



Success! Weekly Letter

【AI×集客】競合の土俵で戦わない「独自性」の磨き方



先日、ある社長から「AIで自社サイトを作り直しましたが、見栄えはよくなっても反応は今ひとつです」という相談を受けました。

実は、これは今後多くの企業が直面する問題です。実際、ウェブサイトや企業から届くメールを見て、「これ AI が書いたな」と感じるが増えたと思いませんか？ 文章は上手で構成もきれいですが、どの会社も似たり寄ったりで、経営者やスタッフの「想い」が伝わってこないのです。

もちろん、私は AI 活用を否定しているわけではありません。むしろその逆。あなたと同じように私も毎日使っています。例えばこのコラムの画像も、毎回 AI を使って何度か修正しながら作成しています。

AI を使っている人はお分かりだと思いますが、AI の強みは圧倒的な「速さ」と「量」です。文章やプレゼン資料の作成、企画のたたき台、営業資料、データ分析、プログラム作成、LP、広告の比較など、これまで数時間、あるいは数日かかっていた仕事を大幅に短縮できます。問題は、その先です。

AI は膨大なデータから「それらしい答え」を作るのが得意です。裏を返せば、誰もが同じように AI を使えば、ウェブサイトも広告も商品企画も次第に似てきます。しかし、これこそが危険なのです。

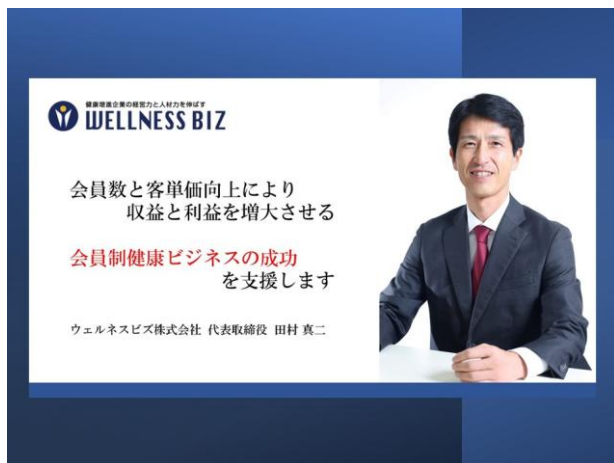
「31,500 施設時代」のフィットネス経営において、独自性がなく、違いが弱い会社から順番に埋もれていきます。違いが見えない会社は他社と比較され、選択肢から外されやすく、やがて売上や利益を削られていくからです。

例えば、多くの総合クラブが 24 時間ジムに“対抗する”ため、ジムエリアの 24 時間化を進めていますが、差別化できず効果は限定的です。一方、近隣に 24 時間ジムや専門スタジオがどれだけ増えても、女性だけの 30 分健康フィットネス「カーブス」は安定して業績を伸ばしています。

両者の違いは、「この分野なら、この会社」と認識される“独自性”があるかどうか。そして、競合の動きに左右されるのではなく、その独自性を磨き続けているかどうか。つまり、「競合と同じ土俵で戦う」のではなく、「自社が勝てる土俵そのものをつくる」という発想です。

そのうえで、強みを最大化するために AI を活用する。この順番がますます大事になります。AI に依存して差別化を図るのではなく、顧客をより深く理解し、自社独自の価値を磨くために AI を使う。これこそが、AI 時代の正しい活用法なのです。

本日もお読みいただき、ありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



ウェルネスビズ株式会社代表取締役。会員制健康ビジネスコンサルタント。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の店舗実務・経営・営業・人事・店舗開発・新規事業開発等を経験後、2007 年に独立。19 年にわたり 100 社以上のフィットネス企業を支援。現場経験と経営支援経験および 30 年以上の会員経験を兼ねた数少ない専門コンサルタント。

【支援実績例】「会員数 800 名→2,200 名」「売上4倍超」「退会率改善6%台→1%台」「VIP 会員月額 10～20 万円超導入」等により、売上・利益増大企業が続出。FIA・SPORTEC をはじめ全国で講演・セミナーを多数実施。フィットネス業界経営情報誌『フィットネスビジネス』に最長連載中(110 号以上)。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先:<https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL :<https://www.wellness-biz.jp>

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180 号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。