

LIGHTNING TALK

🕒 20 MIN

WordPress × SEO

AI時代の検索は 「回答提供」へ

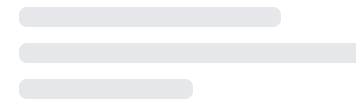
ゼロクリック時代に備える、
第三者の評判づくり



ミヤザキシニイチ

Miyazaki Shinichi

戦略的ウェブ制作工房エル・タジェール代表
ウェブ解析士 / SEO検定1級





ミヤザキシニイチ

Miyazaki Shinichi

戦略的ウェブ制作工房

エル・タジェール 代表

Connect



自己紹介

Introduction



事業内容・専門領域

WordPress専門のWeb制作と、SEO（検索エンジン最適化）支援を行っています。
「作るだけでなく、成果を出す」をモットーに、中小企業のWeb戦略をサポート。



保有資格

ウェブ解析士

SEO検定1級

Google アナリティクス認定資格



今日お伝えしたいこと・モットー

「検索の常識が変わりつつある今、基本を押さえて次の時代に備えましょう」

AI時代のSEOは小手先のテクニックではなく、本質的な信頼構築が鍵になります。



TOPICS

本日の流れ

Agenda



今日お伝えしたいこと

Key Takeaways

01

WordPressで押さえるべきSEOの基本

技術設定、コンテンツ、構造の3つの柱を再確認

02

AI検索時代の「ゼロクリック問題」とは

検索結果で完結してしまう新しい検索体験の実態

03

「第三者の評判」が鍵になる理由と育て方

これからは「見つけてもらう」より「引用してもらう」戦略へ

SECTION 02

まず基本から！ WordPress SEOの 3つの柱

AI時代であっても、土台となるのは
「技術」「コンテンツ」「構造」の最適化。
まずはここを盤石にしましょう。

1

技術的な設定

検索エンジンが読みやすいサイトへ



2

コンテンツの質

読者に価値ある独自の情報



3

サイトの構造

わかりやすいナビゲーション

[Let's Dive In →](#)

WordPress SEOの3つの柱

まずは基本をしっかりと。これらが揃って初めて評価されます。

1



技術的な設定

TECHNICAL SEO

- ✓ 検索エンジンが読みやすい
- ✓ サイトの表示速度
- ✓ セキュリティ（SSL）

土台となる設定。
これがダメだと始まらない。

2



コンテンツの質

QUALITY CONTENT

- ✓ 読者の悩みに答える
- ✓ 独自の視点・経験
- ✓ 情報の網羅性と正確性

最も重要。
「回答」としての価値そのもの。

3

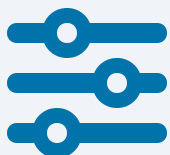


サイトの構造

SITE STRUCTURE

- ✓ 分かりやすい分類
- ✓ 内部リンクでの誘導
- ✓ ナビゲーション設計

整理整頓。
ユーザーもAIも迷わせない。



初期設定

ここを間違えると
後が大変です！

Point

記事を書き始める前に、これらだけは必ず確認してください。

後からの変更はSEO評価のリセットに繋がるリスクがあります。

✓ WordPress初期設定でやるべきこと

Essential Settings



パーマリンク設定を「投稿名」に

管理画面「設定」→「パーマリンク」で設定。
シンプルなURL構造（例: domain.com/sample-post/）が推奨されます。



サイトタイトルとキャッチフレーズ

検索結果に表示される重要な要素です。
「Just another WordPress site」のままになっていませんか？



SSL化 (https) の確認

セキュリティとSEOの両面で必須です。
ブラウザのアドレスバーに鍵マークが表示されているか確認しましょう。



インデックス設定の確認 **重要**

「検索エンジンがサイトをインデックスしないようにする」の
チェックが外れていることを必ず確認してください。



管理画面デモ①：パーマリンク設定

Permalink Settings

1

設定画面へアクセス

管理画面メニューの「設定」から「パーマリンク」をクリックします。

2

「投稿名」を選択

推奨設定です。

URLに記事タイトルが含まれ、Googleとユーザー両方に内容が伝わりやすくなります。

3

変更を保存

最後に必ず画面下の「変更を保存」ボタンを押してください。

⚠ 注意

公開済サイトで変更すると記事URLが変わり、アクセスできなくなる可能性があります。変更時はリダイレクト設定が必要です。

Permalink Settings

WordPress offers you the ability to create a custom URL structure for your permalinks and archives. Custom URL structures can improve the aesthetics, usability, and forward-compatibility of your links. A [number of tags are available](#), and here are some examples to get you started.

Common Settings

Select the permalink structure for your website. Including the `%postname%` tag makes links easy to understand, and can help your posts rank higher in search engines.

Permalink structure

- ☐ Plain
`http://localhost/wordpress/?p=123`
- ☐ Day and name
`http://localhost/wordpress/2022/11/20/sample-post/`
- ☐ Month and name
`http://localhost/wordpress/2022/11/sample-post/`
- ☐ Numeric
`http://localhost/wordpress/archives/123`
- ☐ Post name
`http://localhost/wordpress/sample-post/`
- ☒ Custom Structure
`http://localhost/wordpress /blog/%year%/%monthnum%/%day%/%postname%/`

Available tags:

- `%year%` `%monthnum%` `%day%` `%hour%` `%minute%` `%second%`
- `%post_id%` `%postname%` `%category%` `%author%`



管理画面デモ②：記事編集とalt

Article Editing & Alt Text

1

見出し（H2, H3）の階層化

段落ではなく「見出しブロック」を使い、内容を整理します。H2の中にH3が入るように階層を守りましょう。

2

代替テキスト（alt）を入力

必須項目です。

画像ブロック設定の「代替テキスト」欄に、画像が何を表しているか具体的な説明を入力します。

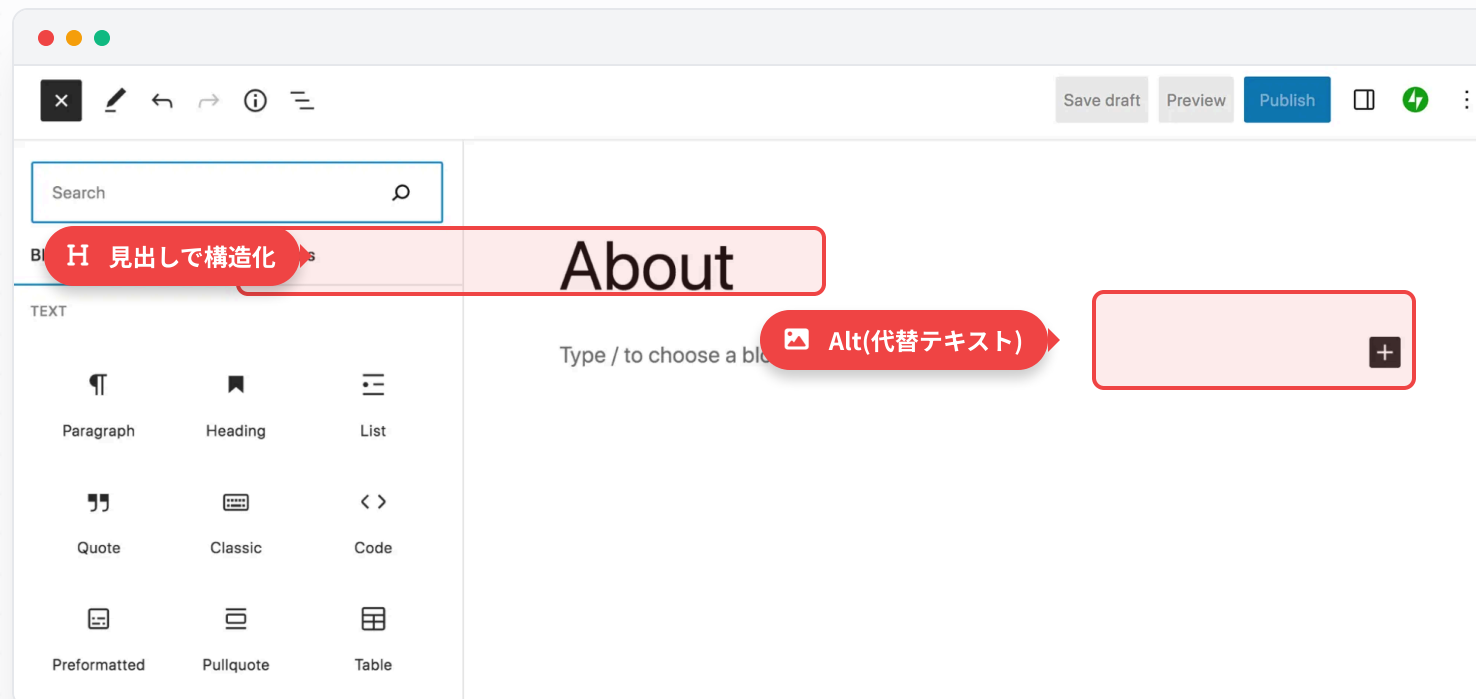
3

メタディスクリプション記述

SEOプラグイン（Yoast SEO等）の設定欄で、検索結果に表示される記事の要約（スニペット）を記述します。

💡 ポイント

AIはalt属性のテキスト情報も読み取ります。「画像あり」だけでなく「〇〇のグラフ」のように具体的に書くのがコツです。





管理画面デモ③：分類とサイトマップ

Categories & XML Sitemap

1

カテゴリーの整理

「投稿」→「カテゴリー」から設定。
未分類は使わず、適切な名前を付けます。

2

スラッグは英語で

重要ポイント！

URLの一部になる「スラッグ」は、日本語ではなく英数字
(小文字・ハイフン)を使用します。

3

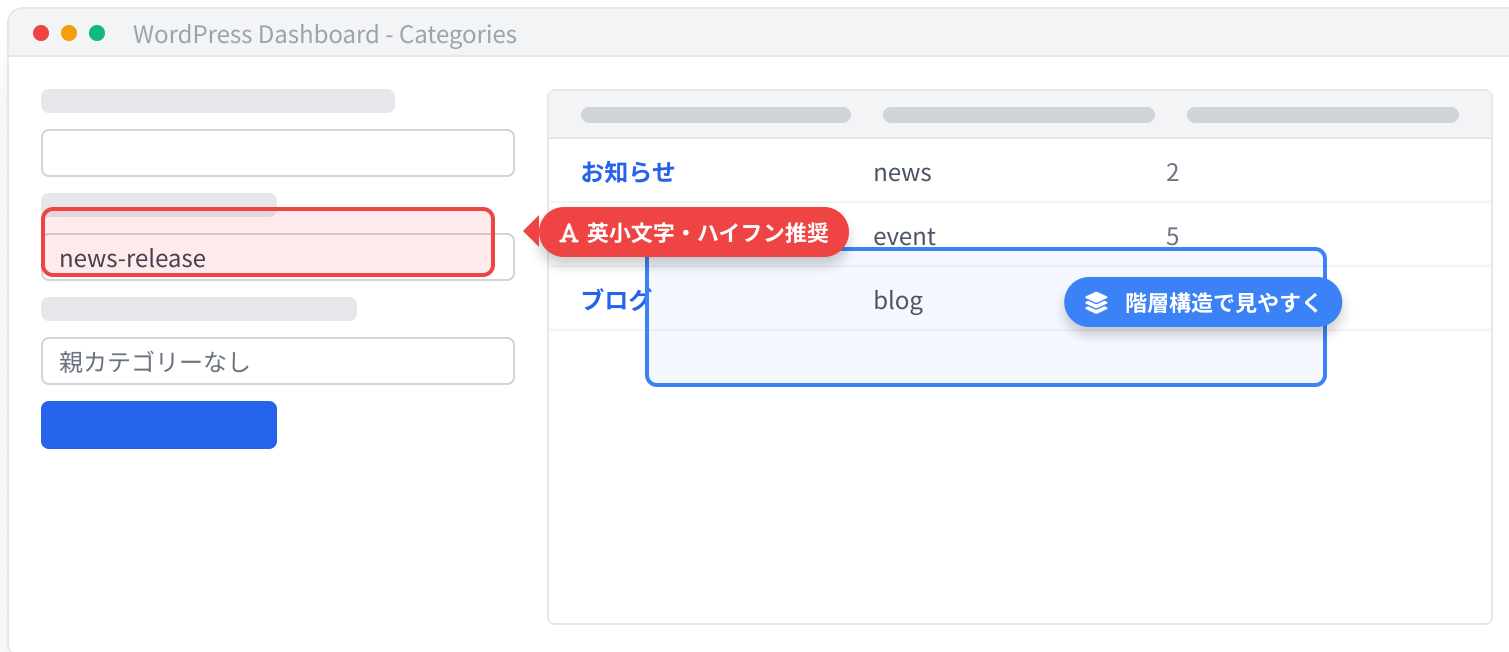
親子関係の設定

大カテゴリーと小カテゴリーを使い分け、サイト構造を階層
化させます。

4

サイトマップ送信

プラグインが生成したXMLサイトマップのURLを、Google
Search Consoleに登録します。



Google Search Consoleへの登録例

<https://example.com/sitemap.xml>

← このURLを「サイトマップ」メニューから送信



管理画面デモ④：著者情報と事例

Author Profile & Case Studies

1

プロフィールを充実させる

「ユーザー」→「プロフィール」画面で、以下の情報を必ず入力しましょう。

👤 肩書き

🏆 実績・資格

🐦 SNS

2

著者ボックスを表示

Simple Author Boxなどのプラグインを使い、記事下にリッチな著者情報を自動表示させます。

3

事例・お客様の声を作る

固定ページやカスタム投稿タイプを活用し、第三者目線の信頼コンテンツを追加します。

プロフィール

あなたについて

プロフィール情報

ここに専門性と実績！

戦略的ウェブ制作工房エル・タジェール代表。
ウェブ解析士・SEO検定1級保有。中小企業のウェブ集客を支援して10年...

Gravatarで変更

連絡先情報 (SNS)

SNSで信頼性UP

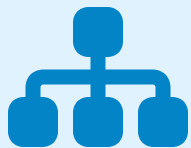
X (Twitter) URL

https://twitter.com/miyazaki_seo



プラグイン連携

ここに入力した内容が、記事下の「この記事を書いた人」欄に自動反映されます。



サイト構造

ユーザーとロボット
双方に優しく

✓ Key Point

迷子にさせない。
すべてを見せる。
快適に動ける。



整理されたサイト構造

Organized Site Structure



カテゴリー・タグを整理する

未分類はNG。1記事1カテゴリーが基本。
タグの乱用による重複コンテンツを避ける。



パンくずリストを設置

「今どこにいるか」をユーザーと検索エンジンに明示。
内部リンク効果でクロール効率も向上。



XMLサイトマップを送信

Google Search Consoleに登録し、全ページを通知。
更新情報を素早くインデックスさせる。



モバイルで見やすいデザイン

レスポンス対応は必須。文字サイズやタップ領域。
Core Web Vitals（表示速度など）も意識する。

SEOプラグインは1つだけ

主要な選択肢

Y

Yoast SEO

世界で最も使われている定番

R

Rank Math

多機能で急成長中。無料版が充実

A

All in One SEO

元祖WordPress SEOプラグイン



どれを選んでも機能に大差はありません。
使いやすいものを選べばOK！



重要チェックリスト



いずれか「1つだけ」を選ぶ

自分のサイトに合ったものを1つ選び、インストール・有効化しましょう。



複数を同時に入れない（絶対NG）

機能が競合し、メタタグが重複出力され、検索評価が下がる原因になります。



設定後は「記事の質」が勝負

プラグインはあくまで補助ツール。良質なコンテンツを作ることに時間を使いましょう。



Content

Quality is King

- ✓ ユーザーファースト
- ✓ 独自性重視

読者に価値ある記事を書く

Writing Valuable Content



• ユーザーの「知りたい」に答える

検索意図（インサイト）を深掘りし、表面的な情報だけでなく、ユーザーが本当に解決したい悩みに具体的に回答します。



• 独自の視点・経験を入れる

AI生成コンテンツとの差別化ポイント。自分だけの実体験、一次情報、独自の考察を盛り込み「あなただから書ける記事」にします。



• 読みやすい構成にする

結論ファースト、適切な見出し（H2/H3）の階層化、短文での記述。図解や箇条書きを活用し、スキャンして読める工夫を。

WordPress記事のSEOチェックポイント



公開前のルーティン

素晴らしい記事も、検索エンジンに正しく伝わらなければもったいない。

「公開」ボタンを押す前の
5つの指差し確認を習慣に。

💡 SEOプラグインを入れている場合は、投稿画面下部の解析スコアも参考にしましょう。

5つの必須チェック項目



1. タイトルタグ

検索結果で最も重要。狙うキーワードを含め、クリックしたくなる文言に（PC表示を考慮して32文字前後推奨）。



2. 見出し（H2, H3）

内容を整理し、階層構造を正しく作る。読者にも検索エンジンにも「何が書いてあるか」を伝える目次になります。



3. メタディスクリプション

記事の要約を120文字程度で設定。検索結果のスニペット（説明文）として表示され、クリック率に影響します。



4. 画像のalt属性（代替テキスト）

画像が表示されない時や音声読み上げ用の説明。画像の内容を具体的に記述することで画像検索の対象にもなります。



5. 内部リンク

関連する自分の過去記事へリンクを貼る。サイト内の回遊率を高め、情報のつながりを強化します。

SECTION 03

AI時代の検索は 「回答提供」へ

検索結果はもはや「リンク一覧」ではありません。
AIが直接答えを提示する時代。
ここからSEOの常識が変わります。



従来の検索

10本の青いリンクから情報を探す



AI時代の検索

検索結果ページ上で「回答」が完結



ゼロクリック問題

Webサイトへの流入が減るリスク

[Change is Coming →](#)

検索エンジンの役割が変わってきた

「探す」から「答えを得る」へのパラダイムシフト



従来の検索

Search Engine 1.0

- 🔗 「リンク一覧」を提示
- 🖱 ユーザーがクリックして探す
- 📈 CTR（クリック率）重視



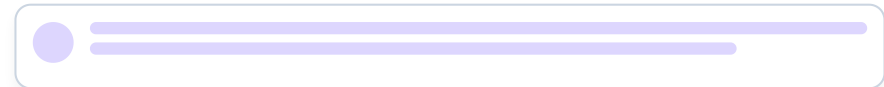
10本の青いリンク



AI時代の検索

Search Engine 2.0 (SGE)

- 💬 「回答」を直接生成・提示
- 🔍 検索結果ページで完結
- 👤 情報の信頼性・出典重視



Google SGE

ChatGPT

Perplexity



Zero-Click Searches

クリックされない
検索結果の増加

KEYWORDS

SGE

AI Overview

強調スニペット

SERP

ゼロクリック検索問題

The Zero-Click Problem

•



サイトに来ない現象

ユーザーが検索結果ページ（SERP）上で必要な情報を得て満足し、**Webサイトのリンクをクリックせずに検索を終えること**。

•



主な原因：AIとリッチリザルト

AIによる回答（SGE / AI Overviews）、強調スニペット、ナレッジパネルなどが、「答え」を直接提示してしまうため発生します。

•



SEOへの深刻な影響

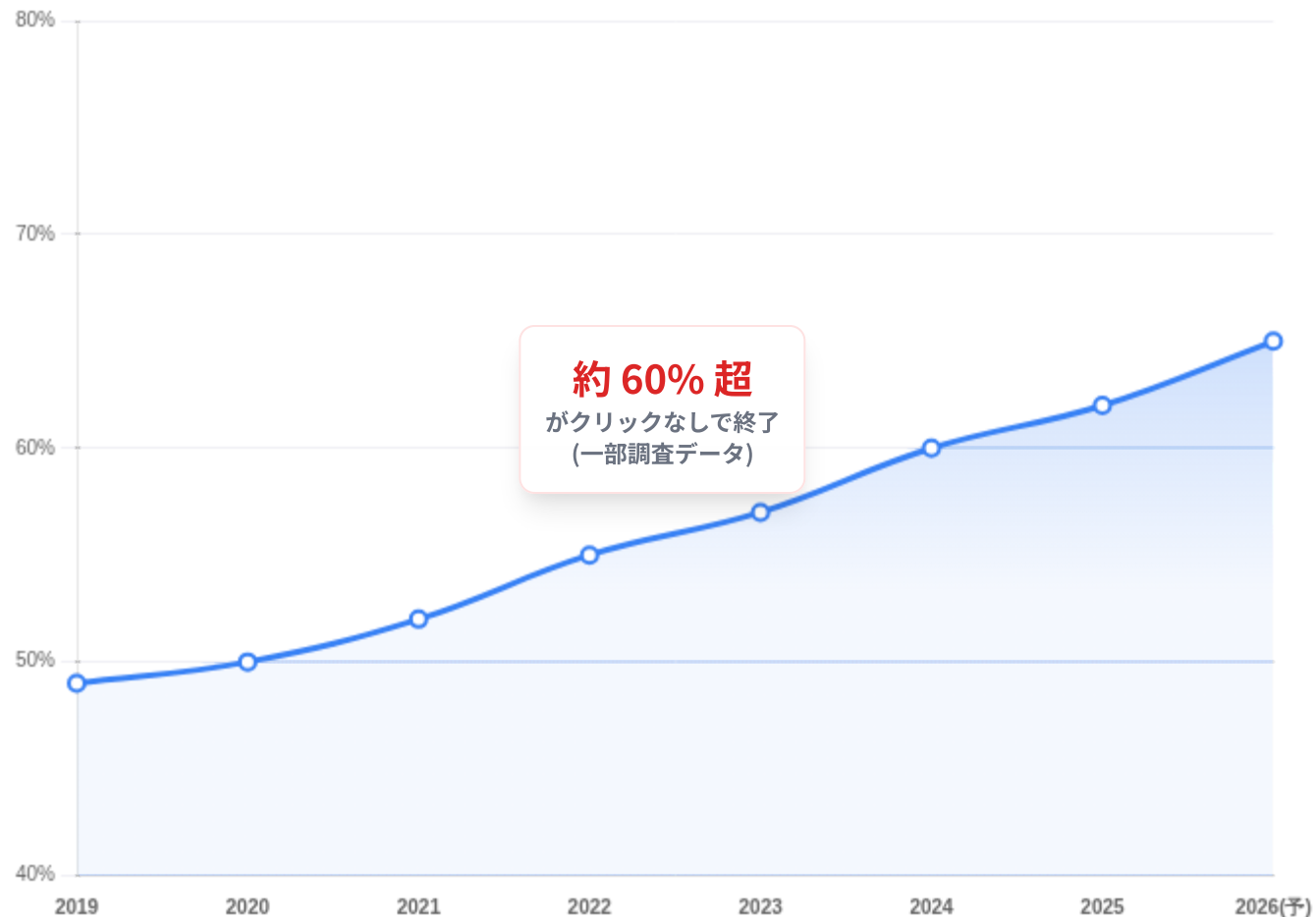
たとえ検索順位が1位でも、ゼロクリックエリアに押し下げられ、**以前ほどのアクセス数（流入）が見込めない**ケースが増加しています。

実例：ゼロクリック検索の増加

サイトに来る前に、検索結果で「答え」が得られてしまう現象

ゼロクリック率推移

2026年予測含む



特に「即答系クエリ」で顕著

かつてはWebサイトを見ていた情報も、
今は検索結果だけで完結しています。



天気・気象情報

「横浜 天気」→ 1週間分の予報がトップに表示



計算・単位変換・為替

「1ドル 何円」「100g 何オンス」→ 計算機が表示



店舗の営業時間・場所

マップパックやナレッジパネルで詳細を確認して終了



用語解説・事実確認 (AI Overview)

AIが要約を作成。Wikipediaなどを開く必要性が低下

では、SEOは終わったのか？

NO.

むしろ、その「役割」が変わっただけです



クリックを得る



信頼される情報源になる



AI Selection

信頼性評価の
3つの基準

AIは
「最も信頼できる答え」
を探しています



AIが情報源を選ぶ基準

Criteria for AI Source Selection



第三者からの評判

Reputation

被リンク、SNSでの言及（メンション）、口コミ、レビューなど。
「他の人があなたのサイトについて何と言っているか」が重要。



専門性・権威性・信頼性 (E-E-A-T)

Expertise, Experience, Authoritativeness, Trustworthiness

誰が書いた情報か？ その分野の専門家か？ 経験に基づいているか？
Googleの品質評価ガイドラインに準拠した信頼性の証明。



情報の正確性と最新性

Accuracy & Freshness

情報が古くなっていないか、事実に基づいているか。
AIは常に「最新の正しい答え」をユーザーに届けようとします。



SECTION 03

AI時代の 検索環境

検索エンジンは
「情報の信頼性」を
外部からの評判で
判断しています。

第三者の評判とは何か

What is Third-Party Reputation?



被リンク・メディア掲載

他のWebサイトからのリンクや、ニュース・ブログ記事での紹介。
検索エンジンにとっての「信頼の投票」



SNSシェア・口コミ・レビュー

X(Twitter)やFacebookでの言及、Googleマップのレビュー。
ユーザーの「生の声」と話題性

“

つまりこういうことです

「あなたのサイトについて、
あなた以外の誰かが語っていること」



信頼性

Trust & Authority

AIは「誰が言っているか」よりも「誰に支持されているか」を重視します

? なぜ第三者の評判が重要なのか

Why Third-Party Reputation Matters



社会的証明（Social Proof）

自分で「私は専門家です」と言うより、他人が「この人は専門家だ」と認める方が客観的な信頼性が高い。



AIの信頼性判断メカニズム

AIはWeb上の複数の情報源を照合（クロスチェック）し、一貫して評価されている情報を「正解」として採用する。



Google E-E-A-Tの重要指標

専門性・権威性・信頼性の評価において、被リンクやサイテーション（言及）は決定的な要素となる。



「見つかる」から「引用される」へ

AI時代は検索結果に表示されるだけでなく、AIが生成する回答の「根拠」として引用されることが新たなゴールになる。

Action Plan

第三者の評判を 育てる 5つの方法

信頼は一朝一夕には作れません。
日々の活動の積み重ねが、
AIにも評価される「評判」となります。

→ できることから始めよう

1

質の高いコンテンツを 継続的に発信

独自の調査データ、事例、経験談など、他者が「参考になる」と感じて引用したくなる情報を作りましょう。

2

SNSやコミュニティでの 積極的な発信

X(Twitter)やnoteなどで、単なる宣伝ではなく価値ある情報をシェア。WordPressコミュニティ活動も重要です。

3

メディア・他サイトとの 関係構築

ゲスト投稿、インタビュー、共同企画、イベント登壇など、外部露出の機会を増やし被リンクを獲得します。

4

顧客の声を 集める

サイトへのお客様の声掲載や、Googleビジネスプロフィールのレビュー収集を積極的行いましょう。

5

専門性を証明する（E-E-A-T）

プロフィールページを充実させ、保有資格、実績、経験年数を明記。記事に著者情報を紐づけ、「誰が書いたか」を検索エンジンに伝えます。

WordPressでの具体的アクション

≡ 信頼構築の3つの柱



Who

「誰が」発信しているかを明確にする



Proof

第三者の声を可視化して証明する



Connect

SNS等で繋がり、引用の輪を広げる

💡 **Point:** 技術的なSEOだけでなく、「信頼性の表現」にWordPressの機能を使うのが鍵です。

≡ 今日からできる5つのこと



プロフィールを充実させる

専門分野・実績・資格・顔写真を掲載。信頼性の基本です。



記事に著者情報を表示

「この記事を書いた人」セクションを設置（例：Simple Author Box等）。



お客様の声・事例ページを作る

実績を第三者目線で語ってもらう、最強の信頼コンテンツ。



SNSと連携する

記事のシェアボタン設置と、自分のSNSアカウントへの導線を確保。



継続的に価値ある情報発信

週1回でも月1回でもOK。「この人の情報は役立つ」という信頼を蓄積。

今日のまとめ



01

基本を押さえる

WordPress SEO Basics

奇策の前に、まずは王道の環境を整えることが出発点。

- ✓ 技術設定：SSL化とパーマリンク
- ✓ コンテンツ：読者への回答価値
- ✓ 構造：迷わせないナビゲーション



02

変化を理解する

Understanding AI Shift

検索体験は「リンク集」から「直接回答」へと進化している。

- ✓ ゼロクリック：流入減は自然な流れ
- ✓ AI検索：複数の情報を統合して回答
- ✓ 役割の変化：クリックから信頼へ



03

評判を育てる

Build Reputation

これからのSEOの本質は「信頼され、引用される」こと。

- ✓ E-E-A-T：専門性と実績の可視化
- ✓ 第三者の声：被リンク・SNS・口コミ
- ✓ 継続：信頼は積み重ねで作られる

NEXT STEP

今日から始める 3つのアクション

1

WordPressのプロフィールを更新

顔写真、実績、資格を追記し、E-E-A-Tの第一歩を踏み出しましょう。

2

次の記事は「答え」を意識

キーワードを入れるだけでなく、読者の悩みに「回答」できているか確認。

3

SNS・コミュニティで発信

今日の感想をハッシュタグ付きで投稿。交流こそが評判づくりの近道です。

“

SEOは一夜にしてならず。
でも、信頼を積み重ねれば
AI時代でも選ばれ続けます。

— 今日のMeetupがその第一歩です！

SPEAKER

ミヤザキシンイチ

Miyazaki Shinichi

エル・タジェール 代表 / ウェブ解析士



ホームページ
はこちら



フォローしてね！