

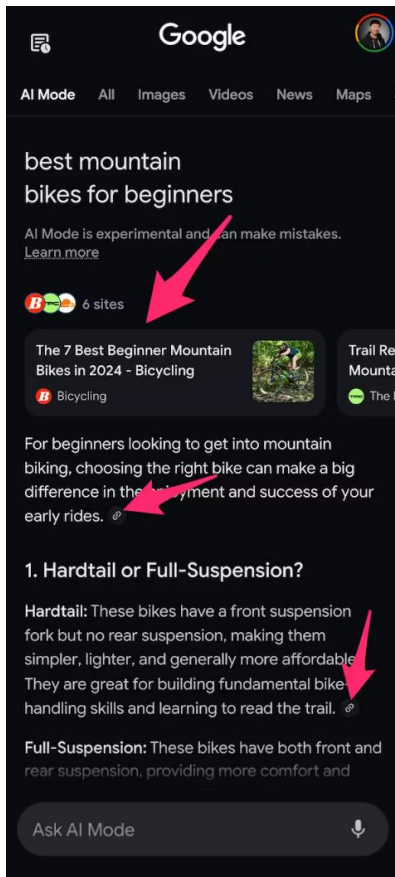
Google AI ModeからのトラフィックはSearch Consoleにはレポートされず

オプトインユーザーに対してロールアウトが先日始まった Google 検索の AI Mode の関連情報を取り上げる。

この記事では、[オプトインユーザーに対してロールアウト](#)が先日始まった Google 検索の [AI Mode](#) の関連情報を取り上げます。

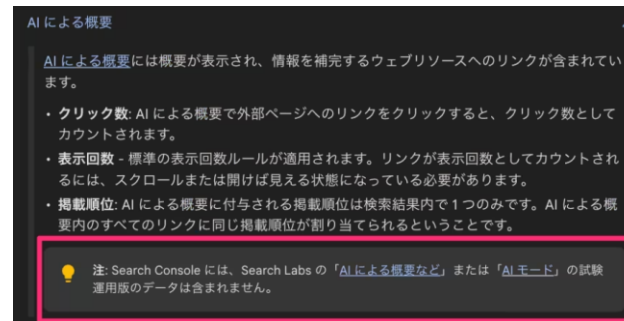
Search Console ではレポートされず

AI Mode が生成した回答には、関連コンテンツへのリンクが提供されます。



残念ながら、AI Mode からのトラフィックは Search Console にはレポートされません。

Search Console の[ヘルプ記事](#)に注釈が追加されています。



注: Search Console には、Search Labs の「AI による概要など」または「AI モード」の試験運用版のデータは含まれません。

「試験運用版のデータ」とあるので、正式公開されたときはレポートするようになる可能性もあります。しかし、少なくとも現時点では AI Mode からのトラフィックはレポート対象ではありません。

Google AI ModeからのトラフィックはSearch Consoleにはレポートされず

オプトインユーザーに対してロールアウトが先日始まった Google 検索の AI Mode の関連情報を取り上げる。

robots meta タグで制御

管理サイトのコンテンツが AI Mode に利用されるのを robots meta タグで制御できます。

 不十分: X-Robots-Tag でも可能

[ドキュメント](#)に更新が入りました(この記事を書いている時点では英語ページのみ)。

具体的には、次の 2 つの robots meta タグを利用できます。

- nosnippet
- max-snippet

nosnippet robots meta タグを設定すると、ページのテキストが AI Mode の回答に直接の入力として利用されることを防げます。

max-snippet robots meta タグを設定すると、AI Mode に利用される文字数を制限できます。

要は、通常のウェブ検索のスニペット制御が AI Mode でも同じように適用されるということです(つまり、nosnippet を構成したら、AI Mode の回答だけではなくウェブ検索のスニペットも表示されなくなる)。

AI Mode での広告を検討中

現状では、AI Mode の回答に広告は掲載されません。

しかし、将来的には掲載される可能性があります。

ADWEEK に対して Google は[次のようにコメント](#)したとのことです。

新しい AI Mode に広告を導入することを検討するでしょう。

AI Overview に組み込まれた広告製品からの学びを活用するつもりです。

Google AI ModeからのトラフィックはSearch Consoleにはレポートされず

オプトインユーザーに対してロールアウトが先日始まった Google 検索の AI Mode の関連情報を取り上げる。

AI Overview も当初は広告を掲載しませんでした。

しかし[現在は掲載](#)します(米国のみ)。

もっとも将来的とはいえ、AI Mode での広告掲載は自然な流れであり、驚くようなことでもないような気がします。

まだ、AI Mode は始まったばかりです。

今後、さまざまな更新と改良が加えられるでしょう。

新しい情報が入ったらまた共有します。

Googleが年間に処理する検索は5兆件超、AI導入で検索需要は衰えず

Google は、年間 5 兆件を超える検索を処理しているとのことだ。


Google は、年間 5 兆件を超える検索を処理しているとのことですよ。

AI による検索機会の拡大

パーソナライズされたショッピング体験に重要な役割を AI が果たすようになっていくことを説明する[記事](#)で、Google は[次のように](#)述べています。

On Search, rich and multimodal experiences like AI Overviews, Circle to Search, and Lens give people new ways to express exactly what they want, more naturally than ever before. **We already see more than 5 trillion searches on Google annually**, and with AI, we're continuing to expand the types of questions that people can ask. This means more opportunities for you to connect with consumers through entirely new kinds of questions. For example, with the launch of AI Overviews, the volume of commercial queries has increased.

検索において、AI 概要、かこって検索、レンズのようなリッチでマルチモーダルな体験は、人々がこれまで以上に自然に、まさに求めているものを表現するための新しい方法を提供します。**私たちはすでに年間 5 兆件を超える検索を Google で確認しており**、AI によって、人々が尋ねることができる質問の種類を拡大し続けています。これは、まったく新しい種類の質問を通じて消費者に繋がる機会が増えることを意味します。たとえば、AI による概要の開始により、商業クエリの量が増加しました。

 強調は僕による

2025 年の内部データによる最新の数値です。

年間で 5 兆以上、単純計算で毎日約 137 万以上の検索をさばっていることになります。

通常のウェブ検索だけではなく、かこって検索や Google レンズなどすべてのタイプの検索方法を含めてだとは思われますが、それでも莫大な数字です。

過去に遡ると、2012 ~ 2015 年は約 1.2 兆件、[2016 年には少なくとも 2 兆件](#)の検索を処理しているとのことでした。

10 年とたたずに、2.5 倍以上に増えてています。

かこって検索や Google レンズのように従来は存在しなかった AI 検索プロダクトの導入が一役買っているのでしょう。

AI Overview で「商業クエリの量が増加」と Google は言っています。

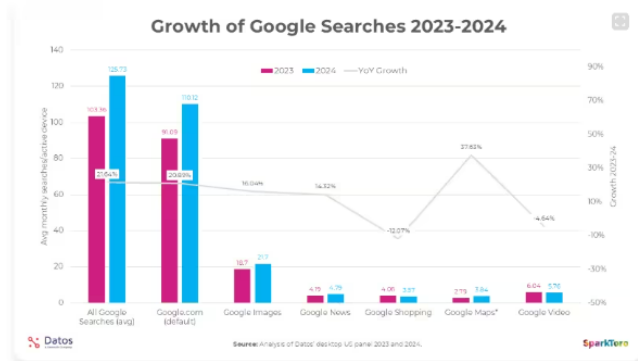
本当のことなのかもしれません。

Googleが年間に処理する検索は5兆件超、AI導入で検索需要は衰えず

Google は、年間 5 兆件を超える検索を処理しているとのことだ。

こちらは私的なものになりますが、[SparcToro が Datas の協力のもとに実施した調査](#)では、**Google の全検索数は 2023 年と 2024 年を比較すると 21.64% の伸び**を示しています。

📷 すぎ補足: 米 Google の検索データ



In a single year and for a mature product **21.64% growth in searches** across Google is remarkable. It also fits with [what their CEO said publicly](#) about the introduction of AI Overviews in 2024:

Google 内 の AI による回答は、オーガニック検索の CTR を 約 70%、広告の CTR を約 12% を低下させているものの、**検索量は増加**していることが調査結果から見てきたそうです。

[Google が検索シェアを減らし始めた](#)なんていうデータも出ているようです。

しかし、たとえそれが真実だったとしても、検索利用数そのものは減るどころか増え続けているようです。

利用形態を進化させつつも、Google 検索の需要は衰えていません。

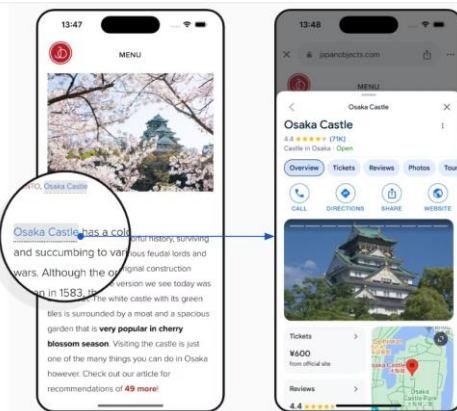
Page Annotations機能をGoogleが廃止、ページ改ざんの非難が理由か？

Page Annotations 機能を Google は廃止した。

[Page Annotations 機能](#)を Google は[廃止](#)しました。

記事に自動でリンクを差し込む Page Annotations

Page Annotations(ページ アノテーション)は、記事中出现する人物や場所、製品などのエンティティに自動的にナレッジパネルへのリンクを貼る機能です。



「Osaka Castle」(大阪城)は本来はリンクが設定されていないが、Page Annotations が自動でナレッジパネルにリンクした
2024 年 11 月に iOS 版 Google アプリで Page Annotations は導入されました。

Google によるページの改ざんに非難？

Page Annotations は、僕たちが管理するサイトのコンテンツに勝手にリンクを設置します。

見方によっては、データの改ざんです。

オプトアウト手段は提供されていたものの、即座に機能が無効になるわけではなかったようだし、そもそもオプトアウトできることを知らないサイト管理者も多かったのではないのでしょうか。

機能終了の理由は明らかではありませんが、非難するフィードバックが多かったのではないかと僕は推測します。

加えて、ユーザーの役に立っていなかった可能性も高そうです。

Page Annotations は英語記事だけが対象だったと思われます。

日本語が対象になる前に消えてくれた良かったと言ったべきでしょうか？

Google、March 2025 core update(2025年3月のコア アップデート)の展開を開始

Google は March 2025 core update(2025 年 3 月のコア アップデート)の展開を開始した。2025 年最初のコア アップデートだ。

Google は March 2025 core update(2025 年 3 月のコア アップデート)の展開を開始しました。
2025 年最初のコア アップデートです。

いつものコア アップデート

アナウンスを読む限りでは、特筆するような点のない通常のコア アップデートのようです。

[X](#)でのアナウンスです。

本日、2025 年 3 月のコアアップデートをリリースしました。ロールアウトが完了したら、ランキングリリース履歴ページを更新します。

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



[LinkedIn](#) でのアナウンスはもう少し情報量が多いです。
強調した部分が X にはない言及です。

本日、2025年3月のコアアップデートをリリースしました。

これは、あらゆる種類のサイトからの検索者に関連性が高く、
満足度の高いコンテンツをより適切に表示するために設計された定期的なアップデートです。
また、今年は一連の改善を通じて、クリエイターからのより多くのコンテンツを表示するための取り組みも
継続しています。すでに実施されたものもあれば、今後追加されるものもあります。

ロールアウトが完了したら、ランキングリリース履歴ページを更新します。

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



Google、March 2025 core update(2025年3月のコア アップデート)の展開を開始

Google は March 2025 core update(2025 年 3 月のコア アップデート)の展開を開始した。2025 年最初のコア アップデートだ。

コンテンツクリエイター救済の取り組み

今年は一連の改善を通じて、クリエイターからのより多くのコンテンツを表示するための取り組みも継続しています。すでに実施されたものもあれば、今後追加されるものもあります。

コア アップデート自体にはこれといった特徴はないものの、LinkedIn でのこの言及は注目に値します。

近年の Google は大手サイトを優遇し、小規模・独立系のサイトを冷遇する傾向にありました。

たとえGoogle が否定しても、そういう傾向が見られたことは事実です。

Google はコンテンツクリエイターからの[声に耳を傾け](#)、独立系小規模サイトに報いるための[ランキングシステム改善に継続して取り組むことを約束](#)しました。

[2024 年 8 月のコア アップデート](#)では、フィードバックを受けて小規模・個人サイトも正當に評価するようにシステムを改良しました。

今年は、小規模・独立系サイトのコンテンツがもっと検索結果に出るように取り組みを継続するとのことです。

つらい目に遭ってきたコンテンツクリエイターは期待しましょう。

なお、展開完了までにかかる期間は最長で 2 週間とのことです。

こちらも通常のコア アップデートと同じです。

GoogleのAIモードは検索トラフィックを増やすのか盗むのか？

Google 検索の AI モードが検索トラフィックを減らすのではという懸念に Google はどのように対応するつもりなのだろうか？

[オプトインユーザーを対象に試験](#)が始まった Google 検索の [AI Mode](#) は AI が回答を生成します。

従来の検索とは異なり、検索結果をリスト形式で提供しません。

いわゆる「10 本の青いリンク」の検索結果ではありません。

ユーザーが求めている情報が AI Mode の回答で手に入れば、ウェブサイトへの検索トラフィックの減少が懸念されます。

コンテンツ発行者のこうした懸念に Google はどのように対応するつもりなのでしょう？

クリックしやすい UI でトラフィックを送る

Google 検索部門の副社長である Robby Stein(ロビー・スタイン)氏が次のように質問されました。

ウェブパブリッシャーからのコンテンツを(AI モードが)すべてスクレイピングし、ユーザーがサイトをクリックするインセンティブを奪っているのではないかという正当な懸念をどのように鎮めますか？

スタイン氏はこう説明します。

チームは、サイトへのクリックをいかに容易にするかに重点を置いています。

発表記事で示したように、多くの UI アップデートを今後予定しています。これは、

ユーザーが求めていると私たちが聞いていることであり、AI モードの構築における核心部分です。

また、AI モードは新しいタイプの質問に答え、さまざまな側面を探索するためのフォローアップを可能にし、

最終的にはサイトがランク付けされるための新しい機会を生み出します。

AI Mode からのトラフィックが発生するようなユーザーインターフェイスに工夫しているとのこと。

また、フォローアップ質問を可能にすることで、より多くの関連のコンテンツが引用されるようにもしているそうです。



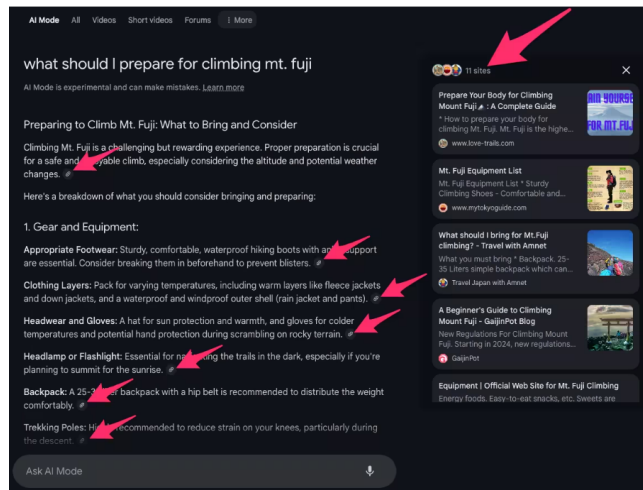
GoogleのAIモードは検索トラフィックを増やすのか盗むのか？

Google 検索の AI モードが検索トラフィックを減らすのではという懸念に Google はどのように対応するつもりなのだろうか？

AI モード回答の中の外部サイトへのリンク

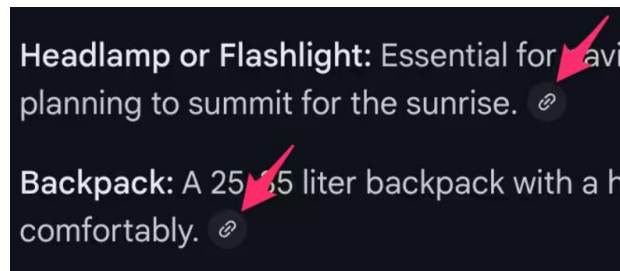
スタイン氏が言うように、AI モードの回答には外部サイトへのリンクが多く含まれます。

通常、回答の各段落には関連ウェブコンテンツへのリンクがアイコンで示されます。
また、右にはカードでも示されます(PC 検索の場合。モバイル検索ではカルーセル)。



キャンプチャでは回答のすべてが写っておらず、この下にもさらに回答が続きます。
したがって、関連コンテンツへの外部リンクももっと出現します。

追加質問すれば外部リンクはさらに増えます。



この UI がベストかと問われれば改良の余地はあるようにも思いますが、少なくとも外部サイトへトラフィックを送る仕組みは提供されています。

初期の AI Overview(その前身の SGE)では、外部リンクがなかったことで無断引用だと非難されました。AI Mode に関しては最初から外部リンクを提供することで、同じ轍を踏まないようにしたのではないのでしょうか。