

C/NC

2022  
August

08

# Google Algorithm Research Report

Google アルゴリズム 研究レポート



## 【TOPIC1】 記事中の画像と検索順位の関係性の検証

- Knowクエリでは、上位のほうが画像枚数が多い傾向性が認められた。  
記事コンテンツ内では、見出しごとに内容にあったグラフ・図解などの画像を挿入し、UX向上・ユーザーの理解促進をはかることを推奨。

## 【TOPIC2】 文章の読みやすさと検索順位の関係性の検証

- 文章の読みやすさ（Readability Score）と検索順位に関係性は認められなかった。  
過度にGoogle botを意識したものとせず、読者像をもとに、UXを考慮して文章執筆を推奨。  
ユーザーニーズに応答する内容にフォーカスし、記事を企画・制作が望ましい。

## INDEX

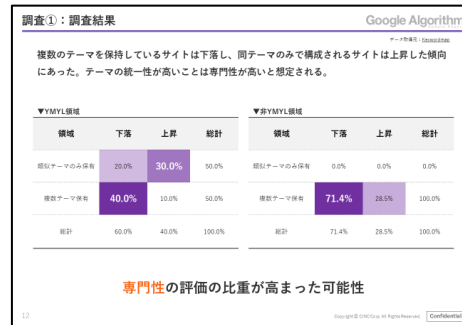
- ① Google Algorithm Research Reportとは
- ② TOPIC 1  
記事中の画像と検索順位の関係性の検証
- ③ TOPIC 2  
文章の読みやすさと検索順位の関係性の検証
- ④ 月刊SEOの紹介





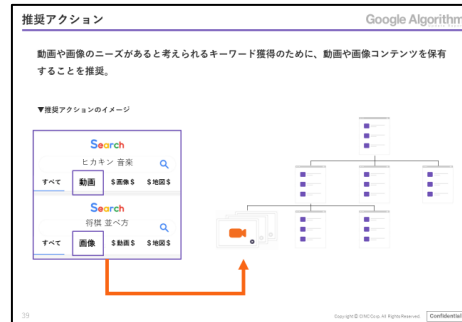
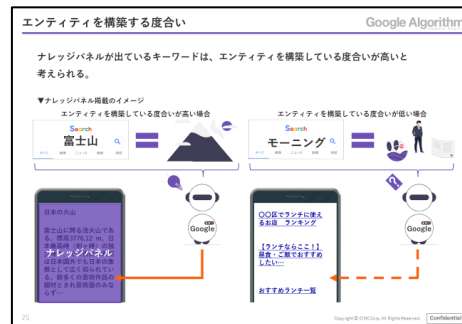
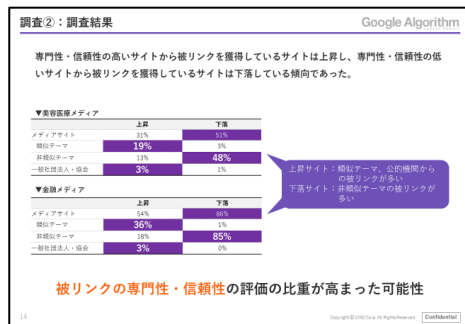
# ① Google Algorithm Research Reportとは

- ✓ 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





## ② TOPIC 1

# 記事中の画像と検索順位の関係性の検証

- **Googleは画像スニペットの表示を増加させている**

検索結果への画像掲載（ユニバーサル検索・バーティカル検索など）が増加。

⇒ 画像の重要性が増してきていると想定される。

- ✓ **Googleにおける画像認識技術**

GoogleLensやmultisearchの展開から、Googleの画像認識技術向上がうかがえる。

参考：<https://blog.google/products/search/multisearch/>

- ✓ **GoogleのUX重視の継続**

GoogleのUXアップデートの実施、検索評価ガイドラインでのUXへの言及から、

引き続き、GoogleはUXを重要視していると言える。

画像がUXと関係すると想定されることから、画像と検索順位に関連性があると想定。

参考：

<https://developers.google.com/search/blog/2021/04/more-details-page-experience>

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/webmaster-guidelines?hl=ja>



**画像利用と検索順位の関係性を検証し、根拠をもってコンテンツ制作を行う**

下記3点の調査により、「記事内の画像が検索順位に与える影響」を検証

## ■ 調査① 画像と検索順位の関係性調査

- ✓ ページの画像利用枚数と検索順位の関係性の検証
- ✓ 画像の掲載位置、利用画像の種類と検索順位の関係性の検証

## ■ 調査② 検索意図による影響調査

- ✓ 検索クエリの画像ニーズの有無による、画像と検索順位との関係性の検証

## ■ 調査③ 画像とユーザー行動指標との相関性調査

- ✓ 画像がUXを良好にし、検索順位に影響する仮説を検証
- ✓ ページの画像利用枚数、画像掲載位置、利用画像種類とユーザー行動指標の相関分析



## 調査① 画像と検索順位の関係性調査

上位サイトと下位サイト間の、記事内の画像の使われ方の差異を調査。

サンプルは Knowクエリ20件、200ページ。解析にはMann-WhitneyのU検定を利用。

## • 分析指標

指標	定義
画像枚数	記事のメインコンテンツ内に挿入されている画像の枚数
h1直下	記事のメインコンテンツのうちh1タグ直下/FirstView内に挿入されている画像の枚数
h2直下	記事のメインコンテンツのうちh2タグ直下に挿入されている画像の枚数
h3直下	記事のメインコンテンツのうちh3タグ直下に挿入されている画像の枚数
図解・グラフ	記事のメインコンテンツに挿入されている図解・グラフ画像の枚数
フリー素材	記事のメインコンテンツに挿入されているフリー素材画像の枚数

## • サンプルの抽出方法

- ✓ 弊社で保持している調査用キーワードDBのうち、Knowクエリに該当するものをランダムで20KW抽出
- ✓ 上記20KWについて、弊社ツール（Keywordmap）を用い、上位ページ（1~5位獲得ページ）及び下位ページ（46~50位獲得ページ）のURLを抽出し、サンプルとして選定。



上位のほうが、下位よりも画像枚数、図解・グラフ枚数、フリー素材枚数が有意に多かった。

上位vs下位：全体

指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
<b>画像枚数</b>	15.54	13.21	<b>0.04</b>
h1直下	0.59	0.45	0.11
h2直下	4.53	1.29	0.12
h3直下	3.25	2.4	0.18
<b>図解・グラフ</b>	1.16	0.63	<b>0.01</b>
<b>フリー素材</b>	1.88	1.38	<b>0.00</b>

※有意水準：0.10



画像枚数の多さと検索順位の関係性が想定される。

ページに画像を掲載することで、  
Googleからの評価向上に寄与している可能性が想定される。

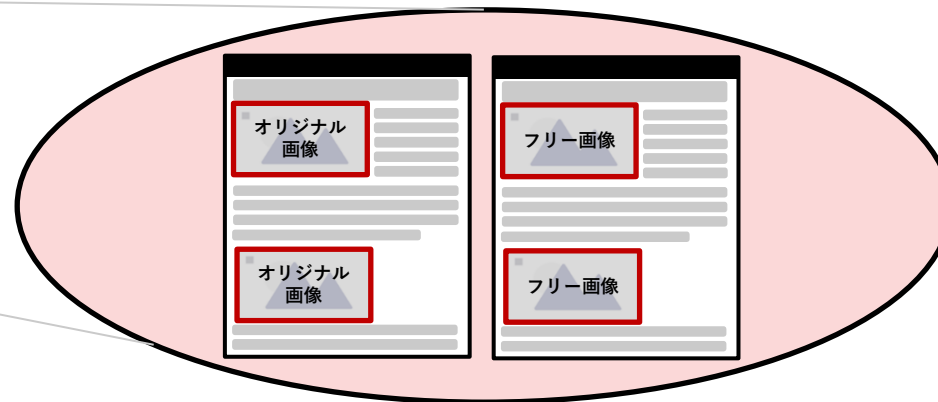
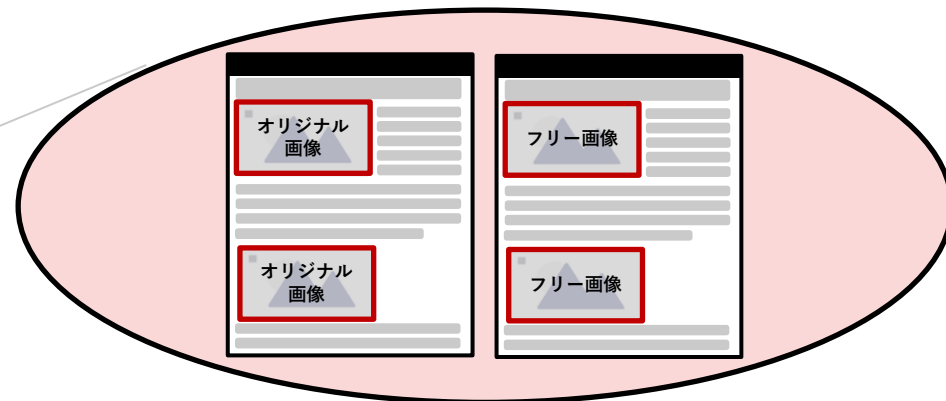
指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
画像枚数	15.54	13.21	0.04
h1直下	0.59	0.45	0.11
h2直下	4.53	1.29	0.12
h3直下	3.25	2.4	0.18
図解・グラフ	1.16	0.63	0.01
フリー素材	1.88	1.38	0.00





上位サイトでも、フリー素材が使用されていることから  
フリー素材の使用による明確なネガティブ影響はないと想定。

指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
画像枚数	15.54	13.21	0.04
h1直下	0.59	0.45	0.11
h2直下	4.53	1.29	0.12
h3直下	3.25	2.4	0.18
図解・グラフ	1.16	0.63	0.01
フリー素材	1.88	1.38	0.00



## 調査② 検索意図による影響調査



データ取得元：Keywordmap

画像ニーズ有クエリと無クエリに分割して、画像関連指標の上位と下位差の検証を実施。

画像ニーズの有無にかかわらず、上位のほうが画像関連指標の値が有意に高かった。

※画像ニーズの有無は画像スニペットの有無で判断

上位vs下位：画像スニペット（画像ニーズ）ありKW群

指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
画像枚数	18.66	15.76	0.11
h1直下	0.56	0.44	0.36
h2直下	5.24	1.40	0.36
h3直下	3.91	3.19	0.41
<b>図解・グラフ</b>	0.96	0.73	<b>0.04</b>
<b>フリー素材</b>	1.54	1.57	<b>0.07</b>

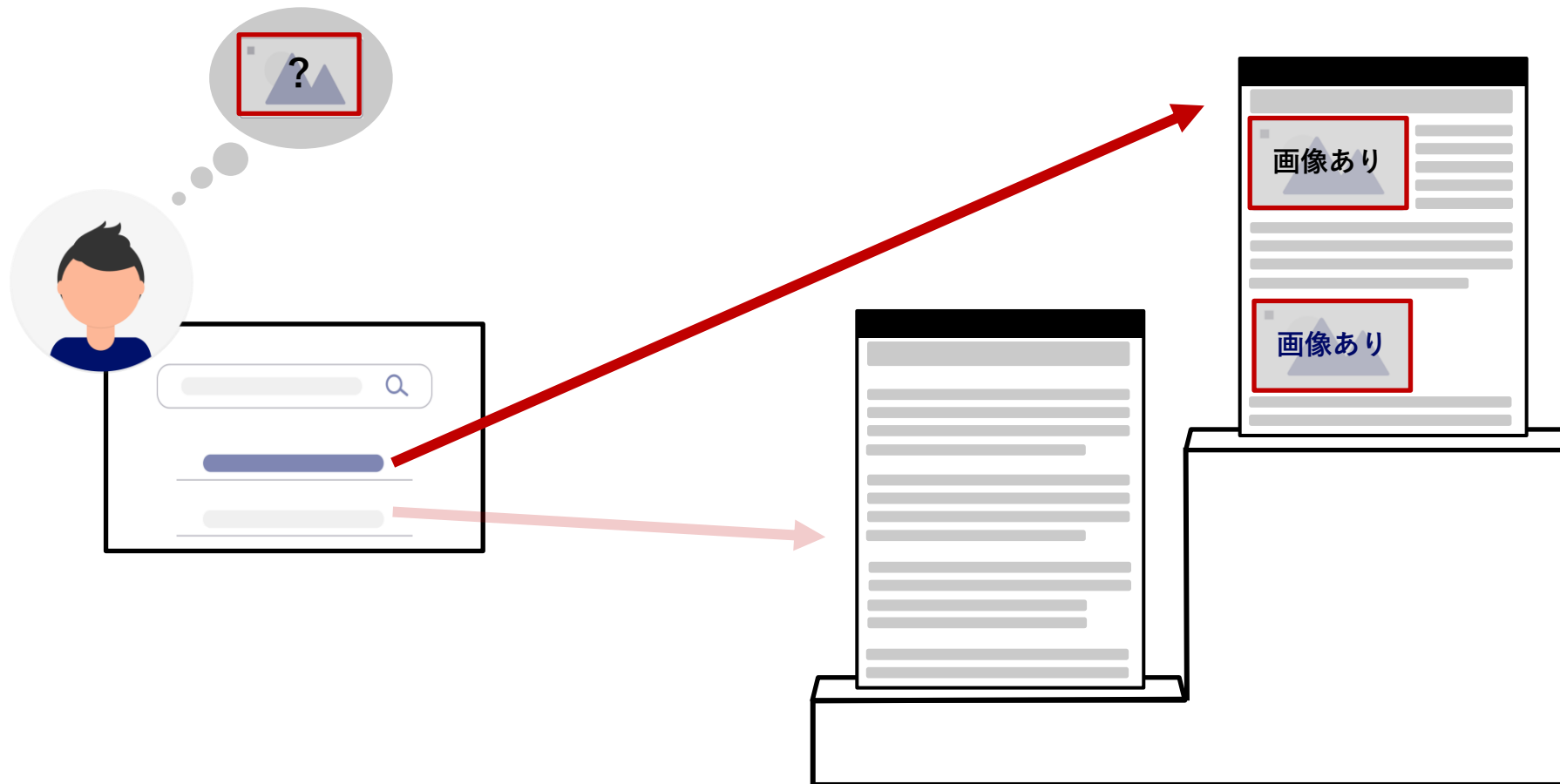
上位vs下位：画像スニペット（画像ニーズ）なしKW群

指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
<b>画像枚数</b>	8.27	7.27	<b>0.08</b>
h1直下	0.67	0.47	0.12
h2直下	2.87	1.03	0.14
h3直下	1.70	0.57	0.20
<b>図解・グラフ</b>	1.63	0.40	<b>0.05</b>
<b>フリー素材</b>	2.67	0.93	<b>0.00</b>

※有意水準：0.10、画像ニーズ有無：検索結果への画像スニペットの有無により分類

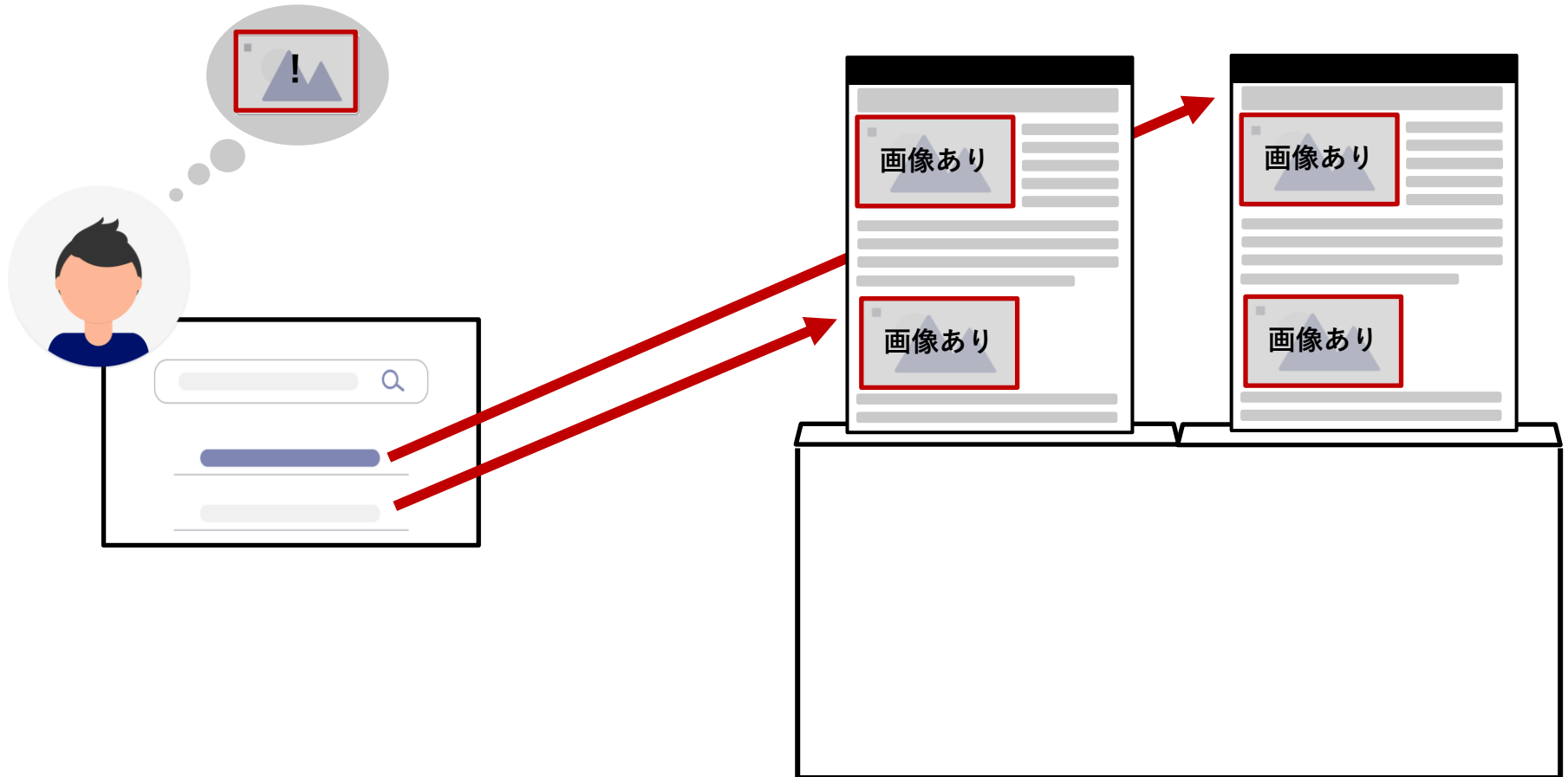
画像ニーズの有無にかかわらず、画像利用の仕方が影響していると想定される。

画像ニーズが無いKWでも、画像の掲載の仕方と検索順位との関連性が認められた。  
画像掲載数の多さ、図解・グラフの利用が上位獲得と関係していると想定される。



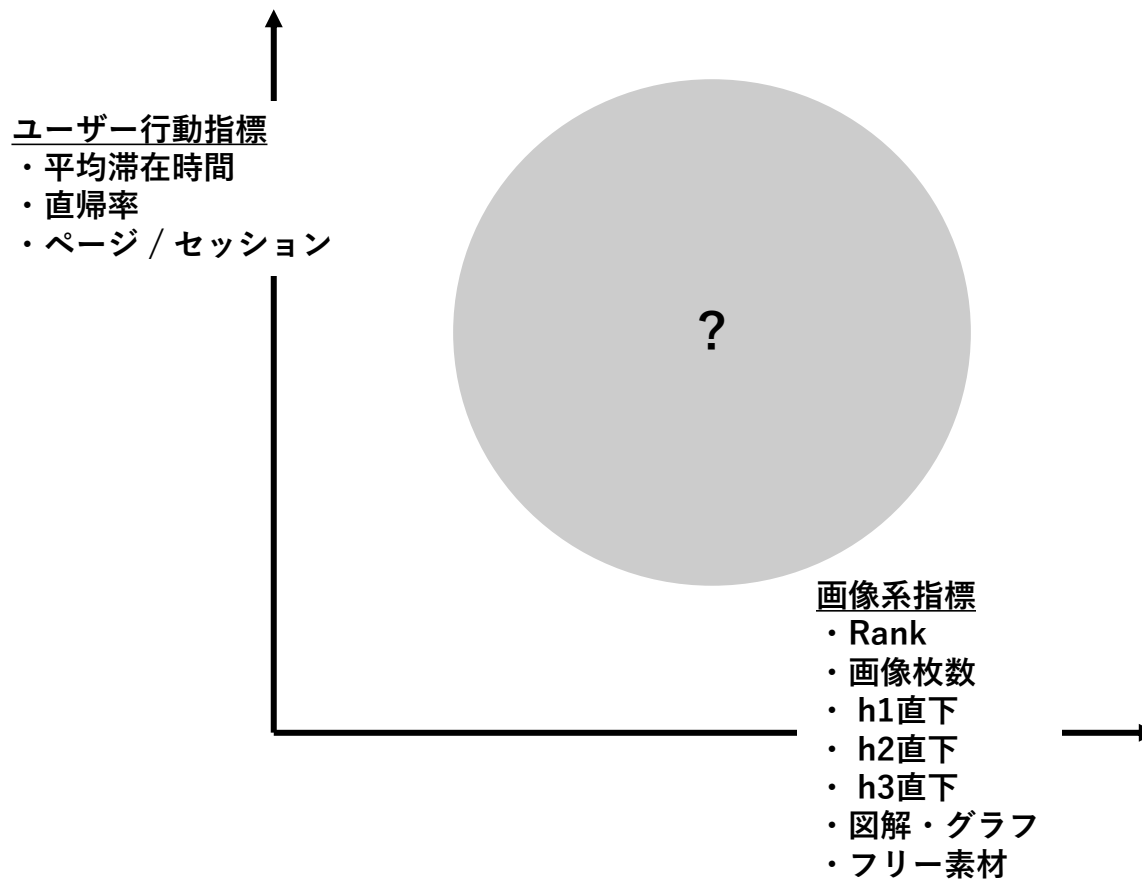


画像ニーズがあるKWでは、検索結果にヒットするページは、  
どのページも画像枚数が多く、上位と下位の間で、枚数に差が見られなかった。



## 調査③ 画像とユーザー行動指標の相関性調査

Know系クエリについて、「ユーザー行動指標」と「画像系指標」との相関係数を確認することで、記事内での画像の使われ方が、ユーザーの行動指標に与える影響を考察





データ取得元：Keywordmap

メインコンテンツ内の画像総数と平均滞在時間・直帰率・ページ/セッション、およびh2直下での画像総数と平均滞在時間・ページ/セッションに相関が認められた。

「ユーザー行動指標」と「画像系指標」との相関係数

指標	平均滞在時間	直帰率	ページ / セッション
Rank	-0.26	0.18	-0.13
<b>画像枚数</b>	<b>0.55</b>	<b>-0.34</b>	<b>0.42</b>
h1直下	-0.18	0.06	-0.11
<b>h2直下</b>	<b>0.74</b>	-0.30	<b>0.52</b>
h3直下	-0.01	0.04	-0.07
図解・グラフ	-0.14	-0.02	-0.10
フリー素材	-0.30	0.13	-0.28

※相関係数の絶対値の解釈

0.0～0.2：ほとんど相関関係がない

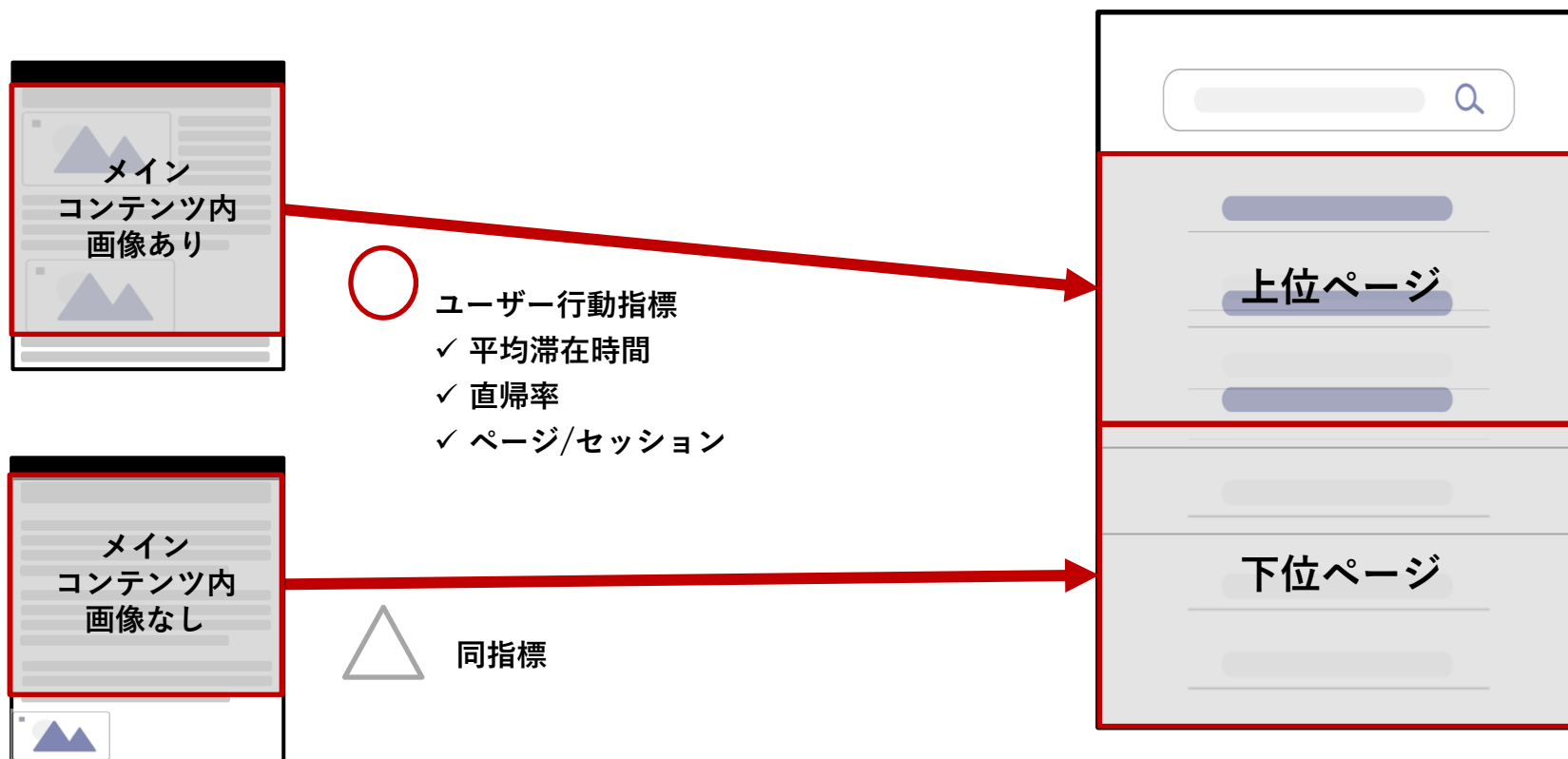
0.2～0.4：やや相関関係がある

0.4～0.7：かなり相関関係がある

0.7～1.0：強い相関関係がある

画像枚数が多いほうがユーザー行動指標が良い値である傾向性。  
 画像によりUXが良くなり、Googleが高く評価していると想定。

指標	平均滞在時間	直帰率	ページ / セッション
Rank	-0.26	0.18	-0.13
画像枚数	0.55	-0.34	0.42
h1直下	-0.18	0.06	-0.11
h2直下	0.74	-0.30	0.52
h3直下	-0.01	0.04	-0.07
図解・グラフ	-0.14	-0.02	-0.10
フリー素材	-0.30	0.13	-0.28



- 画像ニーズによらず、画像が多いページがGoogleに評価されている可能性。
- フリー素材の画像であっても、ネガティブ影響はないと想定。
- 画像によりUXが良くなり、Googleがページを高く評価していると想定。



- ✓ ページ内では、見出しごとに内容にあったグラフ・図解などの画像を挿入し、  
UX向上・ユーザーの理解促進をはかることを推奨。
  - ✓ 目安としてh2（見出し）ごとに、内容に沿った画像を挿入することを推奨。
  - ✓ 図解・グラフを利用し、情報の視覚化を図ることが望ましい。
  - ✓ フリー素材であっても、デメリットはないものと想定。

### ③ TOPIC 2

## 文章の読みやすさと検索順位の関係性の検証

ページの文章の「**読みやすさ**」の**検索順位への影響**を検証する。

Googleは評価ガイドラインなどで、**可読性を評価する**と言及している。

しかし、この影響は検証されていないため、**どれだけこだわるべきかが不明**である。

そのため、**可読性が実際に検索順位に影響しているのか**を検証した。

今回は**特に、文章自体の読みやすさの観点から検証**を実施する。

(参考)Google 検索セントラル スターターガイド

### 読みやすいテキストを記述する

ユーザーは工夫して書かれた読みやすいコンテンツを楽しみます。

以下のことは避けましょう。

- ・綴りや文法の間違が多い、いい加減なテキストを記述する。
- ・文章が下手なコンテンツを提供する。
- ・テキスト コンテンツに適したテキストを画像または動画に埋め込む。ユーザーはテキストをコピーして貼り付けたいと思うことがあります。また、検索エンジンがテキストを読み取れなくなります。

### トピックを明快に整理する

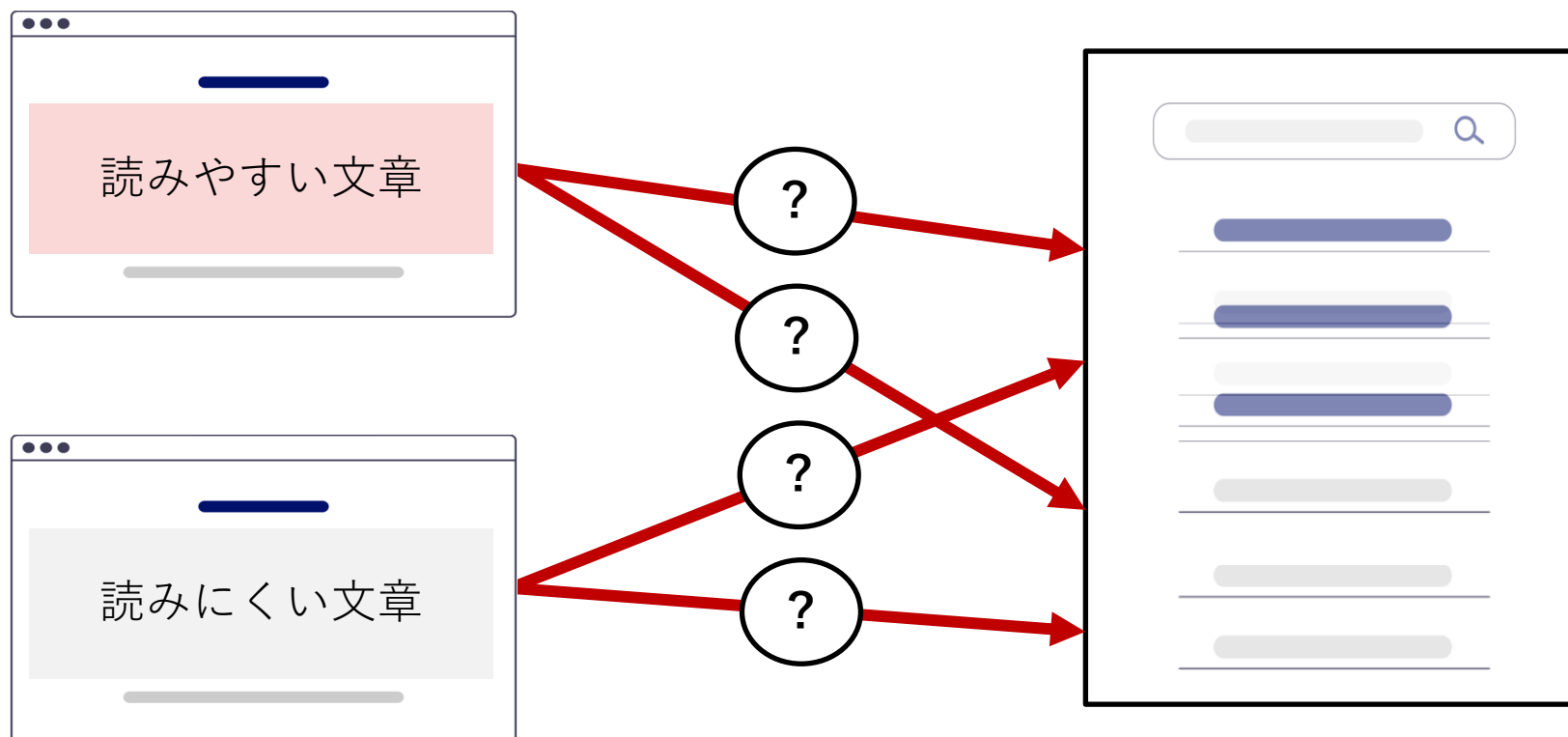
・トピックの始まりと終わりをユーザーが判断しやすいようにコンテンツを整理するのが常に効果的です。コンテンツを論理的なかたまりに分けると、ユーザーが必要なコンテンツを迅速に見つけやすくなります。

以下のことは避けましょう。

- ・パラグラフ、小見出し、レイアウトの分離を取り入れずに、1つのページにさまざまなトピックに関する大量のテキストを載せる。



Knowクエリについて、上位ページ・下位ページの間で、文章の読みやすさの差を分析。  
 サンプルは Knowクエリ20件、200ページ。解析にはMann-WhitneyのU検定を利用。



- サンプルの抽出方法

- ✓ 弊社で保持している調査用キーワードDBのうち、Knowクエリに該当するものをランダムで20KW抽出
- ✓ 上記20KWについて、弊社ツール (Keywordmap) を用い、上位ページ (1~5位獲得ページ) 及び下位ページ (46~50位獲得ページ) のURLを抽出し、サンプルとして選定。

文章の読みやすさの計測に、**Readability Score (Flesch score)** を利用。

- **Readability Score (Flesch score)**

具体的な計算式は以下

$$\textcircled{1}\text{RE} = 206.835 - (1.015 \times \textcircled{2}\text{ASL}) - (84.6 \times \textcircled{3}\text{ASW})$$

└ $\textcircled{1}\text{RE}$  : Readability Ease

└読みやすさ

└ $\textcircled{2}\text{ASL}$  : Average Sentence Length

└平均文の長さ = 単語数を文数で割った値

└ $\textcircled{3}\text{ASW}$  : Average number of syllables per word

└単語あたりの音節の平均数 = 単語数で割った音節の数

上位と下位の間で、ReadabilityScoreに有意な差が認められなかった。

上位vs下位 Readability Score (n=200)

指標	上位平均	下位平均	U検定 p-value
Readability Score	57.82	53.41	0.807177084

※有意水準：0.10



文章自体の読みやすさがGoogleの評価に影響を与えていない可能性。

- 文章の読みやすさ（文章の単純さ・簡便さ）は検索順位に影響していないと想定。  
※異なる観点で捉えた場合には、関係性が認められる可能性は残される。
- Google botへの対策を主眼に置いた文章表現調整の必要性は低いと想定される。



- ✓ 過度にGoogle botを意識したものとせず、  
読者像をもとに、UXを考慮して文章執筆を推奨。
- ✓ ユーザーニーズに応答する内容にフォーカスした記事制作が望ましい。



# Google Algorithm Research Report まとめ

## 【TOPIC1】 記事中の画像と検索順位の関係性の検証

- Knowクエリでは、上位のほうが画像枚数が多い傾向性が認められた。  
記事コンテンツ内では、見出しごとに内容にあったグラフ・図解などの画像を挿入し、UX向上・ユーザーの理解促進をはかることを推奨。

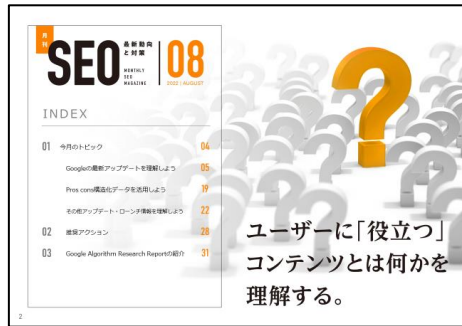
## 【TOPIC2】 文章の読みやすさと検索順位の関係性の検証

- 文章の読みやすさ（Readability Score）と検索順位に関係性は認められなかった。  
過度にGoogle botを意識したものとせず、読者像をもとに、UXを考慮して文章執筆を推奨。  
ユーザーニーズに応答する内容にフォーカスし、記事を企画・制作が望ましい。



## ④ 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

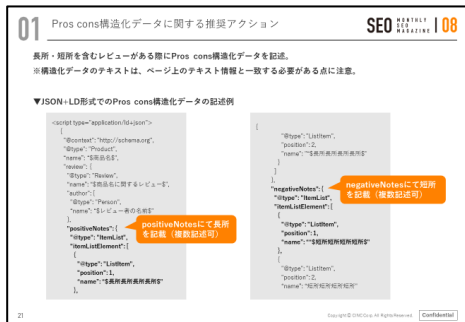
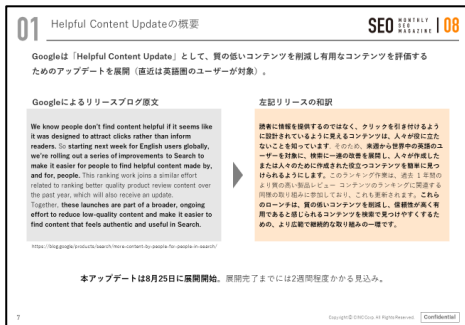


## ■ Googleの最新リリース情報を担当者レベルで分かりやすく解説

- ✓ 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

- ✓ Googleの最新アップデートを理解しよう
- ✓ Pros cons構造化データを活用しよう
- ✓ その他アップデート・ローンチ情報を理解しよう





# 会社概要



## 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。  
**CINC**

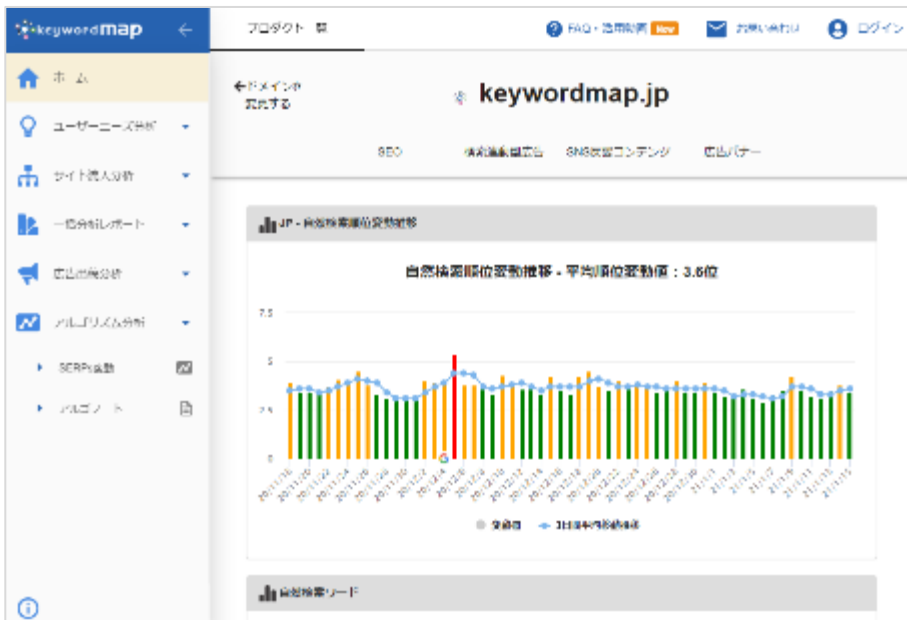


登録  
不要

## 【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



### 検索順位変動の影響を確認



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

そうきたか。

# CINC

サイトの流入やサイト経由売上にお困りの方は下記からお気軽にご相談ください。

HP : <https://www.cinc-j.co.jp/contact/> Mail : [info@cinc-j.co.jp](mailto:info@cinc-j.co.jp) TEL : 03-6822-3601

株式会社CINCは、当資料作成には、細心の注意を払い作成しておりますが、情報の正確性、有用性、確実性、適合性、合法性、最新性について、  
当社は、一切の保証を与えるものではありません。目的の如何を問わず、本資料の無断複製、無断転載その他二次利用行為等の国内および国外の著作権により  
禁止される行為を固く禁じます。そのような行為が発見された場合、弊社は法的措置をとる場合がございます。

また、本資料に掲載されている、Google、Googleロゴ、Gロゴ、Youtubeその他すべてのGoogleが提供するサービスを表示する商標及びロゴは、Google LLCの商標又は登録商標です。