

Google AI Overview(AIによる概要)の日本での一般公開が決定

AI Overview を日本でも一般公開することを Google は発表した。

AI Overview を日本でも一般公開することを [Google は発表](#)しました。
日本語名称は「AI による概要」になるようです。

米国では [5 月に一般公開](#)されていました。

しかしながら、日本で AI Overview を利用するには現時点では [Search Labs](#) からオプトインする必要があります。

オプトイン不要、日本を含む 6 か国に拡大

Google によれば、米国ユーザーの AI Overview に対する反応は好感触だったそうです。

米国での導入以来、「AI による概要」を活用する人々は検索をより頻繁に利用しており、検索結果に対してより満足していることがわかっています。複雑なトピックに関する情報を求めている場合に、より高いエンゲージメントと、継続的な AI による概要の活用がみられます。さらに、18 ~ 24 歳の若い利用者層は、AI による概要を検索で活用することで、エンゲージメントがさらに高まることがわかりました。

米国での広範囲なテストと肯定的なフィードバックに基づいて、日本を含む次の 6 か国に AI Overview の一般公開を拡大することになりました。
それぞれの国の言語にも対応します。

- 日本
- 英国
- インド
- インドネシア
- メキシコ
- ブラジル

展開の進行について Google は次のように述べています。

各国への展開は、検索の情報品質に対する高い基準を維持することに重点を置き、今後、数週間かけて段階的に展開する予定です。

日本への展開は決定したものの、今すぐいっせいにということではないようです。
僕の環境では、オプトインしていないユーザーでの AI による概要は確認できていません。

Google AI Overview(AIによる概要)の日本での一般公開が決定

AI Overview を日本でも一般公開することを Google は発表した。

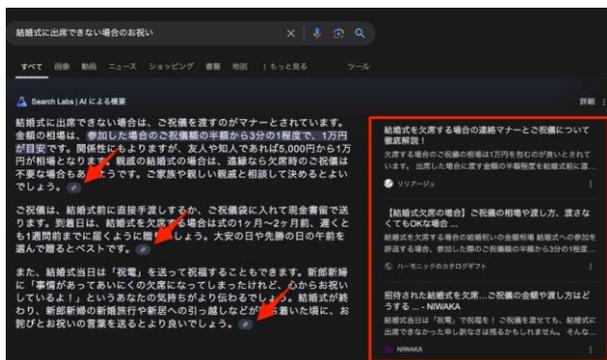
AI Overview からサイトへのアクセス確保

AI Overview のレイアウトが改良され、検索中に関連ウェブサイトをチェックする方法が加まりました。

AI Overview が生成した概要の各段落の最後にリンクアイコンが付きます。

そのリンクアイコンをクリックすると、関連するコンテンツが右側に表示されます。

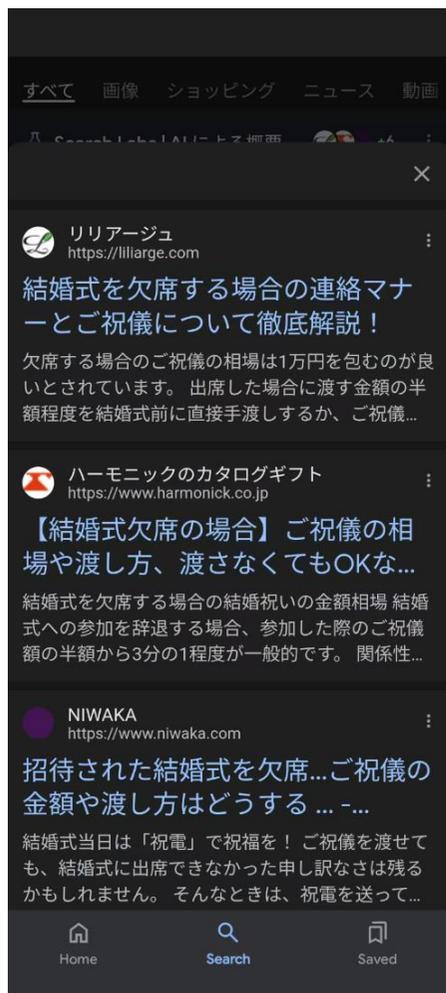
情報源を調べたり、さらに詳しい内容を知りたい場合に関連ページに容易にアクセスできます。



モバイル検索では、リンクアイコンに加えて、関連コンテンツを掲載しているサイトのファビコンが概要の上に表示されます。

Google AI Overview(AIによる概要)の日本での一般公開が決定

AI Overview を日本でも一般公開することを Google は発表した。



ファビコンをタップすると、それらのサイトの関連コンテンツが提示されます。

関連コンテンツをわかりやすく表示するレイアウトは [7月にテスト](#)されていました。
AI Overview を利用できる国と言語で正式に導入されています。

AI Overview の一般公開によって、検索トラフィックが減るのではないかと懸念がつきまといます。
しかし、AI Overview の概要生成に利用されさえすれば、関連コンテンツの提示により、むしろトラフィックが増える可能性も出てきました。
期待したいところです。

なお、米国では [AI Overview の結果を保存する機能](#)も正式に導入されました。
保存機能は日本では今の時点では利用できないようです。

日本でも「AIによる概要」がデフォルト化

Googleは日本時間8月16日、日本のGoogle検索において、「AIによる概要(英名:AI Overviews)」をオプトインしていなくても(機能を申請していなくても)、一般表示していくと発表しました。[The Keywordの英文記事](#)を意識した[日本語版がGoogle Japan Blog](#)に上がっていますのでご紹介したいと思います。

今までは米国や日本であっても「AIによる概要」を使用したい場合、Googleアカウントで[Search Labs](#)に入り、利用申請(オプトイン)すればすぐに利用できる仕組みになっています。そしてひと足先に、米国では今年の5月からこの「AIによる概要」がGoogleアカウントにログインしていなくても一般的に表示されるようになりました。米国のデータでは特に18歳～24歳において、この「AIによる概要」を好意的に捉えており、その結果、Google検索をより使うようになったことが明らかになっています。

そしてこの度、米国だけでなく日本を含む6ヶ国において米国同様に「AIによる概要」がデフォルト表示されるようになります。今後数週間かけて段階的に展開していくとのこと。

米国および世界のSearch Labsでの広範なテストと肯定的なフィードバックに基づき、AIによる概要の利便性を日本を含む英国、インド、インドネシア、メキシコ、ブラジルの6か国へと拡大し、各国の言語への対応も開始します。

引用)[Google Japan Blog](#)より一部

ちなみに、Googleによると「AIによる概要」が表示されることで、そこに掲載されているWebサイトページへの訪問数も増加するというデータがあるらしいのですが…私はあまりクリック(タップ)したことが無いのにわかには信じられません(笑)。Googleは、「AIによる概要」がより各Webサイトへの質の高い訪問に結び付いていると豪語していますが…どうなるでしょうか。

AIによる概要を使うと、人々はより複雑な質問を聞き、より多様なウェブサイトにアクセスしていることがわかっています。また、AIによる概要が表示された検索結果ページからユーザーが訪問するサイトでは、より多くの時間を費やす可能性が高くなり、ウェブサイトにとってより質の高いものになります。

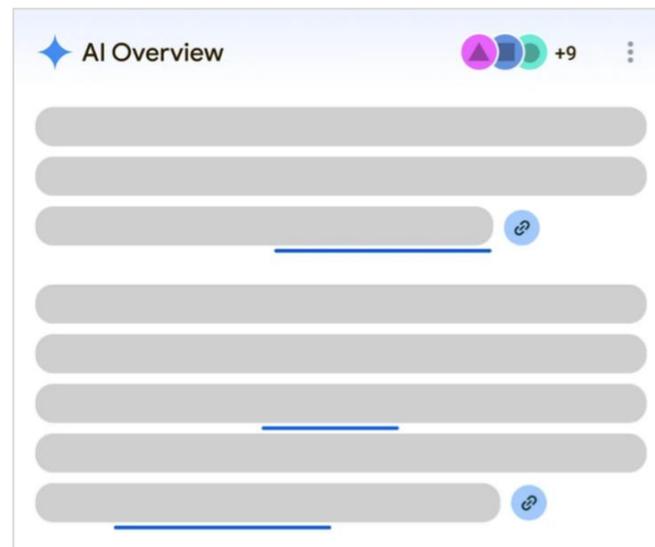
引用)[Google Japan Blog](#)より一部

また、「AIによる概要」には今後新しく(Search Labsであろうが一般公開であろうが)右上に情報ソースとなるWebサイトページのファビコンも表示していくとのこと。Webサイトページ側にとってこれは嬉しい仕様となるのかどうか…分かりません。

日本でも「AIによる概要」がデフォルト化

Googleは日本時間8月16日、日本のGoogle検索において、「AIによる概要(英名:AI Overviews)」をオプトインしていなくても(機能を申請していなくても)、一般表示していくと発表しました。[The Keywordの英文記事](#)を意識した[日本語版がGoogle Japan Blog](#)に上がっていますのでご紹介したいと思います。

このたび、ブラウザ版のAIによる概要に新しく右側にリンクを表示し、検索中に関連ウェブサイトをチェックする方法を加えました。スマートフォンでも、右上のサイトアイコンをタップしてアクセスすることができます。これらの機能は、AIによる概要がすでに公開されているすべての国、および120以上の国と地域のSearch Labsユーザーを対象に、本日より順次展開を開始します。また、現在すでに目立つように表示されているウェブページへのリンクに加え、AIによる概要の文章内に、関連するウェブページへのリンクを試験的に直接追加しています。これにより、さらに簡単にクリックして興味のあるサイトにアクセスすることができます。引用)Google Japan Blogより一部



Googleとしては、この「AIによる概要」によってソース元サイトページだけでなく広告もクリック率が上がるし、引き続き、Webサイトへのトラフィックを促進するアプローチを優先していくとのことですが…どうなのでしょうね。

ユーザーとしては利用勝手が良いのですが、Webサイトのパブリッシャー側としては…本当に流入数が増えるのかどうか…正直私は懐疑的です。GoogleはWebサイト内の検索結果をGoogleの検索結果に表示することを避ける程、“検索結果から検索結果に進むことを嫌う”はずなのに、“検索回答から回答ページに進むこと”は善しとするのでしょうか(笑)。本当にWebサイトへの流入促進を考えているのでしょうか。Google検索という情報提供の在り方が“人のふんどしで相撲を取る”状態だったのに、いよいよ“人のふんどしを奪う”状態になるのでしょうか。

ただ、そんなことを言っても仕方ないので、今後Informatinal Queryに関してはAIを通して検索者に届くよう意識し、Transactional Queryに対してとことん優先的に意識したSEOを行っていくと良いのかな、と思いました。

サイト運用者の方々は、Search Consoleを通してこれからのInformatinal Queryからの流入数を分析しておくといいでしょう。

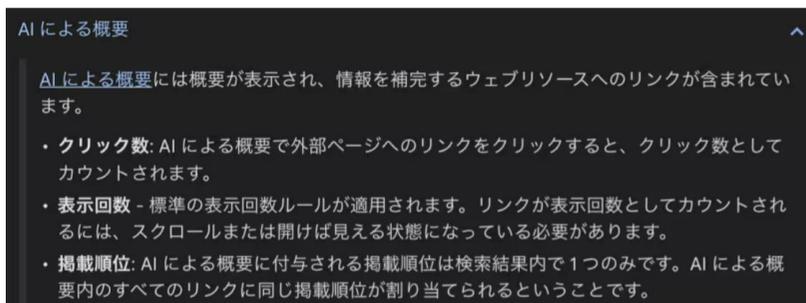
Google AI Overview(AIによる概要)の表示回数と検索順位、クリックはSearch Consoleにどのようにレポートされるのか？

AI Overview(AIによる概要)が、Search Consoleの検索パフォーマンスレポートでどのようにカウントされ記録されるかをGoogleは明確にした。

AI Overview(AIによる概要)が、Search Consoleの検索パフォーマンスレポートでどのようにカウントされ記録されるかをGoogleは明確にしました。

AIによる概要の表示回数・クリック・掲載順位

Search Consoleの検索パフォーマンスレポートで使用される表示回数と掲載順位、クリック数のデータについて説明する[ヘルプ記事](#)に [AIによる概要のセクション](#)が追加されています。



AIによる概要

[AIによる概要](#)には概要が表示され、情報を補完するウェブリソースへのリンクが含まれています。

- **クリック数:** AIによる概要で外部ページへのリンクをクリックすると、クリック数としてカウントされます。
- **表示回数** - 標準の表示回数ルールが適用されます。リンクが表示回数としてカウントされるには、スクロールまたは開けば見える状態になっている必要があります。
- **掲載順位:** AIによる概要に付与される掲載順位は検索結果内で1つのみです。AIによる概要内のすべてのリンクに同じ掲載順位が割り当てられるということです。

クリックのカウント方法は問題ないですね。

概要内のリンクがクリック/タップされればクリックとしてカウントされます。

Google AI Overview(AIによる概要)の表示回数と検索順位、クリックはSearch Consoleにどのようにレポートされるのか？

AI Overview(AIによる概要)が、Search Consoleの検索パフォーマンスレポートでどのようにカウントされ記録されるかをGoogleは明確にした。

表示回数に関しては、たとえば次の状態ではカウントされないようです。

- 概要よりも広告が上に掲載されていてスクリーンに表示されなかった(ユーザーが下にスクロールしなかった) ※すずき中:この状況ではカウントされるはず
- 概要を展開しなかったのでリンクが出現しなかった(初期状態で隠れたままだった)

AIによる概要内のリンクはどれも同じ掲載順位が割り当てられるとのことです。

概要内の順番は関係ありません。

AIによる概要は、検索結果のトップに表示されることが多いので、その場合、概要に含まれるリンクはすべて1位として記録されるということになりますかね。

AI Overviewのデータは特定できない

さて、このように、[AIによる概要の表示とクリック、掲載順位はSearch Consoleにレポート](#)されます。

しかしながら問題なのは、AIによる概要だけのデータを特定できないことです。

ウェブ検索のデータとして合算して記録されています。

切り分けができないのであれば、分析は簡単ではありません。

[AIによる概要の一般公開](#)が始まった後に急に数字が伸びたページやクエリが出てきたとしたら、AIによる概要の可能性を疑うくらいでしょうか。

AIによる概要だけのデータを提供しない理由の1つにはプライバシー保護があると聞いています。

AIによる概要が出現するクエリは、一般的に長く複雑なクエリが多いです。

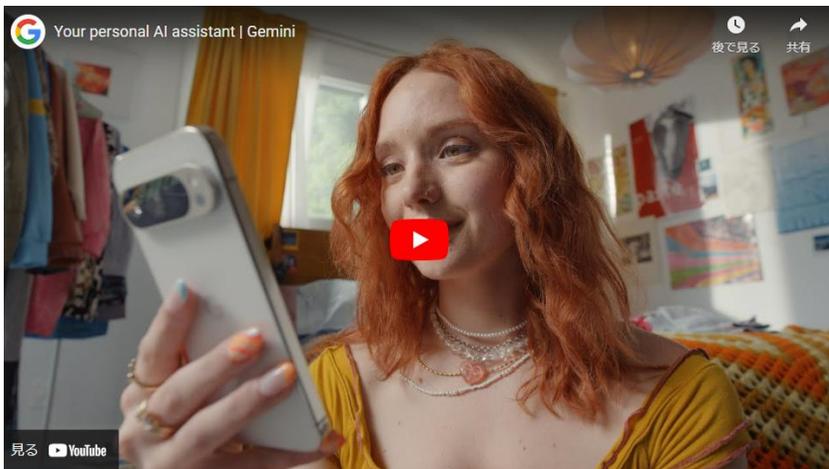
個人的な情報を提供することに繋がりがかねません。

いわゆる「[匿名化されたクエリ](#)」に該当する検索が多いからだと考えられます。

音声会話AI機能「Gemini Live」

Googleは米国現地時間8月13日、Geminiを使ったモバイル音声会話機能であるGemini Liveをリリースしたと[発表しました](#)。まずは[Gemini Advanced](#)加入者のAndroid版で英語のみですが、今後数週間でiOS版や他言語にも展開していくとのことです。

というわけで、Gemini Liveについてご紹介したいと思います。



Googleの発表内容

[The Keyword](#)にてGoogleが発表した内容を和訳してご紹介します。

Geminiはモバイルデバイスを強力にAI支援します

私たちは長年、タイマーの設定、音楽の再生、スマートホームの制御にデジタル アシスタントを利用してきました。このテクノロジーにより、作業を簡易化し、日々時短を達成してきました。また、生成AIにより、複雑な課題に対して全く新しいタイプの支援を提供できるようになりました。これにより、何時間もの時間を節約できるようになりました。Geminiでは、パーソナルアシスタントが本当に役立つとはどういうことか、考察を繰り返しています。そしてGeminiは、より自然で会話的で直感的な新しいレベルの支援を提供するAI搭載のモバイル支援を提供するために進化しています。

[Android](#)と[iOS](#)の両方で利用できる新しいGemini機能について詳しくご説明します。

音声会話AI機能「Gemini Live」

Googleは米国現地時間8月13日、Geminiを使ったモバイル音声会話機能であるGemini Liveをリリースしたと[発表しました](#)。まずは[Gemini Advanced](#)加入者のAndroid版で英語のみですが、今後数週間でiOS版や他言語にも展開していくとのことです。

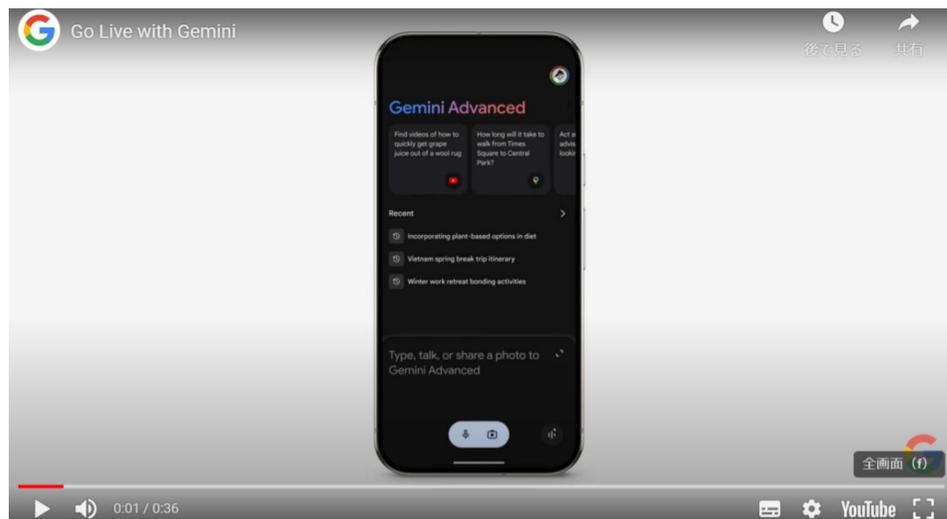
というわけで、Gemini Liveについてご紹介したいと思います。

本日リリース: Gemini Live

Gemini Liveは、Geminiと自由に会話できるモバイル会話体験です。自分の能力や学位に適した仕事の可能性についてプレストしてみたいと思いませんか？ Geminiとライブで会話して、ぜひ質問してみてください。応答の途中で中断して特定の話題についてさらに深く掘り下げたり、会話を一時停止して戻ったりすることもできます。新しいアイデアについて会話したり、重要な面接の練習をしたりできる相棒がポケットの中にあるようなものです。

Gemini Liveはハンズフリーでもご利用いただけます。バックグラウンドまたは携帯電話がロックされているときでも、Geminiアプリで通話を続けることができるため、通常の電話と同じように、外出先でも会話を続けることができます。Gemini Liveは、Androidスマートフォンの[Gemini Advanced](#)加入者向けに英語で本日から提供が開始され、今後数週間でiOSおよび他の言語にも拡大される予定です。

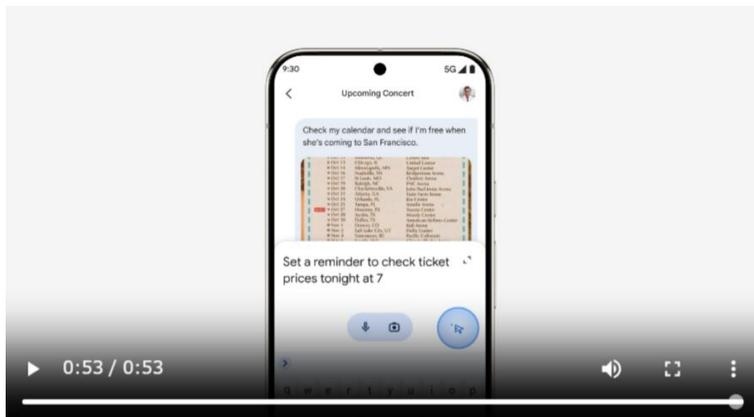
Geminiとの会話がさらに自然に感じられるよう、10種類の新しい音声を導入しました。これにより、自分に最適なトーンとスタイルを選択できます。



音声会話AI機能「Gemini Live」

Googleは米国現地時間8月13日、Geminiを使ったモバイル音声会話機能であるGemini Liveをリリースしたと**発表しました**。まずは[Gemini Advanced](#)加入者のAndroid版で英語のみですが、今後数週間でiOS版や他言語にも展開していくとのことです。

というわけで、Gemini Liveについてご紹介したいと思います。



さらに多くのアプリと接続して日常の助けに

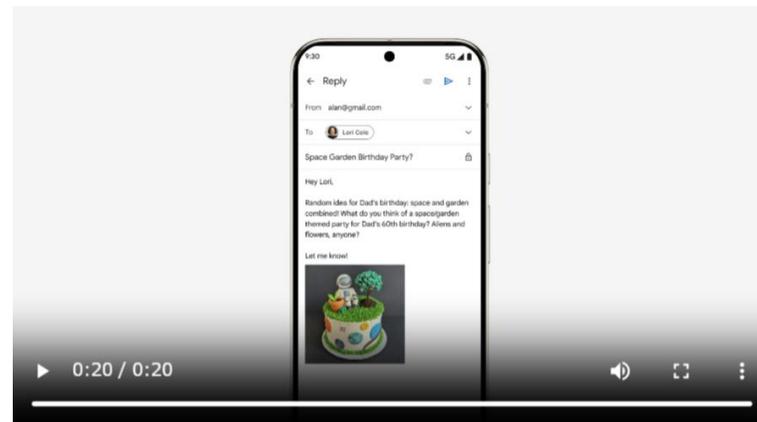
Geminiは、現在使用しているすべてのGoogleアプリやツールと統合することで、大小様々な課題を支援できます。他のアシスタントとは異なり、アプリやサービス間を行き来する必要もありません。

今後数週間で新しい拡張機能をリリース予定で、Keep、タスク、ユーティリティ、YouTube Musicの拡張機能まで及びます。例えば、夕食パーティーを主催するとします。Geminiに、GmailでJennyが送ってくれたラザニアのレシピを取り出し、Keepの買い物リストに材料を追加するよう依頼します。ゲストは大学時代の友人なので、Geminiに「90年代後半を思い出させる曲のプレイリストを作って」と依頼します。あまり細かいことを言わなくても、Geminiはあなたが何を求めているかを大まかに把握して、それを実行するでしょう。また、近日公開予定のカレンダー拡張機能を使用すると、コンサートのチラシの写真を撮って、その日に空いているかどうかをGeminiに尋ねたり、チケットを購入するリマインダーを設定したりできるようになります。

AndroidでGeminiをレベルアップする

GeminiはAndroidユーザー体験に完全統合されており、Androidでのみ可能なコンテキスト認識機能をさらに提供します。Geminiは、Androidスマートフォンで何をしているかに関係なく、必要な時に応じて即座にサポートを提供します。電源ボタンを長押しするか、「Hey Google」と言うだけで、Geminiが表示され、サポートを待機します。「この画面について質問する」という提案をタップすると、画面に表示されている内容に関するヘルプが表示されます。また、YouTubeを使用している場合は、視聴している内容についての質問をすることもできます。海外旅行の準備をしていて、旅行のVlogを見ただけだとします。「この動画について質問する」をタップして、動画で紹介されている全レストランのリストを作ってもらい、GeminiにそれらのレストランをGoogleマップへ追加してもらうこともできます。

GeminiのAndroidとの完全統合を活かして、画面の読み取り以上のことも可能です。すでに使用している多くのアプリともやり取りできます。例えば、Geminiが生成した画像をGmailやGoogleメッセージなどのアプリに直接ドラッグ&ドロップで併用することが可能です。



音声会話AI機能「Gemini Live」

Googleは米国現地時間8月13日、Geminiを使ったモバイル音声会話機能であるGemini Liveをリリースしたと[発表しました](#)。まずは[Gemini Advanced](#)加入者のAndroid版で英語のみですが、今後数週間でiOS版や他言語にも展開していくとのことです。

というわけで、Gemini Liveについてご紹介したいと思います。

役に立つ支援を熟考し続ける

Geminiアプリはリリースされてからまだ1年も経っていませんが、買い物リストの更新、メールの下書き、さらには今後の就職面接のリハーサルなどにも役立ち、すでに時短を達成しています。

AIは強力な新機能を実現する一方で、新たな課題も生み出します。皮肉なことに、自然言語をより適切に解釈し、複雑な課題を処理できる大規模な言語モデルを使用すると、むしろ単純な課題の完了に少し時間がかかることがよくあります。また、生成AIは幅広く課題を完了できるほど柔軟ですが、予期しない動作をしたり、不正確な情報を提供したりすることだってあります。

この問題に対処するため、より高速で高品質の応答を提供する[Gemini 1.5 Flash](#)などの新しいモデルを導入しました。今後数ヶ月間、引き続き速度と品質に注力し、Google Home、電話、メッセージとのより緊密な統合を開始します。今後の改善点の詳細など、お気に入りのアシスタント アクションの全てにおいてGeminiがどのように役立つかについては、[こちらをご覧ください](#)。

この度、私たちは従来の技術で課題解決するよりもAI搭載アシスタントの有用性のほうがをはるかに上回ると確信できるようになりました。[Google Pixel 9](#)のデフォルト アシスタントとしてGeminiを試していただけることを嬉しく思います。私たちはAI搭載アシスタントが役立つあらゆる方法を発見する初期段階にあり、Pixelスマートフォンと同様、Geminiは今後もさらに進化していきます。

引用) [The Keyword](#)

Androidにガッツリ備わっているようで、様々なアプリに連携し、何かあったらすぐにGeminiを起動していつでも質問や会話ができるようになるとのことです。保守的な人には怖く感じるかもしれませんが、先進的な人には楽しくてしかたないかもしれませんね(笑)。

機能としては、OpenAIのGPT-4oをベースとしたadvanced Voice Modeと同じかと思いますが、Googleの各製品やアプリとの連携が可能な分、可用性は高いかと思います。

Gemini Liveでは会話相手として10種類の声から選択でき、ハンズフリーで会話でき(つまりイヤホンで会話できる)、今後はもっとGoogle Pixelや各アプリとの連携や複雑な組み合わせを可能としていくようです。

まあ…いよいよ歩きながら独り言を言う人が増えてくるってことですね(笑)。

Google Effingo: 超高速データ転送サービス、毎秒14,000GBのデータをコピー

Google では「Effingo」(エフィンゴ)と呼ばれる超高速なデータ転送の仕組みが使われているようだ。

Google には「Effingo」(エフィンゴ)と呼ばれる超高速なデータ転送の仕組みがあるそうです。

Google 検索のデータセンター間のデータコピーにも使われています。

毎秒 14 テラバイトの超高速データ転送

Google の Gary Illyes(ゲイリー・イリース)氏が [LinkedIn](#) で Effingo を次のように紹介しました。

5 テラバイトのデータを配信したいだっ？問題ない、我々は Google だ。Effingo のような魔法のツールを使えば、毎秒 14 テラバイトものデータ転送が可能なんだ…多分ね。

10 年ほど前のプロジェクトで、3 つのリージョン/データセンターに大量のデータを複製する必要があった。おそらく数十テラバイト規模だ。従来の方法でデータをコピーするのがどれほど面倒で、複製が完了するまで永遠に時間がかかるかを知っていた僕は、当然のごとく先延ばしにしていた。テックリードに状況を聞かれたので、僕の不安を説明した。彼は Effingo について聞いたことがあるかと尋ねた。僕は知らなかったが、5 分後にはデータセンター A から B と C にデータをコピーするコマンドを入力していた。複製には数時間かかると思っていたが、約 3 分で完了した。僕は Effingo に夢中になった。

現在、Google では Effingo が1日あたり 1 エクサバイト強のデータを転送している。ランキングシグナル、ウェブおよびメディアインデックス、もしかしたらユーザーの写真の生データなども含まれているかもしれない。これは毎秒約 14 テラバイトに相当する。

Effingo はどうやってそれを実現しているのか？ 僕には全くわからない。下にリンクされている論文の大部分を理解できないからだ。僕にとって、これはまさに Google マジックだ。

<https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3651890.3672262>

Google Effingo: 超高速データ転送サービス、毎秒14,000GBのデータをコピー

Google では「Effingo」(エフィンゴ)と呼ばれる超高速なデータ転送の仕組みが使われているようだ。



Gary Illyes
Analyst at Google
2週間前

I would like to serve 5 terabytes of data! No problem, we are Google, we have magical tools like Effingo that transfers data at the overall rate of 14 terabytes per second... or something.

One of my projects about a decade ago required replicating a large amount of data, probably order of a few dozen terabytes, to 3 regions/datacenters. I knew how painful it is to use traditional methods for copying data and that it will take an eternity for the replication to finish, so, naturally, I was procrastinating a lot. My tech lead asked me what's up and I explained my dread. He asked whether I've heard of Effingo. I have not, yet 5 minutes later I was already typing up the command that will take my data from datacenter A and will copy it to B and C. I was expecting the replication to take a few hours; it took about 3 minutes. I was in love.

Today Effingo is transferring a little over 1 exabytes of data per day at Google, data like some of our ranking signals, our web and media indexes, maybe the raw bytes of people's photos. That's about 14 terabytes per second.

How does it do it? I have no effing idea for I don't understand a large chunk of the paper linked below. To me this is just Google Magic.

Effingo 技術的側面

Effingo の論文は当然のことながら僕にも内容を理解できません。

Effingo はもともとは、Google Cloud 間のデータ転送技術として開発されていました。Google Cloud ブログに、[Effingo の解説記事](#)が 2023 年 5 月に投稿されていました。

キーポイントの一部は次のとおりです。

データ移動の必要性

次の理由からデータ移動が必要になります。

- **耐久性と信頼性:** 地理的に分散した場所にデータを複製することで、ハードウェア障害や局所的なインシデントによるデータ損失を防ぐ
- **低レイテンシー:** ユーザーの近くにデータを保存することで、データアクセスにおける遅延を最小限に抑え、ユーザー体験を向上させる
- **効率的なリソース活用:** クラスタ間でストレージ容量のバランスを取ることで、リソースの使用率を最適化し、コストを削減する

Google Effingo: 超高速データ転送サービス、毎秒14,000GBのデータをコピー

Google では「Effingo」(エフィンゴ)と呼ばれる超高速なデータ転送の仕組みが使われているようだ。

大規模データ移動の課題

しかし、大規模なデータ転送にはいくつかの課題があります。

- セキュリティと一貫性
- 高スループット
- リソース効率
- システム可用性

これらの要件を確実にしなければなりません。

Effingo: Googleのソリューション

こうした課題を解決するために開発されたのが Effingo です。

次のような特徴を持ちます。

- **最適化されたデータ複製:** 代替データソースとネットワークポロジ認識を活用して、効率的なデータ転送計画を作成する
- **ネットワーク効率:** 既存のレプリカを可能な限り再利用することで、費用のかかる大陸間のデータ転送を最小限に抑える
- **並列処理制御:** 変化するワークロードに対応するために容量を動的に拡張し、ユーザー間の公平性を確保する
- **回復力とエラー処理:** 一時的な障害に対しては再試行を行い、再試行不可能なエラーは迅速に中止し、リアルタイム監視に基づいて適応的に再構成を行う

Google 検索においても世界中にデータセンターがあります。

アップデートの完了に一定の時間が必要な理由の 1 つがすべてのデータセンターに新しいアップデートが行き渡るのに時間がかかるからです。

データ転送に時間に長い時間がかかると、コア アップデートのようにメジャーなアップデートの展開完了にもっと長い時間がかかることでしょう。

各データセンターが保持しているデータが等しくないため、検索するごとに検索結果が大きく異なるということが起きるかもしれません。

Effingo について知っていたからといって、SEO において得することはおそらく何もないのですが、せっかくゲイリーが共有してくれた蘊蓄(うんちく)なので紹介しました。

それでも、ユーザーとしても SEO に取り組む身としても、Effingo に間接的には恩恵を受けていると言えるのではないのでしょうか。

Search Consoleに「検出 - インデックス未登録」がレポートされるのは低品質コンテンツが理由かも

Search Console のページ インデックス レポートに「検出 - インデックス未登録」が報告される原因を Google の Martin Splitt(マーティン・スプリット)氏が説明した。

Search Console のページ インデックス レポートに「検出 - インデックス未登録」が報告される原因を Google の Martin Splitt(マーティン・スプリット)氏が [YouTube で説明](#)しました。

即座にはクロールしない

ページをインデックスするには、まず Googlebot が URL を発見(検出)する必要があります。

リンクやサイトマップなどによって、Googlebot はリンクを発見します。

発見したリンクはクロールキューに入れられ、クロールの順番待ち状態に入ります。

発見して即座にクロールが実行されるわけではないので、「検出 - インデックス未登録」そのものに問題はありませぬ。

普通に起こる状態です。

時間がかかっているだけで、最終的には、Googlebot がクロールするようになるかもしれません。

クロールしたものの、まだインデックスされていない状態が「クロール済み - インデックス未登録」です。

「検出 - インデックス未登録」が続く理由

しかしながら、発見されているのにクロールされない「検出 - インデックス未登録」がいつまで経っても解消しない URL が存在します。

URL は発見されたのにクロールしてもらえない状態です。

これには、大きく分けて 3 つの理由が考えられます。

- Googlebot の作業負荷
- サーバーの過負荷
- 低品質なコンテンツ

理由	ソース	確認	推移	ページ
代替ページ (適切な canonical タグあり)	ウェブサイト	1 開始前	—	81,183
ページにリダイレクトがあります	ウェブサイト	1 開始前	—	49,430
noindex タグによって除外されました	ウェブサイト	1 開始前	—	486
見つかりませんでした (404)	ウェブサイト	1 開始前	—	214
robots.txt によりブロックされました	ウェブサイト	1 開始前	—	2
クロール済み - インデックス未登録	Google システム	1 開始前	—	77,467
検出 - インデックス未登録	Google システム	1 開始前	—	51
サーバーエラー (5xx)	ウェブサイト	該当なし	—	0

Search Consoleに「検出 – インデックス未登録」がレポートされるのは低品質コンテンツが理由かも

Search Console のページ インデックス レポートに「検出 – インデックス未登録」が報告される原因を Google の Martin Splitt(マーティン・スプリット)氏が説明した。

Googlebot の作業負荷

Googlebot が他の URL のクロールでビジー状態のため、まだ URL をクロールする時間がなかった可能性があります。

これは時間と忍耐の問題で、いずれ解消します。

サーバーの過負荷

Googlebot が複数のページを同時にクロールしようとしたときに、サーバーの速度が低下したり過負荷になったりすると、問題を回避するためにサイトのページのクロールに長い期間がかかる場合があります。

HTTP 500 エラーが発生していないかを確認します。

これは通常、非常に多くのページ(数百万ページ以上)を持つサイトにのみ関係しますが、小規模サイトでも発生する場合がないわけではありません。

低品質なコンテンツ

低品質または薄いコンテンツのパターンがページに検出された場合、それらのページはインデックスから削除され、「検出済み」状態のままになる可能性があります。

Googlebot はこれらのページを認識していますが、インデックスしないことを選択します。

低品質コンテンツは発見してもクロールしない

3 つ目の理由が最近、増えている状況です。

低品質なコンテンツは、たとえ発見しても Googlebot はクロールしません。

もう少し詳しく説明します。

- **低品質または内容の薄いコンテンツのパターン:** Google 検索で、サイトに低品質または内容の薄いページが多数あることが確認された場合、それらのページはインデックスから削除される可能性があります。ページは「検出済み」状態のままです。つまり、Google はそれらのページを認識していますが、検索結果には含めないことを選択します。
- **低品質なコンテンツへの URL のスキップ:** Google がサイト上で低品質なコンテンツにつながる URL のパターンを検出した場合、それらの URL のクロールを完全にスキップし、「検出済み」状態のままにする可能性があります。

Search Consoleに「検出 – インデックス未登録」がレポートされるのは低品質コンテンツが理由かも

Search Console のページ インデックス レポートに「検出 – インデックス未登録」が報告される原因を Google の Martin Splitt(マーティン・スプリット)氏が説明した。

「URL のパターン」についてスプリット氏は深掘りしていませんが、要は低品質コンテンツのページの URL に一定のパターンが認められる場合は、その URL のコンテンツは低品質であると(中身を見る前に)事前に察知し、インデックスもクロールもしません。

いわば、門前払いです。

インデックスはおろかクロールすら、リソースの無駄と判断するのです。

URL のパターンにはドメイン名だけではなくディレクトリも含まれます。

つまりサイト全体として低品質コンテンツの温床と認識される場合もあれば、サイトの一部のセクション(共通のディレクトリが URL に含まれる)だけが低品質コンテンツの集まりと認識される場合もあります。

低品質コンテンツをクロールさせるには

低品質コンテンツをクロール、インデックスさせるための手段として次の 2 つをスプリット氏は提案しています。

- コンテンツの品質向上
- 内部リンクの設置

言うまでもなく、真っ先に取り組まなければならないのはコンテンツの品質改善です。

[こちらのドキュメント](#)が役立ちます。

もうひとつ、スプリット氏がアドバイスしたのは、内部リンクによって既存のコンテンツの他の部分と関連付けるようにすることです。

外部リンクだけではなく内部リンクも評価にかかわってきます。

関連性と重要性を伝えるために内部リンクが役立つということでしょう。

内部リンクの最適化については、[別の動画でスプリット氏が解説](#)しています。

「検出 – インデックス未登録」をスプリット氏が解説する動画を埋め込んでおきます。

英語が苦手であれば、日本語翻訳の字幕を利用してください。



Googleコアアップデート2024年8月版、長い展開期間で小規模サイトの味方か？【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。Google のコアアップデート展開が始まった。通常 2 週間のところ 1 か月かかるというこのアップデート、小規模サイトや独立系サイトにとって良い更新になるのではないかと期待されている

[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。

- [Googleコアアップデート2024年8月版、長い展開期間で小規模サイトの味方か？](#)



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。

- [Googleコアアップデート2024年8月版の展開スタート、通常より長い展開期間で小規模サイトの味方か？](#)
 - [2024年8月コアアップデートで、過去の意味不明順位ダウンからリカバリするサイトが続出](#)
 - [AI検索の成長：注目すべき伸びだがグーグルを脅かすほどではない](#)
 - [指名検索は2024年SEOの重要な要因！？](#)
 - [AI Overviewがいよいよ日本でも一般公開、オプトイン不要でだれでも利用できるように](#)
 - [あなたのサイトのためのSEOをSearch Consoleがアドバイス](#)
 - [ウェブサイトが反応するまでにユーザーが待てる時間は最大8秒、3分の1の人は3秒～6秒しか待てない](#)
 - [Googleサイト評判悪用ポリシーは 手動対策じゃダメ、アルゴリズムによる解決を](#)
 - [検索行動2024: YouTube躍進、AI検索の夜明け](#)
 - [人々の関心を掴め！ Googleトレンド活用術 入門編](#)
- こちらからどうぞ。

- [Googleコアアップデート2024年8月版、長い展開期間で小規模サイトの味方か？【SEO情報まとめ】](#)

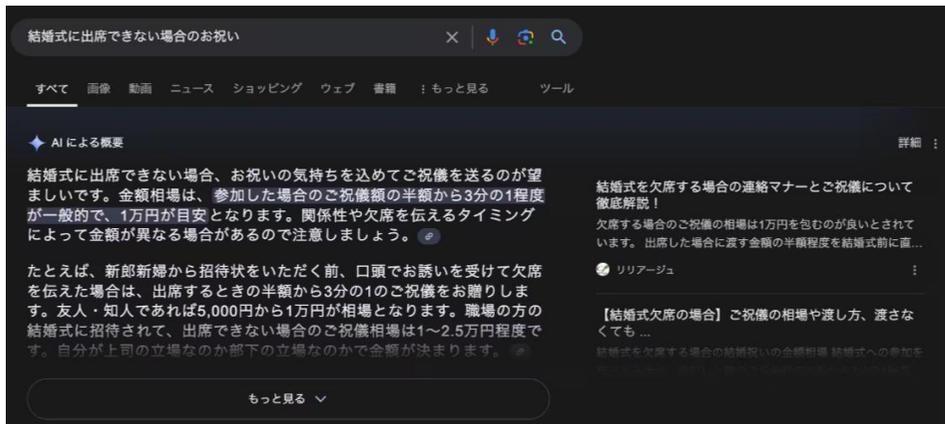
GoogleのAIによる概要 (AI Overview) の日本での展開開始。オプトインユーザーはSearch Consoleに記録されない?

AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まった。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成される。

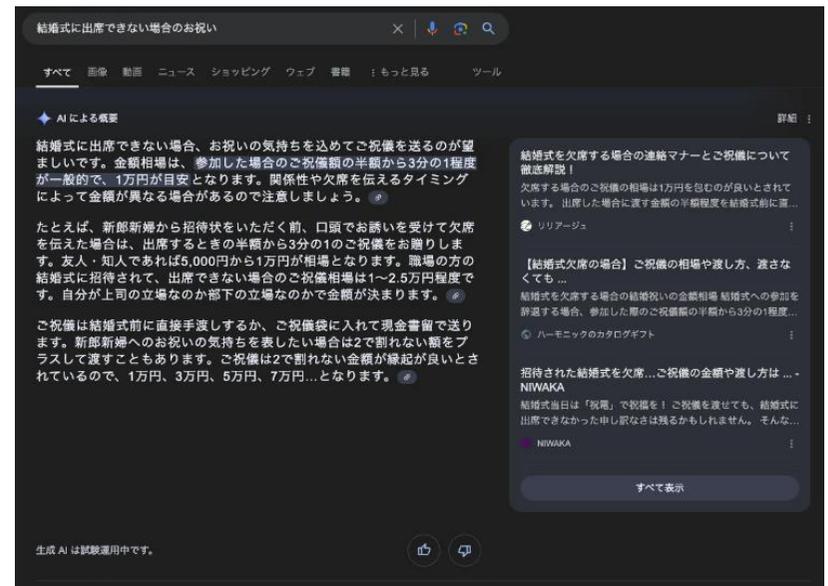
Google から発表があったように、AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まりました。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成されます。

非オプトインユーザーには「Search Labs」ラベルなし

Search Labs にオプトインしていないユーザーの日本の Google 検索 (https://google.co.jp) で生成された AI による概要です。

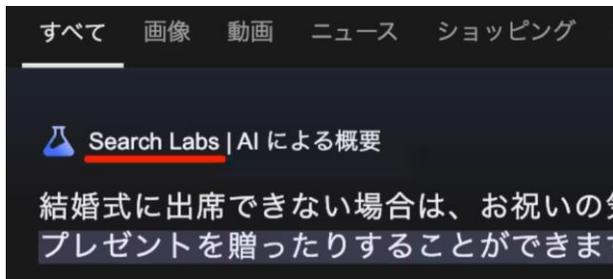


「もっと見る」で展開したところです。

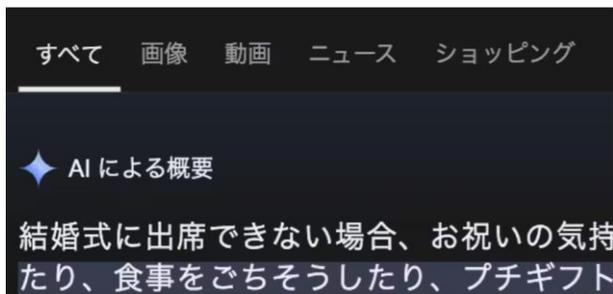


GoogleのAIによる概要（AI Overview）の日本での展開開始。オプトインユーザーはSearch Consoleに記録されない？

AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まった。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成される。



オプトインしているユーザーの AI による概要と見た目には“ほぼ”同じですが、1 つだけ大きな違いがあります。オプトインしている場合のラベルには「Search Labs」が「AI による概要」の前に付きます。



オプトインしていない場合のラベルには「Search Labs」は含まれず、「AI による概要」だけです。

アイコンも異なっています。

オプトインしているときはフラスコで、オプトインしていないときは四芒星(先端が4つの星)のアイコンです。

ただしラベルの違いを除けば、デザインと機能に違いはありません。

先日導入された[関連ウェブサイトをチェックする手段](#)も提供されています——概要のソースを確かめられるように、段落末尾のリンクがありそのリンクをクリックすると関連コンテンツが右に表示されます。

GoogleのAIによる概要（AI Overview）の日本での展開開始。オプトインユーザーはSearch Consoleに記録されない？

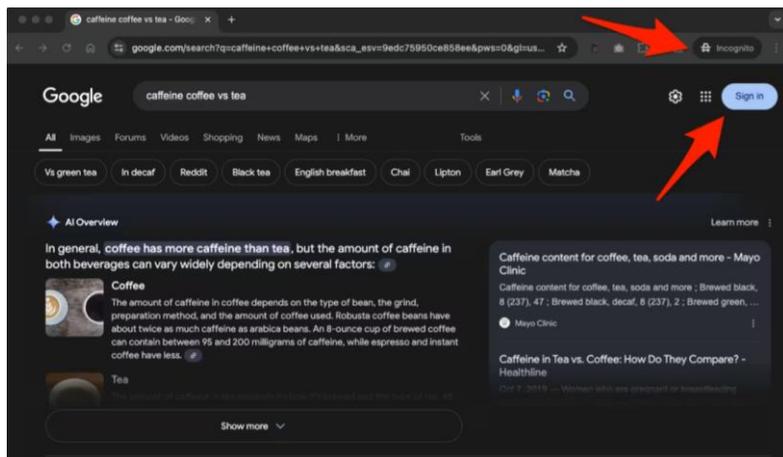
AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まった。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成される。

Workspace アカウントとログオフ状態では利用できず

Search Labs にオプトインしていない一般ユーザーでも AI による概要を利用できるようになったのですが、Workspace アカウントでは利用できませんでした（Workspace アカウントはそもそもオプトインできない）。

また、Google アカウントにログインしていない状態でも AI による概要は生成されませんでした。

※ Google では、[Workspace アカウントでも](#)、また（シークレットモードで）ログインしていなくても AI Overview が生成されます。



シークレットモードのログオフした状態で生成される米 Google 検索の AI Overview

AI による概要の日本でのリリースはまだ展開中かもしれません。

もう少し時間をおけば、Workspace アカウントやログオフ状態でも利用できるようになる可能性もあります。

オプトインユーザーの AIO トラフィックは SC にレポートされない!?

[AI による概要の表示回数と検索順位、クリックのデータが Search Console にレポートされる](#)ことはドキュメントでも明確化されました。

これに関して、気になる情報が飛び込んできました。

GoogleのAIによる概要 (AI Overview) の日本での展開開始。オプトインユーザーはSearch Consoleに記録されない？

AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まった。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成される。

Search Labs にオプトインしているユーザーの検索で生成された AI による概要のデータはレポート対象にならないようです。言い換えると、オプトインしていない一般ユーザーのデータだけが Search Console に記録されます。

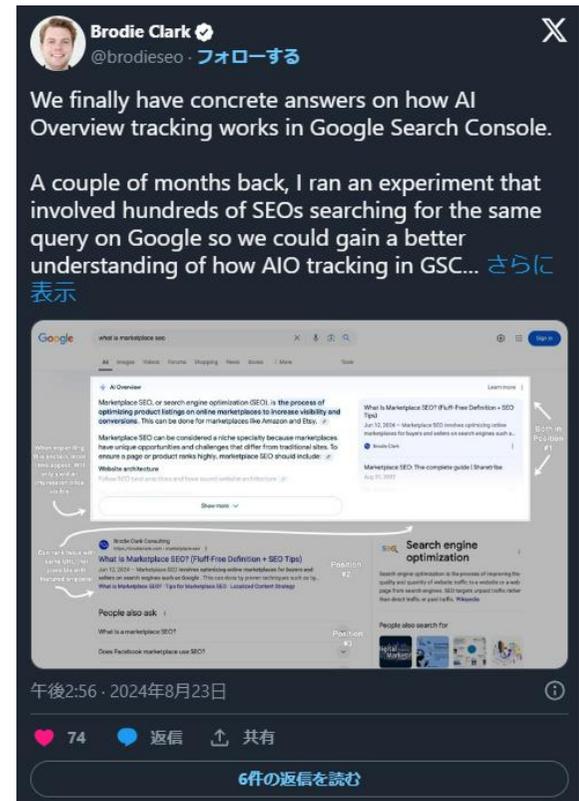
Brodie Clark(ブロディー・クラーク)氏が検証結果から気付きました。次のようにコメントしています。

Search Labs のデータは GSC にも記録されるのでしょうか？

これは、私の実験では明確にならなかった点です。データは記録されているだろうという予感はありませんでしたが、全体的な指標が完全に一致しないため確信が持てませんでした。

結局、AI Overviews の Search Labs データは GSC には記録されないことがわかりました。つまり、Search Labs にオプトインしているログイン済みのアカウントを使用している場合 (AIOのタイトルは単に「AI Overview」ではなく「Search Labs | AI Overview」になります)、AIO のデータは GSC に記録されません。

したがって、SEO コミュニティの大部分にとって、現在 Search Labs にオプトインしているアカウントを使用して AIO テストを行っている場合は、AIO の結果のトラブルシューティングを行う際に、このデータは GSC に記録されないことに注意してください。



GoogleのAIによる概要（AI Overview）の日本での展開開始。オプトインユーザーはSearch Consoleに記録されない？

AI Overview の日本での一般ユーザーへの展開が始まった。Search Labs にオプトインしていないユーザーの検索でも AI による概要が生成される。

クラーク氏は、米国で AI Overview が一般公開されてすぐに Search Console でのレポート形態を調査していました。

📖 [すずき補足](#): AIO からのトラフィックが SC に記録されることは、[AIO の米国での一般公開の発表](#)と同時に明らかにされた

[検証結果を説明するブログ記事](#)では、Search Labs オプトインユーザーがレポート対象になるかどうかははっきりとはわからないとクラーク氏は結論付けていました。しかしその後レポート対象にならないことが判明し、X に投稿したようです。

このブログの常連読者は僕同様に、少なくともメインアカウントは Search Labs にオプトインしているはずです。

そのアカウントでの AI による概要の利用状況は Search Console では記録されていない可能性が高いことを認識しておく必要があります。

AI による概要に起因する表示回数とクリック、CTR に変化が現れるのは一般公開が始まった今からになるでしょう。

もっとも、AI による概要と通常の検索との切り分けができないので、分析が容易ではないという事実は残ります。