

飲食店オーナーのための集客ノウハウ

食べログ・ぐるなび・ ホットペッパーに 振り回されない。 独自の集客網の作り方

掲載料に主導権を握られる集客から、
「自分の言葉」でお客様を呼ぶ集客へ。
今日から始められる、7つのステップ。

＼ 無料ノウハウ ／

独自の集客網の作り方 7ステップ

なぜ、いま「独自の集客網」なのか

ポータルサイトは、たしかに便利です。けれど、掲載料は上がり続け、順位も評価も“他人”が決める。この構造のままでは、いつまでも集客の主導権を持てません。

この7ステップは、ポータルを否定するものではありません。ポータルに“頼りきらなくても回る”状態を、少しずつ作っていくための地図です。一気に変える必要はありません。まずはStep 1から、順番に進めてみてください。

STEP

1

まず「依存の正体」を数字で知る

独自の集客網は、現在地を直視することから始まります。

ポータルサイトの掲載料や広告費は、「払い続けないと順位が落ちる」構造になっています。しかもお店の評価は、口コミやアルゴリズムという“他人”が握っている。つまり、集客の蛇口を自分では開け閉めできない状態です。

この状態から抜け出す第一歩は、恐れを具体的な数字に変えることです。今月の新規客のうち、ポータル経由は何割か。毎月いくら払っているか。もし明日ポータルが使えなくなったら、何組の予約が消えるか。この数字が、独自集客網を作る動機になります。

▶ 今日の一歩

直近3か月の「ポータル経由の予約数」と「自然検索・紹介からの予約数」を、ざっくりでいいので書き出してみましょう。

「借りた土地」から「自分の土地」へ

ポータルサイトのページは、あなたの資産にはなりません。

ポータルサイトのお店ページは、いわば“借りた土地”です。ルール変更も、値上げも、掲載順位も、すべて相手の都合で決まります。どれだけロコミを積んでも、その土地はあなたのものにはなりません。

一方、自社サイト（WordPress）は“自分の土地”です。何を載せ、どう見せ、どんな言葉で語るか——すべて自分で決められます。そして育てるほどに、検索という資産が積み上がっていきます。まずは、予約導線・電話・地図・営業時間・お店の想いが載った、最低限の拠点を持つことです。

▶ 今日の一步

自社ドメインのサイトがなければ用意を。すでにあるなら、「予約ボタン」がスマホでひと目で分かる位置にあるか確認しましょう。

お客様が「来店前に検索する言葉」を知る

お客様は、あなたの店名では探していません。

新しいお客様は「あなたの店名」ではなく、「記念日 レストラン ○○」「子連れ ランチ ○○」「接待 個室 ○○」といった“シーンの言葉”で店を探します。その言葉の入口に、あなたのお店が立っているかどうか。ここが、検索集客の分かれ道です。

まずは、自分の店が取りたいシーンを思い浮かべ、その時にお客様が打ち込むであろう言葉を洗い出します。記念日、接待、子連れ、宴会、デート——シーンごとに言葉は変わります。この“言葉の地図”が、次に書くべき記事のテーマそのものになります。

▶ 今日の一步

自分の店が特に取りたいシーンを3つ選び、そのシーンでお客様が検索しそうな言葉を、それぞれ5個ずつ書き出してみましょう。

「星の数」ではなく「物語」で選ばれる

ポータルには絶対に載らない、あなただけの武器があります。

ポータルサイトは、あなたのお店を「星の数」でしか見せてくれません。けれど本当の差別化は、星では測れないところにあります。仕入れ先の生産者との関係、季節メニューに込めた理由、修行の日々、開業に至った想い——これらは“一次情報”であり、他のどの店もコピーできません。

こうした物語を言葉にすることは、検索エンジンが重視するE-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）を満たすことにも直結します。星の数を追いかけるのをやめ、あなたにしか語れない物語を発信する。それが、価格競争から抜け出す道です。

▶ 今日的一步

「うちのお店にしか言えないこと」を5つ書き出してみましょう。食材、経歴、地域とのつながり——なんでも構いません。

AI検索時代に「見つけてもらえる」店になる

検索のかたちは、いま静かに変わっています。

ChatGPTやGemini、GoogleのAI Overviewsが、「この地域で記念日ディナーは？」という問いに、直接お店を挙げて答える時代になりつつあります。このときAIが参照するのは、Web上に“一次情報”を持っているお店です。

情報を持たないお店は、AIの推薦候補から構造的に漏れていきます。逆に、コツコツと一次情報を積み上げてきたお店は、「発見されやすい店」としての優位を得ます。結論を先に書く、質問形式で答える、地域情報を添える——こうした構造は、AIに引用されやすくなります（※必ず引用されると保証するものではありません）。

▶ 今日的一步

お客様からよく聞かれる質問を3つ選び、「Q（質問）→A（答え）」の形で短く書いてみましょう。

「続く仕組み」を作る（気合いに頼らない）

独自集客網の最大の敵は、才能ではなく“続かないこと”です。

ここまでの話に納得しても、多くのお店が3か月で発信を止めてしまいます。仕込み・営業・後片付けの合間に、記事を書き続けられる人はごくわずかだからです。これは意志の弱さではなく、構造の問題です。

だからこそ、意志ではなく“仕組み”で回すことが要になります。テンプレート化する、外注する、あるいは自動化する。どの方法でも構いませんが、「自分が倒れても発信が止まらない状態」を作ること。ここで初めて、記事の自動化という選択肢が現実的な意味を持ちます。

▶ 今日の一步

「誰が・いつ・どうやって」発信を続けるかを決めましょう。自分の手だけでは難しいと感じたら、仕組み化・自動化を検討する合図です。

ポータルを「併用しながら卒業する」

いきなり切る必要はありません。比率を、少しずつ動かすのです。

独自集客網ができたからといって、明日ポータルを解約するのは危険です。大切なのは、併用しながら、自社経由の集客比率を少しずつ上げていくこと。自然検索・AI検索・紹介からの予約が増えれば、そのぶんポータルへの広告費を段階的に減らせます。

こうして浮いた費用を、また自社の資産づくりに回す。この循環が回り始めたとき、あなたは集客の主導権を取り戻しています。星に一喜一憂する日々から、自分の言葉でお客様を呼ぶ日々へ。それが、この7ステップのゴールです。

▶ 今日の一步

3か月後に「ポータル経由の比率」を見直す日を、いまカレンダーに入れておきましょう。半年ごとに測り、少しずつ下げていきます。

7ステップの「手が回らない部分」を、 まるごと自動化する方法

この7ステップの中で、多くのお店がつまづくのは Step 3～6 です。言葉を洗い出し、物語を書き、AI検索に対応した記事を、続けて発信する——これを毎日の営業の合間に自力でやり切るのは、正直むずかしいはずです。

Step 3（検索される言葉）→ **Step 4**（お店の物語）→ **Step 5**（AI検索対応）→ **Step 6**（続ける仕組み）

この4ステップを、あなたのお店の“専属ライター”として全自動で担うのが「SEO・AI検索対応型 記事自動投稿システム」です。

お店の情報を一度登録すれば、こうした集客記事をAIが自動で作り、WordPressへ投稿し続けます。まずは無料で、仕組みをのぞいてみてください。

仕組みを無料で見る →

<https://inshoku-syukyaku.com/seoaisystem/>

発行：増益繁盛クラブ（有限会社繁盛店研究所）。本資料は飲食店オーナー向けに無償配布するものです。記載の内容は一般的な集客の考え方をまとめたものであり、成果を保証するものではありません。無断での再配布・商用転載はご遠慮ください。