

WordPress SEO

成功の秘訣

オンラインZOOMセミナー

2019年3月27日（水）

本日のGOAL

WordPressで記事を書いてSEOをしていくための

- ・ 必要事項
- ・ 大まかな流れ

が理解できる！

検索エンジンで上位表示するために

Q. まず最初にやるべきことは？

A. 検索エンジン（Google）について、よく知ること。



検索エンジンのことを知る手がかり

1. [Google が掲げる 10 の事実](#)
2. [検索エンジン最適化 \(SEO\) スターター ガイド](#)
3. [検索品質評価ガイドライン](#) (参照：[日本語解説版](#))

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点
2. 検索エンジンが理解しやすい構成
3. E-A-T

1. ユーザー視点

ユーザー視点とは？

⇒検索ユーザーにとって価値があるサイト（記事）であること。

仮に、ユーザー視点を考えない記事が増えると・・・

⇒サイト全体の価値が低下する。

※記事を増やせばいいってもんじゃない。

検索ユーザーにとって価値がある記事とは？

(1) 検索ニーズが存在している。

→誰も検索しないキーワードで記事を書いても価値はない。

(2) 検索意図に答えられている。

→聞かれたこと、求められていることの答えを記事に書く。

(3) 読みやすく、わかりやすく、操作性に優れている。

→訪問者がストレスを感じない作りになっていること。

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している
- (2) 検索意図に答えられている
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

3. E-A-T

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

いくらがんばってよい記事を書いても、それが検索エンジンに伝わらなければ意味が無い。

→検索エンジンに正しく内容が伝わる構成を心がける。

- (1) サイト構成・・・何についてのサイトか伝える。
- (2) 記事構成・・・何についての記事か伝える。

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している
- (2) 検索意図に答えられている
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

- (1) サイト構成
- (2) 記事構成

3. E-A-T

3. E-A-T

EATとは？

- (1) **E**xpertise (専門性)
- (2) **A**uthoritativity (権威性)
- (3) **T**rustWorthiness (信頼性)

→これらの3つを高めることが記事の評価向上につながる。

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している
- (2) 検索意図に答えられている
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

- (1) サイト構成
- (2) 記事構成

3. E-A-T

- (1) 専門性
- (2) 権威性
- (3) 信頼性

ユーザー視点

(1) 検索ニーズが存在している

仮に検索ニーズが存在していないと・・・

= それについて記事を書いても、誰の役にも立たない。

= Googleも評価のしようがない。

検索ニーズが存在してるかどうかの調べ方

1. サジェストキーワード（虫眼鏡キーワード）
2. 関連キーワード
3. 検索ボリュームを確認する

(1) 検索ニーズが存在している

ただし例外あり。

⇒ 「地域系」のキーワードはもともとボリュームが少なく表示されないことも多い。

※ ピアノ教室 + 地域名
整骨院 + 駅名
ペン習字 + バス停

(2) 検索意図に答えられている

■そもそも「検索意図」とは？

⇒検索ユーザーが検索するときに頭の中に思い描いていること。
(= 検索によって得たいゴール。)

- ①知りたい (Knowクエリ)
- ②買いたい (Buyクエリ)
- ③やってみたい (Doクエリ)
- ④行きたい (Goクエリ)

(2) 検索意図に答えられている

例) 「脱毛」と「育毛」

⇒検索意図を知るためには、検索結果を見る。

⇒検索意図からズレた記事は上位表示されにくい。

(3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている

①読みやすい

- ・適度な行間、改行、文字の大きさ（※スマホで確認）
- ・文字の装飾（鮮やか過ぎはNG）

②わかりやすい

- ・表現（専門用語NG、漢字とひらがな、接続詞）
- ・図表や写真

③操作性に優れている

- ・リンクのわかりやすさ&押しやすさ。
- ・次へのナビゲーション

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している **【済】**
- (2) 検索意図に答えられている **【済】**
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている **【済】**

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

- (1) サイト構成
- (2) 記事構成

3. E-A-T

- (1) 専門性
- (2) 権威性
- (3) 信頼性

検索エンジンが理解しやすい構成

(1) サイト構成

① サイトマップを作成する。
⇒ プラグインを使えばOK。

② カテゴリー分け
⇒ 余計なカテゴリーを増やさない。

※ 「専門性」を高めるため。

③ 内部リンクで各記事の関係性がわかるように。
⇒ 同カテゴリー内が理想。



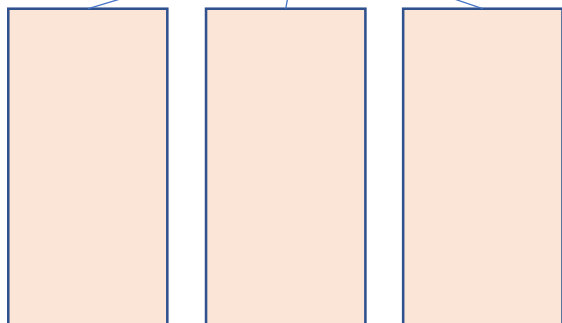
【参考】カテゴリーのイメージ

メインキーワード

ピアノ教室

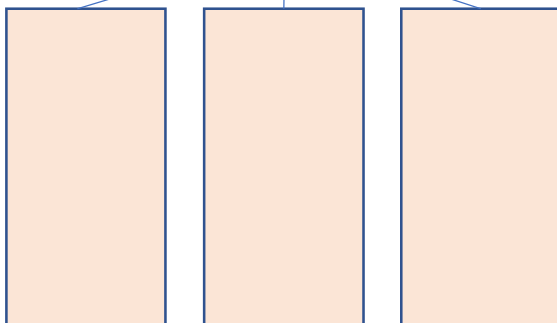
カテゴリー①

ピアノの上達法



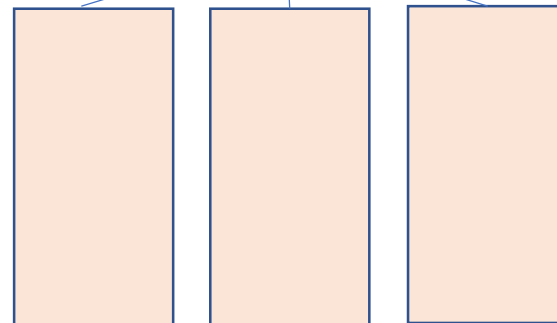
カテゴリー②

楽譜の読み方



カテゴリー③

レッスン風景



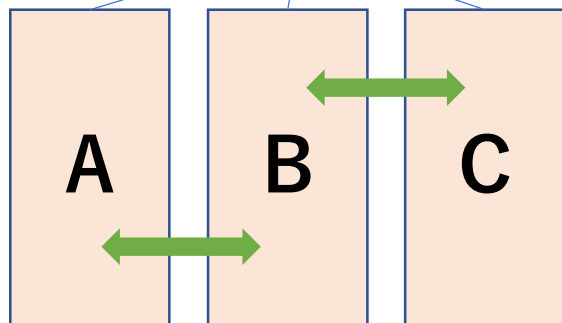
【参考】内部リンクのイメージ

メインキーワード

ピアノ教室

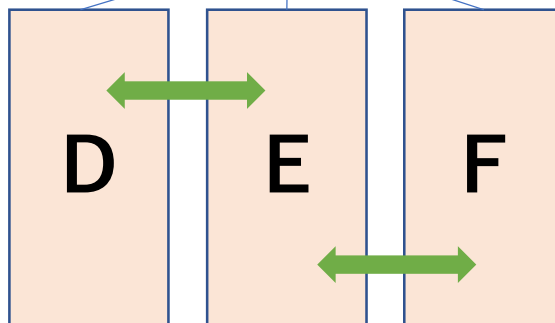
カテゴリー①

ピアノの上達法



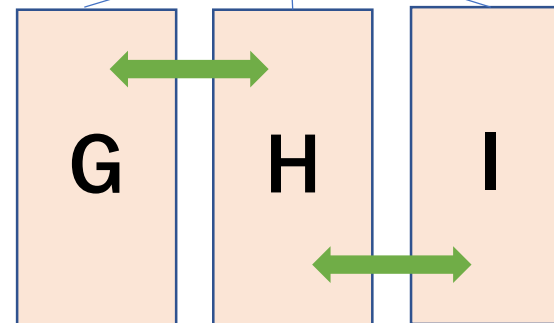
カテゴリー②

楽譜の読み方



カテゴリー③

レッスン風景



(2) 記事の構成

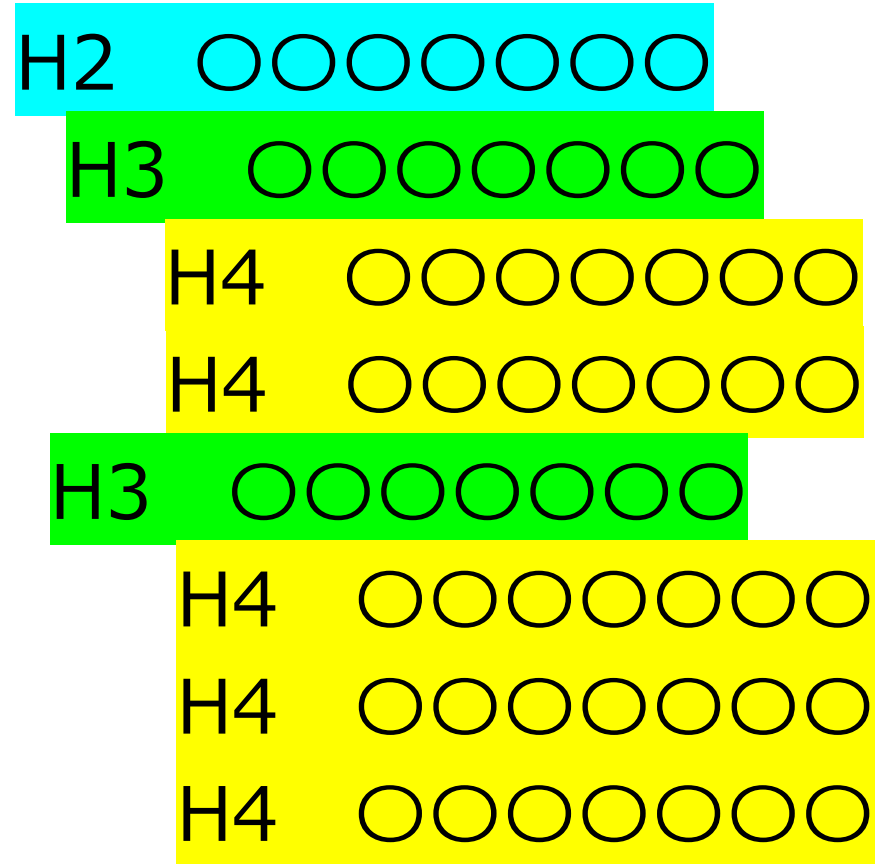
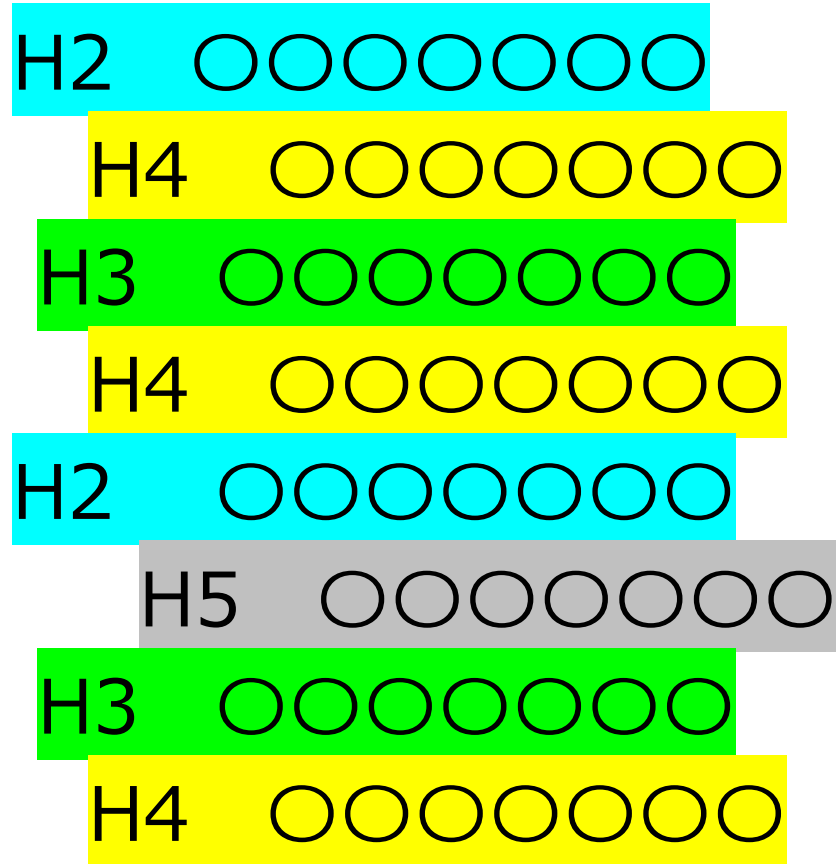
①正しくタグを使用する。

- ・ titleタグ ⇒ 前方にキーワードを入れる。
- ・ h1～h6タグ ⇒ 順番通りに使う。
- ・ strongタグ ⇒ 使い過ぎない。本当に重要なところだけ。

②結論は早めに書く。（※日記系は除く）

- ・ 言いたいことを後回しにしない。
- ・ 書き出し→結論→理由→具体例→結論（まとめ）

【参考】 h1~h6タグ ⇒ 順番通りに使う。



結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している **【済】**
- (2) 検索意図に答えられている **【済】**
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている **【済】**

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

- (1) サイト構成 **【済】**
- (2) 記事構成 **【済】**

3. E-A-T

- (1) 専門性
- (2) 権威性
- (3) 信頼性

E-A-T

(1) 専門性

- ①キーワードに関連する話題（テーマ）にもれなく触れる。
→検索上位サイトで取り扱っているテーマを網羅する。

- ②キーワードに関連する「用語」を多く取り入れる。
→よく一緒に使われる語（共起語）を中心に。

- ③キーワードに関連するページを増やす。
→同じキーワードが使われたページの数が多い方がよい。

【参考】共起語

そのキーワードと一緒によく使われる言葉。

例) パスタ

カルボナーラ、イタリア、トマトソース、ゆで時間・・・

(2) 権威性

① 関連するサイトからの被リンク

→ 周りから認められている証拠。

② 権威性の高いところからの被リンク

→ 権威として認められている証拠。

③ 直接検索

→ 認知されている証拠。 (=〇〇ならココ！)

(3) 信頼性

①常に最新の情報が更新されている。

→古い情報は信頼できない時代。

②権威からの引用文を用いている。

→権威が言っていること = 信頼できること

③他のサイトからの被リンク

→リンクがもらえる = 信頼されてる証

結局のところ、上位表示のポイントは？

1. ユーザー視点

- (1) 検索ニーズが存在している **【済】**
- (2) 検索意図に答えられている **【済】**
- (3) 読みやすく・わかりやすく・操作性に優れている **【済】**

2. 検索エンジンが理解しやすい構成

- (1) サイト構成 **【済】**
- (2) 記事構成 **【済】**

3. E-A-T

- (1) 専門性 **【済】**
- (2) 権威性 **【済】**
- (3) 信頼性 **【済】**

具体的にどうすればいいの？

※以下の手順で考えて&実行してください。

パート1. サイト作成

パート2. ページ（記事）作成

パート1：サイト作成

WordPressを立ち上げたら・・・

①Google XML Sitemapsというプラグインをインストール。



②カテゴリーわけを考える。

パート2：記事作成

①キーワードを決める。 ⇒ 検索ニーズが存在している



②検索意図を探る。 ⇒ 検索結果の1位～20位を見る



③段落構成を考える。 ⇒ hタグの使い方・結論は早めに
話題を網羅する



④記事を書く。 ⇒ 読みやすさ・わかりやすさ・操作性
共起語・権威からの引用

今日のまとめ

いろいろ考えること&やることがあってSEOは難しい！

⇒すぐにできるようになるってことはない。

⇒だから継続して、慣れることが大事。