

## SEO対策のチェックリスト

キーワード編.....	2
コンテンツ編.....	3
メタタグ編.....	3
画像編.....	4
リンク編.....	4
ページ速度編.....	5
モバイル対応編.....	5
構造化データ編.....	6
強調スニペット編.....	6
E-A-T 編.....	6

以下、ご自身のサイトでチェックしてみてください。これらはあくまでもSEO対策の一部であることをご理解下さい。

なお、ご不明な点があれば無料相談を30分特典として付けていますから、ぜひ、ご相談下さいね。

## キーワード編

- キーワードの種類を把握する。ビッグキーワード、ミドルキーワード、ロングテールキーワードの違いと特徴を理解する
- ロングテールキーワードから狙う。検索ボリュームは少ないが、上位表示しやすく、コンバージョン率が高いキーワードを選ぶ
- 上位表示の可能性を調査する。競合他社のサイトや検索結果の状況を分析し、自社サイトの強みを活かせるキーワードを探す
- ペルソナを設定する。ターゲットユーザーの検索ニーズや検索意図を把握し、適切なキーワードを選ぶ
- テーマキーワードを決める。自社サイトのテーマに合わせてメインピックとなるキーワードを決定する
- サブピックをリストアップする。メインピックに関連するキーワードを網羅的に集める
- 検索ボリュームを調べる。キーワードプランナーや Keywordmap などのツールを使って、各キーワードの月間検索回数を調べる
- 必要なキーワードを抽出する。検索ボリュームや競合度、ユーザーの検索意図などを考慮して、最適なキーワードを選ぶ
- キーワードのグループ分けと KPI 設定をする。キーワードをカテゴリーごとに分類し、目標となるアクセス数やコンバージョン率などを設定する
- キーワードごとに優先順位を付ける。KPI や競合度などを基にして、キーワードの重要度や緊急度を評価し、順番に対策する
- SEO 対策の終わりはされているか？ SEO 対策は決して終わりのない取り組みであることを認識しているか

## コンテンツ編

- コンテンツの目的とターゲットを明確にする。ユーザーの検索意図やニーズに合わせて、コンテンツのテーマやタイトル、キーワードを決める
- コンテンツの品質を高める。文章は分かりやすく、誤字脱字や文法ミスがないかチェックする。専門用語や難解な表現は避けるか、説明を加える
- コンテンツの構造を工夫する。見出しや段落、箇条書きなどを使って、コンテンツの流れや構成を明確にする。重要なポイントは太字や色付きなどで強調する
- コンテンツにビジュアルを加える。画像や動画、インフォグラフィックスなどを使って、コンテンツの内容を補完する。ビジュアルは著作権やライセンスに注意して選ぶ
- コンテンツに信頼性や信用性を持たせる。根拠や出典を明記する。自社の実績や評判、専門家の意見などを引用する。客観的なデータや事実を提示する
- コンテンツにアクションを促す。ユーザーに何か行動を起こさせるために、CTA（コール・トゥ・アクション）を設置する。CTAは目立つ位置や色にする
- コンテンツの効果測定と改善を行う。Google アナリティクスや Google サーチコンソールなどのツールを使って、コンテンツのパフォーマンスを分析する。改善点や問題点を見つけて、コンテンツを更新する

## メタタグ編

- title タグ（タイトルタグ）を設定する。ページの内容を簡潔に表すキーワードを含める。文字数は 30～60 文字程度にする
- meta description（メタディスクリプション）を設定する。ページの内容を詳しく説明する文章を書く。文字数は 120～160 文字程度にする
- meta charset（文字コード）を設定する。日本語のサイトでは UTF-8 を指定する
- OGP タグ（meta property）を設定する。SNS でシェアされたときの表示を制御する。タイトル、説明文、画像、URLなどを指定する
- meta viewport（ビューポートタグ）を設定する。モバイル端末での表示を最適化する。width=device-width, initial-scale=1.0などを指定する

□ `meta robots (noindex,nofollow)` を設定する。検索エンジンのクローラーのアクセスを制御する。インデックスやリンクの追跡を拒否する場合に指定する

## 画像編

□ 画像のファイル名を適切に設定する。画像の内容やキーワードを表す半角英数字とハイフンの組み合わせにする。例: `small-dog.jpg`

□ 画像の `alt` 属性を設定する。画像の内容やキーワードを表すテキストを入力する。例: `alt="持ってこいをするダルメシアンの子犬"`

□ 画像のサイズや解像度を最適化する。ページの表示速度やユーザーの閲覧環境に合わせて、画像の重さや大きさを調整する。目安は横幅 1000px、重さ 100~200KB くらい

□ 画像の品質や関連性を高める。コンテンツの内容を補完する画像を選ぶ。画像は著作権やライセンスに注意して利用する。画像にはキャプションや出典を明記する

□ 画像の配置やデザインを工夫する。画像はコンテンツの流れに沿って配置する。画像は目立つ位置や色にする。画像はクリックや拡大できるようにする

□ 画像の効果測定と改善を行う。Google アナリティクスや Google サーチコンソールなどのツールを使って、画像のパフォーマンスを分析する。改善点や問題点を見つけて、画像を更新する

□ SEO 対策の終わりはされているか? SEO 対策は決して終わりのない取り組みであることを認識しているか。常にユーザーのニーズや検索エンジンの要求に応えることができるように、画像の品質を高める努力を続けているか。

## リンク編

□ 内部リンクを適切に設定する。サイト内の関連するページや重要なページにリンクを貼ることで、ユーザーの利便性やクローラーのアクセスを向上させる

□ 外部リンクを自然に獲得する。コンテンツの品質や価値を高めることで、他のサイトから自然にリンクされるようにする

□ 外部リンクの質と関連性を重視する。権威性の高いサイトや自サイトのテーマに関連するサイトからのリンクを獲得することで、サイトの信頼性や評価を高める

□ 外部リンクの多様性を意識する。同じサイトからのリンクよりも、異なるサイトからのリンクのほうが評価されやすいので、多様なサイトからのリンクを獲得する

- 不自然なリンクやスパムリンクを避ける。購入したリンクや相互リンク、不正なリダイレクトなどの作為的なリンクはペナルティの対象となるので、行わないようにする

## ページ速度編

- ページ速度を計測する。PageSpeed Insights や Google アナリティクスなどのツールを使って、ページの表示速度や改善点を把握する。
- 画像や動画のサイズを最適化する。重い画像や動画はページの読み込み時間を遅くするので、圧縮やリサイズなどで軽量化する
- データ通信量を減らす。gzip や Brotli などの圧縮アルゴリズムを使って、HTML や CSS などのファイルサイズを小さくする
- 使用していない CSS や JavaScript を削除する。不要なコードはページの解析時間を長くするので、削除するか、遅延読み込みや非同期読み込みにする
- キャッシュを有効にする。キャッシュを使えば、再訪問時にページの読み込み時間を短縮できるので、キャッシュの有効期限やポリシーを設定する
- AMP を導入する。AMP はモバイル端末での高速表示を目的とした技術で、Google が推奨している AMP 対応のページを作成することで、表示速度を向上させることができる。
- サーバーの性能を向上させる。サーバーの応答時間やネットワークの遅延は、ページの表示速度に大きく影響するので、サーバーのスペックや設定を見直す

## モバイル対応編

- モバイルフレンドリーなサイトになっているか。スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末でサイトを快適に閲覧できるように、フォントサイズやレイアウト、画像サイズなどを調整する
- モバイルフレンドリーなサイトであることを検索エンジンに伝えているか。レスポンシブデザインや動的配信、別 URL などのモバイル設定を適切に行い、canonical タグや alternate タグ、Vary HTTP ヘッダなどを使って、サイトの関係性を明示する

## 構造化データ編

- 構造化データの目的と種類を理解する。構造化データは、検索エンジンにウェブページの内容を正しく伝えるためのマークアップ手法であることを把握する
- 構造化データのマークアップ方法を選択する。構造化データのマークアップには、JSON-LD や Microdata などのシンタックスがあるが、Google は JSON-LD を推奨していることを確認する
- 構造化データのコードを作成する。構造化データのコードは、@context, @type, @id などの必須プロパティと、各種類に応じた追加プロパティから構成されることを理解する
- 構造化データのコードをウェブページに設置する。構造化データのコードを作成したら、対象となるウェブページの head タグ内に script タグで貼り付ける

## 強調スニペット編

強調スニペットとは、検索結果の上位に表示される、質問に対する回答や要約を含む特別なスニペットのことです。強調スニペットを獲得するためには、以下のチェックリストを参考にしてください。ただ、現実的には対応が難しいかも知れません。

- サイトの品質と信頼性を高める
- 検索エンジンにとって理解しやすい構造化データを利用する
- 質問やキーワードに対する明確な回答や要約を提供する
- 回答や要約を見出しタグや段落タグで囲む
- 回答や要約の文字数を 40～60 文字程度にする
- 回答や要約の前後に関連するコンテンツを配置する

## E-A-T 編

E-A-T とは、Google がコンテンツの品質を評価する指標で、専門性・権威性・信頼性のことです。E-A-T を高めるためには、以下のチェックリストを参考にしてください。

- コンテンツの制作者や責任者の情報を明記する
- コンテンツの内容や質を向上させる

- コンテンツの正確性や誠実性を保証する
- コンテンツに関連する外部リンクや引用を適切に利用する
- コンテンツに対する評判や口コミを集める
- コンテンツの更新日や作成日を表示する
- コンテンツのテーマに関する専門知識や資格を有する場合はアピールする