

MEO

Google Maps 最適化で集客力UP

地域検索で選ばれる店舗になるための戦略的アプローチ



スマホユーザーの
検索で上位表示



来店率
アップ



無料から
始められる



効果
測定可能

Brand Hatch株式会社

What is MEO?

MEOの基本概念

MEO (Map Engine Optimization) は、GoogleマップやGoogle検索といった地図エンジン上で、自社のビジネス情報が特定の地域に関連するキーワードで検索された際に、**上位に表示**されるよう最適化を行う一連の施策を指します。

最適化された情報は、Googleマップの検索結果や、通常の検索結果ページ上部に地図と共に表示される「ローカルパック」に掲載され、地域に根差したビジネスにとって重要な集客手段となります。

✓ 「地域名+業種」(例:「渋谷 カフェ」)での露出強化を目的とします。

📍 対象

主要対象はGoogleビジネスプロフィール(GBP)です。

ビジネスのオンライン上の「看板」

📍 主な掲載場所

- ✓ Googleマップ検索結果
- ✓ 検索画面上部のローカルパック(地図付き表示)

📍 目的

地域に根差した事業者に対して、地域名と業種を組み合わせた検索キーワードでの露出を強化します。

例:「渋谷 カフェ」

📍 結果の価値

上位表示により、地域に根差した事業者が**重要な集客手段**を獲得します。

来店率・成約率の向上





スマホユーザー の増加

- ✓ スマートフォン普及により、消費者は「今いる場所」から「近くの店舗・サービス」を即座に探す行動が一般化
- ✓ 「near me(近くの)」を含む検索が急増
- ✓ こうした検索意図を持つユーザーは購買意欲が高い傾向

MEOは、このような「今すぐ客」に対して自社の存在を効果的にアピールするための最も直接的な手段です

地図検索 の影響力

- ✓ Googleマップでの検索結果は、ユーザーの来店行動に極めて強い影響を与えます
- ✓ 検索結果で上位に表示されることは、単なる認知度向上に留まらず、競合他社よりも先に「見つけてもらう」



地図検索は
来店率・成約率の向上
に直接貢献

費用対効果 が高い

- ✓ MEOの基盤となるGoogleビジネスプロフィールの登録や基本的な運用は、広告費をかけずに行うことができます
- ✓ 特に広告予算が限られる中小規模の店舗であっても、大手企業と対等な条件でオンライン上の可視性を高めることが可能です
- ✓ 無料で始められるにもかかわらず、高い集客効果が期待できるため、非常に費用対効果の高い施策と言えます

競合よりも先に「見つけてもらう」ことが売上に直結



なぜ

基本情報 最適化 が必要?

Googleビジネスプロフィールは、顧客が最初に目にする「オンライン上の店舗看板」です。掲載される情報は常に正確かつ最新である必要があります。

情報の不一致はGoogleからの信頼性を損ない、検索順位に悪影響を与える可能性があります。

ユーザーが「地名+業種」といった発見的検索からビジネスを見つけたい

基本情報(NAP情報)

- ✓ 名称(Name)、住所(Address)、電話(Phone)
- ✓ 自社ウェブサイトや他のSNS、ポータルサイトと完全に一致させる
- ✓ 情報の不一致は信頼性を損ないます

例:「サンプルカフェ株式会社」とウェブサイトの表記を合わせる

営業時間

- ✓ 通常の営業時間に加え、祝祭日や年末年始、臨時休業などの特別営業時間を設定
- ✓ 情報を定期的に更新し維持
- ✓ 古い情報は顧客の不満を引き起こす可能性があります

例:「月曜日～金曜日 10:00～20:00 / 土曜日10:00～18:00 / 祝日 10:00～16:00」

カテゴリ

- ✓ 主要カテゴリには最も的確なものを設定
- ✓ 提供するサービスに合わせて副次的なカテゴリも複数登録
- ✓ 正確なカテゴリ設定は不可欠です

例: カフェ事業の場合、主要カテゴリに「カフェ」、副次カテゴリに「飲食店」や「ポイントショップ」

属性とサービス説明

- ✓ 属性: 「Wi-Fi利用可」「テラス席あり」「クレジットカード対応」など顧客が店舗を選ぶ際に影響する情報を設定
- ✓ サービス説明: 最大750文字(最初の250文字が重要)
- ✓ ユーザーが検索で利用するキーワードを自然に盛り込む

例: 「気軽に立ち寄れるサンプルカフェ。Wi-Fi対応。テラス席でゆったりと。」

写真の重要性

写真は、文字情報だけでは伝わらない店舗の雰囲気や商品の魅力を伝え、ユーザーの関心を引くための強力なツールです。

写真が掲載されているビジネスプロフィールは、そうでないものに比べて信頼性が**2倍高く**見えるというデータもあります。

視覚的要素の効果

プロフィールの新鮮さ維持

高品質な写真を定期的に追加することで、プロフィールを常に新鮮な状態に保ちます

Googleからの評価向上

高品質な視覚的要素がGoogleのアルゴリズムに好印象を与えます

ユーザーとの信頼関係構築

吸眼力のある写真が顧客の興味を引く一方で、企業の信頼性を向上します

推奨写真の種類



外観・内観

顧客が店舗を見つけやすく、店内の雰囲気をイメージできる写真。建物の正面や、店内の景色が美しい場所を優先的に撮影します。



商品・サービス

看板メニューや人気商品、サービス提供の様子がわかる写真。商品の特徴やサービスの魅力を視覚的に伝えることができます。



スタッフ

スタッフが働いている様子の写真で、親しみやすさや安心感を演出。スタッフの表情やユニフォームも含めた方がより効果的です。



ロゴとカバー写真

ブランドの認知度を高めるための公式な画像。ロゴが明確に表示され、カラースキームやデザイン要素が一致した方が理想です。

写真は定期的に更新し、季節や状況に合わせて最適化を進めてください。

高品質な写真は、ユーザーの関心を引くだけでなく、Googleからの評価向上にもつながります。

定期更新の意義

Googleビジネスプロフィールの「投稿機能を活用し、週に1~2回程度情報を発信することは、MEOにおいて非常重要です。

週に1~2回程度の更新、Googleに対して「このビジネスは積極的に活動している」というシグナルを送り、検索順位に好影響を与えます。

情報更新サイクル

アイデアを集める

内容を作成

投稿を発信

効果を測定

投稿できる情報の種類



最新情報やお知らせ

新商品、季節限定メニュー、営業時間の変更など



キャンペーンや特典

割引クーポンや期間限定のプロモーション情報



イベント

店内イベントやセミナーの告知

実施方法とCTAボタン

投稿には「詳細はこちら」「予約する」「購入」といったCTA(Call to Action)ボタンを設置できるため、ウェブサイトへの誘導や直接的なコンバージョンに繋げることができます。

▶ 詳細はこちら

📅 予約する

🛒 購入

☎️ 電話する

投稿内容は簡潔かつ魅力的であることが重要です。
また、視覚的な要素(写真や動画)を含めた投稿は、ユーザーの関心を引く効果があります。

レビューの重要性

オンライン上の口コミは、現代の消費者が意思決定を行う上で最も重視する情報源の一つです。

Googleレビューは、顧客からの信頼の証であると同時に、Googleのローカル検索アルゴリズムにおける重要なランキング要因でもあります。

顧客がレビューを書く確率

62%

顧客は依頼されればレビューを書いてくれる

レビューを増やす施策



顧客に直接依頼

会計時や退店時に口頭でレビューを依頼



店内にQRコードを設置

レビュー投稿を促すQRコードを店内に配置



レビューポイントを提供

レビューを書くとポイントやクーポンをプレゼント

ポジティブな体験をした顧客ほど、レビューを書く意欲性が高いです

レビューへの返信



肯定的なレビューへの対応

感謝の言葉を付け、関連サービス名を自然に含める



否定的なレビューへの対応

真摯な姿勢で対応し、顧客との良好な関係を築く



迅速な返信

全てのレビューに迅速かつ丁寧に返信

全てのレビューに適切に返信することで、顧客との信頼関係を構築

レビュー施策の実際の効果



★★★★★

前回の購入から1ヶ月前

「いつも美味しいコーヒーを堪能。スタッフも丁寧にサービスしてくれます。」

返信完了



★★★★☆

先週の訪問後

「価格が前回と変わっていて、少し不満です。」

対応中

キーワード対策の重要性

Googleレビューは、顧客からの信頼証であると同時に、Googleのローカル検索アルゴリズムにおける重要なランキング要因でもあります。

84%のユーザーが「地名+業種」といった発見的検索(discovery searches)からビジネスを見つけています。

効果的なキーワード選定



- ✓ 幅広い検索意図を想定: 「渋谷 カフェ」から「渋谷 電源 カフェ」まで
- ✓ 顧客の視点から検索ワードを選びます
- ✓ サービスの特徴を含めた具体的なキーワードも有効

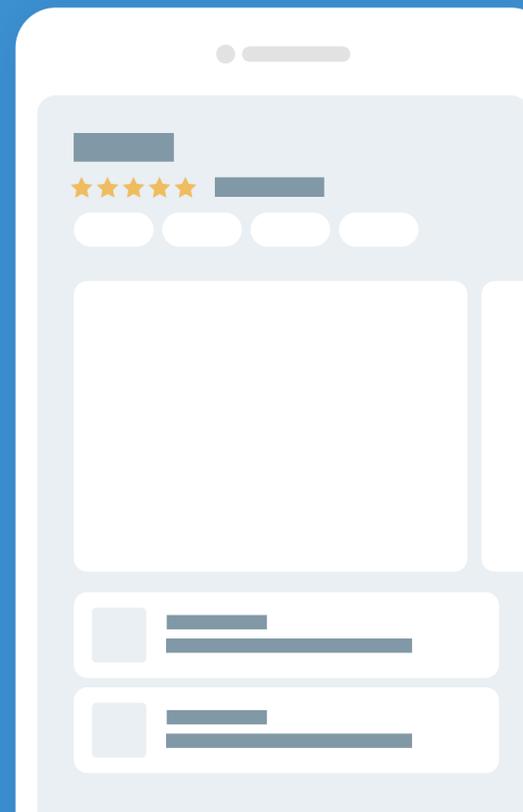
キーワードを活用できる場所

サービス説明

ビジネスの概要や特徴を説明する文章内に含めます。

Q&A

ユーザーが検索しそうな質問と回答を自ら作成し、その中にキーワードを散りばめます。



投稿

キャンペーンやイベントの告知文に、関連するキーワードを入れます。

レビューへの返信

感謝の言葉と共に、関連サービス名などのキーワードを自然に含めることも有効です。

キーワードによる検索効果

🔍 例: 「渋谷 カフェ」で検索



検索結果における上位表示

キーワード最適化により、地域検索での優先的に表示

関連性の高いキーワードを含めた内容:

渋谷 電源 カフェ

渋谷 カフェ 掲示板

渋谷 カフェ メニュー

継続的な改善サイクル



PDCAサイクルを回し続けることで、持続的な成果に繋がります。

継続改善の重要性

- ✓ 市場や競合の状況、Googleのアルゴリズムは常に化する
- ✓ 一度設定すれば完了する施策ではなく、継続的な分析と改善が成功の鍵
- ✓ 定期的な情報更新やレビュー対応により、Googleからの評価を向上

順位測定



ターゲットとするキーワードでの検索順位を定点観測し、施策の効果进行评估します。

検索する場所によって順位は変動するため、専用ツールを用いて複数の地点からの順位を把握することが理想的です。

インサイト分析



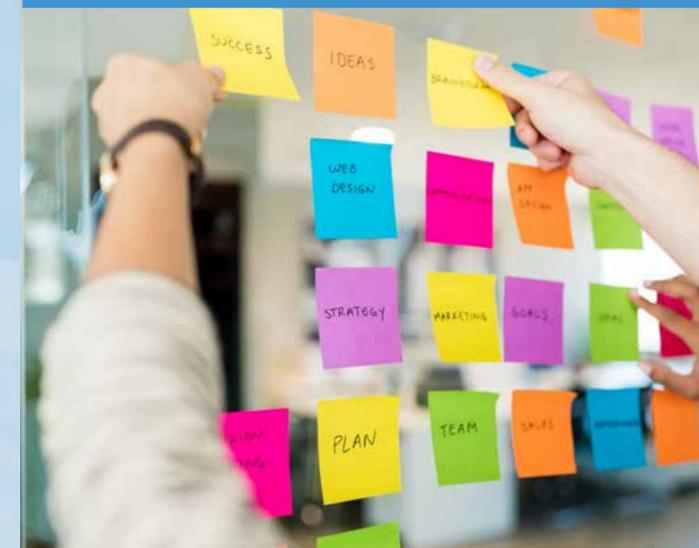
GBPが提供するインサイト機能を活用し、「ユーザーがプロフィールを閲覧した回数」「電話の件数」「ルート検索の回数」などのデータを分析します。

プロフィール閲覧

電話件数

ルート検索数

改善施策の立案と実行



分析データから課題や改善点を見つけ出し、写真の追加や投稿内容の見直し、新たなキーワード対策など、次のアクションプランを立てて実行します。

写真の追加・最適化

投稿内容の見直し

キーワード対策の更新

レビュー対応の強化

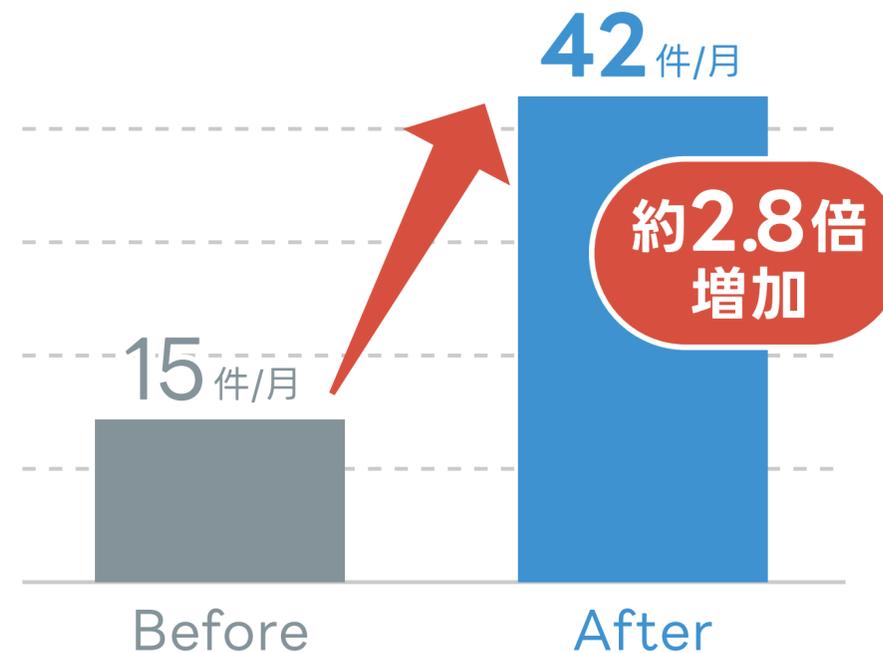
MEOを2ヶ月間実施した際の効果比較

👁️ 表示回数



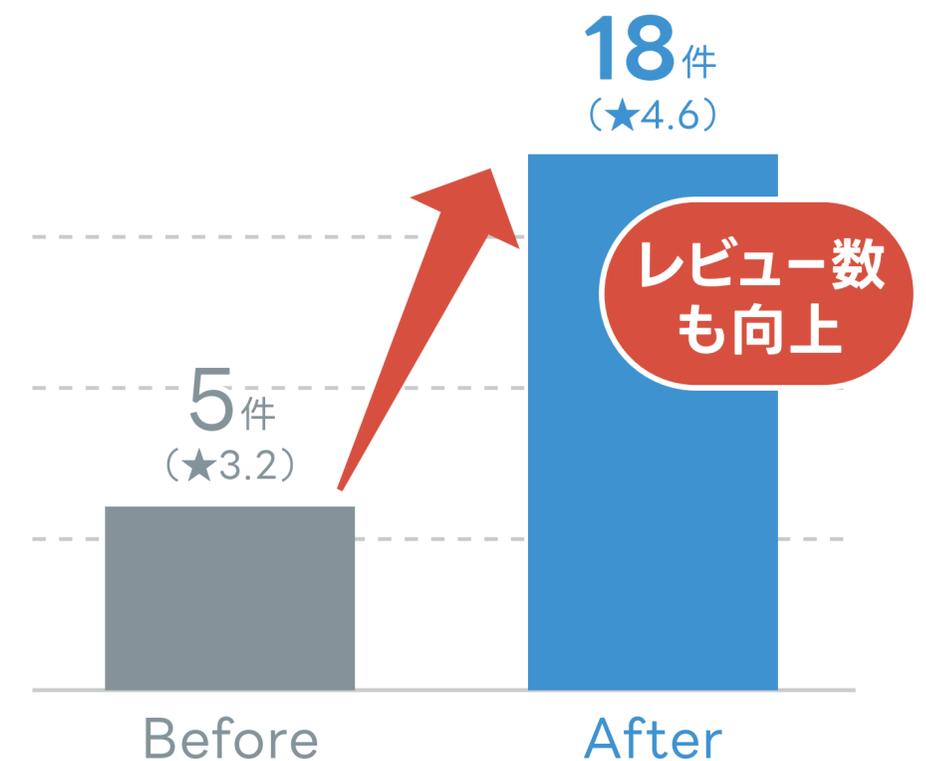
検索表示回数の増加により、
店舗の可視性向上

☎️ 電話数



電話問い合わせの増加から、
顧客の興味濃度向上

💬 クチコミ数



クチコミ数と評価の向上により、
信頼性向上

無料テスト施策



MEOの効果を体感いただくための無料テスト期間です。

専門家によるサポートで、貴社のGoogleビジネスプロフィールを改善し、具体的な成果を測定します。

テスト期間終了後には、「どのくらいの効果があったか」を具体的な数値でご報告します。

GBPの現状診断レポート

- ✓ 現在のGoogleビジネスプロフィールの設定状況を分析
- ✓ 課題と改善点をまとめたレポートを提出
- ✓ 検索順位のベースライン測定

プロフィールの強み・弱みを把握しましょう

店舗写真の撮影&最適化

- ✓ ユーザーの関心を引く高品質な写真を撮影
- ✓ Googleビジネスプロフィールに最適化して登録
- ✓ 写真を活用したプロフィールの信頼性向上

写真が掲載されているビジネスプロフィールは、そうでないものに比べて信頼性が2倍高く見える

投稿コンテンツの作成&登録

- ✓ 最新情報やキャンペーンなど、ユーザーに魅力的なコンテンツを作成
- ✓ 週1~2回程度の頻度で定期的に投稿
- ✓ CTA(Call to Action)ボタンの設置とウェブサイトへの誘導

投稿はGoogleに対して「このビジネスは積極的に活動している」というシグナルを送ります

キーワード選定と順位調査

- ✓ ターゲット顧客が検索するであろうキーワードを選定
- ✓ 現在の検索順位を調査
- ✓ キーワード最適化を実施し、順位向上を

62%の顧客は、依頼されればレビューを書いてくれます

テスト施策で効果を実感いただき、継続的な運用をご希望されるお客様には、目的やご予算に応じて選べる有料プランをご用意しております。
専門家による継続的なサポートにより、MEOの効果を最大化します。

最適な入門プラン

ライトプラン

月 10,000円

投稿更新とレビュー管理

基本的な順位チェック

MEOの基本運用サポート

人気のプラン

スタンダードプラン

月 30,000円

ライトプランの全ての内容

+

詳細なアクセス分析

改善提案と競合調査

戦略的な運用を目指します

最高峰のサポート

プレミアムプラン

月 50,000円

スタンダードプランの全ての内容

+

広域エリアでの対策

ウェブサイト(HP)との連携強化

SNS活用と包括的な
デジタルマーケティング

各プランの詳細は、お客様のビジネスの状況や目標に応じて柔軟にカスタマイズ可能です。
事業の成長に合わせてプランをアップグレードすることも可能です。

Q1

効果はどれくらいで
出ますか？

A

早ければ
1ヶ月程度

MEOは地域に特化した施策であるため、SEOと比較して効果が現れるのが早い傾向にあります。**早ければ1ヶ月程度**で検索表示回数やウェブサイトへのクリック、電話などのアクション数に変化が見られることがあります。

ただし、これは初期設定の最適化による効果であり、安定的かつ継続的な成果を得るためには、定期的な情報更新やレビューへの対応といった継続的な運用が不可欠です。

Q2

スマホでの順位は
パソコンと違いますか？

A

はい、
大きく異なります

MEOの検索順位は、検索しているユーザーの現在地(ジオロケーション)に強く影響されます。

そのため、同じキーワードで検索しても、場所や使用しているデバイス(スマートフォンかパソコンか)によって、表示される地図情報や順位は変動します。

特に「**近くの〇〇**」といった**検索**が増えているスマートフォンでは、この傾向が顕著です。

Q3

投稿や口コミ返信は自分で
やる必要がありますか？

A

必ずしもご自身で行う
必要はありません

Googleビジネスプロフィールの投稿機能を使った情報発信や、顧客からの口コミへの返信は、ユーザーとのエンゲージメントを高め、Googleからの評価を向上させる上で非常に重要です。

しかし、これらの作業には手間と時間がかかるため、ご希望に応じて**当社が代行**することも可能です。お客様の運用リソースに合わせて最適なプランをご提案します。

テスト期間中のご協力をお願い



アカウント共有

テスト期間中は、実績把握のためGoogleビジネスプロフィールへのアクセス権の共有をお願いいたします。安全対応を約束します。



ヒアリングのご参加

現状の課題や目標についてのヒアリングにご協力いただけますと幸いです。事業者の声を直接聞くことで、最適なサポートを提供します。



継続的な改善

テスト期間終了後も、PDCAサイクルを回し続けることで持続的な成果に繋がります。定期的な分析と改善が成功の鍵です。

私たちは、単なる施策の代行ではなく、パートナーとして事業者様と共に、競合の中から「選ばれる店舗づくり」を目指してまいります。

パートナーシップのご案内

無料モニター

まずは無料のテスト施策を実施。プロフィールの現状を診断し、初期の改善効果を体感いただきます。

継続的なサポート

選択したプランに従い、定期的な分析と改善を実施。事業者の成長と一緒に支えていきます。

有料プランへの移行

効果を実感いただいた後、目的や予算に応じてライト、スタンダード、プレミアムプランから選べます。

パートナーシップの深化

成長を共に見守り、新たな事業拡大やデジタル化の課題解決を一緒に取り組みます。

一緒に

選ばれる店舗づくりを

目指しましょう!