

2023
March / 03

Google Algorithm Research Report

Google アルゴリズム 研究レポート

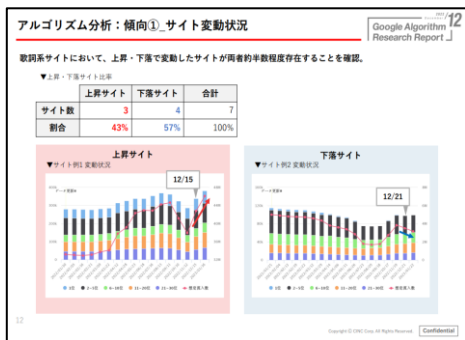
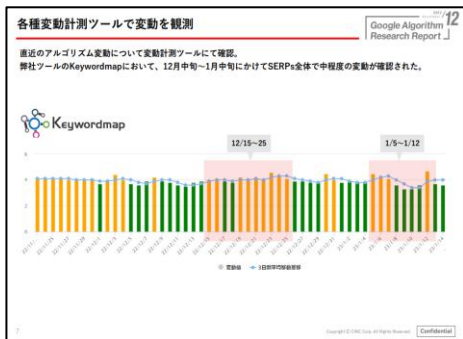
INDEX

- ① Google Algorithm Research Reportとは
- ② TOPIC 1
地域別指名検索数と地域名含むワード検索結果順位の
相関性検証
- ③ TOPIC 2
ページ更新日と検索結果順位の相関性検証
- ④ 月刊SEOの紹介



① Google Algorithm Research Reportとは

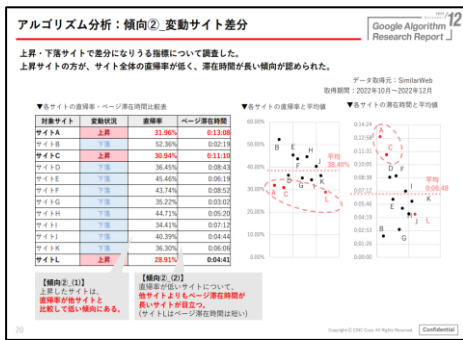
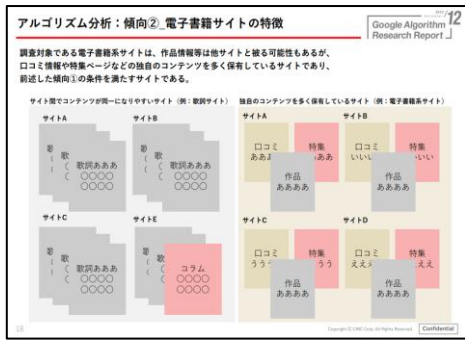
- ✓ SEO上級者に向けてさらにニッチなトピックを隔月で調査・分析。
- ✓ SEOにおける「新発見／新知見・新たなアクション」が得られる“隔月”のレポート。



アルゴリズム分析：傾向① 変動サイト差分

歌詞サイトの差分と変動傾向の関連性を調査したところ、歌詞以外のオリジナルコンテンツを保持しているサイトが上昇している傾向があった。

対象サイト	変動状況	オリジナルコンテンツ
サイトA	下落	歌詞関連のみ
サイトB	下落	歌詞関連のみ
サイトC	下落	歌詞関連のみ
サイトD	下落	歌詞関連のみ
サイトE	上昇	カラオケ・ライブコラム等の記事有り
サイトF	上昇	カラオケ・歌に関する結果有り
サイトG	上昇	歌詞の他にインタビュー記事等あり



＜過去のトピック＞

- ✓ ヘルプフルコンテンツアップデートの変動調査
 - ✓ オリジナリティの高いコンテンツを保有しているサイトが好影響を受けた可能性。
 - ✓ ユーザー行動指標が相対的に良いサイトが好影響を受けた可能性。

【TOPIC1】 地域別指名検索数と地域名含むワードの検索結果順位の相関性検証

地域別指名検索指標（Googleトレンドにおける小区域別のインタレストスコア）と、地域名含むサービスメインワード（※P9に詳細記載）検索結果順位の相関を検証。

- 【調査結果】
- 地域別指名検索指標（Googleトレンドにおける小区域別のインタレストスコア）が高い地域ほど、地域名含むサービスメインワードの検索結果順位が高い。
 - 特にサービス指名検索Vol5,000～10,000のドメインでその傾向が強い。

【推奨アクション】 特定地域への知名度向上のため、広告出稿・サイトテーマ性強化する。

【TOPIC2】 ページ更新日と検索結果順位の相関性検証

求人サイトの求人詳細ページにて獲得しているKWについて、ページ更新日から現在までの経過日数と検索結果順位の相関を検証。

- 【調査結果】
- ページ更新日から現在までの経過日数が短いと検索結果順位が高い。
 - 特に更新日からの経過日数が2週間以内であることが望ましい。

【推奨アクション】 ページ更新日を2週間に一度で実施する社内体制を構築する。

② TOPIC 1

地域別指名検索数と地域名含むワードの 検索結果順位的相关性検証

仮説

地域別のサービス指名検索数が、地域名含むサービスメインワードの検索結果順位に影響を与える可能性がある。

背景

- Googleは地域別のサービス指名検索数のデータ（地域別インタレストスコア）を保有しており、可能な限り地域別の検索需要を考慮して情報を提供しようとしている。

※「Googleトレンド」内にて確認可能

- Googleは地域情報をランキングに反映させている（ヴェニスアップデート以降）。

【参考】 <https://search.googleblog.com/2012/02/search-quality-highlights-40-changes.html>

▼ Googleトレンドの地域別インタレストスコア例



Googleトレンドにて、各都道府県、市区町村の指名検索数指標を確認可能。

実例

ある求人サイトにおいて、Googleトレンドの地域別インタレストスコアが高い地域の地域名含むサービスメインワード検索結果順位が、インタレストスコアの少ない地域より高い事例を確認。

▼「求人 宮城」「求人 新潟」検索結果

検索ワード	検索結果
求人 宮城	1位：他ドメイン
	2位：他ドメイン
	3位：他ドメイン
	4位：対象ドメイン

検索ワード	検索結果
求人 新潟	1位：他ドメイン
	2位：他ドメイン
	3位：他ドメイン
	16位：対象ドメイン

▼対象サービス指名検索ワードのインタレストスコア

1	宮城県	100
2	秋田県	94
3	岩手県	74
13	新潟県	2



指名検索数が多い地域を含むサービスメインワードの順位が高くなる傾向が他エリアや他求人サイトにおいても同様にみられるか検証。

< 検証仮説 >

地域別指名検索指標（Googleトレンドにおける小区域別のインタレストスコア）と、地域名含むサービスメインワード検索結果順位の相関を検証。

< 分析指標 >

【対象地域】 47都道府県

【調査KW】 地域名含むサービスメインワード※

※今回は求人サイトが対象であるため、「求人」or 求人種別（アルバイト、派遣等）と都道府県名の複合ワード（例：「求人 東京」「アルバイト 東京」等）が対象。（n=423）

【調査ドメイン】 特定条件を満たす求人サイト（選定方法は後述）。

【サンプル数】 1,520（調査KWで50位以内を獲得している調査ドメインのページ）。

【KW検索結果順位】 弊社SaaSツールである「Keywordmap」の検索結果順位取得機能にて確認。

【地域別指名検索指標】 Googleトレンドにて各ドメインのサービス名を入力して表示される、「小区域別のインタレストのスコア」の指標を利用。

< 分析手法 >

- ノンパラメトリック手法であるSpearmanの順位相関係数
- Googleトレンドの地域別指名検索指標と求人主軸×地域系KWで相関係数を算出

ドメイン選定方法：手順①

- 「求人」or 求人種別（アルバイト、派遣等）と都道府県名の複合ワードを調査KWとして選定。
- 調査KWにおける検索結果上位20位以内のヒットURLを取得。
- ドメイン毎にヒットURL数を計上。
- 計上したURL数で上位50位以内のドメインを調査対象として選定。

ドメイン選定方法：手順②

対象ドメインサービス指名KWの検索Volを確認し、下記基準で対象を選定

【選定基準】

- 検索Volが100,000以上のドメインについては、知名度等の順位決定ファクターが複雑化するため、対象外とする（15/50ドメイン）
- **検索Vol5,000～10,000のドメインについて、「ドメイン分類①」として調査対象とする。**
(20/50ドメイン)
- **検索Vol5,000以下のドメインについて、「ドメイン分類②」として調査対象とする。**
(15/50ドメイン)

TOPIC1：調査対象_対象ドメイン

ドメイン選定方法：手順③

ドメイン分類①・②で下記基準のドメインを選定。（各分類最低3ドメインずつ選定）

【選定基準】

ドメイン分類①：世帯/性別/地域を限定しない総合系求人サイトハサイト名が当該サイト以外の固有名詞として使われていないサイト。

ドメイン分類②：総合系サイトの数が全体で2つのみで3つに満たないため、総合系サイト以外で、分類①条件ハ最も指名検索数の多いサイト。

ドメイン選定方法：手順④

地域ごとの指名Vol以外の要素が順位差に影響しすぎないように、

分類①②毎にDR・index数・ページ品質等を確認し、他より数値が高すぎないものを選定。

※ページ品質については、サイト間で大きな差分は無かった。

▼下記表黄色・緑色で塗りつぶしたサイトが対象

ドメイン名	DR	被ドメイン数	被リンク数	index数	ドメイン分類
ドメインA	80	12,287	307,370	2,350,000	①
ドメインB	74	1,319	493,497	369,000	①
ドメインC	73	2,541	5,669,017	2,040,000	①
ドメインD	69	975	2,232,296	778,000	①
ドメインE	54	3,264	252,139	36,100	②
ドメインF	40	114	320,002	66,200	②
ドメインG	44	240	5,990,025	203,000	②

<データ取得元>

・DR (Domain Rating)、
被ドメイン数、被リンク数：Ahrefs

※Domain Rating

1~100の数字でドメインを評価

・index数：site:\$ドメイン名\$での検索ヒット数

検証結果：地域別指名検索指標が大きいほど、有意に検索結果順位が高かった。

- 地域別指名検索指標と順位に相関がみられた。
- 分類②より分類①の相関が強いため、
 サービス指名検索数が多いサイトの方が、地域別の検索数と順位の関係性が強い可能性。

ドメイン分類①

相関係数

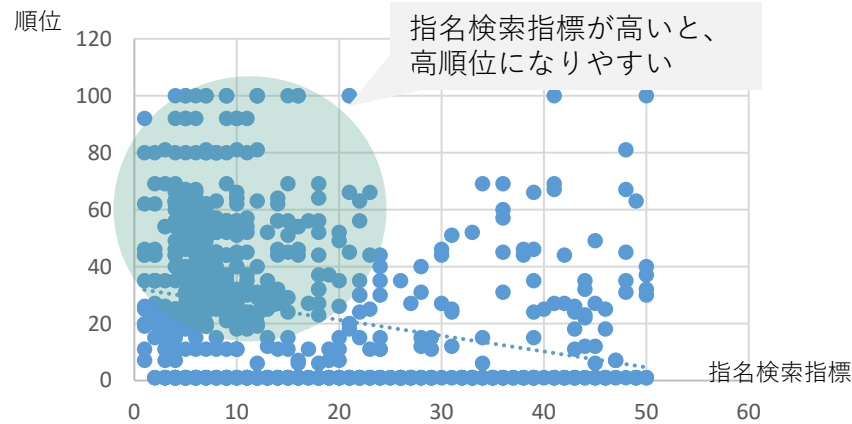
< 有意性検定 >

S = 145182393, P-value < 0.001

< 相関係数 >

-0.3459145

順位と地域別指名検索指標散布図



ドメイン分類② ※有意性については未検証

相関係数

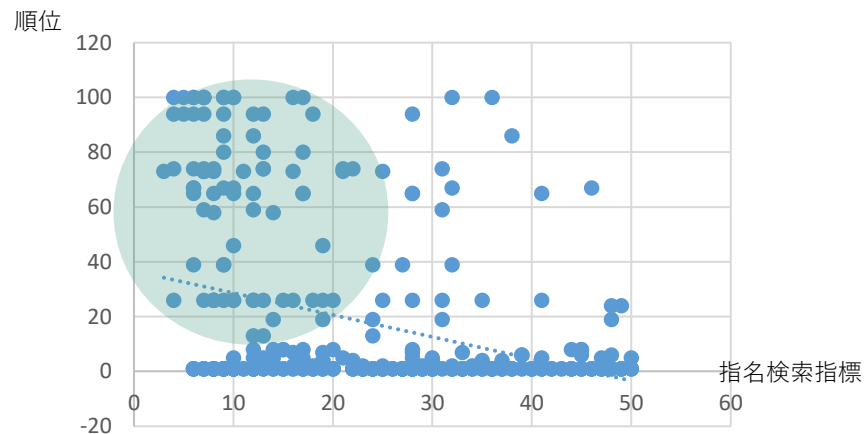
< 優位水準 >

S = 12372343, P-value < 0.001

< 相関係数 >

-0.3008402

順位と地域別指名検索指標散布図



インサイト

- Googleは、検索する場所ごとに、検索行動のデータを保有しており、検索数を利用して順位を決めている可能性がある。
- サービスの名前の検索と、そのサービス名のサイトを結び付けていると想定される。
→対象サービス名が検索されやすい地域については、上位に表示される可能性がある。

推奨アクション

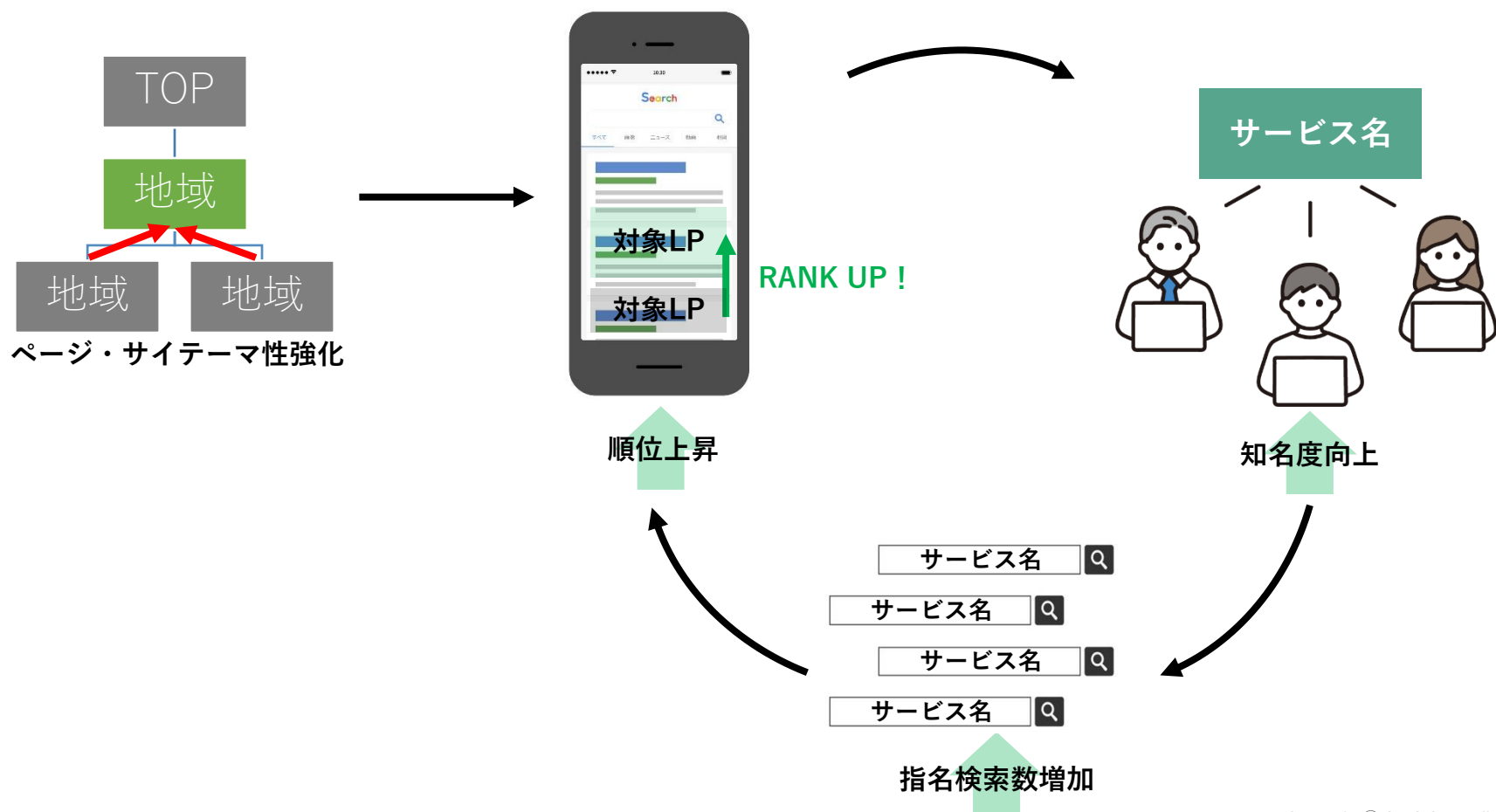
地域別指名検索数を向上させるため、下記のようなSEO以外の施策も含めて対策を実施。

- ① サービス全体の指名検索数の増加（CMやデジタル広告等）。
- ② 特定地域のユーザーに対して地域に特化した広告出稿。
- ③ 地域特化型の広告ページの作成。
- ④ 地域系KWにおける自然検索対策ページのテーマ性をページ単体・サイト全体で強化し、
上位表示→知名度向上→指名検索数増加→順位上昇の好循環を生む。

Google広告等のデジタル広告では、地域別広告ターゲットを指定可能。
順位がまだ上位ではない地域について、一時的に広告出稿を強化し、
知名度を向上させて指名検索数を増加させる。
また、その流入の受け皿として、特定地域専用のLPを作成する。



特定地域での指名検索数を上げてある程度の順位を獲得できた後は、自然検索対策用ページ単体や内部リンクで対象地域KWのテーマ性を強化し、上位表示→知名度向上→指名検索数増加→順位上昇の好循環を生む。



③ TOPIC 2

ページ更新日と検索結果順位的相关性検証

仮説

求人サイトの求人詳細ページにて獲得しているKWについて、ページ更新日から現在までの経過日数と検索結果順位の相関を検証。

背景

- Googleの検索エンジンではフレッシュネスシステムでランキングを調整している。
- 過去の検証では単一事例の調査であったり、少量での検証結果が多く、多量のデータを用いた検証がなされていないため、多量のデータを利用した統計的検定によって検証を行い、この仮説の妥当性を確認する。

“フレッシュネス システム

Google は、検索クエリに対してより鮮度の高いコンテンツが期待される場合にそのようなコンテンツが上位に表示されるように、「検索クエリにふさわしい鮮度」を評価するさまざまなシステムを導入しています。たとえば、公開されたばかりの映画について検索されたら、おそらくクランクインの時期の記事ではなく最近のレビューを探していると判断します。別の例として、「地震」で検索された場合、平時であれば地震に対する備えや支援などに関する情報を返し、地震が発生して間もないころならニュース記事や鮮度の高いコンテンツを上位に掲載するように努めています。”

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems-guide?hl=ja>

実例

求人サイトにおいて、求人詳細ページのページ更新日が直近の日付に近い方が順位が高い傾向が確認された。

【例】クリニック名×求人

▼傾向がみられたKWの更新日と各順位状況

対象ドメイン	更新日	計測日との差分	KW順位
ドメインA	2023/2/24	0日前 	2 
ドメインB	2023/1/26	29日前	3
ドメインC	2022/12/22	64日前	36

更新日が新しいほど、順位が上昇



他求人詳細ページにおいても、ページ更新日が現在の日付に近いと順位が高くなる傾向にあるのか検証。

< 検証仮説 >

- 求人サイトの求人詳細ページにおいて、更新日からの経過日数と検索結果順位に相関があるか。
- 相関がある場合、どの程度の頻度でページを更新すればよいか。

< 分析指標 >

【対象ページ】 求人詳細ページ

【調査KW】 調査ドメインの求人詳細ページにて獲得しているKW (n=1,164)

【調査ドメイン】 求人サイト (4ドメイン)

【サンプル数】 1,347

【調査KW順位】 弊社SaaSツールである「Keywordmap」の検索結果順位取得機能

【ページ更新日】 各ページソースより更新日に該当する要素から取得

< 分析手法 >

- 等分散性の仮定が不要なBrunner-Munzel検定
- 更新日からの経過日数で7グループに分類し、グループ間で検索結果順位に有意差があるかを確認し、どの経過日数グループでより順位との間に相関があるかを検証

ドメイン選定方法

- 求人領域のKWを弊社データベースからランダムに抽出。
- 調査KWにおける検索結果上位20位以内のヒットURLを取得。
- ドメイン毎にヒットURL数を計上。
- 計上したURL数で上位のドメインについて、DR・index数・ページ品質等の指標を確認し、同様の数値が確認された4ドメインを調査対象ドメインとして選定。

ページ選定方法

調査対象とする4ドメインが、同一のKWで求人詳細ページが検索結果としてヒットするページを調査対象として選定。

調査Group選定・検証方法

検証結果からの施策立案において、

どの程度の更新頻度とすべきかを検討しやすいよう、更新日からの経過日数毎にGroupを分けた。

→グループ間での順位に有意差があるかを確認し、

どの経過日数でより順位と更新日の経過日数に
相関があるかを検証する。

▼グループ分類

グループ	最終更新日からの経過日数
1	7日以内
2	8-14日
3	15-30日
4	31-60日
5	61-90日
6	91-180日
7	181日～

検証結果：経過日数と検索結果順位との間に弱い相関あり

更新日から計測日までの経過日数と検索結果順位について、弱い相関が確認できた。

↳ 特に最終更新日からの経過日数2週間以内（Group1~2）だとプラスに影響する可能性あり。

①平均順位についてGroup間で有意に差があるか。

→ group1・2とgroup3-6間で有意差を確認。

②どの程度の更新頻度を担保すればよいか。

→ 1週目と2週目との間では平均順位差が無い。

→ 1週目2週目と3週目以降間で平均順位差が存在。

2週間以内に更新がなされていることが、
順位評価にプラスに影響を働く可能性あり。

▼グループ別の代表値比較

group	1	2	3	4	5	6	7
count	248	175	358	137	59	71	102
Rank							
mean	14	13	16	16	20	17	13
median	10	8	13	12	17	13	7
std	13	12	13	13	16	12	13

▼Brunner-Munzel検定 (P値)

group	1	2	3	4	5	6	7
1	-	0.6154	0.0268	0.0712	0.0153	0.0168	0.3998
2	-	-	0.0121	0.0259	0.0096	0.0055	0.7778
3	-	-	-	0.9904	0.1676	0.3650	0.0144
4	-	-	-	-	0.2431	0.4160	0.0250
5	-	-	-	-	-	0.5375	0.0102
6	-	-	-	-	-	-	0.0050
7	-	-	-	-	-	-	-

※ group7については、経過日数以外の指標（ドメインパワー等）で最終更新から日が一定経過していても高順位を獲得できている可能性

インサイト

- 最新のページや直近更新されているページをGoogleは評価していると考えられる。
- 求人詳細ページについては、2週間以内に更新しているページをより高く評価している可能性がある。

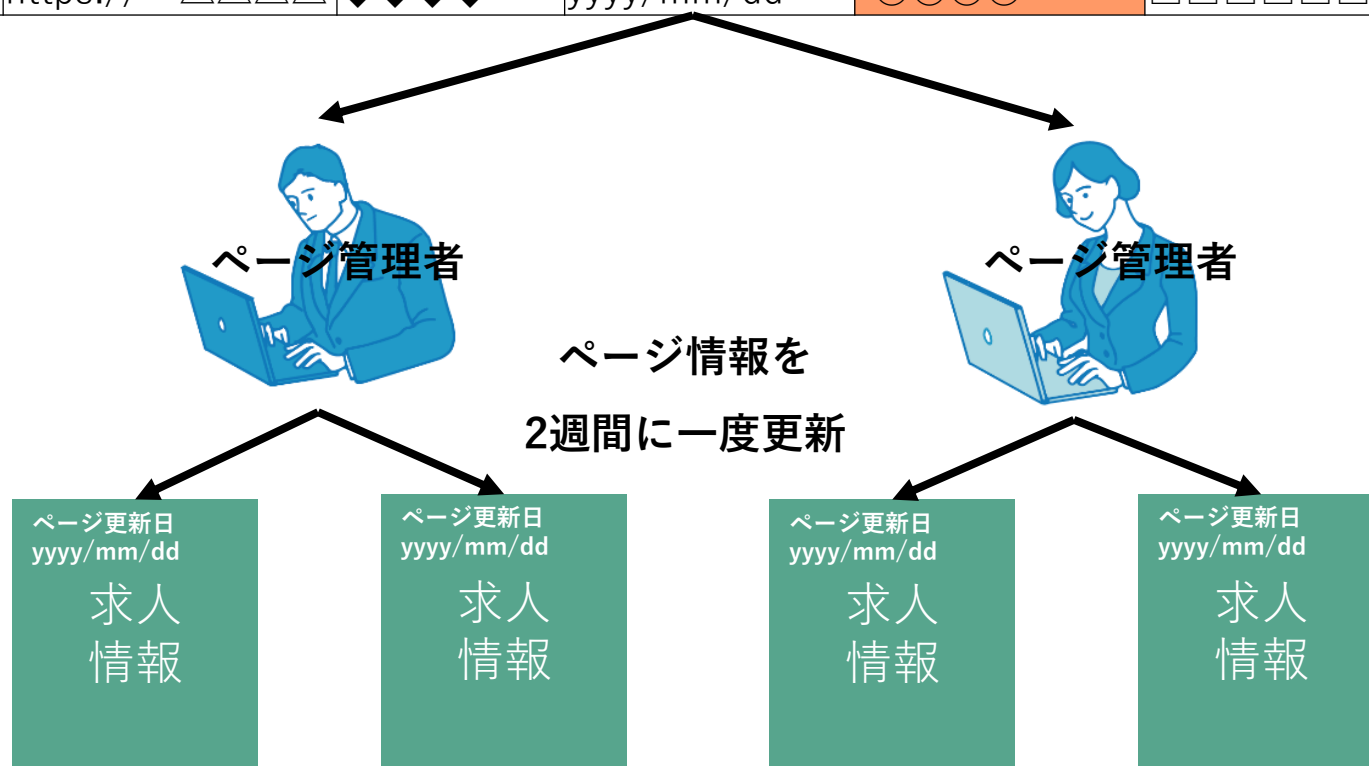
推奨アクション

- ① 求人詳細ページの更新は2週間に1回の頻度で実施する。
更新内容については、単純に更新日だけを変更するだけでなく、ページ内の求人情報を最新に保つことで、なるべくユーザーへ正しい情報を提供する。
- ② 求人詳細ページの更新を定期的実施するための管理体制を構築する。

求人詳細ページの更新を定期的実施するため、社内の中で更新する対象ページや更新期限日を一括で定期的に管理できる体制を構築する。

▼対象ページ管理表イメージ

管理No	対象ページ	対策KW	ページ更新日	経過日数	ページ更新内容
1	https://~△△△△	◆◆◆◆	yyyy/mm/dd	○○○○	□□□□□□□□
2	https://~△△△△	◆◆◆◆	yyyy/mm/dd	-○○○○	□□□□□□□□
3	https://~△△△△	◆◆◆◆	yyyy/mm/dd	-○○○○	□□□□□□□□



【TOPIC1】 地域別指名検索数と地域名含むワードの検索結果順位の相関性検証

地域別指名検索指標（Googleトレンドにおける小区域別のインタレストスコア）と、地域名含むサービスメインワード（※P9に詳細記載）検索結果順位の相関を検証。

- 【調査結果】
- 地域別指名検索指標（Googleトレンドにおける小区域別のインタレストスコア）が高い地域ほど、地域名含むサービスメインワードの検索結果順位が高い。
 - 特にサービス指名検索Vol5,000～10,000のドメインでその傾向が強い。

【推奨アクション】 特定地域への知名度向上のため、広告出稿・サイトテーマ性強化する。

【TOPIC2】 ページ更新日と検索結果順位の相関性検証

求人サイトの求人詳細ページにて獲得しているKWについて、ページ更新日から現在までの経過日数と検索結果順位の相関を検証。

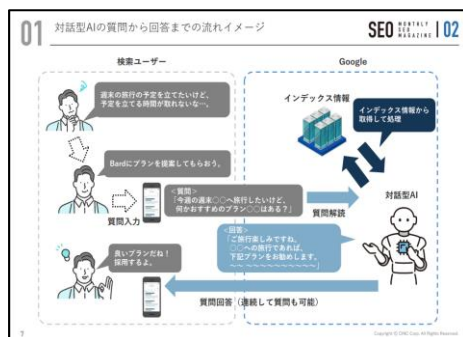
- 【調査結果】
- ページ更新日から現在までの経過日数が短いと検索結果順位が高い。
 - 特に更新日からの経過日数が2週間以内であることが望ましい。

【推奨アクション】 ページ更新日を2週間に一度で実施する社内体制を構築する。

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

近日、2023年3月号リリース予定！



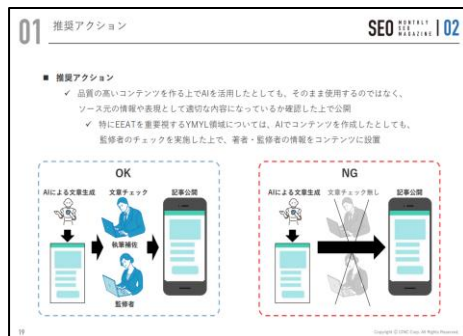
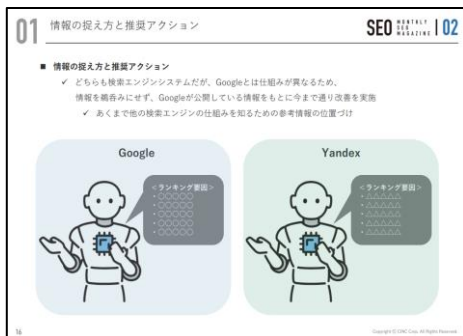
■ Googleの最新リリース情報を担当者レベルで分かりやすく解説

- ✓ 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



■ 過去のトピック

- ✓ Googleが対話型AIサービス「Bard」を発表
- ✓ Yandex検索エンジンのランキング要因が流出
- ✓ AI生成コンテンツに対するガイダンスをGoogleが公開
- ✓ 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

東京都港区虎ノ門1-21-19 東急虎ノ門ビル6F

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>

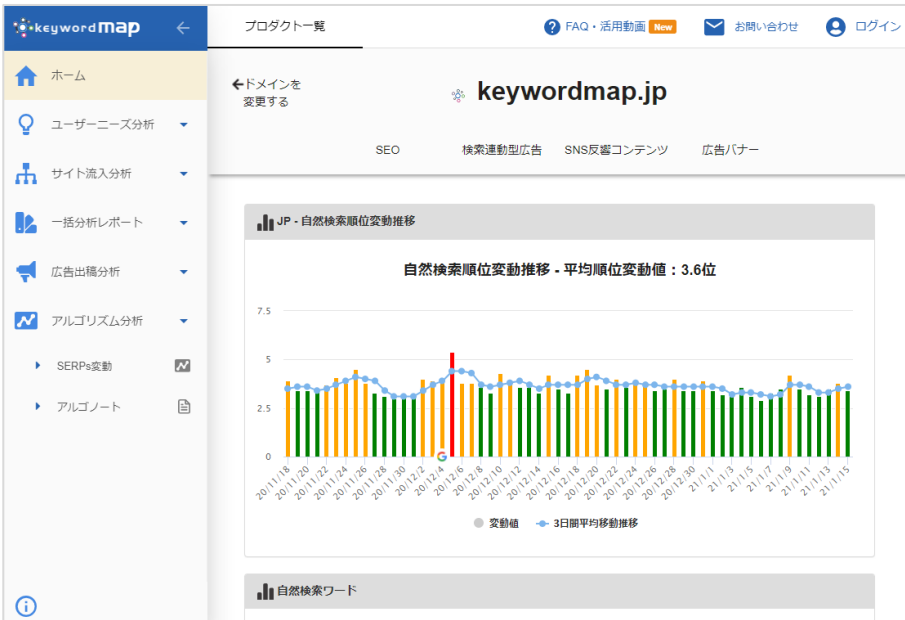


登録
不要

【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/>