

データベース型サイト SEO/LLMO参考資料

データベース型サイトはページ単位ではなくテンプレート単位で改善し、クロール→インデックス→PLP→ランキングのファネルで課題を切り分けます。その上で内部テクニカル × AIO の両輪を整えます。

検索エンジンの4プロセスで課題を切り分ける



データベース型SEOで意識すべき3つの原則

① クロール・インデックスの最適化

数百万～数億ページのうちGoogleは優先度を付けてクロール。インデックス価値の認識・クロール導線の担保・クロール効率の3点を整える

② PLP (Preferred Landing Page) の一致

狙ったKWで狙ったページが表示される状態をモニタリング。不一致のままだと順位もCVRも上がらない

③ ページテンプレート単位で改善

個別ページではなく「カテゴリLP」「文例詳細」等のテンプレートに施策を打ち、大量ページを一度に改善する

貴社サイトでの具体的な論点 (内部・テクニカル × AIO)

内部・テクニカルの論点 (土台づくり)

診断カテゴリ	主な確認項目	改善方向
クロール・インデックス	robots.txt, sitemap.xml, canonical, noindex, 404/リダイレクト	重要URLを確実にクロール・インデックス
テンプレート	title, description, H1/H2, パンくず, ページ重複	検索意図に合わせページの役割を明確化
商品詳細ページ	商品名, 価格, 在庫, 配送, レビュー, 画像, 関連商品	Product構造化データなど
一覧・絞り込みURL	カテゴリ, 並び替え, 検索結果, 重複URL, ページネーション	重複制御と内部リンク設計を最適化
UX・CV導線	文例選択, 配送可否確認, 商品選択, 注文完了までの離脱	SEO流入から申込までのEFO/CRO改善

AIO対策の論点 (情報構造の整備)

AIO施策	ページ上での実装イメージ	期待される効果
情報設計	ページ冒頭に「結論」「条件」「次の行動」を配置	AI検索・通常検索の双方で回答性を高める
Q&Aブロック整備	質問文を見出し化	AIが引用しやすい単位で情報を整理
表形式の情報整理	料金, 配送時間, 法人/個人会員差分, 用途別おすすめを表に	比較・要約クエリで参照されやすくする
エンティティ整理	運営会社, 許認可, 配送網, 法人会員などを統一表記	サイト全体の事業理解・信頼性を補強
根拠情報の明示	料金・受付時間・対応地域・注意書き・更新日を明確化	ユーザーにもAIにも誤解されにくい情報構造へ

まずは検索エンジンに正しく理解されるためのSEO基盤を整え、その上で既存の強い情報資産を「検索意図別の回答ページ」として再設計します。基盤を整えることでAIO施策の効果も高まりやすくなります。

STEP 1 SEO基盤強化 検索エンジンに正しく評価される土台

優先度	施策	内容
高	GSC/GA4・順位データ診断	流入クエリ、表示回数、CTR、CV貢献ページ、離脱ページを確認
高	テクニカルSEO診断	クロール、インデックス、canonical、sitemap、404、速度、構造化データを確認
高	重要LPの役割整理	サービスページ、FAQの検索意図と内部リンクを整理
中	商品詳細テンプレート改善	価格、在庫、配送、レビュー、関連商品、構造化データの整備
中	CV導線/EFO改善	配送可否→商品選択→文例→申込完了までの離脱を分析し改善

STEP 2 コンテンツ・AIO強化 既存資産を意図別の回答ページへ再設計

施策カテゴリ	対象ページ	改善内容
既存ページリライト	コラムなど	冒頭要約、FAQ追加、比較表、内部リンク、CTAを整備
文例コンテンツ強化	文例集 / シーン別ページ	「用途×送り先×関係性」別に見出しを再整理し商品導線を接続
マナー・手順系強化	マナー / ご利用ガイド / FAQ	送り方、締切、料金、注意点をAnswer-first形式で整理
比較・料金系コンテンツ	料金 / 比較系コラム	価格体系、配送条件、法人利用メリットを表で明確化
AIO向け統一設計	主要LP全体	Q&A、表、根拠、更新日、関連ページへの内部リンクを統一

優先度 ● 高 = 直ちに着手 ● 中 = 基盤整備後に着手

自社 & 競合調査

結論

御社サイトのパワーを計測。さらに伸ばす鍵は ①内部対策(最適化)と ②外部対策(悪質リンク削除 + 良質リンク獲得)の2点です。

サイトURL <https://www.sample.com/>

ドメイン取得日 20XX年X月XX日

オーガニックトラフィック

○○○○ /月

良好 ブランド 1,752 / 有料 5,819

ランキングキーワード数

○○○ 件

良好 上位3位: 403 / 4-10位: 812

ドメインオーソリティ (DA)

○○/100

中程度 業界平均20-30を上回る

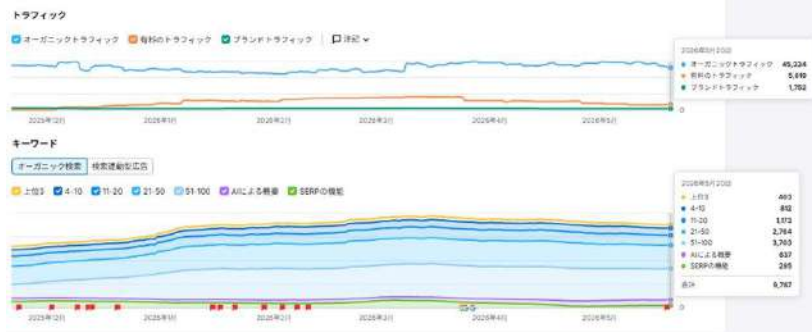
スパムスコア

0 %

要注意 5%以下が理想

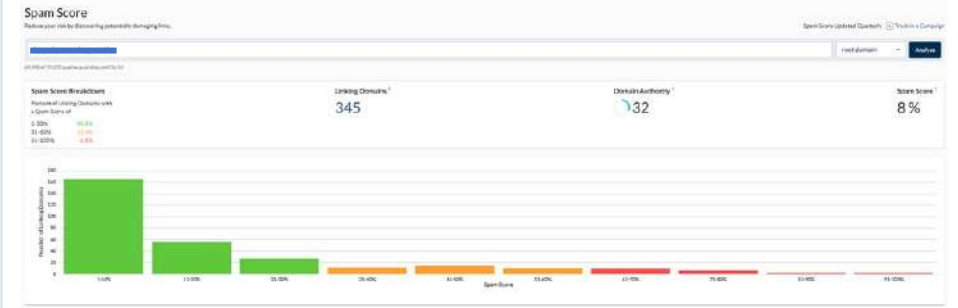
■ トラフィック & ランキングキーワード推移

※Semrush



■ Spam Score 詳細分布

※MOZ



■ 主要キーワード ランキング状況

● 1-3位 ● 4-10位 ● 11位~

キーワード	月間検索数	順位	LP	キーワード	月間検索数	順位	LP
○○○	60,500	9位	一覧	○○○	12,100	3位	一覧
○○○	33,100	2位	一覧	○○○	12,100	8位	一覧
○○○	12,100	3位	一覧	○○○	12,100	12位	記事
○○○	5,400	2位	一覧	○○○	4,400	7位	一覧

■ サイトパワー向上に必要な施策

01

内部対策 (サイト内部の最適化)

タイトル・メタ・Hタグ等の基本SEO項目とコンテンツSEOで検索意図に合致したページを強化。

02

外部対策 (被リンクのクリーニング)

悪質な被リンクを精査・否認し、良質な被リンク(権威ドメインからの言及)を獲得。

「〇〇〇」キーワードでの上位表示競合7社と御社サイトのサイトパワー比較。DA・外部リンク・トラフィック規模の差からポジションを把握します。

順位	会社名	URL	DA	SPAM	インデックス数	外部リンク数	トラフィック	キーワード数
1	〇〇〇	https://www.competitor1.com/	59	0%	31,300	18,500	1,784,002	213,235
2	〇〇〇	https://www.competitor2.com/	89	14%	885,000	85,600	18,068,024	1,402,344
3	〇〇〇	https://www.competitor3.com/	35	6%	537	1,100	103,183	13,684
4	〇〇〇	https://www.competitor4.com/	38	3%	944	1,400	70,036	11,911
5	〇〇〇	https://www.competitor5.com/	57	0%	30,800	13,500	977,327	156,296
6	〇〇〇	https://www.competitor6.com/	27	1%	1,790	168	102,296	8,403
27	〇〇〇	https://www.competitor7.com/	34	2%	1,980	970	38,991	10,796
自社	御社 (〇〇〇)	https://sample.com/	32	8%	973	345	45,334	9,787

色凡例: ■ DA ~39 / SPAM ~4% ■ DA 40-69 / SPAM 5-9% ■ DA 70~ / SPAM 10%~ ※MOZ (DA/SPAM/外部リンク), Semrush (トラフィック/キーワード数)

競合ポジション分析

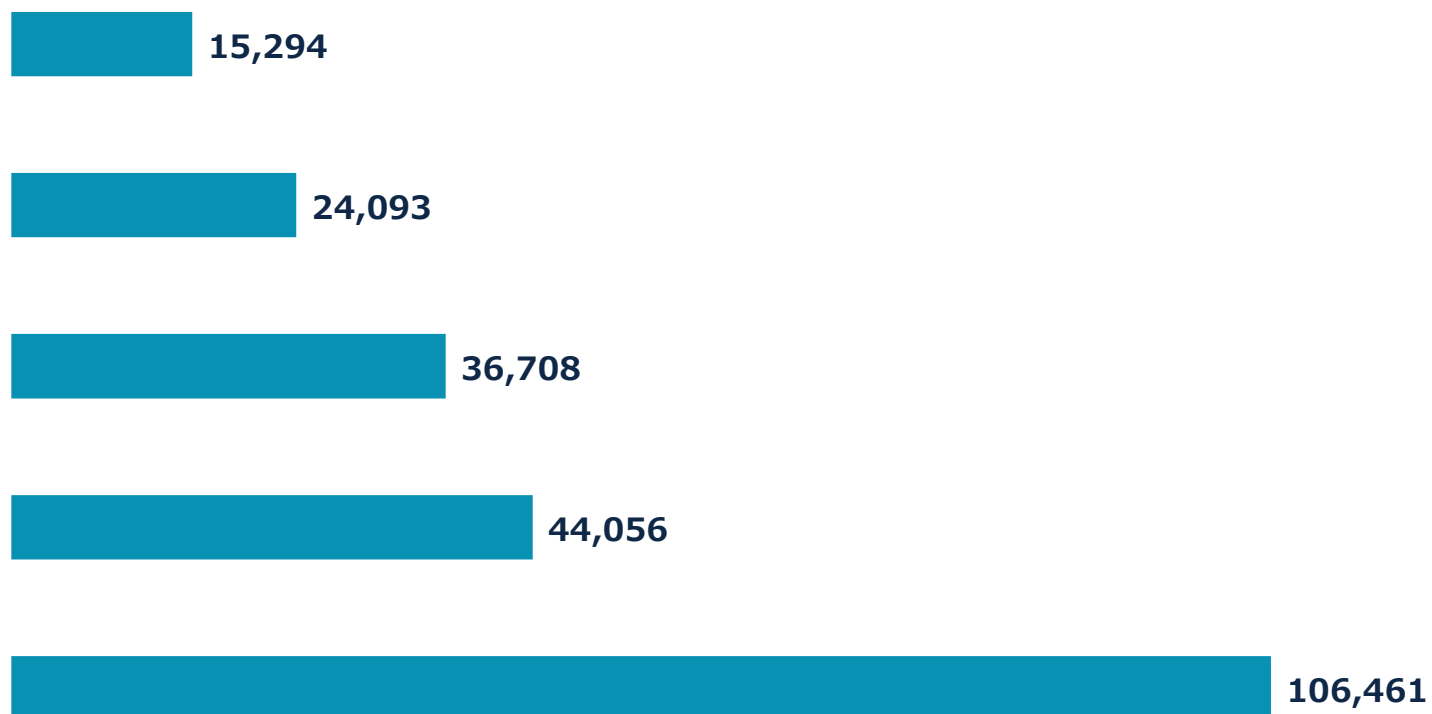
- 巨大競合 (DA70+) 短期的に正面突破は困難。
- 中堅競合 (DA40-69) 次の壁。
- 射程圏内 (DA~39) 御社 (DA32) と同レンジ。これらを優先攻略対象とする。

御社が取るべき方向性

- ▶ Spam Score 8% → 5%未満へ低減
同レンジ競合は全て5%未満。御社のSpam値が突出している。悪質リンク否認が最優先。
- ▶ 外部リンク数 345 → 1,000+ を目標良質リンク獲得を加速。
- ▶ コンテンツSEO強化 キーワード9,787 → 同レンジ競合超え

01 検索流入

Google自然検索（日本）の推定月間流入数 | 出典：Ahrefs



約4.4倍

競合1の月間流入は御社の約4.4倍です。市場全体での差は依然として大きい状況です。

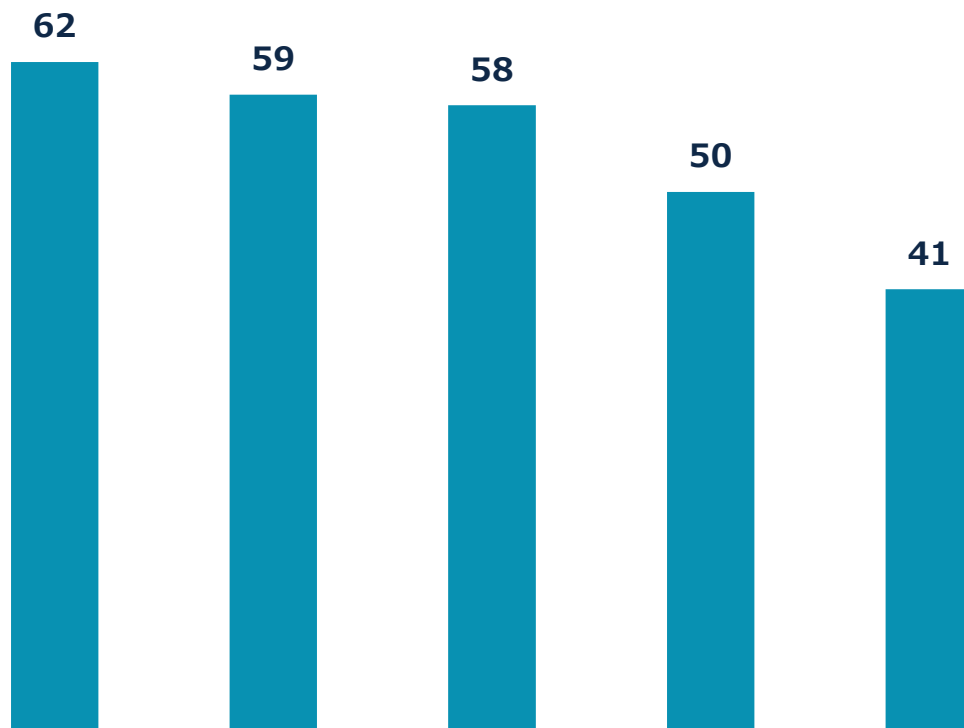
4位 / 5社

御社の流入は5社中4位です。DR50という土台に対して流入が伸びておらず、上位表示の余地が残っていると考えられます。

02 権威性・被リンク

DR=ドメイン評価（100点）、参照ドメイン=リンク元サイト数、被リンク=総リンク数 | 出典：Ahrefs

ドメイン評価（DR）

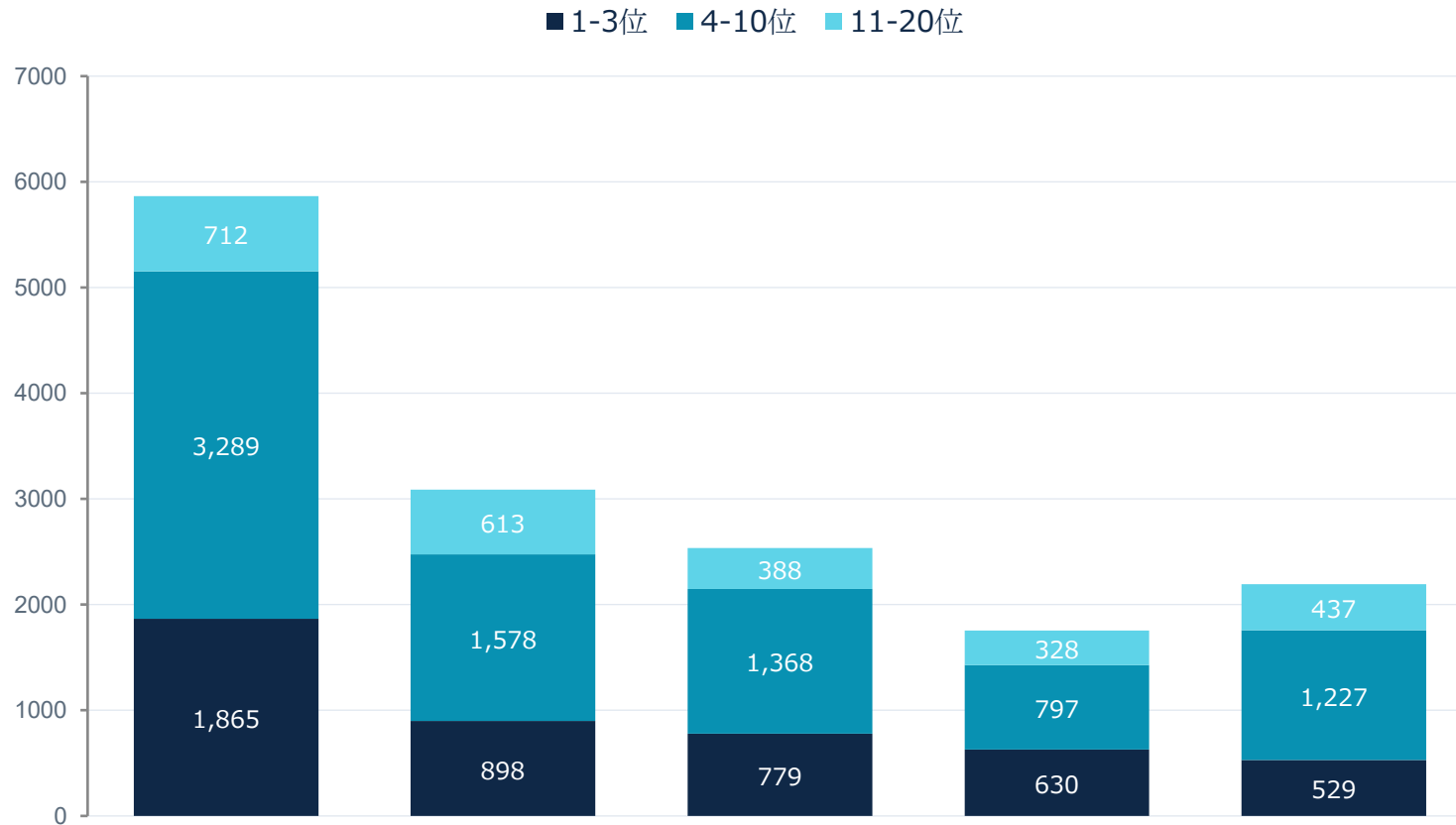


サイト	参照ドメイン	被リンク数
競合1	1,503	52,190
競合2	1,366	17,351
競合3	1,415	5,086
競合4	1,120	340,614
御社	1,008	130,299

考察

参照ドメイン（リンク元サイト数）は5社で大きな差はありません。被リンク総数は競合4と自社が多いものの、これは同一サイトからの大量リンクを含むため、必ずしも質の高さを意味しません。今後はリンク元サイトの数を増やすことが有効です。

上位表示（1-3位）をどれだけ持つかで、実際の流入力が決まる | 出典：Ahrefs



ポイント

● 競合1は1-3位が多い

上位3位以内に1,865語がランクインしており、これが流入の主な要因になっています。

● 御社は上位が少なめ

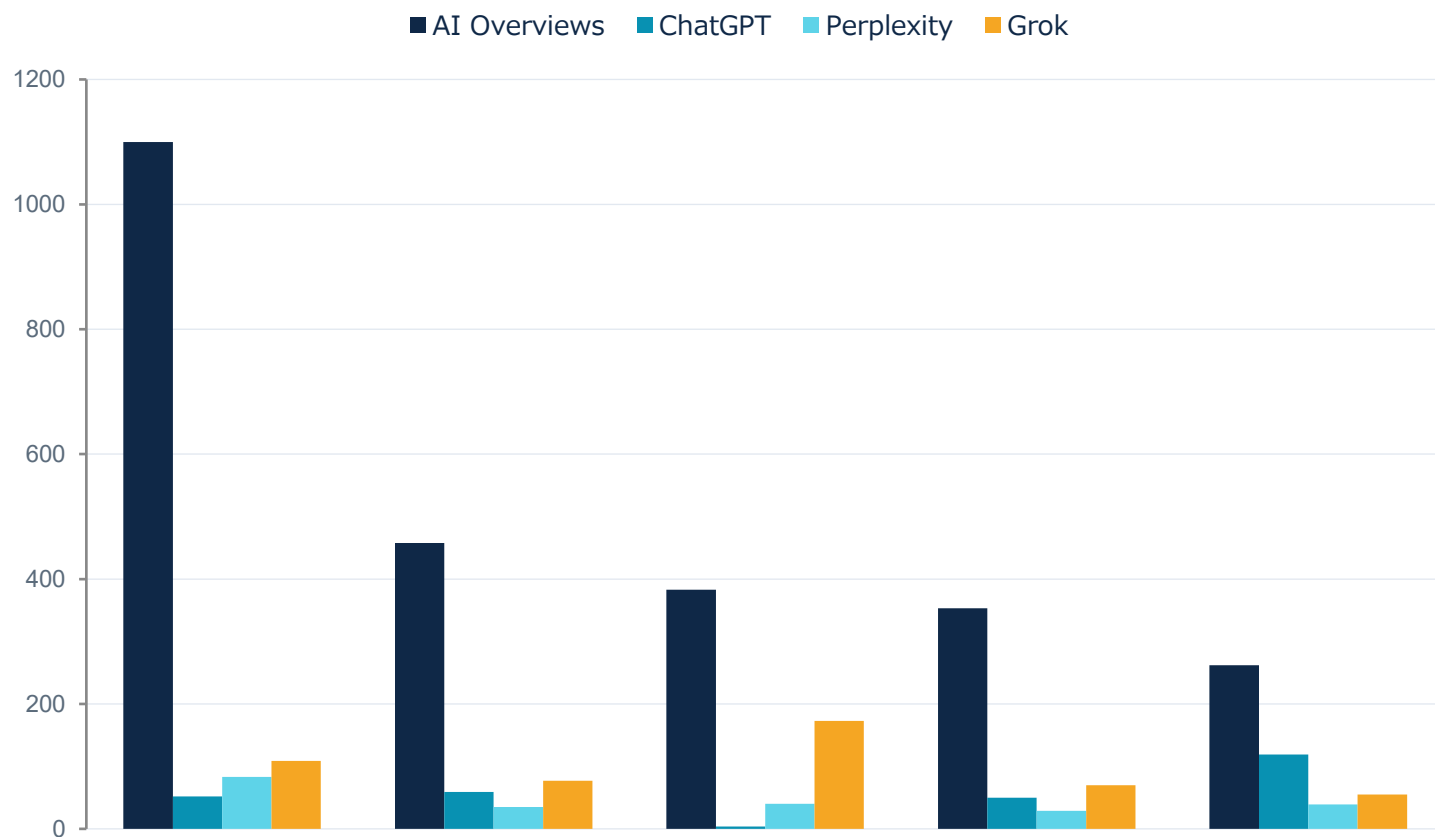
1-3位は630語で4位、4-10位も797語と5社で最も少なく、上位の構築が今後の課題です。

● 改善の方向性

2ページ目(11-20位)に控える328語を1ページ目へ押し上げれば、流入の増加が見込めます。

04 AI引用

AI検索での引用獲得状況 | 出典：Ahrefs Brand Radar 2026年5月時点



考察

- **AI Overviewsで差が大きい**
競合の1,100に対し御社は353。Google検索での強さがAI Overviewsの引用に表れています。
- **御社は中位にとどまる**
どのAIでも引用数は中位以下で、特に目立った強みはありません。
- **AI引用は全体に減少傾向**
直近は各社とも引用数が減っており、AI側の選定基準が変化していることがうかがえます。
- **特定AIで伸びる例も**
御社はChatGPTで119件と多く、規模が小さくても特定のAIで上位に入れることを示しています。

04 AI引用

各AIプラットフォームでの引用数 | 出典 : Ahrefs Brand Radar

サイト	AI Overviews	ChatGPT	Perplexity	Copilot	Grok	合計
競合1	1,100	52	83	16	109	1,360
競合2	458	59	35	16	77	645
競合3	383	4	40	14	173	614
御社	353	50	29	19	70	521
競合4	262	119	39	32	55	507

AI Overviewsが高シェア

5社とも引用の大半がAI Overviewsです。ここでの露出がAI引用全体に大きく影響します。

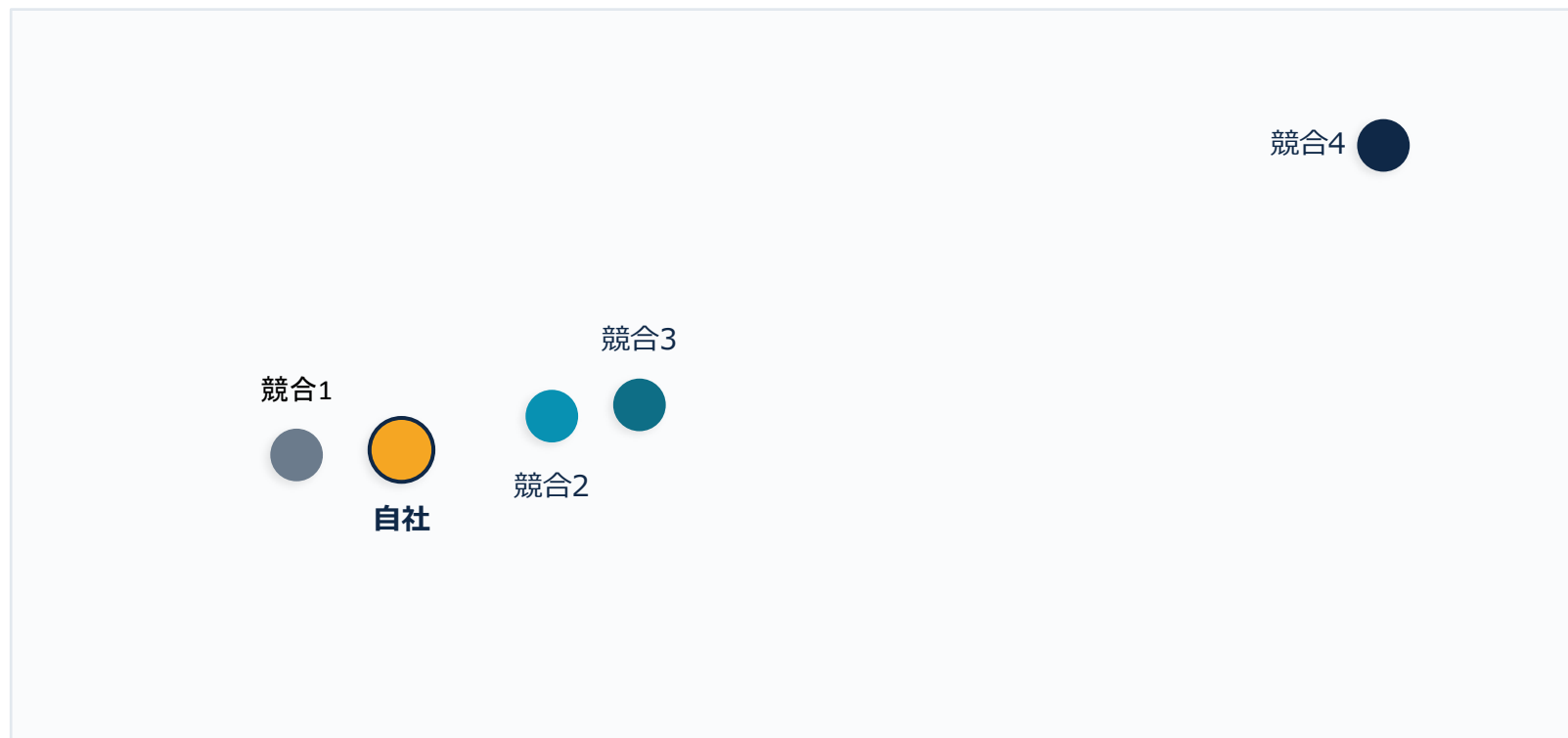
御社の状況

AI Overviewsでの引用を増やすことが当面の重点になります。

05 ポジショニング

横軸=月間自然検索流入、縦軸=AI引用合計。右上ほど両面で強い | 出典：Ahrefs

AI引用 ↑



検索流入 →

ポイント

競合4が右上に位置し、他社を引き離しています。

御社は左下のグループで、流入・AI引用ともに伸ばす余地があります。

検索流入が多い会社ほど、AI引用も多くなる傾向が見られます。

06 まとめ

5社比較から見た御社の相対的なポジション

強み

- **情報コンテンツ資産**
解説記事で安定して上位に表示されており、集客の入口を確保できています。
- **一定のドメイン評価**
DR50を確保しており、土台は競合と十分に競える水準にあります。
- ○○**領域での強み**
○○系の情報では、競合より強いポジションを築けています。

弱み・課題

- **商品・取引KWが弱い**
上位を取る購入直結KWを取りこぼしています。
- **AI引用が中位以下**
AI Overviewsの引用は競合の約3割にとどまります。
- **参照ドメインが少なめ**
1,008サイトで5社中最も少なく、リンク元を増やす余地があります。
- **上位(1-3位)KWが少ない**
630語で4位。流入につながる上位表示を取りこぼしています。

キーワード戦略

◎ランキング中のキーワード一覧

全 9,787 件中の上位流入キーワードを抜粋 (Ahrefs 2026/5/20時点)

#	キーワード	月間検索Vol.	現在順位	ランディングURL	評価
1	○○○	27,000	3位	/column/a097/	○ Top10
2	○○○	21,000	9位	/condolence/	○ Top10
3	○○○	13,000	15位	/column/a027/	△ 改善余地
4	○○○	8,000	2位	/column/a070/	○ Top10
5	○○○	8,000	5位	/column/a081/	○ Top10
6	○○○	7,600	12位	/column/a136/	△ 改善余地
7	○○○	4,600	3位	/column/a032/	○ Top10
8	○○○	4,300	2位	/column/a070/	○ Top10
9	○○○	3,900	9位	/celebration/	○ Top10
10	○○○	3,600	7位	/celebration/s/wedding/	○ Top10
11	○○○	2,000	3位	/column/a145/	○ Top10
12	○○○	500	1位	/column/a044/	○ Top10

上記は御社サイトの流入オーガニックキーワードの一部抜粋(上位流入順)です。コラム記事(/column/)を中心に多数のキーワードでランクインしており、○○○の用語解説系が強み。一方、ビッグKWは2ページ目付近にとどまり、サービスページの内部対策で1ページ目への引き上げが期待できます。

テクニカルSEO部分

◎健全性スコアと問題点サマリ

<p>健全性スコア</p> <p>88 /100</p> <p>良好 93%のユーザーより良い水準</p>	<p>総問題点数</p> <p>4,840 件</p> <p>要対応 エラー1 / 注意1,564 / 通知3,275</p>	<p>クローल対象</p> <p>1,000 ページ</p> <p>完了 検知URL 4,288 (うち1,000を診断)</p>	<p>Domain Trust</p> <p>56 /100</p> <p>中程度 被リンク 245,932 / 参照ドメイン 340</p>
--	--	--	--

■ドメイン指標

ドメイン有効期限	2026/6/18 △ 要更新確認
被リンク数	245,932
参照ドメイン	340
Domain Trust	56 / 100
Google掲載ページ	976
Yahoo!掲載ページ	—
Bing掲載ページ	—

■トップ問題点 TOP5

✖ Canonical URLで3XXステータスコード指定	1 件
⚠ altテキストの欠如	391 件
⚠ 3XXステータスコード	309 件
⚠ 302/303/307 一時的なリダイレクト	205 件
⚠ 3XXリダイレクトページへの内部リンク	213 件

■総合評価

- 強み**
健全性スコア89点と全体的に良好。重大エラーは1件のみ。被リンク245,932・Domain Trust 56と十分なサイトパワー。
- 改善余地**
注意レベル1,564件のうち、リダイレクト関連が827件(53%)を占める。一括解消で大幅改善可能。
- 緊急対応**
ドメイン有効期限が迫っており、更新確認が最優先

◎リダイレクトとインデックス可否の問題

クロール&インデックス エラー

1 件

Canonical URLで3XXステータスコード指定

リダイレクト 注意

514 件

3XX/302/303/307・内部リンク経由

インデックス不可

687 /1,000

Canonical指定 478 + 非200 309

#	問題点	種別	ページ数	対応優先度
1	Canonical URLで3XXステータスコード指定	エラー	1	最優先
2	3XX ステータスコード	注意	309	高
3	302, 303, 307 一時的なリダイレクト	注意	305	高
4	3XX リダイレクトページへの内部リンク	注意	213	高
5	XMLサイトマップ内に3XXリダイレクト	注意	2	中
6	robots.txtファイル内にXMLサイトマップの記述なし	通知	1	中

■ 推奨対応

- ▶ **Canonical URLのリダイレクト解消** /company/privacy_policy/のCanonical指定先を最終URLに修正(エラー1件)
- ▶ **302リダイレクトを301に変更** /example/select/配下に305件の302リダイレクトが存在。永続的な転送なら301に統一しSEOパワー移転を最適化
- ▶ **内部リンクをリダイレクト前URLに更新** 213件の内部リンクがリダイレクト経由。直接最終URLへのリンクに張り替えてクロール効率を改善

◎ページ内コンテンツと検索エンジン向け情報の問題

コンテンツ 注意
593 件
 alt欠如・H1欠如

メタタグ 注意
0 件
 通知4件 (Title・Description)

alt欠如ページ数
491 /1,000
 全クローラページの69.1%

#	問題点	カテゴリ	種別	件数	対応優先度
1	altテキストの欠如	コンテンツ	注意	491	高
2	H1タグの欠如	コンテンツ	注意	1	高
3	重複するDescription	メタタグ	通知	2	中
4	長過ぎるTitle	メタタグ	通知	4	中
5	X (旧Twitter) Card タグの欠如	その他	通知	213	低
6	nofollow外部リンク	その他	通知	3	低

■ 推奨対応

- ▶ **altテキスト一斉設定 (最重要)** 491ページに画像のalt属性が欠如。商品名・シーン名を含めたalt設定で画像検索流入とアクセシビリティを同時改善
- ▶ **H1タグ・メタ情報の修正** /sitemap/にH1欠如、Title4件が長過ぎ、Description2件が重複。各ページの主題に沿った独自タイトル・記述に修正
- ▶ **OGP / Twitter Card の整備** 213ページでTwitter Cardタグ欠如。SNSシェア時の見栄えと拡散効率を改善 (中長期施策)

◎ページ表示速度とCore Web Vitalsの問題

スピード 注意
41 件
 遅いページ36 + LCP/CLS/FCP/TTI

遅いページ
36 ページ
 価格帯フィルタページ等が中心

未圧縮リソース
591 ページ
 JS/CSS/コンテンツの圧縮余地

#	問題点	種別	件数	対応優先度
1	遅いページ表示速度	注意	36	高
2	ラボデータ上のLargest Contentful Paint (LCP)	注意	1	高
3	ラボデータ上のCumulative Layout Shift (CLS)	注意	1	高
4	ラボデータ上のFirst Contentful Paint (FCP)	注意	1	中
5	Time to Interactive (TTI)	注意	1	中
6	JavaScriptが圧縮されていない / 最小化なし	通知	591	中
7	CSSが圧縮されていない / キャッシュなし	通知	591	中
8	未圧縮のコンテンツ / 大き過ぎる画像	通知	692	低

■ 推奨対応

- ▶ **Core Web Vitals (LCP/CLS/FCP) 改善** TOPページでLCP・CLSが基準未達。画像のlazy-load、レイアウトシフト対策、CSS/JS読み込み順序の最適化
- ▶ **JS/CSSの圧縮 (minify) とキャッシュ設定** 591ページが未最小化のJS/CSSを配信。ビルド時の圧縮処理とCDN/サーバキャッシュヘッダ設定で大幅な速度改善が見込める

◎影響度 × 着手しやすさで分類した対応優先順位

影響度 (高) ▲	
影響度: 大 / 着手: 難 戦略的取組み <ul style="list-style-type: none"> JS/CSS最小化・キャッシュ最適化 (691P) Core Web Vitals (LCP/CLS) 改善 altテキスト一括設定 (691P) 	影響度: 大 / 着手: 易 最優先 <ul style="list-style-type: none"> ドメイン更新確認 (2026/6/18期限) Canonical 3XX解消 (1件) 302→301リダイレクト変更 (305P)
影響度: 小 / 着手: 難 後回し可 <ul style="list-style-type: none"> Twitter Card タグ整備 (213P) 外部リンク3XX/4XX修正 (3件) 	影響度: 小 / 着手: 易 ついで対応 <ul style="list-style-type: none"> robots.txtにXMLサイトマップ記述追加 長過ぎるTitle修正 (4件) 重複Description修正 (2件) H1タグ追加 (/sitemap/)
▶ 着手しやすさ (易)	

■ 改善ロードマップ
Phase 1 即時 (~1週間) <ul style="list-style-type: none"> ▶ ドメイン更新確認 ▶ Canonical 3XX解消 (1件) ▶ 302→301変更 (305件)
Phase 2 短期 (~1ヶ月) <ul style="list-style-type: none"> ▶ altテキスト一括設定 (691P) ▶ 内部リンクをリダイレクト先に直接化 (213件) ▶ Title/Description整備
Phase 3 中期 (1-3ヶ月) <ul style="list-style-type: none"> ▶ JS/CSS最小化・キャッシュ最適化 ▶ Core Web Vitals (LCP/CLS) 改善 ▶ OGP/Twitter Card整備

期待効果

現在の健全性スコア **88点** → Phase 1-2完了で **95点以上** を目指します。リダイレクト最適化と内部対策で **クローल効率・インデックス率・ページ表示速度** が改善し、結果としてオーガニックトラフィックの押し上げに繋がります。

SEOコンサルティング内容

バランスよくSEO対策をすることが成功への早道です。

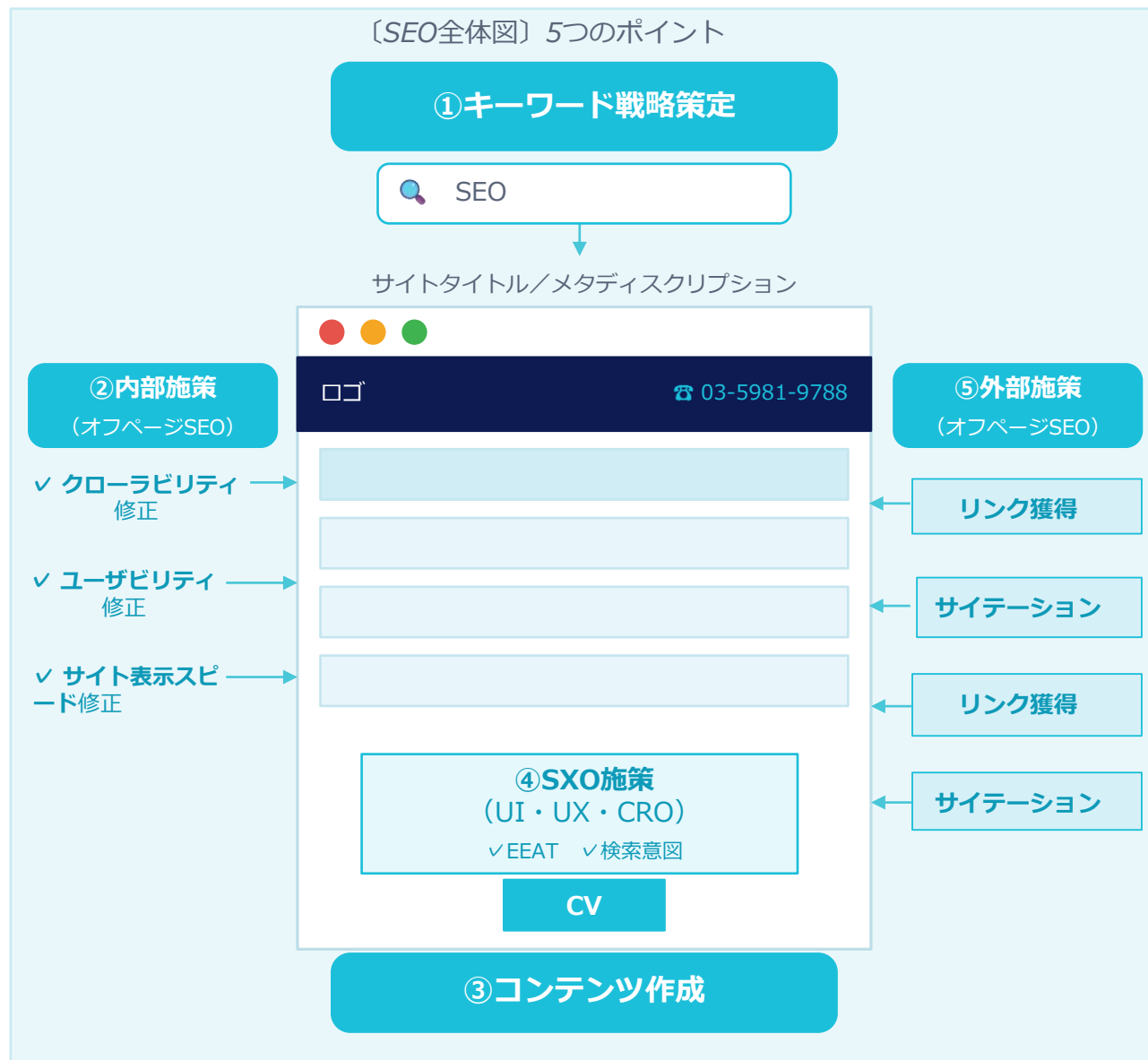
5つのポイント全てをSEOコンサルティングします。

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、セッション獲得）の両輪が必要です。

2026年最新SEO

【5つの施策 + エンティティ対策 + LLMO対策】が必須です。



主な調査内容

アウトプット / 戦略への接続

3C分析
(市場・競合・自社)

SEOにおける3C分析

- 1. 自社サイト診断**
DA・トラフィック・インデックス数・被リンク数を分析
- 2. WEB市場・顧客分析**
検索意図・ペルソナ・KW・コンテンツを調査
- 3. 競合サイト分析**
構造・KW戦略・コンテンツ・被リンクを分析

自社サイトの強み・差別化ポイントを把握し、上位表示KW候補と差別化戦略をアウトプット。

3軸ベンチマーク分析

KPI：上位表示KW数・差別化ポジション・流入見込み試算

ペルソナ設計
(顧客理解)

ペルソナ設計

- 1. 顧客ヒアリング**
これまで顧客になった方の情報をヒアリングしリアルなペルソナを設定
- 2. 戦略への接続**
上位表示すれば売上に繋がるKW選定・戦略策定に反映

ヒアリング型設計

KPI：ペルソナ精度・売上直結KWの抽出

御社サービスを理解し、上位表示で売上が伸びるKW戦略へ接続します。

カスタマージャーニー
(行動設計)

カスタマージャーニー設計

1. ユーザーの感情・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

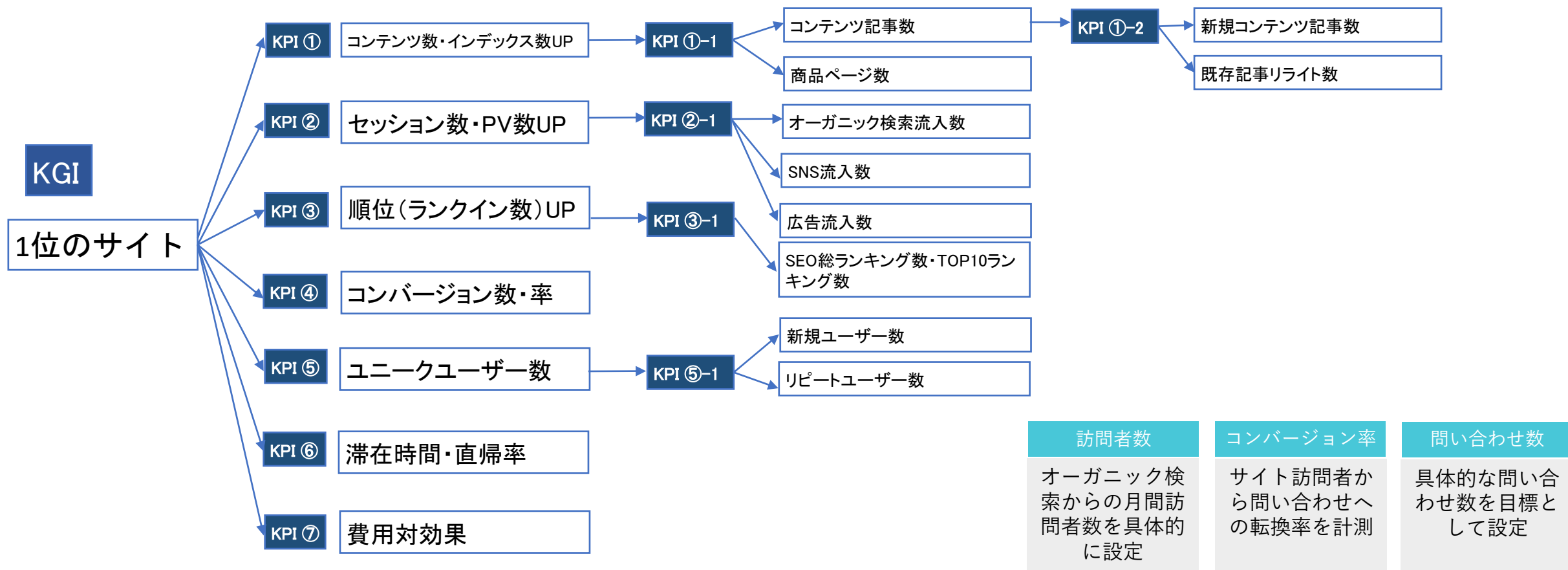
行動と接触点を可視化

KPI：フェーズ別CV導線・接点最適化・離脱率改善

行動と接触点をフェーズ別に整理し、CV導線設計につなげます。

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。



訪問者数
オーガニック検索からの月間訪問者数を具体的に設定

コンバージョン率
サイト訪問者から問い合わせへの転換率を計測

問い合わせ数
具体的な問い合わせ数を目標として設定

	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

エンティティ (Entity)

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。

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。EATにもつながります。

▶ 対策

3C分析

Google Business Profile

会社概要・特徴・実績・事例ページ

ナレッジパネル

外部への情報発信

robots.txtのAI対応

Wikipediaページ

LLMO

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。

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。LLMに引用・推奨されるコンテンツ設計が、これからのSEOの競争優位につながります。

▶ 対策

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

EAT

llms.txtの設置

AIが読みやすい情報設計

構造化データの導入



エンティティ (Entity)

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)」を理解して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切です。EEATにもつながります。

EEAT

E
経験

E
専門性

A
権威性

T
信頼性

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。「Experience (経験)」「Expertise (専門性)」「Authoritativeness (権威性)」「Trust (信頼性)」の4要素の頭文字。

トピッククラスター



1つの中心的なテーマ(ピラーページ)と、それに関連する複数の詳細なサブトピック(クラスターページ)を内部リンクで戦略的につなぎ合わせたコンテンツ群。内部リンクと見出し語の統一で関係を明示すると、エンティティと属性・因果が学習され、生成回答の参照元として選ばれやすくなります。

◎ AI OverviewとAIモードの返答生成で「クエリファンアウト」手法が使われている。

クエリファンアウト (Query Fan-out)

質問を細かく分けて、幅広い情報源から集め、最後にまとめ直すやり方。AIがユーザーの質問を受け取り、複数の観点から情報を検索・収集・要約して最終的に「統合回答」を生成する仕組み。

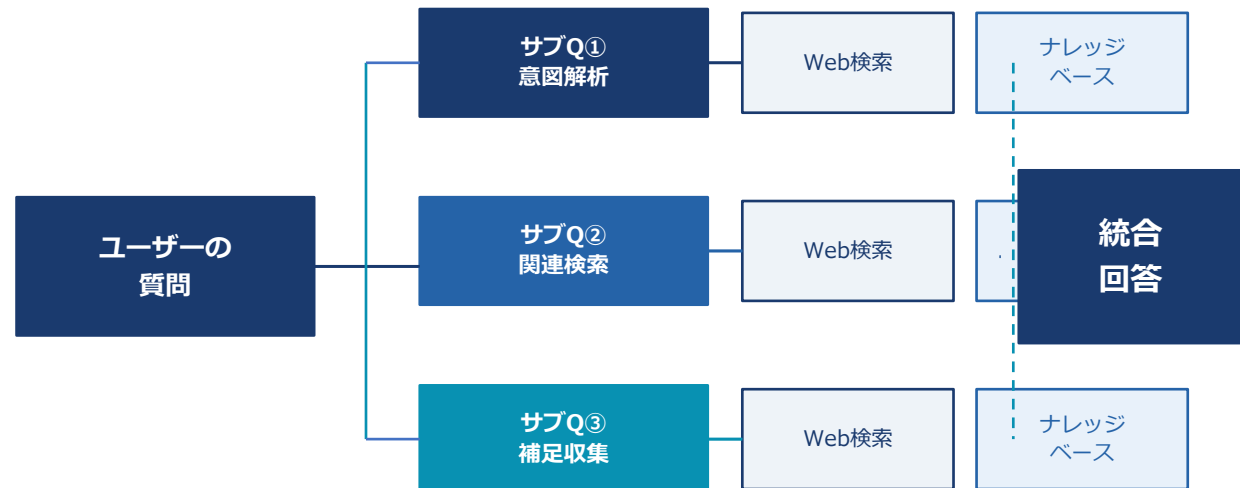
「大きく以下の5ステップ」

- 1 ユーザーのクエリを意味的に分解する
- 2 複数のサブクエリを生成
- 3 サブクエリごとに検索・情報取得
- 4 情報の統合とスコアリング
- 5 自然言語での再構成と出力

「処理ステップ」

- 1 入力文を意味解析 → 関連トピック抽出
- 2 各トピックに対して検索 (Web・知識ベースなど) を実施
- 3 取得結果を要約・統合し整合性を評価
- 4 最終的な回答文を生成 (自然言語化)

クエリファンアウトの仕組み



- ① ユーザーの質問を複数のサブクエリに分解
- ② それぞれが異なるソースから情報を収集 (RAG)
- ③ 全情報を統合して「最終回答」を生成

AI Mode Query Fan-Out (動画)

<https://youtu.be/AnKaUXbwL20?si=wZqd7fbzXql8VK2z>

情報元 : Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja>

※ 参考動画・ドキュメントはリンク先をご参照ください

→このクエリファンアウトに合わせた生成AIに引用されるようにする記事群の作成手法をクエリファンアウト型トピッククラスターと言います。
 動画▶<https://youtu.be/GWqkvfoUL3k?si=8u8yp57IP3dK0Lvl>

【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

施策カテゴリー	特徴・概要	診断・修正項目の例			
▶ SEO対策 (従来のSEO施策 — タイトル・テクニカル・コンテンツの最適化)					
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。PDFとエクセルシートで納品します。	タイトル	メタディスクリプション	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	キーワード最適化後に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。インハウス化も可能です。	ヘルソナ	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
▶ LLMO固有対策 (AI検索・生成AI最適化 — SEO対策と重複しないLLMO専用の施策)					
LLMOコンテンツ 対策診断	AIに引用されやすいコンテンツ構造を診断。クエリファンアウト型トピッククラスター設計やAIが要約・引用しやすい文章構造を確認。	コンテンツの独創性維持	リンク先コンテンツとのミスマッチ修正	AI引用されやすい文章構造	クエリファンアウト型コンテンツ設計
		FAQ・Q&A構造のLLMO最適化	コラム・一次情報のAI引用適性	結論先出し・箇条書き構造	サービスページのAI引用向け改善
LLMOテクニカル 対策診断	AIクローラー向け技術設定を診断。llms.txt・robots.txtのAI対応、構造化データのLLMO最適化など。	llms.txt対応・設置	robots.txtのAIクローラー設定	構造化データのLLMO最適化	UXページネーションの整備
		パラ미터 (不要パラ対策)	AIが参照しやすいHTML構造	サイトスピードのAI最適化	AI参照面のURL設計
LLMOエンティティ・ 信頼性診断	AIにブランドを正しく認識させるための設計を診断。エンティティ・EEAT・サイテーション・AI引用状況まで確認。	エンティティ情報の整備	EEAT (著者・監修情報) 設計	AI引用状況の現状診断	サイテーション設計の評価
		ブランド情報の一貫性チェック	内部リンクとトピッククラスター	GBPのAI対応確認	ナレッジパネル・外部言及確認

キーワード・PLP戦略策定

キーワード選定

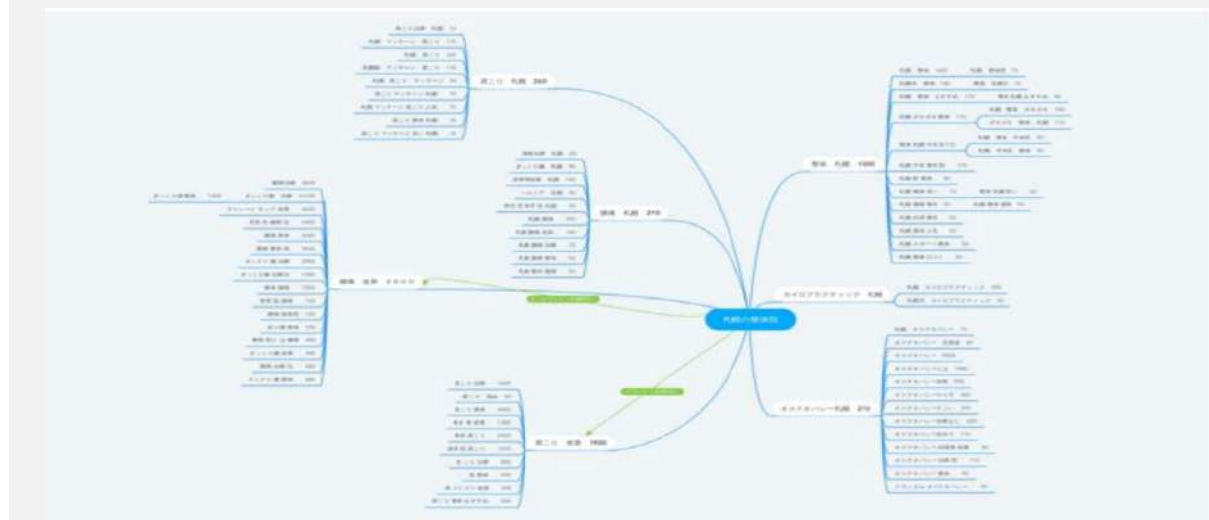
どのキーワードを狙うかフェーズ別に分けて戦略を策定します。

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
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	国外	●	●	●	●
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	14,600	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	6,100	国外	●	●	●	●
小規模多機能型居宅介護	22,200	国外	●	●	●	●
老人ホーム選び方	480	21位	●	●	●	●
老人ホーム相場	320	41位	●	●	●	●
少額性	33,100	41位	●	●	●	●
要介護2	27,100	40位	●	●	●	●
介護保険とは	22,200	国外	●	●	●	●
介護施設 種類	5,400	78位	●	●	●	●



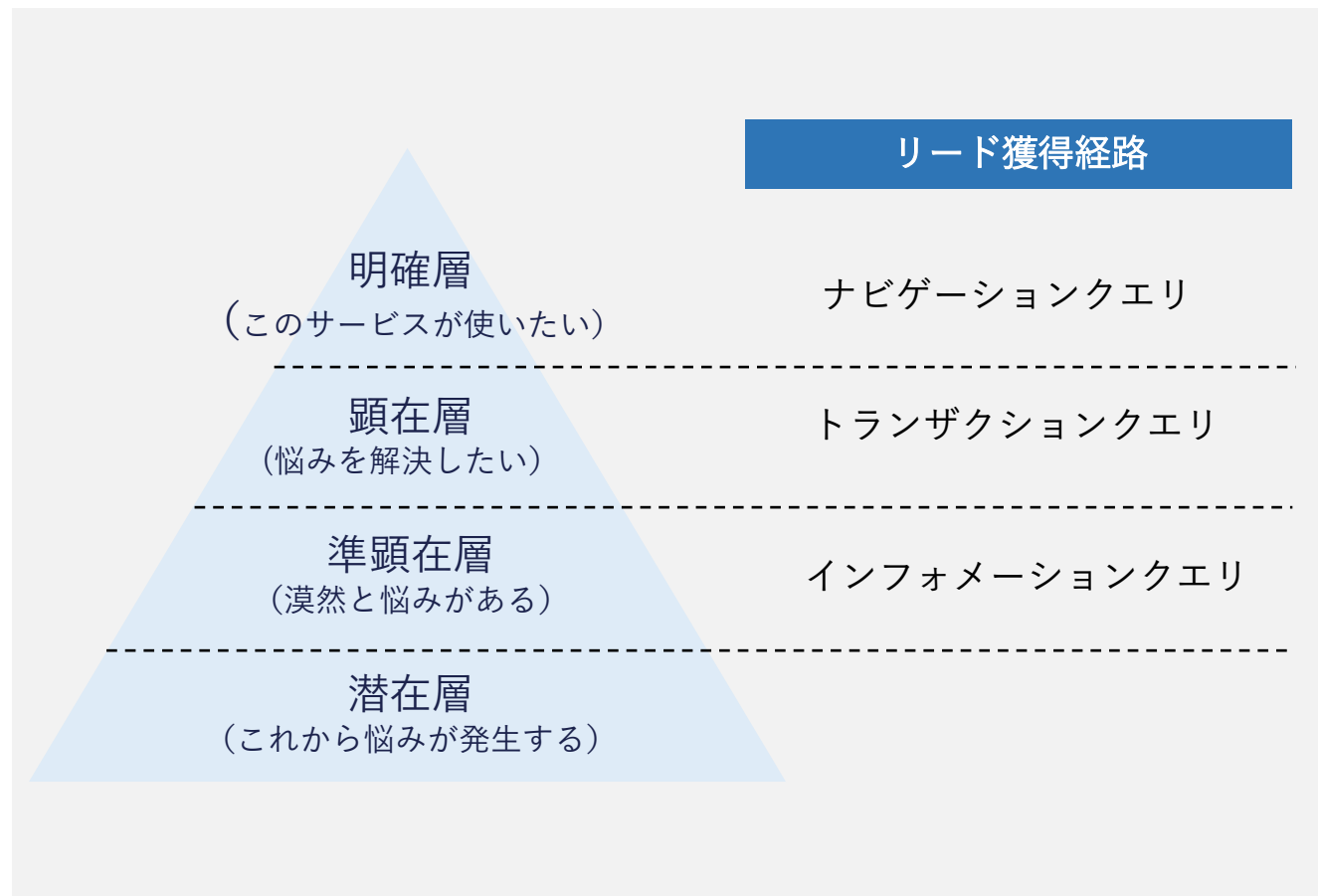
キーワードの種類を分ける

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。

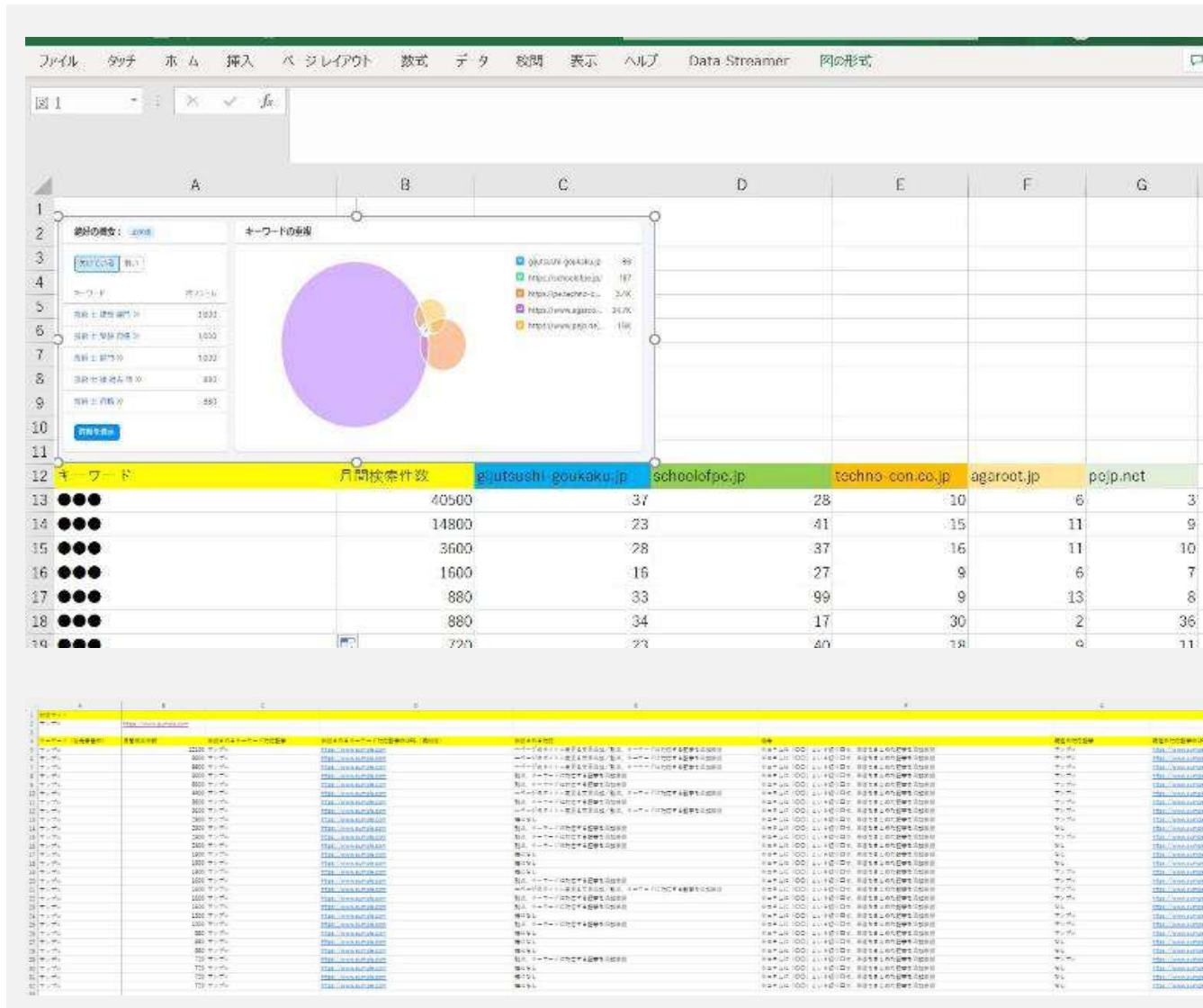


競合との比較

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](#)

PLPの策定

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://aaaaaaaaaaaaaaaaaaaa						2025年8月1日
			SEO 費用	390	https://aaaaaaaaaaaaaaaaaaaa	○	*****	2025年9月1日
			SEO 相談	260	https://aaaaaaaaaaaaaaaaaaaa			2025年9月30日
			SEO 会社	1,300	https://aaaaaaaaaaaaaaaaaaaa	○	*****	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

トピッククラスターモデルとは

トピッククラスターモデルとは、主にコンテンツマーケティングやSEO（検索エンジン最適化）において活用される情報構造の設計手法です。Googleなどの検索エンジンがコンテンツをより正確に理解し、評価できるようにするために設計されています。

構成要素

- ピラーページ
 - 中心となるテーマを広く網羅するページ
 - 例「SEOとは」
- クラスターページ
 - ピラーページの内容をより詳しく解説する記事
 - 例「SEO費用」「SEO相談」「SEO会社」
 - 各クラスターページからピラーページへ内部リンクを行います。
- 内部リンク構造
 - クラスターページからピラーページへリンクを繋げることで、検索エンジンにトピックの関連性を示すことができます。
- メリット
 - SEO向上
 - ユーザー体験と満足度の向上が期待されます。
- コンテンツ戦略
 - 記事の整理と一貫性を保つことで記事の価値を高めることができます。
- コンテンツ管理
 - 検索エンジンにコンテンツを正確に伝えることでサイトの信頼性がアップに繋がります。

【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」

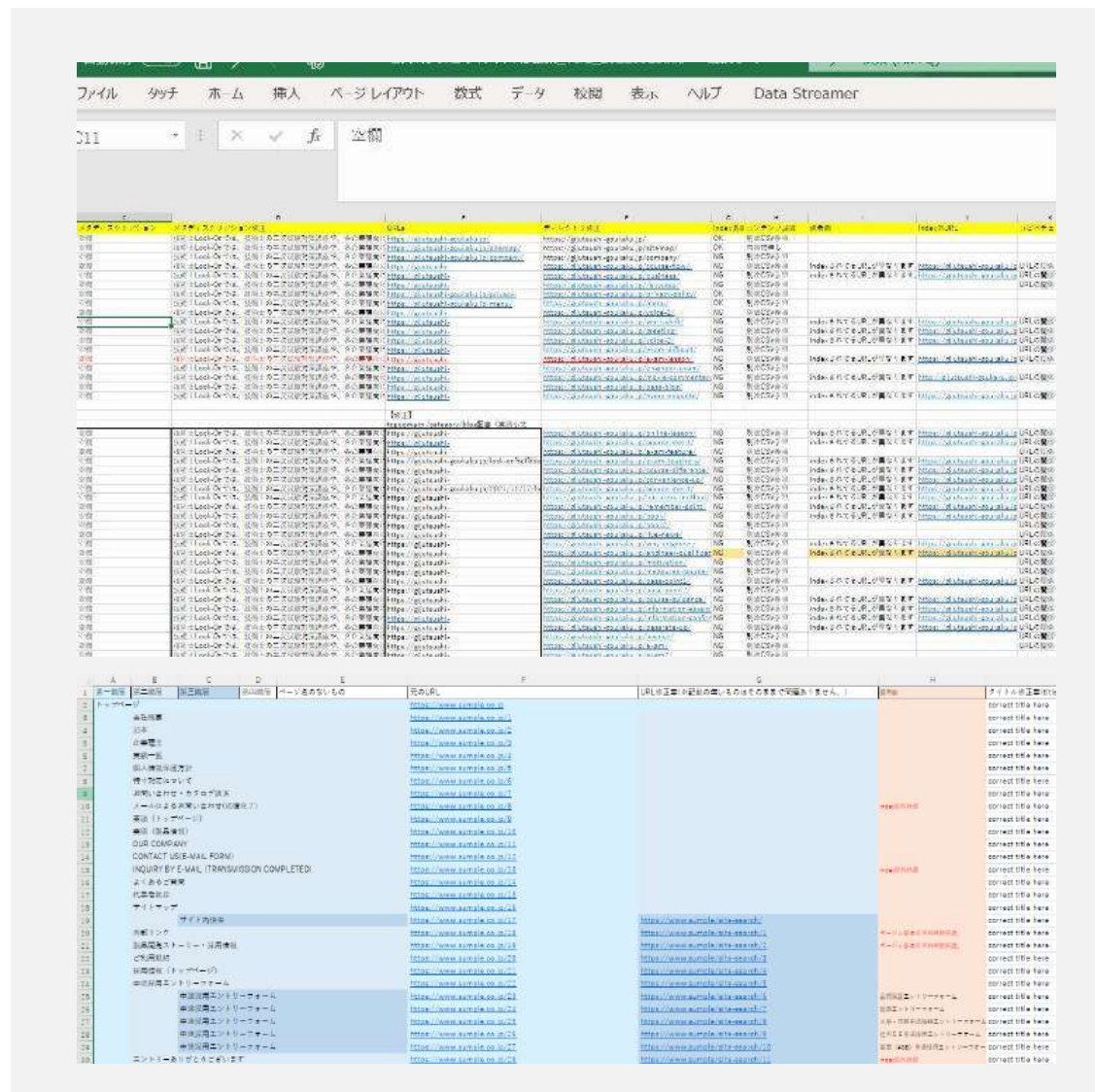
テクニカル修正診断書

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。



◎ AIは自然文だけでなく、ページ内に埋め込まれたSchema.orgのJSON-LDデータを読み取り、「このページが何を扱っているか」を理解・評価します。

Schema.org 構造化データ タイプ一覧

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	サイト階層を示す	パンくずリンク表示
カラーセル	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	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	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	映画リストのカラーセル表示	タイトル・監督・画像
組織	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	カラーセル表示
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
民泊	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

構造化データの実装例

▶ 全ページ共通の基本設定

ページ種別	schema.orgタイプ	主なプロパティ	目的 / SEO効果
全ページ	Organization / Corporation	name / url / logo / sameAs	サイト運営主体の明確化 (E-E-A-T補強)
全ページ	WebSite	url / name / potentialAction(SearchAction)	サイト構造理解・検索補助
全ページ (階層あり)	BreadcrumbList	itemListElement (name・item・position)	カテゴリ階層の明示・内部構造理解

▶ 不動産サイトの場合：物件一覧ページ

ページ種別	schema.orgタイプ	主なプロパティ	実装ポイント
物件一覧	CollectionPage	name / description / url	ページの性質を明示
物件一覧	ItemList	itemListElement (各物件URL)	表示している物件だけ入れる
物件一覧	ListItem	position / url	ページネーション単位でOK

▶ 不動産サイトの場合：物件詳細ページ

要素	schema.orgタイプ	主なプロパティ	備考
掲載情報	RealEstateListing	name/url/description/image/datePosted	ページ全体の主エンティティ
実体の物件	Apartment/House/SingleFamilyResidence/Residence	floorSize/numberOfRooms/yearBuilt/address/geo	mainEntityとして紐づけ
住所	PostalAddress	addressRegion/addressLocality/streetAddress/postalCode	日本住所OK
取引条件	Offer	price/priceCurrency/availability	売買・賃貸どちらも対応
地図	GeoCoordinates	latitude/longitude	あれば強い (必須ではない)

▶ 構造化データ チェック・実装支援ツール

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

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

WordPressプラグイン Markup (JSON-LD) structured in schema.org など

※ 詳細はご依頼後、具体的に構造化データを作成します。

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



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)

ヒラーページ
リンクを集める

ピクワード
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】

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

guide	qa	8ページ	
	kaigou/	277ページ (tag含む)	
	jirei/		117tagページ ○ガイドのページ
	jirei_lav/		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
	page-jirei/	135ページ	tagはインデックスしていないがOK
	jirei_lav/	67ページ	入居相談事例
	report/	90ページ	NOインデックスページ多数
	riog/	59ページ	jireiとpage-jireiのちがいがわからない
	ryu	地名	長学レポート
		00番00町	※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
		00市	71page
			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

- 【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】 自立 専任 専介介護導入型の老人ホーム・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.....	

日	編集者	記事タイトル	記事URL	記事内容	記事ステータス
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					

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、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、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、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）	社長の不在を越えた過去があるため、メディアにネガティブな内容が露出してしまった。サジェストや検索ワード、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直しを促したい。Jnumberなどの電話番号検索を見えなくしたい。「監理会社」などの検索キーワードが強いので、そこそこ見直しを促したい。	利回りの高い不動産投資商品の	Amazonからの検索申請の表示順やサイトが多くてきてしまった。また、不況を特定され、過去の経歴なども噂へのネガティブな書き方が多くなってしまった。	過去にあった心当たり、学術的要素サイト、「ラン」などのネガティブワード、学術的検索キーワード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）					
解決方法	GoogleやYahoo!、Bingのサジェストや検索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盛っているサイトを見直しを促す。転載口コミサイトは、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露出率を下げた。また、SNSでもネガティブな書き込みが多くなる見直しを促す。また、中立投稿は投稿によって押し下げた。	YouTube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。検索キーワードは逆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

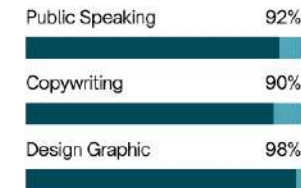
デモグラフィック

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。

スキル



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



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	有名な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

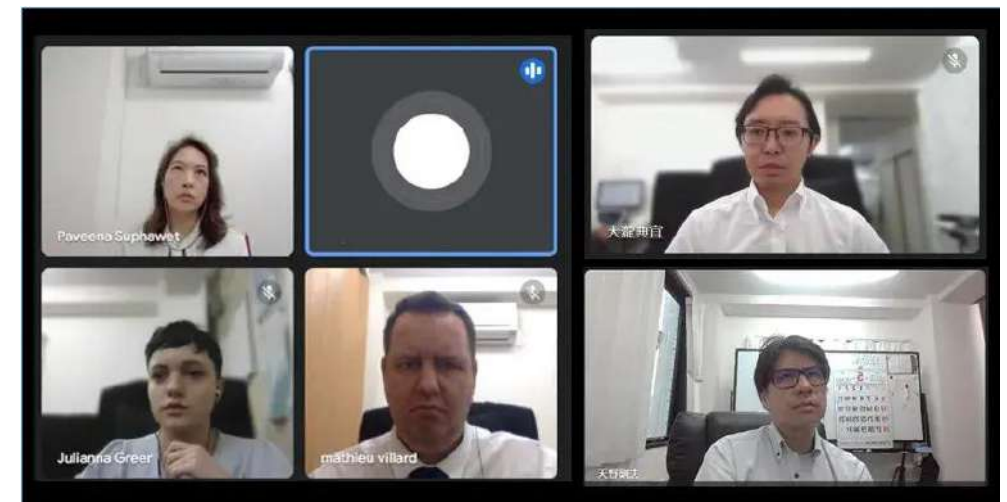
GoogleMeet等のオンラインミーティングツールを使用して、コンサルティングを行わせて頂きます。

- ・ 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

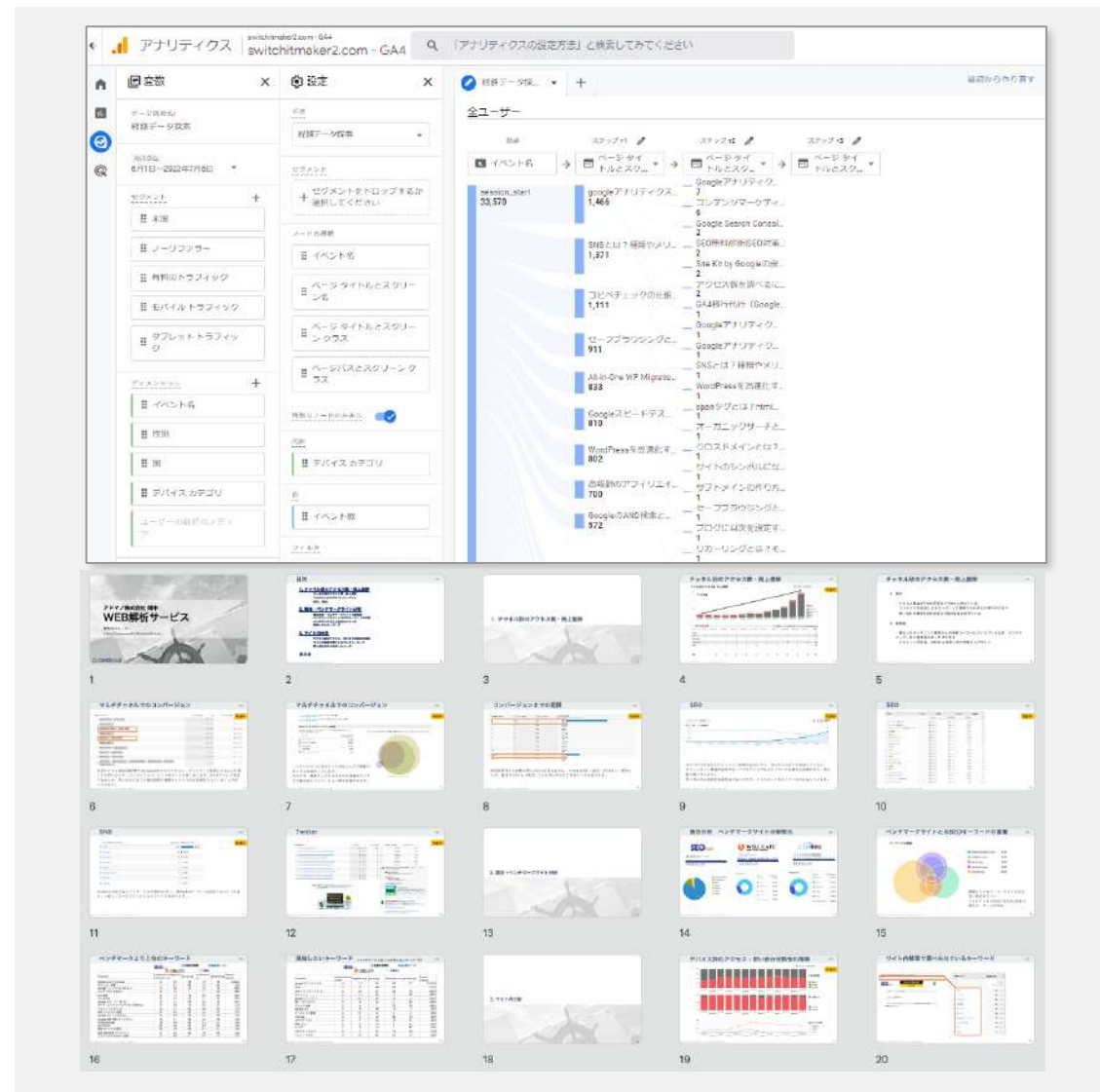
データ分析によるWEB解析レポート

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。

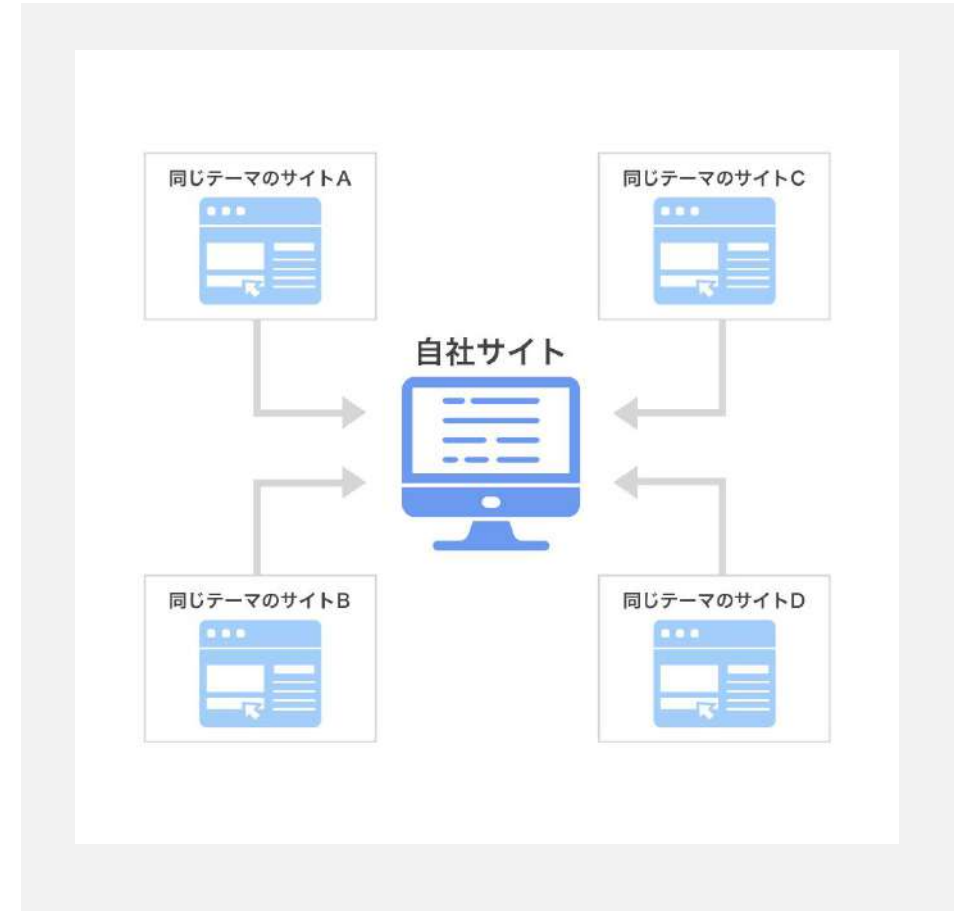


外部対策

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

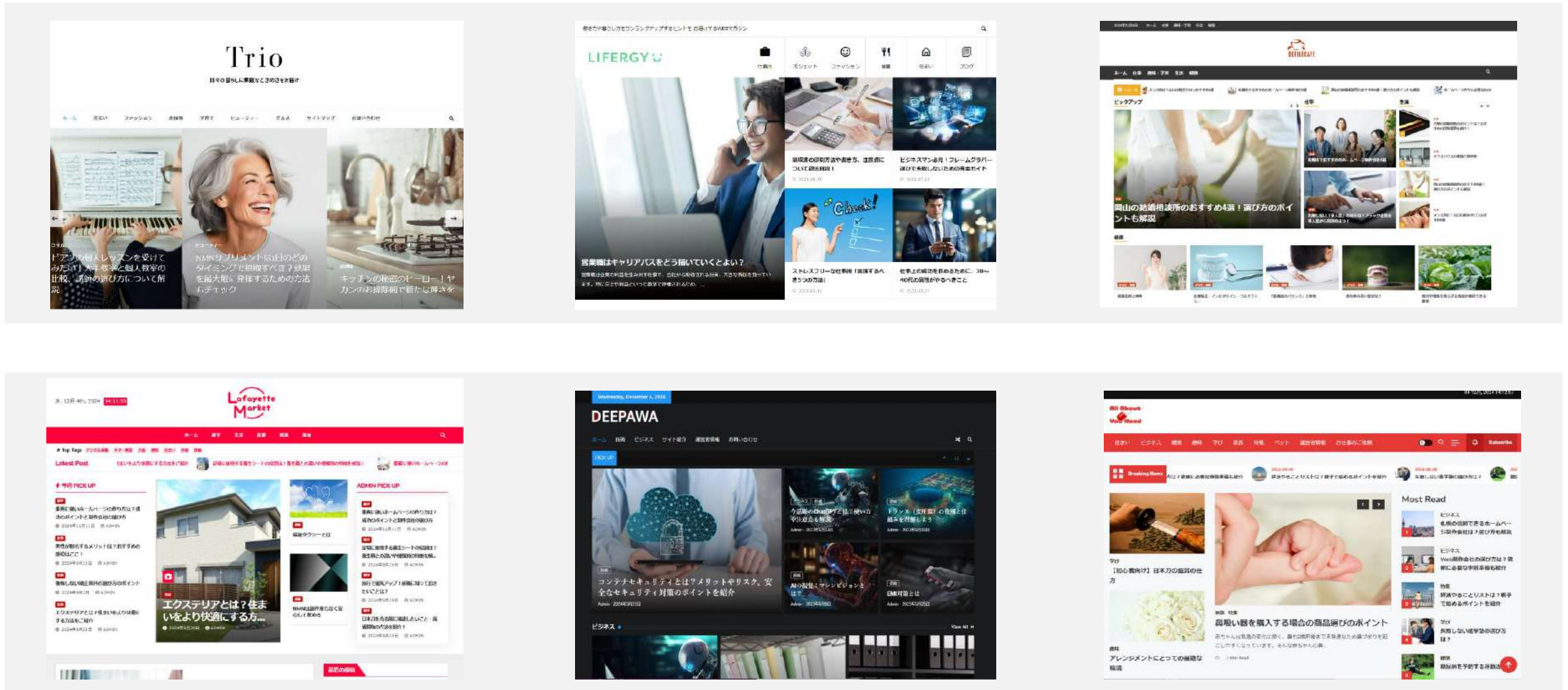
1. 相互リンク（ディレクトリ登録などのリンク）
2. はてなブログなどで自分でサイトを作ったのリンク
3. ランキング調整目的のロボット向けのリンク
4. 自然リンクでも順位が落ちるリンクがあります。
（スパムスコアが高いサイトからの自然リンク）

◎順位が上がるリンク

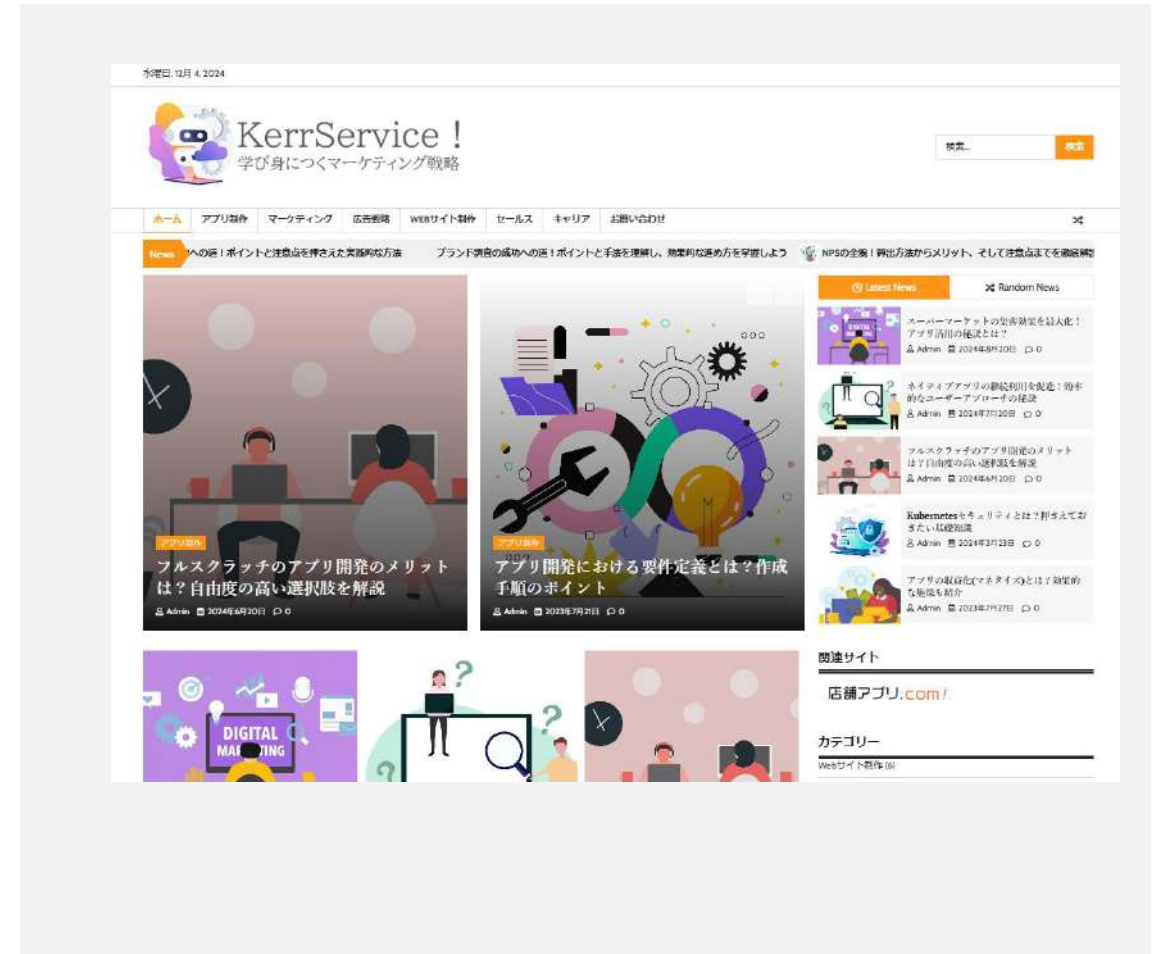
1. ユーザー向けのサイトとして運用されているサイトからのリンク
2. バックリンクではなくてリファレンスリンク（参照リンク）
3. 同一コンテンツからのリンク
4. IPアドレスが違うサーバーで運用されているサイトからのリンク
5. きちんとインデックスされているページからのリンク
6. リンク元の記事の質が高いページからのリンク



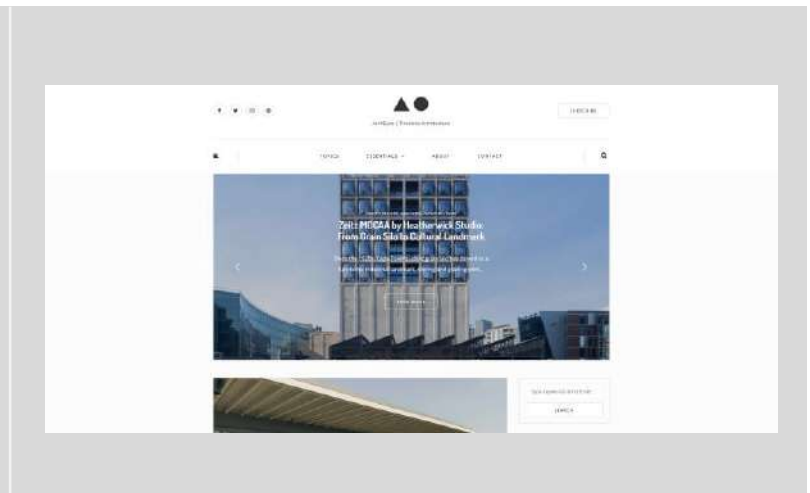
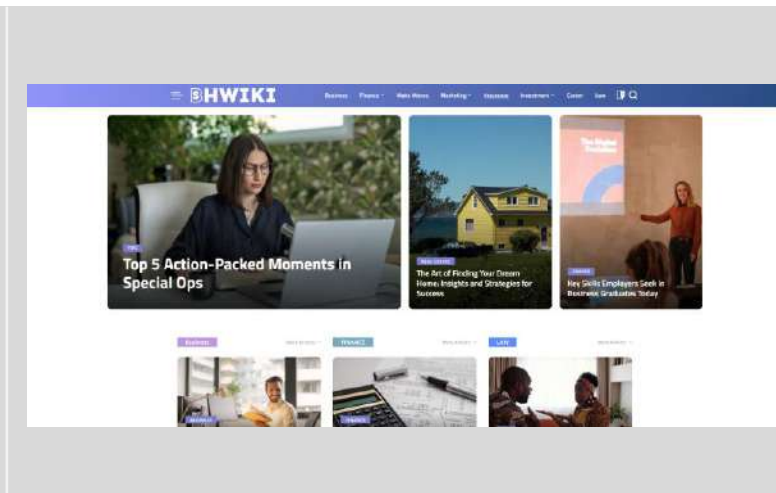
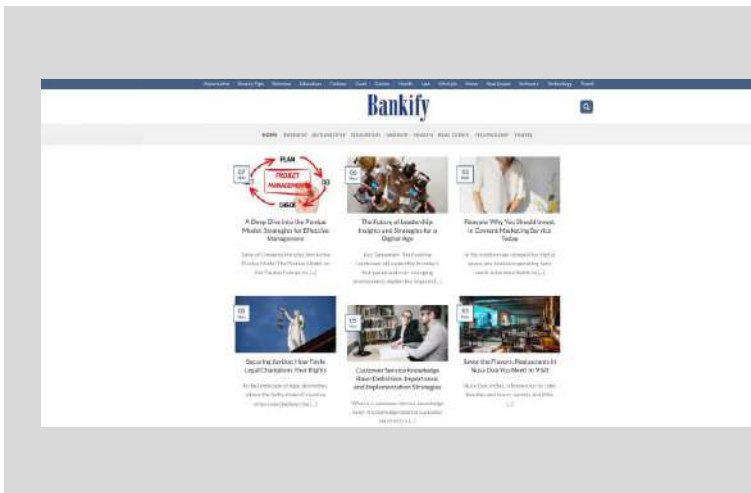
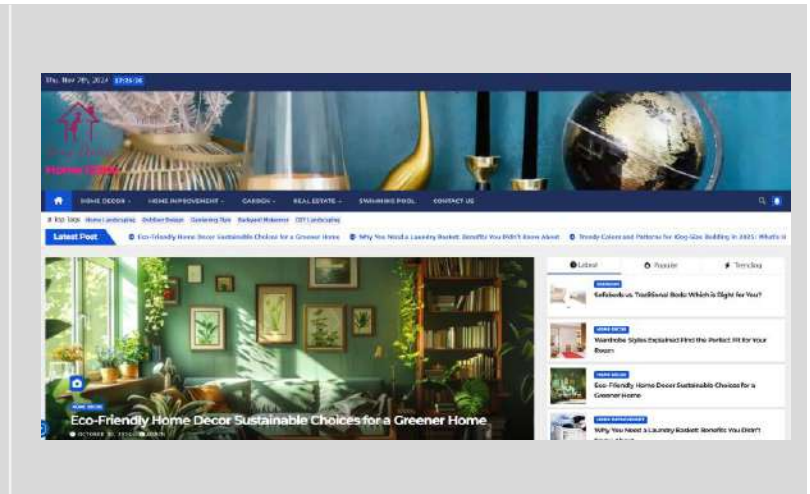
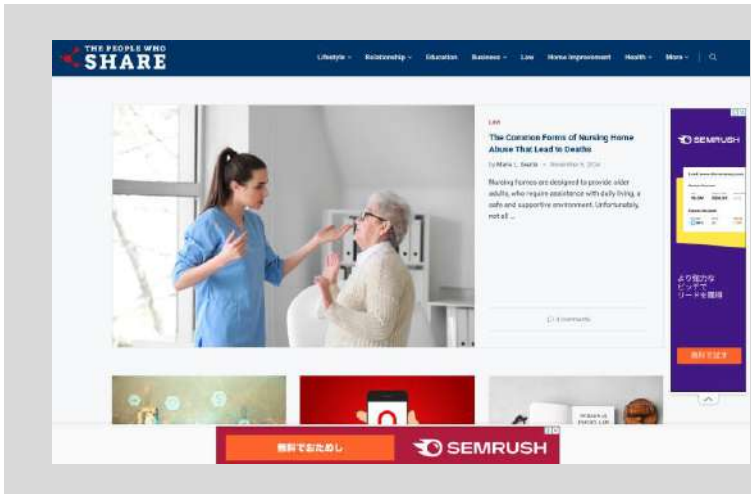
メディア一例 > 長年運用しているメディアからリンクを獲得



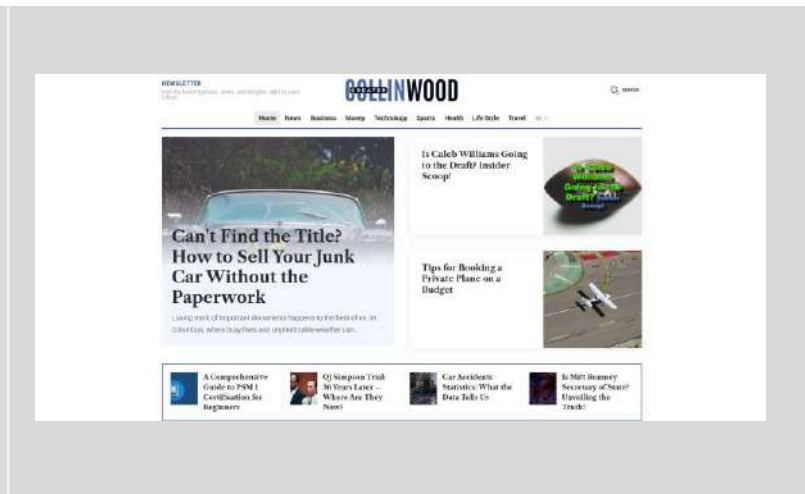
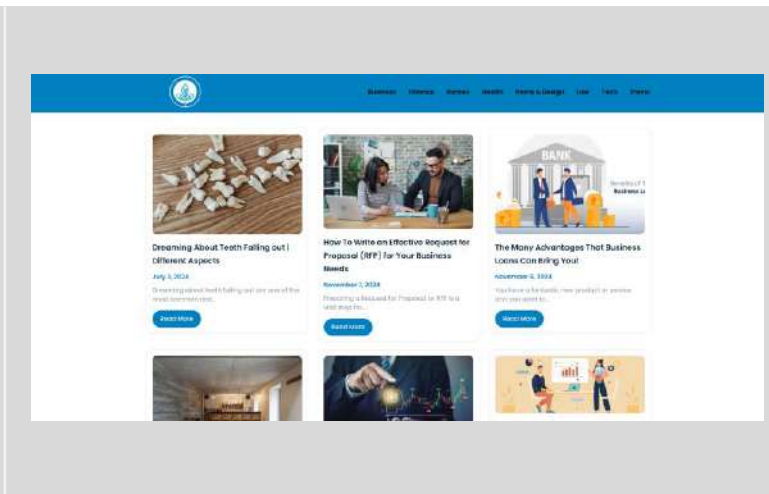
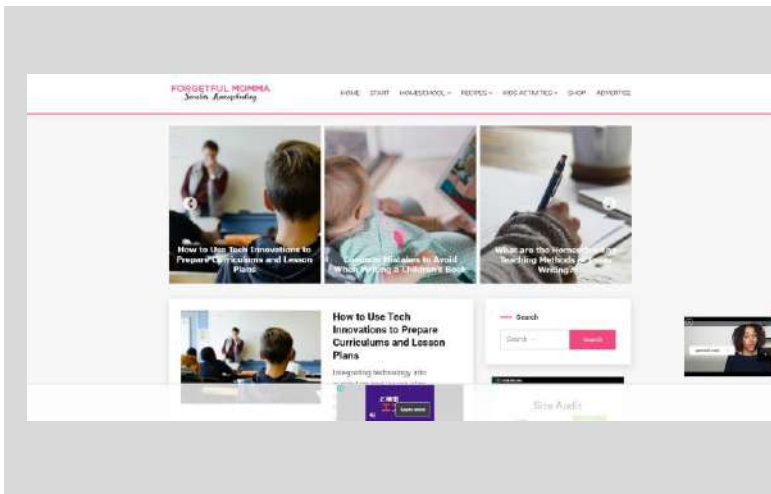
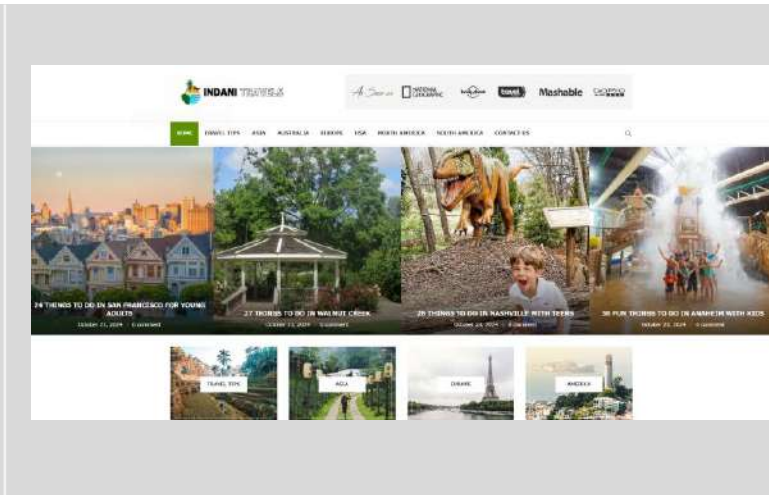
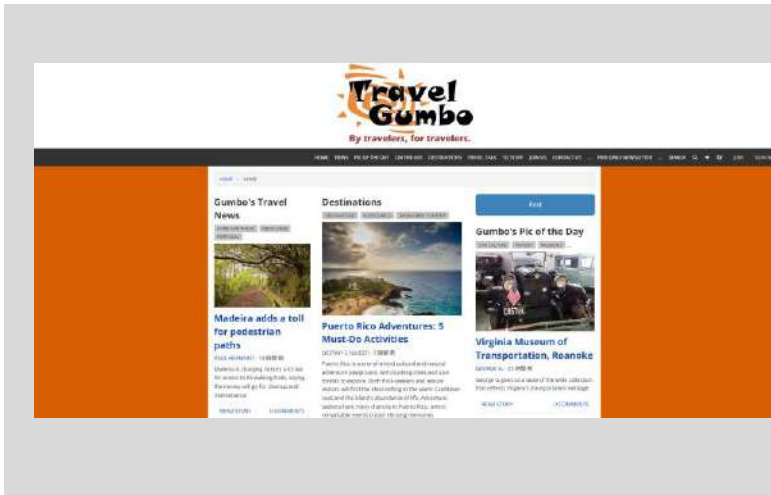
オリジナル専門サイト一例 > テーマのあったオリジナル専門サイトをユーザー向けに構築し、リンクを獲得



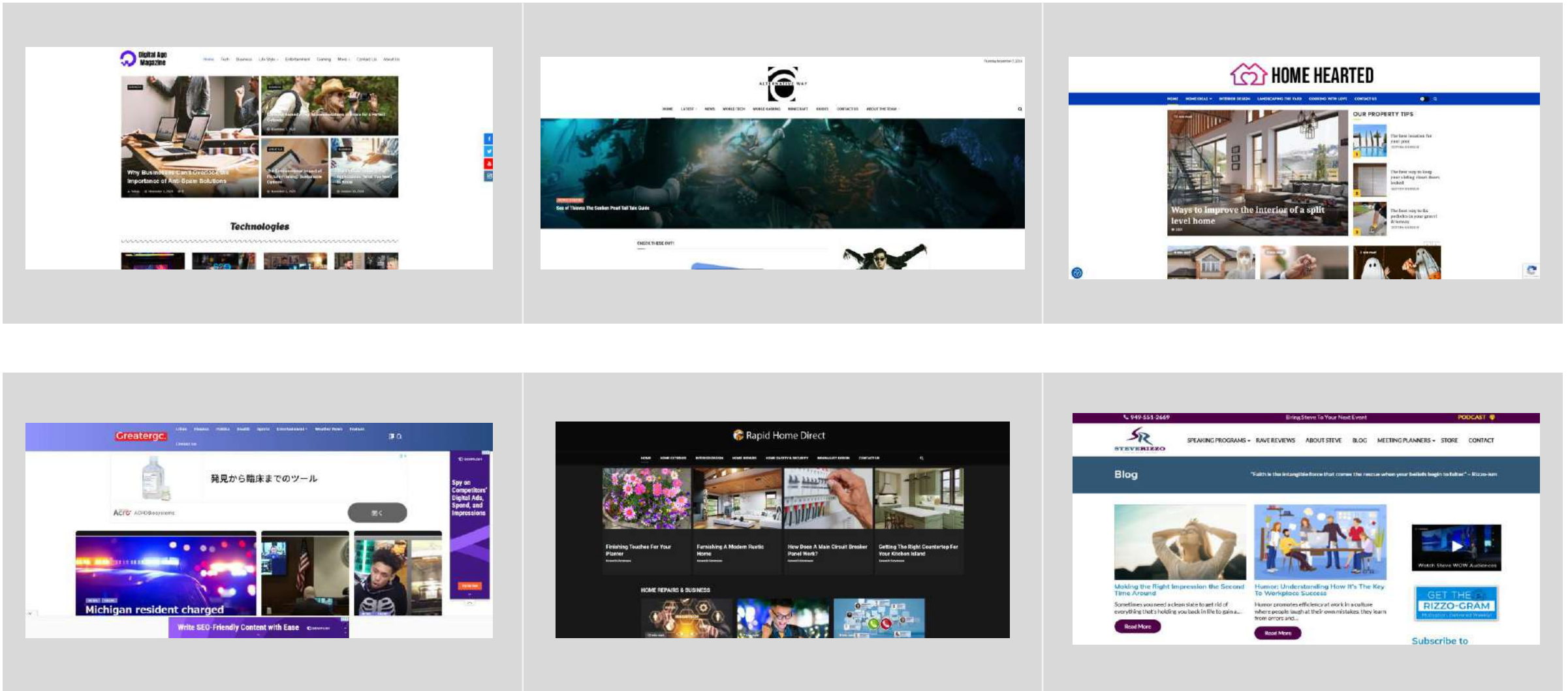
外部対策サイトの一例（1）



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)	サイト調査と施策提案 (毎月) <ul style="list-style-type: none"> ■ 御社・競合サイトの総合調査 ■ 問題点の抽出と改善方針策定 ■ 月次の方向性アップデート 	—	初期 550,000円 + 月 60,500円 6ヵ月 913,000円 (税込)
ノーマルコース (内部+外部)	サイト調査+内部修正の実装 <ul style="list-style-type: none"> ■ 内部サポートの全内容 ■ サイト内部の修正実装 ■ KW戦略策定 	タイアップ記事 15本 KPI：検索ボリューム 3,000回前後の検索クエリ上位表示	初期 550,000円 + 月 110,000円 6ヵ月 1,210,000円 (税込)
スタンダードコース (内部+外部)	本格的な内部最適化とコンサル <ul style="list-style-type: none"> ■ ノーマルの全内容 ■ テクニカル修正診断書 ■ コンテンツSEO指南書 	タイアップ記事 25本 KPI：検索ボリューム 10,000回前後の検索クエリ上位表示	初期 550,000円 + 月 330,000円 6ヵ月 2,530,000円 (税込)
プレミアムコース (内部+外部)	CRO/レクチャー含むフル支援 <ul style="list-style-type: none"> ■ スタンダードの全内容 ■ CRO施策 (CV最大化) ■ SEOレクチャー・WEB解析 (全2回) 	タイアップ記事 50本 KPI：検索ボリューム 40,000回前後の検索クエリ上位表示	初期 550,000円 + 月 550,000円 6ヵ月 3,850,000円 (税込)

	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。	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。
コンテンツSEO記事 【タイ語】	1記事 55,000円 (税込)	<ul style="list-style-type: none"> ・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 【ドイツ語・フランス語】	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)

	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)

料金

LLMO対策
(戦略のみ)

1回 **550,000** 円 (税込)

- 初期調査・現状分析・戦略策定・LLMO対策の優先付け
- AIによる現状引用状況の診断
- プロンプトマップ (優先問い設計)
- AI選定軸マップ (どの軸で選ばれるか)
- RAG接点設計マップ
- 証拠設計マップ
- LLMO対策の優先付け

LLMO対策
(6か月)

6か月 **1,980,000** 円 (税込)

/月 33万円 (税込)

- LLMOコンサルティング・LLMO内部対策・LLMO外部対策・実行支援・効果観測・改善レポート

LLMOコンサルティング	LLMO内部対策	LLMO外部対策	LLMO効果測定
<ul style="list-style-type: none"> ■ クエリファンアウト型トピッククラスター設計 ■ 月1回コンサルティング ■ 優先順位の決定と実行指示 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コンテンツ対策 (AI引用されやすい構造設計) ■ 技術対策 (llms.txt・構造化データ設置) ■ サイト構造対策 (内部リンク最適化) ■ 信頼性対策 (EEAT・エンティティ整備) ■ 運用体制対策 (継続改善サイクル) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ブランディング施策のコンサル支援 ■ サイトーション・外部リンク獲得実行 ■ SNS・動画による専門性可視化コンサル ■ 実績・事例の外部展開指示 ■ 第一想起の形成支援 	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI回答占有率の定点観測 ■ GA4によるAIリファラー流入計測 ■ ブランドクエリ増加率の確認 ■ KPI達成状況の管理・改善 ■ 最終効果測定・次期戦略提案

※ 詳しくはお問合せ下さい。

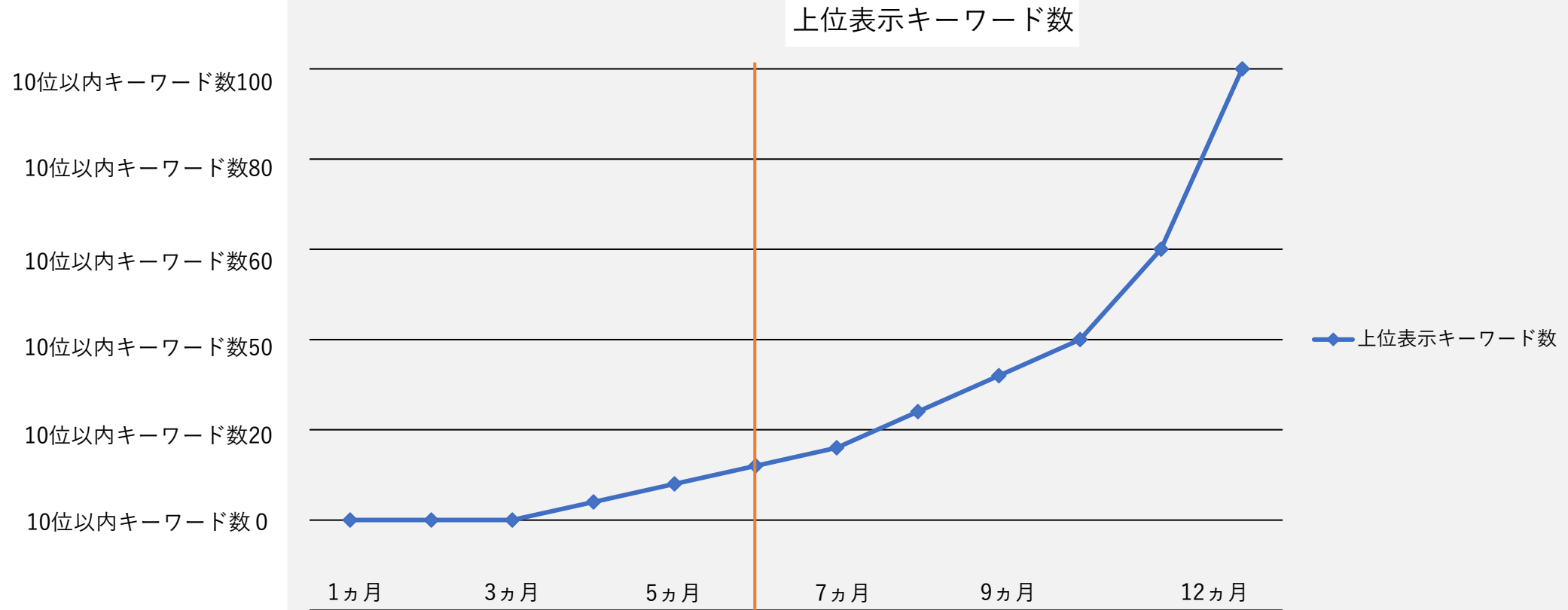
	LLMO内部対策	LLMO外部対策	コース料金
LLMOサイト内部サポートコース (内部のみ)	<p>初回コンサルとサイト診断</p> <p>御社のAI引用状況・サイト構造・コンテンツを診断し、効果的なLLMO対策の方向性を決定します。クエリファンアウト型トピッククラスター設計まで行います。サイト内部修正診断書提出</p>		<p>初期調査 550,000円 (税込) +月60,500円 (税込)</p> <hr/> <p>6カ月 913,000 円 (税込)</p>
LLMOノーマルコース (内部+外部)	<p>サイト診断・内部対策</p> <p>御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO対策・テクニカルLLMO対策 4. 効果測定 & WEB解析 (全2回) 	<p>サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成を行います。</p> <p>外部対策 3項目サポート</p> <p><i>KPI: AI回答占有向上・ブランドクエリ数増加</i></p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) +月110,000円 (税込)</p> <hr/> <p>6カ月 1,210,000 円 (税込)</p>
LLMOスタンダードコース (内部+外部)	<p>サイト診断・内部対策</p> <p>御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO・テクニカルLLMO対策 4. エンティティ・信頼性対策 (EEAT強化) 5. クエリファンアウト型トピッククラスター設計 6. 効果測定 & WEB解析 (全2回) 	<p>サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成、クロスメディア記事設計、メディア掲載支援、SNS、動画戦略を行います。</p> <p>外部対策 7項目</p> <p><i>KPI: AI回答占有向上・生成AI流入数・ブランドクエリ数</i></p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) +月330,000円 (税込)</p> <hr/> <p>6カ月 2,530,000 円 (税込)</p>
LLMOプレミアムコース (内部+外部)	<p>サイト診断・内部対策</p> <p>御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO・テクニカルLLMO対策 4. エンティティ・信頼性対策 (EEAT強化) 5. クエリファンアウト型トピッククラスター設計 6. 効果測定 & WEB解析 (全2回) 	<p>サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成、クロスメディア記事設計、メディア掲載支援、SNS、動画戦略など外部対策全て行います。</p> <p>外部対策 16項目</p> <p><i>KPI: AI回答占有向上・生成AI流入・指名検索増加・商談化率</i></p>	<p>初期調査 550,000円 (税込) +月550,000円 (税込)</p> <hr/> <p>6カ月 3,850,000 円 (税込)</p>

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。

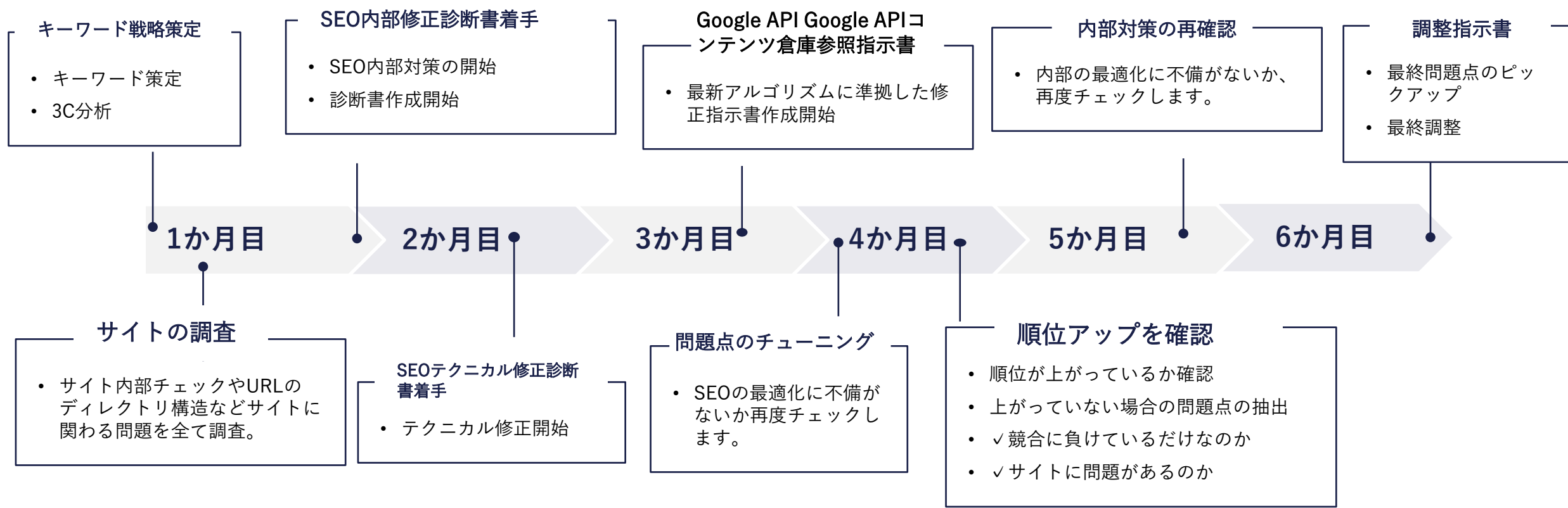
施策	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目
SEO内部対策	キーワード戦略策定 サイト内部修正診断書 テクニカルSEO診断書					
SEO外部対策		リンクのメンテナンス				
		オリジナルサイトから5本	オリジナルサイトから5本			
		メディアから5本				
コンテンツSEO実施		コンテンツレクチャー	コンテンツ確認	コンテンツ修正	効果検証	
SEOコンサルティング		オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG	オンラインMTG
		問題点洗い出し	問題点对応			WEB解析

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。



会社概要



「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/>

2,000社+

支援実績
創業14年

YouTube
チャンネル

会員登録
19900人

7冊

SEO関連
書籍出版



確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- ✓ 14年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。大手企業の支援多数。
- ✓ 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コンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】 【格安LLMO】 など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- ✓ YouTubeチャンネル登録者数が、業界トップの19900人
- ✓ SEO関連書籍7冊刊行。

会社情報

サイト屋号	東京SEOメーカーAIO戦略室	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。

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。タイのアサンブ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、設立時からアドマノへ参画。



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 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。アドマノでは、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。

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。

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

Why Admano?

アドマノ株式会社（東京SEOメーカー【世界基準でSEO / LLMOを設計するプロ集団】）が選ばれる理由

01

長年のSEO研究で独自ノウハウを蓄積

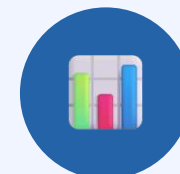
弊社は最新GoogleアルゴリズムとWEB全般を研究することにより、独自の技術とノウハウを蓄積しました。SEO技術が高いことがUSPであります。



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。



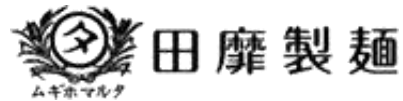
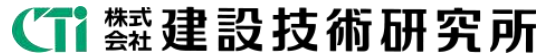
03

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2,500社以上の支援を実現しました。



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



最新書籍

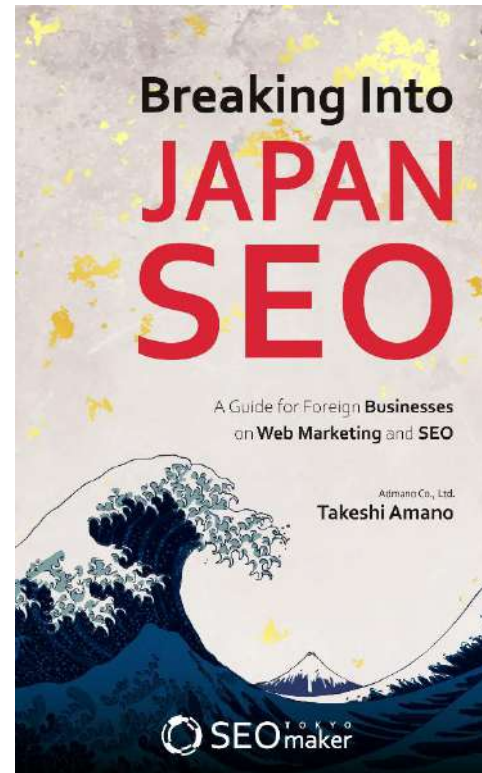
LLMOが網羅的にわかる一冊。
LLMO実践ロードマップの決定版。

検索エンジンを長年研究してきた
プロによるLLMO成功メソッドをご覧ください。

©2025年12月25日Amazonより新発売!

➤Amazonでの購入はこちら

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。