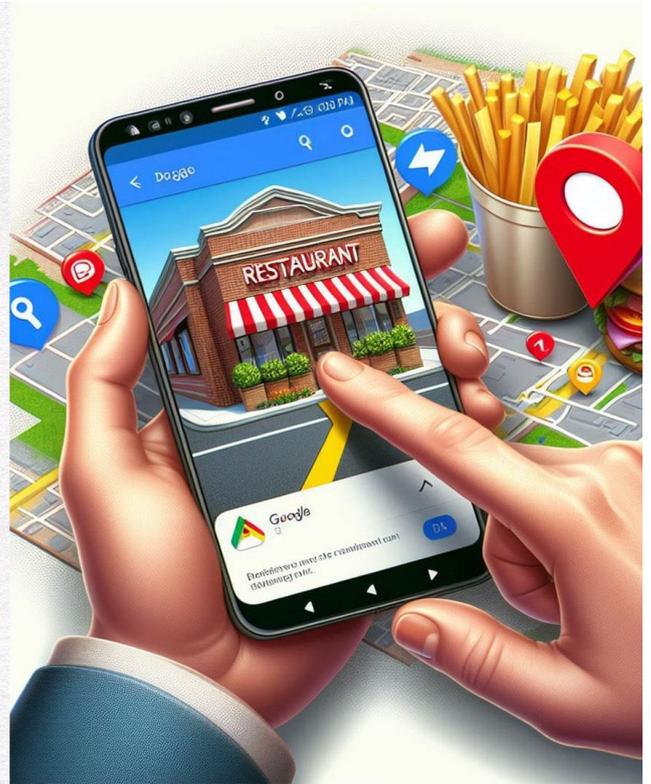


もうグルメサイトに頼らない！

デジタル新時代の

Googleマップ

集客必勝ガイド



【目次】

1. [集客の未来は Google マップにあり！飲食店が知るべき変革の波](#)
2. [Google マップでお店を盛り上げよう！](#)
3. [お店を見つけてもらいやすくするコツ：キーワードって何？](#)
4. [お店がどこにあるか、しっかり教えよう：サービス提供地域のポイント](#)
5. [お店の評判を上げる秘訣：サイテーションって何？](#)
6. [ウェブサイトってお店にとってどう役立つの？](#)
7. [もし時間がないなら、どっちを優先すべき？](#)
8. [Google マップでお店をトップに！ランキング向上のコツ](#)
9. [レビューでお店をピカピカに！レビューの上手な集め方と管理方法](#)
10. [FAQ:よくある質問と答え](#)
11. [結論:Google マップでお店を盛り上げよう！](#)

集客の未来は Google マップにあり！飲食店が知るべき変革の波



お店を運営していると、新しいお客様を呼び込むことは常に大きな課題です。これまで多くのお店が、食べログやぐるなびのようなグルメサイトを通じてお客様を獲得してきました。しかし、最近の傾向を見ると、お店の宣伝方法に変化が見られます。

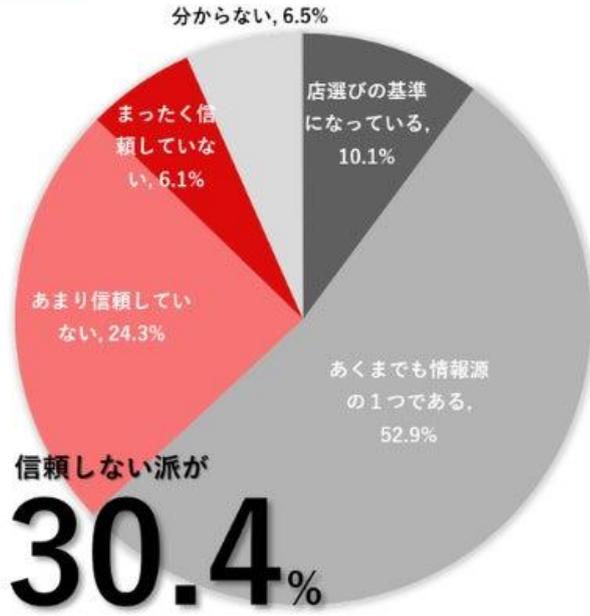
「グルメサイトに関する意識調査」という調査結果によると、**お店を探す際に Google を使う人が急増しています。実際、調査によると 86.1% の人がレストラン検索に Google を利用しており、これが最も多く使われています。**一方、従来のグルメサイトを使う人は 61.3%にとどまり、Google の利用が増えていることがわかります。

↓テーブルチェックさんのプレスリリースより。詳しくは[こちら](#)で。

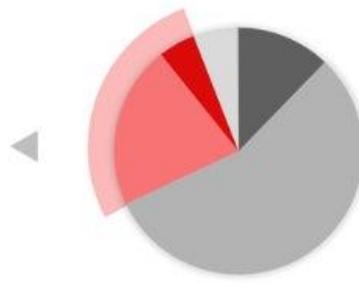
グルメサイト信頼しない層、2年で1.2倍に 利用率も大幅減で、Googleが初めてトップに 毎年当社で実施している「グルメサイトに関する意識調査」の第3回目となる今回の調査結果からは、グルメサイト離れが進行する一方で、新興勢として Google が一気に存在感を高めているという現実がみえてきた。ユーザーに対して、グルメサイトの信頼度を問うた設問に対して、「あまり信頼していない」「まったく信頼していない」を合わせた信頼しない層は、30.4%にまで上り、2年前の数値から約1.2倍となった。さらに、複数回答で飲食店検索に利用するツールを尋ねると、検索、マップなどを含む「Google」の利用が初めてグルメサイトを抜いてトップに躍り出た。Googleは、コロナ禍で検索や予約など飲食店に関連する機能を充実させた結果、ユーザーが一気にシフトした結果となった。また、グルメサイトの利用頻度を尋ねた問いでも、利用頻度が減った層が増えた層を毎年上回って推移しており、その理由として「信頼できない」「好みのお店が見つからない」が過去の調査から変わらず2トップに挙げられている。

Q グルメサイトでの点数・ランキング表示の信頼度として、該当する選択肢を1つお選びください。(n=1100)

2022

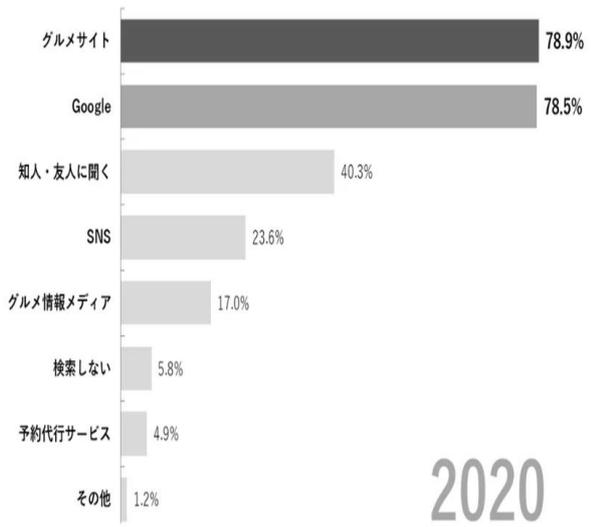


2020

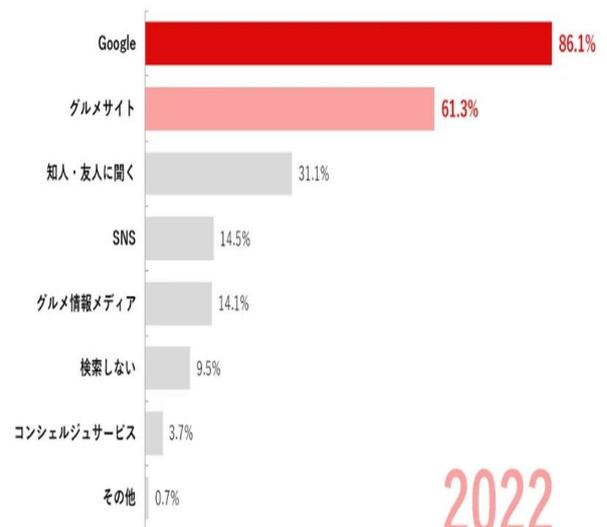


グルメサイトを信頼しない層は年々拡大
 2020年：26.1%
 2021年：28.5%
 2022年：30.4%

Q. 飲食店を検索する際、よく利用する手段をすべてお選びください。(n=1100)



2020



2022

この結果から分かるのは、**お店を探す主な方法として Google が重要になってきているということです。**40 代以上ではまだグルメサイトがよく使われていますが、特に、若い世代を中心にこの傾向が顕著です。

さらに、グルメサイトへの信頼度が低下している点も注目されます。調査によると、レストラン選びの基準としてグルメサイトを重視する人はわずか 10.1%で、多くの人がそれほど信頼していないことが明らかになりました。これは、グルメサイトを超えて Google や SNS、自店のウェブサイトが情報源として重視され始めていることを示しています。

これらの変化は、飲食店として新しい集客戦略を考える必要があることを意味しています。特に Google マップを活用することが、今後の集客において非常に重要になってきます。

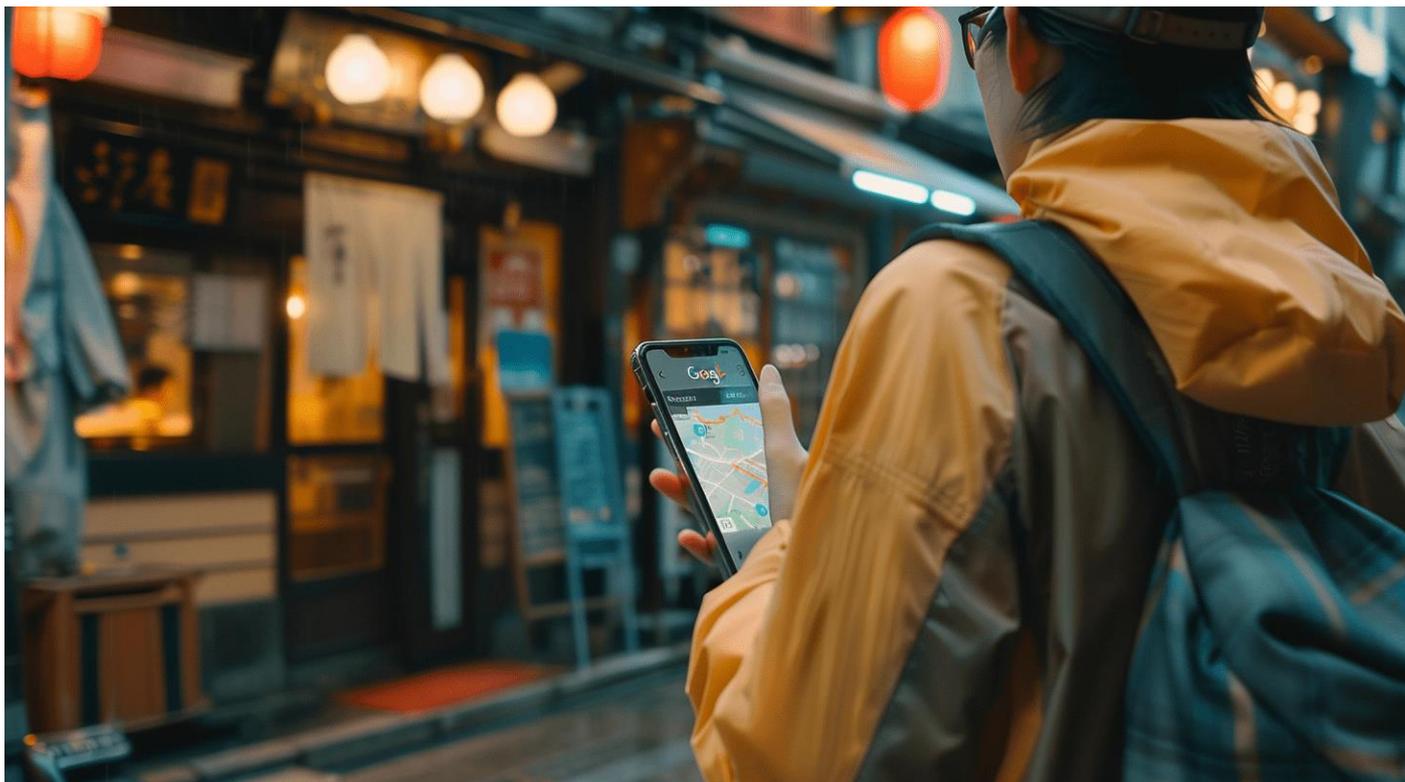
そこでこの記事では、Google マップを使って新しいお客様を効果的に呼び込むための基本的なアプローチをご紹介します。

Google マップでお店を盛り上げよう！



Google マップはただの地図ではありません。それは、飲食店が新しいお客様を迎え、地域内での存在感を高めるための強力なツールです。ではどう強力なのかについて深掘していきましょう。

Google マップってなぜ大事？



昨今、お客様がお店を見つける方法が変わってきました。以前は、食べログやぐるなびのようなグルメサイトが主流でしたが、今は Google マップの時代です。Google マップを使えば、お店をもっとたくさんの人に見つけてもらえるようになります。このツールは、地元の人だけでなく、旅行者やその地域を初めて訪れる人たちにもお店を紹介してくれます。



1. もっと目立てる

Google マップにお店を登録すると、人々が近くのお店を探したときに、あなたのお店が上位に表示されやすくなります。これで、もっと多くの人々の目に留まるチャンスが増えます。

2. 信頼を得やすくなる

お店の情報やお客様の本音の声(レビュー)が載ることで、新しいお客様も安心して来店してくれます。特に良い口コミは、新しいお客様を呼び込む強い味方になります。

3. 道案内をしてくれる

Google マップは、お客様に最短の道を教えてくれます。初めてのお客様でも、迷うことなくお店にたどり着けます。

4. お金がかからない宣伝ツール

Google マップでの宣伝は基本無料です。予算が少ない小さなお店でも、たくさんの人に自分のお店を知ってもらうことができます。

5. 情報をすぐに更新できる

営業時間が変わったり、特別なイベントがあったりしたときも、すぐに情報を更新できます。これで、いつもお客様に最新の情報を伝えられます。

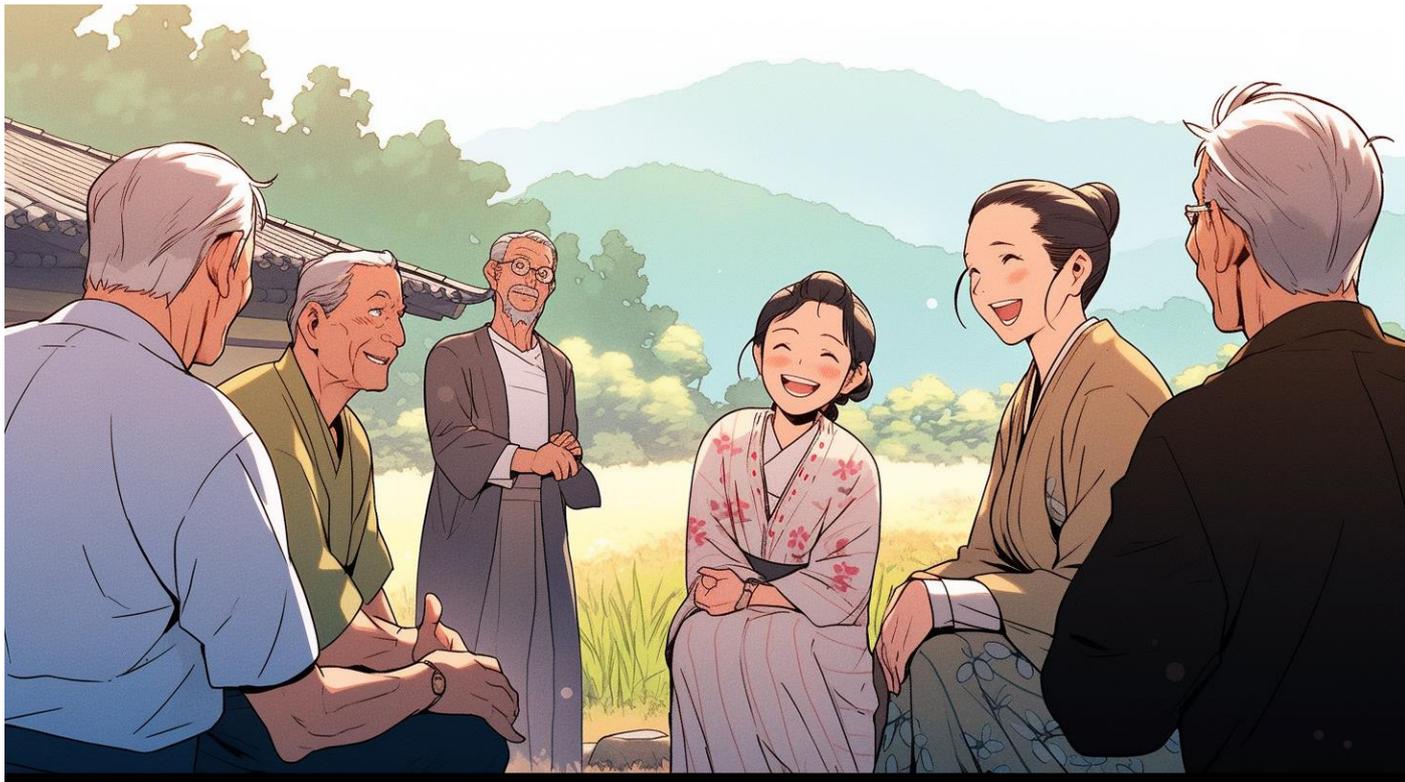
お店を見つけてもらいやすくするコツ:キーワードって何？



今日、お店を成功させるには、ただ美味しい料理を提供するだけでは足りません。顧客があなたのお店を見つけるための鍵は、「キーワード」にあります。地元で愛されるお店になるためには、顧客が使う言葉を理解し、それを活用することが不可欠です。このセクションでは、キーワードの力を解き放ち、Google マップでお店を目立たせる方法を探ります。

どうしてキーワードがお店に役立つの？

キーワードを上手く使うことで、お店を探している人に自分のお店が見つけてもらいやすくなります。人が検索する言葉を知って、それをお店の紹介文やメニューに入れることで、Google マップでお店を見つけてもらうチャンスがぐんと上がるんです。たとえば、「地元で人気の冷やし中華」とか「夏限定のかき氷あります」などとお店の説明に書くことで、その時期にそれを食べたいと思っている人がお店を見つけやすくなります。これが、キーワードをうまく使うことで、お客様を引き寄せるコツです。キーワードを知って、賢く使って、もっと多くのお客様にお店を知ってもらいましょう！



キーワード選定の重要性は、お店をオンラインで見つけてもらうためには欠かせません。特に、飲食店のような地域密着型のビジネスでは、地元の言葉や表現を用いることが、潜在顧客に直接響くキーワード戦略を構築する上で非常に効果的です。

- 地元特有の呼び名を活用する
金沢の例で言うと、「ハマチ」を地元では「がんど」と呼びますし、「糠漬け」は「へしこ」や「こんか」という名で知られています。このように地元独特の言葉をキーワードにすることで、その地域に住む人々や詳しい人に直接アピールできます。例えば、金沢で飲食店を運営している場合、「金沢 がんど 提供」というキーワードを使うことで、地元の人や金沢に詳しい観光客から注目されやすくなります。
- 有名な場所や観光地をキーワードに加える
また、金沢であれば「兼六園 近く カフェ」や「金沢城公園そば 和食」といった形で、有名な場所や観光地をキーワードに加えることも効果的です。これにより、観光で訪れた人がその場所の近くで食事や休憩を探している時に、お店が検索結果に上がりやすくなります。

キーワードプランナーって何？どうやって使うの？

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. At the top left is the Google logo and the text "Google 広告". To the right is a search bar with the placeholder text "ページまたはキャンペーンを検索". Below the search bar is a navigation menu with the following items: "プランニング", "キーワードプランナー" (highlighted in blue), "パフォーマンスプランナー", "リーチプランナー", "アプリ広告ハブ", "共有ライブラリ", "コンテンツの適合性", "Google タグ", and "トラブルシューティング". The main content area is titled "キーワードプランナー" and contains two cards. The left card features a lightbulb icon and the text: "新しいキーワードを見つける" followed by "お客様の商品やサービスに関心を持つユーザーへのリーチにつながる、キーワードの候補を探してみましょう。". The right card features a line graph icon and the text: "検索のボリュームと予測のデータを確認する" followed by "検索ボリュームなどの過去の指標のほか、そうした指標の効果に関する予測を確認しましょう".

Google が提供している「キーワードプランナー」というツールがあります。これは無料で使えるもので、どんな言葉を人がよく検索しているかを調べることができます。これを使ってみると、「寿司」よりも「海鮮丼」の方が地元では人気があるかもしれない、とか、季節によって人々が何を探しているかがわかるんです。例えば、夏だと「冷やし中華」や「かき氷」が人気かもしれません。そうしたら、その時期にはお店の看板やメニュー、Google マップの説明文にも、その言葉を入れるといいですね。そうすることで、お店を探している人が、自分のお店に気づきやすくなります。

お店がどこにあるか、しっかり教えよう：サービス提供地域のポイント



お店の「住所」を Google マイビジネスに教える方法

お店を人に知ってもらうには、お店がどこにあるのかをはっきりさせることが大切です。これを簡単にできるのが、「Google マイビジネス」という無料のサービスです。ここにお店の情報を入れることで、Google マップ上にお店が表示されるようになります。特に、お店が提供しているサービスがどこの地域で利用できるのかを明確にすることが重要です。

これを設定するときは、Google マイビジネスにログインして、「情報」のセクションを見てください。そこに「サービス提供地域」という項目があるので、そこに自分のお店が対応している地域を入れます。たとえば、東京の渋谷区だけでなく、目黒区や世田谷区でも配達やサービスを提供しているなら、そのすべての地域を入れましょう。

地域外のお客様にも知ってもらうには？



お店がある地域だけでなく、もっと遠くの人にも知ってもらいたい場合は、ちょっとした工夫が必要です。地元のお客様を大切にしつつ、地域外のお客様にも注目してもらうにはどうしたらいいでしょう？

1. 特別なサービスや商品を強調する

お店の特色や、他にはない特別なメニューを前面に出しましょう。例えば、「日本でここだけの限定スイーツ」などと宣伝することで、遠くからでもその商品を目当てに来てくれるお客様がいるかもしれません。

2. イベントやキャンペーンを利用する

たまには地域外のお客様を対象にしたイベントやキャンペーンを行うのも良いでしょう。SNS を使って宣伝すると、より多くの人目に止まりやすくなります。

3. Google 広告を使う

地域外のお客様を狙うなら、Google 広告を使うのも一つの方法です。これはお金がかかりますが、特定の地域やキーワードに合わせてお店の広告を表示させることができます。これで、遠くの人にもお店のことを知ってもらえるチャンスが広がります。

お店がある地域の人だけでなく、もっと遠くの人にもお店を知ってもらいたい時は、こうした方法を試してみましょう。少しの工夫で、お店のファンがぐっと広がるかもしれませんね！

お店の評判を上げる秘訣:サイテーションって何？

📌 レストラン向けソリューション

お店の特色を アピール

Googleでレストランや飲食店を探すユーザーが、メニューや写真、安全対策などの情報をもとにあなたのお店を選べるようにしましょう。また、プロフィールからオンライン注文や予約を受け付けて、テイクアウトやイートインをよりスムーズに提供できます。



サイテーションって何？

サイテーションとは、簡単に言えば、お店の名前や住所、電話番号がインターネット上の他の場所(例えば、地元のビジネスリストや情報サイト)に掲載されることを指します。これがあると、Googleのような検索エンジンは「あ、このお店は本当に存在するんだな」と認識しやすくなり、お店の「信頼性」が上がります。信頼性が高いお店ほど、検索結果で上位に表示されやすくなり、結果としてもっと多くの人々の目に留まるようになるんです。

なぜローカルビジネスにとって大切なの？

地元の小さなお店にとって、サイテーションはとても重要です。なぜなら、お店が地域社会で認知され、信頼されるための一歩となるからです。サイテーションが多ければ多いほど、お店の存在が強調され、新しいお客様がお店を見つけやすくなります。特に新しくお店を開いたばかりの場合や、もっと多くのお客様に来てもらいたい場合には、サイテーションを増やすことが大切です。



効果的なサイテーション構築の方法

1. 正確な情報を提供する

まず、お店の名前、住所、電話番号がどこに載せるにしても一貫性があるようにしてください。情報が異なると、信頼性が損なわれる原因になります。

2. 地元のビジネスディレクトリに登録する

地元の情報サイトやビジネスリストにお店を登録しましょう。これは、地元のお客様にお店を知ってもらう良い方法です。例えば、地元の商工会議所のウェブサイトや、地域の情報サイトなどがあります。

3. 業界関連のサイトを利用する

お店が特定の業界に属している場合（例えば、レストランやカフェなら飲食業界）、その業界に特化した情報サイトにも情報を載せると良いでしょう。これにより、特定の興味を持ったお客様を引きつけることができます。

4. SNSを活用する

Facebook や Instagram などのソーシャルメディアも、サイテーションを作るのに役立ちます。お店のプロフィール部分に正確な情報を入れ、定期的に更新することで、お店の見える化を図りましょう。

5. レビューサイトに目を向ける

食べログやぐるなび、Hotpepperのようなレビューサイトにお店の情報を正確に載せることも、サイテーションを増やす効果的な方法です。これにより、お店の評判も自然と上がります。

サイテーションを上手に増やして、お店の信頼性と認知度を高めましょう。これが、地元で愛されるお店になるための一歩です。

ウェブサイトってお店にとってどう役立つの？



Google ビジネスリスティングとウェブサイト、どう関係してるの？

Google ビジネスリスティングって、Google マップでお店の情報を載せることです。これがあるだけでも、お客様がお店を見つけやすくなります。でも、それに加えてウェブサイトがあると、もっと良いんです。なぜかという、Google ビジネスリスティングでお店の基本情報を見た人が、「もっと詳しい情報が知りたい！」と思ったときに、すぐウェブサイトを見ることができるからです。

ウェブサイトがお店にとって重要な理由

1. お店の「顔」を見せる

ウェブサイトはお店の第一印象を決める大切な場所。きれいでわかりやすいサイトは、お店への信頼感を高めます。



2. 情報を詳しく伝えられる

営業時間や場所だけでなく、メニューの説明や写真、お店の歴史やこだわりを紹介できます。これがお客様を引きつけるポイントになります。

3. 予約や問い合わせがしやすくなる

ウェブサイトがあれば、お客様はネット上でいつでも予約したり、質問したりできます。これがお店とお客様の間をスムーズにつなぎます。

4. お店独自のプロモーションを展開できる

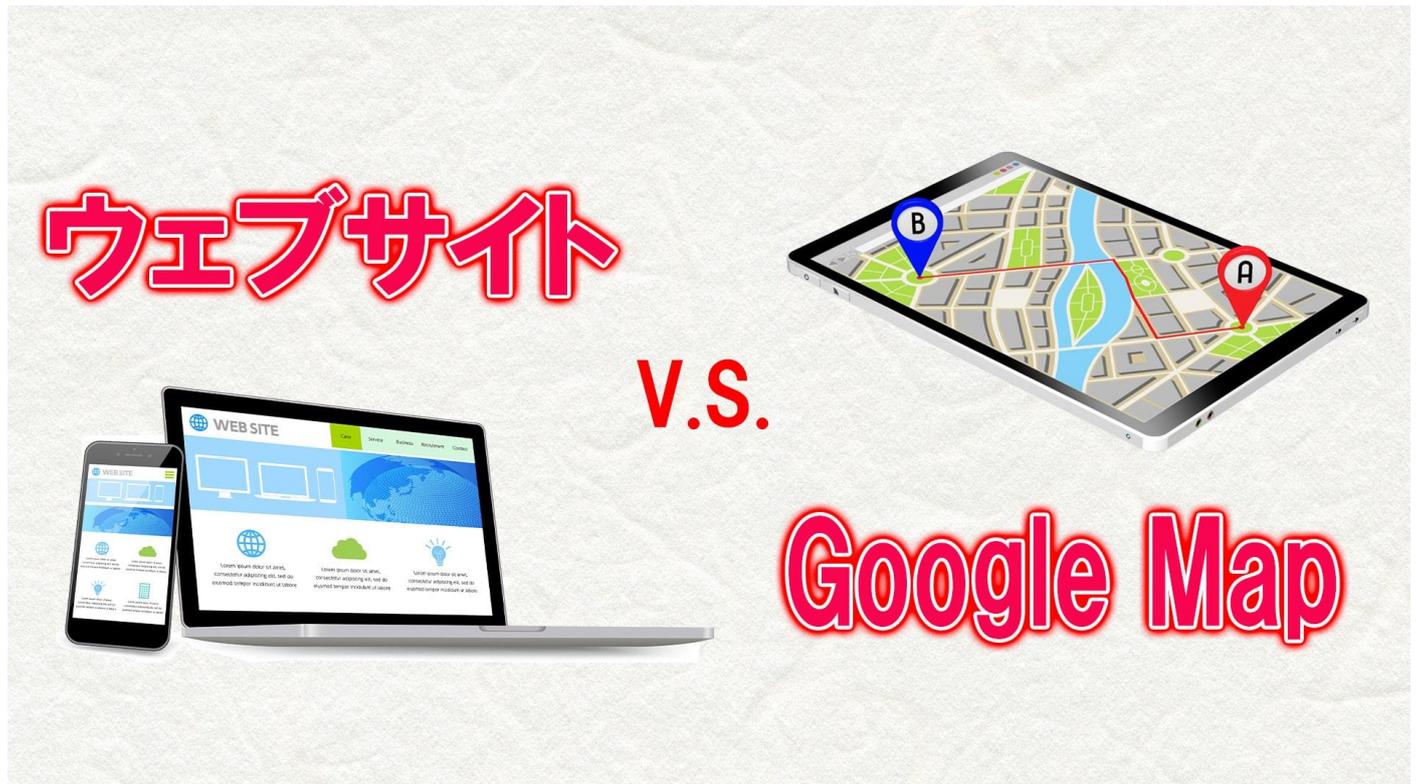
特別なキャンペーンやイベントの情報をウェブサイトで発信することで、新しいお客様を惹きつけることができます。

5. 競合と差をつける

他のお店にはないユニークなウェブサイトを持つことで、お店だけの特色をアピールできます。

つまり、ウェブサイトはお店の魅力をたくさんの人に伝えるための大切なツールなんです。Google ビジネスリスティングと一緒にうまく使って、お店をもっと盛り上げましょう！

もし時間がないなら、どっちを優先すべき？



Google ビジネスリスティングとウェブサイト、両方ともお店にとってとても大切ですが、もし両方を管理する時間がない場合は、Google ビジネスリスティングを優先するべきです。その理由をいくつか挙げてみましょう。

速やかな情報提供

Google ビジネスリスティングでは、お店の基本情報(名前、住所、電話番号、営業時間)を簡単に更新できます。これだけで、お客様がお店について知りたい最も基本的な情報を提供できます。

高い視認性

人々がお店やサービスを探るとき、多くは Google 検索を使います。Google ビジネスリスティングは Google 検索結果や Google マップに直接表示されるため、ウェブサイトよりも目に触れる機会が多くなります。

顧客との直接コミュニケーション

レビューへの返信や質問への対応など、Google ビジネスリスティングを通じてお客様と直接やり取りできます。これにより、お店のサービスを改善したり、お客様との良い関係を築いたりすることが可能です。

手軽さとコスト

Google ビジネスリスティングは無料で利用でき、情報の更新も簡単に行えます。一方、ウェブサイトの構築や維持には専門知識や追加のコストがかかることがあります。

効果的なローカル SEO

ローカル検索での視認性を高める上で、Google ビジネスリスティングは非常に効果的です。お店が地元で見つけてもらいやすくなるため、地域密着型のビジネスには特に重要です。

もちろん、ウェブサイトはお店の詳細な情報を掲載し、ブランドを形成する上で重要な役割を果たします。しかし、時間やリソースが限られている場合、最初に Google ビジネスリスティングを整備し、お店の基本情報を正確に伝えることから始めるのが良いでしょう。そして、余裕ができたならウェブサイトを充実させていくという順序がおすすめです。

Google マップでお店をトップに！ランキング向上のコツ



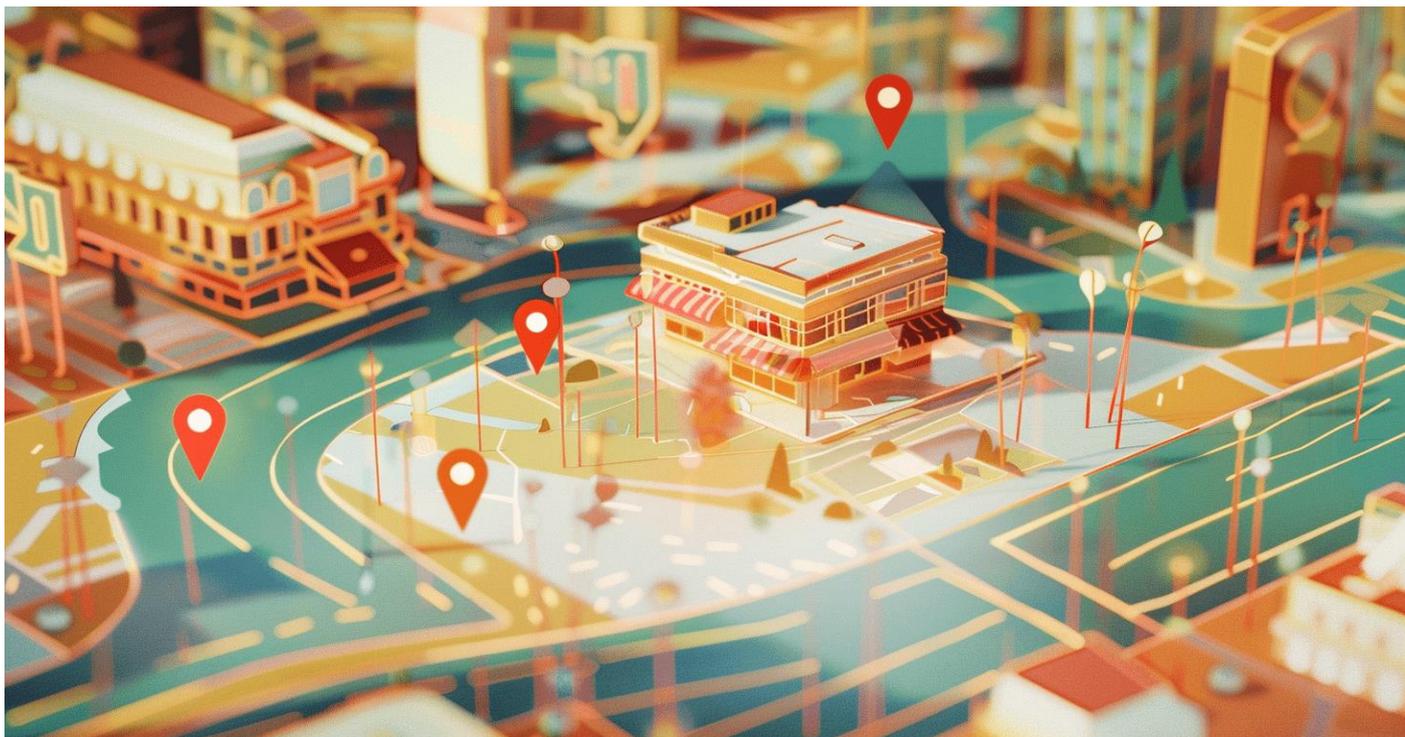
Google マップでお店を人々にもっと見てもらうためには、ランキングを上げることが大切です。ランキングを決めるとき、Google は「関連性」、「近隣性」、「評判」という3つのポイントを重視しています。これらを上手く活用することで、お店がトップに表示されるチャンスがグッと高まります。



キーワードを賢く使う

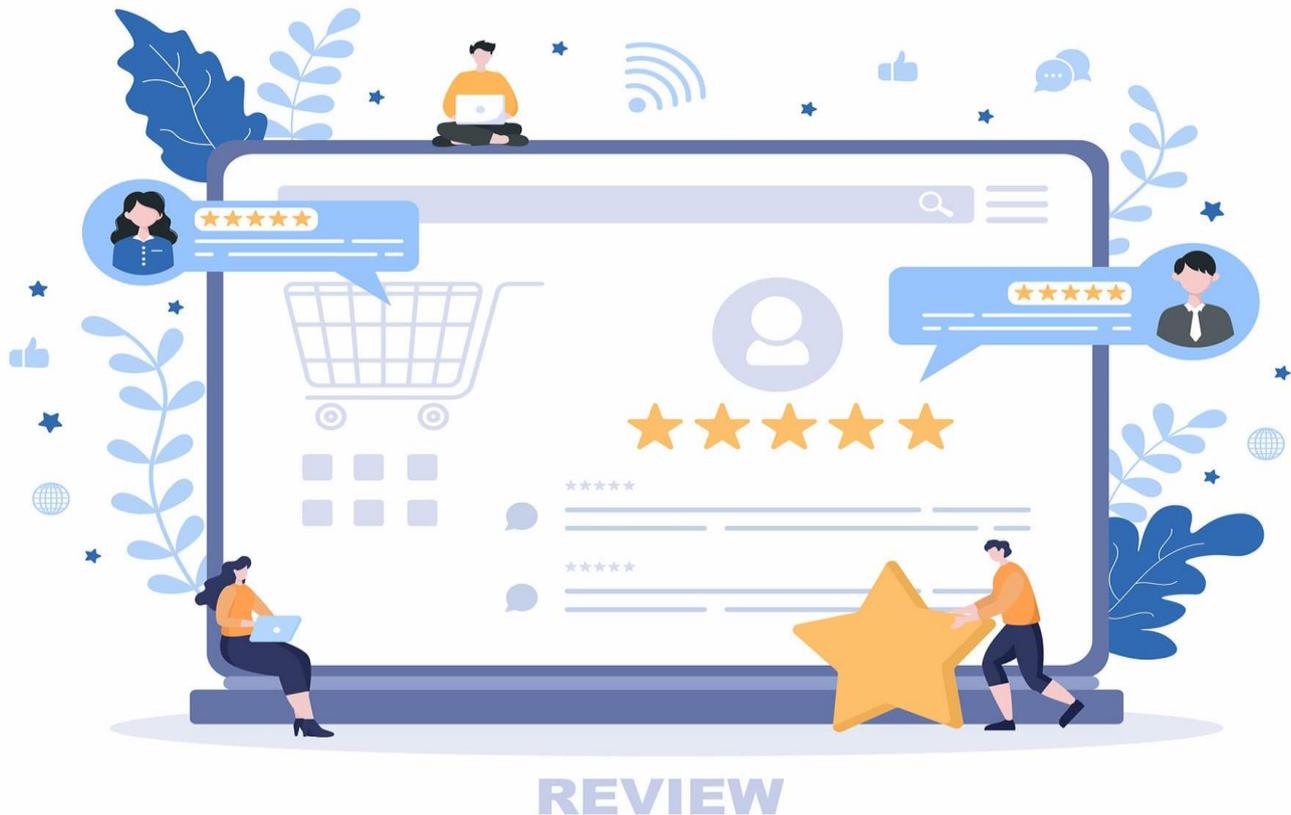
お店がどんな料理やサービスを提供しているか、Google にしっかり伝えましょう。お店の名前や説明に、人々がよく検索する言葉を入れることが重要です。例えば、「ベジタリアン対応のカフェ」など、お店の特徴を明確に示すキーワードを使いましょう。

近隣性:お客様が今いる場所からどれくらい近いか



正確な位置情報を提供する

お店の住所が Google マップ上で正確に表示されていることを確認しましょう。お店の位置情報がずれていると、近くにいるお客様に見つけてもらえなくなってしまうます。



REVIEW

1. ポジティブなレビューを増やす

お客様からの良いレビューは、お店の評判を上げるのにとっても効果的です。満足してもらえたお客様に、レビューを書いてもらうようお願いしましょう。また、レビューには丁寧に返信することで、お店の良い印象をさらにアップできます。

2. 写真をたくさん載せる

お店の内外の様子、人気のメニューなど、魅力的な写真をたくさん載せましょう。写真が多いと、お店に興味を持ってもらいやすくなります。

これらのポイントを押さえることで、Google マップ上でお店が上位に表示される可能性が高まります。お店の情報を常に最新の状態に保ち、お客様との良好な関係を築くことが大切です。

レビューでお店をピカピカに！レビューの上手な集め方と管理方法



お店のレビューは、ただ単に「お客様の声」以上のものです。実は、Google マップでのお店のランキングにも大きな影響を与えるんです。良いレビューが多ければ多いほど、お店が上位に表示されやすくなり、新しいお客様が来やすくなります。では、良いレビューを集めて、しっかり管理するにはどうしたらいいでしょうか。

レビューがランキングに与える影響

レビューはただのコメントではありません。実際には、お店の Google マップ上でのランキングに大きな影響を及ぼします。

良いレビューは信頼と人気の証

良いレビューは、お店が信頼できて、人気があることの証明です。Google は、多くの人に愛されているお店を優先して紹介したいと考えています。だから、良いレビューが多いお店ほど、検索結果で上位に来やすくなります。

レビューの収集と管理のベストプラクティス

1. 積極的にレビューをお願いする

お客様がお店を気に入ってくれたら、レビューを書いてもらうようお願いしましょう。レビューを書きやすくするために、どうやって書くのか、どこに書くのかの説明も一緒に伝えると良いです。

2. レビューへの返信は丁寧に

お客様がレビューを書いてくれたら、その都度、感謝の言葉を返しましょう。ポジティブなレビューには感謝を、ネガティブなレビューには、どうすれば改善できるかを聞くなど、丁寧に対応することが大切です。

3. 問題があれば迅速に対応する

レビューで指摘された問題を素早く解決し、それをレビューに返信することで、お店の責任感とお客様への配慮をアピールできます。

4. レビューを活用する

良いレビューは、お店のウェブサイトや SNS で共有しましょう。これにより、お店の良いイメージをさらに広めることができます。

5. 偽のレビューは避ける

友達に頼んで良いレビューを書いてもらうなど、偽のレビューは絶対に避けましょう。偽りがバレると、お店の信頼性が失われてしまいます。

レビューはお店の魅力を伝え、新しいお客様を引きつける大切なツールです。上手に管理して、お店をもっと魅力的に見せましょう！

よくある質問



Q1. Google マイビジネスって何？無料で使えるの？

A1. Google マイビジネスは、Google が提供する無料のツールで、お店の情報(住所、電話番号、営業時間など)を Google 検索や Google マップに表示させることができます。このサービスを使えば、お店をもっと多くの人に知ってもらうことができますよ。

Q2. キーワードってどうやって選べばいいの？

A2. お店の特徴や提供しているメニュー、地域名など、お客様が検索しそうな言葉を考えてみましょう。例えば、「京都 カフェ モーニング」など具体的に。無料ツールの Google キーワードプランナーを使うと、どんなキーワードが人気か調べることができます。

Q3. レビューが悪いと、ランキングに影響するの？

A3. ポジティブなレビューが多いほうが良い印象を与え、ランキング向上につながります。しかし、ネガティブなレビューがあっても、それに対して丁寧に返信することで、お店の対応力や誠実さをアピールできます。全てのレビューに目を通し、可能な限り返信しましょう。

Q4. 写真はどんなものを載せればいい？

A4. お店の外観、内装の様子、人気のメニュー、特別なイベントやキャンペーンの様子など、お店の魅力が伝わる写真を選びましょう。クリアで明るい写真ほど、お客様の注目を引きやすくなります。

Q5. Google マイビジネスの情報はどれくらいの頻度で更新すべき？

A5. 営業時間や連絡先など、変更があった場合はすぐに更新しましょう。また、新しいメニューの追加やイベント情報なども、随時更新しておくといいでしょう。少なくとも月に1回は情報を見直して、最新の状態に保つことをおすすめします。

Q6. 時間がない、難しそうなので誰かにやってもらいたいという場合は？

A6. 時間がない、専門知識に自信がないという場合に、代行サービスを利用すると良いでしょう。「飲食店卸 居酒屋応援隊」では、日々の営業に忙しい皆様に代わって店長の柴田がリサーチや設定を代行させて頂くサービスもご用意しています。これによりお店の情報を最適化し、Google マップでの見え方を改善できるので、効率的にお店の魅力をアピールし、新しいお客様を引きつけることができます。

まとめ:Google マップでお店を盛り上げよう！



Google マップは、今や飲食店にとって欠かせない集客ツールです。この記事では、キーワードの選定からレビューの最適化まで、Google マップを使った集客戦略について詳しくご紹介しました。しかし、最も大切なのは、これらの戦略を実際に行動に移すことです。

飲食店がすぐに始められる簡単なステップ

1. Google マイビジネスに登録する: お店の基本情報を正確に入力しましょう。
2. キーワードを見直す: お店の特徴や提供している料理に関連するキーワードを使って、より多くのお客様に見つけてもらいましょう。
3. レビューを積極的に集める: 満足したお客様には、レビューの投稿をお願いしましょう。そして、すべてのレビューに丁寧に返信します。
4. 写真をたくさん載せる: お店の魅力的な写真を多く載せて、お客様の興味を引きましょう。

すぐに行動して新規のお客様を呼び込みましょう！

さあ、今すぐにこれらのステップを始めて、お店の集客力をアップさせましょう！でも、「何から手をつけていいかわからない」「忙しくて時間がない」という方もいるかもしれません。そんな時は、「飲食店卸 居酒屋応援隊」がお手伝いします。

基本的にはすべてのノウハウをこちらで説明致しましたのでご自身で対応できるはずですが、居酒屋応援隊では飲食店の皆様が Google マップで成功するためのサポートもしています。特に、Google マイビジネスの設定やキーワードの選定、レビュー管理など、忙しい飲食店オーナーさんを全力でサポートする代行サービスを提供しています(有料)。この施策を実行する時間や自信がない方でも、私たちに任せて頂ければ、お店の魅力を最大限に引き出して、もっと多くのお客様に来てもらえるようになります。

今こそ、Google マップを活用して、お店の集客力を高めるチャンスです。さあ、グルメサイトの呪縛から解放されて低コストでたくさんのお客様を呼び込みましょう♪

