

1. 序論

最近では商品や企業の宣伝をするために、Web ページを用いて宣伝する手法が一般的となってきた。そのため、検索エンジンの実行結果で表示順位の上位に表示されれば、大きな宣伝効果を得られる絶好の機会となり得る。

今注目されているのが「検索エンジン最適化 (SEO)」という考え方である。SEO の基本は各検索エンジンに自分の Web ページの記述を合わせることであり、SEO に関する有効な項目を使う。しかし、Yahoo・Bing 等といった大手検索エンジンではどのように検索内部の要因を判断するかアルゴリズムが公表されていないため、SEO に有効とされる項目がどの程度信頼できるのか明らかになっていない。^[1]

2. 目的

本論文では、Yahoo・Bing の各検索エンジンを用いた検索結果の表示順位に効果があると言われている SEO 項目の適応状況を分析し、数値化する。その SEO 項目が信頼できるのかどうかの真偽の程を明確にするための検証を行う。

3. 検証方法

様々な分野でランダムに選らんだ検索ワード 10 個をツールに入力し、Yahoo・Bing の各検索結果として表示された上位 50 位までの Web サイトの URL を用いる。取得した URL をフリーの SEO 項目チェックツールに入力し、出た結果をすべて手作業でエクセルに打ち込み SEO 項目について、様々な検索語句で得た結果を比較し検証していく。

表1 検証を行う SEO 項目一覧

HTML 要因	
1.	TITLE タグ内の検索語句。
2.	TITLE タグ内の文字の有無。
3.	META-keywords 内の検索語句。
4.	h タグ内の検索語句の有無。
5.	bold/strong タグを用いた検索語句の強調。
6.	検索語句を含んだ ALT タグの数。
7.	IMG タグ数。
8.	TABLE タグの存在。
ページ構造	
9.	検索語句の出現数。
10.	検索語句の占有率。
11.	強調文字。
12.	イメージファイルの有無及び枚数。
内部要因	
13.	内部リンク。

4. 結果

検証を行う SEO 項目の一覧から例としてページ内の文字の強調数についての調査結果を示す。

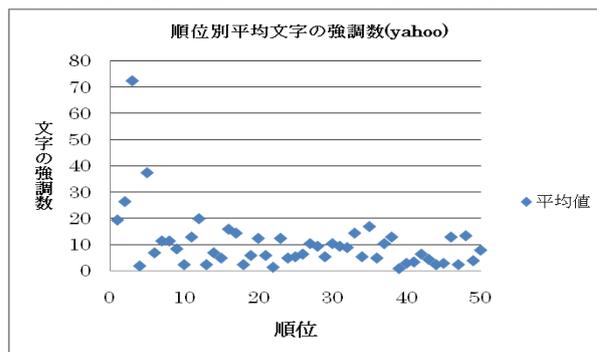


図1 平均強調数と順位との関係の散布図

表2 10位ごとの平均強調数

順位	強調数
1位～10位	19.9
11位～20位	9.9
21位～30位	7.3
31位～40位	8.8
41位～50位	6.1

参考にした Web サイト^[2]には H タグや Strong タグ・b タグを使うことで SEO 効果が上がるとあるが、検索結果として表示される1位から 50 位のページ内に存在する強調された文字の数を数値化し検証を行った結果、図1の散布図を参照すると強調文字の数は平均的であり、検索結果の表示順位には関係がなく、SEO とは関係がないということが検証結果から明らかになった。表2の 10 位ごとの平均強調数を見ても差異はなく、1位から 10 位の 19.9 という数値は 10 個ある検索ワードの中の1つが明らかに多かったためこのような結果となった。

5. 結論

SEO チェックツールを使用することで、検索結果から表示された Web ページの SEO 項目の明確な値を取得することができた。ここでの内部要因である内部リンク数は Yahoo・Bing のどちらの検索エンジンからも数が多ければページランクの上位に入っていることがこの検証から確認できた。

文献

- [1] 菱沼 天明, 山口 義昭, “検索エンジン最適化の有効性に関する考察,”
 [2] HTML タグボード, “検索エンジン対策 SEO,”
<http://www.dspt.net/seo/005/004.html>