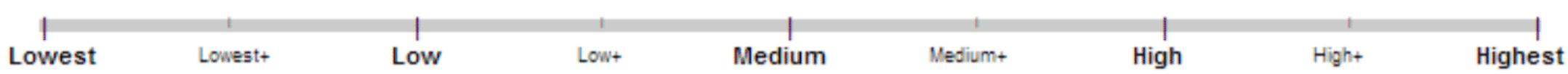
株式会社アイレップ　広岡謙

※この部分は、前項の続きになります。
第1章：Page Quality評価　1. 評価上の重要概念をご参照ください。

3.0　Page Quality評価スケール

Page Quality（PQ）評価スケールには、**Highest**、**High**、**Medium**、**Low**、**Lowest**の5段階評価が記載されています。

PQ評価タスクでは、以下のような「PQ評価スケール」を利用して評価します。



各目盛りの間にある、**Lowest+**、**Low+**、**Medium＋**、**High+**等の評価を割り振ることもできます。「+」＝「2分の1」だと思ってください。例えば**Lowest+**なら**Lowest**と**Low**の中間、**Low+**なら**Low**と**Medium**の中間となります。

この後のセクションで、 **Highest**、**High**、**Medium**、**Low**、**Lowest**の各評価に該当するページの特徴を説明します。

3.1　Page Quality評価で最も重要な要素

Page Quality評価では、以下の要素が特に重要です：

- **メインコンテンツの質と量**……タスクURLのLPを評価しましょう。
- **Webサイトに関する情報（＝Webサイトの責任者は誰か）**……タスクでは、評価対象のWebサイトに関する情報の調査に役立つリンクが表示されることがあります。
- **Webサイトの評判**……評判調査に役立つURLのリンクが表示されることがあります。
- **E-A-T**……ページの品質を示す、重要な要素です。上記の各ポイントを利用して、評価の理由を示しましょう。

タスクによって「LPの確認はモバイル端末で行うが、各種調査はデスクトップで行う」「LPの確認も調査も、デスクトップで行う」などの指示があります。指示に従ってタスクを実行してください。

3.2　専門性・権威性・信頼性（E-A-T）の詳細

ページ・WebサイトのExpertise（専門性）、Authoritativeness（権威性）、Trustworthy（信頼性）は大変重要です。E-A-Tは「メインコンテンツの質と量」「Webサイトに関する情報」「Webサイトの評判」などから判断します。

どのようなタイプであっても、「専門性を備えた」Webサイトは存在します。ゴシップ・ファッション情報・ユーモア・フォーラム・Q&A等のWebサイトも例外ではありません。情報の種類によっては、情報源がフォーラム・ディスカッション以外に存在せず、専門家によるコミュニティが特定の情報に対して価値の高い見解を提供してくれることもあります。

- 医学・薬学情報に関する高品質な情報は、十分な専門性と認定資格を持った個人・組織による情報であること。医学・薬学に関する高品質な助言はプロによって記載・作成され、編集・校閲を受け、定期的に更新されていること。
- 資産・法・税金に関する高品質な情報は専門的な情報源によるものであり、適切に維持・更新されていること。
- 家のリフォーム（数十万円はかかる）や育児（家庭の幸福に関わる）等の情報も、ユーザーが信頼できる「専門家」によるものであること。
- 写真・ギターなどの趣味に関するページでも、高品質なものには専門性・熟練度が必要。

トピックによっては、公式的な意味での専門性が不要なこともあります。例えば、製品やレストランについてしっかりした役立つレビューを書く人は多く、また多くの人が日常生活における裏技や経験についてフォーラム・ブログなどで役立つ情報を共有しています。これらの場合、作者は一般人ですが「日常経験による専門家」と捉えることができます。コンテンツ製作者が、そのトピックについて専門家とみなすに足るだけの経験を積んでいる場合、こうした「日常経験による専門性」をGoogle は考慮します。彼らがその分野について公式な教育・経験を積んでいないからといって、不利な評価をすることはありません。

YMYLトピック（財産・生命に関する話題）であっても、「日常経験による専門性」が成立することもあります。個人的な経験を共有する場合、 「日常経験による専門性」に該当します。例えば、このフォーラムの例を見てみましょう。フォーラム参加者が、ガンを患う伴侶や友人の生存期間についての情報を共有しています。これは「ユーザーが、専門性を有する情報（個人的体験）を共有している」例であり、「医学・薬学に関する助言」ではありません。ただし、経験の共有を超えた「医学・薬学に関する具体的な情報」「具体的な助言」などは医師等の医薬専門家によるものでないとなりません。

ページのトピックを考慮しましょう。ページの目的を達成するためには、どのような専門性・熟練度が必要でしょうか？ページのトピックに応じて、必要とされる専門性・熟練度も異なります。

4.0　High評価のページ

このセクションでは、**High**評価のページの特徴を解説し、事例を紹介します。事例は評価精度改善に役立つので、必ず確認してください。

4.1　High評価ページの特徴

High評価のページは満足度が高く、ページの目的を着実に達成しているページです。「情報の提供」「人を笑わせる」など、ほぼ全ての目的に対して**High**評価のページが存在します。

High評価に必要な要素とは何でしょう？**High**評価を受けるためには、以下のうち、少なくとも1つ以上を備えている必要があります。

- 高度のE-A-T
- 十分な量の、高品質なメインコンテンツ
- 十分なWebサイトに関する情報。物の売買や金銭取引が主目的のWebサイトの場合、さらに「ショップの責任者情報」「カスタマーサービス」などがあることが望ましい
- メインコンテンツの責任者であるWebサイトの良い評判の保持

4.2　十分な量の、高品質なメインコンテンツ

メインコンテンツの品質は、PQ評価の上で最も重要なポイントであり、E-A-Tを示す情報でもあります。どのようなタイプのWebサイトでも、高品質なコンテンツを作成するためには「時間」「労力」「専門性・熟練度」「才能・技量」のうち少なくとも1つ以上が必要です。

ページを評価するときには、必ず数分間メインコンテンツを確認してから結論を出してください。記事を読み、動画を見、画像を確認し、計算機やゲームなら実際に操作してみましょう。メインコンテンツにはページの各要素や機能も含まれるので、実際に使ってみて確認してください。例えばECサイトの製品ページなら、商品をカートに入れてみてカートが機能しているか試しましょう。オンラインゲームなら、数分間遊んでみましょう。

「ページの目的」を理解すれば、そのページにとっての「高品質なコンテンツ」とは何かが分かります。「高品質なエンサイクロペディアの記事」は事実に基づき、正確且つ明確で、分かりやすいものであるべきです。「高品質なショッピングページ」は求める商品を見つけやすく、簡単に購入できるものであるべきです。「高品質なユーモアページ」は面白いものでないといけません。

「満足のいくページであるために必要なコンテンツの量」はページの話題・目的に応じて異なります。同じ**High**評価のページでも、限定的な話題に関するページよりも豊富な話題に関するページのほうが、コンテンツは多くなりやすいでしょう。

以下は「十分な量の、高品質なコンテンツ」の例です。

ページ	**説明**
シベリアンハスキーに関する情報ページ	「シベリアンハスキー」はやや狭義のトピック。この記事は、他の広義の話題に関するページよりもメインコンテンツの量は少ないものの、十分な量の高品質で分かりやすいメインコンテンツがある。
料理用ミキサーのショッピングページ	このページは評判の良いWebサイト内にあり、メインコンテンツの品質も高い。オフィシャルの製品情報に加えて、独自の製品情報、90件以上のユーザーレビュー、複数の画像を掲載し、配送・返品に関する情報も記載している。 注意:「商品詳細」「商品スペック」「レビュー」等のメインコンテンツがページ内リンクに隠されている。これらのコンテンツを見るためにはクリックする必要があるが、メインコンテンツとして扱う。
映画のレビューページ	映画評論家による、十分な量の高品質なメインコンテンツである。十分な時間・労力・才能・技量を使って作成されている。

4.3　明確なWebサイトに関する情報：責任者情報とカスタマーサービス

ほぼ全てのタイプのWebサイトにおいてE-A-Tを評価するためには、「このWebサイトの責任者は誰か」理解する必要があります。ユーザーが安心して利用できるように、高品質なWebサイトには、Webサイト自体に関する情報が明確に示されているべきです。

E-A-Tを判断するのに必要な「Webサイトに関する情報」の量は、Webサイトのタイプごとに異なります。YMYLサイト（財産・生命に関するWebサイト）には高度の信頼性が必要であり、十分な「Webサイトの責任に関する情報」が必要です。高品質なECサイトや金銭取引に関するWebサイトの場合は、さらにユーザーの問題解決をサポートする十分な「カスタマーサービス」も必要です。

YMYLでないWebサイトの場合、必要な「Webサイトに関する情報」の量は目的に応じて異なるものの、比較的少ないこともあります。例えば、YMYLでないWebサイトならばEメールアドレス1つで十分な場合もあります。

4.4.　良い評判

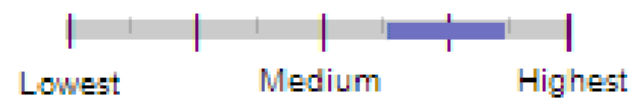
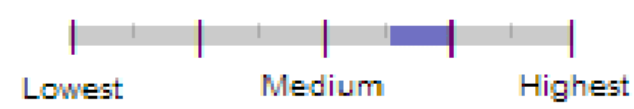
High評価を適用し、E-A-Tが高いことを示すためには、評判も重要です。評判が全く無くても**High**評価を適用することはできますが、「信頼に値する悪い評判」があるWebサイトには**High**評価を適用できません。とても好意的な評価がある場合、他の要素から判断すると**Medium**評価のページでも、**High**評価を適用することもできます。

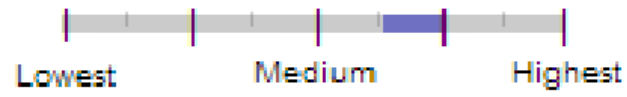
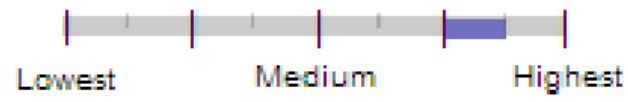
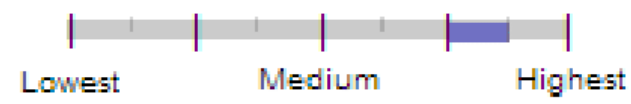
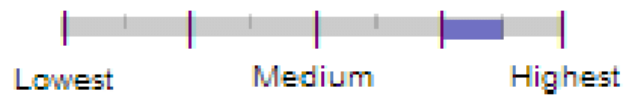
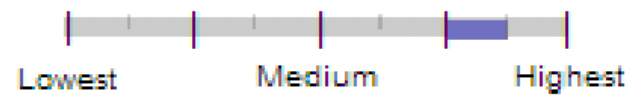
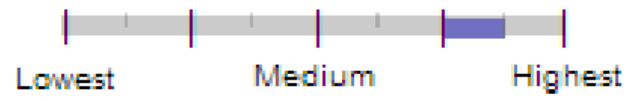
4.5　高度なE-A-T

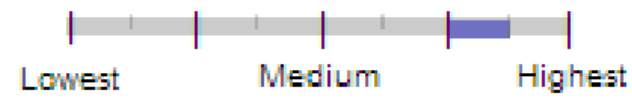
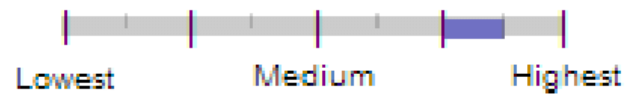
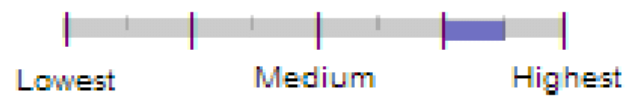
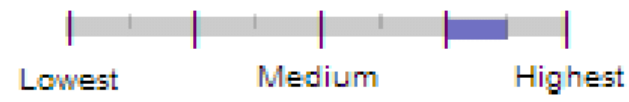
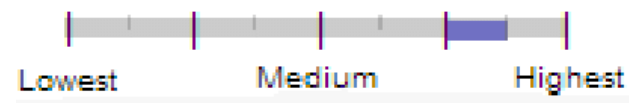
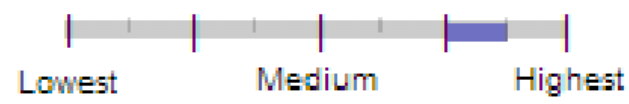
高品質なページ・WebサイトはトピックにかかわるAuthoritativeness（権威性）やTrustworthy（信頼性）を有するべきであり、そのためにはExpertise（専門性）が必要です。どのようなタイプのページ・Webサイトであっても、「専門性を備えた」Webサイトは存在する点に注意しましょう。ゴシップ・ファッション情報・ユーモア・フォーラム・Q&A等のWebサイトも例外ではありません。情報の種類によっては、情報源がフォーラム・ディスカッション以外に存在せず、専門家によるコミュニティが特定の情報に対して価値の高い見解を提供してくれることもあります。

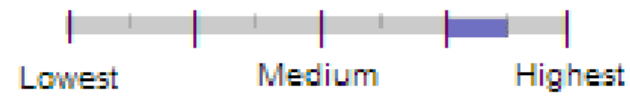
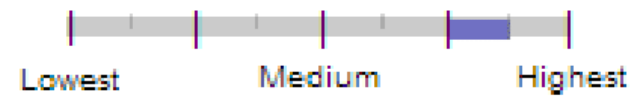
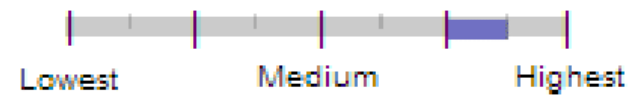
ページのトピックを考慮しましょう。ページの目的を達成するためには、どのような専門性・熟練度が必要でしょうか？ページのトピックに応じて、必要とされる専門性・熟練度も異なります。

4.6　High評価ページの例

ページと コンテンツのタイプ	High評価の根拠	PQ評価点と説明
政府機関 米海軍天文台の、 標準時の表示ページ	• 機能的なページデザイン • ページの目的に応じた、高い信頼性	 ページの目的は7つのタイムゾーンにおける、公式な標準時を表示すること。時刻情報が明確に、分かりやすく表示されている。運営者の米海軍天文台はこうした情報に関して、高い権威性・信頼性を有する。
ユーモア ユーモアサイトの記事	• 高品質の面白いメインコンテンツ • ユーモアWebサイトとしての好意的な評判	 このWebサイトは面白く、風刺のきいたWebサイトとして評判が高い。この記事も、満足感の高い、面白い記事の好例。

ページと コンテンツのタイプ	High評価の根拠	PQ評価点と説明
中小企業　① 地方のレストラン	• ページのトピックに関する権威性	 このページはレストランの「当店について」ページ。営業情報・来店者へのサービス概要などが掲載されている。Webサイト内の他ページには住所・メニュー・その他の連絡先情報などが掲載されている。このWebサイトは所有者であるレストラン自身に関するものであり、権威性は極めて高い。
中小企業　② 地方の自然保護センター	• ページのトピックに関する権威性 • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ	 このページは鶏肉・野菜などを販売している自然保護センターの「ニュース・更新内容」ページ。コピーライト表記は2007年と古いが、本ページを含む多くのページが2014年に更新されている。ページの機能性も、こうした小規模ビジネス向けとしては十分。
ニュース　① ニュースサイトのホームページ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判	 この新聞社は、ピューリッツァー賞を7回受賞している。
ニュース　② ニュースサイトの記事ページ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • Webサイトの好意的な評判	 この記事の掲載サイトはピューリッツァー賞を全9回受賞している。高品質かつ十分な量のメインコンテンツがある。Ads（広告など）も掲載されているが、メインコンテンツを簡単に判別することができ、Adsには広告である旨のラベルが明示されている。
ブログ記事 ベビーカーについての育児記事	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • Webサイトの好意的な評判 • このブログや著者に対する好意的な評判	 掲載サイトのピューリッツァー賞受賞回数は100回を超える。著者は育児の専門家として有名であり、同Webサイトや他のメディアサイトにもたびたび寄稿している。
ショッピング　① 有名ショッピングサイトの バックパック販売ページ （YMYL）	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判 • とても役に立つ補助的コンテンツ	 このページは通学用のバックパックを販売している。多くのアイテムが掲載され、ユーザーレビューがあるものもある。 有名な、評判の良いショッピングサイトであり、カスタマーサービス情報が詳しく記載されている。 補助的コンテンツは極めて有用。例えば、色・タイプ・価格等によるフィルタリングが可能。

ページと コンテンツのタイプ	High評価の根拠	PQ評価点と説明
ショッピング　② ショッピングサイトの バスルーム用装飾品販売ページ （YMYL）	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 販売商品についての、高度の専門性 • 好意的な評判	 自社製の高品質でファッショナブルな乳幼児向け家具や周辺商品を販売している。販売商品にする評価も高く、専門性も高い。多くの販売商品が、この企業の自社製品である。
ショッピング　③ 電気製品販売サイトの GPS販売ページ （YMYL）	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 販売商品についての、高度の専門性 • 好意的な評判	 このページには、大量のメインコンテンツが存在する。タブ内にもユーザーレビューなどの情報が含まれている。これらのタブはメインコンテンツとして扱う。
動画　① 動画サイトの サタデーナイトライブの動画	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 大変役に立つ補助的コンテンツ	 メインコンテンツは有名なTV番組「サタデーナイトライブ」の動画。補助的コンテンツもきわめて有用。メインの動画の下には、ユーザーが関心を持ちそうな動画が多数表示されている。
動画　② 「エンジニアから猫へのガイド」 というユーモア動画	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 「猫の飼育」に関する、日常的な専門性 • 大変役に立つ補助的コンテンツ	 再生回数650万回を誇る、猫の手入れなどに関する高品質な面白い動画。動画に登場するエンジニア2名は「猫の飼育」に関する日常的な専門性を有している。このような動画については、「経験豊かな獣医」のような公式的な専門性は不要。 また、この動画は猫に関する面白い動画シリーズの一部であり、補助的コンテンツには同様の可愛い猫動画が多数公開されている。
ゲーム オンラインゲーム	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判	 子供が長時間楽しむことができる、複数のレベルがある面白いゲーム。Webサイト自体も、動物についての教育サイトとして好評。
Q&A ガン患者の余命に関するQ&A	• 体験談がメインコンテンツだが、高品質で量も十分	 「ガン患者の余命はどのくらい？」という質問に対して、複数のユーザーが伴侶・友人などの生存期間を回答している。医薬的な助言はほとんどなく、メインコンテンツは個人的な体験の共有。 回答の大半は誠意溢れる内容で、記載も丁寧。

ページと コンテンツのタイプ	High評価の根拠	PQ評価点と説明
エンサイクロペディア アメリカ南北戦争の記事	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 情報の精度についての好評 • 高度なE-A-T	 南北戦争についてのわかりやすい記事。Webサイトは情報の正確さで評判が高い。記事自体はもちろん、コンテンツを補助する参照記事・引用なども有用。
フォーラム　① デザイナーブランド財布の目利き	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ	 このフォーラムは、高級財布に関する議論の場として有名。このページでは、目利きに熟練したフォーラム参加者が回答している。ページの最上部や回答の合間合間にAds（広告など）が挿入されているが、メインコンテンツは見つけやすく、Adsがメインコンテンツへの集中を邪魔することもない。
フォーラム　② アクアリウムの設計	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ	 このページでは、ある種のポルダリウム（地上・水中の要素を備えたアクアリウム）について議論している。使用する材料・魚種について活発な意見交換があり、こうしたニッチな話題についての専門性がある。

5.0　Highest評価のページ

High評価のページはページの目的達成度が特に高く、満足感も極めて高いページが該当します。メインコンテンツの品質・E-A-T（専門性・権威性・信頼性）・Webサイトの評判などが**High**と**Highest**評価の分かれ目となります。

Highest評価を受けるためには、以下のうち1つ以上を満たす必要があります。

- 極めて高度なE-A-T
- 十分な量、かつ高品質なメインコンテンツ
- 十分なWebサイトに関する情報。物の売買や金銭取引が主目的のWebサイトの場合、さらに「ショップの責任者情報」「カスタマーサービス」などがあることが望ましい
- メインコンテンツの責任者であるWebサイトが、良い評判を受けている

5.1　極めて高品質のメインコンテンツ

とても高品質なコンテンツの作成には極めて多くの時間・労力を費やし、そして作成者が優れた専門性・熟練度・才能・スキルなどを有しているものです。それは同時に、E-A-Tが高い証拠でもあります。最高品質のコンテンツを作るのは、必ずしも専門家であるとは限りません。その分野の愛好家や、日常的な経験・知識がある人が作るコンテンツが、最高品質の評価に値することもあります。評価基準はページの目的やコンテンツのタイプによっても異なります。**Highest**評価に該当するのは、「極めて高品質」かつ「十分な量」のメインコンテンツを持つページに限られます。

5.2　極めて高い評判

Highest評価を適用するためには、評判調査が重要です。「権威ある賞の受賞歴」「専門家・プロフェッショナルのコミュニティらの推薦」等があれば、極めて評判が高いと考えることができます。Wikipedia等の情報源を起点にして、評判を調べましょう。

ユーモア・レシピなどのトピックについては、上記のような「公式的な専門性」は不要です。代わりに人気・ユーザーエンゲージメント・ユーザーレビューなどを評判のエビデンスとすることができます。公式性がそれほど必要でないトピックの場合、Webサイトが「そのトピック・コンテンツについて人気があり、ユーザーに愛されていて、ユーザーの役に立つことを心がけている」ならば、高い評判を受けていると判断できます。

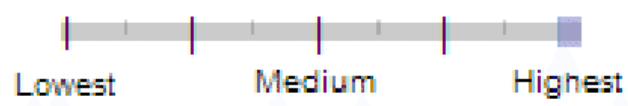
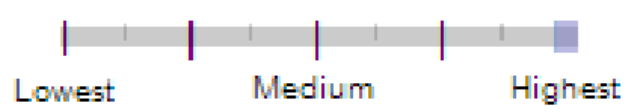
5.3　極めて高度のE-A-T

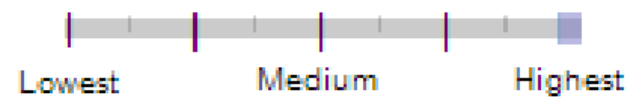
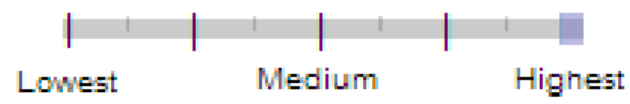
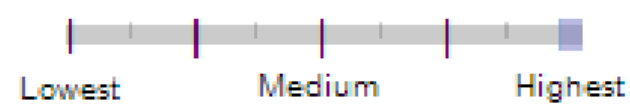
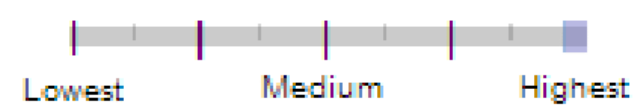
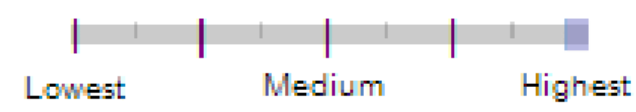
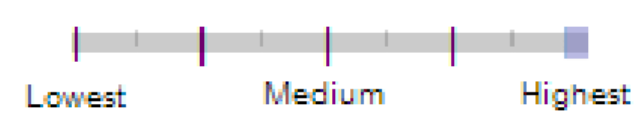
Highest評価は、「高度の専門性・高度の熟練度」「高い権威性」「高い信頼性」のいずれかを保有しているページ・Webサイトが該当します。

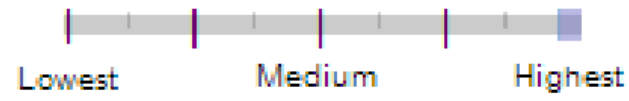
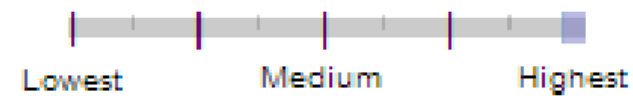
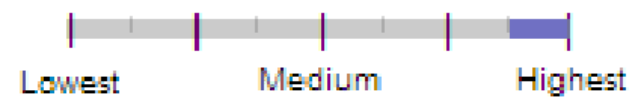
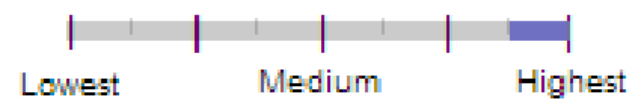
医薬・金銭・法律に関する助言などには、専門性の公式的な裏付けも必要です。一方、レシピやユーモアなどのトピックに関しては、それほどの公式性は要求されません。「プロの料理人の公式サイト内ページ」「YouTube に人気がある料理動画を投稿している人」なども、料理について「専門性を持っている」といえます。日常的な経験や「日常生活に由来する専門性」を考慮しましょう。トピックによっては、一般人がブログ・フォーラム・レビュー・ディスカッションなどで発表している体験談が「最も専門性の高い情報源」となることもあります。

ページの目的に応じたE-A-Tとは何であるか考えましょう。どのような人がこのトピックの専門家といえますか？どのような条件があれば、このトピックについて十分信頼できると言えますか？どのような条件があれば、このトピックについて権威があると言えるでしょうか？

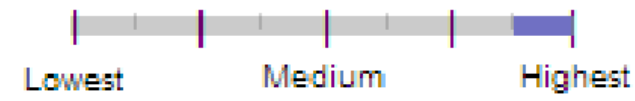
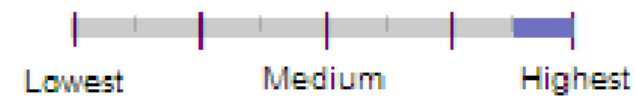
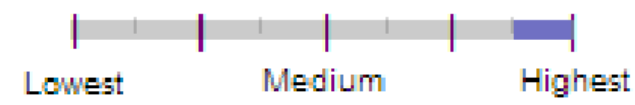
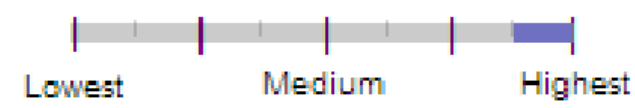
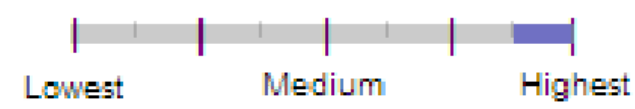
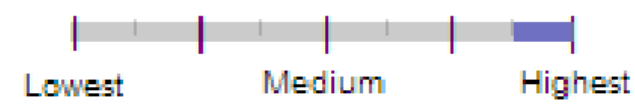
5.4　Highest評価のページ例

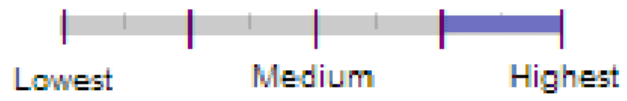
ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: 技術　① ソフトウェア利用のコツ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T （専門性・権威性・信頼性）	 ページの目的に応じた、極めて高品質かつ十分な量のメインコンテンツがある。ソフトウェア製造元の公式Webサイト内ページであり、極めて高い権威性がある。
Highest: 技術　② Linuxのカーネルアーカイブ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に応じた極めて高度なE-A-T （専門性・権威性・信頼性）	 Wikipedia記事に以下の記述がある。「Kernel.orgはLlinux OSの基盤システムであるLinuxカーネルのソースコードの主要レポジトリである。すべてのユーザーが、あらゆるバージョンのソースコードを入手可能である。……(中略)……同Webサイトの目的はLinuxカーネルの開発者やLinuxの配布担当者のために、レポジトリをホストすることである。」 Linuxに関する、最も権威性の高い情報源である。

ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: 金銭情報　① 信用情報サイト （YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて好意的な評判	 米国在住のユーザーが社会保険番号を入力すると、信用情報レポートを無料で入手できる。 Wikipedia記事によると、このWebサイトは「信用情報レポートについての、アメリカ合衆国唯一の公認サイト」である。
Highest: 金銭情報　② 税金申請ページ （YMYL）	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 ページの目的は所得税のフォーム提供と発行。 アメリカ合衆国政府の租税担当機関のWebサイトであり、高い権威性・信頼性がある。
Highest: 政府機関 ヨセミテ国立公園の情報	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 交通情報・追加情報へのリンクなど、ヨセミテ国立公園に関する、役立つ情報が豊富にある。同公園の公式Webサイト内ページであるため、権威性も極めて高い。
Highest: 医薬　① BMI計算機 （YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 ページの目的はオンラインで利用可能なBMI計算機を提供すること。BMI計算機自体は機能的で使いやすい。役に立つ関連記事やアプリなど、素晴らしい補助的コンテンツもある。 アメリカ国立保健研究所内に所属する機関のWebサイト。極めて好意的な評判を有し、医薬情報を扱うのに十分な専門性もある。
Highest: 医薬　② 髄膜炎に関するページ （YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて好意的な評判	 高い信頼性・権威性のある医学情報サイトに掲載された、髄膜炎についての参考記事。同Webサイトはこうした医学情報について、最高レベルの情報源であるとの評判を受けている。
Highest: 医薬　③ インフルエンザに関するページ（YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて好意的な評判	 高い信頼性・権威性のある医学情報サイトに掲載された、インフルエンザについての参考記事。同Webサイトはこうした医学情報について、最高レベルの情報源であるとの評判を受けている。

ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: 医薬　④ 病院ページでの 健康に関する情報 （YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 Wikipedia記事によると、この病院は「US News & World Reportで『米国トップ4に入る病院』と評されている」。このWebサイト上の情報は信頼できる。
Highest: 娯楽系 ユーモアサイト	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 極めて好意的な評判	 あるコメディアンの公式サイトトップページ。同氏は出演したTV番組に対して、多くの著名な賞を受けている。 どのようなタイプのページであっても、たとえユーモアページであっても、HighestからLowestまでのページが存在することに注意。ページのタイプを問わずに、共通の基準で評価することが大切。
Highest: ショッピング バックパックの ショッピングページ （YMYL）	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて好意的な評判	 ページの目的は「バックパックに関する情報を提供し、ユーザーが購入できるようにすること」。製品に関する情報は充実しており、600件のレビューもある。 このバックパックの製造者はこのショップであり、この製品に関する高い専門性を有するので、このWebサイトには権威性がある。更に、このショップが製造するバックパックの品質は評価が高く、学生向けバックパック市場での知名度も極めて高い。
Highest: ログインフォーム オンラインバンクの ログインページ （YMYL）	• ログインページの目的に応じた、高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判 • 優れたユーザーエクスペリエンスに寄与する、とても役に立つ補助的コンテンツ	 ログイン機能に加えて、「ユーザーがどのサービスにログインしようとしているか」明示している。有名な大銀行であり、評判も良い。

ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: エラーメッセージ 「カスタム404」ページ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 極めて好意的な評判 • ユーザーエクスペリエンスに寄与する、役に立つ補助的コンテンツ	Lowest Medium Highest ユーザーに「このURLは存在しません」と伝えるための「カスタム404」ページの一例。メインコンテンツはカートゥーン（漫画的なイラスト）・キャプション・Webサイト内検索機能。メインコンテンツの作成に十分な時間・労力・技量が使われていることが明らか。 ここの出版物は有名で、特にカートゥーンに定評がある。 どのようなタイプのページであっても、たとえエラーメッセージであっても、HighestからLowestまでのページが存在することに注意。ページのタイプを問わずに、共通の基準で評価することが大切。
Highest: レシピ　① パンプキンパイのレシピ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T （専門性・権威性・信頼性） • 優れたユーザーエクスペリエンスに寄与する、大変役立つ補助的コンテンツ	Lowest Medium Highest レシピサイトの中でも特に著名なWebサイト。 ユーザーがレシピを見つけやすいページデザインになっている。Ads（広告など）も一部存在するが、メインコンテンツ利用の邪魔にはならない。 掲載されたレシピに対する多数のユーザーレビューのほかに、準備時間の詳しい解説や「レシピボックス」機能のような役立つ補助的コンテンツもある。
Highest: レシピ　② レシピブログに掲載された、 チョコチップクッキーのレシピ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T （専門性・権威性・信頼性	Lowest Medium Highest レシピの作成者はプロの料理人ではなさそうだが、レシピには「日常生活による専門知識」が適用可能。 このブログの著者は他にも数多くのチョコチップクッキーのレシピを掲載しており、そうした多数の高品質なメインコンテンツに彼女の持つ専門性が示されている。
Highest: 動画　① OK Go（バンド名）の ‘This too Shall Pass’のMV	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T （専門性・権威性・信頼性）	Lowest Medium Highest 同バンドの公式チャンネルで公開された、プロの手による高品質な動画。
Highest: 動画　② ‘Henri 2, Paw de Deux’ という猫の動画	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • この動画に関しての、極めて高い評判	Lowest Medium Highest 高品質で、人気のある動画。Walker Art Center’s Internet Cat Video Film Festivalで「ゴールデン子猫賞」「ネット上のベスト猫ビデオ賞」を受賞している。

ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: 動画　③ TVネットワークのWebサイトに掲載された「Saturday Night Live」（TV番組）の動画	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 メインコンテンツは公式チャンネルで公開された同番組の動画であり、高い権威性・信頼性がある。メインの動画の下には、ユーザーが関心を持ちそうな動画が複数ある。
Highest: チャリティ チャリティの公式サイトトップページ （YMYL）	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて評判が高い	 複数のチャリティ格付け機関によると、このチャリティは極めて好評。
Highest: Q&A 略語についてのQ&A	• ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性） • 極めて評判が高い	 ページの目的は、略語の使用についての疑問に答えること。このWebサイトは文章作成・発行などの参考資料として高い評価を受けている。ページのトピックについての、高い権威性・信頼性を有するとみなすことができる。
Highest: 情報 ボールガウン式の ウェディングドレスに関するページ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判	 「ボールガウンドレスに関心があるユーザー」に対して、十分な量のメインコンテンツがある。写真の豊富さや価格帯・スタイルなどでの絞り込み機能も満足度の向上に役立っている。結婚のプランニングに関する有名Webサイト内のページ。
Highest: 雑誌 「超富裕層の秘密の恐怖」という記事	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 極めて好意的な評判	 受賞経歴のある雑誌サイトに掲載された、高品質で専門性の高い記事。
Highest: PDFファイル キャンパスマップ	• 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T（専門性・権威性・信頼性）	 このPDFファイルは大学の公式サイトに掲載された、詳しいキャンパスマップ。極めて権威性が高い情報源である。マップにはビル一覧・立体駐車場・駐車場・建設中エリアなども明示されている。

ページと コンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
Highest: 記事 ミュージシャンのインタビュー	• 極めて高いE-A-T • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 極めて評判が高い	 この雑誌は、ミュージシャンへのインタビューについて好意的な評判を受けている。 高品質かつ豊富な量のメインコンテンツがある。

6.0　Low評価のページ

Low評価のページは何らかの要素が欠落あるいは不足しており、そのためにページの目的を達成しにくくなっています。ページの目的に対して、専門性の欠如や信頼性・権威性の不足が見られます。

以下のうち1つでも当てはまる場合、大抵**Low評価**に該当します。

- E-A-Tの裏付けがない。Webサイトが「トピックについて専門性がない」「トピックについて、権威性・信頼性がない」の一方あるいは双方に該当している
- メインコンテンツの品質が低い
- ページの目的に対して、メインコンテンツが不足している
- メインコンテンツはあるが、広告やその他の要素・機能によって使いにくい
- Webサイトの目的に対して、Webサイトに関する情報が不十分（匿名であるための正当な理由がない）
- Webサイトに否定的な評判がある

6.1　低品質なメインコンテンツ

メインコンテンツの品質は、Page Quality評価において特に重要です。メインコンテンツの品質は、ページの作成にどれだけの時間・労力が費やされ、専門性や才能、スキルが発揮されているかで判断します。それは同時に、E-A-Tのレベルを示しています。

例を挙げて考えてみましょう。論文を提出するとき、多くの学生が以下のような方法で時間や労力を省こうとするものです：

- ネットで論文を買ったり、他の人に書かせたりする
- 内容を捏造する
- 手早く書いて、下書き・編集をしない
- レポート用紙を埋めるために、無駄に大きな画像を載せる
- Wikipediaのようなエンサイクロペディアを丸写ししたり、微妙に単語や表現を書き換えたりする
- 単純な事実を羅列する
  例:「アルゼンチンは国です。アルゼンチンには人が住んでいます。
  アルゼンチンには国境があります。アルゼンチンに好意的な人もいます。」
- 単純な事実を、冗長に表現する。
  例: 「パンダは笹を食べる。パンダは大量の笹を食する。笹は、パンダにとって最高の食物である。」

残念なことに、このような方法で作成されるコンテンツもあります。適切な時間・労力を費やしていなかったり、専門性や才能、スキルが活用されていないコンテンツは**Low評価**になります。

重要：メインコンテンツの品質が低い場合、それだけの理由で**Low評価（あるいはLowest評価）**にすることができます。

6.2　メインコンテンツ量の不足

ページの目的に対して、メインコンテンツの量が少なすぎるために**Low評価**になるページもあります。例えば「第二次世界大戦のような広範なトピックについて、2~3文程度で解説する記事」などを想像してみましょう。

重要：メインコンテンツの量が不足する場合、それだけの理由で**Low評価**にすることができます。

6.3　広告・補助コンテンツが邪魔になる、または誤解を招く

Low評価のページの中には「メインコンテンツの量は十分にあるが、広告や補助コンテンツが邪魔だったり誤解を招くものであるためにメインコンテンツを利用しにくい」というものもあります。

6.3.1　メインコンテンツの利用を妨害する広告・補助コンテンツ

広告や補助コンテンツはユーザーの目に触れて当然のものです。しかし、メインコンテンツの利用を激しく妨害する広告・補助的コンテンツ・インタースティシャルページなどもあります。メインコンテンツの利用が妨げられるページはLow評価にしましょう。「ポップオーバー広告が1つ表示され、『閉じる』ボタンも分かりやすい」という場合は「（メインコンテンツの利用を）強く妨害する」とまでは言えないものの、ユーザーエクスペリエンスは決して良いとは言えません。以下の2つは、Google が「妨害にあたる」と判断する例です。

- ページをスクロールするとメインコンテンツを覆う形で広告が表示され、閉じるのも難しい。閉じにくい広告がメインコンテンツを覆う形式で表示されるため、メインコンテンツの利用が困難。
- ユーザーをインタースティシャルページに転送し、そこからメインコンテンツに戻る手段がない

6.3.2　邪魔な広告・補助コンテンツを目立つように表示

ユーザーがページを訪問するのは、メインコンテンツを利用するためです。役に立つ補助コンテンツや広告は素晴らしいユーザーエクスペリエンスの一部ですが、邪魔な補助的コンテンツや広告はユーザーエクスペリエンスを損ないます。以下は、邪魔で目立つ広告・補助コンテンツの例です。

- 「ページの目的と無関係の補助コンテンツをクリックさせること」を目的にデザインしたページも存在します。ユーザーをマネタイズ用のページに誘導するために、こうした補助コンテンツはページの目立つ部分に、ユーザーを邪魔するように配置されていることが多いです。この例の場合、「Top Posts & Pages（人気の投稿・ページ一覧）」と騙っている大変邪魔な補助的コンテンツがあります。この例においても、大変目立つ邪魔な広告・補助コンテンツ（画像）があります。
- ポルノでない一般ページに掲載されたポルノ広告も非常に邪魔であり、ユーザーエクスペリエンスを悪化させます。評価対象ページを何度か更新して広告を確認しましょう。ポルノであるかどうかの判断は、評価対象地域やポルノに対する反応の文化的な差異も考慮して行ってください。例えば「露出の高いビキニを着たモデルを使った広告」は「水着の販売サイト」においては問題ないかもしれません。しかし、極めて邪魔な、生々しいポルノ広告は**Low評価（あるいはLowest評価）**の原因になることもあります。

6.3.3　誤解を招く広告・補助コンテンツ

ページのどの部分がメインコンテンツ・補助コンテンツ・広告にあたるのか明確である必要があります。また「ユーザーがコンテンツ・リンクを操作した時に何が起きるか」も明白であるべきです。ユーザーが誤って広告・補助コンテンツをクリックするように誘導したり、クリックしたユーザーが驚く・騙されたと感じる・混乱するといったことがあるようなら、Low評価の原因になります。以下は、誤解を招く広告・補助コンテンツの例です。

- 一見メインコンテンツのように見えるもの。ユーザーがメインコンテンツだと誤解して捜査してしまう可能性がある。このページはその一例。
- 一見「同じWebサイト内の他ページに移動するための補助コンテンツ」に見えるが、実際には他のWebサイトに飛ばされるもの。他のWebサイトに飛ばされたユーザーは混乱したり、驚いたりするはず。
- ショッキングな画像や誇張された画像・文章で、ユーザーのクリックを誘導するもの。期待とかけ離れたつまらないコンテンツが表示されるため、ユーザーががっかりしたり、いらだったりするはず。

6.3のまとめ：
広告や補助的コンテンツがメインコンテンツの利用を妨げたり、利用にとても邪魔な場合には**Low**評価になります。ユーザーの誤解を誘うものも同様に**Low**評価となります。評価者自身で判断してください。ユーザーの期待するものは「ページの目的」や「文化規範」に応じて異なる点に注意しましょう。

6.4　否定的な評判

Page Quality評価の際には必ず評判調査を行ってください。ただし、以前にも評判を調査したことがある場合は不要です。極めて否定的な評判・有害であるという評判・金銭上の詐欺行為に関する評判などがある場合、**Lowest評価**を適用すべきです。信頼できる否定的な（有害性・詐欺に関するものでなくてもよい）評判がある場合、特にYMYLに関するページであれば**Low評価**の原因になります。

ビジネスの評判調査を行う場合は注意してください。大抵のビジネスには多少の悪評が付くものであり、特に顧客へのサービスに関する悪評はつきものです。「このビジネスには悪評がある」と判断する前に、できるだけ多くのレビューをしっかり確認しましょう。

重要：悪評がある場合、それだけの理由で**Low評価**にすることができます。また、「有害である」「詐欺を働いている」という確実な証拠がある場合、**Lowest評価**も適用できます。

6.5　E-A-Tの裏付けがない

トピックによっては、コンテンツを信頼できるものにするためには専門性が必要になることがあります。医薬情報・金銭に関する助言のようなYMYLトピックに関する情報は、その分野の専門家によるものでないといけません。レシピやハウスクリーニングなどの日常的なトピックでも、作成者が「日常的な専門性」を有していなければ信頼できるページとは言えません。

評価対象になるページ・Webサイトのコンテンツについて、誰が、あるいはどのような組織が責任者なのかを考えましょう。責任者は、トピックについての十分な専門性がありますか？E-A-Tが欠けている場合、**Low評価**を適用しましょう。

ユーザーが多種多様なコンテンツを投稿・公開することが可能なWebサイトでは、評価の幅が広がります。そうしたWebサイトのコンテンツ作成者は、監修を受けずに自由にトピックを選べます。そのため、文章力が低かったり専門性が全くなかったりすることもあります。コンテンツ投稿者が投稿した記事数・語数に応じて報酬を受けていることもありますし、ページへのトラフィックに応じてボーナスを受け取っていることもあります。トピックによっては、こうしたWebサイト内のページが信頼できないこともあります。

重要：E-A-Tが欠如する場合、それだけの理由で**Low評価**にすることができます。

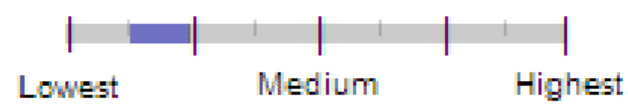
6.5.1　Webサイト自体についての情報不足

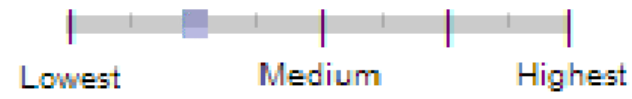
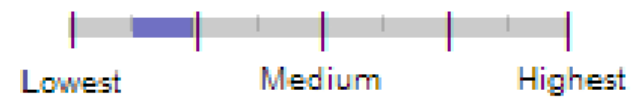
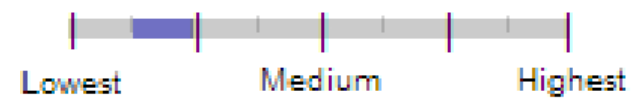
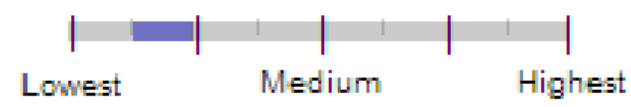
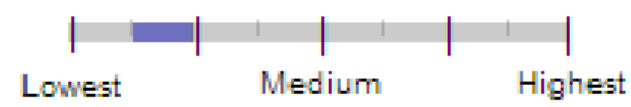
Google は大半のWebサイトに対して「Webサイト自体についての情報」を掲載することを求めます。しかし、掲載すべき情報の量はWebサイトの目的に応じて異なります。個人サイトなら、メールアドレス1つで十分です。

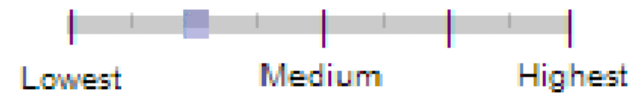
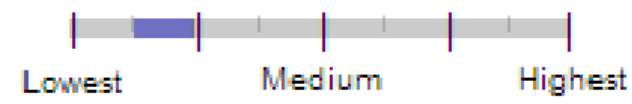
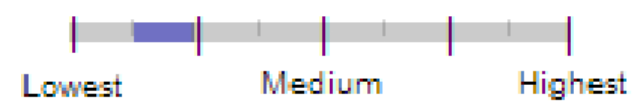
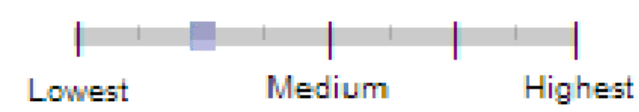
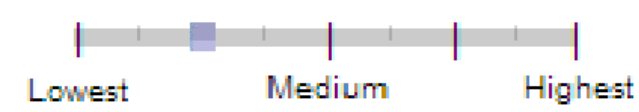
ショップや、その他の金銭取引を扱うWebサイトには、ユーザーからの高度な信頼が必要です。そうしたWebサイトにメールアドレスと住所しか掲載されていなければ、取引上の問題が生じたときにサポートを受けることは難しいでしょう。同様の理由から、他のYMYLに関するWebサイトでもユーザーからの高度な信頼が必要です。

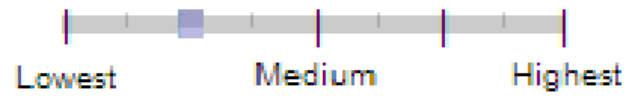
重要：YMYLページのように、ユーザーからの高度な信頼が必要なページの場合、「カスタマーサービス情報」「連絡先」「Webサイトの責任者情報」のいずれかが十分でない場合、**Low評価**の要因となります。他のタイプのWebサイトについては、状況に応じて自分で判断しましょう。

6.6　Low評価ページの例

ページと コンテンツのタイプ	Low評価の根拠	PQ評価点と説明
Low: 情報　① 40歳の誕生日パーティー用料理集	• 低品質なメインコンテンツ • 邪魔な広告	 ページ・Webサイト共に数多くの**Low評価**に該当する特徴が見られる。メインコンテンツをよく見てみると、ありふれたことしか書いていない、ライティングが稚拙であることが分かる。メインコンテンツが巨大な広告で分断されている。

ページと コンテンツのタイプ	Low評価の根拠	PQ評価点と説明
Low: 情報　② 回答がついていない Q&Aページ	• メインコンテンツの量が、ページの目的に対して十分でない	 Webサイトによっては、メインコンテンツの作成をユーザーに委ねていることがある。この例では、メインコンテンツはユーザーからの質問だけ。回答が一切ついていないため、メインコンテンツの量が不足している。
Low: 記事　① オフィス向けファッションに関する記事	• 低品質なメインコンテンツ • E-A-Tの裏付けがない	 コンテンツに多くの問題がある。 • 文法・スペリングが稚拙 • 編集の欠如 • 不正確かつ無意味な情報 メインコンテンツの品質が低いため、**Lowest+からLow**が適切。
Low: 記事　② 「ショウガが健康に効く」という記事	• 低品質なメインコンテンツ • E-A-Tの裏付けがない	 情報は意味不明だし編集もされていないという点で、**Lowest+～Low**評価にあたる。さらに、E-A-Tも欠如している。
Low: レシピ　① アップルパイのレシピ	• 低品質かつ不十分なメインコンテンツ	 ページ・Webサイト共に数多くの**Low**評価に該当する特徴がみられる。メインコンテンツは低品質で、「生地の作り方」も記載していなければ材料一覧に「パイ生地」も入っていないといった具合で、重要な情報が欠如している。このレシピでアップルパイを作るのは相当難しいはず。 Google は役に立つレシピページにはレビュー・コメントなどが必要だと考えているが、そうしたものもない。画面上部の小さなピンク色のテキストはユーザーの役に立たない。
Low: レシピ　② グルテンなしの NYチーズケーキレシピ	• 右カラムの大変邪魔で役に立たない補助的コンテンツ・広告 • 中央カラムの邪魔な広告	 低品質なページデザインの代表例。メインカラムの巨大な広告がメインコンテンツを押し下げている。サイドには「人気の投稿・ページ」というとても邪魔な補助的コンテンツがあり、補助的コンテンツなのか広告なのか判別しがたい。

ページと コンテンツのタイプ	Low評価の根拠	PQ評価点と説明
Low: Q&A　① ネイティブアメリカンの風習に関するページ	• E-A-Tの裏付けがない	 94件の回答がついているが、役に立つのはほんの数件。ベストアンサーを含む回答の大半が、わざと不正確あるいはミスリードを誘うものになっている。
Low: Q&A　② 2002年の Volvoに関する記事	• 誤解を誘う広告 • ページの目的に対して、メインコンテンツの量が不足	 メインコンテンツ（画像の赤枠）、特に全く役に立たない「回答」を確認すること。回答が全く役に立たないため、Google はこのページを「回答なしと同等」と判断する。メインコンテンツの量が不足している。 役に立たない「回答」に加えて、メインコンテンツと広告の区別がしにくいページデザインになっている。例えば、回答の下に「スポンサー付き回答」が表示されている。フォーマットが通常の回答と全く同じだが、実際には広告であり質問への回答ではない。誤解を誘う、やや虚偽のデザイン。
Low: Q&A　③ 水と土壌に関する記事	• 誤解を誘う、虚偽的なデザイン • ページの目的に対して、メインコンテンツの量が不足	 Q&Aサイトの、回答がついていない質問。Q&Aサイトの目的はユーザーの質問に答えることである。回答がついていないページはメインコンテンツがほぼ存在せず、その目的を達成していないので通常は**Low評価**になる。 回答がないだけではなく、広告や「関連する回答」という誤解を招くラベル付きの他の質問へのリンクが目立つように表示されており、ユーザーが「回答がある」と誤解してしまう。少し確認してみれば、実は回答がないことが分かる。
Low: 金銭情報 株の選択についてのアドバイス（YMYL）	• YMYLトピックに対するE-A-Tの裏付けがない	 著者が経済に関するエキスパートであるという証拠はない。金銭に関するYMYLトピックであり、専門性が欠如していることが**Low評価**の原因になる。
Low: 医薬情報 インフルエンザの罹患期間についてのページ（YMYL）	• YMYLトピックに対するE-A-Tの裏付けがない	 著者が医学の専門家であるという証拠はない。医療に関するYMYLトピックであり、専門性が欠如していることが**Low評価**の原因になりうる。

ページと コンテンツのタイプ	Low評価の根拠	PQ評価点と説明
Low: 記事　③ イラクから養子を迎える方法（YMYL）	• 低品質なメインコンテンツ（一般的なことしか書かれていない） • YMYLトピックについてE-A-Tの裏付けがない	 このトピックもYMYLにあたる。このページにはありふれた情報しかなく、イラクからの養子縁組に関心がある人にはほとんど役に立たない。 例えば、ステップ1では「養子縁組の代行業者を選ぶ」と題して、「電話帳で業者を探そう！」と提案している。「イラク」に関する情報はほぼ無い。著者の説明を見ても、養子縁組についての専門知識は見受けられない。 中には、Webサイト内の他ページへのリンクと同一のフォーマットを使った広告もあり、広告とメイン・補助コンテンツが見分けにくい。

7.0　Lowest評価のページ

本セクションでは**Lowest評価**のページの特徴を解説します。これらの概念を理解するためには、「7.9　Lowest評価ページの例」に掲載した例が重要になるので、必ず確認してください。

「Webサイト・ページは、ユーザーの役に立つことを目的にして作られるべき」という点に注意してください。

重要:「ユーザーを害する目的」「ユーザーをだます目的」「ユーザーの役に立つことなく、ただ収益を得ることだけが目的」等というWebサイト・ページは必ず**Lowest評価**にしてください。

以下の要件に該当するページ・Webサイトは、信用や信頼に値せず、権威性もないし情報も不正確だったりミスリード目的だったりすることがあります。こうしたページは、必ず**Lowest評価**にしてください。

- 有害、または悪意があるページ・Webサイト
- ページの目的が完全に欠如しているページ・Webサイト
- 虚偽のページ・Webサイト
- ユーザーの役に立つ点がほぼなく、収益を上げることが目的のページ・Webサイト
- メインコンテンツの品質が極めて低いページ
- YMYLにあたるWebサイト上の、Webサイト自身に関する情報が不足、または欠如しているページ
- 「管理放棄されている」「ハッキングされている」「書き換えられている」Webサイト上のページ
- 専門性の欠如によって「信頼性・権威性を欠く」「不正確な」「誤解を招く」ページ・Webサイト
- 極めて否定的な評判や、有害であるという評判があるWebサイト
- Google のウェブマスター向けガイドライン（品質に関するガイドライン）に違反している

最後に、「複数のLow評価要件に該当する」「一部のページ品質要件を欠いており、ページの目的が疑わしい」といった場合には**Lowest+評価**が適用されます。

7.1　有害、または悪意があるページ

有害なページや悪意のあるページも存在します。例えば、社会保険番号のようなユーザーの個人情報・口座情報・カード情報をフィッシングするためのページは、個人情報を盗むことが目的の有害なページです。悪意のあるダウンロードページも、有害なページの一例です。

有害または悪意のあるページは、必ず**Lowest評価**になります。

7.2　「ページの目的」の欠如

どうしても「ページの目的」が見つからないようなページもあります。そうしたページには、ユーザーのためになる目的は一切存在しません。意味不明な文章や、無意味な文章を詰め込んだページなどはその一例です。

いかなる手段で作成していても、「ページの目的」がないページは必ず**Lowest評価**になります。

7.3　虚偽のページ

ユーザーを助ける目的ではなく、ユーザーや検索エンジンをだますためのページである場合、Google はそのページを「虚偽」と判断します。このセクション7.3の各項では、虚偽のページのタイプをいくつか紹介します。ページによっては、複数のテクニックを使っていることもある点に注意してください。虚偽のページは、必ず**Lowest評価**になります。

虚偽のページについては、 Google のウェブマスター向けガイドライン（品質に関するガイドライン）も参照してください。

7.3.1　虚偽の「ページの目的」

虚偽のページが、一見ユーザーの役に立つ目的があるように見えることがありますが、実際には別の目的のために作られているページである場合があります。Webサイトの収益を目的として、故意にユーザーを騙すページや、ユーザーに損害を与えうるページはLowest評価にしてください。
以下は**Lowest評価**に該当する、虚偽のWebサイト・ページの例です。

- 「有名なショップWebサイト・オンラインサービス・ソーシャルネットワーク」などに偽装しているWebサイトで、実はパスワードや個人情報（マイナンバー・口座情報・診療情報など）を盗むのが目的。Google はこれらのWebサイトを「悪意のあるWebサイト」としても判断する。
- 「オンライン調査」を装ったページ。報酬に金品を提示することもあるが、実はパスワードや個人情報（マイナンバー・口座情報・診療情報）を盗むのが目的。Google はこれらのWebサイトを「悪意の目的があるWebサイト」としても扱う。
- 「ある製品についての、公正な立場からのレビューや情報共有」を装ったページで、実はWebサイト所有者の収益目的で、ユーザーの役に立たないもの。例えば、ユーザーに特定のマネタイズ用リンクをクリックさせるために、メインコンテンツにわざと誤解を招く情報や不正確な情報を含んでいる場合など。
- 「著名人の個人サイト」を装ったWebサイトで、実はWebサイト所有者の金儲けが目的で、当人の許可を取っていないもの。「この商品がおすすめ」といった偽の声明を出して、ユーザーにマネタイズ用リンクをクリックさせることが目的。

本当の「ページの目的」の判断が難しいこともあります。注意深く観察して、評価者自身で判断しましょう。評価者の皆さんが「このページ・Webサイトは、Webサイト自体の収益のためにユーザーを欺いていたり、害を与えたりする可能性がある」と確信できるなら、**Lowest評価**を適用してください。

7.3.2　虚偽のページ例

ユーザーを助けることよりもページの所有者が利益を得ることを目的として、所有者がユーザーに特定の行動をするように仕向けているページもあります。

こうしたページではユーザーが期待していた通りの情報を手に入れられないので、Google はこうしたページは「虚偽のページ」であると考えます。役に立つメインコンテンツを提供しようと努力せずに、ユーザーを操作することを目的としたページは**Lowest評価**にしてください。以下は、虚偽のページの例です。

- **広告をメインコンテンツに見せかけるページ**
  実際のメインコンテンツはほぼないか、あっても広告を踏ませるためのもの。例えば、偽検索結果ページには、一見検索結果に見えるリンク一覧が掲載されている。しかし、いくつかリンクをクリックすると、実は検索結果に見せかけた広告リンクの寄せ集めであることが分かる。ページ内に「検索窓」もあるが、クエリを入力しても同じような検索結果に偽装した広告が表示される。

- **広告をナビゲーションリンクに見せかけるページ**
  例えば、偽ディレクトリページは一見すると人の手による有用なリンク集に見え、独自の説明文がついていることもある。実はリンク先は広告、又は同じような偽ディレクトリページである。説明分がリンク先と無関係なことも多い。
- **メインコンテンツが利用不可、あるいは見えないページ**
  「上部に大量の広告があり、ユーザーにメインコンテンツが見えないページ」や「メインコンテンツが見えないテキストで記載されたページ」などがある。

注意深く観察して、自分自身で判断しましょう。評価者の皆さんが「このページ・Webサイトは、ユーザーに広告・マネタイズ用リンク・怪しいダウンロードリンクなどをクリックさせるために虚偽のページデザインを利用している」と確信できるなら、**Lowest評価**を適用してください。

7.4　最低品質のメインコンテンツ

本ガイドラインでは、メインコンテンツの品質を、作成に費やした時間・労力・活用している専門性・熟練度・才能やスキルなどから判断します。

メインコンテンツの作成に時間・労力・専門性・才能やスキルをほとんど使っていない場合、**Lowest評価**にしましょう。

以下のいずれかに当てはまる場合、「最低品質のメインコンテンツ」または「メインコンテンツが無い」と判断しましょう。

- 役に立つメインコンテンツが皆無。または、メインコンテンツ少なすぎて、実質的にはないのと等しい
- メインコンテンツの中身がほぼ「キーワード詰め込み」のみ
- メインコンテンツが意味不明、または無意味
- 時間・労力・専門性をかけていない上に、人の手による情報整理やユーザーへの付加価値提供もない自動生成されたメインコンテンツ
- 時間・労力・専門性をかけず、人の手による情報整理やユーザーへの付加価値提供もない、ほとんどの内容が他の情報源からコピーしたメインコンテンツ

人の手による情報整理の有無が、**Low評価**と**Lowest評価**の分かれ目になる場合が多いです。どちらの評価が適切か迷う場合は、「どのくらい人間の労力・注意が注がれているか」を検討しましょう。

メインコンテンツの品質が最低なページには、**Lowest評価**を適用しましょう。

7.4.1　メインコンテンツの欠如

意図的にメインコンテンツがないように作成されたページには、**Lowest評価**を適用しましょう。メインコンテンツがないページに、存在意義はあるのでしょうか？メインコンテンツが無いページは、大抵「ページの目的がない」か「虚偽のページ」のどちらかです。

また、意図的にメインコンテンツを最低限の量にしていたり、ページの目的に対して全く役に立たないメインコンテンツしかないような場合も、メインコンテンツが欠如していると見なします。

意図的にメインコンテンツを欠如させているページは、**Lowest評価**にしましょう。

7.4.2　「キーワード詰め込み」によるメインコンテンツ

不自然かつ無意味にキーワードを繰りかえすことで、検索エンジンとユーザーをおびき寄せようとするページがあります。そうしたページには、ユーザーのクエリに含まれていそうなキーワードが利用されています。キーワード詰め込みは「やや邪魔」という程度の物から「まったく意味不明」というものまで幅があります。

「ユーザーに役立つメインコンテンツを提供するよりも、検索エンジンやユーザーをおびき寄せることが目的」というページは、**Lowest評価**にしましょう。

7.4.3　自動生成されたメインコンテンツ

テンプレートから何百、何千というページを生成し、時にはRSSフィードやAPIといった無料の情報源も活用することで、Webサイトのページ全てを作成してしまうことも可能です。これらのページは時間・労力・専門性を費やしておらず、人の手による編集や情報整理もしていません。

編集・情報整理がされていない自動生成コンテンツを掲載ページ・Webサイトや、ユーザーに対する付加価値が一切ないページ・Webサイトは、**Lowest評価**にしましょう。

7.4.4　コピーによるメインコンテンツ

どんなページにも、メインコンテンツは必要です。時間・労力・専門性をかけずにメインコンテンツを作る場合、「他の情報源からコピーする」という方法もあります。

重要：Google は「適切なライセンスを受けたコンテンツ」「シンジケートコンテンツ（参考）（訳注：日本語参考文献）」については、「コピー」扱いしません。アメリカにおけるシンジケートコンテンツの代表例として、 AP通信やロイターによるニュース配信があります。

「コピー」という場合、「コンテンツのスクレイピング（無断複製）」や「提携関係にないWebサイトからコンテンツをコピーし、独自のコンテンツ・付加価値を加えないこと」等を指します（コンテンツのコピー・スクレイピングについてはこちらを参照）。

メインコンテンツの大半または全てがコピーである場合、ページの目的を考えましょう。このページの存在意義は何でしょう？このページは、ユーザーにどんな価値を提供しているのでしょう？ユーザーに対して、コピー元のコンテンツではなくコピーの方を見せる理由は何でしょう？

重要：メインコンテンツの大半または全てが時間・労力・専門性をかけておらず、人の手による情報整理やユーザーへの付加価値提供もないコピーである場合には**Lowest評価**が該当します。クレジット表記を他の情報源にしているコピーページもありますが、**Lowest評価**にしましょう（訳注：クレジットに出典ページ・書籍等を記載し「出典を明らかにしているので、コピーではない」と主張するページ等）。

7.4.5　コピーによるメインコンテンツ（補足）

コピーコンテンツの判断には、以下の全てのポイントを考慮します。

- **コピー元が明確で、中身もそのままコピーされている場合**
  「ページ全体をコピーしている」「ページの一部をコピーしている」「複数のページをコピーし、1つのページにつなぎ合わせている」などのパターンがあります。「テキストがそのままの形でコピーされている」といったものは、最も判別しやすいタイプのコピーです。

- **オリジナルに一部改変を加えたコピー**
  この場合、オリジナル部分を発見するのが難しくなります。「単語をいくつか改変」「文単位で改変」「特定の単語を、別の単語に置き換え」などのパターンがあります。こうした改変の目的はどの部分がオリジナルの情報源によるものなのかを判別しにくくすることであり、Google はこうしたコンテンツを「最低限の置換によるコピー」と呼びます。

- **検索結果やニュースフィードのような、変化するコピー元からのコピー**
  コピー元が動的なコンテンツ（頻繁に中身が変わるコンテンツ）である場合、オリジナルの情報源が見つからないこともあります。そうした場合でも、Google は「コピーコンテンツ」と判断します。

重要：メインコンテンツの大半または全てが時間・労力・専門性をかけておらず、人の手による情報整理やユーザーへの付加価値提供もないコピーである場合には**Lowest評価**が適切です。クレジット表記を他の情報源にしているコピーページもありますが、**Lowest評価**にしましょう。

7.4.6　コピーの判別方法

「このメインコンテンツがコピーに該当するか」、どのように判断すればいいでしょう？コンテンツのオリジナルを、どのように探せばいいでしょうか？難しい判断になりますが、以下の方法が参考になるでしょう。

1. テキスト内から、数単語分を選んでコピーします。この作業を複数の文・フレーズで繰り返して確認しましょう。コピーする文・フレーズを選んだら、句読点・不自然な文字・怪しい単語などの置換された可能性がある要素を抜いてから同じ文・フレーズを探しましょう。

2. その文・フレーズを引用符（“　”）で囲んで、Google 検索にかけましょう。

次の表は映画版「オズの魔法使い」に関するページから抽出した文・フレーズと、その探し方です。

抽出した文・フレーズ	オリジナル文・フレーズを発見するためのクエリ
ページ内の文： *All are convinced by Dorothy that the Wizard can help them too*	引用符で文全体を囲む： 「“All are convinced by Dorothy that the Wizard can help them too”」 引用符を使わない： 「All are convinced by Dorothy that the Wizard can help them too」
ページ内のフレーズ： *Dorothy uses the Golden Cap to* *summon the Winged Monkeys*	引用符でフレーズ全体を囲む： 「“Dorothy uses the Golden Cap to summon the Winged Monkeys”」 引用符を使わない： 「Dorothy uses the Golden Cap to summon the Winged Monkeys」
ページ内のフレーズ： *revealing an old man who had journeyed to Oz from Omaha long ago in a hot air balloon*	引用符でフレーズ全体を囲む： 「“revealing an old man who had journeyed to Oz from Omaha long ago in a hot air balloon”」 引用符を使わない： 「revealing an old man who had journeyed to Oz from Omaha long ago in a hot air balloon」

3. 一致する文・フレーズが見つかった各ページを比較してみましょう。メインコンテンツの大部分が一致していますか？一致する場合、新聞・雑誌・医療機関のような、オリジナルコンテンツの作成に定評があり、権威性が高い情報源によるページはありますか？「このページがオリジナル」と合理的に判断できるページがありますか？Wayback Machineなどを利用して、「このページの公開日が一番早い」と証明できますか？

自身で判断しましょう。「コピーであることは明白だが、オリジナルが見つからない」「オリジナルが変更されており、文・フレーズで検索してもオリジナルと一致しない」という場合もあります。例えば、Wikipediaの記事は時間が経つと大きく変化します。旧版からコピーした文章が、現行版と一致しないこともあります。評価者の皆さんが「この評価対象ページはオリジナルではないはず」と強く疑う場合、コピーされた可能性が高いと判断しましょう。

Google は上記のテキスト（上の表内にある文・フレーズ）が、「オズの魔法使い」についての旧Wikipedia記事（Internet Archive Wayback Machineで確認できます）からのコピーであることを確認しました。上記のテキストで検索しても現在の「オズの魔法使い」に関する記事に辿り着くことはできず、メインコンテンツがコピーであることを確認することの難しさが分かります。

重要：メインコンテンツの大半または全てが時間・労力・専門性を費やさず、人の手による情報整理やユーザーへの付加価値提供もないコピーである場合には**Lowest評価**が適切です。クレジット表記を他の情報源にしているコピーページもありますが、**Lowest評価**にしましょう。

7.5　Webサイト自身に関する情報の欠如

セクション2.5.3（**「当サイトについて」「連絡先」「お客様サービス」などの見つけ方**）でもお伝えしたように、Google は大半のWebサイトに対して「責任者情報」「連絡先」などの掲載を求めます。オンラインバンクのようなYMYLサイトには、詳細なカスタマーサービス情報等の豊富な情報掲載を求めます。

「Webサイトの目的は何か」「ユーザーには、どのような『Webサイト自体に関する情報』が必要か」を考えましょう。

「Webサイト自体に関する情報がないYMYLサイト」「Webサイトの目的に対して、Webサイトに関する情報が不十分（例：メールアドレスのみが記載されたオンラインバンク）」などは**Lowest評価**になります。

7.6　極度に信頼性・確実性・権威性・正確性を欠く、あるいはミスリードする

「信頼できない」と感じてしまうようなページもあります。以下のいずれかに該当する場合、**Lowest評価**にしましょう。

- 詐欺である疑いの強いページ・Webサイト
  （ネット詐欺については以下の例を参照：詐欺対策①　詐欺対策②　詐欺の例）
- 適切な理由なしに個人情報を要求するページ
  （例:名前・誕生日・住所・口座番号・マイナンバーを要求するページ）
- Facebook・Gmail など各種オンラインサービスのパスワードをフィッシングするWebサイト。フィッシングについてはこちらを参照。
- マルウェアと思われる、怪しげなダウンロードリンク

有害なリンクである疑いがある場合、評価者の皆さんはクリックしないようにしてください。Webサイトが有害であることを確認するために、わざわざダウンロードして実体験する必要はありません。同様に、詐欺の疑いが強いWebサイトを確認するために、そのWebサイトに関与する必要はありません。

極めて信頼性に欠けるページは、信頼性がないという確実な証拠がなくても**Lowest評価**にしましょう。常に注意を払い、安全にネットを利用するスキルを身につけましょう。

7.7　管理放棄されたWebサイト・スパムページ

ウェブマスターによるメンテナンス・管理が一切されていないページもあります。こうした「管理放棄された」Webサイトで、特にハッキングされたものや書き換えられたものは**Lowest評価**にしましょう。

ハッキングされたWebサイト・書き換えられたWebサイトは、Webサイト所有者の許可なく改変されています。責任者であるウェブマスターはユーザーを守るために、Webサイトを定期的にチェックして怪しげな動作がないか確認するべきです。

ユーザーの役に立つことではなく、商品を広告したりリンクを張ることが目的のコメントや投稿を、Google はスパムと判断します。人間ではなくロボットがそうしたコメントを投稿しているケースも多くあります。スパムコメントは広告・ダウンロードリンク・その他のリンクなどを含んでいることが多く、見分けるのは簡単です。こうしたスパムコメントはユーザーエクスペリエンスを害するため、ウェブマスターは迅速に検知・排除する必要があります。

Webサイト内の特定ページに大量のスパム投稿・コメントがあっても、Webサイト全体がスパムとは限らない点に注意しましょう。

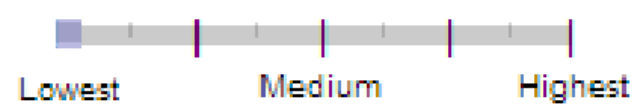
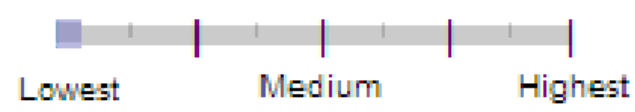
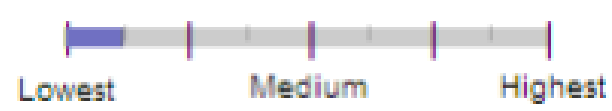
Webサイト内の特定ページに大量のスパム投稿・コメントがあっても、Webサイト全体がスパムとは限らない点に注意しましょう。

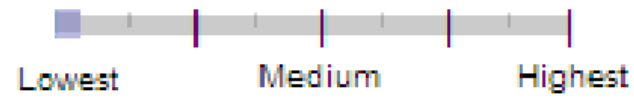
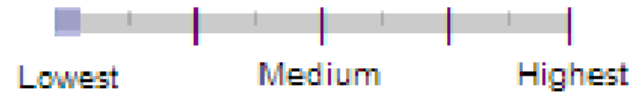
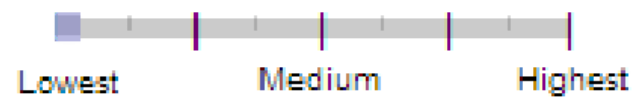
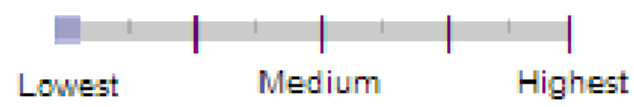
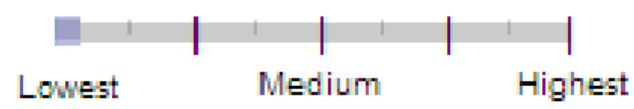
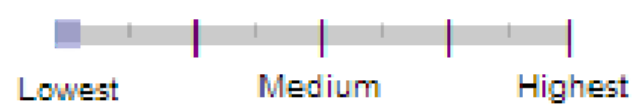
7.8　極めて否定的な評判・悪い評判

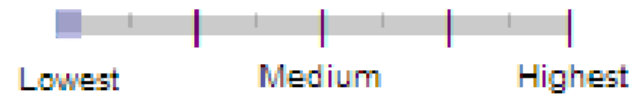
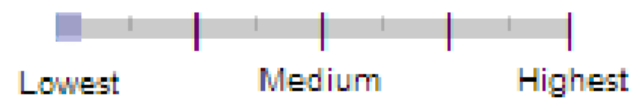
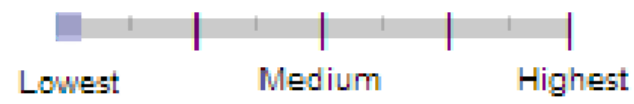
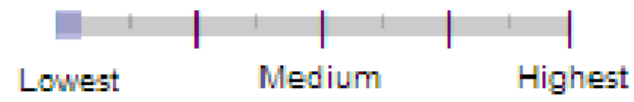
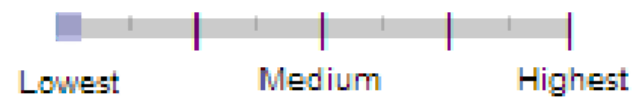
極めて否定的な評判があるWebサイトには**Lowest評価**を適用しましょう。セクション2.7.4（**評判の探し方**）に掲載した例を再掲します。これらのWebサイトには極めて否定的、あるいは悪い評判があるので、Webサイト内の全ページを**Lowest評価**にしましょう。

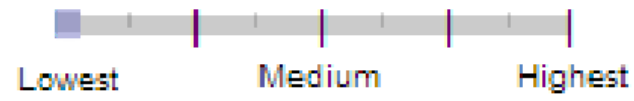
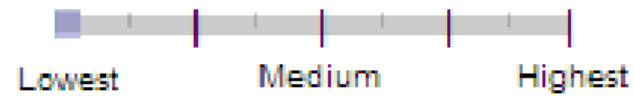
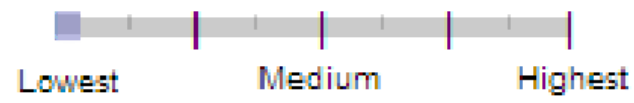
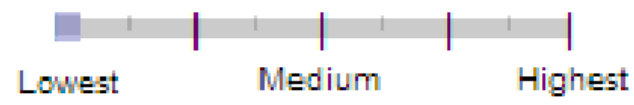
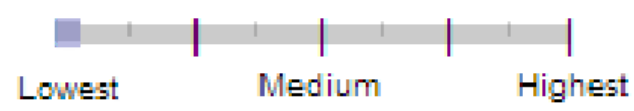
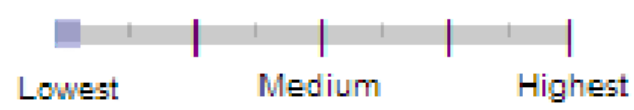
Webサイト	説明
子供向けジャングルジムの通販Webサイト	**極めて否定的な評判** BBB（訳注：Better Business Bureau。商業改善協会。アメリカ・カナダの企業情報Webサイト）で「F」ランク評価を受けている。詐欺行為に関するニュース記事や、「送金したのに商品が来ない」と告発する多数のレビュー・Webサイトがある。
メガネ関連製品の通販Webサイト	**極めて否定的な・悪い評判** このWebサイトはユーザーを脅迫するなどの犯罪行為を行っている。
傷痍退役軍人のサポート団体	**極めて否定的な評判** 複数のWebサイトや慈善団体監視機関が、この組織の詐欺・資金流用について綿密に告発している。

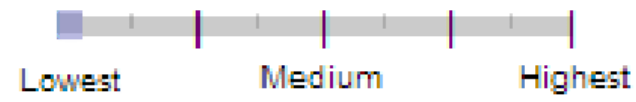
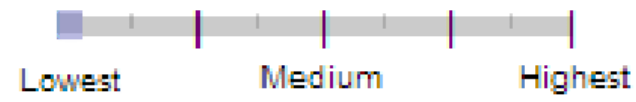
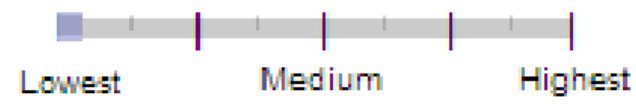
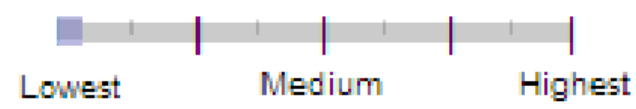
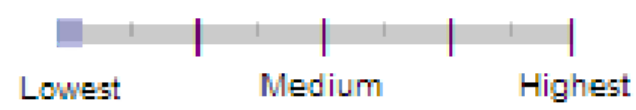
7.9　Lowest評価ページの例

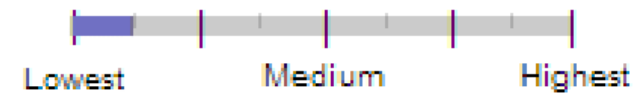
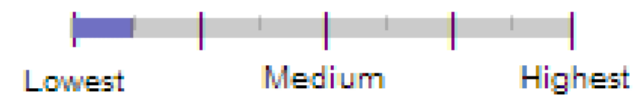
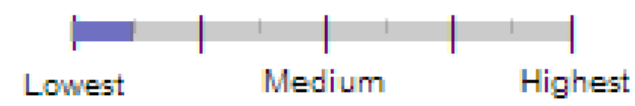
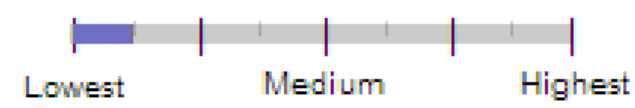
ページとコンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: キーワード詰め込みのあるフォーラム 「ロボコップをネットで見よう！」	• 最低品質のメインコンテンツ（キーワード詰め込み）	 スパムに汚染されたフォーラムの一例。「Webサイトの目的とは無関係な動画をユーザーに見せること」が目的のスパム。フォーラムページではユーザーのコメントもメインコンテンツにあたり、このページの場合はそうしたコンテンツの大半が役立たず。この例はページ下部に掲載された、人間に見せることを意図していない「キーワード詰め込み」の一例。
Lowest: コピーコンテンツ オズの魔法使い	• 最低品質のメインコンテンツ（時間・労力・専門性・人の手による情報整理・ユーザーへの付加価値をほぼ活用していないコピーコンテンツ） • E-A-Tの裏付けがない	 メインコンテンツ全体が、Wikipedia記事のコピー。コピー元はInternet Archive Wayback Machineを利用すると、ここで確認できる。 現在のWikipediaページにはコンテンツ・リンク・参考文献などが追加されている。ユーザーに付加価値を提供しないページ。
Lowest: メインコンテンツ不足 ウェディングドレス	• トピックに対して、メインコンテンツが不足 • とても低品質なメインコンテンツ • E-A-Tの裏付けがない • ページ・Webサイトの目的が不明	 **Lowest評価**の要件を複数満たしているページ。ページの目的が不明。このようにユーザーの役に立つための取り組みが見られないページは、**Lowest評価**が適切。

ページと コンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: 有害・悪意・虚偽 （YMYL）	• 有害・悪意・虚偽	 通販Webサイトの支払いページだが、マイナンバー・運転免許証番号・ATMのPIN・口座情報などを要求している。（訳注：過剰な個人情報要求。セクション7.6参照）
Lowest: エンジンのコード （YMTL）	• 最低品質のメインコンテンツ（自動生成） • E-A-Tの裏付けがない	 一文目は不完全で、コードの説明もしておらずページの目的を達成できていない。同Webサイト上の他のページにも不正確な情報、誤解を誘う情報、不完全な情報などが多い。情報が完全に矛盾していてほぼ意味不明なページもある。おそらく金銭目的の、ユーザーの役に立とうとする気がないページ。
Lowest: チャリティ詐欺 （YMYL）	• 極めて否定的な評判	 この機関の詐欺や財政面の問題を、信頼できる複数のニュースWebサイトやチャリティ監視Webサイトが報じている。 否定的な評判例　① 否定的な評判例　② 否定的な評判例　③ 否定的な評判例　④
Lowest: Webサイト自身に関する情報の欠如-ドライソケット （YMYL）	• YMYLサイトなのに、Webサイト自体に関する情報が欠如 • E-A-Tの裏付けがない	 Webサイト作成者・連絡先・著者情報などが一切ない。 医薬に関するページは高い信頼性が必要。Webサイトの作成者もコンテンツの作成者も不明であるため、GoogleはこのWebサイトには信頼性がないと見なす。
Lowest: 偽のディレクトリ-中皮腫 （YMYL）	• 虚偽の目的（偽ディレクトリページ） • YMYLトピックに対して、Webサイト自体に関する情報が欠如 • E-A-Tの裏付けがない	 有益な記事にリンクしているように見えるが、実は広告。YMYLに属するトピックを扱っているのに、誰がコンテンツの責任者なのかは不明。
Lowest: 偽の検索ページ	• 虚偽の目的（偽検索結果ページ）	 「メインコンテンツに見せかけた広告」は絶対に許されない。広告をメインコンテンツと誤認させるようなデザインのページは、虚偽であると見なす。

ページと コンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: 偽の検索ページ	• 虚偽（偽の検索ページ）	 ユーザーを助けることよりも、広告をクリックさせて金を稼ぐのが目的のページ。
Lowest: 虚偽のページ目的―バイアグラ（YMYL）	• 最低品質のメインコンテンツ（時間・労力・専門性の活用や、人の手による情報整理・ユーザーへの付加価値などがほぼないコピー） • YMYLサイトなのに、Webサイト自身に関する情報が欠如している • E-A-Tの裏付けがない	 薬品の情報ページに見えるが、本当の目的は「ユーザーをこのWebサイトにおびき寄せ、更に他のWebサイトに誘導するための「今すぐ注文」というリンクを踏ませる」こと。 メインコンテンツは全てコピーで、時間・労力・専門性の活用や、人の手による情報整理・ユーザーへの付加価値などはほぼない。オリジナルはこちら。
Lowest: 虚偽のデザイン・ページ目的―洗濯機のレビュー	• 「ユーザーの役に立つ努力をせずに金儲けする」というページ目的 • 最低品質のコンテンツ（時間・労力・専門性の活用や、人の手による情報整理・ユーザーへの付加価値などがほぼないコピー）	 「洗濯機のレビュー」というタイトルだが、ページ内にはレビューが一切なく、コンテンツは全てコピー。全てのリンクが、たった1つの洗濯機販売ページに向かっている。特定のリンクを踏ませるための、虚偽のページ。
Lowest: 虚偽のページ目的―偽の調査ページ	• 虚偽のページ目的 • 信頼性の欠如	 「MacBook Air、iPhone 5C、Galaxy S4などが当たる」という虚偽の調査。調査に回答すると商品を選択できるが、選択すると他の調査Webサイトに転送されて、診療情報・口座情報などの個人情報を含む質問に回答することを求められる。 口座番号などの高度な個人情報を求めるのに、責任者は不明。Google と関係があるように見せかけているが、実際は無関係。
Lowest: 虚偽のデザインーJavaScriptの警告ボックス	• 虚偽又は誤解を誘うページデザイン	 メインコンテンツが大量の広告の下にあるため、メインコンテンツがあることに気付かないユーザーもいるだろう。ユーザーが広告をメインコンテンツと勘違いする可能性もある。

ページと コンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: 虚偽のページ目的	• 虚偽のページ目的・コンテンツ	 「Rachael Ray（訳注：有名な料理研究家）のダイエットブログ」というタイトルのページだが、同氏とは一切無関係で、同氏の手掛けるダイエット手法や製品とも無関係。ページの目的は「同氏の名前・画像を利用して商品を売ること」。実際、ページ下部には「注意・Rachael Ray氏はこのブログとは一切関係ありません」と隠しテキスト（茶色背景に茶色フォントで記載）で記載されている。そのような注意書きをしても、このページが虚偽のページであることに変わらない点に注意！ この例では、虚偽にあたる要素には赤字で注釈をつけています。
Lowest: キーワード詰め込み－犬用のイモディウム（がん治療薬の一種）	• 目的の欠如 • 最低品質のメインコンテンツ（意味不明・キーワード詰め込み）	 ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。
Lowest: 有害なWeサイトーアイウェア関連製品販売	• 極めて否定的で有害な評判や詐欺についての評判	 このWebサイトはユーザーの金銭を奪い取り、抗議したユーザーを脅迫している。Wikipedia・New York Timesの各記事に、このWebサイトが利用している虚偽的なテクニックや、Webサイトとその所有者についての悪評が記載されている。
Lowest: 意味不明―著名人に関する情報	• ページ目的の欠如 • 最低品質のメインコンテンツ（意味不明）	 ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。
Lowest: 意味不明ーPDFファイル	• ページ目的の欠如 • 最低品質のメインコンテンツ（意味不明）	 意味不明なPDFファイル。作成目的も不明。リンクもなければ、広告もない。ページの目的・存在意義がない。
Lowest: ページ目的の欠如	• 最低品質のメインコンテンツ（意味不明・キーワード詰め込み） • 高度の不信感	 「友達申請」「商品当選のお知らせ」「ダウンロードボタン」等があるが、いずれも虚偽のもの。

ページと コンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: ページ目的の欠如	• 目的の欠如 • 最低品質のメインコンテンツ（意味不明・キーワード詰め込み）	 ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。
Lowest: 重度の不信感―インフルエンザの治し方 （YMYL）	• E-A-Tの裏付けがない • 信頼性・権威性を欠き、不正確で誤解を招く • YMYLサイトなのに、Webサイト自体に関する情報が欠如している	 文章力が稚拙で、ごくわずかなことを言うために大量の言葉を使用している。YMYLに該当する医薬トピックを扱っているのに、コンテンツの責任者情報・連絡先情報がない。
Lowest: 重度の不信感ーダウンロードページ	• 重度の不信感（怪しいダウンロード）	 ダウンロードサイトだが、この例で取り上げたページがWebサイト内唯一のページ。「無料でダウンロードすれば、お金が稼げます！」という趣旨の、大量のテキスト（文法・綴りの間違いあり）が掲載されている。ページの目的は、ユーザーにリンクをクリックさせて利益を得ることだと思われる。 評価にあたって、怪しいリンクをクリックしなくても良い点に注意。
Lowest: メインコンテンツが存在しないようにしているページ	• 大量の目立つ広告があり、ユーザーを手助けする取り組みが見られない	 メインコンテンツが存在しないページの一例。「メインコンテンツがないのはこのページだけの問題かもしれない」と思うだろうが、このWebサイトには同じような「大量の広告だけで、メインコンテンツがないページ」が多数存在する。大量の目立つ広告があり、ユーザーを手助けする取り組みが見られないので、**Lowest評価**にすべき。
Lowest: 低品質なメインコンテンツ	• 最低品質のメインコンテンツ • E-A-Tの裏付けがない	 このコンテンツには「ひどい文法」「無意味な文章」「当たり前のことしか言っていない文章」など、多くの問題がある。例えば、「にきびを除去することは今後のトレンドになるかもしれないし、ならないかもしれない」。更に、「著者について」という部分には広告しかない。

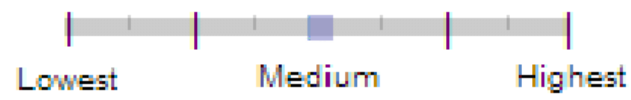
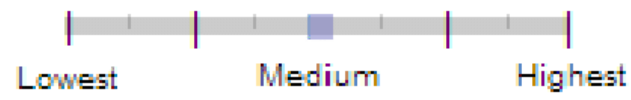
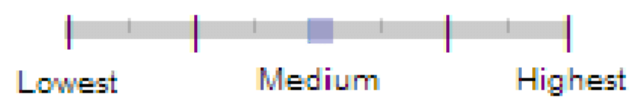
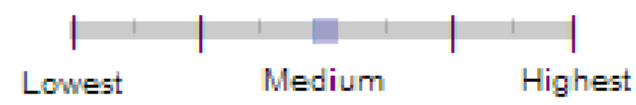
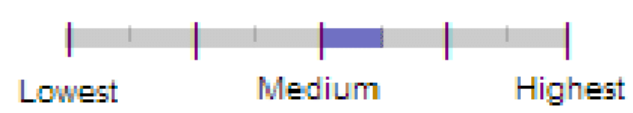
ページと コンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
Lowest: 低品質なメインコンテンツ―テキサスで住宅ローンを利用する方法	• 最低品質のメインコンテンツ（意味不明・キーワード詰め込み） • E-A-Tの裏付けがない	 コンテンツの著者に、このトピックについての専門性があるか怪しい。医薬・金銭などの専門性が必要とされるトピックについては、著者の経歴などの情報が重要。このページはYMYLページ。
Lowest: 不正確な情報を含むYMYLページ―喫煙と胸の痛みの関係 （YMYL）	• 不正確で危険性のある医学的アドバイスを含むYMYLページ • 最低品質のメインコンテンツ	 「評価対象Webサイトのユーザー」ではなく「検索エンジンから訪問した一般ユーザー」の観点から評価すること。質問は表現が稚拙で、意味が分かりにくい。回答も表現が稚拙で、不正確で危険性もある医学的アドバイスを行っている。メインコンテンツが低品質。
Lowest: 有害な情報を含むYMYLページ-ローンの清算 （YMYL）	• 金銭に関する有害なアドバイスを含むYMYLページ • E-A-Tの裏付けがない • 不正確で誤解を招く	 「ローンを返済しないように」などといった、ユーザーを害する可能性があるアドバイスを行っている。文法・綴りの間違いもあり、実に信用できないページ。
Lowest: 連絡先情報が十分でない、信頼できないショッピングページ （YMYL）	• 信頼性・権威性を欠き、不正確で誤解を招く • カスタマーサービス情報が、ショッピングサイトとしては全く不適切、または信頼できない	 ナイキのエアジョーダンを販売しているページ。「連絡先」ページに企業名・住所は記載されておらず、Webサイト内のどこにも記載されていない。ショッピングサイトとしては連絡先情報が不十分。 更に、「配送・返品について」のページには無関係の企業名が掲載されている。同様に、ページ下部には無関係と思われるBBBとGoogle Checkout（訳注：現Google ウォレット） 等の、公式に見えるロゴが掲載されている。

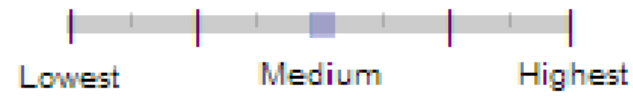
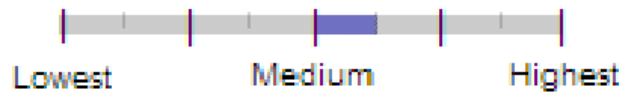
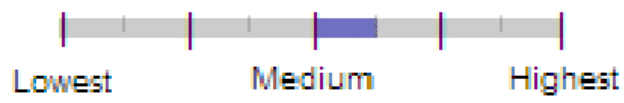
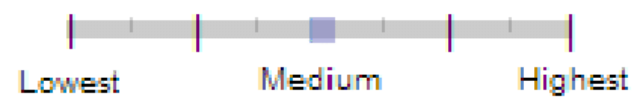
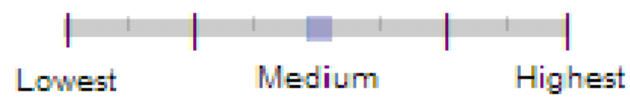
8.0　Medium評価のページ

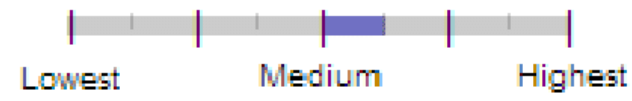
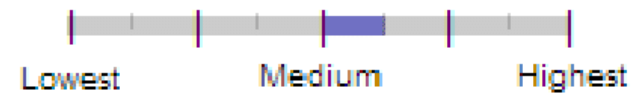
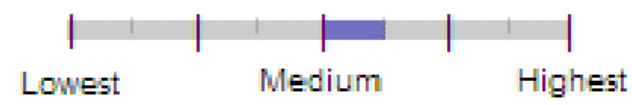
本セクションでは、**Medium評価**のページについて解説します。**Medium評価**のページとは、ページの目的は達成できており、E-A-Tも可もなく不可もない程度には備えています。しかし、 **Medium評価**のページには、これといって高い評価にするべき要素が見当たりません。また、高い評価・低い評価の要素が混在しているページもあります。これらのページには**Medium評価**が適切です。

Medium評価のタイプ	説明
可もなく不可もなく	ページの目的を達成しているが、**High評価・Low評価**のどちらかにするべき点が見当たらない。
相殺できる程度に 高品質・低品質が混在	ページ・Webサイト内に**High評価**要件・**Low評価**要件の双方が混在しているが、低品質要素がそれほど厳しくなく、高品質要素を考え合わせると**Low評価**にはできないページ。

8.1　Medium評価ページの例

ページと コンテンツのタイプ	Medium評価の根拠	PQ評価点と説明
Medium: エンサイクロペディア バロック真珠に関する Wikipediaページ	• 悪いところもないが、 特に良いところもない	 「バロック真珠」という、狭いトピックに関するWikipedia記事。 ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium: ユーモア ユーモアサイトのページ	• 悪いところもないが、 特に良いところもない	 「写真の上に口を描く」タイプの面白画像を投稿するページ。 ページ自体の目的はそれなりに達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium: エンターテインメント　① “Keeping Up with the Kardashians”ショーに関する記事	• 悪いところもないが、 特に良いところもない	 エンターテインメント系ニュースサイト内のページ。 ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium： エンターテインメント　② Miley Cyrus（米国の歌手・女優）に関する記事	• 悪いところもないが、 特に良いところもない	 ニュース・エンターテインメント情報サイト内のページ。 ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium: Q&A オンラインで品質のいい婦人服を買うためのアドバイスを求めているQ＆Aページ	• 悪いところもないが、 特に良いところもない	 オンラインショップについてのQ&A。「日常経験からの専門性」が多少見られるが、High評価にするほどではない。

ページと コンテンツのタイプ	Medium評価の根拠	PQ評価点と説明
Medium: エラーメッセージ カスタム404ページ	• 悪いところもないが、特に良いところもない	 「カスタム404ページ」の一例。こうしたページの目的は「ユーザーが訪問しようとしたURLがもう存在しない旨を知らせること」。そのような通知と同時にユーザーの手助けを行っているWebサイトもある（訳注:セクション5.4のエラーメッセージ例を参照）。 有名で評判も良い商品販売Webサイト内のページ。このページ自体には「エラーが発生していることを伝える」ための必要最低限のコンテンツしかなく、ユーザーへの手助けとしてはトップページへのリンクがあるだけ。
Medium: 情報 ある大学の公式サイト内にある、‘Quality Reasoning Group’の推進に関する記事	• そこそこのE-A-T • Webサイトの評判は良い • 参照元へのリンクはないが、Webサイトから判断すると、コンテンツは正確で信頼できそう	 有名かつ評価の高い大学でありWebサイトの品質も高いが、このページ自体は同大学Webサイト内の極めて特殊なセクション内の1ページ。著者は不明。おそらく単発企画向けに学生が作成したページであり、維持管理もされていない。
Medium: 歌詞 ‘Never You/Fear Love’という歌の歌詞。	• 悪いところもないが、特に良いところもない	 このページと似たようなコンテンツを持つ歌詞サイトは多数存在する。ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium： レシピ　①	• 悪いところもないが、特に良いところもない	 料理本の著者が寄稿したレシピだが、レビューや他のレシピへのリンクなどの補助的コンテンツが全くない。ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium： レシピ　②	• 悪いところもないが、特に良いところもない	 このWebサイトは「動物・環境問題」に関する高品質なコンテンツで有名。しかし、このページに掲載されているのは子ども向けのレシピであり、メインコンテンツ・補助的コンテンツ共にそれほど多くはない。 ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。

ページと コンテンツのタイプ	Medium評価の根拠	PQ評価点と説明
Medium: 動画 鳴いている子猫の動画	• 悪いところもないが、特に良いところもない	 プロが作成した、鳴いている子猫の動画。ページ自体の目的は達成できているが、**High評価**の要件は見当たらない。
Medium： フォーラム　① オークションサイトのフォーラム。ユーザーは、商品カテゴリの選択についてアドバイスを求めている。	• 相殺ができる程度に、高品質・低品質が混在	 メインコンテンツが不足気味だが、フォーラム自体の専門性で相殺している。このフォーラムはこうした質問専用のフォーラム。
Medium: フォーラム　② ダンスに関するWebサイトのフォーラム。バレエシューズの洗い方のアドバイスを求めている。	• 相殺ができる程度に、高品質・低品質が混在	 ダンスのトピックに関するフォーラム。投稿者は日常的にバレーシューズを洗っており、そうした経験をもとにお勧めの方法を投稿している。 このページが「高品質・低品質要素の混在」と判定される理由は、邪魔なコンテンツでメインコンテンツが利用しにくくなっているため。 しかし、品質評価業務は「ビューティコンテスト」ではない点に注意！ 確かにページ事態は乱雑だが、「日常経験による専門性」や有益なコンテンツもあるので**Medium評価**が妥当。

株式会社アイレップ