



あきばれホームページ

2021

低コストで集客する方法

# 集客SEO ガイドブック

治療院版

アフターコロナ対応

～ホームページ集客でお悩みの方へ～

Google の最新アルゴリズムをお伝えします！

出版社名

株式会社 WEB マーケティング総合研究所



株式会社WEBマーケティング総合研究所

# 治療院・集客SEOガイドブック 2021年版

## ～低コストで集客する方法～

(2021.02.05 改訂)

治療院の先生に、**今SEOで集客できますよ**と言うと、驚かれます。ぜひ、その**最新ノウハウ**と、**しっかりした考え方**を知りたい方はこのガイドブックを読んでみてください。

公式ホームページの**SEO集客が改善する**でしょう。

あきばれホームページは、**SEO対策=ホームページのみで集客**を行っています。※今は、ほとんど広告も行っていません。

そのSEOノウハウをお客さまに実装しています。だから、弊社で作ったホームページはSEOが効くのです。**あきばれホームページはSEOに強い**、と評価をいただくことが多いです。

しかし、ここまでの道のりは簡単なものではありませんでした。

- ・順位が下がり、外部対策を大幅に見直したり
- ・トップページが出なくなり、キーワードを修正したり
- ・意図したkwdで上がるように、コンテンツの修正を繰り返す

こうした**試行錯誤の結果、現在の集客力を得る**に至っています。

キーワード「**ホームページ作成**」**3位** 2021/02/05

キーワード「**ホームページ SEO**」**1位** 2021/02/05

キーワード「**整体 ホームページ作成**」**1位** 2021/02/05

キーワード「**治療院 集客**」**3位** 2021/02/05

※いずれの順位も2年以上、維持しています

そして、このノウハウをみなさまにしっかりとお届けしたいのです。なぜなら、S E Oが難しい今こそ、**正確な知識とノウハウが必要**と思うためです。

※S E Oを諦めて、P P Cへ向かう先生もいるようです。

とはいえ、何か奇抜な手法や、一発で順位が上がるようなものではありません。お伝えする**最新のS E Oは地味で着実なもの**です。ここ5年ですっかり業界も変わりました。大切なのは、

- ・ターゲットを明確に
- ・公式ホームページを作り
- ・更新をする

というこの一連の流れです。

ここでお伝えすることを実践していただければ、きっとS E Oは状態が上向きます。この資料で、**最新の治療院S E O集客を掴んで**いただければ、幸いです。

なお、今回はかなり内容を修正しております。

ぜひ、ご覧いただければと思います。

株式会社WEBマーケティング総合研究所

主席コンサルタント

北原義春

## 「銀座 鍼灸」4位 銀座そうぜん鍼灸院さま

去年、コロナの時期4月頃は一時期落ち込みましたが、年間を通じては安定していました。やはり、**SEOをコツコツ**取り組んできて本当に良かったです。

特に、去年はあきばれさんからのzoomやメルマガ等の情報発信が頻繁にありましたので、ホームページもスピード感を持って直せました。

新患の集客は平均して**30-40件/月**で、**2020年11月は70件、12月は月100件**に近く伸びる勢いです。

集客経路は**公式ホームページのSEOがメイン**で、PPCはしていません。最近ではYoutubeや、Googleマイビジネスの力も感じていますが、**やはりホームページです**。ポータルサイト経由の方も必ず、ホームページを見ているように思います。

集客に成功しているポイントは、**ずばりあきばれさんに教わったことを中心に、一つずつ丁寧にやっていること**でしょうか。

- ・ターゲット視点に立って考えて
- ・どういう患者さんが
- ・何を期待しているかを考えて
- ・それをホームページで伝えていく

この繰り返しです。だから、自分で簡単に更新できるシステムが必要なのです。もう、変えられないですね。

今後も、安定した集客が得られるホームページ作成サービスや、治療院に関するノウハウを期待しています。これからもどうぞよろしくお願いいたします。

**▼治療院805院から厳選！集客SEOに成功したお客様のお便りをご紹介します**

[https://www.akibare-hp.jp/work/04\\_chiryoin/](https://www.akibare-hp.jp/work/04_chiryoin/)

宗前 裕太 様より (2020.12.07)

---

<b>第一章 ネット集客とは</b>	<b>5</b>
1) 治療院の現状	5
2) 高まるネットの重要性	5
3) では、何をすべきか	6
4) なぜ、公式ホームページを？	7
8) ネット集客=公式ホームページ作成	9
<b>第二章 公式ホームページを作る</b>	<b>11</b>
1) ドメインをどうするか	11
2) 初期制作は？	11
3) 更新はしたほうが良い？	12
4) 費用を抑えるコツ	13
5) 誰が更新するのか	14
6) まとめ	15
<b>第三章 集客SEOを実現する</b>	<b>17</b>
1) SEO=ターゲティング	17
2) タイトルタグでターゲティングをする	18
3) 基本ページ一式	19
4) コロナ対応ページ	20
5) 症状別ページ	21
6) 質 > 量	22
7) ユーザーを動かせるコンテンツ	23
<b>第四章 今、SEOで何をするか</b>	<b>26</b>
<成功パターンの紹介>	27
<b>集客SEOに強い、サービス紹介</b>	<b>32</b>
<b>代表プロフィール</b>	<b>35</b>
<b>会社情報</b>	<b>36</b>

# 第一章 ネット集客とは

まず「ホームページ／インターネット集客」について、目の前の複雑な状況を整理しましょう。やることがあまりに増えすぎています。

この文章を読めば、先生がなぜP P C・ポータルサイト・チラシ・SNS・インスタグラムなどに手を出す前に、まず**公式ホームページSEO**をやるべきかも明確になるはずです。

## 1) 治療院の現状

数年前は、ホームページを作ってポンと置いておけば、**集客OK**という時代がありました。

今は、違います。

- ・外部環境の急激な変化（コロナウイルス）
- ・2018年からのGoogleアルゴリズムの変動（医療関係）
- ・治療家の有資格者の増大
- ・乱立する2,980円のもみほぐし店

などにより、集客が困難になっているという先生が、増えています。私は年間200～300人の先生とお話していますが、ほとんどの方がうなずいてくださいます。

## 2) 高まるネットの重要性

そして思いもよらない、去年のコロナウイルスの発生。ここで周囲が**一挙にオンライン化**へと進みました。検索も予約も、インターネット／パソコン／スマホとい

う時代になっています。

**今、大きく舵を切る必要があります。**先生の経営する治療院集客・レポート作りにおいてこれまで以上に、インターネットを活用すること。そして、この流れについて行くために、ここでお伝えしている**ネット集客のトレンド**を抑えることが大切です。

今は、情報戦とも言える状況なのです。

### 3) では、何をすべきか

インターネット集客と言っても無数に方法があります。

先生は、何を選びますか？

- ・ ホームページ
- ・ S E O
- ・ M E O
- ・ P P C 広告
- ・ S N S Facebook、Twitter、Instagram
- ・ ポータルサイト
- ・ 無料メディア

もし、私たちプロが自社で治療院をするなら、

- ・ 今すぐ
- ・ 公式ホームページを作り
- ・ そこで情報を発信して財産を作り
- ・ S E O 対策をする

です。

いろいろな手段がありますが、公式ホームページをしっかりと作ることは**何よりも優先、第一にやるべきこと**です。他の手段と並列ではないことを、これからご説明したいと思います。

## <イメージ>

### ・ホームページ

└SEO/MEO

└PPC広告/ポータルサイト

└SNS Facebook、Twitter、Instagram

└無料メディア

ホームページという土台があって、他が初めて使えるようになります。この認識を持つことが大切です。軸がぶれず、ずいぶん**ネット集客で考えることが減ります**。

**時間には限りがあります**ので、まず公式ホームページに集中しましょう。

## 4) なぜ、公式ホームページを？

では、なぜ先生にとって、他の手段よりも公式ホームページが大事なのでしょうか？そこには、**大きく3つの理由**があります。

### 1) 必ず確認される

治療院を探す際には、**必ず事前に公式ホームページ**が見られています。

- ・ 口コミ
- ・ SNS
- ・ ポータルサイト

どんな経路であれ、**ホームページがあるかな？**と見られるのが、セオリーです。したがって、公式ホームページがないとお客様が不安になり、**問合せをしない可能性**があります。

## 2) 誘導先になる

次に、**先生の公式ホームページを見たい**というニーズは確定していますので、これを作らない手はありません。まず、真っ先に作るべきなのです。

たまに、ここを間違ってしまうパターンがあります。

- ・ ポータルサイトに情報を掲載して → **そろそろ公式ホームページを作る**
- ・ SNSで繋がりが出来たから → **そろそろホームページでも・・・**

これが、どれほどもったいないことでしょうか？

逆を言えば、一見遠回りに見えても、まず**公式ホームページを事前に持ってから、あらゆる経路を増やしていく**という手順を踏んだ場合。

機会損失はなくなり、公式ホームページを誘導先としてあらゆるニーズの受け皿にすることで、**問合せ数を最大限に高める戦略が可能**なのです。

## 3) 情報が財産になる

そして、お店のホームページの情報は、先生の財産になると知っていますか？

逆に、外部の事業者の運営する、ポータルサイト／○○ブログ／SNSなどに情報をたくさん書いても、それは本質的には先生の財産になっていません。

- ・ <https://www.akibare-hp.jp> 独自ドメイン
- ・ <https://ameba.jp/chiryuin-akibare/> サービス事業者のドメイン
- ・ <https://ja-jp.facebook.com/chiryo-akibare/> サービス事業者のドメイン

なぜなら、事情があってそのサービスがいきなり廃止になったり、コンテンツの移植が大変になったり、規約によってコンテンツを移せないなど・・・何が起きるか分からないためです。

事例) mixiなど

また、最近ではブログ検索もすっかり下火になってしまい、SNSで情報を取る時代が変わってしまいました。ブログに力を入れていた先生が苦戦するケースも増えています。

したがって他事業者のプラットフォーム依存は極めてリスクが高く、**公式ホームページ**という手元で自院の情報を残しておくことは、オンライン化の進む今、非常に重要な戦略です。将来まで活用できる資産を持つことに近いのです。

検索エンジンや、ポータルサイトなど時代のトレンドが変わっても、**公式ホームページの内容は、常に自院の集客の源**となって来るのは間違いありません。

## 8) ネット集客=公式ホームページ作成

したがって、ネット集客とは実は、

- ・ **公式ホームページを作り**

## ・公式ホームページに人を集めること

なのです。

もっと言えば、これからお話する公式ホームページの作り方 = S E O対策を行えば、**公式ホームページだけで完結してある程度の集客力を生み出すことも可能**なのです。

これは、インターネット上に一つのお店を構えることであり、オンライン化の進む現在の治療院集客において、**もっとも費用対効果の高い**ネット集客方法になるのです。

### ▼治療院の公式ホームページ・S E O集客に強いサービスはこちら

治療家パック

制作実績 **805**院

2020年4月現在

あきばれホームページ  
創業 **17**年

<https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-chiryoin/>

## 第二章 公式ホームページを作る

では、どうやって公式ホームページを作れば良いのか、その方法を見ていきましょう。

ポイントとしては、

- ・できるかぎり低コストで
- ・集客SEOを実現する

視点に立っています。

### 1) ドメインをどうするか

先ほどお伝えしたように、必ず、独自ドメインで作ります。

ドメインとは、ホームページの名前です。

- ・ <https://www.akibare-hp.jp> 独自ドメイン
- ・ <https://ameba.jp/chiryouin-akibare/> サービス事業者のドメイン

外部サービスに情報を増やしていくことはリスクでしかなく、手元に財産が残りません。少し費用が掛かっても良いので、**治療院の名前などで固有のドメインを持ちましょう**。相場は2,000円～7,000円／年ですが、SEOも効きやすいです。

チラシや名刺に印刷して、**ブランド効果（指名検索）を促すことも**できます。

### 2) 初期制作は？

昔は、ホームページと言えば、パソコンに向かって手で作るものでした。**今は、ほとんど自動化されています**。それを利用しない手はありません。

## A、手作業が発生するソフト

- ・ホームページビルダー
- ・ Dream weaver

## B、自動化されているツール = CMS

- ・ワードプレス ○
- ・ Jimdo
- ・あきばれホームページ ○

この中のBのタイプ（CMSといいます）を選ぶことが、おすすめです。自分で作るにしても、業者に依頼にするにしても**立ち上げ速度が圧倒的に速い**です。

集客力は、このうちワードプレスとあきばれホームページがGoogleのトレンドをしっかりと押さえており、**SEOに強い状況**です。

費用はマチマチですが、実はホームページは始めの完成度より、納品後の更新が重要ですので、

- ・初期投資はなるべく抑えた方がよい

状況です。この点は、これから詳しくお伝えします。

### 3) 更新はしたほうが良い？

ホームページは昔と違って、**放置しておくといくら順位が下がる**時代です。

GoogleのAIが進化しており、ネット上にあるホームページはすべてランク付けがされて、**ゆっくりゆっくりと順位を落としていきます**。

つまり対策としては、日々更新をして、育てていく必要があります。そこで、出来る限り簡単に文字や写真を掲載できるツール／環境を選んでおくことが、大切なのです。

- ・更新しやすいかどうか

が、その後の集客SEOの命運を左右します。

ここをまず、しっかりと認識してください。ネット社会の今、ホームページは作って終わりではなく、毎日大勢の人が訪れる仮想店舗なのです。必ず、更新しやすいホームページ作成ツールにしましょう。

#### 4) 費用を抑えるコツ

したがって、実はホームページ作成では、

- ・初期制作より更新が大切
- ・初期制作費用は抑えてもOK

です。いくら完璧なものを作っても、更新しないと意味がありません。

**A、完璧に仕上げた15ページ → 3カ月放置して、15ページのまま**

**B、40点くらいの5ページ → 3カ月少しづつ更新、12ページ作成**

この、Bの方がページ数は12と少ないのに、SEO順位が上がります。

Googleがプロセス評価、新鮮度を保つ続けているホームページへの信頼度を増し

て、評価するからです。

初期制作にはそれほど投資せず大丈夫です。

むしろ、更新できるツールや環境に対して、予算を回すのです。

## 5) 誰が更新するのか

初期制作をした後、**誰が、どうやって更新するのか**を決めるのも重要です。

実は、

**A、業者に依頼する → S E Oが効かない／問合せが得にくい**

**B、自分で更新する → S E Oが上がる／問合せも増える**

ということが分かっています。

実は、Aはパッと見よさそうですが、Bの方が問合せが増えます。

なぜなら、治療院の患者さんは、「**お身体の事で真剣に悩んでいる**」ケースが多く、ホームページも**食い入るように情報を吟味して問合せ**をしてくる方がほとんどだからです。

その前提に立つと、実はAのように施術の現場のことが分からないプロのライターが**オフィスで書いている文章ではダメ**で、やはり、Bのように現場の日々の症例に接している**先生ご自身のリアルな言葉の方が、問合せが来る**のです。

もちろん、Googleの高度なアルゴリズムもそのあたりを評価する傾向があり、それは年を追うごとに強まっています。今は、**先生の発する言葉が、集客に直結する**時代なのです。

業者にお金を払って更新代行を依頼するよりも、**時間を使って自分の言葉を発信する先生の方が、集客に成功している傾向があります。**

## 6) まとめ

治療院のホームページ集客SEOは、以下がポイントです。

- ・ 独自ドメインを取り
- ・ 初期制作はツールで簡単に仕上げる／低コストでOK
- ・ 更新しやすい環境を用意
- ・ 自分で更新する／低コストでOK

となります。

つまり、実は初期制作も納品後の更新も、低コストで行うことで集客できる時代になっているのです。ホームページ作成は高額な対価を払って行うものでなく、どちらかといえば、**しっかりと自分の時間を使って行うもの**になっています。

どの業種、業態でも**自社で情報を発信する時代**になっているのです。

---

### 成功事例紹介 2

---

## 「横須賀 ダイエット」2位 北山整骨院さま

月に1000以上のアクセスがあり、フォーム／電話を含めて一定数のお問い合わせがあります。扱っている商品が、お問い合わせのハードルも高く、高単価なことを考えれば充分満足な結果です。

日々、月のアクセス1000以上を目指して、参照元やメディアに気を使っています。ほぼ毎日アクセス解析、厳選キーワードの順位などチェックをして、問題があれば早めの施策を心がけています。大きく変えるときは評判のよいHPを参考にしています。今はスマホユーザーを意識して、画像やキャッチ、字数を変えています。

**とりあえず作るのが大切**だと考えています。特に一から一人で作るよりも自分の気に入った他のHPなどを参考にすると意外と早く完成します。また、検索やアクセスの仕組みを知ることによって、よりビジネスに機能するHPができると思います。

#### 【あきばれホームページの良いところ】

HPも広告だと思っていますので、1年も同じコンテンツだと飽きられて集客できなくなります。その点、あきばれホームページは**自分で簡単に更新でき、SEOにも強い、安い、困ったときも電話がつながりやすく、相談するスタッフも親切**。これが強みですね。

#### ▼接骨院・整骨院の集客SEOの成功事例と、お客様の声をご紹介します

[https://www.akibare-hp.jp/work/04\\_04\\_03/](https://www.akibare-hp.jp/work/04_04_03/)

北山 善雄 様より (2021.01.08)

---

## 第三章 集客 S E O を実現する

それではここからは具体的に「**集客 S E O を実現する方法**」についてお伝えします。私たちの目的は、ホームページを作って終わりではなく、それを育てて集客していくことにあります。

当社のコアとなるノウハウをお伝えしていきます。

### 1) S E O = ターゲティング

治療院ホームページの S E O で今、一番重要なのは**ターゲティング**をすることです。前提として、この考え方がある／なしで成果が大きく変わってきます。

・腰痛専門院 > 総合治療院

簡単に示すと、上記のようになります。全身なんでも出来ますし、診ることが出来ますという治療院ホームページよりも、**何かキラリと光る個性を持って症状などで差別化を打ち出している院の方が、上位に**来ています。

Googleが、**検索結果の多様性を重視**しているからです。

検索をした時の、Googleのトップ10位を、より興味深いものにして、**ユーザーや患者さんの利便性を高める**のが、Googleのミッションです。

したがって、われわれ作り手側とすれば、その**多様性に貢献する**ような**個性的なホームページを公開**しておくことが、非常に S E O の観点で重要なのです。

今は、ある程度キーワードを絞り込んで行くことで、かえって可能性を広げている時代なのです。ここを踏まえて初期制作をするのが、大切です。

## 2) タイトルタグでターゲットिंगをする

そんな、私たちが攻略すべきGoogleは今、**図書館のよう**になっています。図書館の中にはたくさん本があります。その1冊づつの本を整理して、順番を付けて、利用者が手に取りやすいようにする。そのために、Googleが使っているのは背表紙=本のタイトルです。したがって、

- ・ **Googleが整頓しやすいように「分かりやすいタイトルをつける」**

ことが重要です。

ホームページには「タイトルタグ」という部分があり、そこでターゲットングを明確にしておくのです。

ここをまず、しっかりと認識してください。ずいぶんと**SEOで考えることが減ります**し、迷った時にも軸がぶれません。

治療院でおすすめとなるキーワードの入れ方は、2021年現在、以下です。

- ・ **地域1+症状1+施術1+屋号**

をベースにしてください。これが最新のトレンドです。キーワードを入れすぎると、その本のテーマが散らばってしまい、どの棚にも納まりません。

**OK 新宿の鍼灸ならあきばれ治療院**

**OK 新宿で腰痛に効く鍼灸ならあきばれ治療院**

**NG 新宿・渋谷・池袋の鍼灸ならあきばれ治療院**

**NG 新宿の肩こり・腰痛・首コリ・骨盤矯正・筋膜リリースならあきばれ治療院**

上記のOKが良いパターン、NGが良くないパターンで、キーワードを入れすぎて  
いるのが分かると思います。昔よりも、**最新のSEOは厳しい基準**になっているの  
です。

当社にこの周辺の豊富なノウハウがありますので、タイトルタグについて詳しく知  
りたい方は、こちらをご覧ください。

**【無料動画】 タイトルタグの付け方/テーマの絞り方を解説しています**

[https://www.akibare-hp.jp/form/webinar/chiryu/cv\\_01/](https://www.akibare-hp.jp/form/webinar/chiryu/cv_01/)

全国どこでも  
参加可能

無料オンラインWEBセミナー

最新 治療院集客セミナー

あきばれホームページ・760院の運営実績から分かったノウハウ

なぜ今、治療院の**集客**が難しいのか？  
**原因と対策**を公開します

### 3) 基本ページ一式

次に、いわゆる治療院としての基本となるページ一式を作ることが大切です。

これは、初期制作で備わっていることが多いです。

施術メニュー/特徴/料金/治療院概要(地図)といった基本情報をしっかりと  
発信することで、

・**Googleからお店の全体像を把握してもらう**

ことが大切です。

SEOから遠いように思えますが、大丈夫です。

今、SEOは昔と違って、テクニカルなものではなくなりつつあります。検索エンジンやユーザーの立場に立って**普通に作ることが一番の近道**です。むしろ、提供するサービス紹介ページをしっかりと作らないで、上位に来るホームページは皆無です。

また、各ページはしっかりと内部リンクを付けて、クローラーが回遊しやすいようにしておきましょう。

#### 4) コロナ対応ページ

次に、

- ・ **コロナウイルス対策ページを作っておくこと**

が前提になります。

2020年の5月、大きなアルゴリズム変動があり、

コロナウイルス対策の記載があるホームページ → 順位が維持／**上昇**

コロナウイルス対策の記載がないホームページ → 順位が維持／**下落**

でした。

つまり、コロナ対策ページを作っている治療院が有利な状況となっています。

Googleは検索結果を出来る限り、

- ・ **安全／安心なもの**

にしようと努めています。

**(良いパターン) Googleを使って通った治療院に行けば、清潔で感染しない**

**(悪いパターン) Googleを使って選んだ治療院で、コロナに感染した**

そこで、出来る限りしっかりとコロナウイルス対策の情報を掲載／発信している治療院を上位に表示させようとしています。

加えて治療院全般を、医療機関に近い存在として見做す動きもあり、特に鍼灸院／接骨院・整骨院への期待は大きいです。

**【無料動画1】 コロナウイルス後のSEO／ホームページを解説しています**

<https://www.akibare-hp.jp/form/webinar/chiryu/corona/>

アフターコロナ／with コロナの時代に勝つために

**治療院・無料WEBセミナーご招待**



WEB総研 治療院事業部  
北原義春

**コロナの後に  
患者さんに選ばれる  
治療院ホームページとは？**

## 5) 症状別ページ

これは、直近1年間に強まっているトレンドです。

先にお伝えしたタイトルタグでのターゲティングを踏まえて、

- ・コンテンツの中身もターゲティングしていく
- ・具体的には、症状別ページを絞っていく

のが、効果的です。

コツとしては、症状と、その関連症状ページを作るのがポイントです。

例えば「新宿 自律神経失調症」で順位を上げたい場合には、

- ・ **自律神経失調症／不定愁訴／めまい／手足のしびれ**

などの併発しているような症状を中心に作るのです。

これにより、**Googleの方が先生の院の特徴を把握しやすくなり**、かつ検索結果の多様性にも貢献していくので、上位に表示されるチャンスが増えます。

したがって、**5年ほど前に網羅的に症状別ページを作っている先生**は、構成を見直して、より得意とする施術や打ち出したい内容に絞って、ページを修正することをおすすめです。

## 6) 質 > 量

また、量より質を評価する傾向が強まっています。

更新できるからといって、むやみに文章やページを増やしていくのではなく、

- ・ **厳選したページを**
- ・ **ブラッシュアップしながら増やしていく**

のが、効果的です。

かつてのように、大量のブログを毎日更新してもまったく順位が上がらなくなっています。なぜなら、インターネットも登場してもう既に20～30年が経とうとしており、**オンライン上に情報は飽和状態です**。

**Googleも情報の取捨選択に困る**ケースもあり、出来る限り整理・整頓してあるような公式ホームページの方が、評価を得られるようです。場合によっては、1年に1回くらい、アクセスの少ないページを削除するなどの、**断捨離的な動きもむしろ、順位を上げる**でしょう。

量よりも、質を意識した更新が、集客SEOに貢献します。

## 7) ユーザーを動かせるコンテンツ

上記のようなコンテンツの質 = 内容の良さを前提として、さらに、

- ・そのコンテンツがどれだけユーザーアクションに繋がっているか
- ・患者さんの問合せや「いいね！」やサイト回遊に繋がっているか

が見られるようになっていきます。

つまり、**コンテンツの効果**が評価軸に入ってきています。

例えば、

- ・滞在時間
- ・クリック率
- ・ソーシャルシグナル (facebook、twitter、LINEなど)
- ・被リンクの獲得数/獲得推移
- ・コンバージョン数 (問合せ数)

などの数値を、多面的に見られています。

実は、これらは、

- ・Googleにログインしているユーザーのデータ
- ・Gmailからの遷移

などから、計測可能なのです。

今は、良いコンテンツは増えてきました。そこに加えて、そのコンテンツが、

- ・リアルでの繋がりやSNSも交えたコミュニケーションの中で
- ・ユーザーから「本当に読まれているか」

が判定されつつあります。

したがって、SEO＝インターネット上のものではなく、より一層、現実の地域社会での関係性・評価を反映する傾向が強まるでしょう。

以上1)～7)が、大枠にはなりますが、**最新SEOを前提とした治療院ホームページの作り方**です。

つまり、まずターゲティングを明確にすること。そこに沿って基本ページ一式／コロナ対応ページ／症状別ページを仕上げる。それから定期的にコンテンツを見直して整理整頓をして、ホームページの質を高めていく、という流れがおすすめです。

そして、これらすべてを貫いていくのが、冒頭でお伝えしたタイトルタグです。もちろん、**当社のあきばれホームページは、上記のステップを踏まえて設計→納品→自分で更新できる**ので、作成するホームページがSEOに効く・・・ということなのです。

- ・SEO集客に強い、低コストなホームページ

それが、時代環境に左右されない、**先生の治療院の財産になる**のです。

## 「大宮 美容整体」 3位 こまち整体院さま

### 【現在の成果】

女性の美容をテーマに、ブライダル整体／美容整体をメインに手掛けています。年齢層は幅広く30、40、50、60代までの方にお越しいただき、**大宮周辺の方を中心に70%以上のリピート率**。やはり、平日の昼間をどう埋めるかが勝負ですので、女性ターゲットに絞って正解でした。

### 【これまでに工夫してきた点／ポイント】

**テーマを絞った**ので、Googleのアルゴリズム変動に対しても芯が強くなったように思います。日々、更新するのに加えて、動画マーケティングやGoogleの広告も出してトレンドに触れるようにしています。

### 【あきばれホームページの良いところ】

**親切、丁寧**ということです。とにかく電話サポートセンターのスタッフさんがしっかりしています。もちろん、マニュアルがあるので、ある程度やり方を覚えて自分でも出来ますが、何かあった際に心強いです。業種別の写真素材や、治療院で使いやすい部品（ホームページを作るためのパーツ）も充実しており助かっています。

▼**整体院・カイロプラクティックのお客様の事例と、お便りをご紹介します**

[https://www.akibare-hp.jp/work/04\\_04\\_05/](https://www.akibare-hp.jp/work/04_04_05/)

阿部 和彦 様より（2019.11.12）

---

## 第四章 今、SEOで何をするか

治療院の先生は、SEOについて熱心です。本当にみなさん、よく勉強していらっ  
しゃいます。ただ、残念なのが、

- ・ 間違った／古いSEOを行っている
- ・ 聞きかじった情報を繋ぎ合わせている
- ・ SEO対策をあまり変えない

方が多いことです。ここまでの内容で見てきたように、今、SEOは数年前より  
格段に難しくなっています。考え方はシンプルになっているのですが、

- ・ やることが多い
- ・ より深く伝える

のが、大変なのです。そこで、SEOや集客でお困りの方は、一度立ち止まってみ  
ることがおすすめです。

- 1、タイトルタグ
- 2、基本ページ一式
- 3、コロナ対応ページ
- 4、症状別ページ
- 5、質 > 量
- 6、ユーザーを動かせるコンテンツ

コツコツと、積み上げていくものなのです。

今回お伝えしたノウハウを元に、見直してみてください。きっと、新しい気づき

があることと思います。そして、出来ることから良いので、トライしてみてください。もちろん費用があれば、外部の業者さん等に依頼することも良いでしょう。

ただし、**予算が取れないけれど、情報をもらいながら自分でやってみる・・・**という方は、ぜひ当社あきばれホームページを、ご検討ください。

- ・ **最新の確かなSEOノウハウ**
- ・ **自分で更新できるホームページシステム**

で、集客に繋がるホームページ作成を手にする事が出来ることでしょう。

**▼その「あきばれホームページ」を、治療院コンサルタントがチェック！**

<https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-chiryoin/>

弊社が自ら自社の商品を紹介しても説得力がありませんから、**治療院コンサルタントの加藤孝さんからレビュー**をいただきました。

- ・ 本当に安いかどうか
- ・ 成果が出せるか
- ・ SEOはどうか
- ・ ・ ・ ・ などなどのチェックをいただきました。ぜひ、ご覧ください。

## <成功パターンの紹介>

ここまでの話を踏まえて、具体的に、当社あきばれホームページを活用して、集客SEOに成功している、お客様の成功パターンを特別にご紹介します。

最近SEOで上位に表示されて、**特に成果の出ている、20院以上の治療院の先生に**

**インタビュー**をさせていただきました。

その、**問合せが多い治療院の勝ちパターン**をまとめたものです。  
ぜひ、参考にしてみてください。

### 1) テーマを絞る

**テーマを絞って特化しているサイト**が集客（SEO）が上手く行っています。先ほどの、検索意図を上手く拾えている形です。

日頃の間診・治療でターゲットのニーズをヒアリングして、キーワードに落とし込んでいます。施術結果やお客様の声をすぐにホームページに反映することで、集客を実現している先生が多い印象です。

### 2) やや難症状をアピール

**難症状をメニューに入れているサイト**が多いです。

・坐骨神経痛／顎関節症／めまい／アトピー／不妊・・・等

逆に、肩こり／腰痛といった一般的なメニューだけのサイトはあまりアクセス上位に来ていませんでした。

### 3) 売り気が少ない

- ・地域No.1
- ・症例5000件
- ・〇円オフ

などの**訴求が控えめ**でした。

もちろん、訴求を強めても法的には問題ないのですが、Googleのアルゴリズムと

しては、やや抑えめの方が上がりやすいようです。

(ただし整体院の場合は、比較的数値訴求は強めでも上がっています)

#### 4) 院長先生のポリシーが掲載

ホームページ上で、

- ・特徴が明確になっている（1ともかかわっています）
- ・施術や手技に対してこだわりをお持ちのケースが多い

です。

このあたりも、患者さんからの支持、Googleからの評価に繋がっているようです。

#### 5) 自分で運営する意思が強い

自分の言葉で発信していくことに、こだわりを持っている方が多かったです。

「あきばれをツールとして活用しています」と、言っていただく機会が多くありました。

#### 6) 情報をキャッチアップしている

ほとんどの方から、インタビューの際に、

- ・今後も情報を発信して欲しい

とリクエストをいただきました。

また、あきばれ治療院からのメールマガジンで配信する動画や冊子も皆さんよく読まれていました。

いかがでしょうか？

上記の1から6までの、成功パターンを支援していますのが、あきばれホーム

ページです。

そして、お一人ではなく、

- ・ サポートセンタースタッフ
- ・ WEBコンサルタント
- ・ コンシェルジュ

といったメンバーがいます。

もちろん、私からも、

- ・ メールマガジン／動画セミナー／ガイドブック

等の形で情報を提供させていただいています。

治療院のホームページ、集客SEOでお悩みのことがございましたら、ぜひ「**SEOに強いあきばれ治療院**」をご検討くださいませ。

### ▼治療院のSEO集客なら、あきばれホームページ

**治療家パック**

制作実績 **805**院  
2020年4月現在

あきばれホームページ  
**創業 17年**

<https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-chiryoin/>

## 「国分寺 鍼灸」2位 国分寺大学通りはりきゅう治療室さま

ホームページを開設してから**2年間でPVは3倍以上**になり、**2000近い数値**まで行くこともあります。特にアクセス者の方が複数のページを見てくれるようになり、当院への理解も深まっているように思います。結果的に、予約やお問合せも確実に増えています。

以下のような点に気をつけて、更新を行っています。

- ・相手（治療を受けたいと思っている方々）側の気持ちになって作成する。
- ・専門的な言葉はなるべく避ける。
- ・ここに来ると何をしてくれて、どう変わるのかを分かりやすく伝える。
- ・絵や図を使うと効果的。
- ・施術者を身近に感じられる様な工夫（顔写真の掲載など）
- ・マメに更新する。

なかなか実行出来ていない点も多いのですが、一歩ずつ進めているところです。

あきばれホームページの良さはとにかく、**365日24時間自分で更新**できることです！自分の考えや思いを表現出来ますし、患者さんからの反応も得られるので、とても良い集客ツールです。

▼鍼灸院で、集客SEOに成功したお客様からのお便りをご紹介します

[https://www.akibare-hp.jp/work/04\\_04\\_13/](https://www.akibare-hp.jp/work/04_04_13/)

山野 俊和 様より（2019.11.11）

---

# 集客SEOに強い、サービス紹介

あきばれホームページは全国47都道府県で10,481社、169業種と多くのお客さまにご利用いただいております。

有料クラウド型のホームページCMSでは、全国シェアNo.1です。

利用社数 直販  
9,279社

有料クラウド型CMSのシェア

国内 **1** 位

※2017年ミック経済研究所調べ



## 利用社業種の一部をご紹介

### 士業・コンサル

- ・税理士
- ・社会保険労務士
- ・司法書士
- ・弁護士
- ・公認会計士

### 病院・医院

- ・歯科医院
- ・眼科皮膚科
- ・内科循環器科
- ・耳鼻科
- ・美容形成外科

### 美容・コスメ

- ・エステサロン
- ・アロマリフレ
- ・リラクゼーション
- ・美容室
- ・ヨガ

### 整骨整体

- ・整骨院
- ・接骨院
- ・整体院
- ・鍼灸院
- ・指圧マッサージ

### 塾・習い事

- ・学習塾
- ・家庭教師
- ・料理教室
- ・個別指導塾
- ・英会話教室

### 施工・工事

- ・外壁塗装
- ・太陽光発電
- ・リフォーム
- ・電気設備工事
- ・建築事務所

## あきばれホームページとは

【あきばれホームページ】は、自社開発したCMS【Buddy】を利用することで、「低価格」「自分で更新できる」「お客さまを増やせる」ホームページの立ち上げを実現したホームページ作成サービスです。

▼あきばれホームページの公式サイトはこちら

<https://www.akibare-hp.jp/>

## 全国の治療院に選ばれる理由

### 1、低価格

初期費用が安く、月額費用4,900円(税抜)のみ。(サーバ代込み)

### 2、自分で更新できる

見たまま更新ができ、簡単にページ追加や更新ができる。

### 3、申し込み・問合せを増やせる

Google推奨のSEO方針に準拠し、申し込み・お問合せを増やせる。

### 4、SEO集客に強い

760院の制作実績から「勝てる」SEOキーワードをご提案します。

### 5、ホームページ初心者にも強い

パソコンが苦手な方でも、電話サポートセンターがあるので安心です。

### 6、リニューアルに強い

今のホームページを分析して、改善するような初期設計を行います。

### 7、症状特化サイトに強い

症状特化について、テーマを絞って設計するノウハウを持っています。

### 8、開業・独立に強い

失敗しないローカルSEO戦略(屋号を流通させるSEO)を得意としています。

### 9、広告ガイドラインに強い

規制施行時には、マニュアルの配布を予定。更新システムで、変更対応も簡単。

### 10、女性の開業に強い

女性コンサルタントも在籍、「女性らしい」デザインもあります。

## 人気の治療院サービスと、お客さまの声を紹介

**治療家パック**

制作実績 **805院**  
2020年4月現在

あきばれホームページ  
**創業 17年**

### ▲全国805院の治療院が選ぶ、治療院むけホームページ作成サービス

<https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-chiryoin/>

整体院専門	接骨院・整骨院専門	鍼灸院専門
<b>整体パック</b> 整体院・カイロプラクティック オステオパシー、等	<b>接骨・整骨パック</b> 整骨院・接骨院・ほねつぎ、等 柔道整復師の方むけ	<b>鍼灸パック</b> 鍼灸院・美容鍼灸院、等 鍼師・きゅう師の方むけ
<a href="#">&gt; 詳細はこちら</a>	<a href="#">&gt; 詳細はこちら</a>	<a href="#">&gt; 詳細はこちら</a>

### ▲画像をクリックすると、専門のパック詳細を見ることができます。

整体院 <https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-seitai/>

接骨院・整骨院 <https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-sekkotsu-seikotsu/>

鍼灸院 <https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-shinkyu/>

**治療院のお客さまの喜びの声**

[> 詳細はこちらをクリック](#)

### ▲画像をクリックすると、お客様の声の詳細を見ることができます。

[https://www.akibare-hp.jp/work/04\\_chiryoin/](https://www.akibare-hp.jp/work/04_chiryoin/)

# 代表プロフィール

吉本俊宏（よしもととしひろ）

株式会社WEBマーケティング総合研究所  
代表取締役

あきばれホームページ代表

プロフィール

<https://www.akibare-hp.jp/company/daihyo/>



## 略歴

1964年	神戸市生まれ。
1983年	神戸の六甲学院高校を卒業。
1988年	一橋大学商学部卒業 金融論専攻。在学中に米国アーカンソー州立大学に留学。
1988年	株)三菱東京UFJ銀行入社後、約10年にわたり社内基幹システムの企画、設計、開発を担当。ホストからオープン系、インフラからアプリケーションまで、幅広い経験を積む。
1997年	株)野村総合研究所に転職し、システムコンサルティング本部にて上級ITコンサルタントとして、数多くの国内大企業のシステムコンサルティングを担当。主要なコンサルティングテーマは、システム戦略立案支援、IT技術評価、システム組織戦略立案支援、等。  野村総合研究所時代に、「アイワイバンク銀行（現、セブン銀行）」の設立を企画推進し、2001年より同社に出向。インターネット戦略の企画立案と、ネットバンキングシステムの構築を担当。
2002年	中小企業IT振興会（現、株式会社WEBマーケティング総合研究所）を設立。 インターネットを活用した中小企業のIT化支援を目指し【あきばれネット】サービスを提供開始。  2005年より自分で更新できる低価格なHP作成サービス【ブログdeホームページ】サービスを提供開始。
2013年	スマホ付き・自分で更新できる低価格なホームページ作成サービス、あきばれホームページのサービス提供を開始。

## 会社情報

会社名	株式会社 WEBマーケティング総合研究所
代表	吉本俊宏
所在地	〒160-0023 東京都新宿区西新宿8-1-2-3F
TEL	03-5957-1610
FAX	03-6704-5064
E-Mail	info@akibare-hp.jp
URL	<a href="https://www.akibare-hp.jp/">https://www.akibare-hp.jp/</a>
事業内容	WEB制作サービス（あきばれホームページ） マーケティング特化CMS【Buddy】の提供、各種コンサルティング、

治療院専用

**☎ 03-5957-1610**

**お問合せ・ご相談**はこちら

あきばれホームページ  
**創業  
17年**

▶ **今すぐ相談して、解決する**



◆治療院の集客SEOに関するお問合せ・ご相談の専用窓口です

メール：[info@akibare-hp.jp](mailto:info@akibare-hp.jp)

フォーム：<https://www.akibare-hp.jp/form/contact-chiryo/>

TEL：03-5957-1610

※月～金（祝日を除く）10：00-13：00、14：00-17：00