

メタタグとは? SEO対策になるタグの書き方をわかりやすく解説

※資料の参照元は2023年7月現在の情報です。

produced by **SITE PUBLIS**[®]

事業領域でWebサイトを戦略的に活用するためには、SEOとユーザビリティへの深い理解が求められます。そして、SEOとユーザビリティにおける重要項目のひとつが「メタタグの最適化」です。本資料では、Webサイト運用の基礎となるメタタグの概要について解説するとともに、その重要性や具体的な記述例などを紹介します。

```
5
6
7 <!DOCTYPE html>
8 <html lang="en">
9 <head>
10   <meta charset="UTF-8">
11   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
12   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
13   <meta name="description" content="Sample Page Description">
14   <meta name="keywords" content="HTML, CSS, JavaScript">
15   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
16   <title>HTML Sample Page</title>
17   <!-- HTML Sample Page -->
18   <link rel="stylesheet" href="css/sample.css">
19 </head>
```

メタタグとは

「メタタグ」とは、Webサイトの基本的な情報を検索エンジンやWebブラウザに伝達する役割をもつHTMLタグです。たとえば、文字エンコーディングの指定や表示される画面領域の設定、検索エンジンに対するインデックスの可否、ページ内容の要約などをhead要素内に記述し、各種メタ要素を制御する役割を担っています。head要素とは、HTML文書に関する固有情報を示すための要素であり、その内部にメタタグや外部ファイルの読み込みデータなどを記述するのがWebサイトの基本的な構造です。

head要素内に記述されるメタタグはシステム向けの情報であり、原則としてWebブラウザの画面上には表示されません。このようなHTMLタグをメタデータ・コンテンツと呼びます。また、メタタグの記述がなくともWebサイトの構築や表示自体は可能であり、実際にHTMLが考案された黎明期のホームページにメタタグは存在していません。しかし、メタタグはWebサイトの基本情報を検索エンジンのクローラーに伝える役割をもつため、現代ではSEOやユーザビリティに影響を与える重要な要素となっています。

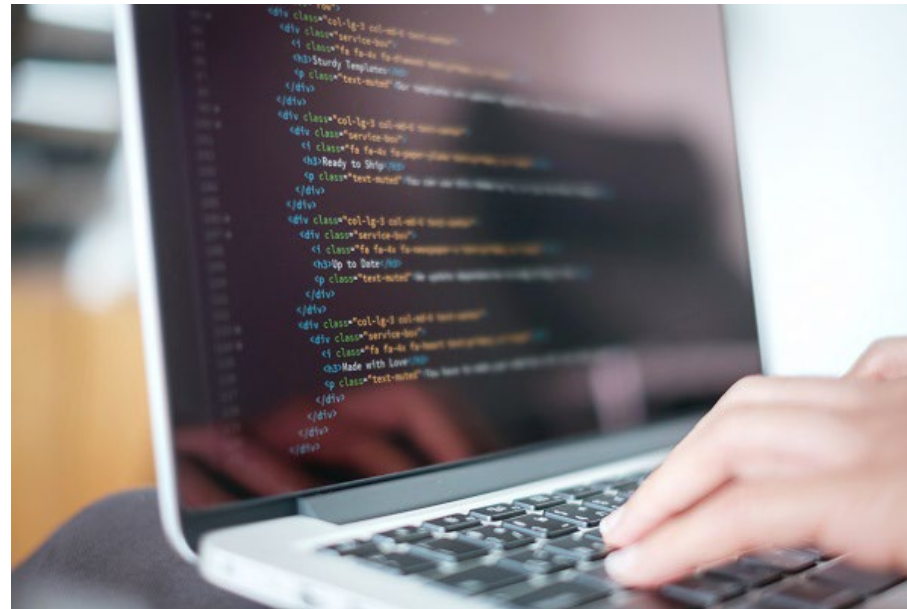
メタタグが重要な理由

Webサイトの設計・開発においてメタタグが重要視される理由について掘り下げていきましょう。メタタグの最適化によって得られる具体的なメリットとして以下の4点が挙げられます。

見やすいページの作成

Webサイトでメタタグが重要とされる理由のひとつは、視認性の高い有益なコンテンツをユーザーに提供するためです。メタ要素には文字エンコーディングを指定する「charset」と呼ばれる属性が存在します。HTMLで構築されたWebサイトは、HTMLファイル自体の文字コードとWebブラウザが認識した文字コードが異なる場合に文字化けが発生します。文字化けはユーザビリティを低下させるだけでなく、検索エンジンのクローラビリティにも悪影響を及ぼしかねません。Webサイトの文字化けを回避するためには、head要素内のメタ要素にcharset属性を記述し、適切な文字エンコーディングを指定する必要があります。

また、Webサイトをレスポンシブデザインで設計する場合、メタタグによる表示領域の指定が必要です。表示領域の属性値が指定されていない場合、PC版とモバイル版が同じ表示領域になるため、スマートフォンで閲覧した場合の視認性が著しく低下します。Googleの評価基準がモバイルファーストインデックスへ移行したため、ユーザビリティだけでなく、SEOの観点においてもモバイルフレンドリーへの対応は必須の取り組みです。ユーザーフレンドリーかつモバイルフレンドリーなWebサイトを設計・開発するためには、メタタグの適切な記述が必要となるのです。



クリック率の向上

SEOにおいて重要なメタタグのひとつに挙げられるのが「meta description」です。詳細や具体的な記述の仕方は後述しますが、descriptionタグは検索エンジンのクローラーに対してWebサイトの説明文を伝えるためのメタタグです。descriptionタグはWebサイトのページ内に表示されるものではなく、GoogleやYahoo!といった検索エンジンの検索結果画面にスニペットと呼ばれる説明文として表示されます。

たとえば、Googleの検索結果画面には検索窓に打ち込んだキーワードに応じて複数のWebサイトが表示されます。この際、ページタイトルの直下に表示されている100文字前後の説明文がスニペットです。多くのユーザーは検索結果画面に表示されたページタイトルとスニペットを読み、自分のニーズを満たすコンテンツかどうかを判断します。descriptionタグに適切なキーワードをちりばめた魅力的な文章を記述することで、クリック率の向上につながると同時に見込み客の取りこぼしを防止できます。

検索エンジンへの指示

メタタグには検索エンジンのクローラーを制御する「robots」という属性値があります。Webサイトを事業領域で活用する場合、いかにして検索エンジンを上位表示させるかが重要な課題です。しかし、反対に検索エンジンの検索結果にWebサイトを表示させるべきではないケースも想定されます。たとえば、テスト段階やリニューアル中のWebサイトです。本番環境とテスト環境のWebサイトが同時にインデックスされてしまうと、検索エンジンに重複ページと判断されてSEOに悪影響を及ぼす可能性があります。

また、申し込みや購入後に表示されるサンクスページも検索エンジンにインデックスすべきではありません。サンクスページに検索エンジンからの自然流入があった場合、「CVR(Conversion Rate)」の計測値に影響を及ぼしてしまうためです。さらに検索エンジンはコンテンツの品質をSEOの重要指標としているため、低品質と判断されるページのインデックスを回避することで評価の悪化を防止できます。このようなケースでは検索エンジンのクローラーを制御する必要があり、そのためにはメタタグの適切な記述が求められます。

検索エンジンへの指示

メタタグには検索エンジンのクローラーを制御する「robots」という属性値があります。Webサイトを事業領域で活用する場合、いかにして検索エンジンを上位表示させるかが重要な課題です。しかし、反対に検索エンジンの検索結果にWebサイトを表示させるべきではないケースも想定されます。たとえば、テスト段階やリニューアル中のWebサイトです。本番環境とテスト環境のWebサイトが同時にインデックスされてしまうと、検索エンジンに重複ページと判断されてSEOに悪影響を及ぼす可能性があります。

また、申し込みや購入後に表示されるサンクスページも検索エンジンにインデックスすべきではありません。サンクスページに検索エンジンからの自然流入があった場合、「CVR(Conversion Rate)」の計測値に影響を及ぼしてしまうためです。さらに検索エンジンはコンテンツの品質をSEOの重要指標としているため、低品質と判断されるページのインデックスを回避することで評価の悪化を防止できます。このようなケースでは検索エンジンのクローラーを制御する必要があり、そのためにはメタタグの適切な記述が求められます。

SNSへの表示制御

メタタグの最適化が重要視される理由のひとつは、SNS上で表示されるタイトルや画像などを制御するためです。現代はスマートフォンの普及とともにSNSの利用率が年々増大しており、企業ではTwitterやInstagramなどを活用したマーケティング戦略が重要課題となっています。特にSNSマーケティングを推進している企業の場合、コンテンツがシェアされた際の表示形式を設計・制御し、ユーザーがクリックしたくなるようなアイキャッチ画像やページタイトルなどを設定しなくてはなりません。

このような場合に必要となるのがproperty属性です。head要素内にproperty属性のメタタグを記述することで、SNSでシェアを獲得した際の表示形式をコントロールできます。この設定が最適化されていない場合、SNSのシステムが自動的に対象ページの画像や説明文などを設定するため、シェア率やクリック率にネガティブな影響を与えかねません。メタタグで魅力的な画像や見込み客の琴線に触れるキーワードを設定することで、拡散力の向上とSNS流入の増大が期待できます。

メタタグの確認方法

メタタグの最適化を図るためには、他のWebサイトを分析するプロセスが重要です。たとえば、メタタグを記述する順番に絶対的な正解は存在せず、Webデザイナーやコーダーによっても意見が異なります。他のWebサイトがどのような記述になっているのかを分析できれば、その知見を自社の設定に応用できます。Webサイトのメタタグを確認する方法は大きく分けると以下の2つです。

HTMLで確認

Webサイトのメタタグを確認する方法のひとつは、Webブラウザの機能を活用してHTMLのソースコードを確認することです。たとえば、Google ChromeやSafariなどのWebブラウザであれば、Webサイト上で「右クリック」から「ページのソースを表示」と進むことでWebサイトのHTMLを確認できます。このHTMLの中で「<head>~</head>」までのhead要素内に記述されているソースコードがメタタグです。

Chromeの拡張機能で確認

Google Chromeにはさまざまなアドオンツールが用意されており、閲覧しているWebサイトのメタタグを確認できる拡張機能も存在します。そのひとつとして挙げられるのが「META SEO inspector」です。META SEO inspectorはWebブラウザ上のアイコンをクリックするだけで、閲覧している

ページのメタタグを即座に確認できます。さらにメタタグを表示するだけでなく、ソースコードのエラーや欠落している要素、構造化データなども確認できる点がMETA SEO inspectorの利点です。

たとえば、descriptionタグに記述する内容は100文字前後が推奨されており、それを大幅に超過している場合は「説明が長すぎます」という警告が表示されます。メタタグの記述を把握するだけならWebブラウザでソースコードを確認すれば十分ですが、その設定が正しいかどうかを判断するためにはHTMLへの深い理解が必要です。メタタグに関して知見を深めたい場合は、META SEO inspectorの活用を検討してみてください。

メタタグの書き方

メタタグは基本的に「属性」と「属性値」で構成されており、「<meta 属性="属性値">」という形式で記述するのが基本です。たとえば、検索エンジンのクローラーを制御するためにはメタ要素に「name」という属性を設定し、属性値に「robots」を指定します。meta要素におけるname属性は、メタデータの種類を指定するための属性です。メタ要素のname属性にrobotsを指定することで、検索エンジンやWebブラウザに「検索エンジンのクローラーに対する命令である」と認識されます。

そして、name属性は「content」という属性を用いてメタデータの具体的な内容を指定するのが基本的な構造です。仮に、「検索エンジンにWebサイトをインデックスしてもらおう」ことを目的とするのであれば、「<meta name="robots" content="index">」と記述します。余談ではありますが、Google検索は標準でWebサイトをインデックスする設定となっているため、基本的にindexの記述は必要ありません。検索エンジンにインデックスさせたくない場合については記事の後半で解説します。

メタタグの設置方法

ここからはメタタグの設置方法について解説します。メタタグの自動生成ツールも存在しますが、SEOへの理解を深めるためには手動による設定方法を学ぶことが大切です。WordPressで構築されたWebサイトと、HTMLの手打ちで構築されたWebサイトの2パターンを紹介しますので、参考にしてください。

WordPress

WordPressの場合、プラグインを活用してメタタグを設定するのが一般的です。代表的なプラグインとしては「All in One SEO」が挙げられます。All in One SEOは、SEO対策に関わる各種設定を効率化できるプラグインです。All in One SEOをインストールして有効化したなら、「検索の外観」からWebサイトのタイトルや説明文などを設定しつつスニペットのプレビューを確認できます。

個別ページのメタタグに関してはWordPressのテーマによって詳細が異なります。All in One SEOをインストールしていれば、各記事の投稿ページの下部にある設定欄からタイトルや説明文の記述が可能です。一般的なWordPressテーマやAll in One SEOを利用している場合、基本的にtitleタグやdescriptionタグといったソースコードの直接的な記述は必要ありません。各種設定欄からメタ要素の内容や属性値のみを記述する、あるいはメニューから選択するといった仕様が一般的です。

HTML

HTMLで構築された手打ちサイトの場合、原則としてすべてのページにメタタグのソースコードを直接記述しなくてはなりません。繰り返し述べているように、メタタグを記述するエリアはhead要素の内部です。WebサイトのHTMLファイルをテキストエディタで開き、「<head>~</head>」の間に各種メタ要素を記述します。あくまでも必要最低限の設定例ですが、以下のような構造で記述するのが一般的です。なお、SNSの表示制御やCSSファイルの読み込みなどを設定する場合は、property要素やlink要素のrel属性を追加する必要があります。

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="ja">
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="robots" content="index, follow">
    <title>タイトル</title>
    <meta name="description" content="ディスクリプション">
    <meta name="viewport" content="width=device-width">
  </head>
  <body>
  </body>
</html>
```

SEO対策に必要なメタタグの種類と記述例

ここでは、SEO対策において重要な役割を担うメタタグの種類と具体的な記述例を紹介します。特に重要度の高いメタ要素として挙げられるのが以下の6つです。

title

「title」はWebサイトのタイトルを検索エンジンやWebブラウザに伝えるためのメタ要素です。titleタグは厳密に言えばメタタグではありませんが、head要素内に記述するメタデータ・コンテンツのひとつです。titleタグが設定されていない場合、検索エンジンがページタイトルを自動的に処理するため、必ずしも最適とはいえない文言が表示される可能性があります。そのため、titleタグはSEOにおいて非常に重要な役割を担う必須要素のひとつです。

■ ソースコード

```
<title>タイトル</title>
```


meta description

先述したように、「meta description」はWebサイトの説明文をスニペットとして表示するためのメタタグです。descriptionタグの設定がない場合、titleタグと同様に検索エンジンが自動処理でスニペットを作成します。検索流入数の増大を図るためには、いかにしてユーザーの興味関心を惹く魅力的な説明文を考案するかが重要です。そのため、descriptionタグはSEOとユーザビリティの両面において非常に重要な役割をもつメタ要素となります。

■ ソースコード

```
<meta name="description" content="ディスクリプション">
```

文字コード

コンピュータは0と1しか認識できず、その組み合わせ(ビット列)によって文字や記号を認識します。その対応関係を規格化したものが「文字コード」です。そして文字エンコーディングの指定によって文字化けを防止するためのメタ要素が、先述したcharset属性です。日本語で使用されている文字コードは「UTF-8」「Shift_JIS」「EUC-JP」などがあり、主流は「UTF-8」となっています。charset属性はWebブラウザの文字表示に関わる重要なメタ要素のため、head要素内の先頭に記述すべきメタタグです。

■ソースコード

```
<meta charset="文字コード">
```

OGP

「OGP」は「Open Graph Protocol」の略称で、SNS上のタイムラインやシェアされた際の表示に関するプロトコルを指します。そしてOGPを制御するためのメタタグが、先述したproperty属性です。property属性はhead要素にprefix属性を指定し、その上で属性値を追加します。OGPはproperty属性に「og:〇〇」という形式で属性値を指定し、content属性で内容を指定するのが基本的な構造です。property属性の代表的な属性値としては以下の6つが挙げられます。

■ソースコード

```
<meta property="og:site_name" content="サイトタイトル">  
<meta property="og:title" content="タイトル">  
<meta property="og:description" content="ディスクリプション">  
<meta property="og:type" content="ページの種類">  
<meta property="og:url" content="URLの絶対パス">  
<meta property="og:image" content="アイキャッチの絶対パス" />
```

viewport

「viewport」はWebサイトの表示領域を指定するためのメタタグです。先述したように、Webサイトをレスポンシブデザインで設計する場合、メタタグで表示領域を指定しなくてはなりません。その役割を担うメタ要素がviewportタグです。viewportタグのcontent属性には、デバイスの画面幅に合わせる「width=device-width」、ズーム操作の可否を指定する「user-scalable」、表示倍率を指定する「initial-scale」などがあります。

■ソースコード

```
<meta name="viewport" content="表示形式">
```

noindex/nofollow

先述したように、Google検索は標準でWebサイトをインデックスするため、基本的にindexの記述は必要ありません。Webサイトをインデックスさせたくない場合に指定する属性値が「noindex」です。

「nofollow」は検索エンジンのクローラーにリンクを辿らせたくない場合に指定します。たとえばリンク先のWebサイトとの関連性を否定したい、あるいはWebサイトの評価をリンク先に渡したくない場合などに使用される属性値がnofollowです。

■ ソースコード

```
<meta name="robots" content="noindex,nofollow">
```

meta keywordsはGoogleのサポート対象外

「meta keywords」はWebサイトの内容に関連するキーワードを示すメタタグです。以前はtitleタグやdescriptionタグと同様にSEOにおいて重要な役割を担うメタ要素でしたが、現在では検索順位の結果に影響しないとGoogleが公式に発表しています(※)。メタキーワードの悪用によるスパム行為の横行が原因のひとつとされています。したがって、現在のWebサイト制作においてkeywordsタグの記述は必要ありません。

(※)参照元：

[Google | Googleはウェブ ランキングにキーワードメタタグを使用しません](https://developers.google.com/search/blog/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag?hl=ja&_fsi=DeAF82u4)

https://developers.google.com/search/blog/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag?hl=ja&_fsi=DeAF82u4

[Google | Google がサポートしている meta タグと属性](https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/special-tags?hl=ja&_fsi=DeAF82u4#unsupported)

https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/special-tags?hl=ja&_fsi=DeAF82u4#unsupported

メタタグ作成時の注意点

メタタグを記述する際にはいくつかの注意点が存在します。なかでも重要度の高いポイントとして挙げられるのが以下の2点です。

キーワードの詰め込みは避ける

「SEOでは見込み客のニーズを分析して検索窓に打ち込むキーワードを予測し、Webサイトのタイトルや見出しにそのキーワードを含めることが重要です。これはGoogleが公式サイト(※)で推奨している施策であり、キーワード選定はSEOにおける基本であると同時に最も重要な課題といっても過言ではありません。それはメタタグの設定においても同様で、titleタグやdescriptionタグの内容に適切なキーワードを含めることが極めて重要です。

しかし、キーワードを過剰に詰め込むと検索エンジンにスパム扱いされ、ペナルティの対象となる可能性があります。また、ペナルティ対象になるという理由だけでなく、ユーザビリティの観点においてもキーワードの詰め込みは推奨できません。キーワードを無理やり詰め込んだ不自然な文章はユーザーに嫌厭され、結果として検索流入数の下落や顧客エンゲージメントの低下につながります。そのため、titleタグやdescriptionタグにはキーワードを適度にちりばめつつも、自然な流れで伝わりやすい文言を記述することが大切です。

(※)参照元：

[Google | Google検索の基本事項](https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=ja&_fsi=DeAF82u4)

https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=ja&_fsi=DeAF82u4

必ずhead要素の中に記述する

メタタグはhead要素内に記述するのが基本であり大原則です。head要素の外部にメタタグを記述してもメタ要素として認識されない可能性があり、SEO上における役割を果たせません。また、メタタグのソースコードを正しく記述するというのも重要なポイントです。たとえば、以下のソースコードをテキストエディタにコピーして拡張子を「.html」で保存し、そのHTMLファイルをWebブラウザにドラッグ&ドロップすると「Webブラウザに表示される要素」というテキストのみ表示されます。

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="ja">
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="robots" content="noindex,nofollow">
    <title>タイトル</title>
    <meta name="description" content="ディスクリプション">
    <meta name="viewport" content="width=device-width">
  </head>
  <body>
    Webブラウザに表示される要素
  </body>
</html>
```

それ以外の内容が表示されているならメタタグのソースコードにミスがある、もしくはhead要素内に記述できないコンテンツモデルを書いている場合です。たとえば、titleタグの閉じ忘れがあり、「<title>サンプルサイト<title>」と記述してしまった場合、エラーによってWebブラウザには何も表示されなくなります。また、head要素内にはメタデータ・コンテンツのみを記述するというルールも極めて重要です。以下のような形式でソースコードのhead要素内にh1タグを記述したケースを見てみましょう。

```
<html lang="ja">
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="robots" content="noindex,nofollow">
    <h1>h1：サンプルサイト</h1>
    <title>タイトル</title>
    <meta name="description" content="ディスクリプション">
    <meta name="viewport" content="width=device-width">
  </head>
  <body>
    Webブラウザに表示される要素
  </body>
</html>
```

このケースにおける重要な問題は画面上の表示ではなく、h1タグ以降のメタタグをメタ要素として読み取らない可能性がある点です。h1タグは原則としてbody要素内に記述するというルールがあります。そのため、検索エンジンはh1タグを読み込んだ時点でhead要素が終了したと誤認し、それ以降のメタ要素が認識されなくなります。何らかの特別な事情によってhead要素内にメタデータ・コンテンツ以外を設置する場合は、head要素の閉じタグ直前に記述しましょう。

メタタグはWebサイトの基本的な情報を検索エンジンやWebブラウザに伝達するためのHTMLタグです。head要素内にメタタグを記述することで、文字エンコーディングやスニペットの表示内容、インデックスの可否といったメタ要素を制御します。メタタグはhead要素内にソースコードを正しく記述することが極めて重要です。

メタ情報の更新がしやすい「SITE PUBLIS Connect(サイトパブリスコネクト)」

SITE PUBLIS Connectを導入すれば、各種ツールとデータ連携でき、タッチポイントでの対応品質向上につながります。

SITE PUBLIS Connect

「SITE PUBLIS Connect」は、約20年の歴史をもつ純国産CMSの「SITE PUBLIS」を大幅にアップデートしたヘッドレスCMSです。ヘッドレスCMSはフロントエンドとバックエンドが独立しているため柔軟性に優れ、さまざまなシステムやツールとの連携を可能にします。それによって複数のメディアの一元的な管理が可能となり、SEO対策に必要なメタデータの更新を効率的に実行できます。

現代はデジタル技術の進歩・発展に伴ってWebマーケティングの重要性が高まっています。なかでも重要課題となるのがWebサイトを活用したオンライン集客とSNSマーケティングの推進による顧客のファン化です。そして、その実現には各種メタタグの最適化が欠かせません。SEOツールやSNSとの連携基盤を強化するためにも、SITE PUBLIS Connectの導入を検討してみてもいいのではないでしょうか。

資料ダウンロードありがとうございました。

本資料のご不明点やご相談がございましたらお気軽にお問い合わせください。

ご相談や見積もり希望の方

STEP1.内容入力	STEP2.内容確認	STEP3.送信完了
下記フォームに必要事項を入力後、「確認画面へ」ボタンを押してください。		
お問い合わせ内容	<input type="checkbox"/> 資料請求する <input type="checkbox"/> 個別相談する <input type="checkbox"/> 見積依頼する <input type="checkbox"/> トライアル希望する	
姓名	例) 山田 太郎	

相談してみる

<https://publis-connect.jp/contact.html>

無料Webセミナーに関心ある方

再注目されるTwitterを徹底解剖！ SNSで数々のヒットを生み出したプロのマーケターに聞く
いま知りたい
最強のTwitterマーケティング 攻略セミナー

【無料】オンラインセミナー
produced by SITE PUBLIS

開催日:2023.8.9

再注目されるTwitterを徹底解剖！ SNSで数々のヒットを生み出したプロのマーケターに聞くいま知りたい、最強のTwitterマーケティング攻略セミナー

無料 WEB 受付中

【無料】オンラインセミナー
SITE PUBLIS

コンテンツを一元管理し、マルチチャネルで最大活用するには

開催日:2023.7.13

コンテンツを一元管理し、マルチチャネルで最大活用するには

7.13 [木]
11:00~11:30

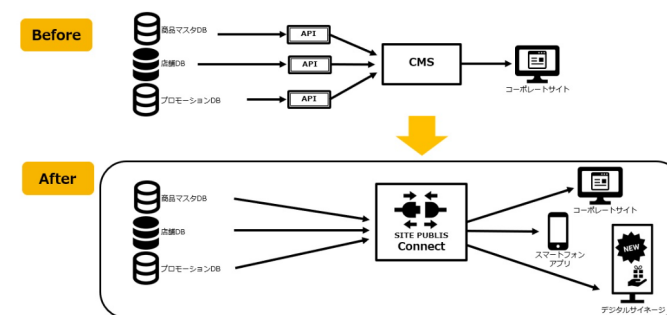
無料 WEB 受付終了

セミナーを確認する

<https://www.sitepublis.net/topic/seminar.html>

製品の事例を知りたい方

- ・膨大な商品データ、店舗情報、プロモーションデータなどがある
- ・配信先が多岐に渡る (Web、アプリ、デジタルサイネージなど)



製品の事例記事を見る

<https://publis-connect.jp/scene.html>

※ボタンが押せない場合はボタン下に記載しています各URLにてご確認下さい。

お問い合わせ

企業名
株式会社サイト・パブリス

TEL
03-6812-7152

MAIL
press@sitepublis.co.jp

WEB
<https://www.sitepublis.net/>

会社住所
〒102-0074
東京都千代田区九段南一丁目4番5号
泉九段ビル4階