

バズ部式SEO白書

**検索順位の上位を独占するために
全てのサイトが取るべき
施策とその根拠**

本書の概要とあなたが本書を読むべき理由

初めまして。バズ部の木村竜児と申します。本書をダウンロードして頂きありがとうございます。

皆様にお伝えしたいのは、この「SEO白書」をぜひ熟読してSEOに関する正しい知識を身につけて欲しいということです。

SEOはある意味でブラックボックスであり、間違った情報がインターネット上に数多く出回っています。私達がこの白書でお話する内容は、私達が”正しいと信じているSEOに関する指針”です。昨年からGoogleのアップデートが実行される度に私達のサイトやクライアント様のサイトは順位の上昇を体験してきました。その成果は、SEOの専門家やSEO業界でも非常に注目されており、しかも日に日にそれは高まっています。

今後も多くのGoogleアップデートが予想されますが、未来のアップデートをむしろ歓迎し、長期に渡って効果を持続させることが重要です。

それでは、早速はじめていきましょう。「SEOに関する施策はどのようにすればよいか」を全てお伝えしていきます。



バズ部 木村 竜児

バズ部サービスのご紹介

バズ部はWEBマーケティングのコンサルティングサービスを行っております。コンサルティングは相応の料金を頂いておりますが、ご相談は無料で行っております。もし、WEBマーケティングにお困りならご相談下さい。

※2営業日以内にご返信させていただきます。

[無料相談のお申し込み](#)

はじめに！

Googleが検索順位を決定する仕組み

まず、Googleはどのように検索順位を決めているのでしょうか。その仕組みを紐解いていきたいと思います。Googleが、コンテンツの検索順位を決めるために行っていることが3つあります。（左図参照）以外と知らない人が多いのですが、実は、この仕組みはGoogleが出来た時から、ずっと変わっていません。

【検索順位を決定する3つのプロセス】

1. クローラーの巡回（サイトにクローラーが巡回するようになる）
2. インデックス（サイトがデータベースにインデックスされる）
3. 検索順位の決定（データベースの情報をランキングエンジンが評価する）

このような3つのステップになっています。

SEOで検索上位に表示されるためには、それぞれのステップに対して、全て効果的な対策を行うことが必要です。巡回とインデックス、そして順位の決定のそれぞれのプロセスに合わせて対策を取るのです。それが以下の3つです。

【効果的なSEOの3つの施策】

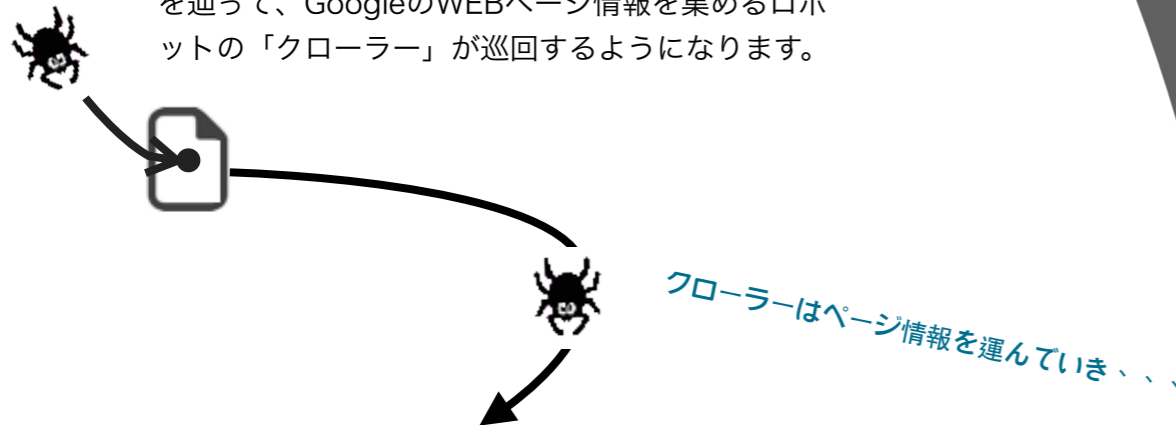
- 1、クローラーがサイトに巡回しやすくなるような施策
- 2、適切にインデックスしてもらうための施策
- 3、ランキングエンジンに適切に評価してもらうための施策

なぜ、このような面倒な事をしなければならないのかというと、それは、まだGoogleが完全では無いからです。Googleが世の中にある情報を全て完全に把握し、整理し、順位決定するというのはまだまだ先の話なのです。そのため今は、これら3つの施策が出来て、初めて効果的なSEO対策と言えるのです。しかし、これらがしっかりと出来ているサイトは少ないのが現状です。

それでは、次のページから、それぞれの施策に関して詳しく説明させていただきます。

①クローラーの巡回

ブログを更新していると、サイトマップやリンクを辿って、GoogleのWEBページ情報を集めるロボットの「クローラー」が巡回するようになります。



②情報のインデックス

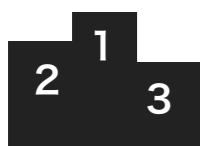
情報をWEB上の図書館ともいえるデータベースに登録します。これを「インデックス」と言います。





インデックスされた情報をランキングエンジンが重要度順に並び替え...


③検索順位(SERP) の決定


ランキングエンジンが高く評価したコンテンツが、検索順位の上位に表示されるようになります。



 **クローラー**
ページ情報を収集するロボット

 **データベース**
集めた情報をしまうスペース

 **ランキングエンジン**
検索順位を決めるロボット

 **検索順位(SERP)**
Googleに表示される順位

バズ部式SEO対策①：クローラーがサイトに巡回しやすくなるための施策

まずは、クローラーが巡回しやすくなるための施策を見ていきましょう。クローラーが、あなたのサイトに訪れる経路は2つしかありません。

1、サイトマップ（サイトオーナーからGoogleに提供したサイトマップから訪れる）

2、リンク（既にインデックスされているサイトのリンクを通じて訪れる）

この二つの経路に対策を施すことがクローラーをサイトへ巡回しやすくする施策となります。一つずつ具体的に解説します。

XMLサイトマップの作成と送信

XMLサイトマップとは

XMLサイトマップとは、あなたのサイト上にあるすべてのページのリストのことです。サイトに変更や更新がある度にサイトマップを作成してGoogleに送信します。すると、通常のクロールでは検出できない可能性のある全てのページをGoogleに知らせることができます。

XMLサイトマップの作成と送信はどのようなメリットがあるのか？

XMLサイトマップを送信した場合と送信しない場合では、クローラーが巡回してくるまでの時間が短縮でき、さらに正確に巡回してくれるのです。正確な時間を計測していませんが、経験上かなり巡回までの時間が変わってきます。

XMLサイトマップの作成と送信が効果的なタイミングとは？

以下のようなタイミングではより大きな効果が期待できます。

- ・サイトを作ったばかりで、まだ他サイトからのリンクが少ない場合
- ・サイトに動的コンテンツが含まれている場合
- ・サイトに画像や動画を多く使用しているページが含まれている場合

BONUS TIP!

XMLサイトマップはWordPressを使えばプラグインを入れるだけ

WordPressを使えばプラグインを入れるだけで、自動的にXMLサイトマップの作成と送信が行えるようになります。

XMLサイトマップ作成用プラグイン「Google XML Sitemaps」

<https://wordpress.org/plugins/google-sitemap-generator/>

あなたがまだ、WordPressを利用していないならWordPressを使ったブログを立ち上げましょう。WordPressはGoogleも言及している通り、Googleが求めるSEOの基準の85%を満たした現状最も効果の出るプラットフォームです。

リンク構造の最適化

リンク構造の最適化には「内部リンクの最適化（アクセスの多い記事から少ない記事へのリンク）」と「外部リンクの最適化（ナチュラルリンクの獲得）」の2パターンがあります。まずは、内部リンクの最適化から解説します。

内部リンクの最適化（アクセスの多い記事から少ない記事へリンクする）

サイトをある程度運用していると、当然アクセスが多い記事と少ない記事とに分かれます。そして、当然、前者の方が、クローラーの巡回頻度が高くなります。

そのため、前者から後者にリンクを貼ることで、まだあまりクローラーが回っていないページに誘導することができます。

外部リンクの最適化(ナチュラルリンクの獲得)

2013年9月26日のハミングバードの導入（※詳しくは後述）以降は、検索順位の決定において、**被リンクの数も質も以前と比べて遥かに重要度が下がりました。**

そのため、今ではGoogleのランキングエンジンを攻略するという観点での被リンクの獲得はほとんど意味がありません。

但し、クローラーの巡回頻度を上げるという目的において、被リンクはとても効果があります。なぜなら、被リンクを得ることで、クローラーがサイトへ巡回しやすくなり、クローラーの巡回頻度が高いほどランキングエンジンに適切に評価してもらいやすくなるからです。

しかし、SEO業者が実施するような自作自演の被リンクは、絶対に行ってはいけません。ランキングエンジンのマイナス評価項目となっているため、完全に逆効果の取り組みです。

本書で言う外部リンク最適化とは、ナチュラルリンクのみによるリンクビルディングのことを指します。

ソーシャルメディアの登場によって、今では、ナチュラルなリンクビルディングがとても簡単になっています。

良いコンテンツをサイト上で更新し、FacebookページやTwitterなどで、フォロワーに更新情報を伝えるだけで簡単にアクセスが集まります。そのアクセスの中には、自分でサイトやブログを運営している人も多く、内容が気に入ったら積極的にリンクを送ってくれるようになります。

ソーシャルメディアでシェアされやすいコンテンツの作り方に関しては、「バズ部式オウンドメディア運営に必要なコンテンツ制作力を身につける14DAYS実践ワークブック」で詳しく説明しています。

「14DAYS実践ワークブック」は、ぜひ「[こちらのページ](#)」で最初にダウンロードいただいた「EBook:バズ部式マーケティング」の感想を書いて頂いた上で、ご請求ください。

BONUS TIP!

クローラーの特徴とは？

クローラーには、以下の特徴があります。

- ・新しいサイトの情報、または既存のサイトの変更点を重点的に確認する
- ・クローラーが頻繁に訪れるサイトほど適切にインデックスされる

つまり、サイトの更新頻度が高ければ高いほど、SEOには好評価ということです。

Facebook広告を使うと、あなたのコンテンツを積極的にシェアしてくれるファンを、Facebookページに効率的に集めることができます。サイト運営の初期に、応援してくれるファンを集めるためにとても有効な手段です。

バズ部式SEO対策②：データベースに適切にインデックスしてもらうための施策

Googleのデータベースに、あなたのサイトの情報が収録されることをインデックスと言います。そして、インデックスされる情報は、クローラーが運んできます。ランキングエンジンは、インデックスされたサイト情報をもとに、検索順位を決めます。

あなたのサイトがランキングエンジンに適切に評価されるようになるには、そのサイトに関する「全て」の情報が、「正確に」インデックスされている必要があります。

しかし、ここで知っておいて頂きたいのは、クローラーは一回で、あなたのサイトの情報全てを運びきれわけではない、ということです。全ての情報がインデックスされるようになるには、通常、クローラーに何回も往復してもらう必要があります。

つまり、データベースに適切にインデックスしてもらうためには、前ページで説明した、クローラーの巡回頻度を上げる方法とともに、クローラーが一回で重要な情報を運び出せるよう内部構造を整えることが必要となります。

内部構造の調整 7項目への対応

内部構造を整えるためには、以下の7項目への対応をしっかりと行うようにしましょう。

- 適切なページタイトルをつける
- descriptionメタタグを設定する
- URLの構造をわかりやすくする
- ナビゲーションをわかりやすくする
- 適切なアンカーテキストを書く
- 画像の利用を最適化する
- 見出しタグを適切に使う

詳細に関しては、『[Google検索エンジン最適化スターターガイド](#)』でまるまる書かれていますので、確認するようにしてください。

バズ部式SEO対策③：ランキングエンジンに適切に評価してもらうための施策

ランキングエンジンは、検索順位を決めるために、200以上の項目を複合的に評価して、そのサイトのコンテンツをランク付けします。その判断基準のことを”アルゴリズム”と言います。

さて、Googleのアルゴリズムを紐解くには、2011年2月以降のパンダアップデート、2012年4月以降のペンギンアップデート、2013年9月のハミングバードアップデートを抑えておくことが大切です。

それでは、早速、一つずつその変遷を追っていきましょう。

Googleアルゴリズムアップデートの変遷

パンダアップデートで起こった変化

パンダアップデートは、質の低いサイト、内容の薄いサイトの検索順位を下げることで、質の高いサイトの検索順位を高くすることを目的としたアップデートであり、継続的に実施されています。

開始以降の大きな変化として、最新の情報を継続的に更新しているニュース系サイトや、ソーシャルメディアでの評価の高いサイトを高く評価し、逆に、広告を大量に貼っているサイトを低く評価するアルゴリズムに変更したことがあります。

このアップデートは、一見、良いもののように思えたのですが、実は大きな弊害がありました。オリジナルのコンテンツを更新しているサイトよりも、そうしたオリジナルコンテンツを流用してコンテンツを作っているまとめ系サイトの方が、良い検索順位を得るようになってしまったのです。

憤慨したオリジナルコンテンツのライター達がGoogleに殺到しました。その回答として、Googleは良質なサイトとは何か?を明確にするための23のチェックリスト（※右に記載）を公開しました。

その後、度重なる修正の上、コンテンツ流用サイトが、本家サイトよりも高い検索順位を得るといった問題は解消されていきました。

パンダアップデート時にGoogleが発表した良いサイトかどうかを確認するための23のチェックポイント

- ・その記事の情報は信じられますか？
- ・その記事は、その道の専門家によって書かれたものですか？
- ・サイト内に重複しているコンテンツはありませんか？
- ・そのサイトにクレジットカード情報を渡しても良いと思いますか？
- ・語彙の間違いや誤字脱字はありませんか？
- ・一つ一つの記事は読者の興味やニーズに即して書かれていますか？
- ・その記事はオリジナルなコンテンツ、レポート、分析、リサーチですか？
- ・他のサイトの記事と比べて十分な価値を提供していますか？
- ・そのコンテンツの品質コントロールはしていますか？
- ・その記事は良い点も悪い点も両方明記していますか？
- ・そのサイトは、その道において認知されているサイトですか？
- ・そのサイトのコンテンツは、多数のクリエイターや他のサイトとのネットワークをつかって簡単に作られたものになっていませんか？
- ・その記事は念入りに校正されていますか？
- ・健康に関する記事の場合、そのサイトの情報に信頼性はありますか？
- ・そのサイトは権威性や信頼性があると評判ですか？
- ・その記事は、そのトピックに関して完璧な解説や説明をしていますか？
- ・そのサイトはブックマークしたり友人や知人にシェアする価値はありますか？
- ・その記事には不必要に広告が張り巡らされたりしていませんか？
- ・その記事は雑誌や辞書や書籍になっても良いぐらいのものでしょうか？
- ・その記事は、短く不明瞭で役立つ情報がないものにはなっていませんか？
- ・全てのページは注意深く細部にこだわってつくられていますか？
- ・ユーザーは、あなたのページが検索上位にあったとして不満は言いませんか？

SOURCE:SearchEngineLand,CNET,Wired.com,SearchEngineWachh,Google Web Master Central Blog, Stone Temple Consulting Blog

ペンギンアップデートで起こった変化

ペンギンアップデートは、主に、GoogleWebMasterのガイドライン(※下に記載)に抵触するブラックハットSEOを行っているサイトの検索順位を下げる目的で開始されたものです。パンダアップデート同様、現在も継続的に行われています。

このアップデート以降、SEO業者に頼んで、自作自演の被リンクを行っているサイトは一気に検索順位が落ちることになりました。

パンダアップデートは、コンテンツの質が悪いものの評価を下げるのが目的でした。一方、ペンギンアップデートは、SEOにおいてスパム的な手法を行っているサイトの評価を下げることを目的としていたという点その違いです。

GoogleWebMasterガイドライン

基本方針

・ 検索エンジン攻略のためではなくユーザーのためにコンテンツを書く ・ 検索ユーザーを騙さない ・ 検索順位を上げるために小手先のSEOを行わない

詳細

- ・ 自動ツールなどでコンテンツ作成を省略しない ・ リンクファームを使わない
- ・ クローキングをしない
- ・ 騙す様なリダイレクトをしない ・ 隠しリンク/隠しテキストを使わない
- ・ ペラーのページを作らない
- ・ 他サイトのコンテンツを流用しない ・ 信頼性のないアフィリエイトを行わない ・ ページに関係ないキーワードを詰め込まない ・ フィッシングやウイルス、トロイの木馬などを使わない ・ リッチスニペットを使わない ・ ハッキングに注意し、ハッキングされたコンテンツはすぐに削除する ・ 今までつけた自作自演の被リンクを外す

ハミングバードアップデートで起こった変化

ハミングバードアップデートとは、検索キーワードに対して、そのキーワードの背景と文脈を理解し、より関連性の高い検索結果を表示するためのアルゴリズムです。

ハミングバードはGoogleの設立日である2013年9月27日に発表されました(※実装は8月30日に行われています)。Googleの上席役員であるアミッド・シンガル氏は、ハミングバードは過去3年間で最も大きな変化であると言っています。

ハミングバードアップデートは、パンダアップデートやペンギンアップデートとは質の違うアップデートです。パンダ・ペンギンアップデートは検索アルゴリズムの調整であるのに対し、ハミングバードアップデートはアルゴリズムの技術基盤自体の刷新に位置付けられるものです。

実際に、ハミングバードアップデート以降、SEOの概念は大きく変わりました。

具体的には、ページランクや被リンクの質・量はほとんど意味がなくなり、純粋に一つ一つのページの「ユーザー目線で見えた時のコンテンツの質」を評価基準とするようになったのです。

SOURCE:The Future of Search,WebMasterToolHelp,Inside Search,One Year Later



ハミングバードアップデート後のバズ部式メディアに起こったSEOの変化

ハミングバードが実装された2013年8月30日以降、バズ部式で作成していたクライアント様サイトの全てで、SEOの検索順位が跳ね上がりました。

最も顕著な例では、SEOからの流入数が、何と前月比の189.8%の伸びを示したサイトもあります。クライアント様サイトのSEOの変化比率を平均すると、35.6%という結果です。

バズ部式サイトの全てに共通しているのは、「リンクビルディングは一つとして行っていない(自社サイトからのリンクすら貼っていません)」「全て新規で取得したドメインである」「平均で、週3回以上、キーワードから探ったユーザーニーズを徹底的に深めたコンテンツを更新し続けている」という点です。

このような弊社事例から高い確度で導きだされる答えは、Googleのランキングアルゴリズムは完全に変わったということです。

オーガニック検索トラフィック

2013/08/01 - 2013/09/30

すべて > キーワード: 領収書 書き方

カスタマイズ メール エクスポート マイレポートに追加 ショートカット

すべての訪問
5.21%

エクスプローラ

サマリー 利用状況 eコマース

訪問数 対 指標を選択

日 週 月



このグラフは、クライアント様サイトの、あるたった一記事のSEOからの訪問数の推移です。

この記事はハミングバード以降、急激に検索順位が上がり、8月31日に、突然、20,000以上の検索数のあるキーワードで1位になりました。この記事についてリンク数をGoogle Web Master Tool で調べてみると、この時点で8ドメインから27個のリンクしかついていません。

この記事は、弊社事例の中でも、ハミングバード導入によって、最も大きな影響を受けたものですが、他のサイトでも、更新したばかりの記事が、公開後1週間程度で簡単に上位表示されるようになりました。もちろん、どの記事も、1桁台の被リンク(ナチュラルリンク)しかついていません。

アミッド・シンガル氏が言うように、ハミングバードアップデート以降、Googleのアルゴリズムは、それまでとは全く違うものになったと言えるでしょう。

それでは、ハミングバードアップデート以降、「Googleのランキングエンジンから高い評価を受けるためにはどうすれば良いのか？」について次のページで説明します。

ハミングバードアップデート後のGoogleアルゴリズムの主な変化

- ・ ページランクは全く関係がなくなった
- ・ 被リンクの質や量はほぼ全くと言ってよいほど関係がなくなった
- ・ サイトの内部構造の重要度が高まった
- ・ ユーザー目線で見ただけのコンテンツの質をランキング要因の大半を占めるようになった

ページランクも、被リンクの質も量もほぼ全くと言ってよいほど関係なくなったと聞くと、信じられないと感じられる方もいらっしゃるでしょう。しかし、次の画像をご覧ください。

ハミングバード後のランキングエンジンの攻略法

ハミングバードのアルゴリズムはとてもシンプルです。以下の文言をご覧ください。

**ユーザーに焦点を絞れば、
他のものはみな後からついてくる。**

これは、Googleが掲げる10の理念の一番最初に出てくるものです。ハミングバードは、まさにGoogleのこの理念を実現させるものになっています。

今までのアルゴリズムは、コンテンツの質を、リンクの質や数、ドメイン年齢、ページランクなどのページ外要素で把握しようとしていました。

しかし、今では、ページ外の要素からコンテンツの質を把握するのではなく、あくまでも、コンテンツそのものを直接的に評価するようになっています。

つまり、ユーザーのニーズを深く掘り下げ、そのニーズに答えることができるコンテンツを作り続けていれば、自然と検索エンジンの上位に表示されるようになります。

そして、現在バズ部や弊社のクライアント様サイトが、あらゆるキーワードを独占できているのは、「どこよりも役に立つ圧倒的に良質なコンテンツ」を作り上げることを、妥協なく行っているからです。

ぜひ、最初にダウンロードいただいたPDFを改めて読み返してみてください。私たちがブログ記事の作成において行っているステップは、全てそちらに書いています。

今後SEOは、ますます、「どこよりも良いコンテンツを公開しているサイトが勝つ」という図式になっていきます。本格的に、コンテンツで競い合う時代が来る前に、今のうちからコンテンツ制作を初めておきましょう。

そうすると、どこよりも早くSEOを攻略するためのノウハウを蓄積することができます。

