



【保存版】

# すぐに動けるYMYL対策実践ガイド

～そのまま使える手順書・チェックシート付き～

本資料は、検索エンジンの品質評価において最も重要視される

「YMYL (Your Money or Your Life)」領域において、

検索順位を安定させ、ユーザーから信頼されるWebサイトを構築するための実践ガイドです。

## 目次

本資料は「基礎理解」「実践手法」「事例・リファレンス」の3フェーズで構成されています。  
貴社の課題と照らし合わせて順にご確認ください。

### Phase 1. 基礎理解と戦略構築

- 1 YMYLとは何か  
なぜ対策が必要なのか
- 2 実践で得られるSEO効果
- 3 SEO対策として取り組むべき  
「7つのアプローチ」
- 4 E-E-A-Tと法的遵守の重要性  
(薬機法・景品表示法)

### Phase 2. 実践手法と運用体制

- 5 YMYL対策  
9ステップ実践手順書
- 6 運用のための  
YMYL対策チェックシート

### Phase 3. 事例・リファレンス

- 7 成功事例に学ぶ  
(TCCの取り組み)
- 8 相談・お問い合わせ  
(CTA)
- 9 参考サイト・出典

## なぜYMYLが必要なのか？

YMYL領域ではユーザー保護の観点から、発信元・専門性・正確性が極めて厳格に評価されます。SEOテクニックに頼らず、信頼性の高い情報提供を最優先することが唯一の成功ルートです。

### YMYL領域の定義とリスク

#### 個人の人生に直結するWebページ

- ・ 健康、経済、安全、将来の幸福などに影響
- ・ 不正確な情報が深刻な実害を与えるリスク

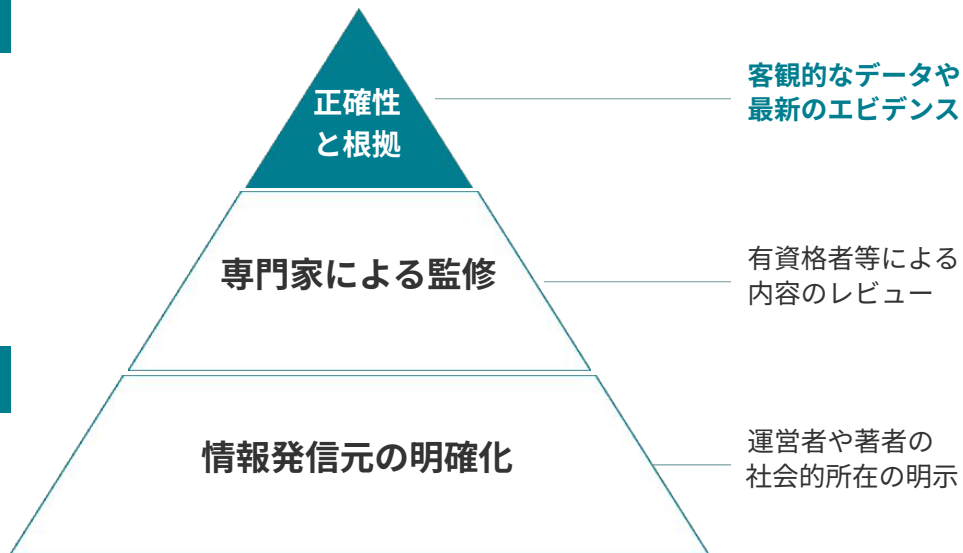


### Googleによる厳格な評価

#### ユーザー保護を最優先

- ・ 小手先のSEOテクニックは通用しない
- ・ 信頼性の高い情報提供が唯一の近道

### Googleが求める「信頼性の3階層」



## 実践することで得られる効果

YMYL対策は単なるSEO経費ではなく、中長期的なブランド資産を構築するための投資です。

### YMYL対策

単なるSEO経費ではなく

### ブランド資産

構築への投資



#### 1. 検索順位の安定化とトラフィック増大

Googleのコアアップデート影響を軽減し、安定した検索流入が見込めます。

#### 2. ブランド信頼性の向上

専門家監修や正確な情報源の明示により、ユーザーからの信頼評価が高まります。

#### 3. コンバージョン（CV）率の改善

読者の信頼獲得は心理的ハードルを下げ、結果としてCVR向上に繋がります。

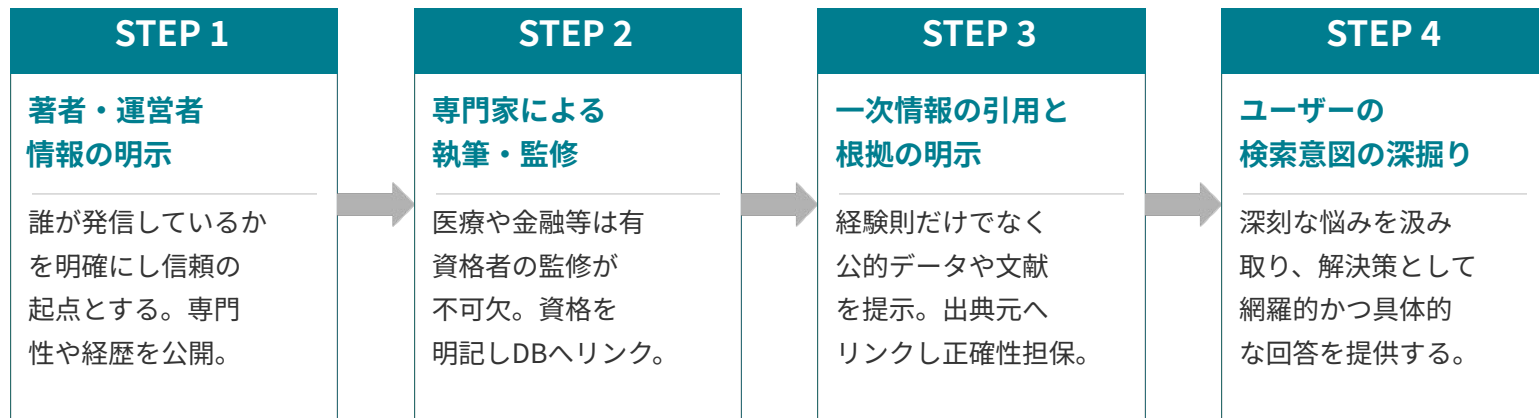
#### 4. 競合優位性の確立

多くの競合が苦戦する中、情報の透明性と質による明確な差別化が可能になります。

## SEO対策の基本：7つのアプローチ（1/2）

YMYL領域で検索上位を獲得するための、最初の4つの基本的なアプローチを解説します。

### YMYL領域での検索上位獲得に向けた4つの基本アプローチ



## SEO対策の基本：7つのアプローチ（2/2）

UX最適化・被リンク獲得・情報の鮮度維持を徹底し、一度きりで終わらせず日々の運用の中で継続的に改善し続ける姿勢が重要です。

STEP  
05

### UX最適化（ユーザー体験）

表示速度・モバイル対応など  
技術的要件を満たすことが大前提

STEP  
06

### 外部評価（被リンク獲得）

有益な情報や独自データの公開で  
自然な被リンクを獲得し権威性を示す

STEP  
07

### 情報の更新と鮮度維持

統計データや法務の古い情報は害。  
目安として **3～6** か月でリライトする

## 日々の運用と継続的改善

一度やって終わりではなく



**常に改善し続ける姿勢**

を最重要視する

## E-E-A-Tの4軸と法的遵守

E-E-A-Tの4軸（経験・専門性・権威性・信頼性）の担保に加え、薬機法・景表法等の法的リスク排除が必須です。

### Experience（経験）

- ・実体験に基づく内容か
- ・著者の実体験が反映されているか

### Expertise（専門性）

- ・その分野における知識や資格を有しているか

### Authoritativeness（権威性）

- ・業界内での認知があるか
- ・他者から言及・引用される存在か

### Trustworthiness（信頼性）

- ・運営主体の正確性が保証されているか
- ・情報の正確性があるか

### 法的遵守の必須性

#### 薬機法・景品表示法への対応

抵触はサイトの信用失墜と法的措置のリスクをもたらす。

#### ■NG行為

- ・誇大表現、根拠のない効果効能の断定
- ・無資格者による医療・金融アドバイス

#### ■対策

専門家のチェックを通し免責事項を明記。  
法的リスクを排除した体制を構築する。

## YMYL対策の手順：Step 1～2

YMYL対策の初期ステップとして、まず対象領域の特定と著者・運営者情報の徹底的な整備を行い、信頼性の基盤を構築します。

### STEP 1 現状診断と該当領域の確定

**対象テーマ** 医療 / 金融 / 法律 / 安全 / 生活

**評価基準** 品質評価ガイドラインの厳格化

自社サイトの該当領域を再チェックし、  
厳格な評価に耐える覚悟を持つ



### STEP 2 運営主体・著者情報の整備

**必須項目** 会社概要 / 企業理念 / 著者情報

**著者詳細** 経歴 / 保有資格 / 過去の実績

「誰が書いているか」が信頼の根幹

- ・匿名記事は即座に評価を下げる要因に
- ・可能であれば著者個別ページを設置

※YMYL領域では「誰が書いているか」を明確にし、厳格な品質基準への対策が不可欠

## YMYL対策の手順：Step 3～4

専門家による監修体制を構築し、最新・正確な知見を基に既存コンテンツを全面リライトして品質を再定義します。

### 情報の信頼性を担保するための体制構築と計画フェーズ



専門家の知見に基づく全面リライトで、ユーザーに真に有益なコンテンツへと昇華

## YMYL対策の手順：Step 5～6

### Step 5：新規コンテンツ制作の基準化

#### E-E-A-T評価シート

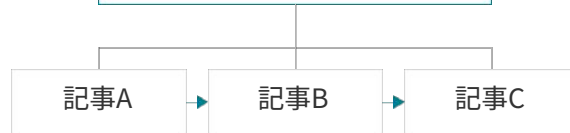
- ☐ 情報の正確性
- ☐ 一次情報の有無
- ☐ 専門家監修の有無



編集責任者による公開前品質管理の徹底

### Step 6：サイト内構造の最適化（リンク設計）

#### 専門特化カテゴリ



信頼性の高い外部サイトへの発リンク  
(根拠の強さを証明)

## YMYL対策の手順：Step 7～8

UX・セキュリティの基盤を徹底しつつ、良質な情報発信による外部評判（被リンク）の獲得を並行して推進します。

### Step 7：UX・セキュリティの基盤整備

HTTPS化は必須です。加えて、ページ表示速度（Core Web Vitals）の改善、モバイル対応を徹底します。

（ユーザーの安全と体験に直結する信頼性シグナル）

HTTPS化の徹底

表示速度（Core Web Vitals）改善

モバイル対応の最適化



### Step 8：外部評判（被リンク）の獲得活動

良質な情報を発信し、自然な形で他者から言及される状態を目指します。  
「信頼されるサイト」と認識されるための外部広報活動を並行して行います。

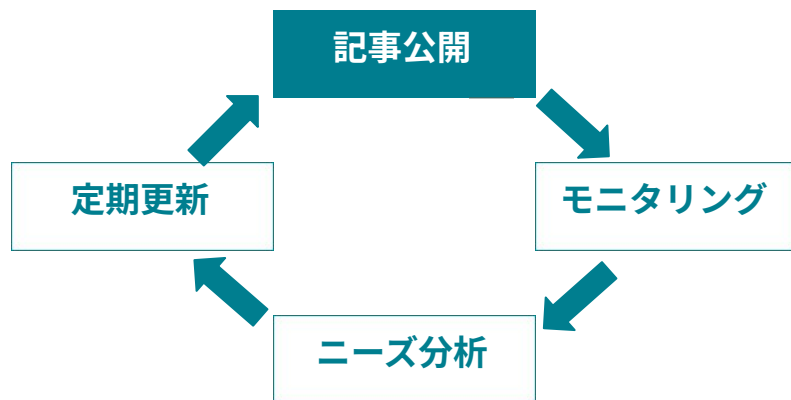
プレスリリース活用

業界団体への参加

独自データの公開

被リンク獲得  
外部評判の向上

### Step 9：継続モニタリングと定期更新



#### 情報の鮮度を保つリライトスケジュール

- YMYL領域では情報の最新化が必須
- 3～6か月に一度、公式発表や調査データを確認
- 検索クエリ分析（Search Console）でニーズ変化を把握

真摯な運営姿勢と継続的な改善サイクルが  
YMYL領域で生き残る唯一の手法

## チェックシート：準備フェーズ（1/2）

対策開始に向けた基礎体力チェックです。この「準備フェーズ」を完璧に整えることが信頼性構築のスタートラインです。

### 準備フェーズの位置づけ

対策開始に向けた、  
組織とサイトの  
基礎体力を点検します。

準備フェーズを  
完璧に整えることが  
信頼性構築の  
スタートライン

| チェック項目        | 内容                           | 完了                       |
|---------------|------------------------------|--------------------------|
| 1. 運営者情報      | 会社名、住所、連絡先、理念が明記されているか       | <input type="checkbox"/> |
| 2. 著者プロフィール   | 記事ごとの執筆者名、経歴、実績、専門性が明記されているか | <input type="checkbox"/> |
| 3. 専門家監修      | 監修者の資格、所属、経歴へのリンクはあるか        | <input type="checkbox"/> |
| 4. SSL化       | サイト全体がHTTPS化されているか           | <input type="checkbox"/> |
| 5. プライバシーポリシー | 利用規約、免責事項、特商法表記の記載はあるか       | <input type="checkbox"/> |
| 6. 専門分野の定義    | 自社サイトが専門とする領域が明確か            | <input type="checkbox"/> |

## チェックシート：準備フェーズ（2/2）

コンテンツ品質管理体制の構築に向け、過去記事の棚卸しと既存資産の整備を優先してください。

| チェック項目        | 内容                         | 完了                       |
|---------------|----------------------------|--------------------------|
| 7. 評価ガイドライン確認 | 自社領域がGoogleの評価対象か再確認済みか    | <input type="checkbox"/> |
| 8. 編集体制       | コンテンツの品質を管理する編集責任者がいるか     | <input type="checkbox"/> |
| 9. 専門家ネットワーク  | 監修依頼できる専門家リスト・コネクションがあるか   | <input type="checkbox"/> |
| 10. 引用ルール     | 公的機関や一次情報へのリンクルールが統一されているか | <input type="checkbox"/> |
| 11. 過去記事棚卸し   | 対策が必要な既存記事のリストが作成済みか       | <input type="checkbox"/> |

**重要：準備が整うまでは新規記事を乱造せず、既存資産の整備に集中してください**

## チェックシート：実行フェーズ（1/2）

実際のコンテンツ制作におけるチェックリストです。制作した記事は、公開前にこのリストで必ずダブルチェックを行ってください。

| チェック項目      | 内容                     | 完了                       |
|-------------|------------------------|--------------------------|
| 12. 検索意図の合致 | ユーザーの悩みを解決する回答になっているか  | <input type="checkbox"/> |
| 13. 情報の鮮度   | データや引用元は最新のもののか        | <input type="checkbox"/> |
| 14. 根拠の提示   | 一次情報のURLリンクや出典の記載はあるか  | <input type="checkbox"/> |
| 15. 専門性の担保  | 一般論だけでなく、独自の知見が含まれているか | <input type="checkbox"/> |
| 16. 法令遵守    | 薬機法、景品表示法に抵触する表現はないか   | <input type="checkbox"/> |

## チェックシート：実行フェーズ（2/2）

公開後の運用フェーズでは、構造化データから被リンク獲得まで5項目を継続・振り返りし、検索順位の安定化を目指します。

| チェック項目         | 内容                        | 完了                       |
|----------------|---------------------------|--------------------------|
| 17. 構造化データ     | 著者情報等の構造化データがマークアップされているか | <input type="checkbox"/> |
| 18. リライト計画     | 3-6ヶ月ごとの見直しスケジュールがあるか     | <input type="checkbox"/> |
| 19. UXモニタリング   | 表示速度やモバイルの表示崩れはないか        | <input type="checkbox"/> |
| 20. フィードバックループ | 読者からの質問や検索クエリを改善に活かしているか  | <input type="checkbox"/> |
| 21. 被リンク獲得     | プレスリリースや独自調査を公開しているか      | <input type="checkbox"/> |

運用を継続し、定期的に振り返ることで、検索順位の安定化を目指します。

## 成功事例：TCCの取り組み

ある医療メディア（TCC）が取り組んだYMYL対策の事例を紹介します。

### 課題

- ・コアアップデート
- ・コンテンツがほぼゼロ
- ・専門性・信頼性の担保ができていない

### 実施施策

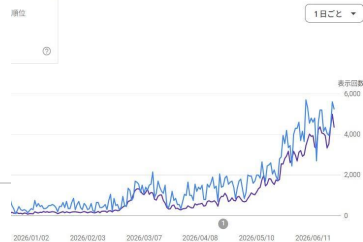
- ・ターゲットを明確に絞り込み  
ページを1つずつ丁寧に作成
- ・辞書コンテンツの作成・掲載
- ・コンテンツ強化  
(MI・記事作成・YouTubeからの記事化)
- ・医療広告ガイドラインに準拠した  
ライティング・リライト
- ・ホワイトペーパー作成による  
リード獲得導線の整備

### 成果

クリック数  
表示回数

約**10~30**  
倍

(2026年1月～6月時点)



- ・辞書コンテンツが検索上位を獲得
- ・1ヶ月でクリック数982→2192  
合計表示回数2.86万→8.55万 までアップ

**Point:** 専門用語を「医師監修の辞書コンテンツ」として整備することで、YMYL領域でも検索上位が狙える

## お問い合わせ・CTA

YMYL領域の課題解決に向けて、専門性を活かしたサイト改善計画をご提案します。まずは無料診断をお試しください。

### YMYL対策の伴走支援

YMYL対策に何から始めるべきかお悩みの方、  
貴社サイトに合わせた具体的な改善計画が  
必要な方は、お気軽にご相談ください。

専門性や強みを最大限に活かし支援します。

貴社のWebサイト  
専門性・強みの活用



信頼されるメディア

### ご相談内容例

- YMYL領域の現状診断と改善優先順位の策定
- 専門家監修体制の構築支援
- E-E-A-T基準に合わせたコンテンツ制作・リライト

まずは無料のオンライン診断から、  
貴社サイトの課題を明らかにしませんか？

[お問い合わせ・無料診断はこちら](#)

## 参考サイト

本資料はGoogle検索セントラルや最新SEO動向レポートなど、信頼性の高い情報源に基づき作成しています。

### 本資料の主要情報源

ナイルのマーケティング相談室. 「YMYLとは？Googleが求める品質を達成するための5つのポイント」

<https://www.seohacks.net/blog/3099/>

M&A BANK. 「YMYLはもう「本当にやめておいた方がいい」」

<https://note.com/mabank/n/n404b6113dcd6>

copyright-jp. 「google検索品質評価ガイドライン【2023年11月16日 日本語訳】」

[https://copyright.ne.jp/general\\_guidelines.html](https://copyright.ne.jp/general_guidelines.html) EmmaTools. 「E-E-A-T(旧E-A-T)とは？SEOにおける重要性と対策方法を解説【2023年最新版】」

<https://emma.tools/magazine/eat-seo/>

<https://emma.tools/magazine/seo/search-engine/google-algorithm/what-ymyl-is/#YMYLSEO5>

※ 本資料の内容は2026年6月時点の公開情報および一般的知識に基づいて作成しています。

Googleのアルゴリズムは常に進化しているため、最新の公式情報を随時ご確認ください。