



A8.net[®]

**サイト運営
レベルアップ
セミナー**



PROFILE

どうぞよろしくお願いいたします。

株式会社Smartaleck

代表取締役 河井大志 (かわいだいし)



実績

商工会議所WEBマーケティングセミナー
Festivo SEOキャンプ講師
各ASP様、広告主様タイアップセミナー
フジテレビ「ホンマでっか!?」WEBマーケティング評論家
各ASP様のサイト内へのアフィリエイト関連記事の寄稿
ブロガーコミュニティ「ichi」サポーター



事業内容

企業のアフィリエイトマーケティング運用
コンテンツマーケティング施策運用 (SEOコンサルティング)
アフィリエイター、ブロガーのコミュニティ運営

NEW!



「ホンマでっか!」



出版

SEO対策 検索上位サイトの法則52
アフィリエイト報酬アップの絶対法則61
元GoogleAdSense担当が教えるAdSenseのプロ技60
現役ASP役員が教える本当に稼げるアフィリエイト
10年稼ぎ続けるブログを創る アフィリエイト成功の仕組み





PROFILE

どうぞよろしくお願いたします。

株式会社Smartaleck

代表取締役 河井大志 (かわいだいし)

 YouTube



ichiチャンネル
@ichi7003 チャンネル登録者数 1710人 100本の動画
◆チャンネル説明 >

ホーム 動画 再生リスト コミュニティ チャンネル 概要

新しい順 人気の動画

- ChatGPTを使ったブログの稼ぎ方** (6:30)
【トップブロガーの裏技】ChatGPTを使ってSEOに強い記事を書く方法! 173 回視聴・15 日前
- 10億稼いだ河井が教える ChatGPT 情報収集活用術** (5:46)
【10億ブログで稼いだブロガー直伝】ChatGPTを活用した情報収集方法! 222 回視聴・2 日前
- 副業ブロガー必見 ブログを始めて月5万円稼ぐスケジュール大公開** (14:50)
【単ブロガー直伝】月5万円稼ぐためのブログ運用ステップ徹底解説! 594 回視聴・5 日前
- 10億稼いだ河井が教える! 副業の方向け 最も勝率の高いブログ戦略** (13:32)
【25サイト運用してわかった】一番勝率の高いブログ戦略! 645 回視聴・7 日前
- ブロガーの ChatGPT 活用方法まとめました** (11:47)
- 記事作成で ChatGPT 使うとブログが終わる?** (6:57)
- 10億稼いだ河井が教える! SEO以外でブログのPV数を伸ばす!** (10:44)
- 10億稼いだ河井が教える! すぐ結果が出る! ブログ即改善 施策9選!** (14:46)

 X (旧Twitter)



ichi サポーター
ブログ運営、アフィリエイト、SEOのことつぶやいています!

ichi サポートサイト
QRコード

ichid supported By A8.net


プロフィールを編集

河井大志 | アフィリ、ブログ運営、SEOのことつぶやきます。
@kawaidaishi

めっちゃ有益なYouTube始めました→youtube.com/@ichi7003
アフィリエイトとSEOに特化した株式会社Smartaleck代表 | アフィ歴13年・A8アフィリエイトBASE講師 | A8キャンパス、アクトレアアフィリ大学、afbアフィリ学校執筆 | アフィ&SEO本5冊出版 | 3児のパパ

📍 大阪府大阪市 🌐 smartaleck.co.jp 🎂 誕生日: 1986年7月9日
📅 2015年3月からTwitterを利用しています






1,971 フォロー中 1.4万 フォロワー



上位表示を目指す
リライトと
競合分析

01. 競合分析の重要性と方法
02. 分析結果から考えるリライト
03. リライト以外の施策
04. 質疑応答

ウェビナー内容と質問内容について

-  本セミナーは申込者のレベルを把握し、レベルに合わせた内容でセミナーを開催します。
-  1時間30分の講義、1時間30分の質疑応答にします。
-  資料、本セミナーの動画は後日配布致します。
-  できるだけ多くの質問に回答します。
-  ただし質問数が多い場合は「皆の参考になる質問」を優先します。



第1章

競合分析の 重要性と方法



01 競合分析の重要性と方法



競合分析の重要性

「まずは何も付けず、お召し上がりください。」

「まずはお塩を付けて、お召し上がりください。」

→おそらく店主が考える「最高の食べ方」

→でも「醤油つけたい!」「ソースつけたい!」と客が思っている場合は?



「理想」と「ニーズ」は、かけ離れる場合がある





01 競合分析の重要性と方法



競合分析の重要性

「このコンテンツはシンプルの方が良い！」

「たくさんの商品を紹介するとユーザーが迷う！」

→おそらく運営者が考える「最高のコンテンツ」

→でも「深く調べたい」「たくさん比較したい」とユーザーが思っている場合は？



「理想」と「ニーズ」は、かけ離れる場合がある





01 競合分析の重要性と方法



競合分析の重要性

では「コンテンツの正解」って何？

→簡単

→上位表示しているコンテンツが「正解」

→コンテンツ量が豊富で、ユーザー行動がよく、みんなから支持されるから「上位表示」される。



だから「上位表示しているコンテンツ」を分析することが大事。





01 競合分析の重要性と方法



ライバルサイトと自分のサイトの状況例

ライバルサイト（1位）

【文字数】
15,000文字

【被リンク数】
5リンク

【補足記事数】
50記事

【コンテンツの特徴】
各社の**口コミ**がメインの比較記事

ライバルサイト（2位）

【文字数】
12,000文字

【被リンク数】
3リンク

【補足記事数】
20記事

【コンテンツの特徴】
総合ランキングと各社の**口コミ**を多数紹介

自分のサイト

【文字数】
25,000文字

【被リンク数】
3リンク

【補足記事数】
5記事

【コンテンツの特徴】
総合ランキングと各社の詳細な紹介



競合を分析すると「足りないもの」が見えてくる。



01

競合分析の重要性と方法



分析してみる。

| 順位 | DR | UR | リンク数 | 文字数 | 画像数 | 動画数 | 補足記事数 |
|------|-------|----|------|-------|-----|-----|-------|
| 1位 | 54 | 15 | 74 | 55075 | 76 | 2 | 59 |
| おすすめ | ランキング | 人気 | 比較 | | | | |
| 158 | 28 | 17 | 73 | | | | |
| 目次 | | | | 補足記事 | | | |

| 順位 | DR | UR | リンク数 | 文字数 | 画像数 | 動画数 | 補足記事数 |
|------|-------|----|------|-------|-----|-----|-------|
| 2位 | 73 | 11 | 26 | 28500 | 23 | 1 | 13 |
| おすすめ | ランキング | 人気 | 比較 | | | | |
| 68 | 16 | 9 | 45 | | | | |
| 目次 | | | | 補足記事 | | | |



この他にも「目次」と補足記事のタイトルとURLをリスト化



01 競合分析の重要性と方法



分析で使えるツール（無料版、お試し期間あり）

- ☆ Ahrefs（エイチレフス）
- ☆ Dockpit（ドックピット）
- ☆ Semrush（セムラッシュ）
- ☆ Keywordmap
- ☆ Similarweb（シミラーウェブ）
- ☆ Gyro-n SEO（ジャイロンSEO）



僕はahrefsを使っています。



01 競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（ドメイン全体）

- ☆ ドメインの価値（ドメインパワー）
- ☆ 被リンク数、リンクの質、リンクの方法
- ☆ 発リンク
- ☆ 上位表示キーワード
- ☆ 上位表示している記事の内容や質
- ☆ サイト内の内部リンク



ブログスタート時や伸び悩んだ時に、競合サイトを分析することが多い





01 競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（ドメイン全体）

☆ ドメインの価値（ドメインパワー）

☆ 被リンク数、リンクの質、リンクの方法

→ドメイン価値はすぐに追いつけないので、参考程度

→マネできるリンク方法がないか確認する

☆ 発リンク

→どういうサイトに発リンクしてるか。そのサイトからリンクもらえる？



同ジャンルであれば、マネできる被リンク方法が見つかる可能性もある





01 競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（ドメイン全体）

☆ 上位表示キーワード

→キーワードツールでは出てこないキーワードはないか確認

☆ 上位表示している記事の内容や質

→サイト全体のコンテンツの品質を確認する。

☆ サイト内の内部リンク

→サイト構成のチェック。重点的に内部リンクしてる記事はどれか。



キーワードや記事内容を参考にする





01 競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（記事）

- ☆ 上位表示している記事の価値（記事へのリンク数）
- ☆ 上位表示しているキーワード（指定のキーワード以外）
- ☆ 文字数
- ☆ 目次の内容（記事の方向性）
- ☆ 補足記事数（関連記事数）
- ☆ 画像、動画数、引用元、参照元



指定のキーワードで上位表示したい場合、既に上位表示している記事进行分析する





競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（記事）

- ☆ 上位表示している記事の価値（記事へのリンク数）

→こちらにもマネできる被リンクはないか確認する。

- ☆ 上位表示しているキーワード（指定のキーワード以外）

→指定のキーワード以外で、インデックスされてるキーワードはあるか

| | | | |
|------------|-------|------|----|
| (指定のキーワード) | 格安SIM | おすすめ | |
| (インデックス内容) | 格安SIM | おすすめ | 速度 |



上記の例だと「速度」に焦点を当てると「格安SIM おすすめ」で上がってくる可能性



01 競合分析の重要性と方法

競合分析すべき指標（記事）

☆ 文字数

→競合と比べて圧倒的に少ないのは「書くべきこと」が書かれていない

☆ 目次の内容（記事の方向性）

→競合の目次にはあるが、自分の記事にはない項目はないか



分析をすると、「コンテンツで負けない」状態まで作れる。





01 競合分析の重要性と方法



競合分析すべき指標（記事）

☆ 補足記事数（関連記事数）

→経験上、上位表示している記事は補足記事が非常に多い

→予想以上に自分が負けていることが多い。

☆ 画像、動画数、引用元、参照元

→大きな相関関係はない。アイデアになるし、参考にすべきことは参考にする



分析をすると、補足記事（関連記事）に力を入れている競合は、かなり多い





第2章

分析結果から考える
リライト方法

02

分析結果から考えるリライト方法



上位表示を目指すリライト方法

- ☆ 網羅できていない項目の追記
- ☆ 他記事にはない項目の追記
- ☆ 常にリライトの必要なコンテンツの追加
- ☆ ストロングタグの設置
- ☆ キーワード比率の調整



分析できていれば「リライト」すべきことは明確になる





02

分析結果から考えるリライト方法



網羅できていない項目の追記

ライバルサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼お掃除オプションはどれにするべきか
- ▼クリーニング前日の準備と当日の流れ
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問
- ▼自分でエアコンクリーニングする時の注意点

自分のサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問

自分のサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問
- ▼お掃除オプションはどれにするべきか
- ▼クリーニング前日の準備と当日の流れ
- ▼自分でエアコンクリーニングする時の注意点



02 分析結果から考えるリライト方法



他記事にはない項目の追記

ライバルサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼お掃除オプションはどれにするべきか
- ▼クリーニング前日の準備と当日の流れ
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問
- ▼自分でエアコンクリーニングする時の注意点

自分のサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問
- ▼お掃除オプションはどれにするべきか
- ▼クリーニング前日の準備と当日の流れ
- ▼自分でエアコンクリーニングする時の注意点

自分のサイト

【目次内容】

- ▼エアコンクリーニングの総合ランキング
- ▼エアコンクリーニング各社の料金比較表
- ▼地域別エアコンクリーニング業者ランキング
- ▼実際にクリーニング依頼した体験談
- ▼エアコンクリーニングの選び方
- ▼エアコンクリーニングのトラブルについて
- ▼専門業者に依頼するメリット
- ▼エアコンクリーニングのよくある質問
- ▼お掃除オプションはどれにするべきか
- ▼クリーニング前日の準備と当日の流れ
- ▼自分でエアコンクリーニングする時の注意点

02

分析結果から考えるリライト方法



常にリライトの必要なコンテンツの追加

- ☆ 【例】 キャンペーン情報、ダイエットの毎月記録、毎月の検証レポート
月ごとの価格推移、口コミ募集等

| キャンペーン概要 | |
|---------------------|--|
| | でイオンモバイルに申し込み、キャンペーンコードを入力すると1,100円割引！ |
| 期間 | 2024年7月1日（月）9:00 - 9月2日（月）8:59 まで |
| キャンペーンの対象となるSIM | 音声／シェア音声／データ |
| 対象プラン | 20GB以上のプラン |
| キャンペーンコード | |
| イオンモバイル キャンペーン専用サイト | |

LINEMOの通信速度を測ってみた

LINEMOを実際に契約してみて「Speedtest」アプリで測
結果は以下の通りです。

▼2024年2月度の速度



常にリライトをして、記事更新できる状態になる



02

分析結果から考えるリライト方法



ストロングタグの設置

カスタムボタン2 ランキング 表 中央寄せ 赤色 青色 緑色 ブックマークリスト 矢印 矢印リストボックス 空白・改行 ボ

この前、エアコンの調子が悪くて18度の設定にしてもぜんぜん涼しくなかったので、エアコンクリーニングをしてもらいました。

すると、今では26度の設定でも、しっかりと涼しくなって、個人的にびっくりしています。

ですので、私の体験談込みで、どういうエアコンクリーニング業者が良いのか調べてみました。

エアコンクリーニングのランキングもあるので、参考にしてもらえればと思います！



上位表示したいキーワードを含む言葉をストロングタグで囲む



02

分析結果から考えるリライト方法



ストロングタグの設置

カスタムボタン2

ランキング

表

中央寄せ

赤色

青色

緑色

ブックマークリスト

矢印

矢印リストボックス

空白・改行

ボックスリスト

番号リスト

囲み(黄)

マ

この前、**エアコン**の調子が悪くて18度の設定にしてもぜんぜん涼しくなかったので、**エアコンクリーニング**をしてもらいました。

すると、今では26度の設定でも、しっかりと涼しくなって、個人的にびっくりしています。

ですので、私の体験談込みで、どういった**エアコンクリーニング業者が良い**のか調べてみました。

エアコンクリーニングのランキングもあるので、参考にしてもらえればと思います！



やりすぎ注意。僕はリード文に1つだけ使います。



02

分析結果から考えるリライト方法



キーワード比率の調整

☆ キーワードは記事の上中下に入っていることが望ましい。

The screenshot shows the Iijima Lab website. At the top, there is a navigation bar with links for 'お近くの不動産会社を探す', 'カテゴリから選ぶ', 'イエジンの紹介', and '運営会社'. Below this is a search bar with a dropdown menu for '不動産' and a search button labeled '検索する'. A secondary button 'お近くの不動産会社を探す' is also visible. The main content area features an article titled '急な転勤！マンションを売却したい人に最高の売る方法を教えます。' (Urgent job transfer! Teach the best way to sell a mansion to those who want to sell). The article includes a date '2020/05/04 / 最終更新日: 2020/05/05' and a large image of a modern apartment hallway with the text '急な転勤！' overlaid. On the right side, there is a sidebar with a table of contents and a blue promotional box for '不動産一括査定' (Real Estate One-off Appraisal).



キーワード比率が0%を目指す必要はない。





第3章
リライト以外の
施策

03

分析結果からリライト以外の施策



リライト以外の施策

- ☆ タイトル、目次の最適化
- ☆ イラスト、マンガ、写真などのビジュアルコンテンツ追加
- ☆ 比較表の追加
- ☆ 動画を制作し、記事へ埋め込む
- ☆ 補足記事の追加
- ☆ 様々な記事からのリンク



「リライト」という「ライティング」以外の施策が意外と多い



03

分析結果からリライト以外の施策



タイトル、目次の最適化

- ☆ タイトルにはキーワードを入れる
- ☆ 複数のキーワードを狙っている時も、それらのキーワードは入れる
- ☆ 大目次40～60%くらいにキーワードを入れる



ここは基本的な箇所なので簡単に。



03

分析結果からリライト以外の施策



タイトル、目次の最適化

- ☆ まずTOP10の検索結果のタイトルを並べてみる
- ☆ 【徹底比較】【2023年11月】「〇〇選」などよく使われるものがあれば避ける
- ☆ 狙っているキーワードは必ず入れる
- ☆ 法人メディアが多いので「個人」を主張するようなタイトルにしてみるのもあり
- ☆ 「個人的に」「僕が」「調べてみた」「やってみた結果w」「～が優勝」
- ☆ 自分が考えたタイトルを①のタイトルのどこかに入れて眺めてみる



検索結果でのクリック率を上げるためのタイトルの工夫



03

分析結果からリライト以外の施策



イラスト、マンガ、写真などのビジュアルコンテンツ追加

- ☆ オリジナルのビジュアルコンテンツは多少ながら加点対象
- ☆ フリー素材に「テキストを入れる」というものではなく、コンテンツ内容を補足、説明するビジュアルコンテンツが望ましい。



お掃除機能なしエアコン



お掃除機能付きエアコン



Canvaなどの簡単にオリジナル画像を作れるツールがあるよ。



03

分析結果からリライト以外の施策



比較表の追加

- ☆ 「比較表」自体はコンテンツを整理できるので良い。
- ☆ それより「何か比較できないか」という考えがオリジナルコンテンツを生み出す
 - ! エアコンクリーニングのオプション内容を比較しよう
→ 「オプション」に関する目次ができる
 - ! プロテインに入っている人工甘味料について比較しよう
→ 「人工甘味料」についての目次ができる
 - ! 飼い主の悩みを犬種別に比較しよう
→ 「犬種ごと」特徴を説明する目次ができる



「比較する」という切り口でコンテンツが増える可能性があるよ



03

分析結果からリライト以外の施策



動画を制作し、記事を埋め込む

- ☆ そのサイトに関連するYouTubeチャンネルを解説
- ☆ そのYouTubeチャンネルに動画を投稿
- ☆ その動画を記事内に埋め込み



エアコンクリーニングを依頼するベストタイミング



一般的に、エアコンクリーニング業者の繁忙期は「6~8月」と「年末年始」と言われています。



動画で解説すれば、ユーザーの満足度も高くなる



03

分析結果からリライト以外の施策



動画を制作し、記事を埋め込む

- ☆ 動画を入れること自体に直接的なSEO効果はない
- ☆ 動画を入れることで滞在時間が伸びて、SEO効果が期待できる
- ☆ YouTube内からの視聴が増えて、サイトアクセスにつながる可能性
- ☆ 基本的にチャンネル登録者数が爆発的に増えることはない。
- ☆ チャンネル運営をきちんと行い、有名になると権威性と信頼性につながる



ブログと並行してYouTubeチャンネルに力を入れるのであればパーフェクト



03

分析結果からリライト以外の施策



補足記事の追加

☆ 河井の大好きな理論で、何度も受けている人は耳タコの話。

**A記事のSEO価値 = A記事 + B記事 + C記事 + D記事
+ 運営者の権威性 + サイト全体の被リンク
+ A記事の被リンク**

B記事、C記事、D記事 = A記事を補足する内容の記事



本当に上位表示しやすくなるので実践すべき。直接リライトできない場合もおすすめ



03

分析結果からリライト以外の施策



補足記事の事例（前回セミナー資料抜粋）

A記事 = 格安SIMの比較記事

<<目次>>

1. 格安SIMの比較

Bモバイル

Cモバイル

Dモバイル

2. 格安SIMの通信速度の比較

3. 料金についての比較

4. 格安SIMの名義変更

5. 格安SIMの制限速度

6. 安心フィルターについて

7. 国際ローミングについて

・・・etc

B記事

Bモバイルのレビュー記事

C記事

Cモバイルのレビュー記事

D記事

Dモバイルのレビュー記事

E記事

格安SIMの通信速度を比較する記事

F記事

格安SIMの料金を比較する記事

G記事

格安SIMの名義変更に関する記事

H記事

格安SIMの制限速度に関する記事

I記事

安心フィルターの詳細記事

J記事

国際ローミングに関する記事

03

分析結果からリライト以外の施策



様々な記事からのリンク

- ☆ 上位表示しているライバルサイトの記事を確認すると多くのページから内部リンクを受けていることが分かる。
- ☆ サイト全体のパワーで、1つの記事を持ち上げていることが分かる。
- ☆ 逆にライバル記事にそういう傾向がない場合は、簡単に抜ける可能性あり。



こちらでも直接記事内容を変更したくない時に使えるリライト方法



03

分析結果からリライト以外の施策



様々な記事からのリンク

トップページ



集客できている記事

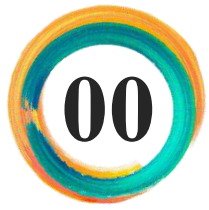
- ・ 上位表示している
- ・ SNS経由のアクセスが多い
- ・ . . . etc

ユーザーの遷移

- ・ アクセスが多い
- ・ 上位表示している
- ・ 記事冒頭でA記事へ誘導
- ・ . . . etc

ページが価値が高い

- ・ バズった（話題になった）
- ・ キャンペーンページ
- ・ ブクマが多くついている
- ・ Twitterで多くリツイート
- ・ . . . etc



00 競合分析とリライトまとめ

01

自分よがりな記事、方向性、施策になっていないか

02

実際に上位表示しているサイト、記事の分析が大事

03

分析してみると「何が足りないか」が数値化できる

04

数値化できれば、まずはそこに「追いつく」

05

「追いついた」後に「追いこす」施策をする


06

コンテンツで追い越すにはリライト以外の施策も大事



難しく見えて、意外とシンプルな施策が多いのがリライトです。





第4章
質疑応答



2024

THANKS

サイト運営ベルアップセミナー