# 2020年10月22日

担当：藤家竜

リアルフレンド(仮)

SEO対策設計書

# SEOとは

検索結果で自社サイトを多く露出するための対策

# SEO対策を行うにあたって必要なGoogleが掲げている10の真実

○ユーザーに焦点を絞れば、他のものはみな後からついてくる。

○1 つのことをとことん極めてうまくやるのが一番。

○遅いより速いほうがいい。

○ウェブ上の民主主義は機能します。

○情報を探したくなるのはパソコンの前にいるときだけではない。

○悪事を働かなくてもお金は稼げる。

○世の中にはまだまだ情報があふれている。

○情報のニーズはすべての国境を越える。

○スーツがなくても真剣に仕事はできる。

○「すばらしい」では足りない。

# やるべきこと

SEOには検索エンジン最適化とリスティング広告があるが、私たちがやっていくのは検索エンジン最適化。

# Todoリスト(フロントエンド観点)

## ○モバイル向けのコンテンツの作成

文字の長さや画像の大きさなど、モバイルへ配慮したデザインや機能を作る。

## ○タイトル、キーワードの選定

タイトルタグの前の方にキーワードを設定する。

良い例(サイト名が最初に来て、何が出来るのか書いてある。):ferret [フェレット]｜webマーケティングがわかる・できる・がんばれる

悪い例(何が出来るのかわからない):トップページ

タイトルは固有でユニークなものにする。

クリックしたくなるような(一目で自分に利益があるような)titleをつける

タイトルは20字以内にする

上位サイトと見比べて、クリックしたくなるか検討するのもよし。

## ○meta description属性タグ(検索した際にサイトの中身の一部が表示される部分)の設定

Googleは評価してくれないが、CTR(クリック率)が上がる。(実質SEO対策になる)

スマホが50字、PCが120字表示される。

大事な内容を50字以内にまとめ、その後70字使い、それ以外の情報をのせると無駄がない。

## ○h1タグにSEOキーワードを設定

Googleが評価してくれる。

固有にしておく。

過剰にすると、スパム扱いされるため、１つだけ設定しておくのが良い。

## ○hタグを使う場合は順序を正しく使う。

h1タグの次はh2タグなど順番通りに作ることが重要。

## ○他のサイトの物を引用する場合は引用タグを使う

他のサイトと重複した点はマイナスに評価されるが、引用タグを用いることでマイナス評価を防ぐことが出来る。

引用することがある場合は設定しよう。

## ○URLの正規化

色々なURLで同じページに飛べる場合、ページは同じでも別々に評価されてしまう。

canonical属性を設定しておく。

これを防ぐために、リダイレクトの設定やhttpとhttpsを正しく正規化する必要がある。

具体的には

wwwの有無を正規化

https/httpを正規化

index.htmlを正規化

不要なパラメータを正規化

/の有無を正規化

## ○OGPタイトルとOGPの画像

Google対策というよりユーザ向け

クリックしたくなるような画像、テキストを設定することで、アクセス数や被リンクなどが増える。

## ○コンテンツの品質と量(出来ないかも)

Googleは専門性が高く、コンテンツ量が多い方を評価する。

具体的には800~1000文字あれば、低品質なものにはならず、内容の濃いコンテンツと認識される。

2000~4000字にすると、目に見えて順位が上がる。

ただし、多いだけではなくコンテンツの品質を保つことが重要。

私たちはアプリよりなので厳しい。

## ○重複をなくす

Googleはページ内容の重複を嫌う。

他のサイトと似ているものはもちろん、自分のサイト内での重複も嫌う。

noindex処理(Googleに評価しなくて良いサイトと伝える設定)をしておく。

## ○noindex処理する低品質サイト

確認ページや送信完了ページなど

文字量が300字に満たない短いコンテンツ

リンクのみなどで構成されているページ(誘導ページ)

他のページと似通っているページ(重複コンテンツ)

検索結果で表示する必要のないページ

## ○nofollow設定

noindex処理したページへの内部リンクにnofollow設定をすることで、クローラーに無駄なクロールをさせずにすむ。

他の重要なページをクロールさせる手助けとなる。

## ○ユニーク設定

リンクは出来るだけテキストリンクにし、リンク先のページの内容を表すテキストにする。

パターン化すると、スパム行為とみなされる可能性がある。

出来るだけバラエティに富んだテキストにしてください。

## ○パンくずリストの作成(多分いらない)

ユーザーがウェブサイトのどの位置にいるか、視覚的にわかりやすくしておく。

カテゴリごとのSEOが出来る

## ○共起語の設定

ある単語を強調することが出来る。

「太陽が燦々と降り注ぐ」などのように「燦々と」という単語が太陽を強調している。

他サイトの被りを防ぐ他、テーマとの関連性を強調するのに役立つ。

## ○被リンクの設定

被リンクはされたら、いいものではない。

高品質なサイトからの被リンクは評価が上がるが、低品質からの被リンクは逆にサイトの価値を下げてしまうこともある。

低品質なサイトからの被リンクを除外する設定を行い、マイナス評価を防ぐ。

## ○ページスピードアップ

GoogleSpeedInsightsで見ることが出来る。

画像ファイル圧縮軽量化、JavaScriptやCSSファイルをminifyして軽量化するなど、ページの軽量化を図る。

CSS Compressor

JS Minifier

Todoリスト(その他)

## ○sitemap.xmlを送信する

Google Search Consoleに送信することで、クローラーがサイトを訪れてくれる。

Googleに自分のサイトを認知させることが出来る。

新規ページを追加した際はsitemapにも追加しておく。

noindex処理したページや削除したページは外しておく。

CMSを利用し、自動リアルタイム更新

## ○robots.txtを正しく設定する

クローラーに無駄なクローリングをさせないためのファイル。

アクセスされたくないサイトを指定することが出来る。

結果画面などの情報が少なく低品質と判断されやすいページを、クローリングさせないことで、自Webサイトのマイナス評価を抑えることが出来る。

# 利用するツール

## キーワードプランナー

Googleの検索数を調べることが出来る。

タイトルなどのキーワード決めとして用いる。

## ラッコキーワード

サジェストランキングを見ることが出来る。

これで、ユーザーが何を調べているのかを知り、それにあったキーワードをサイトに埋め込む。

## SEOチェキ、Gyro-n SEO

URLを打ち込むことで、SEOに関する様々な情報を見ることが出来る。

どちらが優れてて、使いやすいかは使ってみないとわからないが、SEOチェキはURL打ち込むだけで使えるのでひとまずは、SEOチェキを利用していきたい。

## Googleアナリティクス

自サイトに訪れた人の数や滞在時間など様々な情報を見ることが出来る。

毎週水曜日に確認して、ユーザー数が増えているかチェック。

## GoogleSearchConsole

ユーザーがどの経路で訪れてきているか見ることが出来る。

これで、Twitterから増えているなどの判定を行い、どこに力を入れていくか見極める。

アナリティクスと同様毎週水曜日に確認する。

## PageSpeedInsights

自サイトのスピードを測定することが出来る。

目標はPC、モバイル共に75点以上を目指す。

本番環境に変更を施す都度に確認する。