

2016年総括 検索エンジン順位変動と動向

2016年を振り返り、検索エンジン順位変動（PC・モバイル）とその動向を1年間の総括としてまとめました。

■ 2016年の総括 ■

■ 順位変動

2016年下半期における Google 検索の上位 20 位以内は、上半期と比べ、PC 検索・モバイル検索ともに約 33% 変動幅が大きくなっています。9 月 23 日に発表されたペンギンアップデートの約 3 週間前あたりから順位変動幅が大きくなっていることから、その影響によるものと推測されます（ペンギンアップデートの正確な実施期間は不明）。なお Yahoo! 検索の PC 検索は Google とほぼ同じ傾向が見て取れますが、モバイル検索では上半期と下半期の変動幅の差が約 17% と、Google よりもその差が小さくなっています。

2016年に実施されたペンギンアップデートは約2年ぶりとなるため、2年前にペンギンアップデートで影響を受けて評価が下がった後改善した Web サイトのリカバリーと、リアルタイム化による検索結果への反映高速化の影響による変動と考えられます。

業界別の順位変動は、業界ごとに異なる変動幅を記録し、2015年と同様に年間平均変動幅が最少の業界は不動産、最大の業界はメーカー系でした。この2つの業界を比較すると、メーカー系の変動幅は不動産業界より約88%大きくなっています。順位変動の差はありますが、いずれの業界でも変動の度に順位を追うのではなく、長期的な視点に基づいて施策を行うことが重要です。

■ 検索エンジンの動向

【モバイル対応の強化】

2015年に引き続き、モバイル検索の利用が増加しています。米国では2016年8月に「モバイル検索が大半のカテゴリで過半数を占め、飲食・健康・スポーツなどは7割に近い」とする調査結果が発表されました（『[Mobile Search Topics & Themes \[US\]](#)』、Hitwise ※要登録）。

そうした現状に合わせて、Google は2016年11月に「MFI（モバイルファーストインデックス）」計画を発表しました（『[Google、モバイルファーストインデックスに関する情報を発表](#)』参照）。これにより、今後は Google が Web ページを評価するときの「評価対象ページ」として、モバイル用ページがあればモバイル用ページを優先し、無い場合にはデスクトップ PC 用ページを評価するようになります。Google が Web ページを評価する基準には影響しませんが、評価対象自体が切り替わるため検索順位へ

の影響が発生します。デスクトップ PC 用ページを「主」、モバイル用ページは「従」という位置づけでコンテンツ・マークアップなどを設計している場合、今後はモバイル用ページを「主」とすることを推奨します。

また、スマートフォンでの使いやすさを評価に反映する「モバイルフレンドリー」要素の強化も継続しています。2016年5月には同要素の効果を向上させるアップデートを実施し（「Google、モバイルフレンドリーな Web ページがより有利になるアップデートを実施」参照）、2017年1月からは全画面インタースティシャル等の「メインコンテンツの利用を妨げる要素」の有無もモバイルフレンドリー判定に影響するようになりました（「Google、インタースティシャルへの対策を強化」参照）。

【ローカル情報の充実】

スマートフォンユーザーは外出先で「近くのレストラン」「最寄りの郵便局」などのローカル情報を検索する傾向にあります。Mozcastによると、検索結果画面の6分の1ほどにローカルビジネス情報を表示する「ローカルパック」が表示されるようになりました（図1参照）。



図1：Google モバイル検索（www.google.co.jp）にて「赤坂 ラーメン」で検索した際に表示されるローカルパックの例（2017年1月6日時点）

Google は Google マイビジネス や構造化データなどを利用してローカルビジネス情報を収集しています。2016年はマイビジネスのデータ入力と認証方法の改善やサポートする構造化データの拡大（メニューやアクションなど）による、データの質と量を向上させる取組みを積極的に行いました。同時に、「検索結果からの予約」や「ウェブサイトからのレビュー引用」や「ウェブサイトからの評価スコア引用」など、検索結果画面の情報表示を強化しています（図2参照）。

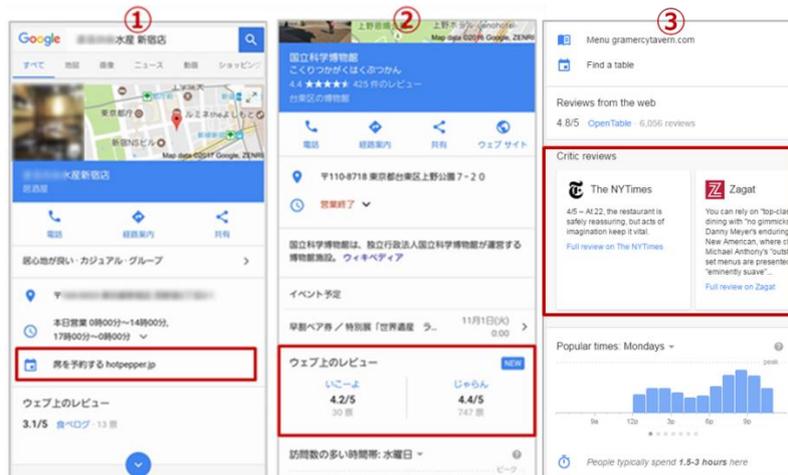


図 2 : Google モバイル検索 (www.google.co.jp) にて情報表示の強化例

- ① 検索結果からの予約 (2017 年 1 月 6 日時点)
- ② ウェブサイトからの評価スコア引用 (2016 年 9 月 30 日時点)
- ③ ウェブサイトからのレビュー引用 (2017 年 1 月 23 日時点)

【表示速度の改善】

スマートフォンユーザーは「出先でちょっとしたことで検索する」「読み込み中に、他のタスクに切り替えにくい」などの特性があるため、モバイル用ページの表示時間が長いとユーザーの心証を大きく損ないます (参考 : [2015 年 1 月、Case study: Mobile pages that are 1 second faster experience up to 27% increase in conversion rate、SOASTA](#))。

Google の調査によると、Web ページの表示に 3 秒以上かかると 53% のユーザーが離脱しています。また Web ページの表示が早いサイト (5 秒以内) は、遅いサイト (約 19 秒程度) と比較すると PV が 60% 上昇し直帰率が 35% 低下、さらに平均セッション時間が 70% 上昇しています (参考 : [The need for mobile speed、Google](#))。

モバイル向け Web ページの表示が遅い場合、Google モバイル検索の利用者も減ります。Google はそうした事態を避けるために、モバイル用ページ全体の高速化促進に取り組んでいます。「AMP (Accelerated Mobile Pages)」の積極的採用が、その一例です。スマートフォンでの表示速度を大幅に速め、表示崩れも防ぐことができる AMP は、Instant Articles (Facebook) と並ぶモバイル用ページの重要フォーマットになりつつあります。

Google モバイル検索では、AMP ページを「トップニュース」枠や自然検索枠に表示しています。自然検索枠への表示を開始したことで「長期的な流入が確保できない」という弱点が解消されました。

AMP 自体の機能やデザイン、解析など各機能の充実も進み、AMP 開始当初の「読み物以外には使い辛い」規格から進展しました。インタラクションやログインのサポート、解析精度などの課題は残るものの、最終的には EC サイトや登録者限定記事など、幅広い Web サイトで利用できるフォーマットにすることを目指しています。

また、2017 年以降には「モバイル表示速度の評価組込み」も検討しています。MFI との同時導入は見送

られたものの、引き続き検討中とのことです（参考：[2016年12月27日、English Google Webmaster Central office-hours hangout](#)）。

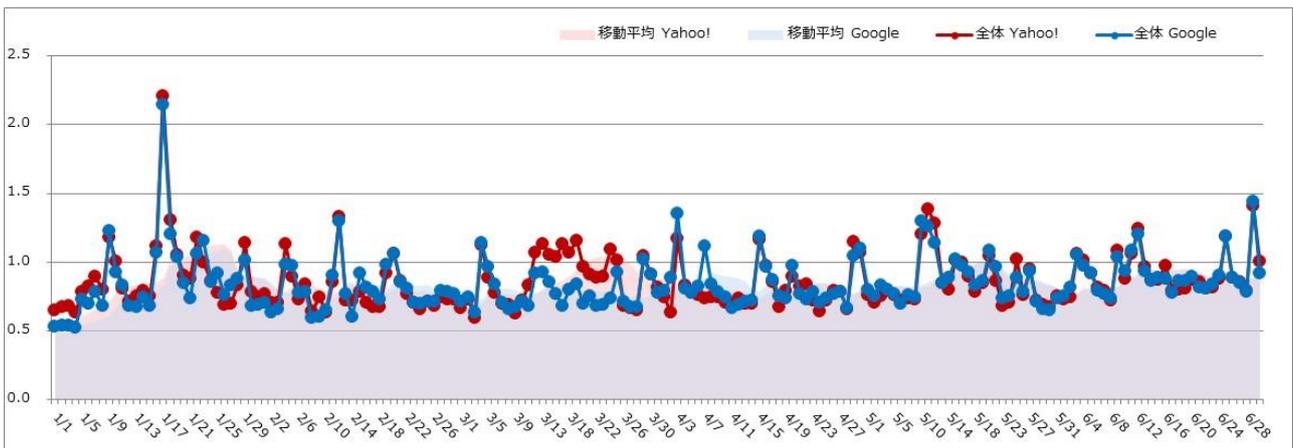
【より優れた検索体験の提供へ】

低品質リンク対策の「ペンギンアップデート」、低品質コンテンツ対策の「パンダアップデート」がコアアルゴリズムに組み込まれました。これにより両者の更新に伴う大規模な順位変動が発生することが無くなり、リンクやコンテンツを改善してから評価に反映されるまでの待機時間も短縮されました。また、数年前から更新が滞っていたツールバー PageRank も、2016年3月に機能自体が廃止になりました。

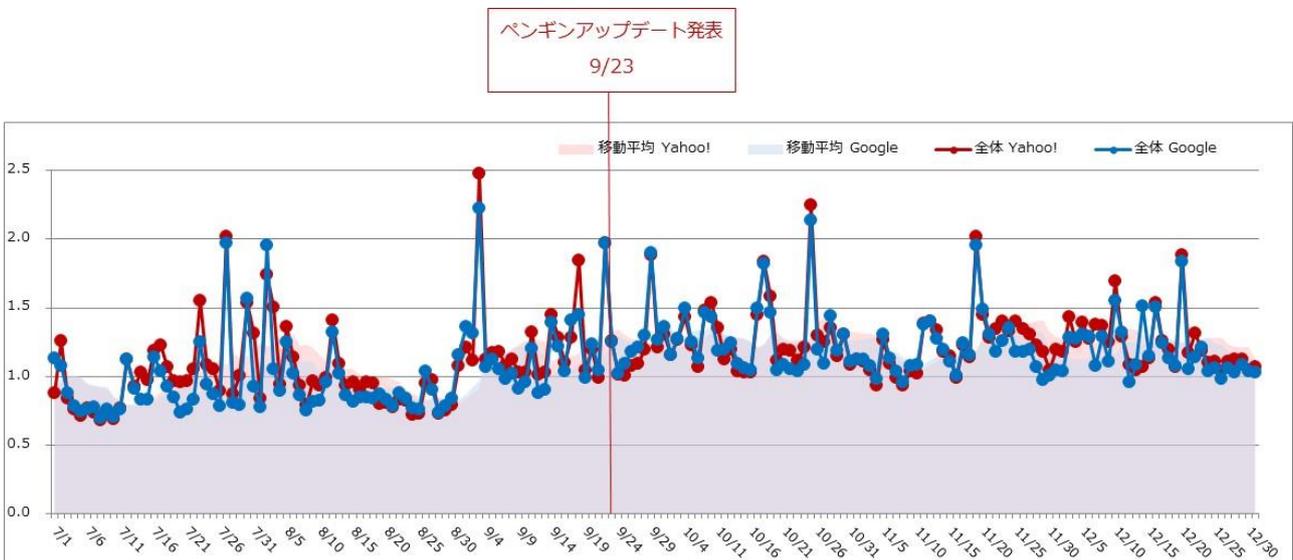
これらの機能は、かつて SEO にも大きな影響を与えていました。「ペンギンアップデートやパンダアップデートの傾向分析」や「PageRank と評価の関係」といったニュースを目にしたことのある方も多いでしょう。こうした「検索エンジンへの配慮」に目を向ける必要が減ったため、SEO の本質である「ユーザーへの配慮」により多く注力できるようになりました。

2016年変動状況：PC版20位まで

【上半期】

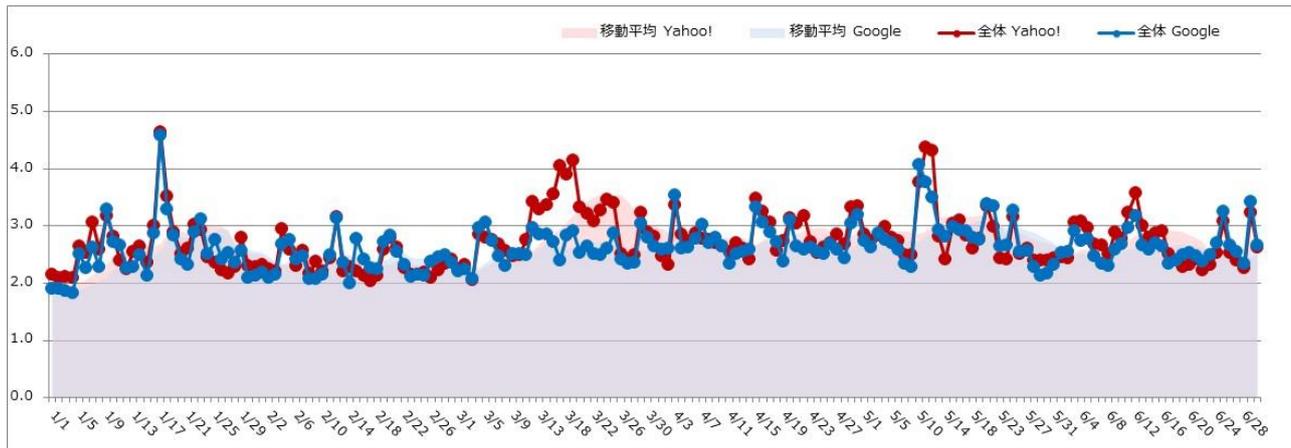


【下半期】

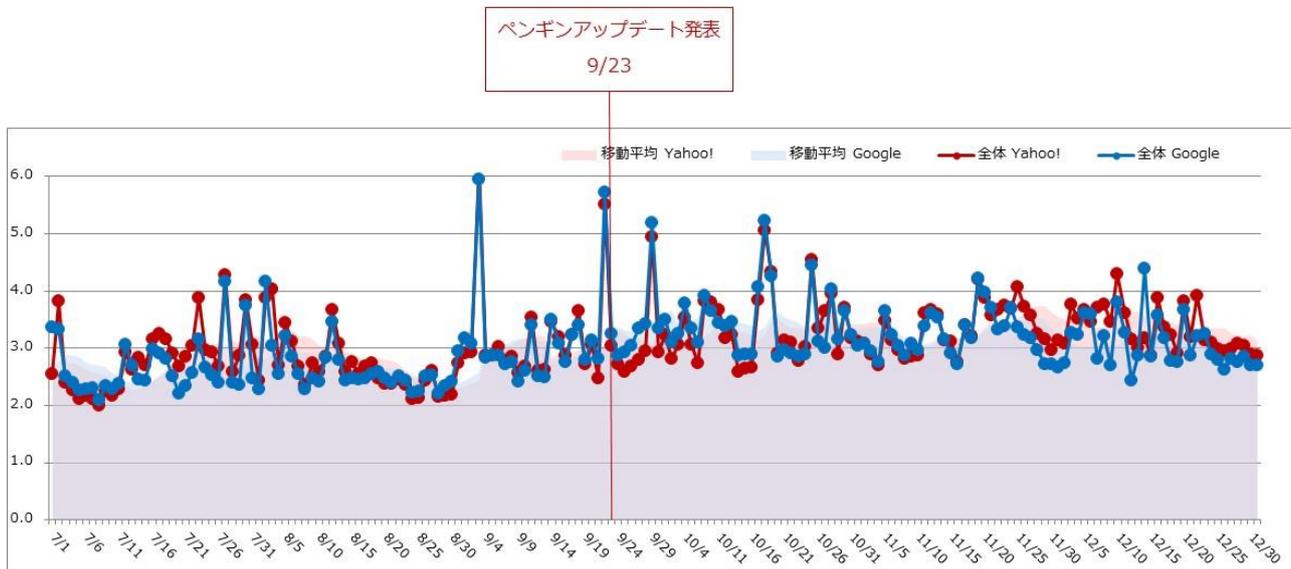


2016年変動状況：PC版 50位まで

【上半期】

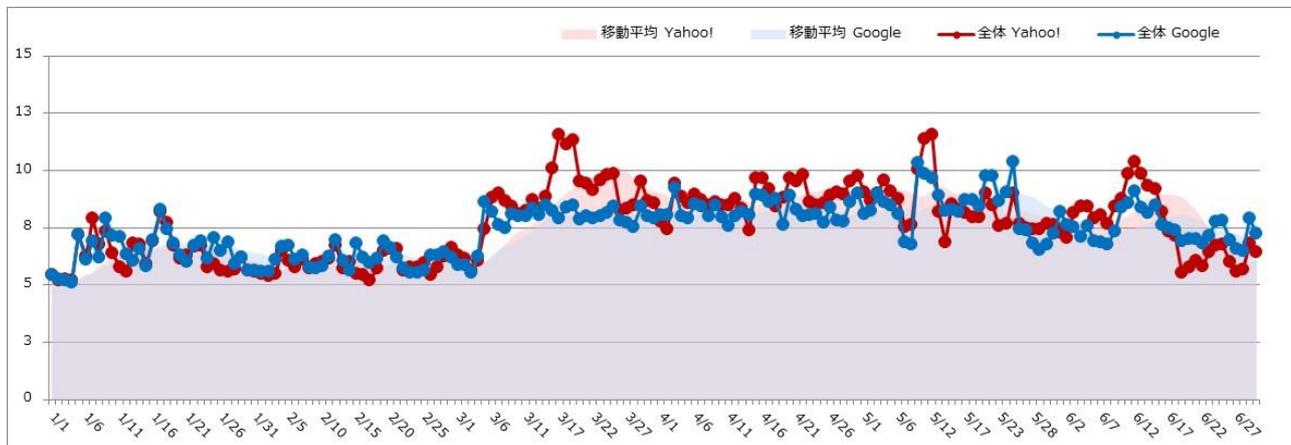


【下半期】

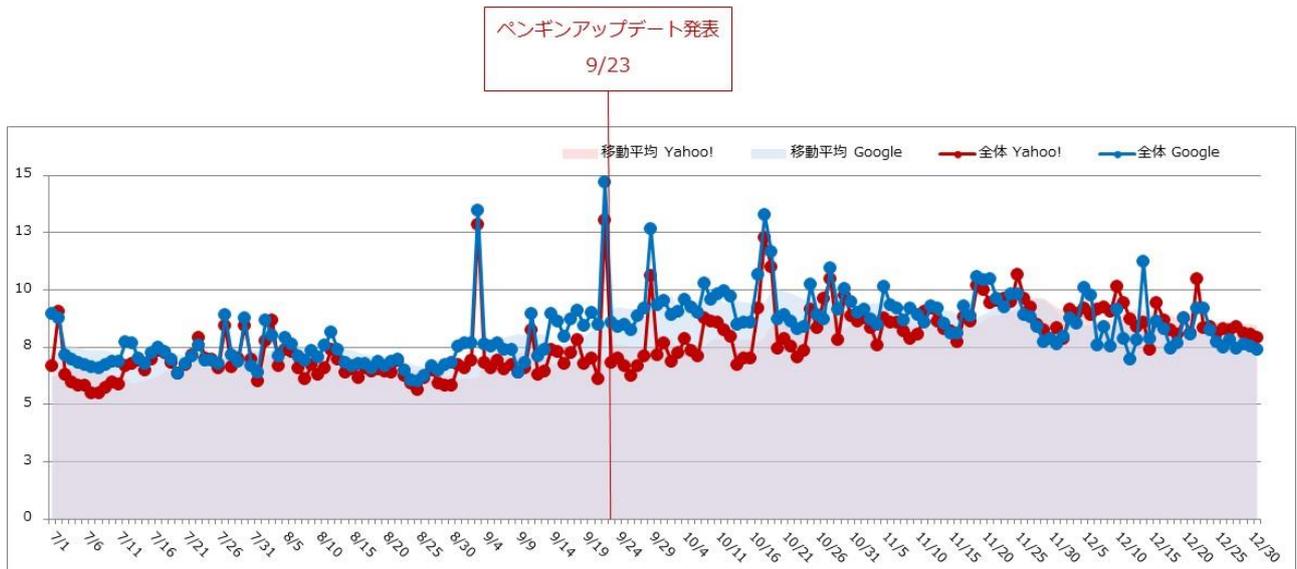


2016年変動状況：PC版 100位まで

【上半期】

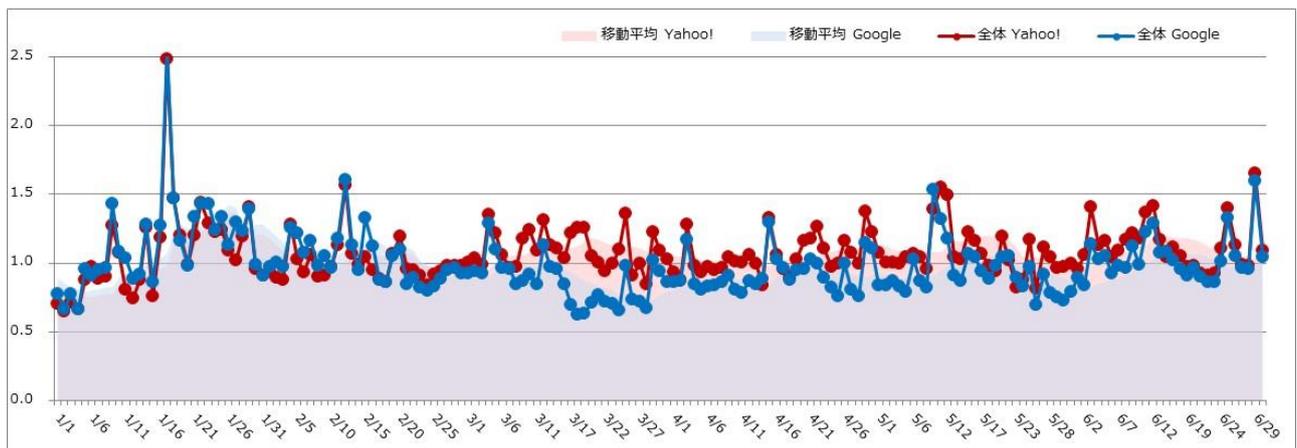


【下半期】

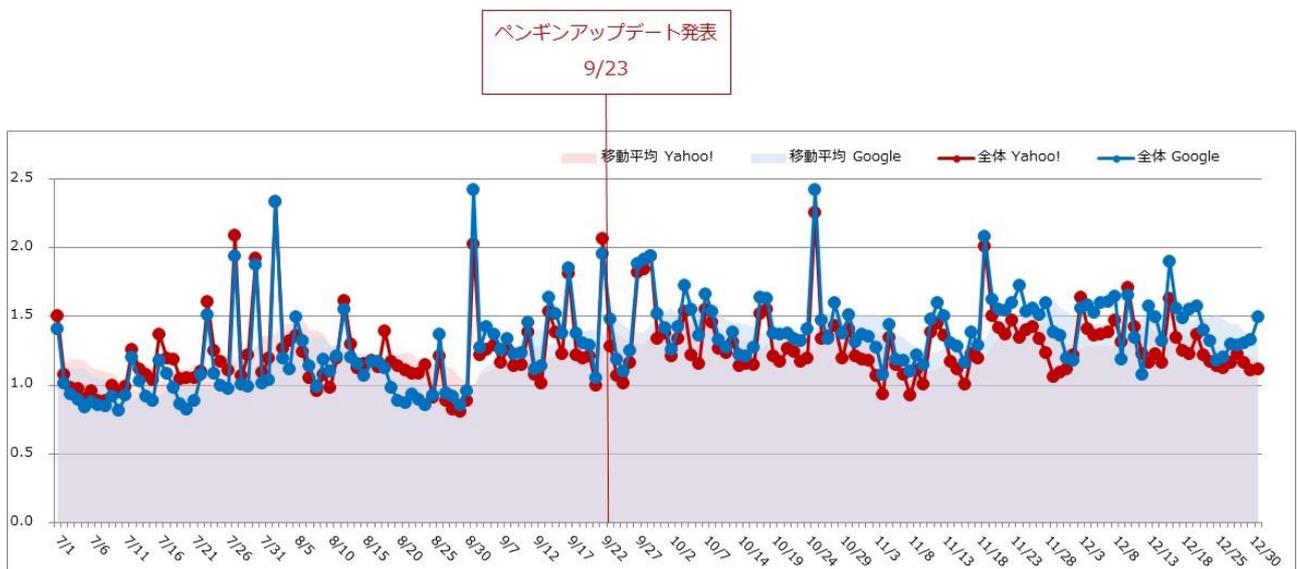


2016年11月変動状況：モバイル版20位まで

【上半期】

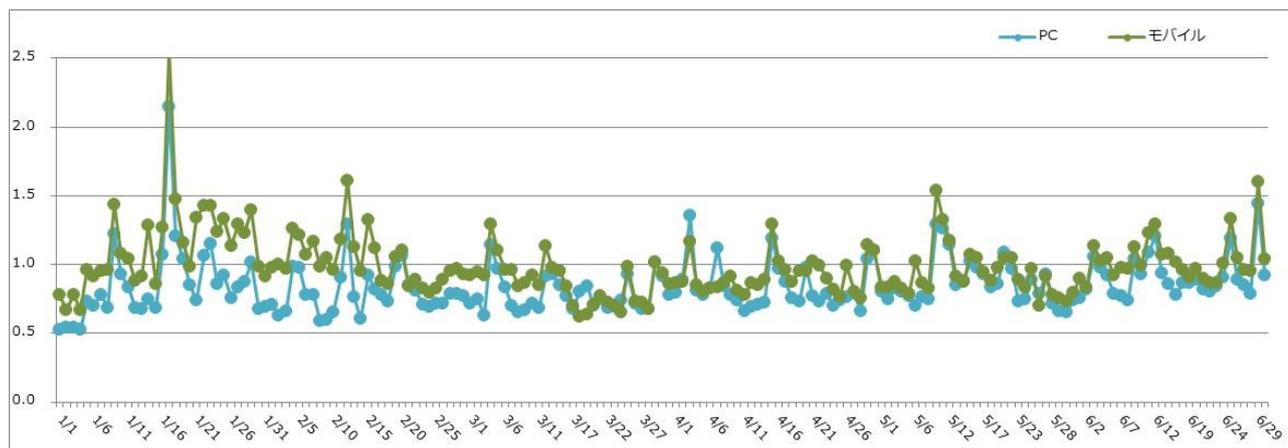


【下半期】

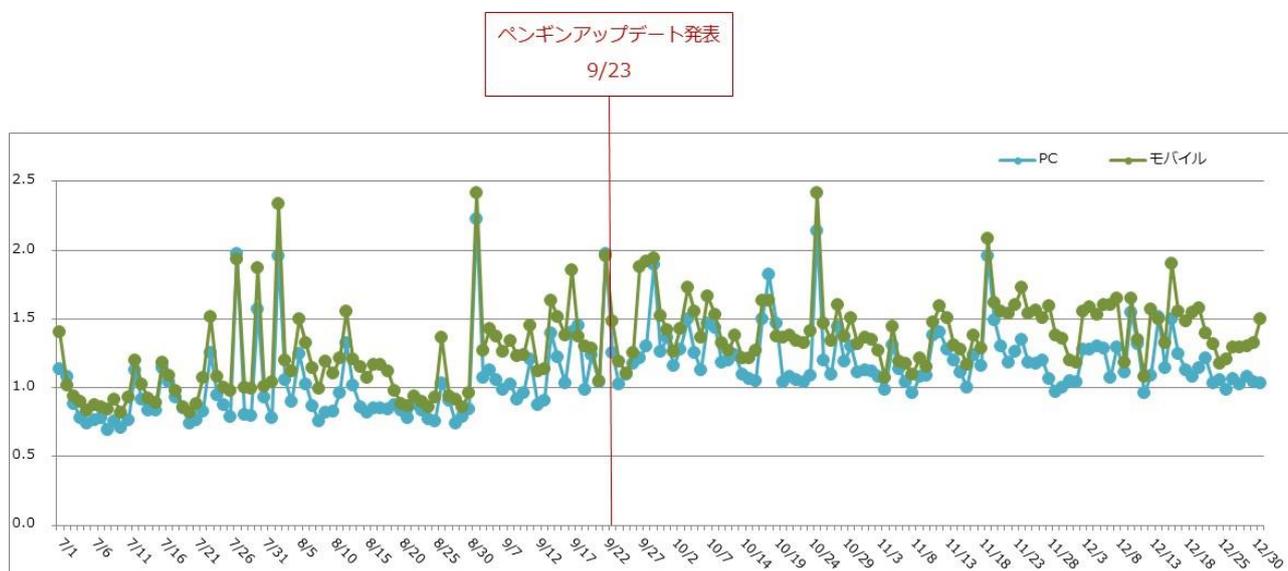


PC・モバイルの変動状況比較（Google 検索 20 位まで）

【上半期】



【下半期】



※ 移動平均：当日を含む直近 10 日間の変動幅平均

2016 年主な検索エンジン動向

■Google、AMP コンテンツをモバイル検索結果に表示開始

2016 年 2 月 23 日、Google はモバイル検索結果に AMP に対応したコンテンツの表示を始めました。AMP（Accelerated Mobile Pages）とは Google と Twitter などが主導する、モバイルページの表示速度を改善するためのプロジェクト「AMP Project」が策定した規格です。

当初は「トップニュース」枠のみ表示していましたが、2016 年 9 月 20 日からモバイルの自然検索結果枠にも AMP ページが表示され、10 月 21 日に日本国内でも表示されるようになりました。

今なお AMP 規格は発展し続け、おおよそ 1 ヶ月半ごとにロードマップが更新されています。

▽関連情報

2016年1月20日 Google、AMP のガイドラインを公開

2016年1月25日 米 Google、AMP での広告サポートの予定を発表

2016年2月23日 Google、モバイル検索結果に AMP コンテンツ を表示開始

2016年3月9日 Twitter、海外向け機能限定で AMP のサポートを開始

2016年5月31日 AMP Project、AMP のロードマップを発表

2016年6月30日 AMP Project、AMP のロードマップを更新

2016年8月2日 Google、AMP ページをモバイル検索の全検索結果に表示する機能を予告

2016年8月16日 AMP Project、AMP のロードマップを更新

2016年9月20日 米 Google、モバイル検索の自然検索結果枠での AMP 表示を開始

2016年9月30日 AMP Project、AMP のロードマップを更新

2016年10月21日 Google、モバイル検索の自然検索結果枠における AMP 表示を開始

2016年10月31日 AMP Project、AMP によるフォームのサポートを開始

■Google、スパム対策を継続的に実施

Google は、自然検索順位を不正に操作する目的の不自然なリンクへの対策を実施しました。2016年2月には複数のリンクネットワークの対策を行い、4月には「商品やサービスを対価としたリンク」である不自然な発リンク (Outbound Link) にして対策を実施した模様です。

▽関連情報

2016年2月5日 Google、日本向けのリンク供給ネットワークに対策を実施

2016年4月7日 米 Google、不自然な「発リンク」に対する手動対策を実施

■Google、ペンギンアップデートを実施

2016年9月23日、Google は2014年10月以来約2年ぶりにペンギンアップデートの適用を開始したと発表しました。

今回のペンギンアップデートではコア アルゴリズムへの統合と評価単位を精細に適用できるよう改善されました。これによりリアルタイムにアップデートが適用され、これまでの Web サイト全体の評価から、Web サイトの一部というような細かい評価ができるようになりました。

▽関連情報

2016年9月23日 Google、ペンギンアップデートを実施

■Google、モバイル フレンドリー シグナルを強化

2016年5月12日、Google はモバイル フレンドリーな Web ページをさらに優遇するアップデートを実施しました。2015年4月に実装されたモバイル フレンドリー アップデートの効果を強化するものです。

また2016年5月には新バージョンのモバイル フレンドリー テストツールを、6月にはモバイル フレンドリーの対応状況とページの表示速度を同時に確認できる「Mobile Website Speed Testing Tool」を立て続けに公開しました。

▽関連情報

2016年3月16日 Google、モバイルフレンドリーな Web ページをより有利に

2016年5月12日 Google、モバイル フレンドリーな Web ページがより有利になるアップデートを実施

2016年5月17日 Google、新しいモバイル フレンドリーテストを公開

2016年6月2日 Google、「スマホ対応」と「表示速度」の一括確認ツールを公開

■Google、モバイル検索結果画面を更新

Google はモバイル検索結果画面において、2016年8月に「スマホ対応」ラベルを廃止し、9月には画像のサムネイル表示を開始しました。

特に、画像のサムネイル表示は、自然検索からの CTR や流入数などに影響が出る可能性があります。

▽関連情報

2016年8月23日 Google、「スマホ対応」ラベルを廃止

2016年9月15日 米 Google、モバイル検索結果に画像のサムネイル表示機能を追加

■Google、インタースティシヤルへの対策強化を予告

2016年8月23日、Google は、2017年1月10日よりインタースティシヤルへの対策を強化すると発表しました（予定通り2017年1月10日に実施）。

2015年11月にアプリインストールを促すインタースティシヤルに限り対象ページの評価を下げる対策を実施しましたが、今回はアプリインストール以外のインタースティシヤルにも適用されます。

▽関連情報

2016年8月23日 Google、インタースティシヤルへの対策を強化

■Google、モバイル ファースト インデックスを発表

2016年10月13日、Google は米国のラスベガスで開催された Pubcon のキーノートにおいて、モバイル用ページを優先したインデックス (MFI: モバイル ファースト インデックス) へ切り替える方針を発表しました。その後11月4日にはモバイル ファースト インデックスの詳細を公式ブログで発表しています。

現在はデスクトップ PC 用ページを優先してインデックスしていましたが、モバイル ファースト インデックス導入後はモバイル用ページを優先してインデックスし、自然検索結果の評価を行います。

▽関連情報

2016年10月13日 米 Google、モバイルファーストインデックスの実装計画を発表

2016年11月4日 Google、モバイル ファースト インデックスに関する情報を発表

■Google、検索結果のリッチ化をさらに推進

2016年、Google は検索結果のリッチ化をさらに推し進め、AI ファーストに向けての体制を整えつつあります。

2016年4月に創業者メッセージ内で、「モバイルファースト」から「AI ファースト」の時代へ移行すると宣言しました。その後、「Rich Card」機能や、曲名と歌詞表示など検索結果のリッチ化を推し進めています。

▽関連情報

2016年4月28日 Google、2016年度の創業者メッセージを発表

2016年5月17日 米 Google、英語圏で「Rich Card」機能を実装

2016年6月末 Google、「曲名+歌詞」の検索結果に歌詞表示

2016年8月8日 Google、ナレッジグラフ にレストラン予約ページへのリンクを表示

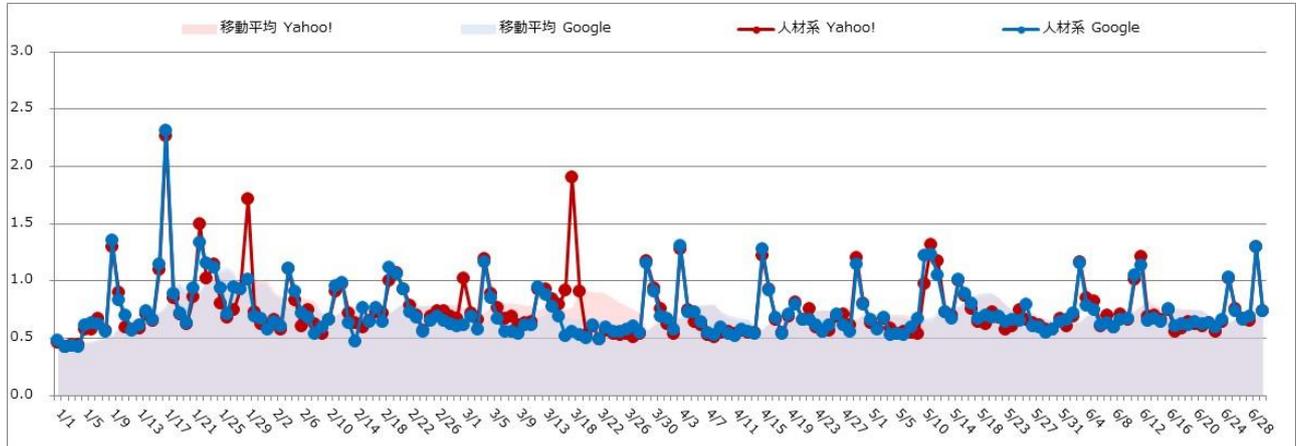
2016年9月7日 米 Google、ナレッジパネルに「ウェブ上のレビュー」表示機能を実装

業界別変動状況

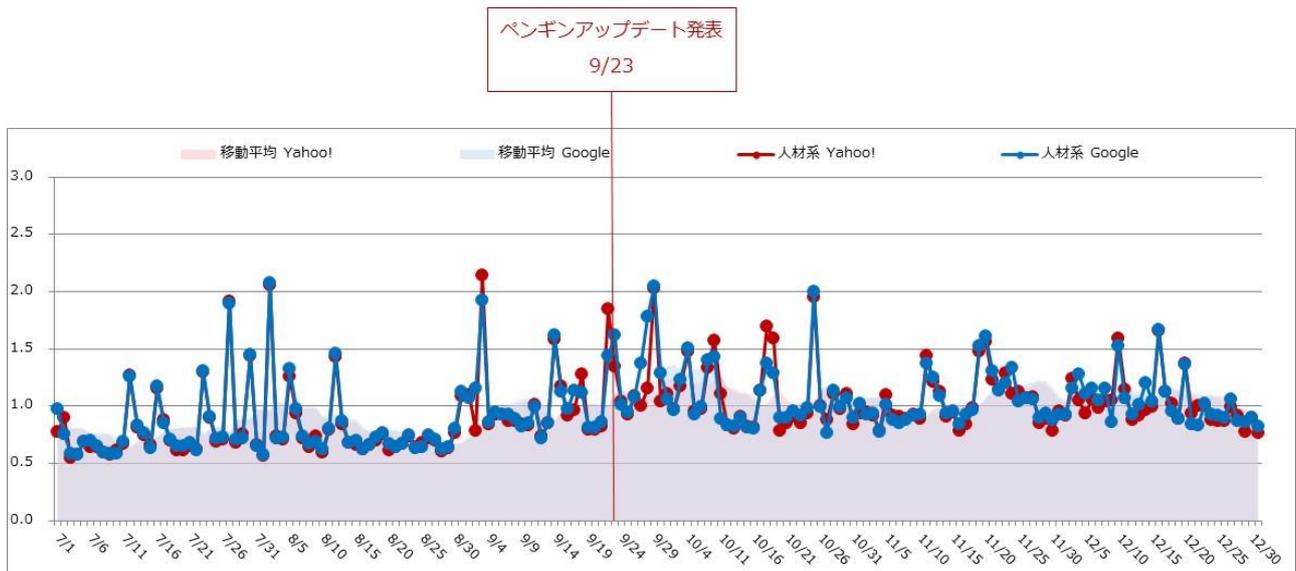
人材・旅行・小売/通販・不動産・メーカー・金融の、各業界別順位変動状況については下記に記載する。

2016年変動状況：20位まで：人材業界

【上半期】

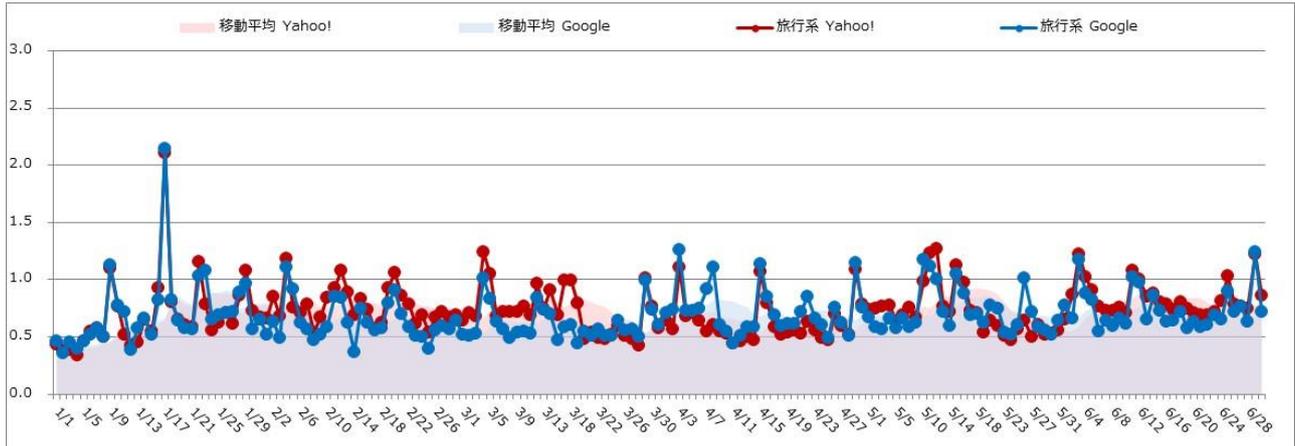


【下半期】

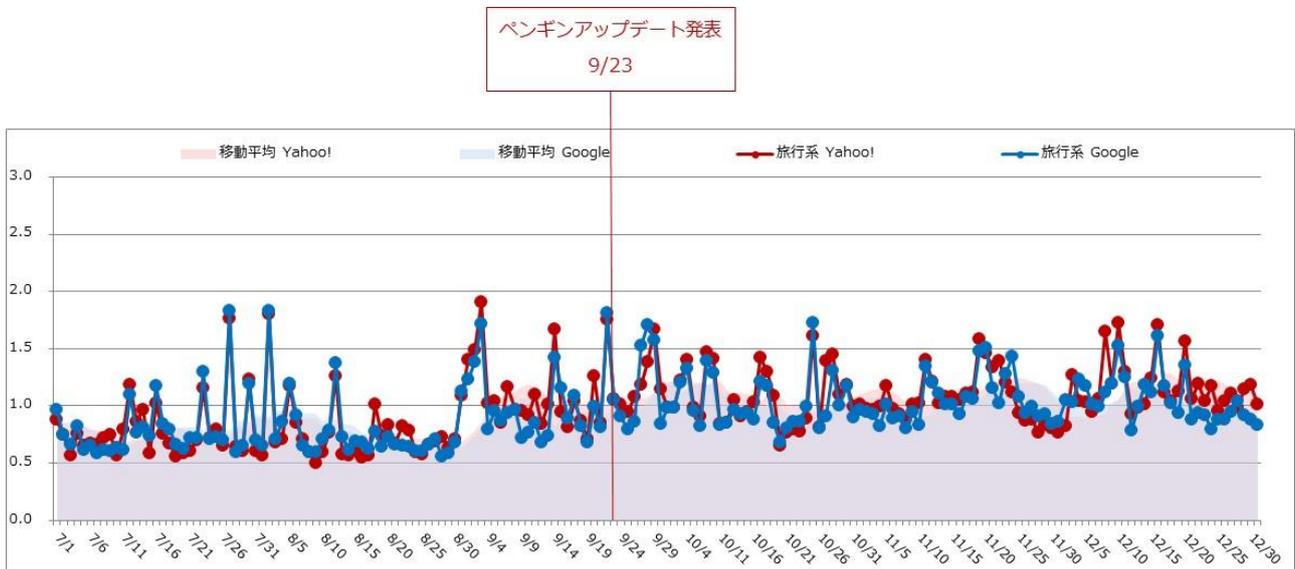


2016年変動状況：20位まで：旅行業界

【上半期】

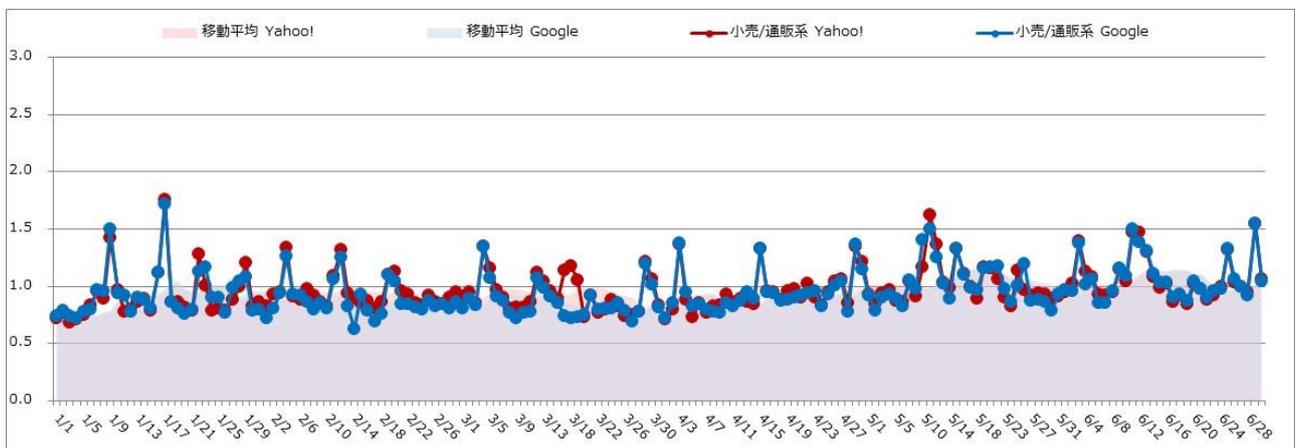


【下半期】

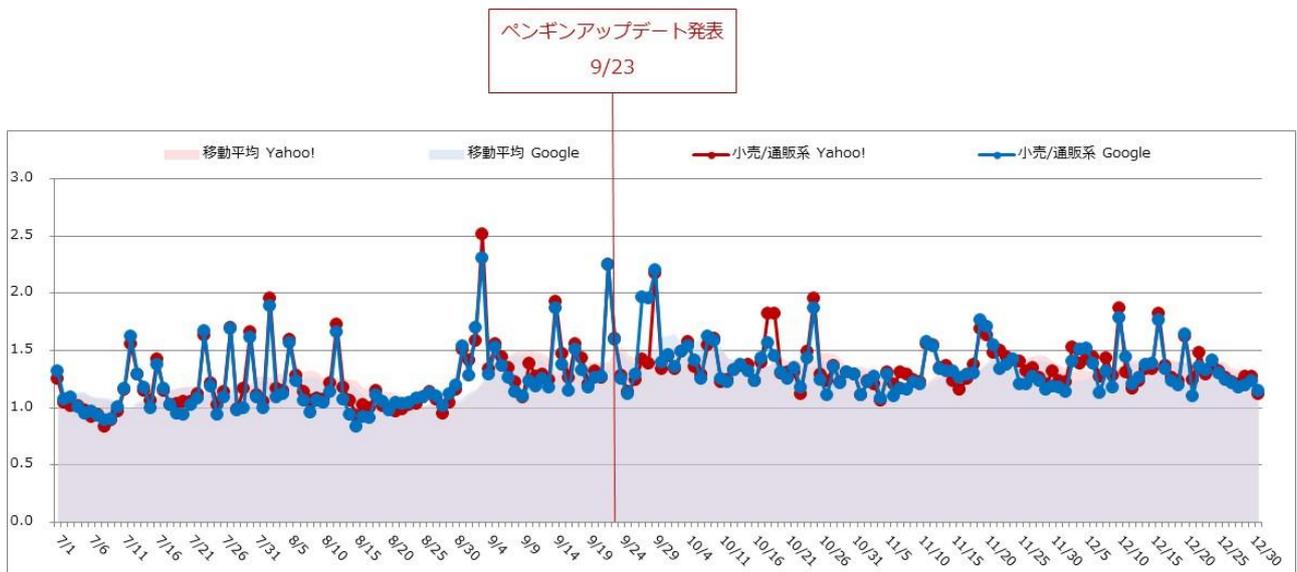


2016年変動状況：20位まで：小売/通販業界

【上半期】

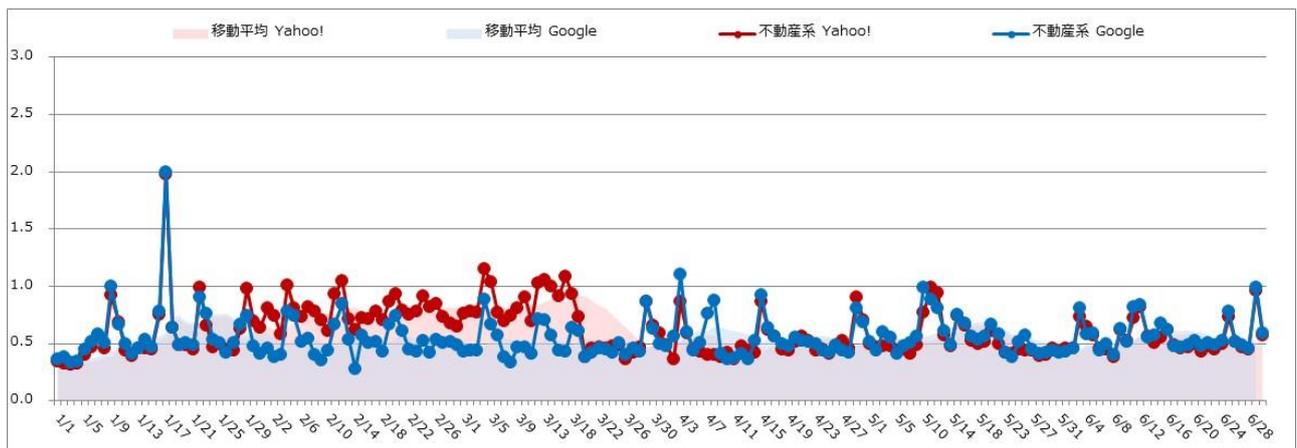


【下半期】

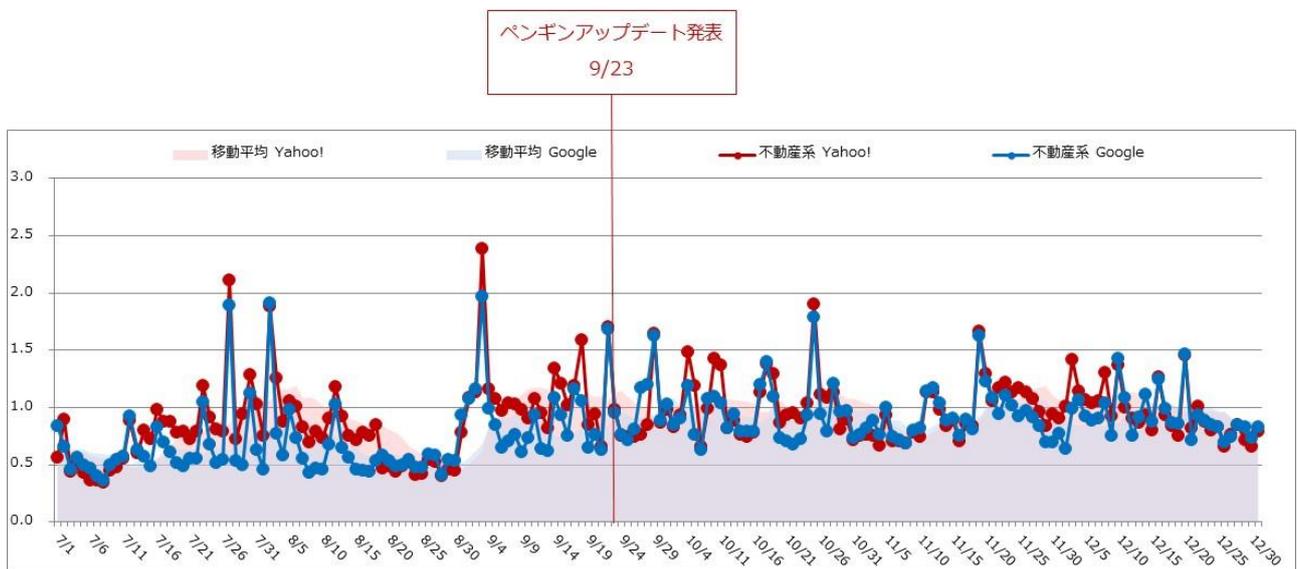


2016 年変動状況：20 位まで：不動産業界

【上半期】

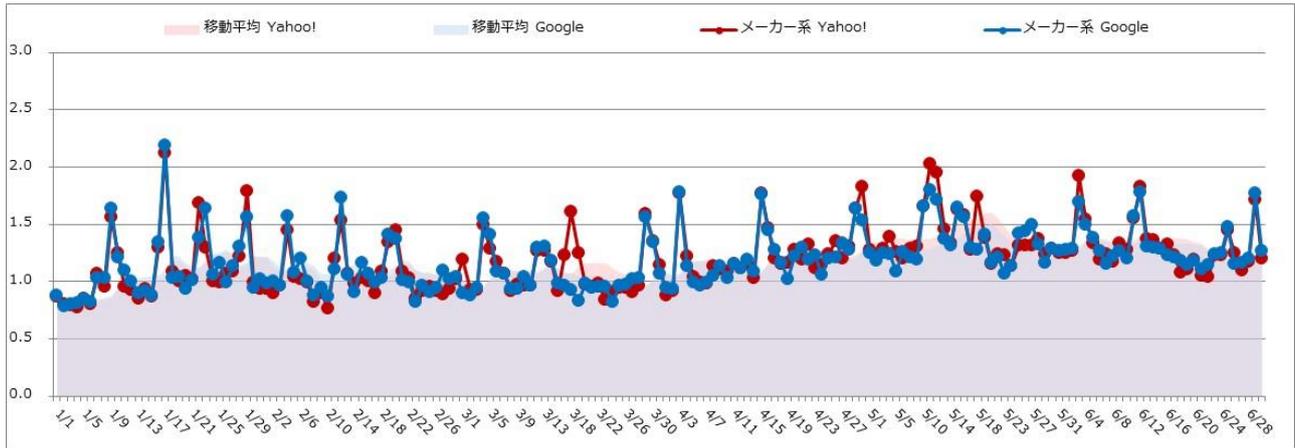


【下半期】

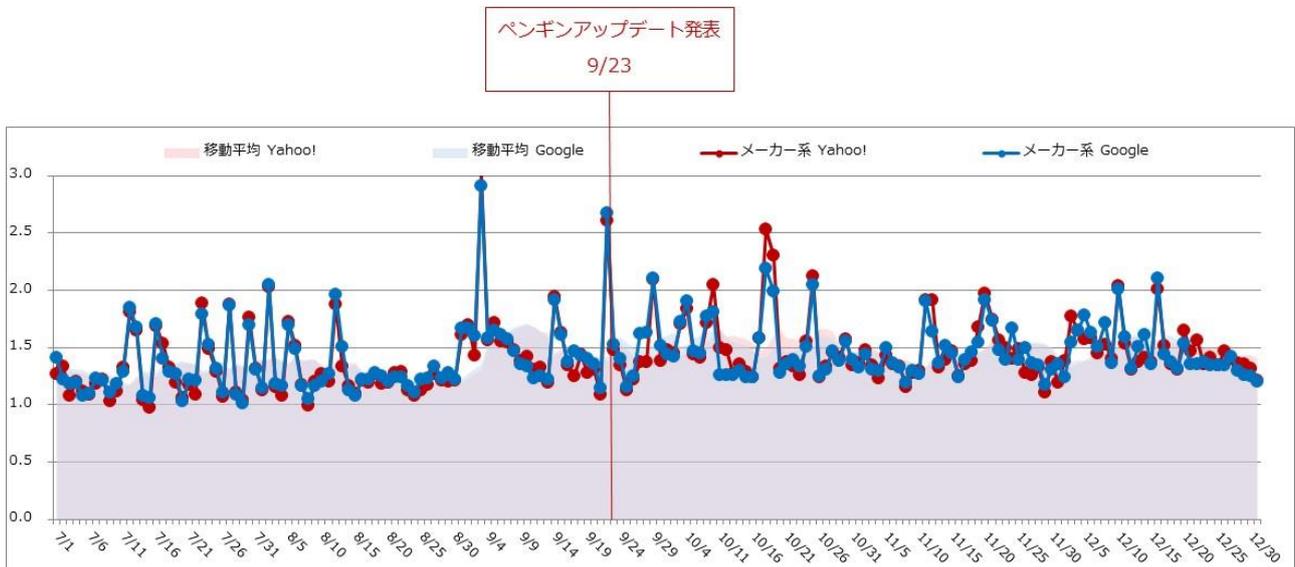


2016年変動状況：20位まで：メーカー系（自動車・コスメ・家電）

【上半期】

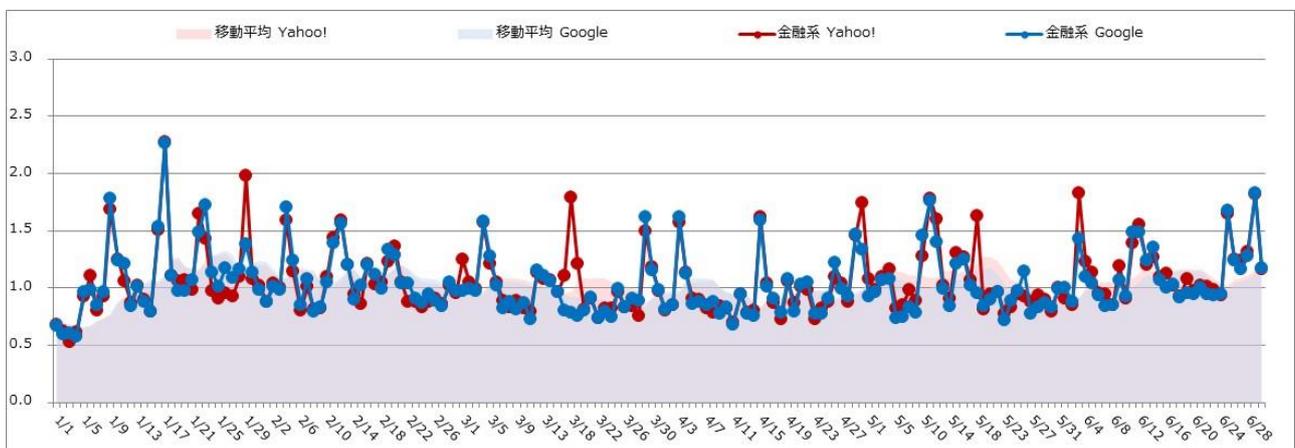


【下半期】

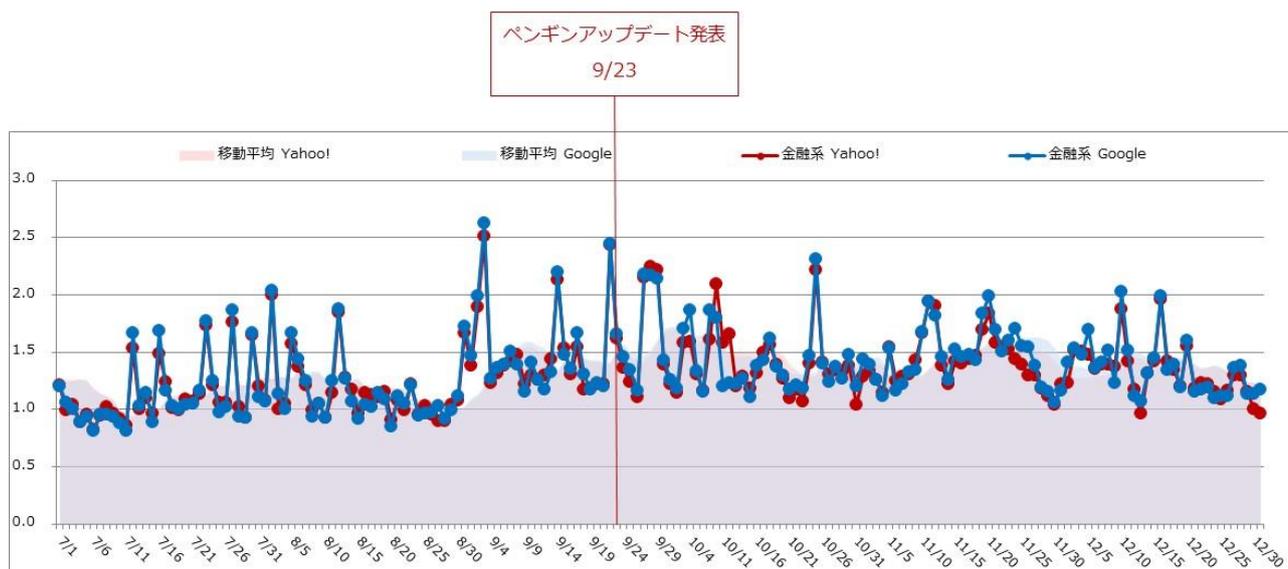


2016年変動状況：20位まで：金融業界

【上半期】



【下半期】



■株式会社アイレップ について

アイレップは広告主のマーケティング成果を最大化するデジタルマーケティングエージェンシーです。国内圧倒的ナンバーワンのSEM領域に、データを起点とした新たな広告事業・ソリューション事業を加えることで、「ユーザーへの最適な情報流通により、国内外のクライアント企業の成果を最大化へと導くエージェンシー」の立場を確固たるものにしていきます。

会社概要

【社名】：株式会社アイレップ

【所在地】：東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー7F

【URL】：<http://www.irep.co.jp/>

【代表者】：紺野俊介

【設立年月】：1997年11月

【資本金】：5億5,064万円（2016年9月末現在）

【事業内容】：

- ・ 広告代理事業
- ・ ソリューション事業
- ・ ツール事業
- ・ その他（デジタルメディア事業等）

【記事転載・引用等に関する問い合わせ先】

●株式会社アイレップ

TEL：03-3596-8050 FAX：03-3596-8145

【報道関係問い合わせ先】 広報担当 E-MAIL：pr@irep.co.jp

【弊社サービス内容に関する問い合わせ先】 E-MAIL：contact@irep.co.jp

※アイレップは、D.A. コンソーシアムホールディングスの100%子会社です

■D.A. コンソーシアムホールディングス株式会社

【代表者】：矢嶋弘毅

【所在地】：東京都渋谷区恵比寿4-20-3 YGPタワー33F

【URL】：<https://www.dac-holdings.co.jp/>

【設立年月】：2016年10月

【上場市場】：東京証券取引所市場第二部（証券コード：6534）

D.A.Consortium **holdings**