

講座

Web 広告

村山 哲治

ついクリック してしまう 「リッチリザルト」

■これまでの検索情報以外の 情報が増えてきた

Webの運用は、予算をかけて明確に効果を得るやり方と、予算をかけずに日々の運用で検索上位表示（SEO）やCVをあげていく二つのやり方があります。特に後者はGoogleなどの新しい技術やサービスをキャッチアップしていかなければ、従来通りの運用ではその効果も下がってしまいます。以前ここでも紹介した「ゼロクリックサーチ」もそのひとつです。当社のクライアントでもそれについての関心が非常に高く、今回はゼロクリックサーチを「リッチリザルト」の観点でもう少し詳しく解説してみたいと思います。

ネットの技術やサービスはどうしてもカタカナ文字が多く、似た表現が多いのも理解を混乱させます。このリッチリザルトも以前は「リッチスニペット」「リッチカード」「エンリッチ検索結果」とも呼ばれておりましたが、現在はリッチリザルトという言い方に統一されています。

リッチリザルトとは、Googleが提供している機能です。通常の実験結果は図1のよう

にURL、タイトル、説明文で表示されます。

図1

https://www.uniqlo.com/...
ユニクロ公式オンラインストア | ユニクロ
ユニクロの公式通販サイト。大きいサイズやオンラインストア特売商品も揃えた世界最大のユニクロ。株式会社ユニクロ(UNIQLO CO., LTD.)からお届けする旬な情報が満載！

この表示される内容を「スニペット」といいますが、図2のようにFAQ情報を表示するなど検索ユーザーにさらに多くの情報を届けるのが、リッチリザルトです。

図2

https://moltsinc.co.jp/marketing-automation/
MAツールの導入・運用支援 - MOLTS
MAツールの活用で業務効率化は、導入の目的を明確にすることです。MOLTSでは、企業を最大限にサポートするために必要な導入支援を行います。また、すでに導入している企業に...
MAツール導入後、成果が出るまでどれくらいかかりますか？
どういったMAツールに対応していますか？

いわれてみると確かに今までの検索情報以外の表示が増えたと感じると思います。

■リッチリザルトで 表示される情報とは？

現在検索結果に表示されるリッチリザルトは30種類ほどあり(図3)、これは随時更新されています。その中で代表的なものを紹介します。

図3

コンテンツの種類	各々の特徴や留意点
拡張プロパティ	写真、MP3、ソフトウェア、映画、音楽、書籍、旅行、イベント、宝飾品などのウェブコンテンツ
価格	数量、レビュー
数量	在庫、在庫切れ、カートに追加
エンターテインメント	アーティスト、イコングラフィック、ライブ配信、映画、音楽、宝飾品、宝飾品などのウェブコンテンツ
ソフトウェア	ソフトウェア、アプリ、プラグイン、拡張機能、オンラインサービス、ダウンロード可能なソフトウェア
イベント	イベント、映画、書籍のイベント
旅行	旅行、航空券、ホテル、レンタカー
映画	映画の予告編、レビュー、キャスト、スタッフ、映画の概要
ソフトウェア/アプリケーション	ダウンロード
個人顧客のコンテンツ	個人情報、画像、居住地の住所情報
その他の種類	・ビデオプロモーション ・ウェブサイトの最新ニュース (本誌最新記事の通知) ・製品価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される) ・価格表のダウンロード (Google アドセンス) (ユーザーが価格表をダウンロードしたときにのみ表示される)

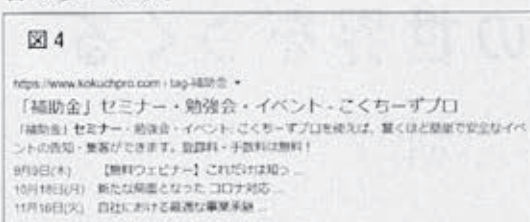
参照：Google ヘルプページ

・イベント

マーケティング手段などでセミナーを開催しているところなどにはかなり有効な表示で、日付・イベント名・場所が表示されます。サイト訪問前にそうした情報を知らせることで、興味や関心を引くことができます。

・パンくずリスト

よく注意して見ないと気付かないかもしれませんが、図4にあるようにURLの後ろにどの階層に検索結果のページがあるか「>」のあとに日本語表示でパンくずリストを表示しています。WordPressはパンくずリストのリッチリザルトに対応しているため、それで作られたサイトはこの表示がされている場合が多いです。



・FAQ

FAQを表示するリッチリザルトです(図2)。ユーザーはこの検索結果表示で完結することもあれば、回答部分から詳細な回答ページへジャンプすることもできます。

・その他

このほかにも、このスニペットの中で商品画像やレビュー、価格、星での評価などが表示されています。

こうしてみると、これまでのサイトやページの概要を伝える数行のテキストから、もう少し具体的な情報がこの検索結果画面で確認できるのがリッチリザルトです。これによってユーザーは検索からページに飛んだ時に求める情報と異なっていた場合、検索し直す繰り返しの負荷がだいぶ軽減されるため、リッチリザルト表記があると高い確率でクリックされやすくなると思われます。

■リッチリザルトを表示するには？

SEO対策などと同様に、サイトを公開して何もしなければ変化は何も起きません。特にリッチリザルトの場合は、Googleがユーザーの検索するキーワードについて多くの情報を表示すべきと判断した場合にのみ表示されるため、まずは重要キーワードとなるコンテンツの充実が必要です。それに加えリッチリザルトを表示させるには、「構造化データマークアップ」でHTMLを記述しておくかなければなりません。構造化データマークアップとはHTML上の情報を一定の規則に

従って意味付けを行い、検索エンジンに正しくWebサイトを理解できるようにする仕組みとなります。

ここから先の具体的な設定方法は技術的な話になりますので割愛しますが、構造化データのマークアップが必要なんだということだけ覚えておいてください。

自社のサイトがちゃんとマークアップされ、リッチリザルト表示ができるようになっていくかを確かめる方法があります。

リッチリザルトテスト (<https://search.google.com/test/rich-results>) に行き、サイトのURLもしくはHTMLを張り付けると対象になっているか、どうかの診断が表示されます。構造化データのマークアップを行っても、表示されないことも多々あり、記述のちょっとした間違いでも表示されないため、こうしたチェックは欠かせません。

■クリックしたくなる リッチリザルトにするために

検索結果の1ページ目の上位3件までに入ること目標とするSEOも重要ですが、検索結果がずらずらと羅列される中に埋没してしまわないためにも、リッチリザルトはユーザーの知りたい情報に近いものを検索結果に表示できるという点では非常に有効な手段であることは間違いありません。

また、リッチリザルト表示は検索順位にも少なからず影響があり、ページ流入数やCVの拡大にもつながってくるため、サイトの運用として重要なのはリッチリザルトが表示されるようなキーワードの研究です。

自社のサイトのテーマに対してユーザーが求める情報に必要なキーワードはどのようなものかを常にチェックするとともに、リッチリザルトで表示される内容は今後も拡充されると考えられるため、そのための情報収集も必要です。

しかし、リッチリザルト表示をするかしないかはGoogleの判断に依存するため、やはりサイト運営の基本であるユーザーにとって有効なコンテンツとなるように内容の充実化は欠かせません。

(東京ドアーズ/人間力教育センター代表)