

検索パフォーマンスレポートに3つの小さな改良:スティッキー、リセットオプション、レポート横断フィルタ設定

Search Console の検索パフォーマンスレポートのフィルタが“スティッキー”になった。ほかにも、操作性を向上する改良が加えられた。

Search Console の検索パフォーマンスレポートのフィルタが“スティッキー”になりました。

ほかにも、操作性を向上する改良が加えられました。

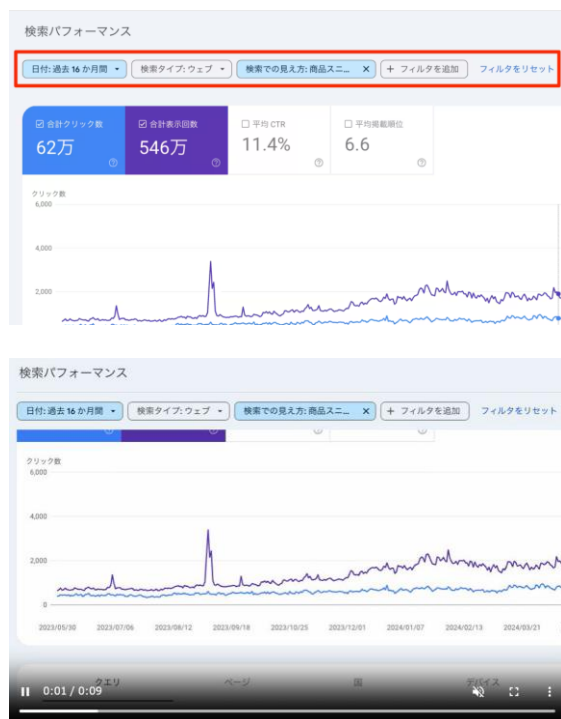
スティッキー、リセットオプション、レポート横断のフィルタ設定

検索パフォーマンスレポートのフィルタメニューが、スクロールしても移動せずに位置は固定されたままで常に表示されるようになりました。

スクロールしてもずっと画面にへばりついているスティッキー広告を思い出すとイメージが湧くかと思います。

フィルタメニューを赤枠で囲ってあります。

この部分がスクロールしても常にこの位置に表示されます。



アニメーションだとこんな感じです。フィルタメニューは動いていませんね。

検索パフォーマンスレポートに3つの小さな改良:スティッキー、リセットオプション、レポート横断フィルタ設定

Search Console の検索パフォーマンスレポートのフィルタが“スティッキー”になった。ほかにも、操作性を向上する改良が加えられた。

さらに、フィルタをすべて解除できる「フィルタをリセット」オプションも付きました。



1 クリックで、初期状態のレポートに戻せます。

もう 1 つ改良があります。

サイトによっては、次の 3 つのレポートが検索パフォーマンスにあります。

- 検索結果
- Discover
- Google ニュース



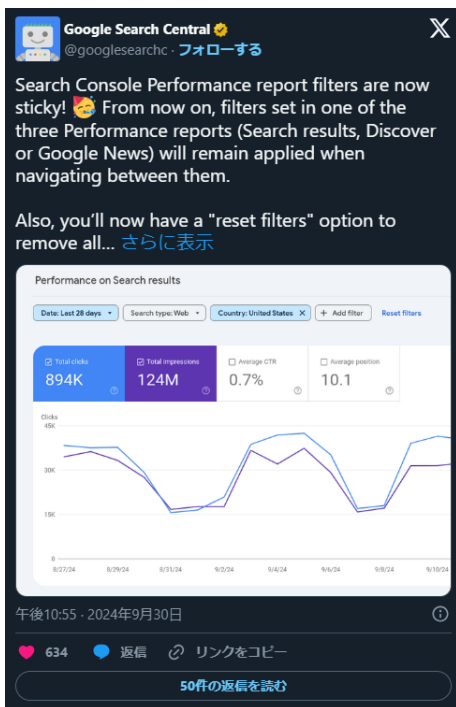
いずれかのレポートで設定したフィルタは、別のフィルタに移動しても設定されたままです。

検索パフォーマンスレポートに3つの小さな改良:スティッキー、リセットオプション、レポート横断フィルタ設定

Search Console の検索パフォーマンスレポートのフィルタが“スティッキー”になった。ほかにも、操作性を向上する改良が加えられた。

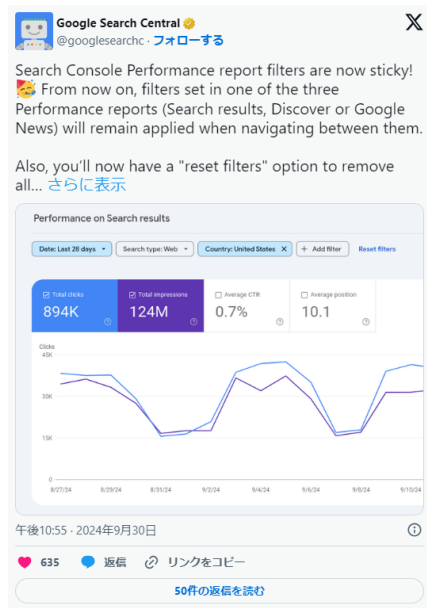
たとえば、検索結果レポートで期間を「過去 12 か月間」に設定した場合、Discover レポートに移動しても「過去 12 か月間」期間に適用されたままです。同じ条件でレポートを見たいときでも、フィルタを設定し直す必要がありません。

検索パフォーマンスレポートの 3 つの改良はどれも地味ですが、使い勝手を向上させています。派手さはなくても良いですね。



GSCのUIがちょっと改善

Googleは米国現地時間9月30日、XにてGoogle Search Consoleの仕様(UI)を少し改善したことを発表しました。本当に些細な修正ですが、利用者からの声をもとに改善した仕様でして、パフォーマンスレポート部分に変更がありました。私のように、色々フィルタをかけて数字を検証している人間にとっては数クリック省略しながら検証できるのでとてもありがたいのですが…この微妙な改善を喜ぶ人はかなりのGSCマニアかもしれません(笑)。



Search Consoleのパフォーマンスレポートフィルタが固定されるようになりました。今後、3つのパフォーマンスレポート(検索結果、Discover、ニュース)のいずれかで設定されたフィルタは、レポート間を移動してもフィルタが適用されたままになります。

また、すべてのフィルタを同時に削除する[フィルタをリセット]オプションが追加されましたので、少しだけ時間を節約できるかもしれません。これはコミュニティからリクエストのあったものでした。フィードバックをお寄せいただきありがとうございます。皆様も引き続き是非フィードバックをお寄せください。

引用)@googlesearchcより和訳

変更された仕様

今回の変更点は3つです。

フィルタ表示部分の固定化

GSCのパフォーマンスレポート(検索結果、Discover、ニュースの3項目)内におけるフィルタ表示部分がスクロールしても固定されたまま表示されるようになりました。これによって、ページ下部の方まで確認を進めても、どんなフィルタをかけた状態のレポートが直観的に意識し続けることが出来るようになります。私なんか、いつもクエリを下まで確認しつつ、都度上部まで戻ってフィルタ内容を確認し「あれ?どんなフィルタで検証してたんだっけ?」と何度も見る事が多くありました。

それがなくなるのは嬉しいですね。

GSCのUIがちょっと改善

Googleは米国現地時間9月30日、XにてGoogle Search Consoleの仕様(UI)を少し改善したことを発表しました。本当に些細な修正ですが、利用者からの声をもとに改善した仕様でして、パフォーマンスレポート部分に変更がありました。私のように、色々フィルタをかけて数字を検証している人間にとっては数クリック省略しながら検証できるのでとてもありがたいのですが…この微妙な改善を喜ぶ人はかなりのGSCマニアかもしれません(笑)。

フィルタをリセットするボタン設置

フィルタリングしたレポート結果から元に戻す際、項目単位で毎回元に戻すか、一度Search Consoleのプロパティトップに戻る等しないとリセットできませんでしたが、今回[フィルタをリセット]ボタンが追加されることで、容易にレポートをデフォルトに戻せるようになりました。これはかなり楽です。ワンクリックです。

フィルタリングしたステータスが継続

パフォーマンスレポート(検索結果、Discover、ニュースの3項目)内でフィルタ設定した状態でページ移動しても、そのままフィルタリングしたステータスは継続されたまま数値を確認することが出来るようになりました。これ、カスタムした期間でフィルタリングして検証している時とか、毎回毎回ページを跨ぐ度に設定し直さなければならず、かなり面倒だったんです。でも一度設定したフィルタ内容はレポート内の3項目間で移動しても引き続き適用されるのでかなり楽になります。



これは個人的にかなり嬉しい変更でした。皆様もどうぞ使って便利さを実感してみてください。

JavaScriptで動的生成した商品構造化データをGoogleは推奨しない

商品 (Product) マークアップに関するドキュメントに、ショッピング検索結果の最適化に関する構造化データの処理について、2 つのベストプラクティスを Google は追加した

[商品 \(Product\) マークアップに関するドキュメント](#)に、ショッピング検索結果の最適化に関する構造化データの処理について、2 つのベストプラクティスを Google は追加しました。

JS 生成の構造化データは要注意

[技術に関するガイドライン](#)に次の 2 項目が加わりました。

- If you're a merchant optimizing for all types of shopping results, we recommend putting Product structured data in the initial HTML for best results.
- **For JavaScript-generated Product markup:** Be aware that [dynamically-generated markup](#) can make Shopping crawls less frequent and less reliable, which can be an issue for fast-changing content like product availability and price. If you're using JavaScript to generate Product markup, make sure your server has enough computing resources to handle increased traffic from Google.

日本語ドキュメントは、この記事を書いている時点では未更新です。

こちらは僕による訳です。

- あらゆる種類のショッピング検索結果の最適化を目指す販売者の場合、最良の結果を得るには、最初の HTML に商品構造化データを入れることをお勧めします。
- **JavaScript で生成された商品マークアップについて:**動的に生成されたマークアップは、ショッピング クロールが少なくなり、信頼性が低下する可能性があることに注意してください。これは、商品の在庫状況や価格など、頻繁に変化するコンテンツでは問題になる可能性があります。JavaScript を使用して商品マークアップを生成する場合は、Google からのトラフィック増加を処理するのに十分なコンピューティングリソースがサーバーにあることを確認してください。

EC サイトでの JavaScript が生成したマークアップを Google はサポートしています。

したがって、Product 構造化データを JavaScript で動的に生成すること自体は可能です。

しかし、Google 側の処理に時間がかかることがあるため、ショッピング関連の検索機能が検索結果に想定したように表示されないことがあるとのことです。

価格や在庫状況などの変更が検索結果にすぐに反映されないケースが出てきます。

JavaScriptで動的生成した商品構造化データをGoogleは推奨しない

商品 (Product) マークアップに関するドキュメントに、ショッピング検索結果の最適化に関する構造化データの処理について、2 つのベストプラクティスを Google は追加した

レンダリングの問題かとも思ったのですが、クローलの問題のようです。

「ショッピング クロール」というのは、[Google StoreBot](#)によるクロールのことでしょうか？

クロールが少なくなるというのは、後半部分を読むと、むしろクロール速度が速くなることでサーバーに過負荷をかけている場合に、意図的に速度を落とすためと解釈できそうです。

いずれにしても、Product 構造化データを JavaScript で生成する構成を Google は推奨していません。

初期状態で、HTML にすでに埋め込まれている状態にすることを推奨しています。

JavaScript 生成を使用するなら SSR(サーバーサイドレンダリング)を実装した方がよさそうです。

EC サイト管理者は注意してください。

Google、noarchiveタグのサポートを終了

Google は、robots meta タグおよび X-Robots-Tag での noarchive のサポートを終了した

Google は、robots meta タグおよび X-Robots-Tag での noarchive のサポートを終了しました。
noarchive は、検索結果でキャッシュを表示しないようにする、検索エンジンに対する命令です。

過去のルールへ移動

robots meta タグを解説する技術ドキュメントの「[インデックス登録と表示に関する有効なルール](#)」セクションから noarchive が削除されました。

日本語ドキュメントはまだ更新されていないため、残っています。

インデックス登録と表示に関する有効なルール

robots meta タグと X-Robots-Tag で次のルール（機械で読み取り可能な形式でも利用可能）を使用して、スニペットのインデックス登録と表示を制御できます。各値は特定のルールを表します。カンマ区切りのリストまたは別々の meta タグで複数のルールを組み合わせて指定できます。これらのルールでは大文字と小文字が区別されません。

★ 検索エンジンによって、これらのルールの処理方法が異なる場合があります。

ルール	
all	インデックスの登録や表示について、制限はありません。このルールは既定値であり、明示的に指定しても何も影響はありません。
noindex	検索結果でこのページ、メディア、またはリソースを表示しません。このルールを指定しない場合は、ページ、メディア、またはリソースがインデックスに登録され、検索結果に表示される可能性があります。 Google 検索から情報を削除するには、 手順ガイド をご覧ください。
nofollow	このページ上のリンクをたどりません。このルールが指定されていない場合、Google はページ上のリンクを使用して、リンクされているページを検出する可能性があります。詳しくは、 nofollow についての記事をご覧ください。
none	noindex, nofollow と同じです。
noarchive	検索結果でキャッシュリンクを表示しません。このルールが指定されていない場合は、Google がキャッシュ ページを生成し、ユーザーが検索結果から対象のキャッシュ ページにアクセスする可能性があります。

英語のドキュメントではこのセクションからは noarchive は削除されています。
そして、同ドキュメント内に新設された「[Reference of historical and other unused rules](#)」（過去のルールと未使用のルールについての参考情報）セクションに移動しました。

Google、noarchiveタグのサポートを終了

Google は、robots meta タグおよび X-Robots-Tag での noarchive のサポートを終了した

Reference of historical and other unused rules [↗](#)

The following rules aren't used by Google Search and are ignored. We're including these rules here because people have often asked about them or we used them in the past.

List of historical and other unused rules

noarchive	The noarchive rule is no longer used by Google Search to control whether a cached link is shown in search results, as the cached link feature no longer exists.
nocache	The nocache rule isn't used by Google Search.

このセクションは、Googleの検索では使用されておらず、無視されるルール(robots meta タグと X-Robots-Tag)を提示するためのセクションです。

多くの人がこれらについて質問したり、過去に使用していたために新設されました。

📖 [すずきメモ](#): ちなみに noarchive の下にある nocache はもともと Google 検索ではサポートされていなかった

キャッシュ機能廃止に伴うサポート終了

noarchive のサポートを終了した理由を次のように Google は説明しています。

検索結果にキャッシュされたリンクを表示するかどうかを制御する目的での noarchive ルールは Google 検索でもう使用されなくなりました。これは、キャッシュされたリンク機能がすでに存在しないためです。

※日本語訳は僕による

[検索結果でのキャッシュリンクの提供](#)を今年 1 月に、[cache: 検索構文のサポート](#)を今年 9 月に Google は終了しています。

つまり、キャッシュ表示の提供をやめたので noarchive は現在は意味をなさないということです。

削除不要

noarchive を設定していたサイトは、そのまま問題ありません。

Google は単純に無視するだけです。

残したままでも検索結果には影響しません。

また、noarchive のサポートを終了したのは Google 検索です。

Bing などほかの検索エンジンでは(少なくとも現状では)依然としてサポートされています。

Google、AI Overview内での広告掲載を正式にスタート。まず米国のモバイル検索から

AI Overview での広告掲載が米 Google のモバイル検索で正式公開された

AI Overview での広告掲載が米 Google のモバイル検索で[正式公開](#)されました。

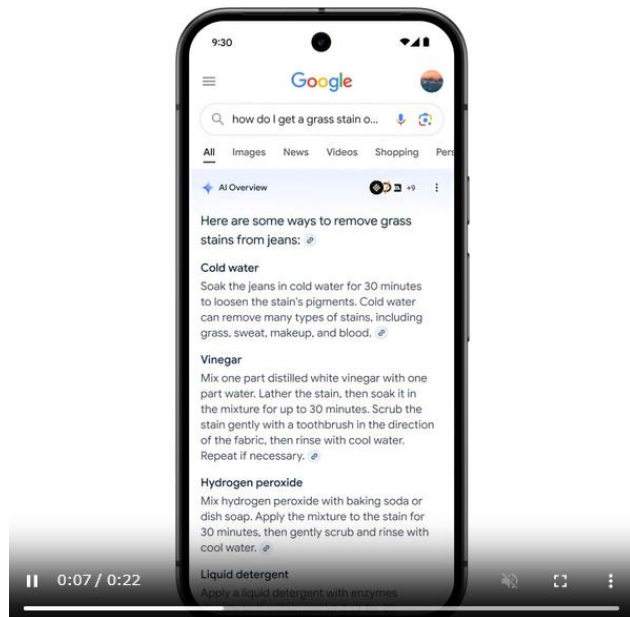
数か月のテストを経て正式公開

AI Overview が生成する概要の中に広告を表示するテストは今年 5 月の [Marketing Live](#) で発表され、テスト運用されていました。

ユーザーの反応が良かったそうで、正式リリースの運びとなりました。

まずは、米国のモバイル検索での導入です。

次のアニメーションのようなイメージで AI Overview 内に広告が掲載されます。



[how do I get a grass stain out of jeans] (ジーンズについた草の汚れを落とす方法)のクエリで生成された AI Overview の中にカーセル形式の広告が掲載されています。

先頭がペン式、次がスプレー式のリムーバーですかね。

例のクエリのようにコマース系(購買関連)のクエリで AI Overview が生成されたときにショッピング広告が出ます。

このデモでは、概要の下に広告が掲載されていますが、概要の上に掲載されることもあるとのこと。

Google、AI Overview内での広告掲載を正式にスタート。まず米国のモバイル検索から

AI Overview での広告掲載が米 Google のモバイル検索で正式公開された

広告主サイドの対応

このブログは SEO ブログなのですが、簡単に広告主側に関する情報にも触れておきます。

[Search Engine Land](#) が Google から独自に入手した追加情報です。

- 設定不要: AI Overview に広告を掲載するための特別な設定は必要なし
- レポートなし: AI Overview だけを分離して広告のパフォーマンスを測定できない([Search Console](#)と同じ🙄)
- オプトアウト不可: AI Overview だけでの広告掲載を拒否できない

詳細は、[Search Engine Land](#) の記事で確認してください。

Google の主要な収益源は検索広告です。

AI Overview で広告が押し下げられて見られなくなったり、AI Overview の回答でユーザーが満足して検索を終了したりすると収益が減少します。

AI Overview の上に広告が表示される場合もありますが、AI Overview の中に直接挿入してきました。

テストが始まっていたのでリリースは予想されたことではありますが、オーガニック検索からのトラフィックにはさらにネガティブな影響を与える可能性があります。

もっとも、広告主にとっては嬉しい改良になりそうではありますが。

日本での導入に関しては触れられていないので、様子を見る時間はあります。

Google「今後改善していく」サイト運営者「もう限界かも」ダニー・サリバンの語るコアアップデートの裏側【海外&国内SEO情報ウォッチ】

記事は、ダニー・サリバンがGoogleコアアップデートの意図や今後の改善点について言及し、運営者の不満に応えます。また、SEOやサイト運営に役立つ最新情報も多く紹介されています。

[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「今後改善していく」サイト運営者「もう限界かも」ダニー・サリバンの語るコアアップデートの裏側](#)

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。

- 「グーグルよ、ブランド偏重をやめよ」現状の検索結果にSEO専門家が公開書簡を公開
- 見落としがちなファビコン最適化——丸く切り抜かれる前提でデザインしては？
- SEOのキーワード調査にも使えるGoogleトレンドの使いこなし方
- 2024年9月のオフィスアワー：非表示コンテンツと隠しテキスト、検索UI変更情報の入手方法、重複コンテンツなど
- グーグル検索のキャッシュ機能が復活!? 外部のWayback Machineと連携
- hタグを順番どおりにマークアップしないとSEOに悪影響がでる？
- noindexページを別ページに正規化したら評価は統合される？
- ウェブサイト高速化のための3つのアドバイス
- コンテンツは隠すと見られなくなる!? SEO的にはよくてもUX的には？

こちらからどうぞ。

- [Google「今後改善していく」サイト運営者「もう限界かも」ダニー・サリバンの語るコアアップデートの裏側【SEO情報まとめ】](#)



Googleレンズが動画での検索に対応、音声での検索も可能に

Google レンズで、動画を撮影して検索できるようになった。また、音声検索も可能になった。

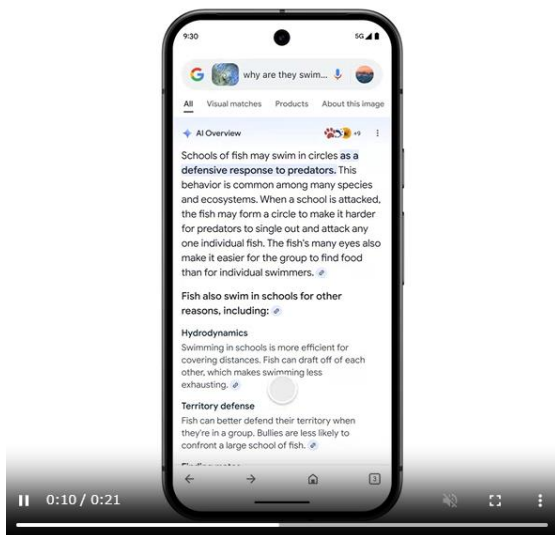
Google レンズで、動画を撮影して検索できるようになりました。

また、音声検索も可能になりました。

動画を映して検索

シャッターボタンを長押しすると動画でレンズ検索できます。

たとえば、水族館で群れになって泳いでいる魚を見たときに、その映像を動画で映しながら [why are they swimming together] (どうして一緒に泳いでるの?) とスマートフォンに向かって話すと回答を返してくれます。



回答は AI Overview によって返されることもあります。

動画でのレンズ検索は今年 5 月の Google I/O で発表された機能です。

8 月に使えるようになっていたのですが、10 月に入って公式ブログで正式に紹介されました。

Android 版および iOS 版の Google アプリからグローバルで利用できますが、現時点对応している言語は英語だけです。

また、Search Labs で [AI Overviews and more](#) にオプトインする必要があります。

YouTube で魚が群れで泳いでいる動画を探してそれを映しながら同じ質問をして見たところ、確かに動いている被写体 (群れで泳いでいる魚) を認識して検索結果を返してくれました。

静止画ではなく、動いているところを見せないとうまく質問できないような場面で便利かもしれません。

Googleレンズが動画での検索に対応、音声での検索も可能に

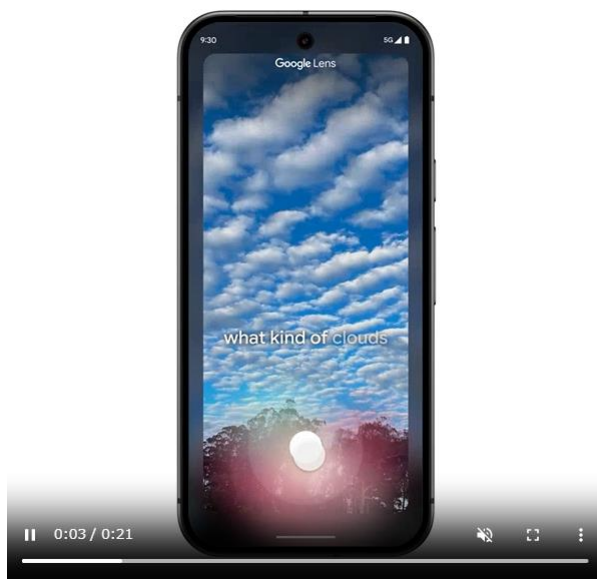
Google レンズで、動画を撮影して検索できるようになった。また、音声検索も可能になった。

Google レンズで音声検索

Google レンズで撮影した写真について、[音声で検索](#)できるようになりました。

Google レンズとテキスト検索を組み合わせた [Multisearch\(マルチ検索\)](#)の、いわば音声検索版です。

こちらのデモでは、空の雲を映して [what kinds of cloud are these](この雲の種類は何?)と音声で質問しています。



レンズでの動画検索と同じで、音声検索もシャッターボタンの長押しで実行できます。

動画の場合は 10 秒ほど押し続ける必要がありますが(おそらく動画を認識させるのに必要な時間を確保するため)、音声検索では、質問を話し終えたらシャッターボタンから手を離せば検索が実行されます。

[テキストでのマルチ検索は日本語にも対応](#)していますが、音声検索は、グローバルではあるものの現時点でサポートする言語は英語だけです。

Google によれば、Google レンズを使った視覚での検索が毎月 200 億回近く行われているとのこと。

僕もそこまで頻繁ではありませんが、便利に使うことがあります。

この記事で紹介した 2 つの新機能も日本語でも利用できるようになればさらに便利に使いそうです。

Googleでnoarchiveの廃止

Googleでは米国現地時間10月2日、ドキュメントを変更し、<meta name="robots" content="noarchive">のnoarchiveを廃止することを発表しました。要は「キャッシュを残さないでください」という指示のルール表記でしたが、Googleがそもそも[キャッシュ機能を廃止](#)したため、こちらも不要になったというわけです。

October 2

Removing noarchive

What: Moved the noarchive rule to [a historical reference section](#) in the robots meta tag documentation.

Why: The cached link feature is no longer available in Google Search results. You don't need to remove the meta tag, as other search engines and services may be using it.

10月2日

noarchiveを廃止

内容: robots metaタグのドキュメント内で、noarchiveルールを[以前の参照セクション](#)に移動しました。

理由: キャッシュリンク機能がGoogle検索結果で利用できなくなりました。とはいえ他の検索エンジンやサービスがこの機能を使用している可能性があるため、metaタグから削除する必要はありません。

引用)[Latest documentation updates](#)

どうということ？

もともと<meta name="robots" content="noarchive">や<meta name="robots" content="nocache">(このnocacheはそもそもGoogleの対応外です)と入力しておけば、Google等の検索エンジンにキャッシュを残さないように(過去のページをアーカイブ化させないように)することができました。

noarchive

検索結果で[キャッシュリンク](#)を表示しません。このルールが指定されていない場合は、Googleがキャッシュ ページを生成し、ユーザーが検索結果から対象のキャッシュ ページにアクセスする可能性があります。

引用)[Google検索セントラル](#)より一部

Googleでnoarchiveの廃止

Googleでは米国現地時間10月2日、ドキュメントを変更し、<meta name="robots" content="noarchive">のnoarchiveを廃止することを発表しました。要は「キャッシュを残さないでください」という指示のルール表記でしたが、Googleがそもそも[キャッシュ機能を廃止](#)したため、こちらも不要になったというわけです。

今回、英文のドキュメントには以下のようなセクションが追加されました。

noarchive

歴史的および未使用のルールの参照

以下のルールはGoogle検索では使用されず、無視されます。これらのルールについてはよく質問があったり、過去に使用したりしたことがあるため、ここに記載しています。

歴史的およびその他の未使用のルールのリスト

noarchive: noarchiveキャッシュ リンク機能がなくなったため、Google検索では、キャッシュ リンクを検索結果に表示させないように制御するルールも廃止しました。

nocache: このnocacheルールはGoogle検索では使用されません。

引用) [Google Search Central](#)より一部和訳

そもそもGoogle検索のキャッシュ表示機能は今年の1月に廃止されていたため、noarchiveは意味をなさなくなっていました。[cache:検索演算子も先日使用できなくなりました](#)。今回はそれに伴って、正式にnoarchiveのmetaタグサポートも終了ということです。

他の検索エンジンやサイトでは使用しているかも

また、Googleは「他の検索エンジンやサービスがこの機能を使用している可能性があるため、metaタグから削除する必要はありません。」とも述べており、今回Googleとしては機能を停止したけど、他の検索エンジンや他サイトサービスでは使用しているかもしれないので、引き続き設定はしておいた方が良い旨も表記してくれています。

ちなみに今回のGoogleのキャッシュ機能もそうですが、そもそもキャッシュされるのが嫌いな人は[Wayback Machine](#)に対してもクローリングを禁止させるようにする必要がありますので気を付けましょう。