

内部SEO施策

目次

1. ヘディングタグ最適化
2. 代替テキスト最適化
3. タイトルタグ設定
4. ディスクリプション設定
5. カラーコントラスト最適化

1.ヘディングタグ最適化

1.ヘディングタグ最適化

●ヘディングタグ(見出しタグ)とは？

見出しタグとはhtmlでは<h1>、<h2>、<h3>というように表記され、<h6>まで存在します。

見出しタグの目的は、ユーザーと検索エンジンに対し、ページ内のコンテンツ構成を正しく伝える事になります。

見出しタグで囲まれたテキストは、通常のテキスト<p>よりも大きく表示されるため、各見出しタグの下に続くコンテンツが、どのようなものなのかが分かりやすくなります。

例えば、コンテンツ量が非常に多い場合などには、通常のテキストより大きく表示される見出しタグにより、コンテンツのまとまりが把握しやすくなり、ユーザーにとってわかりやすいページにする事が可能です。

●ヘディングタグ(見出しタグ)の役割

- ・h1・・・1番目に大きな見出し
- ・h2・・・2番目に大きな見出し
- ・h3・・・3番目に大きな見出し
- ・h4・・・4番目に大きな見出し
- ・h5・・・5番目に大きな見出し
- ・h6・・・6番目に大きな見出し

<h1>～<h6>の数値が小さいほど、大きな見出しとなります。

h1がSEO上最も重要になり、1ページに1つのh1を使用する

●ヘディングタグ(見出しタグ)の設定のポイント

```
<h1>見出し</h1>  
<p>本文</p>
```

```
<h2>見出し</h2>  
<p>本文</p>
```

```
<h3>見出し</h3>  
<p>本文</p>
```

```
<h4>見出し</h4>  
<p>本文</p>
```

```
<h2>見出し</h2>  
<p>本文</p>
```

```
<h3>見出し</h3>  
<p>本文</p>
```

```
<h3>見出し</h3>  
<p>本文</p>
```

まずは、h1を用い、その次にh2が来ます。h2以降は複数出てくることもあります。

- ・h1タグは、1回だけ使用する。
基本的に<h1>は1ページに付き1回だけ使い、<h2>以降は複数使用する事が可能です。

- ・基本的に画像には、見出しを使わない
基本的に画像には、見出しを使わない方が良いが、h1は、ロゴなどの画像にする事も可能になります。但し、ユーザーに一番はじめに伝えたいのが本当にその画像の場合のみ以外は避けるようにしましょう。仮に画像をh1にする場合は、CSSではなく、通常のimgタグを利用し、alt属性をしっかりと設定する事が重要になります。(後程解説)

- ・キーワードを不自然に詰め込まない
見出しタグは、あくまでユーザーに対して分かりやすく見せる目的のタグになります。SEOの効果を狙うあまり、コンテンツから考えて不自然なテキストや、テキストの詰め込み等は、しないようにしましょう。

●ヘディングタグ(見出しタグ)の設定方法



①テキストの「テキスト編集」をクリック

↓

②「SEO・アクセシビリティ」をクリック

↓

③「HTMLタグ」を選択でh1～pで適切なヘディングタグ(見出しタグ)を選択



2.代替テキスト最適化

2. 代替テキスト (alt属性) 最適化

● 代替テキストとは？

代替テキストとは、Webサイトに掲載されている画像や動画が表示されないときに表示されるテキストのことです。

● 代替テキストを設定するメリット

- ・アクセシビリティの向上に寄与
- ・「コンテンツの関連性」を向上

● 代替テキストの設定のポイント

・画像について正確に記述する

→画像について、なるべく正確に記述することが大切

例えば犬の画像の場合、「走っている」犬なのか、「餌を食べている」犬なのかなど、どういう状態の「犬」なのかを記述することが大切

・簡潔に記述する

→代替テキストは、なるべく簡潔に記述

長い代替テキストはむしろ理解の妨げになってしまうので注意

・キーワードは過度に詰め込まない

→「犬・トイプードル・プードル」など、関連キーワードを羅列するのは適切ではありません。ユーザーエクスペリエンスが低下するだけでなく、スパム行為と認識される場合があります。

・画像であるということを記載しない

→代替テキストの中に、「～の画像」を含める必要はありません。

● 代替テキスト(alt属性)の設定方法



①画像をクリック

↓

②設定をクリック

↓

③代替テキスト(SEO用)で代替テキストを最適化



3.タイトルタグ最適化

3. タイトルタグ最適化

● タイトルタグとは？

タイトルタグに設定した内容は、検索エンジンの検索結果上にも使用されています。添付画像枠の部分が、各ページに設定されているタイトルタグの内容です。



株式会社ラジャ

<https://www.creative-raja.com>

株式会社ラジャ | 新しい文化を創造する会社

株式会社ラジャ (RAJA) は、東京にオフィスを構えているノーコードを基軸としたデジタルマーケティングカンパニーです。スコーンのD2Cブランド「it's my cup of tea ...

● タイトルタグ最適化のSEO上の効果

代替テキストとは、Webサイトに掲載されている画像や動画が表示されないときに表示されるテキストのことです。

● タイトルタグを設定するメリット

検索結果上でユーザーがクリックする判断基準になるのと合わせて、タイトルタグは検索エンジンが検索結果の自然検索の順位を決めるための判断基準の一つにもなっています。

GoogleがWEB上で提供している「検索エンジン最適化 (SEO) スターター ガイド」では、以下のように、Googleにサイト、ページのコンテンツ内容を伝えるためにタイトルタグが重要であることを記載しています。

Google(とユーザー)がコンテンツを理解できるようにする

(一部省略)

各ページに固有の正確なタイトルを付ける

<title>タグはユーザーと検索エンジンの両方にページの内容を伝えるものです。 <title>タグは HTML ドキュメントの <head>要素内に配置する必要があります。サイトの各ページに固有のタイトルを付けてください。

●タイトルタグ設定の際のポイント

・ページの内容がすぐに分かるシンプルなタイトルにする

→そのページが何を紹介しているのか、何について書いているのか、タイトルを読んだだけで理解できる内容に設定する。

・各ページ固有のタイトルタグを設定する

→各ページ、それぞれの内容を簡潔に、ページ毎に別々の内容を設定する。Googleがページの内容を理解する際に、titleタグの内容は非常に重要です。titleタグが同じページがたくさんあると、Googleはそれぞれのページの内容の違いを理解しづらくなります。ページのURL毎に異なるタイトルタグになるようにしましょう

・適切な長さ、文字数に設定する

→Googleも避けるべきタイトルタグの設定方法として、「ユーザーにとって役立たない極端に長いタイトルを使用する」を例にあげています。文字数は、Googleが公式に情報を公開していませんが、30文字前後が適切な長さと言われています。

理由は、Googleの検索結果に表示される文字数です。Googleの検索結果に表示される文字数は限られており、先程述べた30文字前後となっています。それ以上の文字数をtitleタグに設定していると、以下のように途中で切れて「…」となってしまう場合があります。

・タイトルとページ内容にずれが生じないようにする

・なるべく先頭へターゲットキーワードを盛り込む

・サイト名を共通で入れるなどのルールを作っておく

●タイトルタグの設定方法

設定箇所の写真

設定箇所の写真

①「メニュー & ページ」をクリックして設定するページをクリック

↓

②「SEOベーシック」をクリック

↓

③「ページのタイトルタグ(検索結果のタイトル)」をタイトルタグ設定の際のポイントを押えて設定

●タイトルタグの設定方法(SEOパターン)



①ダッシュボードの「SEOツール」の「SEO設定」をクリック

↓

②「主要なページ>SEO ベーシック・SNS シェア」の編集画面に入る

4. ディスクリプション設定

4. ディスクリプション設定

● ディスクリプション(メタディスクリプション)とは？

メタディスクリプションとは、検索結果のタイトル下部に表示されるコンテンツの説明文のことで、HTML形式のメタタグの1つになります。ユーザーに向けた目的としては、クリック率の向上が挙げられます。タイトル下のディスクリプションに、ユーザーが求める情報が書かれている内容であることが記されていることで、クリック率の向上に繋がります。



株式会社ラジャ

<https://www.creative-raja.com> :

株式会社ラジャ | 新しい文化を創造する会社

株式会社ラジャ (RAJA) は、東京にオフィスを構えているノーコードを基軸としたデジタルマーケティングカンパニーです。スコーンのD2Cブランド「it's my cup of tea ...

● ディスクリプション最適化のSEO上の効果

CTR(クリック率)に関して、サイト流入数が増えて間接的に SEOにプラスになる

● ディスクリプション設定の際のポイント

1. コンテンツで狙っているSEOキーワードを含める
2. コンテンツを読むメリットを伝える
3. ベネフィットを含める
4. 競合記事との差別化を図る
5. ターゲットに最適化した文章にする

→メタディスクリプションは70文字～120文字前後が望ましいです。文字数に幅があるのは、ユーザーが検索している媒体や、キーワードによって表示される文字数が異なるためです。

ただし、諸説あるものの、基本的には70文字前後であれば問題ありません。なぜなら、スマートフォン、PC、タブレットとどの媒体で検索した場合でも、多くのケースで70文字前後しか表示されないためです。

とはいえ、検索エンジンもメタディスクリプションの内容は確認しますので、検索エンジンによりコンテンツの内容を適切に伝えるためにも、最大で120文字前後にはおさめるようにしましょう。

● ディスクリプションの設定方法



設定箇所の写真



設定箇所の写真

①「メニュー & ページ」をクリックして設定するページをクリック

↓

②「SEOベーシック」をクリック

↓

③「ページのメタディスクリプション」をディスクリプション 設定の際のポイントを押えて設定

5.カラーコントラスト最適化

5. カラーコントラスト最適化

● カラーコントラストとは？

デザインにおける「コントラスト」とは、「色」や「大きさ」の対比を言います。

webサイトにおける「コントラスト」とは、テキストの読みやすさを左右する **背景色とテキスト色** のコントラストを指します。

最もコントラスト比が高いのは白と黒です

● カラーコントラストのSEO上の効果

カラーコントラストが最適化されていないと、見づらいサイトになってしまい(UIが悪くなり)、離脱率が高くなります。特にボタンなどの UIはしっかりと設定します。

● カラーコントラストの設定基準

ウェブコンテンツアクセシビリティガイドライン (WCAG)で、可読性を高める為の最低限のコントラスト比が提示されています。

WCAGが提示する背景色と文字のコントラスト比の最低基準 = **4:5:1**

● 配色チェックツール

- ・Color-Contrast-Checker (<https://lab.syncer.jp/Tool/Color-Contrast-Checker/>)
- ・colorable.jxnblk.com (<https://colorable.jxnblk.com/>)
- ・マテリアルパレットジェネレーター (<https://material.io/design/color/the-color-system.html#color-theme-creation>)

● カラーコントラストの設定方法



①左上の「設定」→「アクセシビリティ設定」をクリックし「サイトをスキャン」

↓

②「カラーコントラスト」が最適数値になるよう設定