

## サイト診断・結果

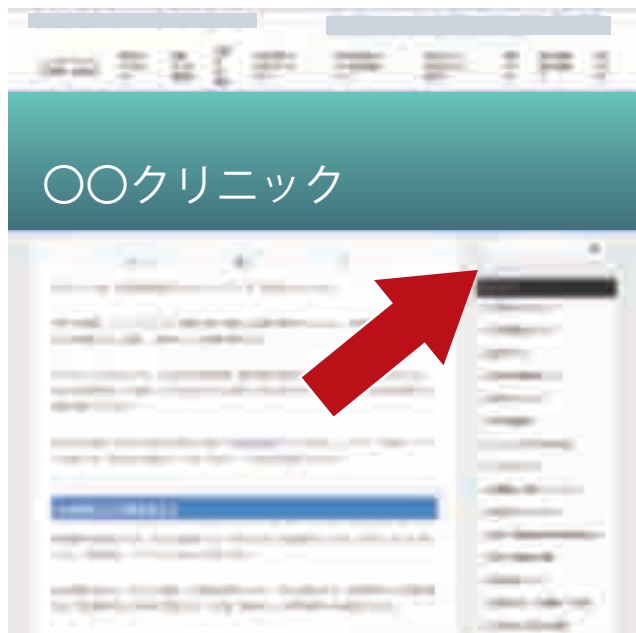
依頼者： 様

URL：

診断者：滝口健太郎

この度は『サイト診断』をご利用いただきましてありがとうございました。  
さっそくですが、以下に診断結果をご報告いたします。

★: 重要な改善点   ●: できれば改善したい点



## ★サイドメニューの改善ポイント

まず、現在のサイト構成についてですが、大きく分けて

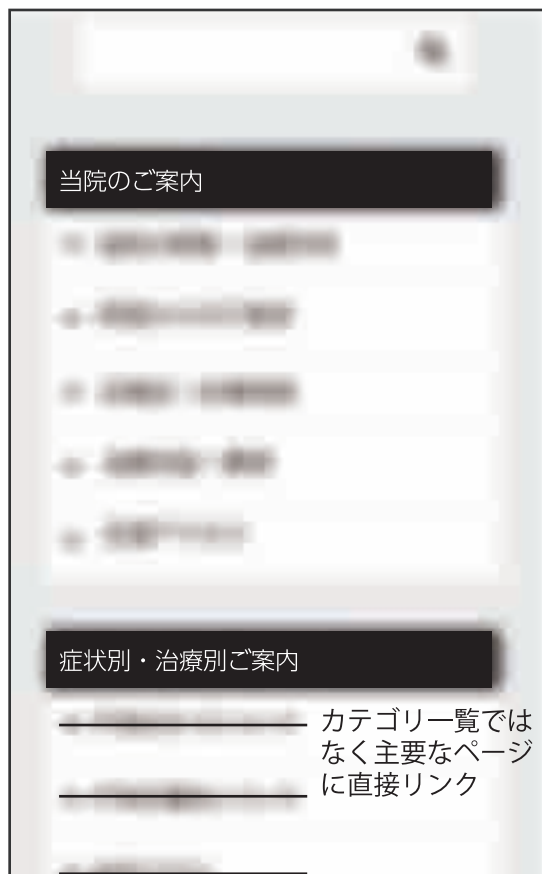
- ・ 当院のご案内ページ
- ・ 症状別／治療別／手術別等のご案内ページ

という分類になるかと思います。

これをもっと訪問者にわかりやすく示して、  
やすくする必要があります。

現状では、全てが横並びになっていてユーザーが必要な情報を自分で探さなければならず、ストレスがかかっているの  
で されやすい状態です。

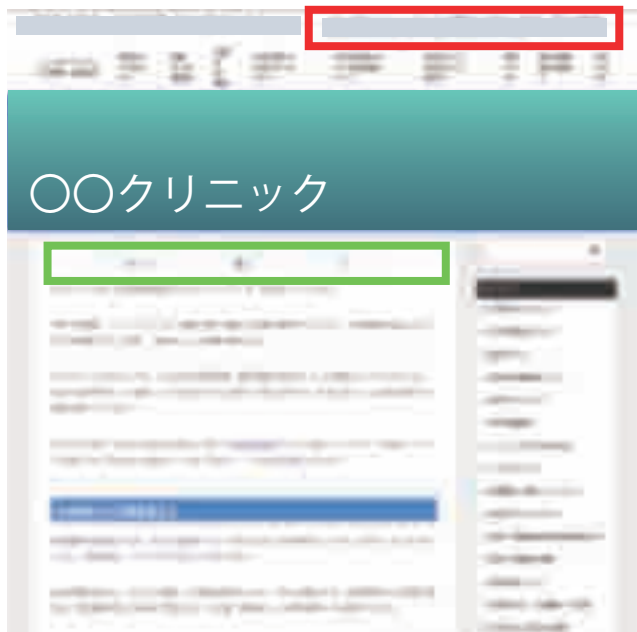
訪問者の を意識してサイトを改良する必要  
がまずあります。



改良の一例ですが、左図赤い矢印（「カテゴリ」の上）に「当院のご案内」を入れ、現在の「カテゴリ」は「症状別・治療別のご案内」などに変えます。（「症状別」「治療別」「手術別」など2つ3つにもっと細分化してもいいでしょう）  
そして、「当院のご案内」は左図のように医院の紹介ページを、「症状別・治療別のご案内」は、現在のカテゴリの一覧ページへのリンクではなく、アクセス数が多かったり、先生がプッシュしたいページに直接飛べるようにした方がいいです。全ページへのリンクは要りません。

既存のページに順位をつけ、ナビゲーションメニューからは、順位一位のページにリンクを貼り、二位のページは一位のページに関連ページとして表示するのがいいと思います。  
つまり、まずはそのあたりの分類や優先順位づけをしっかりと行って、サイドメニューから特にアピールしたいページやニーズの多いページに誘導してみてください。

以上は訪問者にサイト内をスムーズに移動してもらい、必要な情報に速やかに辿り着いてもらうことで、問合せ率をアップするための改善ポイントです。



### 【トップページの改良ポイント】

★サイトを開いての第一印象として、まず、ブログっぽさが目立ちます。ただのブログだと思われると、ユーザーにとって、記事から知識を得たら用済みの存在になってしまい、問合せにつながりにくくなりますのでそこを改善すべきです。

ブログっぽさの原因の一つに、医院名がロゴっぽくなく、パソコンのデフォルトフォントの印象が強いことがあります。

必ずしも、ロゴを作成する必要はないですが、もう少しスマートなフォントを使って、左図黄枠内のような感じで、ここは少し綺麗にデザインした方がいいです。

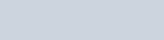
また、この画像で医院の専門性（パニック障害治療など）を伝えて、全ページに表示しアピールした方がいいです。

★医院の内観や外観の写真がないので、これらを載せるだけでかなり問い合わせはしやすくなります。トップページにできるだけ多く掲載した方がいいでしょう。

ブログっぽさが際立っているもう一つの理由に、テキストばかりでアイキャッチになる写真がないからというのも大きいです。

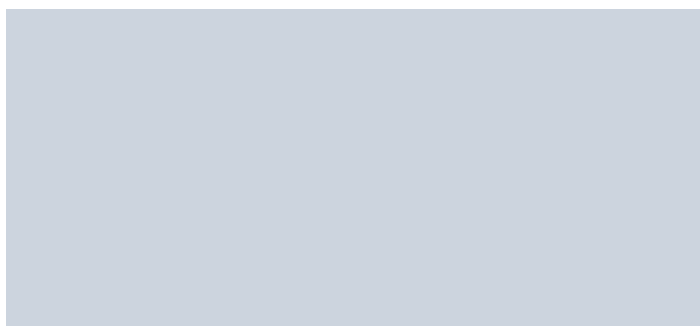
ただしあまり見栄えの良くない写真は逆効果なので注意してください。

★左図赤枠のテキストもほぼ読まれていないと思うので削除しましょう。テキストだらけのブログっぽさを解消するためです。クリニック情報の見せ方は後述します。

●「」の画像は、トップページに大きく掲載して目立たせた方がいいかと思います。この要素は、現状の押し方では埋もれていてもったいない印象です。ご検討ください。

●左図緑枠とページ下部にある SNS シェア用ボタンは、トップページや「当院のご案内」ページには不要かと思っています。これがあるのも全体的なブログっぽさの原因になっています。このボタンは、基本的にブログ記事を拡散させるために使うものだからです。

以上のトップページの改善ポイントを実行に移してもらうだけで、ブログっぽさが消え、だいたいがブログではなくクリニックサイトとして認識してもらえるようになります。



## 【その他、サイトの改善ポイント】

★クリニック情報の見せ方ですが、全ページの最下部で、「  
」をまとめて四角で囲って目立つように表示し、記事を読み終えた人に  
します。記事の最下部に医院の  
ようなイメージです。

手術、治療についての  
後に、現在のように何も無い状態ですとそのまま離脱されてしまうことがほとんどなので、そこで離脱を食い止めるために、  
を載せ、さらに  
やすくします。

そのページの内容が響いたお客さんは、その場で  
にしておくのがベストです。

全てのページで共通することですが、  
のではなく、  
にするというのが集客力アップの基本です。

特にクリニック自体の特徴や医院名等のアピールは、  
に対し  
て訴求するようにしてみてください。そうすると訴求力が断然上がります。

★スマホで見た際の、画面下部に固定されるボタンについてですが、これは「電話」「お問い合わせ」の2つのみにした方がいいです。問合せへの導線を強くするためです。



★全ページ上部のメニューの項目名が長くて見にくいので短く簡潔にした方がいいです。項目数も多すぎるかと思うので、極力減らして一行に収まるようにした方がいいかと思います。



など

や  
と同様に、「当院のご案内」もクリックすると下にペロッと下層のリンクが出るようにして、そこで「診察時間」や「費用」等をまとめるとスッキリするでしょう。

●CIG や PFF という略称が多い印象ですが、検索需要を見ますと、月間検索ボリュームでは、PFF とパニック障害が 16100 回、CIG が 2600 回となっています。なので、もう少し「パニック障害」というワードを意識的に使うといいと思います。  
略称を知らない方もいると思うので、特にトップページでは「パニック障害治療」「アレルギークリニック」などの文字をもう少し目立たせた方がいいと思います。

## 【アクセスアップ改善策】

ここからはアクセスを増やすための改善策を解説します。

できれば月間 1500PV 欲しいとのことですが、結構ページ数が多いこともあり、しっかり改善すれば可能なのではないかと思います。

ポイントは、[ ] をしっかり表現することと、記事内容の充実化です。

昨今の Google は [ ] をことさら重視していて、特に医療・健康分野ではこの 3 つが欠けると順位が急落するので、可能なかぎり表現するようにしてください。

基本方針は、記事数を増やすことよりも既存の記事を改善して順位を上げ、先述の通り記事の最後でクリニックの案内ページに誘導して問合せ率をアップさせるなど、ブラッシュアップを図る方がいいと思います。

そうすることで、全ページ少しずつ順位を上げると、ページ数が多いので PV は大きく増える可能性があります。

以下、そのための具体策です。(新しいページを増やす方法も解説します)

★現在、トップページのページタイトルが「[ ]  
[ ]」になっていますが、ここでの「[ ]」は何を指しているのでしょうか。

もし、「[ ]」で検索に引っかかろうとしてやってらっしゃるのでしたら、やめることをお勧めします。そういう施策はスパムと取られて検索順位が下がるなどのペナルティを課されることもあるので。

「[ ]」で引っかかるようにするのは問題ないのですが、あくまでも院名は「[ ]  
[ ]」なので、誤解が生じるようなことはしない方がいいです。(実際そのようなことをして検索圏外に飛んだお客様がいました。)

メニューの、「アレルギークリニックの特徴、治療方針」もやめた方がいいと思います。

それから、トップページは「埼玉」「[ ]」「[ ]」などを狙った方がいいと思います。

地名を含むワードでの検索は、実際に通院する気のある人が検索するワードで、問合せ率が高いためです。

例) [ ]

例) [ ]

「[ ]手術」等のワードは、それぞれの専門ページで狙うようにしてください。

★これはトップページのタイトルだけでなく全ページそうなのですが、ページタイトルとページ内容は [ ] させるようにしてください。

他のキーワードでも引っかかろうとしたり、欲を出しておかしなタイトルを付けると、逆に順位が下がりますので気をつけてください。文字数は 30 文字を限度に、できるだけ魅力的でクリックしたくなるようなタイトルをつけてください。



(キーワードの選び方は後述します。)

そして、記事内容とタイトルがぶれないようにすれば、わりと上位に表示できると思います。

★既存のブログの記事は、ちょっと内容が薄いかなと思います。狙っているキーワードで検索し、上位に表示されている記事を見てみて、それと同じかそれを上回るぐらいのボリュームとクオリティを目指してみてください。

全てのページが難しければ、特に上位表示したい記事をピックアップしてがっつり書き直してみてください。

●けっこうページ数が多いようですが、アクセス数が 400PV ほどとのことですので、全然アクセスが集まっていないページもあるかと思います。そういうページは、今後ブラッシュアップするつもりがないようでしたら削除してしまった方がいいです。SEO 的にそっちの方がいいです。

●以下、「手術」で上位表示するための方法を解説します。

上記サイトで、「手術」を検索しますと、検索ニーズが高い「手術」関連のワードが出てきます。これらが概ねネット上のニーズと考えてください。

ここで出てきたキーワードをもとに、網羅はできないかもしれませんが、できるだけ多く充実した記事を書いてください。(先述の通り 1 記事で 1 キーワードの上位表示を狙って書いてください) 極論、これらが網羅できて、どこよりも充実した記事が書ければ「手術」で 1 位が獲れます。特に検索ニーズが多いのは、「Google サジェスト」の欄とあいうえお…、abc…、各欄の一番上のワードです。その辺を優先的に書いてみてください。

そして、「手術」のみで検索上位に表示するためのページ（手術のトップページ）を 1 ページ作ります。タイトルは「手術のトップページ」など。で、このページは、上記のサイトで抽出したワードから書いた記事の総まとめのような内容にして、それらの全ページにリンクを貼り、手術のトップページ

下層のページからもこの「手術のトップページ」にリンクを貼り、さらに下層のページ同士もリンクを貼って横の移動も可能にします。

そうして「手術」の全てがわかる一大コンテンツを構築すれば、ひょっとすると現在の検索結果からすると 1 位も可能だと思います。

鍵を握っているのは、下層のページがそれぞれ上位表示できるような有益な記事になっているかどうかです。そのキーワードで検索した人が、何を知りたくて検索したのかを考え、それに 100% 答えるような記事が書けるかどうかにかかっています。こちらが書きたいことを書くのではなく、ユーザーが知りたいであろうことを書くというのがキモです。

もし、これまでの記事をブラッシュアップするのではなく、新たにサイトへの入り口となる記事をガッツリ書く方向性でやっていきたいようでしたら、上記のようにキーワードを抽出して、検索ボリュームを調べ、ボリュームの多いワードを狙って上記の要領で記事を書いてみてください。

検索ボリュームを調べる方法は、すでに Google 広告（旧 Google アドワーズ）を利用されているようなので、[こちら](#)で調べてください。使い方がわからないようでしたら、「[こちら](#) 使い方」で検索してみてください。

ちなみに、上記の要領で一大コンテンツ郡を作り、そこからアクセスを流し込む手法は、他のキーワードでも可能です。例えば、前ページで紹介したキーワード抽出ツールで「手術」関連ワードを抽出したように「パニック障害治療」「摘出」などを抽出すれば、それらで上位表示を狙う一大コンテンツ作成のためのキーワードが見つかるわけです。もし「手術」で成功しましたら、ほかのコンテンツを作るとこともできます。

★ブログ記事の冒頭に、「この記事の執筆者」として先生の名前や肩書き、簡単な経歴などを載せましょう。そうすることで、記事の信憑性と権威性が増します。

SEO 効果もありますし、記事を読む人も安心するので最後まで読んでくれるようになります。これは重要です。

●「専門性」についてですが、例えば、「パニック障害」に特化するのであれば、「パニック障害」に関係のないコンテンツは削除してしまってサイトの専門性を強化するという手もあります。脱毛やイビキ、育毛などのページは全て削除してしまって、サイトのタイトルやヘッダー画像にもその旨をうたいます。(パニック障害に関係あるのであれば削除の必要はないです)もしすでに全ての記事がパニック障害記事であるなら、「パニック障害専門」を大きくうたってそれを訪問者にはっきり伝える必要があります。

そうすることで、Google に専門性を強く印象付けることができるので、特定のキーワードでの評価が高くなり、順位が上がります。

●信憑性を高めるために、                    から引用するという手もあります。

ただし、むやみに引用してもダメで、しっかり読者のわかりやすさや理解を助ける形で使用してください。これで結構上位に表示されることがあります。

●ブログ記事のサムネイルがほとんど設定されていないので、これも設定した方がいいです。

★あと、トップページの meta discription（ページの概要を設定するタグ）が、現在、「  
」担っていますが、これをもっとクリニックの専門性や特徴をうたう文章に変えた方がいいです。それによって Google がサイトの専門性を認識しやすくなります。

入れた方がいい文言としては、医院名のほか  「アレルギークリニック」「パニック障害（PFF）専門」 などです。キーワードを並べるように書くのではなく、わかりやすい文章にしましょう。

その他のページも、適当にキーワードを羅列するのではなく、キーワードを含めながら簡単に記事内容を紹介する文章にしましょう。meta discription の文字数の目安は  文字前後です。

## 【おわりに】

以上が診断結果になります。

医療健康系は、Google が結構強烈に [REDACTED] を重視していて、それが全てを左右するようなところがあるので、そこをしっかりとアピールしていくことが求められます。

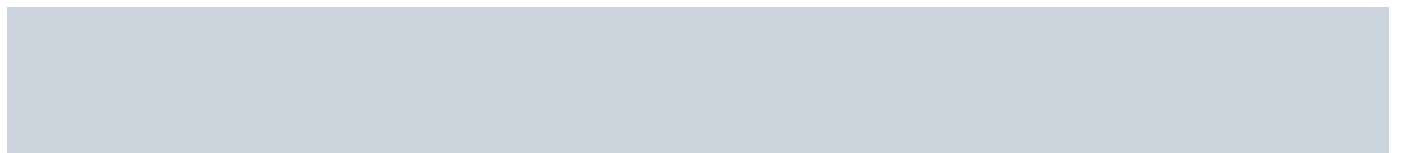
それは、一応、ネットユーザーをいかがわし情報から守るためでもあるので仕方ないことなのですが、その基準をまず理解してサイト運営をすることをお勧めします。

そういった基準に照らしても、まず、サイトのデザインや見た目が個人のブログのようにみられることも割とマイナス要因になっている可能性があるなので、その辺もしっかりアピールする必要があるかと思います。

それから、訪問者の [REDACTED] を意識するのも大事です。

[REDACTED] のでなく、 [REDACTED]  
[REDACTED] 意識で改良してみてください。

以上の改善ポイント全てを消化するのはなかなか難しいかもしれませんが、できるだけやってみてください。



この度はサイト診断をご利用いただき誠にありがとうございました。

滝口健太郎

<https://www.takiguchi-ss.org>