

広告に頼らない 集客の仕組みを作る

パーソナルジム・フィットネスジム向けSEO完全マニュアル

実績：CVR +173%、CV数 +170%、主要キーワード全て1位獲得

🔍 地域名 パーソナルジム おすすめ

広告費を削減しながら集客を増やす実践手法

【実績】 Before - 開始前の危機的状況

⚠ 主要キーワード「地域名 ジム」が **圏外** で見つからない状態

某総合型フィットネスジム（関東圏・複合型施設）

Q 主要キーワード順位

「地域名 ジム」	圏外
「地域名 ジム 女性」	5位
「地域名 ジム 体験」	12位
「地域名 ジム 安い」	4位
「地域名 ジム おすすめ」	5位

① 核心問題

最も検索ボリュームが大きいキーワードで
まったく見つけてもらえていない

⚡ サイト状況

自然検索流入	基準値 100%
CV数	基準値 100%
CVR	基準値 100%
平均滞在時間	1分42秒
離脱率	68%

① 核心問題

ユーザーがサイトに興味を持てずすぐ離脱
魅力的なコンテンツが決定的に不足

→ これが、たった6ヶ月でどう変わったのか？

次のスライドで全てのキーワードが1位になり、CVが+170%に改善した驚きの結果をご覧ください

【驚異の成果】6ヶ月後の実績

🏆 わずか6ヶ月で全ての主要キーワードで1位を獲得！

驚異的な改善率

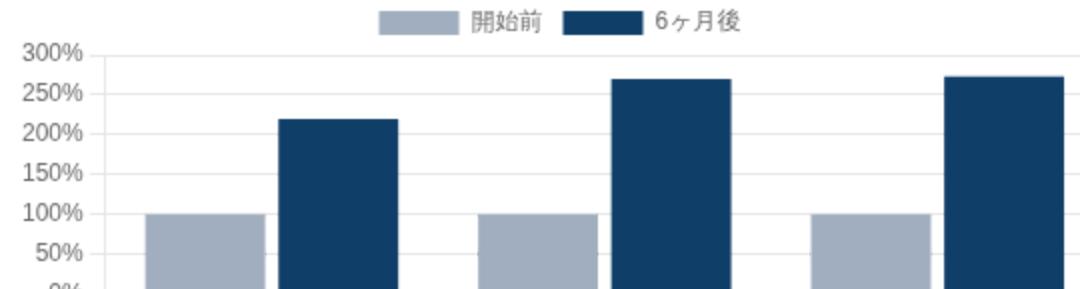
CV数

+170%

CVR

+173%

指標	開始前	6ヶ月後	改善率
CV数	100%	270%	+170%
CVR	100%	273%	+173%
自然検索流入	100%	220%	+120%
平均滞在時間	1:42	2:15	+32%
離脱率	68%	56%	-12pt
CTR	3.1%	4.9%	+1.8pt

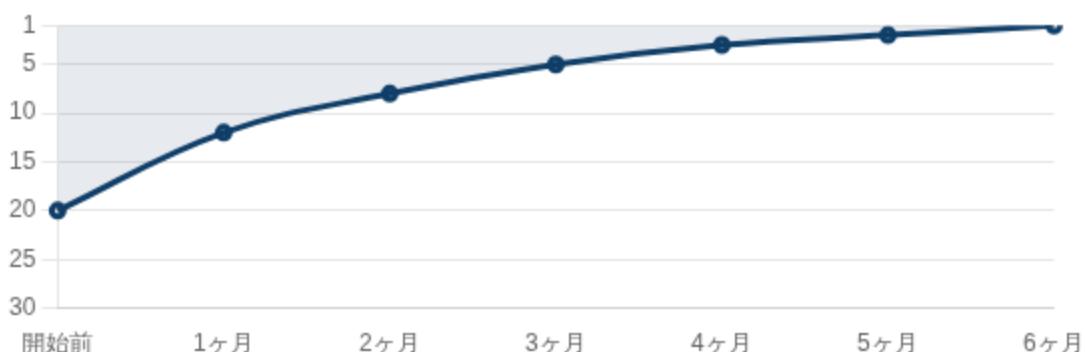


全キーワードで1位獲得

キーワード	Before	After	達成期間
地域名 ジム	圏外	1位	3ヶ月
地域名 ジム 女性	5位	1位	3ヶ月
地域名 ジム 体験	12位	1位	4ヶ月
地域名 ジム 安い	4位	1位	3ヶ月
地域名 ジム おすすめ	5位	1位	3ヶ月

圏外のキーワードも1位獲得

検索順位の上昇が直接CVに繋がった



この6つの施策でCVR +173%、主要キーワード全て1位を実現



サイト構造再設計

必要なページを全て揃え、ユーザーの疑問に答えるサイト構造を構築。情報アーキテクチャの最適化で滞在時間+32%。



引き算SEO

低品質・重複・期限切れページを整理。クロールバジェットを効率化し、重要ページの評価を向上。サイト全体の質を高め上位表示実現。



構造化スニペット

Googleが読める特殊コードを埋め込み、検索結果に★評価や営業時間を表示。クリック率(CTR) +58%の改善を実現。



ローカルSEO

NAP（店名・住所・電話）の完全統一と地域情報の強化。Googleマップで上位表示され、地域キーワードで1位を獲得。



逆算記事

上位10サイトの徹底分析から「足りない情報」を発見し、それだけに特化したコンテンツ作成。主要キーワードで上位表示。



SEO×UX×CVR統合

検索順位・ユーザーエクスペリエンス・コンバージョン率を一体設計。ヒートマップ分析でCTAを最適化し、CVRを+173%向上。

危機 | このままでは廃業する

典型的なパーソナルジム・フィットネスジムの収支

月間売上：¥5,000,000

内訳：

- 人件費：¥2,000,000 (40%)
- 家賃：¥800,000 (16%)
- 広告費：¥1,500,000 (30%) ← 問題
- その他経費：¥400,000 (8%)

実質利益：¥300,000/月 (6%)

あと値上がりしたら利益¥0に

問題点：

- 広告費が売上の30%（業界平均25-35%）
- 広告を止めれば集客ゼロ
- 広告を続けても利益が出ない
- このまま何年持ちますか？

2024年に閉店したパーソナルジム・フィットネスジム：27店舗（首都圏のみ）

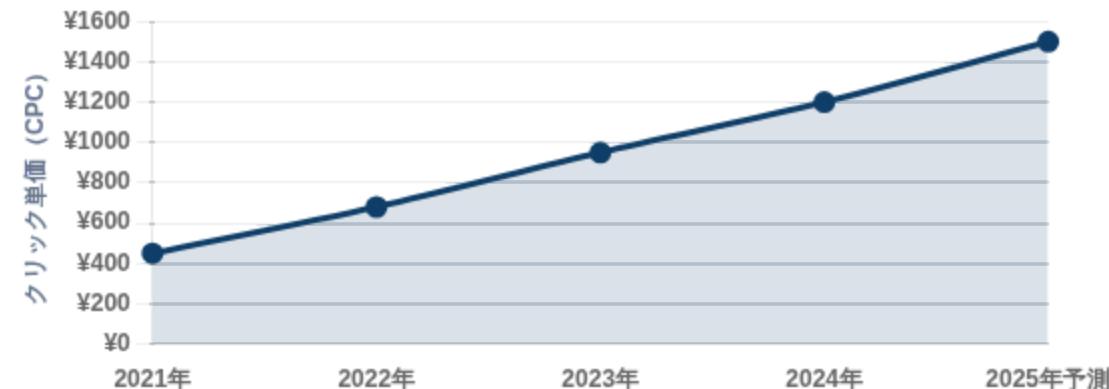
閉店理由の第1位：「広告費負担に耐えられず」

このままでは廃業する

広告費は毎年20~50%上り続けています。しかもSEO経由の方が入会率が高いため、入会CPAは広告の約半分。

今年耐えられても、来年・再来年は？

パーソナルジム・フィットネスジム関連キーワードの広告CPC推移：



→4年で広告CPCが3.3倍に
→今後も上がり続ける

入会CPA (業界平均)

指標	広告経由	SEO経由
体験予約CPA	¥8,000～¥15,000	¥4,000～¥8,000
入会CPA	¥30,000～¥80,000	¥15,000～¥35,000

→SEO経由は入会CPAが約1/2



解決策 | SEOという選択肢

比較項目	広告	SEO
入会CPA	¥30,000～¥80,000	¥15,000～¥35,000
効果が出るまで	即日	6～12ヶ月
初期費用	低い	高い (年¥480万～¥1,140万)
広告を止めたら	集客ゼロ	集客続く
長期的な費用	ずっと高い	維持費のみ (月¥30万～¥60万)
ユーザーの信頼	低い	高い

重要な違い

広告 = 消費

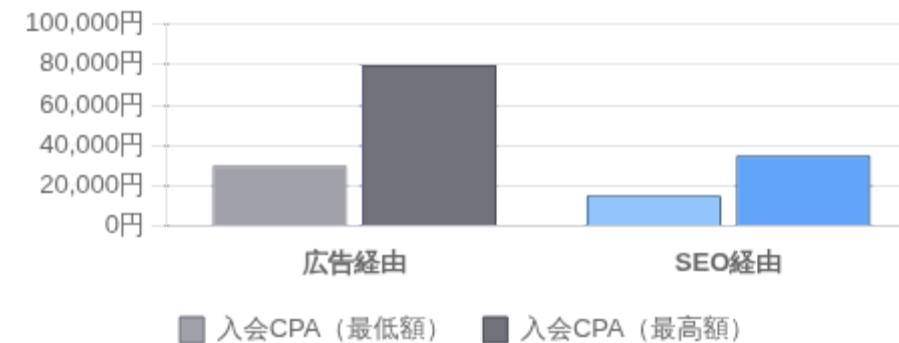
¥100万払えば¥100万分の集客
止めればゼロ

SEO = 資産

初期投資後は維持費のみで集客継続
積み上がる

入会CPA比較

約1/2のコスト



SEOなら入会単価 約1/2

結論

短期勝負なら広告

vs 3年以上続けるならSEO

戦略① | 大手と地域ジムの攻め方の違い

比較項目	大手チェーンの戦略	地域ジムの戦略
狙うキーワード	全国キーワード 「ジム おすすめ」	地域キーワード 「地域名 パーソナルジム」
Googleの評価基準	被リンク数 ドメインパワー	地域情報の詳しさ Googleマップ評価
コンテンツ戦略	広く浅く 「全国のおすすめジム50選」	狭く深く 「地域名のおすすめジム10選」
Googleマップ戦略	評価が分散 (全国1,000店舗に分散)	評価が集中 (1店舗に全て集中)

同じ土俵で戦わないことが地域ジムの勝ち筋

大手チェーンが強い全国キーワードではなく、地域名を含むキーワードで地域情報の深さを活かして上位表示を狙います。

なぜ地域ジムが勝てるのかおすすめで検索

1位: ライザップ (広告費: 月数千万円)

2位: 24/7Workout (全国70店舗)

3位: 比較サイト (大手メディア)

4位: エニタイムフィットネス (全国1,000店舗)

外:
あなたのジム (全国勝負では敗退)

大手と同じ土俵で戦う = 負け確定

CV率の違い



「ジム おすすめ」
情報収集段階



「地域名 ジム」
入会直前段階

📍 地域名キーワードで勝負するのが成功への近道

なぜ「地域名×ジム」でおすすめ記事が上位化するのか

検索クエリ：「船橋 ジム」「広島市 ジム」

[意図①] 今すぐ通いたい（店舗・公式）
→ フィットネスクラブ公式サイト

[意図②] 比較したい・選びたい（検討層）
→ おすすめ〇選記事

[意図③] 安心感・参考（公共性）
→ 市営ジム・行政施設紹介

検索結果ページ（SERP）イメージ：

- 1 エニタイムフィットネス船橋店 | 公式サイト
- 2 【2024年最新】船橋のおすすめジム10選 | 比較...
- 3 ティップネス 船橋店 | 公式サイト - 体験予約受付中
- 4 船橋市総合体育館 | 公共施設案内
- 5 船橋で安いジムはどこ？料金比較ランキング | 月額...

Googleの検索評価ロジック

なぜ「おすすめ記事」が上位表示されるのか？

「おすすめ〇選」記事は、①②③すべての検索意図を部分的にカバーできる唯一のフォーマットです。

✓ Googleは「検索が完結するページ」を最上位に表示する傾向があります。

「おすすめ〇選」記事が持つ3つの意図カバーラ

- 店舗情報（住所、アクセス、特徴）
- 比較要素（料金、設備、レビュー）
- 信頼性（客観的な情報提供）

実際の検索結果データ

「船橋 ジム」「広島市 ジム」など、地域名を含む検索では、いずれも「おすすめ〇選」タイプの記事が2~3位に表示されています。

これは偶然ではありません。Googleのアルゴリズムは「ユーザーの検索意図を最も満たすページ」を高く評価します。

「おすすめ記事」は、ユーザー意図のすべてを拾う"検索の最終回答"



戦略② | パーソナルジムのキーワード戦略

◎ 「地域名 パーソナルジム」が最優先キーワード

パーソナルジムのキーワード優先順位

S	最優先	地域名 パーソナルジム 地域名 パーソナルトレーニング 地域名 パーソナルジム 体験
A	優先	地域名 パーソナルジム 女性 地域名 パーソナルジム 安い
B	後回し	パーソナルジム おすすめ

パーソナルジムのSEOポイント：

- ✓ 最重要ターゲット：「地域名 パーソナルジム」
- ✓ 体験予約を促進するキーワードは高CV率（12%）
- ✓ 女性向けニーズは特に高い（CV率9%）

パーソナルジムの成果予測

↖ 「地域名 パーソナルジム」で1位を取った場合：

月間検索数：	1,000～3,000
クリック率：	35%
月間流入：	350～1,050人
CV率：	8%
月間CV：	28～84件
入会率：	50%
月間入会：	14～42人
入会単価：	¥300,000
月間売上：	¥420万～¥1,260万

集客効果

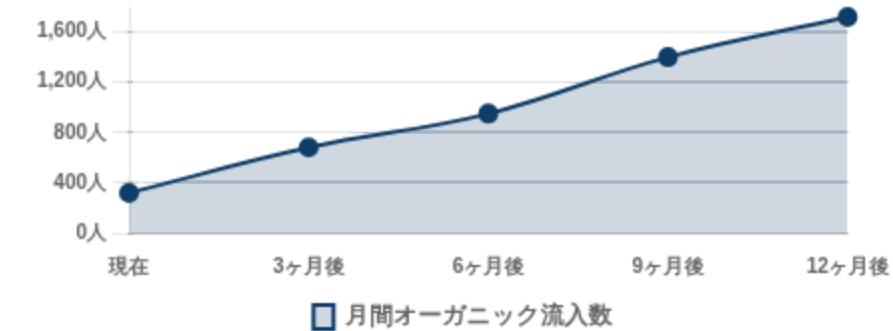
SEO対策で上位表示を獲得した場合、パーソナルジムは月間14～42人の新規入会が見込めます。年間では168～504人の集客が可能です。

📍 地域名 + パーソナルジムが最も費用対効果の高いキーワードです

戦略② | フィットネスジムのキーワード戦略

キーワード	検索数/月	優先度
フィットネスジム〇〇区	1,900	S
24時間フィットネス〇〇市	1,600	S
女性専用ジム〇〇市	1,300	A
マシントレーニングジム〇〇区	950	A
格安フィットネスジム〇〇市	880	B

成績予測シミュレーション



フィットネスジム SEO 戦略ポイント

- 地域名+ジャンルの複合キーワードが最重要
- 施設特徴（24時間、女性専用）での差別化が効果的
- 料金訴求（格安、月会費）は競合が多いためコンテンツ量で勝負

12ヶ月後の予測

月間流入増加数

+1,400人

追加入会数/月

+28人

※ 平均CVR 2.0%で計算



ページが足りない

このままではGoogleから「薄いサイト」と評価され上位表示できない

基本ページ（不十分）

- トップページ**
サイトの入り口
- サービス一覧**
提供メニュー・コース紹介
- 料金**
価格・支払い方法
- 問い合わせ**
お問い合わせフォーム

基本だけでは不十分

基本ページだけでは「専門性」「信頼性」を示せない

不足しているEEATページ

- トレーナー紹介**
専門性 (Expertise) を示すページ
- お客様の声・実績**
経験 (Experience) を示すページ
- 会社情報・運営者情報**
権威性 (Authority) を示すページ
- よくある質問・利用規約**
信頼性 (Trustworthiness) を示すページ

なぜこれが問題か？

E Experience (経験)

E Expertise (専門性)

A Authority (権威性)

T Trust (信頼性)

Googleの評価

「このサイトは情報が不十分で、ユーザーの疑問に答えられていない」

結果

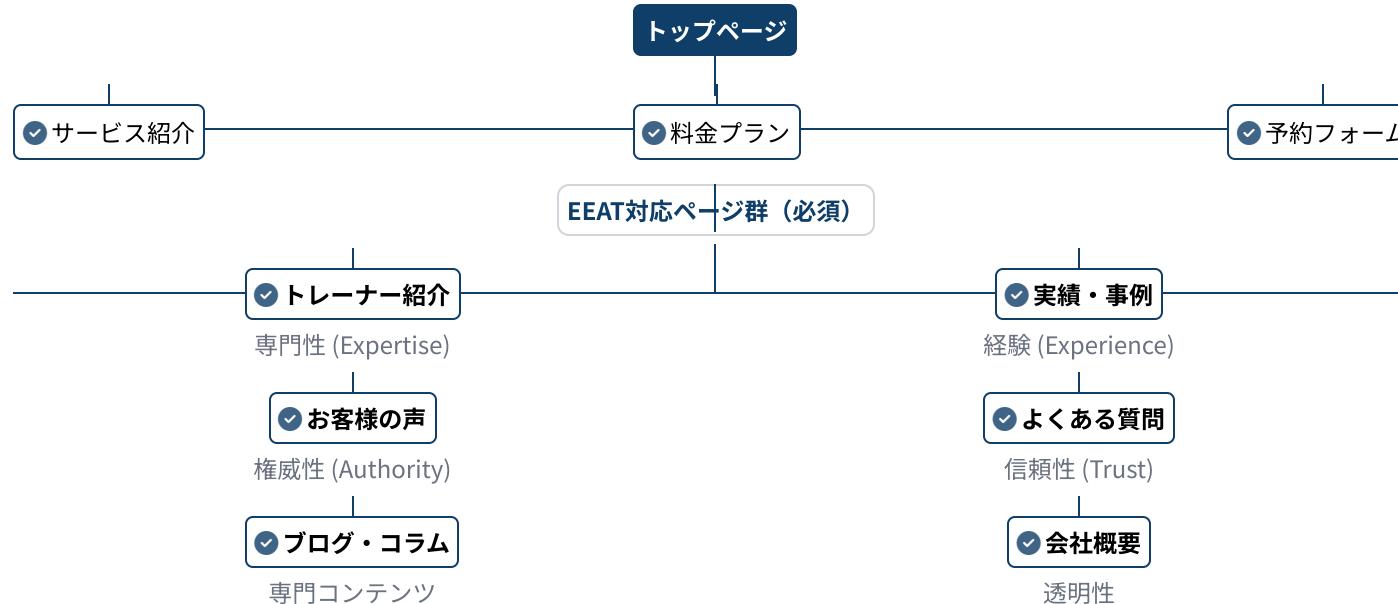
検索順位が上がりず、集客できない

これでは上位表示できない

EEAT対応ページを追加しなければ競合に勝てない

EEAT対応で完璧

Googleが求める完璧なサイト構造



i Googleが評価するEEAT要素を満たすために必須のページ構成です。

実際にやること

- ✓ サイト構造分析・欠落ページを特定
- ✓ EEAT要素を満たすページを一括追加
- ✓ サイロ構造で内部リンクを最適化
- ✓ モバイルUXを最優先で再設計
- ✓ 情報の階層化で回遊率向上
- ✓ 検索意図マッチングで離脱率低減

Google品質評価ガイドライン準拠

EEAT = Experience + Expertise + Authority + Trustworthiness

1位獲得

実績データ

サイト構造再設計による改善効果：

オーガニック流入
+126%

ページ滞在時間
+32%

モバイルCVR
+85%

直帰率
-41%

! EEAT対応サイト構造で検索順位と予約数を同時に向上！



差別化② | 引き算SEO+構造化

効果的な差別化施策

- 引き算SEO

不要なページを削除して検索評価を向上

「ゴミページ」の例：

- 自動生成タグページ（内容薄い）
- 終了したキャンペーンページ
- 更新が止まったブログ記事
- 404エラーページ

削除するとなぜ良いのか？

「クロールバジェット」：Googleがサイトを見る時間は限られています。不要なページを削除すると重要ページが確実に評価されます。

実績：削除しただけで「圏外→上位表示」

</> 構造化スニペット

検索結果に★評価などを表示させる技術

検索結果の違い：

BEFORE：何もしないサイト

地域名のパーソナルジム | ○○ジム

<https://example.com>

料金、トレーナー、設備などを紹介。無料体験実施中。

AFTER：構造化データあり

地域名のパーソナルジム | ○○ジム ★★★★★ 4.8 (78)

営業時間：9:00-22:00 | ☎ 03-XXXX-XXXX

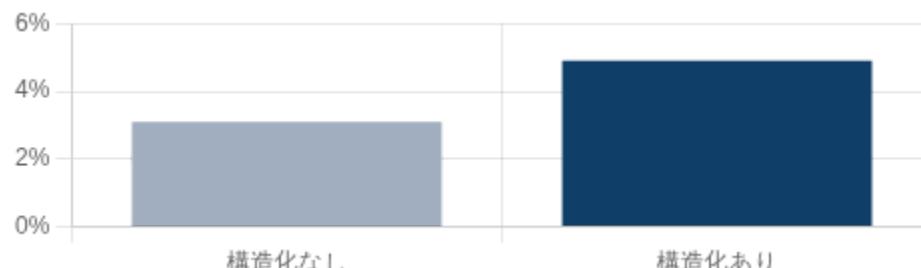
料金：¥8,000～ | パーソナル | 女性専用

<https://example.com>

実装する構造化データ：

- LocalBusiness（店舗情報）
- Review（★評価・口コミ件数）
- FAQ（よくある質問）
- Service（サービス内容）

クリック率（CTR）の驚異的改善



CTR +58% (3.1% → 4.9%)

検索順位は同じでも、クリック率が1.5倍以上に



差別化③ | ローカルSEO+逆算記事

Whitespark 2024年調査：

GBPシグナルが32%でローカルパック順位の最重要要因

レビューの新鮮さ：2025年最も過小評価されているランキング要因

効果的な差別化施策

📍 ローカルSEO対策

- NAP情報の完全統一（店名・住所・電話番号）
- 地域コンテンツ作成（道順、駐車場、地域実績）
- 地域の商工会議所・観光協会からの外部リンク獲得
- 口コミ管理と定期的な返信対応

重要データ：

- 76%が地域検索後24時間以内に店舗訪問（Google）
- 46%のGoogle検索がローカル意図を持つ（SEO Tribunal）

🔍 逆算記事作成法

1. 「地域名 パーソナルジム」で上位10サイトを分析
2. 競合が書いていない情報ギャップを特定
3. その「ギャップ」だけを徹底的に深掘り
4. 地域特化コンテンツとして公開

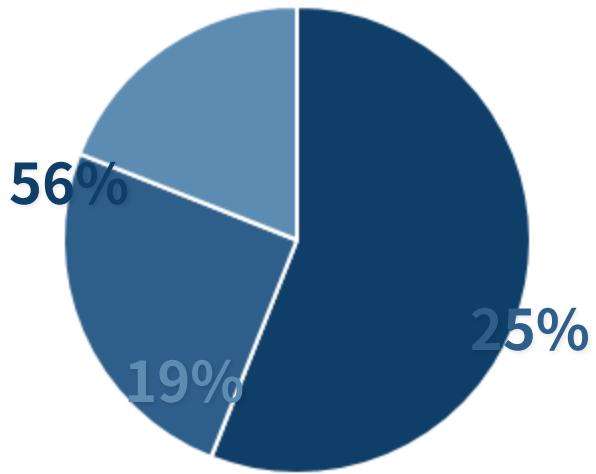
コンテンツギャップ例：

- 駐車場情報（0/10サイトのみ記載）
- 女性専用エリア（2/10サイトのみ記載）
- 28%のローカル検索がコンバージョンにつながる（Google）

最重要 「口コミ対策」が地域集客の成否を分ける

※次スライドでGoogleマップ順位要因の詳細データをご説明します

Googleマップ順位の決定要因（全体像）



知名度が順位決定の56%を占める

出典：Whitespark Local Search Ranking Factors 2024/2025

🏆 知名度 (Prominence) : 56%

口コミの数・評価・返信、被リンク、サイトーションなどが該当
→ 施策で改善できる最重要要素

関連性 (Relevance) : 25%

ビジネスカテゴリ、GBPの情報充実度、キーワード適合性
→ 情報を正確に入力するだけで対応可能

距離 (Proximity) : 19%

ユーザーの現在地からの距離、店舗の場所が該当
→ 変えられない要素（だからこそ他で勝負）

● 重要ポイント

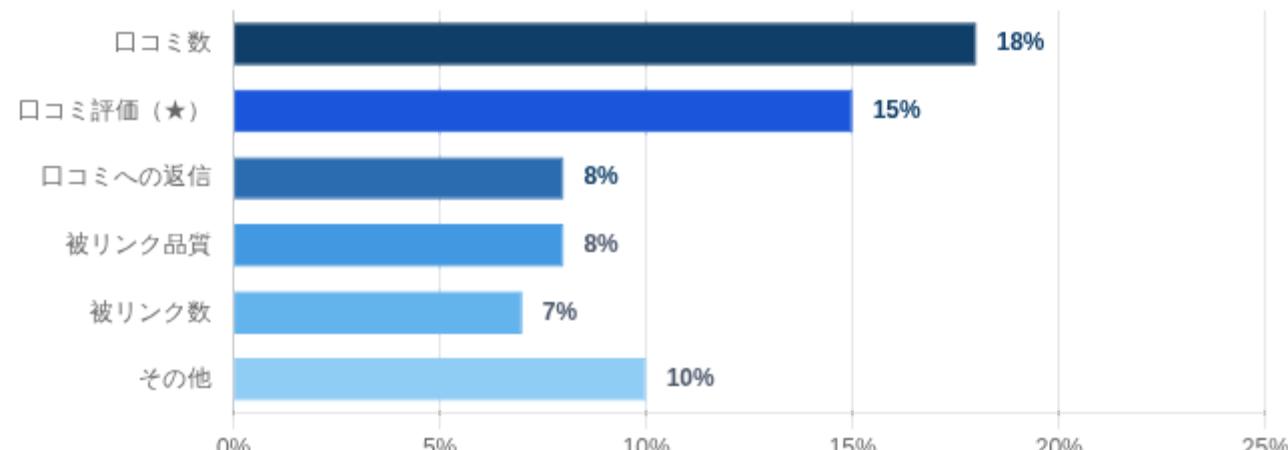
知名度56%が最も重要で、その中でも口コミ関連が知名度の大部分を占める（次スライド）。距離は変えられないため、知名度と関連性の最適化が勝利の鍵！



知名度56%の内訳（口コミが最重要）

Googleマップ「知名度56%」の内訳

口コミ関連：41%



出典：Whitespark Local Search Ranking Factors 2024/2025

重要な結論

口コミ関連が
知名度の73%を占める

(口コミ関連41% ÷ 知名度56% = 73%)

知名度を上げる施策

- ① 口コミを増やす・評価を上げる・全て返信する
- ② 被リンクを獲得する（地域メディアから）
- ③ サイテーション（NAP統一）

口コミ目標数値

現状
★3.8・5件

目標
★4.5・30件

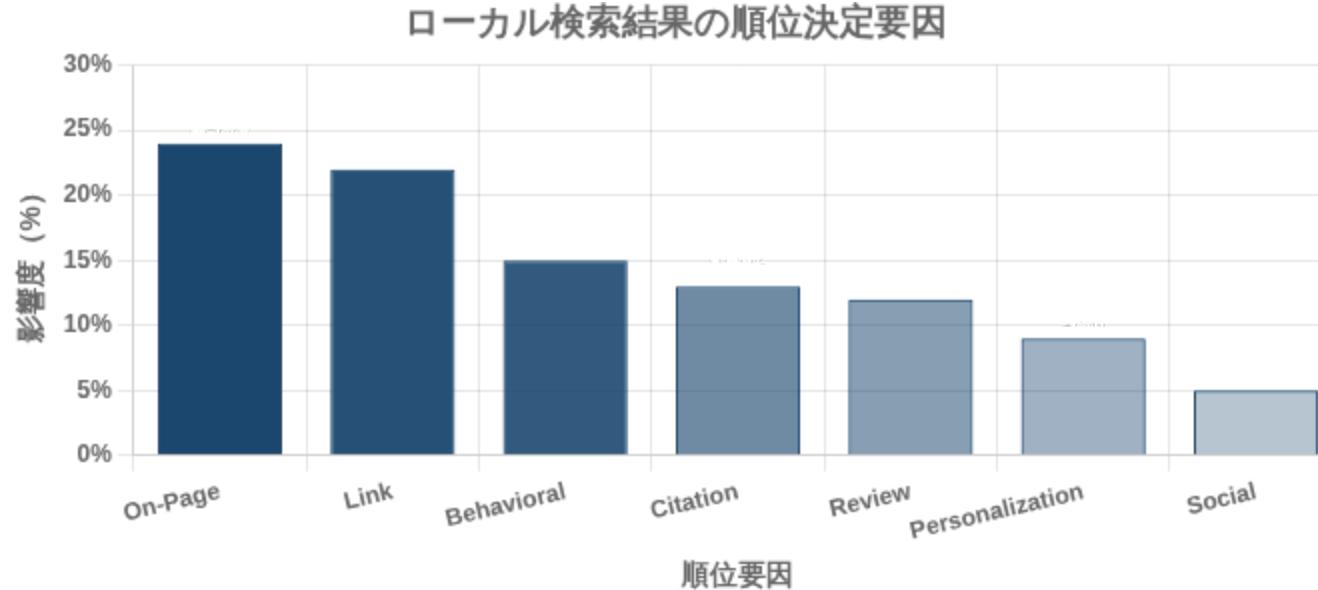
理想
★4.8・50件

※返信率100%、24時間以内の返信が理想

ローカル検索（通常結果）の順位要因

「On-Page」と「Link」に注力したサイトが成功する

Whitespark Local Search Ranking Factors 2024/2025



★ On-Page 24% + Link 22% = 順位決定の46%を占める最重要要因

● 重要な結論

On-Page 24%

+ Citation 13%

37%

Link 22%

+ Review 12%

34%

上記の4要因

71%

● 最優先で対策すべき順位要因

- ・サイト内最適化 (On-Page 24%)
- ・被リンク獲得 (Link 22%)
- ・行動シグナル (Behavioral 15%)
- ・NAP情報の一致 (Citation 13%)
- ・この4つで順位の74%を決定づける



包括的アプローチ④ | SEO × UX × CVR統合



① ヒートマップ分析

ユーザーの行動を可視化し、離脱ポイントを特定

- クリックの集中箇所と離脱ポイントを特定
- スクロール到達率の分析

② CTA最適化 +47%

「体験予約」ボタンの位置・色・文言を最適化

Before After

体験予約 今すぐ無料体験予約

- 目立つ色・サイズ・位置に変更
- 複数箇所（上中下）に設置

③ フォーム最適化 +38%

入力項目の削減でUX改善

Before : 15項目

+ 14項目...

After : 6項目

+ 5項目のみ

- 必須項目を3つに限定
- 自動入力補助機能の実装

④ 導線最適化

検索から予約完了までの動線をスムーズに設計

検索 → 記事 → 予約

- 記事→LP→予約フォームの一貫設計
- 必要最小限の3クリックで完了

+173%

CVR

+47%

CTAクリック率

+38%

フォーム完了率

順位向上から予約増加までの統合的設計

SEOの基礎固め：最初の3ステップ

短期で効果を出す「順序立てた施策」

① サイト構造再設計

期間: 1ヶ月目

- ✓ 必要なページを全て揃える
- ✓ 不要なページを削除
- ✓ Googleに「見なくていいページ」を指示
- ✓ 内部リンク構造の最適化
- ✓ リダイレクト設定

あなたがやること：何もしない（全部やります）

効果: Googleが重要ページを優先評価、**滞在時間+32%**

② 構造化データ+ローカルSEO

期間: 1~2ヶ月

- ✓ サイトに「Googleが読めるコード」を埋込
- ✓ NAP情報を全サイトで統一
- ✓ 検索結果に★評価を表示させる
- ✓ サイトマップの最適化
- ✓ alt属性の最適化

あなたがやること：各SNSのアカウント情報を教える

効果: 検索結果に★4.8が表示、**クリック率+58%**

③ Googleマップで1位

期間: 1~3ヶ月

- ✓ Googleビジネスプロフィール最適化
- ✓ 写真を20枚載せる
- ✓ 投稿を毎週更新
- ✓ 口コミ返信と増加施策
- ✓ Q&A活用

あなたがやること：写真10枚と口コミ依頼3件

効果: 地域名+ジムで**Googleマップ1位表示**

「基礎固め」が終わらないうちに次の施策に移ると効果が出ない

実行計画④-⑤ | コンテンツと体験最適化

コンテンツと体験が成否を分ける



④ 逆算記事とSEOライティング

2.5倍 のCVR向上を実現する記事構成

- 競合分析：上位10サイトを徹底分析し、隙間を特定
- 網羅性強化：競合が見落としている情報を含め、完全上位互換の記事を作成
- 論理的構造化：ヘッダータグ(H1-H4)を最適化し、Googleの理解度を向上
- 意図最適化：検索者が本当に求める答えを最短経路で提供



⑤ SEO×UX×CVR統合

3要素統合 で成約率+170%

- 技術基盤強化：完璧な技術的SEOで検索エンジン評価を最大化
- 行動データ分析：訪問者の躊躇ポイントを特定・解消
- 転換率最適化：ヒートマップでCTAの最適配置を特定
- 継続的改善：3要素を継続的に最適化するPDCAサイクルを確立

あなたがやることは3つだけ

① 初期情報の提供

競合サイト、差別化ポイント、ターゲット顧客など、ビジネスの核となる情報を共有するだけ

② 定期的な進捗確認

月1回のミーティングで進捗確認と方向性の調整。日々の作業はすべて当社が対応

③ 最終承認

各フェーズの最終成果物を確認し、OKを出すだけ。細かな調整はすべて当社が実施

ジム規模・目標に合わせた3つの料金プラン



ライト

¥80,000／月

- ✓ 基本的な内部SEO対策
- ✓ 月5キーワードの対策
- ✓ 技術SEO最適化
- ✓ 月次レポート

小規模ジム向け



スタンダード

¥150,000／月

- ✓ ライトプランの全施策
- ✓ 月10キーワードの対策
- ✓ コンテンツ制作サポート
- ✓ 競合分析レポート
- ✓ Googleマップ最適化

中規模ジム向け



プレミアム

¥250,000／月

- ✓ スタンダードプランの全施策
- ✓ 無制限キーワード対策
- ✓ 完全オーダーメイド戦略
- ✓ 専任コンサルタント
- ✓ AI集客システム構築
- ✓ 週次戦略MTG

大規模・多店舗ジム向け

↗ 投資回収シミュレーション ⓘ 半年で回収可能

項目	シミュレーション
初期投資	月額40万円×6ヶ月 =¥240万
フィットネスジム新規	+10人/月
パーソナルジム新規	+3人/月
12ヶ月投資累計	¥420万
12ヶ月売上増加	+¥2,450万
12ヶ月実質利益	+¥2,030万
投資回収期間	約4-5ヶ月
ROI (12ヶ月間)	↗ 583%

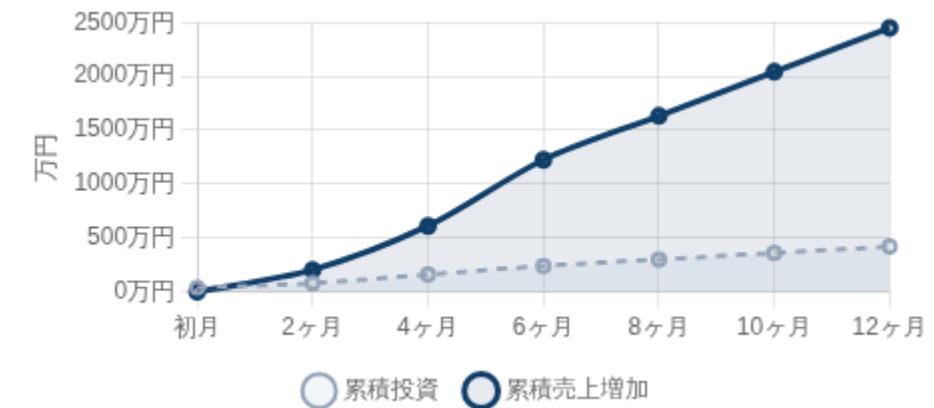
▣ シミュレーション前提条件 :

フィットネスジム：月会費 ¥12,000、新規会員+10人/月

パーソナルジム：コース単価 ¥300,000、新規契約+3人/月

半年以内で初期投資回収、以降は純益が急増

↗ 12ヶ月間の投資回収シミュレーション



✓ シミュレーション結果

- ✓ 6ヶ月で基盤構築、効果は即座に発現
- ✓ 半年以内で投資回収、以降は純利益
- ✓ 1年間で約2,030万円の純利益増加

今すぐ無料診断を受ける



STEP 1：現状分析

サイト構造、キーワード、競合状況を診断します



STEP 2：改善提案

ジム独自の強みを活かした戦略を提案します



STEP 3：質疑応答

ご質問にお答えし、実施計画を具体化します