

コンサル観点で見る【2020年 SEO 動向年間総括】

2021年は Core Web Vitals のアルゴリズム導入予定

引き続きコンテンツを重要視した SEO 対策を

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」という)は、国内外の拠点でマーケティング事業(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)、アセット事業(女性向け投資教育サービス)などのグローバルコンサルティング業を展開しています。また、アジアにおいていち早く SEO を事業化し、2020年6月より23期目を迎えています。

この度、2020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2021年の SEO 動向を発表いたします。

SEO 動向 2020年の振り返り

■モバイルファーストインデックスへの移行と Core Web Vitals のアルゴリズム導入準備の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2020年にかけて、引き続きモバイルファーストを主流とする流れが浸透しました。Googleは、2021年3月までにモバイルファーストインデックスへの完全移行をすると発表していることに加え、Core Web Vitals のアルゴリズム導入(2021年5月予定)など、新しい動きもありました。

また、引き続きコンテンツの質も重要視しており、「YMYL」や「E-A-T」を考慮した対策も求められます。2020年の大きな SEO 動向としては以下の4つが考えられます。

1. 3回にわたるコアアルゴリズムアップデート

2020年は1月14日、5月19日、12月4日にコアアルゴリズムアップデートが実施されました。

2. 将来的な Core Web Vitals のアルゴリズム導入のアナウンス

Googleは2021年5月に Core Web Vitals をランキングシグナルに使用することを発表しました。

これは複数の指標からなり、中でも重要な指標として LCP(ページのメインコンテンツが読み込まれるまでの時間)、FID(ページ上での入力操作を最初にできるまでの時間)、CLS(ページの予期せぬレイアウトシフトの量)の3つを挙げています。

また、同じタイミングでモバイルのトップニュースへの非 AMP ページの表示開始と、優れたエクスペリエンスのページをハイライトする新機能の導入も予定しているとのこと。

3. モバイルファーストインデックスへの完全移行を 2021 年 3 月と発表

Google は、モバイルファーストインデックスへの完全移行を 2021 年 3 月までに行うと発表しています。また、新たに作成するサイトについては引き続きレスポンシブデザインを推奨しています。

4. コンテンツの重要性(YMYL/ E-A-T)

Google は E-A-T について、E-A-T を基準として改善することがランキング改善にも役立つとしています。YMYL や E-A-T など、引き続きコンテンツの質を重視した対策が求められます。

■2020 年の主な出来事

<検索エンジンのガイドラインのアップデート関連>

・Google、検索品質評価者ガイドラインを更新(10 月 16 日)

このガイドラインの更新は、ブラウザから警告が出たサイトへの訪問を避ける記述や、クエリと Wikipedia のような百科事典サイトとの相関性を考慮した評価などの記述が追加されました。また、過去 2 年間の検索品質評価者ガイドラインにおける変更ログを確認できるようになったとのこと。

<主要検索エンジンのアルゴリズム関連>

・コアアルゴリズムアップデート(1 月 14 日、5 月 19 日、12 月 4 日)

2020 年では 3 度のコアアップデートが実施され、それぞれ「January 2020 Core Update」「May 2020 Core Update」「December 2020 Core Update」と名付けられました。

<https://twitter.com/searchliaison/status/1216766991882567680>

<https://twitter.com/searchliaison/status/1257397733217968136>

<https://twitter.com/searchliaison/status/1334521448074006530>

・http リンクは https リンクと同等に扱う(1 月 11 日)

Google の John Mueller(ジョン・ミュラー)氏は Twitter にて、http サイトのリンクは https サイトのリンクより権威性やページランクが低いかとの話題に、権威性については知らないが、http でも https と同等に扱う、と発言しました。

<https://twitter.com/JohnMu/status/1215676848698527744>

・Google 検索ガイドに最新の更新情報ページが追加(3 月 21 日)

Google の Lizzi Harvey 氏は Twitter にて、Google 検索のデベロッパーガイドに最新の更新情報が確認できるページを追加したとアナウンスしました。

<https://twitter.com/LizziHarvey/status/1241146046924742657>

・アクセシビリティをランキング要因とする計画はない(4 月 3 日)

Google の John Mueller 氏は Twitter にてユーザーの質問に対し、アクセシビリティをランキング要因とする計画はないと回答しました。補足として、一般的には、使いづらいサイトからはユーザーが離れていくため、時間が経過するとともに検索結果に表示される頻度は低くなっていくだろう、と加えました。

<https://twitter.com/JohnMu/status/1246348308676837381>

・サイト構造の中でのページの重要性はサイトリンクに現れる(4月10日)

Google の John Mueller 氏は Twitter にてユーザーの質問に対し、もしあなたのサイトが全てのページに繋がるようなリンク構造を持っている場合、それはフラットな構造であり、重要なページがない構造といえ、それはサイトリンクに現れる、と回答しました。

<https://twitter.com/JohnMu/status/1248275941673091072>

・Google、E-A-T がランキング要因となるかについての言及を公式ブログに追加(4月14日)

Google はウェブマスター向け公式ブログの過去記事に、E-A-T がランキング要因となるかについての言及を追加しました。人間は E-A-T を基準として評価し、アルゴリズムはそれに寄り添うよう調整されるため、結果として E-A-T を基準として評価することが、ランキング改善に役立つ場合があるとのことでした。

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

・Bing、ウェブマスター向けガイドラインを更新(7月1日)

Bing の Christi Olson 氏は Twitter にて、Bing ウェブマスター向けガイドラインを更新したとアナウンスしました。Bing がどのようにコンテンツを発見し、インデックスをして、ランク付けするかをより明確に提供するための更新とのことでした。rel="ugc"、rel="sponsored" についての言及などが追加されています。

<https://twitter.com/ChristiJOlson/status/1277995412503375882>

・Google 社員、URL 正規化に使用しているシグナルをリストアップ(8月21日)

Google の John Mueller 氏は Twitter にて、URL 正規化に使用しているシグナルをリストアップしました。リダイレクトだけでなく、内部リンクや外部リンク、サイトマップ、hreflang、canonical タグにより、すっきりした URL がシグナルとして使われているとのことでした。

<https://twitter.com/JohnMu/status/1289274629798821888>

■2021年の予測

＜モバイルファースト&コンテンツの重要性に加えてユーザーエクスペリエンス(体験)の重要性へ＞

2021年3月にはモバイルファーストインデックスの完全移行、2021年5月には Core Web Vitals がアルゴリズムの導入を予定しており、市場としても動きのある1年となるといえます。

ここ近年の流れだった、モバイルファーストへの対応(利用ユーザーの割合から重要性が増した)や YMYL や E-A-T に代表されるようなコンテンツの重要性(数度のコアアルゴリズムのアップデート、検索品質評価者ガイドラインのアップデート)が注目された状況でしたが、それを更に強化・進化させたような動きとも読み取れる「Core Web Vitals」のアルゴリズム導入が今後予定されています。

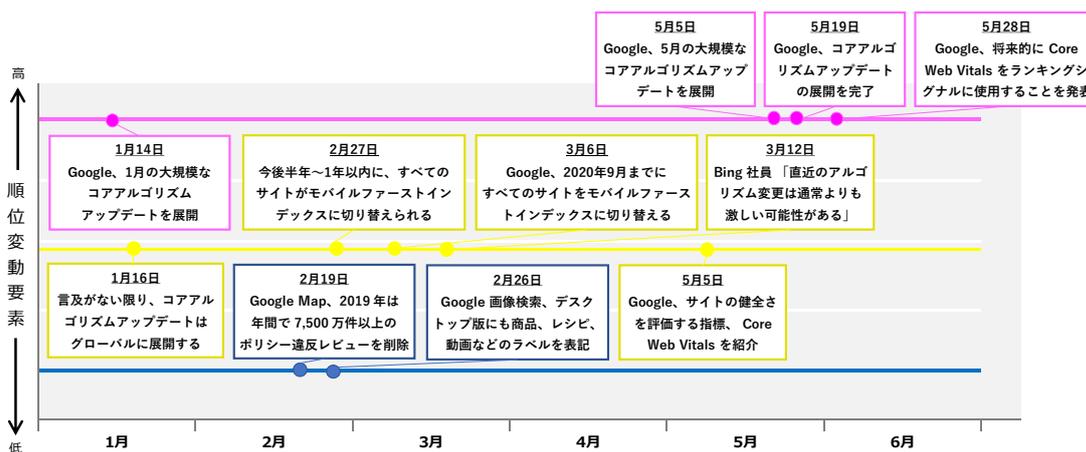
Core Web Vitals はまさにユーザー体験のための指標ともいえるべきもので、コンテンツの真の評価は最終的に「快適なユーザー体験」にあるというのを具体化したものといえるでしょう。

「快適なユーザー体験」を実現するための動きが最終的には本質的な SEO へ繋がっていくと考えられますので、小手先のテクニカルな SEO 手法に囚われることなく、本質を理解した上での SEO を考えていきましょう。

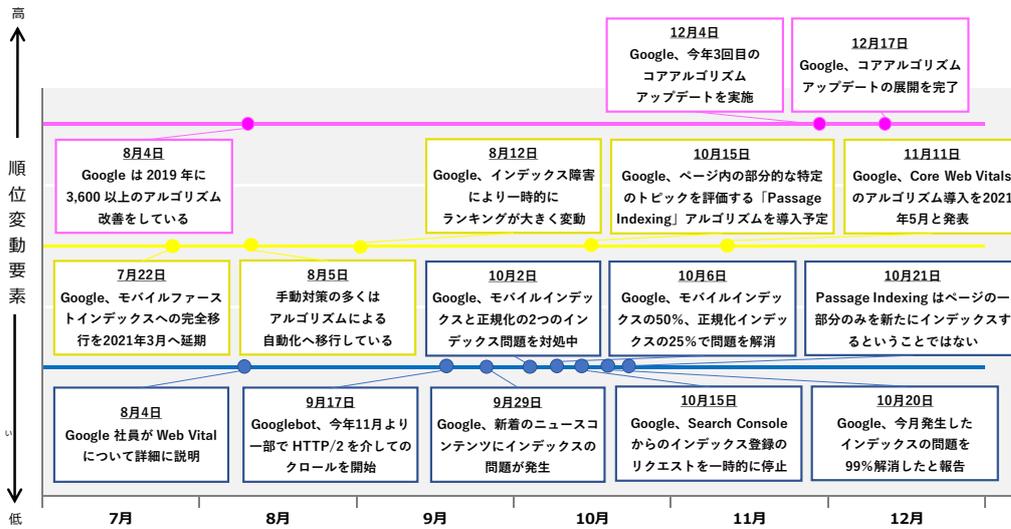
Google は日々アルゴリズムの更新を行っていますが、その先には Google の目指す「快適なユーザーエクスペリエンス」があります。SEO 動向を日々チェックすると共に、ユーザーのニーズを考え、ユーザーにとって価値のあるサイト制作を心がけることが重要な要素になってくると考えられます。

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参ります。

<2020年1月～6月(順位変動要素)>



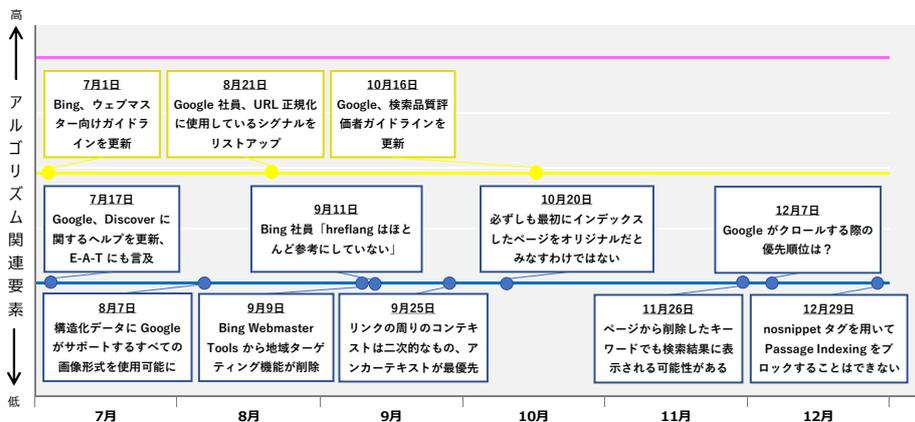
<2020年7月～12月(順位変動要素)>



<2020年1月~6月(アルゴリズム関連要素)>



<2020年7月~12月(アルゴリズム関連要素)>



調査概要

【調査主旨】

コンサル観点で見る【2020年 SEO 動向年間総括】
 2021年は Core Web Vitals のアルゴリズム導入予定
 引き続きコンテンツを重要視した SEO 対策を

【調査要綱】

調査日: 2020年1月15日 ~ 2021年2月5日
 調査対象時期: 2020年1月 ~ 2020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]

国内外含むアジア数拠点で、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] 東京都文京区本郷四丁目24番8号 春日タワービル 7F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136千円 (2020年11月末現在)

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