

**ホームページ開設講座
発展編
「ホームページのアクセスを伸ばす」**

2022.02.14

- ① 講師自己紹介
- ② HPの仕組み説明
 - ②-1 HPへのアクセス方法
 - ②-2 自然検索について
 - ②-3 リファラーについて
 - ②-4 ソーシャルについて
 - ②-5 ダイレクトについて
 - ②-6 広告について
- ③ googleアナリティクスについて
 - ③-1 アナリティクスタグの設置有無確認
 - ③-2 Googleアナリティクスとは
 - ③-3 Googleアナリティクスタグの取得
 - ③-4 JimdoにGoogleアナリティクスタグを設定
 - ③-5 Googleアナリティクスの画面で計測確認

- ④ HPへのアクセスを伸ばす方法
 - ④-1 前置き
 - ④-2 見に行かないHPとは
 - ④-3 コンテンツは王様
 - ④-4 良質なコンテンツ
 - ④-5 SEO対策（検索エンジン最適化）
 - ④-6 SEO対策注意点（GoogleにとってNGなこと）
 - ④-7 SNS活用
 - ④-8 QRコード活用
 - ④-9 メルマガ・広告活用
 - ④-10 まとめ
- ⑤ 個別にHP運用についてのお悩み相談会
- ⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件
 - ⑥-1 ブログのアーカイブ化（月次ごと）
 - ⑥-2 サイト内検索を作る方法
 - ⑥-3 ページTOPへ戻る
 - ⑥-4 Googleカレンダー



井上真邦

愛知県岡崎市出身。

愛知教育大学卒業後、

CM制作会社、WEB制作会社を経て

2016年株式会社虹男設立。

WEBディレクターとして

コーポレートサイト、キャンペーンサイト、

ブログサイトなどのホームページ制作、

システム、アプリ開発など

WEB関連の制作から運用までを担う。

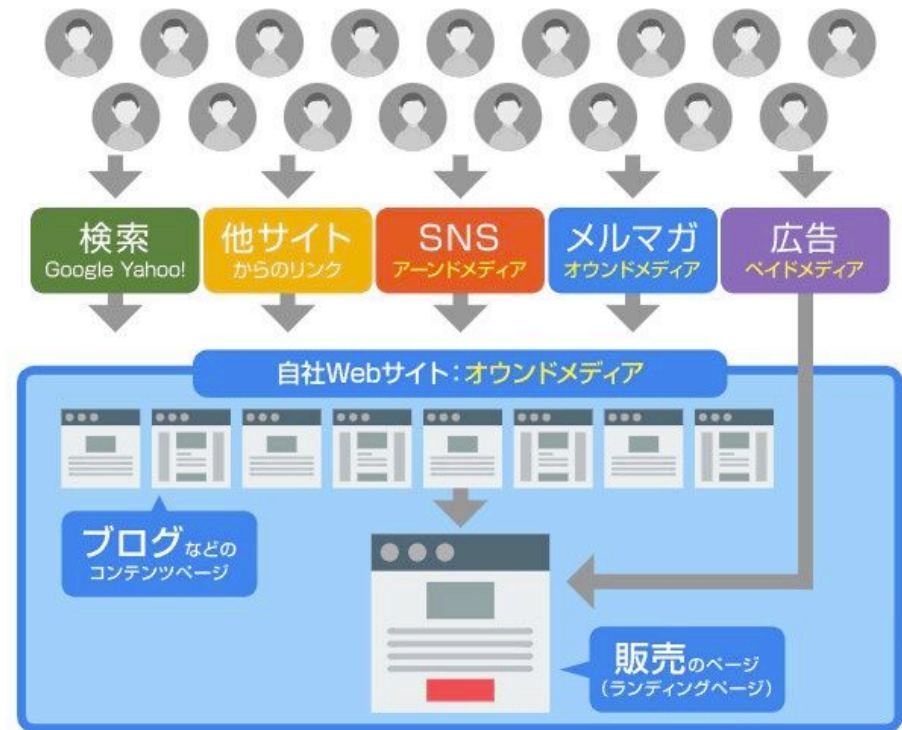
② HP（ホームページ）の仕組み

② HPの仕組み -1 HPへのアクセス方法

HPへのアクセス方法は、主に5つ

- 自然検索（検索エンジン）
- リファラー（参照元、他サイト）
- SNS
- ダイレクト（ブックマークやメルマガ）
- 広告

出典：<https://www.webclimb.co.jp/web-syuukyaku/>



出典：Webマーケティングの流れとは？全体像がわかれば戦略がわかる！

<https://swingroot.com/webmarketing-flow/>

自分の管理するHPへどうやって集客するかを考える

② HPの仕組み -2 自然検索について

自然検索（オーガニック検索）とは

検索エンジンで検索結果画面の広告枠を除いた部分のことを指します。



出典：【初心者必見】オーガニック検索とは？対策のメリットから流入数やキーワードのチェック方法までご紹介

<https://digitalidentity.co.jp/blog/seo/about-organicsearch.html>

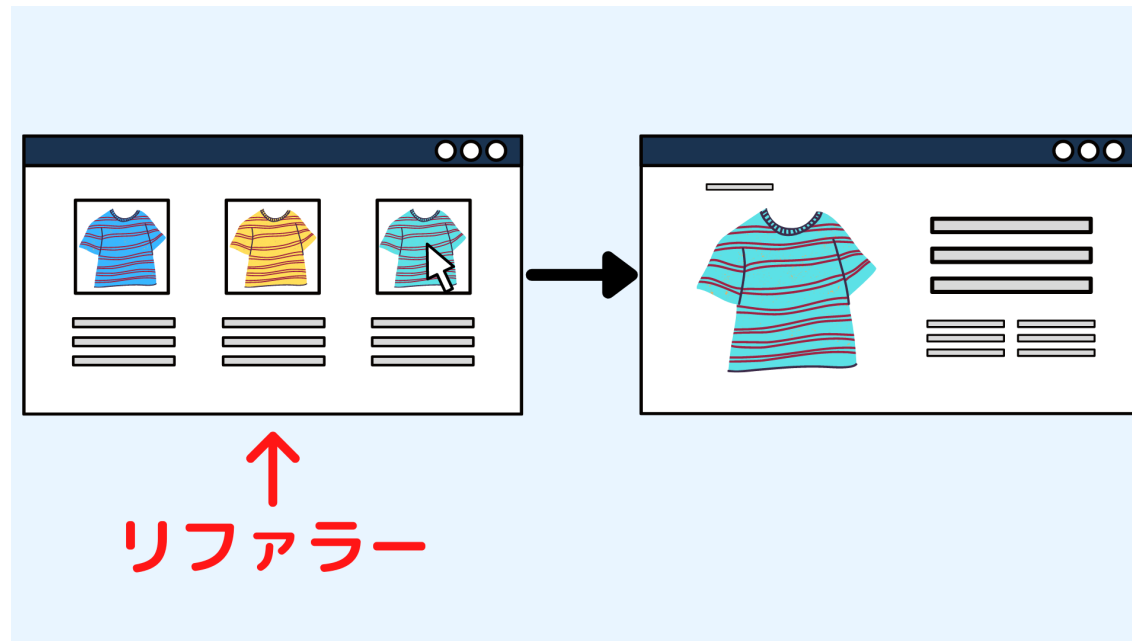
ユーザーが日頃最も使用するのが検索エンジン

リファラーとは

ユーザーが別サイトのリンクからWebサイトに流入したことを意味します。

出典：Googleアナリティクスのreferralとは？チャンネルの種類や確認方法を解説

<https://wacul-ai.com/blog/access-analysis/google-analytics-method/google-analysis-referral/>



出典：リファラーとは？

<https://blog.senseshare.jp/referrer.html>

リファラーを分析することでどこからアクセスして来たかがわかる

SNSとはソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービスのこと。

出典：SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の仕組み

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/basic/service/07.html



出典：代表的なSNS一覧

<http://www.toha-search.com/it/sns-syurui.htm>

HPへのアクセス増加には「タッチポイントを増やす」のが重要
無料で活用できるSNS運用はオススメ

direct（ダイレクト）とは参照元のページがないこと。

- ブラウザのアドレスバーにURLを直接入力してサイトに訪問した
- ブラウザのお気に入りやブックマークから訪問した
- URLサジェスト機能から既に訪問したことのあるサイトに誘導された
- TwitterやLINEなどのアプリから訪問した
- デスクトップ上のショートカットアイコンをクリックして訪問した
- ExcelやWord、PDFなどのファイルに記載されたリンクをクリックして訪問した
- Eメールに記載されたリンクをクリックして訪問した
- QRコードを読み取ったリンクから訪問した
- httpsで始まるページからhttpページへ訪問した
- ブラウザの設定やプロキシサーバー、セキュリティソフトで参照元の情報が削除された
- 参照元が引き継がれないリダイレクトにより流入した

出典：Googleアナリティクスのdirectとは？noneになる対策も紹介！

<https://nexer.co.jp/weiv/ga-direct/>

directは関係者かファンのどちらかである可能性が高い

広告とは有料広告によって集客したこと。

有料広告一覧

- リスティング広告（Paid Search）
- ディスプレイ広告（アドネットワーク広告）
- 純広告
- ネイティブ広告（記事広告）
- ソーシャルメディア広告（SNS広告）
- メルマガ広告
- インフルエンサーマーケティング
- アフィリエイト広告
- 動画広告

出典：Web集客の種類と方法！インターネットでサイト流入を増やす施策

<https://www.webclimb.co.jp/web-syuukyaku/>

マス広告と比べて種類が豊富だが運用も大変

③ Googleアナリティクスについて

皆様のHPには

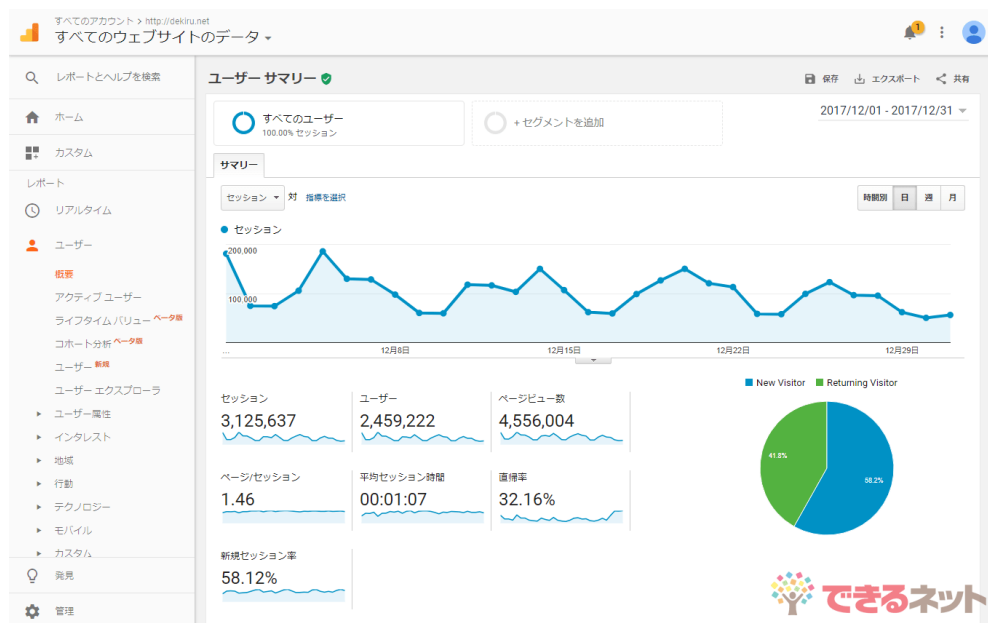
Googleアナリティクスのタグは入っていますか？

もし入っていない場合はすぐに入れましょう！

※次ページ以降に基礎編2で使用方法を掲載

Googleアナリティクスとは

Webサイトにアクセスするユーザーの行動を「見える化」するツール



出典：GAIQ（Googleアナリティクス個人認定資格）とは？ 取得するメリットと学習方法

<https://dekiru.net/article/16174/>

無料で利用できるGoogleアナリティクスを活用するべき

「トラッキングコード」を取得してHPに設定すれば利用可能に

③ Googleアナリティクスについて -3 Googleアナリティクスタグの取得

※Googleアカウントがある状態（Gmail利用可能状態）

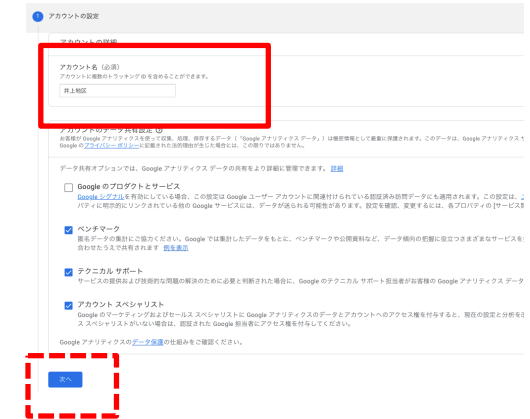
①検索エンジンから「googleアナリティクス」と検索



②「測定を開始」を選択



③アカウント名を任意に入力（HP名など）し「次へ」



④任意のプロパティ名（HP名など）を入力、タイムゾーン、通貨を日本に設定



⑤「詳細オプションを表示」を選択



⑥「ユニバーサル アナリティクス プロパティの作成」をオンに



③ Googleアナリティクスについて -3 Googleアナリティクスタグの取得

※Googleアカウントがある状態（Gmail利用可能状態）

⑦ウェブサイトのURLを入力「ユニバーサルアナリティクスのプロパティのみを作成する」を選択し「次へ」

ユニバーサル アナリティクス プロパティの作成

ユニバーサル アナリティクス プロパティは、Google アナリティクスの従来のバージョンで使用されている、ウェブ測定機能です。これからアナリティクスの利用を開始される新規のお客様には、ユニバーサル アナリティクス プロパティの使用は推奨されています。また、このプロパティはアプリ測定には対応していません。このオプションは、ユニバーサル アナリティクス プロパティを作成する必要がある場合のみ、オンにしてください。

ウェブサイトの URL
https:// inoue-site-2022.jimdofree.com/

☐ Google アナリティクス 4 とユニバーサル アナリティクスのプロパティを両方作成する
このオプションでは、接続済みのサイトタグを使用するプロパティが 2 つ作成されるので、ウェブサイトへのタグの実装は 1 回で済みます。 [詳細](#)

☐ Google アナリティクス 4 プロパティの拡張計測機能を有効にする
標準のスクリーン ビューの測定に加えて、サイトのインタラクションを自動的に測定します。関連するイベントとともに、ページ上にある要素（リンクや埋め込み動画など）からもデータが収集される場合があります。詳しくは [こちら](#) のヘルプ記事をご覧ください。 [詳細](#)

☒ ユニバーサル アナリティクスのプロパティのみを作成する

[次へ](#) [戻る](#)

⑧任意でビジネスを情報を選択し「作成」

ビジネスの概要

ビジネス情報

以下の質問に答えて、エクスペリエンスをカスタマイズしましょう。

業種
1 つ選択

☒ 小規模 - 従業員数 1~9 名
☐ 中規模 - 従業員数 10~49 名
☐ 中大規模 - 従業員数 50~99 名
☐ 大規模 - 従業員数 100~500 名
☐ 超大型 - 従業員数 500 名以上

Google アナリティクスは、お客様のビジネスをよりよく理解するために、さまざまな種類のデータを収集します。収集するデータの種類を選択してください。

☒ サイトまたはアプリでの顧客エンゲージメントを測定する
このオプションは、お客様のウェブサイトの使用状況を測定するために必要です。

☐ 特定のデバイスまたはプラットフォームを測定する
☐ 広告費用を最適化する
☐ コンバージョン数を増やす
☐ コンテンツの収益性を測定する
☐ オンライン販売を分析する
☐ アプリのインストールを測定する
☐ 読み込み時間の遅延を測定する
☐ その他

[作成](#) [戻る](#)

⑨チェックを入れて「同意する」を選択

Google アナリティクス利用規約

Google アナリティクスをご利用いただくには、まず、お住まいの国や地域の利用規約に同意してください。

アメリカ合衆国

Google Marketing Platform

Google Analytics Terms of Service

These Google Analytics Terms of Service (this "Agreement") are entered into by Google LLC ("Google") and the entity executing this Agreement ("You"). This Agreement governs Your use of the standard Google Analytics (the "Service").

☒ GDPR で必須となる [データ処理規約](#) にも同意します。 [詳細](#)

[同意する](#) [同意しない](#)

⑩全てオフにして保存

自分のメール配信

Google アナリティクスの最新情報をメールで随時お知らせします。配信を希望されるメールの種類を下記よりお選びください。設定はいつでも変更していただけます。

お客様の設定にかかわらず、アカウントに影響する重要なお知らせについては全員の方にメールをお送りさせていただきます（ただし、重要なお知らせの場合に限ります）。また、Google ではお客様のプライバシーを尊重しており、お客様の個人情報を第三者やパートナーに公開することはありません。

☐ パフォーマンスに関する提案と更新情報
Google アナリティクス アカウントを最大限に活用するための最新情報とヒントを受け取ります。最初に、アクセス権のあるプロパティ（最大 5 個）についての提案と最新情報が送信されます。こうしたプロパティは Google アナリティクスにより選択されます。これらの最新情報は、[管理] > [ユーザー設定] で変更できます。

☐ 機能に関する最新情報
Google アナリティクスの最新の更新内容、拡張機能、新機能に関する情報を受け取ります。

☐ フィードバックとテスト
Google アナリティクスの改良を目的とした Google の調査や試験運用の案内を受け取ります。

☐ Google からのお知らせ
Google アナリティクス アカウント、サービス、イベント、特別プロモーションの情報を受け取ります。

[すべてオフにして保存](#)

※メールを受け取る設定にしても構いません

⑪トラッキングコードをコピー

アナリティクス

すべてのアカウントと再入場

すべてのウェブサイトのデータ

トラッキング ID
UA-217314604-1

ステータス
過去 48 時間に送信したデータはありません。 [Learn more](#)

ウェブサイトのトラッキング
グローバル サイトタグ (gtag.js)
このプロパティで指定する Global Site Tag (gtag.js) トラッキングコードです。このコードをコピーして、トラッキングするすべてのウェブページの<script>タグの直前に追加してください。ページにすでに Global Site Tag が設置されている場合は、以下のスニペットの config 行のみを既存の Global Site Tag に追加してください。

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-217314604-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  (gtag('js', new Date()));
  gtag('config', 'UA-217314604-1');
</script>
```

トラッキングコード
データ収集
データ送信
User-ID
セッション設定
オーガニック検索ソース
参照元跳込みリスト
検索キーワード除外リスト

トラッキングコードをコピー

Google タグ マネージャー
異なるタグとトラッキングタグの数が多ければ、無料の Google タグ マネージャーを使うとサイトへのタグ設定が簡単になります。次のような場合は、Google タグ マネージャーのご利用をおすすめします。
・サイトへのタグ設定に必要な管理ツールや広告掲載トラッキングツールを複数に利用する場合。
・サイトへのタグ設定に時間がかかり、マーケティング キャンペーンをタイムリーに実行できない場合。

Google タグ マネージャーのご利用方法をご確認ください。

※これにてGoogleアナリティクスの
トラッキングコードタグを
取得できました

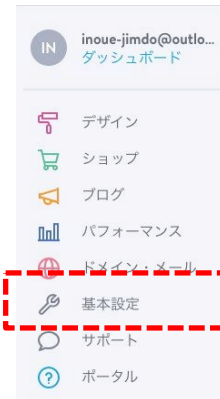
③ Googleアナリティクスについて -4 JimdoにGoogleアナリティクスタグを設定

※Googleアナリティクスのトラッキングコードタグがある状態

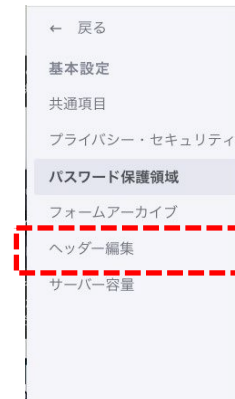
①赤枠の「管理メニュー」を選択



②メニューが開くので「基本設定」を選択



③更にメニューが開くので「ヘッダー編集」を選択



④ヘッダー編集の入力欄に

Googleアナリティクスの
トラッキングコードタグをコピーして
貼り付けし「保存」



※Googleアナリティクスのトラッキングコードタグは
一人ひとり異なります

※【注意】p32で設定したGoogleカレンダーの崩れ対応のソースは残したまま
今回（Googleアナリティクスのトラッキングコードタグ）は追記してください

※設置したら、トラッキングが来ているか確認してみましょう

③ Googleアナリティクスについて -5 Googleアナリティクスの画面で計測確認

※Googleアナリティクスのトラッキングコードタグを設定した状態

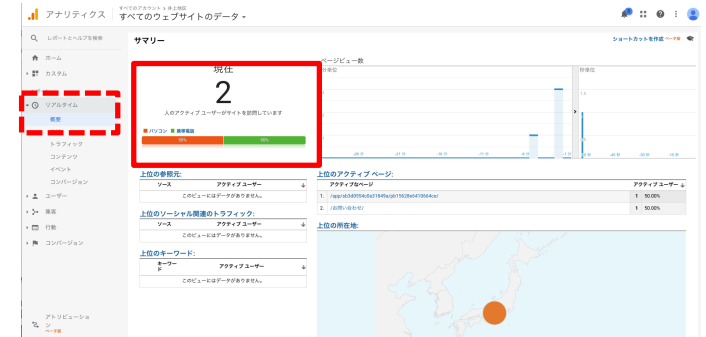
①検索エンジンから「googleアナリティクス」と検索



②アナリティクスの画面を確認



③自分のHPを開いた状態で左メニューから「リアルタイム」>「概要」を選択



※リアルタイムを見て数字のカウントがあれば計測設定完了です

※スマホや別端末から見ると数字が増えるので確認してみてください

※HPを公開したあと数日経過してから確認すると

「何月何日にどれぐらいの人が訪れたか」などのパフォーマンスが確認できます

※Googleアナリティクスの見方参考

<https://unique1.co.jp/column/analytics/1081/>

④ HPのアクセスを伸ばす方法

皆さんが普段見るHPはなぜ見に行きますか？

- ・ 新しい情報が載っているから
- ・ 更新された情報が載っているから
- ・ 有益な情報が載っているから
- ・ 勉強になるから
- ・ 気持ちが明るくなるから
- ・ 好きだから

etc...

どれも重要で、どれも正解だと思います

では逆にどんなHPだと見に行かないですか？

どんなHPだと見に行かない？

- ・デザインが好きじゃない
- ・内容が自分に合わない
- ・何も発見がない

etc...

- Webコンテンツの量が不足していたり
更新されていない

Webコンテンツを求めて

ユーザーはHPにアクセスする

更新されないHPは、基本的に再訪しない

HPは作って終わりではない、更新し続け育てるもの

では闇雲に更新だけすれば良いか？

答えは否、コンテンツは「集客」と「顧客満足」に直結

出典：コンテンツは王様？

<https://ayatori.co.jp/column/web/contents/20121218121925/>



出典：コンテンツマーケティングの名言「Content is King」を
最初に言ったのはビル・ゲイツだった。

<https://www.seojapan.com/blog/content-is-king-by-bill-gates>



出典：wikipedia（ビル・ゲイツ）

<https://onl.la/8zTw947>

発信するコンテンツの良し悪しはアクセスに大きく影響

良質なコンテンツとは

ユーザーがどういった情報を求めているのか考え、それに応えるようなコンテンツを作ること、読みやすいコンテンツを作ること、他のコンテンツにはないオリジナリティがあることなどが考えられます。



出典：コンテンツとは？マーケティングにおける良質なコンテンツのポイントなど解説

<https://wacul-ai.com/blog/seo/seo-basic/contents/>

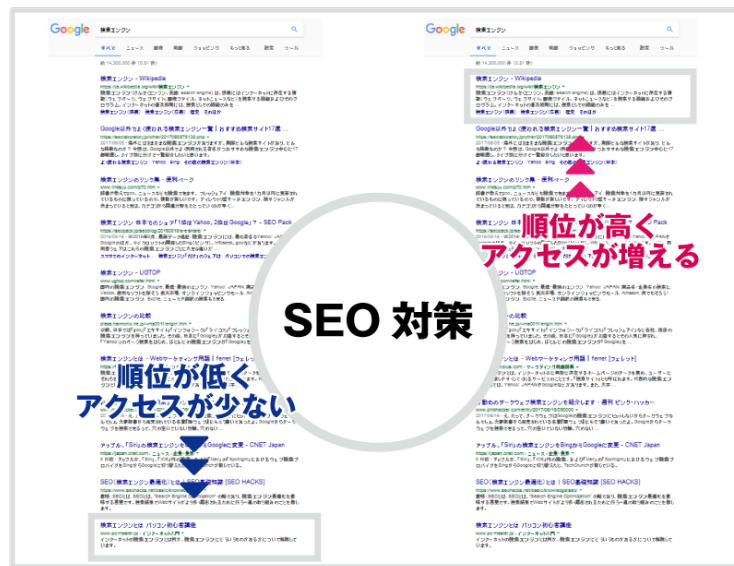
ユーザーによって良質の定義や尺度は変わる

想定したターゲットを思い浮かべコンテンツを作るのが大事

SEO（Search Engine Optimization：検索エンジン最適化）とは 検索エンジンからサイトに訪れる人を増やすことで、 Webサイトの成果を向上させる施策のこと。

出典：SEO とは 意味/解説/説明（エスイーオー）

<https://webtan.impress.co.jp/g/seo>



出典：基本的なSEO対策を理解する

https://seopack.jp/seoblog/basic_seo/

SEO 対策



SEO対策は奥が深い しかし意識することが重要

④ HPのアクセスを伸ばす方法 -6 SEO対策注意点（GoogleにとってNGなこと）

今はやってはいけないSEO対策一覧

- ・複製コンテンツ
- ・コピーコンテンツ / ミラーサイト
- ・キーワードの詰め込み
- ・自動生成コンテンツ
- ・質の低い被リンク
- ・購入した被リンク
- ・隠しテキストや隠しリンク
- ・クローキング
- ・不正なリダイレクト
- ・内容の薄いアフィリエイトサイト作成
- ・悪意のある動作をするページの作成
- ・リッチスニペットの悪用
- ・自動化されたクエリをGoogleに送信する

出典：スパム認定に注意！今はやってはいけないSEO対策一覧

<https://ferret-plus.com/11858>

真っ当にHP作成、運用していれば大丈夫だが
悪いことをするとペナルティで検索順位が下がる

SNSのアカウントを作って運用

SNSでは友人や知人から情報が流れてくるので顧客が情報に強い信頼性を感じる
またSNS経由で得た情報はそのまま拡散にもつながる

【コミュニケーション中心】

Facebook

Twitter

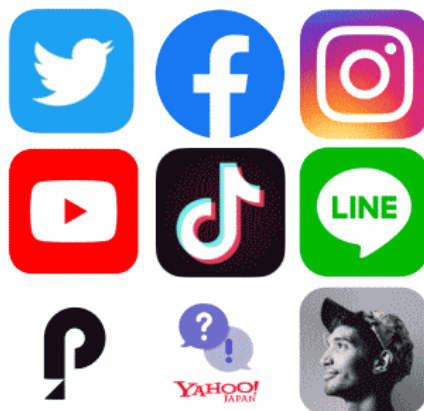
LINE

【コンテンツ中心】

Instagram

Tik Tok

YouTube



検索エンジン 経由のアクセス

おいしいショート
ケーキを探そう！



キーワードを入力して
もらう必要があるので、
ニーズを自覚していな
い顧客は集客できない

SNS経由の アクセス

タイムラインに流れ
てきた、このケーキ
おいしそう！



タイムラインから自動
的に情報が入るので、
ニーズが明確でない
顧客も集客できる

出典：企業がSNSアカウント作成時に知っておきたい5つのこと

<https://prtimes.jp/magazine/sns-official-account/>

出典：代表的なSNS一覧

<http://www.toha-search.com/it/sns-syurui.htm>

出典：Webコンテンツとは何か？

企業ホームページのコンテンツ作成を基礎から徹底解説！

<https://ds-b.jp/media/pages/254/#block2666>

自分やユーザーにあったSNSを運用、ただし体制構築を推奨

QRコードとは

株式会社デンソーウェーブが開発した四角い形をしたバーコードを指す用語です。バーコードに対応するデバイスを利用してQRコード読み込むと、コードからデータを読み取って対象WEBサイトへと誘導する仕組みになっています。

出典：QRコードからWEBサイトにアクセスしてもらおう
<https://www.site-shokunin.com/blog/other/3510.html>



QRコードは無料で作れる

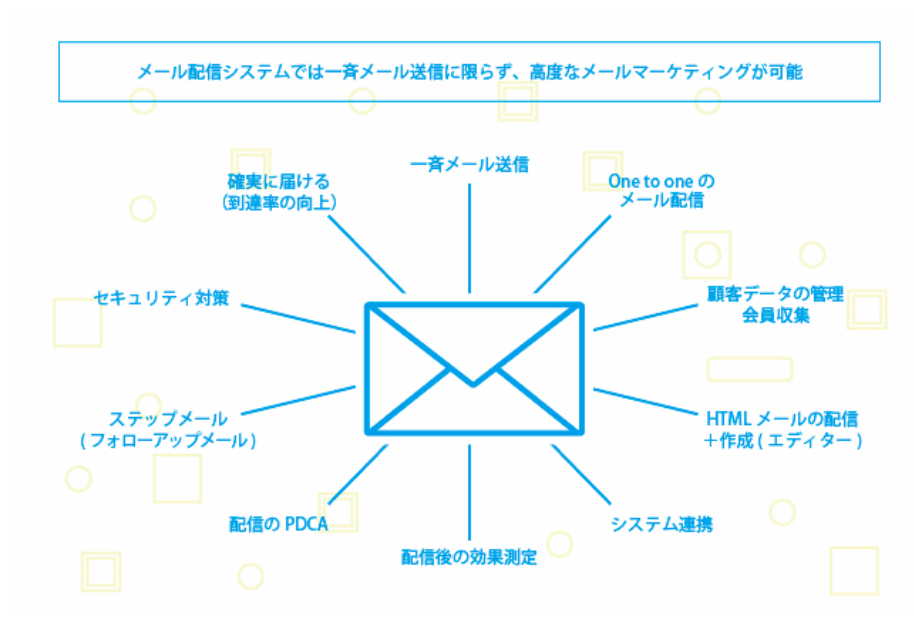
<http://www.cman.jp/QRcode/>

右を読み取ってみましょう



ユーザーにとっていかにHPへアクセスしやすい状況を提供できるか

メルマガやインターネット広告を活用



出典：メール配信システムとは？機能やサービス比較、目的別の選び方。おすすめポイントを解説！

<https://www.cuenote.jp/library/marketing/mail-system-merit.html>



出典：インターネット広告の種類と選び方のポイントを解説

<https://digital.tosho.co.jp/column/ad/2963/>

効果はあるが基本有料となるため一旦紹介のみ

HPのアクセスを伸ばすためにやれることは

- ・ 良質なコンテンツを作る
- ・ 更新を続ける
- ・ SNSなどで発信
- ・ QRコードなどでアクセスしやすくする

良質なコンテンツを提供し続けていれば

- ・ ブログや他サイトで紹介してもらえる
- ・ SNSで拡散してもらえる
- ・ 口コミで広がる
- ・ (アクセスが増えれば) 検索エンジンの順位も上がる

全てが数珠つなぎで繋がる その大元として大事なものはコンテンツ

⑤ 個別にHP運用についてのお悩み相談会

⑤ 個別にHP運用についてのお悩み相談会

- 順番にサイトを見せてください

※URLを確認

- 改善したい点や困っている点などを教えてください

- (基礎編でも活用しましたが)
右記「HP作成の事前準備項目」
について整理されていれば
適宜教えてください

HP作成の設計部分として

- ① HP作成の目的
- ② HPに訪れてほしいターゲット
- ③ HPに掲載する内容

HPのサイトマップとして

- ・ 掲載したい中身の列挙
- ・ カテゴリ、サイトマップ[°]整理

HPの肝となる部分として

- ・ ロゴ、メインビジュアル画像
- ・ 各ページの中身 (テキスト、画像)

⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件

⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -1 ブログのアーカイブ化（月次ごと）

ブログ編集（カテゴリ機能）と新規ページを使って反映

①既存のブログ記事を開き「詳細設定」を選択



②ブログカテゴリ欄に任意の「テキスト」+「,」を設定し「保存」 ※必ず「,」が必要



③閲覧側で該当ブログのページ下部に行き「カテゴリ」で先程設定した項目を選択



④開いたページのURLをコピーしておく

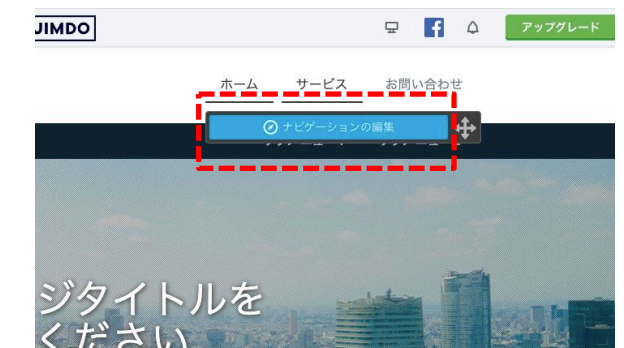
例：<https://inoue-site-2022.jimdofree.com/blog/?tag=2022年1月>
日本語部分は文字化けします



⑤赤枠にマウスカーソルを合わせる



⑥メニューが開くので「ナビゲーションの編集」を選択



⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -1 ブログのアーカイブ化（月次ごと）

ブログ編集（カテゴリ機能）と新規ページを使って反映

⑦「新規ページを追加」して適宜編集し保存

※仮に「アーカイブ（月次）」とする



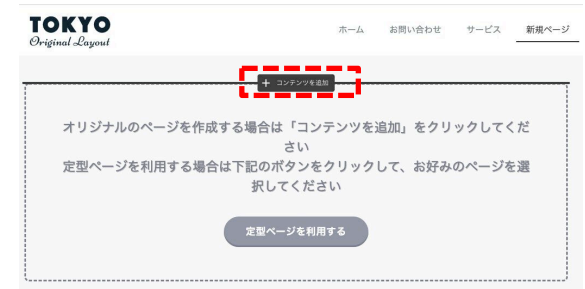
⑧更に「新規ページを追加」から「2022年1月」を

作成し「このページを1階層下げる」して保存

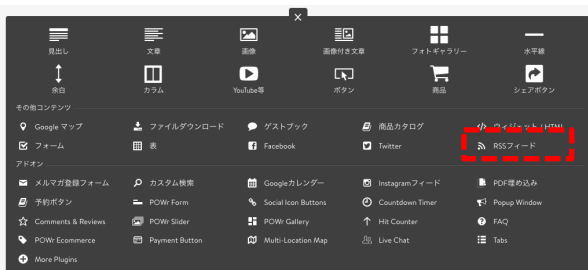


⑨「アーカイブ（月次）」>「2022年1月」

ページに行き「コンテンツを追加」を選択



⑩「RSSフィード」を選択



⑪RSSのリンク挿入画面を確認し

④のURLをペースト



⑫URL部分を整形し、表示させる項目を設定

https://ホームページのURL.jimdo(free).com/rss/blog/（カテゴリ名）



例：④のURLから「?tag=」を削除して、blogの前に「rss/」をつける

https://inoue-site-2022.jimdofree.com/rss/blog/2022%E5%B9%B41%E6%9C%88

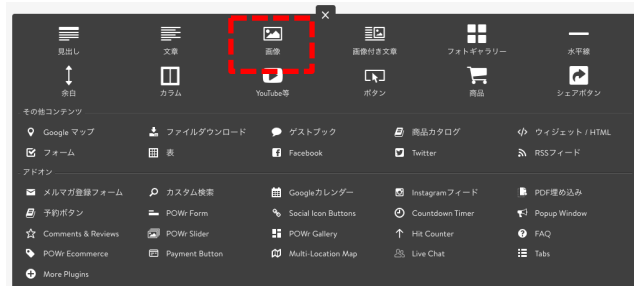
⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -1 ブログのアーカイブ化（月次ごと）

ブログ編集（カテゴリ機能）と新規ページを使って反映

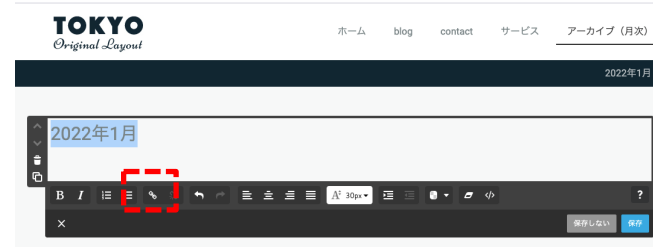
⑬「アーカイブ（月次）」ページに行き
「コンテンツを追加」を選択



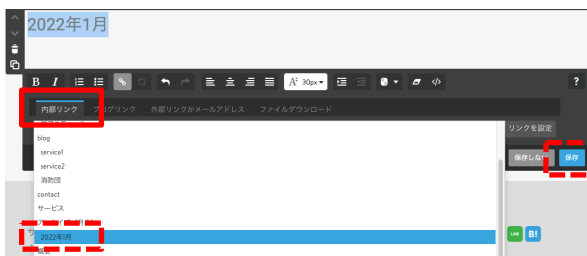
⑭「文章」を選択



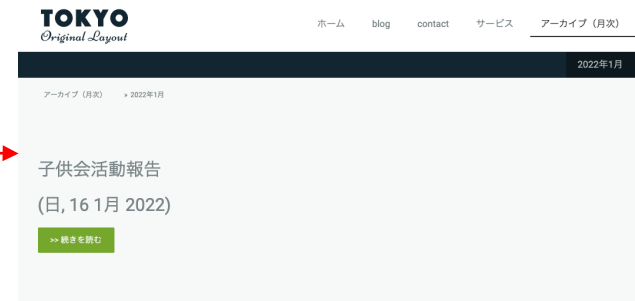
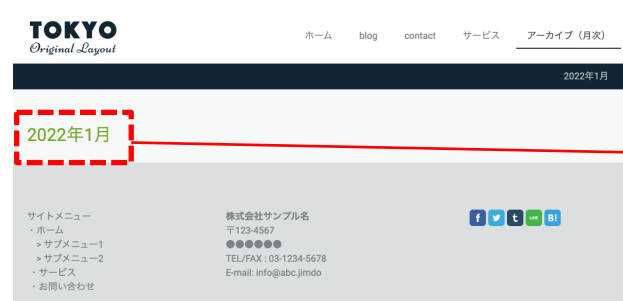
⑮「2022年1月」と入力し文字を選択した状態で
【リンク】を選択



⑯「内部リンク」から「2022年1月」を選択し
保存



⑰閲覧側で「アーカイブ（月次）」から「2022年1月」へ遷移し
月次の一覧が反映されていれば完了

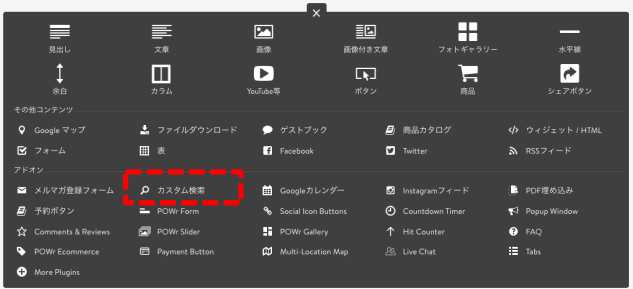


※この作業を繰り返してアーカイブ化していく

⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -2 サイト内検索を作る方法

「コンテンツを追加」が押されている状態

① 「カスタム検索」を選択



② 「カスタム検索エンジン」を選択



③ 「検索するサイト」に自分のHPのURLを入れて 言語、非ロボット部分を選択して「作成」

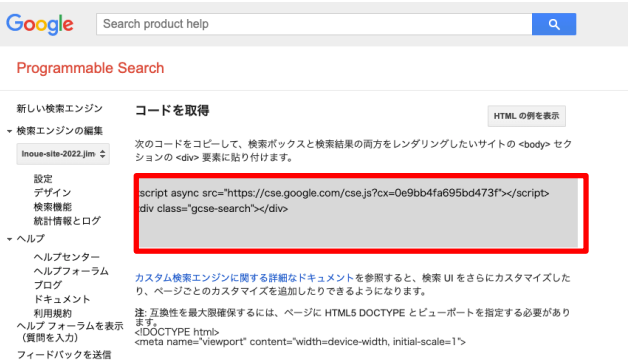


④ 「コードを取得」を選択

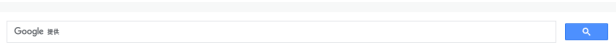


⑤ コード部分をコピーして

②の画面に戻り空欄にペーストして「保存」



⑥ 反映されていれば完了

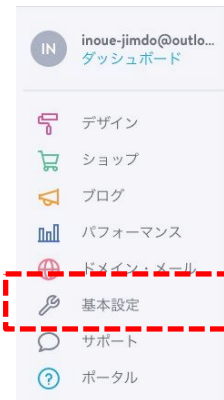


⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -3 ページTOPへ戻る

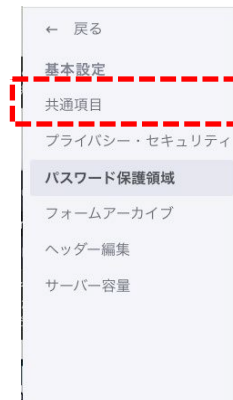
①赤枠の「管理メニュー」を選択



②メニューが開くので「基本設定」を選択



③更にメニューが開くので「共通項目」を選択



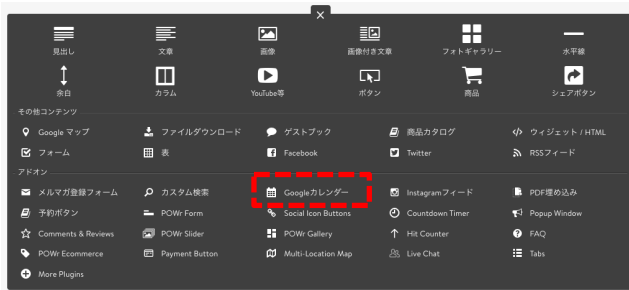
④「トップへ戻る」ボタンのタブから
スイッチ部分をONにして「保存」



⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -4 Googleカレンダー

※「コンテンツを追加」が押されている状態、Googleカレンダーがある状態

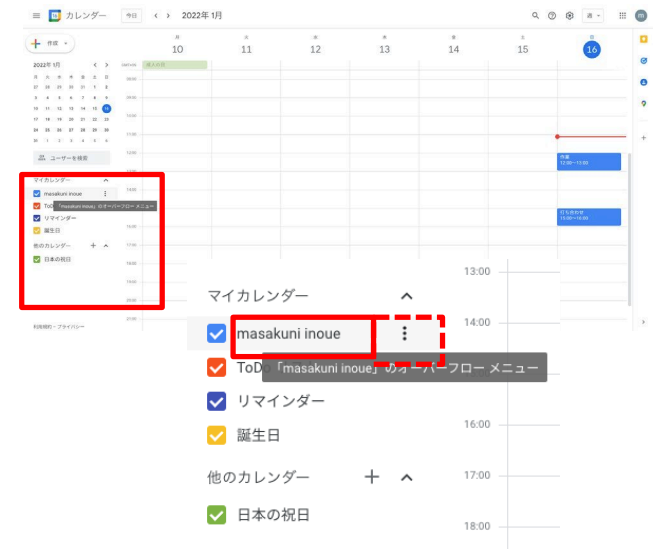
①「Googleカレンダー」を選択



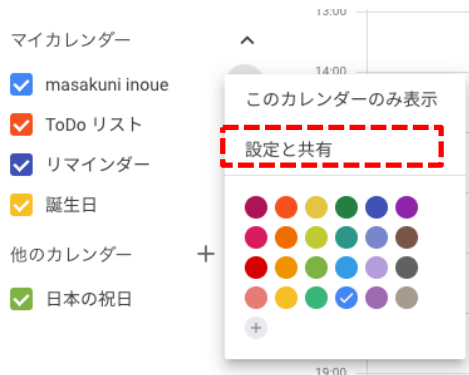
②Googleカレンダーのタグ挿入画面を確認



③Googleカレンダーへ行き、HPに設置したい
マイカレンダーの横の「…」を押下



④開いたメニューから「設定と共有」



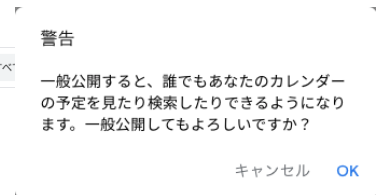
⑤設定画面の中「予定のアクセス権限」で

「一般公開して誰でも利用できるようにする」にチェック



※警告内容で問題なければ

一般公開許可



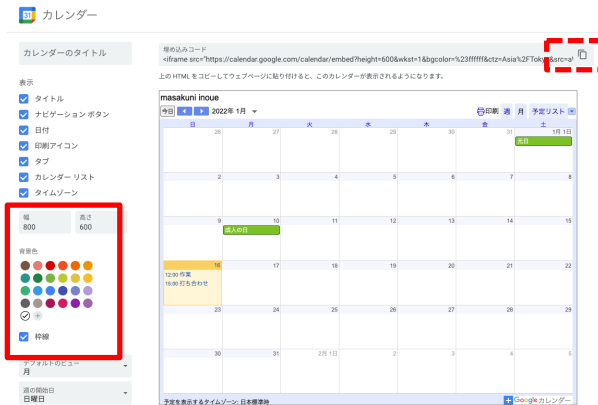
⑥ 事前アンケートや過去講座で相談のあった件 -4 Googleカレンダー

※「コンテンツを追加」が押されている状態、Googleカレンダーがある状態

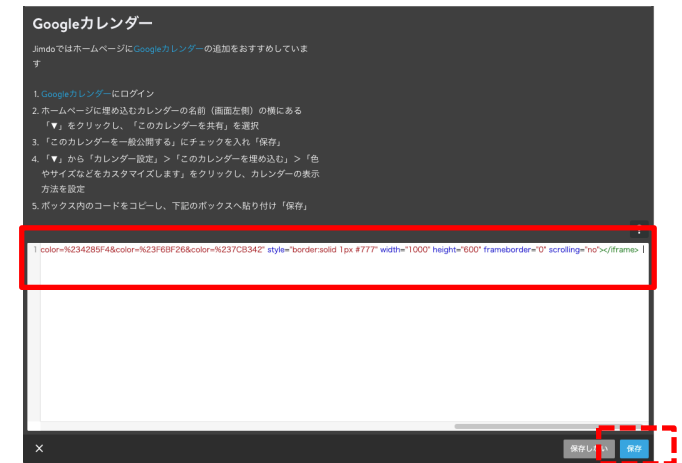
⑥さらに⑤のページ下部設定画面の中
「カレンダー統合」の「カスタマイズ」



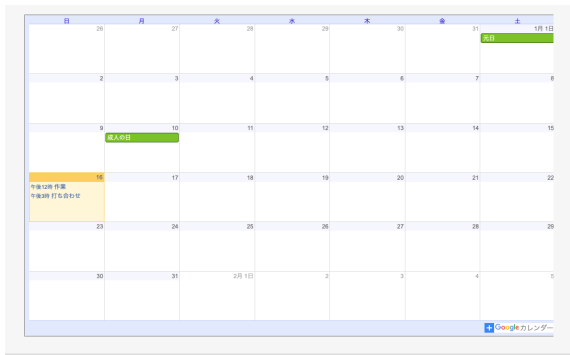
⑦カスタマイズ画面で幅や色を調整し
「埋め込みコード」部分をコピー



⑧Jimdo画面に戻り、⑦でコピーしたコード
を貼り付けて保存



⑨設定した内容が反映されていれば完了



※Jimdoの幅に合わせると

⑦の画面内左の「幅」部分を1000にすると
最適になる

本講座においての参考サイト

<https://www.city.nagoya.jp/>
<https://www.jimdo.com/jp/>
<https://www.mitsukegakku-nagoya.com/>
<https://yadagakku.jimdofree.com/>
<http://uedahigashi.doorblog.jp/index.html>
<https://takasaka758.jimdofree.com/>
<https://www.skhr.work/tech/20180529/jimdo-blog-title/>
<https://onl.la/kGrfhVm>
<https://help.jimdo.com/hc/ja/articles/115005522483?source=search>
<https://onl.la/kGrfhVm>
<https://onl.la/jHZH7hD>
<https://onl.la/kdj5tNr>
<https://onl.la/f7w52XP>
<https://www.webclimb.co.jp/web-syuukyaku/>
<https://swingroot.com/webmarketing-flow/>
<https://digitalidentity.co.jp/blog/seo/about-organicsearch.html>
<https://wacul-ai.com/blog/access-analysis/google-analytics-method/google-analysis-referral/>
<https://blog.senseshare.jp/referrer.html>
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/basic/service/07.html
<http://www.toha-search.com/it/sns-syurui.htm>
<https://nexer.co.jp/weiv/ga-direct/>
<https://www.webclimb.co.jp/web-syuukyaku/>
<https://ayatori.co.jp/column/web/contents/20121218121925/>
<https://www.seojapan.com/blog/content-is-king-by-bill-gates>
<https://onl.la/8zTw947>
<https://wacul-ai.com/blog/seo/seo-basic/contents/>
<https://prt看imes.jp/magazine/sns-official-account/>
<https://ds-b.jp/media/pages/254/#block2666>
<https://www.site-shokunin.com/blog/other/3510.html>
<http://www.cman.jp/QRcode/>
<https://www.cuenote.jp/library/marketing/mail-system-merit.html>
<https://digital.tosho.co.jp/column/ad/2963/>
https://www.innovation.co.jp/urumo/contents_law/