SAMPLE ― 架空店舗による見本

Omotenashi Report

おもてなし診断

診断レポート

喫茶つばめ 様

2026年10月8日

bloomary design

はじめに

この診断は「ダメ出し」ではなく、「お客様にはこう見えている」の翻訳です。

はじめまして。日本料理店で10年サービスに携わってきた、店舗ブランディングデザイナーの廣島夏実です。

10年間、お客様をお迎えする側に立って気づいたことがあります。お客様は、のれんをくぐる前に——検索して、写真を見て、口コミを読んだ時点で——もう半分、お店を「体験」しています。

第1部では、お客様がお店に出会ってから席に着くまでの5つの場面（＝5つの窓）を、お客様の目線で拝見しました。喫茶つばめ様の魅力が「もっとまっすぐ伝わる」ためのヒントとしてお使いください。

第2部では、接客以外で時間がかかっている作業を伺い、その時間をおもてなしに向けるための改善案をまとめました。

診断の見方

評価	意味
◎	魅力が伝わっています。この調子で続けましょう
○	土台は良いのに、もったいない見え方になっています
△	お客様が迷う・不安になるポイントです。優先して整えましょう

4つの視点で拝見しています

- **接客の視点**：お客様をお迎えしてきた側から、どう見えるか
- **デザインの視点**：写真・言葉・見せ方がそろっているか
- **仕組みの視点**：検索や各サービスの中で、正しく伝わる状態か
- **集客の視点**：来店や予約につながる流れになっているか

各窓は「診断」と「改善の手順」の2ページです。手順には、かかる時間・文例・確かめ方を書きました。

第1部｜来店前のおもてなし

お客様がお店に出会う順番に、5つの窓で拝見しました。

窓	評価	ひとこと
Window 1 出会いの3秒	○	Googleマップの写真が3年前の外観のみ。中の温かさが伝わっていません
Window 2 Instagram	◎	手作りケーキの写真に温度があります。世界観の軸はすでにお持ちです
Window 3 HP・メニュー	△	メニューと価格が来店前にどこにも見えず、初めての方の不安が残ります
Window 4 口コミ返信	○	返信は丁寧ですが定型文の印象。接客の温度をそのまま言葉に
Window 5 予約・問い合わせ	△	連絡手段が電話のみ。営業中は出られず、機会を逃しています

総評

喫茶つばめ様は「中に入れば伝わるお店」です。Instagramを見れば分かるように、伝えるべき魅力はすでに十分にあります。課題は魅力の不足ではなく、**入口（窓1・3・5）で情報が途切れていること**。まずは「来店前の不安をなくす」ことから整えるのが近道です。

Window 1

出会いの3秒

Googleマップ・検索結果・SNSアイコン

◯ 評価

［ Googleマップ検索結果のスクリーンショット ］

◆ 拝見した状態

- Google検索で店名がすぐ出てくる（強みです）
- マップの代表写真が3年前の外観写真1枚。曇りの日の撮影で少し暗い印象
- 営業時間は最新。ただし「定休日: 不定休」の表記のみで来店の計画が立てにくい

接客の視点 — お客様にはこう見えています

のれんをくぐる前に、お客様はもう店を判断しています。今の代表写真は「入っていいのかな？」と一瞬ためらう見え方。せっかく店内は温かいのに、その温度が3秒で伝わっていません。

デザインの視点

マップの一覧では、写真は小さな四角に切り取られます。暗い外観1枚だと、周りの明るい写真に埋もれます。入口と看板が中央に入った、明るい1枚が向いています。

仕組みの視点

マップの情報は、無料の管理画面「Googleビジネスプロフィール」で編集できます。業種が「喫茶店」になっているか、休みの日が登録されているかで、検索に出る場面が変わります。

集客の視点

「近くのカフェ」で探す人は、今から行く店を決めたい人です。そこで最初に目に入るのは、写真・評価・いま営業中かどうか、の3つです。

出会いの3秒｜改善の手順

上から順に進めてください。ひとつ終えるごとに、見え方が変わります。

1 写真を3枚追加する

30分 ／ 0円 ／ やさしい

1. 晴れた日の午前中に撮ります。外観は、入口と看板が両方入る位置から、少し斜めに。
2. 窓際の席は、開店前の人がいない時間に。照明を消し、自然光だけで撮ると温かく写ります。
3. 看板メニューのケーキは、斜め上から。テーブルの木目を少し入れると、お店の空気が伝わります。
4. Googleビジネスプロフィールを開き、「写真を追加」から3枚を投稿します。

確かめ方：1週間後、ご自身のスマホで店名を検索し、最初に出てくる写真が変わったかを見ます。

2 お休みの日を知らせる

10分 ／ 0円 ／ やさしい

1. Googleビジネスプロフィールの「営業時間」を開き、「特別営業時間」に今月のお休みを登録します。
2. 同じ内容を「最新情報」として投稿します。月初めに1回、と決めておくと続きます。

投稿の文例

10月のお休みは、6日(火)・14日(水)・20日(火)・28日(水)です。それ以外は10時から18時まで、いつもどおりお待ちしております。

確かめ方：お休みの日にマップを開き、「臨時休業」と表示されているかを確かめます。

Window 2

Instagram

プロフィール・ハイライト・直近9投稿

◎
評価

［ プロフィール＋グリッドのスクリーンショット ］

◆ 拝見した状態

- 手作りケーキと窓辺の光の写真に一貫した空気感がある（とても良いです）
- プロフィール文が「喫茶つばめです。よろしくお願いします」のみ
- ハイライトが未整理（「メニュー」「行き方」の枠がない）

接客の視点 ― お客様にはこう見えています

常連さんへの顔と、一見さんへの顔は違います。投稿は常連さんに愛される温度がある一方、初めての方が知りたい「どこ？いくら？入りやすい？」がプロフィールで答えられていません。あと一歩で、両方に届くアカウントになります。

デザインの視点

写真の光と色味がそろっていて、並べたときに「つばめらしさ」が出ています。ここは変えないでください。足りないのは文字の情報だけです。

仕組みの視点

Instagramの検索で探されるのは、主に「名前」の欄です。店名だけでなく「駅名＋喫茶店」を入れると、地域で探す人に見つかりやすくなります。

集客の視点

プロフィールを見た人が次に知りたいのは「行けるかどうか」です。場所・営業時間・価格帯が10秒で分かれば、来店の候補に残ります。

Instagram｜改善の手順

上から順に進めてください。ひとつ終えるごとに、見え方が変わります。

1 プロフィールを書き直す

15分 ／ 0円 ／ やさしい

1. 「プロフィールを編集」を開き、「名前」の欄に駅名と業種を足します。
2. 自己紹介を、世界観・入りやすさ・営業時間・連絡方法の4行にします。

書き方の例

名前：喫茶つばめ｜〇〇駅 徒歩3分の喫茶店
手作りケーキと、窓辺の席。
お一人でも、ゆっくりどうぞ。
10:00–18:00（お休みはハイライトへ）
ご予約・お問い合わせはDMから

確かめ方：お店を知らない方に10秒だけ見せて、「どこにあるか・いくらくらいか・一人で入れそうか」を答えられるか聞いてみます。

2 ハイライトを3つ作る

40分 ／ 0円 ／ ふつう

1. 「メニュー」：定番5品を、品名と価格を入れた画像にしてストーリーズに投稿し、ハイライトに追加します。
2. 「店内」：窓際の席、カウンター、入口の3枚。席数や雰囲気が分かる写真を選びます。
3. 「行き方」：駅の出口、目印になる角、お店の入口の3枚。歩く順に並べます。

確かめ方：ハイライトの名前は4文字以内にすると、途中で切れずに表示されます。

Window 3

HP・メニュー

来店前の不安を解消できているか

△
評価

［ 検索結果／メニュー掲載状況のスクリーンショット ］

◆ 拝見した状態

- HPなし。食べログの基本情報のみで、メニューと価格が来店前に確認できない
- Instagramにケーキの写真はあるが、価格・ドリンクの種類は不明
- 「お一人でも入りやすいか」「作業してよいか」など喫茶店特有の不安に答える情報がない

接客の視点 — お客様にはこう見えています

お客様が席で最初に開くのは品書きです。それを来店前に見せないのは、「ご予算はいくらか分からないけど来てください」と言っているのと同じ。初めての方ほど、値段が見えないお店の扉は重くなります。

デザインの視点

メニューは全部を載せるより、定番5品を大きく見せる方が伝わります。価格は税込で、数字の位置をそろえると、ひと目で予算が分かります。

仕組みの視点

店名・住所・営業時間は、画像ではなく文字で載せることが大切です。文字で書かれた情報は、検索エンジンにもAIにも読み取られます。

集客の視点

初めての方が来店前に確かめたいのは、予算・雰囲気・入りやすさです。喫茶店では「一人で入れるか」「長居してよいか」が決め手になりやすいです。

HP・メニュー｜改善の手順

上から順に進めてください。ひとつ終えるごとに、見え方が変わります。

1 メニューと価格を見えるようにする

60分 ／ 0円 ／ ふつう

1. 定番を5品選びます。迷ったら、一番出ているものと、一番食べてほしいものから。
2. 1枚の画像に1〜2品。品名・税込価格・ひとことを入れます。
3. Instagramのハイライト「メニュー」と、Googleビジネスプロフィールの写真の両方に載せます。

1品の書き方の例

いちごのショートケーキ　580円
スポンジは毎朝、お店で焼いています。

確かめ方：ハイライトを開いて、文字がスマホの画面で読める大きさかを確かめます。

2 「はじめての方へ」を用意する

20分 ／ 0円 ／ やさしい

1. よく聞かれることを3つ書き出します。
2. それぞれに、お店の言葉で1〜2行の答えを書きます。
3. ハイライト「はじめて」として載せます。

質問の例

お一人でも入れますか／パソコンでの作業はできますか／お子様連れでも大丈夫ですか

3 その先：1ページのホームページ

ご自身でも作れます ／ デザインや検索への対応まで整えたい場合はご相談ください

1. 載せるものは7つです。店名とひとこと／メニューと価格／店内の写真3枚／住所と行き方／営業時間とお休み／連絡方法／ホールケーキのご予約。

Window 4

口コミ・レビュー対応

返信の言葉遣い・トーン・頻度

◯ 評価

［ 口コミと返信のスクリーンショット ］

◆ 拝見した状態

- ★4.3と高評価。「ケーキがおいしい」「静かで落ち着く」の声が多い
- 返信はしているが「ご来店ありがとうございました。またお待ちしております」の定型文が続く
- 低評価1件（混雑時の待ち時間）には未返信

接客の視点 — お客様にはこう見えています

口コミ返信は、次のお客様への接客です。読んでいるのは書いた本人だけではありません。定型文は「流された」印象に、低評価への沈黙は「都合が悪いと黙る店」の印象になります。日本料理店にいた頃、お叱りへの向き合い方こそ一番見られていると学びました。

言葉の視点

返信もお店の声です。語尾、長さ、絵文字を使うかどうかをそろえると、店内の雰囲気と同じ印象になります。つばめ様は、丁寧で短めが合っています。

仕組みの視点

返信は、Googleビジネスプロフィールの「クチコミ」から書けます。通知を入れておくと、新しい口コミにすぐ気づけます。返信は後から直せます。

集客の視点

口コミを読む方は、評価の数字だけでなく、低い評価にお店がどう答えたかまで見ています。返信があること自体が「人のいるお店」の合図になります。

口コミ・レビュー対応｜改善の手順

上から順に進めてください。ひとつ終えるごとに、見え方が変わります。

1 返信の型をつくる

20分 ／ 0円 ／ やさしい

1. 型は4つの順番です。お礼 → その方の言葉をひとつ拾う → お店からひとこと → またのお越しを。
2. 曜日を決めて、週に1回まとめて返信します。

高評価への文例

ご来店ありがとうございます。ショートケーキを気に入っていただけて、とても嬉しいです。スポンジは毎朝焼いていますので、次は季節のタルトもぜひお試しください。またのお越しをお待ちしております。

確かめ方：返信していない口コミが0件の状態を、1か月続けます。

2 低い評価に返信する

15分 ／ 0円 ／ ふつう

1. 順番は、お詫び → 起きたこと → 改めたこと → お礼。言い訳を先に書きません。
2. お客様が特定できる内容や、反論は書きません。書いたら一晩置いて読み直します。

待ち時間へのご指摘への文例

先日はお待たせしてしまい、申し訳ございませんでした。土日の午後は混み合い、ご案内までお時間をいただくことがございます。現在は店頭に待ち時間の目安を掲示し、お名前を伺ってお呼びする形に改めました。貴重なお声をありがとうございます。

Window 5

予約・問い合わせ導線

店に入る前の接客

△
評価

［ 連絡手段の一覧スクリーンショット ］

◆ 拝見した状態

- 連絡手段が固定電話のみ。営業中は接客でお電話に出られないことが多い状況
- InstagramのDMは開放されているが「DMでお問い合わせOK」の明記がない
- ケーキのホール予約を受けていることが、どこにも書かれていない

接客の視点 — お客様にはこう見えています

迷わせた時点で、一組逃しています。「電話しかない→営業中は出られない→かけ直してもらえない」は、お店側からは見えない機会損失です。そしてホール予約を受けているのに書いていないのは、一番もったいない沈黙です。

デザインの視点

連絡方法は、ひとつを主役にします。電話・DM・メールを同じ大きさで並べると、お客様は迷います。つばめ様はDMを主役に、電話は補助にするのが合っています。

仕組みの視点

Instagramのプロフィールには、電話などのボタンを付けられます。Googleビジネスプロフィールにも電話番号を登録でき、スマホなら押すだけで発信できます。

集客の視点

ホールケーキは、事前に数が読める注文です。受けていることが書かれていなければ、頼めることに気づいてもらえません。

予約・問い合わせ導線｜改善の手順

上から順に進めてください。ひとつ終えるごとに、見え方が変わります。

1 DMで受け付けると明記する

10分 ／ 0円 ／ やさしい

1. プロフィールの最後の行に、連絡方法を1行で書きます。
2. Instagramの「保存済みの返信」に、最初のお返事を登録しておくと、営業中でもすぐ返せます。

最初のお返事の文例

お問い合わせありがとうございます。ただいま営業中のため、お返事が少し遅くなります。本日中にあらためてご連絡いたします。

2 ホールケーキのご予約を知らせる

30分 ／ 0円 ／ やさしい

1. サイズ・価格・締め切り・連絡方法の4つを決めます。
2. ハイライト「ご予約」、Googleビジネスプロフィールの投稿、店頭のPOPの3か所に同じ文を載せます。

お知らせの文例

ホールケーキのご予約を承っております。4号 2,800円から。お受け取りの3日前までに、DMでご連絡ください。お名前・お受け取りの日時・サイズ・メッセージの有無をお知らせください。

確かめ方：1か月のあいだ、DMと電話のお問い合わせの数を、正の字で数えておきます。

第2部｜おもてなしの時間をつくる

接客以外で時間がかかっている作業を伺いました。

> 「もし時間が空いたら、何をしたいですか」と伺ったときのお答えです。
>
> 「**常連さんと、カウンターでゆっくり話す時間がほしい**」

時間の整理

作業	担当	頻度	1回	週あたり
Instagramの投稿文づくり	店主	週4回	30分	2時間
口コミへの返信	店主	週3回	20分	1時間
翌日の予約・取り置きの確認	店主	週6回	10分	1時間
黒板メニュー・お品書きの書き直し	店主	週1回	40分	40分
アルバイトのシフトづくり	店主	月2回	1時間	約30分
合計				**約5時間10分**

お店の今

接客以外の作業に、週およそ5時間。どれも手を抜けない仕事ですが、**半分以上は「文章を考える時間」**でした。ここが、時間をつくれる場所です。

改善案と、AIでできること

減らす仕事と、減らしてはいけない仕事を分けました。

作業	仕分け	導入すると、こう変わります
Instagramの投稿文づくり	AIで下書き	写真と伝えたいことを一言入れると、つばめ様らしい言葉づかいの投稿文の案が出てきます
口コミへの返信	AIで下書き	返信の下書きが出てくるので、内容を確認して手直しし、送るだけになります
黒板メニュー・お品書き	AIで下書き	今週のメニューを伝えると、説明文の案が出てきます。手書きの温かさはそのまま残せます
シフトづくり	AIで下書き	休み希望を伝えると、シフトの案が出てきます。最後の調整と決定はお店で行います
予約・取り置きの確認	手順化して任せる	確認の手順を1枚にまとめれば、アルバイトの方にもお願いできます
お客様への言葉・お叱りへの対応	人がやる	ここは減らしません。空いた時間を、ここに使います

→ 導入する場合の進め方

- お店の言葉づかいと、守りたいルールを一緒に決める
- 「確認してから送る」ための手順をつくる
- 店主様・スタッフの方に、使い方をご説明する

※ AIがつくるのは下書きまでです。お客様に届く言葉は、必ずお店の方が確認してから出す形にします。次のページに、ご自身で今日から試せる方法を書きました。

まず、ご自身で試すなら

一番時間がかかっていた「文章を考える作業」から始めます。無料のAIチャットで試せます。

1 Instagramの投稿文の下書きを、AIに頼む

初回15分・2回目からは5分 ／ 0円 ／ やさしい

1. AIチャット（ChatGPTやClaudeなど）を開きます。
2. 下の文を、【　】の中だけ書き換えて送ります。
3. 出てきた3つの案から、お店の言葉に一番近いものを選び、手直しします。
4. 必ずご自身で読み直してから投稿します。

そのまま使える依頼文

あなたは、駅前の小さな喫茶店の店主です。落ち着いた丁寧な言葉で、絵文字は使わず、3〜4行のInstagramの投稿文を3案書いてください。
今日伝えたいこと：【季節のタルトが、今週から洋梨になりました】
入れたい情報：【1日10個ほど／なくなり次第おしまい】

2 口コミ返信の下書きを、AIに頼む

1件3分 ／ 0円 ／ やさしい

1. 口コミの文章だけを貼り付けます。お客様のお名前は入れません。
2. 「お礼・その方の言葉をひとつ拾う・お店からひとこと・またのお越しを、の順で、3行で返信の下書きを」と頼みます。
3. 事実と違うことが書かれていないかを確かめ、手直ししてから投稿します。

気をつけること：お客様のお名前・連絡先・ご予約の内容は、AIに入力しません。低い評価への返信は、AIの下書きに頼らず、窓4の手順でご自身の言葉で書くことをおすすめします。

ここから先は、ご一緒できます

毎回の依頼文を書かなくても「つばめ様の言葉づかい」で下書きが出てくる設定、確認してから送る手順づくり、スタッフの方へのご説明。続けるうちに手間に感じたら、ご相談ください。

もし整えるなら — 3つのステップ

すべてを一度にやる必要はありません。効果の出る順に並べました。

STEP
01

今週できること（費用ゼロ）

Googleマップに写真3枚追加／Instagramのプロフィールの書き直し／「DMで受け付けます」の明記。

→ 窓1・2・5の手順1だけで、来店前の不安は大きく減ります。

STEP
02

今月やると効くこと

メニューと価格の掲載／口コミ返信の型づくり／ホールケーキのご予約のお知らせ／投稿文の下書きをAIに頼む。

→ 「初めての方が安心して入れる状態」が完成します。

STEP
03

その先の一手（ご自身でも、ご一緒にでも）

1ページHP（メニュー・雰囲気・行き方）／投稿文や口コミ返信の下書きをAIに任せる仕組みづくり。

→ どこから来ても同じ「つばめらしさ」で迎えられ、常連さんと話す時間も生まれます。

最後にひとつだけ

診断を通して一番感じたのは、「伝える中身はもう揃っている」ということでした。焦らず、STEP01から。応援しています。

お店の魅力は、
すでにあなたの中にあります。

この診断書は、ご自身で進められるように書きました。
ひとつずつ試していただければ、それで十分です。

30分のオンライン報告会で、このレポートを一緒に読み解きます。

ご予約: Instagram @bloomary_design のDM、またはお問い合わせフォームから

進めるうちに「ここはプロの目がほしい」と感じたら、いつでもご相談ください。

診断費用は、「お店まるごとサポート」をご依頼いただいた場合に全額お値引きします。

bloomary design — Natsumi Hiroshima