SEO TOKYO maker

WHITE PAPER 2026

SEO記事のリライト実践ガイド

Search Consoleで調べ、
検索意図に合わせて構成と本文を直す

順位や流入が下がった記事を、根拠を持って直す。
記事を選ぶところから効果の確認まで、6つのステップで解説

6 STEPS

- STEP 1 選ぶ
- STEP 2 調べる
- STEP 3 比べる
- STEP 4 直す
- STEP 5 記録する
- STEP 6 確かめる

アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

この資料でわかること

公開済みの記事を、Search Consoleのデータと一次情報をもとに改善するための実務資料です。

こんなお悩みはありませんか？

- 公開済みの記事の順位や検索流入が下がってきた
- どの記事から、どこを直せばよいのかわからない
- リライトしても、効果があったのか判断できない
- 日付の更新や文字数の追加だけになっている

01 Search Consoleで記事を選び、クエリを調べる

流入が下がった記事を見つけ、ユーザーの具体的な疑問を把握する

02 ユーザーの疑問と既存記事を比べて直す

方針を決め、見出しの構成と本文を判断材料のある内容へ組み直す

03 記録して、効果を確かめる

Search Consoleの注釈で変更を残し、期間をそろえて変化を検証する

対象：オウンドメディア・ブログの運営担当者／インハウスSEO担当者／記事制作を外注しているWeb担当者

© ADMANO inc. All Right Reserved.

リライトは、調べてから直す。6つのステップで進める

本資料では、架空の記事「業務用エアコンの選び方」を例に、リライトの進め方を解説します。

01
STEP 1
選ぶ
Search Consoleで候補を探す

→

02
STEP 2
調べる
クエリと検索結果、一次情報を調べる

→

03
STEP 3
比べる
ユーザーの疑問と既存記事を比べる

→

04
STEP 4
直す
見出しの構成と本文を修正する

→

05
STEP 5
記録する
変更内容を残して公開する

→

06
STEP 6
確かめる
一定期間後に効果を確かめる

大切なのは、どこを、なぜ直すのかを明確にすること

検索ユーザーが必要としている情報を調べ、今の記事と照らし合わせることで、改善すべき内容を具体的に判断できます。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

STEP 1 Search Consoleで、リライトする記事を選ぶ

「検索パフォーマンス」レポートで、検索流入が下がった記事の候補を探します。

1 「検索パフォーマンス」を開く
表示回数・クリック数・平均掲載順位を確認できる

2 「ページ」タブで対象URLを確認
クリック数の差で並べ替えると、落ちたページが見つかる

3 日付の「比較」で変化を調べる
前年の同じ時期と比べると、季節の影響を除きやすい

例：「業務用エアコンの選び方」

クリック数（前年同期比）

320 → 210

表示回数：近い水準　平均掲載順位：低下

→ 詳しく調べる候補に選ぶ

数値は説明用の架空の例です

選ぶ基準　流入の変化だけでなく、検索需要・競合・アルゴリズム更新などの周辺状況、記事の事業上の重要性、改善の見込みもあわせて考えます。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

下がった原因が、記事の内容とは限らない

検索流入の変化には、検索需要や競合、アルゴリズムの更新なども関係します。見分け方も含めて整理します（要旨）。

Googleが挙げる主な原因	確認すること
アルゴリズムの更新	わずかな低下は、通常の変動の範囲内のことが多い
技術的な問題	noindexの誤り、404エラー、robots.txtなど（ページのインデックス登録レポート）
セキュリティ・スパムの問題	セキュリティの問題レポート、手動による対策レポート
季節性・関心の変化	過去16か月の推移、前年比、Googleトレンド
サイトの移転・URLの変更	再クロール・再インデックスまで数週間以上かかることがある

A **表示回数もクリック数も減っている**
→ 上の表の原因を疑う

B **表示回数は変わらず、クリック数だけ減っている**
→ タイトル・スニペット、競合のリッチリザルトを確認

出典：Google検索セントラル「Google 検索トラフィックの減少をデバッグする」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

「クエリ」タブで、記事が表示されている検索語を調べる

対象のページURLを指定して「クエリ」タブを開き、記事がどのような検索語句で表示されているかを調べます。

ページを指定 → 「クエリ」タブ

- 業務用エアコン 選び方
- 業務用エアコン 馬力 選び方
- 業務用エアコン 店舗 面積

クエリは説明用の架空の例です

わかること

業務用エアコンを選ぶときに、必要な馬力や店舗の広さとの関係を調べているユーザーがいる

→ この記事が、その疑問にどこまで答えているかを調べる。注目するのは、能力を選ぶための情報。

ポイント メインのキーワードだけでなく、思わぬ関連クエリで表示されていることがあります。そこに、ユーザーの具体的な疑問が表れています。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

検索結果とメーカーの一次情報で、必要な情報を確かめる

見つけたキーワードで検索し、上位ページの見出しや本文に加えて、メーカーが公開する製品情報も確認します。

ダイキン工業が公開する、業種別の広さの目安（冷房時）の一部

馬力（形式）	一般商店	理美容院	飲食店	一般事務所
2馬力（P50形）	28〜31㎡	17〜22㎡	14〜26㎡	22〜48㎡
3馬力（P80形）	**44〜50㎡**	28〜35㎡	**22〜42㎡**	35〜76㎡
5馬力（P140形）	78〜88㎡	48〜61㎡	38〜74㎡	61〜133㎡

同じ馬力でも、業種によって対応できる広さが大きく違います。冷蔵ショーケース、厨房機器、OA機器などの発熱でも負荷が変わり、正確な選定には熱負荷計算が必要とされています。

方向性　面積と馬力の関係だけでなく、用途や室内の環境を考えるための説明も役立ちそう。今回のリライトでは、店舗の広さ・用途・発熱要因を、必要な能力を考える判断材料として取り上げます。

出典：ダイキン工業「容量（馬力）から選ぶ」（店舗・オフィスエアコン）／ダイキン工業「これで解決！業務用エアコン（店舗・オフィスエアコン）の選び方」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

ユーザーの疑問と、今の記事を照らし合わせる

調べたユーザーの疑問と、既存記事の内容を並べて、足りない情報と役割を整理すべき部分を見つけます。

ユーザーが知りたいこと

- 自分の店舗に合う製品を選ぶために必要な能力
- 確認すべき設置条件

今の記事が伝えていること

- 能力を選ぶことの重要性で止まっている
- 「導入するメリット」は一般的な利点が中心

リライトの方針　空調能力と設置条件の情報を充実させ、見出しの構成も「選ぶ流れ」に整理する

今の記事の構成：「業務用エアコンの種類」「導入するメリット」「主要メーカーの特徴」。空調能力や設置条件は、本文中で短く触れている程度です。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

見出しの構成を、選ぶ流れに合わせて組み直す

方針に合わせて、読者が「選ぶ」までに必要な順番で見出しを並べ直します。

リライト前

- H2 業務用エアコンの種類
- H2 業務用エアコンを導入するメリット
- H2 主要メーカーの特徴

リライト後

- H2 業務用エアコンの種類
- H2 必要な空調能力の選び方 追加
- H2 設置環境に応じた確認項目 追加
- H2 メーカー・機種を比較するときのポイント 焦点を変更

流れ 製品の種類を理解し、自分の店舗に必要な能力や設置条件を確認してから、具体的な製品の比較へ進めます。水色の見出しが新しく加えた部分です。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

既存の見出しは、役割を確かめてから扱いを決める

既存の見出しは、消すか残すかではなく、記事の目的に対してどんな役割を持つかで扱いを決めます。

既存の見出し	扱い	理由
導入するメリット	**選定に役立つ説明だけ導入部分に短く残す**	記事の目的は「選び方」。一般的な利点の詳しい説明は別記事も検討
主要メーカーの特徴	**「比較するときのポイント」に焦点を移す**	能力・設置方式・機能など、読者が比べるときに役立つ情報を整理する
業務用エアコンの種類	**そのまま最初に置く**	選ぶ前に、製品の種類を理解してもらうため

既存の情報をすべて残す必要はない。記事の目的に照らして役割を確認する

考え方　各見出しの役割を確認しながら全体の構成を組み直します。既存の情報を整理することが、改善につながることもあります。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

本文には、調べた内容を判断材料として加える

リライト前

業務用エアコンは、設置する店舗や部屋の広さに合わせて、適切な能力の製品を選ぶことが重要です。

リライト後

必要な能力は、店舗の広さだけでなく、業種や室内の発熱機器によって変わります。メーカーの目安では、同じ3馬力でも**一般商店は44〜50㎡、飲食店は22〜42㎡**と、対応できる広さが大きく違います。正確な選定には熱負荷計算が必要なため、販売店への相談もあわせて検討しましょう。

用途	確認したい条件（例）
事務所	パソコンやOA機器の台数と発熱
物販店	冷蔵ショーケースなど発熱する機器の有無
飲食店	厨房や客席での調理の熱

根拠も確認する

メーカーの公式資料や製品仕様、必要に応じて空調設備の専門家の知見を参考にし、読者が判断に使える情報へ落とし込みます。

出典：ダイキン工業「容量（馬力）から選ぶ」（店舗・オフィスエアコン）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

仕上げに、記事全体の流れと整合性を確かめる

公開前のチェック

- 見出しの順番に沿って、読者が自然に情報を得られるか
- 追加した説明と既存の本文が重複していないか
- リード文を、新しい構成に合わせて調整したか
- タイトル・見出し・本文が一致しているか
- 情報が正確か（根拠を確認したか）

Googleが挙げる、やってはいけないこと（要旨）

- 内容を実質的に変えていないのに、新しく見せるために日付だけ変える
- 「新鮮」に見せるために、大量のコンテンツを追加・削除する（ランキングは向上しない）
- 特定の文字数に合わせて書く（Googleが優先する文字数は存在しない）

リライトの目的は、検索ユーザーに役立つ情報を届けること。更新日は、内容を実質的に変えたときに更新する

出典：Google検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

調査結果に合わせて、修正方法を選ぶ

今回は情報を補強して構成を整える例ですが、リライトの方法は対象記事の調査結果によって変わります。

情報を補強する	検索意図に対して足りない情報を加える	今回の例
最新情報に更新する	古くなった製品情報や制度を、最新の内容に直す	
タイトルを調整する	検索結果での見え方を踏まえて、内容を正確に表すタイトルにする	
統合・再構成する	似た検索意図の記事が複数あれば、役割を調べて統合や再構成を検討する	
情報を整理する	目的から外れた説明を減らし、記事の役割をはっきりさせる	

注意 記事を統合するときは、元のURLから新しいURLへの転送（301リダイレクト）も設定します。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

修正内容を記録してから公開する

記録すること	例
修正した日付	2026年11月10日
変更した見出し・本文	能力と設置条件の説明を追加、選び方に沿って構成を変更
改善の対象にした検索クエリ	業務用エアコン 馬力 選び方／業務用エアコン 店舗 面積
リライト前の検索パフォーマンス	クリック数・表示回数・平均掲載順位を保存

Search Consoleの「注釈」

- 2025年11月に追加された機能
- グラフを右クリックし、日付と120文字までのメモを残せる
- プロパティごとに200件まで。500日を過ぎると自動で削除
- プロパティのユーザーに共有されるため、個人情報は書かない

公開後　記事の表示やリンクに問題がないかを確認します。変更履歴を残しておくと、その後の数値の変化と施策を対応させやすくなります。

出典：Google検索セントラル ブログ「Adding context to your Search Console data with custom annotations」（2025年11月）／PPC Land「Google Search Console adds custom annotations for performance tracking」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一定期間を置いて、検索パフォーマンスの変化を確かめる

再クロール・再インデックスや順位の変動には時間がかかるため、一定期間を置いてから確認します。

見る数値

対象記事のクリック数・表示回数・掲載順位の推移

見るクエリ

改善の対象にした「馬力の選び方」「店舗の面積」などの検索語

比べ方

リライト前と比べる期間の長さをそろえる

考慮すること

季節による需要の変化、検索結果の動向、アルゴリズムの更新

次へ 立てた改善方針と実際の結果を振り返ると、次に調べたい部分が見えてきます。季節性を見分けるには、過去16か月の推移や前年比、Googleトレンドが役立ちます。

出典：Google検索セントラル「Google 検索トラフィックの減少をデバッグする」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

まとめ：どこを、なぜ直すのかを明確にする

選ぶ・調べる	Search Consoleで候補を選び、クエリと検索結果、一次情報を調べる
比べる	ユーザーが求める情報と既存記事を比べ、リライトの方針を決める
直す	見出しの役割と本文を整理し、調べた内容を判断材料として加える
記録・確認	変更を記録して公開し、期間をそろえて効果を確かめる

次の一歩　リライトする記事が決まったら、まずはそのページがどのような検索に対応しているかを調べるところから始めると、修正の方針を立てやすくなります。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一次情報・参考文献

01 **Google検索セントラル「Google 検索トラフィックの減少をデバッグする」**
https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/debugging-search-traffic-drops?hl=ja

02 **Google検索セントラル「有用で信頼性の高い、ユーザー第一のコンテンツの作成」**
https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content?hl=ja

03 **Google検索セントラル ブログ「Adding context to your Search Console data with custom annotations」（2025年11月）**
https://developers.google.com/search/blog/2025/11/custom-chart-annotations

04 **PPC Land「Google Search Console adds custom annotations for performance tracking」**
https://ppc.land/google-search-console-adds-custom-annotations-for-performance-tracking/

05 **ダイキン工業「容量（馬力）から選ぶ」（店舗・オフィスエアコン）**
https://www.ac.daikin.co.jp/shopoffice/info/pw/index.html

06 **ダイキン工業「これで解決！業務用エアコン（店舗・オフィスエアコン）の選び方」**
https://www.ac.daikin.co.jp/customercenter/useful/article/28

参照日：2026年11月。「業務用エアコンの選び方」の記事・数値・クエリは説明用の架空の例です。ダイキン工業の数値は同社公開ページの目安です。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

弊社のご紹介

SEO・AIO/LLMO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

https://www.switchitmaker2.com/

2,000社+
支援実績 ／ 創業15年

YouTube
会員登録 30,000人

7冊
SEO関連書籍出版





確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- 15年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。20人の少数精鋭ながら大手企業、上場企業の支援多数。
- 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積。
- Google検索【SEOコンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】【格安LLMO】など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

実績　取引先一例

国内企業様 取引先一例

株式会社芝浦電子
サンポール
田靡製麺
MDI株式会社
HEAT EXCHANGE SYSTEM SOLUTION
EMC技術の明日をひらく
DENKENSEIKI
株式会社建設技術研究所
富士ロジテック
高千穂交易株式会社
TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.
銀座 英國屋
Packaging Solution
OIZURU
上野黒門
安井商店
SINCE 1928

グローバル企業様 取引先一例

OMRON
KIKUSUI
FUJIOH
RS
ISF NET
EUROPEAN FLAGPOLE SunPole
CROWN
RECORDS MANAGEMENT
BRAND CLOUD
USA

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SEO TOKYO maker

公開済み記事のリライト・改善を

調査から修正・効果検証まで

東京SEOメーカーにご相談ください

- 公開済みの記事の順位や流入が下がった
- どの記事から直せばよいかわからない
- リライトの方針を根拠を持って決めたい
- 既存コンテンツの運用方針を見直したい

SEO/LLMO診断・コンサルティング・コンテンツSEO・既存記事の分析と改善・海外SEO

https://www.switchitmaker2.com/

アドマノ株式会社