

SE  BYTES

LIONBRIDGE WEBINAR SERIES



HREFLANG に関するヒント

2024年8月

ローカル TLD を使用している場合

HREFLANG は必要か

インフラストラクチャの一部として、.com の Web サイトや、その他のグローバルなトップレベルドメイン (TLD) を使用していますか？



答えが「はい」であれば、**hreflang** が必要になります。

米国には国内のユーザー向けに .com を使用し、米国以外のユーザー向けにローカル TLD を使用している企業がよくあります。しかし .com サイトはグローバルな検索結果に「ランクインする権利」があるため、Google がその .com とローカル TLD の関係を理解していなければ、.com サイトがローカルの検索結果に表示されることになり、特にブランドクエリの場合にそういったことが起こります。

X-DEFAULT は常に必要か

X-DEFAULT の機能

x-default を使用するという事は、ユーザーが他のどの hreflang ルールにも適合しない場合、そのユーザーを x-default のページに転送するよう、Google に伝えるということです。

これは、hreflang を部分的に実装する (すべてのバージョンを含めるわけではない) 場合には危険なことです。x-default の URL は、含まれていない地域 (リージョン) においても検索対象となる権利を持っているからです。

言語-リージョンのパターンを実装している場合、x-default は問題を引き起こす可能性があります。たとえばアラビア語のページがあり、言語コードが「ar-sa」の場合に、英語のページを指す x-default を設定すると、サウジアラビア人以外のアラビア語ユーザーには英語のページを表示するよう Google に指示することになります。



言語レベルかリージョン別か

「EN」と「EN-US」のどちらを使用すべきか

ローカリゼーションのアプローチに合わせましょう。

各言語のバージョンをそれぞれ1つずつ用意するなら、言語レベルを選択します。同一の言語を話す複数のリージョンをターゲットとする場合は、リージョンレベルを選ぶ必要があります。常にどうすれば最も多くの読者をターゲットにできるかを考慮し、必要に応じて複数のアプローチを適宜組み合わせるようにしましょう。

リージョンレベルをターゲットにする場合は、言語レベルのフォールバックを追加することも検討してください。たとえば、フランス語でフランス(「fr-fr」)とカナダ(「fr-ca」)をターゲットにする場合は、他のフランス語ユーザー(スイス人やベルギー人など)にも配慮し、「fr」を使って既存のいずれかのフランス語ページに誘導するとよいでしょう。



GOOGLE が同意しない場合もある

何が問題なのか

hreflang の実装がなぜ機能していないのかを突き止めるのは簡単でない場合があります。Google は「自分のほうが理解している」と感じ、ユーザーが実装したルールに同意しないことがあります。

たとえば、ある Web サイトのソース コンテンツがスペイン語であり、スペイン語のコンテンツを x-default として使用しつつ、英語のコンテンツも存在するとします。その場合、Google は x-default のルールを上書きし、スペイン語以外のユーザーに対しては英語のページを表示する可能性があります。

ソリューションにページの全バージョンが含まれているかどうかや、新バージョンのページが公開済みなのにソリューションに含まれていなかったりしないかどうかを確認しましょう。

ソリューションにすべての Web サイトが含まれているかどうかや、地域のマーケティング チームがローカル ユーザーを対象とした新しいサイトを作成したりしていないかどうかを確認しましょう。

HREFLANG をテストするには

ツールはどこにあるか

Google では従来、Google Search Console に hreflang ツールを用意しており、そのツールではタグを処理する際に多くの誤検出が発生していましたが、通常それらは廃れていきました。

Semrush のサイト監査では、<head> タグ内の hreflang がレビューされますが、ここでも多くの誤検出が発生しており、「zh-hans」のような有効なコードは組み込まれません。Screaming Frog では、<head> とサイトマップの実装がレビューされます。

Google がタグに注意を払っているかどうかは簡単にわかります。ローカル検索 (複数市場) のページで、サイトの「ランクインする権利」が強くなるようなブランド検索または製品検索を行ってみましょう。同じクエリに対して、同じページの 2 つのバージョンが表示されたり、異なるリージョンのページが表示されたりする場合は、hreflang が正しく機能していません。

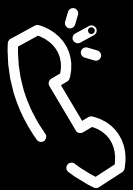
HREFLANG のニュース

ゲイリーの見解は通常、GOOGLE の方向性と一致する

「Google のアナリストのゲイリー イリース (Gary Illyes) 氏によれば、検索エンジンはあまり hreflang のようなアノテーションに頼らず、もっと自動的に学習されたシグナルを利用するべきだとのことでした」

<https://www.searchenginejournal.com/google-may-rely-less-on-hreflang-shift-to-auto-language-detection/523224/>

ゲイリー イリースの見解は大変興味深く、SEO と Google の未来についての優れたヒントを与えてくれます。hreflang を使用しているサイトは非常に少ないため、Google は hreflang を使用していないサイトを理解するように努める必要があります。しかし短・中期的には (場合によっては長期的にも)、各市場でどのページを表示すべきかを Google に伝える最良の方法が hreflang であることに変わりはありません。



お問い合わせ

ブレンダン ウォルシュ (グローバル SEO 専門家)

BRENDAN.WALSH@LIONBRIDGE.COM

SEO@LIONBRIDGE.COM