AI時代のホームページ集客 実践チェックリスト＆質問テンプレート

費用は一切かかりません。ご自宅のパソコンやスマートフォンから、できるところから順番に進めてみてください。
Web上のPDFファイルからご覧になっている方は、枠内の質問文をそのままコピー＆ペーストしてAI（ChatGPT、Gemini、Claudeなど）に質問していただけます。

事前準備：AIに質問する前の「2つの鉄則」

AIに自社やお店の状況をテストする際は、以下の2点を守ると正確な現在地がわかります。

1. 「シークレットモード（プライベートブラウズ）」や「一時チャット」を使う
   普段使っているAIの画面でそのまま聞くと、あなたの過去の相談履歴を記憶しているため、忖度（そんたく）して良い回答を出してしまうことがあります。まっさらな状態でテストしましょう。
2. 同じ質問を「3回」繰り返して傾向を見る
   AIの回答は確率で毎回少しずつ変わります。1回出てきたからと安心せず、3回質問して3回とも安定して正しく表示されるかを確認しましょう。

ステップ①（基礎固め）：自社のことをAIに正確に知ってもらう

まずは「指名検索（店名・社名での検索）」のチェックです。AIに自社の存在が正しく認識されているか、別地域の同名他社と混同されていないかを確認し、情報の基準を統一します。

1.【AIへの質問テンプレート】自社の認識チェック

▼ 質問①：自社のことを正しく知っているか聞く

（地域名：青梅市・奥多摩町など）にある「（自社名・屋号）」について、知っていることを教えてください。所在地、営業時間、主な事業内容（またはメニュー・取扱商品）も含めて教えてください。

- □ 正確な情報が出てきた（→ ステップ②へ進んでOKです！）
- □ 出てきたが、営業時間・住所・サービス内容などに間違いがあった
- □ 他の地域にある「同じ名前の別のお店・会社」の情報が出てきた
- □ 「情報がありません」「実在が確認できません」と言われた

▼ 質問②：間違っていた・出てこなかった場合に「原因と対策」を聞く

実は私は（地域名）の「（自社名・屋号）」の運営者です。
先ほどの回答で私の会社（お店）が正しく表示されなかった理由は何でしょうか？
他の同名他社と区別し、（地域名）の（業種・サービス内容）としてAIに正確に認識してもらうためには、公式ホームページやWeb上にどのような情報を載せればよいか具体的に教えてください。

2.「正しい基本情報」を1つに決め、サイト内の食い違いをなくす

AIは少しの表記の違い（「株式会社」の位置、カッコやハイフンの有無、営業時間のズレなど）でも「別のお店かもしれない」「情報が不正確だ」と迷ってしまいます。まず基準となる表記を1つ決めましょう。

項目	統一する正式な表記（ここに書き出して基準にしましょう）
社名・店名（正式表記）	（例：株式会社〇〇 / 〇〇（マルマル）など記号・スペースまで統一）
郵便番号・住所	〒　　-
電話番号・営業時間	TEL：　　／ 営業時間：　　（定休日：　）
公式ホームページ**URL**	https://　　（※「www」の有無まで正確に統一）
代表者名・保有資格等	代表：　　／ 資格・許認可：

【自社ホームページ内の見直しチェック】

- □ 営業時間・定休日が、トップページ、店舗・会社概要、お問い合わせページなど全ページで一致しているか（古い情報が残っていないか）
- □ 住所・郵便番号・電話番号が、全ページで一致しているか
- □「会社概要（店舗情報）」のページがあり、代表者名・所在地・事業内容が1か所に明確にまとまっているか
- □ SNS（XやInstagram等）の予約サイトだけでなく、情報の拠点となる自社ホームページに基本情報がすべて網羅されているか

ステップ②（集客拡大）：お客様に見つけてもらう（関連検索・個

別ページ化）

基礎が固まったら、次はお客様が調べるキーワード（「地域＋業種」「具体的な悩み・用途」）でAIに自社を推薦してもらうためのステップです。

1.【AIへの質問テンプレート】関連検索での推薦チェックと改善ヒアリング

▼ 質問③：お客様が探すキーワードで自社が出てくるか聞く

（青梅市・奥多摩など）でおすすめの（業種・サービス名・商品名）を教えてください。

※例：「青梅市でおすすめの社会保険労務士」「青梅市で着付けができる美容室」「青梅市で精密板金・切削加工を頼める会社」「青梅市で母の日のプレゼントが買えるお店」など、実際に来てほしいお客様の目線で質問します。
▼ 質問④：【最重要】選ばれなかった理由と改善策を**AI**に直接聞く
もし質問③で自社が出てこなかった（または順位が低かった）場合は、続けてそのままこう質問します。

実は私は（地域名）で活動している「（自社名・屋号）」なのですが、先ほどの回答で私たちがおすすめされなかった理由は何ですか？
また、「（狙いたいキーワード）」を探している人に対して、AIが自信を持って私たちを優先的におすすめできるようにするには、ホームページにどのようなページや情報を追加・改善すればよいでしょうか？

▼ 質問⑤：自社の「隠れた強み」や「新しいターゲット層」を**AI**に提案してもらう

私たちのホームページ（URLを入力）を見て、どのような悩みや目的を持ったお客様におすすめできるか分析してください。
また、私たちがまだ十分にアピールしきれていない「隠れた強み」や、新しく狙えそうな「ターゲット層・用途（イベントやギフト、特定の専門ニーズなど）」があればアイデアを出してください。

2. 強みやサービスを「個別ページ」にするチェックリスト

AI時代の集客では、遠回しなブログ記事を毎日量産するよりも、「自社が提供できる具体的な価値」を**1**つずつ専用のページに分けてあげることが最も効果的です。

- □ 主力サービスや隠れた人気メニューが「一覧表の**1**行」だけで終わっていないか？
  （例：美容室のメニュー表に「着付け」と1行書くだけでなく、「青梅市・〇〇駅での着付け対応について」という専用の1ページを作る）
- □ **BtoB**や製造・建設業などの場合、「何でもできます」で終わっていないか？
  （例：「自動車部品加工」「各種デザイン」と広く書くだけでなく、特に得意な材質・加工技術・対応ロット・製品ジャンルごとにページを細分化する）

- □ 季節のイベントや特定の用途（ギフト・法人向けなど）の特設ページがあるか？
  （例：普段の商品紹介とは別に、「父の日・母の日の贈り物・手土産に」「法事・お祝い事のお食事に」など、お客様の「買う目的」に合わせたページを作る）

ステップ③（信頼獲得）：情報の「裏付け」と地域ネットワークの活用

AIは「自分のサイトで勝手に言っているだけ」の情報を警戒し、第三者や公的機関からの裏付け（言及・リンク）を重視します。商工会議所や観光協会などのネットワークをフル活用しましょう。

外部サイト・地域ネットワークの掲載確認表

思い当たる掲載先をすべて開き、ステップ①で決めた「正しい基本情報」と一字一句合っているか（表記揺れがないか）、そして自社ホームページへのリンクが正しく貼られているかを確認しましょう。

掲載先（外部サイト・公的機関など）	屋号・社名	住所・電話	HPのURL	紹介文の内容
青梅商工会議所（会員紹介ページ等）	□	□	□	□
観光協会（奥多摩観光協会・青梅市観光協会等）	□	□	□	□
所属している協同組合・業界団体・商店会	□	□	□	□
Googleビジネスプロフィール（**Google**マップ）	□	□	□	□
ポータルサイト・予約サイト・**SNS**プロフィール	□	□	□	□

- □ 外部サイトと自社サイトの「相互リンク（往復）」があるか
  SNSや外部プロフィールに自社サイトのURLを載せるだけでなく、自社サイト側にも「青梅商工

会議所会員」「〇〇組合所属」と記載し、SNSへのリンクも貼っておくと信頼性が高まります。

- □ 会報誌や地域メディア・イベントでの紹介実績を自社サイトでも発信しているか
  商工会議所の会報や地域のニュースなどで紹介された際は、自社サイトのお知らせ欄にも掲載しておくと、AIが実績として結びつけやすくなります。

【少し上級編】機械の目で自社サイトをチェックする（構造化データ）

余裕がある方は、ホームページの裏側の設定（構造化データ）に誤字や古い情報が残っていないか、Googleの無料ツールで確認してみましょう。

- チェック方法： Googleで「リッチリザルト テスト」と検索し、自社ホームページのURLを入力して「URLをテスト」をクリックします。
- □ 検出されたデータの中の「社名・店名」「住所」「電話番号」に誤字や昔の名称が残っていないか確認する（もし間違っていたら、ホームページの管理担当者や制作会社に修正を依頼しましょう）。