

＼ はじめてでもわかる ／

# Googleアナリティクス& サーチコンソールの 活用方法

**ferret One**



# 目次

---

はじめに ～Webサイトの状態、把握できていますか?～

## ■ Googleアナリティクス編

1. [Googleアナリティクスって何?](#)
2. [Googleアナリティクスで何がわかるの?](#)
3. [Googleアナリティクスに登録しよう](#)
4. [Googleアナリティクスを  
実際に使ってみよう!](#)

## ■ Googleサーチコンソール編

1. [Googleサーチコンソールって何?](#)
2. [Googleサーチコンソールで何ができるの?](#)
3. [Googleサーチコンソールに登録しよう](#)
4. [Googleサーチコンソールを  
実際に使ってみよう!](#)

※目次リンクから各章へ移動できます。

## はじめに ~Webサイトの状態、把握できていますか?~

---

「Googleアナリティクス」「Googleサーチコンソール」

どちらもWebサイトの状態を把握するためにはなくてはならないものです。

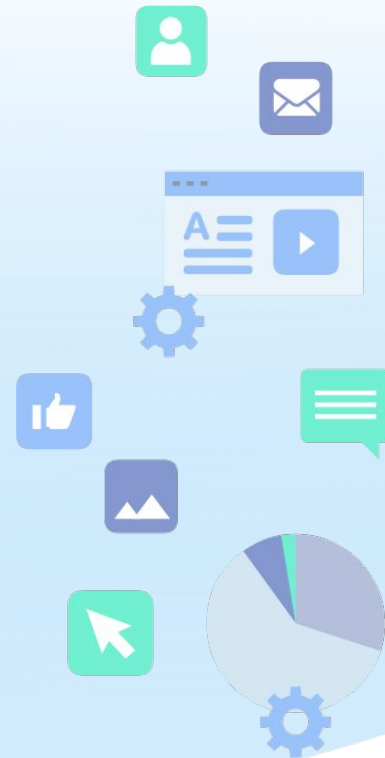
非常に便利なツールですが、レポートの見方やカスタマイズの仕方などを自分で学ぶ必要があるため、初心者にとって取っ付きにくいといった意見を耳にします。

また、これらのツールのデータを見て終わり・報告して終わりにして、データを施策に活用できていないことも多々あります。

本資料では、ツール初心者向けに GoogleアナリティクスとGoogleサーチコンソールについて基本的な機能や使い方をご紹介します。

2つのツールを活用し、自社 Webサイトの改善に役立ててください。

# 1. Googleアナリティクスって何？



# 1 Googleアナリティクスって何？

## 【1】Googleアナリティクスとは

Googleアナリティクスは、Googleが提供するアクセス解析ツールです。  
Webサイトに訪れたユーザーの行動を検証することができます。



- ・Webサイトを訪れた人の数
- ・訪れた人のWebサイト内の動き
- ・訪れた際に使用したデバイス(パソコン・スマホ)

サイト内に計測タグを埋め込むことで、上記のようなデータを計測できます。  
基本的に無料で利用可能です。

Googleアナリティクスには、標準で用意されたものだけでも 100種類以上のレポートを見ることができるほか、ユーザーが自分で作成できる「カスタムレポート」機能も存在します。

# 1 Googleアナリティクスって何？

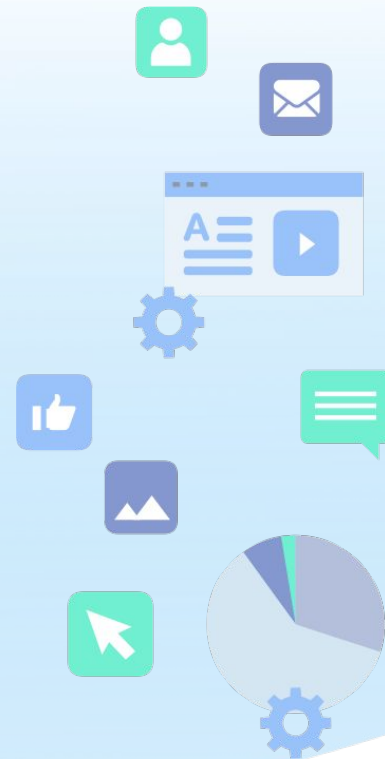
## 【2】無料版と有料版の違い

Googleアナリティクスは基本的に無料で利用できますが、「Googleアナリティクス 360 Suite」という有料版が存在します。

	アナリティクス	アナリティクス360Suite
料金	無料	月額130万
1ヶ月のヒット数	1000万まで	10億まで
データ更新頻度	24時間以上	4時間

有料版は10億ヒット以上のデータを扱えるほか、教育プログラムなどのサポートが充実していますが、大規模な Web サイトを本格的に分析するということであれば、**無料版の機能で十分** 事足ります。

## 2. Googleアナリティクスで 何がわかるの？



## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

Googleアナリティクスでは次のような内容进行分析することができます。

### 【1】基本的な指標

#### ・訪問数(セッション数)

ユーザーがWebサイトに訪問した回数のことです。

Webサイトに流入してから離脱するまでの **一連の流れ**を1セッションと数えます。

ページ内に滞在したままで、行動が 30分間なかった場合や日付が変わった場合は、セッションは途切れるという扱いになります。

#### ・ユーザー数

ホームページに訪れた固有のユーザーの数です。

例えば、あるWebサイトに1日4回訪問した人がいたとしても、ユーザー数は「1」というカウントになります。



## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

---

### ・ページビュー数(PV数)

サイト内のページが表示された回数を指します。

PV数はWebサイトの中の人気コンテンツを探す指標になります。

### ・平均ページ滞在時間

ユーザーがそのページにどれだけ止まっていたかを示しています。

全てのユーザーのページ滞在時間の合計を、全体のページビュー数で割った値で、ユーザーがどれだけコンテンツを消費したかどうかを評価する指標の 1つです。

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

### ・直帰率

「直帰」は1セッションで1PVしかない訪問のことです。

「直帰率」は、全ての訪問のうち 1ページだけ見て帰ってしまった訪問の割合を指します。

サイト全体の直帰率が 50%を超えてしまうと、一般的に直帰率が高いとみなされます。

### ・離脱率

「離脱」はユーザーが Web サイトの閲覧をやめることを指します。

そのため「離脱率」とは、そのページが開かれた回数 (PV数)を、そのページで離脱したユーザーの数で割った値を指します。

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

---

### 【2】ユーザーの性質

- ・**ユーザーの属性(年齢・性別)**

訪問しているユーザーの年齢や性別などを知ることができます。

- ・**ユーザーの興味・関心**

Webサイトに来ているユーザーがどのようなことに興味があるのかを知ることができます。

- ・**ユーザーの分布(言語・地域)**

訪問しているユーザーがどの言語を使う人か、世界(日本)のどこのエリアからアクセスをしているのかを知ることができます。

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

---

### ・ユーザーの環境(ブラウザ・OS・端末)

ユーザーがWebサイトにアクセスするために使用した

ブラウザ (Internet Explorer・Safari・Firefox・Google Chromeなど) や、

OS (Mac OS、Microsoft、iOS、Androidなど)、

利用端末 (デスクトップ・モバイル・タブレット) がわかります。

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

### 【3】ユーザーの行動

#### ・ユーザー行動

訪問したユーザーが新規なのかリピーターなのか、またその回数や間隔などサイト内の行動を知ることができます。

#### ・流入してきた参照元

参照元とは流入元のWebサイトのことです。例えばGoogleの検索で流入した場合とfacebookから流入した場合、それぞれ参照元は「Google」と「facebook」になります。

#### ・ユーザーの行動フロー

訪問したユーザーがWebサイトに入った後、どのようにページを遷移したか、ということがわかります。ただし、個別のユーザーに対して細かに行動が追えるわけではなく、全体的なものになります。

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

### ・流入チャネル

チャネルとはユーザーが Web サイトに入ってくる際の経路のことです。

Google アナリティクスではチャネルを以下の 7 カテゴリーに分類しています。

① Direct	ブラウザでの URL の直接入力やブックマークからの訪問
② Email	メールからの訪問
③ Organic Search	自然検索からの訪問
④ Referral	自然検索・ソーシャルメディア以外の、リンク経由での訪問
⑤ Paid Search	Google アドワーズのリスティング広告からの訪問
⑥ Display	Google アドワーズのディスプレイ広告からの訪問
⑦ Social	Facebook や Twitter などのソーシャルメディアからの訪問

## 2 Googleアナリティクスで何がわかるの？

---

### 【4】その他

- ・ページの読み込み速度

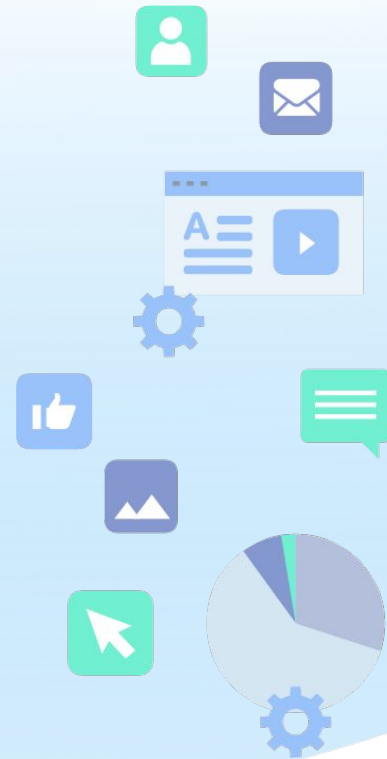
サイト内のページそれぞれで表示される速度がわかります。

読み込み速度が遅すぎるとユーザー体験が損なわれるので注意しましょう。

- ・サイト内検索

サイト内でどのようなキーワードが検索されたかを集計できます。

### 3. Googleアナリティクスに登録しよう





### 3 Googleアナリティクスに登録しよう

Googleアナリティクスを利用するためには、  
まずGoogleアカウントを取得する必要があります。

GmailやGoogleドライブなどを利用しており、  
すでにアカウントをお持ちの方は  
新たに取得する必要はありません。

新しくGoogleアカウントを作る場合には、  
次ページの4つの手順で取得してください。



The screenshot shows the Google Account creation interface. At the top is the Google logo and the title 'Google アカウントの作成'. Below this are input fields for '姓' (Last name) and '名' (First name). A 'ユーザー名' (Username) field is followed by '@gmail.com'. A note states that half-width alphanumeric characters, numbers, and periods are allowed, and a link offers to use the current email address. Password fields for 'パスワード' and '確認' (Confirm) are present, with a note requiring 8 characters. A '次へ' (Next) button is at the bottom right. To the right of the form is an illustration of a person with a shield and various service icons, with text stating that one account is used for all Google services. At the very bottom, there are links for '日本語' (Japanese), 'ヘルプ' (Help), 'プライバシー' (Privacy), and '規約' (Terms).

Google  
Google アカウントの作成

姓  名

ユーザー名  @gmail.com

半角英字、数字、ピリオドを使用できます。  
[代わりに現在のメールアドレスを使用](#)

パスワード  確認

半角英字、数字、記号を組み合わせて8文字以上で入力してください

[代わりにログイン](#) [次へ](#)

1つのアカウントでGoogleのすべてのサービスをご利用いただけます。

[日本語](#) [ヘルプ](#) [プライバシー](#) [規約](#)

### 3 Googleアナリティクスに登録しよう

① 検索エンジン (Google・Yahoo!など) で「Googleアカウント作成」と検索

② 「Google アカウントの作成」というページをクリック

③ 右のような画面が表示されるので、  
必要項目を記載して「次へ」をクリック

A screenshot of the Google Account creation page. The Google logo is at the top, followed by the title 'Google アカウントの作成'. There are input fields for '姓' (Last name) and '名' (First name). Below these is a field for 'ユーザー名' (Username) with '@gmail.com' as a placeholder. A note says '半角英字、数字、ピリオドを使用できます。' (Use lowercase letters, numbers, and periods). Below that is a link '代わりに現在のメールアドレスを使用' (Use my current email address instead). There are fields for 'パスワード' (Password) and '確認' (Confirm), with a note '半角英字、数字、記号を組み合わせて 8 文字以上で入力してください' (Use lowercase letters, numbers, and symbols to create a password of 8 or more characters). At the bottom left is a link '代わりにログイン' (Sign in with my account instead), and at the bottom right is a red button labeled '次へ' (Next). On the right side of the form is an illustration of a person with a shield and a laptop showing Google services. Text next to it says '1 つのアカウントで Google のすべてのサービスをご利用いただけます。' (You can use all Google services with one account).

日本語 ▾

ヘルプ プライバシー 規約

### 3 Googleアナリティクスに登録しよう

- ④ 完了したら、電話番号と生年月日を記入する欄があるので、そちらも埋めていきましょう。

電話番号にコードが送られてくるので、  
電話番号認証が完了すれば  
Googleのアカウントを作成できます。



The screenshot shows the Google account creation interface. At the top, the Google logo is followed by 'Google へようこそ' and the email address 'sample2200120@gmail.com'. Below this, there is a section for '電話番号 (省略可)' with a red dot and a dropdown arrow, and the text '電話番号を入力'. A note states: 'Google では、アカウントのセキュリティ保護に電話番号を使用します。電話番号が他のユーザーに公開されることはありません。' There are two input fields: '再設定用のメールアドレス (省略可)' and 'アカウントを保護する目的で使用されます'. The birth date is entered as '1985' for the year, '3 月' for the month, and '20' for the day. The gender is set to '男性'. To the right, there is an illustration of a blue shield with a white padlock, a red balloon, a laptop, and a birthday cake. Below the illustration, it says '個人情報是非公開であり、安全です'. At the bottom left, there is a link 'この情報が必要な理由'.

# 3 Googleアナリティクスに登録しよう

## 【1】Google Analyticsアカウントの取得方法

Googleアカウントが作成できたら、続いて Googleアナリティクスのアカウントを取得しましょう。

- ① Googleアカウントでログインした状態で、「Googleアナリティクス」と検索する
- ② 「Googleアナリティクス <https://analytics.google.com/analytics/>」をクリック
- ③ 下のような画面が表示されるので、「登録」をクリック



# 3 Googleアナリティクスに登録しよう

## ④ Webサイトの情報を入力する

アナリティクス

アカウントの作成

- ✓ アカウントの設定 編集
- ✓ 測定の対象を指定します。 編集
- 3 プロパティの設定

プロパティの詳細

ウェブサイトの名前  
サンプル

ウェブサイトの URL  
http:// sample.com

業種  
リファレンス

レポートのタイムゾーン  
日本 (GMT+09:00) 日本時間

作成 前へ

「登録」をクリックしたら、新たな画面が表示されるので必要事項を記入していきましょう。

全て入力が完了すれば、Google Analyticsのアカウントを作成することができます。

作成が完了したら、次のステップに移ります。

# 3 Googleアナリティクスに登録しよう

## ⑤ 開設したアカウントを確認

まずは、先ほど登録した Google Analyticsを開きましょう。

現在、Google analytics  
に登録すると、同時にトラッ  
キングコードが表示される  
仕組みになっています。

管理 ユーザー

トラッキング ID

ステータス

過去 48 時間にトラフィック データを受信しています。

0 現在のアクティブ ユーザー数です。詳しくは、リアルタイムのトラフィック レポートでご確認ください。

テストトラフィックを送信

ウェブサイトのトラッキング

グローバル サイトタグ (gtag.js)

このプロパティで使用する Global Site Tag (gtag.js) トラッキング コードです。このコードをコピーして、トラッキングするすべてのウェブページの <HEAD> 内の最初の要素として貼り付けてください。ページにすでに Global Site Tag が配置されている場合は、以下のスニペットの config 行のみを既存の Global Site Tag に追加してください。

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-135498820-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-135498820-1');
</script>
```

コピー

Global Site Tag (gtag.js) を使用すると、Google のサイトの測定、コンバージョン トラッキング、リマーケティング サービスでのタグ設定が合理化されます。タグの管理や実装も容易になります。また、公開される最新の動的な機能や統合のメリットをすぐに活かすことができます。詳細

接続済みのサイトタグ

0 個が接続済み

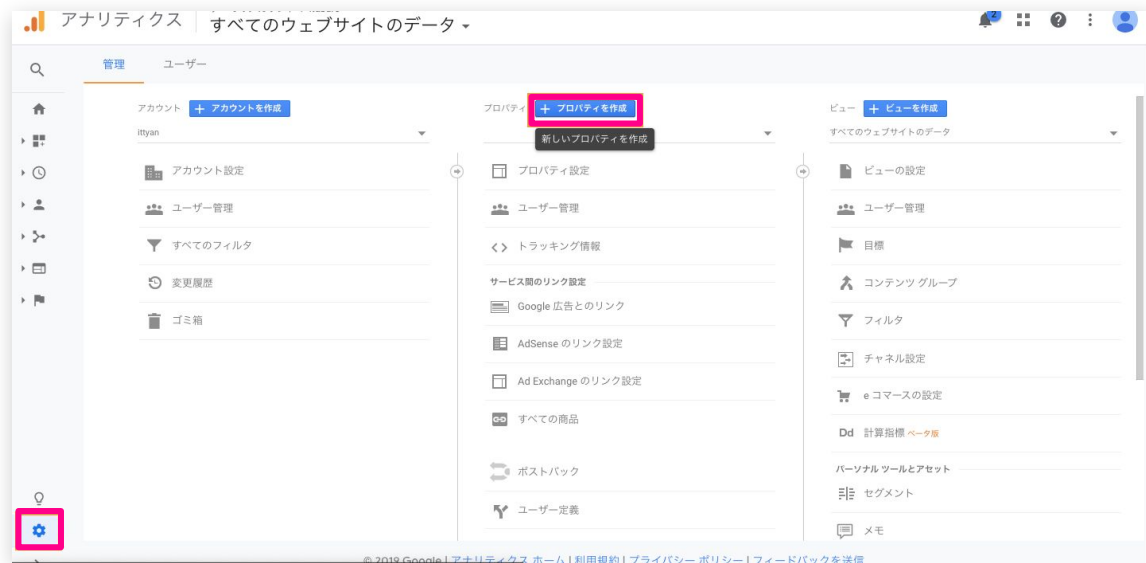
© 2019 Google | アナリティクス ホーム | 利用規約 | プライバシー ポリシー | フィードバックを送信

# 3 Googleアナリティクスに登録しよう

## ⑤ 開設したアカウントを確認

しかし、Google analyticsに登録してから一度画面を閉じてしまった場合は表示されることはありません。

その場合は、右の画像にそって左下の歯車のマークをクリックし、プロパティ設定を開きます。



# 3 Googleアナリティクスに登録しよう

## 【2】計測タグの埋め込み

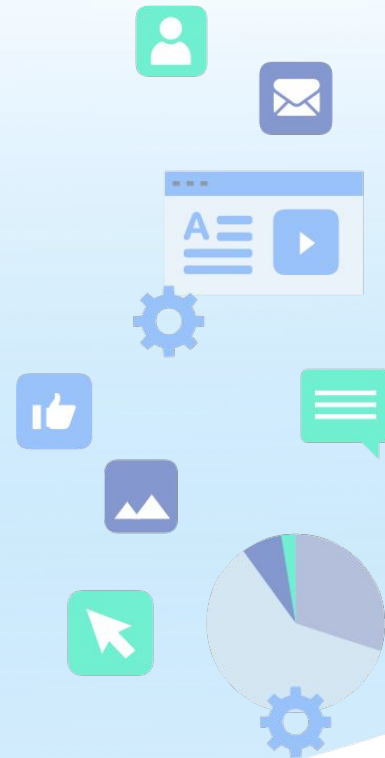
Webサイトの登録が完了したら、計測タグを Webサイトに埋め込みましょう。  
先ほど確認した「管理」ページの「**トラッキングコード**」をコピーして、  
計測する対象のページに貼り付けてください。  
挿入する場所は、**</head>タグの直前**が推奨されています。

Googleタグマネージャーでタグを管理している Webサイトは、  
Googleタグマネージャでアナリティクスを管理した方がエンジニアの開発が不要であったり、  
設定管理が簡単だったりするのでオススメです！

参考: GTMのアカウント作成とGoogle アナリティクスの実装  
<https://ferret-plus.com/10450>



## 4. Googleアナリティクスを 実際に使ってみよう！



# 4 Googleアナリティクスを実際に使ってみよう！

## 【1】レポート画面を見てみよう

Googleアナリティクスの[ホーム]では下の画像のような画面が表示されます。

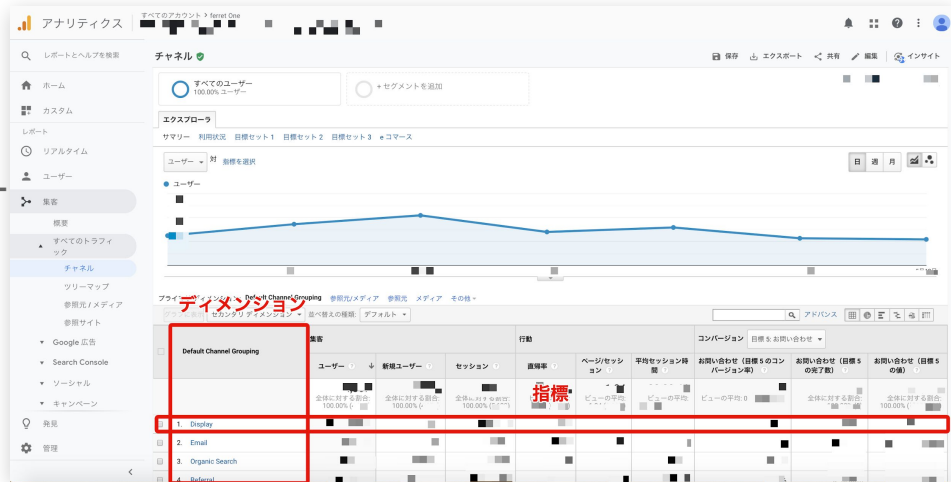
左側には「ナビゲーションメニュー」と呼ばれるメニューが配置されており、このナビゲーションメニューを切り替えることにより基本的なデータを見ることができます。



# 4 Googleアナリティクスを実際に使ってみよう！

ここでは、参考としてWebサイトの流入チャネルのレポートを見てみましょう。

流入チャネルごとのデータを見るためには、ナビゲーションメニューの**【集客】**から、**【すべてのトラフィック】**、**【チャネル】**とクリックしていきます。右のような画面が現れます。



レポート画面上では、表の部分を確認しましょう。

この表を絞り込んだり並べ替えたりすることで、より深く分析することができます。

この表の縦軸をディメンション、横軸を指標と呼びます。

Webサイトがどのような経路から訪問されることが多いのかを調べてみましょう。

# 4 Googleアナリティクスを実際に使ってみよう！

## 【2】コンバージョンを設定しよう

Googleアナリティクスで計測できるコンバージョンは 4種類あります。

### コンバージョンの種類

① 目標URL	特定のページが読み込まれた際にコンバージョンとなる
② 訪問の滞在時間	セッションが一定時間以上継続するとコンバージョンとなる
③ ページビュー数/ スクリーンビュー数	Webサイトにアクセスしたユーザーに一定数以上のページが表示されるとコンバージョンとなる
④ イベント (webサイト内の行動)	イベントとして定義された操作が発生するとコンバージョンとなる ※Googleアナリティクスのトラッキングコードでカスタマイズが必要です。

## 4 Googleアナリティクスを実際に使ってみよう！

### コンバージョンの設定方法

- ① ナビゲーションメニューの**【管理】**の「**ビュー**」から**【目標】**を選択
- ② 画面上の**【新しい目標】**をクリック
- ③ 目標設定で「**テンプレート**」もしくは「**カスタム**」を選択
- ④ 目標の説明で「**目標の名前**」「**タイプ**」を設定
- ⑤ 目標の詳細で コンバージョンする際の「**到達 ページ URL**」、金額換算する際の「**値**」、目標達成までの推移が明確な場合は「**目標到達プロセス**」を設定

参考:コンバージョンを正しく計測するための Googleアナリティクス「目標」設定

<https://ferret-plus.com/curriculums/10547>

## 4 Googleアナリティクスを実際に使ってみよう！

以上で基礎的な コンバージョン設定は完了です。  
コンバージョンを設定したら、計測を行いましょう。

ナビゲーションメニューの **[行動]** から **[サイト コンテンツ]**、  
**[すべてのページ]** で数値が正しく計測されているか確認してください。

注意: 目標が作成できるのはレポートのビュー1つにつき20個までです。  
Googleアナリティクスでは、一度設定した「目標」は削除できないので、  
不要な目標を増やしすぎないように注意しましょう。

# 5 Googleサーチコンソールって何？

## 【1】Googleサーチコンソールとは

Googleサーチコンソールは、Googleの検索結果でWebサイトのパフォーマンスを監視・管理するためのツールです。

運営しているWebサイトがGoogleにどのように認識されているかを確認することができます。

機能はGoogleアナリティクス同様多岐にわたりますが、次のようなことができます。



- ・Webサイトのクリック率
- ・検索結果での掲載順位
- ・ユーザーが検索時に入力するキーワード(クエリと言います)
- ・Googleに認識されているページ

こちらも、Googleアナリティクス同様、無料で利用することができます。

# 5 Googleサーチコンソールって何？

## 【2】Googleアナリティクスとの違い

Googleアナリティクスは、訪問したユーザーが「どこから来たのか」「どんなページを見たのか」「どれくらい滞在したのか」など、

アクセスしてきた後のデータの取得に長けたツールです。

しかしながら、ユーザーがWebサイトにアクセスする前のことはわかりません。



一方、Googleサーチコンソールはアクセスしてくる前のデータを閲覧するのが特徴です。

例えば、自サイトのページが検索結果でどれくらい表示されているか、

どれくらいクリックされているかなどのデータを見ることができます。

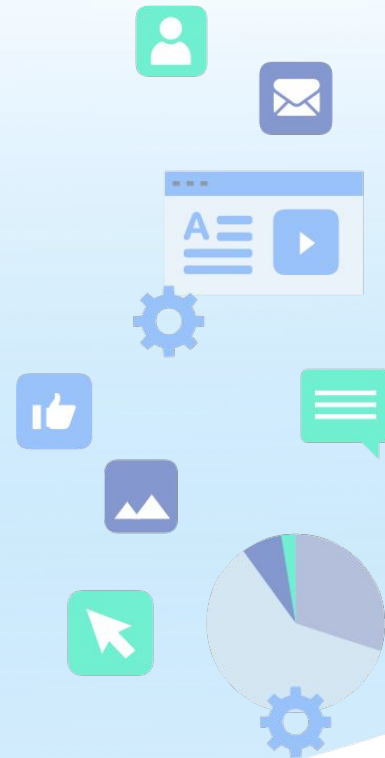
それ以外にも、検索エンジンに対するサイトの評価や、

ペナルティを受けているかも確認できます。





## 6. Googleサーチコンソールで 何ができるの？



## 6 Googleサーチコンソールで何ができるの？

---

### サーチコンソールでできること

#### ① Googleからのメッセージ

Webサイトに関するGoogleからの重要なメッセージを受け取ることができます。  
運営しているWebサイトが何らかのペナルティに引っかかってしまった場合も、  
Googleサーチコンソールで確認することができます。

#### ② 検索流入キーワードの詳細(表示回数、クリック数、掲載順位)

実際にサイトに来た検索キーワードと、  
そのキーワードでのWebサイトの検索順位、クリック率が分かります。

## 6 Googleサーチコンソールで何ができるの？

### サーチコンソールでできること

#### ③ サイトへのリンク元情報

サイトへ張られたリンク元の情報を閲覧することができます。

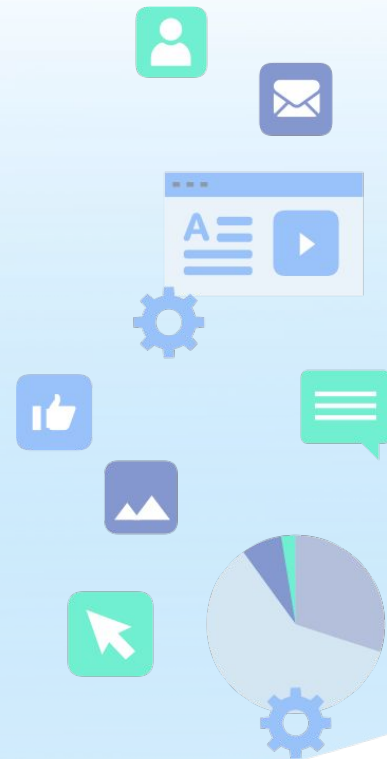
リンク元の情報を知ることによって、不正なリンクを第三者に張られたことを確認でき、Googleからペナルティを受けるリスクを回避することができます。

#### ④ 再クロールの申請

「URL検査」からインデックス登録をリクエストすることで、クローラーにWebサイトをクロールしてもらうことができます。

クローラーとは、Webサイトを認識しデータ収集を行うロボットのことで、それらがインターネット上を巡回することをクロールと言います。

## 7. Googleサーチコンソールに登録しよう



# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

## 【1】Googleアカウントにログイン

Googleアナリティクスの時と同様、Googleアカウントにログインします。  
Googleにログインしてから、Search Consoleのページに遷移して、  
「今すぐ開始」のボタンをクリックします。

Googleアカウントの取得方法は、  
[本資料の18p](#)を参照ください。



# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

## 【2】WebサイトのURLを登録

ログインが完了すると、WebサイトのURLを登録する画面に遷移します。

「ドメイン」または「URLプレックス」の2種類があります。ここではプレックスでの登録方法をご紹介します。

URLを入力したら**【続行】**をクリックして次のページに進みます。

Google Search Console へようこそ

まず、プロパティタイプを選択してください

  
**ドメイン** New

- すべてのサブドメイン（m、www、など）のすべてのURL
- HTTPS または HTTP のすべてのURL
- DNS の確認が必要です

example.com

ドメインまたはサブドメインを入力

続行

または

  
**URL プレフィックス**

- 入力されたアドレスのURLのみ
- 指定されたプロトコルのURLのみ
- 複数の確認方法に対応しています

https://ferret-one.com/

URLを入力

続行

# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

## 【3】所有権の確認

すると、「所有権の確認」画面に遷移します。  
これは、メールアドレスと登録した Web サイトを  
紐付けるために最も重要な作業です。

❶ 右の図の赤枠で囲まれている「**ファイルをダウンロード**」に表示されているのは、所有権を証明するためにサーバーに設置する HTML ファイルです。  
ファイルをダウンロードし、FTTP ツールなどを使用してサーバーに HTML ファイルを登録したドメインの index.html と同じ階層に設置することで、サイトの所有権が認められます。

おすすめの確認方法

HTML ファイル

ウェブサイト に HTML ファイル をアップロード  
する

1. ファイルをダウンロード:

📄 google43ebd03593562b6a.html

2. アップロード先: https://example.com/

確認状態を維持するには、確認が完了してもファイルを削除しないでください。

[詳細](#)

確認

# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

## 【3】所有権の確認

サーバーにアクセスする権限がないなど、

❶の方法が難しい場合は、

❷ HTMLタグを<head>内に埋め込む方法や

❸ Google Analyticsと連携させる方法、

❹ Googleタグマネージャーを用いる方法

❺ DNSの設定を編集

が用意されています。

この中でおすすめする方法は❶、❷、❸になりますが、

エンジニアなどがある場合は❹や❺の方が楽という場合もあるため、

相談してみると良いでしょう。

その他の確認方法		
HTML タグ	メタタグをサイトのホームページに追加します	▼
Google Analytics	Google アナリティクス アカウントを使用する	▼
Google タグ マネージャー	Google タグ マネージャーのアカウントを使用します	▼
ドメイン名プロバイダ	DNS の設定を編集 古い Search Console で開く	🔗
		プロパティを削除 完了



# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

## ② HTMLタグで所有権を証明する

HTML タグで所有権を証明する場合は、サーチコンソールが指定するmetaタグをheadタグ内に記述することで所有権を証明することができます。

赤枠で囲った部分をコピーし、**<head>セクション内**の、**最初の<body>セクションの前**に貼り付けてアップロードすれば完了です。

### HTML タグ

メタタグをサイトのホームページに追加します

1. 下のメタタグをコピーして、サイトのホームページにある <head> セクション内の、最初の <body> セクションの前に貼り付けます。

`<meta name="google-site-verification" content="LAGrSRnYZ42el"` [コピー](#)

2. 下の **[確認]** をクリックします。

確認状態を維持するために、確認が完了してもメタタグを削除しないでください。

[詳細](#)

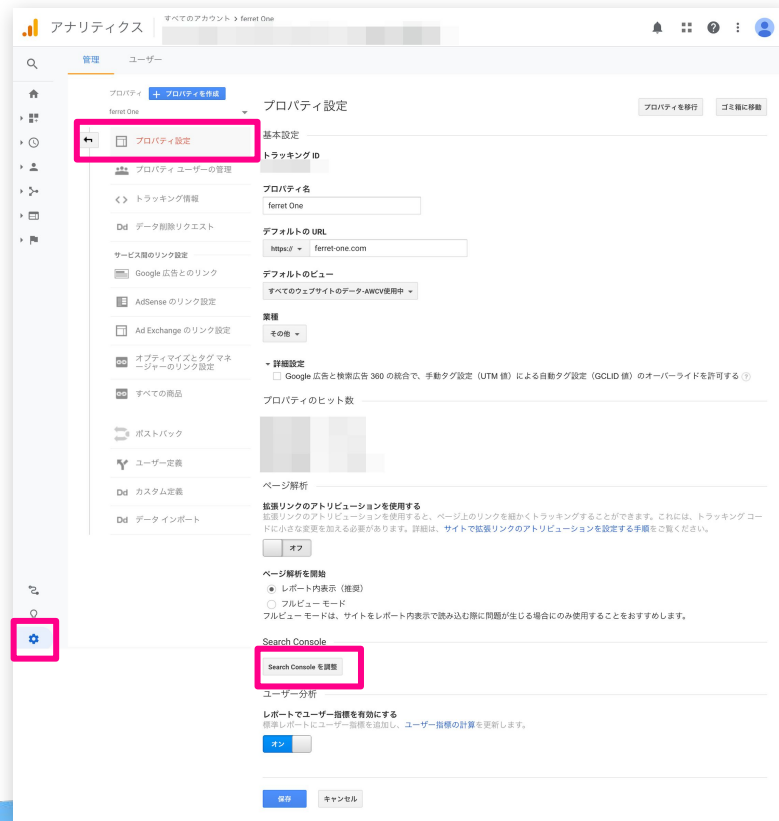
**確認**

# 7 Googleサーチコンソールに登録しよう

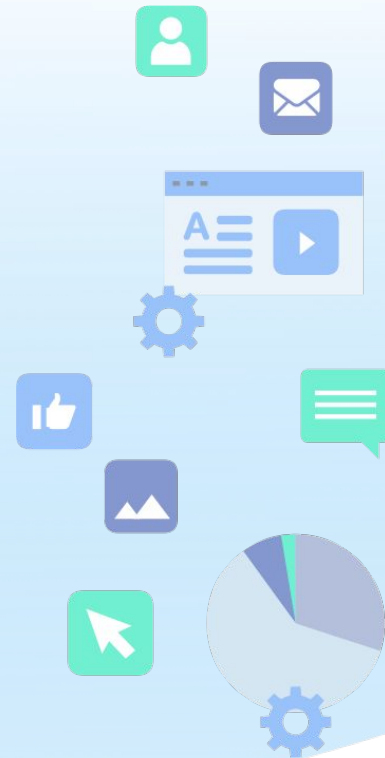
## ③ Googleアナリティクスで所有権を証明する

Googleアナリティクスで所有権を証明する場合、GoogleアナリティクスにWebサイトが登録されている必要があります。

Googleアナリティクスの管理画面の  
[プロパティ設定] 内の  
[Search Consoleを調整] から  
登録するURLを選択することで登録ができます。



## 8. Googleサーチコンソールを 実際に使ってみよう！



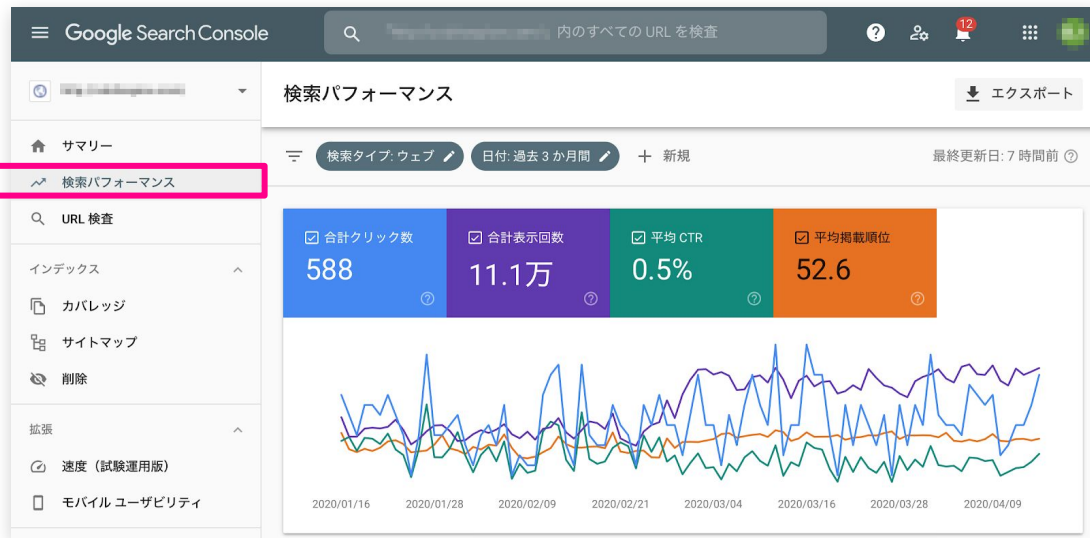
## 8 Googleサーチコンソールを実際に使ってみよう！

### 【1】Webサイトの状態を確認する

Googleサーチコンソールの中でも重要な機能である

「検索パフォーマンス」では、運営しているWebサイトがどんな検索キーワードでユーザーの目にとまっているかを知ることができます。

次ページで簡単に利用の手順をご紹介します。



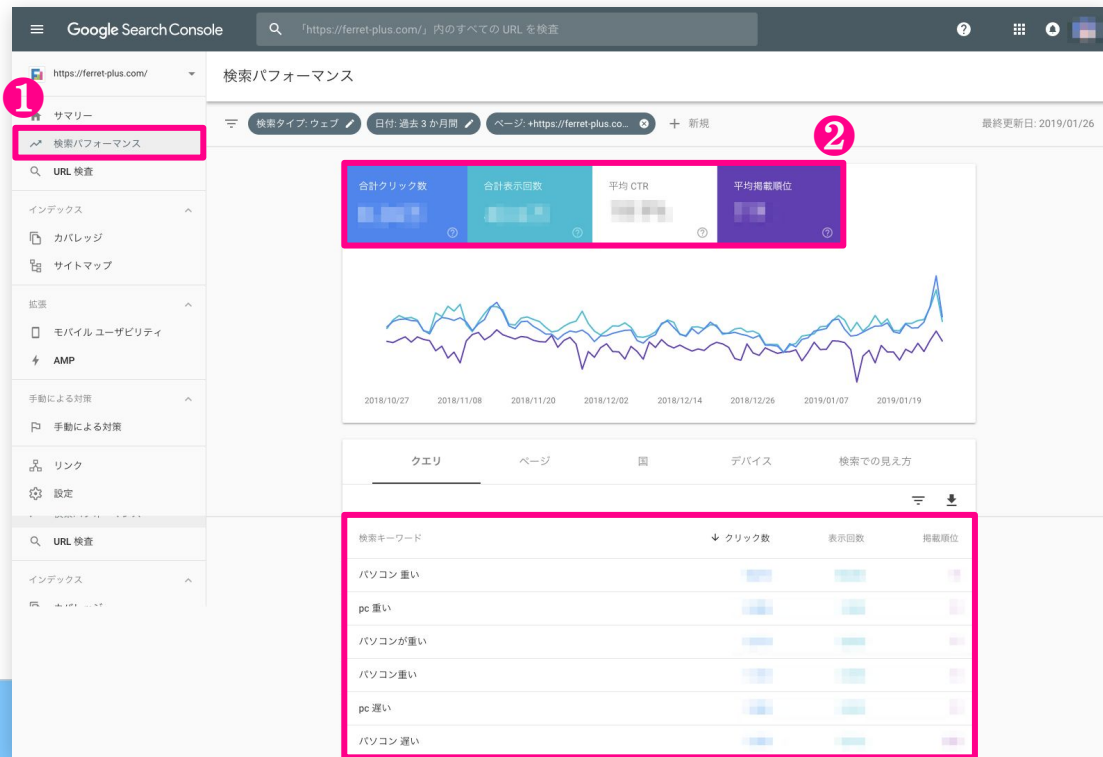
## 8 Googleサーチコンソールを実際に使ってみよう！

### ① 左側のメニューから[検索パフォーマンス]を選択

初期の画面では、流入があったキーワードとクリック数が表示されます。

### ② クリック数、表示回数、CTR、掲載順位を選択する

これにより、キーワードごとのWebサイトのパフォーマンスがわかります。



# 8 Googleサーチコンソールを実際に使ってみよう！

## 【2】Webサイトの状況をGoogleに教えよう

Googleの検索結果に反映してもらうため、Webサイトの状況を報告しましょう。  
ページを追加したり内容を更新したりしても、クローラによってデータを  
認識してもらわない限りは **検索結果に反映されません**。

より早く検索結果に表示させたい場合は、クローラの申請を行うことができます。



## 8 Googleサーチコンソールを実際に使ってみよう！

- ① メニュー「URL 検査」を選択
- ② 画面上のフォームにクロールしてほしいページのURLを入力
- ③ [公開URLテスト]をクリック。
- ④ エラーが表示されていなければインデックス登録が可能です。
- ⑤ [インデックス登録をリクエスト]をクリック

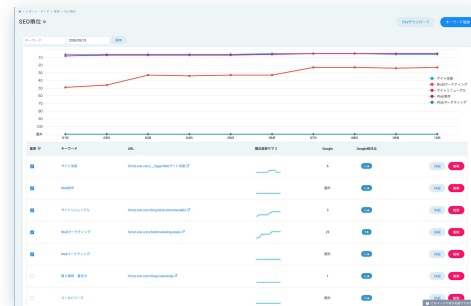
これで、ページをクロールするリクエストをGoogleに送ることができました。



サイト分析、顧客管理、ページ更新も  
これ1つ！PDCAが高速に回せます！

こんな機能がこれ1つ

サイト編集	サイト作成／編集・LP作成
効果検証	アクセス解析・SEO順位チェック機能 ユーザー行動履歴・広告レポート
コンテンツマーケ	ブログ機能・SNS連動投稿
メールマーケ	ステップメール・セグメントメール

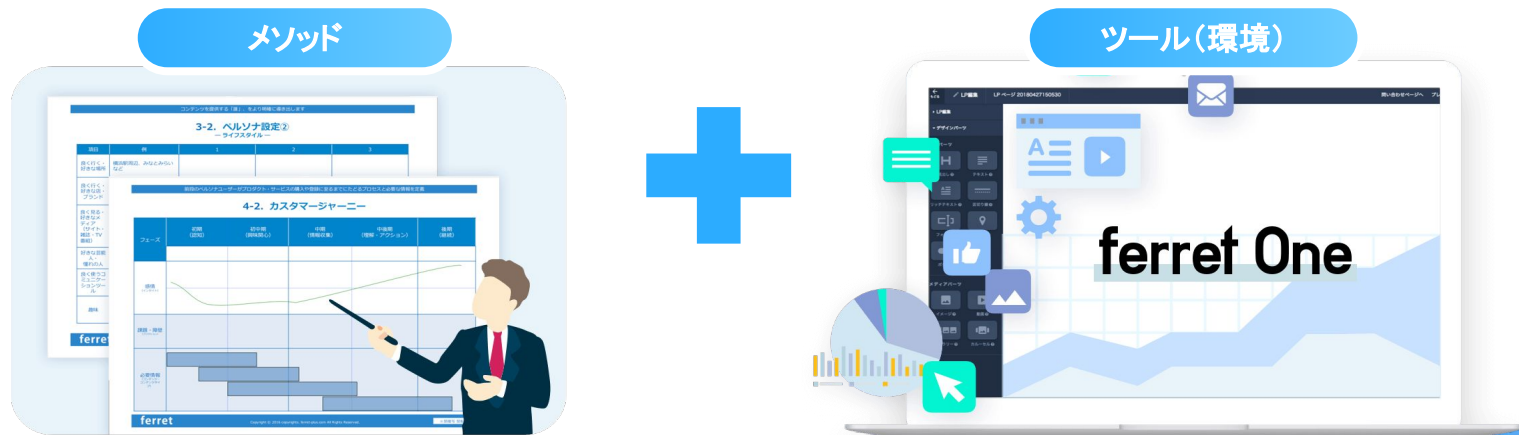




## 弊社提供のサービス ferret Oneのご紹介

Webマーケティング戦略の**メソッド**と、すぐに実行できる**ツール**をセットで提供。

サイト分析だけでなく、Webマーケティングの  
全体最適化をサポートします。

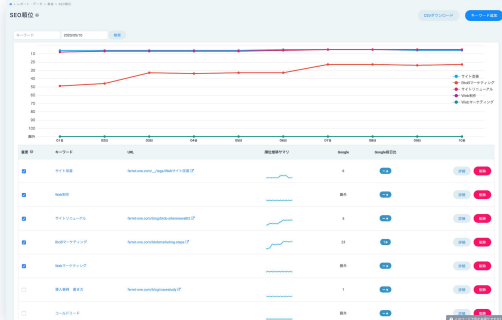


## Webマーケティングに必要な機能がこれ1つで

## 各種サイトレポート



## SEO順位チェック



## ユーザー行動履歴



## サイト編集(CMS)



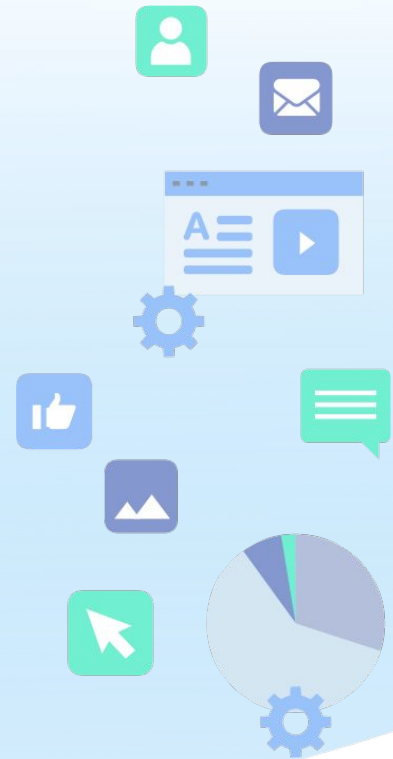
メールマーケ



## お問い合わせ管理



## 5. Googleサーチコンソールって何？

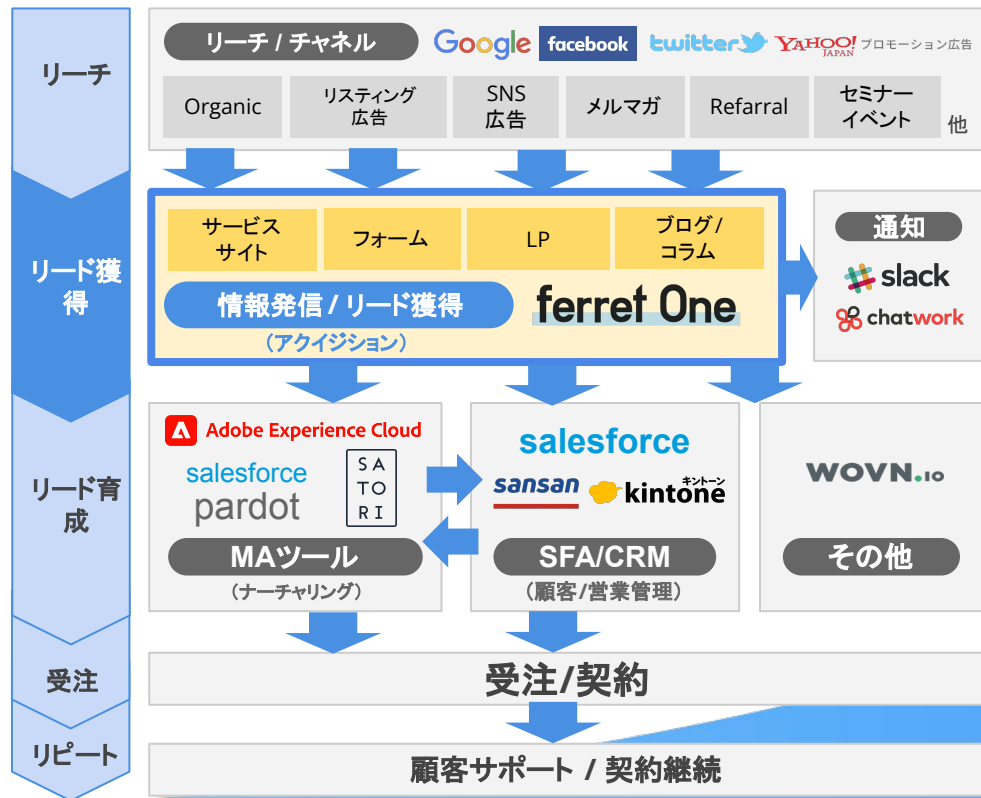


# MAツール・CRM/SFAツールとの連携

MAやCRM/SFAを有効活用するには、  
まず十分なリードの獲得が必要です。

ferret Oneは、一連のマーケティング活動の  
中での情報発信とリード獲得に特化した  
ツールです。

MAやCRMと連携することで、リード獲得からリー  
ド育成(ナーチャリング)までの流れを ferret One  
一つで管理できるようになります。



## 導入事例 ① 新規事業の拡大

### サイト制作から運用定着までの 一貫したサポートが導入の決め手に

#### 導入前の 課題

- ・Webでの見込み顧客獲得ノウハウの不足
- ・リソースの不足

弊社では、法人向け福利厚生としてスムージーと健康セミナーをオフィスにお届けする新規事業を展開しています。

ferret Oneはferretで得た独自のメソッドを基に、弊社の新規事業に適したWebサイトの制作からWeb集客施策の運用体制の定着までを一貫してできるようなサービスを提案してくれました。

ノウハウがない弊社にも寄り添って、全面的にサポートしてくれるところに大変魅力を感じましたね。

#### キリンビバレッジ株式会社

(福利厚生サービス)

マーケティング部 主任 善田英樹 氏



## 導入事例 ② サイトリニューアル

### 導入3ヶ月で150万円のコスト削減 CPAも50%以下に

#### 導入前の 課題

Webサイトのちょっとした更新でも  
コストと時間がかかる

おかげさまで得られた効果は想像以上でした。  
一つには今までかかっていた外注費用がそのまま削減できた点  
これに関しては、3ヵ月で150万円にのびります。

もう一点は施策のスピードが上がったことによるCPA改善です。  
LPの制作や細やかなチューニングも自分たちですぐにできるようになったおかげで以前の50%  
以下のCPAで獲得できるようになっています。

またページのクオリティが均一化されたのもferret Oneの恩恵かと思っています。すぐ導入で  
きて、効果も出て、何より自分たちでコントロールできるようになったことは本当によかったと  
思っています。

株式会社 識学  
(組織コンサルティング)

Web担当 小川大介 氏



## 導入事例 ③ Webサイトからの成果UP

狙ったキーワードで1位を獲得し、  
リリース後4ヶ月でPVが3倍に！

### 導入前の 課題

- ・Webサイトはあったが集客に活用できていなかった
- ・社内の担当者だけで管理できるシステムを探していた

制作会社に依頼することも検討していましたが、外部とのやり取りに時間が取られそうだったので、自社でフットワーク軽く運営できそうなferret Oneを導入することに。

コンテンツによるSEO効果により、狙ったキーワードでの検索結果が1位や2位に上がりました。セッション数も右肩上がりで、Webマーケティングが成功している実感が湧いています。

当初はCMSを使わずゼロからWebサイトを作る想定で予算を組んでいたのですが、ferret Oneの導入で結果的に100万ほどコスト削減にも成功。

やれていなかった施策が実行でき、次にやる事が見えて、かつ自社だけで簡単にチャレンジできる。想像していたよりも、多くのものが手に入ったと感じています。

### 株式会社川村インターナショナル (ビジネス翻訳)

常務取締役：森口功造 氏





# ferret One

大手企業からスタートアップまで  
1,000社を超える企業様が導入



ferret Oneサイトを見る



資料をダウンロード



セミナー情報

