

アナリティクス・サーチコンソールの確認

サイトメンテナンスの基本



アナリティクス



Search Console

■使用許諾契約

本契約は株式会社 move と使用者との間で交わされるものであり、使用者が本サービス入手した時点で、本契約に同意したものとします。

第一条：本契約の目的

株式会社 move（以下弊社）が著作権を有する「自己アフィリエイトマニュアル（以下本サービス）」に含まれる知的情報を、本契約に基づいた上で、使用者に非独占的な使用を許可するものである。

第二条：複製・コピー・二次使用の禁止

本サービスに含まれる一切の情報は著作権によって保護されているものとする。本サービスの一部、または全部を弊社に対して書面による事前の許可を得ずに、複製・コピー・転載・インターネット上での公開を含むいかなる手段であっても、二次使用を禁止する。

第三条：契約の解除

使用者が本契約の第二条に違反したことが発覚した場合、弊社は通達無しに当使用許諾許契約を解除できるものとする。

第四条：損害賠償および免責事項

使用者が本契約の第二条に違反したことが発覚した場合、使用者は本契約の解除に関わらず、弊社に対して、違約金として一律壹千万円の損害賠償を支払うものとする。

本サービスはその効果を保証するものではなく、本サービスを実践したことによって発生したいかなる損害に対しても、弊社は一切責任を負うものではない。本サービスの実践は、全て使用者の自己責任で行うこととする。

第五条：禁止事項

使用者の本サービスの利用にあたって弊社は以下の行為を禁止する。

使用者がこれらの禁止行為を行った場合、弊社は当該使用者の利用を停止し、弊社が被った損害の賠償を請求する場合がある。また、使用者は本サービスに関する全ての利益を失うものとする。

- ・ 本規約に反する行為
- ・ 法律・規則・条令等の制定法に反する行為
- ・ 本サービスの仕組みや機能を使ったスパム行為外で利用する行為
- ・ 下記「個人情報取扱方針」および適用される法を遵守しない行為

- ・本サービスの運営を妨げる行為
- ・本サービスのシステムに負荷を与える可能性のある一切の行為
- ・その他弊社が不適切であると判断する行為

第六条：使用者のデータの保存について

使用者は、本サービスでの利用に付随して作成したデータなどについて、自己の責任において保存するものとする。

弊社サーバー側では、これらのデータの保存内容について保証しないものとし、使用者は弊社に対し、本サービスで保存するデータの消失やサーバーの稼働停止によりクレーム、紛争、損害賠償の請求などが起こった場合の損害、責任について一切を免責するものとする。

第七条：本サービスの終了

弊社は、本サービス及び本サービスの一部を終了することができるものとする。

また、本サービスを終了した場合に使用者に対して弊社は本サービスの終了に伴う損害、損失、その他の費用の賠償または補償を免れるものとする。

第八条：規約の改訂について

弊社は、法令等の制定、変更、廃止などの理由により、使用者への了解を得ることなく本規約を変更できるものとする。

この場合、変更後の規約は本サービスの Web サイト上に表示した時点より効力を生じるものとする。

第九条：準拠法・裁判管轄

本規約は、日本法に従って解釈され、弊社と使用者との紛争については、大阪地方裁判所、堺簡易裁判所を第 1 審の専属的合意管轄裁判所 とする。

株式会社 move

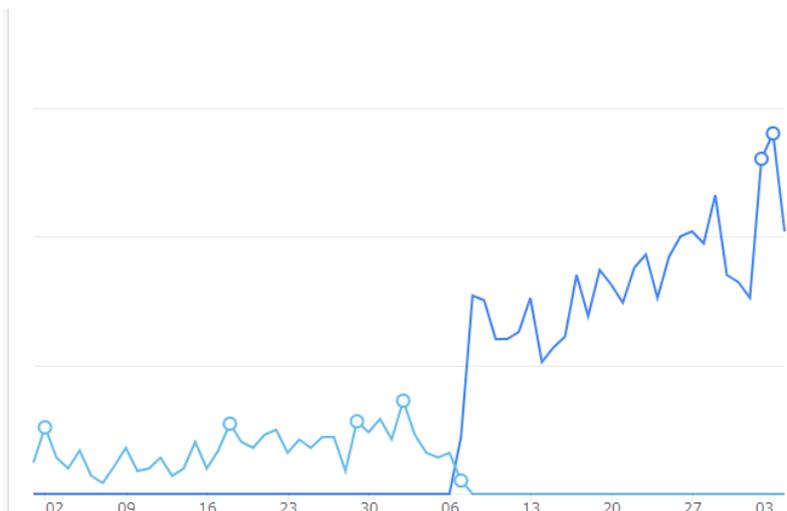
内容

| | |
|--------------------------------|----|
| ■使用許諾契約 | 2 |
| ■サイトメンテナンスの重要性..... | 5 |
| ■アナリティクスとサーチコンソールの違い..... | 6 |
| ■Site kit by Google で確認する..... | 7 |
| ■Google アナリティクスを確認する | 12 |
| ■Search Console を確認する | 16 |
| ■メンテナンス時の注意点 | 20 |

■ サイトメンテナンスの重要性

ブログの記事は印刷される雑誌・新聞などと違い、公開後に修正し、良い記事に変える（メンテナンス）ことができます。

サイトの記事をメンテナンスしていくことで、アクセス数を増やすことができるようになります。



上記の青い薄い線はメンテナンス前、濃い青い線がメンテナンス後のデータです。

このように、アクセスが伸び悩んだ記事でも、上手くメンテナンスできると、アクセスを増やすことができるようになります。

サイトメンテナンスに必要なものは、現在の自分のサイト状況が分かるデータです。

そのために必要なデータは、アナリティクスとサーチコンソールで確認します。

データを元にしたサイトの状況がわかれば、そこから「より良い記事」へのメンテナンスが行えるようになります。

「記事にアクセスが来ない」原因はさまざまなものがあります。

- ・検索される回数（表示回数）が少ない
- ・検索結果に上位表示していない
- ・検索結果に上位表示されているのにアクセスが来ない など

こちらでは、アナリティクスとサーチコンソールの見方と、基本的なサイトメンテナンスの方法についてお伝えします。

どの部分を変更するかを判断するために、アナリティクスとサーチコンソールのどこを見れば必要なデータを確認することができるのか、把握しておくことが重要です。

※公開間もないブログはデータが溜まっておらず、判断できない状況になります。

公開後 1 ヶ月程度経過してから確認した方が適切なデータが確認できます

■ アナリティクスとサーチコンソールの違い



アナリティクスはウェブサイトのユーザーの行動を分析するための「アクセス解析ツール」です
※サイトに訪問したユーザーの動きがわかるツール



サーチコンソールはどのように検索されているかなどを見る「Google 検索の最適化と監視ツール」です
※ユーザーが Google 検索からどうやってサイトに来たのかがわかるツール
(Google 検索に関わる監視なども行うツール)

【使い方例】

過去 7 日間でどのページが一番見られているか知りたい……………⇒ アナリティクス

昨日 1 日に特定のページがどれくらい読まれているか知りたい……………⇒ アナリティクス

過去 28 日間のサイト全体のユーザー数を知りたい……………⇒ アナリティクス

特定のページがどのキーワードで検索されて表示されているか知りたい……………⇒ サーチコンソール

特定のキーワードで検索された時にどのページが表示されるか知りたい …… ⇒ サーチコンソール

どちらももっと多くの機能がありますが、一般的にアフィリエイターが利用するのはその中のごく一部です。
必要な機能だけ知っていれば問題ありません。

ここでは、必要な用語と機能の解説と、そのデータをどのように扱っていくかの説明を行います。

※Google Analytics は、2023 年 7 月に大幅なアップデートを行っています。

前のアナリティクスは UA (ユニバーサルアナリティクス)、現在のバージョンは GA4 (Google アナリティクス 4) です。

UA から GA4 への移行で用語などが変更されており、こちらでは GA4 について説明しています。

※アナリティクスとサーチコンソールが導入されている前提での説明になります

■ Site kit by Google で確認する

※こちらは、Site kit by Google のプラグインを WordPress で導入している方向けの内容です

Site kit からはアナリティクスとサーチコンソールの両方のデータを簡単に確認することができます。

Site kit で確認できるデータは必要最低限の簡易的なものになります。

詳細なデータを確認するためには、アナリティクスとサーチコンソールのそれぞれにログインして確認しましょう。

こちらでは Site kit で表示される簡易データの確認方法を説明します。

ワードプレスにログイン後、左サイドバーの「Site kit」の「ダッシュボード」をクリックします。



アナリティクスやサーチコンソールの設定が終わってからしばらくは、データ不足のため表示されません。

もし以下のメッセージが表示される場合は、公開する記事数を増やしてから確認するようにしましょう。



統計を表示するのに十分なトラフィックがまだありません

十分な数のユーザーがサイトにアクセスし次第、Site Kit によるダッシュボードでの統計データの表示が開始されます。より多くのユーザーを引きつけられる魅力的なサイトづくりを続けてください。 [さらに詳しく](#)

後で通知

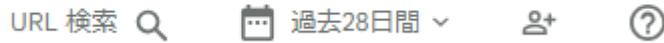
※初めてサイトを立ち上げて、同時にアナリティクスとサーチコンソールの設定も行った場合は、

約 1 ヶ月程度経ってから確認するようにしましょう。

設定からの期間が短い場合、データが表示されないか、または自分のアクセスなどもカウントされて

適切なデータが表示されていない場合があります。

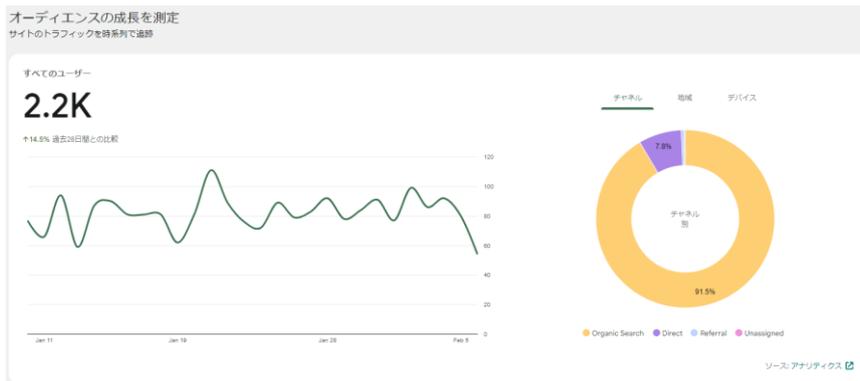
また、ダッシュボードの右上には



と表示があり、標準では「過去 28 日間」のデータが表示されるように設定されています。

データが十分に溜まっている場合は、以下のようなグラフが表示されます。

右下に小さく「ソース：アナリティクス」とあるように、こちらはアナリティクスのデータです。



こちらのグラフは、「ユーザー」（サイトに訪問した人）の推移グラフと、どこからサイトに訪問してきたかのドーナツグラフです。上記の画像の場合、過去 28 日間のユーザーが 2.2K 人（2,200 人）です。

ユーザーのグラフが右肩上がりになっていれば成長しています。

※確認した日の前日が最新の日付になっていますが、こちらはデータが完全には反映されていない状態なので、他の日よりも低い数値になります。（翌日に確認すると変化しています）
そのため、確認する場合は、2 日前のデータを参照しましょう。

ドーナツグラフの「**チャネル**」は、どこからサイトにやって来たかを示すグラフです。

「**Organic Search**」は Google、Yahoo、Bing などの検索エンジンから訪問した人の割合です。

「**Direct**」は直接 URL を入力したり、ブックマークから訪問した人の割合です。

「**Referral**」は検索エンジン以外のサイト（SNS や他のネット記事など）から訪問した人の割合です。

特別な理由がない限り、「Organic Search」が 9 割以上を占める場合が多いです。

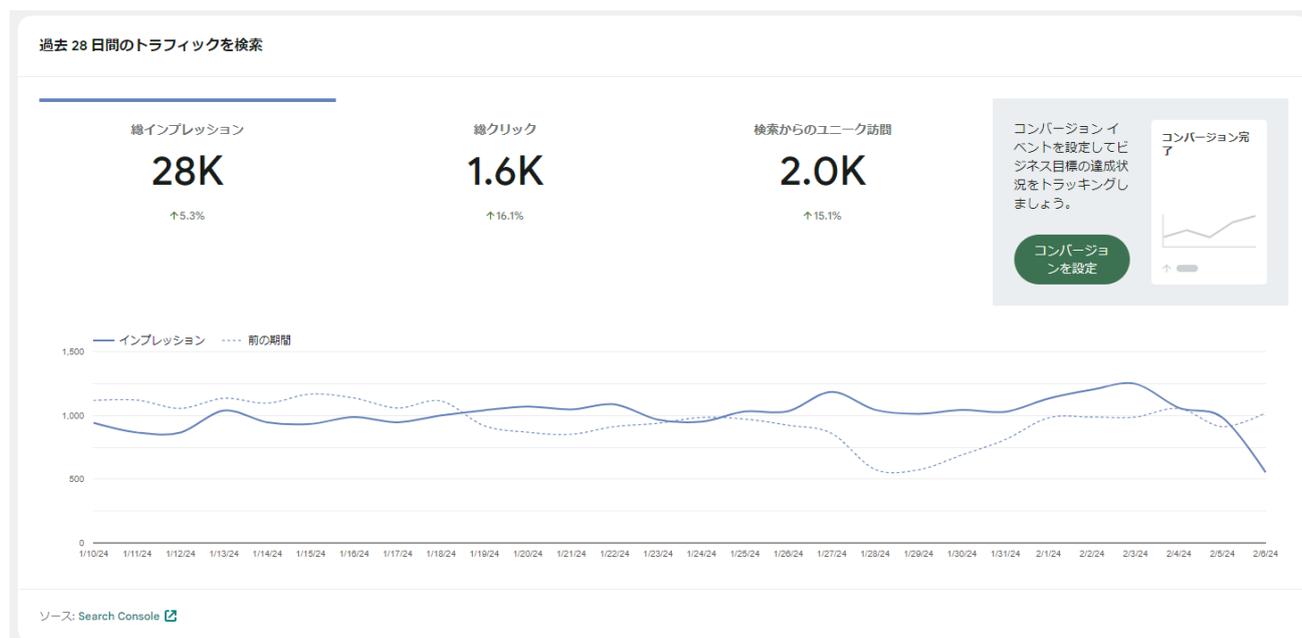
自身の SNS などでも記事ページを投稿したり、誰かが拡散した場合は、「Referral」の割合が増えます。

「**Direct**」は自分のアクセスがカウントされている場合がありますが、ほとんどの場合割合は低くなります。

他に「**地域**」と「**デバイス**」がありますが、ほとんどの場合「**地域**」は日本がほぼ 100% 近くになり、

「**デバイス**」は 70%～80% がモバイル（スマホ）、20% 程度がパソコン、残りがタブレットになります。

続いて、下にスクロールすると以下が表示されます。



左下に「ソース：Search Console」と記載のある通り、こちらはサーチコンソールのデータになります。

総インプレッション：検索結果画面に自分のサイトが表示された回数の合計

総クリック：検索結果画面で自分のサイトがクリックされた回数の合計

検索からのユニーク訪問：検索結果画面から自分のサイトを訪問したユーザー数

※各項目をクリックすると、グラフが切り替わります。

※前述のグラフと同様に、前日のデータが完全には反映されていないので、2 日前のデータから確認します

このグラフだけでは、現在のサイトの状況は詳しく確認することはできませんが、

グラフが右肩上がりであれば「成長している」と判断できます。

続いて下にスクロールすると以下が表示されます。

コンテンツのパフォーマンスを確認
訪問者の多いページと、そのページをユーザーがどう検索して見つけたかをトラッキング

| サイトの上位検索クエリ | クリック | インプレッション |
|-------------|------|----------|
| 1. | 52 | 588 |
| 2. | 42 | 107 |
| 3. | 41 | 314 |
| 4. | 40 | 621 |
| 5. | 36 | 61 |
| 6. | 31 | 280 |
| 7. | 28 | 57 |
| 8. | 28 | 393 |
| 9. | 26 | 203 |
| 10. | 25 | 66 |

ソース: [Search Console](#)

こちらも「ソース : Search Console」とあるように、サーチコンソールのデータです。

サイトの上位検索クエリ : あなたのサイトが検索結果に表示された時のキーワードです。

※サーチコンソールで「クエリ」と言う場合は、検索に使われたキーワードを指します

クリック : そのキーワードで検索して、あなたのサイトが表示されてクリックされた回

※検索エンジンの結果画面に表示されるタイトルなどがクリックされた回数

※前ページの「総クリック数」の中の、1 クエリのクリック数になります

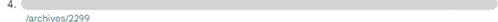
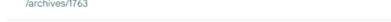
インプレッション : そのキーワードで検索結果に表示された回数

※前ページの「総インプレッション数」の中の、1 クエリの表示回数になります。

こちらでは、どのキーワードで検索した時にあなたのサイトが表示されているかを知ることができます。

ここではクリック数とインプレッション数しか確認できませんが、簡易的に「このキーワードで表示されてクリックされてる」ということがわかります。

続いて下にスクロールすると以下が表示されます。

| タイトル | ページビュー | セッション | エンゲージメント率 | セッション時間 |
|---|--------|-------|-----------|-------------|
| 1.  | 1,148 | 1,099 | 25.75% | 時間 分 40s秒 |
| 2.  | 570 | 567 | 62.61% | 時間 1m分 14s秒 |
| 3.  | 167 | 160 | 78.75% | 時間 1m分 18s秒 |
| 4.  | 116 | 112 | 75.89% | 時間 1m分 9s秒 |
| 5.  | 70 | 59 | 30.51% | 時間 分 45s秒 |
| 6.  | 64 | 63 | 57.14% | 時間 分 54s秒 |
| 7.  | 57 | 53 | 69.81% | 時間 分 47s秒 |
| 8.  | 51 | 50 | 60% | 時間 1m分 8s秒 |
| 9.  | 43 | 42 | 88.1% | 時間 1m分 7s秒 |
| 10.  | 12 | 10 | 30% | 時間 2m分 53s秒 |

ソース: アナリティクス 

こちらは「ソース：アナリティクス」とあるように、アナリティクスのデータになります。

こちらはページビューの多い順に並んでいますので、「過去 28 日間の人気記事ランキング」です。

ページビュー：ページ（記事）が見られた回数です。PV 数。1 人が 2 ページ見ても 2PV です。

セッション：サイト訪問数です。1 回の訪問をカウントするので、1 人が 1 回の訪問で 2 ページ見ても 1 セッションです。

エンゲージメント率：様々なものを「エンゲージメント」として考えますが、こちらで表示されているのは

1 回の訪問で 2 ページ以上見た率、1 回の訪問で 10 秒以上滞在した率になります。

ページをたくさん読んだ、ページをしっかり読んだ、割合が確認できます。

セッション時間：その記事に訪問してからサイトに滞在した全体の時間です。

Site kit by Google で確認できるデータは簡易的なものなので、詳細を確認するためには、アナリティクス、サーチコンソールのそれぞれにログインする必要があります。

詳細は、Search Console にログインして確認する必要があります。

リンク：[Google アナリティクス](#) [Search Console](#)

※上記のリンクを別タブで開くには、「Ctrl」キーを押しながらクリックしてください

また、Site kit by Google 内のリンクからも移動することができます。

ソース: アナリティクス 

ソース: Search Console 

■Google アナリティクスを確認する

ご自身の Google アナリティクスにログインした後の確認箇所について説明します。

非常に多くの機能のあるツールですが、ブログアフィリエイトに必要な内容を把握しておきましょう。

アナリティクスで確認したいデータは主に以下の 3 つなので、これらの確認方法について説明していきます。

- ・サイト全体（または記事）の訪問者数（ユーザー数）
- ・サイト全体（または記事）のページビュー数（見られた数、アクセス数と呼ぶときもある）
- ・サイト全体（または記事）が読まれた時間

アナリティクスにログインすると、「ホーム」の画面が表示されます。

※複数のサイトを運営していて、それぞれにアナリティクスを導入している場合は、左上の「全てのアカウント」の下に、確認したいサイトの名前が表示されていることを確認しましょう



※アカウントによって表示される内容が異なっている場合があります。

こちらのホーム画面では、一般的な情報が表示されています。

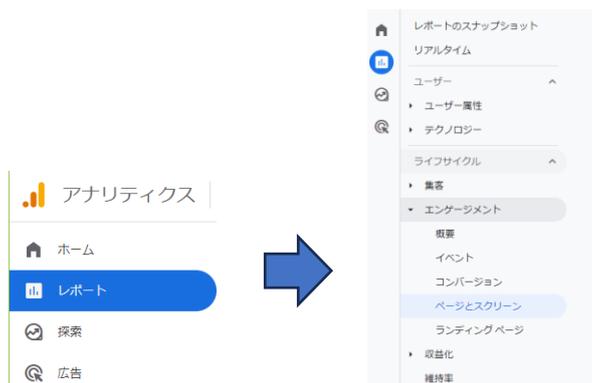
ユーザー：サイトの訪問者数

イベント数：ユーザーがクリックなどの行動をイベントとしてカウントします。特別な計測を行っていない限り意識する必要のない項目になります

表示回数：ページが表示された回数。言葉が変わっていますが、**ページビュー（PV）と同じ意味です。**

平均エンゲージメント時間：上記の画像では見切れていますが、> をクリックしてスクロールすると表示されます。ユーザーが記事に滞在した平均の時間です。

ホーム画面だけでは情報が少ないので、左のサイドバーの「レポート」をクリックし、「エンゲージメント」をクリックし、その中の「ページとスクリーン」をクリックします。



こちらは、ページのアクセス数（表示回数または PV 数）の上位が表示されているグラフと表になります。

上の折れ線グラフと棒グラフは、表示回数（PV 数）上位 5 ページのグラフになります。

こちらを確認する時に、必ず右上の期間を確認しましょう。標準では「過去 28 日間」となっているはずですが。



確認しているデータがいつのデータなのかを把握しておきましょう。

こちらでは、「過去 28 日間」のデータを確認する形で進めて行きます。

※データの期間を変更する場合は、日付の右の▼をクリックし、期間を指定して「Apply」をクリックします。

下にスクロールして表示される表を確認します。

| ページパスとスクリーンクラス | | 表示回数 | ユーザー数 | ユーザーあたりのビュー | 平均エンゲージメント時間 | イベント数 すべてのイベント | コンバージョン すべてのイベント |
|----------------|----------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|---------------------|
| | | 2,580 全体の 100% | 2,270 全体の 100% | 1.14 平均との差 0% | 28 秒 平均との差 0% | 8,669 全体の 100% | 0.00 |
| 1 | /archives/9 | 1,160 | 1,045 | 1.11 | 19 秒 | 3,580 | 0.00 |
| 2 | /archives/1845 | 582 | 535 | 1.09 | 41 秒 | 2,139 | 0.00 |
| 3 | /archives/2004 | 167 | 154 | 1.08 | 38 秒 | 642 | 0.00 |
| 4 | /archives/2299 | 117 | 102 | 1.15 | 30 秒 | 435 | 0.00 |
| 5 | / | 71 | 45 | 1.58 | 5 秒 | 164 | 0.00 |
| 6 | /archives/2193 | 65 | 61 | 1.07 | 24 秒 | 246 | 0.00 |
| 7 | /archives/2238 | 59 | 54 | 1.09 | 37 秒 | 219 | 0.00 |
| 8 | /archives/1847 | 53 | 47 | 1.13 | 37 秒 | 194 | 0.00 |
| 9 | /archives/1763 | 43 | 42 | 1.02 | 28 秒 | 168 | 0.00 |
| 10 | /archives/1717 | 12 | 10 | 1.20 | 9 秒 | 38 | 0.00 |

ページパスとスクリーンクラス：ページのパス（URL のドメインより後ろの部分）が表示されています。

表示回数：ページが表示された回数。前述の通り、**ページビュー（PV）と同じ意味です。**

ユーザー：サイトに訪問した数

ユーザーあたりのビュー：1 ユーザーが最初に訪問したページを含めてサイト内のページをいくつ見たかの数値

平均エンゲージメント時間：サイトに滞在していた時間

イベント数：クリックなどの行動数ですが、特別な場合を除いて確認する必要はありません。

コンバージョン：特定の設定を行っていない限りはカウントされません。

※ページパスのみではわかりにくい場合、ページのタイトルを表示することができます。

「ページパスとスクリーンクラス」の右の「▼」をクリックし、「ページタイトルとスクリーンクラス」を選択します



表示がページパスから記事のタイトルに切り替わります

表に 10 位より下も表示したい場合、「1 ページあたりの行数：10▼」の▼をクリックし、数字を増やしましょう



アナリティクスで確認する項目は、このページの「表示回数」です。ページビュー数、PV 数とも呼びます。この数値が多ければ、それだけアクセスが来ていることになります。この数値は定期的の確認しましょう。この数値だけを見てメンテナンスすることはできません。こちらはメンテナンス前とメンテナンス後に確認する箇所になります。適切にメンテナンスが行えていれば、数値が増えてきます。ここで表示されているデータをもとに、何をメンテナンスしていくべきかをお伝えします。

■ ユーザーあたりのビューをメンテナンスする

「ユーザーあたりのビュー」は、1 ユーザーがどれだけサイト内を回遊しているかの数値になります。

この数値が高いと、1 ページだけ見て終わりではなく、他のページも見てもらっていることになります。簡単に言うと、数値が 1.00 であれば、1000 人訪問しても 1000PV ですが、1.2 あれば、1000 人が 1200PV になります。

1 回の訪問で、より多くのページを見られた方が PV も増えますし、サイト自体の評価も上がります。特にアクセスの多い（表示回数・PV 数が多い）ページに、内部リンク（同じサイト内の関連する他のページへ誘導するリンク）を入れて、「ユーザーあたりのビュー」が増えるかを試すことができます。

■ 平均エンゲージメント時間をメンテナンスする

「平均エンゲージメント時間」は、どれだけ記事を読んでもらったのかの指標なので、記事の文字数が 1000 文字あれば、1 分以上読まれていることが理想です。（実際はそれよりも短い場合が多くあります）

記事が読み進められていない理由はいくつかあります。

- ・タイトルと見出しと本文の内容が合っていない
- ・キーワードで検索する人が求めている答えが記事内にない

例：タイトルやキーワードが「パソコンの買い方」なのに、見出しや本文が「パソコンの性能」が主な内容になっている狙っているキーワードを検索する人が何を求めているのかを考えて、その回答を必ず記事内に入れましょう。

- ・誤字脱字がある、前後の文脈が繋がっていない箇所がある

わずかなことでページから離れてしまう可能性がありますので、言葉に誤りがないかを確認しましょう

■ Search Console を確認する

ご自身のサーチコンソールにログインした後の確認箇所について説明します。

こちらにも非常に多くの機能のあるツールですが、検索からの流入についてのデータを確認しましょう。

※サーチコンソールは初期設定の一つ「sitemap の送信」でも利用しています。

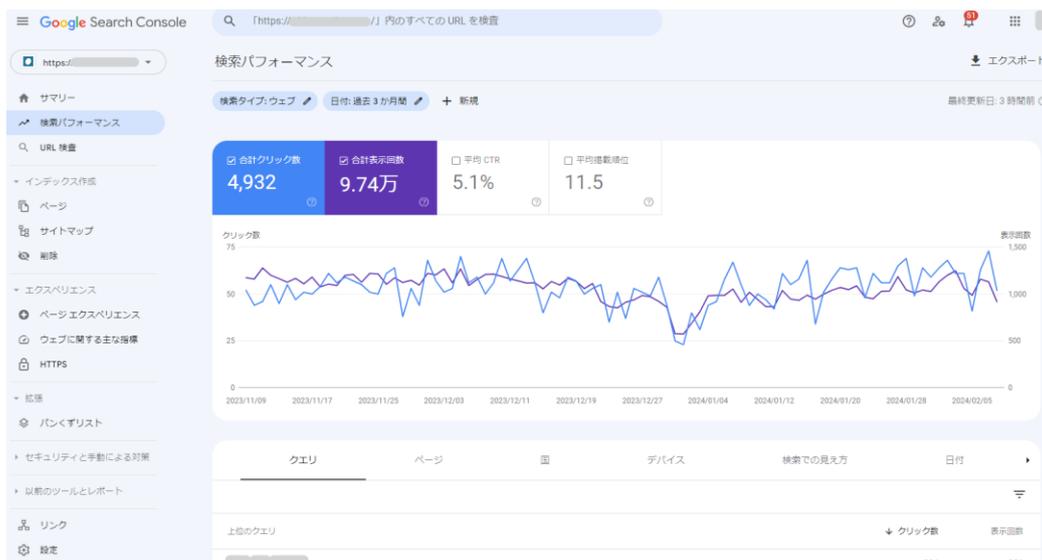
サーチコンソールでメンテナンスとして確認したいデータは主に「検索パフォーマンス」に集約されていますので、その内容について解説していきます。

サーチツールにログインすると、サマリーが表示されます。

※複数のサイトを運営している場合は、画面左上の「https://」のドメインが該当サイトになっていることを確認しましょう



左サイドバーの「検索パフォーマンス」をクリックすると、以下のページが表示されます。



■ 検索パフォーマンスからメンテナンスする

検索パフォーマンスは、サイト全体のクエリが表示されています。（標準はクリック数の降順）
この一覧の中に、自分が狙ったキーワードが表示されているかを確認しましょう。

■ CTR と掲載順位の関係

CTR（クリック率）は、掲載順位が高いと上がります。

クエリによってそれぞれ違いますが、一般的には以下の様な数値だと言われています。

1 位 = CTR30% 2 位 = CTR15% 3 位 = CTR10% 4 位 = CTR5% 5 位 = CTR 4 %
6 位 = CTR3% 7 位 = CTR 2 % 8 位 = CTR1.6% 9 位 = CTR1.4% 10 位 = CTR1.1%

■ 表示回数からメンテナンスする

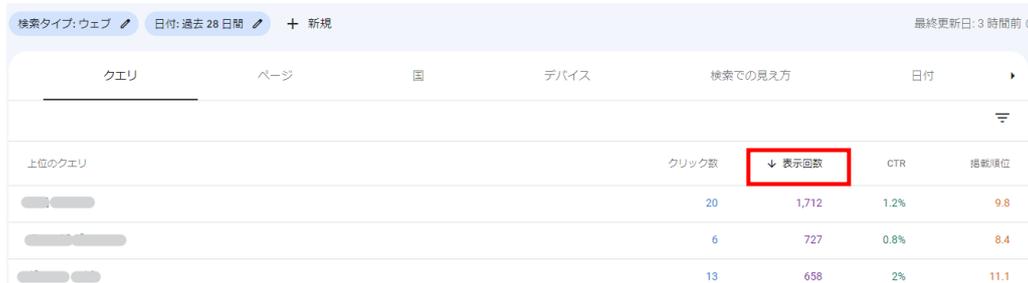
サーチコンソール上の「表示回数」は、検索結果画面にあなたのサイトのページが表示された回数です。
アナリティクスの「表示回数」とは同じ言葉ですが、表している内容が全く異なることに注意しましょう。

表示回数が多い = 検索する人が多い

表示回数が少ない = 検索する人が少ない

と考えることができますので、メンテナンスする場合は、「表示回数が多いクエリ」を中心に行っていく方が効果的です。

表の「表示回数」をクリックして、「↓ 表示回数」としましょう。表示回数の多い順に並び代わります。



| クエリ | ページ | 国 | デバイス | 検索での見え方 | 日付 | |
|--------|-----|---|------|---------|--------|----------|
| 上位のクエリ | | | | クリック数 | ↓ 表示回数 | CTR 掲載順位 |
| ... | | | | 20 | 1,712 | 1.2% 9.8 |
| ... | | | | 6 | 727 | 0.8% 8.4 |
| ... | | | | 13 | 658 | 2% 11.1 |

メンテナンスするクエリとしては、まずは以下の 2 つになります。

- ・表示回数が多いが、掲載順位が低い（10 位～20 位程度）
- ・表示回数が多く、掲載順位は 10 位以上だが、CTR が上記の一般的な数値よりも低い（5 位なのに CTR1% など）

該当するクエリが見つかったら、そのクエリで表示されている記事を確認します。

（メンテナンスを行っていく記事を確認）

■ 検索パフォーマンスの CTR と掲載順位からメンテする

● 表示回数が多いが、掲載順位が低い（10 位～20 位程度）

掲載順位が 10 位の記事をメンテナンスして 3 位になった場合、CTR は 1.1% から 10% に上がる可能性があります。仮に、表示回数が 10,000 の場合、クリック数が 110 から 1000 に上がることになります。

掲載順位が上がる要素は、200 以上あると言われているので、実際にやってみなければ効果がわかりませんが、基本的には「平均エンゲージメント時間」を伸ばすメンテナンスと同じように、記事のクオリティを上げる内容に修正していく必要があります。

文字数を増やすだけでなく、そのキーワードで検索した人が求める答えがあるか、内容が充実しているか、などを考えて、記事の内容を修正しましょう。

● 表示回数が多く、掲載順位は 10 位以上だが、CTR が上記の数値よりも低い（5 位なのに CTR1% など）

この場合、検索結果に表示されているのにクリックされていない、という状況になりますので、

- ・タイトル

- ・メタディスクリプション（基本的には記事の最初～1 つ目の H2 見出しまでの導入文）

の 2 つをメンテナンスします。

検索結果に表示される部分が、検索したユーザーにとって魅力的でなかったり、求める答えがなさそうに見えたりしている場合があります。

タイトルとメタディスクリプションを書き換えて、より記事の内容が伝わるようにしましょう。

■メンテナンス時の注意点

メンテナンスの効果はすぐに出る場合としばらくでない場合があります。

メンテ後は、1週間または2週間程度の間を空けてから、PV数や掲載順位を確認しましょう。

また、いつ、どのようなメンテを行ったのかをまとめて記録しておくことで、次のメンテナンスを行う時の目安になります。

メンテしたページ URL、メンテした日、メンテとして何を行ったのか、メンテ前の PV、順位、CTR、などを記録し、次に確認した時のデータと比較できるようにしましょう。

記録例

| メンテ前 データ取得期間 | メンテ 実施日 | キーワード | URL | メンテ内容 | メンテ前 | 確認日 | メンテ後 データ取得期間 | メンテ後後 |
|-----------------|------------|------------|--------------------------------|-----------------------|---|-------|-----------------|--|
| 2023.7/31-8/6 | 8月7日 | ●● ○○ 2023 | https://サンプル /archives/6128 | タイトル・見出しを 修正と本文を追記 | クリック：42 表示回数：122 CTR：34.43 順位：2.93 | 8月23日 | 2023.8/9-8/15 | クリック：116 表示回数：175 CTR：66.3 順位：1 |

メンテナンスしても必ず良い効果がでるということではありません。

もし順位が下がってしまった場合は、メンテナンス前の状態に戻してみましょう。