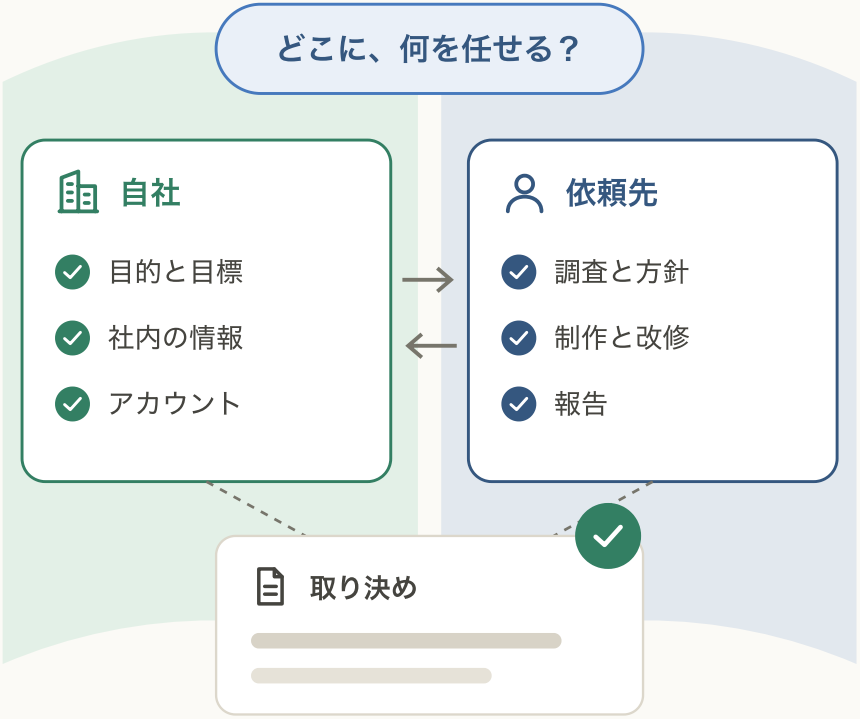
AMANAUT

SEO外注ガイド

はじめてのSEO外注

SEOを外の会社に依頼するときの、依頼先の選び方と、
契約の前に決めておきたいことを、図を中心に紹介します。

対象：SEOの外注を検討している方　Googleの公式情報や法令をもとに解説　全18ページ



編集・発行　株式会社アマノート　監修　田中寛大（代表取締役）
2026年10月版　※内容は作成時点の情報です。最終ページの免責事項をご確認ください。

このガイドで分かること

第1章
任せられる仕事
SEOの仕事の分け方と、料金の形

第2章
依頼先の選び方
聞きたいこと・注意したい提案

アマノートの視点
選ぶときの視点
問題の見立てと、続けやすさ

第3章
契約で決めておくこと
範囲・著作権・アカウントの権限

第4章
依頼したあと
効果が出るまでと、報告の見方

アマノートの視点
依頼する側の準備
社内の情報と、事業の数字での目標

最後に、よくある質問・用語解説と、依頼の前に確かめるためのチェックリストがあります。

AMANAUT

SEOの仕事は、いくつかに分けて依頼できる

コンサルティング

方針づくり

現状を調べ、手をつける順番を決める。担当者への助言も含む

コンテンツ

記事の制作

狙う語に合わせて、記事を企画・制作・編集する。専門家の監修を付けることも

テクニカル

サイトの技術的な改修

表示速度・ページの構造・リダイレクトなど、技術面を整える

計測

計測と報告

表示・クリック・問い合わせなどの数字をまとめ、変化を報告する

ポイント

どこまでを任せるかで、依頼先も料金も変わります。**まとめて任せる**ことも、**一部だけ任せる**こともできます。

Googleは、SEO業者が提供できるサービスとして、サイトのコンテンツや構成の見直し、技術的なアドバイス、コンテンツの開発、キーワードの調査、SEOのトレーニング、生成 AI 向けの最適化などを挙げています。出典：Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」

AMANAUT

料金の形は、主に4つに分けられる

継続
月額
顧問やコンサルティングなど、決まった範囲の支援を毎月受ける

単発
スポット
サイトの診断や調査など、1回限りの作業として依頼する

量
本数・作業量
記事1本あたり、作業1件あたりなど、量に応じて払う

成果
成果報酬
順位や問い合わせなど、あらかじめ決めた成果に応じて払う

ポイント

どの形でも、**何に対して払うのか**（作業か、成果か）と、**その範囲**を確かめておくと、あとで食い違いにくくなります。

Googleは、Google で一番上に掲載されることは誰にも保証できないとしています。出典：Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」

依頼先には、Googleが挙げる質問を契約の前に聞いておきたい

Q1
これまでの実績
過去の作業の例や、成功した事例を見せてもらえるか

Q2
Googleの基本事項
「Google 検索の基本事項」に沿って進めているか

Q3
期待できる結果
どんな結果を、いつごろ見込むか。成果をどう測るか

Q4
業種や地域の経験
自社と同じ業種や、同じ地域での実績があるか

Q5
提案の根拠
提案の根拠として、Google の公式の資料を示してくれるか

Q6
連絡の方法
どのような方法で、連絡を取り合うか

ポイント

答えの中身だけでなく、**質問にどう向き合うか**も判断の材料になります。

Googleが挙げる質問から、主なものを当社で要約しました。Googleは、AI 機能向けの助言が Google のガイダンスに沿っているかも確かめるよう勧めています。出典：Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」

AMANAUT

依頼先の提案には、Googleが注意を呼びかけているものもある

保証

「1位を保証します」

Googleは、1位の掲載は誰にも保証できないとしています。Googleとの「特別な関係」をうたうSEO業者にも、注意を促しています

リンク

リンクを買って増やす

順位を上げるためのリンクの売買は、「リンクスパム」に当たります

量産

ページを大量に作る

順位の操作を主な目的に、価値の低いページを大量に作ることは「大量生成されたコンテンツの不正使用」に当たります

ドメイン

期限切れのドメインを使う

主に順位を操作する目的で期限切れのドメインを買い、価値の低い内容を載せることは「期限切れのドメインの不正使用」に当たります

ポイント

スパムポリシーに反すると、**順位が下がったり、検索結果に表示されなくなったりする**ことがあります。依頼先が行った手法でも、影響を受けるのは自社のサイトです。

出典：Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」

AMANAUT

依頼先は、手法の提案より、問題の見立てと続けやすさで選びたい

手法から始まる提案

記事を毎月10本、書きましょう。
被リンクも増やしていきましょう。

?

問題から始まる提案

問い合わせが伸びない理由は、どこにありそうか。
まず、そこから一緒に確かめましょう。

手法より先に「何が問題か」

「記事を毎月10本」のように手法から提案が始まるときは、何を問題とみているかを聞き返すのがおすすめです

契約後も社内に残る形か

契約が終わっても、アカウント・原稿・判断の理由が社内に残る形で渡してくれるかを確かめておきたいところです

やり取りに違和感がないか

提案の中身と同じくらい、やり取りのしやすさも見ておくのがおすすめです。小さな違和感は、続けるほど大きくなりやすいためです

ポイント

SEOは効果が出るまでに時間がかかるため、**長く一緒に進められる相手か**という目で選ぶと、迷いにくくなります。

どれもアマノートの考え方で、依頼先選びの決まった基準ではありません。図は説明用のイメージです。

依頼の範囲から解約の条件まで、契約の前に決めておきたい

範囲と成果物
何を、どこまで、いつまでに行うか。記事の本数や、改修の範囲など

報告の内容と頻度
どの数字を、どのくらいの間隔で報告するか。サイトに加えた変更も記録してもらう

著作権の扱い
記事などの著作権を譲り受けるなら、翻案などの権利（著作権法 第27条・第28条）も含むと明記する

AIの使い方
制作にAIを使うか。使う場合は、内容をどう確かめるか

広告の表示
自社の宣伝として有料で記事やリンクを載せるなら、広告と分かる表示とrel="sponsored" を付ける

解約と引き継ぎ
解約の条件と、原稿・データ・設定をどう引き継ぐか

ポイント

口頭の約束ではなく**書面で残しておく**と、担当が替わっても確かめられます。

著作権法 第61条第2項では、譲渡の契約で第27条・第28条の権利が特に挙げられていないと、それらは譲渡した側に残ると推定されます。取引の形によっては、中小受託取引適正化法やフリーランス・事業者間取引適正化等法により、発注する側に取引条件の明示などが求められます。契約の内容は、必要に応じて弁護士などの専門家にご確認ください。出典：e-Gov 法令検索「著作権法」、公正取引委員会、消費者庁、Google 検索セントラル

AMANAUT

アカウントは自社で持ち、依頼先には必要な権限だけを渡したい

	自社が持つ	依頼先に渡す例
Search Console	所有者	監査は制限付き・作業はフル
Google アナリティクス	管理者	編集者・アナリストなど
WordPress	管理者	編集者・投稿者など
ドメイン・サーバー	自社の名義で契約	作業に要るときだけ共有

- Search Console や Google アナリティクスは、**自社のアカウントで作り**、依頼先をユーザーとして追加する形がおすすめです
- Googleは、SEO業者による監査の段階では、Search Console の**読み取りの権限だけ**を渡すよう勧めています。所有者の権限を渡すと、ユーザーの追加や削除までできるようになります
- 契約が終わったら、依頼先のユーザーを外し、依頼先が置いた**所有権の確認用のファイルやタグ**も取り除いておくと安心です

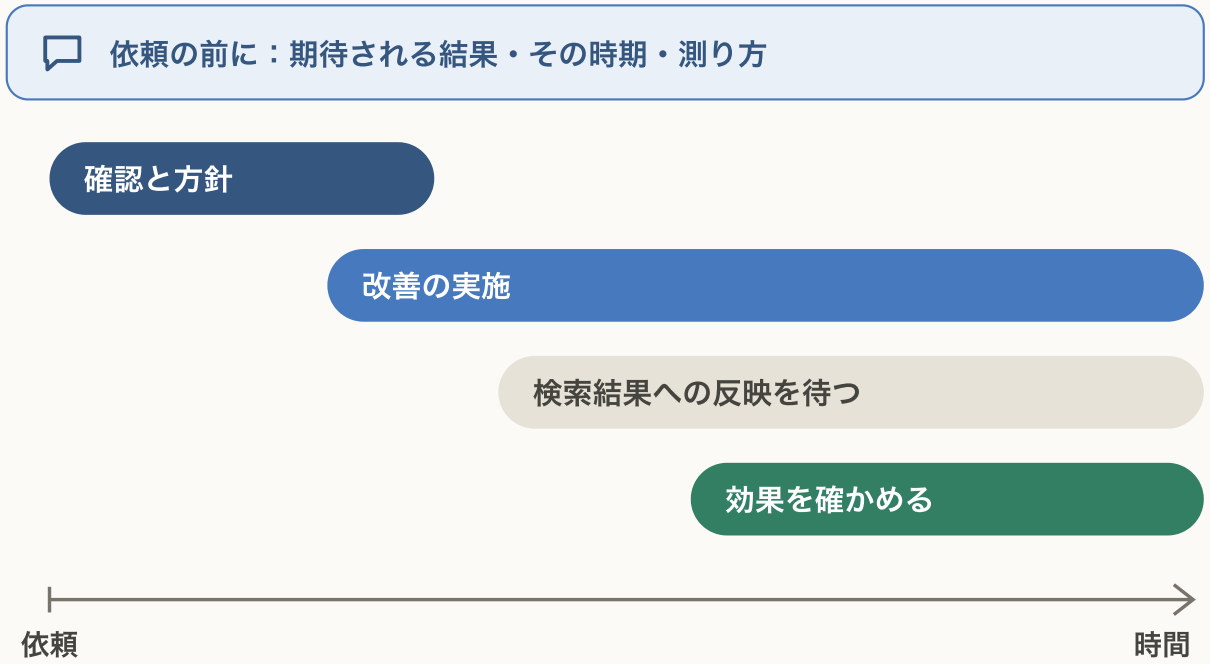
ポイント

ドメインやサーバーも自社の名義で契約しておくと、依頼先を替えても**データと設定が手元に残ります。**

図は例です。権限の名前や範囲は、各サービスのヘルプでご確認ください。出典：Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」、Search Console ヘルプ「所有者、ユーザー、権限の管理」、アナリティクス ヘルプ「アクセス権とデータ制限の管理」、WordPress.org 日本語「ユーザーの種類と権限」

AMANAUT

効果が出るまでの時間を見込んで、判断の時期を決めておきたい



- Googleは、変更が検索結果に反映されるまでには、**数時間で済むものもあれば、数か月かかるものもある**としています
- そのうえで、数週間待ってから効果を確かめるよう勧めています。変更すれば必ず目に見える変化が出るわけではない、とも説明しています

ポイント

依頼の前に、**いつ、何を見て判断するか**を依頼先と話しておくと、途中で迷いにくくなります。

図は説明用のイメージで、期間はサイトや競合の状況によって変わります。出典：Google 検索セントラル「検索エンジン最適化（SEO）スターター ガイド」「SEO 業者の利用を検討する」

AMANAUT

報告では、順位だけでなく、問い合わせまでの流れを見たい

Search Console

表示回数

検索結果に、自社のページが何回表示されたか

Search Console

クリック数

検索結果から、何回クリックされたか

アクセス解析

訪問と問い合わせ

サイトに来た人が、どのページを見て、問い合わせまで進んだか

依頼先から

変更の記録

いつ、どのページの、何を変えたか。数字が動いた理由を探す手がかりになる

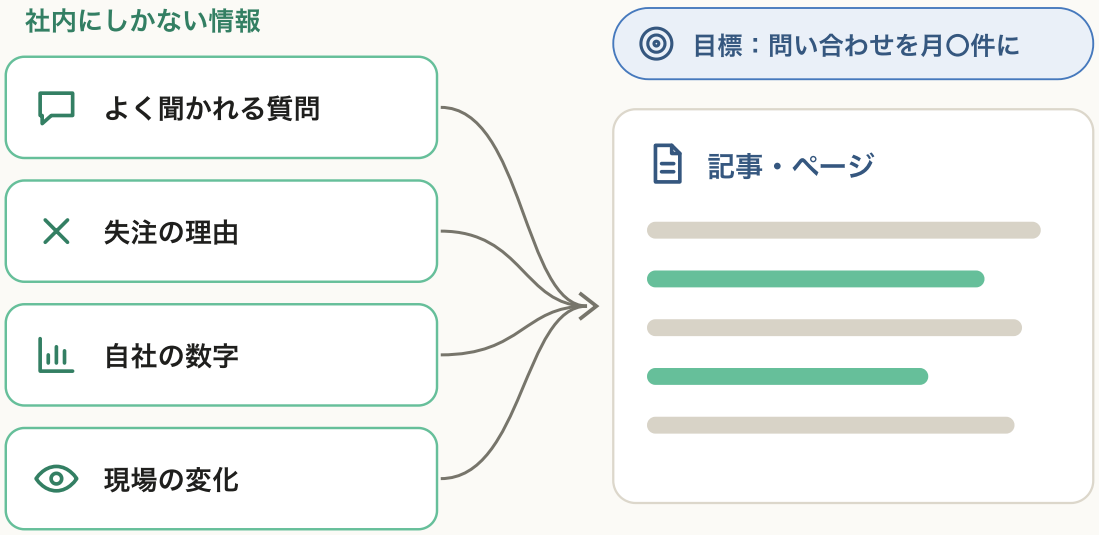
ポイント

Search Console の掲載順位は平均値で、検索履歴や場所などによって、実際に見える順位とは異なることがあります。**表示回数・クリック数と、問い合わせなどの成果**を合わせて見ると、変化をつかみやすくなります。

出典：Search Console ヘルプ「表示回数、掲載順位、クリック数とは」

AMANAUT

外注しても、社内の情報と事業の目標は自社から出したい



社内の情報を出せる担当を決める

よく聞かれる質問、失注の理由、自社の数字は、社内にしかありません。出せる人がいないと、記事が一般論に寄りやすくなります

目標は事業の数字で伝える

「〇位を取りたい」より「問い合わせを月〇件にしたい」のように伝えると、依頼先も狙う語や優先順位を決めやすくなります

ポイント

外に任せる前に、**社内の窓口になる人と、目指す数字**を決めておくと、依頼先との話が進みやすくなります。

どちらもアマノートの考え方で、どの依頼先にも当てはまる決まりではありません。図は説明用のイメージです。

AMANAUT

よくある質問

Q1

社内でやるか、外に任せるか、どう決めればよいですか？

社内に、時間と経験のある担当者がいるかが目安になります。方針づくりだけを外に任せ、記事は社内で書く形もあります。

Q2

成果報酬型の依頼先は、避けたほうがよいですか？

一概には言えません。何を成果とするか（順位か、問い合わせか）、その測り方、成果を出すためにどんな手法を使うかを確かめておくのがおすすめです。

Q3

AIで記事を作る依頼先は、問題がありますか？

Googleは、AIや自動化を適切に使う限り、ガイドラインの違反にはならないとしています。一方で、価値を加えずに大量のページを作ると、スパムポリシーに反するおそれがあるとしています。使い方と、内容をどう確かめているかを聞いておくと安心です。

AMANAUT

用語解説

SEOコンサルティング

現状を調べ、改善の方針を立てて、実施を支える仕事。助言だけの場合も、作業まで行う場合もある

コンテンツSEO

読む人の役に立つ記事やページを作り、検索からの訪問を増やす取り組み

被リンク

ほかのサイトから、自社のページに向けて張られたリンク

手動による対策

Googleの担当者が、スパムポリシーに反すると判断したサイトに行う措置。順位が下がったり、表示されなくなったりする

ステルスマーケティング

広告であることを隠した宣伝。2023年10月から、景品表示法の不当表示として規制されている

顧問

社内の担当者の相談相手として、決まった頻度で助言する形の契約

テクニカルSEO

表示速度やページの構造など、サイトの技術面を整える取り組み

リンクスパム

順位の操作を主な目的に、リンクを売買したり、自動で作ったり、過剰に相互リンクしたりすること。Googleのスパムポリシーに反する

rel="sponsored"

広告や有料のリンクであることを、Googleに伝えるためにリンクに付ける属性

Search Console

Googleの無料ツール。検索での表示・クリックや、ページの登録状況が分かる

依頼の前に、確かめておきたい5つのこと

- [ ] **目標を、事業の数字で決めている**
  「問い合わせを月〇件にする」など。順位だけを目標にしていない（アマノートの視点）
- [ ] **社内の情報を出せる担当を決めている**
  よく聞かれる質問や失注の理由を出せる人（アマノートの視点）
- [ ] **依頼の範囲・成果物・報告の内容を、書面で決めている**
  記事の本数、改修の範囲、報告の頻度など（第3章）
- [ ] **アカウントは自社で持ち、依頼先に渡す権限を決めている**
  Search Console・Google アナリティクス・WordPress・ドメイン（第3章）
- [ ] **著作権の扱いと、解約時の引き継ぎを決めている**
  第27条・第28条の権利も含むか、原稿やデータをどう引き継ぐか（第3章）

ポイント

チェックが付かなかった項目は、社内で決めるか、依頼先との打ち合わせで確かめておくのがおすすめです。

依頼先を選ぶ前に、今のサイトの状態を一緒に確かめませんか

アマノートでは、今のサイトの検索順位・アクセス・AIの回答での扱われ方を確認したうえで、どこから手をつけるかをご提案しています。



お問い合わせ

フォームから、サイトのURLと今のお悩みをお知らせください



現状の確認

検索順位・アクセス・AIの回答での扱われ方を確認します



ご提案

手をつける順番と、進め方をご提案します

無料で相談する ↦ amanaut.co.jp/contact/

ご相談・お見積りは無料です。単発のご相談も、継続してのご支援も承っています。

AMANAUT

株式会社アマノートについて

会社名	株式会社アマノート（Amanaut, Inc.）
設立	2019年11月1日
代表取締役	田中寛大
所在地	東京都中央区日本橋兜町17-2 兜町第6葉山ビル4階
事業内容	コンテンツマーケティング事業（SEO・LLMOコンサルティング、記事制作・編集・専門家監修） Webメディア運営事業（ブッククランチ・雨音選書）
URL	https://amanaut.co.jp

SEOコンサルティング

方針づくりから改善まで、伴走して進めます

SEO/LLMO顧問

社内の担当者の相談相手として、判断を支えます

記事制作・専門家監修

記事の企画・制作・編集と、専門家による監修

LLMOコンサルティング

AIの回答で取り上げられるための改善を、SEOと一体で進めます

AMANAUT

参考にした情報と免責事項

Google 検索セントラル「ウェブサイトで生成 AI によるコンテンツを使用するための Google 検索のガイダンス」、Google 検索セントラル ブログ「AI 生成コンテンツに関する Google 検索のガイダンス」（2023年2月8日）

developers.google.com/search/docs/fundamentals/using-gen-ai-content ・ /search/blog/2023/02/google-search-and-ai-content

Google 検索セントラル「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」「外部リンクの rel 属性（nofollow/ugc/sponsored）」

developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies ・ /crawling-indexing/qualify-outbound-links

Google 検索セントラル「Google 検索の基本事項」「検索エンジン最適化（SEO）スターター ガイド」

developers.google.com/search/docs/essentials ・ /fundamentals/seo-starter-guide

Google 検索セントラル「SEO 業者の利用を検討する」

developers.google.com/search/docs/fundamentals/do-i-need-seo

e-Gov 法令検索「著作権法」（第61条第2項）

laws.e-gov.go.jp/law/345AC0000000048

消費者庁「令和5年10月1日からステルスマーケティングは景品表示法違反となります。」（ステルスマーケティング規制）

www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/stealth_marketing/

Search Console ヘルプ「所有者、ユーザー、権限の管理」「表示回数、掲載順位、クリック数とは」、アナリティクス ヘルプ「アクセス権とデータ制限の管理」

support.google.com/webmasters/answer/7687615・7042828 ・ /analytics/answer/9305587

公正取引委員会「委託事業者の義務」（取適法）「2024年公正取引委員会フリーランス法特設サイト」

www.jftc.go.jp/toriteki/toritekigaiyo/oyagimu.html ・ /freelancelaw_2024/

WordPress.org 日本語「ユーザーの種類と権限」

ja.wordpress.org/support/article/roles-and-capabilities/

アマノートのコラム（SEO業者の見抜き方・外注の費用）

amanaut.co.jp/blog/bad-seo-agency/ ほか

免責事項

本資料は、2026年10月時点で公開されている Google の公式情報や法令、官公庁の資料などをもとに、株式会社アマノートが作成したものです。正確性・完全性・最新性を保証するものではありません。検索エンジンの仕様や法令は変わることがあり、本資料に沿った場合でも、検索順位や成果を保証するものではありません。本資料は法的な助言ではありません。契約の内容は、必要に応じて専門家にご確認ください。本資料の利用によって生じた損害について、当社は責任を負いかねます。本資料は、記載の各社・各団体が作成・承認したものではありません。本資料の著作権は株式会社アマノートに帰属します。引用の範囲を超える転載・複製はご遠慮ください。