

SEOで検索エンジンもユーザーも 味方に付けるホームページ改造術

目次

まえがき	3
------------	---

プロローグ SEOの意味と流れを押さえよう

1 そもそもSEOとは何か.....	14
現代人の必需品となった検索エンジン 検索結果を上げるだけがSEOではない	
2 ユーザー視点で考えるSEOの本質.....	16
何のために検索結果の上位を目指すのか 検索エンジンユーザーにとっての5つの障害 検索結果表示に重要なHTMLとキーワード クリック率向上にはタイトルと説明文が大切 ユーザーニーズに応じたページを作る 辿り着いたユーザーを迷子にさせないデザインを スムーズな導線を作るユーザビリティ 検索エンジンではなく検索エンジンユーザーに注目する	
3 SEOの進め方.....	24
SEOを施す5つのステップ 最初の調査が何より重要 HTMLとサイトデザインで検索エンジンに対応する 外部リンクとディレクトリ型検索エンジン対策も忘れずに	

1章 検索エンジンの仕組みを知ろう

1 検索エンジンの2つの種類	30
自動的に情報収集する「ロボット型」 お薦めサイト集の進化系「ディレクトリ型」 主流はハイブリット型 SEOではロボット型への対策が重要	

2	ロボット型検索エンジンのメカニズム	34
	情報収集から検索結果までの流れ ウェブを巡回する「クローラー」 収集した情報に索引を付ける「インデクサ」	
3	ウェブページの解析方法	38
	文脈を読み解く「セマンティック解析」 単語の間隔から関連性を推測する 個々のページ内容だけでなくサイトテーマも重視する	
4	スニペット	42
	ウェブページの概要を示す「スニペット」 スニペットの3つのパターン	
5	ウェブページの評価基準	44
	人気度を測る「リンクポピュラリティ」 PageRankを確認してみよう	
6	検索エンジンスパム行為	46
	検索エンジンを騙す「スパム行為」 クローキング ドアウェイページ、リダイレクトの悪用 <meta>タグへのキーワード詰め込み <body>内へのキーワード詰め込み リンクスパム スタイルシートによるスパム スパム行為に対抗する「スパムフィルター」	
7	ロボット型検索エンジンの歴史	52
	ロボット型検索エンジンは4世代に分けられる 検索範囲が限られた第1世代 第2世代で全文検索が可能に Googleが作り出した第3世代 見え始めた第4世代の萌芽	

第2章 ユーザーのニーズを掴む！ キーワード選びのコツ

- 1** キーワードの重要性 58
キーワードを間違えればすべてが台無し！
キーワードを欲張りすぎるのは逆効果
- 2** アクセスログ解析でユーザーのニーズを掴む 60
アクセスログは「ユーザーの足跡」
ログ解析から読み取れる4つのこと
どのページでSEOをするかも考えよう
アクセスログでは分からないこともある
- 3** ライバルサイトと比較する 66
ライバルサイトの見つけ方
Alexaを使ったライバルサイト探し
自サイトにはないキーワードを見つけよう
ライバルのSEOレベルをチェックしよう
強力なライバルが見つかったときの2つの戦略
- 4** 無料ツールでキーワードを探す 72
ネット上の無料SEOツールを活用しよう
客観的なキーワードが分かる「キーワードアドバイスツール」
多彩な言い回しが見つかる「シソーラス辞書」
表記のゆれに迷ったらGoogleに聞け！
- 5** キーワードの効率性を計る 76
需要に供給が追いついていないキーワードを見つける
KEIでキーワードの効率を計算しよう
- 6** ニーズに応じてキーワードを使い分ける 80
キーワードから見えるユーザーのニーズ
会社名や製品名で検索するユーザーは最も関心が高い
複合キーワードで検索する見込み客を掴まえる
漠然と一般語で検索するユーザーを見込み客に育てる
- コラム** 検索結果にユーザーの意思を反映させる試み 84

第3章 キーワードを伝えるタグ打ちテクニック

- 1 HTMLタグの重要性** 88
 - 検索エンジンにキーワードを伝える
 - キーワードへのタグ付けがSEOの基本

- 2 <title>タグ** 90
 - タイトル次第でアクセス数が変わる
 - ページごとに適切なタイトルを付けるコツ
 - 検索結果でどう表示されるかも考える
 - Googleでは21文字以上のタイトルは要注意
 - Yahoo!の検索結果は35文字までOK
 - 欲張ったタイトルは逆効果

- 3 見出しタグ** 98
 - タイトルと同じくらい重要な見出しタグ
 - 文章構造に見合った見出しタグを使おう

- 4 強調タグ** 100
 - 強調したい単語に付けるタグとタグ
 - 本文中のキーワードの強調には「論理タグ」を使う

- 5 アンカーテキスト** 102
 - 驚くべきアンカーテキストの影響
 - アンカーテキストにはキーワードを含める

- 6 <meta>タグ** 106
 - Yahoo!の戦略で<meta>タグが復権?
 - 最低限押さえておきたい3つの<meta>タグ
 - 表示言語文字を指定し、文字化けを防ぐ<meta>タグ
 - 検索のヒット率を上げる<meta>タグ
 - 検索結果の説明文になる<meta>タグ
 - クローラーに検索させない<meta>タグの裏技

- 7 JavaScriptやCSSの外部化** 110
 - KISSの重要性
 - クローラーに優しいHTML軽量化
 - Googleは大きすぎるHTMLソースは読み込まない!

第4章 SEOに適したサイトデザイン

- 1** デザイン・サイト設計の重要性 …………… 118
 - リンクがあるのに移動できない不思議なページ
 - ユーザーが迷うページはクローラーも迷う
 - 迷子になりにくいサイトデザインとは？
- 2** グローバルナビゲーション …………… 120
 - ユーザーはサイト内をショートカットしたい
 - グローバルナビゲーションでカテゴリ間の移動をスムーズに
- 3** パンくずリスト …………… 122
 - ページの前後関係を示すパンくずリスト
 - ユーザーがサイト内を自由に動き回るために
- 4** 移動先が分からない表記は使わない …………… 124
 - 抽象的な表現のナビゲーションは無意味
 - 具体的表現でユーザーを誘導するのがベスト
- 5** サイドメニューの配置 …………… 126
 - メニューの位置がSEOに影響する？
- 6** フレームは使わない …………… 128
 - ユーザーを迷子にさせるフレーム
 - フレームを使うとSEOにも不利
 - リンクポピュラリティを下げる原因にも
- 7** サイトマップは必須 …………… 132
 - SEO上は作らないともったいない
 - シンプルなサイトマップが最後の砦になる

第5章 サイト評価を上げる被リンク獲得法

- 1** 自力本願で外部リンクを獲得しよう …………… 136

外部からの被リンクはコントロールが難しい
コントロール可能な被リンクもある
スパムにならない被リンクを増やそう

2 「1サイト1ジャンル」を手軽に実現するサブドメイン …………… 138

ドメインを増やすことなく独立サイトを立ち上げる方法
検索エンジンはサブドメインを外部サイトとみなす
サブドメインの良い使い方・悪い使い方
使いすぎはネームバリューの低下に繋がる

3 プレスリリース配信でマスコミからの被リンクを獲得する …………… 142

質の高いマスコミからのリンクポピュラリティ
効果的なプレスリリースの書き方
プレスリリースで名前を認知させる

4 SEOの視点から見たメールマガジンの効用 …………… 146

もはや販促メディアとして定着したメールマガジン
ランディングページとしてのバックナンバー
引用奨励が被リンクを増やす
メールマガジンの本分を忘れずに

5 大流行のblogはSEOとの親和性も高い …………… 152

企業サイトでも使われ出したblogツール
静的ページの生成が検索エンジンを引き寄せる
被リンクを稼げるトラックバック
クローラーに優しいスタイルシートの使用
ページタイトルのデフォルト設定に気を付ける

コラム SEO+アクセシビリティ=個人blog? …………… 158

第6章 ディレクトリ型検索エンジン対策

1 ディレクトリ型検索エンジンに登録するSEO的な意味 …… 162

Yahoo!の検索結果の1ページ目に表示されない?
やはり根強いYahoo!の人気

2 Yahoo!の検索結果ページ・SERPの解剖 …………… 164

Yahoo!のSERPに表示される5つの要素

Yahoo!対策はディレクトリ登録が基本

- 3** ディレクトリへの登録方法 168
登録に必要な情報とは？
検索エンジン登録代行サービスを利用する手もある
- 4** Yahoo!ビジネスエクスプレスを活用しよう 172
掲載率95%の有料審査サービス
- 5** Yahoo!ディレクトリの掲載基準 174
掲載不可になりやすい4大原因
デザインやコンテンツもチェックされている
希望と違うカテゴリに登録される理由
- 6** リスティング広告の活用法 178
検索エンジンとリスティング広告の関係
SEOは遅効性、リスティング広告は即効性
- 7** Yahoo!以外のディレクトリサービスも押さえよう 180
「初心者はYahoo!」とは限らない理由
ポータルサイトを狙うならJリスティングとLookSmart
Googleにもディレクトリ型検索エンジンがある
コンテンツに自信があるならAllAboutにも挑戦しよう
登録数が多ければいいというわけでもない
- コラム** 時代の先読みでリスティング広告の効果を上げる 186
- サポートページのお知らせ 188
- あとがき 189

