

COLUMN | AI活用 | 株式会社DnD

一度来てくれたお客様を、 また呼び戻す

AIで顧客フォローを仕組み化して
リピートを増やす考え方

DnD Inc. — Distill n Develop 2026.08.23

この資料の要点

- 新規顧客獲得コストは既存顧客へのアプローチより数倍高い。フォロー不足は「担当者の問題」ではなく「仕組みの不在」。
- AIは①フォロー文の自動生成、②フォロー対象者の自動抽出、③最適送信タイミングの判断、の3つで力を発揮する。
- 「データ整理 → 型の設計 → ワークフロー自動化」の3ステップで段階的に構築するのが失敗にくい。

なぜフォローできていないのか

購入・来店後のフォローが続かない理由は、担当者の熱意ではなく仕組みの不在にあります。手動でCSVを確認し、一人ひとりメールを送るだけでは繁忙期に必ず後回しになります。

マーケティングの分野では、新規顧客獲得コストは既存顧客の再購入誘引より数倍かかるとよく言われます。一度来てくれたお客様への丁寧なフォローは、最も費用対効果の高い施策の一つです。

AIが担う3つの役割

- ① **フォロー文の生成**：購買履歴・最終来店日などの情報を組み込み、一人ひとりに合わせた文面をAIが自動で作成
- ② **フォロー対象者の自動抽出**：「購入から90日経過・未リピート」などの条件を満たす顧客をCRMから自動でリストアップ
- ③ **送信タイミングの最適化**：過去の開封データから最適なメール送信時間をAIが学習・調整

「考える・書く・選ぶ」はAI。「送る・判断する」は人——この分担が少人数でも続くフォロ一体制の基本形。

顧客フォローを自動化する3ステップ

ステップ1：顧客データを「使える形」に整理する

自動化の前提は、顧客名・メールアドレス・購入日・最終接触日が一か所にまとまっていること。スプレッドシートでもCRMでも構いません。まずデータを整理し、フォローの発動条件（例：最終購入から90日経過）を決めます。

ステップ2：フォロー文の「型」を作りAIで自動生成する

「購入30日後→使用感確認」「90日後→リピート訴求」のように型を設計し、顧客情報と組み合わせ、AI（ChatGPT・Claude API等）に文面を生成させます。最初は「生成→人が確認→送信」でAIの精度を見極め、問題なければ自動化を拡げます。

ステップ3：ワークフローツールで送信まで自動化する

Make・n8n・Zapierなどで「対象者抽出→AI文生成→メール/LINE送信」の一連フローを自動化。まず週1回のバッチ処理から始め、安定してきたら日次・リアルタイムへ移行します。

ツール選びの目安

- 顧客数が数十～数百件・メール中心：スプレッドシート + Make + ChatGPT API（月数千～1万円台）
- LINEで接点がある場合：LINE公式アカウントのMessaging API + n8n（月1万通まで無料）
- 本格的なCRM構築：kintone・HubSpot CRM + MA機能の組み合わせ（月額数万円～）

実務で気をつけたい3つのポイント

- **特定電子メール法（迷惑メール防止法）**：事前のオプトイン・送信者情報の明記・オプトアウト手段の設置が必要。AI自動送信ではオプトアウト処理の自動化も必須。
- **個人情報のAI送信**：APIは多くの場合、リクエストデータが学習に使われない設計ですが、各サービスの約款を必ず確認。送信前に氏名→顧客IDへの匿名化を推奨。
- **配信頻度に注意**：自動化すると送りすぎのリスクがある。受け取ったときに価値を感じてもらえるか、というお客様視点で設計する。AI生成文は送信前に人がサンプル確認する習慣を最初から組み込む。

まとめ

顧客フォローを仕組み化するには、「データを整える→型を設計する→自動化ツールに組み込む」という3段階の積み上げが最も失敗しにくいアプローチです。すべてを一気に自動化しようとせず、まず担当者が確認しながら動かして品質を確かめ、自信がついた範囲から手を放すのが中小企業には合っています。

株式会社DnDでは、顧客フォロー自動化の設計・構築をご支援しています

「自社のデータで何ができるか」「どのツールが合っているか」——ご相談・お見積りは無料です。

<https://dnd-inc.jp/contact.html>