

# Full Speed

月刊SEOレポート 2015年2月版

---

Monthly [SEO](#) Report

Vol.59

2月のトピックスはスマートフォン関連が多いと思っていたら月末最後、2月27日にスマートフォンサイトに関するアルゴリズム導入のお知らせがGoogleから届きました。

すでに知っている方も多いと思いますが、「モバイルフレンドリー」に適合したサイトを優遇する、スマートフォン向けのランキングアルゴリズムの導入予告です。

スマートフォンに対するGoogleの取り組みは、以下のようにだいぶ昔から推進されていたものの、かなりスローな展開でした。

2011年12月：スマートフォン版クローラの導入

2012年06月：スマートフォンの最適化について公開

2014年11月：スマホ対応ラベルの導入

ランキングアルゴリズムはPCに限定され、スマートフォン専用のランキングアルゴリズムは今のところ存在しません。PCの場合は第三者からリンクされるWeb環境があることから、外部と内部の指標によってサイトの順位を決めることができます。しかし、スマートフォンにはソーシャルで拡散されることはあっても、第三者のWebサイトからリンクさせることは稀な環境です。そのため、内部だけの指標でランキングを作ることができないため、スマートフォン専用のアルゴリズムは存在しない状態になっています。

さて、今回の「モバイルフレンドリー」のアルゴリズム導入やtwitterとの連携によって、近い将来、スマートフォン専用のランキングが作られる可能性が増したと感じます。

いつになるか、Googleのみが知るところですが、今回の取り組みはそのような未来に期待できると思える発表でした。

SEOコンサルティング事業部

SEOコンサルタント 深井



04 検索エンジン最新トピック

11 全体的な順位変動の状況

13 Growth Seed VOICE

SEO Report

検索エンジン  
最新トピック

Section 01

## 検索エンジン最新ニュース

検索マーケティングに関わるお役立ち情報をご紹介します。

## Google

日付	タイトル	概要	詳細
02/04	GoogleとTwitterが再提携	【米Google】Bloombergから、GoogleとTwitterが提携に合意したと発表。投稿されたツイートがリアルタイムにインデックスされ検索結果に反映することが可能に。	P06
	<a href="http://www.bloomberg.co.jp/news/123-NJBVDW6KLVRG01.html">http://www.bloomberg.co.jp/news/123-NJBVDW6KLVRG01.html</a>		
02/12	サーチインパクトレポートα版を公開	【米Google】テスターに申し込んだ一部ユーザーを対象に、Googleウェブマスターツールから詳細な自然検索結果掲載によるパフォーマンスが分析できるα版を公開。	-
	<a href="http://searchengineland.com/googles-search-impact-report-goes-live-select-webmasters-214699">http://searchengineland.com/googles-search-impact-report-goes-live-select-webmasters-214699</a>		
02/12	モバイルユーザビリティ機能追加	モバイルで閲覧される際に問題となりうる点が表示されるモバイルユーザビリティ機能がウェブマスターツールに追加。	-
	<a href="http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/02/tracking-mobile-usability-in-webmaster.html">http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/02/tracking-mobile-usability-in-webmaster.html</a>		
02/19	Googleモバイル検索調査結果	【米Google】エモリー大学と共同調査をしていた、モバイル検索のユーザー動向調査レポートを公開。	-
	<a href="http://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/en/us/pubs/archive/43224.pdf">http://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/en/us/pubs/archive/43224.pdf</a>		
02/27	検索結果をもっとモバイルフレンドリーに	スマートフォンを最適化しているとGoogleが判断したサイトを優遇するアルゴリズムを4月21日に全世界で導入することを発表。	P07
	<a href="http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/02/finding-more-mobile-friendly-search.html">http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/02/finding-more-mobile-friendly-search.html</a>		

## Yahoo! JAPAN

日付	タイトル	概要	詳細
02/04	ゲームパブリッシング事業を開始	1月に設立したGameBankを通じて、スマートデバイスにおけるゲームサービスの展開の加速と収益の拡大を目指すことを発表。	-
	<a href="http://ir.yahoo.co.jp/jp/archives/present/">http://ir.yahoo.co.jp/jp/archives/present/</a>		
02/09	デバイスの利用実態調査を公開	マルチスクリーンの環境下におけるデバイスの利用動向や、使い分け・同時利用の実態を探る意識調査の結果をインフォグラフィックの画像と動画にまとめ、公開。	P09
	<a href="http://yahoojp-marketing.tumblr.com/post/109564662638">http://yahoojp-marketing.tumblr.com/post/109564662638</a>		
02/09	WONDER!SCHOOL提供開始	バンダイと協業し、動画の投稿・閲覧を通じて子どもたちの習いたい・覚えたい・競いたいに応える、無料の参加型学びのサイト「WONDER!SCHOOL」を提供。	-
	<a href="http://thewonder.it/">http://thewonder.it/</a>		

## 「 GoogleとTwitterが再提携 」

## 今月のトピックス01

GoogleとTwitterの業務提携が発表されたことで、2011年に閉鎖された「Google リアルタイム検索」が復活するかもしれません。firehose（Twitterデータ）にアクセスが可能になることで、リアルタイム検索の復活だけでなく、ソーシャルシグナルとしてTwitterのリンクがランキング要因に含まれるかもしれません。今後の動向が楽しみな取り組みです。

## これまでの経緯

2009年10月21日

GoogleとTwitterが業務提携

2010年8月27日

リアルタイム検索専用サイトを開設



2011年7月2日

GoogleとTwitterの業務提携が終了  
リアルタイム検索専用サイトも閉鎖

2014年1月22日

Googleマット・カツツ氏がTwitterは検索順位に一切影響  
していないと明言

2015年2月4日

GoogleとTwitterが再提携

大量のツイートをクロールせずにFirehoseから直接入手できるようになる影響は？

- ✓ リアルタイム検索の復活 ! ?
- ✓ 自然検索結果への反映 ! ?
- ✓ ソーシャルシグナルとしてランキングアルゴリズムに追加 ! ?

など、多くの可能性を秘めた取り組みと期待できます。

## 「検索結果をもっとモバイルフレンドリーに」その①

## 今月のトピックス02

Googleは、モバイルフレンドリーに該当するスマートフォンサイトを上位表示の手がかりにするべく、ランキングアルゴリズムへ2015年4月21日に導入すると発表しました。

この変更は世界中の全言語のモバイル検索に影響を与え、Googleの検索結果に大きな変化をもたらすと公表しています。

## モバイルフレンドリーと判定されるには・・・

モバイルフレンドリーであるサイトと判定されるためには、スマートフォンで検索した検索結果のサイト概要文の冒頭に「スマホ対応」とラベル表示されることです。Googleが最適化されたスマートフォンサイトがあると判断された際に表示されるものです。このラベル表示があるサイトが優遇されます。

Google

[https://www.google.co.jp/?gws\\_rd=ssl](https://www.google.co.jp/?gws_rd=ssl)

「スマホ対応」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 ...

## モバイルフレンドリー化の流れは・・・

Googleが公開しているツールを用いてスマートフォンサイトの最適化を実行します。

モバイルガイド	モバイルサイトを最適化するための公式ガイドライン <a href="https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/?hl=ja">https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/?hl=ja</a>
モバイルフレンドリーテスト	ラベル表示条件を満たしているかをチェックするツール <a href="https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=ja">https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=ja</a>
ユーザビリティレポート	ウェブマスターツールで利用できるテストツール <a href="https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-usability">https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-usability</a>

「スマホ対応」とラベル表示が公開された2014年11月の時点で「このモバイルフレンドリーの条件をランキング要因として使用することも実験中です」とアナウンスされていました。今回の導入を示唆していたことから、驚くべきアルゴリズムの導入ではありません。やるべきことはシンプルで、以下のことだけです。

**「最適化されたスマートフォンサイトを作りましょう！」**

## 「検索結果をもっとモバイルフレンドリーに」その②

## 今月のトピックス02

Googleは、モバイルフレンドリーに該当するスマートフォンサイトを上位表示の手がかりにするべく、ランキングアルゴリズムへ2015年4月21日に導入すると発表しました。

この変更は世界中の全言語のモバイル検索に影響を与え、Googleの検索結果に大きな変化をもたらすと公表しています。

## モバイルフレンドリー化の注意事項…

Googleのジョン・ミュラー氏がユーザーからの質問に回答しています。

- ✓ スマートフォンユーザー（モバイル検索）だけに影響します。
- ✓ 現時点ではPCからの検索には影響しません。
- ✓ 4月21日予定ではあるが目に見える影響は時間がかかると予想します。
- ✓ モバイル対応していないからといって検索結果に表示されないことはない。

## モバイルユーザビリティに関して…

Googleのウェブマスターツールに「モバイル ユーザビリティ上の問題が検出されました」とのメッセージが1月下旬から届いています。

以下のようなメッセージが届いた場合は、モバイルフレンドリーに適合したサイトとは見なされず「スマホ対応」ラベルが表示されない可能性があります。

対応が必要になりますので、ご不明な点がございましたら担当営業までご相談ください。

The screenshot shows a notification from Google Webmaster Tools. At the top, it says 'https:// [domain].com/ でモバイル ユーザビリティ上の問題が検出されました' (Mobile usability issues detected on https:// [domain].com/). Below this, it addresses the website owner: 'https:// [domain].com/ のウェブマスター様' (Dear website owner of https:// [domain].com/). The main text explains that Google tested 11 pages and found 100% of them to have significant mobile usability issues, meaning they are not mobile-friendly and may not be shown to smartphone users. It lists the problem-solving steps: 1. Identify the problematic pages. 2. Check the mobile-friendliness of the pages and the detected issues. A blue button labeled 'モバイルの問題を調べる' (Check mobile issues) is visible on the right. At the bottom, it suggests checking the creation method for mobile-friendly pages.

## 「デバイスの利用実態調査を公開」

## 今月のトピックス03

スマートフォン、タブレット、パソコンやテレビなど、さまざまなメディアに囲まれる「マルチスクリーン」時代、各デバイスの使われ方に変化が現れています。今回発表したインフォグラフィックでは、この「マルチスクリーン」時代に、インターネットユーザーがどのようにデバイスと接しているか調査結果を可視化し、分かりやすく紹介しています。

## 『結果01 全体』

回答者の41%が毎日2台以上の、種類の異なるデバイスを利用。

## 『結果02 スマートフォン』

回答者の93%がスマートフォンをほぼ毎日利用。1回の平均利用時間は47分。スマートフォンならではの利用目的に、地図・ナビゲーション機能、暇つぶし、動画視聴がある。

## 『結果03 タブレット』

回答者の49%がタブレットをほぼ毎日利用。一回の平均利用時間は34分。75%が自宅で利用。43%の50代男性がタブレットから電子書籍を閲覧している。

## 『結果04 パソコン』

回答者の82%がパソコンをほぼ毎日利用。1日の平均利用時間は103分。76%が自宅で利用し、主な利用目的はネットショッピング、資料の作成・編集・閲覧など。



## イベント情報

Webマーケティングに関わるイベントやセミナーなどお役立ち情報をご紹介します。



アフィリエイト

NEW

## 第14回 アフィリエイトカンファレンス

2015年3月7日(土) 13:45 ~ 16:00

豊島区民センター 文化ホール

<http://affiliate-marketing.jp/conf/>

UI

NEW

## UX Days Tokyo 2015

2015年4月17日(金) ~ 19日(日) 10:00 ~

場所未定

<http://2015.uxdaystokyo.com/>

スマートフォン

NEW

## 第5回 スマートフォン &amp; モバイル EXPO 春

2015年5月13日(水) ~ 15日(金) 10:00 ~ 18:00

東京ビッグサイト

<http://www.smart-japan.jp/>

Web全般

## CSS Nite LP41 Webマスターのためのスキルセットの棚卸し(仮)

2015年6月20日(土) 時間未定

ベルサール九段

<http://cssnite.jp/>

コンテンツ

## コンテンツ東京 2015

2015年7月1日(水) ~ 3日(金) 10:00 ~ 18:00

東京ビッグサイト

<http://www.content-tokyo.jp/>

SEO Report

全体的な  
順位変動の状況  
Section 02

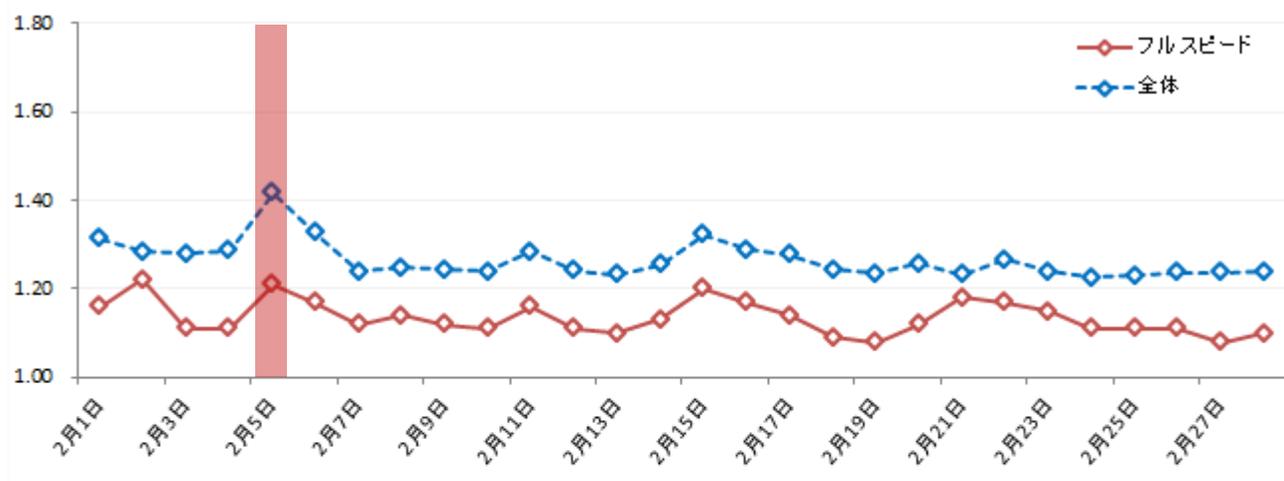
## 順位変動状況サマリー

## 2015年2月の順位変動に関するサマリーコメント

2月は大きなアルゴリズム刷新はありません。2月5日と15日に「1.2」を超える中規模変動を観測していますが、全体を通じては比較的穏やかな月でした。

2月5日は「1.21」と最も高い数値を観測しましたが、上下変動があったキーワードの内86%が前日順位差10位以内の小さい変動が特徴で、ペナルティー等による大幅な下落は少ない状況でした。外部並びに内部の要因に変化があったというよりも、インデックスされているサイト情報が広範囲で更新されたような変化と思われます。

## Googleの順位変動率の推移（2015/2/1～2015/2/28）



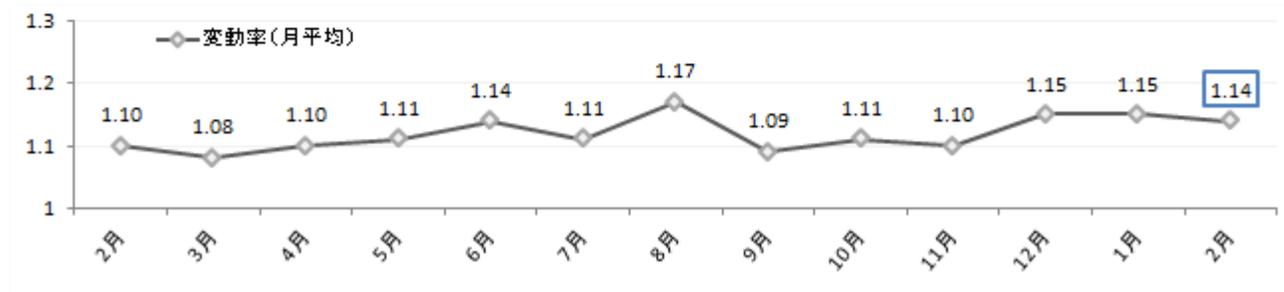
## グラフの項目

全体

弊社で観測している様々なキーワードも含む市場全体の順位変動傾向

フルスピード

弊社で対策を実施しているキーワードの順位変動傾向



※変動率に使用したデータ：

上位表示される難易度に応じ、フルスピードが独自に選定しモニタリングしているビックキーワード・ミドルキーワード・スモール/複合キーワードの数千キーワードのデータを使用、独自の計算に基づき算出しています。

Googleの公式発表ではありませんのでご注意ください。

SEO Report

Growth Seed VOICE  
Section 03

## Growth Seed \_ 最新記事紹介

当社のSEOコンサルタントやその道の専門家が発信する知識、現場で使える無料レポートの公開、毎日の順位変動状況など情報を出し惜しみすることなく、ユーザーの方に満足していただけるような専門情報をお届けしています。

サイト成長の種を贈るフルスピードSEOブログ  
<http://growthseed.jp/>



## 最新記事のご紹介



## 「面白さの種類は3つ！？面白い記事の書き方とは」

ライターなら誰でも、「面白い記事」を書くことを目指します。しかし面白いにも色々あるだろう、と悩みますよね。

本記事においては、「興味深い」「こっけいだ」「楽しい」「珍しい」の要素それぞれを、記事における面白さに置き換えて、どんなパターンがあるかをまず確認し、どうすればそういった要素を満たした記事が書けるかについて考えてみたいと思います。

<http://growthseed.jp/experts/writing/omoshiroi/>



## 「記事作成を外注する時に注意したい3つのポイント」

なかなかコンテンツの作成に腰を据えて取り組むことができないという悩みを抱えている方も多いはず。

そんな時に利用したいのが、記事の外注サービスです。しかし、作成された記事の内容や品質には十分に注意しないと大きな負債になってしまう事も考えられます。

記事作成を外注する時にどんな事を注意したらいいのでしょうか。3つのポイントをご紹介します。

<http://growthseed.jp/experts/contents/outsourcing-articles/>

## Growth Seed \_ コンテンツの種類によるアクセスの違い

コンテンツの種類は「ノウハウ系」や「コラム系」「用語集系」など複数あります。コンテンツの種類によって目的も違えば効果も異なります。今回はコンテンツの種類ごとにどのような反響を得られるのか、事例を2パターンご紹介いたします。

## パターン I ノウハウ系（How toタイプ）

「迷ったらこうする[記号編] 三点リーダや中黒の使い方」というノウハウ記事を8月に公開したところ、初動はほぼアクセスはなかったのですが、対策キーワードの大半が上位に表示されたことで、じわりじわりと右肩上がりアクセスが伸びた事例です。



## ● セッション



このようなHow to系の記事は、公開後は非常にアクセスが少ないのですが、順位が向上するにしたがってアクセスも継続的に伸びる特徴があります。How to型コンテンツの典型的な推移です。

## パターン II コラム系（拡散タイプ）

「SEO初心者から今まで、SEOを知るために私が勉強したこと」というコラム記事を10月に公開したところ、はてなブックマークの新作エントリが起爆剤になりソーシャルメディアで拡散され、最終的にはグノシーに掲載されたことでアクセスが爆発した事例です。



## ● セッション

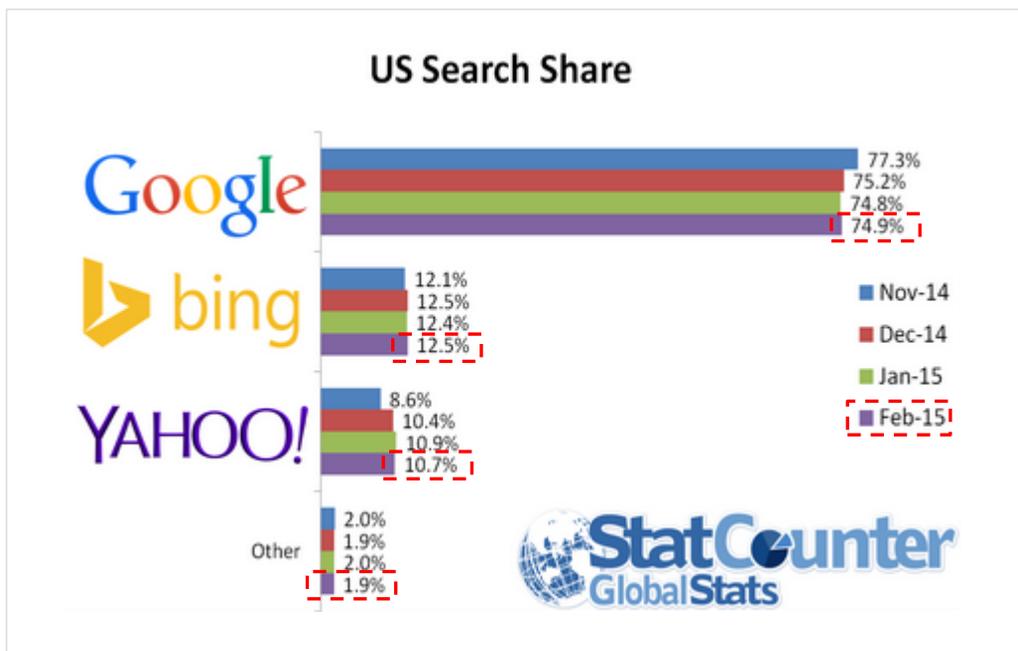


このような拡散系の記事は、突発的なアクセス増加は起こりえますが、継続的なアクセスアップにはつながらないことが一般的です。いわゆるバズる系の典型的な推移です。

## 米国検索エンジンシェア \_ Googleシェアが下降

アイルランドのアクセス解析企業 Stat Counter が3月2日（現地時間）に、2015年2月の米国検索市場のシェアを発表しました。

Stat Counter が検索市場調査を開始した2008年7月以来、1月に引き続きGoogleのシェアが75%を切っています。



Google

11月対比で2.4ポイント減の74.9%、1月に続き75%を割っている

bing

0.1ポイント増の12.5%、直近4カ月でほぼ変わらず

YAHOO!

0.2ポイント減の10.7%、若干下がったが12月以降順調な数値を維持

参照元 : 「 Stat Counter 」 <http://gs.statcounter.com/press>

Googleのシェアが下がっているのは、MozillaがWebブラウザFirefox米国版のデフォルト検索エンジンを、10年間にわたり契約していたGoogleから米Yahoo!に切り替えたことが影響しているようです。米Yahoo!とMozillaは2014年11月19日、5年間の戦略的提携を結んだことを発表しています。

## SEO新サービス \_ Expert SEO

14年間のプロジェクトで蓄積したSEOノウハウに基づいたSEOコンサルティングサービス「Expert SEO」を2月26日にリリースしました。あるべき姿を描いて現状とのギャップを解決し、継続的な改革をするために当社コンサルタントがお客様サイトの戦略家として、サイト内部のSEOプロデュースをするサービスです。

「Expert SEO」はSEOコンサルティングサービスの総称で、4つのタイプと9つのプランで構成されています。

パートナー Type	高額を支払ってでも、がっつき深くかかわってほしい企業様向けのプランです。
コーチング Type	完全個別カスタマイズで、企業様のビジョンを叶える価値創造型プランです。
アドバイザリー Type	リーズナブルな価格で、長期的にかかわってほしい企業様向けのプランです。
プロジェクト Type	短期間で、がっつき課題問題点を解決したい企業様向けのプランです。



# Expert SEO

2015年2月26日リリース

月刊SEOレポート 2015年2月版

- Monthly SEO Report vol.59 -

---

発行 2015年3月4日

発行者 SEOコンサルティング事業部

発行所 株式会社フルスピード (<http://www.fullspeed.co.jp/>)

東京都渋谷区円山町3-6 E・スペースタワー8F

03-5457-7727

1. 当社が独自に調査した結果をまとめた2015年2月末の情報です。
2. 全体傾向をまとめたレポートとなりますので、お客様サイトの状況と合致していない内容も含まれていることご理解ください。
3. 無断複製・無断配付・無断公開は禁止しております。



# Full Speed

Ad Technology & Marketing Company