

Google Search Engine Guidebook



Full Speed

「分からないことは、まずは検索して調べてみよう！」

この合言葉は日本だけでなく全世界の共通言語になっています。インターネット検索は、最新情報へのアクセスの仕方を変えただけでなく、情報についての考え方そのものを変えてしまったといっても大袈裟ではないでしょう。この検索という文化をユーザーに広く浸透させたのがGoogleです。

本書は、Googleがどのような考えのもと検索の仕組みを作っているのか、どのようなインパクトで世界に影響を与えてきたのか、検索エンジンの基盤となる仕組みを紹介するものです。

Googleの核心に触れるのが初めての方には全体像がつかめる新鮮な情報がありますし、すでに多くの知識を蓄えている方も、再確認をすることでこれまでより深い洞察が得られれば幸いです。

今後、Googleがどのように進化していくかは、Googleのみが知ることですが、検索ユーザーのニーズを正確に叶えるべく、巨大なシステムが知性を持ち、人工知能で一人一人のユーザーに向かい合うことになるのかも知れません。

Googleのみならず、インターネット業界の進歩は著しく、本書公開後に新たな仕組みが導入されるのは、ある意味宿命です。リアルタイムな情報を伝えることは本書では出来ませんが、書き手の私にできることは、ユーザーのみなさんが新たな出来事について判断する助けになる材料を、本書で示すことと考えます。本ガイドラインがそのように活用されることを、そしてGoogleについての理解を深めていただくことを願っています。

フルスピード SEO部
SEOコンサルタント 深井
2014年4月末日

Section 1 Google基本情報	04
-------------------------	----

Section 2 検索アルゴリズムのメカニズム	13
-----------------------------	----

Section 3 検索アルゴリズム進化の歩み	24
----------------------------	----

Section 4 検索テクノロジーの裏側を知ろう	38
------------------------------	----

Section 5 知っておくと便利な検索のワザ	51
-----------------------------	----

Section 6 現場で使えるGoogle公式情報	60
-------------------------------	----

巻末資料 関連用語集	68
---------------	----



ご注意事項

1. 本書は当社SEO部が独自に調査した結果をまとめた2014年4月現在のものです。
2. 本書の内容に関して運用した結果の影響については、責任を負いかねますので、あらかじめご了承ください。
3. 本書へのお問合せには対応ができませんので、あらかじめご了承ください。
4. 本書の無断複製・無断配付・無断公開は禁止しております。

Section 1

Google基本情報

1. はじめに

この章では、「Googleの歴史・世界のシェア・日本市場のシェア」などGoogle検索エンジンの基盤となる基本情報についてご紹介いたします。

1998年9月に創業してから数十年、常に進化を遂げ、検索という独自のマーケットを確固たるものにしたのがGoogleです。

何かしらの情報を探しているとき、多くの人はインターネットの検索に頼ることが多くなりました。これまで情報を得るには、マスコミ4媒体であるテレビ・新聞・雑誌・ラジオがメインでした。しかし、この4媒体に割って入ったのが検索です。

場所を問わず、そしてリアルタイムに情報を得られる検索技術を大きなマーケットに成長させ、ユーザーが求める情報にアクセスしやすくしたGoogleの功績は非常に大きいものです。検索が毎日の生活の中で、なくてはならないものになっている方も多いのではないのでしょうか。



Google検索ランキングの背景にある理念「最も関連性の高い結果を返すこと」を考えると、Googleは今後も歩みを止めることはないでしょう。

私たちユーザーは、刷新や変化をひとつの好機と捕え、ユーザーの満足度・信頼度の向上、そして市場における明確な差別化を随時図り、ビジネスを一段上のレベルに引き上げる進化をともに実行する必要があります。

検索エンジンの進化は、Webビジネスについて、またユーザーへの価値を高めることについて深く探求するきっかけを与えてくれる糸口と考えましょう。

2. Googleの概要

Googleの使命

1996年、スタンフォード大学の大学院生だったラリー・ページとサーゲイ・ブリンが開発した検索エンジン「BackRub(バックラブ)」がGoogle検索エンジンのルーツです。1つ1つのWebページの重要度をリンクに基づいて判断するというものでした。その成果を事業化して1998年に創業した企業が現在のGoogleです。

コンピュータサイエンス専攻の学生2人が大学の寮の1部屋で始めた取り組みが、膨大な数の社員が世界各地のオフィスで展開する事業へと拡大したのです。

大きくなった今でも、Googleの信念は、

「常にユーザーの利益を第一に考えることと、世界中の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにすること」です。

創業

1998年

創設者

ラリー・ページとサーゲイ・ブリン

法人化

1998年9月4日

株式公開(NASDAQ)

2004年8月19日

本社

1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View CA 94043

Googleロゴの意味

共同創設者のラリー・ページとサーゲイ・ブリンは、自分たちが開発した検索エンジンに「Google」という名前を付けました。1の後にゼロが100個並んだ値を表す「Googol(ゴークール)」という数学用語をもじったもので、無限に思えるWeb上の情報を体系化するという使命を反映したものです。



検索エンジンの取り組み

google.comをはじめとする数百のGoogleドメインは、さまざまな言語で情報を検索、株価の動きやスポーツの結果を確認、主なニュースをチェック、近所の郵便局やスーパーの住所を確認することができます。画像、動画、地図、特許など、検索の対象を絞ることもできます。検索結果のページでは、ユニバーサル検索のテクノロジーによって、入力した検索キーワードに対応するさまざまな情報が1つのページに集約されています。

パーソナライズ検索など、自分の興味や関心に合った情報を見つけやすくする機能もあります。

検索はGoogleの原点であり、現在も事業の中心です。Googleは、技術面の設計や開発で、検索サービスに最も時間を投じています。ユーザーが必要な情報をいつでも得られるようにするために、検索の性能や速度を改良する余地が常に残っているからです。

出典：Google japan(<https://www.google.co.jp/>)

3. データセンター・ギャラリー

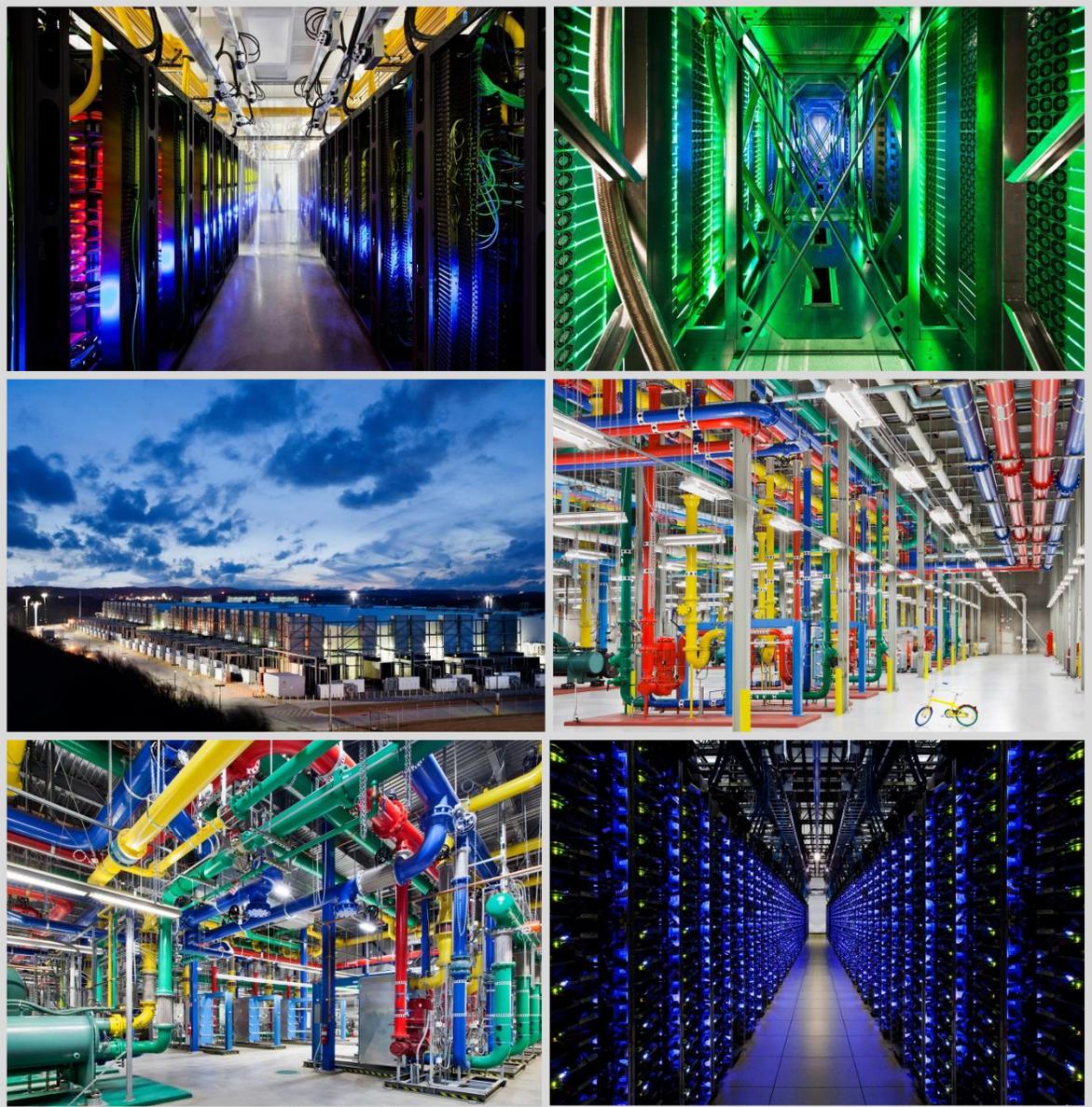
Googleの心臓部

公式情報によると、データセンターは世界で12拠点をあります。これまで非公開でベールに包まれていたのですが、Googleのデータが詰まりに詰まった、いわゆる心臓部であるデータセンターの一部が写真とストリートビューで公開されました。Googleらしく遊び心満載の内装、そしてSFのようなカッコよさを併せ持った空間です。

アメリカ
7拠点

アジア
台湾・シンガポール

ヨーロッパ
フィンランド・ベルギー・アイルランド



出典：Google (<https://www.google.com/about/datacenters/inside/locations/>)

4. Googleの歴史

1997年09月		google.comドメインを取得
1998年09月		Google創業(カリフォルニア州で検索サービスを開始)
2000年05月		10言語でgoogle.comをリリース(フランス・ドイツ・イタリア・スペインなど)
09月		日本語での検索サービスを開始
10月		AdWordsを開始
2001年04月		Yahoo! JAPANにGoogle検索エンジンを提供(2004年2月まで)
08月		初の海外オフィスを東京に設立(日本法人Google株式会社)
2003年03月		Google AdSenseを開始
2005年02月		Googleマップをリリース
11月		Google Analyticsを開始
2006年10月		YouTube社の買収を発表
2007年02月		Gmailを一般公開
09月		Google Readerが日本語でリリース(2013年7月に終了)
2008年08月		日本でストリートビューを公開
09月		Google Chromeブラウザのベータ版を公開(同年12月正式リリース)
2009年02月		Google日本が有料リンクのペーパーポスト使用でPR9→PR5にダウン
2010年03月		中国本土から検索ビジネスの撤退を発表
12月		Yahoo! JAPANにGoogle検索エンジンを提供
2011年01月		Larry PageがCEOに就任することを発表、Eric Schmidtは会長に
06月		ソーシャルサービス「Google+(プラス)」を発表(同年11月正式リリース)
07月		Twitterとの業務提携が終了したことによりリアルタイム検索サービス閉鎖
2012年01月		ソーシャル検索機能「Search Plus Your World(SPYW)」をリリース
01月		Chrome公式サイトが検索ガイドライン違反でPR9→PR0にダウン
03月		Google Playでデジタルコンテンツ配信サービスを開始

5. Google インターフェースの変更履歴

原点である検索事業が、創業当時から変わらずGoogleの核であることが分かります。

1998年12月ころ

Google!
BETA

Search the web using Google!

Google Search I'm feeling lucky

Special Searches
[Stanford Search](#)
[Linux Search](#)

[Help!](#)
[About Google!](#)
[Company Info](#)
[Google! Logos](#)

Get Google!
updates monthly:
your e-mail
Subscribe [Archive](#)

Copyright ©1998 Google Inc.

2005年10月ころ

Google™

Web [Images](#) [Groups](#) [News](#) [Froogle](#) [Local](#) [more »](#)

Google Search I'm Feeling Lucky [Advanced Search](#)
[Preferences](#)
[Language Tools](#)

New! [Personalize this page.](#)

[Advertising Programs](#) - [Business Solutions](#) - [About Google](#)

©2005 Google

2008年08月ころ

Web [Images](#) [Maps](#) [News](#) [Shopping](#) [Gmail](#) [more ▼](#)

[iGoogle](#) | [Sign in](#)

Google™

Google Search I'm Feeling Lucky [Advanced Search](#)
[Preferences](#)
[Language Tools](#)

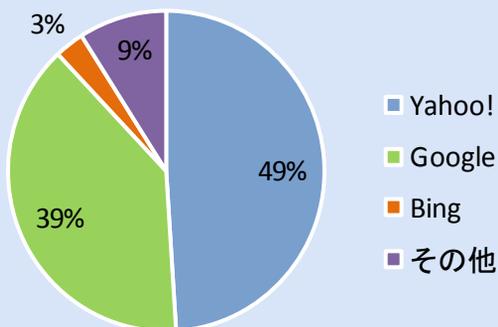
[Advertising Programs](#) - [Business Solutions](#) - [About Google](#)

©2008 - [Privacy](#)

6. 各国の検索エンジンシェア（アジア編）

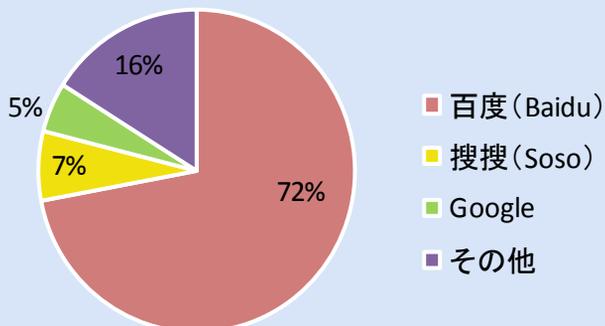
● 日本の検索エンジンシェア

Yahoo!が2010年12月にGoogleの検索エンジンを採用した後も、両検索エンジンのシェアやYahoo!の来訪者数に変化は見られず、Yahoo!とGoogleがシェアを二分している関係が数年続いている状態です。



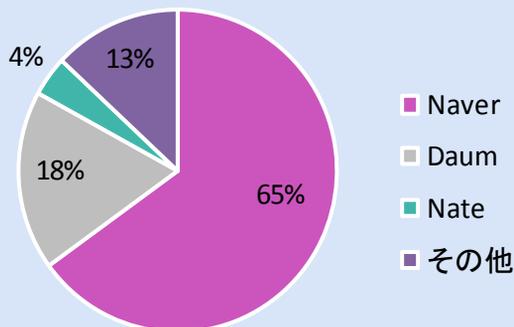
中国の検索エンジンシェア

中国独自の検索エンジン百度が圧倒的な支持を受けており独り勝ちの状況です。Googleは中国政府の検閲問題で、中国国内からは香港サーバ経由でしかアクセスできないことから伸び悩んでいる状態です。



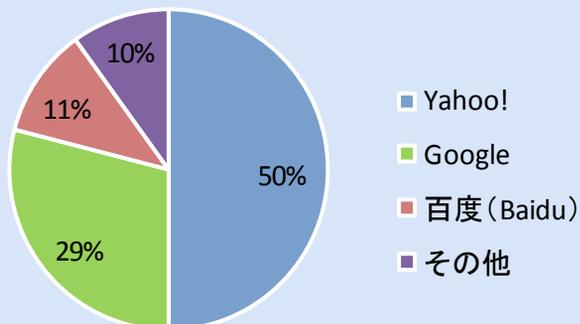
韓国の検索エンジンシェア

韓国産の検索エンジンが上位を占めており、運営会社も3社とも大手企業で、力を入れた事業であることがうかがえます。中でもNaverの運営会社はlivedoorを買収した経緯もあり日本で一躍有名になったことで知られます。



台湾の検索エンジンシェア

日本と同様にYahoo!とGoogleが人気を二分しています。台湾のYahoo!はYahoo!奇摩(Kimo)という名称で、2006年に台湾最大手のポータルサイトであったKimo.comをYahoo!が買収した際に、Kimoを残したことが由来です。



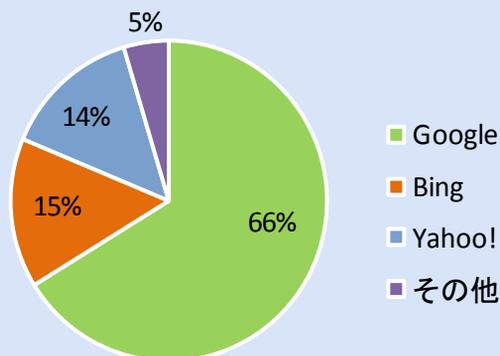
出典:米comScore 2011年3月調査結果

7. 各国の検索エンジンシェア（米・ヨーロッパ編）



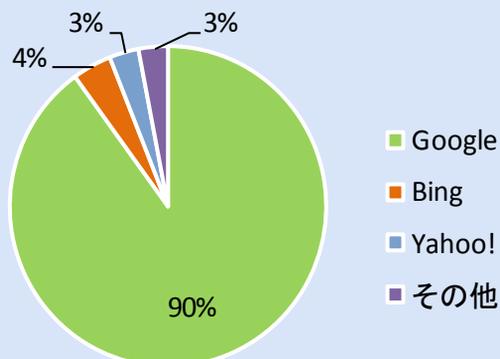
アメリカの検索エンジンシェア

前回の結果では「Google65%、Yahoo!17%、Bing11%」だった為、Googleは変わらず、Bingが若干シェアを伸ばし、逆にYahoo!がシェアを落としている状況です。Yahoo!はBingの検索エンジンを使っている限り伸び率は今後も低いでしょう。



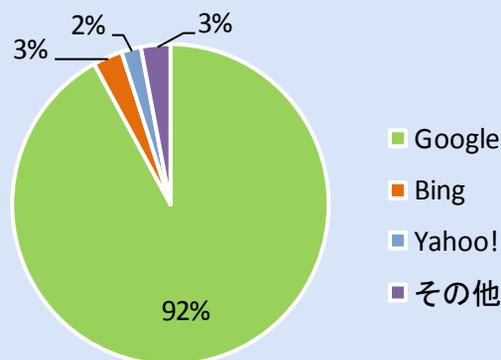
イギリスの検索エンジンシェア

西ヨーロッパは総じてGoogleの割合が高く、イタリア・ドイツ・スイスなどもGoogleのシェアが概ね85%を超えており、BingやYahoo!は苦戦している地域といえます。



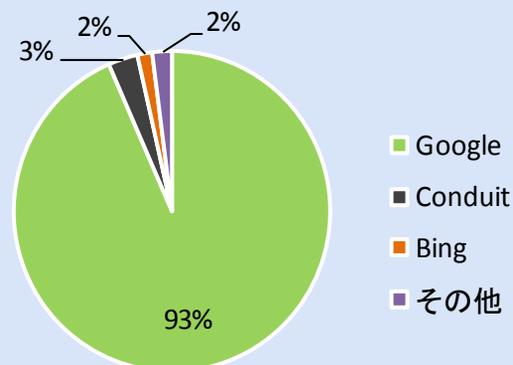
フランスの検索エンジンシェア

他の国と同様、Googleが圧倒的なシェアを持っています。その他には0.9%ですが、Orangというフランステレコムの子会社である携帯キャリア会社がランクインしています。



スペインの検索エンジンシェア

Googleが圧倒的なシェアを保っており、Yahoo!は1%未満と全く振るわない結果です。Conduitは西欧で見かけるapp publishersで人気が高く、スペインでは3%のシェアを持っているので健闘しているといえるでしょう。



出典:アメリカ_米comScore 2012年1月調査結果、その他_米comScore 2011年8月調査結果

8. 日本の検索エンジン市場図

独自の検索エンジンを保有する4社と、Web検索で提携する主要パートナーをご紹介します。










※2010年12月独自検索エンジンYSTから変更






2013年12月18日をもって
検索サービスの提供から撤退







提携パートナーなし

Section 2

検索アルゴリズムのメカニズム

1. はじめに・・・

この章では、クローラ ~ インデックス ~ アルゴリズムに至る検索ランキングの仕組みや、日々順位が異なる理由を解説いたします。

Googleが掲げる信念「ユーザーが求める関連性が高い情報を適切に返すこと」を実現するため検索アルゴリズムの開発や調整を日々繰り返して行っています。インターネット上の情報量も多くなり、検索するユーザーのリテラシーも高くなるにつれて、利便性を高めるために改良を加え進化をすることは必然といえるでしょう。

では、順位を決定づけるランキングアルゴリズムの変更は毎年どれくらい実施しているのでしょうか。

「13,311個の精度評価」

「8,157個のABテスト」

「2,800個のクリック評価」

を2010年には実施し、結果として「**516個のアルゴリズム変更**」を行っています。

変更があるもの全てが順位に影響を与えているわけではありませんが、順位に多大な影響を与える変更も年に数回行われています。

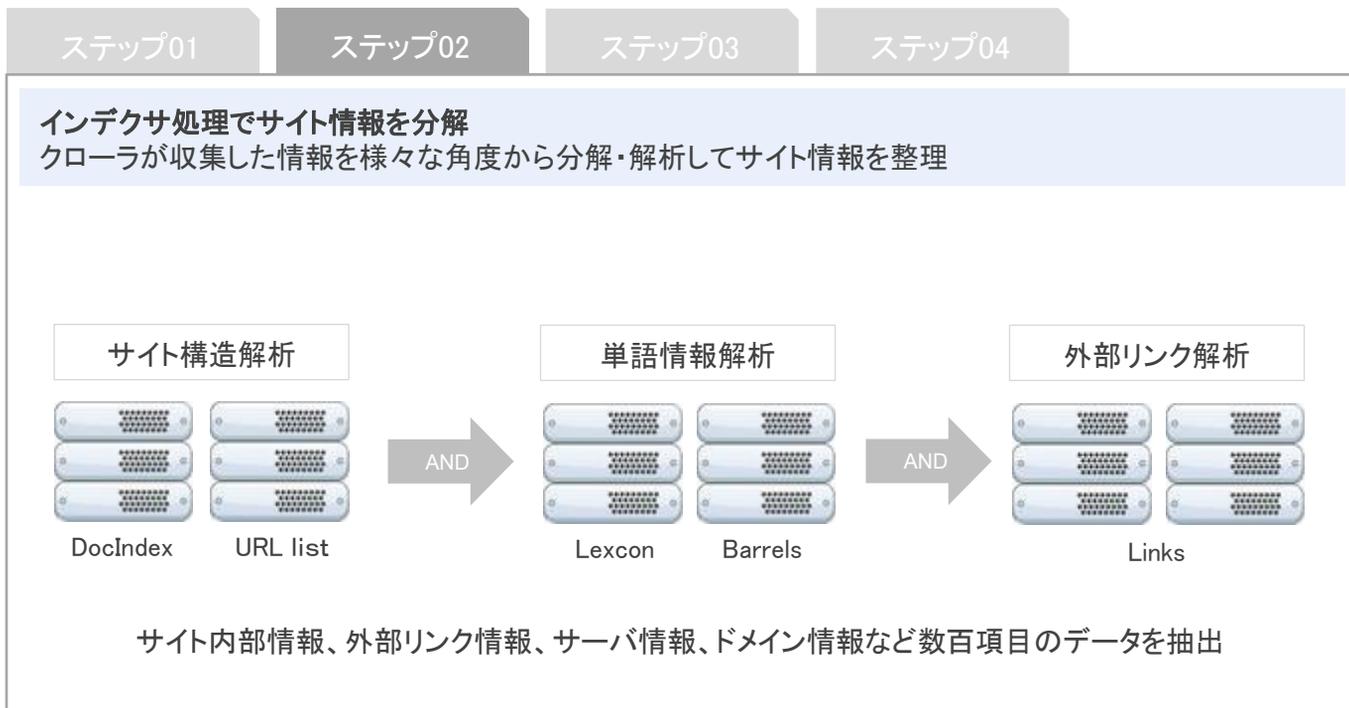
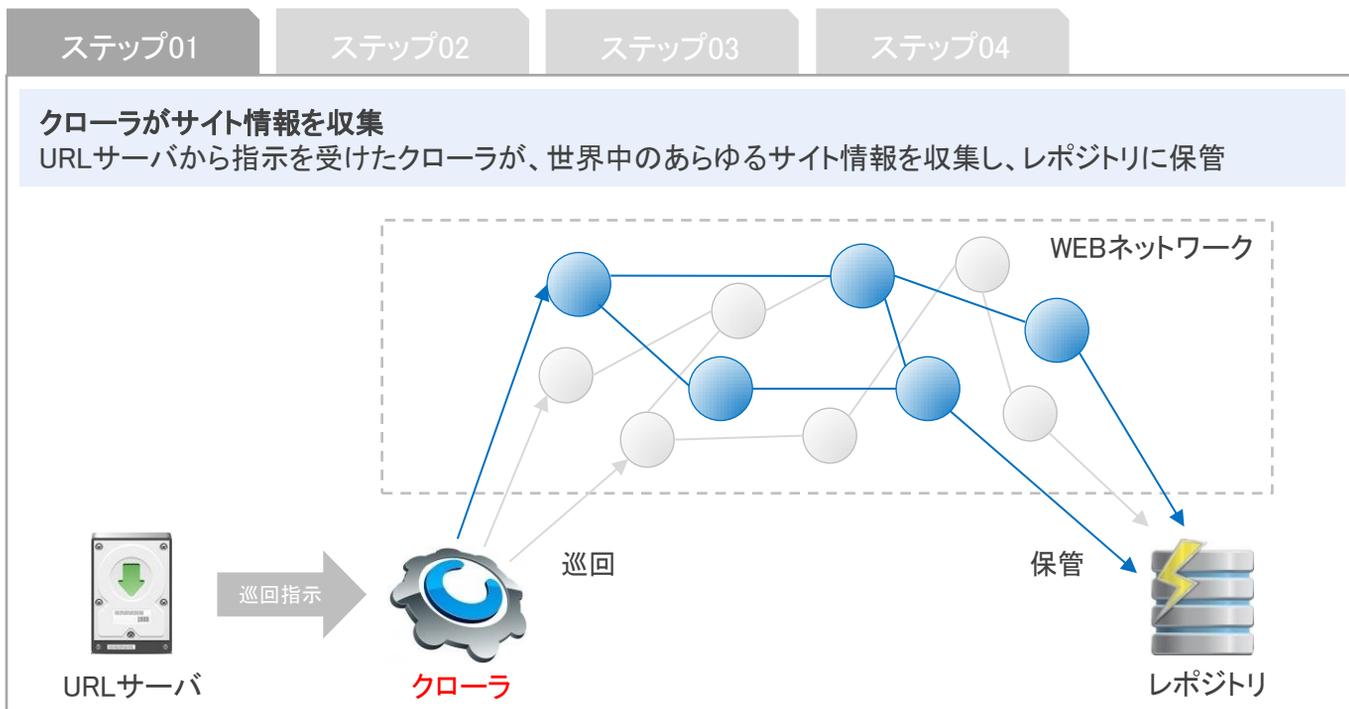


Googleの内情はベールに包まれており、特に検索システムの核となるアルゴリズムの全体像を知る人は、社員の中でも数人しかいないと言われています。

断片的にエンジニアブログや論文などを通じて、その一部を知ることが可能です。この機会にGoogleの各種技術や仕組みなど、「Googleという巨大なプログラム」についての理解を深めていただければと考えています。

2. Google検索エンジンの仕組み vol.1

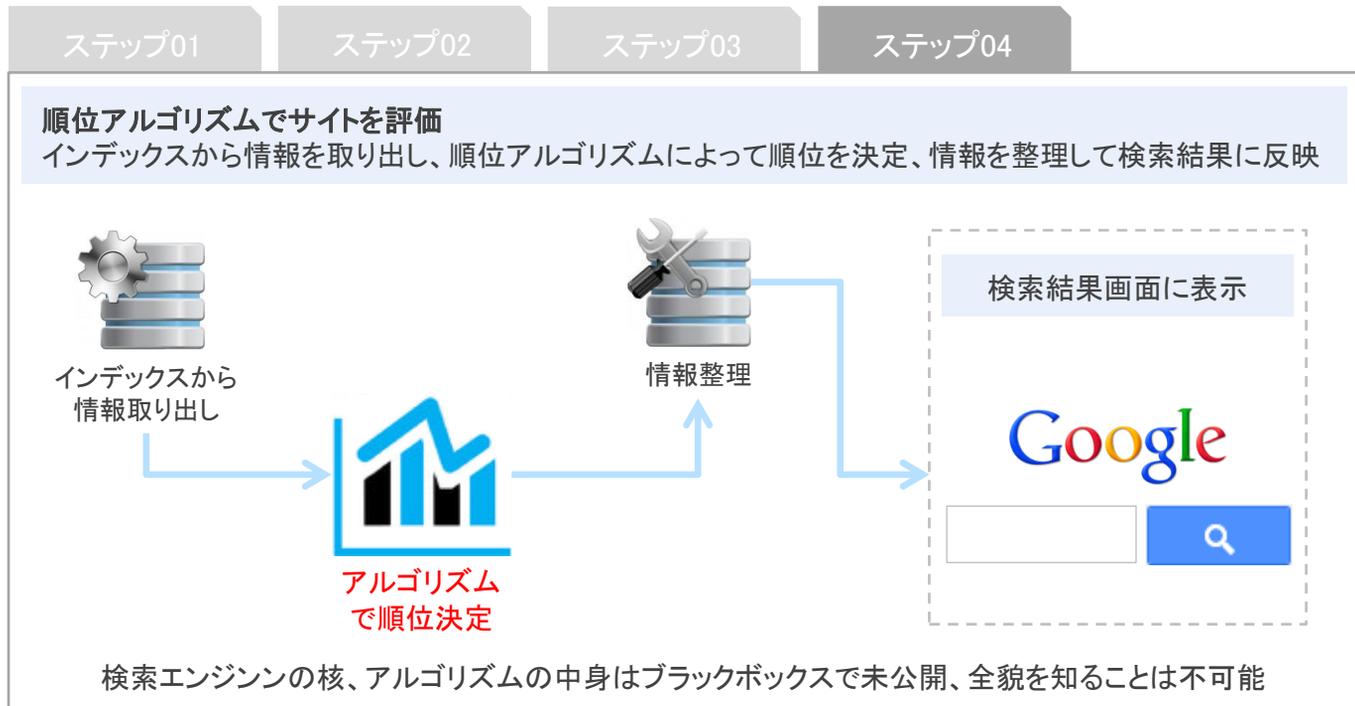
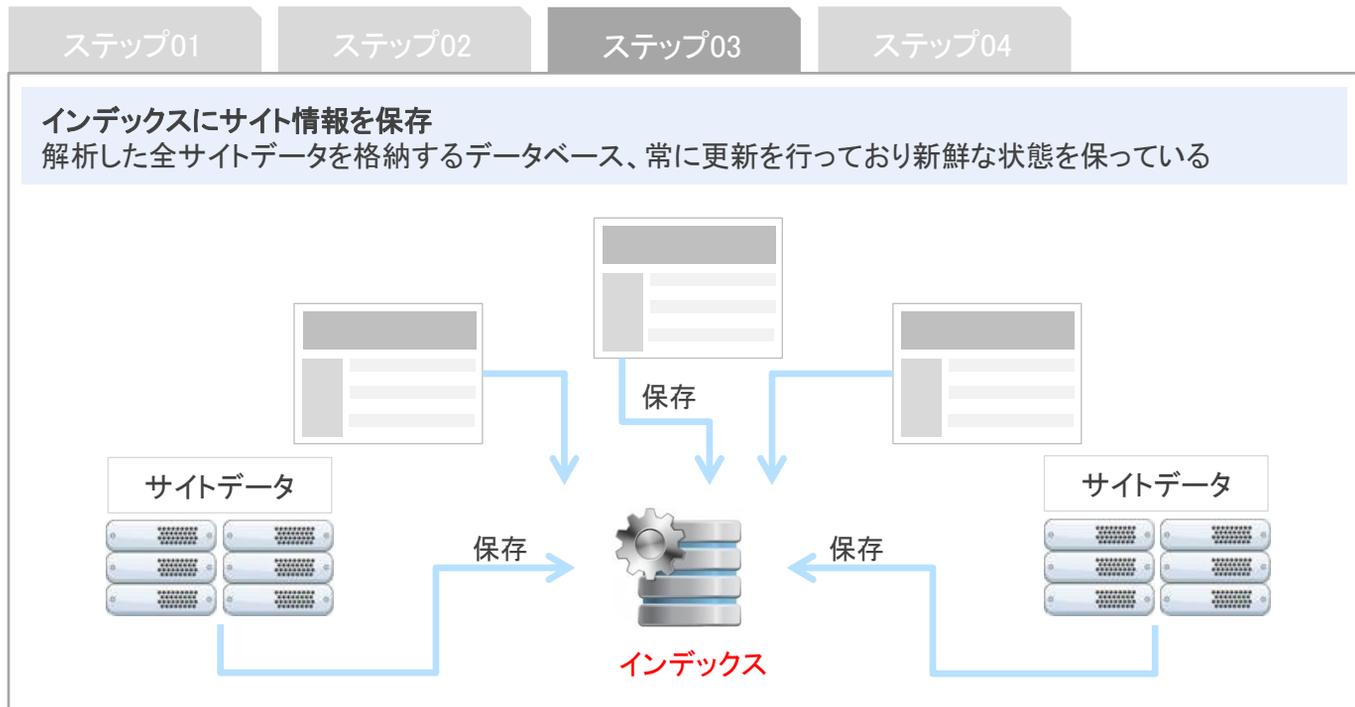
検索結果に表示されるまでの検索エンジンの仕組みをご紹介します。



※Googleからの公式見解がない部分は、当社独自の見解を記述しています。

3. Google検索エンジンの仕組み vol.2

検索結果に表示されるまでの検索エンジンの仕組みをご紹介します。



※Googleからの公式見解がない部分は、当社の見解を加味して記述しています。

4. Google検索エンジンの仕組み vol.3

検索エンジンの仕組みで必ず覚えていただきたい用語は、「クローラ」「インデックス」「アルゴリズム」の3つ。この仕組みを理解することがSEOのスタートラインです。

クローラ(Crawler)



検索結果に表示させるためには、まずは検索エンジンにサイトを認識してもらう必要があります。その第一歩は、クローラ(スパイダーやボットとも言います)にサイトを巡回してもらうことです。

インデックス (Index)



クローラが収集し、インデксаでサイト情報を解析されたデータは全てこのインデックスに保存され、ユーザーが検索をリクエストした際は、このデータベースから情報を抽出しています。ここに保存されないと検索結果に表示されることはありません。

2010年6月には「Caffeine」というインデックスシステムが開発されました。インデックスされたサイトの情報は項目ごとに分割され、新たな情報が加われば瞬時に更新されることから、数分前のホットな情報をリアルタイムで検索結果に表示させることを可能にしています。項目ごとに分解されたデータが全体で絶えず更新されているため、更新内容によっては順位変動が起こることもあります。

アルゴリズム (Algorithm)



検索順位を決定づけるランキングプログラムのこと。インデックスされた情報に、このアルゴリズムで計算することで各キーワードの順位が決定されます。まさに検索エンジンの核、最重要箇所といえるでしょう。

アルゴリズムの仕組みは複雑です。評価項目は200以上あり、この要素に優先順位が付けられ、それぞれの項目にスコアを割り振ることで、サイトの価値を数値で判断しています。この数値が高い順にランキングが構成され、検索結果画面に1位から表示されます。

核心に触れる部分はブラックボックスで中身は一切公表されておらず、全体像を知ることは出来ません。

5. Google検索エンジンを数値化

毎日何十億もの検索がされており、検索をしてから約0.25秒で検索結果に表示させる、Google検索エンジンの舞台裏をのぞいてみましょう。

インデックス量は、**1億ギガバイト**を超えている

検索する前に

インデックスの構築に費やした処理時間は累計で**100万時間**を超えている

検索中に

検索結果が返されるまで、平均で**2,400キロメートル**の旅をしている

アルゴリズムは**200**を超える要素に基づいている

アルゴリズムは毎年**500件以上**の改良を加えている

ランキング

2003年以降、**4,500億**もの新ユニーク検索キーワードに応答している

検索結果

1日の検索件数のうち**16%**の検索が新規である

出典：瞬時の検索

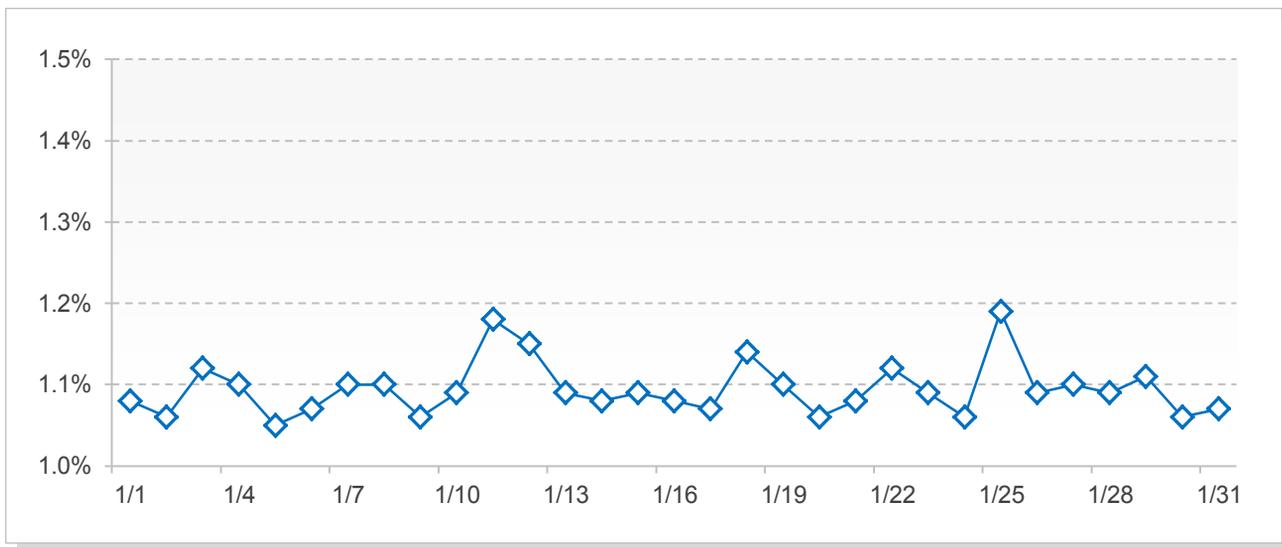
<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.co.jp/ja/jp/intl/ja/insidesearch/howsearchworks/assets/searchInfographic.pdf>

6. 順位変動が起こる理由

順位変動は毎日起こるもの！

下図は、当社で監視しているキーワードの順位変動を独自の計算でグラフ化したものです。（数値が高くなるほど順位変動が激しいこととなります）

ご覧いただいて分かるように検索結果は毎日動いており、検索エンジンは常に新鮮な情報を検索結果に表示する努力をしています。変動の大きさ、変動する理由は様々あります。



図：順位変動率の推移(当社独自基準)

順位変動が毎日起きる理由は？

順位が毎日変動するのは複数の理由が存在します。Googleから変更のアナウンスがされる場合もありますが、多くは公開されず、その変動がどのような理由によるものかを自らが探索する必要があります。では、どのような理由から順位が日々変わるのでしょうか？

- 1 **インデックス** に保存されているデータが更新された時
- 2 **アルゴリズム** が刷新された時
- 3 **ガイドライン違反** と判断され手動で警告を受けた時
- 4 **バケットテスト**(少数ユーザーを対象にしたテスト)が行われた時(一時的な変動)

7. インデックス更新による順位変動



更新の頻度は？



全体を絶え間なく日々更新しています。

2010年6月にインデックスシステム「Caffeine」が導入されたことで、更新速度・インデックスの量・処理能力が劇的に変化をし、数分前にアップした情報が瞬時に検索結果に表示されることが可能になりました。



変動の特徴は？



小さな順位変動が比較的多い。

(3位 → 10位 、 8位 → 5位 など)

順位が動いた！その理由は？

インデックスによる変動の場合は、全体で順位が動くのではなく、評価が変わった特定サイトと、その周辺サイトの一部に影響がでるパターンが一般的です。

1 サイト内部を修正したことにより評価が変わった！

2 強力なバックリンクが増えた！あるいは減った！

3 バックリンクの価値が上がった！あるいは下がった！

4 周辺の競合サイトの評価が変わった！

etc.

8. アルゴリズム刷新による順位変動



更新の頻度は？



全体に影響を及ぼす変動は年に数回ほど。

ユーザーインターフェースに関わる変更（例えば、検索結果画面のtitle表示変更）など、順位に影響を及ぼさない変更は年に数百回行われています。



変動の特徴は？



大きな順位変動が比較的多い。

（55位 → 7位 、 3位 → 30位 など）

順位が動いた！その理由は？

アルゴリズムによる変動の場合は、特定のサイトだけに影響がでるのではなく、大きな刷新であればあるほど全体に影響を及ぼす傾向が高くなります。

1 新たな評価項目が加わった！あるいは変更された！

2 評価項目の優先順位が変わった！

3 評価項目の計算方法が変わった！

4 周辺の競合サイトの評価が変わった！

etc.

9. ガイドライン違反による順位変動



下落の背景は？



スパム行為の発見はアルゴリズムの自動と、人による手動の2パターンがあります。アルゴリズムで対処できないスパム行為は、専門チームが人の目により手動で確認を行い、不正が発覚した場合には、Googleウェブマスターツールから警告メッセージが送付されます。



変動の特徴は？



メッセージを受けた後、大きな順位変動が起こることが比較的多い。
(7位 → 101位圏外 、 5位 → 90位 など)

順位が動いた！その理由は？

ガイドライン違反による変動の場合は、警告を受けたサイトのみが大幅に順位が変わります。ガイドラインに反する行為を見直せばペナルティーは解除され、ある程度元の評価に戻ります。

1

自作自演や不自然なリンクが貼られていると判定された！

2

低品質サイトから多数のリンクが貼られていると判定された！

3

内容が薄く付加価値が低いサイト(低品質アフィリエイトなど)と判定された！

4

大量生産型サイト、自動生成型サイト、コピーコンテンツサイトと判定された！

etc.

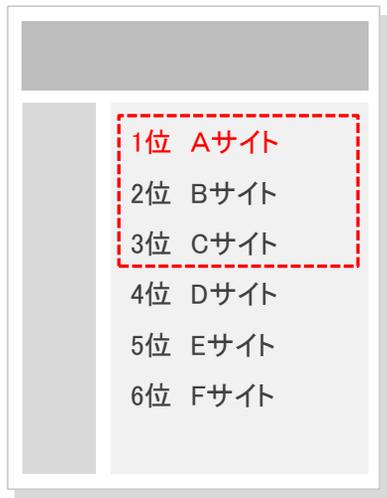
10. 検索順位の相違について

Aさんがあるキーワードで検索したところ「今日はランキングが上がり1位に表示されている！」

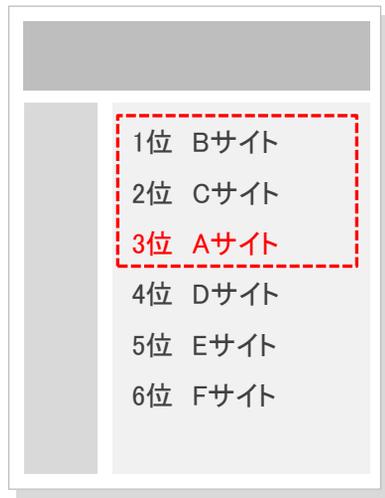
しかし同僚のBさんにパソコンで確認してもらったところ「えっ！？昨日と変わらず3位に表示されていますよ。」

こんな会話は、実は良く起こる事象です。

検索順位はインターネットの環境によって左右されることがあります。なぜそのような事が起こるのか？その原因をご説明いたします。



図：Aさんの検索結果



図：Bさんの検索結果

インターネット環境によって変わる原因は？

- 1 Googleアカウントにログインしており、パーソナライズ検索の影響がでている。
- 2 ブラウザのクッキーを参照され、パーソナライズ検索の影響がでている。
- 3 ログアウト状態での検索内容に基づいたカスタマイズを有効にしている。
- 4 Googleが日々行っているバケットテスト(少数ユーザーを対象にしたテスト)に該当している。
- 5 検索結果画面の表示数を通常の10件から変更している。

順位がおかしいと感じたら、ブラウザのプライベートブラウジング(プライバシーモード)を使い検索を確認してみましょう。Cookieや一時ファイル、ページの訪問履歴を残さずにWebサイトを開ける対処法です。

Section 3

検索アルゴリズム進化の歩み

1. はじめに……

この章では、
ランキングアルゴリズムの重要な刷新履歴より、検索エンジンの進化の過程と特徴的な仕組みを解説いたします。

Google検索エンジンの黎明期を支えた技術は、学术论文の評価（評価が高い論文は引用される回数が多い）を外部リンクの概念に応用したPR（ページランク）です。

リンクでつながるWeb世界の発想を応用したテクニックで、Googleは他の検索エンジンにはない評価軸を作り上げることに成功、当時の評価軸は内部よりも外部の比重が高い状態でした。しかし、外部リンクは誰もが人工的に構築できることから、順位の操作を意図した低品質リンクが横行してしまいます。この問題を解決するために、年々数々のアルゴリズム更新が行われ、今ではサイト内部の状況を的確に把握できる検索エンジンに生まれ変わっています。



近年で最も順位に影響を与えたアルゴリズムの刷新といえば、2011年の「ペンギンアップデート」と「パンダアップデート」を思い浮かべる方が多いのではないのでしょうか。

2011年を境に、外部と内部の評価比重は逆転しています。

人工的なリンクビルディングに頼る外部対策にNGを宣言し、意図的に順位を操作するような悪質なサイトには警告メッセージを送付、場合によっては順位を大幅に下げるペナルティーの対応をしています。

内部は2013年の「ハミングバード」で言語理解力の開発が一気に進み、コンテンツの読解力が格段に進化しています。

検索エンジンとの相性を考慮したサイト設計、ユーザー目線で構築された内部重視のサイトが、高評価を得る時代になっています。

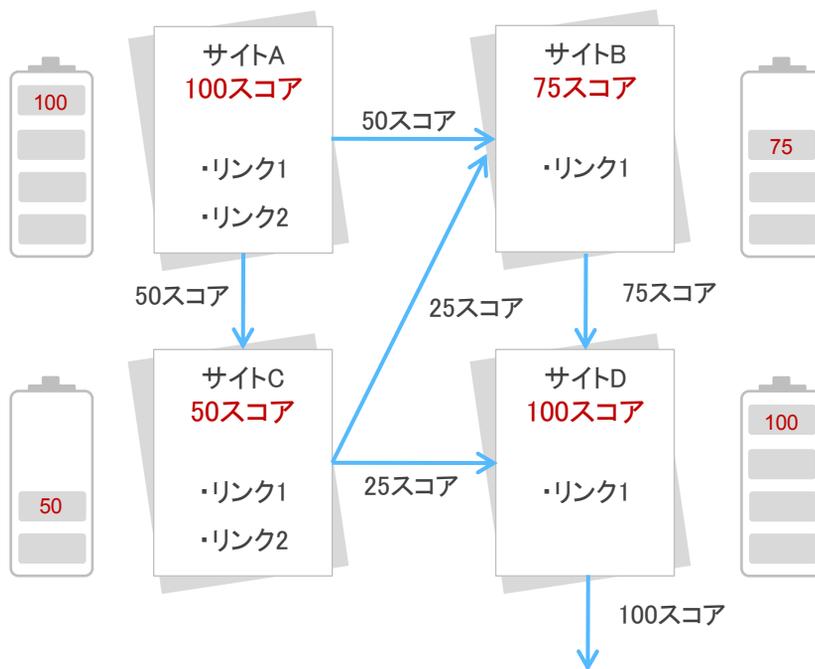
2. 検索アルゴリズムの刷新歴史

更新日	重要度	名称
2003年11月		【米国】フロリダ・アップデート (Florida Update)
2005年12月		【米国】ビッグダディ・アップデート (Big Daddy Update)
2008年03月		【米国】デューイ・アップデート (Dewey Update)
2009年02月		【米国】ヴィンス・アップデート (Vince Update)
2010年04月	☆	サイトスピード・アップデート (Site Speed Update)
05月		メーデー・アップデート (Mayday Update)
06月	☆☆☆	インデックスシステム「カフェイン」導入 (Caffeine)
2011年02月		【米国】パンダ・アップデート (Panda Update)
11月		フレッシュネス・アップデート (Freshness Update)
2012年01月	☆	ページレイアウトアルゴリズム更新 (Page Layout Algorithm)
04月	☆☆☆	ペンギン・アップデート (Penguin Update)
07月	☆☆☆	パンダ・アップデート (Panda Update)
10月	☆	日本独自のアルゴリズム・アップデート
10月		EMDアルゴリズム更新 (EMD Algorithm)
12月	☆☆	ナレッジグラフ導入 (Knowledge Graph)
2013年09月	☆☆	SSL検索導入 (SSL)
09月	☆☆☆	ハミングバード導入 (Hummingbird)
10月		【米国】マグショット・アップデート (Mugshot Update)

3. ページランクとは？

ページランクの仕組み

Googleの創業者であるラリー・ページとサーゲイ・ブリンが開発した、外部リンクの評判を判断するGoogle独自のアルゴリズムです。サイトAからサイトBへのリンクを、サイトAによるサイトBへの支持投票とみなし、この投票数やサイトの質によりそのページの重要性を判断します。評判が高いページからのリンクはより高く評価されて、それを受け取ったサイトを「権威があるページ」として判断します。



図：ページランクの概念図

ページランクの価値

時間の経過とともに品質を高めるシグナルが次々に追加され、ページランクの指標は200以上あるアルゴリズムの中で重要性は非常に小さくなっています。

ツールバーのページランクは、過去の数値を表示しているにすぎません。該当ページの価値を判断するヒントにはなりますが、日常的に気にする必要はないと言えるでしょう。

4. サイトスピード・アップデートとは？

サイトパフォーマンス

2010年4月9日にページの表示速度を、検索順位を決める要因の一つとしてアルゴリズムに採用したことを米Googleが発表しました。ただし、影響範囲は全体の1%以下と限定されており、200以上あるアルゴリズムの中で優先順位も低いことから、過剰に反応する必要はありませんが、改善できる部分は修正しましょう。



ホーム サービス 会議 ショーケース ライブ グループ

PageSpeed Insights 8+ 1万+



あらゆる端末でウェブページの読み込み時間を短くしましょう。

ウェブページの URL を入力

分析

表示速度を調べるツール: <http://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

表示速度を速くするポイント

1. 画像は解像度を下げファイルサイズを小さくすること
2. CSS、JavaScriptファイルを外部化し軽量化をすること
3. 外部ファイルの記述順は、CSS→JavaScriptの順番にすること
4. 不要なタグを取り除く、あるいはまとめること
5. ネットワークの負荷(データ転送量)を減らすこと

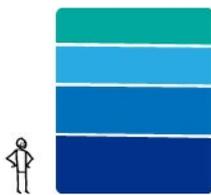
5. カフェインとは？

新インデックスシステム

2010年6月8日、インデックスシステムの再設計・再構築プロジェクトであったコードネーム「Caffeine」が導入されました。

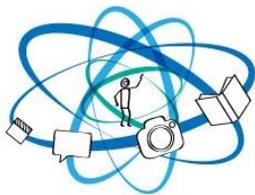
これまでページの保存と検索結果への反映に大きな時間差が発生していたインデックスシステムを、絶え間なく全体を更新することで常に最新情報が保てるようになりました。

Old Index



- ✓ 更新が速い層もあれば遅い層もあるレイヤー構造だった
- ✓ メイン層は2週間に1回更新
- ✓ 更新するためにはWeb全体を分析しなおす必要があった
- ✓ 情報を保存してから検索結果に反映されるまで時間を要した

New Index



- ✓ スピードが約50%改善された
- ✓ インデックスできる量が増えた
- ✓ 処理能力が大幅に強化された
- ✓ 新しいページが発見されれば即座に検索可能となった

Caffeineが可能にしたこと

話題になっていることや最新ニュースを検索すると、数分前にアップされた情報を目にすることがあると思います。

これは、アップされたページを瞬時にインデックスすることができたCaffeineの導入によるものです。常に新鮮な検索結果を保つことができ、ユーザーが求める最新情報の提供が可能になりました。

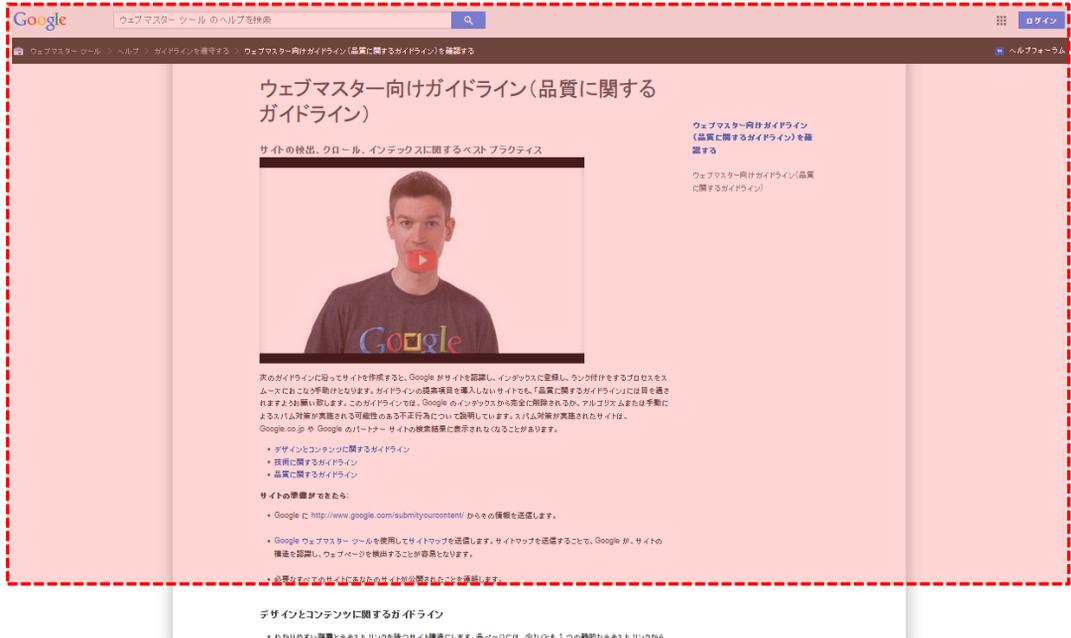
6. ページレイアウトアルゴリズムとは？

ユーザー目線のサイト作りが重要

2012年1月19日、ページレイアウトに関するアルゴリズム改良が発表されました。スクロールせずに見えるファーストビュー領域における重要度の変更です。

ファーストビュー領域に「ほとんどコンテンツがない」あるいは「広告が占める割合が多い」場合はサイトの評価が下がります。ただし、広告を設置するとペナルティーを与えると言っているわけではなく、極端にユーザーの利便性が損なわれるページが対象になります。

ファーストビュー領域



※広告の割合は公表はされていませんが、領域の50%以下にすることを推奨します

更新頻度

1回目 : 2012年01月19日

2回目 : 2012年10月10日

3回目 : 2014年02月11日

全検索に与える影響は初回が1%未満、2回目が0.7%未満、3回目は発表がありませんが1%を超えることはないと考えられます。

7. ペンギン・アップデートとは？

Webスパムの排除



2012年4月25日、Googleの品質に関するガイドラインに違反しているサイトについて、その掲載順位を下げる対策を実施しました。このアルゴリズムの変更は、Webスパムを削減し、良質なコンテンツを促進するためのGoogleの新たな試みです。

下記の表はガイドライン違反に該当する一例です。

内部	1	自動生成されたコンテンツ
	2	対策キーワードの羅列、詰め込みすぎ、隠しテキスト
	3	十分な付加価値のないアフィリエイトサイトなど
外部	1	PageRankを転送するリンクの売買
	2	過剰なリンク交換(相互リンク目的のページ作成含む)
	3	質の低いディレクトリやブックマークサイトのリンク
	4	多サイトのフッターやウィジェットに埋め込まれたリンク
	5	コンテンツに関係のないリンクが多いサイトからのリンク
	6	外部リンクが過剰に設置されているページからのリンク

ペナルティー後の対応

ペンギン・アップデートはアルゴリズム(自動処理)によるペナルティーで、手動のペナルティーではありません。

よって、違反箇所を修正すれば、ほとんどの場合は一定の時間が経過すると、再クロール・再インデックスされてアルゴリズムで処理、ペナルティが自動的に解除されます。

8. パンダ・アップデートとは？

付加価値が高いサイト作りが重要



2012年7月18日、低品質なサイトの掲載順位を下げ、同時に、良質なサイトの掲載順位をより適切に評価する対策を実施しました。例えば、ユーザーにとってあまり価値のないサイト、利便性の低いサイト、他のサイトからのコピーで構成されているようなサイトの掲載順位は下がります。一方、独自の研究や報告、分析など、ユーザーにとって重要な情報を提供しているサイトの掲載順位はより適切に評価されるようになります。

1	<input checked="" type="checkbox"/>	全ページ、ページ内容に適したtitle・descriptionになっているか
2	<input checked="" type="checkbox"/>	付加価値があると自信をもって回答できるコンテンツか
3	<input checked="" type="checkbox"/>	第三者が提供している情報だけのページ構成でないか
4	<input checked="" type="checkbox"/>	サイト内に重複コンテンツが多くないか
5	<input checked="" type="checkbox"/>	メインコンテンツ部分の情報量が少なくないか
6	<input checked="" type="checkbox"/>	ユーザーに価値があると思われるページ内容か
7	<input checked="" type="checkbox"/>	アフィリエイトリンクだけで構成されたページでないか
8	<input checked="" type="checkbox"/>	広告が中心になっているページ構成でないか

低評価を受けてしまうと

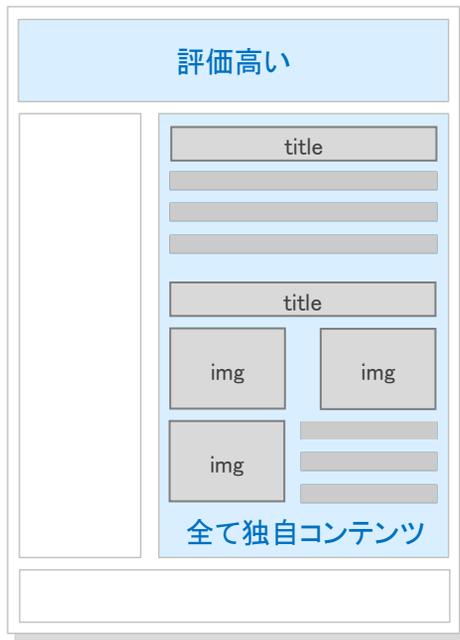


9. 日本独自のアルゴリズム・アップデートとは？

オリジナルコンテンツの重要性

2012年10月23日、日本語での検索向けに、良質なサイトの検索順位を改善するアルゴリズム変更を実施しました。

今回のアルゴリズムのアップデートは、独自コンテンツを持つサイトをより積極的に検索結果に表示する変更です。パンダ・アップデートの更新対応に近いと思われます。



- ① ユーザーにとって価値が高い
- ② 利便性が優れている
- ③ 独自コンテンツで構成されている
- ④ 情報量が豊富



- ① ユーザーにとって価値がない
- ② 利便性が低い
- ③ 他サイトのコピーで構成されている
- ④ オリジナルコンテンツが少ない

評価されるサイトは

独自の研究や報告、分析など、ユーザーにとって重要な情報を提供しているサイトの掲載順位はより適切に評価されるようになります。付加価値がある、ユーザーが満足する有益なコンテンツが重要と考えれば間違いありません。

10. ナレッジグラフとは？

文字列ではなくモノや存在を認識

2012年12月5日、文字列としか認識していなかった単語や入力されたキーワードが、何を意味するか、何と関連するのかを把握して、検索結果の一部として表示する機能を実装しました。

検索結果画面の右側パネルに表示されます。

下図はスカイツリーで検索した際に表示されるナレッジグラフです。

Google スカイツリー

ウェブ 地図 画像 ニュース ショッピング もっと見る 検索ツール

約 4,080,000 件 (0.21 秒)

他のキーワード: スカイツリー 予約 スカイツリー 料金 スカイツリー レストラン
スカイツリー 電波 スカイツリー プラネタリウム

東京スカイツリー TOKYO SKYTREE
www.tokyo-skytree.jp/

東京スカイツリー®の最新イベント情報や、オリジナルグッズ情報から豆知識まで、東京スカイツリーに関する情報はここから！
4.3 ★★★★★ Google のクチコミ(114) レビューを書く

〒131-0045 東京都墨田区押上1-1-2
03-5302-3470

展望台チケット 展望台チケット. 展望台営業時間 8:00~22:00(最終入場21:00 ...	館内案内 館内案内. 東京スカイツリーの図. 東京スカイツリー天望回廊, 東京スカ...
アクセス 東武スカイツリーライン; 東武東上線; 成田スカイアクセス京成線; 京急線.	東京スカイツリー天望デッキ 3層にわかれた東京スカイツリー天望デッキ. 360度の開放的眺望をお楽...

tokyo-skytree.jp からの検索結果 »

スカイツリーのニュース検索結果

スカイツリー 桜色の装い
MSN産経ニュース - 3 時間前
隅田川の両岸に広がる隅田公園(東京都台東区、墨田区)では、ピンク色に彩られた東京スカイツリーを背景に、満開の桜並木がライトアップされ、大勢の花見客を楽しませてい... 浅草観光連盟によると、週末までは桜が楽しめるそうだとしら。

東京あの人も食べた？ スカイツリーでロケ弁フェス
asahi.com - 1 日前

東京スカイツリー 経路案内

とうきょうスカイツリー

東京スカイツリーは東京都墨田区押上1丁目にある電波塔である。観光・商業施設やオフィスビルが併設されており、ツリーを含めた周辺施設は東京スカイツリータウンと呼ばれる。2012年5月に電波塔・観光施設として開業した。ウィキペディア

所在地: 〒131-0045 東京都墨田区押上1-1-2
地上高: 634 m
着工: 2008年7月14日
建設: 2012年5月22日
階数: 29
建築様式: メタモダニズム
建築設計事務所: 日建設計

他の人はこちらも検索

東京タワー

東京ソラマチ

浅草寺

東京ディズニーランド

恩賜上野動物園

フィードバック

Googleが持つデータ量

✓ 5億7千万以上の人や場所、ものごとに関する情報(エンティティ)

✓ 180億以上の属性や関連性を含む構造化されたデータベース

11. SSL検索導入とは？

HTTPSに強制リダイレクト

2013年9月中旬、検索ユーザーのプライバシー保護を目的に、Googleで検索した際の接続が全て暗号化(SSL)されてしまいました。この変更により、アクセス解析ツールでのGoogleのオーガニック検索からの検索キーワードの取得が不可能になり、キーワードが取得できなかったトラフィックは「not provided」に集約されてしまいます。

9月19日前後から「not provided」が増加している例



海外では約82%が「not provided」の事例も

出典: <http://www.notprovidedcount.com/>



他の検索エンジンは

米Yahoo!

2014年1月、全ユーザーに対してSSL検索を強制的に適用。Googleと異なり参照元がYahoo!であることも分かりません。

Bing

2014年1月、試験的に導入、強制ではなくSSLを使いたい人だけが使える選択制のオプションにしています。

12. ハミングバードとは？

会話型検索の向上



会話型検索(文章形式の自然文)能力の向上です。検索キーワードの特定単語ではなく、個々の単語との関わりあいに注意し文章全体で話し言葉や、その文章が持つ背景や文脈を理解しようとしています。必ずしも検索キーワード全ての文字列が含まれていなくても、意味的・文脈的に関連性や適合性の高い検索結果を表示できるようになりました。



300名が入れる会議室が借りられる、フルスピードから最も近い所はどこ？



「会議室が借りられる」

「貸し会議室」を意味することが理解できます

「最も近い」

「渋谷区円山町付近」であることが理解できます

「所」

「貸し会議室」を意味することが理解できます

影響

複雑な検索キーワードに対する検索結果の改善になり、1語や2語の特定キーワードに与える影響は非常に低いと考えます。

導入による検索結果の変化も、当社ではほぼ観測されていません。

13. Googleのポリシーとは？

GoogleはSEOを否定しているわけではありません。ユーザーの満足度を高めるひとつの対策として、SEOを有効に、正當に活用してくれることを願っています。

Googleのスタンス

ホワイトハットSEO(ウェブマスター向けガイドラインに違反しないSEO)は多くの場合、サイトの使い勝手の改善や、素晴らしいコンテンツ作成の助長、サイト表示の高速化など、ユーザーと検索エンジンの両方に良い効果をもたらします。また、優れた検索エンジン最適化はマーケティング的視点で見ても非常に有効であることが多いのではないのでしょうか。サイトをより魅力的にするような方法、工夫を考えることは検索エンジンにも、ソーシャルメディアにも非常に有効です。良質なサイトを制作することは、しばしばウェブ上のサイトの評判を向上させ、その結果より多くのサイトからのリンクの獲得や、多くのユーザーのサイト訪問をもたらすでしょう。

※ 2012年4月25日発表のGoogleウェブマスター向け公式ブログから引用

Section 4

検索テクノロジーの裏側を知ろう

1. はじめに・・・

この章では、
検索結果画面の使い方や見方、最新
の表示技術など、ユーザーインター
フェイスに関わる部分のご紹介
をいたします。

Googleユーザーエクスペリエンスの基本は、「便利・スピード・シンプル・魅力・革新性・ユニバーサル・収益性・美しさ・信頼性・人間味」という10原則を兼ね備えた設計です。Googleは、この10原則の間の最適なバランスを追い求めて、新しいテクノロジーの開発を絶えず続けています。

Googleは、新しい技術革新を常に模索し、ユーザーの予想を超える使いやすさや利便性を実現するための新たな方法を常に探しています。検索結果の表示方法の部分的な変更など、ユーザーの目に留まらないほどのわずかな改良として形になることもあれば、これまでの積み重ねをリセットした一からの取り組みが始まることもあります。より便利なサービスを実現するために、複数のテクノロジーを組み合わせることもあります。

Googleは、これからもさらなる向上を目指して、常に未来に目を向けた取り組みを続けています。



検索エンジンと長い付き合いを考えている方は、まずは検索エンジンの仕組みについてしっかり理解し、テクノロジーを使いこなすことから始めましょう。

2. 検索結果画面の説明

- 1) メインサービスメニュー : 「もっと見る→さらにもっと」をクリックすると全サービスが閲覧できます
- 2) Googleアカウントのログイン : ログインすると検索機能をカスタマイズすることができます
- 3) 検索設定 : 各種設定の有無や表示数の変更ができます
- 4) 検索窓口 : 調査したいキーワードを入力します
- 5) 検索結果数 : 検索結果に該当する件数と表示速度が表示されます
- 6) 関連用語 : 検索キーワードに関連する用語が表示されます
- 7) 自然検索枠 : 検索窓口で入力したキーワードに最も関連性が高い情報が表示されます
- 8) ナレッジグラフ : 検索窓口で入力したキーワードに関連する情報や地図が表示されます

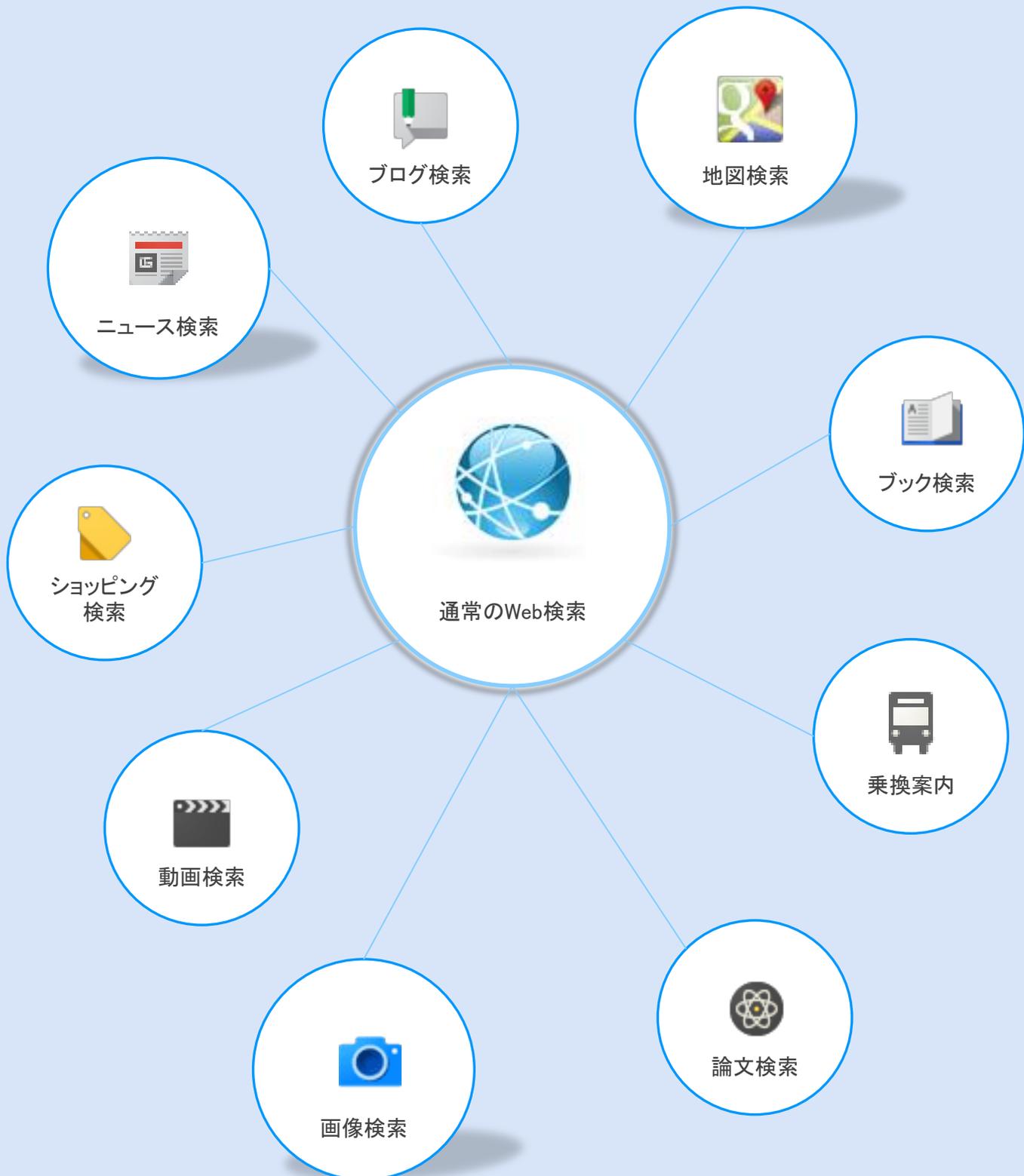
The screenshot shows a Google search for 'スカイツリー' (Tokyo Skytree). The page is annotated with red dashed boxes and numbers 1 through 8, corresponding to the list in the previous section.

- 1**: Search navigation menu (検索 画像 地図 Play YouTube ニュース Gmail もっと見る)
- 2**: Login button (ログイン) and settings icon (歯車)
- 3**: Search button (検索)
- 4**: Search input field containing 'スカイツリー'
- 5**: Search results count: 約 5,850,000 件 (0.20 秒)
- 6**: Related terms: 他のキーワード: スカイツリー 予約 スカイツリー 料金 スカイツリー レストラン スカイツリー 電波 スカイツリー プラネタリウム
- 7**: Natural search result for '東京スカイツリー TOKYO SKYTREE' with details like website, address, and ticket information.
- 8**: Knowledge Graph for '東京スカイツリー' showing a map, height (634m), and other related information.

※検索するキーワード、ブラウザの種類、バージョンによって表示が異なる場合があります。ご理解ください。

3. 特定ジャンルの専門検索

一般的に使われるWeb検索の他に、様々な専門の検索スタイルが用意されています。専門検索手法を使えば、具体的な回答を得られやすいので用途に応じて使い分けましょう。



4. オートコンプリート機能とは？

キーワードの候補を教えてくれる機能

検索窓にキーワードを入力すると、最後まで入力しなくともユーザーが入力するであろうキーワードを先読みして候補を提示してくれます。

そして、関連性が高いキーワード候補が最大10件まで、検索窓の下にプルダウン形式で表示されます。これは、ユーザーが実際に検索しているキーワードの人気度や、検索数の多さが決め手になります。

オートコンプリート機能は入力の手間が省けますし、気が付かなかった複合のキーワードの発見に繋がるなどのメリットがあります。

現時点では、検索アルゴリズムに組み込まれており、機能をオフにすることはできません。



5. ユニバーサル検索とは？

あらゆる情報を一度の検索で入手

通常のWebサイトに加えて、結果ページに「画像・ニュース・動画・地図」などマルチメディアコンテンツも含めて表示する検索のことを、ブレンデッド・サーチといい、Googleは「ユニバーサル検索」と名づけています。ユーザーの意図を解釈することによって、ユーザーが本当に欲しがっているものを提示する2007年5月にリリースされた機能です。

例えば、以下のように「オリンピック 東京」で検索をすると「ニュース・画像・地図」コンテンツが表示されます。

🔍

オリンピック 東京のニュース検索結果



中日新聞

IOC「全てに感服」東京五輪準備を視察

日本経済新聞 - 2 日前

2020年東京五輪・パラリンピックの準備状況を監督する国際オリンピック委員会 (IOC) 調整委員会のジョン・コーツ委員長らは4日、3日間の日程で行われた五輪組織委員会や東京都との事務折衝を終えた。都内。

IOC「成功の土台出来ている」東京五輪の準備を評価

朝日新聞 - 2 日前

20年東京五輪「バランス取れた体制」IOC調整委員長、組織委を評価

毎日新聞 - 3 日前

「オリンピック 東京」の他のニュース

オリンピック 東京の画像検索結果

画像を報告






オリンピック 東京で見つけた他の画像

国立オリンピック記念青少年総合セン...

nyc.niye.go.jp

3.3 ★★★★★ Google めくちコミ(10)

駒沢オリンピック公園総合運動場体育館

www.tef.or.jp

4.5 ★★★★★ Google めくちコミ(8)

駒沢オリンピック公園陸上競技場

www.tef.or.jp

4.0 ★★★★★ Google めくちコミ(11)

A 東京都渋谷区代々木神園町3-1
03-3489-2525

B 東京都世田谷区駒沢公園1-1
03-3421-8199

C 東京都世田谷区駒沢公園1-1
03-3421-8199

「オリンピック 東京」の地図検索結果

6. ローカライズ機能とは？

ユーザーが求める結果を予測

「どの地域、どの言語でも最適な結果を提示」という理念に基づいた、地域の特徴を考慮した文書解析のアルゴリズムです。

同じキーワードでも、検索する地域によっては意味が異なる場合があります。そのような時に、最も関連性の高い結果を表示するために場所を自動検出し、これを参考にそのキーワードはその国では何を意味しているかを解釈、環境に応じて検索結果をカスタマイズして検索結果に返しています。

各国で「football」を検索すると・・・ 🔍

日本では	 10位以内は全て「サッカー」のサイトが表示されます フットボール速報 football-2ch.com/ <p>2014年04月07日 12:30. カテゴリ: スポーツ - ブラジルW杯、やっぱり間に合わない? FIFAも「まだ準備できていない」と警告. 1名前: 名無しのサッカーファンさん: 2014/04/07 12:30:20: ブラジルW杯、やっぱり間に合わない? FIFAも「まだ準備できていない」と ...</p>
アメリカでは	 「アメリカンフットボール」のサイトが多く表示されます NFL.com - Official Site of the National Football League www.nfl.com/ National Football League <p>Official site of the National Football League. It delivers in-depth team pages for all clubs, game-day coverage with real time statistics and play-by-play and chats ...</p>
イギリスでは	 「サッカー」のサイトが多く表示されます BBC Sport - Football www.bbc.co.uk/sport/0/football/ このページを訳す <p>The latest BBC Football news plus live scores, fixtures, results, tables, video, audio, blogs and analysis for all major UK and international leagues.</p>

7. プレイス検索とは？

特徴その1 「自然検索結果へエリア情報を挿入」

Google+ ローカルページに登録されているサイトが最大7サイトまで、住所や電話番号付きで自然検索の中に表示されます。下記は「渋谷 イタリアン」で検索した際、自然検索結果画面に表示された一例です。



特徴 その2 「ローカライズ機能が動く」

現在地を設定すると、特定の地域の検索結果が表示されるようになります。

例えば、「ラーメン」で検索した場合、現在地情報が「渋谷」であれば、渋谷付近のラーメンのお店情報が表示されます。(右図参照)

渋谷を「新宿」に変更し「ラーメン」で検索すると、新宿付近のラーメンのお店情報が表示されます。

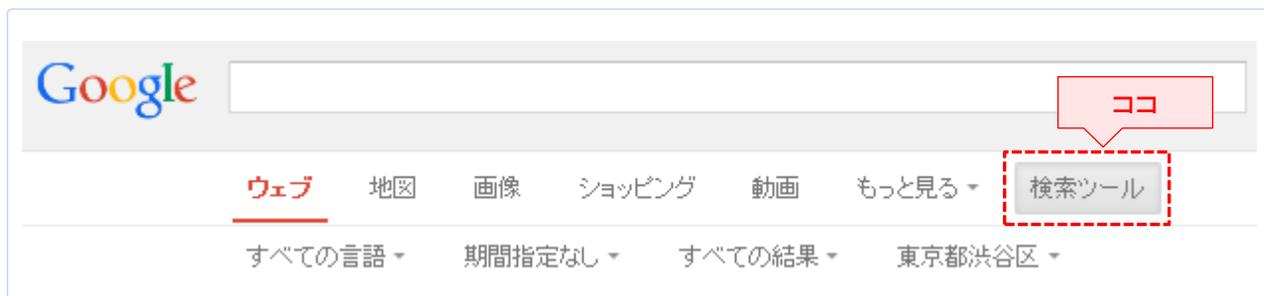


このように、プレイス検索にはローカライズ機能が併用されています。

Googleはユーザーがどこからアクセスしているのかを自動で検出(IPアドレスやロケーション履歴、ツールバーの現在地情報の設定など)しています。

特徴 その3 「現在地の変更」

変更は、検索窓口下にある「検索ツール」をクリック、その下に表示される右側の現在地で変更が行えます。



8. パーソナライズ検索とは？

全ユーザーを対象にした検索結果のカスタマイズ技術

2009年12月5日、個人の検索履歴や行動から興味や関心を推測し、ユーザー独自の検索結果を返すアルゴリズムが全ユーザーへ適用されました。2009年12月5日以前は、Googleアカウントにログインしているユーザーがパーソナライズ検索の対象でしたが、Googleアカウントにログインしていない場合でも、ブラウザのCookieに保存された過去の検索情報に基づいて、検索結果がカスタマイズされます。

- 1 直前の検索履歴をもとに検索結果が変わる
- 2 閲覧する頻度が高いサイトの順位が向上しやすくなる
- 3 ソーシャルでつながりがあるユーザーの情報が検索結果に表示される

	ログイン時の検索履歴のカスタマイズ	ログアウト時の検索履歴のカスタマイズ
カスタマイズに使用されるデータの保存場所	ウェブ履歴、Google アカウントにリンク	Google サーバー上、匿名のブラウザのCookieにリンク
使用される過去の検索履歴	削除されていなければ無期限	180 日前まで
カスタマイズに使用される検索内容	ログイン時の検索内容のみ、およびウェブ履歴を有効にしている場合のみ	ログアウト時の検索内容のみ
無効にする方法	検索履歴のカスタマイズを無効にする (「ログイン時の検索」セクション参照)	検索履歴のカスタマイズを無効にする (「ログアウト時の検索」セクション参照)

表: ログイン時とログアウト時の違い

パーソナライズ検索を無効にする方法

- 1 Googleアカウントからログアウトする
- 2 ブラウザのプライベートブラウジング(プライバシーモード)を使う
- 3 検索結果のURLの末尾に&pws=0を付けて検索する

9. QDF (Query Deserves Freshness) とは？

世間の話題をリアルタイムにすくい上げるアルゴリズム

ある一定の期間において、ニュースやブログ・ソーシャル・プレスリリースなどで特定のトピックスが急激に増加した場合、Googleはそれを「ユーザーが求めている価値が高い新鮮な話題」と判断し、一時的にそのキーワードに関する記事を優先的に検索結果の上位に表示させます。このアルゴリズムをQDFといいます。

(2011年11月4日にQDFを加速させたタイムリー検索がリリースされています)

キーワードに関連する世の中の出来事やユーザーの関心事に大きく依存するため、一定期間を過ぎるとそのトピックスの順位は大きく下落します。

例えば、右図は4月上旬に「入社式」で検索した際のキャプチャーです。各社で入社式が行われた直後であり、入社式に関わる最新ニュースが10件中6サイトとあふれていました。

(現在「入社式」で検索をすると異なると思います)

リアルタイムでおきている出来事について、最新のページ・情報を表示させたほうがユーザーの満足度が高まることからの処置になります。

入社式 - Wikipedia
ja.wikipedia.org/wiki/入社式 →
入社式 (initiation ceremony) とは、その年に入社する新入社員を一室に集めて、経営幹部(主に社長)による訓示等を行う儀式。その社の一員としての自覚を持たせるなどの目的で行われる。日本では毎年4月に行われる。入社式の様子、事業体によっては入行...

入社式 - NAVER まとめ
matome.naver.jp/topic/1M150 →
入社式に関する「NAVERまとめ」が集約されたページ。入社式で今話題のまとめが簡単に見つけられます。

「入社式いらない」ナスレ日本はかなり取めた企業だった - NAVER...
matome.naver.jp/odai/2139648963808869601 →
 4日前 - ネットワットやナスカフェで有名なナスレ日本が入社式を行わなかったことがネットで話題になっています。興味を持ったので調べてみると、すごくおもしろい戦略を行っている...

入社式の常識 | 会社行事 | フレッシュヤーズ | マイナビスタチューデント
student.mynavi.jp/フレッシュヤーズトップ/会社行事 →
入社式の常識。Check・Tweet。いよいよ始まる社会人ライフ。その第一歩が入社式です。当日のあれや注意点などをおさらいしておきましょう。4月1日から、あなたはもう社会人。はじめに、指字待ちだけのアルバイト気分はNG。決意も新たに迎えたい入社式。

2014年度、入社式を行いました。 | 株式会社LIG
liginc.co.jp/news/notice/house-event/81504 →
 5日前 - 皆様こんにちは。LIGの代表、吉上です。4月1日、LIGでは新卒入社の新社員を集めて、入社式を行いました。期待を胸に、いざLIGへ、正からのひすけ(25)、王(24)、菊池(26)、杉本(27)。みんな大学を卒業するのに随分と時間がかかったよう...

新入社員が入社式で自己紹介するときのポイント | nanapi | ナ...
nanapi.jp/ビジネス/経営/就業活動/入社前の準備/自己紹介 →
 はじめに、新入社員は、入社式などで大勢の人の前で自己紹介する機会が多いです。そこで、この記事では、新入社員が入社式で自己紹介するときのポイントについて解説します。基本的な心構え、新入社員ですから、内容は2の次。とにかく大きな声で元気よく...

2014年度 入社式社長挨拶 | 豊田通商
www.toyota-tsusho.com/press/detail/140401_002610.html →
 5日前 - 新入社員の皆さん、入社おめでとうございます。本日、豊田通商の新しい仲間として担当職66名・乗務員15名の方を迎えられたことを大変嬉しく思います。今日から社会人の一員として責任と自覚を持ちながら、豊通パーソンとして、大々成長...

ナスレ日本「入社式なんてあるのは日本だけ」入社式を廃止し...
inazumanews2.com/archives/37389818.html →
 1日前 - 両社代表取締役CEO 高岡浩三氏が「どうして日本だけ入社式が必要なのか」と疑問を投げかけた。高岡氏によると、世界でも入社時にせいもこーを行っている企業は少なく、20世紀型の仕組みだという。(以下略) 続きはこちら

Honda | 2014年度 入社式について
www.honda.co.jp/ニュースリリース/企業関連ニュース →
 6日前 - ※1 大卒技術系および大卒幹には、高専、専門学校卒とデザイン関連の採用を含みます。※2 中途採用は、2013年4月〜2014年3月末の期間に採用した人数です。※3 数字は入社式に出席した正社員数です。=入社式 代表...

ナスレ日本「入社式なんてあるのは日本だけ」入社式を廃止し...
www.watch2chan.com/archives/38045505.html →
 4日前 - 入社式の代わりに、入社当日から研修を行うことになった。両社代表取締役CEO 高岡浩三氏が「どうして日本だけ入社式が必要なのか」と疑問を投げかけた。高岡氏によると、世界でも入社時にせいもこーを行っている企業は少なく、20...

※10サイト中6サイトがホットな記事

Copyright (C) 2014 FULL SPEED All rights reserved.

47

10. 表示画面の刷新(パンくずリスト編)

パンくずリストの概要

パンくずリストとは、サイトの場所をユーザーが把握して移動できるようにするための、一連のリンクのことをいいます。パンくず情報をWebページの本文でマークアップすると、Googleはパンくず情報を識別し、その情報を基にサイトタイトル下のURLがパンくずリストに変わります。

確実にパンくずリストを表示させるには、ページ内に含まれるパンくず情報に意味付けをする必要があります。これを構造化マークアップと言いますが、microdataかRDFa形式を適用して、「この部分がパンくずリストです」と検索エンジンに伝えましょう。

<p>通常 (URL表示)</p>	<p>Google www.google.co.jp/ ▼ 世界中のあらゆる情報を検索するためのツールを提供しています。さまざまな検索機能を活用して、お探しの情報を見つけてください。</p>
<p>変更後 (パンくず表示)</p>	<p>製品ラインナップ / 業務用デジタルカメラ リコー www.ricoh.co.jp > 商品 > デジタルカメラ ▼ ビジネスからパーソナルまで。リコーのデジタルカメララインナップ紹介。</p> <p>渋谷・原宿のレストラン【一休.comレストラン】 restaurant.ikyuu.com > エリアから検索 > 東京都 ▼ 渋谷・原宿のレストランを予算やジャンルから簡単に探せます。空席の確認にお店へ電話をかける必要もなく、いつもよりお得な価格で24時間いつでもネットでご予約いただけます。</p> <p>渋谷区のアルバイトなら【fromAー】 バイトやパートの仕事・求... www.froma.com > 関東 > 東京 ▼ 3日前 - 渋谷区のアルバイト情報です。東京都渋谷区でバイトやパートのお仕事を探すなら【fromAー】！勤務地や職種からアルバイトの求人情報を探せます。渋谷区のアバイトやパートは『fromAー ナビfromA』！(1/122)</p>

11. 表示画面の刷新(サイトリンク編)

サイトリンクの概要

検索結果画面で、説明文(スニペット)の下に表示されるリンクをサイトリンクと呼びます。ナビゲーションリンクが複数行で表示されることがあれば、1行にまとめて表示する場合など2パターンあります。

サイトリンクは、ユーザーの役に立つとGoogleが判断した場合のみ、検索結果に表示されます。サイトリンクが表示される条件は公開されていませんが、1位~2位に表示されると設置される確率が高まります。

現時点では、**サイトリンクは完全に自動化**されており、サイト管理者が表示の有無をコントロールすることはできません。サイトリンクはメニュー部分が表示されることが多いため、サイトの内部リンクでは、簡潔に情報を伝え、繰り返しを避けたアンカーテキストとaltテキストを使用するようにします。

表示されたサイトリンクURLが不適切である場合、または間違っている場合はウェブマスターツールからサイト管理者の意向をGoogleに伝えることができます。

パターン1
(ナビゲーション表示)

Google

www.google.co.jp/

世界中のあらゆる情報を検索するためのツールを提供しています。さまざまな検索機能を活用して、お探しの情報を見つけてください。

Google ニュース

Google ニュースが世界中のニュース提供元から集約した広範囲にわた...

Google 翻訳

Google の無料オンライン翻訳サービスなら、テキストやウェブページが ...

Google マップ

お店やサービスの情報を Google マップに掲載。広告、問題の報告 - マ...

Google - サービス

Google Scholar - Google 乗換案内 - Picasa - Googleビデオ - ...

パターン2
(1行表示)

東京ディズニーランド | 東京ディズニーリゾート・オフィシャルウェ...

s.tokyodisneyresort.jp/tdl/

ようこそ、夢と魔法の王国へ！7つのテーマランドからなる東京ディズニーランドでは、...

今日のパーク情報 - アトラクション - おすすめグッズ - おすすめメニュー

12. 表示画面の刷新(リッチスニペット編)

リッチスニペットの概要

検索結果画面の説明文(スニペット)に、製品やサービスレビュー・評価などの付加価値情報を表示する「リッチスニペット」が2009年11月19日に導入されました。

「ユーザーの総合評価」「レビューの件数」「価格帯」「調理時間」「カロリー」「動画再生時間」など、該当サイトの評価を定量的に判断できます。

リッチスニペットを表示できるようにするには、ページにmicrodata(推奨)・microformats・RDFaの3種類のいずれかで構造化マークアップし、Googleの専用フォームに必要事項を記入して送信します。ただし、必ずしも表示されるわけではなく、**品質に関するガイドラインの基準を満たしていることが表示の条件**です。

<p>商品 (レビュー数・価格)</p>	<p>価格.com - SONY サイバーショット DSC-QX100 価格比較 kakaku.com > カメラ > デジタルカメラ > SONY(ソニー) > ★★★★★ 評価: 4.2 - 9 件のレビュー - ￥45,299～￥57,816 2013/10/25 - SONY サイバーショット DSC-QX100全国各地のお店の価格情報がリアルタイムにわかるのは価格.comならでは。製品レビューやクチコミも ... 新製品ニュース:ソ</p>
<p>グルメ (レビュー数・価格)</p>	<p>ダム・ジャンヌ (dame-Jeanne) - 神泉フレンチ [食べログ] tabelog.com/tokyo/A1303/A130301/13053893/ > ★★★★★ 評価: 4.1 - 82 件のレビュー - 価格帯: ￥10,000～￥14,999 ダム・ジャンヌ/dame-Jeanne (神泉フレンチ)の店舗情報は食べログでチェック! 口コミや評価、写真 ... 自分で行くのは畏れ多く、このまま行かず仕舞いで終わってしまうのかと思っ</p>
<p>レシピ (時間・カロリー)</p>	<p>塩ちゃんこ風鍋のレシピ・作り方 - 簡単プロの料理レシピ E・レ... erecipe.woman.excite.co.jp > 特集 > 1 時間 - 393 kcal  塩ちゃんこ風鍋. 特集. シンプルだからこそ鶏がらからとったスープのおいしさが味わえます。今回は唐辛子入りの春雨を使ったのでそのピリ辛がスープ</p>
<p>動画 (アップ日・アップ元)</p>	<p>ダルビッシュ 開幕戦でメジャー最速500奪三振達成！！ - YouT... www.youtube.com/watch?v=hYVBpUbnBu 2 時間前 - アップロード元: teamnippon  レンジャースのダルビッシュ有が2014シーズン初登板 メジャー最速で500奪三振を達成するなど好投.</p>

Section 5

知っておくと便利な検索のワザ

1. はじめに・・・

この章では、
検索効率がものすごく上がるワザや
コツなど検索を使いこなす方法、そして
Googleが検索に込めた遊び心をご
紹介いたします。

欲しい情報が検索で簡単に手に入る時代になっていますが、探している情報が見つからない、あるいは友人に教えてもらったサイトにたどり着けないなどの経験をされた方も多くいると思います。検索力によって得られる情報量に差がでることは珍しくありません。

検索を上手に使いこなす方法は2とおあります。1つめはキーワードの選び方を工夫すること、2つめは検索のワザを知る事です。この章では、2つめの検索のワザをご紹介します。



親切なことにGoogleでは、検索コマンド(検索演算子)と呼ばれる調査用の文字列や記号が用意されています。検索窓に入力し検索することで、特別な結果を得ることができます。多くの検索コマンドが用意されていますが、今回は生活や仕事中に手軽に使えるものを抜粋しています。

Google検索をもっと使いこなして、探したい情報にすぐにたどり着けるようになりましょう。

2. 検索の基本ルール

検索のワザを磨く前に、まずはGoogle検索の基本ルールを理解しましょう。

1 大文字と小文字の区別は気にしない

「new york times」の検索結果は、「New York Times」の検索結果と同じになります。

2 スペルは気にしない

スペルチェック機能により、入力する単語の最も一般的なスペルが自動的に補完されます。

3 記号は気にしない

句読点などの記号は無視されます。@#%^*()=□¥ やその他の特殊記号も無視されます。

4 検索に使える特殊記号

プラス「+」、アットマーク「@」、アンド「&」、パーセント「%」、ドル「\$」、シャープ「#」
ハイフン「-」、アンダースコア「_」

5 Webページに使われやすい語句を使う

Webページで使われている可能性が高い単語を使うことで、最適な結果が得られます。「頭が痛い」ではなく、「頭痛」を使うようにします。そのほうが、医療関係のWebサイトで使われている可能性が高いからです。

6 ハイフン「-」、アンダースコア「_」は別の意味として処理する

2つの単語がハイフン「-」で結ばれている場合は2単語を区別して認識するが、アンダースコア「_」の場合は2単語を結合して判断します。(ディレクトリー名称やページ名称の検討の際に参考にしてください)

3. Google検索のワザ 検索コマンド編

検索コマンド(検索演算子)と呼ばれる文字列や記号を検索窓に入力して、検索結果を絞り込むことができます。代表的な検索コマンドを紹介しますのでお試しください。

<p>site:</p>	<p>指定したドメイン内にあるページリストを確認したい</p> <p>site:fullspeed.co.jp</p> <p>使い方 「 site:ドメイン 」</p>
<p>site:</p>	<p>指定したドメイン内にある該当文字列が含まれた記事を検索したい</p> <p>site:fullspeed.co.jp サービス</p> <p>使い方 「 site:ドメイン 半角スペース 該当文字列 」</p>
<p>cache:</p>	<p>Googleがサイトを最後にクロールしたときのスナップショットを確認したい</p> <p>cache:fullspeed.co.jp</p> <p>使い方 「 cache:ドメイン 」</p>
<p>info:</p>	<p>サイト情報(キャッシュ、類似したページ、リンクしているページなど)を確認したい</p> <p>info:fullspeed.co.jp</p> <p>使い方 「 info:ドメイン 」</p>
<p>related:</p>	<p>指定したURLとサイトテーマが類似したページを確認したい</p> <p>related:fullspeed.co.jp</p> <p>使い方 「 related:ドメイン 」</p>
<p>intext:</p>	<p>本文中body~bodyに記述された該当文字列が含まれたページだけを確認したい</p> <p>intext:フルスピード</p> <p>使い方 「 intext:該当文字列 」</p>

4. Google検索のワザ 検索コマンド編

検索コマンド(検索演算子)と呼ばれる文字列や記号を検索窓に入力して、検索結果を絞り込むことができます。代表的な検索コマンドを紹介しますのでお試しください。

<p>inurl:</p>	<p>URLに該当文字列が含まれるページのみを確認したい(日本語も検索可能)</p> <p>inurl:SEO</p> <p>使い方 「 inurl:該当文字列 」</p>
<p>intitle:</p>	<p>ページタイトルに該当文字列が含まれるページのみを確認したい</p> <p>intitle:SEO</p> <p>使い方 「 intitle:該当文字列 」</p>
<p>intitle:</p>	<p>指定したドメイン内のタイトルに該当文字列が含まれるページのみを確認したい</p> <p>site:fullspeed.co.jp intitle:サービス</p> <p>使い方 「 site:ドメイン 半角スペース intitle:該当文字列 」</p>
<p>“ . . . ”</p>	<p>完全に一致する語句またはフレーズを検索したい</p> <p>“Googleの検索エンジンは”</p> <p>使い方 「 引用符 語句またはフレーズ 引用符 」</p>
<p>-</p>	<p>特定語句を含む結果をすべて除外したい(例:SEOの結果からWikipediaを除外)</p> <p>SEO -Wikipedia</p> <p>使い方 「 該当文字列 半角スペース -(ハイフン)該当文字列 」</p>
<p>filetype:</p>	<p>特定のファイルタイプだけを検索したい(例:フルスピードのpdfを探したい)</p> <p>filetype:pdf フルスピード</p> <p>使い方 「 filetype:pdf・doc・pptなど可能 半角スペース 該当文字列 」</p>

5. Google検索のワザ お役立ち編

質問の回答を掲載しているサイトを探すのではなく、すぐに、直接回答が知りたい場合に便利な検索方法をご紹介します。検索窓口の下に、直接回答が掲載されるのでお試しください。



「時間」の後に「都市名」を入力すると現在の[世界各地の時間](#)が表示されます



換算したい金額と換算後の通貨を入力すると[通貨換算の結果](#)が表示されます



「天気」の後に「駅名か都市名」を入力すると[世界各地の天気](#)が表示されます



サッカーや野球などの球団名を入力すると[試合の日程や結果](#)が表示されます



計算式を入力しEnterキーを押すと[電卓機能](#)で計算結果が表示されます



「地名」の後に「地図」を入力すると検索結果にその場所の[地図](#)が表示されます



「映画」の後に「地域」を入力すると地域付近で上映している[映画](#)が表示されます



6. Google検索のワザ お役立ち編

質問の回答を掲載しているサイトを探すのではなく、すぐに、直接回答が知りたい場合に便利な検索方法をご紹介します。検索窓口の下に、直接回答が掲載されるのでお試しください。

	<p>住所から郵便番号を検索したり、郵便番号から住所が表示されます</p> <p>郵便番号 渋谷区道玄坂</p>
	<p>「地震」と入力すると6時間以内に発生した震度2以上の地震情報が表示されます</p> <p>地震</p>
	<p>「株価」の後に「企業名」を入力すると東証に上場している株価が表示されます</p> <p>株価 日産自動車</p>
	<p>「乗車駅から降車駅」の後に「乗り換え」を入力すると乗り換え案内が表示されます</p> <p>渋谷から新宿 乗り換え</p>
	<p>「運行状況(情報)」の後に「路線名」を入力すると路線の運行情報が表示されます</p> <p>運行情報 山手線</p>
	<p>高さ・重量・質量などの単位を変換できます</p> <p>大きじ1をccで</p>
	<p>「ヤマト」の後に問い合わせ伝票番号を入力すると配達状況が表示されます</p> <p>ヤマト 9999-9999-9999</p>

7. イースターエッグ

Googleの遊び心

本来の目的や機能とは関係なく、開発者がこっそり隠したメッセージや画面のことを「イースターエッグ」と言います。Googleでも、ある文字列を入力して検索すると予期せぬ結果がでる、ゲームで言う裏ワザのようなものが多数用意されています。（※ブラウザのバージョンや環境によって表示されない場合もあります。）

Q 検索窓に「askew」あるいは「tilt」と入力しエンターをクリックすると？

検索結果画面が斜めに表示されます。askewとは「斜め」の意味です



Q 検索窓に「Zerg Rush」と入力しエンターをクリックすると？

ローマ字のO(オー)が降ってきて、赤色と黄色のOが次々と検索結果を破壊していきます



Section 6

現場で使えるGoogle公式情報

1. はじめに・・・

この章では、
サイト運用の担当者、インハウスの
SEO担当者に日々見て、使っていた
きたい活用頻度が高い情報ソース
やツールをご紹介します。

「SEOの正しい情報がほしい」「SEOの正しい情報はどこのサイトを見ればいいのか」などを思い、検索をすると多くのSEO情報を得ることができます。

しかし、正しい情報がどれで、誤った情報が何かを判断するには、熟練した知識や経験が必要になることがあります。

ご紹介するサイト以外にも、企業ブログや個人ブログで良質なものも数多くありますが、まずは基本的な理解から始めることが大切ですので、Googleが発信する情報のみに厳選しました。

誤った情報を得ることがないように、Googleが公式に公開している代表的な情報ソースやツールをご紹介します。



本書を作成するにあたり、紹介サイトの内容を引用・参考にさせていただきました。参考文献としてもご紹介させていただきます。

2. オススメのGoogle公式情報

ウェブマスター向け公式ブログ

最新の取組みや技術サポートなどお役立ち情報を紹介するブログ

 <http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/>

Google Webmaster Central Blog

Google ウェブマスター向け公式ブログ



ウェブマスター向けトラブルシューティング ページの提供を開始しました

本日、日本のウェブマスターの方に向けて、[トラブルシューティング ページ](#)の提供を開始しました。

ウェブマスター向けトラブルシューティング

このウェブマスター向けトラブルシューティング ページを使って、サイトの問題を調査したり、問題を解決する作業を開始することができます。

前のステップにはいつでも戻ることができます。質問文の後ろに表示されている、ご自身の選んだ選択肢をクリックしてください。

▶ 具体的には？

調べたいことを選択してください。 [検索結果におけるご自身のサイト](#)

どのような問題が発生していますか？

サイトが検索結果に表示されない

ブログ内を検索

アーカイブ

2月 (1)

 [Site Feed](#)

 [Google™](#)

2657 
 BY FEEDBURNER

ラベル

[+1 ボタン \(2\)](#)

[Google プレイス \(2\)](#)

[Merchant Center \(8\)](#)

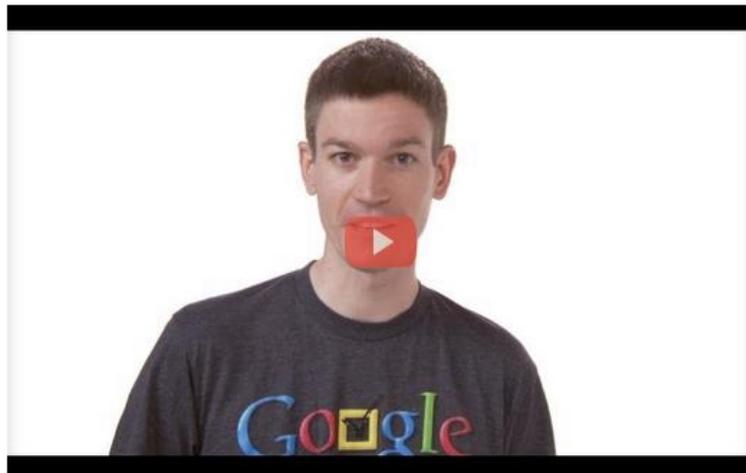
ウェブマスター向けガイドライン

Googleが推奨する取組みや仕組みをまとめたガイドライン

 <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=ja>

ウェブマスター向けガイドライン (品質に関するガイドライン)

サイトの検出、クロール、インデックスに関するベスト プラクティス



関連カテゴリ

[検索エンジン最適化](#)

検索結果におけるサイトのパフォーマンスの改善
[PDF]

[ブログ](#)

最新情報をご覧いただけます。

3. オススメのGoogle公式情報

公式ヘルプフォーラム

不明な答えを見つけたり一般ユーザーと交流ができるフォーラム

 <http://productforums.google.com/forum/#!/forum/webmaster-ja>

Google ウェブマスター センtral

Google ウェブマスター向け公式ヘルプフォーラムようこそ！

ここでは、ウェブマスターツールの使い方やインデックス、ランク付け、クローリングなどに関連する質問やその答えを見つけたり、プロダクトに関するディスカッションをしたり、他のユーザーの方々と交流ができます。

フォーラムはユーザー同士のコミュニティです。|

質問や回答を投稿する前には、以下の情報をご参照ください。

1. [Google プロダクト フォーラム投稿ガイドライン](#)を必ずお読みください。
2. 同じ質問が既に投稿されていないか、フォーラムの過去スレッド(上の検索ボックスをご利用ください)、[ブログ記事](#)、[ヘルプセンター](#)をお調べください。
3. 質問を投稿する際には[こちらのスレッド](#)(はじめにお読みください)や、[質問の仕方と回答の仕方についての詳細](#)をご参照ください。
4. [フォーラムへの投稿内容は、Google のインデックスに登録され、検索結果に表示される可能性があります](#)。公開を望まない情報(お名前、会社名など)は記載しないようご注意ください。特定のサイトについて質問したいけれど、URL そのものの掲載を望まない場合は、URL 短縮サービスをご利用ください。

他フォーラムのご案内:ご自身のサイト以外の検索結果に関する問題、ウェブ検索に関連する質問は、[ウェブ検索フォーラム](#)にご投稿ください。

▼ ディスカッションのカテゴリ

ウェブマスター ハングアウト

Google+のビデオチャット機能であるハンガアウトをライブ配信

 <https://plus.google.com/events/cd5157o013umd3vj29qa015027g>



Google Japan for Business
一般公開で共有しました - 2013/12/05

過去の動画一覧はこちらからご覧ください。
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLKQoqnv2MUM8wruZ8n9hmV8951FmXok>

詳細

作成者 Google Japan for Business さん・オンエア

📅 2013年12月3日(火) 12:00~12:30

Google サーチ クオリティ チームでは、12月3日に再審査リクエストに関するウェブマスター ハングアウトを行います。今回はウェブマスターのみならず質問を募集して、そのご質問にお答えしたいと思います。

もっと読む(46行)

ゲスト

参加 (11)



もっと見る

4. オススメのGoogle公式情報

検索の仕組み

最新の検索機能、便利な情報、ヒントを紹介するサービスサイト

 <http://www.google.com/intl/ja/insidesearch/>

Google は、毎日、数十億を超える検索に瞬時に対応しています。その仕組みをご紹介します。

クロールとインデックス

数兆に及ぶウェブページからGoogle がどのように情報を見つけたし、検索結果に表示するのか説明します。

[詳細](#)

アルゴリズム

最適な検索結果の提供: ユーザーが必要としている情報を少しでも早く得られるために検索がどのように進化し続けているかを説明します。

[詳細](#)

スパム対策

インターネット上にはユーザーにとって不要な情報がたくさんあります。アルゴリズムと手動での対策を通して Google がより良い検索結果をどのようにお届けしているか説明します。

[詳細](#)

ポリシー

「情報」はとても大切なものです。より多くの情報へのアクセスが可能になること、ウェブを取り囲む環境が良くなることに貢献しています。

[詳細](#)



情報へのアクセスを最優先

Google では、表現の自由および情報の自由な流れを尊重しています。スパム、不正なソフトウェア、法的要求、ID の窃取のような狭く定義されたケースを除き...

スターターガイド

クローラビリティ向上に役立つヒントを紹介するガイドライン(pdf版)

 [スターターガイド](#)


検索エンジン最適化
スターターガイド

ナビゲーションをわかりやすくしよう

ナビゲーションは検索エンジンにとって最も重要な要素

ウェブサイトのナビゲーションは、ユーザーがウェブサイトを探索し、必要な情報を発見し、目的のページに到達するための重要な要素です。検索エンジンもまた、ウェブサイトのナビゲーションを解析し、その構造を理解しています。ナビゲーションがわかりやすいほど、検索エンジンもまたその構造を理解しやすくなります。

トップページを基準にナビゲーションを構築しよう

ウェブサイトのナビゲーションは、ユーザーがウェブサイトを探索し、必要な情報を発見し、目的のページに到達するための重要な要素です。検索エンジンもまた、ウェブサイトのナビゲーションを解析し、その構造を理解しています。ナビゲーションがわかりやすいほど、検索エンジンもまたその構造を理解しやすくなります。

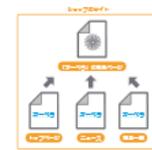
「リンクリスト」でユーザーの利便性をアップする

ウェブサイトのナビゲーションは、ユーザーがウェブサイトを探索し、必要な情報を発見し、目的のページに到達するための重要な要素です。検索エンジンもまた、ウェブサイトのナビゲーションを解析し、その構造を理解しています。ナビゲーションがわかりやすいほど、検索エンジンもまたその構造を理解しやすくなります。

適切なアンカーテキストをきこう

適切なアンカーテキストはリンク先の内容を伝えます

ウェブサイトのナビゲーションは、ユーザーがウェブサイトを探索し、必要な情報を発見し、目的のページに到達するための重要な要素です。検索エンジンもまた、ウェブサイトのナビゲーションを解析し、その構造を理解しています。ナビゲーションがわかりやすいほど、検索エンジンもまたその構造を理解しやすくなります。



リンク先のページは、ユーザーが何を期待しているかを伝えるべきです。

5. オススメのGoogle公式情報

検索品質評価ガイドライン

Google社内の検索評価担当者のトレーニング資料(英語pdf版)



<http://www.google.com/intl/ja/insidesearch/howsearchworks/assets/searchqualityevaluatorguidelines.pdf>

Search Quality Rating Guidelines

Version 1.0

November 2, 2012

Task/Type	Screenshot	Description
This is not a location-specific task because it does not have a Query Location.	<p>Query: pizza hot san francisco</p> <p>URL: http://www.yelp.com/biz/pizza-hot-san-francisco</p> <p>Task Location: United States (US)</p> <p>Task Language: English</p> <p>Other Accessible Languages: None</p>	The user wants Pizza Hot information for the San Francisco area.
This is a location-specific task because it has a Query Location.	<p>Query: pizza hot</p> <p>Query Location: san san Francisco</p> <p>URL: http://www.yelp.com/biz/pizza-hot-san-francisco</p> <p>Task Location: United States (US)</p> <p>Task Language: English</p> <p>Other Accessible Languages: None</p>	The query was issued by a user living in San Francisco. We can assume that the user is looking for a Pizza Hot restaurant in San Francisco.
This is also a location-specific task because it has a Query Location.	<p>Query: pizza hot san francisco</p> <p>Query Location: san Francisco</p> <p>URL: http://www.yelp.com/biz/pizza-hot-san-francisco</p> <p>Task Location: United States (US)</p> <p>Task Language: English</p> <p>Other Accessible Languages: None</p>	The query was issued by a user living in New York. However, because the query contains "san francisco," we know that the user is looking for Pizza Hot restaurants in the San Francisco area, even though the Query Location is New York.

1

28

3.6. Analyzing a Rating When There is a Query Location

In some tasks, the query location will be an important consideration in the rating you assign. For example:

Query: #TOP restaurants, English (US)
Query Location: Boston, MA
The query location is an important consideration. Users in Boston who type this query are interested in #TOP restaurants in the Boston area, not other locations.

However, in many tasks the query is not associated with a specific location and the query location will not be a consideration at all. The rating you assign will be the same rating you would have assigned if the task did not have a query location. For example:

Query: Amazon.com, English (US)
Query Location: Boston, MA
The query location is not a consideration at all. Amazon.com is a website that is not associated with a specific location. The query location makes a difference when the landing page would be more helpful to users in some locations than users in other locations.

3.1 When Does the Query Location Matter?

Here are some examples that demonstrate when the query location matters and when it does not.

Query	Query Location	URL	I Only Show Items	Does the Query Location Matter to the User?	Explanation
Besteeked, English (US)	Birmingham, AL	http://www.besteeked.com/	The user in Birmingham, Alabama wants to go to the Besteeked website at www.besteeked.com .	No, because Besteeked is a website that is not associated with a specific location.	The landing page is equally helpful to users in Birmingham, Alabama and other locations. Unless the user is specifically interested in any query location, it will show the query location specified in the task.
Barthelme, English (US)	New York, NY	http://www.barthelme.com/	The user in New York City wants information about the Barthelme restaurant in New York City, or to go to the Barthelme homepage.	No, because the homepage of the entity should get an appropriate rating, even if it is a website specific to the location.	The Barthelme homepage should be rated appropriately. But for New York City, rating the query location, even if it shows the query location specified in the task.
Barthelme, English (US)	New York, NY	http://www.barthelme.com/	The user in New York City wants information about the Barthelme restaurant in New York City, or to go to the Barthelme homepage.	Yes, because users in New York City are interested in Barthelme restaurant in New York City, not other locations.	The landing page is the official website for the Barthelme restaurant, located in New York City. Unless the user has explicitly stated the query location, however, it could be rated appropriately for other query locations or English. However, if there is a query location specified in the task.

20

Matt Cutts Blog

米Googleサーチクオリティチームのマット・カツツ氏ブログ



<http://www.mattcutts.com/blog/>

What I learned from time away from the internet and email

Hey folks, I just finished January's [30 day challenge](#): no news, no Twitter, fewer emails, and no social media in general. For February, my wife and I are trying a gluten-free, wheat-free month to see what that's like.



+1 3.5k

FOLLOW ME

- Twitter
- Google+
- RSS / Atom

言語を選択

Powered by Google 翻訳

SEARCH (CSE)

Google カスタム検索 検索

powered by Google™

CATEGORIES

30 days (29)

Android (5)

Books/Magazines (24)

6. オススメのGoogle公式ツール

Google ウェブマスターツール

Googleとの相性を判断、改善できるサイト管理ツール

 <https://www.google.com/webmasters/tools/?hl=ja>

ウェブマスター ツール

サイトのダッシュボード

サイトのメッセージ(7)

- ▶ 検索のデザイン 1
- ▶ 検索トラフィック
- ▶ Google インデックス
- ▶ クロール
 - セキュリティの問題
 - その他のリソース
- ▶ Labs

新しい重要メッセージ

新しいメッセージまたは新しい重大な問題はありません。 [すべて表示](#)

現在のステータス

クロールエラー >>

サイトエラー

DNS	サーバー接続	robots.txt の取得
✔	✔	✔

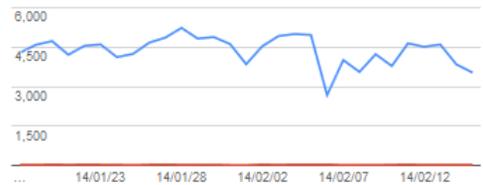
URLエラー

375 ソフト 404
 0 アクセスが拒否されました
 0 クロールを完了できませんでした

検索クエリ >>

4,894 クエリ数

■ 127,034 表示回数
 ■ 925 クリック数



AdWords キーワードプランナー

Googleで検索されたキーワードの検索数が調査できるツール

 <https://adwords.google.co.jp/>

キーワード プランナー
 プランに候補を追加

宣伝する商品やサービス

SEO

[候補を取得](#)

[検索条件を変更](#)

ターゲット設定 ?

日本

すべての言語

Google

除外キーワード

検索のカスタマイズ ?

キーワード フィルタ

キーワード オプション

すべての候補を表示
 アカウントのキーワードを非表示
 プランのキーワードを非表示

抽出条件

広告グループ候補

キーワード候補

検索語句	月間平均検索ボリューム ?	競合性 ?
seo	49,500	高

キーワード(関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム ?	競合性 ?
sem	9,900	中
soe	5,400	低
seo tools	880	低
seo キーワード	720	低

7. オススメのGoogle公式ツール

Googleトレンド

急上昇ワードやキーワード検索予測が調べられるトレンドツール

 <http://www.google.co.jp/trends/>

最新トレンド

日本 2013のチャート

日本 詳しく調べる

 **ジャンプ**
検索件数: 50,000+
関連ワード: 石ノ森章太郎

 **カーリング**
検索件数: 50,000+
関連ワード: 東洋輪滑

 **中央線**
検索件数: 20,000+
関連ワード: 新橋線

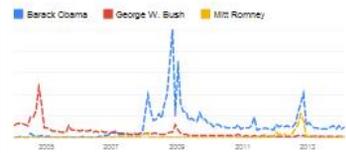
 **アイルレーでバザール**
検索件数: 20,000+
関連ワード: フォレスト.com

 **黒木華**
検索件数: 100,000+
関連ワード: マイナビニュース

急上昇ワードを全画面で表示します。



米国の大統領と候補者



「ハリー・ポッター」に対する世界の関心



Google Analytics

世界で最も利用されている無料の高機能アクセス解析ツール

 http://www.google.com/intl/ja_jp/analytics/

Google Analytics

サイト内検索



ホーム 機能 学ぶ パートナー プレミアム ブログ ヘルプ

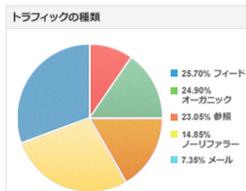
ログイン または [アカウントを作成](#)

ファーストクラスのウェブ解析

世界トップレベルの Google プラットフォームでご利用いただけます。詳細

ホーム 標準レポート カスタム レポート

マイルレポート



サイト滞在時間 (国別)

国/地域	訪問数	平均 サイト滞在時間
アメリカ	67,445	00:01:54
イギリス	18,948	00:01:37
インド	8,882	00:00:58
カナダ	6,371	00:01:02
ドイツ	5,845	00:00:32
フランス	5,243	00:00:38

卷末資料

関連用語集

1. 用語集（SEO編）

01	<h2>アルゴリズム</h2> <p>検索エンジンの核である上位表示の法則を計算するランキングプログラムのこと。</p>
02	<h2>インデックス</h2> <p>クローラが集め、インデクサ処理で解析されたWebサイト情報を保存するデータベースのこと。</p>
03	<h2>インバウンドリンク</h2> <p>Webページに掲載されているサイト内リンクのこと。別ドメインへのリンクはアウトバウンドリンクという。</p>
04	<h2>ウェブマスターツール</h2> <p>Googleが無料で提供しているWebサイト管理ツールのこと。検索エンジンが認識しているWebサイトの状況やクロール情報など、Googleとの相性を判断、改善できるツール。</p>
05	<h2>エンティティ</h2> <p>ある単語、人物・物がどのような属性で関連付けられているかの情報のこと。例えば、フルスピードのエンティティは「SEO」「渋谷」「マザーズ」などが想定される。</p>
06	<h2>オーガニック検索</h2> <p>検索結果画面中の、有料広告やスポンサー広告などを含まない検索結果部分のこと。自然検索あるいはナチュラル検索ともいう。</p>
07	<h2>キャッシュリンク</h2> <p>その時点でのページが表示されなくなった場合のバックアップとして保存している、各ページのスナップショットのこと。検索結果のキャッシュをクリックすると閲覧できる。</p>
08	<h2>クエリ</h2> <p>検索をする際に使った検索キーワードのこと。</p>
09	<h2>クラスタリング</h2> <p>検索結果ページが同一ドメインのWebサイトで独占されないように、同一ドメインの表示に上限を設けるルールのこと。</p>

2. 用語集（SEO編）

10	<h3>クローキング</h3> <p>ユーザーと検索エンジンに対し、それぞれ異なるコンテンツまたはURLを表示すること。スパム行為の一種。</p>
11	<h3>クローラ</h3> <p>世界中のあらゆるWebサイトを自動的に巡回し、Webサイト情報を収集するロボットのこと。スパイダーやボットともいう。</p>
12	<h3>検索エンジン</h3> <p>インターネット上に存在する情報を収集・保存し、キーワードなどで検索できる機能およびWebサイトのこと。</p>
13	<h3>スモールキーワード</h3> <p>比較的狭い概念をもつキーワードのことで、ニッチキーワードともいう。「転職」がビッグキーワードとすると「転職 店員 渋谷」がスモールキーワードにあたる。</p>
14	<h3>スニペット</h3> <p>検索結果画面で、Webサイトタイトルの下に表示されるWebサイト説明文のこと。HTMLソースのheadに記述されたdescription文章が引用されることが多い。</p>
15	<h3>セマンティック</h3> <p>言葉(単語や句)がどのような意味をもっているのかを理解する概念、または一連の技術のこと。</p>
16	<h3>相互リンク</h3> <p>異なるWebサイト同士でリンクを貼りあうこと。</p>
17	<h3>ディープリンク</h3> <p>他のWebサイトにリンクを貼る際、トップページではなく下層ページに直接リンクをすること。</p>
18	<h3>バケットテスト</h3> <p>Googleが少数のユーザーに対して絶えず行っているテストのこと。</p>

3. 用語集（SEO編）

19	<h4>ビッグキーワード</h4> <p>比較的広い概念をもつキーワードのこと。「転職」「美容」「レストラン」など。</p>
20	<h4>ファインダビリティ</h4> <p>Webサイトが、どれだけユーザーから見つけやすい状態にあるかを測定するための指標のこと。</p>
21	<h4>ページランク</h4> <p>GoogleがWebサイトの被リンク評価をする指標として開発した技術のこと。公開されているものは0～10段階で表され、数値が大きいほど権威があるサイトと判断される。</p>
22	<h4>被リンク</h4> <p>他のWebサイトから受けるリンクのこと。バックリンクあるいは外部リンクとも呼ばれ、第三者からの評価として検索結果向上に役立つ重要要素。</p>
23	<h4>ランディングページ</h4> <p>Webサイトへ訪問したユーザーが最初に見るページ、あるいは検索結果画面からクリックした際に表示されるページのこと。</p>
24	<h4>ワードサラダ</h4> <p>主にコンピュータにより自動生成され、単語をランダムに並べたもので意味が通らない文章のこと。</p>
25	<h4>SEM(Search Engine Marketing、別名:検索エンジンマーケティング)</h4> <p>SEOやリスティング広告など検索エンジンを通じて、トラフィック誘導の最大化を図るWebマーケティング活動の総称。</p>
26	<h4>SEO(Search Engine Optimization、別名:検索エンジン最適化)</h4> <p>検索エンジンとの相性を考慮してWebサイトを設計・修正することで、上位表示を目指すテクニックのこと。</p>
27	<h4>XMLサイトマップ</h4> <p>管理サイト上にあるページのURLリストのこと。通常のクローリング処理では検出できない可能性のあるURLを含む、全てのページを検索エンジンに知らせることができる。</p>

4. 用語集（HTML編）

01	<h3>アンカーテキスト</h3> <p>HTML文章中のリンクに設定された文字列のこと。「<code>テキスト</code>」と記述された中の「テキスト」の部分をさす。</p>
02	<h3>パンくずリスト</h3> <p>サイトの中で、ユーザーが今どのページにいるのかを、階層構造のリンクで簡潔に記述したリストのこと。</p>
03	<h3>見出しタグ</h3> <p><code><h1></code>が最上位の大見出しで、以下数字が小さくなるにつれて下位の小見出しになり、<code><h6></code>が最下位の見出し。SEOではそのページのテーマ性を判断する重要な要素。</p>
04	<h3>CMS(Content Management System)</h3> <p>HTMLなどの専門知識がないユーザーでも、テキストや画像を用意すれば簡単にWebサイトが制作できるように作られたソフト（WordPressやMovable Typeが代表的）のこと。</p>
05	<h3>CSS(Cascading Style Sheets、別名:スタイルシート)</h3> <p>Webページのデザインやレイアウトを定義する仕様のこと。</p>
06	<h3>headタグ</h3> <p>HTML文書のヘッダを示す要素で「title」「description」「link type」などが含まれる。この要素の内容は、ブラウザ上には表示されない。</p>
07	<h3>HTML (Hyper Text Markup Language)</h3> <p>Webページのドキュメントを構築するために、文書構造を記述するマークアップ言語のこと。</p>
08	<h3>Webブラウザ</h3> <p>Webページを閲覧するためのソフトウェアのこと。主要ブラウザは「Internet Explorer(IE)」「Firefox」「Chrome」「Opera」など。</p>
09	<h3>W3C(World Wide Web Consortium)</h3> <p>Web上で使用するための各種技術の標準化を行うために、1994年に設立された非営利団体のこと。</p>

5. 用語集（解析編）

01	アクセス解析 Webサイト訪問者の情報や傾向などの行動や特性を、定量的に分析する手法のこと。
02	インプレッション Webサイトに掲載された広告効果を計る指標の一つで、広告の表示（露出）回数のこと。
03	ユーザビリティ Webサイトの見やすさ、使いやすさ、分かりやすさなどユーザーの満足度の度合を判断するルールのこと。
04	リファラー ユーザーがWebページを訪れる直前に経由した参照元ページのこと。
05	CPA (Cost Per Acquisition、別名：顧客獲得単価) 商品購入や会員登録など、成果1件当たりが発生したコストのこと。
06	CPC (Cost Per Click、別名：クリック単価) 1クリックを獲得するのに発生したコストのこと。
07	CVR (Conversion Rate、別名：コンバージョン率) Webサイトを訪問したユーザー数に対して、そのWebサイトで商品購入や会員登録など成約を行ったユーザーの割合を表した数値のこと。
08	PV (Page View、別名：ページビュー) Webサイトのページが閲覧された回数のこと。
09	UU (Unique Users、別名：ユニークユーザー) Webサイト内の特定ページを訪問したユーザーの数。同一Webサイトを同じ人が何度も訪問した場合も、1ユーザーとしてカウントされる。

6. 用語集（その他）

01	<h3>ディレクトリ</h3> <p>ファイルを分類・整理するための保管場所のこと。</p>
02	<h3>ドメイン</h3> <p>コンピュータやネットワークの場所を識別する、インターネット上の住所のこと。重複しないように発行・管理されており同じものは世界にふたつとない。</p>
03	<h3>パラメータ</h3> <p>ソフトウェアを実行したりプログラム内で関数を呼び出したりするときに、その動作を指定するために外部から与える設定値のこと。</p>
04	<h3>リダイレクト</h3> <p>あるWebページに訪問したユーザーを、別のWebページに自動的に移動させる設定のこと。301(永久的)や302(一時的)などの設定がある。</p>
05	<h3>静的ページ</h3> <p>Webサーバ内のコンテンツがそのままHTMLファイルとして生成され、表示されるページのこと。</p>
06	<h3>動的ページ</h3> <p>asp や php、jsp、cgi等を利用してユーザーからアクセス要求があった時に、データベースから情報を取得して生成されたページのこと。URL中に「?」や「&」が含まれるもの。</p>
07	<h3>IPアドレス</h3> <p>インターネット通信で、ネットワーク上のコンピュータ1台1台を識別するために割り振られた番号のこと。4つの番号をドットで区切って表される。</p>
08	<h3>robots.txt(ロボット・テキスト)</h3> <p>検索エンジンに対する要求を伝えるファイルで、クローラに巡回してほしくないWebページやディレクトリなど、特別な設定条件を伝えるときに使用。</p>
09	<h3>.htaccess(ドットエイチティーアクセス)</h3> <p>ApacheなどのWebサーバで使用できる、Webサーバの動作をディレクトリ単位で制御するための環境設定ファイルのこと。</p>

Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

株式会社フルスピード
〒150-0044
東京都渋谷区円山町3-6
E・スペースタワー8階
TEL:03-5728-4460(代表)