

XMLサイトマップについて最低限のおさらい

XMLサイトマップにおける最低限の検証と設定についてご紹介しておきます。Webサイトを新しく立ち上げる際、意外と訊かれることが多いので、私もこのページをすぐ案内できるように備忘録的に書き記しておきます。

XMLサイトマップの重要性と検証事項

XMLサイトマップとは、サイト内のURLをリスト化したXML形式のファイルです。Googleをはじめとした検索エンジンのクローラーは、XMLサイトマップを読み込むことで効率的にURLをクロールします。XMLサイトマップがなくても、各ページが適切にリンクされていれば、検索エンジンのクローラーは殆どのページを問題なくクロールできますが、数万ページに渡る大規模なサイトや、他からのリンクが不十分な新規サイト(ページ)、ドメイン移行によって大量のURL変更が生じたサイトなど、検索エンジンのクローラーによるクロールが行き渡りづらい状況になったりします。そんな時にXMLサイトマップを記述して設置しておけば非常に役立ちます。しかも、Googleは「XMLサイトマップはクロールする上で重要な存在だ」とも述べており、XMLサイトマップの設置を推奨しています。SEOを考えるならやらない手はないでしょう。

XMLサイトマップ作成における注意事項

というわけで、XMLサイトマップ作成時における方法やTipsです。

- XMLサイトマップにはクロール、インデックス対象のURLを漏れなく記載ください。私は一致率100%を推奨しています。
- noindexを設定していたり、canonical元となるページ、リダイレクト元となるページはXMLサイトマップへの記載は不要です。むしろ記載していると毎回クローラーが来てしまうので(無駄に不要なページをクロールさせてしまうため)除外したほうが良いです。
- XMLサイトマップはGoogle Search Consoleに登録し、robots.txtにも記載ください。BingのSEOを考慮する場合はBingウェブマスターツールにもXMLサイトマップを登録ください。
- ページ追加、更新、削除に応じてXMLサイトマップも更新ください。自動でXMLサイトマップに反映させるようにシステムが組めれば便利です。
- 1つのXMLサイトマップに50,000URLまで記載できます。(50,000URL以上の場合や管理上の理由で)複数のXMLサイトマップにする場合はサイトマップインデックスファイルにまとめ、サイトマップインデックスファイルからそれぞれのXMLサイトマップのURLを記載し、Google Search ConsoleにはサイトマップインデックスファイルURLを登録します。
- 画像や動画の自然検索流入が見込める場合は、画像・動画専用のXMLサイトマップを作成することも有効です。
- サイトが多言語対応している場合は、XMLサイトマップを使って多言語ページの正規化(アノテーション設定)をすることもできます。
- 優先度を表す<priority>や更新頻度を表す<changefreq>はGoogleが加味しない項目であるため、設定不要です。最終更新日を表す<lastmod>の設定は有効で、Googleは前回のクロール以降に<lastmod>の日付が更新されたページを優先的にクロールしようとしています。ただし、事実と異なる日付が<lastmod>に設定されている場合、Googleはその設定を無視しますし、極々僅かな更新程度でも無視します。ページ内容に大きな変更や重要な要素の変更があった場合のみ<lastmod>の日付を更新するようにしましょう。

以上です。XMLサイトマップ作成時には是非ご参考ください。

LLMが生成した情報を鵜呑みにしてはいけない——2人のGoogle社員が警告

LLM が生成した情報を無条件に信じてはいけない——生成 AI の利用に関して、2 人の Google 社員が別々の場所でこのように注意喚起した。

LLM が生成した情報を無条件に信じてはいけない

生成 AI の利用に関して、2 人の Google 社員が別々の場所でこのように注意喚起しました。

LLM は間違っただータで学習していることもある

注意喚起した 2 人の Google 社員のうち 1 人は、John Mueller(ジョン・ミュラー)氏です。

Gemini などの 生成 AI から得た SEO 情報についての質問に対してミュラー氏は[次のように補足](#)しました。

Aside – please don't use LLMs for SEO advice. They learn from all the bad SEO information out there.

ちなみに、SEO のアドバイスを求めるときに LLM を使わないでほしい。LLM は、ネット上にある間違っただ SEO 情報からも学習している。

もう 1 人は Gary Illyes(ゲイリー・イリース)氏です。

LinkedIn で[このように投稿](#)しました。

メールボックスに届いた質問にここで回答する。

LLM は、学習データに基づいて、プロンプトの文脈や意味に最も適した単語、フレーズ、文章を見つけ出す。

これにより、関連性が高く一貫性のある応答を生成できる。しかし、必ずしも事実に基づいた正確な回答とは限らない。

LLM のユーザーであるあなたは、尋ねたトピックに関する自身の知識や、信頼できる情報源での追加調査に基づいて、回答の妥当性を確認する必要がある。

確かに、グラウンディング(事実に基づいた情報の組み込み)は、より正確な回答の生成に役立つが、完璧ではない。あなた自身の判断力に取って代わるものではない。

意図的なものも意図的でないものも含めインターネットには誤った情報が溢れている。

オンラインで目にする情報をすべて信じないと同様に、LLM の回答も無条件に信じるべきではない。

皮肉なことに、この投稿もオンライン上にあり、僕自身が LLM だという可能性もある。結局のところ、判断はあなた次第だ。

LLMが生成した情報を鵜呑みにしてはいけない——2人のGoogle社員が警告

LLM が生成した情報を無条件に信じてはいけない——生成 AI の利用に関して、2 人の Google 社員が別々の場所でこのように注意喚起した。

LLM に事実を尋ねるな

特に、事実を問う質問に対しては LLM は不向きです。

イリース氏が指摘するように、ごく単純化して言えば、LLMは、適切だと考える言葉を繋げているにすぎません（確率的に、この言葉の後にはこの言葉が続く可能性が高いと大規模なデータから学習している）。生成したテキストが事実に基づくかどうかは関係ありません（事実であることを高めるための技術が Grounding）。

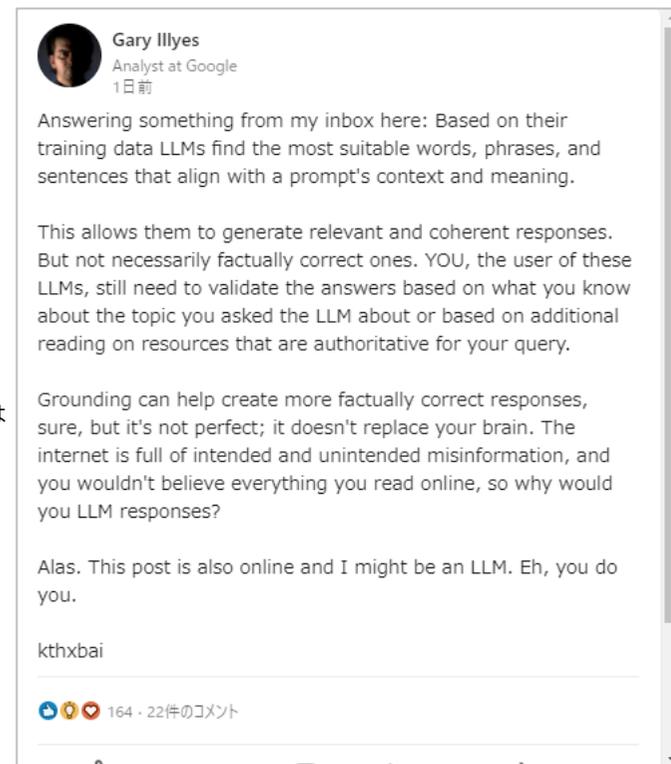
こうした仕組みを、生成 AI を上手に活用している人は注意しているはずですが。それでも、多くの人は検索エンジン代わりに LLM を使ってしまうのです。

SEO に限らずに、事実を求める課題に LLM を利用するべきではないのです。

LLM が生成した回答が事実に基づくかどうかをユーザーが判断する手がかりとして、[AI Overview](#) や [Gemini](#) は関連コンテンツへのリンクを提供するようになりました。

OpenAI が先日発表した [SearchGPT](#) もソースを提供するとのことでした。

ともかくにも、LLM を基盤とした生成 AI の回答を無条件で信じないようにしましょう。



パリオリンピックとGoogle検索

Googleは米国現地時間7月24日、[The Keyword](#)にてパリオリンピックにおけるGoogle検索の使い方を啓蒙していましたので、和訳してご紹介します。Googleの様々な検索サービスを活用してオリンピックを自由楽しめる方法を案内しています。SEO等の施策等の話ではなく、ただの一般ユーザーとして利用方法の案内ですが、最近の特段大したネタもないので(笑)、こういった情報もどうぞ。

Googleからの案内

今回の記事はGoogleから「パリオリンピックのこんな情報やあんな情報も、こんなGoogleの使い方で手に入れることができますよ」という内容に終始していました。原文ページは英文なので和訳してご紹介しますが、(動画や画像が多すぎて元記事さえもフリーズする程重たいので)今回は動画や画像を割愛して記事紹介します。動画や画像は[元記事](#)でご確認ください。

Googleでパリオリンピック2024の最新情報をチェックする8つの方法

Google検索で自国の最新情報を確認したり、GoogleマップやWazeで現地を探検したり、YouTubeで複数のイベントを一度に視聴したり、Geminiで大会について学んだりしてみましょう。

世界最高のアスリートたちが、オリンピックでパリに向かっていきます。Google検索、Gemini、YouTubeなどの機能で、どこにいてもオリンピックの興奮を味わうことができます。

1. Google検索でリアルタイムの最新情報をゲット

10,500人のアスリートが19日間で329の競技に出場するオリンピックでは、常に様々なことが起こっています。Google検索を使えば、その一瞬一瞬を見逃すことはありません。特定の国、スポーツ、アスリート、または大会全般を検索すると、分刻みのスケジュール、結果、メダル獲得数、トップビデオハイライト、デイリーレポート、さらに最新のトップストーリーやソーシャルメディアのPerspectives(視点)フィルタが表示されます。

また、この体験はローカライズされているため、ユーザー軸のタイムゾーンのスケジュールや、ユーザーの国のパフォーマンスアップデートやトレンドイベントが自動的に表示されます。記録更新やメダル獲得を祝うサプライズ特集にもご注目ください。

その他のオリンピックコンテンツもGoogle検索に表示されます。

オリンピックの期間中、トップページには毎日、落書き作家のHelene LerouxとゲストアーティストのChris O' Haraがイラストとアニメーションを手がけた、さまざまなスポーツイベントを祝う落書きが登場します。また、伝説的なアスリートや象徴的なスポーツ、パリやオリンピックの活気ある文化についての知識を試すことができるインタラクティブな体験ができる「Most Searched Playground」もお見逃しなく。

2. GoogleマップとWazeでパリを探索

大会期間中、パリを訪れる観光客や地元の人たちを案内するため、GoogleマップとWazeは、一時的な走行制限区域や道路閉鎖に対応した最新のルート案内を提供します。

Wazeの新しい交通イベント機能では、パリのドライバーに今後の交通規制や通行止めを通知し、それを友人と直接共有することで彼らの運転に役立てることができます。

Googleマップの新しい公共交通機関機能により、バス、電車、地下鉄での目的地までの行き方を自動的に簡単にプレビューできるようになり、乗り換えの回数などをすばやく判断できるようになりました。

パリオリンピックとGoogle検索

Googleは米国現地時間7月24日、[The Keyword](#)にてパリオリンピックにおけるGoogle検索の使い方を啓蒙していましたので、和訳してご紹介します。Googleの様々な検索サービスを活用してオリンピックを自由楽しめる方法を案内しています。SEO等の施策等の話ではなく、ただの一般ユーザーとして利用方法の案内ですが、最近の特段大したネタもないので(笑)、こういった情報もどうぞ。

さらに、エアコンの効いたルートの検索、切符代の見積もり、リアルタイムの運休情報の確認、ホーム画面からの旅の追跡、オリンピックの公式シャトルバスの検索も簡単にできます。

旅程を計画する際に、ヨーロッパの新しい50都市で利用できるようになった[Googleイマーシブビュー](#)を使えば、有名な観光スポットやスポーツ会場をバーチャル体験できます。さらに、Googleマップ上に新しく追加された[レストランリスト](#)で、定番の人気店から隠れた名店まで、究極のパリグルメツアーをコーディネートできます。Sortiraparisのような地元の旅行ガイドが厳選したアトラクションやアクティビティのリストも表示されます。

パリに到着したら、[Google Arts&Culture](#)のコンテンツにより可能になった、マップの拡張現実を使って街の象徴的なランドマークをまったく新しい方法で探索しましょう。

例えば、近日公開予定ですが、1900年代からの[エッフェル塔の初期建築デザイン](#)を見ることができます。

パリにいらなくても、このコンテンツはストリートビューでも見ることができるのでご安心を。

3. YouTubeでクリエイターコンテンツや放送ハイライトなどを視聴する

YouTubeは、NBCUniversal、Eurosport、Claro、CazéTV、IOCなど、パリ2024の公式放送局と協力し、何千時間ものオリンピックコンテンツやハイライトを世界中のファンにお届けします。一部のマーケットでは、公式放送局もYouTubeチャンネルでイベントや開会式・閉会式をライブストリーミングする予定です。

また、公式放送局とIOCは、大会の様子をより詳しく伝えるため、YouTubeのライフスタイル、旅行、グルメ、ゲームなどのトップクリエイターをパリに招き、現地取材を行っています。

お気に入りのイベントが同時に開催される場合は、最大4つのストリームを同時に視聴できる[マルチビュー機能](#)で、すべてのイベントをフォローすることができます。

マルチビューは、ラテンアメリカの一部のスペイン語圏ではClaro SportsのYouTubeチャンネルで、ブラジルではCazéTVのチャンネルで視聴できます。

米国では、YouTube TVの加入者は、NBCユニバーサルのパリ2024オリンピック中継でマルチビュー機能を利用できるほか、メダルカウントなどの他の機能も利用可能です。

4. Geminiでオリンピックについてもっと知る

あなたのパーソナルAIアシスタントとして、[Gemini](#)は新しいオリンピックスポーツやアスリートについての学習から、楽しいウォッチパーティーの企画まで、あらゆることをお手伝いします。例えば、Geminiに「2024年パリ大会の開会式を見に、21~30歳の友人を招きます。

オリンピックをテーマにした簡単なおつまみと飲み物を教えてください。」と尋ねてみてください。

あるいは「オリンピックの自転車ロードレースとツール・ド・フランスの主な違いは？」とGeminiにプロンプトを入力すると、競技時間、ルール、激しさなど、2つのイベントの違いを簡単に要約してくれます。

パリオリンピックとGoogle検索

Googleは米国現地時間7月24日、[The Keyword](#)にてパリオリンピックにおけるGoogle検索の使い方を啓蒙していましたので、和訳してご紹介します。Googleの様々な検索サービスを活用してオリンピックを自由楽しめる方法を案内しています。SEO等の施策等の話ではなく、ただの一般ユーザーとして利用方法の案内ですが、最近の特段大したネタもないので(笑)、こういった情報もどうぞ。

5. Google Playでオリンピックの公式アプリやその他のコンテンツを楽しむ

大会期間中、[Google Play](#)ではオリンピック気分を盛り上げるアプリやゲーム、書籍が配信されます。[オリンピックの公式アプリ](#)を探したり、公式放送局のアプリでお気に入りの競技を観戦したり、語学学習アプリでフランス語の練習をしたりと、Google Playで毎日の最新情報をチェックしてください。

6. Google TVでまとめて視聴

Google TV のオリンピックハブを使えば、大会のスリリングな一瞬一瞬を簡単に体験できます。公式放送局のチャンネルでライブ中継中のお気に入りのアスリートを応援したり、公式ハイライトで忘れられない瞬間を追体験したり、インタビューやストーリーで舞台裏に迫ったりと、7月26日から8月11日までは、「For you」タブの上部にあるオリンピックハブをクリックするだけです。

7. Google Payでデジタルマスコットを集めよう

Google PayとVisaは、[Google Wallet](#)のVisa Paris 2024キャンペーンでオリンピック・パラリンピック・パリ2024をお祝いします。

75ヶ国以上のVisaカード会員は、店舗やオンラインでGoogle Payを使ってVisaで支払うたびに、パリ2024の公式マスコットであるデジタルフリージュを獲得できます。また、店舗で決済を行うたびに、Walletにサプライズアニメーションが表示され、収集したパリ2024マスコットの1体が登場します。

8. NBCユニバーサルとチームUSAで、Visaの機能をご覧ください

米国からの視聴者は、私たちの最新機能のいくつかを実際に見ることができます。私たちは[チームUSAとNBCユニバーサルと提携](#)し、放送、オンライン、ソーシャルを通じたNBCユニバーサルのオリンピック中継で、AIを活用した新しい検索方法や大会への接続方法を紹介しています。NBCユニバーサルのタレントとTeam USAのアスリートの協力を得て、検索、Googleマップ、Geminiがどのように探索、学習、オリンピック精神への参加を容易にするかを紹介します。

さあ、試合を始めましょう！

引用)[The Keyword](#)より和訳

今回の内容は米国本国におけるGoogle活用ばかりの話ですが、Google検索が好きな人はそれぞれ8つのTipsを再現してみたいかがでしょうか。

※すみません、私7月末が決算月につき、今回はこれにてドロンさせていただきます(笑)。

Bing、新しいAI生成検索体験のテストを開始

Microsoft Bing は、生成 AI による新しい検索の試験を開始した。

Microsoft Bing は、生成 AI による [新しい検索の試験を開始](#)しました。

生成 AI がまとめた検索結果がメイン

こちらは [\[what is a spaghetti western\]](#) の Bing 検索結果です。

📌 ずき補足:クエリの直訳は「スパゲッティ・ウェスタンとは何ですか?」。「スパゲッティ・ウェスタン」は日本語では「マカロニ・ウェスタン」と訳され、1960年代から1970年代前半に作られたイタリア製西部劇とのこと([ウィキペディア](#))

左側 3分の2が LLM と SLM が生成した結果です。

右側 3分の1がオーガニック検索結果です。

📌 ずき補足:「SLM」は Small Language Model(小規模言語モデル)のこと



生成 AI による検索結果がメインになっています。

生成検索では、関連情報を独自にまとめた結果が表示されています。

「What is a Spaghetti Western」という見出しで、マカロニ・ウェスタンが何で説明しています。

これは LLM/SML が生成したものです。

説明のあとには、情報源となったウェブコンテンツを提供しています。

Bing、新しいAI生成検索体験のテストを開始

Microsoft Bing は、生成 AI による新しい検索の試験を開始した。

What is a Spaghetti Western?

A subgenre of western films produced by Italian filmmakers +1

Some of the main characteristics of spaghetti westerns are:

- **Anti-heroes** with questionable and selfish morals, who often act for money or revenge rather than justice or honor. +1
- **Violent and cynical** storylines that subvert the traditional western tropes of clear-cut heroes and villains, happy endings, and black and white morality. +1
- **Desert landscapes and shanty towns**, often filmed in Spain or Italy, that create a stark contrast with the lush scenery of classic westerns. +1
- **Non-traditional music scores**, composed by **Ennio Morricone** and others, that use unconventional instruments, whistles, chants, and electric guitars to create a haunting and distinctive sound. +2
- **Commentary on politics and relations** among different groups, such as Americans, **Mexicans**, **Native Americans**, and Europeans, reflecting the social and historical context of the 1960s. +1

Based on 5 sources:

- StudioBinder
https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-...
- What is a Spaghetti Western — History and Legacy Explained**
A Spaghetti Western is a broad subgenre of Western films made by Italian filmmakers from the early 1960s to the late '70s. Also known (and more respectfully referred to) as...
- Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Spaghetti_Western
- Spaghetti Western - Wikipedia**
The spaghetti Western is a broad subgenre of Western films produced in Europe. It emerged in the mid-1960s in the wake of Sergio Leone's filmmaking style and...

Learn more | Filmmaking Lifestyle | Screen Rant | Collider

「History and Origin」では、歴史と起源を解説しています。
ここも生成 AI が作成しました。
ソースも付いています。

History and Origins

Spaghetti westerns were influenced by the American western genre, but also introduced new elements such as anti-heroes, violence, cynicism, and political commentary. Here are some facts about the history and origins of spaghetti westerns:

- The first spaghetti western is often considered to be **A Fistful of Dollars** (1964), directed by Sergio Leone and starring Clint...

Supporting content:

- Visit Almeria, Spain: Where Your Favorite...
Almeria, Spain location
- A Beginner's Guide to Spaghetti Westerns
Spaghetti western introduction

Based on 3 sources:

- StudioBinder
https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-...
- What is a Spaghetti Western — History and Legacy Explained**
A Spaghetti Western is a broad subgenre of Western films made by Italian filmmakers from the early 1960s to the late '70s. Also known (and more respectfully referred to) as...
- Filmmaking Lifestyle
https://filmmakinglifestyle.com/what-is-a-spaghetti-western/
- What Is A Spaghetti Western: The Essential Guide To...**
A spaghetti western is a subgenre of the Western film that emerged in the mid-to late 1960s in the wake of Sergio Leone's Dollars Trilogy. Spaghetti westerns were produce...

Learn more | Screen Rant

このあとには次のセクションが続きます。
内容は同様に 生成 AI が作成しています。

- Best and Most Influential Movies (オススメの最も影響力のある映画)
- Music and Soundtracks (音楽とサウンドトラック)

クエリに関連する情報を生成 AI が網羅的にまとめた結果を提供するのが Bing 生成検索の特色です。
どんな項目でまとめるかは、クエリに応じて AI が適切なものを判断するものと思われます。

Bing、新しいAI生成検索体験のテストを開始

Microsoft Bing は、生成 AI による新しい検索の試験を開始した。

チャット形式ではない生成 AI 検索体験

Copilot(旧 Bing チャット)では、会話形式で質問に回答する形式でした。

新たに開発された生成検索では、生成 AI が作成した検索結果を提供します。

AI 相手にやり取りするのではなく、検索結果だけが表示される従来の検索と見た目はほぼ同じです。

「検索」という観点からは、こちらのほうが馴染みがあるかもしれません。

右側の狭い範囲に追いやられたオーガニック検索にも注目です。

メインは生成結果であり、オーガニック結果は補足のような位置付けにも見えます。

Bing の生成検索は限られたクエリを対象に試験が始まりました。

フィードバックを得ながら改良が進んでいくことでしょう。

OpenAI による [SearchGPT](#) のテストも始まっていきます。

生成 AI をベースにした検索サービスが新たなステージに入っています。

Google の牙城を崩すことができるが注目です。

多言語SEOの課題とベストプラクティス: hreflang, ccTLD, x-default, LDCP

Google 社員が検索の裏側を語る Search Off The Record ポッドキャストのエピソード 78 のテーマは、サイトの国際化と hreflang 要素だ。この記事では、このポッドキャストの主要点を紹介する。

Search Off The Record ポッドキャストの[エピソード 78](#) のテーマは、サイトの国際化と hreflang 要素でした。

この記事では、このポッドキャストの主要点を紹介します。

hreflang の実装

ポッドキャストのエピソード 78 は、Google 検索リレーションチームのメンバーであるマーティンが、hreflang の実装の複雑さについて疑問を呈することから始まります。小規模サイトでの実装経験が簡単だったことから、なぜ難しいとされているのかをマーティンは問いかけます。

同僚のゲイリーは、大規模ウェブサイトや、異なる URL 構造を持つ複数のプロパティを扱う際に複雑さが生じると説明します。

そして、地域ごとに異なるドメイン名や、さまざまな公開セマンティクス(URL 構造)などのバリエーションが導入されると、エラーが発生しやすくなると強調しました。

国際化と ccTLD

会話は国際化の話題に移り、ゲイリーは時間の経過とともに ccTLD(国別コードトップレベルドメイン)の重要性が低下する可能性があることに言及します。

たとえば、.ai(アンギラ)のような ccTLD が、ドメイン名の創造的な使用によりウェブサイトのターゲット国の信頼できる指標ではなくなっているからです。

またマーティンは、個人で運営する、英語で書いているコーディングブログに .de ドメイン(ドイツの ccTLD)を使用した経験を共有し、ccTLD の曖昧さを強調します。

ccTLD がそれぞれの国でわずかなランキング上昇をもたらす可能性はあるものの、この曖昧さにより、Google のアルゴリズムが ccTLD への依存度を下げているとゲイリーは明かしました。

多言語SEOの課題とベストプラクティス: hreflang, ccTLD, x-default, LDCP

Google 社員が検索の裏側を語る Search Off The Record ポッドキャストのエピソード 78 のテーマは、サイトの国際化と hreflang 要素だ。この記事では、このポッドキャストの主要点を紹介する。

言語アノテーションと Google のアルゴリズム

次に、特定の言語サブディレクトリ(例:/de/)内に複数の言語が混ざったのコンテンツがある場合の影響についてマーティンは尋ねます。

この質問に対してゲイリーは、Google のアルゴリズムはページレベルで関連性を評価できるため、ドイツ語のサブディレクトリ内に少数の英語ページがあっても必ずしも問題にはならないと説明します。

続けて、ユーザーの検索言語と位置に基づいてコンテンツを優先順位付けする Google の言語降格国昇格(LDCP: Language Demotion Country Promotion)アルゴリズムについて話し合いました。

LDCP は、Google がローカライゼーションに使用する主要なアルゴリズムの1つです。

LDCP の基本的な考え方は、特定の国から検索が行われた際に、その国のトップレベルドメイン(ccTLD)を持つウェブサイトにはわずかな優位性を与えるというものです。

たとえば、.de ドメインを持つウェブサイトは、ドイツから検索が行われた場合、検索結果でわずかに優先されることがあります。

hreflang の技術的側面

議論は hreflang 属性の技術的側面に深入りします。

HTML タグの lang 属性の関連性についてマーティンが尋ねると、その信頼性の低さから Google がそれに依存していないことをゲイリーは明確にしました。

手動のアノテーションよりも自動的に学習されたシグナルを優先するとのことでした。

また、hreflang 属性と lang 属性の信頼性を比較した場合、hreflang が意図的な努力を要する実装であるのに対して、CMS で事前設定されることが多い lang 属性です。

そのため、hreflang のほうがより信頼性が高いと考えられているとゲイリーは説明しました。

多言語SEOの課題とベストプラクティス: hreflang, ccTLD, x-default, LDCP

Google 社員が検索の裏側を語る Search Off The Record ポッドキャストのエピソード 78 のテーマは、サイトの国際化と hreflang 要素だ。この記事では、このポッドキャストの主要点を紹介する。

テストと検証

Google は現在、hreflang 検証ツールを提供していません。

ゲイリーはサードパーティ製ツールを代わりに紹介します。

- [Hreflang tags generator](#)
- [hreflang Tags Testing Tool](#)
- [Hreflang Builder](#)

x-default と正規化

x-default hreflang 値の概念に話題が移ります

x-default は、明示的にサポートされていない言語のユーザーに対するフォールバックページを指定するために使用される値です。

英語ページに、英語バージョンを示す hreflang (hreflang="en") とそれと同じ英語バージョンを指す x-default (hreflang="x-default") の両方を含める必要があるかどうかをマーティンが質問しました。

明確性と正規化を助けるために両方を含めることがベストプラクティスだとゲイリーは推奨します。

正規化と Search Console のレポート

エピソードの最後のトピックは、正規化と Search Console でのレポートへの影響についてです。

hreflang アノテーションを持つページが Search Console でインデックスされていないように表示され、サイト所有者に混乱を引き起こす可能性があることをマーティンが指摘しました。

ゲイリーは、Search Console が主に正規 URL をレポートし、hreflang クラスタ内の代替ページが明示的に表示されない可能性があることを説明します。

このレポート動作が議論的になっていることを認めつつも、それがバグではなく意図的な機能であることを強調します。

多言語SEOの課題とベストプラクティス: hreflang, ccTLD, x-default, LDCP

Google 社員が検索の裏側を語る Search Off The Record ポッドキャストのエピソード 78 のテーマは、サイトの国際化と hreflang 要素だ。この記事では、このポッドキャストの主要点を紹介する。

主要なポイント

Search Off The Record ポッドキャストのエピソード 78 の主要なポイントのまとめです。

- hreflang 実装の複雑さは、大規模ウェブサイトやさまざまな URL 構造を持つ場合に増加する
- 創造的なドメイン名の使用により、ccTLD はターゲット国の信頼できる指標ではなくなりつつある
- Google のアルゴリズムはページレベルで言語の関連性を評価する
- hreflang は実装に意図的な努力が必要なため、lang 属性よりも信頼性が高い
- hreflang セットアップのテストにはサードパーティツールが利用可能
- x-default hreflang 値は、サポートされていない言語のユーザーに対するフォールバックページを指定するために使用される
- Search Console のレポーティングは正規URLに焦点を当てており、hreflang クラスタ内の代替ページのインデックス状況に関して混乱を招く可能性がある



GooglebotはRSSフィードをサイトマップのようにURL発見に使う

Googlebot は RSS フィードを、サイトマップのようにして URL の発見に利用する

Googlebot は RSS フィードを、サイトマップのようにして URL の発見に利用します。

RSS フィードを使って新しい URL を見つける

Google スパイダー(クローラー)はウェブページに埋め込まれた RSS フィードのリンクをクロールしますか？

2024 年 7 月の英語版 Google SEO オフィスアワーで[この質問が取り上げられました](#)。

Gary Illyes(ゲイリー・イリース)氏は次のように回答します。

はい。Google はサイトで参照されている RSS フィードを使って、新しい URL を見つける場合がある。サイトマップと同様だ。[サイトマップのドキュメント](#)を見てほしい。そこで RSS について言及している。

イリース氏が回答したように、Googlebot は、サイトマップと同様に RSS フィードも URL の発見に利用します。

 **すずき注:** RSS は使われなくなってきた技術なので、知らない人も増えていそうです。知らない場合、どんな技術なのかは[ウィキペディア](#)を参照してください

Search Console からサイトマップとして RSS を送信することができます。

送信されたサイトマップ				
サイトマップ	型	送信 ↓	最終読み込み日時	ステータス
/sitemap-news.xml	サイトマップ	2021/04/01	2024/07/26	成功しました
/sitemap-web-stories.xml	サイトマップ	2021/01/21	2024/07/23	成功しました
/feed/atom/	Atom	2019/03/15	2024/08/01	成功しました
/feed/	RSS	2018/01/23	2024/08/01	成功しました
/sitemap-image.xml	サイトマップ	2015/01/04	2024/07/30	成功しました
/sitemap-video.xml	サイトマップ	2015/01/04	2024/07/27	成功しました
/sitemap.xml	サイトマップインデックス	2015/01/04	2024/08/01	成功しました

 サイトマップとして認識され送信も成功している。なお、サイトマップと類似する Atom フィードもサイトマップとして使える

GooglebotはRSSフィードをサイトマップのようにURL発見に使う

Googlebot は RSS フィードを、サイトマップのようにして URL の発見に利用する

サイトマップとしての RSS フィードはずっと以前から可能

RSS フィードをサイトマップとして利用できることはまったく新しい情報ではありません。

10 年近く前の 2014 年 10 月の公式ブログ記事で [XML サイトマップと RSS/Atom フィードのベストプラクティス](#) を Google は解説しています。

そのときは、[XML サイトマップと RSS フィードの両方を送信することを推奨](#)していました。

RSS フィードの方が、通常のサイトマップよりも頻繁にダウンロードされるからというのが理由です(その代わりに、RSS フィードは、多くの URL を記述する XML サイトマップとは異なり、最近公開された少数の URL だけを記述する)。

しかし、今のドキュメントにはそれらしき記述は見当たりません。

もう推奨ではなくなったのでしょうか？

いずれにしても、RSS フィードはサイトマップ代わりに使えます。

多くの CMS には RSS フィードを作成する機能が標準で付いています。

簡単にサイトマップ送信できるので、利用するのもいいでしょう。

指名検索数を増やそう

AIの台頭やGoogleの将来を考えると、SEOという概念は残りつつも、そのための攻略法やメカニズムはいつか無くなるかもしれません。だからこそ今後重要なのはGoogle検索の仕様に左右されず、安定的にサイト来訪者と申込者を増やすことです。SEOを検索キーワードに対する上位表示だけでなく、あくまでも検索体験最適化として捉えるものとして…いずれにしても何かしらの方法で検索した時にWebサイトに訪問してもらい、ユーザーに特定の価値を与えることは重要です。そして、これからのサイトやSEOにおいては、それがサービスであっても情報であっても、“それをどこの誰が提供しているか”が非常に大事な要素となります。

つまり“サイト名を覚えてもらうこと”です。そして指名検索数を増やすことです。というわけで簡単なTipsとして地道に自分のサイトを省みるための検証法をいくつかご紹介しておきます。

サイト名を覚えてもらって指名検索を増やす

サイト名やサイトのブランドが確立されていれば、究極的に考えて検索キーワードに対する上位表示はそこまで意識しなくても良いです。ちょっとした広告はあっても良いかもしれませんが、ニーズを感じたユーザーが指名検索をするようになるほど知名度とブランディングがされていれば良いわけです。見込み客が全員そのままサイト名やサービス名で検索してくれれば済む話です。そして、人気があり、権威があり、信頼性があれば、指名検索数も増えるでしょう。

当然、サイト名認知に向けて、マスメディアやインターネット広告に大量投資すれば覚えてもらうことはできると思います。しかしそんなことが出来る大企業は少ないわけで…。では、SEOを通して指名検索数を増やしていくためにはどうすれば良いか、地道な方法を簡単に以下10個程ご紹介します。

新規ユーザーにサイト名を覚えてもらって、今後の指名検索を増やすために

- サイト名やドメインは分かりやすいですか？覚えやすいですか？
- 常にどの画面でスクロールしてもサイト名は視界に入っていますか？
- 筆者は明記されていますか？ その筆者のバックグラウンドはインターネット上で明らかにされていますか？
- 所在や連絡先(特に実在性が高い電話番号)は明確ですか？
- 書(描)いている内容は初心者だけでなく、上級者にも理解を得やすいですか？
- サイトは導線が明確で、利用方法や約款が簡潔に説明されており、使いやすくなっていますか？
- 自分自身が実名のSNSアカウント等でお勧めできるサイトやページ、サービスですか？
- コンバージョン率やコンバージョン数は他よりも優れていると言えますか？
- 利用者にはメールでフォローしていますか？
- サイト名を明確にした公式SNSを運用していますか？

是非、自己検証してみてください。これらを徹底するだけで、本当に指名検索数は増えていきますよ。

OpenAIの検索エンジン、SearchGPTのテスター現る。SearchGPTはどんな検索エンジンなのか？

OpenAI が発表した SearchGPT という検索プロダクトの初期テスターのファーストインプレッションを紹介する

OpenAI が [SearchGPT という検索プロダクトを先日発表](#)しました。

現在は限られたユーザーを対象に試験公開している段階です。

[Go Fish Digital](#) の [Dan Hinckley](#)(ダン・ヒンクリー)氏が初期アクセス権を得たとのことで、同僚の [Chris Long](#)(クリス・ロング)氏が初感を LinkedIn に投稿しました。

SearchGPT はどんな検索エンジンなのか？

ロング氏が、SearchGPT を使用して最も重要だと感じたのは次の 7 点です。

- SearchGPT は非常にシンプルなインターフェースを採用している。3つのカラム(ナビゲーション、リンク、情報)があり、ファーストビュー内のコンテンツで重要な情報をより多く得ることができる
- 現在のところ、広告はない。プロンプトを入力すると、インターフェース上で直接回答が得られる。もちろん、将来的には変更される可能性があるが、今のところ広告のない体験が提供されている
- Google の AI Overview と比べて、引用元の提示が親切。左側のサイドバーには常に外部の引用元が表示される。また、コンテンツ自体に 5 つ以上の引用が見られることも非常に一般的。1~2 つの引用が検索結果の大部分を占める検索も多い
- アフィリエイトサイトやアグリゲーターサイトが、AI 主導 の検索において支配的になるだろう。ソフトウェアや商品関連の検索では、個別の製品やランディングページではなく、リスト記事から情報を取得する。これらのリストに自分のサイトを含めることが、これまで以上に重要になる
- Google と同様に SearchGPT は結果をローカライズする。「近くのレストラン」のような検索をすると、場所を指定しなくても自分の地域の結果が表示される
- SearchGPT は、Googleの AI Overview よりも正確な答えを出し、ハルシネーションを起こしにくいように見える。以前 Google を誤らせたクエリで検索してみたが、正確な回答を SearchGPT は提供した
- 高度な検索演算子を SearchGPT で使用できるのは興味深い。「site:」検索を実行すると、単一のソースからの結果のみを返す

SearchGPT に対するロング氏の印象は比較的ポジティブです。

将来的に SearchGPT が Google の脅威となる可能性は十分にあると感想を述べています。

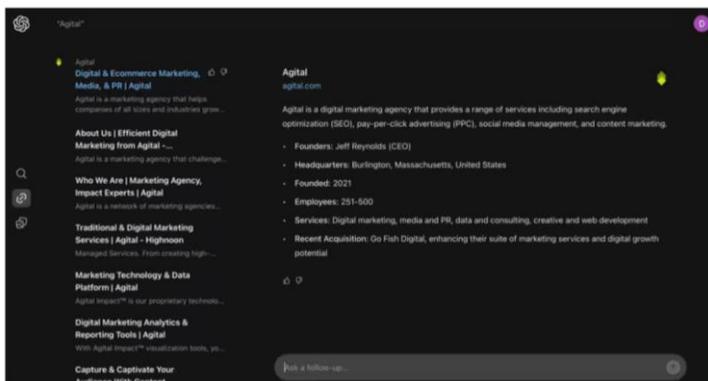
ロング氏による LinkedIn 投稿を埋め込んでおきます。

SearchGPT の実際の実際の動きを映した動画も含まれています。

OpenAIの検索エンジン、SearchGPTのテスター現る。SearchGPTはどんな検索エンジンなのか？

OpenAI が発表した SearchGPT という検索プロダクトの初期テスターのファーストインプレッションを紹介する

なお、SearchGPT の初期テストユーザーに選ばれた張本人のヒンクリー氏は、SearchGPT のさらなる詳細を多数のスクリーンショットとともに[ブログ](#)で共有しています。



The initial alpha version of SearchGPT includes both a light and a dark themes and allows users to

ヒンクリー氏、ロング氏ともに、SearchGPT に対するファーストインプレッションは悪くないようです。

試験公開は始まったばかりなので、UI 変更や機能変更がありうるので正式版は大きく異なっているかもしれません。それでも、早く使ってみたいものです。

ちなみに、SearchGPT が Google に対抗できるかどうかという問題で、僕が個人的に気になるのは次の 2 点です。

- Google ほどに、膨大な URL を確実に、高速にクロール/インデックスできるのか
- The New York Times や WIRED など大手パブリッシャーを含む著名サイトがさっそく SearchGPT のクローラー (OAI-SearchBot) を[robots.txt](#) で[ブロックし始めた](#)

