AMANAUT

サイトリニューアル ガイド

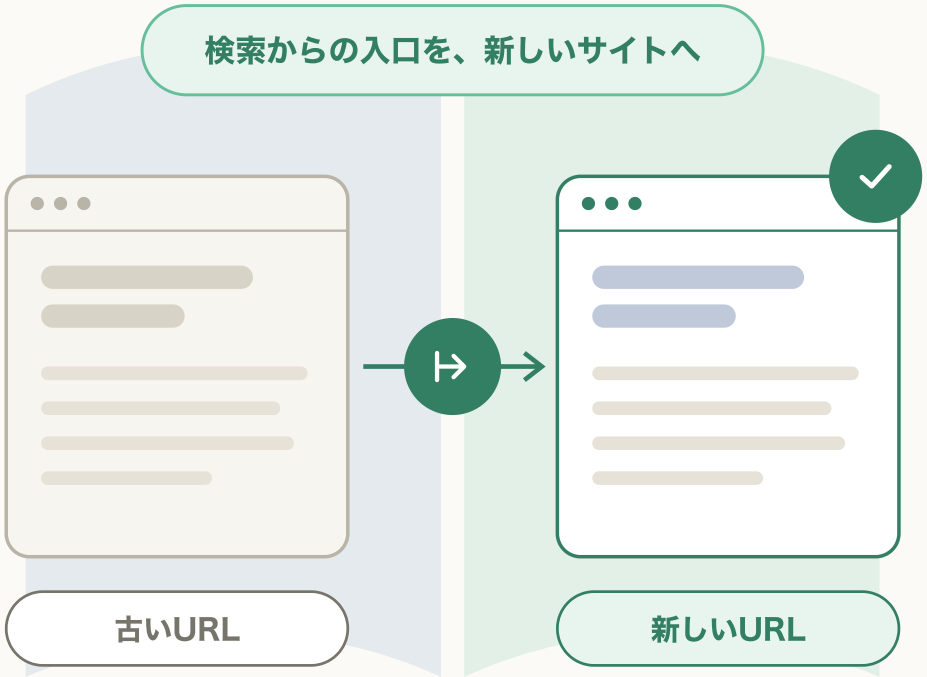
はじめての サイトリニューアル

検索からの入口を引き継ぐための、URLの棚卸し・リダイレクト・公開したあとの見方を、図を中心に紹介します。

対象：サイトのリニューアルや移転を控えた方

Googleの公式情報をもとに解説

全21ページ



編集・発行　株式会社アマノート　監修　田中寛大（代表取締役）
2026年11月版　※内容は作成時点の情報です。最終ページの免責事項をご確認ください。

このガイドで分かること

第1章
リニューアルの種類
URLが変わるかどうかで、作業の量が変わる

第2章
今のURLの棚卸し
URLの一覧と、新しいURLとの対応表

第3章
公開前の準備
テスト用のサイトの扱いと、リダイレクト

第4章
公開の日
確かめたいことと、ドメインが変わるとき

第5章
公開したあと
Search Console で見るところ

第6章
制作会社に頼むとき
名義と権利、作業の範囲

アマノートの視点
始める前の視点
目的の決め方と、SEOの担当が入る時期

アマノートの視点
公開前後の視点
移行の終え方と、公開後の判断

第1・2・4・5章のあとに「アマノートの視点」を挟んでいます。最後に、よくある質問・用語解説と、リニューアルの前に確かめるためのチェックリストがあります。

AMANAUT

同じ「リニューアル」でも、URLが変わるかどうかで、必要な作業が大きく変わる

変えるもの	URL	主な作業
見た目（デザイン）	変わらない	ページの中身と サイト内のリンクの確認
サーバー	変わらない	切り替えの準備と 公開後の動作の確認
ページの構成・URL	変わる	URLの対応表と **リダイレクト**
ドメイン	すべて変わる	対応表・リダイレクトと **アドレス変更ツール**

- デザインやサーバーを変えても、**URLが変わらなければ**、リダイレクトは必要ありません
- ページの構成やドメインを変えて**URLが変わる**ときは、古いURLから新しいURLへの対応づけと、リダイレクトの準備が必要になります

ポイント

計画や見積もりの前に、**URLが変わるページがどれだけあるか**を確かめておくと、必要な作業が見えやすくなります。

Googleは、URLが変わる移転（ドメインの変更、HTTPからHTTPSへの変更、パスの変更など）と、URLが変わらない移転（ホスティングの変更）を、別々の手順として説明しています。出典：Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」「ホスティングの変更」

AMANAUT

リニューアルの目的は、見た目より先に、事業の数字で決めたい

見た目から始めると

サイトが古くなったので、作り直したい。 →

- ○ 見た目は新しくなる
- ○ 成果を確かめにくい

事業の数字から始めると

問い合わせを、月〇件まで増やしたい。 →

- ✓ 残すページ
- ✓ 直す導線
- ✓ 公開後に見る数字

増やしたい数字から始める

問い合わせや資料請求のように、増やしたい数字を先に決めておくと、残すページ・直す導線・公開後に見る数字が決まりやすくなります

「古くなったから」だけで始めない

見た目を新しくすることが目的になると、公開したあとに、うまくいったかどうかを確かめる物差しがなくなりがちです

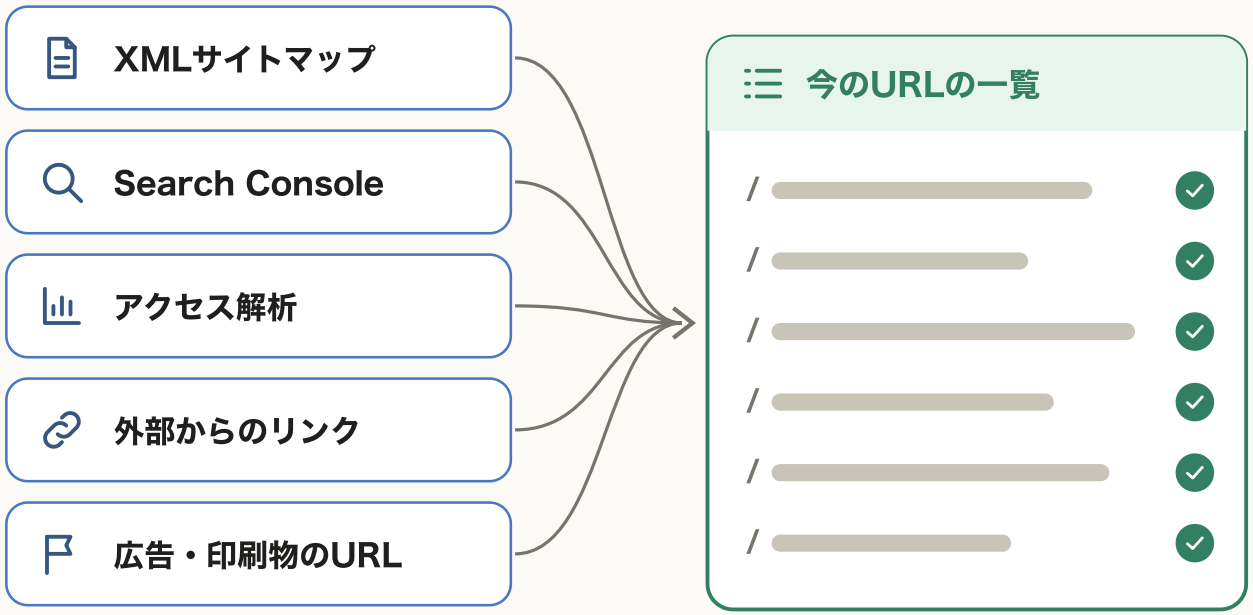
ポイント

目的の数字が決まると、**どこまで作り直すか**も判断しやすくなります。作り直さずに、一部のページを直すだけで足りることもあります。

アマノートの考え方で、どのサイトにも当てはまる決まりではありません。図は説明用の例です。

AMANAUT

新しいサイトを作る前に、今のサイトのURLを一覧にしておきたい



- Googleは、ページの構成が変わるような移転では、**今のURLを一覧にして**、新しいURLと対応させるよう説明しています
- 検索で表示されているページ、**他のサイトからリンクされているページ**、広告や印刷物に載せたURLは、特に漏らしたくないURLです

ポイント

一覧にしたURLには、すべて新しいサイトでの**扱い（転送先、または404・410）**を決めておくのがおすすめです。扱いが決まっていないURLは、リニューアルのあとに、意図せず「ページが見つかりません」になりやすいところです。

Search Console の「リンク」レポートでは、自社のサイトへリンクしている外部のサイトや、リンクされている自社のページを確かめられます。出典：Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」、Search Console ヘルプ「リンクレポート」

AMANAUT

古いURLごとに、新しいサイトでの行き先を対応表にまとめたい

古いURL		新しいURL	対応
/seo.html	→	/service/seo/	転送（301）
/company.html	→	/about/	転送（301）
/faq.html	→	/support/faq/	転送（301）
/news/123.html	→	/news/123/	転送（301）
/campaign.html	→	（転送しない）	404 / 410

URLは説明用の例

- 行き先には、古いページと**内容が対応する新しいページ**を選ぶのがおすすめです
- 多くの古いURLを、まとめてトップページへ転送すると、Googleに**ソフト404**とみなされる場合があります
- 行き先にふさわしいページがない古いURLは、**404（見つかりません）や410**を返す方法もあります

ポイント

対応表は、リダイレクトの設定だけでなく、**公開したあとの確認**にもそのまま使えます。

図は説明用の例です。出典：Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」「Google 検索のクロールエラーのトラブルシューティング」

AMANAUT

SEOの担当は、デザインが決まってからではなく、設計の最初から入りたい



ページの分け方とURLは、設計の段階で決まる

どのページを残し、どう分け、どんなURLにするかは、設計の段階で決まります。デザインのあとに見直すと、戻すのが難しくなりがちです

制作の担当と、同じ表を見ながら進める

対応表やページの構成案を、制作の担当とSEOの担当が同じ表で確かめると、公開の直前に見つかる抜けを減らしやすいと考えています

ポイント

制作会社とSEOの担当が別のときは、**最初の打ち合わせから**同席してもらうのがおすすめです。

アマノートの考え方で、どのサイトにも当てはまる決まりではありません。図は説明用のイメージです。

AMANAUT

公開前のテスト用のサイトは、パスワードなどで検索から隠しておきたい

おすすめ

パスワードで保護する

承認した人だけが見られる状態にする。Googleは、パスワードで保護したページは検索結果にも表示されないとしている

注意

noindex を付ける

検索結果には表示されないが、URLを知っている人は見られる。公開のときに外し忘れないよう注意したい

不向き

robots.txt だけで隠す

Googleは、robots.txt はページを検索結果に表示させないための仕組みではないとしている。他のページからリンクされると、URLが検索結果に出ることがある

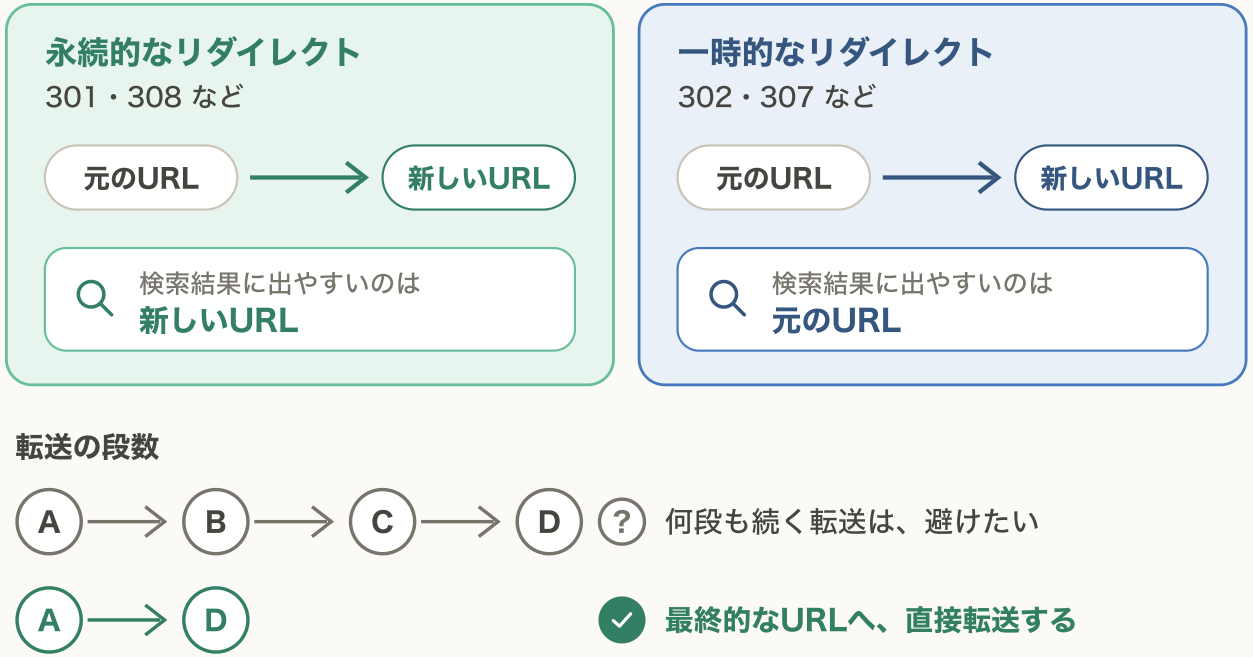
ポイント

テスト用のサイトで付けた **noindex や robots.txt のブロック**は、公開の日に外す一覧を作っておくと、外し忘れを防ぎやすくなります。

robots.txt でブロックしたページは、Googleが noindex を読み取れません。Googleは、noindex を使うときは robots.txt でブロックしないよう説明しています。出典：Google 検索セントラル「Google 検索と共有するコンテンツを管理する」「robots.txt の概要」「noindex を使用してコンテンツをインデックスから除外する」

AMANAUT

URLを移すときは、サーバー側の永続的なリダイレクトが勧められている



- **永続的なリダイレクト**（301・308など）は、転送先を正規のURLとみなすシグナルになります。検索結果には、通常は新しいURLが表示されます
- **一時的なリダイレクト**（302・307など）では、検索結果に元のURLが残りやすくなります
- 転送は、**最終的なURLへ直接**行うよう勧められています。難しい場合も、5回未満（理想は3回以下）に抑えるとされています

ポイント

Googleは、301などの永続的なリダイレクトによって、**リンクの評価（PageRank）が失われることはない**としています。

JavaScript によるリダイレクトは、サーバー側のリダイレクトなどが使えない場合に限るよう説明されています。出典：Google 検索セントラル「リダイレクトと Google 検索」（種類・JavaScript）、「サイトを移転する方法」（転送の段数・PageRank）

AMANAUT

公開の日は、リダイレクトと、検索に関わる設定をまとめて確かめたい

転送
リダイレクトは動いているか
対応表の古いURLを開き、新しいURLへ1回で転送されるか

正規
canonical は新しいURLか
新しいページの canonical が、そのページ自身を指しているか

解除
テスト用の設定は残っていないか
noindex や robots.txt のブロックを外したか

サイトマップ
新しいサイトマップは送ったか
Search Console から、新しいサイトマップを送信したか

リンク
サイト内のリンクは新しいURLか
メニューや本文のリンクが、転送を経由していないか

計測
計測は続いているか
解析のタグと、Search Console の所有権の確認を引き継いだか

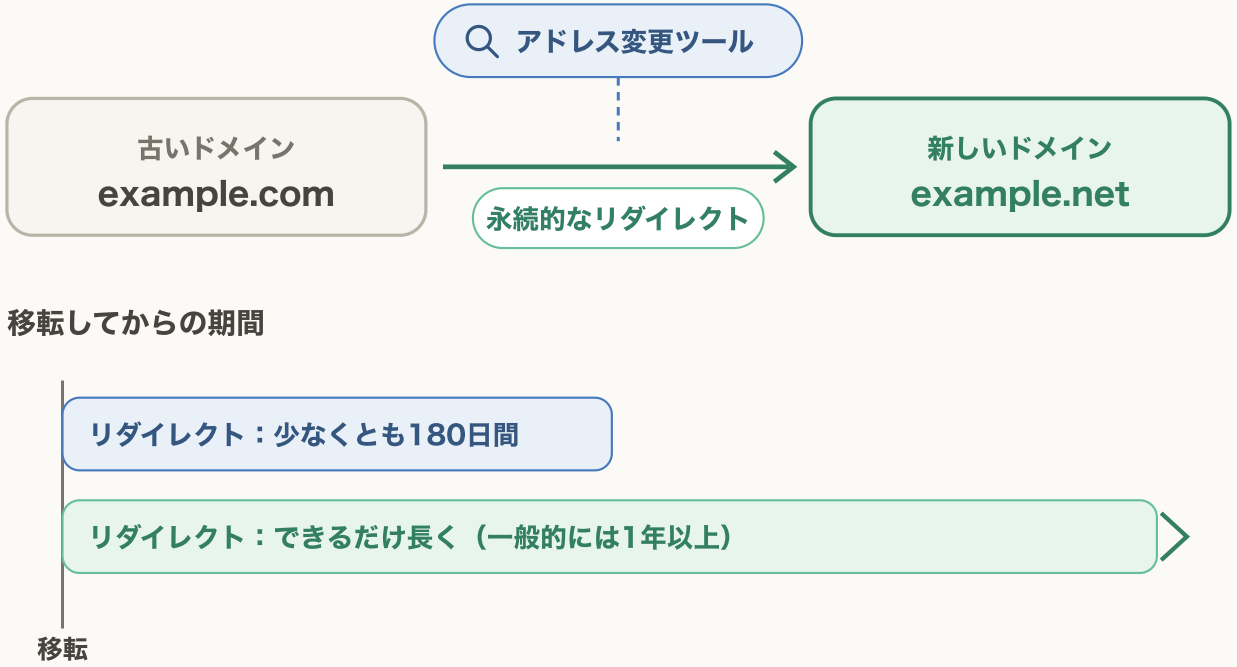
ポイント

公開の日の確認には、**第2章の対応表**がそのまま使えます。

Googleは、移転のためだけに付けた noindex や robots.txt のブロックは、必ず外すよう説明しています。出典：Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」「ホスティングの変更」

AMANAUT

ドメインが変わるときは、Search Console の「アドレス変更ツール」も使える



- アドレス変更ツールは、**ドメインやサブドメインの単位**で移転するときに使います。同じドメインの中でパスだけを変える場合や、HTTPからHTTPSへの変更には使いません
- 使うには、古いサイトと新しいサイトの両方で、Search Console の所有者として確認されている必要があります
- ツールのヘルプでは、少なくとも180日間はリダイレクトを残すよう説明されています。Googleの「サイトを移転する方法」では、できるだけ長く（一般的には1年以上）残すよう勧められています

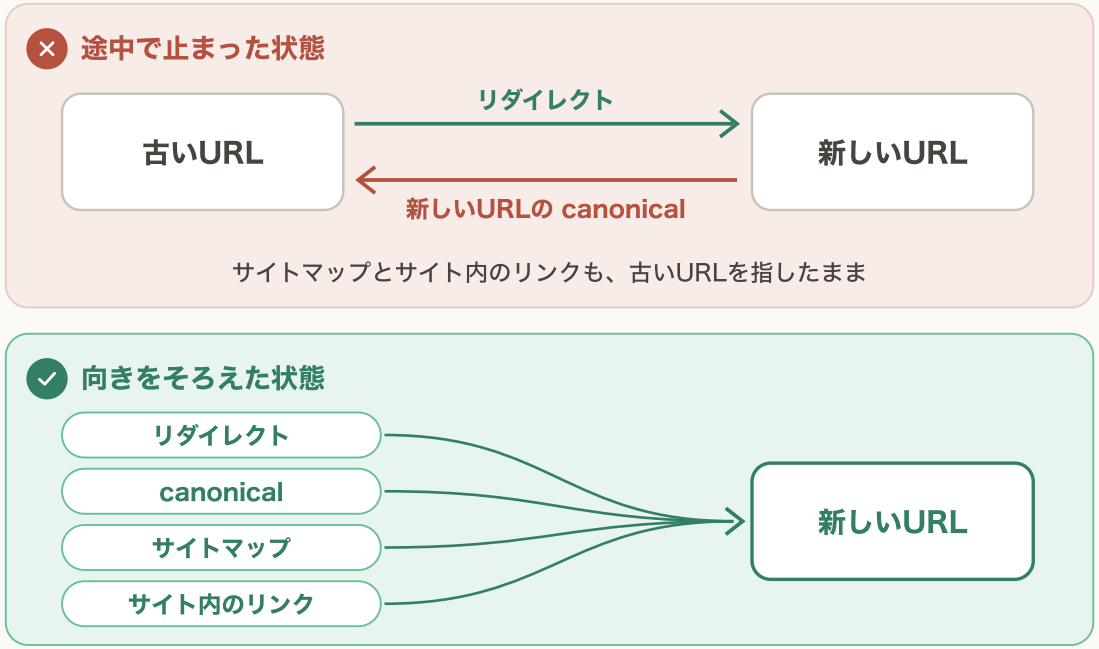
ポイント

リダイレクトを残すには、**古いドメインの契約を続けておく**必要があります。Googleも、古いドメインが他者に取得・悪用されないよう、少なくとも1年は更新し続けるよう勧めています。

図の期間は説明用で、長さの比は目安です。出典：Search Console ヘルプ「アドレス変更ツール」、Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」

AMANAUT

URLの移行は、途中で止めずに、すべての向きをそろえるまで終えたい



自社のサイトでも、途中で止まっていた

アマノートのサイトでは、一覧ページのURLの移行が途中で止まり、新しいURLの canonical が、リダイレクト元の古いURLを指していたことがありました。いまは向きをそろえています

4つの向きを、1つのURLにそろえる

リダイレクト・canonical・サイトマップ・サイト内のリンクが、すべて同じURLを指しているかを、最後に確かめるようにしています

ポイント

一部だけ移したまま止まると、**どちらのURLを正規として扱えばよいか**が、検索エンジンに伝わりにくくなると考えています。

アマノートの経験にもとづく考え方で、どのサイトにも当てはまる決まりではありません。図は説明用の例です。

AMANAUT

公開したあとは、Search Console で、新しいURLに移っていくかを見たい

登録

ページのインデックス登録

新しいURLが登録されていくか、古いURLがリダイレクトとして扱われているかを見る

検索

検索パフォーマンス

表示回数やクリック数が、古いURLから新しいURLへ移っていくかを見る

クロール

クロールの統計情報

Googleのクローラーが、新しいサイトをどのくらい巡回しているかを見る

記録

公開した日の記録

公開した日を記録しておくと、あとで数字の変化と照らし合わせやすくなる

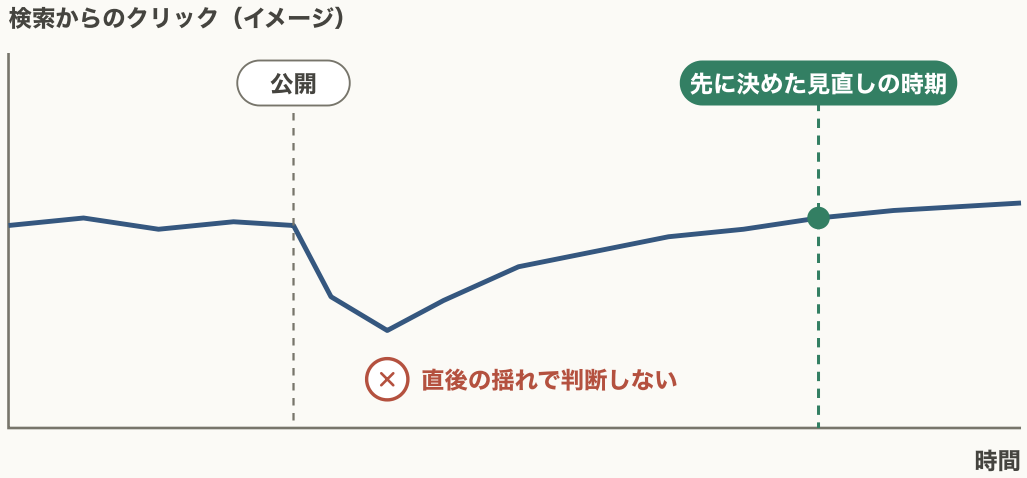
ポイント

Googleは、中規模のサイトでは、新しいURLが検索結果に表示され始めるまでに**数週間以上**かかることがあり、移転の間は順位が**一時的に変動する**ことを想定するよう説明しています。

出典：Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」、Search Console ヘルプ「ページ インデックス登録レポート」「クロールの統計情報レポート」

AMANAUT

公開直後の揺れでは判断せず、見る数字と見直す時期を先に決めておきたい



見直す時期を、公開前に決めておく

公開の直後に数字が下がっても、すぐに設定やページを変えると、何が効いたのかが分からなくなりがちです

見る数字も、公開前に決めておく

目的として決めた数字（問い合わせなど）と、検索での表示・クリックを、公開前の数字と比べるようにしています

ポイント

決めた時期より前に手を入れるのは、**リダイレクトの漏れや設定の誤り**が見つかったときに絞るようにしています。

アマノートの考え方で、どのサイトにも当てはまる決まりではありません。図は説明用のイメージで、実際の期間や数値を示すものではありません。

AMANAUT

制作会社に頼むときは、名義と権利、検索に関わる作業の範囲を先に決めておきたい

	自社が持つ	依頼先に渡す例
Search Console	所有者	作業に要る権限だけ
アクセス解析	管理者	編集者・閲覧者など
WordPress	管理者	編集者・投稿者など
ドメイン・サーバー	自社の名義で契約	作業に要るときだけ共有

- ドメインやサーバー、Search Console などの管理の権限は、**自社の名義**で持っておくと、依頼先を替えるときにも移しやすくなります
- 文化庁は、著作物の制作を依頼して報酬を支払っても、**それだけで依頼した側が著作権を取得することにはならない**と説明しています。デザインや文章の権利の扱いは、契約で決めておくのがおすすめです
- URLの対応表・リダイレクトの設定・公開後の確認を、**どこまで依頼先が担うか**も、見積もりの段階で確かめておくと安心です

ポイント

公開後の不具合に、**いつまで、どこまで対応してもらえるか**も、契約の前に確かめておきたいところです。

一般的な説明で、法的な助言ではありません。個別の契約は、弁護士などの専門家にご相談ください。図は説明用の例で、アドレス変更ツールは Search Console の所有者が操作します。出典：文化庁「誰でもできる著作権契約マニュアル」

AMANAUT

よくある質問

Q1

リニューアルすると、検索順位は必ず下がりますか？

必ず下がるとは限りません。Googleは、移転の間は順位が一時的に変動することがあり、時間の経過とともに安定するとしています。一方で、ドメインの変更とレイアウトの変更のような複数の変更は、同時に行わず1つずつ進めるよう勧めています。

Q2

デザインだけを変えるなら、何もしなくてよいですか？

URLが変わらなければ、リダイレクトは必要ありません。ただし、タイトルや見出し、本文、サイト内のリンクが変わると、検索での見え方が変わることがあります。公開の前後で、主なページの中身を比べておくのがおすすめです。

Q3

HTTPからHTTPSへの変更も、移転にあたりますか？

Googleは、HTTPからHTTPSへの変更を、URLが変わる移転の例として挙げています。リダイレクトなどの準備は同じように必要ですが、アドレス変更ツールは使いません。

AMANAUT

用語解説

リニューアル

サイトのデザインや構成、仕組みを作り直すこと。URLが変わる場合と、変わらない場合がある

ドメイン

URLのうち、サイトを表す部分。例：example.com

301リダイレクト

永続的なリダイレクトの代表的なもの。ページが移ったことを伝えるのに使う

noindex

ページを検索結果に表示しないよう、検索エンジンに伝える指定

ソフト404

存在しないページなのに、404などのエラーではなく、正常なページとして応答している状態。中身のほとんどないページが当てはまることもある

サイト移転

サイトのURLやサーバーを移すこと。Googleは、URLが変わる移転と、変わらない移転を分けて説明している

リダイレクト

あるURLを開いた人やクローラーを、別のURLへ自動で転送すること

canonical

内容が同じ、または似ているページのうち、正規のURLを示す指定。
rel="canonical" と書く

robots.txt

クローラーに、サイトのどこを巡回してよいかを伝えるファイル

XMLサイトマップ

サイトのURLの一覧を、検索エンジンに伝えるためのファイル

AMANAUT

リニューアルの前に、確かめておきたい5つのこと

- [ ] **リニューアルの目的を、事業の数字で決めている**
  問い合わせなど、増やしたい数字（アマノートの視点）
- [ ] **URLが変わるページがどれだけあるかを、把握している**
  見た目・サーバー・ページの構成・ドメイン（第1章）
- [ ] **今のURLの一覧と、新しいURLとの対応表がある**
  扱いの決まっていないURLを残さない（第2章）
- [ ] **SEOの担当が、設計の段階から入っている**
  ページの分け方とURL（アマノートの視点）
- [ ] **公開後に見る数字と、見直す時期を決めている**
  Search Console と目的の数字（第5章・アマノートの視点）

ポイント

チェックが付かなかった項目は、制作会社との打ち合わせで確かめておきたいところです。

検索からの入口を引き継ぐリニューアルを、一緒に進めませんか

アマノートでは、今のサイトのURLと検索での実績を確かめたうえで、URLの設計とリダイレクトを含めて、WordPressでのリニューアルをお手伝いしています。

お問い合わせ

フォームから、今のサイトのURLと、リニューアルの目的をお知らせください

現状の確認

今のサイトのURLや、検索での状況を伺います

ご提案

作り直す範囲と、URLの対応表の進め方をご提案します

無料で相談する ↦

amanaut.co.jp/contact/

ご相談・お見積りは無料です。既存サイトのリニューアルは、URLの設計と301リダイレクトまで含めてお引き受けしています。

株式会社アマノートについて

会社名	株式会社アマノート（Amanaut, Inc.）
設立	2019年11月1日
代表取締役	田中寛大
所在地	東京都中央区日本橋兜町17-2 兜町第6葉山ビル4階
事業内容	コンテンツマーケティング事業（SEO・LLMOコンサルティング、記事制作・編集・専門家監修） Webメディア運営事業（ブッククランチ・雨音選書・Nihongo Search）
URL	https://amanaut.co.jp

WordPressサイト制作

SEO・LLMOの観点からの設計と、既存サイトのリニューアル

SEOコンサルティング

方針づくりから改善まで、伴走して進めます

SEOキーワード選定

狙う語を選び、手をつける順番にしてお渡しします

記事制作・専門家監修

記事の企画・制作・編集と、専門家による監修

AMANAUT

参考にした情報と免責事項

Google 検索セントラル「サイトを移転する方法」「ホスティングの変更」

developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes ・ /site-move-no-url-changes

Google 検索セントラル「リダイレクトと Google 検索」「Google 検索のクロール エラーのトラブルシューティング」

developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/301-redirects ・ /troubleshoot-crawling-errors

Google 検索セントラル「Google 検索と共有するコンテンツを管理する」「robots.txt の概要」「noindex を使用してコンテンツをインデックスから除外する」

developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/control-what-you-share ・ /robots/intro ・ /block-indexing

Search Console ヘルプ「アドレス変更ツール」「リンクレポート」「ページ インデックス登録レポート」「クロールの統計情報レポート」

support.google.com/webmasters/answer/9370220 ・ /answer/9049606 ・ /answer/7440203 ・ /answer/9679690

文化庁「誰でもできる著作権契約マニュアル」

pf.bunka.go.jp/chosaku/chosakuken/keiyaku_intro/

アマノートのコラム（コーポレートサイトのリニューアル ほか）

amanaut.co.jp/blog/corporate-website-redesign/ ほか

免責事項

本資料は、2026年11月時点で公開されているGoogleの公式情報や官公庁の資料などをもとに、株式会社アマノートが作成したものです。正確性・完全性・最新性を保証するものではありません。検索エンジンの仕様やツールの画面は変わることがあり、本資料に沿った場合でも、検索順位や成果を保証するものではありません。本資料は法的な助言ではありません。本資料の利用によって生じた損害について、当社は責任を負いかねます。本資料は、記載の各社・各団体が作成・承認したものではありません。本資料の著作権は株式会社アマノートに帰属します。引用の範囲を超える転載・複製はご遠慮ください。