

居酒屋に求められるのは“安定感”!?
鳥貴族 / やきとり大吉 / 魚民 / や台ずし
大手4ブランドのロコミ1.2万件を徹底調査!

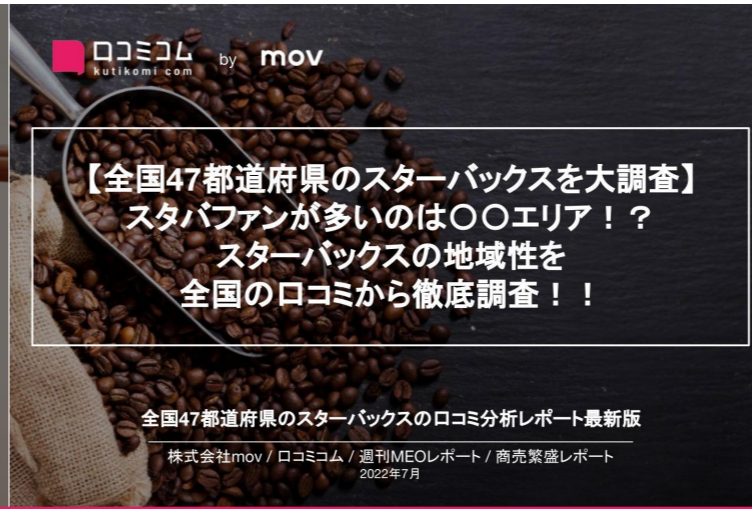
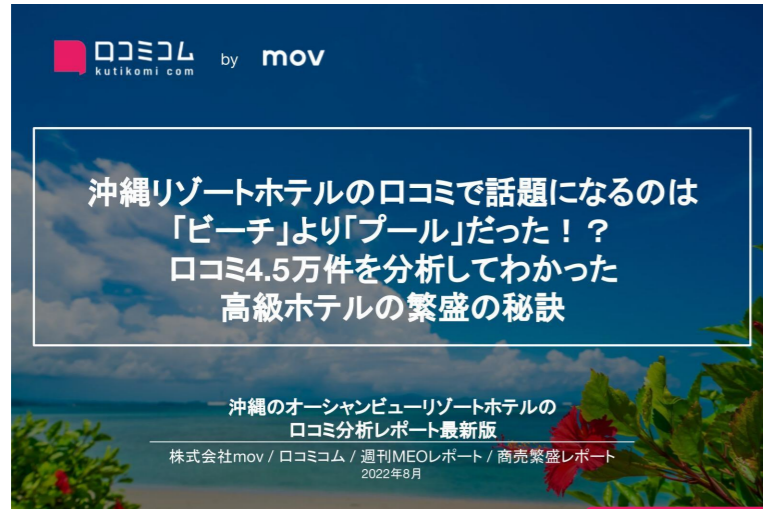
居酒屋4ブランド120店舗のロコミ分析レポート最新版

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

2023年2月

1. 今回の調査対象
2. 居酒屋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



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



今回の調査対象

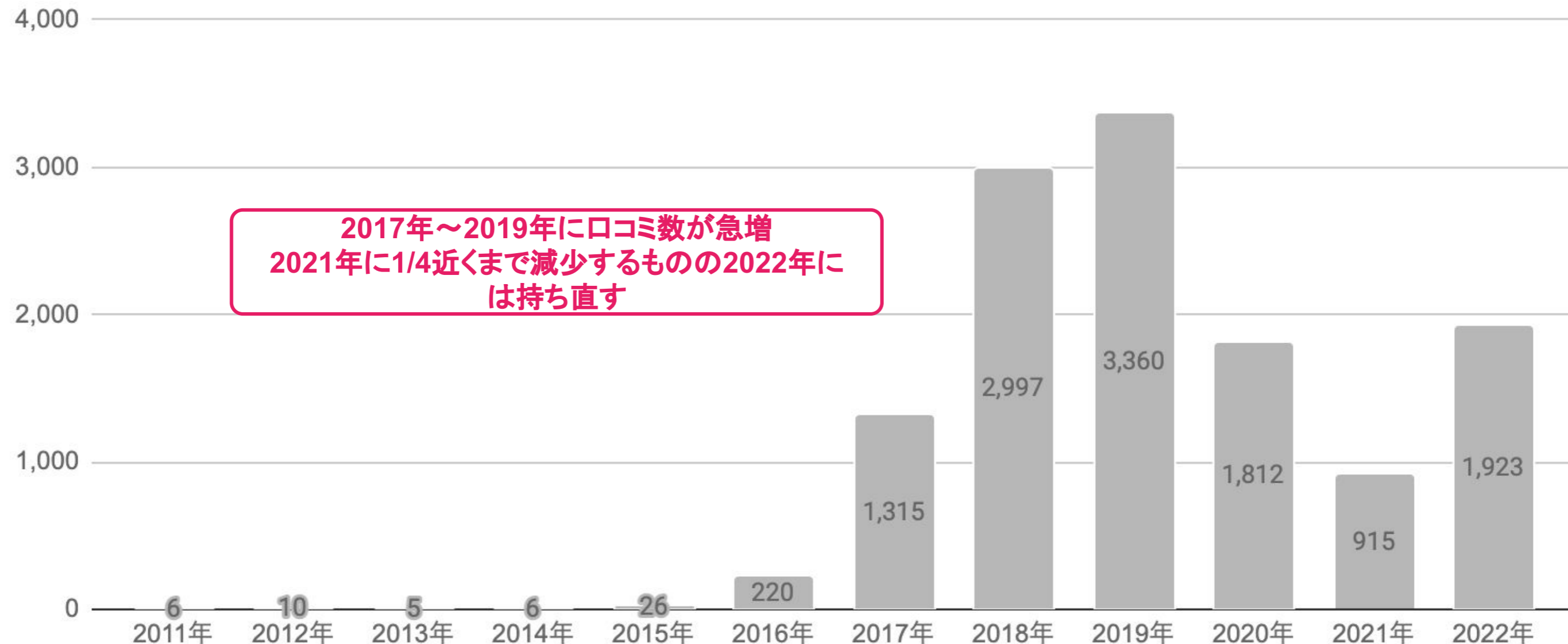
今回は、居酒屋4ブランド計120店舗を抽出し、各店舗に寄せられた口コミ(総数12,595件)を分析しました。

基本方針	居酒屋4ブランドの口コミを分析・口コミ傾向を調査			
調査対象	鳥貴族	やきとり大吉	魚民	や台ずし
対象店舗数	上記から各30店舗をランダムに抽出(計120店舗) <small>※調査対象の店舗については開示していません</small>			
口コミ調査期間	2011年1月1日 ~ 2022年12月31日			
調査リソース	1. Google マップ 2. Yahoo! MAP の2サイトから公開されている口コミを抽出し独自に分析 <small>※1店舗あたりの口コミが1,000件を超える場合は、最新の1,000件を抽出</small>			
調査方法	<u>「口コミサイトを“もっと”売上に変える」</u> 口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			

居酒屋4ブランドのロコミ傾向

本調査対象の合計です。口コミ投稿件数は2017年ごろから増加し、2019年には過去最高の約3,360件の口コミが集まりました。2021年時点では2019年の1/4近くまで口コミ数が減少するものの、2022年には業界全体として回復の兆しを見せています。その様子から、2023年以降の口コミ数の増加が期待できそうです。

口コミ投稿件数（2011年～2022年）



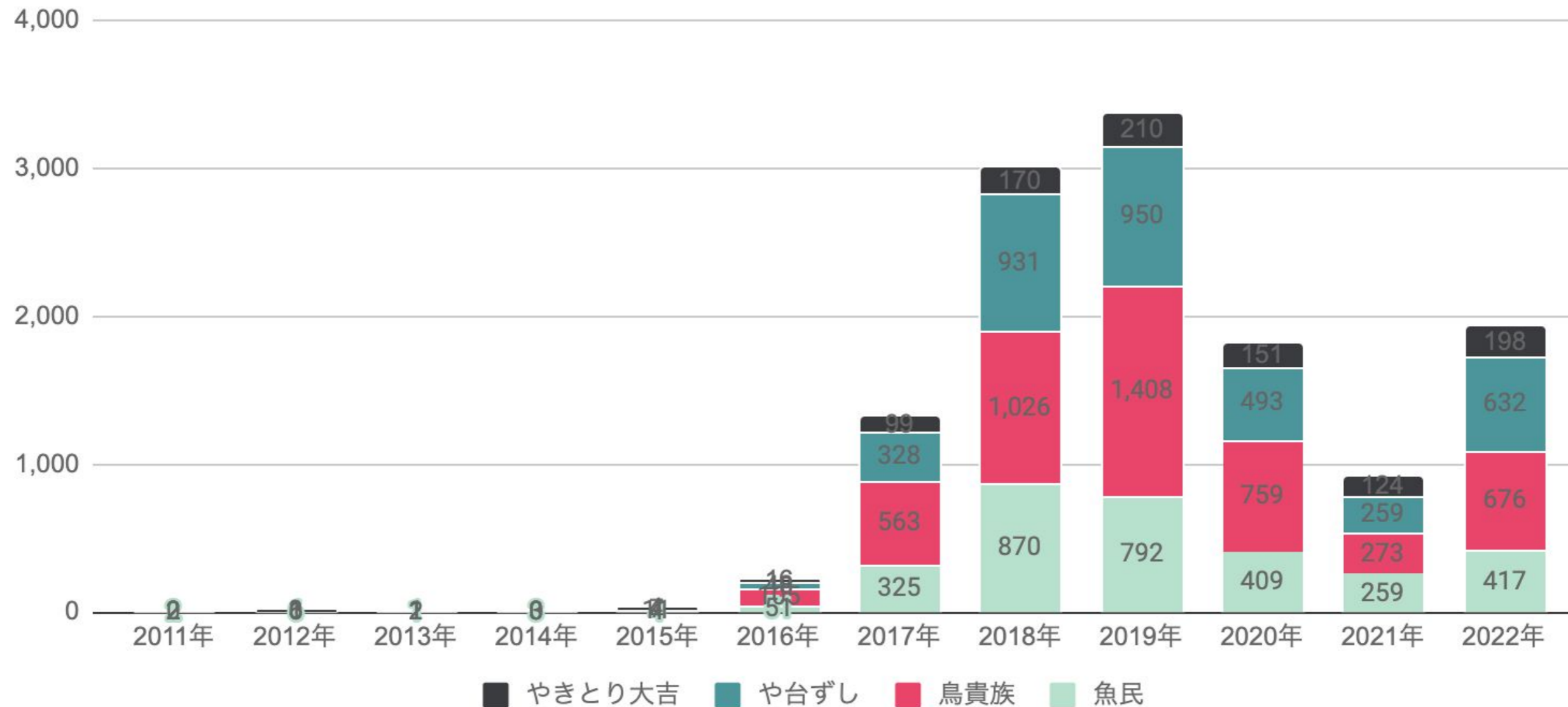
2017年～2019年に口コミ数が急増
2021年に1/4近くまで減少するものの2022年には持ち直す

※Google Mapの仕様上、口コミの投稿日集計が「X年前」単位となるため、年次表記は便宜上「直近 1年」を2022年、「1年前」を2021年と表現しております。

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30店舗での比較で口コミ数はやきとり鳥貴族>や台ずし>魚民>やきとり大吉の順で2017年～2019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、や台ずしと鳥貴族の口コミ数が増加していました。

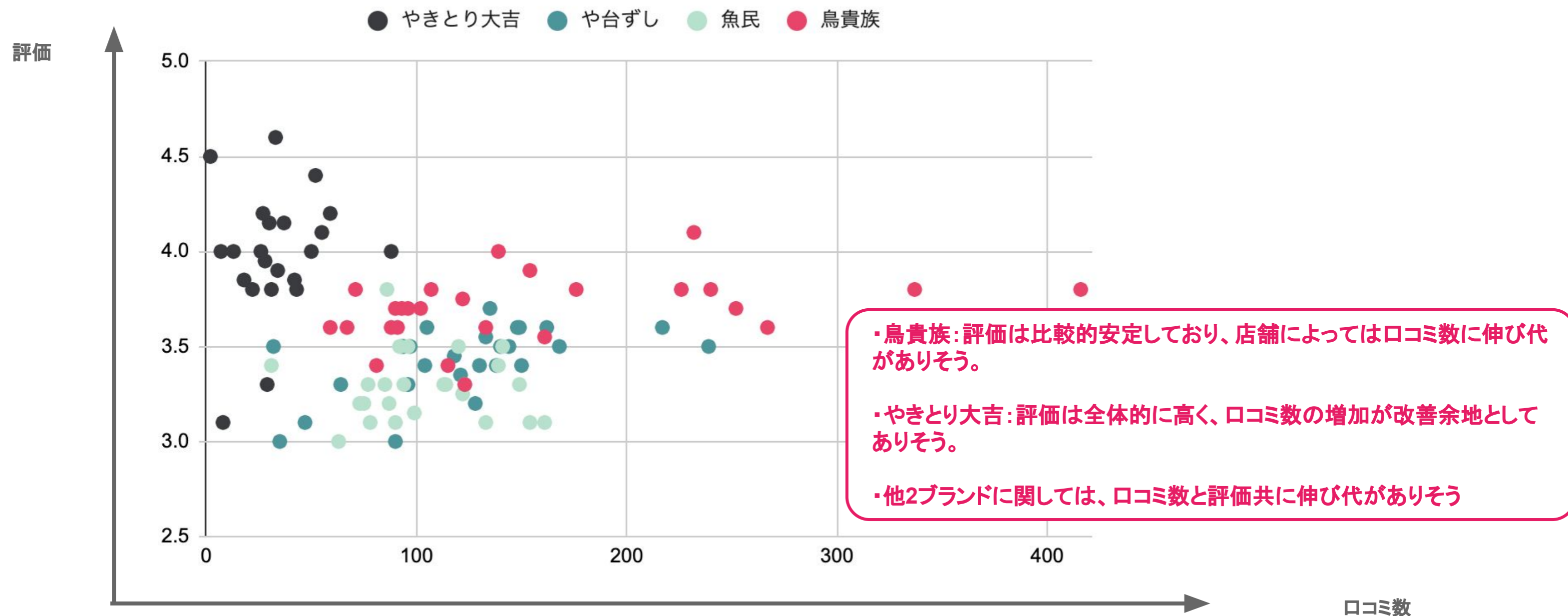
ブランド別口コミ投稿件数（2011年～2022年）



※Google Mapの仕様上、口コミの投稿日集計が「X年前」単位となるため、年次表記は便宜上「直近 1年」を2022年、「1年前」を2021年と表現しております。

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。**鳥貴族**:評価が3.3~4.1と比較的安定していますが、口コミ数に幅があることが特徴的です。**やきとり大吉**:評価は3.4~4.6と全体的に高い評価を獲得していますが、口コミ数が少なくなっています。**魚民**:評価が3.0~3.8で、口コミ数は比較的少ない傾向にあります。**や台ずし**:評価は3.0~3.7で、口コミ数にはやや幅があります。

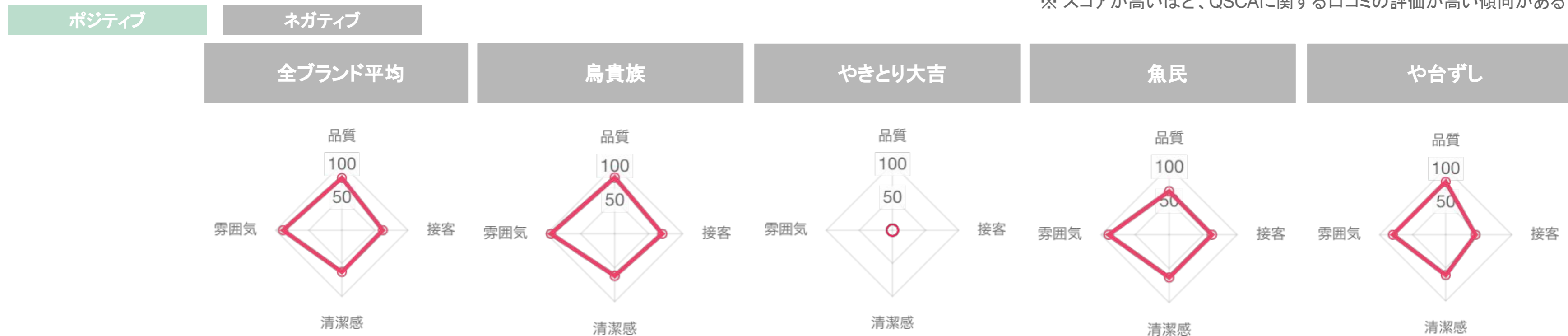


【独自分析】ブランド別のロコミ傾向 (ロコミコムを利用したキーワード・QSCA分析)

各ブランドの満足度をQSCAで分析

直近2年間(2021年1月～2022年12月)で居酒屋4ブランド・120店舗に寄せられたロコミ合計4,426件をすべて解析し、ロコミコムの独自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に関するロコミの評価が高い傾向がある



	全ブランド平均	鳥貴族	やきとり大吉	魚民	や台ずし
品質	79	83	評価データ不足	64	80
接客	62	70	評価データ不足	63	45
清潔感	63	62	評価データ不足	63	61
雰囲気	89	94	評価データ不足	89	80

【鳥貴族】詳細コメントのAI分析(2021年1月～2022年12月)

QSCAは”品質”・”接客”・”雰囲気”が高スコアとなりました。キーワードは「チェーン」「価格」「雰囲気」にポジティブな口コミが寄せられていました。チェーンならではの、味、価格、雰囲気が一定の水準を安定して満たしていることが評価されています。一方、ネガティブ率の高いキーワードには「注文」「ドリンク」が含まれており、混雑時の料理やドリンクの提供時間の改善の余地があることがわかります。

鳥貴族



品質	83
接客	70
清潔感	62
雰囲気	94

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	初*
1	価格	29	100		0
2	おすすめ	26	100		0
3	リーズナブル	25	100		0
4	満足	22	100		0
5	好き	20	100		0
6	キャベツ	18	100		0
7	雰囲気	18	100		0
8	元気	16	100		0
9	最高	14	100		0
10	チェーン	36	97		3
11	コス	51	96		4
12	釜飯	32	96		4
13	店内	28	95		5
14	安心	22	95		5
15	利用	60	93		7

口コミ要約
一律**価格**なので安心して飲食が出来ます。

口コミ要約
店内は客がたくさんいて明るい**雰囲気**。どこも似ているので利用しやすい。

口コミ要約
格安の焼き鳥**チェーン**店でどの店舗も味落ちはしない。

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	初*
1	残念	18	10		90
2	普通	19	54		46
3	ドリンク	14	60		40
4	注文	44	63		37
5	飲食	15	63		37
6	サービス	16	67		33
7	エレベータ	15	67		33
8	スタッフ	21	69		31
9	食事	22	70		30
10	値上げ	15	70		30
11	店員	79	72		28
12	時間	61	72		28
13	予約	25	74		26
14	料理	61	75		25
15	提供	48	75		25

口コミ要約
ドリンクが出てくるのがちょっと遅いです。

口コミ要約
混雑していたからか、**注文**から提供までにそれなりに時間がかかっていた。

【やきとり大吉】詳細コメントのAI分析 (2021年1月 ~ 2022年12月)

QSCAはデータ量の関係で評価はできませんでした。「マスタ」「大将」「丁寧」にポジティブな口コミが寄せられていました。店長や店員の接客が丁寧で、雰囲気が良い部分が高く評価されていました。一方、「テイクアウト」「タレ」からは、焼き鳥のサイズがやや小さく、タレが漏れている点にネガティブな口コミが集まりました。ただ、他ブランドと比較して、ネガティブ率が低いことは注目すべき特徴と言えます。

やきとり大吉

ポジティブ率の高いキーワードTOP15

ネガティブ率の高いキーワードWORST15



品質	評価データ不足
接客	
清潔感	
雰囲気	

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	好き	15	100	100%	0
2	最高	15	100	100%	0
3	マスタ	13	100	100%	0
4	利用	13	100	100%	0
5	値段	12	100	100%	0
6	感じ	12	100	100%	0
7	大将	11	100	100%	0
8	焼鳥	10	100	100%	0
9	オススメ	9	100	100%	0
10	気さく	8	100	100%	0
11	丁寧	7	100	100%	0
12	居心地	7	100	100%	0
13	時間	7	100	100%	0
14	焼き	7	100	100%	0
15	カウンタ	6	100	100%	0

口コミ要約
マスタや従業員さんがとても気さくで雰囲気の良いお店です。

口コミ要約
大将が一生懸命焼いてくれる。奥さんとお二人で運営されており、気さくに話しかけてくれる。

口コミ要約
店内はとてもきれい。美味しい焼鳥を食べられるので、すごくいい。

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初*
1	テイクアウト	8	67	67%	33
2	タレ	5	67	67%	33
3	提供	8	72	72%	28
4	普通	8	72	72%	28
5	店舗	12	78	78%	22
6	店主	11	78	78%	22
7	対応	7	80	80%	20
8	場所	6	80	80%	20
9	コロナ	5	80	80%	20
10	安定	5	80	80%	20
11	大吉	23	85	85%	15
12	メニュー	16	85	85%	15
13	注文	8	86	86%	14
14	接客	18	87	87%	13
15	満足	10	88	88%	12

口コミ要約
テイクアウトの焼き鳥が小ぶり、入れ物から焼き鳥のタレが漏れている。

【魚民】詳細コメントのAI分析(2021年1月 ~ 2022年12月)

QSCAは”清潔感”が高スコアとなりました。「家族」「安定」にポジティブな口コミが集まり、子供用メニューやキッズスペースなど家族向けに配慮があること、チェーン店らしくどの料理を選んでも味が安定していることが評価されていました。一方、「オーダー」「店員」には、オーダーを呼んでから注文までに時間がかかること、ラストオーダーの時間が早いこと、店員の接客態度などにネガティブな口コミが寄せられていました。

魚民



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	初*
1	便利	16	100	100%	0
2	豊富	15	100	100%	0
3	リーズナブル	13	100	100%	0
4	満足	11	100	100%	0
5	家族	9	100	100%	0
6	最高	9	100	100%	0
7	種類	8	100	100%	0
8	綺麗	8	100	100%	0
9	安心	31	97	97%	3
10	コス	18	94	94%	6
11	個室	77	93	93%	7
12	コロナ	17	93	93%	7
13	安定	16	90	90%	10
14	居酒屋	57	89	89%	11
15	チェーン	50	88	88%	12

口コミ要約

カラオケ付きのキッズスペースがある個室や、子供用のメニューがあり、**家族**で行きやすい。

口コミ要約

チェーン店だから、どれも安定して美味しいです。**安定**の魚民。

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	初*
1	オーダー	12	0	0%	100
2	態度	9	0	0%	100
3	レベル	8	0	0%	100
4	残念	15	12	80%	88
5	来店	12	20	40%	80
6	時間	33	40	21%	60
7	接客	20	47	24%	53
8	注文	28	48	17%	52
9	提供	24	48	20%	52
10	刺身	13	56	31%	44
11	店員	48	57	19%	40
12	値段	9	63	30%	37
13	普通	27	65	24%	35
14	料理	65	66	10%	34
15	店舗	20	67	7%	33

口コミ要約

オーダーしても全然来ない。ラスト**オーダー**聞くのがちょっと早い。

口コミ要約

店員の態度が悪くなくて、残念。

【や台ずし】詳細コメントのAI分析(2021年1月～2022年12月)

QSCAは”品質”が高スコアとなりました。「リーズナブル」「半額」にポジティブな口コミが寄せられ、本格的なお寿司が楽しめること、19時まで飲み物が半額、といった独自サービスが評価されていました。一方、「バイト」「シャリ」にはネガティブな口コミが集まっており、アルバイト店員の接客の水準、お寿司のシャリの硬さなどに改善余地がうかがえます。

や台ずし



品質	80
接客	46
清潔感	61
雰囲気	80

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	初
1	リーズナブル	24	100		0
2	豊富	17	100		0
3	ハッピー	11	100		0
4	満足	14	93		7
5	サービス	15	92		8
6	刺身	15	92		8
7	おすすめ	13	92		8
8	メニュー	38	91		9
9	手羽	13	90		10
10	揚げ物	11	89		11
11	居酒屋	71	88		12
12	半額	62	88		12
13	回転	12	88		12
14	新鮮	15	85		15
15	チェーン	14	85		15

口コミ要約
回らないお寿司を楽しめ、値段は**リーズナブル**。ネタも新鮮。

口コミ要約
19時までは飲み物は**半額**で最高。

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	初
1	残念	22	0		100
2	バイト	12	10		90
3	シャリ	14	30		70
4	接客	20	31		69
5	店長	14	34		66
6	注文	50	39		61
7	提供	25	39		61
8	オーダ	15	46		54
9	普通	22	48		52
10	店舗	16	50		50
11	店員	43	57		44
12	板前	13	56		44
13	感じ	26	58		42
14	握り	24	60		40
15	ビール	13	60		40

口コミ要約
バイトが注文ミスをしたりとちょっと残念。

口コミ要約
シャリの握りちょっと硬かった。

【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
スターバックス	101	82	18	18	24	75	25	25	29	72	28	28	35	86	14	14
スターバックス	6	100	0	0	4	100	0	0	4	67	33	33	10	100	0	0
スターバックス	20	81	19	19	110	81	19	19	39	71	29	29	102	91	9	9
スターバックス	32	48	59	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。

品質・雰囲気に関するワードを分析しました。鳥貴族で、「チェーン」「安定」「雰囲気」の使用頻度とポジティブ率が高くなっていました。3つのキーワードからは、料理の味、価格の均一性、どの店舗でも雰囲気が良いといった、全店舗で期待した通りの“安定感”のあるサービスが求められていることがわかりました。

		鳥貴族 n = 1,546				やきとり大吉 n = 472				魚民 n = 1,038				や台ずし n = 1,370			
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
品質	1 チェーン	36	97		3	10	89		11	50	88		12	14	85		15
	2 安定	30	90		10	5	80		20	16	90		10	6	80		20
	3 安心	22	95		5	2	100		0	31	97		3	4	100		0
雰囲気	3 雰囲気	18	100		0	18	95		5	9	86		14	9	100		0
	店内	28	95		5	16	89		11	18	77		23	18	75		25
	店舗	38	80		20	12	78		22	20	67		33	16	50		50

1 口コミ要約

格安の焼き鳥**チェーン**店で、味も美味しく値段も安いので満足です。(鳥貴族)

2 口コミ要約

安定の鳥貴族。この価格で、どの店舗でもこの味はすごい。(鳥貴族)

3 口コミ要約

お店内装やトイレが綺麗でした。チェーン店としていつもの良い**雰囲気**。(鳥貴族)

口コミを利用した口コミ分析例(2021年1月~2022年12月)

商品・価格に関するワードを分析しました。鳥貴族の「焼き鳥」「価格」の使用頻度とポジティブ率が高く、他ブランドと差がつかっていました。美味しい焼き鳥を均一価格で食べられるコストパフォーマンスの良さが好評です。「ドリンク」からは、や台ずしが毎日提供しているドリンクの半額施策が評価されていることがわかります。

		鳥貴族 n = 1,546				やきとり大吉 n = 472				魚民 n = 1,038				や台ずし n = 1,370			
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
商品	料理	61	75		25	6	100		0	65	66		34	43	74		26
	1 焼き鳥	115	87		13	68	93		7	5	25		75	3	0		100
	ご飯	7	80		20	3	100		0	8	88		12	4	67		33
	2 寿司	提供なし				提供なし				4	100		0	200	81		19
	3 ドリンク	14	60		40	2	100		0	13	73		27	41	82		18
価格	価格	29	100		0	2	100		0	19	80		20	6	100		0
	均一	15	91		9	提供なし				提供なし				提供なし			
	半額	提供なし				提供なし				提供なし				62	88		12

1 口コミ要約

均一価格のチェーン店です。焼き鳥メニューが豊富で美味しい！(鳥貴族)

2 口コミ要約

毎日19時までドリンク半額なのが良い。お寿司も安いので手軽に行ける。(や台ずし)

3 口コミ要約

全品350円とお手頃価格で充実したメニュー。350円で、このレベルの焼き鳥が食べられるのは貴重。(鳥貴族)

口コミコムを利用した口コミ分析例(2021年1月～2022年12月)

サービスに関するワードを分析しました。鳥貴族とやきとり大吉の「接客」「提供」「店員」で、ポジティブ率が高くなっていました。鳥貴族に関しては、使用回数が多いのも特徴です。2ブランドで評価されているポイントは、接客の質の良さ、料理提供が速いこと、等でした。一方で、や台ずし・魚民に関しては、サービスに関するワードでネガティブ率が比較的高めになっており、改善の余地があるかもしれません。

		鳥貴族 n = 1,546				やきとり大吉 n = 472				魚民 n = 1,038				や台ずし n = 1,370			
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
サービス	対応	27	79		21	7	80		20	24	79		21	14	67		33
	リピート	3	67		33	5	100		0	1	0		0	2	100		0
	1 接客	36	90		10	18	87		13	20	47		53	20	31		69
	2 提供	48	75		25	8	72		28	24	48		52	25	39		61
	時間	61	72		28	7	100		0	33	40		60	44	62		38
	3 店員	79	72		28	13	90		10	48	57		43	43	57		44

1 口コミ要約

店員さんの**接客**も元気よく丁寧でした。(鳥貴族)

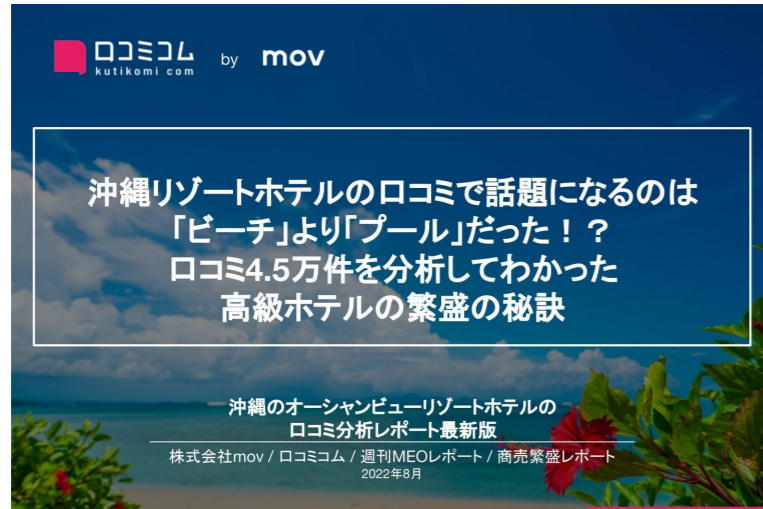
2 口コミ要約

飲み物、焼き鳥の**提供**が早くて良かったです！(やきとり大吉)

3 口コミ要約

安く、品数も多く、ネタもいいなと思いましたが、**接客**がややまいち。(やきとり大吉)

【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

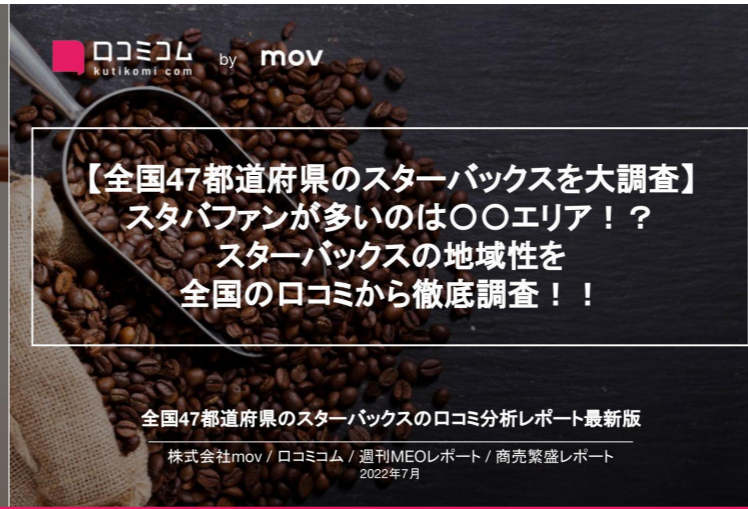
沖縄のオーシャンビューリゾートホテルのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年8月



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

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

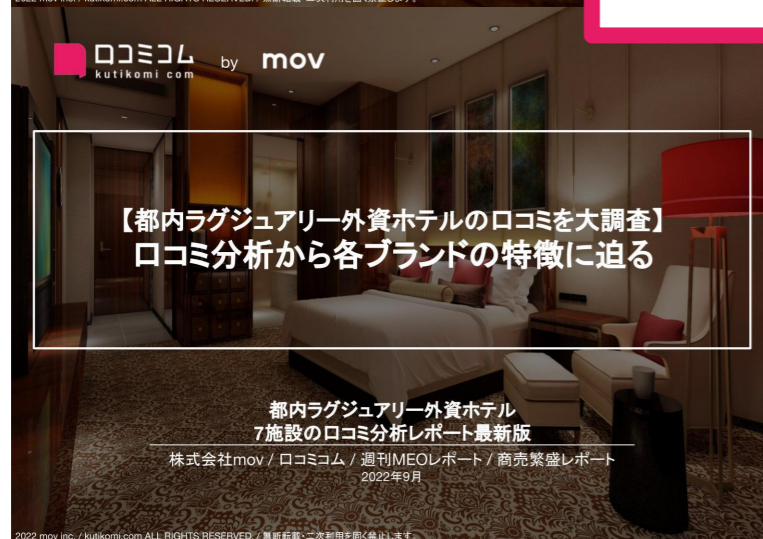
乃が美・一本堂・銀座に志かわ・岩本
全国167店舗の高級食パン専門店のロコミ分析レポート
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年8月



ロコミコム by mov
kutikomi.com

【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！

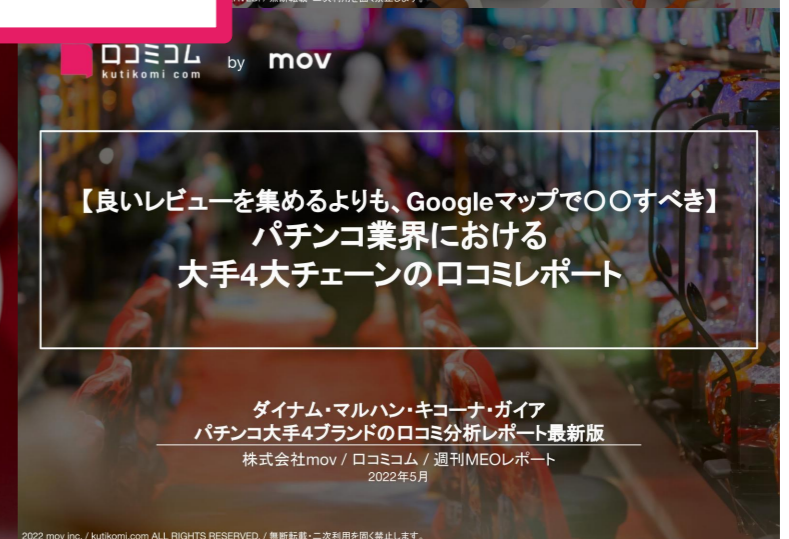
リサイクルショップのロコミ分析レポート最新版
株式会社mov / ロコミコム / 週刊MEOLレポート / 商売繁盛レポート
2022年10月



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

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。

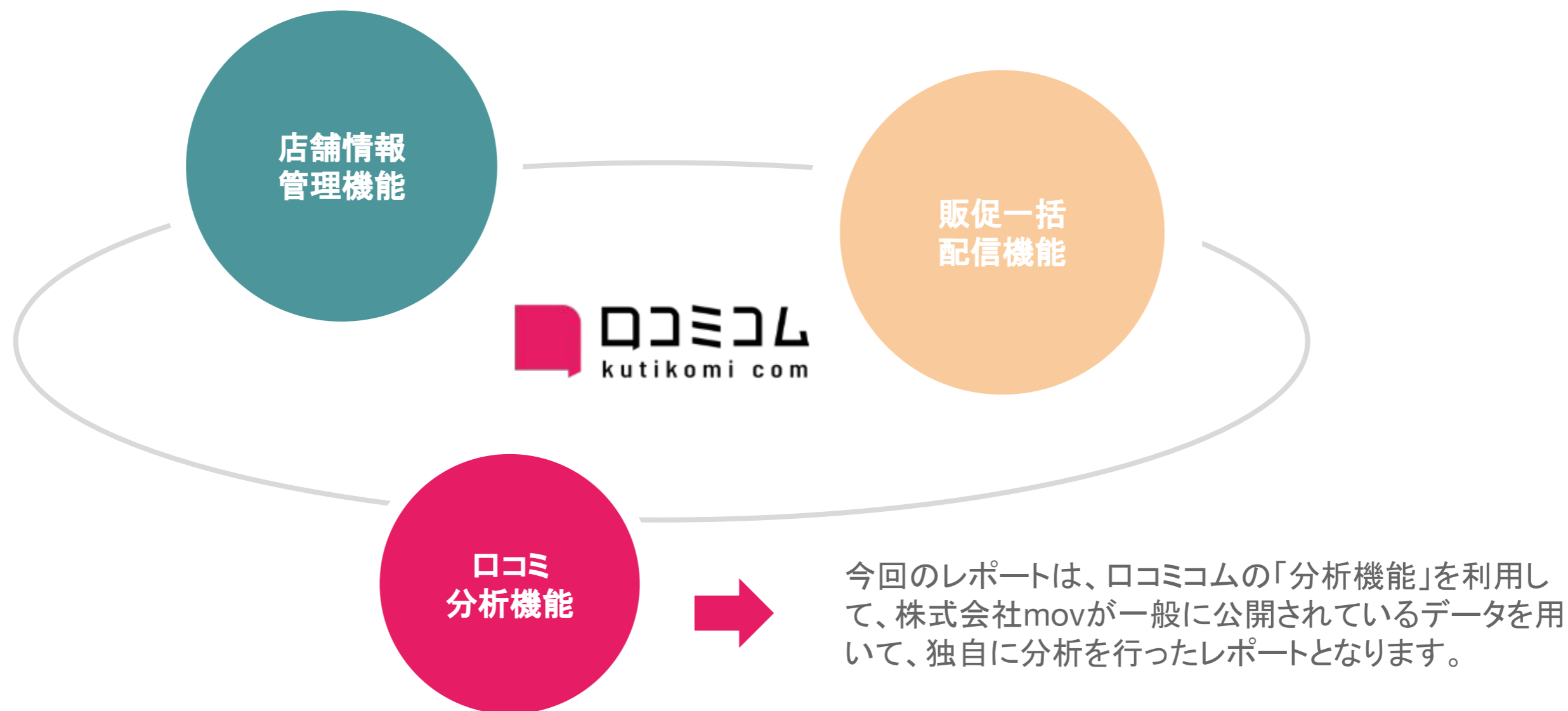
Googleマップ(GBP)でできること



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。

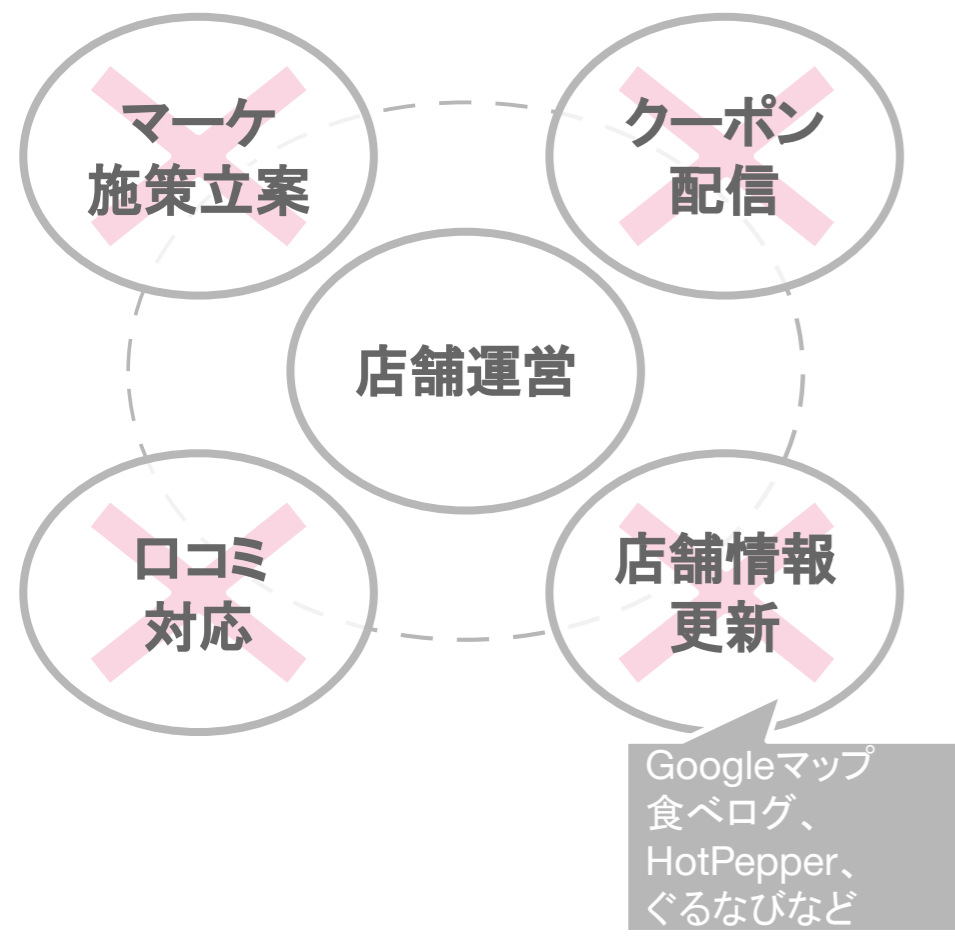


ロコミコムを利用することで

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

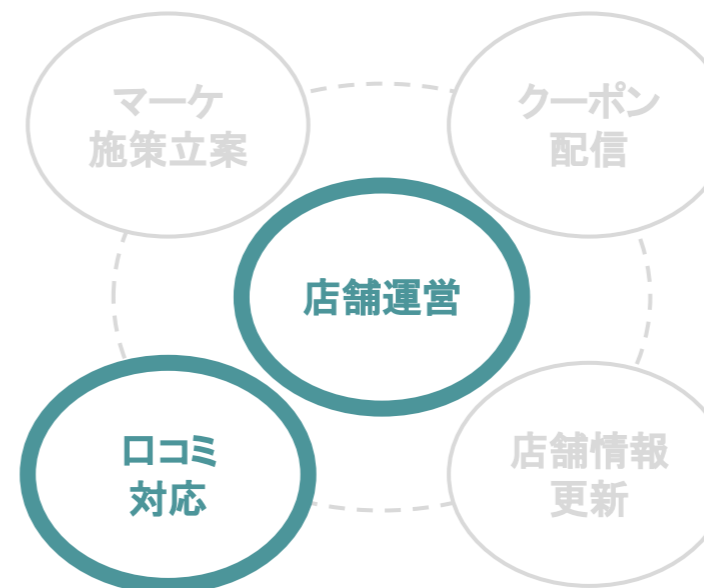
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



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。



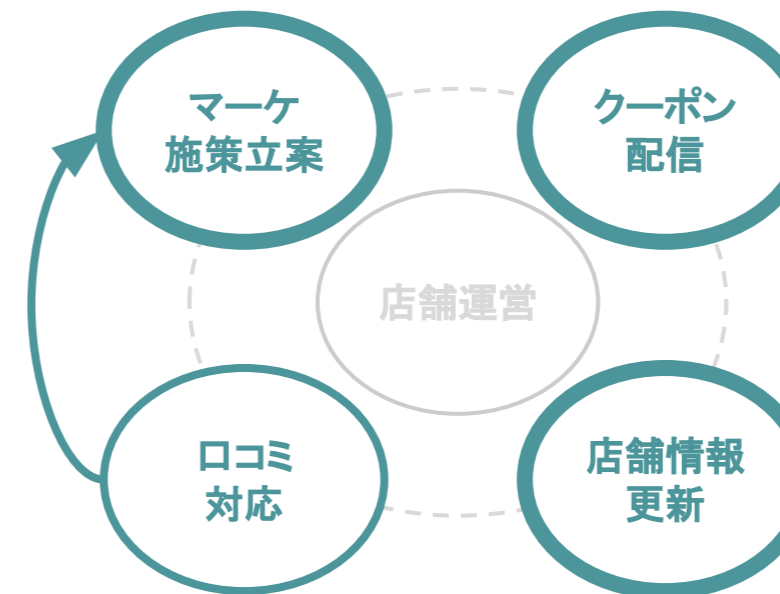
店舗運営では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

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。

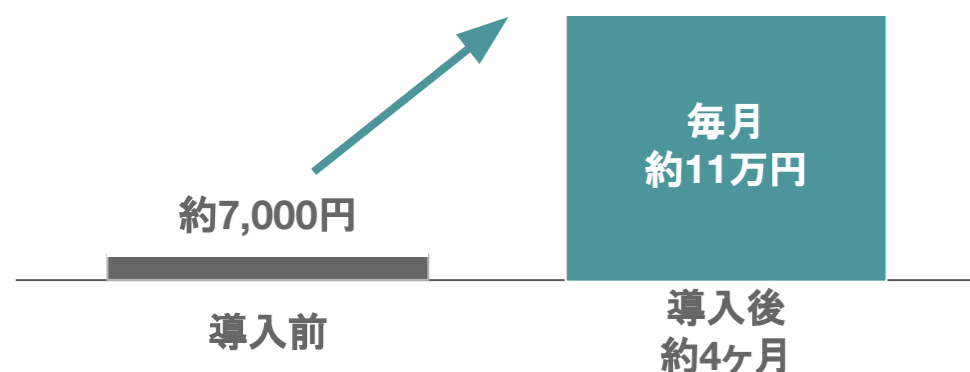
実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで、、、

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。



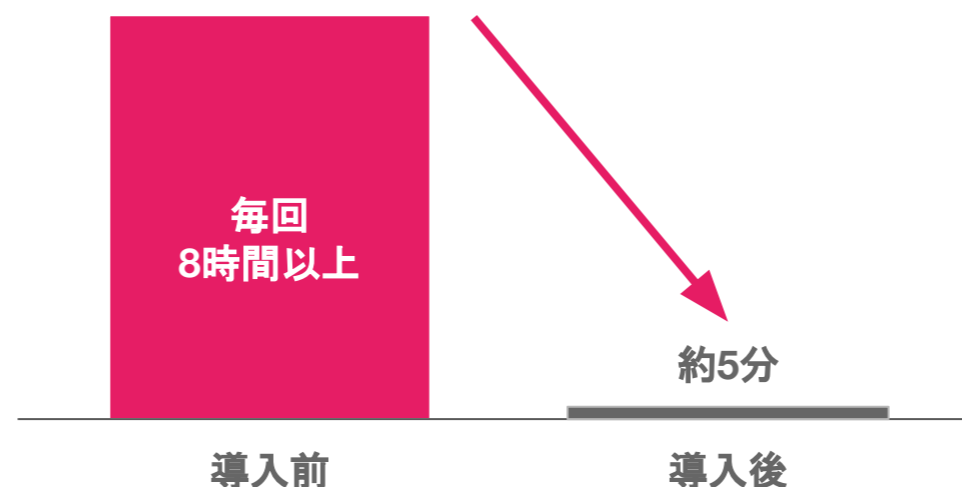
をご利用頂いたことで

1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



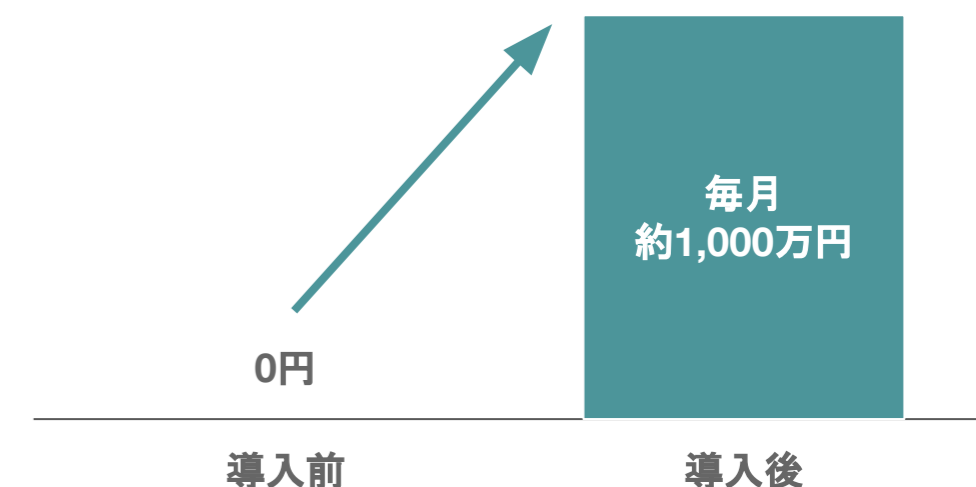
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

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？

<p>管理・監視</p>	<p>複数店舗のデータを一括更新</p> <p>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。</p> 	<p>店舗情報改ざん防止機能</p> <p>Googleビジネスプロフィールの情報改ざんを防止できる。</p> 	<p>役割(ワークフロー)設定</p> <p>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。</p> 
<p>販促</p>	<p>GBP一括投稿機能</p> <p>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。</p> 	<p>SNS一括投稿機能</p> <p>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。</p> 	<p>口コミ増加</p> <p>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</p> 
<p>分析</p>	<p>多くの連携サイトの口コミAI分析</p> <p>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)</p> 	<p>競合店舗の口コミ分析</p> <p>競合店舗の分析も可能。 ※GBP以外の口コミサイト含む</p> 	<p>アンケート分析</p> <p>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。</p> 

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。

