

変化を捉え、進化する！ 令和時代の美容室経営戦略

2025年8月4日

グリーンコンサルティング株式会社



美容業界は変化の波にさらされており、戦略的アプローチが必要です。

01

美容業界の現状

現在、美容業界では顧客のニーズ、価値観が変化しています。競争が激化する中、経営者は適応が求められています。

02

未来への不安

多くの経営者が直面している不安は、先行きの見通しが立たないことです。このセミナーでは、未来に向けた具体的な行動を提案します。

03

戦略の必要性

適切な戦略を立てることで、変化に柔軟に対応できる力が生まれます。このセミナーを通じて、そのための具体策を学びます。

経営課題とITでの解決策を結びつけ、実行までを丁寧にサポートします。



木村俊一

ITコーディネータ・上級ウェブ解析士

中小企業支援の経験を基に、
売上拡大や効率化をサポートする手法をお伝えし
ます。

中小企業にとって、ITはもっと身近で、もっと使いやすいものであるべきです。ITやデータ分析は難しく感じるかもしれませんが、専門用語を噛み砕いて説明します。すぐに活用できるアドバイスをお届けし、皆様の明日からの事業改善をサポートします。



時代の変化を捉え、実践的なアクションを考える場を提供します。

01 変化を自分ごとに

変化を他人事としてではなく、自らの経営課題として認識することが重要です。これにより、行動を起こす第一歩となります。

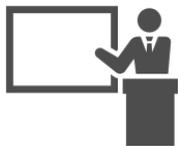
02 明日できる工夫

今日のセミナーから得た知識や考えを活かし、明日から実践できる工夫を持ち帰っていただけます。

03 まず動くサポート

ただ聞くだけでなく、実際に行動に移すためのヒントをお伝えします。小さな実践こそが、大きな成果につながるのです。

セミナーは4章と3つのワークで構成されています。



4つの章の内容

本日のセミナーは、変化を理解するための第1章、進化の視点を学ぶ第2章、実践のヒントを示す第3章、そして支援活用についての第4章で構成されます。



3つのワーク

各章に挟むワークを通じて、参加者同士で意見を交換し、自店の課題について深く考える時間をもちます。

自身の経営課題を明確化し、解決のヒントを考えるためのワークを行います。

01

経営の悩みをメモ

参加者には、最近の経営における悩みを1分間でメモしていただきます。自店の現状を振り返り、痛点を明らかにすることが狙いです。

02

共感できる悩み

他の経営者も同じような悩みを抱えていることに気づくことが重要です。共有することで、解決策を見つけやすくなります。

03

ワークの目的

このワークを通じて、個々の悩みを具体的に書き出していただき、解決に向けた一歩を踏み出すきっかけを作りましょう！

導入ワーク：最近の経営の悩みは？（ヒント）

経営者は毎日が悩み事の連続... あなたのお悩みは？（当てはまるものに○）

◆ 【集客・顧客】に関する悩み

- ・新規客が減っている
- ・リピーターが定着しない
- ・常連のお客様が高齢化してきた
- ・客単価が下がってきた
- ・口コミがなかなか増えない
- ・近くに競合サロンが増えた
- ・クーポン目当ての来店が多く、リピートにつながらない
- ・キャンセルや直前予約が増えて困っている

◆ 【情報発信・デジタル】に関する悩み

- ・SNS投稿が続かない・何を出せばいいかわからない
- ・Googleの口コミが少ない／古いまま
- ・LINE公式アカウントはあるが活用できていない
- ・ネットからの予約が増えていない
- ・InstagramやLINEの効果が実感できず手が止まっている

◆ 【人・スタッフ・働き方】に関する悩み

- ・スタッフが辞めてしまった／人手が足りない
- ・良い人材が採用できない
- ・スタッフ教育がうまくいかない
- ・若いスタッフとのコミュニケーションが難しい
- ・シフトや勤務時間の希望が多様化してきた

◆ 【時間・オペレーション】に関する悩み

- ・毎日の業務に追われて、改善の時間がない
- ・手書きの管理が多く、ミスや漏れが心配
- ・予約管理が煩雑でダブルブッキングが発生する
- ・クレーム対応や問い合わせ対応に時間を取られる

◆ 【経営・数字・資金繰り】に関する悩み

- ・売上はあるのに、利益が残らない
- ・自分の給与が取れない月もある
- ・原価が上がっているのに価格転嫁できていない
- ・光熱費や家賃など固定費が重い
- ・数字の見方や管理が苦手で、何を見ればいいのか分からない

◆ 【将来不安・戦略】に関する悩み

- ・このままのやり方で続けられるか不安
- ・自分の引退後や後継者のことが気になる
- ・技術に依存した働き方に限界を感じている
- ・周りがDX・IT化しているのに、ついていけない
- ・補助金や制度は気になるが、難しそうで手が出せない

第1章 変化の正体



現在の不調の原因を理解し、対応策を考えていきます。



「なんとなく不調」の正体

経営者が感じる「なんとなく不調」は、実際にはさまざまな要因が絡んでいます。この状態を乗り越えるために、具体的な原因を特定する必要があります。



環境変化の影響

経済状況や消費者のニーズの変化、競合の状況など外部環境の影響を受けている可能性があります。これらに対し、敏感に反応することが成功の鍵です。



気づけた人から進化

環境変化に気づき、その影響を分析することで、自店に最適な戦略を練ることができます。気づきを得た経営者から成長・進化していくことができます。

地方の人口減少が美容室経営に与える影響について具体的に考えます。



地域の人口問題

宮城県でも、人口は減少傾向にあり、特に若者が都市部へ移動しています。この現象が、お客様の客層にどのような影響を及ぼしているのでしょうか。



高齢者の増加

一方で高齢者は増加しており、要望やニーズが変わってきています。一例として、この新しい客層をどう取り込むかが課題です。（各自の店舗の客層に置き換えてください。）



客層の変化

10年前と比べて、客層構成が大きく変わってきたため、同じ施策では効果が薄れることを理解しましょう。柔軟な対応が求められます。

お客様が求めるサービスや体験が変化していることに注意が必要です。

01

価格重視から体験重視へ

従来は価格が重視されていましたが、最近では体験の重要性が高まっています。お客様は自分に合った価値を求めるようになっています。

02

便利さから共感へ

便利さだけでなく、共感や雰囲気も重要視されています。お店の個性やストーリーが評価される時代です。

03

技術力に+ α が必要

技術力が求められるのはもちろんですが、それに加えてプラスアルファが求められる時代です。サービスの質を重視した対応が必要です。

「選ばれる理由」が変わった

顧客が選ぶ基準が変わったことを理解することが重要です。

01 検索する時代

今や、お客様は訪れる前にネットで情報を検索します。そのため、サロンの情報を積極的に発信し、知名度を上げる必要があります。

02 比較される環境

競合店舗と比較される環境において、いかに独自の強みを示すかが重要です。情報を可視化し、差別化を図ることが求められます。

03 情報発信の欠如

情報を発信していないと、お客様にとって「存在しない」と同義です。特にSNSやGoogleマップでの情報共有は、不可欠な戦略です。

求人活動においても、候補者が選ぶ基準が変わっています。

01

求職者の視点

求職者も求人情報を検索し、自分に合った職場を選びます。求職者が求めるものを理解し、それに応じた環境を提供することが重要です。

02

働きやすさの見せ方

働きやすさや雰囲気をしっかりアピールすることが求められます。具体的な特徴を明示し、対外的な魅力を高めましょう。

03

理念やビジョン

美容室の理念やビジョンが求職者にとって重要な要素となっています。これを踏まえた情報発信が必要です。

ワーク①：この1年でお店に起きた変化

自店の変化を振り返り、課題を明確にするためのワークです。

01

来店数・客層の変化

ここ数年の間で、来店数や客層にどのような変化があったかを考えてみましょう。顧客の動向の変化に気づくヒントになります。

02

自分の変化

経営者自身の働き方や考え方に変化があったかを振り返りましょう。個人の成長が店舗の成長に繋がります。

03

外部環境の変化

外部環境にどのような変化があったかも考慮しましょう。競合の動きや市場のトレンドなどが、自店に与える影響を分析します。

ワーク①：この〇年でお店に起きた変化

以前（ 年頃）

現在

客層・客数

自分の働き方
や考え方

外部環境



他の参加者の経験を通じて自己の課題に気づくきっかけを得られます。

01

似た悩みがある

他のサロン経営者も似たような悩みを抱えていることが多く、意見を共有することで共感を得られます。孤独感を減らしましょう。

02

ヒントになる変化

他のサロンでの取り組みや変化から得られるヒントは、自店の成長につながる可能性があります。新しいアイデアの発見が期待できます。

03

変化を言語化すると

自分の抱える課題や変化を言語化することで、次の一手が見えてくることがあります。意外とシンプルな解決策が見つかるかもしれません。

経営者としての「気づく力」が、成長へ導くカギです。

見えていない 変化に対応

現状を正確に把握し、変化を見落とさないことが大切です。状況を客観的に見つめる力が、経営力に直結します。

見えてくれば 行動可能

環境の変化を認識し、それに基づいて行動を起こすことで、経営を改善できます。行動が新たな結果を生みます。

経営者は 気づく力が武器

経営者の気づきが、将来へのビジョンに繋がります。常に視野を広げ、最新の情報にアンテナを張ることが必要です。

第2章 進化するための3つの視点



集客、関係性、経営の視点を見直し、進化を促す手法を学びます。

集客力の進化

集客戦略を見直し、他店にはない独自性を打ち出すことが求められます。新たなアプローチを考える必要があります。

関係づくりの進化

顧客との関係性を深めることが成功の鍵となります。来店前後のフォローが重要です。

経営視点の進化

経営数字を常に見直し、適切な経営判断を下すことが求められます。データの重要性を再認識しましょう。

集客、関係性、経営の3視点を統合的に考えることの重要性を理解します。

01

3つの視点の重要性

集客、関係性、経営の3つは相互に関連しているため、一つだけではなく全体として捉えることが重要です。

02

連動した戦略が鍵

各視点を連動させることで、より効果的な結果が得られます。一つの視点に依存せず、全体的に戦略を展開することが必要です。

03

小さくても確実に

大きな変化を目指すのも良いですが、小さな改善でも確実にいき、少しずつ進化していくことが効果的です。

デジタルツールを活用した集客戦略の革新方法を考えます。



デジタル集客ツール

GoogleマップやSNS、LINEなどのデジタルツールを駆使することで、効果的な集客が可能になります。従来の方法に頼りきらないことが重要です。



チラシの限界

チラシ等の従来型の集客方法だけでは届かない時代です。デジタル戦略を組み合わせることで、より多くのお客様にアプローチできます。



発信による差別化

自店舗の情報を発信することが、「探される」ための大切な要素です。自分自身の情報をしっかり発信しましょう。

Googleマップを効果的に使用して集客力を向上させる方法をご紹介します。



ビフォーアフター例

GBPを活用することで、視覚的にお客様にアピールできます。ビフォーアフターの写真を載せることで、効果的な宣伝が可能です。



データの整備

写真や営業時間、投稿内容を整備することが鍵です。最新の情報を常に更新することが大切です。



口コミの返信

口コミへの返信は信頼感をアップさせます。積極的にお客様とコミュニケーションをとりましょう。

LINE公式アカウントを取り入れ、効率的に顧客のリピーター化を狙います。



機能の充実

クーポン配信や予約機能、1:1トークなど、LINEには多様な機能があります。これを活用することがお客様との接点を増やします。



リピーター獲得

リピーターの獲得に特に強いツールです。お客様に忘れられないような情報提供を心掛けます。



コミュニケーション強化

定期的な情報配信により、お客様とのコミュニケーションを密にし、良好な関係を築くことが大切です。

Instagramを活用した効果的な投稿方法について学ぶことができます。



顔出しの重要性

投稿には実際のスタッフの顔を大切に使い、親近感を持たせることが重要です。お客様に信頼感を与えるきっかけになります。



人気のある投稿スタイル

Before/Afterの投稿が非常に人気です。お客様のビフォーとアフターを見比べることで、リアルな体験を伝えられます。



ターゲット設定

投稿内容は「誰に向けて何を届けるか」を意識して作成することが成功の秘訣です。聴衆を明確にすることが求められます。

顧客との関係を深めるための取り組みを考えます。



“関係性”の重要性

顧客との「関係性」は、競争優位性を高める最大の要素です。お客様にとって親しみやすい存在となりましょう。



来店前・後のフォロー

来店する前後のフォローが重要です。お客様の期待を上回るようなサービスを心掛けることで、良好な関係が築けます。



距離を縮める工夫

お客様との距離を縮めるためには、個別対応や感謝の気持ちを表す工夫が必要です。小さな心遣いが大きな効果を生み出します。

誕生日や記念日をお祝いするメッセージが顧客の心に響きます。

01 覚えていてくれた感

特別な日に「お祝いしてくれた」と感じることで、顧客満足度が向上します。個別の接点が良い関係を築く基盤となります。

02 予約以外の接点作り

予約以外でお客様と接点を持つことが可能です。お祝いのメッセージが、お客様の記憶に残ります。

03 自動応答機能の活用

自動応答機能を活用することで、手間をかけずに顧客へのお祝いを伝えることができます。効率的な運営を目指しましょう。

来店後に感謝のメッセージで良好な印象を与えます。

01 口コミ促進のきっかけ

来店後に感謝のメッセージを送ることで、口コミをお願いするきっかけになります。親しみのある接客が業績に貢献します。

02 手書きPOPや動画

手書きのPOPや動画を用いることで、より温かみのあるメッセージが伝わります。心のこもった対応が大切です。

03 接客外での関係構築

サンクスメッセージは、施術の後だけでなく、顧客との関係を深める一手です。大切なお客様へのフォローを持続しましょう。

お客様からの紹介を促す仕組みを構築することが大切です。

紹介しやすい理由

お客様に「紹介したくなる理由」を提供することが必要です。特典やサービスなどを通じて、紹介意欲を高めましょう。

カルテの共有

共有したカルテを基に、紹介してもらいやすい情報を伝えることが重要です。お客様が紹介しやすい状況を作ります。

LINE経由での紹介

LINEを有効活用し、お客様に紹介を促す仕組みを整えましょう。手軽にできる環境を提供することが重要です。

経営において「数字」を意識することが成功の鍵です。

01 売上だけでなく粗利

経営者として、売上だけでなく「粗利」に注目することが重要です。利益を根底から見直すことが成功につながります。

02 人時生産性の理解

一定の時間あたりの生産性を図る「人時生産性」を理解しましょう。各スタッフの働き方を見直すこともカギとなります。

03 数字を見直す力

経営者として、数値が見える化し、自己の業務を客観視できる能力が求められます。常に数字を意識して経営に取り入れましょう。

粗利改善に向けた戦略や取り組みを具体的に考えます。

高単価＝高利益 ではない

高単価のメニューが必ずしも高い利益を生むわけではありません。価格に対する適切な原価設定が求められます。

メニュー設計 の見直し

提供するメニューの設計を見直し、原価や時間を考慮した調整を行うことが大切です。利益が出る提案を考えましょう。

セット提案の活用

セット提案や定額制の導入を活用することも有効です。顧客にとって安心感を与えつつ、店舗の利益を向上させます。

人時生産性を理解し、業務改善の参考にしましょう。

01

1時間あたりの利益

人時生産性とは、1時間あたりの売上または粗利を示します。この数字を通じて、スタッフや店舗全体の効率を測ります。

02

スタッフごとに測定

スタッフごとの人時生産性を測ることで、どのスタッフが貢献しているのか、一目で分かります。個別の目標設定にも役立ちます。

03

働き方改革にも直結

働き方改革を進める上でも、人時生産性の見直しは欠かせません。「頑張っているのに儲からない」という状態を解消する手段となります。

補助金を活用し、経営資源を充実させる方法を考えます。

01 設備・販促・IT導入

補助金は設備投資や販促活動、IT導入に使える資金です。資金不足であきらめる前に、積極的に活用しましょう。

02 資金不足で諦めない

やりたいことがあれど、資金がネックになることがあります。補助金を利用することで、実現可能性を高めましょう。

03 チャレンジしやすい

補助金を利用することで、新しいことにチャレンジしやすくなります。最新のトレンドや技術を取り入れて発展を目指しましょう。

まとめ：3つの視点を連動させよう

集客、関係性、経営の三つを連動させ、効果を最大化しましょう。

01 集客から関係性へ

集客を行った後は、リピーターとして定着するための関係づくりが不可欠です。顧客を大切にしましょう。

02 経営の好循環

集客、関係性、経営の視点が連動することで、経営の好循環が生まれます。全ての要素が勝ち組経営に必要です。

03 自分のペースで

各自のペースで変化を進めていきましょう。焦ることなく、自分たちに合った方法をしっかり模索していくことが成功に繋がります。

第3章 明日から始める工夫



「今すぐできる」工夫を実践し、業績向上を目指します。

今すぐできること

小さな工夫でも、積み重ねることで大きな影響を与られます。自店舗での即実践できるアイデアを見つけましょう。

完璧よりもまずやる

完璧を求めるあまり動けないよりも、まずは動くことが重要です。小さな第一歩が成功への橋渡しとなります。

難しいことはしない

難しいことを選ばず、実践可能なアイデアを選ぶことが重要です。サロン経営において持続可能な改善を進めましょう。

実例を通じて、集客の戦略を具体化し、自店に活かします。

地域密着型の成功



地域密着の個人店が、GBP改善とLINE配信を併用して成功を収めました。取り組みの効果が表れています。

新規顧客の獲得



月5件の新規顧客を獲得する成果が出ている事例を紹介します。これにより連鎖的にリピートも増加しています。

使いこなしの重要性



既存の仕組みをしっかりと使いこなすことが成功の鍵です。地道な努力が店舗の成長に繋がります。

LINEの自動応答機能を活用して効率的な顧客対応を実現します。

よくある質問への自動返信



よく寄せられる質問に自動で返信する仕組みを整えることで、顧客へのサービス向上が図れます。

予約導線の簡素化



予約の流れを簡素化することで、お客様の利便性を高め、満足度を向上させましょう。

キャンペーンの即時告知



キャンペーン情報を即時に配信することで、顧客の関心をひきつけられます。タイムリーな情報は効果的です。

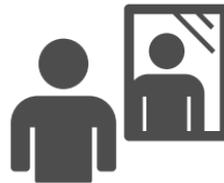
投稿内容のテンプレート化で、投稿作業を効率化します。

写真1枚と3行キャプション



投稿はシンプルに、写真1枚と3行のキャプションで構成することで、発信しやすくなります。

スタイルと顧客の声



投稿には、Before/Afterやお客様の声を取り込むことで、リアリティを持たせ、効果を上げましょう。

週1投稿から始める



投稿は週に1回からスタートし、習慣化を目指します。継続することで効果が見込めるでしょう。

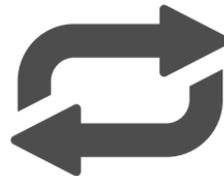
スタッフの参加を促し、投稿内容にバリエーションを持たせます。

スタッフのおすすめスタイル



「今日はこのスタッフのおすすめスタイル」という形で投稿を共有することで、個々の魅力が際立ちます。

リレー形式の発信



スタッフからスタッフへ、リレー形式で投稿を行うことで、続けやすくなり、交流も深まります。

採用効果も期待



スタッフが前面に出ることで、サロン全体の雰囲気が伝わり、採用への良い影響を与えることが期待できます。

| ワーク②：やってみたい工夫を1つ選ぶ

自身に合った実践方法を考え、具体的なアクションに繋がります。

投稿を始める



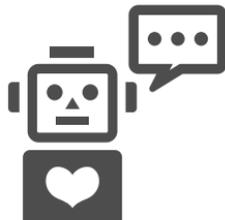
今日の内容から、自店に合った投稿を考え、実際に始めてみることを目指しましょう。実践が成長の鍵です。

GBPを見直す



Googleマップの記載情報や写真を見直し、必要な改善点を確認することで、集客力を向上させます。

自動応答を設定する



自動応答機能を設定し、効率的な顧客対応を再確認することで、業務の見直しを図ります。

| ワーク②：やってみたい工夫を1つ選ぶ

1. 今日の話で「うちでもやれそう！」
と思ったことを1つ書いて下さい。

例：

- LINEの自動返信を設定する
- Googleの口コミを3件集める
- Instagram投稿を週1本再開する
- ChatGPTでSNSの文章を考えてみる

2. なぜ、それをやってみたいと思
いましたか？

(お客様・お店・自分にとって、どんな
いことがありそう？)

3. それを「いつ」「どうやって」
やってみますか？

(具体的な行動内容とタイミングを決めま
しょう)

参加者同士のアイデア共有を通じて、刺激を受け、実践のきっかけを得られます。

01 新しい発見がある

他の参加者が考えた工夫に触れることで、自分の発想にはなかったアイデアが得られます。新しい視点を取り入れましょう。

02 刺激となる環境

意見を交換する場は刺激を与え合う環境となり、互いの成長を促進します。コミュニケーションの重要性を実感しましょう。

03 やる気につながる

他のアイデアを知ることによって、自身のモチベーションが上がり、行動を起こす意欲が高まります。勇気を持って実践してみましょう。

第3.5章 生成AIについて



生成AIを利用し、業務効率を向上させる方法について考えます。

AIの活用状況

ChatGPTなどのAIが注目されており、実際に美容室でも活用が始まっています。業界におけるAIの可能性を探ります。

無料で使えるツール

無料で使用できる生成AIも多く、業務に取り入れることで効率化が図れる可能性があります。手軽に導入が可能です。

便利なアイテム

AIは新たな“スタッフ”として活用することで、時間の短縮やクリエイティブなアイデア出しをサポートしてくれます。

生成AIを使用して、効果的な投稿内容を実際に生成してみます。

01

ターゲット設定

30代主婦向けの秋カットに関する投稿文を生成します。ターゲットを明確にすることで、より効果的な文が作成できます。

02

生成のスピード

AIが30秒で投稿文を生成する様子をお見せします。即時性がAIの大きな強みの一つです。

03

実際の使用場面

AIを利用した投稿文の具体例を共有し、今後の活用法についてイメージを膨らませましょう。アイデア出しに最適です。



OpenAI

<https://openai.com> > [ja-JP](#) > [chatgpt](#) > overview

ChatGPT

ChatGPT では、モバイルアプリの音波アイコンをタップすることで、タイプしたりリアルタイムの音声での会話を始めたりすることができます。

ChatGPT アプリをダウンロードする

ChatGPT アプリをダウンロードする。モバイルまたはパソコンのデスク ...

料金

料金・\$25ユーザー1人あたり/月（年額課金）・\$30ユーザー1人あた ...

[openai.com のすべての検索結果を表示](#)

openai.com/ja-JP/

ゲスト

OpenAI

ログイン

研究

安全性

ビジネス向け

ChatGPT

Sora

API プラットフォーム

活用事例

企業情報

ニュース

何をお手伝いしましょうか？

Draw a picture of a mini aussie as a diver



ChatGPT で検索

ChatGPT と話す

研究

Sora

API プラットフォーム

活用事例

ビジネス向け



アカウントの作成

メールアドレス

すでにアカウントをお持ちですか？[ログイン](#)

または



ChatGPT 4o

- 新しいチャット
- チャットを検索
- ライブラリ
- プロジェクトを新規作成
- チャット

保存メモリがいっぱいです



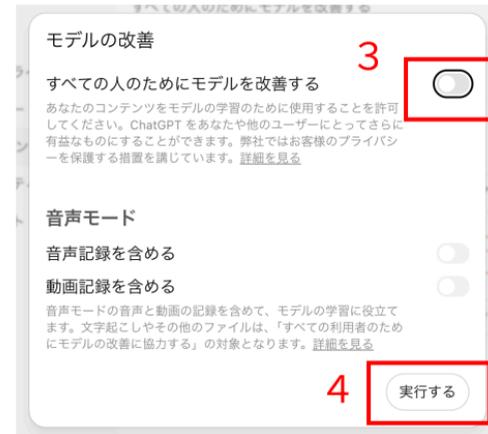
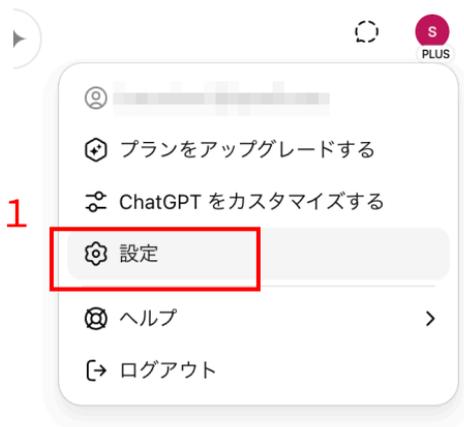
今日は何をしましょうか？

質問してみましょう

+ ツール



1 オプトアウトを設定しましょう (=学習させない設定)



何か質問してみましょう

今日は何をしましょうか？

アメリカの関税についてどう思いますか？

+ 🛠 ツール



何か質問してみましょう

アメリカの関税についてどう思いますか？

アメリカの関税についての意見は、その目的や影響によって評価が大きく分かれます。以下にいくつかの観点を紹介しますので、あなたの関心に近いテーマがあれば、そこから掘り下げられます。

📊 経済的視点

- **メリット:**
 - 国内産業の保護：安価な輸入品に対抗するため、一部の産業（たとえば鉄鋼や農業など）を守ることができる。
 - 交渉手段として利用：他国との貿易交渉で有利に立つための「圧力」として関税を課すことがある。
- **デメリット:**
 - 価格上昇：輸入品に関税がかかると、そのコストは最終的に消費者が負担する可能性がある。
 - 報復関税：相手国も関税をかけ返すことで、貿易戦争に発展するリスクがある。
 - グローバルサプライチェーンへの悪影響：部品や素材の輸入コストが上がり、製造業にも打撃。

🏛️ 政治的視点

- トランプ政権時代のように、関税は「アメリカ第一」政策の象徴として使われることが多いです。特に中国に対する関税は、貿易赤字の是正と知的財産権問題への対抗という名目でした。
- バイデン政権でも一部の関税は維持されており、「経済安全保障」や「サプライチェーンの脱中国化」などの観点が加わっています。

🌐 国際的視点

- WTO（世界貿易機関）のルールと整合しない関税措置もあり、国際的には批判されることも。
- グローバル経済の流れに逆行する保護主義的な政策と見なされるケースもあります。

私の見解（中立的立場から）

関税は短期的には特定の産業や雇用を守るための有効な手段となりえますが、長期的には市場の効率性を損ない、消費者や輸出企業に負担を強いることが多いです。関税は**「必要悪」的に慎重に使うべき政策ツール**だと考えられます。

もしあなたが関心を持っている国や業界（例：自動車、農業、テクノロジーなど）があれば、もっと具体的に分析することもできますよ。

良いプロンプトの例

あなたは「国際経済の専門家（IMFで貿易政策を10年以上研究）」という設定です。

次の質問に対して、**経済的観点**と**地政学的観点**の両面から分析してください。

【質問】

アメリカの関税について、どのように評価しますか？

【条件（5W1H）】

- **Who（誰が）**：アメリカ連邦政府（特に通商代表部USTR）
- **What（何を）**：鉄鋼、アルミニウム、中国製品、EVバッテリーなどに対する関税政策
- **When（いつ）**：2018年以降のトランプ政権、及び2021年以降のバイデン政権まで
- **Where（どこで）**：アメリカ国内で実施される関税措置、および国際的影響（特に中国・EUとの関係）
- **Why（なぜ）**：国内産業保護、雇用維持、貿易赤字是正、安全保障
- **How（どのように）**：関税率の引き上げ、WTOルールの活用や無視、貿易交渉の手段として

【出力形式】

以下の3つのセクションに分けて出力してください。

1. **要約（200文字以内）**
2. **経済的観点からの分析（500文字程度）**
3. **地政学的観点からの分析（500文字程度）**

※各セクションの冒頭に太字のタイトルを付けてください。

良いプロンプトの例

1. 要約 (200文字以内)

アメリカの関税政策は、経済的には国内産業の短期的保護に寄与する一方、供給コスト上昇や貿易摩擦を招いている。地政学的には中国との戦略的競争や対EU関係の緊張要因となり、経済安全保障政策の一環として機能している。

2. 経済的観点からの分析 (500文字程度)

2018年のトランプ政権以降、アメリカは鉄鋼やアルミニウム、中国製品、EVバッテリーなどに対して関税を課し、これをバイデン政権も一部継承している。目的は、国内産業の保護、製造業の再活性化、貿易赤字の是正である。短期的には一部産業（鉄鋼、自動車部品など）で雇用維持や生産増加が見られたが、長期的にはコスト上昇が消費者価格に波及し、実質購買力を低下させた。

関税によって輸入品価格が上昇すると、企業は代替供給源の確保やコスト転嫁を迫られ、特に中小企業にとっては収益圧迫の要因となる。また、関税報復措置によりアメリカの農産物輸出にも打撃があり、対中輸出の減少は中西部の農業州に悪影響を及ぼした。さらに、WTOルールを無視した一方的関税は、国際ルールの信頼性を損ない、貿易秩序の不確実性を高めた。

結論として、関税は一部産業保護に効果があるものの、全体的には供給網の非効率化、物価上昇、報復リスクという経済的副作用を伴っており、戦略的産業政策との整合性が問われる。

3. 地政学的観点からの分析 (500文字程度)

アメリカの関税政策は、単なる経済政策を超えて地政学的戦略の一部として展開されている。特に中国との関係では、関税は「戦略的競争の手段」として用いられ、テクノロジー覇権争いや経済的デカップリングの文脈で機能している。トランプ政権下では、中国を「経済的脅威」と位置づけ、強硬な関税措置で圧力を加えた。バイデン政権もそれを撤回せず、経済安全保障やサプライチェーンの脱中国依存を優先する姿勢を示している。

また、関税政策はEUやカナダ、日本といった同盟国との摩擦も生んでいる。特に鉄鋼・アルミニウム関税に関しては、NATO加盟国に対して安全保障上の脅威と位置づけたことで、信頼関係が揺らいだ。これに対しバイデン政権は部分的修正を図ったが、アメリカの一国主義的な通商姿勢への懸念は払拭されていない。

さらに、米国の関税政策は、グローバル・サプライチェーン再編の引き金となり、インド、メキシコ、東南アジア諸国が中国の代替地として浮上している。この地政学的再構築は、対中封じ込め戦略と産業安全保障の融合であり、経済と外交が密接に絡み合っている証左である。関税はその一手段として、地政学的均衡の再編に寄与している。

良いプロンプトの例

1. 要約 (200文字以内)

アメリカの関税政策は、経済的には国内産業の短期的保護に寄与する一方、供給コスト上昇や貿易摩擦を招いている。地政学的には中国との戦略的競争や対EU関係の緊張要因となり、経済安全保障政策の一環として機能している。

2. 経済的観点からの分析 (500文字程度)

2018年のトランプ政権以降、アメリカは鉄鋼やアルミニウム、中国製品、EVバッテリーなどに対して関税を課し、これをバイデン政権も一部継承している。目的は、国内産業の保護、製造業の再活性化、貿易赤字の是正である。短期的には一部産業（鉄鋼、自動車部品など）で雇用維持や生産増加が見られたが、長期的にはコスト上昇が消費者価格に波及し、実質購買力を低下させた。

関税によって輸入品価格が上昇すると、企業は代替供給源の確保やコスト転嫁を迫られ、特に中小企業にとっては収益圧迫の要因となる。また、関税報復措置によりアメリカの農産物輸出にも打撃があり、対中輸出の減少は中西部の農業州に悪影響を及ぼした。さらに、WTOルールを無視した一方的関税は、国際ルールの信頼性を損ない、貿易秩序の不確実性を高めた。

結論として、関税は一部産業保護に効果があるものの、全体的には供給網の非効率化、物価上昇、報復リスクという経済的副作用を伴っており、戦略的産業政策との整合性が問われる。

3. 地政学的観点からの分析 (500文字程度)

アメリカの関税政策は、単なる経済政策を超えて地政学的戦略の一部として展開されている。特に中国との関係では、関税は「戦略的競争の手段」として用いられ、テクノロジー覇権争いや経済的デカップリングの文脈で機能している。トランプ政権下では、中国を「経済的脅威」と位置づけ、強硬な関税措置で圧力を加えた。バイデン政権もそれを撤回せず、経済安全保障やサプライチェーンの脱中国依存を優先する姿勢を示している。

また、関税政策はEUやカナダ、日本といった同盟国との摩擦も生んでいる。特に鉄鋼・アルミニウム関税に関しては、NATO加盟国に対して安全保障上の脅威と位置づけたことで、信頼関係が揺らいだ。これに対しバイデン政権は部分的修正を図ったが、アメリカの一国主義的な通商姿勢への懸念は払拭されていない。

さらに、米国の関税政策は、グローバル・サプライチェーン再編の引き金となり、インド、メキシコ、東南アジア諸国が中国の代替地として浮上している。この地政学的再構築は、対中封じ込め戦略と産業安全保障の融合であり、経済と外交が密接に絡み合っている証左である。関税はその一手段として、地政学的均衡の再編に寄与している。

**プロンプトの質がAI出力に直結します。
条件を具体的に指示し、役割を与えることが重要です。**

01 具体的な条件が鍵

5W1Hを使い、具体的な条件を提示すれば、AIから望んだ答えを得やすくなります。

02 出力の形式と内容

希望する出力形式や内容を明示すれば、AIは期待に沿った答えを生成します。

03 双方向のコミュニケーション

足りない情報があればAIに質問させたり、複数回やり取りすることで結果を精度よく導けます。

繰り返し行う処理は、自分専用AIでもっと楽に！



2

A screenshot of the GPT search interface. The title 'GPT' is centered at the top. Below it is a search bar with the placeholder text 'GPT を検索する'. To the right of the search bar, there is a button labeled 'マイ GPT + 作成する'. A red rectangular box highlights this button. A red number '2' is positioned to the left of the button.

GPT

指示、追加の知識、複数のスキルを組み合わせた ChatGPT のカスタムバージョンの検索・作成を行います。

マイ GPT + 作成する

繰り返し行う処理は、自分専用AIでもっと楽に！

The image shows a web interface for configuring a GPT model. The left panel is the configuration screen, and the right panel is a preview of the chat interface.

Configuration Panel (Left):

- Header: 新しい GPT (New GPT) with a sub-item 下書き (Draft).
- Buttons: 作成する (Create) and 構成 (Configure).
- Form Fields:
 - 名前 (Name): GPT に名前を付けてください (Please name the GPT).
 - 説明 (Description): この GPT の機能の簡潔な説明を追加してください (Please add a concise description of the GPT's features).
 - 指示 (Instructions): この GPT は何をしますか？どのように振舞いますか？してはいけないことは何ですか？ (What does this GPT do? How does it behave? What should it not do?).
 - 会話のきっかけ (Conversation Trigger): An empty text field.
 - 知識 (Knowledge): GPT との会話に、アップロードしたファイルの一部または全部が表示される場合があります。 (During conversation with GPT, some or all of the uploaded files may be displayed). Below it is a button: ファイルをアップロードする (Upload file).
 - 推奨モデル (Recommended Model): ユーザーにモデルを推奨します。これは、最良の結果を得るためにデフォルトで使用されます。 (We recommend a model to the user. This is used by default to achieve the best results).

Preview Panel (Right):

- Buttons: プレビュー (Preview) and モデル 40 (Model 40).
- Chat Area: A large empty box with a central cube icon and a message: まずは GPT を定義してください。 (First, please define the GPT).
- Input Area: A text input field with a plus sign and a microphone icon.

繰り返し行う処理は、自分専用AIでもっと楽に！

ただし、マイGPTの作成機能は有料です。（Plus/月額\$20以上のプラン）



Google Gemini の「Gem」（ジェム、無料）が似た機能を持っているので
そちらもご説明します。

※有料でも良い方はChatGPTのマイGPTをお勧めします。

（今のところChatGPTの方が精度が高めの上、
作ったマイGPTを他の人に共有して使ってもらうことはできる。）

繰り返し行う処理は、自分専用AIでもっと楽に！



Gem マネージャー

Google が作成した Gem



作成した Gem



+ Gem を作成

| 繰り返し行う処理は、自分専用AIでもっと楽に！

 新しい Gem 保存

名前 プレビュー

Gem に名前をつけてください

カスタム指示 ⓘ

例: 天然芝と在来植物を専門とする園芸家として、水やり不要の庭づくりを支援する。地域や気候、地域固有の植物を考慮した情報を提供する。知識豊富な専門家として、気さくで親しみやすい態度で対応する。

知識 ⓘ

Gem が参照するファイルを追加します +


Gem を確認するには、まず名前をつけてください

Gemini に相談 

+

生成AIの活用方法をまとめ、実務での応用を考えます。

01 投稿文作成

InstagramやLINEなど、各種プラットフォームの投稿文をAIが生成し、アイデア出しの手間を軽減します。手軽に利用可能です。

02 求人文・ポップ作成

求人内容やPOP作成にAIを利用することで、スピーディーな作成が可能となります。クオリティ向上にも寄与します。

03 説明文の柔らかさ

お客様への説明文を生成AIで柔らかい表現に仕上げることで、顧客とのコミュニケーションが円滑になります。

第4章 補助金・支援の活用



補助金を活用し、小規模事業者の経営改善を図ります。

小規模事業者持続化 補助金

小規模事業者持続化補助金は、最大50万円支給が可能です。条件を満たせば、活用できる大きな資金源です。

対象となる費用

設備投資、販促活動、IT導入が補助金の対象となります。経費の負担を軽減する道として活かしましょう。

自費では難しいこと

自費では実現が難しいことも、補助金を活用することで現実にするのが可能となります。支援をフル活用しましょう。

補助金を利用した成功事例を通じて、実践の具体性を理解します。

新規客数の増加

LINEの導入とチラシ配布によって、新規客数が増加した事例を紹介します。効果的な戦略が重要です。

HP改善の実施

補助金を利用してHPを改善する取り組みも行われており、顧客の利便性向上が期待されています。

紙とデジタルの 組合せ

LINEと紙媒体をうまく組み合わせることで、相乗効果が発揮できることを示す事例です。この戦略が成功を導く要素です。

スタッフの成長と生産性向上を目指すための事例を紹介します。

生産性アップ

補助金を利用した予約システム導入により、生産性が向上した成功事例です。業務効率の改善に寄与しています。

離職防止に効果的

スタッフ研修を補助金で実施することで、離職防止策にもなっています。投資が人材の質を高めます。

外部講師の活用

外部講師を招くことで、外からの新しい視点を取り入れることが可能です。専用の業務改善が実現できます。

補助金申請や相談を通じて、支援を最大限に活用します。

支援機関の紹介

組合、指導センター、商工会・商工会議所、よろず支援拠点などの支援機関が、事業者を無理なくサポートしてくれます。役立てる環境が整っています。

無料相談の活用

無料相談があることで、気軽に自社の状況を見直すことができます。早期の改善が期待されます。

申請サポート

支援機関が補助金申請をサポートしてくれるため、二人三脚でプロジェクトを進められます。信頼関係構築が重要です。

まとめ：未来をあきらめないために

変化を知り、工夫をし、支援を活用することで、自店の未来を切り拓きます。

変化を認識



今の環境をしっかりと認識することが重要です。変化を明確にすることで、次の一歩が見えてきます。

工夫を始める



今日学んだ工夫を明日から実践に移しましょう。小さな改善の積み重ねが大きな成果を生み出します。

支援を活用する



提供されている支援や補助金を活用し、資金面のサポートを受けることで、より強固な経営基盤を築けます。

ワーク③：行動宣言カードを書く

今日の気づきをもとに、具体的な行動計画を立てます。

今日の気づき



今日のセミナーで得た気づきを基に、自分自身の行動計画を考えてみましょう。具体的な内容で記入します。

明日からやること



明日から実行することを明記しておくこと、行動を促すきっかけになります。実践が成功に繋がります。

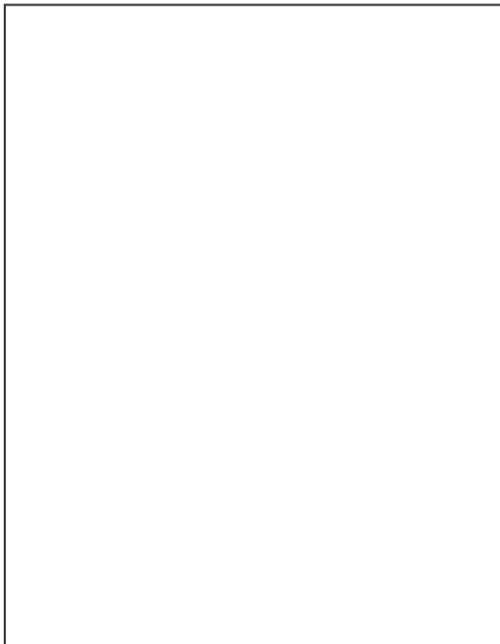
相談したいこと



他の参加者や講師に相談したい内容を書き留め、自身の成長や課題解決に活かしていきましょう。

| ワーク③：行動宣言カードを書く

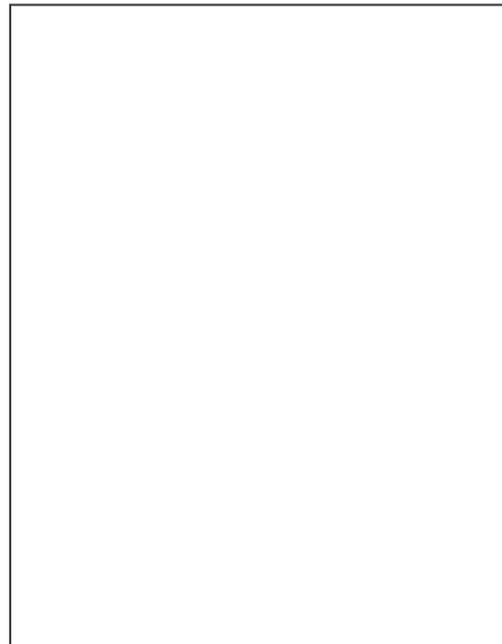
1. 今日のセミナーで印象に残った
こと・気づき



2. 明日から「まずやってみること」



3. 今、少し不安に思っていることや
相談したいこと



未来をあきらめず、小さな一歩を進めることが大切です。

完璧じゃなくていい



ハードルを高くしすぎず、まずは行動に移すことが重要です。小さな進展も価値があります。

小さな一歩が未来を変える



小さな積み重ねが、将来的に大きな進展へと繋がります。少しずつの挑戦を続けましょう。

皆さんの進化を応援



参加者一人ひとりの行動が、将来の美容業界をより良いものにします。皆さんの頑張りを応援しています。

