

「しまむら」ブーム後のロコミどうなった？ 系列3ブランド全店舗約40万件のロコミを徹底分析！ しまむら / アベイル / シャンブル

しまむら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5月

1. レポートのサマリー
2. 今回の調査対象
3. しまむらの年別ロコミ推移
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. 店舗別の”ロコミ投稿件数”と”評価の平均”の散布図から、「しまむら」はロコミ数が多く、「シャンプル」は評価が高い傾向にあることがわかった
→ ロコミコムなら店舗、ブランドごとのロコミや評価が分析可能
2. ブランド間で差が出たキーワードは「雑貨」「お菓子」「プレゼント」
→ ブランドとして掲げるコンセプトが消費者に伝わっていることがわかった
3. 「男性」というキーワードから、メンズファッションや紳士服へのニーズがあることがわかった
→ ロコミ分析から顧客の新しいニーズがうかがえる

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



しまむらに集まる口コミを調査

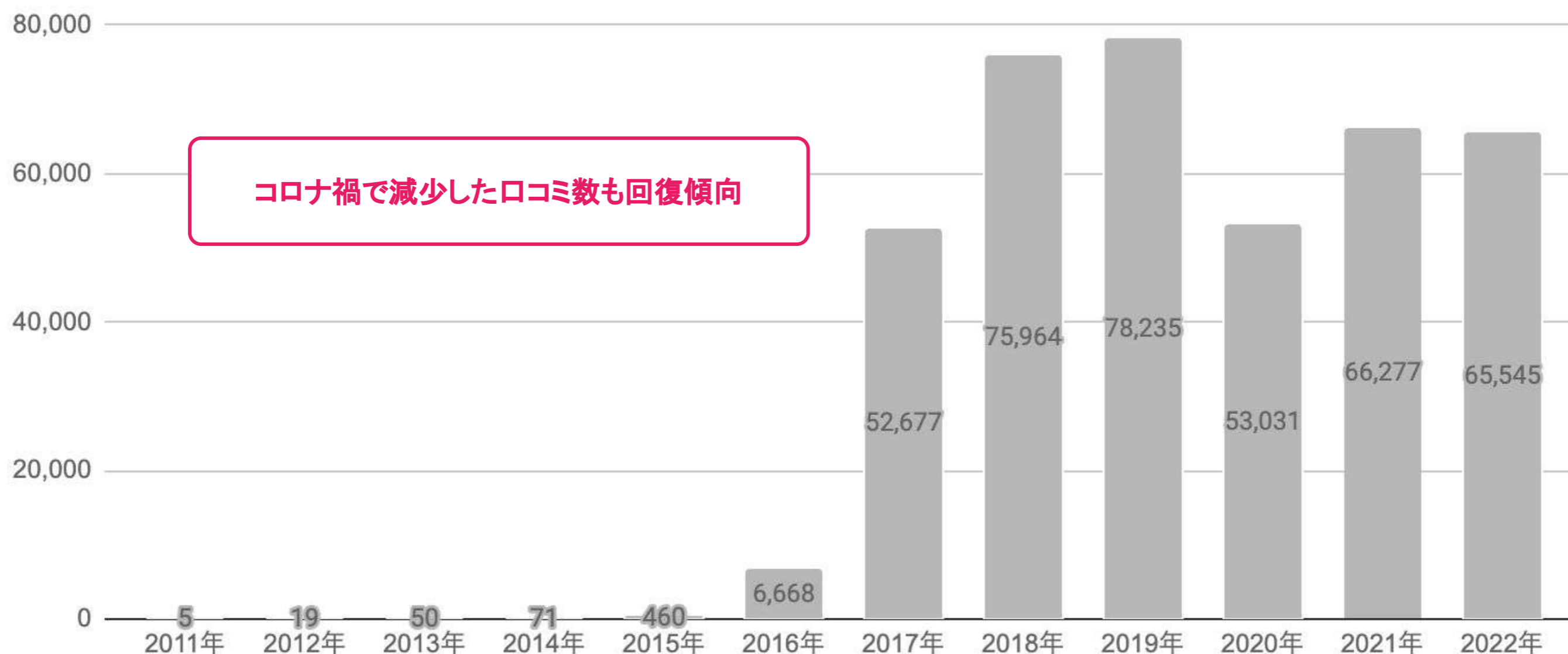
本レポートでは、しまむら系列の国内全店舗(1,846店舗)を抽出、各店舗に寄せられた口コミ(総数399,002件)を分析しました。

<p>基本方針</p>	<p>しまむらの口コミを分析・口コミ傾向を調査</p>		
<p>調査対象</p>	<p>しまむら</p>	<p>アベイル</p>	<p>シャンプル</p>
<p>対象店舗数</p>	<p>国内全店舗(計1,418店舗) <small>※調査対象の店舗については開示しておりません ※調査時点における全店舗数を分析しております</small></p>	<p>国内全店舗(計313店舗) <small>※調査対象の店舗については開示しておりません ※調査時点における全店舗数を分析しております</small></p>	<p>国内全店舗(計115店舗) <small>※調査対象の店舗については開示しておりません ※調査時点における全店舗数を分析しております</small></p>
<p>口コミ調査期間</p>	<p>2011年1月1日 ~ 2023年3月31日</p>		
<p>調査リソース</p>	<p>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></p>		
<p>調査方法</p>	<p>「口コミサイトを“もっと”売上に変える」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</p>		

しまむらの年別口コミ推移

しまむら全体の口コミ数は、2017年に急激に増加しました。右肩上がりの傾向は2019年まで続き、同年の口コミ数は過去最多の78,235件となりました。2020年はコロナ禍の影響で口コミ数が減少したものの、2021年以降やや盛り返す傾向を見せています。

口コミ投稿件数（2011年～2022年）

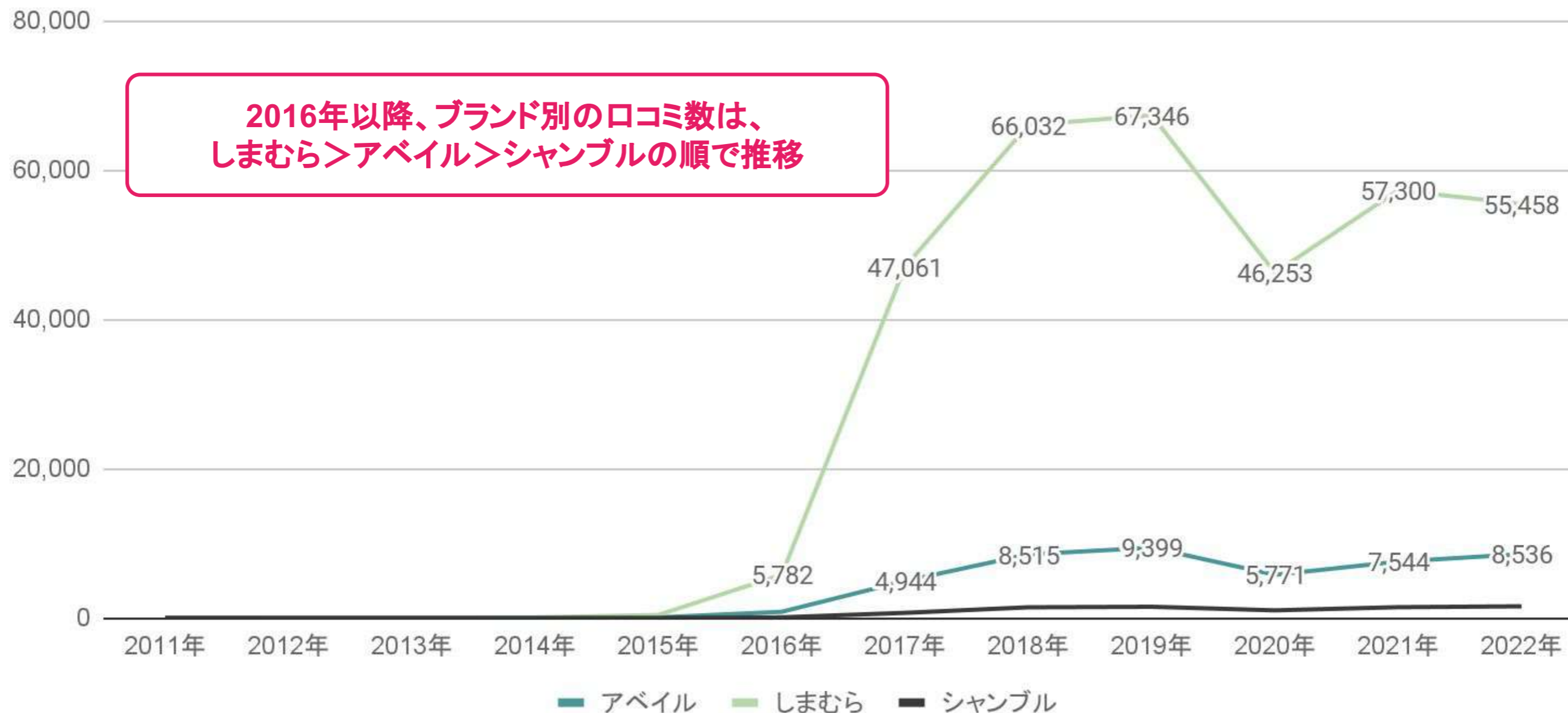


コロナ禍で減少した口コミ数も回復傾向

※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。2016年以降ブランド別の口コミ数は、しまむら>アベイル>シャンブルの順で推移しています。これは店舗数に比例していることから、2023年以降も同様の傾向が続くと考えられます。

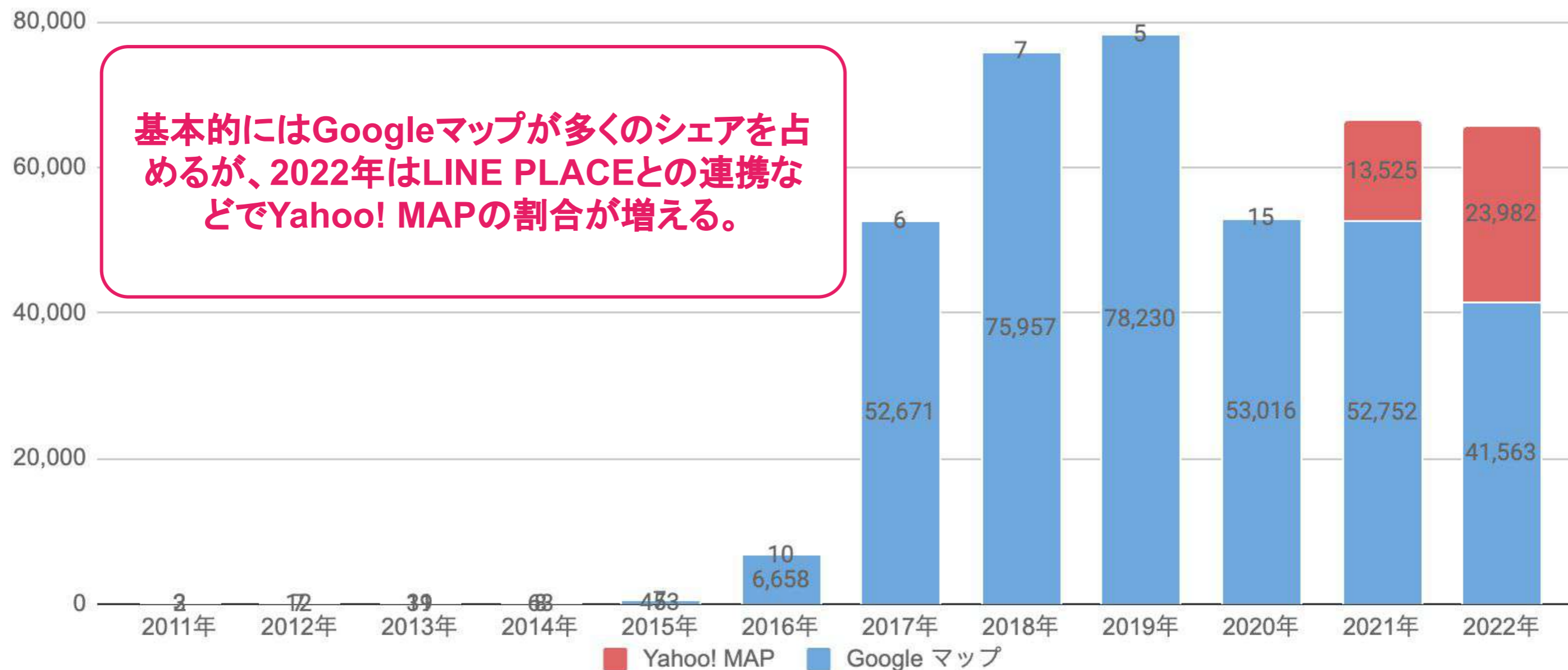
ブランド別口コミ投稿件数(2011年~2022年)



※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。2021年から2022年にかけてYahoo! MAPの割合が増加しました。これは、①LINE PLACEとの連携、②Yahoo! MAP独自の口コミ投稿キャンペーンの影響が考えられます。

サイト別口コミ投稿件数 (2011年～2022年)

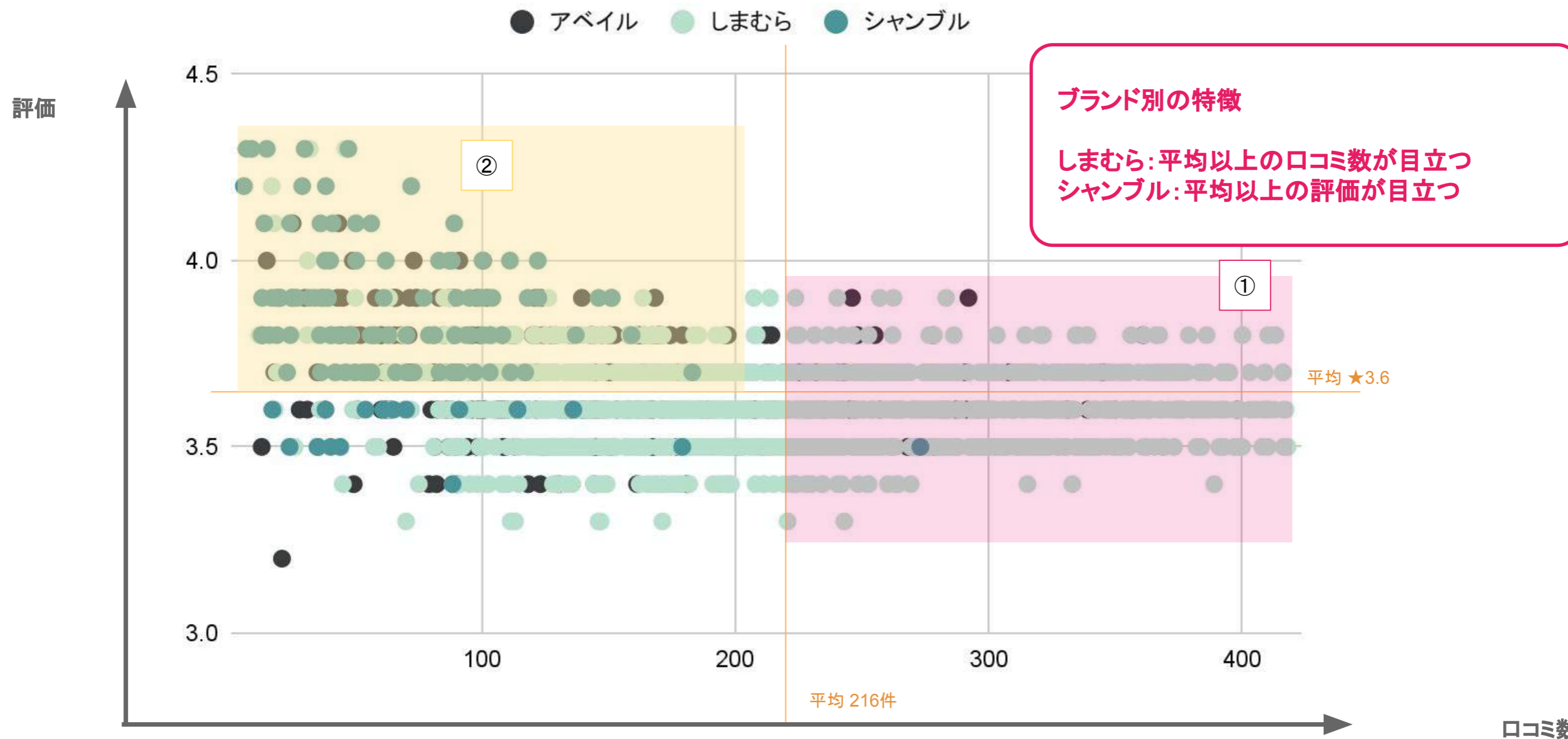


基本的にはGoogleマップが多くのシェアを占めるが、2022年はLINE PLACEとの連携などでYahoo! MAPの割合が増える。

※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。

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。しまむらでは口コミ投稿数の平均を上回る店舗が多く見られ(①)、シャンブルでは評価の平均を上回る店舗が多く見られました。(②)



「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。

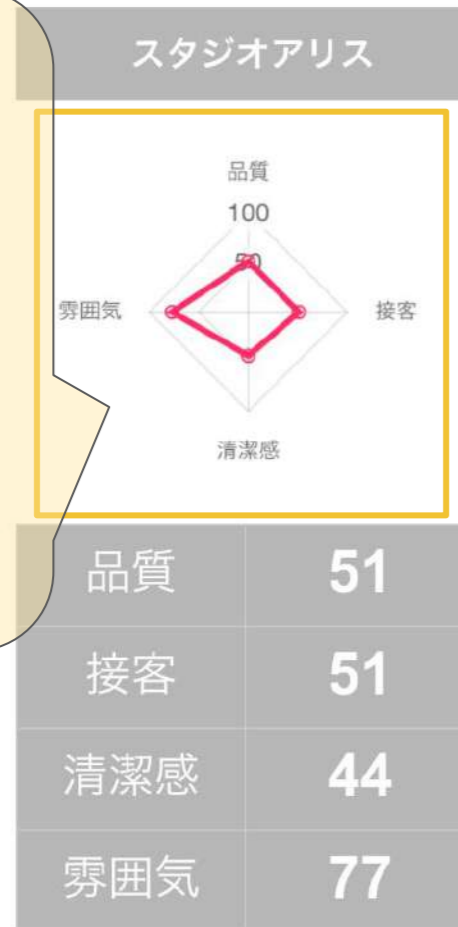
分析ポイント

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		
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		
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		
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

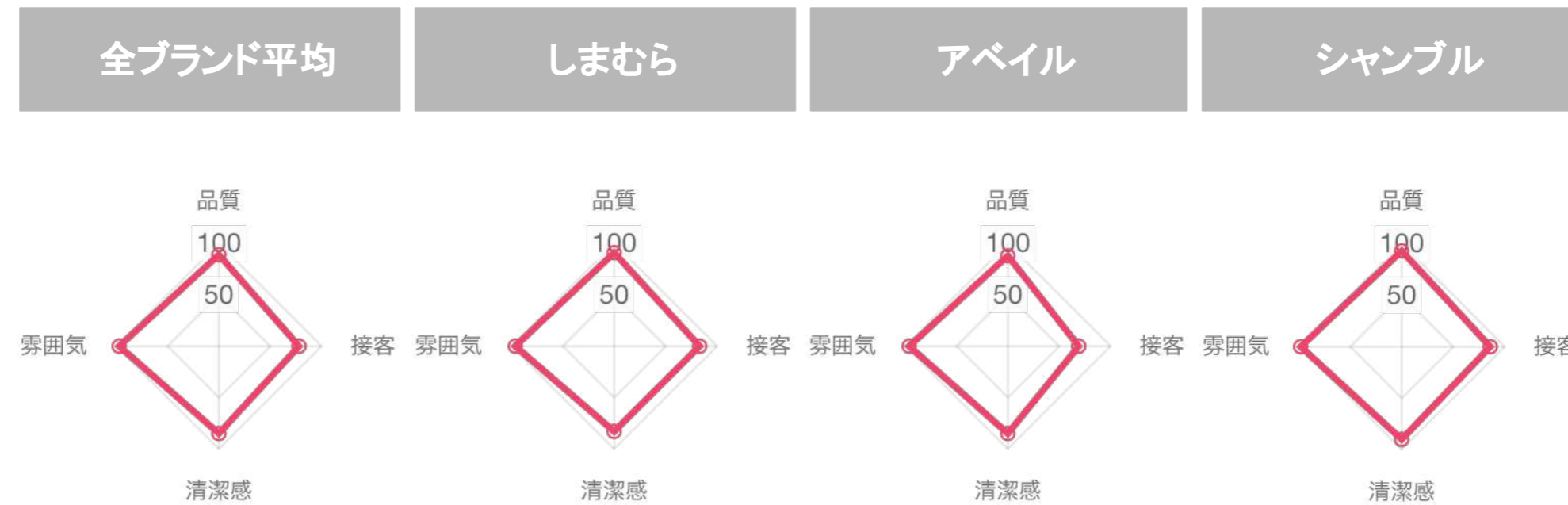
特徴ワード

- 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

しまむらの顧客満足度を「キーワード」から分析

しまむらに寄せられた口コミ解析結果から、顧客満足度（QSCAスコア）を算出しました。全てのブランドで“接客”が最も低いスコアになっていることが共通点であり、ブランド全体として“接客”に伸び代がありそうです。シャンプルに関しては、全てのスコアで平均を上回る結果となりました。

※集計期間:2021年4月～2023年3月
 ※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	しまむら	アペイル	シャンプル
品質	84	84	86	90
接客	63	62	60	80
清潔感	82	83	75	85
雰囲気	85	81	92	94

【しまむら】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“清潔感”が高評価でした。商品が「豊富」で「リーズナブル」な「価格」で手に入ること、駐車場が広く利用しやすいといった点が高く評価されていました。一方、「レジ」周りの接客、「メンズ」の「サイズ」が少ないといった点にネガティブな口コミが寄せられていました。婦人服で有名なブランドですが、メンズ服へのニーズが口コミからうかがえました。

しまむら



品質	84
接客	62
清潔感	83
雰囲気	81

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	3,622	100		0
2	リーズナブル	1,483	100		0
3	豊富	3,988	98		2
4	手頃	1,673	98		2
5	綺麗	887	97		3
6	親切	1,035	96		4
7	価格	2,783	95		5
8	寝具	1,384	95		5
9	大人	1,079	95		5
10	利用	4,494	94		6
11	たくさん	2,146	94		6
12	子ども	939	94		6
13	買い物	5,134	93		7
14	値段	3,126	93		7
15	スーパ	1,079	93		7

口コミ要約
可愛い商品やサイズが豊富で、リーズナブルでとても気に入っている。

口コミ要約
お手頃価格でとても良い。
駐車場が広いのでよく利用している。

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	836	9		91
2	レジ	1,116	55		45
3	普通	1,382	59		41
4	男性	1,136	59		41
5	女性	953	60		40
6	感じ	1,486	66		34
7	メンズ	900	69		31
8	サイズ	3,440	70		30
9	店員	3,273	73		27
10	品数	1,184	74		26
11	場所	971	77		23
12	しまむら	10,112	79		21
13	商品	6,421	79		21
14	最近	976	80		20
15	店舗	5,921	81		19

口コミ要約
レジ対応がちょっと無愛想だった。

口コミ要約
メンズのサイズの種類が少ない。

【アベイル】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは“雰囲気”が高評価でした。「おしゃれ」な「小物」「雑貨」を含む商品が「豊富」に揃っており、それがお手頃「価格」で購入できる点が高く評価されていました。一方、「店員」さんの接客や、「男性」向けの「サイズ」が少ないことに改善の余地がうかがえます。ポジティブなロコミも、ネガティブなものも、しまむらと傾向が似ている結果となりました。

アベイル



品質	86
接客	60
清潔感	75
雰囲気	92

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	408	99		1
2	手頃	342	99		1
3	リーズナブル	294	99		1
4	綺麗	147	99		1
5	豊富	677	98		
6	価格	468	97		3
7	たくさん	440	97		3
8	小物	149	97		3
9	おしゃれ	123	97		3
10	雑貨	261	96		4
11	利用	481	95		5
12	ファッション	214	95		5
13	駐車	1,084	94		6
14	店内	643	94		6
15	買い物	595	94		6

ロコミ要約
アベイル、しまむらが並んでおり、お手頃**価格**で**豊富**に商品が揃っている。

ロコミ要約
おしゃれで流行りものの**小物**や**雑貨**が安く手に入る。

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	レジ	122	41		50
2	店員	421	65		35
3	女性	112	67		33
4	普通	111	68		32
5	自分	111	72		28
6	感じ	274	77		23
7	男性	130	78		22
8	サイズ	552	80		20
9	対応	199	82		18
10	商品	932	83		17
11	近く	170	83		17
12	品数	150	83		17
13	アベイル	801	85		15
14	購入	347	85		15
15	しまむら	1,578	88		12

ロコミ要約
レジの**店員**さんの接客がややドライだった。

ロコミ要約
男性むけのものがやや少ない。欲しい**サイズ**がなかった。

※言及数TOP50のキーワードの中でポジ率 / ネガ率TOP15を表示

【サンプル】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは全てのスコアで高評価でした。「おしゃれ」な「手頃」「雑貨」を含む商品が「プレゼント」に揃っており、それがお手頃「価格」で購入できる点が高く評価されていました。他ブランドと比較してネガティブ率が低く、「店員」さんの接客態度が改善されると、更にお客様の満足度は高まりそうです。

サンプル



品質	90
接客	80
清潔感	85
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	豊富	108	100		0
2	おしゃれ	92	100		0
3	便利	79	100		0
4	手頃	67	100		0
5	お菓子	55	100		0
6	リーズナブル	49	100		0
7	衣料	40	100		0
8	雑貨	719	99		1
9	洋服	216	99		1
10	たくさん	173	99		1
11	小物	106	99		1
12	プレゼント	277	98		2
13	駐車	136	98		2
14	店内	128	98		2
15	利用	97	98		2

ロコミ要約
 おしゃれで可愛い雑貨が手頃な価格で購入できる。

ロコミ要約
 ちょっとしたプレゼントに便利。ディフューザーや韓国コスメなどが置いてある。

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	店員	81	75		25
2	感じ	74	80		20
3	女性	63	87		13
4	商品	178	89		11
5	値段	99	89		11
6	自分	38	89		11
7	対応	33	89		11
8	価格	62	90		10
9	ナチュラル	33	90		10
10	好き	60	91		9
11	ラッピング	47	91		9
12	コスメ	70	92		8
13	購入	93	93		7
14	子供	34	93		7
15	しまむら	266	94		6

ロコミ要約
 店員によって態度が変わる。しっかり挨拶してくれる方がいるだけに残念。

【しまむら】全体の口コミで多用されるキーワードを分析 (キーワード使用回数合計:235,844)

「便利」に関する言及数が年々増加し、常にポジティブな文脈で使用されています。価格が安い、駐車場が広い、商品が豊富、アベイルシャムブルが併設されていたりする、などが高い利便性の理由だとわかります。一方、「レジ」周りの接客に関するネガティブな声も寄せられており、接客には伸び代がありそうです。

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

2020

2021

2022

2020

2021

2022

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	リーズナブル	294	100		
2	手頃	487	98		
3	便利	483	98		2
4	綺麗	201	97		3
5	豊富	957	96		4
6	雑貨	208	95		5
7	親切	269	94		6
8	丁寧	200	92		8
9	好き	236	90		10
10	価格	667	89		11
11	買い物	861	88		12
12	値段	681	88		12
13	たくさん	259	87		13
14	利用	526	84		16
15	アベイル	296	84		16
16	ファッション	202	82		18
17	店内	543	81		19
18	掘り出し物	388	78		22
19	洋服	495	77		23
20	衣類	199	77		23
21	対応	440	76		24
22	購入	493	75		25
23	子供	425	74		26
24	近く	243	74		26
25	トイレ	200	74		26

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	便利	1,795	100		0
2	綺麗	500	100		0
3	手頃	866	99		1
4	リーズナブル	640	99		1
5	雑貨	748	98		2
6	豊富	1,905	97		3
7	親切	531	97		3
8	大人	537	96		4
9	利用	2,233	95		5
10	価格	1,295	94		6
11	たくさん	1,176	94		6
12	スーパー	473	94		6
13	好き	455	94		6
14	買い物	2,447	93		7
15	値段	1,436	93		7
16	アベイル	832	93		7
17	子ども	456	93		7
18	キャラクタ	451	93		7
19	店内	2,360	92		8
20	子供	2,150	91		9
21	寝具	580	91		9
22	コラボ	440	91		9
23	洋服	1,254	90		10
24	駐車	4,784	89		11
25	購入	1,247	89		11

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	便利	4,109	100		0
2	リーズナブル	1,826	100		0
3	豊富	4,773	98		2
4	手頃	2,082	98		2
5	雑貨	1,776	97		3
6	綺麗	1,066	97		3
7	価格	3,313	96		4
8	親切	1,150	96		4
9	たくさん	2,759	95		5
10	寝具	1,406	95		5
11	大人	1,206	95		5
12	買い物	5,827	94		6
13	利用	5,072	94		6
14	子ども	1,016	94		6
15	値段	3,824	93		7
16	キャラクタ	1,399	93		7
17	スーパー	1,122	93		7
18	用品	1,049	93		7
19	店内	5,362	92		8
20	ファッション	1,088	92		8
21	子供	4,482	91		9
22	衣類	1,211	91		9
23	駐車	11,367	90		10
24	洋服	3,236	90		10
25	コラボ	1,380	90		10

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	残念	305	4		96
2	普通	731	43		57
3	男性	480	44		56
4	レジ	269	44		56
5	最近	222	46		54
6	メンズ	257	50		50
7	時間	218	52		48
8	感じ	470	56		44
9	場所	218	57		43
10	店員	870	59		41
11	サイズ	1,459	60		40
12	商品	1,329	60		40
13	女性	333	62		38
14	しまむら	2,367	63		37
15	店舗	837	63		37
16	品数	496	64		36
17	自分	244	64		36
18	靴下	282	66		34
19	品物	331	67		33
20	衣料	345	68		32
21	駐車	1,011	71		29
22	下着	410	71		29
23	セール	274	71		29
24	種類	387	72		28
25	デザイン	249	72		28

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	残念	459	12		88
2	男性	595	54		46
3	普通	740	59		41
4	レジ	574	66		34
5	女性	458	67		33
6	感じ	748	70		30
7	サイズ	1,700	71		29
8	品数	655	71		29
9	品物	488	76		24
10	商品	3,196	78		22
11	最近	486	78		22
12	店員	1,754	79		21
13	しまむら	4,611	80		20
14	店舗	2,559	81		19
15	場所	475	81		19
16	靴下	530	82		18
17	対応	916	84		16
18	種類	826	84		16
19	下着	694	84		16
20	衣料	548	85		15
21	たま	434	85		15
22	セール	847	88		12
23	掘り出し物	744	88		12
24	近く	728	88		12
25	駐車	4,784	89		11

No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	初
1	レジ	1,261	53		47
2	普通	1,505	60		40
3	男性	1,280	61		39
4	女性	1,128	63		37
5	感じ	1,834	68		32
6	サイズ	4,000	71		29
7	店員	3,775	73		27
8	品数	1,350	75		25
9	メンズ	1,136	75		25
10	場所	1,081	77		23
11	商品	7,531	80		20
12	最近	1,106	80		20
13	しまむら	11,956	81		19
14	店舗	6,605	82		18
15	対応	2,000	82		18
16	種類	2,019	86		14
17	下着	1,805	86		14
18	靴下	1,267	86		14
19	購入	3,277	87		13
20	セール	1,874	87		13
21	近く	1,735	87		13
22	アベイル	2,121	89		11
23	掘り出し物	1,625	89		11
24	衣料	1,518	89		11
25	駐車	11,367	90		10

「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	割合	評価	初	使用回数	割合	評価	初	使用回数	割合	評価	初	使用回数	割合	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”に関するキーワードを分析すると

しまむらの「洋服」の「種類」が「豊富」に揃っていることにポジティブな口コミが寄せられており、しまむらが掲げる「日々の暮らしに癒しと幸せをお届けする」というコンセプトとロコミが一致しました。また、サンプルでは、可愛い「雑貨」や「お菓子」が揃い「プレゼント」にも困らないといった点が高く評価されていました。

※キーワード集計期間:2022年4月 ~ 2023年3月

ジャンル	キーワード	しまむら n = 102,820					アペイル n = 15,082					サンプル n = 2,800				
		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	洋服	2,473	1.2%	89		11	547	1.7%	92		8	216	2.5%	99		1
	種類	1,664	0.8%	85		15	315	1.0%	89		11	41	0.5%	95		5
	豊富	3,988	1.9%	98		2	677	2.1%	98		2	108	1.3%	100		0
	雑貨	796	0.4%	95		5	261	0.8%	96		4	719	8.4%	99		1
	お菓子	62	0.0%	90		10	1	0.0%	100		0	55	0.6%	100		0
	プレゼント	100	0.0%	84		16	39	0.1%	79		21	278	3.2%	98		2

1 「洋服」「種類」「豊富」は、しまむらの使用回数が多い結果となった。

ロコミ要約

安い**洋服**のサイズや**種類**が**豊富**に揃っている。流行りものから、定番ものまであり、セールで更に安く買えるので楽しい。

2 「雑貨」「お菓子」「プレゼント」は、サンプルの使用回数、ポジティブ率、言及率全てが高水準となった。

ロコミ要約

可愛い**雑貨**、**お菓子**、化粧品などがたくさん揃っており、手頃な価格で手に入る！ちょっとした**プレゼント**にもってこい。梱包も丁寧に対応してくれる。

”商品”に関するキーワードを分析すると

「**婦人**」向けの服は豊富に揃っているが「**男性**」向けの商品が増えて欲しいというロコミが集まっていました。婦人服ブランドとして有名なしまむらですが、**メンズファッション**や**紳士服**へのニーズがあることもうかがえました。「**婦人**」「**男性**」「**子供**」と「**家族**」全員のニーズを満たすポテンシャルがあることがわかります。

※キーワード集計期間:2022年4月 ~ 2023年3月

ジャンル	キーワード	しまむら n = 102,820					アベイル n = 15,082					シャンプル n = 2,800				
		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	婦人	250	0.1%	80		20	15	0.0%	100		0	1	0.0%	100		0
	男性	1,137	0.5%	59		41	130	0.4%	78		22	14	0.2%	73		27
	子供	4,161	1.9%	91		9	287	0.9%	90		10	34	0.4%	93		7
	家族	706	0.3%	94		6	80	0.2%	90		10	15	0.2%	100		0

1 「婦人」「男性」のネガティブ率が、しまむら、アベイルで高い傾向にある。

ロコミ要約

婦人服が豊富で値段も安いので良いが、**男性**向け衣類や、紳士服がもう少し増えるとありがたい。

2 「子供」「家族」は、シャンプルの使用回数、ポジティブ率、言及率全てが高水準となった。

ロコミ要約

しまむらはコスパがよく、**子供**用の商品なども揃っているため、**家族**でよく利用している。

”価格””接客”に関するキーワードを分析すると

「リーズナブル」「手頃」「値段」などから、価格面に関して満足度が高いことがわかります。徹底したコスト管理でそもそもが低価格な上、大幅な割引も実施しているため、ポジティブな言及がなされると考えられます。一方で、「レジ」の際、バーコード支払可能な商品がわかりづらいことは改善余地がありそうです。低価格と質の高い接客が実現すれば、更に顧客満足度が高まりそうです。

※キーワード集計期間:2022年4月 ~ 2023年3月

ジャンル	キーワード	しまむら n = 102,820					アベイル n = 15,082					シャンブル n = 2,800				
		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
価格	1 リーズナブル	1,483	0.7%	100		0	294	0.9%	99		1	49	0.6%	100		0
	手頃	1,673	0.8%	98		2	342	1.1%	99		1	67	0.8%	100		0
	2 値段	3,126	1.5%	93		7	599	1.9%	92		8	99	1.2%	89		11
接客	レジ	1,177	0.5%	56		44	130	0.4%	43		57	23	0.3%	42		58
	対応	1,768	0.8%	82		18	199	0.6%	82		18	33	0.4%	89		11
	店員	3,273	1.5%	73		27	421	1.3%	65		35	81	0.9%	75		25

1 「リーズナブル」「手頃」「値段」のポジティブ率が全ブランドで高い。

ロコミ要約

リーズナブルで、お手頃な値段で買い物がしやすい。良心的な価格で、まとめ買いをしよう。大幅な割引もありがたい！

2 「レジ」「店員」は、全てのブランドでネガティブ率が高い。

ロコミ要約

レジの店員さんの対応がやや無愛想で、ちょっと残念だった。

ロコミ要約

レジで待たされるし、バーコード支払いは何が可能か分かりにくい。

”顧客体験””設備”に関するキーワードを分析すると

キャラクターとの「コラボ」などで「おしゃれ」な雰囲気がある部分などが、支持されていました。新しいブランドイメージが定着していることが、これらのキーワードからわかりました。また、アベイルなどの他ブランドとしまむらが並んでいること、「店舗」や「駐車場」が広いことなどが高く評価されていることも明らかになりました。

※キーワード集計期間:2022年4月 ~ 2023年3月

ジャンル	キーワード	しまむら n = 102,820					アベイル n = 15,082					サンプル n = 2,800				
		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*
顧客体験	コラボ	1,100	0.5%	90		10	274	0.9%	89		11		0.0%			
	おしゃれ	325	0.2%	98		2	123	0.4%	97		3	92	1.1%	100		0
	利用	4,494	2.1%	94		6	481	1.5%	95		5	97	1.1%	98		2
	買い物	5,134	2.4%	93		7	595	1.8%	94		6	98	1.1%	96		4
設備	店舗	5,921	2.8%	81		19	606	1.9%	90		10	78	0.9%	97		3
	駐車	10,148	4.7%	89		11	1,086	3.4%	94		6	136	1.6%	98		2
	便利	3,622	1.7%	100		0	408	1.3%	99		1	79	0.9%	100		0

1 「おしゃれ」「利用」「買い物」で、しまむらにポジティブな口コミが集まっている。

ロコミ要約

最近、**コラボ**等も取り入れ**おしゃれ**になっている。気持ちの良い**買い物**ができます。よく**利用**させてもらっている。

2 「店舗」「駐車」「便利」で、しまむらにポジティブな言及がなされている。

ロコミ要約

店の中が広く、明るく大きな**店舗**です。**駐車場**が広いためとめやすく、アベイルとしまむらが並んでいるので非常に**便利**。

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



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。



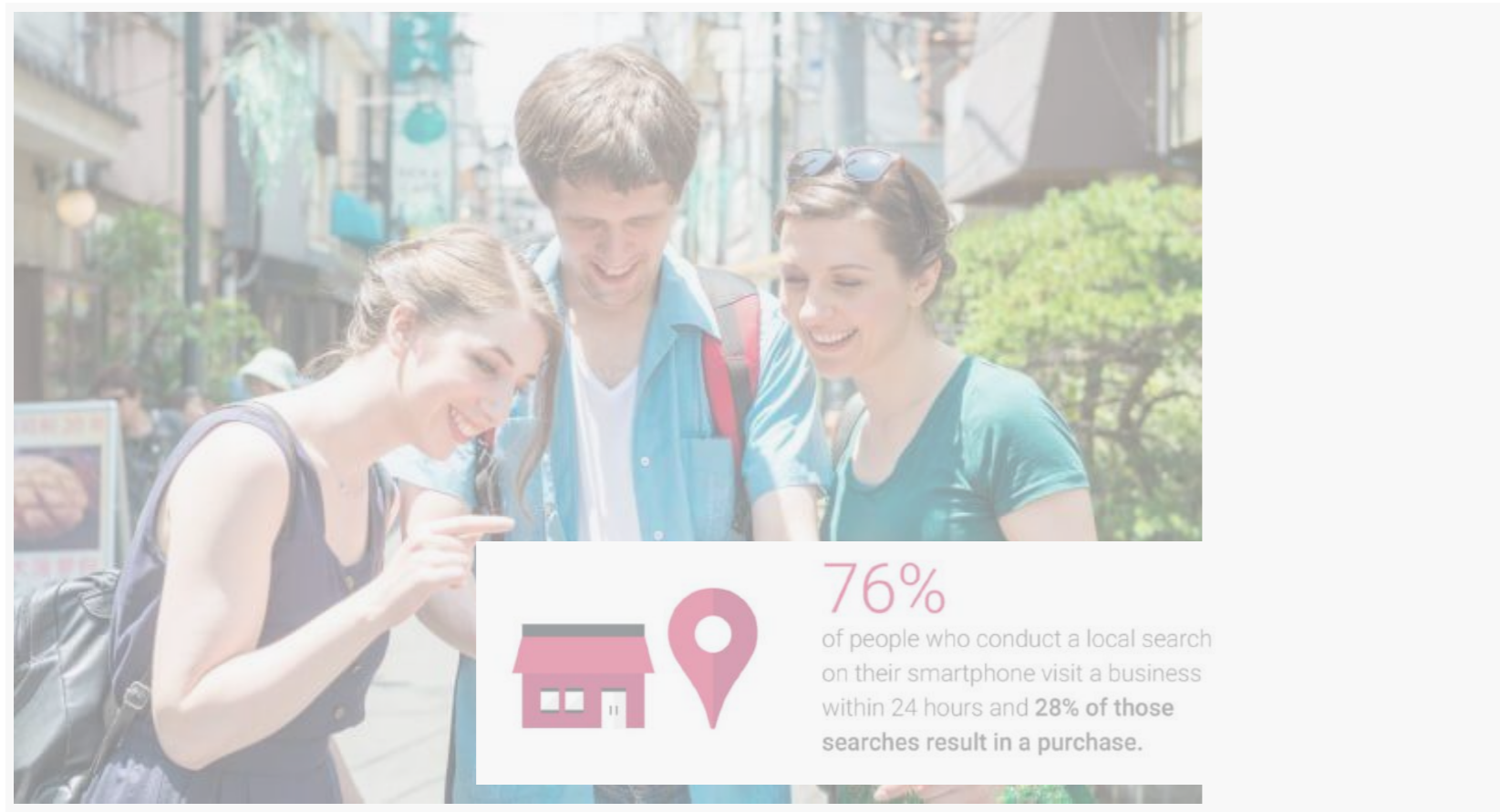
- "ゆっくりママ友と子連れでおしゃべりしたいときに行きたいお店です。"
- "幼児を遊ばせるサークルがあり、子ども連れで安心して食事ができます"
- "女性同士でも年配の家族連れでも1人でも安心して行けます。"

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。

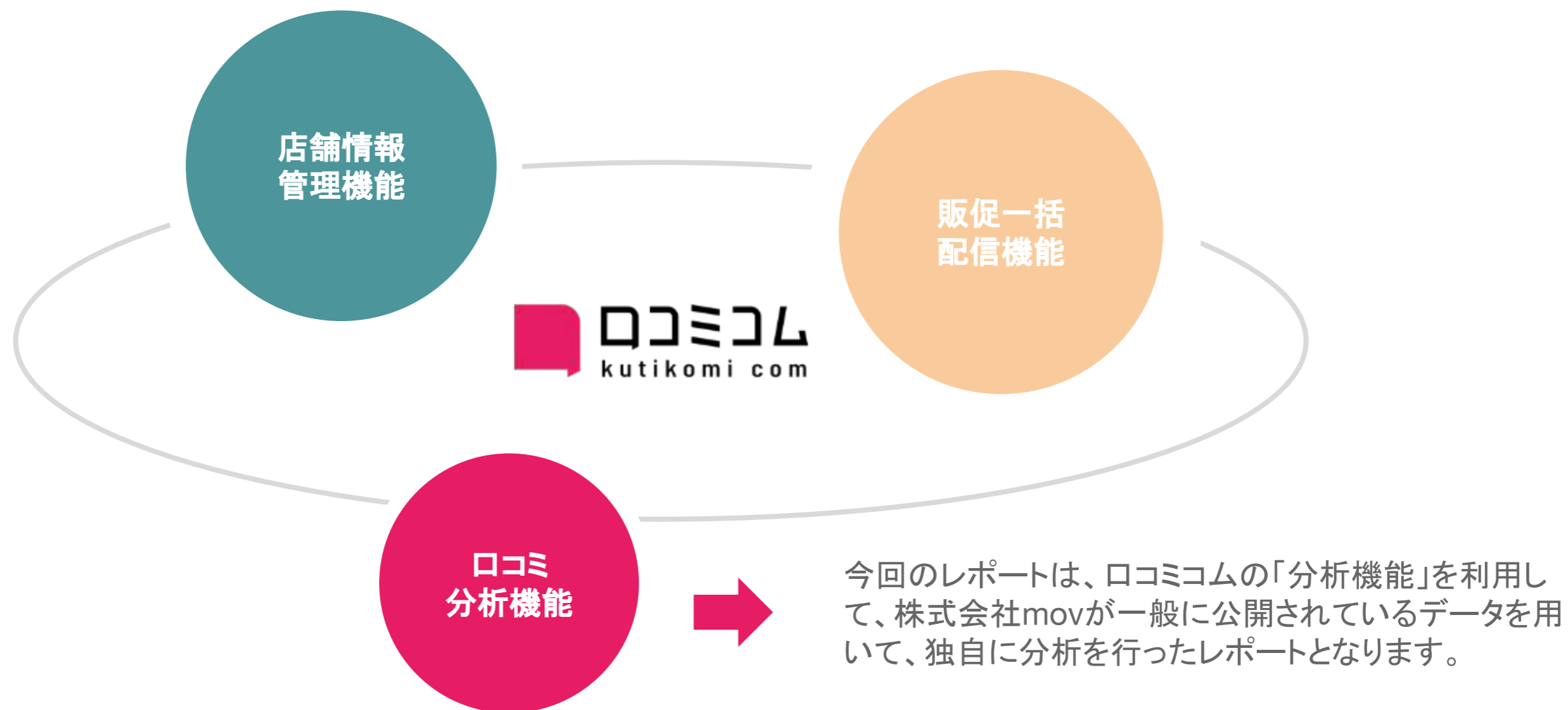
Googleマップ(GBP)でできること



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。

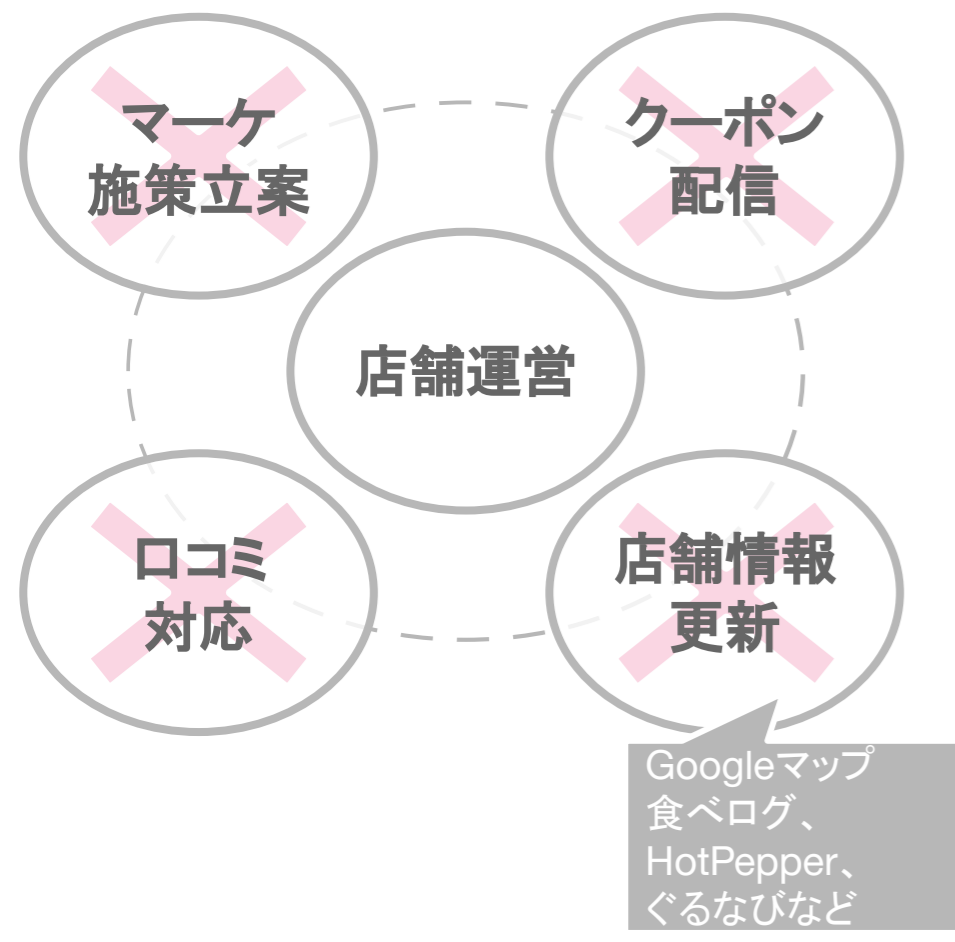


ロコミコムを利用することで

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

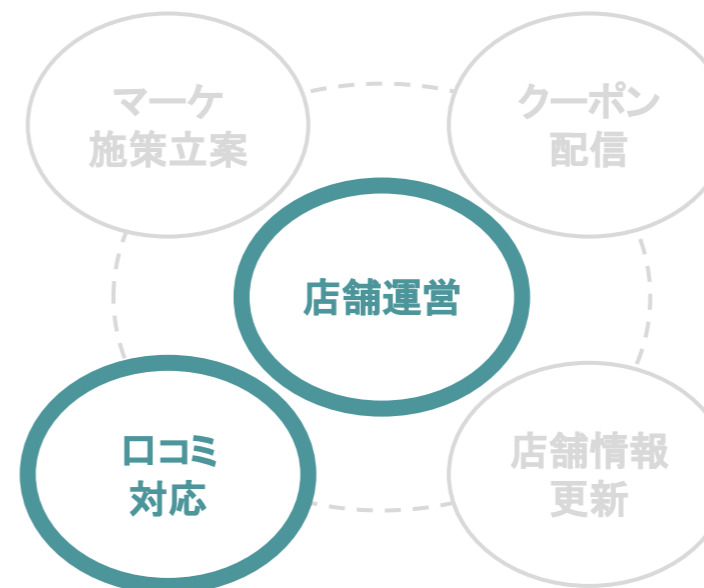
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



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。



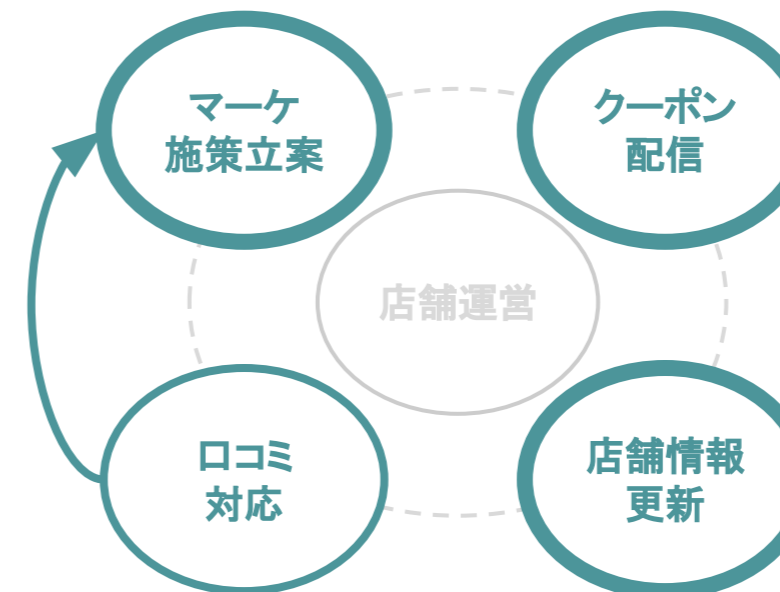
店舗運営では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

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。

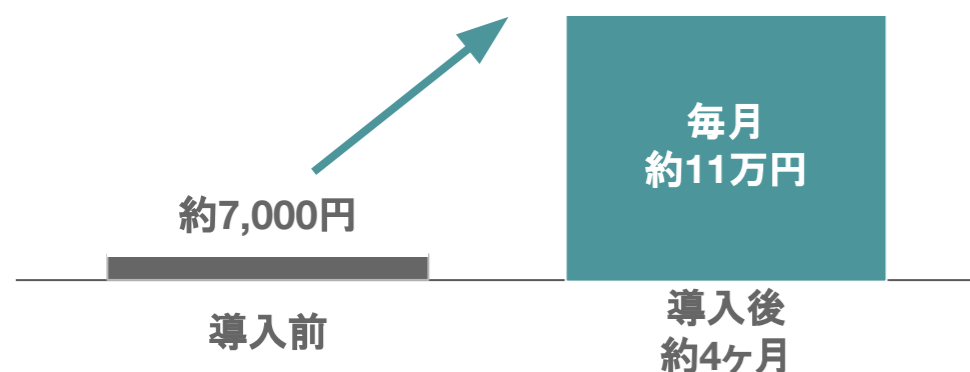
実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで...

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。



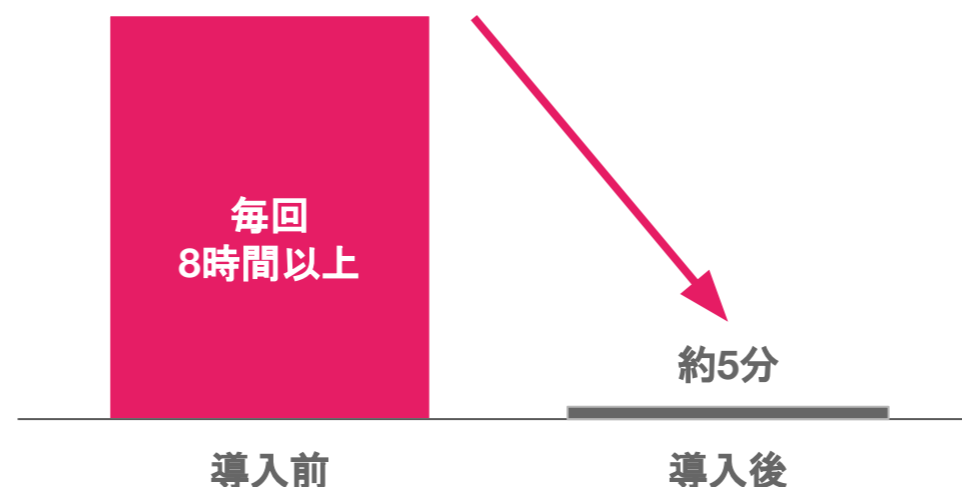
をご利用頂いたことで

1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



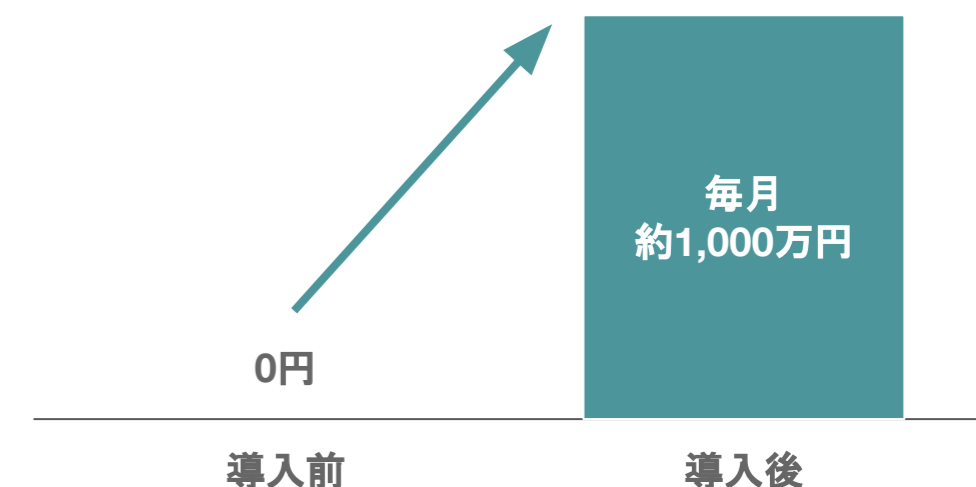
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

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。

