

BingウェブマスターツールのAI Perfomanceにグラウンディングクエリと引用ページのマッピングレポートが追加される

Bing ウェブマスターツールの AI Performance に「Grounding Query – Page Mapping」レポートが追加された。

先月導入された Bing ウェブマスターツールの [AI Performance](#) (AI パフォーマンス) に「Grounding Query – Page Mapping (グラウンディング クエリ – ページ マッピング)」レポートが追加されました。

特定のグラウンディング クエリに対してどのページが引用されているか、また特定のページがどのクエリによって参照されているかを「Grounding Query – Page Mapping」で把握できます。

ページが引用されたグラウンディング クエリを調査可能

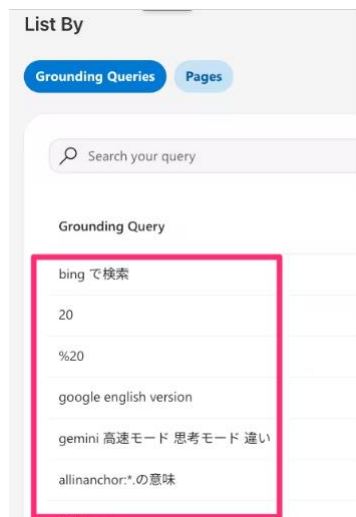
導入直後の AI Performance レポートでは、グラウンディングに利用されたページを調べることはできませんでした。

また、グラウンディングに使われたクエリを知ることもできました。

しかしながら、どのページがどんなグラウンディング クエリで利用されたのかや、そのグラウンディング クエリでどのページが使われたのかを紐付ける、いわゆる“マッピング”は提供されていませんでした。

ユーザーからのフィードバックを受けて、マッピング機能が実装されました。

グラウンディング クエリを選択して引用されたページを表示するか、もしくは引用されたページを選択して関連するグラウンディング クエリを表示できます。

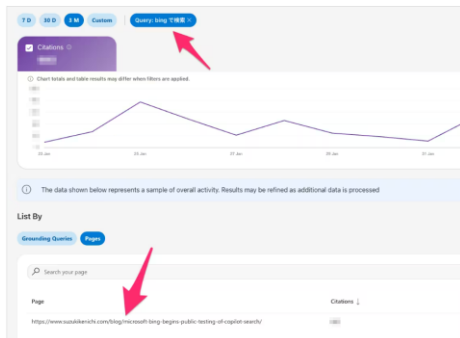


レポートされているグラウンディング クエリのいずれかを選択します。

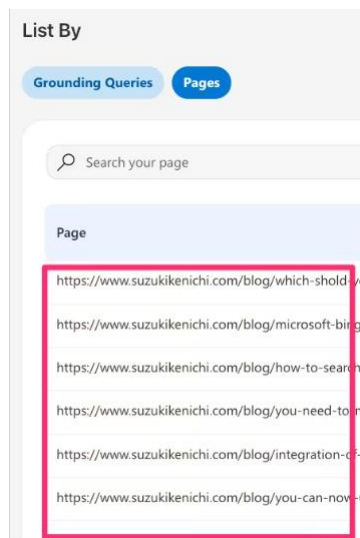
BingウェブマスターツールのAI Perfomanceにグラウンディングクエリと引用ページのマッピングレポートが追加される

Bing ウェブマスターツールの AI Performance に「Grounding Query – Page Mapping」レポートが追加された。

すると、そのグラウンディング クエリで引用されたページの URL が引用状況のグラフとともに提示されます。



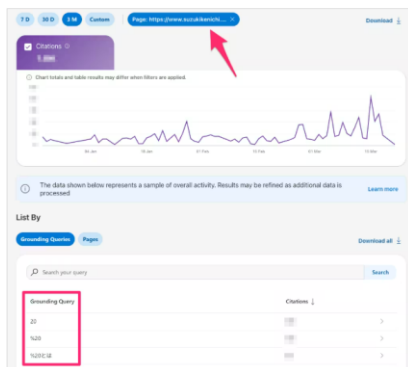
引用されたページの URL を選択すれば、引用に使われたグラウンディング クエリを調べることもできます。



BingウェブマスターツールのAI Perfomanceにグラウンディングクエリと引用ページのマッピングレポートが追加される

Bing ウェブマスターツールの AI Performance に「Grounding Query – Page Mapping」レポートが追加された。

特定のページについてのグラウンディング クエリがレポートされます。



なお、1 つのグラウンディング クエリが複数のページにマッピングされることがあります。
逆も然りで、1 件のページが複数のグラウンディング クエリにマッピングされることもあります。

AI Performance レポートにおけるグラウンディング クエリとは

AI Performance レポートにおけるグラウンディング クエリについて補足します。

レポートを見て短いクエリばかりだと疑問に感じている[人がいるかもしれません](#)。

AI Performance レポートのグラウンディング クエリは、ユーザーが実際に入力した質問やプロンプトの全文ではありません。
AI によって生成された回答全体における引用アクティビティを要約した、**グループ化および一般化されたフレーズ**です。
また、**Copilot が使用した内部クエリの正確な表現を表示するものでもありません**。

グラウンディング クエリは、検索アクティビティに関する要約ラベルまたはテーマを表示していると解釈してください。
そのため、短いものが多いです。

BingウェブマスターツールのAI Perfomanceにグラウンディングクエリと引用ページのマッピングレポートが追加される

Bing ウェブマスターツールの AI Performance に「Grounding Query – Page Mapping」レポートが追加された。

実用的な解釈としては次のようになります。

- 適していること:コンテンツが引用されているトピック クラスターやテーマの特定
- 適していないこと:正確なプロンプト、正確な検索語句、または正確な Copilot ユーザーの意図の復元

端的に言えば、グラウンディング クエリはトピックのような要約フレーズであり、文字通りのユーザー クエリではありません。

なお、AI Performance の使い方や仕組み、指標の見方は[ヘルプページ](#)で確認できます。

Grounding Query – Page Mapping の FAQ も追加されています。

Google、2026年3月のスパムアップデート（March 2026 spam update）の展開を開始

Google は、March 2026 spam update(2026 年 3 月のスパムアップデート)の展開を開始した。

Google は、March 2026 spam update(2026 年 3 月のスパムアップデート)の展開を開始しました。

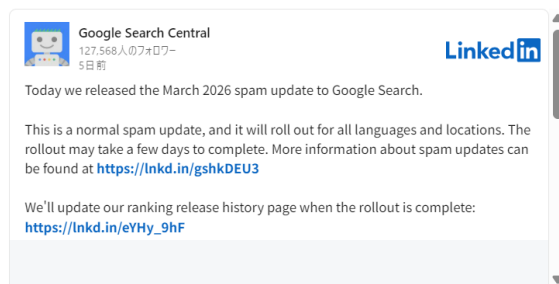
通常のスパムアップデート

LinkedIn の Google Search Central 公式アカウントから[アナウンス](#)が出ています。

本日、Google 検索に対して 2026 年 3 月のスパムアップデートをリリースしました。

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を対象に展開されます。展開が完了するまで数日かかる場合があります。スパムアップデートの詳細については、<https://lnkd.in/gshkDEU3> をご参照ください。

展開が完了次第、ランキングリリース履歴ページを更新します：https://lnkd.in/eYHy_9hF



特筆すべき言及がない、いつものスパムアップデートです。

個人的には、完全に AI だけで大量生成したコンテンツや、GEO/LLMO を冠しているけれど純粋な SEO 視点から見たらスパムな施策を実行しているサイトが落ちるといいなどは期待しています。

[検索ステータスダッシュボード](#)によれば、展開は数日で完了します。

今週中には終わりそうです。

Google、2026年3月のスパムアップデート（March 2026 spam update）の展開を開始

Google は、March 2026 spam update(2026 年 3 月のスパムアップデート)の展開を開始した。

通常のスパムアップデートとはいえ、これまでには見られなかったような変化が発見されたら続報として共有します。

【UPDATE (2026/3/26)】

2026 年 3 月 25 日(太平洋時間)に展開は完了しました。

結局、展開は同時間の 24 日の 12:00 に始まり 25 日の 7:30 に終わるという、わずか 9 時間半での完了となる異例のスピード展開でした。

◇◇◇

March 2026 spam update は 2026 年の最初の(公表された)大型のランキングシステムのアップデートです。

コアアップデートもそろそろあっていい時期ですが、どうなっているんですかね？

headセクション外のrobots metaタグもGooglebotは処理するので要注意

head セクションの外、言い換えると body セクションの中に存在する robots meta タグでも Googlebot は処理する。

head セクションの外、言い換えると body セクションの中に存在する robots meta タグでも Googlebot は処理します。

以前からの仕様、ドキュメントに注釈追加

robots meta [タグの技術ドキュメント](#)に次の注釈が追加されました。

注: Google 検索では、必ずしも HTML の head にメタ robots を配置する必要はありません。HTML ドキュメントの body セクションにある robots メタタグも尊重します。

body セクション内の robots meta タグも Google が処理するというのは仕様変更ではありません。

ずっと以前からこの仕様でした。

事実、10 年以上前の 2015 年 6 月には(今はなき Google+ で) [ゲイリーが注意喚起](#)していました。

また、noindex robots meta を解説した SEO 記事がインデックスから消えてしまったという[トラブルも発生](#)しています(サイトのデザイン変更の際に < > をエスケープ処理しなかったため、実際の HTML タグとして認識されてしまったと思われる)。

このように、body セクション内の robots meta タグの処理は新しい話ではありません。

しかし、ドキュメントでは触れられていなかったのが今回明記されました。

きわめて稀とはいえ、トラブルに繋がるケースが起こりうるので認識しておいてください。

なお、注意してほしいのは、これはあくまで robots meta タグに関する話ということです。

canonical や hreflang などにはおそらく機能しないと思われます。(確たる情報なし)。

◇◇◇

コメントなど第三者がコンテンツを書き込める状況では、悪意で noindex を追加してそのページをインデックス削除にしてしまう操作ができそうです。

とはいえ、たいていは処理しないようにシステム側で対処しているはずですが。

自分の不注意が原因でうっかりミスしないように気をつけましょう。

Gemini 3で変わるGoogleのAI戦略、AI Everywhereが目指すものとは？

AI 分野における Google の 10 年間にわたる歩みについて、Google の CEO であるスンダー・ピチャイ氏が語った。

Google は、Fast Company 誌の 2026 年版「[World's Most Innovative Companies](#) (世界で最も革新的な企業)」で第 1 位に選出されました。

AI 分野における Google の 10 年間にわたる歩みについて、Google の CEO である Sundar Pichai (スンダー・ピチャイ) 氏が語ったことを Fast Company が記事で公開しています。

インタビュー概要

ChatGPT の登場に不意を突かれたものの、Google の既存の AI 資産を結集し、「その瞬間に応える」ための全社的な取り組みを加速させることでピチャイ氏は対応しました。

具体的な施策として次を挙げています。

- ・ 「Code Red(コードレッド、非常事態)」の宣言
- ・ Google Brain と DeepMind を Demis Hassabis (デミス・ハサビス) のもとで Google DeepMind に統合したこと
- ・ 共同創業者の Sergey Brin (セルゲイ・ブリン) を実務に復帰させたこと

この数年にわたる取り組みの成果が Gemini 3 モデルファミリーです。

Gemini 3 の登場により、Google に対する市場の見方が「AI の後進企業」から「リーダー」へと転換しました。

Gemini 3 はベンチマークで高い評価を獲得し、Google の主要プロダクトを支え、Alphabet のビジネスにも勢いをもたらしています。

主要ポイント

ピチャイ氏へのインタビューをもとに Fast Company が編集した記事の主要ポイントをまとめます。

- ・ ピチャイ氏は、ChatGPT の登場によって生成 AI が Google の予想より早く、そして急速に普及することが明らかになったと語り、その感覚を「居心地は悪いが、興奮を覚えるもの」と表現した。
- ・ ピチャイ氏の対応は撤退ではなく、Google の既存リソースを結集して市場の変化に即応することであり、同時に社内で「Code Red」を宣言するなど事態を緊急事態として扱った。
- ・ 2023 年 4 月、Google は傘下の 2 つの AI 研究機関である Google Brain と DeepMind を統合し、デミス・ハサビスのもとで Google DeepMind を発足させた。これにより重点が純粋な研究からプロダクトの実用化へと移行した。
セルゲイ・ブリンが現場に復帰し、採用判断やコードレビューに参加した。これがエンジニアリングチームにとって大きなモチベーションになったとピチャイ氏は評価している。

Gemini 3で変わるGoogleのAI戦略、AI Everywhereが目指すものとは？

AI 分野における Google の 10 年間にわたる歩みについて、Google の CEO であるスンダー・ピチャイ氏が語った。

Google は、Fast Company 誌の 2026 年版「[World's Most Innovative Companies](#) (世界で最も革新的な企業)」で第 1 位に選出されました。

AI 分野における Google の 10 年間にわたる歩みについて、Google の CEO である Sundar Pichai (スンダー・ピチャイ) 氏が語ったことを Fast Company が[記事で公開](#)しています。

インタビュー概要

ChatGPT の登場に不意を突かれたものの、Google の既存の AI 資産を結集し、「その瞬間に応える」ための全社的な取り組みを加速させることでピチャイ氏は対応しました。

具体的な施策として次を挙げています。

- ・ 「Code Red(コードレッド、非常事態)」の宣言
- ・ Google Brain と DeepMind を Demis Hassabis(デミス・ハサビス)のもとで Google DeepMind に統合したこと
- ・ 共同創業者の Sergey Brin(セルゲイ・ブリン)を実務に復帰させたこと

この数年にわたる取り組みの成果が Gemini 3 モデルファミリーです。

Gemini 3 の登場により、Google に対する市場の見方が「AI の後進企業」から「リーダー」へと転換しました。

Gemini 3 はベンチマークで高い評価を獲得し、Google の主要プロダクトを支え、Alphabet のビジネスにも勢いをもたらしています。

主要ポイント

ピチャイ氏へのインタビューをもとに Fast Company が編集した記事の主要ポイントをまとめます。

- ・ ピチャイ氏は、ChatGPT の登場によって生成 AI が Google の予想より早く、そして急速に普及することが明らかになったと語り、その感覚を「居心地は悪いが、興奮を覚えるもの」と表現した。
- ・ ピチャイ氏の対応は撤退ではなく、Google の既存リソースを結集して市場の変化に即応することであり、同時に社内で「Code Red」を宣言するなど事態を緊急事態として扱った。
- ・ 2023 年 4 月、Google は傘下の 2 つの AI 研究機関である Google Brain と DeepMind を統合し、デミス・ハサビスのもとで Google DeepMind を発足させた。これにより重点が純粋な研究からプロダクトの実用化へと移行した。

Gemini 3で変わるGoogleのAI戦略、AI Everywhereが目指すものとは？

AI 分野における Google の 10 年間にわたる歩みについて、Google の CEO であるスティーブ・ピチャイ氏が語った。

- セルゲイ・ブリンが現場に復帰し、採用判断やコードレビューに参加した。これがエンジニアリングチームにとって大きなモチベーションになったとピチャイ氏は評価している。
- Gemini 3 を、ここ数年にわたる取り組みの集大成として位置づけている。3 つのモデルがリリースされた。
 - Gemini 3 Pro
 - より高速で効率的な Gemini 3 Flash
 - 数学・科学に特化して最適化された Gemini 3 Deep Think
- Gemini 3 Pro は、複数の業界標準ベンチマークにおいて OpenAI および Anthropic のモデルを上回ると評されており、顕著な分野もあるとされる。OpenAI の CEO である Sam Altman(サム・アルトマン)も社内でこの競争的プレッシャーを認めたとされる。
- Google は Gemini 3 を検索、Gemini アプリ、Google Cloud、そして Antigravity という新しいコーディングプラットフォームに組み込むなど、段階的な展開ではなく即座に広範な展開を行った。
- この実行力が、Google の支配的な検索ビジネスが AI の本格採用を妨げるという長年の懐疑論の払拭に貢献した。
- Alphabet の株価は 2025 年 4 月の底値から 2 倍以上に上昇した。2026 年 1 月には、将来バージョンの Siri をはじめとする Apple の AI 機能を Gemini で提供する Apple との契約が発表され、Alphabet の時価総額が初めて 4 兆ドルを突破した。
- ユーザー数では依然として ChatGPT に大きく水をあけられており(Gemini の月間ユーザー数が 3 億 7600 万~7 億 5000 万人に対し、ChatGPT は 9 億 4500 万人)、ワープロや表計算などの生産性ツールへの AI 統合においても課題が残る。
- 「AI everywhere(AI をあらゆる場所に)」が中心的なテーマとなっており、Google のプロダクト、インフラ、パートナーを網羅するエコシステム全体に Gemini を実用的かつ組み込み型の機能として展開することを Google は目指している。

◇◇◇

ピチャイ氏の「AI everywhere」というビジョンは、従来の SEO に対して直接的な影響を与え始めています。

検索と Chrome、そして近い将来に Apple のエコシステム全体に組み込まれるにつれ、AI が生成する回答がクリックに取って代わるケースがもっと増えるでしょう。

SEO における優先事項は、特定の順位を獲得することから、それらの回答内での情報源として引用されること、露出してブランド認知を高めることへと移り変わってきました。

単なる量よりも、権威性のある構造化されたコンテンツに高い価値がさらに置かれるようになっていきます。

AI最適化が逆効果になる5つの手法。サステナブルGEOの真髄とは【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。「自社サービスが AIでどんどん紹介されるように、GEO(AI最適化)をもっと進めたい」そんなあなたに、「手を出すとあとから後悔するダメな手法」と、「安心して進められるサステナブルな GEO の真髄」を紹介する。

[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。

今週のピックアップはこちらです。

- ・ AI最適化が逆効果になる5つの手法。サステナブルGEOの真髄とは



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。

- ・ 検索順位を3週間で34%改善したE-E-A-T戦略。新規記事なし・リンクビルディングなし
- ・ 記事リライトでCV数8%増の事例。トラフィックではなくビジネス成果に注目
- ・ リードの36%をAI検索から獲得できた、GEO戦略の秘訣
- ・ 上司の「SEOのコスト、下げられない？」を撤回させる秀逸なたとえ話
- ・ Search Consoleデータ分析のコツ×3
- ・ Search Consoleの「ブランドクエリ フィルタ」が全ユーザーに公開(ただし制限あり)
- ・ 2026年3月のグーグル検索オフィスアワー: テキスト検索結果画像の制御、head内のiframe タグ、Googlebotのリダイレクト挙動など
- ・ 「在庫切れ商品の購入ボタンはグレーアウトする」がGMCのLP要件に追加
- ・ GBPで、AIによるレビュー返信サポート機能がテスト中

こちらからどうぞ。

- ・ [AI最適化が逆効果になる5つの手法。サステナブルGEOの真髄とは【SEOまとめ】](#)

Google、今年初のコアアップデートとしてMarch 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)を展開開始

2026年3月27日(太平洋時間)に Google は、March 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)の展開を開始した。今年初めてのコアアップデートだ。

2026年3月27日(太平洋時間)に Google は、[March 2026 core update](#)(2026年3月のコアアップデート)の展開を開始しました。今年初めてのコアアップデートです。

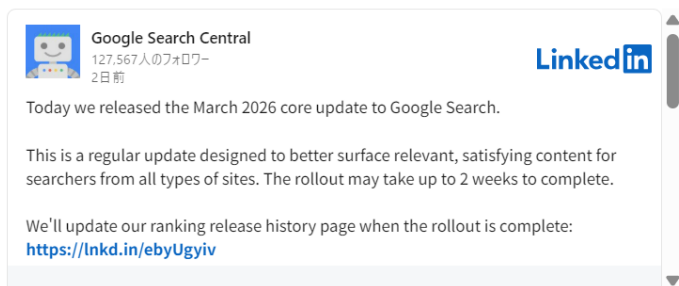
通常のコアアップデート

Google Search Central の LinkedIn 公式アカウントがロールアウト開始を[次のようにアナウンス](#)しています。

本日(2026年3月27日)、2026年3月のコアアップデートを Google 検索にリリースしました。

これは、あらゆる種類のサイトから検索者にとって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の定期的なアップデートです。ロールアウトが完了するまでに最長 2 週間かかる場合があります。

ロールアウトが完了次第、ランキングリリース履歴ページを更新します: <https://lnkd.in/ebyUgyiv>



特記事項のない通常のコアアップデートとのことです。展開完了にかかる時間も一般的で、最長 2 週間です。

前回のコアアップデートは [2025年12月](#)、その前が[同年6月](#)、さらにその前が[同年3月](#)でした。どの回も、特別な改良は触れられていない通常のコアアップデートでした。

ここ最近はずっとこんな調子です。個人的にはアナウンスする必要性をあまり感じません。

ちなみに、2022年から2026年(今年)に至るまで5年連続で、その年の最初のコアアップデートは3月に実施されました。

「コアアップデートの初回月は3月」が恒例となっています。

Google、今年初のコアアップデートとしてMarch 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)を展開開始

2026年3月27日(太平洋時間)にGoogleは、March 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)の展開を開始した。今年初めてのコアアップデートだ。

スパムアップデート直後のコアアップデート(珍しいことではない)

2026年3月のコアアップデートの展開が始まるわずか3日前の3月24日には [March 2026 spam update\(2026年3月のスパムアップデート\)](#)の展開が始まりました。

コアアップデートとスパムアップデートが立て続けにリリースされること自体は珍しいことではありません。

[2024年12月のスパムアップデート](#)のリリースは、[2024年12月のコアアップデート](#)のリリースの1週間後でした。

[2024年3月のコアアップデート](#)と [2024年3月のスパムアップデート](#)に至っては同日リリースです。

このように、コアアップデートとスパムアップデートがセットで実施されることは過去にも例があります。

今回、異例な点があったとすればスパムアップデートの展開が1日足らずで完了したことです。

事前の案内では展開完了までに最長で数日とのことでしたが、蓋を開けてみれば19時間半での完了でした。

したがって、これまでとは異なり、スパムアップデートとコアアップデートの展開自体はオーバーラップしていません。

アップデートによるランキングの変動

展開直後のため、ランキングに与えた影響に関する情報は今のところほとんど入ってきていません。

米国のSEOコンサルタントの [Glenn Gabe\(グレン・ゲイブ\)](#)氏は次のように観測しています。

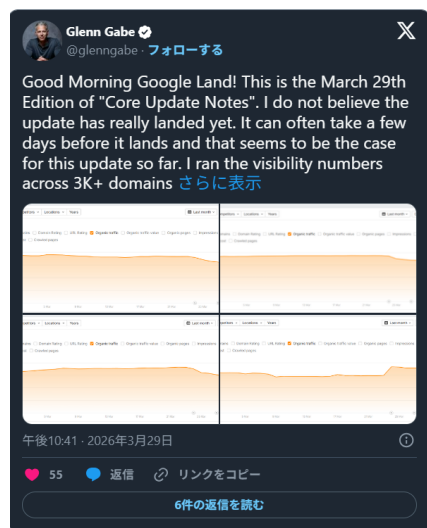
これは「コアアップデートノート」の3月29日版だ。今回のアップデートは、まだ本格的には反映されていないと考えている。反映までに数日かかることはよくあるが、今のところ今回のアップデートもそのケースに当てはまるようだ。過去に主要なアップデートの影響を受けた3,000以上のドメインについてビジビリティの数値を調査したが、これまでのところ動きはほとんど見られない。間もなく、おそらく明日(3/30)の朝までには反映され始めるだろう。

とはいえ、詳細に調査したところ、2026年3月のスパムアップデートによる明らかな動きが確認できた。そのアップデートが展開された直後に、ビジビリティが大幅に低下したドメインをいくつか記録している。ちなみに、それらは全体として納得のいく内容だった。そして、一部が順位を下げれば当然ながら他のサイトがその位置に収まるため、他サイトの下落によって大きな恩恵を受けているドメインも存在する。上昇したサイトの一部について(そもそも上昇すべきであったのかどうかなど)は、次のツイートで詳しく解説する。

Google、今年初のコアアップデートとしてMarch 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)を展開開始

2026年3月27日(太平洋時間)に Google は、March 2026 core update(2026年3月のコアアップデート)の展開を開始した。今年初めてのコアアップデートだ。

まずは、スパムアップデートによる下落の事例と、特定のニッチ分野で他サイトが下落したことに伴う急上昇の例を 1 つ紹介する。繰り返すが、これはコアアップデートによるものではない。そちらの影響はまだ確認できていない。



スパム アップデートについては、関係していそうなランキング変動が起きているようです。一方でコア アップデートについては、展開完了まで様子を見る必要があります。