# LESSON3 SEO対策テクニック編



ページテーマを誤ればその先の対策が無になる恐れもあります。 冷静にライバルを分析し、自分がこれからしていける仕事量を 計算してテーマを選びましょう。

# 「売れる」ホームページを作る SEO 対策フの絶対法則!

今まで書いてきたことを踏まえ具体的にどのような手法で具現化すれば Google に上位表示してもらえるのか?7項目に分けて説明します。

# 第一法則[ページテーマ(キーワード)の絞込み]

ビッグワードに固執せず自分のビジネスの「ウリ」を見極め、ホームページにアクセスするアクティブ層を「お問合せ」に導ける「サイトテーマ」を決定する。

例えば貴方が梅田で「美容室」をしていたとしましょう。

当然「梅田 美容室」は最も欲しいビッグワードとなるでしょう。 …しかし…

この手のビッグワードはポータルサイト(ホットペッパーなど)が上位を独占しています。

はたして…このワードをテーマとしてビジネスを展開するのが「正解」なのか?

まず貴方の会社が「どのような存在意義」を持っているのかを考えてみましょう。

たとえば「縮毛矯正・ストレート」が得意であるとか「トリートメント」がすごい…である等アピールポイントを一つ加えたワードで展開をする事が重要です。

何故このような展開を推奨するのか? Google は閲覧者に有益な情報を提供する事で多くの支持を集めています。「梅田の美容室です」等と言う特出した情報を持たない美容室に Google は興味を示しません。「梅田で縮毛矯正・ストレートなら絶対負けません!」など前に出て来るような情報に高い関心を示します。つまり横並びのありきたりな情報提供をする企業に対して高い評価をしないのが Google の特性です。情報がニッチであればあるほど Google はそのサイトに興味を示します。

何より「ユーザビリティ」を見た時にビッグワードには多くのライバルが存在し集客は見込めませんがライバルの少ないニッチワードでは上位表示が取りやすく多くの集客が見込めます。 この件は後の「ロングテール」の項目で深く掘り下げますが弊社が申上げる第一法則は 「市場を見極めたページテーマ(キーワード)の選定」に力を注ぐ事です。 では具体的にどのように選定をおこなえばいいのか?

#### 1.Google で欲しいワードを検索して表示件数をチェックする。

表示件数は目安としてチェックして頂きたい。業種やワードの組み合わせにより大きく表示件数は変動します。目安としては数十万件~数百万件なら1ページ目は十分狙えます。 数千万件クラスのワードは綿密にサイト構築をして外部対策をしないと難しいでしょう。

#### 2.Google 検索結果上位10サイトを検証する。

弊社が良く使うツールは「SEO チェキ」です。このツールで特に注目するのは「Google PageRank」「Alexa traffic rank」「コンテンツ数」「被リンク数」です。この辺の評価が高いサイトにはなかなか勝てません。この辺を参考にもう少し難易度の低いワードで勝負するなど対策が必要となります。

尚、「SEO チェキ」の見方は弊社 HP「http://inhausu-seo.com/seo/chec」で詳しく解 説しています。

# LESSON3 SEO対策テクニック編

(c)

メタタグはサイトへ誘う大切な道標。 SEO 対策だけに配慮するのではなく クリック率を向上させるよう頑張りましょう。

# 第二法則 [meta タグの記述について]

三大要素の中でも特に重要な meta タグ。 まさか全頁同じになってるなんてことはありませんか?

先にも述べた三大要素の記述。テクニック編ではもっと具体的にどのような記述が Google に好まれるのかを解明いたします。

#### ■ <meta nema="description"> の記述について。

メタディスクリプションはサイトの内容を要約する大切な役割を担っています。 同時に閲覧者はこの記述を見てアクセスをするかどうかを決める大切な道標となります。 このメタディスクリプションは…短すぎる説明文は検索結果の占有率が低くなってしまう一 方、長すぎる文章は途中で切られるだけでなくページの評価を下げてしまいます。 適切な文字数は全角 90 ~ 110 文字 (180 ~ 220 バイト)。この範囲内で文章を作成して ください。

更に「対策キーワード」と「検索キーワード」が完全一致の記述で含ませると太字で表示され、



クリック率の向上が見込めます。 さらにこれは SEO 対策の本道から 外れますがメタディスクリプション を効果的に見せるテクニックとして は、製品やサービスの効果や効能な ら…「売上 UP」「コスト削減」「体 質改善」などを記述。また「最安 ¥1,000~」「70%オフ」「○○駅 徒歩3分」など数字情報を入れると

クリック率が上がります。description は重要な役割を担っています。くれぐれも手を抜かず 真剣に考えましょう。

#### ■ <meta nema="kyeword"> の記述について。

メタキーワードについては様々な憶測が飛び交っていますが、昔はこのメタキーワード記入するだけで上位表示できたという時代もありました。

Google スパム対策チームリーダーの Matt Cutts によると、現在は過剰な数のキーワードを入れたり、コンテンツの内容と異なるキーワードを記述するというスパムが出回った為、検索順位に影響が無くなったようです。実際現在の三大要素にはメタキーワードは含まれていません。しかし空欄にしておけば良いと言うわけでもありません。元来メタキーワードは「クローラーに Web ページのキーワードを伝える」という役目をもっていました。その事を思慮すれば「入れておく」方が賢明でしょう。実際、上位表示されている Web サイトはどれもメタキーワードがしっかり入っています。注意する点は過剰な数のキーワードを入れず(3個程度)ページテーマに準じたモノにする事です。