

Googleビジネスプロフィール新機能——ユーザーの質問にAIが回答

Google は、Google ビジネス プロフィールの Q&A 機能を更新し、ユーザーの質問に対して AI が回答を提供するようにする。

Google は、Google ビジネス プロフィールの Q&A 機能を更新し、ユーザーの質問に対して AI が回答を提供するようにします。

Google My Business のヘルプコミュニティで[アナウンス](#)ができています。

既存のQ&Aやクチコミをもとに AI が回答生成

ユーザーは従来のように過去に作成された質問の一覧を閲覧するのではなく、Google マップ上で直接質問し、即時の AI 回答を受け取れるようになります。

AI 機能は、ビジネスが提供した回答や関連するクチコミをもとに回答を自動で生成します。

AI 回答機能により、ユーザーはタイムリーで関連性の高い回答を得やすくなります。

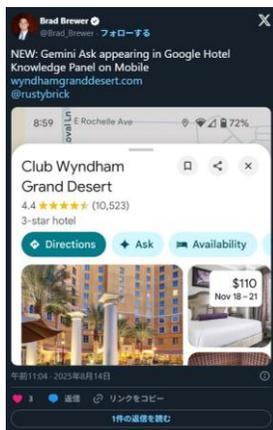
同時にビジネスは、個別の質問に多数対応する必要がなくなり運用負担を軽減できます。

ビジネスプロフィールに設置された AI に質問するボタン

Google ビジネスプロフィールでの AI による回答機能はまだ正式には導入されていませんが、[テスト](#)は数か月前から[始まっていた](#)ようです。

「Ask」というラベルのボタンが見えています。

このボタンからユーザーが質問すると、AI が回答するようです。



このビジネスプロフィールの AI 回答機能がいつリリースされるかについては言及がありません。新機能のアップデートを予定しているとの案内だけです。

なお、既存の Q&A コンテンツは Google ビジネス プロフィール内で引き続き利用可能で、マップに表示される場合もあります。ダッシュボードからの作成・編集も可能です。

AI が回答する際の情報として利用されることもあるので、マップ上で表示されないとしても価値がなくなるわけではありません。

Google、JavaScript SEOドキュメントでnoindexに関する説明を更新

Google は、JavaScript SEO の基本を解説するドキュメント内で noindex robots meta タグの処理に関するセクションを更新した。

Google は、[JavaScript SEO の基本を解説するドキュメント](#)内で noindex robots meta タグの処理に関する[セクション](#)を更新しました。

断言を可能性に修正

こちらは更新前の記述です。

When Google encounters noindex in the robots meta tag before running JavaScript, it doesn't render or index the page.

If Google encounters the noindex tag, it skips rendering and JavaScript execution. Because Google skips your JavaScript in this case, there is no chance to remove the tag from the page.

Using JavaScript to change or remove the robots meta tag might not work as expected. Google skips rendering and JavaScript execution if the robots meta tag initially contains noindex. If there is a possibility that you do want the page indexed, don't use a noindex tag in the original page code.

Google は、JavaScript 実行前に robots meta タグ内で noindex を見つけた場合、ページのレンダリングとインデックス登録を行いません。

noindex タグが検出された場合、レンダリングと JavaScript の実行はスキップされます。この場合、JavaScript がスキップされるため、ページからタグが削除されることはありません。

JavaScript を使用して robots meta タグを変更または削除しても、期待どおりに動作しないことがあります。robots meta タグの先頭に noindex が含まれていると、Google はレンダリングと JavaScript の実行をスキップします。ページをインデックス登録する可能性がある場合は、元のページコードで noindex タグを使用しないでください。

更新後の記述です。

When Google encounters the noindex tag, it may skip rendering and JavaScript execution, which means using JavaScript to change or remove the robots meta tag from noindex may not work as expected. If you do want the page indexed, don't use a noindex tag in the original page code.

Google が noindex タグを検出すると、レンダリングや JavaScript の実行をスキップする場合があります。そのため、JavaScript を使って robots meta タグを noindex から変更または削除しようとしても、期待どおりに動作しないことがあります。ページをインデックスさせたい場合は、元のページコードに noindex タグを使用しないでください

※この記事を書いている時点では日本語ドキュメントは未更新のため、翻訳は僕による

Google、JavaScript SEOドキュメントでnoindexに関する説明を更新

Google は、JavaScript SEO の基本を解説するドキュメント内で noindex robots meta タグの処理に関するセクションを更新した。

文量が短くなったことにはすぐに気付くとして、内容に関しては何が変わったのかはわかるようでわからないのではないのでしょうか。

端的に言えば、断定から可能性に表現が変わりました。

- レンダリング動作: “skips rendering” (レンダリングをスキップする)
 - “may skip rendering” (レンダリングをスキップ場合があります)
- JS 実行: “skips… JavaScript execution” (JavaScript の実行をスキップします)
 - “may skip… JavaScript execution” (JavaScript の実行をスキップする場合があります)
- JS で noindex 削除したとき: “no chance to remove” (削除されることはありません)
 - “may not work as expected” (期待どおりに動作しないことがあります)

以前は言い切っていましたが、現在は可能性を示すようになりました。

実際に、noindex 設定されているページでも JavaScript が実行されていることを[検証で確かめたケース](#)も報告されています。

事実に即した説明になったということです。

推奨は変わらず

断言が可能性に修正されはしたものの、推奨は変わりません。

JavaScript による noindex の操作は**非推奨**です。

処理される可能性があるとはいえ、確実性に欠けます。

うまくいくかもしれないし、いかないかもしれません。

こういった条件なら期待どおりに処理されるかされないかが具体的にわからない状況では運任せになってしまいます。

noindex は Google サイドで処理させるのではなく、ウェブページにすでに設定された状態で配信します。

検索へのAI統合は「拡大の瞬間」、Google検索SVPが語る

Google の Knowledge and Information 部門 SVP である Nick Fox 氏が、AI Inside のインタビューを受けた。検索への AI 統合は「拡大の瞬間」であり、ウェブを縮小させるのではなく、新たなクエリタイプとオープンウェブへの機会を創出するものだと言氏は述べる。

Google の Knowledge and Information 部門 SVP である Nick Fox(ニック・フォックス)氏が、AI Inside のインタビューを受けました。

検索への AI 統合は「拡大の瞬間(expansionary moment)」であり、ウェブを縮小させるのではなく、新たなクエリタイプとオープンウェブへの機会を創出するものだと言氏は述べます。AI Mode の急速な普及と、トラフィック送客と商業契約を通じた報道機関との提携戦略、そしてジェネレーティブなユーザーインターフェースや個人の文脈の統合といった今後のイノベーションについても触れています。



キーポイント

インタビューの重要ポイントは次のとおりです。

- **AI 検索の普及:** AI Mode は全世界の DAU (1 日あたりのアクティブユーザー数)が7,500 万人に達した。ユーザーは従来の検索と比べて 2~3 倍長く、より複雑なクエリを入力している。
- **AI が創出する拡大:** 「AI vs. ウェブ」というゼロサム的な見方は正しくなく、能力の向上が検索行動の増加とトピックの深掘りを促し最終的に高品質なサイトに利益をもたらす。
- **パブリッシャー戦略:** AI ファーストの世界で生き残るために、コンテンツ制作者は基本的な情報コンテンツではなく、AI による要約では代替できない、次の要素に注力する必要がある。
 - 真正性 (Authenticity)
 - 深い専門知識 (Deep expertise)
 - 人間味 (Humanity)
- **ニュース業界との連携:** フォックス氏は、パブリッシャーとの摩擦を認めつつも、「ニュース API」の概念に同意し、トラフィック/リンクの送客と直接的な商業契約(現在 3,000 以上の組織と締結)というデュアルアプローチの提携モデルを強調する。
- **次世代機能:** Google は Gemini 3 Pro を展開しており、「[ジェネレーティブ・レイアウト](#)」(計算機のような UI のための動的なコード生成)を実現し、個人の文脈(Gmail/Docsデータ)を検索に安全に統合する取り組みを進めている。

検索へのAI統合は「拡大の瞬間」、Google検索SVPが語る

Google の Knowledge and Information 部門 SVP である Nick Fox 氏が、AI Inside のインタビューを受けた。検索への AI 統合は「拡大の瞬間」であり、ウェブを縮小させるのではなく、新たなクエリタイプとオープンウェブへの機会を創出するものだと言氏は述べる。

ウェブと検索の現状

現在の時代を「拡大期」とフォックス氏は定義し、検索の有用性が高まるにつれ、全体的な利用量も増加すると主張します。

パブリッシャーのトラフィック減少への懸念に対しては、あるサイトでトラフィックが 50% 減少したのは AI Overviews の導入前だったという事例を引用し、内部データは外部レポートと矛盾することが多いと指摘しました。

信頼できるパブリッシャーを支援するため、ユーザーが特定の出版物を Top Stories(トップニュース)でより目立つように表示できる機能である [Preferred Sources](#)(優先ソース)を展開したことにもフォックス氏は触れました。

AI Mode の進化とユーザー行動

導入以来、AI Mode はチャットボットと従来の検索エンジンに位置する独自の製品領域へと進化しています。

- **ユーザー属性:** 利用開始が最も早いのは初期導入市場(米国)や、学習目的で利用する若年層。ウェブの発達が遅れている市場(インドネシア、ブラジルなど)では、AI の言語横断的な合成能力に独自の価値が見出されている。
- **クエリ パターン:** ユーザーはキーワードベースの検索から、会話形式や個人的な質問(「私 I / me」)を使用する形式へと移行している。
- **統合:** アクセスを効率化するため、Chromeのオムニボックス(アドレスバー)に専用の AI ボタンが追加された。



ニュースエコシステムとジャーナリズム

AI 企業とニュースパブリッシャー間の緊張関係についてもインタビューの話題が及びます。

ニュース組織が API を作成して AI エージェントに積極的にコンテンツを供給すべきで、コンテンツを隠すことは市民的義務の放棄であるという提案にフォックス氏は同意を示しました。

Google の優先事項はユーザーが求めているもの(現在は AI 主導の回答)を提供することであり、同時にトラフィック送客と金銭的パートナーシップを通じて、質の高いジャーナリズムの持続可能なモデルを維持することだと述べます。

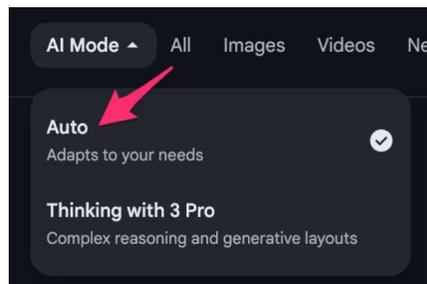
検索へのAI統合は「拡大の瞬間」、Google検索SVPが語る

Google の Knowledge and Information 部門 SVP である Nick Fox 氏が、AI Inside のインタビューを受けた。検索への AI 統合は「拡大の瞬間」であり、ウェブを縮小させるのではなく、新たなクエリタイプとオープンウェブへの機会を創出するものだと言氏は述べる。

将来のイノベーション: Gemini 3 Proとパーソナルコンテキスト

新しい Gemini 3 Pro モデルを活用した技術ロードマップの概略をフォックス氏は説明しました。

- ジェネレーティブ・レイアウト: モデルがその場でコードを生成し、単なるテキスト回答ではなく、「太陽系シミュレーター」や「心拍数計算機」といった特定のクエリに合わせた専用のユーザーインターフェースを作成できる。
- インテリジェント・ルーティング: 速度を維持するため、複雑さに応じてクエリを最も効率的なモデル(大規模または小規模)に自動的に振り分けるシステムに Google は投資している。



- パーソナルコンテキスト: 今後の主要な機能として、ユーザー自身の Google エコシステム(Gmail、Drive)のデータを利用してクエリに回答する機能(例:「メールでやり取りした革のバッグを見つけて」)がある。ただし、プライバシー権限が適切に処理されるよう、現在はテスト段階にある。

推奨されるアクション

フォックス氏のインタビューをもとにすると、次のような取り組みを提案できます。

- コンテンツの専門性を深める: AI Overview や AI Mode による AI 生成の要約と差別化するために、独自の人間の経験や深い主題知識(例:特定のレシピ、専門的なレビュー)を必要とするコンテンツ作成に注力する。
- 「Preferred Sources」の活用: パブリッシャーは、ロイヤルティの高いオーディエンスに対し、Google 検索での視認性を維持するために自サイトを「優先ソース(Preferred Source)」登録するよう促す。

※ずき注: Preferred Source は日本では未導入。来年の予定。登録用の URL とボタンあり

- 新しいフォーマットの採用: テキストのみに依存せず、若年層や特定のAIユースケースに響く多様なフォーマット(動画、音声、インタラクティブ要素)に投資する。

Google検索AI Mode におけるGemini 3 Flashのグローバル提供開始とProモデルの拡大

Google は、Gemini 3 Flash をグローバルで AI Mode のデフォルトモデルとして導入した。

Google は、[Gemini 3 Flash](#) をグローバルで AI Mode のデフォルトモデルとして導入しました。

Gemini 3 Flash は、高速パフォーマンスと高度な推論力の両立を重視した最新モデルです。

Gemini 3 Flash のグローバル展開

Gemini 3 Flash は、高速な応答時間を重視しつつ、高度な推論、ツール活用、マルチモーダル理解を維持します。

Gemini 3 Flash の採用により、AI Mode は、検索体験のパフォーマンスを損なうことなく、より複雑でニュアンスのあるクエリに対応できるようになりました。

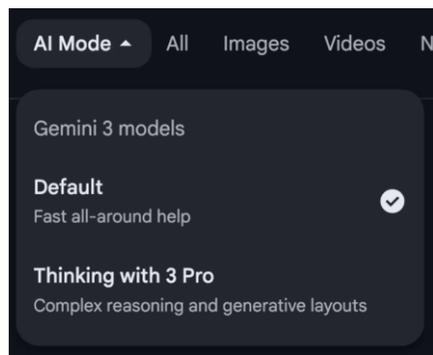
ユーザーは引き続き、ウェブ全体からのリアルタイム情報やリンクを通じて、調査や意思決定を支援する情報を得ることができます。

この点においては、従来の仕様からの変更はありません。

米国における Pro モデルの提供拡大

米国では、「Thinking with 3 Pro」オプションからすべてのユーザーが AI Mode で Gemini 3 Pro で検索できるようになりました。

Gemini 3 Pro は、より深い分析だけでなく[動的なビジュアルレイアウト](#)や[インタラクティブなツール](#)を備えており、Flash よりもさらに強力なモデルです。



デフォルトでは高速な Flash モデルだが、より推論力の高い Pro モデルに変更できる(ただし深く思考する分、回答に時間がかかる)

Google検索AI Mode におけるGemini 3 Flashのグローバル提供開始とProモデルの拡大

Google は、Gemini 3 Flash をグローバルで AI Mode のデフォルトモデルとして導入した。

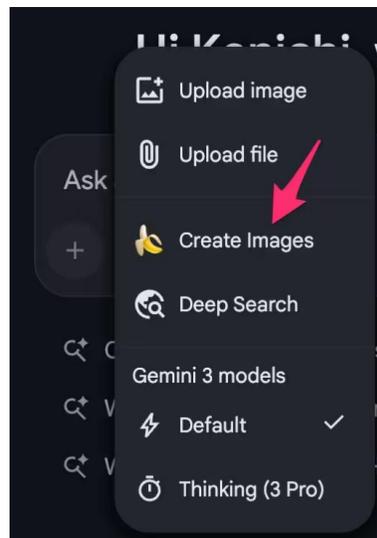
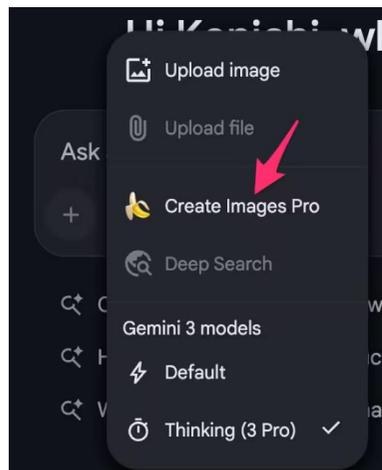
Nano Banana Pro の拡大

Nano Banana Pro(正式名称: Gemini 3 Pro Image)により、AI Mode における画像生成・編集機能が、より多くの米国ユーザーに拡大されます。

Nano Banana Pro は Gemini 3 Pro モデルにおける画像の生成・編集ツールです。

Google 検索の AI Mode では、「Thinking with 3 Pro」を選択することで利用可能となり、高精細なビジュアル生成とプロフェッショナル水準の編集ツールをユーザーに提供します。

Gemini 3 Pro モードを選択した状態だと Nano Banana Pro で画像を編集できます。



Gemini 3 Flash モデル(AI Mode のデフォルト)だと、ノーマルの Nano Banana が用いられます。

Google検索AI Mode におけるGemini 3 Flashのグローバル提供開始とProモデルの拡大

Google は、Gemini 3 Flash をグローバルで AI Mode のデフォルトモデルとして導入した。

Gemini 3 Flash がAI Mode のデフォルトモデルになったことをアナウンスした記事を AI Mode の Nano Banana Pro でインフォグラフィック化させたのがこちらの画像です。



Gemini 3 Flash の最大の特徴は高度な推論力を備えつつも高速な点です。

ウェブ検索と比べると、AI Mode で回答を得るまでには多かれ少なかれ待ち時間が発生します。

AI Mode とリアルタイムに対話でき、しかもその回答が信頼して参照・統合できる、極めて具体的で権威性の高いデータだとしたら、AI Mode 利用に拍車をかけることでしょう。

AI時代にSEOで勝ち続けるために知っておきたいこと【鈴木謙一の2025年SEO総まとめ】【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。2025 年のグーグル SEO 情報から 10 大トピックを振り返る。AI 大躍進の 2025 年。AI 時代に成果をだせる SEO を続けるために、見落とししたネタがないか年末に確認だ

[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。

今週は 2025 年最後のコラムです。

「1年間の総まとめ」として、2025 年に起きた注目 SEO/AI/検索関連ニュースを振り返ります。



鈴木謙一が選ぶ、2025年のグーグルSEO総ざらい10大トピック

1. Google AI検索の大本命？ AIモードが満を辞して登場
2. AIO/GEO/LLMOは必要なのか？
3. AI時代に勝ち残るためのコンテンツ戦略
4. AI生成コンテンツの罠
5. 「AIの普及でグーグル検索のトラフィックが減少」は本当なのか？
6. LLMiに弱点あり、従来の検索エンジンに勝てない理由
7. Search Consoleの新機能が続々とリリース
8. ランキングチェックツール無効化
9. 2026年に向けた最新版ローカルSEO
10. YouTubeでエンゲージメントを増やすテクニックとノウハウ

こちらからどうぞ。

- [AI時代にSEOで勝ち続けるために知っておきたいこと【鈴木謙一の2025年SEO総まとめ】](#)

Google、JavaScript SEOドキュメント更新——HTTPステータスコードと正規化処理について

Google は、JavaScript SEO の技術ドキュメントを更新した。HTTP ステータス コードと rel="canonical" タグに関連する説明の追加だ。

Google は、JavaScript SEO の技術ドキュメントを更新しました。
HTTP ステータス コードと rel="canonical" タグに関連する説明の追加です。

200 以外の HTTP ステータス コードでの JS の実行

「[Google が JavaScript を処理する仕組み](#)」セクションに次の注釈が追加されました。

200 HTTP ステータス コードのすべてのページは、ページに JavaScript が存在するかどうかに関係なく、レンダリング キューに送信されます。HTTP ステータス コードが 200 以外の場合(例: ステータス コードが 404 のエラーページ)は、レンダリングがスキップされる可能性があります。

200 以外の HTTP ステータス コードをページが返した場合、そのページの JavaScript されない場合があります。

たとえば、リダイレクトや canonical、robots meta タグなどを JavaScript で構成しており 200 以外のステータスコードを返している場合、実行・解釈されない可能性があります。

Google 検索において、コンテンツ生成やクロール/インデックス処理に必要な JavaScript を構成しているページは必ず 200 を返すようにしてください。

JS による正規 URL の設定

「[正規 URL を設定する](#)」セクションもドキュメントに追加されました。

rel="canonical" リンクタグは、Google がページの正規版を見つけるのに役立ちます。JavaScript を使用して正規 URL を設定できますが、JavaScript を使用して、元の HTML で正規 URL として指定した URL 以外の URL に正規 URL を変更することは避けてください。正規 URL を設定する最善の方法は HTML を使用することですが、JavaScript を使用する必要がある場合は、正規 URL を常に元の HTML と同じ値に設定してください。HTML で正規 URL を設定できない場合は、JavaScript を使用して正規 URL を設定し、元の HTML から除外できます。

JavaScript レンダリングする前と後で不一致する正規化を設定してはいけないということです。

正規化はレンダリングの前後に発生するため、正規 URL を明確にすることが重要です。

JavaScript を使用する場合は、正規 URL を元の HTML と同じ URL に設定するか、それが不可能な場合は、元の HTML から正規 URL を削除することが推奨されます。

Google、JavaScript SEOドキュメント更新——HTTPステータスコードと正規化処理について

Google は、JavaScript SEO の技術ドキュメントを更新した。HTTP ステータス コードと rel="canonical" タグに関連する説明の追加だ。



JavaScript による noindex 処理に関するドキュメントの[アップデートを先週取り上げ](#)ました。

JavaScript ドキュメントの更新が続いていますが、仕様に変更があったわけではありません。

あくまで、ドキュメント上で説明を明確化しただけです。

Google、2025年12月のコア アップデート (December 2025 core update) をロールアウト。年内いっぱいには順位変動の可能性あり

太平洋時間の 2025 年 12 月 11 日に December 2025 core update(2025 年 12 月のコア アップデート)の展開を Google は開始した。

伏線ののちの広範囲コア アップデート？

昨日の記事で、アナウンスされない[小規模なコア アップデートでもリカバリ](#)はありうると、ドキュメントが更新されたことを紹介しました。

今回のコア アップデートは明確な言及こそないものの、「広範囲なコア アップデート (broad core update)」です。

また、スイス・チューリッヒで今週開催された Search Central Live で、John Mueller(ジョン・ミュラー)氏は「今後数週間のうちに実施されてもおかしくはない」と実行を仄めかしてさいました。

考えすぎかもしれませんが、ドキュメント更新やミュラー氏の発言は、コア アップデート開始の伏線だったのかも勘繰ってしまいます。

なににせよ、年内いっぱいには展開が続く可能性があります。

何事もなく年を越せることを祈りましょう。

なおこの記事を書いている時点では、ほとんどのランキングチェックツールは目立つ変動を示していません。

Google、Preferred Sourcesをグローバル展開。トップニュース枠でのクリック数が2倍に

Google は、いくつかの新しい AI 機能を導入済み、もしくは導入予定だ。

Google は、いくつかの[新しい AI 機能](#)を導入済み、もしくは導入予定です。

ユーザーとウェブコンテンツを繋げるための新機能

自分の目的に合ったウェブコンテンツを検索で見つけやすくするために新しい検索機能は次のとおりです。

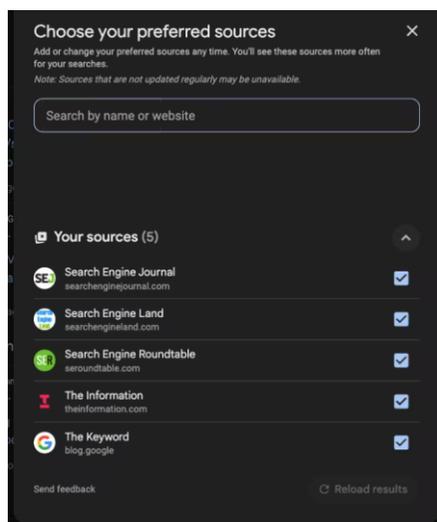
どれも AI 技術を用いています。

Preferred Sources のグローバル展開

Preferred Sources(優先ソース)は、トップニュースに表示するコンテンツが選択したパブリッシャーやサイトからより多く表示されるようにカスタマイズできる機能です。

これまで、米国とインドでの提供でしたが、英語ユーザー向けにグローバルでリリースします。

対応言語は来年初頭に順次追加予定です。



トップニュースに優先表示するサイトを Preferred Sources で指定

Google、Preferred Sourcesをグローバル展開。トップニュース枠でのクリック数が2倍に

Google は、いくつかの新しい AI 機能を導入済み、もしくは導入予定だ。

ユーザーが Preferred Sources を選択すると、そのサイトへのクリック数は平均して 2 倍になるとのことです。

Preferred Sources の詳細はこちらの記事で確認できます。

- [お気に入りのニュースサイトをトップニュース枠で優先掲載する「Preferred sources」をGoogleが試験公開](#)
- [Google、Preferred Sourcesを米国とインドで正式公開。登録したニュースサイトをトップニュース枠で優先掲載](#)

購読ハイライト

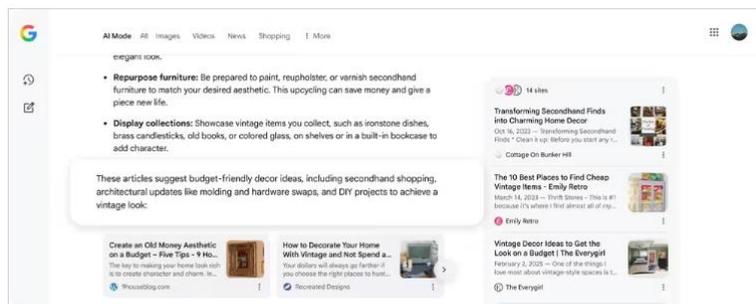
ユーザーが有料購読しているニュースからのリンクを強調・優先表示し、専用のカラーセルで提示します。

まずは Gemini アプリで提供を開始し、その後 AI Overview と AI Mode へ展開します。

AI 検索体験におけるリンクの改善

AI Mode でインラインリンクを増やし、実用性を高めるデザインに刷新します。

各リンクがなぜ関連しているのかを説明する短い文脈的な導入文を表示します。



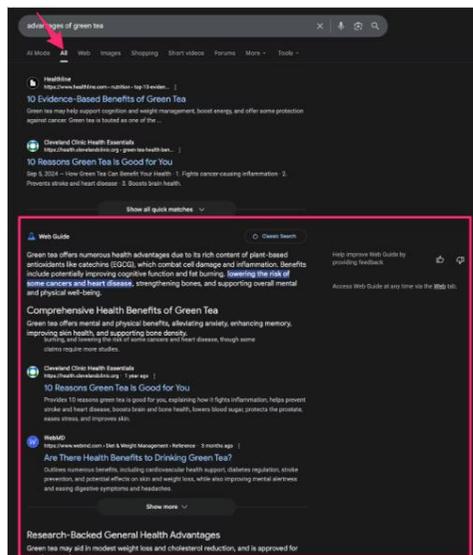
Google、Preferred Sourcesをグローバル展開。トップニュース枠でのクリック数が2倍に

Google は、いくつかの新しい AI 機能を導入済み、もしくは導入予定だ。

Web Guide の拡張

Web Guide(ウェブガイド)は、複雑な検索向けに AI が整理したリンクグループを提供する機能です。

処理速度が従来の 2 倍になり、実験に参加しているユーザーには[すべて]タブでより頻繁に表示されます。



All(すべて)タブでの通常のウェブ検索結果。オーガニック結果は上位 2 位のみで、その下は Web Guide の結果

Web Guide の詳細はこちらの記事で確認できます。

- [検索結果をトピックごとにAIが分類するWeb GuideをGoogleが試験公開](#)
- [Web Guideをデフォルトの検索結果にするテストをGoogleが展開中](#)

Google、Preferred Sourcesをグローバル展開。トップニュース枠でのクリック数が2倍に

Google は、いくつかの新しい AI 機能を導入済み、もしくは導入予定だ。



これらのアップデートは、AI を活用したニュース体験を、よりパーソナライズされ、透明性が高く、実用的なものにしようとする Google の強い姿勢を示しています。信頼できる情報源や購読コンテンツ、分かりやすいリンクを重視することで、ユーザーが情報を理解し、探索しやすくなります。

特に Preferred Sources のグローバル展開 は、SEO 担当者やパブリッシャーにとって非常に重要です。初期データでは、選択されたサイトへのクリック数が平均で 2 倍になることが示されているためです