

# 【角上魚類】TVでも話題の絶好調ブランド 人気の秘密は日本一の「〇〇力」!? 国内全店舗の約2万件のロコミを分析

角上魚類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. 角上魚類の年別ロコミ推移
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. 口コミ数が右肩上がりに増加し続けており、今後もその傾向が予想される  
→分析にたる口コミ数が集まっている
2. 全店舗の評価の平均は4.1と高水準となった  
→どの店舗でも満足度が高く、ブランドの品質コントロールができています
3. “商品”と“価格”に関するキーワードのポジティブ率と使用頻度が高い  
→商品力と価格力が人気の秘訣であることがわかった

ロコミコムなら、口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.a](mailto:kcom_report_request@mov.a)



# 角上魚類に集まる口コミを調査

---

本レポートでは、角上魚類の全国の店舗から計22店舗を抽出、各店舗に寄せられた口コミ(総数19,819件)を分析しました。

基本方針	角上魚類に寄せられた口コミからブランドの特徴を調査						
調査対象 (主たる都道府県)	東京	神奈川	埼玉	千葉	新潟	長野	群馬
全店舗数	全国の店舗を抽出(計22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! マップ 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	<u>「口コミサイトを“もっと”売上に変える」ロコミコム</u> を利用して、 調査リソース上のデータを独自に分析・解析						

# 角上魚類の年別口コミ推移

---

角上魚類の新規口コミ投稿件数は2011年から2022年にかけて継続的に増加しています。コロナ禍の2020年でも口コミ数が増え続けたことが特徴的です。”密”をさけた店舗づくりを積極的に進めていった結果であると考えられます。2022年には、過去最高の8,236件の口コミが集まりました。2023年も口コミ数が増加することが予想されます。

## 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の割合がやや増加しました。これはLINE PLACEとの連携によるものと考えられます。

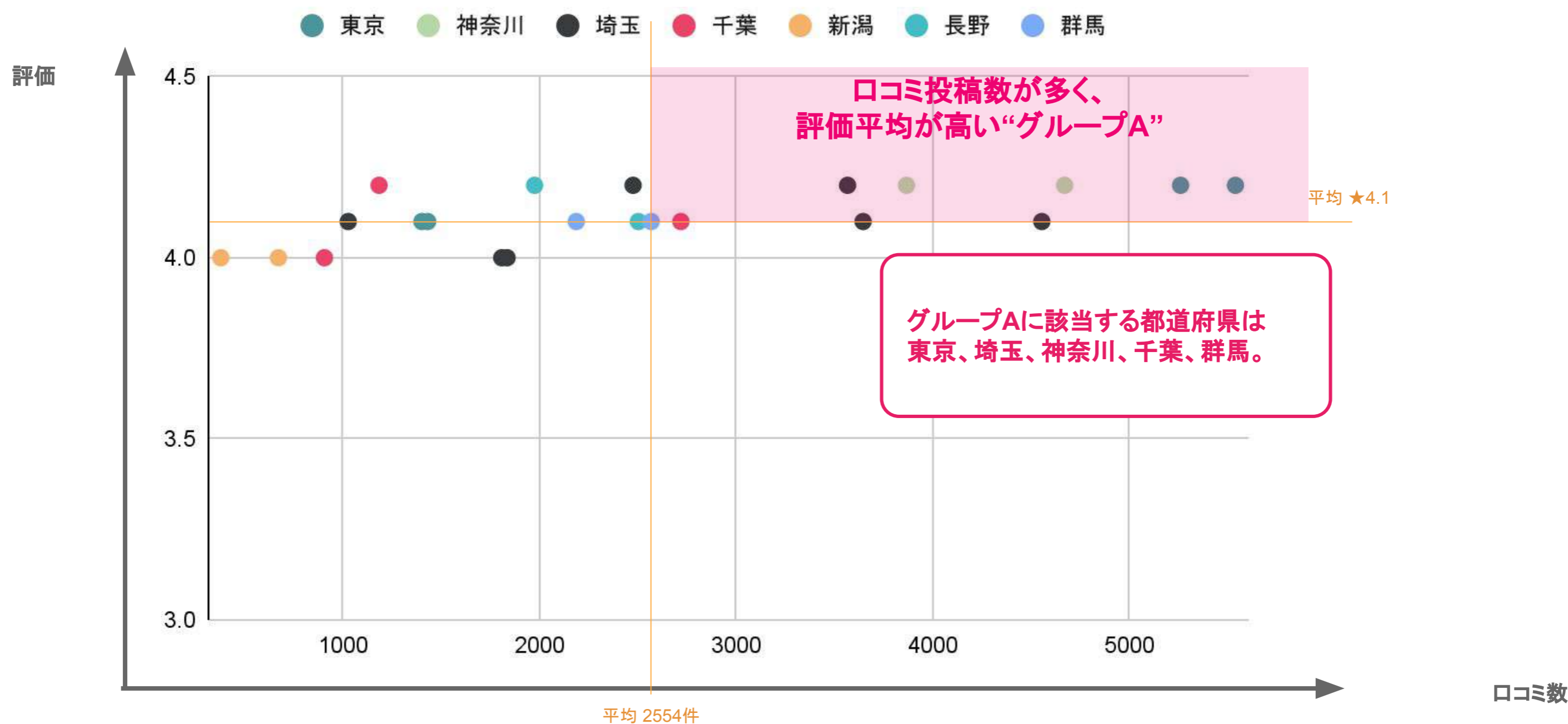
## サイト別口コミ投稿件数 (2011年～2022年)



※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。ブランド全体として、評価の平均が4.1と非常に高い水準にありました。一方で口コミ投稿数には幅があることもわかりました。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。

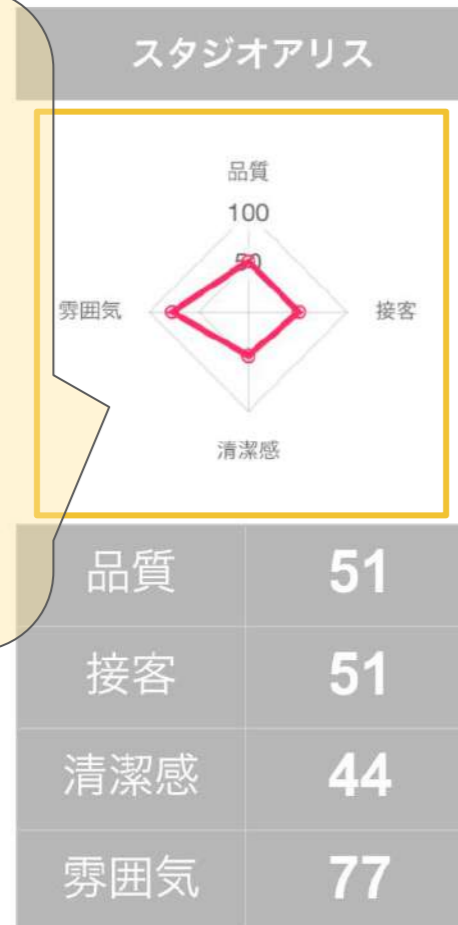
## 分析ポイント

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

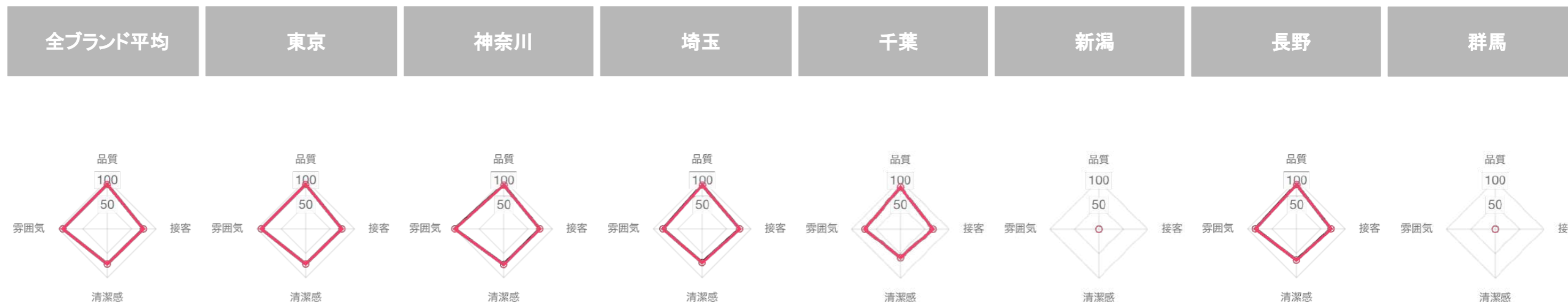
### 特徴ワード

- 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

# 角上魚類の顧客満足度を「キーワード」から分析

角上魚類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。ブランド全体として“品質”・“雰囲気”の2指標が高スコアとなりました。東京の店舗は“雰囲気”がスコア100となっており、神奈川の店舗に関しては、全てのスコアが平均を超える水準となりました。

※集計期間:2021年5月～2023年4月  
 ※スコアが高いほど、QSCAに関する口コミの評価が高い傾向がある



	全ブランド平均	東京	神奈川	埼玉	千葉	新潟	長野	群馬
品質	91	90	92	91	90	評価データ不足	90	評価データ不足
接客	74	72	76	79	67		75	
清潔感	72	75	82	69	56		70	
雰囲気	91	100	92	85	84		92	

# 【角上魚類】満足度(QSCA)とポジティブ / ネガティブワード

QSCAは、“品質”・“雰囲気”で高いスコアとなりました。高い品質・「鮮度」の魚が「豊富」に揃っているという“商品”力の高さが評価されたようです。「新鮮」でおいしい魚を食べたいといった消費者ニーズにしっかりと応えていることがうかがえます。一方で、「店員」の接客態度や、「駐車」場がいわゆる”角上渋滞”に陥ることにネガティブな口コミが集まっていました。

## 全店舗



品質	91
接客	74
清潔感	72
雰囲気	91

## 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	156	100		0
2	最高	314	99		1
3	満足	140	99		1
4	オススメ	139	99		1
5	豊富	661	98		2
6	たくさん	240	98		2
7	新鮮	2,294	97		3
8	おすすめ	189	97		3
9	寿司	1,265	95		5
10	鮮度	529	95		5
11	魚介	490	95		5
12	ネタ	194	95		5
13	新潟	172	95		5
14	海鮮	172	95		5
15	弁当	249	94		6

**口コミ要約**  
新鮮で安心できるし、美味しい魚の商品が豊富にある。珍しい種類の魚もたくさん売られて、どれも新鮮。

**口コミ要約**  
年末で家族が集まる時にお刺身、お寿司、惣菜をよく買いに行きます。高い鮮度で提供されており、ものすごく美味しい。

## 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	ポジ	評価	初*
1	残念	179	22		78
2	店員	193	63		37
3	商品	199	65		35
4	感じ	188	74		26
5	店舗	261	75		25
6	最近	136	76		24
7	普通	157	77		23
8	駐車	743	79		21
9	店内	273	79		21
10	混雑	255	79		21
11	時間	184	79		21
12	年末	166	82		18
13	マグロ	185	83		17
14	コーナ	151	83		17
15	スーパ	654	85		15

**口コミ要約**  
店員の接客がやや横柄だったのが気になる。

**口コミ要約**  
朝早くから混雑しており、駐車場になかなか入れない。

# 【角上魚類】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:22,462)

「豊富」「鮮度」に関する言及数が年々増加し、ポジティブな文脈で使用される回数が多くなってきていることが分かります。種類の多さと質の高さを両立した商品力が、より多くの来店者に満足されている様子が見て取れます。一方、「店員」に関するネガティブな声も寄せられており、「接客」には改善の余地も見て取れます。

## 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	ネジ	No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	ネジ	No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	ネジ	No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	ネジ	No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	ネジ	No.	キーワード	使用回数	ポジ	評価	ネジ
1	刺身	23	100	100	0	1	豊富	161	100	100	0	1	便利	156	100	100	0	1	残念	6	25	75	75	1	店員	36	71	29	29	1	残念	179	22	78	78
2	豊富	17	100	100	0	2	最高	77	100	100	0	2	最高	314	99	100	1	2	レジ	6	34	66	66	2	大変	34	84	16	16	2	店員	193	63	37	37
3	種類	15	100	100	0	3	海鮮	55	100	100	0	3	満足	140	99	100	1	3	市場	5	50	50	50	3	近く	34	85	15	15	3	商品	199	65	35	35
4	鮮度	10	100	100	0	4	便利	50	100	100	0	4	オススメ	139	99	100	1	4	販売	4	50	50	50	4	商品	36	88	12	12	4	感じ	188	74	26	26
5	価格	9	100	100	0	5	人気	45	100	100	0	5	豊富	661	98	100	2	5	店内	5	60	40	40	5	駐車	184	89	11	11	5	店舗	261	75	25	25
6	最高	9	100	100	0	6	手頃	45	100	100	0	6	たくさん	240	98	100	2	6	店員	6	67	33	33	6	スーパ	159	89	11	11	6	最近	136	76	24	24
7	惣菜	7	100	100	0	7	弁当	36	100	100	0	7	新鮮	2,294	97	100	3	7	処理	3	67	33	33	7	時間	40	89	11	11	7	普通	157	77	23	23
8	購入	7	100	100	0	8	調理	36	100	100	0	8	おすすめ	189	97	100	3	8	一緒	5	75	25	25	8	魚類	63	90	10	10						
9	カニ	6	100	100	0	9	満足	32	100	100	0	9	寿司	1,265	95	100	5	9	海鮮	5	75	25	25	9	店舗	52	90	10	10						
10	船橋	6	100	100	0	10	週末	30	100	100	0	10	鮮度	529	95	100	5	10	利用	4	75	25	25	10	切り身	34	90	10	10						
11	近く	6	100	100	0	11	新鮮	644	99	100	1	11	魚介	490	95	100	5	11	対応	4	75	25	25	11	販売	33	90	10	10						
12	マグロ	5	100	100	0	12	おすすめ	68	99	100	1	12	ネタ	194	95	100	5	12	買い物	10	78	22	22	12	鮮魚	98	91	9	9						
13	手頃	5	100	100	0	13	ネタ	56	99	100	1	13	新潟	172	95	100	5	13	スーパ	9	80	20	20	13	普通	40	91	9	9						
14	満足	5	100	100	0	14	種類	162	98	100	2	14	海鮮	172	95	100	5	14	活気	5	80	20	20	14	買い物	87	92	8	8						
15	野菜	5	100	100	0	15	惣菜	124	98	100	2	15	弁当	249	94	100	6	15	魚類	10	86	14	14	15	購入	76	92	8	8						
16	魚介	5	100	100	0	16	野菜	86	98	100	2	16	惣菜	628	93	100	7	16	寺泊	11	89	11	11	16	混雑	69	92	8	8						
17	バック	4	100	100	0	17	価格	51	98	100	2	17	種類	591	93	100	7	17	値段	12	90	10	10	17	店内	53	92	8	8						
18	一番	4	100	100	0	18	オススメ	47	98	100	2	18	価格	272	93	100	7	18	寿司	25	96	4	4	18	渋滞	31	93	7	7						
19	切り身	4	100	100	0	19	活気	42	98	100	2	19	活気	152	93	100	7	19	新鮮	64	97	3	3	19	魚介	111	94	6	6						
20	品数	4	100	100	0	20	寿司	328	97	100	3	20	刺身	913	92	100	8	20	刺身	23	100	0	0	20	マグロ	36	94	6	6						
21	好き	4	100	100	0	21	鮮度	104	97	100	3	21	鮮魚	483	92	100	8	21	豊富	17	100	0	0	21	値段	115	95	5	5						
22	新潟	4	100	100	0	22	新潟	36	97	100	3	22	利用	249	92	100	8	22	種類	15	100	0	0	22	たくさん	69	95	5	5						
23	観光	4	100	100	0	23	刺身	224	96	100	4	23	野菜	436	91	100	9	23	鮮度	10	100	0	0	23	年末	54	95	5	5						
24	おば	3	100	100	0	24	土日	61	96	100	4	24	寺泊	133	91	100	9	24	価格	9	100	0	0	24	利用	50	95	5	5						
25	さかな	3	100	100	0	25	平日	32	96	100	4	25	買い物	360	90	100	10	25	刺身	224	96	4	4	25	販売	158	89	11	11						

# 「キーワード」で都道府県別・一般スーパーと比較 (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。

断転載・二次利用を固く禁止します。

## 【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。

# ”商品・価格”に関するキーワードを分析すると

「刺身」「寿司」「新鮮」といったキーワードの使用回数とポジティブ率が高い結果となりました。品質の高さ、種類の多さといった**商品力の高さ**が、高く評価されていました。一般のスーパーと比較すると、使用回数に大きな差が出ていることがわかりました。また、質の高い商品が「安い」「値段」で手に入ることも人気の理由であることがわかります。“日本一の魚屋”という**企業目標がロコミに現れている**と言えます。

※キーワード集計期間:2021年5月 ~ 2023年4月

角上魚類エリア別集計

ジャンル	キーワード	首都圏 n = 16,220					新潟 n = 532					長野 n = 1,917					群馬 n = 1,653					一般スーパー n = 38,564				
		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	刺身	749	4.6%	92		8	20	3.8%	85		15	78	4.1%	91		9	66	4.0%	97		3	29	0.1%	82		18
	寿司	1,015	6.3%	95		5	34	6.4%	91		9	116	6.1%	94		6	100	6.0%	91		9	42	0.1%	91		9
	新鮮	1,812	11.2%	97		3	47	8.8%	98		2	226	11.8%	96		4	209	12.6%	98		2	175	0.5%	99		1
	種類	486	3.0%	94		6	5	0.9%	100		0	51	2.7%	90		10	49	3.0%	90		10	383	1.0%	94		6
	ボリューム	54	0.3%	98		2	3	0.6%	100		0	8	0.4%	100		0	5	0.3%	100		0	14	0.0%	100		0
	惣菜	474	2.9%	94		6	8	1.5%	88		12	80	4.2%	91		9	66	4.0%	93		7	962	2.5%	96		4
	天井	68	0.4%	86		14	1	0.2%	100		0	7	0.4%	100		0	7	0.4%	100		0		0.0%			
価格	安い	509	3.1%	80		20	15	2.8%	75		25	46	2.4%	85		15	35	2.1%	80		20		0.0%			
	値段	414	2.6%	86		14	10	1.9%	78		22	47	2.5%	79		21	33	2.0%	81		19	519	1.3%	92		8

1 **ロコミ要約**  
お**刺身**や、お**寿司**など全てが**新鮮**でとても美味しい。魚系の**惣菜**が他にはない。

1 **ロコミ要約**  
魚の**種類**が非常に豊富。海鮮**天井**は**ボリューム**的にも大満足。

2 **ロコミ要約**  
大好きな魚屋さん。新鮮で、美味しいくて、**安い**。

2 **ロコミ要約**  
リーズナブルな値段で、**鮮度**と品質がとても高く、コスパが良い。

# ”設備・顧客体験”に関するキーワードを分析すると

人気店であるがゆえに「**駐車**」場や「**店内**」が混んでおり、「**年末**」は必ず「**混雑**」する点に、ネガティブな口コミが集まっています。アプリなどのオンライン上での注文の割合を増やすなどの施策が有効かもしれません。「**活気**」という口コミからは、お店の賑やかさがうかがえます。商品力の高さに加えて、雰囲気の良いさも人気の秘密と言えそうです。

※キーワード集計期間:2021年5月 ~ 2023年4月

角上魚類エリア別集計

首都圏 n = 16,220	新潟 n = 532	長野 n = 1,917	群馬 n = 1,653	一般スーパー n = 38,564
-------------------	---------------	-----------------	-----------------	----------------------

ジャンル	キーワード	首都圏 (n=16,220)					新潟 (n=532)					長野 (n=1,917)					群馬 (n=1,653)					一般スーパー (n=38,564)				
		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*
設備	1 駐車	617	3.8%	80		20	7	1.3%	80		20	60	3.1%	82		18	59	3.6%	62		38	1,379	3.6%	93		7
	店舗	225	1.4%	74		26	8	1.5%	80		20	15	0.8%	67		33	13	0.8%	86		14	1,109	2.9%	93		7
	2 店内	214	1.3%	82		18		0.0%				32	1.7%	87		13	23	1.4%	48		52	929	2.4%	96		4
顧客体験	混雑	216	1.3%	78		22		0.0%				26	1.4%	74		26	12	0.7%	100		0		0.0%			
	年末	133	0.8%	80		20	2	0.4%	0		100	21	1.1%	94		6	16	1.0%	100		0	2	0.0%	100		0
	活気	115	0.7%	93		7	5	0.9%	75		25	18	0.9%	100		0	14	0.8%	91		9	23	0.1%	83		17

**1** 口コミ要約

土日や連休は混むのでなかなか**駐車**場が空かない。開店してすぐに行ったが、ほとんど満杯。

**1** 口コミ要約

**店内**は賑わってはいるが、とても混んでいる。

**2** 口コミ要約

**年末**年始は**混雑**するが、必ずこのお店のお寿司を食べる。ホントに美味しい。

**2** 口コミ要約

今ではあまり見られない**活気**のある店舗が体験できます。魚屋さんは**活気**に溢れている方が好き。

# 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.a](mailto:kcom_report_request@mov.a)



# 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。



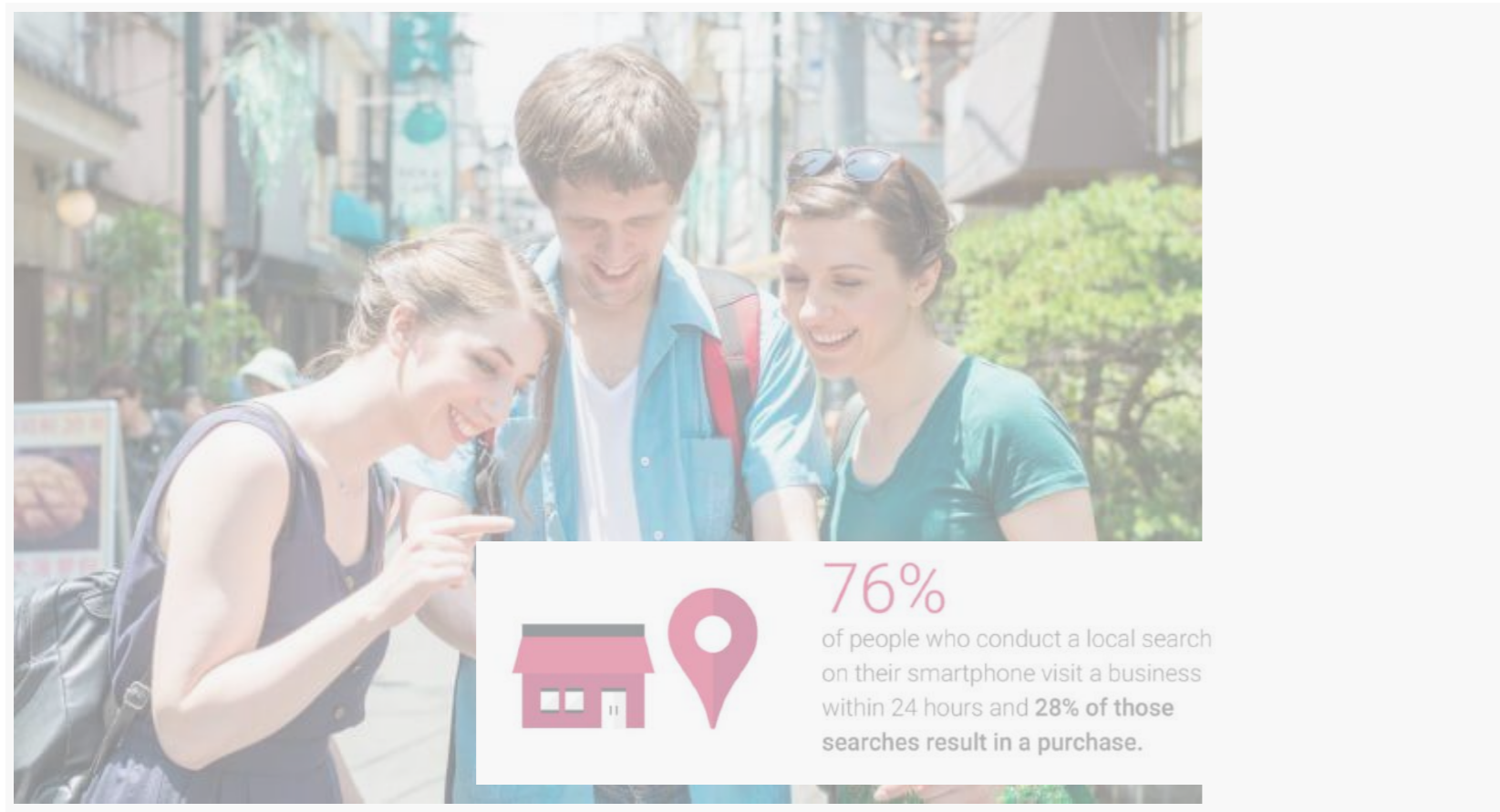
- "ゆっくりママ友と子連れでおしゃべりしたいときに行きたいお店です。"
- "幼児を遊ばせるサークルがあり、子ども連れで安心して食事ができます"
- "女性同士でも年配の家族連れでも1人でも安心して行けます。"

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**口コミの大量獲得**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

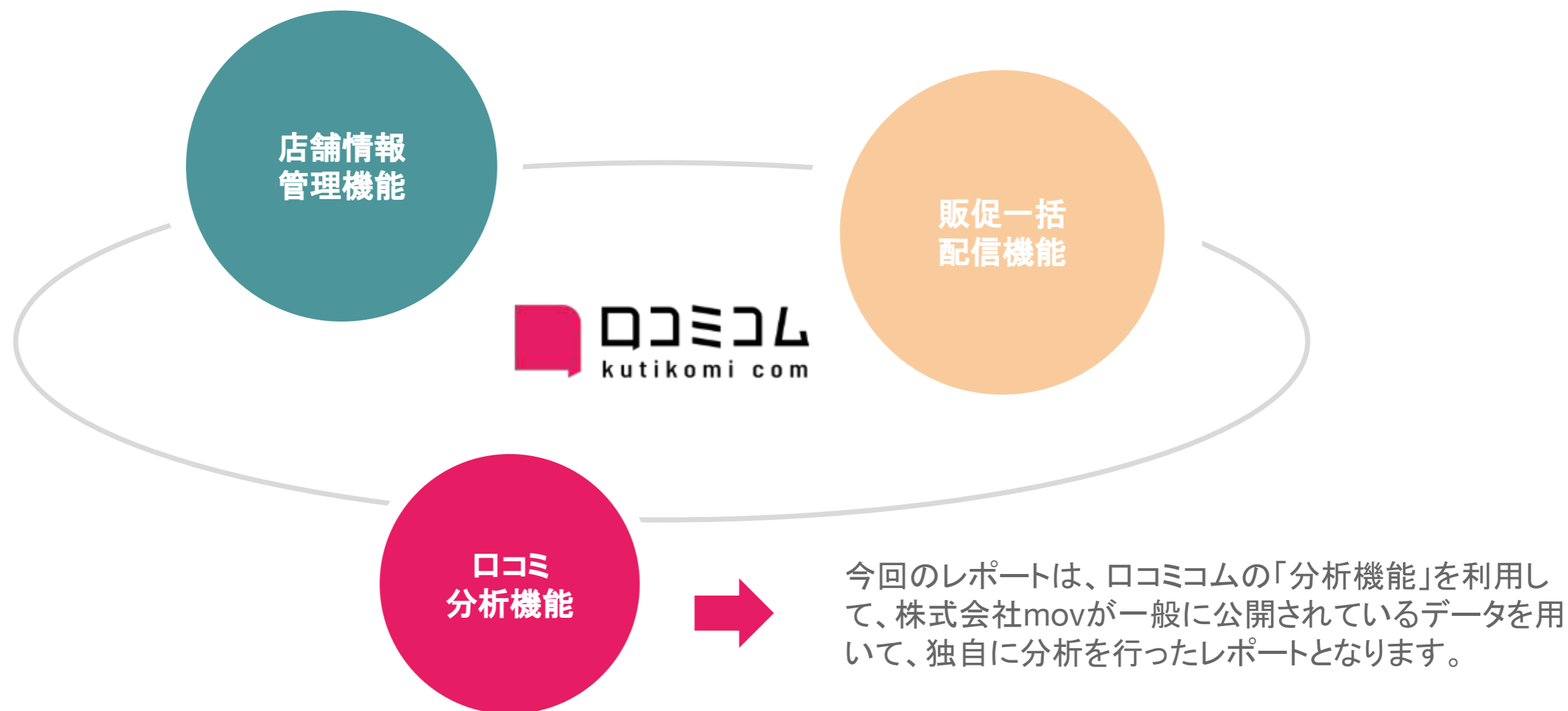


**現在、弊社へのお問い合わせのほとんどはMEO2.0領域のものです**

# 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。

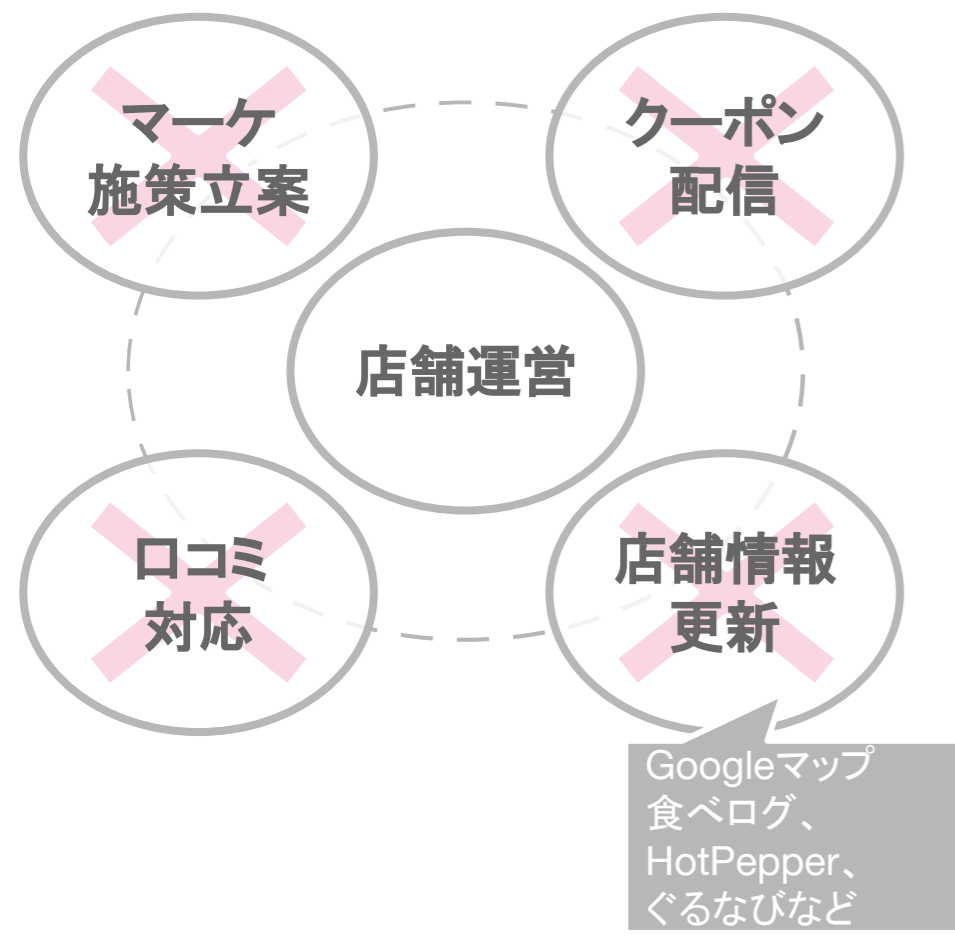


# ロコミコムを利用することで

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

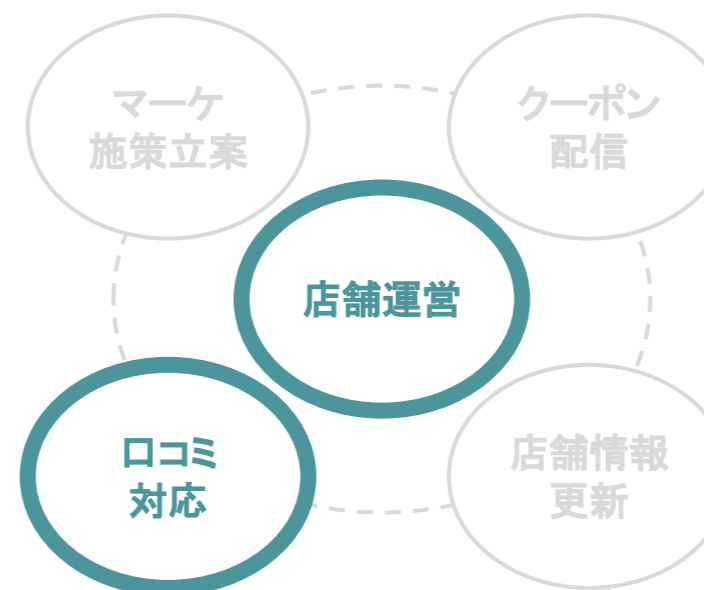
店舗運営を中心に、Webまわりの施策をツールなしに対応することで、現場も本部も疲弊してきました。



## 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。



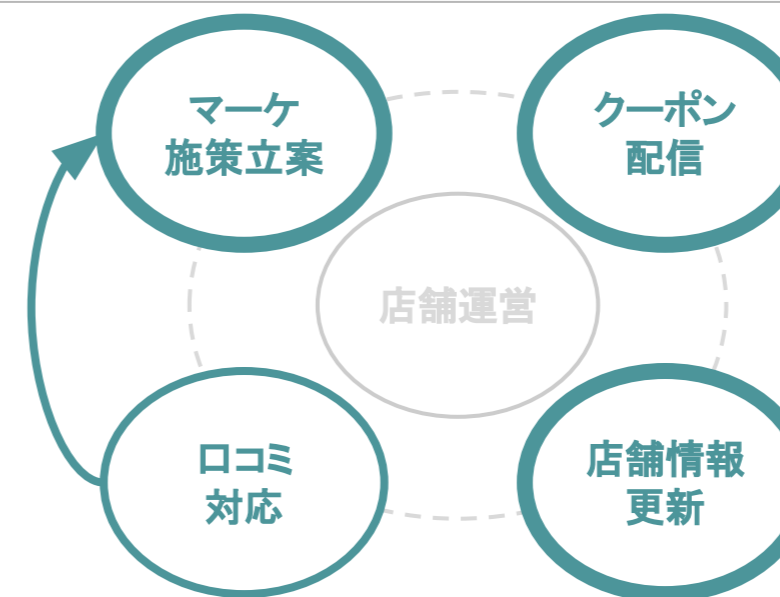
**店舗運営**では、行動評価が可視化されることで緊張感のある清々しい店舗運営を実現。

**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。

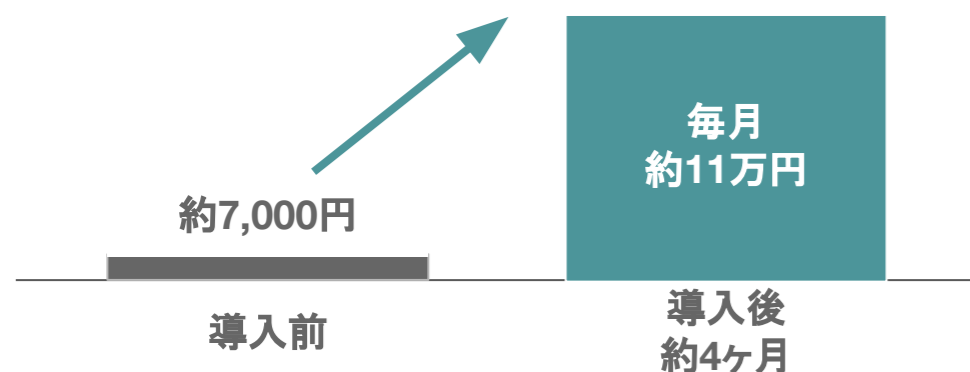
# 実際に、ロコミコムをご利用いただいたことで...

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。



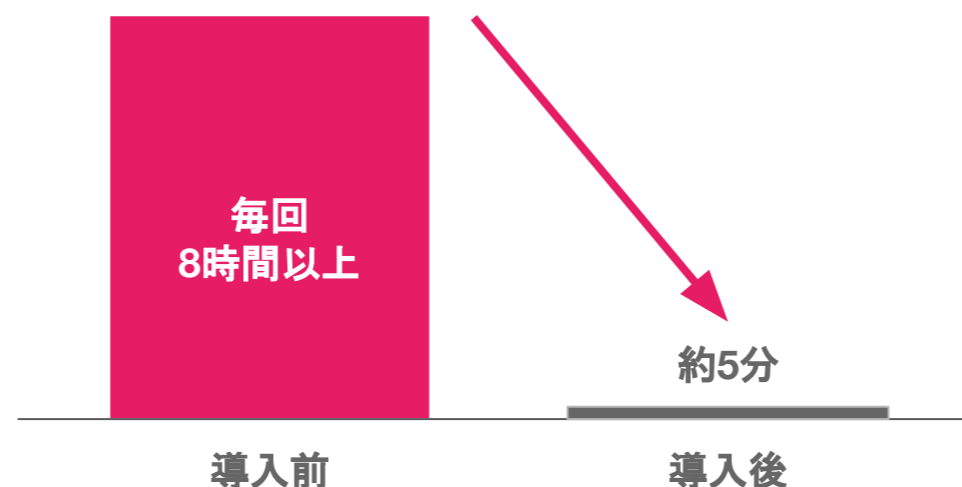
## をご利用頂いたことで

### 1店舗あたりの Googleマップ経由の売上の変化



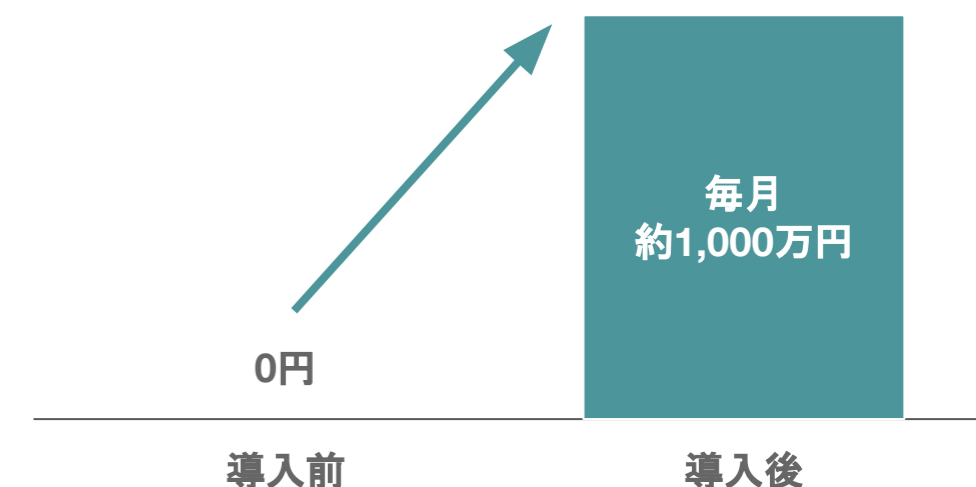
ロコミコム導入後4ヶ月で、Googleマップ経由の1店舗あたりの売上11万円増を達成しました。そして、その後もMEO対策としてロコミコムを利用して業務を継続いただいております。現在も導入後の売上増を同じ水準で維持できております。

### 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。

