

コンサル観点で見る【2018年 SEO 動向年間総括】
「MFI 元年」の 2018 年
2019 年は引き続き「モバイル向けのアップデート」に注意

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、2018 年 6 月より 21 期目を迎えています。

この度、2018 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 2019 年の SEO 動向を発表いたします。

SEO 動向 2018 の振り返り

■2018 年の SEO 動向総括

全体として 2018 年は MFI(モバイルファーストインデックス)へ移行したことが最も大きな変化でした。そして、それに伴うアルゴリズムのアップデート(MFI 対応、スピードアップデート、モバイルのクローラ一対応等)があげられます。

一方で、医療や健康に関するアルゴリズムのアップデートが日本独自で行われており、医療や健康に関する検索のおよそ 60%に影響しました。

※<https://webmaster-ja.googleblog.com/2017/12/for-more-reliable-health-search.html>

当社が 2018 年 9 月に発表した「世界 40 カ国、主要 OS・機種シェア状況」の中で、世界のスマートフォンの利用率はインドネシアの**+13.0%**(前年対比)を筆頭に、ほとんどの国と地域で増加傾向にありました。スマートフォンの利用率が世界的に高まっている中で、モバイル向けのアルゴリズム変動には引き続き注視していく必要があります。

また、ガイドラインの変更としては、コンテンツ作成者に対する評価が新たに追加されました。クリックベイトと呼ばれる、クリックを誘発する扇情的なタイトルの評価は低く見られるようになります。検索結果にどのくらい影響するかは不明ですが、昨年起きたフェイクニュースやキュレーションサイトの問題等を受けて、よりコンテンツの信憑性や質に重きを置く傾向になっていることが見て取れます。

■2018年の主な出来事

<MFI>

・Google、検索結果の半分以上がモバイルファーストインデックスを使用していると公表(12月19日)

Googleは12月にウェブマスター向け公式ブログにて、世界の検索結果の半分以上がモバイルファーストインデックスを使用して表示されるようになっていないと公表しました。

現段階で公表されているモバイルファーストインデックスの順位をあげる手法に関しては、「モバイルフレンドリー対応」、「ページ読み込み速度(スピードアップデート)」、「モバイルのクローラーからの見え方」があげられています。

<https://webmasters.googleblog.com/2018/12/mobile-first-indexing-structured-data.html>

<ガイドラインのアップデート>

・画像公開に関するガイドラインの更新(5月9日)

新しいガイドラインでは、構造化データや速度、あらゆる端末に対応したサイトの設計などに関する記述が追加されています。

<https://support.google.com/webmasters/answer/114016?hl=en>

・スピードアップデートの展開を開始(7月9日)

デスクトップ検索ではすでにランキングシグナルになっていますが、モバイル検索にも適応されると発表がありました。これは、ページの読み込み速度が著しく遅いサイトに限り、順位下降の調整が入るというものです。

<https://webmaster-ja.googleblog.com/2018/01/using-page-speed-in-mobile-search.html>

・検索品質評価ガイドラインの更新(7月24日)

主な変更としては、「クリックベルト」と呼ばれる、クリックを誘発する扇情的なタイトルの評価は低く見られるようになりました。

<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/ja//insidesearch/howsearchworks/assets/searchqualityevaluatorguidelines.pdf>

<アルゴリズムの改善>

・3月、4月、8月にコアアルゴリズムのアップデート(3月13日、4月16日、8月1日)

毎年数回、定期的に行っているアルゴリズムのアップデートが3月、4月、8月にありました。なお、8月のコアアルゴリズムアップデートの際、健康ジャンルに影響を及ぼすとされていましたが、GoogleのDanny Sullivan(ダニー・サリバン)氏はTwitterにて、「医療健康に関わらず全ての検索を改善している」と回答しています。

・重複コンテンツにおける canonical 利用の推奨(4月18日)

Google の John Mueller(ジョン・ミュラー)氏は、「重複コンテンツには noindex ではなく canonical の使用を勧める」と発言しました。noindex や robots.txt でのブロックは、そのページの評価を妨げる要因となるため、canonical によって重複する全てのページの評価を統合した方が良いとのことです。

<https://support.google.com/webmasters/answer/66359?hl=ja>

・「保護されていません」のラベル表示(7月27日)

Google は HTTP ページにアクセスした際、「保護されていません」のラベル表示を開始したとことを7月に発表しました。更に10月には、HTTP ページでユーザーがデータを入力しようとする「保護されていません」のラベルが赤色の警告に変更されるといわれておりましたが、未だにその変更はないようです。HTTPS 化をしていないサイトは、導入の検討を行う必要があるとされています。

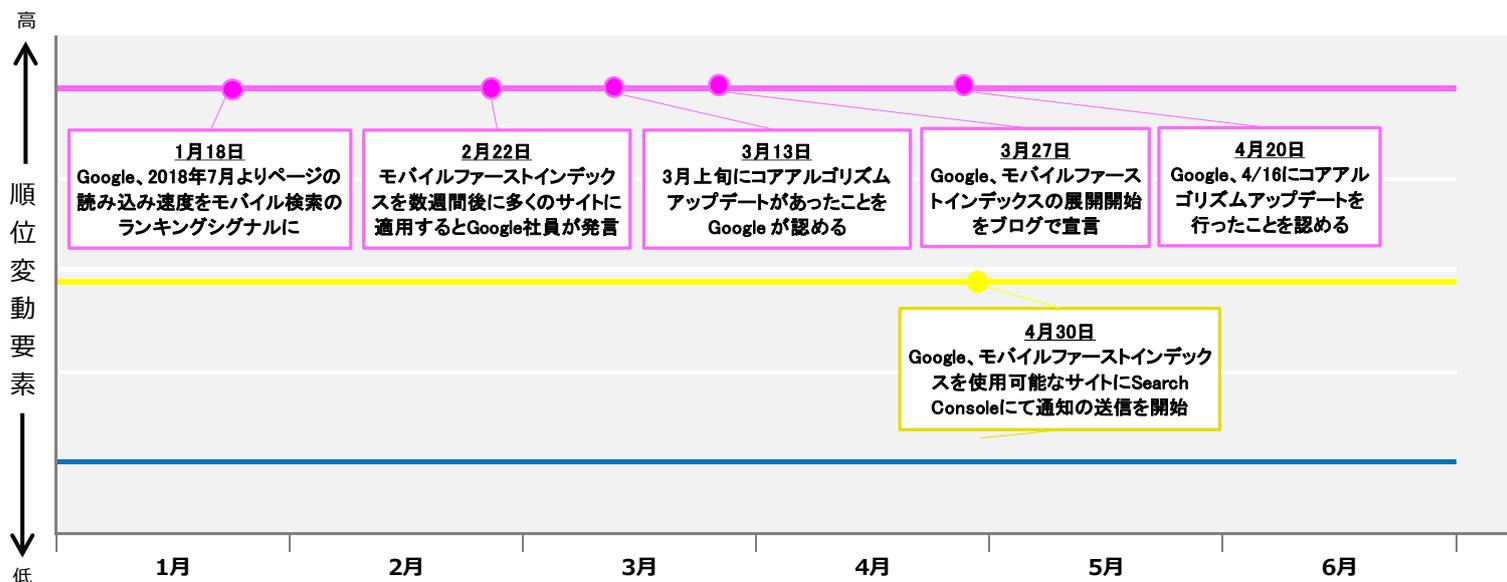
<https://webmaster-japanese.googleblog.com/2018/07/marking-HTTP-as-not-secure.html>

・Google 画像検索アルゴリズムの大幅なリニューアル(9月24日)

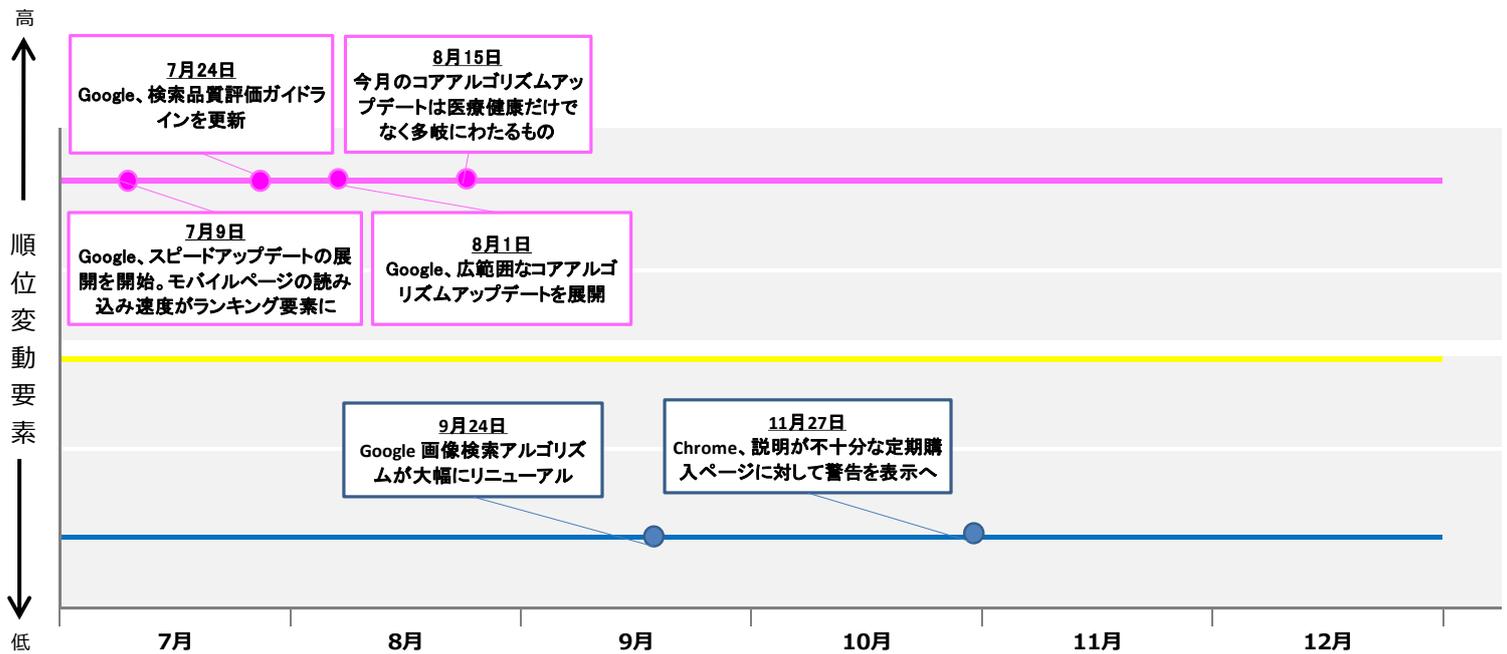
評価の高い画像とコンテンツの両方を有したページが上位に表示されるよう改善され、Web ページの権威性が重要なシグナルになりました。また、これによって新しい画像が優先的に表示される可能性が高くなります。

<https://www.blog.google/products/search/making-visual-content-more-useful-search/>

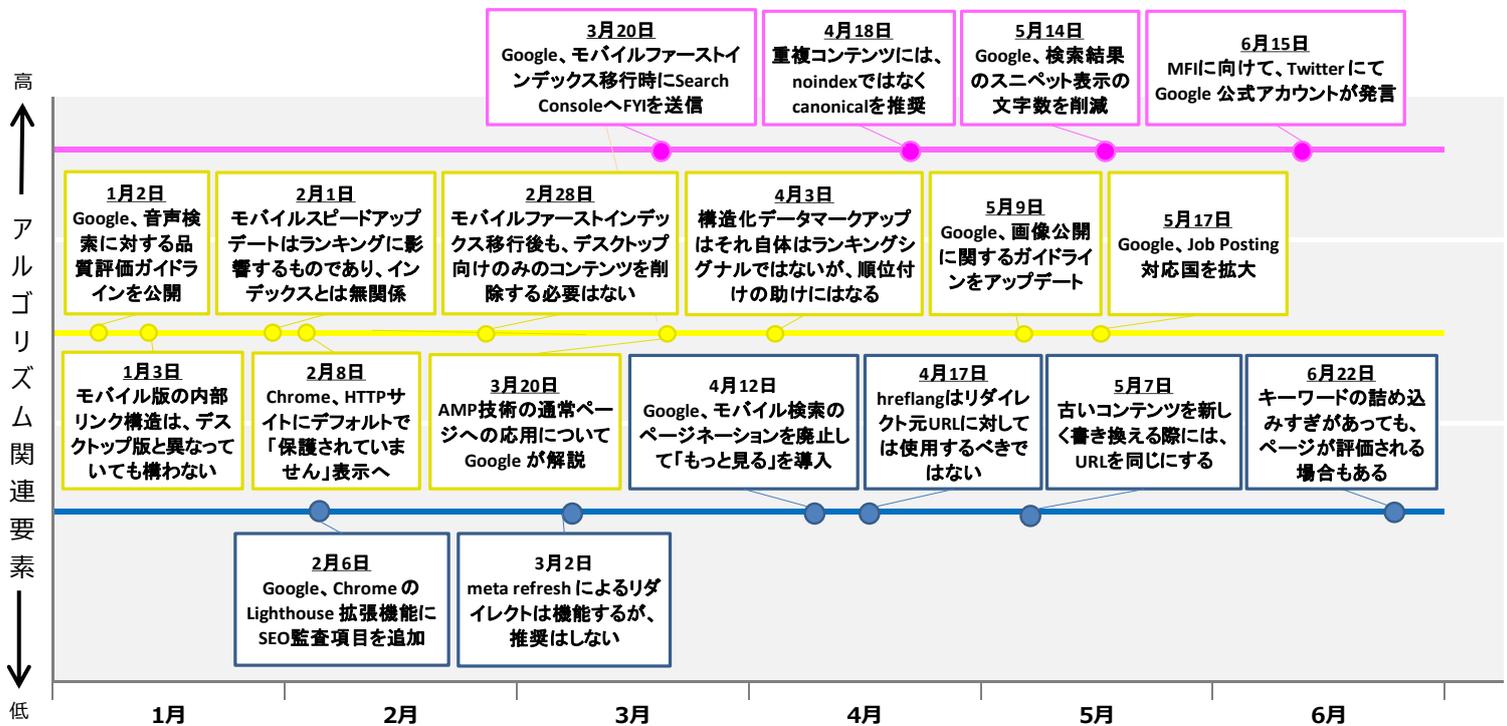
<2018年1月~6月(順位変動要素)>



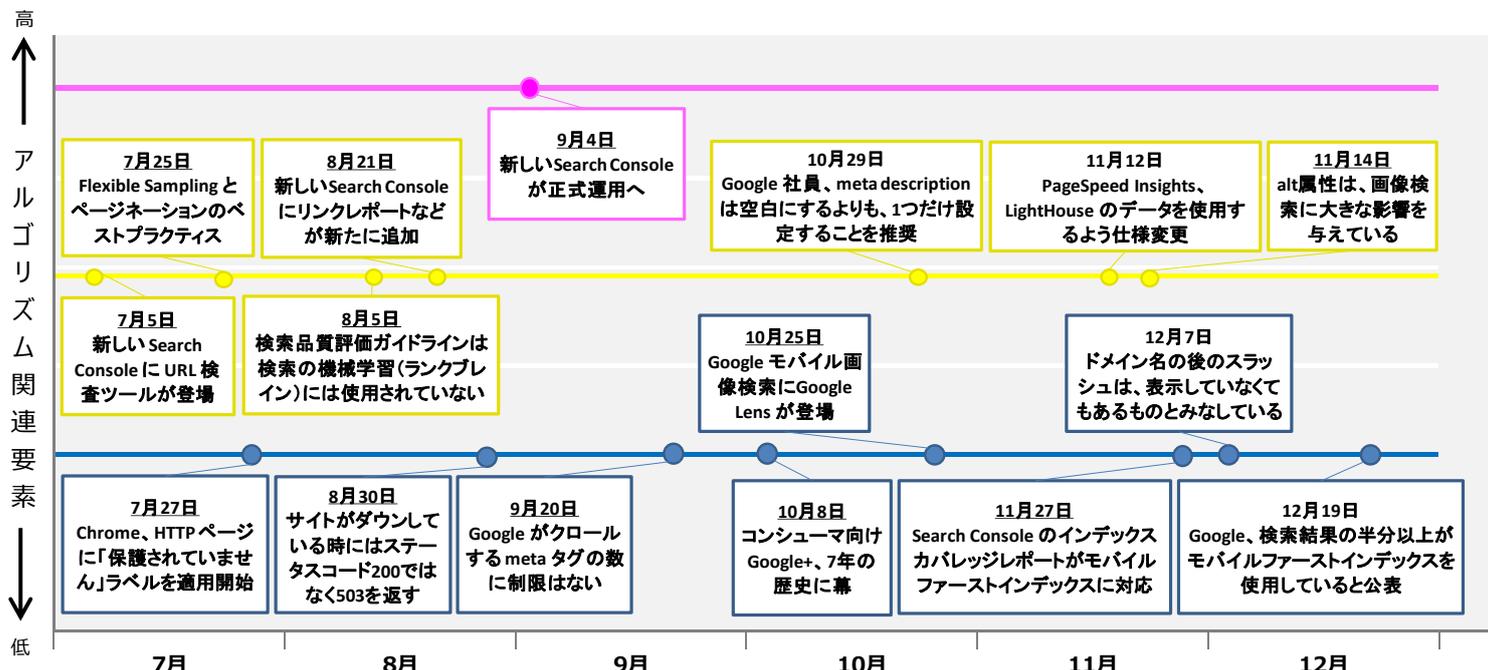
<2018年7月～12月(順位変動要素)>



<2018年1月～6月(アルゴリズム要素)>



<2018年7月～12月(アルゴリズム要素)>



■2019年の予測

<さらなるモバイル中心のアルゴリズム改善、アップデート対応へ>

2018年は「MFI 元年」ともいえる年となりました。現段階ではアメリカから数ヶ月遅れる形で日本のサイトにおいても順次 MFI へ移行しており、Search Console へ移行のメッセージが届いています。2019年においても更に MFI への移行が進み、モバイル検索に関するアップデートが増えてくるでしょう。

また、モバイルだけではなくスマートスピーカーに代表されるような「音声検索」への対応も必要になってきます。今までは、検索クエリも「単語+単語」でしたが、音声検索では「単語+動詞」など、会話口調のクエリへの対応が重視されていくと考えます。

<コンテンツ内容・ビジュアル共に質を重視>

今までもコンテンツの質や信憑性は重視されてきましたが、加えて、2018年は画像検索のガイドラインがアップデートされたり、Google Lens が登場したりと、ビジュアル面でのアップデートが目立ちました。画像検索については構造化データや速度、あらゆる末端に対応したサイト設計などが重視されます。また、同様に動画コンテンツのマーケットも伸びており、付随して動画検索のニーズも更に増えるでしょう。

今後は、コンテンツの内容はもちろんのこと、画像検索や動画検索など、より短時間でわかりやすくユーザーに情報が伝わる「ビジュアル面」での質も問われると考えます。

<日本独自のアルゴリズムへの対応>

グローバルレベルでは、「YMYL(Your Money, Your Life、お金・健康・安全・法律など)」に関するアップデートが強化されていますが、「医療」や「健康」に関するアルゴリズムのアップデートは日本独自のものです。信憑性が高く、有益な情報を含むサイトが上位表示されるようになります。

また、日本では医療機関や専門家がウェブサイト内で情報を発信しきれていないため、一般向けの情報に限りがあります。専門用語ばかりではなく、一般ユーザーにもわかりやすい内容にすることで、より広いユーザー層に好まれるサイト制作を行っていく必要があります。

大きなアップデートがなくても、毎日に行われているフレッドアップデートで更新されている場合もあるので、注意して情報をキャッチしていきましょう。

<Google for Jobs などの個別検索への対応>

Google for Jobs とは、求人検索に特化した Google の新サービスです。リスティング広告とオーガニック検索の中間に位置しており、サイト管理者は自社サイトでマークアップするか、求人サイトに登録することで表示されるようになります。今後、このようなサービスは求人に限らず、他の業界や分野でも展開していく可能性もあるので、「構造化データ」をサイトに実装して臨機応変に対応できるよう準備をしておきましょう。

なお、Google は日々フレッドアップデートを含めた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。

調査概要

【調査主旨】

【コンサル観点で見る 2018 年 SEO 動向年間総括】「MFI 元年」の 2018 年 2019 年は引き続き「モバイル向けのアップデート」に注意

【調査要綱】

調査日:2018 年 12 月 1 日 ~ 2019 年 1 月 18 日

調査対象時期:2018 年 1 月 ~ 2018 年 12 月

・スマートフォン普及率について

<https://www.auncon.co.jp/corporate/2018/0927.html>

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 (2018年8月末現在)

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