

株式会社ピーシー・ブレイン お問い合わせ電話番号:047-311-6677

☆今月のメニュー

■スマートフォン対応

Google 向けの設定詳細

■SEO トピックス

検索エンジンが好まないリンクスタイル

■お客様ご紹介

～ 株式会社ワイズ様 ～

検索順位のチェック

SEO 対策の効果測定として、

検索順位の変動を

チェックすることは欠かせませんが、これを日々行うのは結構な手間です。

このような時はツールを利用するのが便利です。キーワードと URL を登録すれば毎日の順位を記録してくれます。

フェレットのように無料で利用できるサービスもあるので利用してみると良いでしょう



こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。

過去最高のメダル獲得で、オリンピックは幕を閉じました。これで寝不足が解消されると思ったら、暑さでまだまだ寝苦しい夜が続いています・・・

さて、ホームページの活用方法を中心とした「WEB マーケティングのヒント」というタイトルで、情報をお届けいたします。

Google 向けのスマートフォン対応 ～ 詳細編

前日、Googleがスマートフォン用サイト構築の推奨方法をブログで公開したことをお伝えしましたが、より具体的な設定などについてもアドバイスをしています。

▼「Google がお勧めするスマートフォンに最適化されたウェブサイトの構築方法」

<http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2012/06/google.html>

ここではスマートフォンサイトを提供する3つの方法を推奨として掲載していますが、現時点ではもっとも多いケースと思われる

「モバイル用のサイトとPC用のサイトを別々に構築しているサイト」の場合について、具体的な設定内容についての説明があったので紹介します。

「PC」「スマートフォン」「携帯（フィーチャーフォン）」の3つの異なる端末のページが別々のURLで公開されているケースでは、検索エンジンに対して別の端末とURLの組みあわせを通知することでそれぞれの検索サービスに最適化した結果を表示してくれるようになります。また、このように通知することで検索結果を下げる要因となる「重複コンテンツ」ではないということを明示するという効果もあります。

URLの組みあわせとしては、次の3つのケースについての設定を具体的に説明します。

- ① それぞれの端末ごとに URL を持つ場合
- ② PC向けとその他モバイル端末向けで URL が異なる場合
- ③ PC向けとフィーチャーフォン（携帯）向けで URL が異なる場合

HTMLの内部構造の話になり少し技術的ではあるのですが、自社サイトをより正しく判定してもらうための情報として、活用してください。

Google 向けのスマートフォン対応 ～ 設定例

ケース1. それぞれの端末ごとに URL を持つ場合

(例) 以下の様にURLが分かれているケースです

http://www.example.com/page-1 (PC向け)

http://m.example.com/page-1 (スマートフォン向け)

http://phone.example.com/page-1 (フィーチャーフォン向け)



このケースでは、それぞれのサイト内で、異なる端末のサイトがあることを示す情報を記述します。具体的な設定方法は次の通りです。

▼PC向けサイト (http://www.example.com/page-1)での設定

以下の様に、ページ内に対応するサイトのURLを記述します

```
<link rel="alternate" media="only screen and (max-width: 640px)" href="http://m.example.com/page-1" />
```

```
<link rel="alternate" media="handheld" href="http://phone.example.com/page-1" />
```

スマートフォン向けの URL



▼スマートフォンサイト(http://m.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/page-1" />
```

携帯向けの URL

▼フィーチャーフォンサイト(http://phone.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/page-1" />
```

PC 向けの URL



ケース2. PC向けとその他モバイル端末向けで URL が異なる場合

以下のようにURLが分かれるケースです

http://www.example.com/page-1 (PCサイト)

http://m.example.com/page-1 (モバイルサイト)

▼PC向けサイト(http://www.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="alternate" media="only screen and (max-width: 640px)" href="http://m.example.com/page-1" />
```

```
<link rel="alternate" media="handheld" href="http://m.example.com/page-1" />
```

▼モバイルサイト (http://m.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/page-1" />
```

ケース3. PC向けとフィーチャーフォン(携帯)向けで URL が異なる場合

※スマートフォン向けはPCと同じURLのケースです

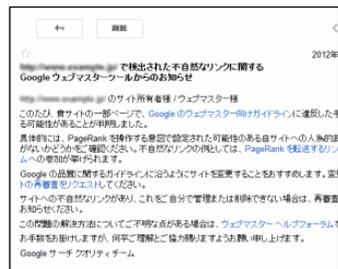
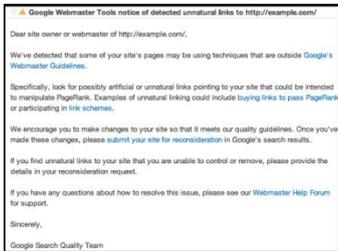
▼PCサイト(http://www.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="alternate" media="handheld" href="http://m.example.com/page-1" />
```

▼携帯サイト(http://m.example.com/page-1)での設定

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/page-1" />
```

検索エンジンが好まないリンクのスタイル



Google 検索エンジンのアルゴリズム変更によって、機械的なリンクについては著しく評価が下がっているようになってきています。この評価が低くなるようなリンク状態としては次のようなケースがあることを指摘している記事がありましたので紹介します。

1. 短期間で急激にリンクが増加する

特定のホームページに対するリンク（外部からのいわゆる被リンク）が、短期間に数百・数千という単位で増加することはありません。

リンクの質ではなくて量（数）にこだわるような対策を講じてしまうと、数週間から数ヶ月といった短期間で大量のリンクを生成するという状況になり検索エンジンからは不自然な状況として判断されるでしょう。

2. 同じペースで決まった数のリンクが増える

リンクの増え方が不自然だと判断されるもう一つのケースは、総数ではなくて、増え方にあります。

もし、人が判断しながら作業するのであれば、リンクの増え方は一律ではなく増減・幅がでてくるはずですが、機械的にリンクを増やす場合は、一定量を毎日増やしてゆく方が簡単なので、このような傾向はやはり機械的なリンクであると判断される要因になります。

3. 同じアンカーテキストで多くのリンクを構成する

人手で作成されたリンクであったとしても、そのすべて（あるいは多く）のアンカーテキスト（リンクに付与されるキーワード）が同じになることはありません。100人いれば100通りの説明文がある方が自然なのです。ブロガーネットワークを抱えてリンクを生成するようなサービスではこの問題を引き起こすことが多いため注意が必要です。

検索エンジンが考える自然なリンクとは、アンカーテキストに何を適用するのかがリンクを生成する側に自由度があるとしているのです。

4. 同じリンク元からのリンク

例えば、外部からのリンクを購入するようなサービスを利用すれば、そのリンク先は利用者の中ではほぼ一緒になってしまいます。

リンクの発生元が同じであることは、検索エンジンからみれば、リンク自体が人為的・機械的なものであるということになります。

これらの事項に共通するのは、リンクを生成する、増やすアクションが「パターン化」していることです。

なんとか自然になるようにと工夫をしても、結局はどこかで不自然なパターンが発生してしまうものです。

地道ではあっても自然な形で対応してゆく方が結局は得なのです。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253
千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

電話番号
047-311-6677

Fax
047-311-6678

E-mail
info@pcbrain.co.jp

受付時間：
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リフォーム
- WEB システム開発

当社 Web サイト:

http://www.pcbrain.co.jp
http://www.webquick.jp



お客様のご紹介 ～ 株式会社ワイズ様

今回ご紹介するお客様は、埼玉県川口市に本社を置くステンレス加工、販売の「株式会社 ワイズ」様です。

http://www.wise-co-net.com/

ホームページで新規顧客の開拓をするために基本設計から全面リニューアルを施し、2012年6月末に公開をしました。

その後1か月足らずでホームページから7～8件の問合せが入り、その内2～3件は既に成約に至ったそうので出足としてはまずまずの成果が出ています。

SEO対策では「ステンレス加工」で現在3位、今後の検索順位上昇に合わせて更に問合せ件数も増加すると思われます。



またSEO対策上重要なサイトメンテナンス（情報更新）については今回のリニューアルでCMS（簡単ページ更新システム）を導入した事により、専門知識や特殊ソフトウェアが無くてもページ更新が可能となり、以前は業者に依頼していた作業を現在ではワイズ様スタッフがリアルタイムに情報更新できるようになりました。

株式会社ワイズ
〒334-0057 埼玉県川口市安行原822
電話 048-290-1650(代表)

ニュースレターの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール：info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン 〒270-2253
発行責任者：高山卓巳 千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp