

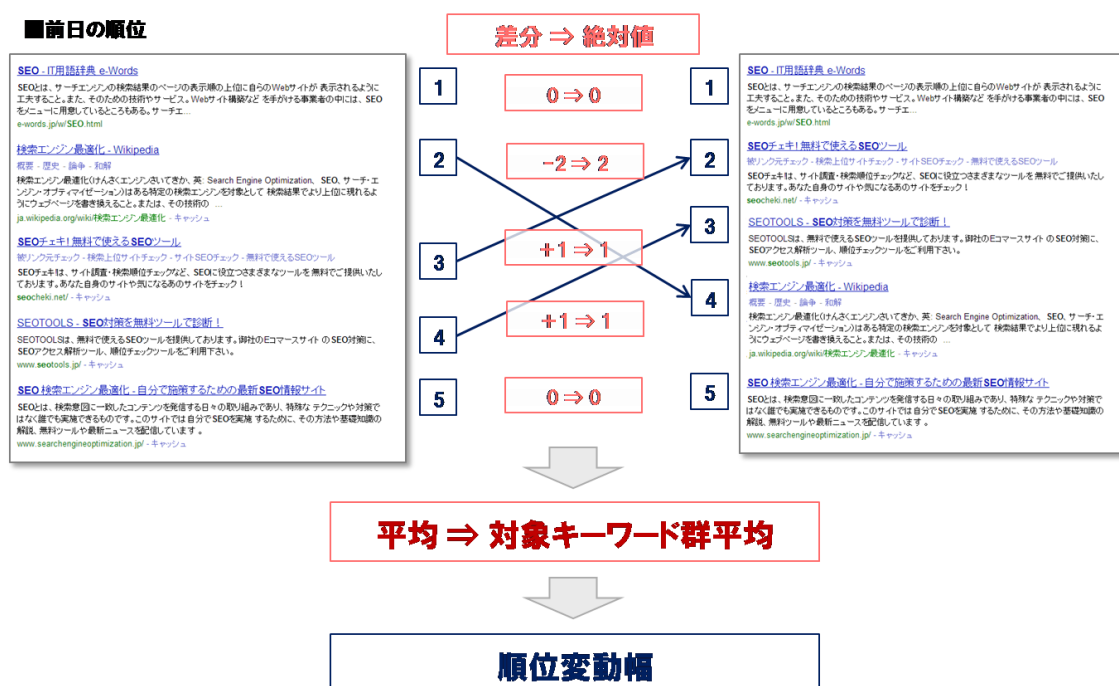
2014 年 12 月 10 日
株式会社アイレップ

検索エンジン順位変動と動向（2014 年 11 月）

2014 年 11 月の検索エンジン順位変動とその動向をまとめました。

検索エンジン順位変動

自然検索エンジンの順位を毎日トラッキングし、前日比変動幅から順位変動を監視する。



※上記画像はサンプル

順位変動観測指標

観測対象キーワード検索結果における上位サイト URL の前日順位との差分平均推移を算出し、変動幅の増減から順位変動を観測する。

順位取得項目	内容
ソース	弊社順位観測ツールによる自然検索エンジン検索結果順位
対象検索エンジン	Google Japan, Yahoo! JAPAN
取得条件	10件表示(100位まで、50位まで、20位まで)※一部 Google サービス・Yahoo!サービスは取得対象外
観測対象キーワード(※)	450キーワード(9ジャンル×50キーワード)

(※観測対象キーワード)

キーワード種		詳細
①ビッグキーワード		主要業界のビッグキーワード
②地域掛け合わせ	人材系	人材系から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	不動産系	不動産系から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	その他	人材系、不動産系以外から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
③地域掛け合わせ以外	EC系	EC系から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	その他	EC系以外から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
④外部施策に依存しないキーワード		個人商店系キーワード(喫茶店、美容室など)と、マイナーな市町村名との掛け合わせを抽出
⑤ビッグキーワード以外の単ワード		検索数の少ないキーワードを無作為に抽出
⑥Q&A系キーワード		OKWave等のQ&A系のキーワードを無作為に抽出

業界別順位変動観測指標

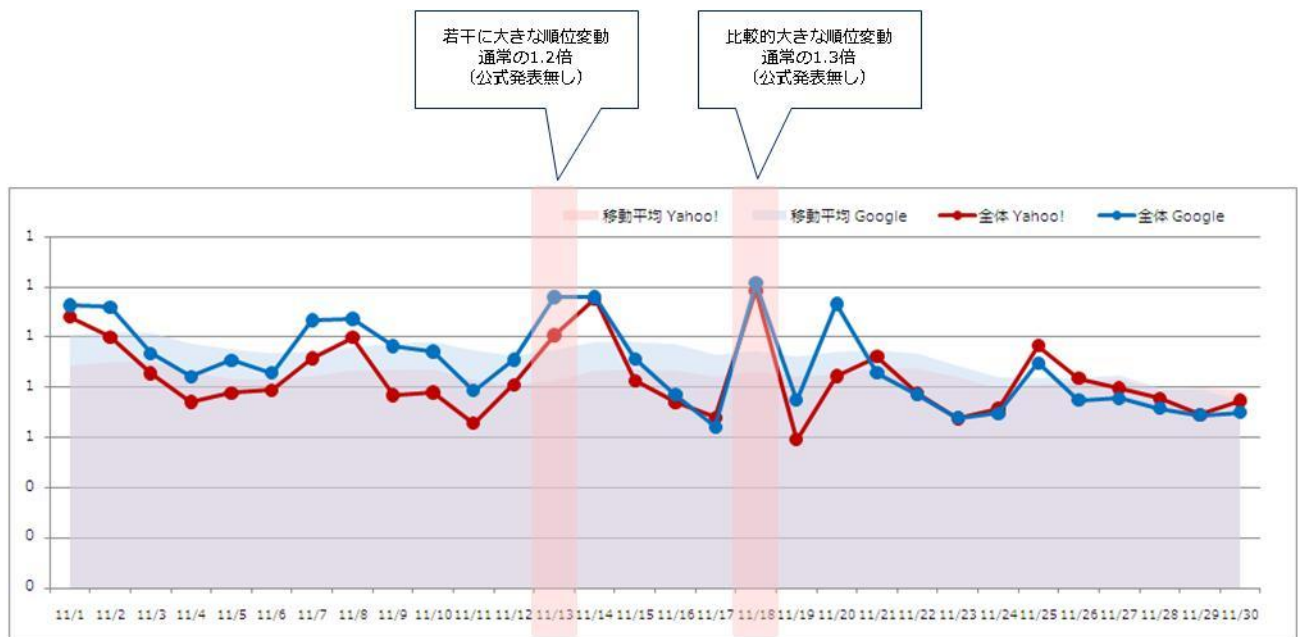
※2014年8月度より観測開始

順位取得項目	内容
ソース	弊社順位観測ツールによる自然検索エンジン検索結果順位
対象検索エンジン	Google Japan、Yahoo! Japan
取得条件	10件表示(20位まで) ※一部 Googleサービス・Yahoo!サービスは取得対象外
観測対象キーワード(※)	864キーワード(6ジャンル × 約100~200キーワード)

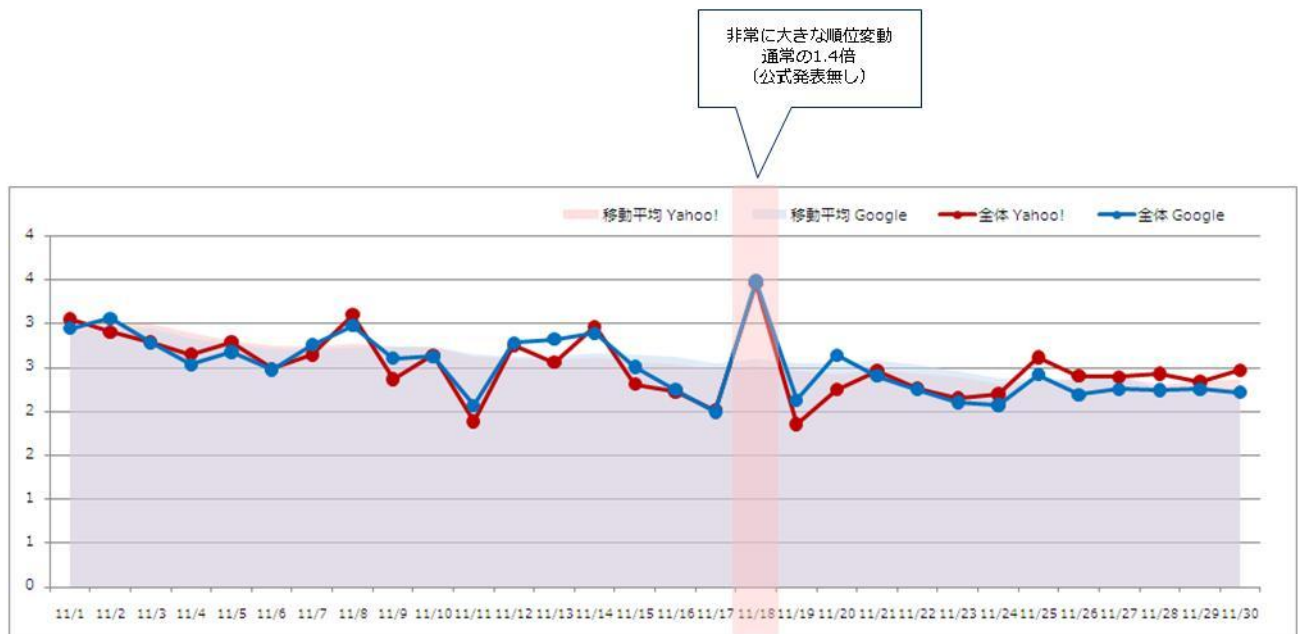
(※観測対象キーワード)

キーワード種		詳細
①人材	転職	転職系単ワード、職種・エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	バイト・アルバイト	バイト・アルバイト系単ワード、職種・エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	その他人材系	求人系単ワード、職種・エリア掛け合わせ、その他関連キーワードから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
②旅行	国内	国内旅行系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	海外	海外旅行系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	その他旅行系	旅行系単ワード、その他関連キーワードから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
③小売/通販	単ワード	ファッション、インテリア、雑貨系から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	「通販」掛け合わせ	単ワードの「通販」掛け合わせ
	その他通販系	通販系単ワード
④不動産	賃貸	賃貸系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	不動産	不動産系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	マンション	マンション系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	一戸建て	一戸建て系単ワード、エリア掛け合わせから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	その他不動産系	不動産系単ワード、その他関連キーワードから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
⑤メーカー	自動車	車種系ワード(ブランド名除く)から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	コスメ	コスメ系ワード(ブランド名除く)から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
	家電	家電系ワード(ブランド名除く)から一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出
⑥金融		金融系ワードから一定の検索数があるキーワードを無作為に抽出

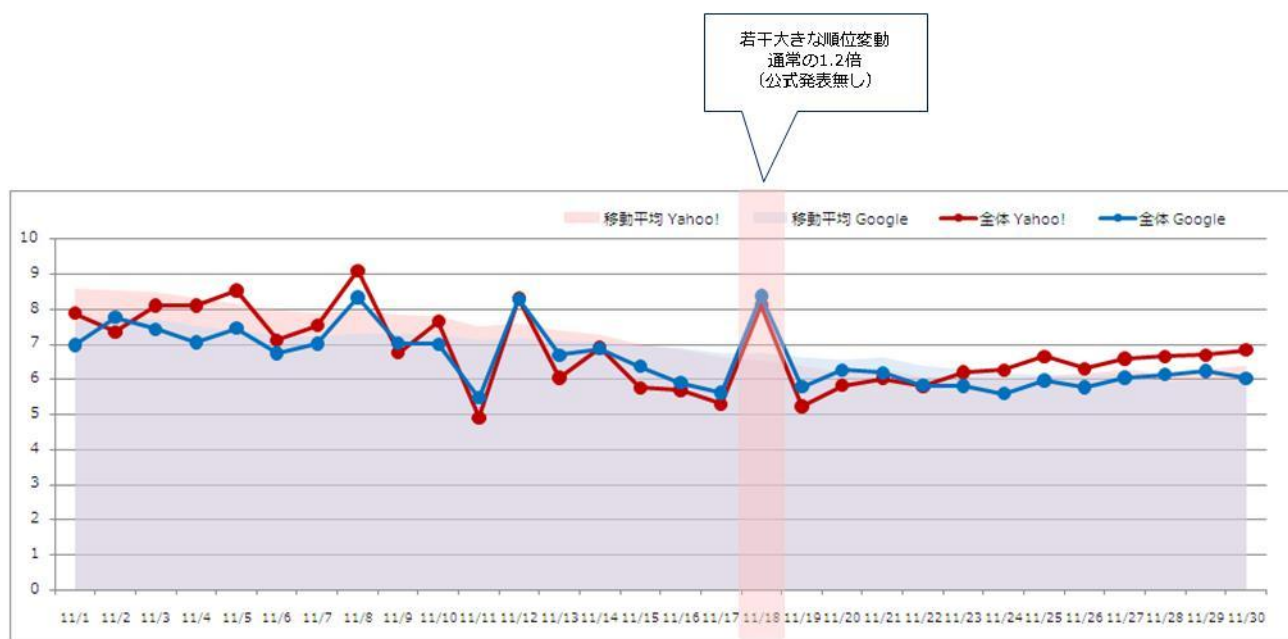
2014 年 11 月変動状況：20 位まで



2014 年 11 月変動状況：50 位まで



2014 年 11 月変動状況：100 位まで

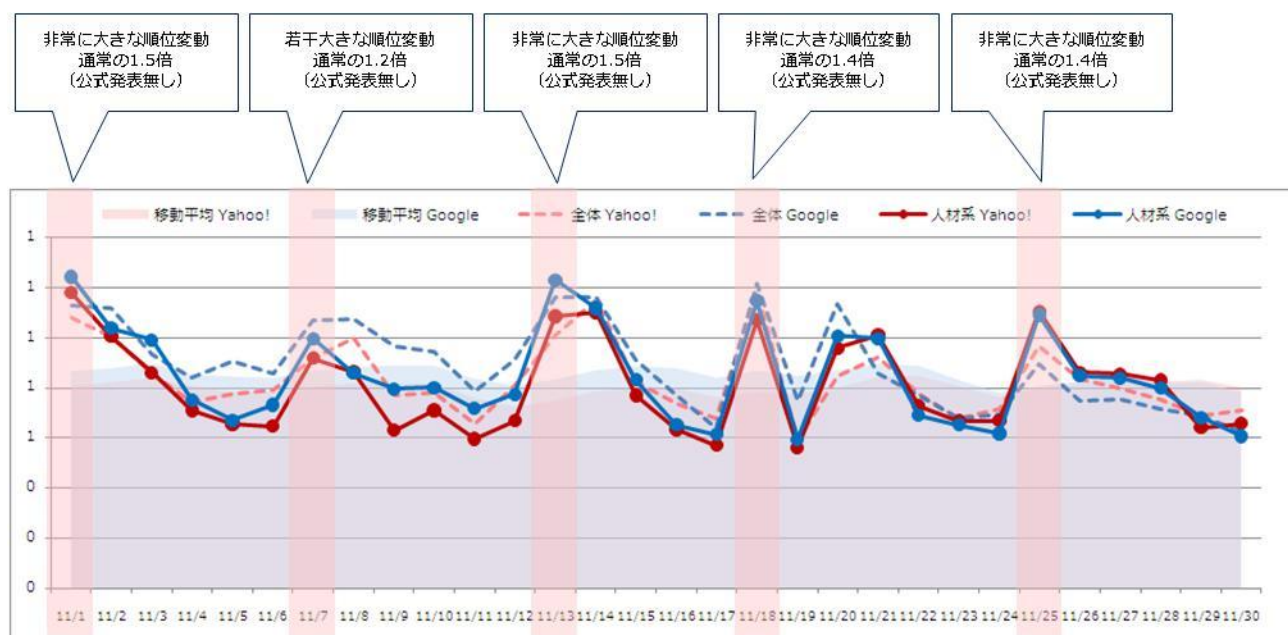


※ 移動平均：当日を含む直近 10 日間の変動幅平均

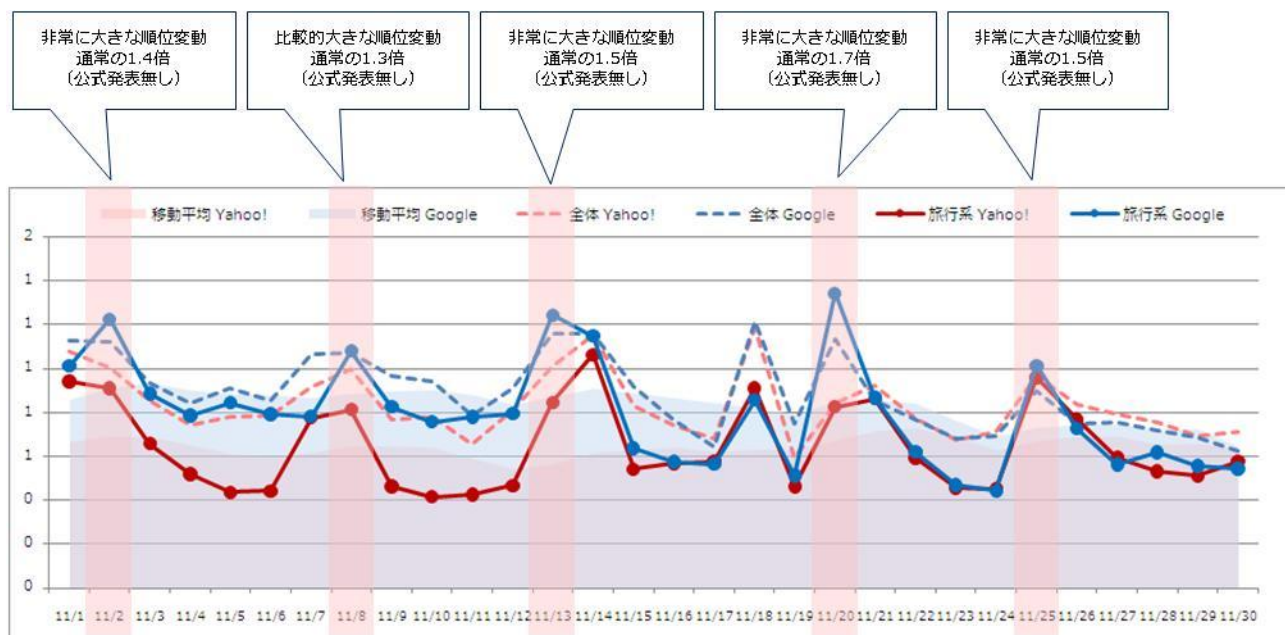
業界別変動状況

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。

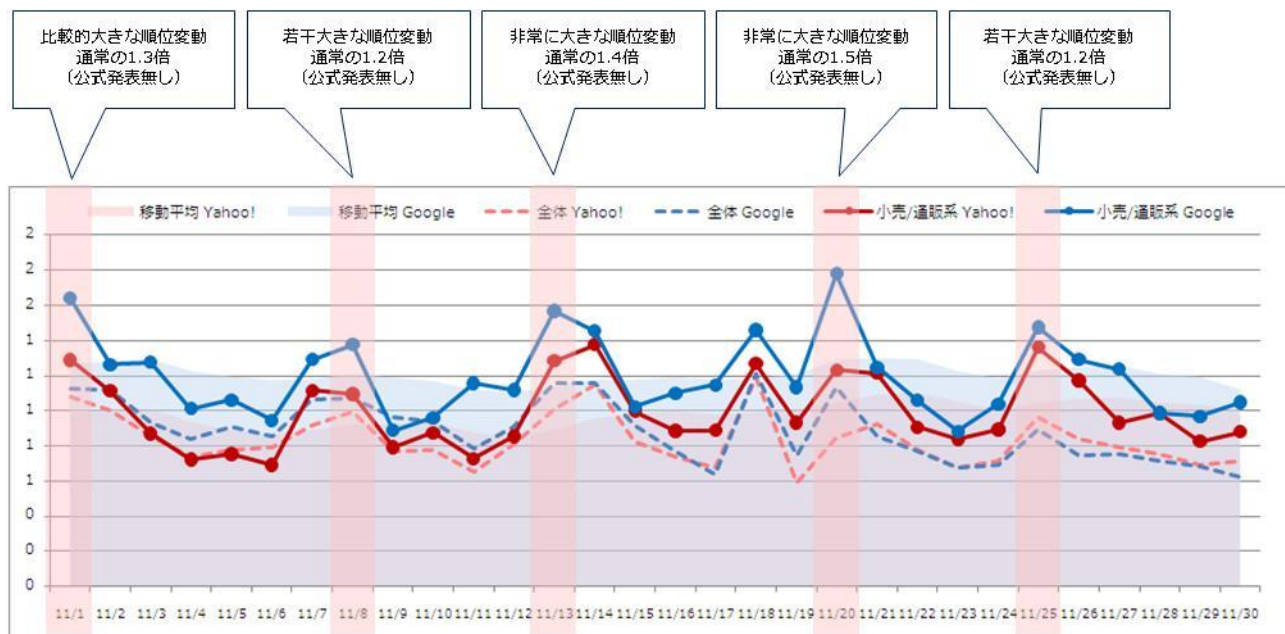
2014 年 11 月変動状況：20 位まで：人材業界



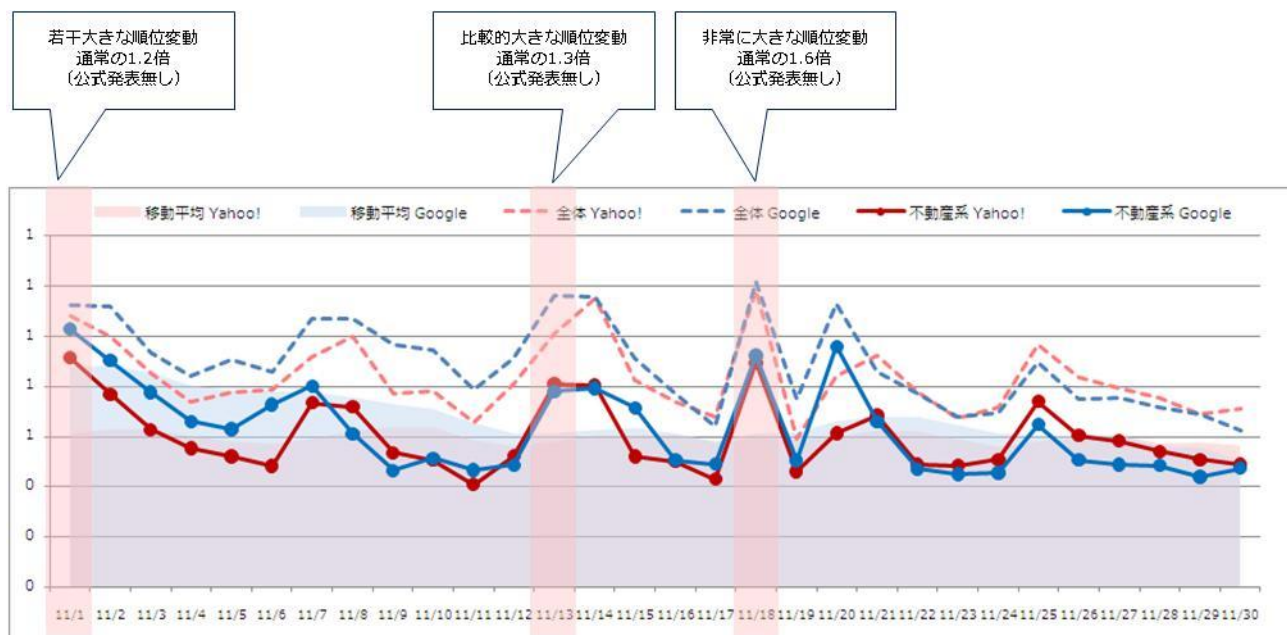
2014 年 11 月変動状況：20 位まで：旅行業界



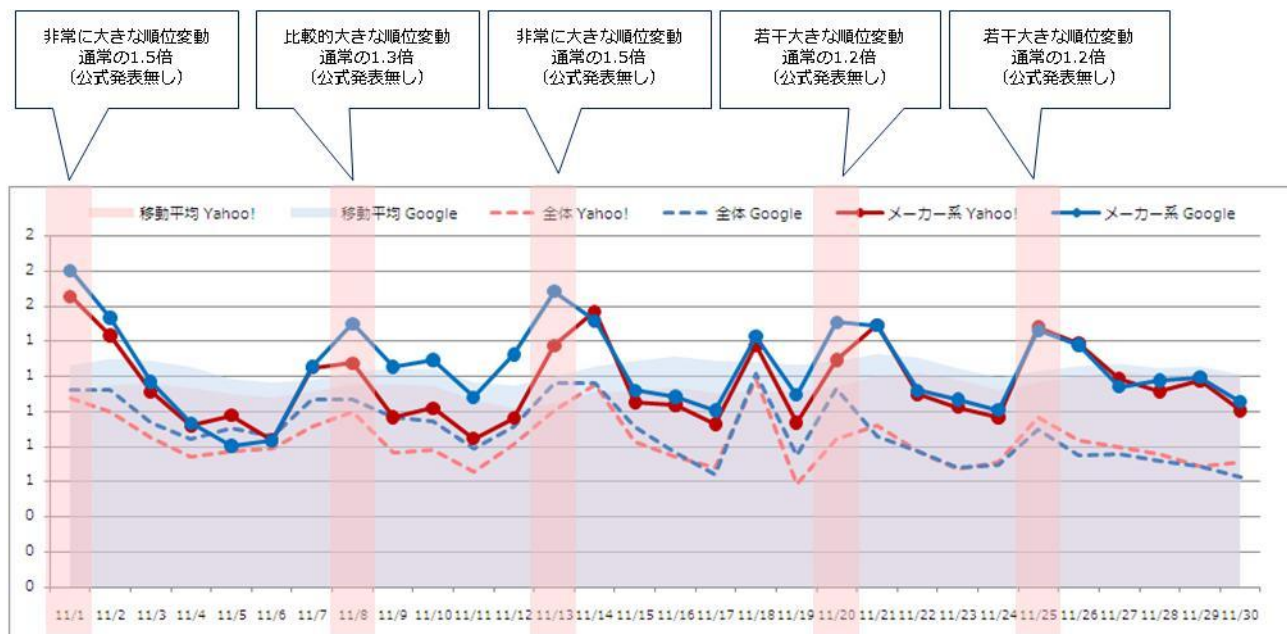
2014 年 11 月変動状況：20 位まで：小売/通販業界



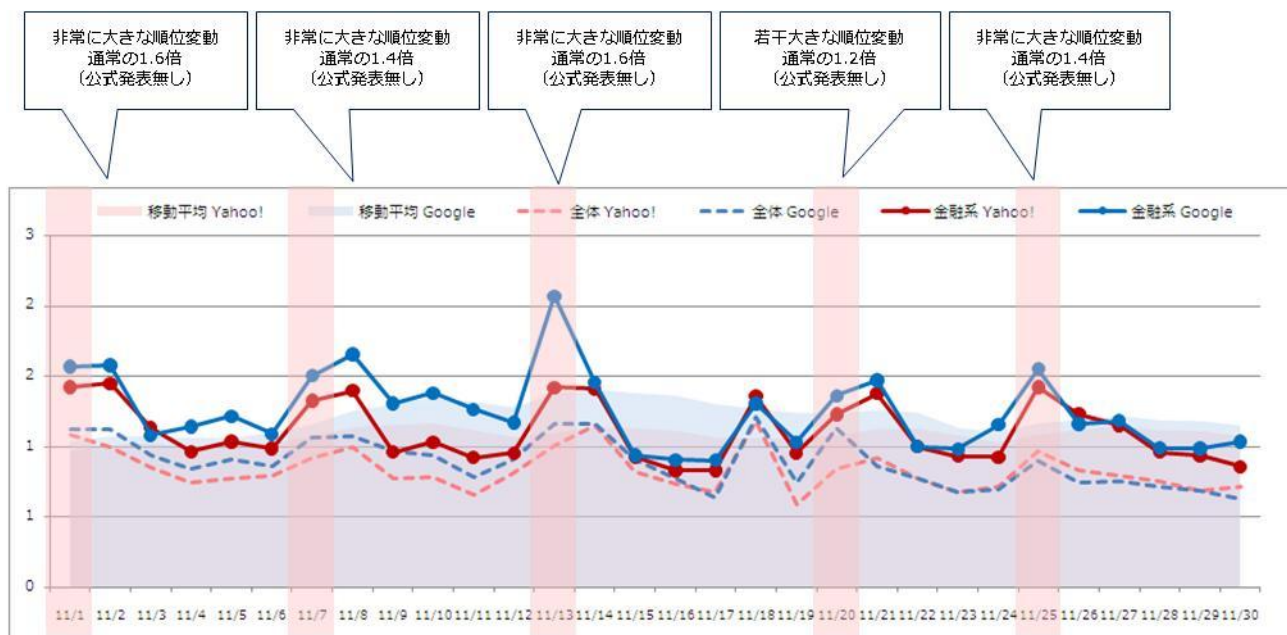
2014 年 11 月変動状況：20 位まで：不動産業界



2014 年 11 月変動状況：20 位まで：メーカー系（自動車・コスメ・家電）



2014 年 11 月変動状況：20 位まで：金融業界



2014 年 11 月 検索エンジン動向

2014 年 11 月 7 日

■ヤフー、検索結果の個人情報削除を巡って有識者会議を設置、新基準策定へ

ヤフー株式会社（以下、ヤフー社）は「検索結果とプライバシーに関する有識者会議」を設置し、2014 年 11 月 11 日に第 1 回有識者会議を開催しました。

検索サービスの中立性や信頼性の観点から、検索エンジン会社は検索結果から Web サイトを削除するという判断を慎重におこなう必要があります。今回ヤフー社では、検索サービスに対する信頼と透明性を確保すること、同時に社会における「表現の自由」や「知る権利」とプライバシーという多様な価値をバランスよく反映するために、外部の専門家を集めて「検索結果とプライバシーに関する有識者会議」を開催しました。

今回のヤフー社の取り組みは、「忘れられる権利」（Right to be forgotten）を巡り欧米で議論が活発になっていることが背景にあります。

「忘れられる権利」とは、2014 年 5 月 13 日、欧州連合（EU）司法裁判所は米 Google が検索結果として表示した情報がプライバシー侵害にあたるとしてリンクの削除を命じた判決で、大きな話題となりました。

<http://pr.yahoo.co.jp/release/2014/11/07b/>

<http://www.sem-r.com/news-2014/20141107191024.html>

2014 年 11 月 11 日 確認

■Google、「In the news」（ニューストピック）の導入を拡大

Google が 2014 年 10 月から導入を拡大していました検索結果内の「In the news」が、2014 年 11 月 11 日時点で日本 (google.co.jp) でも「ニューストピック」の結果枠として表示されることが確認されました。従来のニュース検索結果枠の代替的な位置付けですが仕様は異なり、Google ニュースに登録されていない Web サイトでも表示されます。Google 広報担当は、米 Search Engine Land に対して「我々は常に利用者の質問に対して最善の回答を提示できるよう取り組んでいる」と回答していますが、その仕組みは明らかにされていません。全体の傾向としてサイトの評価・評判が高めの Web サイトが表示されている模様です。

<http://www.sem-r.com/news-2014/20141111083534.html>

2014 年 11 月 13 日

■米裁判所、「Google 検索結果は言論の自由のもと保障される」と判決

2014 年 11 月 13 日、米国のカリフォルニア州裁判所は米 Google の検索結果は言論の自由のもとに保護されるものであり、同社は検索結果を調整する権利を有しているとの判決を下しました。

米 CoastNews.com のオーナー S. Louis Martin 氏が Google を相手取り訴えていた裁判は、世界最大の検索企業が長らく主張してきたスタンスが改めて認められる判決となりました。この結果は、Google を相手取った今後の訴訟に影響を与える可能性があります。Microsoft や Travelocity、Yelp、Yellow Pages、TripAdvisor といった企業は、Google が市場支配的地位を利用して宿泊施設や飲食店、地域情報などの情報を通常検索結果に混在表示し、自社運営サイトを目立たせる一方でライバル企業を市場から排除しようと試みていると批判してきました。

なお、ヨーロッパでは欧州委員会が Google に検索結果の改善案を受け入れさせ、ライバル企業の広告を表示する枠を設けることを義務づけています。

<http://www.sem-r.com/news-2014/20141118225006.html>

2014 年 11 月 18 日

■米 Google 、スマートフォン対応を示すラベルを正式導入

2014 年 11 月 18 日、米 Google は検索結果においてモバイルフレンドリーな Web サイトであることを示すラベルを表示する機能を正式に導入しました。日本国内を含む全世界に適用されます。(2014 年 11 月 30 日時点で、日本国内での表示は確認されていません。)

モバイルフレンドリーな Web サイトとは、スマートフォンからも問題なく閲覧できる Web サイトのことを指します。検索利用者は検索自体が目的ではなく、必要な情報を求めて検索をしています。検索結果をクリックした先のページがスマートフォン環境で閲覧が困難であれば、「情報を得る」という目的を果たすことはできず、探すという行為の体験も損なわれることになります。こうした背景から、Google は今回の機能の導入を決定しました。

Google によると、モバイルフレンドリーのラベルが表示される基準として以下を挙げています。(一部抜粋)

- ・ Flash などのモバイル環境で閲覧できない技術を用いていないこと
- ・ ズームしなくても十分に読める程度の大きさのテキストであること
- ・ ユーザーがズームや横スクロールせずともコンテンツを閲覧できること
- ・ 目的のリンクをタップできるように十分なスペースを持って配置されていること

また、モバイルフレンドリーな Web サイトを構築するための Mobile-Friendly Websites を Google Developers に公開しました。モバイル SEO や、スマートフォンサイト構築に役立つソフトウェアなどのドキュメントがまとめら

れているほか、モバイルフレンドリーテストツールで、指定した URL がスマートフォンに適した Web サイトか否かを簡易的に診断することができます。

Google は 2014 年 10 月にもモバイルユーザビリティ診断ができるツールを提供するなど、ウェブマスターにスマートフォンでの検索体験を意識した Web サイトを構築するための啓蒙・教育に力を入れると共に、こうしたモバイルのユーザーエクスペリエンスを検索順位に反映させようという姿勢を見せています。

※文中の「モバイル」は「スマートフォン」を指しています。

<http://www.sem-r.com/google-2010/20141119005913.html>

<http://www.sem-r.com/google-2010/20141118232832.html>

2014 年 11 月 20 日 確認

■米 Google 、ナレッジグラフに Google+ 以外の SNS へのリンク表示を開始

ジャーナリストの Bernd Rubel 氏の報告によると、米 Google は検索結果画面の右側に表示するナレッジグラフパネル内に、Google+ 以外のソーシャルネットワークサービス（以下、SNS）へのアイコンとリンク掲載を開始しました。一部の人物またはグループで SNS アカウントが確認されている、かつ Google の基準を満たした場合に SNS アカウントへのリンクが表示される模様です。

Google は最近、Google アカウント作成時の Google+ 強制開設を中止したり、Google Authorship の廃止、さらには Google+ 責任者が交代するなど、Google+ の将来の戦略を再構築する動きを見せています。今回の動きも大きな方針転換と言えると考えます。

<http://www.sem-r.com/news-2014/20141120025950.html>

2014 年 11 月 21 日 確認

■Google 、否認リストの処理完了まで最長 9 ヶ月を要するケースありと回答

米 Google の John Mueller 氏は、恒例のオフィスアワー・ハングアウトで、Google に否認したいリンク（Disavow links）をまとめたリストを送信した後に、それが実際に反映されるまでに 3 ヶ月から 9 ヶ月もの時間がかかる場合があると回答しました。

Google は様々なリンク分析アルゴリズムを活用してインターネット上の Web サイトの評判（レピュテーション）を評価しようとしており、ウェブマスターが申告したリンクの否認リストも活用されます。

定期的に外部リンクを監視して、リスクのあるリンクを否認リストに追加、状況に応じて相手先にリンク削除の依頼を行うなどの手続きをすることを推奨します。

<http://www.sem-r.com/seo/20141121052450.html>

10 月から継続していた変動幅の大きめな状態は徐々に収束してきました。直接的な関係は定かではありませんが、市場への影響が甚大であることを考慮して、Google は例年ホリデーシーズンには大きなアルゴリズム更新は実施しないことを明言しています。（例外的に実施された年もあります。）また、検索結果画面を巡って各国で異なる法的な見解が示されるなど、検索結果が世界の市場や個人の生活に非常に大きな影響を与えていることが窺えるトピックが目立つ月でした。

■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を最適化する「デジタルマーケティングエージェンシー」です。デジタル領域における、リスティング広告、運用型ディスプレイ広告、SEO（検索エンジン最適化）、SMO（ソーシャルメディア最適化）、Web 解析、LP0（ランディングページ最適化）まで、多様化する広告手法やデバイスに対応した質の高い専門サービスをワンストップで提供し、企業価値の向上に努めてまいります。

—— 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】 : 5億5,014万円 （2014年9月末現在）
【事業内容】 :

◆デジタルマーケティング領域

- ・ SEM サービス（PC／モバイル／スマートデバイス）
- ・ 運用型ディスプレイ広告
- ・ ソーシャルメディアマーケティング
- ・ アフィリエイトマーケティング
- ・ インターネット広告

◆デジタルメディア領域

住宅展示場サイト（総合住宅展示場） <http://www.jutakutenjijo.com/>
食育メディアサイト（ちゃちゃめし） <http://www.chachameshi.jp/>

【記事転載・引用等に関するお問い合わせ先】

●株式会社アイレップ

TEL : 03-3596-8050 FAX : 03-3596-8145

【報道関係お問合せ先】 広報担当 小泉 E-MAIL: pr@irep.co.jp

【弊社サービス内容に関するお問合せ先】 E-MAIL: contact@irep.co.jp