

【株式会社〇〇御中】 SEOコンサルティング 初期分析

株式会社 街中文学

分析概要

概要

- 【サイト名】と競合サイトを対象に、キーワード順位や想定流入を調査し、【サイト名】の現状と勝ち筋のある狙い目キーワードを探る
- 【サイト名】の各SEO指標を分析し、改善の方向性と施策のリストアップを行う

実施期間

- 2025年6月

分析内容

- 自社分析
 - カテゴリ別パフォーマンス分析
 - GA4でカテゴリ別のセッション数・ユーザー数CV数を調査
 - クロール頻度調査
 - GoogleSearchConsole APIと連携したScreaming Frog SEO Spiderでlast crawlを調査し、各カテゴリのクロール頻度を調査
 - PLP分析
 - 各KWにおける論理的URLと検索結果の表出URLの一致状況を調査
 - SEO評価要因分析
 - 街中文学の独自調査ロジックを用いて定量・定性的に分析
- 競合分析
 - キーワード順位
 - RankTracker(順位計測ツール)で各サイトのキーワード順位を比較
 - ドメイン評価分析
 - AhrefsでDR/被リンク/KWバリエーションを調査
 - Ahrefsで競合の配下ディレクトリの推定流入数を分析
 - 掲載件数
 - 各サイトにおける求人数の掲載件数を比較

- サマリ
- ロードマップ
- 初期分析の共有
- 打ち手のご提案

- サマリ
- ロードマップ
- 初期分析の共有
- 打ち手のご提案

前提

- 詳細な課題設定や仮説、打ち手については施策単位で行うため、本資料は大枠の課題や戦略方針をお伝えするための資料となっております

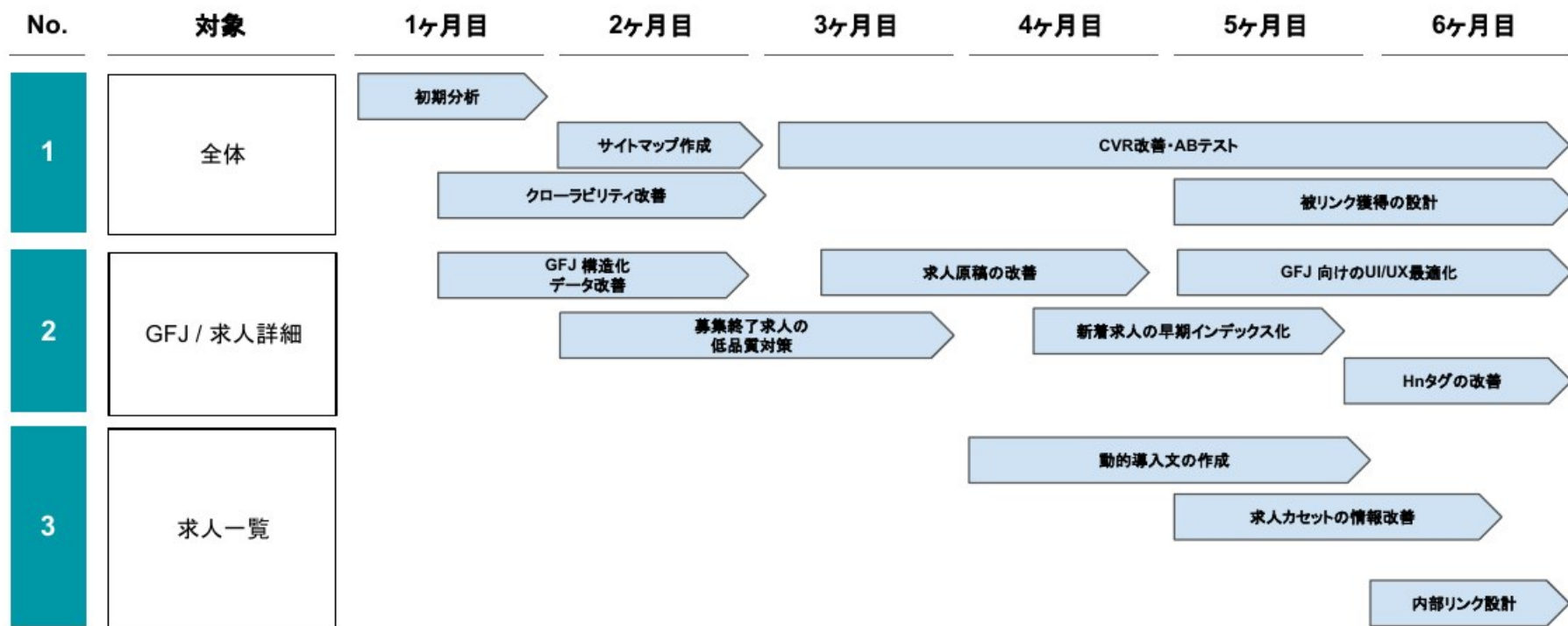
課題

- 求人詳細ディレクトリの評価を最大化することができておらず、本来得るべき評価の機会損失が見られる
- 一覧ページの重複が高く、インデックス率に悪影響を及ぼしている
- 一覧ページ間の内部リンク導線が不足しており、インデックス率に影響を及ぼしている
- 被リンク獲得などサイトの評価基盤が整っておらず、全体的に順位が上がりづらい状態になっている

改善 ステップ

1. **短期(半年程度):** まずは下層ページから着実に評価を上げる
 - a. 競合が比較的少なく成果が出やすい求人詳細ページから対策を開始
 - b. CVR改善施策も並行して走らせ、獲得するセッションの価値を最大化していく
 - c. 一覧ページの重複改善に着手し、給与掛け合わせでのインデックス率改善をKPIに取り組む
2. **中期(半年～1年半程度):** 一覧ページの評価を改善し、セッションを獲得する
 - a. 動的サブコンテンツの実装や内部リンク施策によって、一覧ページの評価を上げていく
 - b. これによって一覧ページでも検索結果への露出が生まれ、セッションを獲得できるようになる
3. **長期(2年程度):** 上記施策の積み重ねと被リンク施策によってサイトの評価基盤を底上げする
 - a. 大手求人サイトと肩を並べて戦えるようになり、「エリア x ○○ x 求人/転職」で安定して1ページ目に入れるようになる。

- サマリ
- **ロードマップ**
- 初期分析の共有
- 打ち手のご提案



- 開発の進み方や貴社の体制に応じて、柔軟にロードマップは組み替えてまいります。
- 各細かな施策については、施策管理表に記載しております。（本スライド「打ち手のご提案」を参照）

- サマリ
- ロードマップ
- **初期分析の共有**
- 打ち手のご提案

【自社分析】ページテンプレート別パフォーマンス分析(GAベースのSS/キーイベント/CVR)

カテゴリ	セッション	CV	CVR
トップページ	266	7	2.63%
都道府県	0	0	0.00%
職種	5	0	0.00%
スキル	0	0	0.00%
業界	0	0	0.00%
給与	2	0	0.00%
特徴	11	0	0.00%
最寄駅	2	0	0.00%
掛け合わせページ	18	0	0.00%
求人詳細	1,005	1	0.10%

データソース: GoogleAnalytics4 データ取得期間: 2025年5月1日-2025年5月31日

■ファクト

- セッションとCVはトップページ、求人詳細ページに集中している。
- 一覧ページからの流入はほぼ取れておらず、特に掛け合わせページは全てを合計してセッション18/月という状態。

■考察

- トップページからのCVRは良好だが、**求人詳細ページのCVRが一般的な水準(1%程度)に比べて低い。**
- 一覧ページで「特徴」のカテゴリで流入があり、どのサイトでも対策されているエリア系のキーワードよりは、自社独自の切り口を持つ**「特徴」というカテゴリで最も勝ち筋がある**ことが示唆される。

【自社分析】PLP一致率

カテゴリ	一致	不一致	一致率	表出なし数
都道府県	9	8	52.94%	29
職種	6	16	27.27%	95
業種	0	0	0.00%	18
スキル	21	4	84.00%	30
年収	3	6	33.33%	4
こだわり条件	14	4	77.78%	6
都道府県 x 職種	12	14	46.15%	24
都道府県 x スキル	0	13	0.00%	37
都道府県 x 業界	0	0	0.00%	20
都道府県 x 給与	0	1	0.00%	59
都道府県 x こだわり条件	0	4	0.00%	16
職種 x スキル	0	25	0.00%	28
職種 x 業界	0	7	0.00%	13
職種 x 給与	2	26	7.14%	72
職種 x こだわり条件	2	24	7.69%	24
スキル x 業界	0	11	0.00%	9
スキル x 給与	1	30	3.23%	23
スキル x こだわり条件	7	64	9.86%	29
業種 x 給与	0	2	0.00%	48
業界 x こだわり条件	1	6	14.29%	13
給与 x こだわり条件	0	10	0.00%	50

各論理的URL(単語の組み合わせからサイト内で自動生成されるURL)と実際の表出URLが一致しているか不一致であるかの割合を算出したものの。

一般的にPLP一致率は80%が合格ラインとされている。

■ファクト

- 21のカテゴリの中で、PLP一致率が80%を超えたのは「スキル」だけだった。
- 都道府県カテゴリではPLP一致率が50%超えであるが、その他のカテゴリはいずれも50%を下回る結果となっており、PLP一致率は低い状態。
- 「スキル x こだわり条件」カテゴリは一致率が9.86%であり、他の掛け合わせカテゴリよりも高い一致率となっている。

■考察

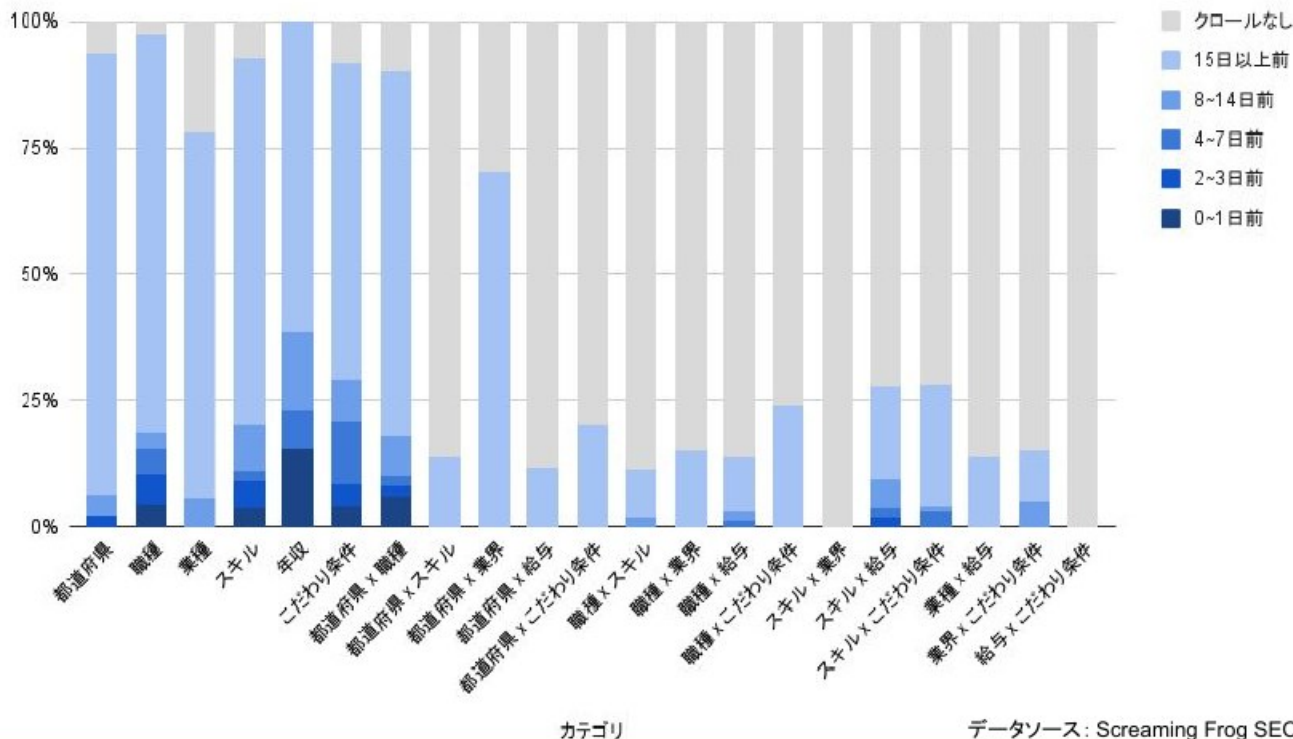
- 各一覧ページにおいて対策キーワードを意識したページ内容になっておらず**Googleが各ページの主要キーワードを把握できていない可能性**が高い。
- 「こだわり条件」の掛け合わせカテゴリでは比較的PLP一致率が高いことから、貴社サイトにおいて**「こだわり条件」はサイト内でうまくキーワード表示ロジックが組み立てられており、かつ競合サイトと比較してもそれが評価されやすい状態にある可能性**がある。

データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

【自社分析】各ページテンプレートにおけるクロール頻度

各カテゴリにおいてGooglebotがどれくらいの頻度でクロールしているかを調査(N=1,000)。Googlebotのクロール頻度の低いディレクトリはGoogleからの評価が低いと考えられることから、この調査をもとに各ディレクトリのGoogleからの評価を判断する。

カテゴリ別 最終クロール日 分析



データソース: Screaming Frog SEO Spider・GoogleSearchConsole 調査日: 2025年6月8日

■ファクト

- 単項目の一覧ページではクロール頻度が15日以内の割合が高い一方で、複数のキーワードによって生成される下層ページはクロールなしのページの割合が高い。
- ただし都道府県x職種のカテゴリは例外的にクロール頻度が高くなっている。

■考察

- パンくずリストの階層からエリアを含む単項目ページにはクロールが回りやすいと思われる
- 下層ページはGoogleからクロール優先度を下げられているが、都道府県x職種のみは例外的に評価されている状態

【競合分析】ドメインパフォーマンス状況(vs 特化サイト)

観点		補足説明			
URL					
自然流入の月間トラフィック		当該ディレクトリ配下での SEOでの月間流入数の推測値	8,712	7,261	72,845
外部観点	DomainRating	サイト全体の被リンクの数・質で評価する指標	48	61	73
	被リンク数	当該ディレクトリ配下で外部サイトからリンクされている件数	496,743	738,382	388,362
	参照ドメイン数	当該ディレクトリ配下への外部リンクのドメインの件数	141	339	2,497
内部観点	キーワードのバリエーション	当該ディレクトリ配下で 100位以内にランクインされているキーワードの数	2,365	5,275	26,900
	配下のページ数	site:検索で調査	9,670	19,800	275,000

データソース: Ahrefs データ取得日: 2025年6月9日

- 被リンクドメイン数、サイトの規模ともに競合サイトに劣位であり、ドメイン単位での強化が必要な状態。

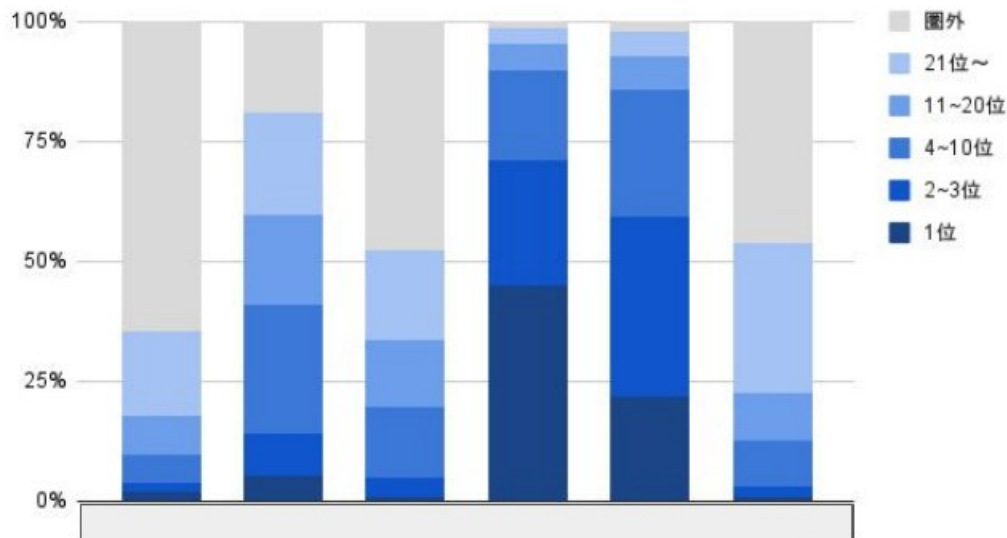
【競合分析】ドメインパフォーマンス状況(vs 大手サイト)

観点		補足説明					
URL							
自然流入の月間トラフィック		当該ディレクトリ配下での SEOでの月間流入数の推測値	8,712	10,074,285	5,632,522	4,136,400	222,192
外部観点	DomainRating	サイト全体の被リンクの数・質で評価する指標	48	92	91	82	80
	被リンク数	当該ディレクトリ配下で外部サイトからリンクされている件数	496,743	63,829,204	2,109,478	2,992,641	2,647,611
	参照ドメイン数	当該ディレクトリ配下への外部リンクのドメインの件数	141	11,435	10,137	15,914	4,986
内部観点	キーワードのバリエーション	当該ディレクトリ配下で 100位以内にランクインされているキーワードの数	2,365	1,010,900	423,585	544,952	104,113
	配下のページ数	site:検索で調査	9,670	13,800,000	16,100,000	12,500,000	2,970,000

データソース: Ahrefs データ取得日: 2025年6月9日

- DRや参照ドメイン数において競合から大きく遅れを取っており、同じキーワードで真っ向勝負するのは避けるべきである。

モニタリングキーワード全体の順位分布



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

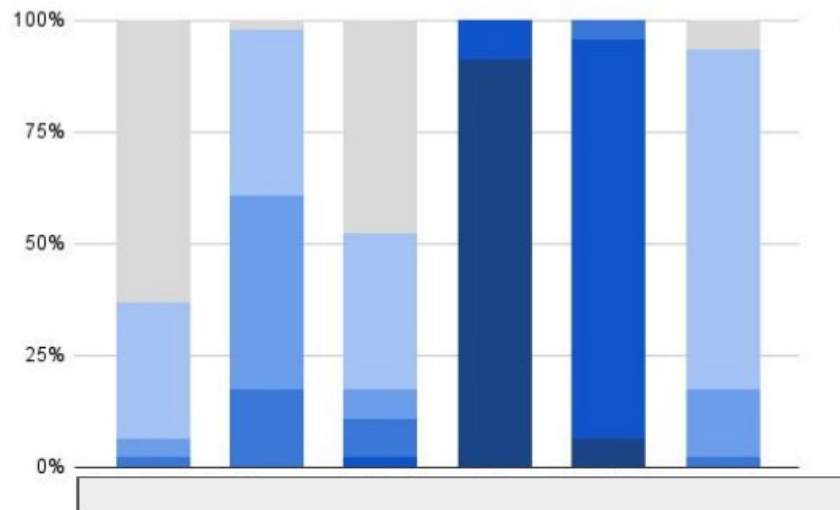
■ファクト

- ディレクトリマップに基づいて機械的に掛け合わせキーワードを作成し、各カテゴリにおいて作成したキーワードリストから一定数ずつをサンプリングしたものをモニタリングキーワードとしている
- モニタリングキーワード全体で見ると貴社サイトは順位の高いキーワードもある。

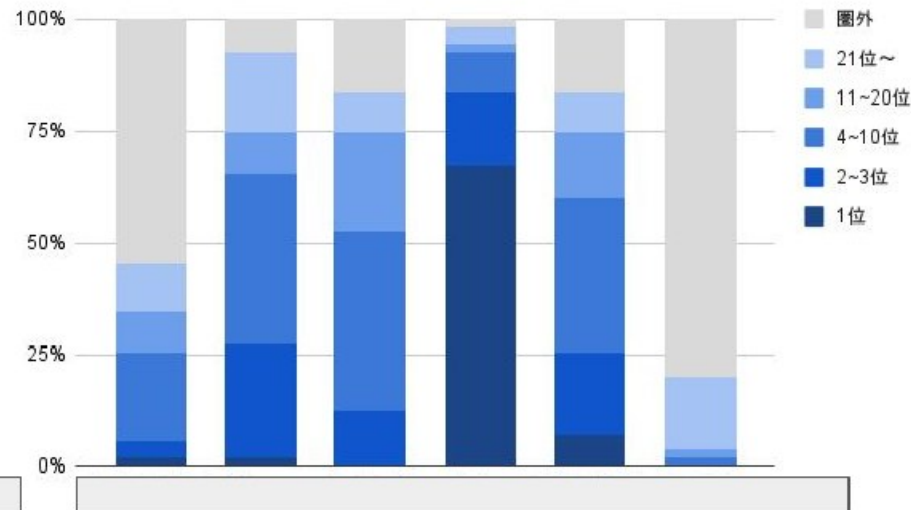
■考察

- 競合サイトの状況と比較すると貴社サイトは勝てるキーワードでは勝てる状態であり、競合と戦えるドメインの評価基盤はあると判断できる。

「都道府県 x エンジニア 転職」の順位分布



「スキル x 転職」の順位分布



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

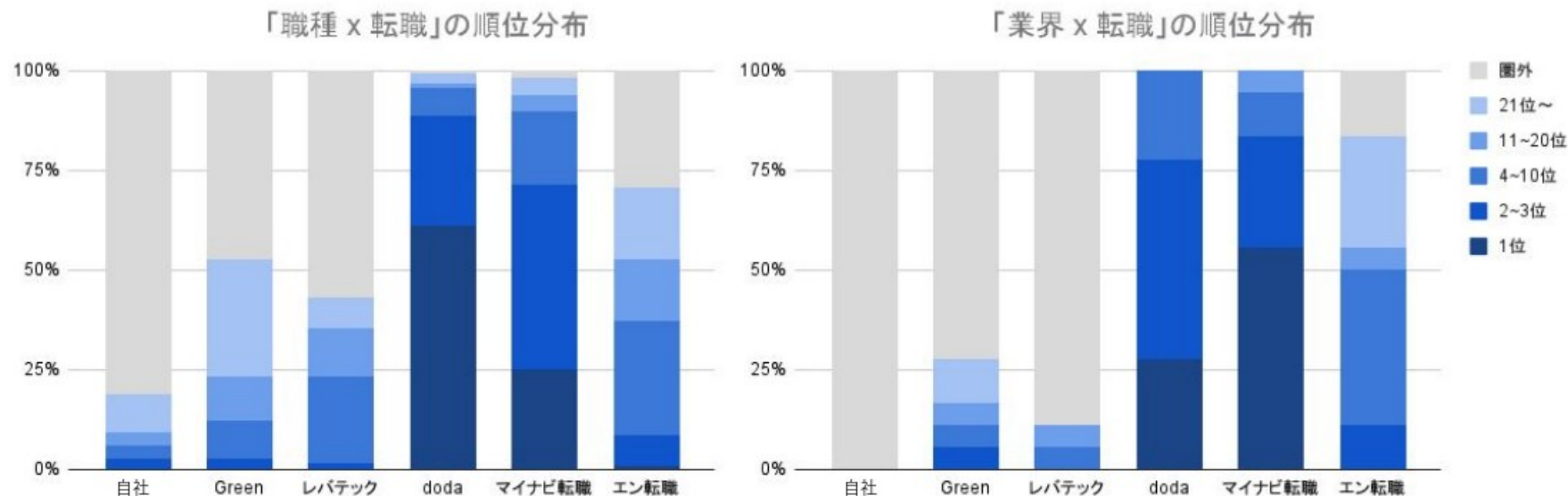
■ファクト

- 都道府県とスキルの一覧ページでは〇〇と〇〇の2サイトが上位を占めている。
- 〇〇特化サイトでも上位は取れているものの、いずれもページ目下位~2ページ目の割合が高い。

■考察

- 都道府県やスキルの単ワードでは大手サイトとバッティングするため、上位表示は非常に難しいと判断。
- まずはこれらのキーワードはスコープから除外し、長期的はページ目に入ることを目標とすることが望ましい。

【競合分析】キーワード順位状況



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

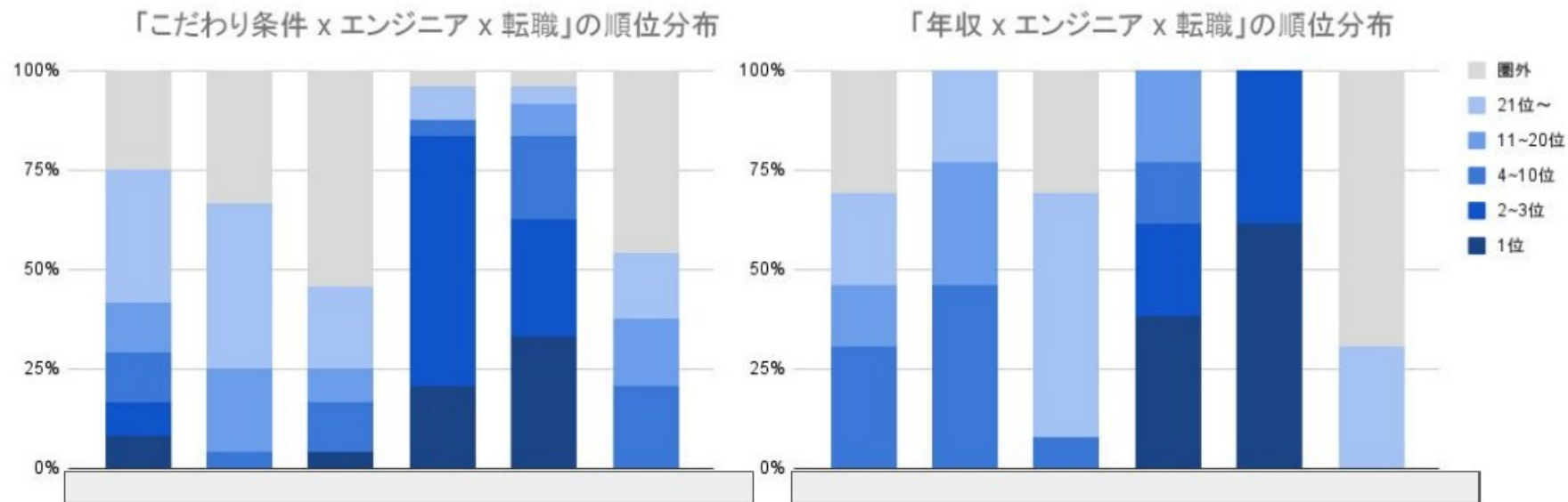
■ファクト

- 職種や業界のキーワードでも大手転職サイトが上位を占める。
- 専門性の高いキーワードにも関わらず、〇〇特化の競合サイトはいずれも圏外の順位であるキーワード数が半数以上にのぼる。

■考察

- 大手サイトに勝つことは容易でないものの競合サイトが未対策のキーワードもあると思われ、競合サイト内での1位のポジションは比較的取りやすいと推測される。

【競合分析】キーワード順位状況



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

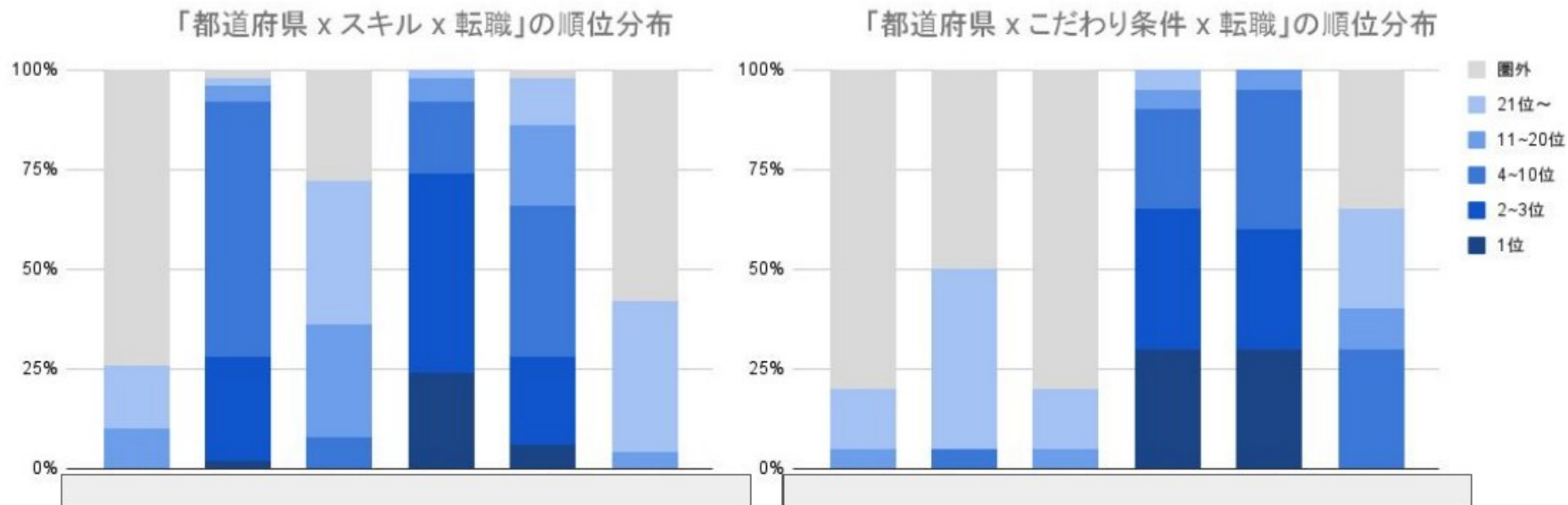
■ファクト

- こだわり条件では単ワードにも関わらず自社サイトの順位が競合サイト内で最も高く、年収系のキーワードでもレバテックを上回るパフォーマンスを見せている。

■考察

- こだわり条件のキーワードに関しては1位を取れている比率がすでに3.3%存在し、内部での対策が整うと大手サイトを超越するポテンシャルがあることが示唆される。

【競合分析】キーワード順位状況



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

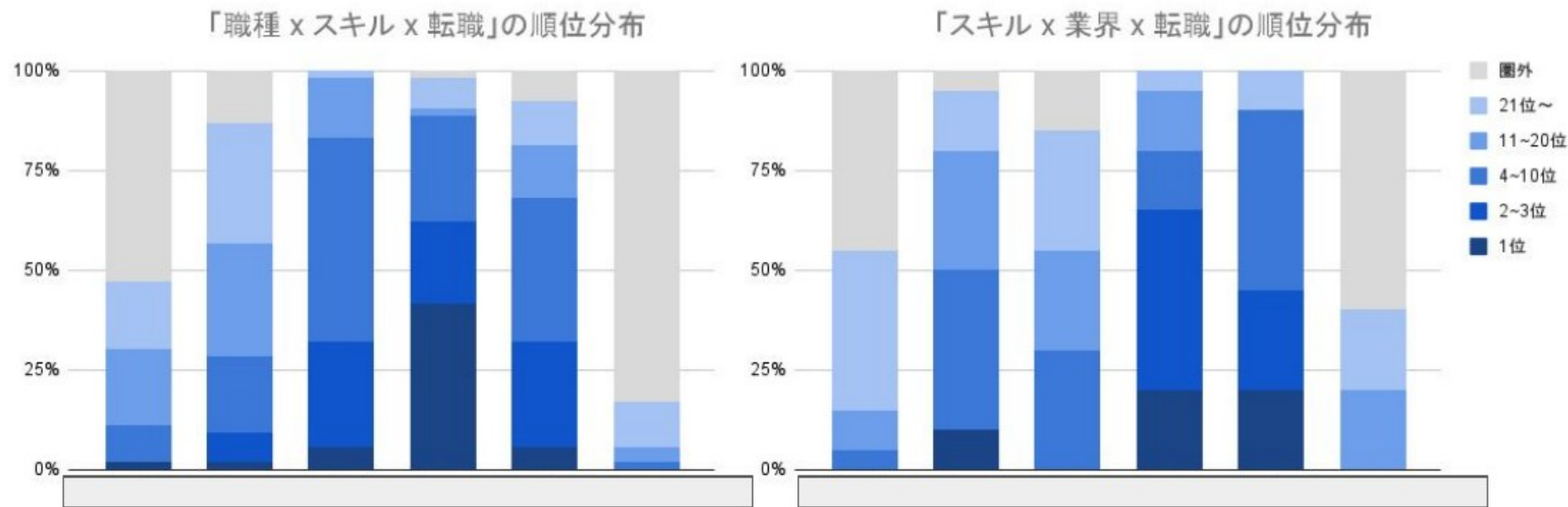
■ファクト

- 都道府県とスキル・こだわり条件の掛け合わせキーワードにおいてはいずれも〇〇や〇〇のような大手転職サイトが強い。
- 〇〇特化サイトとして〇〇が唯一上位を取れているがその割合も限定的である。

■考察

- 特化サイトに勝ち筋があると思われるキーワードであっても、都道府県を掛け合わせると大手サイトを超越することは難しいとわかる。

【競合分析】キーワード順位状況



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

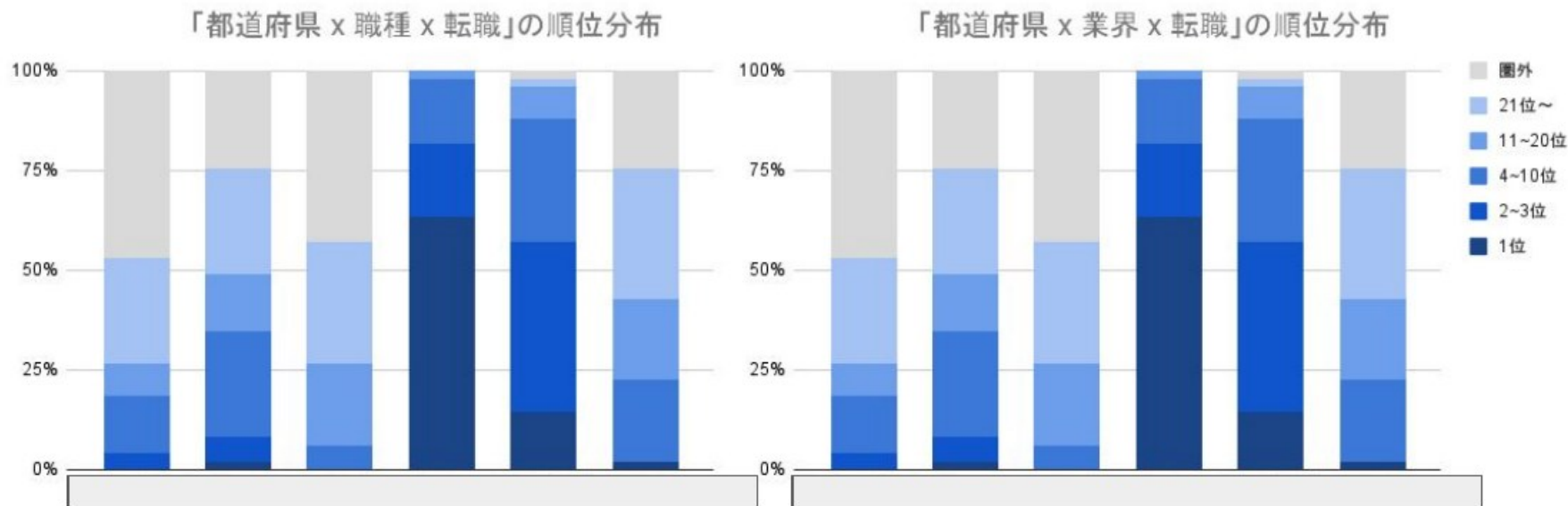
■ファクト

- スキルと職種/業界の掛け合わせでは、都道府県の場合と似た傾向が見られる。
- 職種よりも業界の方が、〇〇特化サイト側のパフォーマンスは高くなっている。

■考察

- スキル/業界の掛け合わせでは大手サイトを超えることは難しいと思われるが、業界系のキーワードであれば特化サイトとしての強みを活かしてページ目以内に達する評価を得ることは可能だと思われる。

【競合分析】キーワード順位状況



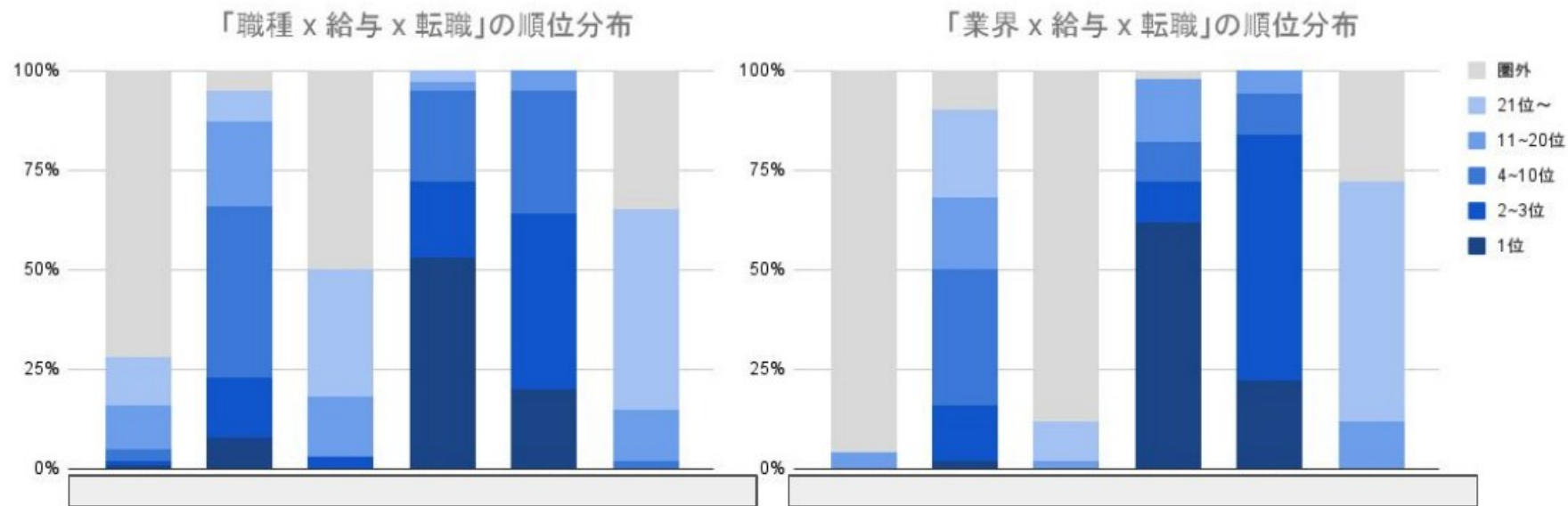
データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

■ファクト

- 都道府県の職種/業界掛け合わせでは〇〇が相変わらず上位を取っているものの、〇〇のパフォーマンスが落ちている。
- 競合の〇〇もこれらの掛け合わせでは比較的順位パフォーマンスが落ちており、逆に自社サイトはパフォーマンスが他よりも高い。

■考察

- 都道府県の掛け合わせキーワードとしては職種/業種が最も狙い目である可能性が高い。



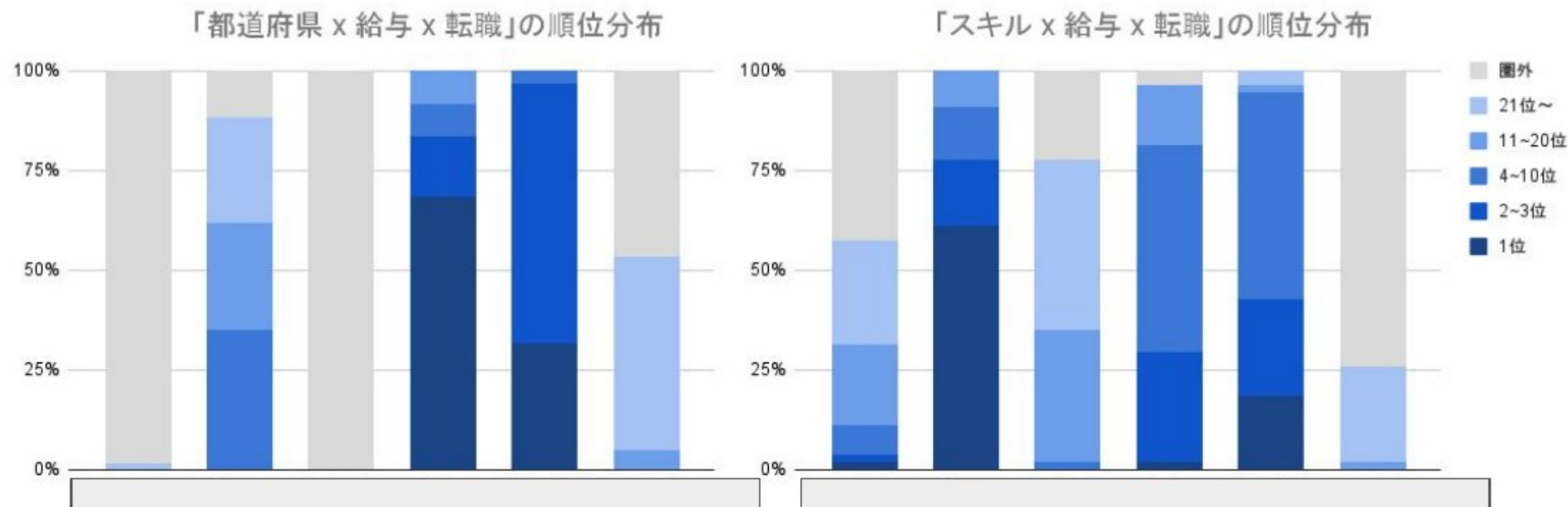
データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

■ファクト

- 給与と職種/業界の組み合わせでも、〇〇と〇〇が強く、〇〇がそれを追いかけるという構図は同じである。
- 自社サイトは給与掛け合わせで圏外の順位のキーワードが多い。

■考察

- 給与の掛け合わせページにおいて自社サイトの評価の低さが目立っている。似た数字によるページ切り分けが特徴的なことからページの重複が最も疑われるため、給与掛け合わせページにおけるページの独自性担保が必要施策として挙げられる。



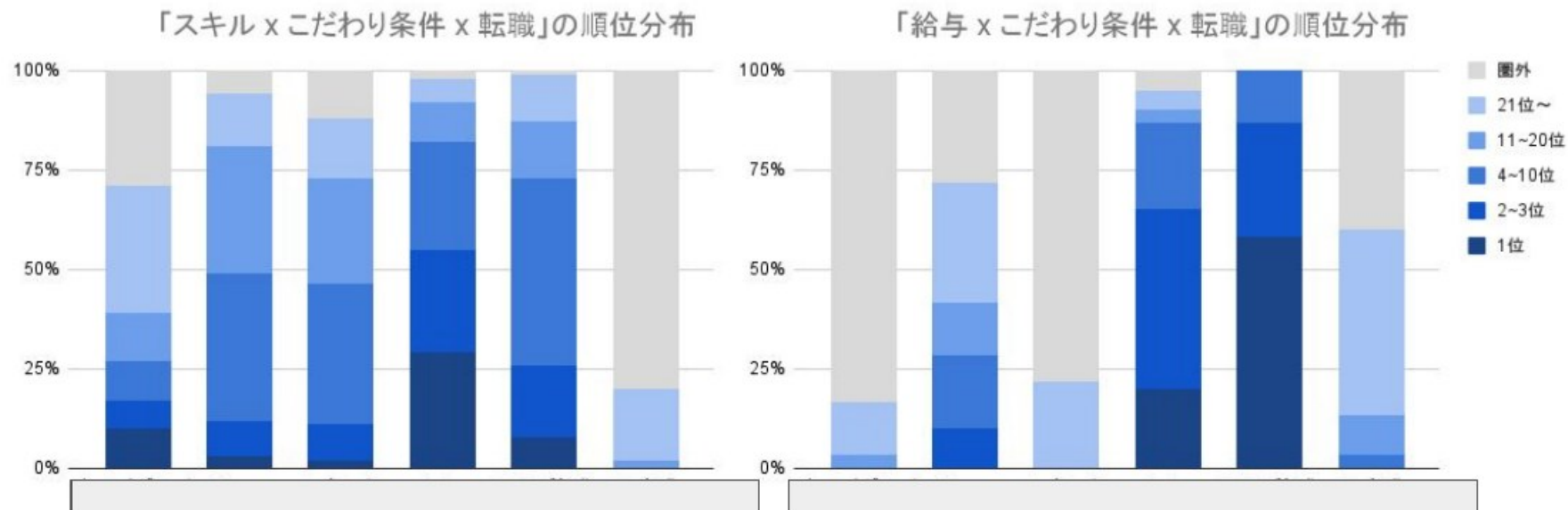
データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

■ファクト

- 都道府県x給与における自社サイトの圏外率が98.3%であり、突出してパフォーマンスが悪い状態。
- スキルx給与では〇〇が〇〇や〇〇を追い抜いて位を獲得している。また自社サイトもスキル給与では10位以内の比率が上がっている。

■考察

- スキルx給与は〇〇特化サイトとしての評価が生まれやすく内部対策を行うことで大手サイトを超えられる可能性が示唆される。



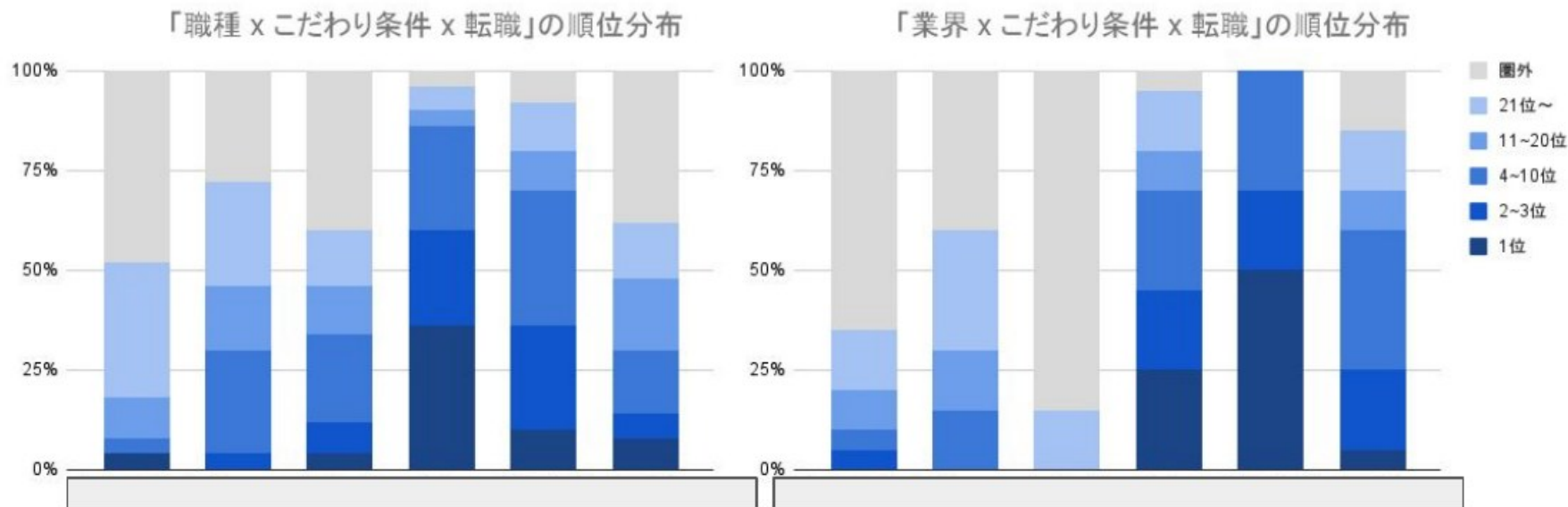
■ファクト

- こだわり条件とスキル給与の掛け合わせの場合は、〇〇と〇〇の順位が高くなっている。「こだわり条件」単ワードよりも掛け合わせの方が大手転職サイトのパフォーマンスが良い。

■考察

- 自社でこだわり条件単ワードよりも掛け合わせの方がパフォーマンスが落ちる要因として、スキルや給与というキーワードを大手サイトが得意としていることも考えられるが、それ以上に自社サイト内で掛け合わせページごとの評価が低いことで大手サイトに上位を与えている点が要因と思われる。つまり自社サイトの内部改善によって順位を巻き返せる可能性が高い。

【競合分析】キーワード順位状況



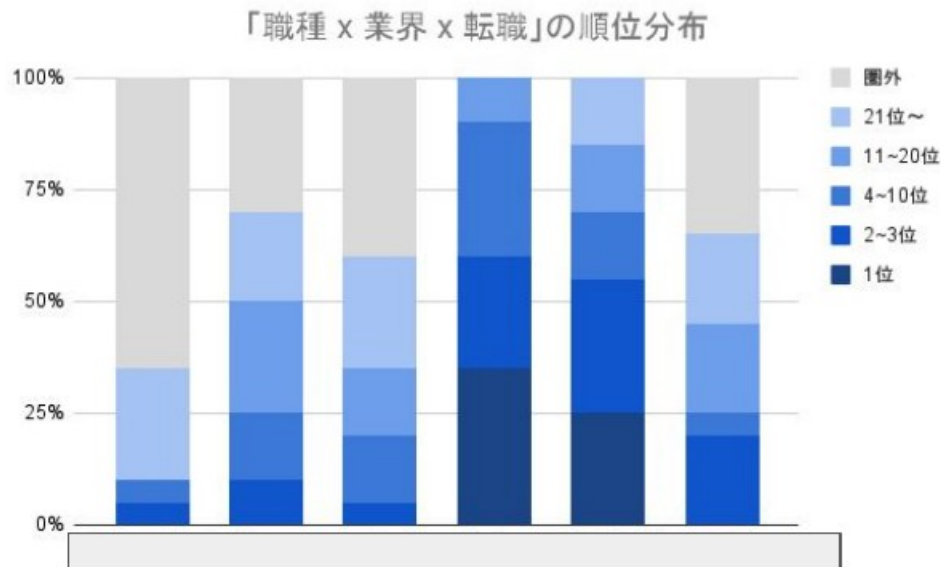
データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

■ファクト

- 職種/業界とこだわり条件の掛け合わせでも、同様の傾向が見られる。ただしエン転職の順位状況が上昇しており、全体的に職種界掛け合わせの方が大手サイトの順位パフォーマンスが高く、〇〇特化サイトの評価がやや低いという傾向が見られる。

■考察

- 職種/業界は大手サイトが評価されやすい軸であり、こだわり条件であってもこの軸では大手サイトを超越することは難しいと思われる。



データソース: RankTracker データ取得日: 2025年6月8日

■ファクト

- 職種x業界では〇〇と〇〇が上位を占めている
- 〇〇特化サイトのパフォーマンスはそれに及ばず1ページ目比率も25%以下である。

■考察

- 職種と業界は大手転職サイトが最も得意とする領域であり、これらの掛け合わせキーワードでは様々な求人を揃える大手転職サイトの方が評価されやすい状態にあると思われる。したがって、職種業界は1ページ目にランクインする水準を目標とする。

🔒 定数 (コントロールしやすい要因)

中長期的な取り組みが必要な要素



求人原稿数

重要度: 高

- ・ 営業努力に依存するため、SEO施策担当だけでコントロールしづらい
- ・ 営業部門との密な連携が不可欠
- ・ ポリューム拡大が検索順位に大きく影響



ドメインカ

重要度: 中

- ・ 被リンクによるリンクジュースの集合体で決まる
- ・ 中長期的に時間がかかるうえ、完全にはコントロールしづらい
- ・ PR活動やブランディング施策との連携が重要

🔑 変数 (コントロールしやすい要因)

SEO施策で直接改善可能な要素



テーマ性

重要度: 最高

- ・ 領域に関連するページ数・各ページの品質が重要
- ・ 業界に関する専門性・情報量を拡充することで強化可能
- ・ ドメイン内の関連コンテンツを増やし、一つひとつのページ評価を高める



UX (ユーザー体験)

重要度: 最高

- ・ ペルソナとなるユーザーが使いやすいと感じるサイト設計が重要
- ・ 最近UXの優れたサイトの順位が上がりやすい傾向
- ・ 2024年12月末のアップデートで、ページ/セッション値の優れたサイトが順位向上



独自性

重要度: 高

- ・ データベース情報の活用や他部署との協力によって実現
- ・ 保有求人データから動的な文章や統計コンテンツを作成
- ・ 営業や広報と協力して外部から情報を収集し、オリジナルコンテンツ化



テクニカルSEO

重要度: 中

- ・ サイトが本来持っているポテンシャルを正しくGoogleに認識させる
- ・ フロント側とバックエンド側の両方での工夫が必要
- ・ 開発チームとの連携が不可欠

📌 優先順位: 変数要因 (特にUXとテーマ性) への注力が短中期的な順位向上に効果的

📊 2024年検索エンジン分析データに基づく

観点		概要	評価	コメント	改善の方向性
情報量	商材数	保有している商材数(≒詳細ページの数)は多いか？	X	・配下のページ数において競合に劣っている	・営業側の協力が必要であり、SEO施策のみで解決することが難しい
	商材の情報量	保有している商材それぞれの情報量(≒詳細ページの情報量および一覧ページの情報量)は多いか？	△	・求人詳細ページの情報長は多いが、基本的な求人の募集要項のみであり、その求人を紹介するための別角度の情報が不足している	・一覧ページに動的コンテンツや統計コンテンツなどのサブコンテンツを実装する
情報の質	オリジナル性	一覧ページや詳細ページのオリジナリティは高いか？	△	・掲載されている情報が別のメディアにもそのまま掲載されており、ページ内で独自情報と言える情報の割合が低い ・詳細ページのHタグが全ページ共通テンプレートであり、タグレベルでの独自性は低い	・詳細ページのHタグにページ固有の文言が入るようにする
	更新頻度	情報の鮮度、最新の状態が保たれており、クローラーに認識されているか	●	・新規求人の追加や動的コンテンツの更新など定期的に行われている	—

自社状況 - 内部指標分析

観点		概要	評価	コメント	改善の方向性
サイトの物理構造	クローラビリティ	サイト全体を適切にクロールさせることができるか？不要な導線へのクロールが多くなっていないか？	△	・新着求人へのリンクが不足していたり、不要ページへのクロール制御ができていない	・新着求人へのクロールを促進する ・インデックス対象外ページへのリンクへのクロールを制御する
	インデクサビリティ	サイト全体の主要なページをインデックスさせることができるか？低品質なページが大量にインデックスされていないか？	×	インデックス対象ページと対象外ページのクロール制御が行われていない	インデックスの必要なページと不要なページを精査し、動的仕様によってこれらのインデックスを制御する
サイトの論理構造	検索軸	様々な検索軸が用意されているか？また粒度や網羅性はどうか？	△	職種や資格/スキル軸での検索は豊富だがニーズにマッチする条件項目が少ない	競合や業界の動向から需要のある条件を調査し、可能なものは自社マスタに追加する
	内部リンク	適切なサイト構造を検索エンジンに伝えられる内部リンク構造をしているか？	△	主要ページへのリンクは設置されているが、主に下層ページへの細かなリンク設計に漏れがある	ディレクトリ階層を意識した網羅的な内部リンク設計を作成する
その他	テクニカル SEO	テクニカル SEOの観点で抜け漏れ等が多いはないか？	×	フロントから調査できるタグ周りは問題ないが、主にロボット向けの高度な仕様において改善点が見受けられる	基本的なテクニカル SEOの要件に抜け漏れがないかをチェックし、不備がある点は全て改善する

ディレクトリ	PSIスコア	CWV	改善項目
トップページ	47	不合格	LCP
一覧ページ	54	不合格	INP/FCP/TTFB
詳細ページ	71	不合格	INP/FCP/TTFB

データ取得日時: 2025年6月25日12時頃

場所: 東京都目黒区、屋内

回線: 光回線 (Wi-Fi)

デバイス: PC (Google Chrome)

データソース: Page Speed Insights

■ファクト

- CWV指標は全て不合格。

■考察

- トップページはLCP (Largest Contentful Paint) がボトルネックであり、画像・ヒーローバナー・動画など最大のコンテンツが重い／遅い可能性大。
- 一覧・詳細ページは「表示開始の早さ」と「操作後の反応」がともに遅い。つまりサーバ応答の遅さとメインスレッドを占有するJavaScript／CSSが複合的に影響していると推測。

☐ クロール リクエストの...

89.4万



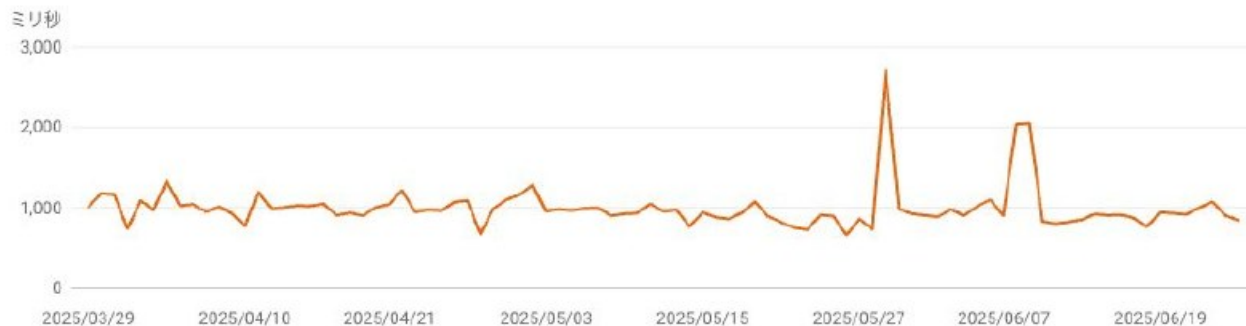
☐ 合計ダウンロードサイ...

231億



☒ 平均応答時間 (ミリ秒)

977



データソース: Google Search Console

■ファクト

- サーバーの平均応答時間は977msであり、一般的にデータベースサイトで目標とされる500ms前半の数字を上回っている。
- 時折、サーバー平均応答時間が跳ね上がるタイミングが見られる。

■考察

- 現状、JavaScriptを用いた実装やデータベースの検索ロジックにおいて改善点があるため、調査を行いながら改善可能な部分に着手していく
- ただし数字として1,000msを超えていないことから、速度改善によるSEOインパクトは小さく、優先度は低い。



理由	ソース	確認	推移	↓ ページ
見つかりませんでした (404)	ウェブサイト	! 開始前		
代替ページ (適切な canonical タグあり)	ウェブサイト	! 開始前		
検出 - インデックス未登録	Google システム	! 開始前		
クロール済み - インデックス未登録	Google システム	! 開始前		
noindex タグによって除外されました	ウェブサイト	! 開始前		

■ファクト

- サイトのインデックス数はほぼ横ばい4月末、5月末、6月上旬にGoogleのインデックス基準変更があったが、その影響はあまり見られない。この変動では、検索需要の低いキーワードでページ生成を行っていたサイトが、それらのページのインデックスを外される傾向が見られた。
- 全体として404ページの振り分け数が目立つ。

■考察

- Googleのインデックス基準の変更の影響が小さいことから、検索需要の低いページがそもそもインデックスされていなかった可能性が伺える。つまり全体として下層ページ側のインデックスが進んでいない可能性がある。
- サイトの現状に対して未登録数で大幅に問題のある項目が存在しないことから、まずGoogle Search Consoleで分析可能なだけのクロールが行われていない可能性も考慮すべきである。

データソース: Google Search Console



検出 - インデックス未登録

これらのページはインデックス登録されていないか、Google で配信されません

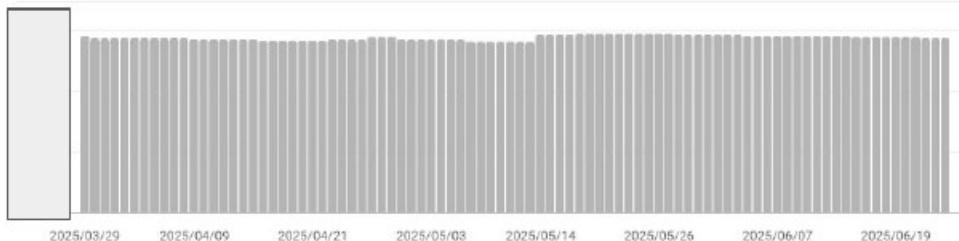
詳細

初検出日: 2022/08/17

修正を完了しましたか？

修正を検証

該当ページ



データソース: Google Search Console

■ファクト

- Googleがクロールしたにも関わらず、インデックスされなかったページが主にここに分類される。この主な原因はページ品質が低いことであり、サイトの大きな課題を見つけやすい。
- 振り分けURLは、求人詳細ページであった。

■考察

- 求人ページは随時新しい案件が作成されているが、その新着求人に優先的なクロールが回っていないことで、インデックスまでのリードタイムが長くなっている可能性が伺える
- また、全体数が減っていないことから、サイト内でのクロールリソースが枯渇しており、すでに評価を得ているページでそのリソースの大部分を消費することで、新規ページへ回せる十分なクロールリソースがないのではないかと推測される。したがって、不要ページへのクロールを制御してサイト全体でクロール最適化を行うことの優先度は高い状態だと判断できる。

i 見つかりませんでした (404)
これらのページはインデックス登録されていないか、Google で配信されません

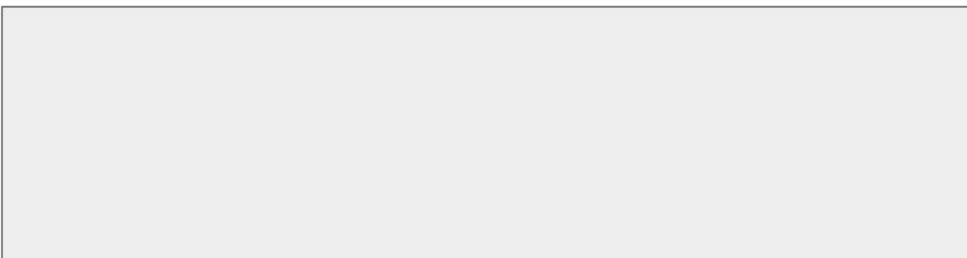
詳細

該当ページ



URL

↓ 前回のクローल



データソース: Google Search Console

■ファクト

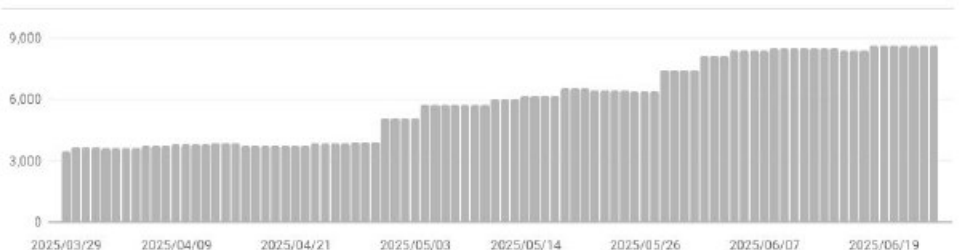
- 404ページの内容は、全てがdetail/という求人詳細ページであった。
- 求人詳細ページの内容は募集終了求人だった。

■考察

- 募集終了求人が404ページとして404の項目に振り分けられること自体は問題ではないが、日次クロール数で直近の日付の割合が高くなってしまっていることが問題である。
- 貴社サイトは求人詳細ページの評価が比較的高いためGoogleから優先的にクローलされやすいものの、それらの対象ページに募集終了求人が含まれるため、無駄なクロールが発生してしまっている状態。
- 募集終了求人に対するクロールの制御が求められる。

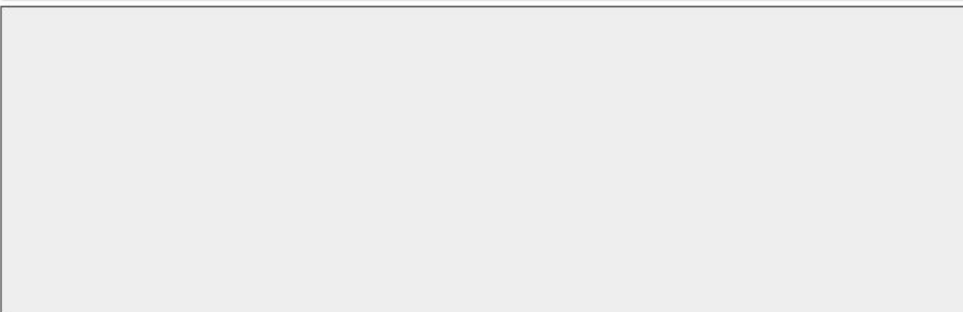
クロール済み - インデックス未登録
これらのページはインデックス登録されていないか、Google で配信されません

該当ページ



URL

↓ 前回のクロール



データソース: Google Search Console

■ファクト

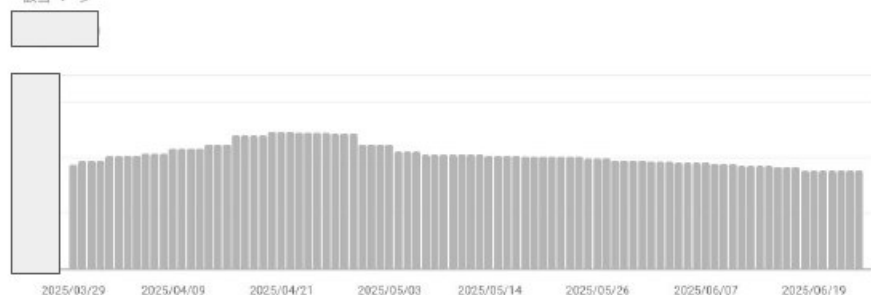
- 内訳は一覧ページの下層ページが79.9%、求人詳細ページが〇%だった。またその中でも駅に関するURLが〇%と多かった。
- ただし直近のクロール日での内訳を見ると求人詳細ページが大多数を占めている。
- また、クロール済みインデックス未登録の日次クロール数は〇以下であり、全体クロール数に占める割合が0%以下である。

■考察

- 求人詳細ディレクトリの評価は高いことが推測される上に日時での振り分け数も少ないことから、現状としてクロール済みインデックス未登録に関する課題は小さい
- 今後クロール促進の施策によってこの項目の内訳に変化が出るかを継続的にモニタリングする必要がある。

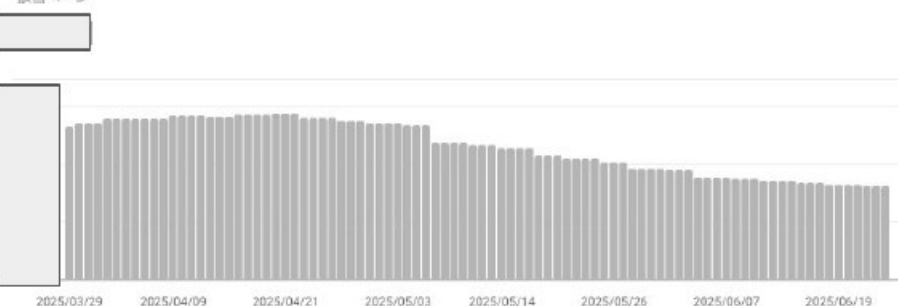
i 代替ページ（適切な canonical タグあり）
これらのページはインデックス登録されていないか、Google で配信されません

該当ページ



i noindex タグによって除外されました
これらのページはインデックス登録されていないか、Google で配信されません

該当ページ



データソース: Google Search Console

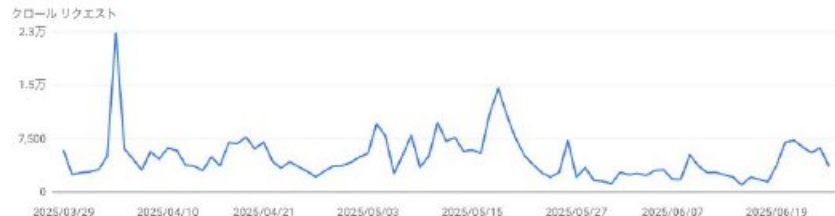
■ファクト

- 大体ページ、Noindexページはいずれも減少傾向
- また日次のクロール数も20件程度であり、全体クロール数の10%を大きく下回る

■考察

- これらの項目では振り分けURL数が増えることは問題ではないが、多くのサイトの場合は日次で多くのクロールが発生して不要クロールが生じる箇所である。
- しかし貴社サイトの場合はこれらのクロールも少なく、現状として課題は小さい状態。
- 今後内部リンク施策やインデックスコントロール施策を実装することでサイト内にこれらのインデックス対象外ページのリンクが生まれやすくなった際に、再度これらの項目を分析し、不要クロールが発生していないかを確認する。

ルートドメイン配下全てのクローリングリクエスト数 (HTML)



クローリングリクエストの内訳

ディレクトリ	直近1000件の内訳	割合	推定日次クローリング数
	755	75.70%	3,575
	130	13.00%	614
	98	9.80%	463
	9	0.90%	43
	6	0.60%	28

データソース: Google Search Console

■ファクト

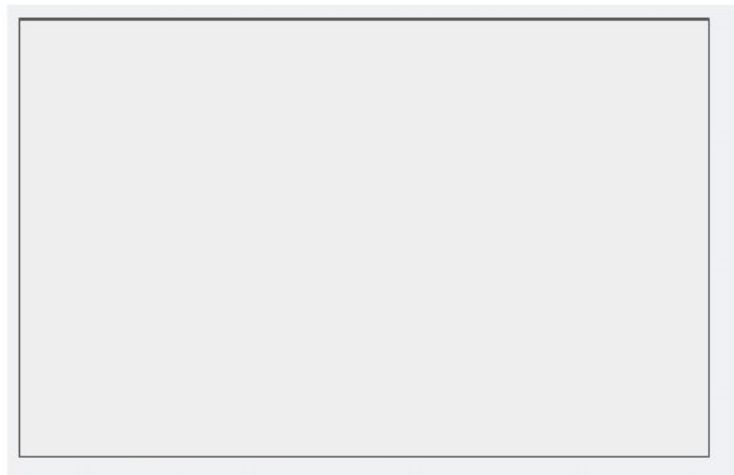
- Googleが貴社サイトに対してどれくらいのクローリングリソースを持っているかを算出する。ルートドメイン全体でのHTMLのクローリング量は42.5万/3ヶ月であり、分析可能な直近1,000件のクローリングのうち、対象URL群へのクローリングは13%だった。この結果から、想定される対象URL群の日次クローリング数は614となる。

■考察

- 対象URL群のインデックス登録数は9,130なので理想としては3,000程度のクローリングが欲しい。また今後インデックス数の拡大を目指すため、日次でのクローリング数はそれ以上に必要となる。
- 現状の614件のクローリングは必要なクローリングリソースを大きく下回るため、現状のクローリングリソースを無駄なく活用するためのクローラビリティ改善施策と、クローリングリソースそのものを増加させるためのサイトの品質改善の両面が求められる。

- サマリ
- ロードマップ
- 初期分析の共有
- **打ち手のご提案**

As Is



一覧ページ下部に新着求人へのリンクが少なく、全ての新着求人を Googleに優先的に提示することができていない(参考:貴社サイト)

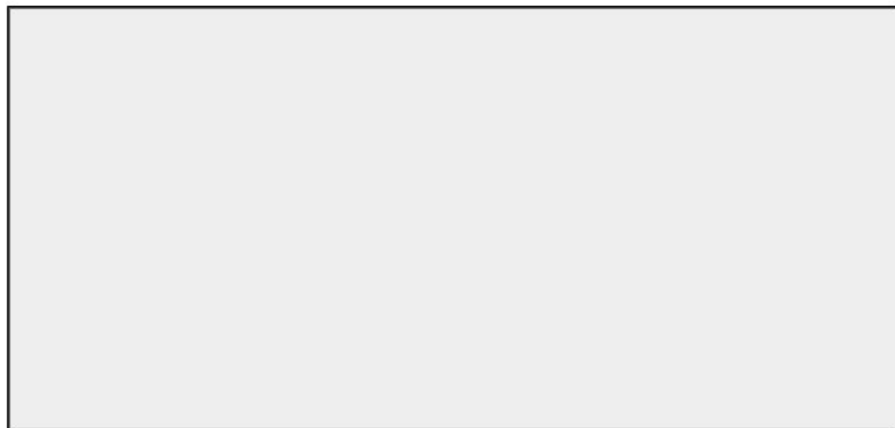
新着求人専用のエリアを設けることで、検索エンジンが優先的にクロールするよう促し、公開後のインデックスまでの時間を短縮する。これにより、各ページがCV獲得に貢献できる期間を最大化し、ページ作成の投資対効果を高めることができる。

To Be



マイナビ看護師では、トップページに地方ごとに 10件ずつ新着求人を設置。これによって70件の新着求人がトップページに掲載され、クロール促進が行われている。トップページだけでなく、それぞれの一覧ページにおいても新着求人専用のエリアを作り、新着求人へのクロールを促進している。(参考: [マイナビ看護師](#))

As Is



上層の一覧ページにおいて独自のコンテンツがなく、このページでしか得られない情報が少ない。またこのような求人のリストアップのみだろ、類似した条件で掲載される求人が重複しやすく、ページ間の重複率が上がるリスクも高い。
(参考: 貴社サイト)

To Be

東京都の霊園・墓地

東京都のお墓・霊園・墓地の一覧です。東京都のお墓・霊園・墓地の相場価格は、一般墓159万円、永代供養墓71万円、樹木葬65万円、納骨堂71万円です。

東京都内では、都立 八柱霊園(新八柱駅から徒歩15分)、都立 多磨霊園(多磨駅から徒歩12分)、都立 小平霊園(小平駅から徒歩6分)がよく選ばれています。口コミの多い注目のお墓・霊園・墓地としては、[應慶寺 目黒御廟](#)(4.5点-口コミ236件)、[本駒込陵苑](#)(4.6点-口コミ167件)、[麻布十番 ゆめみどう](#)(4.6点-口コミ162件)などがご紹介します。

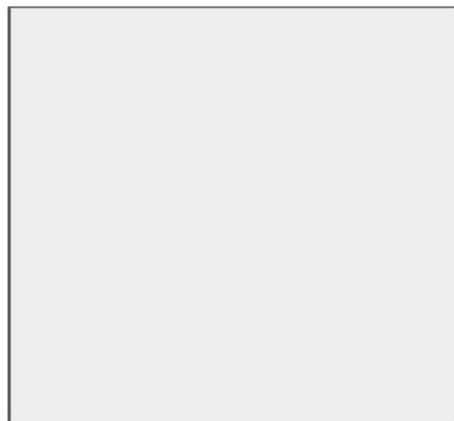
お墓選びでは、お墓参りのことも考え、自宅からのアクセスや管理体制も確認する必要があります。法要施設や事務所など、お墓参りをするときに利用する施設や、供花やお線香が近隣で入手可能かについてもチェックしておくとい良いでしょう。

[図じる](#)

自社情報を活用した詳細な情報提供を行い、かつその情報が読みやすい文章の形で提供されている。これによってページごとの情報差分が大きくなる他、強調スニペットへの表出も対策されやすくなっている。また導入文には内部リンクも設置され、注力ページへの評価傾注もできている。(参考: [いいお墓](#))

自社データベースを活用した独自の情報を動的に作成することで、サイト内に存在する大量の一覧ページに、それぞれのページ独自の情報を作成できる。これによって一覧ページ間の差分を解消し、それぞれのページがインデックスされやすい状態を作る。

As Is



ページ内のCTAの設置が同一であり、ページごと、ユーザーごとに最適な形を模索する必要がある。
(参考: 貴社サイト)

To Be



ページ左端に固定で遷移ボタンを設置したところ、CVRが10%以上改善された。
(参考: [レバテック](#))

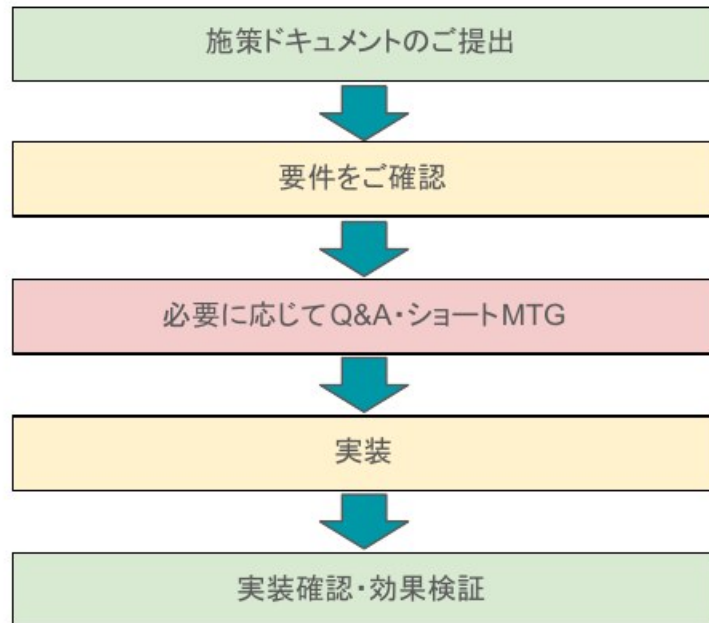
CVR改善によるインパクトの大きなトップページと求人詳細ページから優先度を上げて、CVR改善のABテストに着手する。

施策例: 動的導入文の作成による一覧ページの独自性担保

「施策管理シート」にサイト分析を通して必要だと思っSEO施策をお纏めしています。実際にご提案する際は、ドキュメントとともにご提案内容を記載いたします。また、分析やヒアリングの内容によって緊急性の高い施策は差し込みで作成するなど、内容や優先度は随時検討してまいります。

A	B	C	D	E	F	G	H	I
#	観点	対象ページ例	施策名	ステータス	ドキュメント	完了日	見積用件工数	優先度
1	運用管理・分析	—	製造サイトマップをGoogle Search Consoleへ送信	完了		2023/06/06	小	高
2	テクニカル要件	—	Indexing APIの仕様の変更確認	実装中		申請中	小	高
3	テクニカル要件	求人詳細ページ	求人詳細にJobPostingの構造化データを実装 (GFW構造化データの改善)	実装待ち			小	高
4	クローラビリティ	全て	noindexページへの内部リンクを削除 (非活性化) する	保留			大	高
5	クローラビリティ	全て	クローラ不要なページをrobots.txtでブロック	実装中		6/30に本番反映予定	中	高
6	クローラビリティ	求人詳細ページ	CTAリンクにnofollowを付与	完了		—	小	低
7	クローラビリティ	全て	トレイリングスラッシュの有無ページを301リダイレクトで統合する	実装中		6/30に本番反映予定	小	中
8	クローラビリティ	その他	サイト内検索ページをrobots.txtでブロックする	実装中		6/30に本番反映予定	小	中
9	CVR改善	求人詳細ページ	求人詳細ページの固定フッター改善によるCVR改善	施策完成			小	中
10	インデクサビリティ	求人詳細ページ	募集終了求人をインデックス対象にする	施策完成			大	高
11	CVR改善	求人詳細ページ	募集終了求人ページのCVR改善施策	施策完成			中	中
12	クローラビリティ	求人詳細ページ	募集終了求人に対するクローラ制御をかける	施策完成			中	高

施策の進行



※緑=街中文学、黄色=〇〇様、赤色=両者

※効果検証は施策単位ではなく、一定期間に実装した施策を施策群としてまとめて振り返ります。

管理の進行

- 定常
 - Googleの変動チェック
 - インデックス変動チェック
 - 各種Q&A
- 週次
 - モニタリングレポート
- 月次
 - 定例会