

# SEO 分析レポート

株式会社 HJT (hj-t.co.jp)

作成日: 2026 年 2 月 25 日  
データソース: Ahrefs + 内部データ分析

SAMPLE

## エグゼクティブサマリー

株式会社 HJT (hj-t.co.jp) は、葬儀業界を中心に、SEO/MEO 対策・SEM 運用・Web コンサルティング・システム開発を提供する IT 企業です。TVer 広告代理店や Google ビジネスプロフィール運用代行など独自のサービスも展開しています。本レポートでは、Ahrefs データと Web クローラー分析を基に、現状の SEO パフォーマンスと改善提案をまとめます。

### ■ 主要指標一覧

|                            |                         |                           |                        |
|----------------------------|-------------------------|---------------------------|------------------------|
| <b>2.9</b><br>DR (ドメインレート) | <b>4</b><br>オーガニック KW 数 | <b>9</b><br>オーガニック流入セッション | <b>15</b><br>被リンクドメイン  |
| <b>4</b><br>ランクインページ       | <b>0</b><br>KD 0 3 KW   | <b>未確認</b><br>構造化データ      | <b>多数</b><br>URL 日本語使用 |

現状の最大課題は、DR (ドメインレーティング) が 2.9 と極めて低く、オーガニック検索からの流入が月間 9 セッションにすぎまいることです。葬儀業界向けマーケティングというニッチに特化した質の高い記事が複数あるにもかかわらず、技術的 SEO の未整備が原因で検索エンジンに適切に評価されていません。特に「葬儀社 客」(Vol.100) や「MEO 対策 費用」(Vol.1,400) など、KD (難易度) 0 のキーワードが多く、成長機会があります。

## 1. Ahrefs データ分析

### 1-1. ドメイン概要

| 指標               | 値                |
|------------------|------------------|
| ドメインレーティング (DR)  | 2.9 / 100        |
| Ahrefs ランク       | 36,042,845 位     |
| オーガニック KW 数 (日本) | 4 キーワード          |
| オーガニックトラフィック     | 9 セッション/月        |
| オーガニックトラフィック価値   | \$0.10/セッション     |
| 被リンク数 (ライブ)      | 15 ドメイン (10 URL) |
| 被リンク数 (累計)       | 52 (10 ドメイン)     |

DR 2.9 は非常に低い水準で、被リンクドメインが 15 と少なく、ドメインオーソリティの構築が急務です。ただし、infoseek.co.jp (DR82) や atpress.ne.jp (DR82) など高品質なリンク元も含まれており、プレスリリースなどの効果が期待されます。

### 1-2. ランクインキーワード

現在、日本国内でランクインしているキーワードは 4 語のみです。

| キーワード          | 順位   | Vol | 推定流入 | ランディング URL     |
|----------------|------|-----|------|----------------|
| 葬儀 リスティング広告 東京 | 7 位  | 150 | 8    | /sougi_ad_...  |
| tver 月額        | 22 位 | 500 | 1    | /tver-ad-cost/ |
| グーグルマ          | 8 位  | 150 | 0    | /葬儀社 google... |

|         |      |     |   |              |
|---------|------|-----|---|--------------|
| tver 広告 | 96 位 | 400 | 0 | /tver 広告の... |
|---------|------|-----|---|--------------|

「葬儀 リスティング広告 東京」が 7 位と最も好成績ですが、Top3 に入るキーワードは 0 です。「tver 広告」(Vol.400)は 96 位とほぼ圏外で、記事の改善で大幅な順位向上が見込めます。

### 1-3. ターゲットキーワード調査

事業に関連する主要キーワードの検索ボリュームと難易度は以下の通りです。

| キーワード       | Vol   | KD (難易度) | CPC    | 現在順位 |
|-------------|-------|----------|--------|------|
| MEO 対策 費用   | 1,400 | 0        | -      | 圏外   |
| tver 広告     | 400   | -        | -      | 96 位 |
| SEO 対策 中小企業 | 150   | 0        | \$5.10 | 圏外   |
| 葬儀 リスティング広告 | 150   | -        | -      | 7 位  |
| 葬儀社 集客      | 140   | 0        | \$1.80 | 圏外   |
| 葬儀社 SEO     | 140   | 0        | -      | 圏外   |
| 葬儀社 ホームページ  | 130   | -        | \$1.00 | 圏外   |
| 葬儀社 広告      | 120   | -        | \$0.90 | 圏外   |

特筆すべきは、「MEO 対策 費用」(Vol.1,400 / KD:0)や「SEO 対策 中小企業」(Vol.150 / KD:0)など、検索ボリュームが大きく競合がほぼいないキーワードが多数存在する点です。これらは即座にコンテンツを作成し、上位表示を狙える大きなチャンスです。

### 1-4. 主要リンクドメイン

| ドメイン             | DR | リンク数 | 備考        |
|------------------|----|------|-----------|
| infoseek.co.jp   | 85 | 4    | ニュースポータル  |
| atpress.ne.jp    | 82 | 2    | プレスリリース配信 |
| newsweekjapan.jp | 77 | 1    | ニュースメディア  |
| zaikai.co.jp     | 72 | 3    | 財経新聞      |
| kingsoft.jp      | 72 | 6    | IT 企業     |
| 3rd-in.co.jp     | 67 | 2    | サードパーティ   |
| seotools.jp      | 66 | 4    | SEO ツール   |

プレスリリース経由で infoseek、atpress、Newsweek Japan など、DR 高いメディアからのリンクを獲得できている点は評価できます。ただし、byteshort.com、pme-magazine.jp など、信頼性の高いリンクも含まれているため、否認対応を推奨します。

## 2. テクニカル SEO 分析 (Web クロール)

※本項目は Web クロールおよびソース確認による分析結果です。Screaming Frog の完全データがあればさらに詳細な分析が可能です。

### 2-1. サイト構造の問題

#### ▶ サイトがシングルページ構成: TOP ページに全サービス情報を集約

現在のサイトは、TOP ページに全サービス情報がアンカーリンク (#セクション) でまとめられており、各サービスの個別ページが存在しません。これは検索エンジンが各サービスを個別のトピックとして認識できないため、SEO 上非常に不利です。

IT 相談サービス、Web コンサル、SEM 運用、動画制作、CRM 運用、代行などそれぞれのサービスに専用 LP を作成すべきです。

### 2-2. URL 構造の問題

#### ▶ 日本語 URL の多用: ブログ記事 URL に日本語がそのまま使用

例えば「葬儀社の Good ビジネスプラン」や「Tver 広告の取り扱いを開始しました」などの URL に日本語が含まれており、URL が非常に長くなります。SNS での共有時や被リンク獲得時に不利です。今後の記事では英数字のスラッグを推奨します。

### 2-3. タイトルタグの問題

#### ▶ TOP ページのタイトル: 「TOP - HJT」のみ

TOP ページのタイトルが「TOP - HJT」とだけで、事業内容やターゲットキーワードが含まれていません。「葬儀社向け SEO・MEO 対策・広告運用 | 株式会社 HJT」のように、主要キーワードを含むタイトルに変更すべきです。

ブログ記事のタイトルは記事内容を適切に反映しており良好です。ただし、末尾の「- HJT」部分が短く、ブランド認知につながりにくい点があります。

### 2-4. メタディスクリプションの問題

TOP ページのメタディスクリプションには「SEO・MEO 対策、総合的な広告、Web 設計と葬儀業界の効率化を促進」とありますが、クリックを促す CTA 要素がなく、各ブログ記事に個別のメタディスクリプションが適切に設定されているか確認が必要です。

### 2-5. 構造化データ

現時点で Screaming Frog データは読み取り済みですが、Web コンサルティング企業として Organization スキーマ、Professional Service スキーマ、ブログ記事には Article スキーマの導入が推奨されます。FAQ コンテンツのあるページには Page スキーマも有効です。

### 2-6. カテゴリの問題

#### ▶ ブログ記事の「未分類」: 全記事が uncategorized カテゴリに分類

ブログ記事のカテゴリが「未分類」のままになっており、記事同士の関連性が検索エンジンに伝わりません。「SEO」「リスティング広告」「Tver 広告」「葬儀業界マーケティング」などのカテゴリを設定し、トピッククラスターを形成すべきです。

#### ▶ コンテンツ量が少ない: ブログ記事が数記事のみ

葬儀業界向けマーケティングというニッチで専門性の高い記事を書いているのですが、記事数が少なすぎま

す。トピックオーソリティを構築するために、最低で 20~30 記事のコンテンツが必要です。

## 2-7. その他の技術的問題

- ナビゲーション: メニューが 4 項目のみ (TOP/サービス/お知らせ/問合せ) で、ブログ記事への導線が弱い
- 内部リンク: ブログ記事間の相互リンクが不十分で、クロール効率に低い可能性
- モバイル対応: レスポンシブ対応済み (WordPress テーマ利用)
- 画像の遅延読み込み: data:image/gif のプレースホルダーが使われており、Lazy Load は導入済み

### 3. 改善提案（優先度順）

#### 【優先度：高】即座に対応すべき項目

1. サービス別の個別 LP 作成
  - ・ 「SEO/MEO 対策」「リスティング広告運用」「TVer 広告」「GBP 運用」等のサービスごとに個別ページを作成
  - ・ 各 LP にターゲット KW を含むタイトル・H1・メタディスクリプションを設定
  - ・ 「葬儀社向け」を明確に打ち出した専用ページを優先作成
2. TOP ページのタイトル・メタ情報の最適化
  - ・ タイトルを「TOP - HJT」から「葬儀社向け SEO・MEO・広告運用 株式会社 HJT」などに変更
  - ・ メタディスクリプションに CTA 要素を追加（例:「[無料相談受付](#)」等）
3. ブログカテゴリの整理と再構築
  - ・ 「未分類」を廃止し、「SEO/MEO」「広告運用」「TVer 広告」「葬儀業界」等のカテゴリを設定
  - ・ 今後の記事 URL は統一スラッグに統一（例: /funeral-seo-guide/）

#### 【優先度：中】計画内で対応すべき項目

##### 1. コンテンツ SEO 戦略の策定・実行

以下のキーワードをターゲットに、専用記事を作成することを推奨します。

| ターゲット KW    | Vol   | 推奨コンテンツ           |
|-------------|-------|-------------------|
| MEO 対策 費用   | 1,400 | MEO 対策の費用相場・比較ガイド |
| tver 広告     | 400   | 既存記事の拡充・リライト      |
| SEO 対策 中小企業 | 150   | 中小企業向け SEO 対策ガイド  |
| 葬儀社 集客      | 100   | 葬儀社の集客方法完全ガイド     |
| 葬儀社 SEO     | 40    | 葬儀社の SEO 対策実践ガイド  |
| 葬儀社 ホームページ  | 30    | 葬儀社 HP 制作のポイント解説  |

##### 2. 被リンク獲得の強化

プレスリリースが有効に機能しているため、継続的なプレスリリース配信を推奨します。加えて、葬儀業界団体への寄稿、業界メディアへの取材協力、セミナー登壇情報の掲載などで DR 向上を目指します。

##### 3. 構造化データの導入

- ・ Organization スキーマ: 会社情報（名称、住所、電話、URL）
- ・ ProfessionalService スキーマ: 各サービスページ
- ・ Article スキーマ: ブログ記事
- ・ FAQPage スキーマ: 広告記事の FAQ セクション等
- ・ BreadcrumbList スキーマ: 全ページ

##### 4. スパムリンクの確認

byteshort.com、magic.top、jake.eu などのスパム性の高いドメインからの被リンクを Google Search Console の各ツールで対処します。

#### 【優先度：低】中長期的に取り組む項目

- ・ 事例ページの充実（クライアント事例、成果データ公開）

- サイト速度の最適化（Core Web Vitals 対応）
- メールマガジンやホワイトペーパーによるリード獲得と被リンク獲得の活用戦略
- YouTube チャンネルとの連携（動画制作サービスのショーケース）

SAMPLE

SAMPLE

## 4. まとめ

株式会社 HJT のウェブサイトは、葬儀業界向けマーケティングという明確なポジショニングと質の高いコンテンツ（リスティング広告事例記事、GBP 失敗事例 40 選等）を持ちながら、技術的 SEO が未整備のために検索流入をほとんど獲得できていない状況です。特に以下の 3 点が最優先課題です。

|   |               |                                                 |
|---|---------------|-------------------------------------------------|
| 1 | サービス別 LP の作成  | シングルページ構成へ見直し、各サービスの個別 LP を作成してターゲット KW をリンク    |
| 2 | KD:0 の KW を攻略 | 「MEO 対策費用 1,400 / 葬儀社 1 客」(100)等、競合なしの KW で記事作成 |
| 3 | DR 向上施策の実行    | バックリンク継続 + 業界メディア寄稿 + スパムリンク否認で DR を改善          |

現在の月間約 9 セッションのターゲット流入は、上記施策を実行することで数百～数千セッション規模まで拡大する可能性があります。特に「MEO 対策費用」(Vol.1,400 / KD:0) は、適切な記事を作成すれば単独で月間 1,000 セッション以上の流入が見込める、極めて魅力的なキーワードです。

また、本社の「GBP 失敗事例 40」や「6.5 万円で葬儀 5 件獲得」の記事は非常に価値が高く、技術的 SEO を整備するにけでも大幅な流入増が見込めます。コンテンツの「器」があるからこそ、技術面の整備が成果につながるケースです。

— レポート以上 —