

生成AIで、「選ばれる」観光事業者へ

2026年7月30日
NTTドコモビジネス株式会社



本日のゴール

本日お伝えする4つのポイントのうち、1つでも実践できそうなことを持ち帰っていただければ嬉しいです

1 発想の転換

「来てくれる」から「選ばれる」ために動く

2 お客様目線

カギは、旅行者目線
＜カスタマージャーニー＞

3 続ける力

生成AIを活用して無理なく続ける

4 今、動く

動かなければ他が選ばれる。始めるなら今

本日の前提①

あなたの「お店」は何ですか？本日は、「お店」＝「あなたの業態」と置き換えてお聞きください



飲食

居酒屋・カフェ・レストラン 等

商品＝メニュー

選ばれる＝来店・予約



宿泊

ホテル・旅館・民宿 等

商品＝プラン・客室

選ばれる＝予約



体験・観光施設

アクティビティ・レジャー・施設 等

商品＝体験・入場

選ばれる＝事前予約・来場



小売

土産物店・免税店・商業施設 等

商品＝商品

選ばれる＝立ち寄り・購入

本日の前提②

本日は、キッカケを得ていただく1日です



ほとんど無料

今日紹介するツールは、無料で試せるものばかり。お金をかけずに始められます



特別な機材は不要

いつもお使いのスマホやパソコンで簡単にできます



今日は1つでOK

全部やろうとしなくて大丈夫。「これならできそう」を1つ持ち帰れば十分です

「私にはできないのでは？」 「お金がかかるのでは？」 —そんな心配は、いりません。

本日はいくつかの生成AIサービスやツールをご紹介しますが、特定のサービスを推奨するものではありません。
あくまで活用事例の一例としてお聞きください

本日の流れ

1	講師紹介	P.6	3分
2	体感ワーク：スマホで生成AIに福岡旅行を質問	P.7	10分
3	「来てくれる」から「選ばれる」へ	P.12	5分
4	ツールの基礎理解	P.16	5分
5	Googleビジネスプロフィール：選ばれるきっかけづくり	P.20	15分
6	生成AI 用途で使い分け、一歩進んだ使い方の紹介	P.27	22分
7	知る Googleビジネスプロフィール インサイトで“見られ方”を確認	P.41	10分
8	本日のおさらい	P.44	3分-

講師紹介

NTTドコモビジネス株式会社 安藤 隆紘（あんどう たかひろ）

明治大学ラグビー部出身

2021年より観光庁と連携した観光DXの推進に従事。国土交通省・観光庁の補助金事業における事務局運営責任者として、地域経済活性化に向けた取組を推進。

2024年には観光庁が公表した「生成AI活用の手引き」の作成を支援。現在は全国各地の観光DX推進地域における伴走支援を担当し、データ活用や生成AI活用を通じた観光地域づくりを支援しています



観光DX



質問

**今から福岡に旅行をしようと考えたとき、
あなたはまず何をしますか？**

旅行者の「探し方」は多様化しています

いままで

WEB検索・SNS・地図・口コミで、
自分で調べて組み立てる

- ✓ 「福岡 観光 おすすめ」で検索し、上位を調べる
- ✓ SNS・口コミサイト・Googleマップを見比べる
- ✓ 移動手段・子連れOK・混雑など…条件は自分で吟味



新しい「探し方」

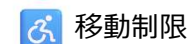
生成AIに、旅行の条件を丸ごと相談

- ✓ 「子連れで福岡1泊2日」など条件を丸ごと相談
- ✓ AIが旅程・候補を数秒でまとめて提案

+



家族旅行



移動制限



子連れ制約



駐車場・混雑

実際に旅行者目線を体験してください

自分のスマホやPCでお試してください



STEP 1

WEB等で検索してみる

「〇〇 △△ おすすめ」と検索



STEP 2

生成AIに相談してみる

「〇〇 △△ おすすめ」と相談

検索例

- 「〇〇」は自分のお店があるエリア
ex) 博多、天神、大名、西新など・・・
- 「△△」は自分のお店の業態
ex) 居酒屋、ホテル、文化体験など・・・

実際に旅行者目線を体験してください

自分のスマホやPCでお試ください

サンプルとして、早良区西新にある知人の居酒屋で検索。自身に関係のあるキーワードでお試ください

Q STEP1 : Googleで「西新 居酒屋 おすすめ」と検索



検索TOP



下にスクロール

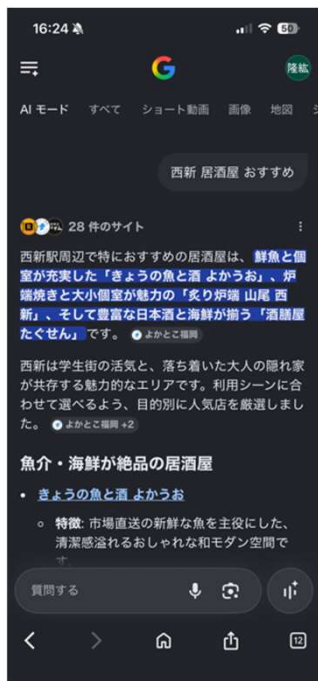
今までの探し方であるが、
決めきれずに悩んでしまうことも・・・

実際に旅行者目線を体験してください

自分のスマホやPCでお試ください

サンプルとして、早良区西新にある知人の居酒屋で検索。自身に関係のあるキーワードでお試ください

Q STEP2 : Gemini（無料）に「西新 居酒屋 おすすめ」と相談



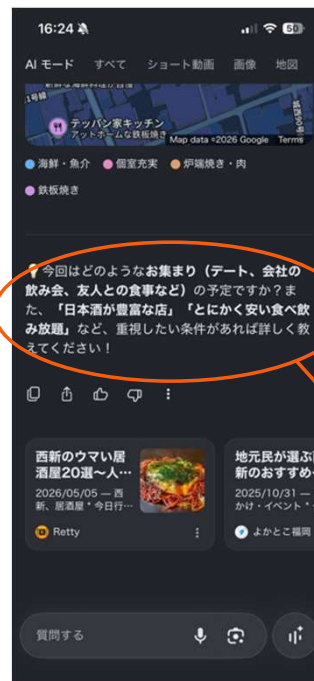
回答TOP



下にスクロール①



下にスクロール②



下にスクロール③

最適な候補を提案してくれ・・・
シチュエーションに応じた提案
もしてくれます

💡 今回はどのようなお集まり（デート、会社の飲み会、友人との食事など）の予定ですか？また、「日本酒が豊富な店」「とにかく安い食べ飲み放題」など、重視したい条件があれば詳しく教えてください！

質問

あなたの「お店」は候補にでてきましたか？

ポイント①

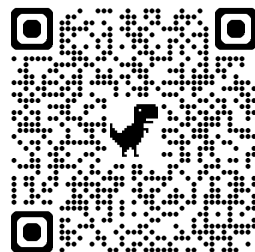
生成AIは、「お店」を紹介する際に、
Googleビジネスプロフィール※（以下、GBP）や公式サイトなどの
信頼できる情報を参考にします。

これからは、GBPを整えることはMEO対策だけでなく、“選ばれ
るための土台づくり”になっています。

GBP : Google検索やGoogleマップ上の店舗・企業情報を管理し、ローカル検索（MEO）や集客に活用するGoogleの無料ツール

（参考）Googleビジネスプロフィールのビジネス登録方法等については以下を参照願います

<https://www.welcome-fukuoka.or.jp/wp-content/uploads/2026/07/b102f1f9c0b5aa9583163a0f0f207184.pdf>



参考 SEO・MEO・GEO 3つの検索対策の違い

SEO

(いままでの検索)



ユーザーがキーワードを入力して検索する



検索エンジンがWeb上の情報を評価・順位づけ



検索結果にWebサイトの一覧が表示される



ユーザーがタイトルを見てサイトをクリック

MEO

(地図・ローカル検索)



「地域名+業種」などのキーワードで検索する



位置情報や口コミ・店舗情報を評価する



地図とともに店舗情報が上位に表示される



店舗を選び来店・予約・問い合わせにつながる

GEO

(AI検索)



キーワードではなく自然な質問で検索する



AIが学習データや信頼できる情報を参照



必要な情報をまとめた回答文が自動生成される



回答内に出典リンクとしてサイトが紹介される

発想の転換

いままで

- 来てくれるのを待つ
- 情報発信はできるときにやる

これから

- お客様から「選ばれる」ために情報を整える

キーワード



整える



続ける

本日は、
GBPをお客様視点で理解してもらい、
生成AIで無理なく回すコツをお伝えします

※検索方法や対策としては多くの手法がありますが、本セミナーでは無料のツールとして始めることができるGBPを中心に説明をしていきます。

整える_GBPの基礎理解

Googleマップにお店が出ていないのは、
今の時代シャッターを閉めたまま営業しているのと同じ

- ✓ 飲食店を選ぶ際に約95%の人が口コミを参考にするという結果が出ています

出典：株式会社mov 調査（飲食店を選ぶ際の口コミ参照に関する調査）

- ✓ 平均評価は4.2～4.8のゾーンが望ましく、評価が高いほど予約・来店などの行動につながりやすいとされています

出典：BrightLocal「State of Local SEO Industry Report」（海外調査）

GBPでやるべきこと

整える：基本情報・地図・写真・投稿

1. デジタル看板＝第2の公式HPとして電話・予約・経路を正しく登録
2. 写真の充実
 - ・小売＝商品・店内
 - ・体験＝体験風景
 - ・飲食＝料理・メニュー
3. 正確な営業時間・多言語の基本情報は必須

選ばれる：投稿・口コミ・予約導線

1. 口コミ返信を徹底
口コミ4ステップ
①お礼②内容に触れる③改善・対応④再来訪の促し
2. 期待と実体験のミスマッチによる低評価を防ぐ
3. 予約・問い合わせ・経路への導線を取りこぼしを防ぐ

続ける_生成AIの理解①

GBPを整えても“発信し続ける・返し続ける”のが大変。そこを生成AIが肩代わり

GBPを整えたほうがよいのは理解している、
でも内容を考える暇・アイデアがないのでやめてしまう・・・

続けるのが一番大変

1. 写真や情報の更新が、つい後回しになる
2. 口コミへの返信を、毎回考えるのがしんどい
3. 英語・韓国語の対応まで手が回らない
4. 少ない人手で、発信まで続かない

その手間を生成AIが助けます

つくる：
紹介文・投稿文・多言語メニューの下書きを数秒で
こたえる：
口コミ返信・問い合わせの下書きを内製化
まとめる：
議事録・日報など事務作業も時短

→ 空いた時間を、接客や体験づくりへ回せる

続ける_生成AIの理解②

生成AIを活用するときの3つの注意点

-利便性を享受して、危うさはコントロールしましょう！-

1

個人情報・機密はいれない

- ✓ 個人情報・機密は入力しない
(名前・カード番号など)
- ✓ 著作権・肖像権・商標に配慮する
(実在の人物・キャラクターに注意)

2

AIは間違えることもある

- ✓ 誤り=ハルシネーションあり。
事実は必ず自分で確認

3

最後は人の判断

- ✓ AIは壁打ち相手。
- ✓ 掲載前のチェックは必ず人が実施

次より今すぐに取り組んで欲しいことをご紹介します

今すぐはじめるべきこと①

Googleビジネスプロフィールのお店表記の多言語化

GBP_お店の表記を多言語化に変更①

お店がインバウンド観光客から見つけてもらう準備はできていますか？

Googleマップを“韓国語”に切り替えて、韓国から訪れるお客様の疑似体験として「니시진 이자카야 맛집 (西新 居酒屋 おススメ)」と検索



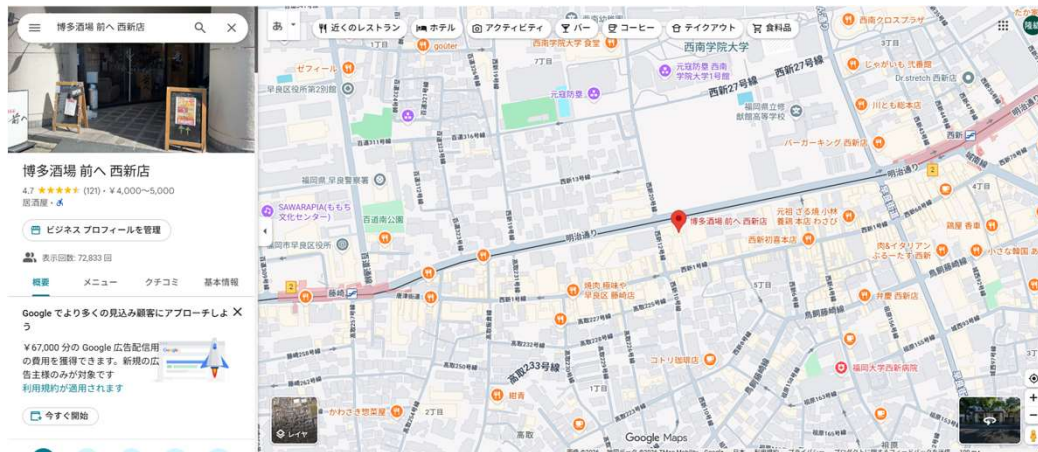
残念ながら・・・知人のお店はお店の位置さえ確認できません。。

GBP_お店の表記を多言語化に変更②

Googleマップの店名を韓国語で表示できるように設定しましょう

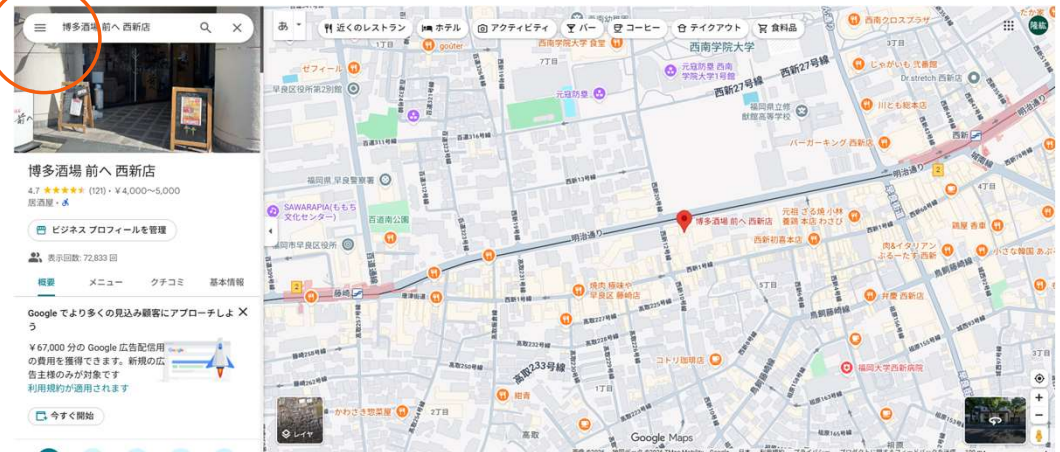
※スマホでも対応可能ですが操作性が複雑なのでPC画面で説明します。是非PCで変更願います。

STEP①



googleマップでお店を検索します

STEP②



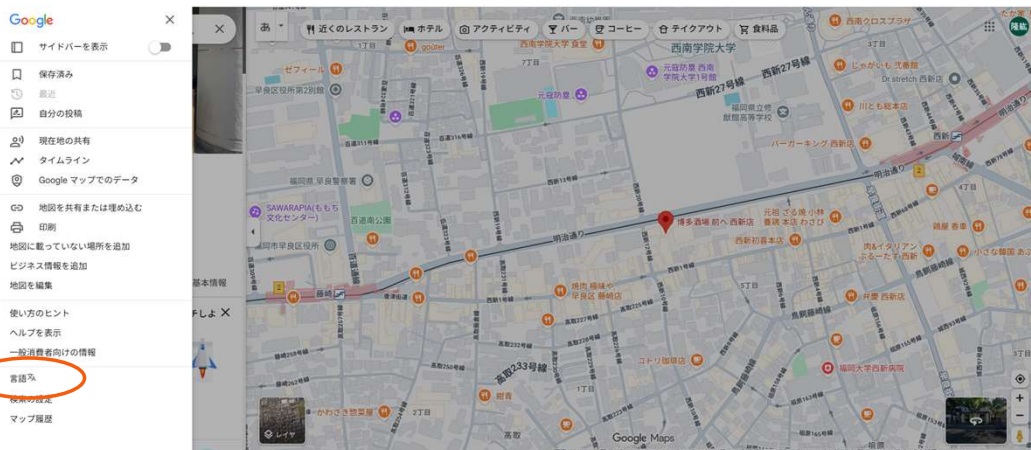
「三本線」をクリックします

GBP_お店の表記を多言語化に変更③

Googleマップの店名を韓国語で表示できるように設定しましょう

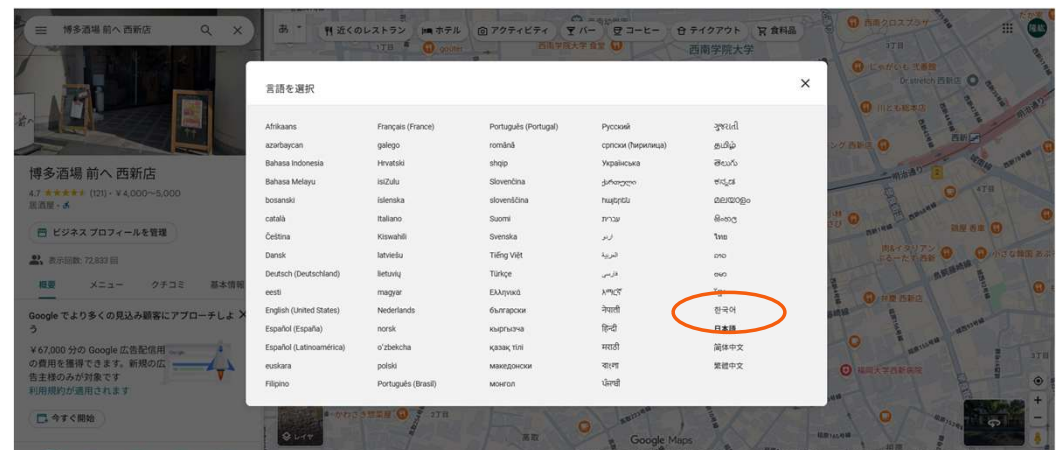
※スマホでも対応可能ですが操作性が複雑なのでPC画面で説明します。可能ならばPCで変更願います。

STEP③



「言語」をクリックします

STEP④



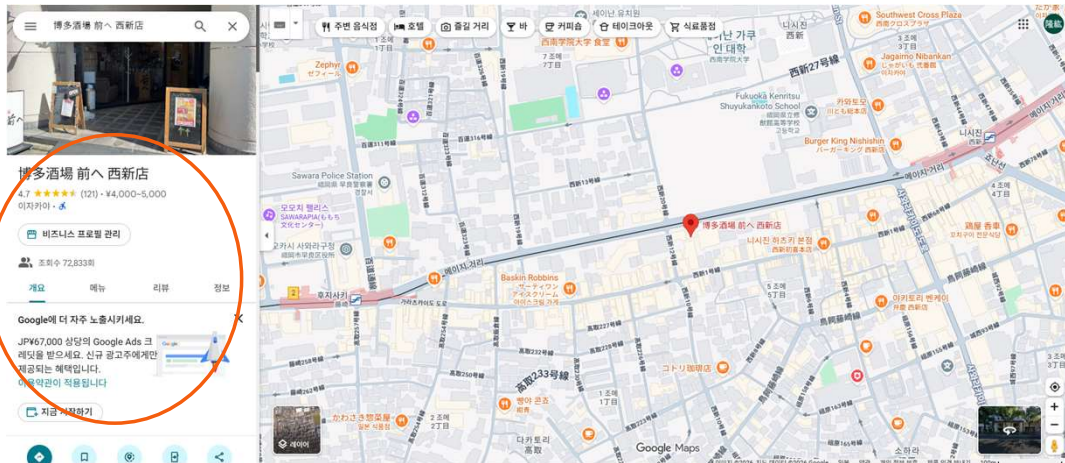
「한국어（韓国語）」をクリックします

GBP_お店の表記を多言語化に変更④

Googleマップの店名を韓国語で表示できるように設定しましょう

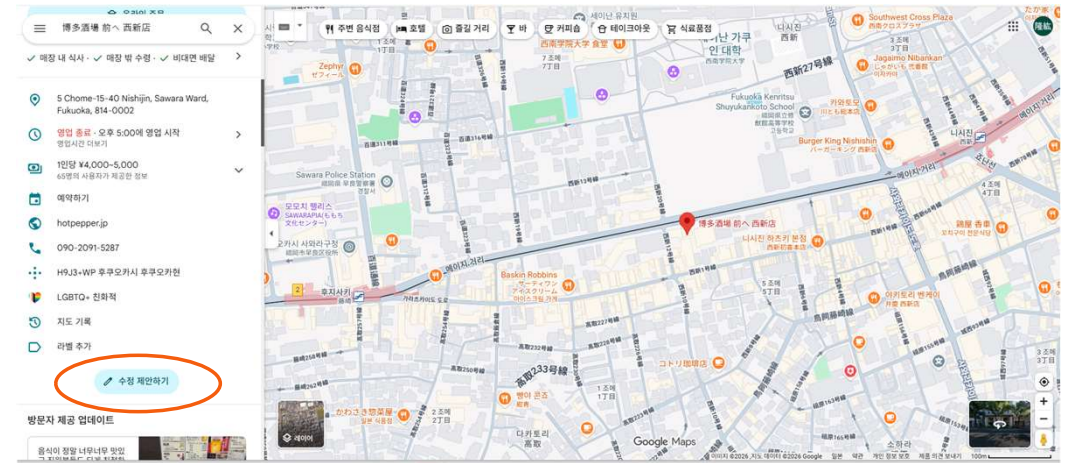
※スマホでも対応可能ですが操作性が複雑なのでPC画面で説明します。可能ならばPCで変更願います。

STEP⑤



店名以外が韓国語に自動翻訳されています

STEP⑥



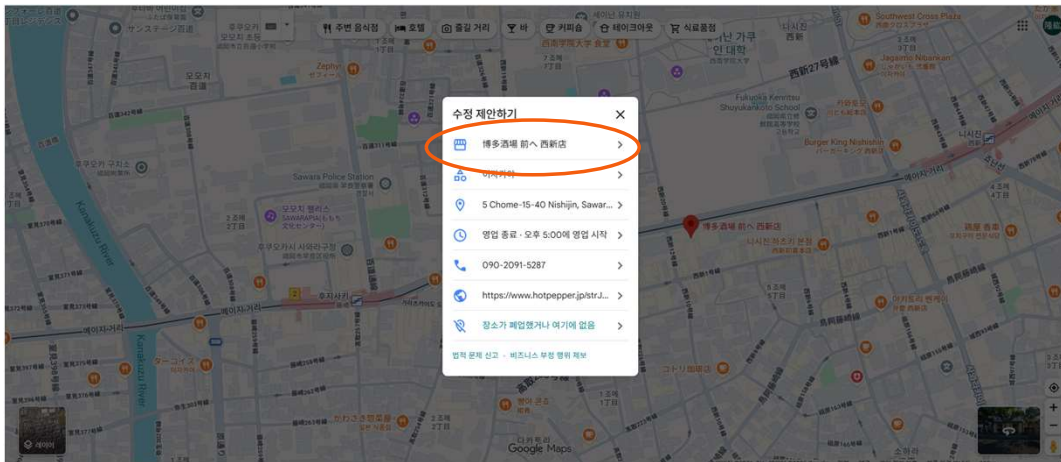
「수정 제안하기 (情報の修正を提案)」
をクリックします

GBP_お店の表記を多言語化に変更⑤

Googleマップの店名を韓国語で表示できるように設定しましょう

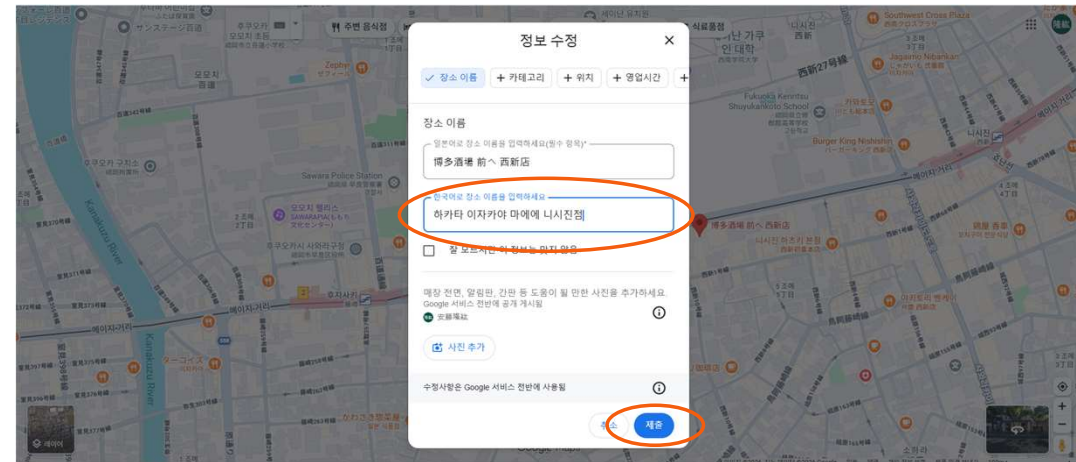
※スマホでも対応可能ですが操作性が複雑なのでPC画面で説明します。可能ならばPCで変更願います。

STEP⑦



店名表記右にある「> (矢印)」をクリックします

STEP⑧



赤丸に韓国語名「하카타 이자카야 마에에 니시진점
(博多居酒屋 前へ西新店)」と記載し、
右下の「제출 (送信)」をクリックします
表示名についても生成AIに相談し翻訳可能

GBP_お店の表記を多言語化に変更⑥

Googleマップの店名を韓国語で表示できるように設定しましょう

※スマホでも対応可能ですが操作性が複雑なのでPC画面で説明します。可能ならばPCで変更願います。

STEP⑨

店名表記は即時
(30分以内)
反映されました

地図上表記は数日後
反映されました

Googleに承認され次第反映します
<同様の手順で他の言語も設定してください！>

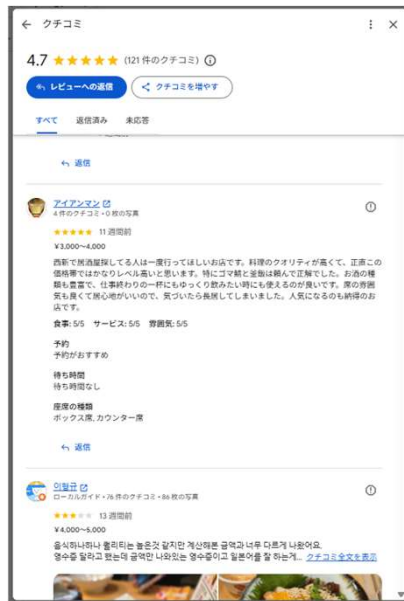
今すぐはじめるべきこと②

Googleビジネスプロフィールの口コミ返信案を丸投げ作成

GBP_口コミ返信を生成AIに考えてもらう①

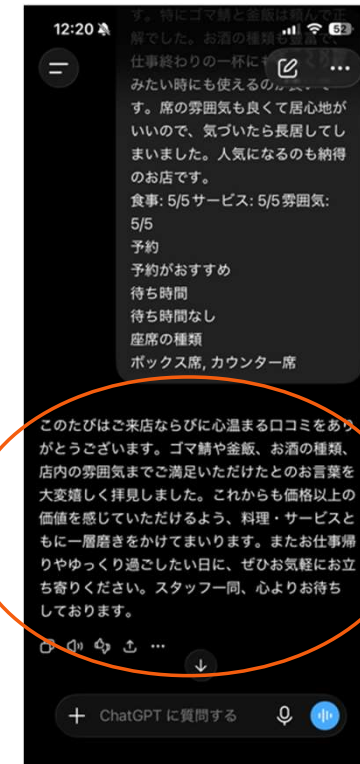
Googleマップの口コミ返信を生成AIに考えてもらいましょう

STEP①



お店に来ている口コミを確認

STEP②



スマホアプリのChatGPT（無料）で作成
※相談（プロンプト例）は次頁

GBP_口コミ返信を生成AIに考えてもらう②

受け取った口コミ

西新で居酒屋探してる人は一度行ってほしいお店です。料理のクオリティが高く、正直この価格帯ではかなりレベル高いと思います。特にゴマ鯖と釜飯は頼んで正解でした。お酒の種類も豊富で、仕事終わりの一杯にもゆっくり飲みたい時にも使えるのが良いです。席の雰囲気も良くて居心地がいいので、気づいたら長居してしまいました。人気になるのも納得のお店です。

食事: 5/5 サービス: 5/5 雰囲気: 5/5
予約: 予約がおすすめ
待ち時間: 待ち時間なし
座席の種類: ボックス席, カウンター席

相談（プロンプト例）

あなたは福岡の西新にある居酒屋「前へ」のオーナーです。Googleの口コミに以下が届いてますが、返信案を考えてください。

①お礼②内容に触れる③改善・対応④再来訪を促す、の4ステップで150文字程度をお願いします。

#

（上記の受け取った口コミ）

1回文章を作成すれば次からは“受け取った口コミ”だけ変えればOK

スマホアプリのChatGPT（無料）の返信案

このたびはご来店ならびに心温まる口コミをありがとうございます。
ゴマ鯖や釜飯、お酒の種類、店内の雰囲気までご満足いただけたとのこと言葉を大変嬉しく拝見しました。
これからも価格以上の価値を感じていただけるよう、料理・サービスともに一層磨きをかけてまいります。またお仕事帰りやゆっくり過ごしたい日に、ぜひお気軽にお立ち寄りください。
スタッフ一同、心よりお待ちしております。

4ステップを指示すれば一定品質の返信に

- ① お礼を伝える
- ② 指摘内容に触れる
- ③ 改善・対応を示す
- ④ 再来訪を促す

※返信前に必ず内容チェックをお願いします

外国語の口コミでも、まずは日本語で返信して大丈夫です。
Googleの翻訳機能により内容が伝わる場合もあるため、まずは返信する習慣をつけましょう。慣れてきたら、生成AIを活用して相手の言語に翻訳した返信にも挑戦してみてください

今すぐはじめるべきこと③

Grokを活用してトレンド分析しながらSNS投稿文章を丸投げ

こんな悩みありませんか？

SNS投稿をしたほうがいいと理解しているがネタがない・・・

SNS投稿文章の作成案①



この2枚の写真から
Instagram用の投稿文とハッシュタグ
を複数パターン作成します

生成AIは、
Grok（グロック）（無料）を活用

Grok（グロック）：
X（旧Twitter）を運営するxAI社が開発した生成
AIであり、最大の強みは、X上のリアルタイムな
データやトレンドに直接アクセスできる点です。

<https://grok.com/>

SNS投稿文章の作成案②



相談（プロンプト例）

私は福岡西新の居酒屋「前へ」のオーナーですが福岡に訪れた方のXのトレンドを分析し、添付する写真をもとにinstagram用の投稿文とハッシュタグ5個を複数パターン作ってください。

実際の画面をお見せします

SNS投稿文章の作成案③

トレンド分析結果

Instagram投稿文の複数パターンを作成しました。

福岡のX (Twitter) トレンドを分析したところ、福岡訪問者（特に観光・グルメ目的）はもつ鍋・新鮮海鮮・釜飯・コスバの良い居酒屋・西新エリアの隠れ家のお店を強く検索・共有しています。地元民・観光客ともに「博多らしい鍋」「鮮魚のクオリティ」「コースで満足」「二次会・宴会向き」というキーワードが目立ち、写真映える盛り付けや「活」の新鮮さが好評です。

添付の2枚の写真（活ゴマ鯖の美しい盛り付けともつ鍋コースの豪華ラインナップ）を活かし、食欲をそそる・福岡らしさ・来店呼び込みを意識したキャプションを3パターン用意しました。各々にハッシュタグ5個を付けています。

投稿案③

パターン3: 親しみやすく・リピート呼び込み

投稿文:

「こんにちは！西新の居酒屋『前へ』です👋

今日のおすすめはこちら🍱

プリプリの活ゴマ鯖にたっぷりごまダレとネギ、最高の組み合わせ！

そして自慢のもつ鍋コースは野菜たっぷりで優しい味わい～

地元民も観光の方も大歓迎！

日本酒も充実してるので、ぜひ気軽にお越しください🍷

#前へで福岡満喫

ハッシュタグ:

#西新 #博多酒場前へ #ゴマ鯖 #福岡もつ鍋 #釜飯

投稿案①

パターン1: 食欲直撃・ビジュアル重視（ストーリー性高め）

投稿文:

「福岡・西新にきたら絶対寄ってほしい🍴🔥

活ゴマ鯖の新鮮な旨味がごま醤油ダレに絡んでたまらない…！

そして看板のもつ鍋コースはボリューム満点で最後まで幸せ🍲

旬の魚と博多もつ鍋を一度に味わえる『前へ』で、福岡の味を満喫しませんか？

西新駅から徒歩5分、アットホームな空間でお待ちしてます🍷」

ハッシュタグ:

#福岡グルメ #西新居酒屋 #もつ鍋 #活ゴマ鯖 #前へ西新

投稿案②

パターン2: 観光客向け・おすすめコース強調

投稿文:

「福岡旅行の夜はここで決まり！

西新の『前へ』で【もつ鍋コース】をどうぞ🍲

前菜から活ゴマ鯖の華やかな一皿、締めめの釜飯まで大満足のボリューム🔥

新鮮魚介と博多の定番を心ゆくまで。

観光の締めくくりや友達との飲み会にぴったりです！

予約お待ちしております🍷」

ハッシュタグ:

#福岡旅行 #もつ鍋コース #西新グルメ #海鮮居酒屋 #福岡おすすめ

補足アドバイス

補足アドバイス

- 写真の使い方: 1枚目は活ゴマ鯖のクローズアップ、2枚目はコース全体のテーブルショットでカルーセル投稿が効果的。
- トレンド対策: 「活」「新鮮」「コース」「西新」を自然に入れると検索されやすいです。
- 投稿タイミング: タタ〜夜（16〜19時）が福岡グルメ投稿の反応が良い傾向。
- 必要に応じて店名ロゴや地図、予約導線（Instagramのリンクなど）を追加してください。

他に調整したいトーン（もっとカジュアル・高級感・英語併記など）や追加パターンが必要でしたらお知らせください！ 集客頑張ってください🔥

📷 🍷 🍴 🍲 🍱 28 sources



他にもこんなことに使えます

AI活用マップ

AI活用マップ

● 集客・発信

- SNS投稿・キャッチコピー量産
- 1ヶ月分の投稿ネタ出し
- リール／ショート動画の台本

● 接客・多言語

- 口コミへの多言語返信
- メニュー・商品案内・館内案内等の多言語化
- 問い合わせメールの下書き

● 業務効率化

- マニュアル・教育資料づくり
- 補助金申請書の下書き
- 会議録音の要約

● 分析・企画

- 競合・エリア分析
- お客様ペルソナ設計
- 新メニュー・新プランの壁打ち

気軽に始められるので、まず“はじめて”みましょう！

他にもこんなことに使えます

宿泊施設での生成AI活用事例

宿泊施設での生成AI活用事例

出典：観光庁「宿泊施設のためのIT活用事例集」 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001995115.pdf>

事例集に見る“生成AIの実例”

- ① 返信・文書を内製化
城崎温泉 但馬屋の例：P16～
口コミ・メール・クレーム対応・雑誌用文章を作成 → 外注費減・文章工数の削減効果
- ② プラン造成の“壁打ち”
魚と貝のうまい宿 玉川の例：P8～
人流データを読ませ施策を相談、メニュー改善案のアイデア出しも
- ③ 資料・チラシ・画像
ホテルフォーシーズン徳島の例：P41～
議事録・チラシ・画像加工を代替 → 月額数千円で“圧倒的に安い”
- ④ 社員教育・多言語の事務
熱海聚楽ホテルの例：P49～
評価シートの英訳、動画マニュアルづくりを生成AIで補助

宿泊施設のためのIT活用事例集

観光庁 令和7年度 宿泊業におけるIT活用を通じた生産性向上・経営高度化の実態把握に係る調査事業

令和8年3月

施設の紹介とIT活用にあたっての悩み・思い
伊良湖温泉 魚と貝のうまい宿 玉川 (愛知県 渥美)

施設情報 客室数 16室 従業員数 20人 創業 1918年

宿泊施設の歴史・歴史

「魚と貝のうまい宿 玉川」は、愛知県渥美町の渥美半島に位置する大正7年（1918年）創業の老舗宿泊施設です。もともと郷土料理として開業し、以来100年以上にわたる地元の食文化を伝承し、料理を提供し続けてきました。客室数は20室から増え、併設する食事処「魚と貝のうまい宿 玉川」でも地元産・観光客に料理を提供し、三河湾と太平洋の両方から採れる魚介、とりわけ新鮮な地産品を使った料理が得意で、創業当時より継ぎ足してきた伝統の料理を継ぎ足す名物として知られています。2022年（令和4年）には伊良湖温泉観光協会が、大浴場、露天風呂に加え、温泉半島で唯一、半島の麓に温泉施設「伊良湖温泉」をオープンし、新たな魅力を加えています。

インバウンド客の来宿（代表取締役 石井さん）

石井さんは、もともと大正スループン系列の大規模宿泊施設で料理部門に携わっていました。2004年に創業である玉川に参り、経営部門に参り、2019年に、先代（父）が定年退職したことに伴い、代表を引き継ぎました。大規模宿泊施設で培った料理の技術と経営理念を活かし、ビジネス客中心だった客層を観光客へシフトさせるとともに、ウェブサイトリニューアルやブログ、SNS活用等、ITを活用した業務の効率化に取り組んでいます。

IT活用による生産性向上・経営高度化の実態把握に係る調査事業

施設の紹介とIT活用にあたっての悩み・思い

施設のストーリーや強みの発信が十分にできていない。

1. マジックアワーや日替りメニューなど、伊良湖温泉の中でも、伊良湖町ではなく渥美半島にある玉川としての強みや差別化要素を伝えたい。

2. 施設の一角である地元の食文化を十分に伝えたい。2022年にオープンした「魚と貝のうまい宿 玉川」でも地元産・観光客に料理を提供し、三河湾と太平洋の両方から採れる魚介、とりわけ新鮮な地産品を使った料理が得意で、創業当時より継ぎ足してきた伝統の料理を継ぎ足す名物として知られています。

3. 近隣の観光客のニーズ・業務関係者を中心に、ビジネス客が宿泊の場だったが、時代の流れとともにその需要が減少した。客層の拡大のために、観光客向けへのサービス・メニュー開発が必要となった。さらに時代が進む中で、自らに馴染みのないSNS等での情報伝達の働きを知り、若者に合わせた認知度の向上に課題を感じていた。

価格設定はどのようにして設定すればよいのか悩んでいる。

4. 食材費や人件費の上昇もあるため、単価を上げざるを得ない状況であったが、リピーターが減少する中、時期によって価格に差があるダイニングメニューの導入は難しいと考える。値上げを行った結果、実際に宿泊客が減少する事態も発生しており、何を基準として価格設定をすればよいのか悩んでいる。

生まれ育った地域に貢献したい。

5. 自社だけでなく、生まれ育った田原市に貢献したいという思いがあった。DMOによる観光人気調査の結果、田原市は日帰り観光が多い結果、観光客の滞在時間が増える。観光客の滞在時間が増えることで、地域としての強みである地産地消や地域の食文化（大あさり・みかん・ゆづり、八丁味噌を使った料理等）へも貢献したいと考えている。

良い実例ですので是非参考にしてください

ポイント

生成AIの使い分けについて

生成AIの使い分けについて

「ChatGPT = 生成AI」ではない。

➡無料版でも用途に応じて色々なツールを使い分けすることで十分戦えます

文章・相談（汎用チャット）



下書き・翻訳・要約・壁打ちの基本形。開発元はOpenAI／Anthropic／Google。長文整理はClaude、検索連携はGeminiが得意

画像・デザイン



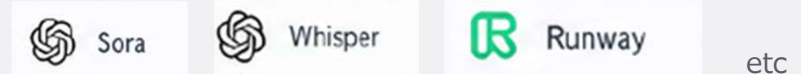
画像生成や、チラシ・POP・SNS投稿画像のたたき台を作ることが得意

リサーチ・SNS分析



Perplexityは最新情報の検索、X内蔵のGrokはX上の口コミ・話題の分析に強い

動画・音声



動画生成AIをPR動画の素材づくりに、文字起こし・議事録AIを会議・接客記録の自動要約に

分析（GBPでの分析）

GBPへの流入ルートを確認したことはありますか？

流入語句Top100



検索内容	検索回数
1. 居酒屋	7,010
2. 西新 居酒屋	6,090
3. レストラン	5,371
4. ラーメン	1,891
5. ランチ	1,851
6. 西新居酒屋	1,601
7. 西新 居酒屋	1,436
8. 西新 ランチ	1,420
9. 西新 ラーメン	1,123
10. 西新 昼飲み	965
11. 西新 ご飯	726
12. 福岡県福岡市早良区西新5丁目15-40 博多酒場 前へ 西新店	582
13. 西新ランチ	522
14. 西新ご飯	409
15. 博多酒場 前へ 西新店	402
16. restaurants	391
17. ディナー	367

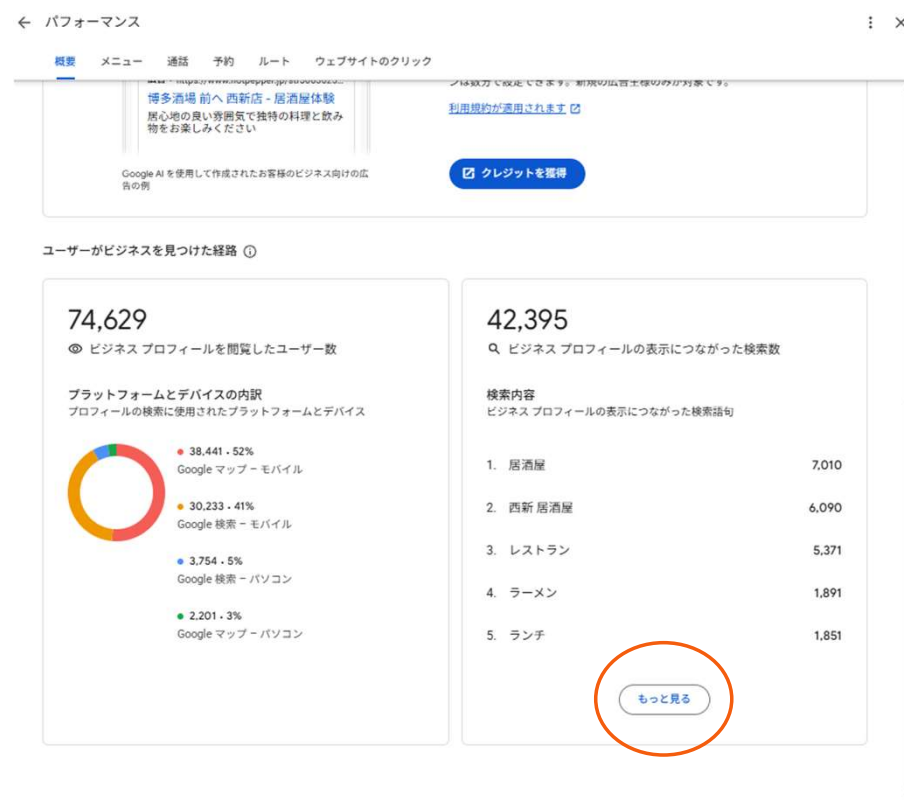
Googleビジネスプロフィールの
表示につながった検索語句Top100

辿り着きかた

STEP①



STEP②



本日のゴールのおさらい

本日のゴールのおさらい

1つでも実践できそうなことがあったならば嬉しいです

1 発想の転換

「選ばれる」ために動けますか？

2 お客様目線

お客様にどう見られているかわかりましたか？

3 続ける力

生成AIは便利なツールです。
是非、活用を続けてください

4 今、動く

くどいですが・・・始めるなら今です

ご清聴ありがとうございました！！！！