

# 内容二の次

SEO Search Engine Optimizationの略で、Googleなどの検索サイトでウェブページを上位に表示させる。閲覧数を増やすための対策。検索をせよ、キーワードを入れたり、リンクを増やしたりするなど様々な手法がある。知名度やネット通販での売上高を上げたり、広告収入を増やしたりする目的で行う。

や下痢」の症状は注意！と書いた、特定の会社名を挙げた書かれた記事もあった。

「大半は色々なサイトからの引用」と怒り心頭なのは、自分のブログから152か所が引用されていたとする東京都内の医師、桑満おさむ氏だ。「著作権法に違反するのを避ける意図があるのか、原文を少し変えたり、他の人のブログとつぎはぎしたりしているが、そのせいで意味が変わってしまったものもある」

例えば、日焼け対処法についての記事では、桑満氏のブログでは「流水で20分以上クールダウンしましょう」と書かれているが、WELQの記事は「流水、もしくは濡れタオルで20分ほど冷やしましょう」。桑満氏は「タオルはすぐ熱をもってしまつので効果が薄い。読んだ方に誤った知識を植えつけてしまう」と怒る。

「自殺」という言葉の検索ニーズが高いことはよく知られているという。調査ツールを使えばGoogleなどで検索された件数はすぐ分かる。10月中に「死にたい」やそれに類似した言葉が検索された件数は42万9050回だった。

## 「幽霊が原因？」

DeNAはこの記事の広告削除などで対応したが、その後、科学的根拠を欠く記事や無断引用が疑われる記事が次々と見つかった。

妊娠中に服用できる風邪薬として葛根湯を八穂やかな効き目などと推奨する記事には、漢方専門薬局から「主成分の『麻黄』は妊婦には良くない」（漢方みず堂）との異論も。肩凝りの原因を分析する記事では「幽霊が原因のことも？」といった記述もあった。

一般的な外食に関する話題なのに、△餃子の王将メニューでアレルギーは起きるの？『蕁麻疹やかゆみ』と『嘔吐

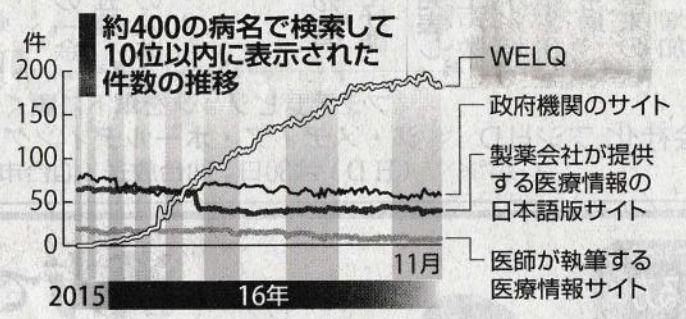
益性、特定目的への適合性、その他一切について責任を負うものではありません」

## ■真偽不明な内容

あまりに無責任。それでも、病気や症状について検索すると常にWELQの記事が上位を占め、医療関係者が発信する良質な情報を下位に押しやっていた。

なぜなのか。

辻氏が約400の病名で検索した結果を集計したところ、WELQは昨年11月27日時点では10位以内に入った記



## 「まとめ系」広告に依存

WELQが医療や健康に特化した情報をまとめたように、独自の視点で情報をまとめるサイトは「キュレーションサイト」とも呼ばれ、近年注目されている。

例えば、女性対象のファッション情報をもとめたMEERYは、サイトがきっかけとなって同名の雑誌が発売されるほど話題を集め、住まい関係

事はわずか1件だったのが、今年7月24日には101件、11月22日には196件になった。うち156件は5位以内だ。例えば「シックハウス」での検索では1月には20位に表示されていたのが8月には2位に、「チョコレートアレルギー」は2月の21位から5月には1位に上がっている。「この間、幅広く、徹底したSEOが行われた」と辻氏はみる。

前述した「餃子の王将」のように有名チェーン店の名前を入れることもその一つだろう。有名店の名前と病名やカテゴリーなどを組み合わせると一気に順位が上がるという。

また、WELQの記事は8000字超の長文が多いが、これも、長い文章の方が順位が上がる傾向にあるため、その効果を狙ったとみられる。

DeNAも取材に対し、「外部ライターらに対して、SEOに有効な配慮を行うようマニュアルを示していた」とする。詳細な内容は明かされなかったが、検索されやすい言葉の候補をライターに示し、記事やタイトルに盛り込むように指導していたことは認められた。

のSEOを否定するわけではない。ただ、内容が度外視され、閲覧数ありきのSEOが横行すれば、検索結果は情報の価値を正しく評価できなくなるだろう。それはネットの信頼性をも損なうものだ。最近ではスマートフォンを使う人が多いが、画面の小さいスマホでは、最初のページには上位3位程度しか表示されない。SEO競争過熱の末に、良質な情報にアクセスしにくい時代がこないか不安だ。