

**【コメダ珈琲店 / 上島珈琲店 / 喫茶室ルノアール / 星乃珈琲店 / 珈琲館】  
「テラス席」の上島珈琲、「打ち合わせ」のルノワール  
20万件の口コミから見えた各ブランドの強みとは!?**

**喫茶店5ブランド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5月

1. レポートのサマリー
2. 今回の調査対象
3. 喫茶店5ブランドの年別ロコミ推移
4. 「キーワード」から顧客満足度を分析
5. 「キーワード」を競合店舗と比較
6. 昨今のMEO市場について
7. ロコミコムとは
8. ロコミコムを導入すると何ができるのか？

## 本レポートで分かる3つのポイント

1. ブランド別の”ロコミ投稿件数”と”評価”を分析  
→ロコミ投稿件数と評価で高い水準だったのはコメダ珈琲店
2. 独自分析で顧客満足度が最も高かったのは上島珈琲店  
→評価ポイントは「黒糖」を使ったコーヒーと「テラス」席
3. 5ブランドの“接客”に関するキーワードを分析  
→全ブランドとも“接客”に課題があり、改善することで差別化につながる可能性が

ロコミコムなら、ロコミ分析から効果的な施策に繋げる『[MEO2.0](#)』のご提案が可能です！

# 調査レポートのご相談、 承ります。

過去に作成したレポートのご案内、  
業界レポート作成のご相談等は  
以下のメールアドレスまで  
お問い合わせください。

## ご相談事例

- チェーン店向けロコミ調査
- 業界ロコミ傾向調査
- 業界紙面向け調査

ご相談はこちらから



[kcom\\_report\\_request@mov.am](mailto:kcom_report_request@mov.am)



# 喫茶店5ブランドに集まる口コミを調査

---

本レポートでは、喫茶店5ブランド(コメダ珈琲店 / 上島珈琲店 / 喫茶室ルノアール / 星乃珈琲店 / 珈琲館)の首都圏店舗から計593店舗を抽出、各店舗に寄せられた口コミ(総数200,582件)を分析しました。

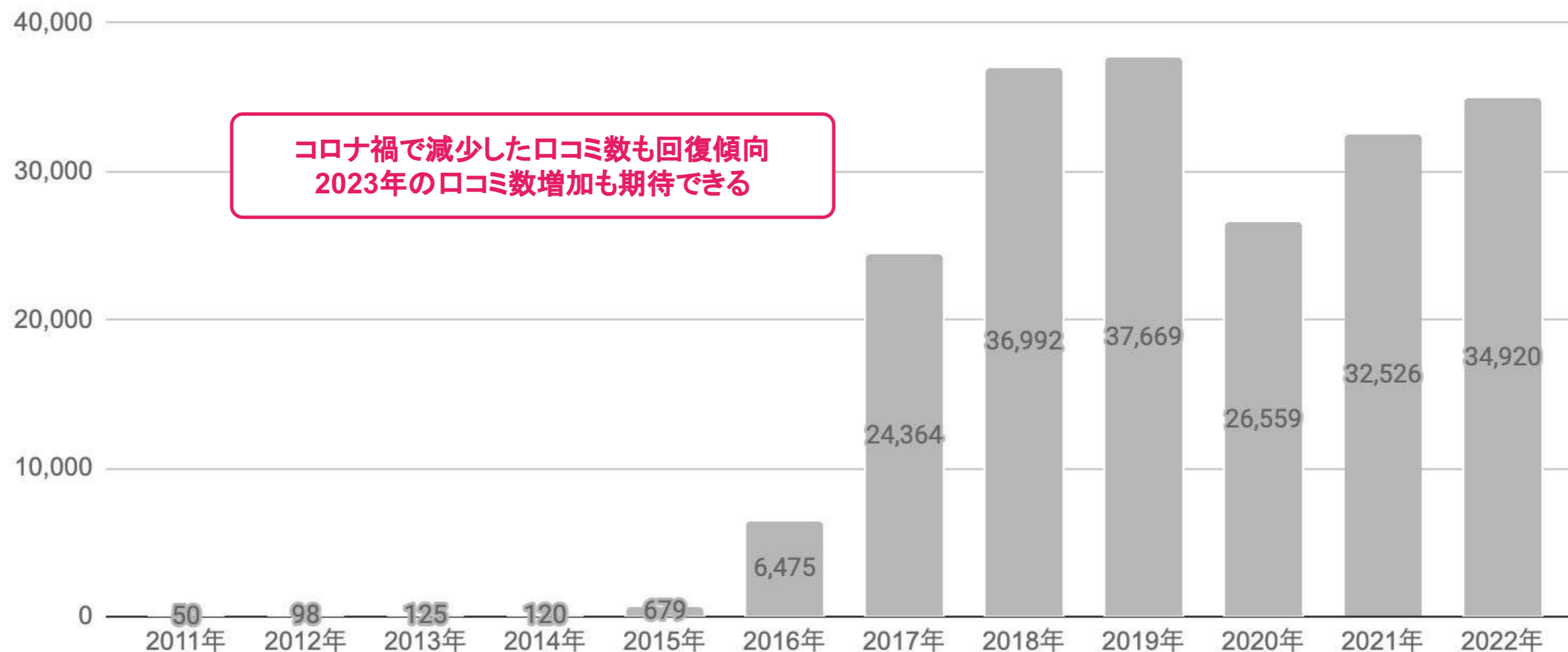
基本方針	喫茶店5ブランドの口コミを分析・口コミ傾向を調査				
調査対象	コメダ珈琲店	上島珈琲店	喫茶室ルノアール	星乃珈琲店	珈琲館
対象店舗数	首都圏の全店舗を抽出(計593店舗) ※調査対象の店舗については開示していません				
口コミ調査期間	2011年1月1日 ~ 2023年4月30日				
調査リソース	1. Google マップ 2. Yahoo! MAP の2サイトから公開されている口コミを抽出し独自に分析 ※1店舗あたりの口コミが1,000件を超える場合は、最新の1,000件を抽出				
調査方法	<b>「<u>口コミサイトを“もっと”売上に変える</u>」<a href="#">口コミコム</a>を利用して、調査リソース上のデータを独自に分析・解析</b>				

# ブランドの年別口コミ推移

---

喫茶店5ブランド全体の新規口コミ投稿件数は2016年から2018年まで急激に口コミ数が増加しました。2019年に口コミ数が過去最高の37,669件となりました。2020年はコロナ禍の影響で一時減少しましたが、2021年以降は回復傾向にあります。

## 口コミ投稿件数（2011年～2022年）



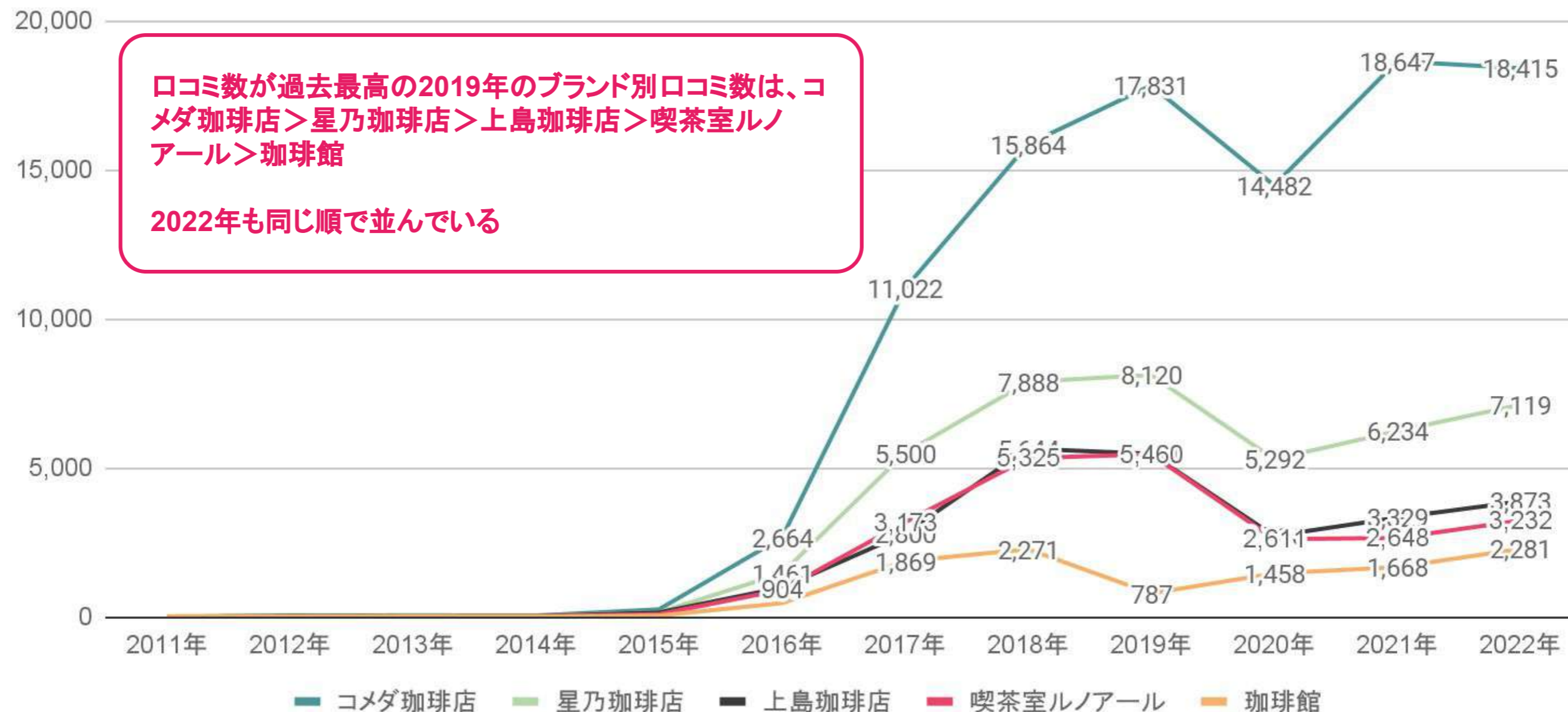
コロナ禍で減少した口コミ数も回復傾向  
2023年の口コミ数増加も期待できる

※Google マップの仕様上、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。



口コミ投稿数の内訳をブランド別に示しました。コメダ珈琲店の口コミ数が最も多い結果となりました。ブランド全体での口コミ数が過去最高である2019年は、コメダ珈琲店＞星乃珈琲店＞上島珈琲店＞喫茶室ルノアール＞珈琲館の順となっています。

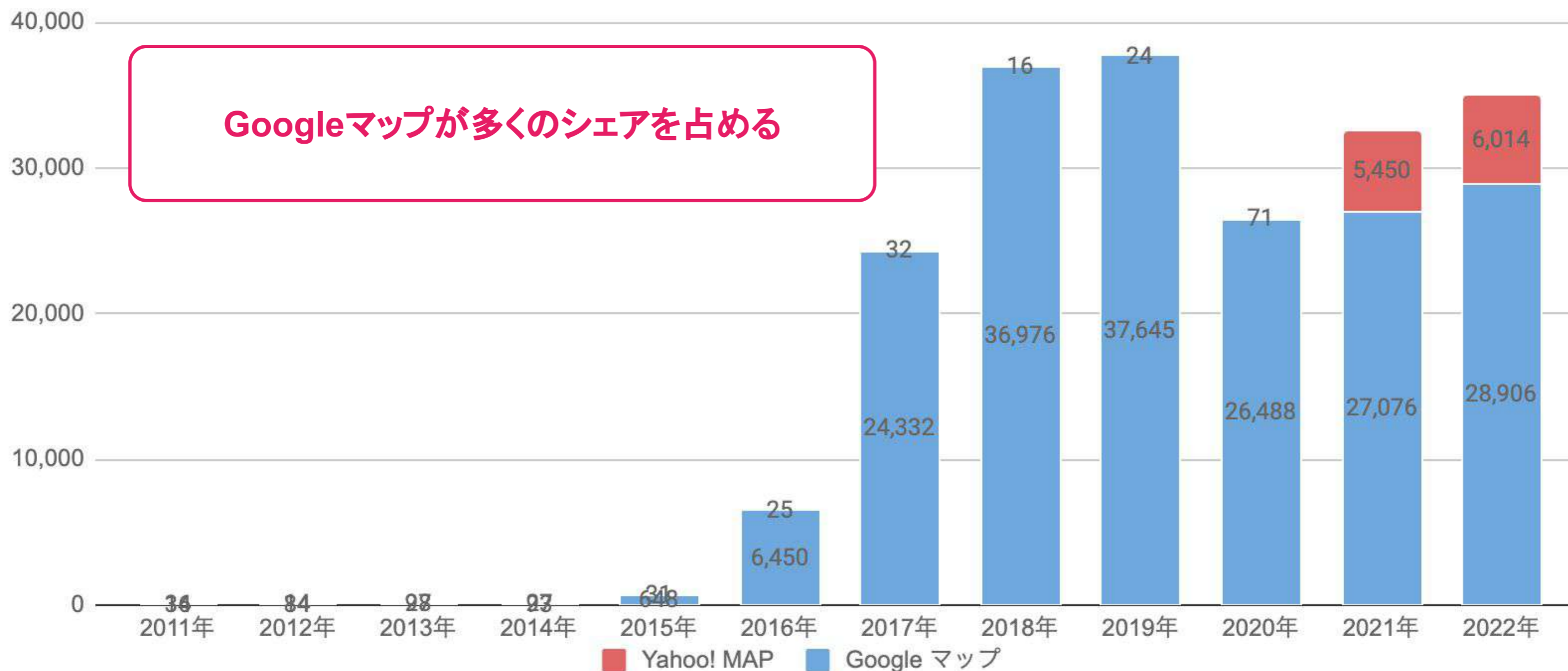
### ブランド別口コミ投稿件数(2011年～2022年)



※Google マップの仕様上、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。

サイト別の新規口コミ投稿件数の推移です。ほとんどはGoogle マップが占めています。2022年はYahoo! MAPの割合が増加しました。これはLINE PLACEとの連携によるものと考えられます。

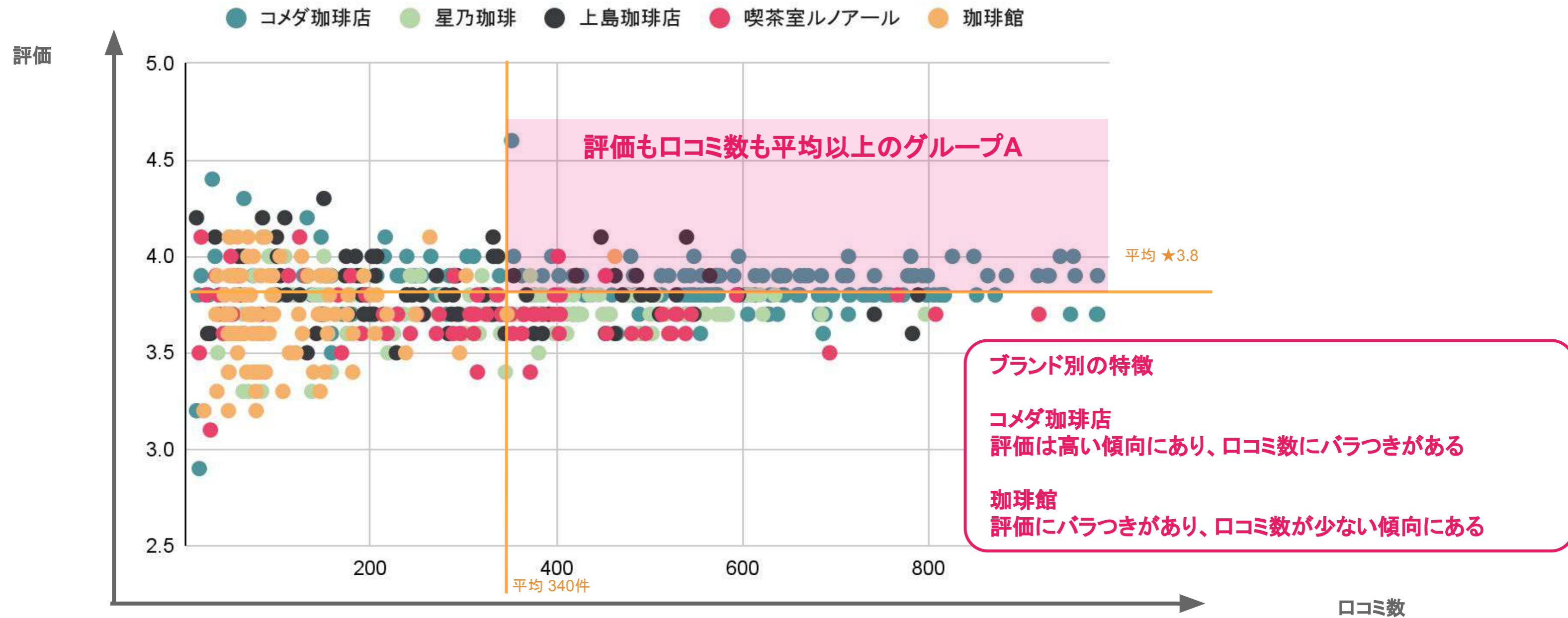
## サイト別口コミ投稿件数 (2011年～2022年)



※Google マップの仕様上、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。ブランドごとに特徴が現れました。コメダ珈琲店は評価が高く、口コミ数にバラつきがあり、珈琲屋は評価にバラつきがあり、口コミ数が少ない傾向にあることがわかりました。口コミ投稿数が多く、評価平均が高い“グループA”の店舗施策が顧客満足度向上の鍵であると言えます。



# 「キーワード」から顧客満足度を分析 (ロコミコムを利用したQSCA評価・ポジティブ / ネガティブワード)

---

# ロコミコムの顧客満足度(QSCAスコア)とは

ロコミコムの独自AIでは、ロコミ内の特定の「キーワード」が利用された文脈(ポジティブ / ネガティブ)を判定します。さらに、ロコミから顧客満足度(QSCAスコア)を算出します。これらによりロコミを可視化することで、自店舗の強み / 弱みや競合との差別化ポイントの把握に繋がります。

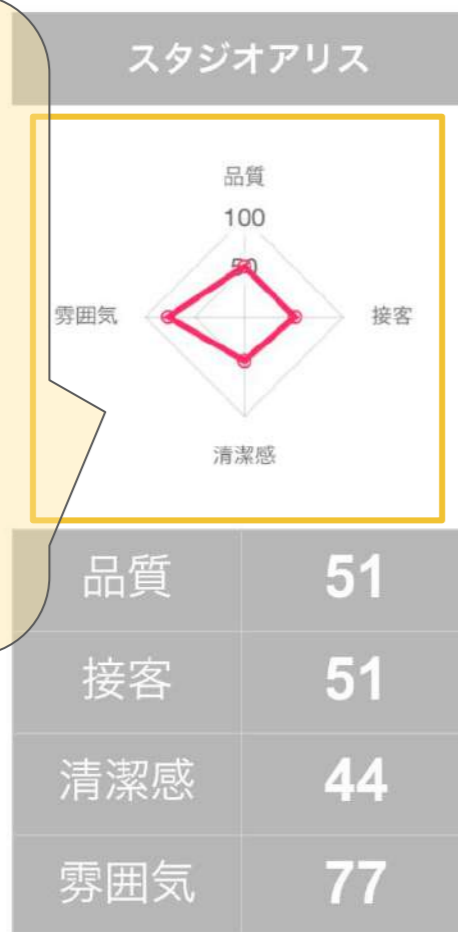
## 分析ポイント

QSCAスコアであり、「コロナ」禍での感染症対策に関してネガティブなロコミが寄せられました。「説明」時間の長さにも、改善の余地がうかがえます。一方、「安心」「子ども」にはポジティブなロコミが寄せられており、子供の記念日撮影を任せられる安心感がロコミにも反映される結果となりました。

1

### QSCAスコア

- 品質(Quality)
  - 接客(Service)
  - 清潔感 (Cleanliness)
  - 雰囲気 (Atmosphere)
- の4指標で算出



### 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	安心	20	100		0
2	丁寧	37	98		6
3	たくさん	34	94		6
4	素敵	30	94		6
5	親切	32	91		9
6	スムーズ	19	91		9
7	子ども	31	90		10
8	扱い	19	88		12
9	プロ	19	85		15
10	満足	41	84		16
11	お世話	32	84		16
12	駐車	27	84		16
13	笑顔	82	83		16
14	上手	26	83		17
15	スタジオアリス	53	82		18

子供の扱いが上手く、必ず笑わせてくれる。こちらの想像以上の出来栄の写真になるので記念写真は安心して任せて良いと思う。

特にカメラのお姉さんが本当に魅力的で、子供の最高の笑顔を引き出すためにこれでもか〜と惜しげなくやって下さったのが素晴らしい!!

### 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	ネジ	評価	初
1	残念	31	0		100
2	態度	18	10		90
3	説明	25	25		100
4	予約	46	30		70
5	選び	25	36		64
6	接客	28	37		63
7	家族	25	43		57
8	コロナ	20	44		55
9	時間	51	45		55
10	セット	28	46		54
11	カメラマン	26	50		50
12	一生	17	50		50
13	利用	103	58		42
14	商品	22	59		41
15	待ち時間	21	59		41

セット料金の説明や洋装選びなどの説明が、時間がかかりすぎ

コロナ禍なのに、スタジオ内いっばいに家族連れがいる状況。コロナ禍なのに予約を入れすぎだと思えます。

撮影以外の時間(待ち時間/説明時間)の長さは、子連れ家族にネガティブな印象を持たれやすい

2

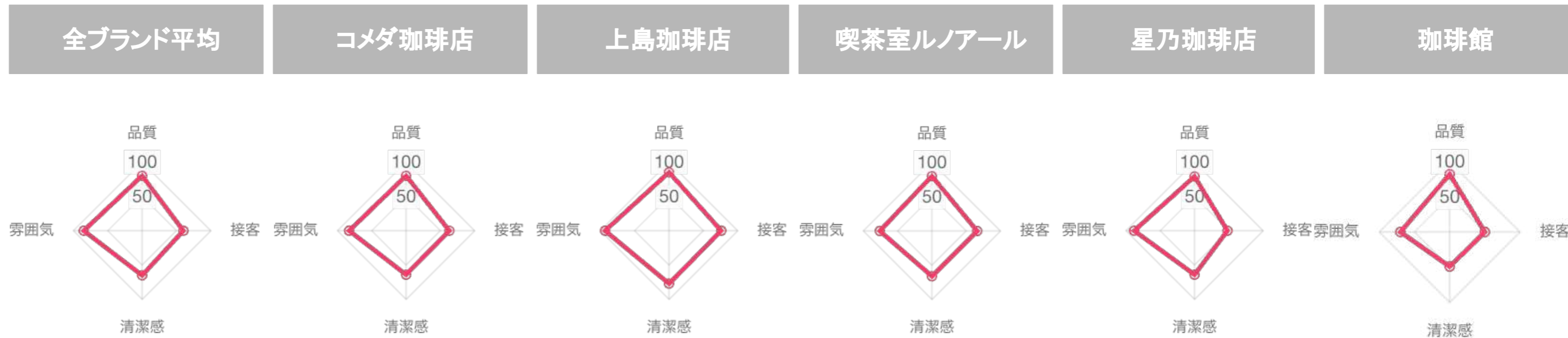
### 特徴ワード

- ポジティブ率が高いワードは、ブランドの”強み”となりえる
- ネガティブ率が高いワードは、店舗運営改善のヒントに

# 喫茶店5ブランドの顧客満足度を「キーワード」から分析

喫茶店5ブランドに寄せられたロコミ解析結果から、顧客満足度(QSCAスコア)を算出しました。ブランド全体としては“品質”と“雰囲気”で比較的高スコアとなっていました。上島珈琲店に関しては、全ての要素で平均以上のスコアとなっていました。

※集計期間:2021年5月～2023年4月  
 ※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	コメダ珈琲店	上島珈琲店	喫茶室ルノアール	星乃珈琲店	珈琲館
品質	80	80	85	80	79	82
接客	60	63	76	66	48	50
清潔感	65	64	77	66	64	49
雰囲気	85	83	93	76	88	70

# 【コメダ珈琲店】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは概ね平均的でした。駅から近く「便利」、メニューの「ボリューム」に「満足」、落ち着いた「雰囲気」で「居心地」が良いといったポジティブな口コミが寄せられていました。利便性、メニュー、雰囲気などの満足度の高さがうかがえます。一方、「案内」の際の待ち時間の短縮や、「テーブル」を常に綺麗な状態に保って欲しいといった声があることもわかりました。

## コメダ珈琲店



品質	80
接客	63
清潔感	64
雰囲気	83

## 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	最高	461	100		0
2	便利	445	99		1
3	ボリューム	1,271	96		4
4	満足	632	96		5
5	雰囲気	1,176	95		5
6	居心地	712	95		5
7	安定	532	94		6
8	静か	442	94		6
9	丁寧	641	93		7
10	シロノワール	907	92		8
11	好き	645	90		10
12	トースト	976	89		11
13	モーニング	2,597	88		12
14	駐車	1,258	88		12
15	珈琲	2,157	87		13

**口コミ要約**  
駅から近いし、ちょっとした作業に**便利**。  
サンドイッチなども**ボリューム**があって**満足**！  
**雰囲気**も落ち着いており、**居心地**が良い。

**口コミ要約**  
**シロノワール**が本当に美味しい。珈琲ともとても合う。

## 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	585	11		89
2	案内	555	45		55
3	テーブル	520	57		41
4	普通	628	59		41
5	注文	1,313	65		35
6	店舗	1,255	69		31
7	スタッフ	642	70		30
8	値段	507	70		30
9	店員	2,258	71		29
10	時間	1,595	73		27
11	混雑	560	73		27
12	カウンタ	442	74		26
13	対応	925	77		23
14	メニュー	1,312	79		21
15	感じ	982	79		21

**口コミ要約**  
席が空いているのに、なかなか**案内**されない。  
**テーブル**に食べかすやベタつきが残っている。

# 【上島珈琲店】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは全て要素が高スコアとなりました。「**黒糖**」を用いた珈琲といった“**商品**”、「**静か**」な「**雰囲気**」などが高く評価されていました。特に、ペット同伴可能な「**テラス**」席がある点に関しては、特徴が現れているといえます。店内の「**タバコ**」の臭い、「**注文**」してから商品がくるまでの時間が長いといった点が改善されると、さらに顧客満足度が高まりそうです。

## 上島珈琲店



品質	85
接客	76
清潔感	77
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	初*
1	居心地	123	100		0
2	便利	119	100		0
3	おすすめ	86	99		1
4	買い物	82	99		1
5	空間	132	98		2
6	黒糖	219	97		3
7	静か	191	97		3
8	休憩	129	97		3
9	テラス	96	97		3
10	雰囲気	530	96		3
11	近く	132	94		6
12	珈琲	656	93		7
13	ミルク	278	93		7
14	モーニング	278	93		7
15	場所	192	93		7

**ロコミ要約**

**黒糖**ミルク珈琲とトーストのセットが気に入りました。

上品で**静かな雰囲気**で落ち着いて過ごせるため、**休憩**のもピッタリ。

**テラス**席もあり、ペットも連れていけるためありがたい。

## 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	初*
1	残念	105	20		80
2	タバコ	101	64		37
3	注文	162	68		32
4	普通	98	72		28
5	値段	119	73		27
6	カウンタ	97	74		26
7	スタッフ	97	75		25
8	店員	251	77		23
9	喫煙	169	78		22
10	接客	107	78		22
11	対応	116	79		21
12	メニュー	129	80		20
13	高め	94	82		18
14	チェーン	91	82		18
15	感じ	191	83		17

**ロコミ要約**

店舗によっては、店内の**タバコ**の臭いが気になる。**注文**を忘れられており、長時間待たされた。



# 【喫茶室ルノアール】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“接客”と“清潔感”で平均以上となりました。商談や「**打ち合わせ**」のシーンに便利であること、分煙対策が十分で、タバコの臭いが気にならず居心地良く過ごせる点などが、高く評価されていました。一方で、「**注文**」にかかる時間が長いこと、テーブルのスペースが狭く作業がしづらい、といった声が寄せられていました。

## 喫茶室ルノアール



品質	80
接客	66
清潔感	66
雰囲気	76

## 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	81	98		2
2	空間	125	96		4
3	居心地	91	96		5
4	打ち合わせ	94	95		5
5	雰囲気	327	94		6
6	静か	257	94		6
7	丁寧	95	94		6
8	安定	95	93		7
9	快適	71	92		8
10	喫茶店	275	91		9
11	仕事	124	91		9
12	カフェ	134	90		10
13	fi	79	90		10
14	wi	79	90		10
15	駅前	72	89		11

### ロコミ要約

駅近なので、商談や**打ち合わせ**に**便利**で、よく利用している。

丁寧な接客と落ち着ける大人な**空間**が良い。

入口側が禁煙席で完全分煙なので、タバコが苦手な人も**居心地**よく過ごせる。

## 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	注文	118	58		42
2	加熱	105	59		41
3	テーブル	74	59		41
4	店員	280	64		36
5	普通	78	65		35
6	タバコ	312	67		33
7	電子	182	69		31
8	対応	126	70		30
9	アイス	79	70		30
10	場所	178	73		27
11	地下	84	73		27
12	喫煙	390	74		26
13	分煙	88	75		25
14	メニュー	78	75		25
15	スタッフ	78	76		24

### ロコミ要約

10分くらい経たないと**注文**を聞きにこない。

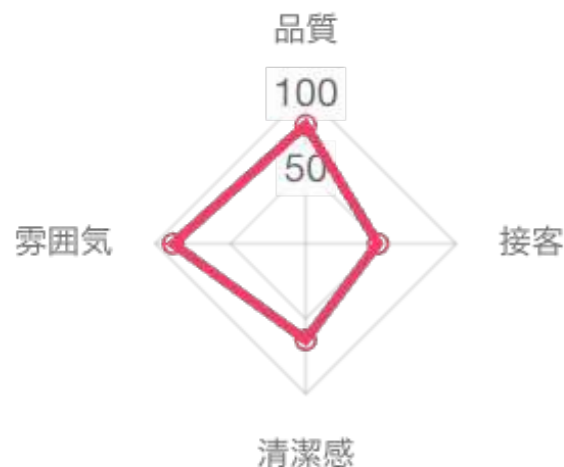
### ロコミ要約

**テーブル**のスペースが狭く、作業の際にちょっと落ち着かない。

# 【星乃珈琲店】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“雰囲気”が平均以上のスコアとなっていました。「**駐車**」場が広く、ゆったりとした「**雰囲気**」で、飲食が楽しめる点が高く評価されていました。商品としては、特に「**パンケーキ**」にポジティブな口コミが多く寄せられていました。一方、来店の際の「**案内**」の際に、待ち時間が発生してしまう点がネガティブな口コミとして投稿されていました。

## 星乃珈琲店



品質	79
接客	48
清潔感	64
雰囲気	88

## 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	満足	164	96		4
2	駐車	362	94		6
3	空間	210	94		7
4	雰囲気	1,245	93		7
5	静か	326	93		7
6	居心地	241	93		7
7	個室	207	93		7
8	丁寧	162	93		7
9	フレンチ	194	92		8
10	パンケーキ	1,068	90		10
11	ブレンド	263	90		10
12	トースト	321	89		11
13	好き	302	89		11
14	店内	1,089	88		12
15	スフレパンケー	295	87		13

**口コミ要約**  
 駐車場は広くて利用しやすい。ゆったりとした**雰囲気**で、飲食を楽しめる**空間**。

**口コミ要約**  
 定番の**パンケーキ**は、あっさりしていて食べやすい。**フレンチ**トーストはふわふわでおすすめ。

## 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	393	14		86
2	案内	225	45		55
3	店員	731	50		50
4	注文	510	52		48
5	提供	202	52		48
6	テーブル	193	53		47
7	普通	247	54		46
8	料理	236	60		40
9	接客	389	61		39
10	スタッフ	229	64		36
11	対応	264	66		34
12	店舗	332	72		28
13	ケーキ	198	72		28
14	感じ	471	73		27
15	値段	218	73		27

**口コミ要約**  
 席が空いているのに**店員**さんが**案内**するまで10分以上待たされた。

# 【珈琲館】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“品質”が平均以上となりました。「炭火」で焙煎した豆を使った珈琲や、「ホットケーキ」「ナポリタン」といった“商品”に関わるワードに、ポジティブなロコミが集まっていました。独自の珈琲や、食事のメニューの豊富さが高評価でした。一方、ドリンクや「料理」を「注文」してから提供するまでに時間がかかる点に、改善を求める声が集まっていました。

## 珈琲館



品質	82
接客	50
清潔感	49
雰囲気	70

## 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	静か	101	97		3
2	炭火	91	95		5
3	雰囲気	300	93		7
4	サンドイッチ	99	93		7
5	丁寧	92	93		7
6	パンケーキ	111	92		8
7	居心地	104	92		8
8	ホットケーキ	354	91		9
9	タン	80	91		9
10	ナポリ	80	91		9
11	ランチ	117	89		11
12	喫茶店	195	88		12
13	カフェ	123	88		12
14	コーヒ	713	87		13
15	モーニング	180	87		13

**ロコミ要約**  
炭火アイス珈琲は1番のおすすめ。

**ロコミ要約**  
ホットケーキがふわふわで美味しい。ナポリタンなど他にもメニューが豊富にある。

## 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	111	23		77
2	女性	71	44		56
3	注文	197	56		44
4	料理	64	57		43
5	普通	103	62		38
6	店員	348	63		37
7	仕事	77	65		35
8	タバコ	67	66		34
9	wi	61	66		34
10	カウンタ	83	68		32
11	スタッフ	118	71		29
12	禁煙	68	71		29
13	接客	187	72		28
14	テーブル	77	72		28
15	喫煙	161	73		27

**ロコミ要約**  
注文したのはドリンク1品なのに15分くらいかかった。料理が来るのも時間がかかる印象。

# 「キーワード」を競合店舗と比較 (ロコミコムを利用したキーワード分析)

---

口コミコムを利用すると、自店舗や競合店舗に寄せられた口コミを「キーワード」で横断的に分析できます。口コミから自店舗の強み / 弱みを知ることで、競合との差別化ポイントや店舗運営の改善点のヒントが見えてきます。

## 【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。

## 口コミコムを利用した口コミ分析例

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。エリア別に関する口コミを分析すると、「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		291	88	12		179	86	14		490	90	10	
フラペチーノ	1,528	88	12		119	90	10		141	85	15		235	88	12	
ラテ	528	89	11		68	90	10		39	81	19		99	91	9	
限定	684	90	10		58	87	13		70	79	21		100	93	7	
新作	26	96	4		26	96	4		31	79	21		30	96	4	
スターバックス	18	75	25		24	75	25		29	72	28		35	86	14	
限定	6	100	0		4	100	0		4	67	33		10	100	0	
新作	20	81	19		110	81	19		39	71	29		102	91	9	
限定	32	59	41		48	59	41		52	49	51		49	59	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、口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」に関する口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、口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。

# ”商品・設備”に関するキーワードを分析すると

- ① コメダ珈琲の「コーヒー」「ボリューム」「モーニング」の使用頻度とポジティブ率が高くなっていました。朝食のセットや、その他のセットの量の多さが好評であることがわかります。
- ② 星乃珈琲店の「パンケーキ」の使用頻度が他ブランドと比較して大幅に高い点から、同メニューが人気であることがわかります。
- ③ 全てのブランドで「テーブル」のネガティブ率が高くなっていました。食べかすや、ベタつきが残っているなどの口コミが寄せられており、改善することで競争優位性となりそうなことがうかがえます。
- ④ 上島珈琲店で「テラス」の使用頻度とポジティブ率が高くなっていました。ペット同伴可能なテラス席が好評なようです。
- ⑤ コメダ珈琲の「駐車」場に関する使用頻度とポジティブ率が高い結果となりました。

※キーワード集計期間:2022年5月 ~ 2023年4月

		コメダ珈琲店 n = 77,315					上島珈琲店 n = 15,471					喫茶室ルノアール n = 12,015					星乃珈琲店 n = 33,597					珈琲館 n = 11,902				
ジャンル	キーワード	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*	使用回数	言及率	ポジ	評価	初*
商品	① コーヒー	2,880	3.7%	84		16	1,120	7.2%	91		9	507	4.2%	86		17	② 1,902	5.7%	85		15	715	6.0%	87		13
	パンケーキ	29	0.0%	100		0	11	0.1%	100		0	0	0.0%	0		0	1,067	3.2%	90		10	111	0.9%	92		8
	ボリューム	1,270	1.6%	96		4	33	0.2%	96		4	20	0.2%	95		5	85	0.3%	91		9	27	0.2%	92		8
	モーニング	2,599	3.4%	88		12	278	1.8%	93		7	204	1.7%	87		13	807	2.4%	86		14	180	1.5%	87		13
設備	③ 店内	1,998	2.6%	84		16	531	3.4%	91		9	271	2.3%	85		15	1,089	3.2%	88		12	334	2.8%	83		17
	④ テーブル	520	0.7%	57		43	80	0.5%	67		33	74	0.6%	59		41	193	0.6%	53		47	77	0.6%	72		28
	テラス	23	0.0%	87		13	④ 96	0.6%	97		3	3	0.0%	100		0	40	0.1%	79		21	11	0.1%	100		0
	⑤ 駐車	1,258	1.6%	88		12	21	0.1%	80		20	4	0.0%	100		0	362	1.1%	94		6	62	0.5%	83		17

# ”接客・顧客体験”に関するキーワードを分析すると

- 1 全てのブランドの「レジ」「店員」「対応」「注文」といったキーワードで、ネガティブ率が高くなっていました。レジや注文で待ち時間が発生してしまうこと、店員の対応の愛想がよくないことなどが、ブランド全体の課題としてありそうです。これらのような“接客”に関わる点を改善することで差別化要因となりえるかもしれません。
- 2 一方で、「便利」「居心地」「雰囲気」といった“顧客体験”に関するキーワードは、全てのブランドでポジティブ率が高い結果となりました。ゆったりとした雰囲気や居心地が良い、駅から近くて便利、といった点が顧客満足度の高さに繋がっていることがわかりました。

※キーワード集計期間:2022年5月～2023年4月

		コメダ珈琲店 n = 77,315					上島珈琲店 n = 15,471					喫茶室ルノアール n = 12,015					星乃珈琲店 n = 33,597					珈琲館 n = 11,902				
ジャンル	キーワード	使用回数	言及率	ポジ	評価	初	使用回数	言及率	ポジ	評価	初	使用回数	言及率	ポジ	評価	初	使用回数	言及率	ポジ	評価	初	使用回数	言及率	ポジ	評価	初
接客	レジ	157	0.2%	31		69	49	0.3%	50		50	14	0.1%	23		77	45	0.1%	25		75	22	0.2%	27		73
	店員	2,258	2.9%	71		29	251	1.6%	77		23	280	2.3%	64		36	731	2.2%	50		50	348	2.9%	63		37
	対応	925	1.2%	77		23	116	0.7%	79		21	126	1.0%	70		30	264	0.8%	66		34	113	0.9%	82		18
	注文	1,313	1.7%	65		35	162	1.0%	68		32	118	1.0%	58		42	510	1.5%	52		48	197	1.7%	56		44
顧客体験	便利	445	0.6%	99		1	119	0.8%	100		0	81	0.7%	98		2	123	0.4%	100		0	57	0.5%	100		0
	居心地	748	1.0%	95		5	132	0.9%	100		0	100	0.8%	97		3	256	0.8%	93		7	109	0.9%	93		7
	雰囲気	1,176	1.5%	95		5	530	3.4%	96		4	327	2.7%	94		6	1,245	3.7%	93		7	300	2.5%	93		7

# 調査レポートのご相談、 承ります。

過去に作成したレポートのご案内、  
業界レポート作成のご相談等は  
以下のメールアドレスまで  
お問い合わせください。

## ご相談事例

- チェーン店向けロコミ調査
- 業界ロコミ傾向調査
- 業界紙面向け調査

ご相談はこちらから



[kcom\\_report\\_request@mov.am](mailto: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

弊社が支援する企業の公式Webサイトの表示回数は年間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MEOの方が、多くのユーザーに情報を届けることができます。

SEO < MEO



# Googleマップは「テキスト検索」から「意味検索」に進化

さらに、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"

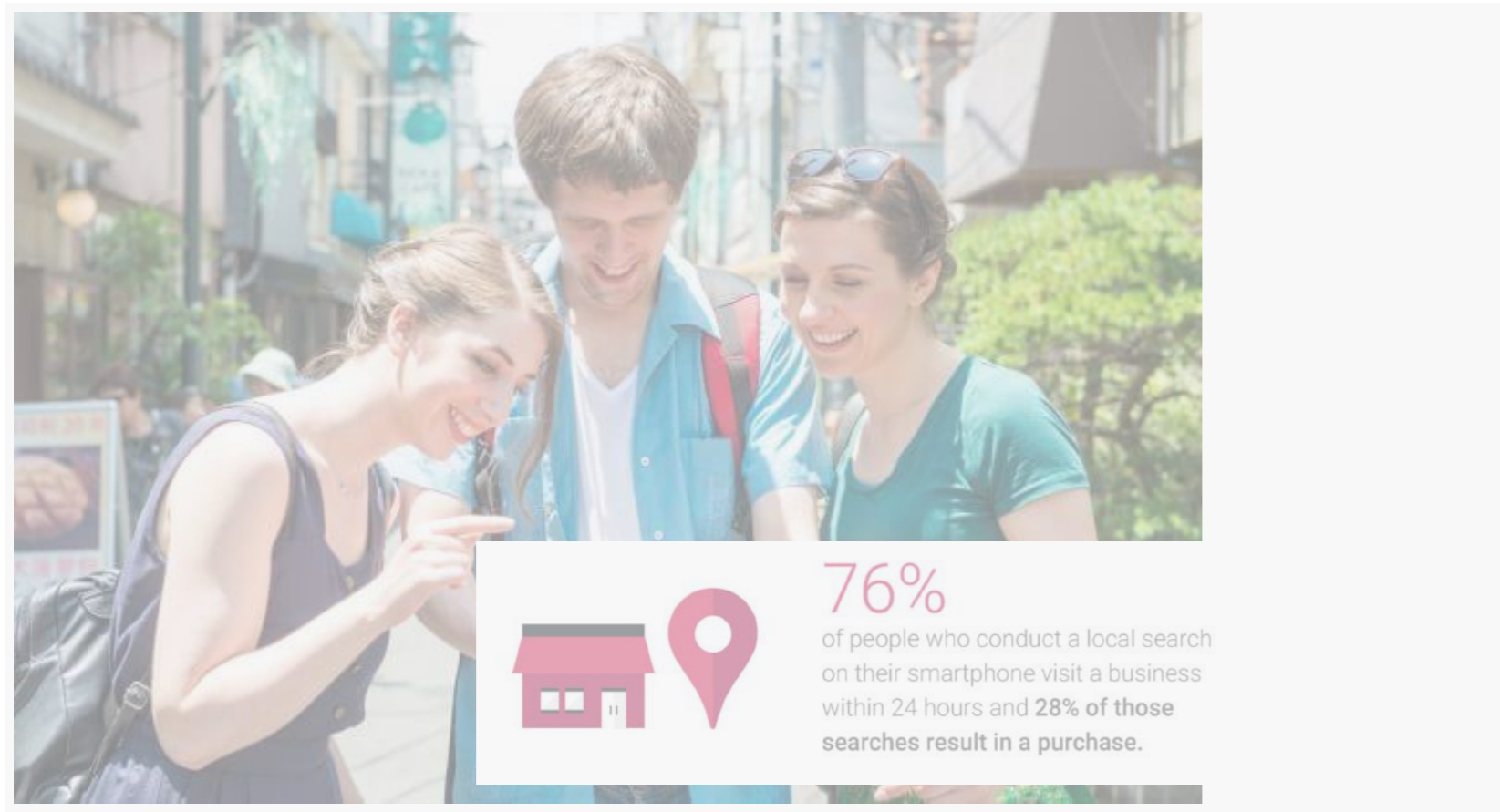
"女性同士でも年配の家族連れでも1人でも安心して行けます。"

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%

これは、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

### 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。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年間で土台整備（Googleビジネスプロフィール（GBP）の情報整備など）がされてきました。この「MEO1.0」が飽和状態にある現在、単純な情報整備・発信・返信だけでは価値創出が難しいと言えます。今後は**ロコミの大量獲得**や**他サイトの連動**など、より価値の高い情報提供「**MEO2.0**」が求められます。

Googleマップ(GBP)でできること

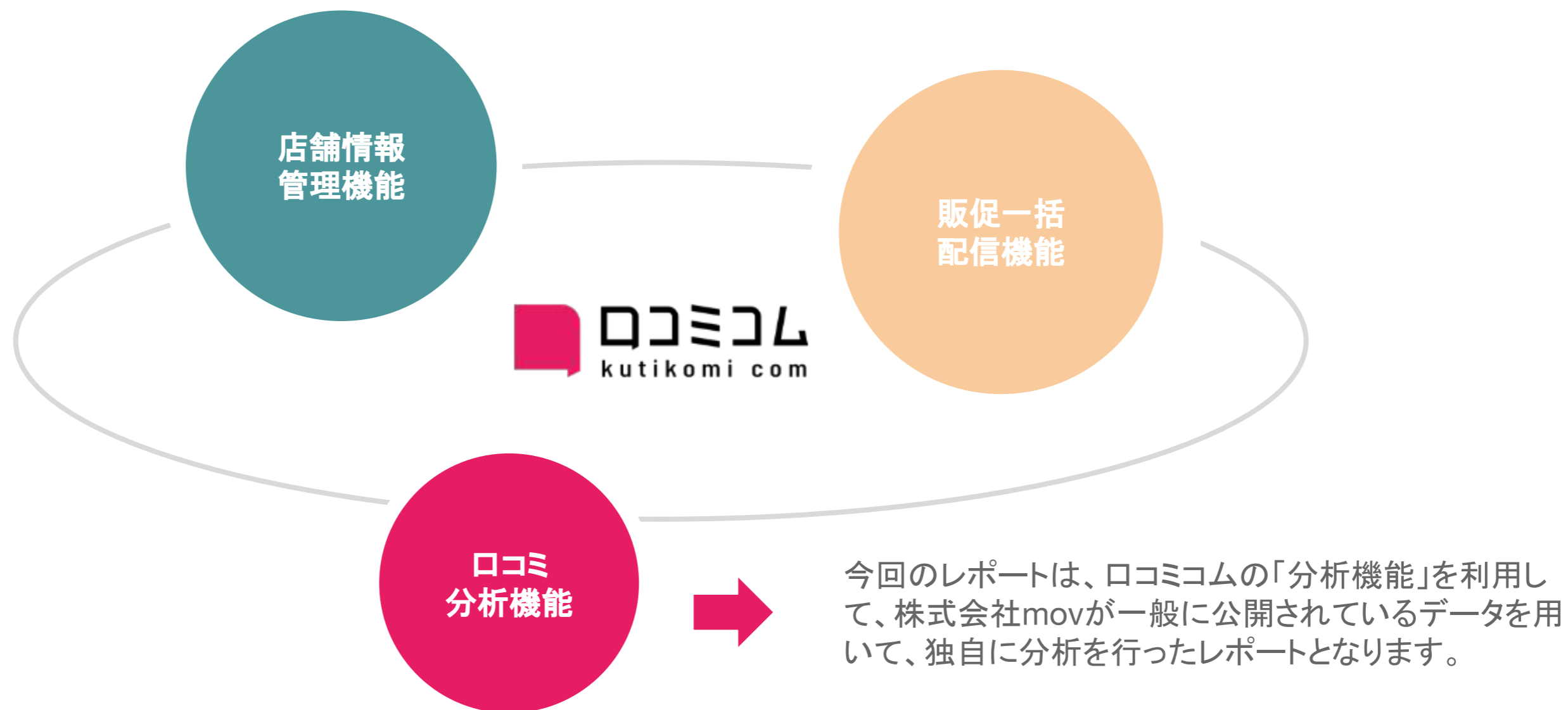


**現在、弊社へのお問い合わせのほとんどはMEO2.0領域のものです**

# 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。



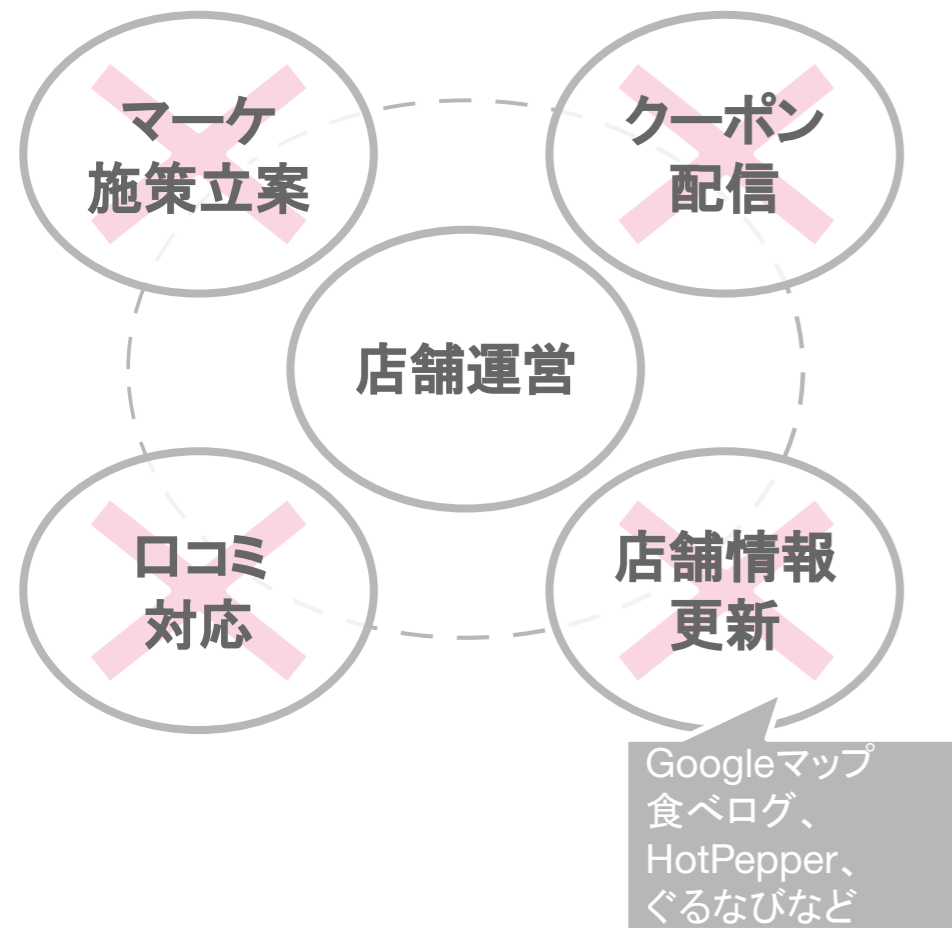


# ロコミコムを利用することで

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

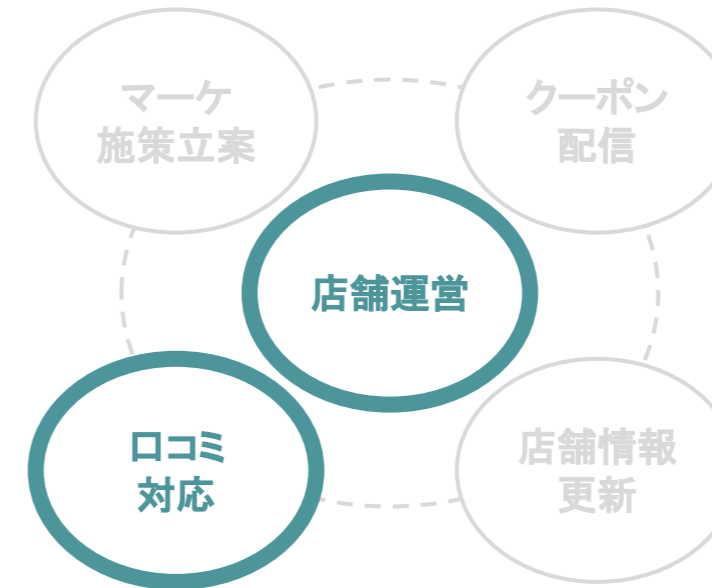
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



## 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。



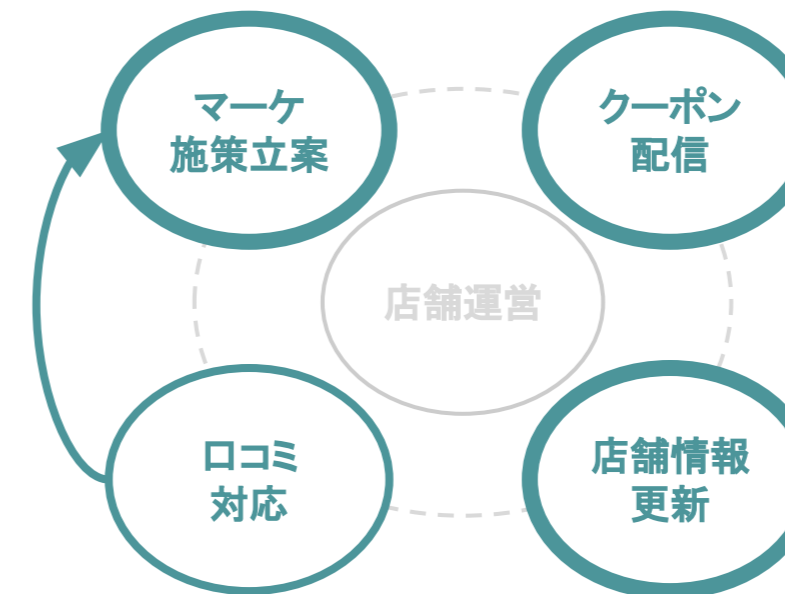
**店舗運営**では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

**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。

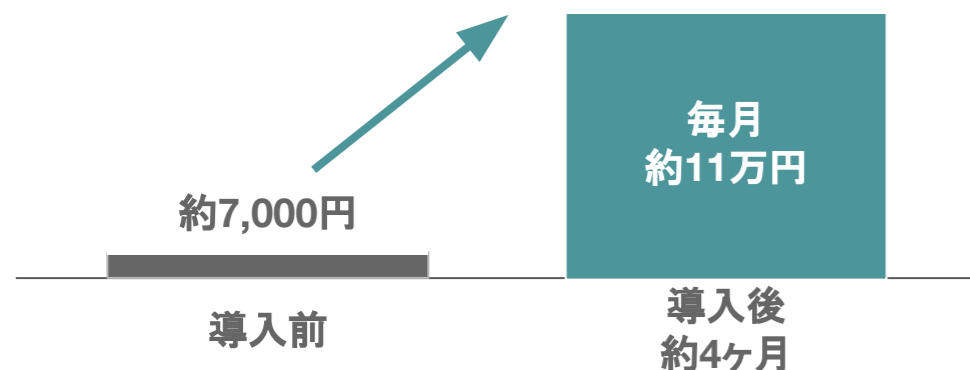
# 実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで...

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。



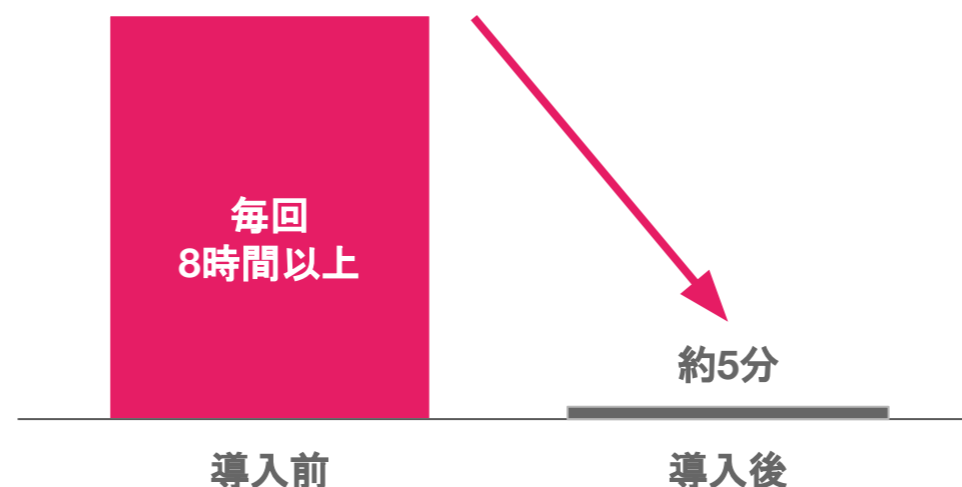
## をご利用頂いたことで

### 1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



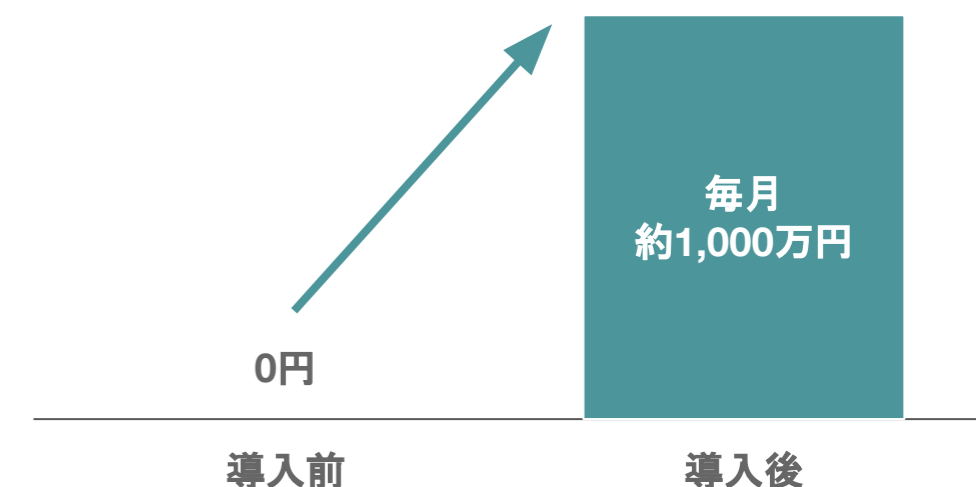
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

### 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。

