

# 7 JUL. 企業と広告

目立つ長寿ブランドへの再注力企業  
C I を戦略的に使用する方法  
海外のTV取引実態／エリア特集＜福岡＞



## きわだち、実感。

素材の豊潤な旨み。スパイスの華やかな香り。

カレーにこだわり続けてきたハウス食品から

ペーストタイプのルウ「きわだちカレー」が新発売。

独自の「素材いきいき製法」により原料本来のみずみずしさを閉じ込めた

新時代のカレーです。

その違いは鍋に入れた瞬間、キッチンに広がる香りです。

あなたもこの「きわだち」を実感してみてください。

炒めた具材と煮込んでつくる

4皿分



NEW



講座

## Web 広告

村山 哲治

### 「サブドメイン」と「サブディレクトリ」どちらがSEOで優位？

#### ■コンテンツ重視のSEO時代、最適なドメインを考える

コンテンツの運用やマーケティングをベースにサイト設計を考えていくと、「このコンテンツは別ドメインで新しくサイトを立ち上げようか」という課題が出てきます。例えば飲食事業を行っていた会社が新たに塾の経営に乗り出すとか、スポーツ用品を扱うサイトで、ユニフォームのオーダーを扱うサービスはコンテンツの更新が多く、プロモーションも強化したいといったような場合です。当社でも先日お客さまのサイト制作案件で既存の自社商品群とは異なる、あるOEM商品をデジタルマーケティングで訴求できるコンテンツにしたいといったご相談がありました。加えて制作条件の一つとして管理するドメインが増えすぎたため新規にドメインを取得することが制限されていました。

さあ、そうすると「サブドメイン」を作るか、「サブディレクトリ」に入れるかの2択となるのですが、SEOなどの影響を考慮した場合どちらの選択がよいのでしょうか。

#### ■現状サイトのコンテンツと異なる場合は、サブドメインを検討

サブドメインとは、独自ドメイン名の前に文字列を追加することで、ドメイン取得の申請などを行わず、疑似的なドメインを運営側で作る手法です。これは、現状サイト内の各コンテンツとは異なる内容であったり、コンテンツ群を明確に分けたい場合や、異なる位置づけにしたい場合に向いています。

Yahoo! JAPAN や Google がそのような構成となっています。Yahoo! は検索情報のポータルサイトですが、オークションやショッピング、路線情報などさまざまなサービスを特化して展開しています。それらは次のようなサブドメインで運用されています。

オークション <https://auctions.yahoo.co.jp>  
ショッピング <https://shopping.yahoo.co.jp>  
路線情報 <https://transit.yahoo.co.jp>

サブドメインで運用するメリットや特徴には次のような点があげられます。

- ドメインの運用が安価で容易である  
これはサブディレクトリとも共通のメリットですが、ドメインを新たに取得するのは異なり、メインのドメインに対して運営者が自らサブのネームを付加するだけで済み、ドメインの取得料や更新料、サーバー契約料など、一つのドメインで複数のサイトが運営できます。
- ブランド評価が引き継げる  
Yahoo! の例でもわかるようにユーザーに馴染みのある社名などがドメイン名に入っていると、安心感を与えることができます。社名やブランドの認知が高い場合などには有効といえます。
- SEOは独自に評価を上げる必要がある  
独自ドメインのSEO評価をそのまま引き継げないため、独自にSEO対策を行っていかなければなりません。しかし、メインのドメインがSEOでペナルティを受けた時には、その影響が出る可能性はあるようです。

#### • ログの分析がしやすい

Google Analyticsなどでログ分析する際、サブドメインのサイトだけでデータ解析できるため独立したサイトと同様に分析できます。

#### ■現状サイトに関連性がある場合は、サブディレクトリ

サブディレクトリとは独自ドメインのURLに「/」で区切って別のコンテンツを構築する手法です。代表的なサイトに楽天や価格.comがあります。情報のまとめサイトNAVERは膨大な情報をカテゴリーごとにサブディレクトリで構成しています。

ガールズ <https://matome.naver.jp/girls>  
ニュース・ゴシップ

<https://matome.naver.jp/news>  
エンタメ・カルチャー

<https://matome.naver.jp/entertainment>

サブディレクトリ型は、このようにサイトの共通テーマから展開するカテゴリーを「/」で区切って下層テーマとするような場合におすすめのドメイン構成になります。

サブディレクトリで運用するメリットや特徴には次のような点があげられます。

- 既存のサーバー環境内で構築ができる  
コンテンツはメインのドメイン（TOPページ）の下層にディレクトリを追加していくだけなので、既存サーバーの領域内にコンテンツのフォルダを追加するだけで、運用が非常に容易です。
- 既存ドメインのSEO効果を引き継げる  
すでにサイトが公開されて時間が経過し、ある程度のSEO効果が出ているならば、その下層に構築されるディレクトリのサイト（コンテンツ）を作る場合でも順位が上がりやすくなります。ただし、SEOのペナルティはドメイン配下のディレクトリにも影響を受けるため、サブドメインの場合以上にダメージを受けます。
- SEOにおけるサイト全体の相乗効果が得やすい

GoogleのSEO評価は、コンテンツの質が重視されてきており、サイト全体でコンテンツ量が増えると相乗効果を得やすくなります。



#### ■SEO評価重視ではなく、ドメインの価値を高めること

サブドメインだからブランド認知が高くなるとか、サブディレクトリだからSEOに強いというSEO視点でのドメイン運用も、検討要素としては重要かも知れません。しかし、Googleでも検索順位の評価基準にサブドメインもサブディレクトリも差をつけないと現在発表しています。

新しくサイトを作成する場合に、サブドメインで運用するのか、サブディレクトリなのか、または新規にドメインを取得するのかという判断は、それぞれのドメインの特性を理解したうえで、ブランディングやマーケティング、運営方針を考慮して決めるべきではないでしょうか。

本体のサイトとはコンテンツの種類や目的が異なり、テーマの一貫性が無いようであればサブドメイン（もしくは別ドメイン）で展開し、本体サイトと同じテーマとして展開するコンテンツであればサブディレクトリでドメインを構成することを、まずはベースに考えた方が良いでしょう。

判断に迷うようであれば、SEO的にはサブドメインとサブディレクトリを同等に扱っていると申し上げましたが、それに加えてGoogleではCMS（content management system）などサイトの運営管理上のシステムに問題がない限り、サブディレクトリで構築することを推奨しています。

つまり別のテーマのコンテンツがサイト内に存在していても、それほど神経質になるほどの問題ではないということです。しかし、最終的にはユーザーにとって分かりやすく、使いやすいサイトにするにはどちらが良いか、といった視点で選択するべきでしょう。

（東京ドアーズ／人間力教育センター代表）