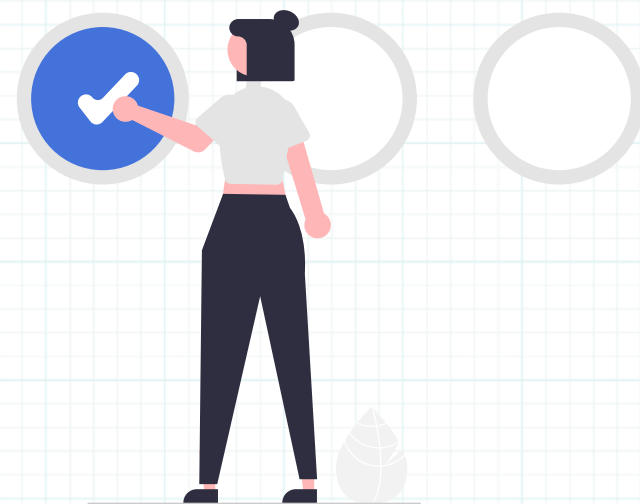


サイト管理者・SEO担当者は必携！

---

# テクニカルSEO チェックリスト



# CONTENT

目次

はじめに

## 1 テクニカルSEOの重要性

## 2 チェックすべき項目とチェック箇所

## 3 クローラー向けのテクニカルSEO

- URLの正規化
- モバイルフレンドリー対応
- 表示速度の改善
- 階層構造の最適化
- クロールエラー対策
- robots.txtの設定

## 4 インデックス向けのテクニカルSEO

- タイトル・メタディスクリプションの改善
- 見出しの最適化
- 重複コンテンツの回避
- 画像の適切な使用
- リンクとアンカーテキストの見直し
- 構造化データの実装
- インデックス登録エラーの解消

まとめ

# はじめに

テクニカルSEOとは、Webサイトの内部構造を最適化し、**検索エンジンがWebサイトを正しく読み取れるようにするための施策**です。検索エンジンのクローラーがサイトを効率的に巡回し、重要な情報を収集できるようにすることを目的としています。

コンテンツSEOがユーザーに焦点を当てたコンテンツの作成に重点を置くのに対し、テクニカルSEOは**検索エンジンがサイトの情報を正しく読み取り、適切に評価するための内部構造の最適化**に重点を置きます。具体的には以下のような施策があります。

- **クローラビリティの向上**：クローラーがサイトを効率的に回遊しやすくするための施策
- **インデックスの最適化**：検索エンジンが正しくインデックスされるようにするための施策
- **ユーザーエクスペリエンスの改善**：ユーザーの満足度を高めるための施策

本資料では、サイト管理者やSEO担当者がテクニカルSEOに取り組む際にチェックすべき項目とその詳細について、具体例を交えて解説します。



# 1

## テクニカルSEOの重要性

# テクニカルSEOの重要性

テクニカルSEOは、検索エンジンがページの探索・情報収集を円滑にするための重要な対策です。

検索エンジンはクローラーを使用してページの探索・情報収集を行い、その結果、検索結果の順位が決定されます。テクニカルSEOの施策を適切に実施することで、以下のようなメリットが得られます。

- サイトの内容が検索エンジンに正しく認識され、適切な検索結果に表示されやすくなる
- 正しくインデックスされて検索上位に表示されやすくなり、トラフィックの増加につながる
- ユーザーの満足度が高まり、滞在時間の延長や離脱率の低下につながる

テクニカルSEOは、SEO施策の土台ともいえます。

効果が明確に出やすく、Googleのアルゴリズム変動の影響を受けづらい点が特徴です。

コンテンツSEOや外部対策の効果を最大限に引き出すためにも、**優先して行うべきSEO対策**です。



# 2

## チェックすべき項目と チェック箇所

# チェックすべき項目とチェック箇所

テクニカルSEOは以下2つのカテゴリに分類できます。

## クローラー向けのテクニカルSEO

(クローラーが巡回しやすくするための施策)

- URLの正規化★
- モバイルフレンドリー対応★
- 表示速度の改善★
- 階層構造の最適化
- クロールエラー対策★
- robots.txtの設定

★…優先度が高い項目

## インデックス向けのテクニカルSEO

(速やかなインデックスを促すための施策)

- タイトル・メタディスクリプションの改善★
- 見出しの最適化
- 重複コンテンツの回避★
- 画像の適切な使用
- リンクとアンカーテキストの見直し
- 構造化データの実装
- インデックス登録エラーの解消★

★…優先度が高い項目



これらのチェック項目は、サイトのSEOパフォーマンスを向上させるために不可欠です。

次ページから、それぞれのテクニカルSEOでチェックすべき項目とその詳細、チェック箇所を解説します。



# 3

## クローラー向けの テクニカルSEO

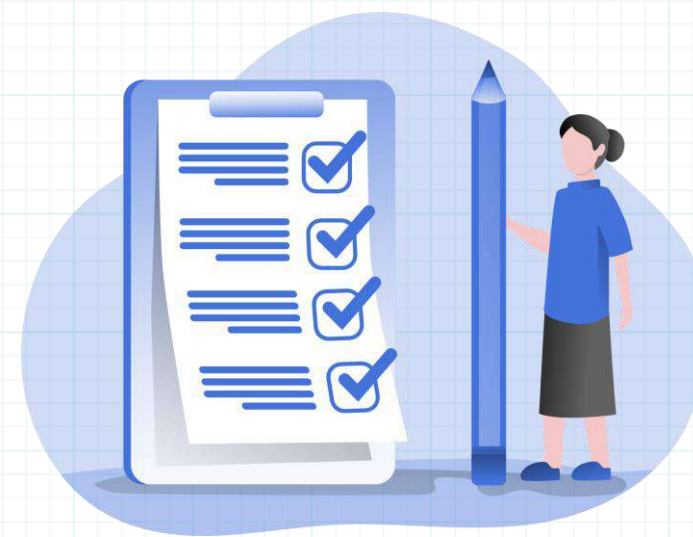


# クローラー向けのテクニカルSEO

クローラー向けのテクニカルSEOとして、以下の項目を紹介します。

- URLの正規化★
- モバイルフレンドリー対応★
- 表示速度の改善★
- 階層構造の最適化
- クロールエラー対策★
- robots.txtの設定

★…優先度が高い項目



# URLの正規化

URLの正規化とは、サイト内の重複・類似コンテンツの正規のURLを検索エンジンに明示することです。

URL正規化がされていないよくあるケースとしては、以下の6つが挙げられます。

- サイトリニューアル後
- 「index.html」有り・無しの両ページがある場合
- 「www」有り・無しの両ページがある場合
- 暗号化有り・無しの両サイトがある場合
- パラメーターが付いている場合
- スマートフォン・タブレット用ページがある場合

# URLの正規化

## URLの正規化チェックリスト

- ✓ **重複コンテンツの確認：**
  - サイト内に同じまたは似た内容のコンテンツがないか
  - （重複コンテンツがある場合）**canonicalタグ**を使用して主要なURLを指定しているか
- ✓ **URL構造の最適化：**
  - URLにページ内容が適切に反映されているか
  - URL内の単語はハイフンで区切られているか
- ✓ **リダイレクトの適切な使用：**
  - （サイト構造の変更やページの削除時）301リダイレクトを適切に設定しているか
- ✓ **モバイル対応の考慮：**
  - モバイル版とデスクトップ版のページが適切にリンクされているか
- ✓ **URLの一貫性と簡潔性：**
  - URLが簡潔で一貫性があり、ユーザーにとって理解しやすいか
- ✓ **リンクの整合性：**
  - 内部リンクと外部リンクが正しいURLを指しているか

# URLの正規化

## canonicalタグでURLの正規化を行う方法

canonicalタグとは、同サイト内に重複コンテンツがある場合に、評価してほしいURLを検索エンジンに伝えるタグのことです。**類似コンテンツを正規化しながら、両方保持する場合などに使用**します。

たとえば、並び替え機能のあるページで、項目を並び替えただけでURLが変わる場面です。301リダイレクトだと転送されて並び替えできないため、canonicalタグで正規化します。

canonicalタグは、以下のように記述します。

```
<head>  
<link rel="canonical" href="正規化するURL">  
</head>
```

body要素内に記述すると検索エンジンに理解できないため、**head要素内に記述**します。

記述の際には「**1ページに1つ**」を守りましょう。1ページに複数登録すると、正規化の処理が正常にできません。

# URLの正規化

## 301リダイレクトでURL正規化を行う方法

301リダイレクトとは、アクセスしたURLから自動で事前に設定したURLへ、**恒久的に転送すること**です。

301リダイレクトを設定すると、リダイレクト先が正規URLであると検索エンジンに伝えられます。

サイトのリニューアルなどでURLを変更したとき、元のURLの評価を引き継ぎたい場合などに設定します。

検索エンジンにインデックスされるページを1つにできますが、リダイレクト元のページは見られなくなります。

設定の方法は、「.htaccessファイル」に転送先を記述してサーバーにアップロードします。

「.htaccessファイル」とは、Webサーバーの動作をディレクトリ単位で制御させるファイルのことです。

サイト作成にWordPressを利用しているのであれば、プラグインで簡単に設定できます。

# モバイルフレンドリー対応

モバイルフレンドリー対応は、スマートフォンなどモバイル端末向けのWebサイト閲覧を快適にするための重要な施策です。

Googleは「**モバイルファーストインデックス**」を推奨しており、モバイル版ページを優先してクロール・インデックスする動きをしています。これは、多くのユーザーがPCよりもモバイルデバイスから検索を行っている現状に対応するためです。

Googleの「[モバイルフレンドリーテスト](#)」を実施し、サイトの現状を把握しましょう。



# モバイルフレンドリー対応

## モバイルフレンドリー対応チェックリスト

- ✓ **テキストサイズの適切性：**
  - モバイルデバイスで読みやすい文字サイズか
- ✓ **レスポンシブデザインの適用：**
  - レスポンシブデザインが適用されているか
  - 画面サイズに応じてレイアウトが自動調整されるか
  - 横スクロールが不要なく、コンテンツが画面内に収まっているか
- ✓ **リンクやボタンの操作性：**
  - モバイルデバイスでのリンクやボタンが操作しやすいか
  - タップしやすいサイズと間隔になっているか
- ✓ **ページの読み込み速度：**
  - モバイルデバイスでのページ読み込み速度は問題ないか
- ✓ **画像と動画の最適化：**
  - 画像と動画がモバイル画面サイズに適切に調整されているか
- ✓ **ポップアップの使用：**
  - ポップアップがユーザー体験を妨げていないか



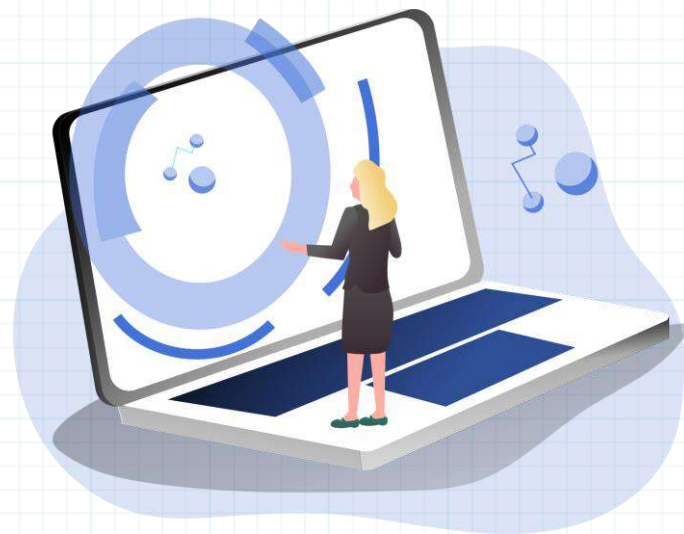
## クローラー向けのテクニカルSEO

# 表示速度の改善

ウェブページの表示速度は、ユーザーエクスペリエンスと検索エンジンの評価に大きな影響を与えます。

特にモバイルユーザーは高速なページロードを期待しており、「3秒待てない」と言われています。  
また、Googleもページの速度をランキング要因として重視しています。

表示速度の改善は、ユーザーの満足度を高め、検索エンジンによる評価を向上させるために重要です。  
Googleの「[PageSpeed Insights](#)」で、ページごとの表示速度を確認しましょう。





## 表示速度の改善チェックリスト

- ✓ ページロード時間の測定：
  - ページロード時間は問題ないか（Googleの「PageSpeed Insights」を使用）
- ✓ 画像の最適化：
  - 画像のファイルサイズは圧縮されているか
  - 画像のフォーマットは適切か（例：JPEG、WebP）
- ✓ JavaScriptとCSSの最適化：
  - 不要なJavaScriptとCSSはないか
  - JavaScriptとCSSは圧縮されているか
- ✓ キャッシュの利用：
  - ブラウザキャッシュは有効になっているか
- ✓ サーバー応答時間の改善：
  - サーバーの設定を最適化しているか
- ✓ コンテンツ配信ネットワーク（CDN）の利用：
  - CDNを使用してコンテンツの配信を最適化しているか

## クローラー向けのテクニカルSEO

# 階層構造の最適化

サイトの階層構造を最適化することで、ユーザビリティ とクローラビリティを改善できます。トップページから最下層ページまで、3クリック以内にアクセスできると理想的です。

適切なディレクトリ構造により、階層の明確性と拡張性を持たせましょう。

### 階層構造の最適化チェックリスト

- 全ページに3クリック以内でアクセス可能
- ディレクトリ構造の導入
- XMLサイトマップの設定
- パンくずリストの活用

## クローラー向けのテクニカルSEO

# クローラーエラー対策

クローラーエラーとは、**サイトの巡回やインデックスにおいて何らかの障害が発生してしまうこと**です。Googleサーチコンソールを用いてエラーの特定と対処を行います。クローラーエラーの代表的な原因は、内部リンクのURLを誤って設定してしまうことです。

クローラーエラー状態では、ページが検索エンジンに正しく認識されないため、該当ページのインデックスが行われない可能性があります。

### クローラーエラー対策チェックリスト

- エラーページの調査
- インデックス問題の発生確認と対策の実施
- 内部リンクの再確認と正確なURL設定

# robots.txtの設定

robots.txtとはクローラーの巡回を指示するテキストファイルのことで、**巡回してほしくないページへのクロールをブロックできます**。ただし、robots.txtではインデックス制御ができません。noindexにしたいページはメタタグで対応する必要があります。

robots.txtによりクローラーの動きをコントロールし、優先度の高いページへクローラーを誘導できます。**robots.txtは効率よくサイトをクロールさせるためのSEO機能**といえるでしょう。

## 【robots.txtとnoindexの使い分け】

特定ページのクローラーの巡回を制御したい場合 → robots.txt

特定ページのインデックスを拒否したい場合 → noindexタグ

## robots.txtの設定チェックリスト

- クロールの対象・非対象ページの制御設定



# 4

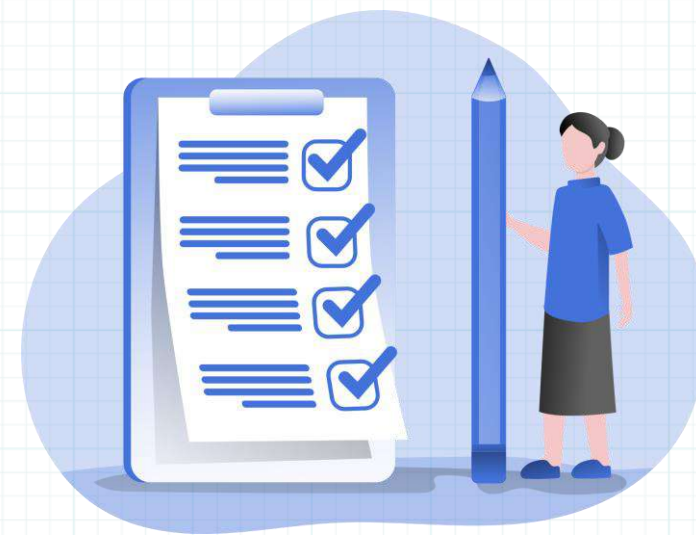
## インデックス向けの テクニカルSEO

# インデックス向けのテクニカルSEO

インデックス向けのテクニカルSEOとして、以下の項目を紹介します。

- タイトル・メタディスクリプションの改善★
- 見出しの最適化
- 重複コンテンツの回避★
- 画像の適切な使用
- リンクとアンカーテキストの見直し
- 構造化データの実装
- インデックス登録エラーの解消★

★…優先度が高い項目



# タイトル・メタディスクリプションの改善

タイトルやメタディスクリプションは、検索エンジンのページ認識を助ける要素です。メタディスクリプションは検索結果にも表示されるページ内容の要約文で、ユーザーのクリック率に関与します。

目安として、タイトルは30～35文字以内、メタディスクリプションは100文字程度に設定します。どちらにもターゲットキーワードを適切に配置し、ユーザーの興味を引く魅力的なフレーズを心掛けましょう。

## タイトル・メタディスクリプションの改善チェックリスト

- タイトルのキーワード配置
- タイトルの文字数調整
- メタディスクリプションのキーワード配置
- メタディスクリプションの文字数調整

# インデックス向けのテクニカルSEO

## 見出しの最適化

見出しタグは文章構造を示すものです。ユーザーだけでなくクローラーも、大きい見出しで記事全体のテーマや流れを把握し、小さい見出しで詳細なトピックを理解することができます。見出しには自然な範囲でキーワードや関連語を含めることが重要です。また、長すぎる見出しは避けたほうが理解しやすくなります。以下のように、小さい数字から階層順に並べるのが基本です（入れ子構造）。

```
<h1>大見出し</h1>
  <h2>中見出し</h2>
    <h3>小見出し</h3>
    <h3>小見出し</h3>
  <h2>中見出し</h2>
    <h3>小見出し</h3>
    <h3>小見出し</h3>
```

### 見出しの最適化チェックリスト

- h1タグは同一ページに1つだけ使用
- hタグを入れ子構造になるよう設定
- キーワード・関連語を含む見出しを作成
- 長すぎる見出しの見直し



## インデックス向けのテクニカルSEO

# 重複コンテンツの回避

重複コンテンツとは**内容の大部分がほかの記事と類似しているコンテンツ**のことです。

「Google サーチコンソール」や「コピペチェックツール」で確認し、ほかのサイトとの重複箇所が見つかった記事はリライトまたは削除します。自サイト内の記事と重複している場合は、canonicalや301リダイレクトで対応するとよいでしょう。

重複コンテンツを放置しておく、検索エンジンの評価を下げるリスクがあります。また、意図的な模倣ではなかったとしても、クレームや訴訟のリスクもあるため、修正することが推奨されます。

### 重複コンテンツの回避チェックリスト

- 重複コンテンツの確認
- URLの正規化（canonicalや301リダイレクトの活用）

## インデックス向けのテクニカルSEO

# 画像の適切な使用

現在の検索エンジンでは、画像内容を正確に認識できません。alt属性によって画像の内容や意味を伝えることが大切です。**特にサムネイルやリンクのある画像はクローラーに与える影響が大きい**ため、alt属性を必ず設定しましょう。

装飾画像にはalt属性を設定する必要はありませんので、空にしておきます。また、画像ファイル名は英単語にし、ハイフンで区切るとクローラーに理解されやすくなります。

### 【alt属性の書き方】

```

```

```

```

## 画像の適切な使用チェックリスト

- タイトルやリンクの画像にalt属性を設定
- 装飾画像のalt属性を除外
- 画像ファイル名に英語を使用

## リンクとアンカーテキストの見直し

アンカーテキストはリンク先の内容を示すものにするのが基本です。SEO効果を高めるには、アンカーテキストにもターゲットキーワードを含めるようにします。

「こちらへ」など、あいまいな文言は避け、リンク先のキーワードをアンカーテキストに含めます。

NG例	改善例
<a href="#">こちらへ</a>	<a href="#">SEO対策の詳細を見る</a>
<a href="#">詳細はこちら</a>	<a href="#">最新のデジタルマーケティング戦略とは？</a>
<a href="#">詳しくはこちら</a>	<a href="#">レディース新作アイテムをチェック</a>

### リンクとアンカーテキストの見直しチェックリスト

- アンカーテキストにキーワードを含め、リンク先の内容が分かる 表現を使用
- 関連性の高いページへのリンクを設置

## インデックス向けのテクニカルSEO

# 構造化データの実装

構造化データは、検索エンジンがHTML情報を正確に認識するためのツールです。

文字情報だけでは正確に把握できないコンテンツを、構造化データによって検索エンジンに理解させることができます。イベント情報ページや商品ページ、FAQページなどに、構造化データを実装することが重要です。

クローラーがページ内容を把握しやすくなり、タイトル・ディスクリプションだけからなる検索結果よりも豊富な情報を表示する「リッチリザルト」につながりやすくなります。

### 構造化データの実装チェックリスト

- 下層ページのパンくずリストに構造化データを設置
- イベント情報ページに構造化データを実装
- 商品ページ・FAQページなどに構造化データを利用

# インデックス登録エラーの解消

インデックス登録は、ページが検索結果に表示されるための必須条件です。エラーが発生している場合は、速やかに原因を究明して解決する必要があります。インデックス登録エラーの有無は「**Google サーチコンソール**」による**インデックス作成レポート**や**カバレッジレポート**で確認します。

インデックス未登録の主な理由はページが低品質であることです。ページの削除かnoindexで対応します。その他の理由によるエラーの場合は、原因を特定して対策します。

## インデックス登録エラーの解消チェックリスト

- インデックス登録されているか確認
- クロール済み - インデックス未登録ページのnoindex設定やページ削除

# まとめ

本資料ではテクニカルSEOについて解説し、チェックリストを示しました。  
テクニカルSEOはガイドラインに基づくことで一定の成果が得られるため、優先的に行うべき施策といえるでしょう。

新規コンテンツが追加されていくことによって、サイトは日々成長していきます。  
サイト管理者やSEO担当者は、テクニカルSEOが機能しているかを定期的にチェックすることが重要です。  
抜け漏れなくテクニカルSEOを行うために、本資料を役立てていただければ幸いです。

SEデザインでは、**コンテンツ力を武器にしたSEO記事制作サービス**を提供しております。

「社内で記事制作を行っているが、限界を感じている」

「SEO記事制作を外注したが検索上位に表示されない」

「専門性が高く丁寧な記事制作代行会社を探している」

という方は、ぜひ一度ご相談ください。

キーワード選定から校正までトータルでサポートいたします。



# 会社概要

そのほか、SEデザインでは、コンテンツマーケティングに関するさまざまな支援サービスを提供しております。お悩み、お困りごとがございましたらお気軽にお問い合わせください。

## 提供サービス一覧

- マーケティングコンサルティング
  - ◆ Web・コンテンツ戦略構築支援
  - ◆ UI・UXコンサルティング
  - ◆ Webサイト分析・解析代行
- Web・コンテンツ制作
  - ◆ オウンドメディア制作
  - ◆ LP（ランディングページ）制作
  - ◆ SEO記事制作・作成代行
  - ◆ 導入事例制作
  - ◆ ホワイトペーパー・Ebook制作
- HubSpot導入・活用支援
- ブランドローカライズ

## SEDesign

会社名	株式会社SEデザイン
所在地	〒160-0006 東京都新宿区舟町5 SE舟町ビル
創業	昭和60年（1985年）12月
設立	平成18年（2006年）10月
資本金	30百万円

＼お気軽にご相談ください！／

Webサイト

お問い合わせ

