

講座

Web 広告

村山 哲治

2018年からのSEO 対策に必要なモバイル フレンドリー

早いもので年が明けたと思っていたら、すでに2018年も2カ月が経過しようとしています。間もなく新年度を迎える会社も多いと思いますが、マーケティングのトレンドは今年も「デジタル」の流れで変わらないようですので、そうした施策の強化をお考えの会社も多いと思います。そこで、2018年度に向けたSEOを考えてみたいと思います。

■SEOの流れは「ユーザーのためのコンテンツ」評価へ

2017年にGoogleは検索結果の品質向上を目的に、日本独自のアルゴリズムを2回更新しました。その背景には、まとめサイトといわれるキュレーションサイトがSEO対策や広告媒体として価値を持つようになり、ネット内にはキュレーションサイトが大量に増え

た結果、閲覧するユーザーにとってそれらコンテンツの信頼性や品質が次第に低下してきたためです。大手ネットサービス会社が運営する医療系のキュレーションサイトにおいて、ライターがネットから収集した情報を検証もせず掲載し社会問題にもなった、というニュースはまだ記憶に新しいことでしょう。

そのアルゴリズムの発表後は、信頼性に疑問のある多くのキュレーションサイトが検索結果から激減してきました。昨年のこうしたSEOの大きな変化は、AIの進化によりサイトのコンテンツ内容の評価方法や、ユーザーの検索するキーワードから検索意図も読み取るようになってきたためです。「ユーザーのためのコンテンツ」であるかどうかの判断が洗練されてきており、こうした動きは今年も続き、さまざまなコンテンツジャンルにも広がっていくと思われます。

■ますます加速する「モバイルフレンドリー」に対応するために

「モバイルフレンドリー」とは、2015年4月にGoogleが実装したアルゴリズムで、翌年にはその流れを受けた具体的な指針を「モバイルファーストインデックス(MFI)」として発表しています。現在はPC向けページの評価をもとに検索結果が決定されますが、「MFI」では、PC向けページではなく、モバイル(スマートフォン)向けページの評価に基づいて検索結果が決定されるというものです。つまりSEO的には、スマホのコンテンツ評価や閲覧に適したページの検索順位を引き上げ、適していないページは順位を引き下げられることとなります。

これまでスマホはPCサイトのおまけのようなもので、何とかスマホでも見られればそれでよしとしていたような運用では、極端な言い方をすれば従来のPCサイトで築いてきたSEO対策を無にしてしまうことになりかねないということなのです。

そこで、これからのSEO対策を実施するためには、自社サイトをモバイルフレンドリーにすることです。スマホでの閲覧がよりスムーズになり、モバイル検索ユーザーの利便性を高めることができます。

■まずは自社サイトがモバイルフレンドリーかチェック

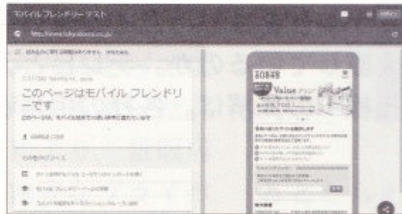
そもそもうちの会社はBtoBなので、スマホサイトは必要ないんだよという声をいまだに聞きます。理屈としては分からなくもないのですが、もう待たないでスマホサイトを持たなければならないし、その最適化が急務なのです。そこで、まず行いたいのが自社サイトの「モバイルフレンドリー」がどの程度なのかという現状分析です。そのチェック方法をいくつかご紹介しますので、ぜひ試してみてくださいと思います。

● Google モバイルフレンドリーテストツール

<https://support.google.com/webmasters/answer/6352293?hl=ja>

Google サポートサイトでツールを公開しており、サイトのURLを入力するだけでスマホの閲覧に適しているかを下記の4項目でチェックできます。SEO観点でのモバイルフレンドリーに関わるものなので、もし該当項目があれば早期の改善が必要です。

1. フォントサイズが小さすぎないか
2. クリック可能な要素同士が近すぎないか
3. ビューポートが設定されているか
4. コンテンツサイズがビューポートに対応しているかどうか



● Google PageSpeed Insights

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

こちらも Google が公開しているサイトの診断ツールでページの表示スピードなど、モバイルフレンドリー化されているかがチェック出来ます。画面例は当社のサイトをチェックした事例ですが、スマホ環境での読み込みスピードの改善を指摘されています。ちょうどリニューアル中であり、どこをどのように改善すればよいかなどのアドバイスまでして

もらえるのは非常に助かります。

こうしたツール診断により、最低限の課題が発見できますので、何かしらのモバイルフレンドリー化のヒントになるはずです。

これからのMFIに対応するためにもスマホでの見やすさ、表示スピードは、ユーザーの離脱率に大きく影響を与えるため、まずはこうした現状分析から行ってみてはいかがでしょうか。

■ユーザーファーストはSEOのためではなく、Webの品質を高めるもの

いまのSEOのトレンドはご存じのように「ユーザーにとって役に立つコンテンツを提供すること」というユーザーファーストであることが最も重視されています。しかし、実際はBlogでコンテンツを更新することだったり、サイトをレスポンス対応にする程度にとどまり、ユーザーファーストということばだけが独り歩きしているようです。

いまいちど自分がユーザーだったという客観的な視点で、いつもPCで見ているコンテンツをスマホで見えてみることをお勧めします。

Google は今後もさらに検索技術を向上させ、検索キーワードと関連性が高く情報価値の高いコンテンツを一層評価するようになります。

それと同時に、MFIがどんどん適用されてくることは明白なため「モバイルフレンドリー」対策として、まずは快適にページを表示する工夫と、コンテンツの質を高めていくことがWeb運用における優先課題として考えていかなければならないでしょう。

(東京ドアーズ/人間力教育センター代表)

