



# サイトリニューアル時のSEO

ましこ たかひろ

**益子 貴寛**

2013年4月21日 日曜日

札幌パークホテル B2F パークプラザ



ましこ たかひろ

**益子 貴寛**

株式会社サイバーガーデン

CSS Nite in SAPPORO 実行委員

# このセッションの内容

1. サイトの目的や役割の再検討
2. 現状のサイト設計の把握
3. Google ウェブマスター ツールのデータを確認
4. Google アナリティクスを確認
5. 新しいサイト設計の考案

# 1. サイトの目的や役割の 再検討

現状のWebサイトがビジネスに  
貢献している点  
貢献し足りない点  
の把握

電話での問い合わせへの対応を  
効率化したい

※ 守秘義務のため、非公開です

お問い合わせ・お申し込みは

受付時間 10:00~18:00 土日祝除く

電話番号を右上に表示しているだけでは  
問い合わせ対応を効率化できない

※ 守秘義務のため、一部を伏せています

お問い合わせ・お申し込みは

受付時間 10:00~18:00 土日祝除く

グローバルナビに「よくあるご質問」を含めて  
内容を充実させることで、この要望に対応

※ 守秘義務のため、一部を伏せています



# キーワード戦略の再確認



株式会社サイバーガーデン <info@cybergarden.jp>

3月7日 ☆



To [redacted]

[redacted] さま

お世話になっております。サイバーガーデンの益子です。

ご連絡が遅くなり恐縮です。  
やっと時間がとれるようになりました。

少しプランニングを進めるにあたって、御社サイトで、  
どのようなキーワードの組み合わせ（2～4個）で検索するユーザーの  
集客を増やしたいか、10組くらい教えていただければ幸いです。

例)

財務 会計 教育

財務 会計 研修

財務 人材 育成

...

ひとまず、よろしく願いいたします。

会社のことをよくわかっていて、  
方針を決めるべきは「中の人」

3月7日 ☆



To 株式会社サイバーガーデン

益子様

お世話になっております。  
ご連絡有難うございました。

検索キーワードは、以下の通りです。

10個

コンプライアンス 研修

役員 コンプライアンス 研修

管理職 コンプライアンス 研修

新入社員 コンプライアンス 研修

財務研修

役員 財務 研修

管理職 財務 研修

新入社員 財務 研修

コンプライアンス教育

財務教育

上位表示を望むキーワード  
10セットをまず出してもらって、  
そのうえで適否を検討する

現在、強化したいHP内のサイトに限定します。選択と集中です。

# 差別化戦略

そのキーワードの組み合わせで  
コンテンツの充実度として  
競合に勝てそう（5位以内を目指せそう）なら、  
まっこう勝負

もし勝てそうにないなら  
ややニッチなキーワードの組み合わせで  
差別化する

## 2. 現状のサイト設計の把握

最低限、コンテンツとディレクトリ設計に加えて

- タイトル
- ディスクリプション
- キーワード

を把握しておきたい

## タイトル

SEO上、すごく重要  
検索結果に表示される

## ディスクリプション

検索結果に表示される

## キーワード

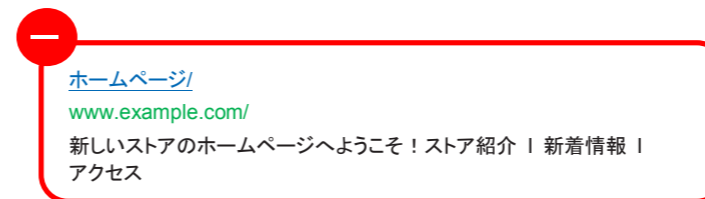
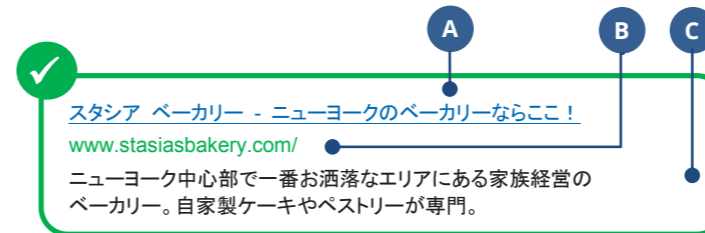
SEO上もユーザー体験としても重要ではないが  
ページ単位のキーワード戦略をきちんと考えるために

※ 守秘義務のため、非公開です

サイトのコンテンツが Google に認識されやすくなるようにするために、次の簡単なアドバイスを参考にしてみてください。検索ユーザー（未来の顧客）に最適な検索結果を提供するのに役立ちます。

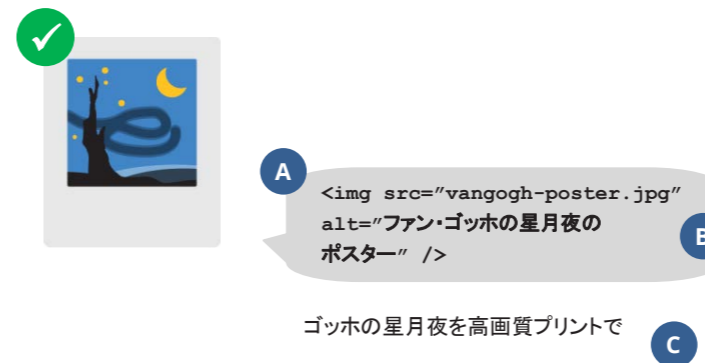
### 1. 検索結果での見栄えを良くする

- A** ページのタイトル情報は、Google の検索結果で表示されるタイトルの候補として利用されます。あなたのビジネスを簡潔でわかりやすく説明するものにしましょう。
- B** ドメイン名は Google の検索結果の重要な要素です。ウェブサイトには、わかりやすく読みやすいドメイン名、URL を設定しましょう。たとえば、[www.stasiasbakery.com/prodid?12345](http://www.stasiasbakery.com/prodid?12345) といった数字の羅列からなる URL ではなく、[www.stasiasbakery.com/custom-cakes](http://www.stasiasbakery.com/custom-cakes) といったわかりやすいものにしましょう。
- C** メタ データ (descriptions) はページの概要を表すものであり、Google や他の検索エンジンの検索結果ページで頻繁に使用されます。ページごとに、160 文字以下の固有の説明を設定しましょう。



### 2. 画像が Google に認識されるようにする

- A** 画像ファイルには短くてわかりやすい名前を付けましょう。
- B** 「alt」属性で画像の内容を説明しましょう。この情報により Google が画像の内容を認識しやすくなります。
- C** ページ上の各画像の下に短いキャプションを添えます。重要な情報は画像ではなくテキストで表しましょう。



### 3. 更新を頻繁に行う



#### 役立つコンテンツを提供し、いつも最新の状態に保ちましょう

ウェブサイトはお店の店頭のようなものです。そう考えると、6 か月も放っておくというのはいり得ないことです。ブログを開いたり、新商品やセール情報、特典の案内を掲載したりして、サイトをいつも最新の状態にしておきましょう。いつも顧客の立場から考え、顧客がほしいと思う情報を提供するようにしてください。



## サイトの最適化

サイトのコンテンツが Google に認識されやすくなるようにするために、次の簡単なアドバイスを参考にしてみてください。検索ユーザー（未来の顧客）に最適な検索結果を提供するのに役立ちます。

### 1. 検索結果での見栄えを良くする

- A** ページのタイトル情報は、Google の検索結果で表示されるタイトルの候補として利用されます。あなたのビジネスを簡潔でわかりやすく説明するものにしましょう。
- B** ドメイン名は Google の検索結果の重要な要素です。ウェブサイトには、わかりやすく読みやすいドメイン名、URL を設定しましょう。たとえば、[www.stasiasbakery.com/prodid?12345](http://www.stasiasbakery.com/prodid?12345) といった数字の羅列からなる URL ではなく、[www.stasiasbakery.com/custom-cakes](http://www.stasiasbakery.com/custom-cakes) といったわかりやすいものにしましょう。
- C** メタ データ (descriptions) はページの概要を表すものであり、Google や他の検索エンジンの検索結果ページで頻繁に使用されます。ページごとに、160 文字以下の固有の説明を設定しましょう。

### 2. 画像が Google に認識されるようにする

- A** 画像ファイルには短くてわかりやすい名前を付けましょう。
- B** 「alt」属性で画像の内容を説明しましょう。この情報により Google が画像の内容を認識しやすくなります。

✓

**A** [スタシア ベーカリー - ニューヨークのベーカリーならここ!](#)

**B** [www.stasiasbakery.com/](http://www.stasiasbakery.com/)

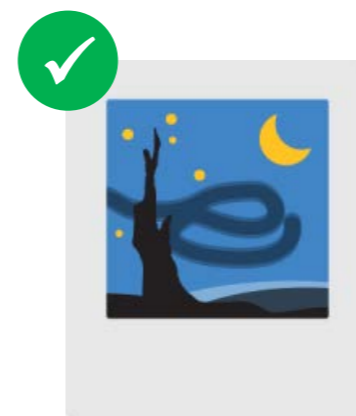
**C** ニューヨーク中心部で一番お洒落なエリアにある家族経営のベーカリー。自家製ケーキやパストリーが専門。

—

[ホームページ/](#)

[www.example.com/](http://www.example.com/)

新しいストアのホームページへようこそ！ストア紹介 | 新着情報 | アクセス



**A** ``

## サイトの最適化

サイトのコンテンツが Google に認識されやすくなるようにするために、次のことを実行してください。(未)

# タイトルとディスクリプションはユーザー体験としてもすごく重要！

### 1. 検索結果での見栄えを良くする

- A** ページのタイトル情報は、Google の検索結果で表示されるタイトルの候補として利用されます。あなたのビジネスを簡潔でわかりやすく説明するものにしましょう。
- B** ドメイン名は Google の検索結果の重要な要素です。ウェブサイトには、わかりやすく読みやすいドメイン名、URL を設定しましょう。たとえば、[www.stasiasbakery.com/prodid?12345](http://www.stasiasbakery.com/prodid?12345) といった数字の羅列からなる URL ではなく、[www.stasiasbakery.com/custom-cakes](http://www.stasiasbakery.com/custom-cakes) といったわかりやすいものにしましょう。
- C** メタ データ(descriptions)はページの概要を表すものであり、Google や他の検索エンジンの検索結果ページで頻繁に使用されます。ページごとに、160 文字以下の固有の説明を設定しましょう。

✓

**A** [スタシア ベーカリー - ニューヨークのベーカリーならここ！](#)

**B** [www.stasiasbakery.com/](http://www.stasiasbakery.com/)

**C** ニューヨーク中心部で一番お洒落なエリアにある家族経営のベーカリー。自家製ケーキやパストリーが専門。

—

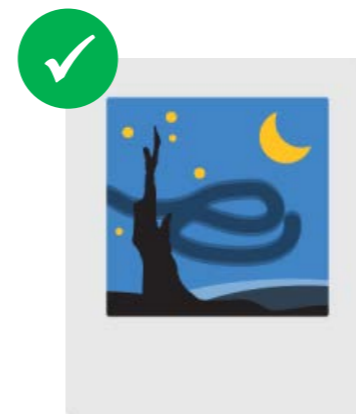
[ホームページ/](#)

[www.example.com/](http://www.example.com/)

新しいストアのホームページへようこそ！ストア紹介 | 新着情報 | アクセス

### 2. 画像が Google に認識されるようにする

- A** 画像ファイルには短くてわかりやすい名前を付けましょう。
- B** 「alt」属性で画像の内容を説明しましょう。この情報により Google が画像の内容を認識しやすくなります



**A** ``

**B**

# 3. Google ウェブマスター ツールのデータを確認

# コンテンツ キーワード

(サイトテーマ)

# 最適化 → コンテンツ キーワード

+ 貴寛さん 検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail ドライブ カレンダー もっと見る -

Google

益子貴寛

1

+ 共有



## ウェブマスター ツール



ヘルプ

ダッシュボード

コンテンツ キーワード

メッセージ

キーワード

重要度

- ▶ 設定
- ▶ 健全性
- ▶ トラフィック
- ▼ **最適化**
  - サイトマップ
  - URL の削除
  - HTML の改善
  - コンテンツ キーワード**
  - 構造化データ
  - データ ハイライター
  - その他のリソース

▶ Labs

順位	キーワード	重要度
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		

※ 守秘義務のため、一部を伏せています

# 最適化 → コンテンツ キーワード

+貴寛さん 検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail ドライブ カレンダー もっと見る -

Google

益子貴寛

1

+ 共有



## ウェブマスター ツール



ダッシュボード

メッセージ

▶ 設定

▶ 健全性

▶ トラフィック

▼ 最適化

サイトマップ

URL の削除

HTML の改善

コンテンツ キーワード

構造化データ

データ ハイライター

その他のリソース

▶ Labs

### コンテンツ キーワード

キーワード	重要度
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	

そのサイトで  
勝負しているキーワードが  
上位にあるかどうかを確認  
↓  
改善する方法は、  
上位にしたいキーワードの  
コンテンツを増やすこと

※ 守秘義務のため、一部を伏せています

検索クエリ

# トラフィック → 検索クエリ

+ 貴寛さん 検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail ドライブ カレンダー もっと見る -

Google

益子貴寛

1

+ 共有



## ウェブマスター ツール

ダッシュボード

メッセージ

▶ 設定

▶ 健全性

▼ **トラフィック**

**検索クエリ**

サイトへのリンク

内部リンク

▶ 最適化

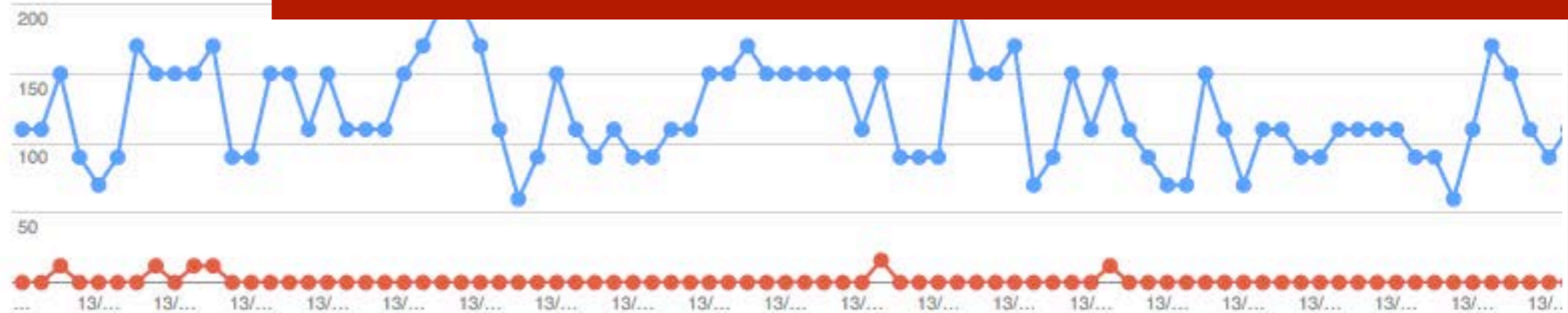
▶ Labs

### 検索クエリ

上位のクエリ

フィルタ

クエリ数  
**66**



このテーブルをダウンロード

グラフ データをダウンロード

基本

変動率付き

表示

25 列

1 - 25/66 件

検索クエリの

表示回数とCTR (クリック率) の確認



検索クエリが多く、CTRの高いものは

そのサイトの「強み」なので

リニューアルで弱めないように気をつける



# トラフィック → 検索クエリ



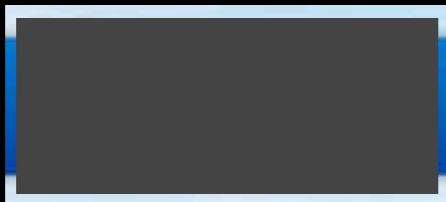
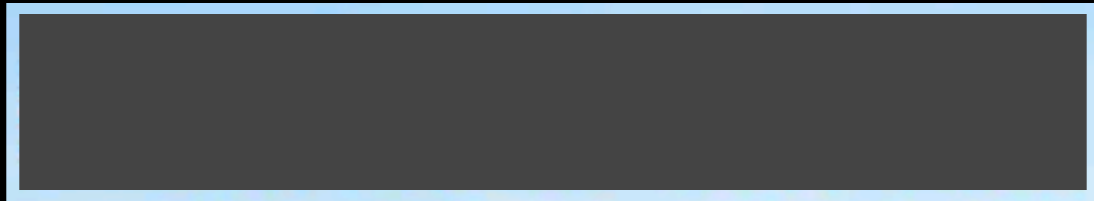
表示回数だけでなく、  
CTR (クリック率) も確認すること！

※ 守秘義務のため、一部を伏せています



本当は「」を含めていなかったが  
検索クエリが多く、CTRもそこそこなので  
あえて入れた

※ 守秘義務のため、一部を伏せています



現状「」の検索クエリはまあまあ

ただし、「」がないのがもったいないので、  
あえて「」とすることにした

# 表示回数とCTR（クリック率）の関係

▼ トフフィック

検索クエリ

サイトへのリンク

クエリ数  
2,812

■ 表示回数  
300,000 ↓ -19%

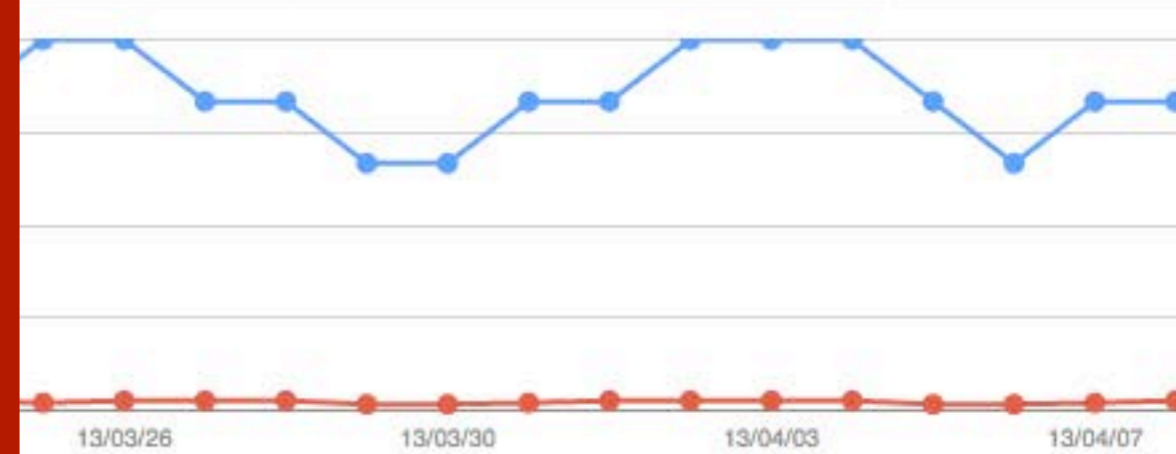
60,000 件が表示されています

■ クリック数  
8,000 ↓ -20%

2,000 件が表示されています

検索結果で10位以内に入ると、  
表示回数がものすごく増える

ただし...



このテーブルをダウンロード

グラフデータをダウンロード

基本

変動率付き

表示

25 列

1 - 25/2,812 件

検索キーワード	表示回数 ▲	クリック数	CTR	平均掲載順位
☆ いちご大福	3,000	10 未満	-	3.1
☆ 手羽元	2,500	10 未満	-	3.1
☆ ハツ橋	2,000	10 未満	-	3.0
☆ 生パスタ	1,600	10 未満	-	3.5
☆ 呼吸チョコ	1,000	10 未満	-	8.3
☆ ウーピーゴールド バーガー	1,000	10 未満	-	4.2

# 表示回数とCTR（クリック率）の関係

## ▼ トラフィック

### 検索クエリ

サイトへのリンク

内部リンク

## ▶ 最適化

## ▶ Labs



5位以内に入らないと  
CTRはなかなか上がらない！

このテーブルをダウンロード

グラフデータをダウンロード

基本

変動率付き

表示

25列

1 - 25/2,812 件

検索キーワード	表示回数	クリック数	CTR ▲	平均掲載順位
☆ 文字参照 一覧	35	30	86%	1.0
☆ 言語コード 一覧	30	22	73%	1.0
☆ sitemap lastmod	22	12	55%	1.0
☆ 数値文字参照 一覧	30	16	53%	2.2
☆ 免責事項 書き方	70	35	50%	2.0
☆ 免責事項の書き方	70	30	43%	2.0
☆ モナリオ	30	12	40%	2.0

# HTMLの改善

# 最適化 → HTMLの改善

+貴寛さん 検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail ドライブ カレンダー もっと見る -

Google

益子貴寛

+ 共有



## ウェブマスター ツール

www.play-the-earth.com

ヘルプ

ダッシュボード

メッセージ

▶ 設定

▶ 健全性

▶ トラフィック

▼ 最適化

サイトマップ

URL の削除

**HTML の改善**

コンテンツ キーワード

構造化データ

データ ハイライター

その他のリソース

▶ Labs

HTML の改善 最終更新日: 2013/04/11

以下の問題に対処すると、サイトのユーザー エクスペリエンスとパフォーマンスを向上できる可能性があります。

メタデータ (descriptions)

ページ

重複するメタデータ(descriptions)

16

長いメタデータ(descriptions)

0

短いメタデータ(descriptions)

7

タイトルタグ

タイトルタグの記述なし

タイトルタグの重複

長いタイトルタグ

短いタイトルタグ

0

情報が不足しているタイトルタグ

0

インデックス登録できないコンテンツ

ページ

タイトルやディスクリプションの  
現状の問題点を把握する

# 最適化 → HTMLの改善 → 短いメタデータ

+ 貴寛さん 検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail ドライブ カレンダー もっと見る -

Google

ウェブマスター ツール

ディスクリプションは短すぎてもダメ！

ダッシュボード

HTML の改善

メッセージ

短いメタデータ(descriptions)

▶ 設定

メタデータ (descriptions) を記述することで、ユーザーが検索結果ページでサイトのコンテンツの内容を確認できるようになるため、サイトへのアクセスにつながります。

▶ 健全性

▶ トラフィック

このテーブルをダウンロード

表示

25 列

1 - 7/7 件

▼ 最適化

サイトマップ

URL の削除

HTML の改善

コンテンツ キーワード

構造化データ

データ ハイライター

その他のリソース

短いメタデータ (descriptions) のあるページ

ページ

[/company.html](#)

[/contact.html](#)

[/link.html](#)

[/media.html](#)

[/omoi.html](#)

[/sitemap.html](#)

※ 守秘義務のため、一部を伏せています



もし

ウェブマスター ツールを  
設置していないなら



## ウェブマスター ツール

<http://www.cybergarden.com/> の所有権を確認します。 [詳細](#)

おすすめの方法

別の方法

### 推奨: HTML ファイルをアップロード

HTML ファイルをサイトにアップロードします。

1. この [HTML 確認ファイル](#) (googled1cb695b1164264.html) をダウンロードします。
2. 確認ファイルを <http://www.cybergarden.com/> にアップロードします。
3. ブラウザで <http://www.cybergarden.com/googled1cb695b1164264.html> にアクセスして、アップロードが正しく行われたことを確認します。
4. 以下の [確認] をクリックします。

確認状態を維持するには、確認が完了しても HTML ファイルを削除しないでください。

確認

後で行

発行されるHTMLファイルをサーバのルートフォルダにアップするだけで設置できるので、プロジェクト開始時にとにかく設置しておく(せめて1か月分のデータだけでも取得しておく)

# 4. Google アナリティクス のデータを確認

現状のサイトの指標を  
ざっくりと把握しておく



- モバイル
- カスタム
- ユーザーフロー

トラフィック

コンテンツ

コンバージョン

ヘルプ

ユーザーサマリー

指標の比較

インタラクティブな表の使用

ユーザーサマリーレポート

ヘルプセンター

ヘルプセンターを検索

検索

訪問数



ユーザー数



ページビュー数



## トラフィックの現状

訪問別ページビュー



訪問時の平均滞在時間



直帰率



## ユーザー満足の現状

新規訪問の割合



## SEOの効果検証 (どれだけ上がるか)



81.74% New Visitor

30,007 訪問数

18.26% Returning Visitor

6,705 訪問数

**検索キーワードの暗号化  
(not provided) に注意**



速報 [MarkeZineニュース](#)

## Google、非ログインユーザーの検索も暗号化、検索キーワードの取得は厳しい状況に

MarkeZine編集部 [著]

2013/01/28 21:00

41 ツイート 157 いいね! 359 +1 24 印刷用を表示

米Googleは18日、現在開発中のブラウザ「Chrome 25」から、Googleにログインしているか否かにかかわらず、検索の際の通信をすべてSSLで暗号化すると発表した。

Googleは現在、同社のブラウザ「Chrome」のアドレスバー（omni box）で検索を行った場合、Googleにログインしているユーザーに限って、その通信をSSLで暗号化している。今回の発表によると、現在開発中のブラウザ「Chrome 25」では、Googleにログインしていないユーザーでも通信が暗号化される。これによって、サイト来訪者の検索キーワードを取得することは不可能になる。

昨年7月、MarkeZineでは「どうする?『キーワードが取れない問題』、変化を迫られるアクセス解析」と題して、Webアナリストの清水 誠氏と小川 卓氏との対談をお届けしたが、検索キーワードが取れなくなることへの懸念とともに、検索キーワードが取れない時代におけるWebアクセス解析についても語られ、示唆に富んでいる。興味のある方は、[読みたい](#)

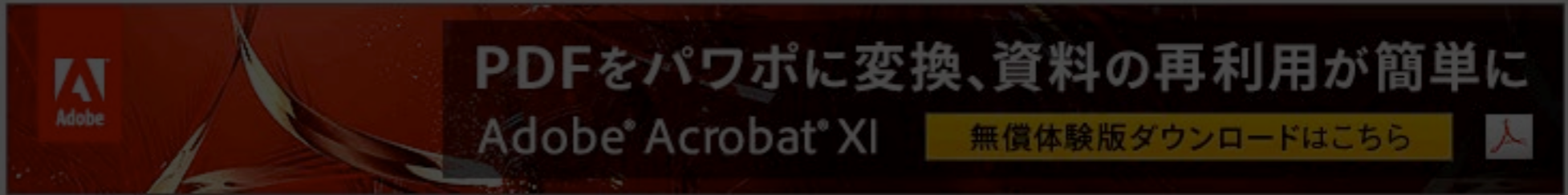
会員登録 (無料) ログインはこちら  
検索

YAHOO! JAPAN  
**新** 広告ソリューション  
> 詳しくはこちら

★ Special Contents PR  
無印 ペルソナが動く!

# MarkeZineの記事

<http://markezine.jp/article/detail/17124>



# Google、非ログインユーザーの検索も暗号化、検索キーワードの取得は厳しい状況に

41 ツイート 157 いいね! 359 +1 24 印刷用を表示

米Googleは18日、現在開発中のブラウザ「Chrome 25」から、Googleにログインしているか否かにかかわらず、検索の際の通信をすべてSSLで暗号化すると発表した。

Googleは現在、同社のブラウザ「Chrome」のアドレスバー (omni box) で検索を行った場合、Googleにログインしているユーザーに限って、その通信をSSLで暗号化している。今回の発表によると、現在開発中のブラウザ「Chrome 25」では、Googleにログインしていないユーザーでも通信が暗号化される。これによって、サイト来訪者の検索キーワードを取得することは不可能になる。

昨年7月、MarkeZineでは「どうする? 『キーワードが取れない問題』、変化を迫られるアクセス解析」と題して、Webアナリストの清水 誠氏と小川 卓氏との対談をお届けしたが、検索キーワードが取れなくなることへの懸念とともに、検索キーワードが取れない時代におけるWebアクセス解析についても語られ、示唆に富んでいる。興味のある方は、[こちら](#)をご覧ください。

YAHOO! JAPAN  
**新** 広告ソリューション  
> 詳しくはこちら

★ Special Contents PR  
無印 ペルソナが動く!  
無印自社の「Creative Open」を

MarkeZineの記事

<http://markezine.jp/article/detail/17124>



# (not provided) 問題



# 急激に増えている (not provided)

キーワード	訪問数	訪問数 (%)
1. 5th avenue chocolatiere	409	1.01%
2. プレスタ	313	0.77%
3. (not provided)	238	0.59%
4. ほていさん	170	0.42%
5. 泊いゆまち	153	0.38%
6. チョンハクトン	152	0.38%
7. 文字参照	138	0.34%
8. マッシー	135	0.33%
9. カツサンド	132	0.33%
10. 芋きん	131	0.32%

レポート全

キーワード	訪問数	訪問数 (%)
1. (not provided)	2,895	9.08%
2. (not set)	417	1.31%
3. 勝どき さより	190	0.60%
4. ぶりしゃぶ 富山	178	0.56%
5. 銀座キャンドル	176	0.55%
6. 築地 朝食 安い	124	0.39%
7. さより 勝どき	98	0.31%
8. ビーフカツサンド	92	0.29%
9. 富山 ぶりしゃぶ	89	0.28%
10. ほていさん	85	0.27%

レポート全体

2012年1月19日～2月18日 (1年前)

2013年1月19日～2月18日

# では、どうするか

セオリーは

アクセス解析で、(not provided) からの訪問が多いランディングページを確認し、どのようなキーワードで訪問したかを類推する

Google アナリティクス「カスタムレポート」で設定しておくのもアリ

# ウェブマスター ツールではデータを提供

http://japan.internet.com/busnews/2

Facebookソーシャルプラグイン

## おすすめ facebook

SEM R

SEM R::米Google、エンハンスドキャンペーンを発表 - AdWordsをアップグレード  
94人がrecommendedしています。

SEM R

SEM R::Google、Chrome 25 から全ての検索をSSL暗号化へ  
権 成俊さんと他180人がrecommendedしました。

SEM R

SEM R::Google、著者確認が済んだコンテンツを検索結果の上位に表示へ  
57人がrecommendedしています。

SEM R

SEM R::[SEO] スマートフォンと検索エンジンQ&A (2013年1月版)  
辻 正浩さん、丸山 章さ

ご存じのない方のために説明すると、米Googleは2011年10月に、米国版検索サイト (www.google.com) のSSL化 (暗号化) を進めていくことを発表した。同社はSSL化を進める理由として今日の検索サービスは現在位置やソーシャルグラフなど多種多様なプライバシー情報と密接に連携して検索結果を表示しているため、第三者による検索データ傍受を未然に阻止することが重要であるなどと述べているが (参考: 米Google、検索サービスのSSL接続を標準に)、この発表に対して世界中の検索マーケッターから批判が相次いだ。

問題視されたのは、マーケティングデータとして重要な、ウェブ解析に記録されるキーワード情報 (検索キーワードリファラ) が取得できなくなる点だ。HTTPS通信によるGoogle検索サービスは、検索結果のリンクをクリックした時にリファラURLからキーワード部分が削除されるために、解析レポートには記録が残らない。ただし、Googleからの来訪であることは判別できるほか、Googleアナリティクスでは該当キーワードは"not provided"と記録される。

SSL化による上記の影響は、暗号化されたGoogle検索サイトを利用して、かつGoogleアカウントにログインしているユーザーが対象のため、すべてのキーワード情報が記録されなくなるわけではないが、一部が欠損するのはマーケッターにとって頭の痛い問題である。Googleは釈明として、ウェブマスターツールから過去30日間の上位1000キーワードは提供していくと説明したが、これは解析で取得できるデータ特性とは異なるので問題の解決になっているわけではない (ちなみにアドワーズ広告については、広告主の効果測定を支援するという目的で引き続きキーワード情報は残る)。

Google検索のSSL化は米国で2010年11月頃から順次適用されていったほか、日本 (www.google.co.jp) でも今年5月に検索の暗号化が適用されている。5月にはブラウザ・Firefoxから

## SEM Rの記事 (2012年11月16日)

<http://www.sem-r.com/news-2012/20121116000000.html>

るなどと述べているか（参考：[本Google、検索サービスのSSL接続を標準に](#)）、この発表に対し世界中の検索マーケッターから批判が相次いだ。

問題視されたのは、マーケティングデータとして重要な、ウェブ解析に記録されるキーワード情報（検索キーワードリファラ）が取得できなくなる点だ。HTTPS通信によるGoogle検索サービスは、検索結果のリンクをクリックした時にリファラURLからキーワード部分が削除されるために、解析レポートには記録が残らない。ただし、Googleからの来訪であることは判別できるほか、Googleアナリティクスでは該当キーワードは"not provided"と記録される。

SSL化による上記の影響は、暗号化されたGoogle検索サイトを利用して、かつGoogleアカウントにログインしているユーザーが対象のため、すべてのキーワード情報が記録されなくなるわけではないが、一部が欠損するのはマーケッターにとって頭の痛い問題である。Googleは釈明として、ウェブマスターツールから過去30日間の上位1000キーワードは提供していくと説明したが、これは解析で取得できるデータ特性とは異なるので問題の解決になっているわけではない（ちなみにアドワーズ広告については、広告主の効果測定を支援するという目的で引き続きキーワード情報は残る）。

Google検索のSSL化は米国で2010年11月頃から順次適用されていったほか、日本（[www.google.co.jp](http://www.google.co.jp)）でも今年3月に検索の暗号化が適用されている。5月にはブラウザ・FirefoxからのGoogle検索が暗号化されている。このため、過去7ヶ月のGA解析レポートのキーワード情報に目を通すと、not providedと記録されている数が徐々に増えているサイトもあるだろう。

さて話を戻すと、米Optifyは2011年11月から今年10月までの11ヶ月間、424のB2Bサイトを訪問した延べ170万人のユーザー、検索キーワードリファラとして720万あまりのキーワードを対象に、not providedの占める割合について分析した。

## 1. "(not provided)" rate up to 39% of organic visits

# 5. 新しいサイト設計の考案

タイトル、ディスクリプション、キーワードを  
きちんと決めておく

※ 守秘義務のため、非公開です



## あなたのサイトの信用性を知るためにGoogleが見ているかもしれない19個の要素

2013年02月28日

[対象: 全員]

115

Tweet

76

users

Bookmark

39

+1

パンダアップデートでGoogleが気にかけている項目の1つにサイトの信頼性・信用性があります。

信用度が高いかどうかを判断するために具体的にどんな要素を見ているのかについてWebmasterWorldでディスカッションがありました。

※スレッド自体はパンダアップデートに限定せず「信頼できるリンク先サイト」の条件として話されています。

フォーラムメンバーたちが挙げた要素をまとめます。

サイトの信用性を判断するための要素 10+9個

YAHOO! JAPAN カテゴリ登録サイト

海外SEOメルマガに登録する  
速報! 海外SEO・ネットビジネス情報局

アドレスを入力

登録

RSSフィードを購読する

13091 readers  
BY FEEDBURNER



で情報発信中

サークルに追加

Sponsors  
スポンサー

キーワード広告 検索連動型広告  
リスティング広告

少人数  
開催

PPC広告  
実践講座

## 海外SEO情報ブログの記事

<http://goo.gl/4drkp>



## サイトの信用性を判断するための要素 10+9個

- プライバシーポリシー
- 物理的な住所
- フリーダイヤル
- コピーライト表記（年が更新されているか）
- 情報開示方針
- 再配布方針
- About us（会社案内）
- 問合せページ
- 電話番号と住所、運営者の名前
- 本物であることを示す手がかりとなるページ（たとえば採用募集や返金・返品方針）

こちらは内部SEO的な要素です。

- SEO系のプラグインによって挿入されたHTMLのコメントやタグ
- CMSが古いバージョンであることを示す<meta generator="">タグ
- 特定の信頼性のあるサイトへの発リンク
- “悪しき隣人”（スパムサイト）への発リンク
- ページに共通のあり方やユニーク性
- リンク切れの数
- そぐわないタグ
- ほかのサイトにはないオリジナルの画像
- 中身のないアフィリエイトサイトに関するJavaScriptやリンク

サイトの信用性を向上させる  
コンテンツをきちんと準備



「コンテンツSEO」と



**URLを変更する場合**

# ほぼこれしかない

.htaccessファイルで  
Redirect 301を設定する

```
Redirect 301 /category/file.html http://  
example.com/modified-category/file.html
```

古いURLはルートからのパス  
新しいURLはhttp://からはじまるパス

まとめ

# 重要ポイント

1. サイトの目的や役割の再検討

ここ

2. 現状のサイト設計の把握

3. Google ウェブマスター ツールのデータを**確認**

ここ

4. Google アナリティクス**のデータを確認**

5. 新しいサイト設計の考案

ありがとうございました



cybergarden



takahiromashiko