Engineer

SEO

掲載料金を払わずにページを検索で見つけてもらいやすくする取り組み

どのようなものか

SEOはsearch engine optimization（検索エンジン最適化）の略で、サイトの所有者が、検索でのページの表示を整える取り組みです。GoogleのSEOスターターガイドは、その目的を「検索エンジンによるコンテンツの理解を助け、利用者がサイトを見つけ、検索エンジン経由でそのサイトを訪れるべきか判断できるようにすること」と定義しています。限界についても率直で、「ここには、サイトを自動的にGoogleの1位にする秘密はありません」と述べています。

インデックスに入るだけなら、通常はこうした作業は必要ありません。ガイドは、「通常、ウェブ上でサイトを公開する以外に何もする必要はありません」と説明しています。大半のサイトは「ウェブのクロール中に自動的に見つかり、追加される」ためです。表示に費用はかからず、Google検索の基本事項も、「誰が何と言おうと」そうだと明記しています。SEOが担うのは、サイト自身のページを丁寧に整えることです。ガイドは、その取り組みが「Googleに限らず、検索エンジン」の助けになることを期待しています。

その土台となるルールが、三つの部分からなる検索の基本事項です。技術要件は「最低限の条件」であり、「ほとんどのサイトは、気付かないうちに技術要件を満たしています」。スパムに関するポリシーは、「ページやサイト全体の順位が下がる、または完全に除外される」原因となり得る行為を扱います。主なベストプラクティスは、多くの人がSEOと呼ぶものです。どれも契約上の保証ではありません。すべてを満たしても、「Googleがそのコンテンツをクロールし、インデックスに登録し、表示することを意味するわけではありません」。

概念を判断に生かす

「SEOとは？」を実際の判断に生かしましょう。その概念を、開発または購入するシステムに結び付けて考えるお手伝いをします。 お客様のAIアシスタントがサイトやアプリを見つけ、読み取り、操作できる状態を、最初の約束だけで済ませず、リリースごとに検証します。

サービスを見る お問い合わせ →

用語の背後にある前提を検証する

解説とリンク先の実績を参考に、プロジェクトについての質問を整理してください。ツールを選ぶ前に、前提を一緒に検討できます。 3言語の多言語Hugoサイトを構築 — 108 3言語・4形式を提供するテンプレートファイル

3言語の多言語Hugoサイトを構築 お問い合わせ →

なぜ重要なのか

スターターガイドは、最も大きな効果を見込む点を挙げています。「人が魅力的で役に立つと感じるコンテンツを作ることは、このガイドの他のどの提案よりも、検索結果でのサイトの存在感に影響する可能性が高いでしょう」。つまり、読みやすく、独自性があり（「他の人がすでに公開した内容を焼き直すだけにしないでください」）、最新の状態に保たれ、人のために書かれた文章です。

言葉も重要ですが、キーワードの一覧から想像するほど機械的なものではありません。検索の基本事項は、「人がそのコンテンツを探すときに使う言葉」を、タイトル、主見出し、代替テキスト、リンクのテキストに置くよう求めています。スターターガイドは、「シャルキュトリー」で探す人と、「チーズボード」で探す人を例に挙げます。また、Googleの言語照合は、「検索に使われた語句そのものを明示的に使っていなくても、ページがさまざまな検索とどう関係するかを理解できる」と説明しています。

Googleが引く境界は、人のために作ったページと、検索エンジンのために作ったページの間にあります。有用なコンテンツに関するガイドは、自ら「SEOについてはどうでしょうか」と問い、「検索エンジンを第一に考えたコンテンツではなく、人を第一に考えたコンテンツに適用するなら、SEOは役立つ取り組みになり得ます」と答えています。注意すべき兆候は、質の悪いSEOの姿そのものです。「主に検索エンジンからの訪問を集めるために作られた」コンテンツ、「大規模な自動化」、「ほとんど価値を加えず、主に他の人の意見を要約している」ページを挙げています。

その境界の先にあるのがスパムです。Googleのスパムポリシーの言葉では、「利用者を欺いたり、検索システムを操作してコンテンツを目立たせたりするための手法」です。現在は、生成AIの回答を操作しようとする行為も含まれます。自動システムや人の審査で検出されたサイトは、「検索結果の順位が下がるか、検索結果にまったく表示されなくなることがあります」。

よく知られたSEOの助言のかなりの部分は、Googleが無視する、または重く扱わないと述べるシグナルを対象にしています。スターターガイドは、それらを「注力すべきではないと考えること」にまとめています。「Google検索はkeywordsメタタグを使いません」。ドメイン名やURLパスに入れたキーワード

は、「それだけでは、パンくずリストに表示されること以外、ほとんど効果がありません」。見出しを意味に沿った順番にすることは「スクリーンリーダーには非常に有用」ですが、検索には影響しません。PageRankは、多数のシグナルの「一つにすぎません」。また、経験、専門性、権威性、信頼性を指すGoogleの略語E-E-A-Tも、ランキング要因ではありません。「いいえ、違います」と明言しています。

実際の活用例

初めから見つけてもらえる顧客サイトを構築した事例は、その重要性を一文で表しています。「誰にも見つけてもらえない美しいサイトは、成功に見える失敗です」。この事例では、設計と構築、そしてSEO、コンテンツ戦略、コピーライティングを一つの仕事として扱い、サイトを「後付けで最適化するのではなく、初めから見つけてもらえるように設計」しました。また、顧客のサイトが「より多くの人の目に触れ、利用者の反応も増えた」と報告しています。これは、その事例が自らの顧客について述べた結果であり、検索エンジンが定めた法則ではありません。

クレジットページは、このサイト自身の主張を外部の検査に委ねています。「ご自身で確認」セクションでは、実際のページに対して検査を行う公開ツールにリンクし、「どのツールも私たちの言葉を根拠にせず、私たちが所有するものでもありません」と述べています。PageSpeed Insightsは「私たちのマシンではなく、Googleのマシンから Lighthouseを実行」し、四つの検査分野の一つにSEOを含みます。W3C Feed Validatorは、フィードの大半の項目が同じ更新日を共有していると警告しますが、ページはその警告を残しています。日付はgitの履歴に基づくためです。「日付を作り上げるくらいなら、警告を表示する方を選びます」。Googleの有用なコンテンツに関するガイドも、それに対応する問いを挙げています。「コンテンツが大きく変わっていないのに、新しく見せるためにページの日付を変えていませんか」。

アクセスログだけでトラフィックを測定した事例は、このサイトがあえて把握しないことを示しています。どの処理もパスを読み取る前にクエリー文字列を切り落とし、「検索エンジンに入力した言葉も、このサイト自身の検索欄に入力した言葉も、どのファイルにも届かないように」しています。検索語に関する問いも、「ここではすべて答えられず、そう明記している」ものに含まれます。その答えが必要なサイト所有者に対しては、スターターガイドは次の手順としてSearch Consoleを挙げ、「Google検索におけるサイトのパフォーマンスを監視し、最適化する」ために使うよう案内しています。

問題が起きるところ

キーワードを繰り返しすぎて、ページが読みにくくなります。 主要な語句がすべての見出しや段落に現れ、末尾に町名の一覧を置き、残りをkeywordsメタタグに詰め込みます。Googleのスパムポリシーはこれをキーワードの乱用と呼び、「ランキングを操作しようとして、ウェブページをキーワードや数字で埋めること」と定義しています。その一例が、ページが「上位表示を狙う」都市を列挙したテキストの塊です。読者が検索に使う言葉をタイトル、主見出し、リンクのテキスト、代替テキストに入れ、それ以上は詰め込みません。

長さを満たすために水増ししたり、新しく見せるために日付を変えたりします。 うわさの語数に合わせて記事を引き延ばしたり、本文が同じなのに日付だけを新しくしたりします。Googleの有用なコンテンツに関するガイドは、どちらも注意すべき兆候に挙げ、好ましい語数があるかという問いには、「いいえ、ありません」と自ら答えています。スターターガイドも、「魔法のような目標語数はありません」と述べています。題材に必要な長さで書き、内容が変わったときに日付を変えます。

変更から数日たっても効果が見えません。 順位が動かないため、最初の変更が反映される前に元へ戻したり、別の変更を重ねたりします。スターターガイドは、「数時間で効果が現れる変更もあれば、数か月かかるものもある」と述べ、「数週間」待つことを勧めています。また、「サイトに加えたすべての変更が、検索結果で目に見える効果を生むわけではない」と注意しています。一度に一つだけ変更し、反映まで数週間は待ちます。そもそもGoogleがページを把握しているかを調べるには、`site:` 検索演算子かURL検査ツールを使います。

順位保証やリンクのまとめ売りを持ち掛けられます。 売り手は1位を約束したり、他のサイトから買ったリンク、大量に交換したリンク、フッターに広く配置したリンクを提供したりします。Google自身の説明によれば、表示に料金はかからず、サイトを1位にする秘密もありません。スパムポリシーは、リンクスパムを「主に検索順位を操作するために、サイトへのリンクやサイトからのリンクを作ること」と定義し、有料リンクや過剰なリンク交換も含めています。広告として購入したリンクは、`rel="sponsored"` または `rel="nofollow"` を付けていれば認められます。

参考資料

- SEOスターターガイド — 何が役立つか、どのくらい時間がかかるか、何に労力をかけるべきでないかを説明する、Google自身の入門ガイドです。

- Google検索の基本事項 — Google検索に表示されるための技術要件、スパムポリシー、主なベストプラクティスです。
- 有用で信頼性の高い、人を第一に考えたコンテンツの作成 — 人を第一にした内容と、検索エンジンを第一にした内容を分ける自己評価の問いです。
- Googleウェブ検索のスパムに関するポリシー — キーワードの乱用、リンクスパム、クローキングなど、サイトが検索結果から外れる原因となり得る手法を扱っています。
- Google検索の仕組みの詳細ガイド — SEOが助けようとする、クロール、インデックス登録、表示という三つの段階を説明しています。

用語集

実際の制約に合わせて選ぶ

業務の流れ、既存のインターフェース、変更を必要とする利用者をお知らせください。検証可能な納品内容と、お客様のチームが保守を続けられる引き継ぎ内容を定められます。

料金を見る お問い合わせ →

用語を実務に結び付ける

「SEOとは？」がお客様の組織にどう当てはまるかをご相談ください。現在のシステムの具体例が一つあれば、話を始められます。

サービスを見る

welcome@engineer.company +45 50 10 61 84 デンマーク、コペンハーゲン

このページを持ち歩く 連絡先カード

心を込めて丁寧に制作： D.

CVR 45969703 · Tagensvej 105C, 3. th, 2200 København N

著作権 © 2025 – 現在 · Engineer ApS · すべての権利を留保します。

印刷元： https://engineer.company/ja/glossary/seo/