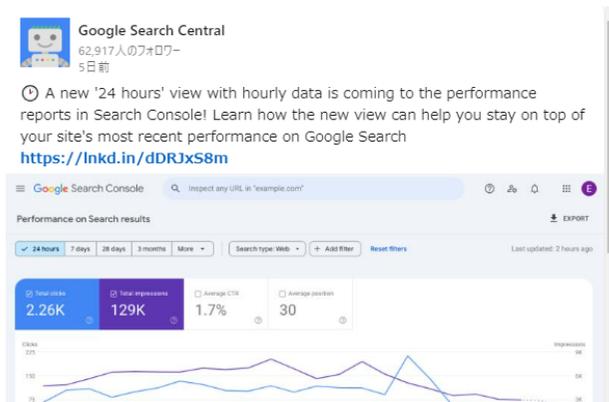


直近 24 時間のデータをGoogle Search Consoleのパフォーマンスレポートで入手可能に

直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで見られるようになった。

直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで見られるようになりました。



24 時間ビューの詳細

「24 時間」ビューは次の 3 つのレポートで提供されます。

- 検索結果
- Discover
- Google ニュース

各パフォーマンスレポートの日付フィルタから「24 時間」を選べます。



直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで入手可能に

直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで見られるようになった。

期間は 1 時間刻みの 24 時間

数時間の遅れはありますが、直近 24 時間のデータです。

クリック数や表示回数、CTR、クエリ、検索の見え方など他の期間指定とまったく同じ指標とディメンションのレポートが提供されます。

ただし、日単位ではなく 1 時間刻みのデータです。

可能な限り迅速にデータを提供するため、直近の数時間はデータ収集が完了していない状態のものになります。

いわば暫定データです。

時間の経過で変化する可能性があります。

グラフでは点線で表されます。

ローカルタイムゾーンのデータ

直近 24 時間の時間帯はブラウザのタイムゾーン設定をもとにしてローカル時間で表示されます。

日本に住んでいるなら、普通は日本時間 (UTC+9) で表示されます。

もし、ロンドンにいたら英国時間 (UTC+0) で表示されます。

 **すずき注:** 英国は夏時間を採用しているため、その期間は UTC+1

Search Console のレポートはすべて太平洋標準時 (UTC-8) で表示されるので注意が必要です。

24 時間ビューだけはローカル時間です。

時差を気にかける必要はありません。

API は提供されず

Search Console API では今のところ、24 時間ビューの[時間ごとのデータは提供されていません](#)。

ただし、[dataState](#) で [fresh data](#) を指定すれば直近 24 時間全体のデータは入手できます。

UI 版の 24 時間ビューのデータと完全に一致はしませんが、ほぼ同じデータとのことです。

直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで入手可能に

直近 24 時間のデータを Google Search Console のパフォーマンスレポートで見られるようになった。

数か月かけて徐々に展開

24 時間ビューは、今後数か月をかけてすべてのプロパティに徐々に展開していきます。

まだ見えていないアカウントがあるかもしれません。

気長に待ってください。

最新のデータが手に入るというのは嬉しいですね。

特に Discover では、コンテンツは公開してすぐにフィードに掲載されることが大半なのでデータは新しければ新しいほど分析に役立ちます。

改善要望や問題点があれば Google にフィードバックしましょう。

mixi2登場

12月16日14時、株式会社MIXIから全く新しいSNSアプリであるmixi2がリリースされました。以前のmixiに「2」と記載されていますが、mixi2は名前と運営元以外mixiとは全く異なる機能と言っても過言ではございません。招待制であるため「やれない～」と嘆く人は私の招待URLからご利用ください。mixiといえば、国内SNSとして利用しやすいことでも名を馳せましたので、使いやすさは抜群かと思いますが…ちょっと使用してみた感想も含めご紹介したいと思います。



Xと似てる？

mixi2は短文のテキストや動画・画像を投稿/閲覧できるSNSですので、Xと酷似しています。ただし、投稿する文章を動かしたりフォントサイズを変えたり、テキスト背景を変えたりするエフェクト機能(エモテキ:エモーショナルテキストの略?)があり、投稿イメージも事前に閲覧可能で、投稿のリッチな見せ方が特徴的です。

mixi2では、レコメンドや繋がり予備層をタイムライン表示するより、繋がった人、繋がりたい人との関係性が深められることを目指したタイムライン表示が優先されています。ですので、XやThreadsよりもクローズドな印象があるかもしれません。また、mixi時代から継承された「コミュニティ」や「イベント」機能を使って、「コミュニティ」では同じ趣味・志向のユーザーと交流しやすくなっており、「イベント」ではオフラインも絡めたコミュニケーション活動を展開することができます。

mixi2とは？

MIXIが提供する「繋がった人、繋がりたい人との関係性を深められる」ことを目指した新しいSNSです。

特徴①

デフォルトのタイムラインは、フォローした人の投稿が時系列に並ぶようになっています。XやThreadsがレコメンドされたコンテンツが並ぶのに対して、mixi2では、繋がった人、繋がりたい人との関係性が深められることを目指しています。

特徴②

エモテキやリアクションで気軽に感情表現を込めることができるようになっています。文字を大きくしたり跳ねさせることができるエモテキ。投稿に対して絵文字で反応できるリアクション。より気軽にご自身の気持ちをコミュニケーションに乗せることができます。

mixi2登場

12月16日14時、株式会社MIXIから全く新しいSNSアプリであるmixi2がリリースされました。以前のmixiに「2」と記載されていますが、mixi2は名前と運営元以外mixiとは全く異なる機能と言っても過言ではございません。招待制であるため「やれない～」と嘆く人は私の招待URLからご利用ください。mixiといえば、国内SNSとして利用しやすいことでも名を馳せましたので、使いやすさは抜群かと思いますが…ちょっと使用してみた感想も含めご紹介したいと思います。

特徴③

mixiでも馴染みの「コミュニティ」「イベント」で、広く深く交流することができます。「コミュニティ」では同じ趣味・関心を持つ人たちとすぐに交流を開始することができ、「イベント」ではオフライン、オンライン問わず、同期的なコミュニケーションを行うことができます。

特徴④

完全招待制で安心な場をつくっていきたいと考えています。また18歳未満の方はご利用を禁止させていただいております。

引用)mixi2の特徴について | mixi2より一部抜粋

グローバルに展開するX等とは違い、国内の使い方に特化しておりますので、かつてのmixi旋風を巻き起こすか、見どころですね。また、安全性も高く、クローズドでも楽しめるSNSになっているというも、ハマる人にはハマりそうな気がします。

MIXIでは、「SNS＝危ない、怖いと言われることがある中、mixi2は楽しい、優しい、ほっこりとした場になればと考えている」と目標を説明している。

引用)Impress Watchより一部抜粋

なかなかあっちもこっちもやってられない(汗)

私もmixi2をちょっとやってみました。とても面白そうです。ただ、私はもともと個人的にはSNSを積極活用しない性格でして(モノグサ)…。今ほぼ1日1回程度しかポストしていないXでもいっぱいいっぱいですので、mixi2に同等以上の注力をするわけもなく…(笑)。注力するならXかmixi2かInstagramかFacebookかthreadsか…いずれか1つに絞らないとできませんね(笑)。

ただ、mixi2は「コミュニティ」や「イベント」機能があるので、個人的な利用をしやすそうですね。しかも「コミュニティ」を上手く活用すれば、Xのように自分の方向性に合わせて複数アカウントを持つようなことをしなくても済みそうです。高校生以下は原則利用禁止ということもあり、穏やかに活用したい趣味SNSに向いている気がします！

気軽に投稿もしやすいので、もうちょっと利用しながらmixi2を判断していきたいと思いました。

Google、ファセットナビゲーションURLのクローリング管理についての技術ドキュメントを新規公開

ファセットナビゲーション (faceted navigation) に使用する URL の適切な構成を解説する技術ドキュメントが Google 検索セントラルに新たに公開された。

ファセットナビゲーション (faceted navigation) に使用する URL の適切な構成を解説する[技術ドキュメント](#)が Google 検索セントラルに新たに公開されました。

ファセットナビゲーションは、検索結果を色や価格帯でさらに絞り込む仕組みです。

構成方法によっては、重複するコンテンツを持つ複数の URL を大量に生成してしまい、検索に悪影響を与えることがあります。

新ドキュメントはクローリング管理にフォーカス

2014年3月に、[ファセットナビゲーションのベストプラクティス\(とワーストプラクティス\)](#)を Google は検索セントラルブログで詳細に解説しています。

今回新たに追加された技術ドキュメントは、このブログ記事がベースになっています。

とはいえ、単なる焼き直しではありません。

現状に即した内容になり、クローリング効率の最適化により重きを置いています。

次のような項目です。

- 新しい URL の発見速度に対する過剰なクローリングの影響の強調
- サーバーリソースを節約するためのクローリング防止
- 簡易的な代替手段としての URL フラグメントの使用
- robots.txt や正規化などの簡略化された実用的な解決方法

また、文書ボリュームも少なくなりシンプルになりました。

ブログ記事は 10 年以上も前のもので、すでに[サポートを終了している rel=prev/next](#) の利用に触れたりもしていました。

ファセットナビゲーションのクローリング管理

新ドキュメントが重点を置いている、ファセットナビゲーションのクローリング管理についてももう少し詳しく触れます。

クローリング効率

新ドキュメントでは、ファセット URL の過剰なクローリングが新しい URL の発見を遅らせる可能性があり、サイトの検索パフォーマンスに悪影響を及ぼす可能性があることを指摘しています。

この問題は、ファセットナビゲーションを効果的に管理するための重要な理由として提示されています。

Google、ファセットナビゲーションURLのクローリング管理についての技術ドキュメントを新規公開

ファセットナビゲーション (faceted navigation) に使用する URL の適切な構成を解説する技術ドキュメントが Google 検索セントラルに新たに公開された。

リソース節約のためのクローリング防止

インデックスさせる利点がない場合、ファセットナビゲーションURLのクローリングを完全に防ぐことによるサーバーリソースの最適化を強調しています。

不要なクローリングを許可しないための主要な方法として robots.txt の使用を提案しています。

robots.txt は、リソース使用量を削減するための最も効果的なソリューションです。

解決策としての URL フラグメント

フィルターを指定するための URL フラグメント (例: #products=fish) の使用を推奨しています。

こうしたフラグメントは Google 検索クローラーに無視されるからです。

URL フラグメントを使えば、複雑な構成を必要とせずにクローリングを効果的に防ぐことができます。

簡略化された実用的な解決方法

ファセットナビゲーションを処理するための、より簡単な方法として次を挙げています。

- 重複する URL を統合するための rel="canonical"
- フィルターされたページの検出を防ぐための rel="nofollow"

ただし、rel="canonical" と rel="nofollow" は長期的には効果が低減する可能性があります。

そのほか、カンマ (,) やセミコロン (;) など URL に使用すべきでないパラメータ区切り文字や、404 HTTPステータスコードの使用などについてもドキュメントは触れています。

ファセットナビゲーションURLのクローリング管理のドキュメントは公開されたばかりのため、まだ英語だけです。

ドキュメントが日本語訳されるまでには、数週間かかるのが一般的です。

いままさぐどうこうしないと重大な悪影響が発生するわけではないので、日本語訳されるまで待ってもかまいません。

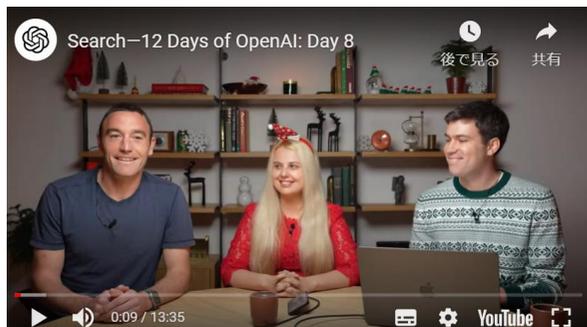
それでも、ファセットナビゲーションを利用している、特に大規模サイトの管理者は、翻訳ツールや生成 AI を使うなりして、早いうちに読んだ方がいいのかなとも思います。

- [Managing crawling of faceted navigation URLs](#)

ChatGPT検索がすべてのログインユーザーで利用可能に

OpenAI は、ChatGPT の検索機能が全世界のログイン済み無料ユーザーに利用可能になったと発表した。

OpenAI は、[ChatGPT の検索機能](#)が全世界のログイン済み無料ユーザーに利用可能になったと[発表](#)しました



ChatGPT search を無料ユーザーにも開放

ウェブ検索機能を持つ ChatGPT search を利用できるユーザーはこれまでは次に該当しました。

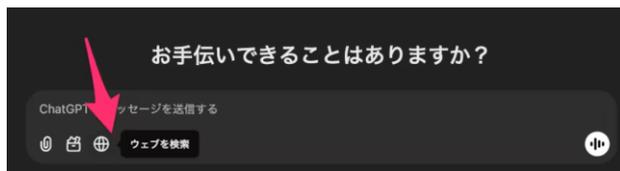
- ChatGPT Plus ユーザー
- ChatGPT Team ユーザー
- SearchGPT のウェイトンリストに登録していたユーザー

今は、ログインしていさえすればすべてのユーザーが利用可能です。

検索機能を使用するには、ChatGPT のインターフェースにクエリを入力し、Enter キーを押すだけです。

ChatGPT は、質問に最新情報が必要かどうかを自動的に判断し、必要であればウェブを検索して結果を返します。

また、「ウェブを検索」アイコンをクリックすることで、ChatGPT にウェブ検索を明示的に指示することもできます。



ChatGPT検索がすべてのログインユーザーで利用可能に

OpenAI は、ChatGPT の検索機能が全世界のログイン済み無料ユーザーに利用可能になったと発表した。

機能改善

無料ユーザー全員が利用できるようになっただけでなく、ChatGPT 検索機能にはいくつかの改善も加えられています。

- **検索結果の高速化:** 検索機能がウェブから情報を取得する速度が向上
- **モバイルでの使いやすさ向上:** 検索機能がモバイルデバイス向けに最適化され、スマートフォンやタブレットでより使いやすく
- **新しい地図機能:** 場所の検索やルート案内など、地図機能と連携
- **高度な音声モード:** ChatGPT と音声でやりとりできる Advanced voice mode でウェブ検索できる

リリース以降、ChatGPT search を僕もときおり利用しています。

回答を概要でまず返してくれる点が最大の利点でしょうか。

知りたいことがすぐに手に入ります。

詳細を知りければ参照元のウェブページにアクセスできます。

また、自然言語でやりとりできることと、連続した会話でやりとりできる点も便利です。

OpenAI は強調しているもののリアルタイム性という点では Google に劣りますが、検索精度という点では優劣を特には感じません。

今すぐに Google のシェアを奪うとは思いませんが、将来性のあるプロダクトであることは確かです。

[ChatGPT search](#) をあなたも自身で体験してください。

Google、検索システムアップデートを連発！今度は2024年12月のスパムアップデート

December 2024 spam update(2024年12月のスパムアップデート)の展開を2024年12月19日にGoogleは開始しました。

December 2024 spam update(2024年12月のスパムアップデート)の展開を2024年12月19日(太平洋時間)にGoogleは開始しました。

通常のスパムアップデート、全言語・全地域、完了までに1週間

Google 検索セントラルはLinkedInで[次のようにアナウンス](#)しています。

本日、2024年12月のスパムアップデートをリリースしました。

完了まで最長1週間かかる場合があります。これは通常のスパムアップデートであり、すべての言語と地域に展開されます。展開が完了したら、Google検索ステータスダッシュボードに投稿します。

<https://status.search.google.com/incidents/UUq2WSouY7PhSm8zvtD1>



特筆すべき特徴はアナウンスには見当たりません。

- 通常のスパムアップデート
- 展開完了に最長で1週間
- すべての言語と地域が対象

必要最小限の情報というべきでしょうか。

「何をターゲットにしたアップデートなのか」という欲しい情報がまったくないので、むしろ情報不足と言いたくなります。

Google、検索システムアップデートを連発！今度は2024年12月のスパムアップデート

December 2024 spam update(2024年12月のスパムアップデート)の展開を2024年12月19日にGoogleは開始しました。

もっとも、悪事を働いていなければスパムアップデートは無関係です。

情報が少なくても困ることはありません。

それに、不必要な情報をスパマーに与えないように詳細を意図的に隠しているのかもしれませんが。

検索システムアップデートの連発

年末にかけて検索システムのアップデートをGoogleは連発してきました。

まず [11月にコアアップデート](#)を実施しました。

展開が完了した1週間後には[次のコアアップデート](#)をリリースしました。

この12月のコアアップデートの展開が完了した翌日に、今回のスパムアップデートが始まりました。

昔は、人々の購買行動が盛んになるホリデーシーズンには大きなランキング変動を起こさないようにGoogleはアップデートを控える傾向にありました。

しかし近年はこうした傾向は薄まっています。

休暇に入る前にタスクをすべて完了させるという意識が強くなったのでしょうか？

いずれにせよ、2024年12月のスパムアップデートが今年最後の規模の大きいアップデートになるでしょう。

展開完了は[検索ステータスダッシュボード](#)で確認できます。

202412スパムアップデート

[2024年12月のコアアップデート](#)が6日と4時間で終わったのも束の間、今度は2024年12月のスパムアップデートがリリースされました。米国現地時間12月19日にGoogleが[Xにてポスト](#)しています。スパムアップデートは[今年の6月](#)から約半年ぶりですね。



Google Search Central
@googlesearchc · フォローする



Today we released the December 2024 spam update.

It may take up to 1 week to complete, and we'll post on the Google Search Status Dashboard when the rollout is done: status.search.google.com/incidents/UUq2...

午前2:02 · 2024年12月20日



👍 614 🗉 返信 📄 リンクをコピー

140件の返信を読む

本日、2024年12月のスパムアップデートをリリースしました。

完了するまでに最大1週間かかる場合があります。完了すると、Google検索ステータスダッシュボードに投稿されます。

<https://status.search.google.com/incidents/UUq2WSouY7PhSm8zvtD1>

引用)@googlesearchcより和訳

どんなスパムが対象？

今回アップデートによる対象スパムがどのようなものなのか、全く触れられていません(個人的にはサイトのテーマ性を考え、ドメイン貸しの自動捕捉はできそうな気がするので、[ドメイン貸し](#)を対象にしてほしいところですが…)。通常のスパムの精度向上なだけかもしれません。

やはり、今回は1週間程度でロールアウトが完了するスケジュールなので、そこまで新しいアップデートというよりは従来の自動検出の強化に過ぎないかもしれません。個人的には最近、[ドアウェイページ](#)を多く見つけます。2012年にGoogleから喚起されたガイドライン違反行為ですが、あれから12年経ち、最近ドアウェイページを知らずに意図せずエリア別でドメインを立ててサイトを作り、エリア単語レベルで違うだけで、内容はほぼ同じというのを目にします。極力フィードバックをするようにしていますが、ドアウェイページを知らない人が意外と多く、わざとじゃなくても作っている運営者もいるようです。そういう人は今一度、Googleが禁止しているガイドラインを見直してもらいたいですね。

ちなみに、[過去のスパムアップデート](#)や[リンクスパムアップデート](#)に関しては都度当ブログでも触れていますので、ご確認ください。

今回は以上です。

生成AIの検索/SEO本格侵襲・グーグルの中小サイト虐待など【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。2024 年の Google SEO 情報から 10 大トピックを振り返る。

[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。

今回は1年間の総まとめとして、2024 年に起きた注目 SEO ニュースを振り返ります。



2024年のグーグルSEO総ざらい10大トピック

1. グーグルが生成AI検索のAIOを本格導入、ユーザーの反応は上々？
2. 寄生サイト対策にいいよ本腰を入れる、まずは手動対策で排除
3. 生成AI検索戦争が勃発。三すくみ？ 四すくみ？ 五すくみ？
4. グーグルの大手ブランド優遇に終わりはあるのか？ 小規模、独立系サイトの受難は続く
5. 生成AI時代に勝ち抜くためのコンテンツ戦略
6. 2024年のコア アップデート状況：特徴のあるアップデートとないアップデートが混在
7. 【動画】あなたの知らない使い方が見つかるGoogleトレンド活用術
8. SEOとUXは一心一体、同時進行で改善に取り組み
9. 2024年に導入された新しいタイプの検索機能×2
10. グーグル検索のキャッシュ機能が終了 😞

こちらからどうぞ。

- [生成AIの検索/SEO本格侵襲・グーグルの中小サイト虐待など【鈴木謙一の2024年SEO総まとめ】](#)

ファセットナビについてGoogleが解説

Googleは、米国現地時間12月17日、[Search Central Blog](#)を更新し、ファセットナビゲーションの利便性と、その副作用による懸念点、さらにその回避策について解説してくれています。ファセットナビゲーションとは、不動産系や人材系等のDB系サイトに使用される傾向がありますが、商品や案件を見つけやすくするために、条件別のリンクや絞り込みリンクをナビゲーションリンクとして設置するものです。例えば、転職サイトで[営業職]を選択した後、さらに[年収400万円~500万円]とかを選択するリンクを辿ったり、エリアで絞り込んだリンクを辿ったりしたことはありませんか？それがファセットナビゲーションと言われるものです。「faceted」とは直訳すると「多面的な」という意味です。まさに、多面的に絞り込んだページに辿り着けるリンクってことですね。

Googleからの発表内容

ファセットナビゲーションは主にパラメータでURL生成されるケースが多く、商品や案件一覧をさらに絞り込んだページになることが多いです。ですのでURLは違うけど内容はほぼ同じ、みたいなページが多く発生してしまい、クロールの妨げになってしまうこともしばしば。基本的には「&」で繋ぐパラメータが2つ以上の場合は1つ前のパラメータまでに向けてcanonicalを充てたりしますが、この辺に関してGoogleが丁寧に解説してくれています。

というわけで、[記事](#)を和訳してご紹介します。

クロールの12月:ファセットナビゲーションについて

[ファセットナビゲーションのベストプラクティスに関する新しいドキュメント](#)を公開しました。これはもともとブログ投稿として公開されていた。今回はその新しいドキュメントページの中から重要な部分だけ要約してお届けします。

ファセットナビゲーションは、ユーザーがサイト上で必要なものを見つけるのに役立つ良いやり方ですが、慎重に実装しないと悪夢のSEOに繋がる可能性があります。なぜかーそれは、ほぼ無限の数のURLが生成され、以下のような結果を招くからです。

- 過剰クロール:検索エンジンが、ユーザーにとって価値がないにも関わらず存在する無数のURLをクロールしてしまい、クロール時間を無駄にしてしまいます。
- 検出速度の低下:その過剰なクロールにより、重要な新しいコンテンツを検出するまで時間がかかってしまいます。

実際、ファセットナビゲーションは、サイト所有者から報告される過剰クロール問題の最も多い要因となっており、ほとんどの場合、この問題はいくつかのベストプラクティス通りに行うことで回避できたはずですが。少しおさらいしてみましょう。

URLの問題

ファセットナビゲーション内の各フィルターの組み合わせによって、一般的には独自のURLが作成されます。例:

https://example.com/items.shtm?products=fish&color=radioactive_green&size=tiny

上記のproduct、color、sizeのいずれかのパラメータを変更するとそれぞれ新しいURLが作成されるため、それによってURLが爆発的に増加する可能性があります。そして問題となる…事実上、無限に新しいURLが生成されてしまう現象を引き起こします。こういった問題になる前に対処しましょう。

ファセットナビについてGoogleが解説

Googleは、米国現地時間12月17日、[Search Central Blogを更新](#)し、ファセットナビゲーションの利便性と、その副作用による懸念点、さらにその回避策について解説してくれています。ファセットナビゲーションとは、不動産系や人材系等のDB系サイトに使用される傾向がありますが、商品や案件を見つけやすくするために、条件別のリンクや絞り込みリンクをナビゲーションリンクとして設置するものです。例えば、転職サイトで[営業職]を選択した後、さらに[年収400万円~500万円]とかを選択するリンクを辿ったり、エリアで絞り込んだリンクを辿ったりしたことはありませんか？それがファセットナビゲーションと言われるものです。「faceted」とは直訳すると「多面的な」という意味です。まさに、多面的に絞り込んだページに辿り着けるリンクってことですね。

2つの対処方法

1. ファセットナビゲーションURLをブロックする:

- これらのURLをインデックスする必要がない場合は、robots.txtを使用してクロールを禁止します。
- または、フィルターにフラグメントURL(#)を使用することで、検索エンジンがフラグメントURLを無視するように仕向けます。

2. ファセットナビゲーションURLを最適化する(負担を問わずクロールさせたい場合):

- URLパラメータには一般的な&の区切り文字を使用します。🚫は適切なパラメータ区切り文字ではありません。
- URLパス内のフィルタには一定の法則を遵守します。
- 組み合わせ結果がないフィルターに対して404のステータスコードを返します。
- 他に選択肢がない限り(例:[シングルページアプリ](#)の場合)、結果がないページを一般的な「見つかりません」ページにリダイレクトするのは避けてください。

重要な注意点

- 様々なページのシグナルを統合すべく、rel="canonical"をメインページに向けるのも有効な方法です。但し、この方法は認識されるまでに時間がかかります。
- フィルタしたリンクにrel="nofollow"属性を設定するとクロールを抑制できますが、その場合は全て一貫して適用する必要があります。つまり、これらのページに向けた全リンク(内部も外部も)にrel="nofollow"属性が必要です。
- ファセットナビゲーションURLをクロールすると、常にサーバーリソースが消費されるため、新しいコンテンツの検出に影響する可能性があります。

ファセットナビゲーションのベストプラクティスに関する新しいドキュメントについてご提案やご説明が必要な場合は、そのドキュメントのフィードバックツールをご利用ください。ファセットナビゲーションに関心があり、他のユーザーとも語り合いたい場合は、[Search Centralコミュニティ](#)が最適ですが、[LinkedIn](#)でも可能です。

引用)[Search Central Blog](#)より和訳

ちなみに、このタイミングでファセットナビゲーションに関する[公式ドキュメント](#)も上がっていますので詳細はそちらを閲覧したほうが良いですが、まあ上記のブログをご覧くださいだけでも良いと思います。

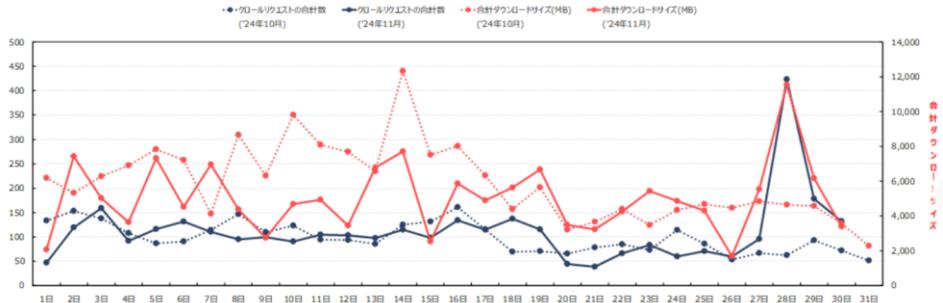
ファセットナビについてGoogleが解説

Googleは、米国現地時間12月17日、[Search Central Blogを更新](#)し、ファセットナビゲーションの利便性と、その副作用による懸念点、さらにその回避策について解説してくれています。ファセットナビゲーションとは、不動産系や人材系等のDB系サイトに使用される傾向がありますが、商品や案件を見つけやすくするために、条件別のリンクや絞り込みリンクをナビゲーションリンクとして設置するものです。例えば、転職サイトで[営業職]を選択した後、さらに[年収400万円~500万円]とかを選択するリンクを辿ったり、エリアで絞り込んだリンクを辿ったりしたことはありませんか？それがファセットナビゲーションと言われるものです。「faceted」とは直訳すると「多面的な」という意味です。まさに、多面的に絞り込んだページに辿り着けるリンクってことですね。

クローल負荷にご用心

実際、私たちは下記のようにクロールの統計情報も常時確認し、取引先企業様に報告・共有しています。そしてクロール負荷の懸念が上がった時はアラートや解決策を提示しています。

Report Search Console	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	31日	11月分
新規クローリングされたページ	3,727	4,289	3,853	3,910	2,431	2,525	3,191	4,100	3,074	3,439	2,640	2,619	2,395	3,497	3,682	4,509	3,224	1,933	1,972	1,836	2,190	2,374	2,052	3,201	2,405	1,489	1,876	1,740	2,604	2,004	1,435	85,323
クローリングされたページ	1,319	3,340	4,456	2,566	3,244	3,673	3,096	2,640	2,782	2,530	2,922	2,888	2,732	3,208	2,749	3,754	3,215	3,833	3,236	1,235	1,074	1,854	2,341	1,670	1,968	1,668	2,682	11,848	4,983	3,694	93,218	
クローリングされたURLの数	221	191	224	244	280	257	147	309	225	350	289	275	234	441	269	286	226	157	202	115	131	157	124	155	147	156	173	166	163	128	81	6,550
クローリングされたURLのサイズ(MB)	74	265	179	130	262	161	248	156	98	168	176	123	242	276	90	209	175	281	238	124	116	152	194	173	154	61	198	412	225	121	5,398	



私がお取引する企業様のクロール負荷の多くは「新たに作成したページの画像が重なった」等が理由で、今回のようなファセットナビゲーションによるもの等は未然に防げていますが、実際にサイト内検索結果を全てクロールさせてしまっていたり、パラメータ付URLを無限に生成してしまうことでクロール負荷になっているサイトも多いようです。

実際に、取引前にクロール負荷で相談される多くは確かにこういったURLの無限生成によるケースが多いです。私たちはその場合、Search Consoleでのインデックス状況やクロール統計情報から生成されるURLの法則を見出し、こういった問題に起因しているかを発見・解決する感じです。

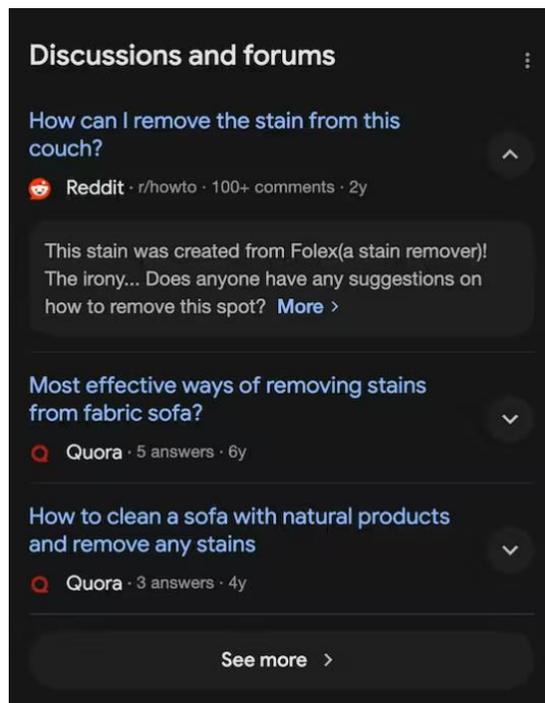
もし、クロール負荷に思い当たる節があれば是非ご相談ください。

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようです。

米国では、[Discussions and forums](#)として 2022 年 10 月から導入されていた機能です。



米 Google 検索の Discussions and forums

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

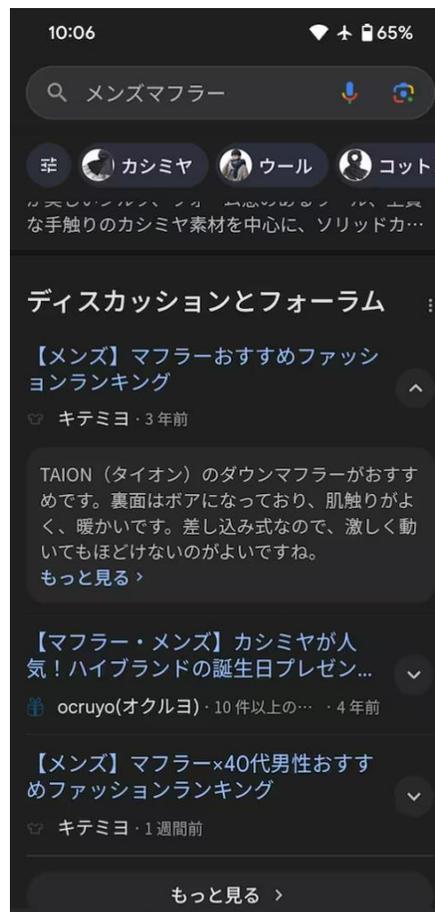
日本版ディスカッションとフォーラム

日本の検索では、「ディスカッションとフォーラム」というそのままの訳のラベルになっています。

こちらは【おすすめの動画配信サービス】のクエリで出てきたディスカッションとフォーラムです。



こちらは【おすすめの動画配信サービス】のクエリで出てきたディスカッションとフォーラムです。



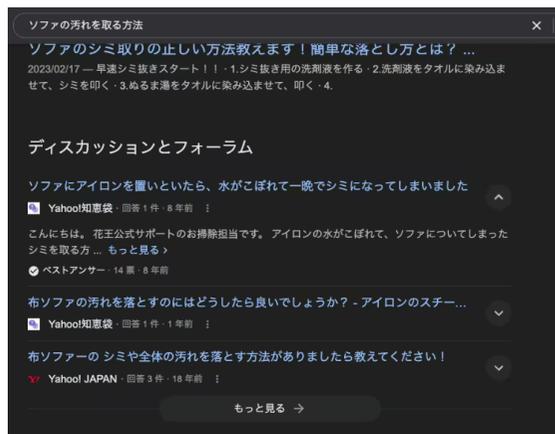
【メンズマフラー】のクエリで出てきたディスカッションとフォーラムです。

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

PC 検索でも出ます。

こちらは [ソファの汚れを取る方法] のディスカッションとフォーラムです。

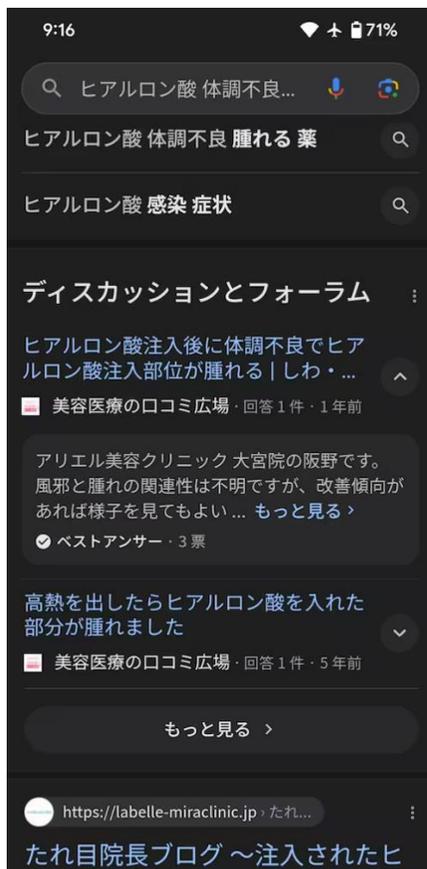


初めは、対象クエリはさほど多くないと感じていたのですが、探すといろいろなクエリで出てきました。

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

こちらは、教えてもらった【ヒアルロン酸 体調不良 腫れた】のディスカッションとフォーラムです。



掲載対象サイト

ディスカッションとフォーラムに掲載されるサイトはジャンルによってさまざまです。確認できたサイトには次のようなものがありました。

- Yahoo!知恵袋
- 教えて!goo
- ミルトーク
- 美容医療の 口コミ 広場
- 価格.com
- アットコスメ
- キテミヨ
- オクルヨ

[DiscussionForumPosting](#) 構造化データまたは [QAPage](#) 構造化データは必ずしも必要なく、Google が自動で判断しているようです。

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

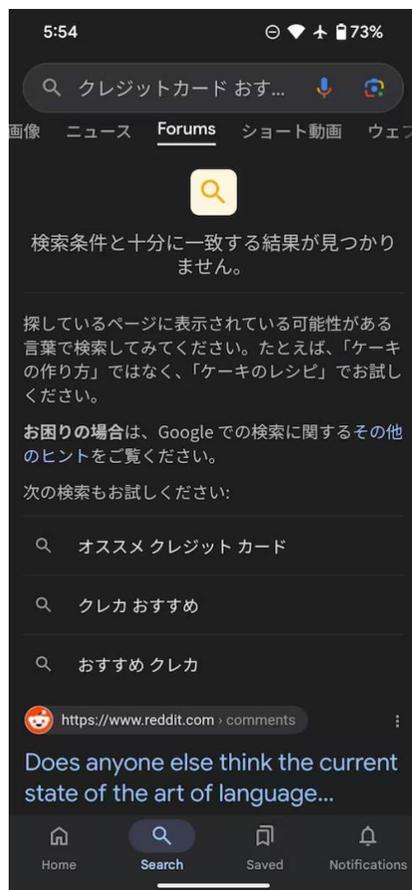
フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

Forums タブで絞り込み(できない!)

「もっと見る」をクリック/タップすると、[Forums] タブに移動します。

フォーラムのスレッドだけに絞り込むためだと思われませんが、実際には、関連コンテンツは何も出てきません。

クエリによっては、英語のフォーラムのスレッドが提案される始末です。



「もっと見る」から Forums に移動したところ、「検索条件と十分に一致する結果が見つかりません。」というメッセージが表示された。その下には Reddit のスレッドが提案されている

Google、日本版「ディスカッションとフォーラム」をテスト中

フォーラムのスレッドだけを掲載するセクションを日本でも Google はテストしているようだ。

テスト中？ 展開中？

現時点では、ディスカッションとフォーラムはすべてのアカウントの検索では出てきません。

テスト中なのか展開中なのかは不明です。

米 Google では、Discussion and forums が実に多様なクエリで検索結果に出現します。

世界最大のディスカッションフォーラムである Reddit を筆頭にアクセスを伸ばしていると聞きます。

日本では、Reddit ほどに誰もが使うようなフォーラムサービスはありません(強いていえば、Yahoo!知恵袋?)。

正式導入されるのであれば、ディスカッションとフォーラムがどのくらいの頻度で検索結果に入り込んでくるのかに注目です。