



GS1 SMARTSEARCH
パイロット導入報告書
—参考資料—

2018年5月

(一財) 流通システム開発センター

(株) ギークフィード

目次

参考情報 1 : Seo Panel について

参考情報 2 : Piwik について

参考情報 3 : Google における構造化データの一般的なガイドラインの一部参考訳

参考情報 4 : 構造化データの有無による、キーワード別の検索順位結果詳細

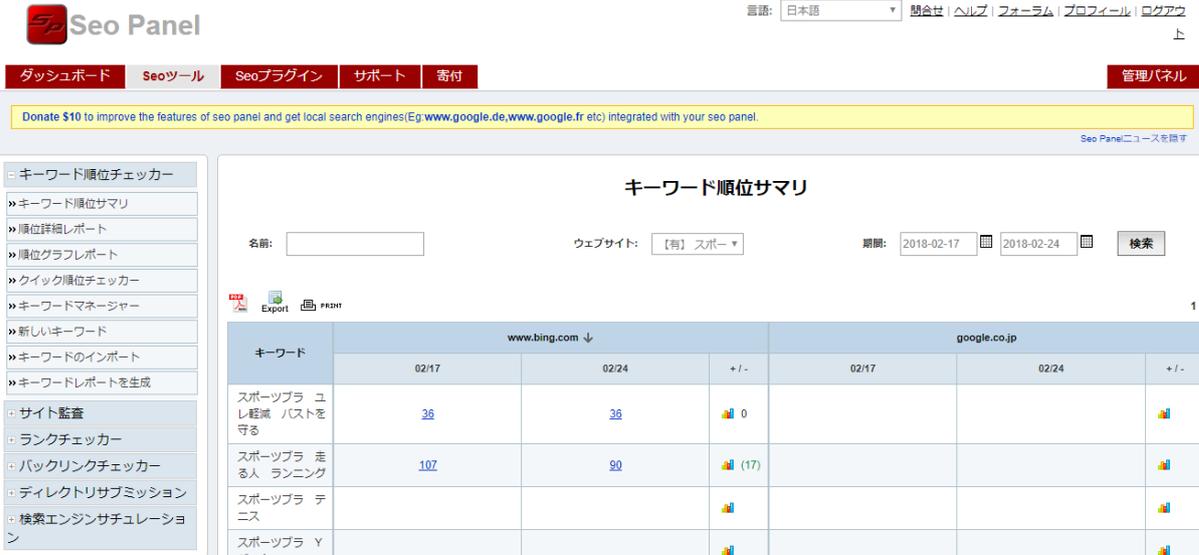
参考情報 5 : テストサイト掲載商品の各リッチスニペット表示

参考情報 1 : Seo Panel について

Seo Panel は、世界初の複数ウェブサイトに対応する SEO 効果を検証するオープンソースソフトウェアである。

検索結果順位、ページランク、被リンク数、インデックスページ数、といった SEO 戦略を立てる上では欠かせない要素を、検索エンジン別に自動でチェックすることができる。複数サイトの全結果を一覧で見比べたり、要素ごとに日毎の移り変わりを詳細に確認することができたりと、操作性にも優れている。競合相手のウェブサイトもチェックが可能のため、他社の動向により戦略を変更するなど対応も可能になる。

パイロット実証実験においては、SeoPanel を一部改修し、検証ツールとして活用した。



The screenshot displays the SeoPanel management interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'ダッシュボード', 'Seoツール', 'Seoプラグイン', 'サポート', '寄付', and '管理パネル'. Below this is a yellow banner with a donation message. The main content area is titled 'キーワード順位サマリ' (Keyword Ranking Summary). It includes a search bar for the website name (currently empty) and a dropdown menu for the website (set to '【有】 スポー'). The date range is set to '2018-02-17' to '2018-02-24'. Below the search controls, there is a table showing keyword rankings for two search engines: 'www.bing.com' and 'google.co.jp'. The table has columns for the keyword, the date '02/17', the date '02/24', and a change indicator '+ / -'. The keywords listed are 'スポーツブラ ユレ軽減 バストを守る', 'スポーツブラ 走る人 ランニング', 'スポーツブラ テニス', and 'スポーツブラ Yバック'.

キーワード	www.bing.com ↓			google.co.jp		
	02/17	02/24	+ / -	02/17	02/24	+ / -
スポーツブラ ユレ軽減 バストを守る	36	36	0			
スポーツブラ 走る人 ランニング	107	90	(17)			
スポーツブラ テニス						
スポーツブラ Yバック						

(本パイロット実証実験で使用した SeoPanel 管理画面)

参考情報 2 : Piwik について

Piwik (現 Matomo) とは、現在世界中の個人、企業、政府機関が利用するオープン解析プラットフォームである。

サイト訪問者数の大小に関わらず、サイトユーザーに関する重要な情報の収集・分析を行うことができる。訪問数、目標コンバージョン率、ダウンロード、キーワード、その他さまざまな KPI (重要業績評価指標) をトラッキングできる。



(本パイロット実証実験で使用した Piwik 管理画面)

参考情報 3 : Google における構造化データの一般的なガイドライン¹一部参考訳

1) 構造化データの一般的なガイドラインとは

構造化データを Google 検索結果に反映させるには、これらのガイドラインに従わなければなりません。これらのコンテンツガイドラインに違反しているページやサイトは、リンク付けが悪くなる可能性や、検索結果でページが強調されない恐れがあります。

2) 構造化データの一般的なガイドラインのトピックス

重要：構造化データテストツールに基づいてページが正しくマークアップされていても、構造化されたデータが検索結果に表示されることは保証されません。これには下記のような理由があります。

- ・ 構造化データを使用すると、web ページが強調される可能性があります。必ず強調されるとは限りません。Google のアルゴリズムは、検索履歴、場所、デバイスの種類などの多くの変数に応じて、検索結果を調整してユーザーにとって最良の検索エクスペリエンスと考えられるものを上位に表示させます。そのため、構造化データによって、web ページが強調される場合もあれば、単なるリンクとしてしか表示されない場合もあります。
- ・ 構造化データがページの主な内容を表すものではないので、ユーザーに誤解を招く可能性があるため。
- ・ 構造化データが、テストツールが認識できない、正しくない方法で埋め込まれているため。
- ・ 構造化データによって参照されるコンテンツが、ユーザーから隠されているため。
- ・ 構造化データのガイドライン、種類固有のガイドライン、一般的なウェブマスター向けのガイドラインに適合しないページであるため。

¹ Google における構造化データの一般的なガイドライン

<https://developers.google.com/search/docs/guides/sd-policies>

参考情報 4：構造化データの有無による、キーワード別の検索順位結果詳細

1) 目的

構造化データを埋め込んだページは、埋め込んでいないページと比較して、キーワードにおける検索順位にポジティブな影響を与えるか確認すること。

2) キーワード選定の考え方

キーワード選定は、以下のことを踏まえて選定した。

※商品に対して、検索で上位に表示させたいキーワード

※商品の特徴（機能、カテゴリ、効果効能）を表しているキーワード

3) 確認方法

SeoPanel を利用し、期間中毎日計測を行う。

4) テストサイト設定キーワード

業種	構造化データ	商品	キーワード概要
ホームセンター①	有	DIY 用品	規格①
			材料①
			カテゴリ名&企画①
			材料②
			規格①&企画②
	有	DIY 用品	商品名
			商品名&カテゴリ名
			商品名&用途&用法
			商品名&型番
			商品名&シリーズ名
	有	キッチン用品	メーカー名&カテゴリ名&型番
			型番
			カテゴリ名&仕様①&仕様②
			特長&機能
	有	DIY 用品	型番
			メーカー名&カテゴリ名
カテゴリ名			
仕様			

	有	農業用品	商品名&内容量
			カテゴリ名&商品名
			商品名&特長
			効果
	無	DIY 用品	規格①
			材料①
			カテゴリ名&企画①
			材料②
			規格①&企画②
	無	DIY 用品	商品名
			商品名&カテゴリ名
			商品名&用途&用法
			商品名&型番
			商品名&シリーズ名
	無	キッチン用品	メーカー名&カテゴリ名&型番
			型番
			カテゴリ名&仕様①&仕様②
			特長&機能
	無	DIY 用品	型番
			メーカー名&カテゴリ名
カテゴリ名			
仕様			
無	農業用品	商品名&内容量	
		カテゴリ名&商品名	
		商品名&特長	
		効果	
アパレルメーカー①	有	女性用下着	カテゴリ名&効果
			カテゴリ名&部位&効果
			カテゴリ名&ブランド名&特長
			カテゴリ名&メーカー名
			カテゴリ名&素材
	有	男性用下着	カテゴリ名&ブランド&特長
			カテゴリ名&特長①&特長②
			カテゴリ名&特長①&特長②
			カテゴリ名&特長①
			カテゴリ名&特長①

	有	スポーツウェア	カテゴリ名&対象&競技
			カテゴリ名&特長①&特長②
			カテゴリ名&特長&効果
			カテゴリ名&競技
			カテゴリ名&仕様
	有	スポーツウェア	カテゴリ名&ブランド名&対象
			カテゴリ名&特長&効果
			カテゴリ名&特長&効果
			カテゴリ名&対象&特長
			カテゴリ名&対象&部位
	有	スポーツウェア	カテゴリ名&ブランド名&対象
			カテゴリ名&仕様①&仕様②
			カテゴリ名&特長&効果
			カテゴリ名&対象&特長
			カテゴリ名&対象&部位
	有	美容用品	カテゴリ名&特長&素材
カテゴリ名&特長①&特長②			
カテゴリ名&サイズ			
カテゴリ名&部位			
ドラッグストア①	有	医薬品	メーカー&部位
			部位&効果①&効果②
			メーカー名&ブランド名
	有	飲料品	カテゴリ名&メーカー名
			カテゴリ名&成分
			特長①&カテゴリ名
			カテゴリ名&特長②
	有	美容用品	カテゴリ名&特長&ブランド名
			カテゴリ名&特長&成分名
			カテゴリ名&効果
			ブランド名&成分
	有	健康用品	商品名&カテゴリ名
			カテゴリ名&特長
			部位&状態&特長
	有	美容用品	ブランド名&カテゴリ名

			特長①&特長②&特長③
			ブランド名&特長
			カテゴリ&商品名
	無	医薬品	カテゴリ名&部位
			部位&効果①&効果②
			メーカー名&ブランド名特長&カテゴリ名
	無	飲料品	カテゴリ名&メーカー名
			カテゴリ名&成分
			カテゴリ名
			カテゴリ名&特長
	無	美容用品	カテゴリ名&特長&ブランド名
			カテゴリ名&特長&成分
			カテゴリ名&効果
			ブランド名&成分
	無	健康用品	商品名&カテゴリ名
			カテゴリ名&特長
部位&効果&特長			
無	美容用品	ブランド名&カテゴリ名	
		特長①&特長②&特長③	
		ブランド名&特長	
		カテゴリ名&仕様	
アパレルメーカー②	有	スポーツウェア	競技名&カテゴリ名&特長①
			競技名&カテゴリ名&特長②
			競技名&特長③&特長④
			特長&カテゴリ名
			ブランド名&カテゴリ名
			型番&カテゴリ名
	有	スポーツウェア	対象&カテゴリ名&競技名
			競技名&カテゴリ名&特長
			競技名&カテゴリ名&効果
			特長&カテゴリ名
	有	スポーツウェア	ブランド名&カテゴリ名
			競技名&カテゴリ名&特長
			競技名&カテゴリ名&素材

			競技名&カテゴリ名&特長
			カテゴリ名&特長
			カテゴリ名&特長
	無	スポーツウェア	競技名&カテゴリ名&特長
			競技名&カテゴリ名&特長
			競技名&特長①&特長②
			特長&カテゴリ名
			ブランド名&カテゴリ名
			型番&カテゴリ名
	無	スポーツウェア	対象&カテゴリ名&競技名
			競技名&カテゴリ名&特長
			競技名&カテゴリ名&効果
			カテゴリ名①&カテゴリ名②
			ブランド名&カテゴリ名
	無	スポーツウェア	競技名&カテゴリ名&特長
競技名&カテゴリ名&素材			
競技名&カテゴリ名&特長			
カテゴリ名&特長			
カテゴリ名&特長			
ドラッグストア②	有	バス用品	ブランド名&メーカー名&カテゴリ名
			ブランド名&カテゴリ名&課題
			ブランド名&カテゴリ名&課題
			ブランド名&特長
	有	サプリメント	カテゴリ名&メーカー名&対象
			カテゴリ名&メーカー名&成分
			カテゴリ名&成分①&成分②
			対象&カテゴリ名
	有	トイレ用品	カテゴリ名&特長&素材
			カテゴリ名&特長&効果
			カテゴリ名&シチュエーション① &シチュエーション②
			カテゴリ名&部位&特長
	有	健康器具	カテゴリ名&特長①&特長②
カテゴリ名&特長③&特長④			

			商品名&カテゴリ名
有	介護用品		カテゴリ名&用途&特長
			カテゴリ名&用途&特長
			カテゴリ名&用途&特長
			商品名&カテゴリ名
有	キッチン用品		カテゴリ名&場所&特長
			カテゴリ名&場所&特長
			カテゴリ名①&カテゴリ名②&カテゴリ名③
			カテゴリ名&サイズ
無	バス用品		ブランド名&メーカー名&カテゴリ名
			ブランド名&カテゴリ名&特長
			ブランド名&カテゴリ名&特長
			ブランド名&特長
無	サプリメント		カテゴリ名&メーカー名&対象
			カテゴリ名&メーカー名&成分
			カテゴリ名&成分①&成分②
			対象&カテゴリ名
無	トイレ用品		ブランド名&特長&素材
			ブランド名&特長&効果
			ブランド名&特長①&特長②
無	健康器具		カテゴリ名&部位&特長
			カテゴリ名&型番
			カテゴリ名&特長①&特長②
			型番&カテゴリ名
無	介護用品		ブランド名&カテゴリ名&特長
			ブランド名&カテゴリ名&特長
			ブランド名&効果&特長
			ブランド名&カテゴリ名&素材
無	キッチン用品		カテゴリ名&場所&特長
			カテゴリ名&場所&特長
			カテゴリ名①&カテゴリ名②&カテゴリ名③
			カテゴリ名&サイズ

食品メーカー ①	有	菓子	カテゴリ名&特長①&特長②
			カテゴリ名&味&特長
			ブランド名&販売条件
			ブランド名&販売条件特長
			カテゴリ名&安全情報&成分
	有	菓子	成分&味&カテゴリ名
			カテゴリ名&特長&成分
			カテゴリ名&特長&色
			カテゴリ名&認証
			成分&特長
			カテゴリ名&安全情報&成分
	有	菓子	ブランド名&カテゴリ名&特長
			カテゴリ名①&特長&カテゴリ名②
			特長&カテゴリ名&対象
			ブランド名&カテゴリ名
			カテゴリ名&安全情報&成分
	無	菓子	カテゴリ名&特長&ブランド名
			材料&特長&カテゴリ名
			ブランド名&カテゴリ名&販売条件特長
			ブランド名&販売条件
			カテゴリ名&安全情報&成分
	無	菓子	ブランド名&味&カテゴリ名
			ブランド名&特長&成分
			カテゴリ名&特長&色
カテゴリ名&特長			
カテゴリ名&特長			
カテゴリ名&安全情報&成分			
無	菓子	ブランド名&カテゴリ名&特長	
		特長①&特長②&カテゴリ名	
		カテゴリ名&特長①&特長②	
		カテゴリ名&特長	
		カテゴリ名&安全情報&成分	

4) テストサイトにおける企業別・キーワード別の検索順位結果

下記は、構造化データ有と無の場合、どちらが検索順位で上位に表示されたかについて、各企業の設定したキーワードごとに結果をまとめた。

各企業の表の見方は、以下のとおり。

※検索エンジンは「bing」「Google」の2パターンであり、それぞれに数値をまとめる。

※「キーワード総数」とは、検索順位をチェックしたキーワードの総数。

※「構造化データ有」とは、キーワード総数の中で、構造化データを設置したページが設置していないページよりも上位に表示された件数を表す。

※「構造化データ無」とは、キーワード総数の中で、構造化データを設置していないページが設置したページよりも上位に表示された件数を表す。

・ホームセンター①

	bing	Google
キーワード総数	19	19
構造化データ有	5	5
構造化データ無	3	3

企業名	キーワード	bing			Google							
		gs:1			gs:1			seo				
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異		
ホームセンター	規格①	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	材料①	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&企画①	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	材料②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	規格①&企画②	平均値	-	-	-	-	-	-	32	18	-14	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	2/23	19/23	-	-
	商品名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&用途&用法	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&型番	平均値	58	92	34	-	-	-	26	-	#VALUE!	-
		計測日数	50/83	6/83	-	-	-	-	2/23	-	-	-
	商品名&シリーズ名	平均値	22	24	2	-	-	-	62	-	#VALUE!	-
		計測日数	50/83	6/83	-	-	-	-	2/23	-	-	-
	メーカー名&カテゴリ名&型番	平均値	105	38	-67	-	-	-	-	19	#VALUE!	-
		計測日数	50/83	6/83	-	-	-	-	-	19/23	-	-

企業名	キーワード	bing			Google					
		gs 1			gs 1			seo		
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異
型番	平均値	89	21	-68	-	-	-	-	24	#VALUE!
	計測日数	50/83	6/83	-	-	-	-	-	19/23	-
カテゴリ名 & 仕様① & 仕様②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
特長 & 機能	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
型番	平均値	60	-	#VALUE!	-	-	-	16	-	#VALUE!
	計測日数	50/83	-	-	-	-	-	2/23	-	-
メーカー名 & カテゴリ名	平均値	183	-	#VALUE!	-	-	-	-	-	-
	計測日数	50/83	-	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
仕様	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
商品名 & 内容量	平均値	51	-	#VALUE!	-	-	-	23	-	#VALUE!
	計測日数	50/83	-	-	-	-	-	2/23	-	-
カテゴリ名 & 商品名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
商品名 & 特長	平均値	166	142	-14	-	-	-	37	-	#VALUE!
	計測日数	50/83	6/83	-	-	-	-	2/23	-	-
効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-

・ アパレルメーカー①

	bing	Google
キーワード総数	29	29
構造化データ有	15	18
構造化データ無	0	0

企業名	キーワード	bing			Google						
		gs 1			gs 1			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
アパレル	カテゴリ名 & 効果	平均値	373	-	-	-	-	-	56	-	-
		計測日数	12/83	-	-	-	-	-	4/23	-	-
カテゴリ名 & 部位 & 効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名 & 商品名 & 特長	平均値	15	-	-	-	-	-	8	-	-	
	計測日数	35/83	-	-	-	-	-	22/23	-	-	
カテゴリ名 & メーカー名	平均値	45	-	-	-	-	-	20	-	-	
	計測日数	28/83	-	-	-	-	-	22/23	-	-	
カテゴリ名 & 素材	平均値	-	-	-	-	-	-	41	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	12/23	-	-	
カテゴリ名 & 商品名 & 特長	平均値	-	-	-	-	-	-	25	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	3/23	-	-	
カテゴリ名 & 特長① & 特長②	平均値	19	-	-	-	-	-	12	-	-	
	計測日数	46/83	-	-	-	-	-	22/23	-	-	
カテゴリ名 & 特長① & 特長②	平均値	4	-	-	-	-	-	14	-	-	
	計測日数	46/83	-	-	-	-	-	18/23	-	-	
カテゴリ名 & 特長①	平均値	-	-	-	-	-	-	48	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	16/23	-	-	
カテゴリ名 & 対象 & 競技	平均値	109	-	-	-	-	-	55	-	-	
	計測日数	17/83	-	-	-	-	-	11/23	-	-	
カテゴリ名 & 特長① & 特長②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google					
			gr 1			gr 1			seo		
			有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異
カテゴリ名&特長&効果	平均値	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	計測日数	3/83	-	-	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ名&競技	平均値	-	-	-	-	-	-	75	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	2/23	-	-	
カテゴリ名&仕様	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&商品名&対象	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	32	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	12/23	-	-	
カテゴリ名&対象&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&対象&部位	平均値	73	-	-	-	-	-	35	-	-	
	計測日数	25/83	-	-	-	-	-	3/23	-	-	
カテゴリ名&商品名&対象	平均値	37	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	4/83	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&仕様①&仕様②	平均値	123	-	-	-	-	-	32	-	-	
	計測日数	37/83	-	-	-	-	-	4/23	-	-	
カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google					
			gr 1			gr 1			seo		
			有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異
カテゴリ名&対象&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&対象&部位	平均値	23	-	-	-	-	-	52	-	-	
	計測日数	64/83	-	-	-	-	-	1/23	-	-	
カテゴリ名&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	90	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	1/23	-	-	
カテゴリ名&特長&素材	平均値	28	-	-	-	-	-	23	-	-	
	計測日数	38/83	-	-	-	-	-	20/23	-	-	
カテゴリ名&特長①&特長②	平均値	3	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	36/83	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&サイズ	平均値	29	-	-	-	-	-	19	-	-	
	計測日数	35/83	-	-	-	-	-	19/23	-	-	
カテゴリ名&部位	平均値	67	-	-	-	-	-	69	-	-	
	計測日数	35/83	-	-	-	-	-	8/23	-	-	

・ドラッグストア①

	bing	Google
キーワード総数	18	18
構造化データ有	4	6
構造化データ無	1	3

企業名	キーワード		bing			Google						
			gc1			gc1			seo			
			有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
ドラッグストア	メーカー&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	部位&効果①&効果②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	メーカー名&カテゴリ	平均値	-	-	-	-	-	-	-	57	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	1/23	-	-
	カテゴリ名&メーカー名	平均値	-	-	-	-	-	-	42	-	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	-	14/23	-	-	-
	カテゴリ名&成分	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	特長&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	42	-	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	-	1/23	-	-	-
	カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長&商品名	平均値	83	94	11	-	-	-	51	-	-	#VALUE!
		計測日数	41/83	27/83	-	-	-	-	19/23	-	-	-
カテゴリ名&特長&商品名	平均値	-	-	-	-	-	-	102	-	-	#VALUE!	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	1/23	-	-	-	
カテゴリ名&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
商品名	平均値	7	23	16	-	-	-	6	16	10	-	
	計測日数	45/83	33/83	-	-	-	-	21/23	15/23	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google						
			gc1			gc1			seo			
			有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
	商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&特長	平均値	67	77	10	-	-	-	27	42	13	-
		計測日数	35/83	39/83	-	-	-	-	17/23	18/23	-	-
	部位&効果&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	特長①&特長②&特長③	平均値	69	75	6	-	-	-	59	53	-6	-
		計測日数	16/83	26/83	-	-	-	-	9/23	3/23	-	-
	商品名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
計測日数		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ&商品名	平均値	-	42	#VALUE!	-	-	-	60	56	-4	-	
	計測日数	-	32/83	-	-	-	-	10/23	14/23	-	-	

・アパレルメーカー②

	bing	Google
キーワード総数	16	16
構造化データ有	4	6
構造化データ無	2	1

企業名	キーワード	bing			Google					
		gs1			gs1			seo		
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異
アパレル	乗り物名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	12	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	21/23	-	-
	乗り物名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	27	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	19/23	-	-
	乗り物名&特長①&特長②	平均値	2	-	#VALUE!	-	-	1	-	#VALUE!
		計測日数	36/83	-	-	-	-	22/23	-	-
	特長&カテゴリ名	平均値	7	3	-4	-	-	9	7	-2
		計測日数	42/83	37/83	-	-	-	10/23	19/23	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	103	-	-	-	-	126	-	-
		計測日数	6/83	-	-	-	-	1/23	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	9	28	19	-	-	16	48	32
		計測日数	42/83	40/83	-	-	-	19/23	16/23	-
	対象&カテゴリ名&競技名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-
	競技名&カテゴリ名①&カテゴリ名②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-
計測日数		-	-	-	-	-	-	-	-	
競技名&カテゴリ名&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名①&カテゴリ名②	平均値	-	-	-	-	-	124	-	#VALUE!	
	計測日数	-	-	-	-	-	1/23	-	-	
商品名&カテゴリ名	平均値	19	34	15	-	-	-	-	-	
	計測日数	27/83	29/83	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード	bing			Google					
		gs1			gs1			seo		
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異
	競技名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-
	競技名&カテゴリ名&素材	平均値	16	112	96	-	-	22	-	#VALUE!
		計測日数	42/83	26/83	-	-	-	23/23	-	-
	競技名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長	平均値	-	39	#VALUE!	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	78/83	-	-	-	-	-	-	

・ドラッグストア②

	bing	Google
キーワード総数	23	23
構造化データ有	3	6
構造化データ無	5	4

企業名	キーワード	bing			Google						
		gs l			gs l			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
ドラッグストア	商品名&メーカー名&カテゴリ名	平均値	137	188	91	-	-	-	53	-	#VALUE!
		計測日数	37/83	24/83	-	-	-	-	3/23	-	-
	商品名&カテゴリ名&属性	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&カテゴリ名&属性	平均値	52	69	17	-	-	-	60	63	3
		計測日数	52/83	30/83	-	-	-	-	14/23	2/23	-
	商品名&特長	平均値	84	94	-50	-	-	-	29	49	14
		計測日数	35/83	24/83	-	-	-	-	17/23	18/23	-
	カテゴリ名&メーカー名&対象	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&メーカー名&成分	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&成分①&成分②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
対象&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長&素材	平均値	-	-	-	-	-	-	57	-	#VALUE!	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	13/23	-	-	
カテゴリ名&特長&効果	平均値	9	-	#VALUE!	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	11/83	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&シチュエーション①&シチュエーション②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード	bing			Google						
		gs l			gs l			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
	カテゴリ名&部位&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	118	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	1/23	-
	カテゴリ名&特長①&特長②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長①&特長②	平均値	-	21	#VALUE!	-	-	-	-	54	#VALUE!
		計測日数	-	31/83	-	-	-	-	-	16/23	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	25	10	-15	-	-	-	21	33	12
		計測日数	43/83	43/83	-	-	-	-	21/23	12/23	-
	カテゴリ名&素材&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&素材&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&素材&特長	平均値	-	22	#VALUE!	-	-	-	-	22	#VALUE!
		計測日数	-	38/83	-	-	-	-	-	19/23	-
商品名&素材	平均値	71	29	-22	-	-	-	24	33	9	
	計測日数	40/83	32/83	-	-	-	-	15/23	21/23	-	
カテゴリ名&場所&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&場所&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名①&カテゴリ名②&カテゴリ名③	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード	bing			Google						
		gs l			gs l			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
	カテゴリ名&サイズ	平均値	-	-	-	-	-	-	32	47	15
		計測日数	-	-	-	-	-	-	15/23	20/23	-

・食品メーカー

	bing	Google
キーワード総数	16	16
構造化データ有	4	5
構造化データ無	0	2

企業名	キーワード	bing			Google						
		gsl			gsl			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
食品メーカー	カテゴリ名&特長①&特長②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&成分&特長	平均値	-	33	#VALUE!	-	-	-	-	36	#VALUE!
		計測日数	-	29/83	-	-	-	-	-	18/23	-
	商品名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&特長	平均値	9	14	5	-	-	-	21	94	73
		計測日数	45/83	31/83	-	-	-	-	19/23	2/23	-
	商品名&特長&成分	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	成分&素材&カテゴリ名	平均値	31	120	89	-	-	-	62	-	#VALUE!
		計測日数	38/83	30/83	-	-	-	-	10/23	-	-
	カテゴリ名&特長&成分	平均値	75	-	#VALUE!	-	-	-	-	-	-
		計測日数	32/83	-	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長&色	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
計測日数		-	-	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	73	-	#VALUE!	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	10/23	-	-	
成分&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	341	-	#VALUE!	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	4/23	-	-	
カテゴリ名&特長&成分	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード	bing			Google						
		gsl			gsl			seo			
		有	無	差異	有	無	差異	有	無	差異	
	商品名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	特長&カテゴリ名&対象	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	56	-	#VALUE!
		計測日数	-	-	-	-	-	-	16/23	-	-
カテゴリ名&特長&成分	平均値	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

5) 企業サイトにおける企業別・キーワード別の検索順位結果

各企業サイトにおいて、構造化データを設置する前と設置した後で検索結果に差異が発生するか確認した。

各企業の表の見方は、以下のとおり。

- ※検索エンジンは「bing」「Google」の2パターンであり、それぞれに数値をまとめる。
- ※「キーワード総数」とは、検索順位をチェックしたキーワードの総数。
- ※「構造化設置後が上位」とは、キーワード総数の中で、検索順位が構造化データを設置する前と後では、構造化データ設置後のほうが検索順位で上位に表示された件数を指す。
- ※「構造化設置前が上位」とは、キーワード総数の中で、検索順位が構造化データを設置する前と後では、構造化データ設置前のほうが検索順位で上位に表示された件数を指す。

- ・ホームセンター①

	bing	Google
--	------	--------

キーワード総数	22	22
構造化設置後が上位	3	0
構造化設置前が上位	7	3

企業名	キーワード	bing			Google				
		gs 1			gs 1			seo	
		前	後	前後差	前	後	前後差	後	
ホームセンター	規格①	平均値	3	3	0	2	2	0	3
		計測日数	36/37	38/46	-	25/37	45/46	-	22/23
	材料①	平均値	53	64	-11	-	-	-	-
		計測日数	8/11	39/46	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&企画①	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	材料②	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	規格①&企画②	平均値	-	-	-	1	1	0	2
		計測日数	-	-	-	30/37	45/46	-	21/23
	商品名	平均値	94	140	-46	34	-	#VALUE!	-
		計測日数	33/37	31/46	-	14/37	-	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	53	-	#VALUE!	-	-	-	-
		計測日数	8/37	-	-	-	-	-	-
商品名&用途&用法	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
商品名&型番	平均値	19	22	-3	14	-	#VALUE!	-	
	計測日数	30/37	3/46	-	28/37	-	-	-	
商品名&シリーズ名	平均値	9	11	-2	18	-	#VALUE!	-	
	計測日数	36/37	38/46	-	22/37	-	-	-	
メーカー名&カテゴリ名&型番	平均値	7	7	0	-	-	-	-	
	計測日数	35/37	37/46	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード	bing			Google				
		gs 1			gs 1			seo	
		前	後	前後差	前	後	前後差	後	
	型番	平均値	4	18	-14	-	-	-	-
		計測日数	37/37	38/46	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&仕様①&仕様②	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	特長&機能	平均値	14	18	-4	-	21	#VALUE!	-
		計測日数	32/37	28/46	-	-	9/46	-	-
	型番	平均値	3	2	1	2	-	#VALUE!	-
		計測日数	36/37	42/46	-	25/37	-	-	-
	メーカー名&カテゴリ名	平均値	12	10	2	10	-	#VALUE!	-
		計測日数	26/37	38/46	-	14/37	-	-	-
	カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	仕様	平均値	-	-	-	101	-	#VALUE!	-
		計測日数	-	-	-	7/37	-	-	-
	商品名&内容量	平均値	44	48	-4	-	-	-	-
		計測日数	27/37	29/46	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&商品名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&特長	平均値	-	118	#VALUE!	-	-	-	-
	計測日数	-	15/46	-	-	-	-	-	
効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	

・アパレルメーカー①

	bing	Google
キーワード総数	29	29
構造化設置後が上位	0	0

構造化設置前が上位	0	0
-----------	---	---

企業名	キーワード		bing			Google			
			gs 1			gs 1			seo
			前	後	前後差	前	後	前後差	後
アパレル	カテゴリ名&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&部位&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&商品名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&メーカー名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&素材	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&商品名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長①&特長②	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ名&特長①&特長③	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長①	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&対象&競技	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長①&特長③	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google			
			gs 1			gs 1			seo
			前	後	前後差	前	後	前後差	後
	カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&競技	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&仕様	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&商品名&対象	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&対象&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ名&対象&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&商品名&対象	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&仕様①&仕様③	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名&特長&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google			
			gs 1			gs 1			seo
			前	後	前後差	前	後	前後差	後
	カテゴリ名&対象&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長&素材	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長①&特長③	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&サイズ	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&部位	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-

・アパレルメーカー②

	bing	Google
キーワード総数	16	16
構造化設置後が上位	0	0
構造化設置前が上位	2	3

企業名	キーワード		bing			Google			seo
			g=1			g=1			
			前	後	前後差	前	後	前後差	
アパレル	乗り物名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	乗り物名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	乗り物名&特長①&特長②	平均値	-	-	-	1	-	#VALUE!	-
		計測日数	-	-	-	9/36	-	-	-
	特長&カテゴリ名	平均値	-	-	-	3	-	#VALUE!	-
		計測日数	-	-	-	8/36	-	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	1	-	#VALUE!	-
		計測日数	-	-	-	10/36	-	-	-
	対象&カテゴリ名&競技名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	競技名&カテゴリ名①&カテゴリ名②	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
競技名&カテゴリ名&効果	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
カテゴリ名①&カテゴリ名②	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
商品名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	

企業名	キーワード		bing			Google			seo
			g=1			g=1			
			前	後	前後差	前	後	前後差	
	競技名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	競技名&カテゴリ名&素材	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	競技名&カテゴリ名&特長	平均値	79	-	#VALUE!	-	-	-	-
		計測日数	4/36	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&特長	平均値	78	-	#VALUE!	-	-	-	-
		計測日数	6/36	-	-	-	-	-	-

・百貨店

	bing	Google
キーワード総数	9	9
構造化設置後が上位	0	0
構造化設置前が上位	0	0

企業名	キーワード		bing			Google			
			gs l			gs l			seo
			前	後	前後差	前	後	前後差	後
百貨店	ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&シチュエーション①&シチュエーション②	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	カテゴリ名&シチュエーション&色	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
	ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-
		計測日数	-	-	-	-	-	-	-
ブランド名&カテゴリ名	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	
ブランド名&カテゴリ名&特長	平均値	-	-	-	-	-	-	-	
	計測日数	-	-	-	-	-	-	-	

参考情報 5 : テストサイト掲載商品の各リッチスニペット表示

検索結果の下部には、文章のようなページの抜粋や要約などのテキスト（スニペット）以外にも、著作権情報やサムネイル画像などを表示させることができる。これをリッチスニペットと言う。

1) リッチスニペットとは

検索結果表示画面では、ヒットした Web ページのタイトルの下に数行のテキストが表示されている。

「構造化データ」がよく分かる！初心者向け徹底解説 ++ SEO ...

www.seohacks.net > SEOブログ > HTML・CSS ▾

SEOの文脈においても頻りに話題になる「構造化データ」。意外にそこまで詳細に理解されている方は多くないのでは？ここでは構造化データやリッチスニペットの概要から、HTMLでの記述方法、テストツールなど、全体像を掴んで頂ければと思います。

これらのテキストはスニペットと呼ばれ、ユーザーがページの内容や検索キーワードとの関連性を把握できるようにするために表示されている。

リッチスニペットとは、通常テキストのみであるスニペットを発展させたもので、以下の例のように画像やレビュー評価などのテキスト以外の情報も表示されているものを指す。

五反田アリエッタ ホテル&トラットリア | 東京・大阪でのビジネス ...

www.thehotel.co.jp/jp/arietta_gotanda/ ▾

東京のビジネスホテルを始め、大阪のビジネスホテルのことはルネッサンスホテルグループにお任せください。五反田アリエッタ ホテル&トラットリアについてご案内いたします。

4.0 ★★★★★ Google のクチコミ(8) ・レビューを書く - ¥8500 ▾

 〒141-0022 東京都品川区東五反田2-5-2
03-5448-9111

[客室・料金](#) - [アクセスマップ](#) - [各種サービス](#)

門外不出のトマトパスタ6000レポ感謝！ - クックパッド



cookpad.com > ... > トマト系パスタ > トマトソースパスタ ▾

2008/11/21 - 門外不出のトマトパスタ6000レポ感謝！」☆話題入りありがとうございます！パスタは我が家の一番！涙山の人に美味しいパスタを食べて欲しくて門外不出レシピ公開！材料パスタ、ホールトマト(総量400g位のもの)、にんにく..

2) テストサイト各商品のリッチスニペット結果

- 目的

構造化データを商品ページに埋め込むことで、指定した画像 URL 等が検索結果にリッチスニペットとして表示されるのかを確認すること。

- 確認条件

スニペットに反映されている内容が、以下のどれに該当するかをチェックした。

- html
- 構造化データ
- その他のデータ
- 検索結果表示なし

- 結果

全検索キーワードのスニペットを調査したところ、表示されたすべてのケースで HTML から引用されており、構造化データ埋め込みによる、表示内容に対する影響は見られなかった。