

**コンサル観点で見る【2019年 SEO 動向年間総括】
コンテンツの重要性が更に注目された1年！SEO 観点で注意すべき点は？
新たな言語理解機能「BERT」について**

アウンコンサルティング株式会社(東証二部:2459、本社:東京都文京区、代表取締役:信太明、以下アウンコンサルティング)は、アジア9拠点で、マーケティング(SEM(検索エンジンマーケティング)サービス、インターネット広告など)、アセットなどのグローバルコンサルティングを展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2019年6月より22期目を迎えています。

この度、2019年におけるSEO動向の総括と、アウンコンサルティングが予測する2020年のSEO動向を発表いたします。

SEO 動向 2019 の振り返り

■モバイルを中心としたコンテンツの重要性が更に注目された1年

MFI(モバイルファーストインデックス)元年とされた2018年から2019年にかけて、モバイルファーストを主流とする流れが更に浸透しました。

また、コアアルゴリズムの事前告知によるアップデート(2019年中に数回)、言語理解機能の新技术「BERT」の導入、検索品質評価ガイドライン更新(E-A-T表記→Page Quality等)に代表されるようにコンテンツの重要性が更に注目された1年となりました。

中でも以下の3つが抑えておくべきポイントです。

1. 7月より、モバイルファーストインデックスがデフォルトに(モバイル)

Googleはウェブマスター向け公式ブログにて、2019年7月より、Googleが新規にインデックスするサイトはすべて、デフォルトでモバイルファーストインデックスを適用すると発表しました。モバイルファーストインデックス導入後、新しいサイトは一般的にモバイルファーストインデックスに対応していることが背景として述べられています。Googleは新しいサイトに対し、問題や混乱が起きにくいレスポンシブウェブデザインを引き続き推奨しています。

<https://webmasters.googleblog.com/2019/05/mobile-first-indexing-by-default-for.html>

また、モバイル向けのアルゴリズムとして「インタースティシャル広告について」の評価についてアップデートがありました。

現在、モバイルが主流となる流れの中で、インタースティシャル広告は一般的になってきていますが、一部のインタースティシャル広告は、ユーザーが広告をクリックするかページを離れる以外の選択肢がないほどユーザビリティが低いとされています。中でも、アプリダウンロードインタースティシャル広告で、

ユーザーにアプリのダウンロードを強制しようとしているようなサイトは、アルゴリズムにより大幅に順位が低下する可能性があります。

2. 米 Google、より自然な言語理解のための新技術「BERT」を導入

モバイルが主流となる流れの中で、米 Google から言語理解機能の新技術「BERT」が導入されました。これにより、従来機械が理解することが難しかったクエリに対し、ユーザーが探している本当の意図への理解を深め、対応するコンテンツを検索結果に反映することができるようになりました。

日本語を含む 70 言語以上の Google 検索に導入されており、検索クエリ全体の 10%に影響を与える形となっています。

<https://www.blog.google/products/search/search-language-understanding-bert/>

3. コンテンツの重要性に関して

<コアアルゴリズムのアップデート>

Google は日々アルゴリズムをアップデートしており、2018 年においては 3200 以上のアルゴリズムのアップデートを実施したと公表しています。一方で、2019 年においてはコアアルゴリズムのアップデートを事前に告知の上、実施するようになっていきます(コアアルゴリズムアップデート以外の細かなアルゴリズムアップデートは 2018 年と同様に非公表の上、数多く実施していると推察されます)。

2019 年においては、3 回のコアアルゴリズムのアップデートが事前告知の上、実施されています。(2019/3/13、2019/6/2、2019/9/24 の 3 回)内容としてはコンテンツの評価方法の改善がメインと言及しています。

<https://webmasters.googleblog.com/2019/08/core-updates.html>

<Page Quality について>

かねてから品質評価において、E-A-T(専門性、権威性、信頼性)が重視されてきましたが、2019 年 5 月に「ページ品質(Page Quality)」と文言を変更し、9 月にはガイドラインを変更するなど、より一層コンテンツの品質強化の流れが強まっています。内容としては、YMYL の適用範囲を広げつつ品質の認識を強化・時事を含むニュース記事に対する記述の拡大・画像や動画など芸術的コンテンツの品質判断・オリジナルソースのコンテンツの強化などの調整などです。引き続き、コンテンツの品質が問われています。

■2019 年の主な出来事

<ガイドラインのアップデート>

・Google、検索品質評価ガイドラインをアップデート(5月17日、9月13日、12月6日)

<https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/en//searchqualityevaluatorguidelines.pdf>

・Google、検索結果に同ドメインのサイトが複数並ばないようにアルゴリズムを調整(6月6日)

Google は Twitter の SearchLiaison アカウントにて、検索結果に多様なサイトが並ぶよう、同ドメインから検索結果に表示されるのは 2 つまでになるようアルゴリズムを調整したと報じました。基本的にはルートドメイン単位で、サブドメインも含め表示されるのは 2 つまでとなります。なお、同時期に行われたコアアルゴリズムアップデートとは別物で、関連性はありません。

<https://twitter.com/searchliaison/status/1136739062843432960>

<アルゴリズムの改善>

・Google、3月12日にコアアルゴリズムアップデート(March 2019 Core Update)を実施(3月13日)

Google が Twitter の SearchLiaison アカウントにて、広範囲にわたるコアアルゴリズムアップデートを行ったと発言しました。これは年に数回行うもので、昨年 3 月、8 月に行ったアップデートと同様のものとのことです。当アップデートは同アカウントにて後に「March 2019 Core Update」と名付けられました。

<https://twitter.com/searchliaison/status/1105842166788587520>

・Google、コアアルゴリズムアップデート(June 2019 Core Update)を事前に予告して実施(6月2日)

Google が Twitter の SearchLiaison アカウントにて、年に数回行っているコアアルゴリズムアップデートを翌日 6 月 3 日 に行うと事前にアナウンスしました。このアップデートを「June 2019 Core Update」と呼びます。過去このように事前に予告してコアアルゴリズムアップデートを行うのは極めて異例です。

<https://twitter.com/searchliaison/status/1135275028834947073>

・Google は 2018 年の 1 年間で 3,200 以上のアルゴリズム変更をしている(7月15日)

Google は The Keyword 公式ブログにて、検索の関連性と有用性を維持する方法について解説しました。それは強調スニペットであり、ナレッジパネルであり、オートコンプリートのような機能のほか、毎年更新している検索アルゴリズムであるとし、2018 年には年間で 3,200 以上の変更を加えたと述べています。

<https://www.blog.google/products/search/how-we-keep-google-search-relevant-and-useful/>

・Google、事前に告知した後にコアアルゴリズムアップデート(September 2019 Core Update)を展開(9月24日)

Google は Twitter の SearchLiaison アカウントにて、広範囲にわたるコアアルゴリズムアップデートを当日に事前告知し、およそ 5 時間後にこれを展開したと発表しました。コアアルゴリズムアップデートの事前告知をするのは 2019 年 6 月以来 2 度目で、今回のものは「September 2019 Core Update」と名付けられました。

<https://twitter.com/searchliaison/status/1176473923833225221>

・Yandex、新たなアルゴリズム「Vega」を導入(12月17日)

Yandex は公式ブログにて、新たなアルゴリズム「Vega」のアップデートを案内しました。このアップデートには、1,500 の改善と、2 倍のインデックス、検索結果表示の高速化などが織り込まれています。機械学習に評価者と呼ばれる各種専門家の評価を加え、より関連性の高い情報を上位にランク付けすることが可能になったとのこと。

<https://yandex.com/company/blog/vega>

■2020年の予測

<引き続き、モバイルファースト&コンテンツの重要性に注目>

モバイルファーストインデックスのデフォルト化や、「BERT」の実装など、当初予測していたよりも早いスピードでモバイルファーストが主流化しています。このような環境の中で、注意すべき点は会話口調のクエリへの対応です。これまで、「単語+単語」だったものが、音声検索では「単語+動詞」になるなど(BERT に代表されるような自然言処理に近い)、今までの SEO 対策とは異なった事象が生じる場合が考えられます。

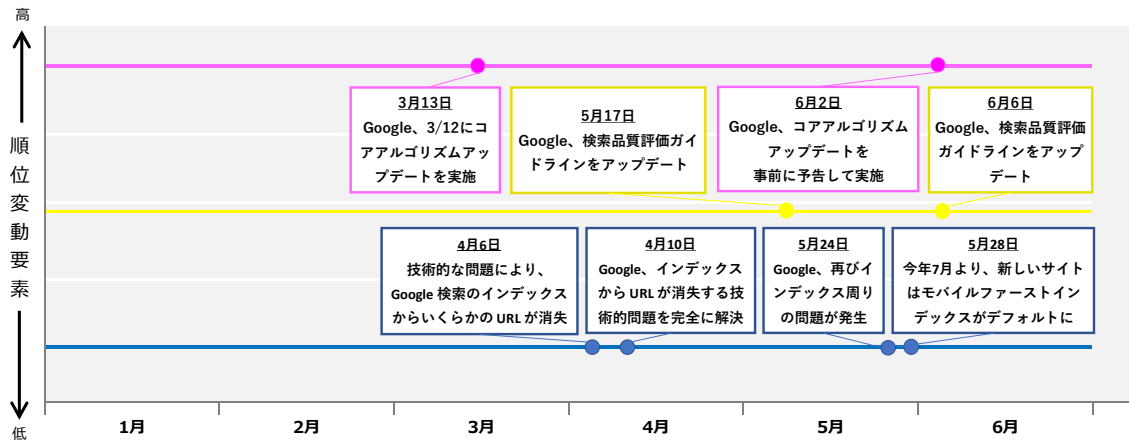
またこれに伴い、小手先だけの SEO テクニックだけではなく、コンテンツそのものの品質・価値がより一層重要になってきます。

一方で、コンテンツ対策≡とにかく情報を多く詰め込んだようなコンテンツページも見受けられるようになってきたのも事実です。本質的に「ユーザーに対して価値のあるコンテンツ≡検索エンジンにとっても価値のあるコンテンツ」ということを忘れずにコンテンツを作り込んでいきましょう(もちろん、テクニカル観点ではベースの守るべき事項として検索品質評価ガイドラインに代表されるような各ルールは前提として実装した上での事です)。

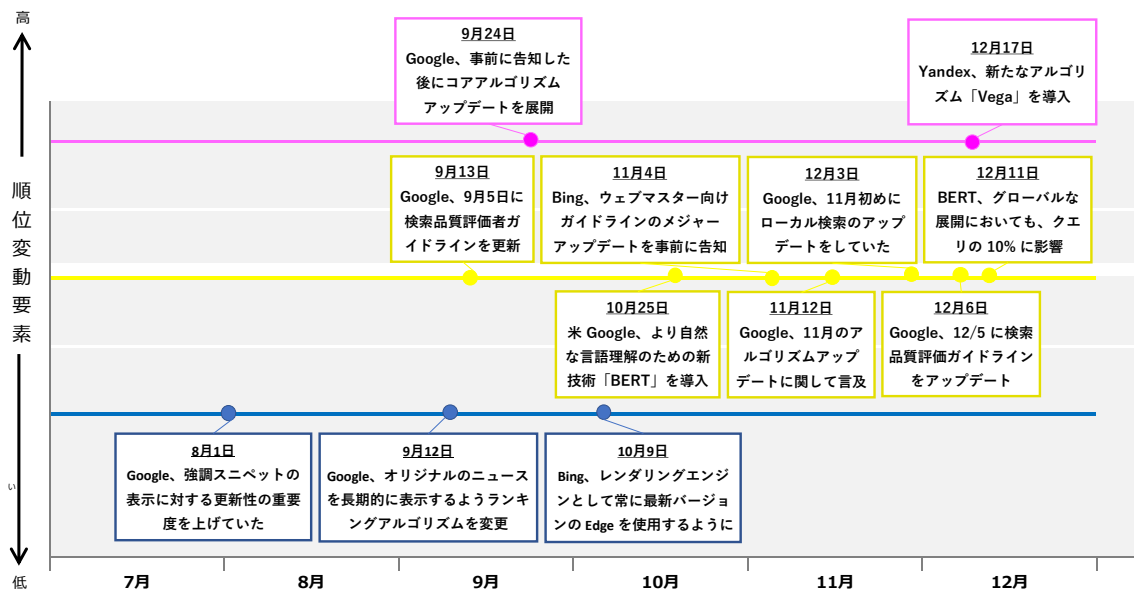
Google は日々アルゴリズムの更新を行っていますが、その先には Google の目指す「快適なユーザーエクスペリエンス」があります。これは、MFI の移行や AI による音声検索の普及のように社会のトレンドが変化しても変わらないと思われます。SEO 動向を日々チェックすると共に、ユーザーのニーズを考え、ユーザーにとって価値のあるサイト制作を心がけることが重要な要素になってくると考えられます。

検索市場は、アップデートによる影響で常に進化しておりますが、当社としても、お客様の期待に応えられる価値を提供できるよう、日々多くの事象を分析し、正確な情報を発信できるよう尽力してまいります。

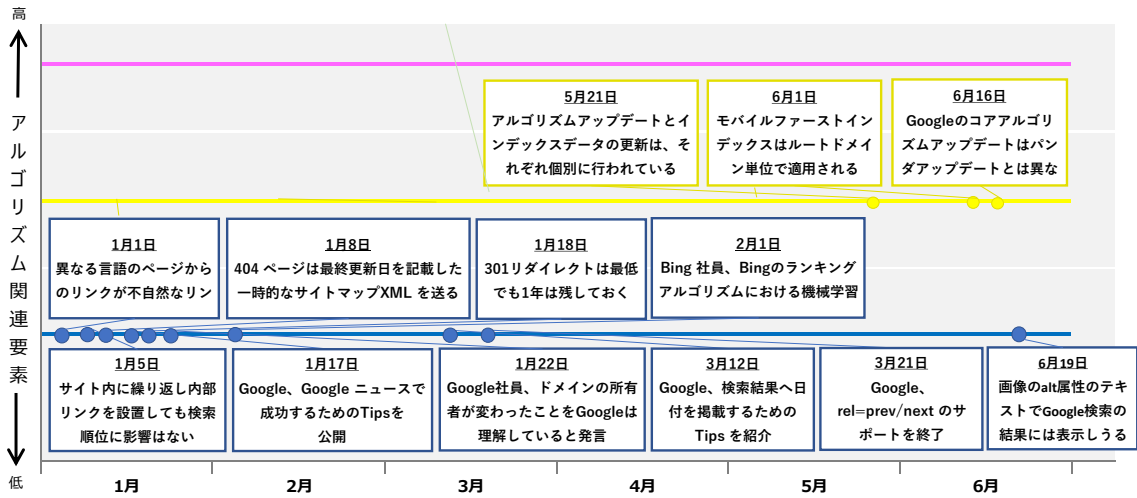
<2019年1月～6月(順位変動要素)>



<2019年7月~12月(順位変動要素)>



<2019年1月~6月(アルゴリズム要素)>



<2019年7月~12月(アルゴリズム要素)>



調査概要

【調査主旨】

コンサル観点で見る【2019年SEO動向年間総括】

コンテンツの重要性が更に注目された1年！SEO観点で注意すべき点は？

新たな言語理解機能「BERT」について

【調査要綱】

調査日:2019年12月1日～2020年1月27日

調査対象時期:2019年1月～2019年12月

調査機関:アウンコンサルティング調べ

プレスリリース本文中に出てくる各社サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

本プレスリリースをご掲載される場合、『アウンコンサルティング調べ』とご記載の上、弊社までご連絡をお願いいたします。

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@auncon.co.jp



アウンコンサルティング株式会社

[事業内容]

東京、沖縄、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国のアジア 9 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチなどのグローバルマーケティング事業及びアセット事業を展開

[設立] 1998年6月8日

[本社] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136 千円 (2019年11月末現在)

[URL] <https://www.auncon.co.jp>