

SEO内部施策マニュアル

今すぐ見直すべきサイトの内部リンク 4つのポイント

目次

はじめに	3
なぜ内部リンクの見直しが重要なのか？	4
サイトのチェックポイント	5-10
ロゴ画像の修正	
パンくずの設置	
関連性の高いページへの関連リンク	
サイトマップの作成	
最後に	11
会社概要	12-13

はじめに



**内部リンクを見直すだけで、
サイトへのアクセスが30%以上増えるかもしれません。**

あなたはこんなことを思っていないか？

「サイトにコンテンツを追加しているけど、アクセスがあまり増えない。」
「アクセスを増やすために、もっともっとページを増やさなくては！」

確かにコンテンツ（ページ数）を増やせばアクセスは増加していきます。しかしながら、それだけではアクセスを最大化することはできません。

サイト内部の最適化はできていますか？

実はサイトの内部リンクを見直すだけでも、サイト全体の検索順位が上位化し、アクセス数が増加する可能性があります。

本資料ではサイトの修正すべきポイントと修正方法をご紹介します。

なぜ内部リンクの見直しが重要なのか？

◆内部リンクを見直すことで得られるメリット

- クローラーがサイトを巡回しやすくなり、ページが適切にインデックスされるようになる
- ユーザーにとって使いやすいサイト構造になる
- 上位化したいキーワードとページの関連性を高められ、結果として順位が上がりやすくなる



**ユーザーにとって使いやすく、
検索エンジンで上位表示されやすいサイトになれる**

※内部リンクとは・・・

内部リンクとは、外部サイト（別ドメイン）ではなく自社サイト（同ドメイン）内を移動するためのリンクのことを指します。内部リンクをきちんと自社サイト内に設定することは、SEO対策で効果を上げるための重要な要素のひとつです。Googleにインデックスされるためには、クローラーがページを巡らなければならないのですが、内部リンクが設定されていないとクローラーがそのページに辿り着けず、評価を受けにくくなります。

サイトのチェックポイント

- ① ロゴ画像の修正
- ② パンくずの設置
- ③ 関連性の高いページへの関連リンク
- ④ サイトマップの作成

1 ロゴ画像の修正

ヘッダー部分のロゴ画像に貼っているTOPページへのリンクを修正します。altに入れる文言を見直すことで内部リンクの効果を高めることができます。

ロゴ画像のaltタグにサイト内容と関連性が高いキーワードを記述する。

例) レディースファッションのECサイトの場合



```
<a href="/">  
</a>
```

altが記述されていない



```
<a href="/">  
</a>
```

補足：ロゴをh1に設定していない？

内部リンクとは関係ありませんが、ロゴ画像を<h1>に設定しているサイトは多く見られます。これはSEOの観点からはNGです。<h1>はページの大見出しの役割を果たしており、ページごとに違うものを記述する必要があります。もしロゴを<h1>に設定しているなら、上位化したいページだけでも変更しましょう。

②パンくずの設置

パンくずリストの設置は内部リンクをそれぞれの階層に適切に流すためにも、ユーザビリティの向上にも効果的です。また、クローラーがサイト構造を理解するのにも役立ちます。

すべてのページに対してパンくずリストを設置。その際、中間カテゴリにも、各記事からリンクを流す。

例) レディースファッションのECサイトの場合



- ・パンくずを設置しない
- ・パンくずに階層を付けずに記述している

例) [TOP](#) > [CHANEL \(シャネル\)](#) のハンドバックの商品詳細



- ・パンくずによってサイト階層がわかる

例) [TOP](#) > [ハンドバッグ](#) > [CHANEL \(シャネル\)](#) > [CHANEL \(シャネル\) のハンドバックの商品詳細](#)

補足 : パンくずを複数設置してもいい?

あるページに辿り着く経路が複数ある場合、パンくずを複数設置しても問題ありません。クローラーは一番上のパンくずを採用するので、もっとも重要なリンクを含むパンくずを一番上にしましょう。

例) [TOP](#) > [シャネル \(CHANEL\)](#) > [ハンドバッグ](#) > [黒のハンドバッグ](#)
[TOP](#) > [黒のバック](#) > [シャネル \(CHANEL\)](#) > [ハンドバッグ](#)

3 関連性の高いページへの関連リンク

関連性の高いページ同士がリンクしあうことで、ページからの離脱率を下げたり、サイト全体の評価を高めたりすることができます。

すべてのページに対して、そのページを見た後に見たくなるような関連性の高いリンクを設置

例) 情報メディアの場合

個別の記事の下に、関連性の高い内容の記事を表示



参照：<https://promonista.com/>

例) ECサイトの場合

商品詳細ページに似ている商品や商品が含まれているカテゴリなどを表示



補足：設置するリンクに迷ったら...

ページに対してどんなリンクを設置するべきか迷ったら「自分がユーザーだったら、このページを見た後に何をしたいか？」を考えればOKです。内部リンクというと複雑そうに感じますが、あくまでユーザー視点で考えましょう。

3 関連性の高いページへの関連リンク

〇〇ファッション

ワンピース **ワンピース一覧ページ**

スカート

シャツ

ブラウス

ジャケット



ワンピースに関する
コンテンツが充実している
ページだと認識される

〇〇ファッション

ワンピース **商品詳細ページ**

スカート

シャツ

ブラウス

ジャケット



〇〇ファッション 特集ページ

**今シーズンの
おすすめワンピース
特集**



ワンピース一覧へ

4 サイトマップの作成

サイト内の重要なページを網羅的に掲載するサイトマップページは、ユーザービリティを高めるだけでなく、最適な内部リンク構築にも効果があります。

サイトマップの作成もしくはフッターなどに重要なリンクを追加する

例) サイトマップページを作成する場合



参照: <https://www.willgate.co.jp/map.html>

例) フッターリンクを作成する場合



参照: <https://www.willgate.co.jp/concept/>

補足: 重要なページへの導線は短く!

「少ないクリック数でページに到達できる＝クローラーもそのページにたどり着きやすい」ということになります。ですから、上位表示を狙いたいページは、なるべくTOPページから短い経路でたどり着ける必要があります。この経路を短くするために、サイトマップを活用しましょう。

まとめ

今回はサイト内部の改善策の中でも「内部リンクの最適化」に着目してご紹介しました。ご紹介した内容は、外部のナチュラルリンク獲得などに比べると難易度も低く、ご自身ですぐに始められるものです。

コンテンツマーケティングの流行により、サイトへのコンテンツ追加やオウンドメディアの構築などへの注目は集まっていますが、サイト内部の最適化などの受け皿の整備の部分は見落とされがちです。そしてそれは機会損失につながっています。

もしあなたのサイトでまだしていない部分があれば、すぐに取り掛かってみてください。少しずつ効果を実感できるでしょう。

本資料についてのご質問・ご相談は以下までお願いいたします。

お電話でのお問い合わせはこちら

 **0120-4800-72**

Webからのお問い合わせはこちら

 <https://www.willgate.co.jp/contact/>

※お問い合わせには必ず1営業日以内にご返信いたします。

当資料の著作権について


当資料は株式会社ウィルゲート（以下、ウィルゲート）が所有しているもので、その著作権はウィルゲートに帰属します。

法令などによって許可される場合を除き、当人・企業問わず、当資料に掲載されている文章や画像について、ウィルゲートの事前の承諾なく転載、複製、配布することを禁止します。



WILLGATE

MAKE YOUR WILL COME TRUE

お電話でのお問い合わせはこちら
 **0120-4800-72**

Webからのお問い合わせはこちら
 <https://www.willgate.co.jp/contact/>
※お問い合わせには必ず1営業日以内にご返信いたします。