

Google、February 2026 Discover Core Update(2026年2月のDiscoverコア アップデート)をリリース

Google は、2026 年 2 月 5 日(太平洋時間)に「February 2026 Discover core update(2026 年 2 月の Discover コア アップデート)」の展開を開始した。

Google は、2026 年 2 月 5 日(太平洋時間)に「February 2026 Discover core update(2026 年 2 月の Discover コア アップデート)」の[展開を開始](#)しました。

まず、米国・英語が対象です。

アップデートによる改善点

2026 年 2 月の Discover コア アップデートでは、主に次の点の改善を見込んでいます。

- ユーザーの居住国に拠点を置くウェブサイトから、よりローカルに関連性の高いコンテンツを表示する
- Discover における扇情的なコンテンツやクリックバイトを減らす
- 特定の分野におけるウェブサイトの専門性について、Google のシステムによる理解に基づき、より深掘りされた、独自性があり、タイムリーなコンテンツを表示する

トピックごとの専門性を識別

また、Google は次のように述べています。

多くのサイトは幅広い分野にわたって深い知識を示しているため、当社のシステムはトピックごとに専門性を識別するよう設計されています。そのため、複数の分野で専門性を持つサイトであっても、単一のトピックに深く特化したサイトであっても、Discover に表示される機会は同等にあります。たとえば、地域ニュースサイトが園芸に特化した専用セクションを持っている場合、他のトピックも扱っていても、園芸分野における専門性が確立されていると判断される可能性があります。一方で、映画レビューサイトが園芸について 1 本だけ記事を書いた場合、そのように評価される可能性は低いでしょう。

※翻訳は僕による

要するに、Discover ではサイト全体ではなく「トピックごと」に専門性を評価する、ということをごく簡単に言っています。

そのため、

- いろいろな分野を扱うサイトでも、特定の分野で継続的に質の高い情報を出していれば、その分野の専門サイトとして評価される
- 逆に、たまたま 1 回だけ別分野の記事を書いても、その分野の専門性があるとは見なされにくい

という仕組みで Discover は設計されています。

Google、February 2026 Discover Core Update(2026年2月のDiscoverコア アップデート)をリリース

Google は、2026 年 2 月 5 日(太平洋時間)に「February 2026 Discover core update(2026 年 2 月の Discover コア アップデート)」の展開を開始した。

米国・英語の Discover に適用

まず米国の英語ユーザー向けに、2026 年 2 月の Discover コア アップデートはリリースされます。展開の完了には[最長で 2 週間かかる](#)とのこと。

今後数か月以内にすべての国とすべての言語へ拡大する予定です。

Discover ドキュメント更新

アップデートのタイミングと同時に [Discover のドキュメント](#)にも更新が入りました。

「[Discover にコンテンツが表示される仕組み](#)」セクションでの、コンテンツが Discover に表示される可能性を高めるためのおすすめの方法が変更されました。

更新前は次のようでした。

- コンテンツの本質を捉えたページタイトルを、クリックバイト以外の方法で作成する。
- 魅力的な高画質の画像、特に Discover からのアクセスが発生する可能性の高いサイズの大きな画像をコンテンツに含める。サイズの大きい画像は、幅を 1,200 ピクセル以上とし、`max-image-preview:large` の設定または AMP を使用して有効にする必要があります。
- プレビュー コンテンツ(タイトル、スニペット、画像)に誤解を招くような内容や誇張した内容を入れて注目を集めたり、コンテンツの内容を理解するうえで必要な重要情報を伏せたりして、人為的にエンゲージメントを高める手法は避ける。
- 病的な好奇心を掻き立てたり、刺激的な内容や怒りをあおる内容で注目を集めたりするような手法は避ける。
- 興味や関心をふまえたタイムリーなコンテンツ、ストーリーをうまく伝えるコンテンツ、独自の情報や考察を提供するコンテンツを作成する。

Google、February 2026 Discover Core Update(2026年2月のDiscoverコア アップデート)をリリース

Google は、2026 年 2 月 5 日(太平洋時間)に「February 2026 Discover core update(2026 年 2 月の Discover コア アップデート)」の展開を開始した。

更新後はこうなっています。

- プレビュー コンテンツ(タイトル、スニペット、画像)に誤解を招くような内容や誇張した内容を入れて注目を集めたり、コンテンツの内容を理解するうえで必要な重要情報を伏せたりして、人為的にエンゲージメントを高めるためのクリックバイトや同様の手法は避ける。
- コンテンツの本質を捉えたページタイトルと見出しを使用する。
- 病的な好奇心を掻き立てたり、刺激的な内容や怒りをあおる内容で注目を集めるような、センセーショナルな手法は避ける。
- 興味や関心をふまえたタイムリーなコンテンツ、ストーリーをうまく伝えるコンテンツ、独自の情報や考察を提供するコンテンツを作成する。
- 魅力的な高画質の画像、特に Discover からのアクセスが発生する可能性の高いサイズの大きな画像をコンテンツに含める。サイズの大きい画像は、幅を 1,200 ピクセル以上とし、`max-image-preview:large` の設定または AMP を使用して有効にする必要があります。
- 全体として優れたページ エクスペリエンスを提供する。その他のヒントについては、ページ エクスペリエンスが Google 検索の検索結果に与える影響についてのヘルプページをご覧ください。

大きな方針転換はなく、表現の整理と強調点の微調整が中心です。

ただし、意味のある変化がいくつかあります。

- 「クリックバイト・センセーショナル」をより強く、明確に打ち出した
- Discover でもページ体験(UX)の重要性を明文化した
- 2026 年 2 月の Discover コア アップデートの内容と統合的なドキュメント整理

—

Discover のコア アップデートがアナウンスされたのは今回が初めてです。

米国の英語ユーザーから開始なので、僕たちの Discover には今のところは影響しません。

もちろん、日本・日本語でもリリースされたときには、Discover トラフィックに変動が生じる可能性があります。

当面は、米国・英語の Discover にどのようなインパクトを与えるかを注視しましょう。

中古ドメインや AI 生成記事を悪用した [Discover スパム](#)が報告されており、こうした問題の解消も期待されます。

注目に値する変化の情報が入ったときには共有します。

Microsoft、Copilotでの引用状況をレポートするAI PerformanceをBingウェブマスターツールに公開

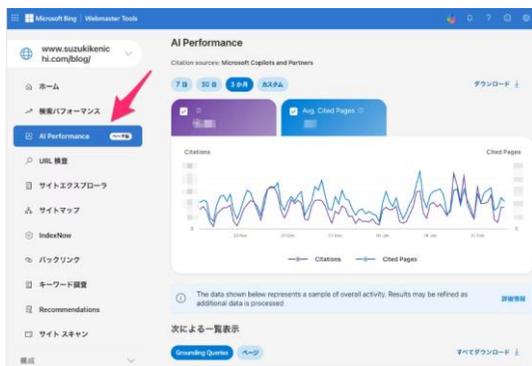
Microsoft は、Bing Webmaster Tools に「AI Performance」レポートをベータ版として公開した。

Microsoft は、[Bing Webmaster Tools](#) に「AI Performance (AI パフォーマンス)」レポートを[ベータ版として公開](#)しました。

AI Performance は、Copilot と Bing における AI 生成サマリー、および一部のパートナー AI プロダクトにおいて、管理サイトのコンテンツがどのように引用・参照されているかのデータをレポートします。

AI Performance ダッシュボードの指標

ベータ版のラベルとともに AI Performance がレポートメニューに追加されています。



次の指標のデータを入手できます。

- **Total Citations:** 選択した期間内に AI 回答でサイトコンテンツが引用された回数
- **Average Cited Pages:** 1 日あたりに引用されたユニークなサイトページ数の平均
- **Grounding Queries:** AI システムが引用コンテンツを取得する際に使用したサブクエリ
- **Page-Level Citation Activity:** 個別の URL ごとの引用回数

⚠ UI は完全には日本語化されておらず、ほとんど英語のまま

折れ線グラフは、指定した期間における合計引用数 (Total Citations) と1日あたり平均引用数 (Avg. Cited Pages) の推移を表しています。

Microsoft、Copilotでの引用状況をレポートするAI PerformanceをBingウェブマスターツールに公開

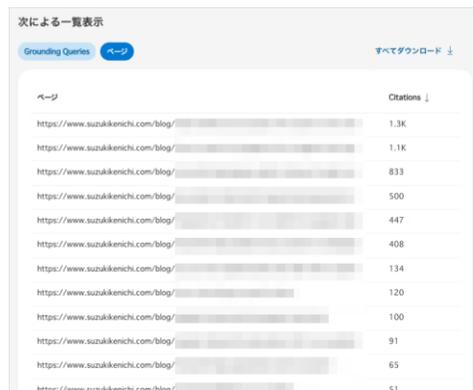
Microsoft は、Bing Webmaster Tools に「AI Performance」レポートをベータ版として公開した。

Grounding Queries(グラウンディング クエリ)とその引用数です。



Grounding Query	Citations
bing で検索	1.3K
%20	1.1K
google english version	833
gemini 高速モード	500
google usa	447
gemini 高速モード 思考モード 違い	408
allinanchor* の意味	134
googleメッセージ 隠蔽	120
必須 任意 項目名	100
必須 任意	91
%20 とは	65
google 英語 検索 方法	51

引用されたページの URL とその回数です。



ページ	Citations
https://www.suzukikenichi.com/blog/	1.3K
https://www.suzukikenichi.com/blog/	1.1K
https://www.suzukikenichi.com/blog/	833
https://www.suzukikenichi.com/blog/	500
https://www.suzukikenichi.com/blog/	447
https://www.suzukikenichi.com/blog/	408
https://www.suzukikenichi.com/blog/	134
https://www.suzukikenichi.com/blog/	120
https://www.suzukikenichi.com/blog/	100
https://www.suzukikenichi.com/blog/	91
https://www.suzukikenichi.com/blog/	65
https://www.suzukikenichi.com/blog/	51

残念ながらクリック数のデータは提供されません。

Microsoft、Copilotでの引用状況をレポートするAI PerformanceをBingウェブマスターツールに公開

Microsoft は、Bing Webmaster Tools に「AI Performance」レポートをベータ版として公開した。

—

Bing Webmaster Tools は [2023年10月](#)に Copilot(当時は Bing チャット)でのインプレッションとクリックをレポートするようになりました。

しかし、ウェブ検索と合算でレポートするため、切り分けできませんでした。

実質的には、データ入手できないも同然です。

一方で、AI Performance は、クリック数こそ提供しないものの、Copilot(とそのパートナープロダクト)での、引用数と対象ページのデータをレポートしてくれます。

Copilot であったとしても、AI 回答でどのページが参照されているかを検証できるのは画期的です。

また、グラウンディングクエリは、[クエリファン・アウト](#)で使われたサブクエリを知る手掛かりになります。

AI Performanceがレポートする情報はコンテンツ改善や新規トピック発掘に役立てられそうです。

AI Overview/AI Mode だけのレポートを Search Console で Google が提供する気配は一向にありません。

Bing Webmaster Tools の AI Performance に触発されて、AIO/AIM レポートを準備してくれることを切に願います。

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化されました。

これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していました。
これを、「最初の 2MB まで」に改めました。

なお、この変更はドキュメント上の更新です。
仕様変更により「15MB → 2MB」へとサイズが縮小されたわけではありません。

Google のクローラーとフェッチャー

まず、前提として、Google はいくつもの種類のクローラー (crawler) およびフェッチャー (fetcher) を運用しています。

クローラーには、ウェブページを取得するおなじみの Googlebot や、画像を取得する Googlebot-Image、ニュースコンテンツを取得する Googlebot-News などが含まれます。

一方、フェッチャーは、インデックスのためのコンテンツの取得というよりも、ユーザーのリクエストに基づいて URL にアクセスするツールやサービスの機能の一部です。
Search Console のサイト確認の際にサイトにアクセスする Google-Site-Verification やチャット メッセージで送信された URL のリンク プレビューを生成するために使用される GoogleMessages が該当します。

Google が運用するクローラーとフェッチャーはドキュメントで公開されています。

- [Google の一般的なクローラー](#)
- [Google の特殊なケース用のクローラー](#)
- [Google ユーザートリガー フェッチャー](#)

要は、Google はたくさんの種類のクローラー／フェッチャーを運用しているのです。
Googlebot は単にファミリーの一員にすぎません。

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

標準クローラー／フェッチャーの上限は 15MB、Googlebot の上限は独自の 2MB

ここからが本題です。

クローラーとフェッチャーを解説するドキュメントに[次のセクション](#)が追加されました。

ファイルサイズの上限

Google のクローラーとフェッチャーは、デフォルトでは、ファイルの最初の 15 MB のみをクロールします。この上限を超えるコンテンツは無視されます。プロジェクトごとに、クローラーとフェッチャー、およびさまざまなファイルタイプに対して異なる上限を設定できます。たとえば、[Googlebot のようなクローラー](#)に対して、HTML よりも PDF のファイルサイズの上限を大きくすることができます。

※強調は僕による

また、Googlebot を解説するドキュメントの[クロール上限に関する説明](#)は次のように更新されました。

Google 検索のクロールでは、Googlebot は[サポートされているファイル形式の最初の 2 MB と、PDF ファイルの最初の 64 MB をクロール](#)します。レンダリングの観点から見ると、HTML で参照される各リソース(CSS、JavaScript など)は個別に取得され、各リソースの取得には、他のファイル(PDF ファイルを除く)に適用されるのと同じファイルサイズの制限が適用されます。

上限に達すると、Googlebot はフェッチを停止し、すでにダウンロードされたファイルの一部のみをインデックス登録の対象として送信します。ファイルサイズの上限は、非圧縮データに適用されます。Google の他のクローラー(動画用 Googlebot、画像用 Googlebot など)では、[異なる上限](#)が存在する場合があります。

※強調は僕による

まずここで、上限が 15MB なのか 2MB なのか、はたまた 64MB なのか混乱します。

こういうことです。

- クローラー／フェッチャーの標準のクロール上限:15MB
- Googlebot に設定されたクロール上限:2MB
PDF は 64MB

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

特に何も注釈がない限りは、Google のクローラー／フェッチャーはファイルの最初の 15MB までを取得します。それ以降は無視されます。

しかし Googlebot には、独自の上限が設けられています。

HTML(のほか[サポートしているフラットファイル形式](#))の最初の 2MB までを取得します。

PDF は 64MB までです。

これ以降は無視されます。

※すずき補足:サポートするフラットファイルに JavaScript/CSS がリストされていないが、説明を読む限りでは同じ 2MB だと思われる。

Googlebot-Image がクロールする画像や、Googlebot-Video がクロールする動画のファイルサイズの上限は、15MB よりもずっと大きいに違いありません(公式情報なし)。

これまでの Googlebot の 15MB 上限は誤り

これまで、Googlebot のクロール上限も 15 MBだと [Google は説明](#)していました。

ドキュメントの更新前の説明はこのようなでした。

Googlebot は、HTMLファイルまたはサポートされているテキストベースのファイルの最初の 15 MB の部分をクロールできます。HTML で参照されるリソース(CSS、JavaScript など)は個別に取得され、取得ごとに同じファイルサイズの制限が適用されます。ファイルの最初の 15 MB を超えると、Googlebot はクロールを停止し、最初の 15 MB のみをインデックス登録の対象として送信します。ファイルサイズの上限は、非圧縮データに適用されます。Google の他のクローラー(動画用 Googlebot、画像用 Googlebot など)では、制限が異なる場合があります。

※強調は僕による

公式ブログでも、[15MB上限についての補足記事](#)を公開しています。

注意したいのは、これまで 15MB だった上限を、インフラ仕様の変更により 2MB に縮小したわけではないということです。

もともと Googlebot には独自の上限として 2MB が設定されていたのに、標準の 15MB だと説明してしまっていたのです。

Googlebotは最初の2MBまでをクローリングする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクローリングするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクローリングすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

つまり標準のクローラーの上限と、Googlebot に設定された上限を区別せずに説明していました。

Google の中の人に直接確認しています。

どうして正確でなかったのかの理由はいつか語られるかもしれません。

とにかくにも、冒頭でも述べたように、正確な情報をドキュメントに反映しました。
システムの変更では決してありません。

2MB 上限でも心配不要

2MB 上限だったとしてもほとんどのサイトでは問題は起きません。

一般的なサイトで、HTML が 2MB を超えることはまずないといっていいでしょう。

これまでも 2MB 上限だったのにきちんとクローリングされていましたよね。

(ちなみに、[2MB 以上がクローリングされない現象が報告](#)されたことがきっかけで、ドキュメント間違いが発覚した)。

指定した URL のファイル、リソースの[ファイルサイズを簡易的に調べるツール](#)があります。

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

—

この記事では、Googlebot のクロールリミットがドキュメント上で 15MB から 2MB へと更新された件を解説しました。SEO に取り組むのであれば知っていたほうがいい技術仕様ではあるけれど、普段は意識する必要はありません。まして、減ったことに不安を感じる必要も普通はありません。

GooglebotはHTMLの先頭2MBしか読まない。長大ページのサイトは要注意？【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。「Googlebot が HTML を 2MB しか読まなくなった」と、SEO 関係者のあいだで騒動になっている。新たな制限なのか？ その背景は？ インデックスへの影響の調べ方は？ 詳しく理解しておこう。

[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。

- [GooglebotはHTMLの先頭2MBしか読まない。長大ページのサイトは要注意？](#)



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。

- AEO/GEOは「SEOの拡張」——2026年に向けてマーケターが知るべき本質と新指標
 - AIの台頭により「情報提供型コンテンツ」はもうSEOで通用しないのか？
 - 独立系SEOコンサルタントになるための5つのステップ
 - 純度100%のAI生成コンテンツは2026年も短い命
 - Bing WMTに新指標？ Copilotの引用状況がわかる「AI Performanceレポート」登場か
 - Google Search ConsoleにもAIレポートが追加される可能性あり？ グーグル社員が匂わせ発言!?
 - グーグルのウェブスパム対策と検索品質にAI検索が与える影響
 - 米ヤフーも生成AI検索市場に参入、その名も「Yahoo Scout」
 - インスタグラムで最も反応をとれる投稿時間帯は？ 960万件の投稿分析で最適な投稿タイミングが判明
- こちらからどうぞ。

- [GooglebotはHTMLの先頭2MBしか読まない。長大ページのサイトは要注意？【SEOまとめ】](#)

Google AI ModeがUCPを提供開始。Buyボタンでシームレスに購入完了

Google の Universal Commerce Protocol (UCP) が米国の AI Mode で利用開始された。

Google の [Universal Commerce Protocol \(UCP\)](#) が米国の AI Mode で利用開始されました。

UCP は AI エージェントによる商品購入をサポートする新しい技術です。

[2026年1月に発表](#)されました。

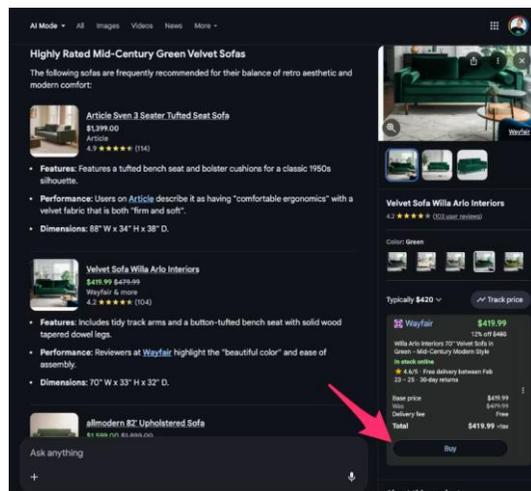
Google が主導して作成した技術ですが、独自技術ではなくオープンスタンダードです。

仕様に従えば、どんなエージェント コマースでも実装可能です。

Google AI Mode が UCP を実装

UCP 策定に関わったマーチャントの Wayfair と Etsy がまず、AI Mode で UCP を実装開始しました。

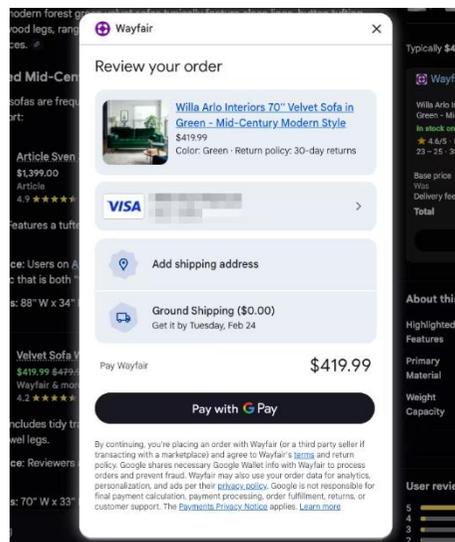
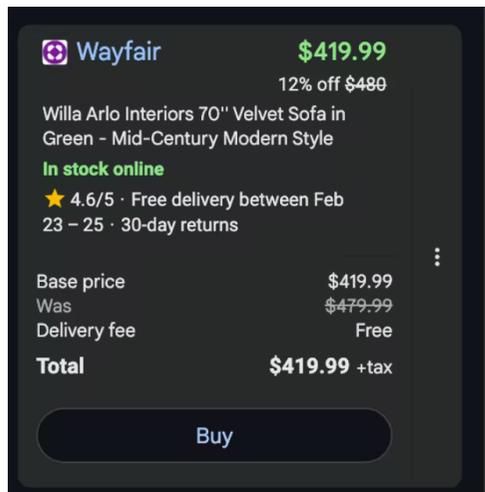
AI Mode でショッピング検索し、Wayfair が販売している商品を選択すると「Buy」ボタンが表示されます。



Google AI ModeがUCPを提供開始。Buyボタンでシームレスに購入完了

Google の Universal Commerce Protocol (UCP) が米国の AI Mode で利用開始された。

拡大します。



クリックすると、Google Pay の支払いウィンドウが立ち上がります。

Google ウォレットに登録してある支払い方法や配送先を指定すれば、購入完了です。

AI Mode を離れて、その商品を販売しているサイトで購入手続きする必要はありません。

Shopify と Target、Walmart が、Wayfair と Etsy に続いて今後 UCP に対応する予定です。

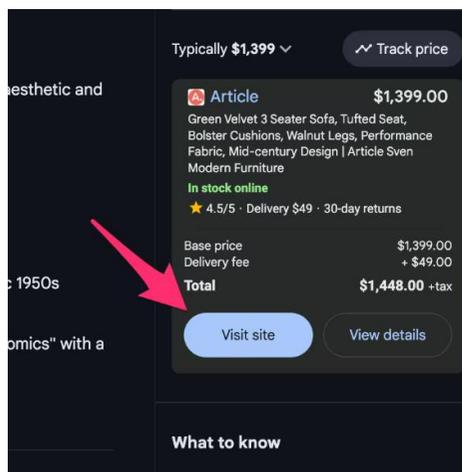
※すずき注: 僕が調べた限りでは、Etsy はまだ UCP に対応していない

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

UCP 未対応は Buy ボタンは表示されない

UCP に対応していないマーチャントの場合は「Buy」ボタンではなく、従来の「Vist」ボタンが表示されます。そのサイトに移動するためのボタンです。



日本の AI モードでは UCP は未導入

UCP は米国の AI Mode でまず導入されました。

Wayfair の商品であっても、日本の AI モードでは(「Visit」ボタンに相当する)「移動」ボタンが表示されます。



Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

専門家のコメント

大規模 EC サイトの SEO を専門にコンサルティングしている Brodie Clark 氏は、AI Mode の UCP 開始について[次のようにコメント](#)しています。

SEO ニュース:Google の AI Mode ショッピング結果で、UCP 搭載のチェックアウトが初めて表示されているのを確認しました。

Wayfair の無料リスティング結果で実際に体験しましたが、商品に目立つ「Buy」ボタンが表示され、検索結果から直接購入できるようになっています。

チェックアウトレベルにおける Universal Commerce Protocol の仕組みについて、現時点での所感は以下のとおりです。

掲載に「Buy」という CTA が表示されるのはいつか？

Google アカウントにログインしている場合にのみ表示されるようです。ログインしていない場合、無料リスティングには CTA は表示されません。現時点では Etsy または Wayfair のみに対応しており、Shopify、Target、Walmart は近日対応予定です。

支払いオプションはすでに連携済み

ChatGPT の Instant Checkout 機能とは異なり、この機能を利用するにはすでに Google アカウントにログインしている必要があるため、多くの場合、カード情報は Google Pay アカウントに登録済みである可能性が高いです。つまり、実質ワンクリックで商品を購入でき、ChatGPT と比べてクリック数は少なくなると考えられます。

従来の無料掲載における「Buy Now」との比較

この「Buy」ボタンは、GMC Next における従来の「Buy Now」アドオン統合とは異なります。従来は、商品が紐づいた状態で自社サイトのチェックアウトへ直接リンクする仕組みでした。今回の新しいプロセスでは、表示されている情報の品質に顧客が十分な信頼を持っていれば、自社サイトへのクリックは発生しません。

Googlebotは最初の2MBまでをクロールする、15MBではなかった？→Googleの一般的なクローラーは15MB上限

Googlebot がクロールするファイルのサイズ上限がドキュメントで明確化された。これまでは、「最初の 15MB まで」をクロールすると Google は説明していた。これを、「最初の 2MB まで」に改めた。

ここにどのような機会があるのか？

これは製品フィードとオーガニックショッピング戦略の話です。この新たな取引きチャンネルが存在する以上、eコマース SEO としては、顧客が自社サイトに訪問するかどうかは本質的な問題ではありません。重要なのは売上を獲得することであり、それは可視性とフィード管理戦略の有効性によって左右されます。

現時点では、この体験は限られた小売業者と表示面に限定されていますが、Google が受けている関心を踏まえると、今後急速に拡大する可能性が高いでしょう。近い将来、UCP 搭載チェックアウトに関連する追加のツールやレポート機能が GMC Next に実装されると予想していますので、ダッシュボードでの更新に注目してください(これまでに Business Agent タブの展開はすでに確認されています)。



その商品を販売しているサイトの商品詳細ページに訪れることなく購入を完了するのは、個人的には抵抗があります。本当にその商品でいいのか、十分に情報を得てから支払いたいというのが本音です。

でも、抵抗を感じない人もいるはずで、そういった人にとっては移動することなく AI Mode 内でシームレスに購入が完了する UCP はきっと便利に違いありません。

EC サイト運営者は UCP の今後の動向に気を配ってほしいと思います。