お店をやっている人と、AIで仕事を作りたい人へ

50万円のAI自動化、まるごとあげます

毎晩2時、AIエージェントが近所のライバル店を調べて、
Googleマップ（MEO）とChatGPT（AI検索）で
選ばれるための準備を、朝7時までに終わらせる仕組み。

n8n　Make　Zapier　**プロンプト全部入り**

調べる ライバル店	**くらべる** うちのサイト	**選ぶ** 今夜の1つ	**書く** ページ
チェック 直して再チェック	**公開** サイト＋マップ	**見つかる** マップ・AIの答え	**また今夜** 毎晩くり返す

AIRA @airacode_jp

CONTENTS

目次

Part 1　この仕組みがやること

ゴール

だれ向け？

なぜ今なのか（MEOとAI検索）

Part 2　作る前に

お金と時間はどれくらい？

まずは「1時間でできる版」から（実際に試した結果つき）

必要なもの

ステップ0　お店のプロフィールを作る

Part 3　7つのステップ

ステップ1　ライバル店を調べる

ステップ2　うちのサイトとくらべる

ステップ3　今夜書く1つを選ぶ

ステップ4　ページとマップ投稿を書く

ステップ5　チェックして、直して、もう一度チェック

ステップ6　公開して、古いページも更新

ステップ7　見つけてもらって、記録する

Part 4　続ける

毎晩くり返す／よくある失敗

ClaudeやChatGPTに組み立ててもらう

守るべきルールと出典

PART 1

この仕組みがやること

毎晩2時、AIエージェントのチームが、本来なら集客会社にお金を払ってやってもらう仕事を始めます。

ひと言でいうと、こうです。近所のライバル店のサイトと口コミをぜんぶ読んで、うちのサイトとくらべる。ライバルは出てくるのに、うちが出てこない検索を見つける。その検索のためのページを、うちの本当の情報と、いつもの口調で書く。別のAIがチェックして、直して、公開する。Googleマップにも投稿して、古いページも最新にする。朝7時には終わっていて、今夜また最初から。



このガイドの時刻は、例としてのスケジュールです。

ゴール

近くの人がGoogleマップやChatGPTに「この辺でおすすめは？」と聞いたとき、答えの中にうちのお店が入っている状態を作ること。大事なのはアクセス数ではなく、電話・予約・来店です。

> **正直に書いておきます：**「50万円」は、この規模のAIエージェントを外注で作ったときの相場の目安です（小さなAIエージェントの構築で50万〜100万円程度とする開発会社の記事があります。出典は最後のページ）。売上や節約額の約束ではありません。Googleの順位やChatGPTに紹介されることは、だれにも保証できません。このガイドに出てくるお店の例と数字は、説明のためのイメージです（「実際に試した結果」だけは本物です）。

だれ向け？

- Googleマップやネットからのお客さんを増やしたいお店：飲食店、美容室、整体・整骨院、歯科、工務店、士業、ジム、教室など。
- MEO対策の会社に毎月お金を払っているけど、何をしてもらっているかよくわからない人。
- この仕組みを作れるようになって、近所のお店に「作ります」と提案したい人（副業・フリーランス）。

なぜ今なのか（MEOとAI検索）

お店探しは「マップで探す」と「AIに聞く」になってきた

近くのお店を探すとき、まずGoogleマップを開く人は多いです。そして最近は、ChatGPTやGoogleのAIに「天神でおすすめの個室ランチは？」と聞く人も増えています。

数字	意味	出典
6% → 45%	AIツールで地元のお店を探したことがある人の割合（1年で約7.5倍）	BrightLocal 2026（アメリカの調査）
15% → 8%	検索結果にAIの要約が出ると、普通の検索結果がクリックされる割合がほぼ半分に	Pew Research Center 2025年7月（アメリカ）

どちらもアメリカの数字ですが、同じ流れは日本にも来ています。AIの答えに入るか、マップの上位に入るか。その両方で、**AIとGoogleが読める、正確で具体的な情報**が、うちのサイトとGoogleビジネスプロフィールにあるかどうかが勝負になります。

これがお店にとって意味すること

- **AIは、読めるものしかおすすめできない。**Googleは、情報が完全で正確なお店ほどローカル検索に出やすいと説明しています。口コミも関係します。
- **いちばん大きいお店じゃなくても勝てる。**具体的なページは、1ページ目にいなくてもAIの答えに選ばれることがあります。
- **多くのお店のサイトは「昔のGoogle」向け。**トップ・メニュー・アクセスだけでは、いまお客さんが聞く質問に答えられていません。

PART 2

作る前に

お金と時間はどれくらい？

かかるもの	目安
あなたの時間	1ステップ動かすのに週末1回、7つ全部が安定するまで2〜3週間。その後は、朝に下書きを読んで、おかしいところを直すだけ。
自動化ツール	n8nは自分のPCやサーバーで無料で動かせて、クラウド版にもお試しがあります。Makeの無料枠は毎晩動かすとすぐ足りなくなります。Zapierの無料枠は2ステップまで。
AIの利用料	使った分だけ。長いページほど高くなるので、何日か動かして請求を確認。
データ	Google Places API、キーワードの検索数（Googleキーワードプランナー、ラッコキーワードなど）は料金体系がバラバラ。無料で始められるものもあります。
サイト	WordPressはAPIで投稿できます。STUDIO・Wix・ペライチなどは、プランによって外から投稿できないので、その場合は「下書きを作ってコピペ」で運用。

合計金額は、地域・サイト・ページ数で変わるので書いていません。各ツールの料金ページで確認してください。

まずは「1時間でできる版」から

自動化しなくても、考え方は今日ためせます。週に1回、ClaudeかChatGPTで、ステップ1〜5を手でやるだけ。1時間くらいです。ページで電話や予約が増えたら、いちばん面倒なところから自動にしていきます。

1. Googleマップで「〇〇（業種） 〇〇（地名）」を検索して、上位3つのライバル店のサイトを開く。
2. ライバル店のメニュー・サービス・店舗ページの文章と、うちのサイトの文章をコピーして、下のプロンプトに貼る。
3. おすすめされたページを、ステップ4のプロンプトで書く。
4. ステップ5のチェックリストで自分で確認して、手で公開する。
5. 新しいお客さんに「何で知りましたか？」と聞く。

プロンプト：1時間版

```
私は「{店名}」（{業種}、{地名}）をやっています。
うちのサイトの文章と、近所のライバル店のサイトの文章を下に貼ります。

1. ライバル店のサイトにはあって、うちのサイトにはない
   「メニュー・サービス・地名・お客さんの質問」を、1行ずつ全部出してください。
   うちが実際にやっていることだけにしてください
   （うちの情報に書いていないことは「要確認」と書く）。
2. その中で、お客さんが「行こう」「予約しよう」と決める直前に
   検索しそうなものを1つ選んで、理由を1行で書いてください。
3. その1つについて、新しく作るページの
   「タイトル案・最初の2文・入れるべき質問3つ」を書いてください。
上に貼った文章にあることだけを使ってください。わからないことは推測しないでください。

=== うちのサイト ===
{うちのサイトの文章}
=== ライバル店 ===
{ライバル店のサイトの文章}
```

実際に試した結果（2026年11月）

天神のハンバーガー店のサイト（**うち役**）と、近くの有名バーガーチェーン店のメニュー・店舗ページ（**ライバル役**）を貼って、このプロンプトを実行しました。返ってきたのは：

- **うちにない情報：**セットメニュー、トッピング、テイクアウトの可否、支払い方法（現金のみかどうか）、ラストオーダーの時間、価格が税込かどうか、アレルギーの案内、パティのグラム数。どれも「要確認」と書かれ、勝手に答えを作りませんでした。
- **選ばれた1つ：**「テイクアウトできるか」。来店を決める直前に調べるから、という理由。
- **ページ案：**タイトル「〇〇のテイクアウト・営業時間・店舗情報」、入れる質問は「テイクアウトのみ？」「カードは使える？」「価格は税込？」。

つまり、**お客さんが電話で聞いてくることの答えが、サイトにない。**これが一番かんたんに見つかる「穴」です。

> **コツ：**ライバル店の「トップページ」より、「メニュー」「店舗情報」「よくある質問」のページを貼るほうが、ずっと良い結果が出ます。トップはお知らせばかりのことが多いからです。

必要なもの

部品	選べるもの	この仕組みでの役目
自動化ツール	n8n、Make、Zapier、Dify	毎晩、ステップを順番に動かす
AIモデル	Claude、ChatGPT（GPT）、Gemini	調べる・選ぶ・書く・チェックする・更新するエージェントの頭脳
サイトを読む	HTTPリクエスト＋HTML抽出、Firecrawl、Apify	ライバル店とうちのサイトの文章を集める
マップのデータ	Google Places API	ライバル店と、評価・口コミ数を見つける
検索のデータ	Googleキーワードプランナー、ラッコキーワード、DataForSEO	実際に検索されている言葉と、月の検索数
記憶	Googleスプレッドシート、Airtable	お店のプロフィール、ライバルのメモ、書く予定のリスト、記録
公開先	WordPress（API）、Googleビジネスプロフィール（API）	ページの公開と、Googleマップへの投稿

STEP 0

お店のプロフィールを作る

最初に1回だけ。すべてのエージェントが同じプロフィールを読むので、ここの質がすべてを決めます。スプレッドシート1枚にまとめます（例は架空のカフェです）。

項目	例（天神のカフェ）
店名・電話・住所	カフェ〇〇、092-000-0000、福岡市中央区天神〇-〇-〇
やっていること	ランチ、カフェ、個室（4名〜）、テイクアウト、貸切
やっていないこと	宅配、深夜営業
来てくれるエリア	天神、大名、赤坂、今泉、薬院
営業時間・定休日	11:00〜18:00、火曜定休（Googleビジネスプロフィールと完全に同じに）
値段・値段が変わる理由	ランチ1,200円〜、個室は1名500円追加
よく聞かれる質問	予約できる？子ども連れOK？駐車場は？カードは使える？
いつもの口調	自分で書いたSNS投稿や口コミ返信を3〜5個
ルール	他店の悪口は書かない。値段が決まっていないものは書かない。

PART 3 • STEP 1

ライバル店を調べる

深夜2:00

出発点は、すでにお客さんを取れているお店です。ライバルが何を書いているかがわかれば、うちに足りないものがわかります。

やること

- うちの業種 × エリアごとに、Googleマップで検索して、出てくるお店をメモ。
- ライバル店のサイトを読む：メニュー、サービス、エリアのページ、よくある質問。
- Googleの評価、口コミ数、カテゴリを見る。
- 1店1行で、スプレッドシートに保存。

なぜ大事？

ライバルのサイトは、GoogleやAIがすでにその地域で読んでいる情報です。手でやると1エリアで何時間もかかりますが、エージェントは毎晩やるので、ライバルが新しいページを出したら、次の朝にはわかります。

作り方

ノード	使えるツール	やること
スケジュール	n8n Schedule Trigger など	毎晩2:00に開始
プロフィール	Googleスプレッドシート	ステップ0の情報を読む
ライバルを探す	Google Places API（Text Search）	「業種 地名」で検索
サイトを読む	HTTPリクエスト＋HTML抽出、Firecrawl	ライバル店のページの文章を集める
リサーチ担当	AIエージェントノード	サイトをきれいなリストにして、1店1行で保存

リサーチ担当のプロンプト

```
あなたは「{うちの店名}」のために、近所のライバル店を調べています。
これはライバル店のサイトの文章です：{ライバル店の文章}
次のことを、わかりやすく箇条書きにしてください。
1. やっているメニュー・サービス（1行に1つ）
2. 書いてある地名・エリア
3. サイトで答えている、お客さんの質問
ページに書いてあることだけを出してください。推測はしないでください。
```

> **Googleの規約に注意：**Google Places APIのポリシーでは、店名・住所・口コミなどのデータを、Googleのサービスの外で使うためにコピーして保存することや、それを元にコンテンツを作ることが制限されています。保存するのは「Place ID」と、ライバル店のサイトから自分で取ったメモにしましょう。最初は「サービス3つ×エリア5つ」から。

STEP 2

うちのサイトとくらべる

深夜2:30

今度はうちのサイトを同じように読んで、ライバルと並べます。チャンスが見つかるのはここです。

やること

- うちのサイトマップ（〇〇.com/sitemap.xml）から、今あるページを全部リストにする。
- ライバルのサービス・エリアと、うちのページを1つずつ照らし合わせる。
- そのサービス×エリアで、実際に何回検索されているかを調べる。
- 「ライバルにはページがあって、うちにはない検索」に印をつける。

なぜ大事？

ページがない検索は、GoogleでもChatGPTでも取りにくいお客さんです。AIは、サイトに書いてあることしか言えないからです。お店のサイトの多くは「トップ・メニュー・アクセス・お問い合わせ」の4ページだけ。それでは、実際に検索されている言葉のほとんどに答えられていません。

お店	見つかる「穴」の例
美容室	カラーのページはあるけど、「白髪ぼかし 〇〇（地名）」のページがない。近所の2店にはある。
歯科	診療案内はあるけど、「土曜 歯医者 〇〇」のページがない。
整体	料金表はあるけど、「産後 骨盤矯正 〇〇」がない。
カフェ	メニューはあるけど、「〇〇 個室ランチ」がない。近くのお店はそれで出てくる。

作り方

ノード	使えるツール	やること
うちのサイトを読む	HTTPリクエスト（sitemap.xml）＋HTML抽出	ページと、そのテーマを保存
検索数	キーワードプランナー、ラッコキーワード、DataForSEO	実際の検索ワードと月の検索数
見くらべ担当	AIエージェントノード	ライバルとうちを比べて、穴をリストに
ページある？	IFノード	すでにあるものは飛ばす

見くらべ担当のプロンプト

うちのサイトのページ：{うちのページ}
ライバル店のサービスとエリア：{ライバルのデータ}
この地域で実際に検索されている言葉と月の検索数：{検索データ}
ライバルの少なくとも1店にページがあって、うちにはない検索を全部出してください。
それぞれ「検索ワード・そのページがあるライバル店・月の検索数」を書いてください。

注意：くらべるのは、うちが実際にやっていることだけ。ライバルがやっていて、うちがやっていないサービスは、プロフィールの「やっていないこと」に書いておけば飛ばしてくれます。

STEP 3

今夜書く1つを選ぶ

深夜3:10

足りない検索のリストができました。作戦担当のAIが、アクセスではなく**「お客さんになる人」**につながる1つを選びます。

やること

- 足りない検索それぞれに、3つの点で点数をつける：月の検索数、すでにちゃんと書いているライバルの数、来店・予約にどれだけ近いか。
- いちばん点数が高い1つを今夜の分に。残りは次の夜のために保存。
- 書く担当への短い指示書を作る：検索ワード、エリア、ライバルが書いていること、足りないこと。

なぜ大事？

「天神 個室ランチ 予約」はいま行く店を決めている人。「ランチ 何時から 意味」は読んでいるだけの人。お店の売上になるのは前者なので、先に書きます。良いページは、時間とともに積み上がっていきます。

お店	選ばれる1つの例
カフェ	「天神 個室ランチ」（月480回、ライバル2店）を、「カフェ 個室 メリット」より先に。
美容室	「白髪ぼかし 料金 〇〇」を、「白髪ぼかしとは」より先に。料金を調べる人は予約が近い。
工務店	梅雨の前に「雨漏り 修理 〇〇」。冬の前に「給湯器 交換 〇〇」。

作り方

ノード	使えるツール	やること
点数	Codeノード、または点数ルールつきAIノード	検索数・ライバル数・来店度から点数
選ぶ	Sort＋Limitノード	今夜の1つを残し、残りは予定リストへ
作戦担当	AIエージェントノード	書く担当への指示書を書く

そのまま使える点数ルール

```
点数 = 月の検索数 × 来店度 × (1 ÷ (ちゃんと書いているライバルの数 + 1))
来店度：3 = 行く・予約する直前（料金、予約、近く、今日、営業中）
        2 = くらべている（おすすめ、口コミ、〇〇と〇〇）
        1 = 調べているだけ（とは、やり方、なぜ）
```

季節を入れる：作戦担当には「今月」も渡しましょう。歓送迎会の前に「〇〇 個室 宴会」、梅雨の前に「雨漏り」。みんなが検索しはじめる少し前に書くのがコツです。

STEP 4

ページとマップ投稿を書く

深夜3:40

書く担当のAIが、指示書をもとに、うちらしい口調で、お客さんが本当に知りたいことに答えるページを書きます。同じ内容で、Googleマップ（Googleビジネスプロフィール）用の短い投稿も作ります。

やること

- お店のプロフィールを読む：サービス、エリア、電話、営業時間、値段、口調。
- いちばん上に答えを書く。エリア、値段が変わる理由、電話でよく聞かれる質問も入れる。
- 短い「よくある質問」と、次の行動を1つ（電話する・予約する）。
- Googleマップ用に、300文字くらいの投稿文も書く（ページへのリンクつき）。

なぜ大事？

「何を・どこで・いくらで」がはっきり書いてあるページは、人にもAIにも理解しやすい。ページを読んだお客さんが「このお店の人と話してるみたい」と感じるように、本当の情報といつもの口調を使います。

作り方

ノード	使えるツール	やること
書く担当	AIエージェントノード（Claude、GPT、Gemini）	指示書とプロフィールからページを書く
口調	スプレッドシートの1列	自分で書いたSNS投稿・口コミ返信を3〜5個
よくある質問	スプレッドシートの1列	毎週お店で聞かれる質問
マップ投稿	AIノード（同じ指示書）	Googleビジネスプロフィール用の短い投稿

書く担当のプロンプト

{店名}（{地名}）のサイトに載せるページを書いてください。
狙う検索：{検索ワード}　指示書：{指示書}
使っていい情報はこれだけ：{お店のプロフィール}
口調はこの例に合わせる：{口調の例}
構成：
・タイトルに、サービスと地名を入れる
・最初の段落で、検索の答えを2〜3文で書く
・値段が変わる理由、予約や来店の方法
・来てくれるエリア（{地名}の近く）
・よくある質問を4〜6個（このリストから：{よくある質問}）
・最後に電話番号つきで、次の行動を1つ
やさしい言葉で、短い文で。書いていない事実は作らないこと。
最後に、同じ内容でGoogleビジネスプロフィール用の投稿文（300文字以内）も書いてください。

推測させない：「プロフィールにない事実は書かない」と必ず入れます。値段がわからないときは、値段が変わる理由だけ書いて、数字は書かないように。

STEP 5

チェックして、直して、もう一度チェック

深夜4:30

多くの人が飛ばすステップで、ここが品質を決めます。書いたAIとは**別のチェック担当のAI**が、決まったチェックリストで読みます。ダメなら書く担当に戻します。

やること

- 検索のルールと、お店のルールでチェック。
- 電話番号・住所・営業時間を、お店のプロフィールと1文字ずつ照らし合わせる（Googleマップの情報と食い違わないように）。
- ダメなところがあれば、何を直すかを具体的に書いて書く担当に戻し、もう一度チェック。
- 2回やってもダメなら止めて、あなたに知らせる。

なぜ大事？

Googleは、情報が完全で正確なお店ほどローカル検索に出やすいと説明しています。電話番号が1つ違うだけで、電話を失います。自分の文章を自分でチェックすると見落とすので、別のAIに厳しいリストで見てもらいます。

お店	チェックで見つかる例
カフェ	タイトルが長すぎる、最初の段落に地名がない。直して2回目で合格。
美容室	日曜の営業時間が書いてあるけど、Googleマップでは日曜定休。公開前に修正。
工務店	「10年保証」と書いたけど、プロフィールにない。削除。

作り方

ノード	使えるツール	やること
チェック担当	AIエージェントノード（書く担当と別のプロンプト）	チェックリストで採点、合格／不合格＋直すこと
合格？	IFノード	合格なら公開へ、不合格なら書く担当へ戻す
回数カウント	SetノードかCodeノード	2回までやり直し、だめならあなたに通知

チェックリスト

[ ] タイトルにサービスと地名が入っている（32文字くらいまで）
[ ] 最初の段落で、検索の答えをはっきり書いている
[ ] 電話・住所・営業時間が、お店のプロフィールと完全に同じ
[ ] 来てくれるエリアを2つ以上書いている
[ ] 本当によく聞かれる質問が4つ以上ある
[ ] プロフィールにない事実を書いていない
[ ] 短い文で、スマホで読みやすい
[ ] 次の行動（電話・予約）が1つはっきりしている
[ ] マップ投稿が300文字以内で、ページへのリンクがある
「合格」か、「不合格」＋直すことの番号つきリストで答えてください。

STEP 6

公開して、古いページも更新

早朝5:20

できたページをサイトに載せて、Googleマップにも投稿します。そのあと、古いページを1つ選んで、最新の情報に直します。

やること

- サイトのAPIで、タイトル・URL・説明文つきでページを作る（最初は下書きで）。
- 関係するサービスのページから、新しいページにリンクを張る。
- Googleビジネスプロフィールに、ページへのリンクつきで投稿。
- いちばん古いページを1つ選んで、値段・営業時間・よくある質問・エリアを最新にする。

なぜ大事？

サイトのページは、一度出せばずっと残ります。広告は、お金を払うのをやめた日に止まります。古い営業時間や古い値段のページは、お店にマイナスです。更新し続けることで、サイト全体が正確に保たれます。

作り方

ノード	使えるツール	やること
公開	WordPressノード、またはHTTPリクエスト	ページを作る（最初は下書き）
マップ投稿	Googleビジネスプロフィール API（投稿）	Googleマップに最新情報として投稿
内部リンク	HTTPリクエスト（親ページを更新）	メインのサービスページからリンク
更新担当	AIエージェントノード＋ページ取得・更新	古いページの古い部分だけ書きかえる
記録	Googleスプレッドシート	日付、URL、変えたことを保存

更新担当のプロンプト

```
これはうちのサイトのページです：{古いページ}
これが今の正しい情報です：{お店のプロフィール}
今の情報と合っていないところを全部出して、そこだけ書きなおしてください。
それ以外は一字一句そのまま残すこと。質問を足すときは、このリストから：{よくある質問}
今の情報にない事実は足さないこと。
```

最初は下書きで、事実がなくなったらペースを落とす：最初の1週間は下書きで公開して、朝に読む。信用できるようになってから自動公開に。Googleのスパムポリシーは、順位を上げることが主な目的の大量のページを「大量生成コンテンツの不正使用」として扱います。書ける本当の事実がないページは書かない。週に1つの役に立つページは、週に7つの薄いページより強いです。

STEP 7

見つけてもらって、記録する

朝7:00まで

これが仕組み全体の目的です。近くの人がGoogleマップやChatGPTに「どこがいい？」と聞いたとき、GoogleとAIには、うちについての正確でわかりやすいページがあります。使ってくれるかはだれにも保証できないので、何が起きたかを記録します。

やること

- 朝に短いまとめを送る：公開したページ、更新したページ、あなたの確認が必要なもの。
- Google Search Consoleで、ページがどれくらい表示・クリックされたかを毎週見る。
- Googleビジネスプロフィールのパフォーマンス（電話、ルート検索、サイトへのクリック）を毎週見る。
- 月に1回、お客さんがしそうな質問をChatGPTとGoogleに聞いて、うちの名前が出るかを記録。

なぜ大事？

AIの答えを見た人も、多くは自分でお店を確認してから決めます。ページがあれば紹介されやすくなり、口コミが最後のひと押しになります。いちばん簡単な効果の確かめ方は、新しいお客さん全員に「何で知りましたか？」と聞いてメモすることです。

作り方

ノード	使えるツール	やること
朝のまとめ	メール、LINE通知、Slack	夜のあいだに起きたことを送る
検索の記録	Google Search Console API	表示回数とクリック
AIでの紹介チェック	月1回のAIノード、または手で聞く	お客さんの質問を聞いて、名前が出るか記録。APIの答えとアプリの答えは違うことがあるので、手でも確認
くり返し	スケジュール	今夜2:00に、次の検索でまた開始

朝のまとめのプロンプト

```
この記録から、朝の短いまとめを書いてください：{記録}
公開したもの、更新したもの、失敗したもの、今日わたしがやることを書く。
やさしい言葉で、200文字以内。わたしがやることを一番上に。
```

口コミも忘れずに：Googleは、口コミが多く評価が高いことがローカル検索に役立つと説明しています。来てくれたお客さん全員に、同じリンクで、見返りなしでお願いしましょう。良い口コミだけを選んで頼むこと、割引などの見返りで口コミを書いてもらうことは、Googleのルールで禁止されています。日本では2023年10月からステルスマーケティングも景品表示法の規制対象です。

PART 4

続ける

今夜もまた、最初から

次の夜の2:00、スケジュールがまた仕組みを動かします。ライバルの新しい動きを確認して、予定リストから次の検索を選び、次のページを書いて、次の古いページを更新します。

毎晩	結果
新しいページ1つ（予定リストから）	書ける事実があれば、1か月で約30の下書き
古いページ1つを更新	サイトがいつも正確
Googleマップ投稿1つ	マップのプロフィールがいつも動いている
朝のまとめ1通	何が起きたかわかって、読むのは自分の出番のところだけ

よくある失敗

- **お店のプロフィールを飛ばす。**ページの質は、エージェントに渡す事実で決まります。
- **書いたAIに自分でチェックさせる。**必ず別のチェック担当と、決まったリストで。
- **お客さんにならない検索のために書く。**「〇〇とは」は読む人を、「〇〇 予約 地名」は来る人を連れてきます。
- **ライバルのページをまねする。**ライバルは「足りないもの」を見つけるために使い、ページはうちの事実で書く。
- **Googleマップと違う情報を出す。**電話・住所・営業時間は、どこでも同じに。
- **事実より速く公開する。**薄いページは逆効果。書くことがない夜は休み。
- **口コミを忘れる。**お客さんは電話の前に口コミを見ます。全員にお願いし続ける。

ClaudeやChatGPTに組み立ててもらう

ここまで読んだ人ならわかる通り、大きな仕組みです。でも、ちゃんと作れます。部品が多いだけで、入力のほとんどはAIがやってくれます。1ステップずつ作って、テストしてから次へ進みましょう。

プロンプト：1ステップ作る

> お店のための、毎晩動く集客の自動化を{n8n / Make / Zapier}で作っています。
> 1ステップずつ作ります。このステップの仕様はこれです：
>
> {このガイドからステップを1つ貼る}
>
> わたしの環境：お店のプロフィールは{Googleスプレッドシート}、
> サイトは{WordPress}、AIは{Claude / GPT / Gemini}。
>
> ノードを順番に、それぞれの設定と項目の対応、使うプロンプト、
> 試すべきテストを3つ教えてください。n8nなら、読み込めるワークフローのJSONもください。
> ページは必ず下書きで作ること。ノードや設定があるか自信がないときは、そう言って、作らないでください。

3つの中では、n8nがいちばんAIに手伝ってもらいやすいです。ワークフローをJSONで読み込めるからです。Claude Codeのようなツールなら、コマンドラインに慣れていれば、ワークフローを直接書いてテストまでしてくれます。どの方法でも、最後は手で直す部分が出てきます。

守るべきルールと出典

2026年11月に確認。このガイドのお店の例はイメージで、実際のお客さんの結果ではありません（「実際に試した結果」を除く）。

- BrightLocal：Local Consumer Review Survey 2026
- Pew Research Center：AI要約とクリックの調査（2025年7月22日）
- Google ビジネスプロフィール ヘルプ：ローカル検索の掲載順位を改善する
- Google Maps Platform：Places API のポリシー
- Google 検索セントラル：スパムに関するポリシー
- Google マップ：投稿のコンテンツ ポリシー（口コミ）
- 消費者庁：ステルスマーケティング（景品表示法、2023年10月1日施行）
- AIエージェント開発費用の相場：ai-revolution.co.jp/media/ai-agent-cost、crystal-method.com/blog/ai-agent-development-cost
- MEO対策の費用相場：atsoho.com/blog/meo-service-cost-price
- n8n、Make、Zapier 各料金ページ

> **わからないところは：**このDMにそのまま返信してください。作ってみた結果も、ぜひ教えてください。
> AIRA（@airacode_jp）