見本

SEO・AI検索 診断レポート

株式会社ミナト計測 御中（架空の会社）

対象サイト	https://www.minato-keisoku.example/column/（架空）
対象期間	直近4週間（Search Console・GA4）
作成	ティネクト株式会社

1. 前提と総論
2. 上位の検索クエリから見える傾向
3. 記事の読まれ方（滞在時間）
4. 読まれているページのファーストビュー
5. 計測とコンバージョン・広告
6. AIに聞かれそうな質問の案と、推薦されやすい理由
7. 推奨する施策

このレポートは見本です。実際に無料診断でお渡ししているレポートと同じ構成・書き方で作っていますが、会社名・サイト・数字・内容はすべて架空です。実在の会社とは関係ありません。

1．前提と総論

項目	数字（直近4週間）
アクティブユーザー	2,840人
検索での表示回数	184,000回
検索からのクリック	3,120回
平均クリック率	1.7%
平均掲載順位	14.2位
お問い合わせ・資料請求	4件

総論：記事は月4本のペースで続いていますが、検索から来る人の多くは**社名で検索した人**で、記事が新しいお客さまの入口になっていません。また、記事を読んだ人が**次に進む先（資料・相談）が見えにくく**、読まれても問い合わせにつながっていません。まず「入口の記事」と「問い合わせにつなぐ記事」の役割を分けることをおすすめします。

この診断で見たもの

Search Console の検索クエリとページ別の数字、GA4 の流入元・滞在時間・コンバージョン、サイトと記事の中身（実際に全記事の冒頭を読んでいます）、AI（ChatGPT・Gemini など）に貴社の領域の質問をしたときの答え方です。

※見本のため、数字は架空です。実際のレポートでは、お預かりした数字のスプレッドシートも一緒にお渡しします。

見本

2．上位の検索クエリから見える傾向

検索クエリ（上位）	クリック	掲載順位	種類
ミナト計測	1,410	1.2	社名
ミナト計測 カタログ	320	1.8	社名
ロードセル 校正 頻度	96	7.4	悩み
はかり 検定 費用	71	11.3	悩み
計量器 とは	44	18.9	用語

クリックの約6割が**社名での検索**です。すでに貴社を知っている人がサイトに来ているだけで、記事が新しいお客さまを連れてきているとは言えません。

一方で「ロードセル 校正 頻度」「はかり 検定 費用」のように、**現場の担当者の悩みそのもの**で検索されている記事が少しあります。こうした記事は掲載順位が7〜11位と、あと一歩で上位に入れる位置にあります。

見立て：「用語の解説」記事は検索されても順位が低く、読まれても商談につながりにくい種類です。**悩みで検索される記事**を増やし、すでに順位がついている記事を直すほうが、早く結果が出ます。

見本

3．記事の読まれ方（滞在時間）

Google は、検索から来た人がすぐに離れてしまうページを、質の低いページとみなす傾向を強めています。

流入元	平均の滞在時間	
Google 検索	42秒	
Bing 検索	18秒	
メルマガ	1分36秒	
全体	35秒	

全38記事のうち、**検索から来た人が30秒以内に離れている記事が14本**ありました。冒頭で「この記事で何がわかるか」が書かれていない記事に集中しています。

見立て：30秒以内に離れている記事は、まず冒頭を書き直します。書き直しても読まれない記事・内容が重なる記事は、統合か削除を検討します。サイト全体の評価を下げないためです。

見本

4．読まれているページのファーストビュー

よく読まれている上位3記事の冒頭（スマホで最初に見える範囲）を確認しました。

記事（架空）	気になった点
ロードセルの校正はどのくらいの頻度で必要？	答え（目安の頻度）が3画面目まで出てこない。冒頭は会社の紹介文
はかりの検定にかかる費用と流れ	費用の表があるが画像のため、検索やAIに読み取られない
計量器とは？種類と選び方	用語の説明が中心で、誰のどんな悩みに答える記事かが見えない

見立て：どの記事も**冒頭に答えがない**ため、検索から来た人がすぐに離れています。冒頭3行で答えを書き、表は画像ではなく文字で載せる。この2つだけでも滞在時間とAIへの載りやすさが変わります。

記事の最後

3記事とも、最後は「お問い合わせはこちら」だけでした。いきなり相談するほどではない人向けの、**資料ダウンロードやチェックリストなどの「軽い次の一歩」**がありません。

見本

5．計測とコンバージョン・広告

計測

GA4 で「お問い合わせ完了」だけがコンバージョンとして設定されています。資料ダウンロードやメルマガ登録は計測されておらず、**どの記事が見込みのお客さまを生んでいるかが分かりません。**

流入元別のコンバージョン（4週間）

流入元	セッション	お問い合わせ
直接（ブックマーク・URL入力）	1,020	2
Google 広告	860	1
Google 検索	2,950	1
Bing 広告	410	0

広告

広告の着地ページが記事になっており、出稿キーワード（「計量器 メーカー」など、比べて選ぶ段階の言葉）と、記事の内容（用語の解説）がずれています。**比べている人には、製品の比較表や導入事例のページ**を見せるほうが合っています。

> **見立て：**まず資料ダウンロードなどの「途中のコンバージョン」を置いて計測できるようにします。そのうえで、どの記事・広告が見込みのお客さまを生んでいるかを比べます。

6．AIに聞かれそうな質問の案と、推薦されやすい理由

貴社のお客さまが ChatGPT や Gemini に聞きそうな質問を約30問挙げ、それぞれ貴社が推薦されやすい理由を整理します。見本では10問を載せています。

No.	想定される質問	推薦されやすい理由
1	工場のはかりが何台もあり、校正の時期がバラバラで管理しきれません。まとめて管理する方法はありますか？	複数台の校正をまとめて請け負う体制がある
2	ロードセルの校正はどのくらいの頻度で必要ですか？業種ごとの目安も知りたいです。	すでに関連記事があり、順位も近い
3	食品工場で使うはかりを選ぶとき、衛生面で気をつけることは何ですか？	食品向けの製品と導入事例がある
4	はかりの検定に落ちた場合、どうすればいいですか？費用はどのくらいかかりますか？	検定の代行と修理の両方に対応
5	計量データを生産管理システムに自動で取り込めるはかりを比較してください。	データ連携の製品がある
6	古いはかりを使い続けるリスクと、買い替えの目安を教えてください。	修理と更新の両方を提案できる
7	全国に工場がありますが、どこでも同じ品質で校正してもらえる会社はありますか？	全国のサービス拠点
8	はかりの点検記録を、監査に耐える形で残す方法はありますか？	点検記録の管理サービス
9	小さな工場でも導入しやすい、低価格の産業用はかりのメーカーを教えてください。	小型の製品群がある
10	計量器メーカーを比較したいです。サポート体制の違いはどこを見ればいいですか？	保守サポートの手厚さが差別化になる

※実際のレポートでは約30問。質問ごとに、いまAIがどの会社を挙げているかも確認したうえで、記事にする優先度をつけます。

7．推奨する施策

施策	内容
AI検索対策	上の質問の案に答える記事を作る。冒頭に答え、Q&A・比較表・箇条書きで、AIが引用しやすい形にする。貴社ならではの事例や数字を入れる
関連する疑問への対応	1つの質問から派生する疑問も調べて記事にし、記事どうしをリンクでつなぐ
SEO	用語の解説ではなく、悩みで検索される記事を増やす。順位が7〜15位の記事から直す
コンバージョン	資料ダウンロードなどの途中の成果を置いて測る。広告の着地ページを比較・事例のページに変える
読まれる記事に	冒頭3行で答える。表は画像でなく文字で。離れている箇所を直す
記事の整理	30秒以内に離れている記事を書き直すか、統合・削除する

最初の1か月でやること（例）
① 資料ダウンロードを置いて計測を始める　② 順位が近い悩みの記事3本の冒頭を書き直す　③ AIに聞かれる質問の上位5問に答える記事を作る

貴社のサイトでも、このレポートを無料でお作りします
Search Console・GA4 の数字とサイトの中身から、約1週間でお渡しし、60分でご説明します（すべてオンライン・月10社まで）。
お申し込み：https://tinect.jp/service/aio/check/