



# SEOコンサルティングサービス ご紹介資料

アイオイクス 株式会社

# 今度こそ 成果の出るSEOプロジェクトに 投資しませんか？

「どのような成果が出たのかよくわからないまま終わってしまった」、そんな経験はありませんか？  
SEOは施策と成果の結びつきが見えづらく、手触り感を持って進めることが難しい施策です

## SEO・コンテンツマーケティングのよくある失敗例

SEOにはコンテンツが大事だと聞いて記事を作ってみたが、**ほとんどお問い合わせが増えなかった**...

SEOコンサルから改善策を多くもらったが、**実装出来なかった。実装しても成果に繋がらなかった**...

記事を安く大量に依頼したが、**質の低いものばかりでほぼ使えないものばかり**だった...



記事を作るだけでは成果に繋がりにくく、  
お金を払ったのに、事業目標に貢献しなかったという声も。



01

# アイオイクスについて

# Webサイトの集客力をさらに高める SEOコンサルティング会社

- お客様のWebマーケティングを支援する伴走型Webコンサルティングサービスを提供しています。
- 専門領域は、**SEO（検索エンジン最適化）**と**CRO（コンバージョン改善）**です。
- 海外のSEO情報発信メディア『**SEO Japan**』を10年超に渡って運営しています。
- SEOの考え方が日本に浸透していなかった頃から、**20年以上の間SEOサービスを提供**してきました。
- SEOで培った**ロジカルシンキング**と、**コンサルタントの幅広い対応力が強み**です。

会社名	アイオイクス株式会社
設立日	2002年2月22日
代表取締役	滝日 伴則
所在地	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿3-46-3
資本金	1,000万円
社員数	約50名（Webコンサルティング事業部 11名）
事業内容	Webコンサルティング / メディア運営 / 飲食
サイトURL	<a href="https://www.ioix.com/">https://www.ioix.com/</a> <a href="https://www.seojapan.com/">https://www.seojapan.com/</a>

アイオイクス  
**SEOJapan**

海外のSEO最新情報を収集し  
国内に向けて発信するメディア

## 20年以上、国内・海外の両面から、企業のSEO課題に向き合っています

海外の著名SEOブログとの関係を構築し  
国内に最新のSEO情報を還元

BACKLINKO

SER SEJ Search Engine®  
Journal

Search  
Engine  
Land



SEO分析への投資を惜しまず  
国内外の各種ツールを積極的に活用

ahrefs

Pascal

botify

SEMRUSH

Screamingfrog



SEO Japan Meet upを  
初めとしたSEOの発展に貢献



SEOコンサルタント  
プロデュースの  
歴史は私が作る

SEO界の異端児・本田



SEOコンサルティングを中心に様々な企業からご好評をいただいています



# 事業目的に沿ったSEO施策と 上記を実現するプロジェクト設計が 我々の強みです

様々なSEOプロジェクトに携わった経験から、  
企業のWebサイト運営で考えるべきは“誰に何を伝えたいか”だと考えています。

アイオイクスは、事業の目的に沿った指標を定義し、  
SEO専門家が**必要な改修案とコンテンツ**を適切なタイミングで提供します。

## 企業としてSEOに取り組むためには、数多くの疑問に答え続ける必要があります

「なぜあの会社はあんなに成果が出ている？」

「なぜ1位を取れない？」

「社内のレギュレーションチェックが必要です」

「今のサイトだとダメなのか？」

「レポートまだ？」

「SEOの目標はどこに置いてる？」

「この記事でこの単価って高くないの？」

「早めにSEOの投資対効果を示してくれ」

「Googleのアップデートがあったらしいけど」

「プロジェクトに誰を巻き込めばいい？」

「代理店の返事が遅い…」

「これを実装してどうなる？」

「メンバーの〇〇さんは何と言ってる？」

「canonicalって何が？」

「制作会社でSEOやってくれてるんじゃないの？」

「クラウドソーシングでライターに頼めば安く済まない？」

「なぜあの会社はあんなに成果が出ている？」

「この記事だとうちのサイトには載せられないよ」

「エンジニアに実装頼んだら断られたんだけど…」

「コンバージョンはどうなってる？」

「記事の確認に余計な時間がかかる…」

## 「成果＝SEOによるコンバージョン」を得るために必要なこと

「なぜこの会社はあんなに成果が出ている？」

「なぜ1位を取れない？」

「社内のレギュレーションチェックが必要です」

「今のサイトだとダメなのか？」

「レポートはだ？」

理想的なSEOプロジェクトを実施するには、

複雑な検討プロセスと実作業が必要となります。

「早めにSEOの投資対

「Googleのアップデートがあったらしいけど」

「って高くないの？」

「代理店の返事が遅い…」

「これを実装してどうなる？」

プロジェクトの目的を堅実に達成するため、

要件を丁寧に整理し、

理想のプロジェクトを設計、提案いたします。

「クラウドソーシングでライ

「canonical」「制作会社でSEOやってくれてるんじゃないの？」

「この会社はあんなに成果が出ている？」

「この記事だ

「エンジニアに実装頼んだら断られたんだけど…」

「コンバージョンは怎么样了？」

「記事の確認に余計な時間がかかる…」



02

# アイオイクスの考え方

SEOではなく、**成果に向き合うことをポリシー**としています

SEOで

成果を作る

ではなく

成果のために

SEOにどう取り組むか？

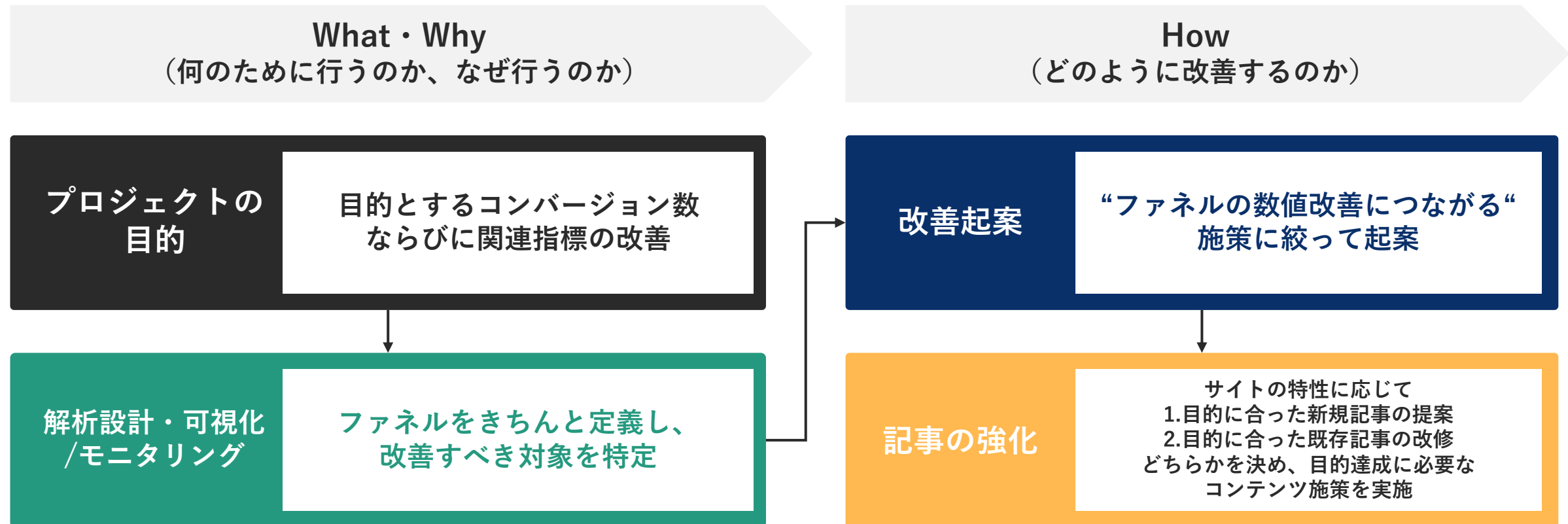
- ✓ 「とりあえずアクセスを増やします」ではなく、**成果に繋がるアクセスを増やします**
- ✓ 「できることは全部試しましょう」ではなく、**効果と優先度の高い施策を提案いたします**
- ✓ 「これがSEOのセオリーです」ではなく、**お客様の目的を達成するためのSEOを提供いたします**

施策の起案からディレクションまで行い、**成果に対する責任を果たす役割を担います**

外部手段の選択肢	アイオイクス	制作会社	SEOツール
全体マネジメント	お客様	お客様	お客様
成果責任・品質管理	○	お客様	お客様
施策の意思決定 (ファシリテーション)	○	お客様	お客様
SEO分析・起案	○	お客様	○ (ツールで自動起案)
ディレクション	○	お客様	お客様
コンテンツ制作 Webサイトへの実装	△ 一部対応可	○	お客様

## SEO施策を実施する目的は**成果を出すこと**

だからこそ、成果へのファネルを可視化し、「何をすべきか？」を定義することが重要です



弊社では、初期の解析時点で数字をすりあわせの上きちんと定義し、改善論点を絞ります

コンバージョン  
獲得ファネルを  
最初に定義

Webサイト	Webコンサルティングの対象となるURLを指します	<a href="https://www.XXXX.com/">https://www.XXXX.com/</a>
対象ディレクトリ	集客目的で作成しているページが含まれる特定のディレクトリを指します	<a href="https://www.XXXX.com/YYY/">https://www.XXXX.com/YYY/</a> <a href="https://www.XXXX.com/ZZZ/">https://www.XXXX.com/ZZZ/</a> ...
ベンチマークページ	対象ディレクトリ内でパフォーマンスの良いページ、もしくは群を指します	<a href="https://www.XXXX.com/YYY/123/">https://www.XXXX.com/YYY/123/</a> <a href="https://www.XXXX.com/ZZZ/345/">https://www.XXXX.com/ZZZ/345/</a> ...
ランディングページ (PVorセッション)	コンバージョンに促すべくユーザーに情報やメリットを伝えるページです	<a href="https://www.XXXX.com/eeee/">https://www.XXXX.com/eeee/</a>
登録フォーム (PVorセッション)	コンバージョンする前にユーザーが情報を入力するページですここで落ちるのを“カゴ落ち”等と言います	<a href="https://www.XXXX.com/eeee/123/">https://www.XXXX.com/eeee/123/</a>
コンバージョン (PVorセッション)	Thanksページと同義ですGoogle Analyticsの目標に位置します	<a href="https://www.XXXX.com/eeee/thanks/">https://www.XXXX.com/eeee/thanks/</a>

集客につながっているか？

CVにつながっているか？

# AI Overviewsに関する引用率比較、各種AIからの流入・CV数をモニタリング対象とし、推移と競合比較をベースに、打ち手が必要なタイミングを逃しません。

SEOとAIを取り巻く環境は、日々変化します。

変化を察知し、手を入れるべきか否かを見極める数字を把握できるようサポートし、ベンチマークとの差分や新たな情報を共有の上、必要あれば施策に落とし込みます。

## SEMrushに登録している2,068KWのAI Overviews状況



AIO出現数は7/27ごろ減少→8/20ごろに増加し、10/15時点でAI Overviewsの表示数は1,341KWと減少しました。  
強調スニペットがやや増加し、横這いとなっています。

検索回数 200回/月以上 トピッククラスター内	3/5時点		3/26時点		4/17時点		6/15時点		7/14時点		8/18時点		9/16時点		10/15時点	
	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率	KW数	出現率
AIO出現	1811	1.20%	1778	0.40%	1811	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%
強調スニペット	1778	1.49%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%	1778	0.81%

競合と比較すると、貴社ドメインは引きつづき表示数を伸ばしており、**指名検索をのぞいて表示率は0.61%と高水準を維持**と、差を広げた。  
AIOが表示されるKWが大きくなりましたが75%→79%と、高い採用率は維持されています。

10月16日	www.google.com	www.yahoo.co.jp	www.google.co.jp	www.perplexity.ai	www.chatgpt.com
指名含む SUMRush登録KW数	2068	100	77	10	10
指名含む AIO露出KW数	1811	64	47	7	7
指名含む AIO採用	1111	64	47	7	7
指名のぞく AIO露出KW数	100	36	30	3	3
指名のぞく AIO採用	70	36	30	3	3

## CV元としての生成AI



Googleなどの検索エンジンよりも、**生成AIからのリファラーはCV率が高い傾向**ある点は引き続きの傾向。  
生成AIに引用されやすいAIにサービスを推奨されやすい形となるよう、引用データの基盤となる検索データへの露出機会増加=SEOへの注力が引き続き重要です。

	CV数								CV率							
	3月2025	4月2025	5月2025	6月2025	7月2025	8月2025	9月2025	10月2025	3月2025	4月2025	5月2025	6月2025	7月2025	8月2025	9月2025	10月2025
参照ドメイン (全体)	126,144	56,021	81,115	77,847	76,885	87,811	85,770	88,777	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
google.com	11,812	11,812	11,812	11,812	11,812	11,812	11,812	11,812	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
yahoo.co.jp	5,887	5,887	5,887	5,887	5,887	5,887	5,887	5,887	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
google.co.jp	9,444	9,444	9,444	9,444	9,444	9,444	9,444	9,444	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
bing.com	1,222	1,222	1,222	1,222	1,222	1,222	1,222	1,222	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
perplexity.ai	0	10	0	0	0	0	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
chatgpt.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
参照ドメイン (全体)	2.16%	2.81%	3.06%	2.99%	2.82%	3.25%	3.07%	3.47%	0.02%	0.04%	0.02%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%
google.com	0.11%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
yahoo.co.jp	0.21%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
google.co.jp	0.22%	0.22%	0.22%	0.22%	0.22%	0.22%	0.22%	0.22%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
bing.com	0.11%	0.11%	0.11%	0.11%	0.11%	0.11%	0.11%	0.11%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
perplexity.ai	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
chatgpt.com	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%



03

# プロジェクトイメージ

# Webサイトの現状に対して仮説を建て、目的を持って施策を実施します 想定どおりに成果が表れない場合も見据え、二の矢を構える体制も必要です

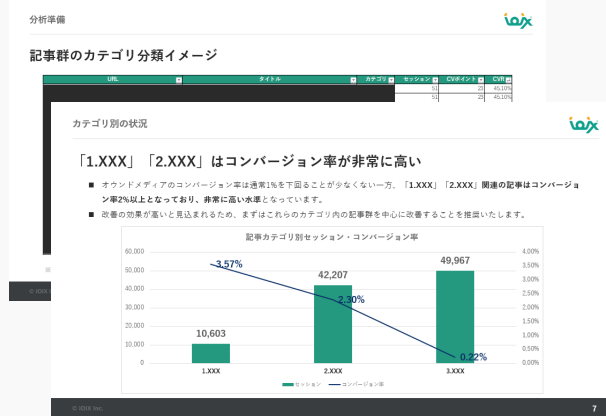
## ①現状分析・方針策定

## ②施策の実施

## ③効果検証



施策による成果創出・維持



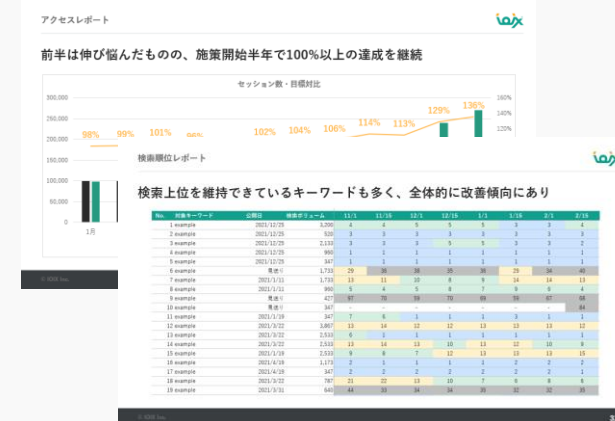
分析準備

記事群のカテゴリ分類イメージ

### 派遣登録に必要な資格？求職先が求める人気資格の例と選択方法を解説

「派遣登録を考えているけど、資格が必要だったらどうしようと思っている人もいませんか？」  
実は、派遣登録に資格はわかりませんが、資格があると、仕事の選択幅がより増えるのです。  
この記事では、派遣で資格を持つメリットや選び方、仕事で役立つ資格の種類を詳しく説明します。それぞれの資格で活躍できる仕事の例も紹介するため、仕事探しの参考にしてみてください。

・派遣登録に資格は必要なのか？  
派遣登録の際に、何らかの資格を持っておくべきでしょうか？  
結論から言えば資格が不要な派遣業務は多数存在するため、資格がない方でも派遣登録に問題はありません。  
派遣登録の際に、派遣会社の営業担当者はあなたの得意なスキルや希望条件を把握した上で、適切な仕事を紹介してくれます。自分の能力や適性を活かせる仕事が見つかるため、心配の必要はありません。



④想定どおりに成果が生まれなかった場合には、分析に立ち戻って再度施策を実施

## 初期調査・ポイント制度の採用が大きな特徴です

1

### 初期調査

施策起案の前に綿密な調査を行い  
本当に解決すべき課題を洗い出す

2

### ポイント制度

施策工数をポイント制で管理し  
方向性の変化に対応できるように

初期調査 + ポイント制度の採用により、方針の再定義や施策の変更に対応しています  
 方針の変化に強く、成果へ最も近いルートで施策を実施できます

	制作のみ	一般的な SEOプロジェクト	アイオイクスの SEOプロジェクト
与件調査	なし	概要調査	概要調査
初期調査	なし	あり	あり
施策の変更	変更不可	変更不可	可 (ポイント制)
特徴	方針ありきで実施するため 別途調査が必要となる	施策が見積りと紐づいており 容易に方針が変えられない	初期調査 + ポイント制により 成果に最も近い施策を実施可能

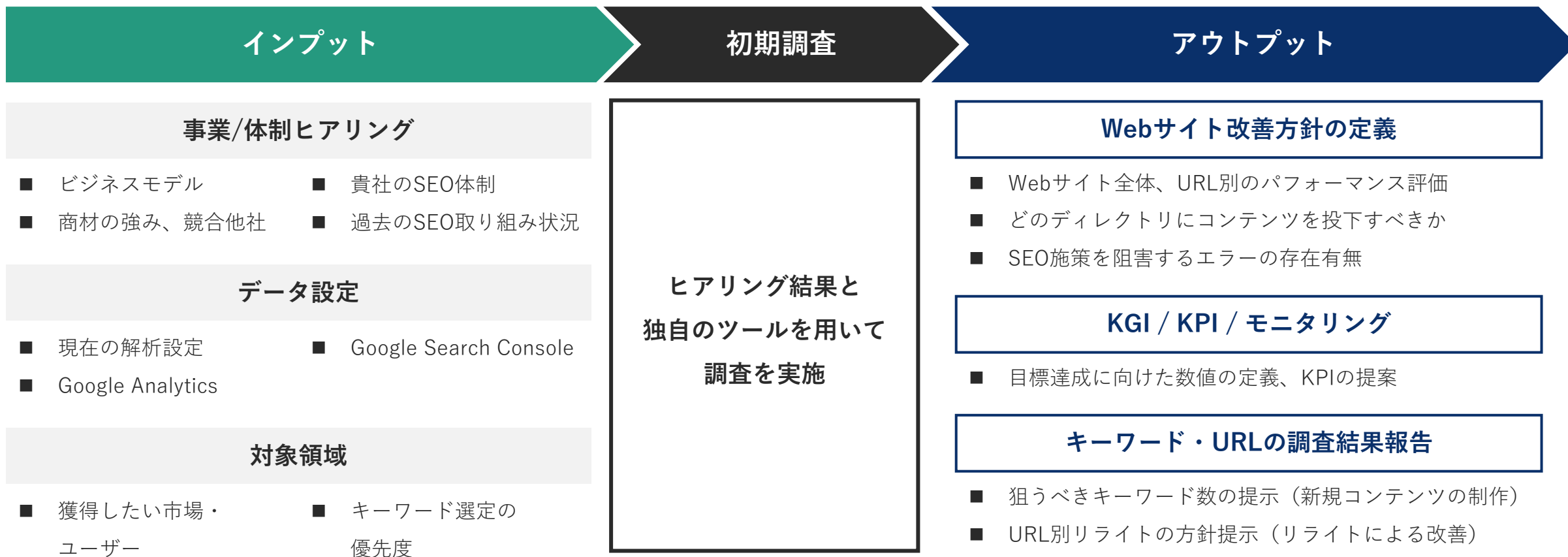


03-A

# 初期調査

## 初期段階で1ヶ月のヒアリングと調査を経て、初期調査資料をご提出します

- 1～3回のヒアリングを通じて貴社の状況を把握し、弊社独自の調査を行った上で初期調査資料にて方針を提案いたします。



### インプット

#### 事業/体制ヒアリング

- ビジネスモデル
- 貴社のSEO体制
- 商材の強み、競合他社
- 過去のSEO取り組み状況

#### データ設定

- 現在の解析設定
- Google Search Console
- Google Analytics

#### 対象領域

- 獲得したい市場・ユーザー
- キーワード選定の優先度

### 初期調査

ヒアリング結果と  
独自のツールを用いて  
調査を実施

### アウトプット

#### Webサイト改善方針の定義

- Webサイト全体、URL別のパフォーマンス評価
- どのディレクトリにコンテンツを投下すべきか
- SEO施策を阻害するエラーの存在有無

#### KGI / KPI / モニタリング

- 目標達成に向けた数値の定義、KPIの提案

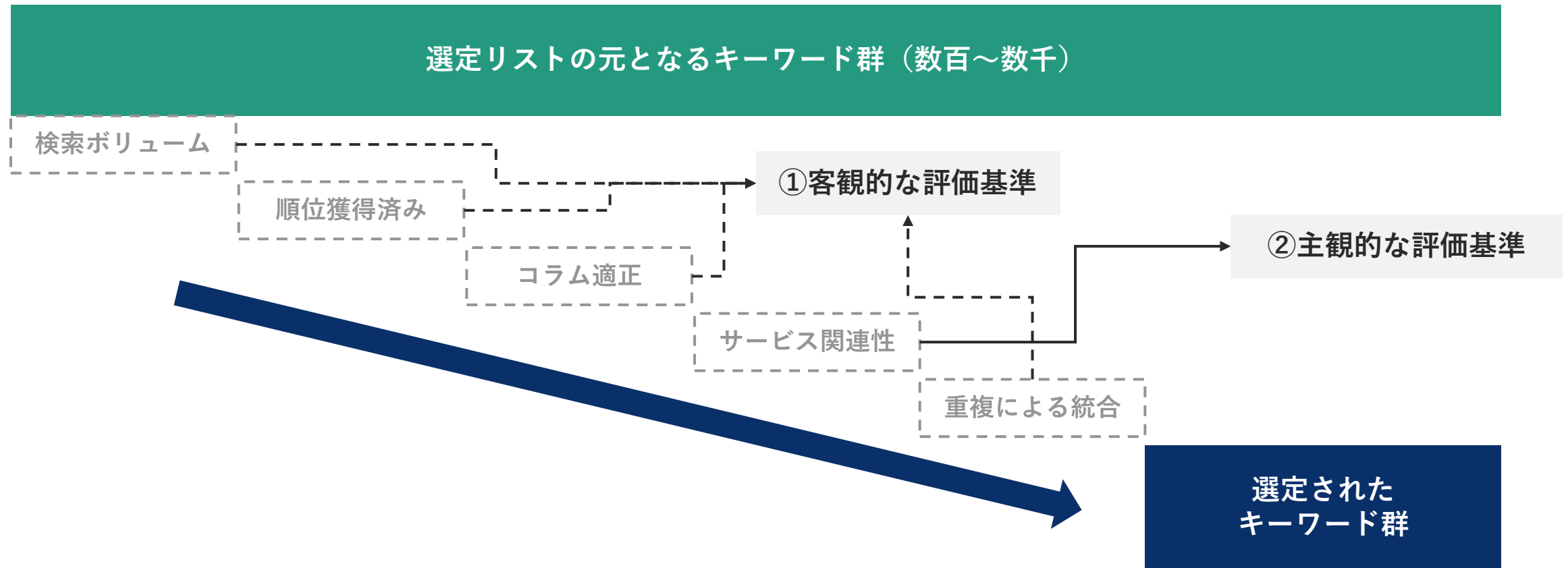
#### キーワード・URLの調査結果報告

- 狙うべきキーワード数の提示（新規コンテンツの制作）
- URL別リライトの方針提示（リライトによる改善）

## Webサイトの構造や内部に問題がないか、網羅的な確認を行います

調査No.	調査カテゴリ	調査項目	内容
1	内部SEO	クローリング・インデックスエラー	Google Search Console・外部ツールのデータをもとに、各ページが正しくクローリング・インデックスされているかどうかを調査します
		リンク構造	検索エンジンのクローリング・インデックスを促す上で適切なリンク構造になっているかどうかを調査します (ex.パンくずリストの設置など)
		Title・h1タグ	各ページに正しくタイトルタグ・h1タグが設定されているかどうかを調査します
		meta description	各ページにmeta descriptionが設定されているかどうかを調査します
		ステータスコード	各ページにおいて、40X・50Xが表示されていないかどうかを検証します
2	ユーザビリティ (UI/UX)	ページスピード	PC・スマートフォンでサイトが高速に表示されるかどうかを検証します
		モバイルフレンドリー	スマートフォンでサイトを閲覧した際の見やすさを検証します
		レイアウト	ユーザーによって使いにくいレイアウトになっていないかどうかを調査します
		コンバージョン導線	コンバージョンが生まれるような導線が適切に設置されているかどうかを検証します
3	外部SEO	ドメイン評価	競合他社のサイトと被リンクの数等を比較し、ドメインが十分な評価を得られているかどうかを調査します
4	AI引用	ブランドメンション率	AI OverviewsやChatGPTなど、競合と比較したブランドのメンション数を調査します

注力すべきキーワードを以下のプロセスで洗い出し、リスト化します



月間検索数や競合性等を加味し、注力すべきキーワードリストを作成します

No.	カテゴリ	抽出元	キーワード	検索Vol	優先度	競合1	競合2	競合3	競合4	順位獲得社数 (50位以上)	選定No.
15	sample	ahrefs	sample	1,200	A	9	-	-	-	1	1
240				5,300	A	1	-	-	-	1	2
241				3,900	A	1	-	-	-	1	3
243				2,400	A	17	-	-	-	1	4
247				1,300	A	14	-	-	-	1	5
249				1,200	A	18	-	-	-	1	6
703				900	A	65	-	43	-	1	7
715				600	A	2	-	20	-	2	8
750				300	A	26	-	11	-	2	9
358				8,800	A	1	-	-	19	2	10
360				6,600	A	-	-	-	-	0	11
361				6,100	A	88	-	-	-	0	12
362				5,000	A	-	-	-	-	0	13
404				700	A	29	-	-	23	2	14
421				450	A	9	-	-	-	1	15
441				350	A	16	-	-	-	1	16
443				350	A	31	-	-	-	1	17
566				900	A	38	-	-	-	1	18
897				6,600	A	3	-	-	42	2	19
898				3,600	A	5	-	-	-	1	20
923				700	A	14	-	-	1	2	21
940				500	A	1	-	-	48	2	22
613				5,400	A	-	-	-	-	0	23

## 市場・ブランドの状況によって、引用状況は異なります。

ターゲットKWごとに順位・AIOの引用を確認し、例として以下のような施策の必要性が出口として考えられます。

特に、CVへの貢献度が高いページについては、重点的に強化することでAI関連での露出→CV向上につながる可能性があります。

	項目	内容
1	構造化データの最適化	FAQPage・HowTo・ImageObject など、AIOに取り込まれやすいマークアップを強化 特に「具体的な手順・方法論系」の記事にHowTo スキーマを導入
2	FAQ/Q&Aコンテンツの強化	ユーザーが投げかける「即答型の質問」に対応するQAを網羅 サイト全体の「即答率」を高め、AIO採用率を向上
3	情報粒度の最適化	段落ごとに「短く・即答的に答える」パートを用意 監修コメント・事例紹介など、権威性を示す要素も補完
4	内部リンク設計の見直し	AIOや生成AIで引用されやすい記事に内部リンクを集中 1テーマ=1ページで答えを完結できる導線を強化
5	外部サイテーション獲得	関連メディアやポータルからの引用リンクを増加 「第三者に語られている」シグナルを高め、生成AI・AIO採用率を後押し
6	テーマクラスターの整理	非指名KWでの不足領域を補う記事などの追加 競合に強みがある領域を逆算し、重点強化テーマを定義

⋮

## 内部・外部・AIの各種データを網羅的に調査し、施策に落とします。

### キーワードリストのご共有

現在使用しているKWリストがございましたら、ご共有ください。

### 競合含めた詳細調査

KWに基づいて、対応している競合の各URL踏まえ、順位・引用状況を調査。  
ランディング基点のCV等パフォーマンス評価も加え、順位上昇・露出優先度をページ別に整理。

### 施策リスト作成

クローリング/インデキシング、リンク構造、TDH、ページスピード、モバイルフレンドリー、KWの重複状況、内部リンク、記事ページの段落/構造化の整理・FAQなどの対応度を棚卸し

### オフサイト施策の方向性

競合が獲得している外部サイテーション・被リンクの調査。金融系ポータルや記事露出機会の候補抽出。

### URLごとの施策一覧

ページ単位で施策内容と着手順を提示。

### ご説明MTG

調査結果と、出口となる各施策についてご説明の上、施策の進め方について確認するMTGを実施。

# 初期調査、都度の調査によって把握した課題はスライドにてご説明いたします

起案による改善イメージ

セッション、もしくはコンバージョン率の改善が主な目的

セッション数

コンバージョン率

△セッション少 × ○コンバージョン率高

○セッション多 × ○コンバージョン率高

△セッション少 × △コンバージョン率低

○セッション多 × △コンバージョン率低

© IOIX Inc. 3

カテゴリ別の状況

「1.XXX」「2.XXX」はコンバージョン率が非常に高い

- オウンドメディアのコンバージョン率は通常1%を下回ることが少なくない一方、「1.XXX」「2.XXX」関連の記事はコンバージョン率2%以上となっており、非常に高い水準となっています。
- 改善の効果が高いと見込まれるため、まずはこれらのカテゴリ内の記事群を中心に改善することを推奨いたします。

記事カテゴリ別セッション・コンバージョン率

セッション

コンバージョン率

10,603 3.57%

42,207 2.30%

49,967 0.22%

1.XXX 2.XXX 3.XXX

© IOIX Inc. 7

分析準備

記事群のカテゴリ分類イメージ

URL	タイトル	カテゴリ	セッション	CV#ポイント	CVR
51		25	45.10%		
51		25	45.10%		
64		21	32.81%		
3,211		571	17.78%		
919		46	14.42%		
185		23	12.43%		
191		23	12.04%		
401		46	11.47%		
185		21	11.35%		
217		23	10.60%		
255		23	9.02%		
929		43	8.13%		
268		21	7.50%		
268		21	7.50%		
401		23	5.74%		
949		43	4.53%		
962		43	4.47%		
580		23	3.97%		
663		23	3.47%		

sample

※詳細については、別添の「記事別CVR」を参照

© IOIX Inc. 6

具体的な改善内容

B.部分リライトのケース（起案の詳細はWordにて）

記事URL <https://sample.com/aaa>

タイトル 【XXX】タイトルのサンプル

改善内容

- 「XX XXX」など、言い換えのキーワードに対応させるために見出しを変更
- 「XX XXX」のように、すぐに契約を交わしたいユーザー向けの訴求をCTA周りに追加

上段のテキスト

クリック数

表示回数

獲得順位

77 134 232

sample

© IOIX Inc. 15



03-B

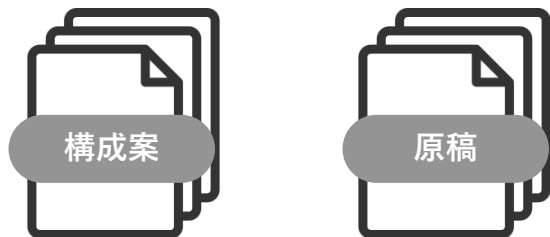
# コンテンツ支援（ポイント制度）

Webサイトの段階によって、コンテンツの対応方針や分析観点、施策の考慮ポイントが変わります  
 事前のご提案時に**新規、リライトのどちらを中心にご支援すべきか**をご案内いたします

	新規コンテンツ制作(目安)	既存リライト改善(目安)
メディアの運営歴	~3年未満	3年以上
総記事数	100記事未満	100記事以上
オーガニック流入数	ターゲットの流入があまりない	ターゲットの流入が多くある
コンバージョン数	ほとんどない	今よりも増やしたい
基本方針 & 観点	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 獲得すべきキーワードはなにか？</li> <li>• 流入数を増やすためには何が出来るか？</li> <li>• どんなコンテンツを作るべきなのか？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 既存サイトのパフォーマンスはどうか？</li> <li>• CVに繋がっていない理由は何か？</li> <li>• どのコンテンツを直していけば良いか？</li> </ul>

コンテンツの目的を意識し、上位表示を狙うことはもちろん、  
CTAをどう設定するか、どう内部リンクを入れるべきかまでしっかりご提案します

一般的なSEO会社  
コンテンツ制作会社



- 構成案で意図ズレを起こし、ボツになることも
- 検索エンジンの上位記事のみを分析して制作
- CTAや内部リンクは提案しない（できない）

検索順位が上がり、流入数が増えても  
コンバージョンに繋がりにくい  
(自社で新たな施策を考えなくてはならない)

アイオイクス（当社）



- 事前に要件定義書を作成するため、意図ズレがない
- 検索エンジンを考慮しつつ、施策目的を重視して制作
- CTAの設置、内部リンクなどの導線設計にも配慮

コンバージョンに繋がりやすいコンテンツに  
検索順位・流入数もしっかり向上する

ポイント制度を採用することで、より成果への貢献度が高い施策を実施できるようになります  
 新規制作・リライトを組み合わせることで、改善効果を高めます

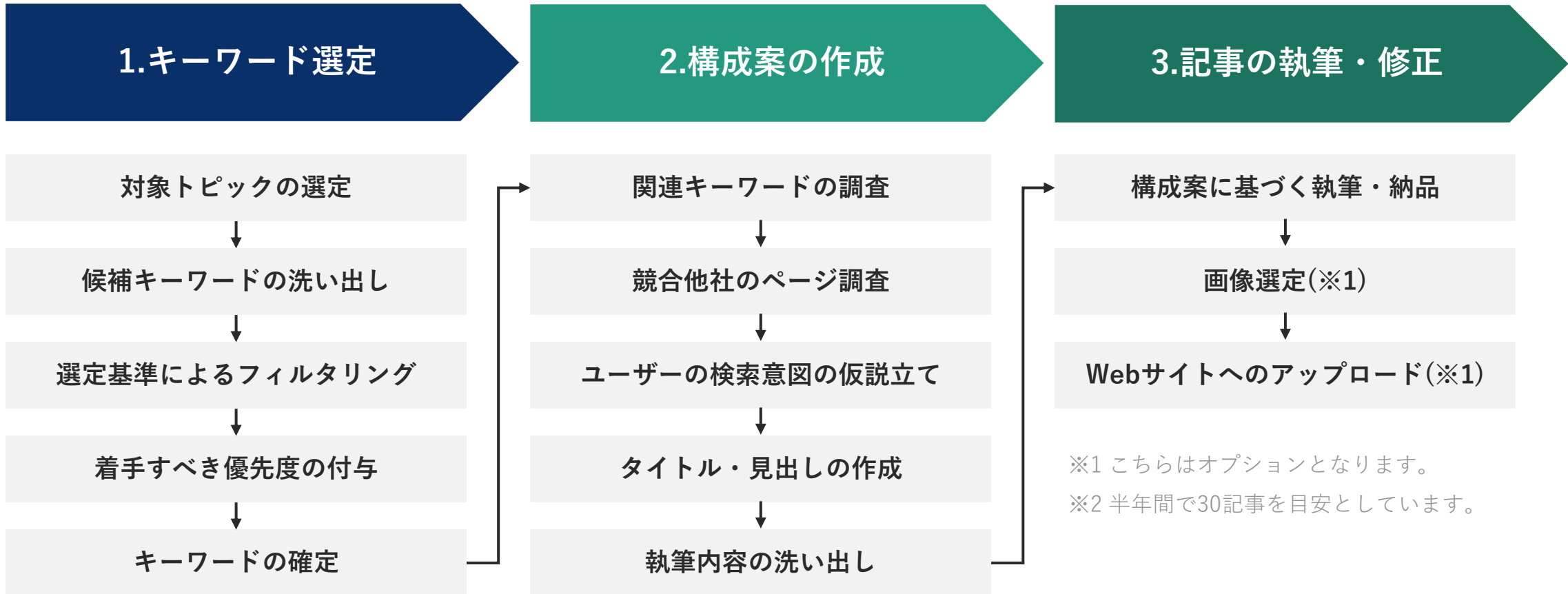
	消費pt	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目	合計
プロジェクト方針		初期調査	重要コンテンツの積極的な改善		即効性のある施策実施			
新規制作	8pt			●	●			64pt
リライト（すべて）	10pt		●	●	●			60pt
リライト（一部）	6pt			●	●	●	●	96pt
タイトル・CTA改善	4pt		●			●		20pt
							合計	240pt

コンテンツ施策をカテゴリ化し、それぞれに利用ポイントを割り当てています  
 ポイントの活用配分は、コンサルタントが最適な組み合わせを提案いたします

No.	カテゴリ	題目	利用ポイント数	施策イメージ	想定納品物
1	新規制作	構成案・原稿作成	8pt	新規の記事を制作します。	構成案・原稿
2	新規制作	構成案作成	4pt	新規の記事における構成案を制作します (原稿は含まない)。	構成案
3	改善 (リライト)	既存記事のリライト (フル)	10pt	タイトル・内部リンク・CTAに加え、既存記事すべての要素の加筆修正・再構成を行います。	構成案・原稿
4	改善 (リライト)	既存記事のリライト (一部)	6pt	タイトル・内部リンク・CTAに加え、記事内に足りないトピックの加筆を行います。	構成案・原稿
5	改善 (リライト)	マイクロ改善	4pt	本文の修正は行わず、タイトル・内部リンク・CTAの改修起案を行います。	原稿
6	その他	事例記事の作成	15pt	インタビューを実施し、貴社の導入事例などの記事を作成いたします。	構成案 (ヒアリングシート)・原稿・写真

※その他ご要望があれば、ポイントの振替え適宜調整可能です。  
 ※貴社にて制作される、もしくは別の企業様にご依頼いただくことも可能です。  
 (その場合、ディレクションのご対応はできかねますため、あらかじめご了承ください)

240ポイント/半年を付与し、30本を目安にキーワードのプランニングから、  
原稿制作まで一貫して対応いたします



既存記事をリライトし、パフォーマンスを改善いたします

リライトの工数によるポイント制を採用し、施策効果を前提とした柔軟な対応を可能としています

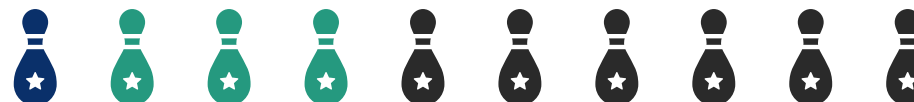
既定のリライトメニューは全3つ

A  
既存記事のフルリライト

B  
既存記事の不足トピック追記

C  
タイトル変更、内部リンク、CTAの改善

最適な組み合わせにより効果を最大化する



# コンテンツを制作するために必要な実作業もお任せください

## 投稿サービス



WordPress入稿



その他CMS入稿



本文反映



画像alt設定



個別URL設定



画像圧縮



hタグ設定



文字装飾

## 画像サービス



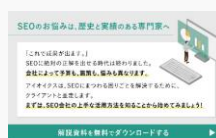
画像挿入



図解作成



イラスト作成



バナー制作



内部リンク設定



レイアウト調整



専門家監修



その他入稿指示

## その他サービス

※こちらは有料オプションとなります。



04

# 実績・事例



toC

コンテンツSEO

SEO上最も競合性、難易度の高い領域のひとつである「クレジットカード」領域でSEOコンサルティングおよびコンテンツ制作を実施。



### 施策前ニーズ

高い競合性と難易度の高い領域の中、多くのクレジットカード周辺KWで上位表示を獲得。

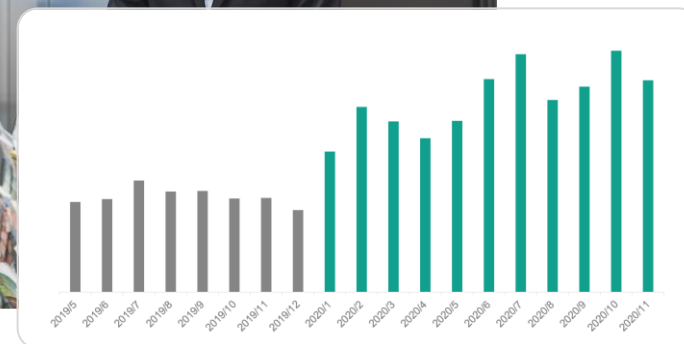
### 支援内容/成果

市場として求められる品質を担保しながら、SEOコンサルティングおよび記事コンテンツ制作を実施。支援後にオウンドメディアの「クレジットカード」「口座開設」領域における検索順位を最上位に



toC

SEOコンサルティング



法律・税務領域のSEOにおいて、コンテンツを中心としたSEO施策を行い、検索流入数が約半年で260%増加！

### 施策前ニーズ

集客用に立ち上げたブログから一定の成果が生まれ始めていたため、成果をより伸ばすために専門家の力を借りて施策を強化したいと考えていた。

### 支援内容/成果

専門領域において、「どのようにコンテンツを作成すれば良いのか」をまとめた構成案作成やWebサイトのリニューアル等多岐に渡って支援した結果、流入数が260%に。お問い合わせも増加。



toB

テクニカルSEO

コンテンツSEO

コンテンツ制作代行&テクニカルSEOにて  
主要キーワード「LPO」で  
1位獲得+流入数492%の右肩上がりに！



施策前ニーズ

自社プロダクトの訴求ワードである「A/Bテスト」や「LPO」にて上位表示を行いたい

支援内容/成果

コンテンツ制作代行ならびにディレクトリの再設計を中心としたテクニカルSEOを実施した結果、「LPO」「A/Bテスト」等の注カワードにて上位表示&自然検索流入が施策開始当初の**492%に増加**

SEOコンテンツ制作



質の高いコンテンツ制作の”座組”を再構築  
 継続性の高いオウンドメディアの運用を支援

新規獲得流入数

15,000 UU/月

平均記事本数

4 件/月

プロジェクト期間

2020年10月～現在





05

# 料金体系

		初期費用	月額費用
<b>合計</b>		<b>100万円</b>	<b>50万円～</b>
<b>初期導入/調査</b>	事業理解/解析設定/キーワード理解/メンバーアサイン/各ご担当者ヒアリング(1回～3回を想定)/テクニカル初期調査/Webサイト各種調査/戦略策定支援、など	<b>100万円</b>	—
<b>改善起案/ 記事の強化</b>	<b>共通</b> WebサイトにおけるSEO課題起案・実装支援 実装ご担当者様打ち合わせ(適宜)/実装確認 Googleコアアップデート情報共有/対策起案(適宜) 月40ポイント(半年間で240ポイント)を付与/以下に振り分け	—	<b>20万円～</b>
	<b>【初回選択】 新規コンテンツ制作</b> 新規記事のキーワードのプランニング/新規記事草案起案/構成案作成/原稿作成/校正・校閲など		
	<b>【初回選択】 リライト改善起案</b> 既存記事のリライト対象選定/リライト草案起案/リライト記事作成など		
<b>進行管理、レポートニング</b>	各種KGI・KPIのモニタリング/施策記事の順位モニタリング/定例MTG・各種分科会(月2～3回)/Backlogによる運用支援・ファシリテーション/チャットサポート/	—	<b>30万円</b>

※表記はいずれも税抜です。

## コンテンツ制作のオプションとして、3つのプランを用意しております

弊社のSEOノウハウを基に、貴社に最適なオプションサービスで記事を納品いたします。（※10本以上のご依頼から対応可能です）

### Entryプラン

+15,000円 / 本

画像選定（1枚/記事）

WordPress入稿

本文反映

画像のaltタグ設定

個別URL設定（パーマリンク）

見出しタグ（hタグ）設定

レイアウト調整

### Standardプラン

+30,000円 / 本

✓ 画像選定（3枚/記事）

✓ CMS入稿（WordPress以外可）

本文反映

画像のaltタグ設定

個別URL設定（パーマリンク）

見出しタグ（hタグ）設定

レイアウト調整

✓ 画像圧縮

✓ 内部リンク設定

✓ フリー素材を加工した画像の作成

### Advancedプラン

+50,000円 / 本

✓ 画像選定（5枚/記事）

CMS入稿（WordPress以外可）

本文反映

画像のaltタグ設定

個別URL設定（パーマリンク）

見出しタグ（hタグ）設定

レイアウト調整

画像圧縮

内部リンク設定

✓ オリジナルの画像作成

※表記はいずれも税抜です。



innovation with optimization 💡