

Google、URL短縮サービスのgoo.glの提供終了を告知

Google は、URL 短縮サービスとして提供していた goo.gl の機能を完全に停止することをアナウンスした。

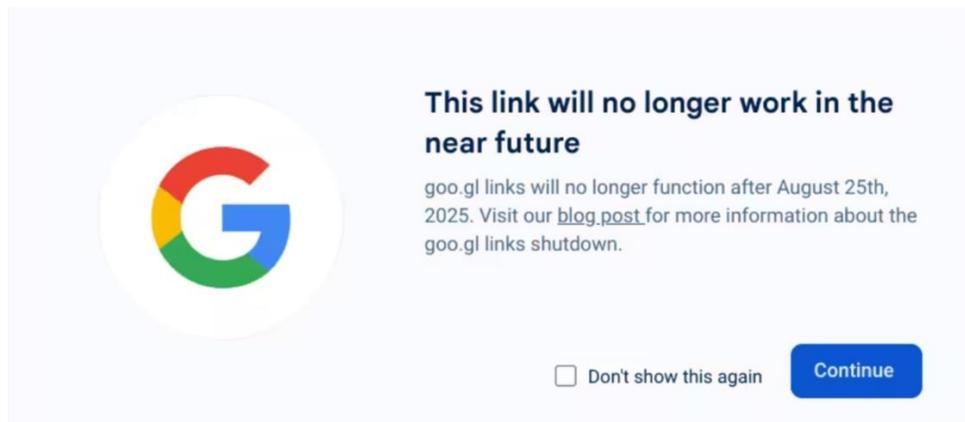
Google は、URL 短縮サービスとして提供していた goo.gl の機能を完全に停止することを[アナウンス](#)しました。

告知用インタースティシャルを経てサービス終了

影響を受けるのは <https://goo.gl/> で始まるすべての URL です。

2024 年 8 月 23 日以降、<https://goo.gl/> で始まる URL にアクセスすると、サービスが終了することを伝えるインタースティシャルページが表示されます。本来は、短縮前の URL に自動的にリダイレクトされます。

インタースティシャルは、次のようなイメージのページになるとのことです。



2025 年 8 月 25 日からこのリンクが機能しなくなることを注意喚起しています。

「Continue」(続ける)ボタンをクリックすると、転送先ページにアクセスできます。

2025 年 8 月 25 日以降は、<https://goo.gl/> で始まる URL にアクセスするとインタースティシャルページはもう表示されません。

404 のエラーページが返されます。

Google、URL短縮サービスのgoo.glの提供終了を告知

Google は、URL 短縮サービスとして提供していた goo.gl の機能を完全に停止することをアナウンスした。

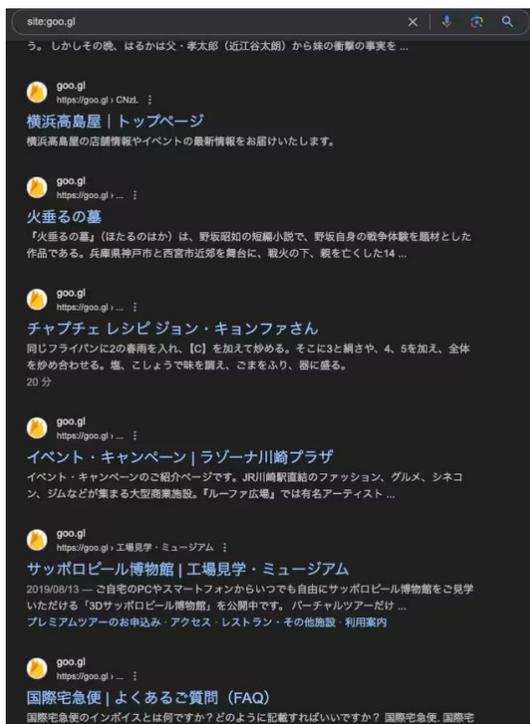
SEO に与える影響は？

https://goo.gl/ の URL 短縮サービスを利用したサービスを提供していた開発者の人はアナウンス記事で詳細を確認しておいてください。

SEO に与える影響ですが、ゼロとは言いませんがほぼないと言っていいでしょう。

https://goo.gl/ のリンクからリダイレクトされているページがあります。

これらのページはリンクを失うことになります。



📄 ずきメモ: https://goo.gl/ は 302 リダイレクトなので、転送後ページのタイトルが転送前の URL (goo.gl) で検索結果に表示される

とはいえ、短縮 URL が利用される場面はソーシャルメディアが多いはずですが、ソーシャルメディアの外部リンクには nofollow が通常は付いています。ランキングに影響するリンクとしては元から評価の対象ではありません。

また、かなり昔の投稿なはずで、もう人目にはつかないのではないのでしょうか。

とはいえ、多くのユーザーが訪問するページから https://goo.gl/ 経由で自分のサイトのページにリンクされていたら、2025 年 8 月 25 日以降はリンク切れになってしまいます。このケースでは、SEO に影響はないとしても参照トラフィックを確かに失ってしまいます。もし、そんな状況になりそうであればリンクの張り替えを依頼した方がいいかもしれません。

内部リンクに https://goo.gl/ を使っている人は、さすがにいませんよね？

https://goo.gl/ という Google 製の URL 短縮サービスのことを今思い出した人も多くいそうですね。そもそもそんなサービスがあったことすら知らない人もいそうですね。

そんな忘れ去られたサービスなので、少なくともサイト管理者の立場からの不都合はないでしょう。

クローलとインデックスを検証する

SEOでまず一番最初に検証すべきはクロールフレンドリーであることとインデックスされているかということです。ですので、クローलとインデックスを検証する上で1丁目1番地となる最低限の考え方を簡単に解説しておきます。今回もGoogle推奨事項だけではなく持論も入れていますのでご注意ください。Google公式のクローलとインデックスの仕組みを知りたいければ[こちら](#)をご覧ください。

サイト全体が正常にクローलされているか、そのうちインデックス率はどれくらいか

Web上には膨大な数のページが存在するため、Googleがその全てを満遍なくクロールすることは不可能です。各サイトの主要なページを効率的にクロールするため、Googleは1度にクロールする量をサイトごとに定め、制限をかけるようにしています。この、1度にクロールする量のことを“クロールバジェット”といいます。

数万ページ以上にわたる大規模サイトでない限りは、クロールバジェットについて神経質になる必要はないものの、動的に生成されるページやパラメータ付きURLが予期せず大量発生している場合、本来クロールやインデックスされるべきページが阻害される(クロールやインデックスが及ばなくなる)ことになるため、どんな規模のサイトでも常にクロールとインデックス状況はチェックしておく必要があります。Google Search Consoleの[インデックス作成>ページ]の項目で詳しい状況を確認できます。特定のURLのクロールとインデックス状況を個別に確認する場合は[URL検査]を使用します。

自然検索流入を見込むページがインデックスされていない場合、以下の原因が考えられます。

1. ページが発見されていない、クロールされていない
2. クロールされた上で、インデックスに値しないと判断されている
3. 意図せずクロールやインデックスを除外する設定になっている

1. の場合はXMLサイトマップへの登録(後述)やリンク導線の見直し、2. の場合は他ページとの重複や類似を回避し、独自性のあるコンテンツ内容になっているかどうかの見直し、3. の場合はmeta設定やrobots.txtの見直しによって対処します。

近年、GoogleはSDGsの観点から無駄なエネルギー消費を控えるようにしており、有益性や独自性が低いと見なしたページは積極的にクロールやインデックスをしない方針を取っています。そのため、いくら新しいページを大量に作成しても内容が薄ければインデックスされず、流入は見込めません。ページをひたすら大量生産する方法ではなく、本当に有益で高品質なページを厳選して作成する方法をおすすめします。

クローリングとインデックスを検証する

SEOでまず一番最初に検証すべきはクローリングフレンドリーであることとインデックスされているかということです。ですので、クローリングとインデックスを検証する上で1丁目1番地となる最低限の考え方を簡単に解説しておきます。今回もGoogle推奨事項だけではなく持論も入れていますのでご注意ください。Google公式のクローリングとインデックスの仕組みを知りたければ[こちら](#)をご覧ください。

Googleのインデックス時におけるメカニズムやリンクについて

ついでに、Googleがインデックスをどう管理しているか、またそのインデックス価値やページランクをどう評価付けしているかの仕組みについても解説しておきます。

インデックス別はリンクの価値に影響を与える

ページがインデックスされているGoogleのデータベース場所とその価値の相関性を示す、“sourceType”という指標があります。簡単に言うと、Googleによるインデックスは分別化されており、最も重要で、定期的更新され、アクセスされるコンテンツはフラッシュメモリ階層に保存されます。不定期に更新されるコンテンツは標準のハードドライブ階層に保存され、重要度の低いコンテンツはソリッドステートドライブ階層に保存されます。

そして、データベースの階層が高いところにあるページほど、ページランクが高くなります。また、そのページから発せられるリンク価値も高くなり、さらに鮮度の高いページからのリンクも高品質扱われます。つまり、リンクは鮮度の高いページやフラッシュメモリで保存されているページから被リンクされることが重要です。これは、“ランキングの高いページやニュースページからリンク取得すると検索順位評価が向上する”メカニズムのひとつであることを表しています。

新規ページの初期ページランクはそのサイトのトップページのページランクが代替される

全てのWebページには、そのサイトのトップページのページランク(“Nearest Seed Ver.”)が紐付けられています。そして、新しいページがそのページ独自のページランクを取得するまで、トップページのページランクと“siteAuthority(サイトの権威性を定量評価するアルゴリズム)”が新しいページのプロキシ(代理)として使用されます。

Googleはトップページの信頼度に基づいてページランクを変える

Googleはトップページをどの程度信頼しているかに基づいて、そのサイトからの発リンク評価方法を決定します。ですので従来通り、被リンクされる上では量ではなく品質と関連性に重点を置く必要があります。

これらを理解しているかどうかで捉え方も変わる！？

今回の記事は、これを知っているからランキング評価に向けた施策を具体的に考えられる、というような内容ではありません。あくまでも仕組みの話です。でも、こういった内容や背景を知っておくことで、なんとなくどうすれば良いかの考え方をイメージしやすくなるのではないのでしょうか。是非ご参考ください。

ChromeのオムニボックスからGoogleレンズで検索できるようになる

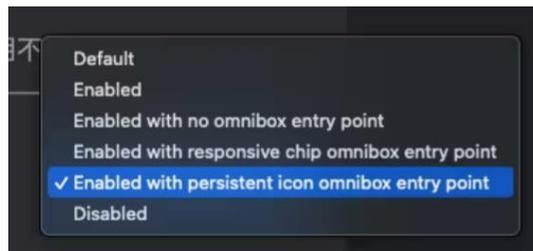
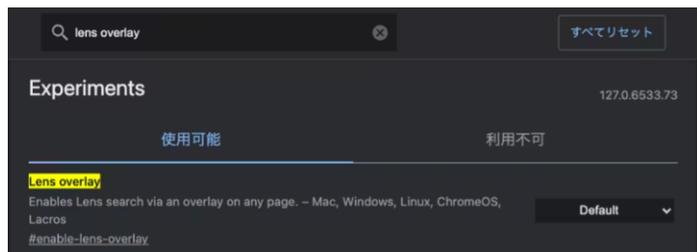
Chrome のオムニボックス(アドレスバー)から Google レンズを起動し、ページ内のどんな要素でもレンズ検索できるようになる。

PC 版 Chrome のオムニボックス(アドレスバー)から Google レンズを起動し、ページ内のどんな要素でもレンズ検索できるようになります。

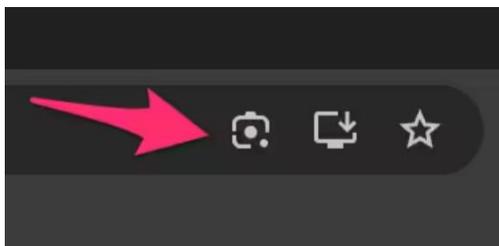
オーバーレイでレンズ検索

Chrome 127 で試験提供される機能ですが、デフォルトでは無効です。

chrome://flags から #enable-lens-overlay を選択し「Enabled with persistent icon omnibox entry-point」を有効にします。



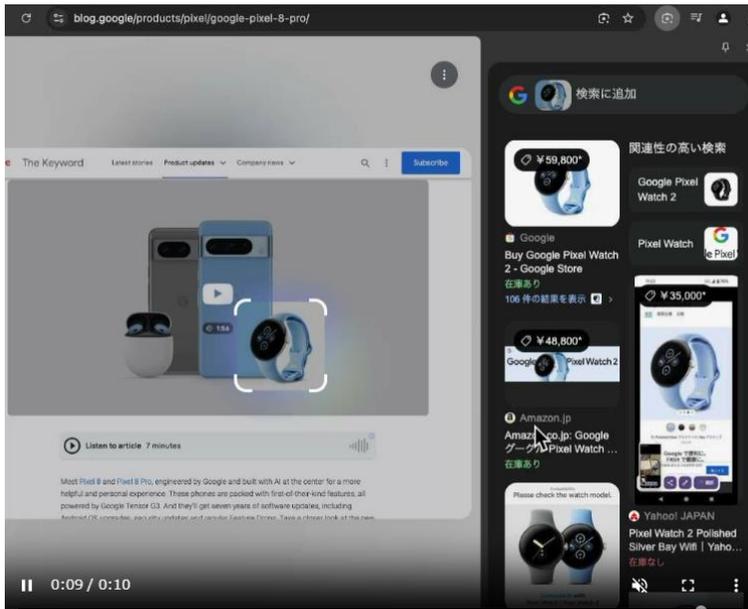
設定変更し Chrome を再起動すると、オムニボックスの右端にレンズアイコンが表示されます。



レンズアイコンをクリックすると Google レンズが起動します。
オーバーレイで対象範囲を選択するとレンズ検索が実行されます。
検索結果は右ペインに表示されます。

ChromeのオムニボックスからGoogleレンズで検索できるようになる

Chrome のオムニボックス(アドレスバー)から Google レンズを起動し、ページ内のどんな要素でもレンズ検索できるようになる。



上のアニメーションは画像を選択していますが、テキストでもなんでもページにあるものはすべてレンズ検索できます。

[PC 版 Chrome](#) でのレンズ検索は以前から可能でしたが、画像だけが対象でした。

また、コンテキストメニューからの起動でした。

レンズアイコンを常駐させると、Google レンズを起動できるうえになんでもレンズ検索できます。

試験機能なので本実装される保証はありませんが、興味があれば先取りで試してみるといいでしょう。

GoogleのAI検索: ユーザーエンゲージメントと満足度を向上

Google の親会社である Alphabet の第 2 四半期の業績発表で、CEO のスンダー・ピチャイ氏が AI Overview の状況について触れた。

Google の親会社である Alphabet の第 2 四半期の業績発表で、CEO の Sundar Pichai(スンダー・ピチャイ)氏が AI Overview の状況について触れました。

AI Overview が検索を活性化、特に若年層で顕著

ピチャイ氏は次のように述べます。

AIを活用することで、より幅広い検索キーワードに対して、より質の高い検索結果を提供し、新しい検索方法も導入しています。AI オーバービューの展開に伴い、検索利用率やユーザー満足度の向上など、

テストで得られた好調な傾向が続いていることを嬉しく思います。

特に、複雑な情報を求めているユーザーは、AI オーバービューを積極的に活用し、繰り返し利用しています。18 歳から 24 歳の若いユーザー層では、AI オーバービューを使用した検索へのエンゲージメントがさらに高くなっています。

これまでお伝えしてきたとおり、ウェブ上のさまざまなサイトへのトラフィックを促進するアプローチを私たちは引き続き優先しています。また、AI オーバービューの上下に表示される広告は、ユーザーが行動を起こし、企業とつながるための貴重な選択肢であり続けています。

Live captioning is being provided for the convenience of our webcast viewers only. While we strive for real-time accuracy of the live captioning, that cannot be assured.

Alphabet
Q2 2024 Earnings Call
July 23, 2024
1:30 P.M. PT

Alphabet

GoogleのAI検索: ユーザーエンゲージメントと満足度を向上

Google の親会社である Alphabet の第 2 四半期の業績発表で、CEO のスティーブ・ピチャイ氏が AI Overview の状況について触れた。

要点をまとめます。

- 検索体験の向上: AI の活用により、検索体験が向上し、よりの確な回答と新たな検索方法が生まれている
- ユーザーからの好反応: AI オーバービューの導入は、検索利用の増加とユーザー満足度の向上につながっており、特に複雑な検索において顕著
- エンゲージメントの増加: AI オーバービューは、特に 18 歳から 24 歳の若いユーザー層を中心に、エンゲージメントを高めている
- ウェブサイトへのトラフィック: ウェブ上のさまざまなサイトへのトラフィックを優先するアプローチにより、パブリッシャーにもメリットがある
- 企業への価値: AI オーバービューの上下に表示される広告は、企業が潜在顧客とつながるための貴重な手段であり続けている

これまでに出てきた情報の繰り返しになっていますが、AI オーバービューの結果を高く評価しています。

AI オーバービューと広告

ピチャイ氏が言及したように、現在、検索広告は AI オーバービューの**上下**に掲載されます。

しかし、まもなく AI オーバービューの**中**にも掲載されるようになります。

Q & A で、CBO の Philipp Schindler(フィリップ・シンドラー)氏は[次のように述べ](#)ました。

Google Marketing Live で発表したように、まもなく米国において AI オーバービュー内に検索広告とショッピング広告を表示するテストを開始します。

これらの広告は、ユーザーの検索クエリと AI オーバービュー内の情報に関連性の高い場合、「Sponsored(スポンサー)」とラベル付けされたセクション内に表示されます。これにより、私たちはさらなる革新を実現し、次のレベルに進むことができます。

AI オーバービューの外ではなく、中に広告が差し込まれるようになります。

こちらについては、以前に[ブログで解説](#)しました。

広告主にとっては期待したい掲載方式のはずです。

AI オーバービューは、[米国では一足早く 5 月に一般公開](#)されています。

[日本では年内に公開予定](#)です。

米国のように、検索ユーザーの満足度を向上させ質の高いトラフィックを送出してくれるのか、広告掲載にも良い影響を与えてくれるのか、気になるところです。

SearchGPTというAI検索をOpenAIがテスト中、Googleキラーになるか？

OpenAI は、AI モデルとリアルタイムのウェブ情報を組み合わせることで検索体験を向上させる、新しい AI 検索機能のプロトタイプ「SearchGPT」をテストしている。

OpenAI は、AI モデルとリアルタイムのウェブ情報を組み合わせることで検索体験を向上させる、新しい AI 検索機能のプロトタイプ「SearchGPT」をテストしています。現在、少数のユーザーとパブリッシャーに限定公開され、フィードバックを収集しています。

効率的な検索プロセス

SearchGPT は、関連する結果を見つけるために複数回の試行を必要とすることが多い検索プロセスを効率化するように設計されています。ウェブから最新の情報を用いて質問に直接回答し、明確なソースへのリンクを提供します。また SearchGPT でユーザーは、前の質問の共有コンテキストを基に、フォローアップの質問をすることができます。

パブリッシャーとクリエイターのサポート

パブリッシャーとクリエイターが存続できるエコシステムをサポートすることに OpenAI は力を入れています。同時に、パブリッシャーのサイトをユーザーが発見しやすくするとともに、検索にさらなる選択肢をもたらすことを目指しています。

SearchGPT は、検索結果において出版社を目立つように引用し、リンクを提供し、明確な情報源をインラインで表示します。ソースリンクを含むサイドバーにより、追加の結果にユーザーはすぐにアクセスすることも可能です。

パブリッシャーとのパートナーシップ

SearchGPT を開発するために OpenAI はパブリッシャーとパートナーシップを結び、引き続きフィードバックを求めています。OpenAI はまた、パブリッシャーが SearchGPT での表示方法を管理するためのツールを立ち上げ、コンテンツの表示についてより多くの管理権を与えています。

重要な点として、SearchGPT は検索に特化しており、OpenAI の生成 AI 基盤モデルのトレーニングとは別ものだということが挙げられます。GPT のような生成 AI のトレーニングをウェブサイトがオプトアウトしても、検索結果に表示されることがあります。

SearchGPT からのオプトアウト

先に説明したように、ChatGPT のような生成 AI モデルとは別の仕組みで SearchGPT はトレーニングデータをウェブから収集します。OAI-SearchBot というユーザーエージェントがウェブを独自にクロールします。

SearchGPT にページの内容を読み取られ、検索結果に表示されることを希望しない場合は OAI-SearchBot を robots.txt でブロックすることで拒否可能です。

OAI-SearchBot のユーザーエージェントの完全な文字列や IP アドレス範囲などは、[技術ドキュメント](#)で公開されています。

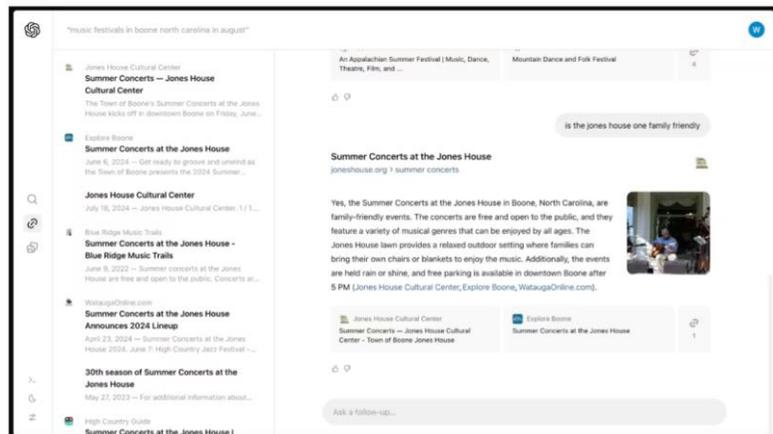
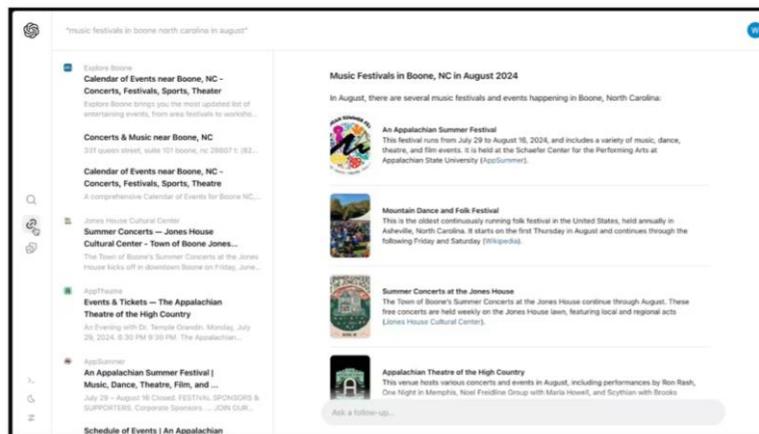
SearchGPTというAI検索をOpenAIがテスト中、Googleキラーになるか？

OpenAI は、AI モデルとリアルタイムのウェブ情報を組み合わせることで検索体験を向上させる、新しい AI 検索機能のプロトタイプ「SearchGPT」をテストしている。

SearchGPT の外観

SearchGPT で実際に検索する様子は [OpenAI 公式ブログのアナウンス記事](#)のキャプチャと動画で確認できます。プロトタイプなので、UI は今後改良が加えられるでしょうが、現時点でのイメージをつかめます。

動画のシーンのキャプチャです。



入力した質問に対してダイレクトに回答してきます。
情報源となったソースを確認できます。
追加質問で会話を続けられます。

SearchGPTというAI検索をOpenAIがテスト中、Googleキラーになるか？

OpenAI は、AI モデルとリアルタイムのウェブ情報を組み合わせることで検索体験を向上させる、新しい AI 検索機能のプロトタイプ「SearchGPT」をテストしている。

ウェイトリストに登録

SearchGPT を試してみたい人は、[ウェイトリスト](#)に登録できます。

テスターに選ばれたら連絡が通知が届くとのことです。

OpenAI の SearchGPTは、独自のインデックスを作成するとのことです。

アルゴリズムも当然、独自開発でしょう。

Google の AI Overview と Microsoft の Copilot と異なる結果を返してくることが想定されます。

Google キラーになるでしょうか？

どんなふうに仕上げてくるか楽しみです。

「SEOオワタ」の再燃や「SGO (SearchGPT Optimization) 」の登場があったりしますかね？

厚生労働省の医療情報サイトが検索でヒットしない！なぜ？どうすれば改善できる？【海外&国内SEO情報ウォッチ】

Web担当者Forum の連載コーナー「海外&国内SEO情報ウォッチ」を更新。厚労省の医療情報ネット「ナビイ」にある情報が、検索エンジンででてこない状況にある。せっかく地方自治体などから良質な情報を集約したのに、検索で出てこないのなら存在しないのと同じ！？その原因と重要性を解説する。

[Web担当者Forum](#) の連載コラム、「[海外&国内SEO情報ウォッチ](#)」を更新しました。

今週のピックアップはこちらです。

- 厚生労働省の医療情報サイトが検索でヒットしない！なぜ？どうすれば改善できる？

ほかにも、ウェブサイト運営や SEO に役立つ、次のような情報を取り上げました。

- 厚生労働省の医療情報サイトが検索でヒットしない！なぜ？どうすれば改善できる？
- グーグルの否認ツールは効いてる？効いてない？サイトへの全被リンクを否認してみたが……
- これでサクサク！画像読み込みを高速化させる4つのテクニック
- SEO業者に依頼したけど成果が見えない？確認すべきポイントと対策
- フラグメントURLに関するガイダンスの明確化
- 情報設計の落とし穴：見えづらいコンテンツをユーザーは見つけてくれない
- 【SEOアドバイス】コンテンツ著者の実績はサイトに明記すべき
- 多言語サイトのSEO：ccTLDと.comのどちらが有利？
- Googleトレンドのチュートリアル動画シリーズ開始！
- グーグル、サードパーティ製Cookieの廃止を断念

こちらからどうぞ。

- [厚生労働省の医療情報サイトが検索でヒットしない！なぜ？どうすれば改善できる？【SEO情報まとめ】](#)



Google Geminiが回答の中に関連コンテンツへのリンクを表示、ハルシネーション対策に役立つ

Google の Gemini が回答の中に関連コンテンツを提供するようになった。回答の事実確認に役立つ。

Google の [Gemini](#) が回答の中に関連コンテンツを提供するようになりました。

回答の事実確認に役立ちます。

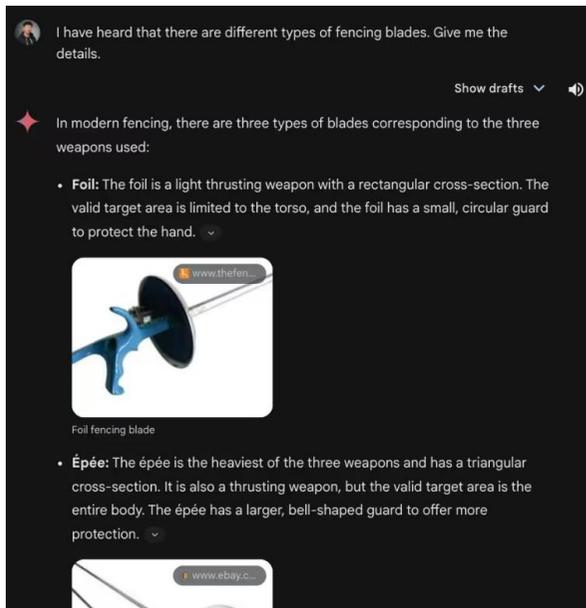
パラグラフのチップをクリックして特定のトピックの詳細を確認

こちらは、関連コンテンツ機能が有効になっている Gemini とのやりとりです。

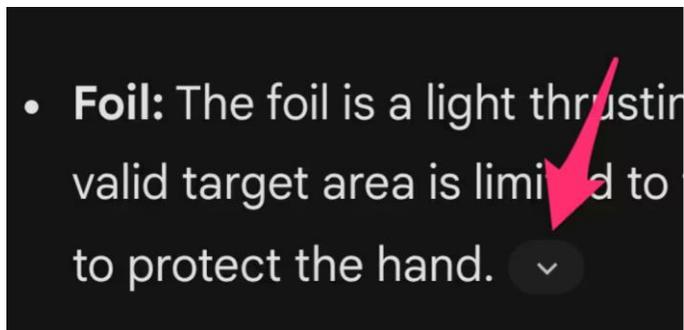
次のように尋ねました。

I have heard that there are different types of fencing blades. Give me the details.

(フェンシングのブレード(刃)にはいろいろなタイプがあるそうです。詳しく教えてください。)



パラグラフの末尾にチップ(下向き矢印)が付いています。

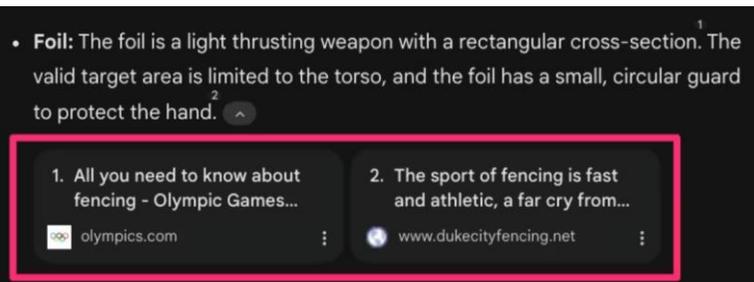


このチップをクリックすると、そのパラグラフの説明のもととなった関連コンテンツへのリンクを表示します。

Google Geminiが回答の中に関連コンテンツへのリンクを表示、ハルシネーション対策に役立つ

Google の Gemini が回答の中に関連コンテンツを提供するようになった。回答の事実確認に役立つ。

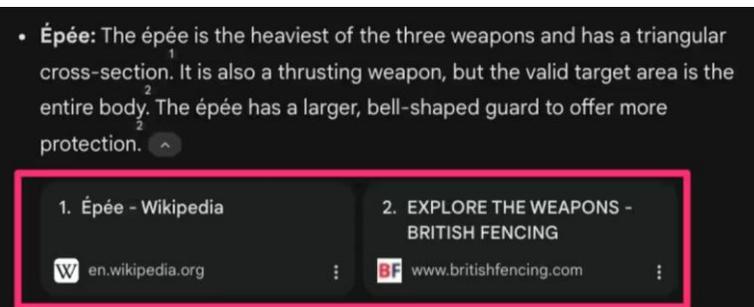
• **Foil:** The foil is a light thrusting weapon with a rectangular cross-section¹. The valid target area is limited to the torso, and the foil has a small, circular guard to protect the hand.²



The screenshot shows a definition of a foil with two numbered points. Below the text, two source links are displayed in a dark box with a red border. The first link is '1. All you need to know about fencing - Olympic Games...' from olympics.com. The second link is '2. The sport of fencing is fast and athletic, a far cry from...' from www.dukecityfencing.net.

👉 Foil(フルーレ)の説明のソースとなったコンテンツ

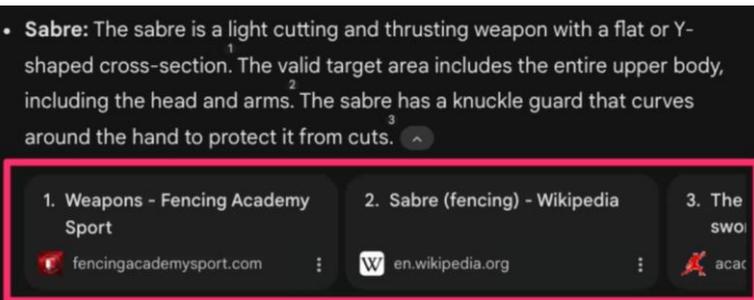
• **Épée:** The épée is the heaviest of the three weapons and has a triangular cross-section. It is also a thrusting weapon, but the valid target area is the entire body². The épée has a larger, bell-shaped guard to offer more protection.²



The screenshot shows a definition of an épée with two numbered points. Below the text, two source links are displayed in a dark box with a red border. The first link is '1. Épée - Wikipedia' from en.wikipedia.org. The second link is '2. EXPLORE THE WEAPONS - BRITISH FENCING' from www.britishfencing.com.

👉 Épée(エペ)の説明のソースとなったコンテンツ

• **Sabre:** The sabre is a light cutting and thrusting weapon with a flat or Y-shaped cross-section. The valid target area includes the entire upper body, including the head and arms. The sabre has a knuckle guard that curves around the hand to protect it from cuts.³



The screenshot shows a definition of a sabre with three numbered points. Below the text, three source links are displayed in a dark box with a red border. The first link is '1. Weapons - Fencing Academy Sport' from fencingacademysport.com. The second link is '2. Sabre (fencing) - Wikipedia' from en.wikipedia.org. The third link is '3. The SWO...' from acac.

👉 Sabre(サーブル)の説明のソースとなったコンテンツ

Google Geminiが回答の中に関連コンテンツへのリンクを表示、ハルシネーション対策に役立つ

Google の Gemini が回答の中に関連コンテンツを提供するようになった。回答の事実確認に役立つ。

例ではすべてウェブ上の関連コンテンツへのリンクですが、それだけに限りません。

たとえば、[拡張機能](#)を利用して Gmail とやりとりしているときは、Gmail を参照元として表示することもあります。

ハルシネーション対策に役立つ

事実とは異なる回答を返す、いわゆるハルシネーションの対策に、関連コンテンツへのリンクは役立ちます。

関連コンテンツを参照することで事実確認の手助けになります。

Google 検索と連携した[回答のダブルチェック](#)と併用することで、ハルシネーション対策を強化します。

ただ、個人的な意見を言わせてもらおうと、こちらでアクションを起こさなくても、自動でハルシネーションチェックできるようになると楽だと思います。

わざわざ能動的に真偽を調べることなく、回答を鵜呑みにするのが一般的なユーザーです(僕も含めて)。

なにせよ、関連コンテンツへのリンクを表示する機能が Gemini に追加されました。

今のところ、英語でのやりとりに限られます。

いずれ、日本語など他言語にも展開していくでしょう。

Gemini の関連コンテンツリンクからのトラフィックがあると嬉しいかもです。