

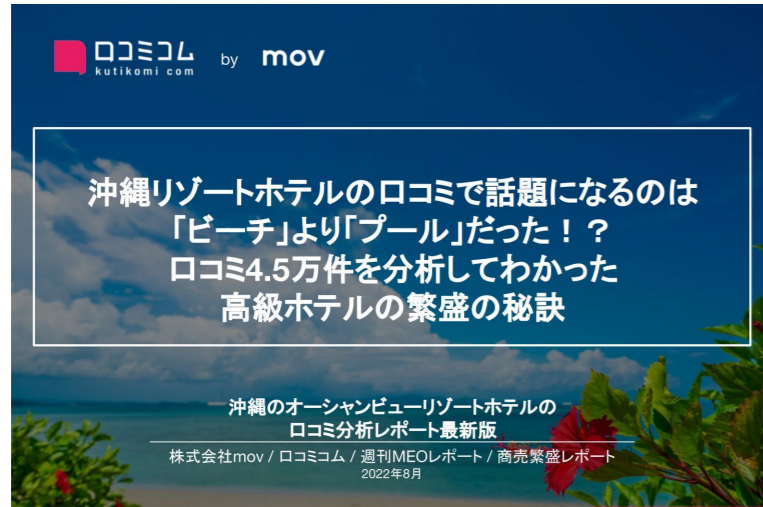
**高級焼肉店の口コミ1万件を分析して見えた顧客の声
～差別化ポイントは「時間」にあり!?!～
叙々苑／kintan／平城苑／焼肉トラジ
4ブランドを徹底調査！**

焼肉4ブランド36店舗の口コミ分析レポート最新版

株式会社mov / 口コミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2023年2月

1. 今回の調査対象
2. 高級焼肉ブランドの年別ロコミ傾向
3. 【独自分析】ブランド別キーワード・QSCA分析
4. 【独自分析】ブランド別戦略キーワードの頻度・評価比較
5. 昨今のMEO市場について
6. ロコミコムとは
7. ロコミコムを導入すると何ができるのか？

【月1社限定】ご依頼いただいた業界ロコミレポートの分析を作成いたします



ロコミコム by mov
kutikomi.com

沖縄リゾートホテルのロコミで話題になるのは「ビーチ」より「プール」だった！？
ロコミ4.5万件を分析してわかった高級ホテルの繁盛の秘訣

沖縄のオーシャンビューリゾートホテルのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年8月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【みんな大好き！国民食！】
全国区の牛丼・丼もの4ブランド
本当に人気のあるチェーンはどこ？

牛丼・丼ものチェーン4ブランドのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート
2022年4月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【全国47都道府県のスターバックスを大調査】
スタバファンが多いのは〇〇エリア！？
スターバックスの地域性を
全国のロコミから徹底調査！！

全国47都道府県のスターバックスのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年7月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【独自ランキング】
調査したロコミ総数50,000件超！！
ラーメン激戦区・池袋の今行くべきイチオシ店！

池袋駅周辺・ラーメン店122店舗のロコミ分析レポート
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート
2022年8月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【高級食パン専門店のロコミを大調査】
家で食べられる〇〇と贈答用ブランド
専門店の儲かり戦略に迫る

乃が美・一本堂・銀座に志かわ・岩本
全国167店舗の高級食パン専門店のロコミ分析レポート
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年8月

月に先着一本限定で、ご依頼いただいた業界のロコミ業界分析レポートを無料で作成しています。

自社やその業界のロコミを確認したい企業の方は、下記のレポート作成窓口までお問い合わせください。

kcom_report_request@mov.am



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【高級食パン専門店のロコミを大調査】
家で食べられる〇〇と贈答用ブランド
専門店の儲かり戦略に迫る

みは〇〇で、くら寿司は〇〇に伸びしろ有！
息をつけたければ、これをしよう！
]転ずし大手4大チェーンの
のロコミを比較して見えた生存戦略

スシロー・くら寿司・はま寿司・かつぱ寿司
ずし大手4ブランドのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート
2022年6月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【都内ラグジュアリー外資ホテルのロコミを大調査】
ロコミ分析から各ブランドの特徴に迫る

都内ラグジュアリー外資ホテル
7施設のロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年9月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【リサイクルショップロコミ分析レポート】
4.8万件のロコミを分析！
各社の得意なジャンルが明らかに！

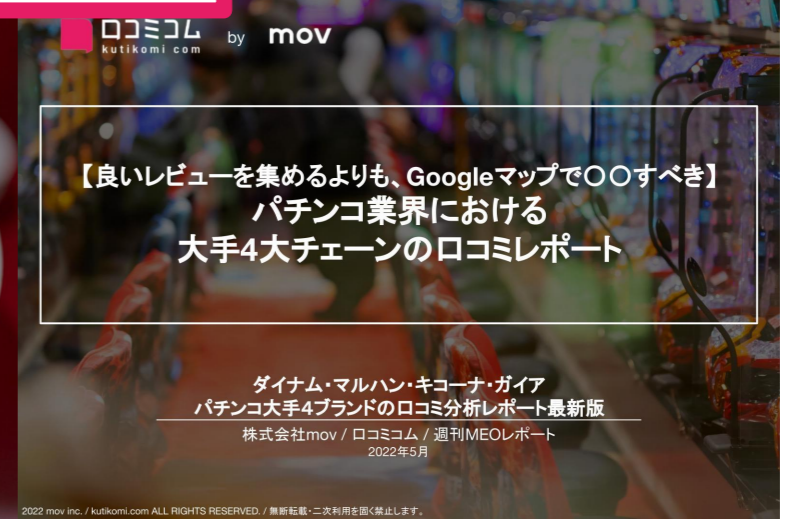
リサイクルショップのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年10月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【あなたが好きなのはどこ二郎？】
最強のラーメン二郎は〇〇店！
TOP3のロコミから繁盛店の秘訣に迫る！！

ラーメン二郎の直系店・ロコミ分析レポート2022年版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年6月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【良いレビューを集めるよりも、Googleマップで〇〇すべき】
パチンコ業界における
大手4大チェーンのロコミレポート

ダイナム・マルハン・キコーナ・ガイア
パチンコ大手4ブランドのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート
2022年5月

今回の調査対象

今回は、高級焼肉4ブランド計36店舗を抽出し、各店舗に寄せられたロコミ(総数10,485件)を分析しました。

基本方針	高級焼肉4ブランドのロコミを分析・ロコミ傾向を調査			
調査対象	叙々苑	kintan	平城苑	焼肉トラジ
対象店舗数	<p>上記から各9店舗をランダムに抽出(計36店舗)</p> <p>※調査対象の店舗については開示していません</p>			
ロコミ調査期間	2011年1月1日 ~ 2022年12月31日			
調査リソース	<p>1. Google マップ 2. Yahoo! MAP の2サイトから公開されているロコミを抽出し独自に分析</p> <p>※1店舗あたりのロコミが1,000件を超える場合は、最新の1,000件を抽出</p>			
調査方法	<p>「ロコミサイトを“もっと”売上に変える」ロコミコムを利用して、 調査リソース上のデータを独自に分析・解析</p>			

高級焼肉4ブランドのロコミ傾向

高級焼肉4ブランドの新規口コミ投稿件数の年別推移

高級焼肉4ブランド全体の口コミ投稿件数は2017年ごろから増加しています。2021年には、投稿数が2020年を下回りましたがそこから持ち直し、2022年に過去最高の3,370件の口コミを獲得しました。2021年～2022年の右肩上がりの様子から、2023年以降の口コミ数の更なる増加が予想されます。

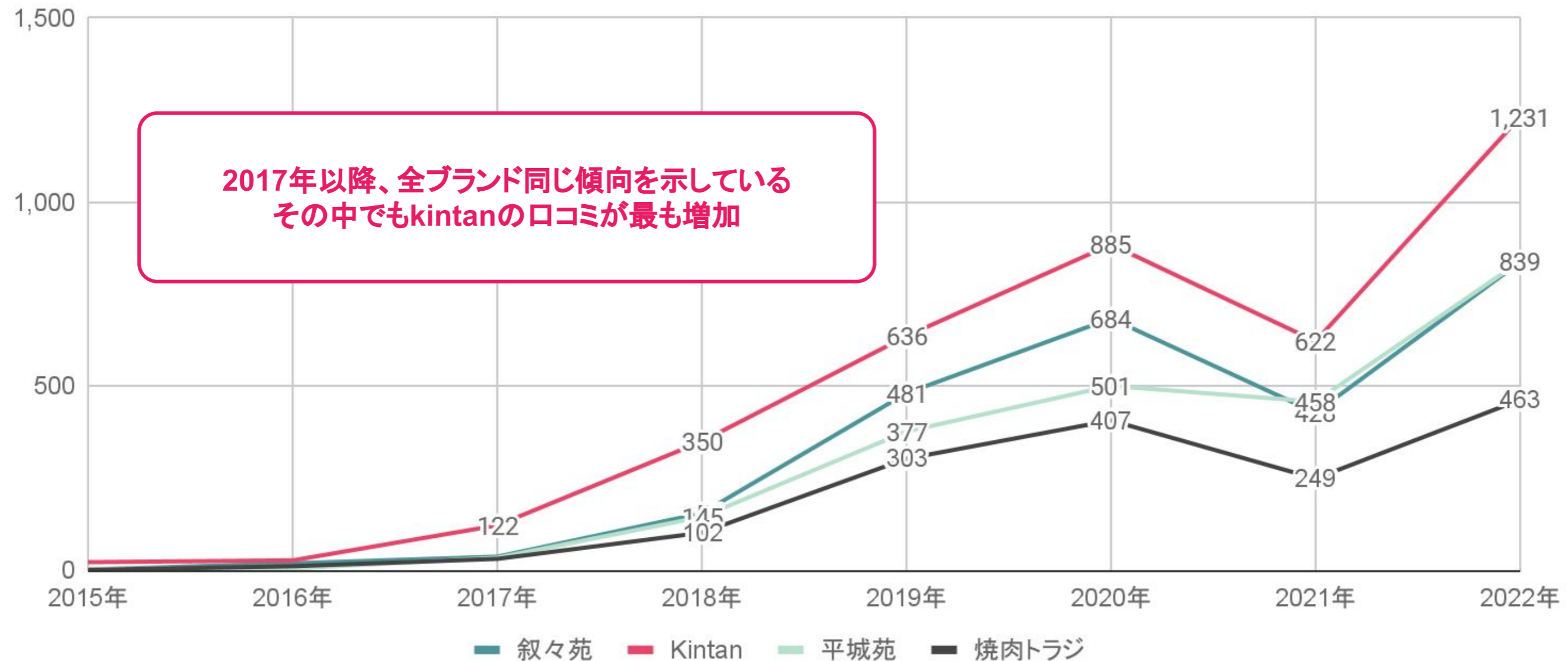
新規口コミ投稿件数（2011年～2022年）



ブランド別新規口コミ投稿件数の年別推移

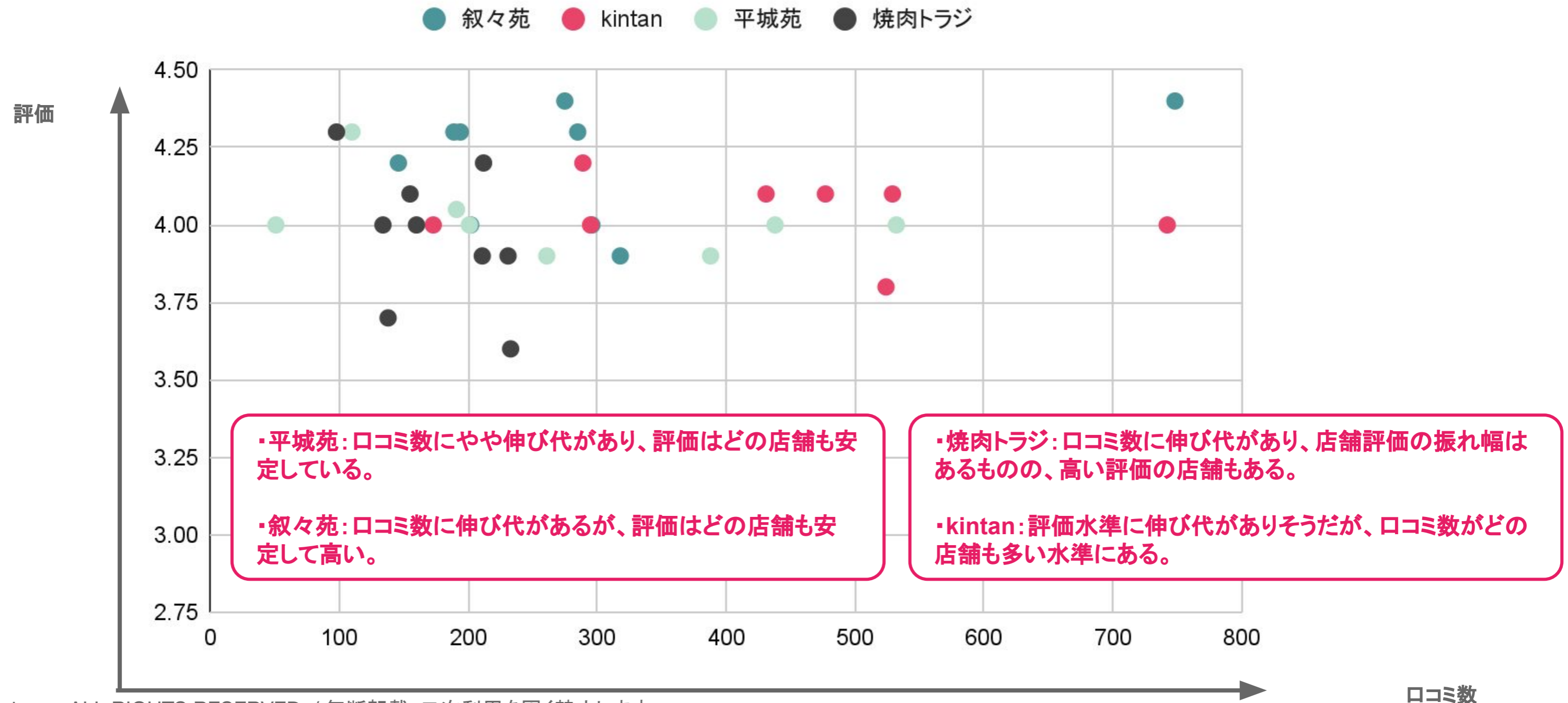
ブランド別の新規口コミ投稿件数の推移です。同じ9店舗での比較で口コミ数はKintan>叙々苑>平城苑>焼肉トラジの順で2020年まで推移していました。2022年には、どのブランドでも口コミ数が増加しており、全てのブランドで同様の傾向が見られますが、その中でもkintanの口コミ数が増加していました。

ブランド別新規口コミ投稿件数(2015年~2022年)



1店舗あたりの口コミ投稿件数と評価平均の散布図

各店舗の”口コミ投稿件数”と”評価の平均”を散布図で表しました。叙々苑: 評価が4.0未満の店舗が1つしかなく、どの店舗も評価が高くなっています。kintan・平城苑: 口コミを400件以上獲得している店舗が多く、口コミ獲得がうまくいっているようです。焼肉トラジ: 高い評価を集める店舗が多く、口コミ数に伸び代がある状況です。



【独自分析】ブランド別のロコミ傾向 (ロコミコムを利用したキーワード・QSCA分析)

各ブランドの顧客満足度(QSCA)を分析

直近2年間(2021年1月～2022年12月)で高級焼肉4ブランド・36店舗に寄せられた口コミ合計10,485件をすべて解析し、口コミの独自AIを用いてQSCA(品質(Quality)、接客(Service)、清潔感(Cleanliness)、雰囲気(Atmosphere))の4指標でブランド別にスコアリングしました。

※ スコアが高いほど、QSCAに関する口コミの評価が高い傾向がある



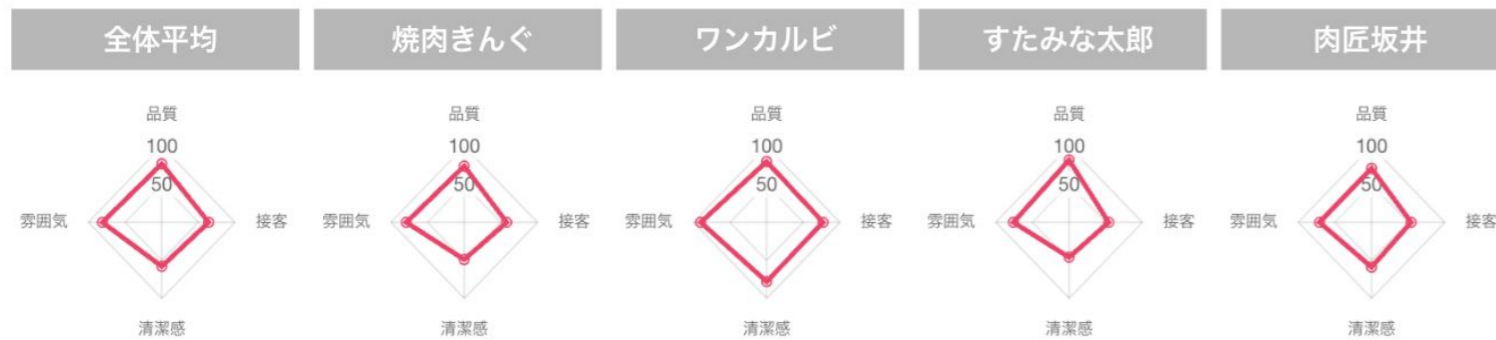
	全ブランド平均	叙々苑	kintan	平城苑	焼肉トラジ
品質	91	97	89	95	83
接客	78	92	73	79	72
清潔感	86	92	79	95	70
雰囲気	94	90	93	100	96

業界別の顧客満足度(QSCA)を分析

高級焼肉ブランドと焼肉チェーンブランドでQSCAを比較してみました。”品質”・”接客”・”清潔感”・”雰囲気”の全てにおいて、高級焼肉ブランドのほうが高スコアとなっています。中でも”清潔感”について大きな差が開いており、高級店らしい店内の清潔感がスコアにも現れました。

焼肉チェーンブランド

高級焼肉ブランド



	全体平均	焼肉きんぐ	ワンカルビ	すたみな太郎	肉匠坂井
品質	77	74	80	82	71
接客	64	58	77	54	54
清潔感	58	49	78	46	59
雰囲気	81	79	90	76	71

	全ブランド平均	叙々苑	kintan	平城苑	焼肉トラジ
品質	91	97	89	95	83
接客	78	92	73	79	72
清潔感	86	92	79	95	70
雰囲気	94	90	93	100	96

1

1

ロコミ要約

店内は**清潔**で、いい意味で焼肉屋さんっぽくない。(kintan)

ロコミ要約

店内も綺麗で、トイレも**清潔**です。(叙々苑)

【叙々苑】詳細コメントのAI分析(2021年1月～2022年12月)

QSCAは”品質”・”接客”・”清潔感”が高スコアとなりました。キーワードは「タン」「綺麗」「値段」にポジティブな口コミが寄せられていました。タンをはじめとした食事、接客や店内の綺麗さなどが、価格を上回る満足度であることがわかります。一方、ネガティブ率の高いキーワードでは「時間」があり、予約せず店に向かうと待ち時間が長くなる、といった口コミが集まっていました。

叙々苑



品質	97
接客	92
清潔感	92
雰囲気	90

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	焼肉	74	100	
2	値段	59	100	
3	満足	40	100	
4	安定	38	100	
5	最高	37	100	
6	感じ	32	100	
7	スタッフ	24	100	
8	タン	24	100	
9	雰囲気	24	100	
10	サラダ	23	100	
11	料理	22	100	
12	おすすめ	20	100	
13	綺麗	19	100	
14	注文	18	100	
15	焼き肉	18	100	

食事、スタッフの皆様の対応・おもてなし、雰囲気等、お**値段**に文句なしでした。

タンが最高級で、大変美味しいお肉でした。

上質なお肉とスマートな接客で、店内も**綺麗**で清潔です。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	残念	16	67	
2	コース	15	84	
3	店舗	23	86	
4	店員	49	87	
5	時間	16	88	
6	平日	12	90	
7	夜景	12	91	
8	メニュー	24	92	
9	コース	16	92	
10	デザート	20	95	
11	利用	74	96	
12	接客	54	96	
13	サービス	31	96	
14	個室	29	96	
15	対応	29	96	

すぐに満席になり予約していないと長い**時間**待つ。肉はさすが叙々苑。

QSCAは比較的低いスコアとなりました。「自由」「デート」にポジティブな口コミが寄せられ、質の高いサイドメニューがおかわり自由であることや、店内の照明や雰囲気が出向きのことが評価されています。

一方、「時間」「店員」からは、注文してからの待ち時間や、接客態度に対しネガティブなコメントが集まっています。この傾向はQSCAの“接客”のスコアにも表れており、改善の余地がうかがえます。

kintan



品質	89
接客	73
清潔感	79
雰囲気	93

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	自由	61	100	
2	最高	60	100	
3	デート	54	100	
4	おしゃれ	49	100	
5	ボリューム	46	100	
6	かわり	84	98	
7	個室	57	98	
8	コス	51	98	
9	店舗名(非開示)	42	98	
10	オススメ	39	98	
11	サラダ	118	97	
12	店内	88	97	
13	満足	88	97	
14	ランチ	299	96	
15	デザート	55	96	

サラダ・スープ・ライスの3つは全ておかわり自由。どれも美味しく、こだわりを感じる。

程よい暗さがデートにぴったりのお洒落な空間。また是非いきたい♪

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	残念	42	27	
2	時間	43	63	
3	普通	37	66	
4	料理	49	71	
5	店員	89	72	
6	ドリンク	35	73	
7	感じ	39	75	
8	注文	47	77	
9	接客	80	78	
10	スタッフ	48	78	
11	対応	43	79	
12	コース	108	81	
13	店舗	31	81	
14	予約	95	82	
15	ディナ	36	84	

食事提供時間が遅く、ホスピタリティが足りておらず残念。

店員の接客が酷く、客席を全く気にかけていない。

QSCAは”品質”・”清潔感”・”雰囲気”が高スコアとなりました。「ハラミ」「雰囲気」にポジティブな口コミが集まり、落ち着いて食事ができる空間であること、ハラミが好評であることがわかります。一方、「サービス」からは、接客態度へのネガティブな口コミがあることがわかり、唯一QSCAで低スコアとなった”接客”と関係していると言えそうです。

平城苑



品質	95
接客	79
清潔感	95
雰囲気	100

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	焼肉	90	100	
2	雰囲気	44	100	
3	リーズナブル	29	100	
4	高級	27	100	
5	スープ	26	100	
6	ハラ	25	100	
7	最高	24	100	
8	綺麗	23	100	
9	価格	22	100	
10	駐車	21	100	
11	キムチ	20	100	
12	おすすめ	18	100	
13	サラダ	17	100	
14	店内	47	98	
15	満足	42	98	

店の**雰囲気**は非常に良く、落ち着いて食事ができる。少し贅沢をしたい時におすすめのお店。

個人的に熟成**ハラミ**が好き、よく焼いても硬くならず、旨い。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	残念	20	34	
2	サービス	20	75	
3	普通	19	78	
4	値段	61	79	
5	接客	46	81	
6	店員	40	83	
7	カルビ	47	84	
8	個室	32	84	
9	時間	19	84	
10	注文	36	85	
11	予約	26	86	
12	タレ	30	87	
13	コス	24	88	
14	平城	26	89	
15	対応	23	89	

色んなアルバイトがいるため、教育は大変だが、接客や**サービス**は良くない。

【焼肉トラジ】詳細コメントのAI分析 (2021年1月 ~ 2022年12月)

QSCAは”**雰囲気**”が高スコアとなりました。「**雰囲気**」「**デート**」にポジティブな口コミが寄せられ、店舗の立地や店内の雰囲気が良く、デートに利用できる点が好評であることがわかります。一方、「**提供**」「**接客**」にはネガティブな口コミが集まっており、提供スピードや接客にばらつきがあることなどが改善余地であることがわかります。

焼肉トラジ



品質	83
接客	72
清潔感	70
雰囲気	96

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	雰囲気	25	100	
2	メニュー	24	100	
3	おすすめ	14	100	
4	アイス	12	100	
5	高め	12	100	
6	子供	11	100	
7	サラダ	10	100	
8	店舗名(非開示)	10	100	
9	デート	10	100	
10	キムチ	9	100	
11	リーズナブル	9	100	
12	店舗名(非開示)	9	100	
13	時間	9	100	
14	店内	24	96	
15	満足	25	95	

立地もお店の**雰囲気**もよく、とても美味しい良いお店です。

おしゃれな店内、街の**雰囲気**も含めて、**デート**で使うのにはとても良いと思います。

ネガティブ率の高いキーワードWORST15

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価
1	残念	13	17	
2	提供	9	50	
3	対応	13	56	
4	注文	12	58	
5	感じ	21	60	
6	予約	15	60	
7	店員	32	61	
8	接客	39	65	
9	サービス	21	70	
10	料理	16	70	
11	ハラ	12	72	
12	食事	25	74	
13	カルビ	15	75	
14	スタッフ	11	75	
15	価格	11	78	

横のお客さんのほうが後に来店して自分よりはやく**提供**されていました。

接客は満遍なく可もなく、許容範囲です。

【独自分析】ブランド別のロコミ傾向 (ブランド別戦略キーワード評価チェック)

ロコミコムを利用することで、ロコミ内のキーワードの投稿回数だけでなく、そのキーワードが利用された文脈をAIが判定して、ロコミを傾向として見ることができます。

【戦略キーワード】

業態に応じて設定する、お店の差別化要素になりうるキーワードを縦方向に整理しています。

ロコミコムを利用したロコミ分析例

キーワードでエリア別に比較を実施。今回は大都市圏にエリアを絞って分析を行いました。エリア別に関するロコミを分析すると、「限定」「新作」については関西で特に高評価ということがわかりました。一方で「コーヒー」ではエリア間でほとんど差はなく高評価でした。

キーワード	全国				首都圏28店舗 (東京・神奈川・埼玉・千葉)				東海 28店舗 (愛知・岐阜・三重・静岡)				関西 42店舗 (大阪・京都・滋賀・奈良・和歌山・兵庫)			
	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初
食事																
コーヒー	2,661	90	10	10	291	88	12	12	179	86	14	14	490	90	10	10
フラペチーノ	1,528	88	12	12	119	90	10	10	141	85	15	15	235	88	12	12
ラテ	528	89	11	11	68	90	10	10	39	81	19	19	99	91	9	9
限定	684	10	10	10	58	87	13	13	70	79	21	21	100	93	7	7
新作	30	10	10	10	26	96	4	4	31	79	21	21	30	96	4	4
	51	82	18	18	24	75	25	25	29	72	28	28	35	86	14	14
	6	100	0	0	4	100	0	0	4	67	33	33	10	100	0	0
	20	81	19	19	110	81	19	19	39	71	29	29	102	91	9	9
	32	59	41	41	48	59	41	41	52	49	51	51	49	59	41	41

【対象ブランド】

調査対象のブランドを横並びで比較しています。

ネガティブ

ポジティブ

【使用回数】

ブランディングキーワードが指定期間の中で、ロコミとして何回投稿されたかを表しています。

【ポジティブ / ネガティブ】

ブランディングキーワードが、ポジティブ/ネガティブどちらの文脈で利用されたか？を横棒グラフで表示しています。

2 スターバックスの名物でもある「限定」「新作」は関西で特に高評価。

3 「フード」に関するロコミは全国と比べて、首都圏・東海ではネガティブが多い。

【コメント】

ブランド間で比較して、差異が認められた部分や、逆に共通している部分に対して、ロコミ分析の専門家がコメントを入れています。

断転載・二次利用を固く禁止します。

口コミコムを利用した口コミ分析例(2021年1月~2022年12月)

メニューに関するワードを分析しました。「タン」に関しては、3ブランドで高いポジティブ率でした。「タレ」では、叙々苑がポジティブ率100%と、別途商品としても販売されているだけあり、ブランドの強みが現れているといえます。「アイス」に関しては、焼肉トラジの無料アイスサービスが好評のようです。

ジャンル	キーワード	叙々苑 n = 835				kintan n = 1,229				平城苑 n = 837				焼肉トラジ n = 463			
		使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初
メインメニュー	1 タン	24	100		0	128	95		5	39	96		4	28	81		19
	カルビ	28	96		4	35	86		14	49	85		15	15	75		25
	ハラ	11	89		11	27	87		13	36	97		3	13	72		28
	ビビンバ	6	100		0	21	90		10	22	95		5	4	100		0
サイドメニュー	2 ュッケ	5	100		0	85	94		6	14	100		0	5	100		0
	タレ	17	100		0	28	79		21	30	87		13	10	80		20
	3 サラダ	23	100		0	118	97		3	17	100		0	10	100		0
	アイス	7	72		28	2	50		50	5	67		33	12	100		0

1 口コミ要約
特上ロース、特上牛**タン**はお肉にサシが入っていて質が良く、本当に柔らかくて美味しかったです(叙々苑)

2 口コミ要約
焼肉と言えば、叙々苑。お勧めの壺カルビは、**タレ**がしっかり染み込んでいる絶品です。(叙々苑)

3 口コミ要約
最後の**アイス**キャンディーサービスは嬉しいし、毎回子供が喜んでいます!(焼肉トラジ)

雰囲気・価格に関するワードを分析しました。叙々苑の「景色」に対する口コミの言及数が多く、他ブランドと差がつかっていました。料理の味に加え、景色の良さの満足度が高いことが伺えます。一方で「リーズナブル」に関しては、4ブランド全てで高いポジティブ率となっており、業界全体として価格以上の満足度を提供できていることがわかります。

		叙々苑 n = 835				kintan n = 1,229				平城苑 n = 837				焼肉トラジ n = 463			
ジャンル	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初	使用回数	ポジ	評価	初
雰囲気	雰囲気	24	100		0	117	95		5	44	100		0	25	100		0
	個室	28	96		4	58	98		2	32	84		16	61	91		9
	景色	43	98		2	3	100		0	6	100		0	2	100		0
価格	予約	33	97		3	95	82		18	26	86		14	15	60		40
	リーズナブル	10	100		0	29	96		4	29	100		0	9	100		0

1 **口コミ要約**
肉の美味しさはもちろん、**景色**が味をいっそう引き立ててくれました。スタッフの方も笑顔で親切な感じのいいお店です (叙々苑)

2 **口コミ要約**
おもっていたよりも低価格で**リーズナブル**だったことにおどろきました。味はすごくおいしかったです！ (kintan)

2 **口コミ要約**
刺しがきれいに入った上カルビがとても美味しく、価格も**リーズナブル**でよかった。(平城苑)

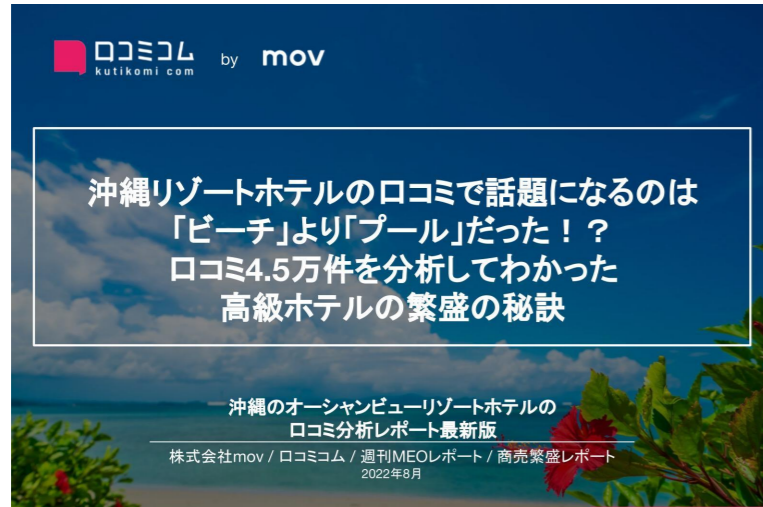
接客・サービスに関するワードを分析しました。叙々苑の「スタッフ」、焼肉トラジの「時間」に対する口コミのポジティブ率が100%でした。「スタッフ」からは、店員さんの対応の水準が高く、肉以外の面でも評価が高いことがわかります。「時間」からは、待つことによるストレスがなくスムーズに入店できる点が高く評価されていることがうかがえます。

		叙々苑 n = 835				kintan n = 1,229				平城苑 n = 837				焼肉トラジ n = 463			
ジャンル	キーワード	使用回数	ポジ	評価	枚	使用回数	ポジ	評価	枚	使用回数	ポジ	評価	枚	使用回数	ポジ	評価	枚
接客・サービス	スタッフ	24	100		0	48	78		22	20	93		7	11	75		25
	店員	49	87		13	89	72		28	40	83		17	32	61		39
	接客	54	96		4	80	78		22	46	81		19	39	65		35
	対応	29	96		4	43	79		21	23	89		11	13	56		44
	サービス	31	96		4	48	90		10	20	75		25	21	70		30
	時間	16	88		12	42	65		35	19	84		16	9	100		0

1 **口コミ要約**
 安定の美味しさに加え、**スタッフ**のサービスまで、全てにおいてパーフェクト。やはり名店。(叙々苑)

2 **口コミ要約**
 さすがのトラジ、おいしくただ
 けて、安定したクオリティです。
 待ち**時間**も短く入店でき、おす
 すすめです。(焼肉トラジ)

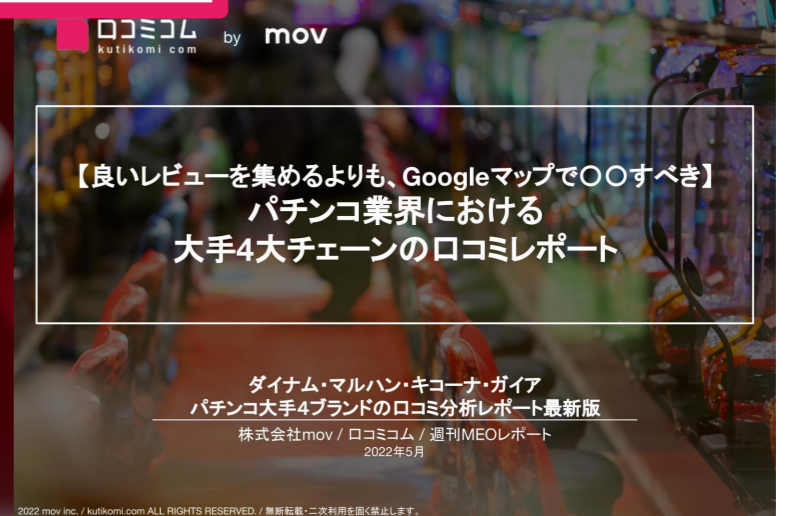
【月1社限定】ご依頼いただいた業界口コミレポートの分析を作成いたします



月に先着一本限定で、ご依頼いただいた業界の口コミ業界分析レポートを無料で作成しています。

自社やその業界の口コミを確認したい企業の方は、
下記のレポート作成窓口までお問い合わせください。

kcom_report_request@mov.am



昨今のMEO市場について

Googleマップの表示回数は、完璧なWebサイトのおよそ3倍

弊社が支援しているクライアント企業の公式Webサイトは年間表示回数が3億回です。一方、Googleマップ上での年間表示回数は9億回です。現代では、独自のWebサイトを充実させるSEOよりも、Googleマップ上の表示を充実させることがMEOの方がユーザーに情報を届けることができます。

SEO < MEO



さらに、Googleマップはテキスト検索から意味検索に進化しました

直近の大きなアップデートによりGoogleは「テキスト検索」から「意味検索」に進化しました。
これはGoogleの検索対象が、事業者が用意したコンテンツだけでなくユーザー・ジェネレート・コンテンツ(UGC)までを検索対象に含めるようになったためです。



- "ゆっくりママ友と子連れでおしゃべりしたいときに行きたいお店です。"
- "幼児を遊ばせるサークルがあり、子ども連れで安心して食事ができます"
- "女性同士でも年配の家族連れでも1人でも安心して行けます。"

Googleの存在意義のひとつが、「ユーザーに有益な情報を返す」こと。
このユーザー体験(口コミ)の充実は今後の検索行動に影響していくと考えるべき

より良質なユーザー体験の口コミこそが、ビジネスを差別化する

Googleマップからの来店率は76%

Googleが大規模調査を行った上で、公式に発表している数字です。場所を検索し反応(ルート検索・電話・Webサイトアクセス)した人の76%が24時間以内に来訪しています。また、弊社の調査でもGoogleマップで反応した回数と実店舗の来店者数は明確に相関しています。



76%

Googleビジネスプロフィールでいずれかの反応(ルート・電話・webアクセス)をした人の76%が24時間以内に来店するという統計データがあります。

※来店からの購入率は28%とされています

参照:Google調査“Think with Google”

Googleマップで表示され、反応してもらうことが来店への第一歩

Googleはマップ上の優先項目に「クチコミ」を明言しています

Googleマップが重要視する検索優先順位は「関連性」「位置情報」「視認性の高さ」と定義されています。その中でも減点評価ではなく、加点評価で表示順位に作用できる「視認性の高さ」を構成する重要な要素がユーザーからの「評価(点数)」であり「クチコミ」です。

Google ビジネス プロフィール ヘルプ

Q 知

ローカル検索結果のランキングが決定される仕組み

ローカル検索結果では、主に関連性、距離、知名度などの要素を組み合わせる最適な検索結果が表示されます。たとえば、遠い場所にあるビジネスでも、Google のアルゴリズムに基づいて、近くのビジネスより検索内容に合致していると判断された場合は、上位に表示される場合があります。

関連性

関連性とは、検索語句とローカル ビジネス プロフィールが合致する度合いを指します。充実したビジネス情報を掲載すると、ビジネスについてのよりの確な情報が提供されるため、プロフィールと検索語句との関連性を高めることができます。

距離

距離とは、検索語句で指定された場所から検索結果のビジネス所在地までの距離を指します。検索語句で場所が指定されていない場合は、検索しているユーザーの現在地情報に基づいて距離が計算されます。

視認性の高さ

視認性の高さとは、ビジネスがどれだけ広く知られているかを指します。ビジネスによっては、オフラインでの知名度の方が高いことがありますが、ローカル検索結果のランキングにはこうした情報が加味されます。たとえば、有名な博物館、ランドマークとなるホテル、有名なブランド名を持つお店などは、ローカル検索結果で上位に表示されやすくなります。

ビジネスについてのウェブ上の情報(リンク、記事、店舗一覧など)も視認性の高さに影響します。Google でのクチコミ数とスコアも、ローカル検索結果のランキングに影響します。クチコミ数が多く評価の高いビジネスは、ランキングが高くなります。ウェブ検索結果での掲載順位も考慮に入れられるため、検索エンジン最適化(SEO)の手法も適用できます。

ヒント: Google では、ランキングを上げるためのリクエストや金銭の受け取りには一切応じておりません。検索アルゴリズムの詳細は、すべてのユーザーにとって可能な限り公平なランキングシステムを構築するために機密情報となっています。

公式のGoogleビジネスプロフィールヘルプでは
「関連性」「距離」「視認性の高さ」
が重要と定義されています。

そして、視認性の高さの中の項目として、
「口コミ数が多いこと」
「顧客からの評価が高いこと」
が表示順位に影響すると明言されています。

【公式】Googleビジネスプロフィールヘルプ：<https://support.google.com/business/answer/7091/>

MEO対策はこの4年の間に基準となる対策レベル(情報整備などのMEO1.0)は既に飽和しています。2023年現在、単純な情報整備・発信・返信だけのMEO対策では価値創出が難しいと言えます。

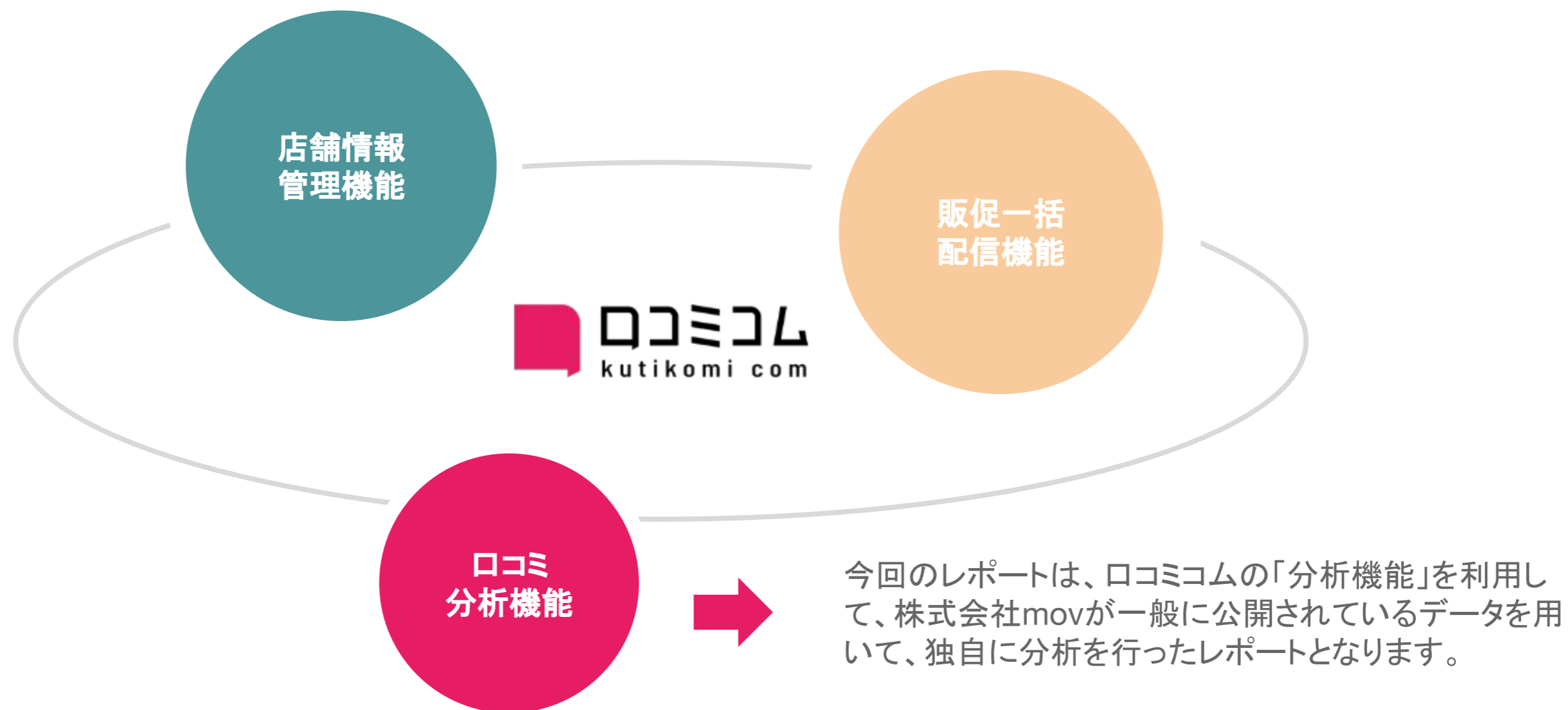
Googleマップ(GBP)でできること



現在、弊社へのお問い合わせのほとんどはMEO2.0領域のものです

ロコミコムとは

株式会社mov (東京都渋谷区)が提供する、店舗支援のALL IN ONEツールです。Googleマップをはじめとする多くのロコミサイトの情報を収集して分析するだけでなく、店舗運営に必須のデータ更新機能のほか、ロコミサイトを”もっと”売上に変える機能で好評を頂いております。

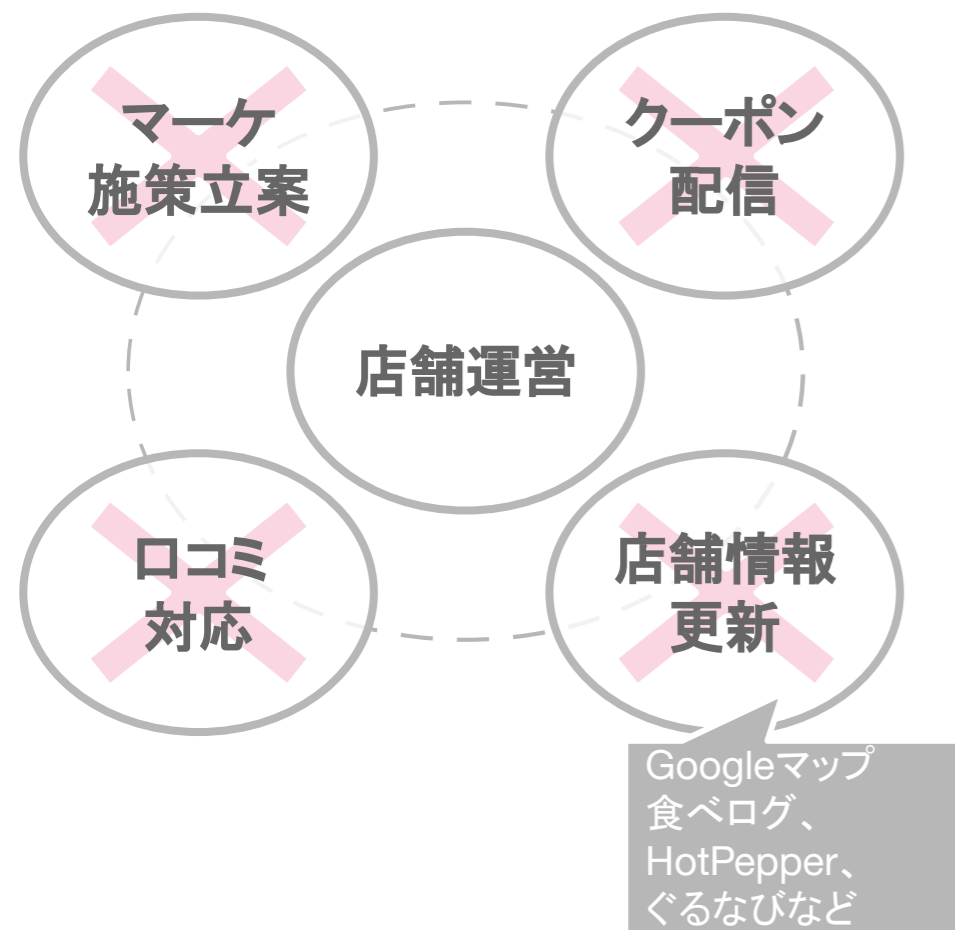


ロコミコムを利用することで

ロコミコムを利用することで、現場・本部それぞれで業務を効率化させるだけでなく、売上げアップの施策が提案可能となります。現場の業務負担を軽減するだけでなく、良い口コミを積極的に集めることで、店舗全体の売上を向上させるMEO対策ツールがロコミコムです。

これまで

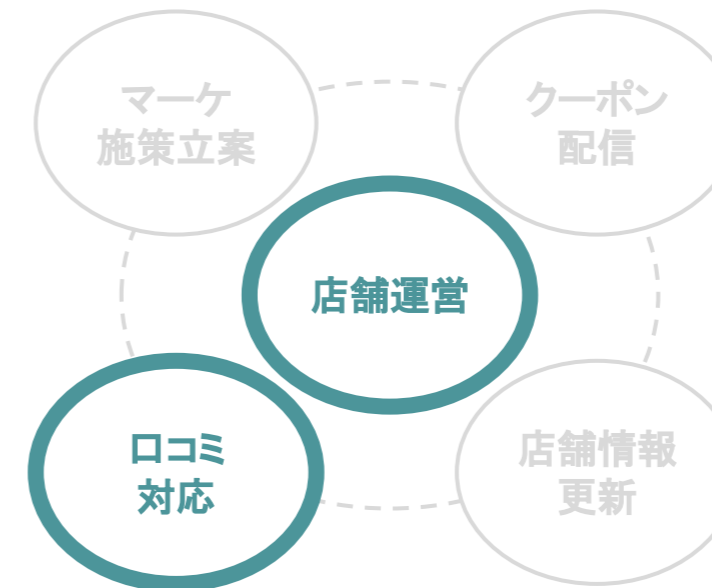
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



現場(エリアマネジャー)は、



を利用することで、店舗の運営と口コミによる弱点把握・改善行動に集中できるようになります。



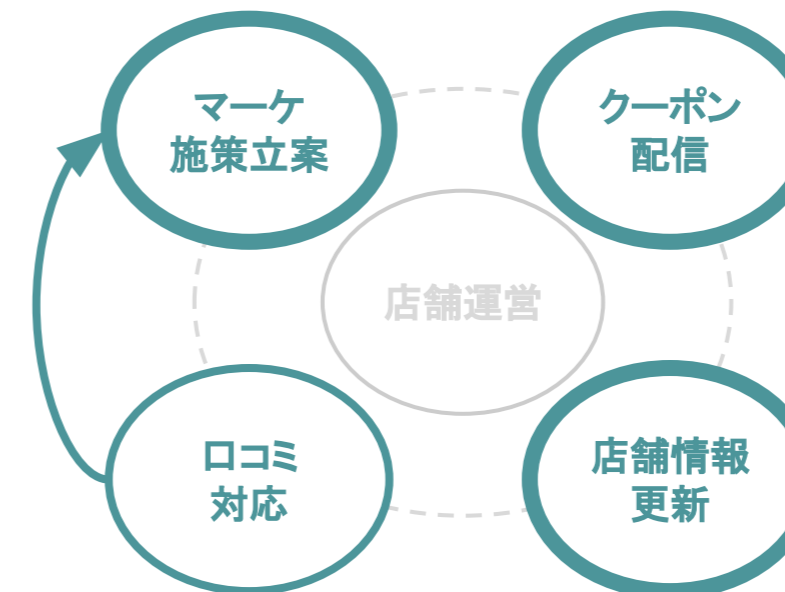
店舗運営では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

口コミ対応では、1件1件の評価に一喜一憂することなく、店舗としての総合的な評価をもとに、現場業務の改善を実現。

本部では、



を利用することで、口コミによる店舗評価に基づいた、解像度の高いマーケティング施策の立案や、積極的なクーポン配信、タイムリーな店舗情報の更新で機会損失を減少！



マーケティング施策立案では、消費者動向を鑑みて、トレンドを反映した施策を立てられます。

クーポン配信では、Googleマップ以外にも各種Webサイトに無償かつ一括で集客用クーポンを配信できます。(一部、開発中)

店舗情報更新では、本社のマスターデータと同期することで、情報の更新漏れが起りません。

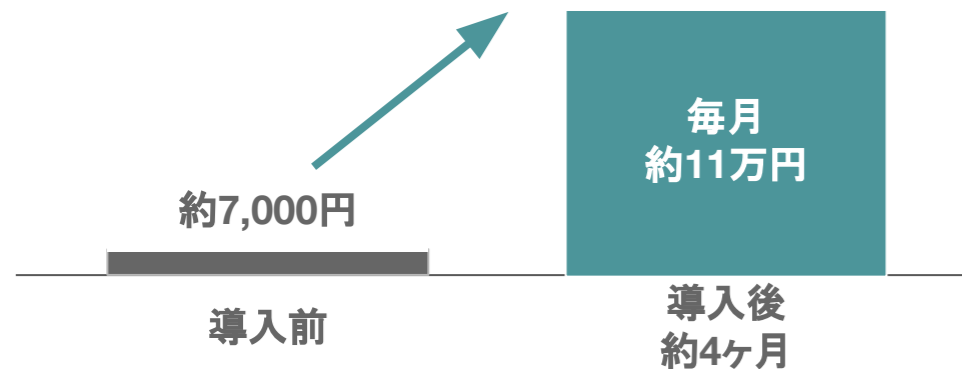
実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで、、、

大手の宅配ピザチェーン店様では、ロコミコムを導入して積極的に活用頂いたことで、1店舗あたりのGoogleマップ経由での売上が月間11万円程度向上しました。それだけでなく、投稿機能を利用して集客することで、売上の底上げにも貢献しています。



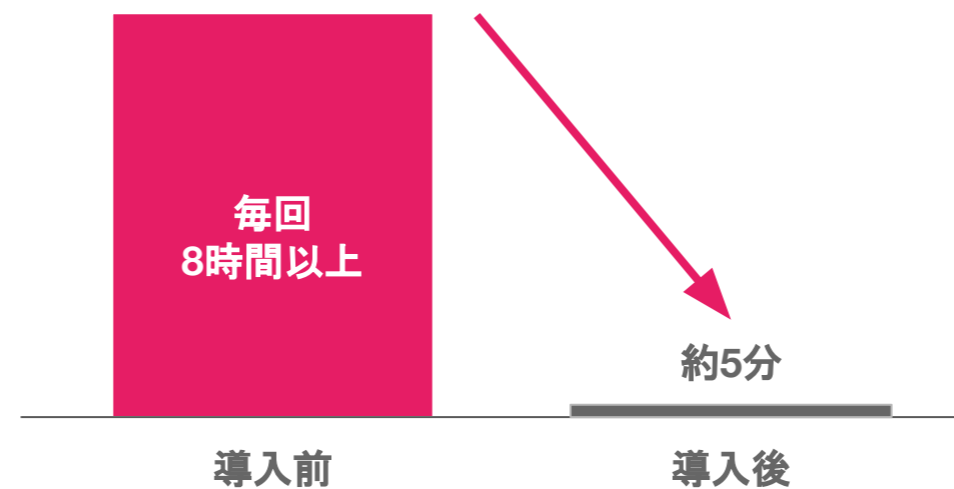
をご利用頂いたことで

1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



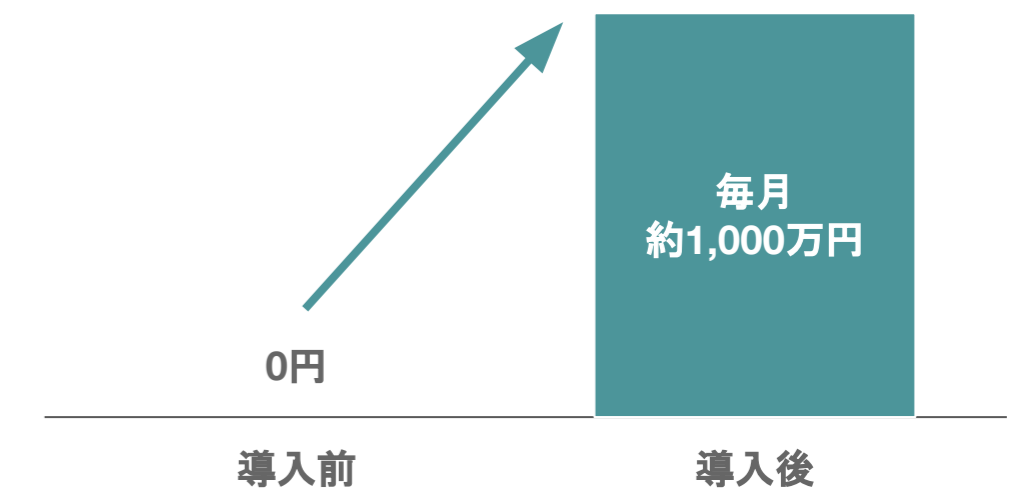
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

投稿作業にかかった 全体の時間



ロコミコムを導入いただいたことで、全国約500店舗あるすべての店舗への、クーポンなどの配信作業が5分で完了するようになりました。これまでは、入稿作業が煩雑で対応してこなかったものが、ロコミコム導入を機に積極的に投稿されるようになりました。

Googleマップの投稿機能からの 新規売上



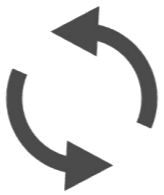
ロコミコムを導入頂いたことで、これまではリーチできていなかった新たな層に、お得情報やイベントを認知させることに成功しました。現在は、投稿からの売上も毎月1,000万円を超えており、ロコミコムを積極的にご利用いただいております。

ロコミコムを導入すると何ができるのか？

管理・監視


複数店舗のデータを一括更新

Google以外の口コミサイトの変更も一括で管理できる。店舗選定も多彩な軸を誇る。




店舗情報改ざん防止機能

Googleビジネスプロフィールの情報改ざんを防止できる。



役割(ワークフロー)設定


店舗情報の更新など社内の役割に合わせて対応権限を設定することが可能。承認フローの設定も可能です。



販促

GBP一括投稿機能

GoogleMAP投稿機能を一括ですることが可能。ワークフローの設定や予約投稿が可能。




SNS一括投稿機能

InstagramやFacebookといったSNSに口コミコムから投稿できるようになります。



口コミ増加

口コミコム納品物には口コミ増加施策が組めるQRカードと店舗ページをご用意



分析

多くの連携サイトの口コミAI分析

GoogleMAPの口コミはもちろん多くの連携サイトを合わせた口コミ分析が可能(AI分析)



競合店舗の口コミ分析

競合店舗の分析も可能。
※GBP以外の口コミサイト含む



アンケート分析

カスタマイズ可能なアンケート作成が可能。分析もクイックに。



Googleビジネスプロフィールを中心に各口コミサイトの一元管理や分析ができ、**店舗集客**に欠かせないツールとしてご利用いただいております。

口コミサイトを“もっと”売上に変える。

