

整骨院・整体院のための 集客ガイド

安定して新規患者を集客し、リピーターを増やす方法



ホームページ制作



SEO対策



広告運用代行



SNS運用支援



ポータルサイト支援



リピーター対策

- | 00 はじめに
- | 01 市場と競合を30分で把握する方法
- | 02 “選ばれるサイト”の必須5要素
- | 03 2025年最新の有効な集客手段
- | 04 SEO、MEO
- | 05 広告
- | 06 SNS
- | 07 ポータルサイト
- | 08 リピート
- | 09 外部パートナーの使い方
- | 10 クリニックエールの紹介

Ⅰ00 はじめに

Ⅰ01 市場と競合を30分で把握する方法

Ⅰ02 “選ばれるサイト”の必須5要素

Ⅰ03 2025年最新の有効な集客手段

Ⅰ04 SEO、MEO

Ⅰ05 広告

Ⅰ06 SNS

Ⅰ07 ポータルサイト

Ⅰ08 リピート

Ⅰ09 外部パートナーの使い方

Ⅰ10 クリニックエールの紹介

ガイドの目的、想定読者、本資料の使い方



ガイドの目的

新規患者獲得とリピート率向上の体系的ガイド

✓ 厳しい競争環境を勝ち抜く

全国5万件以上の施術所が存在する中で、自院の強みを生かした効果的な集客戦略を構築

✓ 差別化と経営安定

独自の市場ポジションを確立し、安定した患者数を確保するためのマーケティング手法を提供

✓ 実践的手法の網羅

Web集客からリピート試作まで、日々の業務に組み込める具体的な施策を体系化



想定読者

整骨院・整体院の院長・経営者

✓ 既存院の運営者

基本的な施術知識や日々の業務には精通している方

✓ 集客に課題意識をお持ちの方

マーケティングの改善点を探している、Web集客を強化したいと考えている方

✓ 専門知識が不要

Web集客に詳しくない方でも理解できるよう、専門用語は平易に説明し、具体例を豊富に交えています



本資料の使い方

順を追って実践できる構成

✓ まずは全体を一読

ガイドの全体の流れを把握し、今の自院に必要な施策を見極めましょう

✓ 自院の課題に合わせて実践

最も解決したい課題に関連する章から実践を始めましょう

✓ テンプレート・ツールを活用

各章で提供するフォーマットやチェックリストを業務に取り入れましょう

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

01 市場と競合を30分で把握する方法

自院を取り巻く市場環境を短時間で効率的に分析

① エリアの人口・属性を把握 10分

- 商圈の定義と潜在患者数 : 車や徒歩〇分圏内の人口規模と年齢構成を把握
- ニーズの予測 : 高齢者多い→慢性痛・機能訓練 若年層多い→スポーツ障害・美容整体
- 無料ツールの活用 :



jSTAT MAP

RESAS

RESAS



地域医療計画資料

② 地域住民のニーズ調査 10分

🔍 ネット検索ニーズの確認

「地域名+症状」「地域名+整体」で検索
→サジェストや関連キーワードをチェック

「〇〇市 腰痛 整骨院」「〇〇駅 姿勢矯正」
などの検索が多ければ、需要が高い！

💬 SNS・口コミサイトの活用

地域のコミュニティサイトやX検索で
「〇〇地域 腰痛 悩み」等で検索

挙がっている院名や選ばれている
ポイントが参考になる！

👥 既存患者へのヒアリング

「当院を知ったきっかけ」「他に検討した
サービス」をさりげなく尋ねる

地域のニーズや他院状況を
知ることができる！



ポイント : 簡易なりサーチでも**地域特有のニーズパターン**が見えてきます。短時間でも継続的に情報収集することで、施策の制度を高められます。

01 市場と競合を30分で把握する方法

周辺競合の分析と差別化戦略

③ 周辺競合の状況を診断

10分

競合チェックポイント



基本情報

立地、駐車場、営業時間、定休日



サービス特徴

専門分野、メニュー構成と料金



集客動向

Web、SNS、ポータルサイト露出



評価・口コミ

Google/エキテン評価、口コミ内容

競合診断チェックシート（例）

競合院名	立地・距離	サービス特徴	口コミ評価	サイト/SNS
〇〇整骨院	駅徒歩3分 (500m)	・スポーツ障害専門 ・夜21時まで	★★★★☆4.5 (50件) 「丁寧」多数	・ホームページ有 ・インスタ更新中
△△接骨院	駐車場5台 (1km)	・骨盤矯正に特化 ・女性施術者在籍	★★★★☆4.2 (30件) 「清潔」多数	・エキテン★3.8 ・HPなし
◎◎整体院	駅前ビル2F	・国家資格者による整体 ・完全自費	★★★★☆3.9 (10件) 「高価」指摘あり	・ブログ更新停止 ・SNSなし

差別化の方向性



地域にないサービスを発見



競合の弱点を把握

例：「駅前・夜間営業」「スポーツ専門」「女性向け」

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

02 “選ばれるサイト”の必須5要素

①スマートフォン対応の優れたUI

📱 モバイルファースト

- 患者の多くがスマホで医院を検索し、約82%がモバイル経由
- 小さい文字や操作性の悪さは離脱の原因
- スマホ・PC両方対応のデザインと読みやすいレイアウトが必須

⚡ 素早いページ表示

- スマホ回線でも快適にみられるよう表示速度を高速化
- 画像最適化や不要スクリプト削減が効果的
- 読み込み3秒以上で約40%が離脱してしまう

👉 UI/UXの細部

- 指でタップしやすいボタン配置
- 見やすいメニュー構造
- 高齢者にも使いやすい配慮



弊社制作事例:あめのみ整体院様

02 “選ばれるサイト”の必須5要素

②予約導線の明確化（オンライン予約・問い合わせ）

24h 24時間予約できる仕組み

- オンライン予約フォームは必須機能
- 最低限の入力項目（希望日時・症状・連絡先等）
- スマホで数タップで完了する簡潔さ

📱 複数の予約手段

- ウェブ予約
 - 24時間いつでも空き状況確認・予約可能
- 電話予約
 - ワンタップで発信できる電話ボタン設置
- LINE予約
 - LINE公式アカウントで気軽に相談・予約

📅 予約カレンダー公開

2025年9月						
<						>
日	月	火	水	木	金	土
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20



今日



予約可能



予約不可

02 “選ばれるサイト”の必須5要素

③院長紹介・施術者のプロフィール紹介

信頼感につながる自己開示

掲載すべき情報

- ・ 名前・顔写真
- ・ 保有資格や経歴
- ・ 施術にかける思い
- ・ 人柄がわかるエピソード

顔写真とメッセージ

- ・ プロ撮影の明るい笑顔
- ・ 患者さんへの温かいメッセージ
- ・ スタッフ紹介も充実させる

動画での紹介

動画内容例

- ・ 自己紹介
- ・ 施術ポリシー
- ・ 患者さんへのメッセージ
- ・ 施術の様子(一部)

鈴木健太

院長・柔道整復師

国家資格 スポーツ専門

プロフィール

- ◎ 2010年 柔道整復師免許取得
- ◎ 2010-2015年 総合病院整形外科で勤務
- ◎ 2016年 ○○整骨院を開業
- ◎ 2018年 スポーツ専門資格取得

メッセージ

"患者様の痛みに寄り添い、根本改善を目指します。"

自身もランニング中の怪我をきっかけにケアの大切さを実感。スポーツ障害に特に力を入れています。お体の不調は我慢せず、お気軽にご相談ください。

施術実績 セミナー受講
8,500+ 25回

[詳しいプロフィールを見る →](#)

02 “選ばれるサイト”の必須5要素

④施術内容・メニューと料金の明示

わかりやすいメニュー・料金表示の例



腰痛集中ケア

デスクワーク

慢性腰痛

ヘルニア

深部筋へのアプローチで根本改善を目指します。
姿勢分析と運動指導付き！

施術時間
40分

¥5,500



産後骨盤矯正

産後ケア

骨盤矯正

産後の体系変化を改善。骨盤測定で変化を数値化。
女性施術者対応可能！

施術時間
30分

¥4,000

料金表

税込価格

メニュー	時間	料金	対象
初回カウンセリング+検査	30分	¥3,000	初診の方
保険診療	20分	(3割負担) ¥500~	急性症状
スポーツ障害ケア	40分	¥5,000	部活・競技者

02 “選ばれるサイト”の必須5要素

⑤患者の声・口コミ紹介

効果的な口コミ表示例

重い腰痛で夜も眠れない日々でした。こちらで施術を受けて1か月、今では痛みがだいぶ和らいでぐっすり眠れるようになりました！丁寧なカウンセリングもありがたかったです。

30代女性 S.Y様



腰痛 姿勢改善

産後の骨盤矯正で通いました。矯正前と後での計測数値が目に見えて変わり、産前のズボンが履けるようになりました。女性スタッフの対応も安心できました。

20代女性 K.M様



産後ケア 骨盤矯正

肩こりと頭痛に悩まされていましたが、定期的に通院することで症状が軽減。パソコン作業が長時間できるようになり、仕事の効率が上がりました。

40代男性 M.I様



肩こり 頭痛 デスクワーク

口コミ掲載のポイント

- ✓ 症状・結果を明示
- ✓ 施術後の変化を具体的に
- ✓ 対象者の属性を表示
- ✓ 症状タグで検索性向上

口コミ収集の工夫

来院後アンケート

LINE/メールで「ご感想をお聞かせください」と送信

例：“本日のご来院ありがとうございました。簡単なアンケートにご協力をお願いいたします。”

QRコード付きカード

Googleマップなど公開レビューへの導線

例：“口コミ投稿いただけると励みになります” ※リピーターを中心に

口コミ掲載時の注意

- 投稿者の了承必須：許可のない口コミ掲載は避ける
- 医療広告規制に注意：根拠のない治癒表現や誇大表現はNG
- 掲載NGの例：「奇跡的に治った」「どこでも治らなかったのに」
- 事実ベースの表現を選ぶ（「〇〇が改善しました」「姿勢がよくなったと言われます」）
- 量より質を重視し、症例ごとの改善事例が書かれた口コミを選ぶ

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

03 2025年最新の有効な集客手段

オンラインとオフラインを組み合わせ、複数のチャンネルで相乗効果を狙う



SEO 検索エンジン最適化

- ✓ 「地域名+整骨院」「症状+地域」向けローカルSEO強化
- ✓ Googleの「E-E-A-T」重視: 専門性・権威性・信頼性+経験
- ✓ 症状別対処法など質の高いコンテンツ発信が有効
- 💡 キーワード詰込より患者目線の情報価値を重視



MEO 地図エンジン最適化

- ✓ Googleビジネスプロフィールの完全活用
- ✓ 良質な口コミ獲得で上位表示(45%来店率向上)
- ✓ 「ローカルパック」上位3位入りが重要
- 💡 「夜間受付」「駅近」など差別化ポイントを強調



広告 リスティング・ディスプレイ

- ✓ 検索連動型広告: 「地域+整骨院」で即効性
- ✓ 地域ターゲティングで周辺住民にアプローチ
- ✓ 動画広告で解消エクササイズ紹介など差別化
- ⚠️ 競合激化でCPC高騰・医療広告規制に注意



SNS Instagram等

- ✓ Instagram: 20~40代女性向け、ビジュアル訴求
- ✓ 症例ビフォーアフター・施術風景の発信効果大
- ✓ 地域・症状別ハッシュタグで検索流入促進
- 💡 投稿から予約ページへの導線設計が重要



ポータルサイト 口コミ・予約サイト

- ✓ エキテン・EPARK・ホットペッパービューティー活用
- ✓ 比較検討ユーザーへリーチ・口コミによる信頼獲得
- ✓ エキテン: 月30人以上新患獲得の成功例あり
- ⚠️ 無料範囲から始め費用対効果を見極める



リピート施策 既存患者の再来促進

- ✓ 新規獲得より既存患者の定着が売上安定の鍵
- ✓ LINE等ツールで再来院誘導・関係性維持
- ✓ オンラインでのケア提案(セルフケア動画等)
- 💡 回数券・会員制度で継続来院の仕組み構築

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

SEO対策の3大要素

人向けの最適化



コンテンツSEO

- 検索ニーズに合わせたコンテンツの企画・施策
- 商品・ブランド接点としてのコンテンツ企画
- 古くなったページのメンテナンス
- サイトやページの信頼性向上



内部施策

- キーワードの最適化
- HTMLタグの最適化
- サイト内リンクの最適化
- スマートフォン最適化



外部施策

- WebページリンクのPRによるリンク構築
- 自然発生的なソーシャルリンク構築

E-E-A-Tを考慮したコンテンツを評価基準としている

- Experience(経験)
- Expertise(専門性)
- Authoritativeness(権威性)
- Trustworthiness(信頼性)

※人の健康や安全、経済的安定、社会の福利厚生に大きく影響する可能性のあるトピックではE-E-A-Tをより重視

低品質コンテンツの少なさ

各記事が「有用ではない」と判断された場合に、他のコンテンツが上位表示されなくなる可能性がある

※有用性の低さは、記事の内容が薄い、情報量が少ない、独自の内容を含まない、など

テーマ性が高く、信頼性が高い(DRが高い)サイトからのリンク獲得

検索エンジン向けの最適化

整骨院で費用対効果の高いSEO対策



地域名×サービスキーワード対策

ローカルSEOの最重要キーワード

「〇〇市 整骨院」「△△駅 整体」「地域名+症状」で来院意欲の高いユーザーにアプローチ

具体的な対策

- ✓ **タイトル・見出しへの最適化**
タイトルタグやh1~h3タグに地域×症状キーワード
- ✓ **本文中の自然な記述**
施術内容や料金説明時に地域名を自然に織り込む
- ✓ **地域密着型コンテンツ**
「〇〇市の方向けストレッチ」など地域特化記事

効果的なキーワード例

渋谷区 整骨院 新宿駅 整体 上野 肩こり
池袋 腰痛 品川区 産後骨盤



内部SEOの徹底

無料または低コストで実施可能

自院でも実施できる内部対策で費用対効果を高めることが可能です

具体的な対策

- ✓ **キーワード調査と配置**
無料キーワードプランナーで効果的なキーワードを選定
- ✓ **構造化マークアップ**
WordPressプラグインで構造化データを簡単実装
- ✓ **内部リンクの最適化**
関連ページへのリンク配置で回遊性向上
- ✓ **サイト構造の見直し**
シンプルでわかりやすい導線設計
- ✓ **表示速度の改善**
画像最適化やキャッシュ設定で読込高速化



コンテンツマーケティングの継続

長期的な視点で効果を発揮

質の高いコンテンツは検索評価向上と患者信頼獲得の両方に貢献

具体的な対策

- ✓ **症状別の解説**
腰痛・肩こり・ひざの痛みなど症状別の原因と対処法
- ✓ **セルフケア方法**
自宅でできるストレッチやエクササイズを動画付きで紹介
- ✓ **施術事例の紹介**
実際の改善例をプライバシーに配慮して紹介
- ✓ **院長の専門性や想い**
院長の経歴・専門分野・患者さんへのメッセージ



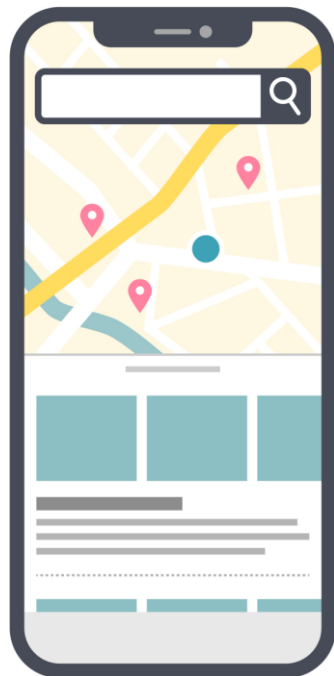
費用対効果のポイント : まずは低コストで実施できる「地域名×サービスキーワード対策」と「内部SEO」から着手し、並行して「コンテンツ発信」を継続することで、長期的に安定した集客を実現できます

MEOとは






MEOとは、マップエンジン最適化 (Map Engine Optimization) のことです。

「業種 × 施設」と検索すると、ページの一番上に近隣の施設情報が3つ表示されます。
こちらに表示されるようにGoogleビジネスプロフィールを運用する対策です。



★ 口コミの重要性

-  第三者の評価は広告よりも**信頼性が高く**、新規患者さんの不安を解消
-  ポジティブな口コミは**集客力向上**に直結
-  GoogleマップのランキングのMEOとして**影響大**

💡 口コミを「お願い」するコツ

- 1 ベストタイミング**
施術後、患者さんが満足している瞬間がチャンス
- 2 自然な声かけ**
「施術はいかがでしたか？よろしければ感想を共有いただくと」
- 3 インセンティブは慎重に**
過度な特典は信頼性を損なう可能性あり

04 SEO、MEO

口コミを増やして信頼を積み重ねる方法

✂️ 口コミ投稿を促すツール

サンキューカード

感謝の言葉とQRコードを記載したカードを来院時に渡す

LINE/メール

来院時に口コミお願いメッセージとリンクを自動送信

院内掲示

「皆様の口コミが励みになります」
メッセージとQRコード掲示

QRコード活用

GoogleマップやSNSへの投稿
ページに直接アクセス

👉 口コミへの「返信」で信頼構築

😊 ポジティブな口コミ

感謝の気持ちを伝え、具体的な内容に触れて返信

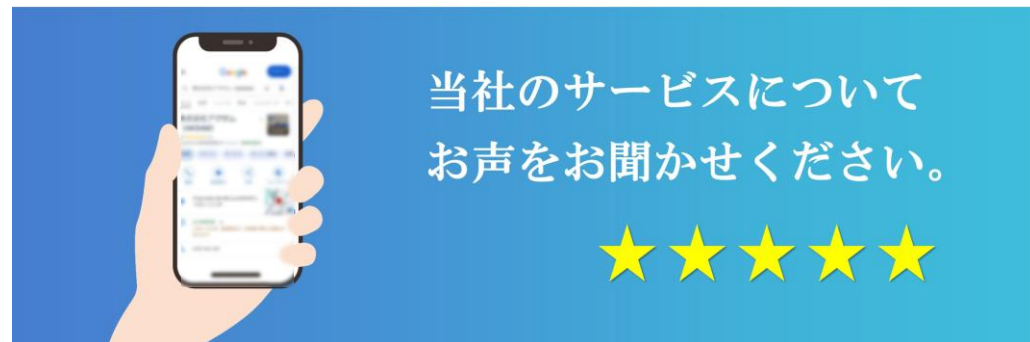
😞 ネガティブな口コミ

感情的にならず、真摯に対応し改善姿勢を示す

日常的な取り組みが口コミを増やす

- ✓ 質の高い施術
- ✓ 丁寧なコミュニケーション
- ✓ 清潔な院内環境
- ✓ SNSでの情報発信

Google クチコミ投稿



メールの口コミお願い例



口コミのポイント : 患者さんからの自然な口コミを集めることで、新規患者さんは「ここなら安心して任せられる」と感じます

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

05 広告

広告の全体像(リスティング広告・SNS広告)とおすすめ媒体

リスティング広告

概要 : 検索エンジンの検索結果ページに表示される広告。ユーザーが検索したキーワードに関連した広告が表示される。

特徴 :

- **顕在層にリーチ**: 課題解決のために情報を探している購買意欲の高いユーザー
- **効果測定が容易**: クリック率、コンバージョン率などのデータ分析
- **即効性**: 比較的短期間で効果が見込める

おすすめ媒体 :

Google広告

Yahoo広告

SNS広告

概要 : Facebook, InstagramなどのSNS内に表示される広告。ユーザーの属性、興味関心、行動履歴に基づいてターゲティング可能。

特徴 :

- **潜在層**: 顕在層へのリーチ: 幅広いユーザー層にアプローチ
- **詳細なターゲティング**: ユーザーデータに基づいた精度の高い広告配信
- **情報の拡散性**: 「いいね」や「シェア」による情報拡散
- **エンゲージメント向上**: ユーザーとのコミュニケーション

おすすめ媒体 :

Meta広告(Facebook, Instagram)

X広告(旧Twitter)

LINE広告

TikTok広告

どちらを選ぶべきか？

広告の「目的」(認知拡大、見込み客獲得、購買促進など)や「ターゲット層」によって、最適な広告の種類や媒体は異なる。両方の広告を組み合わせることで、より幅広い層にアプローチし、相乗効果を生み出すことが可能。

05 広告

医療広告における禁止表現 早見表

絶対安全・確実な表現

- × 「絶対安全な手術です」
- × 「どんな難病も必ず治癒します」
- × 「副作用は一切ありません」

最大級の表現

- × 「最高の医療チーム」
- × 「日本一の症例数」
- × 「世界で当院だけの治療法」

比較優位を示す表現

- × 「他の医院より治癒成績が良い」
- × 「当院は〇〇専門医がいる最高のクリニックです」

誇大広告

- × 「劇的に〇〇が改善します」
- × 「わずか〇日で完治」

患者の体験談・術前後写真

- × 「〇〇さんの声:長年悩んでいた痛みが嘘のように消えました！」
- × 詳細な説明なしの術前術後写真の掲載
※治療内容、費用、リスク等の説明が必要

その他の禁止表現

- × 有名人や専門家による推薦
- × 過度な費用割引や無料強調による誘引
- × 公序良俗に反する表現

【重要】

i 上記はあくまで一般的な禁止表現の例です。詳細や最新の解釈については、厚生労働省の「医療広告ガイドライン」や、各都道府県の医療広告に関する情報をご確認ください。広告を掲載する際は、必ず最新のガイドラインに沿っているか確認し、**法令順守を徹底**してください。

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト







|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

SNSを活用した集客の全体像







SNS集客の**メリット**

-  **認知度向上**
潜在的患者さんに視覚的にアプローチ
-  **親近感・信頼感の醸成**
日常的な情報発信で身近な存在に
-  **口コミ効果**
体験や情報がシェアされ自然な認知拡大
-  **ターゲット層へのアプローチ**
各SNSの特性に合わせた効率的な発信
-  **費用対効果**
低コストで始められる高効果な集客法
-  **リアルタイム情報発信**
最新情報・キャンペーンを迅速に伝達

SNS集客の**基本的な流れ**

- 1 目標設定**
認知度向上・予約増加などの明確な目標設定
- 2 ターゲット選定**
どんな患者さんに情報を届けるのかを決める
- 3 プラットフォーム選定**
ターゲット層に適したSNSを選択
- 4 アカウント開設・最適化**
魅力的なプロフィールで第一印象UP
- 5 コンテンツ企画・作成**
興味を引く有益なコンテンツ提供
- 6 投稿・情報発信**
定期的なコンテンツ投稿と情報更新
- 7 エンゲージメント**
コメント返信など積極的交流の実施
- 8 効果測定・分析**
反応データを分析し継続的改善へ

運用で**意識すべきポイント**

-  **継続性**
定期的な投稿が信頼構築の基本
-  **統一感**
ブランドイメージに合った一貫したトーン
-  **インタラクティブ性**
参加型企画で患者さんとの距離を縮める
-  **ハッシュタグ活用**
適切なタグで検索流入を最大化
-  **導線設計**
SNSから予約・Webサイトへの誘導経路確保
-  **炎上対策**
慎重な発信と適切な不測の事態への対応

Instagramのアルゴリズムとハッシュタグ戦略



Instagramのアルゴリズム

ユーザーの過去の行動や興味関心に基づき、関連性の高い投稿を優先表示

▽ 検索結果の表示順位を決める要素

- ① **エンゲージメント** (いいね、コメント) ② **関連性** (投稿内容とタグの整合性) ③ **投稿の鮮度** (新しい投稿が有利)

効果的なハッシュタグのつけ方

戦略①

キーワードを調査する

- 地域名×施術名: 「#〇〇市整体」、「#△△駅整骨院」など、地域と施術名を組み合わせる
- 症状名: 「#腰痛改善」、「#肩こり解消」など、患者さんが抱える悩みを具体的に示すハッシュタグも必要
- ターゲット層: 「#スポーツ整体」、「#猫背改善ストレッチ」など、特定のターゲット層に響くハッシュタグも要検討
- 競合調査: 人気のある競合アカウントがどのようなハッシュタグを使用しているかを参考にする

戦略②

3種類のハッシュタグをバランスよく組み合わせる

- **ビッグキーワード** (100万+投稿)
#整体 #ヘルスケア #健康
- **ミドルキーワード** (10万~100万投稿)
#東京整体 #肩こり解消 #姿勢改善
- **スモール/ニッチキーワード** (~10万投稿)
#渋谷区整体院 #産後の骨盤矯正

戦略③

ハッシュタグの数と配置

- 投稿数:
5~15個を推奨 ※最大30個まで可
- 効果的な配置:
キャプションの**最後にまとめる**

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

07 ポータルサイト

ポータルサイトの全体像 ～整骨院・整体院の集客に効果的なポータルサイトとその活用法～

主なポータルサイトの特徴



- 国内最大級の口コミサイト、無料掲載可能
- ユーザーが口コミ評価やランキングで院を選択
- 有料プランで上位表示や写真枚数増加の特典



- 全国8万院以上掲載の予約ポータル
- 24時間ネット予約システム連携が強み
- 中高年層も利用、有料契約が基本



- 整体・リラクゼーションカテゴリーで掲載可能
- 美容・リラクゼーション目的のユーザーに強い
- 20-30代女性の集客に効果的

その他

- 接骨ネット、しんきゅうコンパスなど
- 専門性に特化した口コミが集まり、口コミ閲覧から来院というルートが多い

ポータルサイトで選ばれるための掲載テクニック

魅力的な店舗ページ作り

- 高品質な写真掲載
- 詳細な説明・箇条書き
- 魅力的なキャッチコピー
- 明確なメニュー・料金

競合との差別化表示

他院と比較される環境で埋もれないための差別化ポイント:

交通事故対応可

夜20時以降も受付

保険適用可

駐車場あり

女性スタッフ在籍

クーポンとキャンペーン活用

- 初回限定割引や特典サービスで集客
- 「〇〇サイト見た」で効果測定が可能

初回限定クーポン
30%OFF
エキテン見たで適用

07 ポータルサイト

口コミを増やし評価を高めるコツや注意点

口コミを増やし評価を高めるコツ

エキテンでの口コミ促進

- ポイント付与制度を活用して患者さんに投稿を促す
- 満足いただいた方に口コミ投稿をお願いする
- 口コミ数が増えるとランキング上位に

★★★★★ 1週間前

長年悩んでいた肩こりが
すっきり解消！先生の丁寧な
施術に感謝です。

低評価への対処

★★★☆☆☆

予約時間を30分も待たされました。もう少し時間管理を
しっかりしてほしい。

クリニックからの返信

この度はお待たせしてしまい、大変申し訳ございませんでした。予約管理の改善
を行い、今後このようなことがないように努めてまいります。貴重なご意見をあり
がとうございました。

※放置せず、誠意ある対応を示すことで印象改善に

新サイト横断での評価管理

★★★★☆

★★★★★

★★★★☆

- 複数サイトで一貫した高評価を目指す
- 施術品質向上が口コミ向上の根本

ポータルサイト活用上の注意点

情報の更新

- 営業時間・休業日は最新状態に保つ
- メニュー・料金変更時は即時反映
- 古い情報は顧客の信頼を損なう

依存しすぎない

バランスの取れた集客チャネル構築

自社サイト

ポータル

SNS

広告

紹介

契約内容の確認

有料プラン契約前に確認すべき点：

- ✓ 解約条件・最低契約期間
- ✓ 成果報酬算出方法(キャンセル扱いなど)
- ✓ 費用対効果の継続的な選定と見直し

目次

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

08 リポート

リポートの重要性とリポート獲得方法

リポート率向上の重要性

①安定収入の源

定期的な来院で毎月の売上げが安定

“新規1人よりリピーター3人”と言われるほど
経営の安定に直結します

②目標指標を設定

リポート率の設定と向上目標

- ・ 初診100人中2回目来院60人 → 再来率60%
- ・ 目標：再来率を80%に向上
- ・ 平均来院回数を3回 → 5回に伸ばす

来院サイクルを作る次回予約の取り方

①会計時の次回予約

施術終了・会計時に自然な形で提案



「では、様子を見ていただきたいので1週間後にも言う一度ケアしましょうか。来週の同じ時間帯はいかがでしょう？」

予定がわからない方には「後日お電話やLINEでも予約できますので」とフォローしましょう

②施術計画とゴール設定

患者さんと共有する改善プラン



「姿勢を安定させるには週一回ペースでまず4回来てください。そのあとは月1回メンテナンスしましょう」

計画書を紙で渡し、カルテに記載して進捗確認するとリポート率が向上します

08 リポート

リポート誘導のリマインドLINE文章

予約前日リマインド

無断キャンセル防止と来院率アップ

〇〇様、明日14:00にご予約いただいております。
お気をつけてお越しください。
ご都合が変わりましたら、お手数ですがご連絡をお願いいたします。

定期フォロー

一定期間来院がない患者へのアプローチ

〇〇様、いかがお過ごしですか？
季節の変わり目はぎっくり腰が増える時期です。
気になる症状あれば早めのケアがおすすめです。
ご相談いつでもお待ちしております。

ステップ配信の自動化

フォローアップの仕組み化

- 1 友だち追加
初回来院時に促進
- 2 あいさつメッセージ
クーポン自動送信
- 3 5日後のフォロー
状態確認と予約提案
- 4 定期的な健康情報
月2回の情報発信

来院お礼と次回来院提案

患者満足度アップと次回予約促進

〇〇様、昨日はご来院ありがとうございました。
お体の調子はいかがでしょう？
1週間後にまた状態チェックできればと思います。
次回予約も承りますのでお気軽にご連絡ください。

健康情報促進

価値を提供しながら存在を思い出させる

【健康情報】
梅雨時の頭痛対策ストレッチ動画を作りました。
たった3分で実践できる簡単な方法です。
こちらからご覧ください。→URL

LINE活用のポイント

- 配信頻度は月1～2回程度
- 必ず価値ある情報を含める
- 文面は親しみやすく
- 患者の状況に合わせたパーソナライズ
- 分析機能で効果測定する
- スタッフ間で対応を統一する

目次

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート

|09 外部パートナーの使い方

|10 クリニックエールの紹介

09 外部パートナーの使い方

集客施策の内製VS外注の判断軸と成功のポイント

内製 vs 外注の判断軸

①人材のリソースがあるか？

- ・ 院長・スタッフの時間的余裕を客観視
- ・ 日々の施術と院運営で手一杯なら外注検討
- ・ 内製向き : SNS投稿、院内POP作成
- ・ 外注向き : HP作成、SEO対策

②スタッフに専門知識・スキルがあるか？

- ・ マーケティング・IT知識のあるスタッフの有無
- ・ 独学による機会損失リスクの考慮
- ・ 内製向き : ブログ記事執筆、院内発信
- ・ 外注向き : Web広告運用、デザイン制作

③外注したほうが費用対効果がよいか？

- ・ 外注コストと期待効果の数値比較
例:月5万円の費用で新患10人増なら獲得単価5千円
- ・ 投資対効果がプラスなら外注検討
- ・ 簡単な制作物は内製でコスト削減

外注後の関わり方

ポイント①任せきりにしない

- ・ 定期的な報告を受け、院の最新情報を共有
- ・ 月次ミーティングで成果確認と軌道修正
- ・ マーケティング担当スタッフを窓口役に指名
- ・ SNS代行は特に院らしさを維持する工夫が必要

ポイント②院内に知見が溜まるように意識

- ・ 「なぜそうなるのか？」を質問し知識蓄積
- ・ 簡単な更新作業は徐々にスタッフで行えるよう教授
- ・ 将来的な内製化を視野に入れたスキルアップ
- ・ 良いパートナーは作業だけでなくノウハウも提供

目次

|00 はじめに

|01 市場と競合を30分で把握する方法

|02 “選ばれるサイト”の必須5要素

|03 2025年最新の有効な集客手段

|04 SEO、MEO

|05 広告

|06 SNS

|07 ポータルサイト

|08 リピート


|09 外部パートナーの使い方


|10 クリニックエールの紹介


10 クリニックエールの紹介

会社概要


基本情報

 **会社名**
クリニックエール

 **代表者**
篠木 雄大

 **所在地**
東京都港区高輪4丁目23-6
ハイホーム高輪708

 **URL**
<https://clinic-yell.jp/>

 **電話番号**
03-4500-7273（平日10:00-19:00）

 **メールアドレス**
info@clinic-yell.jp

事業内容

治療院専門のホームページ制作・SEO対策・Web広告運用代行・SNS運用支援・ポータルサイト運用支援・リピート対策コンサルティング等、**整骨院・整体院の集客をトータルサポートするサービスを提供しています。集客に関する無料診断や相談も随時受付中**です。

 ホームページ制作

 SEO対策

 広告運用代行

 SNS運用支援

 ポータルサイト支援

 リピート対策

特徴

- ✓ **整骨院業界に特化**している点が最大の特徴です
- ✓ これまで**2,000院以上**の治療院ホームページの実績があります
- ✓ 単にサイトを作るだけでなく、「**集客できるサイト**」にこだわっています
- ✓ 医療広告ガイドラインを遵守しつつ、各院の強みを引き出すコンテンツ作りを得意としています
- ✓ PPC広告運用やMEO対策も業界特有のノウハウを蓄積し、一貫してサポートします

10 クリニックエールの紹介

制作事例

新規開業の整骨院

東京都

HP制作

Google Maps対策

競争ひしめくエリアでしたが、サイト公開後3か月で「地域名+整骨院」の検索で1ページ目に表示され新患問い合わせが増加。

口コミ数

50件

平均評価

★4.7

現在では月間30名以上の新患の半数がWeb経由となり、「集客に困らなくなった」と院長先生に喜んでいただきました。

既存院のテコ入れ

大阪府

HP更新

エキテン活用

SNS強化

開業5年目で売り上げ停滞に悩んでいた整骨院。サイトをスマホ対応&予約導線改善したところ直後から問い合わせ率が向上。

エキテン経由集客

4倍

年間売上増加

+700万円

エキテン有料プラン導入と口コミ獲得支援を実施し、エキテン経由の集客数が月5件→月20件にアップ。「スタッフを増員できるほど業務が改善した」とのご報告をいただいております。

多店舗展開の整骨院

福岡県

グループHP

LINE活用

リスティング広告

整骨院を3店舗運営する法人様。ブランディング統一と地域シェア拡大のため、各院個別だったホームページをグループサイトに統合し、店舗ごとのページを最適化。

新患数前年比

1.5倍

来院間隔

短縮

LINE公式アカウントで全店舗共通の健康情報を配信しリピート率も向上。「データに基づく戦略で効率よく集客できた」と経営者様にもご満足いただき、現在も継続支援中です。

10 クリニックエールの紹介

支援実績・クライアントの声

累計支援実績

2025年現在

2,000院以上



対応エリア
全国47
都道府県

支援施設タイプ
整骨院・整体
院・鍼灸院

クライアントの声 顧客満足度98%

東京都 S整骨院



新患が2倍に増えました。HP制作だけでなく、集客戦略のアドバイスも的確で感謝しています。

HP制作

SEO対策

売上2倍

大阪府 N整骨院



初めは半信半疑でしたが、年間売上700万円アップという結果に驚いています。スタッフも増員できました！

HP更新

エキテン活用

SNS強化

福岡県 Kグループ



データに基づく戦略で効率よく集客できました。3院すべての新患数が増加し、長期的なパートナーとして信頼しています。

グループHP

LINE活用

リスティング広告

神奈川県 H整体院



広告NG表現の指導のおかげで安心してPRできています。HPから毎日問い合わせがあり、予約が埋まる日々です。

新規開業

MEO対策

広告規制対応