

売上が落ちた店を最速で立て直す Googleマップの極意



Spice Hand

スパイスハンド | 飲食店再生ラボ

この教材のゴール（“最低限ライン”をクリアするための設計）

この教材は「どんな店舗でも必ず押さえておくべき最低限のMEO運用」に特化した内容です。

状況・立地・客層・メニュー・競合状況は店ごとに異なるため、**成果を保証するものではありません。**

次の“共通して欠けているポイント”を整えるだけで、多くの店が検索行動～来店までの導線を改善しています。

- 1 | Googleマップで「見つかる状態」になる
- 2 | 検索した客が「安心して選べる状態」になる
- 3 | “今日・明日行く客”に必要な情報が揃う

「まずこれだけは最低限やってください」
という土台作りをして売上をアップしてください。

この教材の位置づけ（集客する基盤作り）

- ・ 専門知識がなくても、今日から店のMEOを整えられる
 - ・ 「何から手をつければいいのか分からない」を解消する
 - ・ Googleビジネスプロフィールの重要部分を“最短で”整える
 - ・ 来店直前の検索客に必要な投稿テンプレをそのまま使える
-
- ・ **立地の弱さ**
 - ・ **競合の強さ**
 - ・ **レビュー状態**
 - ・ **メニュー価格帯**
 - ・ **客単価と席数の制約**
 - ・ **シチュエーションによる違い**

MEOはライバルも多く複雑なので店舗によって集客差があります。

そのため、

より深い改善・売上最大化には（個別対応）が必要です。

Before → After (“最低限を整えた店”はこう変わる)

Before (よくある状態)

- ・ カテゴリ設定がズれている
- ・ 写真が多すぎて質が落ちている
- ・ 営業時間や属性が不明確
- ・ 投稿がSNS型で刺さっていない
- ・ “初めての客が安心できる情報”が欠けている

After (この教材で整えられる範囲)

- ・ 第一カテゴリがライバルと揃い、表示の土台が整う
- ・ 初めは写真5枚に絞り、検索客が判断しやすくなる
- ・ 営業時間・属性が正確になり、Googleからの評価が安定
- ・ 来店意図に合わせた投稿が多くなる
- ・ 新規客が「行ってみたい」と判断しやすくなる

0 | この教材で得られる成果

- 広告費ゼロでも来店数が+30~60名動くことがある
- Googleマップの検索順位が上がり、意図の高い客だけを獲得できる
- “すぐ予約したい客”をライバルから奪える
- 3日でチェックリストを回すだけで来店導線が完成する
- 口コミが増えてやればやるほど集客に強い店になる

設定を丸投げしたい場合はこちら

→ <https://buy.stripe.com/eVqfZi9IHbN90ZL6Hq18c08>

1 | Googleマップ集客が最強な理由①

- ・ 飲食店は「来店前に検索する率」が最も高い業種です。
- ・ 特に「近くの〇〇」「〇〇駅 ランチ」「〇〇駅 居酒屋」で探す客が多い
- ・ これらの検索をする時点で「ほぼ来店を決めている」状態になります。
- ・ SNSは“なんとなく見る”、マップ検索は“行く店を決める”と用途が異なります。
- ・ 単価に関係なく集客が可能です。

1 | Googleマップ集客が最強な理由②

- ・ 検索結果の一覧で、ライバル店舗と横並びで比較されます。
- ・ 表示順位が1つ上がるだけで
クリック率 電話タップ 経路案内 が増えていきます。
- ・ つまり「**上位表示＝予約と来店の数**」になります。

※グーグルの仕様で毎回上位とは限らないので
上位になった時に、集客ができるようにしておくのがコツです。

2 | 最優先で整えるのは3つだけです

- Googleビジネスプロフィールには設定項目が山ほどある
- 全部いじると時間だけかかって、成果につながりにくい
- 上位店舗を見ると、共通しているのは次の3つだけです

1) カテゴリ、店の紹介の設定

2) 写真 (5枚: 初期限定)

3) 営業時間など必要情報が埋まっているか

この3つだけ、まず完璧に整える

2-1 | カテゴリ設定が順位の9割を決める

- 1つ目のカテゴリが検索結果の表示をほぼ決まります。
- ここを間違えると、他をどれだけ頑張っても上がらないので注意。
- やることはシンプルで
 - 上位10店舗の「第一カテゴリ」を全部メモする
 - 一番採用率が高いものを自店の第一カテゴリにする
- 「おしゃれさ」ではなく「利用目的」に合わせて選ぶのがコツです。

2-1 | カテゴリ設定チェックリスト

- ・ 自店だけ独自のカテゴリになっていないか
- ・ 「カフェ」と打つ客を取りたいのか
「居酒屋」と打つ客を取りたいのか
「焼肉」と打つ客を取りたいのか
- ・ ターゲットが検索で使う言葉でカテゴリを決める
- ・ 迷ったら「上位の真似」が最も安全に表示されやすい

2-2 | 写真は“5枚だけ”で十分

初めたばかりならば

- ・登録写真が多い店ほど、写真の質の差が目立つのでマイナス
- ・実際に見られるのは「最初の5枚」がほとんど
- ・だからベスト5枚だけに全力を注ぐ

推奨の5枚

- ・一番売りたい料理1枚
- ・何屋なのかが一撃でわかる料理1枚
- ・外観が分かる写真1枚
- ・店内の雰囲気分かる写真
- ・メニューや価格帯が分かる写真1枚
(画像で見せたほうが早いから)

2-2 | 写真のNG例とOK例

【NG】

- 料理が多く 主役が分からない
- テーブルや皿の柄など 情報が多すぎる
- 光が弱く 鮮度が伝わらない



【OK】

- “1皿=1主役” にする
- 背景がシンプルな白皿にする
- 明るい光で寄り撮る



2-3 | 営業時間と属性の正確さが“信頼”を決める

- ・ 営業時間が間違っている店は、検索順位が下がりやすい
- ・ 臨時休業を放置する店は、Googleからの評価も落ちる
- ・ 電話番号や住所の入力ミスもマイナス

最低限のチェック項目

- ・ **営業時間**
- ・ **定休日**
- ・ **年末年始や長期休み**
- ・ **電話番号・住所・地図ピン**

3 | 今日から使える投稿5個のテンプレ

投稿をしていきますが気をつけることがあります。

- MEO投稿は「SNS投稿」と同じ感覚で書くと失敗する

- 必要なのは

 - **今行っていい店か**

 - **何を食るといいのか**

 - **どんな人が行きやすいか**

この3つが分かる情報だけにしましょう

投稿の最後には必ずアクションが必要です。

電話、DM、直接来店、予約など

テンプレ1 | 今日の空席状況+料理1枚

目的：

- ・今から店を探している客を、そのまま来店につなげる

本文例：

**「本日〇〇時点で〇席空きがあります。
人気メニュー『〇〇』はご案内までの待ち時間はありません。
少人数でも構いません、お気軽にそのままご来店ください。」**

ポイント：

- ・時間を書く
- ・空席数を書く
- ・人気メニューを1つだけ見せる

テンプレ2 | 人気メニューの理由を伝える投稿

目的：

- ・ 「何を頼めばいいかわからない」 不安を消す

本文例：

「一番注文が多い『○○』は、○○産の○○を使い、注文ごとに○○して仕上げています。

初めて来店される方の約8割が最初に選ぶ一品です。

ご予約はコチラからお願いします。」

ポイント：

- ・ なぜ人気なのか“理由”を書く
- ・ 素材 or 調理 or 利用シーンのどれかを入れる

テンプレ3 | 明日食べに行く理由を作る投稿

目的：

- ・ 翌日の来店・予約を動かす

本文例：

**「明日は〇〇が数量限定で入荷します。
一番混み合う時間帯は18~20時頃です。
ゆっくり過ごしたい方は、17時台か21時以降がおすすすめです。
ご予約は電話でお受けしています。」**

ポイント：

- ・ 「いつ行けばスムーズか」をはっきり書く
- ・ 数量限定・時間帯の情報をセットで見せる

テンプレ4 | イベント・季節食材の入荷投稿

目的：

- ・ 「いつもと違う理由」 で動きたい客を拾う

本文例：

**「○○の旬が始まり、本日○○が入荷しました。
1日○食限定で、無くなり次第終了となります。
季節の味を楽しみたい方におすすめです。
ご予約はコチラから」**

ポイント：

- ・ “今だけ”をしっかりと書く
- ・ 数量 or 期間を必ず入れる

テンプレ5 | 新規客専用の安心情報投稿

目的：

- ・ 「入りづらそう」「一人だと不安」を消す

本文例：

「初めてご来店される方へ。

- ・ **1名様でも利用しやすいカウンター席があります**
 - ・ **予約なしでも空きがあればご案内可能です**
 - ・ **注文方法はスタッフが丁寧にご案内します**
- 初めての方も気軽にお立ち寄りください。」**

ポイント：

- ・ 1人でも行ける
- ・ 予約なしでも大丈夫
- ・ スタッフがフォローする

この3点をセットで出す

テンプレ投稿に共通するコツ

- 1投稿につき「伝えることは1つだけ」にしましょう。
- 文章は3～5行で完結させるのがコツです。
- 写真は1枚いれますが、かならず投稿内容と一致させてください。
- 最後の1行にかならずアクションを入れる事

4 | 順位が上がり続ける“行動3つ”

- 設定を整えたあとは、

→ **どれだけ継続して更新しているか**

→ **情報の鮮度が保たれているか**

が評価されます。

検索順位を上げるコツ

- 1) 週3回の投稿
- 2) 写真を1週間に最低1回以上入れる
- 3) 人気メニューは目立つように登録しておく
- 4) コツコツとした情報更新

4-1 | 週3回の投稿が一番効く

- ・ 毎日投稿は続かないし、内容が薄くなるのでこのくらいでいいです。
 - ・ 週3回で十分に「更新している店」と判断されます。
 - ・ テンプレ5本をローテーションするだけでOK (SEOは意識)
- ※SEOはこの先で解説してます。

例：

月：空席＋人気メニュー

水：新規客向け安心情報

金：明日の理由 or 季節食材

4-2 | 写真を週に最低1回以上入れる

- 同じ写真が長期間続くと、
→ Google側から見て「動きのない店」に見えます
- 1枚だけでも良いので、週に1回以上はアップロードしましょう

入れ替え優先

- 1) 人気メニューの写真
- 2) 外観写真 (季節で変える)
- 3) 店内写真

4-3 | 人気メニューは目立つように登録しておく

人気メニューは店の顔になるので積極的にアップしましょう



- メニュー登録をしておくと、検索結果で目立ちやすくなる
- 写真＋価格＋一言コメントが口コミに揃うと、クリック率が上がる

例：投稿やコメント

「初めての方の多くが選ぶ定番メニューです。」

- まずは「一番注文が多い1品」だけでいいのでやりましょう

5 | 3日間で来店を増やす行動プラン

- ・登録はやることが多いと動けなくなるので
→ 3日分に分けて一気に終わらせましょう

Day1 : 土台の設定を整える日

Day2 : 投稿テンプレを3本出す日

Day3 : 写真とメニュー登録で仕上げる日

このように分けることで営業をしながら集客対策ができます。

5-1 | Day1 : カテゴリ + 写真 + 営業時間

- ・ 第一カテゴリを上位店舗と合わせます
- ・ 写真5枚を入れ替える
→ 料理2枚・外観1枚・内観メニュー・メニュー1枚
- ・ 営業時間・定休日・電話番号・住所を正確に直しましょう

ここまでで「検索の土台」が完成します

5-2 | Day2 : 投稿テンプレ3本を投稿

- ・ 15:00と19:00を目安に、以下の3つを出す

- 1) 今日の空席状況＋料理1枚
- 2) 人気メニューの理由
- 3) 新規客向け安心情報

- ・ この3本だけで「今行っていい店」だと伝わる

5-3 | Day3 : 写真入れ替え + 人気メニュー登録

- ・ 人気メニューの写真を1枚取り直して登録
- ・ メニュー欄に「おすすめ1品」を追加
- ・ 可能なら、季節 or イベント投稿を1本追加

- ・ **情報の鮮度**
- ・ **人気メニューの見せ方**
- ・ **新規客の不安解消**

これで最低限揃うので、ここから定期的に投稿を増やせばいいです。

成果が出るまでの基準値

成果の“最低ライン”はこれだけやればOKというチェックです。

- 第一カテゴリが競合上位と一致している
- 写真3枚（料理・外観・メニュー）が明るい
- 投稿テンプレを週3回（3週間継続）
- 口コミが月3件以上つく状態
- レビュー返信が全件ある
- 店名＋業態＋地域が1行で書かれている

できてると思わずに、再チェックをしてください

成果が出ない店の落とし穴

成果が出ない理由の8割は以下ができていないことが多いです。

カテゴリがズれている

(焼肉なのに「居酒屋」になっている 等)

写真が少ない&古い (数か月～年単位で更新していない)

→ 月1枚でもいいので入れ替える

投稿がSNS型 (スタッフ日記・営業連絡)

→ 来店理由を一切伝えていない、又は伝えきれていない

口コミが止まっている (月0～1件)

→ 能動的に増やす努力が必要

店紹介文が空欄 or 情報不足

→ Googleが店を理解できない＝出ない

6-1 失敗する人の共通点

- 写真を10枚以上入れて、質がバラついてしまう（一貫性がない）
- SNSのように日記や自己満足の投稿をしてしまう
- カテゴリが周りの店とズれている
- 最初だけ毎日投稿して、すぐ止まる
- 口コミや点数に過剰に反応してしまう

淡々と商売に徹したほうが最終的なリターナーが大きいです

最低限度、コレだけは行いましょう

- 写真は5枚
- テンプレ5本は投稿をしている
- カテゴリは上位表示されてる店をよくみましょう
- 週3投稿を淡々と続ける事が大事です

6-2 口コミ（レビュー）は“月3件”が最低ライン

MEOの表示順位は内部要因(店側の情報)だけではなく
レビュー量と直近の動き（外部の情報）に左右される。

■月3～5件のレビューがつく状態が一番安定

- ・ 0件～数件の店は検索で選ばれにくい
- ・ 月3件あれば「店が動いている店」と判断される
- ・ ★の平均より“数の安定”の方が評価に直結する
- ・ ★の評価を上げるとさらに集客力が増す
- ・ インバウンド向けなら英語レビューがベスト

6-3 口コミ（レビュー）は能動的に増やそう

■ 店での口コミの増やし方（最小作業）

会計後の1フレーズだけで増える。

例文：

「もしよければGoogleでお店の感想を一言だけお願いします。
すごく励みになります。」

- ・QRを見える位置に置く
 - ・スタッフが1日3回だけ声かけ
- これで自然に月3件は安定する

※“レビューをお願いしすぎる”必要はない

※割引などのインセンティブは禁止（規約違反）

7-1 レビュー返信は“全件返信”が最低限レベル

Googleは「返信されている店=放置していない店」と判断するため、返信は順位評価に関係します。

■ 高評価（★4～5）の返信：2行でOK

1行目：感謝

2行目：店側の姿勢

例文：

「ご来店ありがとうございました。楽しんでいただけて嬉しいです。

また気軽にお立ち寄りください。」

7-2 レビュー返信の低評価への対応

■ 低評価（★1～3）の返信：必須 3行だけでもいいのでしてください

形式はこれで統一すると安全です。

1行目：事実の確認（感情NG）

2行目：改善点（具体1つだけ）

3行目：再来店の案内（丁寧に短く）

例文：

「先日はご来店ありがとうございました。
ご指摘の〇〇について改善いたしました。
次回はより良い時間をご提供できれば幸いです。」

※長文は逆効果になるのでやめましょう。

※言い訳・反論は評価を落とします。

8 | SEO要素は“1媒体で一致”していれば最低限は満たせる

Googleマップは 外部の文章情報 も参照してます (公式)

最低限、コレだけはやりましょう。

■ 店名＋業態＋地域名

この3つが どこか1つの媒体 (サイト・SNS・プロフィール) で一致するようにしましょう。

例：

「○○ (店名) は、○○駅徒歩3分の焼鳥店です。」

「○○区で○○料理を提供しています。」

※ホームページがなくてもSNSだけで大丈夫です。

※情報がバラバラだとGoogleが「何の店か」判断しにくくなります。

SEOとはなにか？

Googleに「この店は何の店か」を正しく理解させるための作業です。

焼肉なのか

居酒屋なのか

どの地域の店なのか

SEO対策しないとGoogleがなんの店で何をしているのか認識できません。
MEOにも同じように働くので検索表示に影響します。

特定のキーワードを入れ続けて、グーグルに認識してもらい
この店はなんの店で何が得意料理、どこのエリアなどを
優先的に表示させましょう。

投稿文、紹介文は必ずSEO対策をしましょう。

9 | 店紹介文（ビジネス説明）は最重要の文章

紹介文はSEO（関連性）、検索客の安心感、クリック率、すべてに影響

■ 店紹介文テンプレ（コピペOK）

以下の形にすると、最低限度、検索にも来店意図にも両方効くのでオススメです。

【店名】は、【駅・地域】で【業態】を提供する【特徴】のお店です。
初めての方でも利用しやすく、【利用シーン（1～2個）】におすすすめです。
人気メニューは【料理名】で、【理由・素材】が特徴です。
店内は【人数・雰囲気】で、【席タイプ】をご用意しています。

■ 必ず入れるべき4要素

- ・ 地域（〇〇駅・〇〇市）
- ・ 業態（焼肉・定食・イタリアン など）
- ・ 人気メニュー（1つだけ）
- ・ 客層または利用シーン

SEO + 来店心理の両方に効く。

まとめ | 集客へと繋げてください

- 1) 第一カテゴリを揃える
- 2) 写真5枚をアップ
- 3) 営業時間・属性を正確にする
- 4) テンプレ投稿を週3回おこなう
- 5) 写真を最低でも週1で入れ替える
- 6) 人気メニューを1つ登録する
- 7) 3日間の行動プランを行い、対策をおこなう

広告費ゼロで、時間はかかるが来店直前の検索客を安定して取り続けることができるようになります

一日でも早く整えたい方、「どこを直せばいいか分からない」状態を避けたい方はコチラから依頼できます。

→ <https://buy.stripe.com/eVqfZi9IHbN90ZL6Hq18c08>

あなたの頑張りを応援しています



Spice Hand

スパイスハンド | 飲食店再生ラボ