



*A Simple Research method for your service*

あなたの施術に“興味のある人”を調べる簡単な方法

3<sup>rd</sup> edition – 10.5 2008

text by Therapist Support Center ! / Yushi Udagawa

<http://www.therapistsc.com/>



## はじめに

---

こんにちは、セラピストサポートセンター！の宇田川です。

このレポートは、あなたがこれから開業しようとするときに、その施術（セラピー・手技療法）が一体どれくらいの知名度があるのか？ということを知るための簡単な方法について解説しているレポートです。

また同時に、特にホームページを開設する際の簡単なリサーチとしても利用できる方法です。

あくまでもひとつの目安となりますが、開業する前に、ぜひ一度チェックしてみてください。

もちろん、すでに開業されている方にも、何らかのヒントにはなると思います。

また、もしよろしければ、このレポートをお友だちやお知り合いにも教えてあげてください。

ブログやmixiなどで紹介したり、メールに添付して渡してあげたりしても大丈夫です。

サロン開業をめざす、たくさんのセラピストのお役に立てれば嬉しいな、と思っています。

それでは、はじめていきましょう。

セラピストサポートセンター！ 宇田川 雄士

<http://www.therapistsc.com/>

## あなたのサービスを「買いたい」と思う人の数を調べる

---

最初に、ちょっとばかばかしいかもしれないけれど、意外と重要なこととお話したいと思います。

それは、“**そもそもあなたの提供するサービス（施術など）が、売れるものなのかどうか？**”ということです。

例えばあなたが、“腰痛専門の整体院”をやっていたとします。

でも、もしもその町に、誰ひとりとして腰痛の人がいなかったとしたら？

…その整体院は、とても売りにくいサービスを提供している、ということは予測がつくことと思います。

その逆に、あなたの整体院のまわりに腰痛の人ばかりが住んでいたとしたら、それほど苦労することなく、お客さまが来院してくださることでしょう。

では、あなたがこれから提供しようとしているサービス、またはすでに提供しているサービスが、“売しやすいのか？ 売りにくいのか？”ということはどうやって調べたら良いのでしょうか？

ひとつの簡単な方法としては、「**お客さまの立場に立って、検索回数を調べてみる**」ということです。

つまり、例えばなのですが、あなたが今現在、お勤めの仕事をされているとして、「仕事帰りにリフレクソロジーを受けたい。」と考えたとします。

そして、お仕事の休憩時間に会社のパソコンを使って、インターネットでリフレクソロジーのお店を調べてみようと思ったとします。

そのようなとき、どんな検索キーワードを入力して調べるとおもいますか？

そうですね。

あなたも想像がつくと思いますが、「地名 + 施術名」という言葉で検索するというパターンが、とても多いのです。

例えばあなたが新宿にお勤めであれば、「新宿 リフレクソロジー」といったように。

そして、ひとつの目安として、この「新宿 リフレクソロジー」というキーワードで検索されている回数が多ければ多いほど、“売しやすい”サービスであるということが言えます。

では、どうやってその“検索回数”というものを調べれば良いのでしょうか

これは、「[Google Adwords キーワードツール](#)」というサイトを利用すると、簡単に調べることができます。




## キーワード ツール

キーワード ツールを使用して新しいキーワードの候補を取得できます。わかりやすい単語またはフレーズを入力するには、ウェブサイトの URL を入力します [キーワード ツールのヒント](#)

注: Google では、これらのキーワードによりキャンペーンの掲載結果が向上することを保証することはできません。Google ではお客様が追加したキーワードを不承認とする権限を有しております。選択するキーワードに関する責任はお客様側でございます。選択したキーワードの使用が適用対象の法律に違反していないかどうかは、お客様自身が責任を持って判断してください。

結果は 日本語, 日本 に合わせて表示されます。 [編集](#)

<b>どのようにキーワードの関連語句を作成しますか。</b>	検索キーワードごとに改行して入力してください。	<b>選択したキーワード</b>
<input checked="" type="radio"/> わかりやすい語句 (例: 緑茶)	<input type="text"/>	確認したら [これらのキ ワード] をクリックします。 最初のキャンペーンを に保存されます。
<input type="radio"/> ウェブサイトのコンテンツ (例: www.example.co.jp/product?id=74893)	<input checked="" type="checkbox"/> 類義語を使用 画像に表示されている文字を入力してください。  <input type="text"/> 大文字と小文字は区別されません	キーワードは追加さ + 独
	<a href="#">▶ 結果にフィルタをかける</a>	<a href="#">これらのキ</a>

Google Adwords キーワードツール

<https://adwords.google.co.jp/select/KeywordToolExternal>

使いかたは簡単で、上の図の赤枠で囲ってある部分に必要なキーワードを入力し、その下にある「キーワードの候補を取得」というボタンをクリックするだけです。

すると、以下の図のように、結果が表示されます。

<p><b>どのようにキーワードの関連語句を作成しますか。</b></p> <p><input checked="" type="radio"/> わかりやすい語句 (例: 緑茶)</p> <p><input type="radio"/> ウェブサイトのコンテンツ (例: www.example.co.jp/product?id=74893)</p>	<p>検索キーワードごとに改行して入力してください。</p> <p>新宿 リフレクソロジー</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 類義語を使用</p> <p>▶ 結果にフィルタをかける</p> <p><b>キーワードの候補を取得</b></p>
--	--

キーワード	競合する広告主	おおよその検索ボリューム: 8月	おおよその平均検索ボ リューム	キーワード マッチ: 部分一致
<b>入力した検索用語に関連するキーワード</b>				
新宿リフレクソロジー	<input type="text"/>	880	590	追加
新宿リフレクソロジー	<input type="text"/>	880	590	追加
式リフレクソロジー新宿	<input type="text"/>	データ不足	22	追加
<b>3をすべて追加</b>				
すべてのキーワードをダウンロード: テキスト, .csv (Excel 用), .csv				
<b>その他のキーワード - 関連性で並べ替え</b>				
リフレクソロジー	<input type="text"/>	74,000	60,500	追加
リフレクソロジー 東京	<input type="text"/>	4,400	2,400	追加
リフレクソロジー 銀座	<input type="text"/>	590	390	追加
アロマ マッサージ	<input type="text"/>	40,500	40,500	追加
マッサージ 大阪	<input type="text"/>	49,500	49,500	追加
マッサージ 池袋	<input type="text"/>	14,800	14,800	追加
リフレクソロジー サロン	<input type="text"/>	1,300	1,300	追加
マッサージ	<input type="text"/>	1,830,000	1,830,000	追加
「新宿 リフレクソロジー」の検索結果				

ここで注目すべきなのが、上の図の赤枠で囲ってある「おおよその検索ボリューム 8月」、「おおよその平均検索ボリューム」という項目です。

これは、“8月に「新宿 リフレクソロジー」というキーワードの検索回数が、おおよそ880回だった”ということ。

そして、“1ヶ月の平均として「新宿 リフレクソロジー」というキーワードで検索する回数は、おおよそ590回である”ということを示しています。

そしてもう少し深く考えてみれば、「新宿 リフレクソロジー」というキーワードで検索している人は、“新宿近辺でリフレクソロジーのお店”を探している、という予測を立てることができると思います。

それでは、「新宿 リフレクソロジー」というキーワードの月間平均検索回数“590回”というのは、多いほうだと思いますか？ 少ないほうだと思いますか？

これは残念ながら、一概に“多い・少ない”と言うことはできません。

ですが、ひとつの指標として、「検索回数のおおよそ1%が、新規客として来店する」という予測を立てることが可能です。

この指標は、あくまでも目安であり、多いときは6～7%程度までいくときもありますし、少ないときは0.5%くらいになってしまうこともあります。

これは、“あなたのお店が魅力的かどうか？”ということや、“ライバル店がどれくらいあるか？”ということ、また、“立地”や“季節”などによっても変わってきます。

ですから、あくまでもひとつの目安として、「検索回数のおおよそ1%が、新規客として来店する」としてお考えください。

さて、このように考えたとき、先ほどの「新宿 リフレクソロジー」の1ヶ月の平均検索回数が590回でしたから、この数値の1%、つまり“5.9人”が、おおよそ1ヶ月に来店される新規客の数として、予測を立てることができます。

ここまで考えたとき、この数値が、“あなたにとって多いか？ 少ないか？”というひとつの判断の基準となるのではないのでしょうか？

これからサロン・治療院などを独立開業する場合は、必ずこのチェックを行なって、あなたの提供しようとしているサービスが“売しやすいものかどうか？”ということ調べてみてください。

そしてできるならば、最初のうちはなるべく“売しやすい”サービスを提供することをおすすめします。

なぜならば、“売りにくい”ものを売るよりも、“売しやすい”ものを売るほうが数倍簡単だから、です。

もしも、「確かに“売りにくい”かもしれないけど、どうしても提供したいサービスがある」という場合は、そのための勉強・努力・工夫をしていく必要があります。

経営や集客について、よく学んでおくことが、きっとあなたのためになるでしょう。

## まとめ

---

さて、このテキストでは“あなたの提供している施術・サービスに興味のある人を調べる簡単な方法”について紹介しました。

誰にでもできる方法ですので、試しに、ぜひ調べてみてください。

それでは、ありがとうございました。

セラピストサポートセンター！ 宇田川 雄士

その他の無料レポートは[ここをクリック](#)してください。

[無料メールセミナー](#)もやってます。



## 著者プロフィール

---

私は小さなプライベートサロンのオーナーをしていました。

実を言うとサロンを開業するときから、「いずれは、セラピストの独立開業～売上アップについて、アドバイスできるような人になりたい!」と、大それたことを考えていました。

そんなわけで、自分のサロンで得た経験やビジネスに関することを、すべて詳細に記録し、同時に分析と検証をくり返してきました。

そのような努力が実ってか、ある民間のリラクゼーションスクールから依頼されサロン開業セミナーの講師をさせていただいたり、癒しサロンのホームページ制作をお願いされたりするようになりました。

このとき、それまでの活動をもとにした無料セミナー第1弾を開催し、多くの方から喜びの言葉をいただくことができました。

そしてこのメールセミナーを通して、コンサルタントとしてのお仕事も依頼されるようになったのが、2007年のことです。

2008年4月からは、いったん自身のサロンをお休みし、より多くの開業をめざすセラピストのお役に立てるよう、さまざまなサービスを展開しています。

先ほどあなたにご紹介したメールセミナー「[70人のファン客の秘密](#)」は、これらの経験から得た知識や知恵を盛り込み、新しく執筆し直したメールセミナーになります。

サロン開業～売上アップをめざす、あなたのお役に立てれば幸いです。

それでは、最後まで読んでいただきありがとうございました。

セラピストサポートセンター！ 代表：宇田川 雄士

\*本レポートは無料による再配布を許可していますが、本レポートの内容を改ざんして配布すること、有料にて配布することは禁止しています。