

川原秀夫：DtA Web Marketing

現在：SEO (検索サイトから評価を獲得する)コンサルティング

医療クリニック

韓国コスメ（BBクリーム・フェイスマスクパックほか）

不動産ポータルサイト（業界5位 → 4位）

前職：株式会社フルスピード（マザーズ2159）

新規事業開発・制作事業部・マーケティング

SEOとって検索サイトからの
評価を獲得する為にはどうするのか？
この部分をコンサルティング+サポートしている！

ご不明な点（単語とか、内容）は、
いつでも質問してください。

勉強会の流れ

- 1) 自己紹介 → SEOとは
- 2) SEO会社さんの見分け方 → いいSEO会社さんですと（成功例）
- 3) SEOの基本的なポイント（ここまで10分）
- 4) みなさん、簡単な自己紹介、1人30秒とか？
- 5) グループディスカッション（20分）

検索エンジン最適化

けんさくエンジンさいてきか、英: Search Engine Optimization, SEO、サーチ・エンジン・オプティマイゼーション

とは、

検索結果において、

ウェブページをより高い順位に表示させることを

目的として行う取り組みのこと。

wikipediaより

wikipediaより

ユーザーに重点を置いてサイトを改善するホワイトハットSEOと、検索エンジンを騙してサイトの掲載順位を引き上げようとするブラックハットSEOの二つに分類される。

Googleは、自社が公開しているウェブマスター向けガイドラインに準拠している手法をホワイトハットSEO、準拠していない手法をブラックハットSEOと定義している。

GoogleはブラックハットSEOを行うことをバッドプラクティスであるとしており、ブラックハットSEOを行った場合、Google検索でサイトの掲載順位が下落したり、Google検索から排除されたりすることがある。

このホワイトハットでも、プロ野球から少年野球までの差があります。さらに問題なのは、ほぼ対応できていないケースなのです。その見極めについてお話しをしてきます。

本当にランクダウンはあります。また、排除されるケースもあります。ランクダウンをリカバリー（回復対応）をしようとしても戻せないケースもあります。

具体的なガイドライン

次のような手法を使用しないようにします。

- コンテンツの自動生成
- リンク プログラムへの参加
- オリジナルのコンテンツがほとんどまたはまったく存在しないページの作成
- クローキング
- 不正なリダイレクト
- 隠しテキストや隠しリンク
- 誘導ページ
- コンテンツの無断複製
- 十分な付加価値のないアフィリエイト サイト
- ページへのコンテンツに関係のないキーワードの詰め込み
- フィッシングや、ウイルス、トロイの木馬、その他のマルウェアのインストールといった 悪意のある動作を伴うページの作成
- リッチ スニペット マークアップの悪用
- Google への自動化されたクエリの送信

<https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=ja>

Googleのガイドラインの「やってはいけない」リストです。

Googleガイドラインで検索すれば見つけられます。

SEO会社さんの見分け方

- 1) メタタグを正しく記述しているか？
- 2) サイトの構造化を意識しているか？
- 3) 重複ページ対策を考えて対策しているか？

4) リニューアル) 現在のページから評価を引き継ぐ対策

6)

こちらのリニューアルとは、サイトのリニューアルの事です。この項目は、ページの移転にも有効な項目です。

弊社の「検索の評価を引き継いだコンテンツの移転」

<https://dt-a.net/seo/seo-tips/contents-moving/>

このページで簡単に解説しています。

【SEO】実施率の高いmetaタグへの重要キーワード設定は効果があるのか？

検索エンジン リファレンス SEO/SEM

```
<meta name="description" content="SEOTOOLSは、無料で使えるSEOツールを  
提供しております。御社のEコマースサイトのSEO対策に、SEOアクセス解析ツール、  
順位チェックツールをご利用下さい。">
```

```
<meta name="keywords" content="SEO,SEO対策,SEOアクセス解析,アクセスアップ,  
SEOツール">
```

```
<title>SEO TOOLS β (SEOツールズ) - 気になるあのサイトのアクセス・  
SEO対策を無料でチェック！</title>
```

```
<link href="css/base.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

```
<link href="css/archive.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<div align="center">
```

```
<table width="870" border="0" cellpadding="0" cellspacing="0">
```

<http://markezine.jp/article/>

この太文字アンダーラインの部分がメタタグの記述です。検索サイトからの評価にはタイトルタグは重要ですので、同じく太文字アンダーラインにしています。

これらサイト（ホームページ）のソースをみる方法は、「ブラウザ ソースをみる」で検索すると見つけれられると思います。

```
https://www.google.co.jp/search?client=safari&rls=en&q=  
%E3%83%96%E3%83%A9%E3%82%A6%E3%82%B6%E3%80%80%E3%82%BD  
%E3%83%BC%E3%82%B9%E3%82%92%E3%81%BF  
%E3%82%8B&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=98anWLewDanz8AecuriQCw#q  
=%E3%83%96%E3%83%A9%E3%82%A6%E3%82%B6+%E3%82%BD%E3%83%BC  
%E3%82%B9%E3%82%92%E8%A6%8B%E3%82%8B
```

【SEO】実施率の高いmetaタグへの重要キーワード設定は効果があるのか？

検索エンジン

リファレンス

SEO/SEM

```
<meta name="description" content="SEOTOOLSは、無料で使えるSEOツールを  
提供しております。御社のEコマースサイトのSEO対策に、SEOアクセス解析ツール、  
順位チェックツールをご利用下さい。">
```

```
<meta name="keywords" content="SEO,SEO対策,SEOアクセス解析,アクセスアップ,  
SEOツール">
```

```
<title>SEO TOOLS β (SEOツールズ) - 気になるあのサイトのアクセス・  
SEO対策を無料でチェック！</title>
```

```
<link href="css/base.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

```
<link href="css/archive.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<div align="center">
```

```
<table width="870" border="0" cellpadding="0" cellspacing="0">
```

<title>【SEO】実施率の高いmetaタグへの重要キーワード設定は効果があるのか？ (1/2) : MarkeZine (マーケティング) </title>

<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">

<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">

<meta name="format-detection" content="telephone=no">

<meta name="description" content="ほとんどのサイトが対策しているといわれるmetaタグに重要キーワードを入れる、というSEO対策ですが、果たして効果があるのでしょうか。調べてみました。">

<meta name="keywords" content="検索エンジン,リファレンス,SEO/SEM">

<meta name="ROBOTS" content="NOODP">

<meta name="application-name" content="MarkeZine"/>

<meta name="msapplication-config" content="browserconfig.xml" />

<meta property="og:title" content="【SEO】実施率の高いmetaタグへの重要キーワード設定は効果があるのか？">

<meta property="og:type" content="article">

<meta property="og:url" content="http://markezine.jp/article/detail/2302">

<meta property="og:image" content="http://markezine.jp/static/common/images/fb_logo.png" />

<meta property="og:site_name" content="MarkeZine">

<meta property="og:description" content="ほとんどのサイトが対策しているといわれるmetaタグに重要キーワードを入れる、というSEO対策ですが、果たして効果があるのでしょうか。調べてみました。">

<meta property="fb:admins" content="100002509171990">

<meta name="twitter:card" content="summary">

<meta name="twitter:site" content="markezine_jp">

<meta name="cxenseparse:sho-article-type" content="記事">

<meta name="cxenseparse:sho-article-title" content="【SEO】実施率の高いmetaタグへの重要キーワード設定は効果があるのか？">

<meta name="cxenseparse:sho-corner" content="Web担当必読！ 基礎からはじめるSEO対策リファレンス">

<meta name="cxenseparse:sho-corner-id" content="228">

<meta name="cxenseparse:sho-tag" content="検索エンジン">

<meta name="cxenseparse:sho-tag" content="リファレンス">

<meta name="cxenseparse:sho-tag" content="SEO/SEM">

<meta name="cxenseparse:sho-author" content="(株) スプール 八百谷 真">

<meta name="cxenseparse:sho-publish-y" content="2007">

<meta name="cxenseparse:sho-publish-m" content="200712">

<meta name="cxenseparse:sho-publish-d" content="20071211">

<meta name="cxenseparse:recs:publishtime" content="2007-12-11T12:00:00+09:00">

<meta name="cxenseparse:recs:image" content="http://markezine.jp/static/common/images/fb_logo.png"/>

<meta name="cxenseparse:sho-articlepath" content="article/detail/2302">

```
<meta name="description" content= “SEOとは、検索エンジン対策です。SEOする事で検索結果で上位に表示する事ができます。SEOの専門家です。” >
```

```
<meta name="keywords" content="SEO,SEO対策,SEOの対策と施策,SEOにつよい,効果的なSEO SEO専門家">
```

```
<title>SEO専門チームSEOツールズ- 検索ランク上位はSEOでバッチリ！SEO対策はおまかせ！</title>
```

```
<link href="css/base.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

```
<link href="css/archive.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
```

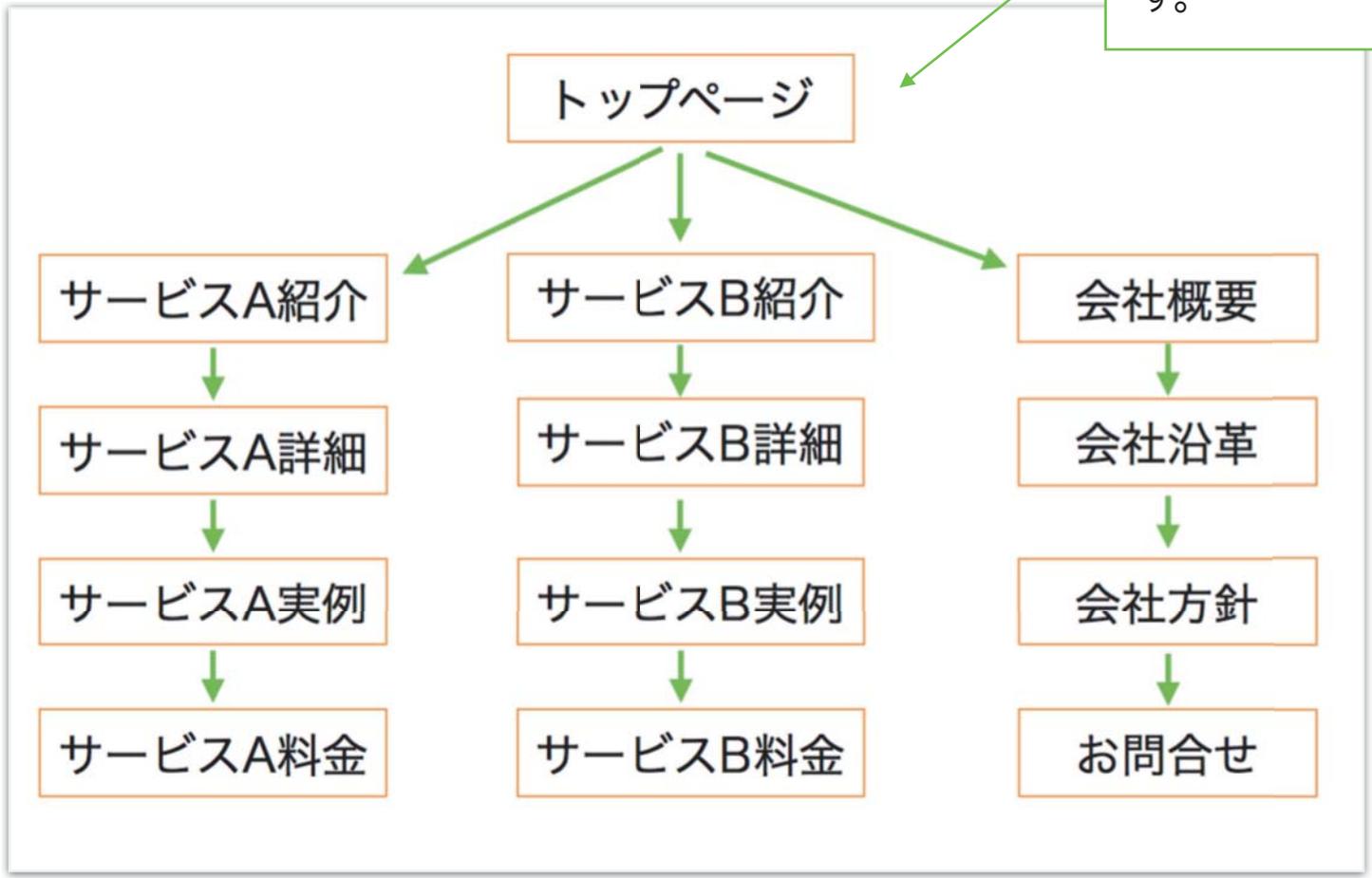
```
</head>
```

```
<body>
```

```
<div align="center">
```

```
<table width="870" border="0" cellpadding="0" cellspacing="0">
```

サイトの構造をしっかりとすることが重要です。同時に、それぞれのページのメタタグは、それぞれのページにマッチした内容であることが必須です。

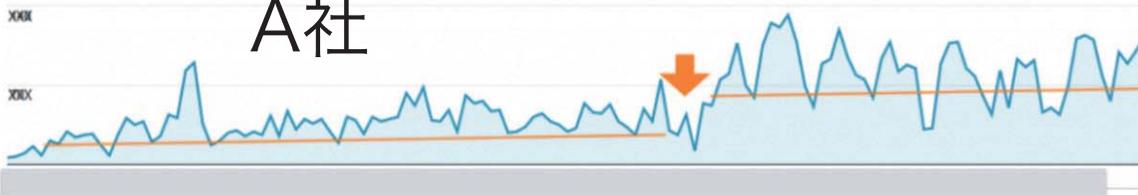


検索サイトに表示された回数



サイトへのページビュー数

A社



B社



A社B社、それぞれのタイムラインは上下で同じです。つまり、仮にA社が2014年から1年とした場合、上下のA社のグラフは、2014年1年のグラフという意味です。

上下グラフを比較して、上のグラフはなだらかな増加で、下のグラフ急激な増加。この違いは、以下の二つです。

- 1) 検索に表示されて、クリックされる割合が高くなった。
 - 2) サイトにアクセスして、サイト内のページ閲覧が増えた。
- どちらもよい結果なのです。

なぜ、このようになったか（仮説）

・ 検索結果に表示される文言

意外と重要！ミーティングの基本 – DtA Web Marketing

<https://dt-a.net/solution/meeting/>

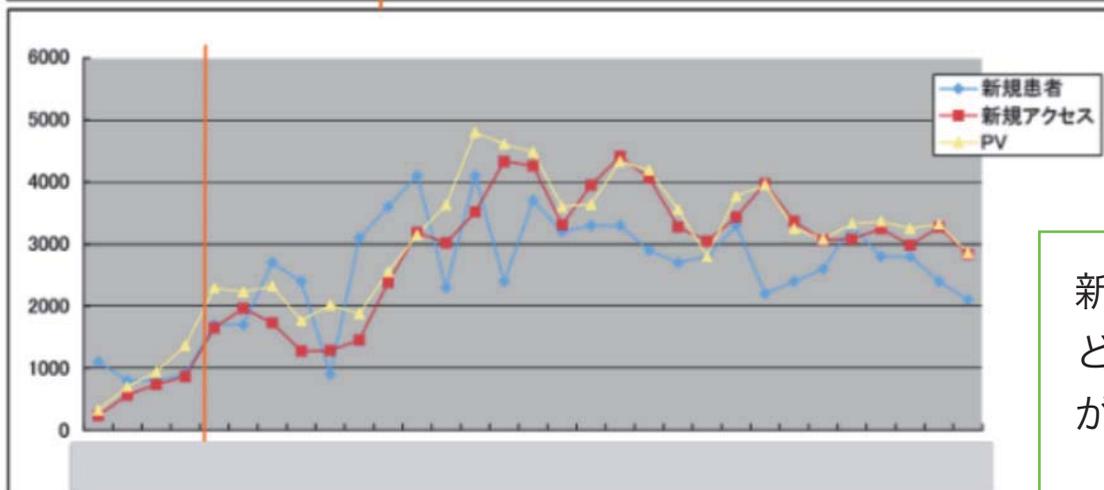
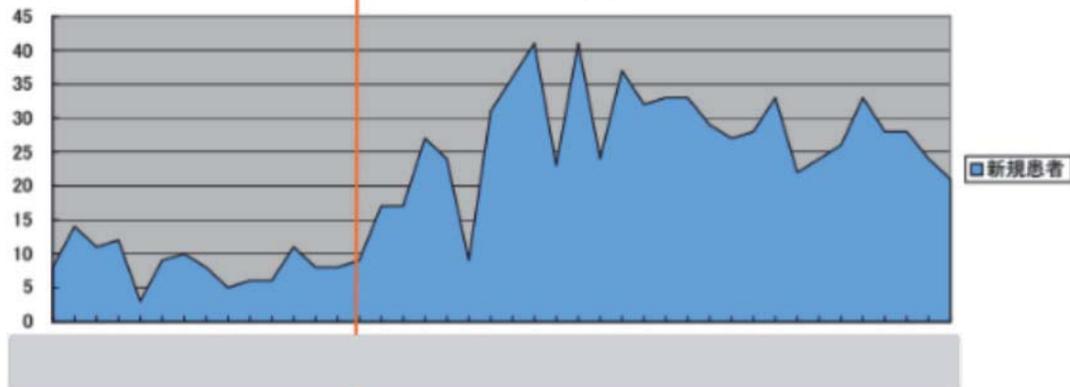
効果的かつ効率的な会議のついでまとめ) だらだら、時間ばかりが経過してしまうミーティングや1日の大半がミーティングでつぶれる、なんて発言聞いたことはありませんか？これは、企業にとって、個人にとっても大きな損失なのです。それらを軽減する為...

上記は、検索結果に表示される文言です。スニペット/snippetと呼んでいます。この内容が改善された為、ユーザーのクリックが増加した。同時に、サイト内のページビューも増加した。

各ページの構成についても簡単なABテストを実施して改善した。17日にご質問いただきましたように、コンテキスト/文脈に違和感がないように書き換えました。

従来のSEOは、上のグラフになる事を目標としましたが、弊社は以下のグラフになる事までが目標です。

新規顧客



新規の顧客の増減と類似する数値を見つけ出すことで、どのアクションに注目すると新規の顧客を増加させる事ができるか！

サイトへの新規のアクセスとPVページビュー、この二つの増減と新規顧客の増減がほぼ一致する事がみつかった。

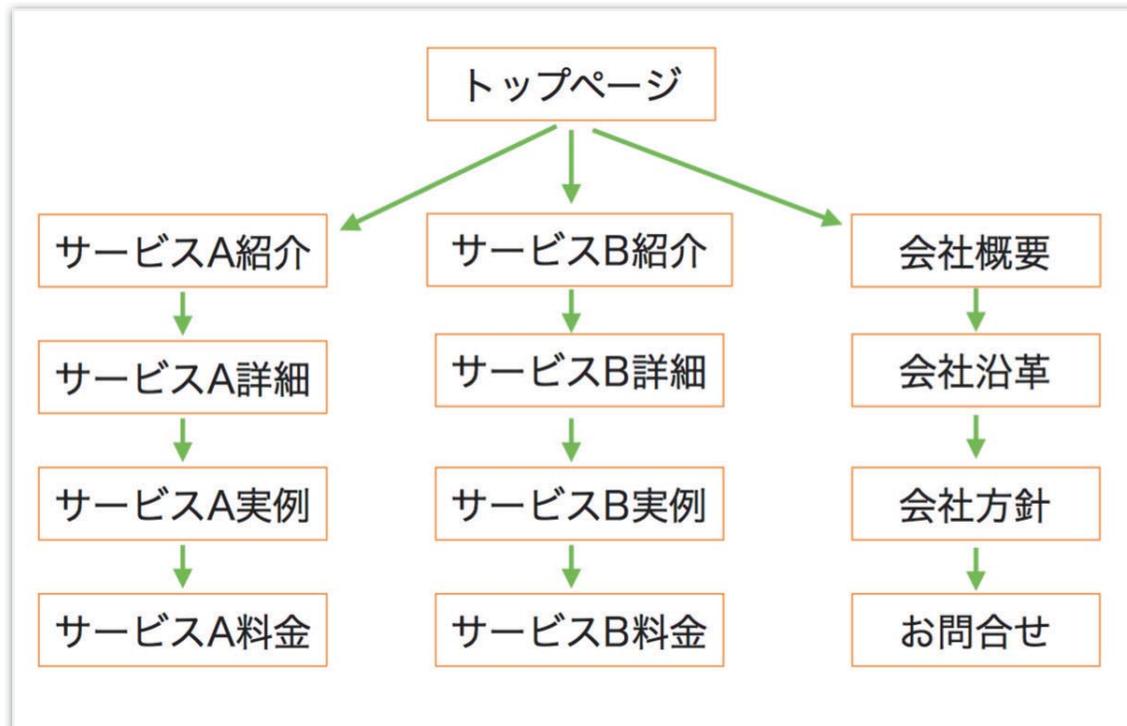
つまり、、、新規アクセスを獲得する施策とPVを増加させる施策をとる事で、新規の顧客を増やすことができる。

多くの書籍の場合、構造化ができています。

目次

I. 植物	III. 地誌
はじめに.....1	はじめに.....65
鳥取図.....2	1. 磐梯山の地質.....66
1. 磐梯山にしかない植物.....4	① 磐梯火山とその溶岩.....67
2. 南限、北限の植物.....5	② 猫魔火山の溶岩.....68
3. 磐梯、雄国の注目される植物.....9	2. 磐梯山の噴火史.....70
	3. 明治21年(1888年)の大噴火.....73
	4. 埋没した磐梯噴火の湯.....78
	5. 裏磐梯の湖沼群.....79
	6. 湖底に沈む松原金山.....81
	7. 磐梯山の信仰.....84
II. 動物	8. 火山のめぐみ.....85
はじめに.....33	① 温泉.....85
1. 磐梯山の動物.....34	② 石と鉱物.....86
① 哺乳類.....34	9. 水と二次災害.....88
② 鳥類.....39	10. 磐梯山周辺の遺跡.....90
磐梯山の主な留鳥と夏鳥の垂直分布.....40	11. 磐梯山の縁をつくった人々.....94
③ チョウ類.....48	参考文献.....96
④ トンボ類.....54	
参考及び引用文献.....63	

<http://www.bandaimuse.jp/syosekibanbai.htm>



サイト場合、上記のサイト構造として

URLの構造は、以下のような必要があります。

<http://トップページ/サービスA紹介/サービスA詳細/サービスA事例/サービスA料金/>

多くのケースでは、

トップページ/サービスA紹介/

トップページ/サービスA詳細/

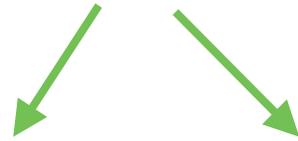
トップページ/サービスA料金/

このようになっていませんか？

東横線賃貸マンション



中目黒賃貸



中目黒賃貸マンション

中目黒賃貸一戸建て

代官山賃貸
祐天寺賃貸

池尻大橋賃貸



20㎡

30㎡

40㎡

50㎡



フローリング

ペット可

クローゼット

オートロック

URL → サイトの構造化

<http://www.example.com/chintai/tohyoko-sen/nakameguro-eki/>

http://www.example.com/chintai/tohyoko-sen/nakameguro-eki,

http://www.example.com/tohyoko-sen/chintai/nakameguro-eki,

http://www.example.com/tohyoko-sen/nakameguro-eki/chintai,

上記URL で表示されるデータは同一になります。

下記のGoogleガイドラインの「重複コンテンツ」にふれます。詳細は、ガイドライン 重複コンテンツで検索してみてください。

この場合、canonical タグ（検索してみてください）で、正規のページはどれであることを指示することで多くのケースで改善されます。

ただ、どのページを選択するかは、サイト全体でルール付けして統一すれば大丈夫です。

例えば、検索数のワード順にするとかです。となりますと、一番上の賃貸/東横線/中目黒駅/
これをcanonical タグで指定します。

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/chintai/tohyoko-sen/nakameguro-eki/">
```

この記述を上図のページ全てのヘッダに記載する必要があります。

一般に、重複するコンテンツとは、ドメイン内または複数ドメインにまたがって存在する、他のコンテンツと完全に同であるか非常によく似たコンテンツのブロックを指します。多くの場合、偽装を意図したものではありません。悪意のい重複するコンテンツの例には、以下のものがあります。

- 通常ページと携帯デバイス用の簡易ページの両方を生成するディスカッション フォーラム
- 複数の異なる URL で表示またはリンクされる商品ページ
- ウェブページの印刷用バージョン

ほとんど同じコンテンツの複数のページがサイトに含まれる場合、優先する URL を Google に指定する方法（「正規化」と呼びます）は複数あります。詳しくは、[正規化についての記事をご覧ください](#)。

しかし、検索エンジンのランキング操作やトラフィックの増大を意図して、コンテンツが複数ドメインにまたがって複製されていることもあります。この種の偽装行為は、ユーザーが検索結果で実質的に同じコンテンツを何度も見ることであり、利便性の低下につながります。



重複コンテンツの問題は、とても多く、気がつかずに重複コンテンツになっているケースがほとんどです。

詳細は、弊社サイトの「[検索からの評価を考えた重複コンテンツの改善（URLの正規化）](https://dt-a.net/seo/seo-tips/overlapping/)」
<https://dt-a.net/seo/seo-tips/overlapping/>

先日、頂戴しました名刺に記載されてますサイト、ほとんどが上記重複コンテンツになっています。ここを改善するだけでかなりの評価改善ができます。