2回)</b></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 <b>3,850,000</b> 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 <b>33,000円</b> (税込)	12記事 1記事3000文字程度 <b>385,000円</b> (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 <b>55,000円</b> (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 <b>110,000円</b> (税込) ~ ※御見積します。	12記事 <b>635,000円</b> (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)

## 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 CocCoc

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



# 海外SEO施策の紹介

## SEO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。



【分析・診断フェーズ】

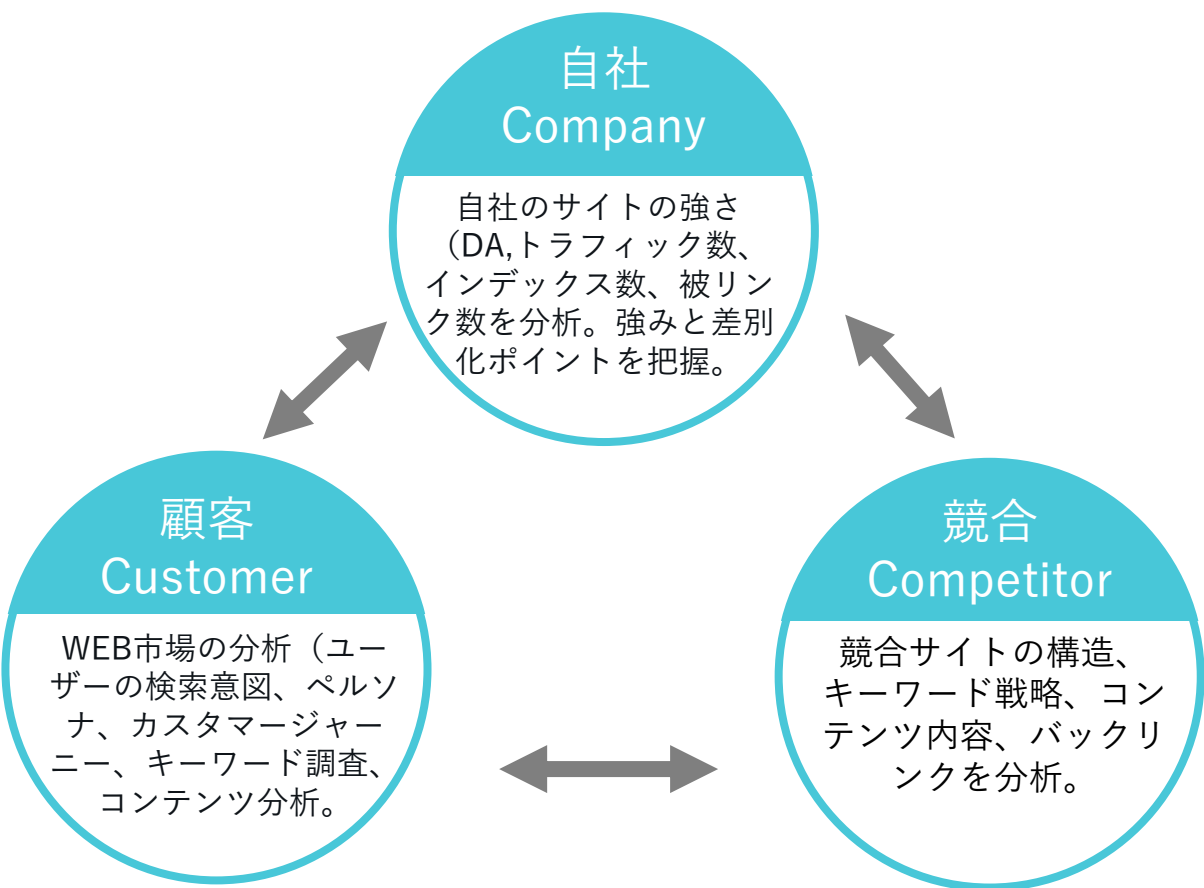


【運用フェーズ】



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における3C分析



## 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。

## カスタマージャーニー

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。

カスタマージャーニーマップ

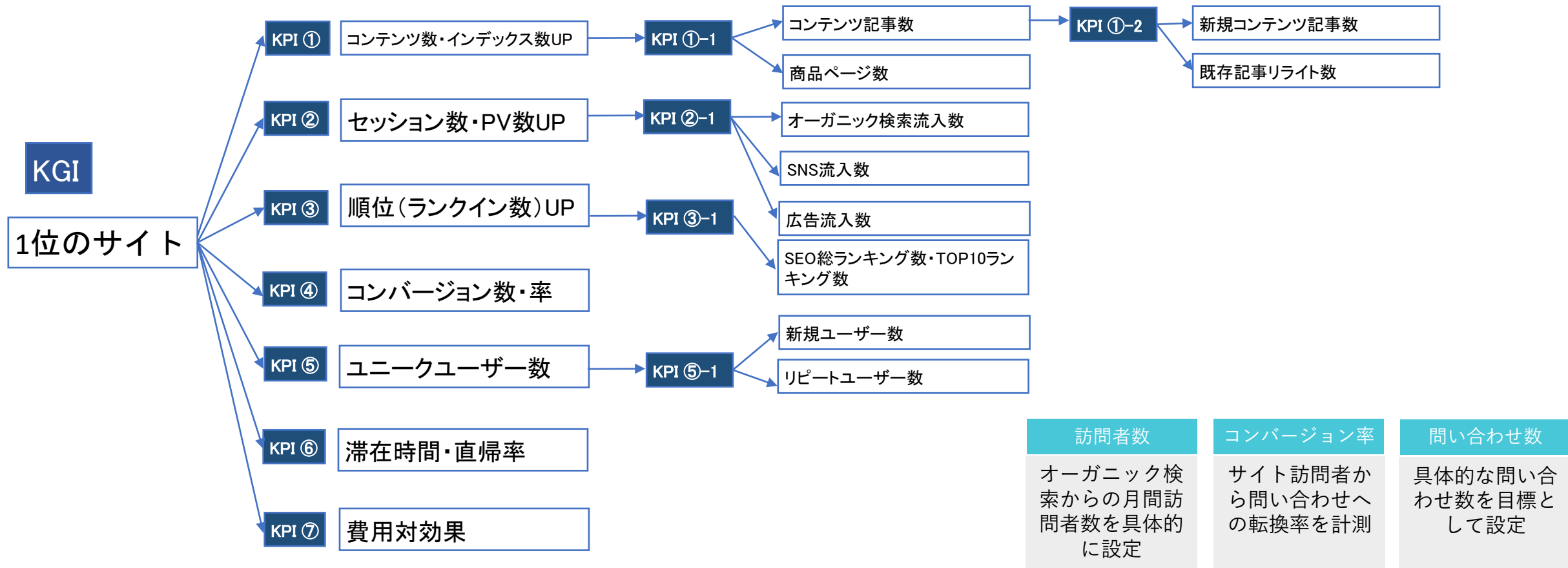
	認知	情報収集	評価・比較	購入	利用
フェーズ	知りことがある	解決策を調べる	商品の特徴	購入の決断	シェア・満足
コンテンツ媒体	オウンドメディア WEB広告	検索	比較サイト レビュー	マニュアル	SNS
感情・心理	不安	解決策がある	あつのはこれ?	購入	とても使いやすい
達成したいこと	解決したい 不安を解消				
新たな施策	お問い合わせ フォーム				

▶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

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。



内部対策

日本でのSEOは主に日本語検索をターゲットにしますが、海外SEOではグローバルターゲティングが重要です。例えば、アメリカの英語検索者を狙うか、日本語検索者を狙うかで設定が異なります。

head内のlinkタグの設定例：

**言語**に基づくターゲティング

```
<link rel="alternate" hreflang="en-US" href="https://sample-url.com/en/">
```

**地理**に基づくターゲティング

```
<link rel="alternate" hreflang="ja-US" href="https://sample-url.com/ja-us/">
```

海外SEOでは、ドメイン構造の選択が重要です。ccTLDは地域ターゲティングに適しますが、コストが高く、管理が煩雑です。一方、サブドメインやサブディレクトリは便利ですが、汎用ドメインでは国判別が難しくなることがあります。

◎ローカライズを意識したドメイン設定の例

現地ドメイン	サブドメイン	サブディレクトリ	URLパラメータ
sample.uk sample.cn	uk.sample.com cn.sample.com	sample.com/uk/ sample.com/cn/	sample.com/?loc=uk sample.com/?loc=cn

※uk はイギリス、cn は中国の国別コードトップレベルドメイン

	特徴	修正項目の例			
サイト内部修正診断書	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
GoogleAPIコンテンツ倉庫参照修正指示書	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

# キーワード・PLP戦略策定

## キーワード戦略策定

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。

## 競合との比較

競合との比較を行います。競合がランクインして自社でランクインしていないキーワードの洗い出しをします。ベンチマークとの比較で、何が足りないのかを見える化します。

target keyword :		keyword from competitors website	
brand development	1300	brand development	1300
online reputation management service	1000	brand strategy	8100
brand lifting	480	brand building	5400
Brand Security	50	brand design	5400
		brand personality	2400
		brand development	1300
		brand story	1300
		branding service	1000
		brand message	880
		brand purpose	880
		brand development strategy	480
		branding process	260
		brand goals	170
		brand development process	110
		powerful brands	70
		brand roadmap	50
		brand building guide	30
		brand core identity	30
		Online Reputation Management Services	1000
		brandyourself	2900
		online reputation	2900
		online reputation management services	1000
		reputation management companies	880
		online reputation management company	590
		reputation monitoring	390
		online reputation management consultants	70
		protect your reputation	50
		online reputation analysis	10



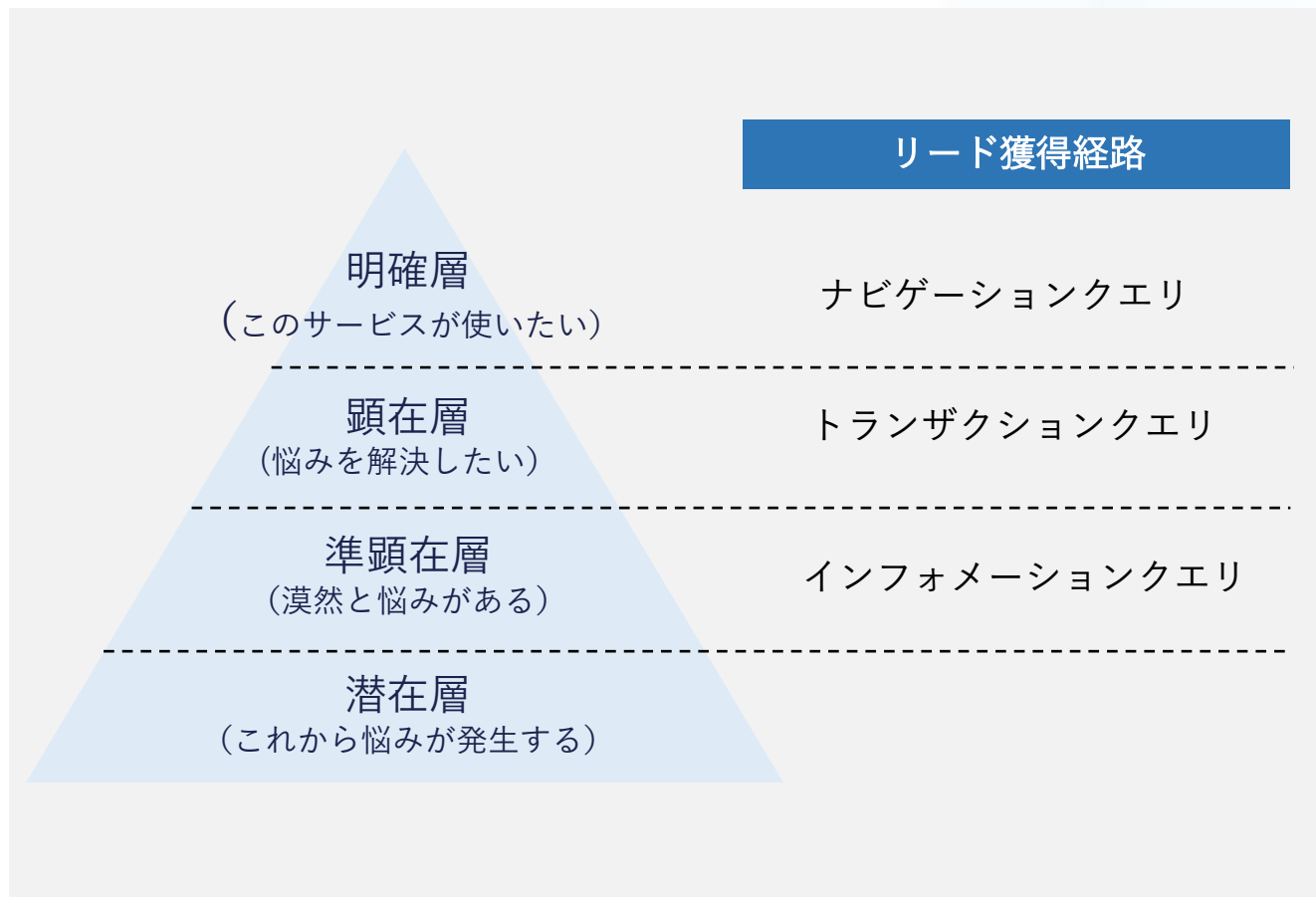
## キーワードの種類を分ける

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。

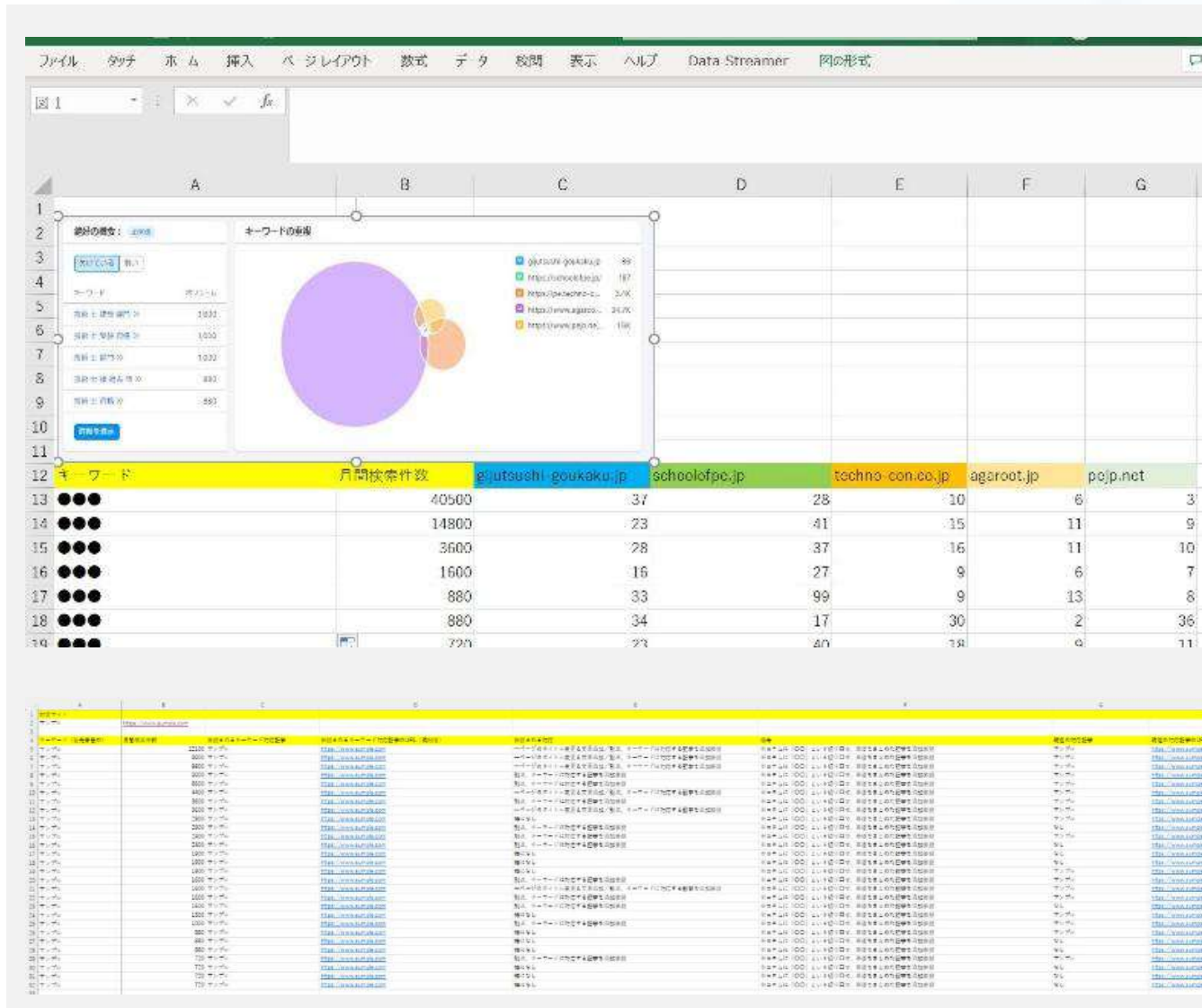


## 競合との比較

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。





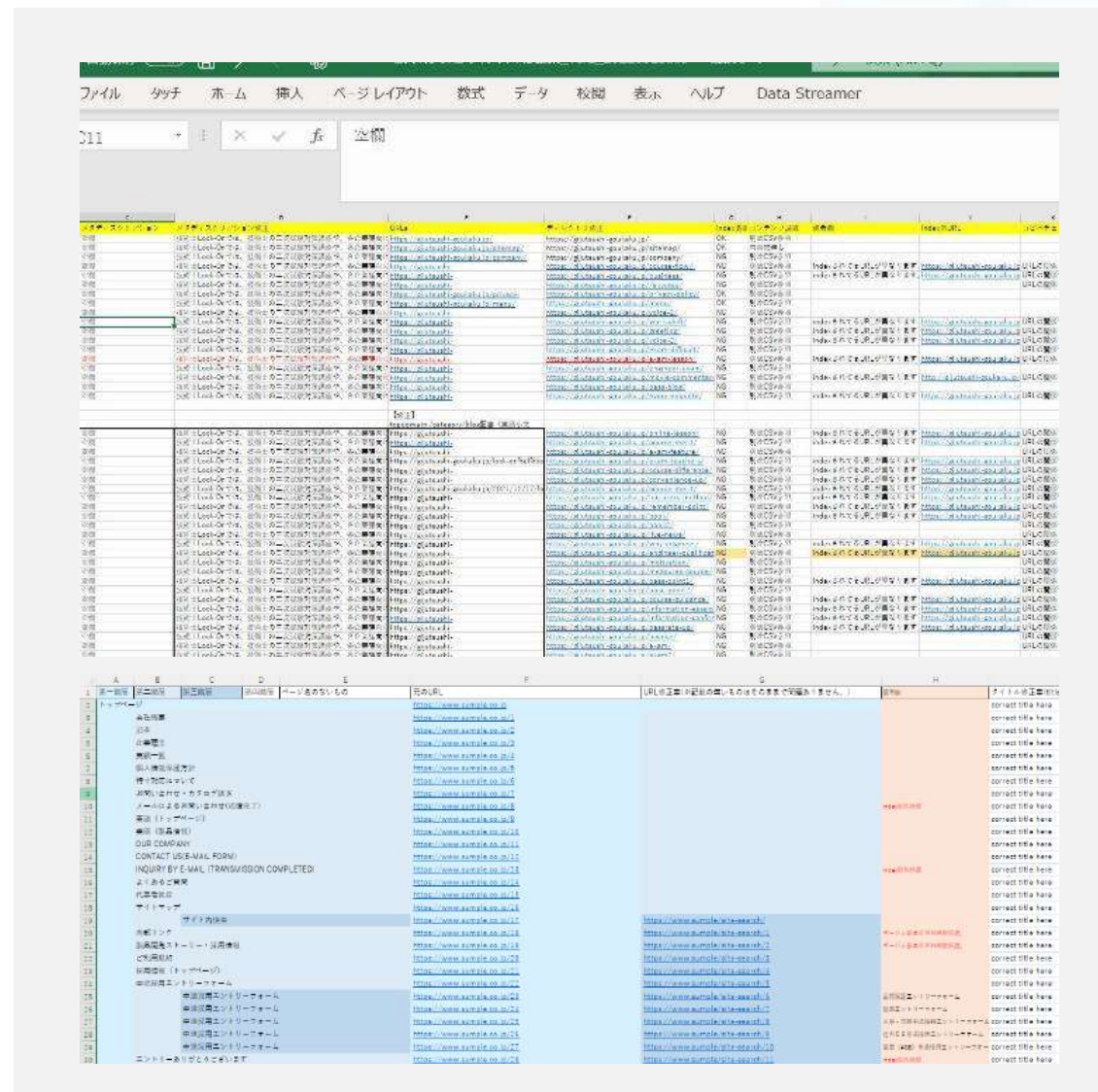
# テクニカル修正診断書

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。



カテゴリ	内容の概要	主な表示例
記事 (Article)	ニュース・ブログ・スポーツなどの記事に画像付きで表示	サムネイル付きタイトル
パンくずリスト (Breadcrumb)	サイト階層を示す	パンくずリンク表示
カルーセル (Carousel)	同一サイトの複数情報をスライド表示	レシピ・コース・映画など
コースリスト (Course)	教育コースの一覧表示	タイトル・提供者・説明
データセット (Dataset)	データセット検索での表示	科学・統計データなど
ディスカッションフォーラム	ユーザー投稿のスレッド型コンテンツ	フォーラムや掲示板
教育向けQ&A	学習用の質問・回答形式	フラッシュカード形式
雇用主の総合評価	企業の評価を表示	Google求人検索での評価
イベント	日時・場所付きイベント情報	コンサート・展示会など
よくある質問 (FAQ)	質問と回答のリスト形式	折りたたみ式の質問一覧
画像メタデータ	著作者・ライセンス情報など	画像検索での表示
求人情報	仕事の詳細情報	求人検索リッチリザルト
ローカルビジネス	店舗情報や営業時間	ナレッジパネル
数学の解法	数学問題と解法を提示	チュートリアル形式
映画	映画リストのカルーセル表示	タイトル・監督・画像
組織 (Organization)	企業名・ロゴ・連絡先	ナレッジパネル
商品 (Product)	価格・在庫・レビュー情報	ECサイトの商品情報
Q&Aページ	質問と複数回答の形式	質問スレッド表示
レシピ (Recipe)	材料や調理時間などを表示	カルーセル表示
クチコミ抜粋	レビューや星評価を表示	星付きスニペット
ソフトウェアアプリ	アプリ情報・評価・リンク	ストア情報表示
民泊 (Vacation Rental)	宿泊施設情報・評価	民泊リスト表示
動画 (Video)	動画情報やライブ配信	検索結果で再生可能



○構造化データチェックツール  
<https://validator.schema.org/>

○ワードプレスプラグイン  
 Markup (JSON-LD) structured in schema.orgなど

○構造化データ マークアップ支援ツール  
<https://www.google.com/webmasters/markup-helper/>

# 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)

フローチャート: ヒーローページ(1階層目) → ミドルワード(2階層目) → スモールワード(3階層目) → コラム(テーマごとに仕分)

問題点リスト:

- guide
- qa (8ページ)
- kaigo/ (277ページ (tag含む))
- irei/ (117tagページ) ○ガイドのページ
- irei\_lav/ (67ページ) NOインデックスページ多数
- page-irei/ (135ページ) 入居相談事例
- report/ (90ページ) 長学レポート ※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
- riog/ (59ページ) tag 71peji
- ry (地名) 00番00町 00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

1 【伊賀市】 老人ホーム・介護施設一覧  
 2 【伊賀市】 認知症グループホーム老人ホーム・介護施設一覧  
 3 【伊賀市】 住宅型有料老人ホーム・介護施設一覧  
 4 【伊賀市】 高齢者住宅老人ホーム・介護施設一覧  
 5 【伊賀市】 老人ホーム・介護施設一覧  
 6 【伊賀市】 入居一時金0円の老人ホーム・介護施設一覧  
 7 【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  
 8 【伊賀市】 自立 専任 専任介護士可の老人ホーム・介護施設一覧

# コンテンツSEO指南

弊社コンテンツチームを統括しておりますディレクターよりコンテンツ作成の指南をさせていただきます。

ペルソナやカスタマージャーニーの作り方から記事構成方法までを解説。ご要望に応じて、将来的なインハウス化まで対応させていただきます。

ペルソナの作り方	カスタマージャーニー
キーワード最適化記事の作り方	上位表示する記事ノウハウ
コンテンツディレクション	ライター発注方法
#ハッシュタグ戦略	コンテンツ作成の流れ

はじめに.....	3	第2章 コンテンツ制作の流れ.....	
第1章 コンテンツマーケティングを成功させるためのステップ.....	4	1. ペルソナの作成.....	
1. ゴール設定.....	6	2. カスタマージャーニーマップの作成.....	
・ブランディング.....	6	3. キーワードの決定.....	
・リードナーチャリング.....	6	4. ユーザーインサイトの深堀(検索意図の推測.....	
・エンゲージメントの増加.....	6	5. 上位コンテンツの分析.....	
・ロイヤリティの向上.....	6	6. 共起語とサジェストキーワードの調査.....	
・オピニオンリーダーとしての確立.....	6	7. 記事構成の作成.....	
2. ペルソナ設計(ターゲット設計).....	7	8. 記事ライティング.....	
3. コンテンツ設計.....	8	9. 記事タイトルの確定.....	
・認知フェーズ.....	8	10. アイキャッチ画像、図表の作成、description.....	
・評価フェーズ.....	8	11. 公開.....	
・購入フェーズ.....	8	第3章 東京 SEO メーカーのコンテンツ制作.....	
4. エディトリアルカレンダーの作成.....	9	1. コンテンツ SEO の重要性.....	
5. KPI の測定.....	9	2. キーワード戦略の決定、マッピング、トピック.....	
		3. 競合記事調査、要素分析.....	

1	2	3	4
3	新規記事作成	既存記事で改善が必要な記事「更新」	既存記事で改善が必要な記事「更新」
4	0101		
5	記事内容		
6	記事タイトル		
7	記事本文		
8	記事本文		
9	記事本文		
10	記事本文		
11	記事本文		
12	記事本文		
13	記事本文		
14	記事本文		
15	記事本文		
16	記事本文		
17	記事本文		
18	記事本文		
19	記事本文		
20	記事本文		
21	記事本文		
22	記事本文		
23	記事本文		
24	記事本文		
25	記事本文		
26	記事本文		
27	記事本文		
28	記事本文		
29	記事本文		
30	記事本文		
31	記事本文		
32	記事本文		
33	記事本文		
34	記事本文		
35	記事本文		
36	記事本文		
37	記事本文		
38	記事本文		
39	記事本文		
40	記事本文		
41	記事本文		
42	記事本文		
43	記事本文		
44	記事本文		
45	記事本文		
46	記事本文		
47	記事本文		
48	記事本文		
49	記事本文		
50	記事本文		
51	記事本文		
52	記事本文		
53	記事本文		
54	記事本文		
55	記事本文		
56	記事本文		
57	記事本文		
58	記事本文		
59	記事本文		
60	記事本文		
61	記事本文		
62	記事本文		
63	記事本文		
64	記事本文		
65	記事本文		
66	記事本文		
67	記事本文		
68	記事本文		
69	記事本文		
70	記事本文		
71	記事本文		
72	記事本文		
73	記事本文		
74	記事本文		
75	記事本文		
76	記事本文		
77	記事本文		
78	記事本文		
79	記事本文		
80	記事本文		
81	記事本文		
82	記事本文		
83	記事本文		
84	記事本文		
85	記事本文		
86	記事本文		
87	記事本文		
88	記事本文		
89	記事本文		
90	記事本文		
91	記事本文		
92	記事本文		
93	記事本文		
94	記事本文		
95	記事本文		
96	記事本文		
97	記事本文		
98	記事本文		
99	記事本文		
100	記事本文		

## 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。

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、お客様の職種	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YouTuber、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：マーケティング、広報管理職の経験クラス、40代	業種：営業支援事業、業務支援事業 規模：中規模 担当者の年齢：マーケティング、広報管理職の経験クラス、40代	業種：不動産投資商品の販売 規模：大手 担当者の年齢：マーケティング、広報管理職の経験クラス、40代	本人	私立大学 担当者の年齢：広報管理職の経験クラス、50代
ニーズ（どういった要望があったか）	社外から社外を起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られなくしたい。Jnumberなどの電話番号検索を見られなくしたい。「監理会社」などの監理口コミサイトが悪いので、そこそこ見られたい。もっとよく見られたい。	利回りの高い不動産投資商品の	Amazonからの検索申請の拒否やサイトが多くて困りました。また、不審を特定され、過去の経歴なども調べられネガティブな書き方でもなされてしまいました。	過去にあった心みや、学術的なサイト、「ラン」などのネガティブワード、学術的監理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）		テレビ番組がかなり積極的にやっている会社で掲載した先の会社からGoogleマップやJnumberなどの掲載地に悪評を寄せられている。			
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悪い逆SEO対策でネガティブ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投稿が載っているサイトを見えなくする。監理口コミサイトは、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ワードや記事の掲載率を下げた。また、SNSでもネガティブな書き方が多く見られるように見せかけた。中立的な投稿によって押し下げた。	YouTube名のサジェストに「本人」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。監理口コミサイトは逆SEOによる押し下げ。
最初のタッチポイント					

- ・ 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



**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。

**サイコグラフィック**

WEB担当者として実力を発揮できず、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。

**スキル**

Public Speaking	92%
Copywriting	90%
Design Graphic	98%

**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	実店舗未訪
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

# WEB解析

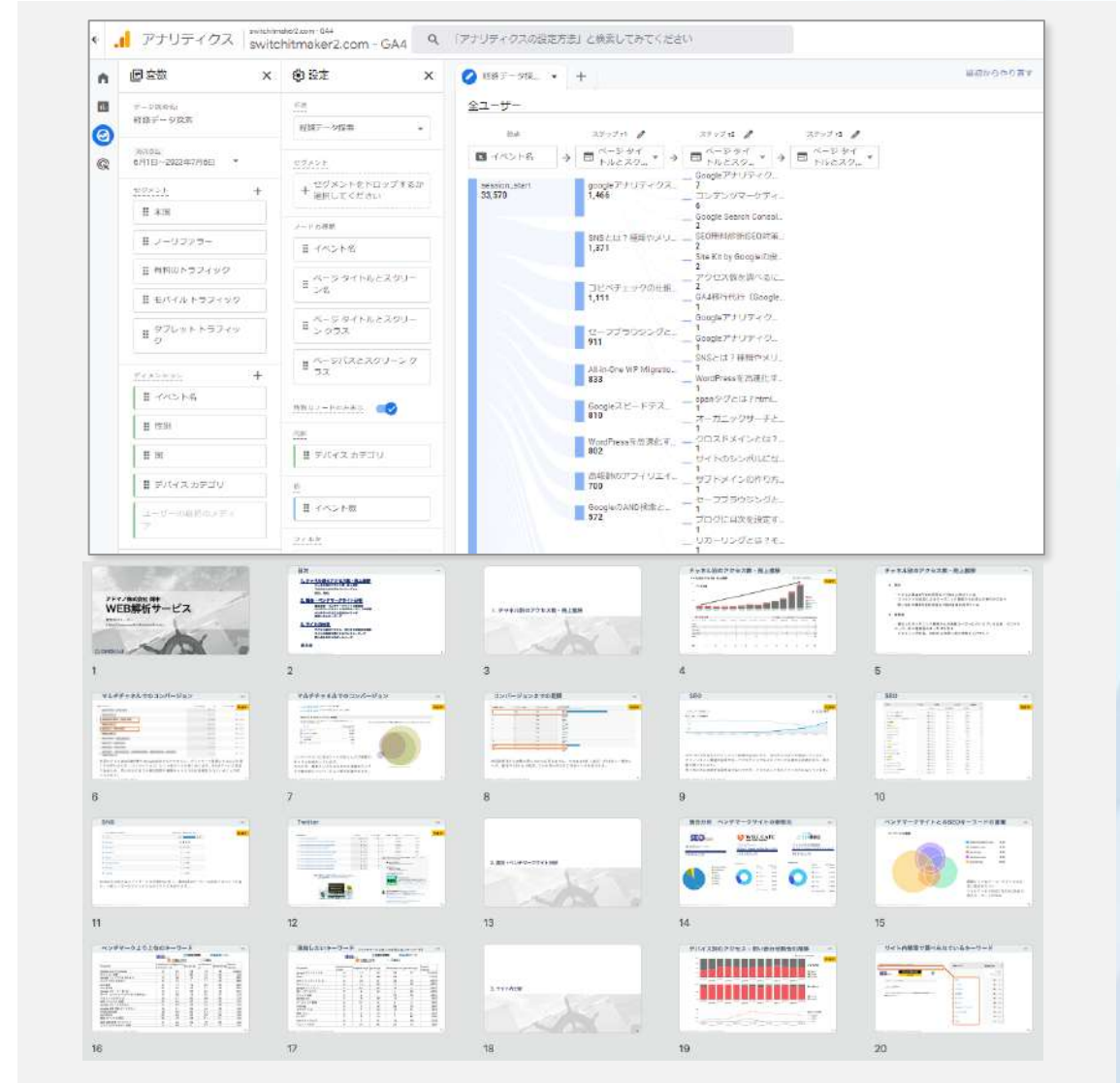
## データ分析によるWEB解析レポート

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

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

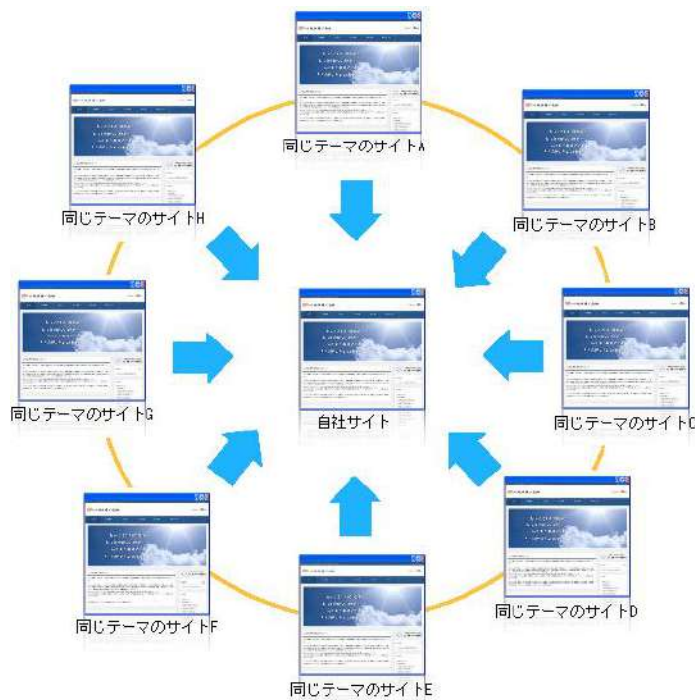
1. 相互リンク（ディレクトリ登録などのリンク）
2. はてなブログなどで自分でサイトを作ったのリンク
3. ランキング調整目的のロボット向けのリンク
4. 自然リンクでも順位が落ちるリンクがあります。  
（スパムスコアが高いサイトからの自然リンク）

### ◎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



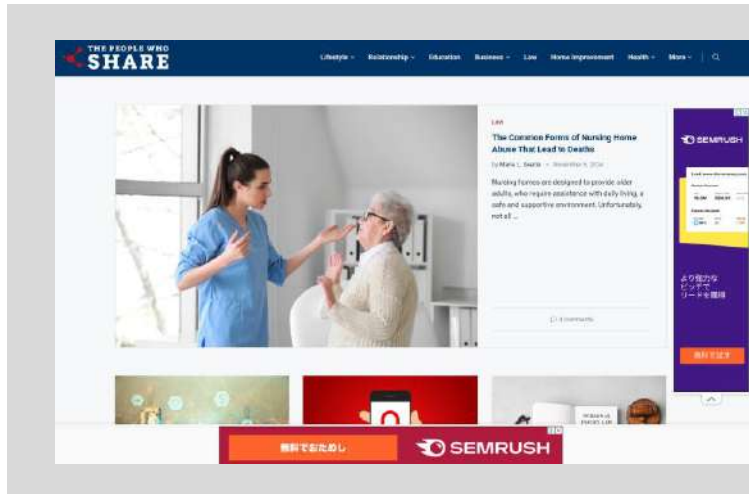
## ユーザー向けのメディアサイトからのリンク獲得



### ◎順位が上がる・効果抜群の理由

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. ドメインオーザ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

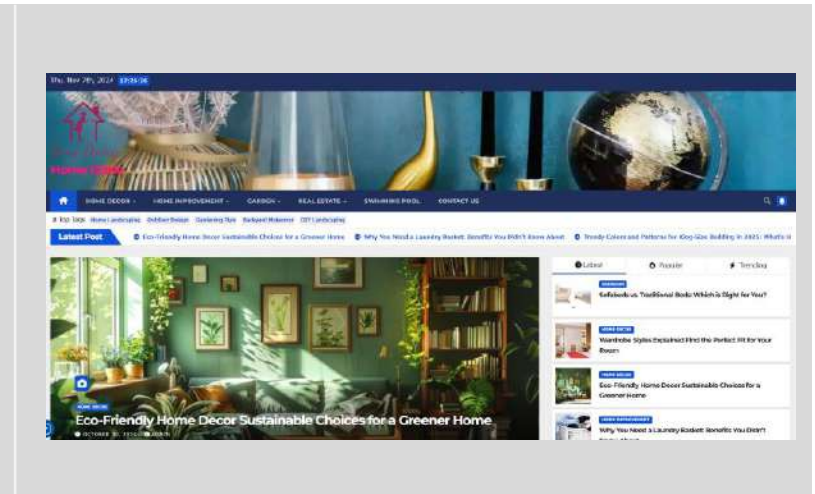
アメリカの外部リンク



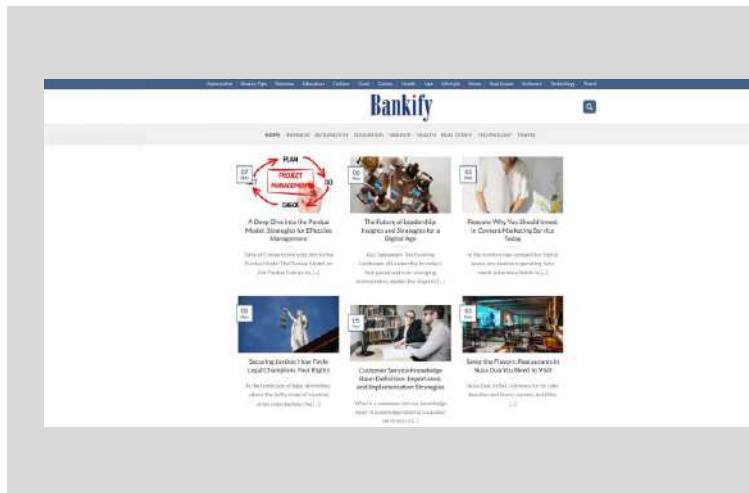
<https://www.thepeoplewhoshare.com/>



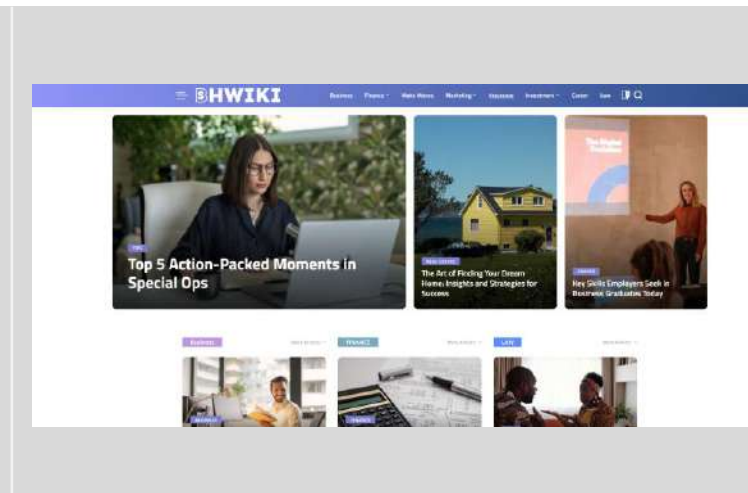
<https://hobbylobbyhours.us/>



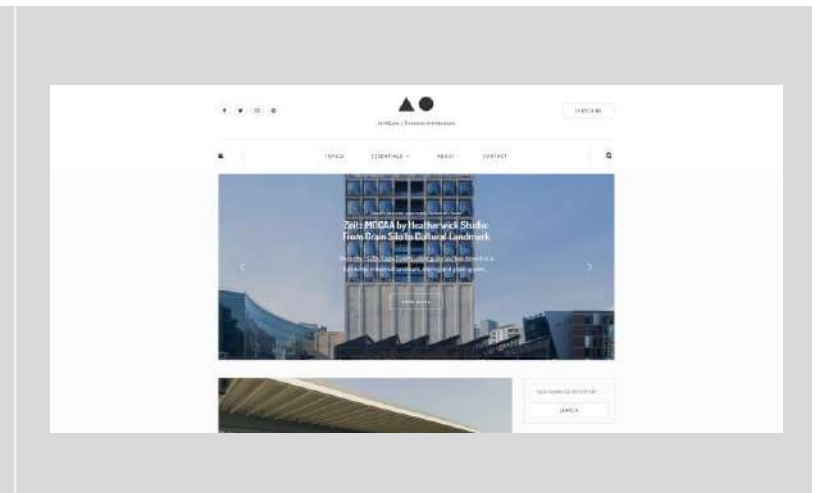
<https://homediarie.com/>



<https://thebankify.com/>

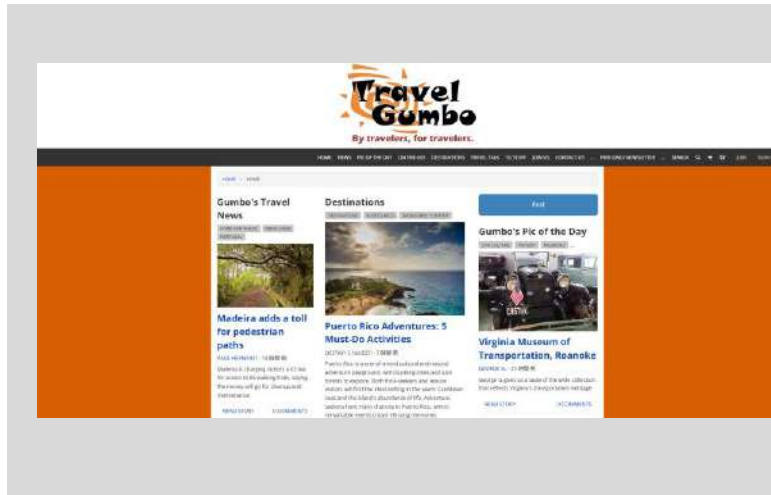


<https://bhwiki.com/>

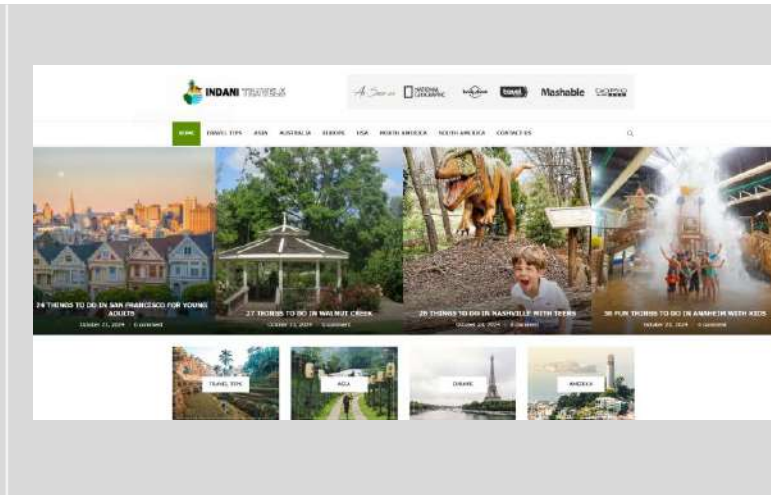


<https://archeyes.com/>

外部対策サイトの一例 (2)



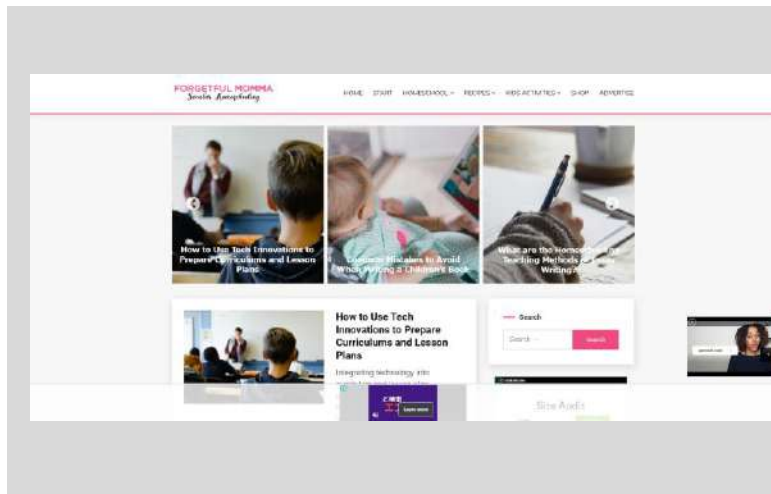
<https://www.travelgumbo.com/>



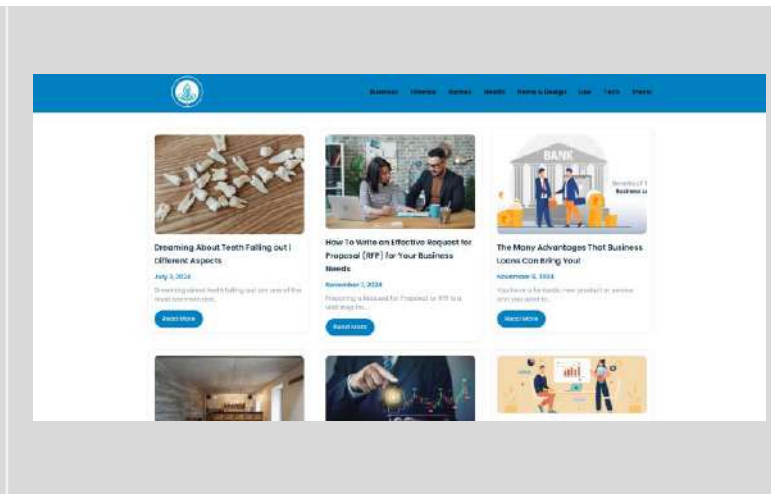
<https://indanitravels.com/>



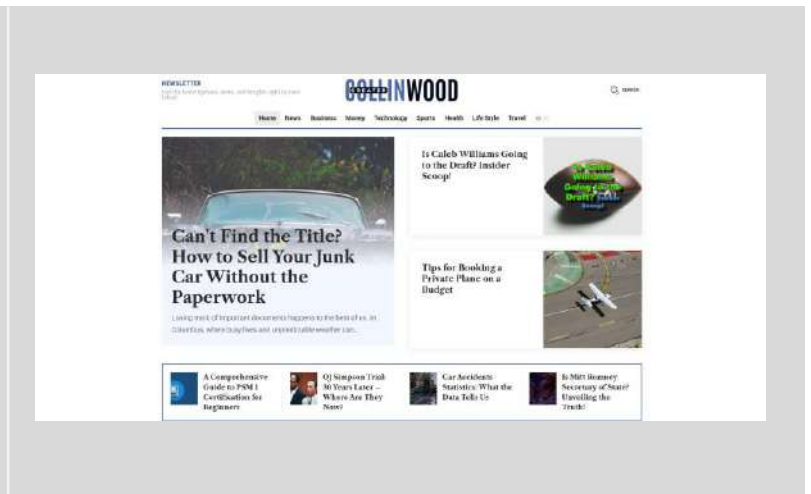
<https://forbesopinion.com/>



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

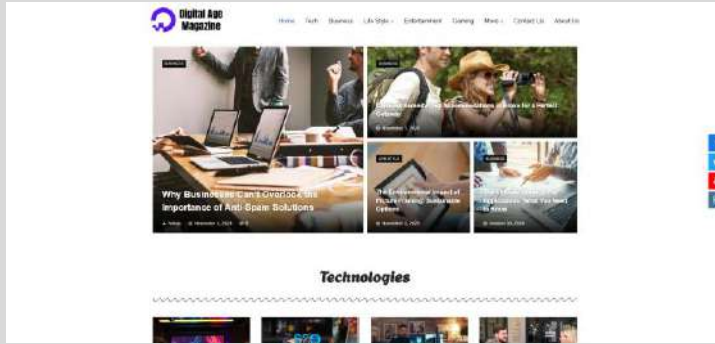


<https://spiritmeans.com/>

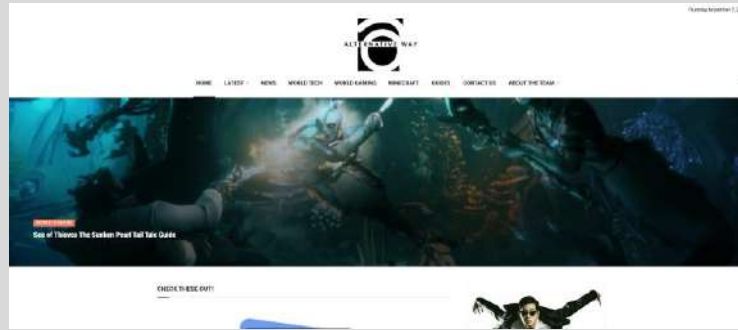


<https://greatercollinwood.org/>

外部対策サイトの一例 (3)



<https://digitalagemagazine.com/>



<https://alternativeway.net/>



<https://home-hearted.com/>



<https://greatergc.com/>



<https://rapidhomedirect.com/>



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

オンラインミーティング

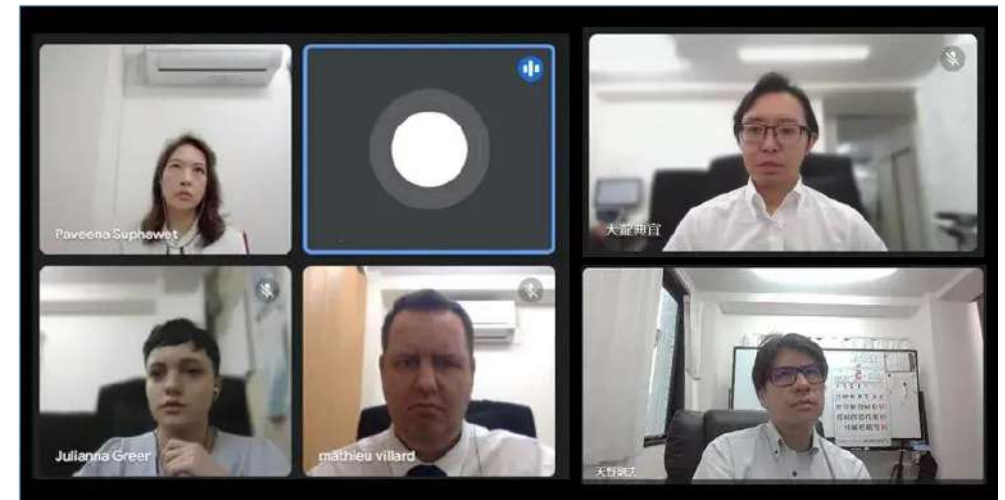
GoogleMeet等のオンラインミーティングツールを使用して、コンサルティングを行わせて頂きます。

- ・ 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



# 施策実施のスケジュール

# 施策実施のスケジュール（1か月目～6ヵ月目）

施策実施の大まかなスケジュールとなります。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。

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 アメリカ市場3C分析	サイト内部修正診断書 テクニカルSEO診断書		修正されたサイト内部のチェック		
SEO外部対策	低品質なリンク調査&否認申請 タイアップ記事の作成5本	アメリカメディアサイトからリンク獲得5本	タイアップ記事の作成5本～10本	アメリカメディアサイトからリンク獲得5本～10本	タイアップ記事の作成5本～10本	アメリカメディアサイトからリンク獲得5本～10本
コンテンツSEO実施	コンテンツレクチャー		コンテンツディレクション	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 問題点洗い出し	オンラインMTG 問題点对応 WEB解析	オンラインMTG	オンラインMTG 問題点洗い出し	オンラインMTG WEB解析 成果報告
御社対応事項		コンテンツ用意 サイト内部修正	コンテンツ修正 サイト修正	コンテンツ用意		コンテンツ修正 成果確認

← SEO基礎固め →

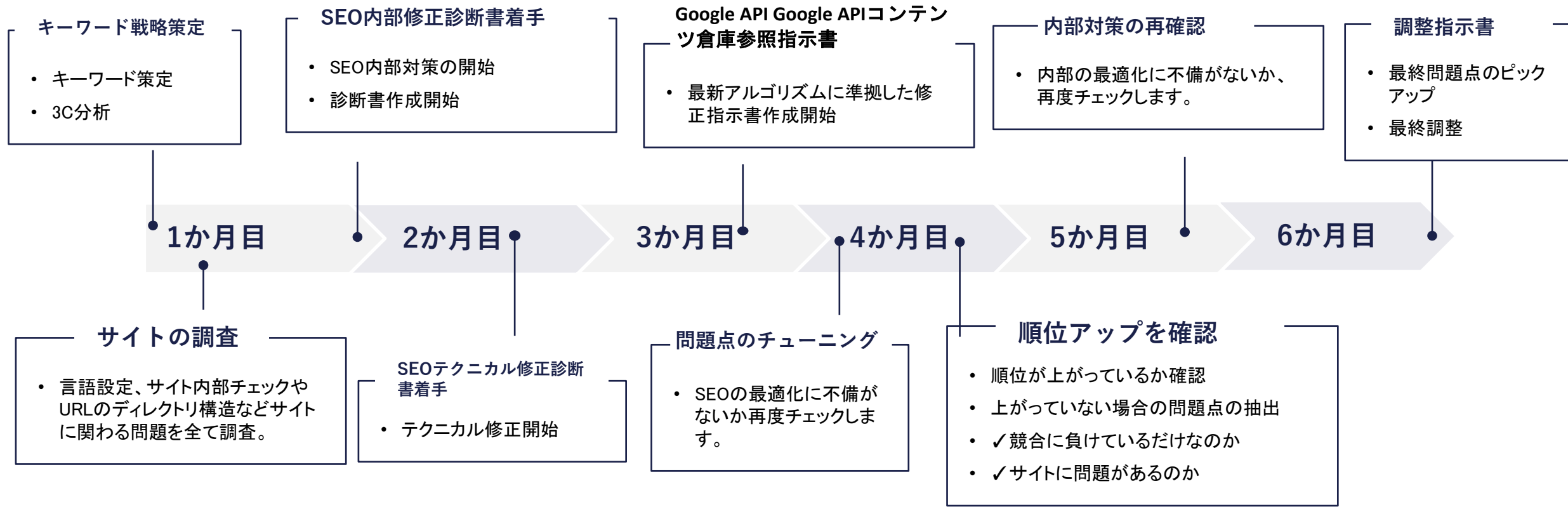
# 施策実施のスケジュール（7か月目～12ヵ月目）

施策実施の大まかなスケジュールとなります。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。

施策	7ヶ月目	8ヶ月目	9ヶ月目	10ヶ月目	11ヶ月目	12ヶ月目
SEO内部対策	キーワード・PLPのランキングチェック		テクニカルSEOチェック エラースコア確認		問題点洗い出し	問題点对応
	上位表示していないキーワードの個別最適化施策/月1回 原因調査とソリューションを提示					
SEO外部対策	低品質なリンク調査&否認申請					低品質なリンク調査&否認申請
	上位表示しないキーワードへの直リンク獲得開始 個別キーワードの状態をチェックしリンク獲得。					
コンテンツSEO実施	コンテンツディレクション					
	コンテンツ確認	コンテンツ修正	効果検証	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	オンラインMTG
		問題点洗い出し	問題点对応		問題点洗い出し	WEB解析
			WEB解析			成果報告
御社対応事項	コンテンツ用意	コンテンツ修正	コンテンツ用意	コンテンツ修正	コンテンツ用意	コンテンツ修正
	問題点对応		成果確認	問題点对応		成果確認

← SEOフェーズ2/LLMO基礎固め →

- 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。



なぜ1年コースの方が良いのか

アメリカSEOは「6か月で立ち上げ、1年で成果を最大化する」施策です。そのため、ROI・安定性・費用対効果のすべてで1年コースが優位です。

項目	6か月コース	1年コース
目的	SEO基盤の構築	収益化・安定成長
フェーズ	調査・設計・初期実装	改善・強化・拡張
検索順位	上昇し始める段階	上位定着・面展開
トラフィック	増加傾向	安定+継続成長
CV (問い合わせ)	まだ限定的	明確に改善
コンテンツ	初期制作中心	改善+横展開
被リンク	初期獲得	質・量ともに最適化
アルゴリズム耐性	低~中	高 (変動に強い)
投資回収	未回収	回収フェーズ
長期ROI	△	◎

## 《アメリカSEOの特性》

- ・競合が非常に強い
  - ・Google評価には時間差 (3~6か月) がある
  - ・コンテンツ・被リンクの効果は後から効いてくる
- 6か月は「仕込み期間」  
→成果が最大化する直前で終了してしまう

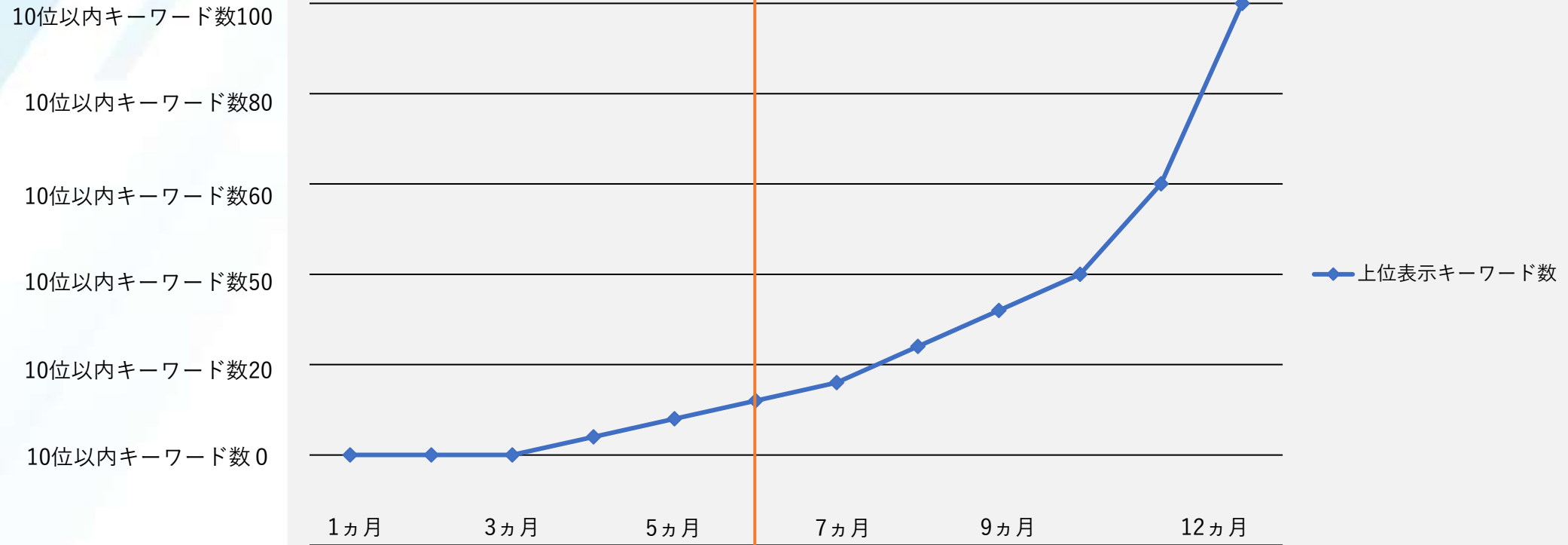
## 《成果が出るまでの時間軸》

期間	状況	成果
1~3か月目	調査・戦略設計・内部修正	→ 目に見える成果はまだ出ない
4~6か月目	検索順位が上昇し始める	→ トラフィック増加
7~12か月目	上位定着・CV改善	→ SEOが「資産」になる

## 1年コースが「おすすめ」の理由

- ☑ 成果が出るフェーズまでカバー (外部リンクのサービスあり)
- ☑ Google評価が安定し順位変動が減少
- ☑ データを元にした改善が可能。長期戦略。
- ☑ 全体基礎→土台作り→個々の問題点解消→SEO応用/LLMO対策へ展開できる
- ☑ 6ヵ月だとLLMO対策まで手が届かないが、1年あれば、LLMO対策まで実施できる

上位表示キーワード数



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）

# 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 ( <a href="https://www.switchitmaker2.com/">https://www.switchitmaker2.com/</a> )
会社名	アドマノ株式会社 ( <a href="https://admano.co.jp/">https://admano.co.jp/</a> )
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  
加藤 紅実子

最難関私大文学部を卒業後、大手新聞社に就職。その後、編集プロダクションに所属。「文章を書くこと」に深い誇りを持ち、あらゆるジャンルのコンテンツの編集、監修を担っている。「正確な校閲視点」と「読者の検索意図を深く読み解く力」で様々なクライアントのメディアの価値を高めている。SEO視点でのコンテンツディレクションからライティングのスキルも高くたくさんの記事で1位獲得実績がある。



SEOコンサルタント・  
コンテンツディレクター  
五十嵐 凌

出版社にてWeb・紙媒体の編集およびコンテンツディレクションを経験。検索意図を踏まえた企画設計から構成作成、原稿進行管理、品質チェックまでを一貫して担当。音楽専門Webメディアでは、コンテンツ改善と運用最適化により、閲覧数を2年間で3倍以上、SNSフォロワー数を2倍以上に成長させた。その後、技術専門出版社にて専門誌およびWebメディアの編集を担当。検索成果と品質を両立させるディレクションを強みとしている。



コンテンツディレクター  
SEOライター  
鈴木 聡子

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。

## 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。



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

担当：ドイツ、ヨーロッパ

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mano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  
Jayde Crawford  
ジェイド クロフォード

担当：アメリカ

ワシントン州シアトル出身。ウェスタンガバナーズ大学でデジタルマーケティングの修士号を取得。2020年に日本に移住後、国際教育分野で働いた後、ソーシャルメディアとコンテンツ戦略に特化したデジタルマーケティングコンサルティングに従事。アドmanoでは、英語コンテンツの作成に加え、欧米市場向けのSEOやデジタルマーケティング戦略に関するコンサル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

## サポートスタッフ



WEBデザイナー  
UIUX担当

伊藤 美穂

新卒入社後、デザイナーとしてキャリアをスタート。Webデザイン制作を中心に、コンテンツ設計やUI/UXの改善に携わる。ユーザー視点を重視したデザイン提案を得意とし、データや要件を踏まえた柔軟な表現力が強み。トレンドや最新のデザイン手法を積極的に取り入れながら、チームやクライアントの意図を的確に形にすることで、プロジェクト全体を支えている。



WEBマーケター  
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。アドマノのフランス支店の担当者として活躍中。



コンテンツライター  
Greer Julianna Hope  
グリア ジュリアナ ホープ

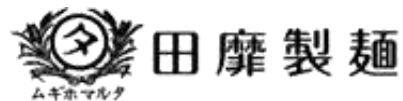
担当：英語圏

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。

※他社内にデザイナー2名、エンジニア2名、コンテンツスタッフ3名在籍

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



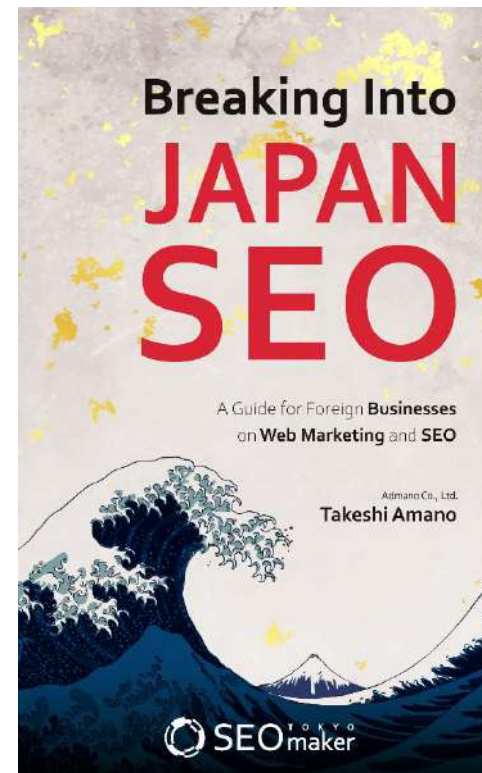
最新書籍

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。