

WEBINAR

SE BYTES

LIONBRIDGE WEBINAR SERIES

hreflang と
サイト構造

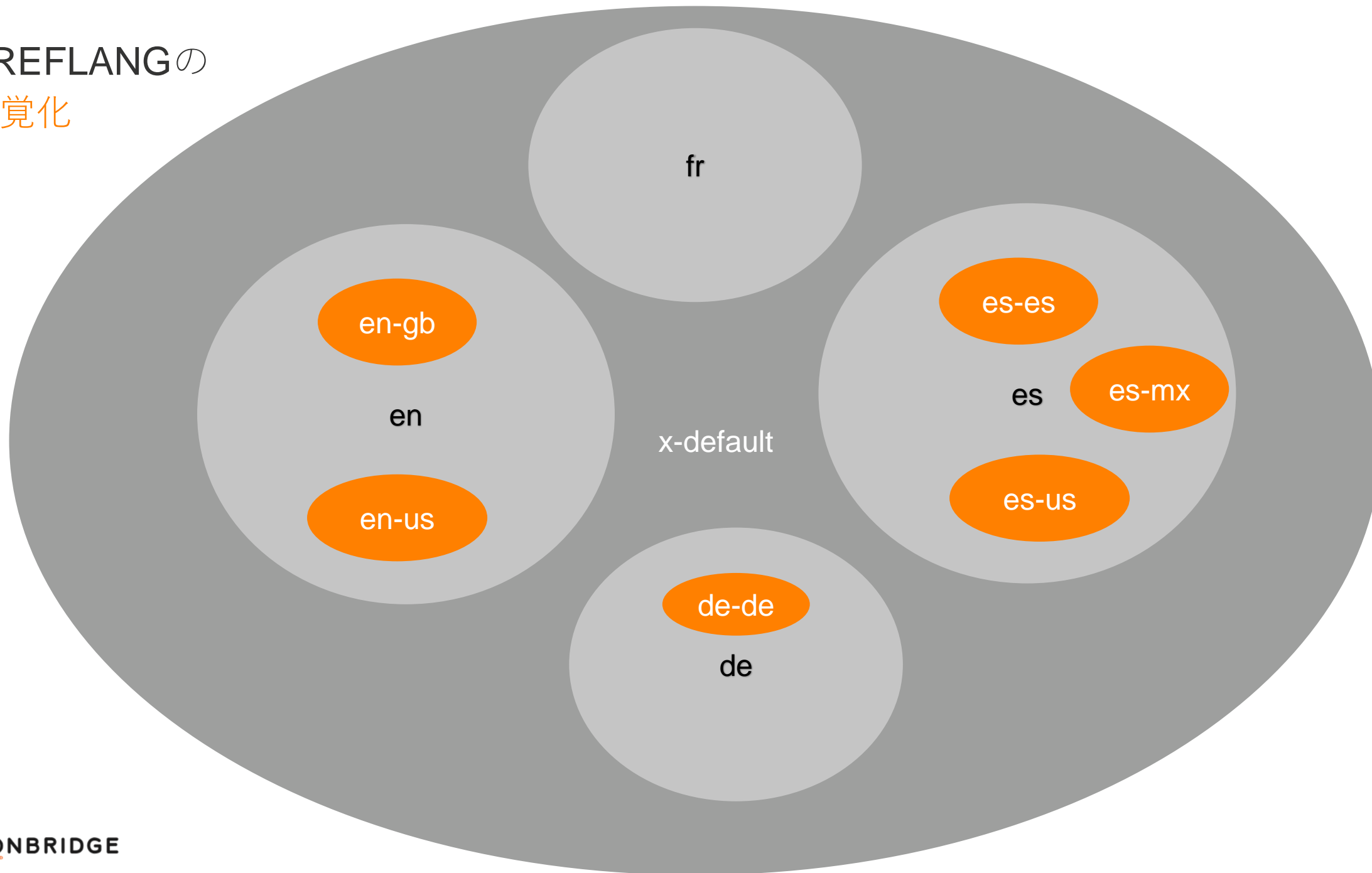
LIONBRIDGE

HREFLANG とは何か

定義

- 御社サイトでさまざまな言語や地域に対応する複数バージョンのページを用意している場合は、それらのバリエーションを **Google** の検索エンジンが認識できるようにする必要があります。それにより、**Google** 検索で言語や地域に応じた最適なバージョンのページをユーザーに表示できます。
- **hreflang** を使ってコンテンツのバリエーションに関する情報を **Google** の検索エンジンに認識させることにより、**Google** はそれらが同じコンテンツのローカライズ版のページであることを識別できます。
 - **Google**
- **hreflang** は、Web ページの言語、場合によっては、対象の地理的地域を指定するための **HTML** 属性です。
- これは、Web サイトに同じ Web ページの複数の言語版がある場合に役立ちます。検索エンジンはこれにより、ユーザーの位置情報または言語の指定に基づいて、どのバージョンのページを表示するかを判断することができます。
 - **Semrush**
- **hreflang** は、Web ページの言語ターゲティングと地理的ターゲティングの指定に使用する **HTML** 属性です。同じページに複数の言語バージョンがある場合は、**hreflang** タグを使用して、**Google** などの検索エンジンにこれらのバージョンについて伝えることができるため、適切なバージョンをユーザーに提供するうえで役立ちます。
 - **Ahrefs**
- 2011 年 12 月に **Google** によって導入された **hreflang** 属性を使用すると、さまざまな言語の複数の Web ページ間の関係性を検索エンジンに伝えることができます。これは、地域ごとに対象ユーザー向けのコンテンツを作成している場合に役立ちます。**hreflang** 属性により、「X」という言語で検索しているユーザーが求める結果は「Y」という言語で書かれたページではなく、「X」と同じ言語の該当ページであると検索エンジンに伝えることができます。
 - **Moz**

HREFLANGの 視覚化



HREFLANG の必要性

なぜ使用が推奨されるのか

Google では言語が認識されるため、2つの言語版のサイトがある場合、Google で自動認識されます。

サイトにその言語のバージョンが複数存在しない場合、Google により通常は適切なページが表示されます。

言語別のサイトがある場合は必ずしも必要ありませんが、ユーザーの使用言語に対応する言語版が用意されていない場合に指定した代替の言語 (英語など) のページを表示するなど、この属性が役立つ場合があります。



同じ言語を使用する複数の地域を対象として、別々のページを用意している場合

サイト内の特定ページに国別のバージョンが用意されていることは珍しいことではありません。通貨、提供方法、製品オプション、製品の提供状況が異なる場合などがあるからです。

内容のほとんどが重複するようなこれらのページを扱う場合に、hreflang が役立ちます。

2つのページが完全に同じ内容で重複しているのであれば、手法を見直す必要があります。

対応している市場ごとに最初に表示するページを Google に対して指定します。

ユーザーがサイトの対象言語を使用していて、対象市場に住していない場合に表示するページを Google に対して指定します。

サイトの対象国または対象言語に該当しないユーザーに表示するページを Google に対して指定します。

HREFLANG

タグ付けのルール

hreflang タグは、ローカライズ版のすべてのページ (および原文言語のページ) に適用する必要があります。

同一ページの各バージョンには、同じ **hreflang** タグを使用する必要があります。

同じタグを使用していないページがあった場合、重複ページとして扱われる可能性があります。

タグを指定したページ自体がタグに含まれている必要があります (自己参照)。

タグには、ページ上のコンテンツの言語が反映されている必要があります。

言語コードは、正確かつ、一般に **ISO** 形式に準拠する必要があります (**zh-hans** (簡体字中国語)、**zh-hant** (繁体字中国語)、**es-419** (ラテンアメリカ スペイン語) は数少ない例外です)。

x-default は全体的な使用が推奨されており、部分的に使用すべきではありません。これは、既定のルールのいずれにも該当しないユーザー向けの代替ページであることを示すものです。

通常は、言語レベルの予備のサイトを準備することが推奨されます。これにより、ユーザーの国/地域がルールに含まれていない場合でも、最適な言語のページを提供することができます。

タグで指定するリンクではリダイレクトを行わず、**404 エラー (404 not found)** にもならないようにする必要があります。

HREFLANG の例

包括的な hreflang タグの参考となる使用例については、下記の特徴がある **Stripe.com** を参照してください。

- 言語バリエーションが多い
- 規制や通貨などの違いにより、複数バージョンのページが必要
- 英語版が多数あり、Google に認識させるバリエーションが多い

Australia English	France Français English	Lithuania English	Slovakia English
Austria Deutsch English	Germany Deutsch English	Luxembourg Français Deutsch English	Slovenia English Italiano
Belgium Nederlands Français Deutsch English	Gibraltar English	Malaysia English 简体中文	Spain Español English
Brazil Português English	Greece English	Malta English	Sweden Svenska English
Bulgaria English	Hong Kong English 简体中文	Mexico Español English	Switzerland Deutsch Français Italiano English
Canada English Français	Hungary English	Netherlands Nederlands English	Thailand ไทย English
Croatia English Italiano	India English	New Zealand English	United Arab Emirates English
Cyprus English	Ireland English	Norway English	United Kingdom English
Czech Republic English	Italy Italiano English	Poland English	United States English Español 简体中文
Denmark English	Japan 日本語 English	Portugal Português English	
Estonia English	Latvia English	Romania English	
Finland English Svenska	Liechtenstein Deutsch English	Singapore English 简体中文	

```
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/" hreflang="x-default">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/" hreflang="en-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/es-us" hreflang="es-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/zh-us" hreflang="zh-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/ae" hreflang="en-AE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/at" hreflang="de-AT">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-at" hreflang="en-AT">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/au" hreflang="en-AU">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/nl-be" hreflang="nl-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-be" hreflang="fr-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de-be" hreflang="de-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-be" hreflang="en-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-bg" hreflang="en-BG">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/br" hreflang="pt-BR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-br" hreflang="en-BR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ca" hreflang="en-CA">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-ca" hreflang="fr-CA">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de-ch" hreflang="de-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-ch" hreflang="fr-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/it-ch" hreflang="it-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ch" hreflang="en-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-cy" hreflang="en-CY">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-cz" hreflang="en-CZ">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de" hreflang="de-DE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-de" hreflang="en-DE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-dk" hreflang="en-DK">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ee" hreflang="en-EE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/es" hreflang="es-ES">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-es" hreflang="en-ES">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-fi" hreflang="en-FI">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/sv-fi" hreflang="sv-FI">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr" hreflang="fr-FR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-fr" hreflang="en-FR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/gb" hreflang="en-GB">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-gi" hreflang="en-GI">
```

サイト構造

対象: グローバル オーディエンス

グローバル オーディエンスを対象とする場合、複数の方法があります。



特に対応している市場の数が少ない場合は、対象市場ごとのローカル TLD が有効に機能します。ソニーのような大手企業でもこの手法を採用している場合があります。

- 管理コストが高い
- たとえば米国向けページなどでグローバル TLD も使用している場合は全世界が対象となるため、注意が必要



グローバル TLD のサブドメインを使用すると、それぞれが別々の Web サイトとして扱われることによるメリットがあります。

- 管理コストは抑えられますが、個別の Web サイトの管理が必要
- あまり一般的でない



グローバル TLD のディレクトリを使用するのが、最も管理が容易であり、Google で市場ごとに適切なページが表示されるようにするのに負担が少ない方法です。

- 最も一般的で、管理が容易な手法
- すべてが同じドメイン/サイト上にあるため、Google で適切な市場向けのコンテンツを提供するには対応が必要



パラメータが使用される場合もありますが、推奨される手法ではありません。

- パラメータを使用する手法からディレクトリを使用する手法に移行中のサイト (Google ストアなど) の事例がある

ご清聴ありがとうございました

ライオンブリッジは、障壁を打ち破り、架け橋を築いて
新しいビジネスチャンスを生み出します。世界中のどこでも。

