MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

飲食・整体・フィットネスの集客ロードマップ

開業前から1年までを4つの段階に分けて、
Googleマップ・HP・LINE・Instagram・広告を、何から順に進めるかを整理した道しるべです。

3業種別　4つの段階　全7ページ

合同会社MIGIUDE（店舗ビジネス専門の集客支援）
光るのは、お店だけでいい。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

全体の流れ：5つの手段を、4つの段階で

どの業種にも共通する順番です。次のページから、業種ごとの違いを見ていきます。

	段階1：開業前（〜オープン1か月前）	段階2：オープン〜1か月	段階3：〜3か月	段階4：4か月〜1年
Googleマップ	お店の登録・営業時間・写真を整える	口コミのお願い、返信を始める	写真と情報を更新、口コミの内容を見直す	季節の更新、数字を見て磨く
HP・予約	予約方法・料金・場所が分かる最小限のHP	予約の導線を実際に試して直す	見られているページを確かめ、直す	新しい案内（メニュー・プラン）を足す
LINE	公式アカウントを作り、あいさつ文を決める	来店時に友だち追加を案内	来店のきっかけになる配信を始める	再来店・継続の案内を整える
Instagram	アカウントを作り、準備の様子を投稿	週に数回、お店の様子を投稿	反応の良い投稿の型を見つける	無理のない頻度で続ける
広告	まだ出さない（土台づくり）	大きな費用はかけず、反応を見る	土台が整ったら、少額で試す	反応を見ながら、強める・やめるを決める

この順番の考え方

最初はGoogleマップとHP・予約の「見つけてもらい、予約できる土台」を整えます。LINEは来てくれた方との接点、Instagramはお店の雰囲気を伝える場所です。広告は、土台が整い、反応を数えられるようになってから、少額で試します。どれも一度に全部やる必要はありません。人手に合わせて、続けられる数に絞ってください。

業種で変わるところ

飲食：写真・メニュー・口コミで選ばれる。**整体**：信頼と予約の取りやすさ、通いやすさ。表現の決まりが多い。**フィットネス**：体験予約のしやすさと、入会後の継続。

使い方：自分のお店の業種のページを開き、いまの段階の行から、できていないものを選んで進めてください。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

例① 飲食店のロードマップ

来店の決め手は「写真・メニュー・口コミ・場所」。お店を探す人は、Googleマップで見比べて決めることが多くなっています。

写真（料理・店内・外観） **メニューと価格** **口コミと営業時間** **席数・予約のしやすさ**

1 開業前（〜オープン1か月前）

- Googleマップ Googleビジネスプロフィールを登録（オープン前でも可）。住所・営業時間・メニューを正確に
- Googleマップ 外観・入口・席・看板メニューの写真を撮りためる
- HP・予約 メニュー・席数・予約方法・場所がわかる1ページを用意
- LINE 公式アカウントを作り、あいさつ文を決める
- Instagram アカウントを作り、準備の様子を数回投稿
- 広告 出さない。まず土台を整える

2 オープン〜1か月

- Googleマップ 来てくれた方に、口コミを声かけやQRカードでお願いする（特典と引き換えにしない）
- Googleマップ 届いた口コミには全件、お礼の返信
- LINE 会計のときに友だち追加を案内
- Instagram 料理と店内の写真を週2〜3回
- 広告 近隣向けのチラシ等で告知。大きな費用はかけず、反応を見る

3 〜3か月

- Googleマップ 写真の入れ替え、メニュー・営業時間の更新
- HP・予約 予約の入口（電話・予約ページ）が迷わず押せるか、スマホで確認
- LINE 来店のきっかけになる配信を月2〜3回
- Instagram 反応の良かった写真の型を見つける
- 広告 マップと予約の土台が整ってから、少額の地域向け広告を試すか判断

4 4か月〜1年

- Googleマップ 季節メニュー・貸切・テイクアウトの案内を更新
- HP・予約 コース・宴会の案内ページを足す
- LINE 再来店の案内（常連向けのお知らせなど）
- Instagram 常連のお客様の声を、許可を得て紹介
- 広告 空席が出やすい曜日・時間帯に絞って試す。数字を見て続けるか決める

見る数字：マップの「電話・ルート検索・予約」の件数、口コミ数、予約数。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

例② 整体・治療院のロードマップ

来院の決め手は「信頼・予約の取りやすさ・通いやすさ」。効果の言い切りより、院の雰囲気と案内の分かりやすさが大切です。

先生・院の雰囲気（写真） **初回の流れと予約の取りやすさ** **場所・通いやすさ** **口コミ（ご感想）**

1
開業前（〜オープン1か月前）

- Googleマップ Googleビジネスプロフィールを登録。院内・施術室・スタッフの写真と営業時間を整える
- HP・予約 初回の流れ・所要時間・料金（税込）・予約方法を1ページに
- HP・予約 問診や予約で個人情報を集める場合は、利用目的の案内と同意を用意。特に体の状態や病歴は、取得前に本人の同意が必要な情報です
- LINE 予約・変更の受付窓口として、公式アカウントを作る
- Instagram 院の雰囲気とスタッフ紹介を投稿
- 広告 出さない。まず土台を整える

2
オープン〜1か月

- Googleマップ 口コミは「ご感想をお願いします」と案内（特典と引き換えにしない）
- Googleマップ 返信では個人の体の状態に触れず、来院のお礼を中心に
- HP・予約 空き枠を最新にし、予約のしやすさを確かめる
- LINE 次回予約の案内、前日のリマインド
- Instagram 院の日常・お知らせを無理のない頻度で

3
〜3か月

- Googleマップ 写真・お知らせの更新
- HP・予約 予約の途中でやめられていないか、スマホで試す
- LINE しばらく来られていない方へのお声がけ（押し付けない文面で）
- Instagram 施術事例・体験談は、載せてよいかを法令に合わせて確認してから（国家資格の施術所は原則載せられません）
- 広告 広告は、広告できる内容の範囲を確認してから少額で試す

4
4か月〜1年

- Googleマップ 季節のお知らせや営業日の変更を更新
- HP・予約 初回の方向けの案内を見直す
- LINE 通い方の案内（目安の提案にとどめ、強要しない）
- Instagram 無理のない頻度で続ける
- 広告 新規予約の数と、再来院の割合を見て、続けるか決める

【法令の注意】「治る」「改善」など効果をうたう表現や症状名での集客は避けましょう（整体は景品表示法、国家資格の施術所はあはき法・柔整法の広告制限。医療広告ガイドラインも考え方の参考になります）。鍼灸院・接骨院・整骨院など国家資格の施術所は、広告できる項目が法律で限られ、施術事例・体験談・ビフォーアフターは原則載せられません。国家資格でない整体でも、効果を誤解させる事例は景品表示法の問題になります。内容は所属団体や保健所の案内で確認してください。口コミ依頼は、特典と引き換えにしないでください（ステルスマーケティング規制・Googleのポリシー）。

見る数字：新規予約数、再来院の割合、キャンセル率、マップの電話・ルート検索の件数。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

例③ フィットネスのロードマップ

入会の決め手は「体験予約のしやすさ・雰囲気・続けやすさ」。入会後の継続率が、お店の安定を左右します。

設備とトレーナーの雰囲気（写真） **体験の流れと予約のしやすさ** **料金・入会条件・解約方法の分かりやすさ** **続けられそうか**

1
開業前（〜オープン1か月前）

- Googleマップ Googleビジネスプロフィールを登録。設備・トレーナー・営業時間（利用できる時間帯）を整える
- HP・予約 体験の流れ・料金（税込）・入会条件・解約方法を、分かりやすく書く
- LINE 体験予約の受付窓口として、公式アカウントを作る
- Instagram トレーナー紹介と設備、準備の様子を投稿
- 広告 出さない。まず土台を整える

2
オープン〜1か月

- Googleマップ 体験に来た方・入会した方に、口コミをお願い（特典と引き換えにしない）
- HP・予約 体験予約までの手順を数え、スマホで試して減らす
- LINE 体験後のお礼と、入会案内をLINEで送る
- Instagram 施設の雰囲気とトレーナーの声を週に数回
- 広告 大きな費用はかけず、体験予約の反応を見る

3
〜3か月

- Googleマップ 写真の更新、営業時間や休館日の更新
- HP・予約 体験予約ページの見られ方を確かめ、直す
- LINE 休みがちな会員に、声かけの配信（押し付けない文面で）
- Instagram 許可を得た会員の日常を紹介。効果の言い切りは避ける
- 広告 体験予約の反応が見え始めたら、少額で試す

4
4か月〜1年

- Googleマップ 季節のイベント・新プランの案内を更新
- HP・予約 入会しやすい時期（新年・春など）の特集を用意
- LINE 紹介のお願い、継続のお礼の配信
- Instagram 無理のない頻度で続ける
- 広告 体験予約に絞って試し、体験→入会の割合を見て調整

【表現の注意】「必ず痩せる」「○kg減」など、成果を言い切る表現は避けましょう。体験談は、「個人の感想です」と添えても、多くの人に同じ効果があるように見える体験談は問題になり得ます。一般的な結果と大きく違う体験談は載せないでください。広告かどうかが分かるようにもします。プロテインやサプリを販売する場合は、効果の表現に薬機法・健康増進法がかかります。料金・解約の条件は、契約前に分かる形で書いてください。

見る数字：体験予約数、体験→入会の割合、入会後1か月・3か月の継続、マップの電話・ルート検索の件数。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

広告に進む前の確認と、記録のつけ方

広告は、土台が整ってから。次の4つがそろっているかを確かめましょう。

広告を試す前の確認

- [ ] Googleマップの住所・営業時間・電話番号が、いまの実際と合っている
- [ ] スマホで、予約・問い合わせまで迷わず進める
- [ ] 届いた口コミに、返信を続けられている
- [ ] 予約・問い合わせの件数を、月ごとに記録している

広告を試すときの考え方

最初は少額で、期間を決めて試します。1つの入口（たとえば体験予約・ご予約）に絞り、広告を出す前と後で、件数がどう動いたかを記録してください。反応が見えなければ、広告を増やす前に、マップやHPの導線を見直します。広告の表現は、業種のルール（整体・治療院、フィットネスなど）の範囲で作ります。

月1回の記録

3か月、半年、1年の節目に見比べると、効いたことが分かります。1行目に、開業月（または始める月）を書いてください。

月	マップの電話・ルート検索	予約・問い合わせ	新規の数	メモ

人手が足りないときは

全部を一度にやらず、「マップの口コミ返信」と「予約の導線」の2つから始めるのがおすすめです。続けられる量に絞ることが、いちばんの近道です。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

いまの段階で、何から始めるか迷ったら

店舗の状況を伺って、次の一歩を一緒に整理します。

まずはGoogleマップ無料診断（LINE）

お店のGoogleマップについて、当社の担当者が気づいた点をお伝えします。LINEからお申込みください。
ご契約は任意で、無理な勧誘はいたしません。

無料診断（LINE）

https://lin.ee/YXCsrIb

じっくり相談したい方は無料相談60分（予約ページ）

https://www.migiude-group.co.jp/go/booking/?utm_campaign=dl-shukyaku-roadmap

※LINE、LINE公式アカウントは、LINEヤフー株式会社の商標または登録商標です。
※Google、Googleマップ、Googleビジネスプロフィールは Google LLC の商標です。
※Instagramは Meta Platforms, Inc. の商標です。
※本資料は当社独自のもので、各社が提供・承認するものではありません。
※本資料は考え方の例です。来店数・予約数・売上などの成果を保証するものではありません。法令・各サービスの画面や仕様は変更されることがあります（2026年11月時点）。
※整体・治療院などの広告表現は、所属団体や行政の案内、専門家に確認してください。