



Googleがアルゴリズムを更新し続ける理由


アルゴリズムとは、Googleが関連性のある結果 (Webサイト)を発見し、ランク付けし、ユーザーに提示するための手順と言える。

検索エンジンにとっての課題は、
”特定のキーワード(検索語)に対して、
最も関連性のあるWebページを発見すること”である。

”我々のゴールは、あなたが探している正確な答えを
より早く手に入れることだ”

Googleのエンジニア部門の副代表Ben Gomes氏





過去に有効だった裏技的な施策

<http://dx.24-7.co.jp/css-nite-sapporo-google/>

▶リンクプログラム、リンクスキーマ

被リンクを量産してサイトの評価を恣意的にあげようとする事。

- ・リンクの売買、過剰な相互リンク
ワードサラダ

▶コンテンツファーム

プログラムによって自動的に生成されたページを量産して、サイト内に埋め込むこと。

- ・外国のサイト、コピーコンテンツ、
キーワードスタッフィング

▶隠しテキスト

非表示の状態で大量のテキストを記述する方法

▶隠しリンク

非表示の状態で大量のリンクを埋め込む方法



アルゴリズムのアップデート変遷

<http://moz.com/google-algorithm-change>

2015	Penguin 3.0 — October 17, 2014 More than a year after the previous Penguin update (2.1), Google launched a Penguin refresh. This update appeared to be smaller than expected (<1% of US/English queries affected) and was probably data-only (not a new Penguin algorithm). The timing of the update was unclear, especially internationally, and Google claimed it was spread out over "weeks". Google AutoCorrects: Penguin 3.0 Still Rolling Out & 1% Impact (SER) Penguin 3.0 Analysis – Penguin Tremors, Recoveries, Fresh Hits, and Crossing Algorithms (GSQI)
2014	
2013	
2012	
2011	
2010	"In The News" Box — October 2014 Google made what looked like a display change to News-box results, but later announced that they had expanded news links to a much larger set of potential sites. The presence of news results in SERPs also spiked, and major news sites reported substantial traffic changes. Google's "In The News" Box Now Lists More Than Traditional News Sites (SEL) New Publishers Upset With Google's "In The News" Box (SER)
2009	
2008	
2007	
2006	
2005	Panda 4.1 (#27) — September 23, 2014 Google announced a significant Panda update, which included an algorithmic component. They estimated the impact at 3-5% of queries affected. Given the "slow rollout," the exact timing was unclear. Panda 4.1 — Google's 27th Panda Update — Is Rolling Out (SEL) Panda 4.1 Analysis and Findings – Affiliate Marketing, Keyword Stuffing, Security Warnings, and Deception Prevalent (GSQI)
2004	
2003	
2002	
2000	Authorship Removed — August 28, 2014 Following up on the June 28th drop of authorship photos, Google announced that they would be completely removing authorship markup (and would no longer process it). By the next morning, authorship bylines had disappeared from all SERPs. Official Announcement from John Mueller (Google+) It's Over: The Rise & Fall Of Google Authorship For Search Results (SEL)

これまで行われてきた
アルゴリズムのアップデート

- ・パンダアップデート
- ・ペンギンアップデート
- ・ハミングバードアップデート
- ・ピジョンアップデート

上記のアップデートは
それぞれ目的をもって
引き続き更新され続けている

▶これらのアップデートでGoogleが検索結果に表示させたい情報

- ・ユーザーが必要としている情報
- ・有益で、長期間に渡ってソリューションとなるような内容
- ・新鮮なコンテンツ

パンダアップデートの内容と対策

【目的と概要】

低品質で内容の薄いサイトがGoogleの検索結果のランキングの上位に位置することを防ぐこと

【ペナルティを受ける要因】

重複したコンテンツ、質の低い被リンク、高い直帰率、リポート率、常用文の使用率
関連性のないメタタグ

【対策】

コンテンツの内容は価値を与え、読者の興味をそそり、特定の問題を解決する内容になっているか。

パンダの品質方程式

静的な要素×品質チェック×ユーザー体験＝パンダの品質スコア

静的な要素

→サイト紹介、管理者の紹介、サービス規約などのページの品質

品質チェック

→マッチしないHTMLタグ、PHPのエラー、機能していないJavascript、不適切なCSSのルール

ユーザー体験

→コンテンツ内容、構成、機能性、ユーザーインターフェース、ユーザービリティとアクセシビリティ

- ・新鮮で、独自の、重複していないコンテンツをサイトに追加する。
- ・新しいコンテンツを全てのページに記載し、同一のコンテンツを複数回利用しない。
- ・信頼性のある、きちんと調査された事実のみを使用する。
- ・文法や文脈など、高い品質の執筆を心がける。

<http://www.seojapan.com/blog/the-ultimate-google-algorithm-cheat-sheet-part>



ペンギンアップデートの内容と対策

【目的と概要】

被リンクに関して特にフォーカスしてページの評価を行う。
スパムリンクと不自然なリンクへのペナルティを目的とする。

【ペナルティを受ける要因】

リンクスキーマ、キーワードの詰め込み、アンカーテキストの過度な最適化、不自然なリンク


【対策】

正しい種類のリンクを、関連性があり自然な言葉を用いて、構築すること

- ・基本的にリンクの購入はしない
- ・過度な相互リンクを掲載しない
- ・多言語サイトからのリンクは掲載しない

<http://www.seojapan.com/blog/the-ultimate-google-algorithm-cheat-sheet-part2>





ハミングバードアップデートの内容と対策

【目的と概要】

”キーワードintent(キーワードの意図)”の検索に対しても最適な検索結果を表示させること。

※キーワードintentの分類

- 取引型 例) iPhoneケース 通販、リフォーム 資料請求
- 情報収集型 例) ネクタイ 結び方、ラスベガス 時差
- 案内型 例) Yahoo!ニュース、楽天

※Googleは200以上のランキングファクター(要因)を用い、特定のサイトの関連性と品質を判断

このクエリ(検索語)に対し、どのようにして上位に表示させよう？

↓

ユーザーが持っている質問に対し、どのようにして最適な答えを提供しよう？

【対策】

- ・人々が会話し、情報を探す方法とおなじやり方で、キーワードとコンテンツを配置させる
- ・かつ、それら検索に見合ったコンテンツの掲載

<https://www.suzukikenichi.com/blog/3-types-of-classification-of-user-intent/>

<https://www.suzukikenichi.com/blog/google-hummingbird-algorithm/>





クライアントへの対応

コンテンツ作成のポイント

- ①ターゲットを絞る
- ②人が知らない内容をまとめる
- ③解決方法を紹介する
- ④画像や図解を見出しごとに挿入する
- ⑤最初と最後に持論を書く
- ⑥タイトルに数字を入れる
- ⑦文章をシンプルにする
- ⑧誤字脱字をゼロにする

