

ホームページとSEO対策の 基礎知識

日本経営士会
東北支部
表 伸也

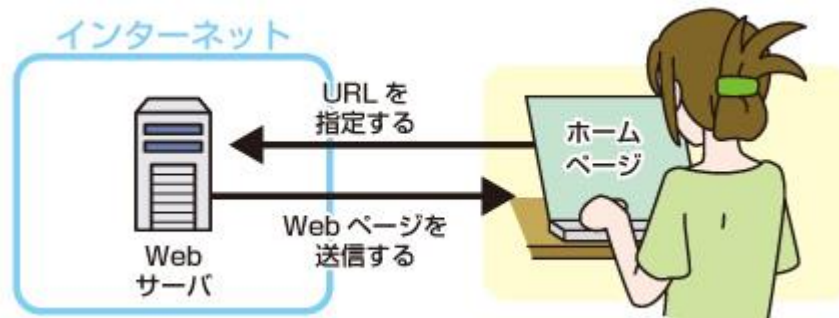
内容

- I. ホームページの仕組み
- II. ホームページの更新実演
- III. 検索エンジンとは
- IV. 検索実演
- V. SEOとは
- VI. アクセス解析実演
- VII. リスティング広告活用について
- VIII. キーワードと経営戦略

I . ホームページの仕組み

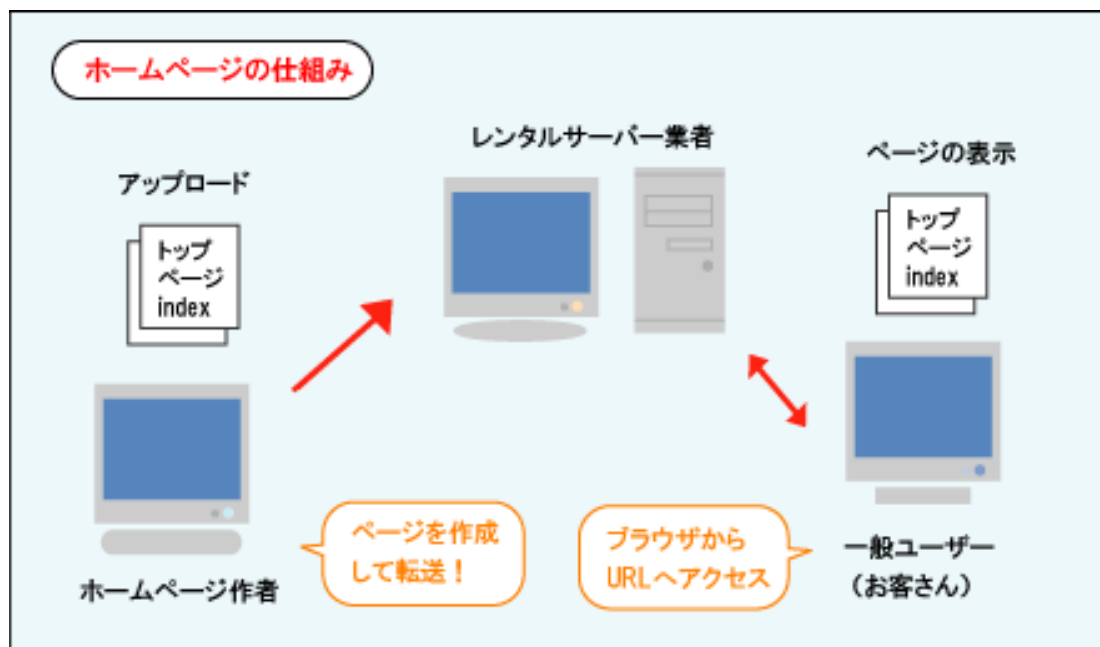
ホームページのコンテンツ(内容)は、インターネット上のWebサーバ(通常レンタルサーバーを使います)というホームページ公開専用のコンピュータのなかに保存されています。

ホームページを閲覧する場合には、Webブラウザという専用のソフトウェア(Internet Explore、Google Chrome他)で宛先(URL)を指定します。



ホームページは、HTMLと呼ばれる規格に従って記述されています。HTMLに従って記述された文書をインターネットで公開し、利用者がそれをブラウザで閲覧する仕組みです。

HTMLファイルは、単なるテキストファイルで、トップページのファイル名は、「index.html」です。



URLは、ドメイン名 + α (フォルダ名など) で成り立っています。例えば、日本経営会東北支部のトップページは、

<http://www.keieishi-touhoku.jp/>

で、レンタルサーバー会社で指定したトップページ用フォルダの、index.htmlが自動で開きます。お知らせページは、

<http://www.keieishi-touhoku.jp/お知らせ/>

で、トップページのフォルダの下 (サブフォルダ) のお知らせというフォルダの、index.htmlが開きます。

HTMLは、テキストファイルに、そのページでどう表示されるべきかを記述する「タグ」と呼ばれるものを使って指定します。

「タグ」とは、「<」と「/>」という記号で囲まれたコードのことです。タグをブラウザが解釈して、指定通り表示されます。

<タグ>文字など</タグ>

と記述します。

HTMLタグ例

<html>: HTML文書であることを宣言する

<head>: ヘッダー情報を各部分

<title>: ホームページのタイトルを指定

<body>: ホームページの本体を各部分

<a>: リンク

: 画像を表示

: 改行

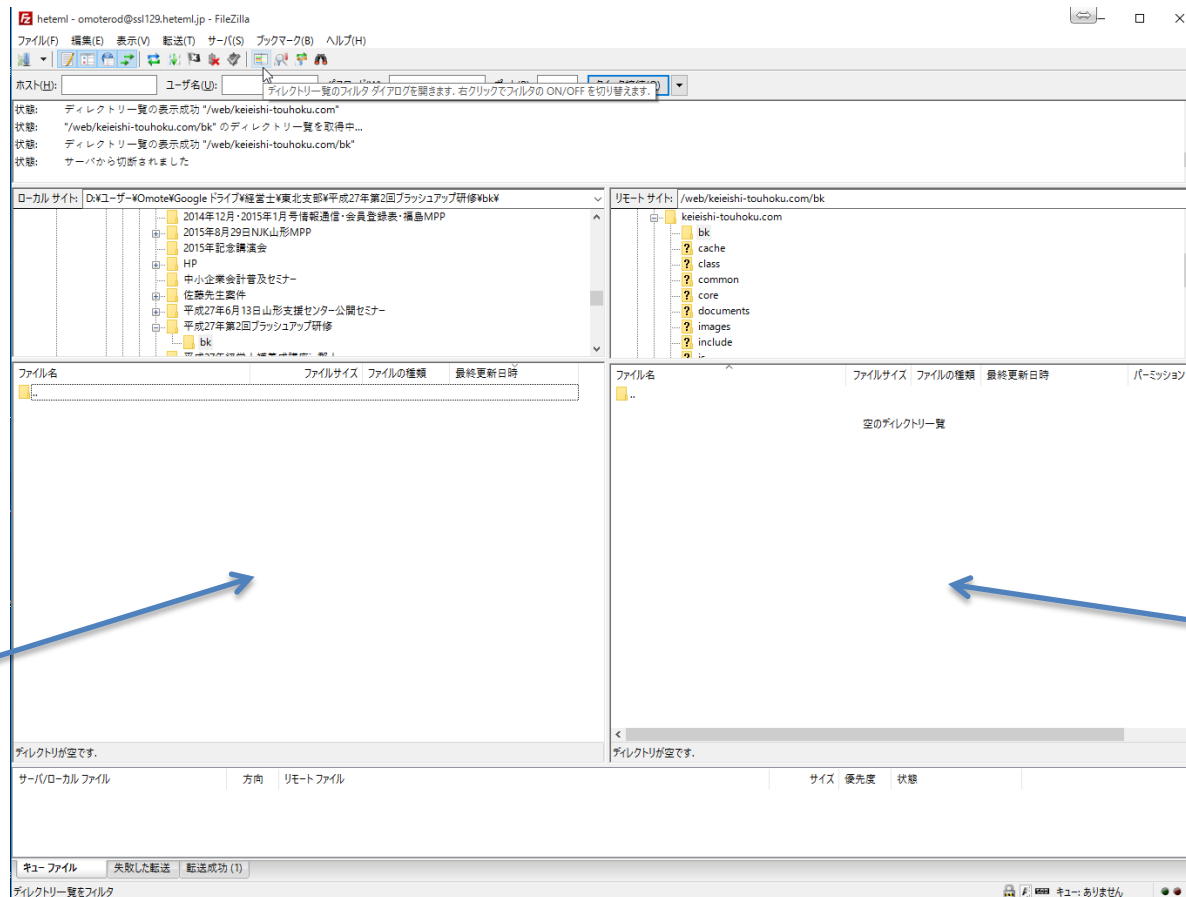
タグ自体は、まだまだ沢山ありますが、上記だけでも、ある程度のホームページは出来てしまいます。

最低限の、index.html

```
<html>  
<head>  
  <title>第二回東北支部ブラッシュアップ研修</title>  
</head>  
<body>  
  第二回東北支部ブラッシュアップ研修用HP本体  
</body>  
</html>
```


レンタルサーバーへのファイル転送やファイル操作は、FTP (File Transfer Protocol) というプロトコルに対応した、ソフトウェアで行います。

FTPソフトウェア表示例



ローカル側
(パソコン)
フォルダ

ホームページ側
(レンタルサーバ)
フォルダ

※この後実演します

Ⅱ．ホームページの更新実演

インターネットに繋がるパソコン・タブレット・スマートフォンを持っている方は、ブラウザで以下にアクセスしてください。

<http://www.keieishi-touhoku.com/bk/>

Ⅲ. 検索エンジンとは

インターネットで公開されている情報をキーワードなどを使って検索できるWebサイト。

ホームページなどで公開されている情報を貯えておき、キーワードによって検索する全文検索型と、カテゴリ別に分類されるディレクトリ型の2種類に大別できる。日本の検索エンジンは、全文検索型ではGoogleやgoo等、ディレクトリ型ではYahoo! JAPAN等が有名。



IV. 検索の実演

Googleを使って、検索をしてみます。
検索順位・ヒット件数の表示、広告の表示、等
確認してください。

<https://www.google.co.jp>



V. SEOとは

SEO【 Search Engine Optimization 】(検索エンジン最適化)とは、検索エンジンの検索結果のページの表示順の上位に、ホームページが表示されるように工夫すること。

検索エンジンは登録されているWebページを**キーワード**に応じて表示する。その表示順位はそれぞれの検索エンジンが独自の方式に則って決定している(検索アルゴリズム)。

この順位が上にある方が検索エンジン利用者の目につきやすく、訪問者も増える。したがって、検索順位を上げるために様々な試みを行う場合がある。 その様々な技術や手法を総称してSEOという。

Google, Yahoo!等の検索エンジンは、順位を決定するための基準を数百程度持っていると言われる。また、アルゴリズムも突然変更されることがある。
⇒対策が難しくなっている。

キーワードの選定も非常に重要。
良く有る例

鈴山橋工務店より、SEO対策依頼。
表:「対策キーワードは、何にしますか？」



よくある回答は？

キーワードは、「鈴山橋工務店」でお願いします！

自社の名前をキーワードにして上位に表示されないということは、ホームページに自社の名前が入ってないのと同じ。また、自社の名前で検索されるということは、同社を知っている人ということ。SEO対策の意味無し。

・SEOの対策初歩

ホームページタイトルによる対策

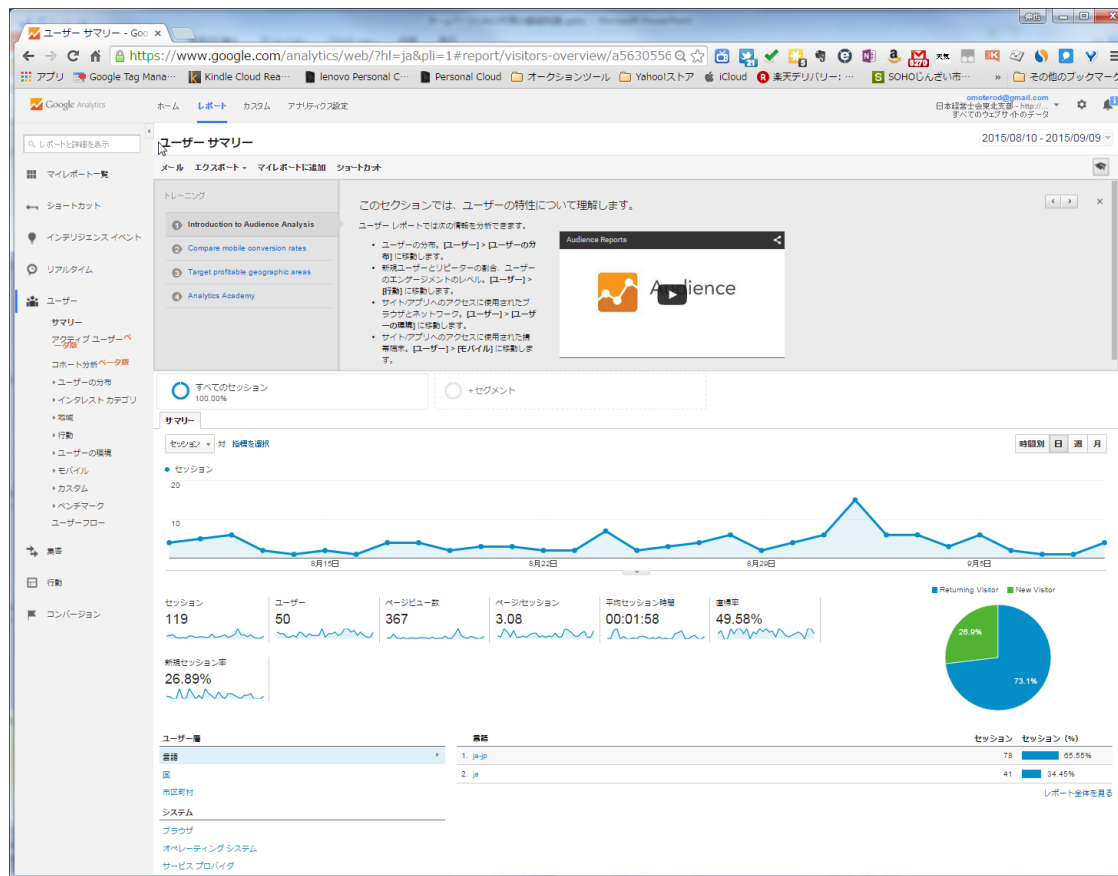
ホームページタイトル	検索ヒット確率	検索順位
財務コンサルタント	低	上
財務・生産管理・人事・経営コンサルタント	高	下

キーワード「財務 コンサルタント」で検索された場合は、「財務コンサルタント」のほうが「財務・生産管理・人事・経営コンサルタント」より上位に表示される。

「生産管理」「人事」「経営」でも上位に表示されたい場合は、それぞれ別のページを作る(例:「生産管理コンサルタント」)。
⇒ランディングページという

VI. アクセス解析の実演

Google Analyticsを使って、日本経営士会東北支部ホームページの、アクセス解析をしてみます。



https://www.google.com/intl/ja_jp/analytics/

VII. リスティング広告の活用について

リスティング広告とは、検索エンジンでユーザーがあるキーワードで検索した時に、その検索結果に連動して表示される広告。

サービス例

Google AdWords、Yahoo!プロモーション広告

料金は、クリック課金 (PPC: Pay Per Click)

広告料金 = クリック単価 × クリック数

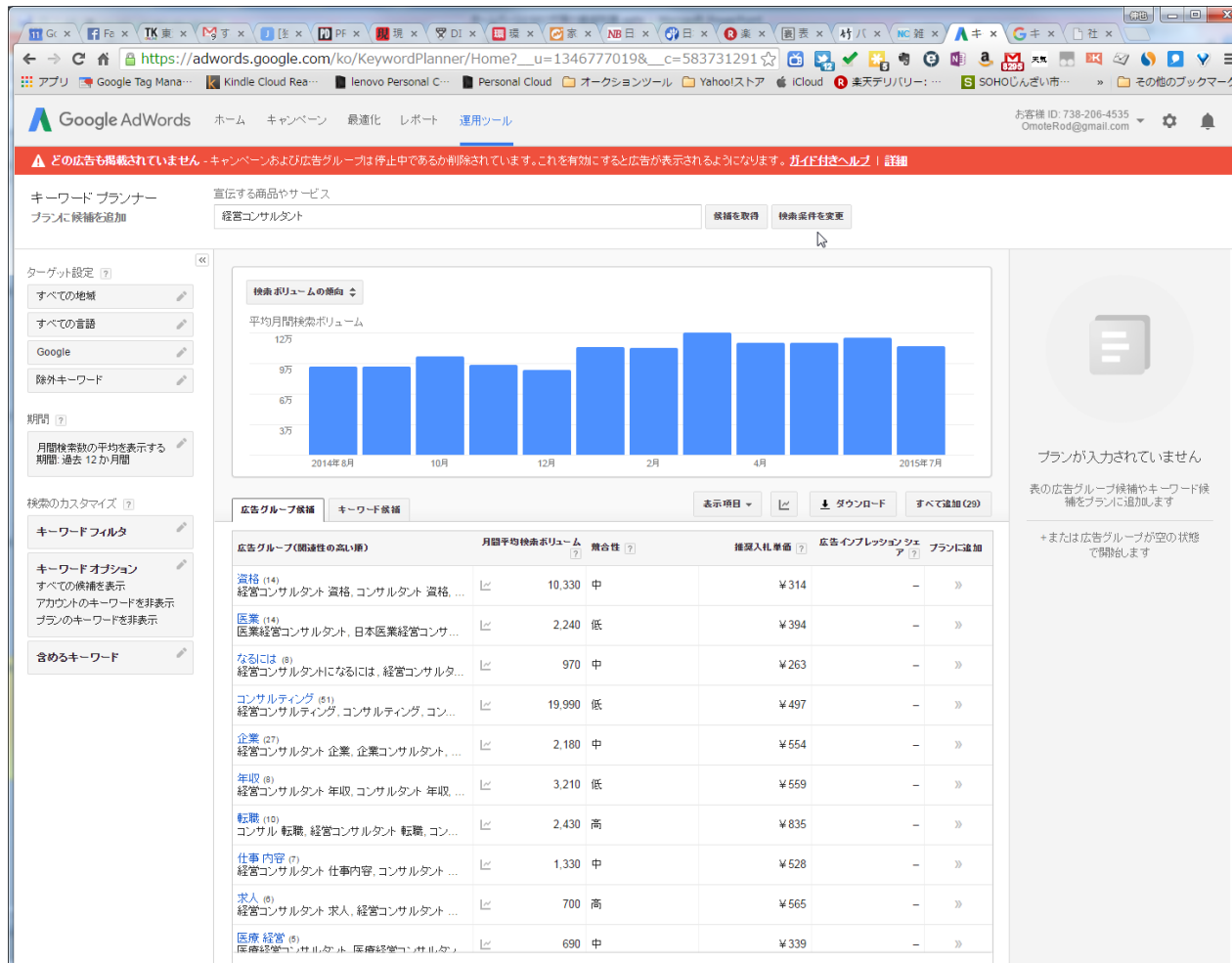
クリック単価は、入札制。最低入札価格以上の入札価格が必要。入札価格が高いほど、掲載される順位も上がる。

また、広告内容によって変わるクリック率等の広告品質も掲載順位に影響。

広告ランク = 入札価格 × 広告品質

SEO同様、キーワードの選択が非常に重要である。

Google AdWordsのキーワードプランナーで、キーワード毎のクリック単価を見えます。



<https://adwords.google.co.jp/KeywordPlanner>

VIII. キーワードと経営戦略

キーワードの選定は非常に重要で、且つ難しい。キーワードと自社ドメインは、ほぼ同義。

検索エンジンで検索することは、市場調査に等しい。ドメインの設定に有効活用する。

- ・市場規模：検索ヒット数
- ・検索結果：競合他社の数

検索ヒット数が多く(市場規模が大きい)、検索結果に需要を満たす商品やサービスがない場合⇒ブルーオーシャンかも！