

ひとりでもできる、理想のSEO

辻 正浩

はじめに

辻正浩

検索

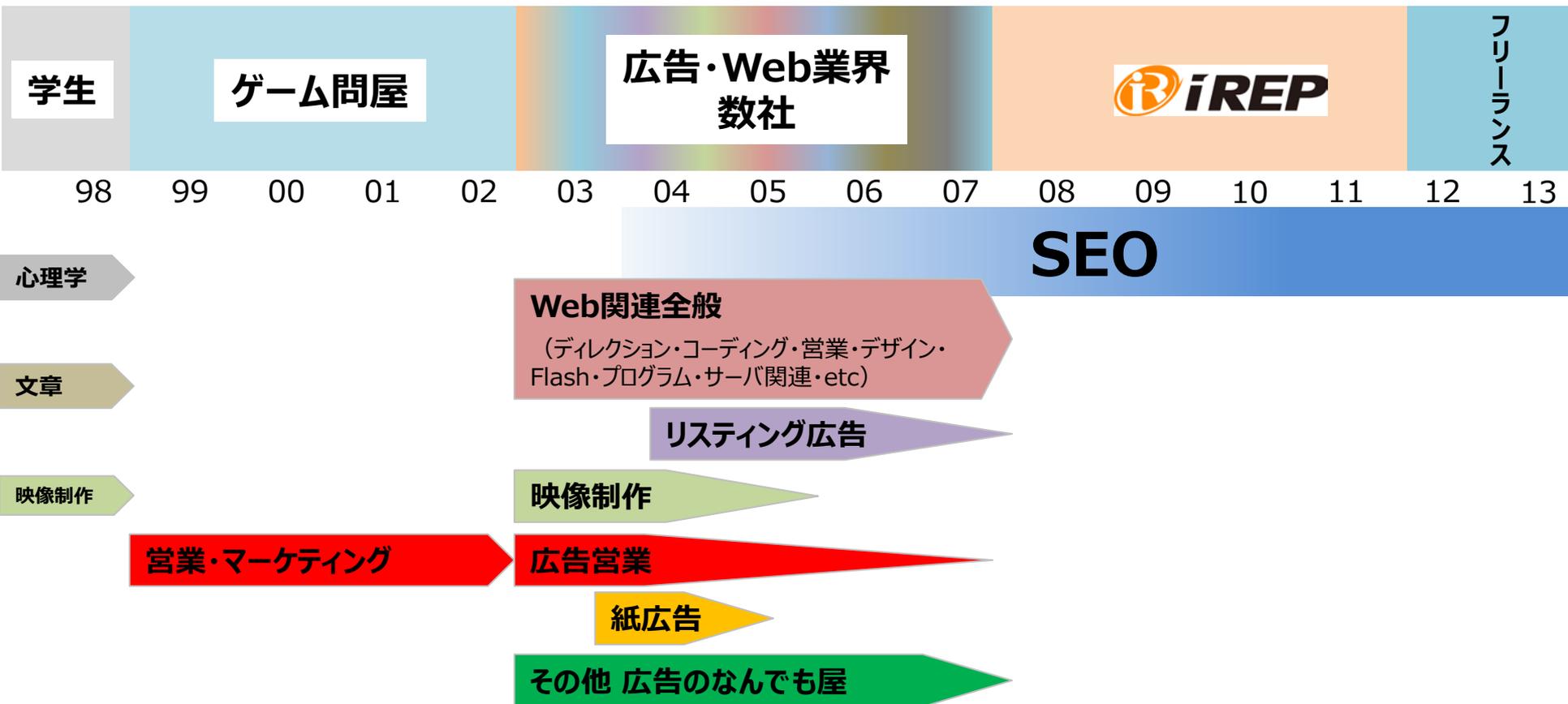
38歳のフリーランスSEO 東京で9社／数十サイトのSEOを担当

- ・大規模Webサービス
- ・中小Webサービス
- ・中小B2B／B2Cサイト

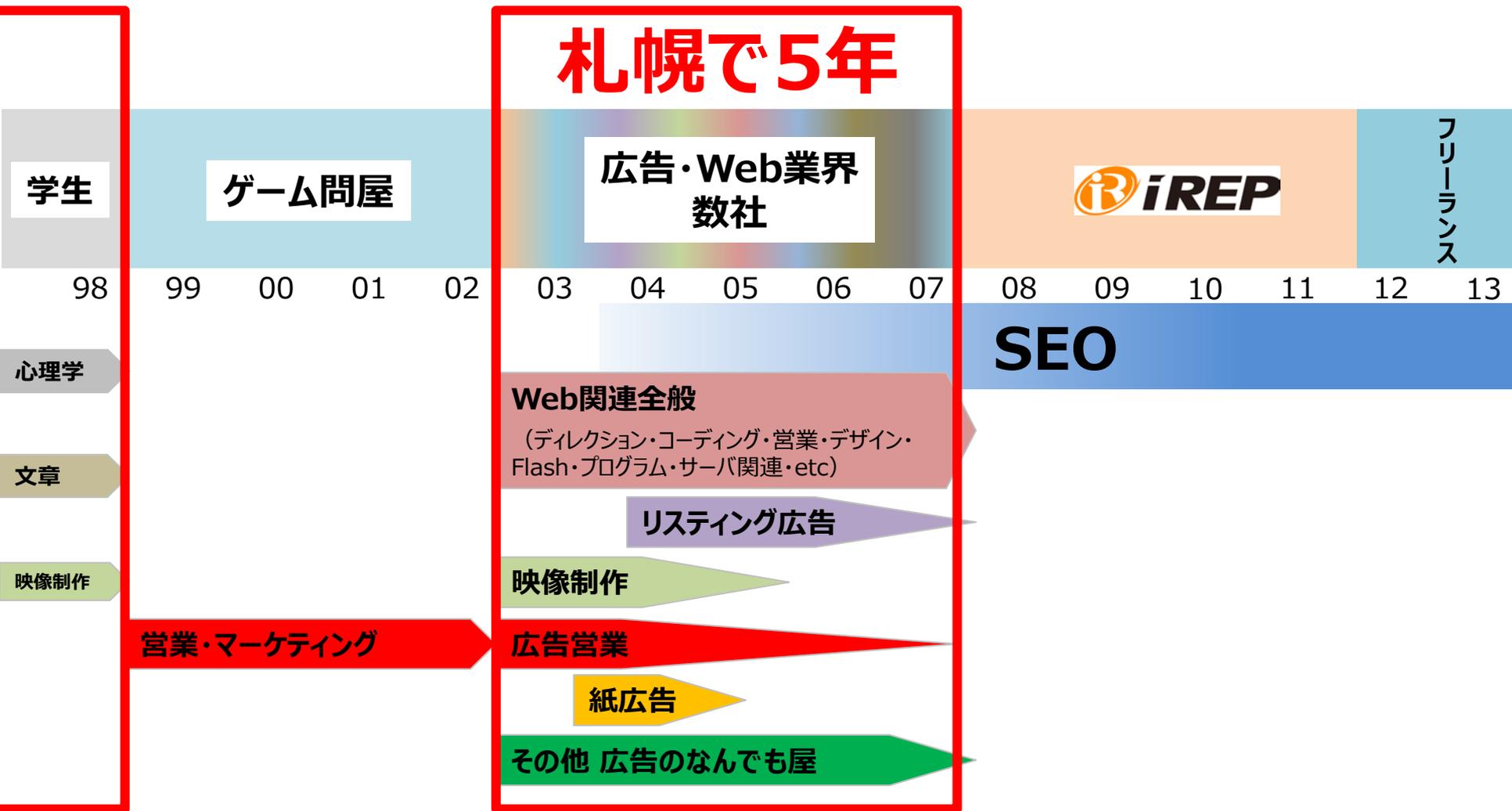
※今は新規の仕事はお受けしておりません

※人工リンク やっていません

営業職ののち広告とWeb制作に広く関わり、その後SEOに特化



営業職ののち広告とWeb制作に広く関わり、その後SEOに特化



2002年 27歳 TV番組制作会社に映像・Web制作ほかとして転職
→年内に解散 無職に

2003年 28歳 フリーランス・選挙事務所でWeb制作ほか
小規模商社にWeb担当他として転職
→子会社立ち上げのため離脱

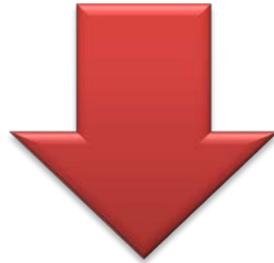
Web系の会社立ち上げ
→吸収合併のため終了

総合広告代理店地方会社に制作兼営業ほかとして転職
→2005年頭に親会社の会社更生法により解散

2005年 30歳 広告制作会社に転職 Web事業部立ち上げ
→いろいろあって2006年に離脱

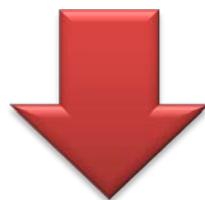
2006年 31歳 前職の仲間とWeb制作会社を立ち上げ
→2007年 東京でSEOを突き詰めようと離脱

常に立ち上げか撤退



体制が整わないため分業できず
Web中心の「なんでも屋」

「なんでも屋」



最も理想的な

SEOを行える立場

このセッションのテーマ

札幌でSEOに取り組んだ経験から考える
「何でも屋」にしかできない
理想のSEO

【1】過去に取り組んだSEOの失敗例

【2】今、分析する

札幌で行っていたSEOの成功例

【3】理想のSEOの成功に必要なこと

札幌で取り組んだ仕事とSEOの失敗例

5年間で行ったWebの仕事

【制作サイト】

- 数十サイト 小規模の
コーポレートサイト 制作
- 十数サイト 中規模の
B2Cサイト制作・運用
- 三つ 大規模サイト 制作・運用

5年間で行ったWebの仕事

【チーム】

Webプロデューサー	: 0-1名
Webディレクター	: 私 + 0-4名
Webデザイナー	: 0-2名

5年間で行ったWebの仕事

【担当業務】

- 営業・提案・打ち合わせ
- 企画・コンセプト・ワイヤーフレーム
- HTMLコーディング
- コンテンツ制作
- アクセス解析
- プログラミング・サーバ管理
- リスティング広告・**SEO**
- etc...

5年間で行ったSEO

- **Web制作の一部として行うSEOが中心**
- **人工リンクは「ほぼ」使わなかった**
- **コンテンツ追加と内部の修正が主な手法**

5年間で行ったSEO

SEO

5年間で行ったSEO

せお

更新すれば順位が上がる

更新頻度を検索エンジンは見ている！
スペース1個加える、減らすだけの
更新を乱発！

今考えると

なんという無意味な数十時間……

クリックで順位が上がる！

ツールを使って、毎晩検索結果を
クリックし続ける！

今考えると

Googleさん、ヤフーさん
ごめんなさい……

隠しテキスト

いろいろな方法で
テキストを隠した

今考えると

白文字

白一色画像を
background image

黒いbgcolorを設定

ごめんなさいごめんなさい……

こっそり相互リンク

新規にサイトを立ち上げる際には
関係ないサイトのトップから
1pxGIFでリンクした。

今考えると

ごめんなさいごめんなさいごめんなさいごめんなさい
ごめんなさいごめんなさいごめんなさいごめんなさい
ごめんなさいごめんなさいごめんなさいごめんなさい
ごめんなさいごめんなさいごめんなさいごめんなさい
ごめんなさいごめんなさいごめんなさいごめんなさい

どうしてそんなことに？

- 少ないデータを信じすぎた
- 止めてくれる人・情報がなかった
- バカだった

**こんな「せお」を信じていた
バカでもできたSEO**

札幌で行っていたSEOの成功例

札幌で行ったSEOの成果

- リニューアルで検索流入数が最大15倍
- ネット予約を中断するほどの申し込み
- [地名×業種]だけではなく
地名・観光地名のキーワードでも複数で1位
- 高難易度の業種名でもいくつか上位表示

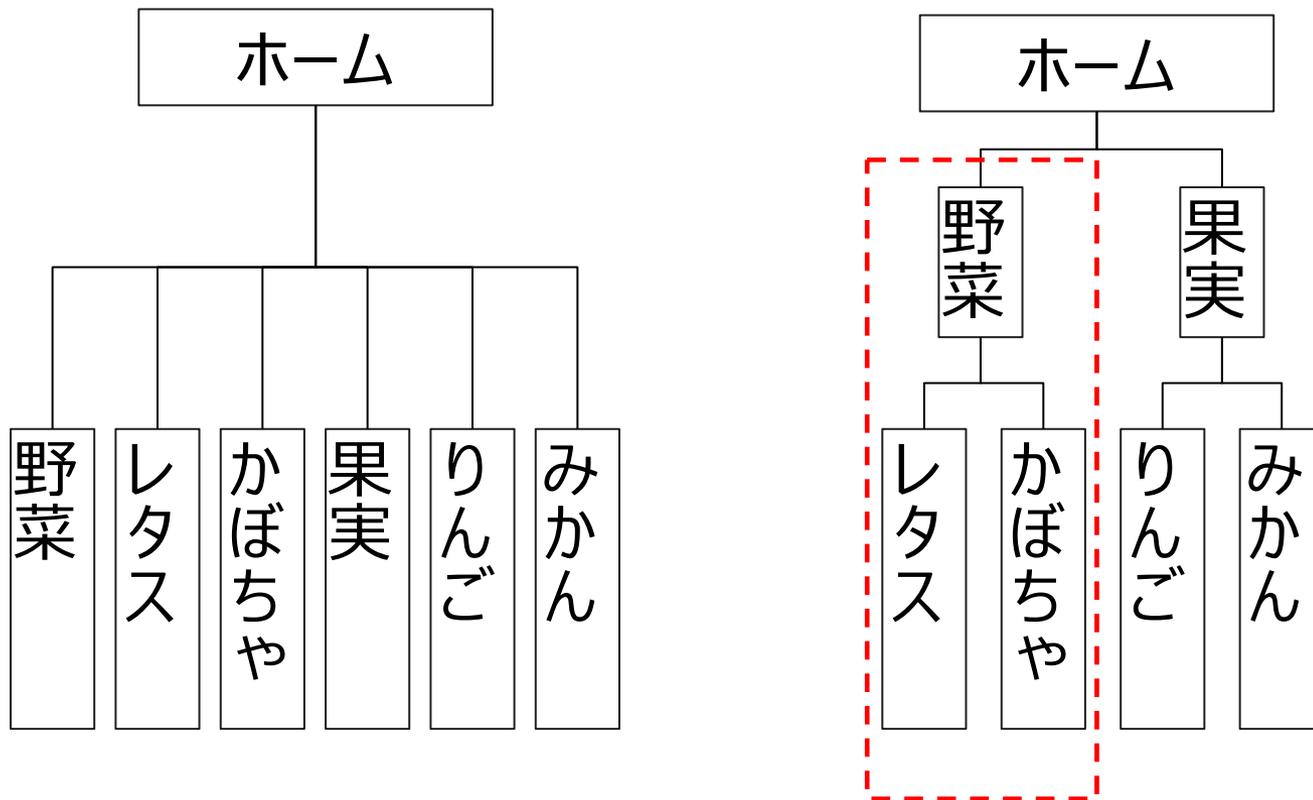
SEOを考えたWebサイト設計

Webサイトの構築・リニューアル等の際に
提案段階から関わることで
SEO観点でWebサイト設計を行った。

**理想の状態ですタートを切ることが
できた**

Point

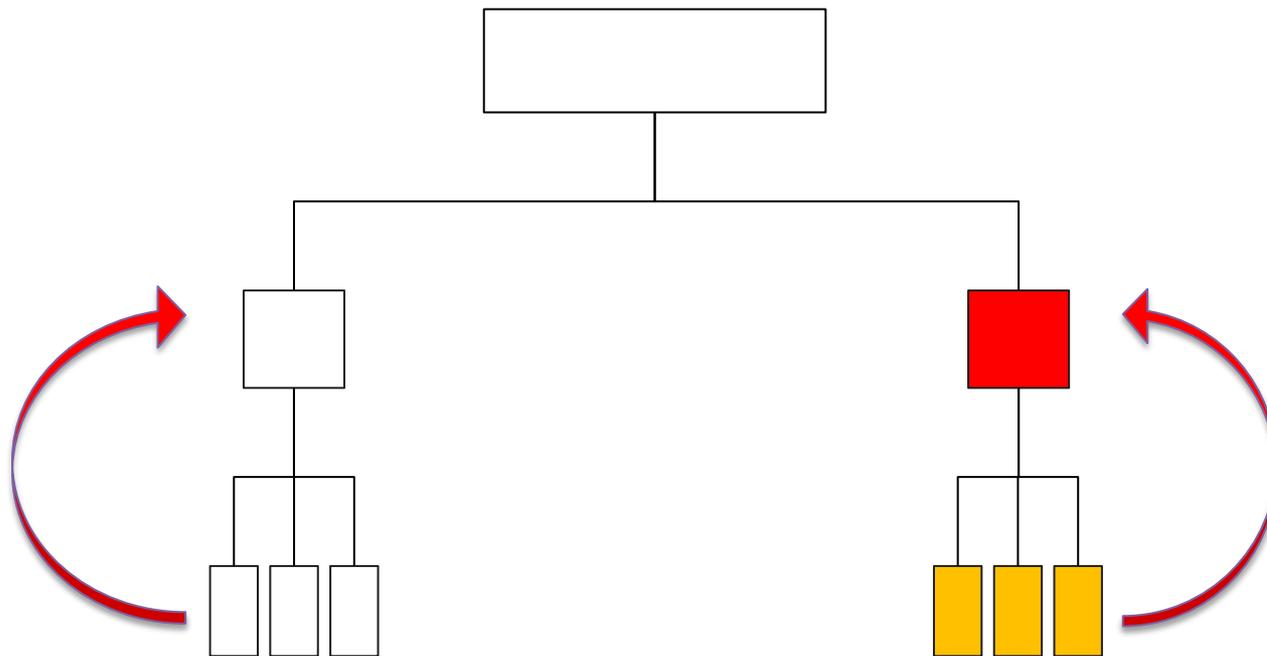
サイトの構造は極めて重要

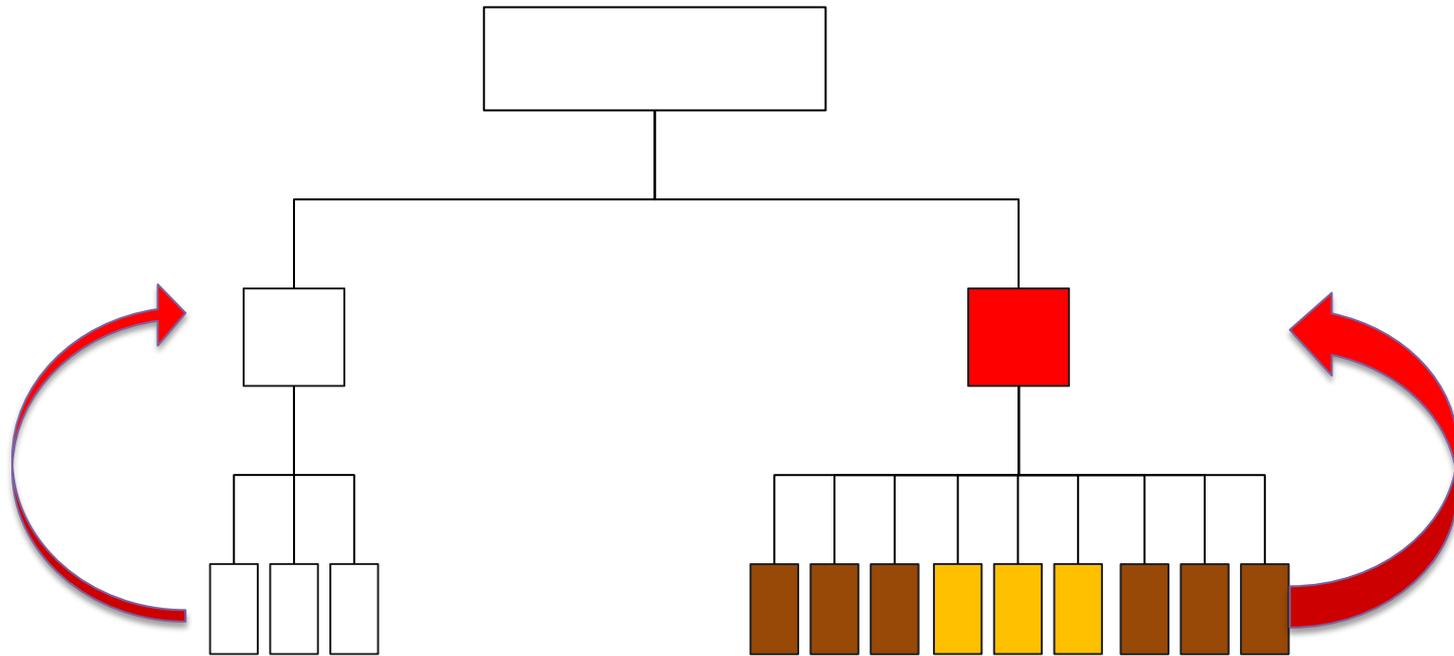


今考えると

どうすれば良い構造に？

- **内部リンクが命。リテラシーの低いユーザが簡単に「上に戻る」「下に行ける」ようにする**
(コンテンツ上部の目立つリンクとパンくずリスト)
- **可能であればURLも構造化**
- **評価させたいページの直下にページを増やす**





**ページ増加できるようにしておけば
特定ワードの順位対策も行える**

勝手にテキスト・リンクを変更

Webサイト内の文章や、内部リンクは、
内容が変わらない限り、
自由に変更しても良い許可をもらった。

今考えると

The screenshot shows a blog post from 'web > SEO' dated 2012/05/04. The article discusses canonical tags and includes a diagram with the following structure:

- Top level: `og_url.html` and `canonical_saki.html`
- Second level: `canonical&og.uri` (with arrows pointing to the top level) and `both.html` (with arrows pointing to `og_url.html` and `canonical_saki.html`)
- Third level: `onlyoguri.html` and `onlycano.html` (with arrows pointing to `both.html`)
- Bottom level: `nothing.html` and `canonical&og.uri` (with arrows pointing to `onlyoguri.html` and `onlycano.html`)

Text in the article includes:

- Facebookとcanonical**: Facebookは、2011年8月現在、canonicalを使っています。しかしわかりづらいので、実際に見てもらおうと思います。下記をサストでやってみました。
- 関連記事**:
 - 1. `http://ogurl.jp/ogurl/canonical.html` について
 - 2. `http://ogurl.jp/ogurl/canonical.html` について、canonical について
 - 3. `http://ogurl.jp/canonical/canonical.html`、`http://ogurl.jp/ogurl.html` について
 - 4. `http://ogurl.jp/canonical/canonical.html` について、og:url について

On the right side of the screenshot, there is a Facebook profile for 'Masahiro Tsuji' with a blue 'はてなブックマーク' (Hatena Bookmark) button overlaid on the profile picture.

今考えると

The screenshot shows a webpage with a diagram illustrating canonical tags. The diagram shows a central box labeled 'canonical/coguri 両方を指定' (Specify both canonical and coguri) pointing to 'og_urif.html' and 'canonical_saki.html'. Below this, it shows 'onlyoguri.html' and 'onlycano.html' pointing to 'nothing.html canonical/coguri 両方とも無し' (Neither canonical nor coguri). A list of notes explains the implications of these configurations.

1. nothing.html canonical/coguri 両方とも無し
 2. onlyoguri.html canonical/coguri 両方とも無し
 3. both.html canonical/coguri 両方とも無し
 4. onlycanonical.html canonical/coguri 両方とも無し

当然ですが、通常FacebookのタイムラインでURLをシェアすると、シェアしたURLのタイトルと本文がサムネイルに表示されます。この場合、サムネイルが表示されるURLは、上の場合(1)~(4)のうち、ogタグが指定されているURLになります。

関連記事

- リッチスニペットやGoogle+ページ関連が更新(2012年6月上旬)
- SEO関連記事の更新(2012年6月上旬)
- SEO関連記事の更新(2012年6月上旬)
- SEO関連記事の更新(2012年6月上旬)

web > SEO

canonicalは検索エンジンだけのものじゃない

2012/05/04

canonicalは検索エンジンだけのものじゃない

カテゴリ: SEO | +1 | 11 | 50 | いいね! | 54 | ツイート | 41

canonicalは、GoogleとYahoo!、マイクロソフトが共同で策定した仕様です。正しいサイトのURLを検索エンジンに指定することができるので、これをうまく活用すると重複コンテンツやリンク価値の分散、無駄なインデックスなどの様々な問題を防止することができます。

特に大量の動的ページを含む大規模サイトでは様々な意図でcanonicalが活用されていて、canonicalは無くてはならないものになっているサイトも少なくありません。

しかしcanonicalを活用しているのは検索エンジンだけではありません。Facebookやはてなブックマーク、Twitterなどソーシャルメディアもカノニカルを参考にしています。そのような中、canonicalを検索エンジン対策、SEOのためだけに使っているとソーシャルメディア側で問題が起きる場合もありますので注意が必要です。

実際にどのような形でフェイスブックがcanonicalを使っているのかを紹介します。

Facebookとcanonical

Facebookは、2012年5月現在、canonicalを使っています。

少しわかりづらいですので、事例で見てもらおうと思います。

そして、本来の仕様とは異なる使い方をしていると、今回のような検索エンジン以外が使う場合に問題が発生する可能性もあります。

canonicalは非常に便利ですので多くのサイトで採用されています。今後canonicalが更に多く使われるようになると、そのデータを様々なWebサービスが使うようになっていくのかもしれませんが、非常に便利であっても、自信がない場合は利用は避けるべきでしょう。

関連記事

- リッチスニペットやGoogle+ページ関連が更新(2012年6月上旬)
- 2012年5月に確認したSEO関連Googleヘルプ更新
- RSSリーダーのちょっと便利な使い方
- ウェブマスターツールチェックリストの日本語版や名称の変更等の開設(2-1月)
- エゴサーチ最適化 | 自分の名前を検索したときに自分の情報を検索結果に出すポイント

シェア | 11 | 50 | いいね! | 54 | ツイート | 41

あなたと同田 吉弘さん、他52人が「いいね!」をしています。

勝手にテキスト・リンクを変更

Webサイト内の文章や内部リンクは
内容が変わらない限り
自由に変更しても良い許可をもらった。

**少しずつ流入が伸びた上で
個人的なノウハウの蓄積になった**

SEOを考えたコンテンツ企画

特定のキーワード群を狙うための
コンテンツ群の追加や
コンテンツの修正を行った。

**流入はもちろん、被リンクも増やせた
(予算も増額頂けた)**

被リンク元を把握・報告

アクセス解析の報告を毎月行っていたが
その中で「今月の新規被リンク」を
報告していた。

**「これはリンクになるんじゃないか？」
と、先方担当者が言うように**

今考えると

どうすればリンクは集まる？

~~良いコンテンツを制作していれば
いつか評価される~~

リンクを張ってくれる人に近づく

- リンクを張る人が好む情報を知る。
- リンクを張る人がいる所に出向く。

「リンクしてくれる人」をイメージできるようにするためのアクセス解析を行う

Point

「せお」でやっていたこと

- mixiで共有されやすいコンテンツを意識
- リスティング広告で、リンクを張ってくれそうな人に情報を届ける
- 成功したら深堀・続編

どうして可能だったのか？

1. 多くの領域を把握できた

Point

幅広い領域を担当

Webサイトの全領域だけではなく、
CM制作、紙モノ広告など全領域を
担当することで
理想のWeb担当が行えた。

1. 多くの領域を把握できた

Point

アクセス解析は生命線

- お客様と同じ方向を向くためのツール
- 自らの成長

2.任せてもらえた

Point

丸投げされる信頼を得る

勝手にサイトを修正することが
できれば、どんどんサイトを改善できる。

3.SEOの知識

Point

一人で得られるもので充分

本1冊の知識

+

お客様のWebサイトでの実践

1.多くの領域を把握できた

2.任せてもらえた

3.SEOの知識

理想のSEOの成功に必要なこと

サイトコンセプト

コンバージョン動線

検索エンジンが評価する範囲

何でも屋が対応できる範囲

ソーシャルメディア対応

アクセス解析

etc...

テキスト

SEOに特化した多くの人

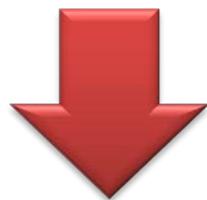
対応可能な範囲

URL設

HTML

Web制作に必要な領域

お客様と密接につながる



任せてもらえた

多くの領域を担当できた

任せてもらえた

多くの領域を担当できた

実践と状況把握・改善を行える

+

書籍1冊の基礎知識を学ぶ

SEOの知識

幅広い領域に対応できる人が
+
お客様と密接につながって
+
SEOの知識を持つ
||
理想のSEO

SEOができていれば

**Webサイトは
まだまだ大きな力を
発揮できます**

**SEOの大きな成果で
いっしょに喜べるはず**

ありがとうございました！

お問い合わせは検索結果からどうぞ

辻正浩

検索

※当資料およびその内容の無断複写、複製、無断での共有などは一切禁じられています。必要な場合はお問い合わせください。