

検索品質評価ガイドライン

2016年3月版

検索品質評価ガイドラインの概要	4
0.1 検索品質評価の目的	5
0.2 検索品質評価者は「ユーザーの代表」	5
0.3 ブラウザの設定	5
0.4 広告ブロック用の拡張	5
0.5 セキュリティについて	5
0.6 評価タスクのリリース	6
Part 1: Page Quality評価のガイドライン	7
1.0 Page Quality評価の概要	7
2.0 ページ・Webサイトの理解	7
2.1 重要な用語の定義	7
2.2 「ページの目的」とは	8
2.3 YMYLページ（金銭・人生に関するページ）	9
2.4 ページのコンテンツを理解する	9
2.5 Webサイトの理解	11
2.6 Webサイトの評判	14
3.0 Page Quality評価スケール	17
3.1 Page Quality評価で最も重要な要素	18
3.2 専門性・権威性・信頼性（E-A-T）の詳細	18
4.0 High評価のページ	19
4.1 High評価ページの特徴	19
4.2 十分な量の、高品質なコンテンツ	19
4.3 Webサイト自身についての十分な情報	20
4.4 好意的な評判	20
4.5 高レベルのE-A-T(専門性・権威性・信頼性)	20
4.6 High評価ページの例	20
5.0 Highest評価のページ	23
5.1 極めて高品質のメインコンテンツ	24
5.2 極めて高い評判	24
5.3 極めて高度のE-A-T	24
5.4 Highest評価のページ例	24
6.0 Low評価のページ	29
6.1 低品質なメインコンテンツ	29
6.2 メインコンテンツ量の不足	30

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	30
6.4	否定的な評判	31
6.5	E-A-Tの欠如	31
6.6	Low評価ページの例	31
7.0	Lowest評価のページ	34
7.1	有害、または悪意があるページ	34
7.2	「ページの目的」の欠如	35
7.3	虚偽のページ	35
7.4	最低品質のメインコンテンツ	36
7.5	Webサイト自体に関する情報の欠如	39
7.6	極度に信頼性・確実性・権威性・正確性を欠く、あるいは誤解を招くページ	39
7.7	管理放棄されたWebサイト・スパムページ	39
7.8	極めて否定的な・悪意の評判	40
7.9	Lowest評価ページの例	40
8.0	Medium評価のページ	45
8.1	Medium評価ページの例	46
9.0	Page Quality評価の要点	48
9.1	Page Quality評価タスクの案内	48
9.2	E-A-T評価はページ単位?Webサイト単位	49
10.0	特定タイプのページに対するPage Quality評価の注意点	50
10.1	エンサイクロペディアの評価	50
10.2	「エラーメッセージ」・「メインコンテンツのないページ」の評価	50
10.3	フォーラム・Q&Aの評価	51
11.0	Page Quality評価のFAQ	55

Part 2: モバイルユーザーのニーズ把握-----56

12.0	モバイルのユーザー・クエリ・検索結果を理解する	56
12.1	評価に関する重要な定義・概念	57
12.2	クエリの理解	58
12.3	タスクの言語・地域	58
12.4	「明示的なロケーション」のあるクエリ	58
12.5	複数の意味を持つクエリ	59
12.6	時間が経てば、クエリの意味も変わる	60
12.7	ユーザーの意図を理解する	61
12.8	リザルトブロックを理解する	67
12.9	スマートフォンで評価を行う時の注意点	75

Part 3: Needs Met評価のガイドライン-----76

13.0	Needs Metスケールを使用した品質評価-----	76
13.1	RB (Result Block) の評価：各ブロックのコンテンツとLP-----	76
13.2	Fully Meets (FullyM) 評価-----	79
13.3	Highly Meets (HM) 評価-----	88
13.4	Moderately Meets (MM) 評価-----	96
13.5	Slightly Meets (SM) 評価-----	98
13.6	Fails to Meet (FailsM) 評価-----	101
14.0	「ポルノ」「外国語」「読み込めない」「使いにくい」検索結果-----	110
14.1	「ポルノ」フラグ-----	110
14.2	ポルノに該当する検索結果の評価-----	110
14.3	違法画像の報告-----	111
14.4	「外国語」フラグ-----	112
14.5	「読み込めない」フラグ-----	116
14.6	「使いにくい」フラグ-----	118
15.0	E-A-TとNeeds Met評価の関係-----	119
16.0	複数の解釈・意図があるクエリの評価-----	121
16.1	「Website」と「Visit-in-Person」の意図が混在するクエリの評価-----	121
17.0	クエリの限定性とLP-----	122
18.0	情報の鮮度とNeeds Met評価-----	129
19.0	誤字・タイプミスのあるクエリと検索結果-----	131
19.1	誤字・タイプミスのあるクエリ-----	131
19.2	名前のクエリ-----	132
20.0	URLクエリに対する、Fully Meets以外の検索結果-----	132
21.0	商品名クエリ：アクション (Do) 意図とインフォメーション (Know) 意図-----	134
22.0	Visit-in-Personクエリの評価-----	135
22.1	ユーザー所在地が影響する (しない) 例-----	135

Part 4: Evaluation Platform (品質評価業務用システム) の利用方法-138

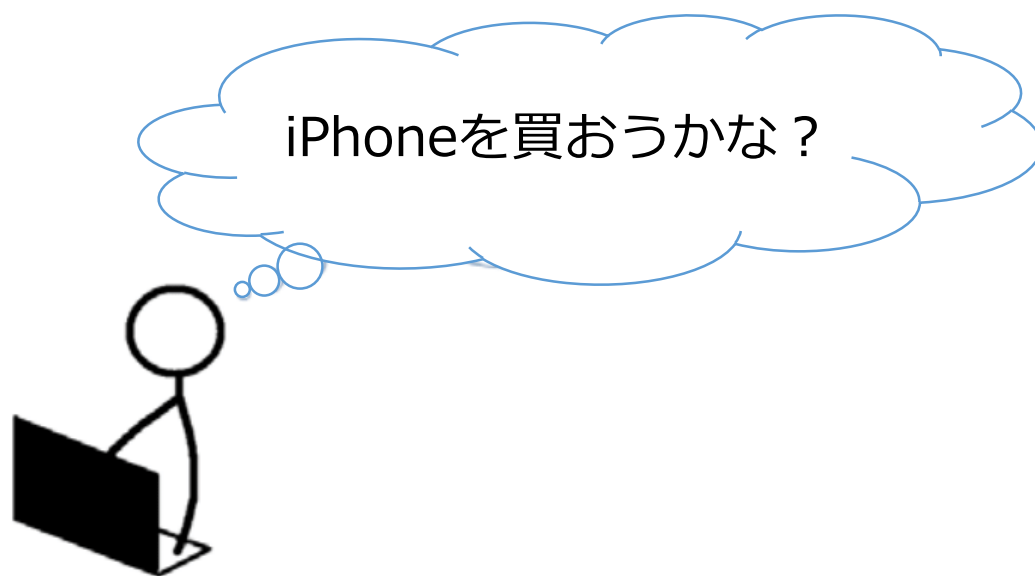
23.0	概要-----	138
24.0	Evaluation Platform (EP) へのアクセス方法-----	138
25.0	Evaluation Platformのスクリーンショット-----	138
26.0	Needs Met評価タスクのスクリーンショット-----	148
26.1	タスクページに掲載されたユーザー所在地を理解する-----	141
27.0	Needs Met評価用インターフェース利用時の注意事項-----	142
28.0	「問題を報告する・タスクをリリースする」ボタンの利用-----	142
29.0	重複するLPの報告-----	143
29.1	発見済みの重複ページ-----	143
29.2	評価者が発見した重複ページ-----	144

検索品質評価ガイドラインの概要

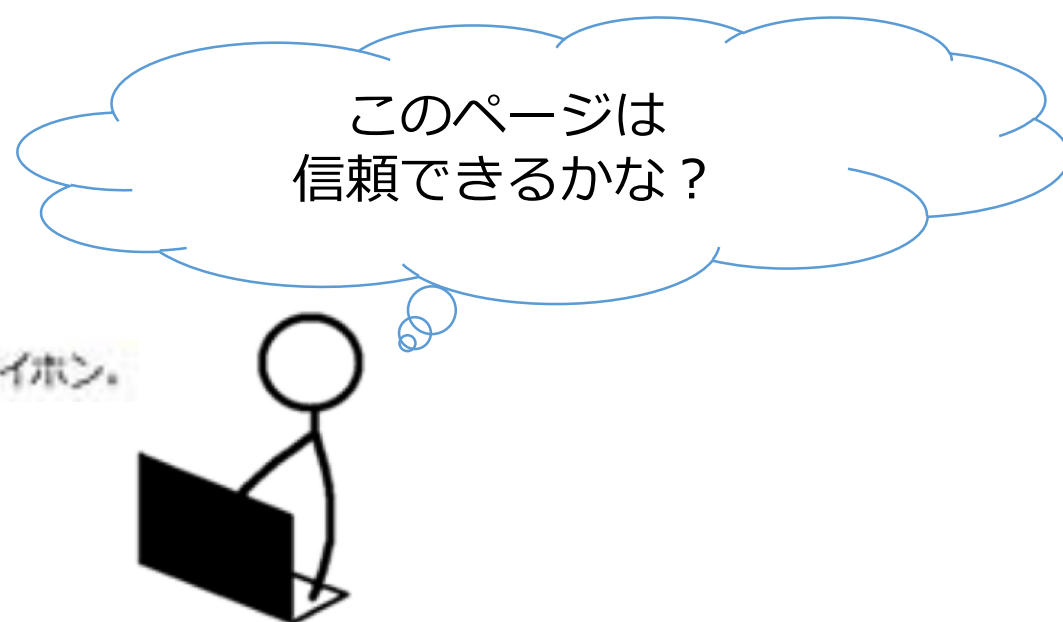
ようこそ、検索品質評価プログラムへ！

皆さんは検索品質評価者として、様々なタイプの評価プロジェクトを担当することになります。この「検索品質評価ガイドライン」では、初めにページの品質を評価する「Page Quality評価（PQ評価）」を、次にユーザーニーズとの合致を評価する「Needs Met評価（NM評価）」を紹介します。どんな評価タスクでも、PQ評価・NM評価の両方のコンセプトが重要であることに注意してください。

本ガイドラインでは「検索品質評価者」を省略し、「評価者」とします。



安い実に安いiphonを購入ー安いアイホントットコム
www.buycheapphones.123/buy-cheap-cheaper
 この店のアイホンはとても安く激安であり最速の安心。購入して迅速にアイホン。



株式会社アイレップ

0.0 Needs Met評価の案内

0.1 検索品質評価の目的

評価者の皆さんによる検索品質の評価結果は、世界中の検索エンジンの品質評価に利用されます。ユーザーの利用言語・所在地に適した、役に立つ検索結果を提供するのが良い検索エンジンです。

検索エンジンの使い方に慣れておくことは重要です。Google検索の達人になってください！
[検索演算子](#)（引用符・ダッシュ記号など）や[検索オプション](#)を使ってみましょう。

0.2 検索品質評価者は「ユーザーの代表」

評価者の皆さんは、「自分の評価担当ロケール（言語・地域）のユーザーを代表する」ことを心がけてください。そのためには、評価タスクの言語・地域を深く理解することが重要です。そのため知識が不足している場合、ベンダーに連絡してください。

0.3 ブラウザの設定

ブラウザの設定については、ベンダーに確認してください。アドオン・拡張などを利用して構いませんが、ページのユーザーエクスペリエンスに干渉したり、変化させたりするものは利用しないようにしてください。

0.4 広告ブロック用の拡張

Needs Met評価・Page Quality評価を行うときには、広告をブロックするアドオン・拡張は利用しないでください。間違った評価の原因になります。

評価者の皆さんは、プロジェクトで特に指示された場合を除いては、広告をブロックするアドオン・拡張は利用しないでください。

0.5 セキュリティについて

業務にあたって、様々なWebサイトを訪問することになります。Webサイトによっては、注意していないとコンピューターが被害を受けることがあります。実行可能なファイルやアプリケーションなど、危険な可能性があるファイルをダウンロードしたり、怪しいリンクをクリックしたりしないようにしてください。

ウイルス対策ソフトウェアやスパイウェア対策ソフトウェアの導入を強く推奨いたします。
これらのソフトウェアは頻繁にアップデートしないと、コンピューターが保護されない点に注意してください。
オンラインで様々なウイルス対策ソフトウェア・スパイウェア対策ソフトウェアを、無料または有料で入手できます。

[ウイルス対策ソフトウェア・スパイウェア対策ソフトウェア](#)については、リンク先のWikipedia記事を確認してください。

安心して開けるファイルだけを開くようにしましょう。
ウイルス対策ソフトウェアを導入している場合、以下のファイルは基本的に開いても安全です。

- .txt （テキストファイル）
- .ppt & .pptx （Microsoft PowerPoint）
- .doc & .docx （Microsoft Word）
- .xls & .xlsx （Microsoft Excel）
- .pdf （PDF）

「注意：このWebサイトを訪問すると、コンピューターに損害が発生することがあります。」といったような警告が表示されるページや、ウイルス対策ソフトウェアが警告するページについては、ページを訪問する必要も評価を付ける必要もありません。

RealPlayerやAdobe Flash Playerプラグインを必要とするページもありますが、それらのプラグインは基本的にはダウンロードしても安全です。

0.6 評価タスクのリリース

今も昔も、評価者の皆さんには「評価しにくいタスク」があるものです。コンピューターサイエンスや物理学などの高度な技術的トピックや、賭博・ゲーム・トレントなどの極めて特殊な趣味・趣向等に関連したクエリもあります。調査してみてもクエリの意味・ユーザーの意図・ランディングページ（LP）のコンテンツが理解できない場合、評価タスクをリリースしましょう。

以下の場合、評価タスクをリリース可能です。

- **専門知識の欠如**：自分で「このクエリを評価することは不可能」だと思う場合
- **怪しいファイル**：評価タスクに未知のファイル形式・怪しげなファイル形式のものが含まれている場合
- **不快なコンテンツ**：LPの内容が不快であることが間違いない場合や、訪問すること自体が不安な場合
- **技術的な問題**：クエリ・説明・結果にレンダリングやフォーマット上の問題が発生していることが明らかな場合
- **言語違い**：クエリやタスクの言語が間違っている場合。例：評価対象ロケール（地域・言語）のユーザーに理解できないもの
- **課金コンテンツ**：お金を払わないと見られないもの

Part 1: Page Quality評価のガイドライン

1.0 Page Quality評価の概要

Page Quality (PQ) 評価タスクは、「URL」と「評価結果を記録するためのグリッド」で構成されており、LPや関連するWebサイトを確認しやすくなっています。PQ評価の目的は「**ページが、そのページ自体の目的をどの程度達成しているか**」評価することです。Webサイト・ページによって目的は大きく異なるため、Google の評価基準もページのタイプごとに異なります。

優れた品質評価者になるためには、以下の点が重要です。

- ・評価対象地域で、一般ユーザーとしてネットを活用した経験
- ・各種ガイドラインの深い理解
- ・そして何よりも……PQ評価タスクの繰り返しによる練習！

本ガイドラインに掲載した事例は大変重要なので、以下の点を意識したうえで必ず確認してください。

- ・ Webサイト・ページの内容はすぐに変化するため、事例にはページのスクリーンショットを利用しています
- ・ 事例に関する情報は掲載時点でのものです。掲載後に、コンテンツやWebサイトが変更されていることがあります
- ・ デスクトップPCの事例とモバイルの事例、両方を掲載しています

2.0 ページ・Webサイトの理解

PQ評価のためには、Webサイトを深く理解する必要があります。本ガイドラインでは基本的なところから始めて、流れに沿ってPQ評価の要点を教えます。よって、「自分はWebに詳しい」と思っている方も必ずこのセクションを一読してください。

2.1 重要な用語の定義

以下に重要な用語を記載します。

ページ (Webページ) :

WWWに接続しており、Chrome などのブラウザで「閲覧」あるいは「訪問」できるものです。

1990年代には、ページのコンテンツは主に文章とリンクだけでした。

しかし現在では、動画・画像などの「メディア」や商品購入機能・メール・計算機・オンラインゲーム等の「機能」といった多様なコンテンツが存在します。

URL :

ブラウザがページを発見し、表示するのに利用する文字列です。

PQ評価では「ホストとドメインの違い」等のURL構造に関する深い知識は不要です。

そうした点に興味があるなら、[こちら](#)をご参照ください。

Webサイト :

ページの集合体で、多くの場合各ページ間にはハイパーリンクが存在し、個人・企業・教育機関・政府・その他組織などによって作成・公開されています。

有名なものにFacebook・Wikipedia・Yahoo・YouTube などがあります。

注:本ガイドラインでは「同一の個人・企業が所有し、管理するページ群」(例: yahoo.com) をWebサイトとして扱いますが、「あるWebサイト内の、独自の目的を持つ一部門」(例: [Yahoo!ファイナンス](#)・[Yahoo!スポーツ](#) (日本におけるYahoo! JAPAN スポーツナビ)・[Yahoo!メール](#)など) もWebサイトとして扱うことがあります。

また、Yahoo!ファイナンスやYahoo!スポーツのページをYahoo!に属するページとして扱うこともあります。

ホームページ（トップページ）：

Webサイトのメインページであり、ユーザーがWebサイトを訪問した際、普通はまずホームページが表示されます。Appleなら「<http://www.apple.com>」が、Yahoo!なら「<http://www.yahoo.com>」が、Yahoo!ファイナンスなら「<http://finance.yahoo.com>」がホームページです。サブページ内の「ホーム」というリンクやロゴをクリックするとホームページに行けることが多いです。

ホームページ以外のページを**サブページ**と呼びます。例えば、「<http://www.apple.com/iphone>」・「<http://finance.yahoo.com/options>」等はYahoo!ファイナンスのサブページです。

ウェブマスター：

Webサイトを維持・管理する人のことです。

重要：評価者の皆さんはリンクをクリックし、URLを書き換えてWebサイトを気軽に探索できるようになってください。Webサイトの探偵・探検家になりましょう！

2.2 「ページの目的」とは

「ページの目的」は、そのページが作られた意義です。各ページは一つ、もしくは複数の目的があって作られるものです。ページの大半はユーザーにとって役に立つという目的のために作られるものですが、中には「金儲けが目的で、ユーザーの役に立つための努力をほとんどしない」「ユーザーを害することが目的」といったページも存在します。ページを理解する第一歩は、「ページの目的」を理解することです。

なぜ、ページの目的を理解する必要があるのでしょうか？理由は以下の通りです。

- PQ評価の目的は「ページの目的を達成できているか」を判定する事です。そのためにはページの目的、さらに場合によってはWebサイトの目的も理解する必要があります。
- ページの目的を理解すれば、そのページを評価するときにどんな点が重要かを理解できます。
- Webサイト・ページはユーザーのためになるものであるべきです。「ユーザーに害を与える目的」「だます目的」「金儲けだけが目的」等のページは、大変低いPQ評価を受けます。この点については後述します。

特定のタイプが他のタイプよりも必ず高品質ということは絶対にありません。たとえば、Wikipediaのようなエンサイクロペディア系ページが、常にユーモア系のページよりも高品質とは限りません。

重要：ページのタイプには「ショッピング」「ニュース」「フォーラム」「動画」「エラーメッセージ」「PDF」「画像」「ゴシップ」「ユーモア」等の様々なものがあります。タイプはPQ評価とは無関係です。ページの目的を理解して、評価を行いましょう。

以下は、ユーザーの役に立つ「ページの目的」の一例です。

- トピックについての情報を共有する
- 個人的・社会的情報を共有する
- 写真・動画等のメディアを共有する
- 意見・見解を発表する
- 人を楽しませる
- 商品・サービスを販売する
- ユーザーが質問を投稿したり、それに回答できるようにしたりする
- ユーザーがソフトウェアを共有・ダウンロードできるようにする

以下は、何を目的としたページであるか分かりやすいページの例です。

ページ類型	ページの目的
ニュースサイトのホームページ	ニュースを表示する
商品販売ページ	商品情報を表示し、販売する
動画ページ	ユーザーに動画を見せる
通貨の変換ページ	異なる通貨を変換する

以下は、ページの目的が一見わかりにくいページの例です。

目的がわかりにくいページ例	説明
コロンブスに関するページ	<p>一見歴史上の事実を記載したページに見えますが、内容は「コロンブスは1951年にシドニーで生まれた」等と、明らかに不正確です。このページはユーザーをだましたり混乱させるのが目的なのでしょうか？</p> <p>Webサイト全体、特に「About This Page (このWebサイトについて)」を確認すれば、このWebサイトの目的は「ネットの情報を解釈する方法を教える」ことだと分かります。このページもそうした教育目的に沿って、わざと間違えた情報を掲載しています。このページ・Webサイトにはユーザーの役に立つ、善意の目的があります。</p>
OmNomNomNomのページ	<p>このページは一見、目的のはっきりしない変なページに見えます。しかしこのWebサイトはユーザーが同様のコラージュ画像を投稿して楽しむWebサイトであり、ユーザーの役に立つ、善意の目的があります。</p> <p>「Webサイトについて」のページの内容は十分ではありませんが、「FAQ」のページからWebサイトについて十分知ることができます。</p>

2.3 YMYLページ (金銭・人生に関するページ)

ページによっては、ユーザーの将来的な幸福・健康・金銭的な安定性に影響する可能性があります。Google はそうしたページをYMYL (Your Money or Your Life) ページと呼びます。以下はその代表例です。

- **商品の売買・金銭の授受**……ショップ・銀行など、オンラインでの購入・送金・支払い機能のあるページ
- **財産に関する情報**……投資・税・退職金運用・家の購入・学費支払・生命保険などの情報に関するページ
- **医薬系情報**……肉体/精神面の健康・薬品・病気・栄養学などの情報やアドバイスを掲載するページ
- **法的情報**……離婚・養育権・遺言書作成・市民権獲得などの情報や助言を掲載するページ
- **その他**……養子縁組・車の安全性など、「金銭・生命に重大な影響を与えうる情報」全般

YMYLページに対して、Google は通常より厳しい評価基準を適用します。低品質なYMYLページは、ユーザーの幸福・健康・金銭的な安定性を害することがあるためです。

2.4 ページのコンテンツを理解する

ページのコンテンツは「MC (メインコンテンツ)」「SC (補助的コンテンツ)」「Ads (広告・マネタイズ要素)」のいずれかに分類できます。ページの目的を理解してPQ評価を行うためには、ページの各コンテンツがどれになるのかを理解する必要があります。

ページのデザインは複雑なこともあるため、様々な個所をクリックしてページ内を探索しましょう。「タブに隠されたコンテンツ」「ページ内のインタラクティブ要素」等も確認しましょう。「タブに隠されたコンテンツ」であっても、その内容に応じて「MC」「SC」「Ads」のいずれかに分類されます。

2.4.1 MC (主要コンテンツ) の判別

「ページの目的達成に直接関わる部分」は全てMC (メインコンテンツ) です。ウェブマスターは基本的に全てのMCを管理できますが、ユーザー生成コンテンツ (UGC) は例外です。MCはコンテンツの種類を問いません。「テキスト」「画像」「動画」「計算機・ゲーム等の機能」等もMCになることがあります。また作成者も問いません。ユーザーが追加・アップロードした動画・レビュー・記事などのUGCもMCになることがあります。タブの背後にユーザーレビュー等の情報があったり、そのような「タブに隠されたコンテンツ」をMCと判定することもあり得る点に注意しましょう。

ページ類型・目的	MCの範囲 (黄色で表示)
ニュースサイトのホームページ：ニュースを表示する	参考画像
ニュース記事ページ：記事を見せる	参考画像
商品販売ページ：商品情報を表示し、販売する ・ タブに隠された「レビュー」「配送について」「安全性について」等もMCとして考慮される点に注意	参考画像
動画ページ：ユーザーに動画を見せる	参考画像
通貨の変換ページ：異なる通貨を変換する	参考画像
ブログの投稿記事ページ：投稿を見せる	参考画像
検索エンジンページ：ユーザーがクエリを入力し、検索できるようにする	参考画像
銀行のログインページ：オンラインバンクの利用許可を与える	参考画像

2.4.2 SC (補助的コンテンツ) の判別

SCはページの目的達成に直接は関与しないものの、ユーザーエクスペリエンス (UX) を向上させるコンテンツです。SCを制御するのはウェブマスターで、UXを決定する重要な要素です。Webサイト内のナビゲーションリンクは、SCの代表例です。「隠されたコンテンツ」がSCになることもあります。

「MC/Adsではない」部分を探すことで、SCを簡単に判別できます。

ページ類型・目的	SCの範囲 (青色で表示)
ニュース記事ページ：記事を見せる	参考画像
商品販売ページ：商品情報を表示し、販売する	参考画像
動画ページ：ユーザーに動画を見せる	参考画像
ブログの投稿記事ページ：投稿を見せる	参考画像

2.4.3 Ads(広告・マネタイズ要素)の判別

Adsはユーザーエクスペリエンスの向上に役立つことがあります。Adsはページから収益を得るためのコンテンツ・リンクです。Adsの有無は品質評価とは無関係であり、「Adsがあるから**Low評価**」「Adsがないから**High評価**」ということはありません。高品質なコンテンツの作成・維持にはお金がかかるため、Adsによる収益がないとWebサイトの存続が不可能な場合もあります。

広告・アフィリエイトなど収益化の方法は様々です。[こちら](#)も参照してください。モバイルサイトの場合、デスクトップPCサイトよりも収益化の方法が巧妙なことがある点に注意してください。

中でも、広告は特に幅広く使われています。Adsには「広告」「スポンサーリンク」「スポンサーによる候補」「広告主による検索結果」等のラベルがついていることもあります。「クリックしてみる」「マウスオーバーする」等の方法で、Adsであるかどうか判定できます。Adsはリロードするたびに切り替わり、同じページでもユーザーごとに別の広告が表示されます。

ウェブマスターは[アドネットワーク](#)への参加などによってページ上に広告を表示できますが、常に全ての広告を制御できるわけではありません。しかし、Google はページ上に表示される広告全てについて、ウェブマスターがその責任を負うとみなします。

重要：

Google はあらゆる有償のリンクをAdsとみなします。収益化の類型については[こちら](#)を参照してください。

ページ類型・目的	Adsの範囲 (赤色で表示)
ニュース記事ページ：記事を表示する	参考画像
動画ページ：ユーザーに動画を表示する	参考画像
ブログの投稿記事ページ：投稿を表示する	参考画像
商品販売ページ：商品情報を表示し、販売する	広告なし

2.4.4 MC/SC/Adsのまとめ

おさらいしてみましょう。

- ① **MC**：ページの目的達成に直接かかわる要素であり、「MC=ページの存在理由」です。MCの品質は、PQ評価に大きく影響します。
- ② **SC**：MCと同様に重要な要素です。目的達成に寄与することもあるれば、逆の場合もあります。
- ③ **Ads**：Adsによる収益がないと、高品質のコンテンツを作成・維持できないこともあります。Adsの有無は評価と無関係です。

レビューは、ページの内容によってMCとなることもSCになることもあります。自身で判断しましょう。

ページ内の全要素をこまめに判定する必要はありません。まずはMC、次にAdsがどこだか判定すれば、残りは全部SCです。

ページ類型・目的	MC/SC/Ads
ニュース記事ページ：記事を表示する	参考画像
商品販売ページ：商品情報を表示し、販売する	参考画像
動画ページ：ユーザーに動画を表示する	参考画像
通貨の換算ページ：異なる通貨を換算する	参考画像
ブログの投稿記事ページ：投稿を表示する	参考画像
銀行のログインページ：オンラインバンクの利用許可を与える	参考画像

2.5 Webサイトの理解

ページを「Webサイトの一部」として見てみると、より深くページの意味を理解できることがあります。PQ評価でも、ページが所属するWebサイト自体について評価するポイントがあります。

Webサイトを理解するためには、まずはそのWebサイト自体の中にある情報を集めましょう。Webサイトというものは大抵、自分語りに熱心なものです！

同時に、Webサイトの評判を調べることも大切です。外部の、独立したソースによる評価を見つける必要があります。「Webサイト自体の言っていること」と「外部の評価」に差がある場合、Googleは「外部の評価」のほうを信頼します。

2.5.1 ホームページ（トップページ）の見つけ方

大抵の場合、ホームページにはWebサイト内の重要ページへのリンクがあります。ウェブマスターも、ホームページから他のページに行きやすいように配慮していることが多いです。

以下の方法で、ホームページを探しましょう。

- PQ評価タスクのLPのURLを試す
- 「ホーム」「トップページ」喉のリンクを探し、クリックする
- Ctrl+Fによるページ内検索で「ホーム」「メイン」等を入力したり、Webサイトのロゴをクリックしてみる

タスクによっては、それらのホームページへの導線がないページ・Webサイトが評価対象になることがあります。High/Highest評価を受けるページであっても、ホームページへの経路がないこともあります。その場合、URL内の「.com」「.org」「.net」「.info」等から後にくる文字を削除して、ページを更新してみましょう。

評価対象URLに対して、複数のホームページ候補があることもあります。たとえば、<http://finance.yahoo.com/news/category-stocks> の場合、ホームページが <http://finance.yahoo.com> なのか、あるいは <http://www.yahoo.com> なのか迷うかもしれません。

重要：

複数のホームページ候補がある場合、どれが評価対象のページに関する情報を一番多く持っているかを自身で判断し、ホームページとして扱ってください。「評価対象ページと、それに関連するWebサイトを理解すること」が目的であり、正確なホームページを特定することが目的ではありません。

以下の例では、「評価対象ページのURL」「ホームページのURL」「ホームページへの経路を説明するための画像」を掲載しています。画像上のリンクを開くと、ホームページへの導線が赤いボックスで表示してあります。

評価対象ページのURL	ホームページのURL	ホームページへの経路を説明するための画像
http://www.williamsnoma.com/products/hun-premier-7-pieceknife-block-set	http://www.williams-sonoma.com/	<p>参考画像</p>  <p>LP左上のロゴをクリックすると、ホームページに遷移</p>
http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AnAYEU1fED6ncg1jRCFy30kk5XNG;_ylv=3?qid=20091214193523AAQqHQS	<p>http://answers.yahoo.com</p> <p>この場合、ホームページは http://answers.yahoo.com です。 http://www.yahoo.com ではありません。</p> <p>理由： ① LPにあるロゴからは http://answers.yahoo.com に遷移 ② Yahoo! Answer サイトに関する情報は http://answers.yahoo.com には多いが、http://www.yahoo.com にはほとんどない</p>	<p>参考画像</p>  <p>LP左上のロゴをクリックすると、ホームページに遷移</p>
http://hms.harvard.edu/about-hms/facts-figures	<p>http://hms.harvard.edu</p> <p>この場合、ホームページは http://www.harvard.edu (ハーバード大学公式ホームページ) ではありません。</p> <p>理由： LPにあるロゴからは http://hms.harvard.edu に遷移するため</p>	<p>参考画像</p>  <p>LP左上のロゴをクリックすると、ホームページに遷移</p>

2.5.2 「Webサイトの責任者」と「コンテンツの作成者」のを見つけ方

全てのページはどこかのWebサイトに所属しており、以下の点が明確である必要があります。

- Webサイトの責任者（個人・企業・ビジネス・組織など）は誰か
- 評価対象ページのコンテンツの作成者（個人・企業・ビジネス・組織など）は誰か

通常、Webサイトはコンテンツの作成者を明示しています。理由は以下の通りです。

- 商用Webサイトなら、著作権を保護したい素材があるため
- ユーザーに、自社が作成者であるか知ってほしいと思うため
- アーティスト・著者・ミュージシャンなどのオリジナルコンテンツ制作者はユーザーに認知・評価されたいため
- 団体はサポート・ボランティアを募るため
- 高品質なショッピングサイトなら、ユーザーに安心して購入してもらうため

大半のWebサイトには「連絡先」「当サイトについて」等の、Webサイト所有者に関する情報が掲載されています。また多くの企業は、自社の概要・活動・求職情報などを掲載するためのWebサイトやブログを持っています。Google やMarriott もその一例ですし、他にも多くの例があります。

- [Google 公式ブログ](#)
- [Marriottのブログ](#)
- [Southwest Airlinesのブログ](#)
- [Dellのブログ](#)

多くの場合、Webサイトのコンテンツの責任は一個人にではなく、企業や組織にあります。ibm.comのコンテンツの責任はIBM社自身、clevelandclinic.orgのコンテンツの責任はCleveland Clinic自身にあります。コンテンツの作成・管理を特定個人が行っていても、その人が責任を負うことはありません。このような場合、Google はコンテンツの管理について企業・組織が責任を負うとみなします。

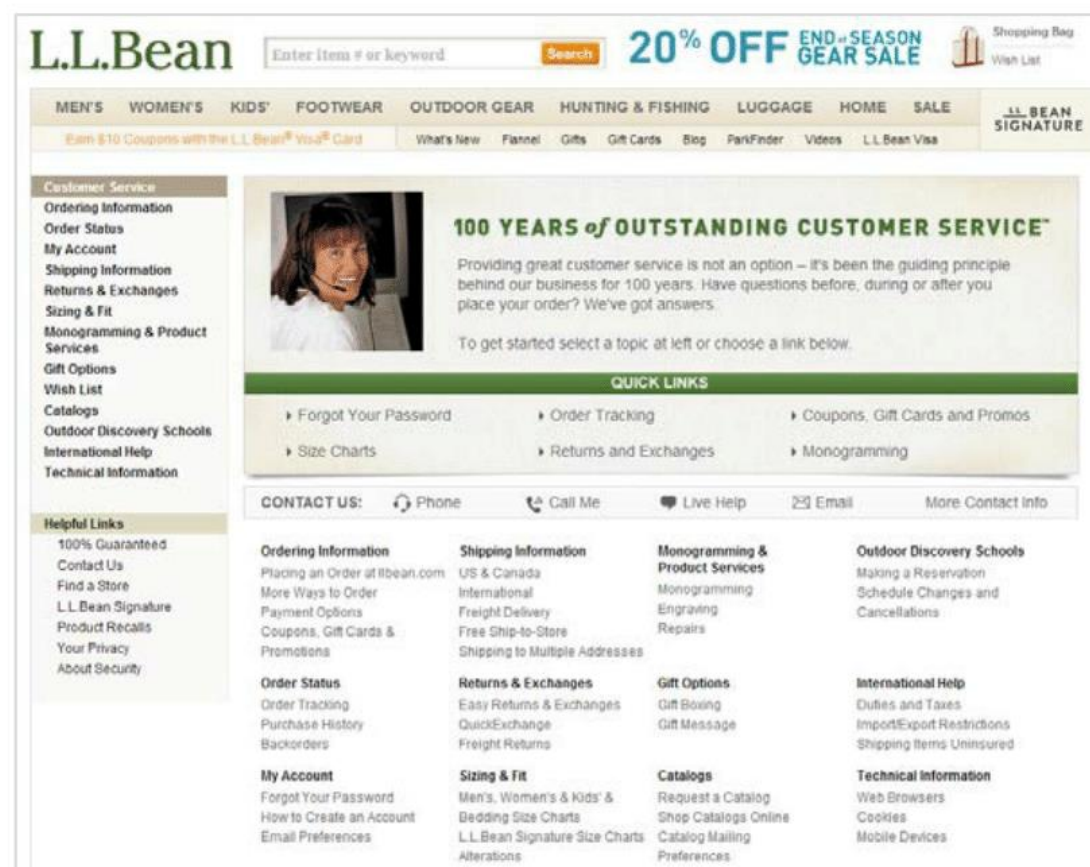
また「企業・組織がWebサイトを管理するが、ユーザーが大多数のページのMCを作成する」というWebサイトもあります。例えばFacebookの場合Webサイトの責任者はFacebookですが、各個人ページのコンテンツ作成者はユーザー自身です。またWikipediaの場合Webサイトの責任者はWikimedia財団ですが、各ページのコンテンツ作成者は複数のユーザーです。こうしたUGC（ユーザー生成コンテンツ）サイトには、YouTube やTwitter等のソーシャル・記事投稿サイト・Q&Aサイト・フォーラムなどがあります。このような場合、各ページのコンテンツ作成者を判断する必要があります。

最後に、ライセンスやシンジケートによって、他Webサイトと同一の記事を配信するWebサイトがあります。コンテンツ作成者に対して金銭を支払ったり、作成者と何らかの関係があるわけです。この場合配信サイトはコンテンツの作成には携わっていませんが、コンテンツに対する責任者とみなします。

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

大半のWebサイトは、ユーザーとコミュニケーションを取りたいと思っています。また、ユーザーも「『このページが壊れています』といった障害報告」から「コンテンツの削除請求」まで、様々な理由でWebサイトと連絡を取りたいと思うことがあります。

大半のWebサイトはメールアドレス・電話番号・連絡用フォーム等の様々な連絡先を備えています。また、部署・個人などが窓口になっていることもあります。



Webサイトのタイプによって、必要な連絡先情報の量は異なります。「商店」「銀行」「クレジットカード会社」等のように金銭を扱うWebサイトの場合、問題が発生したときの問合せ先として必要な「連絡先」「カスタマーサービス」の情報は特に重要です。

ショッピングサイトの場合は「支払い」「交換」「返品」に関するポリシーを含めた連絡先情報について特別なチェックを行ってください。「カスタマーサービス」の中にあることが多いです。

Webサイトの目的によっては、連絡先情報が少なくてもいい場合もあります。ユーモア系のサイトに、銀行並みの詳しい連絡先情報を求める必要はありません。

匿名のWebサイトであっても、匿名であることに妥当な理由があることもあります。個人Webサイトには住所や電話番号を記載しないこともあります。ユーザー生成コンテンツ主体のWebサイトでは、偽名やユーザー名だけで著者情報を登録可能なこともあります。

Webサイトの連絡先を探すときは、まずはホームページから探しましょう。「連絡先」「カスタマーサービス」のリンクを探しましょう。見つからない際は、Webサイト内を探してみましょう。「コーポレートサイト」リンクや企業のFacebookページ等に連絡先が記載されていることもあります。探偵になったつもりで探しましょう！

Webサイトに掲載すべき情報の範囲は、国・地域によって異なる点にも配慮しましょう。

2.6 Webサイトの評判

Webサイトの評判は「Webサイトユーザーの体験」「Webサイトのトピックについての専門家の意見」に基づいています。Webサイトが実在の企業・組織などを代表していることも多々あります。だから、評判調査を行う際にはWebサイトだけでなく、そうした企業・組織などについても調べる必要があります。

大半のWebサイトは活発に自己主張しますが、PQ評価のためには、客観的で第三者性のある評判も確認する必要があります。Webサイトが自身について語っていることと、評価に値する外部ソースが語っていることが相反する場合、後者を信頼します。

評価者の仕事は「ページの真価を見極める」ことなので、少数のソースからの情報を盲目的に信じてはいけません。Webサイトの自己主張に対して、懐疑的な視点を持ちましょう。

2.6.1 Webサイトの評判調査

評判調査によって、ユーザーや専門家がそのWebサイトをどう思っているのか把握しましょう。Webサイトに関するレビュー・参考文献・専門家の推薦・ニュース記事などの信頼できる情報を探しましょう。

店舗の場合はユーザー評価機能があることが多く、買い物をしたユーザーからの評価を知ることができます。多数のユーザーが良い評価をしている場合、Google は「良い評判の証拠」として扱います。

他タイプのWebサイトでも、様々な評判の形式があります。例えば、新聞社のWebサイトなら報道に関する受賞歴がある場合があります。ピューリッツァー賞のような有名な賞を受けていれば、それは「とても良い評判の、強い証拠」です。

高レベルの権威性・専門性が要求される場合、専門家の意見に基づいてWebサイトの評判を判定する必要があります。専門家コミュニティ等、専門性の高いソースからの推薦があればそれは「とても良い評判の、強い証拠」です。

全てのWebサイトに対して評判調査を行ってください。「自分が個人的に使っているWebサイトだから、評判がいいWebサイト」などと思込まないように。必ず調査しましょう！驚くことも多いはずですよ。

2.6.2 評判調査の情報源

統計情報や機械的にまとめられた情報ではなく、人の手によって記載された評判を探しましょう。例としてニュース記事・Wikipedia記事・ブログ投稿・雑誌記事・フォーラムでの討論・第三者機関の評価などがあります。第三者による、信頼できる情報源を探しましょう。

Webサイトには関係するが、評判とは無関係な情報を見つけることもあると思います。例えばAlexaではWebサイトへのトラフィックを確認できますが、好意的・悪い評判の根拠には決してなりません。PQ評価には無用なので、無視してください。

2.6.3 店舗・ビジネスのレビュー

店舗・ビジネスの評判調査には、利用者のレビューも役に立ちます。ただし、レビューの数が少ない場合は特にレビューの解釈には注意しましょう。好意的・悪いレビューどちらの場合でも懐疑的になりましょう。レビューは誰でも書けるので、Webサイトの制作者・店舗やビジネスの関係者など書いていたり、人を雇って書かせていたりすることもあります。[The New York Times](#)・[The Guardian](#)の偽レビュー例を確認してみてください。

利用者のレビューを解釈するときには、できる限り多くのレビューを探すようにしましょう。どのような店舗・ビジネスであっても多少の悪いレビューがつくのは当然です。規模の大きい店舗や企業になれば数千単位のレビューがつきますし、大抵は悪いものも入っています。

大切なのはレビューの数ではなく中身なので、レビューを読むことも大切です。詐欺・金銭トラブルについて信頼できるレビューが複数あれば、それは「極めて悪い評判の証拠」です。一方「店員の態度が悪い」「領収書の到着が遅れた」などのレビューが1件あっても、「悪い評判の証拠」にはなりません。自分自身で判断しましょう。

2.6.4 評判の探し方

以下のような方法で評判を探してみましょう。

- ① Webサイトのホームページを探す。たとえばIBMの公式サイトならibm.comがホームページです。
- ② 以下の方法でGoogle 検索します。
 - [ibm -site:ibm.com]: ibm.com以外でのIBMに関する情報を検索します
 - ["ibm.com" -site:ibm.com]: ibm.com以外でのibm.comに関する情報を検索します
 - [ibm reviews -site:ibm.com]: ibm.com以外でのIBMに関するレビューを検索します
 - ["ibm.com" reviews -site:ibm.com]: ibm.com以外でのibm.comに関するレビューを検索します

③ Webサイトに関する記事・レビュー・フォーラム投稿・議論などを探します。ビジネスについての評価・レビューの情報源は様々です。[Yelp](#)・[BBB](#)（ビジネスの信頼性や慈善活動を調査するNPO）・[Amazon](#)・[Google ショッピング](#)等のWebサイトは、そうした情報源の代表例です。また[ibm site:bbb.org]や["ibm.com" site:bbb.org]などで検索すると、特定のWebサイト内からレビューを探することができます。

注意:

BBBで評価が高い原因が「そのビジネスの評判がいいこと」ではなく「そのビジネスに関する情報が少ないこと」であることがあります。一方、BBBでの評価が極端に低い場合、多くの不平不満があり、解決されていないことが多いです。BBBでの評価が極端に悪い場合、「悪い評判の証拠」として扱ってください。

④ Wikipediaや著名ニュースサイト内で、関連する記事を探します。Wikipediaは企業・組織の評判を知るための良い情報源です。[ibm site:en.wikipedia.org]や["ibm.com" site:en.wikipedia.org]などで探してみましょう。企業・組織についての情報や、場合によっては受賞歴などの評判、場合によっては否定的な情報も知ることができます。記事によっては「この内容は信頼性に疑問があります」「この情報は古いかもしれません」等の警告が出ていることがあります。その場合は、追加調査が必要かもしれません。

以下は評判に関する情報の例です。

サイト	サイトの評判	説明
信用情報照会サイト	Site:検索結果 Wikipedia記事 著名ニュースサイトの関連記事	<p>良い評判: 米国のユーザーは同Webサイトで社会保険番号を入力し、信用情報を確認できます。Wikipediaに「同Webサイトが、無料で信用情報を確認できる唯一の国家公認の情報源である」と記載されている点に注意してください。</p> <p>注: 顧客サービスについての不満は大抵のWebサイトにあるので、評判調査の際には複数の情報源・レビューを確認する事、</p>
病院のサイト	検索結果 Wikipedia記事 メディア記事	<p>良い評判: Wikipediaによると、このWebサイトを運営する病院はUS News & World Reportによ「米国の4大病院の1つ」と評価されており、US News & World Reportの記事にも米国最良の病院と記載がある。ユーザーはこのWebサイト上の医薬情報を信頼できる。</p>
新聞社のサイト	検索結果 Wikipedia記事	<p>良い評判: Wikipedia記事にある通り、この新聞社はピューリッツァー賞を7回受賞しており、良い評判があるとみなすことができる。</p>

サイト	サイトの評判	説明
Linuxのレポジトリサイト	検索結果 Wikipedia記事	良い評判： Wikipedia記事での記載は以下の通り。 「Kernel.orgはLinuxカーネルのソースコードの、メインレポジトリである。同Webサイトからは全バージョンのソースコードをダウンロード可能で、Google Androidなどの多くのプロジェクトもホストしている。Webサイトの目的はLinuxカーネルの開発者・維持者のためにレポジトリをホスティングする事である。」
通販サイト ①	評判の検索結果 レビューの検索結果 BBBでの悪評 TrustLinkでの悪評 否定的なレビュー	極めて悪い評判： BBB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。
通販サイト ①	評判の検索結果 BBBのページ Wikipedia記事 ニューヨークタイムズ記事	極めて否定的・悪い評判： このWebサイトはユーザーを脅迫するなど犯罪行為を行っている。
傷痍軍人の支援機関	評判の検索結果 否定的なレビュー ① 否定的なレビュー ② 否定的なレビュー ③ 否定的なレビュー ④	極めて悪い評判： 「この組織は詐欺・資金流用を行っている」という詳細な告発が、複数のWebサイトや慈善団体監視機関から上がっている。

2.6.5 評判が見つからなかった場合は？

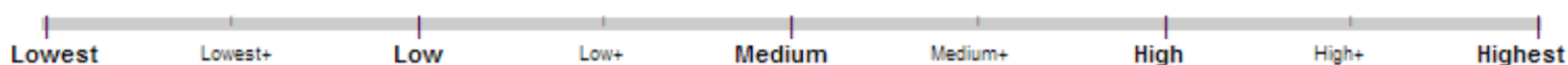
大規模なビジネスの情報や大企業のWebサイトについては、容易に評判を見つけることができるでしょう。

逆に小規模なビジネスやWebサイトについては、評判が見つからないことも多々あります。その場合、「評判がない」ということは「評判が良い・悪いということではない」という点に注意してください。小規模でローカルなビジネス・組織などは、もっぱら口コミがメインで「ウェブ上での存在感」が少ないことも多くあります。こうした小規模なビジネスや組織においては、「評判がない」からと言って、その品質が低いということはありません。

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**の間、**Low+**なら**Low**と**Medium**の間となります。

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、また多くの方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か？ **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みましょう。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

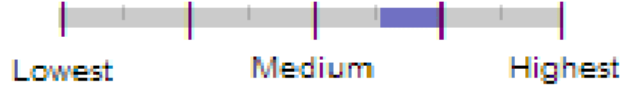
High評価を適用し、E-A-Tが高いことを示すためには、評判も重要です。評判が全く無くても**High**評価を適用することはできませんが、「信頼に値する悪い評判」があるWebサイトには**High**評価を適用できません。とても好意的な評価がある場合、他の要素から判断すると**Medium**評価のページでも、**High**評価を適用することもできます。

4.5 高度なE-A-T

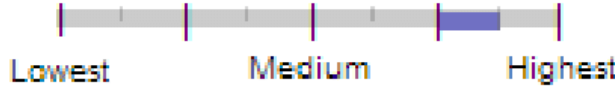
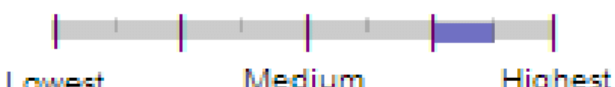
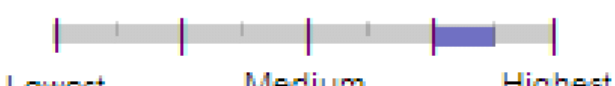
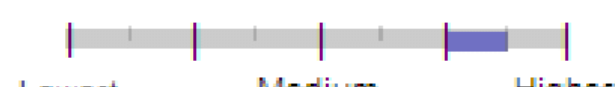
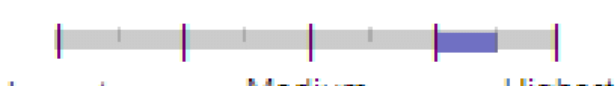

高品質なページ・Webサイトはトピックに関する**Authoritativeness**（権威性）や**Trustworthy**（信頼性）を有するべきであり、そのためには**Expertise**（専門性）が必要です。どのようなタイプのページ・Webサイトであっても、「専門性を備えた」Webサイトは存在する点に注意しましょう。ゴシップ・ファッション情報・ユーモア・フォーラム・Q&A等のWebサイトも例外ではありません。情報の種類によっては、情報源がフォーラム・ディスカッション以外に存在せず、専門家によるコミュニティが特定の情報に対して価値の高い見解を提供してくれることもあります。

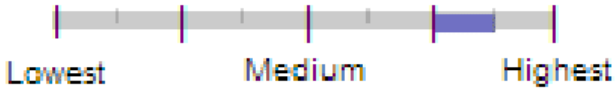
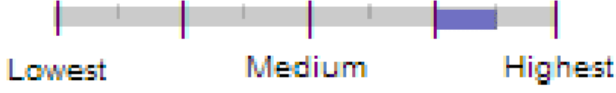
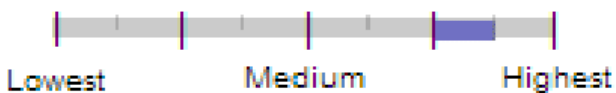
ページのトピックを考慮しましょう。ページの目的を達成するためには、どのような専門性・熟練度が必要でしょうか？ページのトピックに応じて、必要とされる専門性・熟練度も異なります。

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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
ユーモア ユーモアサイトの記事	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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、満足度の高い、面白い記事の好例。</p>

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
<p>中小企業 ① 地方のレストラン</p>	<ul style="list-style-type: none"> ページのトピックに関する権威性 	 <p>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。</p>
<p>中小企業 ② 地方の自然保護センター</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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年と古いですが、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。</p>
<p>ニュース ① ニュースサイトのホームページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ 好意的な評判 	 <p>この新聞社は、ピューリッツァー賞を7回受賞している。</p>
<p>ニュース ② ニュースサイトの記事ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>ブログ記事 ベビーカーについての育児記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>掲載サイトのピューリッツァー賞受賞回数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。</p>
<p>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)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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
<p>ショッピング ②</p> <p>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)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>ショッピング ③</p> <p>電気製品販売サイトのGPS販売ページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>動画 ①</p> <p>動画サイトのサタデーナイトライブの動画</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>動画 ②</p> <p>「エンジニアから猫へのガイド」というユーモア動画</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>ゲーム</p> <p>オンラインゲーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判 	 <p>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。</p>
<p>Q&A</p> <p>ガン患者の余命に関するQ&A</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 体験談がメインコンテンツだが、高品質で量も十分 	 <p>「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。</p>

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
<p>エンサイクロペディア</p> <p>アメリカ南北戦争の記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>フォーラム ①</p> <p>デザイナーブランド財布の目利き</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>フォーラム ②</p> <p>アクアリウムの設計</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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。

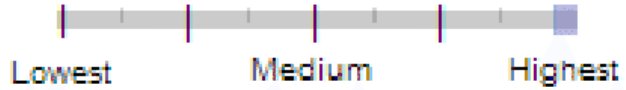
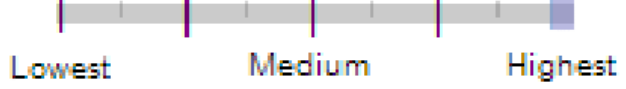
5.3 極めて高度のE-A-T

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。

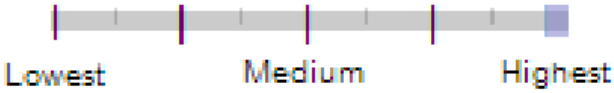
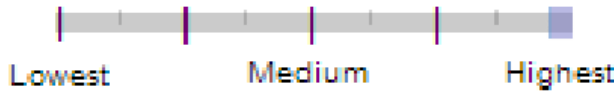
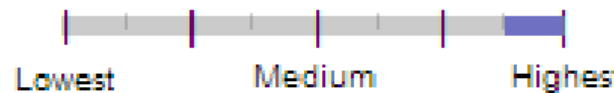
医薬・金銭・法律に関する助言などには、専門性の公式的な裏付けも必要です。一方、レシピやユーモアなどのトピックに関しては、それほどの公式性は要求されません。「プロの料理人の公式サイト内ページ」「YouTube に人気がある料理動画を投稿している人」なども、料理について「専門性を持っている」といえます。日常的な経験や「日常生活に由来する専門性」を考慮しましょう。トピックによっては、一般人がブログ・フォーラム・レビュー・ディスカッションなどで発表している体験談が「最も専門性の高い情報源」となることもあります。

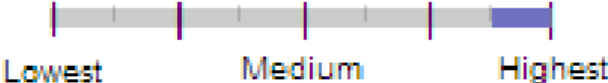
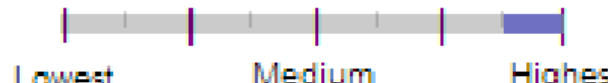
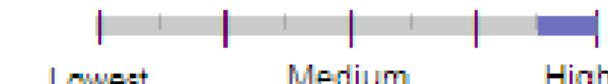
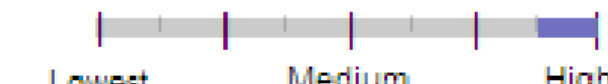
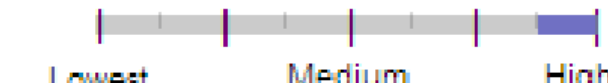
ページの目的に応じたE-A-Tとは何であるか考えましょう。どのような人がこのトピックの専門家といえますか？どのような条件があれば、このトピックについて十分信頼できると言えますか？どのような条件があれば、このトピックについて権威があると言えるでしょうか？

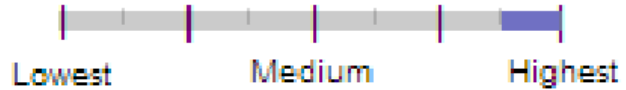
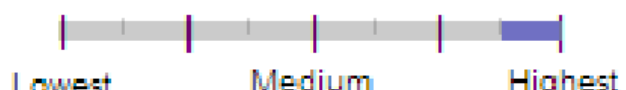
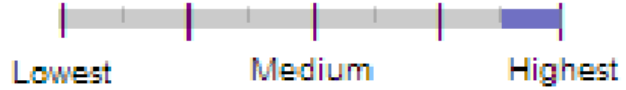
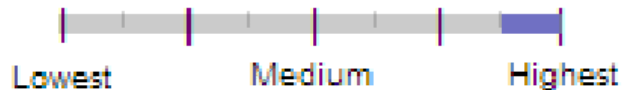
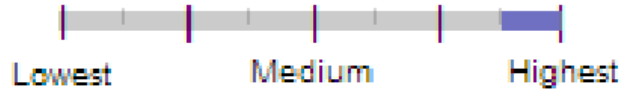
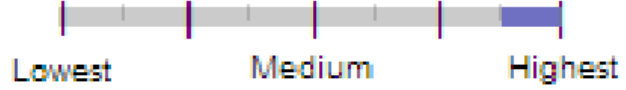
5.4 Highest評価のページ例

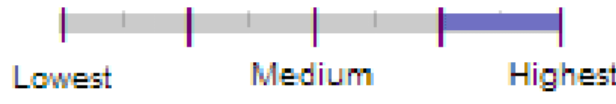
ページとコンテンツのタイプ	Highest評価の根拠	PQ評価点と説明
<p>Highest: 技術 ①</p> <p>ソフトウェア利用のコツ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ ページの目的に対して、極めて高度なE-A-T (専門性・権威性・信頼性) 	 <p>ページの目的に応じた、極めて高品質かつ十分な量のメインコンテンツがある。ソフトウェア製造元の公式Webサイト内ページであり、極めて高い権威性がある。</p>
<p>Highest: 技術 ②</p> <p>Linuxのカーネルアーカイブ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>Wikipedia記事に以下の記述がある。「Kernel.orgはLinux 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。」</p> <p>Linuxに関する、最も権威性の高い情報源である。</p>

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
<p>Highest: 金銭情報 ①</p> <p>信用情報サイト (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: 金銭情報 ②</p> <p>税金申請ページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 政府機関</p> <p>ヨセミテ国立公園の情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 医薬 ①</p> <p>BMI計算機 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: 医薬 ②</p> <p>髄膜炎に関するページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 医薬 ③</p> <p>インフルエンザに関するページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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
<p>Highest: 医薬 ④</p> <p>病院ページでの健康に関する情報 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 娯楽系</p> <p>ユーモアサイト</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>あるコメディアン公式サイトのトップページ。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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: ショッピング</p> <p>バックパックのショッピングページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: ログインフォーム</p> <p>オンラインバンクのログインページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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
<p>Highest: エラーメッセージ</p> <p>「カスタム404」ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>この出版物は有名で、特にカートゥーンに定評がある。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: レシピ ①</p> <p>パンプキンパイのレシピ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: レシピ ②</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Highest: 動画 ①</p> <p>OK Go（バンド名）の‘This too Shall Pass’のMV</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 動画 ②</p> <p>‘Henri 2, Paw de Deux’ という猫の動画</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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
<p>Highest: 動画 ③</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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) 	 <p>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。</p>
<p>Highest: チャリティ</p> <p>チャリティの公式サイトトップページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>Highest: Q&A</p> <p>略語についてのQ&A</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>Highest: 情報</p> <p>ボールガウン式のウェディングドレスに関するページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 高品質かつ十分な量のメインコンテンツ • 好意的な評判 	 <p>「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。</p>
<p>Highest: 雑誌</p> <p>「超富裕層の秘密の恐怖」という記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	 <p>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。</p>
<p>Highest: PDFファイル</p> <p>キャンパスマップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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) 	 <p>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。</p>

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
<p>Highest: 記事</p> <p>ミュージシャンのインタビュー</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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が、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、いらだいたりするはず。

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と確認しましょう。

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でもありますし、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でもあります。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

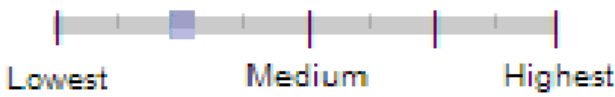
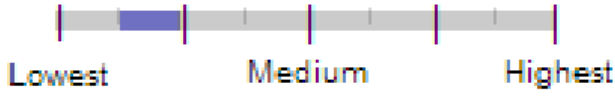
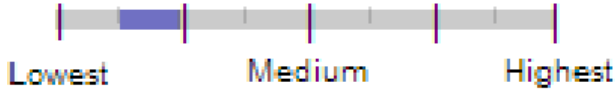
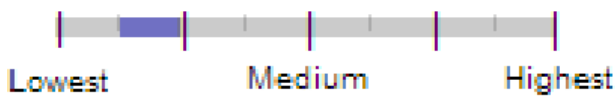
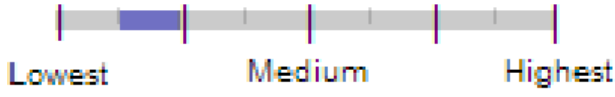
Google は大半のWebサイトに対して「Webサイト自体についての情報」を掲載することを求めます。しかし、掲載すべき情報の量はWebサイトの目的に応じて異なります。個人サイトなら、メールアドレス1つで十分です。

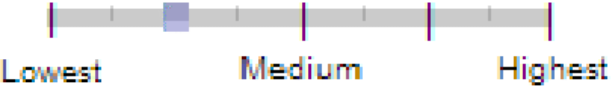
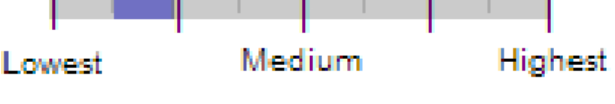
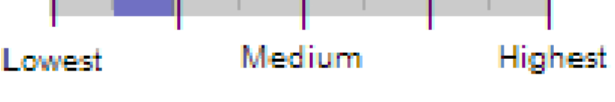
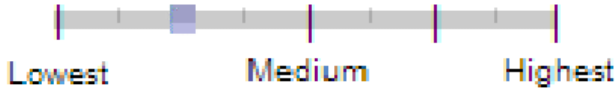
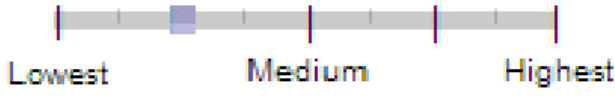
ショップや、その他の金銭取引を扱うWebサイトには、ユーザーからの高度な信頼が必要です。そうしたWebサイトにメールアドレスと住所しか掲載されていなければ、取引上の問題が生じたときにサポートを受けることは難しいでしょう。同様の理由から、他のYMYLに関するWebサイトでもユーザーからの高度な信頼が必要です。

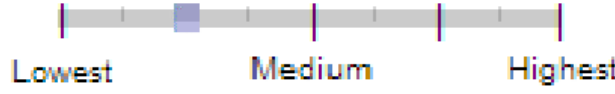
重要：YMYLページのように、ユーザーからの高度な信頼が必要なページの場合、「カスタマーサービス情報」「連絡先」「Webサイトの責任者情報」のいずれかが十分でない場合、**Low評価**の要因となります。他のタイプのWebサイトについては、状況に応じて自分で判断しましょう。

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
<p>Low: 情報 ①</p> <p>40歳の誕生日パーティー用料理集</p>	<ul style="list-style-type: none"> 低品質なメインコンテンツ 邪魔な広告 	<p>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。</p>

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
<p>Low: 情報 ②</p> <p>回答がついていないQ&Aページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Low: 記事 ①</p> <p>オフィス向けファッションに関する記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 低品質なメインコンテンツ E-A-Tの裏付けがない 	 <p>コンテンツに多くの問題がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>メインコンテンツの品質が低いため、Lowest+からLowが適切。</p>
<p>Low: 記事 ②</p> <p>「ショウガが健康に効く」という記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 低品質なメインコンテンツ E-A-Tの裏付けがない 	 <p>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。</p>
<p>Low: レシピ ①</p> <p>アップルパイのレシピ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 低品質かつ不十分なメインコンテンツ 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Low: レシピ ②</p> <p>グルテンなしのNYチーズケーキレシピ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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
<p>Low: Q&A ①</p> <p>ネイティブアメリカンの風習に関するページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> E-A-Tの裏付けがない 	 <p>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。</p>
<p>Low: Q&A ②</p> <p>2002年のVolvoに関する記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Low: Q&A ③</p> <p>水と土壌に関する記事</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>回答がないだけでなく、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。</p>
<p>Low: 金銭情報</p> <p>株の選択についてのアドバイス (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> YMYLトピックに対するE-A-Tの裏付けがない 	 <p>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。</p>
<p>Low: 医薬情報</p> <p>インフルエンザの罹患期間についてのページ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> YMYLトピックに対するE-A-Tの裏付けがない 	 <p>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評価の原因になる。</p>

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
<p>Low: 記事 ③</p> <p>イラクから養子を迎える方法 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<div style="text-align: center;">  </div> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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、本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返すことで、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「提携関係のない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か？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つのページに繋ぎ合わせている」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か？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： <i>All are convinced by Dorothy that the Wizard can help them too</i>	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： <i>Dorothy uses the Golden Cap to summon the Winged Monkeys</i>	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： <i>revealing an old man who had journeyed to Oz from Omaha long ago in a hot air balloon</i>	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はありますか？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。

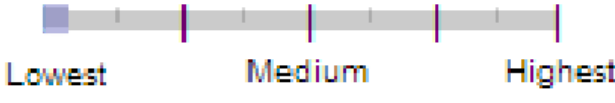
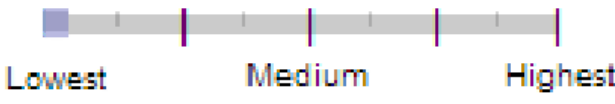
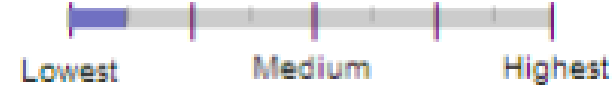
Webサイト内の特定ページに大量のスパム投稿・コメントがあっても、Webサイト全体がスパムとは限らない点に注意しましょう。

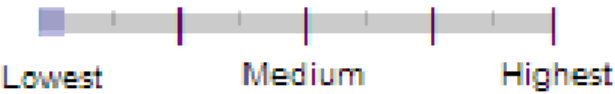
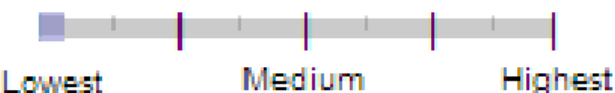
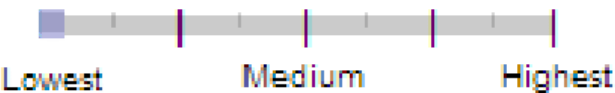
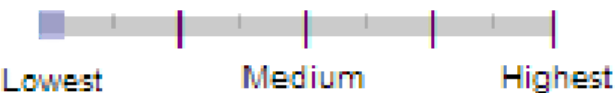
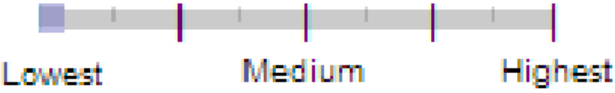
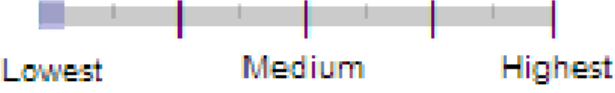
7.8 極めて否定的な評判・悪い評判

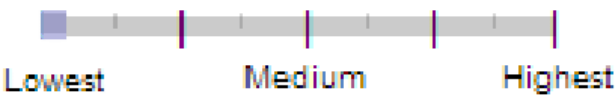
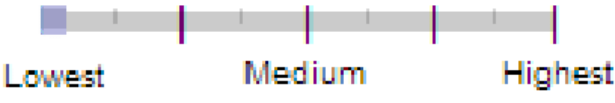
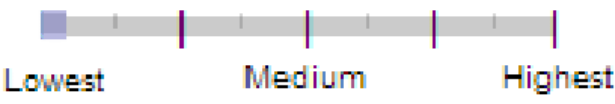
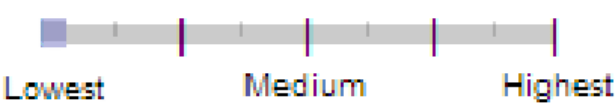
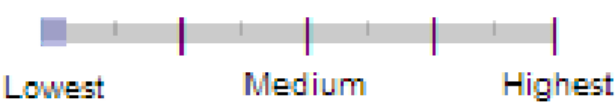
極めて否定的な評判があるWebサイトには**Lowest評価**を適用しましょう。セクション2.7.4（[評判の探し方](#)）に掲載した例を再掲します。これらのWebサイトには極めて否定的、あるいは悪い評判があるので、Webサイト内の全ページを**Lowest評価**にしましょう。

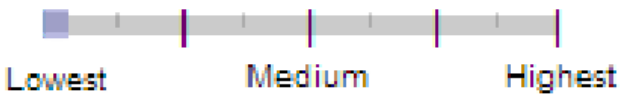
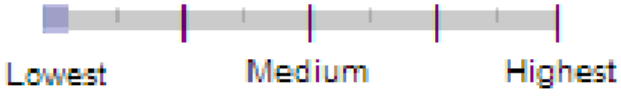
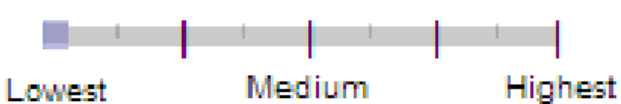
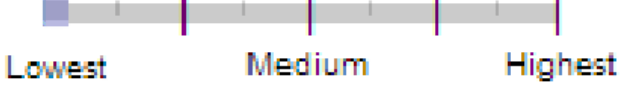
Webサイト	説明
子供向けジャングルジムの通販Webサイト	極めて否定的な評判 BBB（訳注： Better Business Bureau 。商業改善協会。アメリカ・カナダの企業情報Webサイト）で「F」ランク評価を受けている。詐欺行為に関するニュース記事や、「送金したのに商品が来ない」と告発する多数のレビュー・Webサイトがある。
メガネ関連製品の通販Webサイト	極めて否定的な・悪い評判 このWebサイトはユーザーを脅迫するなどの犯罪行為を行っている。
傷痍退役軍人のサポート団体	極めて否定的な評判 複数のWebサイトや慈善団体監視機関が、この組織の詐欺・資金流用について綿密に告発して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

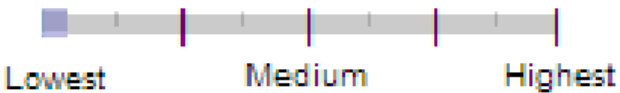
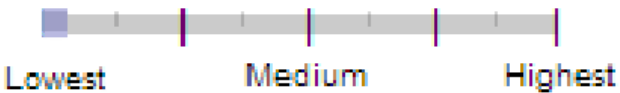
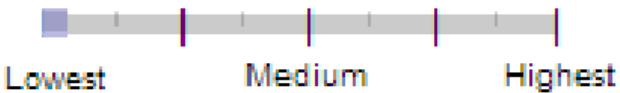
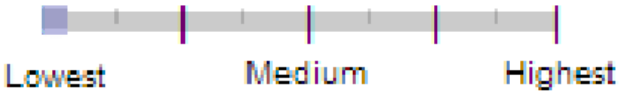
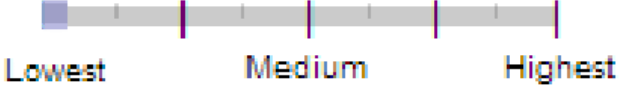
7.9 Lowest評価ページの例

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
<p>Lowest: キーワード詰め込みのあるフォーラム</p> <p>「ロボコップをネットで見よう！」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 最低品質のメインコンテンツ（キーワード詰め込み） 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: コピーコンテンツ</p> <p>オズの魔法使い</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Lowest: メインコンテンツ不足</p> <p>ウェディングドレス</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>

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
<p>Lowest: 有害・悪意・虚偽 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 有害・悪意・虚偽 	 <p>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)</p>
<p>Lowest: エンジンのコード (YMTL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: チャリティ詐欺 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 極めて否定的な評判 	 <p>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</p>
<p>Lowest: Webサイト自身に関する情報の欠如-ドライソケット (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: 偽のディレクトリ-中皮腫 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: 偽の検索ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽の目的 (偽検索結果ページ) 	 <p>「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。</p>

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
<p>Lowest: 偽の検索ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽（偽の検索ページ） 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: 虚偽のページ目的—バイアグラ (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>Lowest: 虚偽のデザイン・ページ目的—洗濯機のレビュー</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「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） 	 <p>「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。</p>
<p>Lowest: 虚偽のページ目的—偽の調査ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽のページ目的 信頼性の欠如 	 <p>「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。</p> <p>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。</p>
<p>Lowest: 虚偽のデザイン—JavaScriptの警告ボックス</p>	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽又は誤解を誘うページデザイン 	 <p>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。</p>

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
<p>Lowest: 虚偽のページ目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽のページ目的・コンテンツ 	 <p>「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!</p> <p>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。</p>
<p>Lowest: キーワード詰め込みー犬用のイモディウム (がん治療薬の一種)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。</p>
<p>Lowest: 有害なWeサイトーアイウェア関連製品販売</p>	<ul style="list-style-type: none"> 極めて否定的で有害な評判や詐欺についての評判 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: 意味不明ー著名人に関する情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。</p>
<p>Lowest: 意味不明ーPDFファイル</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	 <p>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。</p>
<p>Lowest: ページ目的の欠如</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>「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。</p>

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	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	 <p>ユーザーの役に立つ目的・メインコンテンツが一切ない。</p>
Lowest: 重度の不信感—インフルエンザの治し方 (YMYL)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
Lowest: 重度の不信感—ダウンロードページ	<ul style="list-style-type: none"> 重度の不信感（怪しいダウンロード） 	 <p>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。</p> <p>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。</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
Lowest: 低品質なメインコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 最低品質のメインコンテンツ E-A-Tの裏付けがない 	 <p>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。</p>

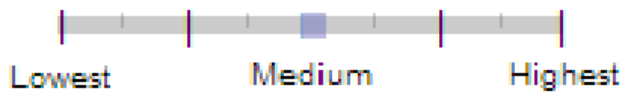
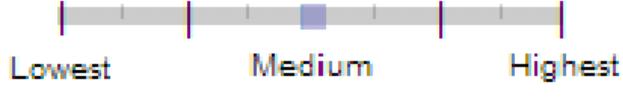
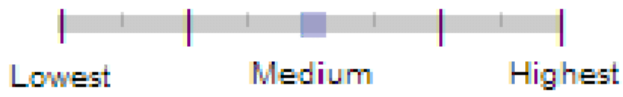
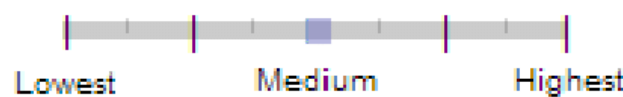
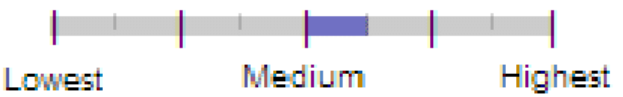
ページとコンテンツのタイプ	Lowest評価の根拠	PQ評価点と説明
<p><u>Lowest:</u> 低品質なメインコンテンツーテキストで住宅ローンを利用する方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> 最低品質のメインコンテンツ（意味不明・キーワード詰め込み） E-A-Tの裏付けがない 	 <p>コンテンツの著者に、このトピックについての専門性があるか怪しい。医薬・金銭などの専門性が必要とされるトピックについては、著者の経歴などの情報が重要。このページはYMYLページ。</p>
<p><u>Lowest:</u> 不正確な情報を含むYMYLページー喫煙と胸の痛みの関係 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>「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。</p>
<p><u>Lowest:</u> 有害な情報を含むYMYLページーローンの清算 (YMYL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>「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。</p>
<p><u>Lowest:</u> 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)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p> <p>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。</p>

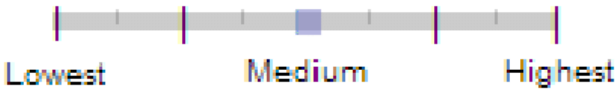
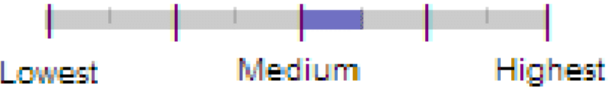
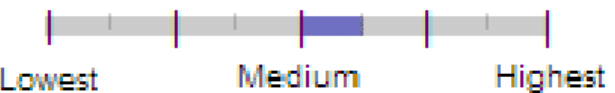

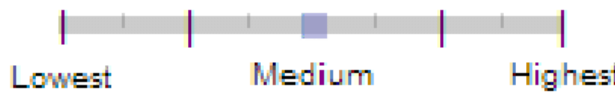
8.0 Medium評価のページ

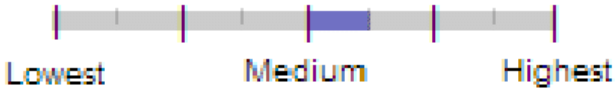
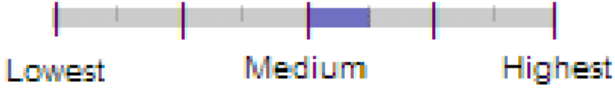
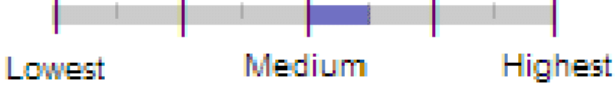
本セクションでは、**Medium**評価のページについて解説します。**Medium**評価のページとは、ページの目的は達成できており、E-A-Tも可もなく不可もない程度には備えています。しかし、**Medium**評価のページには、これとって高い評価にするべき要素が見当たりません。また、高い評価・低い評価の要素が混在しているページもあります。これらのページには**Medium**評価が適切です。

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	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>「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。</p>
Medium: ユーモア ユーモアサイトのページ	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>「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。</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>

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
<p>Medium: エラーメッセージ</p> <p>カスタム404ページ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>「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）。</p> <p>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。</p>
<p>Medium: 情報</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	 <p>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。</p>
<p>Medium: 歌詞</p> <p>'Never You/Fear Love' という歌の歌詞。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>
<p>Medium: レシピ ①</p> <p>新聞サイトに掲載された、Mexi-Chicken Casseroleのレシピ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>
<p>Medium: レシピ ②</p> <p>チェリーが乗ったケーキのレシピ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>

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
<p>Medium: 動画</p> <p>鳴いている子猫の動画</p>	<ul style="list-style-type: none"> 悪いところもないが、特に良いところもない 	 <p>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。</p>
<p>Medium: フォーラム ①</p> <p>オークションサイトのフォーラム。ユーザーは、商品カテゴリーの選択についてアドバイスを求めている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 相殺ができる程度に、高品質・低品質が混在 	 <p>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。</p>
<p>Medium: フォーラム ②</p> <p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 相殺ができる程度に、高品質・低品質が混在 	 <p>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エ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。</p> <p>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。</p> <p>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！</p> <p>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。</p>

9.0 Page Quality評価の要点

皆さんは「Page Quality評価は難しそう」と思ってしまうかもしれません。ページ・Webサイトの様々な要素を確認し、検討する必要があります。こうした評価を行うには、練習が必要です。難しい評価タスクを行う時には、本ガイドラインの各セクションを読み直して例を確認すると良いでしょう。

重要： 個々のPage Quality評価タスクには、過度にこだわる必要はありません。「これが最適」と思える評価を付けて、次のタスクに取り掛かりましょう。2つの評価のどちらにするか迷う場合、低い方を選びましょう。3つの評価で迷う場合、中間の評価を採用しましょう。

Page Quality評価の場合、ページ・Webサイトの地理的条件は考慮しないようにしてください。例えば英語（米国）担当の検索評価者は、英国・カナダなど英語圏である他の国のWebサイトも米国のWebサイトと同じ基準で評価してください。ページのある場所（英国・カナダ）が、タスクの場所（米国）と異なるからといって、Page Quality評価を低くしてはいけません。

本ガイドラインは「通常のWebサイト」を念頭に置いています。しかし、PDFファイルやPNG・JPG画像などの、WebページではないLPを評価するタスクもあります。LPがWebページでない場合は、本ガイドラインの既定の一部が当てはまらないこともありますので、自身で適切に判断してください。

最後に、本ガイドラインはページ品質に関する要素を全てカバーしていません。評価者の皆さんが、本ガイドラインがカバーしていない理由で**High/Low**評価を付けることもできます。その場合、コメントで理由を説明してください。いつも通り、自身で適切に判断してください。

9.1 Page Quality評価タスクの案内

Page Quality評価タスクには、以下のパートがあります。

1. 評価対象LPについての初期質問
2. LPの様々な品質要素への評価を個別に記録するための「Page Qualityグリッド」（訳注：具体的にどのようなものは明記されていません）
3. 総合的なPage Quality評価を表す「Page Qualityスライダー」
4. 評価理由を説明するコメント欄

初期質問の答えによっては、評価タスクがそこで終わることもあります。ページが「ポルノ」「外国語」「読み込めない」（訳注：セクション14.0 「ポルノ」「外国語」「読み込めない」「使いにくい」検索結果、参照）に該当する場合、Page Qualityグリッドを埋めたり、総合的なPage Quality評価を与えたりする必要はありません。全くコンテンツが無いページ、つまりメインコンテンツ・補助的コンテンツ・広告のいずれも存在しないようなページも「読み込めない」という扱いになります。[Wikipediaのこの記事](#)で、こうしたエラーメッセージの意味を確認できます。

また、評価対象ページが悪意・有害・虚偽あるいは目的が欠如したページである場合も、Page Qualityグリッドを埋めたり、総合的なPage Quality評価を与えたりする必要はありません。

Page QualityグリッドはLP・Webサイトへの評価を記録しやすい「メモ帳」になるようにデザインされています。

9.1.1 スマートフォンを利用した評価

原則として、タスクを行うときには「Send to Device機能」を使って、LPをスマートフォンで開いてください。しかし、分析のためにPCを利用することも可能です。例えば、Webサイトに関する情報や評判を調査するために提供されるリンクはPCで開いてください。

重要：タスクURLを開くと、インタースティシャルページが表示されることもあります。「簡単にメインコンテンツにたどり着ける場合」はページ品質評価の対象に含める必要はありませんが、「メインコンテンツにたどり着くのがとても難しい、または不可能」な場合はページ品質評価に反映してください。

9.2 E-A-T評価はページ単位？ Webサイト単位？

メインコンテンツの品質を評価する場合、ページ品質評価タスクの対象URLのLPを見て判断します。一方、Webサイトの評判を評価するときには、LPが所属するWebサイト全体を見ることになります。E-A-Tを「LP（ページ）単位で判断する」「Webサイト単位で判断する」「両方」のどの方法で判断するかは、ページごとに異なります。

Page Quality評価要素には「LPに関する要素」と「Webサイトに関する要素」があります。

- LP単位：メインコンテンツ、補助的コンテンツ、広告、デザインなど
- Webサイト単位：連絡先情報、評判、Webサイトの維持・管理など

E-A-Tの評価単位は状況に応じて「LP（ページ）単位」「Webサイト単位」「両方」のいずれかになります。

同じWebサイト内でもページごとに作者が違う場合、「LPのE-A-T」が重要です。YouTubeのようなUGC（User-Generated Content：ユーザー生成コンテンツ）Webサイトなどが代表例で、こうしたページのE-A-Tはコンテンツ作成者のE-A-Tに応じて激しく変化します。

逆に、以下のような場合は「Webサイト単位」でのE-A-Tが重要です：

- 単一の作者・組織が、Webサイト内の全コンテンツを作成している。著名な医師グループによる医療関連のWebサイトなど。
- 複数の作者・組織がコンテンツを作成しているが、Webサイトが厳しく監修している。厳しい公開基準を持つ科学誌など。
- Webサイトのトピックに関する専門家から、極めて高い評判を受けているWebサイト。あるトピックについて、最高のE-A-Tを持つと認知されているWebサイトなど。

10.0 特定タイプのページに対するPage Quality評価の注意点

10.1 エンサイクロペディアの評価

エンサイクロペディア形式のWebサイトは数多く存在します。一般的な参考文献にされるような信頼度の高いものがある一方で、匿名ユーザーが作成・編集したコンテンツを監修・事実確認なしに掲載しているものもあります。エンサイクロペディアでは個々の記事の著者が分からないことも多く、Webサイトの評判調査に基づいて記事の専門性を判断する必要があるケースも多くあります。**High評価・Highest評価**は、正確さと専門性について極めて高い評判のあるエンサイクロペディアサイトにのみ適用してください。

Wikipediaに関する注意：一般的に言って、Wikipediaは評判も良く、大変人気のある情報源で正確さにも定評があります。しかし全てのWikipedia記事の正確さを保証できるような、単一の著者がいるわけではありません。Wikipedia記事の品質はページごとに異なるので、個々のWikipedia記事の評価をページ単位で確認しましょう。

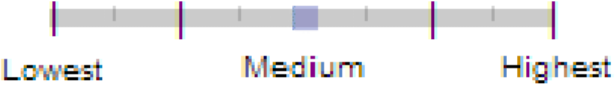
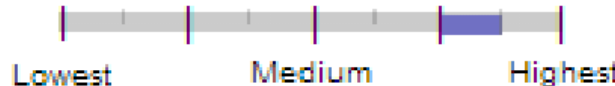
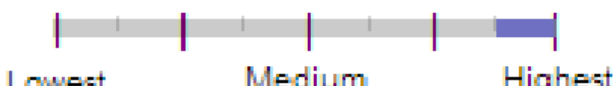
豊富で詳しいメインコンテンツがあり、[外部の情報源](#)も豊富なWikipedia記事はHigh前後の評価になるケースが殆どです。Wikipedia記事がHighest評価になることもあります。ただし、医薬・経済・法律などのトピックには極めて高い専門性が求められるので、大抵の場合Wikipedia記事に対してHighest評価は高すぎるでしょう。高品質なメインコンテンツが多く、しっかりと調査しており、情報源の引用も適切なページはHigh評価まで評価を引き上げることができます。そうでない場合は、Medium前後の評価になることがほとんどです。もちろん、メインコンテンツが大変少なく、不正確なWikipedia記事にはそれ以下の評価が該当します。

10.2 「エラーメッセージ」「メインコンテンツのないページ」の評価

「Webサイト内の他のページは機能しているが、特定のページだけが一時的に表示できない」場合や、「カスタム404のような、特定のエラーメッセージ用ページ」などが該当します。また、メインコンテンツが表示されないこともあります。そうしたページを評価するときは、このページがユーザーに何を提供できているかを考えましょう。ウェブマスターはこのページを作成するのに、時間と労力を費やし、注意を払っているのでしょうか？

以下はそうしたページの評価例です。

ページとコンテンツのタイプ	ページの特徴	Page Quality評価点と説明
意図的にメインコンテンツが無い構成にしているページ	<ul style="list-style-type: none"> 大量の目立つ広告があり、ユーザーを助ける努力が見られない 	<p>メインコンテンツがないページの一例。「何か問題があって、メインコンテンツを表示できていないのかもしれない」と思うかもしれないが、このWebサイトにはこれと同じような「メインコンテンツが無く、大量の広告しかないページ」が多数存在する。ユーザーの役に立つための努力をせずに広告を見せることだけが目的のページであり、Lowestが適切。</p>
読み込みが不完全で、メインコンテンツが無い	<ul style="list-style-type: none"> メインコンテンツの欠如 (おそらく一時的なエラーによるもの) 十分な補助的コンテンツ 好意的な評判 	<p>メインコンテンツも、エラーメッセージもないページ。ミシガン州内のある町の新聞社Webサイト内のページであり、同Webサイト内に同様のページはほとんど存在しない。ナビゲーションリンクはすべて機能し、このページも後日復旧された。</p>

ページとコンテンツのタイプ	ページの特徴	Page Quality評価点と説明
カスタム404 ①	<ul style="list-style-type: none"> 悪い点もないが、取り立てて良い点もない 	 <p>ユーザーが訪問しようとしたURLが存在しないことをお知らせする、カスタム404ページの一例。こうしたページ上で問題点をユーザーに上手に伝え、問題解決を手助けするWebサイトもある。</p> <p>評判の良いショッピングサイト内のページ。しかしこのページには、ユーザーに問題点を説明するための最低限の情報しか記載されておらず、役に立つコンテンツと言えばトップページに戻るリンクのみ。</p>
カスタム404 ②	<ul style="list-style-type: none"> 高品質かつ十分な量のMC ユーザー体験向上に役立つ補助的コンテンツ 好意的な評判 	 <p>ユーザーが訪問しようとしたURLが存在しないことをお知らせする、カスタム404ページの一例。問題点の説明や、検索ボックスなどの役立つヒントが充実している。</p>
カスタム404 ③	<ul style="list-style-type: none"> 高品質かつ十分な量のMC ユーザー体験向上に役立つ補助的コンテンツ 大変好意的な評判 	 <p>ユーザーが訪問しようとしたURLが存在しないことを知らせる、カスタム404ページの一例。メインコンテンツはイラスト・カートゥーン・Webサイト内検索機能など。メインコンテンツの作成に時間・労力が費やされ、才能が活用されている。</p> <p>この出版元は大変評判がよく、特にカートゥーンに定評があるため、High+評価からHighest評価にあたる。</p>

10.3 フォーラム・Q&Aの評価

フォーラムやQ&Aの評価は困難です。最も重要なのは「参加者のE-A-T」ですが、その評価が難しいためです。以下の点に注意しましょう。

- フォーラム・Q&Aのメインコンテンツは質問だけではない。回答や質問から派生した議論もメインコンテンツ。
- フォーラム・Q&Aの評価は「訪問者の視点」から行うこと。「議論に参加している人の視点」ではない。

ページとコンテンツのタイプ	ページの特徴	Page Quality評価点と説明
喫煙と胸の痛みに関するQ&A (YMYL)	<ul style="list-style-type: none"> • 不正確で、ユーザーを害する可能性もあるYMYLページ 	 <p>評価は「参加者の視点」ではなく「検索エンジンからの訪問者の視点」で行うこと。質問の表現が稚拙で、理解しにくい。回答も表現が稚拙で、不正確でユーザーを害する可能性がある医学的アドバイスを含んでおり、Lowest評価の原因になっている。</p>
回答のないQ&A	<ul style="list-style-type: none"> • 誤解を招くページデザイン • メインコンテンツ不足 	 <p>回答がついていないだけでなく「関連する回答」という誤解を招くアンカーテキストで広告・他の質問へのリンクが目立つように掲載されており、ユーザーが回答だと勘違いする可能性がある。「このページには、実は回答がない」ことにユーザーが気付くまで時間がかかる。虚偽のページデザインと回答の欠如によってユーザーエクスペリエンスは極めて悪くなっており、ページの目的も全く達成できていない。</p>
2002年のVolvoに関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> • 誤解を招くページデザイン • メインコンテンツ不足 	 <p>メインコンテンツは参考画像の赤枠内。枠内にある、全く役に立たない「回答」などを確認すること。この回答は全く役に立たないため、Googleは「この質問には回答がついていない」と見なす。このページには、メインコンテンツが不足している。</p> <p>役立たずの「回答」に加えて、メインコンテンツと広告が判別しにくいデザインになっている。例えば、本当の回答と区別がつかないフォーマットの「スポンサー付き回答」があるが、これは広告であり回答ではない。誤解を誘う、やや虚偽的なデザイン。</p>
ゲーム機の問題点についてのQ&A	<ul style="list-style-type: none"> • メインコンテンツ不足 	 <p>メインコンテンツの作成全てをユーザーに委ねているWebサイトもある。この例では、メインコンテンツはユーザーの質問。回答がない場合、メインコンテンツの量が不足することになる。</p>

ページとコンテンツのタイプ	ページの特徴	Page Quality評価点と説明
ネイティブアメリカンの風習に関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> E-A-Tの欠如 	 <p>94件の回答があるが、ほぼ全て役に立たない。トップ表示されている「ベストアンサー」を含め、多くの投稿が間違いや誤解を招くもの。</p>
バレエシューズの洗い方に関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> 高品質・低品質要素が混在するが、埋め合わせができています 	 <p>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エ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。</p> <p>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！</p> <p>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。</p>
ルンバの動作に関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> 日常経験による専門性がある 	 <p>多数の参加者が「このモデルはペットの毛に強い」などといった、ルンバの利用体験を具体的に共有している。製品の利用体験談や、役に立ったポイントが豊富に描写されている。</p>
Build a Bear社へのインタビューに関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> 日常経験による専門性がある 	 <p>回答者はBuild-a-Bear社の社員であり、ある程度独自性があり、専門性もあると思われる。</p> <p>メインコンテンツが読みやすいデザイン。質問・回答・広告などはそれぞれ、分かりやすくラベル付けされている。</p>
編み物のテクニックに関するフォーラム	<ul style="list-style-type: none"> 高度のE-A-T 	 <p>一番初めの回答で、「マジックループ編み」の方法を理解するのに役立つ情報が掲載されている。また、回答者自身による作例写真もある。回答者は20年以上も靴下を編んでおり、このトピックに関する専門家と見なすことができる。</p>

ページとコンテンツのタイプ	ページの特徴	Page Quality評価点と説明
ガン患者の平均余命に関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> 日常経験による専門性 十分な量の、高品質なメインコンテンツ 	 <p>「ガン患者の余命はどのくらい？」という質問。友人・家族などがガンと診断されてからどのくらい生きたかを語る、複数の投稿がある。ページの目的は個人的な体験を共有する事であり、医学的なアドバイスは少ない。投稿の多くは誠心誠意書かれており、表現もしっかりしている。</p>
財布の鑑定に関するフォーラム	<ul style="list-style-type: none"> 高度のE-A-T 十分な量の、高品質なメインコンテンツ 	 <p>高級なデザイナー財布に関するフォーラムとして定評があるWebサイト。このページでは、フォーラム内のバッグ鑑定専門家に、参加者が鑑定を依頼している。これらの専門家は、バッグの真贋を見極めることが可能。最上部やメッセージ内に広告があるが、簡単に判別でき、メインコンテンツの利用を妨げることはない。</p>
追跡すべきKPIに関するフォーラム	<ul style="list-style-type: none"> 高度のE-A-T 十分な量の、高品質なメインコンテンツ 	 <p>品質保証の専門家コミュニティとして有名なフォーラム。回答には十分な権威性・信頼性がある。広告も掲載されているが「スポンサードリンク」と明記されているので、メインコンテンツの判別は容易。</p>
アクアリウムの造園に関するフォーラム	<ul style="list-style-type: none"> 高度のE-A-T 十分な量の、高品質なメインコンテンツ 	 <p>ポルダリウム（陸上・水中の要素を含むアクアリウム）の造園に関する議論。利用する素材・魚種などについて、参加者たちが活発に議論・交流を行っている。投稿内容も「アクアリウムの造園」という狭いトピックに対しては十分な専門性が見受けられる。</p>
省略形に関するQ&A	<ul style="list-style-type: none"> 高度のE-A-T 極めて評判がよく、Webサイトがコンテンツの責任を負うことを明示している 	 <p>省略形の使い方についての質問に回答することが目的のページ。Webサイトは執筆・出版における参照として評判が高い。ページのトピックに関する高い権威性・信頼性があると見なすことができる。</p>

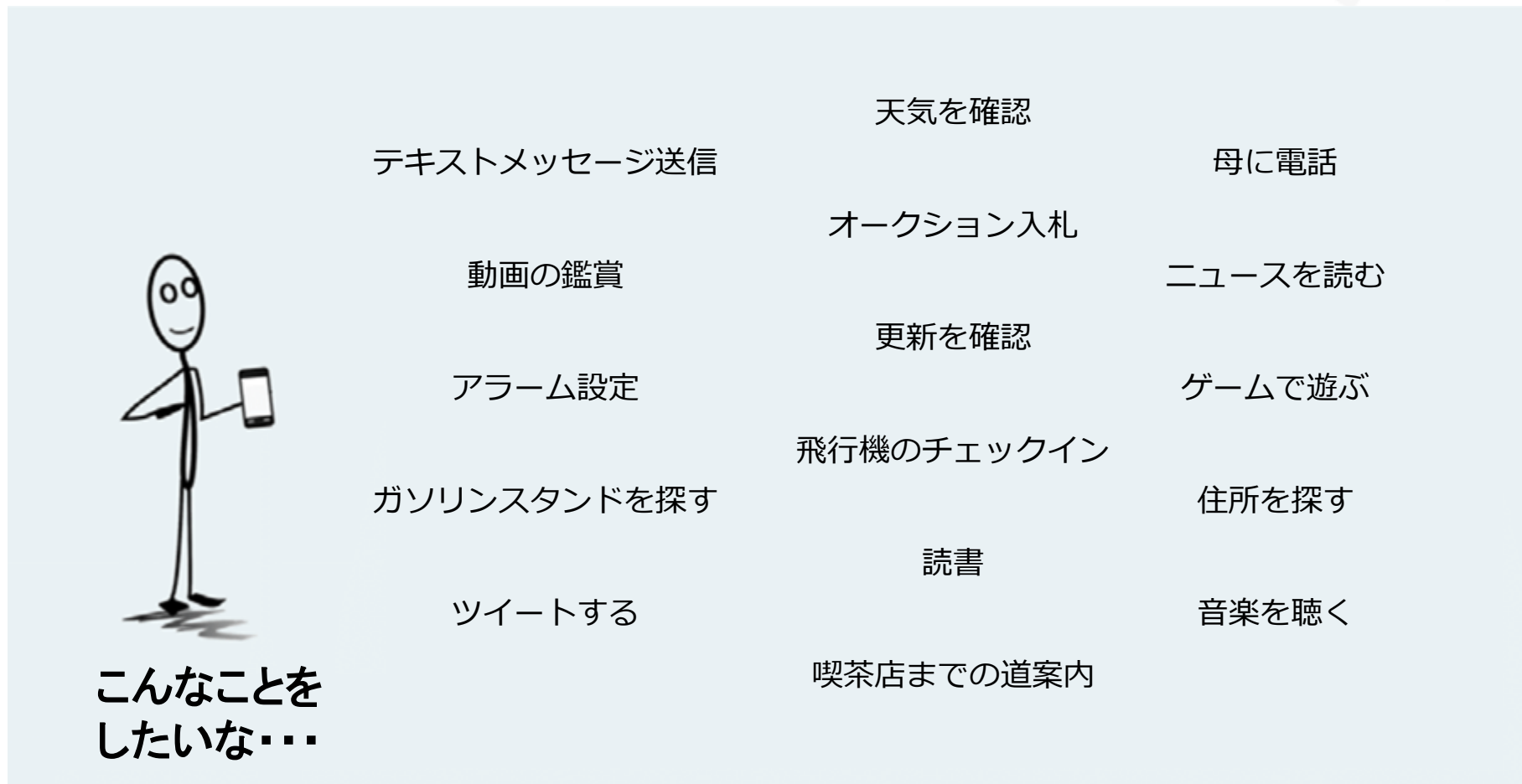
11.0 Page Quality評価のFAQ

質問	回答
<p>この手順を全部やる必要はあるの？ 時間がかかりすぎる！</p>	<p>経験を積むと、Page Quality評価にかかる時間は短くなっていきます。Page Quality評価の様々な要素を評価しやすくするために、こうした手順を踏んでいます。実際に評価を行うと驚くことも多いでしょう。一見Low評価にしか見えないページが、しっかり調べると実はMedium・High評価だということもありますし、逆の場合もちろんあります。評価者の皆さんから、十分な情報に基づいたしっかり考え抜いた上での意見を頂きたいのです。</p>
<p>見た目のいいページは、全部High評価にすればいいの？</p>	<p>違います！目的は全く逆です。この手順で評価すると「このページの見た目はどうかな？」などと表面的なことを考えずに、ページを分析できます。</p>
<p>メインコンテンツの評価には専門性の判断が必要というけれど、どんなトピックでも専門性は必要なの？「専門家がないトピック」というのもあるのでは？</p>	<p>「公式性のある専門性」が全てではないことを思い出しましょう。十分な時間・労力をかけ、専門性・才能・技量が発揮されていればHigh評価になります。「個人的な体験を共有する」というのも、日常経験に基づいた専門性のうちです。</p> <p>ほぼ全てのトピックに、様々な形の専門家が存在します。もっとも、トピックやページの種類によっては、「専門性」が「その他のメインコンテンツ評価要素」ほど重要でないこともあります。</p> <p>たとえニッチな分野や主流でない分野であっても、大抵のページ・トピックには専門家がいるものです。例えばハリ治療・ハーブセラピーなどの代替医療分野でも、一流の施術者が参加した専門性の高いWebサイトもあれば、専門性も経験もない人が書いたページも存在します。メインコンテンツの品質評価によって、どちらなのかを見分けることができます。</p>
<p>「このタイプのページなら必ずLow品質」ということはある？</p>	<p>どんなタイプのページであろうと、品質の高いコンテンツもあれば低いものもあります。高品質なコンテンツは「十分な時間・労力をかけ、専門性・才能・スキルが発揮されているもの」であることに留意してください。</p> <p>例えば著名人のゴシップページでも、High評価にあたるものもあればLow評価のものもあります。ゴシップページの目的は「スキャンダラスではあるが、その著名人に関する信憑性のある情報を報道すること」です。ゴシップページのメインコンテンツが「面白い、しっかりした情報源からの情報」である場合、High評価になることもあります。</p>
<p>「○○」というタイプのページで、High評価にあたるものを一度も見ることがない。このタイプのページにはHigh評価のものがないのだから、なんでわざわざ評価の手順を踏んでLow評価をつける必要があるの？</p>	<p>たしかに、現時点ではHigh評価にあたるページがほとんどない、あるいは一切ないタイプもあるでしょうが、将来は変わるかもしれません。現時点では存在していないページを含む、全てのページに適用できる基準が必要です。</p>
<p>不公平な項目があるのではないか。例えば芸術のページの中には、ページの目的がないものもある。そうしたページはLow評価になるの？</p>	<p>芸術のページには「芸術的な表現をする」という目的があります。芸術のページに「芸術的な表現をする」以外の目的がないからといって、Low評価にはなりません。芸術的表現・ユーモア・エンターテインメントなどは、どれもページの目的として妥当なものです。</p>
<p>タスクURLをスマートフォンで開いた場合でも、E-A-Tの確認にはデスクトップPCやノートPCも使っているの？</p>	<p>もちろん！ E-A-T調査のようにWebサイトを深く調査する場合、PCを利用できます。タスクを達成するのにPCが役立つ場合には、いつでも使ってください。また、タスクによっては「このリンクはPCで開くこと」と指示する、Webサイト調査用のリンクがあることもあります。</p>

Part 2: モバイルユーザーのニーズ把握

12.0 モバイルのユーザー・クエリ・検索結果を理解する

スマートフォンをどんなことに使っていますか？



ユーザーはさまざまな用途でスマートフォンを利用し、利用する状況も千差万別です。Web検索をしたいこともあるし、スマートフォンに特定の動作をしてほしいこともあります。単純なタスクもあれば複雑なものもあり、複数のステップを経て完了するタスクもあります。例えば「この映画の監督が誰なのかを探す」というのは簡単なタスクですし、「近所でこの映画を上映している映画館を探し、チケットを買い、行き方を知り、ナビ機能を使う」というのは複雑なタスクにあたります。

ユーザーは、スマートフォンにさまざまなことをやってほしいと思っています。しかし、デスクトップPCやノートPCと比べると、以下のような使いにくい点があります。

- **データの入力が面倒**：スマートフォンでのタイピングは難しく、音声入力は正確に認識されないことがある
- **画面が小さい**：スマートフォン本体の機能・アプリ・Webページ等が使いにくいことがある
- **スマートフォンで使いにくいWebページがある**：メニューやナビゲーションリンクが小さすぎて、Webサイトの閲覧が難しいことがある。ページによっては、横方向のスクロールが必要になることがある。また、画像のサイズが、画面サイズに合っていないケースも。さらに、Flash等の機能を利用しているページには、大半のモバイル端末がアクセスできない。
- **ネット接続が遅くて不安定**：モバイルユーザーはネットワーク圏内・圏外を出入りするので、接続が不安定。スマートフォンではアプリの起動・音声コマンドの認識・Webページの読み込みなどに時間がかかることがあります。

重要：スマートフォンのように画面サイズが小さい端末でも、タスクを簡単に達成できる必要があります。

ユーザーは「このモーメントに即した」結果を「今すぐに」手に入れたいと思っていますし、検索に長い時間をかけられないこともあります。

モバイル評価タスクを行うためには、評価者自身がスマートフォン（本ガイドラインでは“Mobile phone”と呼ぶこともあります）の利用者である必要があります。スマートフォンの音声コマンド・デバイスアクション・その他の各種機能に慣れていない場合、少し時間を割いて試してみましよう。例えば、以下のような音声コマンドを試してみましよう。

- [iPhoneのSiri](#)
- [Androidの音声コマンド機能](#)、またはAndroid端末に「OK Google, help」と話しかけてみる

12.1 評価に関する重要な定義・概念

[iPhone]の検索結果



クエリ：[iPhone]
ロケール：英語(米国)
ユーザー所在地：ニューヨーク州ニューヨーク

クエリ：ユーザーがスマートフォンにタイピングや音声で入力した、言葉や数字のことです。本ガイドラインでは、クエリは[]で囲んで表示します。ユーザーが「自宅までナビ」と言ったら[自宅までナビ]、検索窓に「iPhone」と入力したら[iPhone]と表示します。

ユーザーはスマートフォンで「アプリを起動する」「友人に電話する」「Webを検索する」などさまざまなアクションをしようとするので、クエリにも色々なタイプがあります。

ユーザー：（スマートフォンサイズの）画面が小さい端末に（クエリを）タイピング・音声入力して、何らかのタスクを達成しようとしている人を指します。

ユーザーの意図：ユーザーがクエリを入力するときには、ある目的を達成しようとしています。このようなユーザーの目的を「ユーザーの意図」と呼びます。

ロケール：すべてのクエリには対応する言語と地域があり、それらをロケールと呼びます。ロケールの表示にはアルファベット2文字の国コードを利用しています。現在のコード一覧は[こちら](#)です。タスクによっては、ロケールがそのままタスクの対象地域になることもあります。

ユーザー所在地：ユーザーがいる場所です。

SERP（検索結果ページ）：ユーザーがクエリを入力した後に、検索エンジンが表示するページです。SERPは複数のリザルトブロックの組み合わせで構成されています。

検索結果：リザルトブロックとLP（ランディングページ）を合わせて、検索結果と呼びます。

- **リザルトブロック**：クエリに対応して表示される、個々のブロックを指します。「リザルトブロック内に情報が表示される場合」「リンクが表示される場合」「情報+リンクが表示される場合」があります。
- **LP（ランディングページ）**：リザルトブロック内のリンクをクリックすると表示されるページのことです。

デバイスアクション：スマートフォンなどの端末は、「アラーム設定」「アプリ起動」などのアクションを目的とする音声入力に対応できます。こうしたアクションを求めるクエリを「**デバイスアクション**」クエリといいます。

- 「**デバイスアクション**」クエリ：スマートフォンに特定のアクションをさせようとするクエリです。通常ならスクリーン・デバイスの操作が必要な行為を、音声コマンドで行ってしまおうとする場合が多いです。
- 「**デバイスアクション**」検索結果：スマートフォンは「**デバイスアクション**」クエリに対して、「電話をかける」などのアクションを返すことができます。

12.2 クエリの理解



品質評価業務の第一歩は、クエリを理解することです。「クエリ」とは、ユーザーがタイピングしたりスマートフォンに音声入力したりする言葉のことです。

クエリやユーザーの意図が理解できない場合は、Google 検索やオンライン辞書、エンサイクロペディアなどで調べてみましょう。それでもクエリや意図が理解できない場合、評価タスクを手放しましょう。

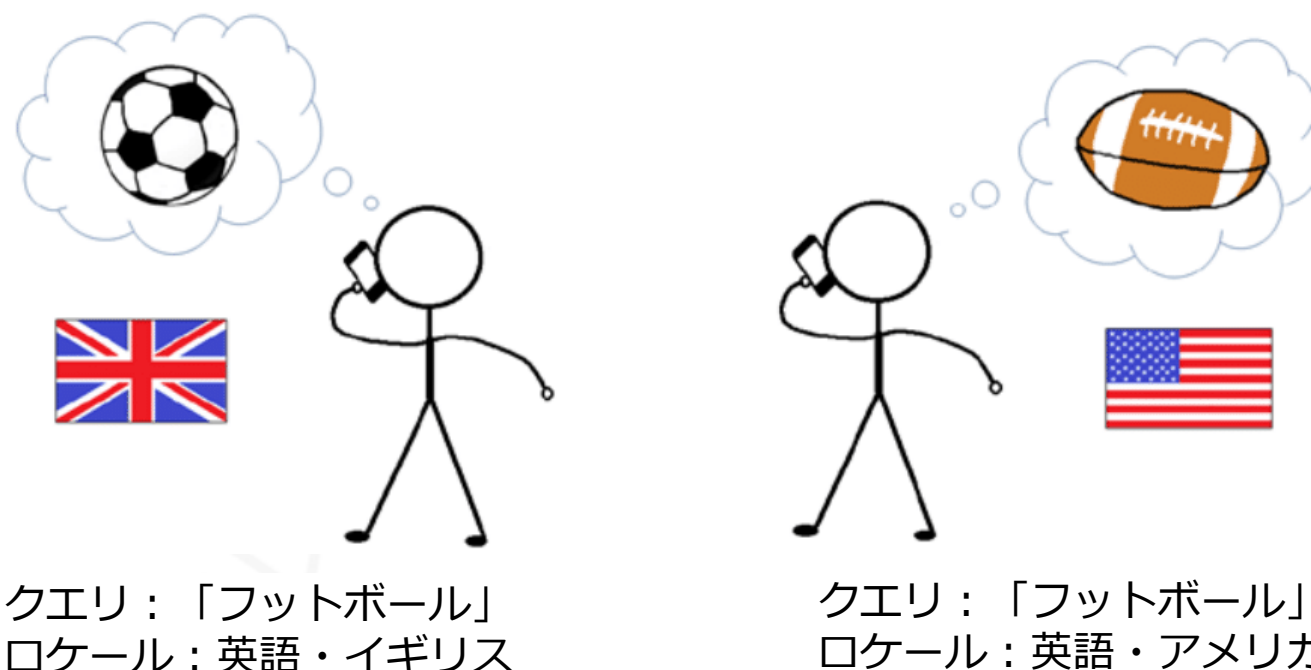
重要： Google 検索でクエリを調べる場合、検索結果上位のページだけに頼らないようにしてください。クエリには Google 検索結果に出てこないような意図があることもあります。「Google 検索の上位に出てくるから」という理由だけで高評価を付けないようにしてください。

皆さんの担当ロケールのユーザーが、以下のクエリをスマートフォンにタイピング・音声入力した場合を考えます。

クエリ	ユーザーの意図
「パリの人口」 (英語・米国での検索)	フランスのパリの、現在の人口を知る
「近所のスターバックス」 (英語・米国での検索)	一番近いスターバックスの場所を知る
「天気」 (英語・米国での検索)	ユーザー所在地の、現在の天気を知る
「母に電話」 (英語・米国での検索)	「母」で登録されている連絡先に電話する

12.3 タスクの言語・地域

全てのクエリには、必ず評価タスク用のロケール (言語と地域) が表示されています。クエリやユーザーの意図を理解するためには、ロケールが重要です。ユーザーの所在地が違えば、同じクエリであっても意味合いが異なることがあります。評価タスクにはユーザーの所在地情報が表示されます。「大体このあたり」というエリアで表示されることもあれば、具体的な場所が表示されることもあります。

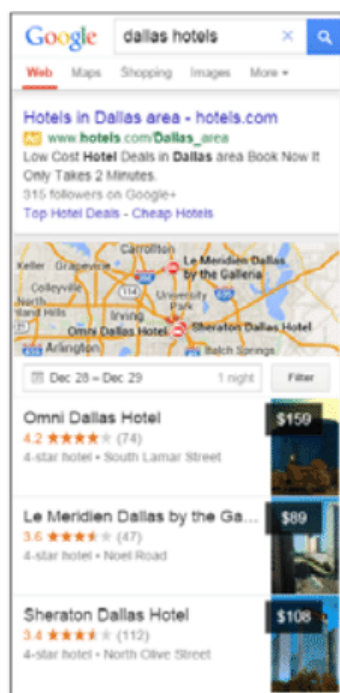


大半のクエリでは、ユーザーの所在地がクエリ・ユーザー意図の解釈に影響することはありません。例えば、「facebook.com」「子猫の写真」「地球と月の距離」「母に電話」などです。評価タスクにユーザー所在地が表示されない場合は、ユーザー所在地が関係ないと考えて評価してください。

ユーザーの所在地が、クエリの解釈やユーザー意図の理解に重要なのはどのような時でしょうか？ Webでの調査と、評価者の皆さん自身の判断で答えを出しましょう。「このユーザーと他の町にいるユーザーでは、探しているものが違うことがあるだろうか？」と自問してみましょう

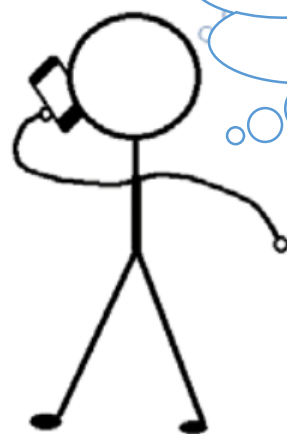
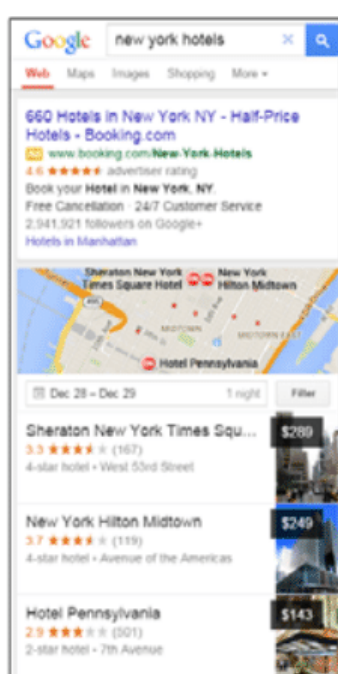
12.4 「明示的なロケーション」のあるクエリ

ユーザーが自身の所在地に関係なく、具体的な地名をクエリに入れて、検索エンジンに「このような結果が欲しい」と伝えてくれることがあります。このような、クエリに含まれた地名を「明示的なロケーション」と呼びます。「明示的なロケーション」があると、クエリを理解・解釈しやすくなります。



母が来るから、
近所のホテルを探しておかないと…

クエリ：「**ダラス** ホテル」
ロケール：英語・アメリカ
ユーザー所在地：テキサス州ダラス
明示的なロケーション：**ダラス**



ニューヨークに旅行するから、
ホテルを探そう…

クエリ：「**ニューヨーク** ホテル」
ロケール：英語・アメリカ
ユーザー所在地：テキサス州ダラス
明示的なロケーション：**ニューヨーク**

「明示的なロケーション」は、ユーザー所在地やロケールと一致することもありますし、違うこともあります。

クエリに「明示的なロケーション」が含まれている場合、必ず考慮しましょう！ユーザーは自分の探しているものを明白に伝えるために「明示的なロケーション」を使用しているからです。

12.5 複数の意味を持つクエリ

複数の意味を持っているクエリもたくさんあります。例えば「apple」には「コンピューターのブランド」と「果物のりんご」の意味があります。このように、単語の意味としてありそうなものを「クエリの解釈」と呼びます。

支配的解釈：クエリを入力したユーザーの大半が意図している解釈です。多数派の占める支配的解釈が存在しないクエリもあります。支配的解釈は評価者の皆さんにとってもわかりやすいもので、少しのWeb調査でより明らかになります。

一般的解釈：一部～多数のユーザーが意図している内容です。1つのクエリに対して、複数の一般的解釈が存在することがあります。

少数派解釈：ごく一部のユーザーだけが意図するような、あまり一般的でない解釈です。

■例

クエリ：[apple]
ロケール：英語・アメリカ

コンピューター会社



支配的解釈

果物



一般的解釈

「アップル」という
人名



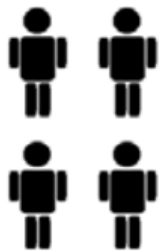
少数派解釈

地名

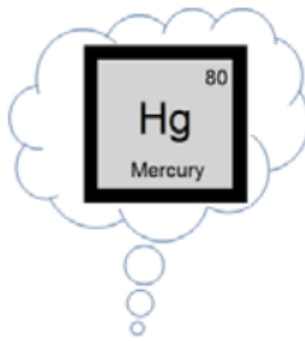


クエリ：[mercury]
ロケール：英語・アメリカ

惑星（水星）



元素（水銀）



一般的解釈

車のブランド



保険会社



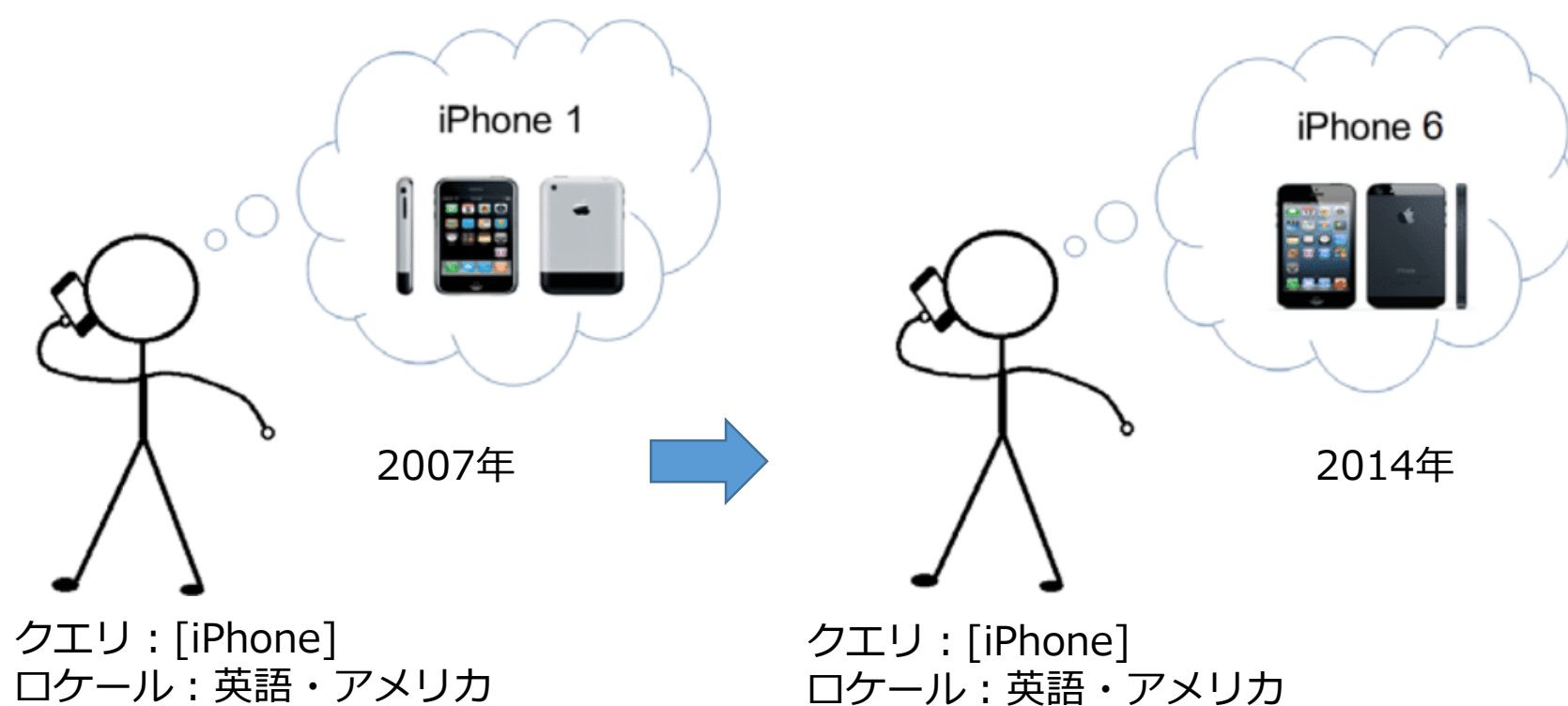
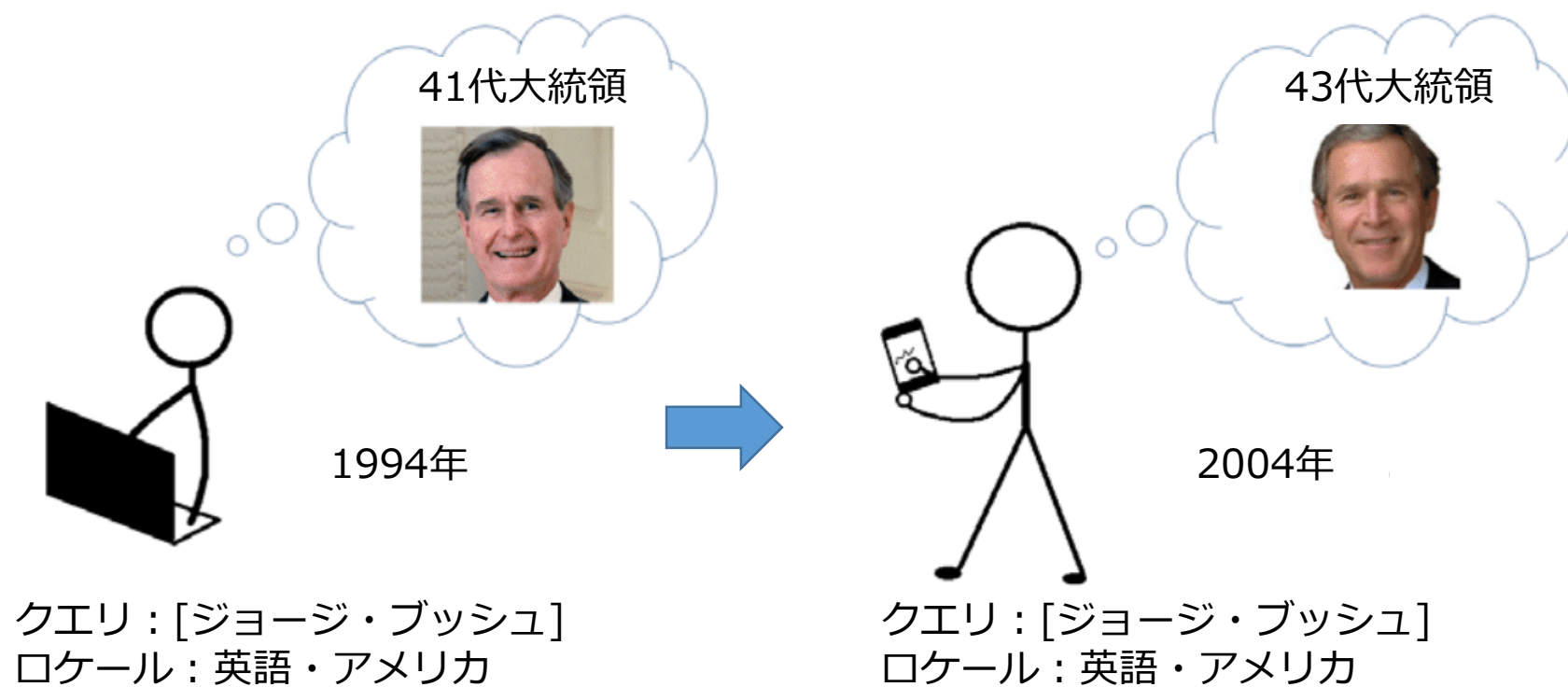
ボート用エンジンの会社



少数派解釈

12.6 時間が経てば、クエリの意味も変わる

評価タスクを行うときには、クエリの「現時点での」意味に注意してください。ユーザーは特に明示していない限り、トピックに関する「現在の」情報、「最新の」モデル、「一番開催が近い」定期イベントなどについての情報を求めている、とGoogleは考えます。



「iPhone」というクエリの解釈は新規モデルが出るたびに変わります。最初のiPhoneがリリースされたのは2007年。当時なら、「iPhone」で検索したユーザーが探しているのは、当時は最新型だったiPhone 1でした。しかし、現在のユーザーは、最新の現行モデルや発売間近のモデルを探しています。今後も新しいモデルが発表されるでしょうし、それに伴って支配的解釈も変わるでしょう。

12.7 ユーザーの意図を理解する

クエリを考えるときには、以下の意図のどれか1つ、又は複数に該当すると考えるとわかりやすいでしょう。

- **Know**クエリ……一部は**Know Simple**クエリに分類
- **Do**クエリ……一部は**デバイスアクション**クエリに分類
- **Website**クエリ……特定のWebサイト・ページを訪問しようとしているもの
- **Visit-in-Person**クエリ……特定のビジネス・組織や、特定カテゴリのビジネスを探しているもの

12.7.1 Knowクエリ・Know Simpleクエリ

Knowクエリの目的は、トピックに関する情報を見つけることです。ユーザーは何かを**知りたい**のです。

Know Simpleクエリは、**Know**クエリの中でも特殊なものです。**Know Simple**クエリは特定の事実・図表などといった、とても限定的な答えを探しています。回答は正確かつ完全である必要があり、さらに「モバイル端末の画面に収まるような」小さなスペースに表示できることもあります。一般人の大多数が認めるような正解があり、その正解が1~2文の短文や短いリストで表示できるような場合、そのクエリを**Know Simple**クエリに分類します。

「オバマの身長はどのくらい」というクエリは、**Know Simple**クエリの一例です。また、「いつ」「何」などの疑問詞を含まない**Know Simple**クエリもあります。「バラク オバマ 身長」の意図は「オバマの身長はどのくらい」と同じですが、疑問形にはなっていません。

大半のクエリは**Know Simple**クエリではありません。下記に例を挙げます。：

- 幅広い情報・複雑な情報・深い情報などを求める、短い答えのないインフォメーションナルクエリ
(訳注：インフォメーションナルクエリとは、**Know**クエリ、**Know Simple**クエリなど、情報を求めるクエリ)
- 意図が曖昧・不明瞭なインフォメーションナルクエリ
- 議論の余地があるトピックに関するクエリ
(訳注：大多数の人が認める正解がないため)
- 明白な「正解」が存在しないインフォメーションナルクエリ
- ユーザーによって、求める情報のタイプや情報源が異なるクエリ

以下の表に、「単純な事実について聞いており、正確かつ完全な回答が小さなスペースに表示できる**Know Simple**クエリ」と、「より複雑な答えが必要な**Know**クエリ」の例を掲載します。

Know Simpleクエリの例	Knowクエリの例	説明
[バラク オバマ 身長] [オバマの身長は]	[バラク オバマ]	Knowクエリでは幅広い情報を求めており、ユーザーによって必要な情報は異なる。 (例：経歴・著書・ソーシャルメディアへの投稿など)
[ニューヨーク市 人口 2013]	[ニューヨーク市]	Knowクエリでは幅広い情報を求めており、ユーザーによって必要な情報は異なる。 (例：旅行に関する情報・事実・写真・歴史など)
[Grave's Disease (バセドウ病) の語源になった人は誰]	[バセドウ病]	Knowクエリでは幅広い情報を求めており、ユーザーによって必要な情報は異なる。たった一つの「正解」が存在しない。
[macy's 店舗 営業時間]	[macy's 贈り物 ラッピング オプション]	Knowクエリは、あるデパートのサービスに関する幅広いクエリであり、短い回答はない。
[ニッケルの元素記号は]	[ニッケルの用途は]	Knowクエリは幅広いクエリであり、短い完全な回答はない。
[BCSナショナルチャンピオンシップの2014年度の勝者は]	[BCSナショナルチャンピオンシップはどこが勝つ?]	Knowクエリは意見を求めており、決定的な答えは存在しない。
[スターバックスの株価は]	[スターバックスの株は買いか?]	Knowクエリは論理的にはYes/Noで回答できるものだが、皆が納得できる正解が存在しない。

Know Simpleクエリに該当するかを判断する際には、モバイルユーザーを想定して判断してください。

重要な評価例：「天気」というクエリは、一見幅広い情報を求めるクエリに見えます。しかし、モバイルユーザーの大半は、「現在または数日先の、所在地付近の気温や天候」を知りたいというシンプルなニーズを持っています。よって、モバイルユーザーによる「天気」「天気 今日」「天気 明日」「天気 今週」などのクエリは**Know Simple**クエリに該当します。

12.7.1 Doクエリ・デバイスアクションクエリ

Doクエリの目的は、特定の目的を達成したり、スマートフォンで特定の行動をすることです。目的・行動の例としては、「ダウンロードする」「購入する」「手に入れる」「楽しむ」「Webサイトやアプリを利用する」等があります。ユーザーは何かを**したい**のです。

以下は、**Do**クエリの一例です。

クエリの例	ユーザーの意図
[入手 Candy Crush ゲーム]	Candy Crushをインストールする
[オンライン 性格診断]	オンラインで性格診断テストを受ける
[私のBMIはいくつ?]	BMIを計算する
[買う 市民ケーン DVD]	この映画のDVDを買う
[Bubble Spinner] (訳注: パズルポブル風のゲーム)	Webでこのゲームを遊ぶ、またはアプリをダウンロード・インストールする

デバイスアクションクエリは、**Do**クエリの中でも特殊なもので、ユーザーがスマートフォンに何らかの動作をさせようとするものです。**デバイスアクションクエリ**を利用するユーザーは、運転中などの理由でハンズフリーでスマートフォンを使っていることがあります。モバイル端末が**デバイスアクションクエリ**に対応することは極めて重要なので、検索結果の評価にも厳しい基準を適用します。

通常、**デバイスアクションクエリ**には行動の意図や、それを表す言葉が明らかに示されています。動詞や行動を表す単語がクエリの初めにあることが多いですが（訳注:英語の場合。日本語では文法上最後にくることが多い）、「OK Google」「Siri」で始まることもあります。自身で判断しましょう。

デバイスアクションクエリの例は以下の通りです。

動作のタイプ	デバイスアクションクエリの例（動詞・動作を表す単語を太字表記）
電話する	[母の携帯に 電話する]、[アン・ジョーンズに 電話する]、[OK Google、母さんに 電話して]
メッセージを送る	[ジョンにテキスト 送信]、[メッセージ 送信 ジョン]、[SMS ジョン]
道案内・交通情報などのマップ情報を見る	[セントラルパークまで 案内]、[交通情報 見せて]、[地図を 見せて]
アプリ・ページを開くか、アプリをインストールする	[amazon.comに 行く]、[facebookアプリ 起動]、[facebook.comを 開く]、[NYタイムスのビジネスセクションを 開く]、[siri、Facebookを 開いて くれる?]、[入手 Candy Crushアプリ]
音楽・動画などのメディアを開く	[White albumの曲を かける]、[ライフ・オブ・パイを 見る]、[かわいい子猫を 見せて]、[かわいい子猫が 見たい]、[imagine dragonsのradioactiveを 聴きたい]
スケジュールを登録	[午前9時にミーティングを 入れる]
アラーム・タイマーを設定	[午前6時にアラーム 設定]、[午前6時にアラーム]、[30秒のタイマー]

逆に、以下は**デバイスアクションクエリ**ではない例です。

クエリ	デバイスアクションではないクエリの説明
[エンパイアステートビル の電話番号]	動作を表す単語はない。電話番号を知りたいだけで、実際に電話する意図はない。 Know Simple クエリに分類する。
[Facebook.com]	「開く・訪問する」などの動作を表す単語はない。 Website クエリに分類する。
[Amazon.com]	「開く・訪問する」などの動作を表す単語はない。 Website クエリに分類する。
[アン・ジョーンズ]	「電話する・テキストメッセージを送る」などの動作を表す単語はない。情報を求める Know クエリに分類する。

12.7.3 Websiteクエリ

Websiteクエリの目的は、特定のWebサイト・ページを訪問することです。目的のページ・Webサイトをクエリの「**ターゲット**」と呼びます。

Websiteクエリには、以下のようなURLクエリも含まれます：

- 実際に開くことができる、完全なURL……[http://www.ibm.com] [www.ibm.com] [ibm.com] 等
- 一見URLに見えるが実際には開けない「不完全なURL」。この場合、クエリをブラウザのアドレスバーに貼り付けても機能しませんが、ユーザーは特定のURLを意図していると判断します。

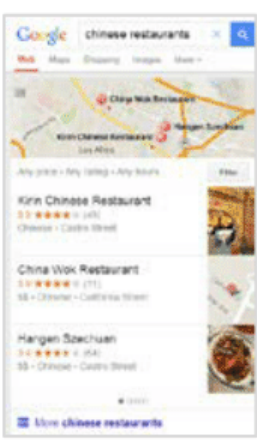
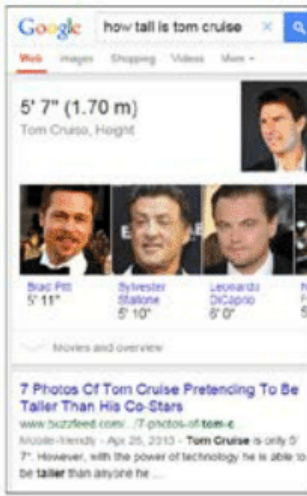
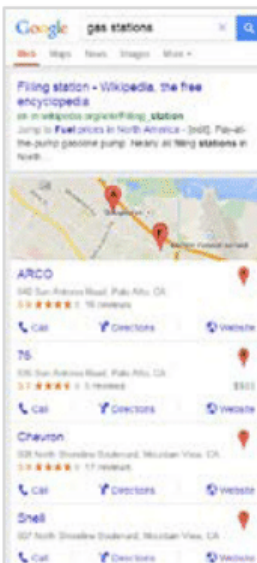
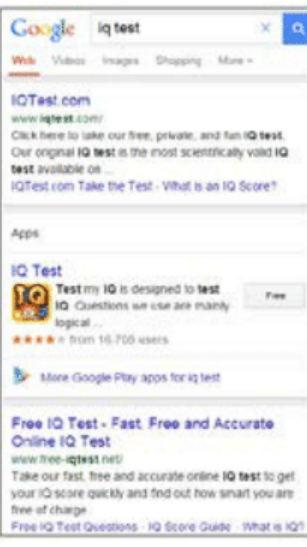
以下はWebsiteクエリの例です。

クエリとロケール（言語・地域）	ユーザーの意図
[kayak]（英語・アメリカ）	KayakのWebサイトを見る
[youtube]（英語・アメリカ）	YoutubeのWebサイトを見る
[ebay]（イタリア語・イタリア）	eBay（イタリア版）のWebサイトを見る
「NYタイムス 健康セクション」 （英語・アメリカ）	NYタイムスのWebサイトの、健康に関するセクションを見る
[canon.com eos デジタルカメラ] （英語・アメリカ）	キヤノンのWebサイトの、EOSデジタルカメラのページを見る

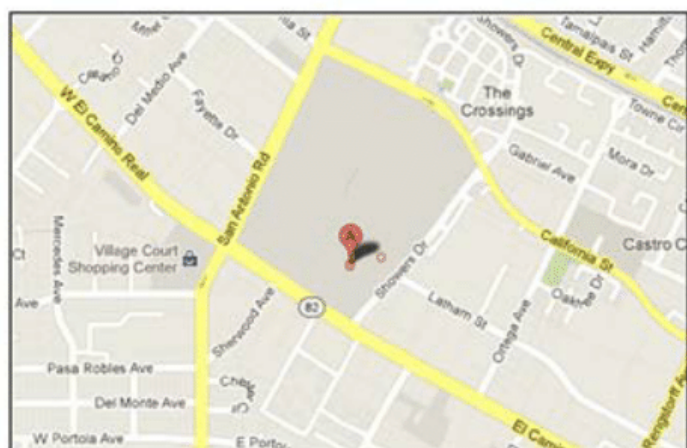
12.7.4 Visit-in-Personクエリとユーザーの所在地

ユーザーはほぼ1日中、スマートフォンを携帯して仕事・学校・レストラン・その他の用事などに出かけています。スマートフォンを持ち歩く理由の一つは、「喫茶店・ATM・レストランなどを探す」という**Visit-in-Person**クエリを解決するためです。**Visit-in-Person**クエリはスマートフォンでの検索において使われることが多く、スマートフォンユーザーが検索している場合には**Visit-in-Person**の意図がある可能性を見落とさないようにしましょう。

所在地付近の情報や検索結果（ビジネス・組織・場所など）を求めていることが明白なクエリもあります。しかし以下のように、そうした意図が明白でないクエリもあります：

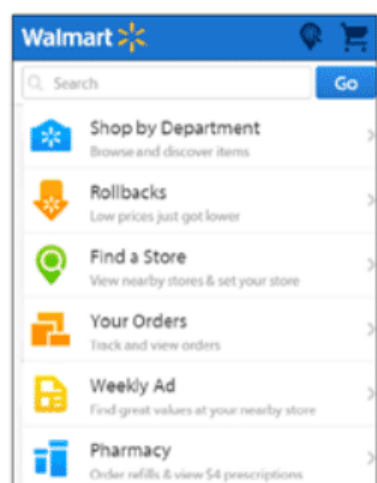
Visit-in-Personの意図があるクエリ	Visit-in-Personの意図がないクエリ
 <p>晩御飯には中華を食べたい…</p> <p>クエリ：[中華 レストラン] ロケール：英語・アメリカ</p>	 <p>トム・クルーズの身長は？</p> <p>クエリ：[トム・クルーズの身長は？] ロケール：英語・アメリカ</p>
 <p>ガソリンスタンド！今すぐに！</p> <p>クエリ：[ガソリンスタンド] ロケール：英語・アメリカ</p>	 <p>IQテストをWebで受けたい…</p> <p>クエリ：[IQテスト] ロケール：英語・アメリカ</p>
<p>その他の例： [ピザ] [ヨガ 教室] [喫茶店] [映画 上映時間] [車の修理] [歯医者] [バンクオブアメリカ ATM 場所] [近所のスターバックス]</p>	<p>その他の例： [レッドソックス] [ワシントンポスト] [スクラブル（訳注：ゲーム名） コツ] [sedentary 意味] [aapl（訳注：Apple社の株式コード）] [ビヨンセ] [Angry Birds（訳注：ゲーム）] [ダンス動画] [オスカー 2012] [口説き文句] [バンクオブアメリカ ログイン]</p>

また「Visit-in-Personの意図があるユーザーもいれば、ないユーザーもいる」というクエリもあります。



近所のウォルマート
に行きたい

クエリ：[ウォルマート]
ロケール：英語・アメリカ



ウォルマートのWebサイトで
買い物したい

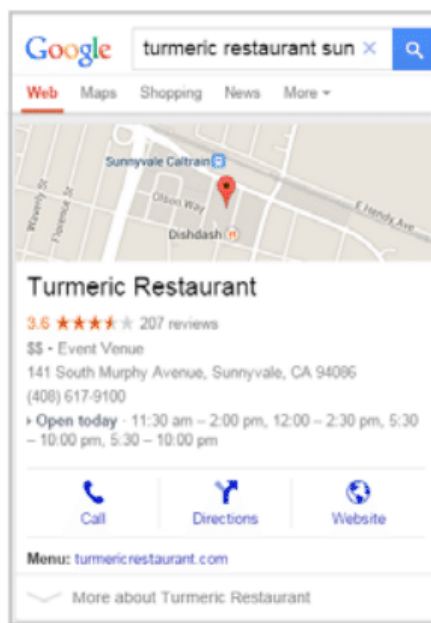
クエリ：[ウォルマート]
ロケール：英語・アメリカ

以下は、そのようなクエリの例です。

- [ホテル]
- [郵便局]
- [アップルストア]
- [シティバンク]
- [best buy]
- [オフィス・デポ]
- [target] (訳注：米国の有名な小売チェーン)
- [図書館]
- [バンクオブアメリカ]
- [Gap]

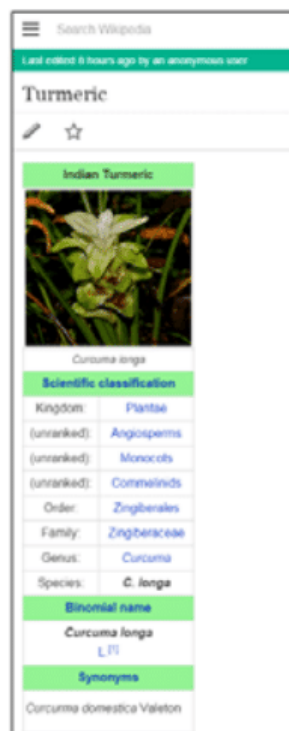
ユーザーの所在地が、クエリの解釈に影響することがあります。例えば[ターメリック]というクエリをカリフォルニア州サニーヴェール近辺のユーザーが利用した場合、以下の2つの解釈ができます。

- ① サニーヴェールにある、「ターメリック」という有名なレストラン
- ② 香辛料の「ターメリック (ウコン) 」



レストラン「ターメリック」はどこにあったかな？

クエリ： [ターメリック]
ロケール：英語・アメリカ
ユーザー所在地： **カリフォルニア州サニーヴェール**



香辛料の「ターメリック」について知りたい

クエリ： [ターメリック]
ロケール：英語・アメリカ
ユーザー所在地： **カリフォルニア州サニーヴェール**

しかし、他の場所では近所に「ターメリックという有名なレストラン」が存在しないことが殆どでしょう。その場合、[ターメリック]というクエリには「香辛料のターメリック」という解釈しか成立しません。サニーヴェールのレストラン「ターメリック」が有名なのは、サニーヴェールでだけでしょう。



香辛料の「ターメリック」について知りたい

クエリ： [ターメリック]
ロケール：英語・アメリカ
ユーザー所在地： **ネブラスカ州リンカーン**

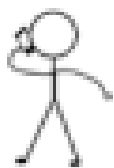
クエリを分析し、Visit-in-Person意図の有無を判断するときには、常識に従って判断してください。

12.7.5 複数の意図が考えられるクエリ

複数の意図が考えうるクエリも、数多く存在します。どの意図がもっともらしく、どの意図がそうでもないかは評価者の皆さん自身が判断しましょう。

クエリの例	ユーザーの意図
[ハーバード]	ユーザーのニーズや所在地に応じて、「公式ホームページを見る (Website)」「行き方を知る (Visit-in-Person)」「同校のことを知る (Know)」等が考えられます。
[ウォルマート]	「近所のウォルマートに行く (Visit-in-Person)」「Webサイトで買い物をする (Website)」の両者が主流で、「ウォルマート社のことを知る (Know)」意図は少ないでしょう。

12.8 リザルトブロックを理解する

 このセクションでは、いろいろなクエリと検索結果の例を掲載しています。特記されていない限り、本ガイドラインに掲載されているリザルトブロックやページはスマートフォンで使いやすいものだと考えてください。

12.8.1 「Web検索のリザルトブロック」の例

Web検索のリザルトブロックには「タイトル付きリンク」「URL」「ページの内容を表現する『スニペット』」などが含まれています。多くのクエリにとって、Web検索のリザルトブロックは最も役に立つ検索結果です。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	ウェブ検索のリザルトブロック
<p>クエリ: [カシナート フードプロセッサ レビュー]</p> <p>ユーザーの所在地: オクラホマ州オクラホマ</p> <p>ユーザーの意図: Knowクエリ。カシナート社のフードプロセッサのレビューを見たい。</p> <p>検索結果: カシナート社製品のレビューを掲載したLPへのリンクを含む、Web検索のリザルトブロック。</p>	
<p>クエリ: [ブロードウェイ チケット]</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州ニューヨークシティ</p> <p>ユーザーの意図: KnowまたはDoクエリ。ニューヨークシティで開催されるブロードウェイショーのチケット代を知りたい、または購入したい。</p>	

12.8.2 SCRB（特殊なコンテンツのリザルトブロック）の例

検索結果にはWeb検索のリザルトブロックだけではなく、SCRB（特殊なコンテンツのリザルトブロック）も表示されることがあります。SCRBは検索結果の最上位に表示されることが多いですが、必ず最上位に表示されるわけではありません。

SCRBは、検索結果上で直接ユーザーにコンテンツを提供する目的で作られています。検索結果画面上で利用できる計算機・再生可能な動画・操作可能な天気情報などが表示され、ユーザーが即座に情報やコンテンツを入手できるため、それ以上クリックしたり他のページを読み込んだりする必要がありません。


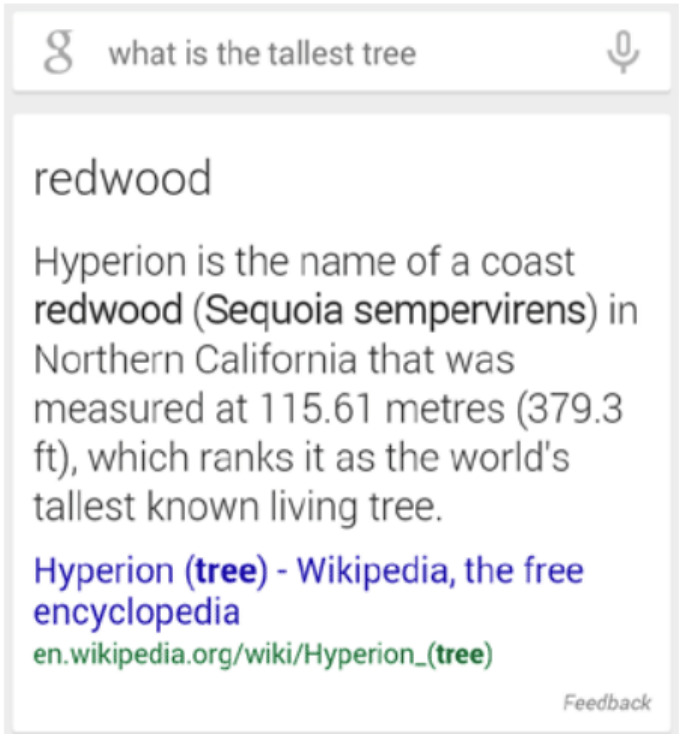
スマートフォンは操作が難しいため、SCRBはモバイルユーザーがタスクを完了するのに役立ちます。特に、一部の**Know Simple**、**Visit-in-Person**、**Do**クエリには大変役立ちます。

重要：評価タスクを行うときには、インタラクティブ要素がすべて適切に機能するものとして評価してください。また、以下の点にも注意してください：

- リザルトブロックには、検索結果のスクリーンショットや、リンクだけを有効にした検索結果の画像が表示されます。残念ながら、画像内のインタラクティブ要素は機能しません。リザルトブロック内のボタン・タブ・その他の機能は動かないかもしれませんが、**評価タスクを行うときには、インタラクティブな要素が意図した通りに機能するものとして評価してください。**
- タスクの作成から皆さんが評価するまでに時間差があるので、SCRBの情報が数時間遅れていたり、全く現状に合っていなかったりすることがあります。株価や天気情報のSCRBはタイムリーな情報を提供するためのものですが、この時間差によって内容が不正確になっていることがあります。こうした場合、SCRBが現状に合っていないからといって評価を減算しないでください。**特記していない限り、リザルトブロックは現在の情報を表示していると仮定してください。**

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	SCRB
<p>クエリ：[天気]</p> <p>ユーザーの所在地：イリノイ州シカゴ</p> <p>ユーザーの意図：Know Simpleクエリ。モバイルユーザーのニーズは「現在の天気・降水確率を知りたい」というシンプルなもの。ユーザー所在地付近の情報を求めている。</p> <p>注意：リザルトブロックには現時点の情報が表示されると仮定して評価すること。</p>	

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	SCRB
<p>クエリ：[エマ・ストーン 映画]</p> <p>ユーザーの意図：Knowクエリ。 エマ・ストーンが出演した映画を知りたい。</p> <p>ユーザーの所在地：アイオワ州デモワン</p> <p>検索結果の説明：ユーザーはリザルトブロックから、エマ・ストーンが出演している映画を即座に知ることができ、個々の映画をクリックするとさらに詳しい情報入手できる。スワイプ（横スクロール）することで、他の映画も表示できる。</p>	 <p>クエリ</p> <p>SCRB</p> <p>注意：スワイプすると、他の映画も表示される</p>
<p>クエリ：[バナナのカロリー]</p> <p>ユーザーの所在地：カリフォルニア州オークランド</p> <p>ユーザーの意図：Know Simpleクエリ。バナナのカロリーを知りたい。</p>	 <p>クエリ</p> <p>SCRB</p> <p>注意：ここをクリックすると、さらに詳しい情報を表示できる</p>
<p>クエリ：[野球 スコア]</p> <p>ユーザーの所在地：カンザス州ウィチタ</p> <p>ユーザーの意図：Knowクエリ。メジャーリーグの、現時点での点数を知りたい。</p>	 <p>クエリ</p> <p>SCRB</p>

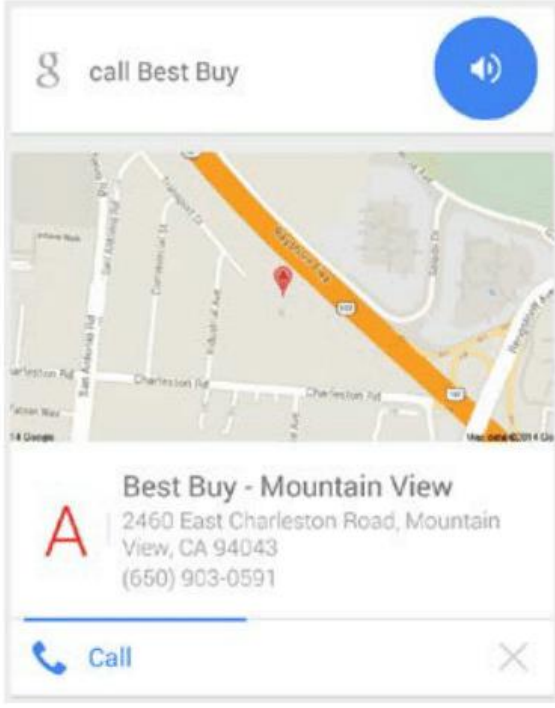
クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	SCRB
<p>クエリ : [coldplay fix you]</p> <p>ユーザーの所在地 : ルイジアナ州ニューオーリンズ</p> <p>ユーザーの意図 : Doクエリ。Coldplayの「Fix You」という曲を聴きたい。</p> <p>注意 : ユーザーはリザルトブロックから、直接この曲を再生したり、リンクをクリックして詳しい情報を知ったりすることができる。</p>	
<p>クエリ : [一番背が高い木は]</p> <p>ユーザーの所在地 : アイオワ州ボイズ</p> <p>ユーザーの意図 : Know Simpleクエリ。一番背が高い木を知りたい。</p>	

12.8.3 「デバイスアクションのリザルトブロック」の例

スマートフォンはユーザーのデバイスアクションクエリに応じて、ユーザーの求めるアクションを行うことができます。デバイスアクションクエリが「アプリを起動する」目的の場合、ユーザーがそのアプリをインストールしていると仮定して評価してください。また、クエリに「アプリをダウンロードする」目的がある場合、アプリをインストールしていないと仮定しましょう。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図・検索結果	デバイスアクションのリザルトブロック
<p>クエリ : [開く アングリーバード]</p> <p>ユーザーの所在地 : アーカンザス州リトルロック</p> <p>ユーザーの意図 : デバイスアクションクエリ。アングリーバードを起動して、このゲームで遊びたい。</p> <p>検索結果の説明 : リザルトブロック内のリンクを開くと、アプリが起動する。</p>	 <p>クエリ</p> <p>デバイスアクションのリザルトブロック</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	デバイスアクションのリザルトブロック
<p>クエリ : [amazon.comに行く]</p> <p>ユーザーの所在地 : カリフォルニア州グレンデル</p> <p>ユーザーの意図 : デバイスアクションクエリ。Amazon.comを訪問して利用したい。</p> <p>検索結果の説明 : リザルトブロック内のリンクをクリックすると、AmazonのWebサイトを訪問できる。</p>	 <p>クエリ</p> <p>デバイスアクションのリザルトブロック</p>
<p>クエリ : [午前5時にアラーム設定]</p> <p>ユーザーの所在地 : ワシントン州タコマ</p> <p>ユーザーの意図 : デバイスアクションクエリ。午前5時にアラームを設定したい。</p> <p>検索結果の説明 : リザルトブロックでは、午前5時にアラームを設定することができる。</p>	
<p>クエリ : [母にテキストメッセージ]</p> <p>ユーザーの所在地 : ワシントン州タコマ</p> <p>ユーザーの意図 : デバイスアクションクエリ。母」という連絡先にテキストメッセージを送りたい。</p> <p>検索結果の説明 : リザルトブロックでは、「母」という連絡先の、職場・携帯電話のどちらにメッセージを送るか選ぶことができる。</p>	

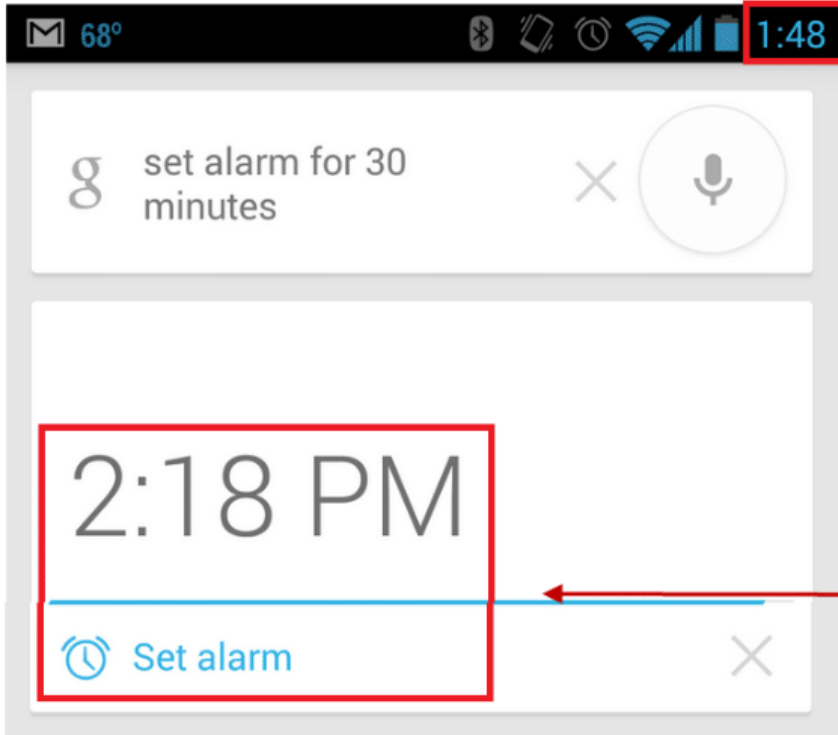
クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	デバイスアクションのリザルトブロック
<p>クエリ : [best buy Bに電話]</p> <p>ユーザーの所在地 : カリフォルニア州マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図 : デバイスアクションクエリ。最寄りのBest Buy店舗に電話したい。</p> <p>検索結果の説明 : リザルトブロックから、最寄りのBest Buy店舗に電話できる。</p>	

12.8.4 評価タスクでの「デバイスアクションのリザルトブロック」表示方法

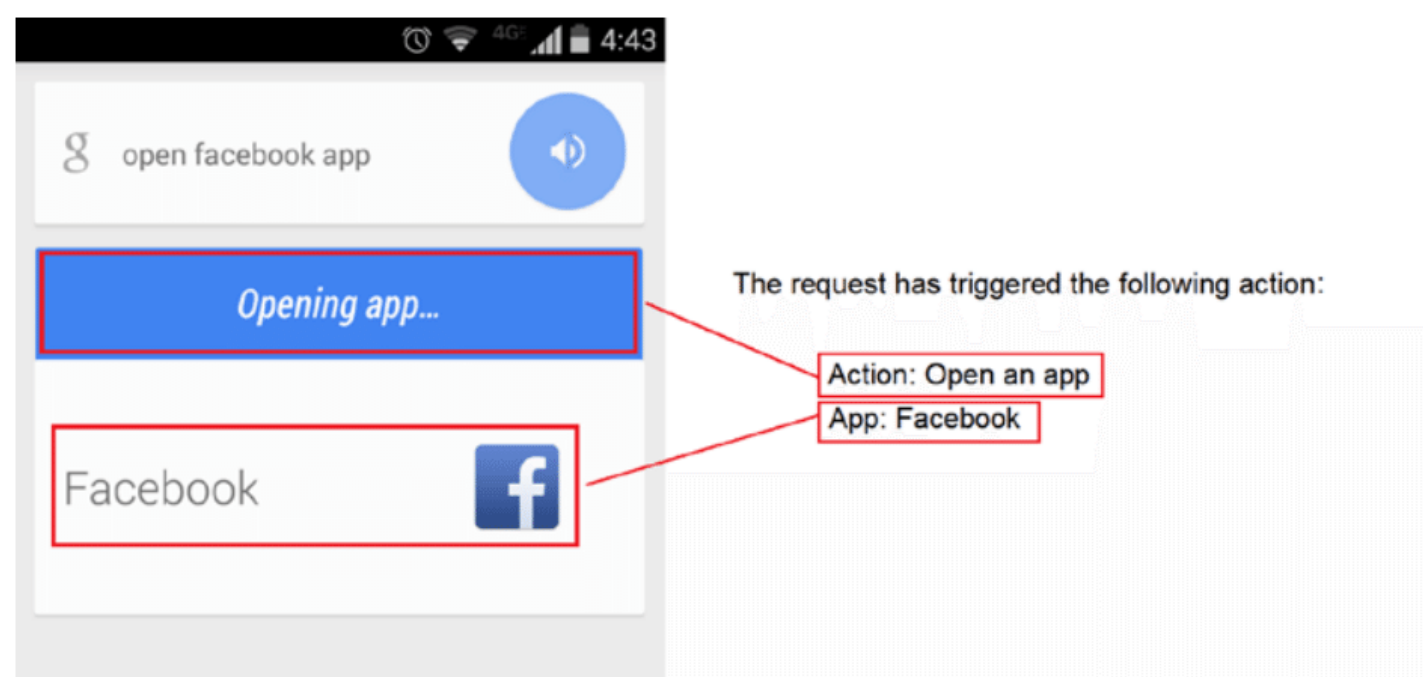
重要 : デバイスアクションクエリを使ったユーザーは、実際にアクションを体験することができます。しかし、評価者の皆さんには「どんなアクションが起きたか」という説明文しか表示されません。例えばiPhoneユーザーが「Siri、母に電話して」と言えば、実際に電話をかける画面が表示されますが、評価者の皆さんには説明文しか表示されません。

この場合も、評価するときにはスマートフォンがアクションを完璧に実行できたと仮定して評価してください。

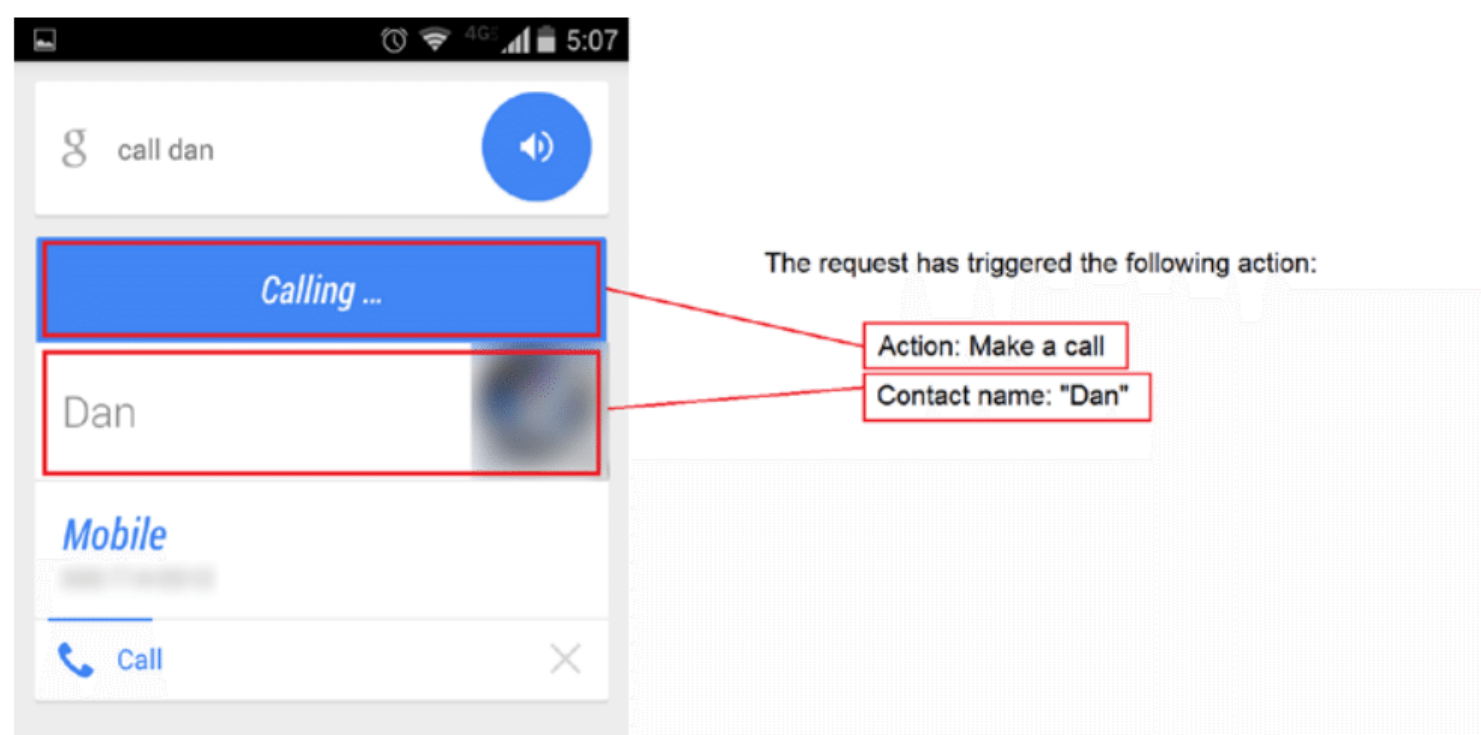
以下は**デバイスアクションクエリ**と、評価タスクで表示される説明文の一例です：

Devjce actionクエリで、ユーザーに表示される画面	評価者の皆さんに表示される画面
	<p>The request has triggered the following action:</p> <p>Query Time: 2013-07-18 13:48:00</p> <p>Action: Set alarm</p> <p>Alarm Time: 14:18:00</p>
<p>左は「30分のタイマー設定」というクエリに対してユーザーに表示される画面で、右は評価タスクに表示される説明文です。説明文から、ユーザーがクエリを実行したのが13時48分で、アラームがちょうど30分後の14時18分に設定されたことがわかります。</p>	

Devjce actionクエリで、ユーザーに表示される画面	評価者の皆さんに表示される画面
--------------------------------	-----------------



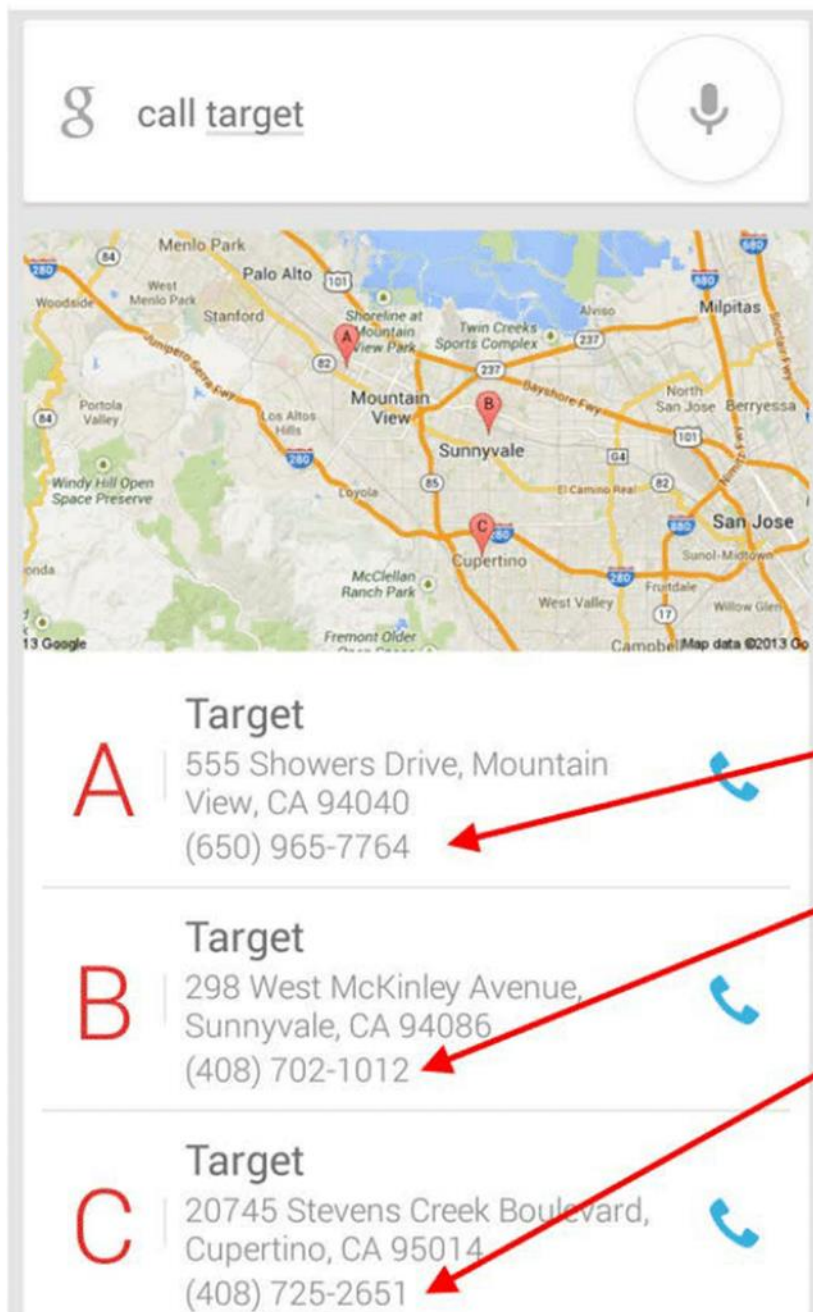
左は[facebookアプリを開く]というクエリに対してユーザーに表示される画面。「アプリを開いています……」というメッセージが表示され、アプリが起動する。右は評価タスクに表示される説明文。説明文から、ユーザーのスマートフォンでFacebookアプリが起動したことがわかる。



左は[ダンに電話]というクエリに対してユーザーに表示される画面で、右は評価タスクに表示される説明文。ユーザーの目的は「ダン」という連絡先に連絡すること。説明文から、ユーザーのスマートフォンがダンの電話番号と、電話をかけるためのボタンを表示したことがわかる。

Devjce actionクエリで、ユーザーに表示される画面

評価者の皆さんに表示される画面



Query Time: 2013-08-20 14:19:19

Action: Make a call to a business or an organization

Business Name: target
Location: 555 Showers Drive, Mountain View, CA 94040
Phone number: (650) 965-7764

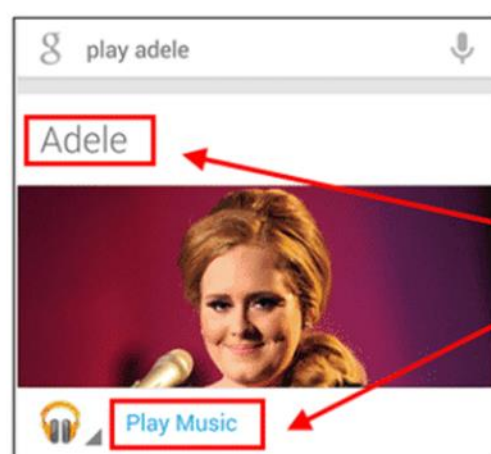
Action: Make a call to a business or an organization

Business Name: target
Location: 298 West McKinley Avenue, Sunnyvale, CA 94086
Phone number: (408) 702-1012

Action: Make a call to a business or an organization

Business Name: target
Location: 210745 Stevens Creek Boulevard, Cupertino, CA 95014
Phone number: (408) 725-2651

デバイスアクションクエリに対して、クエリに対応可能な複数の選択肢が表示されることがある。上の例は[Targetに電話]というクエリのもの。ユーザーに対して近所のTarget店舗一覧が表示され、ユーザーがどれに電話するかを選ぶことができる。



Name: Adele

Action: Play media

[Adeleを再生]というクエリの例。ユーザーには「メディアの再生」タイプのリザルトブロックが表示される。ユーザーが音楽を再生したいと思っているので、デバイスアクションのリザルトブロックには「曲を再生」ボタンが表示される。ボタンをクリックすると、ユーザーの端末にその曲が入っていれば再生されるし、入っていなければオンラインで聴くことができる。

12.9 スマートフォンで評価を行う時の注意点

評価者の皆さんが利用するスマートフォン・OS・ブラウザは各自異なるため、評価者ごとに利用体験も異なる点をGoogleは理解しています。評価者の皆さんは自然に行動して、自身の体験に基づいて評価してください。以下に、スマートフォンでの評価を行う時の注意点を記載します。

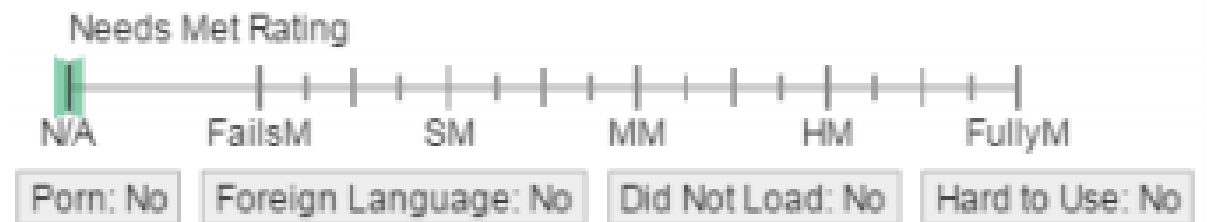
- LPをスマートフォンで開いたときに、以下のメッセージが表示された場合の対処法：
 - 「Webページをブラウザで開くか、アプリで開くか」を選択するメッセージ：Webページを開いて評価してください。ただし、端末側の設定で自動的にアプリで開くようになっている（例：YouTubeの動画はすべてYouTubeアプリで開く設定になっている）場合、アプリでの体験に基づいて評価してください。スマートフォンの設定を変更する必要はありません。
 - 「モバイルページを開くか、デスクトップページを開くか」を選択するメッセージ：両者のLPが同じなら、モバイルページを開いてください。時折モバイルページを開くとタスクURLのLPではなく、モバイルサイトのトップページに転送されることがあります。モバイルページのURLがデスクトップページと同じであるか確認してください。
- PDFファイルは開いて確認しましょう。利用している端末の都合上、PDFが開きにくい方もいるかもしれませんが、必ず開いて確認しましょう。
- 評価タスクをデスクトップ端末で行うように指示されることがありますが、その場合も特記されていない限りはモバイルユーザーの視点で評価してください。
- 「アプリのインストール」や「アプリのダウンロード」などのデバイスアクションクエリ・デバイスアクションのリザルトブロックを評価するときには、特記がなければAndroidユーザーの視点で評価してください。

3章 Needs Met評価のガイドライン

13.0 Needs Metスケールを使用した品質評価

様々なクエリや検索結果がありますが、品質評価の方法は常に同じです。Needs Met評価タスクではモバイルユーザーの需要を重視し、「この検索結果が、どの程度モバイルユーザーの役に立ち、満足感を与えるか」を考えてください。

Needs Metスケールは右記です。



評価	説明
Fully Meets (FullyM)	特定のクエリ・検索結果だけに適用される、特殊な評価です。大半のモバイルユーザーが「即座に」かつ「完全に」満足し、他の検索結果を見る必要がない状態です。
Highly Meets (HM)	モバイルユーザーの大半にとっても役立ちますが、一部のユーザーには他の検索結果も必要になります。
Moderately Meets (MM)	「多くのモバイルユーザーの役に立ち、一部のモバイルユーザーにはとても役に立つこともある」状態です。一部、あるいは多くのユーザーには他の検索結果も必要になります。
Slightly Meets (SM)	モバイルユーザーの一部に役立ちます。検索結果とクエリとの関係性は一応あるものの、弱くて不十分です。大半のユーザーには他の検索結果も必要になります。
Fails to Meet (FailsM)	モバイルユーザーの需要に合致していない結果です。全ユーザーが、この結果以外の情報を知りたいと思うでしょう。

「2つの評価の中間」が適切だと思った場合、「各評価の中間値」を割り振ることも可能です。スライダーをドラッグするか、クリックしてください。
 (※訳注：翻訳版ではこのスライダーは機能しません)

13.1 RB (Result Block) の評価：各ブロックのコンテンツとLP

Needs Met 評価では、検索結果を評価します。検索結果には、「ブロック内のコンテンツ」と「その結果に関連するLP」が存在します。

検索結果のどこを評価するのでしょうか？それはクエリとResult Block（以下、RB）によって異なります。

ブロック種別	評価対象
SCRB (Special Content Result Block) 注意：SCRB内のボタン・タブ等が動作しなくても、正しく動作したのものとして評価すること。	ブロック内のコンテンツが評価の主な対象となります。 「ユーザーが目的を達成するためには、リンク先をクリックする必要があるか」という点も考慮しましょう。 ・ クリックする必要がなければ、 ブロック内のコンテンツだけ を評価対象にします。 ・ クリックする必要がある場合、 ブロック内コンテンツとLPの双方 が評価対象となります。どちらかのコンテンツが有用でない場合、低い評価をつけましょう。
Web Search Result Block	基本的にクリックが必要なので、LPのコンテンツを評価します。
Device Action Result Block	アクション自体が役に立つかを評価します。

例えば、「『Love』の意味とは」というクエリについて考えてみましょう。

Result Block	Query: [what does love mean]	Rating
<p>Special Content Result Block</p>		<p>ブロック内に十分な内容のコンテンツがあり、LPへのリンクもないため、ユーザーはクリックする必要がありません。</p> <p>そのため、ブロック内のコンテンツを評価対象にします。</p>
<p>Web Search Result Block</p>		<p>回答を知るためには、LPへのリンクをクリックする必要があります。</p> <p>よって、LPのコンテンツを評価対象にします。</p>
<p>Special Content Result Block</p>		<p>ブロック内のコンテンツも役に立ちますが、より深い回答を知るためにリンクをクリックするユーザーもいるはずです。</p> <p>そのため、ブロック内のコンテンツとLPの両方を評価対象にします。</p>

株式会社アイレップ

以下は「ブロック内のコンテンツが主な評価対象になるSCRB」の例です。ただし、評価にあたっては自分自身の判断も必要です。

Query and Special Content Result Block													
<p>クエリ「ユートピア動物病院」</p>	<p>クエリ「シカゴ 天気」</p> <tr> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> <th>SUN</th> </tr> <tr> <td>18° - 2°</td> <td>7° - 0°</td> <td>23° - 5°</td> <td>12° - 0°</td> <td>27° - 14°</td> <td>32° - 19°</td> </tr>	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN	18° - 2°	7° - 0°	23° - 5°	12° - 0°	27° - 14°	32° - 19°
TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN								
18° - 2°	7° - 0°	23° - 5°	12° - 0°	27° - 14°	32° - 19°								

 クエリ「バナナ1本のカロリー」 || **クエリ「VISAカードのセキュリティコードの探し方」** | **クエリ「リンカーンの死因は？」** | **クエリ「映画 サンフランシスコ」** |

株式会社アイレップ

13.2 Fully Meets評価 (FullyM)

Fully Meets評価は、以下の状況にしか適用されない特殊な評価です。

- クエリとユーザーの意図が具体的かつ明確であり、曖昧な点がない
- 検索結果がモバイルユーザーを完全に満足させ、ユーザーが求めているものを「最低限の手間で」かつ「即座に」手に入れたり、使用したりできる
- 大半のユーザーが、この検索結果だけで完全に満足し、他の検索結果を必要としない

つまり、**Fully Meets評価**は他の検索結果を一切必要としない、「完全かつ完璧な内容の答え」です。

Fully Meets評価を適用するときにも、評価者である皆さん自身の感覚も利用して判断してください。以下のような場合には、**Fully Meets評価**が適切です。

- ユーザーが特定のページ・Webサイトを探していて、RB (リザルトブロック) がそのページ・Webサイトである
- ユーザーがデバイスを操作しようとしていて、RBでは望み通りの操作ができる
- ユーザーが特定の事実・情報を求めており、RBが「即座に」「完璧に」「明白に」その情報を提示しているため、他の結果を見せる必要がない。

Fully Meets評価が適用されるのは、上記の3パターンだけではありません。「このRBは大半のユーザーを完全に満足させることのできる、完璧な答えか？」と自分自身に問いかけてみましょう。Fully Meetsの利用には、慎重になりましょう。迷うようなら、もう少し低い評価を考えましょう。

注意：「このRBはほぼ完璧だが、このRBだけでユーザーの需要全てを満たすことはできないかもしれない」という場合は、**Highly Meet +**評価が適切かもしれません。

Fully Meets評価が適用可能かを判断するときには、「ユーザーの意図がどれほど具体的であるか」に注意して、状況に応じて自分で判断しましょう。

13.2.1 Fully Meets (FullyM) 評価の例

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ： 「Amazon.com」</p> <p>ユーザーの所在地： テキサス</p> <p>ユーザーの意図： amazon.comを訪問</p>		<p>評価タスクでは 以下の文章を表示：</p> <p>Action: Open a specific webpage</p> <p>URL: http://www.amazon.com/</p> <p>Website Name: Amazon.com: Online Shopping for Electronics, Apparel, Computers ...</p>	<p>「amazon.comに行く」という意図が明白で、RBではそのWebサイトを開いている。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「Amazon」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州オースティン</p> <p>ユーザーの意図: Amazon.comを訪問</p>	<p>Amazon.com www.amazon.com</p> <p>Mobile-friendly - Online retailer of books, movies, music and games along with electronics, toys, apparel, sports, tools, groceries and ...</p>		<p>このクエリには他の解釈（アマゾン川など）もありうるが、支配的解釈は「Amazon.comに行く」ということであり、意図が明白。</p>
<p>クエリ: 「Target サイト」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州ジャクソンビル</p> <p>ユーザーの意図: TargetのWebサイト訪問</p>	<p>Target : Expect More. Pay Less. www.target.com/</p> <p>Spend \$50 and get free shipping on over 500K items. Choose from a wide selection of furniture, kids ...</p> <p>Mountain View Target Find Store</p> <p>Women's Electronics</p> <p>Home : Decor, Furn... Weekly Ad</p>		<p>「Target.comに行く」という意図が明白。</p>
<p>クエリ: 「ショップ Nordstorm オンライン」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 モントレー</p> <p>ユーザーの意図: NordstormのWebサイトで買い物をする</p>	<p>Nordstrom m.shop.nordstrom.com/</p> <p>Mobile-friendly - Shop online for shoes, clothing, jewelry, dresses, makeup and more from top brands. Make returns in store or by mail.</p>		<p>「Nordstormに行く」という意図が明白。</p>
<p>クエリ: 「タイタニック IMDB」</p> <p>ユーザーの所在地: ケンタッキー州 レキシントン</p> <p>ユーザーの意図: IMDbで、映画「タイタニック」のページを見る</p>	<p>Titanic - IMDb m.imdb.com/title/tt0120338/</p> <p>★★★★★ Rating: 7.7/10 - 663,660 votes</p> <p>Mobile-friendly - Titanic -- Experience James Cameron's Titanic like never before. Leonardo DiCaprio and Kate Winslet Titanic -- Jack ...</p>		<p>「IMDb内の、タイタニックのページに行く」という意図が明白。</p>
<p>クエリ: 「yahoo.c0m」 (※訳注：原文ママ)</p> <p>ユーザーの所在地: コロラド州デンバー</p> <p>ユーザーの意図: Yahoo!のWebサイトに行く</p>	<p>Yahoo https://www.yahoo.com/</p> <p>Mobile-friendly - A new welcome to Yahoo. The new Yahoo experience makes it easier to discover the news and information that you ...</p>		<p>クエリは不正確なURLだが、「Yahoo!に行く」という意図が明白。 (訳注：× c0m→○ com)</p>
<p>クエリ: 「cnn health」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド州アナポリス</p> <p>ユーザーの意図: cnn.comの健康コーナーに行く</p>	<p>Health News - Medical, Mental and Dental ... www.cnn.com/HEALTH/</p> <p>Mobile-friendly - Discover the latest news and video about health at CNN. CNN covers diet, fitness, parenting, conditions and more, ...</p>		<p>「cnn.comの健康に関するコーナーに行く」という意図が明白。</p>

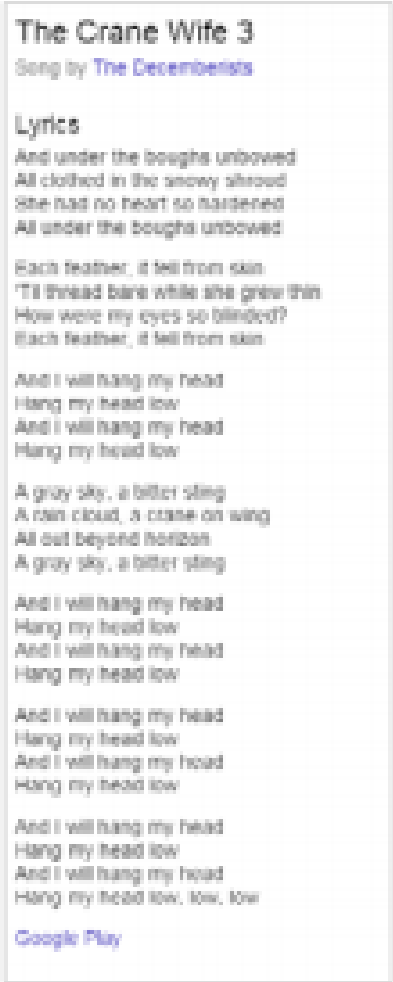

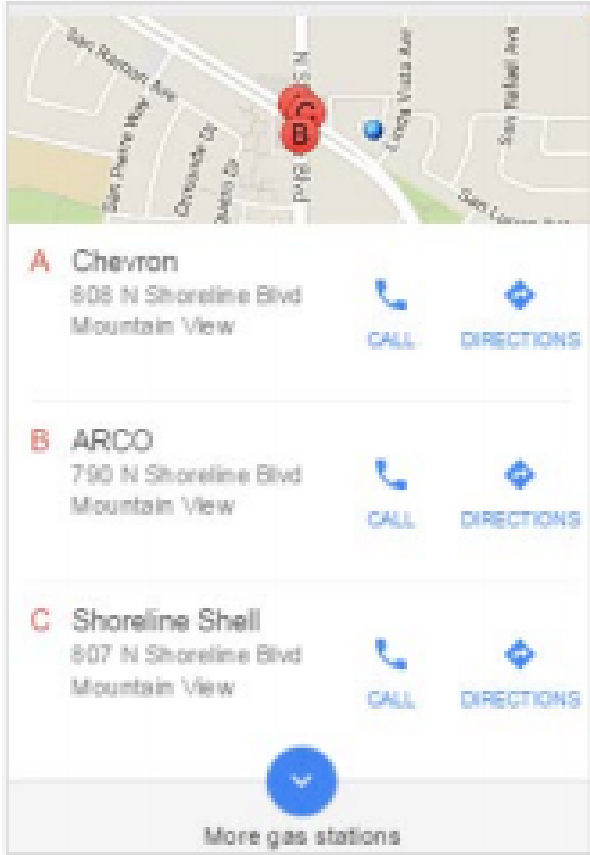

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「cnn」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド州アナポリス</p> <p>ユーザーの意図: CNN公式サイトを訪問</p>			<p>「CNNニュースに行く」という意図が明白。 ユーザーがCNNアプリを入れているかは不明だが、Webサイトには十分な情報があるためユーザー意図を完璧に満たす。</p>
<p>クエリ: 「yelp」</p> <p>ユーザーの所在地: ノースカロライナ州ローリー</p> <p>ユーザーの意図: Yelpサイト訪問、またはYelpアプリを起動</p>			<p>この検索結果は「Yelpアプリを起動したい」「Yelpサイトに行きたい」双方の意図を満たすためFully Meetsとなる。</p> <p>注:このような結果が評価タスクに表示された場合、ユーザーがアプリをインストール済みとみなすこと。</p> <p>左上のブルーリンクからはアプリを起動し、下のブルーリンクからは「アプリ起動」「Webサイト訪問」を選択できる。</p> 
<p>クエリ: 「lebron james stats basketball-reference.com」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州マイアミ</p> <p>ユーザーの意図: 指定したWebサイトで、指定したバスケット選手の統計情報を見る</p>			<p>「basketball-reference.com」で、「LeBron Jamesの成績データを見たい」という意図が明白。</p>
<p>クエリ: 「Instagram 開く」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州ラグナビーチ</p> <p>ユーザーの意図: Instagramのアプリを起動</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは以下の文章を表示:</p> <p>Action: Open an app</p> <p>App: Instagram</p>	<p>「Instagramのアプリを起動したい」というデバイスアクションの意図が明白。</p> <p>その意図の通りにInstagramのアプリを起動しているためユーザーの需要に完全に合致する。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「Bing検索アプリを開く」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州ダラス</p> <p>ユーザーの意図: Bing検索アプリを起動</p>			<p>このRBでは、スマートフォンが「ユーザーがBing検索アプリを入れていない」ことを検知して、アプリをダウンロードする機能を提供している。これはFully Meetsに該当する。</p> <p>注:評価タスクに特記されていない限り、「Android端末を利用している」という仮定で評価する。よって、Google Playからのダウンロードを勧めるこのRBは適切である。</p>
<p>クエリ: 「Facebook アプリを開く」</p> <p>ユーザーの所在地: バージニア州リッチモンド</p> <p>ユーザーの意図: Facebookアプリを開く</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは以下の文章を表示:</p> <p>Action: Open an app</p> <p>App: Facebook</p>	<p>「Facebookアプリを開く」というデバイスアクションの意図が明白。RBでは「Facebookアプリを開きますか?」という確認ウィンドウを表示しており、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「午前5時にアラーム」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントン州タコマ</p> <p>ユーザーの意図: 午前5時にアラームが鳴るように設定する</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは以下の文章を表示:</p> <p>Action: Set alarm</p> <p>Alarm Time: 5:00 AM</p>	<p>「午前5時にアラームを設定」というデバイスアクションの意図が明白。RBでは「午前5時にアラームを設定する」プロセスが表示されており、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「chef chu 電話番号」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州ロソアルトス</p> <p>ユーザーの意図: 「Chef Chu's」というレストランの電話番号を知る</p>			<p>「Chef Chu's」はユーザー所在地付近にある中華レストラン。RBでは電話番号を表示し、更に「電話をかける」オプションまで表示されているため、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「Best Buyに電話」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: 最寄りのBest Buyに電話する。 マウンテンビュー付近には Best Buyが一軒しかない点 に注意。</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは 以下の文章を表示:</p> <p>Action: Make a call</p> <p>Business Name: Best Buy</p> <p>Location: 2460 E Charleston Rd, Mountain View, CA 94043</p> <p>Phone number: (650) 903-0591</p>	<p>「最寄りのBest Buyに電話する」というデバイスアクション意図が明白。RBでは該当する店舗に電話するプロセスを表示しており、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「イタリアの地図表示」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド州ボルチモア</p> <p>ユーザーの意図: イタリアの地図を開く</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは 以下の文章を表示:</p> <p>Action: Open map</p> <p>Location: Italy</p>	<p>「イタリアの地図を見る」というデバイスアクション意図が明白。RBでは該当する地図を表示し、Google マップで開くためのリンクもある。ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「ヨセミテ国立公園にナビ」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントン州シアトル</p> <p>ユーザーの意図: ユーザー所在地からヨセミテ 国立公園までナビ</p>	<p>What the user sees:</p> 	 <p>評価タスクでは 以下の文章を表示:</p> <p>Action: Navigation</p> <p>Destination: Yosemite National Park</p> <p>Destination Address: Yosemite Village, CA 95389</p>	<p>「ヨセミテ国立公園までナビしてもらおう」というデバイスアクション意図が明白。RBでは同公園までのナビゲーションアプリを起動するプロセスが表示されており、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「Visaカードのセキュリティコードの調べ方」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州シカゴ</p> <p>ユーザーの意図: Visaカードのどこにセキュリティコードが記載されているか知りたい</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。コードを見つけるためにとっても役に立つ画像もあり、ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「スターバックス 株価」</p> <p>ユーザーの所在地: ヴァージニア州アレクサンドリア</p> <p>ユーザーの意図: スターバックスの現在の株価を知りたい</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。ユーザーの需要に完全に合致する。</p> <p>注:RBには「現時点での情報」が表示されていると仮定して評価すること。</p>
<p>クエリ: 「ニューヨーク 人口 2012」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州パサデナ</p> <p>ユーザーの意図: ニューヨークの2012年時点の人口を知りたい City Data in 2012.</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「今日の天気は？」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: ユーザー所在地付近の、今日の天気を知りたい</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。ユーザーの需要に完全に合致する。</p> <p>「天気を知る」等のクエリは「Know Simple」に分類されることに注意。</p> <p>注:RBには「現時点での情報」が表示されていると仮定して評価すること。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「ロンドン 時間」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: ロンドンの現在時刻を知りたい</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。ユーザーの需要に完全に合致する。</p> <p>注:RBには「現時点での情報」が表示されていると仮定して評価すること。</p>
<p>クエリ: 「ドイツの首相は誰？」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: 現在のドイツ首相の名前を知りたい</p>			<p>RBはユーザーの疑問に完璧かつ正確な答えを表示しており、モバイル端末でも読みやすい。ユーザーの需要に完全に合致する。</p>
<p>クエリ: 「アルゴ」トレーラー」</p> <p>ユーザーの所在地: ウィスコンシン州マディソン</p> <p>ユーザーの意図: 映画「アルゴ」のトレーラーを見たい</p>			<p>このクエリの意図はKNOW（トレーラーがあるかどうかを知る）、あるいはDO（トレーラーを見る）いずれにも分類できるが、いずれにせよユーザーは「アルゴのトレーラー動画」という極めて具体的なものを求めている。RBはユーザーの求める動画を明白に表示しており、クリックすれば再生が可能。</p>
<p>クエリ: 「shoreline and middlefieldのシェブロン」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: 指定した地域の、特定のチェーンのガソリンスタンドに行きたい</p>			<p>ユーザーは指定した地域の、指定したチェーンのガソリンスタンドに訪問したいと思っている。RBは該当するガソリンスタンドの場所や、実際に訪問するために必要な情報を表示している。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「decemberists crane wife 3 歌詞」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロングビーチ</p> <p>ユーザーの意図: Decemberistsが歌う、「The Crane Wife 3」の歌詞を知りたい</p>			<p>RBはユーザーが求めている歌詞を表示している。</p> <p>注:Google Play に掲載された歌詞はライセンスを受けている点に注意。</p>
<p>クエリ: 「近所のガソリンスタンド」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: 近所のガソリンスタンドに行きたい。緊急を要するクエリの可能性がある点に注意。</p>			<p>ユーザーは現在地（地図上にある青い点）に近いガソリンスタンドを訪問することが目的。</p> <p>RBには近所の有名なガソリンスタンド一覧が表示されており、こうした目的のユーザーに特に役に立つ。</p> <p>このRBの形式は、「運転していて電話機を操作できない」ユーザーに対しても、大変便利。</p> <p>注:左の評価にはHM+からFullyMまでの幅を設けてある。これは「ガソリンの単価」「営業時間」「現在地からの距離」「その他の候補」等、このリスト外の情報を求めるユーザーがいるかもしれないため。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Fully Meets Explanation
<p>クエリ: 「近所のコーヒーショップ」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: 近所のコーヒーショップに行きたい</p>		<p>FalseM SM MM HM FullyM</p>	<p>ユーザーは現在地（RB内地図の青い点）に近いコーヒーショップに行くことが目的。</p> <p>RBには、近所の有名で人気のあるお店一覧が表示されており、こうした目的のユーザーにとって大変役に立つ。RB内のコーヒーショップをクリックすると、「電話をかける」「店までナビ」「レビューを読む」等のインタラクティブ要素があることにも注意。</p> <p>注:左の評価にはHM+からFully Mまでの幅を設けてある。これは「営業時間」「現在地からの距離」「その他の候補」等、このリスト外の情報を求めるユーザーがいるかもしれないため。</p>
<p>クエリ: 「ワシントンDC ペンシルヴァニア通り 1600番」 (訳注: アメリカ東海岸側)</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ベイカーズビル (訳注: アメリカ西海岸側)</p> <p>ユーザーの意図: その住所の地図・情報を知りたい</p>		<p>FalseM SM MM HM FullyM</p>	<p>このRBには、クエリで指定した住所の地図・道案内へのリンク、ホワイトハウスなどの有名なランドマークが表示されている。</p> <p>ユーザーが、自身の所在地から遠く離れた場所の住所・ビジネス名などで検索することは決して珍しいことではない。このような限定性の強いクエリでは、ユーザーの所在地は評価に一切影響しない。</p> <p>注:左の評価にはHM+からFully Mまでの幅を設けてある。これは「写真」「詳細説明」等、このリスト外の情報を求めるユーザーがいるかもしれないため。</p>

13.2.2 絶対にFully Meets評価にならないRBの例

クエリによっては、絶対にFully Meets評価にならない場合があります。以下はそのような例です。

Type of Query	Example	No Fully Meets Result: Explanation
クエリの意図が広く、1つの結果で全ユーザーを満足させることは不可能なもの	「編み物」	幅広い情報を求めるクエリ。編み物は誰にでもできるし、誰でも編み物に関するWebサイトを作れる。さらに、ユーザーの求めるコンテンツも「動画」「編み方」「編み物のデザイン」等と多種多様。「編み物に関する唯一の公式情報」や「万人を満足させる、編み物に関する情報」は存在しないため、FullyM評価は存在しない。
	著名人の名前 例： 「バラク オバマ」	幅広い情報を求めるクエリであり、ユーザーが何を求めているのかを明確にすることは不可能。
クエリが曖昧で、明白な意図や決定的な唯一の解釈が存在しないもの	「ada」	「Americans with Disability Actの略称」「American Dental Associationの略称」等、様々な解釈が可能で、これといった確実な解釈がない。列記した各団体の公式サイトはあるが、唯一の解釈が存在しないことから、いずれもFullyMには該当しない。
	一般人の名前 例： 「Sam Wen」	クエリが人名の場合は扱いが難しく、基本的には支配的解釈がない。「Sam Wen」「Tran Nguyen」など珍しく聞こえる名前であっても、FullyMは存在しない。同姓同名の人がいる可能性もあるし、その人についてどのような情報を求めているのかも断定できないため。

13.3 Highly Meets (HM) 評価

Highly Meets (HM) 評価は、多数あるいは大半のユーザーにとって役立つ検索結果に適用されます。**HM評価**の検索結果は満足度が高く、クエリにもうまく合致しています。更に、「高品質」「権威性がある」「面白い」「新鮮な情報」等の性格を備えていることが多いです。

1つのクエリに対して、**複数の検索結果がHM評価を受けられる**ことがあります。

HM評価を下す際は、厳しい基準で臨んでください。
特に、トピックと合致する検索結果が大量に存在するケースには注意してください。

13.3.1 Highly Meets (HM) 評価の例









Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Trader Joes」 (訳注: チェーン名)</p> <p>ユーザーの所在地: ノースカロライナ州 シャーロット</p> <p>ユーザーの意図: 「近くの店舗に行きたい」 「Webサイトに行きたい」のどちらか</p>			<p>RBはユーザーの現在地に近い店舗を全て含んでおり、訪問意図のユーザーには大変役立つ。</p> <p>注: Webサイトに行ってもクーポンを手に入れたい、宣伝を見たいなどという意図のユーザーには他の結果が必要なので、FullyMにはならない。</p>
<p>クエリ: 「Trader Joes」 (訳注: チェーン名)</p> <p>ユーザーの所在地: ノースカロライナ州 シャーロット</p> <p>ユーザーの意図: 「近くの店舗に行きたい」 「Webサイトに行きたい」のどちらか</p>			<p>RBはTrader Joe'sの公式サイトであり、同チェーンの店舗・プロモーション・レシピ・ニュースなど権威性のある情報を掲載している。</p> <p>注: 実際に店舗を訪問したいユーザーは、このWebサイトを訪問した上で更に手間が必要(訳注: 店舗情報ページから営業時間を確認するなど)なので、FullyMには該当しない。</p>
<p>クエリ: 「Museum of Modern Art」 (訳注: ニューヨークにある現代美術の殿堂)</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 マンハッタン</p> <p>ユーザーの意図: 「この美術館に行きたい」 「公式サイトに行きたい」のどちらか</p>			<p>RBは同美術館についての役立つ情報を含んでおり、訪問意図のユーザーには大変役立つ。</p> <p>注: 公式サイトへのリンクも含まれているが、FullyMにはならない。公式サイトタイトル・スニペット・URLなどが含まれておらず、Webサイト訪問目的のユーザーに対して情報が完璧とはいえない。</p>

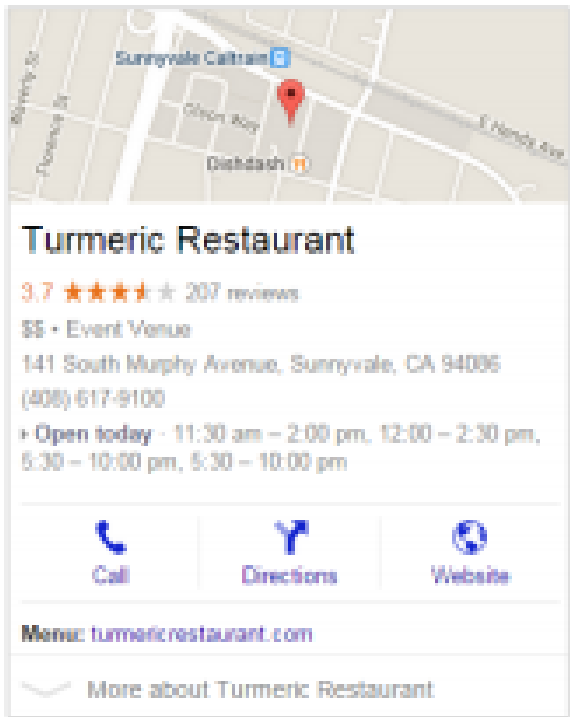


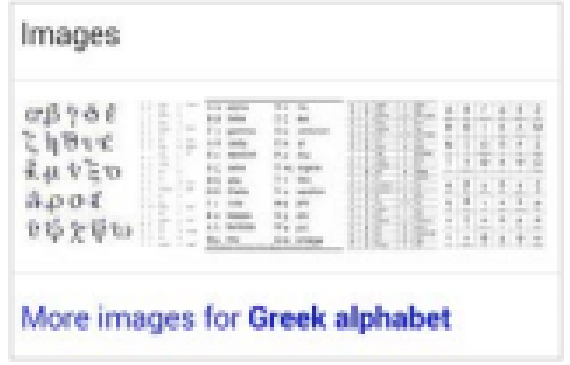


Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Museum of Modern Art」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 マンハッタン</p> <p>ユーザーの意図: 「この美術館に行きたい」 「公式サイトに行きたい」 のどちらか</p>			<p>RBは同美術館の公式サイトであり、展示内容・会員制度・ミュージアムショップなどの役立つ情報を掲載している。</p> <p>注:実際に訪問したいユーザーは、このWebサイトを訪問した上で更なる手間が必要となるので、FullyMにはあたらない。</p>
<p>クエリ: 「Prestige BMW」</p> <p>ユーザーの所在地: ニュージャージー州 ラムゼイ</p> <p>ユーザーの意図: 「店舗に行きたい」 「サイトに行きたい」 のどちらか</p>			<p>クエリはニュージャージーにある車販売チェーンの名前であり、ユーザー所在地付近には、同社の支店は1店舗しか存在しない。RBはその支店に関する情報を表示しており、訪問目的のユーザーにとって大変役に立つ。</p> <p>注:公式サイトへのリンクも含まれているが、FullyMにはならない。公式サイトタイトル・スニペット・URLなどが含まれておらず、Webサイト訪問目的のユーザーに対しては完璧とは言えない。</p>
<p>クエリ: 「Prestige BMW」</p> <p>ユーザーの所在地: ニュージャージー州 ラムゼイ</p> <p>ユーザーの意図: 「店舗に行きたい」 「公式サイトに行きたい」 のどちらか</p>			<p>RBは同チェーンの公式サイトであり、在庫・収支情報などの役立つ情報を掲載している。</p> <p>注:実際に店舗を訪問したいユーザーは、このWebサイトを訪問した上で更に手間が必要なので、FullyMにはならない。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ベルmont 図書館」</p> <p>ユーザーの所在地: マサチューセッツ州 ベルmont</p> <p>ユーザーの意図: 「図書館に行きたい」 「公式サイトに行きたい」 のどちらか</p>			<p>ベルmont (マサチューセッツ州) には図書館が1館しか存在しない。RBはその図書館に関する情報を表示しており、訪問目的のユーザーには大変役に立つ。</p> <p>注: 公式サイトへのリンクも含まれているが、FullyMにはならない。公式サイトタイトルのスニペット・URLなどが含まれておらず、サイト訪問目的に対して情報が完璧とはいえない。</p>
<p>クエリ: 「ベルmont 図書館」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ベルmont</p> <p>ユーザーの意図: 「図書館に行きたい」 「公式サイトに行きたい」 のどちらか</p>			<p>ベルmont (カリフォルニア州) には図書館が1館しか存在しない。RBはその図書館に関する情報を表示しており、訪問目的のユーザーには大変役に立つ。</p> <p>注: 公式サイトへのリンクも含まれているが、FullyMにはならない。公式サイトタイトルのスニペット・URLなどが含まれておらず、サイト訪問目的に対して情報が完璧とはいえない。</p>
<p>クエリ: 「Decemberists」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロングビーチ</p> <p>ユーザーの意図: 「このバンドについて知りたい」</p>	<p>The Decemberists www.decemberists.com/ Mobile-friendly - New album - What A Terrible World, What A Beautiful World - coming January 20, 2015. Pre-order now. On-Tour - Discography - "V is for Victory" Benefit ...</p>		<p>ユーザーの意図が広いため、FullyMを適用することはできない。しかし、RBは同バンドの公式サイトであり、ツアー日時・MV・最新アルバムなどの役立つ情報を掲載している。極めて高い権威性もあり、大半のユーザーは満足するはず。</p>
<p>クエリ: 「セリーヌ ディオン」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントン州ベルビュー</p> <p>ユーザーの意図: 「この歌手について知りたい」</p>	<p>Celine Dion The Official Celine Dion Site www.celinedion.com/ Celine Dion's official website featuring Celine news, music, videos, album info and more! Videos - 'What's Goin' - TeamCeline account</p>		<p>ユーザーの意図が広いため、FullyMを適用することはできない。RBは同氏の公式サイトであり、公演日時・音楽・写真・動画などの役立つ情報を掲載している。極めて高い権威性もあり、大半のユーザーは満足するはず。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Shaun the Sheep Movie」 (訳注: 映画のタイトル)</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: 映画のあらすじ・上映時間・出演者情報などを知りたい</p>			<p>ユーザーの意図が広いいため、FullyMを適用することはできない。RBは映画のあらすじ・近所の映画館の上映時間・評価・出演者などの役立つ情報を掲載している。大半のユーザーが満足するはず。</p>
<p>クエリ: 「Manresa レビュー」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サンノゼ</p> <p>ユーザーの意図: カリフォルニア州ロスガトスにあるレストランのレビューを読みたい</p>	<p>Manresa, Los Gatos - Menu, Prices & Reviews - TripAdvisor www.tripadvisor.com/Restaurant_Review... ★★★★★ Rating: 4 - 127 reviews Mobile-friendly - Manresa, Los Gatos: See 127 unbiased reviews of Manresa, rated 4 of 5 on TripAdvisor and ranked #12 of 139 ...</p>		<p>LPは同レストランに関する127件のレビューを掲載しており、モバイルでも使いやすい。初めは3件のレビューしか表示されないが、クリックすると他のレビューも読めるようになる。大半のユーザーに対して、とても役立つ。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ブロードウェイ チケット」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: チケット価格を調べる チケットを購入する</p>	<p>Broadway tickets, show dates, calendar. Official Ticketmaster site. www.ticketmaster.com/broadway Find and buy broadway show tickets at Ticketmaster.com.</p>		<p>LPはブロードウェイのチケットを多数販売しており、出所も信頼できる。Webサイトを見るためにはズーム・スクロール操作が必要だが、信頼できるWebサイトであり、多数あるいは大半のユーザーに役立つ。</p>
<p>クエリ: 「子供用 バックパック」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: キッズ用バックパックの価格を調べる・購入する</p>	<p>Kids' School Backpacks & Messenger Bags Free Shipping from L.L. ... www.llbean.com/llb/.../818?...backpacks Our durable kids' backpacks are loaded with pockets and features - like padded shoulder straps, nighttime reflective ...</p>		<p>LPはモバイルフレンドリーで、子供用バックパックを多数販売している。この企業は子供用の高品質なバックパックを製造・販売する会社として有名であり、製品は幅広い年代層をカバーしている。製品情報・ユーザーレビューに加えて、モバイルでも使いやすい有用なフィルタ機能もある。多数あるいは大半のユーザーに役立つ。</p>
<p>クエリ: 「Poison Ivy (ツタウルシ)」</p> <p>ユーザーの所在地: ジョージア州アトランタ</p> <p>ユーザーの意図: 写真・かぶれた時の対処法など</p>	<p>Outsmarting Poison Ivy and Other Poisonous Plants www.fda.gov/.../ucm049342.htm Sep 2, 2008 - Poison ivy and other poisonous plants are a hazard all year round. Here are tips for preventing and ...</p>		<p>LPはモバイルフレンドリーで、政府運営サイトの一部。ツタウルシに関する有益な情報が掲載されている。多数あるいは大半のユーザーに役立つ。一部のユーザーには、他の情報も必要かもしれない。</p>
<p>クエリ: 「マイケル ジョーダン」</p> <p>ユーザーの所在地: マサチューセッツ州 ボストン</p> <p>ユーザーの意図: 同氏に関する情報・ニュース・画像などを見つける</p>	<p>Michael Jordan - Wikipedia, the free encyclopedia en.wikipedia.org/wiki/Michael_Jordan Michael Jeffrey Jordan (born February 17, 1963), also known by his initials, MJ, is an American former professional ...</p>		<p>LPはモバイルフレンドリーで、マイケル・ジョーダンに関するWikipedia記事。多数あるいは大半のユーザーに役立つ。</p>
<p>クエリ: 「ドイツの首相は誰?」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: 現在のドイツの首相の名前を知りたい</p>	<p>Chancellor of Germany - Wikipedia, the free encyclopedia en.m.wikipedia.org/.../Chancellor_of_Ge... The current Chancellor is Angela Merkel, who is currently serving her third term in office. She is the first female ... List of Chancellors of Germany</p>		<p>「現在のドイツ首相の名前を知りたい」というKnow Simpleクエリ。首相の名前はスニペット内に明示されているが、モバイルユーザーにとってはやや読みにくい。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ダンス 動画」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: ダンスの動画を見たい</p>			<p>ユーザーはダンスに関する良質な動画や面白い動画を探しており、意図に合致するページ候補は多い。</p> <p>RBもその一つであり、コメディアンが過去数十年のダンススタイルを披露する、とても人気がある動画である。</p>
<p>クエリ: 「ムラサキバレンギク」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: この花の写真を見る 詳細を知る</p>			<p>RBには多数の画像が表示され、LPに遷移すると更に多くの画像が表示される。ユーザーの意図にとってもよく合致しておりHMといえる。</p>
<p>クエリ: 「シアトル ワシントン」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス、アーリントン</p> <p>ユーザーの意図: ワシントン州シアトルに関する情報・ニュース・地図などを知りたい</p>			<p>このクエリは1つの都市に関する、意図の広いクエリ。ユーザーによって必要とする結果は異なる。</p> <p>RBには地図・天気・名所等の「多様な」「役に立つ」情報が掲載されており、下部をクリックすると更に多くの情報を表示することも可能。</p> <p>MM+からHMが適切。</p>
<p>クエリ: 「外来種」</p> <p>ユーザーの所在地: ミズーリ、セントルイス</p> <p>ユーザーの意図: 外来種について知りたい</p>			<p>RBは「外来種とは何か」という概要を解説しているが、「例」「影響」などのより深い情報を必要とするユーザーもいるはずだ。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ターメリック」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サニーヴェール</p> <p>ユーザーの意図: 「香辛料のターメリックに関する情報を知りたい」 「サニーヴェールにあるレストラン『ターメリック』の情報を知りたい」 のいずれか</p>			<p>サニーヴェールのユーザーには、「香辛料のターメリックについて知りたい」という意図と「サニーヴェールにある『ターメリック』というレストランについて知りたい」といういずれかの意図が存在する。この例ではユーザーがサニーヴェールにいるため、レストランの意図が強いただろう。しかし香辛料の意図があるユーザーも一定数いる可能性があるため、HM 評価が妥当。</p>
<p>クエリ: 「Kristen Wiig」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: この著名人に関する情報を 知りたい</p>	<p>Kristen Wiig www.kristenwiig.org · Your fan site for Oscar ... www.kristenwiig.org Mobile-friendly - Watch the full interview on the official website to hear Kristen and director Shira Piven talk about their careers in acting, ... Photo Gallery - KristenWiig.org Video Archive</p>		<p>LPは彼女のファンサイト。50,000点以上の写真や300点以上の動画、インタビュー、記事などが掲載されており、HMに相当する。多数あるいは多くのユーザーの需要に合致する。</p>
<p>クエリ: 「ギリシャ語 アルファベット」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: ギリシャ文字の歴史・文字 の名称・見た目などを知り たい</p>			<p>このクエリは意図が広く、ユーザーによって必要とする結果は異なる。</p> <p>RBにはギリシャ語アルファベットの一覧画像が、複数掲載されている。多くのユーザーには役立つだろうが、他の情報が必要なユーザーもいる。</p>
<p>クエリ: 「ジェニファー アニストン」</p> <p>ユーザーの所在地: デラウェア、ドーバー</p> <p>ユーザーの意図: この女優に関する画像・ 最新ニュース・ゴシップ・ 情報などを知りたい</p>	<p>In the news</p> <p>What Oscar Snubs? Inside Jennifer Aniston and Angelina Jolie's Night at the Critics' Choice Awards : People.com People.com - 5 hours ago</p> <p>EXCLUSIVE: Jennifer Aniston double heartbreak as BOTH her 'lost love' and best friend, who starred in cult classic ... Daily Mail - 2 hours ago</p> <p>Jennifer Aniston Reacts to Oscars 2015 Cake Snub, Says Reese Witherspoon and Julianne Moore Emailed Her Us Magazine - 4 hours ago</p> <p>More news for jennifer aniston</p>		<p>このクエリは1人の女優に関する、意図の広いクエリ。ユーザーによって必要とする結果は異なる。</p> <p>RBは彼女に関する最新ニュースをリスト表示している。各記事は最新のもので、それなりに面白く、ただの一般的な事実に関する情報ではない。多くのユーザーには役立つだろうが、他の情報が必要なユーザーもいる。</p>

13.4 Moderately Meets (MM) 評価

Moderately Meets (MM) 評価は、「ユーザーの多数が役立つ・満足できると感じ、一部のユーザーにとっては多大なる満足感を提供する」検索結果に与えられます。

MM評価の検索結果は**HM評価**と比べて、価値はやや減少します。**MM評価**の検索結果はクエリには合致しているものの、「やや分かりにくい」「やや時代遅れ」「ややソースの権威性を欠く」などの点が見られることがあります。

通常、「明らかに低品質」「完全に時代遅れ」「不正確」などのページには **MM評価**を適用できません。**MM評価**は「普通～まあまあ良い」といった検索結果に適用されます。

13.4.1 Moderately Meets(MM)評価の例

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Shutterfly」</p> <p>ユーザーの所在地: アイダホ州ボイシ</p> <p>ユーザーの意図: 「Webサイトを訪問する」 「その企業について知る」 のいずれか</p>	<p>Shutterfly CrunchBase www.crunchbase.com/.../shutterfly Shutterfly is a manufacturer and digital retailer, offering personalized stationery and other related products and services.</p>		<p>LPはCrunchBase (TechCrunchネットワークに属する、スタートアップ企業データベースサイト)に掲載された、Shutterfly社の会社概要に関する高品質なページ。同社に関する有益な情報が多く、モバイルでも使いやすい。多くのユーザーに役立つ、一部のユーザーには特に大変役立つ。</p>
<p>クエリ: 「トム クルーズ」</p> <p>ユーザーの所在地: アリゾナ州スコッツデール</p> <p>ユーザーの意図: トム・クルーズについての経歴、最新ニュース・ゴシップが知りたい</p>	<p>Tom Cruise Pictures, Biography, Filmography, News ... - Starpulse.com www.starpulse.com/Actors/Cruise,_Tom/ Tom Cruise Pictures, Biography, Filmography, News, Box Office, Videos, Awards.</p>		<p>LPは同氏に関する、一部あるいは多数のユーザーに役立つ情報を含んでいる。写真や主なリンクはモバイルでも使いやすい。</p> <p>同氏に関するページで、似たようなものが多数存在するため、HMは不適切。</p>
<p>クエリ: 「シアトル ワシントン」</p> <p>ユーザーの所在地: コロラド州デンバー</p> <p>ユーザーの意図: ワシントン州シアトルに関する情報・ニュース・地図などを知りたい</p>			<p>このクエリは1つの都市に関する、意図の広いクエリ。ユーザーによって必要とする結果は異なる。</p> <p>RBには同地域の地図が掲載され、クリックすると更に細かい地図を表示することも可能。一部のユーザーには役立つ。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「city of angels」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州ロサンゼルス</p> <p>ユーザーの意図: 「同名の有名な映画・歌・ミュージカルについて知る」 「この名前を利用している、その他の事物について知る」 のいずれか</p>			<p>RBに掲載された「City of Angels学園」は、「これを意図した可能性もある」程度の意図の一つにすぎない。</p> <p>しかし、ユーザーの所在地と同校が近いことを考えると、このRBは一定数の「この学校を探しているユーザー」に役立つ可能性がある。</p>
<p>クエリ: 「ニカラグアのお金」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州マイアミ</p> <p>ユーザーの意図: 「ニカラグアの通貨は?」 「通貨の見た目は?」 「為替レートは?」 など</p>			<p>RBには、ニカラグアの通貨単位名が掲載されている。</p> <p>この情報を知りたいユーザーは一定数存在するだろうが、他の情報を必要とするユーザーも多い。大半のユーザーにある程度役立ち、一部のユーザーにはとても役に立つ。</p>
<p>クエリ: 「アメリカのヴァージニアはどこ」</p> <p>ユーザーの所在地: ケンタッキー州ルイビル</p> <p>ユーザーの意図: アメリカのヴァージニア州がどこにあるか知りたい</p>			<p>RBの説明文は「その辺りの地理に明るいユーザー」には役に立つかもしれないが、大半のユーザーには地図やより詳細な説明が必要。</p>
<p>クエリ: 「mercury」</p> <p>ユーザーの所在地: コネチカット州ニューヘイブン</p> <p>ユーザーの意図: 「水銀」 「水星」 「自動車のMercury社」 などのどれかについて知りたい</p>			<p>RBは「水銀」「水星」「Mercury社」の簡単な説明分を表示し、クリックするとそれぞれの意味での検索結果に遷移する。モバイルでは面倒な、「正しい解釈に絞り込むための検索」の手間を省ける。</p> <p>説明文は簡潔で、リンクは役立つのでユーザーの意図にそれなりに合致するのでMMが適切。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Every breath you take 歌詞」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス、フォートデイビス</p> <p>ユーザーの意図: スティングのこの曲の歌詞を知りたい</p>	<p>STING LYRICS - Every Breath You Take - A-Z Lyrics www.a2lyrics.com/lyrics/sting/everybreat... Lyrics to "Every Breath You Take" song by STING: Every breath you take Every move you make Every bond you break ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはこの曲の歌詞を掲載したページ。同様のページが多数存在し、歌詞も100%正確とは限らない。ユーザーの求める歌詞に関連してはいるが、平均的なページでありMMが適切。</p>
<p>クエリ: 「kristen wiig」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: この著名人のことを知りたい</p>	<p>Kristen Wiig! The Official Website of Kristen Wiig. kristenwiig.com Mobile-friendly - The official website of Kristen Wiig. Kristen Wiig is not on Twitter, Facebook, MySpace, or any other social networking ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは同氏の公式サイト。しかし「事務所サイトへのリンク」と「『KristenはSNSを一切利用していません』という注意書き」以外のコンテンツは存在しない。役に立つ情報ではあるが、他の情報を求めるユーザーも多いはず。</p>

13.5 Slightly Meets (SM) 評価

Slightly Meets評価は、ごく一部から一定数のユーザーにしか役に立たない検索結果に適用されます。「少数派解釈に関するもの」「低品質なもの」「古すぎる情報」「意図に対して狭すぎる」「意図に対して広すぎる」等の理由で、MM以上の評価に当てはまらないものが**SM**評価になります。

13.5.1 Slightly Meets (SM) 評価の例

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ブリトニー スピアーズ」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド、ボルチモア</p> <p>ユーザーの意図: 同氏に関する最新情報や写真などを見つけない</p>	<p>Britney Spears Files for Divorce TMZ.com www.tz.com/.../britney-spears-files-for-... Nov 7, 2006 - Britney Spears has filed a petition for divorce from Kevin Federline. TMZ obtained the legal papers. ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはモバイルで見やすいが、2006年の彼女の離婚に関する記事。古すぎるため、ごく一部のユーザーにしか役に立たない。</p>
<p>クエリ: 「ホンダ オデッセイ」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ</p> <p>ユーザーの意図: 特に明記されていないため、「オデッセイの現行モデルに関心がある」と推定する</p>	<p>2010 Honda Odyssey - Kelley Blue Book www.kbb.com/honda/odyssey/2010-hon... Review by KBB.com Editors - Jan 6, 2010 Learn more about the 2010 Honda Odyssey with Kelley Blue Book expert reviews. Discover information including ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPの情報はわかりやすく、情報源の評判も高く、さらにモバイルでも見やすい。しかし内容が2010年モデルに関するもの。現在のクエリに対する結果としては時代遅れで、ごく一部のユーザーにしか役に立たない。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「hot dog」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サニーベール</p> <p>ユーザーの意図: ホットドッグのレシピ・ 栄養成分などを知る</p>	<p>Hot Dog... The Movie (1984) - IMDb www.imdb.com/title/tt0087425/ Directed by Peter Markle. With David Naughton, Patrick Houser, Tracy Smith, John Patrick Reger. Naive com-poné ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは1984年の「Hot Dog」という映画についてのIMDB記事。これはクエリの少数派解釈にあたる。LPは良質なコンテンツ・評判の高い情報源・モバイルでの使いやすさなどを備えているが、この映画を必要とするユーザーは少ないため、この結果はごく一部のユーザーにしか役立たない。</p>
<p>クエリ: 「バイク」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州ポツダム</p> <p>ユーザーの意図: バイクに関する さまざまな情報を知る</p>			<p>ユーザーの近所にはバイクショップが2軒あり、RBの1番目には、うち1つが掲載されている。しかし2番目の掲載は保険代理店であり全く無関係。また、多くのユーザーは他の多様な情報を求めているはず。</p>
<p>クエリ: 「リンカーンの誕生日」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州 フォートデイビス</p> <p>ユーザーの意図: 「リンカーンの誕生日」という特定の情報を知る</p>	<p>List of Presidents of the United States by date of birth - Wikipedia ... en.m.wikipedia.org/.../List_of_Presidents... Mobile-friendly - The following is a list of U.S. Presidents, organized by date of birth, plus additional lists of birth related statistics. United States Presidents by ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはリンカーンを含む、全アメリカ大統領の生年月日リスト。RB/LPともにリンカーンの誕生日を明示しておらず、そもそもリンカーンの誕生日が掲載されているかどうかも分かりにくい。LPでユーザーが手間をかけて探す必要があるため、SM~SM+が適切。</p>
<p>クエリ: 「セックスレスと、結婚に関する問題」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州ウェーコ</p> <p>ユーザーの意図: 結婚に関する問題について助言を求めている</p>	<p>5 Tips to Fix a Sexless Marriage Or Relationship - Ezine Articles ezinearticles.com + ... + Marriage Mobile-friendly - Feb 25, 2008 - Look to the past - Sexless marriages don't just spring up out of thin air. They are just symptoms of other ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPの著者は結婚・夫婦関係についての専門知識がなく、文章も稚拙。クエリの意図に沿った内容ではあるが、品質が低く信頼性に欠けるため、ごく一部のユーザーにしか役に立たない。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ネイル スパ」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州サンノゼ</p> <p>ユーザーの意図: 近所のネイルスパを見つける</p>			<p>RBに掲載された店はマッサージ・スキンケアなどを提供する総合スパ施設。ネイルケアもオプションとしてはあるが、ネイルスパの専門店ではない。</p>
<p>クエリ: 「川にはどんなサメが住んでいる?」</p> <p>ユーザーの所在地: アリゾナ州ツーソン</p> <p>ユーザーの意図: 川に住むサメの種類を知る</p>			<p>RBの中で役に立つのは「Bull Sharkというサメは川に住むこともできる」との情報だけであり不十分。大半のユーザーはさらに調査する必要があるはず。</p>
<p>クエリ: 「210 市外局番」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州オースティン</p> <p>ユーザーの意図: 市外局番に「210」を利用する地域を知る</p>			<p>RBの情報では、どの地域で210番を使っているのかとても読み取りづらい。確実に「ここが210を使っている」と断定するためにはRB内のリンクをクリックするか、他の方法で追加調査しないと行けない。</p> <p>地図も掲載されているが、拡大しないと役に立たない。</p>
<p>クエリ: 「ibm」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド州ロックビル</p> <p>ユーザーの意図: 「IBMについて知る」 「公式サイトに行く」 のどちらか</p>			<p>RBにはIBMのロゴが複数掲載されているが、このクエリには大して役に立たない。</p>

13.6 Fails to Meet (FailsM) 評価



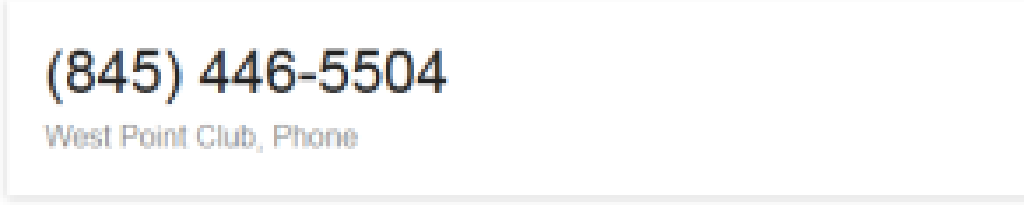



Fails to Meet (FailsM) 評価は、ユーザーの大半から全員にとって役立つ検索結果に適用されます。**FailsM評価**は「クエリに無関係」あるいは「内容が不正確（注:品質評価者は『事実と照らし合わせて内容が正確か』を確認する事!）」であり、全てのユーザーが「これ以外の結果が見たい」と思う検索結果に該当します。これらの結果は、「クエリの中の重要な要素や、ユーザーの所在地を見落としている」等、ユーザーの意図に全く合致していません。他にも「極端に低品質」「極端に古すぎる」「モバイル端末ではほぼ利用不可能」等の場合も**FailsM評価**になります。

13.6.1 Fails to Meet(FailsM)評価の例

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「犬」</p> <p>ユーザーの所在地: ミシガン州 ピッツフィールド チャーター タウンシップ</p> <p>ユーザーの意図: 画像、繁殖、トレーニングなど犬に関する様々な情報を見つける</p> <p>注: このクエリに「店舗などを訪問する」意図があるとは考えがたい</p>			<p>クエリの意図は広く、ユーザーによって求める情報も異なる。</p> <p>RBはユーザーの近所にある、犬のケア施設3軒を表示している。</p> <p>クエリの意図が広いため、「店舗などを訪問する」意図があるとは考えにくい。</p>
<p>クエリ: 「mike」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ、ユースティス</p> <p>ユーザーの意図: 「Mike」に関するなんらかの情報を得たい</p> <p>注: このクエリに「店舗などを訪問する」意図があるとは考えがたい</p>			<p>クエリの意図は広く、ユーザーによって求める情報も異なる。</p> <p>RBは「Mike」を含むビジネス2軒を表示している。クエリの意図が広いため、ユーザーがこれらのビジネスを探していた可能性は極めて低い。</p>
<p>クエリ: 「タンパ レイズ」 (訳注: フロリダの野球チーム)</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ、タンパ</p> <p>ユーザーの意図: フロリダが本拠地のプロ野球チーム「タンパベイ・レイズ」の成績・選手一覧・最新ニュースなどを知りたい</p> <p>注: このクエリに「実在の場所を訪問する」意図があるとは考えがたい</p>			<p>RBにはクエリと同じ単語を含むスポーツカードショップを訪問するための情報が含まれている。左記の通り、このクエリにそうした訪問意図はまずない。</p> <p>注: このビジネスは解説用に作成した、架空のものです。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「wral」 (訳注: TV局の名前)</p> <p>ユーザーの所在地: ノースカロライナ州 ウェイク郡</p> <p>ユーザーの意図: 「公式サイトを訪問」 「関連する情報を知る」</p> <p>注: 通常、ユーザーがTV局を実際に訪問することはない</p>			<p>WRALはノースカロライナにあるTVニュース局。ユーザーは「公式サイトを訪問する」あるいは「局について知る」ことが目的。</p> <p>RBをクリックすると、同TV局の本局ビルに関する情報が掲載されている。「一般ユーザーが、TV局を実際に訪問する」という可能性はとても低い。「新聞社」「ラジオ局」「一般向けの連絡先とは別の本社がある企業」(訳注: フランチャイズビジネスの本部など)についても同じことが言える。クエリには「WRAL」の名前しか入力されていない点を考えると、RBの情報はおそらく不要。</p>
<p>クエリ: 「テキサスファーム肥料」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州ダラス</p> <p>ユーザーの意図: テキサスファーム社製の肥料の情報やショップを見つけない</p>			<p>RBにはテキサスファーム社のオフィスが掲載されている。ユーザーがオフィスを直接訪問しても肥料を購入できるわけではなく、肥料について学ぶこともできないため、この結果はユーザーの役に立たない。肥料は店舗で買うもの。</p>
<p>クエリ: 「ユナイテッド 656」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州スコーキー</p> <p>ユーザーの意図: ユナイテッド航空656便のフライト時刻・搭乗ゲートなどを知りたい</p>			<p>RBには「教会」「イベント会場」「最寄りの空港」の3点が含まれている。ユーザーが特定の便に関する情報を求めているのは明白であり、明らかにユーザー需要に合致していないため FailsMが該当する。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「ドイツ車」</p> <p>ユーザーの所在地: オハイオ州トレド</p> <p>ユーザーの意図: 「ドイツ車に関する情報を知りたい」 「ドイツ社メーカーの公式サイトに行きたい」</p>	<p>Subaru of America: Subaru Cars, Sedans, SUVs, Crossovers, Wagons https://www.subaru.com/ Visit Subaru of America for reviews, pricing and photos of Subaru Cars, Sedans, Wagons, Crossovers & SUVs.</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは日本の自動車ブランドスバルの公式サイト。ドイツ車ではない。</p> <p>ユーザーの意図に全くあっておらず、大半のユーザーにとって無益なのでFailsMが妥当。</p>
<p>クエリ: 「屋根裏のフクロネズミを駆除する会社」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州ネイパービル</p> <p>ユーザーの意図: ネズミ退治をしてくれる会社を見つけない</p>	<p>Complete Pest Control - Adelaide South Australia Adelaide Pest ... completepest.com.au/ Our family owned business has been delivering professional pest control services to metropolitan Adelaide since 1988. Termite Treatments - Pest Specials</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはオーストラリアの害虫・害獣駆除会社の公式サイト。ユーザーは米国にいるので、米国の駆除会社に頼みたいはず。地理的条件が全く合っていないためFailsMとなる。</p>
<p>クエリ: 「先発 ジェッツ クォーターバック 2001」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州シカゴ</p> <p>ユーザーの意図: ジェッツ (NFLのチーム) の2001年時点での先発QBを知りたい</p>	<p>New York Jets 2013 Team Player Roster - ESPN espn.go.com/nfl/.../roster/_/_/_/new-york-j... Complete New York Jets team roster on ESPN.com, including all players, positions, and jersey numbers.</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはNFLに関する信頼できるWebサイトだが、2013年度に関する情報。この検索結果は全く意図に合致しない。</p>
<p>クエリ: 「イエローストーン 国立公園までナビ」</p> <p>ユーザーの所在地: コロラド州デンバー</p> <p>ユーザーの意図: 現在地から同公園までナビしてほしい</p>	<p>Yellowstone National Park (U.S. National Park Service) www.nps.gov/yell/ National Park Service official site with useful information for the park visitor and background on the natural and scientific ... 4.6 ★★★★★ 602 reviews Plan Your Visit - Webcams - Park Roads</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは同公園の公式サイト。これはデバイスアクションクエリであり、「ナビしてほしい」という需要に全く合致しない。</p>
<p>クエリ: 「ガン 症状」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州マイアミ</p> <p>ユーザーの意図: ガンの症状について知りたい</p>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <p>It is important to note that some types of cancer do not present any symptoms until they are in advanced stages. This is why cancer screening and risk ...</p> <p>Symptoms of cancer cancershield.net/id80.html</p> </div> <p>LPを開く</p>		<p>RBに表示される情報は全く役に立たず、LPは低品質なパークドメイン。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「医師 給与」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サンフランシスコ</p> <p>ユーザーの意図: 医師の給与に関する 情報を知る</p>	 <p>In 2013–2014, annual tuition and fees at public medical schools averaged approximately \$31,783 for state residents and \$55,294 for non-residents. At private schools, tuition and fees averaged \$52,093 for residents and \$50,476 for non-resident students.</p> <p>How Do I... Pay for Medical School? - Pay for Med School - Aspiring ... https://www.aamc.org/.../pay-med-school...</p>		<p>RBに表示されているのは医師の教育コスト。誤解を招くし、ユーザーの意図にも全くあっていない。</p>
<p>クエリ: 「ストーニー児童発達支援センター ウェストポイント 電話番号」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ウェストポイント</p> <p>ユーザーの意図: ユーザー所在地と同じ地域にある同施設の電話番号を知りたい</p>	 <p>(845) 446-5504 West Point Club, Phone</p>		<p>RBに表示されているのはウェストポイントクラブという、ユーザーの求める情報とは一切関係ない施設の電話番号。FailsMが適切。</p>
<p>クエリ: 「ジョンに『遅れそう』とテキストメッセージ送信」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: ジョンに「遅れそう」というテキストメッセージを送る</p>	<p>Action: Send an email</p> <p>Subject:</p> <p>Recipient: John</p> <p>Body: I'm running late</p>		<p>「テキストメッセージ」と明言しているのに、「メールを送信」というデバイスアクションはユーザーの意図に一切合致していない。</p>
<p>クエリ: 「天気」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: ユーザー所在地付近の天気を知る</p>	<p>Query Time: 2013-4-23 6:00:12</p> <p>Action: Set alarm</p> <p>Alarm Time: 22:43:00</p>		<p>ユーザーが天気を知りたいのは明白。アラームを設定するというデバイスアクションは、バカにしているのではないかというくらい不適切。ユーザーの意図に一切合致していない。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「バットマン」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 アナハイム</p> <p>ユーザーの意図: バットマンに関する映画・ コミック・TV番組などについて知る</p>	 <p>Batman/Batman Province Turkey</p>		<p>ユーザーが米国内にいることを考えると、ユーザーがRBに表示されている「トルコのバットマン市」を求めている可能性はまずない。</p>
<p>クエリ: 「オバマ」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州オースティン</p> <p>ユーザーの意図: バラク・オバマに関する 情報を知る</p>	 <p>Obama City in Japan</p> <p>Weather: 50°F (10°C), Wind NW at 4 mph (6 km/h), 97% Humidity</p> <p>Hotels: 3-star averaging \$110. View hotels</p>		<p>ユーザーが米国内にいることを考えると、ユーザーがRBに表示されている「日本のオバマ市」を求めている可能性はまずない。 この結果に満足するユーザーはゼロに近いはず。</p>
<p>クエリ: 「天気 テキサス パリ」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州パリ</p> <p>ユーザーの意図: テキサス州パリの 現時点での天気を知る</p>	 <p>Paris, France Thu, 12 AM, Clear</p> <p>55°F °C</p> <p>Precip: 30% Humidity: 82% Wind: 3 mph</p>		<p>ユーザーは「フランスのパリではなく、テキサス州のパリ」と明言している。 この結果に満足するユーザーは一人もいない。</p>
<p>クエリ: 「GEの第3四半期の 収支は?」</p> <p>ユーザーの所在地: ニューヨーク州 ニューヨーク</p> <p>ユーザーの意図: GE社の第三四半期の 利益を知る</p>	 <p>General Electric Com... NYSE: GE - Jan 9 11:54 AM ET</p> <p>27.02 -0.19 (-0.70%)</p> <p>Open 27.33 High 27.36 Low 27.04 Volume 8,977,401 Avg Vol 33,489,000 Mkt Cap 273.78B</p>		<p>「GEの3Q収支を見たい」という質問に一切答えていない。この結果に満足するユーザーは一人もいない。 (訳注: RBはGE社の株価を表示している。)</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「city of angels」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州シカゴ</p> <p>ユーザーの意図: クエリと同じ名前の学校・映画などについて知る</p>			<p>RBに表示されているのは同名の学校の一つであり、解釈としては一応間違っていない。</p> <p>しかしユーザーがロサンゼルスから遠く離れたイリノイ州にいる点や、この学校が特に有名でない点などを考えると、このRBに満足するユーザーはほとんどいないはず。</p> <p>ロサンゼルス以外の住人がこの学校を探している可能性はとても低い。</p>
<p>クエリ: 「ゴーカート セール」</p> <p>ユーザーの所在地: ペンシルヴァニア、ウォリントン</p> <p>ユーザーの意図: ウォリントンで売り出し中のゴーカートを探す</p>			<p>RBに表示されている3件の場所は全て「ゴーカートのコース」。</p> <p>ユーザーはゴーカートを買いたいのであり、走らせたいわけではない。</p> <p>FailsMに該当する。</p>
<p>クエリ: 「Ralphs」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州サンクレメンテ</p> <p>ユーザーの意図: 「近所の店舗を訪問する」 「公式サイトを訪問する」</p>			<p>Ralphsは米国の有名なスーパーマーケットチェーン。</p> <p>RBはユーザーから100kmほど離れた、カリフォルニア州サンディエゴのRalphsの店舗一覧。</p> <p>遠すぎる。</p>

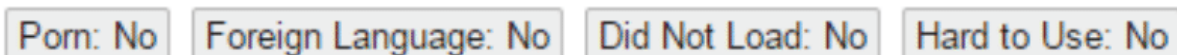
Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「Amazon」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州オースティン</p> <p>ユーザーの意図: Amazon.comに行く</p>			<p>ユーザーの意図は「AmazonのWebサイトに行く」こと。</p> <p>RBはAmazonのオフィスの住所・電話番号を表示している。オンライン企業のオフィスを訪れるユーザーもまずいないし、オフィス自体も一般公開されていない。仮に訪問するユーザーがいるとしても、Amazon社員から必要な情報を聞いているだろうし、そうでない場合はもっと細かいクエリで検索するはず。</p>
<p>クエリ: 「ここから一番近い大都市は？」</p> <p>ユーザーの所在地: サウスカロライナ州 マートルビーチ</p> <p>ユーザーの意図: ユーザーの所在地から一番近い大都市を知る</p>	<p>News for large city</p> <p>County expanding use of large recycling bins, which city continues to study The State - 12 hours ago</p> <p>Murray, Sawant sworn in before large crowd... The Seattle Times (blog) - 8 hours ago</p>		<p>RBは「大都市に関する ニューストピック一覧」。ユーザーの意図に全く合っていない。</p>
<p>クエリ: 「全豪オープン 男子シングルス 結果 2008」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントン州セント</p> <p>ユーザーの意図: 2008年度の同大会男子シングルスの結果を知る</p>	<p>2004 Australian Open – Men's Singles - Wikipedia, the free ... en.m.wikipedia.org/.../2004_Australian_... Mobile-friendly - Roger Federer defeated Marat Safin 7–6(7–3), 6–4, 6–2 in the final to win the Men's Singles title at the 2004 Australian ... Seeds - Draw - References - External links</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは2008年ではなく、「2004年の」全豪オープンに関するもの。「2008年」という、クエリの中でも重要な要素を見落としており、一切ユーザーの意図に合っていない。</p>
<p>クエリ: 「歯が抜ける 5歳」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: 5歳児の歯が抜けることに関する情報を知る</p>	<p>Gallery of Pennsylvania Fishes - Chapter 16, Pikes and Mudminnows fishandboat.com/pafish/.../chap16pikes.ht... Pikes and Mudminnows. Family Esocidae. Family overview: Pike are long, slender, "duck-billed" predator fish, popular ...</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは「5歳の『pike fish (魚: カワカマス)』の歯が抜けた」という記事。キーワードが一致しているだけで、一切ユーザーの役には立たない。</p>
<p>クエリ: 「スペイン語で『結婚』を何と言うか」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: スペイン語で「結婚」を意味する単語を知る</p>	<p>mañana</p> <p>Translate "wedding" to Spanish</p>		<p>RBに表示されている単語は完全に間違い。</p> <p>Mañanaは「明日」という意味で、「結婚」という意味はない。</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「アメリカンエクスプレス」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: 「公式サイトに行く」 「企業・サービスに関する情報を知る」</p>	<p>The Lipstick Chronicles: November 2007 theipstickchronicles.typepad.com/.../11/ Nov 30, 2007 - ... of infected machines to mount a brute force attack against, say, American Express or Wells Fargo.</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは「夫がスーツを買うのを、妻が手助けする」という内容のユーモア系記事。「アメリカンエクスプレス」という単語も登場するが、ユーザーの役に立つほどの関連性はないのでFailsM評価が妥当。</p>
<p>クエリ: 「動物園 アトランタ」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: アトランタ動物園の公式サイトに行く</p>	<p>More Reasons to Become a Louisville Zoo Member louisville.about.com/.../Blog/BI2010 Mobile-friendly - Feb 12, 2010 - But if that's not enough, here are a few more good reasons to buy your zoo membership this month.</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPは別の動物園に関する短い記事。SCの一部に「Cheap Atlantaを使ってアトランタ動物園に行こう！」というリンクがある。</p> <p>LPのMCはアトランタ動物園と無関係。アトランタ動物園に関するリンクはSCの内部にあり、大半のユーザーは気付かない。FailsMより上の評価は一切不可。</p>
<p>クエリ: 「禁煙する方法」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: 禁煙する方法を知る</p>	<p>How to type a cigarette - ws.gy xe4c.ws.gy/fo The eGo is one of the most popular models in the e-cigarette industry. It's affordable, provides great battery life, has an .</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPには「キーボード上でたばこのシンボルを生成するための方法は？イン（原文ママ）」といった無意味な文章の羅列がある。低品質なFailsMページである。</p>
<p>クエリ: 「アメリカンビューティ」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: この映画について知る</p>	<p>American Beauty - DreamWorks Animation www.dreamworks.com/ab/ Official Dreamworks web site. Trailer, reviews, and credits.</p> <p>LPを開く</p>		<p>LPはこの映画の公式サイト。しかしモバイル端末での利用はほぼ不可能（スマートフォンから閲覧すると、壊れているようにすら見える）で、有益なコンテンツも一切ない。ユーザーの意図を全く満たせていない。</p> <p>参考：LPのQRコード</p>

Query, User Location, User Intent	Result	Rating	Explanation
<p>クエリ: 「本日のナスカーレースの出走順」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州デントン</p> <p>ユーザーの意図: ナスカーレースの出走順を知る</p>			<p>RBはナスカーのスケジュールを掲載しているが、「出走順」についての情報は無い。ユーザーが探しているコンテンツとは異なるので、FailsMである。</p>
<p>クエリ: 「エアカナダ 電話番号」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントン州シアトル</p> <p>ユーザーの意図: 同社カスタマーサービスの電話番号を知る</p>			<p>評価にあたっては「事実としての正確さ」を確認すべき点に注意する。エアカナダ社の公式サイトを訪問し、「USA」を選択して表示される番号を確認すること。公式サイトによると、正しい番号は「1-888-247-2262」。RBが事実として正確ではないため、FailsM評価にすべき例。</p>

14.0 「ポルノ」「外国語」「読み込めない」「使いにくい」検索結果

「ポルノ」「外国語」「読み込めない」「使いにくい」のいずれかに該当する検索結果には、フラグを立ててください。フラグはクエリに依存しません。つまり、フラグはクエリに関係なく立てるようにしてください。下記がフラグのスクリーンショットです。



フラグをクリックして「No」から「Yes」に変わると、ブロック全体が赤くなります。これは「ポルノ」フラグの例です。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・フラグ・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「freeones」 英語・アメリカ</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 マウンテンビュー</p> <p>ユーザーの意図: FreeonesのWebサイトに行く</p>		<p>LPはFreeones（ポルノサイト）のトップページ。</p> <p>FullyM評価にあたるが、同時に「ポルノ」フラグにも該当する。</p>

14.1 「ポルノ」フラグ

クエリにポルノを探す意図があってもなくても、ポルノページには「ポルノ」フラグを立ててください。「ポルノ」フラグはクエリやユーザーの意図とは無関係です。

ポルノページとは、ポルノに該当する画像・リンク・文章・ポップアップ・目立つ広告等のコンテンツがあるページのことです。ある文化圏やある国ではポルノと判断される画像も、他の文化圏・国ではポルノでないと判断されることもあります。評価者自身の判断と、現地についての知識に基づいて判断しましょう。

注意:「ポルノ」フラグの目的は「この検索結果がポルノであることを明示する」ことなので、クエリにポルノを探す意図があるかないかは関係ありません。

14.2 ポルノに該当する検索結果の評価

14.2.1 ポルノを求める意図が全くないクエリのNeeds Met評価

ユーザーがポルノを求めているのが明白な場合、メインコンテンツにポルノを含むLPは**FailsM**評価になります。

- ユーザーがポルノを求めていることが明らかな場合、ポルノにあたる検索結果は役に立たないと見なします。
- その気がないユーザーにポルノを見せることは、大半のユーザーにとって良くない体験です。

ポルノページには、必ず「ポルノ」フラグを立てるのを忘れないようにしましょう。

クエリ・ロケール	ユーザーの意図	LP	評価	「ポルノ」フラグは必要?
「おもちゃ」 英語	おもちゃを探して買う	LPの例 警告—このページはポルノです	FailsM	必須
「ラクダの背の高さは」 英語・アメリカ	ラクダ（の身長）についての質問の答えを知る	LPの例 警告—このページはポルノです	FailsM	必須
「車 写真」 英語・アメリカ	車の写真を探す	LPの例 警告—このページはポルノです	FailsM	必須

「メインコンテンツは役に立つが、メインコンテンツ以外の部分にユーザーの注意やユーザーエクスペリエンスを害するようなポルノ広告・ポルノリンクが掲載されている」というページもあります。クエリ・メインコンテンツの有用性と、ページのユーザーエクスペリエンスのバランスを取って評価しましょう。ロケールのユーザーを代表して、自身で判断しましょう。

14.2.2 ポルノを求めている可能性があるクエリのNeeds Met評価

「女の子」「ゲイ」「胸」「セックス」「 spanking」などのように、ポルノ目的の意図とそうではない意図の両方があるクエリもあります。こうしたクエリを「ポルノを求めている可能性がある」クエリといいます。

こうしたクエリについては、評価者の皆さんが「ユーザーはポルノを求めているはず」と思っても、ポルノでない解釈が支配的解釈だとみなして評価してください。例えば「ビキニ」(英語・アメリカ)の意図は「水着を買うこと」です。「ユーザーの大半はポルノを求めているはず」と思っても、ポルノ目的の解釈は少数派だと見なして評価しましょう。

クエリ・ロケール	ユーザーの意図	LP	評価	「ポルノ」フラグは必要?
「胸」 英語	胸について、解剖学的な情報や健康に関する情報を知る。	LPの例	HM	不要
「胸」 英語	胸について、解剖学的な情報や健康に関する情報を知る。	LPの例 警告—このページはポルノです	SM	必須
「女の子の写真」 英語・アメリカ	女の子の写真を探す	LPの例	HM	不要
「女の子の写真」 英語・アメリカ	女の子の写真を探す	LPの例 警告—このページはポルノです	SM	必須

14.2.3 明らかにポルノを求めているクエリのNeeds Met評価

明らかにポルノ目的であり、他の解釈が考えられないクエリの場合、ポルノページがクエリに対してどのくらい役に立つかを評価します。ユーザーが明らかにポルノを求めている、「ポルノ」フラグを必ず立ててください。

クエリが明らかにポルノ目的の場合、LPもポルノページだからというだけでHM・MM評価にしないようにしましょう。クエリに合致した役に立つページでなければ、高いNeeds Met評価を付けることはできません。

有害なソフトウェアをダウンロードさせるようなユーザーエクスペリエンスがひどいページの場合は、クエリに合致する画像が掲載されていても低評価を付けましょう。

クエリ・ロケール	ユーザーの意図	LP	評価	「ポルノ」フラグは必要?
「Freeones」 英語・アメリカ	Freeonesのトップページに行く	LPの例： http://www.freeones.com/ 警告—このページはポルノです	FullyM	必須
「Freeones」 英語・アメリカ	Freeonesのトップページに行く	LPの例： http://www.baberoad.com 警告—このページはポルノです	FailsM	必須
「アニメ セックス 画像」 英語・アメリカ	アニメのセックス画像を探す	LPの例 警告—このページはポルノです	HM~MM	必須
「チアリーダー ポルノ」 英語・アメリカ	チアリーダーのポルノ画像を探す	LPの例 警告—このページはポルノです	HM~MM	必須

14.3 違法画像の報告

児童ポルノ・獣姦

評価者の皆さんは業務を行っている地域・ロケールを問わず、児童ポルノ・獣姦を違法とするアメリカ合衆国の法律に従う必要があります。

児童ポルノの定義

未成年者（18歳以下）に見える人物が性的な行為（女性器・肛門による性交、オーラルセックス、獣姦、自慰、恥部のわいせつな描写）やSM行為などに関与している画像を、児童ポルノと定義します。実在の児童を対象にした画像、コンピューターによる生成・加工・編集などによって児童に見える画像（例：Photoshopで加工した画像）、児童に見える成人の画像なども児童ポルノに含まれます。また、写真だけではなく、ペン画・漫画・アニメ・絵画・彫像なども、わいせつな性的行為を表現したものであれば児童ポルノに含まれます。児童ポルノと見分けがつかないものは、すべて児童ポルノとみなします。

画像に文学的（例：ナボコフの「ロリータ」）・芸術的・政治的（例：政治風刺漫画）・科学的（例：医学書）な価値がある場合でも、以下の案内に従ってベンダーに報告してください。

恥部が露出していなくても、恥部の描写にあたる場合があります。「10代前半の女の子がエロティックな衣装を着てダンスしており、着衣状態の恥部がクローズアップされるシーンが複数ある動画」「性器にフォーカスした、下着の子供画像」などは児童ポルノに該当します。

裸の子供の画像でも、子供が性的な行為に関与しておらず、性器にフォーカスしたものでなければ児童ポルノにはなりません（例：入浴中の子供やヌードストコロニーの画像）。子どもの格好をしているが、明らかに大人であると分かる描写も児童ポルノではありません（例：おむつを付けた35歳の男性、学生用の制服を着た成人女性）。評価者の皆さんが「これは児童ポルノではない」と思った画像は、大抵児童ポルノではありません。ただし、18歳以上であることが明らかでない場合（例：未発達の18歳の人物で、脱毛もしている場合）などは、児童ポルノに該当します。

獣姦の定義

獣姦・動物性愛とは、人間と動物の間での性的行為です。

報告方法

ベンダーの指示に従って違法・有害な画像を報告してください。

14.4 「外国語」フラグ

14.4.1 「外国語」フラグの使用

LPの言語が以下のいずれにも該当しない場合、「外国語」フラグを立ててください。

- タスクの言語
- 英語
- タスク地域で、人口の一定割合以上が日常的に使用する言語

例えばウクライナのユーザーは、大半がロシア語を利用できます。だからロケールがウクライナ語・ウクライナの場合、LPがロシア語でも「外国語」フラグを立てません。

以下は、「外国語」フラグを使用するリザルトブロックの一例です。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・フラグ・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「baidu」</p> <p>ユーザーの所在地: アラスカ州 アンカレッジ</p> <p>ユーザーの意図: BaiduのWebサイトに行く</p>	<p>百度 www.baidu.com/ 移动版适用 - 主要提供网页、音乐、图片、新闻搜索, 同时有贴吧和WAP搜索功能。</p> <p>Porn: No Foreign Language: Yes Did Not Load: No Hard to Use: No</p> <p>FailsM SM MM HM FullyM</p>	<p>LPはBaiduのトップページ。この検索結果はクエリが目指していたページだが、外国語（中国語）のページ。</p> <p>FullyM評価にあたるが、同時に「外国語」フラグにも該当する。</p>

重要:

- 評価者の皆さん自身が理解できる言語でも、同一ロケールのユーザーの大半には理解できない言語ならば「外国語」フラグを立てましょう。
- クエリが明らかに外国語のページを求めている場合でも、「外国語」フラグを立てましょう。
- 「外国語」フラグの利用を判断するときには、LPに基づいて判断しましょう。検索結果に表示されるリザルトブロックだけで判断しないようにしてください。
- LPで「複数の言語が利用されている」「言葉が一切ない」など、LPの利用言語が判定しにくいことがあります。その場合は、自分のロケールのユーザーになったつもりで考えましょう。ユーザーは外国語のページだと思いませんか？メインコンテンツ、補助的コンテンツ、広告、場合によってはWebサイト全体も確認しましょう。自信が持てない場合は、「外国語」フラグを立てないようにしましょう。

14.4.2 「外国語」の検索結果のNeeds Met評価

評価者の皆さんは全てのリザルトブロックに評価を付ける必要があり、LPが外国語の場合も例外ではありません。

通常は「外国語」フラグの立ったページはユーザーの大半が理解できず役に立たないので、**FailsM**評価になります。評価者の皆さんと同じロケールに住むユーザーの大半が理解できる言語の場合、「外国語」フラグを立てない点に注意してください。しかし、中には役に立つ「外国語」ページもあります。

明らかに外国語の検索結果を求めているクエリの場合、外国語のLPでも評価を**FailsM**にしてはいけません。例えば、クエリが「baidu.com」（英語・アメリカ）で、LPがbaidu.comの場合、「**外国語**」フラグも立ちますが評価は**FullyM**になります。

特に動画は、外国語のページが求められることや役に立つことが多いです。ユーザーの意図を考え、何がユーザーの役に立つかを考えましょう。クエリが外国語の歌・バンド・映画・スポーツイベントなどを求めている場合、それらの動画は外国語が分からないユーザーでも理解でき、楽しむことができます。このようなクエリの場合、外国語の検索結果が期待されているケースも多くあります。

ただし、動画が外国語の歌・バンド・映画・イベントなどについて「語っている」ものである場合、おそらくユーザーには理解不能なので**FailsM**評価にして、「**外国語**」フラグも立てましょう。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ： 「セリーヌ・ディオンの “S’il suffisait d’aimer” の動画」</p> <p>ユーザーの所在地： ミシガン州 ランシング</p> <p>ユーザーの意図： セリーヌ・ディオンの曲を 歌っている動画を見る</p>	<p>Celine Dion - S'il Suffisait D'aimer Live - YouTube</p>  <p>動画再生用のリンク</p> 	<p>この動画は英語ではないが、ロケールが英語・アメリカであるユーザーが探し求めているもの。</p> <p>動画自体はフランス語だが、LPの大半は英語なので、「外国語」フラグは不要。</p>
<p>クエリ： 「alex c」</p> <p>ユーザーの所在地： アイオワ州 ダベンポート</p> <p>ユーザーの意図： このドイツ人作曲家による楽曲を聴く・動画を見る・彼に関する情報を知るなど</p>	<p>Alex C ft. Yass- Doktorspiele - YouTube</p>  <p>動画再生用のリンク</p> 	<p>クエリの「Alex C」はドイツ人の作曲家。LPには彼の曲をY-ass（YouTubeのタイトルではYassと表示）がドイツ語で歌っている動画が表示されている。</p> <p>英語ではないが、一部または多数のユーザーの役に立つ。</p> <p>LPの言語ははっきりしないので、「外国語」フラグの適用は評価者各位の判断に任せる。</p>
<p>クエリ： 「kasal, kasali, kasalo」</p> <p>ユーザーの所在地： カリフォルニア州 ダリシティ</p> <p>ユーザーの意図： このフィリピン映画のトレーラーを見るか、この映画に関する情報を知る</p>	<p>Kasal Kasalo Kasali - YouTube</p>  <p>動画再生用のリンク</p> 	<p>クエリの「kasal, Kasali, Kasalo」はフィリピンの映画。</p> <p>LPには、この映画の一部である、フィリピン語（タガログ語）の動画が表示されている。</p> <p>英語ではないが、このクエリを入力したユーザーの一部～多数の役に立つ。</p> <p>「外国語」フラグの適用は評価者各位の判断に任せる。</p>

14.4.3 英語の検索結果

本項の内容は「英語以外のロケールの」検索品質評価者だけが対象です。自分のロケールで英語が利用されている場合、本項をスキップしてください。

Needs Met評価には「その結果が、対象ロケールのユーザーにはどの程度役立つか」を反映する必要があります。評価者の皆さんが英語を読めるのはわかりますが（だってこの英語のガイドラインを読んでいますからね！）、英語の検索結果に高評価を与えるのは、同じロケールのユーザーが英語の結果を求めている場合だけにしてください。ロケール内のユーザーの大半が英語を読めない場合、英語の検索結果は役に立たないと判断しましょう。

しかしクエリに「英語の名前」「英単語」などが含まれている場合は判断が難しくなります。評価者の皆さん自身で判断して、最適な評価をつけてください。

以下は、タスク言語が「ヒンドゥー語・インド」や「韓国語・韓国」の場合の例です。どちらの場合も、ユーザーの大半が英語を読めません。クエリが英語の検索結果を明示的に求めていることが明らかでない限り、英語の検索結果は役に立たないか、全く無用（**FailsM**）と判断します。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ： 「राजा रविवर्म」</p> <p>ユーザーの所在地： インド、デリー</p> <p>ユーザーの意図： クエリはアーティスト名。このアーティストについて知りたい。</p>	<p>राजा रवि वर्मा - विकिपीडिया https://hi.m.wikipedia.org/wiki/राजा_... मोबाइल संगत - राजा रवि वर्मा (१८४८ - १९०६) भारत के विख्यात चित्रकार थे। उन्होंने भारतीय साहित्य और ... जीवन परिचय - कलाकृतियाँ - रोचक तथ्य - मुख्य कृतियाँ</p>	<p>ヒンドゥー語Wikipediaの、同氏に関するページ。ヒンドゥー語・インドのユーザーにはとても役に立つ。</p> <p>上記のヒンドゥー語Wikipediaページとほぼ同じコンテンツを持つ、英語のWikipediaページ。</p> <p>いくつか役に立つ画像はあるものの、このページを読めるユーザーはほとんどいない。</p> <p>注意： このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>
	<p>Raja Ravi Varma - Wikipedia, the free encyclopedia https://en.m.wikipedia.org/wiki/Raja_... मोबाइल संगत - Raja Ravi Varma Coil Thampuran (Malayalam: രാജാ രവീവർമ്മ; 29 April 1848 – 2 October 1906) was an Indian ... Laxmi Vilas Palace, Vadodara - Damayanti</p>	
	<p>6 hours ago - ... टीम की श्रीलंका पर आसान जीत, तीन वनडे की सीरीज में ली 2-0 की अजेय बढ़त.</p>	
<p>クエリ： 「mahila cricket sri lanka ka match」</p> <p>ユーザーの所在地： インド、デリー</p> <p>ユーザーの意図： 2016年1月17日に開催された、クリケットの試合について知りたい</p>	<p>महिला टीम की श्रीलंका पर आसान जीत, तीन वनडे की सीरीज ... khabar.ndtv.com/क्रिकेट</p>	<p>クエリは英語のアルファベットを利用しているが、実際はヒンドゥー語をローマ字表記したもの。</p> <p>ヒンドゥー語ユーザーの大半に必要なのは、このような「ヒンドゥー語の」役に立つ記事。</p> <p>英語を読めるユーザーには役立つ記事だが、これを読めるヒンドゥー語ユーザーはごく少数。</p> <p>注意： このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>
	<p>Indian Women's Team Defeats Sri Lanka to Seal ODI Series - Cricket News - Sports sports.ndtv.com/cricket/255592-india...</p> <p>Mobile-friendly - 6 hours ago - Indian women's cricket team defeated Sri Lanka by six wickets to take unbeatable 2-0 lead in ...</p>	

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「ronaldo」</p> <p>ユーザーの所在地: インド、デリー</p> <p>ユーザーの意図: サッカーセンスのロナウドについて知りたい</p>	<p>क्रिस्टियानो रोनाल्डो - विकिपीडिया https://hi.m.wikipedia.org/wiki/क्र...</p> <p>मोबाइल संगत - पूरा नाम, क्रिस्टियानो रोनाल्डो डॉस सैंटोस अबीयरो. जन्मतिथि, (1985-02-05) 5 फरवरी 1985 ...</p>  <p>Cristiano Ronaldo - Wikipedia, the free encyclopedia https://en.wikipedia.org/wiki/Cristian...</p> <p>मोबाइल संगत - Cristiano Ronaldo dos Santos Aveiro, GOIH (born 5 February 1985), known as Cristiano Ronaldo (Portuguese ... Gemma Atkinson - Messi-Ronaldo rivalry</p> 	<p>クエリは著名人の名前であるため英語になっているが、ヒンドゥー語ユーザーが求めているのはヒンドゥー語の情報であるはず。</p> <p>ヒンドゥー語Wikipediaの、同氏に関するページであり、ヒンドゥー語・インドのユーザーにはとても役に立つ。</p> <p>上記のヒンドゥー語Wikipediaページとほぼ同じコンテンツを持つ、英語のWikipediaページ。</p> <p>いくつか役に立つ画像はあるものの、このページを読めるユーザーはほとんどいない。</p> <p>注意: このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>
<p>クエリ: 「버락 오바마」</p> <p>ユーザーの所在地: 韓国、ソウル</p> <p>ユーザーの意図: クエリは「バラク・オバマ」の韓国語表記。ユーザーはオバマ氏に関する情報を知りたい。</p>	<p>버락 오바마 - 위키백과, 우리 모두의 백과사전 ko.m.wikipedia.org/wiki/버락_오바마</p> <p>Mobile-friendly - 버락 후세인 오바마 2세 대통령(영어: Barack Hussein Obama, Jr., 문화어: 버락 오바마, 1961년 8월 4일 ~ , 미국 하와이 ...</p>  <p>Barack Obama - Wikipedia en.m.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama</p> <p>Mobile-friendly - Barack Hussein Obama II is the 44th and current President of the United States, and the first African American to hold ...</p> 	<p>韓国語Wikipediaの、同氏に関するページ。 韓国語・韓国のユーザーにはとても役に立つ。</p> <p>上記の韓国語Wikipediaページとほぼ同じコンテンツを持つ、英語のWikipediaページ。</p> <p>いくつか役に立つ画像はあるものの、このページを読めるユーザーはほとんどいない。</p> <p>注意: このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>
<p>クエリ: 「Titanic 1997」</p> <p>ユーザーの所在地: 韓国、ソウル</p> <p>ユーザーの意図: 1997年に公開された映画「タイタニック」に関する情報を知るか、DVDを購入したい。</p>	<p>타이타닉 - Daum 영화 m.movie.daum.net/m/detail/main.daum?...</p> <p>모바일 지원 - 1912년 북대서양의 차가운 바닷물 속에서 당대 꿈의 배라고 불렀던 '타이타닉 호'가 탐사대들에 의해 세상에 발견되면서 ...</p>  <p>Titanic - IMDb m.imdb.com/title/tt0120338/</p> <p>★★★★★ Rating: 7.7/10 - 640,553 votes</p> <p>Mobile-friendly - Titanic -- This made-for-TV movie is the tale of the famous - Titanic -- Jack discusses his view of the world with the first ...</p> 	<p>クエリは英語だが、韓国ユーザーの大半が求めているのは韓国語でのレビューや、この映画を買える韓国のお店。</p> <p>この検索結果は韓国のWebサイトにある韓国語の記事で、とても役に立つ。</p> <p>英語を読めるユーザーに対しては、役に立つコンテンツが多いページ。</p> <p>いくつか役に立つ画像はあるものの、このページを読めるユーザーはほとんどいない。</p> <p>注意: このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「Samsung tablet」</p> <p>ユーザーの所在地: 韓国、ソウル</p> <p>ユーザーの意図: Samsung製のタブレットに関する情報を知る・購入する・Samsung公式サイトのGalaxy Tabについてのページに行くなど。</p>	<p>삼성 갤럭시 탭 www.samsung.com/.../tablet/.../SHW-M3... 모바일 지원 - SAMSUNG 휴대폰, SKT, SHW-M380SFK3SC, Samsung GALAXY Tab 10.1 갤럭시탭10.1 스펙 - 특징점 - 고객지원 - 이미지</p>	<p>クエリは英語だが、韓国ユーザーの大半が求めているのはSamsung公式サイト内の韓国語のページ。</p> <p>この検索結果は韓国語で、とても役に立つ。</p> <p>製造者であるSamsung公式サイト内にある、役に立つコンテンツの多いページ。だが、英語のページ。</p> <p>いくつか役に立つ画像はあるものの、このページを読めるユーザーはほとんどいない。</p> <p>注意: このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>
	<p>Galaxy Tab: Android Tablet - Portable & Light Tablet Samsung www.samsung.com/us/mobile/galaxy-tab/ Mobile-friendly - Meet the Samsung Galaxy Tab family including Galaxy Tab 10.1, 8.9 and 7.0 Plus. Sort by size or carrier and find the ... Galaxy Tab - WiFi Tablets</p>	
	<p>注意: このクエリで、ユーザーは英語の検索結果が欲しいと明示していない。</p>	

英語を公用語・一般的な言語として使用しているロケールもあります。そうしたロケールでは、クエリによっては英語のWebサイトが使いやすく役に立つこともあります。

例えば、シンガポール政府は英語・マレー語・中国語・タミル語を公用語として認定していますが、特に英語が一般的に使われています。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「barack obama」</p> <p>ユーザーの所在地: シンガポール、シンガポール市</p> <p>ユーザーの意図: バラク・オバマ氏に関する情報を知る</p>	<p>Barack Obama - Wikipedia en.m.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama Mobile-friendly - Barack Hussein Obama II is the 44th and current President of the United States, and the first African American to hold ...</p>	<p>同氏に関する英語のWikipediaページ。シンガポールのユーザーには、とても役立つ。</p> <p>同氏に関する中国語のWikipediaページ。こちらもシンガポールのユーザーには、とても役立つ。</p>
	<p>贝拉克·奥巴马- 维基百科，自由的百科全书 - Wikipedia zh.m.wikipedia.org/zh-cn/贝拉克·奥巴马 移动版适用 - 贝拉克·奥巴马（英语：Barack Obama，1961年8月4日－），本名贝拉克·侯赛因·奥巴马二世（Barack Hussein Obama II；US ...</p>	

14.5 「読み込めない」フラグ

14.5.1 「読み込めない」フラグの使用

「読み込めない」フラグは、LPのコンテンツが見ることができないというような技術的問題が発生していることを示すのに使います。

以下の場合、「読み込めない」フラグを立ててください。

- LPのメインコンテンツがWebサーバー・Webアプリケーションのエラーメッセージだけで、ナビゲーションリンク・トップページへのリンク・補助的コンテンツ・広告なども一切表示されない。エラーメッセージのタイプについては[こちら](#)を参照してください。
- LPが真っ白の場合：メインコンテンツ・補助的コンテンツ・広告が一切表示されない。

以下は「読み込めない」LPの例です。リザルトブロックだけを見ても読み込めないと判断できないので注意してください。

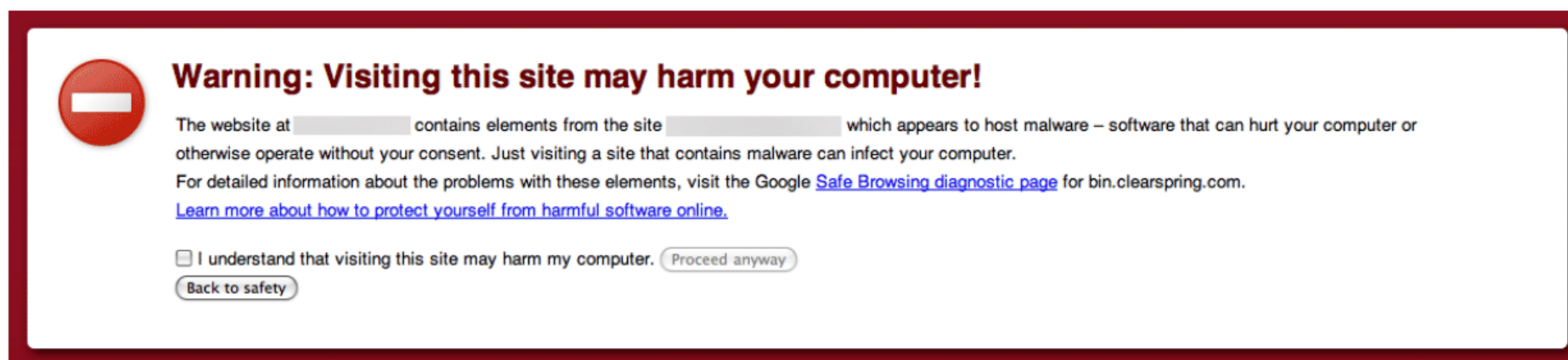
クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・フラグ・Needs Met評価	説明
<p>クエリ： 「ダグラス・インストゥルメンツ」</p> <p>ユーザーの所在地： インディアナ州サウスバンド</p> <p>ユーザーの意図： このWebサイトのトップページに行く</p>	<p>Douglas Instruments Success in Protein ... www.douglas.co.uk/ Douglas Instruments designs and manufactures robots for protein crystallization. Our systems are setting new standards ...</p> <p>Porn: No Foreign Language: No Did Not Load: Yes Hard to Use: No</p> <p>FailsM SM MM HM FullyM</p>	<p>404メッセージが表示され、メインコンテンツ・補助的コンテンツ・広告なども一切表示されていない。</p> <p>評価はFailsMで、「読み込めない」フラグも立てること。</p>

「読み込めない」フラグに該当するLPの例です。 [例①](#) [例②](#) [例③](#)

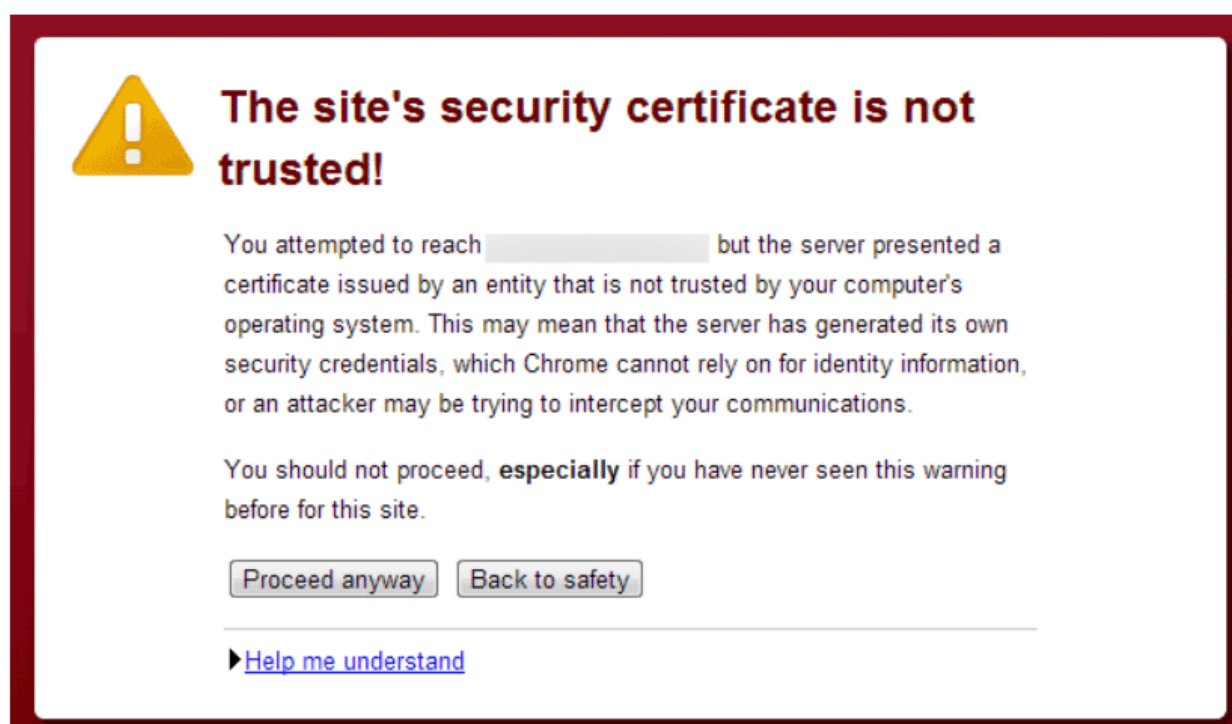
また、以下の場合にも「読み込めない」フラグを立てましょう：

- マルウェアの警告。例：「警告：このWebサイトはPCに害を与える可能性があります」
- 証明書の許可を求めるメッセージ

以下は「マルウェアの警告」の例です。



以下は「証明書の許可を求めるメッセージ」の例です。



14.5.2 「読み込めない」 検索結果のNeeds Met評価

どのようなリザルトブロックにも評価を割り振る必要があります。LPが全く読み込めない場合、「読み込めない」フラグを立ててFailsM評価にしましょう。全く読み込めないページは、全く役に立ちません。

ページの一部が読み込めたり、完全に読み込めるページにエラーメッセージが表示されていたりすることがあります。「クエリに対して、その検索結果がどの程度役に立つか」という視点からNeeds Met評価を付けましょう。ウェブマスターがエラーメッセージをカスタマイズすることもできますし、エラーメッセージがしっかり機能しているWebサイトの一部であることもあります。そして、そうしたページがクエリに対して役立つこともあります。

クエリ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「男の子 ピンク スノーシューズ」</p> <p>ユーザーの所在地: インディアナ州 サウスベンド</p> <p>ユーザーの意図: 男の子向けのスノーシューズを買うか、情報を探す</p>		<p>LPのメインコンテンツはエラーメッセージだが、同時に多くの補助的コンテンツが表示されている。</p> <p>しかし、「男の子向けのピンクのスノーシューズ」に関する情報はないため、このクエリに対しては役に立たない。</p> <p>「読み込めない」フラグを立てないこと。</p>
<p>クエリ: 「聖書 節」</p> <p>ユーザーの所在地: インディアナ州 サウスベンド</p> <p>ユーザーの意図: 聖書の中の文章・警句を探す</p>		<p>カスタマイズされた「検索結果が見つかりませんでした」メッセージが表示されているが、聖書の全節へのリンクも掲載されており、大半のユーザーに役立つ。</p> <p>「読み込めない」フラグを立てないこと。</p>

14.6 「使いにくい」フラグ

14.6.1 「使いにくい」フラグの使用

モバイル評価タスクでは、「使いにくい」フラグも利用します。このフラグは「モバイル端末の小さな画面では操作しにくいいため、その価値を減じている」ときに使用します。以下はモバイル端末で「使いにくい」LPの例です。

このフラグはモバイル評価タスクでしか利用しない点に注意しましょう。評価者の皆さん自身で、実際に各LPを確認してみましょう。

クエリ	検索結果へのリンク・QRコード	説明
<p>クエリ: 「マリーランド 教師」</p> <p>ユーザーの所在地: マリーランド州 シルバースプリング</p>		<p>スマートフォンでこのページを読むのはほぼ不可能。</p>

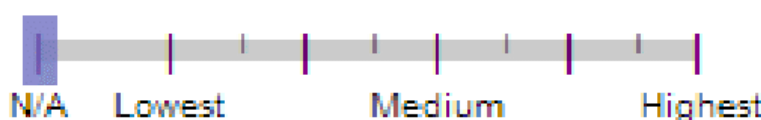
クエリ	検索結果へのリンク・QRコード	説明
<p>クエリ： 「アメリカン・ビューティ」</p> <p>ユーザーの所在地： カリフォルニア州 サンフランシスコ</p>	 <p>LPへのリンク</p>	<p>スマートフォンでこのページを利用するのは極めて困難で、壊れたページのように見えてしまう。ページの一部は読み込めず、リンクをクリックするのも難しい。</p>

15.0 E-A-TとNeeds Met評価の関係

Needs Met評価にはクエリと検索結果の両方が影響します。Needs Met評価をする時には、クエリとユーザーの意図をしっかりと考慮してください。






一方、E-A-Tスライダーはクエリとは無関係です。LPをE-A-T評価するときは、クエリを考慮しないようにしましょう。（訳注：「E-A-T評価」はこのページ以降でしか登場しない用語ですが、19ページ以降の「Page Quality評価」とほぼ同一の内容・用途です。）



検索結果によっては、E-A-Tスライダーが表示されないこともあります。E-A-Tスライダーが表示されない場合、E-A-T評価を行う必要はありません。E-A-Tスライダーが表示された場合は、LPに応じたE-A-T評価を付けてください。「**外国語**」「**読み込めない**」等の理由でE-A-T評価が不可能な場合、必ず**Medium**評価にしてください。

以下は、Needs Met評価やE-A-T評価を行うためのポイントです：

- 役に立たない検索結果は、E-A-T評価が高くても**FailsM**評価です。役に立たないものは役に立ちません。
- 「トピックに合致し、役にも立つがE-A-T評価が低い」検索結果には、「トピックに合致し、役にも立つしE-A-T評価も高い」検索結果よりも低いNeeds Met評価を付けてください。ユーザーはE-A-Tの低い検索結果よりは高いものの方が役に立つと思うはずですし、Needs Met評価が「有用性に影響する全ての要素」を反映するものである以上、皆さんのE-A-T評価にもその点が反映されているべきです。
- HM**評価は「トピックに合致し、役に立つし**E-A-T**評価も高い」検索結果や、「トピックに合致し、とても役に立つうえに『情報が新鮮』などの他のプラス要素もあるが、品質は普通」の検索結果に適用できます。
- HM**評価は「E-A-T評価が低い」検索結果や、「『情報が古すぎる』などのマイナス要素がある」検索結果には適用しないようにしてください。**HM**評価を受けるための基準は、高いものです。
- 「トピックに合致するが、品質が低い」検索結果には、基本的には**SM**評価が適切です。しかし、E-A-Tが低すぎてどんなクエリに対しても役に立たないページもあります。意味不明なページはその代表例です。**FailsM**評価にしましょう。
- 「不正確な」「誤解を招く」「間違っている」「虚偽」「有害」のいずれかに該当するリザルトブロックは、必ずE-A-T評価が**Lowest**になる点に注意しましょう。一方、「権威性が高く」「専門性があり」そして「最も信頼できる」リザルトブロックは、必ずE-A-T評価を**Highest**にしてください。専門性・権威性・信頼性のいずれも「そこそこ」又は「特に目立つ点がない」ものは、必ずE-A-T評価を**Medium**にしましょう。

クエリ・ユーザー所在地 ・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「電気自動車の仕組みは」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州ダラス</p> <p>ユーザーの意図: 電気自動車の仕組みを知る</p>	<p>Electric Car Motors - How Do Electric Car Motors ... - Ezine Articles ezinearticles.com/?...Motors...Motors... Mobile-friendly - Oct 10, 2008 - This engine which runs on gasoline principally has dominated the world of automobiles until recently.</p> 	<p>E-A-T評価: コンテンツを音読してみる。LPの記事は内容が浅く、ある意味笑えるものになっている。全4節の文章が表示されているが、基本的に「電気自動車は電気で動くので、充電が必要です」としか言っていない。</p> <p>Needs Met評価: 大半のユーザーには役に立たない。</p>
<p>クエリ: 「電気自動車の仕組みは」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州ダラス</p> <p>ユーザーの意図: 電気自動車の仕組みを知る</p>	<p>Mobility scooter - Wikipedia, the free encyclopedia en.m.wikipedia.org/wiki/Mobility_scooter Mobile-friendly - ... configured like a motorscooter. It is often referred to as a power-operated vehicle/scooter or electric scooter as well.</p> 	<p>E-A-T評価: LPはWikipedia.orgの中にあり、役立つメインコンテンツが多い。</p> <p>Needs Met評価: 「電気自動車の仕組み」を知りたいというクエリだが、LPは「シニアカー（訳注：参照）」に関する記事。</p>
<p>クエリ: 「脱水症の症状」</p> <p>ユーザーの所在地: テネシー州メンフィス</p> <p>ユーザーの意図: 脱水症の症状を知る</p>	<p>Symptoms of Dehydration www.symptomsofdehydration.com/ What are the symptoms of dehydration? Learn about the signs you can expect when dehydration begins and also as it ...</p> 	<p>E-A-T評価: YMYLに該当するトピック。このページには、以下のような低品質Webサイトの特徴が多数存在するため、信頼できない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 連絡先の欠如 コンテンツ作成者が不明 専門性・権威性の根拠がない メインコンテンツ利用を妨げる、過剰な広告によるマネタイズ <p>Needs Met評価: この記事はトピックに合致しているが、情報は信頼できず、誤解や危険性が生じる可能性もある。</p>
<p>クエリ: 「脱水症の症状」</p> <p>ユーザーの所在地: テネシー州メンフィス</p> <p>ユーザーの意図: 脱水症の症状を知る</p>	<p>Dehydration Symptoms - Diseases and Conditions - Mayo Clinic www.mayoclinic.org/.../dehydration/.../sy... Mobile-friendly - Severe dehydration, a medical emergency, can cause: • Extreme thirst • Extreme fussiness or sleepiness in infants and children; irritability and confusion in adults • Very dry mouth, skin and mucous membranes • Little or no urination – any urine that is produced will be darker than normal • Sunken eyes 8 more items</p> 	<p>E-A-T評価: YMYLに該当するトピック。医学に関する権威性の高いWebサイト上のページで、メインコンテンツも正確で信頼できるものである。このページは極めて信頼性が高い。</p> <p>Needs Met評価: 大半のユーザーにとって、非常に役立つ。</p>

16.0 複数の解釈・意図があるクエリの評価

クエリの意味が1つしかないクエリがあります。例えば、「iPhone」（英語・アメリカ）というクエリを考えてみましょう。ユーザーの意図は「iPhoneについて調べる」「iPhoneを買う」「Apple公式サイトのiPhoneのページに行く」等色々あるでしょうが、基本的に全てのユーザーが「Apple社のスマートフォン」を意味しています。

一方、複数の意味があるクエリもあります。例えば、「apple」（英語・アメリカ）というクエリを考えてみましょう。「コンピューターのApple社」の情報を探すユーザーもいるし、「果物のapple」の情報を探す人もいます。このように異なる意味のことを「クエリの解釈」といいます。

複数の「クエリの解釈」が成立する場合、それぞれの解釈の蓋然性を考え、さらにその解釈に対して検索結果がどの程度役立つかを考えてNeeds Met評価をしてください。

- **支配的解釈**に対して大変役に立つ検索結果は、ユーザーの大半にとっても役に立つので**Highly Meets**評価にしましょう。最も優位性のある解釈のあるクエリの場合、**FullyM**評価が適用できることもあります。
- **一般的解釈**に対して大変役に立つ検索結果は、その解釈の蓋然性に応じて**Highly Meets**評価または**Moderately Meets**評価にしましょう。
- **極めて少数派の解釈**に対して大変役に立つ検索結果は、大半のユーザーには不要なので**Slightly Meets**以下の評価にしましょう。
- 「ほぼありえない解釈である」という理由で**FailsM**評価を付けることもあります。こうした解釈を「ありえない解釈」といいます。

16.1 「Website」と「Visit-in-Person」の意図が混在するクエリの評価

以下の意図が両方とも強いクエリがあります。

1. **Webサイトを訪問**：「情報を探す」「Webで買い物する」「予約する」「アポを入れる」「お客様窓口へ連絡」などのオンラインで達成できることをする目的です。
2. **Visit-in-Person**：実際に店舗・会社などを訪問する目的です。

ユーザーが「上記のどちらかが目的」であることはわかりますが、「どちらが目的」なのかは判断できません。このようなクエリに対して、片方の意図だけを満たす検索結果は**Fully Meets**評価にできません。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP	Needs Met評価と説明
<p>クエリ： 「target」</p> <p>ユーザーの所在地： フロリダ州 ジャクソンヴィル</p> <p>ユーザーの意図： 「近所のTarget店舗に行く」 「TargetのWebサイトで買い物する・商品を調べる・価格を知るなど」 のいずれか</p>		 <p>ジャクソンヴィル近辺の代表的なTarget3軒を表示し、店舗を訪問する人に役立つ情報もあるリザルトブロック。「近所のTargetを探したい」というユーザーの意図には完璧に応えている。</p>
		 <p>買い物などの理由でTargetのWebサイトを使いたいユーザーを満足させ、意図に完璧に応えている。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP	Needs Met評価と説明
<p>クエリ: 「dmv」 (訳注: 米国の自動車管理局。運転免許の発行・更新などを行う)</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州ベルモント</p> <p>ユーザーの意図: 「近所のDMVに行く」 「DMVのWebサイトで免許更新手続きをする・手数料を支払う・情報を知るなど」 のどちらか</p>	 <p>DMV - State of California https://www.dmv.ca.gov</p> <p>California DMV Home Page is available for customers to check out publications, download forms, brochures, FAQs, ...</p>	 <p>近所のDMV2か所を表示し、実際に訪問する人には役立つ情報もあるリザルトブロック。「近所のDMVを探したい」というユーザーの意図には完璧に応えている。</p>  <p>情報探し・免許更新・手数料支払いなどの理由でDMVのWebサイトを使いたいユーザーを満足させ、意図に完璧に応えている。</p>
<p>クエリ: 「citibank」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州パロアルト</p> <p>ユーザーの意図: 「近所のシティバンク支店に行く」 「シティバンクのWebサイトでオンライン取引をする」 のどちらか</p>	 <p>Citibank: Sign On https://online.citibank.com</p> <p>Mobile-friendly - Discover financial services tailored to your life from Citibank®. Learn more about our full range of banking products, ... Citi® Credit Cards - Login - Sign On</p>	 <p>近所のシティバンク支店を3軒表示し、実際に訪問する人に役立つ情報もあるリザルトブロック。「近所のDMVを探したい」というユーザーの意図には完璧に応えている。</p>  <p>オンライン取引などの理由でシティバンクのWebサイトを使いたいユーザーを満足させ、意図に完璧に応えている。</p>

17.0 クエリの限定性とLP

解釈の幅が広いクエリもありますし、とても限定的なクエリもあります。クエリごとの限定性の強さを比較してみましょう。

クエリ	限定性が強いクエリ	さらに限定性が強いクエリ
「椅子」	「ダイニングルーム 椅子」	「イケア henriksdalチェア ハイバック アップホルスター 椅子」
「図書館」	「ハーバード 図書館」	「ハーバード 人類学 図書館」
「面接 質問」	「教員のための面接用の質問」	「Teach for Americaの面接を練習する」
「レストラン」	「中華 レストラン」	「テイクアウト 中華 レストラン ダウンタウン オースティン」
「喫茶店」	「スターバックス」	「Red Rock Coffee マウンテンビュー」

クエリの限定性が強いほどユーザーの求めているものもわかりやすいので、Needs Met評価が簡単です。一方、幅の広いクエリのNeeds Met評価は難しいです。いつも通り、「この検索結果はどの程度クエリに合致しているか」を考えて、特定の解釈だけへの合致にとらわれないようにしましょう。

「喫茶店」「レストラン」「ホテル」「本」「パリの名所」などの幅広いカテゴリーの場合、人気があるものや有名なものを「とても役に立つ」と判定します。Webを利用して、どんなものが人気で有名なのかを調べてみましょう。

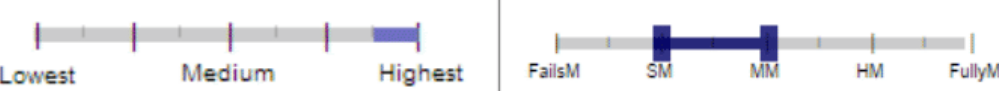


クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
	<p>Credit cards & Rewards credit cards Visa USA usa.visa.com/...cards/credit-cards/index.js... Mobile-friendly - Whether you are looking for a premium rewards card or a traditional credit card, Visa has something to fit your needs. Apply for a Credit Card - Apply</p> 	<p>様々なカードを発行しているクレジットカード会社のページ。掲載されていないカードもあるが、十分役立つ。</p> <p>E-A-T: Visaは有名で好評なクレジットカード会社。</p> <p>Needs Met: LPはクエリよりもやや限定的だが、Visaが評判のいいクレジットカード会社であるため、多くのユーザーの役に立つ。</p>
<p>クエリ: 「クレジットカード」</p> <p>ユーザーの所在地: アリゾナ州フェニックス</p>	<p>Credit Cards and Credit Card Offers - Apply Online Discover Card https://www.discover.com/credit-cards/ Mobile-friendly - See all the ways you can earn and enjoy credit card rewards with the Discover it credit card, the game changing cash ...</p> 	<p>様々なカードを発行しているクレジットカード会社のページ。掲載されていないカードもあるが、十分役立つ。</p> <p>E-A-T: Discoverはクレジットカード・銀行取引・ローンなどを扱う、有名で評判もいい会社。</p> <p>Needs Met: LPはクエリよりもやや限定的だが、Discoverが評判のいいクレジットカード会社であるため、多くのユーザーの役に立つ。</p>
<p>ユーザーの意図: 「オンラインで申し込み」「申し込む前に下調べ」など</p>	<p>Best Credit Cards of 2015: Reviews, Rewards and Offers - NerdWallet www.nerdwallet.com/the-best-credit-cards Mobile-friendly - NerdWallet's credit card experts rank the best credit cards out there. Offers include no fee cash back cards with up to 5% ...</p> 	<p>さまざまなカテゴリーでの、トップクラスのクレジットカードを紹介するページ。</p> <p>E-A-T: ユーザーが金銭に関する決定をするのに役立つWebサイト。評判もよく、CNNMoneyやThe New York Timeからも推薦されている。</p> <p>Needs Met: クエリに合致しており、大半のユーザーの役に立つ。</p>
	<p>Union Plus Credit Card for Union Members www.unionplus.org/...credit/credit-card Mobile-friendly - The Union Plus Credit Card is designed for union members. The credit card offers financial hardship assistance, strike ...</p> 	<p>労働組合加入者だけが利用できるクレジットカードに関するページ。</p> <p>E-A-T: この会社には自社の発行するカードについての専門性があり、カードの発行元であるHSBC銀行も著名な金融機関。</p> <p>Needs Met: 労働組合の加入者しか利用できないカードなので、一部のユーザーにしか役立たない。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
	<p>Hotels, Hotel Rooms, Discount Hotel Rates & Cheap Motels on Orbitz www.orbitz.com/hotels/ Mobile-friendly - Find discount hotels, motels, and cheap hotel rooms with hotel reviews on Orbitz. Get our lowest hotel rates on our ...</p> 	<p>このWebサイトは有名な旅行情報ポータルサイト。ユーザーが米国のホテルを探すときには、同サイト内のホテルに関するページが役に立つ。レビュー確認・ホテル比較・予約などが可能。</p> <p>E-A-T: Orbitzは有名で評判もいいWebサイト。</p> <p>Needs Met: クエリに合致しており、大半のユーザーの役に立つ。</p>
<p>クエリ: 「ホテル」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州 ジャクソンヴィル</p> <p>ユーザーの意図: おそらくユーザーは旅行を計画しているが、クエリは一般的であり意図も曖昧。</p>	<p>Marriott www.marriott.com/default.mi Mobile-friendly - Browse and book hotel rooms that suit your needs and style and start your next adventure with Marriott.</p> 	<p>アメリカ国内の大部分で利用でき、幅広い価格帯にも対応しているホテルチェーン。</p> <p>ホテル一覧のリストはとても長いですが、様々な価格・要素・場所に対応したホテルチェーンのトップページであるため役に立つ。</p> <p>E-A-T: MarriottのWebサイトでは、有名ホテルチェーンMarriottホテルの情報を提供している。Marriott社はMarriottホテルチェーンについての専門性があり、掲載情報は権威性が高い。</p> <p>Needs Met: LPはクエリよりもやや限定的だが、Marriottが評判のいいホテルチェーンであるため多くのユーザーの役に立つ。</p>
	<p>Emeryville Hotels near Berkeley CA Courtyard Hotel in ... - Marriott www.marriott.com/hotels/.../oakmv-court... Mobile-friendly - 4 days ago - This Emeryville, CA hotel near Berkeley offers a modern lobby with flexible work spaces, free Wi-Fi ... Hotel Details - 5555 Shellmound Street ...</p> 	<p>カリフォルニア州エメリーヴィルにある、Marriottコートヤードホテルのページ。</p> <p>E-A-T: MarriottのWebサイトでは、有名ホテルチェーンMarriottホテルの情報を提供している。このページは専門的で、デザイン・機能も良好。Marriott社は評判もよく、Marriottホテルチェーンについての専門性があるため、掲載情報は権威性が高い。</p> <p>Needs Met: LPがクエリに対して限定的すぎるが、Marriottは有名ブランドであり、このページから他のMarriottホテルのページに移動できる。このページ自体は、大半のユーザーには役に立たない。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
	 <p>E-A-T評価は不要</p> 	<p>Needs Met: ジャクソンヴィル付近のTarget店舗3軒と、店舗を訪問する目的のユーザーに役立つ情報を表示したリザルトブロック。</p>
<p>クエリ: 「target」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州 ジャクソンヴィル</p> <p>ユーザーの意図: 「target.comに行く」 「近所のTarget店舗に行く」 のどちらか</p>	<p>Target m.target.com Mobile-friendly - ... with \$25 purchase or free same day store pickup on all online orders ...</p> <p>Search target.com</p>  	<p>LPはTargetの公式サイト。</p> <p>E-A-T: Target公式サイトでは様々な製品のオンライン販売・クーポン発行・店舗情報の表示などを行っており、それらの内容に対するの専門性もある。</p> <p>Needs Met: 公式サイトに行きたいモバイルユーザーに対して、とても役に立つ。</p>
	<p>Find Store - Target m.target.com/store-locator/find-stores Mobile-friendly - find a store. Target; find a store ... search for a store ... -or- view all stores by state. Only show stores with: Apple Store</p>  	<p>LPはTarget公式サイトの店舗検索ページ。</p> <p>E-A-T: Targetは自社の店舗情報に対して専門性がある。このトピックについて、一番権威性が高いページ。</p> <p>Needs Met: LPはクエリに対してやや限定的だが、多くのユーザーが関心を持つはず。</p>
	<p>Electronics : Target m.target.com/c/electronics/-/N-5xtg6 Mobile-friendly - Buy electronics online from the top brands at Target, from TVs and cameras to computers and tablets. Free shipping on ... TVs & home theater - Computers & Office</p>  	<p>LPはTarget公式サイトの「電気機器」ページ。</p> <p>E-A-T: Target自体の評判はいいが、個々の販売製品についての専門性・権威性が高いとは限らない。</p> <p>Needs Met: LPはクエリに対してやや限定的だが、多くのユーザーが関心を持つはず。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「Target」</p> <p>ユーザーの所在地: フロリダ州 ジャクソンヴィル</p> <p>ユーザーの意図: 「target.comに行く」 「近所のTarget店舗に行く」 のどちらか</p>	 <p>E-A-T評価は不要</p> 	<p>Needs Met: リザルトブロックには役立つ情報が含まれているが、「Target」で検索するユーザーの大半は「Targetの株価」や「CEO・創業者の名前」を探しているわけではない。Slightly Meets~ Slightly Meets+ 評価が適切。</p>
	<p>Women's Jegging Black - Cherokee : Target m.target.com/.../women...jegging-black-c... Mobile-friendly - Jan 4, 2015 - Find product information, ratings and reviews for a Women's Jegging Black - Cherokee.</p> 	<p>LPはTargetの公式サイト内の、女性向けデニムの商品詳細ページ。</p> <p>E-A-T: Target自体の評判はいいが、個々の販売製品についての専門性・権威性が高いとは限らない。</p> <p>Needs Met: LPがクエリに対して限定的すぎるため、大半のユーザーには役に立たない。</p>

株式会社アイレップ

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「鶏 レシピ」</p> <p>ユーザーの所在地: テキサス州 オースティン</p> <p>ユーザーの意図: ユーザーは鶏料理を作りたいので、レシピをいろいろ見て選びたいと思っている。 ユーザーが求めているのはおそらく「レシピの一覧」。</p>	<p>Chicken Recipes: Food Network : Recipes and Cooking : Food ... www.foodnetwork.com/.../chicken.html Results 1 - 10 of 5500 - Find chicken recipes, videos, and ideas from Food Network.</p> 	<p>LPは有名なレシピサイト内にあり、多くのレビュー付きレシピを掲載している。</p> <p>E-A-T: Food Networkは高品質なレシピや料理に関する情報を提供する、評判のいいWebサイト。</p> <p>Needs Met: LPはクエリに合致しており、大半のユーザーに対してとても役に立つ。</p>
	<p>Chicken Parmesan Recipe : Tyler Florence : Food Network  www.foodnetwork.com/.../ty... ★★★★★ Rating: 5 - 427 reviews - 1 hr 5 mins Mobile-friendly - Get Tyler Florence's classic Chicken Parmesan recipe from Food 911.</p> 	<p>「チキン・パルメザン」のレシピ。</p> <p>E-A-T: Food Networkは高品質なレシピや料理に関する情報を提供する、評判のいいWebサイト。</p> <p>Needs Met: 人気のレシピサイトに掲載された、人気料理のレシピだが、クエリよりもやや限定的。一部のユーザーには役に立つ。</p>
	<p>Fried Chicken Recipes - Allrecipes.com m.allrecipes.com/recipes/.../chicken/fried-... Mobile-friendly - See more than 80 delicious authentic fried chicken recipes with photos and tips. ... Staff Picks. Honey Fried Chicken ...</p> 	<p>フライドチキン(人気のある鶏料理)のレシピが25点以上掲載されている。</p> <p>E-A-T: Allrecipes.comは高品質なレシピや料理に関する情報を提供する、評判のいいWebサイト。</p> <p>Needs Met: 25点以上のレシピがあるが、全て同一の料理についてのレシピなので、クエリよりも限定的。一部のユーザーには役に立つ。</p>
	<p>Chickenrecipes www.chickenrecipes.com/ chickenrecipes.com has been informing visitors about topics such as Chicken Breast Recipes, Easy Chicken Dishes ...</p> 	<p>鶏料理のレシピ検索結果に偽装した、偽の検索結果ページ。</p> <p>E-A-T: 広告がメインコンテンツであるかのように偽装してはいけない。メインコンテンツに偽装した広告を利用するページは「虚偽」にあたるとみなされ、この偽検索結果ページは信頼できない。</p> <p>Needs Met: 全くユーザーの役に立たないので、FailsM評価にすること。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
	<p>Museum Store National Air and Space Museum Smithsonian Institution › airandspace › ... Bring home a memento of your Museum visit or find the perfect gift for someone special. The Museum store offers a ...</p>  <p>E-A-T評価は不要</p>	<p>ミュージアムショップの公式サイト。</p> <p>E-A-T: 同博物館は、ミュージアムショップの営業時間・電話番号・メンバーシップ情報などについての専門性がある。</p> <p>Needs Met: このWebサイトを訪問する目的のモバイルユーザーに対して、非常に役立つ。</p>
<p>クエリ: 「スミソニアン国立宇宙博物館ミュージアムショップ」</p> <p>ユーザーの所在地: ワシントンD.C.</p>	 <p>E-A-T評価は不要</p>	<p>Needs Met: リザルトブロックはミュージアムショップ自体に関するものではなく、同博物館に関するもの。しかし掲載されている営業時間・住所・経路案内などはミュージアムショップの物と同じであるため、ミュージアムショップに関する情報を求めるユーザーにも役立つ。</p>
<p>ユーザーの意図: 同博物館のミュージアムショップのWebサイトに行くか、営業時間などの情報を知る</p>	<p>Volunteer National Air and Space Museum Smithsonian Institution › airandspace › v... Mobile-friendly - Support the Museum by volunteering your time. Work as a ... Smithsonian Air and Space Museum.</p>  <p>E-A-T評価は不要</p>	<p>同博物館でのボランティア活動に参加する方法を解説するページ。</p> <p>E-A-T: 同美術館は自身のボランティア活動に関する専門性があるため、LPはトピックについて最も権威性が高いページ。</p> <p>Needs Met: LPはクエリよりも限定的であり、大半のユーザーには役に立たない。</p>
	 <p>E-A-T評価は不要</p>	<p>Needs Met: クエリとは別の博物館に関するリザルトブロックであり、ユーザーの意図に全く一致しないのでFailsM評価。</p>

18.0 情報の鮮度とNeeds Met評価

クエリによっては、ごく最近の情報や「新鮮な」情報を強く求めていることがあります。ユーザーが現在進行中の重要イベントや自然災害などの「最新のニュース」を求めていることもあります。以下は、現在・ごく最近の情報を強く求めるクエリの一例です。

クエリのタイプ	左記クエリの例	説明
「最新のニュース」クエリ	「トルネード」 「津波」	ユーザーは直近の情報を求めていると推定する。 「嵐が近いので、現在の天気情報を知りたいユーザー」等を想定してみる。 「過去の天気についての情報」は役に立たない。
以下のような反復イベント ・ 選挙 ・ スポーツイベント ・ TV番組 ・ カンファレンス 等	「オリンピック」 「アメリカン・アイドル」 「レッドソックス 日程」 「納税申告用紙」 「選挙」	ユーザーは「直近または現在の」イベントについての情報を求めていると推定する。 オリンピック開催中なら、「オリンピック」で検索するユーザーは数年前の情報ではなく、開催中のオリンピックに関する情報を求めている。次回オリンピックの開催が数か月以内なら、ユーザーは次回オリンピックに関心がある。
現時点での情報クエリ	「パリの人口」 「アメリカの負債総額」 「ニューヨークからサンフランシスコまでの飛行機代」 「次の祝日」	価格や飛行機代などについては、ユーザーは最新の情報を求めていると推定する。
商品名クエリ	「iPhone」 「トヨタ カムリ」 「Windows OS」	商品名クエリの場合、ユーザーは最新のモデル・バージョンの情報を求めていると推定する。


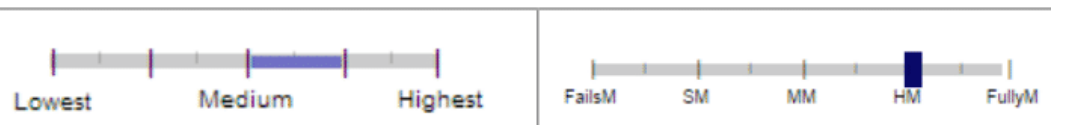
最新のコンテンツを強く求めるクエリの場合、高いNeeds Met評価を受けられるのは「現在の」「最近の」または「更新された」コンテンツがあるページだけです。過去のイベント・旧式モデルや旧価格・時代遅れの情報などを掲載したページは、このようなクエリの役には立たないので、「陳腐」と判断されて低いNeeds Met評価を受けます。検索結果が陳腐で全く役に立たない場合は、**FailsM**評価になることもあります。

「ニュースを求める意図」が「新鮮さとは無関係な意図」よりも強いクエリもあります。政治家・有名人の名前で検索するユーザーは、彼らのプロフィールに関心があることもあれば、最新のニュース・ゴシップを求めていることもあります。

E-A-T評価と情報の鮮度は、あまり関係がありません。「陳腐な」ページでもE-A-T評価が高いこともあります。例えば、評判の良いニュースサイトで過去のコンテンツのアーカイブを保存していることがあります。しかし、維持・管理されていないWebサイトや、管理されておらず正確さを欠き、誤解を招くようなコンテンツは低いE-A-T評価を受けることがあります。

注: 「ページの作成日」と「ページの最終更新日・最終改訂日」が異なることがあります。コンテンツが更新された時に、ページに「作成日」ではなく「最終更新日」が掲載されるページもあります。また、コンテンツの更新とは無関係に、常に現在の日時を表示するページもあります。評価者の皆さんがページのコンテンツに興味を持った場合、[ここ](#)からInternet Archiveの「Wayback Machine」を使ってください。全ての過去ページが見られるわけではありませんが、ページの成り立ちや変遷を理解する役に立ちます。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「NASA 火星 着陸」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サンフランシスコ</p>	<p>Curiosity Rover Lands Safely on Mars - NYTimes.com mobile.nytimes.com/.../curiosity-rover-la... Mobile-friendly - Aug 6, 2012 - One of the first test images from NASA's Mars Curiosity rover that helped signal that everything was ...</p>	<p>ランドローバー「キュリオシティ」の火星着陸に関する、着陸当日に発表された記事。この例を作成したのも同日。</p>
<p>ユーザーの意図: NASAがランドローバー「キュリオシティ」の火星着陸に成功した直後の例。ユーザーの大半はこの件についての最新のニュース・画像を求めている。</p>	<p>NASA's Curiosity Rover Sets Off for Mars Mission - NYTimes.com www.nytimes.com/.../nasas-curiosity-rov... Nov 26, 2011 - NASA Launches Sophisticated Rover on Journey to Mars. NASA/Reuters. A rendering of the Mars ...</p>	<p>ランドローバー「キュリオシティ」の火星着陸に関する、着陸の9か月前に発表された記事。このクエリに対しては陳腐すぎる。</p>
<p>クエリ: 「ロサンゼルス 交通」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロサンゼルス</p>	<p>Your commute: Live L.A. traffic conditions L.A. NOW Los Angeles ... latimesblogs.latimes.com/.../2012/.../your... Mobile-friendly - Your commute: Live L.A. traffic conditions. August 7, 2012 4:30 pm. Los Angeles . Traffic Report by Sigalert.com.</p>	<p>LPには、この例を作成した当日である、2012年8月7日のロサンゼルスの交通情報が表示されている。</p>
<p>ユーザーの意図: ユーザーは現在のロサンゼルスの交通情報を求めている。「昨日の」交通情報であったとしても、このクエリに対しては陳腐とみなされる。</p>	<p>Your commute: Live L.A. traffic conditions L.A. NOW Los Angeles ... latimesblogs.latimes.com/.../2012/.../your... Mobile-friendly - Your commute: Live L.A. traffic conditions. August 6, 2012 6:30 am. Los Angeles . Traffic Report by Sigalert.com.</p>	<p>LPには、この例を作成した前日である、2012年8月6日のロサンゼルスの交通情報が表示されている。1日古いだけだが、このクエリに対しては陳腐であり全く役に立たない。</p>
<p>クエリ: 「ノーベル平和賞 受賞者」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サンディエゴ</p>	<p>Nobel Peace Prize Awarded to Three Activist Women www.nytimes.com/2011/.../nobel-peace-... Published: October 7, 2011 ... Among 3 Women Awarded Nobel Peace Prize, a Nod to the Arab Spring (October 8, 2011) ...</p>	<p>The New York TimesのWebサイト内のページで、この例を作成した時点では一番近い年の受賞者一覧。</p>
<p>ユーザーの意図: 最近の受賞者の名前を知りたいKnow Simpleクエリ。この例を作成した時点では、2011年度ノーベル賞が一番近い。</p>	<p>BBC NEWS Europe Nobel for anti-poverty pioneers news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6047020.stm Oct 13, 2006 - Muhammad Yunus of Bangladesh and the Grameen Bank have been jointly awarded the 2006 Nobel ...</p>	<p>BBCのWebサイト内のページで、2006年度の受賞者一覧。このクエリに対しては陳腐すぎる。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「関節炎」</p> <p>ユーザーの所在地: ペンシルヴァニア州 フィラデルフィア</p> <p>ユーザーの意図: この病気に関する情報を求めている。現代においては大半の病気が研究されており、治療法・対処法も確立されているため、ユーザーが求めているのは「権威性のある、最新の情報である。」</p>	<p>Arthritis: MedlinePlus m.medlineplus.gov/arthritis.html If you feel pain and stiffness in your body or have trouble moving around, you might have arthritis. Most kinds of arthritis ...</p> 	<p>Medline Plusは権威性のあるWebサイトで、定期的にコンテンツを更新している。</p>
<p>クエリ: 「F・ルーズヴェルトの誕生日は？」</p> <p>ユーザーの所在地: イリノイ州シカゴ</p> <p>ユーザーの意図: 上記の一般的な事実を知りたい。</p>	<p>Franklin D. Roosevelt - Biography - U.S. President - Biography.com www.biography.com/.../franklin-d-roose... Born on January 30, 1882, in Hyde Park, New York, Franklin D. Roosevelt was stricken with polio in 1921. He became the 32nd U.S. president in 1933, and was the only president to be elected four times.</p> 	<p>LPには、ユーザーが求めている情報がある。</p>
	<p>このクエリに対して、「陳腐」なページは見つかりませんでした。</p>	

19.0 誤字・タイプミスのあるクエリと検索結果

19.1 誤字・タイプミスのあるクエリ

クエリに誤字やタイプミスがあることがあります。以下は、誤字であることが明らかなクエリの例です。

誤字のあるクエリ	クエリの解釈
「federal expres 」 (英語・アメリカ)	合理的な解釈は、企業名「federal express 」しかない。
「new England patroits 」 (英語・アメリカ)	合理的な解釈は、NFLのチーム「new England patriots 」しかない。
「 byonce knowles」 (英語・アメリカ)	合理的な解釈は、女優・歌手の「 beyonce knowles」しかない

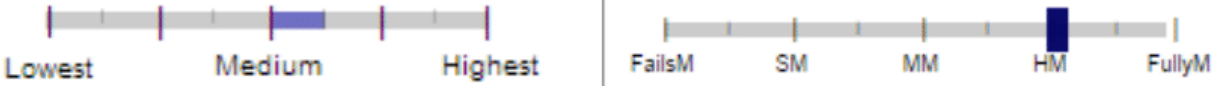
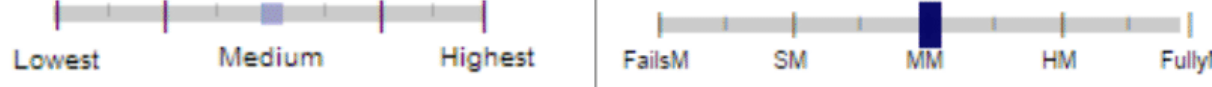
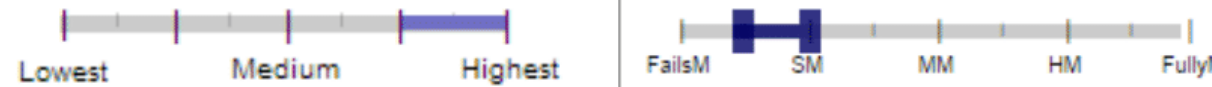
誤字やタイプミスがあるクエリの中には、上記の例よりも解釈が難しいものもあります。クエリについて調査し、自身で判断しましょう。

誤字・タイプミスであることが明白なクエリの場合、ユーザーの意図に基づいて評価しましょう。ユーザーが入力したクエリと完全一致している必要はありません。

誤字・タイプミスであることが明白ではないクエリの場合、ユーザーが入力した通りのクエリを尊重し、ユーザーは入力した通りのクエリに関する検索結果を求めていると推定します。

19.2 名前のクエリ

「john **stuart**」(英語・アメリカ) というクエリについて考えてみましょう。「John **Stewart**」をという、アメリカで有名テレビ番組の司会者も務めている著名なコメディアンがいます。しかし、「john **stuart**」が「John **Stewart**」の誤記だと考えないようにしてください。「John **Stuart**」という名前の人物はたくさんいるので、ユーザーの記載したクエリを尊重して「john **stuart**」を探していると推定します。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロック・LP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「micheal jordan」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 サンフランシスコ.</p> <p>ユーザーの意図: 「Micheal Jordan」 という人物はたくさんいる。</p>	<p>Micheal Jordan profiles LinkedIn https://www.linkedin.com/.../Micheal/Jor... Mobile-friendly - View the profiles of professionals named Micheal Jordan on LinkedIn. There are 25 professionals named Micheal ...</p> 	<p>LinkedInの「Micheal Jordan」という登録者の一覧。LinkedInはアメリカでは有名なSNSであり、「Micheal Jordan」に関する情報を求めるユーザーの多くに役立つ。</p>
<p>その中でも、有名な「Micheal Jordan」に関する、役に立つ検索結果には、比較的有名でない「Micheal Jordan」に関するものよりも高い評価を付けること。</p>	<p>Micheal Jordan LinkedIn www.linkedin.com/.../micheal-jordan/.../... Atlanta, Georgia - Facilities Services Professional Office Supporter at Fort Street U.M. Church; Administrater/Facilitator at Fort Street United Methodist Church; Supervisor ...</p> 	<p>ジョージア州アトランタの施設管理専門家「Micheal Jordan」氏のLinkedInページ。</p>
<p>(つづりの違う)「Michael Jordan」はとても有名なスポーツ選手・著名人なので、「Michael Jordan」も少数派解釈にあたる。</p>	<p>NBA.com: Michael Jordan Career Stats www.nba.com/history/.../jordan_stats.htm... Full Name: Michael Jeffrey Jordan Born: 2/17/63 in Brooklyn, N.Y. High School: Laney (Wilmington, N.C.) College: North ...</p> 	<p>NBA公式サイト上の、「Michael Jordan」の選手プロフィールページ。</p>

20.0 URLクエリに対する、Fully Meets以外の検索結果

評価者の皆さんから、「クエリが『正常に読み込めるURL』である場合、評価は**Fully Meets**か**Fails to Meet**のどちらかなのでは？」と質問されることがありますが、答えはNoです。URLクエリであっても、他の評価に該当する役立つ検索結果はあります。

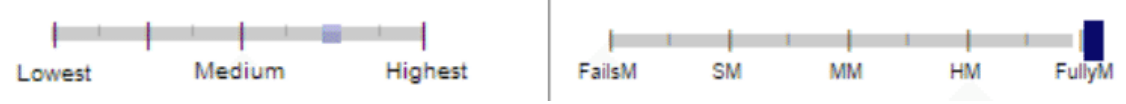
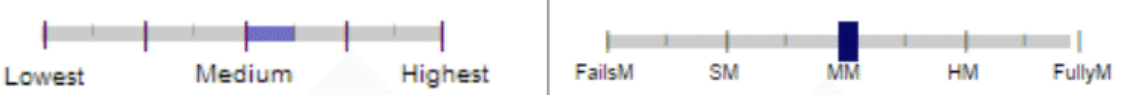

(訳注: 「クエリが[<http://www.irep.co.jp/>]の場合、ユーザーの意図は「このURLを開くことだけ」であり、<http://www.irep.co.jp/>だけがFully Meets、他のあらゆるURLはFails to Meetである」という考えは**誤りである**、という意味)

Webサイトの評判や最新ニュースを知るためにURLクエリを使うユーザーもいます。評価者の皆さんにも、Page Quality評価で評判を調査する方法としてお勧めしますし、実際のユーザーもこうしたURLクエリの使い方をします。レビュー・評判などの情報は、URLクエリに対してとても役立つことがあります。

しかし、Webサイトに関する統計情報を表示するサイトは、URLクエリの場合あまり役に立つことはありません。ユーザーの大半はそのような情報を求めていないからです。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロックとLP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「coldwatercreek.com」</p>	<p>Coldwater Creek® Clothing and Accessories for Women www.coldwatercreek.com/ Mobile-friendly - Shop Coldwater Creek for all of your women's fashion needs. Browse sweaters, jeans, outerwear, ponte products and ...</p>	<p>このURLクエリの対象ページ。</p>
<p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州パロアルト</p> <p>ユーザーの意図: Coldwater Creekはアメリカで有名な、婦人服・アクセサリをオンライン・店舗で販売する企業。</p> <p>「Webサイトを訪問する」 「会社について調べる」 「会社に関するより深い情報を知る」 などが考えられる。</p>	<p>30% off Coldwater Creek Coupons, Promo Codes 2015 www.coupons.com/coupon-codes/coldwa... Mobile-friendly - See the 11 best Coldwater Creek coupons and promo codes as of January 12. Popular today: Save 30% Off Select ...</p>	<p>オンラインクーポンはアメリカでは一般的である。</p> <p>LPは有名なクーポンサイト上にあり、Coldwater Creek社のWebサイトで使えるクーポンを掲載している。</p> <p>ユーザーはクーポンに関心を持つはずだし、coldwatercreek.comで買い物をするユーザー（特にヘビーユーザー）にはとても役に立つ。</p>
	<p>Coldwater Creek Reviews - Consumer Reviews of Coldwatercreek ... www.sitejabber.com/.../www.coldwatercr... ★★★★★ Rating: 4.3 - 9 reviews Mobile-friendly - 9 reviews for Coldwater Creek, 4.3 stars: "Be aware!! In case you were not aware, Coldwater Creek claims that they ..."</p>	<p>LPは有名なレビューサイト上にあり、coldwatercreek.comのレビューが複数掲載されている。</p> <p>ユーザー（特に新規ユーザー）はcoldwatercreek.comで買い物するかを判断するためにレビューに関心を持つはずだし、特に新規ユーザーにはとても役に立つ。</p>

株式会社アイレップ

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロックとLP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
	<p>Rate My Professors - Review Teachers and Professors, School ... www.ratemyprofessors.com/ Mobile-friendly - Rate My Professors is the best college professor reviews and ratings source based on student feedback. Over 1.4 ...</p> 	<p>このURLクエリの対象ページ。</p>
<p>クエリ: 「ratemyprofessors.com」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロサンゼルス</p> <p>ユーザーの意図: 学生が大学の教授を評価するWebサイト「ratemyprofessors.com」を訪問する</p>	<p>RateMyProfessors.com Rankings Released Leslie Reece Schichtel www.huffingtonpost.com/leslie-reece.../c... Mobile-friendly - Aug 31, 2012 - The rankings offer good news to both penny-pinching students and America at large. Less expensive ...</p> 	<p>同Webサイトに関する、2012年8月31日のHuffington Post記事。</p> <p>このガイドラインに記載した時点では新しい記事である。</p> <p>一部のユーザーが興味を持つかもしれない。</p>
	<p>Towson's RateMyProfessor gets ready to test the market - Baltimore ... www.bizjournals.com/.../story8.html?... Apr 17, 2006 - Two Towson entrepreneurs bought RateMyProfessor.com last fall for seven figures. They're already ...</p> 	<p>同Webサイトに関する、2006年4月17日の記事。</p> <p>このような古すぎる情報に興味を持つユーザーはまずいない。</p>

21.0 商品名クエリ：アクション (Do) の意図とインフォメーション (Know) の意図

「ipad レビュー」のように情報を求める (Know) 意図が明白な商品名クエリもありますし、「購入 ipad」のように購入する (Do) 意図が明白なクエリもあります。そして「ipad store.apple.com」のように、Webサイトを訪問する (Website) 意図が明白なものもあります。しかし、商品名クエリの大半は、意図を明確に限定していません。

最終的な目的が「商品を購入すること」であっても、その前には商品情報 (レビュー・スペックなど) の調査・入手可能な選択肢 (ブランド別・モデル別・価格帯別) の理解・代替候補の比較検討 (ブラウジング) などのさまざまなアクションがあります。

調査、商品の比較検討、購入の意思決定などに役立つ検索結果には、高いNeeds Met評価をつけましょう。

重要: 商品に関する検索結果のE-A-T評価には、特に注意が必要です。

商品名クエリの検索結果は、YMYLページであることがとても多いです。商品を調査しているユーザーには、権威性のある情報源による高品質な情報が必要ですし、「車・洗濯機・コンピューター・引き出物・赤ちゃん用品」などのように「高価なもの・かなりの投資を必要とするもの・人生の重要なイベントに関わるもの」である場合には特に品質が重要です。商品を購入するときにも、評判が良く、カスタマーサポートも充実しているなど、信頼できるWebサイトが必要です。商品名クエリの検索結果は、あなたの、そしてユーザーの財産・生命にとって重要です！

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロックとLP・E-A-T評価・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「HD テレビ」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロサンゼルス</p> <p>ユーザーの意図: テレビのサイズ・メーカーなどは指定していない。購入に先立って調査をしているものと思われる。</p>	<p>HDTV Reviews HDTVs Review PCMag.com www.pcmag.com/reviews/HDTV PCMag provides up-to-date coverage and product reviews of HDTVs.</p>	<p>LPはプラズマ・LCD・LEDなど、様々なタイプのHDテレビに関するわかりやすい情報を掲載しており、各モデルについてのレビューも多い。</p> <p>Webサイト自体も、役に立つレビューや電気製品に関する情報があることで有名。</p>
<p>クエリ: 「女の子 幼児 ジーンズ サイズ 3T」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロサンゼルス</p> <p>ユーザーの意図: とても限定的なクエリ。商品を見比べて、購入しようとしている。</p>	<p>Toddler Girl Jeans at babyGap Gap - Free Shipping on \$50 www.gap.com > Home > Toddler Clothing Mobile-friendly - Gap toddler girl jeans collection includes a variety of popular styles. Pick from toddler girls jeans in skinny, wide leg and ...</p>	<p>女の子用のジーンズを見比べ、購入するのに役立つページ。</p> <p>選択肢になりうる3Tサイズのジーンズを多数扱っている。</p> <p>ジーンズの販売について有名な、高品質なECサイト。</p>
<p>クエリ: 「カフスポタン」</p> <p>ユーザーの所在地: カリフォルニア州 ロサンゼルス</p> <p>ユーザーの意図: 色々なカフスポタンを見比べて、購入しようとしていると思われる</p>	<p>Cuff Links for Men & More Men's Jewelry Nordstrom m.shop.nordstrom.com/c/mens-cuff-links Mobile-friendly - Free shipping on cuff links & men's jewelry at Nordstrom.com. Shop cuff links, tie clips, bracelets & necklaces. Totally ...</p>	<p>LPにははとても評判のいい小売業者による、多数のカフスポタンがある。選択肢・スタイルも豊富。</p> <p>商品を比較検討するのに適したページ。画面上部にはスタイル・価格帯などを選択できる、役に立つ機能がある。</p>

22.0 Visit-in-Personクエリの評価

Visit-in-Person意図のクエリの中には「ユーザーの所在地がマサチューセッツ州ボストンで、クエリが『中華 レストラン』である」といった場合のように、クエリ自体は地域を限定していないが、ユーザーの所在地が判明しているという場合があります。その場合、ユーザー所在地の近くにある検索結果が一番役に立ちます。

ユーザーの「近く」とはどの程度を指すでしょうか？ Visit-in-Person検索結果が遠すぎるかを判断する場合、ビジネス・エンティティのタイプを考慮してください。例えば遥か遠くのカソリンスタンド・喫茶店・スーパーマーケットなどにわざわざ行くユーザーはまずいません。これらのビジネスに関しては、ユーザーは「近くにあるもの」を求めています。

一方、医院・図書館・ある種のレストラン・プールなどの公共施設・ハイキングコースなどのように、多少遠くてもユーザーが訪問しようと思うようなビジネスもあります。専門病院などの場合、さらに遠い検索結果でも訪問しようとするユーザーもいるかもしれません。

つまり、ユーザーが「近くの」検索結果を探している場合、「近くの」が指す距離はクエリに応じて異なります。いつも通り、皆さん自身で判断しましょう。

22.1 ユーザー所在地が影響する（しない）例

すでに述べた通り、ユーザー所在地は必ずしもクエリ・意図の解釈に影響するとは限りません。以下の例は1つ目が「所在地が影響する例」、残り2つは「所在地が無関係な例」です。

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロックとLP・Needs Met評価	説明
		<p>このSCRBでは、一番目立つところに完全かつ正確な回答を、モバイルユーザーに読みやすいように表示している。</p> <p>注：左の検索結果に表示されているのは現在の情報であると仮定すること。</p> <p>(訳注：「カンザス州の現在の最低賃金」が表示されている)</p>
<p>クエリ： 「最低賃金 レート」</p> <p>ユーザーの所在地： カンザス州ウィチタ</p> <p>ユーザーの意図： 最低賃金の相場を知ること。</p> <p>アメリカ国内の最低賃金は州ごとに異なる。</p> <p>「ユーザー自身がいる州の最低賃金を知る」「それを他の州と比較する」などに興味があるはず。</p>	<p>Pay and Wage Requirements - Kansas Department of Labor https://www.dol.ks.gov/Laws/FAQwages.... Pay and Wage Requirements. Minimum Wage. What is the minimum wage in Kansas? The Kansas minimum wage is ...</p> 	<p>カンザス州公式サイト内の、カンザス州の最低賃金に関するページ。</p>
	<p>Minimum Wage Laws in the States - Wage and Hour Division (WHD ... www.dol.gov > WHD Jan 1, 2015 - Interactive map of the United States comparing the Federal and state minimum wage amounts.</p> 	<p>LPではアメリカの全州の最低賃金を掲載している。アメリカ合衆国労働省公式サイトに掲載されており、このトピックについてのE-A-Tも高い。</p> <p>しかし、「カンザスに関する情報」をこの中から見つけ出すのは手間がかかる。スマートフォンで利用した場合、「使いにくい」フラグを立てたくなるかもしれないが、自身で判断すること。</p>
	<p>Minimum wage - California Department of Industrial Relations www.dir.ca.gov/dlse/faq_minimumwage.... After your claim is completed and filed with a local office of the Division of Labor Standards Enforcement (DLSE), it will ...</p> 	<p>カリフォルニア州公式サイト内の、カリフォルニア州の最低賃金に関するページ。</p>

クエリ・ユーザー所在地・ユーザーの意図	リザルトブロックとLP・Needs Met評価	説明
<p>クエリ: 「子猫の写真」</p> <p>ユーザーの所在地: ペンシルヴァニア州 ピッツバーグ</p> <p>ユーザーの意図: 子猫の写真を見ること。</p> <p>Visit-in-Person意図がないクエリ。「ピッツバーグの子猫の写真を見たい」という意図は明示されていないので、ユーザーの所在地はNeeds Met評価に影響しない。</p>		<p>LPには、子猫の写真が多数掲載されている。</p> <p>このリザルトブロックは素敵な写真の組み合わせになっており、ユーザーをととても満足させるはず。</p>
		<p>ピッツバーグ付近で飼い主を募集しているペットの一覧。</p> <p>このページ上に写真は一切なく、リンク先ページのごく一部に写真があるだけ。</p>
<p>クエリ: 「Google 求人」</p> <p>ユーザーの所在地: マイアミ州フロリダ</p> <p>ユーザーの意図: Google 社の求人情報を探している。</p>		<p>ユーザーはGoogle 社の求人を探しているのだが、このリザルトブロックにそうした情報は一切ない。</p> <p>ユーザーのニーズに全く合致しておらず、Fails to Meet評価が適切。</p>
		<p>Google の求人情報に関する公式ページであり、現在募集中の求人を探することができる。</p> <p>このページこそユーザーが求めていたものであり、ユーザーの需要に完全に一致するためFully Meets評価になる。</p>

Part 4: Evaluation Platform (検索品質評価業務用システム) の利用方法

23.0 概要

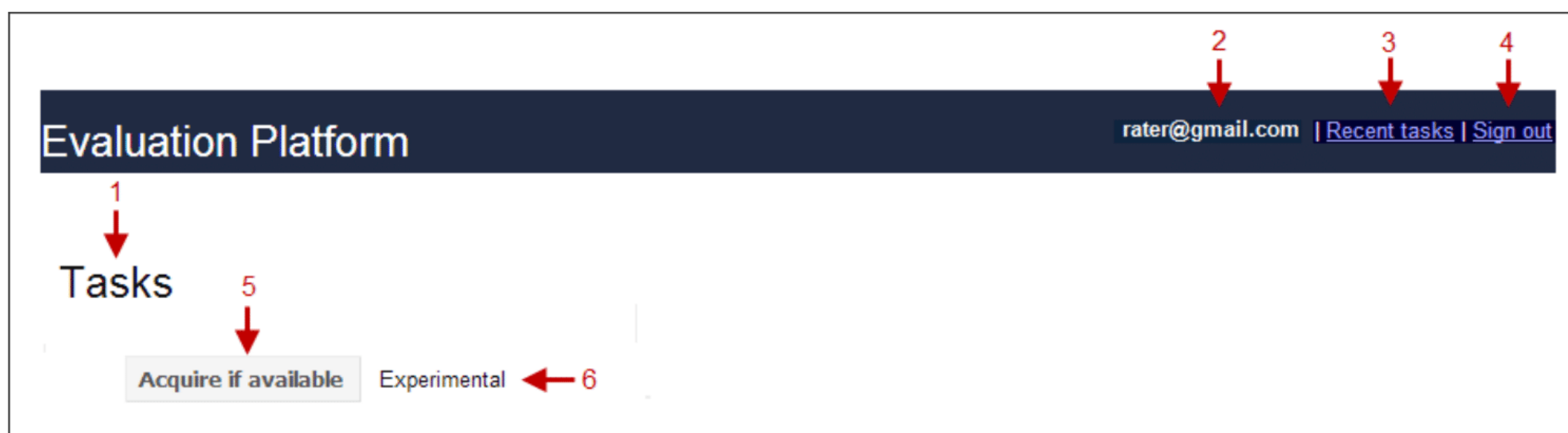
Evaluation Platformによろこそ！ Evaluation Platformは評価者の皆さんがタスクを受注し、評価を行うためのシステムです。

24.0 Evaluation Platform (EP) へのアクセス方法

Evaluation Platformには、このリンクからアクセスしてください：<http://www.raterhub.com/evaluation/rater>
(訳注：評価者専用のシステムなので、通常は401エラーなどが表示されます。)

25.0 Evaluation Platformのスクリーンショット

Evaluation Platform (以下EP) の、タスク受注ページのスクリーンショットです。EPのデザインは時折変更されるので、下記のスクリーンショットと実際の画面は異なる場合があります。



スクリーンショット内の赤い番号の解説です：

1. タスク

「このページがタスク受注ページである」ということを表します。

2. rater@gmail.com

皆さんのGmailアカウントです。

3. 最近のタスク

クリックすると、ここ数分以内に完了したタスクを再確認できます。

4. サインアウト

クリックすると、評価タスクのセッションを終了します。

5. タスクを受注する

クリックすると、新規タスクを受注できます。

6. Experimental

「Experimental」(訳注：評価タスクの種別) タスクが受注可能であることを示します。

他にも「Result Review」「Side-by-Side」などのタイプもあります。

1種類のタスクしかないこともあれば、複数のタスクがあることもあります。

複数のタスクがある場合、好きなタイプのタスクを選んで受注することができます。

26.0 Needs Met評価タスクのスクリーンショット

The screenshot displays a mobile search task interface with the following elements and annotations:

- 1-3:** Top navigation bar containing 'rater@gmail.com', 'Recent tasks', and 'Sign out'.
- 4-6:** Mobile status bar showing 'Mobile | Experimental | Average Estimated Time = 5 minutes'.
- 7:** 'Instructions' tab in the top navigation.
- 8-9:** Search query 'fox theater atlanta' and user location 'Atlanta, GA, USA'.
- 10:** 'Report a Problem / Release this Task' button.
- 11:** Map showing the user's location in Atlanta.
- 12-13:** Search results for 'Fox Theatre Atlanta' including a map and a list of shows.
- 14:** 'Needs Met Rating' scale for the first result.
- 15-19:** Rating options: 'Porn: No', 'Foreign Language: No', 'Did Not Load: No', 'Hard to Use: No', and 'Comment'.
- 20-22:** Multiple search results for 'Fox Theatre' with their respective ratings and options.
- 23:** 'Confirm Duplicates' section with a checked checkbox.
- 24-26:** Action buttons at the bottom: 'Submit', 'Submit and Stop Rating', and 'Cancel'.

前ページのスクリーンショット内の、**赤い番号**の解説です：

1. rater@gmail.com

皆さんのGmailアカウントです。

2. 最近のタスク

クリックすると、ここ数分以内に完了したタスクを再確認できます。

3. サインアウト

クリックすると、評価タスクのセッションを終了します。

4. モバイル

このタスクが「モバイル」のプロパティタイプに属することを示しています。
他には「ウェブ」「動画」「画像」などのタイプもあります。

5. Experimental

このタスクが「Experimental」のプロジェクトタイプに属することを示しています。
他にも「Result Review」「Side-by-Side」などのタイプもあります。

6. 平均所要時間

タスクを完了するまでの、平均所要時間です。

7. 「インストラクション」タブ

このタブをクリックすると、各プロジェクト固有の説明を表示します。
それらの説明を、タブで隠さずに初期表示しているタスクもあります。

8. クエリ

必ずクエリを理解してから評価を付けてください。

9. ロケール

クエリに関連する、このタスクの対象地域と利用言語です。

10. 「問題を報告する/タスクをリリースする」ボタン

クリックすると、問題の報告やタスクのリリースを行うことができます。

11. ユーザーの所在地

クエリを実行したときの、ユーザーの所在地です。
「ユーザーの所在地」が記載されていないタスクでは、所在地をあらわす地図も表示されないことがあります。
ただし、検索結果の場所を表すレスポンスピンがある場合は地図が表示されます。

12. レスポンスピン

Visit-in-Personの対象になる場所のマーカーです。

13. ユーザーの所在地

クエリを実行したときの、おおまかなユーザーの所在地です

14. Needs Met評価スライダー

Needs Met評価を付けるためのスライダーです。

15. 「ポルノ」フラグ

該当する場合、フラグを立ててください。

16. 「外国語」フラグ

該当する場合、フラグを立ててください。

17. 「読み込めない」フラグ

該当する場合、フラグを立ててください。

18. 「使いにくい」フラグ

該当する場合、フラグを立ててください。

19. コメント

各リザルトブロックのコメント欄には、評価業務の役に立つコメントを記載して下さい。
注意：コメントは必ず英語で記載してください。

20. SCRB (Special Content リザルトブロック)

コンテンツを検索結果画面に直接表示するリザルトブロックです。

21. レスポンスピン付きの検索結果

地図上のレスポンスピンと、検索結果との対応関係を示しています。

22. ウェブ検索のリザルトブロック

このブロックをクリックすると、LPに遷移できます。

23. 重複確認のチェックボックス

重複の有無を確認し、フラグ立てもしたことを確認したらチェックを入れましょう。

24. 「提出」ボタン

クリックすると現在のタスクを提出し、次のタスクを行うことができます。

25. 「提出して評価業務を終了」ボタン

クリックすると現在のタスクを提出し、評価業務を終了することができます。

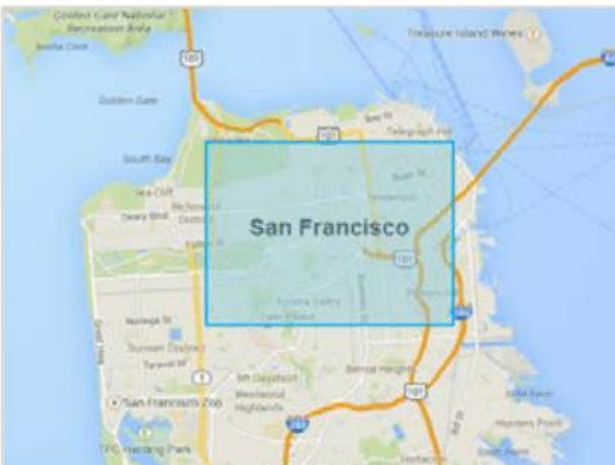
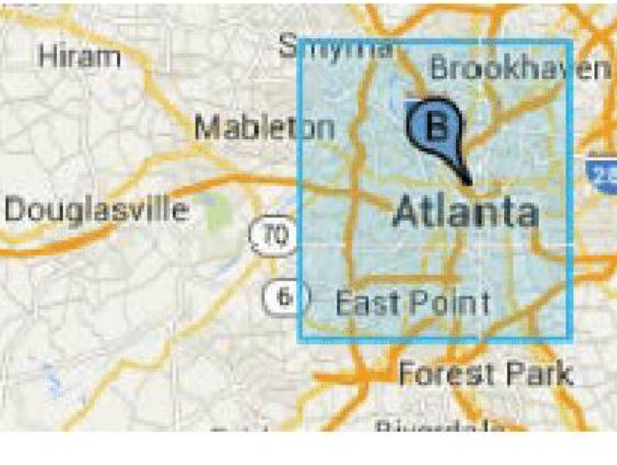
26. 「キャンセル」ボタン

クリックすると現在のタスクに適用した評価をすべて取り消すことができます。

26.1 タスクページに掲載されたユーザー所在地を理解する

大半のタスクでは、クエリの下にユーザーの所在地が表示されます。また、地図にもユーザーがクエリを実行したときの所在地が表示され、クエリの下に表示されるものよりもさらに正確な位置を知ることができます。

地図には正確な現在地（青い点）が表示されることもあれば、おおまかな現在地（青い長方形）が表示されることもあります。これはタスク上部に表示される地図の例です。

	<p>画面中央の青い点がユーザーの正確な所在地を表しています。</p>		<p>このように青い半透明の円が表示された場合、ユーザーは青い点にいる可能性が高いですが、円内の別の部分にいる可能性もあります。</p>
	<p>青い長方形がユーザーのおおまかな所在地を表しています。</p>		<p>この地図にはVisit-in-Personリザルトブロックのマーカであるレスポンスピンが表示されています。タスクにVisit-in-Personリザルトブロックが3件表示される場合、レスポンスピンも3本表示されます。</p>

27.0 Needs Met評価用インターフェース利用時の注意事項

リザルトブロックの読み込みが遅いことがあります：評価を適用する前にページを流し見て、全てのリザルトブロック・Needs Metスライダーが読み込まれているのを確認してください。リザルトブロックの読み込みが遅いことがあります、表示されない場合にはタスクページを再読み込みする必要がある点に注意してください。何回か読み込みなおしても表示されない場合は、タスクをリリースしてください。

タスクの片方に、リザルトブロックが全く表示されないことがあります：左右どちらかに「This side did not generate any results」というメッセージが表示されても、タスクをリリースしないようにしてください。

評価を適用した後に、タスクページを再読み込みしないこと：評価の適用後に再読み込み（更新）を行うと、適用した評価が消えてしまうので入力し直すことになります。

28.0 「問題を報告する/タスクをリリースする」ボタンの利用

評価用インターフェースの「問題を報告する/タスクをリリースする」ボタンを利用して、問題の報告とタスクのリリースを行うことができます。以下のようなボタンです：

Report a Problem / Release this Task

ボタンをクリックすると、以下のような報告・リリース用フォームが表示されます。

Report a Problem / Release this Task

Select One

- I lack expertise for this task.
- I did not sign up for adult content.
- The instructions are not clear.
- The task is in the wrong language.
- The average allocated time is not sufficient.
- Cannot access content behind paywall (please paste the URL into the comment box).
- There is a technical problem with this task (please describe).
- Other (please describe).

Comment

Release this task?

- Yes - Allow me to select a new task.
- No - Send my feedback but let me continue to work on this task.

Will a screenshot help us understand the issue?

- Yes - Please take a screenshot for me.
- No - A screenshot is not needed.

Submit Report

以下は「専門知識の欠如」と「技術的な問題」の例です。

専門知識の欠如：評価に専門知識が必要で、評価者によっては評価するのが難しいクエリです。

クエリ	クエリのトピック
「コルチゾール分泌がブランクパターンを呈する」	科学に関するクエリ
「マイクラフト 銃 車 1.1 mod インストーラ」	ゲームに関するクエリ
「Python Panda マトリックス インデックス」	技術的なクエリ

技術的な問題： テキストが表示されるべき場所に、クエスチョンマークや他の意味不明な文字が記載されています。



注： リリースしたタスクの量やタイプによっては、リリース原因の追加説明が必要になることがあります。

29.0 重複するLPの報告

Needs Met評価をしているときに、重複する検索結果を発見したら報告してください。

29.1 検出済みの重複ページ

重複する検索結果が、自動的に検出されていることがあります。そうした検索結果はグレーや緑色の背景で強調し、「Same as ○○」や「Dupe of ○○」という注意をスライダーとリザルトブロックの間に表示しています。

これは、検出済みの重複ページの一例です。

「Same as ○○」の検出済み重複

R2 - Same as L3. - select dupes

Adobe Flash Player - Downloads
<https://www.adobe.com/.../flashplayer/downloads.html> Adobe Systems ▾
 Downloads. Developers can download **updated** Flash Players for use with Flash from this page. ... Download the most recent version of **Adobe Flash Player**.

Needs Met Rating: N/A FailsM SM MM HM FullyM
 Page Quality Rating: N/A Lowes Low Mediu High Highes

Porn: No Foreign Language: No Did Not Load: No Hard to Use: No [Comment](#)

「Dupe of ○○」の検出済み重複

R4 - Dupe of L5. - select dupes

Adobe - Install Adobe Flash Player
<get.adobe.com/flashplayer/?promoid=DRHWS> Adobe Systems ▾
 Flash logo with screens. 17.5 ... **Adobe® Flash® Player** is a lightweight browser plug-in and rich Internet application ... Terms of use | Privacy (Updated) | Cookies.
[Adobe Flash Player - Use Flash Player with Chromium](#)

Needs Met Rating: N/A FailsM SM MM HM FullyM
 Page Quality Rating: N/A Lowes Low Mediu High Highes

Porn: No Foreign Language: No Did Not Load: No Hard to Use: No [Comment](#)

注意点：

- 「Dupe of ○○」になっている検索結果には、それぞれ個別の評価・フラグ・コメントを適用できます。
- 「Same as ○○」になっている検索結果には、それぞれ個別の評価・フラグ・コメントを**適用できません**。Needs Met評価・E-A-T評価・フラグ・コメントは、自動的に他の検索結果にも転記されます。
- 重複であると自動検出された検索結果を、「重複ではない」と変更することはできません。

29.2 評価者が発見した重複ページ

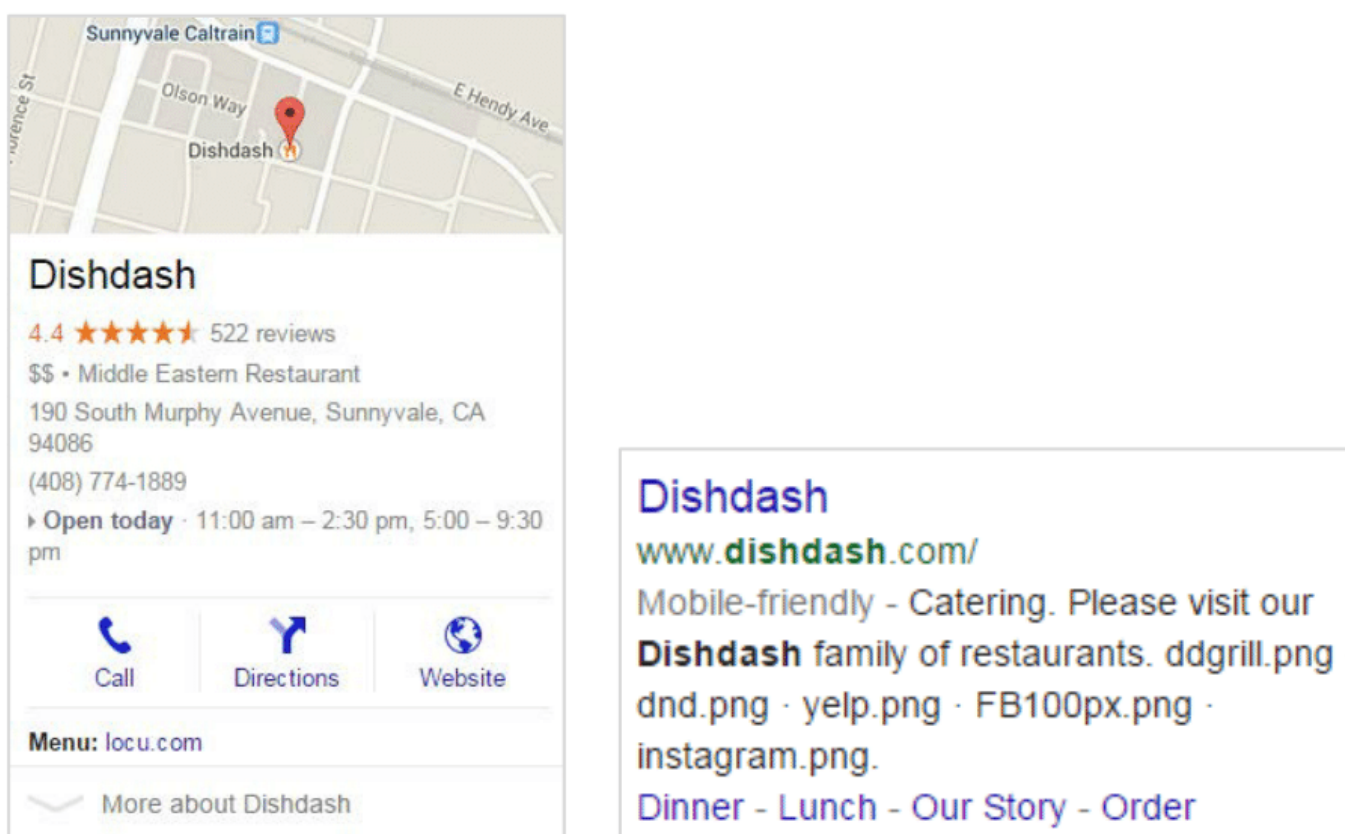
評価者の皆さんも、自動検出されていない重複した検索結果を発見してください。LPのコンテンツが本質的に同一で、「1つのクエリに対して、検索エンジンがこれらのページを両方とも表示する必要はない」と思う場合は、両者が重複であることを報告してください。

本プロジェクトにおいて、重複の検出は**クエリに依存する**点に注意しましょう。

- **限定的なクエリ**：ユーザーが「歌詞」「特定の記事」等の特定のコンテンツを求めている場合、そうしたコンテンツを複数のWebサイトから入手することは情報検証に役立つので、**重複だとは判定しない**でください。
- **幅広いクエリ**：クエリの意図が幅広い場合、ユーザーは同一のコンテンツを複数表示してほしいわけではないので、これらの検索結果は**重複である**と判定してください。広告・画像・リンクなどの些細な点に相違があっても、重複になる点に注意しましょう。

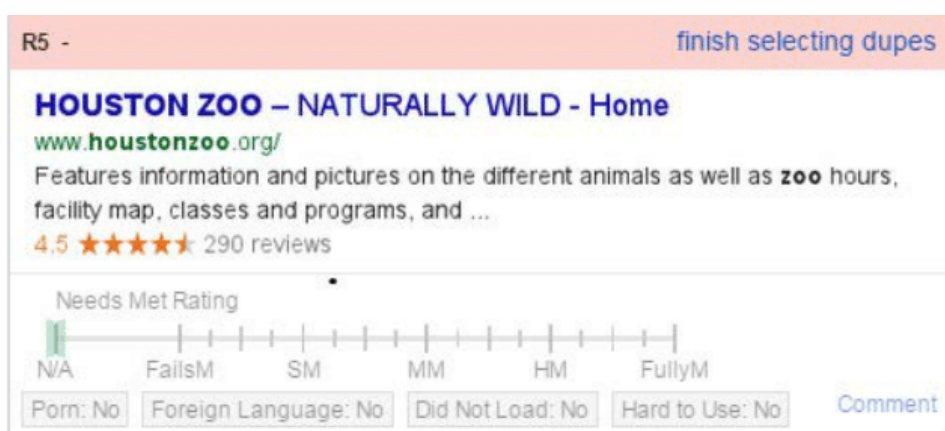
タスク画面の左右を問わずに、重複しているかを確認しましょう。左右に分かれて重複が存在する場合でも、「同一の検索エンジンを使った場合、これらのページを両方とも見たいと思うか」という点を検討しましょう。

注：コンテンツのタイプ・見た目が大きく異なる場合には、LPのURLが同じでも重複扱いにしないでください。
例えば、以下の両ブロックは重複ではありません。



重複コンテンツの報告方法

重複した検索結果を発見した場合、どちらかの結果の上部にある「Select Dupe」リンクをクリックします。クリックした検索結果の上部が、赤くマーカーを引いたように強調表示されます。



先ほどクリックした検索結果と重複している検索結果にチェックを入れることができるようになり、チェックされた検索結果全体が黄色で強調表示されます。右上の「Dupe of」ボタンを選択してください。



チェックを入れた検索結果の上部には「Dupe of ○○」という説明が入ります。すべての重複にチェックを入れたら、「finish selecting dupes」を押すと、通常の評価業務モードに戻り、他の重複結果がある場合は追加で報告することもできます。チェックした内容は、いつでも取り消すことができます。

重複

クエリ: 「バイク用バッテリーの選択と取付け」

URL 1: <http://www.caimag.com/wordpress/2010/03/06/motorcycle-battery-how-to-choose-install>

URL 2: <http://www.articlesbase.com/motorcycles-articles/choosing-and-installing-a-motorcycle-battery-47798.html>

理由: 全く同じ記事が表示される (Web上には、これと同一の記事を掲載したページが多数ある)。両者の違いは、記事の周りに表示される広告だけ。クエリの意図もそれなりに広く、検索エンジンが重複結果を複数表示してもユーザーの役に立たない。

重複

クエリ: 「ジェイソン・カストロ」

URL 1: <http://www.myspace.com/jasoncastromusic>

URL 2: <http://www.myspace.com/jasoncastromusic?MyToken=503599bf-01cf-4427-bdf4-d63920c107f9>

理由: URLは異なるが、LPは同一ページ。検索エンジンが重複結果を複数表示してもユーザーの役に立たない。

重複ではない

クエリ: 「material girl 歌詞」

URL 1: http://www.lyricsfreak.com/m/madonna/material+girl_20086925.html

URL 2: <http://www.lyrics007.com/Madonna%20Lyrics/Material%20Girl%20Lyrics.html>

理由: 両方ともマドンナの「Material Girl」の歌詞を表示しているが、ユーザーは両方とも訪問して歌詞の正しさを確かめたいと思うかもしれない。検索エンジンがこの歌詞を掲載したページを複数表示すると、ユーザーの役に立つ。