

テクニカルSEOガイド【基礎編】

Technical SEO: The Definitive Guide

from BACKLINKO



BACKLINKO



SEO Japan
by IOIX

本ガイドについて（SEO Japanより）

本ガイドは、[BACKLINKO](#)のブログ記事である「[Technical SEO: The Definitive Guide](#)」をSEO Japan編集部が翻訳・意訳したものになります。

SEOといえばコンテンツが重要とはよく言いますが、表示速度やリンク構造など、「サイトの使いやすさ」も同様に重要です。

また、Googleが仲介者となる以上、Googleフレンドリーという観点も無視することはできないでしょう。

当ガイドは、そのようなテクニカルSEOについて、網羅的に、かつわかりやすく解説されたものとなります。

「なぜ重要なのか」「何をすべきなのか」も含めて解説されているため、これからサイトの技術的な課題を解消していきたい方の役に立つ内容となっています。

このガイドをご覧いただいた皆様がSEOに取り組むにあたっての参考になれば幸いです。

2020年6月16日 SEO Japan編集部



SEO Japan

テクニカルSEOガイド

このガイドは、テクニカルSEOのガイドである。

このガイドを読むことで、あなたは以下の項目を学ぶことができるはずだ。

- クローリングとインデキシング
- XMLサイトマップ
- 重複コンテンツ
- 構造化データ
- hreflang
- その他

自身のテクニカルSEOが期待通りのものなのかどうか、それを知りたいればぜひこのガイドを活用していただきたい。

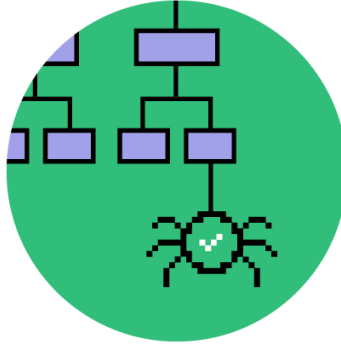


目次



第1章

テクニカルSEOの基礎



第2章

Webサイトの構造と
ナビゲーション



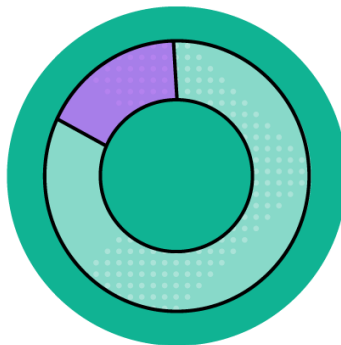
第3章

クローリング
レンダリング・インデキシング



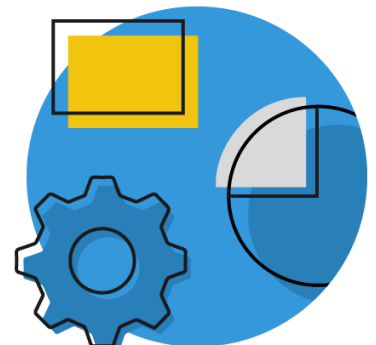
第4章

内容の薄いコンテンツ
重複コンテンツ



第5章

ページスピード



第6章

テクニカルSEOの
アドバイス



ボーナス章

テクニカルSEOのケーススタディ

第1章

テクニカルSEOの基礎

まずは基本的な項目から始めよう。

この章では、テクニカルSEOが2020年においても非常に重要である理由を説明する。

また、「テクニカルSEO」と考えるべき項目（または、考えるべきでない項目）についても取り扱う。

さあ、始めよう。



テクニカルSEOとは何か？

テクニカルSEOとは、自然検索の順位を改善する上で、「最新の検索エンジンが求める技術的な要件をWebサイトが満たしているか」を確かめる一連のプロセスのことである。

テクニカルSEOの重要項目は、以下の4要素である。

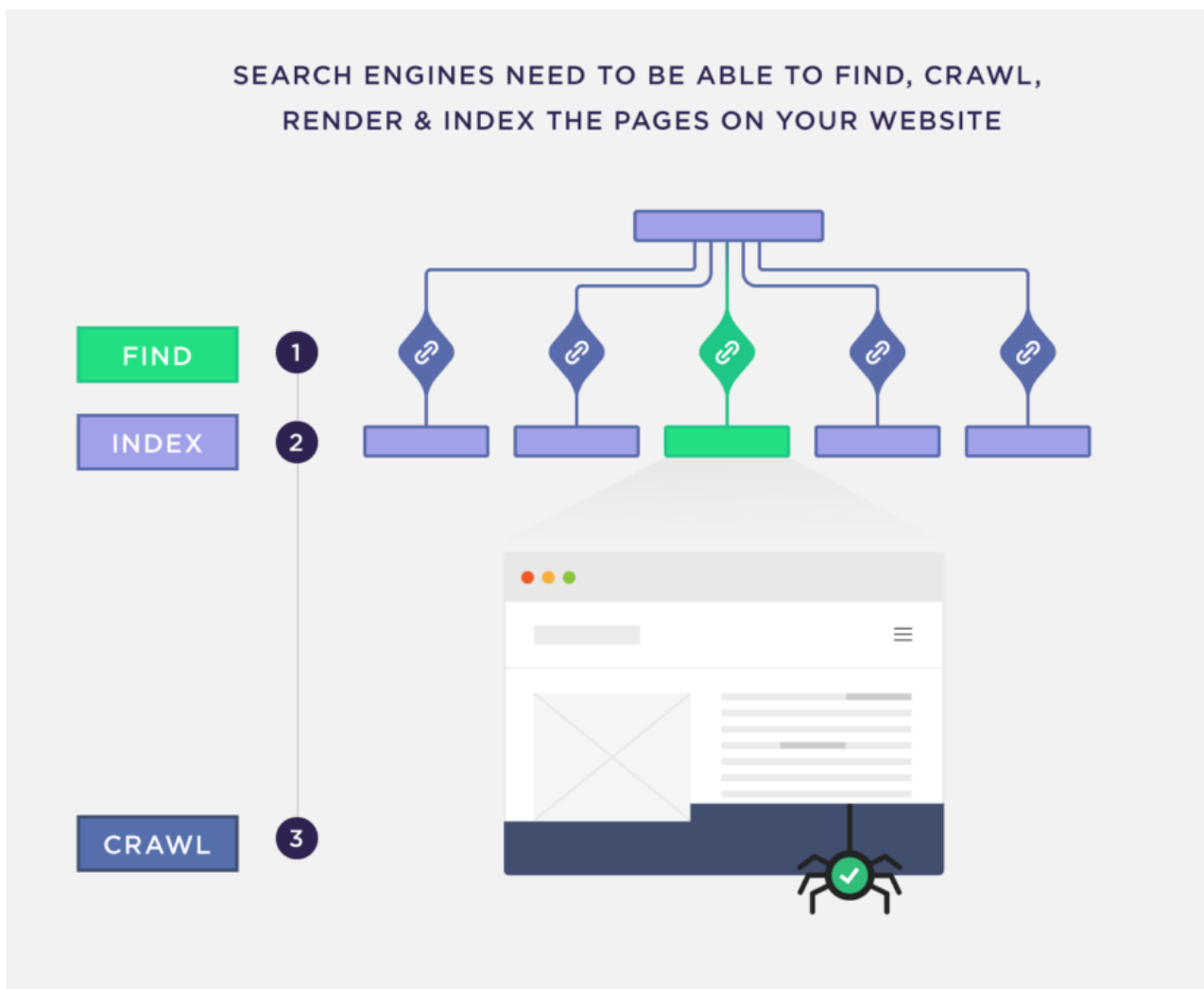
1. クローリング
2. インデキシング
3. レンダリング
4. Webサイトのアーキテクチャ（構造）

なぜテクニカルSEOは重要なのか？

最高のコンテンツを掲載している最高のWebサイトがあったとしよう。

しかし、テクニカルSEOが不十分であった場合、どうなるだろうか？
おそらく、上位表示することは叶わないだろう。

最も基本的なこととして、Googleやその他の検索エンジンは、Webサイト上のページを発見し、クロールし、レンダリングし、インデックスする必要がある。



なぜテクニカルSEOは重要なのか？

しかし、これでは十分な説明とは言えない。

Googleがサイト上のコンテンツのすべてをインデックスしたとしても、あなたの仕事はそれで終わりではないのだ。

なぜなら、WebサイトのテクニカルSEOを最適化するには、

- セキュア化
- モバイルへの最適化
- 重複コンテンツへの対応
- 高速な読み込み時間の実現 など

やるべきことは他にもまだまだあるからだ。

上位表示するためには、「テクニカルSEOを完璧にしなければならない」というわけではない。

しかし、Googleが容易にコンテンツにアクセスできるようになれば、上位表示される可能性も上昇するのだ。

テクニカルSEOをどう改善させるのか？

「テクニカルSEO」とは、単にクローリングとインデキシングのみを意味するものではない。

テクニカルSEOの改善のためには、下記の項目を考慮に入れるべきだ。

- JavaScript
- XMLサイトマップ
- Webサイトのアーキテクチャ
- URLの構造
- 構造化データ
- 内容の薄いコンテンツ
- 重複コンテンツ
- hreflang
- canonicalタグ
- 404ページ
- 301リダイレクト

もしかしたら、記載漏れがあるかもしれない。

しかし、すべての項目は残りの章で取り扱っているので安心して欲しい。

第2章

Webサイトの構造とナビゲーション

私個人の意見としては、Webサイトの構造はあらゆるテクニカルSEOの施策の中でも、「ステップ1」とすべき項目だ。

クローリングやインデキシングよりも先に検討すべきである。

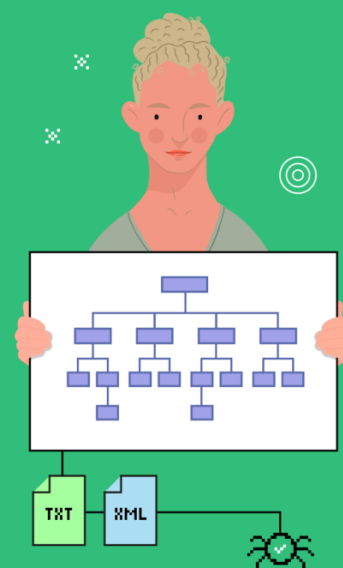
なぜだろうか？

まず、クローリングやインデキシングの問題の多くは、Webサイトの構造の設計に起因することが多い。そのため、このステップを正しく行えば、Webサイトの全てのページにおいて、Googleのインデキシングについて多く心配することはないだろう。

次に、サイトマップに記載するURLや、検索エンジンから特定のページをブロックするために用いるrobots.txtなど、最適化に必要な全ての項目にWebサイトの構造は影響するからである。

重要なことは、「強力な構造はあらゆるテクニカルSEOの施策をずっと簡単にする」ということだ。

詳しく見ていこう。

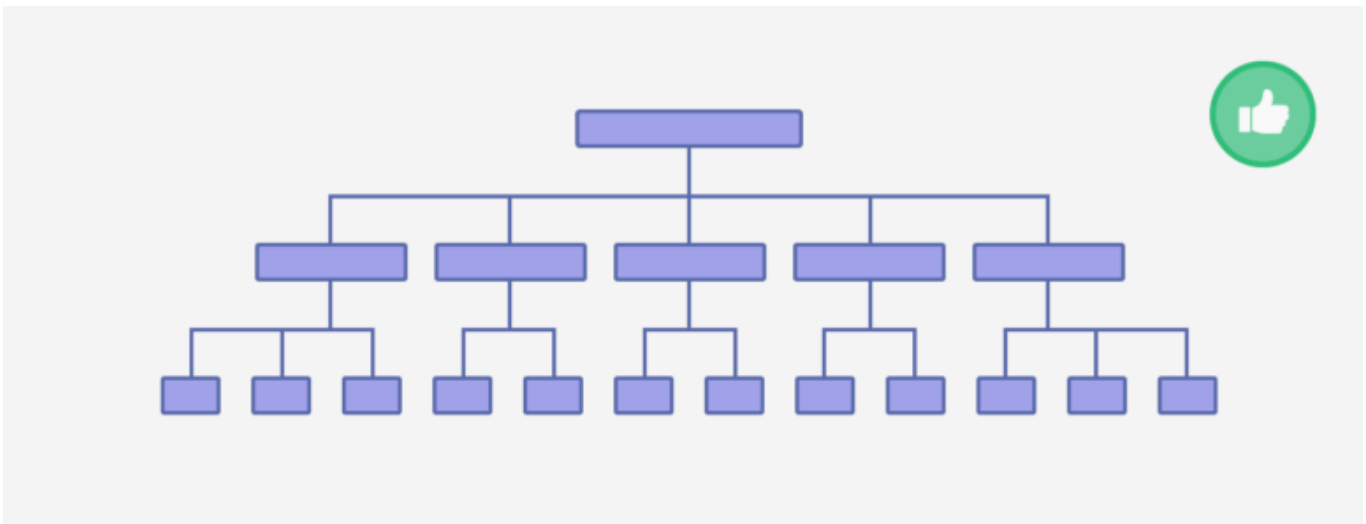


フラットで整理されたサイト構造を用いる

サイト構造とは、「Webサイト上の全てのページがどのように整理されているか」ということである。

一般的に、構造はフラットであることが求められる。

言い換えれば、「サイト上のすべてのページはその他のページと少しのリンクで繋がっている状態にせよ」ということだ。

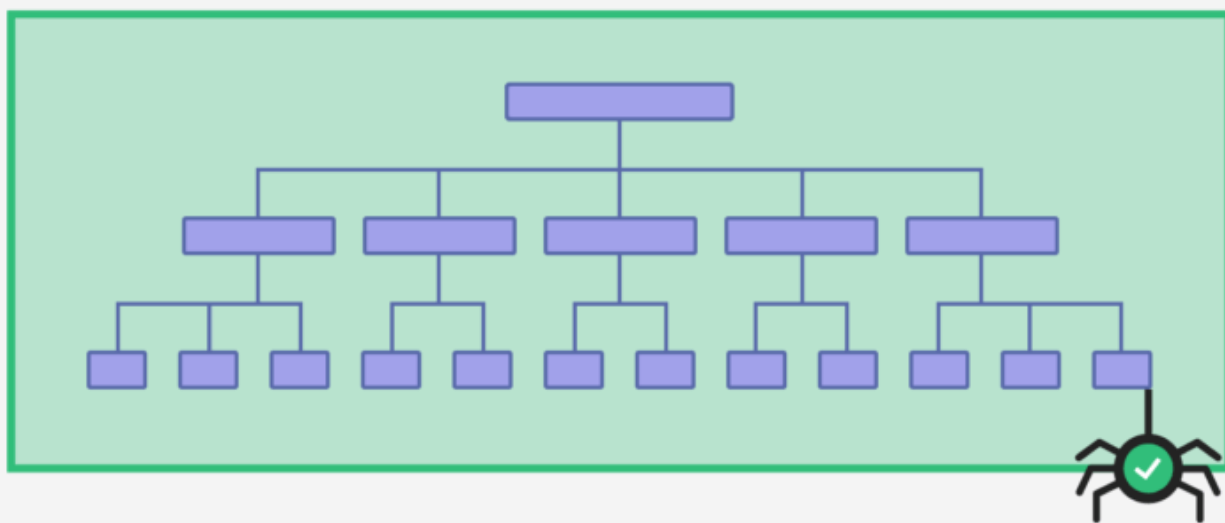


なぜ、フラットな構造であることが重要なのだろうか？

フラットな構造にすることで、Googleや他の検索エンジンがWebサイト上のページを完全にクロールしやすくなるからだ。

フラットで整理されたサイト構造を用いる

A FLAT STRUCTURE MAKES IT EASY FOR GOOGLE AND OTHER SEARCH ENGINES TO CRAWL

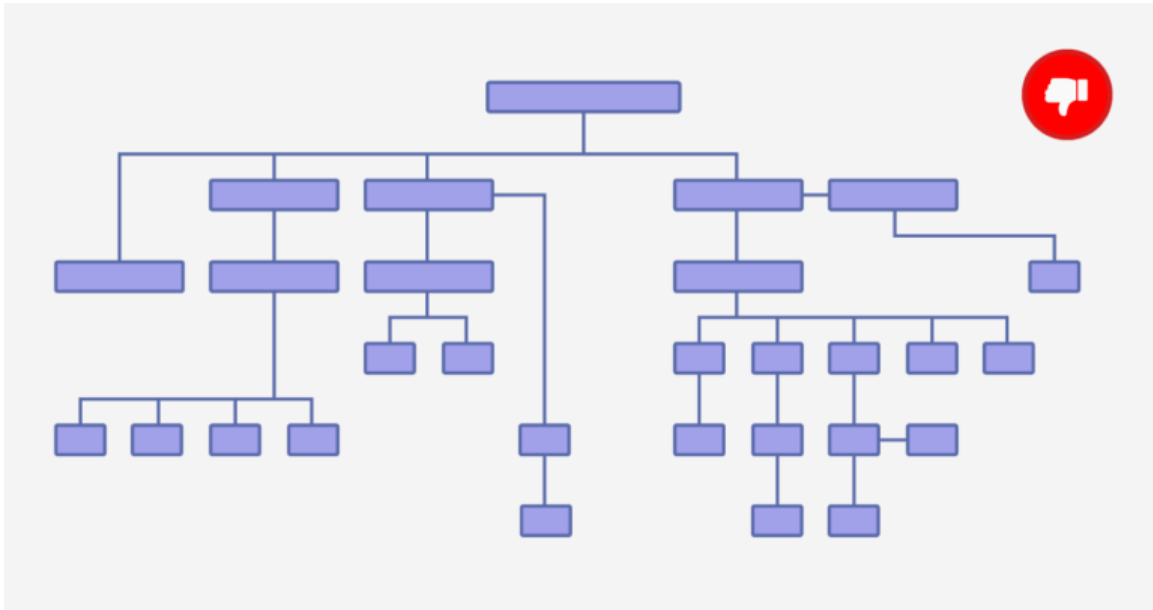


一般的なブログやローカルのピザ店のWebサイトにとって、サイト構造は大きな問題にならない。

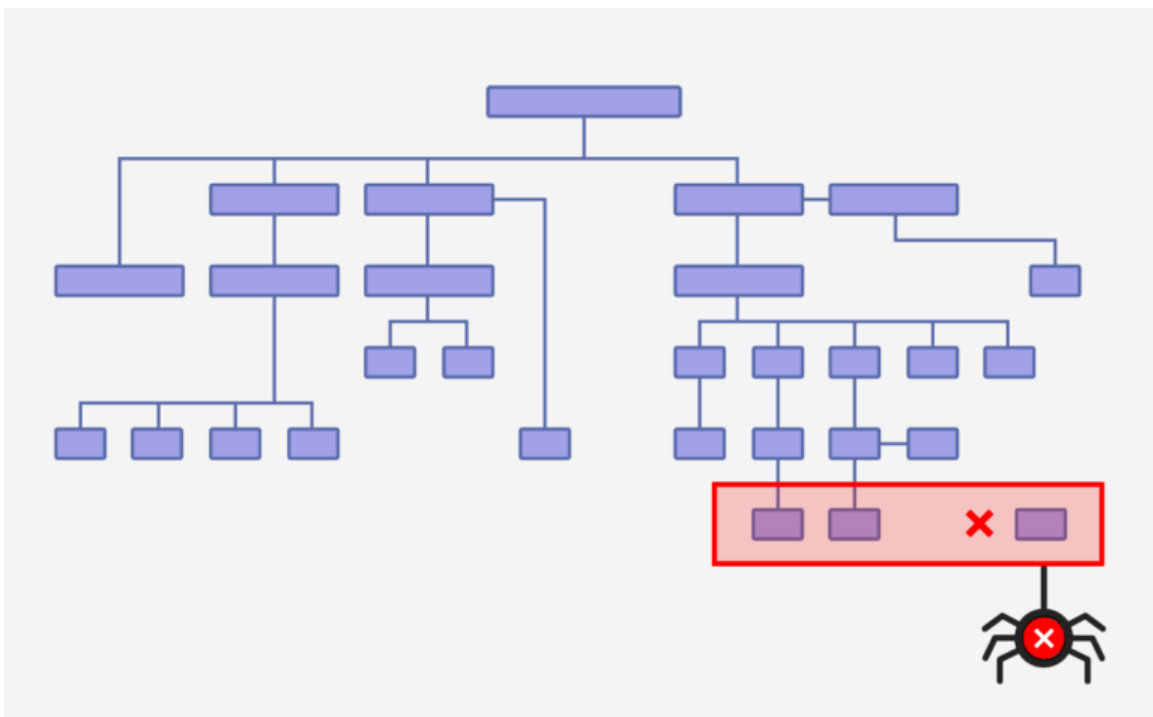
しかし、25万の商品ページがあるECサイトの場合はどうだろうか。フラットな構造は、非常に重要なのである。

フラットで整理されたサイト構造を用いる

また、サイトの構造は、徹底的に整理されていることが望ましい。
言い換えれば、サイトの構造を下記のようにすべきではない。



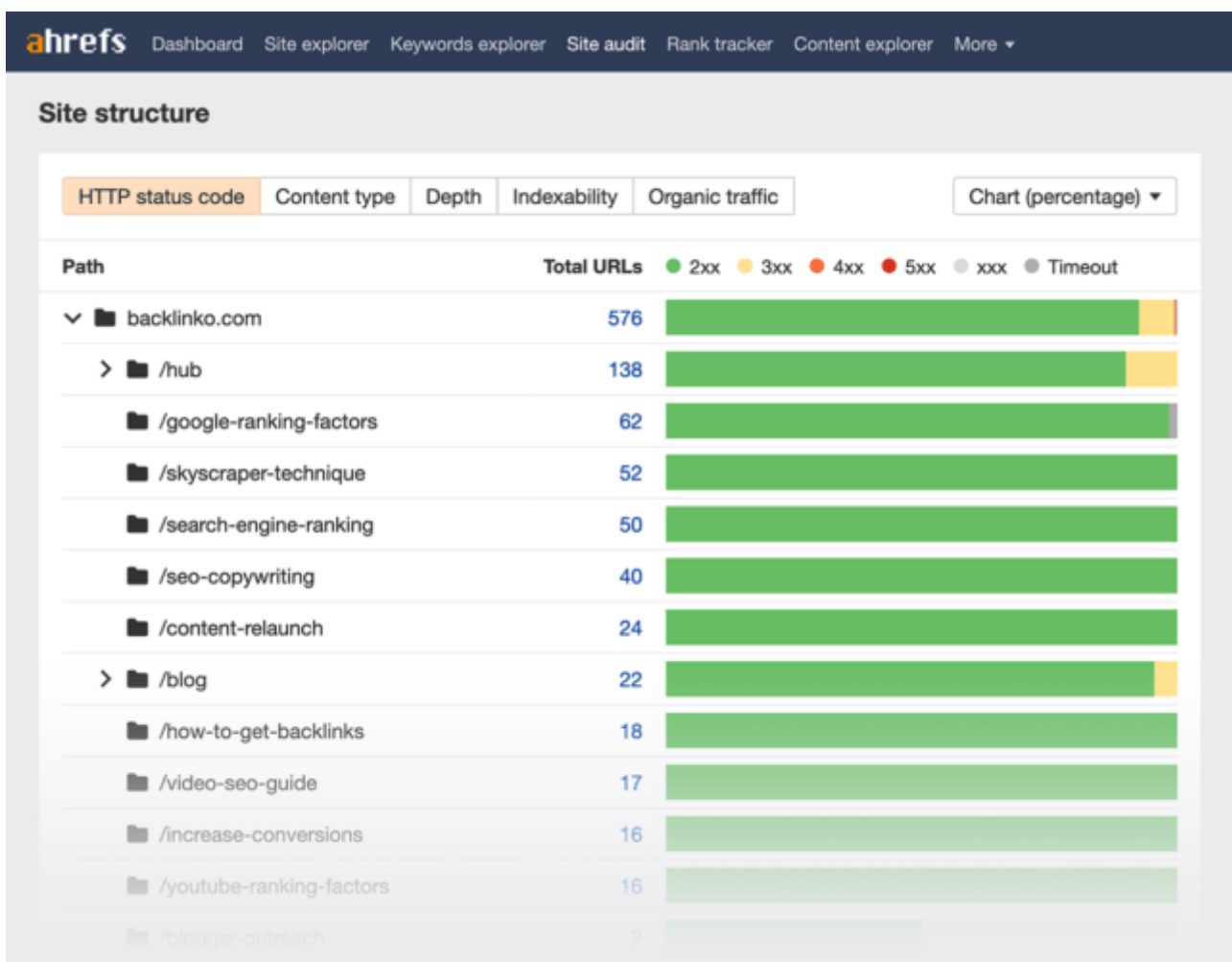
こうした雑然とした構造は、「孤立したページ（そのページに向けられている内部リンクが1本も無いページ）」を作ってしまうだろう。



フラットで整理されたサイト構造を用いる

また、雑然とした構造はインデキシングの問題を特定し、修復することを困難にする。

Ahrefsの「Site Audit」の機能を使えば、サイト構造を俯瞰したデータが見られる。

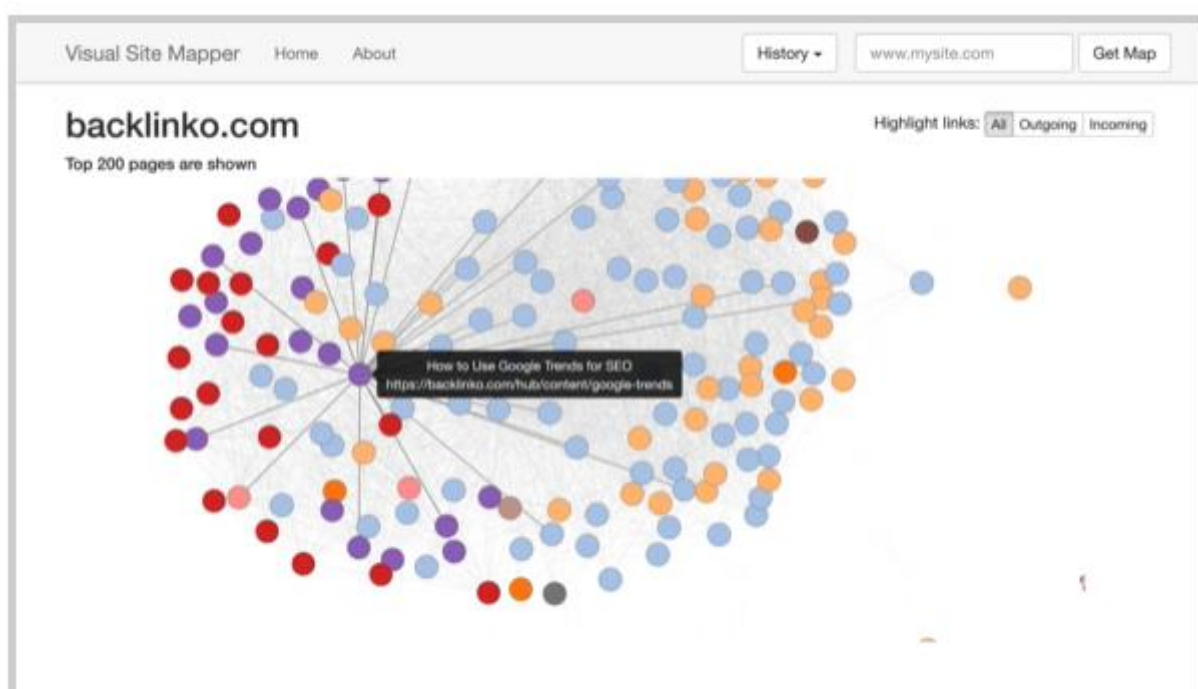


非常に便利な機能だ。しかし、十分に視覚化されているとは言い難い。

フラットで整理されたサイト構造を用いる

サイト内のページがどのようにリンクされているかを視覚化するためには、[Visual Site Mapper](#)が便利である。

Webサイトの構造をインタラクティブなデータにしてくれる、無料のツールだ。



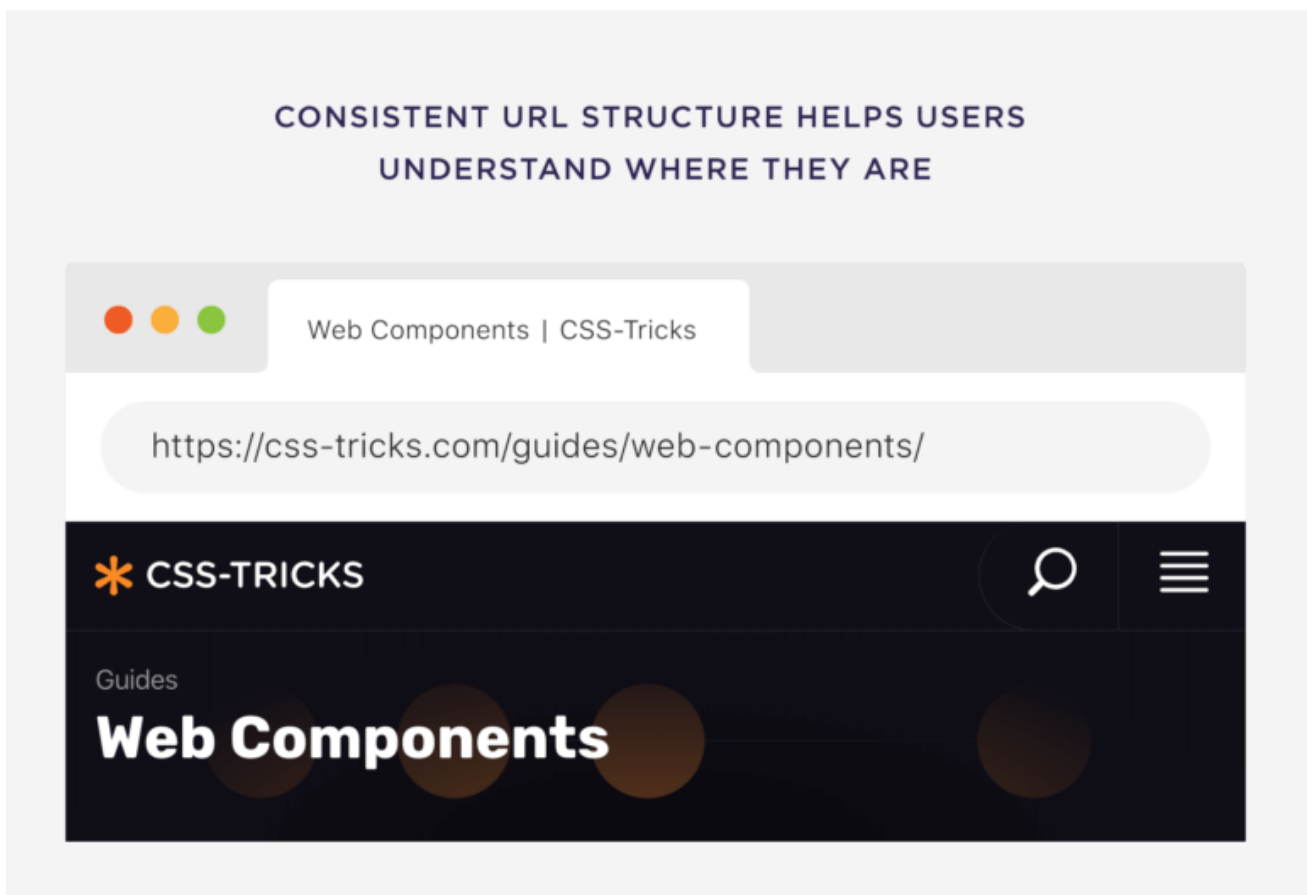
URLの構造を一貫させる

URLの構造については考えすぎる必要はない。

特に、ブログのような小さなサイトを運営している場合は。

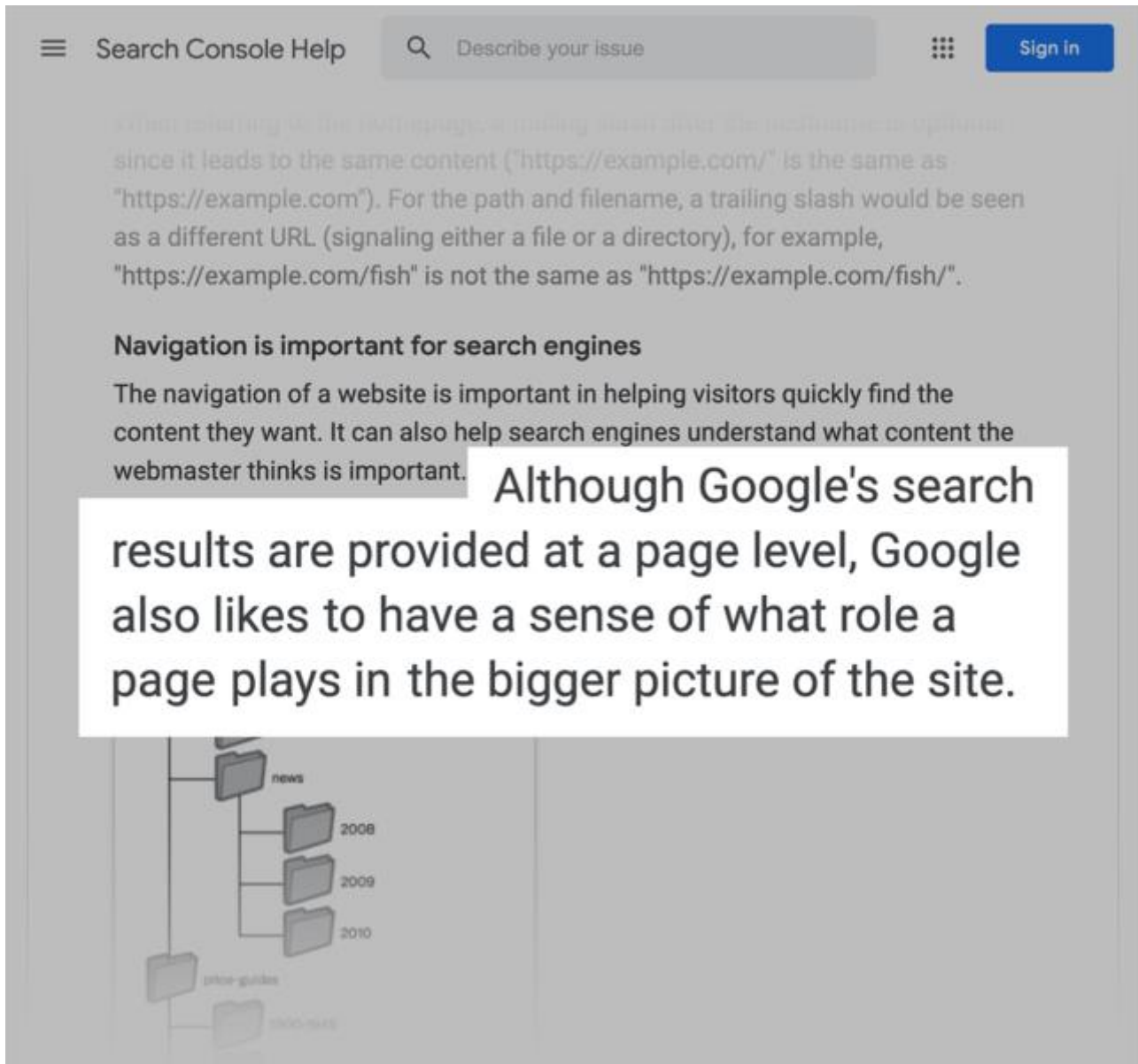
一言で表すなら、「URLの構造は一貫した論理的な構造にすべき」だ。

そうすることで、ユーザーもサイト内のどこにいるのかを理解しやすくなる。



URLの構造を一貫させる

また、異なるカテゴリ配下にページを置くことで、そのカテゴリ内にあるページについてのコンテキストをGoogleに伝えることにもなる。

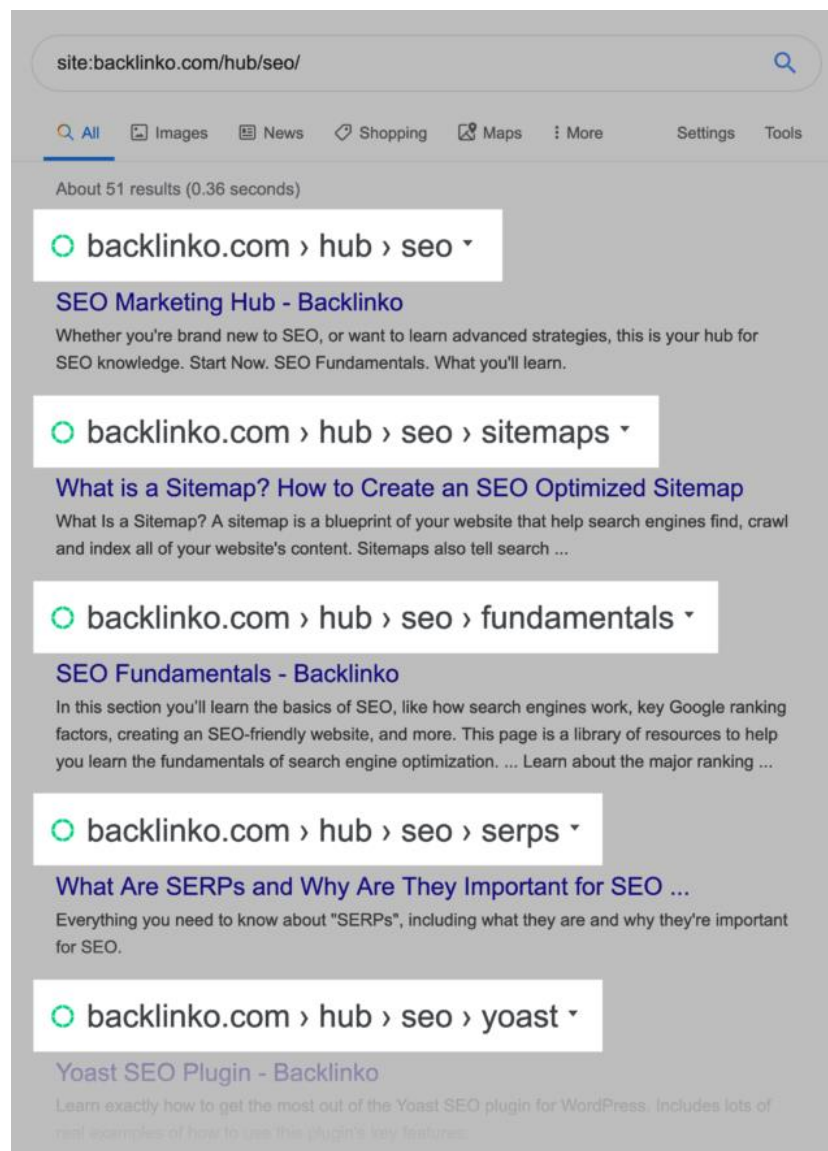


「Google の検索結果はページ単位で提供されますが、Google はサイト全体でそのページがどのような役割を果たしているのか把握しようとしています。」

URLの構造を一貫させる

例えば、我々のSEO Marketing Hubというページは、「/hub/seo」というサブフォルダを全て含んでいる。

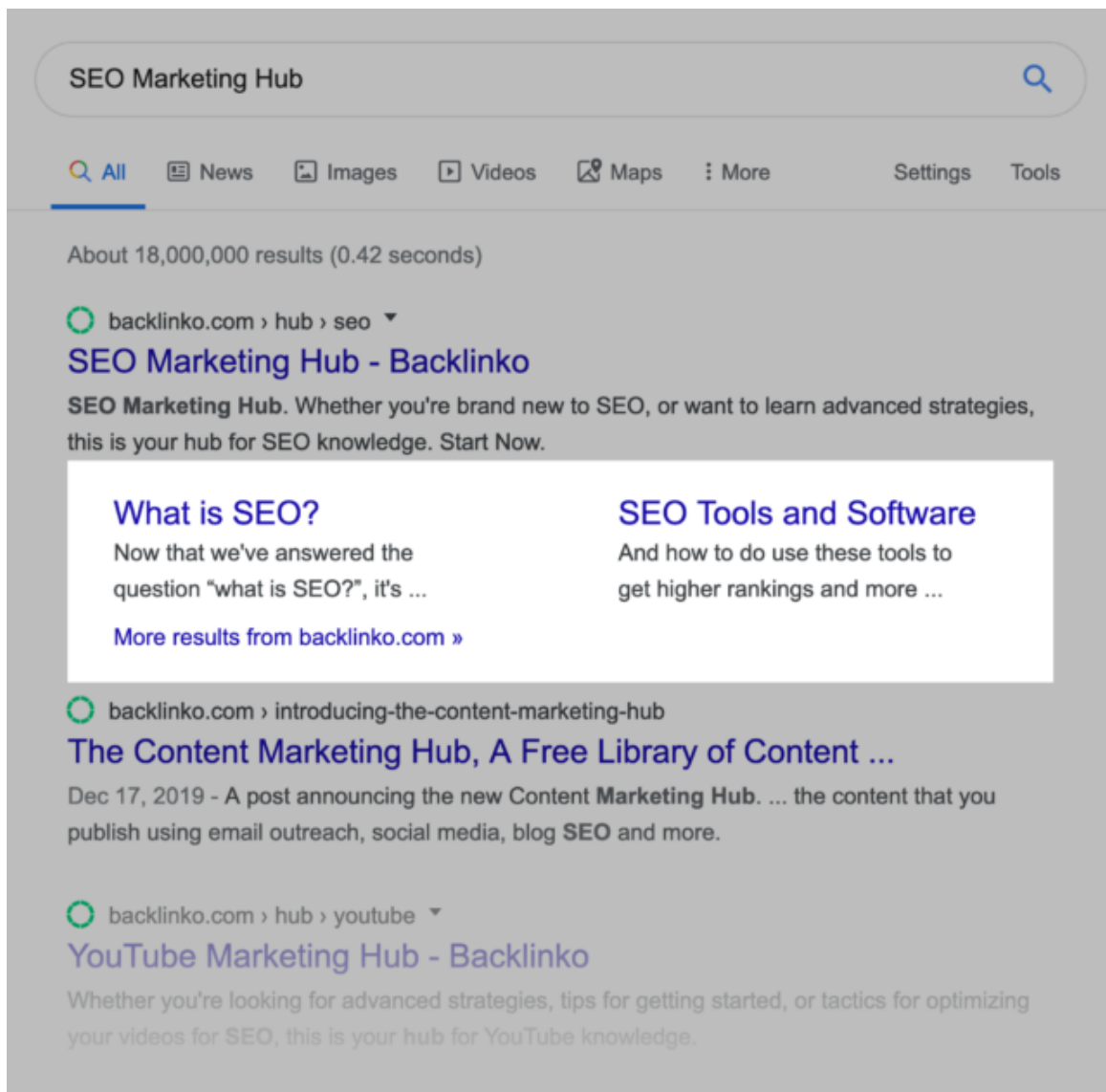
これにより、全てのページが「SEO Marketing Hub」というカテゴリ配下にあるページだとGoogleは認識することになる。



URLの構造を一貫させる

この構成は上手くいっているように思える。

「SEO Marketing Hub」と検索した場合、Googleは検索結果にサイトリンクを表示してくれているからだ。

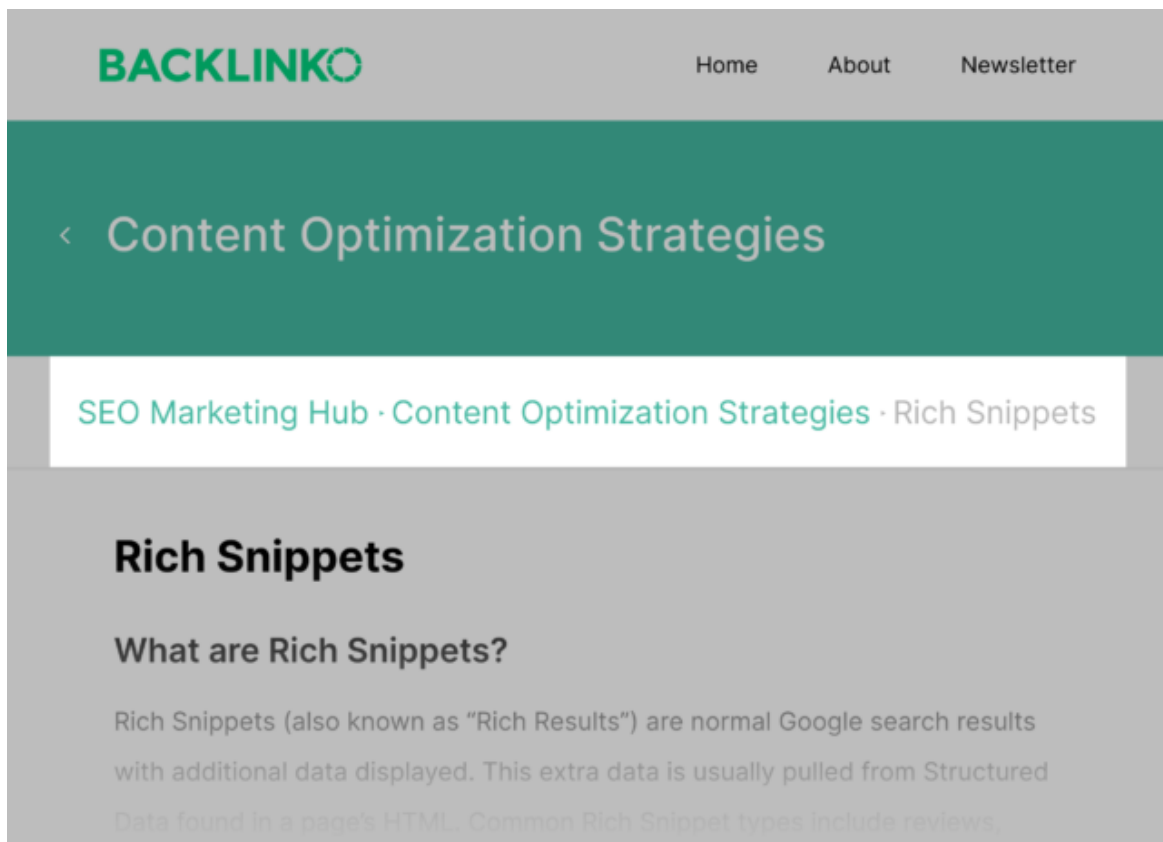


お察しのとおり、これらサイトリンクの先のページは、全て「SEO Marketing Hub」内のページである。

パンくずリスト

パンくずリストがSEOフレンドリーな施策であることは明らかだ。

なぜなら、パンくずリストは自動的にサイト内のカテゴリやサブページへの内部リンクを追加することになるからだ。

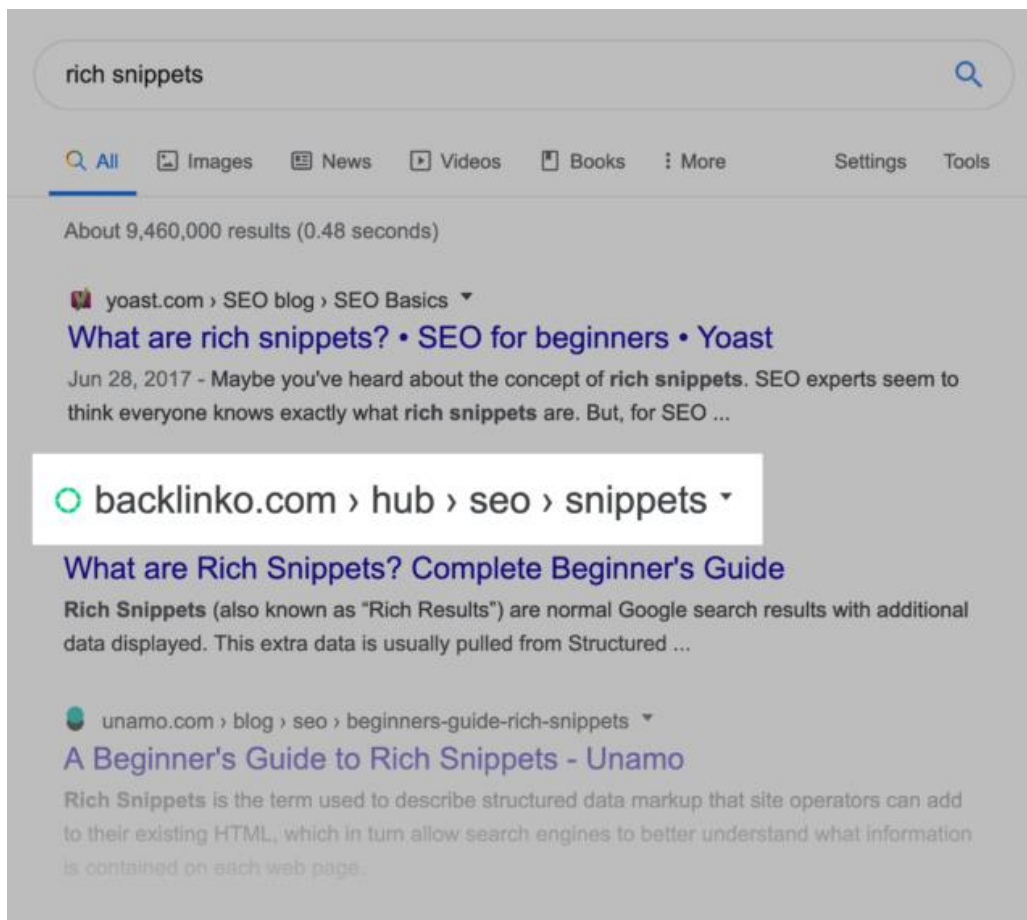


パンくずリストの実装は、Webサイトのアーキテクチャを確固としたものにする手助けとなるだろう。

パンくずリスト

ご存知のとおり、Googleは検索結果のナビゲーションをURLからパンくずリストに変更している。

私がパンくずリストの使用を推奨するのも頷けるのではないだろうか。



第3章

クローリング・レンダリング・インデキシング

この章では、検索エンジンがサイト全体を発見し、インデックスしやすくすることについて扱う。

この章では、クロールエラーの発見と修正方法について解説する。
また、サイトの深くに位置するページを検索エンジンへ送信する方法もお伝えする。

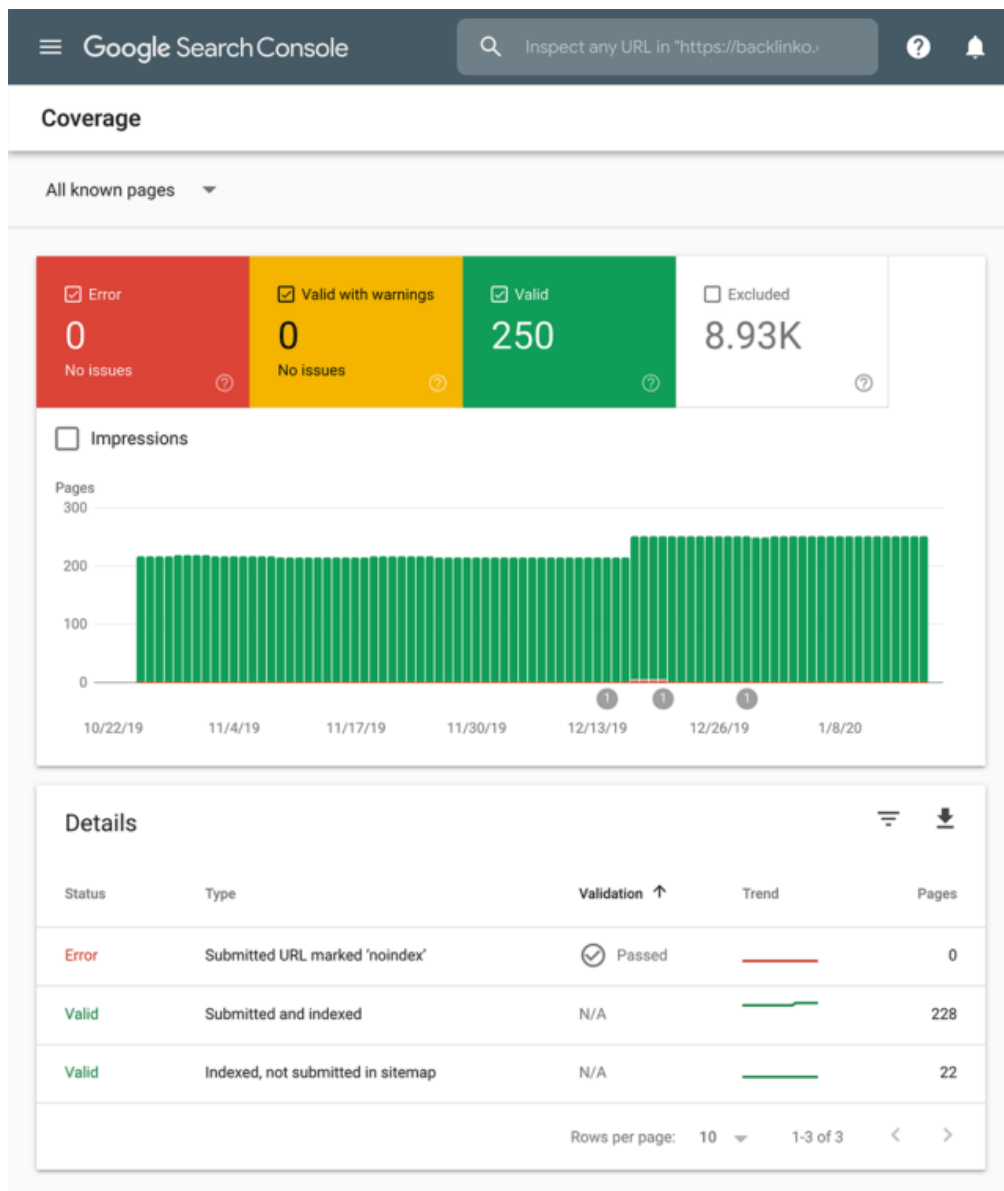


インデキシングの問題を特定する

カバレッジレポート

まずはGoogle Search Consoleの「カバレッジレポート」を確認しよう。

あなたがインデックスさせたいページをGoogleが完全にインデックスできているか、レンダリングできているか、このレポートで確認することができる。

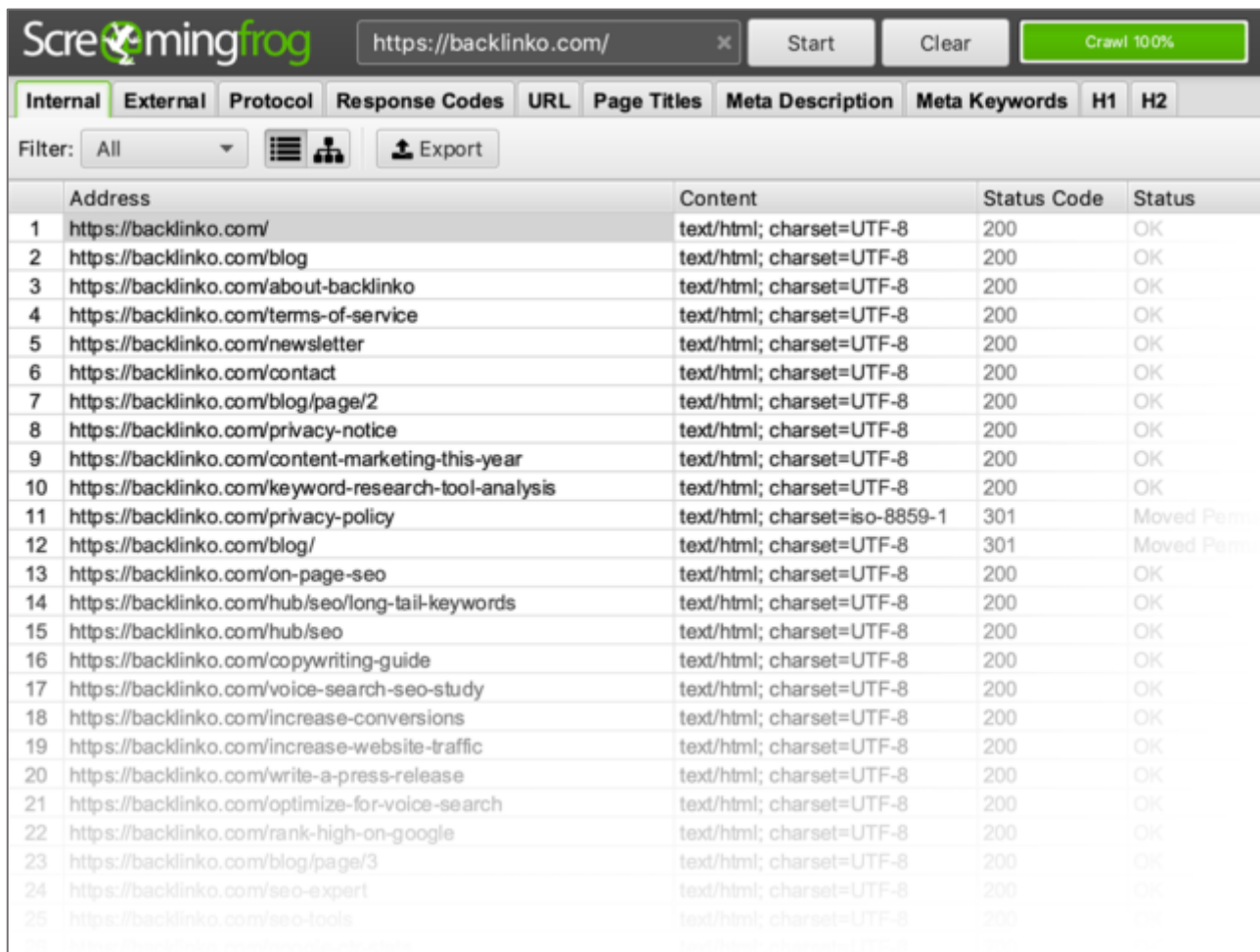


インデキシングの問題を特定する

Screaming Frog

Screaming Frogが世界で最も有名なクローラーであることには理由がある。とても優秀なのだ。

カバレッジレポート内の問題を修正した後、Screaming FrogでWebサイトをクローリングすることをお勧めする。

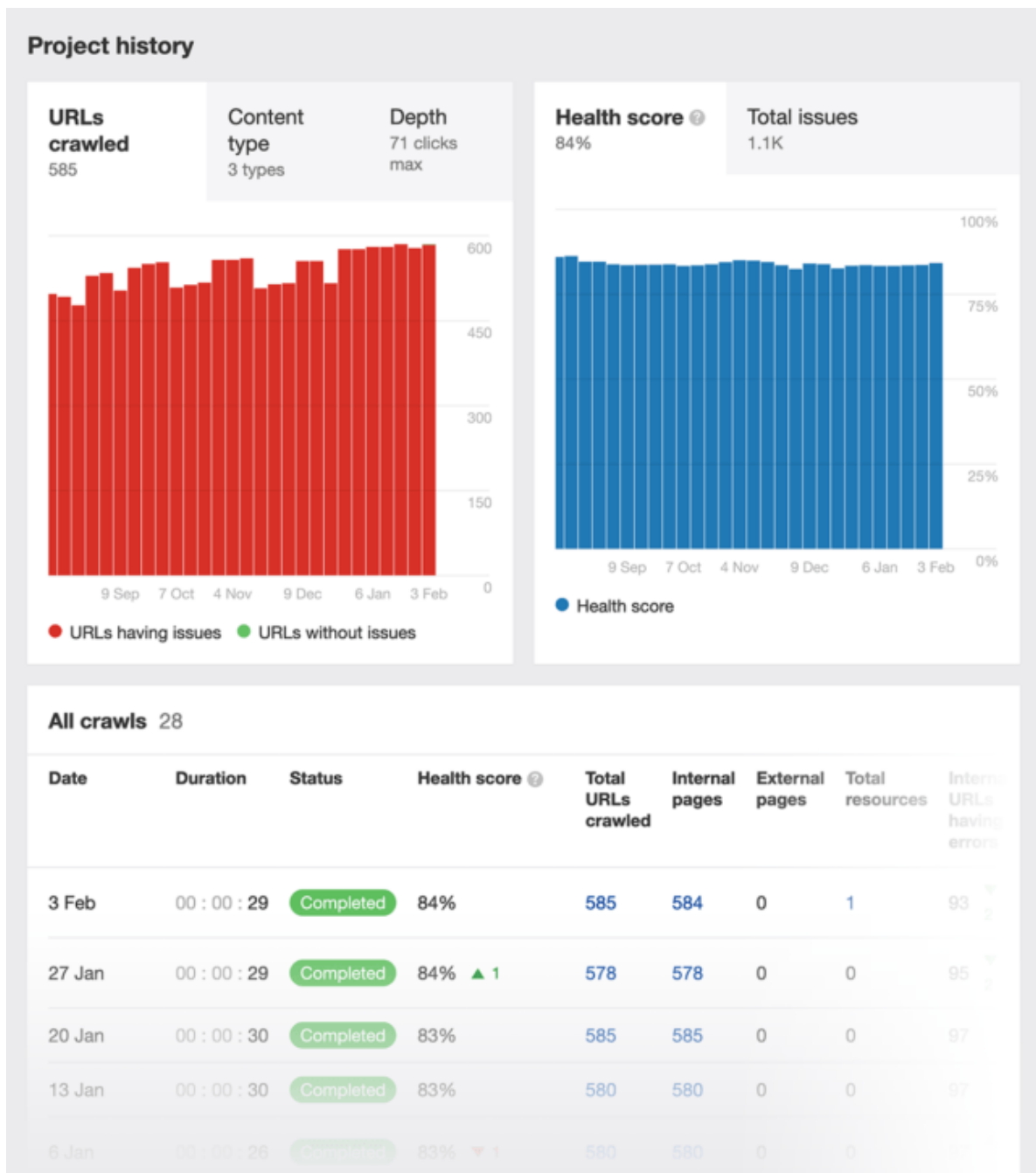


	Address	Content	Status Code	Status
1	https://backlinko.com/	text/html; charset=UTF-8	200	OK
2	https://backlinko.com/blog	text/html; charset=UTF-8	200	OK
3	https://backlinko.com/about-backlinko	text/html; charset=UTF-8	200	OK
4	https://backlinko.com/terms-of-service	text/html; charset=UTF-8	200	OK
5	https://backlinko.com/newsletter	text/html; charset=UTF-8	200	OK
6	https://backlinko.com/contact	text/html; charset=UTF-8	200	OK
7	https://backlinko.com/blog/page/2	text/html; charset=UTF-8	200	OK
8	https://backlinko.com/privacy-notice	text/html; charset=UTF-8	200	OK
9	https://backlinko.com/content-marketing-this-year	text/html; charset=UTF-8	200	OK
10	https://backlinko.com/keyword-research-tool-analysis	text/html; charset=UTF-8	200	OK
11	https://backlinko.com/privacy-policy	text/html; charset=iso-8859-1	301	Moved Permanently
12	https://backlinko.com/blog/	text/html; charset=UTF-8	301	Moved Permanently
13	https://backlinko.com/on-page-seo	text/html; charset=UTF-8	200	OK
14	https://backlinko.com/hub/seo/long-tail-keywords	text/html; charset=UTF-8	200	OK
15	https://backlinko.com/hub/seo	text/html; charset=UTF-8	200	OK
16	https://backlinko.com/copywriting-guide	text/html; charset=UTF-8	200	OK
17	https://backlinko.com/voice-search-seo-study	text/html; charset=UTF-8	200	OK
18	https://backlinko.com/increase-conversions	text/html; charset=UTF-8	200	OK
19	https://backlinko.com/increase-website-traffic	text/html; charset=UTF-8	200	OK
20	https://backlinko.com/write-a-press-release	text/html; charset=UTF-8	200	OK
21	https://backlinko.com/optimize-for-voice-search	text/html; charset=UTF-8	200	OK
22	https://backlinko.com/rank-high-on-google	text/html; charset=UTF-8	200	OK
23	https://backlinko.com/blog/page/3	text/html; charset=UTF-8	200	OK
24	https://backlinko.com/seo-expert	text/html; charset=UTF-8	200	OK
25	https://backlinko.com/seo-tools	text/html; charset=UTF-8	200	OK

インデキシングの問題を特定する

Site Audit (Ahrefs)

Ahrefsには、優れたサイト監査の機能がある。



インデキシングの問題を特定する

Site Audit (Ahrefs)

この機能で私が最も気に入っているのは、Webサイト全体のテクニカルSEOの健全性を把握することができるという点だ。



Webサイト全体の読み込み速度も把握できる。



インデキシングの問題を特定する

Site Audit (Ahrefs)

HTMLタグの問題の検出も可能だ。

The screenshot shows the 'On page' section of an Ahrefs Site Audit report. It features a table with columns for 'Issue', 'Crawled', 'Change', and 'Added'. The table is divided into 'INDEXABLE' and 'NOT INDEXABLE' sections. The 'INDEXABLE' section lists issues like 'Meta description too short' (116), 'Multiple H1 tags' (102), and 'Meta description tag missing or empty' (13). The 'NOT INDEXABLE' section lists issues like 'Meta description tag missing or empty' (153), 'Title too long' (138), and 'Meta description too short' (33).

Issue	Crawled	Change	Added
INDEXABLE			
🟡 Meta description too short	116	0	0
🟢 Multiple H1 tags	102	0	0
🔴 Meta description tag missing or empty	13	0	0
🟡 Title too short	9	0	0
🟡 Title too long	7	0	0
🟡 H1 tag missing or empty	3	0	0
NOT INDEXABLE			
🟡 Meta description tag missing or empty	153	0	0
🟢 Title too long	138	0	0
🟢 Meta description too short	33	0	0

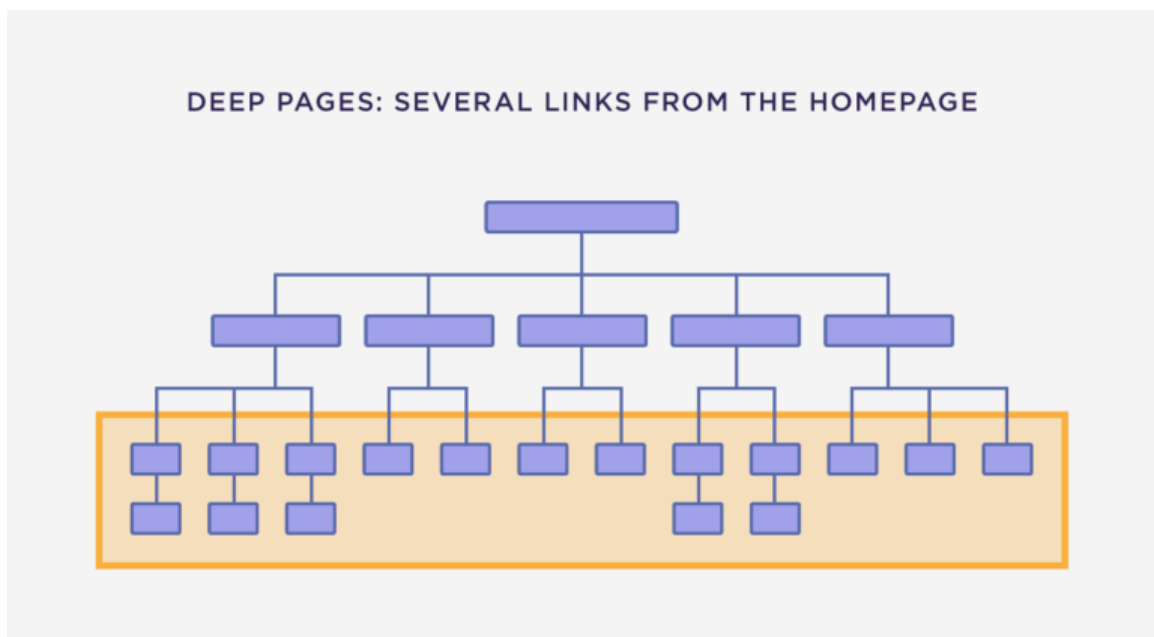
ここで紹介した3つのツールは、それぞれ良い面も悪い面もある。

そのため、1万を超えるページのあるWebサイトを運営している場合は、紹介したすべてを使用することを推奨する。これによって、見落としが無くなるだろう。

「深い」ページへの内部リンク

トップページのインデックスに問題を抱える人は多くないはずだ。

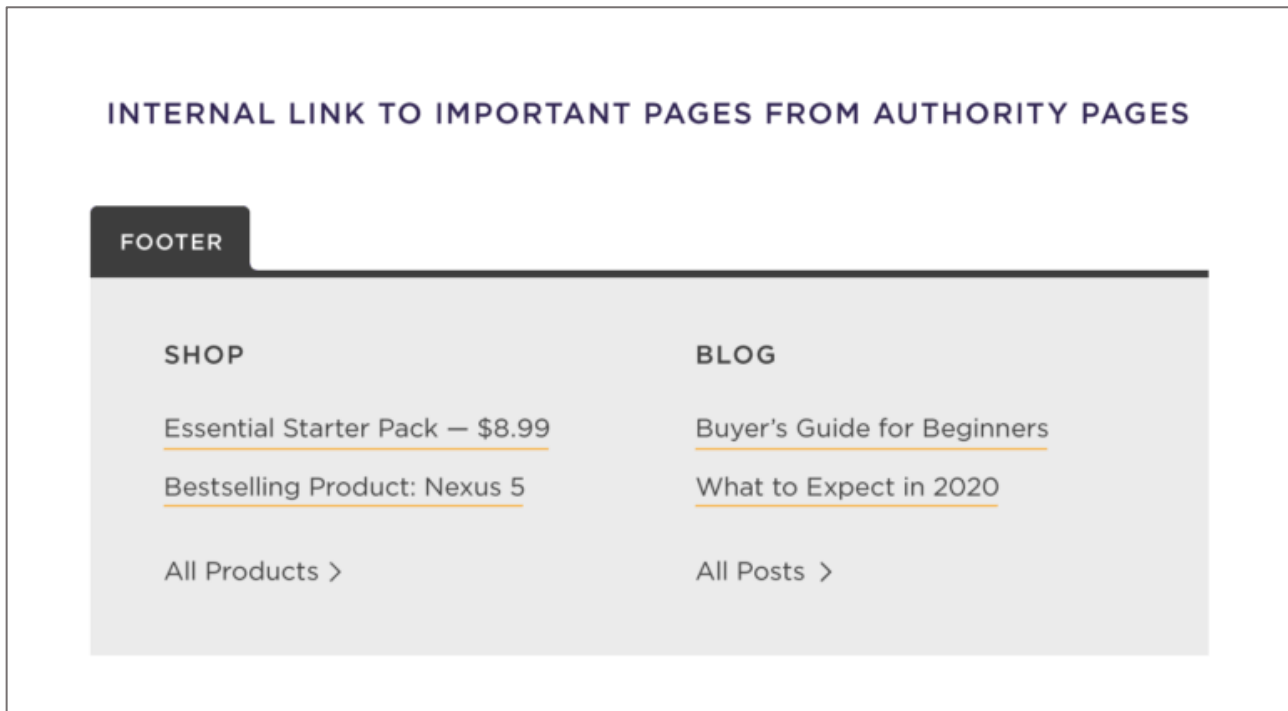
深いページ（トップページからいくつかのリンクを経て到達するページ）が問題となる。



フラットな構造である場合、そもそもこの問題が発生することを防ぐことができる。最も「深い」ページでも、トップページから3つか4つのクリックで済むからだ。

いずれにせよ、深いページをインデックスさせたいのであれば、昔からある良い内部リンクの構成が一番なのである。

「深い」ページへの内部リンク



特に、そのページへのリンクを設置しているページに権威があり、頻繁にクロールされているのであればなおさらだ。

XMLサイトマップを使用する

モバイル・ファースト・インデックスとAMPの時代においても、GoogleはWebサイト内のURLを発見するためにXMLサイトマップを必要とする。

実際、Googleの社員も、URLの発見においてXMLサイトマップは「2番目に重要なソースである」と述べている。

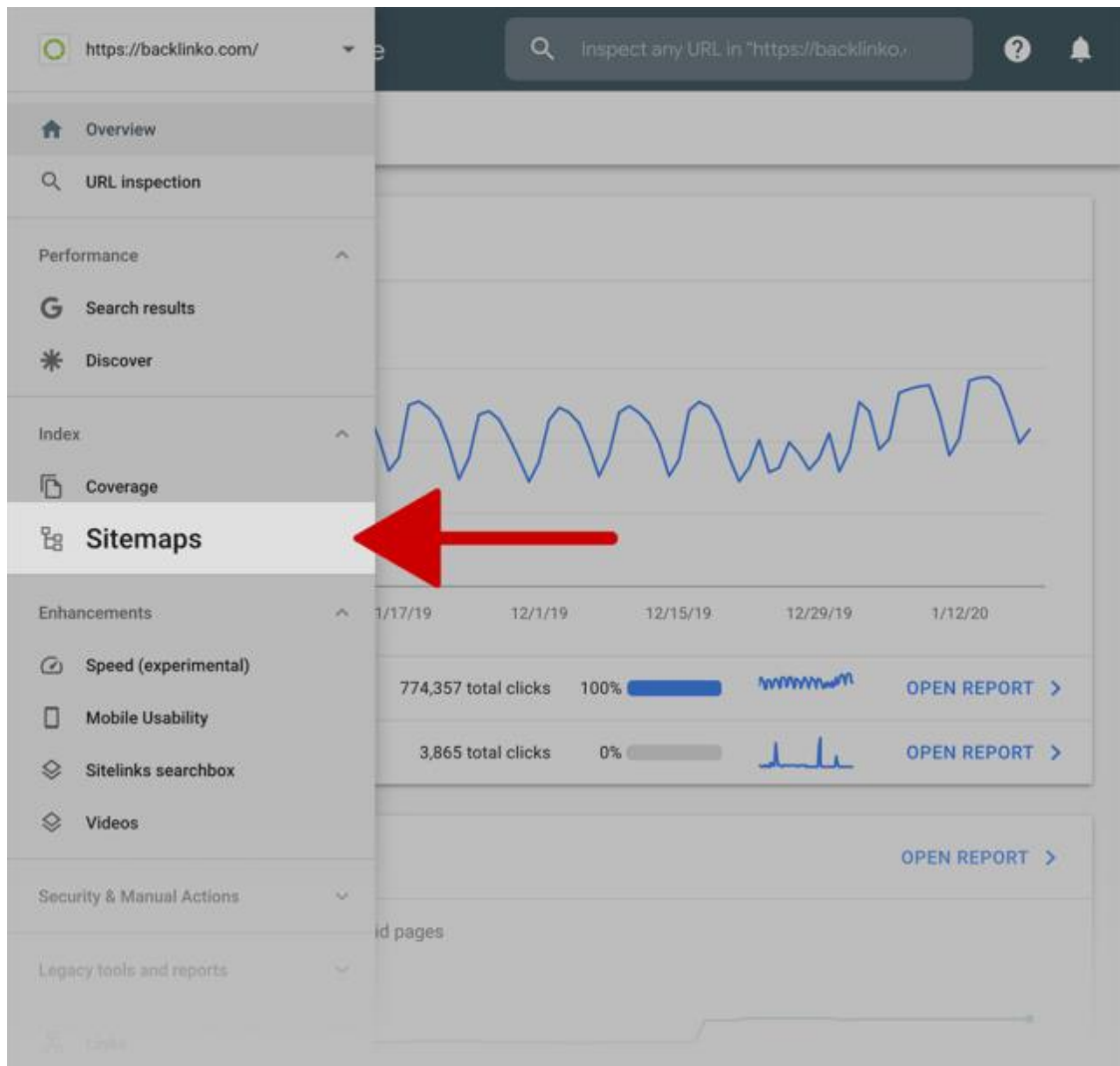


XMLサイトマップを使用する

1番目はなんだろうか。この社員はそれを明言していない。

しかし、私は外部リンクと内部リンクであると考えている。

サイトマップが問題ないか、ダブルチェックを行いたいのであれば、Search Console内の「サイトマップ」のレポートを確認しよう。



XMLサイトマップを使用する

ここで、Googleが見ているサイトマップの状況を確認できる。

Google Search Console

Inspect any URL in "https://backlinko.com/"

← /sitemap_index.xml OPEN SITEMAP

Last read: 1/17/20

Total discovered URLs: 239

SEE INDEX COVERAGE

✔ Sitemap index processed successfully

Sitemaps read

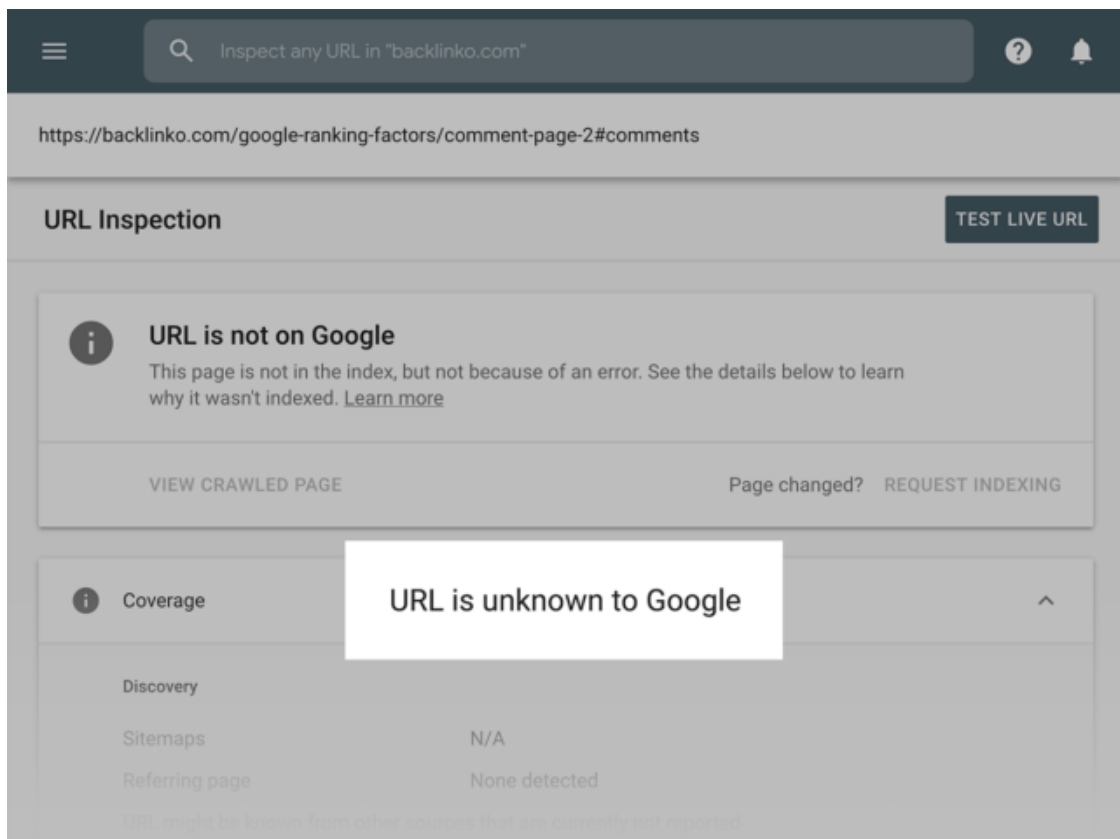
Sitemap	Last read	Status	Discovered URLs
/hub_resource-sitemap.xml	Jan 15, 2020	Success	102
/hub_topic-sitemap.xml	Jan 13, 2020	Success	19
/page-sitemap.xml	Jan 12, 2020	Success	20
/post-sitemap.xml	Jan 19, 2020	Success	98

Rows per page: 10 1-4 of 4

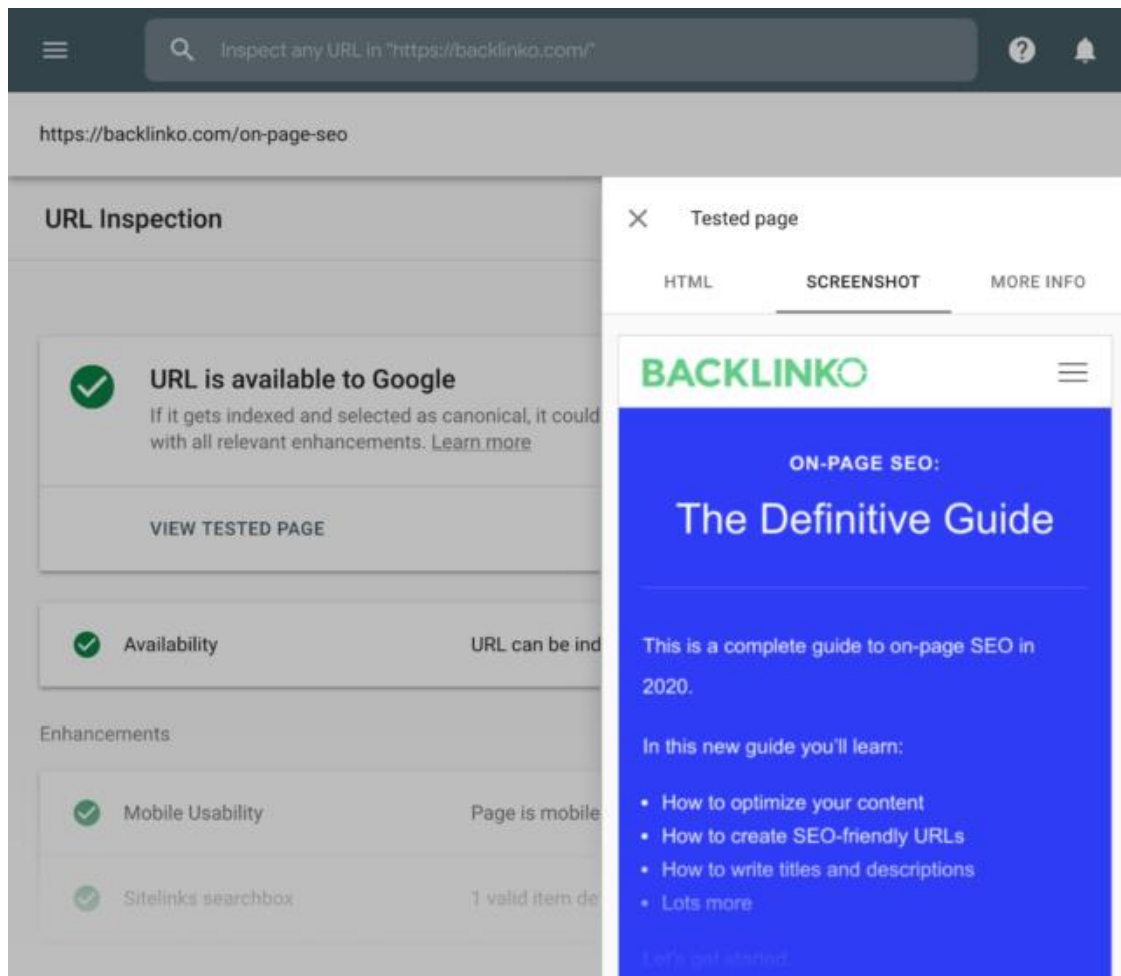
Search ConsoleのURL検査ツール

特定のURLがインデックスされていない、そんな時は、Search ConsoleのURL検査ツールが問題解決の手助けとなるはずだ。

そのページがインデックスされていない理由だけでなく、インデックスされているページのレンダリング状況も確認できる。



Search ConsoleのURL検査ツール



これにより、そのページをGoogleがクロールし、インデックスできるかどうかのダブルチェックが行える。

第4章

内容の薄いコンテンツ・重複コンテンツ

Webサイトにある全てのコンテンツがオリジナルで、ユニークなコンテンツであるならば、あなたは重複コンテンツについて心配することはないだろう。

とはいえ、重複コンテンツはあらゆるWebサイトで起こりうるものだ。特に、使用しているCMSが同様のコンテンツを異なるURLで複数のバージョンを作ってしまう場合は。

また、内容の薄いコンテンツにも同じことが言える。多くのWebサイトにとっては大した問題ではないかもしれないが、Webサイト全体のランキングに悪影響を与えてしまう。そのため、それらを発見し、修復することに価値はある。

この章では、あなたのWebサイト内の重複コンテンツと内容の薄いコンテンツを修正する方法について、説明しようと思う。

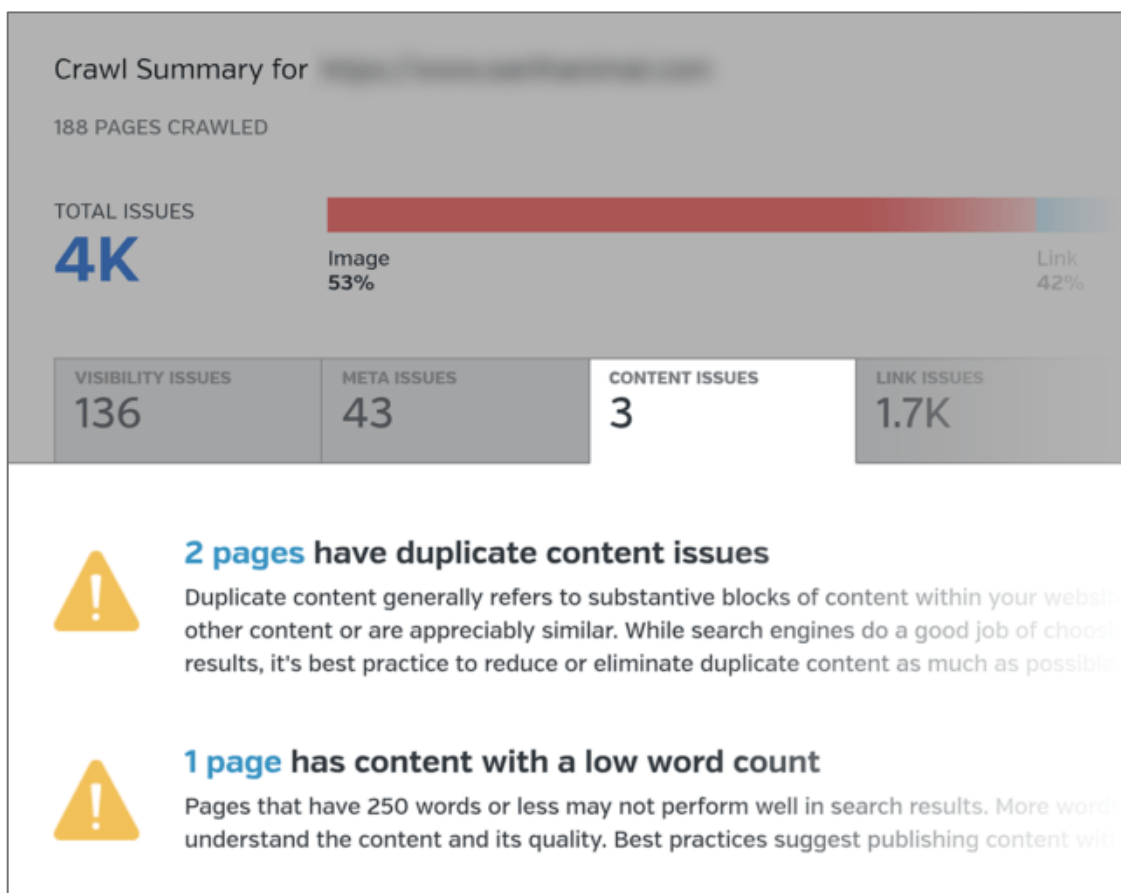


SEO監査ツールと重複コンテンツ

重複コンテンツと内容の薄いコンテンツを発見するための優れたツールが2つある。

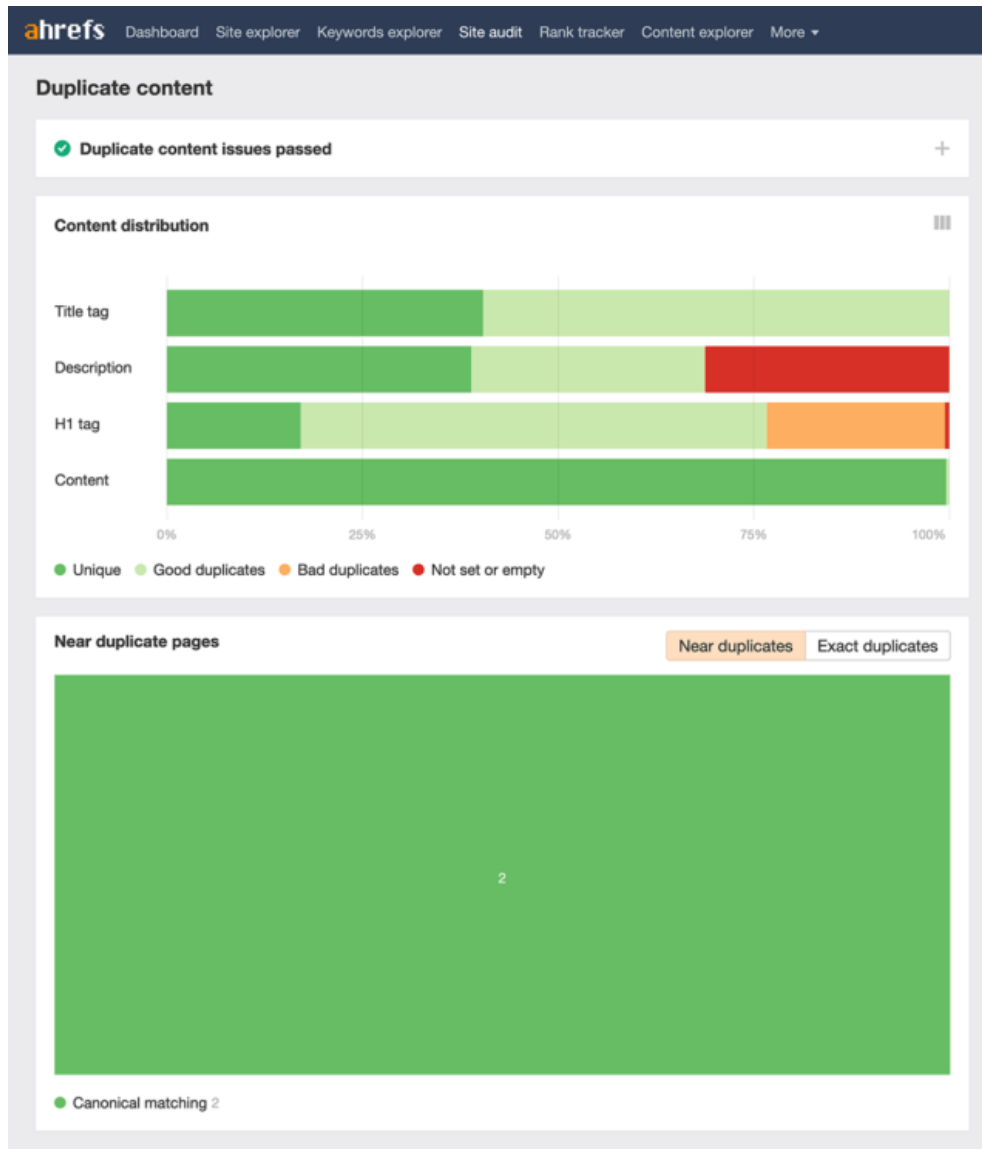
1つ目は、[Raven Tools](#)のSite Auditorだ。

このツールは、あなたのサイトをスキャンし、重複コンテンツ（もしくは、内容の薄いコンテンツ）を発見してくれる。また、どのページを更新すべきか、そのデータも示してくれる。



SEO監査ツールと重複コンテンツ

Ahrefsのサイト監査ツールにも、「Content Quality」というセクションがある。複数のページで同様のコンテンツがあるかどうかを表示してくれる。



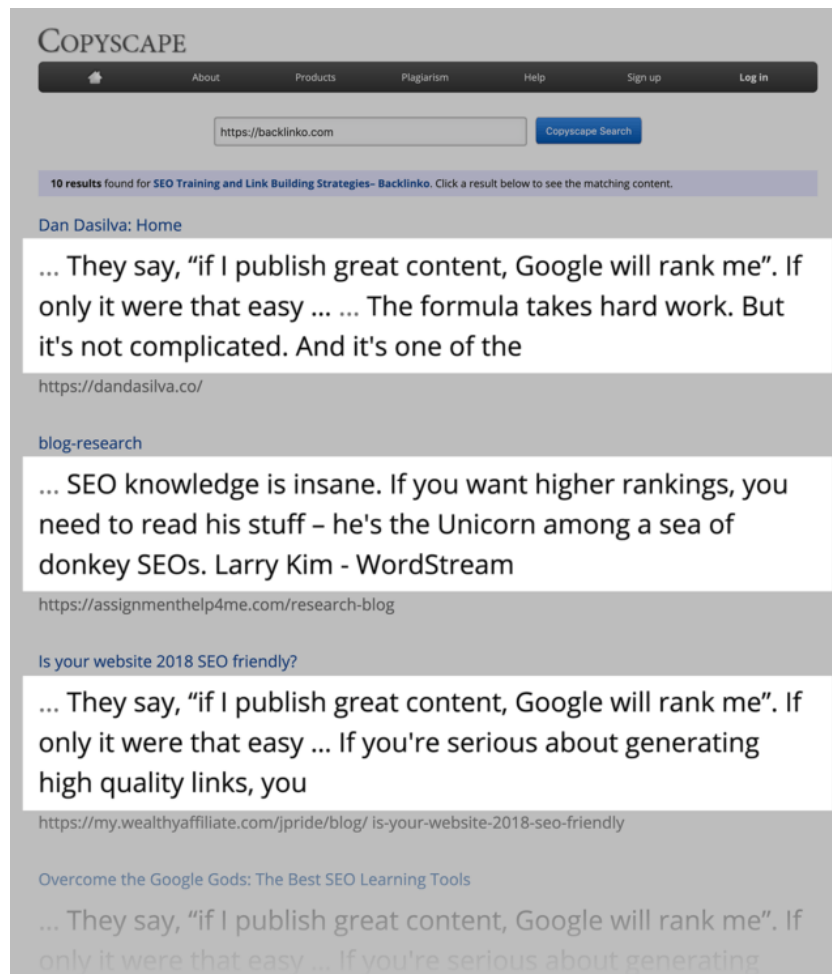
SEO監査ツールと重複コンテンツ

いずれにせよ、これらのツールは、重複コンテンツの発見に適している。

また、「重複コンテンツ」とは、他のサイトからコピーしたコンテンツも意味している。

あなたのWebサイトにあるコンテンツがユニークであるかどうかを確認するために、私は[Copyscape's](#)の「Batch Search」機能を使用することを勧める。

URLのリストをアップロードすれば、Web全体の中、どこにそのコンテンツが表示されているかを示してくれる。



COPYSCAPE

About Products Plagiarism Help Sign up Log in

10 results found for SEO Training and Link Building Strategies- Backlinko. Click a result below to see the matching content.

Dan Dasilva: Home

... They say, "if I publish great content, Google will rank me". If only it were that easy ... The formula takes hard work. But it's not complicated. And it's one of the

<https://dandasilva.co/>

blog-research

... SEO knowledge is insane. If you want higher rankings, you need to read his stuff - he's the Unicorn among a sea of donkey SEOs. Larry Kim - WordStream

<https://assignmenthelp4me.com/research-blog>

Is your website 2018 SEO friendly?

... They say, "if I publish great content, Google will rank me". If only it were that easy ... If you're serious about generating high quality links, you

<https://my.wealthyaffiliate.com/jpride/blog/is-your-website-2018-seo-friendly>

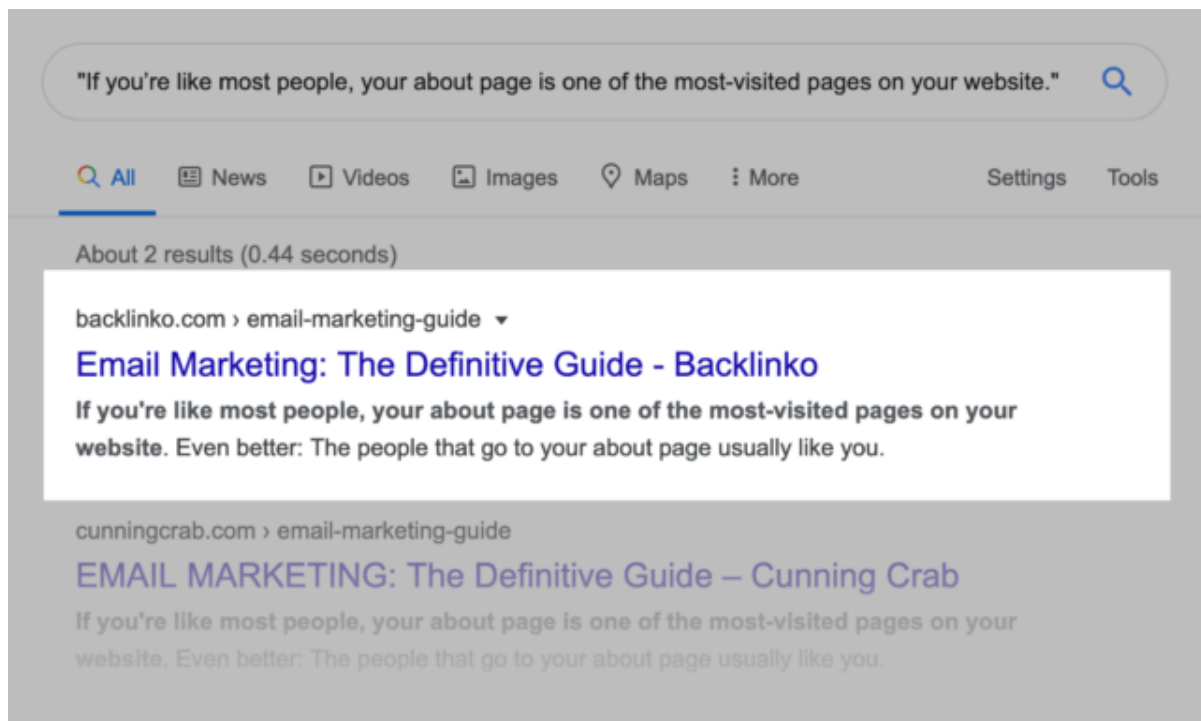
Overcome the Google Gods: The Best SEO Learning Tools

... They say, "if I publish great content, Google will rank me". If only it were that easy ... If you're serious about generating

SEO監査ツールと重複コンテンツ

他のサイトが表示されているスニペットがあれば、そのテキストを引用する形で検索してみるといい。

Googleの検索結果の最初にあなたのページが表示されているのであれば、Googleはあなたのコンテンツがオリジナルであると認識しているはずだ。



備考：他のWebサイトがあなたのコンテンツをコピーし、彼らのWebサイトで公開している場合、その重複コンテンツの彼らの問題となる。あなた自身が気にかけることではない。

あなたのWebサイトのコンテンツは他のWebサイトからコピーされ、もしくは、酷似した内容を書かれているコンテンツかどうかを確認しよう。

ユニークでないコンテンツへのnoindex

多くのWebサイトでいくつかの重複コンテンツは存在してしまっているはずだ。それ自体は問題ではない。

こうした重複コンテンツがインデックスされてしまった場合に問題となる。

解決法は何か。noindexタグを付与すればいい。

noindexタグは、Googleやその他の検索エンジンへ、「このページはインデックスしないでほしい」と伝えるタグである。

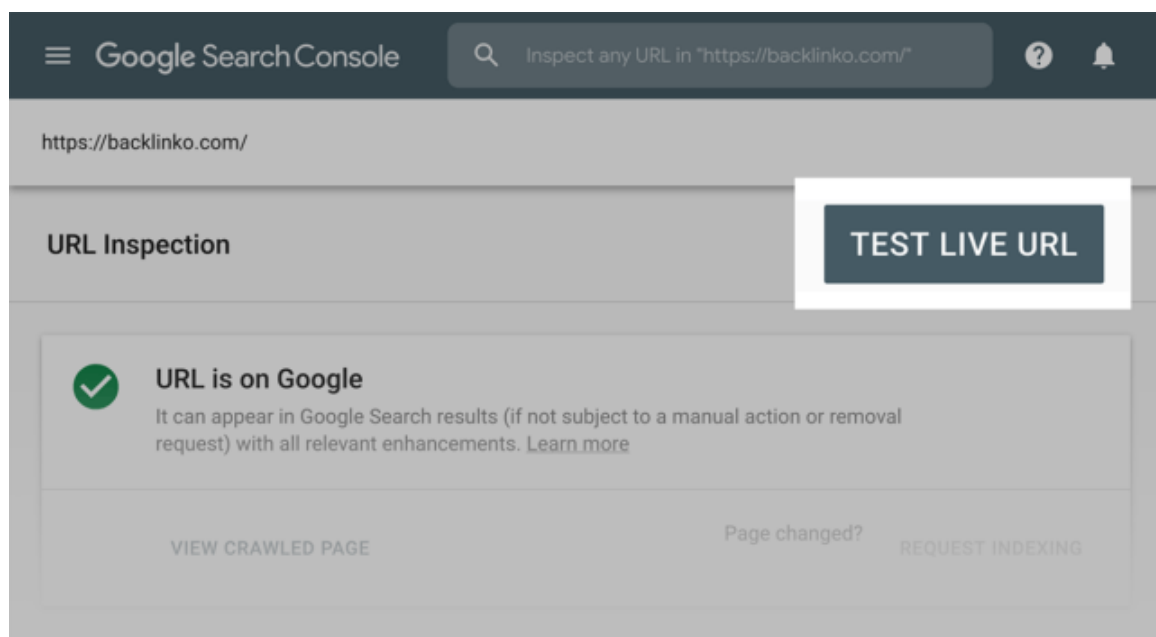
THE "NOINDEX" TAG

```
<meta name="robots" content="noindex, follow" />
```


ユニークでないコンテンツへのnoindex

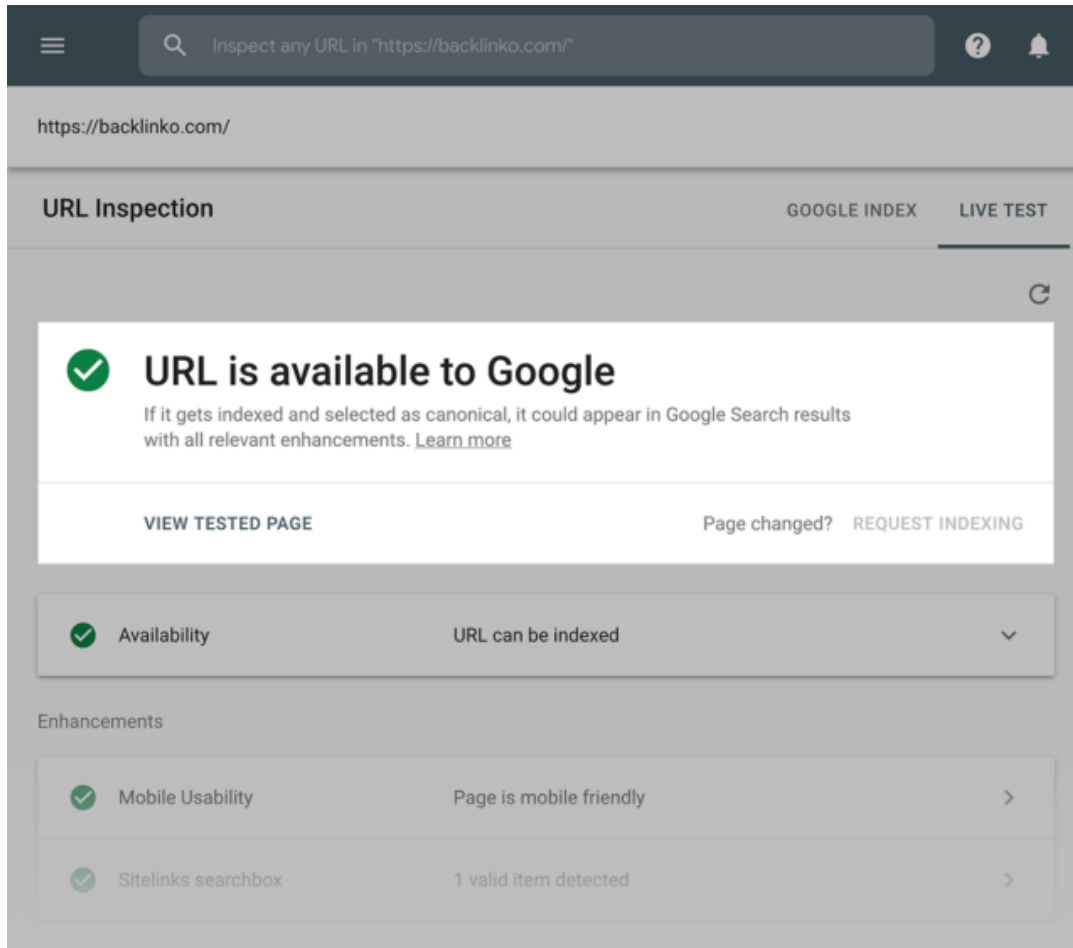
Search Consoleの「URL検査ツール」を使用し、noindexタグが適切に設定されているかを確認しよう。

URLを入力し、「公開URLをテスト」をクリックしよう。



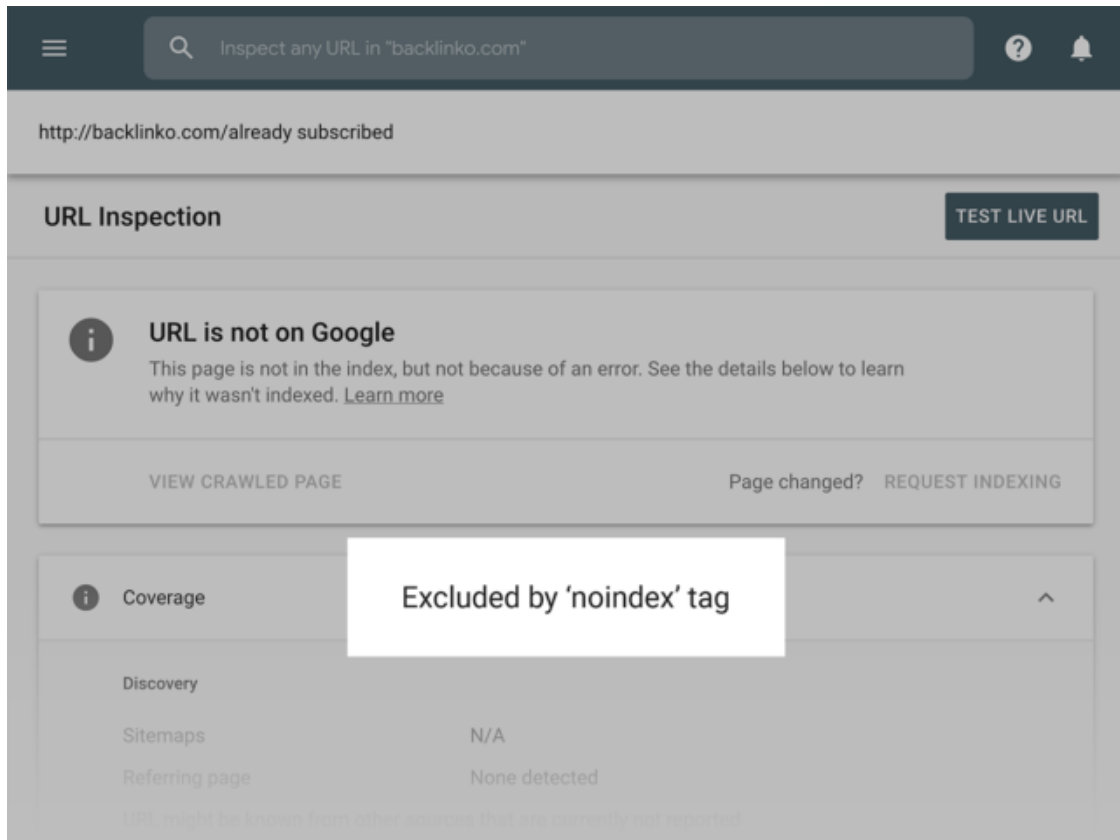
Googleがそのページをまだインデックスしているのであれば、「URLはGoogleに登録されています」というメッセージが表示されるはずだ。これは、noindexタグが適切に設定されていないことを意味する。

ユニークでないコンテンツへのnoindex



もし、「noindexタグによって除外されました」というメッセージが表示されている場合、noindexタグは正しく機能していることになる。

ユニークでないコンテンツへのnoindex

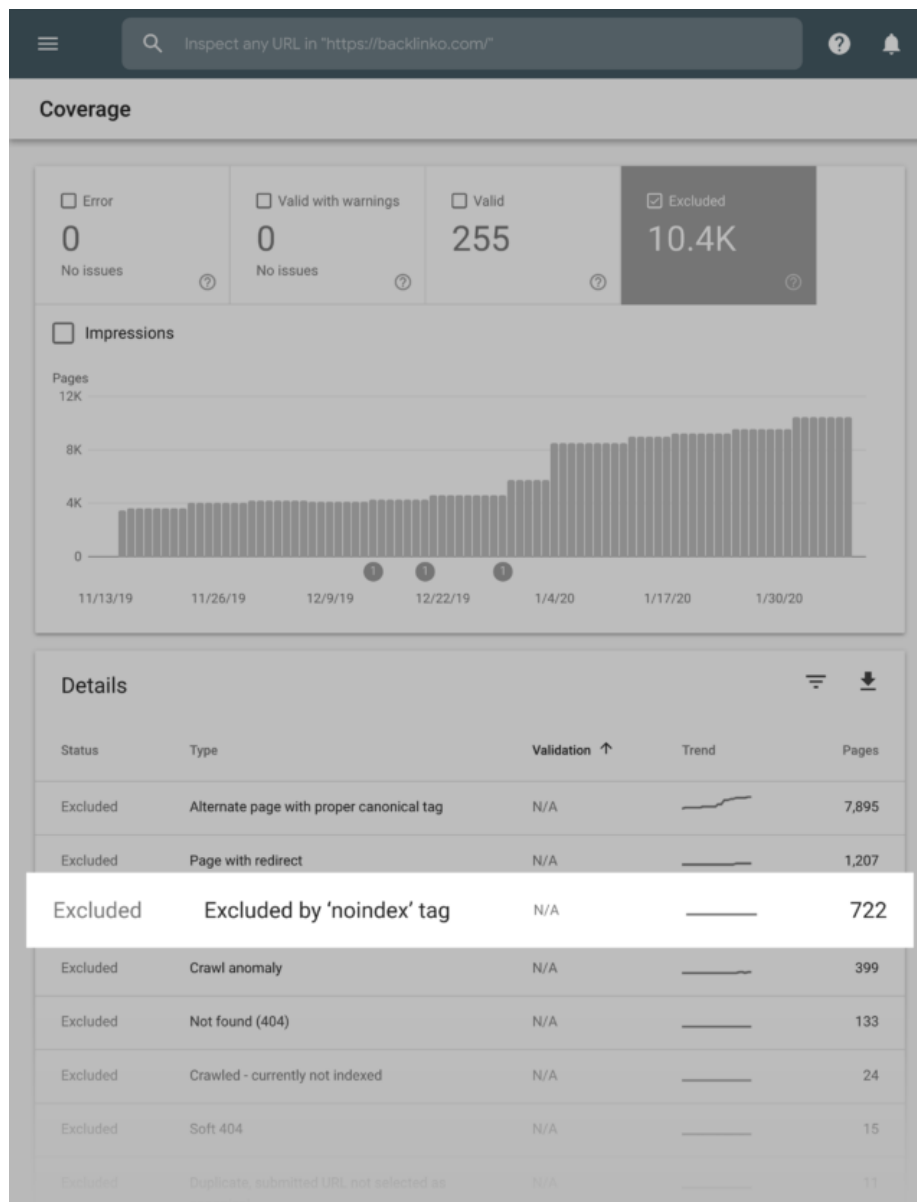


Search Console内のエラーメッセージであなたが見たいと思う、数少ないメッセージだろう。

ユニークでないコンテンツへのnoindex

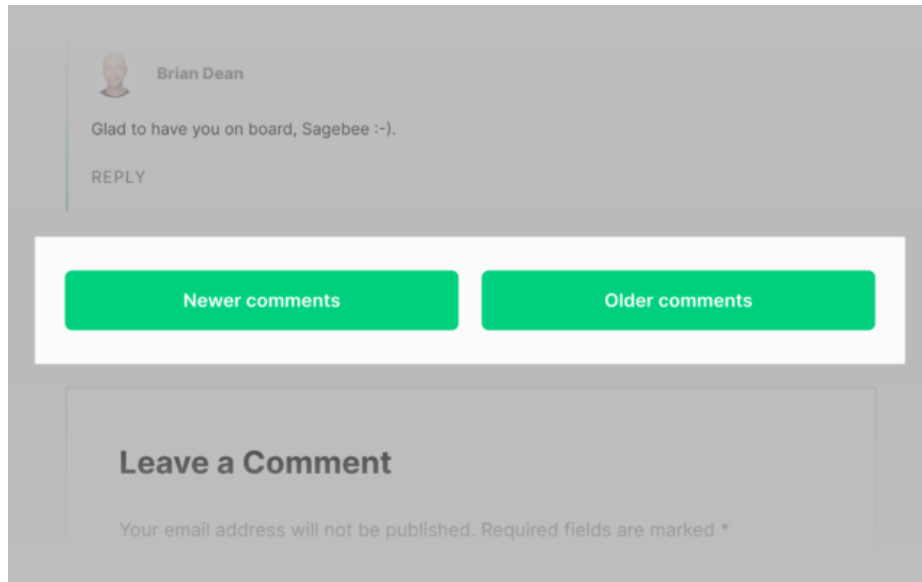
クロールバジェットにもよるが、あなたがインデックスさせたくないページがインデックスされた際、Googleに再クロールされるのには、数日から数週間かかってしまう。

そのため、カバレッジレポート内の「除外」タブをチェックし、noindexタグを付与したページがインデックスから削除されているかどうか、確認することを勧める。

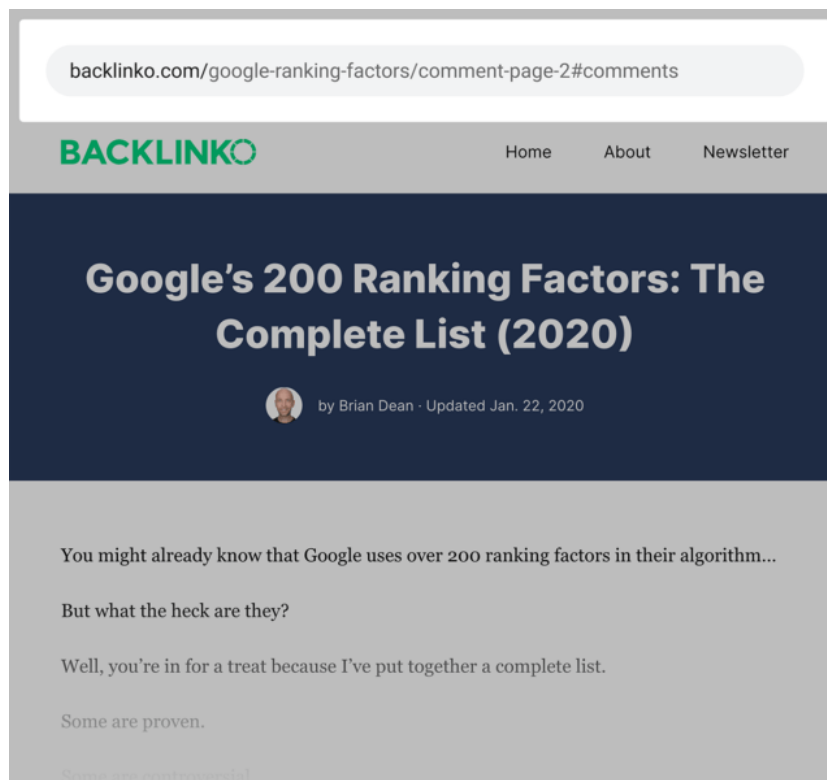


ユニークでないコンテンツへのnoindex

例えば、Backlinkoではページネーションのコメントがある。



また、全てのコメントページには、それが掲載されているオリジナルのブログ記事がある。



canonical URLを使用する

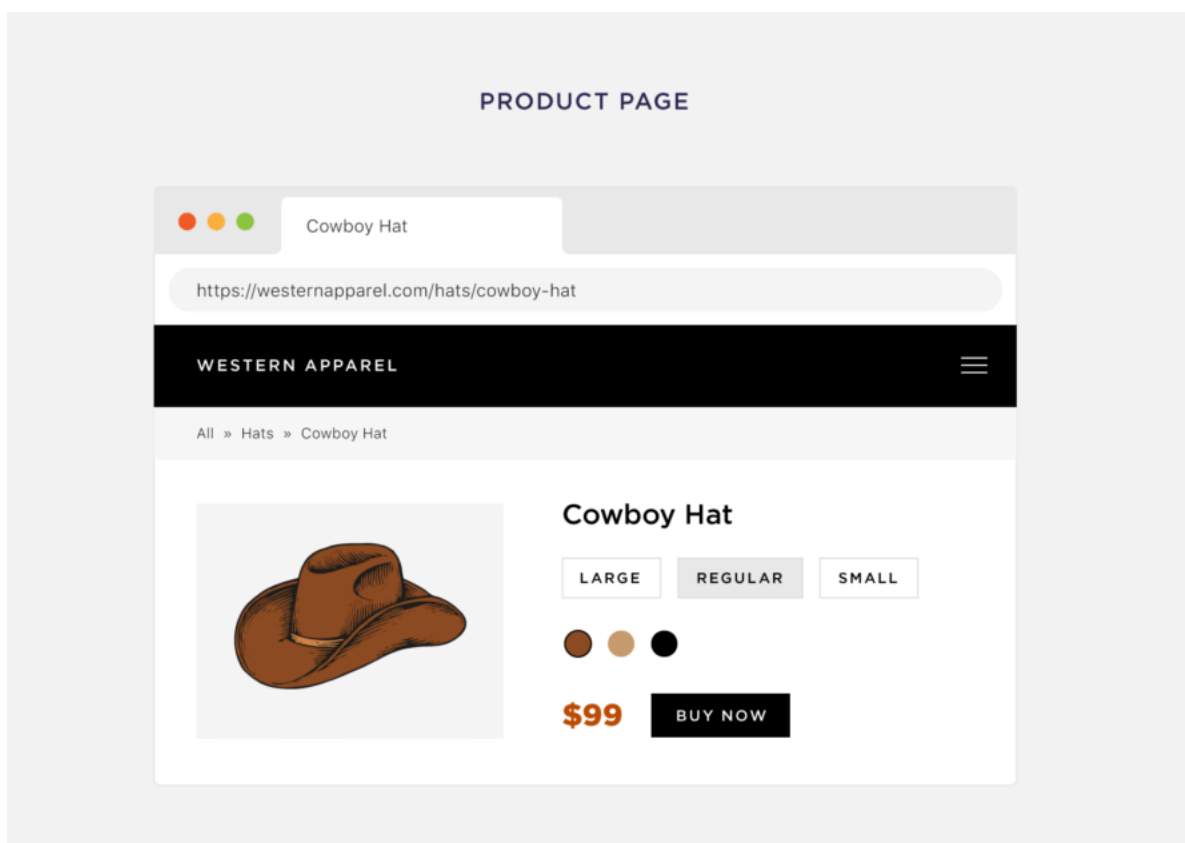
重複した別のコンテンツがある場合は、noindexタグを設置すべきだ。もしくは、ユニークなコンテンツに置き換える必要がある。

しかし、3つ目の方法も存在する。canonical URLである。

canonical URLは非常に似たコンテンツ（複数のコンテンツでわずかな違いがある場合）に設置する、最適な施策だ。

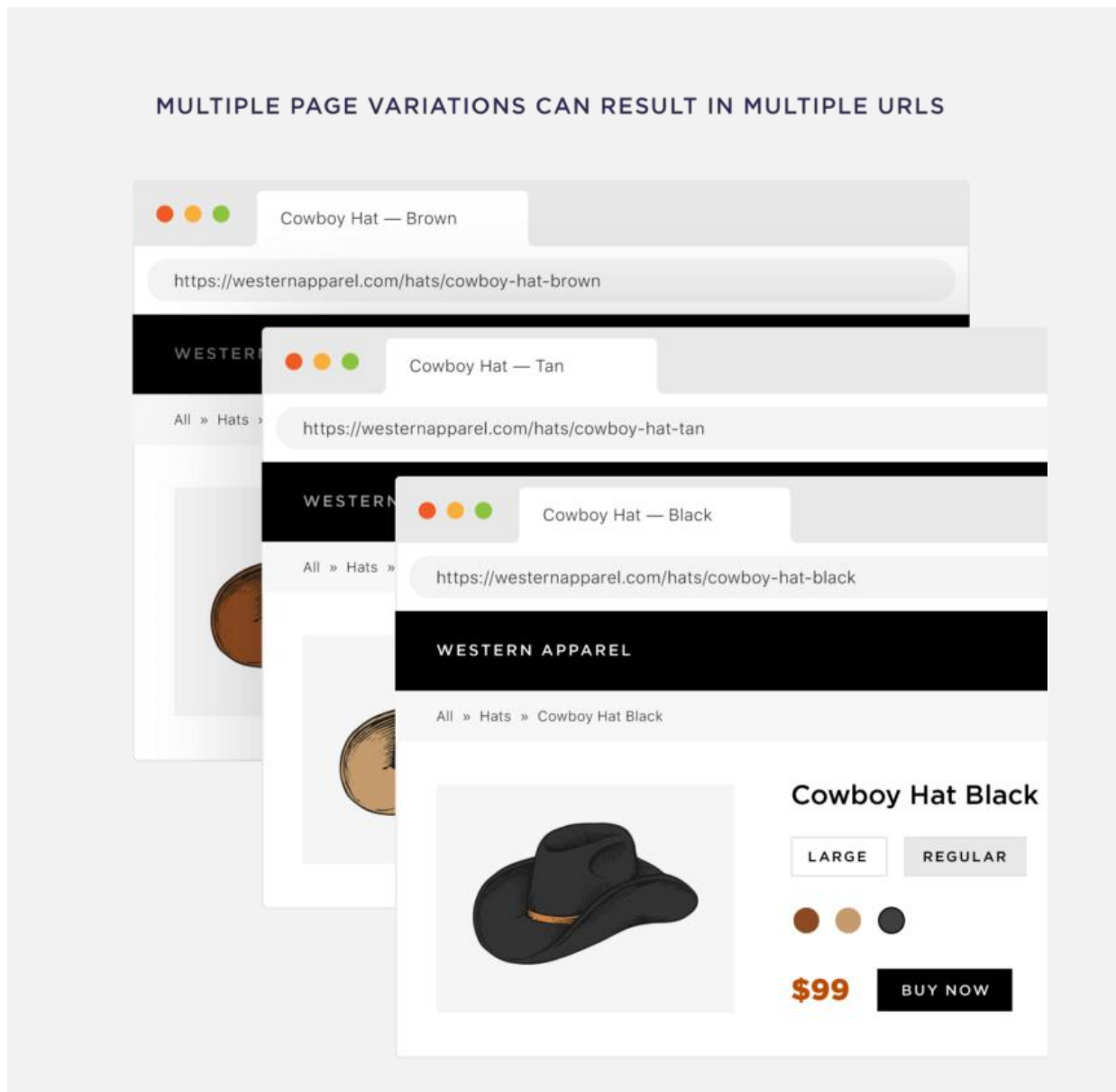
例えば、帽子を販売しているECサイトを例に挙げてみよう。

このサイトには、カウボーイ・ハットの製品ページがある。



canonical URLを使用する

Webサイトの設計にもよるが、全てのサイズやカラーが異なるURLとなる場合がある。

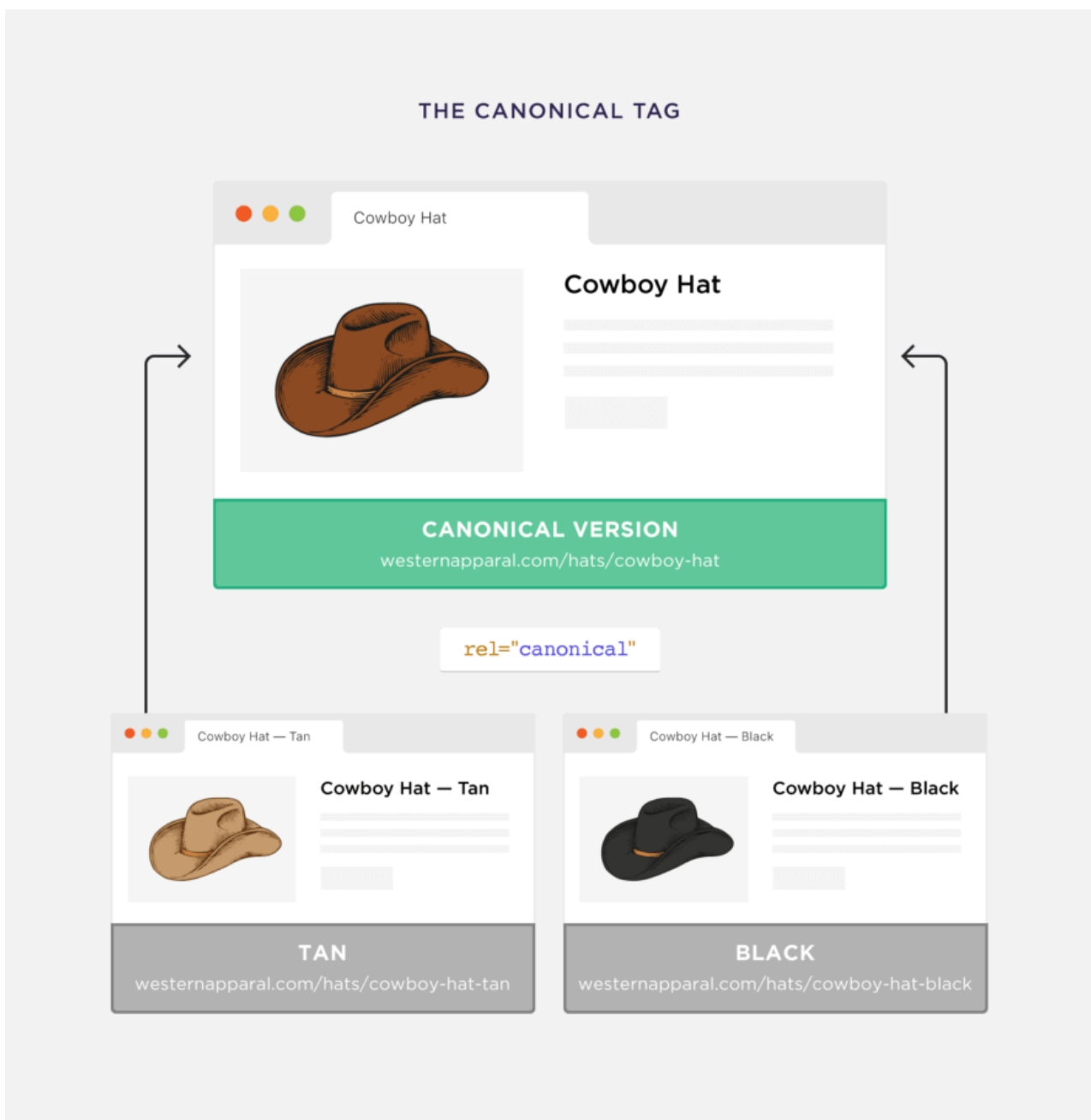


これは良くない。

canonical URLを使用する

幸運にも、canonicalタグを使用し、通常の製品ページが「メイン」のページであると、Googleに知らせることができる。

そして、その他の全てのページは、わずかな違いがあるページであるということも同時に知らせることができる。



第5章

ページスピード

ページスピードの改善は、ランキングに直接影響を与える数少ないテクニカルSEOの1つである。

もちろん、「読み込み時間の速いサイトがGoogleの検索結果の1ページ目に表示される」ということではない。上位表示には被リンクが必要である。

しかし、読み込み時間の改善は、自然検索を増やす上での大きな一歩となる。

この章では、Webサイトのロードタイムを改善するための、3つの簡単な方法を説明する。



Webページのサイズを減らす

CDN、キャッシュ、Lazy Load、CSSの縮小。

こうしたアプローチを推奨する記事を何千回と目にしていることだろう。

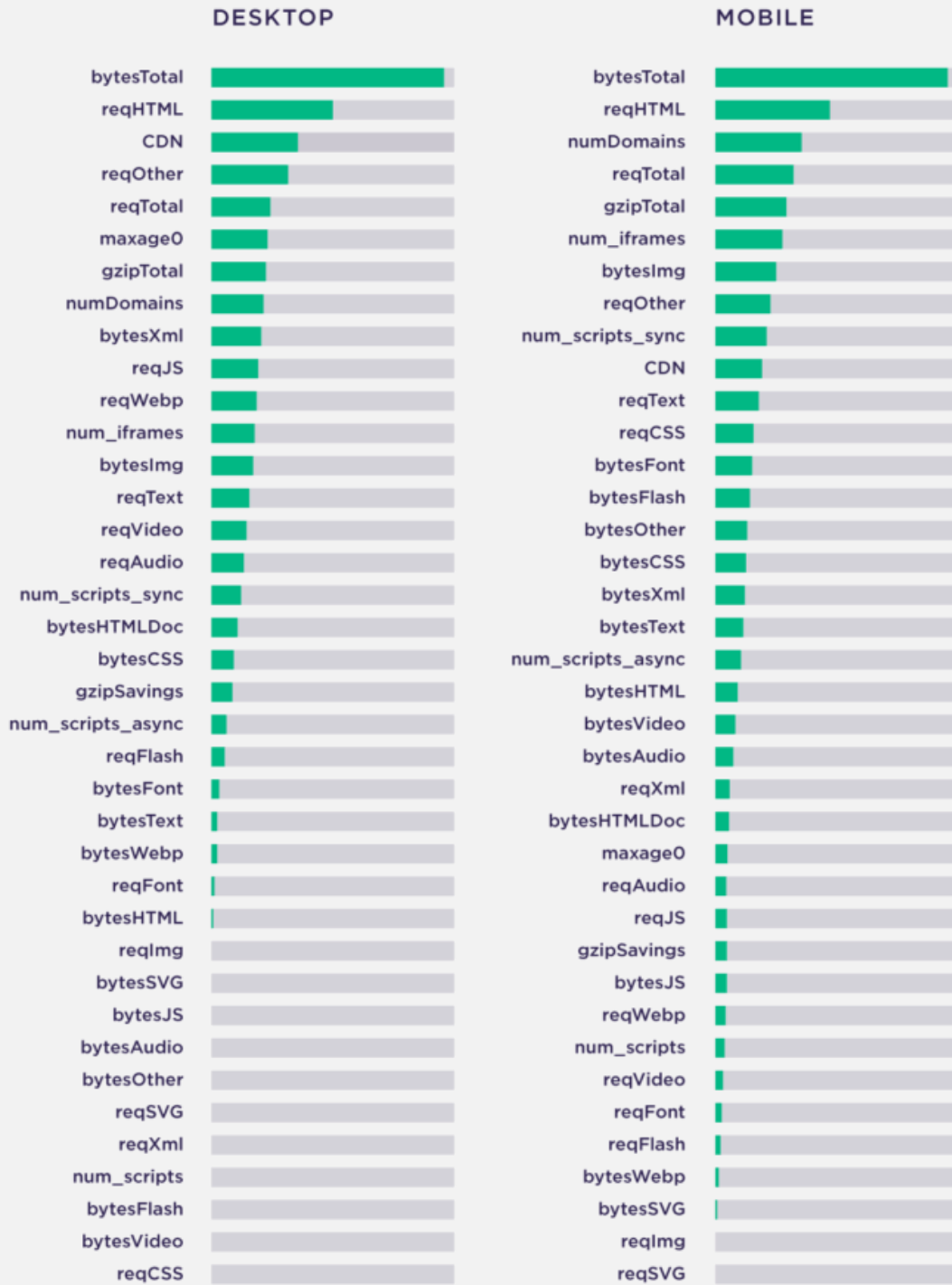
しかし、ページスピードにおける重要な別の要素について、多くの人が語っていないと感じている。それは、Webページのサイズである。

実際、我々がページスピードについて[大規模な調査](#)を行った結果、ページのトータルのサイズとロードタイムは、他のどの要素よりも相関していることがわかった。

(図は次ページ)

Webページのサイズを減らす

FACTORS THAT IMPACT FULLY LOADED ON DESKTOP & MOBILE



Webページのサイズを減らす

調査の結果、得られたアドバイスがある。

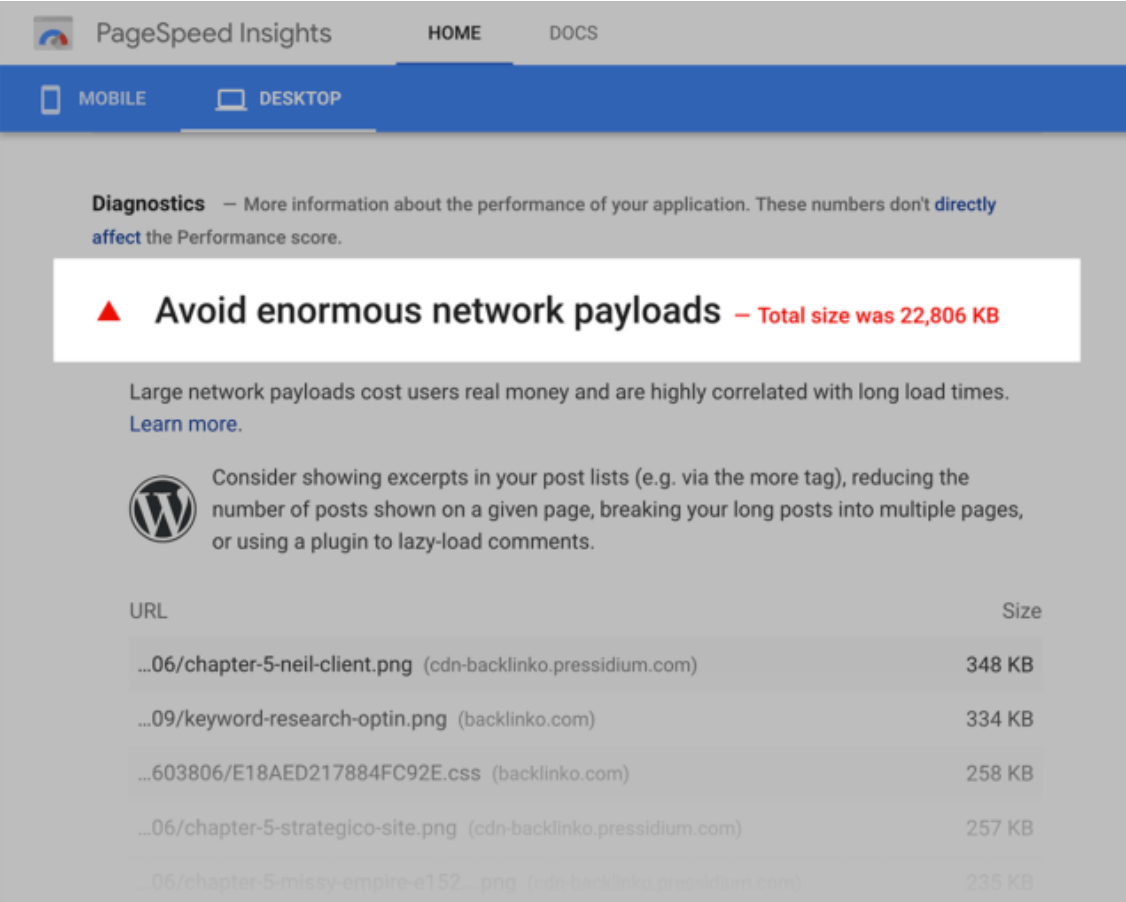
こと、ページスピードにおいては、簡単に手に入るものではない。

画像の圧縮をしたり、サイトのキャッシュの作成をしたり、といったことは可能だ。

しかし、ページが大きければ、ロードには時間がかかってしまう。

これは、我々Backlinkoでも課題となっていることだ。

なぜなら、我々は高解像度の画像を多く使用しているため、ページのサイズが大きくなる傾向があるからだ。



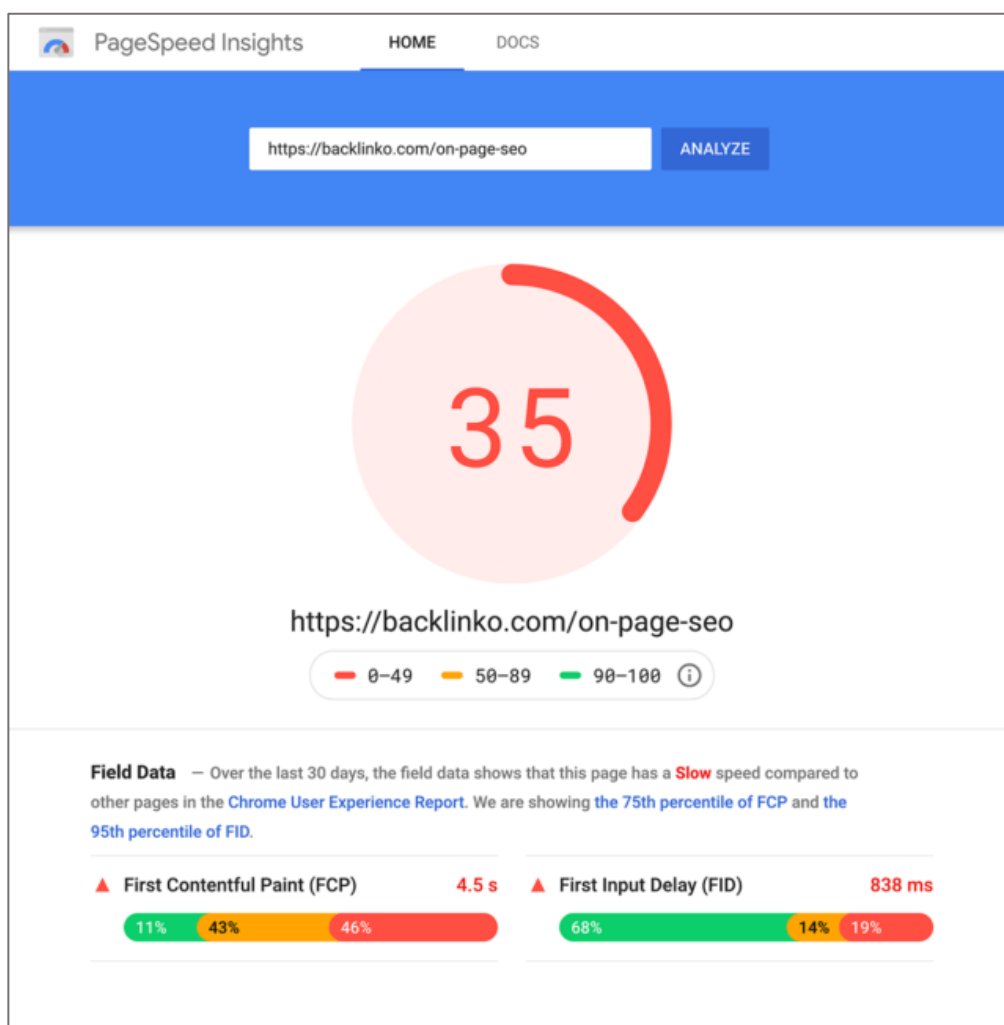
The screenshot shows the PageSpeed Insights interface. At the top, there are navigation links for 'HOME' and 'DOCS', and device selection for 'MOBILE' and 'DESKTOP'. A 'Diagnostics' section is visible, with a warning: 'Avoid enormous network payloads - Total size was 22,806 KB'. Below this, a text block explains that large network payloads are costly and slow, with a 'Learn more' link. A WordPress icon is followed by a recommendation to use excerpts or lazy-load comments. At the bottom, a table lists specific URLs and their sizes.

URL	Size
...06/chapter-5-neil-client.png (cdn-backlinko.pressidium.com)	348 KB
...09/keyword-research-optin.png (backlinko.com)	334 KB
...603806/E18AED217884FC92E.css (backlinko.com)	258 KB
...06/chapter-5-strategico-site.png (cdn-backlinko.pressidium.com)	257 KB
...06/chapter-5-missy-empire-e152...png (cdn-backlinko.pressidium.com)	235 KB

Webページのサイズを減らす

私は、読み込み速度の遅さと付き合うという決断を下した。私は、速いが粒度の粗いページではなく、遅いが見栄えのいいページにすることにしたのだ。

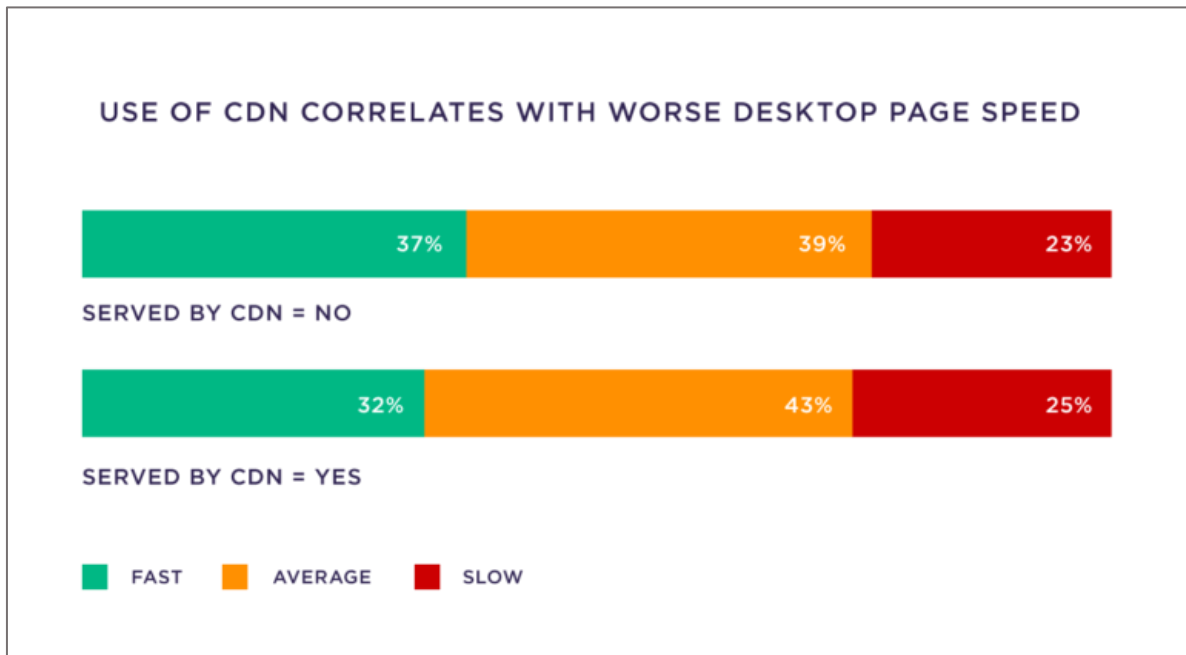
その結果、GoogleのPageSpeed Insightsのスコアは非常に低くなってしまった。



しかし、サイトスピードの改善が最優先事項であるならば、ページのサイズを縮小させるため、あらゆる施策を行うべきだ。

CDNの利用有無におけるロードタイム

我々のページスピードの調査から得られた結果の中で最も驚くべきものの1つに、「CDNはロードタイムの悪化と関連している」ということが挙げられる。

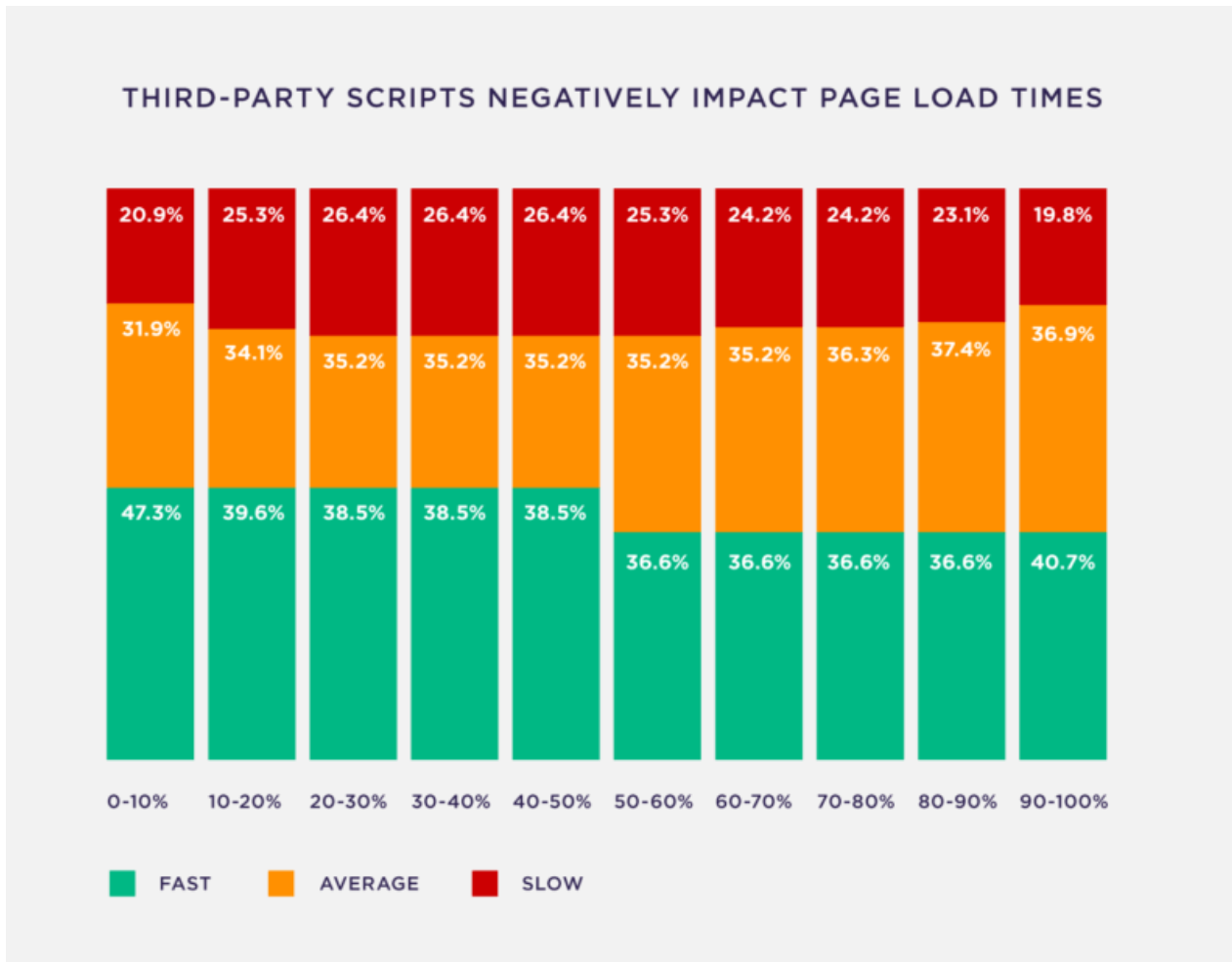


おそらくは、多くのCDNが的確にセットアップされていないからだろう。

そのため、CDNを使用する場合は、[webpagetest.org](https://www.webpagetest.org)でCDNのあり、なしの状態でテストをすることをお勧めする。

サードパーティ製のスクリプトを削除する

ページに設置されたサードパーティ製のスクリプトは、平均で34msのロードタイムを追加してしまう。



これらのスクリプトの中でも、（例えばGoogle Analyticsのように）必要なものもあるだろう。

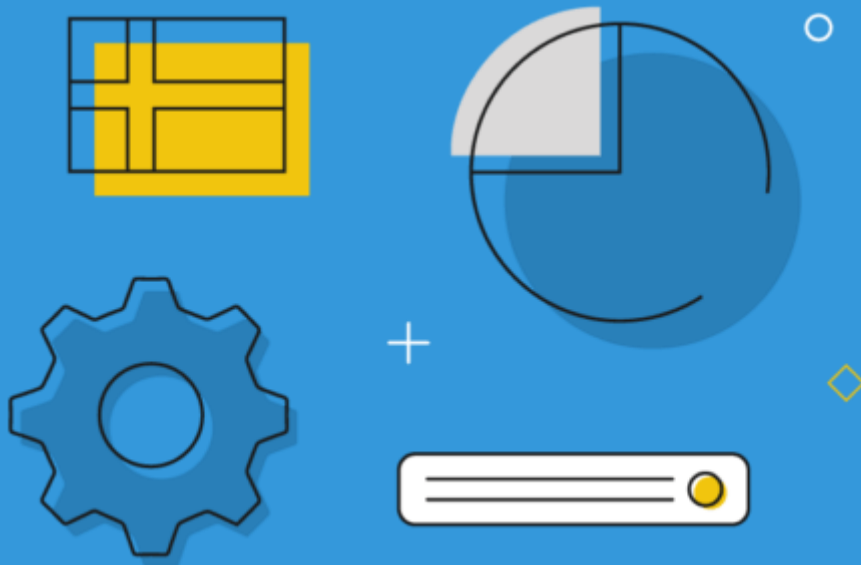
しかし、取り除いてもよいスクリプトがあるかどうか、Webサイト全体を確認することは無駄ではないはずだ。

第6章

テクニカルSEOのアドバイス

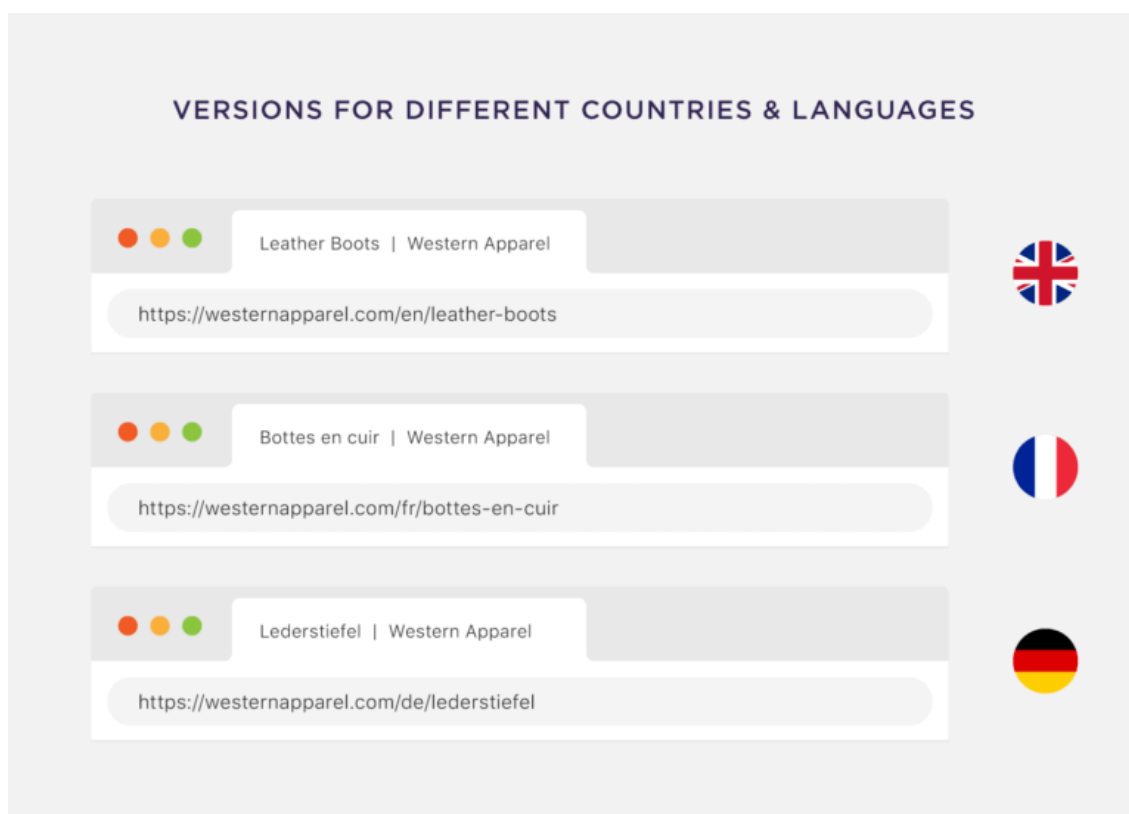
ここでは、すぐに行えるテクニカルSEOのアドバイスをいくつか紹介しよう。

この章では、リダイレクト、構造化データ、hreflangなどを扱う。



多言語サイトにhreflangを設置する

あなたのサイトには、異なる国々や言語に対するバージョンのページがあるだろうか。

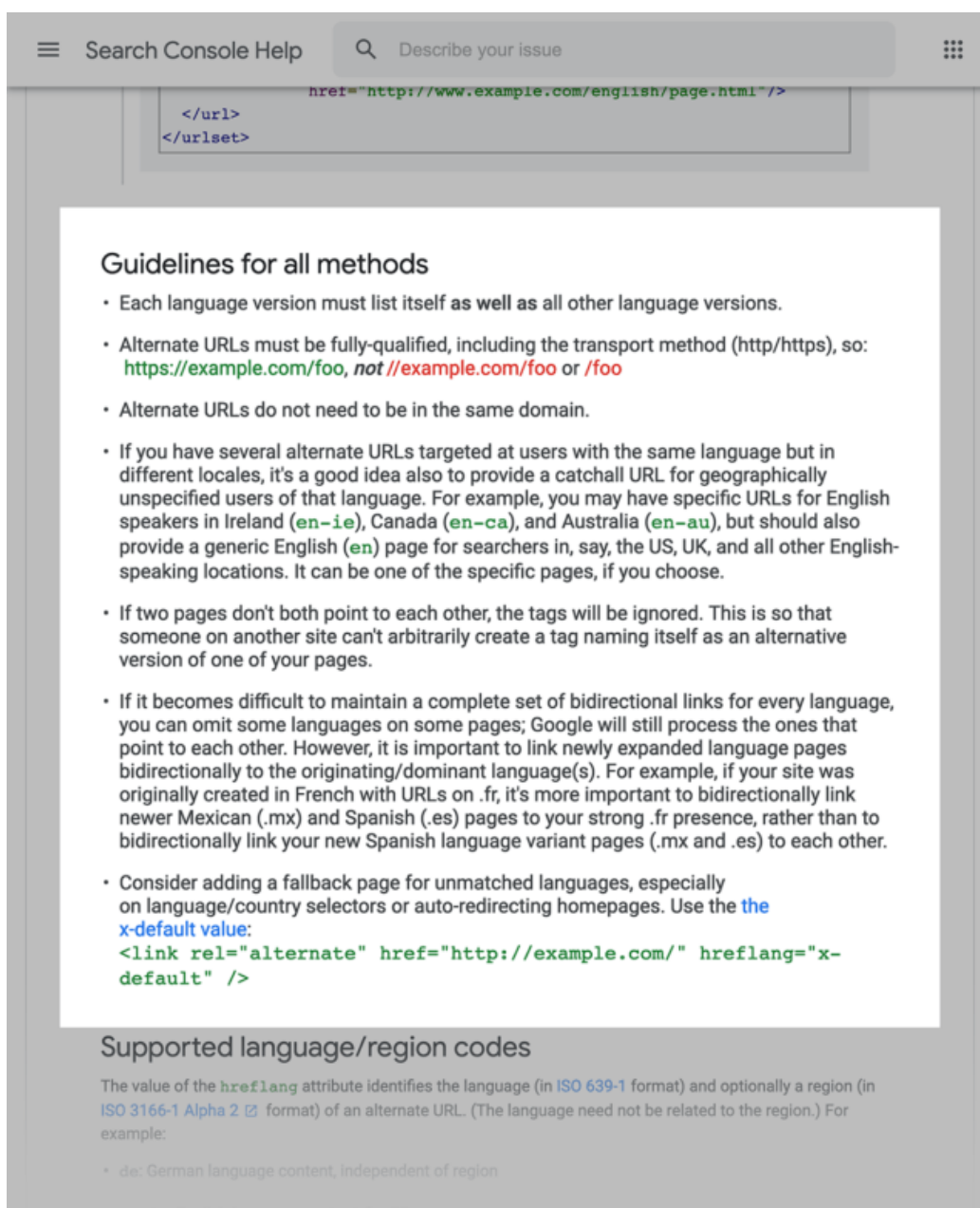


その場合は、hreflangタグが大きな助けとなる。

多言語サイトにhreflangを設置する

hreflangの問題は何だろうか。

それは、セットアップが困難であるということだ。また、Googleのヘルプ記事も、わかりやすいわけではない。



The screenshot shows the Google Search Console Help page for hreflang. At the top, there is a search bar with the text "Describe your issue" and a search icon. Below the search bar, there is a code snippet: `href="http://www.example.com/english/page.html" />` followed by `</url>` and `</urlset>`. The main content area is titled "Guidelines for all methods" and contains a list of guidelines. The guidelines are:

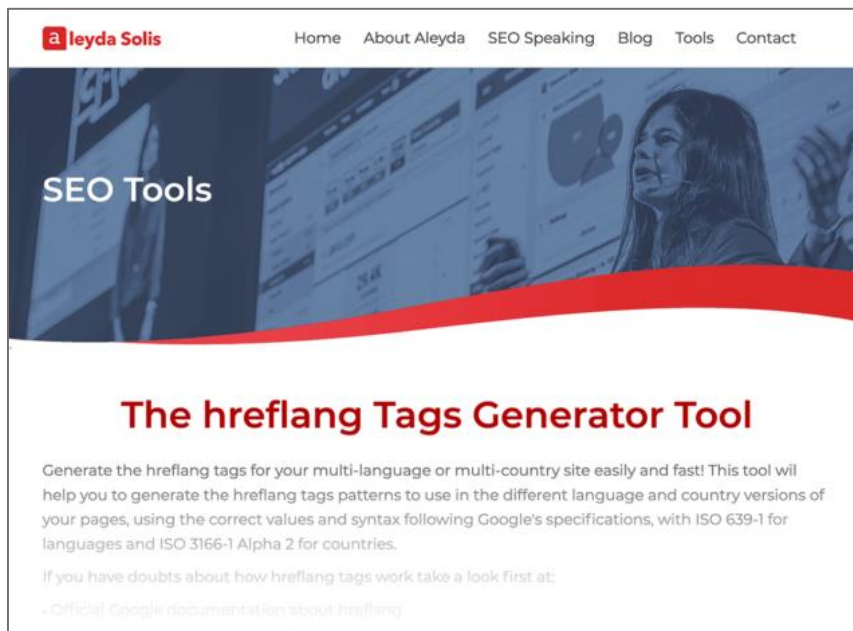
- Each language version must list itself as well as all other language versions.
- Alternate URLs must be fully-qualified, including the transport method (http/https), so: `https://example.com/foo`, *not* `//example.com/foo` or `/foo`
- Alternate URLs do not need to be in the same domain.
- If you have several alternate URLs targeted at users with the same language but in different locales, it's a good idea also to provide a catchall URL for geographically unspecified users of that language. For example, you may have specific URLs for English speakers in Ireland (`en-ie`), Canada (`en-ca`), and Australia (`en-au`), but should also provide a generic English (`en`) page for searchers in, say, the US, UK, and all other English-speaking locations. It can be one of the specific pages, if you choose.
- If two pages don't both point to each other, the tags will be ignored. This is so that someone on another site can't arbitrarily create a tag naming itself as an alternative version of one of your pages.
- If it becomes difficult to maintain a complete set of bidirectional links for every language, you can omit some languages on some pages; Google will still process the ones that point to each other. However, it is important to link newly expanded language pages bidirectionally to the originating/dominant language(s). For example, if your site was originally created in French with URLs on `.fr`, it's more important to bidirectionally link newer Mexican (`.mx`) and Spanish (`.es`) pages to your strong `.fr` presence, rather than to bidirectionally link your new Spanish language variant pages (`.mx` and `.es`) to each other.
- Consider adding a fallback page for unmatched languages, especially on language/country selectors or auto-redirecting homepages. Use the [x-default value](#):
`<link rel="alternate" href="http://example.com/" hreflang="x-default" />`

Below the guidelines, there is a section titled "Supported language/region codes". It explains that the value of the `hreflang` attribute identifies the language (in ISO 639-1 format) and optionally a region (in ISO 3166-1 Alpha 2 format) of an alternate URL. (The language need not be related to the region.) For example:

- `de`: German language content, independent of region

多言語サイトにhreflangを設置する

そこで、[Aleyda Solis's hreflang Generator Tool](#)の登場だ。



このツールを使用すれば、複数の国、言語、地域へのhreflangの作成が比較的容易に行える。

The image shows the user interface of the hreflang Generator Tool. It starts with the heading 'Generate the hreflang tags now:'. Below this, there is a text box explaining that users can either add URLs manually or upload a CSV file. There is a 'Browse...' button and the text 'No file selected.'. A red button labeled 'FILL THE FORM WITH DATA FROM THE CSV FILE' is positioned below. A text input field contains the placeholder 'Add a valid URL like https://example.com'. Below the input field are two dropdown menus: 'Select the Language...' and 'Select Country of th...'. There are two more red buttons: '+ ADD AN ADDITIONAL LANGUAGE / COUNTRY URL VERSION' and '- REMOVE ALL AND START CLEAN'. Below these buttons, there is a section titled 'Generate the hreflang annotations as:' with two radio button options: 'Tags to include in the head area of the pages HTML' (which is selected) and 'Attributes in an XML Sitemap'. At the bottom, there is a large red button labeled 'GENERATE THE HREFLANG TAGS FOR THESE URLS'.

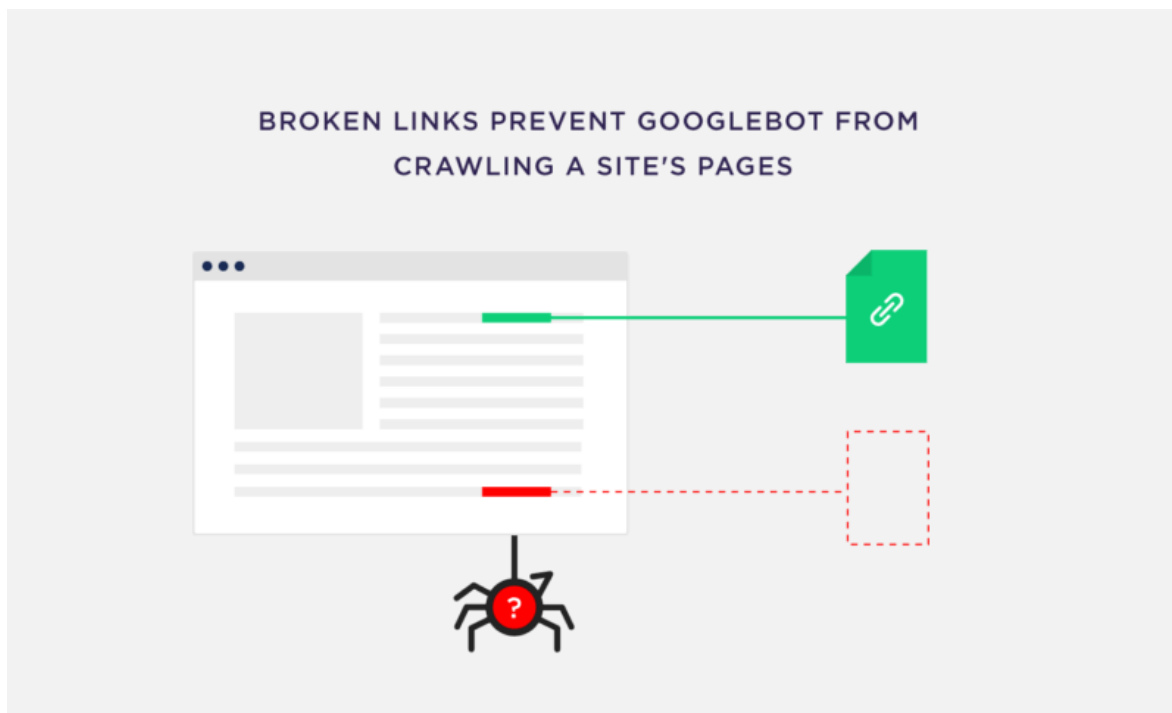
リンク切れを確認する

多くのリンク切れがあったとしても、そのWebサイトのSEOを破壊することはない。

実際、リンク切れは「[SEOの問題ではない](#)」とGoogleも述べている。

しかし、リンク切れした内部リンクがある場合はどうだろうか。そうになると、話は変わってくる。

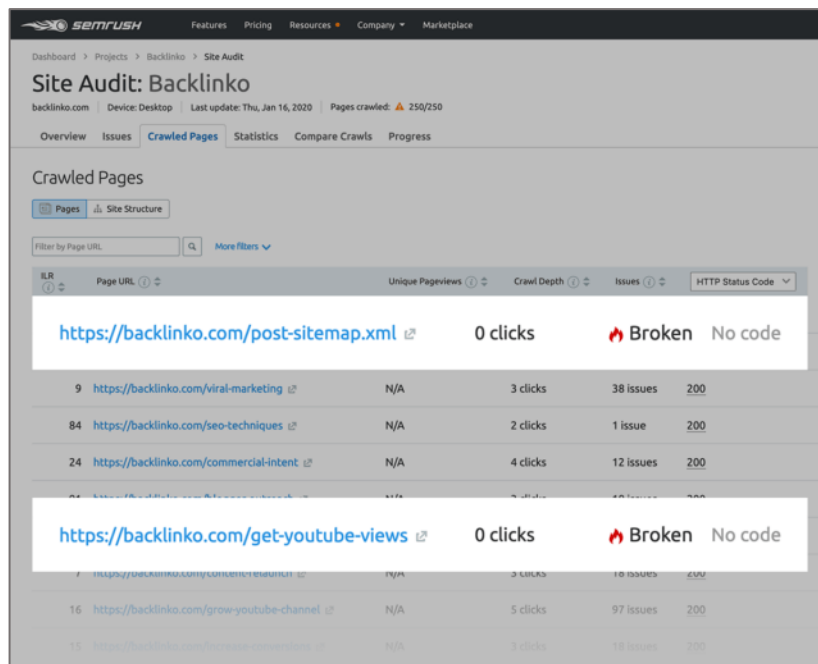
リンク切れした内部リンクがあれば、GoogleBotがサイト内のページを発見し、クローリングすることが困難になる。



そのため、3ヶ月に1回、リンク切れの確認を含むSEO監査を行うことをお勧めする。

リンク切れを確認する

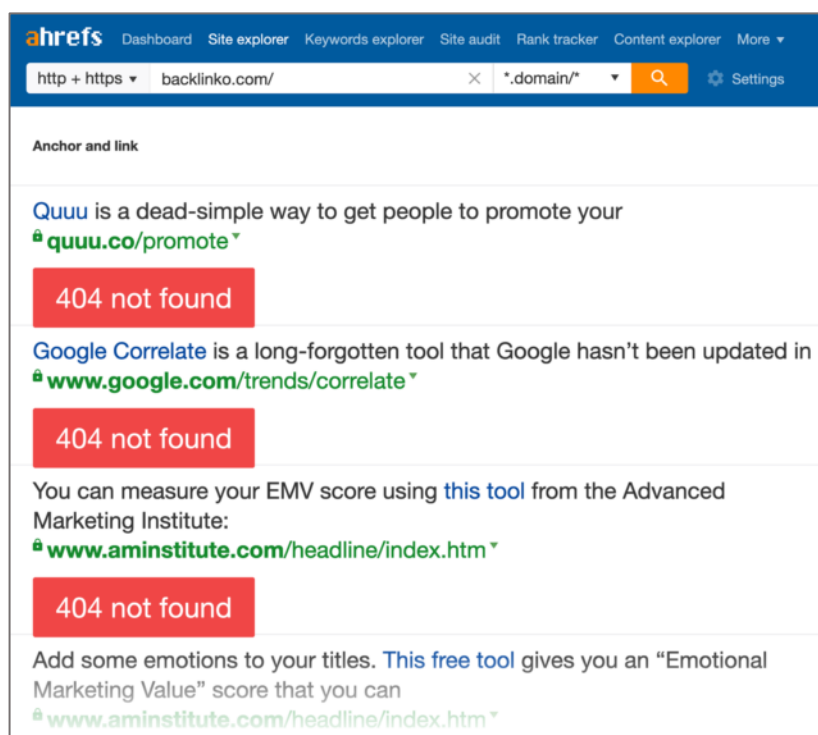
例えばSEMrushのSEO監査ツールを使えば、サイト内のリンク切れを容易に見ることができる。



The screenshot shows the SEMrush Site Audit interface for the domain backlinko.com. The 'Crawled Pages' tab is active, displaying a table of crawled pages. Two rows are highlighted in white, indicating broken links. The first highlighted row is for the URL <https://backlinko.com/post-sitemap.xml>, which has 0 clicks and is marked as 'Broken' with a red flame icon and 'No code'. The second highlighted row is for the URL <https://backlinko.com/get-youtube-views>, also with 0 clicks, marked as 'Broken' with a red flame icon, and 'No code'. Other rows in the table show various URLs with their respective click counts, issue counts, and HTTP status codes (e.g., 200).

ILR	Page URL	Unique Pageviews	Crawl Depth	Issues	HTTP Status Code
	https://backlinko.com/post-sitemap.xml	0 clicks		Broken	No code
9	https://backlinko.com/viral-marketing	N/A	3 clicks	38 issues	200
84	https://backlinko.com/seo-techniques	N/A	2 clicks	1 issue	200
24	https://backlinko.com/commercial-intent	N/A	4 clicks	12 issues	200
	https://backlinko.com/get-youtube-views	0 clicks		Broken	No code
7	https://backlinko.com/seo-techniques	N/A	3 clicks	10 issues	200
16	https://backlinko.com/grow-youtube-channel	N/A	5 clicks	97 issues	200
15	https://backlinko.com/increase-conversions	N/A	3 clicks	18 issues	200

Ahrefsの場合はこうだ。

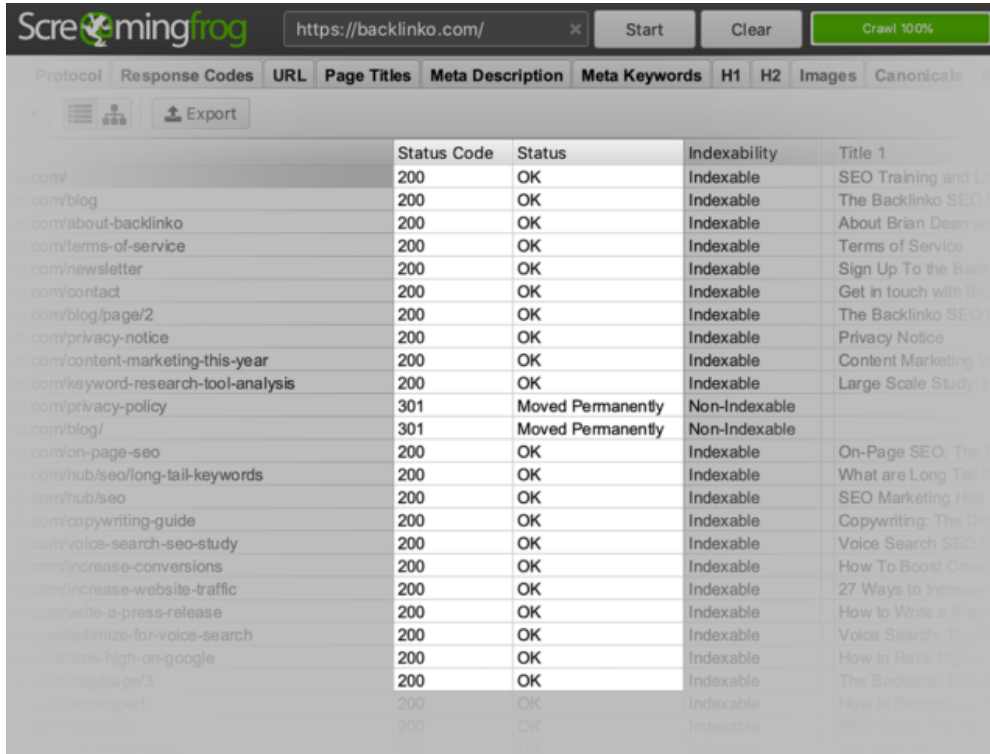


The screenshot shows the Ahrefs Site Audit interface for the domain backlinko.com. The 'Anchor and link' section is visible, showing three examples of broken links. Each example consists of a text snippet, a link, and a red box indicating the error. The first example is a link to quuu.co/promote with the error '404 not found'. The second example is a link to www.google.com/trends/correlate with the error '404 not found'. The third example is a link to www.aminstitute.com/headline/index.htm with the error '404 not found'.

Anchor and link	Error
Quuu is a dead-simple way to get people to promote your quuu.co/promote	404 not found
Google Correlate is a long-forgotten tool that Google hasn't been updated in www.google.com/trends/correlate	404 not found
You can measure your EMV score using this tool from the Advanced Marketing Institute: www.aminstitute.com/headline/index.htm	404 not found

リンク切れを確認する

Screaming Frogにもある。



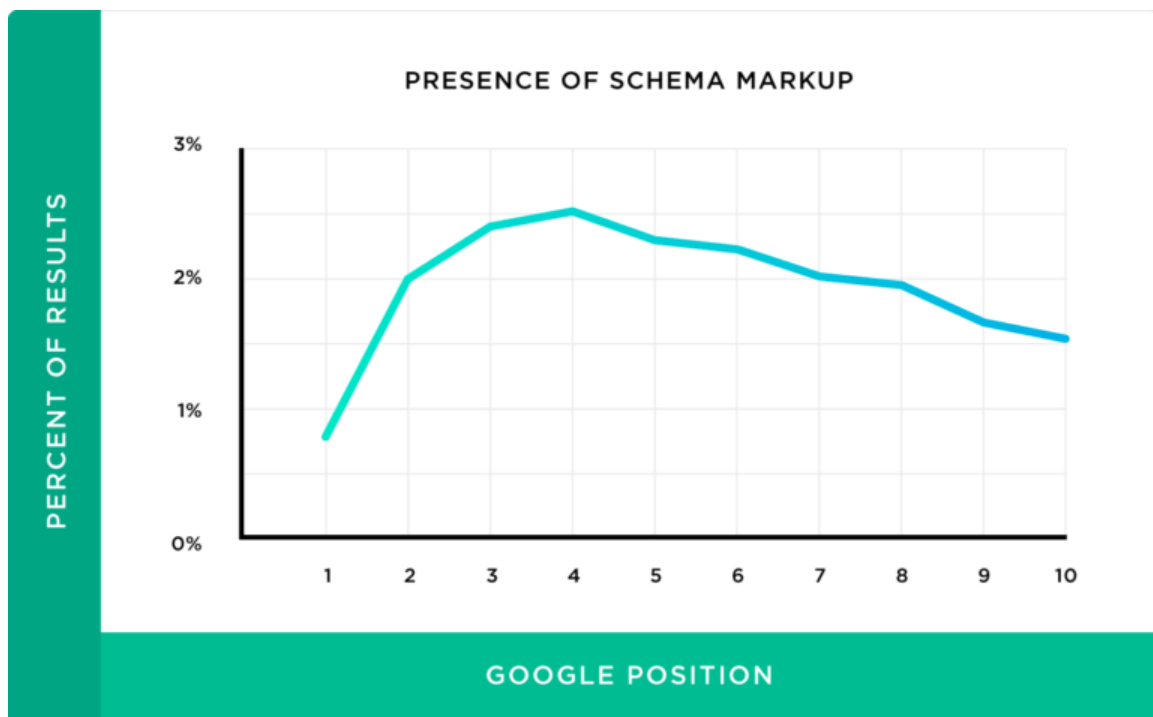
URL	Status Code	Status	Indexability	Title 1
https://backlinko.com/	200	OK	Indexable	SEO Training and U
https://backlinko.com/blog	200	OK	Indexable	The Backlinko SEO
https://backlinko.com/about-backlinko	200	OK	Indexable	About Brian Dean an
https://backlinko.com/terms-of-service	200	OK	Indexable	Terms of Service
https://backlinko.com/newsletter	200	OK	Indexable	Sign Up To the Back
https://backlinko.com/contact	200	OK	Indexable	Get in touch with Bri
https://backlinko.com/blog/page/2	200	OK	Indexable	The Backlinko SEO
https://backlinko.com/privacy-notice	200	OK	Indexable	Privacy Notice
https://backlinko.com/content-marketing-this-year	200	OK	Indexable	Content Marketing in
https://backlinko.com/keyword-research-tool-analysis	200	OK	Indexable	Large Scale Study
https://backlinko.com/privacy-policy	301	Moved Permanently	Non-Indexable	
https://backlinko.com/blog/	301	Moved Permanently	Non-Indexable	
https://backlinko.com/on-page-seo	200	OK	Indexable	On-Page SEO: The
https://backlinko.com/hub/seo/long-tail-keywords	200	OK	Indexable	What are Long Tail
https://backlinko.com/hub/seo	200	OK	Indexable	SEO Marketing Hub
https://backlinko.com/copywriting-guide	200	OK	Indexable	Copywriting: The D
https://backlinko.com/voice-search-seo-study	200	OK	Indexable	Voice Search SEO
https://backlinko.com/increase-conversions	200	OK	Indexable	How To Boost Con
https://backlinko.com/increase-website-traffic	200	OK	Indexable	27 Ways to Increas
https://backlinko.com/write-a-press-release	200	OK	Indexable	How to Write a Pres
https://backlinko.com/optimize-for-voice-search	200	OK	Indexable	Voice Search: The
https://backlinko.com/rank-high-on-google	200	OK	Indexable	How to Rank High
https://backlinko.com/blog/page/3	200	OK	Indexable	The Backlinko SEO
https://backlinko.com/seo-expert	200	OK	Indexable	How to Rank High
https://backlinko.com/seo-audit	200	OK	Indexable	SEO Audit: The

これらの画像からもお分かりのとおり、私はリンク切れの問題を抱えていない。非常に良い状態と言えるはずだ。

構造化データを設置する

構造化データを実装することは、サイトのSEOを改善するのに直接役に立つというわけではない。

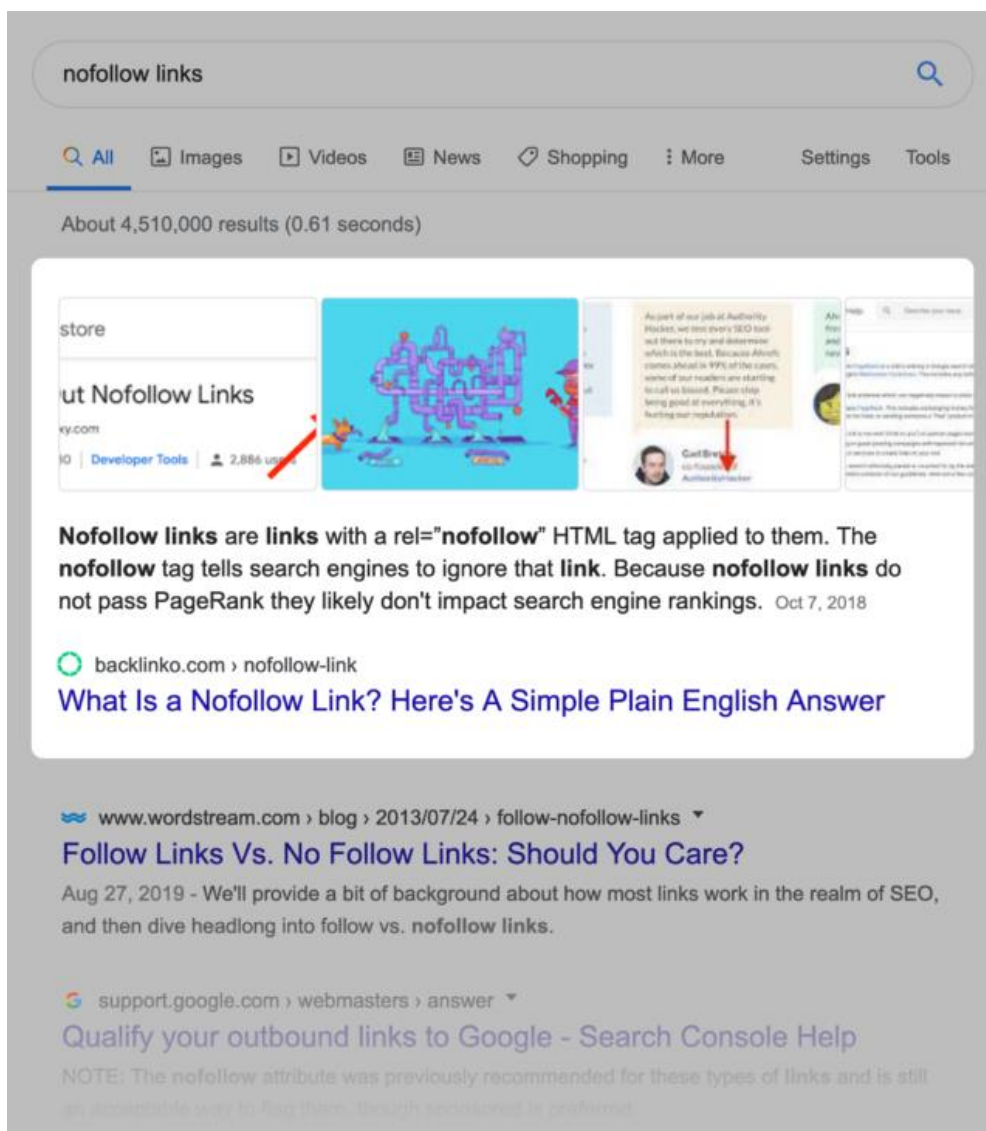
実際、我々が行った[ランキング要素の調査](#)では、構造化データと1ページ目への表示には相関がないことがわかっている。



構造化データを設置する

とはいえ、構造化データを実装することで、リッチスニペットの表示が可能となる。

リッチスニペットは検索結果で目立つ表示となるため、自然検索のクリック率を大きく改善する可能性がある。



XMLサイトマップを認証する

大規模なWebサイトを運営している場合、サイトマップ内のURLを管理し続けることは困難だ。実際に、私が調査したWebサイトの多くで、404や301のページがサイトマップに含まれていた。

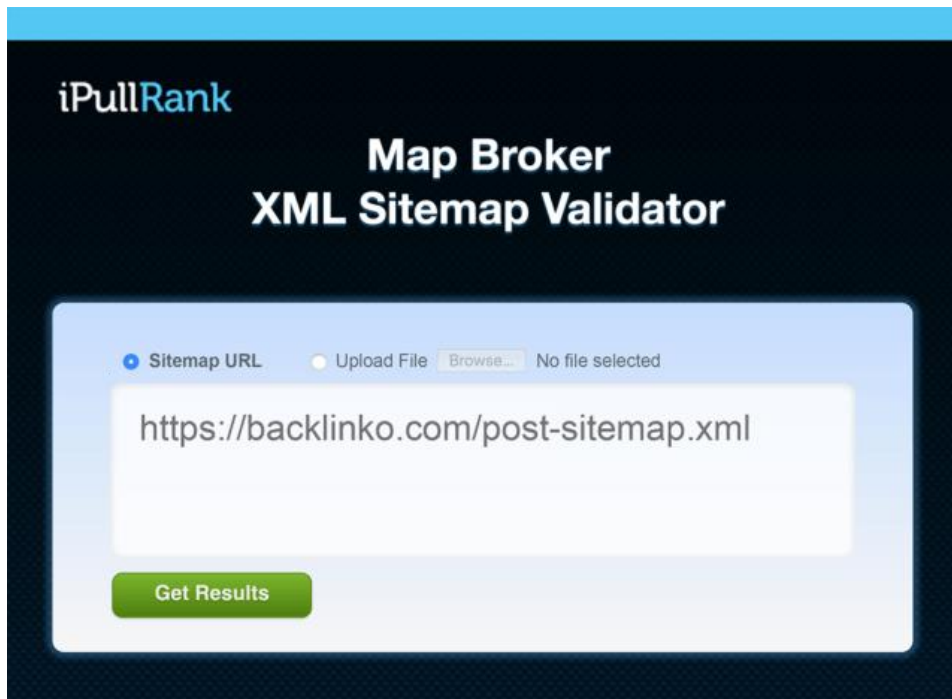
サイトマップの目的が公開されているページの全てを検索エンジンに伝えることであることを考えれば、サイトマップ内のリンクの全てを公開されているページのリンクにしたいと思うはずだ。

そのため、[the Map Broker XML Sitemap Validator](#)を使用してサイトマップの運用を行おう。

自身のサイトマップを入力するだけでよい。

すると、リンク切れやリダイレクトしているURLを検知できる。

XMLサイトをマップを認証する

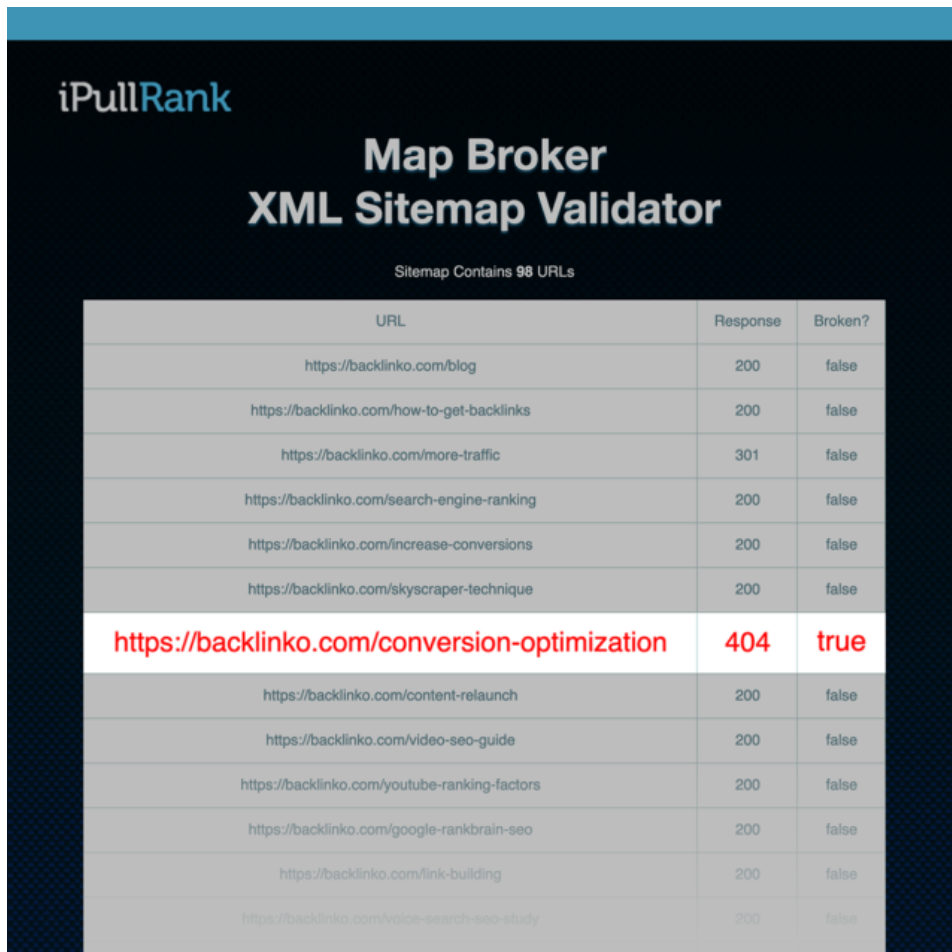


iPullRank

Map Broker XML Sitemap Validator

Sitemap URL Upload File No file selected

<https://backlinko.com/post-sitemap.xml>



iPullRank

Map Broker XML Sitemap Validator

Sitemap Contains 98 URLs

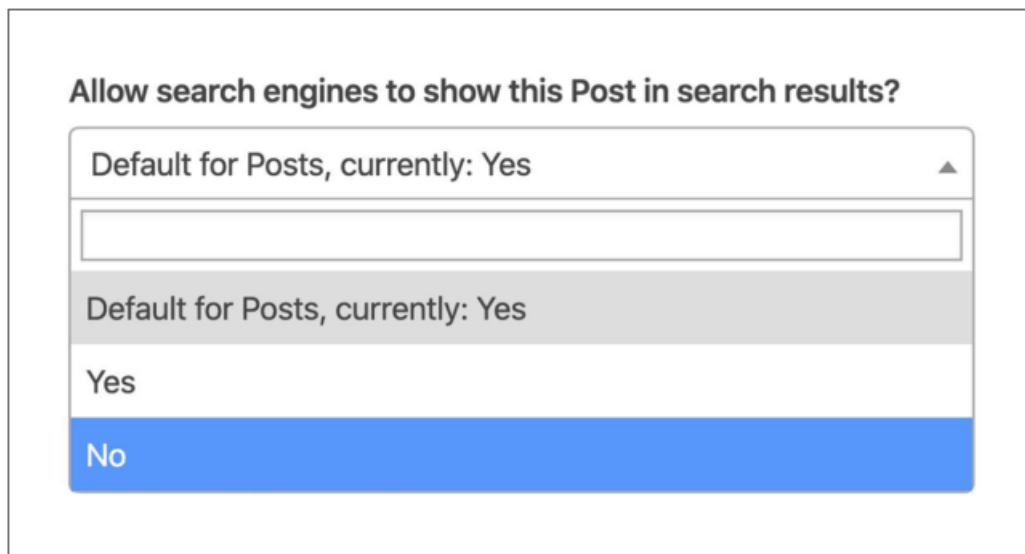
URL	Response	Broken?
https://backlinko.com/blog	200	false
https://backlinko.com/how-to-get-backlinks	200	false
https://backlinko.com/more-traffic	301	false
https://backlinko.com/search-engine-ranking	200	false
https://backlinko.com/increase-conversions	200	false
https://backlinko.com/skyscraper-technique	200	false
https://backlinko.com/conversion-optimization	404	true
https://backlinko.com/content-relaunch	200	false
https://backlinko.com/video-seo-guide	200	false
https://backlinko.com/youtube-ranking-factors	200	false
https://backlinko.com/google-rankbrain-seo	200	false
https://backlinko.com/link-building	200	false
https://backlinko.com/voice-search-seo-study	200	false

noindexタグとカテゴリーページ

WordPressでWebサイトを運用している場合、カテゴリーページとタグページをnoindexにすることをお勧めする。もちろん、こうしたページが多くのトラフィックを運んでくれているとしてもだ。

こうしたページはユーザーに対し、多くの価値を提供しない。そのため、重複コンテンツの問題を引き起こしてしまうのだ。

Yoastを使えば、一回のクリックでこうしたページにnoindexを付与できる。



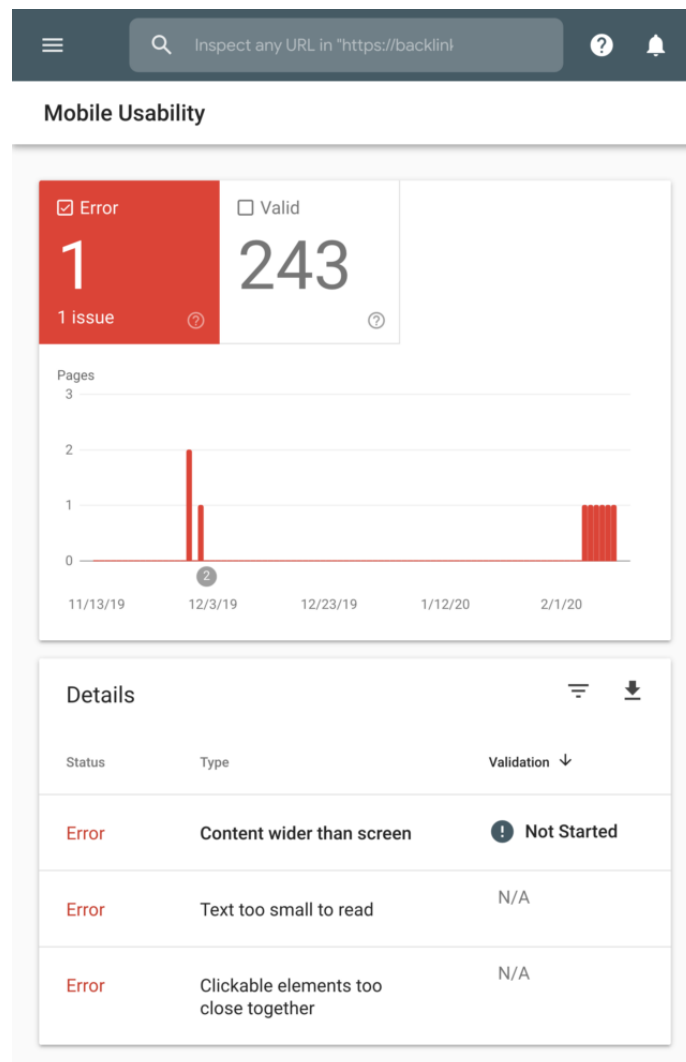
The image shows a screenshot of a dropdown menu from the Yoast SEO plugin. The title of the menu is "Allow search engines to show this Post in search results?". The current selection is "Default for Posts, currently: Yes". Below the dropdown, there are four options: "Default for Posts, currently: Yes", "Yes", and "No". The "No" option is highlighted in blue, indicating it is the selected option.

モバイルユーザビリティの問題を確認する

2020年にもなって、Webサイトをモバイルに最適化すべき理由を説明する必要はないだろう。

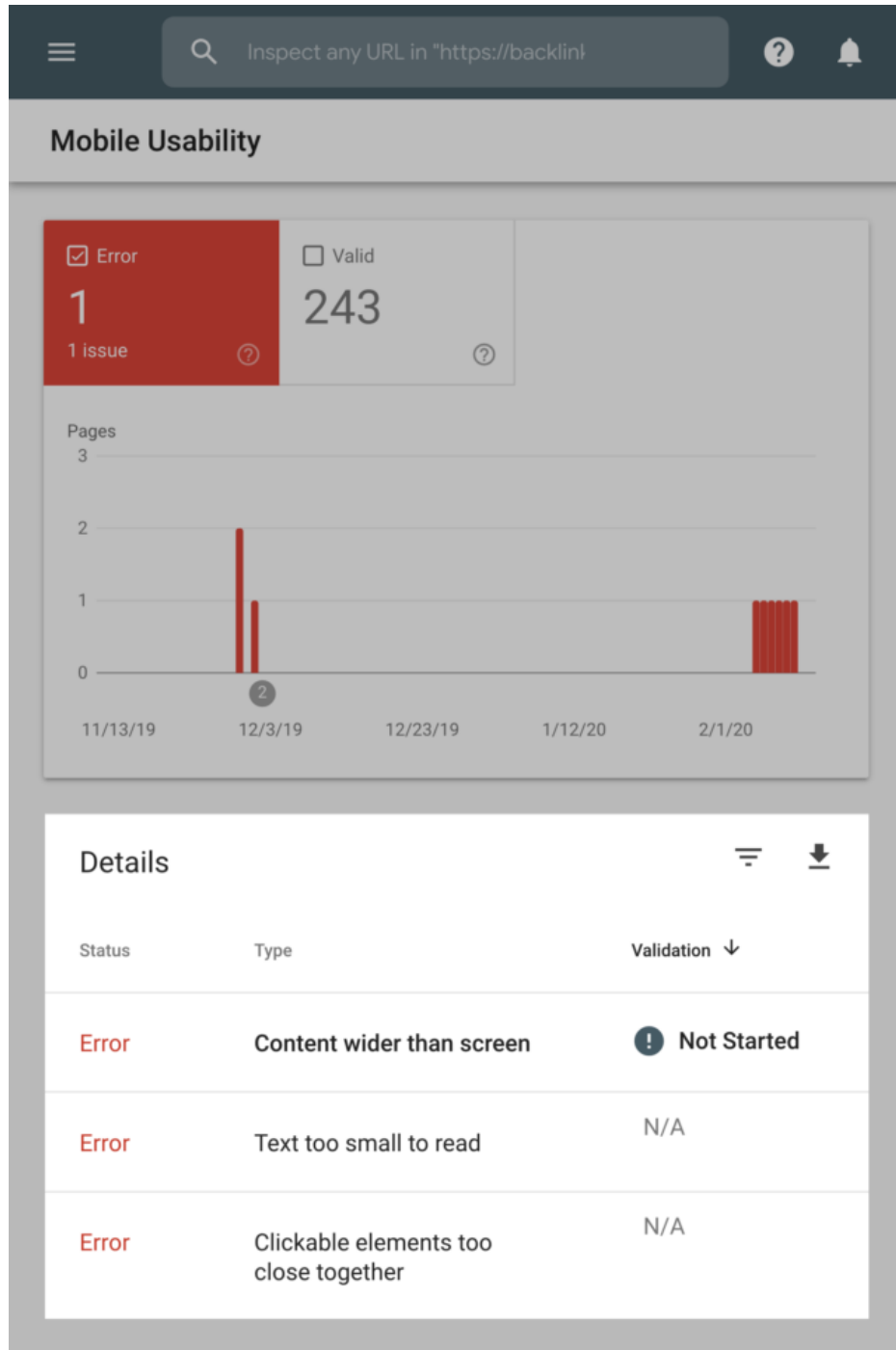
とはいえ、非常にモバイルフレンドリーなサイトであっても、問題を引き起こす可能性がある。そして、ユーザーがその不満をEメールで伝えてくれない限り、こうした問題が表面化することは難しい。

そこで、**Search Console**のモバイルユーザビリティのレポートを活用しよう。Googleがモバイルユーザーに対して最適化されていないページがあると発見していれば、それを伝えてくれている。



モバイルユーザビリティの問題を確認する

さらに、そのページの何が問題であるかも伝えてくれている。
これにより、具体的に修正すべき箇所がわかるはずだ。



ボーナス章

2020年のSEOへのアドバイス

それでは、最新のテクニカルSEOのケーススタディをもって、このガイドの締めくくりとしよう。

Backlinkoの読者がGoogleのランキングを下記の項目によって上昇させた例を4つ挙げてみよう。

- ・ 構造化データ
- ・ 内部リンク
- ・ FAQ
- ・ Webサイトの統合のベストプラクティス

面倒な説明はやめ、各ケーススタディを見ていこう。



ケーススタディ#1

内部リンクを活用し、自然検索流入を250%向上させた方法

Felix NortonはクライアントのWebサイト（イベントを誘致するマーケットプレイス）のテクニカルSEOを監査したところ、大きく目立つ箇所があった。

そのWebサイトはほとんど内部リンクを設置していなかったのだ！

また、設置していたとしても、その内部リンクにキーワードを含めたアンカーテキストを使用していなかったのだ。

このクライアントと契約してから、この時点で3ヶ月経っていた。その間、Felixとそのチームは多くの高品質な記事をこのサイトのブログに提供していた。しかし、トラフィックとランキングはどちらも奮わなかった。

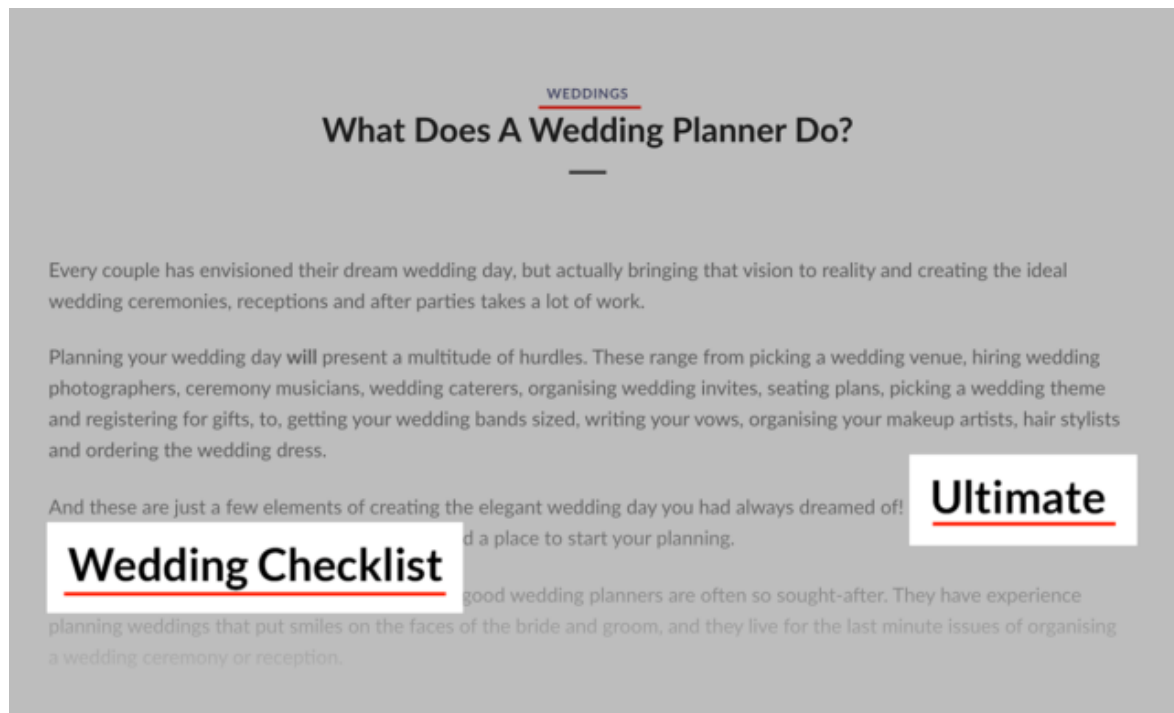
サイト監査を行った結果、こうした素晴らしいコンテンツがどこからもリンクされていないことにFelixは気がついた。さらに悪いことに、これらのコンテンツから、重要な製品ページやサービスページへもリンクが設置されていなかった。

このようにして、Felixは優先度の高いコンテンツへ内部リンクを設置することを決断した。

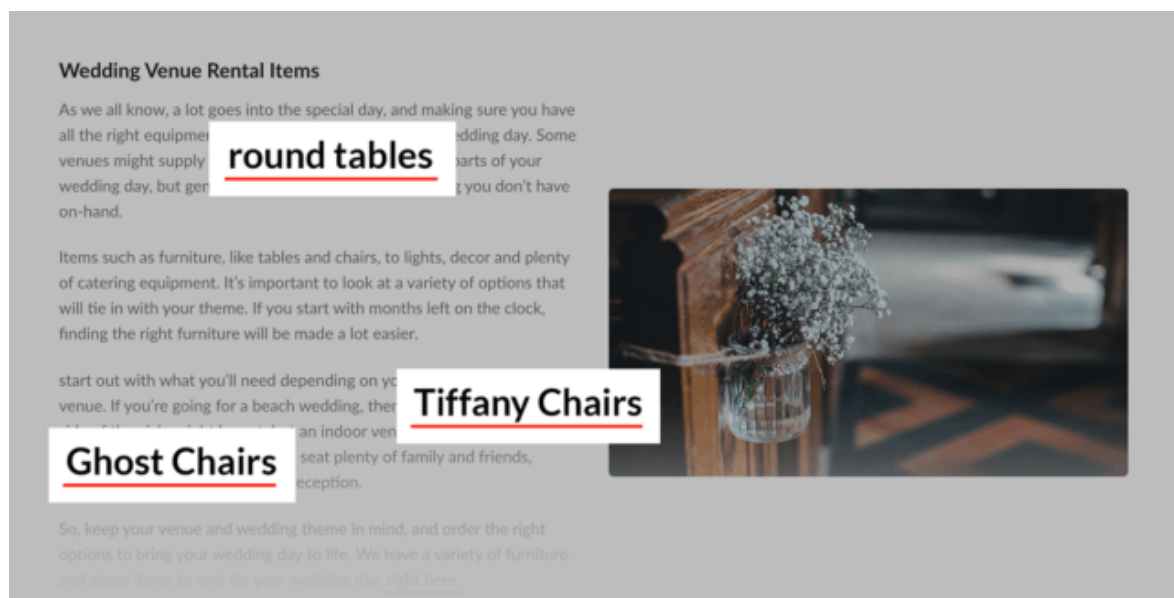
ケーススタディ#1

内部リンクを活用し、自然検索流入を250%向上させた方法

(以下は、キーワードに内部リンクを設置している箇所の例)



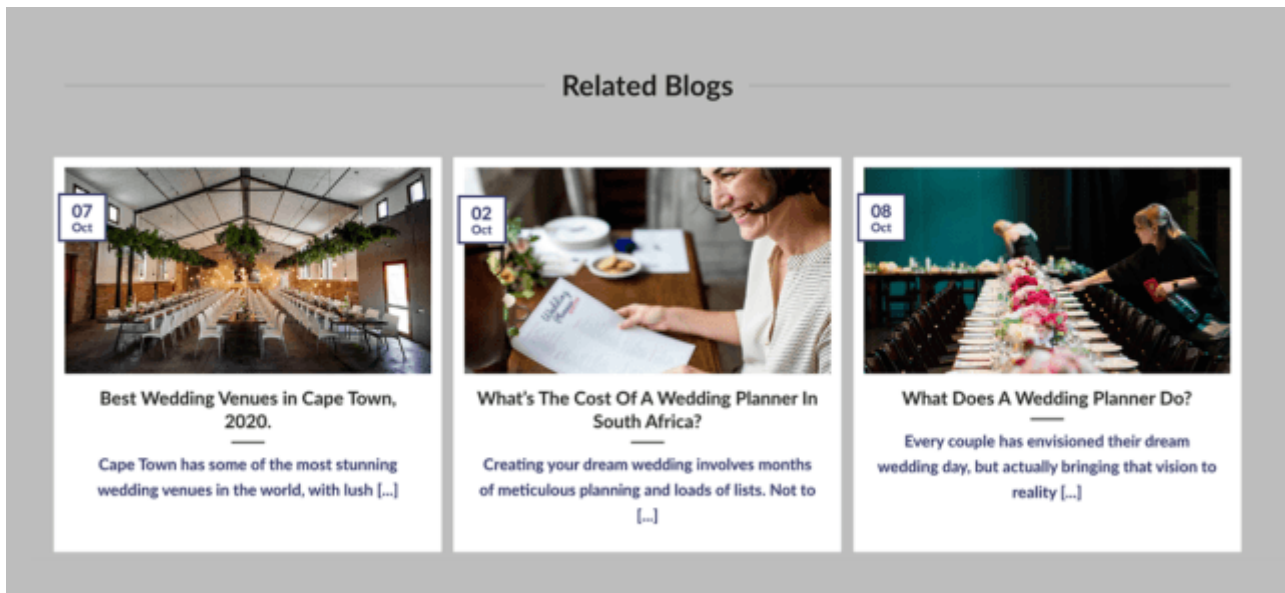
商品ページの例を挙げよう。



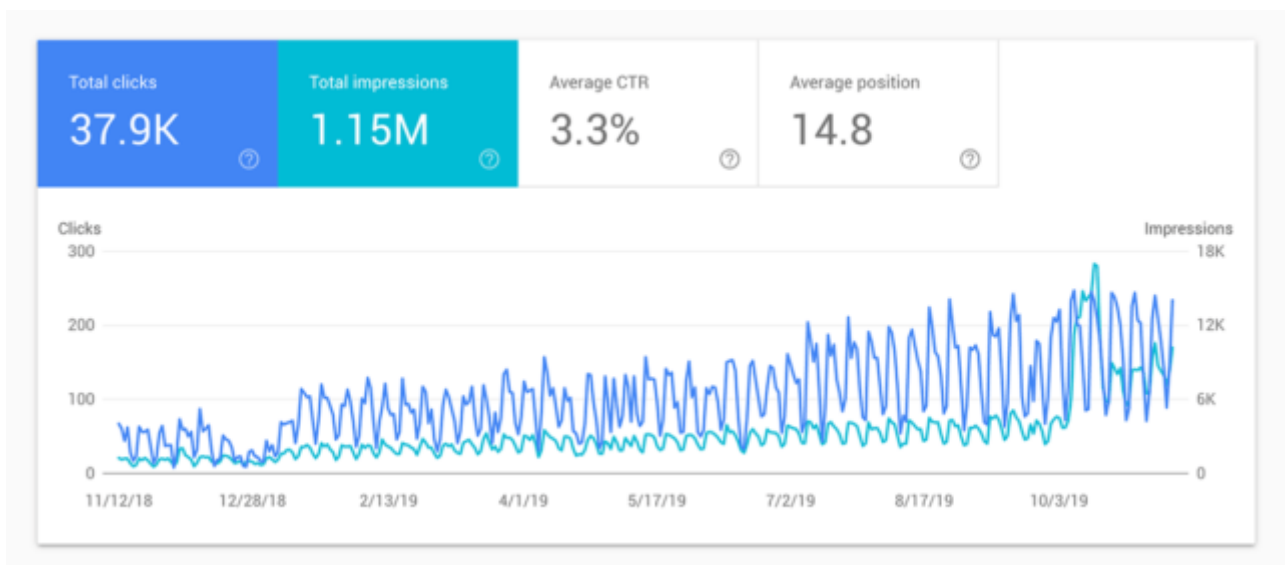
ケーススタディ#1

内部リンクを活用し、自然検索流入を250%向上させた方法

関連記事の例は下記だ。



戦略的に内部リンクを構築した結果、1週間以内にトラフィックが250%上昇した。



ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

Backlinkoの読者であるサーモン・バイグ氏は、技術レビューサイトのVoxel Reviewsを運営している。

彼にとって最も重要なキーワードの1つが、「Best Gaming Laptops under 500 (500ドル以下のゲームに最適なノートパソコン)」である。

このキーワードはロングテールキーワードと思われるかもしれない。実際に、そうだ。

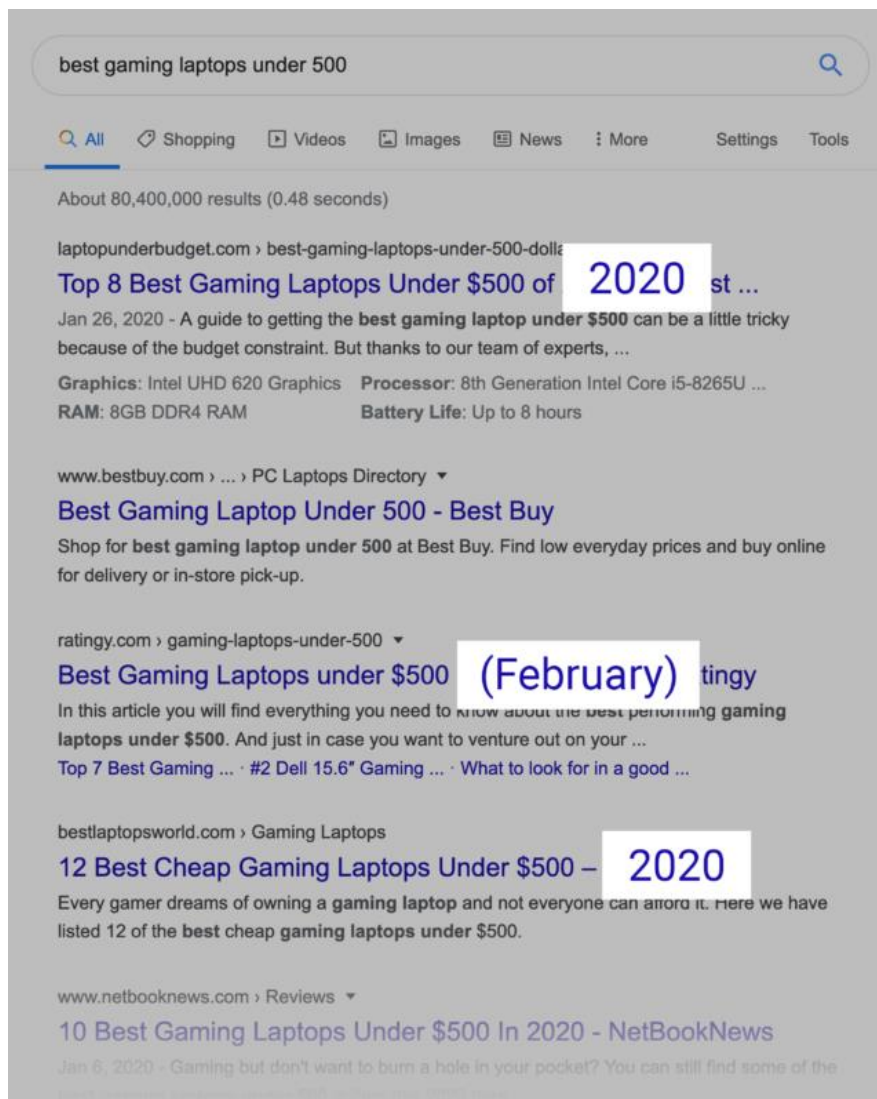
しかし、強い検索意図を持つ非常に具体的なキーワードである。そのため、このキーワードで順位を上昇させるために時間を費やす価値は十分にある。

ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

そして、このキーワードの検索結果を見た際、1つのチャンスを発見した。テクニカルSEOが入り込む余地があったのだ。

彼は1ページ目に表示されているページのタイトルの多くに、年月が記載されていることに気がついた。



しかし、これらのページの多くが、実際にはページを更新しているわけではなかった（もしくは、「公開日」をHTMLに記載しているだけであった）。

ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

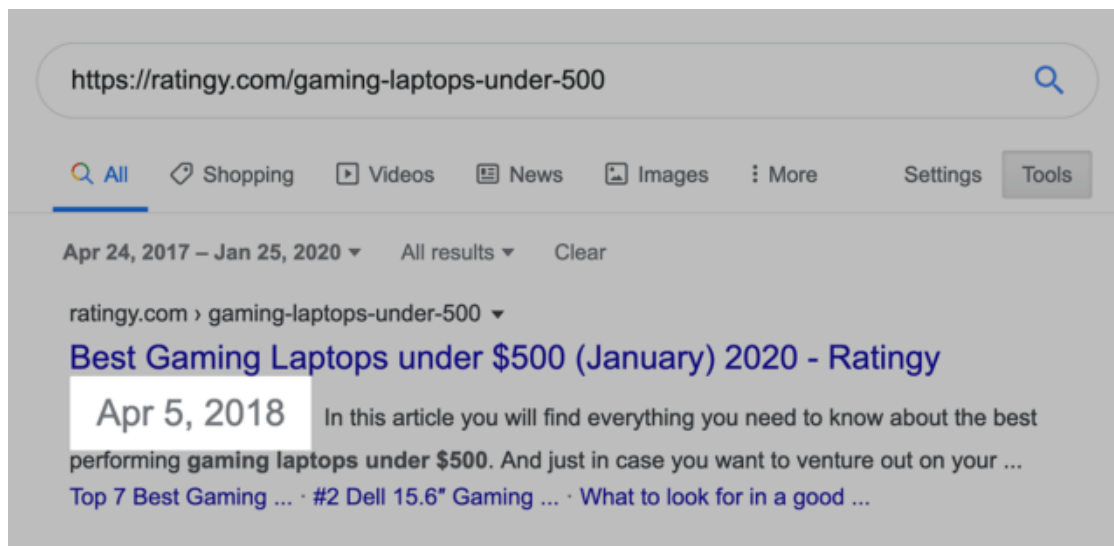
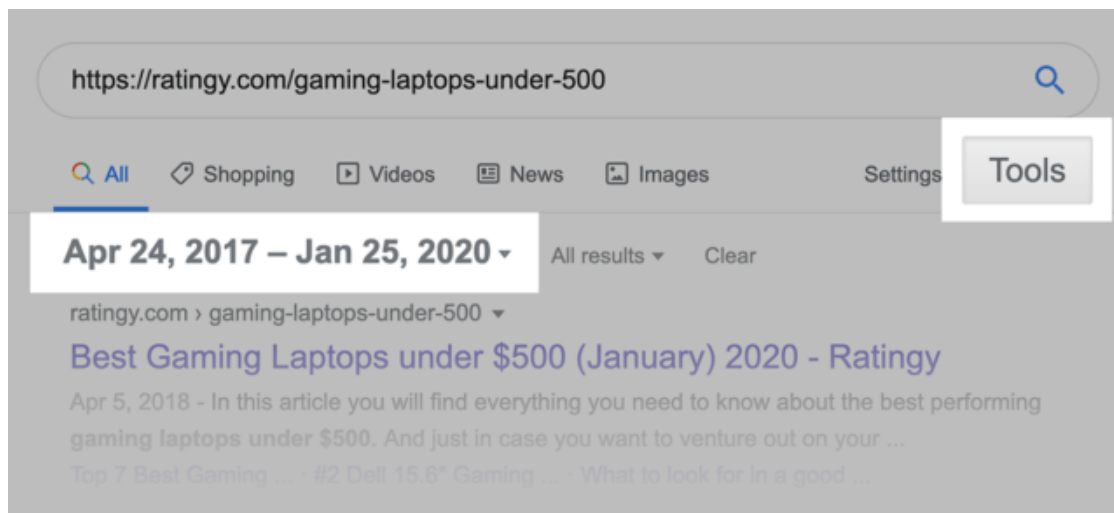
例えば、このページは現在の月をタイトルタグに時計じかけのように追加している。



ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

しかし、日付を指定してこのページを検索してみると、実際の日付をGoogleが保存していることがわかる。



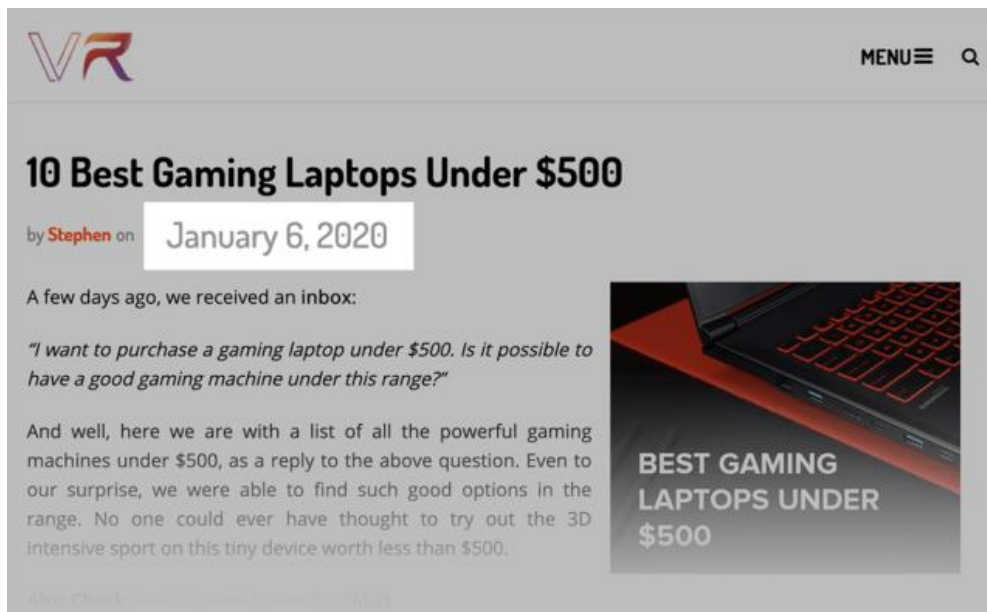
現在の月をタイトルタグに追加することで、自然検索のクリック率のサポートにはなるかもしれない。しかし、Googleはこれを無視するだろう。

Googleがサーモン氏のコンテンツの更新が適正なものであると判断すれば、ランキングは上昇するかもしれない。

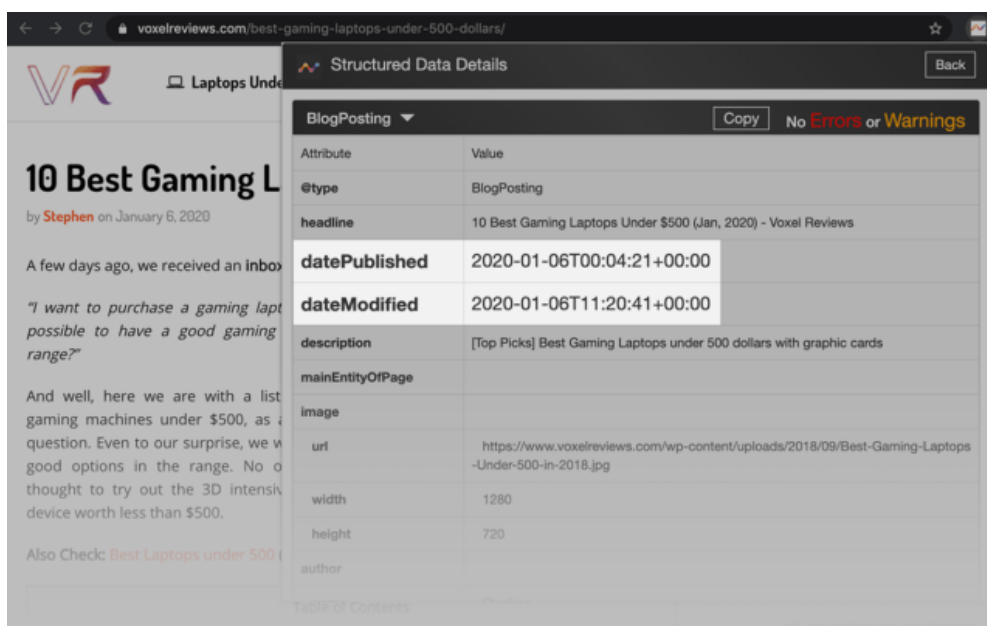
ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

そのため、このページが実際に更新されていることをGoogleに伝えるため、記事の上部に日付を追加することにした。



また、構造化データの「datePublished」と「dateModified」の日付も更新した。



ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

この変更により、サーモン氏のコンテンツは強調スニペットに表示されるようになった。

The screenshot shows a Google search result for "Best Gaming Laptops Under \$500". The search bar at the top contains the query. Below the search bar, there are navigation tabs for "All", "Shopping", "Videos", "Images", "News", "More", "Settings", and "Tools". The search results indicate "About 11,700,000 results (0.47 seconds)".

A sponsored carousel titled "See Best Gaming Laptops Under \$500" is displayed, featuring five laptop models:

Product	Price	Retailer	Reviews
Acer Nitro 5 AN515-42-...	\$499.99	Amazon.com	Free shipping
HP - Pavilion x360 2-in-1	\$399.99	Best Buy	★★★★★ (500)
Dell - Inspiron 15.6" Touch-...	\$499.99	Best Buy	★★★★★ (933)
Lenovo IdeaPad L340 Laptop - ...	\$499.99	Lenovo	★★★★★ (3k+)
HP - 15.6" Gaming Laptop	\$409.99	Best Buy	★★★★★ (17)

Below the carousel, a featured snippet titled "Best Gaming Laptops Under \$500" is shown. It includes a list of recommendations:

- Acer Aspire E 15. "Powerpack performance for a **\$500 Gaming Laptop**" ...
- ASUS VivoBook F510UA. "Great Combination of Beauty and Performance" ...
- Dell Inspiron 15 5000. "**Good Graphics & CPU**" ...
- Lenovo IdeaPad 330. "**Good Quality and Value for a \$500 Gaming Laptop**" ...
- Acer Aspire 5. ...
- ASUS VivoBook S15. ...
- Dell Inspiron 15 5575. ...
- Dell Inspiron 15.6"

The snippet also includes a link to "More items..." dated Jan 6, 2020, and a link to "10 Best Gaming Laptops Under \$500 (Jan, 2020) - Voxel ..." with the URL <https://www.voxelreviews.com/best-gaming-laptops-under-500-dollars>.

At the bottom, another link is shown: "Top 8 Best Gaming Laptops Under \$500 of 2019 - Newest ..." with the URL <https://laptopunderbudget.com/best-gaming-laptops-under-500-dollars>. Below this link, there is a list of specifications for a laptop: "Dec 4, 2019 - List of best gaming laptops under \$500 with 8th Gen Intel processors and dedicated graphics. Checkout this ultimate guide to shop for best ...". The specifications listed are: Graphics: Intel UHD 620 Graphics, Processor: 8th Generation Intel Core i5-8265U, RAM: 8GB DDR4 RAM, and Operating System: Windows 10 Home 64-bit OS.

ケーススタディ#2

構造化データを活用し、Googleからの流入を倍増させた方法

強調スニペットの表示とランキングの上昇により、トラフィックは200%以上も増加した。



ケーススタディ#3

システム更新時のミスで流入を回復させた事例

このWebサイトはMagentoを使用した最新のバージョンに統合していた。



この統合の際、自然検索への影響を考慮せず、Webサイトに多くの変更（検索トラフィックのあるページの削除など）を加えていた。

このWebサイトは月間で30,000の訪問を獲得していたが、2ヶ月間で、月間の訪問数は3,000に減少していた。

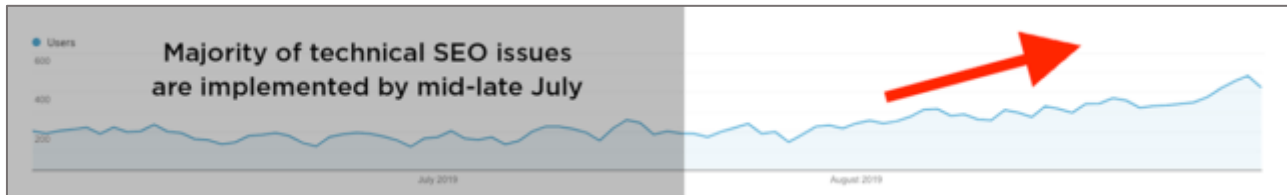
ニール氏はSEOの監査を行い、SEOに悪影響を与えるテクニカルSEOの多くを洗い出した。

- 内部リンクのないページ（孤立したページ）
- noindexのページに向けられたcanonicalタグ
- 他のページにリダイレクトするページへのリダイレクト（リダイレクトチェーン）
- リンク切れ（内部リンクと外部リンク）
- インデックスさせるべきでないページのサイトマップへの記載
- 最適化されていないタイトルとディスクリプション

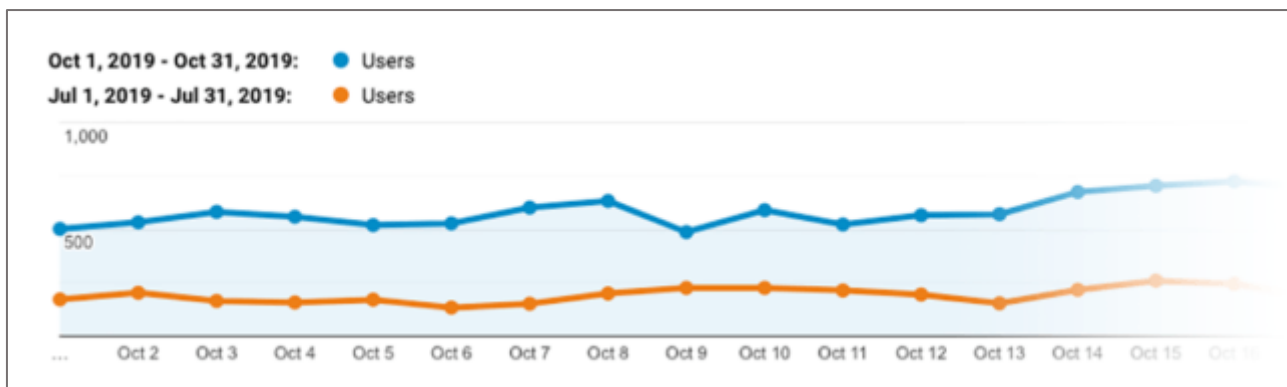
ケーススタディ#3

システム更新時のミス进行して流入を回復させた事例

テクニカルSEOの問題を解決するに従い、数週間のうちに自然検索からのトラフィックは上昇していった。



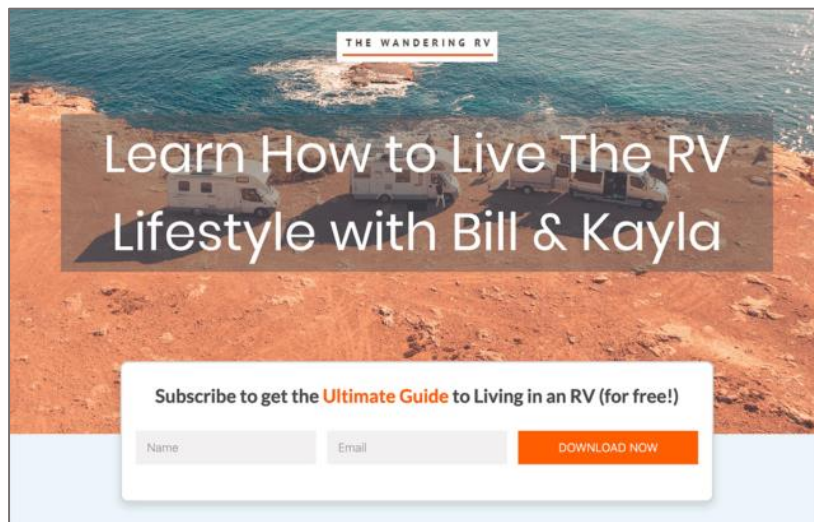
実際、2019年7月から10月にかけて、自然検索からのトラフィックは228%になったのだ。



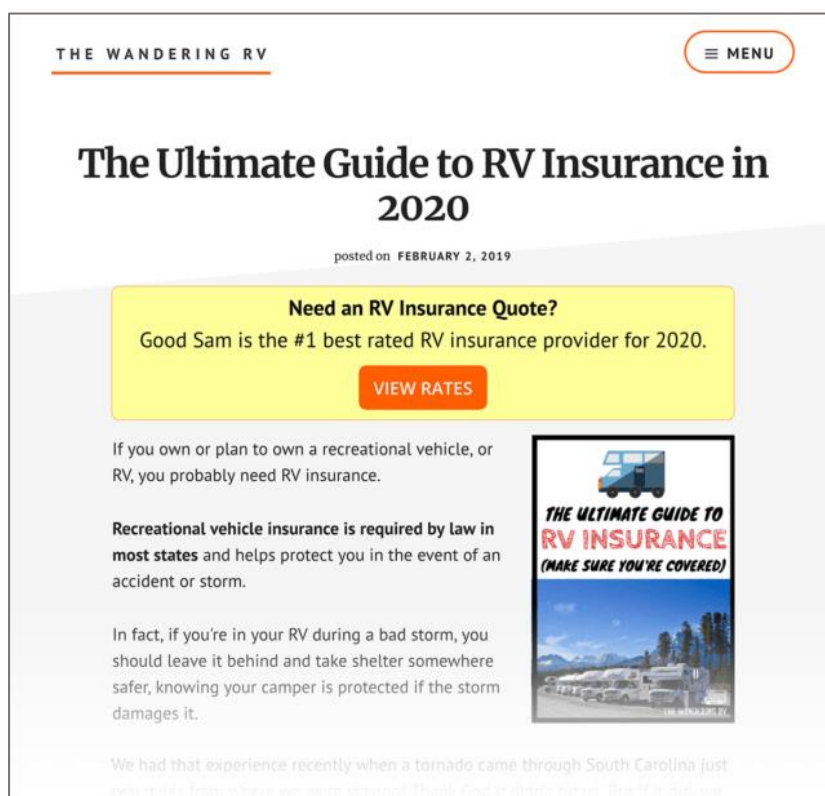
ケーススタディ#4

FAQ構造化データを活用、クリック数を15.23%上昇させた事例

ビル・ウィドマー氏はthe Wandering RVというRV車のブログを運営している。



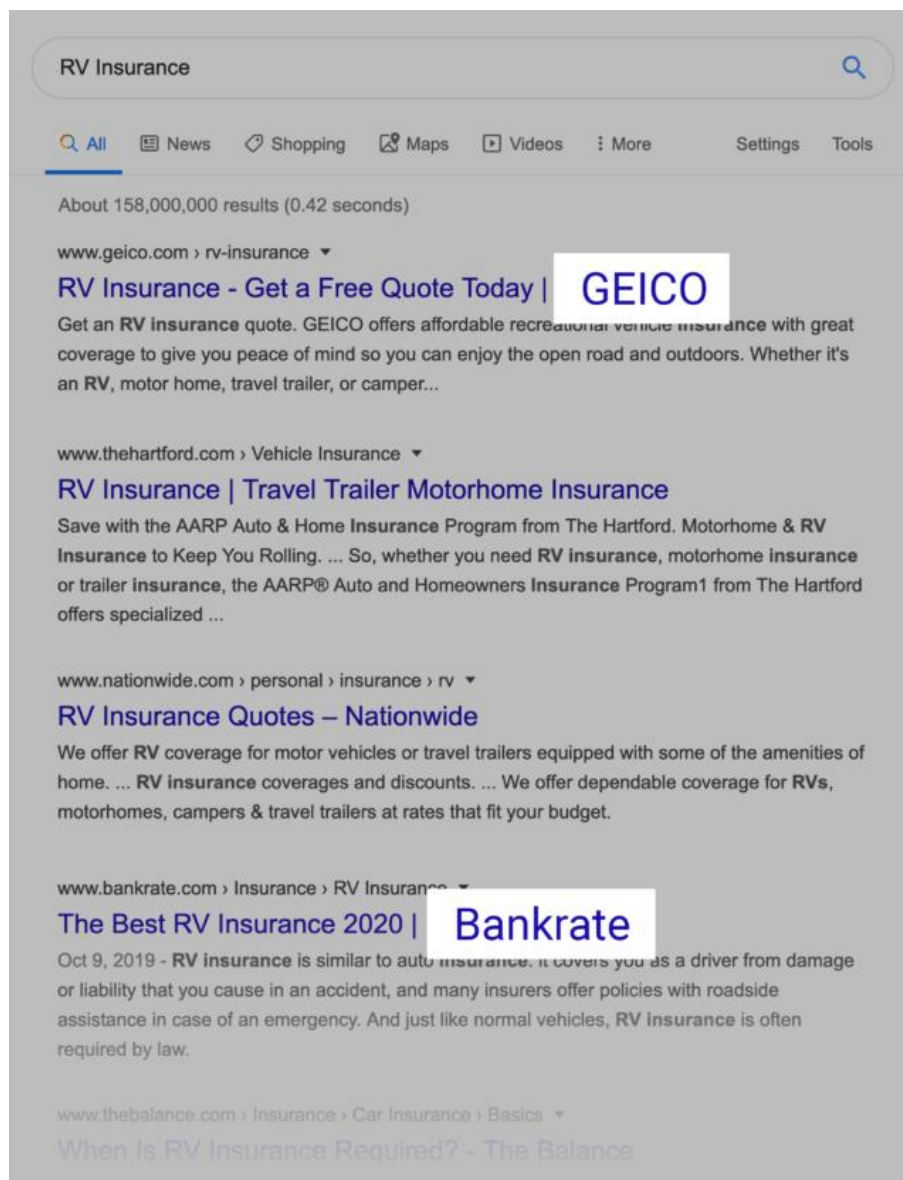
下記のRV車の保険のガイドページは、彼にとって最も重要なページの1つだ。



ケーススタディ#4

FAQ構造化データを活用、クリック数を15.23%上昇させた事例

不幸にも、「RV Insurance (RV車 保険)」のようなキーワードは、GeicoやBankrate.comといった有名ブランドに独占されていた。

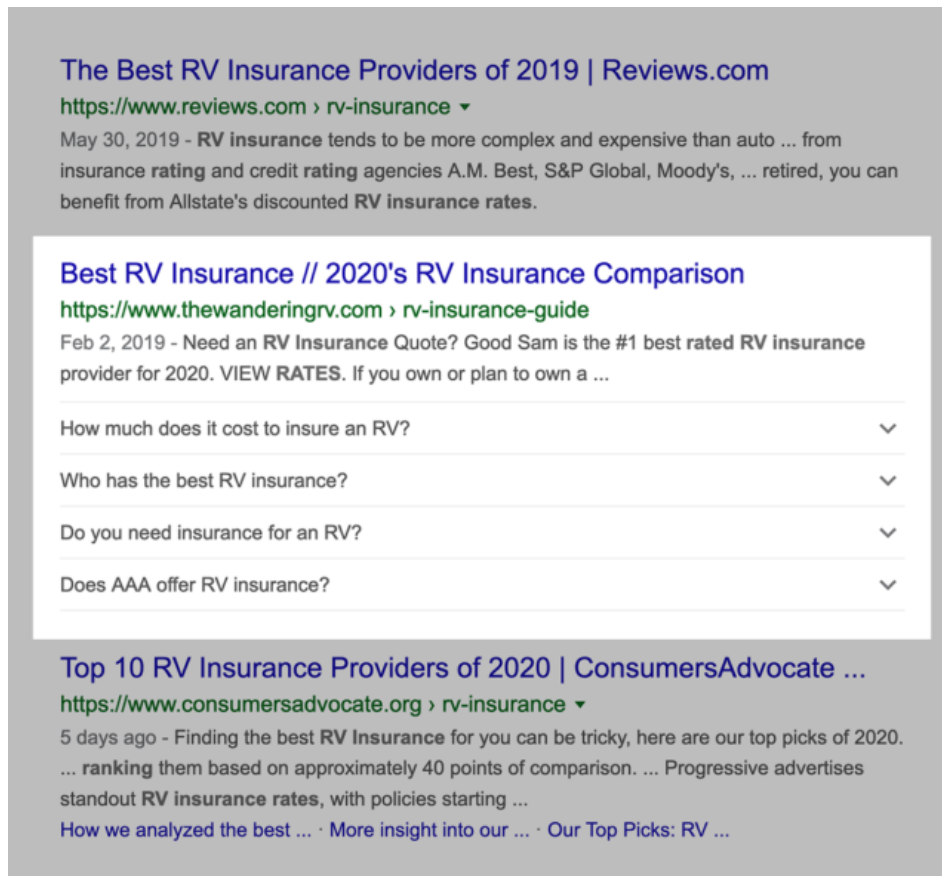


そこで、こうしたブランドよりも上位に表示させる必要はないと、彼は考えた。そして、FAQの構造化データを使用し、より多くのクリックを獲得しようとした。

ケーススタディ#4

FAQ構造化データを活用、クリック数を15.23%上昇させた事例

ビル氏は彼のページの「よくある質問」の箇所に、リッチスニペットの表示の助けとなる、FAQの構造化データをマークアップした。



この変更のみで、彼はGoogleからのトラフィックを15.23%上昇させたのである。

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate
				17.22% ↑	5.66% ↓
1. /rv-insurance-guide/	15.23% ↑			320 (100.00%)	92.50%
Aug 25, 2019 - Aug 31, 2019	348 vs 302			320 (100.00%)	92.50%
Aug 18, 2019 - Aug 24, 2019				273 (100.00%)	87.50%
% Change	15.23%			17.22%	5.66%

次はあなたの番だ

これが、今回のテクニカルSEOのガイドの全てである。

あなたからの意見をぜひ聞きたいと思う。

このガイド内のどのアドバイスを、あなたは実施しようと思っただろうか？

Webサイトのスピード改善に注力するだろうか。
もしくは、リンク切れの修復に注力するだろうか。

ぜひSNSや社内のコミュニケーションツールでこのガイドをシェアして議論してほしい。



最後に（SEO Japanより）

最後までご覧いただきましてありがとうございます。

サイト構造から重複コンテンツの解消、サイトマップまで、テクニカルSEOの基本を網羅的に抑えたガイドでしたが、どのような印象を受けましたでしょうか。

「意識していなかったことがあった」「全体像を網羅できた」「基本的なことばかりだった」など、様々な意見があるかと思いますが、ぜひ貴社のSEO施策に活かしていただければ幸いです。

最後になりますが、アイオイクス株式会社では、20年近くSEOに携わったことから培われた普遍的なノウハウと時代に合わせた手法をコンサルティングサービスという形で提供しております。

もし、「知見やリソースが不足している」「これからSEOに取り組んでいきたいと考えている」など、SEOやWebマーケティングへの課題をお持ちであれば、ぜひお問い合わせください。

お問い合わせは以下のリンクよりお願いいたします。

[SEO Japanお問い合わせフォーム](#)

アイオイクス株式会社

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿 3丁目46-3

TEL：03-6408-2870

<https://www.ioix.com/>

<https://www.seojapan.com/>（サービスサイト）