お店やサービスをやっている人と、AIで仕事を作りたい人へ

月30万円の SEO対策、 まるごとあげます

毎週月曜の朝、AIがホームページを調べて、
お客さんが検索している言葉ごとにページを書き、
中身がうすいページは消して、公開する仕組み。

Claude　ChatGPT　Search Console　プロンプト全部入り

調べる いまの状況	**学ぶ** 検索に強いサイト	**見つける** うちの型	**表にする** 1行＝1ページ
書く 1ページずつ	**消す** うすいページ	**公開** Googleに知らせる	**1週間後** 直して、また最初から

AIRA @airacode_jp

CONTENTS

目次

Part 1　この仕組みがやること

ゴール

だれ向け？

なぜ「同じ型のページ」が効くのか

Part 2　作る前に

先に知っておく、Googleのルール

お金と時間はどれくらい？

まずは「1時間でできる版」から（実際に試した結果つき）

Part 3　7つのステップと、ぜんぶのプロンプト

ステップ1　いまの状況を調べる

ステップ2　検索に強いサイトを調べる

ステップ3　うちの型を見つける

ステップ4　表にする

ステップ5　1ページずつ書く

ステップ6　うすいページを消す

ステップ7　公開して、1週間後に直す

Part 4　続ける

月曜のプロンプト／人がやる4つのこと

よくある質問

守るべきルールと出典

PART 1

この仕組みがやること

毎週月曜の朝、AIのチームが、本来ならSEO会社に毎月お金を払ってやってもらう仕事を始めます。

ひと言でいうと、こうです。まず、うちのホームページに検索から何人来ているかを調べる。次に、検索に強い大手サイトがどんなページを持っているかを見る。そこから、ライバルは出てくるのに、うちは出てこない検索を集めて、「エアコン掃除 × 地域」のような**型**を見つける。その型を表にして、1行ごとに本当の情報を入れ、1ページずつ書く。地名しか変わっていないページは消す。残ったページを公開して、Googleに知らせる。1週間たったら、惜しい順位で止まっているページを直して、また最初から。



「月曜の朝6時」は、例としてのスケジュールです。曜日も時間も、好きに決めてかまいません。

ゴール

うちの仕事をまさに探している人が、Googleで検索したときに、うちのページにたどり着く状態を作ること。大事なのはアクセス数ではなく、問い合わせ・予約・来店です。

> **正直に書いておきます：**「月30万円」は、SEO対策を外注したときの相場の目安です（SEOコンサルティングは月10万〜50万円、中小企業向けは30万円前後とする比較サイトの記事があります。出典は最後のページ）。売上や順位の約束ではありません。Googleの順位は、だれにも保証できません。このガイドと動画に出てくるお店の例と数字（240個、12ページ、料金など）は、説明のためのイメージです。「実際に試した結果」だけは本物です。

だれ向け？

- ホームページはあるのに、検索からほとんど人が来ていないお店やサービス：ハウスクリーニング、整体・整骨院、美容室、工務店・リフォーム、士業、教室、修理業など。
- SEO会社に毎月お金を払っているけど、何をしてもらっているかよくわからない人。
- この仕組みを作れるようになって、近所のお店や会社に「作ります」と提案したい人（副業・フリーランス）。

なぜ「同じ型のページ」が効くのか

検索に強いサイトを開いてみると、同じ作りのページをたくさん持っていることに気づきます。

サイト	ページの型	たとえば
食べログ	エリア × ジャンル ごとに1ページ	「渋谷 × ラーメン」「博多 × 焼肉」
SUUMO	駅 ごとに1ページ	「渋谷駅の賃貸」

人は「渋谷 ラーメン」「エアコン掃除 博多区」のように、**変わる部分がある言葉**で検索します。その変わる部分ごとに、ちゃんと役に立つページが1枚あれば、検索した人にぴったりの答えを出せます。これを英語では programmatic SEO（プログラマティックSEO）と呼びます。

大手は、これを社内のチームでやっています。同じことを、小さなお店が、AIを使って自分の商売の言葉でやる。それがこのガイドです。

お店の場合の「型」の例

商売	型	変わる部分
エアコン掃除	エアコン掃除 × 地域	博多区、中央区、早良区…
整体	症状 × 整体	腰痛、肩こり、産後の骨盤…
リフォーム	場所 × リフォーム × 費用	キッチン、お風呂、トイレ…
行政書士	手続き × 地域	建設業許可、車庫証明、在留資格…

> **ポイント：**型は、頭で考えるより、実際の検索データから見つけるほうが確実です。ステップ3で、AIにデータから探してもらいます。

PART 2

作る前に

先に知っておく、Googleのルール

ここだけは、作る前に読んでください。GoogleはAIで作ったページそのものを禁止していません。禁止しているのは、**順位のためだけに作られた、読む人の役に立たないページ**です。

Googleのスパムに関するポリシーには、特に関係するものが2つあります。

- **大量生成されたコンテンツの不正使用：**読む人の役に立たないページを、順位を上げる目的でたくさん作ること。AIで作っても、手で書いても同じ扱いです。
- **誘導ページ：**地名などを入れ替えただけで、中身がほぼ同じページをいくつも作ること。

つまり、「エアコン掃除 博多区」と「エアコン掃除 中央区」で、地名しか違わないページを並べるのは、やってはいけないことです。この仕組みにステップ6（うすいページを消す）があるのは、そのためです。

公開していいページ	うすいページ
そのページだけの事実がある（料金、対応時間、その地域の特徴など）	同じ文章で、地名だけ入れ替えてある
事実に出どころがある（料金表、受付記録、公的なデータ）	数字や特徴が、それらしく作られている
読んだ人の用事が済む（料金がわかる、予約できる、準備がわかる）	「お気軽にお問い合わせください」しか書いていない
店主が読んで、まちがいがないと確認した	だれも読まずに公開されている
お客さんに「これ見てください」と送れる	検索のためだけに存在している

> **いちばん大事なルール：数字を作らない。**AIは、その地域の料金相場やお店の実績を知りません。出どころを渡さずに「表を埋めて」と頼むと、それらしい数字を書きます。まちがった数字が、何十ページにも載ることになります。事実は、**うちの情報**（料金表、営業時間、受付記録）か、**だれでも確認できる公開情報**だけ。わからない欄は空欄のまま「要確認」にして、埋まるまでそのページは作りません。

お金と時間はどれくらい？

使うもの	費用の目安	役わり
Google Search Console	無料	うちのサイトが、どの言葉で何回表示され、何回クリックされたかがわかる。これが出発点
AI（Claude、ChatGPT、Gemini など）	無料プランでも「1時間でできる版」は試せる。毎週回すなら有料プラン（月20ドル前後）が現実的	このガイドのプロンプトを動かす
検索データのツール（なくても始められる）	従量課金のもの、月額のもの、無料枠のあるものなど	ライバルが出ている検索や、検索回数を調べる。例：DataForSEO、ラッコキーワードなど
ホームページ	いまの費用のまま	WordPressなど、自分でページを足せるもの

料金は2026年11月時点の目安です。申し込む前に、それぞれの公式サイトで確認してください。

作業	時間の目安
1時間でできる版（次のページ）	はじめてでも1時間前後
7つのステップをひと通り（最初の1回）	半日〜1日。表の事実を集めるところにいちばん時間がかかる
2週目から	月曜に30分〜1時間（確認とOKを出すだけ）

> **ページは少しずつ。**いきなり100枚作らないでください。最初は10〜20枚。1週間ようすを見て、問題なければ次の20枚。そのほうが安全で、直すのも楽です。

まずは「1時間でできる版」から

ツールをつなぐ前に、手でひと通りやってみるのがおすすめです。必要なのはSearch ConsoleとAIだけ。

1. Search Consoleを開いて、「検索パフォーマンス」→ 右上の「エクスポート」で、検索キーワードの一覧をダウンロードする。
2. その一覧をAIに貼って、ステップ3のプロンプトで「型」を探してもらう。
3. ステップ4のプロンプトで表を作る。空欄（要確認）は、自分で埋める。
4. ステップ5のプロンプトで、まず3ページだけ書いてもらう。
5. ステップ6のプロンプトでチェックして、「残す」になったページだけ公開する。

実際に試した結果

ステップ4（表にする）とステップ6（うすいページを消す）のプロンプトを、例のお店の情報で実際に動かしました（2026年11月28日、Geminiで実行。お店は説明用の架空の例です）。

ステップ4：設計担当に、5つの地域の表を作ってもらった

渡した情報は、料金表、営業時間、それに受付記録が2つの地域ぶんだけ。

地域	その地域だけの事実	状態
博多区	賃貸マンションからの依頼が多く、退去前の依頼が3月に増える（受付記録）	完成
早良区	戸建てが多く、2階の室外機まわりの作業が入ることがある（受付記録）	完成
中央区・南区・東区	（空欄のまま）	要確認

情報を渡していない3つの地域は、数字や特徴を作らずに**空欄のまま「要確認」**になり、店主への質問が地域ごとに1つずつ返ってきました（例：「中央区からの依頼で、建物のタイプや依頼が増える時期など、よくある傾向はありますか？」）。

ステップ6：チェック担当に、4枚の下書きを見てもらった

ページ	判定	理由
博多区（定型文だけ）	**消す**	共通の文と地名だけで、そのページだけの事実が1つもない
中央区（定型文だけ）	**消す**	博多区のページと、中身が実質おなじ
早良区（料金・建物の特徴・駐車場・時間つき）	**残す**	そのページだけの事実が、出どころつきで書いてある
東区（「マンションが多い（要確認）」だけ）	**直す**	出どころが要確認のままで、料金などの具体的な情報も足りない

結果：残す1枚、直す1枚、消す2枚。地名を入れ替えただけの2枚は、ちゃんと落ちました。

> **わかったこと：**AIに「書いて」と頼むより先に、**うちの本当の情報を渡す**ことがいちばん効きます。受付の記録、よく聞かれる質問、地域ごとのちがい。メモ書きでいいので、先に集めておいてください。

PART 3

7つのステップと、ぜんぶのプロンプト

プロンプトは、そのままコピーして使えます。{{　}} のところだけ、自分の情報に書きかえてください。Claude、ChatGPT、Geminiのどれでも動きます。

ステップ0　うちの情報をまとめる（最初の1回だけ）

どのステップでも使うので、先に1つのメモにしておきます。

```
【うちの情報】
- 店名・業種：{{例：エアコン掃除の個人店}}
- 場所と対応エリア：{{例：福岡市。博多区、中央区、早良区、南区、東区}}
- 料金表：{{メニューと料金をそのまま}}
- 営業時間・定休日：{{}}
- よく聞かれる質問と答え：{{5〜10個}}
- 地域やメニューごとのちがい（受付の記録やメモから）：{{例：早良区は戸建てが多い}}
- いつもの口調：{{例：ていねいだけど、かたくない}}
- やらないこと・書いてほしくないこと：{{}}
```

ステップ1

いまの状況を調べる（SEO担当）

Search Consoleの「検索パフォーマンス」をエクスポートして、AIに渡します。

```
あなたは「SEO担当」です。下はうちのホームページのSearch Consoleのデータ（過去3か月）です。

やること
1. 検索からのクリック数、表示回数、平均の順位を、ひと目でわかるようにまとめる。
2. クリックが多い言葉トップ10と、表示は多いのにクリックが少ない言葉トップ10を出す。
3. 平均の順位が11〜20位（検索の2ページ目）の言葉を、ぜんぶ書き出す。
4. 気づいたことを3つ、むずかしい言葉を使わずに書く。
データにないことは推測しない。わからないことは「わからない」と書く。

【データ】
{{エクスポートした表を貼る}}
```

ステップ2

検索に強いサイトを調べる（リサーチ担当）

同じ業界で検索に強いサイトや、全国チェーン、ポータルサイトを見て、「型」のお手本を集めます。最初の1回と、あとは数か月に1回で十分です。

```
あなたは「リサーチ担当」です。うちは｛{業種}｝です。

やること
1. 次のサイトを開いて、どんな種類のページを持っているかを調べる。
   ｛{サイトのURLを5〜20個。同業の大手、ポータルサイト、検索でよく上に出るサイト}｝
2. 同じ作りのページがたくさんあるグループを見つける
   （例：/area/地域名/ のように、URLの一部だけが変わるページ）。
3. グループごとに「型」を1行で書く（例：サービス名 × 地域）。
   そのページに何が載っているかも書く（料金、対応時間、地図、よくある質問など）。
4. 小さなお店でもまねできる型を、3つ選んで理由を書く。
実際に開いて確認できたことだけを書く。開けなかったサイトは「未確認」と書く。
```

> **検索データのツールがある場合：**「このサイトは、どのページに検索から人が来ているか」まで数字で見られます。なくても、サイトを実際に開いてページの作りを見るだけで、型は見つかります。

ステップ3

うちの型を見つける（キーワード担当）

ライバルは出てくるのに、うちは出てこない検索を集めて、その中から型を探します。

```
あなたは「キーワード担当」です。

材料
- うちが出ている検索：｛{ステップ1のデータ}｝
- ライバルが出ている検索、または関連する検索の一覧：
  ｛{ツールの一覧を貼る。なければ、Googleの検索窓に出る候補や
  「他の人はこちらも検索」を、20〜50個メモして貼る}｝

やること
1. うちが出ていない検索を、ぜんぶ書き出す。
2. その中から「変わる部分がある言葉」をまとめて、型にする
   （例：エアコン掃除 博多区／中央区／早良区 → 「エアコン掃除 × 地域」）。
3. 型ごとに、当てはまる検索を10個ずつ例として出す。
4. 型ごとに「ページどうしがちがう中身になるには、どんな本当の情報が要るか」を書く。
5. いちばん始めやすい型を1つすすめて、理由を書く。
検索回数などの数字は、材料にあるものだけを使う。数字を作らない。
```

> **ここは人が決めます。**AIがすすめた型のうち、どれをやるかは自分で選んでください。「この型なら、ページごとに書ける本当の情報がある」と言えるものだけにします。

ステップ4

表にする（設計担当）

選んだ型を、1行＝1ページの表にします。ここが、この仕組みでいちばん大事なところです。

```
あなたは「設計担当」です。見つけた型は「{{例：エアコン掃除 × 地域}}」です。
ページの設計表を作ってください。1行が1ページになります。

ルール
- 列：{{変わる部分。例：地域}} ｜検索される言葉｜料金の目安｜対応時間｜
  そのページだけの事実｜出どころ｜状態
- 事実は、下の【うちの情報】に書いてあることだけを使う。
  書いていないことは空欄のままにして、状態を「要確認」にする。
  数字や特徴を自分で作らない。
- どの行にも「そのページだけの事実」が1つ以上入らないと、状態は「要確認」のまま。
- 最後に、要確認の行を埋めるために店主に聞く質問を、行ごとに1つずつ書く。

【うちの情報】
{{ステップ0のメモを貼る}}
```

返ってきた質問に答えて、空欄を埋めます。埋まらない行は、今回は作りません。

> **ここは人がやります。**表の事実を、1行ずつ自分の目で確認してください。料金、時間、地域の特徴。まちがいがあれば、ここで直します。

ステップ5

1ページずつ書く（文章担当）

先にテンプレートを1つ決めて、それから表の「完成」の行だけを書きます。

あなたは「文章担当」です。下の表の、状態が「完成」の行だけを、1行につき1ページ書いてください。

ページの形（テンプレート）
1. タイトル：検索される言葉を入れて、32文字以内
2. 最初の3行：だれの、どんな用事のページかを、結論から
3. 料金の目安と、何が含まれるか
4. そのページだけの事実（表の内容を、出どころがわかる形で）
5. 流れ：申し込みから当日まで
6. よくある質問を3つ（【うちの情報】にあるものから）
7. 問い合わせ・予約のしかた

ルール
- 表と【うちの情報】にない事実は書かない。足りないときは［要確認：〇〇］と書く。
- 口調は {{いつもの口調}}。大げさな言葉（地域No.1、最安、必ず）は使わない。
- ページどうしで、4番の中身が同じにならないようにする。
- まず1ページだけ書いて見せる。OKが出たら残りを書く。

【表】{{ステップ4の表}}
【うちの情報】{{ステップ0のメモ}}

ステップ6

うすいページを消す（チェック担当）

書いたページを、別のAI（新しいチャット）に見せます。書いた本人ではなく、別の目で見るのがコツです。

```
あなたは「チェック担当」です。下の【ページ】は、同じテンプレートから作ったページの下書きです。
Googleは、地名だけを入れ替えたページを「誘導ページ」「大量生成されたコンテンツの
不正使用」としてスパム扱いします。公開してよいページだけを残してください。

やること
1. 各ページから、テンプレート共通の文（どのページにも同じように出てくる文）を取りのぞく。
2. 残った「そのページだけの中身」をくらべる。
3. 次のどれかに当てはまるページは「消す」。
   - 地名や駅名を入れ替えただけで、ほかのページと中身が同じ
   - そのページだけの事実（料金、対応時間、建物の特徴、行き方など）が1つもない
   - 事実に出どころが書かれていない（「要確認」のまま）
4. 惜しいページは「直す」にして、足りない事実を具体的に書く。
5. 問題ないページは「残す」。

出力（表）：ページ名｜判定（残す／直す／消す）｜理由（1行）｜足りないもの
最後に1行で：残す◯枚、直す◯枚、消す◯枚。
事実を自分で作らないこと。わからないことは「要確認」と書く。

【ページ】
{{下書きをぜんぶ貼る}}
```

「消す」になったページは、本当に消します。もったいなく感じますが、うすいページが混ざっていると、ほかのページまで評価を落とすことがあります。「直す」は、足りない事実を集めてから、来週もう一度。

公開前のチェックリスト（人が見る）

- □ そのページだけの事実が、1つ以上ある
- □ 料金・時間・地域の情報を、自分の目で確認した
- □ タイトルと説明文も読んだ（ここにもまちがいが入ります）
- □ 読んだ人の用事が済む（料金がわかる、予約できる）
- □ まとめページ（例：対応エリア一覧）からリンクされている
- □ お客さんに「これ見てください」と送れる

ステップ7

公開して、1週間後に直す（公開担当・追跡担当）

公開する

1. 「残す」のページを、ホームページに追加する（WordPressなら「固定ページ」か「投稿」）。
2. まとめページ（例：対応エリア一覧）を作って、新しいページぜんぶにリンクする。新しいページからも、まとめページに戻れるようにする。

3. Search Consoleの「サイトマップ」で、サイトマップを送信する。大事なページは「URL検査」→「インデックス登録をリクエスト」。

サイトマップを送っても、Googleが必ず登録してくれるわけではありません。数日〜数週間かかることもあります。

1週間後に直す

次の月曜、Search Consoleのデータをもう一度エクスポートして、惜しいページを探します。

```
あなたは「追跡担当」です。下は今週のSearch Consoleのデータです。

やること
1. 平均の順位が11〜20位（検索の2ページ目）で止まっているページを、ぜんぶ書き出す。
2. ページごとに、どの検索で表示されているかを見て、
   「その検索をした人が知りたいのに、ページに書いていないこと」を3つまで挙げる。
3. 直し方を具体的に書く（足す見出し、足す事実、タイトルの直し方）。
   足す事実は【うちの情報】にあるものだけ。なければ「店主に聞く」と書く。
4. 今週あたらしく表示されはじめた検索を書き出す（次のステップ3の材料にする）。
内容が変わっていないのに、日付だけ新しくするのはやらない。

【今週のデータ】{{エクスポートした表}}
【先週公開したページのURL】{{一覧}}
【うちの情報】{{ステップ0のメモ}}
```

> **ここも人が決めます。**直す案は、OKを出したものだけ反映します。新しく見つかった検索は、キーワード担当（ステップ3）に戻って、また最初から。

PART 4

続ける

月曜のプロンプト（2週目から）

ひと通りできたら、毎週はこの1つを流すだけにします。

```
今週のSEOの作業を、順番にやってください。途中で勝手に公開しないこと。

1. 追跡担当：今週のSearch Consoleのデータから、11〜20位のページと、直す案を出す。
2. キーワード担当：今週あたらしく見つかった検索を、いまの型に当てはめる。
   当てはまらないものは「新しい型の候補」として分ける。
3. 設計担当：新しく作れそうな行を表に足す。事実がない行は「要確認」のまま。
4. ここで止まって、次の3つを見せる。
   （a）直す案　（b）表に足した行　（c）店主への質問
5. OKが出た行だけ、文章担当が書く。チェック担当が見て、「残す」だけを公開の候補にする。

【今週のデータ】{}　【いまの表】{}　【うちの情報】{}
```

慣れてきたら、決まった曜日と時間に自動で動くようにできます（AIの予約実行の機能や、自動化ツールを使います）。最初の1か月は、手で流して中身を見るのがおすすめです。

人がやる4つのこと

どこで	何をする	なぜ
ステップ3	どの型をやるか選ぶ	本当の情報が書ける型かどうかは、店主にしかわからない
ステップ4	表の事実を確認して、空欄を埋める	まちがった数字が何十ページにも載るのを防ぐ
ステップ6のあと	公開前に読んで、OKを出す	お店の名前で出るページだから
ステップ7	直す案にOKを出す	勝手に書きかえられると、まちがいに気づけない

それ以外（調べる、まとめる、下書きを書く、くらべる、チェックする）は、AIに任せられます。

よくある質問

どのくらいで結果が出ますか？

約束はできません。新しいページがGoogleに登録されるまでに数日〜数週間、順位が落ち着くまでに数か月かかるのがふつうです。だから、毎週少しずつ足して、惜しいページを直しつづける形にしています。

何ページ作ればいいですか？

数より中身です。本当の情報が書けるページが10枚なら、10枚で十分。事実がないのに枚数だけ増やすのが、いちばん危ないやり方です。

AIが書いた文章は、Googleに嫌われませんか？

GoogleはAIで作ったこと自体を問題にしていません。問題にするのは、役に立たないページを大量に作ることです。事実を確認して、読む人の用事が済むページにしていれば、作り方は問われません。

WordPressじゃなくてもできますか？

自分でページを足せるホームページなら、どれでもできます。足せない場合は、制作会社に「このページを追加してほしい」と下書きを渡す形でも進められます。

うちは1つの地域でしかやっていません。

型は地域だけではありません。症状、メニュー、手続き、機種、お悩み。変わる部分があって、それぞれに書ける本当の情報があれば、型になります。

守るべきルールと出典

- 事実は、うちの情報か、だれでも確認できる公開情報だけ。数字を作らない。
- 地名などを入れ替えただけのページは公開しない。
- 公開前に、人が読む。
- 内容が変わっていないのに、日付だけ新しくしない。
- リンクを買わない。お金や見返りと引きかえにリンクをもらわない（Googleのリンクスパムのポリシー）。

内容	出典
大量生成されたコンテンツの不正使用、誘導ページ、リンクスパム	Google 検索セントラル「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies
AIで作ったコンテンツについての考え方	Google 検索セントラル「ウェブサイトで生成 AI によるコンテンツを使用するための Google 検索のガイダンス」
SEO対策の費用の相場（月10万〜50万円、中小企業は30万円前後）	アイミツ「SEO対策の費用相場」imitsu.jp/cost/seo ／ クラウドワークス「SEO対策の費用」crowdworks.jp/times/know-how/5020 ほか（2026年11月に確認）
食べログ、SUUMOのページの型	各サイトの公開ページ（例：食べログ「渋谷 ラーメン」、SUUMO「渋谷駅の賃貸」。2026年11月28日に確認）

わからないところは、DMにそのまま返信してください。

AIRA @airacode_jp