

No	設問	回答 (○ or X)
1	メタディスクリプションはページの要約なので、コンテンツ内のテキストをそのままコピーして良い。	
2	見出し(h●)は、目立った方が良いので やタグを活用して、太字にしたり強調することは問題ではない。	
3	構造化データとは、検索エンジンがページの内容をより適切に認識できるように、検索エンジンにコンテンツを伝えるためにサイトのページに追加できるコードのことを指す。	
4	Webサイト内のナビゲーション(グロナビやサイドバーなど)は、GoogleによるWebサイトの全体把握に役立つので、重要な要素である。	
5	Webサイト内のナビゲーション(グロナビやサイドバー)に、視認性を高めるために画像・バナーを置くことをGoogleは推奨している。	
6	存在しないページ(404ページ)は、そもそも存在しない=インデックスされない=上位表示化には影響がないので、特に作りこまず「エラーです。」という表記だけすれば良い。	
7	画像やページのURLは、Googleに伝えるためだけでなく、ユーザーにも認識してもらうために英単語やキーワードを含めたほうが親切である。	
8	高品質な記事を書くことが重要とSEOでは言われているが、高品質な記事を作成するためには下記の中において少なくとも1つが十分にあることが求められる。 <ul style="list-style-type: none"> ・時間 ・時間・労力 ・労力・専門知識 ・専門知識・スキル / 才能 ・スキル / 才能 	
9	Webサイトの評価として内部リンクは重要だが、外部へのリンク(発リンク)はSEOにおいて重要視されていない。	
10	アンカーテキストは次のページを示していればクローラ上は問題ないので、「ここをクリック」「詳しくはこちら」といった内容でも問題ない。	
11	外部リンクの重要性はGoogleも公言しているが、別のサイトのコメント欄や掲示板に自分のサイトへのリンクを追加するような自演リンクや自作行為は適切ではないとされている。	
12	セマンティック HTML マークアップを使用すると、クローラが容易に画像を検出して処理できるようになる。	
13	alt 属性は、なんらかの理由で画像を表示できない場合の代替テキストも指定できる。画像リンクであればテキストリンクの代わりとして処理される。	
14	画像のファイル名はあまり検索結果上やGoogleのWebサイト理解にはあまり役立たないの、image01.jpgのような表記でも構わない。	
15	モバイルサイトの対応として主に下記3つの手法がある <ul style="list-style-type: none"> ・レスポンシブウェブデザイン ・ダイナミックサービング ・別のURL このなかで、Googleが推奨しているのはPCとSPIに最適に表示できる「ダイナミックサービング」である。【問16】	
16	GoogleのAI技術は進歩しているので、多少の誤字脱字や文法の使い方が間違っても適切に処理してくれる。	
17	ページ作成のポイントとして、ユーザーが再検索する行為をするような不十分なWebサイト運営はしないでくださいとGoogleが明言している。	
18	高品質、かつ、オリジナリティのあるWebサイト作りとは、一言でいえば「他のサイトが提供していない、新しい便利なサービスを創造すること」と同義である。	
19	原則として、URLの末尾に「/」1つあるかないかで別ページと判定されるので注意が必要。	
20	パンくずリストはGoogleへサイト構造を理解してもらうために設定するものであって、ユーザーはそこまで細かいところを見ていないので特設設定する必要はない。	
21	Googleのクローリング技術は日々を追うごとに更新していてJavaScriptも読むことができる。そのため、JavaScriptで生成された全リンクも読み込まれるので安心だ。	
22	リンク構造をしっかりと構築すれば、下記の様なサブディレクトリを複数設定してもクローリングされるので問題ない。 <pre>../direct1/direct2/direct3/direct4/direct5/direct6/page.html</pre>	

No	設問	回答 (○ or X)
23	ページを恒久的に別の場所に移動する場合は、そのページに「301」リダイレクトをインストールする。なんらかの理由で一時的に移動するのみの場合は、代わりにステータスコード「302」を返すように設定。これによって、Google に対して引き続きそのページをクロールするように指示できる。	
24	Googleは画像の内容をある程度認識できるようになった。しかし完璧ではないので、極力テキストを活用するようにとアナウンスされている。	
25	GoogleはJavaScript処理も可能になってきたので、JavaScriptで生成されたリンクであっても全て読み込んでくれる。	
26	URLの内容はなんでもよく、無秩序であってもクローラビリティや検索順位に影響はない。	
27	URLにはアンダースコア _ ではなくハイフン - を使用することを Googleは推奨している。	
28	A: https://www.example.com/green-dress.html B: http://www.example.com/greendress.html Googleにとって、どちらの URLでも関係ないので好きにして良いとされている。	
29	サイトのページ数が約 500 ページ以下の場合にサイズが小さいと考えられるため、sitemap.xmlの作成は不要である。	
30	Search ConsoleにWebサイトを登録する際、「ドメインプロパティ」にすることが望ましいとされている。ただし、サブドメインもデータに含まれてしまうので注意が必要。	
31	検索品質評価ガイドラインの 3つの指標は「Googleの評価を満たしている (Google Needs)」「品質が高い (Page Quality)」「使いやすい (Userbilitiy)」である。	
32	・白の背景で白のテキストを使用する ・フォントサイズを 0 に設定する こういった手法は「隠しテキスト」と呼ばれ、Googleからスパム判定される要因の 1つである。	
33	類似する複数のページが検索結果ページに表示され、どの検索結果からも同じ内容のサイトやページにユーザーが誘導する手法がある。結果として、より多くのユーザーに有益な情報を伝えることができるので、Googleも推奨している。	
34	ページのランキングを上げる目的で、語数は多くてもオリジナルのコンテンツがほとんどまたはまったくないページを作成して、ユーザーの関心を引こうとする行為がある。あまりに見過ごせない内容であると Googleが判断した場合は、ペナルティの対象となる可能性がある。	
35	高品質のソースからのものであるとしても、無断で複製しただけのコンテンツは、サイトで他の役立つサービスやコンテンツを提供しない限り、ユーザーに付加価値を提供しているとはいえない。	
36	ページにキーワードや数字を詰め込みすぎると、ユーザーの利便性が低下し、サイトのランキングに悪影響が及ぶ可能性もある。	
37	構造化データとは、ページに関する情報を提供し、そのコンテンツ(たとえば、レシピページの場合は材料、加熱時間と加熱温度、カロリーなど)を分類するために標準化されたデータ形式のことである。	
38	構造化データのマークアップは下記内容で Googleに認識されるので、該当していれば OKである。 ・data-vocabulary.org ・schema.org	
39	リッチリザルトを表示できるようにするには、サポートされている 3つの形式のいずれかを使用して、サイトのページをマークアップする必要があります。 ・JSON-LD(推奨) ・microdata ・RDFa	
40	Googleは信頼性を Experience、Expertise、Authoritativeness、Trustの4つに区分しています。それぞれの頭文字を取って「E-E-A-T」と呼ばれており、コンテンツに応じた、適切な「E-E-A-T」が無い場合、評価が低下する可能性があります。	
41	大規模なコアアルゴリズムアップデートによって大幅な順位下落が起きた場合は慌てることなくページの改善を行うことが重要！でも悲しいことに、改善を行ったページが次に順位が改善されるのは、次のコアアルゴリズムアップデート時であると Googleが言っている。	
42	インデックス登録を防ぐ手段として robots.txt は使用せず、代わりに noindex タグを使用するかログインを必須とする必要がある。	

No	設問	回答 (○ or X)
43	<title>要素はあくまでヒントであり、設定している内容がページに相応しくないとGoogleが判断した場合は <title>要素に記載していない内容に Googleが勝手に書き換える可能性がある。	
44	descriptionは順位決めアルゴリズムには影響しないが、クリック率には影響があるので全ページ個別化することが望ましい。	
45	noindexをページに施しても、robots.txtでクローラー制御していた場合は、noindexタグがあることをGoogleが認識できないのでrobots.txtで制御してはいけない。	
46	robots.txtファイルに記載するURLは、相対パス・絶対パスのどちらの記述でも問題ない。	
47	ページ エクスペリエンスシグナルとして、下記 3点が近年重要視されている。 ・LCP ・CLS ・FID	
48	サイトが Google のインデックスに登録されているかどうかを調べる方法は下記である。 ①Google Search ConsoleにてURL検査をする ②(検索ブラウザで)「site:該当サイトのURL」と検索する	
49	ページの構成を示す見出しタグ (h●) は、多すぎると混乱する恐れがあるので控えめにしたほうが良い。	
50	GoogleはSNSからの被リンクを検索順位決定要因には含めていない。そのため、SNS上での周知やPRはやらずにやったほうが良いとアドバイスしている。	
51	アンカーテキストはクリックできるようになっていれば、色使いや装飾をしなくても、Googleは優秀なので認識も評価もしてくれる。	
52	近年のSEOでもつばら「高品質コンテンツが重要」とされておられ、時間、労力、専門知識、才能 / スキルのうち少なくとも1つが十分にあることが必要である。	
53	URLは、「ユーザーにもGoogleにも伝わり」かつ「シンプル」なものが良いとされている。	
54	動画は、Web上に作成され利用されるコンテンツのフォーマットとして普及を続けており、Googleは、何百万ものさまざまなサイトから動画をインデックス登録してユーザーに配信している。	
55	サイトでモバイル利用料金が発生する場合は、料金が適用される前にユーザーに明確に通知する必要がある	
56	モバイルファーストインデックスが施行されているので、PC版とSP版の両サイトに同じメタデータを設定しなくても、SPがしっかり設定されていれば問題ない。	
57	GoogleはSVG形式の画像をサポートしているが、インライン SVG内の<image>タグの.jpg画像をインデックスに登録することはできない。	
58	画面上で404ページと表示されていれば、ステータスコードを確認する必要はない。	
59	動画をモバイルデバイスで見るときに見つけやすい位置に配置します。例えば、モバイルページで下に何度もスクロールしないと動画が見つからない場合、動画のランキングに影響する可能性があります。	
60	自分のページを意図的に強調スニペットとして設定することができる。	
61	現時点では、サイトリンクは自動化されているので、意図的に設定することはできない。	
62	50MBを超えるサイトマップを作成する場合は、分割して作成する必要があるので注意が必要。	
63	ローカル検索結果(グーグルビジネスプロフィール)のランキングが決定される仕組みは、大きく分けて下記3つ。 ※旧グーグルマイビジネス ・関連性 ・距離 ・視認性の高さ	
64	サーチコンソールの『表示回数』は、検索結果をさらに表示するのにクリックが必要な場合(ページャーを使ったリリンクでさらに詳細を見る行為)、現在の検索結果内にあるものが表示回数にカウントされる。そのため、スクロールされて見える状態になっているかどうかは関係ない。	
65	サーチコンソールの『クリック数』は、文字通りクリックされた回数。検索結果をクリックして該当Webサイトに移動した後、検索結果に戻って同じリンクをクリックした場合、クリック数は「2」となる。	

No	設問	回答 (○ or X)
66	<p>サーチコンソールの『平均掲載順位』は、かなり複雑。</p> <p>1:クエリAから返されたプロパティの掲載順位が 4位、6位、9位の場合、掲載順位は 4位として判断 2:クエリBから返されたプロパティの掲載順位が 3位、5位、8位の場合、その掲載順位は3位として判断</p> <p>2:クエリBから返されたプロパティの掲載順位が 3位、5位、8位の場合、その掲載順位は3位として判断</p> <p>この2つのクエリの平均掲載順位は $(4 + 3)/2 = 3.5$</p>	
67	<p>構造化マークアップを Web サイトに施すことは、もはや Google で集客する上では最低ラインになりつつある。SEO スターターガイドに掲載されている内容なので、店舗運営をしているなら尚更必要。</p>	
68	<p>『ユーザーに焦点を絞れば、他のものはみな後からついてくる』 Web サイトオーナーに向けた Google から伝えたい最も純粋で、かつ、明確なアナウンスである！</p>	
69	<p>Google は素晴らしい技術を持っているので、Web サイトを定期的に巡回するクローラーには制限がない。だからどんな Web サイトでも一度でもインデックスされれば、大規模 Web サイトでも全ページを最新の情報として更新してくれる。</p>	
70	<p>人気度が高く、更新頻度が多く、ページ数が多い Web サイトには、クローラー巡回頻度が高くなる。</p>	
71	<p>Googlebot でサポートされていない JavaScript の機能がページで使用されているケースは注意が必要。ブラウザ上では表示されても、Google には何が記載されているかわからないことがある。そのためには、PageSpeedInsight を使えば分かる。</p>	
72	<p>表示速度や HTTPS 化といったページエクスペリエンス評価が、コンテンツが優れたページの評価を上回ることにはない。そのため、コンテンツの充実化を先に考える必要がある。</p>	
73	<p>Google の検索結果に表示される日付情報を指定する方法は、構造化データマークアップしかない。</p>	
74	<p>サーチコンソールで確認できるページの「除外」項目は、下記が原因であると推測される。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インデックスに登録済みのページと重複している ・サイトのなんらかのメカニズムによってインデックスに登録できない ・エラー以外のなんらかの理由でインデックスに登録できない 	
75	<p>サーチコンソールで確認できるページの「手動による対策レポート」にて実施されると、サイトの一部またはすべてが Google 検索の検索結果に表示されなくなる。</p>	
76	<p>サーチコンソールで対応できる「削除ツール」は、Google 検索の検索結果からサイトのコンテンツをすばやく削除できる。その効果は一度行ってしまえば、ずっと検索結果に表示されることはない。</p>	
77	<p>Google 曰く、施策の実行 (Web サイトに修正を加える作業) を行ったら「変更に着手してからメリットが得られるようになるまで、通常は 4 か月から 1 年かかる」ことをほのめかしている。</p>	
78	<p>SEO 業者 (会社) を選定する場合は、よく考えて事前に調べてから発注するようにすべし。Google としても「必要であれば発注すべきだが、よく吟味するように！」と言っている。</p>	
79	<p>コンテンツが素晴らしければ、多少読みにくくても問題ない。</p>	
80	<p>重複コンテンツが存在している場合、正規ページ以外を robots.txt やクローリング制御しても問題ない。</p>	
81	<p>専門性と権威性がサイトの質を向上させる。俗に言う E-E-A-T であるが、SEO スターターガイドラインにすら組み込まれているほど現在の SEO では重要な指標である。</p>	
82	<p><a>タグで囲われていれば、アンカーテキストは意識する必要はない。</p>	
83	<p>Web サイト内にある「コメント機能」や「掲示板」を利用して、任意の Web サイトへリンク設置することはランキング操作の影響もあるので好ましくない。サイトオーナーは「nofollow が自動的に付与されるよう設定する」といった工夫が必要だ。</p>	
84	<p>ページが長く、画像が複数ある場合でも、Google の技術は素晴らしいので画像の遅延読み込みや創意工夫をしなくても表示速度には影響ないので、気にせず画像で訴求すべき。</p>	
85	<p>Google が言う「モバイルデバイス」には、タブレットは含まれていない。タブレットも持ち運びできる点では「モバイル」と誤認する人が多いので注意が必要。</p>	
86	<p>Web サイトを公開したら、それで終わりではなく始まり。Web サイトでのユーザーの行動を分析して改善に努めるべきと Google が明記している。</p>	

No	設問	回答 (○ or X)
87	Webサイトのリニューアルとして URLも全部変わる場合、必要な 301の実装とサイトマップの変更をすべて行ったうえで移行について Googleに通知する必要がある。	
88	大規模なWebサイトの場合、重要なページだけに絞った sitemap.xmlを作りクローリング頻度の調整を行うことは NGとされている。	
89	Googleがページの内容を認識するうえでは、やはりテキストが最も確実な手段。	
90	<p>Youtubeを始めとした動画をページ内に読み込むことは問題ないが、Googleが定めるベストプラクティスは順守すべし。</p> <p>①Google が動画を検出できるようにする ②動画がインデックス登録されるようにする③ Google が動画コンテンツ ファイルを取得できるようにする ③Google が動画コンテンツ ファイルを取得できるようにする④特定の動画機能を有効にする ④特定の動画機能を有効にする⑤必要に応じて動画を削除、制限、更新する ⑤必要に応じて動画を削除、制限、更新する</p>	
91	アフィリエイトサイトを運営する場合、E-E-A-Tが重要であり、オリジナルや付加価値は特に意味を持つものではない。そのため、法人サイトのものが有利に働くケースが多い。	
92	robots.txtで許可されていないページが他のサイトから被リンクがあった場合、そのページはインデックスに登録される可能性がある。	
93	<p>robots.txtの記述は間違えると、想定外の動き・挙動をするので注意が必要。</p> <pre>user-agent: a sitemap: https://example.com/sitemap.xml user-agent: b disallow: /</pre> <p>上記を記述だと、Googleは次のように認識する。</p> <pre>user-agent: a user-agent: b disallow: /</pre>	
94	検索結果はアルゴリズムによって自動(機械)的に日々変わっているが、その結果が正しいとするかどうかの判定をする第三者が存在する。それは「検索品質評価者」と呼ばれ、評価者からのフィードバックにより、変更案が検索結果の有用性を高めるものかどうかを知ることができます。	
95	<p><head>要素内で有効な要素は下記である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・title ・meta ・link ・script ・style ・base ・noscript ・template ・img 	
96	人の健康や安全、経済的安定、社会の福利厚生に大きく影響する可能性のあるトピックをYMYLと呼ぶ。これは、「Your Month Your Life」の略である。	
97	Google広告に出稿していると、自然検索結果にも良い影響がある。	
98	GoogleがJavaScript を処理する仕組みは下記である。 <ul style="list-style-type: none"> ・クローリング ・レンダリング ・インデックス登録 	
99	コンテンツには、雑誌、百科事典、書籍に掲載または引用されるような価値があるかどうか重要。	
100	楽天では、構造化データを実装したページでのユーザーの滞在時間が、構造化データのないページに比べて 1.5倍長くなった。	

名前: