

WHITE PAPER 2026

SEO初心者向け スタートガイド

基本・準備・NG施策・最初の30日

何から始めればいいのか分かる、
SEOの最初の一步のための実践ガイド

2026年10月版 | アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

CONTENTS

01

SEOの基本

SEOとは何か・検索の仕組み

02

最初の準備

目的・3C分析・検索意図

03

失敗を防ぐ・始める

NG施策・30日ロードマップ

SEOを始める前の疑問を、実務の順番で解消します。

 01
SEOの基本
p.3~4

- ✓ SEOとは何か・何が得られるか
- ✓ Google検索の3段階

 02
最初の準備
p.5~8

- ✓ 目的の決め方
- ✓ 3C分析・検索意図
- ✓ 最初に取り組む10の基本

 03
失敗を防ぐ・始める
p.9~13

- ✓ 避けたいNG施策
- ✓ 最初の30日ロードマップ
- ✓ 事前チェックシート・FAQ

学び方の流れ



この資料の ゴール



何から始めるか分かる



避けるべき失敗が分かる



最初の30日が組み立てられる

検索エンジンがページを見つけ、内容を理解し、必要とする人に届けやすくする取り組みです。

SEO = Search Engine Optimization (検索エンジン最適化)



1 見つけてもらう

- ✓ 検索結果に表示される
- ✓ 技術面を整え、発見される

例：サイトマップ送信・内部リンク



2 理解してもらう

- ✓ 内容や構造を分かりやすくする
- ✓ 検索意図に応える

例：タイトル・見出しの整理



3 選んでももらう

- ✓ 比較されても選ばれる
- ✓ 信頼・体験・導線を整える

例：実績・事例・問い合わせ導線



SEOの本質

「順位を上げること」そのものではなく、
ユーザーが必要な情報にたどり着き、行動しやすくすること。

SEOで得られるもの

検索をきっかけに、事業成果へつながる →

流入

認知

比較

相談

指名

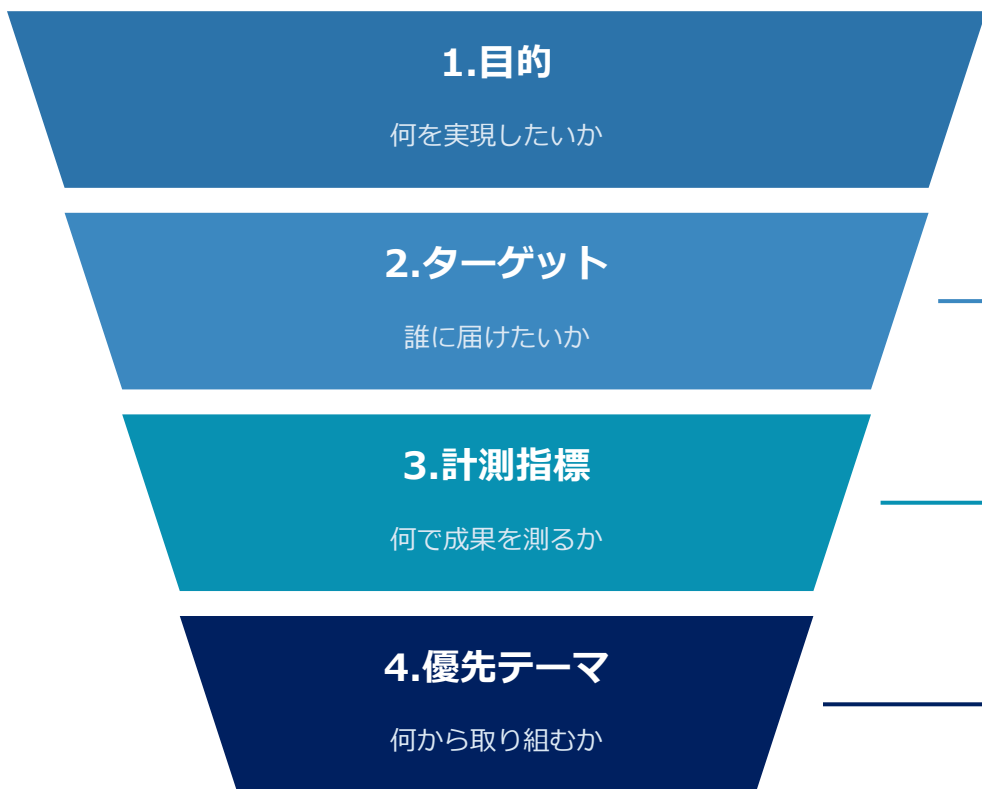
売上

検索エンジンはページを見つけ、登録し、検索結果として表示します。



SEOで何を増やしたいのかを、事業成果に結びつけましょう。

SEOの成功条件を4つの順番で決める



例：法人向けサービスの場合

目的

問い合わせ・資料請求を増やす

ターゲット

比較検討中の実務担当者

計測指標

資料請求数 / CVR / 指名検索

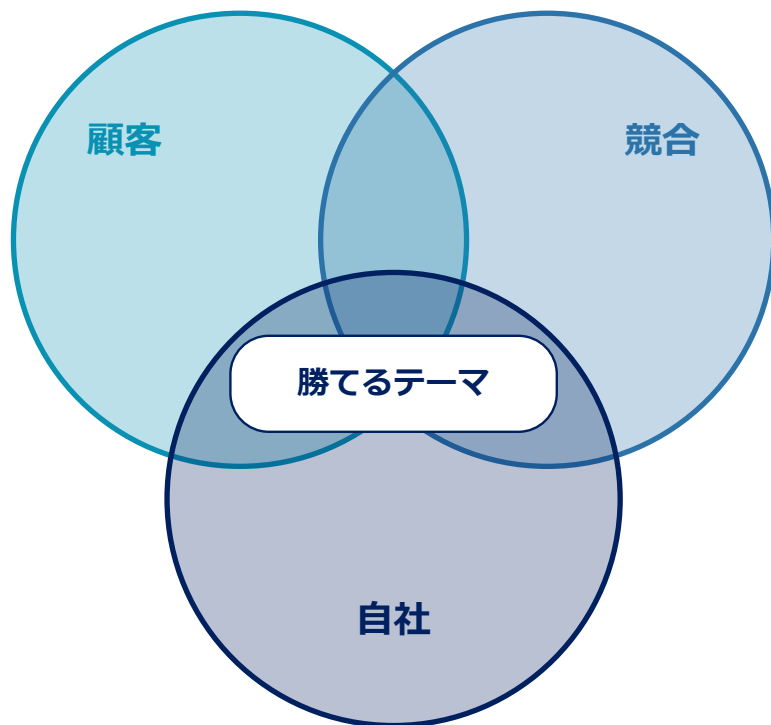
優先テーマ

料金・比較・導入メリット



順位は「結果の一部」。最初に決めるのは「月10件の資料請求」のような、SEOの成功条件です。

3つの視点から「自社が勝てるテーマ」を見つけます。



Customer | 顧客

誰が・何に困っているのか

検索語・悩み・比較軸を考えます。



Competitor | 競合

検索上位のページは何を満たしているか

内容・構成・訴求を観察します。



Company | 自社

自社の強み・実績・独自性・得意領域

他社と差別化できる点を整理します。

3C分析で見るポイント

1 検索ニーズはあるか

2 上位競合と差別化できるか

3 自社に語れる根拠があるか

4 問い合わせにつながるか

検索数だけで選ばず、ユーザーが今どの段階にいるかを見ます。

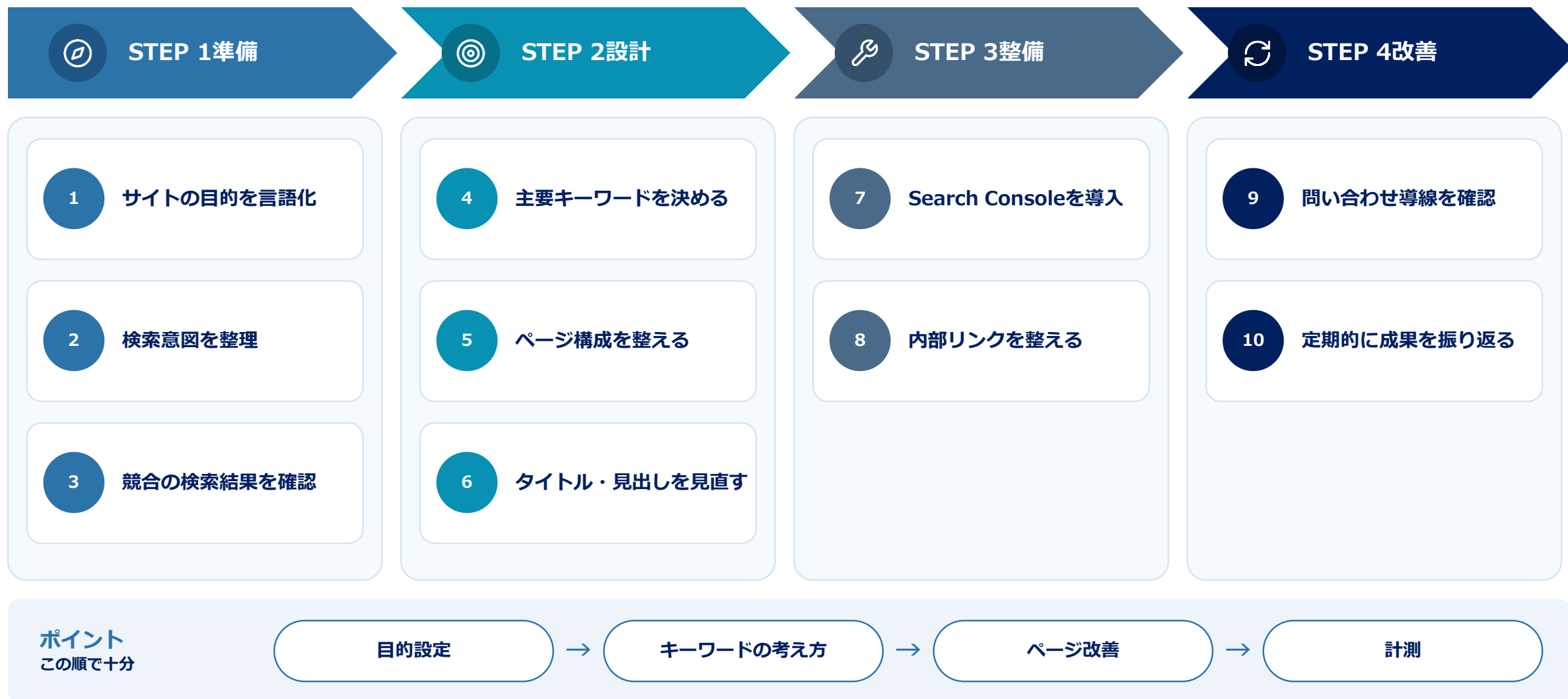


狙うキーワードの決め方

- 1 事業との距離**
問い合わせに近い意図から優先する
- 2 自社の強み**
根拠を語れるテーマを選ぶ
- 3 競合の強さ**
上位ページと差別化できるか
- 4 検索数**
最後に需要の大きさを確認

検索数だけで選ばず、検索意図と事業との距離を見て、狙うキーワードの優先度を決めましょう。

一度に全部やるより、順番に進めることが大切です。



短期的に効果があるように見えても、評価や信頼を損ないやすい行為があります。

× やらない方がよいこと

× **検索順位だけを追う**
問い合わせや品質改善につながらない

× **キーワードを不自然に詰め込む**
読みにくく、意味の通らない文章になる

× **似た内容の記事を量産する**
重複・薄い内容は評価されにくい

× **リンクを大量購入する**
スパムとみなされるリスクがある

× **更新目的だけで記事を量産する**
品質が下がり、運用負荷も増える

✓ 代わりにやること

✓ **問い合わせ・CVも含めて成果を見る**

✓ **自然な文章で検索意図に答える**

✓ **1テーマ1ページにまとめて充実させる**

✓ **役立つ情報で自然に紹介される**

✓ **既存ページの改善（リライト）を優先**

検索意図・読みやすさ・独自性・信頼性・導線改善を重視すれば、NG施策に頼る必要はありません。

4つの週に分けて、小さく着手します。



完璧を目指すより、1か月で一度まわす

把握



改善



計測



始める前に、最低限そろえておきたい項目を確認します。

目的・対象	現状把握	コンテンツ	運用	チェック数で判定
☐ SEOの目的が決まっている	☐ Google Search Consoleを導入した	☐ タイトル・見出しが分かりやすい	☐ 更新・改善の担当者を決めた	/ 12項目 10~12 準備OK 30日ロードマップへ 6~9 あと少し 少ない列から整える 0~5 準備から 目的と現状把握を優先
☐ 対象読者を整理できている	☐ 主要ページのインデックス状況を見た	☐ 比較される情報がそろっている	☐ 月1回以上の振り返り予定がある	
☐ 主な商品・サービスが明確である	☐ 流入・問い合わせ導線を把握した	☐ 競合と違う強みを言語化している	☐ 成果を見る指標を決めた	

チェックが少ない列（カテゴリ）から優先して整えましょう。

初めてのSEOで多い疑問を、短く整理しました。

Q1

SEOはどのくらいで効果が出ますか？

A

業種や競争環境によりますが、一般的には数か月単位で変化を見ていきます。まずは重要ページの改善から始めましょう。

変化を見る目安（イメージ）

1か月目
準備・改善

2～3か月
順位が動く

3～6か月～
成果を検証

Q2

SEOの知識がなくても始められますか？

A

はい。目的設定、検索意図の理解、基本的なページ改善から始めれば十分です。

この順番で始めれば十分



目的設定



検索意図の理解



ページ改善

Q3

AI検索時代でもSEOは必要ですか？

A

必要です。ユーザーに役立つ情報、検索システムが理解しやすい構造、信頼できる根拠は引き続き重要です。

SEOの土台はAI検索にも生きる

Google検索

AI Overviews

生成AIの回答

SEOの土台：役立つ情報・わかりやすい構造・信頼できる根拠

1回で完成させるより、改善のループを回すことが成果につながります。



この資料の使い方

- 1 目的を決める**
p.5を見ながら成功条件を決める
- 2 優先テーマを選ぶ**
p.6～7で3C・検索意図を整理
- 3 改善対象ページを決める**
p.8の10の基本から着手
- 4 毎月の見直しに使う**
p.11のチェックシートで確認

1回で完成させるより、改善のループを回し続けることが成果につながります。

COMPANY

会社概要

東京SEOメーカーの理念と、これまでの支援実績をご紹介します。



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・AIO/LLMO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15年

YouTube

会員登録 30,000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



15年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。20人の少数精鋭ながら大手企業、上場企業の支援多数。



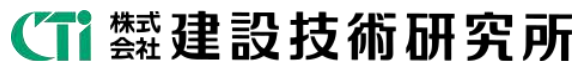
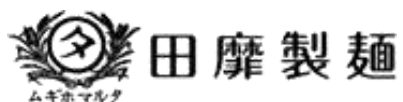
検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積。



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。



国内企業様 取引先一例



グローバル企業様 取引先一例





SEO・AIO・LLMOの課題を
戦略から実装・計測まで
東京SEOメーカーにご相談ください

SEO/LLMO診断・コンサルティング・テクニカルSEO・コンテンツ戦略・海外SEO

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