

Search Console 活用シート：検索パフォーマンス改善のためのアクションプラン

このシートは、Google Search Console のデータを単に「見る」だけでなく、具体的な「改善アクション」に繋げるためのワークシートです。


定期的に（月 1 回など）このシートに沿ってデータを確認し、サイトの改善サイクルを回していきましょう。

ステップ 1：現状把握（データ抽出）

Search Console の「検索パフォーマンス」レポートを開き、直近 1 ヶ月（または 3 ヶ月）のデータを元に、以下の表を埋めてみましょう。

まずは、サイト全体で特に動きの大きい、あるいは注力したい「ページ」または「クエリ」を 3~5 つピックアップします。

No.	対象ページ URL（またはクエリ）	表示回数	クリック数	CTR（%）	平均掲載順位	備考（気づいたことなど）
1						
2						
3						
4						
5						

 ヒント：どのページ/クエリを選ぶべきか？

- 表示回数が多い順に並べ替え、クリック数が少ない（CTR が低い）もの。
- 掲載順位が 11 位~30 位あたりで、もう少しで 1 ページ目に入れそうなもの。
- 最近公開した、またはリライトした重要なページ。

ステップ2：課題の特定と改善方針の決定

ステップ1でピックアップした項目について、なぜその数値になっているのか仮説を立て、改善の方向性を決定します。

課題パターンと改善のヒント

以下のパターンに当てはまるものがないか確認し、右側の「改善方針」を参考にしてください。

課題パターン	状態の目安	考えられる原因	主な改善方針
A. CTR改善型	表示回数：多い CTR：低い（例: 1%未満） 順位：10位以内	・タイトルが魅力的でない ・検索意図とズレていると思われる	タイトル・ディスクリプションの見直し 検索キーワードを含め、クリックしたくなる文言にする）
B. 順位押し上げ型	表示回数：そこそこ 順位：11位～30位	・コンテンツの網羅性が足りない ・競合サイトの方が質が高い	コンテンツの加筆・修正（リライト） （ユーザーの疑問にさらに深く答える内容を追加する）
C. 意図ズレ修正型	意図しないクエリでの表示・クリックが多い	・テーマが広すぎる ・特定のキーワードに特化していない	ターゲットキーワードの再設定 （記事の軸を明確にし、不要な情報を削るか別記事に分ける）
D. インデックス確認型	順位：圏外（表示されない） ※公開後しばらく経っている場合	・Googleに認識されていない ・ペナルティを受けている可能性	URL検査ツールで状況確認 （未登録ならインデックス登録をリクエストする）

ステップ3：具体的なアクションプラン

ステップ2の分析をもとに、具体的な作業内容と期限を決定します。
「誰が」「いつまでに」「何をするか」を明確にすることが重要です。

No.	対象ページ URL (またはクエリ)	該当パターン	具体的な改善アクション (例：タイトルを〇〇に変更、〇〇の見出しを追加)	担当者	期限	完了チェック
1						[]
2						[]
3						[]
4						[]
5						[]

振り返りメモ（改善実施の1ヶ月後）

改善施策を実施してから約1ヶ月後に、再度 Search Console を確認し、数値がどう変化したかを記録しましょう。

やりっぱなしにせず、効果測定を行うことで、自社サイトに合った勝ちパターンが見えてきます。

- **実施した施策と結果の概要：**

- （例：No.1 のページのタイトルを変更した結果、CTR が 1.5% から 3.2% に改善し、クリック数が増加した。）

- **次回の課題・気づき：**

- （例：順位は上がったが直帰率が高そうなので、次は導入文を改善する必要がある。）

このシートは、定期的なサイト改善ミーティングのアジェンダとしてもご活用いただけます。