

Google検索のccTLDが廃止、すべて.comドメインに統合

Google は、国別コードトップレベルドメイン（ccTLD）で提供していた検索をすべて .com ドメインに統合する。

Google は、国別コードトップレベルドメイン（ccTLD）で提供していた検索をすべて .com ドメインに統合します。

日本の Google 検索で使用されていたドメイン名の www.google.co.jp は、日本から検索する場合でも www.google.com になります。

ccTLD は .com にリダイレクト、今後数か月間にわたって段階的に

こちらは、Google の[アナウンス全文](#)です。

When you're searching on Google, we aim to provide the most useful information, and many times that includes providing locally relevant search results. Historically, as a part of our process to provide localized results, we've used country code top-level domain names (ccTLD), such as google.ng for Nigeria or google.com.br for Brazil.

Over the years, our ability to provide a local experience has improved. In 2017, we began providing the same experience with local results for everyone using Search, whether they were using google.com or their country's ccTLD.

Because of this improvement, country-level domains are no longer necessary. So we'll begin redirecting traffic from these ccTLDs to google.com to streamline people's experience on Search. This change will be rolled out gradually over the coming months, and you may be prompted to re-enter some of your Search preferences in the process.

It's important to note that while this update will change what people see in their browser address bar, it won't affect the way Search works, nor will it change how we handle obligations under national laws.

日本語訳(意訳)です。

Google で検索する際、Google は最も役立つ情報を提供することを目指しており、多くの場合、それには地域に関連性の高い検索結果の提供が含まれます。これまで、ローカライズされた結果を提供するプロセスの一環として、ナイジェリアには google.ng、ブラジルには google.com.br のように各国の ccTLD を Google は使用してきました。

長年にわたり、ローカルな体験を提供する Google の能力は向上しました。2017 年には、検索を利用するすべてのユーザーに対し、google.com を使用していても、自国の ccTLD を使用していても、ローカルな結果を含む同様の体験の提供を開始しました。

Google検索のccTLDが廃止、すべて.comドメインに統合

Google は、国別コードトップレベルドメイン（ccTLD）で提供していた検索をすべて .com ドメインに統合する。

この改善により、国レベルのドメインはもはや必要なくなりました。そのため、Google は検索におけるユーザー体験を効率化するため、これらの ccTLD からのトラフィックを www.google.com へリダイレクトするプロセスを開始します。この変更は今後数か月かけて段階的に展開され、その過程で、検索設定の一部を再入力するよう求められる場合があります。

留意すべき重要な点として、このアップデートによりブラウザのアドレスバーに表示される内容は変わりますが、検索の仕組み自体や、国内法に基づく Google の義務の履行方法に影響はありません。

つまり、日本の Google の URL である <https://www.google.co.jp> にアクセスしても、米国の Google に設定されている <https://www.google.com> にリダイレクトされるようになります。

今後数か月かけて段階的に展開するとのことです。

www.google.com にアクセスすることになっても、URL (ドメイン名) が変わるだけです。
ほかは変わりません。

言語設定を日本語にしていれば、

- メニューは日本語
 - 日本語ページが検索結果に優先的に表示
- です。

また、物理的に日本から検索していれば、

- 日本の結果が優先的に表示
- （もっと言えば、日本国内でも今いる地域に関連する結果）
されます。

Google検索のccTLDが廃止、すべて.comドメインに統合

Google は、国別コードトップレベルドメイン（ccTLD）で提供していた検索をすべて .com ドメインに統合する。

SEO への影響は最小限

ccTLD から .com ドメインへの移行に伴う SEO への影響は最小限と思われます。

アナウンスから解釈できる限りでは、www.google.com にアクセスするようになったとしても、従来の www.google.co.jp で検索したときと同じ検索結果が提供されるはずです。hreflang も含めて、特別な対応は不要でしょう。

現状も、言語設定が日本語、検索場所が日本国内であれば、www.google.com にアクセスしても www.google.co.jp で検索したときと同じ結果が表示されます。

 補足: 若干の違いはあるかもしれないが、.com と .co.jp の違いというよりは、タイミング(結果を配信するサーバー?)の違いによるもの

影響があるとすれば、ランキングチェックツールでしょうか。

特に、日本以外の国のランキングもチェックしている場合です。


すべて、チェックツールの IP アドレスに基づいた国・地域からの結果になってしまう可能性があります。

また、日本からでは米国を含む他の国の結果を調べられなく(調べづらく)なります。

これは、言語パラメータと国パラメータを追加することで回避できます。

日本にいながら、米国での英語の結果を見なければ、次の URL にアクセスします。

<https://www.google.com/?gl=us&hl=en>

 補足: この URL が意味するところの詳細は[こちらの記事](#)で解説

ただし、完全には米国での結果にはなりません。

米国での結果にさらに寄せたければ、VPN を使う必要があります。

まとめると、この変更によってユーザーがアクセスする Google ドメインは変わりますが、ローカル検索も含めてウェブサイトのランキング方法が直接変更されることは想定されていません。

引き続き、関連性が高くローカライズされたコンテンツを提供することが重視されます。

グローバル SEO も同様です。

調整が必要になりそうなのは、日本以外の国・地域の検索パフォーマンスデータをどのように追跡し分析するかという点になります。

Google Search Console APIが24時間ビューをサポート

Google Search Console API で時間単位のデータを取得できるようになった。

Google Search Console API で時間単位のデータを取得できるようになりました。

Search Analytics 経由で最大 10 日分の時間単位データを取得可能

Search Console のパフォーマンスレポートで直近 24 時間のデータを提供する「[24 時間ビュー](#)」を Google は昨年暮れにリリースしました。この時点では、UI 版の Search Console でのみ時間単位のレポートが提供されており、API 経由では入手できませんでした。

要望を受けて、Search Console API の [Search Analytics](#) が時間単位データの取得をついにサポートしました。

さらに歓迎すべきことに、UI 版は過去 24 時間分の時間単位データしか表示しませんが、API は、**最大 10 日分のデータ**を時間単位の内訳で返します。

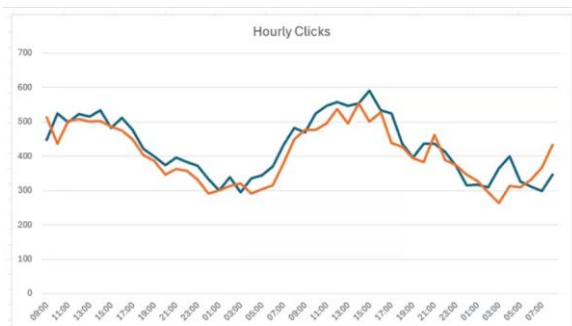
対象期間の拡大により、最新日の時間単位データを表示するだけでなく、直近の日を前の週の同じ曜日と比較することも可能です。

曜日のパターンを分析する際に役立ちます。

24 時間ビュー API でコア アップデートの影響を分析

24 時間ビューをサポートした Search Console API と、[Analytics Edge](#) というツール、Microsoft Excel を連携して、コア アップデートのような大型の検索システムアップデートの影響を分析する方法を [Glenn Gabe 氏が共有](#)しています。

2 つの類似した期間(たとえば、1 週間離れた同じ曜日)におけるクリック数とインプレッション数を時間単位で比較することで、アルゴリズムアップデートの正確なタイミングとその影響を特定するのにこの方法は役立つとのこと。



When a major algorithm update rolls out, it's often helpful to view hourly data in Google Analytics to see the impact in near-real time. If a site is impacted heavily (surging or

設定方法や分析方法の詳細はグイブ氏が説明する[チュートリアル](#)で学んでください(必要なツールの一部は有料)。

Google、Search Consoleのリスティングレポートを更新。情報を追加し「販売者の最適化案」に名称変更

Google は、Search Console のショッピングレポートの機能を更新した。

Google は、Search Console のショッピングレポートの機能を更新しました。

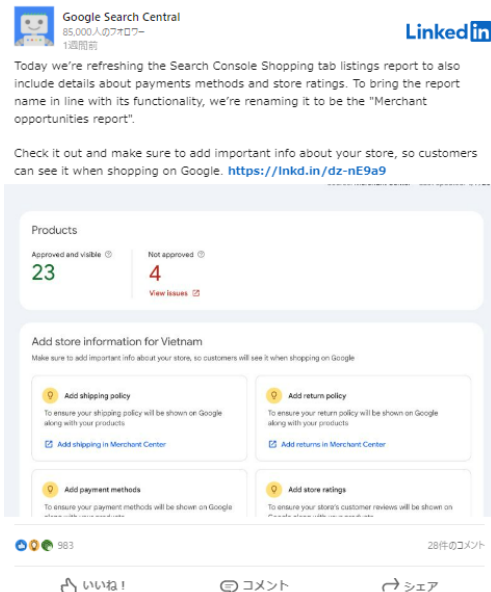
支払い方法とストア評価の情報を表示する「販売者の最適化案」

Google Search Central の LinkedIn 公式アカウントが[次のようにアナウンス](#)しました。

本日、Search Console の [ショッピング] タブのリスティング レポートを更新し、お支払い方法とストアの評価に関する詳細情報も表示されるようにしました。レポートの名称をその機能に合わせて、「販売者の最適化案」レポートに変更します。

確認のうえ、ストアに関する重要な情報を追加して、顧客が Google でショッピングする際にそうした情報を見られるようにしてください。

<https://support.google.com/webmasters/answer/12429106>



Google、Search Consoleのリスティングレポートを更新。情報を追加し「販売者の最適化案」に名称変更

Google は、Search Console のショッピングレポートの機能を更新した。

名称が変わった「[販売者の最適化案](#)」レポートのキャプチャです。
「ショップの評価」と「お支払い方法」の状況が表示されています。



これまででは、返品に関するポリシーと送料に関するポリシーの 2 つだった
各情報が追加されていない場合は、追加するように促されます。

ショップ評価と支払い方法は、ユーザーが商品を探しているときに気になる情報です。
あなたが EC サイトを管理しているなら、ショッピング検索できちんと表示される状況になっているかどうかを更新された「販売者の最適化案」レポートで確認しましょう。

なお、実在する商品を販売している対象サイトが「販売者の最適化案」レポートを利用できます。
また、Search Console と Merchant Center の連携を完了させている必要があります。

詳細は、販売者の最適化案の[ヘルプ記事](#)を参照してください。