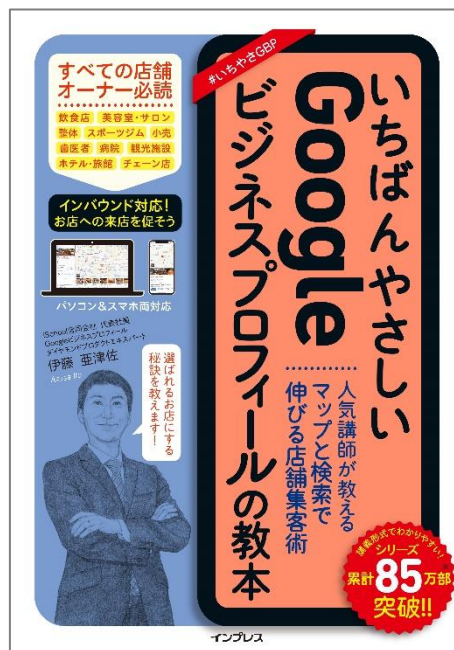


各 位

2023年12月19日
株式会社インプレス

Google マップと Google 検索で来店を促進！『いちばんやさしい Google ビジネスプロフィールの教本 人気講師が教えるマップと検索で伸びる店舗集客術』を12月19日に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高橋隆志）は、「Google ビジネスプロフィール」（旧 Google マイビジネス）を活用し、Google マップや Google 検索からの集客を増やす方法を解説した書籍『いちばんやさしい Google ビジネスプロフィールの教本 人気講師が教えるマップと検索で伸びる店舗集客術』を2023年12月19日（火）に発売いたします。



■アフターコロナの最新事情を踏まえ、店舗オーナーに必須のツールを丁寧に解説

スマートフォンの普及により、近所のお店を探すために Google マップを使ったり、「新宿 カレー」といったキーワードで検索したりすることが一般化しています。また、世の中がウィズコロナからアフターコロナへとシフトし、多くの人々が待ち望んでいた外出や旅行を楽しめるようになりました。飲食店や美容室、観光施設、ホテル・旅館などを運営する店舗オーナーにとって、Google マップや Google 検索を集客に活用することの重要性がますます高まっています。

本書は、Google が提供している店舗情報管理ツールである Google ビジネスプロフィールについて解説した書籍です。Google ビジネスプロフィールにお店を登録することで、Google マップや Google 検索の結果に自店舗の情報を掲載できます。無料で登録できるうえ、さまざまな業種での利用が想定されているため、スマートフォンでお店を探す人々を効率的に集客するために必須のツールといえます。

■ダイヤモンドプロダクトエキスパートの著者による集客向上のノウハウが満載

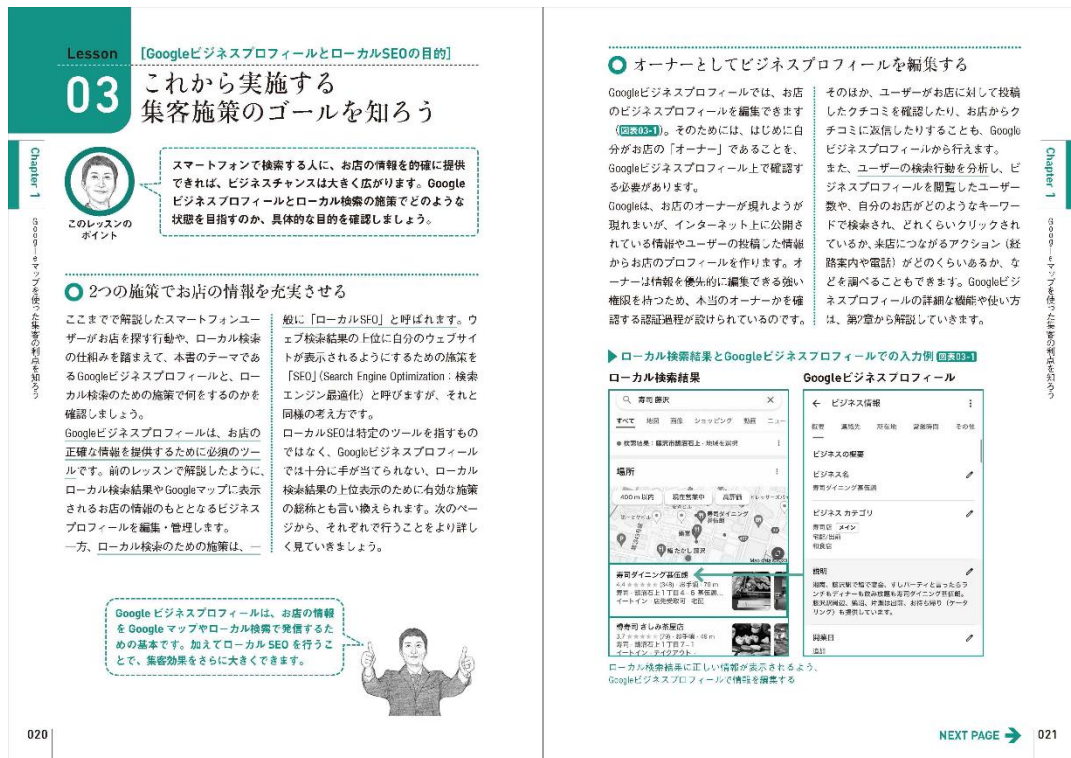
本書の著者である伊藤藤津佐氏は、Googleの公式ヘルプコミュニティにおいて「ダイヤモンドプロダクトエキスパート」（経験豊富なエキスパートの最高位）の認定を受けています。本書は同氏の経験に基づき、Googleビジネスプロフィールの運用はもちろん、「ローカルSEO」によってお店を探すユーザーの検索体験を最大化していく方法まで、集客向上のためのノウハウを幅広く収録しました。具体例や操作手順も多数掲載し、ITに詳しくないお店のオーナーでも施策を実践できます。

また、イベント告知やクーポン配布にも使える「投稿」機能、ファンの獲得につながるクチコミの返信方法、自店舗のウェブサイトを開設するうえでの注意点など、店舗情報の登録に留まらない踏み込んだ内容も解説しています。さらに、新しく追加された複数店舗運営に役立つ機能、Googleマップの自動翻訳を活用したインバウンド対応についても触れており、今、選ばれるお店になるために何をすればよいのかが分かります。

■本書は以下のような方におすすめです

- ・ ネットを活用して集客したい実店舗のオーナー
- ・ Googleマップに表示される自分のお店情報を正しく整備したい方
- ・ Googleマップのクチコミを増やす方法や、返信のコツが知りたい方
- ・ Google検索で自分のお店が目立つ位置に表示されるようにしたい方
- ・ 訪日観光客向けの情報を効率的に充実させたい方
- ・ 特におすすめの業種
飲食店／美容室・サロン／整体／スポーツジム／小売／歯医者／病院／観光施設／ホテル・旅館／チェーン店

■紙面イメージ



これから Google ビジネスプロフィールを使い始める人はもちろん、すでに活用していて効果を高めたい人にも役立つ内容です。

ウェブサイトの役割と
できることを確認しよう

このレッスンのポイント

Googleビジネスプロフィールからお店の情報を発信できるにも関わらず、お店が公式のウェブサイトを持つ意義とは何でしょうか？ウェブサイトの役割を再確認し、集客のために効果的に活用していきましょう。

◎ 集客力アップにウェブサイトが大きく貢献する

ウェブサイトの運営には費用も手間もかかるので、Googleビジネスプロフィールがあることを考えると、ウェブサイトは不要では？と質問されることもあります。しかし筆者は、**図表35-1**に挙げる4つの理由から、集客力アップのためにウェブサイトを持つことをおすすめしています。1つ目は、ユーザーとの信頼関係を構築できることです。細やかな点まで配慮されたウェブサイトは、お店のサービスへの期待を高め、信頼関係を築くための基盤となります。2つ目は、ローカルSEOの効果を最大化できることです。ウェブサイトには高い

コンテンツを積み上げていくことで、ユーザーと検索エンジンの両方からの評価を得られます。3つ目は、自前のサイトを中心とした集客ができ、Googleやポータルサイトに頼りきりにならずに済むことです。集客チャネルが多くて困ることはありません。4つ目は、情報発信の自由度が高いことです。ビジネスプロフィールやポータルサイトでは情報のレイアウトが決まっていますが、お店のウェブサイトならば、ユーザーに伝えたいお店の魅力を自由にコンテンツ化できます。

▶ ウェブサイトをすすめる4つの理由 **図表35-1**

◎ 自由度の高さを生かしてお店の魅力を伝える

ウェブサイトでは、ビジネスプロフィールだけでは伝えにくい「深い」情報を発信できます。例えば、レストランのシェフの経歴や受賞歴を載せる項目は、ビジネスプロフィールにはありません。短絡機能で発信することは可能ですが、SNSのタイムラインのように流れてしまうので、時間が経つと見られなくなってしまいます。しかし、お店のウェブサイトならば常に

閲覧可能感を高めてもらえます。クリエイティブな装飾、自動車整備工場など、技術や実績を売りにするビジネスでは、こうした情報は特に効果的です。また、お店の歴史や商品へのこだわりなどを掘り下げて紹介するコンテンツは、お店のファンに喜んでもらえます。ナレッジパネルや詳細情報には載っていない情報まで調べたいと考えるユーザーのために、ウェブサイトのコンテンツを整備しましょう。

◎ ウェブサイトは必ず独自ドメインで

ウェブサイトを制作するときには、必ず独自ドメインを取得してください。独自ドメインとは、要するに「ラーメン太郎」なら「https://ramen-tarou.com」のように、お店オリジナルのURLを持つことです。URLの「ramen-tarou.com」の部分が独自ドメインになります。ウェブ制作業者に依頼してウェブサイトを作成する場合、通常は独自ドメインを取得することになります。ただし、取得には手続きと、ドメインの取得・維持費用（年間数千円～数万円）が必要になります。独自ドメインを取得せず、「https://web-seisaku.com/ramen-tarou」のように制作業者のドメイン名を使ったURLで安価に

運営する方法もありますが、ローカルSEOの効果が弱まるため、避けてください。独自ドメインを持っていない、制作業者や制作サービスを変更しても同じドメインのサイトを継続して運営できます。そして、サイトの知名度の評価などを「資産」として長く運用しやすくなります。数年以上の中小長期的な視点で考えると、ローカルSEOの効果が大きな差が出てくるでしょう。独自ドメインでない場合、ウェブサイトのURLが変わるたびに評価はリセットされてしまいます。長く事業を続けるのであれば、独自ドメインを使うことは必須です。

独自ドメインでない場合、ウェブサイトのURLが変わるたびに評価はリセットされてしまいます。長く事業を続けるのであれば、独自ドメインを使うことは必須です。



Google ビジネスプロフィールに加え、集客力をアップするウェブサイトの運用方法についても解説しています。

お店でできる
インバウンド対応を知ろう

このレッスンのポイント

海外から来たお客さまに喜んでもらえるように、お店でできるインバウンド施策を紹介します。特に多言語対応と支払い方法が重要です。自分が海外に行った際、どのような対応だとうれしかったかを考えながら見ていきましょう。

◎ お店の設備を整えておもてなしする

海外からの観光客を受け入れるおもてなしとして、異なる文化や言語を持つ旅行者が快適にサービスを利用できるよう、お店の設備やサービスを工夫しましょう。インバウンド対応をするにあたり、お店の設備に関して配慮できるポイントを4つ紹介します **図表46-1**。1つ目は多言語対応です。言語の壁を低くし、情報アクセスを容易にする手段を用意することが重要です。詳しくはこのレッスンと、レッスン47、48で解説します。2つ目はキャッシュレス決済に対応し、ク

レジットカードやQRコード決済を受け付けることです。Googleビジネスプロフィールでは、キャッシュレスに対応する機能はありませんが、対応したことを最新情報や属性で伝えることは可能です。3つ目は顧客体験の向上です。すぐにできる対応としては、店内に無料Wi-Fiや充電スポットを用意してください。4つ目はオンラインでの事前予約や購入サービスの充実が挙げられます。こちらはレッスン49で解説します。

▶ お店でできるインバウンド対応のポイント **図表46-1**

◎ 多言語対応はデジタルとアナログの両面から対応する

多言語対応の重要性を、デジタルとアナログの両面から解説します。まずデジタル面では、旅行前にお店や観光スポットを検索することを想定して、ビジネスプロフィールやウェブサイトを多言語対応しておくことが重要です。また、旅行中にはGoogleマップやApple Maps (iPhone標準の地図アプリ)、Baidu Maps (中国企業・百度が提供する地図アプリ) を使ってお店や施設の場所を調べたり、経路案内を利用したりする旅行者も多いです。加えて、訪日観光客向けのポータルサイトや情報サイトもあります。

これらの媒体は英語で展開している場合が多いので、お店の情報を掲載することも有効な手段でしょう。Googleマップの多言語対応については次のレッスンで解説します。アナログ面では、多言語対応のメニューやチラシを用意し、多言語を話せるスタッフを配置します。特に印刷物については、正確な翻訳や文化的な配慮なども必要になります。各国の文化や習慣を理解し、不適切な内容やイメージが含まれていないか確認し、宗教的な食事制限に配慮した情報提供なども心がけてください。

◎ 現金に加えてキャッシュレス決済への対応を推奨

一般社団法人キャッシュレス推進協議会の資料によると、2020年時点における日本のキャッシュレス決済比率は29.8%に留まっています。同年における近隣国のキャッシュレス決済比率が、韓国は93.6%、中国は83.0%、オーストラリアは67.1%で

あることと比較すると、大きく下回っているといえるでしょう。クレジットカード以外にも、デビットカードや電子マネー、QRコード決済などもありますが、多くの訪日観光客はキャッシュレス決済を利用すると想定して対応することを推奨します。

▶ キャッシュレス・ロードマップ 2022

<https://payments-japan.or.jp/wp-content/uploads/2022/08/roadmap2022.pdf>

中国はQRコード決済、ヨーロッパはデビットカード決済が主流など、キャッシュレスでの支払い方法は国によって特色があります。

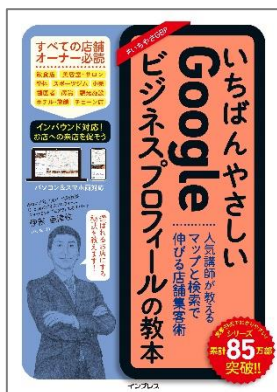


Google マップの多言語対応やオンラインでの事前予約など、お店でできるインバウンド対応を収録しています。

■本書の構成

- Chapter 1 : Google マップを使った集客の利点を知ろう
- Chapter 2 : Google ビジネスプロフィールにお店を登録しよう
- Chapter 3 : 投稿や商品・メニューでお店の魅力を発信しよう
- Chapter 4 : クチコミやメッセージで顧客と交流しよう
- Chapter 5 : ローカル検索での集客を促進しよう
- Chapter 6 : ウェブサイトで情報伝達の幅を広げよう
- Chapter 7 : ユーザーの行動を分析しよう
- Chapter 8 : インバウンドに対応しよう
- Chapter 9 : 予期せぬトラブルに対処しよう

■書誌情報



書名：いちばんやさしい Google ビジネスプロフィールの教本 人気講師が教える
マップと検索で伸びる店舗集客術
著者：伊藤 亜津佐
発売日：2023 年 12 月 19 日（火）
ページ数：224 ページ
サイズ：A5 判
定価：1,980 円（本体 1,800 円＋税 10%）
電子版価格：1,980 円（本体 1,800 円＋税 10%）※インプレス直販価格
ISBN：978-4-295-01802-5

- ◇Amazon の書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295018023>
- ◇インプレスの書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/books/1123101034>
- ◇書影（高解像度）ダウンロード：<https://dekiru.net/press/501802.jpg>

■著者プロフィール



伊藤 亜津佐（いとう あづさ）
iSchool 合同会社 代表社員

大学卒業後、株式会社キーエンスに入社。センサーの BtoB 営業を経験。その後、逗子市役所に入庁。観光客の誘致や花火大会の企画など観光行政に携わる。2015 年に Web の世界に入り、SEO・ローカル検索のコンサルタントとして、企業の Web 集客をサポート。現在、Web マーケティング会社・Web 制作会社の顧問も兼務。SEO とローカル検索（Google ビジネスプロフィール）を両面からサポートできる強みを持つ。

Google 公式ヘルプコミュニティにて、以下のステータスを獲得している。

- ・ Google ビジネスプロフィール ダイヤモンドプロダクトエキスパート
- ・ Google 検索セントラル（旧ウェブマスター）プラチナプロダクトエキスパート
- ・ Google 検索 ゴールドプロダクトエキスパート

◇iSchool 合同会社：<https://ischool.co.jp/>

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向け IT 関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。