

Documentation

Search Console

はじめに

検索の基本事項

SEO の基礎

SEO スターター ガイド

Google 検索の仕組み

有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成

SEO 業者の利用を検討する

サイトの SEO 対策

検索に関するデベロッパーガイド

Google にウェブサイトを表示する

生成 AI の利用に関するガイダンス

クロールとインデックス登録

ランキングと検索での見え方

モニタリングとデバッグ

サイト固有のガイド

ホーム > Search Central > Documentation

この情報は役に立ちましたか？

ウェブサイトの SEO の管理

フィードバックを送信

サイトが Google に表示されており、[SEO の基礎](#)を理解している方の場合、Google でのサイトの表示を改善するためにできることが他にもあります。ウェブサイトを管理し維持する際、Google 検索に影響を与える特別な状況に直面することがあります。このガイドでは、サイトの移転準備や多言語サイトの管理といった、より細かい SEO のタスクについて説明します。

Google によるサイトのクロールとインデックス登録を制御する

[Google 検索の仕組み](#)に関するガイドをご覧ください。クロール、インデックス登録、検索結果表示の一連の処理について十分理解できていないと、サイトの問題のデバッグや検索における動作の予測が困難になります。

重複コンテンツ

[正規ページ](#)とはどのようなもので、サイトのクロールやインデックス登録にどう影響するかについて理解しておく必要があります。

リソース

Google がクロール対象とするリソース（画像、CSS ファイルなど）やページが Google からアクセスできること、つまり、robots.txt ルールでブロックされておらず、匿名ユーザーでアクセスできることを確認してください。アクセスできないページは[ページのインデックス登録レポート](#)に表示されず、[URL 検査ツール](#)ではクロールされていないと表示されます。ブロックされたリソースは、URL 検査ツールでは個々の URL 単位でのみ表示されます。ページ上の重要なリソースがブロックされていると、Google によるページのクロールが正しく行われない可能性があります。URL 検査ツールを使用して実際のページをレンダリングし、想定どおりに Google に認識されるかどうかを確認してください。

robots.txt

クロールを防ぐには robots.txt ルールを、またクロールを促すにはサイトマップを使用します。サイトの重複コンテンツや重要でないリソース（アイコンやロゴなどの小さくて使用頻度の高いグラフィックスなど）のクロールは、そのリクエストによりサーバーに不要な負荷をかける可能性があるため、ブロックします。インデックス登録を防ぐ手段として robots.txt は使用せず、代わりに noindex タグを使用するかログインを必須としてください。詳しくは、[コンテンツへのアクセスをブロックする方法をご覧ください](#)。

サイトマップ

サイトマップは、サイトにとって重要なページや、ページの補足情報（更新の頻度など）を Google に伝えるための大切な手段です。同時に、テキスト以外のコンテンツ（画像や動画）のクロールにおいても重要な役割を担います。Google がクロールの対象にするのはサイトマップに含まれるページだけに限られませんが、サイトマップがあることで、リストされているページが優先されるようになります。これは、コンテンツが頻繁に変化するサイトや、ページがリンクから見つからない可能性のあるサイトにとっては、特に重要です。サイトマップを使用することで、Google がクロール対象のページを見つけやすくなり、それらのページを優先的にクロールできるようになるからです。[サイトマップの詳細については、こちらをご覧ください](#)。

国際化サイトまたは多言語サイト

複数の言語に対応したサイトや、特定の複数地域のユーザーをターゲットにしたサイトの場合:

- [多地域、多言語のサイトの管理](#)をご確認ください。さまざまな言語や地域向けにローカライズしたコンテンツのサイトを管理する方法の概要についてアドバイスが記載されています。
- [hreflang](#) を使用して、サイトのページの各言語向けバリエーションを Google に伝えます。
- ページをリクエストのロケールに合わせて返すサイトの場合は、[これが Google によるサイトのクロールにどのように影響するかをご確認ください](#)。

ページやサイトの移行

単一の URL やサイト全体を移動する場合は、次のガイドラインを遵守してください。

単一の URL の移行

ページを恒久的に別の場所に移動する場合は、忘れずに[そのページに 301 リダイレクトを実装](#)してください。なんらかの理由で一時的にのみ移動する場合は、代わりに 302 を返し、Google に引き続きそのページをクロールするように指示します。

削除済みのページがリクエストされた場合に備え、カスタム 404 ページを作成して、優れたユーザー エクスペリエンスが提供できるようにします。ただし、リクエストされたページがすでに存在しない場合は、[soft 404](#) ではなく、[404 エラー](#)を返すようにしてください。

サイトの移行

サイト全体を移行する場合は、必要な 301 の実装とサイトマップの変更をすべて行ったうえで、移行について Google に通知してください。これにより、新しいサイトに対するクロールやシグナルの転送が可能になります。[サイトの移行方法についてはこちらをご確認ください](#)。

クロールとインデックス登録についてのおすすめの方法を実施する

- [リンクをクロールできるようにする](#)。
- 有料リンクには rel=nofollow を使用する**。ログインが必要なリンク、信頼できないコンテンツ（ユーザーが送信したコンテンツなど）も同様です。これにより、そのようなサイトへの品質シグナルの転送や、他サイトの低品質評価が自サイトに反映されるのを回避できます。
- クロールの割り当てを管理する**。サイトが特に大規模である（定期的に数億ページが変更される、または頻繁に数千万ページが変更される）場合、Google はサイト全体をご希望の頻度でクロールできない可能性があります。そのため、サイト内の特に重要なページを Google に示す必要があります。現時点でおすすめの方法としては、最近更新したページや特に重要なページをサイトマップにリストし、重要度の低いページは robots.txt ルールでクロール対象外にします。
- JavaScript の使用**: [ウェブサイト](#)で JavaScript を使用する[場合のおすすめの方法](#)に従ってください。
- 複数ページの記事**: 1 つの記事が複数ページにわたる場合は、次ページや前ページへのリンクを目立つように配置し、ユーザーがクリックできるようにします（同時に、クロール可能なリンクにします）。Google がそのページセットをクロールするのに必要なことはそれだけです。
- 無限スクロール ページ**: 無限スクロール ページは、Google によるスクロールが困難な場合があるため、クロールが必要な場合はページ分けしたバージョンを準備してください。[検索に適した無限スクロール ページの詳細については、こちらをご覧ください](#)。
- 状態が変化する URL へのアクセスをブロックする**。コメントの投稿、アカウントの作成、カートへの商品の追加などが該当します。[robots.txt](#) を使用してこれらの URL をブロックします。
- Google で[インデックス登録可能なファイル形式のリスト](#)をご確認ください。
- サイトに対する Google のクロールがあまりにも多いと考えられる場合は、クロール頻度を下げる**ことができます。ただし、このような状況はまれにしか起こりません。
- サイトがまだ HTTP の場合は、[ユーザーのセキュリティとサイトのセキュリティ](#)のためにも、[HTTPS への移行](#)をおすすめします。

Google がサイトを認識しやすくする

サイトの主要な情報は、グラフィックスではなく、テキストで記述します。Google では[さまざまなファイル形式](#)の解析やインデックス登録が可能ですが、ページの内容を認識するうえで、やはりテキストが最も確実な手段です。テキスト以外のコンテンツを使用している場合、またはサイトのコンテンツに関するより詳しい情報を提供する場合は、ページに[構造化データ](#)を追加します。それにより、Google はコンテンツを認識しやすくなり、また[リッチリザルト](#)のような特別な検索機能が利用できる場合もあります。

HTML と基本的なコーディングに慣れていれば、[デベロッパー ガイド](#)に沿って、手動で構造化データを追加できます。基本的な構造化データの生成には、WYSIWYG の[構造化データ マークアップ支援ツール](#)が役立ちます。

ページに構造化データを追加するのがスキルの困難な場合は、[データ ハイライター ツール](#)を使用してページの一部にタグ付けすることで、その部分の内容（イベント、日付、価格など）を Google に提示できます。この方法は簡単にできる一方、ページのレイアウトを変更すると機能しなくなることがあります。

[Google がサイト コンテンツを認識しやすくする方法については詳しくは、こちらをご覧ください](#)。

ガイドラインを遵守する

注意 [検索の基本事項](#)を遵守してください。検索の基本事項には、推奨事項やおすすめの方法も一部含まれていますが、その他の内容は遵守しない場合 Google インデックスからのサイト削除につながる可能性のある事項です。

コンテンツ固有のガイドライン

サイトに特定の種類のコンテンツを掲載する場合に、最適な形で Google に表示するおすすめの方法を以下に示します。

- 動画**: [動画でのおすすめの方法](#)に沿うことで、サイトでホストする動画を Google が見つけてクロールし、検索結果に表示できるようにします。
- 画像**: [Google 画像検索に関するおすすめの方法](#)に沿って、画像が検索結果に表示されるようになります。画像のホストページに[画像メタデータを含める](#)ことにより、Google 画像検索で画像に関する追加情報を表示できます。画像のインデックス登録をブロックするには、[robots.txt の Disallow ルール](#)を使用します。
- 子ども向け**: 子ども向けコンテンツの場合、児童オンライン プライバシー保護法（[COPPA](#)）を遵守するため、[ページやサイトに子ども向けであることを示すタグを付けます](#)。
- アダルトサイト**: サイト（または特定のページ）にアダルト向けコンテンツが含まれる場合は、セーフサーチの結果から除外されるよう [アダルト コンテンツとしてタグ付け](#)することをご検討ください。
- ニュース**: ニュースサイトの場合は、以下の点にご注意ください。
 - ニュース コンテンツを掲載する場合は、必ず [Google パブリッシャー センター ヘルプ ドキュメント](#)をご確認ください。
 - さらに、Google がコンテンツを迅速に見つけられるように、[ニュース サイトマップ](#)を作成します。
 - サイトでの[不正行為の防止](#)を徹底してください。
 - 登録やログインを行わずに訪問者が一定回数のみ閲覧できるようにするには、コンテンツへの制限付きアクセスの提供に関する[おすすめの方法を説明したフレキシブル サンプリング](#)のガイダンスをご覧ください。
 - サイトの[定期購入とペイウォール コンテンツ](#)を [Google に提示](#)したうえで、引き続きクロール対象とする方法を[ご確認ください](#)。
 - [meta タグ](#)を使用して、[検索結果スニペットの生成時にテキストや画像の使用を制限する方法](#)をご確認ください。
 - 高速でのコンテンツ読み込みのため、[AMP](#) または [ウェブ ストーリー](#)の使用を検討します。
- その他のサイト**（ビジネス、書籍、アプリ、研究論文に関するサイトなど）: 情報を投稿できる[その他の Google サービス](#)をご確認ください。
- Google が[サポートする検索機能に、コンテンツ タイプに適したものがあるかどうか](#)をご確認ください。Google では、レシピ、イベント、求人情報サイトなどに特化した検索機能をサポートしています。

ユーザー エクスペリエンスの管理

サイトが第一の目標に掲げるべきは優れたユーザー エクスペリエンスの提供であり、これはランキングにも影響します。優れたユーザー エクスペリエンスの実現にはさまざまな要素が関連しますが、ここではそのいくつかを紹介します。

ユーザーとサイトのセキュリティ向上のために、ウェブサイトでは HTTP ではなく [HTTPS の使用をおすすめします](#)。HTTP を使用するサイトには、Chrome ブラウザで「安全でない」という表示が付く可能性があります。[HTTPS でサイトを保護する方法についてご覧ください](#)。

通常、高速なページは低速なページよりもユーザー満足度が高くなります。[ウェブに関する主な指標レポート](#)でサイト全体のパフォーマンス値を確認でき、また [PageSpeed Insights](#) で個々のページのパフォーマンスをテストできます。高速なページの作成について詳しくは、[web.dev サイト](#)をご覧ください。高速なページの作成にあたっては、[AMP](#) の使用も検討してください。

モバイルの注意事項

[世界のインターネット ユーザーの 60 パーセント以上がモバイル デバイスを使用してインターネットにアクセスしているため](#)、サイトをモバイルに対応させることが重要です。Google はデフォルトのウェブサイト クローラーとしてモバイル クローラーを使用するようになります。サイトをモバイル対応にする方法については、[こちらをご覧ください](#)。

検索での見え方の制御

Google では、クチコミの星や、イベント / レシピといった特定の種類の情報に対する特別な結果タイプなど、[さまざまな種類の検索結果機能やエクスペリエンス](#)を Google 検索で提供しています。サイトに合ったものを選択して、導入を検討してください。また、サイトの検索結果に表示する[ファビコン](#)や[記事の公開日](#)を指定することもできます。

検索結果に効果的な[タイトルリンク](#)と[スニペット](#)が表示されるようにする方法についての記事を必ずご確認ください。スニペットについては、必要に応じて長さを制限することも、完全に省略することもできます。meta タグを使用して、[検索結果スニペットの生成時にテキストや画像の使用を制限する方法](#)をご確認ください。

Search Console の使用

Search Console では、Google 検索でのサイト パフォーマンスのモニタリングと最適化に役立つさまざまなレポートを入手できます。詳細については、[使用するレポート](#)をご覧ください。


この情報は役に立ちましたか？

👍 👎


フィードバックを送信

特に記載のない限り、このページのコンテンツはクリエイティブ・コモンズの表示 4.0 ライセンスにより使用許諾されます。コードサンプルは Apache 2.0 ライセンスにより使用許諾されます。詳しくは、[Google Developers サイトのポリシー](#)をご覧ください。Java は Oracle および関連会社の登録商標です。


最終更新日 2025-08-04 UTC。




LinkedIn
LinkedIn でつながる




YouTube
動画を見る



ブログ
RSS フィードに登録する



ポッドキャスト
「Google 検索オフレコ」を聴く



X (Twitter)
X (Twitter) でつながる

サポートを利用する

ヘルプ フォーラムに移動

オフィスアワーに質問を投稿する

スバム、フィッシング、マルウェアを報告する

その他のサポート リソース

リソース

SEO が重要なケース

SEO スターター ガイド

検索システムのステータス

Search Console のドキュメント

事例紹介

ツール

Search Console

リッチリザルト テスト

PageSpeed Insights

AMP テスト

Google for Developers

Android

Chrome

Firebase

Google Cloud Platform

Google AI

すべてのプロダクト

利用規約 | プライバシー

日本語