

2022
October

10

Google Algorithm Research Report

Google アルゴリズム リサーチレポート

2022年9月度Googleアルゴリズム コアアップデート 調査結果サマリ

【アルゴリズム分析結果】

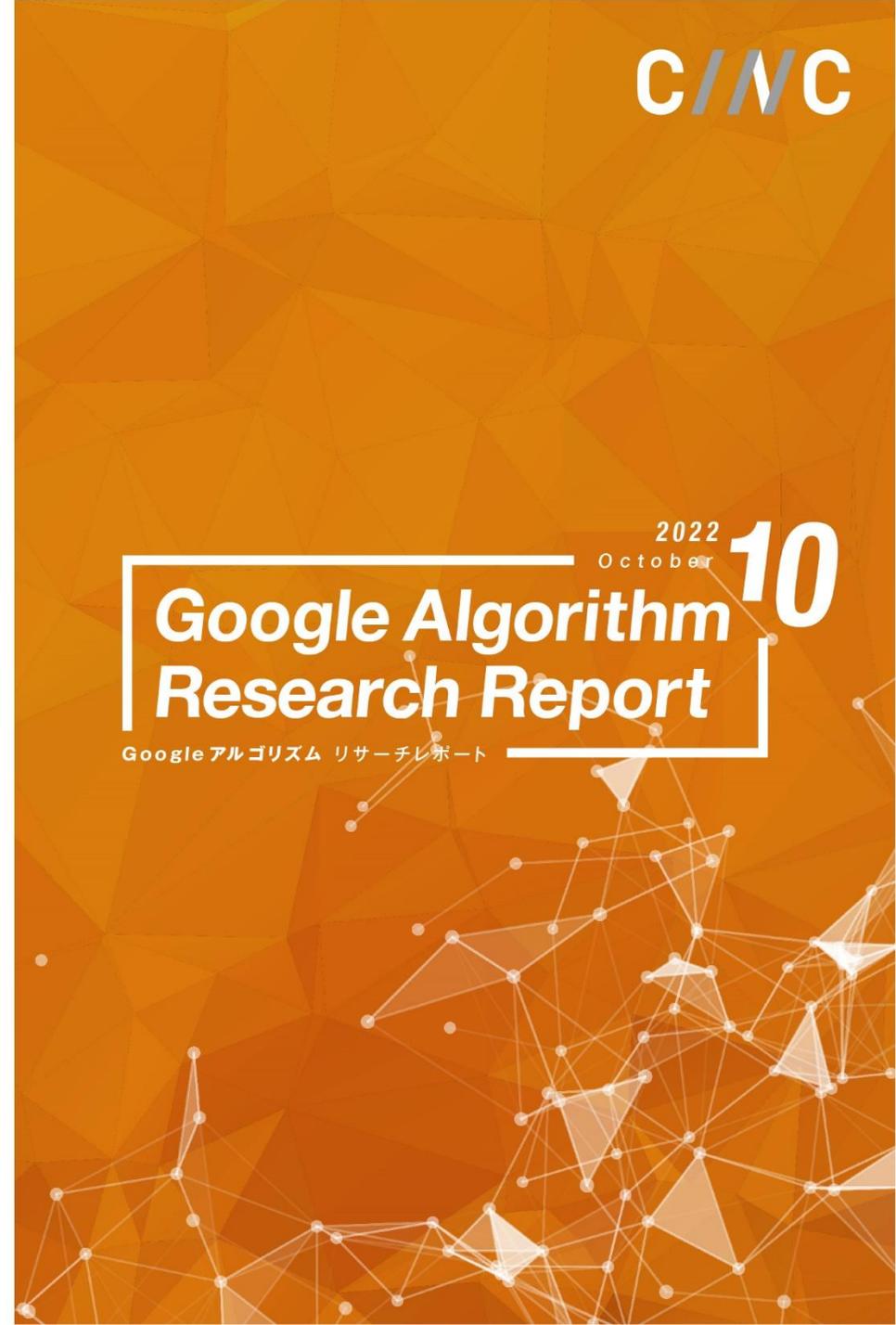
- Google側でのサイトへの理解度・解析精度が進んできており、E-A-T（特にサイトの権威性・信頼性）に関する重要度が高まっている可能性
- YMYL度が低い領域において、SNSが上昇・口コミ系サイトが下落傾向
- クエリに関する理解度・クエリに合うLPの選定精度が向上した可能性

【アルゴリズム分析による推奨行動】

- ✓ プロダクトや企業の特徴を棚卸して、適切な対策クエリを選定する
- ✓ 応答したいユーザーニーズやユーザーに認知されたいイメージを策定し、それに合わせてサービスや製品を変えていく
- ✓ 運営しているサイトおよびその領域において、どの程度のYMYL度が求められるか確認
- ✓ SNSサイトが上がってきやすい領域においては、適切な媒体を確認のうえ当該クエリに関するハッシュタグ付与や投稿の強化を検討
- ✓ ハック的なSEO対策ではなく、クエリの検索意図に対して適切なコンテンツを用意
 - ✓ ユーザーが求める価値を提供することができるコンテンツを提供する
 - ✓ 「検索エンジンの攻略」ではなくユーザーを向いたSEO対策を実施

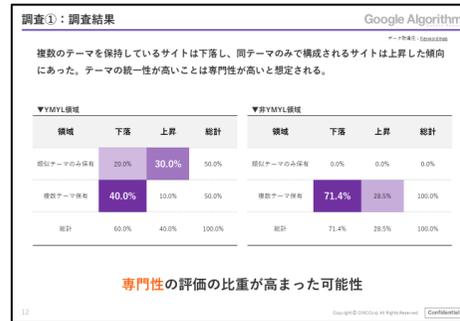
INDEX

- ① Google Algorithm Research Reportとは
- ② SERPs変動の概要
- ③ アルゴリズム分析
- ④ 月刊SEOの紹介



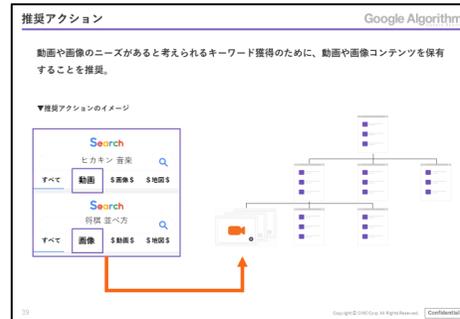
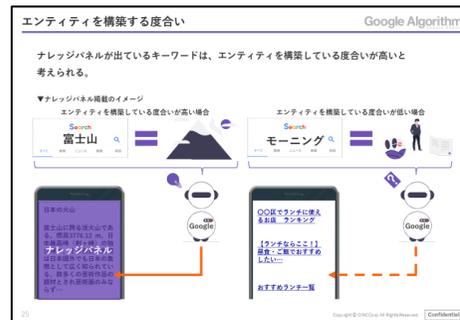
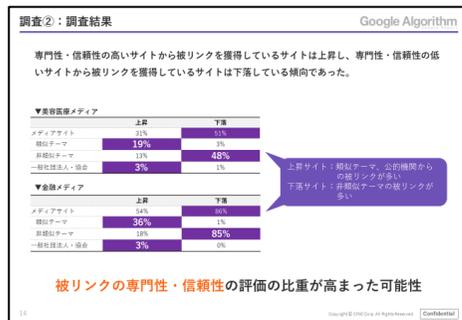
① Google Algorithm Research Reportとは

- ✓ SEO上級者に向けてさらにニッチなトピックを隔月で調査・分析
- ✓ SEOにおける「新発見／新知見・新たなアクション」が得られる“隔月”のレポート



過去のトピック

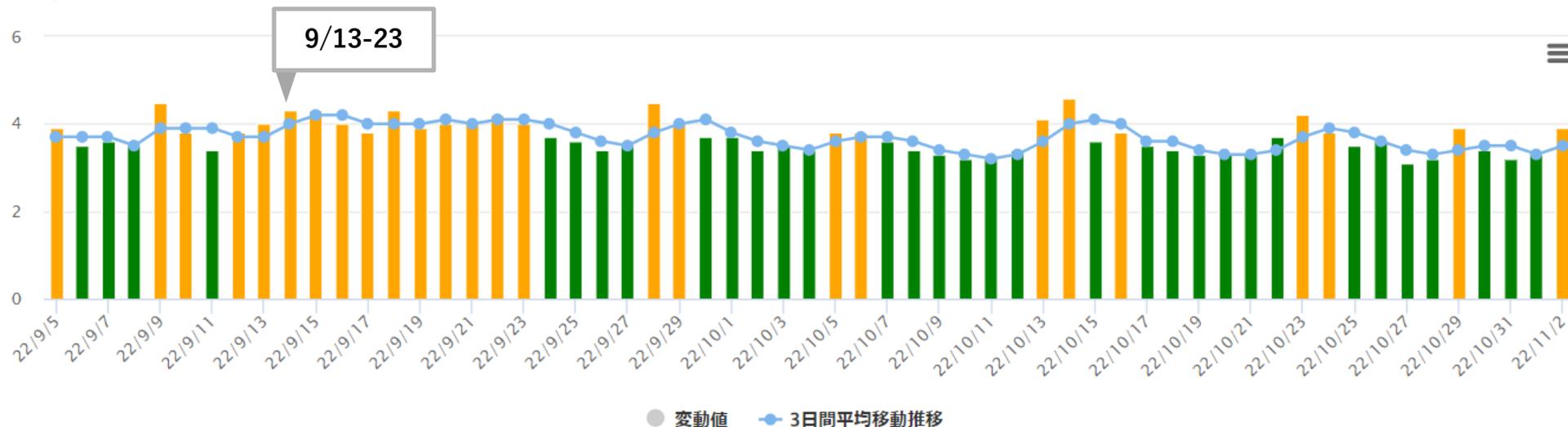
- ✓ May 2022 Core updateのアルゴリズム調査
- ✓ 複数テーマ保持サイトにおけるドメイン移行の影響調査
- ✓ 「企業の不祥事」と当該サービスサイトのSEO評価変動調査
- ✓ タイトルタグへの略語・類義語の含有によるSEO影響調査



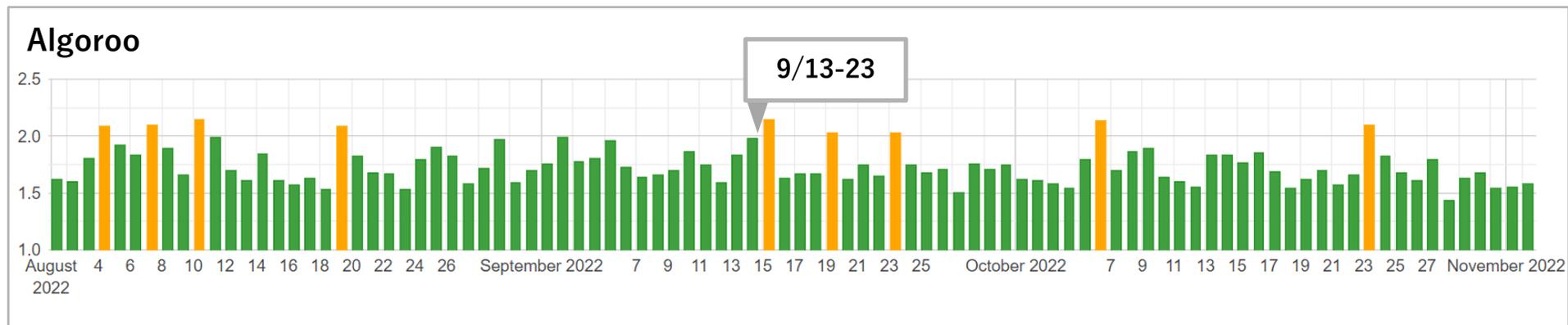
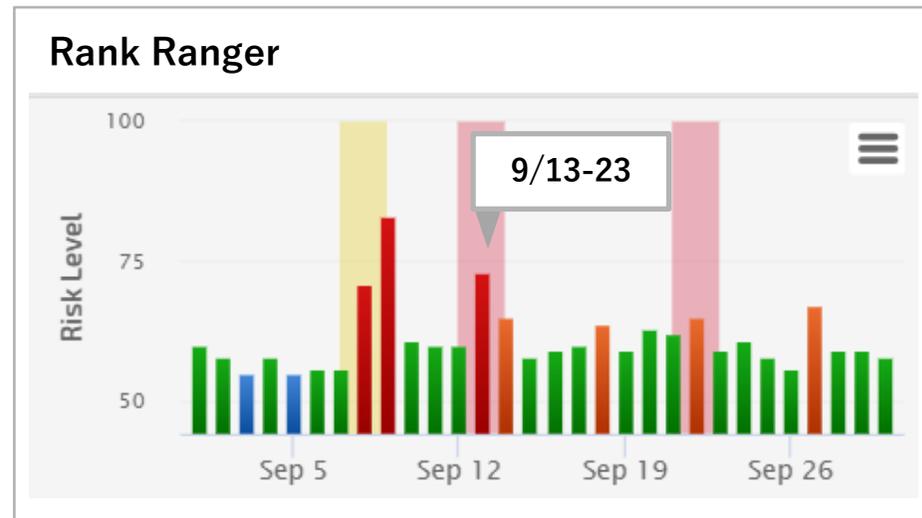
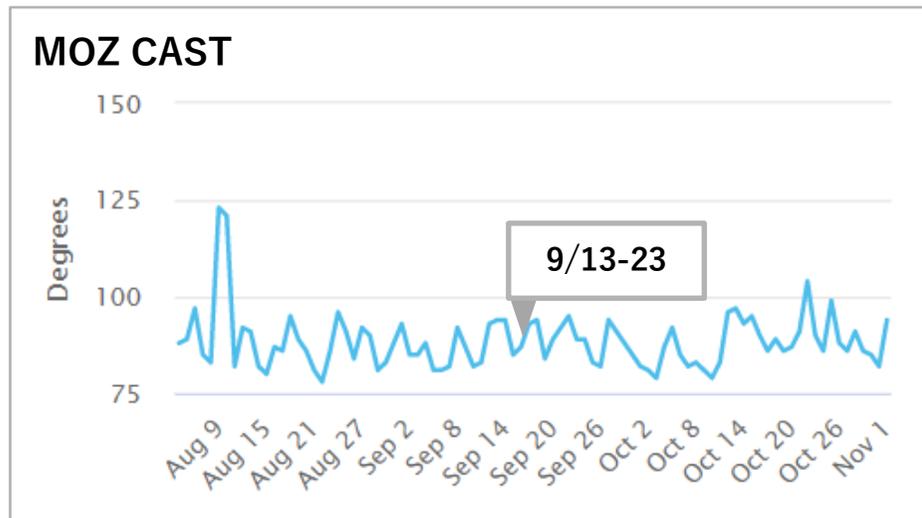
今回は、September 2022 Core updateのアルゴリズム分析を実施

② SERPs変動の概要

September 2022 core updateが9月13-26日で展開された。
弊社ツールのKeywordmapにおいて、当期間に中程度の変動が確認された。



その他の検索結果観測ツールについても、September 2022 core updateの実施期間で変動が確認された。



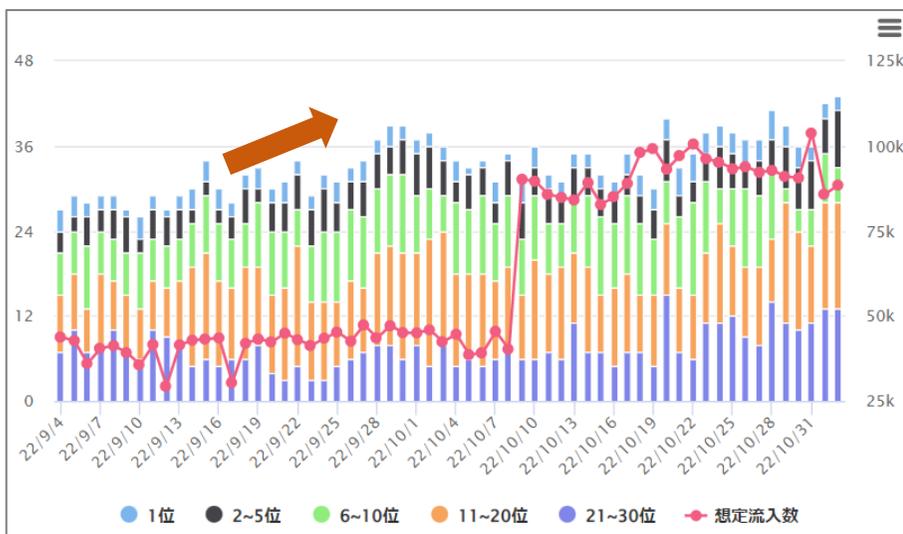
③ アルゴリズム分析

Google側でのサイトへの理解度・解析精度が進んでおり、E-A-T
(特にサイトの権威性・信頼性)に関する重要度が高まっている可能性

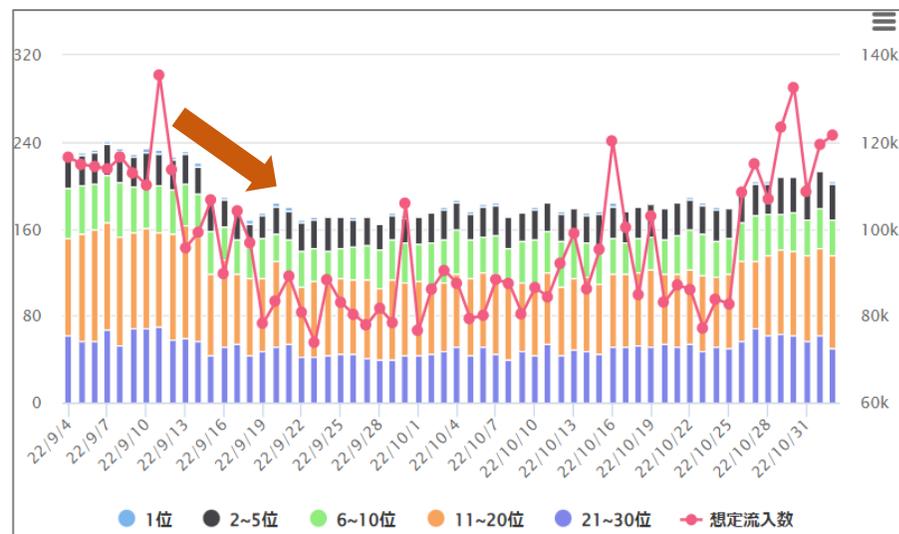
一部（農林水産省・防衛省）は下落が見られたものの、全体としてコアアップデート(9/13-23)付近で政府系ドメインの獲得KW数・想定流入数が増加傾向。

分類	サイト数	割合
増加	14	44%
減少	2	6%
横ばい	16	50%
合計	32	-

▼獲得KW数・想定流入数の増加サイト例：財務省



▼ ▼獲得KW数・想定流入数の減少サイト例：農林水産省



以下のようなクエリにおいて、国税庁、財務省、法務省といった公的ドメインの順位が上昇傾向。

▼国税庁

クエリ	9月1日	10月1日	差分
銚子	31位	6位	25位
諫早	31位	7位	24位
十和田市	31位	8位	23位
大牟田	31位	8位	23位
宇和島	31位	9位	22位
現金	31位	13位	18位
分かりやすい	27位	11位	16位
フランス	31位	17位	14位
研修旅行	31位	20位	11位
103万円の壁	31位	21位	10位

▼財務省

クエリ	9月1日	10月1日	差分
英語力	27位	6位	21位
ワークショップ	31位	17位	14位
日本	31位	19位	12位
変遷	24位	14位	10位
借金	26位	16位	10位
普通	31位	21位	10位
損益通算	19位	10位	9位
イメージ	31位	25位	6位
南アジア	19位	13位	6位
演説	16位	11位	5位

▼法務省

クエリ	9月1日	10月1日	差分
解散	31位	5位	26位
海外出張	31位	11位	20位
障害者採用	31位	12位	19位
日本語学習	31位	16位	15位
留学	31位	16位	15位
倍以上男子	31位	18位	13位
尾道	31位	18位	13位
twitter	31位	18位	13位
在日問題	31位	18位	13位
公務	31位	19位	12位

「エリア名」などの意味範囲が広いクエリや、「政治・財務関連用語」などの公共性の高いテーマに関するクエリにおいて、公的ドメインの順位が上昇傾向。

金融領域において、アフィリエイト・総合メディアサイトのヒットURL・想定流入数が減少。
 対して、金融機関や金融・投資関連情報を扱うポータルサイトが増加傾向。

▼アップデート前後の期間における順位変動

サイト種別	ヒットURL数				想定流入数			
	before	after	差分	変動率	before	after	差分	変動率
金融機関 サービスサイト	2,906	2,697	-209	93%	864,399	814,838	-49,561	94%
総合メディアサイト	3,020	2,631	-389	87%	98,383	78,007	-20,377	79%
アフィリエイトサイト	2,343	2,216	-127	95%	144,325	133,892	-10,434	93%
金融機関 サービスサイト	1,786	1,800	14	101%	77,032	79,097	2,065	103%
金融情報ポータルサイト	1,226	1,692	466	138%	34,126	94,281	60,155	276%
投資信託情報ポータルサイト	1,407	1,647	240	117%	171,264	228,377	57,113	133%
政府ドメイン	1,456	1,471	15	101%	447,632	461,830	14,198	103%
投資メディアサイト	1,189	1,457	268	123%	203,774	198,790	-4,984	98%
金融機関 サービスサイト	1,031	1,199	168	116%	107,115	116,366	9,251	109%
金融機関 サービスサイト	1,093	1,146	53	105%	45,788	59,009	13,221	129%
金融機関 サービスサイト	1,122	1,130	8	101%	264,872	401,326	136,453	152%
金融機関 サービスサイト	1,022	1,107	85	108%	195,815	191,762	-4,053	98%
金融情報ポータル	906	965	59	107%	14,020	19,559	5,539	140%
iDeco 公式ポータルサイト	906	934	28	103%	100,063	121,940	21,877	122%
金融機関 サービスサイト	622	896	274	144%	329,039	372,755	43,715	113%

(参考)左記「金融機関 サービスサイト」の関連サブドメインにおける順位変動状況

	サブドメイン数	割合
上昇	1	8%
下落	5	42%
横ばい	6	50%
合計	12	-

(補足) ヒットURL数の減少幅が最も大きい「金融機関サービスサイト」は、事業主と関連のあるサブドメイン全体的に評価低迷。
 →ルートドメイン・関連ドメインの評価低迷に起因している可能性。

金融商材×サービス、ノウハウ・ニーズ系のクエリ(特に制度概要や手続き・税金関連、メリット・デメリット関連)において、総合メディア・アフィリエイトサイトの順位が下落傾向。

現在は、金融機関や政府ドメイン、民間法人など専門性・公益性の高い運営元のサイトが上位獲得傾向。

▼金融商材×サービスの順位差分

Keyword	総合メディアサイト	アフィリエイトサイト
iDeCo 限度額	-27	-9
iDeCo 試算	-16	-1
iDeCo 計算	-9	-34
iDeCo 金融商品	-29	-3
iDeCo 審査	-1	-29
iDeCo 口座開設	-6	-2
企業型確定拠出年金 減税	-11	-13
NISA 申告	-26	-2
NISA ネット	-1	-18
NISA 変更	-2	-45
NISA 窓口	-36	-16
ニーサ 計算	-1	-1
ニーサ 審査	-15	-1
つみたてNISA 限度額	-1	-1
つみたてNISA 変更	-7	-13
つみたてNISA 診断	-8	-5
つみたてNISA 審査	-10	-4
つみたてNISA 窓口	-13	-13
投資信託 試算	-5	-2
株 シミュレーション	-8	-5
株 口座開設	-3	-1
株 減税	-5	-27
ETF シミュレーション	-12	-6
ETF 審査	-5	-19
ETF 口座開設	-16	-4

▼金融商材×サービス・評判の順位差分

Keyword	総合メディアサイト	アフィリエイトサイト
nisa 口座変更 デメリット	-3	-16
ideco 証券会社 ランキング	-3	-1
ideco 銀行 比較	-3	-2
iDeCo 節税 メリット	-2	-10
iDeCo 銀行 メリット	-6	-4
確定拠出年金 会社 メリット	-15	-6
ニーサ 銀行 メリット	-1	-1
投資信託 銀行 メリット	-12	-6
株 取引 メリット	-13	-8
NISA 変更 デメリット	-10	-5
iDeCo 解約 デメリット	-7	-6
つみたてNISA 口座変更 デメリット	-4	-4
投資信託 ネット証券 デメリット	-5	-5
投資信託 ネット銀行 デメリット	-16	-3
信託 銀行 デメリット	-5	-7
株 運用 口コミ	-7	-1
投資信託 運用 評価	-31	-9
投資信託 証券会社 ランキング	-1	-3
投資信託 会社 ランキング	-5	-6
投資信託 ネット証券 ランキング	-1	-3
株 会社 ランキング	-3	-24
株 取引 ランキング	-5	-7
株 購入 ランキング	-10	-13
ETF 残高 ランキング	-10	-14
イデコ 口座開設 おすすめ	-1	-1

▼金融商材×ノウハウ・ニーズの順位差分

Keyword	総合メディアサイト	アフィリエイトサイト
iDeCo 年率	-1	-31
iDeCo 違い	-2	-50
iDeCo どこ	-1	-6
iDeCo やり方	-18	-2
iDeCo 方法	-1	-2
iDeCo 準備	-15	-1
企業型確定拠出年金 やり方	-8	-16
企業型確定拠出年金 選び方	-5	-6
NISA 流れ	-19	-16
NISA いつから	-30	-1
NISA 対策	-34	-35
NISA 選び方	-8	-1
NISA 設定	-13	-2
NISA 影響	-3	-3
NISA 利用方法	-2	-7
NISA 儲かる	-6	-2
つみたてNISA 流れ	-3	-1
つみたてNISA 初心者	-6	-1
つみたてNISA どこ	-1	-3
つみたてNISA やり方	-4	-3
つみたてNISA 方法	-5	-2
つみたてNISA 選び方	-5	-3
つみたてNISA 設定	-3	-47
つみたてNISA 儲かる	-1	-3
つみたてニーサ 初心者	-7	-2

本領域における順位上昇・下落傾向にあるサイトの運営元について、次ページにて傾向を調査。

■ 運営元会社について

メディア運営事業を主事業とする企業のサイトやクレジットカード関連企業の運営サイトの順位が下落傾向。
金融関連事業を営む企業/法人のサイトや、公的ドメインは概ね上昇～横ばい傾向。

▼運営元の主事業別 順位変動状況

運営元の主事業	上昇	下落	横ばい
協会	50%	25%	25%
銀行	29%	47%	24%
証券	24%	18%	58%
証券	50%	0%	50%
or.jp	67%	0%	33%
投資関連	100%	0%	0%
メディア	21%	60%	19%
保険	75%	25%	0%
公的ドメイン	40%	20%	40%
金融関連コンサルティング	45%	30%	25%
投信	67%	17%	17%
出版業	50%	50%	0%
金融情報ポータル	55%	36%	9%
クレジットカード	25%	50%	25%
運営機関	20%	20%	60%
金融情報プラットフォーム	75%	0%	25%
その他	28%	28%	45%
アセットマネジメント	29%	0%	71%
事務所	50%	0%	50%
シンクタンク	0%	0%	100%

(補足) 銀行における下落サイトについて

- 順位が下落サイトは、クエリの検索意図がマッチしていないことや適切なLPが無かったために順位が落ちたこと、公的ドメイン・協会系サイトがより評価される領域であることが主因と想定。
✓ 例：「イデコ 開設 おすすめ」「投資信託 長期 ランキング」「企業型確定拠出年金 加入」「企業年金 課税」

金融機関や民間法人など、当該領域における**権威性・信頼性**が高いと想定されるサイトが順位上昇。

- ✓ 検索エンジンにおいて、Googleの運営会社に関する理解が**権威性・信頼性**の評価に関与していると想定される。



Google側でのサイトへの理解度・解析精度が向上しており、
**クエリのニーズと、そのサイトが提供している価値／そのサイトの所有者が提供している価値が
マッチしていると判断したページをより評価していると推察される。**

【仮説】

- ✓ E-A-T（特にサイトの権威性・信頼性）に関する重要度が引き続き高い
- ✓ Google側でのサイトへの理解度・解析精度が向上しており、クエリのニーズと、そのサイトが提供している価値／そのサイトの所有者が提供している価値がマッチしていると判断したページをより評価している可能性

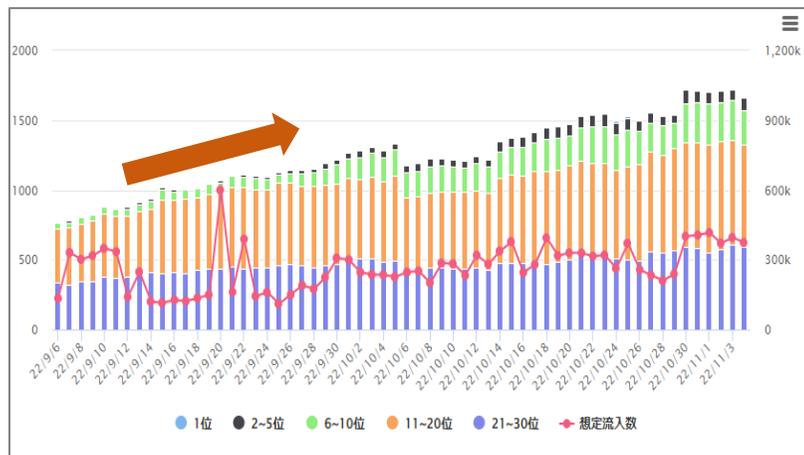
【推奨アクション】

- ✓ プロダクトや企業の特徴を棚卸して、適切な対策クエリを選定する
- ✓ 応答したいユーザーニーズやユーザーに認知されたいイメージを策定し、それに合わせてサービスや製品を変えていく

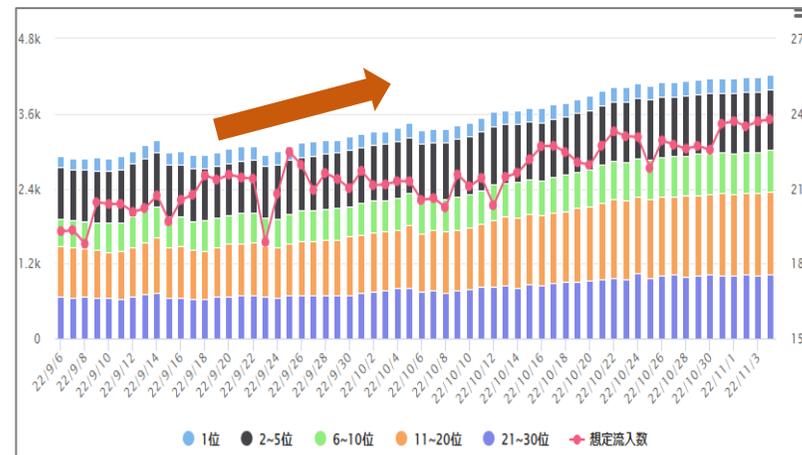
YMYL度が低い領域において、SNSが上昇・口コミ系サイトが下落傾向

コアアップデート付近でSNSの獲得KW数・想定流入数が全体的に増加傾向。

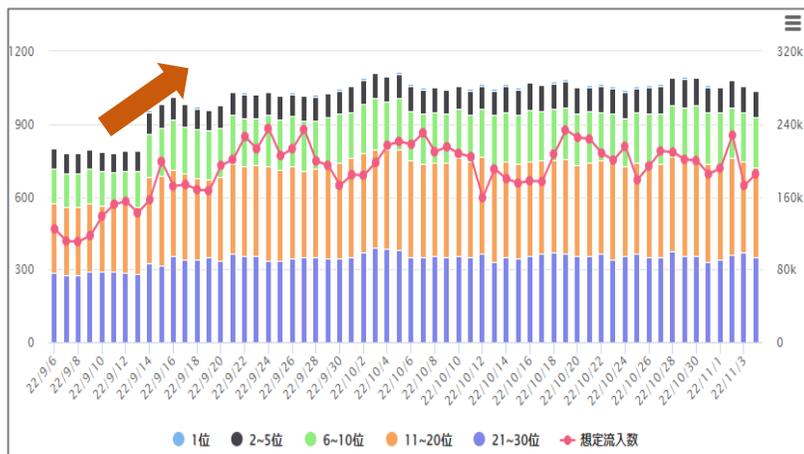
▼TikTok



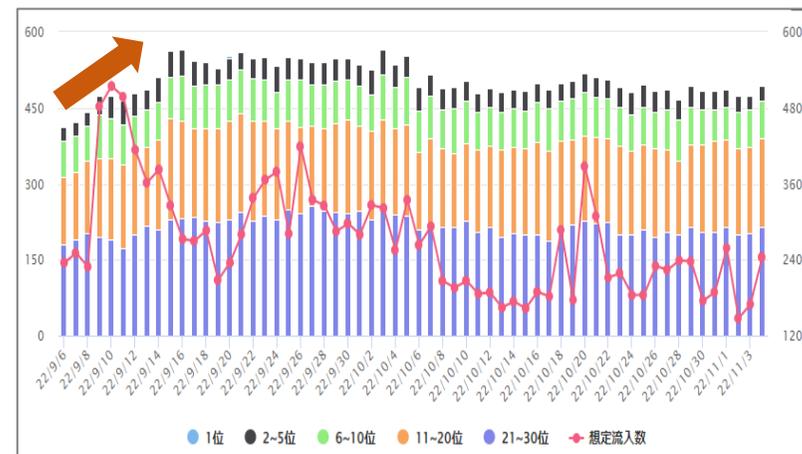
▼Instagram



▼Pinterest



▼Facebook



「TikTok」をはじめとする画像・動画系SNSでは、これまで記事・特集コンテンツ・口コミサイトが上位表示傾向にあった、以下のような「メイク」「フード」「エリア」系のKnowクエリが新たにヒット。

▼TikTok

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
ボルドーメイク	31位	8位	23位
ブランケット 巻き方	29位	9位	20位
流し目メイク	31位	11位	20位
ブランドカフェ	31位	12位	19位
越後湯沢 ランチ	31位	12位	19位
江坂 グルメ	31位	13位	18位
塗りかけネイル	31位	13位	18位
大阪 焼き肉	31位	13位	18位
表参道 ラーメン	31位	14位	17位
難波 グルメ	31位	14位	17位
大曽根 ランチ	31位	15位	16位
安城 ランチ	31位	15位	16位
3dネイル	31位	16位	15位
幡ヶ谷 ランチ	31位	16位	15位
芦ノ湖 ランチ	31位	16位	15位
囲みネイル	31位	17位	14位
焼津 ラーメン	31位	17位	14位
平戸 グルメ	31位	17位	14位
豊川 ラーメン	31位	17位	14位
ショートネイル	31位	17位	14位

※上記は主にタグページにて
ヒット

▼Instagram

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
つくば カフェ	20位	15位	5位
カフリンクス 専門店	31位	26位	5位
御徒町 焼き肉	31位	26位	5位
おまじない	31位	26位	5位
カバー 類語	31位	26位	5位
風になれ	31位	26位	5位
浦添 病院	31位	26位	5位
手持ち花火	25位	20位	5位
mlb	25位	20位	5位
垢抜け	21位	16位	5位
ヒューイット	19位	14位	5位
福岡 ラーメン	18位	13位	5位
居酒屋 東京	31位	26位	5位
イヤーピン	31位	26位	5位
紙粘土	31位	26位	5位
顎クイ	20位	15位	5位
カレー食堂心	22位	17位	5位
三原 カフェ	18位	13位	5位
コストコ 羽島	12位	7位	5位
グレービー	24位	19位	5位

※上記は主にタグページにて
ヒット

▼Pinterest

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
待ち合わせ美女	31位	4位	27位
ヘアバンド 収納	31位	5位	26位
ラブライブ ロゴ	31位	5位	26位
名女優	31位	6位	25位
ワンプレート	31位	6位	25位
元気が出る	31位	7位	24位
カップソング	31位	7位	24位
ミディアム	31位	7位	24位
ソヒョン	31位	7位	24位
お正月	31位	7位	24位
hair	31位	7位	24位
屋上庭園	31位	7位	24位
おフェロネイル	31位	7位	24位
ファーピラス	31位	8位	23位
端材	31位	8位	23位
リバース巻き	31位	8位	23位
韓国ヘア	28位	6位	22位
シューピラス	31位	11位	20位
カップケーキ	31位	11位	20位
秋スイーツ	31位	11位	20位

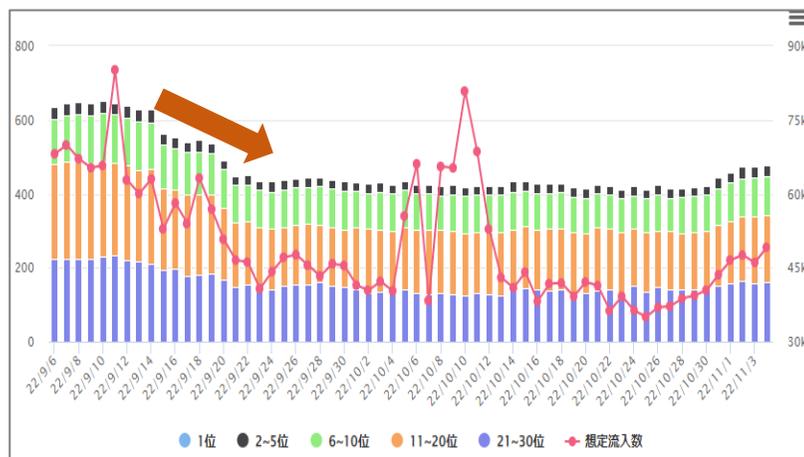
▼Facebook

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
バンドバル	31位	2位	29位
高校野球 長崎	31位	4位	27位
世界堂	31位	4位	27位
万博記念公園	31位	6位	25位
呉市	31位	6位	25位
祐天寺	31位	9位	22位
東武百貨店	31位	10位	21位
赤い公園	31位	10位	21位
岡山 焼き肉	31位	11位	20位
ロッテリア	31位	11位	20位
シェフごはん	31位	11位	20位
夢ノート	31位	11位	20位
カフェ グローブ	31位	12位	19位
桜 カフェ	31位	12位	19位
半沢直樹	31位	12位	19位
調布 観光	31位	12位	19位
お昼ごはん	31位	12位	19位
ネイリスト 試験	31位	12位	19位
ことりカフェ	31位	12位	19位
豊岡 ラーメン	31位	13位	18位

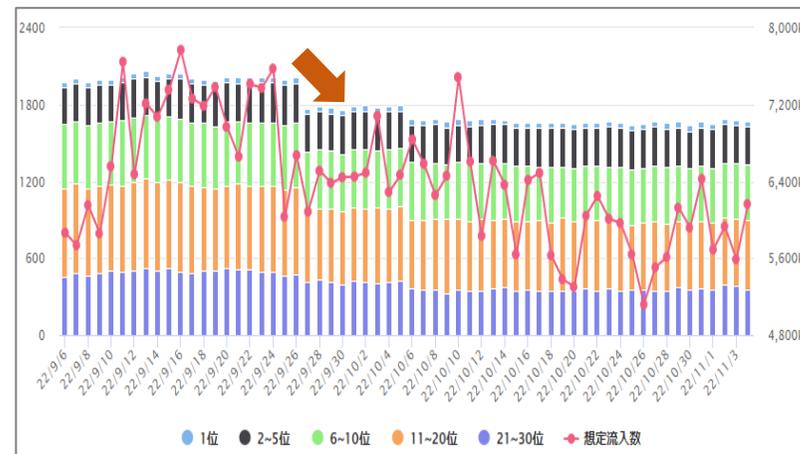
画像・動画系SNSの順位上昇要因について、次ページ以降で考察。

コアアップデート付近で旅行・コスメ・飲食系をはじめとする口コミサイトの獲得KW数・想定流入数が減少。ただし、全領域の口コミサイトが減少している訳ではなく、美容系のサイトは横ばい～やや増加傾向で推移。

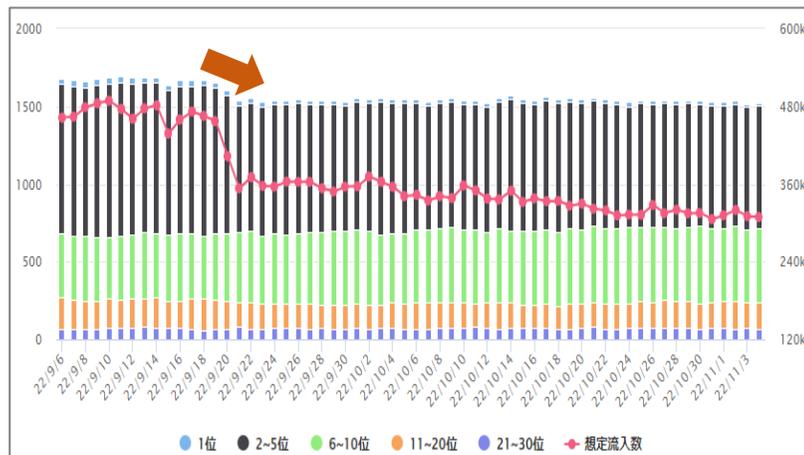
▼旅行領域の口コミサイト



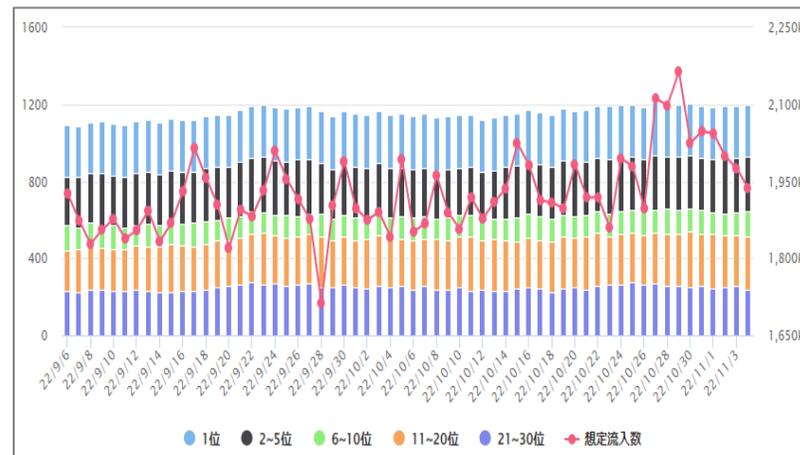
▼家電領域の口コミサイト



▼飲食領域の口コミサイト



▼美容領域の口コミサイト



前述のSNSサイトが順位上昇傾向にあるエリアやフード関連クエリにおいて、口コミサイトの順位が下落傾向。

▼旅行領域の口コミサイト

キーワード	9月1日	10月1日	差分
東銀座	7位	31位	-24位
蕎麦	8位	31位	-23位
フラムクーヘン	8位	31位	-23位
えびラーメン	10位	31位	-21位
カイバル	9位	29位	-20位
雪うさぎ	4位	22位	-18位
姫路 デート	7位	22位	-15位
恵那川上屋	8位	23位	-15位
川崎 デート	8位	22位	-14位
鎌倉大仏 お土産	10位	23位	-13位

▼家電領域の口コミサイト

キーワード	9月1日	10月1日	差分
ノートパソコン a4	1位	31位	-30位
折り畳み傘 ブランド	2位	31位	-29位
バレーボール ネット	3位	31位	-28位
スイスミス	5位	31位	-26位
ビデオ テープ	5位	31位	-26位
デニムブルゾン	5位	31位	-26位
カセット アダプター	5位	31位	-26位
ビンゴセット	6位	31位	-25位
ジャンパー	6位	31位	-25位
電動ナイフ	6位	31位	-25位

▼飲食領域の口コミサイト

キーワード	9月1日	10月1日	差分
近畿地方	10位	31位	-21位
トトロの森	11位	31位	-20位
珊瑚礁	11位	31位	-20位
ハンマー ヘッド	11位	31位	-20位
たいめい軒	12位	31位	-19位
俺のそば	12位	31位	-19位
弁天の里	13位	31位	-18位
京都 グルメ	11位	29位	-18位
アンカラ	10位	28位	-18位
渋谷インフォスター	13位	31位	-18位



口コミやおすすめ情報などの需要があると想定されるクエリにおいて、
口コミサイトの順位が下落。

画像・動画系SNSの評価要素を考察するため、以下3点に関して簡易調査を実施。
各SNSサイトがGoogleから評価を獲得している要因を分析。

- **各SNSサイトに対するSEO評価**

- ✓ サイトに対する需要の増加（指名検索ワード検索数の増加）
- ✓ 外部サイトからの参照数の増加（参照ドメイン数の増加）

- **Needs met**

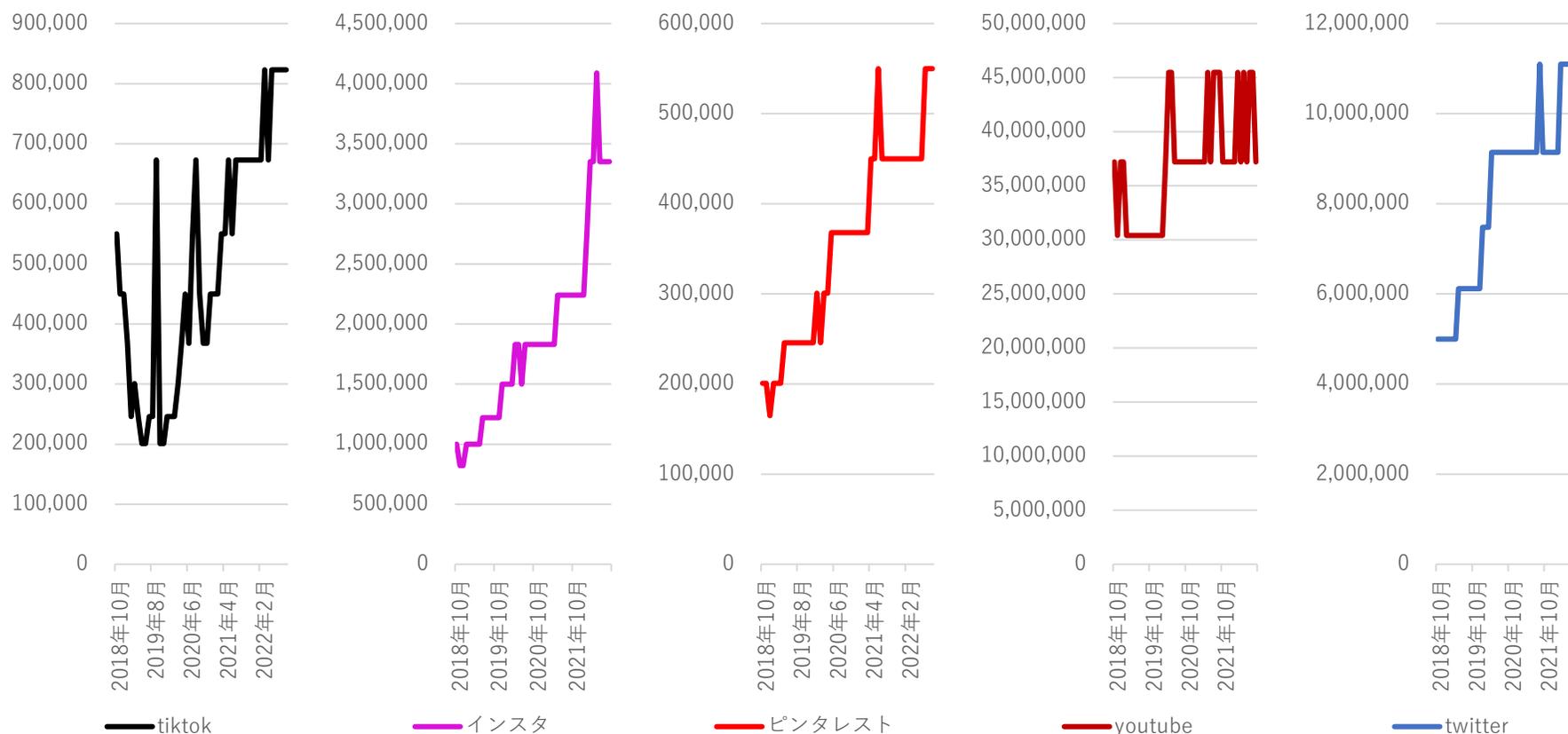
- ✓ 順位上昇クエリの検索意図
 - ✓ テキストでの情報収集ニーズor画像ニーズor動画ニーズのどれに該当するか



以上のような項目にてSNSサイトの優位性が認められる^クエリの検索意図が合致する場合、「口コミ」「おすすめ」系クエリにてGoogleから評価されるサイトの種別に変動が生じた可能性が考えられる。

順位の上昇傾向が見られた「TikTok」「Instagram」「Pinterest」では、直近1年弱で検索需要が増大。なおTwitterは2022年4月以降で伸びているが、イーロン・マスク氏による買収騒動と同タイミングのため、媒体に対する純粹な需要・認知拡大に起因するものではない可能性が考えられる。

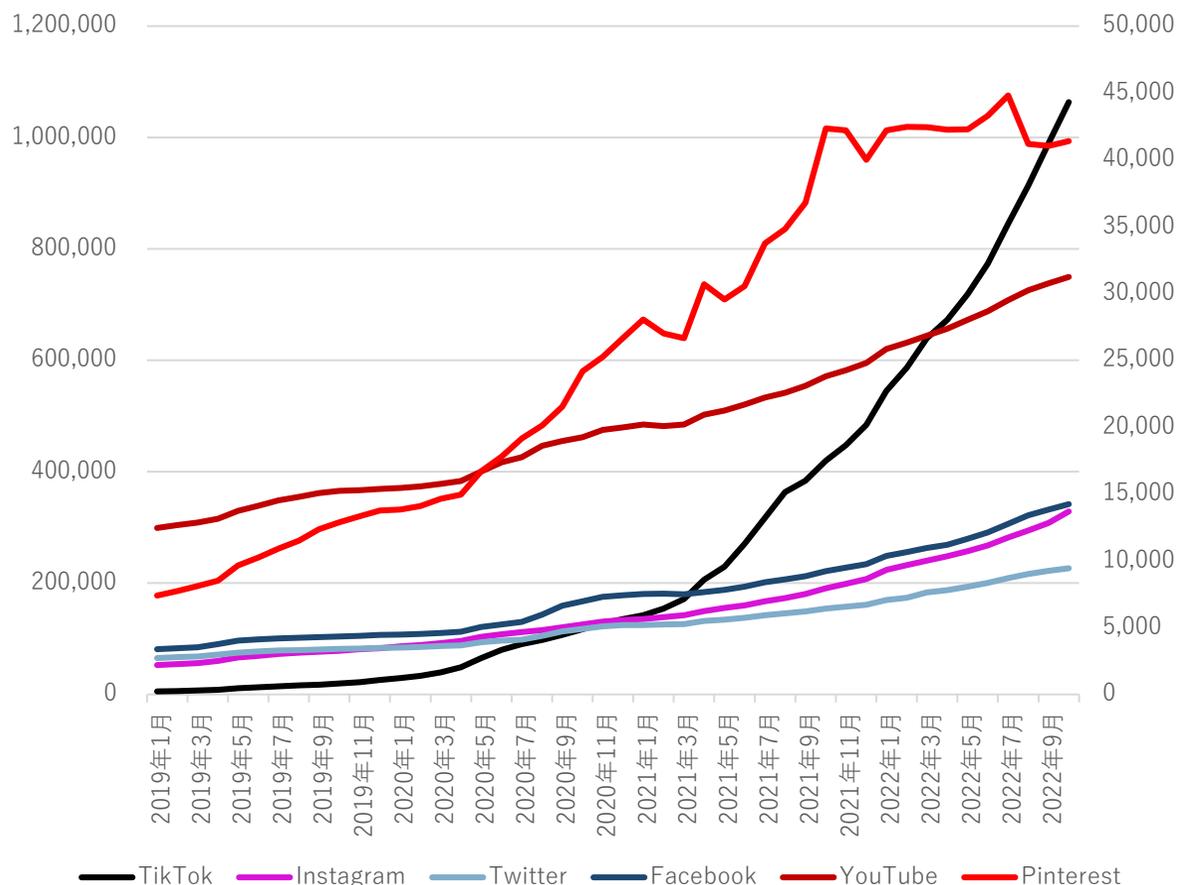
▼各SNSサイトの検索vol推移



各SNSサイトにおける外部リンク数（参照ドメイン数）の推移を調査。

いずれも直近1-2年で伸長しており大きな傾向差分は無いが、特にTikTokの伸長率が高い。

▼各SNSサイトに関する参照ドメイン数の推移



(参考)昨年初と直近の参照ドメイン数比較

	2021年1月	2022年10月	変化率
TikTok	171,191	1,063,907	621%
YouTube	484,669	749,830	155%
Facebook	179,814	341,453	190%
Instagram	141,917	328,337	231%
Twitter	126,228	226,788	180%
Pinterest	26,653	41,406	155%

順位下落が見られた「旅行」「家電」「飲食」系の口コミサイトにおいては、直近2~3年にて検索需要がほぼ横ばいまたは減少傾向。一方「美容」系の口コミサイトでは、検索需要が増加傾向で推移。

▼各口コミサイトの検索vol推移



「TikTok」「Instagram」「Pinterest」が順位上昇していたクエリ(n=100)について、ニーズを調査。結果、全クエリで画像ニーズが、7割弱のクエリで動画ニーズが確認された。

キーワード	画像 割合	動画 100%	71%
ボルドーメイク	●	●	●
ブランケット 巻き方	●	●	●
流し目メイク	●	●	●
ブランドカフェ	●		
越後湯沢 ランチ	●	●	●
江坂 グルメ	●		
塗りかけネイル	●	●	●
大阪 焼き肉	●	●	●
表参道 ラーメン	●	●	●
難波 グルメ	●		
大曽根 ランチ	●	●	●
安城 ランチ	●	●	●
3dネイル	●	●	●
幡ヶ谷 ランチ	●	●	●
芦ノ湖 ランチ	●	●	●



ニーズについては、バーティカル検索で「動画」or「画像」が左に表示されることで判断。

調査結果まとめ

- **各SNSサイトに対する基礎的なSEO評価**
 - ✓ サイトに対する需要の増加（指名検索ワード検索数の増加）：◎
 - ✓ 外部サイトからの参照数の増加（参照ドメイン数の増加）：○
 - ✓ ただし、サイト間での大きな違いはなし
- **Needs met**
 - ✓ 順位上昇上クエリの検索意図：◎
 - ✓ 順位変動クエリはいずれも画像ニーズ、動画ニーズがあるものと推察される



画像や動画の検索ニーズに合致しており、Googleからの基礎的な評価も高いSNSサイトの評価が上昇しているものと想定

- 領域による順位変動状況の差異

- 旅行、飲食、家電といった比較的YMYL度の低い領域において、口コミサイトが概ね順位下落傾向
- 一方、YMYL度が高い美容系の領域においては、口コミサイトの順位に大きな変化は見られなかった



YMYL度の違いによって変動に差があるものと想定される



2022年8月頃に行われた「品質評価ガイドライン」での記載変更
(§ 2.3 : YMYLは「スペクトル」で評価を行う旨の追記)
がアルゴリズム側にも反映された可能性が考えられる

- 口コミやおすすめ情報などの需要があると想定されるクエリについて、外部リンクや需要が伸びていてニーズに応答することができるサイトが伸びた
 - その中で「画像・動画需要のあるクエリ」が多いため、画像・動画コンテンツを提供するサイトが伸び、もともと同領域で上位を獲得していた口コミ系サイトが順位を下げている
- ただし、上記のような変動は領域によって動向の違いがあり、YMYL度が高い領域では口コミ系サイトの順位下落は見られていない



- ✓ サイトのプロファイリングやクエリの解釈精度（後述）が向上したことも相まって、**当該領域で評価されるサイトに変動が生じている可能性**
- ✓ ただし、SNS系サイトが上がってきてやすい領域（YMYL度が低い領域）と上がってきてにくい領域（YMYL度が高い領域）とで**変動状況に違いが生じている可能性**

【仮説】

- ✓ サイトのプロファイリングやクエリの解釈精度（後述）が向上したことも相まって、当該領域で評価されるサイトに変動が生じている可能性。
- ✓ ただし、SNS系サイトが上がってきやすい領域（YMYL度が低い領域）と上がってきにくい領域（YMYL度が高い領域）とで変動状況に違いが生じている可能性。

【推奨アクション】

- ✓ 運営しているサイトおよびその領域において、どの程度のYMYL度が求められるか確認
- ✓ SNSサイトが上がってきやすい領域においては、適切な媒体を確認のうえ当該クエリに関するハッシュタグ付与や投稿の強化を検討

クエリに関する理解度・クエリに合うLPの選定精度が向上した可能性

時計買取領域のクエリ(n=3,610)において、ヒットURL数・想定流入数が増加・減少しているサイトに2分。減少サイトにおいては主に「モデル」「型番」系のクエリにおいて、順位が下落。

▼ヒットURL数上位サイトにおける変動状況

サイト種別	ヒットURL数				想定流入数			
	before	after	差分	変動率	before	after	差分	変動率
サイトA	686	1,638	952	239%	1,800	3,372	1,572	187%
サイトB	1,264	994	-270	79%	9,518	8,936	-581	94%
サイトC	880	701	-179	80%	292	156	-136	54%
サイトD	42	569	527	1355%	22	1,241	1,219	5681%
サイトE	363	519	156	143%	327	561	235	172%
サイトF	874	437	-437	50%	1,237	591	-645	48%

▼KW分類別の変動状況

KW分類	サイトA	サイトB	サイトC	サイトD	サイトE	サイトF
ブランド	86	-5	-8	40	6	-114
モデル	204	-65	-9	81	38	-114
型番	580	-202	-161	406	101	-199
時計	4	-1	0	0	-2	-5
エリア	78	3	-1	0	13	-5
合計	952	-270	-179	527	156	-437

順位が上昇したサイトにおいては、順位上昇クエリのうち30-70%にてLP変動が発生。
特に型番・モデルの「買取」「買取価格」「買取相場」掛け合わせクエリにおいてLP変動が生じた。

▼調査対象サイトにおけるLP変動状況

Domain	順位変動	KW数	LP変動KW	LP変動率
サイトA	上昇	1,790	512	29%
サイトB	下落	1,461	79	5%
サイトC	下落	1,136	138	12%
サイトD	上昇	551	397	72%
サイトE	上昇	682	334	49%
サイトF	下落	1,280	306	24%

本領域における変動要因を確認するため、次ページ以降にて、サイトA,D,Eに関してKW分類・掛け合わせごとにLP変動の発生内訳を調査。

順位下落した以下3サイトにおいては、特に型番・モデルの「買取」「買取価格」「買取相場」掛け合わせクエリにおいてLP変動が発生。

▼サイトAのLP変動状況内訳

大分類	掛け合わせ	KW数	LP変動KW	LP変動率
ブランド	買取	68	4	6%
ブランド	買取価格	42	6	14%
ブランド	買取相場	45	7	16%
ブランド	高価買取	30	5	17%
ブランド	査定	27	6	22%
型番	買取	354	89	25%
型番	買取価格	362	114	31%
型番	買取相場	456	163	36%
モデル	買取	112	13	12%
モデル	買取価格	125	19	15%
モデル	買取相場	169	86	51%

▼サイトDのLP変動状況内訳

大分類	掛け合わせ	KW数	LP変動KW	LP変動率
ブランド	買取	55	10	18%
ブランド	買取価格	20	5	25%
ブランド	買取相場	17	5	29%
ブランド	高価買取	14	3	21%
ブランド	査定	19	2	11%
型番	買取	159	92	58%
型番	買取価格	106	62	58%
型番	買取相場	125	72	58%
モデル	買取	74	46	62%
モデル	買取価格	48	16	33%
モデル	買取相場	45	21	47%

▼サイトEのLP変動状況内訳

大分類	掛け合わせ	KW数	LP変動KW	LP変動率
ブランド	買取	7	1	14%
ブランド	買取価格	9	2	22%
ブランド	買取相場	7	0	0%
ブランド	高価買取	7	0	0%
ブランド	査定	10	0	0%
型番	買取	96	63	66%
型番	買取価格	152	129	85%
型番	買取相場	160	135	84%
モデル	買取	23	13	57%
モデル	買取価格	41	28	68%
モデル	買取相場	39	26	67%



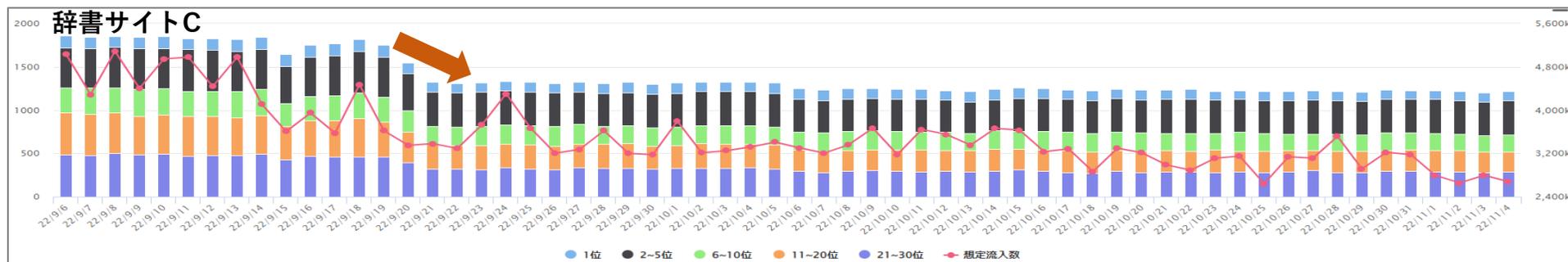
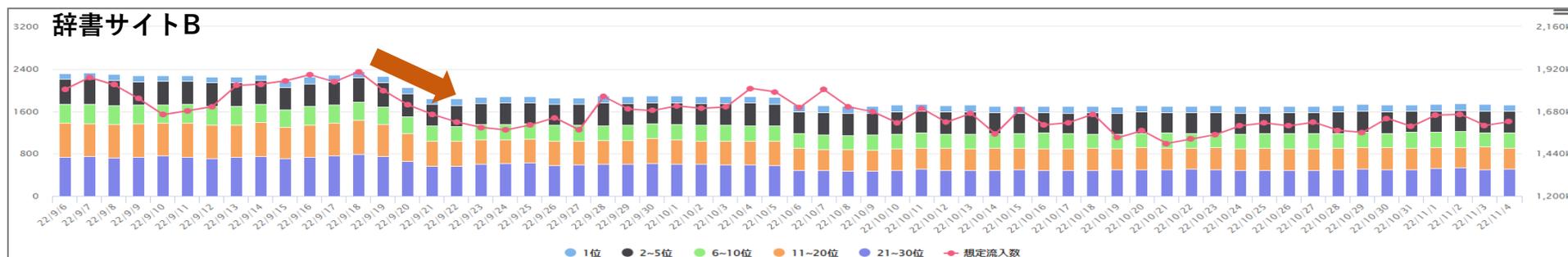
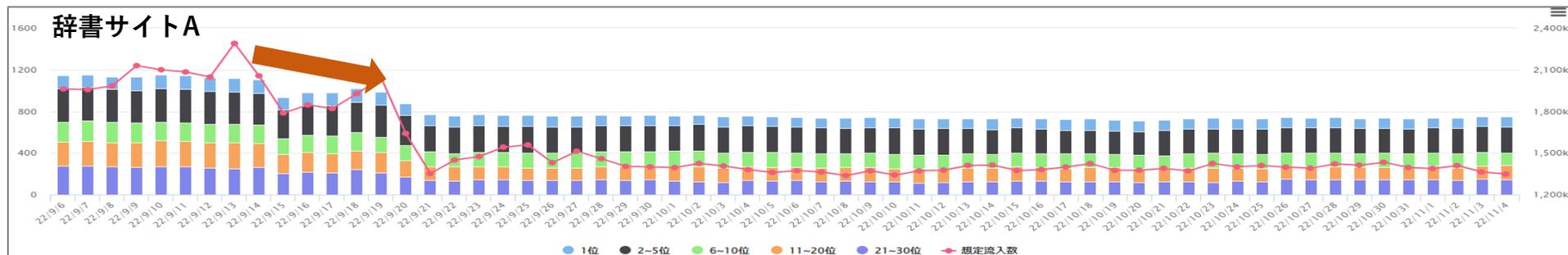
「デイトナ」「GMTマスター2」といった**型番が複数存在するモデル名掛け合わせ**、
 「214270」「116520」といった**ブランド名・モデル名が未指定であり**
検索意図が比較的識別しにくいクエリにてLP変動が発生。

LPが変動した「モデル」「型番」系クエリでは、従前は型番系クエリにおいてモデルページ等もヒットするような状況であったが、モデルページ・商品詳細ページが適切にヒットするようになった。



Googleにおけるクエリに対する検索意図の理解度
およびクエリに合うLPの選定精度が向上した可能性。

コアアップデート付近で辞書サイトの獲得KW数、想定流入数が全体的に減少傾向。



これまで辞書系サイトが上位寡占していた単ワード系クエリにおいて、順位が下落。例えば「料亭」では高級飲食店の公式サイトが上位表示されるなど、実際の検索意図に対してSERPsのマッチ度が高くなった可能性。

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
社長	1位	31位	-30位
アスリート	2位	31位	-29位
料亭	2位	31位	-29位
薬指	2位	31位	-29位
変わった	2位	31位	-29位
ケンカ	2位	31位	-29位
普通	3位	31位	-28位
センシュアル	3位	31位	-28位
違法	3位	31位	-28位
全身	3位	31位	-28位
隠れ家	3位	31位	-28位
攻め	3位	31位	-28位
景色	3位	31位	-28位
注目	3位	31位	-28位
最後	4位	31位	-27位
公務	4位	31位	-27位
合宿	4位	31位	-27位
おねだり	4位	31位	-27位
ドッグ	4位	31位	-27位
四角	4位	31位	-27位

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
記録	1位	31位	-30位
アスリート	1位	31位	-30位
メンテナンス	1位	31位	-30位
グルメ	2位	31位	-29位
手続き	2位	31位	-29位
願い事	2位	31位	-29位
live 意味	3位	31位	-28位
ブティック	3位	31位	-28位
脱退	3位	31位	-28位
ポロリ	4位	31位	-27位
穀物	4位	31位	-27位
極上	4位	31位	-27位
愛妻	4位	31位	-27位
アパレル	4位	31位	-27位
アイドル	4位	31位	-27位
下取り	5位	31位	-26位
スポーツ観戦	5位	31位	-26位
ターゲットマハラ	5位	31位	-26位
ショー	3位	28位	-25位
やり投げ	6位	31位	-25位

キーワード	9月1日	10月1日	順位変動値
芸術	1位	31位	-30位
バラドル	1位	31位	-30位
習慣	1位	31位	-30位
ファンタジー	1位	31位	-30位
シーフード	1位	31位	-30位
手続き	1位	31位	-30位
おねだり	1位	31位	-30位
犯罪	1位	31位	-30位
マサラ	2位	31位	-29位
応援	2位	31位	-29位
記録	2位	31位	-29位
処理	2位	31位	-29位
種類	3位	31位	-28位
面白い	3位	31位	-28位
しつけ	3位	31位	-28位
ゼミナール	3位	31位	-28位
パロディ	4位	31位	-27位
牧野	4位	31位	-27位
ユニット	4位	31位	-27位
安い	4位	31位	-27位

Googleにおけるクエリの認識精度が向上し、より適切なサイト・LPが表示されるようになった可能性。

【仮説】

- ✓ Google側におけるクエリの検索意図の理解精度・LPの表示精度が高まった可能性
 - ✓ 実際、GoogleはMUM（Multitask Unified Model）などクエリの検索意図の認識精度向上に注力している

【推奨アクション】

- ✓ ハック的なSEO対策ではなく、クエリの検索意図に対して適切なコンテンツを用意
 - ✓ ユーザーが求める価値を提供することができるコンテンツを提供する
 - ✓ 「検索エンジンの攻略」ではなくユーザーを向いたSEO対策を実施

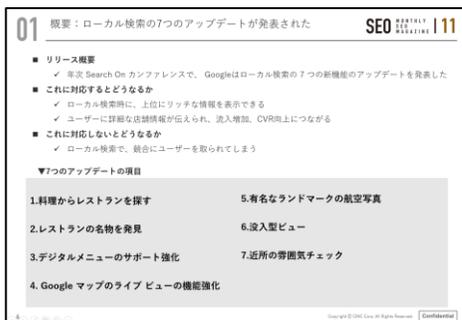
③ 月刊SEOの紹介

SEOにおける「最新動向」と「対策」がわかるWebサイト運営担当者必見の“毎月”のレポート



■ Googleの最新リリース情報を担当者レベルで分かりやすく解説

- ✓ アルゴリズムアップデート情報
- ✓ 最新機能の説明
- ✓ 具体的な実装方法



■ 今月のトピック

- ✓ ローカル検索のアップデートに対応しよう
- ✓ 検索結果に正しいサイト名を表示させよう
- ✓ 【注意！】SEOポイズニングには気をつけよう
- ✓ その他アップデート、ドキュメント更新情報を理解しよう



会社紹介

VISION

マーケティングソリューションで日本を代表する会社を創る

データを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

MISSION

業界スタンダードのプロダクト創出

あらゆるデータを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

利益の最大化

取引先と全従業員の物心両面の幸せを追求します。

プロフェッショナル集団の形成

ビジョンを達成するため、No.1になるため、勝ちきれぬ集団の形成を目指します。

会社名

株式会社CINC（シंक）

設立

2014年4月1日

本社所在地

東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル7階

事業内容

- ・ソリューション事業
- ・アナリティクス事業

そうきたか。

C / INC

CINCでは一緒に働く仲間を募集しております。◆<https://hrmos.co/pages/cinc/jobs>

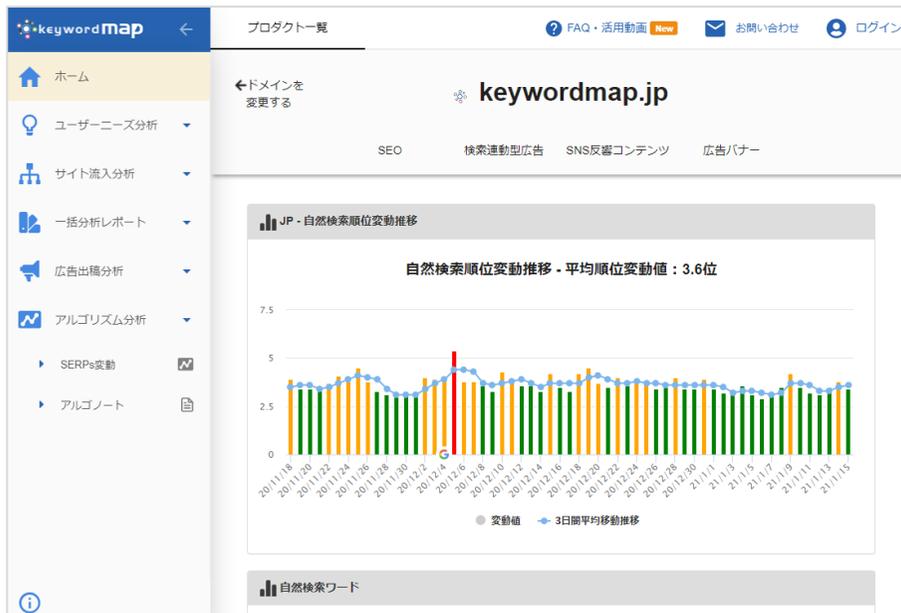


登録
不要

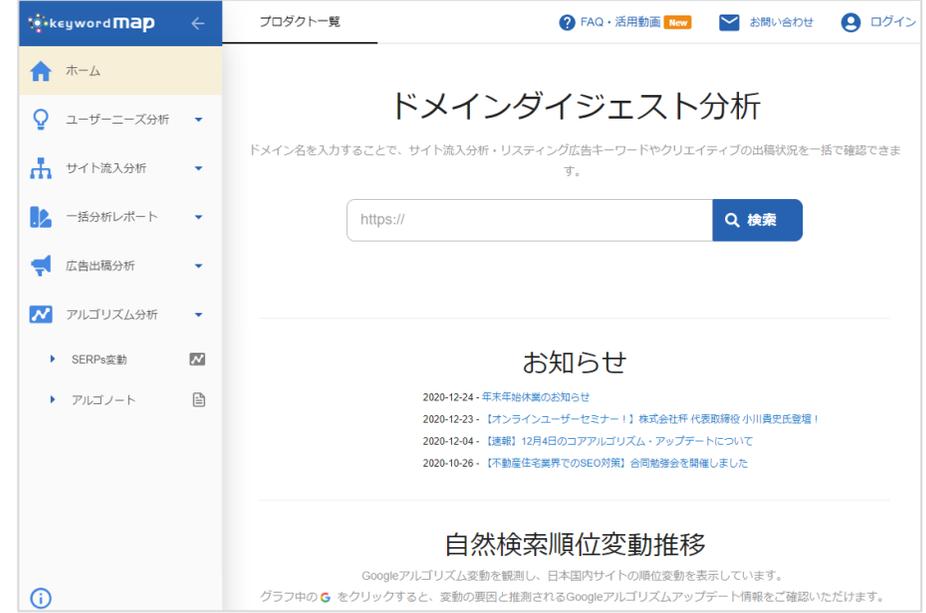
【無料】 Keywordmapのドメインダイジェスト機能

上記チェックリスト：キーワードやコンテンツの項目などについて、自社サイトの現状を調査できます！

ドメインを入力



順位変動の影響を確認



<https://keywordmap.jp/seoresearch/>