LOCOBIZ

LOCAL BUSINESS SCHOOL

地域ビジネス「Ｗｅｂ集客」ｘＡＩコース

第１章 地域ビジネスの集客と販売促進

ChatGPTなどの生成AIを活用して、地域密着型ビジネスの集客と販売促進を実践する方法をゼロから学ぶ講座です。AIを使いこなすことで、あなたのお店の集客力を大きく高めましょう。



第１章で、学ぶこと

この章では、「地域密着型ビジネスの集客と販売促進」を3つのパートで学びます。基礎から実践まで、順番に進めていきましょう。

1-1. AI時代の「地域集客」の考え方



AI時代に変化する地域集客の現状を理解し、AIを難しいツールではなく、集客を支える頼れる相棒として活用する考え方を学びます。

1-2. AIで集客・促進はラクになる



地域ビジネスでAIが活躍する5つの場面と使いこなすコツを知り、集客・販促業務を効率化する方法を学びます。

1-3. 地域の集客導線を理解する



SNS・Googleマップ・ブログ・LPの役割とつながりを整理し、お客様を認知から来店・予約へ導く集客導線の設計方法を学びます。



◇1－1

ＡＩ時代の「地域集客」の考え方

今、何が起きているのか

AIを使って集客しているお店と、使っていないお店の間で、大きな差が開き始めています。
お客様の行動が変わったのに、お店側の集客のやり方が追いついていないーーこの「ズレ」が、集客の課題の根っこにあります。

お客様の行動はここまで変わった

ほんの数年前まで、地域のお店の集客といえば「チラシを配る」「看板を出す」「口コミで広がるのを待つ」が当たり前でした。

しかし今は、お客様がスマホで「近くの整体院」と検索したり、Instagramで「おしゃれなカフェ」を探したり、Googleマップの口コミを見てお店を決めています。

お客様がお店を見つける場所が確実にオンラインに移っています。だからこそ、そこに「正しく・魅力的に」情報を届けることが必要なのです。



美容室オーナーが直面した「現実」

腕は確かで、既存客の満足度はとても高い。それでも新規のお客様がなかなか増えないーーある美容室オーナーさんの実際のお話です。

問題のお店

Googleマップの店舗情報はほとんど空欄。SNSも半年以上更新が止まっていた。
新規客には「存在しないお店」同然の状態。

競合のお店

Instagramで毎日スタイリング写真を投稿し、Googleマップの口コミにも丁寧に返信。
情報が充実しているため、スマホで比較したお客様に選ばれていた。

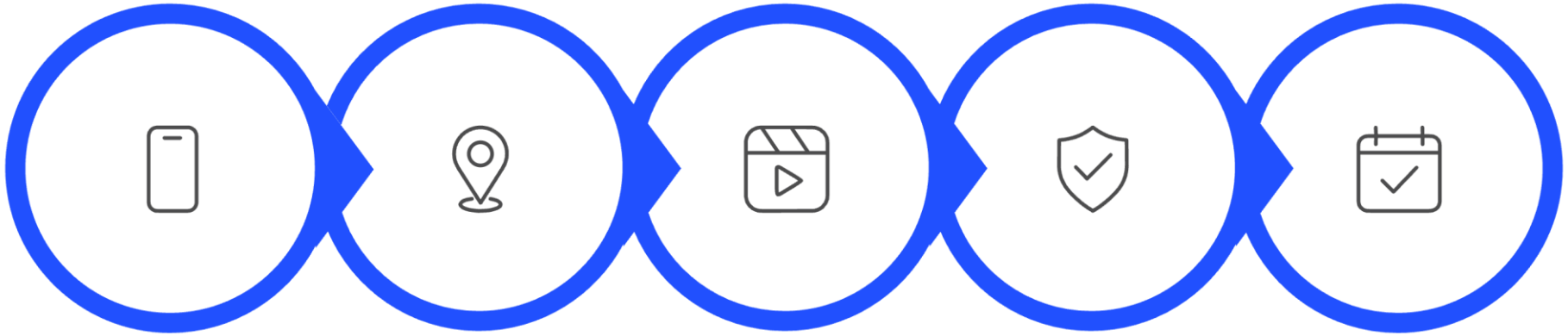
AIで変わること

投稿文の作成やキャンペーンのアイデア出しが数分で完了。
日々の施術で手一杯でも、AIという頼れるパートナーが集客を手伝ってくれる時代がすでに来ています。

地域ビジネスの集客は「今」どう変わっているのか

スマートフォンの普及により、地域のお客様がお店を「探す方法」も「選ぶ基準」も数年前とはまったく変わっています。ここを理解しておかないと、どんなに良いサービスを提供していても、お客様に見つけてもらえない時代になっています。

30代女性・肩こり改善を求めるお客様の行動フロー



この一連の流れが、わずか5〜10分で完結しています。チラシや看板はこの流れにほとんど登場しません。お客様が選ぶプロセスの主戦場は確実にオンラインに移っており、あなたのお店の情報を「正しく・魅力的に」届けることが不可欠です。

ＡＩは「難しいツール」ではなく「頼れる相棒」

「自分には無理」は思い込みです

「AIって言われても、ハードルが高い」「パソコンも得意じゃないのに、無理でしょ」――そう感じているなら、まさにこのコースはあなたのためのものです。
ChatGPTに代表される生成AIは、**「日本語で話しかけるだけ」**で使えるツールです。プログラミングも英語も専門知識も一切必要ありません。

新人スタッフに頼む感覚でOK

「うちは駅前の整体院で、30代〜40代の肩こりに悩む女性がメインのお客様です。春のキャンペーンの告知文を考えて」と日本語で入力するだけで、数秒後にはキャンペーン告知文がパッと出てきます。これは新人スタッフに仕事をお願いするのとまったく同じ感覚です。

AIとの正しい付き合い方

ただし、AIは「完璧な回答を出す万能マシン」ではありません。どちらかというと、**「優秀だけど、あなたのお店のことはまだよく知らない新人スタッフ」**に近い存在です。最初はズレた回答が返ってくることもあります。

でも「もうちょっと親しみやすい感じにして」「ターゲットは40代の女性に絞って」と追加で伝えると、どんどん精度が上がっていきます。「一発で完璧を求める」のではなく、**「会話しながら一緒に作り上げていく」**イメージが大切です。

パソコンはメールしか使ったことがなかった飲食店オーナーが、講座翌日にChatGPTで告知文を作ってLINE配信した結果、その週の予約が**1.5倍**に増えました。

◇1－2

ＡＩで集客・販促活動はラクになる

「ゼロから考える」作業がなくなる

AIを使うことで一番ラクになるのは、「ゼロから考える」という作業です。「今月のInstagramの投稿、何を書こう」と30分スマホを眺めて1文字も書けない……多くのオーナーさんが毎週のように経験しているこの状況が劇的に変わります。

1

今まで

「何を書こう」とゼロから考える。不安になって修正を繰り返し、1時間以上かかることも。

2

AIを使うと

「髪のダメージに悩む30代女性向けのInstagram投稿を5つ考えて」と入力するだけで、10秒ほどで5つの案が出てくる。

3

あなたがやること

「選んで調整する」作業のみ。1時間かかっていた作業が**15分**で終わるようになります。

AIはあなたの仕事を「代行」するのではなく、「一緒にやってくれる」パートナーです。「うちのお店らしいか」を最終判断するのは、常にあなた自身です。

地域ビジネスでＡＩが活躍する「５つの場面」

AIを使うと集客がラクになることはご理解いただけたかと思います。では、具体的にどんな場面でAIが活躍するのか。地域ビジネスにおけるAI活用の代表的な「5つの場面」を整理しておきましょう。
この5つを先に知っておくことで、各章を学ぶときに「今、自分は5つのうちのどれを学んでいるのか」が明確になり、理解がぐっと深まります。



アイデア出し

キャンペーン企画、SNS投稿ネタ、ブログ記事テーマなど「何をやろうか」を考える場面。AIに相談すると10個でも20個でもアイデアを出してくれます。



文章作成

SNS投稿文、ブログ記事、キャンペーン告知、サービス紹介文など。「文章を書くのが苦手」という方に最も恩恵を感じやすい活用法です。



リサーチ

ターゲット客の悩み、競合の発信内容、季節のキーワードなど。情報を調べる作業もAIが手伝ってくれます。



改善提案

作成済みの文章や企画をAIに見せて「もっと良くするには？」と聞くと、具体的な改善案が返ってきます。優秀なコンサルタントが横にいる感覚です。



作業の効率化

SNS投稿カレンダー作成、口コミ返信テンプレート、ブログ見出し構成など、繰り返し発生する作業をAIで仕組み化してしまう方法です。

ＡＩを使いこなすために必要な「たった1つのコツ」

核心はここです

ＡＩへの伝え方で、
返ってくる答えの質が決まる

AIは魔法の箱ではなく、あなたが入力した言葉をもとに回答を作っています。

あいまいに聞けばあいまいな答えが、具体的に聞けば具体的な答えが返ってきます。

比べてみましょう

❌ **あいまいな伝え方：**
「キャンペーンを考えて」
→ どこにでも当てはまる一般的な内容が返ってくる。あまり使えません。

✅ **具体的な伝え方：**
「私は○○駅から徒歩3分のイタリアンレストランを経営しています。ランチタイムの集客が弱いのが悩みです。ターゲットは近隣に勤務する30代～40代の女性会社員です。ターゲットに合わせたランチキャンペーンのアイデアを5つ考えてください」
→ お店の状況にぴったり合った、すぐに使えそうな内容が返ってくる。

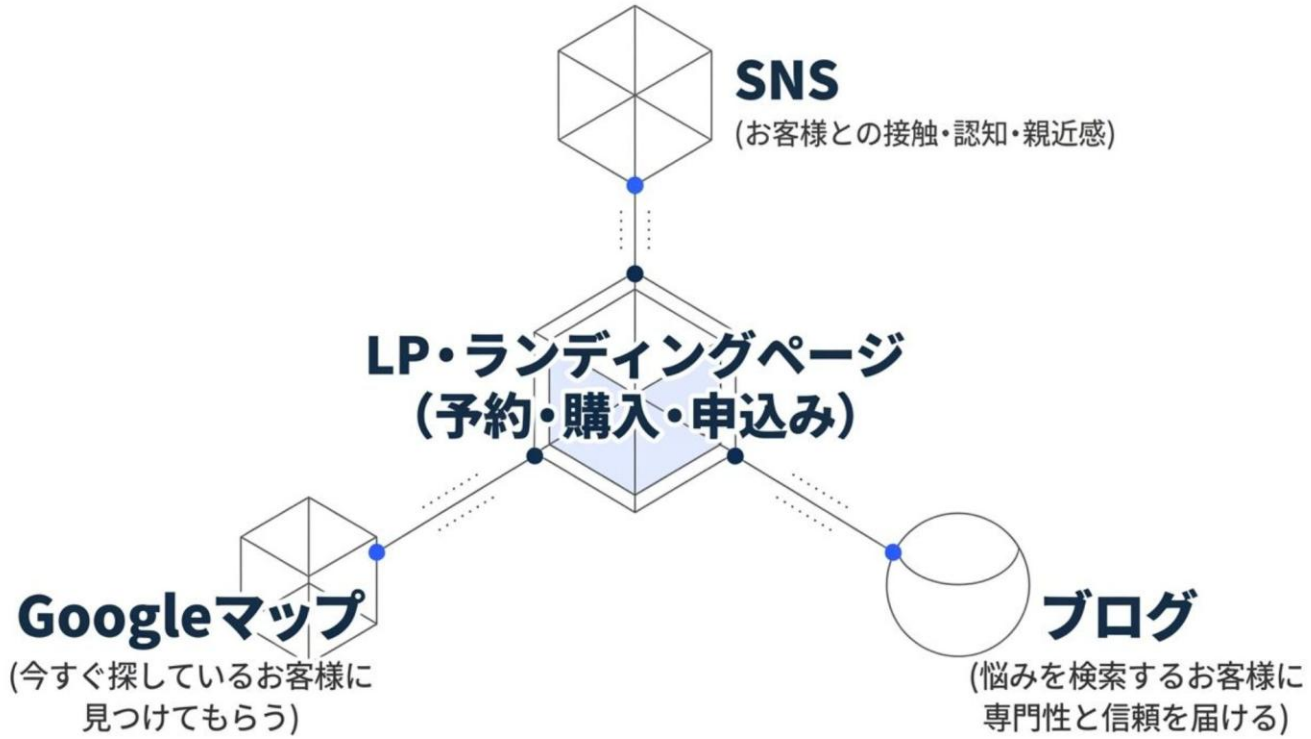
「プロンプト」という言葉は覚えなくてOK

大切なのは、**「誰に」「何を」「どうしたいか」を具体的に伝える**という意識だけ。新人スタッフに仕事をお願いするときと同じです。この講座では具体的な伝え方の例をたくさん紹介しますので、最初はマネするだけで大丈夫です。

◇1 – 3

地域ビジネスの集客導線を理解する

集客の仕組みは「入口」と「出口」で考える



地域ビジネスの集客の仕組みは、**「3つの入口」と「1つの出口」**で考えると、驚くほどシンプルに整理できます。

この考え方をしっかり押さえておくと、第2章以降の学びが「何のためにやっているのか」がクリアに見えるようになります。

入口で出会ったお客様を、出口の予約・申込みまでスムーズに案内する流れーーこれが「**集客導線**」です。入口がいくら立派でも、出口につながっていなければお客様は途中で迷子になってしまいます。



集客導線の「つながり」を意識するだけで成果が変わる

入口と出口が「つながっている」ことが何より重要です。多くのオーナーさんが入口と出口を「バラバラ」に考えてしまっているため、こんな悩みを抱えています。

失敗パターン①

「とりあえずInstagramを始めたけど、予約につながらない」→ プロフィールに予約ページへのリンクが貼られていなかった。リンクを1つ追加しただけで翌月から新規予約が入り始めた整体院の事例があります。

失敗パターン②

「Googleマップに登録しているけど、問い合わせが来ない」→ 店舗情報にウェブサイトのURLが入っていない。詳細情報を知りたいお客様がたどり着けない状態です。

失敗パターン③

「ブログを書いているけど、効果があるのか分からない」→ 記事の最後に予約への案内がない。「この先生に相談したい」と思った読者が行動できない状態です。

失敗パターン④

「キャンペーンの告知はしているのに、申込みが来ない」→ 申込み方法が書かれていない。一つひとつは小さなことですが、この小さな抜け漏れがお客様の行動をストップさせてしまいます。

入口をつくるだけで満足しない。出口までの道をしっかりつなげる。
このシンプルな意識を持つだけで、集客の成果は大きく変わります。

集客と販促の全体マップ

第1章の最後に、この講座で学ぶ集客と販促の仕組みの全体像を整理しておきましょう。この全体マップを頭に入れておくことで、各章の内容が「パズルのどのピースなのか」が一目で分かるようになります。



第1章から第8章まで、すべてがつながった1つの集客の仕組みを順番に組み立てていくのがこの講座の全体像です。今日の時点ですべてを覚える必要はありません。各章に進むたびに「全体マップのここをやっているんだな」と振り返っていただければ大丈夫です。

第1章のポイントを振り返る

なぜ今AIが必要か

お客様の行動がオンラインに移っているのに、集客のやり方が追いついていない「ズレ」が問題の根本。AIを使えば、大企業のような体制がなくても集客の差を縮められます。

AIは「相棒」

日本語で話しかけるだけで使える。「万能マシン」ではなく「新人スタッフ」感覚で、会話しながら一緒に作り上げていくのが正しい付き合い方です。

5つの活躍場面

アイデア出し・文章作成・リサーチ・改善提案・作業効率化。この5つすべてを各章で実践していきます。共通のコツは「具体的に伝える」こと。

集客導線の考え方

「3つの入口（SNS・Googleマップ・ブログ）」と「1つの出口（LP）」をつなげることが最重要。入口をつくるだけでなく、出口までの道をしっかりつなげましょう。

