

WordPress サイト管理者の実務 ノート

Mako N 編

運用ルール と 日常業務 の 実践ガイド

WordPress サイト管理者の実務ノート
運用ルールと日常業務の実践ガイド

Mako N 編



本書は、クリエイティブ・コモンズ 表示-非営利-継承 4.0 国際ライセンス (CC BY-NC-SA 4.0 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.ja>) のもとで公開されています。

ただし著作権者は、営利目的での利用に関する追加許諾を以下のとおり付与します。

- 「営利目的での利用の禁止」は、「著作権者の事前の許諾なしに、本書の内容を無改変または軽微な改変のまま、有償で出版・販売・頒布すること (電子書籍、プリント・オン・デマンド等を含む)」のみに適用します。
- それ以外の営利目的での利用は、本ライセンスに追加して、これを許諾します。すなわち、業務・組織内での利用、改変を伴う利用 (翻案・抜粋・要約を行った上での活用) 及び無償での配布は、営利・非営利を問わず (表示、継承を条件として) 行うことができます。

本書の内容は情報の提供のみを目的としています。誤りのないようできる限りの注意を払いましたが、無保証です。本書の内容を運用に適用した結果について、編著者は一切の責任を負いません。ご了承ください。

WordPress サイト管理者の実務ノート

運用ルールと日常業務の実践ガイド

Mako N 編

2026 年 3 月 27 日 第 1.0 版 PDF

© 2026 Mako N

目次

第 1 章	本書の目的と運用者の役割	1
1.1	本書の位置づけ	1
1.2	運用者とは何か	2
1.3	制作会社との役割分担	4
1.4	マルチサイト運用の基本構造	5
1.5	運用者が理解すべき管理者の役割	7
1.6	運用者の実務と責務	8
1.7	本書で使用する主な用語	9
1.8	FAQ (運用上よくある問い)	11
第 2 章	サイトを守る (セキュリティとバックアップ)	13
2.1	WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新	13
2.2	サーバー環境更新の確認	17
2.3	不正アクセス対策	19
2.4	コメントスパム対処	21
2.5	バックアップと復元	24
2.6	FAQ (運用上よくある問い)	34
第 3 章	役目を割り振る (ユーザーと権限管理)	39
3.1	安全なパスワード運用の基本	39
3.2	権限グループの考え方	40
3.3	マルチサイトにおける特権管理者の役割	43
3.4	制作会社との権限分離	45
3.5	ユーザーの追加または削除の管理基準	46
3.6	ルールの明文化	49
3.7	FAQ (運用上よくある問い)	51
第 4 章	構造を整える (設定と調整)	53
4.1	サイト基本設定の確認	53
4.2	次節以降を読む前に	55
4.3	フッターやサイドバーの微調整	56
4.4	ヘッダー画像 (トップ画像) の差し替え	58
4.5	ナビゲーションの調整	60
4.6	変更した後の最低限のチェック	62

4.7	FAQ (運用上よくある問い)	63
	コラム: WordPress のレイアウトの進化	64
第 5 章	品質を整える (投稿管理と編集実務)	67
5.1	用語統一とスタイルガイド策定	67
5.2	内容の確認	71
5.3	画像の扱い	73
5.4	投稿のメタ情報	74
5.5	カテゴリーとタグの基本	77
5.6	簡単な SEO チェック	79
5.7	公開前チェックの手順	81
5.8	投稿一覧での管理	83
5.9	FAQ (運用上よくある問い)	85
第 6 章	価値を高める (パフォーマンスと改善)	87
6.1	表示速度	87
6.2	キャッシュ	88
6.3	画像最適化	88
6.4	アクセス指標の確認	89
6.5	SEO の基本方針	89
第 7 章	記録してつなぐ (点検と引き継ぎ)	91
7.1	定期点検チェックリスト	91
7.2	定期点検の頻度とスケジュール例	94
7.3	運用記録の残し方	96
7.4	障害・不具合発生時の初動対応	99
7.5	引き継ぎと担当変更のための準備	102
7.6	運用コストの管理と見直し	107
7.7	制作会社への相談基準	109
あとがき		112
参考 URL		113

第1章

本書の目的と運用者の役割

ウェブサイトを制作会社に依頼し、ようやく納品された。あるいは、前任者から引き継いだ。どちらの場合も、いまあなたの手元には、すでに動いている WordPress サイトがあるはずです。デザインは整い、必要なページも揃い、投稿を受け付ける準備が整った状態です。

けれど、これからが本番です。

サイトは作って終わりではありません。日々のコンテンツ更新、複数の投稿者の管理、セキュリティの維持、バックアップ、軽微な設定の調整——こうした地道な作業がサイトの価値を継続的に支えます。本書は、まさにその「日常の運用」に特化したガイドです。本章では、本書が何を目的とし、誰に向けて書かれているのかを整理したうえで、運用者という役割が何を意味するのかを明確にします。

1.1 本書の位置づけ

本書が対象とするのは、**WordPress のインストールやサイト構築が完了した後の段階**です。インストール方法、テーマやプラグインの選定と設定、ゼロからのサイト設計といった内容は含みません。それらはすでに制作会社や前任者が担ってくれたはずです。本書は、その引き継ぎが終わったところから始まります。

同様に、本書は「記事の書き方」も扱いません。どのような文章を書けばよいか、どんな画像を選ぶべきかは、記事を投稿する人が考えることです。本書が想定する読者は、投稿者として記事を書く人ではなく、サイト全体を管理し複数の投稿者をまとめる立場の人です。

1.1.1 対象とする読者

本書の想定している読者は、次のような方です。

- 制作会社に依頼してサイトを作り、その後の運用を任された方
- 前任者から WordPress サイトの管理業務を引き継いだ方
- 自分でインストールやサイト構築をするほどの WordPress の専門知識はないが、日常的なサイト管理は担わなければならない方
- 個人に近い規模の会社や店舗で、本業のかたわらウェブサイトの維持管理を担っている方

つまり本書は、**WordPress の専門的な知識はなくても、日々のサイト運用を責任を**

持って担える人を育てることを目指しています。難しい技術の習得を求めるものではありません。正しい理解と適切な判断があれば、専門家でなくても WordPress サイトを安全に、着実に運営できます。本書はそのための道案内です。

また、本書は複数の投稿者で運営するサイト、とりわけ WordPress のマルチサイト機能を使って複数のサイトを一括管理する環境を主に想定しています。マルチサイトを使っていない方にとっても、本書の内容のほとんどは役に立ちますが、マルチサイト固有の話題については随所でその旨を明示します。

1.1.2 「なぜ」から始める

本書は単なる「操作手順書」ではありません。操作の手順を覚えることよりも、**なぜその操作を行うのか**を理解することを重視しています。

その理由の1つ目は、WordPress の管理画面はバージョンアップのたびにレイアウトや項目名が変わることがあるからです。「メニューの○番目をクリックする」という操作手順だけを覚えていた場合、画面が変わると対応できなくなります。しかし「このメニューはサイトの表示設定を管理するものだ」という理解があれば、名称や位置が変わっても自分で探すことができます。

2つ目の理由は、サイトの運営には毎日何かしらの判断が求められるからです。「このプラグインを更新してよいか」「このユーザーにはどの権限グループを与えるべきか」といった問いに、手順書は答えてくれません。判断できるのは、背景にある原理を理解している人だけです。

本書では、各操作の「目的」と「背景」を可能な限り説明します。操作を覚えることと、理解することの両方を大切にしながら読み進めてください。

1.1.3 「迷ったら止まる」という原則

本書が繰り返し強調するのは、この原則です。よくわからないまま操作を進めることは、サイトに回復困難なダメージを与えることがあります。

迷ったときは制作会社に相談する、操作の前にバックアップを確認する——こうした習慣が長期的なサイト運営の安定につながります。「迷ったら止まる」は、弱さではなく賢明さの表れです。

1.2 運用者とは何か

本書では、サイトの日常的な管理や運用を担う人を「**運用者**」と呼びます。

運用者は、技術的な専門家（エンジニアやデザイナーなど）でも、記事を書く投稿者でもありません。その中間に位置し、両者をつなぐ役割です。雑誌や新聞に例えるならば、記者（投稿者）が書いた原稿を整え、掲載ルールを守り、媒体全体の品質と統一感

を保つ**編集部**のような存在です。

1.2.1 運用者の責務と業務範囲

運用者の主な責務と業務範囲は、次のとおりです。

■**日常的な保守** WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新状況を確認し、適切なタイミングで更新が行われるよう管理します。バックアップの管理も運用者の重要な責務です。

単一サイト環境では、管理者 (Administrator) の権限で更新を実施できます。マルチサイト環境では、WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新を実施できるのは管理者ではなく特権管理者のみです。運用者は特権管理者の権限で更新を実施します。特権管理者の権限を制作会社に委ねている場合、運用者は更新の必要性を把握し、特権管理者へ連絡して調整することが主な役割となります。

■**ユーザー管理** ユーザーアカウントの追加または削除を行い、各ユーザーに適切な権限を設定します。複数の投稿者がいる環境では、承認フローの設計と運用も運用者の仕事です。

■**軽微な設定変更** ナビゲーションの変更、画像の差し替え、表示設定の調整など、管理画面上で完結する範囲の設定変更を行います。

■**コンテンツの管理や更新** 投稿ルールやガイドラインを策定し、投稿内容の品質をチェックして調整します。サイト全体の統一感を保つことが求められます。

これらはすべて、制作会社につど依頼するほどではありませんが誰かが責任を持って行わなければならない業務です。専門的なプログラミングの知識は必要ありません。

1.2.2 運用者に求められる心構え

運用者に必要なのは「すべてを自分でできる」という万能さではなく、次の3つです。

■**目的を理解する力** 「なぜこの操作が必要なのか」を理解したうえで作業すること。マニュアルに書かれた手順をただなぞるだけでは、状況が変わったときに対応できません。

■**適切な判断力** 「何を自分でやり、何を制作会社に任せるか」を判断できること。迷ったときは制作会社に確認することを習慣にしてください。

■**継続する姿勢** セキュリティ対策もバックアップも、一度やって終わりではありません。日々の地道な確認と実施が、サイトの安全と品質を守ります。

本書はこれらの力を養うことを目的として書かれています。

1.3 制作会社との役割分担

WordPress サイトを運営していくうえで、制作会社と運用者の間に明確な役割分担を設けることは非常に重要です。曖昧なままにしておくと、必要なときに誰も対応しない、あるいは逆に誰かが勝手に手を加えて問題が起きる、といった事態を招きます。

なお、本書では技術的な作業を担う外部の専門家を「**制作会社**」と呼びます。実際には、サポート契約を結んだ保守会社、それらの業務をお願いしたフリーランスのエンジニア、社内の IT 担当者など、関係の形はさまざまです。本書の読者によって「制作会社」が指す相手は異なりますが、「高度な技術知識を持ち、サイトの構築や保守を担う専門家」という意味で、本書全体を通じてこの呼び方で統一します。

1.3.1 制作会社が担う領域

制作会社は、高度な専門知識を要する次の作業を担います。

- サーバー環境の構築
- WordPress のインストールと初期設定 (マルチサイトのネットワーク設定を含む)
- テーマの開発、デザインの実装
- プラグインの選定、インストール、設定 (特権管理者の権限を持つ運用者が実施することも可能ですが、サイト全体への影響が大きいため、制作会社と協議したうえで行うことを推奨します)
- 大規模な仕様変更、デザイン改修、構造変更

これらは運用者が手を出すべき領域ではありません。

1.3.2 運用者が担う領域

運用者は、制作会社に依頼するほどではない日常的な作業を担います。

- WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新状況の確認と実施。特権管理者としての業務を制作会社などに委託している場合は連絡と調整
- バックアップの確認と管理
- ユーザーアカウントの追加または削除と権限の設定
- カテゴリー追加、ヘッダー画像、ナビゲーションなどの軽微な設定変更
- 日常的なコンテンツ管理 (記事の公開、修正、削除など)

1.3.3 判断に迷う「灰色地帯」

難しいのは、その中間にある作業です。たとえばヘッダー画像を差し替えることは運用者の範囲ですが、テーマのファイルを直接編集することは制作会社の仕事です。この線引きの目安として、「WordPress の管理画面上の操作で完結するか」を基準にする判断しやすいでしょう（詳しくは第 4 章で扱います）。

何かを変更しようとして「これは自分がやってよいことなのか」と迷ったときは、制作会社に確認することをためらわないでください。迷ったまま操作してサイトに問題が生じるよりも、一本連絡するほうがずっと安全です。

1.4 マルチサイト運用の基本構造

本節では、WordPress のマルチサイト機能とその特徴を整理します。マルチサイトを利用していない方は、概念の把握だけして読み進めていただいてもかまいません。

1.4.1 マルチサイトとは

WordPress には、1 つのインストール（サーバー上のファイルとデータベース）で複数のサイトを管理できる「マルチサイト」という機能があります。^{*1}たとえば、旅行情報サイトと料理レシピサイトを、同じ WordPress の仕組みで一括管理する、といったことが可能です。

マルチサイトでは、複数のサイト全体をまとめた管理の単位を「ネットワーク」または「サイトネットワーク」と呼びます。そのネットワーク内にある個々のサイトを、本書では「サブサイト」と呼びます。^{*2}

1.4.2 単一サイトとの主な違い

マルチサイトは、単一サイトとは管理の仕組みが異なります。特に次の 3 点を押さえてください。

■**管理画面の構造** マルチサイトでは、ネットワーク全体を管理する「ネットワーク管理」画面が追加されます。この画面ではサイトの追加または削除、テーマとプラグインのネットワーク全体への適用などを行います。各サブサイトの管理画面は通常の WordPress 管理画面と同様の構造ですが、一部の機能が特権管理者に限定されていません（詳細は次節）。

^{*1} WordPress サポート: ネットワークの作成

^{*2} WordPress の公式ドキュメントでは、ネットワーク内の個々のサイトを「サイト」と表記します。本書ではネットワーク全体と個々のサイトを区別するために「サブサイト」という呼称を使います。「子サイト」と呼ぶ資料もあります。

なお、ネットワーク管理画面には、管理画面上部のメニューバーから「サイトネットワーク管理」をクリックしてアクセスします。^{*3}

■**ユーザー権限の体系** マルチサイトでは、ネットワーク全体を管理する「特権管理者」という権限が存在します。単一サイトにはない権限です。詳細は次節で説明します。

■**影響範囲の共有** すべてのサブサイトが同じ WordPress インストールを共有します。これは管理の効率化につながりますが、1 か所に問題が生じるとネットワーク全体に影響が及ぶ可能性があることも意味します。

1.4.3 マルチサイトの利点

マルチサイトの主な利点は次のとおりです。

■**一元管理** WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新、またユーザー管理やセキュリティ対応をまとめて行えます。複数のサイトを個別にインストールして管理する場合と比べ、運用の手間が大幅に軽減されます。

■**コードと資源の共有** テーマとプラグインをネットワーク全体で共有できます。同じプラグインを複数サイトに個別にインストールする必要がなく、更新も一度で済みます。

■**新規サイトの追加が容易** 新しいサブサイトを追加する際は、同じネットワーク内ですばやく設定できます。

1.4.4 マルチサイトの注意点

利点の一方で、次の点には注意が必要です。

■**構築はやや複雑** マルチサイトの構築や初期設定には専門的な知識が必要です。本書では構築は対象外とし、制作会社が構築を済ませた状態からスタートします。

■**影響範囲が広い** ネットワーク全体に関わる設定変更は、すべてのサブサイトに影響します。そのような操作は慎重に行う必要があります。特に特権管理者の権限で行う変更は、復旧が困難なトラブルにつながることもあります。本書では、何かを変更する前に「何に影響するか」を確認することを繰り返し強調します。

^{*3} WordPress サポート: マルチサイトのネットワーク管理

1.5 運用者が理解すべき管理者の役割

WordPress では、ユーザーごとに「権限グループ」を設定します。権限グループとは、そのユーザーが WordPress の管理画面で何をできるかを定めるものです。英語では“Role”と呼ばれます。

権限グループを正しく理解することは、運用者にとって非常に重要です。誰にどの権限を与えるかを適切に設計することが、セキュリティの確保とスムーズな運用の両方に直結するからです。

マルチサイト環境では、以下の権限グループが基本となります。上にあるものほど権限の範囲が広く、強力です。^{*4}

1.5.1 特権管理者 (Super Admin)

マルチサイト環境でのみ存在します。ネットワーク全体を管理する、マルチサイト環境における最高位の権限グループです。WordPress の公式日本語では「特権管理者」と呼ばれます。管理画面のメニューやドキュメントでは「ネットワーク管理者」と表記される場合もあります。詳細は 3.3「マルチサイトにおける特権管理者の役割」を参照してください。

特権管理者の権限は非常に強力です。特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合は、運用者が日常的に使う権限ではないこともあります。ただし、この権限が何をできるかを理解しておくことは、運用者にとっても重要です。

1.5.2 管理者 (Administrator)

単一サイト環境では最高位の権限です。マルチサイト環境では個々のサブサイトを管理する権限になります。日常的なサイト管理の多くは、この権限で行います。

注意が必要なのは、マルチサイト環境の「管理者」は、単一サイトの「管理者」とは権限の範囲が大きく異なる点です。

	単一サイトの管理者	サブサイトの管理者
設定変更 (サイトの名前など)	可	可
テーマ/プラグインの追加または削除	可	限定的
ユーザーの追加または削除	可	限定的
コンテンツ (記事、メディアなど) の管理	可	可

^{*4} WordPress サポート: ユーザーの種類と権限

マルチサイトでは、「管理者」は WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新、およびテーマやプラグインのインストールは行えません。管理者にできるのは、特権管理者がインストールしたの中からそのサブサイトで使うものを選択することです (詳細は 3.3 「マルチサイトにおける特権管理者の役割」を参照してください)。*5

1.5.3 コンテンツを扱う権限グループ

コンテンツを扱う一般的なユーザーには、編集者 (Editor)、投稿者 (Author)、寄稿者 (Contributor)、購読者 (Subscriber) といった権限グループがあります。詳細は 3.2.1 「WordPress の権限グループ」で解説します。

複数の投稿者がいる環境では、それぞれの役割に合った権限グループを設定することで、誤操作のリスクを下げ、管理の効率を高めることができます。

1.6 運用者の実務と責務

運用者が日常的に担う業務を、大きく 5 つの領域に整理します。各領域の詳細は、それぞれ対応する章で説明します。

1.6.1 定期的な更新状況の確認

WordPress 本体、テーマ、プラグインには、定期的にアップデートが提供されます。更新には新機能の追加だけでなく、セキュリティ上の問題の修正が含まれることが多くあります。更新を放置することは、既知の脆弱性にさらされた状態でサイトを運営し続けることと同じです。

単一サイト環境では、管理者 (Administrator) の権限で更新を実施できます。管理画面の「更新」ページを定期的に確認し、適切なタイミングで更新を行うことが運用者の責務です。

マルチサイト環境では、状況が異なります。WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新を実施できるのは特権管理者のみです。運用者は特権管理者として更新を実施します。特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合は、更新の必要性をいち早く認識し、担当者へ速やかに連絡して調整することが主な役割となります。更新通知に気づいたまま放置することは避けてください (詳細は第 2 章)。

1.6.2 セキュリティ対策

セキュリティ対策は、難しい技術を習得することではなく、基本的な運用ルールを継続して守ることです。具体的には次のことが求められます。

*5 WordPress サポート: マルチサイトのネットワーク管理

- ユーザーアカウントの適切な管理 (不要なアカウントを残さない、権限を最小限にするなど)
- ログイン情報の安全な管理
- 不審なアクセスや異常の早期発見

マルチサイト環境では、1 か所のサイトで問題が発生するとネットワーク全体に影響が及ぶため、セキュリティ対策の重要性はより高まります (詳細は第 2 章、第 3 章)。

1.6.3 バックアップと障害時対応

万が一のトラブルに備え、サイトのデータは定期的にバックアップしておく必要があります。バックアップがなければ、サーバー障害、データ消失、誤操作からの復旧は非常に困難になります。

また、障害が発生したときに落ち着いて初動対応できるよう、基本的な手順を把握しておくことも運用者の責務です (詳細は第 2 章、第 7 章)。

1.6.4 ユーザー管理とアクセス権限の設定

複数の投稿者がサイトを利用する環境では、誰にどの権限グループを割り当てるかを適切に設計することが重要です。権限が過剰であれば誤操作のリスクが高まり、不足していれば必要な作業が滞ります。

ユーザーの追加または削除のルール、権限グループの設計方針、承認フローの設計については第 3 章で詳しく解説します。

1.6.5 日常的なコンテンツ管理

投稿者から提出された記事の確認や調整、メニュー項目の変更、画像の差し替えなど、日常的なコンテンツ管理も運用者の重要な役割です。単に記事を公開するだけでなく、サイト全体の品質と統一感を維持する視点が求められます (詳細は第 4 章、第 5 章)。

1.7 本書で使用する主な用語

■制作会社 本書で技術的な作業を担う外部の専門家を指す呼び方。実際には、サイト構築を依頼した制作会社、保守契約を結んだ会社、フリーランスのエンジニア、社内の IT 担当者など、関係の形はさまざまです。本書ではこれらをまとめて「制作会社」と表記します。

■**マルチサイト** 1つのWordPress インストールで複数のサイトを管理する機能。WordPress に標準搭載された公式機能です。^{*6}

■**ネットワーク/サイトネットワーク** マルチサイト環境における、複数のサブサイトをまとめた管理の単位。WordPress の管理画面では「サイトネットワーク」と表示されます。

■**サブサイト** ネットワーク内の個々のサイト。WordPress の公式ドキュメントでは単に「サイト」と表記されますが、本書ではネットワーク全体との区別のために「サブサイト」と呼びます。（「子サイト」と呼ぶ資料もあります。）

■**管理画面** WordPress の設定や管理操作をすべて行う画面全体の総称。ダッシュボードはその一部です。

■**ダッシュボード** WordPress の管理画面にログインした際に最初に表示される画面。サイトの概況や最近の活動などが一覧で表示されます。

■**テーマ** WordPress サイトの見た目（デザインやレイアウト）を決めるファイルの集合体。テーマを切り替えることで、コンテンツはそのままにサイト全体の外観を変更できます。マルチサイト環境では、特権管理者がネットワーク全体で使用可能なテーマを管理し、各サブサイトの管理者は許可されたテーマの中から使用するものを選択します。^{*7}

■**ブロックテーマ** WordPress 5.9 (2022年)以降で導入された、現代的なテーマの形式。サイト全体のレイアウトや共通パーツ（ヘッダー、フッターなど）をブロックエディターで編集できる点が特徴で、従来の形式（「クラシックテーマ」）とは管理画面の操作方法が大きく異なります。本書では、ブロックテーマを使用しているサイトの運用を前提として説明します。

■**サイトエディター** ブロックテーマを使用しているサイトで、外観に関する設定を一元管理するための画面。管理画面の「外観」→「エディター」からアクセスし、テンプレートやテンプレートパーツの編集、グローバルスタイルの調整などを行います。

■**プラグイン** WordPress に機能を追加するための拡張プログラム。お問い合わせフォーム、SEO対策、バックアップなど、さまざまな機能をプラグインとして追加できます。マルチサイト環境では、プラグインのインストールは特権管理者が行います。特権管理者がネットワーク全体で有効化したプラグインは、全サブサイトに適用されます。ネットワーク全体での有効化を行わずインストールにとどめた場合は、各サブサイ

^{*6} WordPress サポート: ネットワークの作成

^{*7} WordPress サポート: テーマの使用

トの管理者が自分のサブサイト上でそのプラグインを有効化または無効化できます。*8

■**コンテンツ** サイトに掲載される情報の総称です。WordPress では、投稿 (記事)、固定ページ、画像や動画などのメディアファイルがこれにあたります。本書では「サイトの見た目や仕組み」(テーマやプラグイン) と区別する意味で、「サイトに掲載する内容そのもの」を指す言葉として使います。

■**データベース** WordPress がサイトのすべてのコンテンツや設定を保存しておく場所。投稿、固定ページ、コメント、ユーザー情報、各種設定など、サイトの「中身」にあたるデータがここに蓄積されています。

■**権限グループ** WordPress において、各ユーザーに割り当てる役割の種類。英語では“Role”と呼ばれます。どの操作が許可されるかを定めます。

■**特権管理者 (Super Admin)** マルチサイトのネットワーク全体を管理する権限グループ。WordPress の公式日本語における正式な権限グループ名は「特権管理者」です。「ネットワーク管理者」と呼ばれる場合もあります。*9

■**管理者 (Administrator)** 個々のサブサイトを管理する権限グループ。単一サイトでは最高位の権限であり、更新を含むほぼすべての管理操作を行えます。マルチサイトでは WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新やインストールなど、ファイル操作を伴う権限は特権管理者に限定されます。

■**編集者 (Editor)** すべての投稿 (ほかのユーザーの投稿を含む) の公開や管理ができる権限グループ。

■**投稿者 (Author)** 自分の投稿の公開や管理ができる権限グループ。

■**寄稿者 (Contributor)** 自分の投稿の作成や編集はできるが、公開はできない権限グループ。

■**購読者 (Subscriber)** プロフィール管理のみを行える権限グループ。

1.8 FAQ (運用上よくある問い)

Q. 運用者と制作会社の役割区分はどこですか。

A. 本章「制作会社との役割分担」で整理したとおりですが、一つの目安として「WordPress の管理画面上の操作で完結する作業は運用者、コードやサーバーに手を加える作業は制作会社」と考えると判断しやすいでしょう。ただしこれはあくまで目安であり、契約内容によって異なる場合があります。迷ったときは制作会社に確認するこ

*8 WordPress サポート: プラグインの管理

*9 WordPress サポート: ユーザーの種類と権限

とを基本としてください。

Q. サブサイトの追加または削除は誰が担当すべきですか。

A. 原則として、特権管理者の権限を持つ者が行います。運用者が特権管理者権限を持っている場合でも、サブサイトの追加または削除はネットワーク全体に影響する重要な操作です。事前に制作会社と相談したうえで行うことを強くおすすめします。

Q. プラグインやテーマのインストールや有効化は誰が担当すべきですか。

A. マルチサイト環境の場合、インストールとネットワーク全体への有効化または無効化は特権管理者のみが行えます。運用者は特権管理者としてこれらを実施します。特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合は、制作会社が担います。

プラグインについては、特権管理者がネットワーク全体では有効化せずインストールにとどめた場合、各サブサイトの管理者がそのサブサイト上でプラグインを有効化または無効化できます。

各サブサイトで使用するテーマの選択（特権管理者がネットワーク全体で使用可能にしたテーマの中から選ぶこと）は、各サブサイトの管理者が行えます。

新しいプラグインを導入したいと思った場合は、まず制作会社に相談してください。既存のサイトの動作に影響を与えることがあります。

Q. バージョンアップの責任は誰の範囲ですか。

A. 環境によって異なります。

単一サイト環境の場合: 管理者 (Administrator) の権限で更新を実施できるため、WordPress 本体、テーマ、プラグインの定期的な更新確認と実施は、運用者が担います。ただし、WordPress 本体のメジャーバージョンアップ (例: バージョン 7.1 から 7.2 への更新) などは、サイトへの影響が大きい場合があり、制作会社と連携して進めることが望ましいでしょう。

マルチサイト環境の場合: WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新を実施できるのは特権管理者のみです。運用者は特権管理者として更新を実施します。特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合、更新の実施は制作会社が担います。その際、運用者の役割は更新の必要性を把握し、制作会社へ速やかに連絡して調整することです。

いずれの場合も、まず制作会社との契約に保守範囲として何が含まれているかを確認し、役割と連絡フローを事前に明確にしておくことをおすすめします。

第2章

サイトを守る (セキュリティとバックアップ)

サイトが公開されているということは、インターネットを通じて世界中からアクセスできる状態にあるということです。これは情報を届けるうえでは必要なことですが、一方で悪意のある攻撃者や自動化されたプログラムにも常にさらされているということを意味します。

運用者としてこうした脅威を完全に防ぐことはできません。しかし、基本的な対策を地道に続けることでリスクを大幅に下げることが十分に可能です。本章の前半では、その「基本的な対策」を具体的に説明します。また後半では、予期しないトラブルによりデータが失われるという事態に備える「バックアップ」について説明します。

2.1 WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新

2.1.1 なぜ必要なのか

WordPress を安全に使い続けるために、最も重要な習慣の一つが「更新」です。WordPress 本体、テーマ、プラグインはそれぞれの開発者によって継続的に改善されており、定期的に新しいバージョンが公開されます。

更新には大きく分けて2つの目的があります。1つは新機能の追加や使い勝手の改善、もう1つは**セキュリティ上の問題の修正**です。運用者の立場からは、後者が特に重要です。

ソフトウェアには、公開後に発見される脆弱性(セキュリティ上の弱点)がつきものです。悪意のある攻撃者はこうした脆弱性を利用して、サイトへの不正侵入、コンテンツの改ざん、スパムメールの発送などを試みます。開発者が脆弱性を発見または報告を受けると、修正を加えた新バージョンを公開します。しかし、利用者がそのバージョンに更新しなければ修正は意味をなしません。

特に注意が必要なのは、脆弱性の内容が公表された後も古いバージョンを使い続けているケースです。「どのバージョンにどのような脆弱性があるか」は公開情報であるため、古いバージョンのまま放置されたサイトは攻撃者にとって格好の標的となります。更新を後回しにすることは、施錠されていない扉を開けたままにしておくのと同じです。

WordPress は世界中で最も広く使われている CMS (コンテンツ管理システム) の一つです。利用者が多い分、攻撃の対象としても狙われやすい面があります。更新を確実に行うことは、こうしたリスクから身を守るための基本中の基本です。

2.1.2 バージョン番号の見方: メジャーとマイナー

WordPress のバージョン番号は「7.1.2」のような形式で表現されます。この数字には意味があり、更新の性質を判断する手がかりになります。

■**メジャーリリース (例: 7.1 → 7.2)** 新機能の追加やインターフェースの改善を含む大きなリリースです。年に数回公開されます。メジャーリリースの更新は、テーマやプラグインとの互換性に影響が生じる場合もあるため、慎重に行う必要があります。

■**マイナーリリース (例: 7.2.2 → 7.2.3)** バグの修正やセキュリティ上の問題の修正を主な目的とするリリースです。新機能の追加はほとんどなく、既存の動作への影響も小さいため、できる限り速やかに更新することが推奨されます。

テーマやプラグインも同様の考え方が当てはまります。開発者がセキュリティ上の問題を修正した新バージョンを公開したら、速やかに更新することが基本です。^{*1}

2.1.3 自動更新は有効にすべきか

WordPress には「自動更新」の機能があります。有効にすると、手動で操作しなくても更新が自動的に適用されます。

■**マイナーリリースの自動更新** WordPress では、デフォルトでマイナーリリース (セキュリティ・メンテナンスリリース) の自動更新が有効になっています。セキュリティ上の問題が発見された際に、運用者が気づかないうちに修正が適用されるため、非常に有用な設定です。特別な理由がない限り、この設定は有効のままにしておくことを強くおすすめします。

■**メジャーリリースの自動更新** メジャーリリースの自動更新は、デフォルトでは無効です。有効にすることもできますが、サイトの構成によっては互換性の問題が生じる可能性があります。メジャーリリースの更新は、更新前のバックアップと更新後の動作確認を手動で行うことをおすすめします。

■**テーマとプラグインの自動更新** WordPress 5.5 (2020 年) 以降、テーマとプラグインについても自動更新を有効にする機能が追加されました。^{*2}管理画面の「プラグイン」→「インストール済みプラグイン」画面などでプラグインごとに自動更新を有効または無効にできます。

自動更新は便利な一方、まれに更新によってサイトに問題が生じることがあります。

^{*1} バージョン番号の体系はソフトウェアによって異なります。WordPress の場合、2 桁表記の「7.2」がメジャーリリース、3 桁表記の「7.2.3」がマイナーリリース (セキュリティ・メンテナンスリリース) に相当します。

^{*2} WordPress 5.5 リリースノート

自動更新を有効にする場合は、更新後のサイトの動作を定期的に確認する習慣を合わせて持つことをおすすめします。どこまで自動更新に任せるかは、サイトの重要度や更新頻度に応じて制作会社と相談のうえで決めてください。

2.1.4 更新の具体的な手順

更新は WordPress 管理画面の「更新」ページから行います。管理画面にログインし、左側のメニューから「更新」を選択してください。^{*3}

更新可能な項目がある場合は、WordPress 本体、プラグイン、テーマのそれぞれについて一覧が表示されます。各項目を確認し、更新ボタンをクリックすることで更新が実行されます。

■**更新前の準備** 更新を行う前に、必ずサイトのバックアップを取得してください。更新作業は通常スムーズに完了しますが、まれに問題が発生することがあります。バックアップがあれば、問題が生じた際に更新前の状態に戻すことができます。バックアップの具体的な手順は本章後半で解説します。

■**更新後の確認** 更新が完了したら、サイトの主要なページが正常に表示されるか、お問い合わせフォームなどが動作するか、管理画面に問題なくアクセスできるかなどを確認してください。

■**更新中のサイトの状態** WordPress は更新処理中、一時的にメンテナンスモードに入り、訪問者にメンテナンス中である旨のメッセージが表示されることがあります。通常は数秒から数十秒で完了しますが、来訪者が多い時間帯の更新は避けることをおすすめします。

2.1.5 マルチサイト環境での更新手順の注意点

マルチサイト環境では、WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新を実施できるのは**特権管理者のみ**です (3.3「マルチサイトにおける特権管理者の役割」参照)。個々のサブサイトの管理者 (Administrator) には更新の権限がありません。

特権管理者として更新を行う場合は、管理画面上部のツールバーの「参加サイト」から「サイトネットワーク管理」にアクセスし、ネットワーク管理画面の「ダッシュボード」→「更新」から実施します。^{*4}

■**WordPress 本体更新後の「ネットワークのアップグレード」** WordPress 本体を更新した後、マルチサイト環境ではネットワーク全体のデータベースをアップグレードする操作が別途必要になります。本体の更新によってデータベースの構造が変更された場

^{*3} WordPress サポート: WordPress のアップグレード

^{*4} WordPress サポート: マルチサイトのネットワーク管理

合、その変更を各サブサイトに反映させるための操作です。

この操作は、ネットワーク管理画面の「ダッシュボード」→「更新」のページ、またはネットワーク管理画面のメニューにある「サイトネットワークをアップグレード」から実施します。

この操作を省略すると、サブサイトで機能の不具合やデータベースエラーが発生する可能性があります。WordPress 本体を更新したときは、必ずこの操作を行ってください。なお、テーマやプラグインのみの更新ではこの操作は不要です。

マルチサイト環境では、1 か所のサイトに問題が生じるとネットワーク全体に影響が及ぶ可能性があります。更新前のバックアップと更新後の動作確認は単一サイト環境以上に重要です。更新後は複数のサブサイトについて動作確認を行うことをおすすめします。

特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合は、更新が必要な状態を確認したら速やかに制作会社に連絡し、更新の実施を依頼してください。更新通知を放置することは避けてください。

2.1.6 更新による不具合発生時の対応

更新後にサイトの表示が崩れたり、エラーが表示されたりした場合は、更新内容が原因である可能性があります。慌てずに次の手順で対応してください。

■原因を特定する 複数の更新を同時に行っていた場合は、どの更新が問題の原因かを特定することが先決です。

プラグインの更新が原因と思われる場合は、該当するプラグインを無効化することで問題が解消するかを確認します。プラグインの無効化は、管理画面の「プラグイン」→「インストール済みプラグイン」から、対象プラグインの「無効化」をクリックして行います。テーマの更新が原因と思われる場合は、一時的に WordPress 標準のテーマに切り替えることで確認できます。

■管理画面にアクセスできない場合 更新後に WordPress の管理画面そのものにアクセスできなくなった場合は、WordPress 管理画面の外側での操作が必要になります。この場合は、まず制作会社に連絡することを強くおすすめします。^{*5}

■バックアップから復元する 更新前に取得したバックアップがある場合は、そこから復元することができます。バックアップからの復元については本章後半で詳しく解説します。

^{*5} ホスティングサービスのコントロールパネルからファイルマネージャーにアクセスしてプラグインフォルダーの名前を変更する方法や、FTP でのファイル操作によってプラグインを強制的に無効化する方法もあります。ただしこれらは WordPress 管理画面の外側での作業であり、操作を誤るとより大きな問題を引き起こす可能性があります。制作会社に相談できる状況であれば、そちらを優先してください。

2.1.7 未使用プラグインの整理

インストールされているプラグインのうち、使われていないものや役目を終えたものを整理します。

WordPress は、停止中のプラグインについて次のように警告しています。「停止中のプラグインは攻撃者の標的になります。プラグインを使用するつもりがなければ、削除を検討してください。」有効化されていないプラグインでも、インストールされているだけでセキュリティ上のリスクになることがあります。また、有効化されているプラグインが多すぎると、サイトの表示速度が低下する原因にもなります。

■現在のプラグインを確認する 管理画面の「プラグイン」メニューから、現在インストールされているプラグインの一覧を確認できます。^{*6}一覧上部の「有効」タブには現在動作しているプラグインが、「停止中」タブには無効化されているプラグインが表示されます。停止中のプラグインが長期間そのままになっている場合は、整理を検討する余地があります。

マルチサイト環境の場合、各サブサイトのプラグイン管理画面で表示される内容は、特権管理者が設定したネットワークの状態によって異なります。操作の前に制作会社に現在の設定を確認することをおすすめします。

■判断が難しい場合は相談を どのプラグインが必要で、どれが不要かの判断は、サイトの構成や設定によって異なります。「停止中だから不要」と一概に判断できません。一覧の確認は運用者自身で行えますが、無効化または削除を実行する場合は、事前に制作会社に相談したうえで判断してください。

2.2 サーバー環境更新の確認

2.2.1 WordPress の外側でも更新は必要

WordPress 本体やプラグインの更新だけでなく、WordPress が動作する「土台」となるサーバー環境も適切な状態に保つことが重要です。

WordPress が動作するサーバーには次のようなソフトウェアが使われています。

■PHP WordPress そのものが PHP というプログラミング言語で書かれており、サーバー上に PHP がインストールされていることで WordPress が動作します。PHP にはバージョンごとにサポート期間があり、古いバージョンは「サポート終了」となってセキュリティ修正が提供されなくなります。

WordPress が推奨する PHP のバージョンは定期的に更新されます。現在の推奨バー

^{*6} WordPress サポート: プラグインの管理

ジョンは「WordPress: 必須要件」<https://ja.wordpress.org/about/requirements/> ページで確認できます。

■データベース (MySQL または MariaDB) WordPress のコンテンツや設定情報はデータベースに保存されています。一般に MySQL または MariaDB が使用されます。これらも PHP と同様、古いバージョンではセキュリティ修正が提供されなくなります。

■ウェブサーバー Apache や Nginx などのウェブサーバーソフトウェアが使われます。これらにも定期的にセキュリティアップデートが提供されます。

■OS (オペレーティングシステム) サーバーそのものの OS (多くの場合 Linux 系) についても、定期的なセキュリティアップデートが必要です。

これらの更新は WordPress 本体の更新とは独立しており、WordPress の管理画面ではなくサーバー側で管理されます。

2.2.2 ホスティング会社のコントロールパネルでの確認

多くのレンタルホスティングサービスでは、OS やウェブサーバーの管理はホスティング会社が担当します。利用者が直接操作する必要はありません。

一方、**PHP のバージョン**については、利用者がホスティング会社のコントロールパネルから選択して変更できる場合があります。現在使用している PHP のバージョンが WordPress の推奨バージョンを満たしているかを確認しておくことをおすすめします。確認の手順はホスティングサービスによって異なりますが、コントロールパネルの「PHP 設定」や「サーバー設定」に関連する項目を探してみてください。不明な場合はホスティング会社のサポートページや問い合わせ窓口で確認します。

2.2.3 できることの限界と専門家への相談

サーバー環境の管理は WordPress の管理画面の外側に関わる領域です。コントロールパネルからのバージョン確認程度は運用者でも行えますが、それ以上の設定変更が必要な場合は制作会社やホスティング会社に相談することをおすすめします。

PHP バージョンを変更する際には、使用中の WordPress、テーマ、プラグインがそのバージョンに対応しているかを事前に確認する必要があります。確認や変更は制作会社と連携して行うことを推奨します。

サーバー環境に起因するセキュリティ上の問題は、WordPress 側の対策だけでは解決できません。ホスティングサービスを定期的に見直し、サーバーのソフトウェアが適切に維持されているかを確認しておくことが大切です。

2.3 不正アクセス対策

サイトへの不正アクセスを完全に防ぐことは誰にもできません。しかし、基本的な対策を組み合わせることでそのリスクを大幅に下げることができます。以下では、運用者が管理画面から実施できる対策、あるいは運用ルールとして定めるべき対策を中心に解説します。

2.3.1 強力なパスワードの設定

不正アクセスの多くはパスワードを自動的に推測して試行するプログラムによって行われます。推測されにくい強力なパスワードを使うことは最も基本的かつ有効な対策の一つです。

■推測されにくいパスワードを設定する 名前、生年月日、会社名、「password」「12345678」といった単純な文字列は絶対に使わないでください。WordPress 管理画面でパスワードを設定または変更する際、WordPress 自身がパスワードの強度を判定し、弱いパスワードには警告を表示します。「強力」と判定されるパスワードを設定することを推奨します。

WordPress には強力なパスワードを自動生成する機能があります。管理画面の「ユーザー」→「プロフィール」からパスワードの自動生成機能を利用できます。人間が考えるよりも推測されにくいパスワードが生成されるため、積極的に活用してください。

■パスワードを使い回さない 他のウェブサービスでパスワードの漏洩が起きた場合、同じパスワードを使い回しているサービスに連鎖的に不正アクセスされる恐れがあります。WordPress の管理画面には、他のどこでも使っていない固有のパスワードを設定してください。

■パスワードを他の人と共有しない 「管理画面に入れるよう、パスワードを教えてください」という場合は、パスワードを共有するのではなく、その人に対して個別のアカウントを作成してください（詳細は第 3 章を参照）。パスワードの共有はセキュリティ上の大きなリスクです。

パスワードの管理が煩雑に感じる場合は、パスワード管理アプリの利用を検討してください。強力なパスワードを生成して保管してくれるため、複数のサービスで異なる強力なパスワードを安全に管理できます。

2.3.2 2 要素認証 (2FA) の導入

パスワードが万が一漏れた場合でも不正ログインを防ぐ追加の対策として、2 要素認証 (Two-Factor Authentication、2FA) があります。

2要素認証とは、ログイン時にパスワード(第1の要素)に加えて、スマートフォンのアプリが生成するワンタイムコード(第2の要素)を入力させる仕組みです。たとえパスワードが他人に知られても、手元にスマートフォンがなければログインできないため、不正アクセスを大幅に防ぐことができます。

WordPressの標準機能には2要素認証が含まれていないため、プラグインを使って導入します。WordPress公式ディレクトリにはいくつかの2要素認証プラグインがあります。^{*7}

2要素認証は、管理者(Administrator)以上の権限を持つユーザー全員に導入することをおすすめします。強力なパスワードと2要素認証の組み合わせは不正アクセスに対して非常に有効な防御となります。

2.3.3 管理者権限の最小化

ユーザーに必要以上の権限を与えることは、不正アクセスやヒューマンエラーのリスクを高めます。各ユーザーにはその役割に必要な最小限の権限のみを付与してください。

記事を投稿するだけの担当者に管理者(Administrator)権限を与える必要はありません。権限グループの詳細は第3章で解説しますが、基本的な考え方として「管理者以上の権限を持つアカウントは可能な限り少なくする」ことを意識してください。

また、使わなくなったアカウントは速やかに削除してください。担当者が離任した後もアカウントが残ったままになっていないかを定期的を確認することも重要な管理業務です。

2.3.4 管理画面アクセス制御

WordPressの管理画面(ログインページを含む)へのアクセスをさらに厳しく制御する方法があります。

■**ログイン試行回数の制限** パスワードがわからないまま、自動化されたプログラムによって無数のパスワードでログインを試し続ける「ブルートフォース攻撃(総当たり攻撃)」という攻撃手法があります。WordPressのデフォルト設定ではログインを試みる回数に制限がありませんが、それを制限するプラグインを導入することで、一定時間内に一定回数以上のログイン失敗があった場合にそのIPアドレスからのアクセスを一時的にブロックできます。^{*8}

^{*7} 代表的なものとして、WordPress公式チームが開発している **Two Factor** があります。

WordPress プラグインディレクトリ: **Two Factor**

^{*8} 代表的なプラグインに **Limit Login Attempts Reloaded** があります。

WordPress プラグインディレクトリ: **Limit Login Attempts Reloaded**

また、この機能のほかに前述の2要素認証や後述のマルウェアスキャンなど複数のセキュリティ機能をまとめて提供する **Wordfence Security** もあります。

■IP アドレス制限 特定の IP アドレスからのみ管理画面へのアクセスを許可する設定です。自社のオフィス以外からの管理画面へのアクセスを制限できるため、非常に強力な対策になります。

ただし、この設定は一般的にサーバーの設定ファイル (.htaccess など) やホスティング会社のコントロールパネルを通じて行うものであり、WordPress 管理画面の外側の操作が必要です。また、在宅勤務や外出先からアクセスする必要がある場合、IP アドレスが固定されていない環境では利用しにくい面もあります。導入する場合は制作会社と相談して進めてください。

2.3.5 マルチサイト環境での注意点

マルチサイト環境では、1 つのサブサイトが侵害されると、ネットワーク全体に影響が及ぶ可能性があります。ネットワークを構成するすべてのサブサイトで適切な対策を維持することが重要です。

■閲覧範囲を限定するサイトの注意点 マルチサイトのネットワーク内に、ログインしたユーザーのみが閲覧できる非公開サイトや限定公開サイトを含む場合、そのアクセス制御は WordPress の権限グループによって管理されます。

アクセスできるユーザーを正確に管理するには、アカウント管理を厳格に行い、不要になったアカウントを放置しないことが特に重要です。離任者のアカウントが残っていると、非公開のコンテンツに外部からアクセスされるリスクが生じます。^{*9}

2.4 コメントスパム対処

2.4.1 コメントスパムとは何か

WordPress の記事へのコメント機能が有効になっている場合、「コメントスパム」という問題に直面することがあります。

コメントスパムとは、自動化されたプログラム (ボット) が大量に投稿する、無関係な宣伝や不正なリンクを含んだコメントのことです。「格安の医薬品」「投資詐欺」「不審なウェブサイトへの誘導リンク」といった内容が典型的で、人間が手動で投稿しているわけではなく、コメント機能のあるウェブサイトを自動的に探し出して大量投稿するプログラムによるものです。

コメントスパムが問題となる理由は複数あります。

まず、放置するとサイトの信頼性を損ないます。スパムコメントが表示されたままの

WordPress プラグインディレクトリ: Wordfence Security

^{*9} マルチサイト環境での閲覧制限の具体的な設定方法は、使用しているテーマやプラグインによって異なる場合があります。制作会社が設定した閲覧制限の仕組みを事前に確認しておくことをおすすめします。

サイトは、管理が行き届いていない印象を訪問者に与えます。また、スパムコメントに含まれるリンクは悪意のあるウェブサイトへの誘導に使われることがあり、そうしたリンクがサイト上に存在すると、検索エンジンからの評価が下がる可能性もあります。加えて、大量のスパム投稿はサーバーに不要な負荷をかける原因にもなります。

2.4.2 コメントスパム対策プラグインの導入と設定

コメントスパムへの最も有効な対策は、スパムフィルタリング機能を持つプラグインの利用です。

代表的なプラグインとして **Akismet Anti-Spam** があります。Akismet は Automattic (WordPress の開発母体) が提供するプラグインで、多くの WordPress インストールにあらかじめ同梱されています。^{*10}

Akismet は、投稿されたコメントを自動的にチェックし、スパムと判断したものをスパムフォルダーに振り分けます。世界中のサイトから学習した膨大なデータをもとに判定するため、精度の高いフィルタリングが期待できます。

■Akismet の利用に必要なもの Akismet を使うためには、WordPress.com のアカウント (無料) を作成し、**API キー**と呼ばれる認証コードを取得する必要があります。取得した API キーを Akismet の設定画面に入力することで、フィルタリングが機能するようになります。

1. WordPress.com のアカウントを作成する (<https://wordpress.com/>)
2. Akismet のプランを選択して API キーを取得する (<https://akismet.com/plans/>)
3. WordPress 管理画面の「プラグイン」→「インストール済みプラグイン」から Akismet を有効化する
4. 有効化後に表示される設定画面に API キーを入力する

■料金について Akismet は、個人のブログなど非商用サイトでは無料で利用できますが、商用目的のサイトでは有料プランへの加入が必要です。運営するサイトが商用目的かどうかを確認したうえで、適切なプランを選択してください。

■設定後の確認 Akismet を有効化して API キーを設定した後、コメントがスパムとして正しく振り分けられているかを定期的に確認してください。Akismet がスパムと判断したコメントは、管理画面の左サイドバーの「コメント」の「スパム」タブ以下に蓄積されます。誤って正常なコメントがスパムに分類されていないかも、ときどき確認するようにしてください。

^{*10} Akismet 公式サイト

2.4.3 コメントを自動承認しない設定

WordPress の初期設定では、初めてコメントを投稿したユーザーのコメントは「保留中」となり、管理者が承認するまで表示されません。しかし、設定の変更によっては、投稿されたコメントが自動的に承認されて即座に公開される状態になっている場合があります。

コメントの自動承認は無効にすることをおすすめします。すべてのコメントを運用者が確認してから公開する設定にしておくことで、不審なコメントがサイトに表示されるリスクを防げます。

設定の確認と変更は、管理画面の「設定」→「ディスカッション」から行います。確認して設定すべき主な項目は以下のとおりです。

- 「コメントの手動承認を必須にする」にチェックを入れると、すべてのコメントが承認待ちの状態となり、管理者（または承認の権限のある者）が承認するまで公開されません。
- 「コメントの投稿者の名前とメールアドレスの入力を必須にする」にチェックを入れると、匿名での投稿を防げます。

2.4.4 コメント承認制は必須か

コメント承認制（すべてのコメントを承認してから公開する設定）は、コメント機能を設けているサイトでの基本的な対策です。

コメントへの対応に十分な時間をかけられない場合や、コメント機能がサイトの目的にとって必須でない場合は、コメント機能そのものを無効化することも合理的な選択です。

■コメント機能を無効化する場合 管理画面の「設定」→「ディスカッション」で「新しい投稿へのコメントを許可する」のチェックをオフにすると、以降の投稿ではコメント欄が表示されなくなります。

既存の投稿のコメント欄を閉じるには、各投稿の編集画面で個別に設定するか、管理画面の「投稿」→「投稿一覧」から「クイック編集」機能を使うことで効率的に対応できます。^{*11}

また、「設定」→「ディスカッション」には「古い投稿のコメントを自動的に閉じる」とその日数の設定があります。公開から日数が経過した古い投稿のコメント欄をまとめて自動的に閉じることができるため、スパムの標的になりやすい古い投稿への対策とし

^{*11} 投稿数が多い場合に既存の全投稿のコメントを一括で無効化するには、プラグインを使う方法もあります。必要な場合は制作会社に相談してください。

て有効です。

■コメント機能の目的を考える コメント機能を維持するかどうかは、サイトの目的と照らし合わせて判断してください。訪問者からのフィードバックを積極的に募っているサイトや、コミュニティとしての機能を持つサイトでは、コメント機能は重要な役割を持ちます。一方、企業サイトやお知らせページのような用途では、コメント機能がなくてもサイトの目的は十分に果たせます。

2.5 バックアップと復元

2.5.1 なぜ必要なのか

WordPress サイトを長く運用していると、予期しないトラブルはいつか必ず起きます。たとえば、次のような事態はどのサイトにも起こりえます。

- 誤って投稿や固定ページを削除してしまった
- プラグインまたはテーマの更新後にサイトが正常に表示されなくなった
- 不正アクセスによってコンテンツが書き換えられた
- ホスティング会社のサーバーで障害が発生し、データが失われた

こうした事態に直面したとき、バックアップがあればサイトを以前の状態に復旧できます。バックアップがなければ、最悪の場合、積み重ねてきたコンテンツのすべてを失うことになります。

バックアップは、取っておいても「ほとんどの場合は使わない」ものです。それでも万が一のときにはそれがサイトを救う唯一の手段となります。自動車保険や火災保険と同じで、使わずに済むのが理想ですが、必要になったときに手元になければ手遅れです。定期的なバックアップは運用者が確実に行うべき基本的な責務の一つです。

2.5.2 何をバックアップすべきか

WordPress のサイトを復元するために必要なそのサイト固有のデータは、大きく分けて 3 つの場所に存在します。投稿、固定ページ、設定などが保存されたデータベース、アップロードした画像などが格納された `wp-content/uploads/` フォルダ、そしてサーバー上に置かれた設定ファイルです。この 3 つを揃えて保存しておくことが、バックアップの基本です。以降の 3 つの節で、それぞれについて説明します。

2.5.3 データベースのバックアップ

WordPress の投稿、固定ページ、コメント、設定情報、ユーザー情報などは、すべてデータベースに保存されています。サイトの「中身」そのものがデータベースに入って

いるとよく、バックアップの中で最も重要な対象です。

データベースのバックアップには、大きく分けて次の 3 つの方法があります。

phpMyAdmin を使う方法

phpMyAdmin とは、ウェブブラウザからデータベースを操作するためのツールで、多くのホスティングサービスのコントロールパネルから利用できます。特別なソフトウェアのインストールは不要で、手順どおりに操作すれば確実にデータベースをバックアップできます。^{*12}

マルチサイト環境でも、この方法でデータベース全体を一括でバックアップできます。

■phpMyAdmin へのアクセス方法 phpMyAdmin はホスティングサービスのコントロールパネルから起動します。お使いのコントロールパネルで、「phpMyAdmin」や「データベース」というキーワードで該当メニューを探してください。見つからない場合は、ホスティング会社のサポートページを確認するか、問い合わせてください。

■バックアップ (エクスポート) の手順 phpMyAdmin にアクセスしたら、次の手順でデータベースをエクスポートします。

1. 画面上部または左側の列に表示されるデータベース一覧から、WordPress で使用しているデータベースを選択します。ホスティング会社のサービス設定画面などで確認できます。WordPress の設定ファイル `wp-config.php` の `DB_NAME` の値でも確認できます。
2. 「エクスポート」タブをクリックします。
3. エクスポート方法で「詳細」を選択します。
4. テーブルの一覧が表示されます。原則としてすべてのテーブルを選択した状態のままにします。^{*13}
5. 「出力」セクションで「出力をファイルに保存する」を選択します。「圧縮」は通常「なし」でかまいませんが、データベースが非常に大きい場合は圧縮形式を選んでください。
6. 「フォーマット」で「SQL」が選択されていることを確認します。
7. 「オプション」セクションで次の 2 つを有効にします。
 - 「DROP TABLE / VIEW / PROCEDURE / FUNCTION / EVENT / TRIGGER コマンドを追加する」: 既存のデータベースを上書きして復元するときに必要です。

^{*12} WordPress サポート: WordPress のバックアップ

^{*13} アクセス解析プラグインやスパム対策プラグインが大量のログデータをデータベースに蓄積している場合、バックアップファイルが非常に大きくなる場合があります。そうしたプラグイン固有のテーブルはサイトの復元に必須ではないため、除外してもかまいません。ただし、どのテーブルが何に相当するかわかる場合のみ選択を変更してください。不明な場合はすべて選択したままにしてください。

- 「CREATE TABLE オプション」の「IF NOT EXISTS」: 復元時にテーブルがすでに存在している場合のエラーを回避します。
8. 「実行」をクリックします。 .sql ファイル (圧縮した場合は .sql.gz などの形式) がダウンロードされます。
 9. ダウンロードしたファイルをコンピューターのわかりやすい場所に保存します。ファイル名にバックアップの日付を含めておくと管理しやすくなります (例: backup_2026-02-27.sql)。

このファイルを安全な場所に保管してください。WordPress を運用しているサーバーとは別の場所 (クラウドストレージや外付けドライブなど) に保存することを強くおすすめします。

ホスティング会社のバックアップ機能を使う方法

多くのホスティングサービスでは、コントロールパネルからデータベースのバックアップを取得できる独自の機能を提供しています。この機能を利用すると、phpMyAdmin を操作せずにワンクリックでバックアップファイルを取得できる場合があります。利用しているサービスのサポートページで「バックアップ」「データベース」といったキーワードで機能を確認してみてください。ただし、ホスティング会社のバックアップ機能は保存期間や復元の柔軟性がサービスによって大きく異なります。上記の phpMyAdmin と同等のバックアップが可能か、よく確認してください。

プラグインを使う方法

バックアッププラグインを使うと、スケジュールに従って自動化して、データベースとファイルのバックアップをまとめて実行できます。

単一サイト環境であれば、**無料版**のプラグインでも有用な自動化が可能です。あらかじめスケジュールを設定して自動化できるのは大きな利点です。また、3つ (データベース、フォルダー、設定ファイル) に分散しているそのサイト固有のデータを一括して扱えるプラグインもあり、大幅に手間とミスを減らすことができます。

ただし、**マルチサイト環境でバックアッププラグインを使う場合は注意が必要です**。多くのバックアッププラグインは、マルチサイト環境への対応が無料版では制限されており、有料版へのアップグレードが必要なことがほとんどです。

単一サイト環境であれば、または有料版プラグインでもかまわなければ、導入を検討する価値は十分にあります。

代表的なプラグインとして **UpdraftPlus** があります。^{*14}無料版でも (単一サイト環

^{*14} WordPress.org プラグインディレクトリ: UpdraftPlus

それ以外にも、**BackWPup** など多くのバックアッププラグインがあります。

WordPress プラグインディレクトリ: BackWPup

制作会社がすでにバックアッププラグインを設定している場合があります。その際はどのプラグイン

境では) 主要なバックアップ機能を利用でき、世界中で広く使われているプラグインです。UpdraftPlus では主に次のことができます。

- データベースとファイルの両方を自動でバックアップするスケジュールの設定
- バックアップデータをサーバー外部のクラウドストレージ (Dropbox、Google ドライブなど) に自動保存
- 管理画面からの復元操作

■UpdraftPlus の基本的な設定手順 UpdraftPlus がインストールされ有効化されている状態とします。

1. 管理画面の「設定」→「UpdraftPlus バックアップ」→「設定」を開きます。
2. バックアップのスケジュールを設定します。ファイルとデータベースのそれぞれについて、バックアップの頻度と保存世代数を設定します。
3. バックアップデータの保存先を設定します。サーバーとは別の場所 (クラウドストレージなど) に保存することを強くおすすめします。

2.5.4 アップロードファイルのバックアップ

先に結論を言うと、wp-content/ フォルダーごとバックアップを取ることをおすすめします。

投稿の執筆の際などに WordPress にアップロードした画像や PDF などのファイルは、サーバー上の wp-content/uploads/ フォルダーに保存されます。このフォルダーはデータベースとは別に管理されており、データベースのバックアップだけでは含まれません。

wp-content/uploads/ は、サイトに掲載してきた画像や資料の蓄積です。一度失うと取り返しのつかないことがほとんどですので、データベースと合わせて必ずバックアップの対象に含めてください。

マルチサイトを利用している場合、各サブサイトのアップロードファイルは wp-content/uploads/sites/2/、wp-content/uploads/sites/3/ のように、サブサイトごとのフォルダーに分けて格納されます。バックアップは wp-content/uploads/ フォルダー全体を対象とすることで、すべてのサブサイトのファイルを含められます。

wp-content/themes/ や wp-content/plugins/ に含まれるテーマやプラグインのファイルも、まとめてバックアップしておくことで復元が容易になります。これらは WordPress.org や購入元のサイトから再インストールできる場合がほとんどですが、wp-content/ フォルダー全体をバックアップしておけば、改めて個別にダウンロードする手間が省けます。

バックアップの方法は、ホスティング会社のコントロールパネルのファイルマネージャーから対象のフォルダーをダウンロードするか、FTP ソフトウェアを使って手元のコンピューターにコピーします。詳しい手順はホスティング会社のサポートページを参照してください。

2.5.5 設定ファイルのバックアップ

WordPress の重要な設定情報の一部は、データベースではなくサーバー上のファイルとして管理されています。これらのファイルは `wp-content/` フォルダの外側に置かれることが多く、データベースのバックアップには含まれません。

■**wp-config.php** WordPress インストールの最上位フォルダーに置かれる設定ファイルです。このファイルには次の情報が含まれます。

- データベースへの接続情報 (ホスト名、データベース名、ユーザー名、パスワード)
- テーブル名のプレフィックス (識別用の接頭辞)
- セキュリティキー (ログイン情報の暗号化に使われる)

サイトを別のサーバーに移行したり、一から復元したりする際には不可欠なファイルです。ただし、データベースのパスワードなどの機密情報を含むため、バックアップデータの保管場所と取り扱いには十分注意してください。

■**.htaccess** WordPress インストールの最上位フォルダーに置かれるファイルで、URL の書き換えルールやアクセス制御の設定を記述するために使われます。Apache ウェブサーバー環境で利用されます。^{*15}

WordPress は「パーマリンク設定」を変更した際などに `.htaccess` を自動的に更新しますが、セキュリティ上の設定などを手動で追加している環境では、その内容を失わないようにバックアップしておくことをおすすめします。

`wp-config.php` と `.htaccess` のバックアップは、ホスティング会社のコントロールパネルのファイルマネージャーまたは FTP ソフトウェアを使って手元のコンピューターにコピーします。

バックアッププラグインを利用する場合、デフォルト設定ではバックアップの対象外になっているかもしれません。使用しているプラグインの設定を確認し、これらのファイルがバックアップに含まれているかどうかを確認してください。含まれていない場合は、上記のように FTP ソフトウェアなどを使ってください。

■**テーマやプラグインの設定のエクスポート** プラグインによっては、設定内容をファイルとしてエクスポートする機能を持っているものがあります。SEO プラグインやお

^{*15} Nginx を使用しているホスティング環境では `.htaccess` は利用されません。利用しているウェブサーバーの種類はホスティング会社のサポートページで確認できます。

問い合わせフォームプラグインなどに多く見られます。こうした機能を活用して設定をエクスポートしておく、同じプラグインを別の環境で使い始めるときや、設定を誤って変えてしまったときに役立ちます。

よく使っているプラグインにエクスポート機能がないか確認してみてください。手順はプラグインのマニュアルやサポートページを参照してください。

テーマ設定のエクスポートについては、対応しているかどうかがテーマによって異なります。使用しているテーマのドキュメントを確認してください。

2.5.6 バックアップの頻度と管理方針

バックアップを取る頻度

バックアップの頻度はサイトの更新頻度によって変わります。次のことを目安にしてください。

- 毎日のように投稿するサイトは、少なくとも 1 日 1 回のバックアップを取ることをおすすめします。
- 週 1、2 回程度の更新頻度のサイトは、週 1 回が最低ラインです。
- 更新頻度がさらに低いサイトでも、月 1 回は取るようにしてください。

頻度の目安よりもむしろ大切な習慣があります。それは、**大きな操作の前には必ずバックアップを取る**ことです。WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新前や、テーマの大幅な設定変更を行う前には、作業に着手する前にバックアップを取ることを徹底してください。本章前半で解説した「更新前に必ずバックアップを取る」という原則と組み合わせることで、リスクを大幅に下げることができます。

何世代分をどこに保存するか

「最新の 1 回分を保存すれば十分」と思いがちですが、そうではありません。たとえば、不正アクセスによる改ざんや更新による問題に気づくまでに数日かかることがあります。その間にバックアップが上書きされてしまうと、正常な状態のデータが残っていないという事態になりかねません。

少なくとも 3 世代から 7 世代分のバックアップを保存しておくことを推奨します。バックアッププラグインを使えば、保存する世代数をあらかじめ設定しておくことができます。

バックアップデータの保存場所も重要な問題です。本番サーバーとは別の場所（クラウドストレージ、外付けドライブなど）に保存するようにしてください。サーバーとバックアップが同じ場所にあると、障害が発生したときに両方を失う可能性があります。

マルチサイトでのバックアップの考え方

マルチサイトを利用している場合、すべてのサブサイトは1つのWordPressインストールを共有しています。データベースも `wp-content/` フォルダも、ネットワーク内のすべてのサブサイトで共用されています。

したがって、マルチサイト環境でのバックアップは **サイトネットワーク全体を一括でバックアップする** 形になります。phpMyAdmin でデータベース全体をエクスポートすれば、すべてのサブサイトのデータが一括に含まれます。特権管理者として、ネットワーク全体のバックアップを管理することになります。

ホスティング会社のバックアップとの関係

「ホスティング会社が自動でバックアップを取ってくれているから、自分では何もしなくてよい」と考えることは危険です。

多くのレンタルホスティングサービスでは自動バックアップ機能を提供しています。しかし、その内容と保存期間はサービスによって異なります。バックアップの対象範囲が限られていたり、保存期間が短かったりするケースもあります。また、ホスティング会社のサーバー自体に重大な障害が発生した場合には、バックアップデータも影響を受ける可能性があります。

ホスティング会社のバックアップは「追加の保険」として活用しつつ、自分でもphpMyAdmin などを使った独立したバックアップを維持することを強くおすすめします。

2.5.7 復元とテストの実施

取るだけでは不十分

バックアップを定期的にとることは重要ですが、「バックアップを取っているから安心」と思い込んでしまうことには危険があります。実際の運用では、次のような問題が起きることがあります。

- バックアップファイルが破損していて復元できなかった
- 保存先の容量不足で、最後まで書き込まれていなかった
- 復元の手順を把握していなかったために、いざというときに時間がかかった

バックアップは「復元できてはじめて意味がある」ものです。定期的に復元テストを行うことで、緊急時に落ち着いて対応できるようになります。

■復元に必要な権限と手順書の整備 いざトラブルが発生したとき、「誰が」「どのような手順で」「どの認証情報を使って」復元するかがあらかじめわかっていると、緊急時に混乱します。次のことを事前に整理し、文書として残しておくことをおすすめし

ます。

- ホスティング会社のコントロールパネルへのログイン情報を安全な場所に保管してある
- バックアップデータにアクセスするための保存先 (クラウドストレージなど) と認証情報が記録されている
- phpMyAdmin でのエクスポートとインポートの手順を文書化してある
- 制作会社に連絡する場合の担当窓口と連絡先が明確になっている

マルチサイト環境での復元操作には特権管理者の権限が必要です。特権管理者として操作できる準備が整っているかを事前に確認しておいてください。

phpMyAdmin を使ったデータベースの復元手順

phpMyAdmin を使うと、エクスポートしたバックアップファイルをデータベースに読み込んで復元できます。以下の手順は、バックアップ時点の状態にデータベースを上書きして戻す操作です。^{*16}

■復元の前に確認すること

- 復元先のデータベース名が、バックアップ元と同じであることを確認します (wp-config.php の DB_NAME の値と一致しているかどうかで確認できます)。
- 復元を行うと、バックアップ時点以降に追加されたデータ (投稿、設定の変更など) は失われます。本当にこの時点のバックアップに戻してよいかを確認してから操作してください。

phpMyAdmin での復元手順は次のとおりです。

1. ホスティング会社のコントロールパネルから phpMyAdmin を起動します。
2. 左側の列またはデータベース一覧から、復元先の WordPress データベースを選択します。
3. 画面上部の「インポート」タブをクリックします。
4. 「インポートするファイル」の「参照」ボタンをクリックし、コンピューターに保存しておいたバックアップファイル (.sql または .sql.gz など) を選択します。
5. 「フォーマット」が「SQL」になっていることを確認します。
6. 「実行」をクリックします。データベースのサイズによっては数分かかる場合があります。
7. 「インポートに成功しました」などの完了メッセージが表示されれば、復元は完

^{*16} 既存の (壊れているかもしれない) データベースのすべてのテーブルをいったん破棄し、バックアップしていた内容で再作成します。

了です。

復元後は必ずサイトの動作を確認してください。確認すべき内容は後述の FAQ を参照してください。

phpMyAdmin は WordPress と独立してホスティング会社のコントロールパネルからアクセスできるため、管理画面にアクセスできないほどサイトが壊れている場合でも、この方法での復元が可能です。

UpdraftPlus での復元手順

バックアップからの復元は管理画面の「設定」→「UpdraftPlus バックアップ」から行えます。復元対象のバックアップを選択し、「復元」をクリックすることで、データベースとファイルを復元します。ただし、管理画面にアクセスできないほどサイトが壊れている場合は、プラグインの画面から操作できないため、制作会社またはホスティング会社に相談してください。

アップロードファイルの復元手順

データベースを復元しても、画像や PDF などのファイルは自動では戻りません。これらは `wp-content/uploads/` フォルダーに保存されているため、バックアップから別途戻す必要があります。

復元の基本は、バックアップしておいた `wp-content/uploads/` を本番サーバーの**同じ場所に上書きで戻す**ことです。ホスティング会社のファイルマネージャーを使うか、FTP ソフトウェアで接続して操作します。バックアップの取り方と逆の手順をたどる、と考えるとわかりやすいでしょう。

復元の前には、まず現在の `wp-content/uploads/` を別の場所に退避しておくことをおすすめします。復元したあとで「一部のファイルだけ戻り方がおかしい」「最新版のファイルを残しておきたかった」と気づくことがあるからです。完全に上書きする前に、現状を残しておくほうが安全です。

手順は次のとおりです。

1. ホスティング会社のコントロールパネル、または FTP ソフトウェアでサーバーに接続します。
2. WordPress を設置しているフォルダーの中から `wp-content/uploads/` を探します。
3. 必要に応じて、既存の `uploads/` フォルダーを別名で保存するか、ローカルにダウンロードして退避します。
4. バックアップしておいた `uploads/` フォルダーの内容を同じ場所に戻します。
5. 復元後、いくつかの投稿を開いて画像や添付ファイルが正しく表示されるか確認します。

2.5.4「アップロードファイルのバックアップ」で説明したとおり、バックアップとして `wp-content/` 全体を取っておいた場合、必要に応じて `uploads/` 以外のファイルも上記の手順と同様にして復元します。

設定ファイルの復元手順

`wp-config.php` や `.htaccess` の復元も、念のため既存のものを退避させ、FTP ソフトウェアなどでアップロードするという、上記とほぼ同様の手順で行います。

これらの復元の前に確認したいのは、**いまのサーバー環境に合った設定になっているか**という点です。たとえば、データベース名、ユーザー名、パスワード、ホスト名が変わっている場合、古い `wp-config.php` をそのまま戻すと、かえってサイトにアクセスできなくなることがあります。単純に「古いファイルを戻せばよい」とは限らないので注意が必要です。

新旧の `wp-config.php` や `.htaccess` の内容とその差異をよく見て、意味がわからなければ、まず制作会社に相談することをおすすめします。

テーマやプラグインの設定については、独自のインポート機能がある場合は、それを使って戻します。テーマやプラグインの種類によって操作画面が違うため、個別のマニュアルを参照するのが確実です。

設定ファイルの復元では、**必要なものだけを戻す**という考え方が大切です。サイト全体が壊れているのか、パーマリンクだけがおかしいのか、ログインできなくなっているのかによって、戻すべきファイルは変わります。`wp-config.php`、`.htaccess`、テーマやプラグインの設定ファイルを一律に全部戻すのではなく、症状に応じて切り分けてください。

テストで確認する内容

少なくとも数か月に 1 回は、バックアップから実際にサイトを復元できるかを確認することをおすすめします。復元テストでは次の点を確認します。

- バックアップファイルが正しく保存されており、ダウンロードできる
- 復元後にサイトのトップページおよびいくつかの投稿が正常に表示される
- 画像などのメディアファイルが正しく表示される
- お問い合わせフォームなどの主要な機能が動作する
- 管理画面にログインできる

ステージング環境の活用

本番のサイトに直接復元テストを行うと、サービスが一時的に停止するリスクがあります。理想的には **ステージング環境** を用意し、そこで復元テストを行うとよいでしょう。

ステージング環境とは、本番サイトとは別の場所に構築したテスト用のサイト環境です。本番サイトの構築を制作会社に依頼したのであれば、自分でテスト用のサイトを構築するのは難しいかもしれません。まずは制作会社に相談してみてください。

ステージング環境が用意できない場合でも、保存先にバックアップファイルが届いているか、ファイルのサイズや日時が期待どおりであるかを定期的に目視で確認するだけでも、最低限の状態確認になります。

改ざんされた場合、復元だけで安全になるか

不正アクセスによってサイトの内容が書き換えられた場合、バックアップから復元するだけでは問題が解決しない場合があります。攻撃者がサイトに侵入できた原因 (脆弱性) を特定して塞がない限り、復元後も同じ手口で再び侵害を受ける可能性があります。

改ざんが確認されたときは、バックアップからの復元と並行して次の対応が必要です。

1. **侵入経路の特定と対処:** どのような手段で侵害されたかを把握し、その原因を解消します。プラグインやテーマの脆弱性が原因であることが多く、該当するものを最新バージョンに更新することが基本的な対処です。原因の特定が難しい場合は、制作会社またはセキュリティの専門家に相談してください。
2. **正常な状態からの復元:** 侵害が起きる前の状態のバックアップから復元します。いつから侵害されていたかを特定することが重要です。
3. **すべての認証情報の変更:** WordPress の管理者アカウントのパスワードはもちろん、FTP、データベース、ホスティングコントロールパネルのパスワードもすべて変更します。
4. **不審なアカウントの確認:** 管理画面の「ユーザー」から一覧を確認し、見覚えのないアカウントを削除します。
5. **マルウェアスキャンの実施:** セキュリティプラグイン (例: **Wordfence**) を使い、サイトに残っている不正なファイルがないかをスキャンします。^{*17}

不正アクセス後の対処は高度な専門知識が必要です。改ざんの範囲が不明な場合や自力での対応に不安がある場合は、早めに制作会社またはホスティング会社のセキュリティサポートに相談することを強くおすすめします。

2.6 FAQ (運用上よくある問い)

Q. 不審なログイン通知が来た場合の初動は何ですか。

A. まず、自分または運用チームの誰かがそのタイミングにログインを試みていないかを確認してください。

心当たりがない場合は、すぐに以下の対応を取ってください。

^{*17} WordPress プラグインディレクトリ: Wordfence Security

まず、管理者 (Administrator) 以上の権限を持つすべてのアカウントのパスワードを変更してください。次に、管理画面の「ユーザー」の一覧を確認し、見覚えのないアカウントが追加されていないかを確認します。不審なアカウントがある場合は直ちに削除してください。

状況が深刻な場合や自分で対処できない場合は、制作会社またはホスティング会社のセキュリティサポートに相談してください。

Q. マルチサイトの運用で、1 つのサブサイトが不正アクセスを受けた場合、ほかのサブサイトへの影響はありますか。

A. マルチサイト環境では、すべてのサブサイトが同じ WordPress インストールを共有しているため、**1 か所での侵害がネットワーク全体に影響する可能性が高い**です。

具体的には、次のようなリスクがあります。データベースはネットワーク全体で共有されているため、攻撃者がデータベースにアクセスした場合、すべてのサブサイトのコンテンツやユーザー情報が危険にさらされます。wp-content/ フォルダーも共有されているため、不正なファイルが設置された場合、ほかのサブサイトにも影響が及ぶ可能性があります。また、特権管理者アカウントが侵害された場合は、ネットワーク全体に影響が及びます。

マルチサイト環境でセキュリティインシデントが疑われる場合は、被害の拡大を防ぐために、できる限り早くすべてのサブサイトを含めた全体の状況を確認し、制作会社またはホスティング会社のセキュリティサポートに相談することを強くおすすめします。個別のサブサイトだけを確認して対処しても、根本的な解決にならない場合があります。

Q. CAPTCHA は導入すべきですか。

A. CAPTCHA (画像内の文字を入力させたり、指定された画像を選択させたりして、人間かボットかを判定する仕組み) は自動投稿ボットによるスパムを防ぐ有効な手段の一つです。

ただし、CAPTCHA は訪問者に操作の手間を強いる場合もあります。Akismet などのスパムフィルタリングプラグインと組み合わせ、スパムの量が多い場合や Akismet だけでは対応しきれない場合に導入を検討するとよいでしょう。

Q. コメント欄を閉じるべき状況とはどのような場合ですか。

A. 次のような状況ではコメント欄を無効化することを検討してください。

コメントへの対応に時間をかけられない場合、コメントスパムへの対応に多くの手間を取られている場合、またはコメント機能がサイトの目的にとって必要ではない場合 (企業サイト、お知らせページなど) が該当します。

公開から日数が経過した古い投稿は、スパムの標的になりやすい傾向があります。「設

定」→「ディスカッション」の「古い投稿のコメントを自動的に閉じる」設定を利用すると、指定した日数より前の投稿のコメント欄を自動的に閉じることができます。

Q. バックアップに失敗しているかどうかはどう確認すればよいですか。

A. phpMyAdmin でのバックアップ (手動) の場合は、エクスポートが完了すればその場でファイルがダウンロードされます。ファイルが正しくダウンロードされたか、ファイルサイズが 0 バイトまたは前回に比べて極端に小さくなっていないかを確認してください。ダウンロード後は保存先にファイルが存在することを目視で確認しておくとういでしょう。

ホスティング会社のバックアップ機能を利用している場合は、コントロールパネルのバックアップ関連の画面で最終バックアップの日時と状態を確認できることが多いです。

バックアッププラグインを使用している場合は、そのメール通知機能を有効にしておき、完了または失敗の通知が届いているかを定期的に確認してください。

どの方法でも「確認した」という記録を残しておくこと、問題が起きたときの原因を特定しやすくなります。

Q. 復元はどのような状況で行うべきですか。

A. 次のような状況では、バックアップからの復元を検討してください。

- 不正アクセスによってサイトの内容が改ざんされた
- 誤ってコンテンツを削除してしまい、通常の操作では元に戻せない
- プラグインまたはテーマの更新後にサイトが正常に動作しなくなり、更新を元に戻すだけでは解決しない
- サーバー側のトラブルでデータが失われた

ただし、不正アクセスが原因の場合は、本節で解説したとおり、侵入経路の特定と対処を先に行うことが重要です。また、復元の操作に自信がない場合は、まず制作会社に相談してから行うことをおすすめします。

Q. 復元後に確認すべきチェック項目は何ですか。

A. 復元が完了したら、次の点を順番に確認してください。

まず、サイトの基本的な動作を確認します。トップページおよびいくつかの投稿や固定ページが正常に表示されるか、管理画面にログインできるか、画像などのメディアファイルが正しく表示されるか、お問い合わせフォームなどの主要な機能が動作するかを確認してください。

次に、セキュリティ上の確認を行います。管理画面の「ユーザー」を開き、見覚えのないアカウントが残っていないかを確認します。不審なアカウントがあれば削除してくだ

さい。不正アクセスが原因での復元の場合は、WordPress 本体、テーマ、プラグインがすべて最新バージョンになっているかも確認し、なっていないければ更新してください。

最後に、バックアップ取得後から復元時点の間に行われた変更で、復元によって失われた内容を把握します。投稿の追加や設定の変更があれば、必要に応じて再入力または再設定してください。

第3章

役目を割り振る (ユーザーと権限管理)

WordPress では、サイトにアクセスできる人を「ユーザー」として管理し、それぞれに「権限グループ」を割り当てます。権限グループとは、そのユーザーが管理画面で何をできるかを定めるものです。誰にどの権限グループを与えるかを適切に設計することが、安全で安定した運用の基盤になります。

ユーザー管理は地味な業務に見えますが、甘く見ると思わぬトラブルを招きます。不適切なパスワードの共有、離任後のアカウント放置、必要以上に強い権限の付与——こうした運用上のほころびは、外部からの攻撃と同じくらいサイトにとって危険です。

本章では、パスワード管理の原則から始め、権限グループの考え方、マルチサイト特有の注意点、制作会社との権限分離、ユーザーの追加または削除の基準、そして投稿に関わる全員が守るべきルールの明文化まで、「人の管理」に関わる事柄を順に扱います。技術的なスキルよりも、運用の考え方と習慣を身につけることがこの章の目標です。

3.1 安全なパスワード運用の基本

3.1.1 アカウントは個人単位で管理

WordPress の管理画面へのログインに使うアカウントは必ず個人ごとに用意してください。複数の人が同じアカウントとパスワードを共有することは絶対に避けなければなりません。これは技術的なルールではなく、運用の大原則です。

記事の投稿や編集などの主要な活動はアカウントに紐づいています。複数の人が同じアカウントを共有すると、この記録の意味が失われます。問題が起きた——たとえば記事が誤って削除された、設定が変わっていた——といったとき、「誰が操作したのか」を追跡できなくなります。不正なアクセスがあった疑いが生じた場合も、同様に確認できなくなります。

1人1アカウントという原則は、責任の所在を明確にするためのものです。

3.1.2 離任の際のリスク

担当者の離任が生じたときに問題となるのが、その人が引き続きサイトにアクセスできる状態になっていないか、ということです。

個人アカウントであれば、その人のアカウントを削除するだけで対処できます。しかしパスワードを複数人で共有していた場合、離任した元担当者も同じパスワードを知っています。パスワードを変更して全員に伝え直す必要がありますが、手間を惜しんで後

回しにしがちです。その空白期間が意図しないアクセスのリスクにつながります。

3.1.3 パスワードの使い回しによる漏洩の拡大

同じパスワードを複数のサービスで使い回すことはよくあります。もしそのパスワードが別のサービスで流出した場合、攻撃者がそのパスワードを使って WordPress にログインを試みる可能性があります。個人の過ちから、被害は組織全体に及びます。パスワードの使い回しをしないよう、ユーザー全員に周知してください。

3.1.4 他のユーザーのパスワードを再設定する方法

ユーザーがパスワードを忘れた場合や不審なアクセスが疑われる場合、管理者はパスワードを再設定することができます。

■ログインページからの再設定 (ユーザー自身による方法) ログインページには「パスワードをお忘れですか?」というリンクがあります。ユーザー名またはメールアドレスを入力すると、登録されたメールアドレスにパスワード再設定用のリンクが届きます。パスワードを忘れたユーザーには、まずこの方法を案内してください。

■管理画面からの再設定 (管理者による方法) 管理者 (またはマルチサイト環境では特権管理者) は、他のユーザーのパスワードを管理画面から変更することができます。手順は次のとおりです。

1. 管理画面の「ユーザー」→「ユーザー一覧」を開きます。
2. 対象のユーザー名をクリックします。
3. 「アカウント管理」のセクションまでスクロールします。
4. 「新しいパスワード」の欄にある「新しいパスワードを設定」ボタンをクリックすると、強力なパスワードが自動で生成されます。手動で入力することもできます。
5. 「ユーザーを更新」をクリックして保存します。

3.2 権限グループの考え方

WordPress には、ユーザーごとに割り当てる「権限グループ」が標準で用意されています。どの権限グループを誰に割り当てるかを適切に設計することが誤操作のリスクを減らし、管理の効率を高めます。

3.2.1 WordPress の権限グループ

WordPress には以下の権限グループが標準で用意されています。上にあるものほど権限の範囲が広く、下にあるものほど限定的です。^{*1}

権限グループ	主な役割の範囲
管理者 (Administrator)	サイト全体の管理。ユーザーの追加・削除、設定変更、すべてのコンテンツの管理が可能
編集者 (Editor)	すべての投稿の公開・編集・削除 (他のユーザーの投稿を含む)。カテゴリの作成・管理
投稿者 (Author)	自分の投稿の作成・公開・削除。メディアのアップロード
寄稿者 (Contributor)	自分の投稿の作成・編集のみ。公開はできず、編集者または管理者の承認が必要
購読者 (Subscriber)	閲覧・プロフィールの編集のみ。コンテンツの作成・編集は不可

マルチサイト環境では、これらに加えて「特権管理者 (Super Admin)」が存在します。詳細は次節で扱います。

3.2.2 役割ごとの責任範囲と割り当ての目安

■**管理者 (Administrator)** サイト全体を管理する立場の人と与えます。ユーザーの追加または削除や設定変更も行えるため、この権限を持つ人数は必要最小限に絞ってください。一般的には、運用の責任者のみが持つべき権限です。

ただし、管理者権限を持つアカウントは、常に2つ以上維持しておくことをおすすめします。唯一の管理者アカウントを誤って削除してしまった場合、復旧が非常に困難になるためです (詳細は本章末尾の FAQ を参照してください)。

■**編集者 (Editor)** 複数の投稿者が書いた記事を取りまとめてチェックし、公開する担当者に適しています。他のユーザーの記事も編集や削除ができる強い権限であるため、信頼できる担当者限定してください。

■**投稿者 (Author)** 自分の記事を独立して公開できる立場の人と与えます。社内スタッフや定期的に記事を書くライターが該当します。

^{*1} この表は各権限グループの概要です。詳細な権限の一覧は公式ドキュメントを参照してください。
WordPress サポート: ユーザーの種類と権限

■寄稿者 (Contributor) 記事を書いてほしいものの、公開前に必ず誰かのチェックを挟みたい場合に適しています。寄稿者は記事を公開できないため、編集者または管理者が内容を確認してから公開する運用フローとなります。外部ライターや新しいスタッフが最初に与えられる権限として活用できます。

■購読者 (Subscriber) 会員登録が必要な記事を閲覧するためだけのアカウントです。コンテンツの制作には関わらない人に与えます。

3.2.3 権限の調整が必要になる場面

WordPress では、細かく分類したタスクごとに「権限」が定義されています。^{*2}それをある程度まとめた 6 つのパターンをあらかじめ定義したものが上記で説明した標準の「権限グループ」なのです。

この標準の権限グループでは対応できない細かな要件が生じることがあります。たとえば「この投稿者にだけ、通常は編集者が持つカテゴリー管理の権限を与えたい」といったケースです。このような場合は **User Role Editor** などのプラグインを使って、権限を細かく設定できます。^{*3}

これらのプラグインは、上記の例のように個別のユーザーに権限を追加または削除したり、既存の権限グループの持つ権限のまとめ方を変更したり、また違ったまとめ方に名前を付けて新たな権限グループを定義したりできます。

これらの操作は WordPress の仕組みへの深い理解が必要であり、設定を誤ると意図しない権限の付与や既存ユーザーへの予期せぬ影響が生じることがあります。その要望が生じた際には、まず制作会社に相談してください。

3.2.4 最小権限の原則

権限グループを設計する際の基本は「最小権限の原則」です。**ユーザーには、実際の作業に必要な最低限の権限だけを与える**、という考え方です。「念のため」「便利だから」という理由で管理者権限を付与することが、後々のトラブルの原因になることがあります。

必要以上に強い権限を与えると、次のようナリスクが生じます。

- 「手伝いのつもり」で編集者権限を与えられたスタッフが、他の投稿者の記事を誤って削除した
- 管理者権限を付与されたライターが、パーマリンクの設定を変更してしまい、サイト上のすべての記事の URL が変わってしまった

^{*2} WordPress サポート: ユーザーの種類と権限

^{*3} WordPress プラグインディレクトリ: User Role Editor

- 管理者アカウントが乗っ取られ、不審なプラグインが管理画面からインストールされた

権限グループの設計は一度決めたら終わりではありません。担当業務が変わったときやチームの構成が変わったときに見直す習慣をつけてください。

3.3 マルチサイトにおける特権管理者の役割

マルチサイト環境を利用していない方は、この節を読み飛ばしてかまいません。

3.3.1 特権管理者と管理者の違い

マルチサイト環境では、権限の体系が単一サイト環境の場合と異なります。最も重要な違いは、**特権管理者だけが持つ操作権限**の存在です。またそれに伴って、**管理者の持つ権限が大きく変わります**。

第1章でも触れましたが、マルチサイト環境における特権管理者と管理者の主な違いをここで整理します。

■特権管理者 (Super Admin) にできること (主な例)

- WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新
- テーマおよびプラグインのインストールまたは削除
- プラグインのネットワーク全体への有効化 (すべてのサブサイトに強制適用) または無効化
- ネットワーク全体の設定変更
- サブサイトの追加または削除
- すべてのサブサイトへのアクセスと管理
- ユーザーの追加または削除
- ユーザーへの特権管理者権限の付与または剥奪

特権管理者の操作は、管理画面上部のツールバーの「参加サイト」から「サイトネットワーク管理」にアクセスして行います。

■管理者 (Administrator) にできること (サブサイトレベル、主な例)

- 担当サブサイトの基本設定変更 (サイト名、パーマリンク設定など)
- 特権管理者が使用可能にしたテーマの中から、そのサブサイトで使うテーマの選択
- 特権管理者がネットワーク全体では有効化していないプラグインの、そのサブサイト上での有効化または無効化
- サブサイト内のユーザーの追加 (既存のネットワークユーザーに限る)、または

削除

- コンテンツ (投稿、固定ページ、メディア) の管理

マルチサイト環境の場合のみ、管理者は WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新やインストールを行う権限を持ちません。^{*4}

3.3.2 ネットワーク全体に影響する操作の重さ

マルチサイト環境では、特権管理者が行う操作の多くがネットワーク全体に同時に影響します。一つの判断ミスがすべてのサブサイトに影響することがあります。

特権管理者として作業を行うときは、「この操作はネットワーク全体に影響するか？」を常に意識する習慣をつけてください。重要な操作の前にはバックアップが取れていることを確認することを強くおすすめします (詳細は第2章を参照)。

3.3.3 サイトの追加または削除

サブサイトの追加または削除は特権管理者だけが行える操作です。

- サブサイトの追加は、新たなサイトをネットワークに加えることであり、将来にわたる管理コストが増える判断です。
- サブサイトの削除は、そのサブサイトのコンテンツがすべて失われることを意味します。

サブサイトの追加または削除は特に慎重な判断が必要です。この操作を行う際は、制作会社と事前に相談してください。

3.3.4 プラグインのネットワーク有効化の責任範囲

マルチサイト環境では、プラグインの有効化に次の段階があります。

1. **特権管理者がプラグインをインストールする** (管理者にはこの操作はできません)。
2. **特権管理者がネットワーク全体で有効化すると、そのプラグインはすべてのサブサイトに強制的に適用されます。** 各サブサイトの管理者は無効化することができません。
3. **特権管理者がインストールのみ行い、ネットワーク全体では有効化しない場合は、各サブサイトの管理者がそのサブサイト上でプラグインを有効化または無効化できます。**

^{*4} WordPress サポート: マルチサイトのネットワーク管理

「ネットワーク全体で有効化」は強制力の強い操作です。全サブサイトに必ず適用したいプラグイン (例: セキュリティ強化のためのプラグイン) に適しています。

上記 2. よりも 3. のほうが各サブサイトの柔軟性が保たれるため、どちらにするかは実際の運用に応じて判断してください。迷う場合は制作会社に相談することをおすすめします。

3.3.5 共通ユーザー管理の注意点

マルチサイト環境では、ユーザーアカウントはネットワーク全体で共有されます。1人のユーザーが複数のサブサイトに、それぞれ異なる権限グループで関わることができません。

たとえば、Aさんが旅行サイトでは「編集者」、料理サイトでは「投稿者」という権限グループを持つことが可能です。Bさんは旅行サイトでは「投稿者」、料理サイトには参加しないという状態もありえます。

注意が必要なのは、ユーザーをネットワーク全体から削除すると、そのユーザーはすべてのサブサイトからも削除されることです。あるサブサイトからだけ外したい場合は、そのサブサイト上でそのユーザーの「権限グループの変更」または「そのサブサイトからの除外」で対処してください。ネットワーク全体からの削除とは異なる操作です。

3.4 制作会社との権限分離

制作会社にサイトの管理作業を依頼したり一時的な作業を委託したりする際は、権限の管理にも注意が必要です。

3.4.1 制作会社に付与する権限

制作会社に付与する権限は**その作業に必要な最低限の範囲**にとどめてください。

作業の内容によって、適切な権限グループは異なります。

- デザインの変更やプラグインの設定が必要な場合: 管理者 (単一サイト) または特権管理者 (マルチサイト)
- テーマやプラグインの開発やインストールが必要な場合: 管理者または特権管理者
- 記事の追加、修正のみの場合: 投稿者または編集者

制作会社に付与する場合は、**専用のアカウントを作成**してください。問題が生じたときの操作の追跡がしやすくなります。

自分の個人アカウントのパスワードを制作会社に教えることは絶対に避けてください。

3.4.2 作業完了後の権限の見直し

一時的な作業のために管理者権限や特権管理者権限を付与した場合は、作業が完了した後必ず権限を見直してください。

- 完了後も高い権限を残したままにしておくと、不必要なリスクが残ります。
- 制作会社側の担当者が変わっても、旧担当者が引き続きアクセスできる状態になることがあります。

作業の完了をきっかけに、「権限の変更または削除を依頼する」という流れを習慣にしてください。

3.4.3 保守契約の有無による運用設計の違い

■保守契約がある場合 制作会社が継続的にサイトのメンテナンスを担う契約がある場合、制作会社専用のアカウントを長期的に維持することは合理的です。ただし、そのアカウントに付与されている権限が実際の保守作業の範囲に見合っているかを定期的に見直してください。

■保守契約がない場合 スポット作業を依頼するたびに権限を付与し、作業後に削除または権限を下げる運用を徹底してください。

いずれの場合も、制作会社に付与したアカウントの一覧を記録しておき、定期的棚卸しすることをおすすめします。

3.5 ユーザーの追加または削除の管理基準

ユーザーの追加と削除は、そのつどの判断に任せるのではなく、一定の基準に従って行うことが大切です。「とりあえず追加する」「削除を後回しにする」という習慣が後々のセキュリティ問題や管理の混乱を招きます。

3.5.1 ユーザーを追加する判断基準

新しいユーザーを追加するのは、その人が WordPress の管理画面にアクセスして実際に作業をする必要がある場合に限ります。

次のような場合は、ユーザーを追加する理由になります。

- 新しく記事を執筆して投稿するスタッフやライターが加わった
- 記事のレビューや公開承認の担当者が決まった
- 制作会社が一時的な作業のためにアクセスを必要としている

一方、次のような場合には、ユーザーを追加しないことを原則とします。

- 「将来使うかもしれないから」という理由のみ
- 自分の不在時の緊急対応として、他の人に自分のアカウントを使わせる代わりとして

なお、ユーザーを追加できる権限は環境によって異なります。単一サイト環境では管理者が行えます。マルチサイト環境でも、既存のユーザーをサブサイトに追加する作業は管理者が行えますが、新規ユーザーをネットワークに作成する作業は特権管理者が担います（詳細は 3.3「マルチサイトにおける特権管理者の役割」を参照してください）。

3.5.2 ユーザーの追加手順

単一サイト環境での追加手順

1. 管理画面の「ユーザー」→「ユーザーを追加」を開きます。^{*5}
2. ユーザー名、メールアドレス、名前、パスワードを入力します。メールアドレスはユーザーごとに一意である必要があります。
3. 「権限グループ」を選びます。その人の作業内容に応じて必要最小限の権限を与えます。
4. 「ユーザーを追加」をクリックします。

追加した後は、本人が実際にログインできるかを確認してください。

マルチサイト環境での追加手順

マルチサイト環境では、ネットワークに追加されたユーザーはデフォルトで、ネットワーク内のすべてのサイトで購読者権限を持ちます。したがって、単一サイトの感覚で「そのサイトだけのユーザー」を作るのではなく、ネットワーク全体のユーザーとして扱う必要があります。

手順は次のとおりです。

1. **ネットワークに新規ユーザーを作成する**
この作業は特権管理者が行います。サイトネットワーク管理画面の「ユーザー」→「ユーザーを追加」から新規ユーザーを追加します。
2. **既存のネットワークユーザーを、特定のサブサイトに追加する**
そのユーザーがすでにサイトネットワーク内に存在する状態で、サブサイト側でそのユーザーを追加（招待）し、必要な権限グループを割り当てます。この作業は特権管理者またはそのサブサイトの管理者が行います。

^{*5} WordPress サポート：ユーザー新規追加画面

3.5.3 ユーザーの削除手順

担当者が離任したとき、または契約が終了したときには、速やかにそのユーザーアカウントを処理してください。「後でやろう」と後回しにするほど、在籍していない人がサイトにアクセスできる状態が続きます。

ユーザーを削除する手順は次のとおりです。

1. 管理画面の「ユーザー」→「ユーザー一覧」を開きます。
 2. 対象のユーザー名の下に表示される「削除」をクリックします。
 3. そのユーザーが作成したコンテンツ (記事や固定ページ) の取り扱いをどうしたいかを選びます。
- **すべてのコンテンツを消去する:** そのユーザーが作成した記事や固定ページがすべて削除されます。公開済みの記事も消えてしまうため、通常はこの選択肢を選ばないでください。
 - **すべてのコンテンツを特定のユーザーに帰属させる:** コンテンツを残しつつ、別のユーザーの名義に移します。コンテンツを引き継ぐ担当者のアカウントを指定してください。

離任者に公開済みの記事がある場合は、コンテンツを引き継ぎ担当者に帰属させてからユーザーアカウントを削除することが基本です。

マルチサイト環境の場合、ちょうど追加の手順の逆になります。つまり、各サブサイトではその管理者または特権管理者が「サイトからのユーザーの除外」を行います。さらにネットワーク全体からの削除を行うには、特権管理者がサイトネットワーク管理画面の「ユーザー」→「ユーザー一覧」から、上記の手順で削除を行います。

3.5.4 削除ではなく権限変更で対応すべき場面

すぐにアカウントを削除するよりも、権限グループを変更することで対応したほうがよい場合もあります。

■ **マルチサイト環境で、そのユーザーが複数のサブサイトに関わっている場合** ネットワーク全体から削除すると、そのユーザーはすべてのサブサイトにアクセスできなくなります。特定のサブサイトからだけ外したい場合は、そのサブサイト上でその人の権限グループを削除する (「このサイトでの権限なし」) か、「購読者」に変更する方法もあります。

■ **一時的な休止や役割の変更の場合** 完全に削除するのではなく、権限グループをより低いものに変更しておくことで、将来的に復帰した際に対応しやすくなります。

ただし、使われていないアカウントを長期間放置することはセキュリティ上のリスク

になります。役割の変更で対応した場合も、半年に一度程度は棚卸しを行い、不要なアカウントを整理してください。

3.6 ルールの明文化

WordPress の権限グループを適切に設計しても、それだけではサイト運用上のトラブルはなくなりません。「どのように使うか」というルールを明文化し、投稿に関わるユーザー全員に周知することが重要です。

ルールは文書にして記録してください。口頭での伝達だけでは、担当者が交代したときに伝わらなくなります。

3.6.1 アカウント利用の基本ルール

最低限、次のルールを全ユーザーに周知してください。

- 自分のアカウントを他人に使わせない
- 他で使用しているパスワードを使い回さない
- 不審なメールやアクセスに気づいたら速やかに担当者に報告する
- 共有の端末を使う場合は、作業後に必ずログアウトする

3.6.2 ブログ上の表示名の統一

WordPress では、ユーザーがプロフィールに「ブログ上の表示名」を設定できます。この表示名は、記事の投稿者名としてサイト上に表示されます。

表示名の形式が統一されていないと、サイト上の投稿者名がユーザーによってまちまちなり、読者に対して一貫性のない印象を与えます。組織として、表示名の形式をあらかじめ決めておくことをおすすめします。

決め方の例としては次のようなものがあります。

- フルネーム (例: 山田 太郎)
- 役割や部署名 (例: 編集部)
- ニックネーム (例: Taro)

決めた形式は全ユーザーに設定してもらい、管理者が定期的に確認するとよいでしょう。

表示名の設定は、管理画面の「ユーザー」→「ユーザー一覧」→対象のユーザー名をクリック→「ブログ上の表示名」の欄で変更できます。

3.6.3 カテゴリーとタグの使用原則

カテゴリーとタグの運用ルールについても、複数の投稿者がいる環境では統一方針が必要です。詳細は 5.5「カテゴリーとタグの基本」で解説しますが、ここでは権限の観点から、1点だけ述べておきます。

WordPress の標準設定では、カテゴリーの作成と編集は編集者以上の権限が必要です。投稿者はカテゴリーを新たに作成することができません。このため、カテゴリーの管理責任者をあらかじめ明確にしておくことが重要です。

一方、タグの新規作成は投稿者も行えます。投稿者が自由に新しいタグを作ってしまうため、タグの運用ルールも別途決めておく必要があります。

3.6.4 承認フロー

複数の投稿者がいる場合、「記事を公開できる人」を限定することで品質管理の仕組みを設けることができます。

- 記事を書く担当者に「寄稿者」権限を与えます。寄稿者は記事を書くことはできませんが公開できないため、記事は「レビュー待ち」の状態になります。
- 「編集者」または「管理者」が記事を確認し、問題がなければ公開します。

この方法は、WordPress の標準機能を使った権限グループを活用した簡易的な承認フローです。より正式なコメントや変更記録が必要な場合は、メールや社内のコミュニケーションツールを補助的に組み合わせることを検討してください。

承認フローを設ける必要がない場合でも、「誰がどの記事の公開を担当するか」という役割分担は明確にしておくことをおすすめします。

3.6.5 緊急時の連絡体制

サイトに問題が生じたとき、「誰が対応するか」「どこに連絡するか」を事前に決めておくことは、運用上の重要な準備です。

最低限、次の情報を記録しておいてください。

- 特権管理者 (またはサイト管理者) のアカウントを持つ担当者とその連絡先
- その担当者が不在の場合の代理対応者
- 制作会社の緊急連絡先
- ホスティングサービスのサポート窓口

この情報は WordPress の外 (メモや共有ドキュメントなど) に保存してください。サイトにアクセスできなくなるトラブルが発生した場合、WordPress 内に記録した情

報は確認できません。

3.7 FAQ (運用上よくある問い)

Q. どういう基準でユーザーを追加すればよいですか。

A. 「その人が WordPress の管理画面で実際に作業をする必要があるか」を判断基準にしてください。記事の執筆だけであれば、ライティングツールやメールで下書きを受け取り、管理者がコピーして入稿する方法もあります。WordPress へのアクセスを最小限に絞るほうがセキュリティ上は安全です。

追加する必要がある場合は、その人の実際の作業内容に見合った最低限の権限グループを選んでください。「とりあえず管理者にしておく」は避けてください。

Q. 間違って管理者を削除してしまったらどうすればよいですか。

A. WordPress では、現在ログインしているユーザーは自分を削除できません。また、管理者が 1 人しかいない場合、そのユーザーを削除するボタンは表示されません。この状況が起こるのは「管理者が複数いる状態で、一方が他方を削除した」「マルチサイト環境で、特権管理者がサイト管理者を削除した」場合です。

まず、ネットワーク上に別の管理者アカウント（またはマルチサイト環境であれば特権管理者アカウント）が残っているかどうかを確認してください。別のアカウントが残っていれば、そこからログインして新しい管理者アカウントを作成できます。

何らかの理由で管理者アカウントが 1 つもなくなってしまった、あるいはログインできなくなった場合は、ホスティングサービスのコントロールパネルまたはデータベースへの直接アクセスによる復旧が必要です。これは高度な作業であるため、制作会社または WordPress の専門家に連絡してください。

このような事態を防ぐため、**管理者権限を持つアカウントは常に 2 つ以上維持しておくことを強くおすすめします。**

第4章

構造を整える (設定と調整)

制作会社から引き継いだサイトは、すでに骨格が出来上がっています。ナビゲーションメニューの構成、フッターの内容、サイト全体の配色などの要素が、訪問者がサイト内をスムーズに移動できるかどうかを左右します。

運用者の仕事は、この骨格を根本から作り替えることではありません。日々の運用の中で生じる小さな変化——新しい項目をナビゲーションに追加する、ヘッダー画像を季節に合わせて更新する——こうした調整を、制作会社に依頼することなく自分で対応できるようにすることです。

本章では、運用者が管理画面から安全に実施できる設定や構造の調整について説明します。操作の手順と同時に、「なぜその調整が必要なのか」「どこまでが自分の判断で行える範囲か」を理解することを重視します。

4.1 サイト基本設定の確認

4.1.1 なぜ必要なのか

WordPress には、サイト全体の基本的な情報を管理する設定項目があります。サイトのタイトルと説明文、日付の表示形式、タイムゾーンなど、これらは一見地味な項目ですが、表示上の問題や混乱の原因になることがあります。

たとえば、タイムゾーンが正しく設定されていないと、投稿を「2026年3月1日10:00」に公開したつもりが、実際の表示では時刻がずれてしまいます。また、サイトのタイトルはブラウザのタブや検索エンジンの結果画面にも表示されるため、誤った名前やスペルミスがあれば、訪問者からの信頼を損なう可能性があります。

基本的には制作会社が適切に設定しているはずですが、引き継ぎ後、あるいは何か変更が加わったと思われるときは、これらの基本設定を確認しておきましょう。

4.1.2 確認する項目と操作場所

基本設定は、管理画面の「設定」→「一般」から確認します。^{*1}

■**サイトのタイトル** サイトの名前です。ほとんどのテーマでは、各ページの先頭、ブラウザのタイトルバー、そして RSS フィードの名前としてこの値が使われます。

^{*1} WordPress サポート: 一般設定画面

■**キャッチフレーズ** サイトの説明文です。テーマによって表示位置は異なります。内容が実態に合わなくなっていないか確認してください。

■**タイムゾーン** 日本のサイトであれば「アジア/東京」(UTC+9)が正しい値です。タイムゾーンがずれていると、投稿の公開時刻が意図した時刻とずれて表示されます。

■**日付形式/時刻形式** 投稿に表示される日付と時刻の表示形式を設定します。

4.1.3 管理者メールアドレス

「管理者メールアドレス」は、WordPress がサイト管理者に対してシステム通知を送る際の宛先です。具体的には、WordPress 本体やプラグインの更新通知、新規ユーザー登録の通知、コメントの承認待ち通知などがこのアドレスに届きます。サイトの運用上の異変をいち早く把握するための重要な連絡先であるため、実際に受信できるアドレスが設定されているかどうかを確認してください。

設定の確認は「設定」→「一般」の「管理者メールアドレス」の項目から行えます。^{*2} 担当者の異動や組織変更によってアドレスが変わったにもかかわらず、旧担当者のアドレスが残ったままになっているケースは少なくありません。引き継ぎ後に必ず確認しておくべき項目のひとつです (7.5.2「アカウントと権限の移行」も参照)。

アドレスが正しく設定されているかどうかは目視で確認できますが、そのアドレスへのメール送信が実際に機能しているかどうかは別の問題です。メールの送信機能そのものに問題がある場合、設定が正しくても通知は届きません。動作確認の簡便な方法として、管理画面からパスワードリセットのメールを送信し、届くかどうかを確認する方法があります。

お問い合わせフォームの送信先メールアドレス

ここで取り上げるお問い合わせフォームの設定は、WordPress コアの設定ではなく、サイトで使用しているお問い合わせフォームプラグインの設定です。本節の範囲を超えますが、管理者メールアドレスとの混同が起きやすい点であるため、あわせて説明します。

お問い合わせフォームの送信先メールアドレスは、管理者メールアドレスとは独立して設定できます。多くのお問い合わせフォームプラグインでは、プラグイン独自のメール設定画面から送信先を指定する仕組みになっており、WordPress の管理者メールアドレスを自動的に引き継ぐわけではありません。

2つのアドレスは、用途によって使い分けることが望ましいです。管理者メールアドレスには WordPress システムからの通知が届くため、運用担当者や技術的な管理者

^{*2} 管理者メールアドレスを変更しようとする場合、WordPress は新しいアドレスに確認メールを送信します。そのメール内のリンクをクリックして承認するまで変更は反映されません。確認メールが届かない場合は、迷惑メールフォルダを確認してください。

が受け取るべきものです。一方、お問い合わせフォームからの送信は、読者からの連絡を受け取る担当者に届くべき性質のものです。両者を同一のアドレスに集約すると、システム通知と読者からの連絡が混在し、見落としが起きやすくなります。お問い合わせフォームの送信先には、コンテンツについての対応窓口となる専用アドレス (例: info@example.com) を設定することをおすすめします。

送信先アドレスの確認と動作テストは、フォームプラグインの管理画面から設定内容を確認したうえで、実際にフォームから送信テストを行うことで実施できます。テストの際は、送信先アドレスに実際にメールが届くかどうかだけでなく、差出人名やメールの件名が意図どおりになっているかも確認してください。設定の場所や手順は使用しているプラグインによって異なるため、不明な場合は制作会社に確認してください (7.1.5 「お問い合わせフォームの動作確認」も参照)。

4.1.4 さわってはいけない項目

「設定」→「一般」には、絶対に変更してはならない項目が2つあります。

- WordPress アドレス (URL)
- サイトアドレス (URL)

これらはサイト自体の場所を示す URL です。誤って変更すると、サイトに一切アクセスできなくなったり、ログインできなくなったりすることがあります。制作会社から明示的に変更を指示された場合を除き、絶対に変更しないでください。

4.1.5 マルチサイト環境の場合

マルチサイト環境では、サブサイトごとに「設定」→「一般」があります。どのサブサイトの設定を変更しているかを、必ず確認してから作業してください。

管理者メールアドレスは、サイトネットワーク管理者と各サブサイトの管理者のそれぞれが完全に独立して存在します。いずれも適切に設定してください。

4.2 次節以降を読む前に

4.2.1 ブロックテーマ

WordPress のテーマには現代的な仕組みの「ブロックテーマ」と、数年前までの仕組みの「クラシックテーマ」の2種類があり (この章の末尾のコラムを参照)、管理画面上の操作方法が大きく異なります。

次節以降では、**ブロックテーマ**を主軸として説明します。

ブロックテーマでは、サイトの外観に関するほぼすべての調整を「**サイトエディター**」から行います。サイトエディターには管理画面の「外観」→「エディター」からアクセ

スします。

サイトエディターは非常に強力なツールですが、**操作を誤るとサイト全体の表示が壊れることがあります**。次のことを必ず念頭に置いて作業してください。

- サイトエディターで編集する「**テンプレート**」は、複数のページや投稿に共通して使われる土台です。テンプレートを1か所変更すると、それを使用しているすべてのページに変更が反映されます。
- 「**パターン**」はヘッダーやフッターなどのサイト共通パーツです。これも変更するとサイト全体に影響します。
- サイトエディター内で「**保存**」をクリックするまでは、変更はサイトには反映されません。迷ったときは保存せずに閉じることができます。
- 変更してしまった後でも、「**リセット**」でテーマの初期状態に戻せます。^{*3}

サイトエディターは「**閲覧**」と「**編集**」の2つの状態を行き来します。画面内の要素をクリックすると編集できる状態になります。本章で説明する操作以外の箇所は、むやみにクリックしないことを強くおすすめします。

4.2.2 調整方法はテーマに依存

次節以降に説明する手順は、テーマに強く依存します。そもそもその設定項目がないかもしれません。以下に示すのは、よくある例です。

制作会社から、使用しているテーマ名や軽微な調整を行う手順の引き継ぎを受けておくのが確実です。

4.3 フッターやサイドバーの微調整

4.3.1 「パターン」の考え方

古い種類であるクラシックテーマでは、サイドバーやフッターに「ウィジェット」と呼ばれる部品を追加する機能がありました (この章の末尾のコラムを参照)。「最近の投稿」一覧を右側のサイドバーに配置したり、フッターに会社の連絡先を表示したりするための仕組みです。

ブロックテーマでは、この「ウィジェット」という仕組みは存在しません。代わりに、ヘッダー、フッター、サイドバーといったサイト共通の部品は「**パターン**」として管理されており、記事を投稿する際に使う通常のブロックエディターと同じ操作で内容を編集できます。

つまりブロックテーマでは、「ウィジェットを追加する」という操作が「**テンプレ**

^{*3} 「リセット」を行っても、投稿した記事や画像が削除されることはありません。そのテンプレートやパターンに対して行った「見た目のカスタマイズ」が破棄されるだけです。

トパーツにブロックを追加する」という操作に置き換わっています。

もし管理画面に「外観」→「ウィジェット」という選択肢があったら、使用しているテーマが現代的なブロックテーマではなく、クラシックテーマの可能性もあります。本書では具体的な手順を示しませんが、ここで説明したように、「ウィジェット」をページを構成する「パーツ」であると捉えれば、考え方自体はこの節とそれ以降の説明でも概ね当てはまります。手順に不安に感じたら、制作会社に相談してください。

4.3.2 パターンの編集は慎重に

パターンの編集は、ブロックテーマにおいて最も慎重さが求められる操作のひとつです。フッターのパターンに誤って変更を加えると、サイト全体のフッターが影響を受けます。

次のケースは自分で対応できる範囲です。

- フッターに表示されているテキスト（会社名、連絡先、営業時間など）を更新する
- フッターに既存のブロックと同種のブロックを追加する（例: すでに「テキスト」ブロックがある場所に、別の「テキスト」ブロックを加える）

次のケースは制作会社に依頼することをおすすめします。

- フッターやサイドバーのレイアウトそのものを変更する
- 新しい種類のブロック（「最近の投稿」一覧など）をパターンに追加する
- サイドバーを新たに設ける*4

4.3.3 フッターのテキストを更新する手順

フッターに表示されているテキスト（例: 会社の住所や営業時間）を更新する手順を説明します。

1. 管理画面の「外観」→「エディター」を開きます。
2. 左側のパネルから「パターン」を選択します。
3. 「フッター」または対応するパターンの名前をクリックします。*5
4. フッターの内容が画面上に表示されます。変更したいテキストのブロックをクリックして選択し、内容を編集します。
5. 編集が終わったら、右上の「保存」をクリックします。

*4 サイドバーは、すべてのブロックテーマに存在するわけではありません。引き継いだサイトにサイドバーがない場合は、テーマの設計上、サイドバーを使わない構成になっている可能性があります。変更を検討する場合は制作会社に相談してください。

*5 パターンの名称（「フッター」「フッター-1」など）はテーマによって異なります。画面上の表示を確認してください。

4.3.4 ブロックテーマでのデザイン調整

ブロックテーマでは、サイト全体の配色、フォント、余白などのデザインを「**グローバルスタイル**」という機能でまとめて管理します。グローバルスタイルには、サイトエディターの「**スタイル**」パネルからアクセスします。^{*6}

ただし、グローバルスタイルの変更は**サイト全体に影響します**。色やフォントを変更すると、すべてのページとすべてのブロックに即座に反映されます。しかし、これらはサイトの統一感やブランドイメージに直結する要素です。制作会社が設計した配色や書体を、運用者が独自の判断で変更することは避けてください。

変更が必要な場合 (会社のブランドカラーが変わったなど) は、制作会社に相談して対応してもらうことをおすすめします。

4.4 ヘッダー画像 (トップ画像) の差し替え

4.4.1 なぜ必要なのか

サイトにアクセスした訪問者が最初に目にするのが、ページ上部のヘッダーエリアです。ここに配置された画像は、サイトの第一印象を大きく左右します。

季節のキャンペーンに合わせて画像を変更する、サービス内容の変化を反映して差し替える——こうした更新は、サイト全体に新鮮さと活気を与えます。また、古い画像をそのまま放置することは、サイトの管理が行き届いていないという印象を与えかねません。

4.4.2 ブロックテーマでのヘッダー画像の差し替えの手順

ブロックテーマでは、ヘッダー画像はサイトエディターの「ヘッダー」パターンの中に配置されたブロック (多くの場合「カバー」ブロックや「画像」ブロック) として管理されています。

ヘッダー画像の実装方法はテーマによって大きく異なります。「カバーブロック」「画像ブロック」「パターン」など、テーマの設計によってさまざまな形があります。以下の手順はあくまでも一般的な流れです。画面の内容が一致しない場合は制作会社に確認してください。

1. 管理画面の「外観」→「エディター」を開きます。
2. 左側のパネルから「パターン」を選択します。
3. 「ヘッダー」をクリックします。
4. ヘッダーエリアが画面上に表示されます。現在のヘッダー画像を **1回クリック**し

^{*6} WordPress ドキュメント: スタイルの概要 (英語)

て選択します。画像の上部にツールバーが表示されます。

5. ツールバーの「置換」アイコンから新しい画像を選んでください。メディアライブラリから既存の画像を選ぶか、新たにアップロードします。
6. 画像を変更したら、右上の「保存」をクリックします。

4.4.3 適正サイズと注意点

■テキストが読みやすいかを確認する ヘッダー画像の上にサイトのタイトルやキャッチフレーズが重なって表示されるテーマの場合、画像の色や明暗によって文字が見えにくくなることがあります。^{*7}変更後は必ず実際のサイト表示を確認してください。

■スマートフォンでの表示を確認する 同じ画像でも、PC とスマートフォンでは表示される範囲が異なることがあります。重要な部分（ロゴや人物の顔など）が切れていないか確認してください。サイトエディターの画面上部右寄りに表示される PC/タブレット/スマートフォンの切り替えアイコンを使うと、各デバイスでの見え方をプレビューできます。

■ファイル形式とサイズ 写真は JPEG 形式が、透過処理が必要なイラストやロゴは PNG 形式が一般的です。ファイルサイズが大きいとページの読み込み速度が遅くなるため、できる限り圧縮してからアップロードすることをおすすめします（第 6 章も参照）。

4.4.4 ロゴ画像の設定

ロゴはサイトの「顔」です。ヘッダーに表示されている場合、管理方法はテーマによって異なります。

多くのブロックテーマでは、ヘッダーのテンプレートパーツ内に「サイトロゴ」ブロックが配置されています。ロゴを差し替えるには次のように操作します。

1. 「外観」→「エディター」→「パターン」→「ヘッダー」を開きます。
2. ロゴ画像をクリックして選択し、ツールバーまたはブロックの設定から「置換」または「ロゴを選択」を選びます。
3. メディアライブラリから新しい画像を選択するか、新たにアップロードします。
4. 「保存」をクリックします。

なお、テーマによっては「サイトアイコンとして使用する」の項目があるかもしれません。その場合は、同じ画像を次の「サイトアイコン」として同時に設定できます。

^{*7} ヘッダー画像が「カバーブロック」で配置されている場合、画像の上に色が重なっている（オーバーレイ）ことがあります。画像を差し替えた後に「暗すぎる」「色が違う」と感じた場合は、ブロックの設定パネルにある「オーバーレイ」の設定を確認してください。

サイトアイコン

「サイトアイコン」とは、ブラウザのタブやスマートフォンのホーム画面に追加したときに表示される小さな正方形の画像です。「ファビコン」とも呼ばれます。

1. 管理画面の左サイドバーから「設定」→「一般」を開きます。
2. 「サイトアイコン」で、変更または選択をクリックします。
3. メディアライブラリから新しい画像を選択するか、新たにアップロードします。^{*8}

4.5 ナビゲーションの調整

4.5.1 ナビゲーション (メニュー) とは何か

ウェブサイトの「ナビゲーション」(メニューとも呼ばれることがあります)とは、訪問者がサイト内を移動するための道案内です。ページ上部のヘッダーや下部のフッターに表示されるリンクの集まりがナビゲーションです。

ナビゲーションが整理されていないと、訪問者は必要な情報を見つけられずにサイトを離れてしまいます。逆に、ナビゲーションが整然としていれば、初めて訪れた人でもどこに何があるかを直感的に理解できます。

4.5.2 自分で対応できる範囲と、制作会社に頼むべき範囲

ナビゲーションに関する操作には、自分で安全に行えるものと、制作会社に相談すべきものがあります。

■自分で対応できること

- 既存のナビゲーションにページ、投稿、固定ページへのリンクを追加する
- 外部サイトへのリンク (カスタムリンク) を追加する
- ナビゲーション項目の順序を変更する
- 不要になったナビゲーション項目を削除する

■制作会社に依頼すべきこと

- ナビゲーションの大規模な再構成 (全体のナビゲーション設計の変更)
- ドロップダウン式の多階層ナビゲーションの新規設計
- ナビゲーションのデザイン (色、フォント、サイズ) の変更

^{*8} 512 × 512 ピクセル以上の正方形の画像を用意してください。現在では ICO 形式でなくとも、PNG 形式や JPEG 形式でかまいません。

一言でいえば、「既存の枠組みの中で項目を調整する」のは自分で、「枠組み自体を変える」のは制作会社に依頼するのが目安です。

4.5.3 ブロックテーマでのメニューの操作手順

ブロックテーマでは、サイトエディター内のナビゲーションブロックとして管理します。

■サイトエディターを開く

1. 管理画面の「外観」→「エディター」をクリックします。サイトエディターが開きます。
2. 左側のパネルから「ナビゲーション」をクリックします。既存のナビゲーション（メニュー）の一覧が表示されます。
3. 編集したいナビゲーションの名前をクリックします。

■メニュー項目を追加するには

1. ナビゲーションの編集画面で、最後のメニュー項目の右端に表示される「+」アイコンをクリックします。
2. 検索フィールドが表示されるので、追加したいページ名や URL を入力します。候補が表示されたら選択してください。
3. カスタムリンク（任意の URL）を追加する場合は、「リンクを編集」を選択し、リンクのテキスト と URL を入力します。

■順序を変更するには 各メニュー項目をドラッグ操作または設定パネル内の矢印アイコンで並べ替えられます。項目を少し右側にずらすと、上の項目のサブメニューとして入れ子にすることができます。ただし、入れ子の階層を深くすると、スマートフォンでの表示に悪影響を与える場合があります。2 階層までを目安にしてください。

■メニュー項目を削除するには 削除したい項目をクリックして選択し、ツールバーの「: (オプション)」から「削除」を選択します。

■変更を保存するには 「保存」ボタンをクリックします。**保存しないと変更はサイトに反映されません。**作業を途中でやめたい場合は、保存せずにブラウザのタブを閉じるか、他の画面に移動してください。

4.6 変更した後の最低限のチェック

4.6.1 変更前の状態を記録しておく

何かを変更する前に、現在の状態をスクリーンショットで記録しておくことをおすすめします。「元に戻す」操作が難しい変更もあるため、「以前はどうなっていたか」がわかると、トラブル時の対応が容易になります。

4.6.2 PC とスマートフォンでの表示の確認

ブロックテーマでは、サイトエディターの画面上部に PC/タブレット/スマートフォンの表示を切り替えるアイコンが表示されます。変更を「保存」する前に、各デバイスでの見え方を確認することを習慣にしてください。

「保存」後は、実際のサイトの URL をブラウザで開き、フロントエンドの表示も確認してください。管理画面のプレビューと実際の表示が異なる場合があります。

確認のポイントは以下のとおりです。

- 変更した箇所が意図どおりに表示されているか
- 文字が画像や背景に埋もれて読めなくなっていないか
- レイアウトが崩れていないか (特にスマートフォンでの表示)
- ナビゲーションメニューのリンクが正しく機能しているか

4.6.3 変更をやり直したいとき

■サイトエディター内での取り直し 保存する前であれば、キーボードの **Ctrl + Z** (Mac の場合は **Command + Z**) で直前の操作を取り消せます。

■保存後にテーマのデフォルトに戻したいとき サイトエディターでテンプレートやパターンを編集した後に問題が発生した場合、「リセット」でテーマが提供する初期状態に戻すことができます。「外観」→「エディター」→「パターン」(または「テンプレート」)を開き、対象の項目のメニューから「リセット」を選択してください。^{*9}

4.6.4 キャッシュが原因で変更が反映されない場合

変更を保存したのにサイトの見た目が変わらない場合、ブラウザのキャッシュが原因である可能性があります。次の方法を試してください。

^{*9} 「リセット」を行うと、そのテンプレートとパターンに加えた変更はすべて失われます。テキストや画像を後から手で再設定する必要があります。

- ブラウザーのキャッシュをクリアする (一般的には `Ctrl + Shift + R` または `Command + Shift + R` で強制再読み込み)
- スマートフォンのブラウザアプリのキャッシュをクリアする

サイトにキャッシュ系のプラグインが導入されている場合は、そのプラグインの管理画面からキャッシュを削除する必要があることがあります (第 6 章も参照)。

4.6.5 制作会社に連絡すべき事項

変更を加えた後、以下のような問題が発生した場合は、自分で解決しようとせず、速やかに制作会社に連絡してください。

- サイトの表示がまったく崩れた (白い画面、エラー表示など)
- 管理画面にログインできなくなった
- 特定のページが表示されなくなった
- 意図しない箇所まで影響が出ている

これらの問題が発生したときは、焦って追加の変更を加えると状況を悪化させることがあります。まず操作を止めて、制作会社に現象を正確に伝えてください。スクリーンショットを添えると原因の特定がスムーズになります。

4.7 FAQ (運用上よくある問い)

Q. スマートフォンで見ると画面が崩れています。

A. サイトエディターの編集画面の上部に表示されるデバイスアイコンでスマートフォン表示に切り替えて確認してください。

プレビューでも崩れが見られる場合、直近で行った変更が原因である可能性があります。「最後にどの変更を行ったか」を振り返り、心当たりがあれば `Ctrl + Z` (Mac の場合は `Command + Z`) または「リセット」で取り消してください。原因がわからない場合は、制作会社に連絡してください。スクリーンショットと「どの端末、どのブラウザで確認したか」を伝えると、原因の特定がスムーズになります。

コラム: WordPress のレイアウトの進化——ウィジェット トから「すべてがブロック」へ

ページは「固まり」の積み上げ

WordPress には、日々更新するニュースやブログを書くための「投稿」と、会社概要やお問い合わせなどの独立したページを作るための「固定ページ」があるのはご存知のとおりです。サイトの顔となるフロントページ (トップページ) も、基本的には固定ページの 1 つとして作成します。

これらのページの内容は、WordPress に標準で組み込まれている「エディター (編集画面)」を使って作っていきます。このとき、どの時代においても共通している根本的な考え方があります。それは、「**それぞれの役割を持つ『固まり』を積み上げてページを構成する**」ということです。

しかし、数年前と現在とでは、この「固まり」の扱いが大きく変わりました。

数年前までの主流: 「ウィジェット」という固まり

少し前までの WordPress テーマ (現在では「クラシックテーマ」と呼ばれます) では、フロントページの一部や、サイドバー、フッターといった部分は、「**ウィジェット**」という枠組みで作られていました。

「ここには最新記事の一覧を入れる」「ここには画像を入れる」といった固有の役割を持つ部品 (ウィジェット) を、テーマ側であらかじめ用意された特定のエリアにはめ込んでいく方式です。

この頃のテーマは、本文を書く場所 (エディター) と、それ以外の周辺パーツを管理する場所 (ウィジェット画面) が明確に分かれて設計されていました。

現在の主流: 「ブロック」という固まり

一方、最近の WordPress の傾向は大きく異なります。サイドバーやフッター、さらにはヘッダーといったあらゆる場所が、通常の「投稿」の編集作業とまったく同じ感覚で作れるようになりました。

これを実現しているのが「**ブロックテーマ**」です。現在の WordPress は、文章、画像、ボタンなどのあらゆる要素を「**ブロック**」という単位で扱い、それを積み上げてページ全体を構成する考え方によって変わってきています。

なぜ「すべてがブロック」になったのか (利点)

この進化の最大の利点は、デザインやレイアウトの自由度が飛躍的に高まったことです。

ウィジェットの仕組みは、あらかじめ決められた枠にはめ込むため、やや硬直的でした。たとえば「このウィジェットの大きさを変更したい」と思っても、管理画面からは操作できず、コード (PHP や CSS など) を変更する必要があり、専門知識なしには困難でした。

しかし、すべてがブロックになったことで、配置や大きさなどを普通の投稿と同じ感覚で画面を見ながら簡単に操作できるようになりました。これは、レイアウトやデザインを行う者にとって非常に有用な進化です。

自由度が高まったことによる注意点 (欠点)

一方で、この自由度の高さが思わぬデメリットを生むこともあります。特に本書で想定しているように、「サイトを制作する人」と「日々の運用を行う人」が別である場合は注意が必要です。

ウィジェット時代は、コードを書かないと変えられない部分が多かったため、結果的に「レイアウトが守られていた」状態でした。しかし現在は、運用担当者が「ちょっと文字を書き換えるだけ」のつもりで操作した際に、あまりに簡単に編集できてしまうため、意図せずブロックの大きさを変えたり配置をずらしてしまったりすることがあります。

結果として、ページ全体のレイアウトを簡単に崩してしまう事故が起きやすくなりました。ウィジェットでは変更できなかった部分が簡単に変更できてしまうというのは、一長一短なのです。

運用時のレイアウト崩れを防ぐ対策

この問題を解決するため、現在の WordPress には「**ブロックのロック機能 (Block Locking API)**」が備わっています。これは、特定のブロックに対して「移動の禁止」や「削除の禁止」を設定し、運用者が誤ってレイアウトを壊してしまわないように制限をかける機能です。制作者と運用者が分かれている場合は、この機能を活用して安全な運用体制を整えることが推奨されています。^a

^a WordPress.org サポート: Block Locking API

第5章

品質を整える (投稿管理と編集実務)

ここまでの章では、WordPress サイトを安全に維持し、ユーザーを適切に管理し、設定の軽微な変更を行う方法を扱ってきました。この章は少し趣が変わります。テーマはコンテンツ、つまり記事の品質を整えることです。

もし人員に余裕があるなら、システム寄りの運用者、コンテンツ寄りの編集者、と担当を分けたいところです。WordPress の権限グループで言うと、それぞれ「管理者」と「編集者」に相当します。この章の内容は、その編集者が担う、ほぼすべて「編集者」の権限でできることです。

複数の投稿者がいるサイトでは、それぞれが異なる書き方や表記の習慣を持っていて、読者に不統一な印象を与えるかもしれません。誤字があれば信頼性が下がります。事実関係に誤りがあれば、サイトの評判に直接影響します。

こうした品質の問題を防ぐのが、本章前半で扱う「用語統一とスタイルガイド策定」と「内容の確認」です。これらは雑誌や書籍の編集部が長年積み重ねてきた実務に通じる世界ですが、本書では、専門の編集者でなくても取り組める最低限の実践に絞って解説します。また本章後半では、WordPress 上での編集に特有な、メタ情報について解説します。

5.1 用語統一とスタイルガイド策定

5.1.1 なぜ必要なのか

「スタイルガイド」とは、文章の書き方に関するルールをまとめた文書のことです。句読点の使い方、数字の表記、カタカナ語の末尾の統一、サイト固有の専門用語の扱い方などのルールを文書化したものです。^{*1}

スタイルガイドが必要な理由は、一言でいえば**読者からの信頼を守るため**です。

複数の人が記事を書くサイトではそれぞれの書き方の癖が混在します。気をつけていないと、たとえば次のような不統一はしばしば起きます。

- 「お問い合わせ」「お問合せ」「お問い合せ」が記事ごとにまちまち
- 数字の表記が、記事によって全角（「3つ」）だったり半角（「3つ」）だったりする
- 商品名の表記が、正式名称だったり略称だったりする

^{*1} 大規模なメディアや出版社では、スタイルガイドを「スタイルブック」「表記ルール集」などとも呼びます。本書では「スタイルガイド」で統一します。

- 語調が「です・ます」だったり「だ・である」だったりする

読者は、こうした不統一に必ずしも気づくわけではありません。しかし「なんとなく読みにくい」「信頼できるサイトに見えない」という感覚として伝わります。継続的に読んでもらうサイトを運営するうえで、この印象の蓄積は無視できません。

もう1つの理由は**編集作業の効率化**です。スタイルガイドがなければ、同じ種類の表記揺れを投稿のたびに修正し続けることになります。投稿者がガイドを守ってくれば、編集者の修正の手間は大幅に減ります。

5.1.2 スタイルガイドに盛り込む表記ルール

スタイルガイドに含めるべき項目はサイトの性質によって異なります。ここでは、ほとんどのサイトで必要になる基本的な項目を紹介します。完璧なものを最初から作る必要はありません。問題が起きたときに項目を追加していく形でかまいません。

■**文体と敬称** 記事全体のトーン (書き言葉のスタイル) を、あらかじめ決めておきます。

- 「です・ます」調か「だ・である」調か (通常はどちらかに統一する)
- 読者への呼びかけ方 (「あなた」「皆さん」「読者の方」など)

■**句読点** 日本語の句読点の基本は「、」と「。」です。明示しておくことで、句読点を使わない文体や「,」「.」を使う書き手との統一を図れます。

また、箇条書きの末尾に句点 (「。’) を付けるかどうか、方針を決めておくと統一しやすくなります。どちらが正しいということはありませんが、1つのサイト内で混在させないことが大切です。

■**カタカナ語** 外来語をカタカナで表記するとき、語末の長音符号 (「ー’) を付けるかどうか迷うことがあります。「ユーザー」か「ユーザ」か、「サーバー」か「サーバ」か、といった問題です。たいへん細かいことですが、読んでいるときに意外と気になります。また、書き手によって、あるいは同じ人でも気分によって、揺れが出やすい点でもあります。

どちらが正しいということはありませんが、サイト内で統一することが大切です。一般的な方針として、文化庁の表記原則 (「外来語の表記」(平成3年内閣告示第2号)) や、サイトの性質に合った基準を選んで統一します。

■**数字** 算用数字 (1, 2, 3) と漢数字 (一、二、三) の使い分けも、あらかじめ決めておく項目です。一般的なウェブコンテンツでは、数えられる数量には算用数字を使います。「3つの方法」「10人のユーザー」のような書き方です。一方、慣用的な表現 (「一時的な」「第三者」など) や固有名詞に含まれる漢数字はそのまま漢字で書きます。

算用数字を半角で書くか全角で書くかも統一が必要です。

■**サイト固有の用語** サイトのテーマやサービスに関わる固有の言葉こそ、スタイルガイドに載せる価値があります。たとえば次のようなものです。

- 読者を指す言葉: 「読者」「利用者」「会員」など、どれを正式名称とするか
- 商品・サービス名: 正式名称の表記 (略称の可否を含む)
- 専門用語: 業界用語の表記方法や、漢字表記とカタカナ表記の使い分け

これらをリスト形式でまとめた「用語集」をスタイルガイドの末尾に添えると、参照しやすくなります。

5.1.3 スタイルガイドの作り方と共有のしかた

最初から完璧を目指さない

スタイルガイドは、一度に完成させる必要はありません。むしろ最初から完璧なものを作ろうとすると、作業が止まってしまいます。

まず、すぐに決められる項目 (句読点、数字の全角・半角など) だけを書いた最小限のものから始めましょう。実際に記事を編集するなかで「この表記はどうする?」と迷ったことが出てきたら、そのつど追記していく形が实际的です。

記録・保管の場所

スタイルガイドは、投稿者全員がいつでも参照できる場所に置いておく必要があります。

本書では随所でマルチサイト環境について説明していますが、サイトネットワーク内に非公開 (スタッフと投稿者のみが閲覧できる) サイトを設置して、そこに置く方法もあります。^{*2}

投稿者への周知

スタイルガイドを作っても、投稿者に知られていなければ意味がありません。新しい投稿者がサイトに参加するときは、スタイルガイドを最初に渡し、一通り目を通してもらいましょう。

また、スタイルガイドを更新したときは、変更した箇所と理由を投稿者に周知することも大切です。「なんで突然ルールが変わったのか」とならないよう、変更の経緯を記録しておくことをおすすめします。

^{*2} マルチサイト環境でサブサイトを非公開に設定するには、**WP-Members** などのプラグインを使う方法があります。

5.1.4 スタイルガイドの例

内容が多い場合は、特に守ってほしい項目を「最重要ルール」として冒頭にまとめておくと、読んでもらいやすくなります。

たとえば、本書では「JTF 日本語標準スタイルガイド (翻訳用)」を基本にして、それを WordPress 日本語版のルール (WordPress ハンドブック: 翻訳スタイルガイド) で変更したのを使用しました。これを「12 の基本ルール (早引き)」としてまとめると次の表のようになります。^{*3}用語集は WordPress 日本語版の翻訳ファイルを使用しました。

#	ルール	正	誤
1	文体を敬体か常体に統一する	ですます調で統一	混在させる
2	句読点は「、」と「。」を使う	これは例です。	これは例です.
3	常用漢字表の漢字・音訓を優先する	おいしい	美味しい
4	動詞の送りがなは本則に従う	取り消す	取消す
5	カタカナ語の語尾の長音は省略しない	コンピューター	コンピュータ
6	カタカナ複合語には原則として中点「・」を使用しない。長くなる場合は「の」などで区切る	テキストエディター のベースウィン ドウ	テキストエディター ・ベースウィン ドウ
7	漢字・ひらがな・カタカナは全角で表記する	メールアドレス	メルアド ^レ ス
8	数字とアルファベットは半角で表記する (横組み)	12345 abc	1 2 3 4 5 a b c
9	原則として記号類は半角で表記する	!?:()@#%*	! ? : () @ # % *
10	半角文字と全角文字の間に半角スペースを入れる	その PDF ファイル	そのPDFファイル
11	ピリオド (.) とカンマ (,)、スペースは半角で表記する	785,105 / 12.5	785, 105 / 12. 5
12	単位の表記を統一する	2 kg、354 g	3 フィート、2.5m 混在

スタイルガイドはあくまでサポートツールです。投稿者全員がすべてのルールを完璧に守ることは期待しすぎです。守られなかった箇所を編集で修正するのが編集者の仕事でもあります。次節の「内容の確認」で、その実務を扱います。

^{*3} 特に、ここでの 9 や 10 は一般的ではないかもしれませんが、いずれにしろ「サイト内で統一」することに意味があります。

5.2 内容の確認

公開された記事の誤りは読者の目に触れます。誤字や事実の誤りはサイトの信頼性を傷つけます。公開後に修正することは技術的には可能ですが、すでに読んだ読者には誤った情報が届いてしまっています。公開前に確認する習慣がこうしたリスクを大幅に減らします。

本書の対象読者の皆さんには、これに割ける労力や時間があまりないかもしれません。無理をせず「できるだけ」の範囲でやっていきましょう。

5.2.1 誤字・脱字のチェック

誤字・脱字を見つけることは、思ったより難しい作業です。特に書いた本人が読み返すときは、「こう書いたはずだ」という思い込みが邪魔をして、実際に書かれた文字を正確に読まなくなります。

誤字・脱字を見つけやすくするための方法をいくつか紹介します。

■**声に出して読む** 最も効果的な方法の一つです。目で読むだけでは飛ばしてしまう箇所も、声に出すと一字一字に意識が向きます。読みにくいところは、文章として不自然な部分のサインでもあります。職場で声を出しにくい場合は、口を小さく動かすだけでも効果があります。

■**時間をあけて読む** 書いた直後に読み返すより、少し時間をあけてから読むほうが誤りに気づきやすくなります。直後はまだ「書いたときの記憶」が残っているため、書いた文字ではなく記憶を読んでしまいます。可能であれば、翌日に読み返すことをおすすめします。

■**プレビュー機能を使って確認する** WordPress の管理画面には、記事を公開前に実際の表示に近い形で確認できる「プレビュー」機能があります。^{*4}編集画面ではなく、読者が実際に見るレイアウトで確認することで、見落としを減らせます。プレビューは、公開前のチェックの最後のステップとして必ず実施することをおすすめします。

5.2.2 事実関係の確認

何を確認するか

記事にはさまざまな「事実」が含まれています。日付、数値、人名、地名、商品名、法律の規定、引用した文章など、こうした情報は、書き手が正確に書いたつもりでも、記憶違いや転記ミスが混入することがあります。

^{*4} WordPress サポート: プレビュー機能の使い方

特に確認が必要な項目を挙げます。

- **日付と曜日の整合:** 「〇月〇日 (〇曜日)」のように曜日も書かれている場合、実際の曜日と一致しているか確認します。
- **数字・統計の出典:** 具体的な数値が使われている場合、元の情報源と照合します。
- **固有名詞の正式表記:** 企業名、商品名、人名などは、公式サイトや公式資料の表記と一致しているか確認します。
- **引用の正確さ:** 他のサイトや文書を引用している場合、原文と照合します。
- **リンク先の内容との整合:** 「詳しくはこちら」のリンク先が、記事で説明している内容と実際に対応しているか確認します。

「事実らしい」情報に注意

なんとなく正しそうに見える情報でも確認が必要なことがあります。たとえば「日本で最初に〇〇を開発した会社」「日本人の〇〇%が〇〇をしている」といった記述は、投稿者が別のウェブサイトから引用したものかもしれません。その元の情報源がすでに誤っていた場合、確認せずに公開すると誤情報を広めてしまいます。

時間の許す範囲で、重要な事実は一次情報源 (公式サイト、政府機関の発表、出版物など) で確認することが理想です。すべてを確認するのが難しい場合は、少なくとも数値や固有名詞のような「誤りが目立ちやすい」情報に絞って確認します。

5.2.3 見出しと文章の流れの確認

見出しが内容と合っているか

記事の見出しは、読者が内容を読むよりも前に、最初に目に入る部分です。見出しと実際の内容が一致していないと、読者の期待を裏切ることになります。

確認のポイントは次のとおりです。

- 見出しに書かれたことが、その節の本文で実際に説明されているか
- 見出しが抽象的すぎて、わかりにくくなっていないか
- 複数の見出しで同じような内容を繰り返していないか

5.2.4 内部リンクと外部リンクの確認

リンクが切れていないか

リンクは、クリックして正しいページに到達するかを確認する必要があります。特に次の点に注意してください。

■**内部リンク** 自サイト内の別のページへのリンクは、リンク先のページが削除されたり、URL が変更されたりすると機能しなくなります。記事を編集するときは、記事内

のリンクを実際にクリックして確認する習慣を持つとよいでしょう。

■外部リンク 他のサイトへのリンクは、リンク先のサイト側の変更によって切れることがあります。投稿者がリンクを挿入した時点では機能していても、しばらくして確認したら「404 Not Found」になっている、といったことはよくあります。

リンク切れが多いと、読者にとって不便だけでなく、サイトの品質管理が行き届いていない印象を与えます。公開時だけでなく、定期的にリンクを確認する習慣を持つことをおすすめします。^{*5}

リンクのテキストが適切か

リンクのテキスト (クリックできる文字の部分) も確認します。「こちら」「ここ」のような言葉だけをリンクにするのは、読者にとって何にリンクしているかが事前にわからないため、避けることが望ましいです。

「詳しくは〇〇についてのページをご覧ください」のように、リンク先が何であるかをテキストから推測できるようにしましょう。これはアクセシビリティ (画面読み上げソフトを使う方を含む多様な読者への配慮) の観点からも重要です。

5.3 画像の扱い

投稿には、文章だけでなく画像も欠かせません。適切な画像は読者の理解を深め、サイトへの信頼感を高めます。一方、サイズが不適切だったり、表示が崩れていたりする画像は、文章の質を損ないます。

なお、画像には代替テキスト (alt テキスト) を設定することが推奨されます。代替テキストの意義と設定方法については、5.6「簡単な SEO チェック」の節で説明します。

5.3.1 適切な画像サイズの目安

WordPress に画像をアップロードすると、WordPress は元のファイルを保存するとともに、いくつかの縮小版を自動的に作成して「メディアライブラリ」に保管します。本文の中に画像を挿入するときは、エディターで、表示するサイズを「サムネイル」「中」「大」「フルサイズ」の中から選びます。

■アップロードするファイルの準備 カメラやスマートフォンで撮影した写真をそのままアップロードすることは避けてください。これらの機器が出力するファイルは数 MB 以上になることがあります。そのままアップロードするとサーバーの容量を圧迫するだけでなく、ページの表示速度にも悪影響を及ぼします。

^{*5} リンク切れを一括でチェックするプラグインも存在します。サイトの規模が大きくなった場合は、そうしたプラグインの導入を検討してください。プラグインの選定や設定については、制作会社と相談してください。

横幅 1,200 ピクセル前後、ファイルサイズ 300 KB 以内が、ウェブサイトを使用する画像の一般的な目安です。

■**画像の幅とコンテンツエリアの関係** 記事本文が表示される横幅 (コンテンツエリアの幅) はテーマによって異なります。コンテンツエリアより幅の広い画像は CSS によって収まるよう表示されますが、コンテンツエリアより幅の小さい画像を拡大表示すると、ぼやけて見えることがあります。「このサイトの推奨画像幅は何ピクセルか」を制作会社に確認しておくとう安心です。

5.3.2 画像が崩れたときの対処

投稿内の画像が正常に表示されない場合の基本的な確認手順を説明します。

■**画像が表示されず、× マークや壊れたアイコンになっている場合** 画像ファイルへのリンクが壊れている可能性があります。投稿の編集画面を開き、問題の画像ブロックを選択してください。メディアライブラリにそのファイルが存在するかを確認し、ファイルが削除されている場合は、画像を再度アップロードして設定し直してください。

■**画像が大きすぎる、または小さすぎる場合** 画像ブロックを選択すると、右側パネルにサイズの設定が表示されます。「フルサイズ」「大」「中」「サムネイル」の中から別のサイズを選び直すか、幅の数値を直接調整してみてください。

■**テキストとのレイアウトが崩れている場合** 画像ブロックの配置 (左寄せ、中央揃え、右寄せなど) を確認してください。設定が意図と異なる場合は修正し、「プレビュー」機能で実際の表示を確認しながら調整してください。^{*6}

5.4 投稿のメタ情報

書籍の「奥付」には書名、著者、出版社、発行年月日など、その本に関する基本情報が記されています。ウェブの投稿にもこれに似た情報があります。投稿の「**メタ情報**」とは、記事の本文とは別に、その投稿に付随する基本的なデータのことで、

メタ情報を適切に管理することが必要な理由は主に 2 つあります。1 つは、読者への情報提供のためです。投稿のタイトルは、ブラウザーのタブ、検索エンジンの結果一覧、SNS でのシェア画面など、さまざまな場所に表示されます。もう 1 つは、URL の管理のためです。投稿の URL の一部となる「スラッグ」は、一度公開したら変更しないことが原則で、最初から意識して設定しておく必要があります。

本節では、メタ情報の主要なものについて説明します。設定欄はすべて投稿編集画面の右側パネルの中にあります。

^{*6} この操作で解決しない場合は、テーマや CSS の問題が原因であることがあります。管理画面上の操作で対処できない場合は、無理に手を加えず制作会社に相談してください。

5.4.1 アイキャッチ画像

アイキャッチ画像とは、その投稿を代表する画像のことです。管理画面でも「アイキャッチ画像」と表示されます（英語では“Featured Image”）。これも書籍に例えるならば、表紙（カバー）の装画のようなものです。

アイキャッチ画像は次のような場面で表示されます。

- 投稿一覧ページやカテゴリのアーカイブページ
- SNS でこの投稿の URL がシェアされたときのプレビュー画像
- RSS フィードのサムネイル

アイキャッチ画像を設定するには、投稿編集画面の右側パネルにある「アイキャッチ画像」欄を開き、「アイキャッチ画像を設定」をクリックしてメディアライブラリから画像を選択するか、新しい画像をアップロードします。

アイキャッチ画像の推奨サイズはテーマによります。制作会社から仕様書が提供されていればそれを参照し、なければ制作会社に確認してください。一般的には横長（例：幅 1,200 ピクセル × 高さ 630 ピクセルなど）が使われることが多いです。

アイキャッチ画像を設定し忘れると、一覧ページに画像の枠だけが残って見栄えが悪くなることがあります。投稿を公開する前に、アイキャッチ画像が設定されているかを確認することを習慣にしてください（5.7「公開前チェックの手順」も参照）。

5.4.2 タイトルとスラッグ

タイトル

投稿のタイトルは、投稿一覧ページや検索エンジンの結果一覧に表示される、もっとも重要なメタ情報の一つです。記事の内容を端的に伝え、読者にとってわかりやすいタイトルをつけましょう。タイトルは、エディターの本文入力欄の上部にある「タイトルを追加」欄に入力します。

スラッグ

スラッグとは、その投稿の URL の一部として使われる文字列のことです。たとえばサイトのアドレスが `https://example.com` で、スラッグが `my-first-post` であれば、その投稿の URL は `https://example.com/my-first-post/` のような形になります。^{*7}

WordPress はタイトルをもとにスラッグを自動生成しますが、タイトルが日本語の場合には注意が必要です。URL をコピーすると `%E3%81%82...` のような長い文字列に

^{*7} WordPress サポート：パーマリンクの使い方

なることがあります。これは「パーセントエンコーディング」と呼ばれる技術的な変換によるもので、見た目がわかりにくく、共有の際に不便です。

日本語タイトルの投稿には、短く意味のある半角英数字のスラッグを手動で設定することをおすすめします。

- 望ましい例: `best-miso-soup-recipe` (ハイフンで単語を区切る)
- 避けるべき例: `article1` (内容がわからない)
- 避けるべき例: 自動生成された長いパーセントエンコード文字列

■スラッグの設定方法 スラッグは、投稿編集画面の右側パネルにある「スラッグ」欄で確認と変更ができます。

いったん投稿を公開した後にスラッグを変更すると、元の URL が無効になります。すでにほかのサイトからリンクされていたり読者がブックマークしていたりすると、「404 エラー (ページが見つかりません)」が表示されることになってしまいます。公開前に必ずスラッグを確認してください。

5.4.3 公開日時の設定と予約投稿

投稿の公開日時は、投稿編集画面の右側パネルにある「公開」欄で確認と設定ができます。

■今すぐ公開する場合 上部の青い「公開」ボタンをクリックすることで、その時点の日時で公開されます。特に変更しなければ「今すぐ」が選択されています。

■将来の日時を指定して公開する場合 (予約投稿) 公開日時を将来の日時に設定して保存すると、WordPress がその日時に自動的に投稿を公開します。^{*8}キャンペーンの開始日に合わせて記事を公開したいときや、複数の記事をあらかじめ準備して定期的に配信したいときに便利な機能です。

予約投稿の設定手順は次のとおりです。

1. 投稿編集画面の右側パネルで「ステータス」と「公開」を確認します。
2. 公開日時として表示されている「今すぐ」の箇所をクリックすると、日付と時刻を入力できる欄が表示されます。
3. 将来の日付と時刻を入力します。
4. 「予約投稿」ボタンをクリックして保存します。

予約した投稿は、投稿一覧画面でステータスが「予約済み」と表示されます。

^{*8} WordPress の予約投稿機能は、サイトへのアクセスをきっかけに内部処理が動く仕組み (WP-Cron) を使って動作しています。アクセスの少ないサイトでは、指定した時刻に数分から数十分の遅延が生じる場合があります。この章の FAQ も参照してください。

■過去の日時を設定する場合 過去の日時を設定して公開することもできます。たとえば、実際には今日作成した記事に取材日の日付を設定する、といった使い方です。ただし、投稿一覧の時系列表示が変わるため、読者に誤解を与えないよう注意してください。

5.5 カテゴリーとタグの基本

WordPress には投稿を整理するためのメタ情報として「**カテゴリー**」と「**タグ**」の 2 種類があります。どちらも記事を分類して整理するためのものですが、役割と使い方は異なります。

この 2 つを適切に運用することは、読者が求める情報を見つけやすくするだけでなく、サイト全体の構造を整えることにもつながります。一方、管理を怠るとカテゴリーやタグが際限なく増え、かえってサイトの見通しを悪くします。本節では、それぞれの役割を理解したうえで、実際の運用に役立つ考え方を説明します。

5.5.1 カテゴリーの付け方

■カテゴリーの役割 カテゴリーは、サイトのコンテンツを大きなテーマや分野で分類するためのものです。^{*9}

旅行サイトであれば「国内旅行」「海外旅行」「旅の準備」のように、サイトのコンテンツを大まかに仕切るための区切りです。カテゴリーは**階層構造**を持てます。「国内旅行」の下に「北海道」「沖縄」といった子カテゴリーを作ることができます。

読者はカテゴリーをクリックすることで、そのテーマに関する投稿の一覧を見ることができます。

■「未分類」への対処 投稿には必ず少なくとも 1 つのカテゴリーを付けなければなりません。WordPress の初期設定には「未分類」というカテゴリーが用意されており、カテゴリーを設定しなかった投稿は自動的にここに分類されます。一般向けに公開するサイトに「未分類」が表示されると、整備が不十分な印象を与えかねません。次のいずれかの対処をおすすめします。

- 「未分類」を適切な名前に変更する (例: 「お知らせ」「コラム」など)
- 投稿を公開する前に必ずカテゴリーを設定するルールを、運用者や投稿者で共有する

■カテゴリーの数 カテゴリーは多すぎると逆効果です。読者にとっての分類が細かすぎると、かえって目的のコンテンツを探しにくくなります。一般的なサイトでは、主要

^{*9} WordPress サポート: カテゴリーブロック

カテゴリーの数は 10–15 程度に整理されていることが多いでしょう。^{*10}

5.5.2 タグはどう使うか

■**タグの役割** タグは、投稿の内容を表す「細かいラベル」で、いわゆるキーワードです。^{*11}「格安」「ひとり旅」「子連れ」のように、カテゴリーでは括りきれない観点から記事を分類するために使います。書籍に例えると、「索引」に近いかもしれません。

タグの主な特徴は次のとおりです。

- **階層を持たない**: カテゴリーと異なり、親子関係はありません
- **任意**: カテゴリーと異なり、すべての投稿に設定する必要はありません
- **複数設定できる**: 1 つの投稿に複数のタグを付けることができます

■**タグ乱立の問題** タグは追加するのが容易なため、投稿者が自由につけると急速に数が増えます。ほぼ同じ内容のタグ (例: 「じゃがいも」と「ポテト」、「鶏肉」と「とり肉」など) が乱立すると、意味のないアーカイブページが大量に生まれ、読者にとってかえって不便になります (鶏肉に関する投稿記事をすべて探したいのに「とり肉」の投稿は見落とされる)。

5.5.3 追加、編集、削除の権限

カテゴリーやタグの追加、編集、削除は、管理画面の「投稿」→「カテゴリー」および「投稿」→「タグ」から行います。

WordPress の権限グループによって、カテゴリーやタグを扱える範囲が異なります。

権限グループ	既存カテゴリー・タグの				
	カテゴリー追加	カテゴリー編集削除	タグ追加	タグ編集削除	使用
管理者/編集者	可	可	可	可	可
投稿者	不可	不可	可	不可	可
寄稿者	不可	不可	不可	不可	可

カテゴリーの追加は投稿者には許可されていないため、カテゴリー構成は自然に保護される仕組みになっています。編集者権限を持つユーザーはカテゴリーを追加できます。複数の編集者がいる環境では、運用ルールの共有が重要です。

タグの追加は投稿者権限でもできますが、編集や削除はできません。

^{*10} もちろんサイトの規模や性格にもよります。

^{*11} WordPress ドキュメント: タグ (英語)

5.5.4 カテゴリーとタグの運用ルール

サイト運営のルールとして、次のような内容を明文化することをおすすめします。

- カテゴリーは最初に設計を固め、むやみに増やさない。カテゴリー管理責任者を決めておく
- タグは、投稿者による追加をある程度認めて、作成の指針を定めて周知しておく
 - **新しいタグを作る前に既存のタグを確認する**: 管理画面の「投稿」→「タグ」で一覧を確認し、似たタグがないかを確かめます
 - **使用するタグの一覧を投稿者と共有する**: 投稿者が参照できるタグの語彙リストを用意すると、新しいタグの乱立を防ぎやすくなります (このリストは、5.1「用語統一とスタイルガイド策定」で説明したスタイルガイドに含めることをおすすめします)
 - **使用頻度の低いタグを定期的に整理する**: 酷似しているものや使われていないものは整理します。投稿が 1-2 件しか紐づいていないタグが多数ある場合は、統合または削除を検討してください

カテゴリーもタグも、設定するとそのカテゴリーやタグに紐づく投稿の一覧ページ (アーカイブページ) が自動的に生成されます。URL パスにはスラッグ (URL に使われる文字列) が含まれる設定になっています。一度作成したカテゴリーやタグを後から変更すると、既存のリンクが切れる可能性があります。カテゴリーの設計は慎重に行ってください。大幅な整理や変更を行う場合は、制作会社に相談したうえで進めることをおすすめします。

5.5.5 マルチサイト環境の場合

マルチサイト環境では、カテゴリーとタグはサブサイトごとに独立して管理されます。旅行サイトで作成したカテゴリーが、料理サイトに影響することはありません。

5.6 簡単な SEO チェック

SEO とは Search Engine Optimization の略で、日本語では「検索エンジン最適化」と訳されます。Google などの検索エンジンが記事の内容を正しく理解し、関連する検索結果に表示されやすくなるための取り組みです。

SEO の話題には切りがありません。本格的な SEO 対策は専門家が取り組む領域です。本節では、編集者が投稿を公開する前に最低限確認すべき事項に絞って説明します。数分で終わる確認ですが、積み重ねるとサイトの質に大きく貢献します。

5.6.1 メタタイトルとメタ説明の設定

検索エンジンの結果一覧ページに表示されるページの情報には、次の 2 種類があります。

メタタイトルは、検索結果にリンクとして表示されるタイトルです。通常は投稿のタイトルがそのまま使われますが、検索結果での表示を意識して個別に設定することもできます。

メタ説明 (メタディスクリプション) は、検索結果のタイトルの下に表示される短い説明文です。記事の概要をまとめた内容を設定します。適切に設定されていると、検索結果の画面で読者がクリックするかどうかを判断する材料になります。設定されていない場合は、記事本文の冒頭が自動的に切り取られて表示されます。

WordPress と SEO プラグイン

WordPress 本体にはメタ説明を手動で設定する機能は含まれていません。多くのサイトでは、制作会社が SEO 用のプラグインを導入して、この機能を追加しています。

管理画面の左サイドバーに **SEO**, **Yoast SEO**, **All in One SEO** などのメニュー項目が表示されている場合、SEO プラグインが導入されています。どのプラグインが導入されているか不明な場合は、制作会社に確認してください。^{*12}

設定のポイント

SEO プラグインが導入されている場合、投稿の編集画面の下部または右側パネルにプラグインの設定エリアが表示されます。そこからメタタイトルとメタ説明を入力できます。

設定の際は、次の点を意識してください。

メタタイトル: 記事の内容を端的に伝える言葉を選びます。目安は 30 から 60 文字程度です。

メタ説明: 検索結果を見た読者が「このページを読みたい」と思えるような内容をまとめます。目安は全角で 100 から 120 文字程度です。

5.6.2 画像の代替テキスト (alt テキスト)

5.3「画像の扱い」の節でも触れましたが、ここで設定方法と意義を詳しく説明します。

代替テキストとは、画像の内容をテキストで説明したものです。WordPress の管理画面では「代替テキスト」と表示されます。^{*13}

^{*12} SEO プラグインが導入されていない場合、メタ説明の個別設定は難しくなります。制作会社にプラグイン導入の相談をすることもひとつの選択肢です。

^{*13} WordPress サポート: 画像ブロック

代替テキストが必要な理由は 2 つあります。

1 つ目は**アクセシビリティ**です。目の不自由な方が使用するスクリーンリーダー (画面読み上げソフト) は、画像そのものを「見る」ことができません。代替テキストが設定されていると、スクリーンリーダーがそのテキストを読み上げることで、画像の内容を伝えられます。

2 つ目は **SEO への貢献**です。検索エンジンも画像の内容を直接「見る」ことができません。代替テキストを手がかりに、画像の内容を理解します。画像の内容を的確に表した代替テキストを設定することは、検索エンジンにとって有益な情報を提供することになります。

代替テキストの設定方法

画像をメディアライブラリにアップロードする際、または投稿の編集画面で画像ブロックを選択した際に、右側パネルの「代替テキスト」欄にテキストを入力します。

代替テキストの書き方

代替テキストを書くときの基本的な考え方を挙げます。

- 画像に写っている対象を端的に説明する。例: 「山頂から見た富士山と夕焼けの空」
- 「画像:」「写真:」などの語頭は不要です。スクリーンリーダーが自動的に「画像」と読み上げるためです
- 装飾目的の画像 (区切り線やパターンなど、内容に関係ない飾り) は代替テキストを空欄にしてください。空欄にすることで、スクリーンリーダーがその画像をスキップするよう伝えられます
- 文章として長くなりすぎないようにします。簡潔に要点をまとめることが大切です

5.7 公開前チェックの手順

5.7.1 なぜ必要なのか

航空機の操縦士は、離陸前に必ず決まった項目を順に確認します。熟練したパイロットでも、感覚や記憶に頼らず、チェックリストの手順を省かないのが原則です。これは「わかっている人ほど思い込みで見落とす」というヒューマンエラーを防ぐためです。

記事の公開前チェックも同じです。書いた本人が確認すると、書いたはずの内容を頭で補って読んでしまい、実際の誤りに気づきにくくなります。決まった手順で確認する習慣を持つことが、公開後の修正作業を大幅に減らします。

5.7.2 チェックリストに含める基本項目

以下の項目を、投稿のプレビューを見ながら順に確認します。「プレビュー」ボタンをクリックすると、公開前の状態を実際の表示に近い形で確認できます。

内容に関するチェック

- 誤字・脱字がない
- 事実 (日付、数値、固有名詞) が正確である
- 見出しの内容と本文の内容が一致している
- 内部リンク (自サイト内の別ページへのリンク) をクリックして、リンク先に到達できる
- 外部リンク (他のサイトへのリンク) をクリックして、リンク先に到達できる
- リンクのテキストが「こちら」「ここ」だけになっていない

画像に関するチェック

- すべての画像が正常に表示されている
- 画像のレイアウトが崩れていない
- アイキャッチ画像が設定されている
- すべての画像に代替テキストが設定されている

メタ情報に関するチェック

- 投稿のタイトルが適切である
- スラッグ (URL) が設定されている。日本語のまま自動生成された長い文字列になっていないか確認する
- カテゴリーが設定されている。「未分類」のままになっていないか確認する
- タグが適切に設定されている。既存のタグ一覧を確認したうえで選んでいるか
- SEO プラグインのメタ説明が入力されている (SEO プラグインが導入されているサイトの場合)

公開設定に関するチェック

- 公開日時が正しい。予約投稿の場合は特に日付と時刻を確認する
- 公開範囲が意図したとおりである。「公開」「非公開」「パスワード保護」のいずれを選択しているか

最終確認

- プレビューで実際の表示を確認した
- モバイル表示を確認した

5.7.3 チェックリストの利用

上記のチェックリストを、Google スプレッドシートや Excel などの表計算ソフトにコピーして、チェック用の列を加えると、繰り返し使えるテンプレートになります。紙に印刷して使うのも実際のな方法です。

チェックリストの使い方は運用によって異なります。投稿者が自分でチェックしてから編集者に提出する、あるいは編集者が公開直前の最終確認として使う、といった方法が一般的です。

急いで公開する必要がある場合は、すべての項目を厳密に確認する余裕がないこともあります。そのような場合は「内容に関するチェック」と「プレビューによる最終確認」を優先し、残りの確認は公開直後に行うといった判断も現実的です。チェックリストは運用の状況に合わせて調整してください。

5.8 投稿一覧での管理

5.8.1 投稿一覧画面の概要

管理画面の左サイドバーにある「投稿」→「投稿一覧」をクリックすると、サイトのすべての投稿が一覧で表示されます。投稿数が多い場合は、画面の上部に各ステータス(公開状態)別の件数が表示されており、クリックすることでそのステータスの投稿だけに絞り込めます。

5.8.2 投稿のステータス

主なステータスの種類と意味を確認しておきましょう。

公開済み: すでに一般公開されている投稿です。読者はサイトを訪問してこの投稿を見ることができます。

下書き: まだ公開されていない投稿です。投稿者が作成途中で保存した状態です。

レビュー待ち: 権限グループ「寄稿者」がレビューのために送信した投稿ですが、まだ編集者または管理者に承認されていない状態です。

予約済み: 将来の日時に公開が予約されている投稿です。設定した日時になると自動的に公開済みが変わります。

非公開: 特定のユーザー (管理者または特権管理者) しか閲覧できない投稿です。一般の読者には表示されません。

ゴミ箱: ゴミ箱に移動された投稿です。ゴミ箱内の投稿は一定期間後に自動的に削除されます。

画面上部の絞り込みリンクで「下書き」をクリックすると、未公開の投稿だけを一覧表示できます。「レビュー待ち」が0でない場合は、承認が必要な投稿があるサインです。定期的に確認する習慣をつけると、投稿者から提出された記事を見落とさずに済みます。

5.8.3 クイック編集

投稿一覧の各行にマウスポインターを合わせると、その投稿に対するアクションのリンクが表示されます。

「**クイック編集**」をクリックすると、一覧画面から移動せずに、その投稿の基本的な情報を変更できます。クイック編集で変更できる主な項目は次のとおりです。

- タイトル
- スラッグ
- 日付
- 投稿者
- カテゴリー
- タグ
- ステータス (公開済み/レビュー待ち/下書き)

クイック編集は、内容は変えずにタイトルを修正したい、特定の投稿のカテゴリーを追加したいといった場面で、編集画面に移動する手間を省きたいときに便利です。

5.8.4 一括操作でできること

複数の投稿に同じ変更を加えたい場合は、「一括操作」を使います。

操作手順は次のとおりです。

1. 変更したい投稿の行の左端にあるチェックボックスにチェックを入れます。一覧の最上部にあるチェックボックスを使うと、表示されているすべての投稿をまとめて選択できます。
2. 一覧の上部にある「一括操作」ドロップダウンから「一括編集」を選びます。
3. 「適用」ボタンをクリックすると、選択した投稿に対する一括編集パネルが表示されます。
4. 変更したい項目 (カテゴリー、タグ、ステータスなど) を設定し、「更新」ボタンをクリックします。

一括操作では「ゴミ箱へ移動」も選択できます。不要になった複数の投稿をまとめてゴミ箱に移動したい場合に使います。

5.9 FAQ (運用上よくある問い)

Q. 予約投稿した時刻を過ぎても公開されません。なぜでしょうか。

A. WordPress の予約投稿機能は、サイトへのアクセスをきっかけに内部処理が動く仕組み (WP-Cron) を使って動作しています。そのため、指定した時刻にたまたまサイトへのアクセスがなかった場合、公開が数分から数十分遅れることがあります。アクセスの少ない深夜や早朝に予約した場合には、遅延が生じやすい傾向があります。

数時間が経過しても公開されない場合は、次の点を確認してください。

- 管理画面の「設定」→「一般」を開き、「タイムゾーン」が正しい地域に設定されているか確認します。タイムゾーンのずれが原因で、意図しない時刻に予約されていることがあります。
- 予約した投稿の日時を、投稿一覧の「公開予約」の絞り込みから確認します。

数時間待っても公開されない、または予約投稿の遅延が常態化している場合は、サーバー側の設定変更 (サーバー cron による WP-Cron の代替) が必要になる可能性があります。これはサーバーの設定が伴う作業のため、制作会社に相談してください。

Q. カテゴリーが増えすぎた気がします。整理するにはどうすればよいでしょうか。

A. カテゴリーが増えすぎると、読者がコンテンツを探しにくくなるだけでなく、サイトの構造が煩雑になります。次の手順で整理を進めてください。

まず、現状を把握します。管理画面の「投稿」→「カテゴリー」を開くと、すべてのカテゴリーとそれぞれに紐づく投稿の件数が確認できます。投稿が 0 件のカテゴリーや似た意味のカテゴリー (例: 「じゃがいも」と「ポテト」) に注目しましょう。

次に、整理方針を決めます。

- **削除できるもの:** 投稿が 0 件のカテゴリーはそのまま削除できます。管理画面の「投稿」→「カテゴリー」の一覧から、該当カテゴリーの行にマウスポインターを合わせると「削除」リンクが表示されます。
- **統合したいもの:** 似た内容のカテゴリーをまとめるには、片方のカテゴリーに設定されている投稿を、残したいほうのカテゴリーに付け替えてから、不要なカテゴリーを削除します。投稿のカテゴリーを変更するには、投稿一覧の「クイック編集」を使うと 1 件ずつ素早く対応できます。複数の投稿をまとめて別のカテゴリーに「追加」したい場合は「一括操作」の「編集」が利用できます。

カテゴリーには、そのカテゴリーに属する投稿の一覧ページ (アーカイブページ) が

自動的に生成されています。外部サイトからリンクされているアーカイブページを削除すると、リンク切れが生じます。大規模な整理を行う前に、制作会社に影響範囲を確認してもらうことをおすすめします。

Q. 「画像が崩れている」と指摘を受けました。どこから確認すればよいでしょうか。

A. 5.3 「画像の扱い」の節で説明した基本的な対処手順を参照してください。問題の投稿を編集画面で開き、崩れている画像ブロックを選択して、サイズや配置の設定を確認するところから始めます。

管理画面上の操作で解決しない場合は、テーマの CSS など、より深い箇所に原因がある可能性があります。そのような場合は、無理に手を加えず制作会社に連絡してください。制作会社に連絡する際は「どのページの、どの画像が、どのような状態になっているか」を具体的に伝えると、対応がスムーズになります。

第6章

価値を高める (パフォーマンスと改善)

本書はここまで、WordPress サイトを「どうにか安全に、着実に運営する」ことに焦点を当ててきました。セキュリティの維持、バックアップ、ユーザー管理、コンテンツ品質の確保——これらは、サイトを問題なく動かし続けるための土台です。

この章では、その土台の上に立って「よりよくする」方向を見渡します。ページの表示が速くなること、アクセスデータをもとに改善策を立てること、検索エンジンで見つけてもらいやすくすることなどの取り組みが、サイトの本来の目的である「読者に届く、価値あるサイト」の実現につながります。

ただし、この章で扱う内容は本書の主な対象読者の日常業務の範囲をやや超えています。専門的な判断や設定が必要な箇所が多く、運用者が単独で対処するにはハードルが高い作業がほとんどです。そのため、この章は詳細な手順書ではなく、「このようなことが存在する」というキーワードの案内にとどめます。

現時点での最善の一步は、各トピックが「何であるか」を把握しておくこと、そして気になることや改善したいことが出てきたとき、制作会社に具体的に伝えられる言葉を持っておくことです。実際の改善作業は、制作会社に相談しながら進めてください。

6.1 表示速度

サイトのページが表示されるまでにかかる時間を「表示速度」といいます。

訪問者がページを開いてから、画面に内容が現れるまでの時間が長いと、それだけで多くの人が別のサイトへ移動してしまいます。また、Google をはじめとする検索エンジンは、表示速度の速いサイトを検索結果で高く評価する傾向があります。表示速度は、訪問者の体験と検索順位の両方に影響する重要な指標です。

表示速度に影響する要因は多岐にわたります。サーバーの性能、テーマのコードの質、有効化しているプラグインの数、画像ファイルのサイズなどが代表的な要因です。これらはどれも、適切な判断と技術的な対応が必要です。

自分のサイトの表示速度を確認したい場合は、Google が提供する無料ツール「PageSpeed Insights」を利用できます。URL を入力するだけでスコアと診断結果が表示されます。数値が低い場合や改善方法を知りたい場合は、その診断結果を制作会社に見せながら相談してください。

また、WordPress の管理画面には「サイトヘルス」という機能があります。^{*1}管理画面の左サイドバーから「ツール」→「サイトヘルス」でアクセスします。サイトの技術

^{*1} WordPress サポート: サイトヘルス画面

的な状態をチェックし、問題があれば改善の手がかりを表示してくれます。難しい操作は不要で、結果を制作会社と共有するだけでも十分に活用できます。

6.2 キャッシュ

「キャッシュ」とは、一度作ったページを保存しておき、次の訪問者にはその保存されたページをそのまま表示する仕組みです。

WordPress のページは、訪問者がアクセスするたびにデータベースから情報を取り出して動的に生成されます。アクセス数が増えると、その分だけサーバーの処理が多くなります。キャッシュを使うと、あらかじめ生成したページを保存しておき、次の訪問者にそのまま素早く届けることができます。これにより、表示速度の改善とサーバーへの負荷軽減が期待できます。

WordPress では、キャッシュ機能を提供するプラグインが広く利用されています。また、利用しているホスティングサービスがサーバー側でキャッシュを提供していることもあります。どのようなキャッシュが設定されているか、または設定すべきかは、環境によって異なります。制作会社に確認してください。

なお、キャッシュが原因で、コンテンツを更新してもサイトに反映されないように見えることがあります。「更新したのに変わらない」と感じたとき、キャッシュが関係している場合があります。このような現象が起きた場合も、まず制作会社に確認するのが確実です。

6.3 画像最適化

「画像最適化」とは、サイトに掲載する画像のファイルサイズを、見た目の品質を大きく損なわない範囲で小さくすることです。

画像ファイルのサイズが大きいと、その分だけページの読み込みに時間がかかります。スマートフォンなど通信速度が限られる環境では、その影響がより顕著になります。適切に最適化された画像を使うことは、表示速度改善のなかでも効果が大きく、比較的取り組みやすい改善のひとつです。

運用者がすぐにできることとしては、画像をアップロードする前に適切なサイズに縮小しておくことがあります。高解像度の写真をそのままアップロードするのは避け、サイトの表示幅に合ったサイズに縮小してからアップロードすることが基本的な心がけです。具体的にどの程度のサイズが適切かは、サイトのデザインによって異なります。制作会社に確認しておくといでしょう。

すでにサイトに掲載されている大量の画像を一括で最適化したい場合や、今後アップロードする画像を自動的に最適化したい場合は、対応するプラグインを利用する方法もあります。詳しくは制作会社に相談してください。

6.4 アクセス指標の確認

「アクセス指標」とは、サイトに何人が訪れたか、どのページが読まれているか、訪問者がどこから来てどこで離脱したか、といった情報を数値化したものです。これらを継続して記録・分析することを「アクセス解析」と呼びます。

アクセス解析を活用すると、「どの記事が読まれているか」「どのような経路で来訪者がサイトを訪れているか」「どのページで読者が離脱しているか」などを把握できます。こうしたデータは、コンテンツの改善や次の投稿計画に役立てることができます。

WordPress のアクセス解析には、一般に外部サービスを組み合わせて利用します。代表的なものとして、Google が提供する「Google アナリティクス」と「Google Search Console」があります。Google アナリティクスは訪問者の行動を分析するツール、Google Search Console は検索エンジンからの流入状況やサイトが検索エンジンにどのように認識されているかを確認するツールです。いずれも導入には設定作業が必要であり、通常は制作会社が初期設定を行います。

すでにこれらのツールが導入されている場合は、定期的にデータを確認する習慣をつけることを推奨します。まだ導入されていない場合や、データの見方がわからない場合は、制作会社に相談してください。

6.5 SEO の基本方針

「SEO」(Search Engine Optimization、検索エンジン最適化)とは、自分のサイトが検索エンジンの検索結果で上位に表示されやすくするための取り組みの総称です。

SEO に影響する要素は非常に多く、コンテンツの質と量、ページの表示速度、スマートフォンへの対応(モバイルフレンドリー)、他のサイトからのリンク、ページのタイトルや説明文の設定など、多岐にわたります。これらの要素を体系的に改善していく作業は専門的な知識を要します。ただし、WordPress の設定として、運用者が確認しておくべき基本的な項目があります。

■**検索エンジンへの公開** WordPress の管理画面には、「検索エンジンがサイトをインデックスしないようにする」という設定があります。これはサイトの開発中や非公開期間に、検索エンジンに発見されないようにするための設定です。サイトが正式に公開された後は、この設定が無効になっている(つまり検索エンジンに公開されている)ことを確認してください。設定は管理画面の「設定」→「表示設定」から確認できます。^{*2}

■**SEO プラグインの活用** サイトによっては、SEO を支援するプラグインがすでに導入されていることがあります。こうしたプラグインを使うと、各投稿のタイトルやメ

^{*2} WordPress サポート: 表示設定画面

タ説明 (メタディスクリプション) を個別に設定しやすくなります (5.6「簡単な SEO チェック」を参照)。サイトにどのような SEO プラグインが導入されているか、また何が設定されているかは、制作会社に確認しておいてください。

SEO の本格的な改善は専門的な分析と継続的な取り組みが必要です。どこから手をつけるべきか迷ったときは制作会社に相談してください。

第7章

記録してつなぐ (点検と引き継ぎ)

前章までで、セキュリティとバックアップ、ユーザー管理、設定変更、コンテンツ品質、パフォーマンスと、WordPress サイト運用に必要な主要な領域を一通り見てきました。この最終章では、それらを日々の業務として続けていくための仕組みを整えます。

運用とは、一度設定して終わりの仕事ではありません。時間が経つにつれ、ソフトウェアは古くなり、SSL 証明書の期限は近づき、新しいスパムコメントが届き、フォームがいつの間にか壊れていることもあります。こうした変化に気づく仕組みをあらかじめ作っておくことが、問題が深刻になる前に手を打てる運用者の条件です。

7.1 定期点検チェックリスト

日常業務の中でサイトの状態に目を向けることは大切ですが、「何かおかしいと思ったときに確認する」という受け身の姿勢だけでは不十分です。表面に何も現れないまま問題が進行することがあるからです。フォームの送信が失敗していても、その問題は誰かが問い合わせようとするまで見つかりません。SSL 証明書の有効期限切れも、訪問者がブラウザの警告を見るまで表面化しません。そしてそういう訪問者は外部の人ですから、わざわざ別の手段で知らせてくれない限り、運用者は問題に気づかないことになります。

定期点検チェックリストは、こうした「見えない問題」を早期に発見するための道具です。以下の項目を定期的に確認することで大きなトラブルに発展する前に対処できます。各項目には「なぜ確認するのか」と「どのように確認するか」をあわせて説明します。

7.1.1 WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新状況

WordPress のプラグイン、テーマ、本体には、セキュリティ上の問題への対処や機能の改善を含む更新が定期的に提供されます。更新を放置することは、既知の問題を抱えたままサイトを運営し続けることを意味します (詳細は第 2 章を参照)。

管理画面にログインしてダッシュボードを開くと、左サイドバーの「更新」に件数が表示されていれば更新すべきものがある状態です。管理画面の上部のバーに数字のバッジが表示されることもあります。

マルチサイト環境では、特権管理者のみが更新を実施できます。特権管理者としての業務を制作会社に委託している場合は、更新が必要な状態であることを確認したうえで速やかに連絡しましょう。更新に気づきながら放置することは避けてください。

7.1.2 SSL 証明書の有効期限

SSL 証明書とは、サイトと訪問者のブラウザの間でやりとりされるデータを暗号化するための仕組みです。有効な証明書があるサイトは、ブラウザのアドレスバーにサイト情報アイコン(南京錠やスライダー)が表示されており、URL が `https://` (`http`ではなく、`https`) で始まります。証明書の有効期限が切れると、訪問者には「この接続ではプライバシーが保護されません」といった警告が表示され、多くの人がサイトを離れてしまいます。検索エンジンの評価にも悪影響を与えます。

ブラウザで自分のサイトを開き、アドレスバーの南京錠アイコン(Chrome では「スライダーアイコン」(2本の横棒に丸がついたマーク))をクリックして証明書の情報を確認します。有効期限の日付が記載されていますので、余裕を持った時期に確認する習慣を付けてください。

多くのホスティングサービスでは SSL 証明書の自動更新が設定可能ですが、自動更新が正常に行われているかどうかを定期的に確認する習慣も大切です。確認の方法は、ご利用のホスティングサービスのサポートページを参照してください。

7.1.3 投稿やメディアの表示確認

WordPress 本体やテーマ、プラグインの更新後は、サイトの表示に問題が生じることがあります。画像が正常に読み込まれない、レイアウトが崩れる、動画の埋め込みが表示されないといった問題は、管理画面の中からは気づきにくく、実際に訪問者として画面を見ることで初めて発見できます。

管理画面にログインしたまま「サイトを表示」からアクセスすると、管理者向けの表示になるため見落とすことがあります。ログアウトして訪問者と同じ方法でサイトを開き、トップページ、最新の記事、画像や動画が含まれる投稿など、主なページをいくつか開いて目視で確認してください。

マルチサイト環境では、ネットワーク内の各サブサイトについてそれぞれ確認が必要です。特に、ネットワーク全体に適用されているテーマやプラグインが更新された場合は、すべてのサブサイトに影響が及んでいる可能性があります。

7.1.4 モバイル表示の確認

現在では、多くのウェブサイトでスマートフォンからのアクセスが全体の半数以上を占めています。テーマやプラグインの更新によって、パソコンの画面では問題なく表示されているにもかかわらず、スマートフォンでの表示に問題が生じることがあります。

確認の方法は、実際のスマートフォンでサイトを開いてみることです。画面が極端に狭くなっていないか、メニューが正常に動作するか、ボタンが押せる大きさになってい

るかなどを確認してください。手元にスマートフォンがない場合は、パソコンのブラウザに備わっている「開発者ツール」を使ってスマートフォン表示をシミュレートすることもできます。

7.1.5 お問い合わせフォームの動作確認

多くのサイトには、訪問者から連絡をとるためのお問い合わせフォームが設置されています。このフォームは、プラグインやテーマの更新をきっかけに正常に動作しなくなることがあります。問題は「送信した訪問者には送信完了と表示されるが、実際には運営側にメールが届いていない」という形で起きることが多く、運営者が能動的に確認しないかぎり気づくことができません。大切なお問い合わせが届かないまま失われている可能性があります。

自分でフォームに適当な内容を入力して送信し、受信用のメールアドレスにメールが届くことを確認してください。送信完了のメッセージが表示されることだけでなく、実際に受信できる場所まで確かめてください (4.1.3 の「お問い合わせフォームの送信先メールアドレス」を参照)。^{*1}

7.1.6 コメントスパム対策の状態確認

投稿やページでコメントを受け付ける機能は、読者との対話に役立つ一方で、宣伝目的の迷惑なコメント (スパムコメント) が大量に送り込まれる標的にもなります。スパムコメントがサイト上に公開されてしまうと、サイトの信頼性を損ないます。場合によっては、有害なリンクが掲載されてサイトが悪用される危険もあります。

管理画面の左サイドバーにある「コメント」を開き、承認待ちのコメントやスパムとして検出されたコメントを確認できます。承認待ちのコメントの中に、明らかにスパムと思われるものが含まれていないかを見てください。スパムとして自動検出されているものがあれば、フィルターが正常に機能していると考えられます。

コメント機能を必要としないサイトでは、コメントを無効化することも有効な対策です (詳細は 2.4「コメントスパム対処」を参照)。

7.1.7 サイト速度とキャッシュの動作確認

サイトの表示が遅いと、訪問者の離脱率が高まり、検索エンジンの評価も下がることが知られています。速度の低下は更新後に何らかの問題が起きたときや、キャッシュが正常に機能していないときに顕著になることがあります (第 6 章を参照)。

WordPress では多くの場合、キャッシュプラグインによってこの機能が実現されて

^{*1} メール の 到達 には、サーバーのメール送信設定が関わります。フォームプラグインが正常に動作していても、サーバーの設定によっては迷惑メールフォルダーに振り分けられることがあります。受信できていない場合は、制作会社に相談してください。

います。プラグインやテーマの更新後に、キャッシュが古い状態のまま残っていたり、キャッシュプラグイン自体が正しく動作しなくなったりすることがあります。^{*2}

まず自分のサイトをブラウザで開いてみて、体感的に速度を確認します。著しく遅く感じる場合は、使用しているキャッシュプラグインの設定画面を開き、プラグインが有効化されているか、エラーが表示されていないかを確認してください。

マルチサイト環境では、キャッシュプラグインがサイトネットワーク全体に適用されているか、各サブサイトにのみ適用されているかによって確認方法が異なる場合があります。ご利用のキャッシュプラグインのドキュメントを参照してください。

7.1.8 サイトマップと検索エンジンの登録状況

サイトマップとは、サイト内のページ一覧を検索エンジンに伝えるためのファイルです。このファイルが正常に機能していることで、サイトの新しいコンテンツが検索結果に反映されやすくなります。逆に、サイトマップが壊れていたり、検索エンジン側でエラーが発生していたりする場合、新しい記事が検索結果に表示されにくくなる場合があります。

WordPress では、XML 形式のサイトマップが自動的に生成されます。ブラウザのアドレスバーに自分のサイトの URL の末尾に `/wp-sitemap.xml` (または `/sitemap.xml`) を追加してアクセスし、サイトマップが正常に表示されることで確認できます。

さらに、Google が提供する無料ツール「Google Search Console」では、サイトマップが正しく読み込まれているかどうか、検索エンジンによるサイトの巡回に問題が生じていないかどうかを確認できます(第6章を参照)。

7.2 定期点検の頻度とスケジュール例

上に挙げた点検項目をすべて毎日実施するのは現実的ではありません。また、項目によっては変化が起きにくく、あまり頻繁に確認しなくてもよいものもあります。大切なのは、実際に続けられるスケジュールを組むことです。

ここでは、点検項目を頻度別に整理し、無理なく続けられるスケジュールの考え方とテンプレート例を紹介します。テンプレートには実施した日付と担当者名を記録する欄をあわせて設けると、次の7.3「運用記録の残し方」で述べる運用記録としても活用できます。あくまでも一般的な目安ですので、サイトの規模や運用体制に合わせて調整してください。

^{*2} キャッシュはホスティングサービス側のキャッシュ機能によって実現されていて、プラグインがインストールされていない場合もあります。

7.2.1 週次の点検

週に 1 回、5 分から 10 分程度で行える確認です。特に、更新作業や設定変更を行った週には必ず実施してください。

実施日: 担当者:

- トップページと最新記事の表示を目視確認（ブラウザーで訪問者として開く）
- 画像・埋め込みコンテンツの表示確認
- 更新通知の有無を確認（ダッシュボード→更新）

7.2.2 月次の点検

月に 1 回、30 分程度を確保して、より丁寧に確認を行います。定例の業務として日程を決めておくと忘れにくくなります。

実施日: 担当者:

- SSL 証明書の有効期限をブラウザーで確認
- フォームの動作確認（テスト送信 + 受信確認）
- コメントスパムの状況確認（管理画面→コメント）
- サイトマップの応答確認（サイト URL の末尾に `/wp-sitemap.xml` を追加してアクセス）
- キャッシュプラグインの動作状態確認
- モバイルでの表示確認（スマートフォンで訪問）
- バックアップの状況確認

7.2.3 四半期の点検

3 か月に 1 度、少し腰を据えて確認する機会です。目安は 1 時間から 2 時間程度です。

実施日: 担当者:

- Google Search Console でクローラーエラーを確認
 - サイト速度を Google PageSpeed Insights などで計測
 - 不要な下書き・削除済みコメントの整理
 - 使用しなくなったプラグインの見直し
-

7.2.4 年次の確認

年に1度は以下の項目を確認してください。特に、有料のサービスや証明書の契約更新は見落としがちですので注意が必要です。

有料プラグインや有料テーマを利用している場合は、ライセンスの更新費用が自動的に課金される設定になっているか、または手動で更新が必要かを確認します。ホスティングサービス自体の契約更新時期も確認してください。

また、サイトにアクセス権限を持つユーザーの一覧を見直し、離任などによって不要になったアカウントが残っていないか確認することをおすすめします(権限管理の詳細は第3章を参照)。

実施日: 担当者:

- SSL 証明書の契約更新・自動更新設定の確認
 - 有料プラグイン・有料テーマのライセンス更新確認
 - ホスティングサービスの契約更新の確認
 - ユーザー一覧の見直しと不要アカウントの削除
 - 外部サービス連携の動作確認(決済・メール配信など、該当する場合)
-

7.3 運用記録の残し方

7.3.1 なぜ必要なのか

サイトを日々運用していると、更新やトラブル対応の記録をとることが「手間の割に無駄が多い」と感じるかもしれません。実際、運用が順調に進んでいる間は過去の記録を見返すことはほとんどありません。

しかし記録とは、そういうものです。使わなかった場合は「無駄だった」のではなく、「使わずに済んだ」のです。そしていざというとき——突然サイトが表示されなくなっ

た、前任者に代わって急ぎ対応しなければならなくなった、制作会社に問い合わせたら「いつ何をしたか教えてほしい」と言われた——に初めて、記録の有無が明暗を分けます。

これは保険と同じ考え方です。毎月保険料を払い続けていても、使わなければ「無駄だった」とは言いません。記録も、使わなかった間は「無駄」ではなく「問題がなかった証拠」です。

7.3.2 何を記録するか

運用記録に必要な要素はシンプルに3つです。いつ、誰が、何を。この3つが揃っていれば後から状況を再現し、問題の原因を追うことができます。

具体的に記録しておくべき内容は次のとおりです。

更新履歴

WordPress 本体、テーマ、プラグインを更新したときは、その日時と更新したコンポーネントの名前、バージョン番号 (更新前と更新後の両方) を記録します。更新後に何か変化があった場合 (サイトの見た目が変わった、特定の機能が停止したなど) も、合わせて書き留めておきます。

記録の例:

2025 年 4 月 10 日 (木) 担当: 鈴木

WordPress 本体: 6.7.1 → 6.7.2

プラグイン「Contact Form 7」: 5.9.7 → 5.9.8

更新後の確認: フォームのテスト送信を実施。問題なし。

不具合と対応の履歴

サイトに問題が発生したときは、気づいた日時、問題の内容、対応した内容、解決したかどうかを記録します。問題の内容は「なんかおかしい」ではなく、「トップページの画像が表示されない」「フォームの送信完了メールが届かない」のように、具体的に書くことが大切です。

記録の例:

2025 年 4 月 15 日 (火) 担当: 山田

不具合: フォームのテスト送信後、確認メールが届かなかった

対応: 制作会社に連絡。翌日、メール送信の設定に問題があることが判明し修正してもらった

解決: ○ (2025 年 4 月 16 日)

設定変更の記録

プラグインの設定を変えた、メニューに新しい項目を追加した、ユーザーアカウントを追加または削除した、といった変更も記録に残します。「なぜ変えたのか」も書いておくと、後から見たときにより役立ちます。

7.3.3 どこに記録するか

記録する場所は、チームの全員がアクセスでき、過去の記録を見返しやすければどこでもかまいません。手軽に始められるのは、共有のスプレッドシート (Google スプレッドシートなど) です。日付順で整理しやすく、ウェブブラウザがあればどこからでも確認できます。自由な形式でメモを残したい場合は、ノートアプリや共有ドキュメントも便利です。

マルチサイト環境では、WordPress の非公開サイトを運用記録の置き場として活用する方法もあります。WordPress はもともとブログのための仕組みを持っているので、時系列で投稿を積み重ねていく「記録」としての利用と相性がよく、ネットワーク内に「運用記録」専用のサブサイトを1つ作り、外部からは閲覧できないよう非公開に設定することができます。^{*3*}^{*4}更新履歴は1件の投稿として、不具合の記録はまた別の投稿として積み上げていけば、日付順に並んだ記録が自然と蓄積されます。カテゴリーを使えば「更新履歴」「不具合対応」「設定変更」に分類することもできます。

7.3.4 引き継ぎを前提とした記録

運用記録のもう1つの重要な用途は、担当者が変わったときの引き継ぎ資料です。記録がなければ新しい担当者は「このサイトがこれまでどのように管理されてきたか」をゼロから調べなければなりません。記録があれば、引き継ぎに必要な情報のほとんどがそこに揃っています。

記録を書くときは、「自分が明日突然担当を外れたとして、新しい担当者がこれだけで状況を把握できるか」を意識するとよいでしょう。難しい言葉は避け、操作の手順や判断の理由をできるだけ具体的に書くことが大切です。

この章の7.5「引き継ぎと担当変更のための準備」で詳しく説明します。

^{*3} マルチサイト環境でサブサイトを非公開に設定するには、**WP-Members** などのプラグインを使う方法があります。

^{*4} この方法には、サイト自体が完全に落ちた (サーバーエラー等) 場合には、その記録用サブサイトも見られなくなるという欠点もあります。緊急連絡先など特に重要な情報は別の場所に控えておいてください。

7.3.5 運用記録テンプレート例

以下は、月次または任意のタイミングで記録する際に使えるテンプレートです。前節の定期点検スケジュールと合わせて活用してください。

【運用記録】

記録日: _____年__月__日 担当者: _____

更新の記録 (なければ「なし」と記入)

種別	名前	更新前のバージョン	更新後のバージョン
WordPress 本体	—		
テーマ			
プラグイン			
プラグイン			

更新後の確認内容: _____

不具合・問題の記録 (なければ「なし」と記入)

発生日時: _____年__月__日 __時__分

内容: _____

対応: _____

解決: 解決済み / 未解決 (次回持ち越し)

設定変更の記録 (なければ「なし」と記入)

内容: _____

理由: _____

7.4 障害・不具合発生時の初動対応

ある朝サイトを開いたら画面が真っ白だった、あるいは訪問者からメールで「サイトが見られない」と連絡があった。こうした事態は、どれだけ丁寧に運用していても、完全にゼロにすることはできません。

大切なのは問題が起きたときに慌てないことです。パニックになって手当たり次第に設定を変えてしまうと、問題がさらに複雑になることがあります。「何が起きているのかを確認し、記録し、適切な手を打つ」という順序を守ることが早期回復への近道です。

7.4.1 初動チェックリスト

問題に気づいたら、まず次の手順で状況を確認してください。焦らず一つ一つ確かめましょう。

【初動確認】

確認日時: _____年__月__日 __時__分 担当者: _____

ステップ 1: 自分の環境を疑う

「サイトが表示されない」と感じたときに最初に確認すべきことは、問題がサイト側にあるのか、自分の端末やネットワーク側にあるのかです。ブラウザのキャッシュをクリアする(またはシークレットモードで開く)、別のブラウザで試す、スマートフォンのデータ通信(Wi-Fiをオフにした状態)で試す、別のネットワーク(自宅と職場など)から試す、といった方法で切り分けてください。

自分の端末では見られないが他の端末からは見られる場合、問題は端末やネットワーク側にあります。

確認結果: ○ 他の環境でも同じ問題が起きる / × 自分の端末側の問題らしい

ステップ 2: 問題の範囲を確認する

サイト全体が表示されないのか、特定のページだけが表示されないのか、画像だけが壊れているのか、フォームだけが動かないのか——範囲によって、原因の見当のつけ方が変わります。

確認結果: _____

ステップ 3: 直前に行った操作を確認する

問題が発生する直前に何か操作をしませんでしたか。プラグインやテーマを更新した、設定を変更した、新しいプラグインを有効化した——こうした操作が直前にあった場合、それが原因である可能性が高くなります。

確認結果: _____

ステップ 4: 管理画面にログインできるか確認する

ブラウザのアドレスバーに自分のサイトの URL の末尾に /wp-admin を付けて(例: <https://example.com/wp-admin>)、管理画面へのログインを試みてください。管理画面にアクセスできる場合、問題はサイトの一部に限られている可能性があります。管理画面にもアクセスできない場合、より深刻な問題が起きている可能性があります。

確認結果: ○ 管理画面にアクセスできる / × アクセスできない

ステップ 5: この時点での状況をメモする

確認した内容を書き留めます。制作会社への相談や後日の振り返りのためにこのメモが役立ちます。

- 気づいた日時: _____
 - 問題が起きているページや機能: _____
 - 管理画面へのアクセス可否: _____
 - 直前に行った操作: _____
-

7.4.2 リカバリーとロールバック

WordPress には「リカバリーモード」という仕組みがあります。プラグインやテーマが原因で致命的なエラーが発生した場合、WordPress はサイトの管理者のメールアドレス（設定画面で登録したもの）にリカバリーモードへのリンクを自動的に送信します。もし WordPress からそのようなメールが届いていたら、記載されたリンクからログインを試みてください。

プラグインでロールバックできる場合

プラグインやテーマの更新直後に問題が発生した場合、その更新を元に戻すこと——これを「ロールバック」と言います——が有効な手立てになります。最近の WordPress には、プラグインやテーマのアップデートが失敗（エラー終了）した場合、自動的に以前のバージョンにロールバックする機能があります。

テーマについては、問題が起きたテーマを無効化し、別のテーマに切り替えることで表示上の問題を一時的に回避できる場合があります。ただし、これはあくまで応急処置です。サイトのデザインが大きく変わりますので、訪問者が増える時間帯は避けて行うようにしてください。

バックアップから復元する場合

管理画面にアクセスできない場合、または問題の原因が更新だけではない場合は、バックアップからの復元が必要になります。バックアップの復元手順は、利用しているバックアップ手段（バックアッププラグインやホスティングサービスのバックアップ機能）によって異なります。詳細は 2.5「バックアップと復元」を参照してください。

バックアップからの復元は技術的な知識を必要とする作業です。自信がない場合は無理に自力で行おうとせず、制作会社やホスティングサービスのサポートに相談することをおすすめします。相談する際には、前述の「初動確認」でメモした内容を手元に置いておくと状況の説明がスムーズになります。

7.4.3 影響範囲の整理

初動の確認が済んだら状況を整理します。整理の目的は2つあります。1つは、自力でできる対応と制作会社に依頼すべき対応を切り分けること。もう1つは、制作会社に相談する際に必要な情報を揃えることです。

整理の際に確認する内容は次のとおりです。

- **問題の内容:** 何がどのように壊れているか(具体的に)
- **影響を受けているページや機能:** サイト全体か、特定のページか、特定の機能が
- **問題が発生した時刻:** いつから起きているか
- **直前に行った操作:** 何かしたかどうか、何をしたか
- **管理画面へのアクセス可否:** ログインできるかどうか

これらを整理したうえで制作会社に連絡すると解決が早くなります。「なんかおかしくて」では解決が遅くなります。「昨日の午後3時にプラグインを更新した後、トップページの画像が表示されなくなりました。管理画面にはログインできます」という形で伝えることで制作会社は原因の見当を早くつけることができます。

運用記録を普段からつけていれば、「直前に行った操作」は記録を見るだけで確認できます。これが、前節で紹介した運用記録の実際の効果の一つです。

7.5 引き継ぎと担当変更のための準備

担当者がいつ変わるかは、あらかじめわかるものではありません。引き継ぎに十分な時間がとれるとは限りません。

しかし、事前にきちんと整理しておけば、後任者は短い時間でサイト管理を引き継げます。引き継ぎ期間中の混乱も最小限に抑えることができます。

前節7.3「運用記録の残し方」で述べたように、日々の運用記録は引き継ぎ資料としても機能します。しかし記録だけでは十分ではありません。後任者がすぐに作業を始めるためには、アクセス情報や連絡先、運用のルールといった、まとまった「引き継ぎパッケージ」が必要です。この節では、担当変更の際に何を準備すればよいかを整理します。

7.5.1 引き継ぎに必要な情報の整理

引き継ぎに必要な情報は、大きく次の6種類に分かれます。

アクセス情報

後任者が最初に必要とするのは、サイトと各種管理画面にアクセスするための情報です。

- **WordPress 管理画面の URL:** 通常はサイトの URL の末尾に `/wp-admin` を付けたものですが、セキュリティ対策として変更されている場合があります。正確な URL を確認して記録してください。
- **WordPress のログイン情報:** 後任者のアカウントを新たに作成する形で引き継ぎます (後述)。パスワードをそのまま引き継ぐことはおすすめしません。
- **ホスティングサービスの管理画面の URL とログイン情報**
- **ドメイン管理会社の管理画面の URL とログイン情報**

外部サービスと連絡先

WordPress サイトの運営には、複数の外部サービスが関わっています。後任者が困ったときにどこへ連絡すればよいかがよくわかるよう、以下をまとめておきます。

- 制作会社の担当者名と連絡先 (メールアドレスおよび電話番号)
- ホスティングサービスのサポート窓口
- ドメイン管理会社の連絡先
- 利用している有料プラグインやサービスのサポート窓口

プラグインとテーマの一覧

どのプラグインがどのような目的で導入されているかを一覧にしておくと、後任者が誤って重要なプラグインを無効化または削除することを防げます。

管理画面の「プラグイン」→「インストール済みプラグイン」を開くと、現在インストールされているすべてのプラグインを確認できます。各プラグインについて、名前、目的 (例:「お問い合わせフォームの機能を提供」)、無料か有料かの区別、有料の場合はライセンスの更新時期を記録しておきましょう。テーマについても同様です。

外部サービス連携の記録

WordPress サイトはしばしば、外部のサービスと連携して動作しています。フォームからのメール送信、決済処理、メールマガジンの配信、地図の表示、アクセス解析など、こうした機能の多くは外部のサービスと「API」と呼ばれる仕組みを通じてつながっています。^{*5}

^{*5} 外部サービスとの連携状況や API キーの有効期限については、定期点検の年次確認の項目にも含まれています。7.2.4「年次の確認」を参照してください。

API とは、2 つのサービスがデータをやりとりするための接続口のようなものです。利用するためには通常、そのサービスへのアカウント登録と、「API キー」と呼ばれる認証用の文字列が必要です。API キーはパスワードと同様に管理すべき重要な情報ですが、WordPress の設定画面の奥深くに埋め込まれていることが多く、後任者が存在に気づかないまま引き継ぐことが珍しくありません。

記録しておくべき内容は次のとおりです。

- **利用している外部サービス名:** たとえば「Google Analytics (アクセス解析)」など
- **それと連携しているプラグイン名:** どのプラグインがそのサービスと接続しているか
- **アカウント情報の保管場所:** そのサービスのログイン情報をどこで管理しているか
- **API キーの有効期限:** 期限のある API キーを使っている場合

「どのプラグインがどの外部サービスと連携しているか」を記録しておくことは特に重要です。将来そのプラグインが不要になって削除した場合、外部サービス側のアカウントや設定だけが残り、「これはどこで使っていたものか」という混乱が生じることがあります。一方で、後任者がプラグインを整理しようとしたときに、削除してよいかどうかを判断するためにも、この対応関係の記録は必要です。

運用のルールと方針

本書を通じて整備してきた運用上のルールを、後任者が参照できる形にまとめておきます。

- 定期点検のスケジュールと手順 (7.1 参照)
- 運用記録の保管場所と記録方法 (7.3 参照)
- 投稿の承認フローやスタイルガイド (第 5 章参照)
- バックアップの頻度と保管場所 (第 2 章参照)
- 制作会社への相談基準 (後節 7.7 参照)

契約と費用

後節 7.6「運用コストの管理と見直し」で整理するコスト一覧も引き継ぎ資料に含めてください。ホスティング費用、ドメイン更新費用、有料プラグインのライセンス費用、それぞれの更新時期と支払い方法をまとめたものです。後任者が「気づかないうちにサービスが失効していた」という事態を避けるために欠かせません。

7.5.2 アカウントと権限の移行

情報の整理が済んだら、次はアカウントの移行作業です。旧担当者のアカウントを後任者にそのまま使わせることは避けてください。誰がどの操作を行ったかの記録が不明確になるうえ、その後の権限管理にも支障が出ます。

推奨する手順は次のとおりです。

1. 後任者の名前で新しいユーザーアカウントを作成し、必要な権限グループを付与する
2. 後任者が新しいアカウントでログインできることを確認する
3. 引き継ぎが完了したら、旧担当者のアカウントを削除する

ユーザーの追加と削除の具体的な手順については第 3 章を参照してください。

マルチサイト環境では、特に注意が必要です。旧担当者が特権管理者の権限を持っていた場合、後任者にも特権管理者の権限を付与してから、旧担当者の権限を変更または削除してください。特権管理者が 1 人もいない状態になると、更新やネットワーク全体の設定変更ができなくなります。順序を守って作業してください。

マルチサイト環境で既存ユーザーを特権管理者に昇格させるには、ネットワーク管理画面の「ユーザー」から対象ユーザーの「編集」をクリックし、「このユーザーにサイトネットワークの特権管理者権限を与える」というチェックボックスをオンにして保存します。

管理者メールアドレス

WordPress が重要な通知 (セキュリティ警告、リカバリーモードのメールなど) を送る宛先である管理者メールアドレスも更新してください (4.1.3「管理者メールアドレス」を参照)。

単一サイト環境では、管理画面の「設定」→「一般」に「管理者メールアドレス」という項目があり、ここから変更できます。

マルチサイト環境では、各サブサイトの管理画面でも同様に更新するほか、ネットワーク全体の管理者メールアドレスもネットワーク管理画面の「設定」→「サイトネットワーク設定」の「サイトネットワーク管理者のメールアドレス」を確認または更新してください。

単一サイト・マルチサイトともに、管理者メールアドレスを変更すると、新しいメールアドレス宛に確認メールが届き、**その中のリンクをクリックするまで変更が反映されません**。確実に完了させてください。

7.5.3 引き継ぎチェックリスト

以下は、担当変更の際に使えるチェックリストです。旧担当者と後任者が一緒に確認しながら進めることをおすすめします。

担当者が変わった後も、しばらくの間は旧担当者が質問に答えられる状態を保てると理想的です。引き継ぎ直後の1か月程度を移行期間として設けておくと、後任者が落ち着いて作業できます。

【引き継ぎチェックリスト】

引き継ぎ実施日: _____年__月__日 旧担当者: _____ 後任者: _____

アクセス情報の共有

- WordPress 管理画面の URL を共有した
- ホスティングサービスの管理画面のアクセス情報を共有した
- ドメイン管理会社のアクセス情報を共有した

外部サービスと連絡先の共有

- 制作会社の担当者と連絡先を共有した
- ホスティングサービス・ドメイン管理会社の連絡先を共有した
- 利用中の有料サービスの連絡先を共有した

プラグイン・テーマの一覧を共有した

外部サービス連携の記録を共有した

- 利用中の外部サービス名と、それと連携しているプラグイン名を共有した
- 各サービスのアカウント情報の保管場所を共有した
- API キーの有効期限がある場合はその情報を共有した

運用ルールと方針の共有

- 定期点検のスケジュールと手順を共有した
- 運用記録の保管場所を共有した
- 投稿の承認フローを共有した

契約・費用情報を共有した (コスト一覧)

アカウントの移行

- 後任者の WordPress アカウントを作成し、権限グループを付与した
- 後任者がログインできることを確認した

- 管理者メールアドレスを後任者のものに変更した
- 旧担当者のアカウントを削除した

□ 引き継ぎ完了の確認

- 後任者が基本的な操作（ダッシュボードの確認、更新の確認など）を実施した
 - 制作会社に担当者の変更を連絡した
-

7.6 運用コストの管理と見直し

7.6.1 サイト運営にかかるコスト

WordPress ソフトウェア自体は無料ですが、サイトを実際に運営するためには複数のサービスへの費用が継続的に発生します。これらを整理しないまま運用を続けると、予期しないタイミングでクレジットカードに請求が届いたり、更新を忘れてサービスが失効したりすることがあります。

ドメインが失効すると、サイトのアドレスが使えなくなり、最悪の場合は第三者に取得されてしまいます。ホスティングの契約が切れると、サイトのデータにアクセスできなくなります。こうした事態は、費用の管理を怠ったことで起きる、防げるはずの問題です。

主なコスト項目を以下に整理します。

■**ホスティングサービス費用** サイトのデータを保管し、インターネット上に公開するためのサーバー費用です。月額または年額でホスティング会社に支払います。プランや会社によって金額は大きく異なります。

■**ドメイン更新費用** サイトのアドレス（例: `example.com`）を維持するための費用です。通常は年 1 回の更新が必要です。自動更新の設定になっているかどうかを必ず確認してください。ドメインの失効は、サイト消失に直結する深刻な事態です。

■**SSL 証明書の費用** Let's Encrypt などの無料証明書を利用している場合、費用はかかりませんが、自動更新が正常に動作しているかを定期的に確認する必要があります。有料の証明書を利用している場合は、年 1 回の更新費用が発生します。

■**有料プラグインのライセンス費用** 特定の機能を追加するための有料プラグインを利用している場合、年額のライセンス費用が発生することがあります。更新しないと、プラグインのアップデートを受け取れなくなったり、プラグイン自体が動作しなくなったりする場合があります。

■**有料テーマのライセンス費用** 有料テーマを利用している場合も、年額のライセンス費用が発生することがあります。

■**その他のサービス費用** メール送信サービス、フォームサービス、アクセス解析ツールの有料版など、サイトの機能を支えているサービスがあれば、その費用もまとめておきましょう。

7.6.2 コストの記録と管理

コストを管理するための最も手軽な方法は、一覧表を作成することです。以下の項目を記録しておくこと、更新漏れや予算管理がしやすくなります。

記録する項目: サービス名、契約内容、費用(月額または年額)、次回の更新日、支払い方法(クレジットカードや銀行振込など)、自動更新かどうか、ログイン情報の保管場所

更新日が近づいたときに気づけるよう、カレンダーアプリにリマインダーを設定しておくことをおすすめします。また、この一覧は引き継ぎ資料としても活用できます。

7.6.3 見直しのタイミング

コストの見直しは、前節の「年次確認」のタイミングに合わせて行うのが効率的です。年に1度、以下の観点で全体を振り返ってみてください。

■**使っていないサービスへの支払いがないか** 導入当初は使っていたが、今は必要なくなったプラグインやサービスへの費用が発生し続けているケースは少なくありません。不要なプラグインは削除することで、セキュリティリスクの低減にもつながります。

■**プランの見直し** サイトの規模や利用状況が変わった場合、ホスティングサービスのプランを見直すことでコストを最適化できる可能性があります。ただし、プランの変更はサイトのパフォーマンスや機能に影響することがありますので、変更前に制作会社に相談することをおすすめします。

7.6.4 コスト管理テンプレート例

以下は、運用コストを一覧で管理するためのテンプレートです。「引き継ぎと担当変更のための準備」で整理する引き継ぎパッケージの一部として活用してください。

【運用コスト一覧】

最終更新日: _____年__月__日 担当者: _____

サービス名	内容	費用 (税込)	次回更新日	支払 方法	自動 更新	備考
(例) ○○ホス ティング	スタンダードプ ラン	年 ¥ ○○	20xx/x/x	コンビ ニ払	あり	
(例) example.com	ドメイン更新	年 ¥ ○○	20xx/x/x	振込	あり	
(例) ○○プラ グイン	年間ライセンス	年 ¥ ○○	20xx/x/x	Pay- Pal	なし	要手動 更新
(例) ○○ テーマ	年間ライセンス	年 ¥ ○○	20xx/x/x	クレ ジット		

7.7 制作会社への相談基準

7.7.1 「一人で抱え込まない」という原則

本書を通じて、運用者が自分で対応できる作業は多くあることを見てきました。しかし、すべてを一人で解決しようとする必要はありません。むしろ「**ここまでは自分でやり、これ以上は制作会社に相談する**」という境界線を正しく引くことが、運用者としての重要なスキルの一つです。^{*6}

判断に迷うくらいなら相談する、というのが基本的な方針です。相談することで問題が解決すれば、それは正しい判断です。よくわからないまま手当たり次第に設定を変更し、事態を悪化させることのほうが、はるかに深刻な結果を招きます。

7.7.2 自分で対応できること

以下は、本書の内容を踏まえたうえで運用者が自分で対応できる範囲です。

■**日常的な更新作業** バックアップを確認したうえで、WordPress 本体、テーマ、プラグインの更新を実施することは運用者の通常業務の範囲内です。更新後に問題が生じた場合のロールバックも、管理画面にアクセスできる状態であれば対応できます（詳細は 7.4「障害・不具合発生時の初動対応」を参照）。

^{*6} 本書では「技術的な作業を担う外部の専門家」をまとめて「制作会社」と表記しています。実際には、サイト構築を依頼した制作会社、保守契約を結んだ会社、フリーランスのエンジニア、社内の IT 担当者などかもしれません。

■**コンテンツと設定の管理** 記事の公開や修正、ナビゲーションやヘッダー画像の変更、ユーザーアカウントの追加または削除、カテゴリやタグの整理、バックアップの実施など。

■**定期点検の実施** 本章前半の定期点検チェックリストにある各項目を、スケジュールに沿って実施すること。

7.7.3 制作会社に相談すべきこと

以下のような状況では、自分で解決しようとせず、制作会社やホスティングサービスのサポートに相談することをおすすめします。

■**管理画面にアクセスできない** サイトのフロントページだけでなく、管理画面(/wp-admin)にもアクセスできない場合は、深刻な問題が起きている可能性があります。本章の「障害・不具合発生時の初動対応」の手順を試しても解決しない場合は、速やかに制作会社に連絡してください。

■**更新後に重大な問題が発生し、管理画面からは回復できない** 管理画面にアクセスできない、または管理画面からのロールバックでは問題が解決しない場合は、バックアップからの復元やサーバーへの直接のアクセスが必要になることがあります。このような場合は、制作会社またはホスティングサービスのサポートに連絡してください(詳細は7.4「障害・不具合発生時の初動対応」を参照)。

■**ウイルスや不正アクセスが疑われる** スパムメールが自分のサイトから送られているようだ、見覚えのないファイルやユーザーが増えている、訪問者からウイルス警告が届いたといった兆候がある場合は、マルウェア感染や不正アクセスが疑われます。自分で対処しようとする、かえって被害が広がる可能性があります。速やかに制作会社に相談してください(詳細は第2章を参照)。

■**データベースエラーが表示される** 「データベース接続確立エラー」などのメッセージがサイトに表示される場合は、データベースに問題が起きています。技術的な対応が必要ですので、制作会社またはホスティングサービスのサポートに連絡してください。

■**新しい機能やデザイン的大幅な変更** フォームの新規追加、決済機能の導入、サイトの構造やレイアウト的大幅な変更など、「構築」に関わる変更は制作会社に依頼する領域です。本書が対象とする「日常運用」の範囲を超えます。

■**PHPのバージョンアップを求められた** ホスティングサービスの管理画面でPHPのバージョンアップを求める通知が来ることがあります。これはサイトの動作に影響が出る可能性がある作業です。自分では操作せず、制作会社に確認してもらってください(詳細は2.2「サーバー環境更新の確認」を参照)。

7.7.4 制作会社に効果的に伝える方法

制作会社に相談する際には、状況をできるだけ具体的に伝えることが早期解決の鍵です。

具体的に伝えるためのポイントは次のとおりです。

- いつ問題が起きたか（または気づいたか）
- 問題が起きているページや機能
- 問題が起きる直前に何をしたか
- 管理画面にアクセスできるかどうか
- エラーメッセージが表示されている場合は、その文言（スクリーンショットを添付するとなお良い）

本章の 7.4「障害・不具合発生時の初動対応」で記録した「初動確認」のメモを手元に用意しておく、この情報がほとんど揃います。運用記録がきちんとつけられていれば、「直前に何をしたか」も記録を確認するだけでわかります。

7.7.5 制作会社との日頃の関係づくり

問題が起きてから初めて連絡するのではなく、平時からコミュニケーションをとっておくことをおすすめします。

たとえば、年次の定期点検を終えたタイミングで「特に問題ありませんでした」と簡単に報告を送る、WordPress のメジャーバージョンアップが予告された場合は事前に相談する、担当者が変わった際にすぐ連絡するといった形です。普段から顔の見える関係を作っておくと、問題が起きたときに相談しやすくなります。制作会社にとっても、サイトの現状を把握していることは、迅速かつ適切な対応を行ううえで助かります。

あとがき

長いあいだ管理を続けてきた WordPress のサイトの運用を、新しい担当者に引き継ぐことになりました。その方は、まさに第 1 章で紹介した本書の対象読者にあたります。「WordPress に関する本はたくさんあるから、その中からちょうどいいのを選んで読んで」と言いたかったのですが、期待するような切り口で書かれた本を思いつくことができませんでした。真剣に探したわけではないものの、そういった本は少ないのかもしれないかもしれません。それが本書をまとめようと思ったきっかけです。

本書で特に意識したのは、手順ではなく考え方を伝えることです。更新、バックアップ、ユーザー管理、軽微な調整、記録、引き継ぎ——これらは WordPress 運用の基本的な作業ですが、考え方がわかっている人には「何を今さら」と感じられる前置きが続き、鬱陶しく映るかもしれません。考え方が身につけていれば、将来 WordPress とはまったく別の未知のサービスを担当することになっても、比較的速やかに応用が利きます。また、こうした考え方はウェブサービスに限った話でもありません。たとえば「備品管理」であっても、メンテナンス、予備品の確保、利用者の把握と使用法の周知、軽微な補修、利用記録と引き継ぎという構成は、本質的にまったく同じです。WordPress の運用を通じて、そうした考え方の本質に気づいていただけると期待します。

本書は、目次の段階で方向性を定めて項目を取捨選択した後、文章の作成には LLM の力を借りました。無料版の下位モデルで 1 回あたりの量の制限のために細かく分割しての作業だったにもかかわらず、文章のスタイルガイドや用字用語の参考資料を示し、できるだけ公式に近い信頼性の高い情報を参照するよう指示したこともあり、最初の出力からかなり精度の高いものが返ってきたのには率直に言って驚きました。これはひとえに先人たちが積み上げてきた情報のおかげです。WordPress という特にネット上の情報が豊富な題材であったことも大きいでしょう。

その後、こちらで全体を調整し、確認と加筆・修正を行いました。本書は各所から情報をかき集めたものであり、「私が書いた」とはあまり言えないような気がしています。「著」ではなく、せいぜい「編」というところです。ただ、個々の情報はネット検索でいざれ見つけることができるものであっても、この切り口で寄せ集めたことに多少の意味があるのかなと思っています。

本書について私に連絡を取りたい場合は、<https://profiles.wordpress.org/mako09/> からリンクをたどってみてください。

本書の冒頭で述べたとおり、運用者は技術的な専門家である必要はありません。「なぜこの作業が必要なのか」を理解したうえで、継続して取り組むことが何よりも大切です。本書が、皆さんの日々の運用の確かな足がかりになれば幸いです。

参考 URL

- WordPress サポート <https://ja.wordpress.org/support/>
- WordPress ドキュメント (英語) <https://wordpress.org/documentation/>
- WordPress プラグインディレクトリ <https://ja.wordpress.org/plugins/>
- WordPress ハンドブック: 翻訳スタイルガイド
<https://ja.wordpress.org/team/handbook/translation/translation-style-guide/>
- JTF 日本語標準スタイルガイド (翻訳用) <https://www.jtf.jp/tips/styleguide>