起業したらまずこれをやろう。サクッとできるSEO対策チェックシート

	重要度	難易度	項目	内容
☐	★★★	★★★	（前提）最適なSEOキーワードを絞り込めているか	SEOキーワードとは、GoogleやYahoo!などの検索エンジンで、ユーザーが検索スペースに入力する語句のことです。検索からユーザーをサイトに集客させるためには、必ずSEOキーワード対策をしなければいけません。 SEOキーワードは検索ボリュームや、競合性などを見て選定しましょう。
☐	★★★	★	タイトルに「検索してほしいキーワード」が含まれているか	titleタグはSEOの中でも重要なポイントです。titleタグに上位表示させたいキーワード（＝SEOキーワード）を含めることがSEO対策の第一歩といえます。 「検索してほしいキーワード」は、あくまで客観的に考察することが必要です。単に自分が検索してほしいというだけでは検索されません。客観的にみてユーザーが検索するであろうキーワードを選定しましょう。
☐	★★★	★★	テキスト文中にSEOキーワードが盛り込まれているか	同じような内容の文章であっても、ちょっとした書き方の違いで検索順位に違いが出てくることがあります。読んで不自然にならない範囲で、文中や見出しにSEOキーワードを入れていきましょう。 キーワード比率は以前ほど重視されなくなっていると言われていますが、検索エンジンがコンテンツのテキストを手がかりにページのテーマを判断している以上、積極的にキーワードを盛り込んでいくべきだといえます。
☐	★★★	★★	専門的なコンテンツが入っているか	SEOにおいて、Webサイトの専門性を高めることは重要です。 例えば、1つのテーマに沿って選定したキーワードでコンテンツを増やします。そうすることで、1テーマに関連するコンテンツ（専門知識）が増大し、専門的なサイトとしてGoogleに評価されやすくなり、SEO効果が見込めるようになります。
☐	★★★	★★	WebサイトのSSL対策が出来ているか	SSL対策とは、サイト全体をHTTPS化することで暗号化させ、サイトのセキュリティを向上させる対策のことです。Googleはセキュリティを最優先事項とし、ユーザビリティを高める手段としてHTTPS化を推奨しています。 HTTPS化するとURLが「https://ドメイン名」になります。実際にGoogleが公式な声明で「SEOで優遇する」と明言していますので、今後作成するWebサイトはもちろんのこと、既存のWebサイトもSSL対策を進めましょう。また「http://ドメイン名」でアクセス出来る状態は好ましくないため、「http://ドメイン名」でアクセスされた場合に「https://ドメイン名」へ自動的に飛ばす「リダイレクト処理」を施すことも重要です。
☐	★★★	★★	ページ数を増やす	ページ数を増やす＝コンテンツ・テキスト量の充実に繋がります。 コンテンツやテキスト量を充実させることで、TOPページ以外からの窓口を増やし、流入を増やすことが出来ます。
☐	★★★	★★★	外部リンクを増やす	外部リンクとは、俗にいう「被リンク」のことで、（ドメインの違う）外部サイトに貼られた自サイトのリンクのことを指します。外部サイトのコンテンツ内で自分のサイトのWebページのURLが参照されることで、外部リンクとなります。要するに、他のサイトからリンクを貼ってもらうということです。 この外部リンクは、サイトの人気度を図る指標として、Googleが公式に取り入れている重要な要素なので、外部リンクを増やすことを意識しましょう。 ただし、どのようなサイトからのリンクでも良いというわけではなく、自分のサイトと関連のある内容のサイトであることが重要です。またリンク元のサイトのGoogle評価が高ければ高いほど、そのサイトからの被リンクの価値も高くなります。
☐	★★★	★★★	話題になりやすいコンテンツを増やしているか	話題になりやすいコンテンツを増やすことは、被リンクを増やすためにも有効な手段です。 良質な外部リンクがより多く集まるように、良質なコンテンツを提供することがSEOにおいて重要であり、検索上位化に欠かせないことです。
☐	★★	★	独自ドメインを使っているか	ドメインとは、「インターネット上に存在するコンピューターやネットワークを識別するための名前」です。 ドメインの取得方法は大きく分けて、レンタルサーバー会社から無料で付与される「サブドメイン」と、独自に契約して費用を払って取得する「独自ドメイン」があります。 無料の「サブドメイン」を使用したくなるところですが、これには事業がスケールした際や、なんらかの理由でレンタルサーバーを変えた場合にURLが変わってしまうという落とし穴があります。 こうなるとこれまでのドメインパワーの蓄積がなくなってしまい、SEO的に不利な状況になります。 「独自ドメイン」であればサーバーを移行してもドメインごと移行できるため、このような心配はなくなります。
☐	★★	★	サイト名が検索に有利なキーワードになっているか	どのようなサイト名を付けるかで、検索順位は大きく変わります。 サイト名を付けるポイントは、『固有性のあるキーワードをつける』ということ。 例えば創業手帳の場合、サイトの名前を『創業手帳web』ではなく『すべての起業家を応援する「創業手帳web」』というサイト名で固有性を強調しています。専門特化サイトならばメインワードを連想できるようなサイト名、数あるブログであれば覚えやすさや固有性を重視すると良いでしょう。 しかし、SEOを意識しすぎた結果、複数のキーワードで覚えにくいサイト名になってしまうと元も子もありません。ユーザーに伝えたいことがしっかりと伝わるキーワードを選定しましょう。
☐	★★	★	アンカーテキストに重要なキーワードを含めているか	アンカーテキストとは、リンクされている部分のテキストのことです。自分のWebサイトへのリンクのアンカーテキストにSEOキーワードが多く含まれている場合、Googleはそのキーワードをページ内のより重要なテーマであると認識してくれるので、多くの場合ランキングの向上に役に立ちます。 ただし過剰に設定しすぎると、それが原因で逆に検索順位を落としてしまう現象もあります。アンカーテキストの適度なバランスを意識しましょう。

	重要度	難易度	項目	内容
☐	★★	★★	テキスト文量を増やす	SEOに強いコンテンツを作成するうえで「長文SEO」という考えがあります。 当然ながら、ただ文字数を増やせば検索順位が上がるというわけではなく、そこに書かれている内容が「検索エンジンに評価されるものになっているか」＝「ユーザーに役立つ情報になっているか」が重要です。また、情報量が多ければ検索者のニーズを満たす確率も高くなるので、テキスト文量を増やすことを意識しましょう。
☐	★★	★★	地域性のある業種の場合、対応エリアを入れているか	キーワードによってユーザーの検索している地域の情報が考慮され、検索結果に反映される「ローカル検索」というしくみがあります。 飲食店や士業、医療施設などの関連キーワードでは、エリア・場所に関連した検索結果が多く表示されます。地域性のあるWebサイトを作成する場合、対応出来るエリアなど地域性のある情報を記載しましょう。
☐	★★	★★	更新しやすく、SEOに強いCMSを使っているか	CMSとは、HTMLやCSSのようなWebサイトの制作に必要な専門知識を必要とせず、テキストや画像などの情報を入力するだけで、サイト構築を自動的に行うことが出来るシステムのことです。CMSを導入することで、Webページの作成や更新を簡単に行うことができ、初心者でもWebサイトを運用することができます。 CMSのなかでも、内部対策が最適化されていて、なおかつ更新のしやすいCMSを使用すれば、手間が省けて非常に便利です。
☐	★★	★★	ユーザビリティ対策は出来ているか	ユーザビリティとはユーザーにとってのサイトの使い勝手のことです。ユーザビリティを意識したサイト構造をすることで、ユーザーが情報を探しやすくなったり見やすくなったり、記事が読みやすくなったりします。 ユーザビリティの対策をすることで、ユーザーのサイト滞在時間が長くなるなど、SEOの評価を向上させることにも繋がります。「ユーザー目線」でサイトをつくることを意識しましょう。
☐	★★	★★★	サイトのボトルネックは把握出来ているか	サイトの状態から現在のボトルネック（作業上で全体の進行や効率に悪い影響を与えるもの）となる部分を把握することは、ページの改善を進めていくうえで欠かせないことです。 ボトルネックは大きく分けて、サイトからの離脱の原因となる「コンテンツ上のボトルネック」と物理的にネットワークやデータ転送速度の遅滞による「表示速度のボトルネック」があります。 前者の「コンテンツ上のボトルネック」は「Google Analytics」や「Search Console」などのツールで把握することができます。後者の「表示速度のボトルネック」は「PageSpeed Insights」で確認しましょう。 無料で利用出来る「PageSpeed Insights」は、URLを入力するとページを読み込み、表示速度の下落要因をチェックします。一度にモバイル、PCともにチェックできるうえ、ファーストビューを画像として出力するため、自分のサイトの問題点をおおまかに掴みたい場合に便利です。
☐	★	★	早めに始める	SEO対策を行ったら、できる限り早く効果を実感したいものですが、検索エンジンがWebサイトを評価するまでには想像以上に時間がかかることがあります。 SEOではドメインパワー（サイトのドメインについているパワー・SEOに有利に働く力）という概念があるのですが、新しいドメインでサイトを作り始めたばかりの場合、ドメインパワーが弱く、良いコンテンツを更新しても上位に表示させることが難しい場合が多いです。 そのため、小さなことからでもできるだけ早く対策を始めることがSEOに有利に働きます。
☐	★	★	SNSアカウントを開設し相互リンクをする	相互リンクとは２つのWebサイト間でリンクを渡し合うことを指します。Webサイトを利用するユーザーに対して、同様のサービスや、提携しているブランドなど、関係のあるWebサイトへのアクセスを促すために行います。 SNSアカウントからの被リンクは直接SEOに寄与するわけではありませんが、お互いのコンテンツ内容の関連性が高ければ、ユーザー行動の質を高める効果が期待できます。
☐	★	★★★	サーバー、表示の重さの改善	表示の遅いWebサイトは、検索エンジンからの評価が下がるため改善しなくてはなりません。 そもそもレスポンスの遅いWebサイトはユーザビリティが悪いためSEOを抜きにしても、最重要で取り組むべき課題だといえます。SEOの目的は「検索順位の向上による、検索流入の増加」だけではなく、Webサイト運営者の利益の増大です。ページ表示速度の向上は、「検索順位の向上」以外にも多くのフェーズに確実にメリットをもたらす重要な施策だと言えます。 先に説明した「PageSpeed Insights」などを利用して改善しましょう。

他：タグ系の対策は、現在の主要なCMSでは標準で考慮されているので省いています