



1人サロン・治療院のための 今日から始めるSEO

もくじ




01 | まずはこれ！SEO基礎用語

02 | SEOのキホンの考え方

03 | よい、Webサイトとは

04 | 強いWebサイトの作り方



1. まずはコレ！ SEO基礎用語

Glossary of SEO

WEBサイトとホームページは同じもの？

このレポートでは『ウェブページ』、『ウェブサイト』、『ホームページ』といった言葉が出てきます。

それぞれがなにを表しているのかが分かっていないと、アタマが混乱してしまうと思うので、まずは言葉の定義をしておきましょう。

ウェブページとは、インターネット上に公開されている、固有のURLを持つページ単体のこと



<https://site.jp/123>

複数のウェブページが複数集まるとウェブサイトになります。



<https://site.jp/123>



<https://site.jp/456>



<https://site.jp/789>

ホームページとは本来ブラウザを立ち上げたときに表示される画面や、ウェブサイトのトップページのことを意味していました。それが誤用され、ウェブサイト全体をあホームページと呼ぶようになり、定着して今にいたります。

つまり『Webページ』 = 1枚のページ。

『Webサイト』 = 複数のページが集まったもの = 『ホームページ』。

ということです。

SEO基礎用語

1

検索エンジン

インターネットに存在する情報（ウェブサイト、画像ファイル、動画、ニュースなど）を検索する機能およびそのプログラム。

日本ではGoogleとYahoo!が二大巨頭。

2

SEO

SearchEngineOptimization（検索エンジン最適化）の略。

GoogleやYahoo!の検索結果で、サイトを正しく評価してもらう方法のこと。

3

クローラー

ウェブ上のテキストや画像、サイトの情報を取得して自動的にデータベース化するプログラムのこと。

Botやロボットなどとも呼ばれる。また、プログラムの行動を「クロール」という。

4

インデックス

検索エンジンが持つ、ウェブページのデータベースのこと。

クローラーがそのページを巡回（クロール）し、情報を集めることでインデックス（整理）される。

5

アルゴリズム

検索エンジンが検索結果をランキング付けする評価基準のこと。

ユーザーが求めるコンテンツがすぐに手に入るように、アルゴリズムは日々更新され続けている。

6

ソースコード

プログラミング言語などの人間が理解・記述しやすい言語やデータ形式を用いて書き記されたコンピュータプログラムのこと。

サイトのタイトルや、デザインなどが記述されている。



2. SEOの キホンの 考え方

Basis of SEO

2-1|まずは検索してみよう！

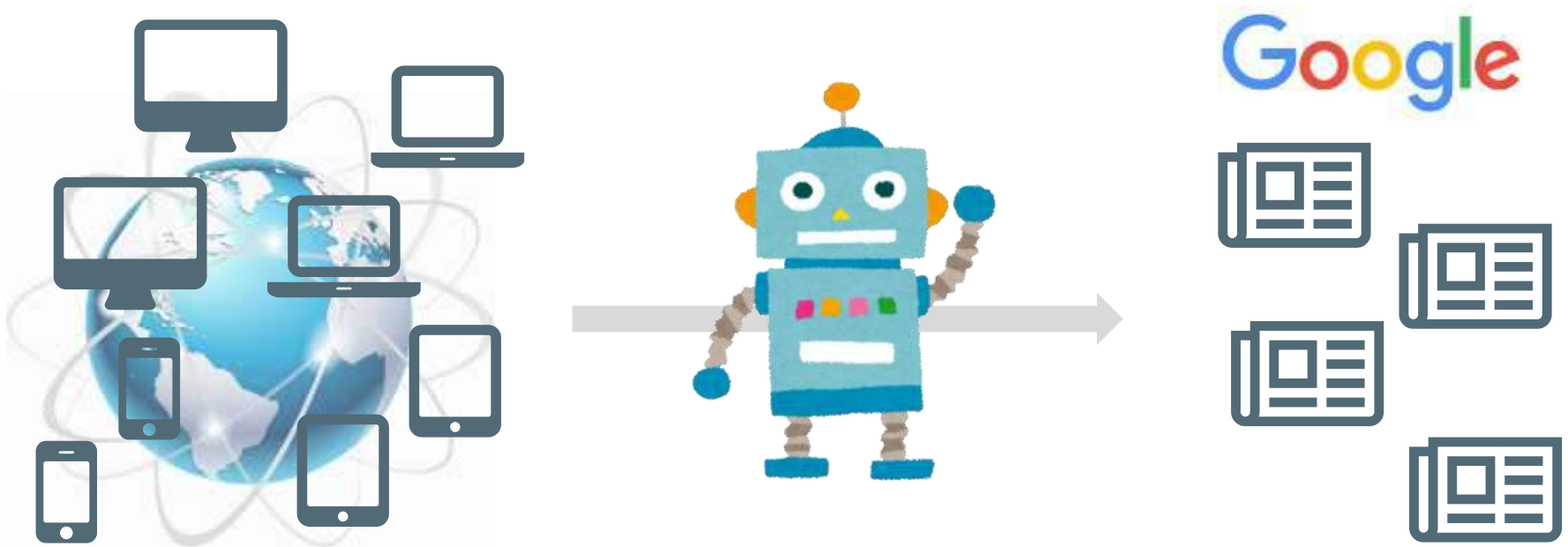


検索結果に出てくるサイトはすべてGoogleが評価した順番に表示されます。

クローラーがサイトの情報を精査して、**Googleが決めた評価項目と照らし合わせて**評価を決めているのです。

Googleは、そうしてページの情報をあらかじめ整理して、検索されてから結果を返すまでのスピードを上げることでユーザーの利便性を高めています。

2-2| クローラーって何してるの？



ウェブページを巡回

ウェブページの情報収集
(クロール)

情報を整理 (インデックス)

「クローラー」は簡単に言えば「インターネット上の情報を集めてくるもの」。
そしてクローラーが集めた情報を、あとで「取り出されやすいように整理されたもの」を「インデックス」と言います。
つまり「Google検索」を使って情報を探しているユーザーは、直接サイトを探しているのではなく、**Googleのサーバー上にあるインデックスを検索している**のです。

2-2| クローラーって何してるの？

クローラーは、必ずしもすべてのウェブページを巡回し、情報収集→インデックスができるわけではありません。

また、公開したページをすぐに発見できるわけでもありません。

クローラーが発見・巡回しやすく、情報を収集しやすいように工夫することもSEO対策の大事なポイントです。



地図や目印、道順がわかりやすく書かれていると迷わないのは、人間もロボットも同じです。

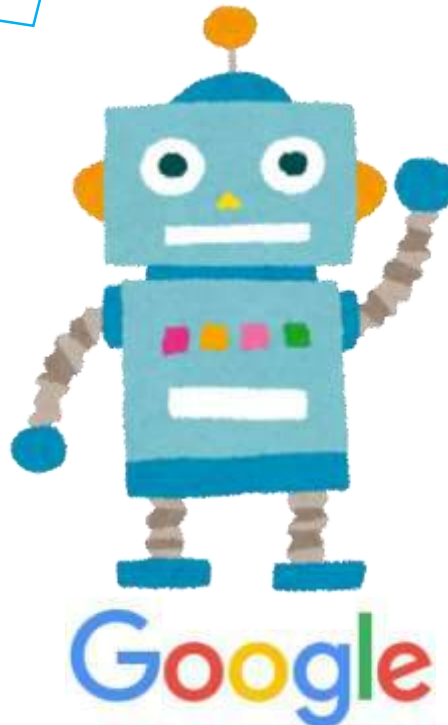
ユーザーにとってのWEBサイトの利用しやすさを「ユーザビリティ」というのに対し、クローラーにとってのWEBサイトの巡回しやすさを「**クローラビリティ**」といいます。

クローラビリティの低いページは、ユーザーにも見つけてもらいにくくなるので、サイトのコンテンツ量が多くなればなるほどクローラビリティの改善の重要度は高くなります。

2-3 | ロボット=Googleが考えていること

情報を探しているユーザーにとって、役に立って満足してもらえる情報が載っているサイトを紹介したい。

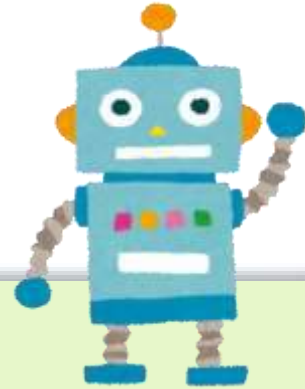
そうすることで、より多くの人に頼られる**インターネットの情報コンシェルジュ**になりたい！



2-4|SEOの目的って何？

「SEO」って、GoogleとかYahoo!で検索したときの検索結果の上の方に表示させるテクニックだって聞いたことがあるけど、何をしたらいいのかさっぱり分からないや！

そもそもなんで検索結果の上の方に表示させたいの？



あなたも実際に何かを検索した時のことを考えてみてください。

多くの場合、1ページ目に表示されたサイトをいくつかを見たら解決したり、別のキーワードで検索し直したりして**2、3ページ目以降はあまり見ない**のではないのでしょうか？

つまり、多くの見込み客にサイトを見てもらえるかどうかは、検索結果の上位に表示されるかどうかにかかっているのです。

SEOとは、検索エンジンに正しくサイトを評価してもらい、たくさんの人にサイトを見てもらうための手法のことです。

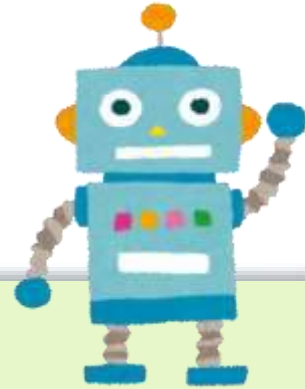
2-4 | SEOの目的って何？

なるほど！

SEO対策をする意味は分かった！

じゃあ実際になにをしていけばいいの？

Googleにお金を渡して、順位を上げてもらえばいいんだね！



残念ながら、そんなことはありません。

しかし「これさえすれば上位表示間違いなし！」という確実な手法はありません。

なぜなら検索エンジンがサイトを評価する仕組みは日々変わっていて、今日のSEO対策が明日同じように評価されるとは限らないからです。

しかし

上位表示されるためにどういうサイトを作ればいいのかは、Googleがある程度の指標を出してくれています。

それに則ったサイト作りをしていけば、検索結果でより適切に表示されるようになっていきます。

2-5 | SEO対策で必要なこと

ウェブページを巡回

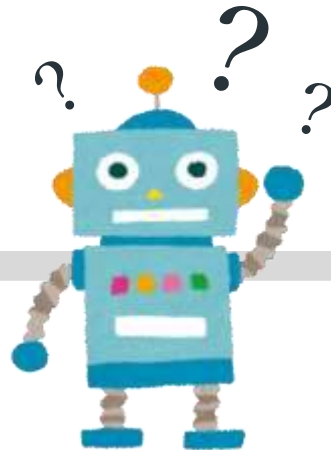
ウェブページの情報収集
(クロール)

情報を整理 (インデックス)

SEOのルールを無視して作った
サイトを公開しても



クローラーに正しく情報が伝
わっていないならば・・・



正しく評価されない・・・



検索結果の表示順位はクローラーの評価次第なので、**SEO対策はクローラー対策**といっても過言ではありません。

今は、クローラーの性能が上がってきてユーザーとほぼ同じ目線でサイトを見ることができるようになっているといわれます。

つまり、クローラー対策をすることで、自然とユーザーのための対策を進めることができるのです。

つまりSEO対策とは・・・

検索しているユーザーにとって最適な「回答」となるページやサイトを用意し

検索で見つけてもらいやすい状態を作ること

SEO対策の基本的な流れ

検索する人にとって役に立つコンテンツを用意する。

検索エンジンに正しくクロールされ、インデックスされる状態を保つ

アルゴリズムによって評価された結果、優先的に表示されるようになる

The background of the slide features a close-up, slightly blurred image of several hands giving a thumbs-up gesture, symbolizing approval or success. The hands are of various skin tones and are positioned in the foreground, with the thumbs pointing upwards. The overall tone is positive and encouraging.

3. 「よい」 Webページ とは

How to SEO

3-1|Googleが考える「よい」コンテンツ

Search Console ヘルプ 🔍 知りたい内容についてご記入ください

次の一般的なガイドラインに沿ってサイトを作成すると、Google がサイトを感識し、[インデックス](#)に登録し、リンク付けをするプロセスをスムーズに行う手助けとなります。

下記の品質に関するガイドラインに目を通されますようお願い致します。このガイドラインでは、Google のインデックスから完全に削除されるか、あるいはアルゴリズムまたは手動によるスパム対策の影響を受ける可能性がある不正行為について説明しています。スパム対策が実施されたサイトは、Google.co.jp や Google のパートナー サイトの検索結果に表示されなくなることがあります。

一般的なガイドライン

- Google がページをクロールできるよう手助けする
- Google がページを理解できるよう手助けする
- 訪問者がページを利用しやすいよう手助けする

品質に関するガイドライン

この品質に関するガイドラインでは一般的な偽装行為や不正行為について説明していますが、ここに記載されていない不正行為についても、Google で対応策を実施することがあります。また、このページに記載されている行為が許可されているとは限りません。抜け道を探すことに時間をかけるより、ガイドラインを遵守することでユーザーの利便性が向上し、検索結果の上位に表示されるようになります。

Google の品質に関するガイドラインに違反していないと思われるサイトを見つけた場合は、[スパム報告](#)で Google にお知らせください。個別の不正行為対策を最小限に抑えられるよう、Google では拡張可能で自動化された解決方法の開発に努めています。Google では、すべての報告に対して手動による対応を講じるとは限りませんが、ユーザーへの影響度に応じて各スパム報告に優先度を設定し、場合によってはスパムサイトを Google の検索結果から完全に削除することがあります。ただし、手動による対応を講じた場合には必ずサイトを削除する、というわけではありません。また、報告を受けたサイトに対して Google で対応を講じた場合でも、その業があったかどうかは明確にならないこともあります。

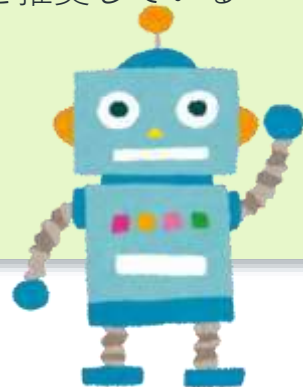
基本方針

- 検索エンジンではなく、ユーザーの利便性を最優先に考慮してページを作成する。
- ユーザーをだますようなことをしない。
- 検索エンジンでの掲載位置を上げるための不正行為をしない。リンクを購読しているサイトや Google 社員に対して目利が行った対策を説明するときに、やましい点がないかどうかは判断の目安です。その他にも、ユーザーにとって役立つかどうか、検索エンジンがなくても同じことをするかどうか、などのポイントを確認してみ

SEOの基準に関して、Googleはすべてを公開しているわけではありません。

分からない部分も多い中で、Googleの[ウェブマスター向けガイドライン](#)ではコンテンツの品質について、左記のように説明してくれています。

これを見れば、Googleが**ユーザーにとって良いコンテンツ**を作ることを推奨しているのが分かります。



3-1 | Googleが考える「よい」コンテンツ

また、Googleがウェブマスター向けの公式ブログで、ユーザーにとって良いと考えているコンテンツの条件をいくつか提示しています。

それらをまとめると以下の3点に集約できます。

言い換えると、この3つの要素が強いWEBページ、強いWEBサイトを作る基本となります。



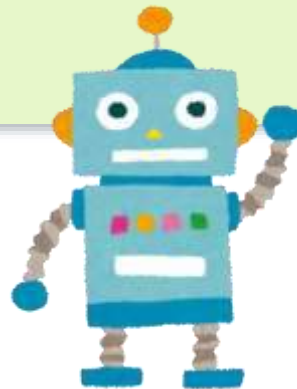
3-2 | 独自性とは



独自性は、他のサイトには載っていないようなコンテンツや情報、分析などを書くことで高めることができます。

他でも簡単に知ることができる当たり前のことだけでなく、洞察に富んだ分析やユーザーにとって興味深い情報を含んでいることが重要です。

とはいえ、健康に役立つ研究を自分でしなければならぬ、ということではありません。
情報のソースは書籍やネット頼ったとしても、**自分の言葉で説明することが大事**なのです。



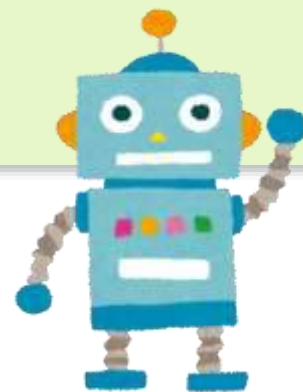
3-3 | 有益性とは



有益性は、ユーザーがサイトを訪れた時、**役に立つ情報が得られるかどうか**がポイントです。

同じ検索結果で表示される他のページと比較して、はっきりした価値を持っていると、有益性が高いとされます。

また、コンテンツだけではなく、写真やイラスト、図やグラフを使っていて見やすいデザインであったり、しっかりと全体像が分かる説明がされていることも大切です。



3-3 | 有益性とは

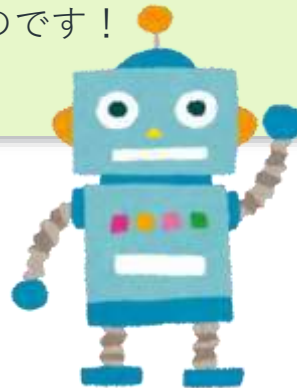


見やすい、分かりやすいだけでなく、**ユーザーの興味に沿って書かれている**かも有益性の面では重要です。

例えば、「WordPressの使い方」と調べてみましょう！

ユーザーは「WordPressでサイトを作るにはどうすればいいのか？」に興味を持っています。

ここでWordPressの使い方に関するサイトを作るのであれば、「WordPressを使ったサイトの作り方」を説明したページを作ること、検索エンジンはそのサイトを**ユーザーの興味を惹き、疑問を解決する有益なサイト**と評価してくれるのです！



また、情報量が少なく、内容が薄かったり、問合せ先などの必要な情報がわかりにくかったり、メニューやリンクの導線が悪いといった「使いにくさ」も有益性が低いと評価される基準になるといわれています。

インの取り方

3-4 | 専門性とは



独自性と有益性がある情報を発信するためには、専門的な知識が必要になり、結果的に専門性も高まることになります。

要するにコンテンツを書く人が、**ちゃんと専門的な知識を持っているかどうか**が大事ということです。

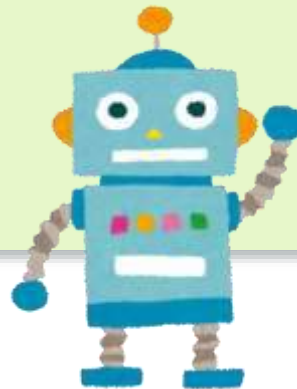
また、専門性は、そのコンテンツの信頼性とも言い換えることができます。

Googleは、ユーザーにとって信頼できる「本物の」情報を発信しているサイトを優遇しようとしているのです。

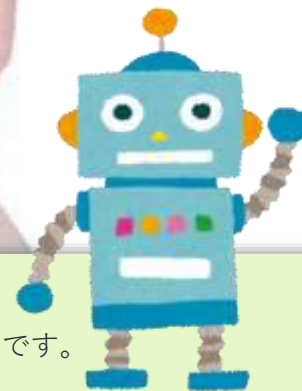
専門性があるコンテンツと認められるにはコツがあります。

それは「共起語」を使うこと。

共起語を上手に使うことで専門性が高いサイトと評価してもらえるようになります。



3-5 | 専門性を高める共起語



共起語とは、文章に使われているある単語の周囲に出てきやすい、その単語に関連する単語のことです。

例えば「腰痛」の共起語は「ぎっくり腰」「解消」「運動不足」「広背筋」「痛み止め」「ストレッチ」などがそうです。

クローラーは、世界中のウェブページをインデックスしていくときに、関連性の深い単語の分類もしています。そして、関連する単語が多く使われているほど、詳しく説明されている＝専門性が高い、と判断しています。

つまり「腰痛」の周囲に、「ぎっくり腰」「解消」「運動不足」などの単語が出てくると、このページは「腰痛」について専門性の高い記事だと判断する、ということです。

専門性を高めるためには、自分が狙っているキーワードと一緒に共起語を使うことがポイントです。

共起語が使われているかが、その人がどれだけ**そのキーワードについて詳しく知っているか**の指標にもなります。

だから専門性を出すためには、共起語を使うことが大きなポイントであり、重要なテクニックです。

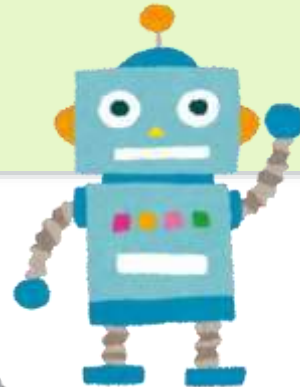
3-6| キーワードの使い過ぎはNG

なるほど！じゃあ関連するキーワードや共起語を使いまくれば、評価も高くなって上位表示されるんだね！！



実はそういうわけでもありません。

キーワードや共起語は使いすぎるとGoogleに不自然な文章だと認識されることになるので、**使い過ぎもかえってマイナス**になってしまいます。



つらい腰痛
腰痛は 腰痛が 運動不足で
広背筋が ギックリ腰に 腰痛
ぎっくり腰は 腰痛を解消
腰痛には ストレッチ
痛み止めを



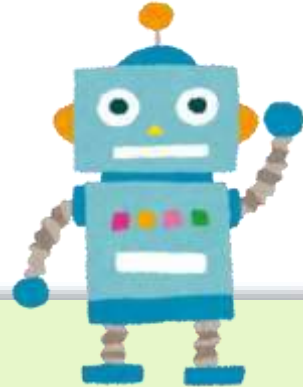
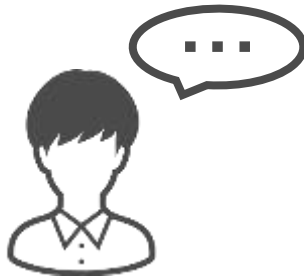
3-7|テクニックよりも目的が大事

検索エンジンにキーワードを正しく認識してもらって、その上でサイトの中身を正しく評価してもらうことが重要なんですよ？

それってやっぱりコツとかあるんだよね？

最初からコツだけ教えてくれれば、早いこと対策できるのに。

まわりくどいなー



確かにテクニック的も大事。

でも、本来はあくまでユーザーにより良い情報を届けることが目的で、そのための手段としてSEOを利用するという意識が大事です。

ユーザーの利益にならない悪質なテクニックはブラックハットと言われ、Googleのアルゴリズムの変更で排除されていきます。

つまり、安易なテクニックに走り、一時的にアクセスを集めることができたとしても、いずれは評価が下がってしまいます。

そうなってからサイトを修正しても、もはや手遅れ。サイト内部の修正だけで対応できなければ、最悪の場合、ゼロからサイトを作り直し・・・なんてことにもなりかねません。

最近はクローラーの精度も高まってきて、ほぼユーザーと同じ目線でサイトを認識できるようになってきています。だから、検索エンジンのためのコンテンツ作りは、自然とユーザーのためのコンテンツ作りになっていきます。



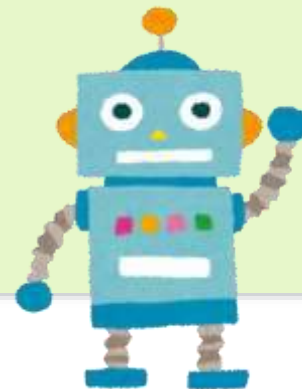
4. 「強い」 Webサイト の作り方

Build UP

4-1|SEO強化テクニック

検索エンジンに正しく評価され、ユーザーに見つけてもらいやすくするためすること、あるいはできることはたくさんあります。

でも、専門家でもない人がそのすべてを実践するのはとてもハードルが高く難しいもの。ここでは、簡単に取り入れることができ、効果の大きい4つのポイントをご紹介します。



1

タイトルタグの設定

3

Noindex付与



2

Hタグの設定

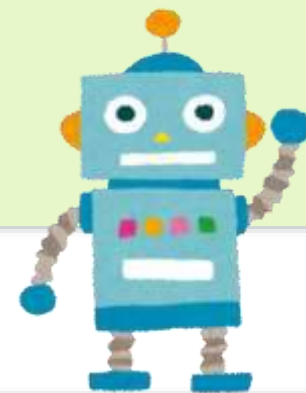
4

自然な文章

4-2|タイトルタグとは

titleタグは、検索エンジンが最重要視する要素と言われています。
つまりSEO対策をする上で、一番最初に対策するべきところということです。

SEO的に評価されるタイトルの書き方には、3つのポイントがあります。



```
<!-- This site is optimized with the Yoast SEO plugin v8.2.1 - https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/ -->
<title>月商100万円サロン育成塾 羅針盤 | 1人サロン・治療院で月商100万円を達成するための集客・経営ノウハウ</title>
<meta name="description" content="1人サロンのための 集客、リピート獲得、売上げアップのためのテクニックを無料で学べる。">
<link rel="canonical" href="https://rashin-ban.jp/" />
<link rel="next" href="https://rashin-ban.jp/page/2/" />
<meta property="og:locale" content="ja_JP" />
<meta property="og:type" content="website" />
<meta property="og:title" content="月商100万円サロン育成塾 羅針盤 | 1人サロン・治療院で月商100万円を達成するための集客・経営ノウハウ" />
<meta property="og:description" content="1人サロンのための 集客、リピート獲得、売上げアップのためのテクニックを無料で学べる。">
<meta property="og:url" content="https://rashin-ban.jp/" />
<meta property="og:site_name" content="月商100万円サロン育成塾 羅針盤" />
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image" />
<meta name="twitter:description" content="1人サロンのための 集客、リピート獲得、売上げアップのためのテクニックを無料で学べる。">
<meta name="twitter:title" content="月商100万円サロン育成塾 羅針盤 | 1人サロン・治療院で月商100万円を達成するための集客・経営ノウハウ" />
<meta name="twitter:site" content="@rashin_ban" />
<script type="application/ld+json">[{"@context":"https://schema.org","@type":"WebSite","@id":"#website","url":"https://rashin-ban.jp/","name":"月商100万円サロン育成塾 羅針盤","description":"1人サロンのための 集客、リピート獲得、売上げアップのためのテクニックを無料で学べる。","potentialAction":{"@type":"SearchAction","target":"https://rashin-ban.jp/?s={search_term_string}","query-param":"search_term_string"}}]</script>
<script type="application/ld+json">[{"@context":"https://schema.org","@type":"Person","url":"https://rashin-ban.jp/","name":"月商100万円サロン育成塾 羅針盤","description":"1人サロンのための 集客、リピート獲得、売上げアップのためのテクニックを無料で学べる。","potentialAction":{"@type":"SearchAction","target":"https://rashin-ban.jp/?s={search_term_string}","query-param":"search_term_string"}}]</script>
<meta name="google-site-verification" content="x1Wxd939rmaVfy345QdeQMLPLDH202d5tMv6mdPxx" />
<!-- / Yoast SEO plugin, -->
```

Titleタグとは、ウェブページのソースコードのウチ<title>と</title>に挟まれた文字列のことです。

そのウェブページの内容を端的に表すものでなくてはいけません。

ソースコードの見方は、情報を見たいページを表示して『Ctrl+U』、または右クリックして『ページのソースを表示』を選ぶと、見本のような画面が表示されます。

ソースが表示された状態で『Ctrl+F』で検索窓を表示して、『title』と入力すると見つけやすくなります。

4-3 | タイトルタグの書き方

titleタグを設置する時に気をつけるべき3つのポイント

対策キーワードを必ず含める

- クローラーはtitleタグに入っているキーワードを重要だと認識します。また、ユーザーもキーワードが入っている方がサイト内容を理解しやすくなり、クリック率が高まります。

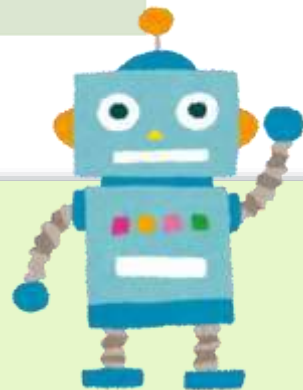
対策キーワードは、できるだけタイトルの左に配置する

- 検索結果に表示された際に、ユーザーの目に入りやすくなります。ユーザーに注目されやすいということは、クリックされやすいことにつながります。

全角32文字以内で記述する

- 長すぎるとタイトルが途切れてしまったり、勝手に省略されてしまったりしてキーワードをうまく入れることができない場合があります。

titleタグはSEOの中でも、最も重要な位置を占めると言われています。titleタグを整理し、キーワードを効果的に使うことで、クローラーの評価も高まるし、検索結果に表示された時にユーザーにも目を止めてもらいやすくなります。



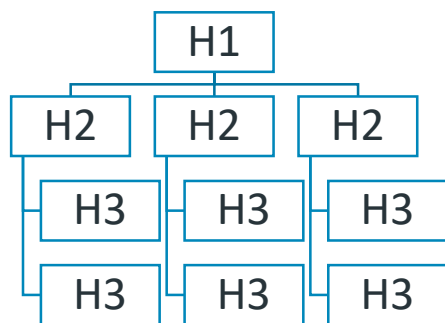
4-4 | Hタグの使い方

「hタグ」は「見出し」とも呼ばれます。H1～H6まで使用することができ、それぞれのhタグに別々の体裁を設定することができます。

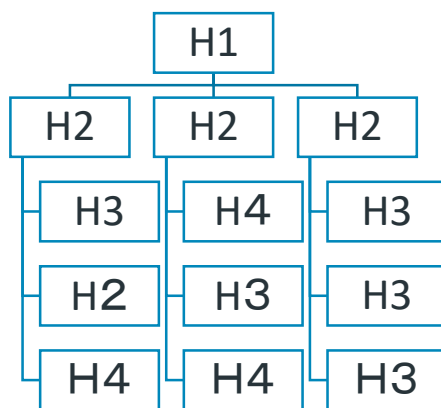
本の見出しは、第1章、第2章など、大きくくりから始まり、詳細になるにつれて小さな見出しへと移っていきますよね。ウェブページのhタグも本の見出しと考え方は同じです。

大きなhタグから小さなhタグへと階層が作られていることで、情報が整理されたコンテンツだと評価されます。

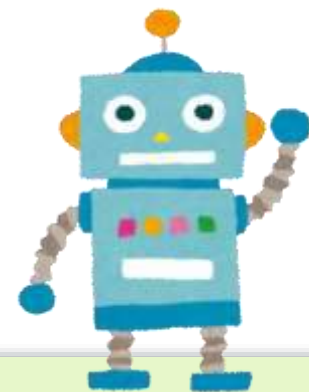
反対にhタグの使い方がバラバラだったり、階層がゴチャゴチャになっていると評価が下がってしまいます。



hタグの順番が守られた階層構造



hタグの順番が崩れて
階層構造がバラバラ



見栄えや見た目の体裁だけでhタグを使っていると、階層構造が崩れる原因です。

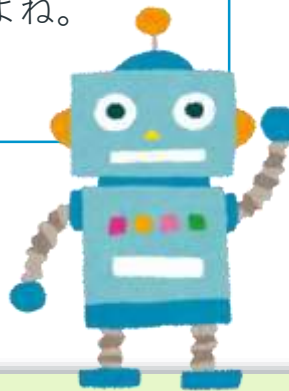
吹き出しや太字、ラベルやマー付きの文字列などを遣いたいときは、hタグではなく、CSSなどを使って、別に装飾するようにしましょう。

4-5 | Noindexとは

「Noindex」とは、検索エンジンに「このページはインデックスしないでいいよ」という指示を与えるための設定です。Noindexが設定されたページは、検索結果に出てこなくなります。

せっかく作ったページを検索に表示しないなんてもったいない！と思いますか？そうですね。

でも、Noindexを効果的に使うことで、SEOの評価を高めることができます。



```
</style>
<script type="text/javascript">
/*  */
    var wpNotesIsJetpackClient = true;
    var wpNotesIsJetpackClientV2 = true;
/* ]]&gt; */
&lt;/script&gt;
&lt;meta name="robots" content="noindex" /&gt;
&lt;/head&gt;

&lt;body class="post_lp-template-default single s
    &lt;div id="container"&gt;

&lt;div class="lp-container"&gt;
&lt;figure class="eyecatch lp"&gt;</pre></div><div data-bbox="438 592 952 642" data-label="Text"><p>ページ単体の評価は、キーワードの使われ方やタグの設定、リンクの設定などで評価されます。</p></div><div data-bbox="438 658 953 780" data-label="Text"><p>では、サイト全体はどのようにして評価されるのかというと、SEO評価の高いページと低いページの比率で決まります。つまり、どんなにSEO評価の高いページがあったとしても、<b>評価の低いページがたくさんあればサイトとしての評価は低くなる</b>ということです。</p></div><div data-bbox="438 796 959 942" data-label="Text"><p>SEO評価の低いページを非公開にすれば、サイト全体の評価を高めることができますが、問合せページやアクセスページ、料金表ページなど、ユーザビリティに直結するページは非公開にすることができません。このようなページにnoindex設定をすることで、ユーザビリティを下げることなく、サイト全体のSEO評価を高めることができるのです。</p></div>
```

4-6 | Noindexを設定する意味

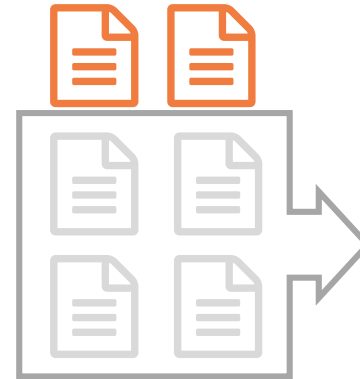
SEO評価の低いページがあると、サイト全体の評価が下がる



でも問合せや料金表ページなどは、非公開にするとユーザービリティが下がってしまう。

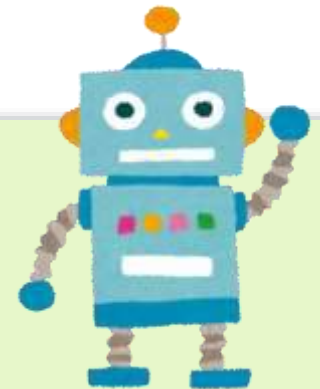


インデックス対象から外すことで、評価の引くページが減り、サイト全体の評価が高くなる。



Noindexを設定すると検索結果には表示されなくなるが、ページは存在し利用できる

「noindex」はWordPressを使っているなら、「all-in-oneSEOPack」や「AdvancedCustomFields」などのプラグインを使うと簡単に設定ができます。



4-7 | 自然な文章を使う

クローラーも改良が進み、人間と同じように文章の内容を理解できるようになっていると言われます。そこで、実際に文章を書く上で気をつけてほしいのが、この3つのポイントです。

キーワードを使いすぎない

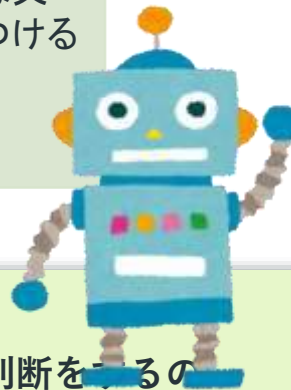
- キーワードボリュームは、そのページの全文字量に対するキーワード文字量の比率が2～5%を推奨

共起語を使う

- キーワードに絡めた共起語を使用したコンテンツにする

読みやすい自然な文章

- キーワードを入れることを意識しつつも、自然な文章であるように気をつける



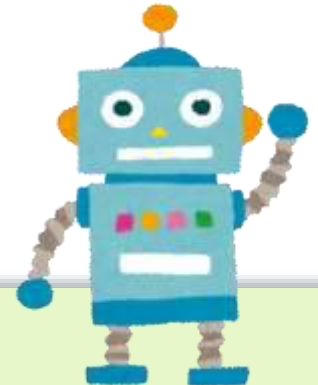
ウェブページの内容を精査・分析し評価するのはクローラーですが、**最終的に文章を読んで判断するのはユーザー＝人間**です。

つまり、いくらテクニックを駆使してSEO評価を上げたとしても、文章が読みやすくわかりやすいものになっていなければ、ユーザーは動いてはくれません。

4-8 | 適切な文章量は？

実際にサイトのコンテンツ作りを始めてみたけど
どれくらい文章書いたらいいのか分からないな…
いっぱい書いてある方が詳しいと思われていいの
かな？

それとも短く要点のみ書いた方が分かりやすいと
思われていいのかな？



テキスト量に関しては、多すぎても少なすぎてもダメなんです。

少なすぎると内容が薄いと判断されてしまいます。

一般的には最低でも1ページに2000文字。できれば3000文字以上書いていると、SEO的にはある程度の評価をされると言われています。

でも、ただ文章量を増やすためだけに、ダラダラと中身のないコンテンツが続くのは、有益性と専門性を下げてしまうのでマイナスです。

つまり**2000文字以上でユーザーにとって有益となる、専門的なコンテンツ**が望ましい、ということです。

4-9|これは絶対やっちゃダメ！

かつては、どれだけページがたくさんあるか、と、更新頻度の高さが、重視されている時代があり、当時はとりあえずページ数を増やし、更新頻度を高めるために、毎日記事を更新したほうがいい！と言われていました。

でも、今は更新頻度やインデックス数よりも『独自性』・『有益性』・『専門性』の比重が増しています。

つまり、ただ更新頻度を高め、ページ数を増やすためだけに、**内容の薄いページを量産することはSEO的にはマイナス**になってしまいます。

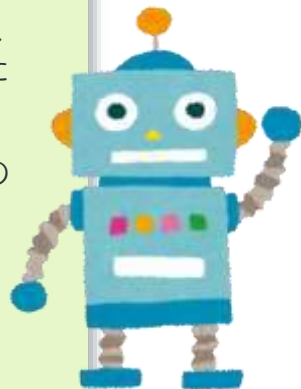
これを避けるため、次の2つは絶対にやってはいけません。

予約空き状況のお知らせ

サイトのテーマに関係ない日記

これらの記事は、専門性と有益性を大きく下げることになるので、SEO的にはまったく不要です。

ただ記事を増やすことよりも、ユーザーの役にたつページを増やすことを心がけましょう。



つまり、強いウェブサイトとは！

独自性を持っている

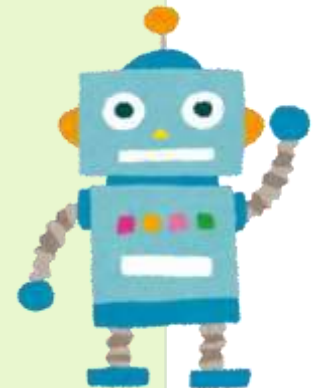
有益性がある

専門性が高い

この3つの要件を満たし

抑えるべきポイント

- Titleタグ、H1タグにキーワードを含める
- Hタグの階層を使い分ける
- キーワードの出現率は2～4%
- SEOに不要なページを増やさない
- 共起語を使う
- 自然な文章で書く



上記のポイントを守って作られた**良質なページが多く含まれている**サイトです。



HANK  U!





繁盛サロン育成塾 羅針盤

<https://rashin-ban.jp>

無料教材

繁盛サロン7つの法則メールセミナー

https://rashin-ban.jp/post_lp/lp01/

無料マーケティングツール

<https://rashin-ban.jp/free/>

電子書籍

繁盛サロンのチラシ集客が2時間で学べる

<https://amzn.to/2RhkNOq>

繁盛サロンのリピート戦略が2時間で学べる

<https://amzn.to/2PZZrol>

繁盛サロンの売る仕組みが2時間で学べる

<https://amzn.to/2SmOl1>

値上げってどうしたらできるの？と思ったら読む本

<https://amzn.to/2SpuOLd>

