



トピッククラスターとは？ 導入事例と仕組み・進め方

アイオイクス 株式会社

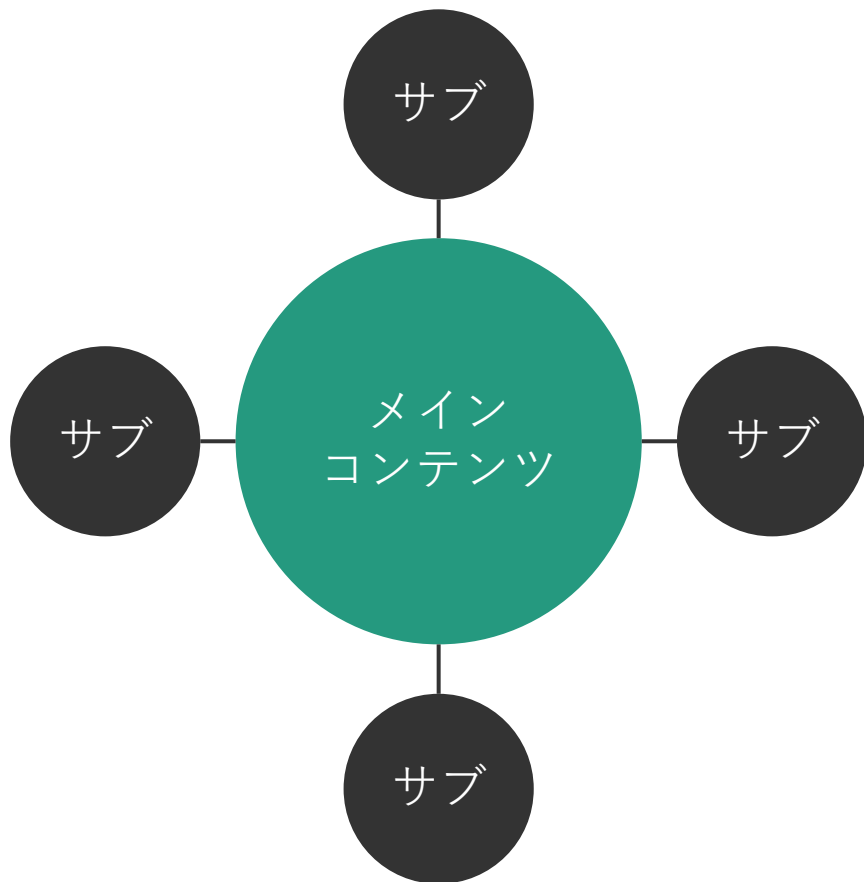




01

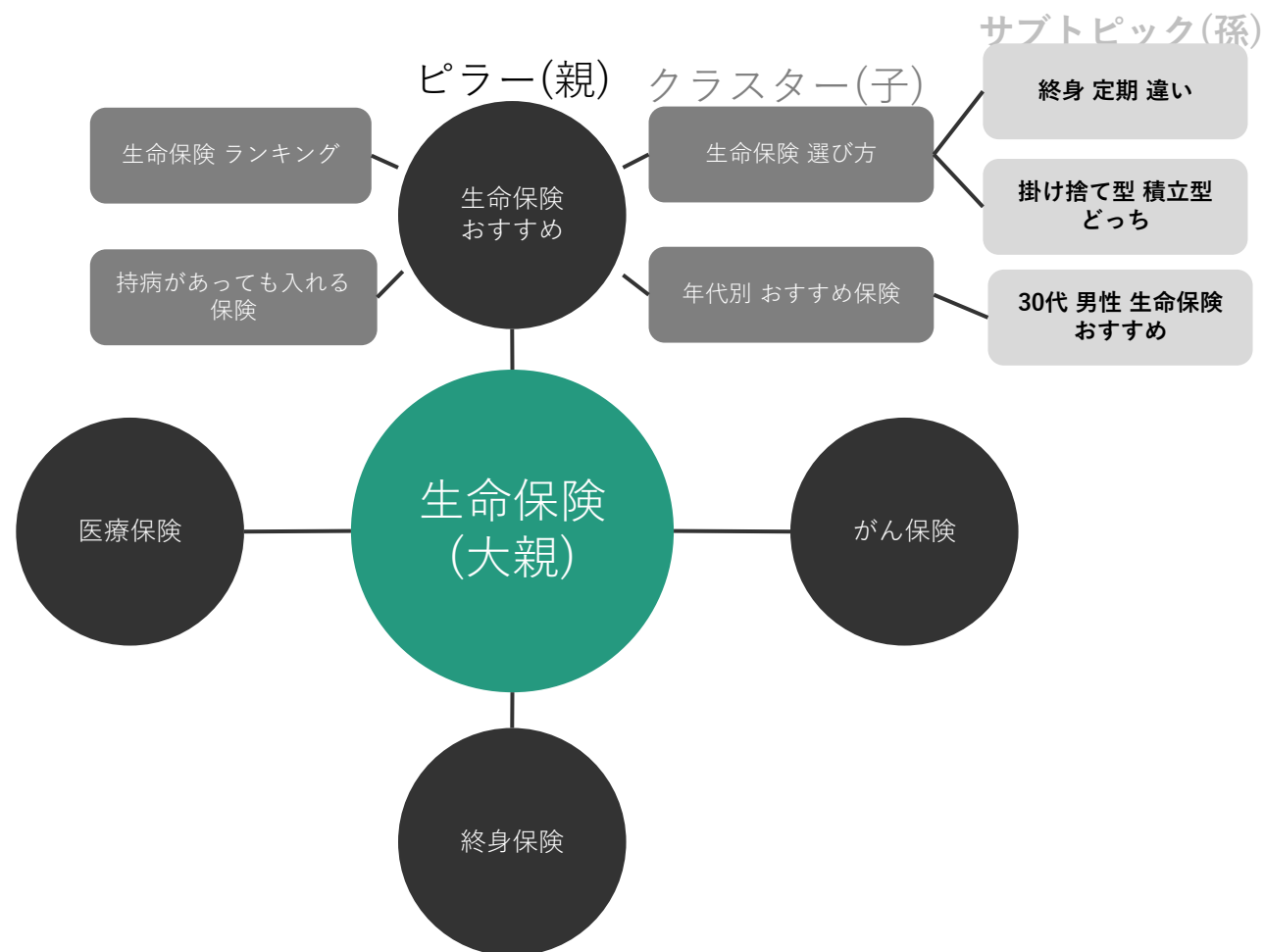
トピッククラスターとは

コンテンツ間の連携を強めたグループ型のコンテンツを作成します



トピッククラスター型コンテンツ

- コンテンツ間の連携が強く、SEOで評価されやすい構造を実現する
- 継続的なコンテンツ施策により、機会損失を最小限に抑える
- 検索アルゴリズムの変動に左右されにくく、安定性に優れる



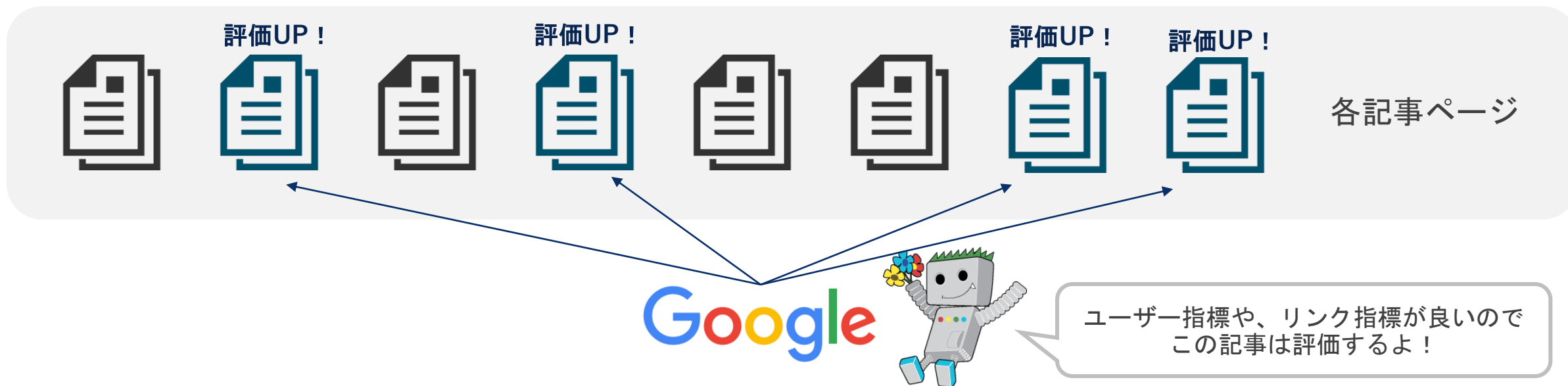
たとえば生命保険領域はトピックが多いため4階層必要

- 「生命保険」を大親とし、親・子・孫の4階層必要です
- 親であるピラーには、子・孫からの
- リンクが集約されるため、検索評価が上がりやすくなります。
- 子であるクラスターにも、孫であるサブトピックがぶら下がり、内部リンクが集まる構造です。

内部リンクでクラスターを強化

各記事のページは、Google独自の判断基準により、どうしても評価にバラツキがでてしまう。

各ページをカテゴリやタグページで束ねることで、Googleからの評価を集約、再分配することで、強化するモデルです。



トピッククラスターを導入してからの時系列と実施した施策の例、その結果は以下の通りです。

サイト概要

業種

金融系（1ドメイン約2000ワード以上）

記事数

150～300本（導入時）

課題

専門性はあるのに評価されない、
記事が増えても検索順位の改善が見られない。

3年間の推移（平均値）

期間	施策	結果
0～12ヶ月	初期設計 （新規記事作成・既存記事整理）	ピラー（親）：9位→7位 クラスター（子）：20位→12位 サブトピック（孫）：21位→14位
13～24ヶ月	再設計 （FAQ強化・内部リンク徹底）	ピラー（親）：7位→6位 クラスター（子）：12位→7.5位 サブトピック（孫）：14位→8位
25～36ヶ月	AI時代対応 （構造化データ・オフサイトアプローチ）	ピラー（親）：6位→5位 クラスター（子）：7.5位→5.9位 サブトピック（孫）：8位→6位

クラスター領域の流入増加

導入前：平均月間8,500PV



36ヶ月後：平均月間19,300PV
+127%

AI推奨・引用率

対象KW約2000語以上 指名検索のぞく

ChatGPT Search推奨率

業界平均の1.4倍

AI Overviews引用率

業界平均+17pt

CV数・CV率比較

3か月比較		6か月比較	
CV数	CV率	CV数	平均CV率
126%	+0.33%	134%	+0.38%



02

設計・運用と注意点

具体的なトピッククラスターの設計～実装

① 抽出

タネとなるビッグキーワード（例：生命保険、医療保険等）から、関連キーワードを洗い出す。

② 階層化

各キーワードの検索結果を基に、類似率が高いワードをグルーピングし、親、子、孫の三階層でまとめる。

③ 設計の調整

最も大きなグループをピラー（親要素）とし、その中で更に細分化したグループをクラスター（子要素）と設定。

④ 実装

内部リンクの扱いをルール化し、チーム内で共有。新規記事作成・リライトと共に、実装を進める。

別紙「生命保険のトピッククラスター.xlsx」にあるように、各キーワードをグループ化します。

営業資料や顧客の声を基にトピックを洗い出し、その情報を種にSEOツールを用いて、キーワードを抽出することをお勧めします。

抽出

対象トピックの 洗い出し

- ・ 営業資料
- ・ QA
- ・ CX
- ・ 等の情報



KWの洗い出し

- ・ Ahrefs
- ・ SEMRush
- ・ ミエルカ
- ・ ラッコキーワード

グルーピング

キーワード	月間検索 2026
生命保険 おすすめ	22200
生命保険 ランキング	12100
生命保険会社 ランキング	2400
生命保険 比較	1000
生命保険 人気	720
おすすめ 生命保険	590
生命保険 人気ランキング	480
生命保険 比較 サイト	170
生保 おすすめ	20
生命保険 必要性	880
生命保険 必要	320
生命保険 知らない	8100
生命保険 入るべき	170
生命保険 入らない	140
生命保険 必要か	1300
生命保険 意味ない	110
生命保険 相談	260
生命保険 相談 無料	10
生命保険 窓口	40
保険相談 おすすめ	3600
保険 相談	8100
ファイナンシャルプランナー 生命保険	70
生命保険 保障額	70
生命保険 必要保障額	50
死亡保障 いくら必要	260

階層化

メインピック	ピラー	クラスター	サブトピック	キーワード	月間検索 2026
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	90500
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生命保険 とは	720
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生保 とは	140
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生保	5400
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生命保険 意味	110
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生命保険 わかりやすく	50
生命保険	生命保険	生命保険	生命保険	生命保険 仕組み	590
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	720
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方 ポイント	10
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方 初心者	10
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 決め方	30
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 選び方	生命保険 どれがいい	1900
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	22200
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 ランキング	12100
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険会社 ランキング	2400
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 比較	1000
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 人気	720
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	おすすめ 生命保険	590
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 人気ランキング	480
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生命保険 比較 サイト	170
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 おすすめ	生命保険 おすすめ	生保 おすすめ	20
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 必要性	生命保険 必要性	生命保険 必要性	880
生命保険	生命保険 選び方	生命保険 必要性	生命保険 必要性	生命保険 必要	320

強化したいトピックを恣意的にクラスター・ピラーに上げると・・・

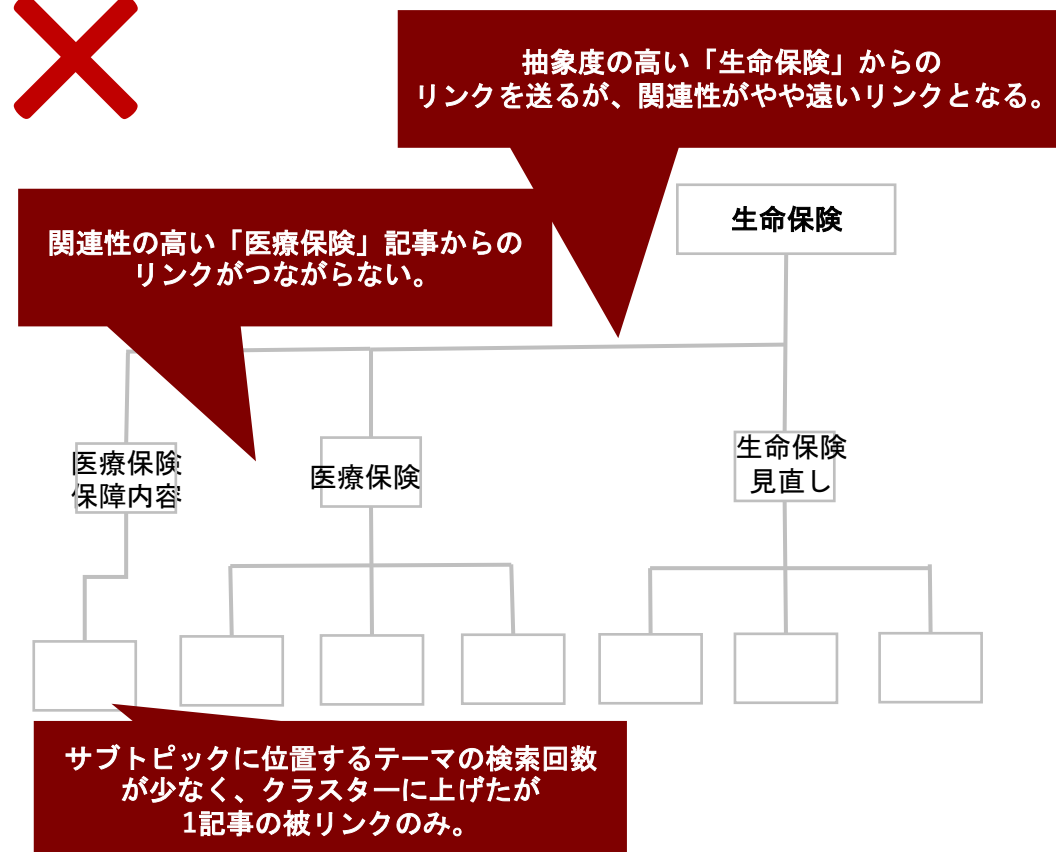


綺麗な設計例＝検索行動がベース



もっと順位上げたいので強化
＝クラスターに上げたい。

など、検索意図・行動ではなく、
恣意的に設計すると・・・



設計・実施・計測と調整を行い、数字（結果）がでるまで時間を要する施策です。
運用に関わっていただく方々の期待が大きすぎず、小さすぎないように、しっかり連携を取って進めましょう。

STEP

- 1.制作：新規・リライト記事を作成
- 2.公開：軽微修正で内部リンク設置
- 3.効果測定：3ヶ月後にKPIをチェック
- 4.再設計：効果が薄い領域を見直し

確認指標の設定例

指標	測定方法	目標
対象領域の順位	Google Search Console	平均10位以内
クラスター領域流入	GA4	前年比+20%
AI推奨・引用率	手動確認 or AIモニタリングツール	業界平均+0.5Pt以上

PDCAの回し方

Plan：次の3ヶ月でどの記事を作るか
Do：制作・公開
Check：順位・流入・AI推奨率を測定
Action：効果が薄い領域を再設計

実例（期間と期待値）

実際の案件では以下のように運用し、「結果」の数字となりました。実施時の参考値として活用ください。

フェーズ	期間	施策	結果
第1期	0～3ヶ月	ピラー5本・クラスター20本を新規作成	流入+15%
第2期	4～6ヶ月	既存記事30本をリライト・内部リンク強化	流入+28%
第3期	7～9ヶ月	FAQ強化・構造化データ実装	AI推奨率向上
第4期	10～12ヶ月	効果薄い領域を再設計	流入+42%（累計）

設計した表に順位などのデータを追加し、定点で観測

別紙「生命保険のトピッククラスター.xlsx」にあるように、各キーワードの順位などを定点で観測し、必要に応じて集計を行い、課題のある領域や記事に対して調整を実施していきましょう。

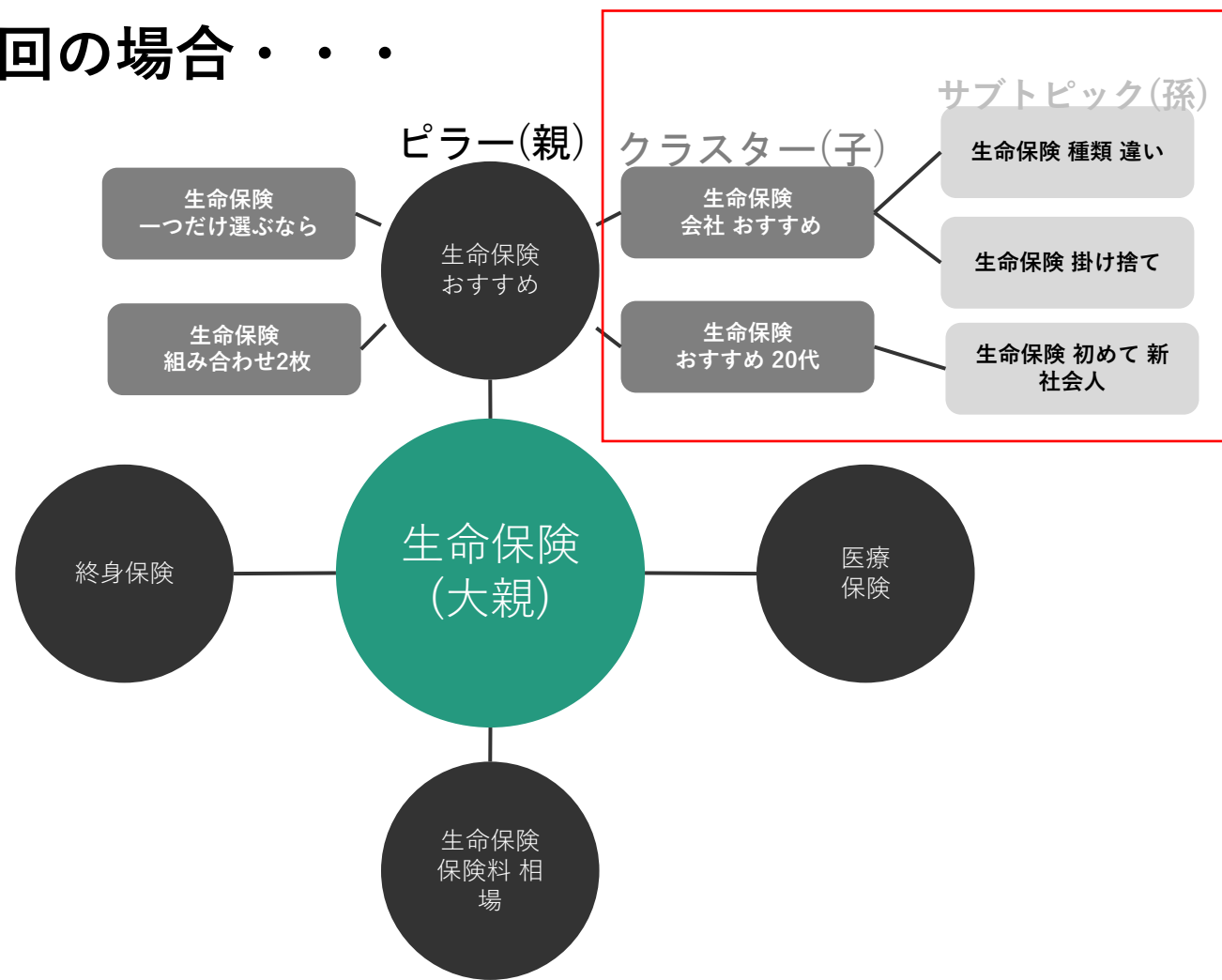
大親	親	子	孫			現在の検索上LP					PLP設定		
メインピック	ピラー	クラスター	サブトピック	キーワード	月間検索	順位	11/1	11/8	11/13	11/17	目標	差分	ランクイン
					2026								URL
生命保険	がん保険	がん保険 保障内容	がん保険 保障内容	診断給付金 がん保険	260	1	2	1	1	1	0	0	https://example.com/cluster/cancer-insurance-coverage/
生命保険	がん保険	がん保険 保障内容	がん保険 保障内容	先進医療特約	1900	6	3	3	3	1	-2	-2	https://example.com/cluster/cancer-i
生命保険	がん保険	がん保険 保障内容	がん保険 保障内容	がん保険 一時金	1900	6	6	5	4	3	-1	-1	https://example.com/cluster/cancer-i
生命保険	学資保険	学資保険	学資保険	学資保険	40500	12	10	8	7	7	0	0	https://example.com/cluster/education-insurance-basic/
生命保険	学資保険	学資保険	学資保険	学資保険 とは	390	4	5	5	4	2			https://example.com/cluster/edu
生命保険	学資保険	学資保険	学資保険	学資保険 必要性	260	1	3	2	2	1			
生命保険	学資保険	学資保険	学資保険	学資保険 いらない	720	3	3	3	3	1			
生命保険	学資保険	学資保険	学資保険	学資保険 メリット デメリット	260	8	12	9	6	7			
生命保険	学資保険	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	12100	7	8	6	6	4			
生命保険	学資保険	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	学資保険 ランキング	5400	10	6	6	6	5			
生命保険	学資保険	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	学資保険 比較	480	4	2	1	1	1			
生命保険	学資保険	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	学資保険 返戻率	1600	3	5	3	3	1			
生命保険	学資保険	学資保険 おすすめ	学資保険 おすすめ	学資保険 いつから	480	3	3	2	2	1			
生命保険	法人保険	法人保険	法人保険	法人保険	1300	15	25	23	21	18			
生命保険	法人保険	法人保険	法人保険	法人保険 とは	10	2	3	2	2	1			
生命保険	法人保険	法人保険	法人保険	法人保険 種類	50	4	4	2	2	1			

プレイヤーで集計などを実施し、観測

ピラー	平均順位			前回比	目標	差分
	再設計 2023/10/23	前月 2026/1/5	最新 2026/2/5			
生命保険	4.0	3.7	3.3	0.3	2.0	-1.3
生命保険 選び方	2.6	3.7	3.8	-0.1	1.8	-1.9
生命保険 種類	4.6	4.1	4.2	-0.1	2.9	-1.2
生命保険 見直し	8.5	6.5	7.0	-0.5	3.5	-3.5
生命保険 保険料	5.0	6.6	5.2	1.4	3.0	-2.2
生命保険 加入	4.3	3.3	3.2	0.1	3.5	0.3
年代別 生命保険	3.5	3.9	3.8	0.1	2.3	-1.5
属性別 生命保険	5.7	6.0	5.5	0.4	3.0	-2.5
医療保険	17.3	9.0	9.3	-0.3	5.9	-3.4
がん保険	3.0	3.7	5.6	-1.9	1.6	-4.1
学資保険	5.3	5.2	6.3	-1.2	2.9	-3.4
法人保険	4.2	5.0	5.9	-0.9	2.0	-3.9
生命保険 給付・請求	4.1	3.4	3.1	0.4	2.4	-0.7

まずは1記事

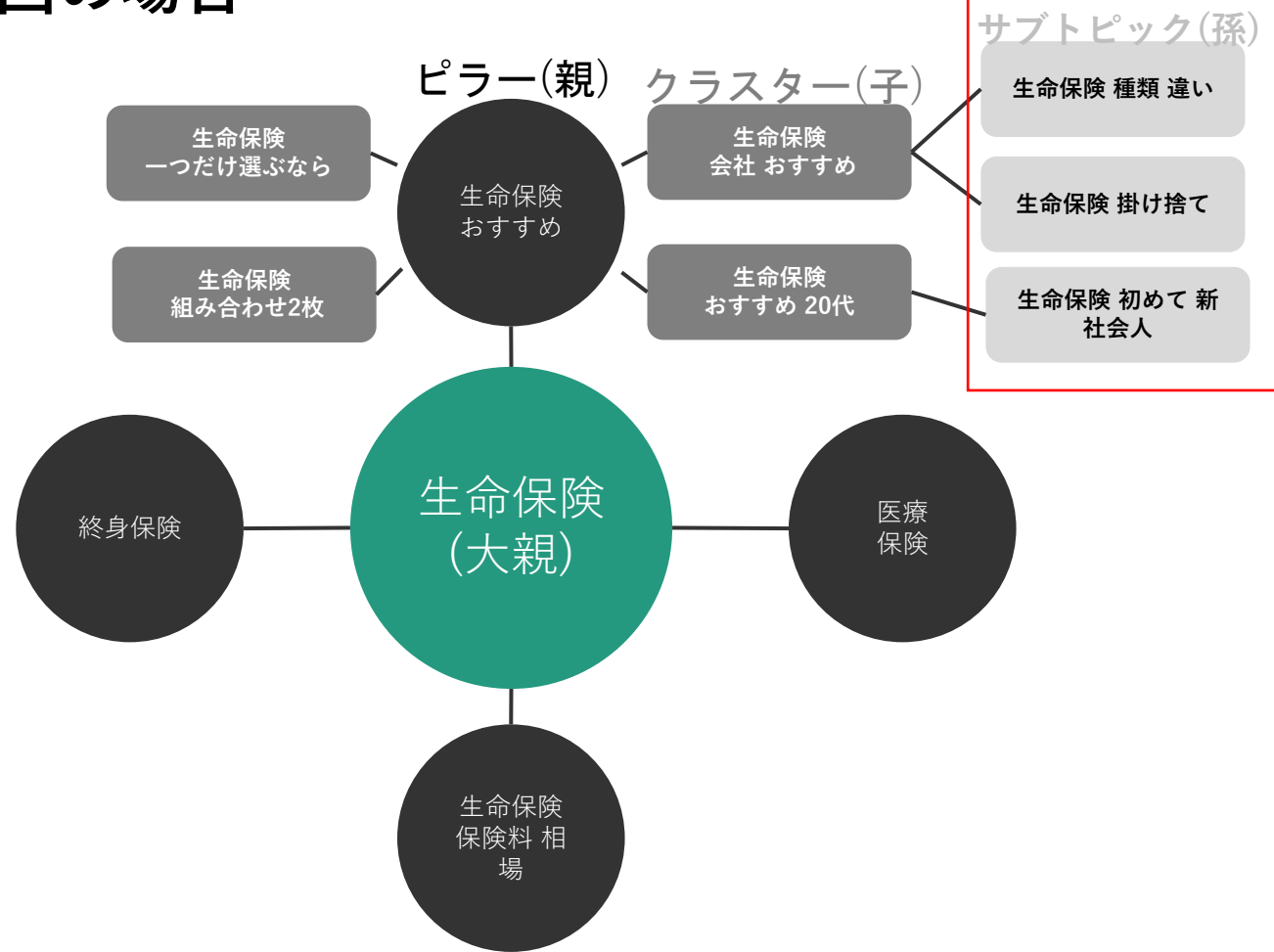
今回の場合・・・



ドメインが強いため子の記事を作成することで、類似テーマである孫ワードにて上位表示できる可能性があります。

ひとつひとつサブトピックを作成するよりも、「クラスター記事でサブトピックを網羅できないか？」が優先と考えます。

今回の場合・・・



上がらなければ検討

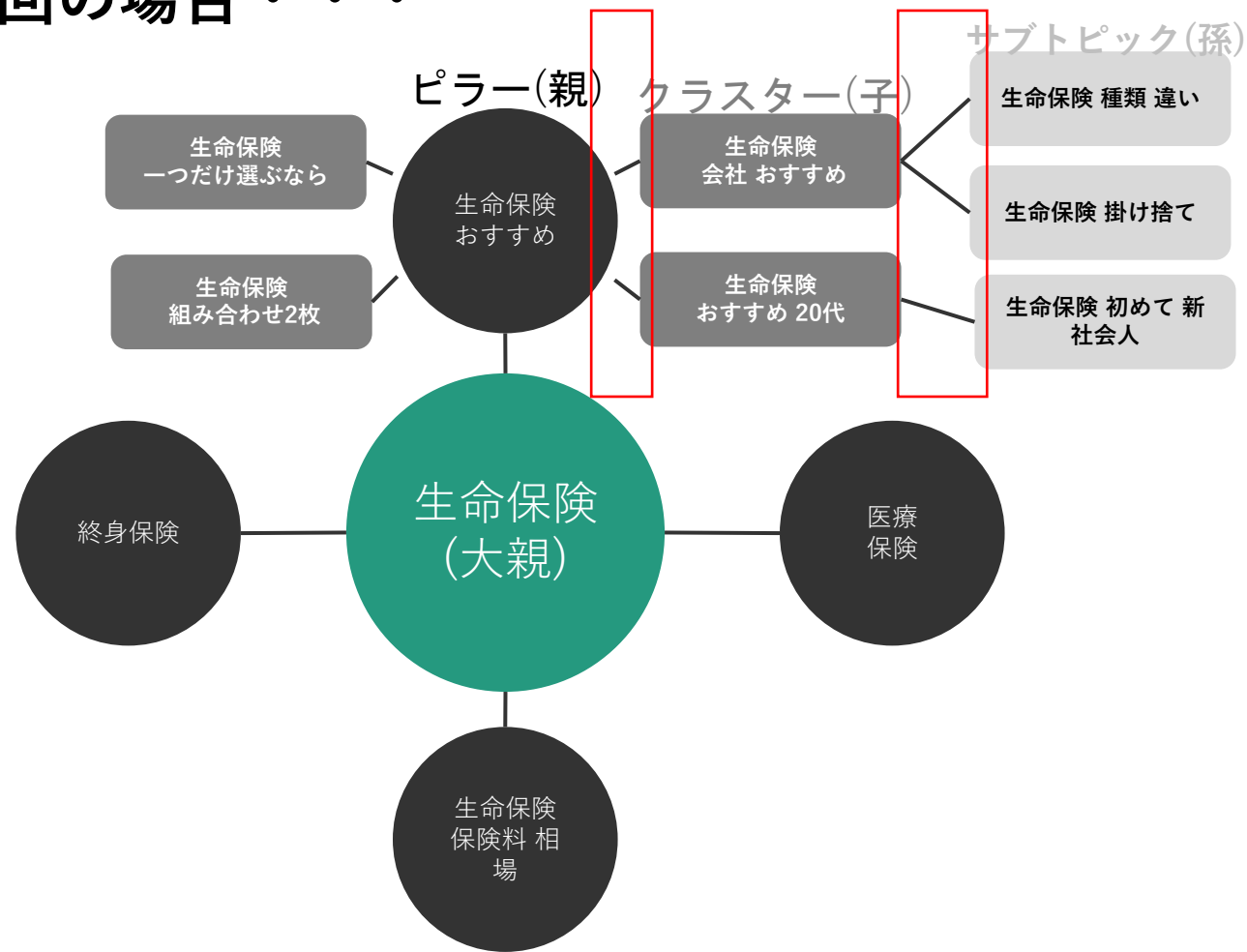
その後、各ワードの順位が芳しくない場合に、以下にて追加施策の検討が必要と考えます。

トピックのVolが大きい→新規追加を検討

トピックのVolが小さい→リライトを検討

リンク施策

今回の場合・・・



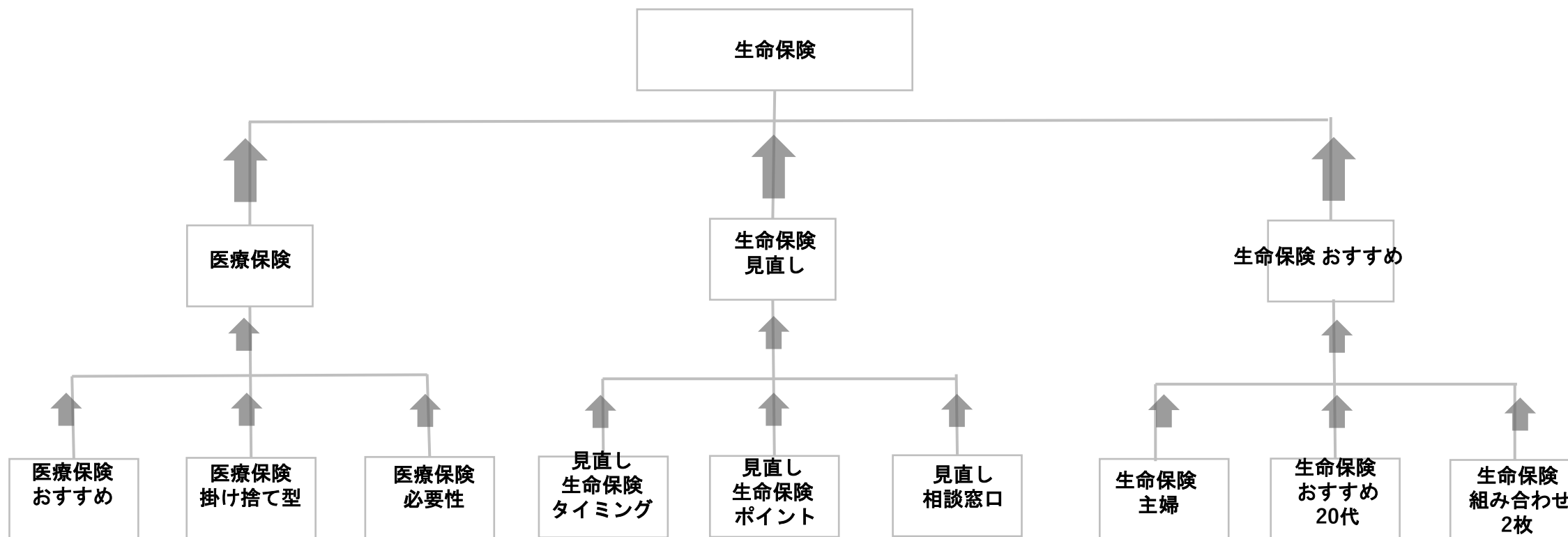
リンク施策は以下の通りです

親→子、子→孫...ページ内でのリンク場所は問わない。

親←子、子←孫...リンクジュースが流れやすい記事上部が理想。持病、がんなどのまたがるトピックは2記事へリンクを送る可能性もある。

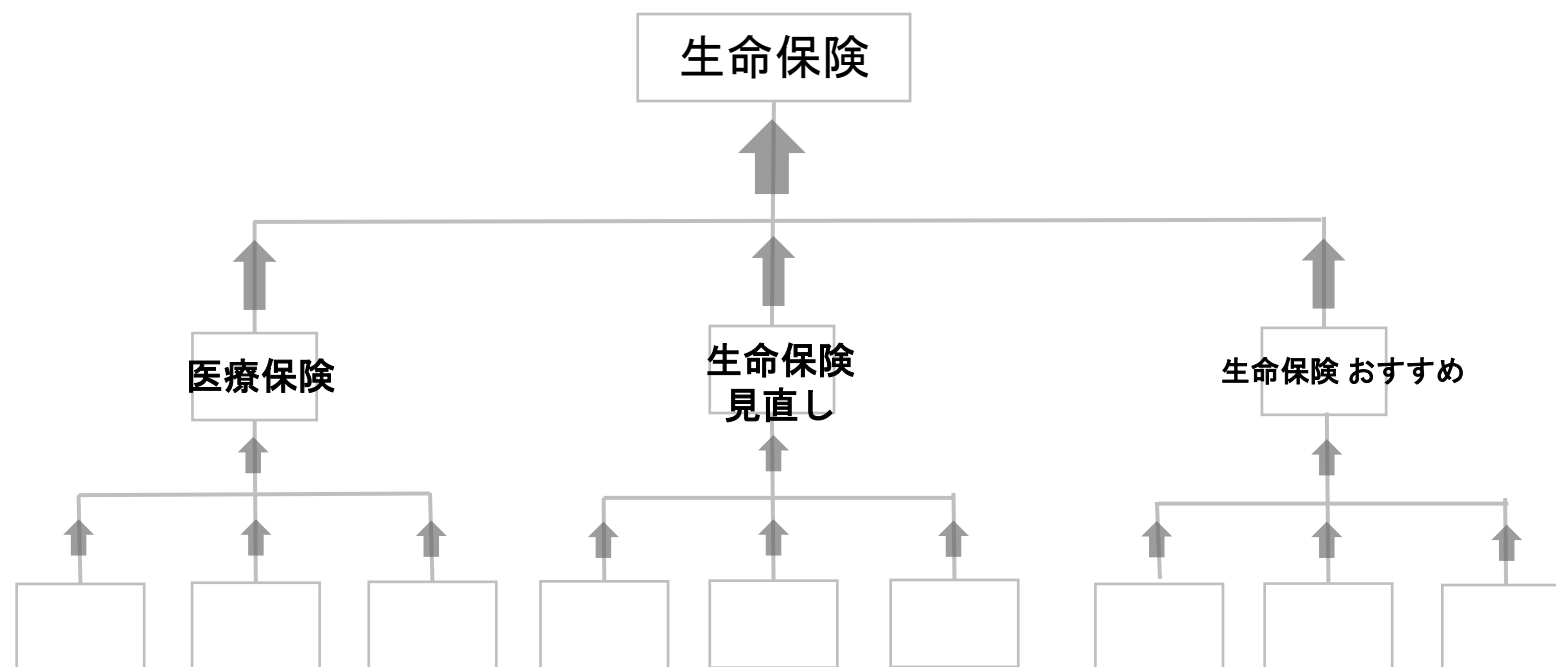
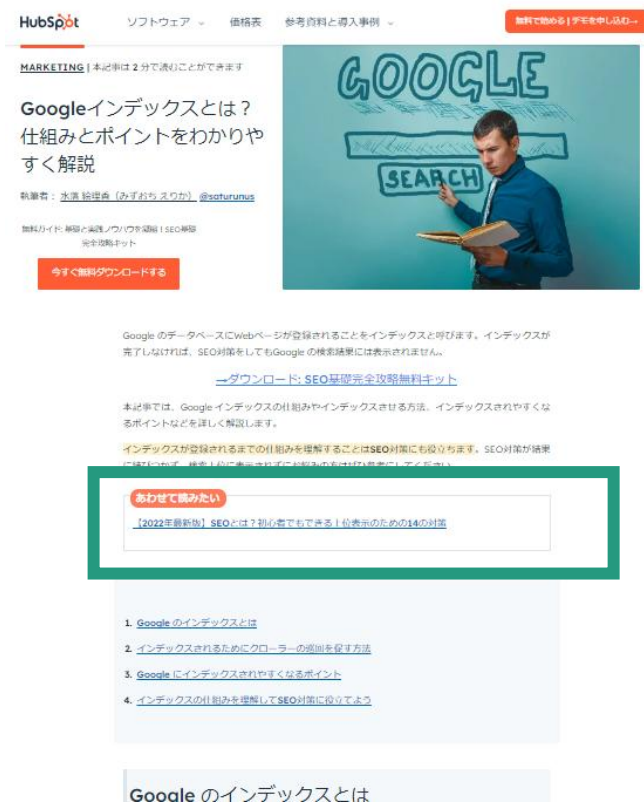
関連性が高いトピックページから、より抽象度の高いトピックの受け皿ページへ内部リンクを張ります。

これらにより、漏れなく関連トピックをつなげた設計の内部リンクが実現します。



構成要素①「上層リンク」・・・ページの目次直下に配置。

各記事の中において、「子から親」または「孫から子」に向けて貼るリンクを“上層リンク”と定義し、冒頭文の直後、目次周辺に設置する形で運用します。



構成要素②「下層リンク」・・・コンテンツの関連する各段落に設置

各記事の中において、「親から子」または「子から孫」に向けて貼るリンクを“下層リンク”と定義し、各関連の段落直後や文章内からリンクを設置します。

1. クロール

クロールとは、Google が開発したプログラムである「クローラー」が、Webに存在するあらゆるWebページ（URL）を巡回して、テキストや画像、動画といった情報を検出することです。クローラーは、独自のアルゴリズムによって、クロールするサイトからクロールする頻度、取得するWebページ数までを決めています。

クローラーの巡回はさまざまな方法で実施されていますが、既存のWebページから新規のWebページから、更新されたWebページへととりつきます。「適切な内部リンクの設置が重要」といわれているのは、このためです。

2. インデックス登録

クロールの次の工程は、Webページをデータベースに格納するインデックス登録です。この工程では、クロールしたWebページ内のテキストや画像、動画などを分析する作業に入ります。その後、巨大データベースである「Google インデックス」に収集した情報が登録されます。

インデックス登録してもらうには、高品質なコンテンツであることが前提です。また、metaタグによりインデックスの登録が禁止されている、読み込みが困難なデザインになっていることなどが原因でインデックス登録されない場合があります。

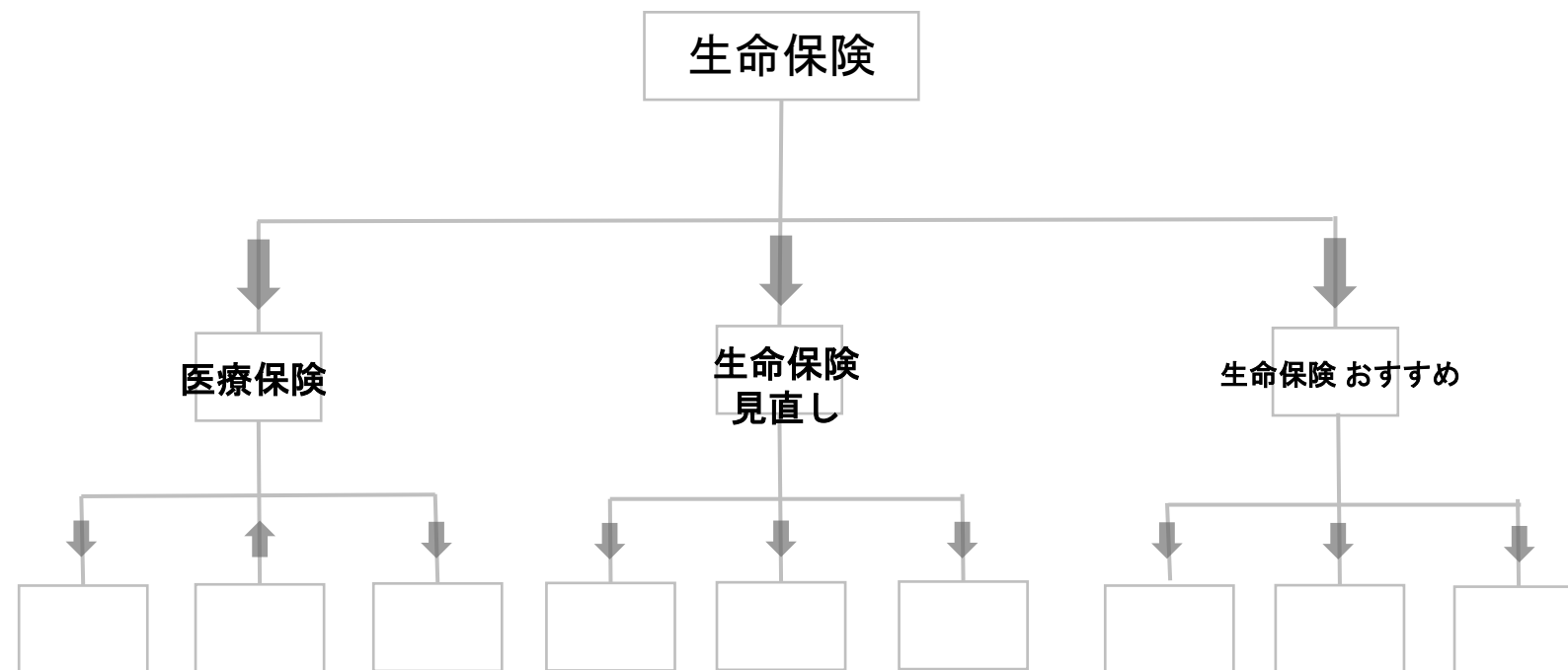
あわせて読みたい

[Google インデックスとは？仕組みとポイントをわかりやすく解説](#)

3. 検索結果の表示

ユーザーがキーワード検索をすると、インデックスされているWebページの中から関連性と品質の高いものが検索結果として表示されます。つまり、クローラーが巡回し、インデックスされなければ、たとえユーザーに寄り添ったWebページでも検索結果には反映されないということです。

それに、インデックス登録されたコンテンツがユーザーの検索意図と関連性が強い、あるいは品質



トピッククラスターは手段。簡便性と商品や事業の強みが伝わるサイト運用を

トピッククラスターは、内部リンク設計によって分かりやすさを担保し、AIにもユーザーにも「このサイトが基準となる情報源」と理解させるための手法です。

ユーザーの検索意図を満たし、AIを通じてユーザーに選ばれることが圧倒的に大事

トピッククラスターは、確かに強力な施策の一つです。しかし、これを実施するだけで成果が保証されるわけではありません。前提として、高品質なコンテンツがあってこそ効果を発揮します。

「情報の秩序」と「ブランドの文脈」は人間が思想をもって設計する必要がある

だからこそ、トピッククラスターを正しく設計・運用できること自体が、AI時代における大きな価値になります。取り組み始めは決して楽ではありませんが、半年後、1年後に振り返ったとき、「あのとき設計しておいてよかった」と感じるはずです。

短期施策に振り回されるのではなく、長期的に評価され続けるサイトを目指すのであれば、トピッククラスターは避けて通れません。ぜひ、腰を据えて取り組んでみてください。必要であれば、私たちもその設計・運用をご一緒します。

お問い合わせ

Webマーケティングに関するご相談やお問い合わせは、以下のフォームよりお願いいたします。

1〜2営業日以内に担当者よりご連絡いたします。

※プライバシーポリシーはこちらからご確認ください。
※セキュリティの観点から、セキュリティ対策を施したフォームからお問い合わせいたします。

お問い合わせ内容（複数可）

現在、ご依頼を検討されていることをご選択ください（仮の内容で構いません）。

- ☐ Webマーケティング全般
- ☐ SEO（検索エンジン最適化）
- ☐ コンバージョン改善（CRO）
- ☐ コンテンツ制作
- ☐ サイトリニューアル
- ☐ 広告運用
- ☐ その他

御社名

アイオイクス株式会社

御社サイトURL

http://www.sample.com

ご担当者様氏名

山田 太郎

電話番号

03-0000-0000

メールアドレス

sample@ioix.com

アイオイクスを知ったきっかけを教えてください。

検索エンジンで見つけた

具体的なお問い合わせ内容をご記載ください。

お問い合わせの背景／ご予算／これまでの取り組みなど、必要となる情報がございましたらご記載ください。

お問い合わせ内容を送信する

- SEOに取り組んでいるが、成果が出ない
- SEOの方向性に迷っている
- Webサイトの集客力を向上させたい

SEOやコンバージョン改善に関する施策のお問い合わせを承っております。
ぜひお気軽にご相談ください。

アイオイクスに話を聞いてみたい

※クリックすると、お問い合わせフォームにアクセスできます。

SEO Japan



検索

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	https://www.ioix.com/ https://www.seojapan.com/

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



innovation with optimization 💡