SEO TOKYO maker

WHITE PAPER 2026

2026年11月24日公開の公式資料を検証

Google Search Ranking Hubとは

ランキング3原則・事前告知・フィードバックを解説

新しいアルゴリズムではなく「ルールの説明書」。
SEOとAI検索に共通する評価の考え方と、実務での使い方

アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

3 PRINCIPLES

Googleのランキング3原則

01 Users come first
ユーザーを最優先にする

02 Consistent systems
すべての結果に同じ基準

03 Rigorous testing
厳格なテストで基準を守る

＋ 重要なアップデートの事前告知
＋ Search Consoleからのフィードバック
＋ 紛争解決・異議申し立てのルート

この資料でわかること

2026年11月24日、Googleは検索ランキングに関する情報を1か所にまとめた「Ranking Hub」を公開しました。

こんな疑問はありませんか？

- Ranking Hubで、何が変わったのか分からない
- SEOとAI検索の評価基準は同じなのか知りたい
- コアアップデートの事前告知をどう活用すればよいか
- 順位が下がったとき、Googleに何を伝えられるのか

01 Ranking Hubの全体像と、3つのランキング原則

「有用性（utility）」の定義と、AI検索との関係

02 事前告知とフィードバック、紛争解決のルート

英国CMAの規制との関係、12月コアアップデートの事前告知

03 順位が下がったときの分析手順と、今後の施策

公式情報と東京SEOメーカーの見解を分けて整理

本資料は2026年11月27日時点の情報です。英語の情報源は当社による要約で、引用は短い一文に限っています。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

2026年11月24日に何が起きたか

日付はGoogle Search Status Dashboard（米国太平洋時間）とGoogleの資料に基づきます。

11月10日	11月のコアアップデート開始
11月24日	11月のコアアップデート完了（13日20時間）
11月24日	Ranking Hubと新しい3ページを公開
11月24日	12月のコアアップデートを事前告知
12月17日	英国CMAの公正ランキング要件が適用・英国向け異議申し立て開始

ポイント　新しいアルゴリズムの導入ではない

今回公開されたのは、ランキングの考え方・事前告知・フィードバックの方法を説明する資料です。評価基準そのものの変更や、新しいランキングシステムの発表ではありません。

公式情報　同じ日に3つの新ページ

「ランキングの原則」「ランキング更新の情報を得る方法」「ランキング変更へのフィードバック」の3ページが追加され、AI機能の出典の選び方を説明するページも公開されました。

出典：Google Search Status Dashboard（Ranking）／PPC Land（Luís Rijo, 2026/11/25）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Google Search Ranking Hubとは

Ranking Hubは、これまで複数のページに分かれていたランキング関連の情報をまとめた入口です。

ランキングの原則

3つの原則で、検索結果をどう順位付けするか

事前告知

対応が必要な変更と重要なアップデートを事前に知らせる

フィードバック

アップデートへの意見や紛争解決を求める窓口

ランキングの仕組み

多くの要素とシグナルで結果を選ぶ仕組みの解説

トラブル対応

アップデート後のトラフィック変化を分析する手順

公式情報 **検索結果の順位付けを学び、変更を追うための総合ページ**

Googleは、検索結果のランキングの仕組みを学び、ランキングシステムの変更を把握するための中心となる場所として、このページを案内しています（最終更新：2026年11月25日UTC）。

公式情報 **お金で順位は買えない**

Googleは、特定のサイトの利益を優遇するようにランキングシステムやAIモデルを設計しておらず、オーガニック検索の順位を上げるために支払いを受けることはないと説明しています。

出典：Google検索セントラル「Google Search ranking hub」／Google「Honest Results Policy」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Googleのランキング3原則

Googleは、ランキングと情報整理のシステムのすべてが、3つの基本原則に導かれていると説明しています。

PRINCIPLE 01

Users come first



ユーザーを最優先にする

人の役に立つ、信頼できる情報を優先する

PRINCIPLE 02

Consistent systems



すべての結果に同じ基準

Webページ一覧もAI Overviewsも、同じ基準で評価する

PRINCIPLE 03

Rigorous testing



厳格なテストで基準を守る

すべての変更を、有用性の測定で検証してから導入する

従来のランキングシステムから深層学習モデル、生成AIまで、すべての部分がこの3原則に沿っている

東京SEOメーカーの視点　この3原則は、Googleがこれまで個別のページで説明してきた考え方を整理したものと当社では見ています。目新しい施策が必要になるわけではありませんが、AI検索まで同じ原則で説明した点に大きな意味があります。

出典：Google検索セントラル「Our principles for ranking results」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

原則① Users come first：ユーザーを最優先にする

1つ目の原則は、検索がユーザーのために存在するという考え方です。

Googleの説明（要約）

- 検索は、情報を探す人のために設計されている
- 人のために作られた、有用で信頼できる情報を優先する
- 有用な情報を見つけやすくし、ユーザーとコンテンツ制作者・企業などをつなぐ

ポイント　検索順位のためのコンテンツではなく

検索エンジンの流入を集めることを主な目的にしたコンテンツではなく、ユーザーの疑問や課題を解決するコンテンツを作ることが重要です。

公式情報　政治的な傾向や広告の有無は関係しない

Googleの「検索の仕組み」では、政治的な傾向は順位付けに影響せず、広告を購入しているかどうかも検索結果とは関係しないと説明されています。

「ユーザーにとって役立つか」が、すべての評価の出発点

出典：Google検索セントラル「Our principles for ranking results」／Google「検索の仕組み：結果の自動生成と自動ランク付け」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

原則② すべての結果を「有用性」という同じ基準で評価

最も注目したいのが2つ目の原則です。通常の検索結果もAI検索も、同じ「有用性」で評価すると明記されました。

> ***how useful a result is for the query***
>
> （有用性（utility）とは、その結果がクエリに対してどれだけ役立つか）
>
> — Google「Our principles for ranking results」

公式情報 **AI機能の出典も同じ考え方**

AI OverviewsやAI Modeで示される情報源も、質問の文脈でユーザーにとってできるだけ役立つよう設計されていると説明されています。

同じ基準で評価される結果の種類（Googleの例）

Webページの一覧	AI Overviews	カルーセル	画像	動画

↓

どの結果も優遇されない

公式情報 **手動での順位調整は、法令とポリシー対応のみ**

Googleは、法的義務への対応と、明確に定めた検索のコンテンツポリシーの適用を除き、順位を変える手動調整は行わないとしています。

出典：Google検索セントラル「Our principles for ranking results」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

原則②の読み方：「同じ基準」は「同じアルゴリズム」ではない

「同じ基準で評価する」という説明は、すべての仕組みが同一という意味ではありません。

公式資料からは言えないこと

- ✕ 通常検索とAI検索のアルゴリズムが完全に同じ
- ✕ ランキングシグナルの重み付けが同じ
- ✕ Google検索で1位なら、必ずAI検索で引用される
- ✕ ChatGPTやPerplexityなど他社のAI検索にもそのまま当てはまる

公式資料から言えること

- ✓ 評価の基準は、どの結果でも「有用性」
- ✓ 有用性は検索品質評価ガイドラインの基準で測る
- ✓ AI OverviewsやAI Modeは、検索インデックスのランキング結果から出発する
- ✓ どこに何を表示するかも、有用性で自動的に決める

東京SEOメーカーの視点 従来のSEOとGoogleのAI検索は、ユーザーにとっての有用性を重視するという基本方針が共通しています。そのため、SEOを土台にAIO・LLMO・GEO対策を設計するという当社の考え方は、今回の資料で裏付けが強まったと考えています。

出典：Google検索セントラル「Our principles for ranking results」／Google検索セントラル「Attribution and factuality in Search generative AI features」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

原則③ Rigorous testing：厳格なテストで基準を守る

3つ目の原則は、ランキングの変更を、実験と測定で検証してから導入するという考え方です。

有用性のテスト

すべての変更は、ユーザーにとっての有用性が上がるかの測定と評価に基づく。結果ページ全体の有用性を、すべての結果の種類にわたって測る。

結果の品質の評価

公開されている検索品質評価ガイドラインで、有用で信頼できる情報の基準を定義し、評価をこの基準に合わせる。

改善を示せない変更は、リリースしない

公式情報 **評価者は、個別サイトの順位を決めない**

Googleは、検索品質評価者の評価は変更の検証に使うもので、検索結果の順位に直接影響しないと説明しています。

東京SEOメーカーの見解 **SEO担当者が理解しておきたいこと**

検索品質評価ガイドライン、E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）、Needs Met（ニーズを満たしているか）の考え方を理解すると、Googleが目指す「有用な結果」の姿がつかみやすくなります。

出典：Google検索セントラル「Our principles for ranking results」／Google 検索ヘルプ「検索品質評価者について」／Google「検索の仕組み：厳格なテスト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

ランキングアップデートの事前告知：2つの対象

Googleは、サイト運営者が予測を立てて準備できるよう、事前告知を行う方針を示しました。

① 対応が必要なポリシー変更

- **コンテンツポリシーの変更**
- **技術ガイドラインの変更**
- **検索機能への掲載要件の変更**

ページ・コンテンツ・マークアップの修正が必要になる可能性があるもの

② 重要なランキング変更

- **コアアップデートなど、幅広い変更**

多くのクエリやサイトで順位を動かす可能性があるもの

告知先：Google Search Status Dashboard（RSSフィードあり）

注意 **すべての変更が告知されるわけではない**

Googleは検索を継続的に改善しており、告知の対象は上の2種類です。Googleのページには、告知の日数（何日前か）は書かれていません。

出典：Google検索セントラル「How to stay informed on Google Search ranking updates」／Search Engine Journal（Matt G. Southern, 2026/11/24）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

英国CMA「公正なランキング」要件との関係

今回の事前告知とフィードバックの仕組みは、英国の規制と深く関係しています。

30営業日以上前

パブリッシャーが対応できる変更

15営業日以上前

説明可能な重要な変更

50件以上

同じ変更への苦情が30営業日以内に集まれば、CMAへ報告

※日数は英国CMAの決定に基づく英国向けの最低基準です。Googleの事前告知ページには日数は記載されていません。

公式情報 背景は英国の規制

英国の競争・市場庁（CMA）は、Googleの一般検索を「戦略的市場地位」に指定し、2026年6月に公正なランキングの行動要件を課しました。要件は2026年12月17日から適用されます。Googleは、英国のユーザーに大きな順位変動が起きうる変更の事前告知を、この要件に基づくものと説明しています。

東京SEOメーカーの見解 日本のサイトへの影響

コアアップデートは通常、全地域・全言語に適用されます。英国向けの告知が全体の告知として出る場合、日本のサイトも恩恵を受けられる可能性があります。ただし、日本向けに同じ日数が保証されているわけではありません。

出典：Google検索セントラル「How to stay informed on Google Search ranking updates」／英国CMA「Fair Ranking Conduct Requirement（最終決定）」／PPC Land（Luís Rijo, 2026/11/25）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

初めての事前告知：2026年12月のコアアップデート

Ranking Hubの公開と同じ日に、Googleは初めてコアアップデートを開始前に告知しました。

Search Status Dashboardの告知内容（要約）

- 関連するコンテンツの理解と順位付けの改善（長く複雑な質問を含む）
- パーソナライズを有効にしているユーザー向けの結果の改善
- すべての地域・言語が対象。コアアップデートの一般的なガイダンスが当てはまる
- 2026年12月にリリース予定（開始日は未発表）

海外報道 開始日は、当日に発表

Search Engine RoundtableのBarry Schwartz氏によると、Googleの広報担当者は、日付はまだ決まっておらず、開始当日に通常どおり発表すると説明しました（2026年11月24日）。

海外専門家 開始時期の見立て

Lily Ray氏は、告知がCMAの15営業日ルールに沿うなら、開始はおおむね12月15日以降になるとの見方をXで示しました（2026年11月24日）。これは同氏の推測です。

11月のコアアップデートが完了した約1時間後に、次のコアアップデートが告知された

出典：Google Search Status Dashboard（Ranking）／Search Engine Roundtable（Barry Schwartz, 2026/11/24）／Lily Ray（X, 2026/11/24）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Search Consoleからランキングのフィードバックを送る

対象のアップデートについて、確認済みのサイト所有者はSearch Consoleから直接フィードバックを送れます。

1. **Search Status Dashboardに対象の変更が掲載される**
2. **確認済みのサイト所有者が「フィードバックを送信」ボタンを押す**
3. **対象の変更名をハッシュタグで記入（例：#NovemberCoreUpdate2026）**

記入すると役立つ情報（Googleの例）

- パフォーマンス レポートのスナップショット
- 具体的なクエリと、問題が起きている国・言語
- 影響を受けた自社URLと、不適切に上位にある競合URL
- いつ・どのように影響を受けたか（推移の画像など）
- 現在の結果がユーザーに役立たない理由（前後の表示回数・掲載順位）
- 英国市場への影響（該当する場合）

> ***Submitting feedback doesn't result in manual ranking adjustments for individual URLs.***
>
> （フィードバックを送っても、個々のURLの順位が手動で調整されることはない）
>
> — Google「Submit feedback about ranking changes」

公式情報　集計して、仕組みの問題を探すため

送られたフィードバックは、エンジニアリングチームが全体として確認し、システム上の問題の発見に使われます。順位回復を保証するものではありません。

出典：Google検索セントラル「Submit feedback about ranking changes in Google Search」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

紛争解決・異議申し立てのルート

Googleは、ケース別に異議申し立てや紛争解決の窓口を案内しています。

手動による対策・スパム	→	すべての問題を修正し、Search Consoleの「手動による対策」から再審査をリクエスト
偽造品ポリシーによる削除	→	誤って削除されたと考える場合は、異議申し立てを送信
セーフサーチの判定	→	修正後は2〜3か月待ってから再審査をリクエスト
著作権（DMCA）による削除	→	誤りや使用権がある場合は、異議申し立て通知を提出
英国CMAのインデックス異議申し立て	→	英国ユーザー向けで、サイト全体が手動でインデックスから除外された場合。2026年12月17日から
EUデジタル市場法（DMA）	→	EEAのサイトで、アクセス条件を満たすのに表示されない場合

東京SEOメーカーの見解 **「順位が下がった」だけでは、紛争解決の対象にならない**

異議申し立てのルートは、手動対策、法的な削除、インデックスからの除外などが対象です。アップデートで順位が下がったこと自体は、フィードバックとして送るのが基本です。

出典：Google検索セントラル「Submit feedback about ranking changes in Google Search」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SEOとAI検索：AI機能が出典を選ぶ4つのステップ

Ranking Hubと同じ日に、AI OverviewsとAI Modeがどのように出典を選ぶかを説明するページも公開されました。

01
検索インデックスの結果
ランキング結果から、クエリに関連するページのスニペットをモデルに渡す

02
関連する検索（クエリファンアウト）
質問の別の側面を扱うページを探すため、関連する検索を行うことがある

03
根拠づけと裏付け
見つけたWebの結果をもとに回答を作り、内容を裏付けるページを引用する

04
リンクの表示
関連性・品質・レイアウト・情報源の多様性を考えて、表示するリンクを選ぶ

公式情報 **特別な要件はない**

AI機能のリンクに使われるには、インデックスされ、スニペット付きで表示できることなど、通常の検索と同じ技術要件を満たす必要があります。AI OverviewsやAI Mode専用の追加要件や構造化データは不要と説明されています。

東京SEOメーカーの見解 **クエリファンアウトを意識した設計**

1つの質問が複数の関連検索に広がるため、関連テーマを体系的に整理したトピッククラスター型の設計をおすすめしています。

出典：Google検索セントラル「Attribution and factuality in Search generative AI features」／Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

コアアップデートで順位が下がったときの分析手順

Googleは、コアアップデートの完了後、少なくとも1週間待ってからSearch Consoleで分析することを勧めています。

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5	STEP 6
Search Status Dashboardで完了日を確認	完了後、少なくとも1週間待つ	アップデート前後の検索パフォーマンスを比較	影響を受けたページとキーワードを特定	コンテンツ・競合・技術的な問題を調査	原因に応じて改善する

Search Consoleで見る4つの指標

- クリック数
- 表示回数
- 平均掲載順位
- CTR（クリック率）

注意 **原因はアップデートとは限らない**

技術的な問題、検索需要の変化、季節要因、競合の改善、検索結果画面の変化も調べます。一時的な変動を理由に、大量の記事を削除したり、根拠なくリライトしたりするのは避けましょう。

東京SEOメーカーの視点 12月のコアアップデートが11月の完了から間もなく始まる場合、分析期間が重なる可能性があります。11月分は完了後1週間（11月25日〜12月1日）のデータで先に確認しておくと、影響を切り分けやすくなります。

出典：Google検索セントラル「Google 検索のコア アップデートとウェブサイト」／Google検索セントラル「Google 検索のトラフィック減少をデバッグする」／Search Engine Journal（Matt G. Southern, 2026/11/24）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

東京SEOメーカーが推奨する5つの施策とまとめ

SEOを土台として、AIO・LLMO・GEO対策を設計することが重要です。

検索意図に合ったコンテンツ設計

検索ボリュームだけでなく、ユーザーの疑問や課題を分析する

独自性と専門性

独自調査・実績・経験・専門家の知見を提供する

信頼性（E-E-A-T）

著者・監修者・企業情報・参考資料を明確にする

テクニカルSEO

クロール・インデックス・内部リンク・構造化データを整える

クエリファンアウト型トピッククラスター

関連テーマを体系的に整理したコンテンツ群をつくる

※上記はGoogle公式のランキング要因の一覧ではなく、公式情報を踏まえた当社の推奨施策です。

今回のポイント

- Googleは、すべての結果を「有用性」という同じ基準で評価する
- 重要なアップデートと対応が必要な変更は、事前告知の対象
- フィードバックは集計して使われ、個別の順位は変わらない
- 順位が下がったら、完了から1週間後のデータで分析する
- AI機能の出典もランキング結果から選ばれ、AI専用の要件はない

SEOを土台に、ユーザーにとっての有用性を高めることが、AI検索への近道

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一次情報・参考文献

01 **Google検索セントラル「Google Search ranking hub」**
https://developers.google.com/search/docs/ranking

02 **Google検索セントラル「Our principles for ranking results」**
https://developers.google.com/search/docs/ranking/principles-for-ranking-results

03 **Google検索セントラル「How to stay informed on Google Search ranking updates」**
https://developers.google.com/search/docs/ranking/stay-informed

04 **Google検索セントラル「Submit feedback about ranking changes in Google Search」**
https://developers.google.com/search/docs/ranking/submit-feedback

05 **Google「検索の仕組み：結果の自動生成と自動ランク付け」**
https://www.google.com/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/

06 **Google「Honest Results Policy」**
https://www.google.com/search/howsearchworks/our-approach/honest-results/

07 **Google「検索の仕組み：厳格なテスト」**
https://www.google.co.uk/search/howsearchworks/how-search-works/rigorous-testing/

08 **Google 検索ヘルプ「検索品質評価者について」**
https://support.google.com/websearch/answer/9281931?hl=en

09 **Google Search Status Dashboard（Ranking）**
https://status.search.google.com/products/rGHU1u87FJnkP6W2GwMi/history

10 **Google検索セントラル「Google 検索のコア アップデートとウェブサイト」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/core-updates?hl=ja

11 **Google検索セントラル「Google 検索のトラフィック減少をデバッグする」**
https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/debugging-search-traffic-drops?hl=ja

12 **Google検索セントラル「Attribution and factuality in Search generative AI features」**
https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/gen-ai-attribution-factuality

13 **Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja

14 **英国CMA「Fair Ranking Conduct Requirement（最終決定）」**
https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6a312d91cd3a3f24b55a5c00/_Fair_ranking_CR_final_decision_.pdf

15 **Search Engine Roundtable（Barry Schwartz, 2026/11/24）**
https://www.seroundtable.com/google-december-2026-core-update-42615.html

16 **Search Engine Journal（Matt G. Southern, 2026/11/24）**
https://www.searchenginejournal.com/google-documents-advance-notice-for-significant-ranking-updates/598773/

17 **PPC Land（Luís Rijo, 2026/11/25）**
https://ppc.land/google-publishes-its-search-ranking-principles-23-days-before-a-uk-deadline/

18 **Lily Ray（X, 2026/11/24）**
https://x.com/lilyraynyc/status/2125321716532732253

参照日：2026年11月27日。英語の情報源は当社による要約です。海外の報道・専門家の見解は、発言者と掲載日を明記しています。「AIO」「LLMO」「GEO」はSEOの実務で使われる用語で、Googleの公式用語ではありません。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

弊社のご紹介

SEO・AIO/LLMO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

https://www.switchitmaker2.com/

2,000社+
支援実績 ／ 創業15年

YouTube
会員登録 30,000人

7冊
SEO関連書籍出版





確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- 15年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。20人の少数精鋭ながら大手企業、上場企業の支援多数。
- 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積。
- Google検索【SEOコンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】【格安LLMO】など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

実績　取引先一例

国内企業様 取引先一例

株式会社芝浦電子
サンポール
田靡製麺
MDI株式会社 HEAT EXCHANGE SYSTEM SOLUTION
EMC技術の明日をひらく DENKENSEIKI
株式会社建設技術研究所
富士ロジテック
高千穂交易株式会社 TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.
銀座 英國屋
Packaging Solution OIZURU
上野黒門 安井商店 SINCE 1928

グローバル企業様 取引先一例

OMRON
KIKUSUI
FUJIOH
RS
ISF NET
EUROPEAN FLAGPOLE SunPole
CROWN RECORDS MANAGEMENT
BRAND CLOUD USA

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SEO TOKYO maker

SEO専門会社として15年、2,000社以上を支援

アップデート対応とAI検索対策を

東京SEOメーカーにご相談ください

- 3原則を自社のSEOに落とし込みたい
- コアアップデート後に順位が下がった
- Search Consoleの分析を任せたい
- AI検索・LLMOまで見据えて設計したい

SEOコンサルティング・AIO／LLMO・GEO対策・コンテンツSEO・テクニカルSEO

https://www.switchitmaker2.com/

アドマノ株式会社